

金融システム改革と郵便局のユニバーサルサービス

第二経営経済研究部主任研究官 丸山 昭治

〔要約〕

金融システム改革の一環として平成10年12月に銀行による投資信託の窓口販売が解禁された。投資信託が我が国の個人金融資産に占めるウェイトは2%程度と低い水準にあるが、現在の資産運用に満足していない層を中心に需要の拡大が見込まれていることもあり、金融機関は規制緩和を受けた商品開発、資産運用などの分野で外資系金融機関などと業務提携をするなどの動きがみられる。本論文ではこのような金融市場の変化に対応した金融機関の動向をリスク選択の観点から捉える一方、公的金融機関としてユニバーサルサービスを提供しているといわれる郵便局サービスの経済効果を測定することを試みる。

ユニバーサルサービスという概念は電気通信の分野で生まれたものであるが、現在では公益事業が提供するサービスの重要な要素となっており、具体的には、どこでもかつ公平にサービスを受けられる、サービスの品質が一定であることを特徴としている。金融についてはもはや日常的に必要な不可欠であり他の手段で代替できなくなっている点でユニバーサルサービスを提供する主体が必要であるといえ、人口、面積当りの店舗数に偏りがなく地理的にアクセシビリティが高い郵便局が公的金融機関としてその役割を果たしている。今後のわが国の金融市場を考えるために、金融自由化が実施されてきた米国の事例をみると銀行は証券など他業態との競合等により預金・貸出という伝統的な業務の収益性が低下したためにリスクの高い融資や手数料業務を拡大を図るなどリスクを拡大する一方、収益を確保するためのリストラを実施してきた。一方、我が国の銀行店舗数は最近になって緩やかな減少となっているが、金融システム改革を契機とした金融機関の合併や業務提携により今後重複する経営資源の効率化につながっていくものとみられている。

公的金融機関である郵便局については、「信頼できる」、「店が多い」などのイメージを持たれているが、今後のサービスの方向性を考える上でも定量的な分析を行うことが重要であると思われる。そこで米国で開発された意思決定問題を扱う手法であるAHP（階層分析法、Analytical Hierarchy Process）を用いることとし、金融機関を利用することにより得られる便益効果の源泉として利便性、商品性、金融商品、信頼性、このうち利便性については自宅職場などに近い、支店数が多い、外務員が訪問してくれる、の要素を設定してそれぞれの重要度（ウェイト）を計算した。その結果、4つの要素のなかでは利便性のウェイトが最も大きく、利便性のなかでは自宅職場などに近いという要素のウェイトが

最も大きいことが分かった。このウェイトを利用することで全ての要素の金額を求めることができる。

郵便貯金事業については、平成13年に資金運用部への預託が廃止される予定になっているなど制度改革が見込まれているが、これらの動きは従来以上にリスクを意識した事業運営が求められていることを意味するものと思われる。今後の金融市場を考える時、投資信託など金融商品は多様化する方向にあるものの、現在の金融機関利用者にとっては金融サービスを受けることによる便益の源泉としては利便性など営業店舗網の占める役割が大きく、全国に店舗網を有している郵便局に求められている役割は依然重要であろう。

第一節 はじめに

1.1 金融システム改革の動向と郵便局の事業経営

平成10年12月1日、銀行および保険会社による投資信託の窓口販売が解禁され、外為法改正に続く金融システム改革（いわゆる日本版金融ビッグバン）の改革第2弾として今後の金融市場に与える影響が大いに注目されている。銀行はこれまで元本割れする可能性のある金融商品を販売した実績がなく、投資信託は銀行の販売する主力商品とはならないという見方がある一方、1,200兆円を超える我が国の個人金融資産の新たな受け皿として期待もされている。

今後の金融市場を考えると、業態別子会社の業務制限撤廃、保険会社と他業態の業務制限撤廃など金融システム改革がさらに進展していくと金融機関間の競争が激しくなり、金融機関の中には利益を確保するためによりリスクを選択する行動を取ることが予想されるほか、費用を削減するために店舗を統廃合する等の動きが出るものと思われる。現実に銀行は外資系金融機関と投資信託の運用ノウハウを蓄積するために業務提携関係を結ぶなどの動きをみせており、金融機関同士の合併や業務提携により重複する業務および経営資源を合理化する等の動きを加速させている。これらの行動は欧米の金融機関においてもみられるものであ

り、業務や店舗の合理化は顧客側からみればサービスの低下となり、利用者の金融サービス利用による便益を低下させるものであろう。このように金融機関のリスク選択は今後の金融機関利用者の便益に大きな影響を与えるものであるが、今後の金融市場を考える上でなぜ金融機関がこれまで以上により高いリスクを選択する行動を取ることになったのかという問題を整理しておく必要があるのではないかと。

一方、公的金融機関たる郵便局の運営している事業はあまねく公平を原則としたユニバーサルサービスを提供しているといわれるが、民間金融機関が上記のようなリスクを選択する行動を取り、その結果として金融機関利用者の便益が低下するならば郵便局によるユニバーサルサービス提供は家計にとって従来以上に重要な意味をもつものと思われる。しかし郵便局のユニバーサルサービスがもたらしている経済効果を考えるにあたっては、「郵便局が近くにある」ことにより利用者は便益を得ているとすれば、これを定性的な印象だけでなく定量的に把握すること、つまり郵便局のユニバーサルサービスによる経済効果を数字で捉えることができれば現在提供しているサービスの内容について更に有益な情報を提供することができるものと思われる。

1.2 本調査論文の内容

本調査論文は上述したような金融システム改革及びユニバーサルサービスの概念について概観したうえで、民間金融機関のリスク選択行動の背景および公的金融機関たる郵便局によるユニバーサルサービス提供の便益効果を明らかにすることを主な内容としている。具体的な節の構成は以下の通りである。まず第二節では郵便局あるいは広く一般に公益事業が提供している「ユニバーサルサービス」とはなにかという観点からユニバーサルサービスの定義を整理し、郵便局の事業が提供しているユニバーサルサービスの内容を店舗の面から他の金融機関と比較検討する。第三節では今後の郵便局のサービスを考える上で重要な動きになるとと思われる金融システム改革についてまとめた上で金融システム改革の進展にともなう金融機関の対応を業務提携、店舗数を中心にみていくことにする。具体的には、まず金融機関にとってのリスクを整理した上で、金融自由化がすすむなかで伝統的な銀行業務のウェイトが低下し金融機関の業務がより収益性の高い(したがってリスクも高い)事業に傾斜したことについて特に米国の事例を取り上げて言及する。第四節では「金融」の側面からみた郵便局¹⁾の果たしている役割を利用者が感じている便益効果の測定を中心に行う。計測方法はアメリカで開発された意思決定手法であるAHP (Analytical Hierarchy Process) を用い、AHPを実施する上での基礎データとなる部分は郵政研究所が平成9年に実施したアンケート調査(『金融機関利用に関する意識調査』)を用いている。銀行など民間金融機関が金融システム改革でよりリスクを選好する行動を取ることが予想される一方、郵便局のユニバーサルサービスが提供し

ている便益効果が明らかになったところで、2001年には財政投融资への預託義務付けが廃止され全額自主運用に移行するなど今後大幅な制度改革が見込まれる郵便貯金事業にとっての今後の課題をもってまとめとする。ただし本文中で行われる分析、結論を含め意見に関わる部分については筆者の個人的見解であり、郵政省の公式見解ではないことを断っておく。

第二節 ユニバーサルサービスについての論点整理

2.1 ユニバーサルサービスの定義

郵便局の三事業(郵便、為替貯金、簡易保険)が提供しているサービスを考える上でユニバーサルサービスは重要な要素のひとつである。しかしユニバーサルサービスという用語自体については主に電気通信の分野において日常的に使われている観があり、すでに専門用語として確立していることからその定義について厳密に議論した上で分析している調査研究は少ないのが現状である。以下では金融におけるユニバーサルサービスという一般的とはいえない分野を扱うこともあり、最初にユニバーサルサービスの定義を整理しておくことにする。ユニバーサルサービスの語源の由来としては100年以上前に遡る。最初にユニバーサルサービスという言葉を世に出したのはAT&Tの社長であったセオドア・ニュートン・ベイル氏(Theodore Newton Vail、社長在位1878年~87年、1907年~20年)で、同氏は同社の通信サービスの基本的な政策として「一つのシステム、一の政策、ユニバーサルサービス(One System, One Policy, Universal Service)」を掲げ独占通信会社が一定の経営方針のもとで全国にサービスを展開

¹⁾ ここで郵便局のサービスを金融すなわち郵便貯金、簡易保険に限定しているのは、AHPの基礎資料である「金融機関利用に関する意識調査」において、調査対象に対しあくまで「金融機関」としての郵便局を調査対象としていることによる。しかしこのことは郵便局を郵便サービスと同時に金融サービスを利用している人を排除するものではなく、本調査における金融機関としての郵便局の利用状況および郵便局から得られる便益効果については実態より過大に計測されている可能性がある。

することをアピールした。ユニバーサルサービスという用語はその後電気通信の分野で広く使われるようになり、1987年のEC委員会による「電気通信に関するグリーンペーパー」では以下のように整理された。ここではユニバーサルサービスを構成する概念は①地理的に全体を網羅したサービスを提供すること、②サービス提供者の営業地域内とは無関係に、全ての利用者に対して同等と認められる条件をもって利用者からの要求に基づきサービスを提供することを挙げており、翌年出されたOECDの報告書ではユニバーサルサービスの概念を①地理的に普遍的な利用可能性、②アクセス上の無差別性、③適正な料金または手頃な料金の3つを、1991年に出された米国商務省電気通信情報庁（NTIA）のレポートでは①どこに住んでも利用可能なこと（availability）、②電話に加入し、利用することが経済的に可能なこと（affordability）の2つを挙げている。

