

小規模金融機関の経営地盤

堀江, 康熙
九州大学経済学部 : 教授

川向, 肇
神戸商科大学商経学部 : 助教授

<https://doi.org/10.15017/4362575>

出版情報 : 経済学研究. 66 (3), pp.197-226, 1999-12-31. 九州大学経済学会
バージョン :
権利関係 :



小規模金融機関の経営地盤

堀 江 康 熙
川 向 肇

はじめに

近年、金融ビッグバンや都銀を含む各種金融機関の経営破綻問題など、21世紀に向けた金融機関経営を巡る課題は多い。特に、都銀等のように、国内業務のみならず国際業務の面でも活躍を目指す上位業態の動向が注目され、「グローバル・スタンダード」等についても、こうしたグループを念頭に置きつつ取り沙汰されることが多い。一方、地銀以下の小規模ないし地域金融機関（地銀、第2地銀、信金および信組）については、やや異なった取り組みが必要である。勿論、こうしたグループについても、金融ビッグバンの影響等を受けて、営業ないし競争の対象範囲が拡大する等の環境変化が生じている。しかし、国際業務に関して限定的な取扱いを指向し、且つ特定地域内の金融効率との関係を重視する先が大半であるだけに、グローバルな活動を目指す上位業態とは別に、国内に於ける特定地域の市場を対象とする金融機関の現状を踏まえた将来像を展望することも極めて重要である。

この点、従来の研究は金融機関の短期的な利潤最大化行動を想定し、貸出額ないし営業費用の限界的な変化に関する分析が主体であった。しかし、貸出先数等が制約されている地域市場にこうした手法をその儘適用することは問題が

多い。著者は、これまでこうした手法を批判しつつ、これまで地域金融機関について都道府県別データを使用した分析、および本店所在地の市街地人口を「地域性」の指標とする分析を行ってきた。本研究では、こうした研究成果を踏まえつつ、金融機関の収益力自体を決定すると考えられる「経営地盤」を検討対象とする。その指標として、当該金融機関の経営体制ないし組織力、営業エリア内の極めてローカルな経済状態（競争関係を含む）の2つを取り挙げ、それらと収益力との関係を計量的に分析する。対象は、特に小規模経営の多い信金および信組を中心としている。

このうち経営体制ないし組織力については、個別性ないし質的な相違が強く、定量的な要素への還元が馴染み難い面が強いが、組織・人員等に関する公表データを基に、組織の重複性・人員活用の効率性等について定量化した指標を作成し、ある程度外形的な基準を基に客観的にも判別し得る組織力の優劣を表す変数を取り出すことは可能である。こうした指標として、例えば役員数や部室の数等が挙げられるであろう。具体的には、役員数が多く担当する部室等の重複が多数発生する場合、本部が過剰人員を抱え込む場合等がある。

地域金融機関の経営を最も大きく左右する要因は、営業エリア内の経済状態である。事実上

営業範囲が限定されている金融機関の営業地盤を解明するには、地域の経済状態を具体的に把握する必要がある。本研究では、昭和40年以降、総務庁統計局を中心に整備されてきた指定統計の地域メッシュ統計を利用する。より具体的には、日本全土を格子状の狭い空間領域に分割し、各々の格子内に存在する世帯数等の経済情報を重ねることによって、当該金融機関の置かれている経済環境についての分析を可能とする。即ち、各金融機関の店舗が配置されている地点を特定化し、その周辺の世帯数や事業所数等の存在あるいは競合する他の金融機関店舗数を、この格子状の空間、即ちメッシュ・データ毎に集計する。それをを用いることによって、営業店が配置されている地域の特性ないしそれらに代表される営業地盤の優劣を検討することが出来る。こうした小地域統計を活用するところに、例えば都道府県の面積当たり店舗数を変数としたような従来の分析の粗さを回避し得ているという特徴がある。そして、具体的に阪神地域（大阪府および兵庫県）の信金・信組を例として、金融機関の店舗周辺の経済的指標、および競合店舗の多寡が収益力に及ぼす影響を計量的に考察する。

以下では、先ず地域金融機関の利益率の業態間格差について定量的に検討し、その特徴を明らかにする。次いで、「経営地盤」を具体的に示す変数として、組織の効率性を表す幾つかの指標、および営業地盤を表す指標として店舗当たりの事業所数、世帯数および金融機関数を取り出し、利益率との関係を計量分析により検討する。それらを踏まえて、近畿圏の信金・信組について、各店舗の営業エリア内に於ける経済活動水準（競合金融機関を含む）を考慮した計測を行い、経営地盤の利益率に及ぼす影響を考

察する。

1. 地域金融機関の経営

（「経営地盤」分析の重要性）

地域金融機関は、地理的に狭い範囲を営業対象とする金融機関を意味し、我が国では地銀以下の業態に属する金融機関がこれに相当する（地銀、第2地銀、信金、信組等、堀江(1997)）。上位業態の銀行は、行動範囲が全国的（時には国際的）且つ同質的で、その対象とする市場では裁定取引も活発で大口取引を主体とし、規模も全国に跨る。一方、地域金融機関が行動対象とする市場は、こうした市場（全国市場ないし大口市場）と比べて小口取引が主体であり、対象となる貸出先数も限られているほか、貸出金利についても異なった体系が存在し得る。このように、地域金融市場ないしローカルな金融市場は、必ずしも新古典派理論が想定するような完全競争市場ではない¹⁾。勿論、ローカルな金融市場は、それぞれがいわば分断された状態で存在しながら、全国各地に営業店を配置する都銀等の活動の影響を受けて市場間で相互に影響しあい、従来から全国市場との裁定がある程度存在することは事実である。且つ、金融自由化の進展によってそうした裁定が強まり、市場間の相違あるいは業態毎の垣根が弱まる方向にあることも否定出来ない。しかし、情報の非対称性ないし審査・モニタリングコスト等が大きいことを考慮すると、中小企業等の小口取引が主体であるローカルな金融市場と、大企業等の大口取引を主体とする全国市場とはかなりの程度

1) 詳しくは堀江(1997)を参照。筒井・蠟山(1987)でも同様の主張が行われている。県・地方毎にみられる預貸率のバラツキ等については齋藤(1997A・B)も参考となる。理論的分析については、Moor *et al.* (1982), Harrigan *et al.* (1987)等がある。

相違を保ちつつ存在していく可能性もある。

本稿は、地域市場ないし地域に根を張る地域金融機関の存在意義を検討することを目指している。従来の研究は、国内に於ける単一の市場を想定しつつ、金融機関の短期的な利潤最大化行動ないしはコスト・パフォーマンスのチェックが主体であった。しかし、金融自由化の進展等を考慮すると、こうした手法では特に地域金融機関の現状および将来展望を十分に描くことは難しい。地域金融機関の行動を解明するには、従来殆ど看過されてきたそのよって立つ「経営地盤」の考察が不可欠である。以下では、「経営地盤」が、①当該金融機関に特有のものである経営の体制ないし組織力と、②近隣の金融機関にも共通する営業地盤の両者から成り立つと考える。そして、営業地盤は、各営業店を中心に形成されるエリア内の経済活動水準（企業や世帯数の多さ・利益・所得等）と、競合金融機関の状態に依存する。

その意味では、「経営地盤」のなかで最も重要であるのは、営業店配置の影響である。即ち、ファームバンキングやホームバンキングが取り沙汰される時代に於いても、地域金融機関の営業店が対象とする極めてローカルなエリア内の経済活動水準が、利益率(ROA)と強い正の関係をもつか否かである。地域金融機関は、特定地域について多数の店舗を持つだけに、こうした指標が利益率と強い関係を持つのであれば、金利等を別としても当該地域に店舗の少ない都銀等との競争に伍していくことが出来ると考えられる。その意味では、地域金融機関の参加するローカルな市場の将来像を考えるうえでも、店舗配置の現代的な意義を確認しておくことが必要となる。

その際、業態全体に関する考察に加えて、堀

江(1997)の成果を踏まえて本店所在地の市街地人口如何によって集積の経済の程度ないし経済的な「豊かさ」の影響度合いが異なると考え、幾つかのグループに分け各グループ毎に特徴を捉える必要がある。こうした計量的な分析によって、初めて地域金融機関の存在意義および将来展望が可能となるのである。

(業態別にみた特徴)

まず、金融機関の利益率（貸出金償却や株式売買損益等の臨時的な損益を除いた ROA である業務純益率、個別金融機関の平均のベース）を、業態間の格差といった観点から考えてみよう。図表 1 は、平成 9 年度について主要業態毎の利益率水準およびその業態間の格差の存在を統計的にチェックしたものである。利益率の水準自体は、信金が最も高く、次いで地銀、第 2 地銀であり信組が最も低い。しかし、銀行グループ（地銀・第 2 地銀）と協同組織金融機関（信金・信組）との間、信金と信組との間、および地銀と第 2 地銀との間のこうした利益率格差について統計的な検定を行うと（t 検定）、格差の存在は統計的に有意ではない（格差がないといった仮説を棄却出来ない）。もっとも、信組と地銀の上位行との間の規模格差は隔絶しており、全体でみる場合には相当異なるグループの比較である感は否めない。そこで、資金量でみた業態間の規模格差を小さくするといった調整を行うと、銀行グループの利益率が相対的に高いといった格差の有意性が明確となる（格差がないという仮説は棄却される）。なお、信組は零細な規模の先が多いことから、これを除いたベース（銀行グループ vs. 信金）で同様の検定を行っても、同様に格差の存在が統計的に有意となる。何れの調整の場合にも、規模が大きく

図表1 業態間の利益率格差 (t検定の結果, ()内は金融機関数)

	地銀・第2地銀と 信金・信組			信金と信組			地銀と第2地銀		
	[t値]	利益率の水準		[t値]	利益率の水準		[t値]	利益率の水準	
		地銀等	信金等		信金	信組		地銀	第2地銀
業態計	0.1	(125) 0.746	(573) 0.748	1.4	(396) 0.763	(177) 0.713	0.1	(64) 0.748	(61) 0.744
	0.6		(396) 0.763						
規模を 揃えた 場合①	1.7	(92) 0.757	(97) 0.694	1.7	(373) 0.773	(155) 0.710	0.8	(38) 0.785	(56) 0.742
	1.8		(93) 0.689						
規模を 揃えた 場合②	2.8	(80) 0.758	(52) 0.636	2.9	(360) 0.768	(122) 0.673	1.1	(36) 0.791	(46) 0.735
	2.9		(51) 0.636						

- (注) 1. 平成9年度のベース, 利益率は業務純益率である。***は1%水準, **は5%水準, *は10%水準で有意であることを示す。
 2. 地銀・第2地銀と信金・信組の列に関して, 下段の計数は信組を除き信金のみを対象とした場合の値である。
 3. 「規模を揃えた場合」は, 何れも平成9年度の資金量規模による調整である。地銀・第2地銀と信金・信組(ないし信金)については, ①は資金量の下限を地銀のなかの最小の銀行(3,000億円), 上限を最大の信金(2兆4,500億円)とし, ②は上限を①と同一, 下限を5,000億円とした場合である。地銀と第2地銀については, ①は同様に下限を地銀のなかの最小の銀行(3,000億円), 上限を第2地銀のなかの最大の銀行(2.6兆円)とし, ②は上限を①と同一, 下限を5,000億円とした場合である。信金と信組については, ①は資金量の下限を信金のなかの最小の金庫(117億円), 上限を信組のなかの最大の組合(7,500億円)とし, ②は上限を①と同一, 下限を500億円とした場合である。
 4. 以下の分析では, 信用組合については職域あるいは業域の組合を除く地域組合である(韓国系および北朝鮮系を除く)。

図表2 業態間・都市規模間の利益率格差 (t検定の結果)

	地銀・第2地銀と信金			信金(都市規模間)	
	業態計 でみた 場合	規模を 揃えた 場合①	規模を 揃えた 場合②	小都市vs. 大都市	都市部vs. 大都市 の場合
昭和58年度	◎10.3***	◎5.4***	◎3.9***	◎6.6***	◎3.8***
59	◎12.1***	◎6.7***	◎5.5***	◎7.2***	◎3.6***
62	○1.0	◎2.0**	◎2.7***	0.7	1.3
63	◎4.5***	◎2.7***	○1.9'	○2.4***	1.2
平成4	◎3.9***	1.2	0.6	0.9	0.2
5	◎2.8***	0.1	0.7	△1.1	1.0
9	0.6	○1.9'	◎2.9***	◎4.7***	◎3.4***
10	◎3.9***	◎2.5**	△2.0**	◎2.2**	◎2.9***

