

# 銀行の基本業務と信用創造

中 村 泰 治

## 要約

信用創造を行うのは商業銀行の大きな特徴であるが、銀行信用の基礎をなす商業信用ですでに信用創造的事態を見て取ることができる。そこで商業信用から銀行信用までを信用創造の発展論として説き、銀行の本質を信用創造機関として説く試みも行われている。しかし、個人の商業銀行の行う信用創造には狭い限界があり、信用創造は大きなものにはならない。したがって、個人の銀行の基本業務は、一方で資金を集め他方で資金を貸し出す金融仲介であり、個人銀行にとって信用創造は基本業務を増幅する二次的業務にとどまるのである。

キーワード 商業銀行、信用創造、銀行券

## 目次

- 1 はじめに
- 2 「信用代位」の過大評価論の検討
- 3 発券の過大評価論の検討
- 4 銀行信用の基本と信用創造
- 5 結び

## 1. はじめに

一口に銀行といっても、行っている主な業務の違いによって様々なタイプの銀行に分類できるが、その中で中心を占めるのが、預金の受け入れと短期の貸付そして為替業務を営んでいるいわゆる商業銀行であることは疑い得ないだろう。そして、商業銀行の最大の特徴としてしばしば信用創造があげられることも事実である。この場合の信用創造とは、商業銀行が手持ちの現金以上の貸出しを行うことであり、あたかも「お金がないのにお金を貸す」ような行為のことである。そこで、銀行に関する理論も、いきおい商業銀行を対象にして、商業銀行がなぜこのようなトリッキーなことができるのかを問う信用創造論が中心になってきた<sup>1)</sup>。

こうした中で、商業銀行（以下、単に銀行と呼ぶ）の登場以前に信用創造が行われているという議論が出てきた。商業信用のレベルですでに「お金がないのにお金を貸す」ようなことが行われているというのである。商業信用とは再生産に携わる現実資本の間で形成されるいわゆる企業間信用のことであり、銀行はそこで形成された商業手形の割引を通して現実資本に貸付を行っている。商業信用はいわば銀行信用（商業銀行の形成する信用、以下同じ）

の基礎をなすものであり、銀行理論でも商業信用を前提にして、商業信用と銀行信用を一貫した論理で展開する試みが多くなっている。それゆえ、商業信用で信用創造が行われていることを強調する議論は、商業信用から銀行信用までをいわば信用創造の発展論として説こうと意図する議論でもあるといえよう<sup>[2]</sup>。

しかし、信用制度（商業信用と銀行信用のこと、以下同じ）を信用創造の発展論として説くことは果して適切であろうか。商業信用で信用創造が行われていることは否定できないし、銀行が信用創造を行うことも当然であるが、そうだからといって信用創造に注目して銀行を導き出すと、信用創造とくに個人銀行の信用創造機能が過大評価されることになるのではなかろうか。現実資本は個別的事情をもって無政府的に動く面をもっており、そうした中で大きく信用創造を行うにはいくつか条件が必要であり、銀行もまたそうした条件を十分備えないうまま、いきなり信用創造を行っても大した効果を示すことはできないのではないかと思われるのである<sup>[3]</sup>。

そこで、前稿「商業信用の成立条件と信用創造」（浦和大学『浦和論叢』第40号、2009年、所収）では商業信用にさかのぼり、商業信用の成立条件を確定した。商業信用の成立は、同時に商業信用における信用創造の成立という面ももつので、商業信用の成立条件を確定することは、同時に商業信用における信用創造の成立条件を確定する作業でもあった。本稿では、このいわば信用創造の基礎条件を確定した作業に踏まえて、まず、銀行の信用創造機能を過大評価する議論を検討することから始めよう。そして、銀行はどのような条件があればあたかも「お金がないのにお金を貸す」ようなこと（信用創造）が大きくできるのかを展望しながら、本稿では銀行信用の基本を確認して、信用創造メカニズムを理論的に解き明かすための基礎的作業を行うことにしよう。

## 2. 「信用代位」の過大評価論の検討

### 2-1. 商業信用から銀行登場までの論理

商業信用を前提に銀行の信用創造機能を過大視する議論は少なくないが、その中で最も有力な理論はおそらく山口重克氏のものであると思われるので、ここでは氏の理論を取り上げ検討することにしよう。山口氏の銀行登場までの「論理的プロセス」は概ね以下のようなものといえよう<sup>[4]</sup>。

すなわち、氏はまず、銀行を導き出すのに、「綿糸の買い手Aと売り手Bの双方に信用によって綿糸を売買したいという要求があるにもかかわらず、それぞれの個別的諸事情による制約によって商業信用関係が形成できない」（前掲、山口重克他『現代の金融システム』、25頁）というところから出発する。ここで「個別的諸事情による制約」というのは、「信用の時機、期間、金額などの問題」（同上書、26頁）である「量的条件の問題」（同上）と「将来の支払能力の確実性にたいする予想の問題」（同上）である「受信力の問題」（同上）のことである。

山口氏によれば、こうした問題で商業信用が形成できない場合、売り手Bには「与信需

要がある」(同上) ので、「個別的諸事情による制約が解除されている手形、つまり量的条件が一致し、将来の支払いが信用しうる手形」(同上) に対してであれば、「信用で販売しうるし、むしろ積極的に販売したいという要請がある」(同上) といってよい。そこで「受信需要のある A」(同上) としては、「自分の手形には受信力がなくて B が受け取らないのであれば、B からの受信力のある資本の支払保証を受けようとする行動をとる」(同上) ことになり、また「受信力と量的条件の両方に問題があって B が受け取らないのであれば、自分の手形と交換に B が受け取るような手形を手に入れようとする行動をとる」(同上) ことになる。

こうした買い手 A の要請と売り手 B の行動に応えるものとして登場するのは、さしあたり「多数の産業資本にたいして信用による商品の販売活動を行っている売り手としての商業資本」(同上) であるとする。というのも、このタイプの商業資本の「支払約束は、その資本に集積されている多数の産業資本にたいする債権の返済還流によって保証されている」(同上) ので、「単一の産業資本よりもむしろ受信力はある」(同上) からである。また、このタイプの商業資本のもとには「個々の産業資本の個別的諸事情が集中されて、ならされているので、商業資本としては受信の量的条件を個別産業資本よりも自由に与信資本の必要としている条件に適応させうる余地も大きい」(同上) からでもある。