全国（あるいはエリア内全体）での供給義務があるかわりに平均費用に基づく全国（あるいはエリア内）一律の料金が認められ、部門間の内部補助で赤字部門を補填する手段が担保されている産業は電気通信事業に限らない。このような特性は公益事業に特有のもので、公益事業とは電気通信のほかにも電気、ガス、上下水道、郵便がその代表例であるといえる。電気通信の分野でスタートしたユニバーサルサービスという用語はこれら公益事業こそユニバーサルサービスの特質を持っているといえる。林（1998）によれば公益事業のユニバーサルサービスを構成する要素として①全国どの地域でもサービスが受けられること（universal geographical availability）、②所得のいかにかわらずサービスを受けられること（universal

affordability）、③サービスの品質が一定であること（universal service quality）、④料金についての差別的取扱い（price discrimination）がないことを挙げている。

2.2 郵便局のユニバーサルサービス

郵便局では郵便・為替貯金・簡易保険の三事業を運営しているが、この三事業はユニバーサルサービスを提供する主体となり得るのだろうか。ユニバーサルサービスの語源が当時米国で唯一の通信事業社であったAT&Tであることを考えると、国の独占事業である郵便については公益事業としてユニバーサルサービスを提供する主体であることについてはほぼ異論はないものと思われる。郵便以外の金融サービスに関しては、議論の前提として民間企業による経営が一般的である「金融」が公益事業であるとの考え方は一般的ではないであろう²。しかし、ユニバーサルサービスは公益事業には欠かせない重要な要素ではあるが、このことは公益事業のみがユニバーサルサービスを提供していることを意味しないものと思われる。公益事業の特質をさらに検討すると、提供される財やサービスが日常的に不可欠のものであるという「必需性」を考える必要がある。金融あるいは金融サービスが家計の日常にとって必要不可欠を示す材料としては郵便貯金カード（約5千万枚）を含めたキャッシュカードの発行枚数（約3億2千万枚、国民1人あたり2.7枚）、クレジットカードの発行枚数（約2億2千万枚、同1.9枚）、通常貯金・普通預金の利用率（調査対象世帯の98.5%、郵政研究所調べ）などであり、これらの数字は金融サービスが日常生活に不可欠であり、今や他の手段で代替することが不可能なほど家計の生活に

² 林（1998）では公益事業（public utility）として捉えられる産業としては電気、ガス、上下水道、郵便、電気通信、鉄道、バス、トラック、航空輸送などがあり、熱供給、放送、タクシー、医療機関については公益事業とするかどうかについては意見が分かるとしている。

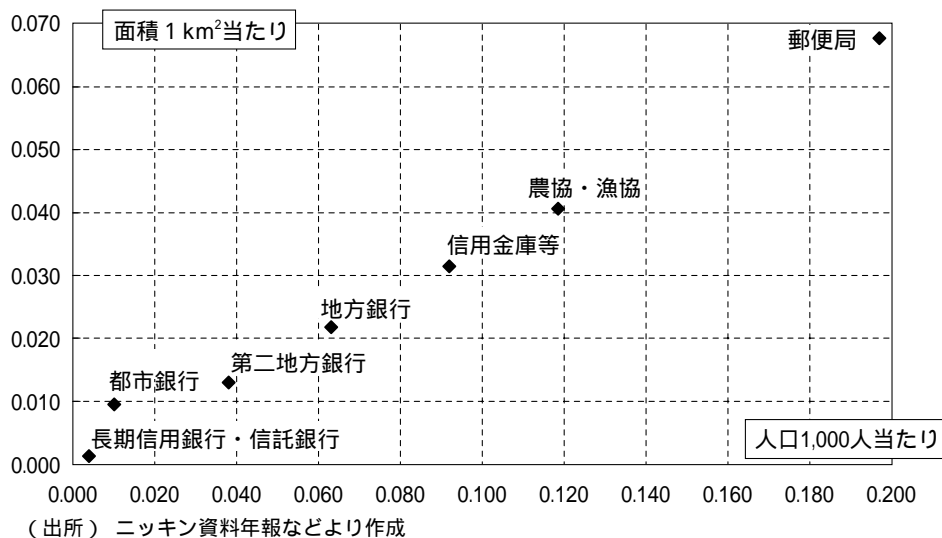
浸透している、つまりその意味では公共的な要素をみることもできる³。

金融サービスの中にはユニバーサルサービスとして供給しなければならないものがあるという観点から金融事業を含めた郵便局のユニバーサルサービスをみていくことにする。郵政審議会による「21世紀を展望した郵便局改革ビジョン」では郵便局のユニバーサルサービスとは①全国あまねく、②いつでも、③公平に提供される、④生活基礎サービスを提供する義務のことであるとしている。これらの概念を林（1998）における公益事業のユニバーサルサービスの構成要素と比較してみると、①はどの地域でもサービスが受けられること（universal geographical availability）に、③は所得のいかにかわらずサービスを受けられること（universal affordability）に対応しており、④の生活基礎サービスたりうるためにはサービスの品質が一定であること（universal service quality）、料金についての差別的取扱い（price

discrimination）がないことが必要であるといえよう。②は非常時を含めて地理的な概念だけでなく時間的な概念でみてもサービスを提供する義務があることを示している。これらの考え方は郵政事業を運営している根拠となっている各事業法の考え方を反映したものであり、例えば郵便貯金法第一条では「郵便貯金を簡易で確実な貯蓄の手段としてあまねく公平に利用させる」ことを明記しており、あまねく公平の原則をはじめ、郵便局が提供する商品を個人・小口を対象とした簡易な基礎的自助サービスに限定したものとなっている。

次に郵便局が提供しているサービスの代表指標として店舗数をみてもいいことにする。我が国の金融機関7業態について、97年3月末における人口および面積あたりの店舗数をまとめたのが図表1である。郵便局数は24,600と、農協・漁協の14,900店舗、信用金庫・信用組合・労働金庫の11,500店舗と比べて最も数が多いことから面積、人口当たりでみた数字も最大となっているほか、

図表1 面積、人口当たりの金融機関数



³ 金融サービスが日常生活に不可欠であることを示す事例としてはアメリカのライフラインバンキングの考え方がある。これは生活に必要な最低限の金融サービスについては金融機関が必ず提供することを義務つける考え方である。米国の州によっては月間の口座維持手数料水準が低い決済勘定サービスの提供を法律により定められているところがあるほか、高齢者などの利用者が保有する口座の手数料を無料にすることを義務付けているところもある。全国に店舗ネットワークをもつ郵便局がライフラインとしての金融を担うべきという考え方もある。家森（1998）参照。

他業態と比較しても面積、人口当たりでみた数字に偏りがみられない。このことは地理的にみたときの郵便局のアクセシビリティが高いこと、つまりユニバーサルサービスの重要な要素である「全国どこでもサービスを受けられる」ための条件を満たしているといえる。

第三節 金融システム改革を巡る金融機関の動き

3.1 金融システム改革の進展と今後の制度改革

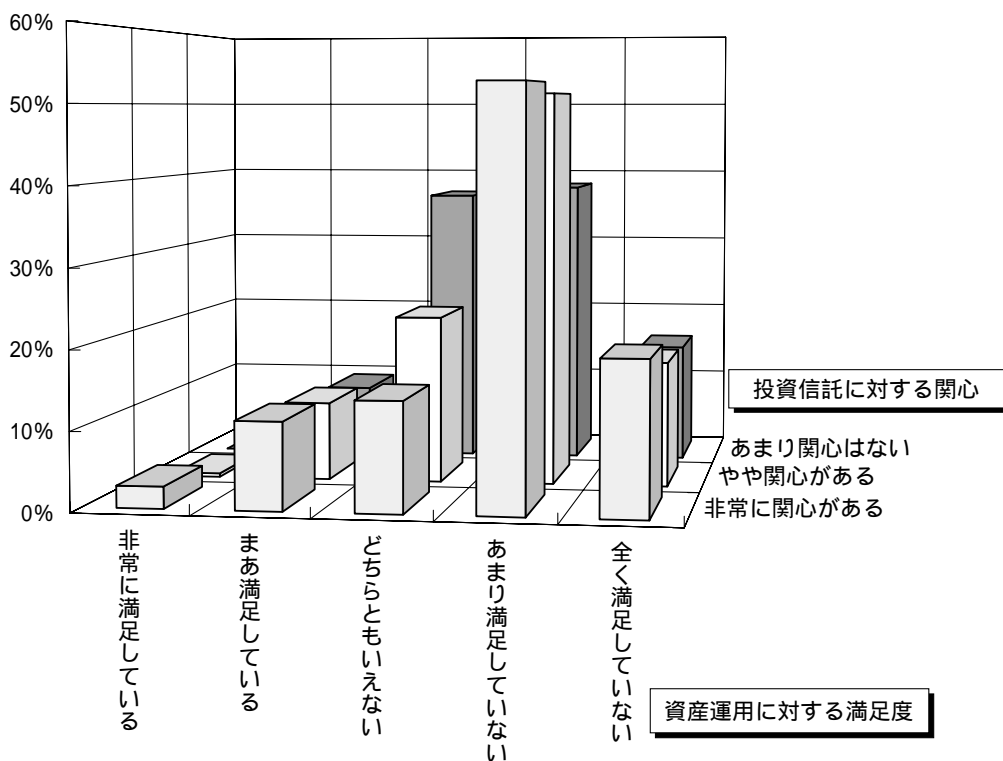
我が国の金融システム改革（いわゆる日本版金融ビッグバン）は平成8年より当時の橋本首相の指示を受けて始まった改革の動きであり、翌9年6月に関係審議会の報告書がまとまり改革全体の具体的内容とスケジュールが明らかとなった。この改革はわが国経済が21世紀においても活力を保つために、金融市場の透明性・信頼性を確保しつつ、大胆な規制の撤廃・緩和をはじめとする金融市場の改革を行うことに加え、東京市場をロンドンやニューヨーク並みの国際金融センターとして機能拡充を図ることが主な内容である。これまで外国為替法の改正や証券総合口座の導入、ABS（資産担保証券）など債権の流動化に関する法整備などが実施されてきており、今後も株式委託売買手数料の自由化、金融業態間の業務参入などが具体的なスケジュールとして検討されている。