1. 利益率は業務純益率で, 数値はt値である。概ね5年毎に2年分の検定結果を示した。
 2. ***は1%水準, **は5%水準, *は10%水準で有意であることを示す。別途実施したMann-Whitney検定について, ◎は漸近有意確率でみて1%水準, ○は5%水準, △は10%水準で有意であることを示す。
 3. 「規模を揃えた場合」は, 何れも平成9年度の資金量規模による調整である。①は, 資金量の下限を地銀のなかの最小の銀行(3,000億円), 上限を信金のなかの最大の金庫(2兆4,500億円)とし, ②は上限を①と同一, 下限を5,000億円とした場合である。
 4. 信金については, 本店所在地の都市規模で区分し, 市街地人口10万人未満を小都市, 同10万人以上(東京都・大阪府および政令指定都市を除く)を都市部, 東京都・大阪府および政令指定都市を大都市とした。

なるほど利益率の水準は信金等が低くなり、地銀等の銀行グループは高くなり、業態全体の場合とは逆の姿となる。このことは、単純にみた場合、信金や信組については資金量に関する規模の経済性が存在しないことを意味している(堀江(1997)を参照)。

次に、信金と信組との間についても、全体でみた場合には収益性についての格差は存在しないが、信組の規模がかなり小さいことを考慮して資金量規模を調整したベースで検定を行うと、収益性について信金が高く信組が低いという格差が有意に存在する(格差がないという仮説は棄却される)。この場合、資金量規模の拡大に伴って信組では利益率が低下する一方、信金は利益率水準にそれ程の変化がみられないことが特徴的である。また、地銀と第2地銀については格差がないという仮説を棄却出来ない(明確な格差の存在を統計的には示し得ない)。

こうした結果には、当該年度に特有の事情(いわゆる「債券5勘定」の動き等)が響いている可能性がある。そこで、地銀・第2地銀と信金との間の格差については、概ね5年毎2年度分ずつ検定を別途行った。結果は図表2に示され、業態全体のベースではバブル期の昭和62年度を除き有意に格差が存在するといった結果が得ら

れる(平成9年度が62年度と同様の傾向を示している)。規模を揃えた場合には、バブル崩壊後の平成4・5年度は格差がみられないが、他の時期は明確に格差が存在する²⁾。なお、結果の記載を省略しているが、地銀 vs. 第2地銀に関しては金融自由化の進行以前であった昭和58・59年度については、格差がないといった仮説が10%水準で否定されるケースもあるが、他の年度については明確に格差が存在しない(格差があるといった仮説は統計的に有意ではない)という結果となる。

また、正規分布を仮定することが検定結果に影響している可能性もあるため、地銀・第2地銀と信金および地銀と第2地銀については、t検定のほかに特定の分布を仮定しないノンパラメトリック検定も併せて行った(Mann-Whitney検定)。計測結果は図表2に記載しており、t検定の場合と大差はない結果となっている(地銀と第2地銀については記載を省略している)。

(都会型と地方型)

金融市場には「地域性」が強く、同一の業態であっても全国の金融機関が同様の経営環境の下にあると想定することは難しい。地域金融機関の経営は、そうした「地域性」の影響を強く

2) 本稿では、分析の対象とする時期を平成9年度としており、より時点の新しい平成10年度は参考までに掲げるに留めている。その理由は、業務純益算出の際に控除対象となる一般貸倒引当金の大幅な変動である。即ち、平成10年度は金融再生委員会が公表した「資本増強に当たっての償却・引当についての考え方」(平成11年1月25日)に基づき、各金融機関とも多額の一般貸倒引当金純繰入を実施した。金融再生委員会の公表文では、担保・保証で保全されていない破綻懸念先債権は70%、同要管理債権は15%を目安とし、その他の要注意先債権は平均残存期間を勘案して算出された適正な貸倒実績率に基づき、それぞれ引当を行うものとするとしているが、各行に於いて債権の回収可能性等を勘案して個別に引当を行うことも出来ることから、業務純益に及ぼ

す影響度合いにはかなりの幅があると推察される。そのため、平成10年度の業務純益率水準はそうした影響を強く受け、収益力の指標としてその儘用いることには問題があると判断される。この点、日本銀行では、「金融機関の基本的な収益力をみるためには債券5勘定戻、信託勘定における償却、一般貸倒引当金純繰入の影響を除いてみるのが適当と考えられる」(日本銀行調査局(1999))として、これらを調整した計数を収益力の指標としているが、連続性の維持等を考慮すると、制度的に大きな変更が生じた場合以外は項目の調整等は回避すべきであろう。なお、信金の平成10年度に関して、合併を控えて多額の償却を行うあるいは有価証券の償還損が大きく赤字となっている先については異常値として除外した。

受けるのであり、地域金融機関を分析するには幾つかの「地域性」毎のグループに分けて検討する必要がある³⁾。堀江(1997)で示したように、「地域性」を端的に表すと考えられる指標として、金融機関の本店が所在する都市(町を含む)の人口集中地区人口、即ち市街地人口がある。この理由として、人口集中で代表される都市に於いては集積の経済が作用し、地域に於ける経済活動と強い正の関係を持っていることが挙げられる。

堀江(1997)では、大都市およびその他都市の2分類で、市街地人口40万人を基準としている。大都市圏とそれ以外の地域に関する特徴の把握といったような大まかな分析を行う場合には、こうした区分も有効である。もっとも、都市に於ける集積の経済が金融機関の経営地盤に及ぼす影響をより詳細に探るためには、3以上の分類が必要となる。3分類とする場合には、規模自体が一定以上となっている、あるいは当該地方全体のなかで中核的な役割をもっている等といった、より肌理細かな基準が重要となる。山田・徳岡(1983A)によれば、かつて行政管理庁によって試みられた、「日本標準都市地区」(SMSA)の設定に於いては、中心都市を県庁所在地と人口10万人以上の都市としており、人口10万人が区分の1つの目安となると考えられる。今1つの区分については、市街地人口の規模からみて政令指定都市であるか否かが基準となるとみられる⁴⁾。このような考えの下に、こ

こでは同一業態であっても金融機関を基本的に3つのグループに分けている。即ち、各金融機関の本店が所在する全国の都市を、①市街地人口10万人未満の小都市(市街地人口10万人未満)、②同10万人以上の都市部(東京都・大阪府および政令指定都市を除く)、および、③東京都・大阪府および政令指定都市で示される大都市に区分し、各区分に属する金融機関のグループ毎に考察する。

図表3は、こうした区分毎にみた場合、利益率に格差が存在するか否かを検討したものである。先ず、信金および信組については、小都市所在と都市部・大都市所在との間、あるいは都市部所在と大都市所在の間では、都市規模が大きくなるほど利益率が低いといったかたちで統計上有意な格差が存在する(格差がないという仮説は棄却される)。これを信金について5年毎の時系列でみると、規制金利時代の昭和58・59年度および平成9年度以降は同様に統計的に有意な格差が存在するが、バブル崩壊を挟む昭和末期～平成初期(1980年代後半～1990年代前半)については、年により差はあるが統計的に有意な格差は存在しないという結果が得られる(図表2)。この点は、特定の分布を仮定しないノンパラメトリック検定を用いた場合にも、概ね同様の結果となる。

一方、地銀・第2地銀については、各業態別あるいは両者計でも統計上有意な格差は存在しない。地銀・第2地銀については、当該県

3) こうした主張は、堀江(1997)で詳しく行っている。同様の見解は、蠟山・筒井(1987)等でもみられるが、具体的な検証が行われている例は極めて少い。

4) 総理府統計局の「貯蓄動向調査報告」や「家計調査報告」では人口100万人以上を大都市の基準としているが、市街地人口ではない。平成7年の国勢調査によると、市街地人口が最小の政令指定都市(千葉市 754千人)とそれ以外の最大の都市(信組以上

の本店が存在する都市では熊本市529千人、東京都・大阪府所在の市を除く)との間の格差がかなり大きく、大都市圏の設定についてはこの点を考慮した。なお、中村・田淵(1996)では、山田・徳岡に従い常住人口5万人以上等の基準を満たす都市圏を設定しているが、横須賀市や平塚市等が含まれないとして人口10万人以上の市および山口市を別途加えている。

図表3 本店所在地別の利益率格差（t検定の結果，市街地人口による区分）

	小都市 v.s. 都市部・大都市		都市部 v.s. 大都市			
	小都市所在 [t 値]	小都市所在 [利益率]	都市部所在 [利益率]	大都市所在 [利益率]		
信 金	4.7***	(0.274) 0.828	(0.322) 0.685	3.4***	(0.300) 0.761	(0.326) 0.597
信 組	3.0***	(0.388) 0.805	(0.439) 0.616	2.3**	(0.314) 0.729	(0.511) 0.513
地 銀・ 第2地銀	0.2	(0.225) 0.757	(0.224) 0.745	0.9	(0.224) 0.758	(0.226) 0.716
地 銀	0.9	(0.237) 0.814	(0.192) 0.739	1.0	(0.202) 0.751	(0.156) 0.697
第2地銀	0.6	(0.219) 0.680	(0.253) 0.749	0.6	(0.256) 0.765	(0.252) 0.726

- (注) 1. 小都市所在は市街地人口が10万人未満の都市（町を含む）に本店を有する金融機関，都市部所在は同10万人以上（東京都・大阪府および政令指定都市を除く），大都市所在は東京都・大阪府および政令指定都市に本店を有する金融機関。
 2. 平成9年度のベースで，利益率は業務純益率である。***は1%，**は5%水準で有意であることを示す。（ ）内は標準偏差である。

内一円に店舗を巡らせているケースが多いことから，こうした本店所在地の市街地人口を基準とした分類では捉え切れない面が存在することも考えられる（別途，資金量規模をベースとした分類では，特に小規模行途中・大規模行との間に有意な格差がみられる⁵⁾）。

こうした結果の意味を考えてみよう。信金については，「地域性」（本稿では市街地人口を基準としている）による利益率格差が明確にみられた規制金利時代を経て，その後の自由化の進展およびバブル前後の時期は，業態全体が多かれ少なかれ景気の急拡大・その後の低迷・全国的な企業経営悪化の影響等を受けた。そして，地域間で存在したそれまでの規制金利時代にみられた規模的な「棲み分け」といった側面が後退するなかで，相対的に利益率水準が均されていったと考えられる。このことは，それまで有

利であった小都市に所在する信用金庫の利益率水準の低下幅が相対的に大きいこと等にも表れている。しかし，'90年代後半以降の局面になると，不良債権問題の影響は依然大きいとはいえ，自由化や他業態との競争の強まりという環境変化のなかで，小都市所在の信金では依然上位業態との「棲み分け」的な側面が残る一方，都市部・大都市部では他業態との競争の強まり等を背景に改善度合いが小さく，そのため再び格差が拡大したとみられる。

一方，地銀・第2地銀については，規制金利時代を除くと利益率に関する限り統計的に有意な格差は存在しない。このことは，巷間地銀と比べ第2地銀の経営地盤が劣勢であるとされていることや，現実にも第2地銀で経営悪化から事実上の倒産に追い込まれる先が多いことを考慮すると，やや意外な結果でもある。もっとも，規制金利下で横並び意識の強い時代を経て，バブル前後の時期は各銀行とも収益力が急速に改

5) 地銀・第2地銀については，別に取り挙げて検討する予定である。

善しその後反転したこと、1990年代後半の局面については、リストラ等により各行とも収益力改善を進めているとはいえ、所在する都道府県の産業構造変化等の余波を受けて、地銀・第2地銀を問わずに業況不振の企業を抱える銀行が多いことが響いているとみられる。

このような統計的な事実解釈を踏まえつつ、以下では協同組織金融機関を具体例として、収益基盤について考えていこう。

2. 経営地盤の再検討

(地盤を表す具体的指標)

以上のように、市街地人口による区分は、「地域性」を背景に存在するとみられる利益率格差を探る基準として重要であり、現実に利益率に関しては業態間ないしは地域毎に格差が存在する。しかし、それは利益率の決定要因を直接示すものではない。それでは、こうした利益率自体を決定する要因は何かについて考えていこう。従来の新古典派型の分析では、金融機関の短期的な利潤最大化行動を想定し、貸出額ないし営業費用についての限界的な変化に関する分析が主体であった(筒井(1988)が代表として挙げられる)。しかし、貸出先数等が制約されている地域金融機関については、こうした新古典派型のミクロ理論をそのまま当てはめることには問題が多い(堀江(1997)を参照)。本稿では、一般に限界的な利潤最大化行動を前提とした分析で行われているような厳密な定式化は行わない。それに替えて、これまで具体的に検討されることの少なかった、金融機関の経営地盤に関係するとみられる幾つかの変数を取り挙げる。そして、利潤の規模ではなく総資産との対比でみた利益率と、それらの変数との関係を検討する⁶⁾。