そこで、こうした商業資本のなかで、「B にたいする受信力」(同上) があり「A の要求に応じてくれる」(同上) 商業資本があれば、A としては、「この商業資本に自分の手形の支払保証をしてもらう」(同上) なり、あるいは「自分の手形をこの商業資本の振出手形と交換してもらう」(同上書、27 頁) なりすれば、「B から信用で商品を購入しうる」(同上) ことになるわけである。

ところが、「産業資本ないし商業資本の手形では信用による商品売買は成立しない場合」(同上) があり、その場合には、「専門的な銀行資本の介在によって商業信用の限界が開かれ、信用による商品売買が可能になる」(同上) という。この場合の銀行資本とは、先の商業資本と同じように「信用による商品売買を必要としている諸資本の受信力よりも大きい受信力をもつ資本」(同上) であるが、「その受信力を利用して信用代位業務を専門的に行う」(同上) 資本のことである。銀行は「個別資本的な制約のある買い手の手形を自分の手形と交換してやって、自分の受信力で買い手の受信力を代位してやると、売り手はこの銀行の支払能力を信用して販売する」(同上書、28 頁) ことになる。

こうして銀行の手形は、売り手・買い手の間で事実上の購買手段として機能するから、銀行は「信用代位」(同上) によって現金を貸さずに「資金融通」(同上書、29 頁) を行ったことになるのであるが、ともかく商業信用の限界は、この銀行資本による「信用代位」の登場によって開かれることになるというのである。

## 2-2. 商業資本による信用代位機能の過大評価

しかし、商業信用の限界は果たして「信用代位」によって十分に開かれるといえるので

あろうか。形式的にはともかく実質的には「信用代位」による打開の効果は実は小さなものにすぎず、それゆえ銀行にとっても「信用代位」は副次的ないし二次的な業務にとどまるのではなかろうか。言い換えれば、商業信用の限界を大きく打開するものとして「信用代位」を出すのは、「信用代位」の機能を過大評価しているのではないかと思われるのである。少し詳しく検討してみよう。

いま売り手Bと買い手Aの間で信用売買が成立しない場合、売り手Bがあくまで信用販売を求め、「量的条件が一致し、将来の支払いが信用しうる手形」に対して信用販売したいと要請することは、確かにあり得ることである。しかし、売り手Bが信用販売をあきらめて現金販売を求めることも十分あり得るだろう。そのさい現金販売を求めれば信用理論でなくなるのではないかと危惧する必要はない。売り手Bが「生産過程を一定の規模に維持するために必要な貨幣資本」(同上書、23頁)の「準備」(同上)を活用するために、信用販売を手段として求めていたと考えれば、信用販売をあきらめても、Bは別の信用取引(後述のように貨幣貸付)を選択し、それを新たな手段として「貨幣資本の準備」の活用を要請しているとも見えるのであり、信用理論は続いているといえるからである。この点は次節以後で詳しく述べることにするが、ともかく、いま売り手Bがあくまで信用販売を求めるとすると、Bは自己の個別的諸事情に基づいて「量的条件」や「受信力」について、いわば個別的条件の付いた信用販売の要請を続けていることになるだろう。

他方、買い手Aにしても、あくまでBからの信用購買を求めて、「Bからの受信力のある資本の支払保証を受けようとする行動」や「自分の手形と交換にBが受け取るような手形を手に入れようとする行動」をとることもあり得るだろう。しかしここでも、Bとの間で商業信用が成立しない場合、Aは信用による購買をあきらめて現金による購買に転換し、別の信用取引(貨幣借入)を求めるという行動も選択できるのである。この点も詳しくは次節以後に回すが、ともかくいまAがBからの信用による購買に固執するとすれば、AはBと同様に自己の個別的諸事情に基づいて「量的条件」や「受信力」について個別的な条件を付けて行動していることになるだろう。

そこで問題は、こうしたA・B双方の個別的条件の付いた要請や行動に応じられる奇特定の資本がいるのか、またいるとしても、その応じる力は大きいといえるのか、ということになるだろう。

山口氏は、ひとまず「多数の産業資本にたいして信用による商品の販売活動を行っている売り手としての商業資本」が応じられるとしている。そこで、商業資本による「信用代位」から検討してみよう。

商業資本は一般に産業資本と違って、信用販売を可能にする条件である「生産過程を一定の規模に維持するために必要な貨幣資本」を持つことはない。この意味で、商業資本は通常の信用販売の条件を欠いているのであり、それゆえ、商業資本で「多数の産業資本にたいして信用による商品の販売活動を行っている売り手」としての商業資本というのは例外的な存在であろう。たとえ多数の産業資本に対して信用による販売活動を行っている商業資本が

いたとしても、商業資本の場合、ほぼ同額の「信用による商品の購買活動を行っている買い手」としての商業資本にもなっていることが多いのではなかろうか。この場合には、自分の受け取る「多数の産業資本にたいする債権の返済還流」も大部分は自分の債務の返済にあてべきものであって、第三者の債務支払いの基礎に流用できるものではないだろう。むしろ実際には、銀行から必要に応じて借り入れができることを背景に、第三者の手形の支払保証や交換に応じる巨大な商業資本もいるだろう（実際には商人的だけでなく金貸的な行動を取る巨大商業資本を検出することは難しくないだろう）が、そうした大商業資本は独占組織に関わり考察されるべきものであり、ここでは論外である。そうすると、そもそも商業資本の中に、いわば第三者資本の手形の支払保証や交換の要請に応じられるだけの「受信力」をもつ商業資本は、ほとんどいないといえるのではなかろうか。

もちろん、大きな「受信力」を持つ商業資本はまったくいないと断言することはできないだろう。しかし、仮にある数の商業資本が大きな「受信力」をもっているとしても、個別的諸事情でいわば不一致が生じている A・B 間で、使用可能な手形にするために保証や交換を行うことは容易ではあるまい。