この金融システム改革の一環として平成10年12月より銀行による投資信託の窓口販売が解禁された。投資信託の販売については、欧米では銀行による販売が一般的ではあるが、わが国の販売ルートは証券会社か投資信託委託会社による直接販売であったものを平成8年より投資信託委託会社が銀行の店舗を借りて販売することが認められ、昨年、銀行本体が直接販売できるように証券取引法の改

正が行われた。同時期に改正投資信託法が施行されている（正確には「証券投資信託法」から「証券投資信託及び証券投資信託法人に関する法律」へ改正）が、この法改正によりディスクロージャー制度が拡充されるほか、投資信託の運用対象が有価証券以外のものに拡大されるなど投資家にとって投資しやすい商品に向けた法整備がなされた。これまで投信は我が国家計にとって一般的に馴染みのある投資対象とはいえず、1997年末において米国の個人金融資産のうち投信の占める割合が約10%であるのに対し、わが国家計の投資信託の保有状況は同年末で28.8兆円と保有金融資産（1,230.2兆円）の約2%程度である。しかし銀行や保険会社が投信を直接販売することになり⁴、金融資産に占める投信のウェイトが上昇することも考えられるが、これをみるためにはどのような属性を有する家計が投信に投資するのかを検証する必要がある。その一例として家計の資産運用に関する満足度別にみた投信窓口販売への関心度をみると（図表2）、国債流通利回りが2%前後で推移するという過去に例のない超低金利時代において現在の資産運用に満足していない家計が大半を占めているのが現状であるが、投信に対して「関心がある」と回答する層のほとんどがこれら資産運用に対して不満な層と一致している。投信は預金よりも高い収益が見込まれる反面、元本割れ等リスクもともなうため低金利下の運用に満足していない家計のすべてが実際に投信を購入することは有り得ないが、有利な運用を志向する高所得者を中心に投信への需要が増加することも考えられる。また、高齢者世帯は養育費や住宅ローン等の負担が減少する一方で退職金が入ることから金融資産の蓄積が進み、投信も含めたリスク性

⁴ 東洋経済新報社の調査によれば投信窓口販売を実施した金融機関は全ての店舗で販売しているわけではない。都市銀行や信託銀行は全店舗で投信を取扱うケースが多いものの、地方銀行では本店を含めた主要店舗で扱う機関が多くなっている。また生命保険会社については平成11年以降の販売開始を予定しているところが多い。

図表2 資産運用に対する満足度と投資信託に対する関心



(出所) 日本経済新聞社「Needs-Rader 金融行動調査(特別調査)」より作成

資産への需要が増加するという見方もある。

3.2 金融機関の業務提携・合併等の動きとその影響

投信に対する関心は現在の資産運用状況に満足していない層を中心に高いものの、銀行はこれまで元本割れする可能性のある商品を販売した実績がなかったということもあり、多くの銀行では投信を主力商品として積極的に販売するというよりは取り扱える金融商品の多様化を実現する商品として位置付けているようである。しかし投信マーケットの拡大は資金運用面で実績のある外資系金融機関との業務提携により資金運用のノウハウを取得する動きを加速させている。図表3は平成10年度以降の我が国銀行とその他業態(証券、保険、外資系金融機関)の機関との業務提携発表をまとめたものであるが、これをみると投信の運用にとどまらず金融システム改革による規制緩和を受け

た商品開発、資産管理、年金分野で業務提携を行うケースが業態を問わず行われていることがわかる。こうした金融機関の業務提携は欧米諸国においてもみられるものであり、我が国だけの事例に止まらない。欧米における金融機関の業務提携は提携の枠を超えて大型合併というよりドラスティックな形で表れている。その代表例は98年4月に発表された米シティコープと米投資銀行のソロモン・スミスバーニーを傘下にもつ金融サービス会社の合併、同年7月に発足したスイス・ユニオン銀行(旧UBS)とスイス銀行(SBC)との合併、同年11月に基本合意が成立した独最大手のドイツ銀行による全米8位の銀行持株会社であるバンカース・トラストの買収であろう。

このような金融機関の業務提携・合併の背景は、各機関が規模の経済性を追求した結果とみることができ、その前提として金融システム改革や米国における州際業務規制の撤廃をはじめとする

図表3 最近における銀行の業務提携等の動き

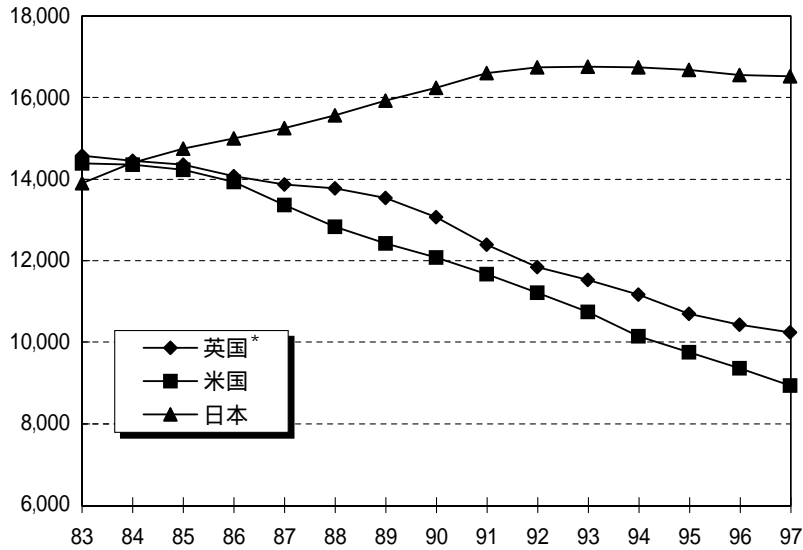
発表時期	銀行	証券	生命保険	損害保険	外資系機関	提携合意内容
98年5月	日本興業 富士・安田信託	野村	安田生命	安田火災		デリバティブ、401K、投信評価会社の合併設立の合意共同で投信会社設立
7月	三井信託 住友	大和	住友生命	住友海上	米プルデンシャル	投資信託で合併会社設立 法人部門統合など包括的提携に合意
9月	東京三菱・三菱信託 東海・あさひ		明治生命	東京海上		投信、年金分野など共同事業の展開で合意 持株会社設立等全面提携、スーパーリージョナルバンク形成へ
10月	第一勧業 日本興業 三菱信託 大和・他関西地銀 三井信託 富士・第一勧業		第一生命		米JPモルガン 米AIG 米ステートストリート	共同で投信運用会社設立 商品開発、資産運用など包括的提携で合意 合併投信会社の資本増強 関西地区の大型金融機関にむけ提携 国内の資産管理業務で信託会社設立 新信託銀行を共同設立
12月	住友	大和			米Tロウプラス	日米で資産運用業務を共同で展開
99年1月	三井信託・中央信託 三和・東洋信託					合併を前提に資本注入を受け、不良債権処理へ 年金システムの共同開発、信託業務で提携

(出所) 日本経済新聞などより作成

規制緩和の動きがある。規模の経済性とは、生産要素の投入を増加させた時に生産量が要素投入以上に増加することであるが、我が国において金融業務に規模の経済が働くかどうかについてはいくつかの実証研究事例がある。筒井(1988)などによれば概して銀行には程度はあまり大きくないものの規模の経済性があり、その大きさは都市銀行のほうが地方銀行より大きいものとなっている。このような金融機関の業務提携や合併は双方に共通する経営資源(経営ノウハウ、営業店舗、従業員など)を節約する効果が期待できることから、合併等の帰結として経営資源の効率化がもたらされることが予想される。金利規制レギュレーションQの撤廃や州際業務の緩和など1980年代以降金

融自由化が進展してきた米国や証券市場を中心に1986年に改革(ビッグバン)が実施されたイギリスの動向が我が国の金融市場の将来を考える上で参考になるものと思われる。図表4は最近15年間の米国、英国、日本の金融機関店舗数を表わしたものである。これによると、米国、英国(1983年より比較可能なAbbey Natinal, Bank of Scotland, Barclays, Lloyds, Midland, Natinal Westminster, The Royal Bank of Scotland、TSB Groupの8大銀行)においては1980年代から継続的に減少傾向にあるのに対し、我が国ではバブル期における業務拡大を反映して80年代は増加が続き、90年代に入ってからようやく緩やかな減少傾向にある。同期間における我が国金融機関

図表4 銀行店舗数の推移



(*注) 英国は1983年より比較可能な8銀行の店舗数

(出所) 日本：日本銀行「経済統計年報」

米国：FFIEC Reports for ALL Insured U.S. Commercial Banks

英国：BBA Annual Abstract of Banking Statistics

の店舗数の動向を業態別にみると、地方銀行では銀行数、店舗数ともに大きな変動がないのに対し、都市銀行は10年前の13行から10行に減少しているが支店数は逆に増加している。この背景には都市銀行数の減少は合併行の誕生によるものであるが、今後は重複する営業店舗の統廃合などが進展することが見込まれる。一方、第二地方銀行は銀行数は71から65へと減少し、店舗数も足元で減少傾向が続いているが、この中には経営破綻による他行への吸収合併の事例も含まれている。