こうした経営地盤に関係する変数として本稿

では、①店舗の効率性、即ち店舗が配置されているローカルなエリア内の経済的な「豊かさ」および他の金融機関との競合関係、②経営体制ないし経営組織力を取り挙げる。①に関しては、顧客サイドからみた金融機関サービスに対するアクセスの容易さといった視点から、近年の研究でも注目されるケースがみられるが(例えば松浦・橋木(1991)ほか)、それらは都道府県の単位面積当たりの店舗数といったかなり大まかな指標であり、経営地盤の代理変数とは言い難い面が強い(次節を参照)。営業店に関しては、それが配置されている地域の経済的な豊かさの度合いが、預貸金獲得の容易さをはじめとする金融機関業務の効率性に大きく影響すると考えられ、それを統計的に把握するには、営業店毎に店舗周辺の経済状態等をみていく必要がある。この点については次節で詳しく検討することとし、本節では1次近似的な指標として、金融機関の本店が所在する都市(郡部については町)の事業所数、世帯数および金融機関店舗数(銀行、信金、信組、農協等。郵便局を除く)を取り挙げる⁷⁾。この指標は、本店が所在する地域の経済的な活動水準ないし金融機関同士の競合状態を表すに留まり、同一市内でも店舗をもたないエリアが含まれることになるほか、他地域に店舗をもつ場合にもそうした地域の動向については考慮しないといった問題は残る。但し、金融機関の場合、本店が最も大きなシェア

6) 堀江(1997)でも利益率(業務純益率)を使用している。1990年代入り後急速に進展した金融自由化やバブル崩壊後の不良債権問題の影響を考慮すると、資産規模拡大に対するインセンティブが後退し資産を効率的に運用するといった、ROA重視の姿勢が更に強くなっているとみられ、説明されるべき変数として利益率を取り挙げるのが金融機関の経営分析により適合するといえる。

7) 利益率との関係をチェックする観点から、3指標ともに営業店1か店当たりへ換算して使用している。

を持ち、且つ同一の市内に店舗（僚店）の多くをもつケースが一般的である。その意味では、こうした指標を利益率の決定要因を把握するための大まかな代理変数として位置付けることは意義があると考えられる。本稿では、こうした観点から取り扱う。

（経営の計量的測定）

一方、②の金融機関の経営体制ないし経営組織力については、従来分析対象として取り挙げられることが稀であった。その理由は、経営組織力は本来的に個別性ないし質的な相違が強いものであり、例えば業態内に存在する共通の幾つかの要素に還元するといった作業には馴染み難い面が強いとされてきた点に求められる。

経営科学、管理科学、あるいは経営工学の分野では、経営の数量的把握とそれに基づく経営戦略の立案を目指し様々な手法を開発してきたが、それらは主として個別企業内部の「情報」の捕捉およびそれを基にした効果的な戦略の構想を主眼とするものである。経営とは、まさしく個別企業が存続していくための極めて重要な意思決定の連続体であり、それをどのように行うかは、経営者あるいは企業運営に関与するものにとり、死活問題である。そのため、様々なコンサルティング会社等によって、企業評価の手法やその活用方法が纏められている（例えば、Copeland et al. (1996)等）。しかし、企業集団に関する数量的な検討としては、組織構造あるいは共通的に存在するような組織を対象とした調査が多く（人事政策や情報処理部門を対象とした調査等）、それらは基本的にアンケート調査であり、経営結果を示す数値、例えば ROA 等の収益性と組織人員比率等に関する統計的分析は殆ど行われてこなかった。

これは、企業の経営組織自体が様々な経緯をもった歴史的な所産として存在し、組織毎にその内容が相当異なるため、単純な数値による比較が難しいことが挙げられる。また、共通した役職名でも、企業間でその担当職能・所掌範囲と権限に相当の開きがあるケースが多く、単純な職名による比較が意味をなさないという問題もある。更に、企業組織の詳細な分析に際して、個別の役職に対する人員数を特定するためには、個人の業務評価と直接密接な関係を持つ人事データを分析対象とせざるを得ないが、そうした情報へのアクセスは、個人のプライバシーとの関連から極めて難しい。こうした理由から、定量的な分析が行われてこなかったと言えよう。これまで行われてきた組織横断的な調査についても、例えば加護野他(1993)、高橋(1995, 1997)等はアンケートに基づいており全産業を対象とする悉皆調査ではないため、産業全体といった視点から分析することは不可能である。そのため、従来の経営学では、経営の分析とは言いつつも、企業内の各階層へのインタビューやアンケート、社史のようなケース・スタディ的な手法をとり、そこから導き出される何らかの合理性とその先進性について研究するというスタイルが生まれてきたといえよう。この結果、“Management is not an exact science, and perhaps never will be - at least not in its entirety - that is prone to fads”と Mitroff(1997)によって批判される程に、次々に新しい経営学の理論、あるいは仮説が生まれてきたのである。

他方、企業サイドについても、提供する財、サービスは多様且つ個々の企業毎に特徴があり、同一基準で評価することには限界が大きい（例えば、同一の自動車製造業に属している場合にも、乗用車部門を得意とする企業とバス・

トラックが出荷額の大半を占める企業が存在する)。また、これら企業の利益結果についても、1990年代後半頃までは、株式の相互持合いや土地等保有資産の売買等から、本業の収益性のみで明確な判断を下し難い状況が続き、公表された財務諸表データのみに基づく分析ではその企業ないし企業グループの実態を明らかにすることが出来なかったのである。こうした限界のため、通常の製造業あるいはサービス業に関する数量的分析を行うことが難しい状況にあった。

しかし、金融機関は他の産業に比べてその商品が極めて類似しており、就中地銀以下、信金・信組については商品の同一性、サービスおよび組織構造の同質性が強いと考えられる。また、これら金融機関については組織構造を明らかにするそれなりの指標が公表されている。これらを勘案すると、組織・人員等に関する公表データを基に、組織の重複感・人員活用の効率性等について定量化した指標を作成し、ある程度客観的にも判別し得る組織力の優劣を表す指標を取り出すことについては、多少の困難性はあるものの通常の製造業やサービス業と比べれば相対的に容易である。

例えば、1980年代のバブル当時に各銀行で実施された事業部制・本部制の導入は、それまでの伝統的な職能別・機能別組織と比べて審査部の影響力を弱め、バブル期のいわば野放図な貸出行動を助長したと考えられる。この点、藤原(1998)は、バブル期に流行した事業部制・本部制の導入が審査部の独立性を弱め、放漫な貸出行動(不良債権の増大)に繋がったとの仮説を検証し、有意な結果を得ている。こうした分析は、銀行の経営組織自体が、貸出行動の成果、ひいては収益力に大きな影響を及ぼしたと考えられる1つの例である⁸⁾。

もっとも、バブル崩壊後の近年の局面に於いては、検査・考査等の指摘を待つまでもなく、貸出行動の行き過ぎの反省からそうした面での組織の整備は進められており、各金融機関とも審査部門の「独立性」の復活等、相互牽制体制については相当の変更を行ってきたと考えられ、その限りでは近年の収益力についてはこうした審査部の独立的な側面については各金融機関共に大きな差異はなくなっているようにも窺われる⁹⁾。従って、この面で金融機関の間に於ける組織の相違が利益面の非効率を惹き起こしているか否かを検証することは難しい。また、こうした各金融機関の内部組織あるいは権限委譲の変化の影響に関する手法を地域の小規模金融機関にまで適用することは、現実には不可能である。その理由として、地域の小規模金融機関については、経営規模が小さく組織上も兼務的な部署が多いこともあり、内部組織の指揮系統までの明確な詳しい内容が対外的には明示されていないことが挙げられる。都市銀行等の上位業態については情報公開が進み、組織改編等についてもそれなりにマスコミ等にも情報が流され、従って変化をフォローすることが比較的容易であるが、それでも内容が不詳の部分が多い。

(経営組織力を表す指標)

従って、小規模の金融機関を対象に、経営組

8) この点について実証的な検討は難しいが、例えば藤原(1997)では審査部の独立性の度合い等を数値化し、不良債権比率との関係をチェックしている。但し、いわゆる事業部制組織の導入については、不良債権比率への有意な影響は見出されない結果となっている。

9) これには、バブル崩壊以降の不良債権の累増に対する反省に加えて、公的当局の検査・考査時に於ける牽制体制の改善指導等も響いているとみられる(日本銀行考査については、堀江(1998)を参照)。

織自体が不良債権問題をはじめとする当該金融機関の収益力に及ぼす影響を検討するには、客観的に入手が容易な指標を基にすることが求められる。即ち、各金融機関に共通して作成が可能な定量的な変数を中心とし、経営組織の在り方等をも考慮しつつ、指標を作成する必要がある。この場合、金融機関に関しては商品的な差別化の度合いはそれ以外の業種に比べて弱いとみられる。また、小規模金融機関の場合は国際業務や金融市場取引のために多くの人員を抱え込む必要性に乏しいとも判断され、その面からも組織体系としての類似性が強いと考えられる。更に、前述のように審査部の独立性等は各金融機関ともに近年は一応満たしているようにみられ、そうした面からの相違も小さいと推察される。こうした点を考慮して、金融機関組織の活動に関しては、①役員陣の多さ、②本部組織、③営業店の3段階に分けて定量的な指標を取り出し検討する。これらが組織的な非効率を惹き起こしている例としては、金融機関のなかには役員の数が多く担当する部室等が重複するなど組織の重層性が強いケース（①に対応）、本部が不要な人員を抱え込んでいるケース（②に対応）、営業店の人員が多く非効率を招いているケース（③に対応）等が挙げられ、それらの場合には当該金融機関の収益力が相対的に劣勢となると考えられる。

別の視点から①を考えると、審査関係の体制が各金融機関に共通して整備されてきた状態を考慮すれば、問題となるのは組織全体としての纏まりないし意思決定の迅速性であると判断される。こうした観点では、既に都銀等で実行されているように、成る可くフラットな組織が追求されているといえる¹⁰⁾。そこで、本稿では本部に於ける役員数（部長ないし営業店長委嘱者

を除く）と本部の部室数とを対比した値を、本部組織の重層性を表す指標として使用する¹¹⁾。

次に、②の本部に関しては、その全体に占める人員の割合も組織力に影響を及ぼすと考えられる。その値が同規模金融機関と比べて大きいことは、間接部門に従事する人員のウエイトが高いことを意味し、本稿では収益力の減退要因として考えている。勿論、都銀や一部の規模の大きな地銀（自己資本比率の国際基準適用行）等では、有価証券や金融派生商品等の特定取引あるいは国際業務の活動が利益源として大きなウエイトを占め、そのため本部人員が多くなっていることも予想される。しかし、内容的な変化を別とすれば、小規模な地域金融機関の活動は伝統的な預貸金業務が大きなウエイトを占め、それは概ね共通した現象であり、特定取引等のための人員割合はそれ程大きいとは考え難い。一方、本部組織自体が非効率で人員が過大となっているケースや、営業店等で活用することの難しい人員を本部が抱え込むケースも考えられ、これらを考慮すると全体として本部人員割合が相対的に高いことが収益力の足枷となると想像される。但し、経営規模の相対的に小さい信金および信組の場合、負担の大きいオンライン・システムの開発・運営については、それらを担当する共同センターに加盟している先も多い（信金の場合は各地区に設立されている信金事務センター、信組の場合は信組情報サービス）。それらの先と独自に行っている先（自営

10) 例えば、住友銀行では次長職を廃止し、現場担当者に近い「班長」へ権限委譲を進めているようである（日本経済新聞 平成9年7月27日）。

11) 「営業本部」等の組織を創り上げている場合には、そうした「本部」が単なる名目的なものではなく、独立して機能している組織であるか否かを当該「本部」に直接所属する人員数で判断している。例えば、「本部長」1名のみの場合には、本部の部室数から除外する扱いとした。

先、本部でシステム開発要員等を抱える必要がある)とでは、本部人員比率に差が生ずることが予想される。そこで、計測に際して信金・信組については、共同センター加盟先と自営先とについて、ダミー変数により区分を行っている。

③の営業店段階についても、店舗当たりの人員数が例えば同規模金融機関以上に多いことは、顧客拡大に繋がることも考えられる反面、それだけ経費を多く投入するといった非効率に繋がる面が強いと判断し、収益力のマイナス要因と判断される。こうした3つの指標を金融機関の組織力の面から利益に影響を及ぼしている指標の代理変数として取り挙げている。このよ

うに、本稿では組織の効率性が、①組織の重層性(役員数と本部部室数との比率)、②本部の人員比率、③営業店当たりの人員数の3つの変数によって表されると考え、それらを金融機関の組織力を表す指標として使用する。