確かに商業資本が「多数の産業資本にたいして信用による商品の販売活動」を行っていたら、「個々の産業資本の個別的諸事情が集中されて、ならされている」とはいえるだろう。しかし、そうだからといって、「受信の量的条件を個別産業資本よりも自由に与信資本の必要としている条件に適応させうる余地も大きい」とは簡単にはいえないだろう。いま売り手 B が 2 ヶ月間の信用販売を求めているとすれば、受信力のある商業資本は期間 2 ヶ月の手形の支払保証や手形の交換を行ってやれば済むように見えるが、その時買い手 A が 3 ヶ月間という条件で信用購買を求めているとすれば、商業資本は A・B 間で一体どう対応すればいいのか。もちろん、いわゆる信用期間のズレを埋めるために特別に資金を準備することができればいいだろうが、そうした資金の準備は商業資本の本業を制約ないし逸脱するものでしかないだろう。それゆえ、当事者間の信用期間のズレに対して、本業を制約ないし逸脱しない範囲内で商業資本が対応できることは限られるのではなかろうか。

信用の金額や時機のズレについても同様のことがいえるであろう。個別資本間で「量的条件」で不一致が生じて商業信用が成立しない場合、商業資本が支払保証や手形交換といったいわば単純な「信用代位」によって信用関係を成立させ得る余地は、決して大きくないと思われるのである。

そうすると、商業資本による「信用代位」によっては、商業信用の限界はほとんど打開できないといってよいのではなかろうか。

### 2-3. 銀行による信用代位機能の過大評価

それでは、銀行資本による「信用代位」であれば、商業信用の限界はどの程度打開されるのであろうか。銀行券については次節で考えることにして、ここでは、それを除いた支払保証や手形交換といった単純な「信用代位」について考えてみよう。

「信用代位」を積極的に行うには、保証した手形や交換で得た手形の不渡りに備える準備金が必要になる。自分の売買相手ではない第三者のために不渡り準備金を積むことは、商業資本にとっては本業を制約する面や逸脱する面があるといえようが、銀行資本にとってはそうではない。「信用代位業務を専門的に行う」銀行にとっては、むしろそれは必要な投資といえる。そこで、不渡り準備金を用意して「信用代位」を始めれば、銀行はかなり広範囲に業務展開ができそうにみえる。しかし、不渡り準備金だけで「信用代位」できるのは、たとえばA・Bの当事者資本の間で「受信力」をめぐって不一致がある場合だけであろう。この意味で、銀行の「信用代位」でも、さしあたり商業信用の限界は限定的にしか打開されないといえるだろう。

もちろん、銀行が不渡り準備金以外の支払い準備金も用意しておけば、商業信用の限界を打開する範囲は多少とも広がるであろう。例えば商業資本では解決困難であった先の例であるが、売り手Bが2ヶ月間の信用販売を求め、買い手Aが3ヶ月間の信用購買を求めている場合、銀行はAの3ヶ月手形と自分の2ヶ月手形を交換してやり、支払期限がくればひとまず自分の支払い準備金からBに支払っておいて、その後Aから支払いを受けるといことができるだろう。

しかし、売り手Bが3ヶ月間の信用販売を求め、買い手Aが2ヶ月間の信用購買を求めている場合には、銀行は「信用代位」できないのではなかろうか。また、金額についても当事者間にズレがあると、「信用代位」では商業信用の限界は打開するのが困難なことが多くなるだろう。例えば、売り手Bが1万ドルの信用販売を求め、買い手Aが2万ドルの信用購買を求めている場合、買い手Aは手形の「信用代位」を求めてもほとんど意味がないであろう。逆に、売り手Bが2万ドルの信用販売を求め、買い手Aが1万ドルの信用購買を求めている場合には、買い手Aは手形の「信用代位」を求めるとしても、売り手Bにとっては自分の信用販売の要請が満たされることにはならない。さらに、A・Bの当事者資本間で時機にズレがある場合にも、単純な「信用代位」では当事者間のズレを調整し商業信用の限界を打開するのは困難であろう。

こう考えてくると、そもそも商業資本において単純な「信用代位」によっては当事者間の個別的諸事情を反映した信用売買の条件の不一致が部分的にしか調整されず、商業信用の限界が部分的にしか打開されなかった以上、たとえ「信用代位」を「専門的に行う」銀行が登場したとしても、単純な「信用代位」では、商業信用の限界は十分に打開されるとはいえないのではなかろうか。

### 3. 発券の過大評価論の検討

#### 3-1. 銀行券による打開機能

支払保証や手形交換といった「信用代位」では部分的にしか商業信用の限界が打開できず、それゆえ単純な「信用代位」は銀行にとって副次的業務にとどまるのではないかと思われるのであるが、それでは、銀行券による「信用代位」ならばどの程度の打開効果があるのだら

うか。

もっとも、ここで問題にする銀行券は、現代の銀行券（政府により強制通用力ないし法貨規定が与えられた中央銀行券）とは似て非なるものである。多くの銀行理論がそうしているように、本稿でも、商品世界の共同作業により金が貨幣に選出されているという想定に立っている。それゆえ、ここでいう銀行券とは「銀行の振り出す手形のうち、簡単な整数金額表示の一覧払い形式のもの」（同上書、28頁）であるが、振り出した各銀行で金貨幣によって一覧払いされるいわゆる金兌換券のことである。それは一面で個々の銀行の手形であるが、他面で現金（金貨幣）とほぼ同じものといってよい。

そこで、銀行がこうした銀行券という特殊な手形で「信用代位」（具体的には手形割引）を行えば、商業信用の限界も、従来とは大きく違って打開されるのではないかとも思われるのである。

例えば、売り手 B と買い手 A の間で「信用力」が問題となって信用売買が成立しない場合、買い手 A は自分の手形と交換に銀行券を受け取り、それで購買すればよい。むろんこの場合、信用購買したいという A の要請は必ずしも満たされていないかも知れない。しかし、A はむしろ当面自分の現金なしに購買を行いたいと要請していたと考えれば、銀行券を受け取って購買しても A の要請は十分満たされているといえるだろう。いわば自分の手形による購買は手段であり、目的は自分の現金を使わない購買であったとすれば、銀行券で購買しても手段を変えて A の目的は十分達成されているのである。他方、売り手 B にしても、B が銀行券に対して販売を行えば、信用販売をしたいという B の要請は満たされていないかも知れない。しかし、B はもともと遊休する貨幣資本を利用して追加利益を求めていたと考えれば、B が遊休する貨幣資本だけでなく、手に入れた銀行券も必要に応じて兌換して追加利益の追求に回せば、B の要請は十分満たされることになるだろう。B についても、信用販売は手段であり、遊休する貨幣資本を利用して追加利益を得ることが目的であると考えれば、銀行券に対して販売をしても B の目的は十分達成されているといえるのである。この意味で、銀行券での手形割引は、A・B 間の「信用力」によるいわば目的の不達成状態を、解決するといえるであろう。