3.3 米国における金融自由化の影響と金融機関のリスク選択

前節までは金融システム改革などの金融自由化の動向とその帰結の一例として営業店舗数の推移をみてきたが、その中身をもう少し詳しく検討してみる。我が国における金融自由化は1979年のCD創設、1985年の大口定期預金の金利自由化など段階的に進んで来たが、他業態への業務進出は本体での参入は認められていないなど規制も残さ

れており、「堅固に守られた」自由化であったとする見方もある(堀内(1998))。その結果として銀行の店舗数が欧米と比較して減少が緩やかなことに表れているのではないかとも思われるが、以下では銀行店舗数が10年の間に大幅に減少している米国で起きていることを銀行のリスク選択の観点からまとめていくことにする。ここで金融機関の抱える主なリスクについて分類しておく、「信用リスク」、「市場リスク(金利リスク、為替リスク)」、「流動性リスク」を挙げることができる。このうち信用リスクは取引先である企業・個人への貸出金や債券への投資が貸出・投資先の販売不振や放漫経営など信用状況の悪化によって回収困難になること、あるいは保有債券の元利金が約定通り回収できなくなることにより被る損失の可能性のことである。市場リスクとは市場要素(金利、為替、株式等)の変動によって被ることになる損失の可能性のことであり、市場リスクのうち金利リスクとは市場金利の変動により運用(基本的に長期)と調達(基本的に短期)の資金

利鞘が変動するリスクであり、保有する債券金利は債券価格と連動して変動することから価格変動リスクも含めて金利リスクと捉えることもある。為替リスクとは為替レートの変動にともない銀行の資産・負債価値が変動するリスクのことである。流動性リスクは預金が一斉に引き出されたり何等かの理由で資金調達が困難になったときに資金不足になることにより被る損失の可能性のことであり、これも金利リスクと同様に金融機関が基本的に短期調達、長期運用の経営をしていることが背景にあるということが出来る。

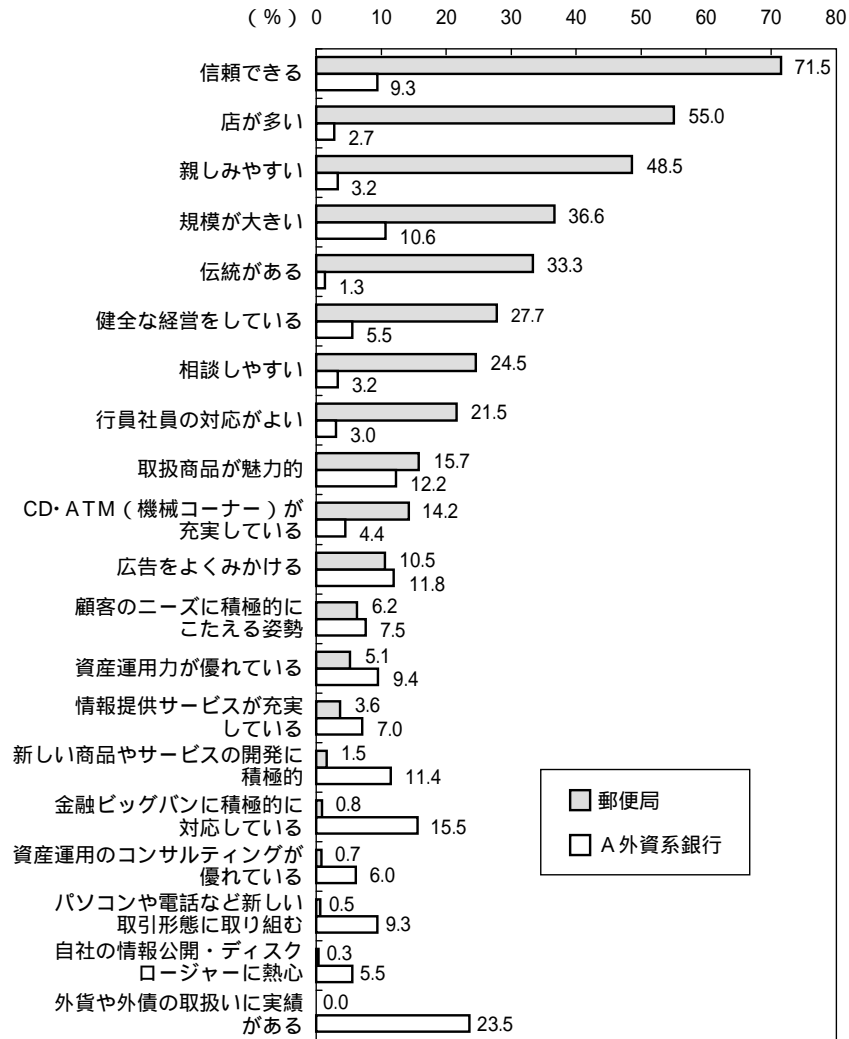
米国では80年代までは銀行預金は銀行にとって安定的な資金源であったが、金融自由化の流れを受けて MMMF などの新しい金融商品が銀行預金を上回る高い利率を提供したことや CP の発行により企業が銀行からの融資に頼らなくても資金調達が可能になったことから個人から預金を集めて企業に資金を融資するという「伝統的な銀行業務」のウェイトが低下した。このような環境は収益環境の大幅な変化をもたらし、ROA、ROE など収益性を示す指標は低下を続けることになった。このような収益環境の悪化に対して銀行が取った行動は主に次の2つである。1つは利益を確保するためによりハイリスクな融資分野を開拓したこと、もう1つはバランスシート外の取引を拡大したことである。最初よりリスクを追求した例としては不動産融資、企業合併や LBO (Leveraged Buy-out) に関連する資金融資などが挙げられ、こうしたハイリスクな融資を続けることにより利益を確保することを指向した。一方、バランスシート外の取引の代表例はデリバティブであるが、この他にも銀行は手数料ビジネスに傾注しており、Martin Mayer (1997) によれば成功を収めてい

るといわれる銀行の収益の40%が伝統的な銀行業務(金融仲介業務) 40%がクレジットカード、消費者信用などの手数料、20%がその他業務(証券化、トレーディング)と伝統的な業務以外の占めるウェイトが高くなっている⁵。このように米国の銀行が伝統的な銀行業務の内外で新たな業務を開拓したことは、金融自由化の影響により新たなリスクを選択したことと同値であるといえる。

一方、わが国の銀行のリスク選択については、投資信託の窓口販売に続く金融システム改革が進展し、証券や保険などの他業態、外資系金融機関との競争が激しくなることから収益環境が厳しくなることが予想され、米国の銀行と同様に利益を確保するためによりリスクを選択する行動に出ることが考えられる。そしてそれまでのリスク選択行動の結果、自己資本が低下するなど経営環境が厳しくなった金融機関ほどよりリスクを選択する行動に出るのではないかと思われる。貸出し先企業の倒産などで資金回収が困難になり自己資本が低下した金融機関は短期的には公的資金を申請するという目的があるとしても、規模の経済性を追求した業務提携・合併、海外業務からの撤退など経営戦略の見直しのほか、店舗の縮小、閉鎖、従業員数の削減などリストラを徹底させる必要に迫られるのではないか。リストラに関連しては、現在では店舗数の面では明白な動きはみられず、従業員数の減少(自然減、採用抑制)や給与体系の見直しが一般的であるとされるが、今後は営業拠点を削減することにより収益を確保するなどの動きも出てくるものと予想される。

⁵ 国際金融情報センターの推計によれば、米国の大手金融機関はヘッジファンドへの融資を行うとともにファンドの運用を模倣した自己勘定で運用していたが、98年夏以降のLTCMの経営危機をはじめとするヘッジファンド危機の影響を受け、合計で300億ドルから500億ドル程度の損失を被ったとしている。

図表5 金融機関に対するイメージ（複数回答）



（出所）日本経済新聞社「Needs-Rader 金融行動調査（特別調査）1998年版」

第四節 郵便局の果たしている役割について

4.1 郵便局のイメージと選択理由

これまで金融システム改革の進展とそれともなう民間金融機関によるリスク選択行動の背景をみてきたが、この節では民間金融機関の業務が変貌を遂げている一方で、公的金融機関たる郵便局がどのような役割を果たしていけばよいのかという観点から分析を進めていくことにする。郵便局の提供するユニバーサルサービスの方向性について論じるためには利用者が郵便局のサービスからどの程度の利益を得ているかを把握することが必要になると思われるが、その判断材料の1つとし

て家計が郵便局に抱くイメージをみることにする。図表5は日本経済新聞社が首都圏に住む25～69歳の男女2,000人を対象に金融機関に対するイメージを調査した結果から、郵便局と金融ビッグバンに対して積極的な対応を行っている印象のある外資系金融機関について取り上げたものである。これによると、郵便局のイメージは「信頼できる」、「店が多い」、「親しみやすい」が上位を占めている一方、外資系金融機関は「外貨や外債の取扱いに実績がある」、「金融ビッグバンに積極的に対応している」、「取扱い商品が魅力的」が上位3項目となっており、郵便局で上位項目であった要素に

については10%以下の割合となっているなど、家計は対照的なイメージを持っていることが分かる。金融システム改革の進展により民間金融機関は投資信託など取扱い商品を増やして顧客の資産運用ニーズを高めていく方向にあるとみられているが、公的金融機関としての郵便局に求められている役割はどのようなものであるかを明らかにするためには、現在利用者が抱いている郵便局へのイメージに関する定量的な分析を行う必要があるものと思われる。以下では郵便局のユニバーサルサービスから利用者が得ている便益効果を明らかにするために郵政研究所が平成9年に実施した『金融機関利用に関する意識調査（平成9年度）』（以下、意識調査）を用いた分析を行う。