なお、協同組織金融機関の特徴として、定期積金が資金吸収のなかでかなり大きなウェイトを占めていることが挙げられる。例えば、平成11年3月末の預金積金に占める定期積金の割合は、地銀・第2地銀の各1.0%、2.2%に対し、信金・信組は各9.1%、8.2%とかなり高く、協同組織金融機関にとりこれが相対的にコストの低い資金を継続的に顧客から吸収する手段と

図表4 組織関連指標の平均値 (本店所在地の市街地人口別)

		組織の重層性 (%)	本部人員比率 (%)	営業店当たり人員 (人)	定積比率 (%)
信 用 金 庫	業態計	(24.07) 39.71	(3.89) 20.05	(3.60) 12.34	(2.44) 9.25
	小都市所在	(27.15) 39.62	(4.32) 19.71	(2.49) 11.13	(2.36) 9.07
	都市部・大都市所在	(19.70) 39.82	(3.23) 20.46	(4.15) 13.81	(2.51) 9.46
	都市部所在	(19.17) 37.47	(3.24) 20.16	(2.66) 12.00	(2.29) 8.90
	大都市所在	(19.96) 42.53	(3.20) 20.81	(4.56) 15.90	(2.60) 10.12
信 用 組 合	業態計	(42.59) 41.37	(7.17) 16.87	(2.88) 10.15	(3.35) 9.72
	小都市所在	(50.09) 43.07	(6.11) 15.84	(2.59) 9.72	(3.57) 10.11
	都市部・大都市所在	(32.88) 39.60	(7.98) 17.95	(3.10) 10.60	(3.05) 9.30
	都市部所在	(36.70) 44.09	(9.01) 18.46	(2.52) 9.62	(3.10) 9.57
	大都市所在	(28.46) 35.59	(6.91) 17.50	(3.29) 11.47	(2.99) 9.07

(注) かつこ内は、標準偏差である。

なっている。こうした定期積金に関する取扱い自体は、経営組織力の結果といった性格も強いが、それが顧客層の従来からの選択に基づくもので、当該金融機関にとりいわば与件となっているケースも考えられる。そこで、本稿ではこうした定期積金比率も、経営組織力ないし営業地盤に関連した変数として取り挙げている。

ここで、これら指標の業態毎の平均値および分散をみていこう。図表4によれば、大都市に所在するほど営業店当たりの人員が多い等の特徴はあるが、信金では分散が相対的に小さい。このことは、信金についてそれ程かけ離れた組織構成となっている先は少ないことを意味している。一方、信組については組織の重層性および本部人員比率の分散が大きく、業態の代表といった意味での組織事例を取り挙げ難い。従って、上記のような組織に関する想定が必ずしも成り立たない面があることは念頭に置く必要がある。

(定式化の特徴)

従来、金融機関の利益構造を分析するに際しては、新古典派的な利益最大化行動が暗黙裡に仮定される、あるいはそれを空間的な特性分析に応用する場合にも、都道府県あるいは市区町村といった行政界という極めて大まかな単位が用いられてきた。しかし、前述のように、特に信金・信組といった小規模な金融機関経営は、各支店が各市区町村という行政界のなかでどのような地点に立地し、近隣の他の金融機関とどのような競合関係にあるか、あるいは各支店周辺の経済環境が如何なる状態にあるかということに大きな影響を受ける筈である。その意味で、自支店網の立地とその周辺の経済環境、本稿で主張する営業地盤がこれらの地域に密接に結び

ついた金融機関の利益に極めて大きな影響を与えよう。

これら地域に密着した金融機関は、前述のように貸出先数等に限りがある環境の下に置かれており、通常の経済学が想定するような利潤最大化行動を短期的にも行っているとは言い難い側面がある。そこで、本稿ではこれら金融機関が置かれている現実的な経営上の限界といった面を考慮し、利潤最大化行動としてではなく、現実の利益構造を計量的に捉えることを大きな目的とする。本研究は、その意味で現実記述論的な立場から、一般均衡モデル的な定式化に替えて、経営組織指標や店舗周辺の営業地盤と業務純益率との関係を回帰モデルを用いて推計する。

本稿では、こうした考えの下に、信金・信組の貸出利息収入および預金コスト（預金利息支払いおよび経費）の決定要因を、上記で取り挙げた6ないし8個の説明変数を用いて定式化し計測する（何れも対総資産比率としている）。そして、それを踏まえて、一種の誘導形として、利益率（業務純益率）の決定要因を計測する。定式化は、以下の通りである。

$$r \cdot L/A = F(FN, HN, CN, ES, PH, PB) \dots\dots\dots(1)$$

$$i \cdot D/A = G(FN, HN, CN, ES, PH, PB, IS, OD) \dots\dots(2)$$

$$\Pi/A = H(FN, HN, CN, ES, PH, PB, IS, OD) \dots\dots(3)$$

$r \cdot L/A$ ：貸出金収入率、 $i \cdot D/A$ ：預金コスト率、 Π/A ：利益率（業務純益率）、FN：営業店1か店当たり事業所数、HN：同世帯数、CN：同金融機関店舗数、ES：組織の重層性、PH：本部人員比率、PB：営業店当たり人員数、IS：預金積金に占める定期積金比率、OD：自営オンダミー（自営の場合1.0、共同組織に加盟の場合0.0）

想定される符号条件は一応、(1)式はFNがプラス、HNがプラスあるいはマイナスでそれ以

外はマイナス、(2)式はISがマイナス、FNおよびHNはマイナスあるいはプラスでそれ以外はプラス、(3)式はFN、HN、ISについてはプラス、CN、ES、PH、PB、ODはマイナス（自営オンラインであればそれだけコスト負担が大きくなると考えられる）である。(1)式でHNの符号が事前に確定しないのは、個人ローン等の多い地域では世帯数の多いことが貸出収入にプラスに作用するとみられる反面、そうした需要の少ない地域では事業所数の獲得がそれだけ難しくなることも考えられるためである。同様に、(2)式のFNおよびHNについては、顧客層が集

中している場合にはそれだけ効率的に顧客を獲得出来る可能性があるためである。この式を基に、平成9年度を対象として信金全体および利益率については小都市所在、都市部所在、および大都市所在に分けてOLSによるクロスセクションの計測を行った(サンプル数の関係から、信組については都市部・大都市を併せて扱っている)。

(計測結果とその解釈)

信金について計測結果をみると(図表5)、F値が大きく大都市圏では決定係数も高いな

図表5 信用金庫の収益力 (かっこ内はt値)

被説明変数 (かっこ内は 信用金庫数)	貸出金収入 率 (396)	預金コスト 率 (396)	業務純益率 (396)	小都市 所在 (217)	都市部所在 (96)	大都市所在 (83)
事業所数(千) (1店当り)	(1.7) 0.0519*	(2.5) 0.0461***	(2.6) 0.0611***	(1.7) -0.6340*	(2.2) 0.6390**	(5.4) 0.1420***
世帯数(千) (1店当り)	(2.1) -0.0135**	(0.6) 0.0024	(2.4) 0.0121**	(2.0) 0.0103**	(0.3) -0.0070	(4.8) 0.0305***
金融機関数 (1店当り)	(0.5) 0.0052	(1.8) -0.0113*	(3.3) -0.0264***	(0.2) 0.0065	(3.2) -0.1070***	(5.9) -0.0630***
組織の重層性	(1.1) -0.0008	(2.1) -0.0010**	(2.5) -0.0015***	(1.4) -0.0009	(1.3) -0.0021	(1.5) -0.0022
本部人員比率	(2.3) 0.0116**	(3.2) 0.0097***	(1.7) -0.0067*	(1.7) -0.0078*	(1.2) -0.0124	(0.1) 0.0006
営業店人員 (1店当り)	(2.5) -0.0140***	(1.2) -0.0044	(2.7) -0.0261***	(0.2) -0.0187	(1.9) -0.0240*	(2.5) 0.0204**
預金に占める 定積の割合		(0.8) 0.0039	(2.7) -0.0178***	(1.3) -0.0110	(1.1) -0.0153	(1.8) -0.0234*
自営ワンダミ (自営=1)		(2.4) -0.0703**	(0.2) -0.0068	(0.5) -0.0261	(2.3) 0.1650**	(1.8) -0.1220*
決定係数	0.070	0.146	0.134	0.067	0.218	0.448
F 値	4.914	8.272	7.469	1.880	3.025	7.503

- (注) 1. 説明変数は上記の6ないし8変数である。定数項の記載は省略した。貸出金収入率は貸出金利息/総資産、預金コスト率は(預金利息+経費)/総資産である。事業所数、世帯数、金融機関店舗数は、何れも営業店1店舗当たりである。
 2. 小都市所在は市街地人口が10万人未満の都市(町を含む)に本店を有する信用金庫、都市部所在は同10万人以上(東京都・大阪府および政令指定都市を除く)、大都市所在は東京都・大阪府および政令指定都市に本店を有する信用金庫。
 3. 平成9年度のベース。***は1%、**は5%、*は10%水準で有意であることを示す。

ど、それなりに利益率の説明要因となっていることを表している。但し、貸出金収入率（事業所数、世帯数および営業店人員）、預金コスト率（事業所数、本部人員比率および自営オダミー）ともに、想定通りに有意となった変数がみられる一方で、有意性が低いないし想定とは逆の結果となった変数もみられ、今後の検討も必要である。

こうした、収入・支出に関する大まかな計測結果を念頭に置きつつ、利益率に関する計測結果をみると、信金業界全体については、事業所数(FN)、世帯数(HN)および本部組織関係(ES, PH, PB)ともに符号条件を満たしており、有意性も高い。一方、定期積金の影響(IS)の符号はマイナスに有意で、自営オダミー(OD)はマイナス符号ではあるが統計的に有意ではない。また、都市規模別にみると、事業所数(FN)は都市規模が大きくなるほど有意性が高く、世帯数(HN)も大都市では有意性が高い。一方、金融機関(CN)については大都市ほどマイナス方向で有意性が高く、組織関係の変数(ES, PH, PB)については符号条件を満たすケースが多いが、都市規模別には明確な傾向は窺われない(有意性はやや低い)。また、定期積金の影響(IS)は何れもマイナス符号で、大都市圏では有意である。自営オダミー(OD)は、規模の小さい信金が多い小都市ではマイナスに作用するが、有意性は高くない。

次に、信組についてみると（図表6、職域・業域の組合および北朝鮮系・韓国系を除く地域組合を対象としている）、全体としての当てはまり、有意性共に信金と比べやや見劣りする結果となった。しかし、利益率については、組織関係については符号条件を満たすケースが大半であり、金融機関数は信金と同様プラスである。

定期積金関係(IS)については、概ねマイナス符号である。自営オダミー(OD)についてはプラスであるが有意性は低いケースが多い結果となった。

こうした結果を利益率に関する結果を中心に纏めてみよう。まず、経営組織力については、信金・信組ともに符号条件が想定通りで有意性も高いケースが多く、これらの指標が金融機関の収益力の決定に大きく影響することを表している。一方、預金に占める定期積金の割合がマイナス（信金では且つ有意）となったことについては、対象時期が平成9年度であり、既に預金金利が最低水準に低下している状況にあるだけに、定期積金のような集金業務を伴う部分が強く残っている場合には、逆にコスト的に割高となることもあり得ることを表すとも考えられる。他方、自営オダミーは、小都市所在金融機関を中心に符号条件は想定通りのケースもみられるが、有意性は高くない。こうした、オンライン運営・開発関係の利益率に及ぼす影響は、経営規模の拡大等に伴い小さくなること、あるいは共同センター方式の場合にも自営方式と比べてそれ程コスト負担としては小さくないこと、換言すれば自営と共同センター加盟方式とのコスト面の差はそれ程大きくないことを表しているとも考えられる。既に述べたように、定期積金の割合あるいは自営オンライン方式については、利益率の決定要因としての側面と同時に、当該金融機関に於ける経営組織力ないし行動力の結果といった性格も強い。次節以下では、この2者については明示的には取り挙げず経営組織力に含めて考えていく。

また、店舗周辺の経済的な豊かさに関しては、信金では有意なケースが多い。本計測で計数を本店所在地に限定して取り挙げているにも拘わ

らず、こうした結果となったことは、経済的な活動水準が収益力に及ぼす影響の大きさを窺わせる。但し、信金について世帯数が貸出金収入率の場合は利益減少要因として作用するのに対し、利益率の場合は有意にプラスとなること、信組についてはその逆となっていることに関しては、貸出以外の収入の影響等も考えられ、今後の検討課題である。一方、競合関係について大都市圏ほどマイナス且つ有意なケースが多いことは、経営規模が相対的に大きい信金では上位業態等との競争が相対的に強い（逆に小都市では一種の棲み分けが続いている）ことを表し