次に、期間にズレがあり商業信用が成立しない場合であるが、先の例のように売り手 B が3ヶ月間の信用販売を求め、買い手 A が2ヶ月間の信用購買を求めている場合、A は銀行券による手形割引を受けて、それで購買すれば A の要請（当面自分の現金なしに購買を行いたいという要請）は満足させられるだろう。他方、この場合にも B の信用販売をしたいという要請は満足させられていないかも知れない。しかし、B が手に入れた銀行券を含め遊休する貨幣資本で追加利益の追求（後述のように貨幣貸付）を行うという手段をとることにより、遊休貨幣資本を利用して追加利益を得たいという B のいわば本来的な目的なり要請なりは達成されているといえるのである。

金額に不一致があり商業信用が成立しない場合にも、銀行券での手形割引は効果的であろう。これも単純な「信用代位」では解決できないケースとして先にあげた例であるが、売り

手Bが1万ドルの信用販売を求め、買い手Aが2万ドルの信用購買を求めている場合、Aは2万ドルの手形を銀行券で割り引いてもらい、それで購買すればよいだろう。他方、Bは信用販売という手段は使えなかったかも知れないが、ここでも銀行券を含め遊休する貨幣資本を貸付という手段で利用すれば追加利益が得られて、Bの要請も満たされるといえるだろう。もちろん売り手Bが2万ドルの信用販売を求め、買い手Aが1万ドルの信用購買を求めている場合でも、Aは銀行券で割り引いてもらい、それで購買すればよいし、他方Bも手に入れた銀行券を含め遊休貨幣資本を貸付ければ、満足できるであろう。時機についてズレが生じて商業信用が成立しない場合にも、買い手Aは必要な時機に銀行券による割引を受けて購買すればよいだろうし、Bも手に入れた銀行券を含め遊休する貨幣資本を必要な時機に貸付ければよいであろう。

かくて、買い手Aは自分の手形やその単純な「信用代位」では目的を達成できない場合でも、銀行券で割り引いてもらい銀行券を使用すれば容易に目的を達成することができるといえよう。他方、売り手Bにしても、商業手形やそれを単純に「信用代位」したものに対する信用販売では目的が達成できなかった場合に、銀行券に対する販売を行うとともに遊休する貨幣資本の貸付を行えば、容易に目的を達成することができるだろう。銀行券による「信用代位」は、商業信用の限界を大きく打開するのではないかと思われるのである（またそれゆえに、単なる「信用代位」ではなく、銀行券あるいはその近似物による手形割引が銀行の主要業務として現れるのではないかと思われるのである）。

### 3-2. 発券の条件

銀行が銀行券を使った「信用代位」を行えば、確かに商業信用の限界は大きく打開されると思われるのであるが、しかし、銀行券による割引は「お金がないのにお金を貸す」ことでもある。それゆえ、発券の過大評価論者がいうのとは違って、銀行（ここではむしろ政府の中央銀行ではなく私的な個人の銀行）が銀行券を出すのは実はそれほど容易なことではないのではないか。発券には条件が必要であるように思われる。

山口氏は、銀行が銀行券を発行できる条件（あるいは現実資本に銀行券が受け取られる条件）に関して、銀行券の流通の根拠ないし基礎として2つあげている。1つはいわば直接的な根拠であり、「銀行券の流通性（譲渡性）、あるいはその根拠をなす銀行の支払能力は、直接的には銀行の資本の一部を構成する支払準備金によって支えられている」（同上）といっている。銀行券への支払いは兌換であるから、兌換準備金が発券を可能とする直接の根拠だというのであろう。もう1つは、実質的基礎ともいえるべきものであり、「銀行は……支払能力が確実に信用しうる諸資本の手形を選別し……それらの諸資本による円滑な返済を銀行の手許に集中・集積しているのであり、銀行の債務に対する支払能力の実質的基礎はここにある」（同上）といっている。銀行の持つ諸資本の手形の円滑な返済を、発券を可能とする実質的基礎としていると理解できよう。

こうした基礎ないし根拠は、山口氏のいうように、確かにそうやってよい面がある。銀行



の割引いた手形の多くがひとたび返済不能に陥れば（銀行の資産内容が急速に悪化すれば）、たちまち銀行自身の支払い能力が疑われて、銀行は営業を継続するのが難しくなるだろう。銀行自身が支払不能に陥り、経営破綻することも十分ありうることである。この意味で、割引いた多くの手形の円滑な返済があつてこそ、銀行は繰り返し銀行券の発行ができるのであり、多数の割引手形の「円滑な返済」は、銀行券の反復的な発行（山口氏の言葉では銀行券の流通性）の「実質的な基礎」といってもよいのである。また、直接的な根拠についても同じであり、銀行券は金兌換が不可能になればたちまち紙くず同然になるのであり、逆に、いつでも金兌換されるから現金同様に受けとられるともいえよう。この意味で、銀行券の反復的な発行（ないし流通性）の「根拠」は「直接的」には銀行の「支払準備金」によるということもできるのである。

しかし、問題はこの支払準備金のもつ意義の評価の程度であろう。山口氏は、この支払準備金は「銀行の支払能力にとって必ずしも実質的な基礎をなすわけではない」（同上）といて、銀行券の流通性について、直接的な根拠（兌換準備金のこと）よりもむしろ実質的な基礎（円滑な返済のこと）を重視する立場を示している。しかも、「支払準備金は実質的にはこのような部分的補完（割引いた手形の不渡りに伴う損失補填のこと－引用者）を行うという意味をもつもの」（同上）ともいっており、支払準備金を兌換というよりも、円滑な返済の支障となる不渡りに備えるものとする見解を示している。銀行券の発行（ないし銀行券の流通性）にとって兌換準備金の面はあまり重視されていないのである。

しかし、不確定性（旧来の言葉では無政府性）を大きな特徴とする市場経済で、果たして兌換（あるいは兌換のための支払準備という条件）はそれほど重要ではないのだろうか。釈迦に説法のようなのであるが、現実資本の個別的諸事情とそれに基づく現実資本の無政府的な動きを重視する立場から、項をあらためて兌換の重要性について考えてみよう。