4.2 郵便局のサービスから得られる便益効果の計測方法

4.2.1 郵便局を選択する理由と得られる便益の内訳

郵便局の利用により得られる便益を定量的に把握するために得られる便益について以下のような分類を行うこととする。便益の内容は家計が利用金融機関として郵便局を選択することから生じるものであるため、意識調査において調査した利用する金融機関の選択理由を「利便性」、「サービス」、「商品性」、「信頼性」の4つに再分類する⁶。郵便局をメイン金融機関として利用しているサンプルの選択理由の内訳は、「利便性」が最も高く、以下「信頼性」が続いており、「サービス」においては金融以外のサービスを同時に受けられるからという調査項目が他の金融機関を利用する時と

比べて高くなっている。このうち「利便性」のなかで「自宅、職場などよく行く場所に近から」という選択理由に関して郵便局を利用することにより得られる便益とは、銀行など他の金融機関を利用する場合に比べて郵便局を利用することにより節約できる金額と定義する。この選択理由については意識調査において利用している金融機関について交通費および所要時間を質問しているため郵便局へ行くまでの交通費および所要時間（コスト）と、他の金融機関へ行くときのコストを比較することにより郵便局へ行くときのコストのほうが小さければ費用節約効果がある、または便益効果があるという捉え方をしている⁷。家計によっては自宅の近くに例えば都市銀行があり、郵便局へ行くほうがコストがかかるというサンプルもあることが想定されるが、第1節でみたように郵便局は全ての金融機関のなかで最も店舗数が多いことから、全体で見た場合には他の機関ではなく郵便局を利用したときにコストが節約できることが見込まれる。しかし、「サービスがよい」、「信頼できる」といった要素については例えば銀行のサービスと郵便局のサービスを金額で評価することが困難であるため、利便性の分析と同様に比較する方法が使えないという問題点があるが、このように主観的な判断を数量化することが可能な手段として米国で開発された意思決定手法であるAHP（階層分析法、Analytical Hierarchy Process）を用いることにする。

⁶ 4分類の内訳は以下のとおり。「利便性」は自宅・職場等よく行く場所に近から、支店数が多い、外務員がよく訪問してくれる、「サービス」はCD・ATMの手数料、決済面の便利さ、通帳の図柄・サービス品のよさ、接客態度、店の雰囲気、金融以外のサービスが受けられること、「商品性」は金融商品の利率のよさ、「信頼性」は名の通った金融機関で信頼できる。これらの調査項目を集計統合して4つの分類を作成している。

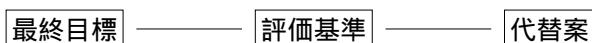
⁷ 便益効果を数字で表すためには所要時間の差を数量化する必要があるが、ここでは以下のように時間価値を計算している。労働者については労働省「毎月勤労統計」を用いて平成7年の現金給与総額を総実労働時間で割ることにより1分あたりの時間価値（34.1円）を導き、非労働者については経済企画庁「無償労働の貨幣価値」により労働者の時間価値の52.3%として計算している。

4.2.2 AHPの概略

「信頼できる」、「サービスがいい」など主観的な判断を数量化するための分析手段として用いるAHPについて概略を説明しておくことにする。AHPは1970年代にピッツバーグ大学のサティ教授 (T.L. Saaty) が開発した分析手法で、意思決定問題を解決するにあたって主観的判断とシステムアプローチを組み合わせた手法と評価されている。サティ教授はイェール大学で数学の博士号を取得したのち、ソルボンヌ大学やMITで数学とORの研究を続けていたが、1957年からは米国防総省で対ソ連戦略のOR研究、1969年からは米国防省で軍備制限と軍備縮小のためのOR研究を行っていることから、AHPの生まれた背景として軍事外交上の意思決定を行う必要があるときに活用できる手法を開発するという要請があったともいわれている (木下 (1998) 参照)。

AHPを実行する際に最初に行うのは問題の要素を次のように階層 (Hierarchy) 化することである。

AHPにおける階層構造



このような階層構造を確立したのち、最終目標の観点から複数ある評価基準のウェイトを求め、同様に複数ある代替案のウェイトを求めることにより最終目標からみた代替案の評価を行うことができる。なお、評価基準は1つとは限らず、2つ以上であってもよいが、評価基準が多いほど階層構造が複雑化していくこともあり得る。このように評価基準と代替案がすべてリンクした階層構造を作りあげることにより、具体的な手法は後で述べることとするが主観的な判断や要素の異なる基準を一律に数値化することが可能となり、最終目標の観点から意思決定を行うことができる。AHPは様々な分野で用いることが可能であり、

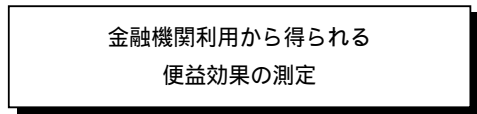
個人レベルの意思決定から国家プロジェクトの選定まで最終的に分析者が何らかの意思決定をする問題であれば、客観的な評価を行うための手段として用いることができるものである。

4.2.3 AHPによる金融機関利用からの便益効果の測定方法

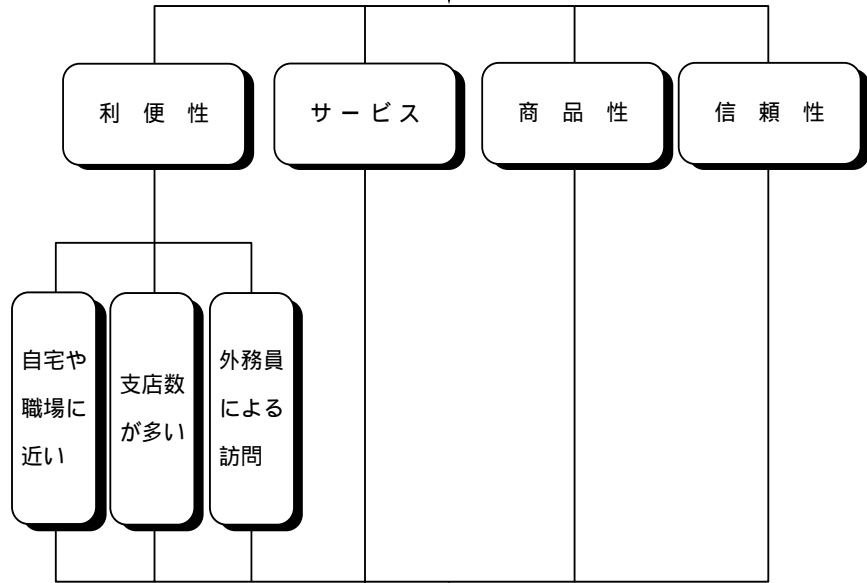
以下では、郵便局を利用することにより得られる便益効果を数量化するためにAHPを用いることとするが、最初に今回の分析材料を階層構造に表わしたのが図表6である。ここでは最終目標を「金融機関利用から得られる便益」とし、評価基準として前に作成した「利便性」、「サービス」、「商品性」、「信頼性」の4基準を置く。このうち「利便性」については、さらに階層を作成し、「自宅や職場などに近い」、「支店数が多い」、「外務員が訪問してくれる」の3基準を置くことにした。代替案については「銀行」、「信用金庫等」、「農協・漁協」、「郵便局」の4案としたが、このうち銀行については都市銀行、地方銀行、第二地方銀行を含み、信用金庫等については信用金庫、信用組合、労働金庫を含めた代替案となっている。便益効果を計測する方法としては、AHPの手法により2つの判断基準について、全体を1に標準化したときにそれぞれの基準がどの程度のウェイトを占めているのかを算出することが必要である。次に、4.2.1のところでも述べたように「自宅職場などに近い」という要素については意識調査において各金融機関を利用するためにどの位のコストをかけているのかが判明するのでこの要素に関する便益効果を算出する。次に「自宅職場に近い」という便益効果がすでに既知なのでAHPで求めたウェイトを掛け合わせるによりすべての判断基準の金額を求めることができ、各代替案ごとの検討を実行することが可能になる。

図表6 金融機関利用による便益効果の測定に関する階層構造

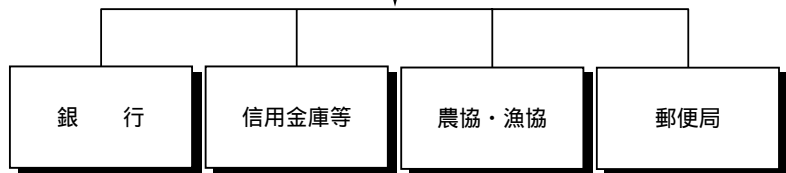
最終目標



評価基準



代替案



(注) 銀行：都市銀行、地方銀行、第二地方銀行
信用金庫等：信用金庫、信用組合、労働金庫

4.2.4 各判断基準におけるウェイトの算出

4.2.4.1 一対比較表の作成

AHPのエッセンスは最終目標を頂点とする階層構造を作り、各評価基準のウェイトを算出することであるが、以下ではウェイトを算出する方法について順を追って説明する。ウェイト算出とは、各評価基準のなかの項目が全体（1に基準化することが多い）に対してどの程度の割合を占めてい

るかを計算することで、例えば、「利便性」は金融機関を利用する時に得られる便益の何%を占めているかを求めることである。ウェイト算出のためには「一対比較表」とよばれるマトリクスを作成することが必要不可欠である。一対比較表とは図表7の左側部分（4 * 4行列）であるが、これは金融機関利用による便益を表わす基準として利便性を1とした時にサービス、商品性、信頼性は

⁸ 一般的には、要素iに対し要素jはどのくらい重要かを表わす数値を a_{ij} とし、 $a_{ii} = 1$ 、 $a_{ij} = 1/a_{ji}$ と仮定した場合、n個の要素があるとすると、 $n(n-1)/2$ 回の一対比較で一対比較行列を作成できることになる。