ているとも推察される。

このように、本稿で取り挙げた経営組織および営業地盤に関する変数は、利益率に影響を及ぼすことが明らかとなった。ここで残された問題は、営業地盤に関連する3指標(FN; HN, CN)の精度である。即ち、本節で取り挙げた営業地盤に関するこれらの指標は、当該金融機関の営業エリア内の経済状態ないし競合関係についての大まかな代理変数であるに留まっている。この点、営業地盤を表すより精密な指標を探り、それをを用いた分析が必要である。次節以下では、この点を考えていく。

図表6 信用組合の収益力 (かっこ内はt値)

被説明変数 (かっこ内は 信用組合数)	貸出金収入 率 (177)	預金コスト 率 (177)	業務純益率 (177)	所在地	
				小都市所在 (91)	都市部・大都市 所在 (86)
事業所数(千) (1店当り)	(1.0) 0.0191	(0.1) 0.0005	(0.6) -0.0083	(1.4) -0.5920	(0.3) 0.0054
世帯数(千) (1店当り)	(1.9) 0.0131'	(1.9) 0.0095'	(2.2) -0.0104''	(0.5) 0.0363	(1.1) -0.0059
金融機関数 (1店当り)	(1.7) -0.0182'	(1.3) -0.0105	(1.8) 0.0133'	(1.8) 0.1090'	(0.7) 0.0055
組織の重層性	(2.0) 0.0021''	(1.7) 0.0013'	(0.3) -0.0002	(0.1) -0.0001	(0.9) -0.0013
本部人員比率	(1.0) 0.0074	(2.7) 0.0143'''	(2.2) -0.0110''	(1.0) -0.0072	(1.3) -0.0093
営業店人員 (1店当たり)	(3.2) -0.0575'''	(2.5) -0.0354'''	(1.3) -0.0178	(0.8) 0.0146	(2.2) -0.0427''
預金に占める 定積の割合		(1.0) -0.0113	(1.5) -0.0160	(1.8) -0.0223'	(0.2) 0.0031
自営ワ*ミ- (自営=1)		(1.0) 0.0750	(0.8) 0.0608	(0.3) 0.0286	(1.7) 0.1850'
決定係数	0.110	0.155	0.081	0.122	0.138
F 値	3.518	3.854	1.860	1.424	1.543

- (注) 1. 説明変数は上記の6ないし8変数である。定数項の記載は省略した。貸出金収入率は貸出金利息/総資産、預金コスト率は(預金利息+経費)/総資産である。事業所数、世帯数、金融機関店舗数は、何れも営業店1店舗当たりである。
 2. 小都市所在は市街地人口が10万人未満の都市(町を含む)に本店を有する信用組合、都市部所在は同10万人以上(東京都・大阪府および政令指定都市を除く)、大都市所在は東京都・大阪府および政令指定都市に本店を有する信用組合。
 3. 平成9年度のベース。***は1%、**は5%、*は10%水準で有意であることを示す。

3. 営業地盤を表す指標 (地理的情報と金融業)

地理的情報を如何に活用するかについては古くから研究が行われており、小売業やサービス業を念頭に置いたマーケティングを対象とする研究や地理学的観点からのアプローチでは、商圈という地理学的空間の測定を取り扱ってきた。それは基本的には、地図上に於いて店舗を中心に当該地域を市区町村単位の地域空間に分割し、その市区町村単位の代表的領域に於ける潜在的な顧客数を推計するという手法である。店舗の所在する地域を中心として、その周辺にある地域に存在する潜在的顧客数を、店舗へアクセスするのに要する距離ないし交通時間で割り引きながら、その店舗の潜在的な顧客の吸引力や市場浸透度を計算してきたのである。そして、その結果得られる潜在的な顧客人口を基に、店舗を中心とする地域を中心地理論の観点から幾つかの商圈に区分する。即ち、取引額が全体の6～7割を占め顧客数ないし市場浸透度が競争店を上回るといった、当該店舗の中核をなす第1次商圈(primary trading area)、同じく2～3割の第2次商圈(secondary trading area)、そして残りを縁辺商圈(fringe trading area)に区別して管理するというものである。その意味では、「マーケティング地理学の実践とは、中心地理論で必要とされる基礎的な数値を作り出すことである」(Berry(1967))。

こうした手法は、金融機関の営業店舗配置、その下で行われる顧客戦略ないし営業地盤への対応策にも応用していくことが出来る。既に、地域金融機関の行動あるいは家計の資産選択行動の分析について、店舗数等の影響に注目した研究が存在する。その際、最も重要となるのは、店舗サービスへのアクセスの可能性を如何に

把握するかである。この店舗サービスについて、堀内・佐々木(1982)は、「店舗を基礎として、預・貯金者に対して明示的あるいは暗黙的に提供されていると思われる非金銭的便益」と定義し、それは「他の条件が一定であれば、銀行、郵便局の店舗の数が大きいほど、より多量に預・貯金の保有者に提供されている」としている。堀内・佐々木論文は、当時行われていた金利規制下に於ける店舗サービスの役割を検討したものであるが、本稿の問題意識は金融自由化が進行した後も地域金融機関にとって、こうしたサービスが重要な機能として存在し得るか否かといった点にある。これまで我が国に於ける研究は、Evanoff(1988)を参照しつつ行われてきた(例えば松浦・橘木・井村(1990)、松浦・橘木(1991)、福重(1997))。同論文では、店舗サービスへのアクセスが時間、および距離と、サービスを受け取るための費用の関数であると考え、時間と費用の直接的な計測が難しいことから、代理変数として店舗からの距離ないし単位面積当たりの店舗数を重視し、1平方マイル当たりの金融機関数を取り挙げている。そして、店舗規制が大都市でも地方でも銀行サービスへのアクセスを低下させることを検証している。この方法は、単に店舗数ではなく店舗の提供するサービスへのアクセス可能性を考慮している点で評価出来る考えであり、また大都市と地方圏とを分けて考えるべきといった主張も首肯し得る。

しかし、金融機関のサービスへのアクセス可能性を表す代理変数として単位面積当たりの店舗数を使用する場合には、各地の店舗が一樣に配置されていると前提することになるだけに、面積自体をかなり限定した狭い単位とする必要がある。この点、上記の論文で使用されて

いる測定単位は、市ないし郡といった余りにも大きな単位であり、それがその儘金融機関サービスに対する顧客のアクセスの代理変数となり得るかについては疑問が大きい。指標としては、店舗というよりも各営業店の担当エリア内に於ける経済活動水準等を取り挙げるべきであろう。同論文を参考とした我が国の先行研究は、こういった点に問題を残しているともいえる。以下では、先ず地域金融機関の行動を中心とした分析について、その代表例をみていく。

(店舗サービスに関する先行研究)

堀内(1981)は、高度成長期を中心とする銀行行政の分析に於いて、わが国の伝統的な銀行業務のなかで、特に個人・中小企業等の経済主体との比較的少額の資金取引については、そうした取引に付随する非金銭的サービスを提供する手段として店舗が重要であると述べている。そして、県別データを基に昭和30年代半～53年についてクロスセクション分析を行い、金融機関の預金シェアの変化に対して店舗数のシェアの変化が重要な役割を果たしていることを指摘している。もっとも、同論文では公表データの制約が強い時期のデータを分析していることもあり、説明変数としての店舗の指標としては全体に占める店舗数のシェアを代理変数として使用するに留まっている。この点、堀内・佐々木(1982)では、店舗サービスを表す指標として当該金融機関の1世帯当たり店舗数に適当な人口密度(各都道府県の人口密度ないしは人口集中地区人口密度)を乗じた数字が使用されている。松浦・橘木・井村(1991)でも指摘されているように、この指標は結局のところ面積当たりの店舗数を使用することに等しくなり、その場合には計算の対象範囲(面積)がかなり広いといっ

た問題に行き着く。

一方、筒井(1988)は、我が国に於ける戦後の店舗規制変遷を踏まえつつ、かなり厳密に定式化された銀行の費用関数を基に実証的な検討をおこなっている。そして、店舗規制は小規模銀行に有利なように運用され且つ有効であったが、昭和50年代以降その実効性が弱まりつつあると結論付けている。筒井・蠟山(1987)では、計測結果は省かれているが、同様の見解が示されている。ただ、両者とも店舗数が直接的に費用関数に影響すると仮定しており、店舗周辺の経済状態や他の金融機関との競合関係の影響等は考慮されない儘となっている¹²⁾。中尾根(1994)も、店舗数のシェアを使用するに留まっている。

野間(1998A)は、預貯金市場の地域性を重視し、預貯金金利・貸出金利の地域間格差および預貯金に関する官民比率に関する計測ないし官民格差に関する分析を行っている。それを踏まえて、社会的な公正水準の変化を中心に定式化を行い、銀行業に参入規制がある場合、郵貯には寡占からくる非効率な資金配分を改善するといった役割がある等の指摘が行われている(野間(1998B))。しかし、地域金融市場を対象としてはいるが、モデルでは銀行数を考慮するに留まり、店舗配置等については織り込まれていない。

高林(1998)では、各金融機関が人口や面積に対応して店舗設置を決定し、個人預金残高がその店舗数に依存して決まるといった想定の下に

12) 筒井他(1999)は、'90年代入り後の我が国銀行業に於ける経営合理化の影響について分析しており、特に銀行の生産量が店舗数と本店業務のサイズの両者により決定されると考えている点等は興味深い。しかし、店舗を如何なる経済地域に配置するか等に関しては考慮されていない。

店舗数と人口・面積（都道府県別）、および個人預貯金残高と店舗数との関係について回帰分析を行い、人口が全ての金融機関の店舗数に影響を与えていること、面積については信金と郵便局にのみ影響していること、個人預貯金残高が店舗数に密接に対応していること等の結果を得ている。これらは、金融機関経営に際しての店舗配置の重要性を指摘した分析として重要な意味を持つと考えられる。しかし、その際に使用している店舗に関する指標は、当該都道府県内の店舗数自体であり、当該都道府県内のどのような地点に配置されているかといった点は考慮されていない。小規模経営の多い地域金融機関がいかなる地点に店舗を配置するかが極めて重要であるだけに、こうした指標は概念的に大まかに過ぎ、都銀等を別とすれば妥当性に疑問が残るところである。

堀江(1997)では、地域金融機関の経営問題を取り上げ、預貸金市場に於ける「地域性」の存在を強調した。しかし、分析を規模の経済性の存在の有無等に限定しており、店舗配置の面からの利益への影響については直接的には分析の対象とはしていない。それに替えて、「地域性」を表す代理変数としての市街地人口を基準に、同一業態内の金融機関を幾つかのグループに分け、そうしたグループ毎に経済的な特性が異なると考えており、金融機関の店舗は各グループ内にいわば一様に配置されていると想定することに等しくなっている。

(資産選択と店舗に関する先行研究)

店舗配置に関連した分析は、個人の資産選択行動に関しても行われているが、やはり同様の問題がみられる。

林(1982)は、個人の金融資産選択行動に際し

ての郵便貯金のシェア拡大の原因に焦点を当て、店舗数シェアの動き等から郵便貯金残高のシェア上昇の原因が店舗面での有利さにあったとする仮説が誤りであることを指摘しているが、家計の店舗に対するアクセス距離等については特に考慮していない。

松浦・橋木・井村(1990)では、家計の金融資産選択（銀行預金、生保、株式等10種類）を取り上げ、資産選択の相互比較を通じて郵貯や簡保の選択に対する特徴を解明している。保有関数と需要関数とで説明要因にかなりの相違がみられることや、金融商品毎にその選択行動に説明要因にかなりの差がみられることに加えて、店舗指標が一部の金融商品を除き、保有確率に有意に影響している等の興味深い結果を指摘している。しかし、店舗サービスの指標は、当該金融機関店舗数/都道府県の面積（ないし市町村の面積）で求めており、店舗サービスについて距離は考慮されているが、現実のサービス利用可能性との関係を考慮するにはやや弱いと言わざるを得ない。こうした問題は類著にもみられる。松浦(1991)では、家計の金融資産選択上の特徴を地域別に分析し、地域レベルでの店舗展開の効率性を指摘しているが、使用されている店舗指標は都道府県別の当該金融機関店舗数を都道府県（郵貯・銀行預金等については市町村）単位の面積（ km^2 ）で除した値である。松浦・橋木(1991)では、家計の資産選択（銀行預金、郵便貯金、相互銀行等預金、投信等）に関する分析を行い、店舗指標が保有関数では有意に正である反面、需要関数では有意な結果は得られないと結論付けている。しかし、店舗指標については松浦(1991)と同様に都道府県別の当該金融機関店舗数を同面積で除した値を使用している。