### 3-3. 兌換の重要性

いわゆる「資本一般」の方法によって、均一の個別諸資本が生産を行い、その間を価値通りの商品流通が結んでいるという極めて均衡的な世界を想定すれば、銀行券も現実資本間の「商業流通」を転々流通するという発想になりやすい。そして、銀行券が転々流通するとすれば、信用創造の過大評価が生じ、銀行が発券によって「お金がないのにお金を貸す」こともまた容易にできるという発想も出てくるであろう。

しかし、「資本一般」の方法は、市場と資本が本来もつ無政府的な動きを無視するものであり、分析基準として、現実資本の競争関係と信用制度の役割を考える際には、まったく不適切な方法である。山口氏はむろんこうした「資本一般」の方法によって銀行理論を説いているのではないが、それでも、銀行券の流通に関しては発想の類似性を感じることができる。例えば、銀行券は転々流通するものと見ておいて、この流通性の根拠や基礎は何かと問えば、兌換が軽視されるのもある意味では当然となる。あるいは、兌換されずに銀行券が転々流通している状態を前提にすれば、銀行券が流通するのは、ほとんど開店休業状態の兌換業務な

どではなく、銀行への円滑な返済であり、円滑な返済があるから銀行券は転々流通するという答えが正解に見えるのである。事実、山口氏が銀行券の流通性に疑問が生じ兌換が行われると積極的に認めているのは、市場の胃の腑を超えた過剰生産によって価格実現が遅滞して、現実資本の銀行への円滑な返済が困難になる恐慌期という特殊局面のことである<sup>[5]</sup>。

しかし、そもそも本来の銀行券は転々流通するものだろうか。市場に大規模な不均衡が発生する局面以外は、兌換はほとんど問題にならないと見てよいであろうか。むしろ、現実資本の無政府的な動きによって市場の不均衡は不断に生じており、銀行券の流通も不断に妨げられ、大小の規模の兌換のための支払いもまた不断に生じるのではなかろうか。

例えば、賃金の支払いである。もともと現実資本の動きを反映して労働者の収入は不安定であり、しかも労働者は個人的事情により様々な商業資本から少額の買い物をする。それゆえ、労働者は基本的に信用関係の連鎖から排除されており、賃金は現金での支払いが原則となる。そこで、現実資本としては銀行券を手に入れても、賃金支払いのために兌換することにならざるを得ない。売り上げのうちいわゆる人件費の占める割合が大きい現実資本では、銀行券を兌換することも多いであろう。

次に、他地域への支払いである。ここで想定されている銀行は、広範囲に支店網を展開している現代の大銀行など（多くは株式会社形式をとる）ではない。狭い範囲に営業をしているいわば地域の個人銀行である。ところが、現実資本は個人銀行の営業地域に関係なく、自分の個別的諸事情に応じて取引相手をその銀行の営業地域外まで広げている。銀行の営業地域外との取引では、その銀行の銀行券（これはいわば一種の地域銀行券である）ではなく現金が選好されるであろう。そこで、現実資本は地元銀行の銀行券を受け取っても、他地域からの購入や他地域への支払いのためにほとんど兌換することになる。銀行の営業地域外との取引が多い現実資本では、受け取った銀行券の多くを兌換することにならざるを得ないだろう。

このほか、銀行の営業地域の内外を問わず、現実資本の無政府的な動きの中である銀行に別の銀行の銀行券が持ち込まれる場合もあるだろう。銀行は、両替を主な業務として兼営しているのでもない限り、他の銀行の銀行券を保有しておくメリットはほとんどないので、他行の銀行券はほぼ間違いなく直ちに兌換請求される。兌換請求は、現実資本だけでなく他の銀行からも来るのである。

こう考えてくると、個人銀行は銀行券を発行しても、それは自らの営業地域内の一部の現実資本に受け取られるだけであり、しかも労働者・地域外の現実資本・他銀行などへの支払いには使えないので、銀行券はほとんど転々流通する間もなく兌換され、準備金の出動が必要になってしまうのではないかと思われる。そうとすると、事実上政府の管理の下にある現代の銀行券（中央銀行券）とはまったく違い、現実資本の無政府的な動きに対応して、いわば不断に兌換される可能性と現実性を併せもった個人銀行の地域銀行券は、相当量の兌換準備金を根拠にしてこそ初めて発行される（ないし流通する）のだといえよう。銀行券の発行（ないし流通性）の直接的な根拠としての兌換準備金の意義は、山口氏と違って、本来意外

と大きい（それゆえ個人銀行の銀行券による信用創造機能は実は意外と小さい）といわざるを得ないのである<sup>[6]</sup>。

#### 4. 銀行信用の基本と信用創造

##### 4-1. 商業信用から銀行信用へ

それでは、銀行はどのようにして積極的に信用創造を行うようになり、商業信用の限界を大きく打開するようになるのだろうか。信用創造の過大評価論とはもちろん主従が転倒した議論になるだろうが、ここであらためて、商業信用の限界を打開する銀行信用の基本内容を確認することから始めよう。

前稿で確認したように商業信用の成立には条件が必要である。すなわち、前提条件として、①売り手は当面遊休する資金（当面なくても資本活動に支障が出ない資金）を持ちその活用を求めていることと、②買い手は後日支払うことを基礎に当面自分の貨幣のない購買を求めていること、これらが必要である。明らかに当面遊休資金を持たない人や、後日支払う能力をまったく持たない人は、そもそも信用理論に登場することはできない。当面遊休資金を持つか、後日支払う能力を持つ人（現実資本）が、それぞれ目的達成の手段として信用での販売や購買を求めているのである。

こうした前提条件のうえで、直接的条件として売り手・買い手の間で、③後日の支払い能力について信任し合うことや、④信用売買の期間や金額や時機などについて合意することが、必要となる。もし当事者間でこうした条件においてズレや不一致が生じれば、商業信用は成立しない。山口氏のいう「受信力の問題」や「量的条件の問題」が生じれば、商業信用は成立せず、商業信用は理論的に限界に逢着したといえるのである。