図表7 総便益に関する一対比較表およびウェイト計算

	利便性	サービス	商品性	信頼性	幾何平均	weight
利便性	1.00	4.16	2.80	1.37	1.9987	0.4488
サービス	1/4.16	1.00	1.77	1/1.29	0.7578	0.1702
商品性	1/2.80	1/1.77	1.00	1/1.51	0.6046	0.1358
信頼性	1/1.37	1.29	1.51	1.00	1.0920	0.2452
合計					4.4531	1.0000

総便益に関する整合性の検定

	利便性	サービス	商品性	信頼性	合計	合計/weight
利便性	0.4488	0.7080	0.3802	0.3359	1.8729	4.1728
サービス	0.1079	0.1702	0.2403	0.1901	0.7085	4.1631
商品性	0.1603	0.0961	0.1358	0.1624	0.5546	4.0849
信頼性	0.3276	0.2195	0.2050	0.2452	0.9974	4.0673

average 3.0208

CI 0.0407

それぞれの程度重要かを示すものであり、一般的には判断基準から2つの要素を取り出したときに一方の要素に対し別の要素をどれだけ重視するかを表わした数値を行列で表わしたものである。したがって、対角行列は同一要素の比較なのですべて1となるが、要素Aからみた要素Bの重要度は要素Bからみた要素Aの重要度の逆数になるという仮定をおいている。このため4*4の行列においては対角部分以外の6つの数字が固まれば一対比較行列を完成できることになる⁸。

一対比較行列を作成するにあたっては、利用可能なデータがないときは調査対象に直接ヒアリングする以外に方法がないため意識調査において一対比較表を作成するための質問を設けた。具体的には、例えば「利便性」に対する「サービス」の重要度を計算するために、アンケート調査において「あなたが金融機関を選択する理由として利便性はサービスに比べてどの位重要ですか」という質問など合計6問（一対比較行列における未知の数字に対応）を設けて1から9までの数字にチェックをするようになっている。この数字はそれぞれ

重要度を意味しており、1は非常に重要、5は同じくらい重要、9はまったく重要ではない、と数字が小さいほど重要度が上昇することになっている。意識調査において得られた回答の平均値を求め、対象となる要素を1に基準化した結果が図表7の左側部分で、これによるとサービス、商品性、信頼性の重要度はそれぞれ4.16、2.80、1.37であり、1より大きいことこれら3要素より利便性の重要度のほうが高いこと、重要度の順番としては信頼性>商品性>サービスの順に重要度が高いことがわかる。以下、同様にして「サービス」、「商品性」、「信頼性」についても一対比較を行う。しかし、ここで求めた重要度はあくまで「一対比較」によるものであり、ある一定の「要素Aに対してどの程度重要か」という情報しか得られないという限界があり、全体のなかでの各要素の重要度を求めるために以下で説明するウェイトを計算する必要がある。

4.2.4.2 判断基準に対する各要素のウェイト算定方法

つぎに前節で作成した一対比較表を用いて各選択基準のウェイトを求めることにする。ここでは行列を用いて説明をするが、このように数学を使う(analytic)こともAHPの要素の1つである。判断基準の要素*i*に対する要素*j*の重要度を*a_{ij}*で表わすことにすると、一対比較の項で説明したように、*a_{ij}* = 1 / *a_{ji}*となり、さらにすべての要素*i*, *j*, *k*について、

$$a_{ij} * a_{jk} = a_{ik} \dots\dots\dots(1)$$

が成立するものとする。この(1)式は要素*i*より要素*j*が重要で要素*j*より要素*k*が重要だとすれば要素*i*より要素*k*が重要であることを意味するが、この式が成立しているとき、意思決定者の選択に「整合性がある(consistent)」という。意思決定の整合性が成立しているとき、一対比較表*A*を行列表示で表わすと、

$$A = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & \dots & \dots & a_{nn} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \frac{w_1}{w_1} & \frac{w_1}{w_2} & \dots & \frac{w_1}{w_n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \frac{w_n}{w_1} & \dots & \dots & \frac{w_n}{w_n} \end{pmatrix} \dots\dots(2)$$

であるが、この行列*A*に各要素のウェイト行列*w*を右から掛けたとき、次の式が成立する。

$$Aw = \begin{pmatrix} \frac{w_1}{w_1} & \frac{w_1}{w_2} & \dots & \frac{w_1}{w_n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \frac{w_n}{w_1} & \dots & \dots & \frac{w_n}{w_n} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \vdots \\ w_n \end{pmatrix} = n \begin{pmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \vdots \\ w_n \end{pmatrix} \dots\dots(3)$$

ただし、*w* = (*w*₁ *w*₂.....*w*_{*n*})^T

(3)式を以下のように表わすと、

$$Aw = nw \dots\dots\dots(4)$$

(4)式を変形して、

$$(A - nI)w = 0 \dots\dots\dots(5)$$

となるが、(5)式の*n*は固有値、*w*はそれに対する固有ベクトルに対応している。したがって、各要素のウェイトを求めるためには、行列*A*の固有ベクトルを求めることができればよいことにな

図表8 利便性に関する一対比較表及びウェイト計算

	自宅職場	支店数	外務員	幾何平均	weight
自宅、職場への近さ	1.00	3.58	2.81	2.1587	0.6132
支店数の多さ	1/3.58	1.00	1.21	0.6996	0.1979
外務員の訪問	1/2.81	1/1.21	1.00	0.6650	0.1889
合計				3.5203	1.0000

利便性に関する整合性の検定

	自宅職場	支店数	外務員	合計	合計/weight
自宅、職場への近さ	0.6132	0.7084	0.5308	1.8524	3.0208
支店数の多さ	0.1713	0.1979	0.2286	0.5977	3.0208
外務員の訪問	0.2182	0.1635	0.1889	0.5707	3.0208
				average	3.0208
				CI	0.0104

⁹ べき乗法(Power Method)とは、行列*A*に初期ベクトル*w*(0)を右からかけて*w*(1)を作り、そこで得られた*w*(1)を*A*にかけて*w*(2)を求めるという操作を続けていくと、*w*(*k*)は次第に*A*の最大固有ベクトルの方向に収束し、*w*(*k*-1)と*w*(*k*)の比が最大固有値に収束する性質を利用することにより固有ベクトル、固有値を求める方法のことをいう。

る。固有値と固有ベクトルを求めるための方法としては「べき乗法⁹」などが知られているが、いずれもコンピュータによる数値計算を必要とするものであるため、以下では刃根・真鍋（1990）および木下（1998）で紹介されている幾何平均を用いる簡便法で固有ベクトル、固有値の順に求めていくことにする。ただし、実際には一対比較表を元にした行列Aはアンケート調査からの数字であり、回答者により整合性が満たされないケースが存在する可能性もあるため（整合性の検定については後述する）このような状況下で未知のwを求めなくてはならない。この問題を(5)式を変形して表わすと、

$$(A' - I)w' = 0 \dots\dots\dots(6)$$

となる。A'は意思決定者の情報から得られた一対比較マトリクス、w'はA'の最大固有値λ'に対する固有ベクトルである。

幾何平均を用いるのは一対比較表の行の部分であり、図表7において利便性、金融サービス、商品性、信頼性の4つの要素それぞれについて各要素に対する重要度を乗じたのち4重根を計算することにより幾何平均を求める。ここで求めたウェイトを全体を1（w = 1）とするウェイトに正規化するため、各要素の幾何平均を合計したものでそれぞれ除することによりウェイトベクトルwに近い値を得ることができる。この方法で各要素のウェイトを求めたのが図表7上表の一番右側の列である。金融機関を利用することにより得られる便益効果（費用節約効果）は、利便性からくるものが44%と最も大きく、ついで信頼性（25%）、金融サービス（17%）、商品性（14%）の順となっていることが分かる。同様に、利便性に関する要素を詳しくみるために「自宅、職場への近さ」、

「支店数の多さ」、「外務員の訪問」の3要素に分けたものについて一対比較表を作成し、ウェイトを求めたものが図表8の上表右側の列である。利便性からの便益のうち自宅・職場に近いからという要素が61%と最も大きく、支店数の多さが20%、外務員の訪問が19%という内訳になっている。

4.2.4.3 固有値の計算と一貫性の検定

前項で求めたウェイトを使って行列Aの固有値を以下の方法で求めることにする¹⁰がその結果を図表7、図表8の下表にまとめてある。固有値を計算するためには一対比較行列A'の列の値にそれぞれのウェイトを掛け、各要素についてそれぞれの数値を合計したものをウェイトで割ることにより各要素の数値を得る。この平均値が求めるべき最大固有値となる。ところで一対比較マトリクスA'のある行は他の行の定数倍で表わすことが出来ることからこの行列のランクは1であり、固有値λ'は1つだけが非零でほかはすべてゼロとなるが、一対比較マトリクスA'が完全に整合性を満たす場合、λ' = (A'の対角要素の和) = nであることから、ゼロでない唯一の固有値をλ' = maxとするとそれはnである。固有値をそれぞれ計算すると、金融機関利用から得られる便益効果の一対比較マトリクスの固有値は4.12、利便性に関する便益効果の一対比較マトリクスの固有値は3.02となっており、選択基準の数（n = 4およびn = 3）の値に近い数字となっている。

次にこの固有値を用いて意思決定者の整合性を検定する方法について説明する。整合性の検定は意思決定者の選択に整合性が満たされる時にλ' = max = nが成立することを利用してサティアーはこのずれを（n - 1）で割った次式

¹⁰ 木下（1998）による。

¹¹ 選択基準の要素の数を多くすると意思決定者が要素の相違を判断することが困難になることから、要素の数は7 ± 2個以下に止めておくことが望ましいとの考え方がある。

$$CI = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1} \dots\dots\dots(7)$$