福重(1997)では、首都圏を対象に郵便貯金と銀行預金の競合・補完関係を分析している。その際、居住地・勤務地の影響や都心からの距離に関するダミー変数に加えて、店舗に関する堀内・佐々木(1982)で用いられた指標に加え、単位面積当たりの店舗数、店舗当たりの面積が円形であるとした場合のその半径といった指標を加えるなどの工夫を施している。そして、銀行の店舗数が少なく銀行店舗の利便性が低い場合に郵便局の定期性預金を保有する確率が高くなることなどを指摘している。このように、店舗指標に関するかなりの工夫が行われているが、その単位は都県であり家計の利便性の代理変数としては相対的に大まかな感を免れない。

井上他(1998)は、家計が金融機関を選択する場合、金融機関の利便性が大きく影響すると行った考えの下に、5つの都市階級に区分した市町村レベルのミクロ・データを用いることによって、地域の条件の違いを肌理細かく観察している。金融機関については、銀行グループ、信金等のその他金融機関グループ、および郵便局を集計しており、都市階級毎の集計人口で店舗数を割った値を変数として使用している。そして、店舗数に代表される金融機関の利便性は、預貯金選択に影響し、郵便局については特に決済目的に関して顕著であること、こうした利便性の効果は市町村部に強いことなどを指摘している。この分析ではデータをかなり細かく区分しているだけに、説得力が大きいと言える。しかし、店舗の利便性の指標としては、これまでの分析と同様に1人当たりの店舗数といったかなり大まかなものに留まっている。

奥井(1998, 1999)は、郵政省郵政研究所の「金融機関利用に関する意識調査」のデータを利用しつつ、家計の決済目的ないし貯蓄目的のため

の金融機関の選択行動に関する分析を行っている。そこでは、金融機関へのアクセス距離が預貯金比率に影響することを前提としつつ計測し、各種金融機関の店舗比率がその選択確率に影響していること、世帯主の年齢や家族数、年収等により選択される金融機関が異なるといった結論を導き出している。その際、金融機関の店舗については、都銀や地銀・第2地銀のほか、信金・信組、郵便局、農協・漁協を含む広範囲な金融機関を対象としている点は評価される。しかし、店舗配置ないしその提供するサービスへのアクセス可能性の取り上げ方に関して、家計の属する都道府県の人口密度を代理変数的に加える、ないしは業態毎の店舗数の割合を使用するに留めている点は、現実に家計が資産選択に際して利便性等をどの程度配慮しているかを表す指標としては疑問が残る。

これらの先行研究の結果を踏まえつつ、以下では昭和40年以降整備されてきた指定統計に関するメッシュ・データを使用しつつ検討を行う。

(メッシュ・データの活用)

既に述べたように、マーケティング地理学の考えは、小売業等のほかに金融業についても応用されている。金融機関でも、営業店周辺を重点地区(第1次商圈に相当)、準重点地区(同第2次商圈)およびその他地区(同縁辺商圈)に分けて顧客数ないし取引割合等を管理している¹³⁾。こうした実情を勘案すれば、金融機関に

13) 金融機関の場合、顧客や取引割合のほか、取引の総合化の指標を作成していることも多い。例えば個人については、普通預金のほかに定期預金、定期積金取引の金額、給与振込みや公共料金等の取扱い件数等を得点化し、点数によってメイン先・準メイン先等に分けて管理している。そして、重点地区内のメイン化率の引き上げを目標の1つとしているようである。

についても配置された営業店の周辺をメッシュ状に区切り、当該メッシュおよびその周辺のメッシュ内に存在する世帯数や事業所数（何れも未取引先を含む）を集計することによって、当該店舗が基礎とする地域内の経済的な「豊かさ」（所得水準の高い世帯数や好景気の事業所数が多い等）を抽出することが可能となる。勿論、当該地域が「豊か」であっても、競合する金融機関が大きなシェアを占めている場合には、それが必ずしも当該店舗の効率性の高さには繋がらない点には留意すべきである。こうした事情に留意しつつ、メッシュ・データを使用していくこととする。

上記のように、メッシュは地図上に於いて矩形に各地域を細かく分けたもので、ほぼ同じ形・同じ大きさの長方形で表される空間領域である。各地域に存在する市町村は、こうしたメッシュに細かく分けることで、より詳細に観察することが出来る。その基準は、通常の場合1辺が1kmであるが、人口集中地区では500mも使用されている¹⁴⁾。こうしたメッシュを利用すれば、地域に関する各種のより詳細な情報を織り込んで分析を行うことが出来る。即ち、経度緯度の座標情報として特定化した金融機関の各営業店の立地点を軸に、国勢調査、事業所統計等の指定統計についてメッシュ単位で提供されている各種の統計情報を統合していくことによって、地域に関するより詳細な情報に基づいて分析することが可能となる。より具体的には、先ず当該金融機関の個別店舗の立地点を経度緯度

のベースでみた座標情報として取得する。次に、そうして得られた座標情報から、当該店舗の立地するメッシュおよびその周辺メッシュに含まれる世帯数・事業所数を算出する。そして、その値を営業店が配置されている領域に関する営業地盤の優劣を判断する指標としている。

また、都銀・長信銀・信託、地銀・第2地銀、信金・信組、系統金融機関（農・漁協、為替取引を行う先のみ）および郵便局についても、経度緯度座標情報として立地点を特定化し、当該金融機関の営業店の立地するメッシュおよび周辺メッシュ毎に集計することによって、当該地域の競争状況を考えることが可能である。こうした詳細なメッシュ・データを利用することによって、前節でみられた指標の粗さを回避することが出来る。これまでのところ、金融機関に関する分析のなかで、このように店舗毎の極めて狭い領域の統計情報を基礎とした、営業地盤の経済状態（ないし潜在的顧客数）あるいは競争状態に関して詳しく分析した例はみられない。

本稿では、都市部については基本的に1辺500mのメッシュを使用し、郡部については入手可能地域は同500mメッシュ、不可能な場合は同1kmのメッシュを使用する。500mメッシュの根拠としては、一般的に地域金融機関の場合、市街地に於いては店舗の周辺数百メートルを当該店舗が顧客開拓および取引深耕に関して最も力を入れる重点地域とするケースが多いことが挙げられる（その外側については準重点地域等としている）。従って、そのメッシュ内の顧客との取引が最も重視され、このことはそうした地域内の顧客の質および量が、当該店舗の成長性や収益性を左右すると考えられる。勿論、このことは重点地域あるいは準重点地域以外の顧客との取引がないことを意味しない。こうした、

14) やや詳しく述べると、国土地理院2万5千分の1地図を縦・横10等分に線を引いて出来る100個の四角形が1km標準メッシュである。これを更に半分（1辺500m）、即ち国土地理院2万5千分の1地図を20×20=400に分割して出来る四角形が500mメッシュである（平下(1995)による）。

いわば外辺部分にも、古くからの優良な顧客が存在するケースが多いことも想像される。しかし、顧客取引の効率性を考慮すれば、そうした顧客は当該店舗以外の、僚店（当該金融機関の所有する他の営業店）に取引を移管することが、金融機関および顧客両サイドにとって効率性（時間節約等）の観点から選好されると考えられ、現に近年は取引の移管がかなり進められているようである¹⁵⁾。

（店舗配置と具体的指標）

従来、店舗の設置に関しては、大蔵省銀行局によってかなり肌理細かな指導が行われてきたのであり、各金融機関が自由に店舗を設置し得る訳ではなかった。例えば、平成7年6月2日に発出された、「金融機関の店舗設置等の取扱いについて」（蔵銀第980号）、および「金融機関の店舗設置等の取扱いに係る留意事項について」（銀行課長・中小金融課長発出）によれば、都市銀行については周囲300m以内に異種金融機関4未満の場所、地銀・第2地銀および信金の場合は周囲300m以内に信用金庫4未満の場所（何れの場合にも東京都区内および政令指定都市に於ける特に経済集積度の高い場所に設置する場合は、周囲150m以内に信用金庫4未満の場所）等と記されている¹⁶⁾。こうした行政指導は、規制緩和の流れのなかで次第に緩和されていったのであり、平成9年7月31日付で廃止された。

しかし、このような長年に亘る当局の指導および近年は不況による採算悪化予想を背景とす

る出店の手控えもあり、特に地域金融機関については店舗の配置状況は急激な変化がない儘に推移してきていると考えることが出来る。また、金融機関は指導を遵守はしても300m毎といった稠密な店舗網を配置しても良好なコスト・パフォーマンスを達成出来ると考えてきた訳ではない。むしろ、店舗戦略としては各エリアの実情を考慮しつつ、集客が見込まれる重点的な地域に限って出店してきたと推察される。そうしたなかで、各金融機関は店舗毎の営業エリアの見直し等を適宜行いつつ、顧客取引の拡大を図ってきたのである。こうした点を考慮して、以下では店舗毎の営業対象区域についてはやや広く考え、市街地については店舗が存在する500mメッシュを中心としその四方に存在する計9枚のメッシュ、市街地以外については同様に最大1kmメッシュ4枚からなる領域を営業対象区域として取り挙げる。このことは、店舗が当該メッシュの中心にある場合、市街地については750m四方、郡部等については概ね1~1.5km四方を営業店のエリアであると想定することを意味する。そして、こうしたエリア内の世帯数や事業所数が当該営業店の地盤を表す具体的な指標であると考えられる。

図表7は、これを概念的に示したものである。各正方形は、例えば市街地の場合は500毎に地図上で区切ったメッシュを表している。太い黒枠で囲んだ9個の正方形は、中心の正方形に図示している当該金融機関の店舗（■で表示）の営業エリアと考えられる範囲である。通常の場合、各金融機関とも店舗の有効活用を図る観点から、当該金融機関の他の店舗はこうしたエリア内には存在しない。営業店の活動は、こうしたエリア内の人員ないし世帯（●で表示）あるいは事業所（+で表示）の量および質、そして

15) 但し、特定の営業店との取引を主張する顧客については、こうした移管は難しいようである。特に本店との取引を選好する顧客が多いことも考えられよう。

16) 戦後～昭和60年頃までの大蔵省による店舗行政の変遷等については、全国銀行協会連合会発行の『金融』（1985）が判り易い。

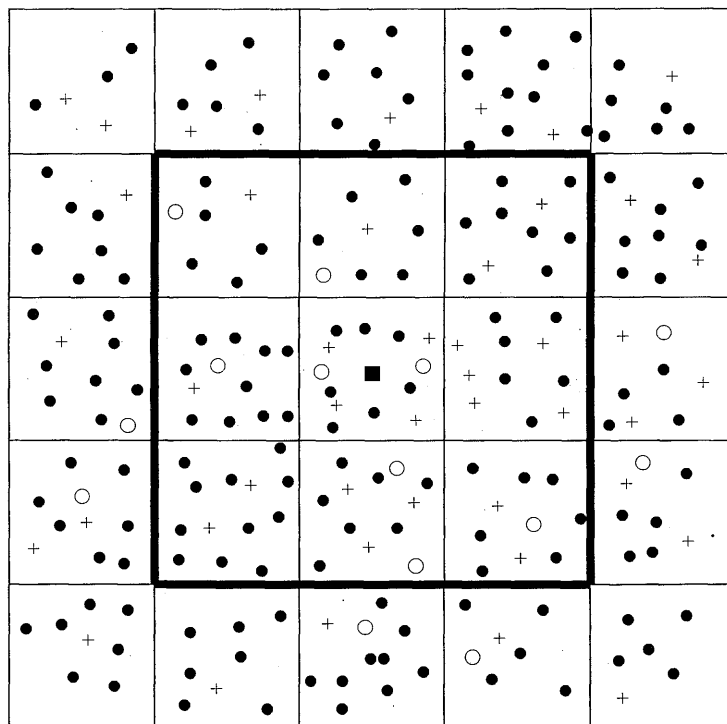
他の金融機関との競争状況（○で表示）により左右される。本稿では、営業店毎にこうしたエリア内の世帯数・事業所数および競合金融機関の店舗数を算出し、それを全店について合算し店舗数で除することによって、店舗当たりの営業地盤の「豊かさ」（競争を含む）を判断するものである。こうした営業地盤および競合関係を検討するに際しては、営業店の周辺に存在する地域メッシュの統計情報を活用することが必須となってくる。

（指標の意味と営業地盤）

これらの指標と営業店の活動を結びつける場合、世帯については所得水準や資産保有額、事業所については売上や設備投資の額等を考慮し

た指標を使用すべきであろう。しかし、そうした詳しい個別のデータは入手し難いだけに、世帯数あるいは人口数、事業所数で代用している。なお、事業所については工場の規模が大きくとも、資金関係は本社が一括して取り扱うケースが一般的であり、その場合には当該事業所と金融機関との関係は従業員の給与支払い等の限られたものに留まると考えられる。また、事業所数を算出する際、本社と工場に分けて取り扱うことも必要となる。この点に関して本稿では、指定統計にあってもこうした区別がない反面、店舗立地が同一業態の場合には店舗立地が比較的似ていること、例えば小規模金融機関については中小企業の多い地域に立地しており、そうした企業では本社機能と工場がセットとなって