商業信用が成立しない場合、売り手は当面遊休する資金を別の方法で活用することを求めるだろう。そのとき、売り手があくまで信用販売という方法にこだわり、支払保証や手形交換という「信用代位」を受けた手形に対する信用販売を求めたとしても、すでに述べたように、そうした単純な「信用代位」で売り手の要求が満たされることは少ないのである。他方、商業信用が成立しない場合、買い手は別の方法で当面自分の貨幣のない購買を求めるだろう。このとき買い手が手形の単純な「信用代位」を求めたとしても、これもすでに述べたように、それで信用購買できることは少ないのである。単純な「信用代位」で「問題」を解決できる（商業信用の限界を打開できる）余地は少なく、「信用代位」は銀行理論のいわば本筋の議論にはならないように思われるのである。

もっとも、銀行券であれば「問題」の解決（限界の打開）は大いに進むであろうが、しかし、これも上述のように、銀行券を発行するには、条件として相当量の兌換準備金が必要になるだろう。これを自己資金で用意するとなると、銀行は自己資金を貸す旧来の金貸しとほとんど同じものになるが、銀行は自己資金を貸すのではない。他人の資金をもとに資金を貸すのである。したがって、銀行券を説く以前に、銀行が準備金を用意する論理を説いておく必要があるだろう。

そこで、商業信用が限界に達した状況に戻って考えると、売り手は当面遊休する資金を信用販売以外の新たな方法で活用することを求めていることになる。その方法を「流通論」で示される資金活用の形態から探すと、それは貨幣貸付という方法での活用要請であるといつてよいであろう。他方、買い手にしても、当面信用購買以外の新たな方法で自分の貨幣のない購買を求めていることになる。この方法も「流通論」で示される取引形態から探すと、買い手は自分の目的を実現するために、貨幣借入という方法を選択し要請しているといえるであろう<sup>[7]</sup>。

かくて、商業信用が限界に達した場合には、もはや信用販売の要請・信用購買の要請といった商業信用レベルでの要請を単純に延長したものではなく、こうした貨幣貸付の要請・貨幣借入の要請という新たな要請にもとづいて、商業信用の限界を大きく打開する形で、銀行信用は登場することになるのである<sup>[8]</sup>。

#### 4-2. 銀行信用の基本

それでは、銀行は現実資本の要請をどう受け止めて登場するのであろうか。その基本についていうと、銀行は一方で、現実資本の遊休資金の活用要請にこたえる形で、遊休資金を預金として収集する。そして他方で、収集した資金の一部を支払準備金として残し、それ以外のいわば銀行にとって遊休する資金を、現実資本の貨幣借入の要請にこたえるべく手形割引の形で貸し出していくのである。

この場合、定期性の預金などいわゆる当座性ではない預金にはたいいてい利子が付くのでよいとしても、ごく短い期間預金されることが多い当座性の預金には利子がつかず、したがって、当座性預金は遊休資金の活用要請つまり貸付要請にこたえるものではないと思われるかも知れない。確かに利子が付かない（場合によっては口座の利用料が徴収される）となれば、「貸した」というより「預けた」といった方が適切であるように見える。しかし、当座性でも大量に預金が収集できればその一部は必ず遊休するので、銀行はそれを貸し出しに回すことができる。この意味で、実質的には当座性預金にも些少とも利子が付けられてよい面があるわけである。ところが、当座性預金はごく短期に出し入れされるので、銀行にはいわゆる貨幣取り扱い費用がかかってしまう。それで、その分と利子分が相殺されて（費用が大きい場合は別途料金が徴収されて）しまい、結果として、当座性預金には利子が付かないように見えてしまうだけのことである。

また、銀行が手形割引をする場合、現金ではなく銀行券で割り引くとする方が現実的であり合理的であると思われるかも知れない。確かに実際の商業銀行は手形を割り引く際、現金ではなく銀行券（あるいはそれに近似した預金通貨）を使用することが多いし、またそうした方が、銀行にとって貸し出しを拡大でき収入を増大できる面もあるだろう。しかし、割引を求める現実資本にとってはどうか。すでに述べたように、個人銀行の銀行券では労働者や他地域の現実資本などへの支払いは困難であり、使用が限定されているのに対して、現金であれば何にでも使える。それゆえ、現実資本にとって、銀行券を嫌って現金を偏好する理由

は十分あるが、逆に、現金を嫌って銀行券を選好する理由は乏しいといえるだろう。そこで、手形割引を求める現実資本としては、第一義的には現金での割引を求めていると見てよいだろうし、銀行はこの現実資本の要請に応じて登場して、ひとまず現金で割り引くとしてよいと思われるのである。銀行券での割引は、次項でも述べるが、現実資本の要請というより割引を拡大したいという銀行の要請から出てくるのであり、現実資本はこの銀行の要請に応じる形で、「銀行券でもよい」として割引を受け入れるのではなからうか。銀行券での割引は、第一義的には銀行の要請であり、現実資本にとっては直ちに出てくる要請ではなく、いわば二義的な要請に過ぎないのではないと思われるのである。

ともあれ、銀行は、いわば信用販売ないし信用購買に失敗した現実資本の要請を受けて、一方で現実資本から遊休資金を預金として収集し、他方で現実資本に手形割引を通して資金を貸し出すことになる。単なる「信用代位」は銀行にとって基本業務にはなり得ず、繰り返すが、副次業務にとどまるのである。銀行の基本業務は、一方で貨幣を借入れ他方で貨幣を貸し付けることであり、銀行信用の基本内容も、無内容な債権債務関係ではなく、銀行と現実資本の間の貨幣貸借関係といってよい。「銀行は、産業資本の運動中に多かれ少かれ一定期間遊休する貨幣資本を預金として集中し、これを他の産業資本に一定の期限をもって貸付ける」（前掲、宇野『経済原論』、198頁）という指摘は、今でも銀行信用の基本的な内容を端的に示したものとして高く評価されてよいのである。

#### 4-3. 貸出の増大：銀行券の発行へ

銀行は「一方で安く買った資金を他方で高く売ってその利鞘を利潤とする商人資本」（同上書、202頁）といってよい面をもつので、当然資金を「高く売りたい」と思う。この場合の「高く売りたい」とは「売り上げを伸ばしたい」という欲求でもあるだろう。銀行の売り上げとは「一定期間の資金の使用に対する代価」（同上書、201頁）である利子（貸出利子）であるので、銀行はできるだけ貸出を増やし利子収入を伸ばそうとするといえよう。

