

1. はじめに

日本：600円

米国：2,440円（11月末 TTM137.87円/US\$）

上記、何の価格かわかるだろうか？ 東京都内と米国シカゴ郊外のランチ（レストランに座ってサブされる昼食）の価格である。具体的には、日本のラーメンもしくはスパゲッティ（サイゼリア）と、シカゴのラーメン店のラーメン一杯（US\$15+18%チップ）の価格である。

日本で多くの食品で値上げラッシュが続いている。では、米国ではどうかというと、モノの価格は一貫して毎年値上がっている。1992年から、2009年を除き2~3%の消費者物価上昇率を維持している。2021年からそれがさらに上昇しているが、給与も上がっているところが日本との大きな違いである。

2023年を迎えて今号では、米国でのお金の話をしたい。日本と異なり、小切手が一般的に使われており、デビットカード・クレジットカードがどこでも使える。米国の会社とのお金のやり取りをする場合に知っておきたいことを以下にまとめる。

2. 小切手 (check - personal, corporate)

小切手が普及していて、いまだ支払いに使われる。支払い先と金額を数字とアルファベットで記入し、サインして郵送するだけ。手数料無料なのが最大のメリットである。デメリットは、入金がすぐにされないということで、実際の入金まで通常4~5日余裕を見ておかなければならない。

米国の会社が、時々、直接日本の会社に小切手を送ってくることがあるが、日本で\$の小切手は無料では換金できないので、取引の際に電子送金（Wire transfer, T/T remittance）を明記し、小切手は不可であることも念のために添えておくとよい。

3. クレジット/デビットカード (credit/debit card)

クレジットカードは日本でも一般的な方法であるが、米国のそれは、家計簿をつける代わりに使っている人もおり、\$1の支払いから使う人もいる（店で使ってもいやな顔をされない）。また、デビットカードもクレジットカードと同様に使われる。品物代金より多めに引き落とし、支払いと同時にキャッシュの引き出しに利用する人もいる。

海外での支払いにクレジットカードが多用されるのは、債権回収の手間が少ないからで、カード会社に手数料（3~5%）を払っても、現金がすぐ（2~3日）自社の口座に振り込まれるので、キャッシュフローを良くすることができる。クレジットカード決済サービスを持っていると、海外向けに

部品販売などの多い会社にとっては、購入者・販売側両者にとってメリットがある。

4. 電子小切手決済 (ACH = Automated Clearing House) と電信送金 (T/T = Telegraphic Transfer, Wire Transfer)

米国でも、銀行口座間での直接電子送金をオンラインで行うことが増えてきた。当日・翌日送金サービスもあるが、小切手が手数料無料であるのと異なり、サービス内容・銀行により手数料がかかる。国際間の支払いでは通常電信送金が利用されることが多いが、米国内で、ACH（Direct Depositとも言われる）も最近増えている。

5. 支払条件

国際間の取引で多いのはLC（Letter of Credit）であるが、米国の会社はあまり採用しない。銀行での手続き・手数料がかかるため、米国では電信送金が一般的である。したがって、初め「LC」で、後で「電信送金」に支払方法を変更すると、相手よりLC手数料分の値引を要求されることがあり、初めからT/Tで見積もっておきたい。

支払条件は、発注側・購入側両者にとってフェアな条件であれば、合意に至りやすく、どちらかにとって一方的に有利な条件はまとまりにくい。以下に支払い条件例を挙げる。

〈支払条件例〉

- ① 100% with order
- ② 50% with order, 50% before shipment
- ③ 50% with order, 50% upon shipment
- ④ 50% with order, 50% upon delivery
- ⑤ 50% with order, 40% upon shipment, 10% upon commissioning（検収後即残金10%）
- ⑥ 100% upon delivery（or commissioning）
- ⑦ 100% net 30days upon delivery/invoicing

日本では、機械の注文時に代金の一部でも支払うということは一般的でないが、米国で、初めての取引を行う会社間（信用形成がまだの段階）で合意されやすい条件は、私自身の経験上③か④である。米国で多い条件を知ったうえで交渉に臨みたい。

6. おわりに

品質の高い商品を世界で最も安く作っているのは日本企業である。中国製や韓国製の品質がよくになっているが、日本のものづくりの歴史は世界に誇れるものである。販売価格を自社で決め、米国企業のように毎年値上げをしてよいのである。機器メーカーは、堂々と、買い手と対等に、売りたい価格で世界に販売することをぜひ目指していただきたい。