図表7 メッシュ・データの概念図



（注） ■：当該金融機関の営業店 ○：競合金融機関の営業店
 ●：居住者住居（世帯） +：事業所

存在するケースが多いこと、従って各営業店のエリア内に存在する事業所の数でカウントしても統計上は大きな歪みが生じないことを想定している。

金融機関の各営業店の営業対象区域(エリア)内に於いては、当該営業店が顧客と折衝する窓口となる。しかし、エリア内の企業あるいは個人全てが顧客となっている訳ではない。当然のことながら、競合する他の金融機関(郵便局・農協等を含む)の店舗も存在し、これら金融機関に於いても、自身のエリア内としての顧客獲得行動を行っている。その意味では、エリア内に顧客の数および質で主として表される地盤の良さと、そうした地盤をエリアにもって活動している金融機関自身の業績とは、密接に関連合っているとはいえ、一応切り離して考える必要がある。両者の間の相違をもたらす要因は、第1は競合する金融機関の数の多さである。競合する金融機関自身も、その地で営業していると言うことは、それなりの顧客を持ち、業績を挙げていると解釈することが出来る。従って、顧客数等でみた地盤が豊かであっても、他の金融機関との競合状態如何では必ずしも業績向上に直結しない面があることは否定出来ないところである。第2は、そうした競合状態の下で当該営業店(ないしはその上部組織でもある当該金融機関の本部)が打ち出す営業戦略・戦術の巧拙である。例えば、競合金融機関の持たない新商品提供あるいは顧客チェック力等は、業績の向上に大きな力を発揮すると考えられる。

このように、客観的な「営業地盤」といった指標を基に金融機関の業績を判断する場合には、①営業エリア内の経済的な活動水準と、②競合金融機関の進出状況を考慮する必要がある。更に、③経営組織力として当該金融機関の

営業戦略・戦術等も重要である。このうち、①および②は統計的に捉えることが可能である。③については、客観的な指標としては示し難いだけに、本稿ではそれが経営組織力の変数に表されると考え、金融機関の業績である利益率の要因を考えている。

4. 実証的検討

(具体的な対象地域)

地域金融機関の営業地盤を解明するためには、ある特定の地域に所在する金融機関だけではなく、当該業態全体を対象として分析すべきであろう。しかし、それだけの数を処理するには相当の時間を要する(郵貯・農協を含めると、11/3月末時点に於ける金融機関の店舗数は68千以上に上る)。そこで、ここでは取り敢えず、大都市および都市部を本拠とする金融機関の多い近畿地方のうち、大阪府および兵庫県の両者を対象とする。そして、そのなかでも営業範囲が相対的に狭く他の地方には店舗をもたないことから所在する地域(市・町)の特徴を掴み易い、信金および信組を取り挙げる。対象とした信金・信組は、資料の入手可能な40先であり(信組は業域・職域および北朝鮮系・韓国系の組合を除く)、その店舗数は計991か店である。競合金融機関には、全国銀行(都銀・長銀・信託・地銀・第2地銀)のほか農協・漁協および郵便局で、立地点が特定可能な計4,866か店を取り挙げている¹⁷⁾。

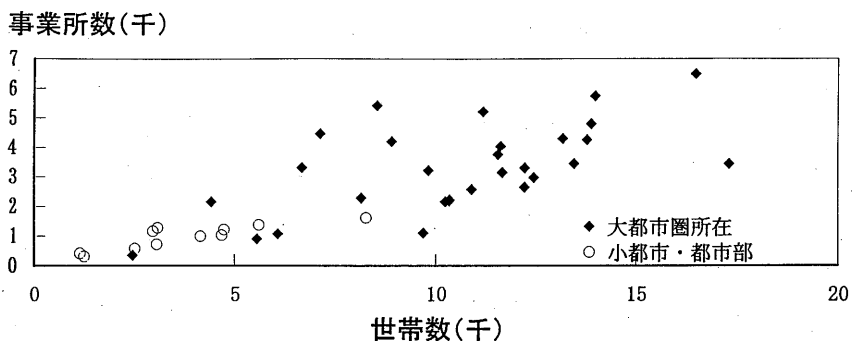
分析作業としては、先ず信金・信組の店舗991か店について、その地図上の立地点を特定し、次いで前節で述べたような各営業店の存在する

17) 業態別には、都銀752店、信託等69店、地銀866店、第2地銀614店、農協・漁協802店、郵便局1,763店である。

メッシュおよび周辺の8個のメッシュ（計9個のメッシュ）について、その範囲に存在する世帯数および事業所数、そして競合金融機関の店舗数を算出する。そして、各営業店に関するそうした数値を当該金融機関毎に累計していくのである。この場合、世帯数については平成7年の国勢調査、事業所は平成3年の事業所統計を使用し、競合金融機関は全銀協の作成した資料およびNTT発行のタウンページを利用して

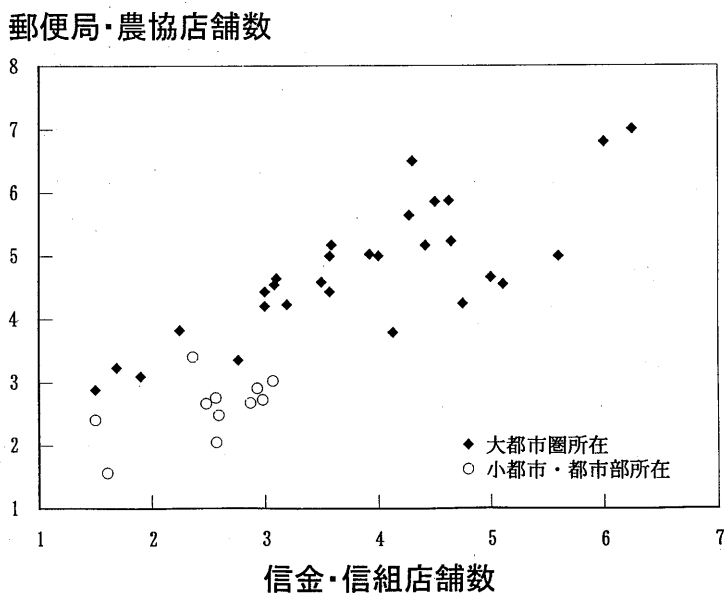
る。この場合に注意すべきは、ある営業店に比較的近い場所に設置された当該金融機関の他の営業店（僚店）については、エリアとするメッシュが重なるといったケースも生じ得ることである。つまり、現実にはエリアとして9枚のメッシュの一部を共通地盤とする営業店も存在する。この場合には、顧客（世帯数および事業所数）および競合金融機関ともに対象とするメッシュの数を調整し、ダブルカウントを回避して

図表8-A 営業店当たりの顧客数



(注) 1. 顧客数は未取引先を含む。
2. 事業所数と世帯数の相関係数は0.781、うち大都市圏は0.609。

図表8-B 営業店当たり競合店舗数



いる。また、同一のメッシュ内に存在する世帯および事業所は、各金融機関が自身のエリア内に存在する顧客（潜在的な可能性をもつに留まっている先を含む）と考えて対応している。本稿では、当該金融機関のエリア内の顧客数は他の金融機関にとっても同様に顧客数として計算している。

ここで、競合金融機関については、計測に際して予想される多重共線性の問題を回避するため、全国銀行（都銀・長銀・信託、地銀・第2地銀）、同一業態（信金・信組）および郵便局・農漁協の3つのグループに纏めて考察している。また、全国ベースで行った分析（第2節）と同様に、世帯数・事業所数および競合金融機関数については、業務純益率との関係をみるため店舗数の影響を排除する必要から、何れも1営業店当たり調整して使用している。

営業地盤の基礎となる世帯数および事業所数（何れも1営業店当たり）について、本稿の最初で大都市として分類した大阪府・神戸市を例にみていこう。小都市所在の場合には世帯数や事業所数がかなり少ないことは容易に想像され、現実にもそうした分布となっている（図表8-A）。一方、大都市圏に関してはこうした顧客が密集し、概ね一様に分布していると考えられよう。現に、これまでの先行研究で単位当たりの店舗数等を金融サービスへのアクセスの容易さを表す指標として取り挙げてきたことも、こうした考えに基づくものと推察される。しかし、図表8-Aによれば、大都市圏に本拠をもつ金融機関（この場合29先）といえども、それが営業地盤とする顧客数については相当のバラツキが存在する。このことは、従来型の単位面積当たりの店舗数等を指標とする分析には大きな問題があったことを窺わせるものであ

る。勿論、こうした顧客数は潜在的な可能性をもつに留まる先が含まれており、それらの全てと取引が行われている訳ではないが、エリア外の顧客との取引は地理的距離からもそれだけ難しくなるだけに、金融機関自身が存在する狭域に於ける顧客地盤の重要性を示している。なお、大阪府および兵庫県下の信金・信組についてみる限り、営業店当たりの世帯数と事業所数との相関はかなり高い（大都市圏については幾分低い）。競合金融機関の店舗数についても、大都市圏を中心になかなりのバラツキがみられる（図表8-B）。全体として、信金・信組と郵便局・農漁協の店舗展開の間には正の相関関係が窺われ（相関係数0.825）、郵便局・農漁協といえども顧客数を重視した店舗展開であるとも推察される。

（計測結果とその解釈）

以下では、信金・信組の利益率の決定要因について(4)~(6)式に示される7ないし8変数による回帰分析を行う。具体的には、事業所数、世帯数、競合金融機関数（何れも1店舗当たり）のほか、組織関係の3変数である。第2節の(1)~(3)式の計測で有意性の低かった預金積金に占める定期積金比率および自営オンダミーは除外する一方、競合金融機関数については信金・信組、全国銀行および郵便局・農漁協の3グループに分けて計測している。なお、サンプル数の制約から、信金と信組の両者を併せて計測している。

$$r \cdot L/A = F(FN, HN, C1, C2, ES, PH, PB) \dots (4)$$

$$i \cdot D/A = G(FN, HN, C1, C2, C3, ES, PH, PB) \dots (5)$$

Π/A

$$= H (FN, HN, C1, C2, C3, ES, PH, PB) \dots (6)$$

r・L/A：貸出金収入率，i・D/A：預金コスト率，
Π/A：利益率（業務純益率），FN：営業店1か
店当たり事業所数（1か店当たり），HN：同世
帯数，C1：同信金・信組店舗数，C2：同全国
銀行の店舗数，C3：同郵便局・農漁協の店舗
数，ES：組織の重層性，PB：営業店当たり人
員数，PH：本部人員比率

想定される符号条件は，(4)式はFNがプラス，
HNがプラスあるいはマイナスでそれ以外はマ
イナス，(5)式はFNおよびHNがマイナスある
いはプラスでそれ以外はプラス，(6)式はFNお
よびHNがプラスでそれ以外がマイナスであ

る。(4)，(5)式に於けるFN，HNの符号条件に
ついては，(1)，(2)式の場合の想定と同様である。
この式を基にして，平成9年度を対象に信金・
信組計（40先）について計測を行った（利益率
については大都市圏も別途計測している）。

計測結果は，図表9に示される。全体として
の当てはまりは，本店所在地のデータを使用し
た図表5ないし6と比べかなり改善しており，
こうしたメッシュデータの利用によって経営地
盤をより正確に把握することが可能となること
を窺わせる。但し，組織に関する変数を含めて，
パラメターの有意性が低いケースもあり，

図表9 信用金庫・信用組合の収益力 (かつこ内はt値)

被説明変数	貸出金収入率 (40先)	預金コスト率 (40先)	業務純益率 (40先)	うち大都市 所在の29先
事業所数(千)	(0.2) -0.0156	(0.4) -0.0285	(0.3) 0.0358	(0.6) 0.0743
世帯数(千)	(2.2) 0.0499**	(0.6) 0.0140	(1.2) 0.0375	(0.7) 0.0283
信金・信組の 店舗数	(0.7) 0.0744	(1.8) -0.1450*	(2.4) 0.2524**	(2.3) 0.2984**
都長銀・信託・ 地銀の店舗数	(0.6) -0.0202	(0.4) 0.0119	(1.0) 0.0372	(0.7) 0.0303
郵便局・農漁 協の店舗数		(1.7) 0.2090*	(2.9) -0.4654***	(2.8) -0.5883***
組織の重層性	(1.8) -0.0053'	(0.3) 0.0007	(1.5) -0.0044	(1.1) -0.0041
本部人員比率	(1.6) 0.0147	(0.3) -0.0025	(1.0) 0.0105	(0.7) 0.0092
営業店人員 (1店当たり)	(4.7) -0.0888***	(2.3) -0.0337**	(0.5) -0.0093	(0.8) -0.0173
決定係数	0.653	0.499	0.330	0.410
F値	8.600	3.867	1.908	1.743