そこで銀行は、預金として集中した資金を貸し出すのではなく、それをすべて支払準備金に回して、その代理物である銀行券を発行して貸し出そうとする。銀行は銀行券を使って「お金がないのにお金を貸す」ように見える信用創造を始めるのである。こうした銀行による貸出方法の工夫の結果、銀行の主要な貸出業務は銀行券（あるいはその近似物である預金通貨）による手形割引として現れるのであるが、ともかく、この貸出方法の工夫（現金での手形割引ではなく銀行券での手形割引）によって、集中した資金を直ちに貸し出すよりも貸し出しを増大できることは明らかであろう。

しかし、繰り返し注意するが、本稿でいう銀行は政府の管理下にある中央銀行でもなければ、支店網を張り巡らした株式大銀行でもない。いまだ他銀行と連携もしていない個人銀行である。それゆえ、すでに述べたように、借入を求める現実資本の側には積極的に個人銀行の銀行券を求める動機に乏しいので、現実資本は多くの場合いわば次善のものとして銀行券を受け取るだろう。それでも、その銀行と取引する現実資本の間では銀行券でも流通するこ

とがあるだろうが、それ以外の者（他銀行・他地域や他銀行と取引する現実資本・労働者など）との取引ではたいてい兌換されてしまうであろう。狭い取引範囲しか持たない個人銀行の一種の地域銀行券では、その流通範囲は意外と小さいのであり、したがって、銀行が銀行券を発行して手形割引を行っても、銀行券の発行高は兌換用の支払準備金の量に強く制約されてしまい、手形割引量はあまり増大せず、割引料収入（利子収入）もあまり増加しないのではないかと思われる。

そこで銀行としては、次に、できるだけ銀行券の流通性を高めて（裏面から言えば兌換率を少なくし準備金による制約を小さくして）、銀行券による手形割引を増大させようと工夫するであろう。これは、銀行による貸出増加のための一層の工夫といってよいし、銀行による信用創造の強化のための工夫といってもよい。そしてこの過程で出てくるのが、銀行間での手形交換システムやコルレス勘定の設定、さらには銀行間の短期金融市場などである。こうした銀行間の組織化は、銀行の利潤追求の行動から必然的に出てくるものであり、そのうち信用創造を増大する意義の大きいものについては、銀行理論においても無視するわけにはいかないだろうが、この点は、稿をあらためて論じることにして<sup>[9]</sup>。

## 5. 結び

銀行を代表するものは商業銀行であり、商業銀行の大きな特徴は「お金がないのにお金を貸す」ような信用創造を行う点にあるとあってよいが、そうした信用創造は銀行信用の基礎をなす商業信用のレベルですで見出すことができるのも事実である。そこで、商業信用の限界に対して、銀行は信用創造を拡張する機関（信用創造機関）であると見て、商業信用から銀行信用を展開する議論も広く支持されている。

しかし、支払保証や手形交換といった「信用代位」では、商業信用の限界はごく部分的にしか打開できないのであり、簡単な「信用代位」は銀行の基本業務にはなり得ないのである。これに対し、銀行券での介入は商業信用の限界を大きく打開できるのであるが、個人的な銀行の銀行券ではすぐに兌換されてしまうだろう。相当量の兌換準備金に裏付けられてしか銀行券は発行できないのであり、これでは実質的には現金で手形割引を行うのと大きく違わないといえよう。個人銀行にとって発券あるいは発券による信用創造の意義は、意外と小さいのではないかと思われるのである。

そこで、銀行信用の外観に惑わされることなく、その実質を考慮して銀行の基本業務を述べるならば、銀行は現金による手形割引を行うことによって商業信用の限界を十全に打開するのであり、それと同時に銀行は、そのために遊休資金を預金として収集して資金の確保を図るのである。実質から見た銀行の基本業務とは、簡単にいえば、一方で資金を収集して他方で資金を貸し出すという仲介業務であり、貨幣の貸借関係が銀行信用の基本的内容であるといっていいたいだろう。

しかし、銀行も利潤追求する資本として、貸出の増加と利子収入の増加を図ろうとするであろう。そのさい銀行が用いる有力な方法が、現金をすべて支払準備金にして銀行券を発行

することであり、銀行券による手形割引の推進である。この発券が銀行による「お金がないのにお金を貸す」ような信用創造であるが、これによって銀行は現金による手形割引よりも割引量を拡大し、割引料収入を増大させようというのである。したがって、銀行の行う信用創造とは、実質的に見れば、基本業務を増幅させる副次的ないし二次的な業務であるということができるであろう。

もっとも、個人銀行による銀行券の発行には狭い限界がある。そこで、銀行はこの貸出（発券）の限界を打開しようとして、銀行相互の連携を図り組織化を進められるのであるが、これはもちろん個々の銀行が信用創造の限界を打開しようとする試みでもある。次稿では、個人銀行が信用創造機能を拡張しようとするこうした試み、つまり結果的に銀行組織を形成する試みについて考察してみよう。