を整合度 (consistency index, CI) と呼んでいる。完全に整合性があるときにはCI = 0 が成立するが、整合性がなくなるほど0より大きくなる。サティアーはいくつかの分析よりCIが0.1 (または0.15) 以下の時には整合性に問題はなく、0.2以上の時には一対比較表のなかに整合的でない判断が含まれている可能性があり、0.3以上の時には一対比較そのものを見直す必要があると提案しているが、このように整合性に問題が認められる場合、一対比較を見直す作業を繰り返すこと (Process) もAHPの重要な要素であるといえる。なお、CIの計算においてnではなくn - 1が分母となっている理由は、CIの分子が λ_{\max} 以外の固有値の大きさを表わしているともみることができるが、この大きさの対象は λ_{\max} 以外の固有値の数 (n - 1) であることから、固有値1個あたりの平均値は(7)式のようなになる。そこでこれまで求めた固有値を使ってCIを求めると、金融機関利用から受ける便益の一対比較マトリクスのCIは0.04、利便性に関するマトリクスのCIは0.01とともに0.1を下回っており、サティアーの基準をクリアしているといえる。n = 4 (図表7) のときと比べてn = 3 (図表8) の場合の方がCIが小さくなっているが、判断基準が少ないほど意

思決定者の選択に迷いが少なく、整合的な回答が得られやすいことを示しているものと思われる¹⁾。

4.2.5 郵便局利用者の得ている便益の金銭化の方法

4.2.5.1 自宅や職場に近いという利便性に関する便益効果の算出

これまで金融機関利用に関する意識調査から得られたデータをもとに一対比較表の作成、各選択基準のウェイトの算出、一対比較マトリクスに対する固有ベクトル、固有値の計算、整合性の検討をAHPの手法によりおこなってきたが、以下では図表6における階層図のうち代替案の要素について検討していくことにする。意思決定の問題を扱うAHPにおいては各評価基準 (例、利便性) に対して各代替案 (例、銀行) の一対比較表を作成し、各基準の観点から最終的にどの代替案を選択すべきかという問題を解決するのが一般的であるが、本論文は「利用している金融機関から利用者がどのような便益を受けているか」を分析するものであり、以下では意思決定の観点ではなく現状の利用動向に即して各金融機関からの便益効果を算出することにする。

利用する金融機関が自宅や職場に近いことによる利便性に関して金融機関別に見た便益効果 (費用節約効果) をまとめたのが図表9である。各項

図表9 金融機関利用による便益 (費用節約) 効果

	平均節約額 /世帯・回 a	平均利用 回数/月 b	平均節約額 /世帯・月 c = a * b	平均節約額 /世帯・年 d = c * 12 * 2	対象世帯数 (千世帯) e	平均節約額 (百万円)/年 f = d * e
都市銀行	43.3	4.4	188.7	4,528.8	5,766	26,112
地方銀行	67.3	3.9	264.0	6,336.0	10,137	64,225
第二地銀	59.4	3.8	228.1	5,474.4	1,123	6,149
信用金庫等	68.0	3.8	258.5	6,204.0	4,734	29,370
農協・漁協	105.7	2.8	296.7	7,120.8	3,490	24,853
郵便局	121.1	3.1	371.9	8,925.6	5,403	48,226

(注) 信用金庫等：信用金庫、信用組合、労働金庫

目について説明すると、(a) 1世帯1回あたりの平均額とは、4.2.1における時間価値などの考え方などを用いて世帯が最も利用する金融機関と二番目に利用する金融機関を利用する時に比べて節約できる金額を表わしており、店舗数の多い機関は少ない機関に比べてアクセスのためのコスト（交通費、時間）が少なく済むことから節約効果が大きいことが想定される。その結果、6つの機関のなかで店舗数が最も多い郵便局が最大で1世帯1回あたり121円、次いで農協・漁協が106円、信用金庫等が68円など、店舗数の順となっている。(b)平均利用回数は最も利用する金融機関を1か月に利用する回数で、都市銀行、地方銀行が多くなっているが、全体をみてもそれほど大差がないため、(a)と(b)を掛け合わせた(c)1世帯1月あたりの費用節約金額は郵便局が最も大きいなど(a)とほぼ同様の分布となっている。金融機関を利用するための往復を考慮し、年間の数字とするために(c)

に12(か月) * 2(回)を掛けたものが(d)1世帯あたりの1年間の費用節約効果である。

次に、対象となる世帯数を算出するために、意識調査において各金融機関を最も多く利用しているサンプルの割合とそこから当該機関を利用することにより利便性が向上する(他の機関を利用することにより利便性が悪化する)サンプルの割合を掛けた比率を全国の世帯数(44,108千世帯)に掛け合わせるにより各金融機関の対象世帯数(e)を求める¹²。ここでは最も多く利用する金融機関のサンプル数とほぼ同様の結果となっており、推定利用者計数は地方銀行が1,000万世帯、都市銀行が570万世帯の順となっている。郵便局は最も多く利用しているサンプル数では信用金庫等より少ないが、店舗数が相対的に多いこともあり郵便局を利用するほうが費用が節約できるという回答が多く、その結果、推定利用者計数が信用金庫等より多くなるという結果になっている。これま

図表10 利便性に関する金融機関利用の便益

(百万円)

	銀行	信用金庫等	農協・漁協	郵便局
自宅職場等への近さ	96,486.0	29,370.0	24,853.0	48,226.0
支店数の多さ	31,134.0	9,477.1	8,019.5	15,561.5
外務員の自宅への訪問	29,723.8	9,047.8	7,656.3	14,856.7
合計	157,343.8	47,894.9	40,528.8	78,644.2

(注) 銀行：都市銀行、地方銀行、第二地方銀行
信用金庫等：信用金庫、信用組合、労働金庫

図表11 金融機関利用による総便益金額

(百万円)

	銀行	信用金庫等	農協・漁協	郵便局
利便性	157,343.8	47,894.9	40,528.8	78,644.2
サービス	59,659.4	18,160.1	15,367.2	29,819.2
商品性	47,597.0	14,488.4	12,260.1	23,790.1
信頼性	85,964.3	26,167.2	22,142.8	42,967.0
合計	350,564.6	106,710.6	90,298.9	175,220.5

(注) 同上

¹² 主な機関の最多利用サンプルおよびそのサンプルのうち当該機関を利用することにより利便性が向上するサンプルの割合は次のとおり。都市銀行(21.9%、59.6%)、地方銀行(34.7%、66.3%)、第二地方銀行(3.5%、72.4%)、信用金庫等(15.2%、70.8%)、郵便局(14.3%、86.0%)

で求めた(d)と(e)を掛けた数字が(f)我が国家計が各金融機関を利用することにより1年間に得られる便益効果の推定値であり、対象世帯数が最も多い地方銀行が最大で約640億円、世帯あたりの便益効果が最も大きい郵便局が約480億円、家計当りの平均利用回数が最も多い都市銀行が約260億円などという結果が導かれる。

4 2 5 . 2 各評価基準の便益効果の算出

金融機関を利用することにより家計が節約できる金額を求めるための最後の段階は、AHPの手法を用いて計算した各評価基準の要素ウェイトと(1)で計算した利便性に関する費用節約効果を組み合わせることにより、各要素の節約効果を順番に計算していくことである。その結果をまとめたものが図表10である。この表は利便性に関する費用節約効果の内訳を算出したものであるが、図表9で求めた年間の費用節約効果に図表7及び図表8で求めたウェイトを乗じることにより各要素の金額を求めることができる。郵便局についてみた場合、自宅や職場に近いという利便性に関する総便益が約480億円であり、「自宅・職場に近い」、「支店数の多さ」、「外務員の訪問」の各要素のウェイトがそれぞれ約60%、約20%、約19%であることから、それぞれの要素の金額は約482億円、156億円、149億円となる。次にここで求めた金額の合計は利便性に関する総便益効果であることから、同様に「利便性」、「金融サービス」、「商品性」、「信頼性」の4つのウェイトを用いて各要素の金額を求めたものが図表11である。これにより郵便局を利用することにより家計が得ることのできる総便益を金額で表わすと1,752億円となり、銀行の3,506億円について大きいことが分かる。

4 2 . 6 AHP手法の問題点と課題

これまで意思決定問題を解決するためのAHPの手法と郵政研究所による金融機関利用に関する意識調査というアンケート調査を用いることにより家計がある金融機関を利用するとき別の機関を利用した場合に比べて節約できる金額を金融機関利用からの便益効果として試算を試みた。金融機関利用に関する重要度に関しては、自宅・職場に近い等の要素を含めた利便性のウェイトが最も高く、信頼性のウェイトも比較的高いことがAHPの手法を用いることにより判明したが、郵便局のユニバーサルサービスを考えるにあたって今回の分析の意義をあげるとすれば次の2点に要約されるものと思われる。第1に郵便局は他の金融機関に比べて店舗数が最も多く、利便性から便益効果を得ていることが窺われるがこれを具体的に金額で表わすことができた点、もう1つは各種意識調査で郵便局は「信頼できる」、「店が多い」などのイメージが強いことがいわれているが、これら定性的な判断を部分的ながら定量的に把握することができた点であろう。

しかしながら、今回の試算にはかなり強い仮定を置いており今後の分析にむけて解決しなければならない課題もいくつかある。その代表的なものとしては、今回のモデルでは各代替案ごとの各要素ウェイトはすべて同一のウェイトを用いているが、実際には例えば郵便局利用者が利便性を重視するのに対して銀行（特に外資系金融機関）利用者が利回りなど商品性を重視することが考えられるなど重視する要素（各利用者ごとのウェイトマトリクス）は同一とは限らないという問題がある。ただし、AHPは最終目的 判断基準 代替案と