- (注) 1. 説明変数は上記の7ないし8変数である。定数項の記載は省略した。
貸出金収入率は貸出金利息/総資産，預金コスト率は(預金利息+経費)
/総資産である。
2. 事業所数，世帯数および店舗数は，営業店1店当たりである。
3. 大都市所在は，大阪府および神戸市に本店を有する信用金庫および
信用組合。
4. 平成9年度のベース。***は1%，**は5%，*は10%水準で有意で
あることを示す。

この点は今後の検討課題である。貸出金収入率は世帯数（個人ローン関係）や組織の重層性および営業店人員、預金コスト率は郵便局・農漁協が有意であるに留まるが、競合関係については「棲み分け」や集積の経済効果を含めて解釈することも出来る。

これを踏まえて利益率の決定要因をみると、世帯数および事業所数については、符号条件は満たされているが、有意性はやや低い（特に事業所数）。一方、競合する金融機関群のうち、郵便局・農漁協の店舗の符号はマイナスで有意性も高い。この点について従来多くの研究者が主張してきた、郵便局は全国一円に店舗を展開しており、民間との競合は必ずしも明確ではないとする分析結果には問題があることを窺わせる。全国銀行の店舗に関しては、利益率に対してプラス方向に作用するとはいえ有意性が低く、その限りでは信金・信組は上位の業態との間で依然「棲み分け」状態が続いていると推察される。反面、同業態の店舗数については符号がプラス且つ有意であり、想定とは逆の結果となった。この点は、サンプル数の少なさや地域的な影響もあり、全国ベースにその儘適用することは難しいが、同業態の金融機関が揃って出店している地域は、競争も強いと想像されるが、それだけ集客力が大きくいわば「集積の経済効果」が作用し易いことを表しているとも考えられる。世帯数や事業所数が地盤をいわば量的に捉えているのに対し、地域に於ける富裕層等の集まりのような質的な側面の代理変数的な性格が含まれるとみられるのである。

なお、都市規模別には、サンプル数が多くないこともあり大都市圏（29先）についてのみ計測した。その結果をみると、大都市圏では事業所数のパラメーターが大きくなっており、貸出先

数との関係の強まりが示唆される。一方、競合金融機関については都銀等の上位業態のパラメーターは大きな変化がないが、同業態および郵便局・農漁協の何れもパラメーターの絶対値が大きくなっており、同業態に関しては集積の経済効果が強まること、郵便局・農漁協についても利益率に対するマイナス方向でのインパクトが強まると推察される。また、組織面では、組織の重層性については大きな変化がないが、営業店当たり人員のパラメーターは大都市圏でマイナスの値が大きくなっており、大都市圏で営業店に人員を多投することは、利益面では効果が弱いことを表すと解釈出来る。

（結論と課題）

以上の検討結果を纏めてみよう。信金・信組に代表される地域密着型の経営を行う金融機関にとり、その置かれた営業地盤およびそれを具体的に示す店舗配置は利益構造に対して決定的な影響力を持つ。勿論、エリア内の経済活動水準が高い場合にも、競合金融機関の存在や組織活動面の巧拙により業績が大きく左右されることは避けられない。地方に於ける小都市所在の金融機関が相対的に高い利益率を維持し得ているのも、経済活動水準が低い一方で競合関係が強くないほか、組織面で効率的な経営が行われていることが背景に存在すると解釈することも出来る。今回の分析では、従来の研究では重視されてこなかった営業地盤に関連する変数（事業所数、世帯数および競合金融機関数）の経営に及ぼす重要性が明らかとなった。また、定量化が難しいとされてきた組織力についても、組織に関する客観的な指標が利益率と有意な関係をもっていることが示された。競合関係については、店舗展開は信金・信組と郵便局・

農漁協とは正の相関がかなり高く、金融機関の店舗展開が顧客数や他の金融機関の出店状況を念頭に置いた利益重視型であったことを窺わせる。また、同業態（信金・信組）の店舗が多いことはそれだけ顧客が集中していることを表し、集積の経済効果を発揮し易くなると推察される。この点は、事業所数や世帯数が顧客数の量的な面を捉えている一方、そうした指標の質的な面が含まれていると考えることも出来よう。こうした結論は、新古典派に代表される特定の理論を前提に導かれるものではなく、また回帰モデルの定式化に際して先験的な変数の選択に依存する部分が生ずることは避け難い。しかし、現実の金融機関の状況を踏まえて選択された変数を用いて分析している面が強いだけに、金融機関全体について応用すべき範囲がそれだけ広がるといったメリットも大きいと考えられよう。

最後に、上記の分析結果のうち、第4節は限られた2府県を対象としたものであることに留意すべきで、結論をその儘全国ベースで適用することは難しい。その意味では、大阪府および兵庫県を対象に行った分析を近畿地方全体に広げることのほか、首都圏・中京圏といった大都市圏を中心に拡大し、更に全国各地の信金・信組へと地理的情報に基づく分析の対象範囲を広げていく必要がある。そうした拡大によって、営業店と世帯数や事業所との関係、あるいは組織面のパラメーターの変化がより明確となっていく可能性がある。但し、3つに分類した競合店グループとの関係については、全国各地で同様な活動を行っている業態をベースとしているだけに、基本的には変化がないことも予想される。勿論この場合、競合金融機関のグループ分けの再検討も必要であり、また都市規模別および信

金・信組の業態別に計測することも重要である。

(平成11年10月15日脱稿)

付記) 本稿作成の過程で、法政大学 上林敬崇教授、大阪大学 林敏彦教授、神戸大学 福重元副助教授、横浜市立大学 松浦克己教授、神奈川大学 宮原勝一助教授、日本銀行 阿川裕里氏より示唆に富む有益なコメントを戴いた。また、データ入力に関しては、九州大学大学院 鬼丸朋子、神戸商科大学 商経学部 今市玲子・北岡美穂の諸君の協力を得た。

なお、本研究は(財)学術振興野村基金から研究助成を受けた。

参 考 文 献

- 井上徹・宮原勝一・深沼光「都市階級別データによる預貯金選択の分析」1998年度 金融学会 秋季大会報告 奥井めぐみ(1998)「家計の主要金融機関の決定に関する分析」『郵政研究所月報』No. 120
奥井めぐみ(1999)「家計の主要金融機関決定に関する分析」郵政研究所ディスカッションペーパー・シリーズ 1999-07
金融年報編集委員会(1997)『「金融年報」別冊 現行通達集』平成8年版 金融財政事情研究会
全国銀行協会連合会(1985)「店舗行政の変遷と店舗配置(上),(下)」『金融』第464・465号
加護野忠男他(1993)「日米企業の戦略と組織」伊丹敬之・加護野忠男・伊藤元重編『日本の企業システム 第2巻 組織と戦略』有斐閣
高坂宏行(1994)『行政とビジネスのための地理情報システム』大明堂
齋藤一朗(1997A)「わが国における金融の地域構造——預貸率の不均等分布と資金の地域的流動」『地域開発』8月号 日本地域開発センター
齋藤一朗(1997B)「わが国における金融の地域構造——金融システムの空間構造と地域的な金融特性の差異」『季報ほくとう』Vol. 45
高橋伸夫(1995)『経営の再生……戦略の時代・組織の時代』有斐閣
高橋伸夫(1997)『日本企業の意思決定原理』東京大学出版会
高林喜久生(1998)「民間金融活動の地域的偏在と公的金融の役割」
金融システム研究会・川口慎二・古川顕編『現代日本の金融システム—公的金融と銀行行動—』貯蓄経済研究センター関西支所

- 谷川寧彦・橋木俊詔(1991)「家計資産選択のクロスセクション分析」松浦克己・橋木俊詔編『金融機能の経済分析』第4章 東洋経済新報社
- 谷村秀彦(1986)「施設配置計画の数理」谷村秀彦他『都市計画数理』第2章 朝倉書店
- 筒井義郎(1988)『金融市場と銀行業』第Ⅱ部 東洋経済新報社
- 筒井義郎・蠟山昌一(1987)「金融業の産業組織」館龍一郎・蠟山昌一編『日本の金融 [1] 新しい見方』東京大学出版会
- 筒井義郎・竹内哲治・粕谷宗久(1999)「銀行の経営合理化」Discussion Papers in Economics And Business 大阪大学99-02
- 徳岡一幸(1990)「日本の大都市圏—1985年におけるSMEAの設定と都市化の動向」『研究年報 30』香川大学経済学部
- 中尾根康宏(1994)「我が国銀行業における市場構造と利潤の関係について」
- 大蔵省財政金融研究所『ファイナンシャル・レビュー』11月号
- 中村良平・田淵隆俊(1996)『都市と地域の経済学』有斐閣
- 日本銀行調査局(1999)「全国銀行の平成10年度決算」『日本銀行調査月報』8月号
- 野間敏克(1988A)「地域預金市場における官民関係」『金融ビッグバンと公的金融』近畿郵政局貯金部
- 野間敏克(1988B)「寡占的預貯金市場における公的金融の役割」金融システム研究会・川口慎二・古川顕編『現代日本の金融システム—公的金融と銀行行動—』貯蓄経済研究センター関西支所
- 林 敏彦(1982)「個人の金融資産選択を郵便貯金」『大阪大学経済学』Vol. 31 No. 4
- 平下 治(1995)『コンピュータマッピングシステムによるエリアマーケティング革命』ダイヤモンド社
- 福重元嗣(1997)「大都市圏における郵便貯金と銀行預金の競合・補完関係」郵貯資金研究協会『郵貯資金研究』第4巻
- 藤原賢哉(1998)「銀行の経営組織と貸出行動—審査部の独立性と不良債権—」金融システム研究会・川口慎二・古川顕編『現代日本の金融システム—公的金融と銀行行動—』貯蓄経済研究センター関西支所
- 堀内昭義(1981)「我が国銀行業の長期的構造変化」貝塚啓明・志村嘉一・蠟山昌一編『金融・証券講座』東洋経済新報社
- 堀内昭義・佐々木宏夫(1982)「家計の預・貯金需要と店舗サービス」『経済研究』第33巻第3号
- 堀江康熙(1997)「地域金融機関の行動分析」『経済学研究』第64巻第1・2号 九州大学経済学会
- 堀江康熙(1998)「信用秩序の維持と日本銀行考査」『経済学研究』第64巻第5・6号 九州大学経済学会
- 堀江康熙・浪花貞夫(1990)『日本の金融変動と金融政策』第13章 東洋経済新報社
- 松浦克己(1991)「地域別に見た家計の金融資産選択」郵政大臣官房企画課企画調査室編『郵政経済活動の現況』第一法規
- 松浦克己・橋木俊詔(1991)「家計の金融資産選択と公的金融」松浦克己・橋木俊詔編『金融機能の経済分析』第3章 東洋経済新報社
- 松浦克己・橋木俊詔・井村浩之(1990)「家計の金融資産選択と公的金融」『経済分析』119号
- 山田浩之・徳岡一幸(1983A)「都市分析と大都市圏の概念」『経済論叢』第131巻 第4・5号 京都大学経済学会
- 山田浩之・徳岡一幸(1983B)「わが国における標準大都市雇用圏：定義と適用」『経済論叢』第132巻 第3・4号 京都大学経済学会
- Angelini, P., R. Di Salvo, and Ferri, G. (1998), "Availability and Cost of Credit for Small Businesses: Customer Relationships and Credit Cooperatives," *Journal of Banking and Finance* 22
- Berry, Brian J. L. (1967), *Geography of Market Centers and Retail Distribution* Prentice-Hall (西岡久雄他訳『小売業・サービス業の立地』大明堂 1972年)
- Copeland, Koller, T. T., and Murrin, J. (1996), *Valuation, Measuring and Managing the Value of Companies*, 2nd Edition, Wiley
- Evanoff, D. (1988), "Branch Banking and Service Accessibility," *Journal of Money, Credit, and Banking* Vol.2, No.2
- Harrigan, F. J. and McGregor, P. G. (1987), "Interregional Arbitrage and the Supply of Loanable Funds: A Model of Intermediate Financial Capital Mobility," *Journal of Regional Science* Vol.27, No.3
- Mitroff, I. (1997), *Smart Thinking for Crazy Times, The Art of Solving Right Problem*, Berrett-Koehler Publishers
- Moor, C. L. and Hill, J. M. (1982), "Interregional Arbitrage and the Supply of Loanable Funds," *Journal of Regional Science* Vol.22, No.4

堀江 [九州大学経済学部教授]

川向 [神戸商科大学商経学部助教授]