#### 注・引用文献

- [1] 前稿「商業信用の成立条件と信用創造」（浦和大学『浦和論叢』第40号、2009年、79頁）でも述べたが、銀行による信用創造といっても、その意味は一義的ではない。狭義には、現金貨幣のみに注目して、各銀行が現金貨幣の一部を準備金にして残りを貸出していくと、銀行組織全体では現金貨幣を上回る貸出しを行うことができるというものである。これはフィリップスの説明であり、通説になっているが、事実上信用貨幣の創出を無視している。逆に、現金貨幣ではなく信用貨幣のみに注目して、銀行による将来の貨幣還流を先取りした「現在の購買力の創出」（山口重克他『現代の金融システム』東洋経済新報社、2001年、21頁）をもって、銀行の信用創造とするものもある。これは広義の銀行による信用創造の説明といえようが、信用貨幣に対する現金貨幣の規制関係を軽視している。そこで、現金貨幣と信用貨幣の双方に注目して、銀行は手持ちの現金貨幣を上回る信用貨幣を貸出することができるという議論（大内力『信用と銀行資本』東京大学出版会、1974年、326頁）もあり、筆者の銀行による信用創造論は基本的にこの考えに近い。
- [2] 商業信用を基礎に銀行信用を理論展開した初期の著作として、川合一郎『資本と信用』有斐閣、1954年や、宇野弘蔵『経済原論』下、岩波書店、1952年がある。銀行信用の本質を川合氏は信用創造と見て、宇野氏は金融仲介と見ているところがまったく違うが、いずれも継承者が多く、後の銀行業務の基本や銀行信用の本質をめぐる論争に対して古典的意義をもつ著作である。
- [3] 本稿では、宇野氏の銀行信用論は今でも高い説得力を有すると考えており、そうした立場から、川合氏の議論の影響を受けた銀行信用論、つまり銀行は信用創造機関であり、銀行信用は銀行の信用創造によって形成されるという見解を批判的に検討しようとしている。なお、念のためにいっておけば、筆者は銀行が貨幣を創出できることを否定しているのではない。銀行が貨幣を創出するには、条件が必要である（原理的には順調な返済還流のほかに、相当量の兌換準備金が必要である。もちろん現代では政府による強制通用力を備えた「準備金」が必要である）から、個人銀行にとり、貨幣の創出は二次的な業務にしかかなり得ないといっているのである。
- [4] 信用制度について信用創造を重視して理論展開した山口氏の主な著作として、山口重克『金融機構の理論』東京大学出版会、1984年や、同『金融機構の理論の諸問題』御茶の水書房、2000年があるが、ここでは教科書風に書かれており、それゆえ論旨が明解に示されている、同「金融システムの原理」（前掲、山口他『現代の金融システム』第1章、所収）を検討の対象にする。
- [5] 返済還流の遅滞から兌換請求にいたる論理は、山口重克『経済原論講義』東京大学出版会、1985

年、252頁～254頁で簡潔に示されているが、これについては、中村泰治『恐慌と不況』御茶の水書房、2005年、第5章で疑問を出しておいた。

- [6] 山口氏は、銀行券にはそれぞれ流通範囲があるとして、その範囲から出る時には兌換の必要があると認めているところがある。例えば、銀行券は「流通範囲外から購買が行われなければならない場合には兌換される」（山口重克『資本論の読み方』有斐閣、1983年、190頁）とか、「流通範囲外からの購入なり、そこへの支払いのさいには兌換される」（同上）といっている。ただし、個人銀行の銀行券の流通範囲は狭いといった指摘はないので、個人銀行の銀行券でも一般的には流通範囲は広く、兌換率は小さいと考えているのかも知れない。
- [7] ここで「流通論」といっているのは、宇野弘蔵『経済原論』岩波書店、1964年の「第1篇流通論」のことである。そこでは、市場の取引形態や資本の運動形態が考察されている。
- [8] 山口氏は、銀行券による手形割引に伴う割引料を「利子」（前掲、山口他『現代の金融システム』、29頁）と呼んでいる。銀行券による手形割引において、銀行は「一定期間の貨幣機能の売り手」（同上）として現れ、個々の資本は「その買い手」（同上）として現れるので、割引料は「一定期間の貨幣の使用価値（貨幣機能）の価格」（同上）、すなわち銀行による「貨幣貸付の利子」（同上）であるというのである。確かに銀行券は一定の貨幣機能を果たし、手形割引は一定期間後の返済が伴うので貸付と呼んでよいので、割引料は「利子」と呼び得るように見える。しかし、この割引料の高さの決定メカニズムまで考慮に入れれば、割引料を「利子」と呼ぶのは形態の類似性に目を奪われたやや皮相な理解であることに気が付くであろう。すなわち、山口氏の場合、銀行はいわば信用代位業者であるから、銀行は「信用代位業務」（同上書、28頁）を行うために「建物や設備や支払準備など」（同上）に「資本」（同上）を投じ、「信用調査や貨幣取扱いなどのための流動的費用」（同上）を「資本」（同上）として支出する一方で、銀行は「信用代位業務」を「手形割引業務として行う」（同上）ことによって「利潤」（同上）を実現する。それゆえ、銀行の得る手形割引料は投下費用に平均利潤をプラスした高さに決まるといえよう。山口氏の場合、銀行はいわば貨幣の製造業者でもあるから、銀行の生産した貨幣の価格である「利子」は、貨幣の需給関係で高さが決まる本来の利子ではなくて、いわば貨幣の「生産価格」であると思われるのである。
- なお、こうした貨幣の利子と生産価格との混同は、もちろん信用代位機能の過大評価によって銀行の基本業務を取り違えたことに起因するのであるが、恐慌論で利子率の変動を考える際にも誤解を生むことになるだろう。すなわち、不況期には資金が過剰化して利子率は相対的に低下するのであるが、山口氏の場合、逆に不況期には返済還流の不確実性が増して、不渡りに備える支払準備金や信用調査費用がかさんで、割引率は上昇するという議論になるのではないか。同様に、好況期には資金が不足して利子率は相対的に上昇するのであるが、逆に好況期には返済還流の不確実性が低下し、不渡りに備える支払準備金や信用調査費用が軽減して、割引率は低下するという議論になってしまうのではないか。銀行の基本業務を取り違えると、利子率の変動についても取り違えが生じるのではないかと思われるのである。
- [9] 前稿（前掲、「商業信用の成立条件と信用創造」、80頁）でも若干述べたが、筆者は、商業信用から銀行信用にいたる信用制度だけでなく証券市場までも含めて金融機構と見て、金融機構を遊休資金側（貯蓄サイド）から見た「資金活用」の機構または追加投資側（投資サイド）から見た「資金の調達」の機構として説こうとしている。それゆえ、銀行組織論も個人銀行の利潤追求行動を媒介とした信用創造の増幅論という面を持ちつつも、最終的には「資金活用」機構論ないし「資金調達」機構論の一環として位置づけられることになるだろう。



## Summary

### Basic Service of a Commercial Bank and Credit Creation

Yasuharu Nakamura

Creating credit is a specific character of a commercial bank, but credit is also created in commercial credit which is the basis of bank credit. Some theoreticians try to explain the credit system, composed of commercial credit and bank credit, as development of creating credit, and try to characterize a commercial bank as a credit creation institution. But credit created by an individual commercial bank does not expand widely but is limited narrowly. So basic service of a commercial bank, especially an individual commercial bank, is financial mediation to collect money and lend it, and credit creation is the secondary service of a commercial bank to amplify basic one.

**Keywords** Commercial Bank, Credit Creation, Bank Note

(2009年10月20日受領)