¹³ 従来のAHPは最終目的 判断基準 代替案が基本型であるが、代替案の観点から判断基準を見直す手法、つまり最終目的 判断基準 代替案というモデルも考えられており、この手法は異なるレベル間を比較するという意味で外部従属法とよばれている。

いう一本の直線で結ばれる意思決定を扱う手法であるという限界がある¹³ことに加え、サンプルを分解すると代替案によっては過少サンプルになり、誤差が拡大することが考えられる。次に全体の便益効果を算出するにあたって対象となる世帯数を意識調査の結果をもとに計算しているが、意識調査の有効サンプルは2,000程度であり、このサンプルを4,300万程度の世帯数に同一割合で拡大する方法を取っているため誤差が無視できない程度になることも否定できない。例えば地方銀行を最も多く利用している世帯数は第二地方銀行利用世帯数の約10倍となっているが、この推定が全体の便益の金額の大部分を規定する結果となっていることから推定方法について検討の余地があるといえる。

4.3 郵便局利用者の受ける便益効果の今後について 郵便貯金事業を中心に

以下では郵便局の利用者が得ている便益効果の今後を考える上でいくつかの論点を整理するために、今後重要な制度改正が見込まれている郵便貯金事業を中心にまとめていくことにする。前節の費用節約効果を算定する際、郵便局利用者当たりの費用節約効果は機関中最大であるが、郵便局を最多利用機関として利用している対象サンプルが地方銀行、都市銀行よりも少ないために全国レベルでみた費用節約効果が地方銀行よりも少なくなると明らかにした。郵便局を最多利用機関としない世帯が多い理由を考える上では、最多利用機関としている世帯の要望として「他の金融機関でもATM・CDを使えるようにしてほしい」と要

望する割合が全体の40%を占めていることを考える必要があるのではないか。ATM・CDを含めてどの金融機関でも金融サービスが受けられるようになれば郵便貯金の決済口座としての使い勝手も向上し¹⁴、利用者の拡大につながっていくものと思われる。ATM・CDの相互接続に関しては、平成11年1月より銀行、信販会社・クレジット会社、信用金庫など115社との接続が開始され、3月、10月にもそれぞれ接続金融機関が増加する予定であるが、現状で利用できるサービスの内容は、一部の金融機関を除いて提供するサービスを現金引出と残高照会に限定している。このため、本格的な提携を実現するためには郵便貯金と民間金融機関の決済システムが接続される必要があるだろう¹⁵。

郵便貯金事業を考える上で重要な制度改正は平成13(2001)年に予定されている郵便貯金資金の資金運用部への預託廃止と全額自主運用への移行である。また平成11年度中にも郵便貯金、簡易保険資金の運用対象に不動産などを特定目的会社(SPC)で証券化した資産担保証券(ABS)が加えられる予定となっている。こうした運用対象商品の拡大、全額自主運用への移行はこれまでの総額50兆円にもものぼる郵便貯金資金の自主運用のノウハウを生かした運用になることが見込まれるが、これまでの自主運用の方針でもある「安全、確実かつ有利な運用」を維持することにより事業の健全な経営を図ることが求められていくものと思われる。民間金融機関の資産構成は貸出金が全体の半分以上を占めていることが郵便貯金の資産構成と大きく異なるところであるものの、第2章でみ

¹⁴ 郵政研究所(1998)によれば、郵便貯金を貯蓄口座として利用している家計の割合は75%であるのに対し、公共料金の自動払込、給与振込など決済口座として利用している家計の割合は42%にとどまっている。一方、ATM・CD提携により共通のネットワークを活用できる民間金融機関では例えば地方銀行で両者とも57%であるなど両者の割合はほぼ同程度の水準となっている。

¹⁵ 郵便貯金と民間金融機関の決済システムが存在すれば、例えば郵便貯金利用者が民間金融機関でサービスを利用する場合、郵便局の店舗網だけでは郵便局の金融サービスの効果を測定できないことになる。このことは金融取引の電子化にもあてはまる事例であると思われる。

たリスク（信用リスク、金利リスク、為替リスク、流動性リスク）は程度の差こそあれ郵便貯金の運用に際しても考慮に入れるべき要因であるため、これまで以上にリスクを意識した事業運営が必要になっていくものと思われる。

第五節 まとめ

本稿では、郵便局の提供しているサービスを考える上で重要な概念であるユニバーサルサービスについての論点整理を行う一方、金融システム改革により経営環境が変化している民間金融機関のリスク選択の背景、営業店舗の推移を欧米の事情も含めてまとめた。さらに、米国で開発されたAHPの手法を用いて利用者の便益効果の源泉を明らかにし、定性的な判断は可能でも数量化が難しいとされてきた「信頼性」、「商品性」などに関する要素を含めて金融機関としての郵便局によるユニバーサルサービスがもたらしている便益効果を金額で評価することを試みた。

今後の金融市場を考える上でいえることとしては、金融システム改革そのものはスケジュールでは2001年までのプロセスであるが、金融機関にとっては同業あるいは他業務を営む金融機関との業務提携、小売業など他業態の金融業への進出など、規制が緩和されることにより従来までの収益基盤が脆弱になり競争はますます激しくなるものと思われる。また、最近では欧州単一通貨ユーロの誕生、米国株式市場の活況を背景に欧米では石油、自動車、情報通信などの分野で規模の経済性を追求した大型合併が相次ぎ、金融でも本文で紹介した事例以外にもわが国の金融機関の中で外資系企業の経営戦略に組み込まれる事例が増加してきている。こうした競争の帰結を米国にみることができるが、その代表例としては収益力の悪化に

よる新たなリスクの選択であり、業務提携や合併を選択した場合には重複する業務分野や経営資源の見直しが実施されるであろう。

このような金融機関の動きを利用者（特に家計）の観点からみると、全ての金融機関の決済ネットワークが構築されておらず、また、インターネットバンキングやテレホンバンキングなどにより自宅に居ながらにして全ての金融取引が可能になっていない現在、「店舗」の果たしている役割は依然重要である。AHPによる計測では金融機関利用者が得ている便益効果の源泉は「利便性」が全体の約45%であり、利便性のうち約60%が「自宅、職場その他よく行く場所に近い」という要素が占めていることが店舗など営業拠点の重要性を表わしているものと思われる。欧米において金融機関の合併による店舗の統廃合やリストラの一環としての経費削減はこのような利用者の便益をもたらしている店舗の削減に結び付く傾向が強く、我が国の金融機関でも海外業務からの撤退や従業員数の管理などと同様に店舗網の見直しは重要な経営戦略であろう。郵便局は現在でも全ての金融機関のなかで最も多くの店舗を有しているが、この店舗網はユニバーサルサービスを提供するための手段として必要不可欠であると思われる。金融システム改革の進展によりこれまでの資産選択の主流であった預貯金に変わる収益性の高い投資信託などの金融商品が一般的になれば、利用者が得ている便益効果の源泉は例えば「商品性」の占める重要性が上昇するなど変化していく可能性もあるが、現在では金融機関の提供している商品性よりも利便性や信頼性のウェイトが大きいことを考えると公的金融機関として小口利用者を顧客対象としている郵便局に求められている役割は依然重要であろう。

参考文献

- Franklin R. Edwards, Frederic S. Mishkin [1995] “ The Decline of Traditional Banking : Implications for Financial Stability and Regulatory Policy ” *NBER Working Paper 4993*
- Gilbert Strang [1976] “ Linear Algebra and its Applications ” Academic Press 邦訳山口昌哉、井上昭 (1986) 「線形代数とその応用」産業図書出版社
- Martin Mayer [1997] “ The Bankers : The Next Generation ” Curtis Brown LTD . 邦訳阿部司 (1998) 「ザ・バンカーズ」時事通信社
- Michael C. Keeley [1990] “ Deposit Insurance, Risk, and Market Power in Banking ” *The American Economic Review vol. 80 No. 5*
- British Bankers Association [1998] “ Annual Abstract of Banking Statistics ” vol. 15
- 家森信善 (1998) 「金融革新の時代」日本経済新聞やさしい経済学
- 池尾和人 (1997) 「金融規制と制度改革」西川俊作編『経済学とファイナンス』東洋経済新報社
- 岡野行秀 (1994) 「ユニバーサルサービス」日本経済新聞やさしい経済学
- 木下栄蔵 (1998) 「孫子の兵法の数学モデル 最適戦略を探る意思決定法AHP 」講談社
- 清水克俊・堀内昭義 (1997) 「日本のセーフティネットと金融システムの安定性」浅子・福田・吉野編『現代マクロ経済分析 転換期の日本経済』東京大学出版会
- 筒井義郎 (1988) 「金融市場と銀行業」東洋経済新報社
- 筒井義郎 (1994) 「貸出サイズと銀行の規模の経済性」橘木・松浦編『日本の金融：市場と組織』日本評論社
- 刀根薫・真鍋龍太郎 (1990) 「AHP事例集」日科技連出版社
- 林紘一郎 (1989) 「ネットワークの経済学」NTT出版
- 林紘一郎 (1998) 「公益事業の新展開」日本経済新聞やさしい経済学
- 堀内昭義 (1998) 「金融システムの未来 不良債権問題とビッグバン 」岩波書店
- 郵政審議会編 (1997) 「21世紀を展望した郵便局改革ビジョン」日刊工業新聞社
- 全国銀行協会連合会 (1998) 「全国銀行財務諸表分析 (平成 9 年度決算) 」
- 日本金融通信社 (1997) 「1997年版ニッキン資料年報」
- 日本経済新聞社 (1998) 「Needs Radar金融行動調査 (特別調査) 」1998年版
- 日本銀行 (1998) 「経済統計年報」
- 郵政研究所 (1998) 「金融機関利用に関する意識調査 (平成 9 年度) 」調査報告書
- 郵便貯金振興会 (1998) 「個人金融年報 (平成10年版) 」