

都心部における都市銀行の近年の店舗配置

第二経営経済研究部研究官 山中 勉

[要約]

- 1 都市銀行の店舗をめぐって、近年大きな変化が進行している。有人店舗の削減や業務の専門化、無人店舗数の急増などである。今後、都市銀行同士の事業統合や合併に伴い、無人店舗も大幅な統廃合が見込まれるほか、他業態と提携したATM設置が今後の新規設置の主流となると考えられる。店舗配置図が数年のうちに相当変化することが予想できる。
- 2 本稿では、都市銀行の有人店舗と無人店舗について、都心部における近年の配置状況を観察し、一時期の区切りとして最近の時点での傾向を銀行別に示す。方法として、東京都の特別区を対象に、いくつかの地域特性を考慮しながら6地区に区分し、都市銀行内での店舗比率をもとに「特化係数」を求めた。その傾向から、都市銀行を「中心部特化型」、「城西、城南地区特化型」、「城東、城北地区特化型」の三つに類型化した。
- 3 有人店舗配置との関係で無人店舗配置を観察すると、ある銀行について有人店舗が偏在する地区では、おおむね無人店舗も偏在している傾向がある。こうした傾向がみられるのは、これまでの無人店舗の増設が、主として有人店舗の周辺を優先的に行なわれてきたからではないかと推測できる。
- 4 地区別に94年と最近との二時点を比較して店舗数の増減をみると、有人店舗では都心、副都心での減少傾向が強い。無人店舗については、副都心、城東、城北地区での増加傾向が強い。城西・城南地区よりも城東・城北地区で無人店舗設置が重点的になされている傾向は、店舗配置において城東、城北地区特化型には分類しなかった銀行でも近年強まっている。
- 5 顧客と接触する拠点が完全に不要になることは考えにくい。とくに無人店舗は、個人ローンの申し込みから資金の受け取りや、投資信託など多様な商品販売といった機能を強化させる方向にある。顧客にそうした新しいサービスを利用してもらうためには、拠点数の多さや効率的な店舗配置はいっそう重要になるはずである。

1 都市銀行店舗をめぐる情勢¹⁾

都市銀行の店舗をめぐって、近年大きな変化が

進行している。

第1に、バブル崩壊後、各行とも有人店舗の統廃合を積極的に推進していることである。公的資

金の注入の見返りとして、99年3月に東京三菱を除く都市銀行が示した経営健全化計画では、各行合計で99年3月末の2,442店から、2003年末には2,165店に削減することが示された。その後、99年8月から10月にかけて、都市銀行を中心とした事業統合や合併計画が相次いで発表され、重複する店舗を統廃合する方針が明らかになった。第一勧銀と富士と興銀で計約150店、あさひと東海で国内計70店、さくらと住友で国内計151店となっており、有人店舗数の削減は加速する²⁾。

削減と並行して、店舗業務の効率化を志向する動きが盛んである。店舗ごとに預金から貸出までフルバンキングサービスを提供するのではなく、

立地条件等に応じて個人向け専門や法人営業専門など、業務ごとに専門の拠点に集約する戦略を進めている。一例として、あさひは、99年の6月にイトーヨーカ堂八王子店内に、有人キャッシュレス店舗を開設した。3、4人の小人数が常駐し、窓口での現金扱いを行わず、個人客の資金運用相談などに徹するという、機能を特化させたコンパクトなものである³⁾。

第2に、無人店舗（店舗外ATM・CD設置箇所。以下同じ）については、ここ10年ほどの間に急増した。98年3月現在、有人営業店数3,427に対し、無人店舗数（設置箇所数）は4,256カ所と、無人店舗が有人店舗を上回るようになっている。

表 1 都市銀行店舗に関連する規制の撤廃過程

年度	有人店舗（一般店舗および小型店舗）	無人店舗
89	周囲300m以内に同種異種金融機関4未満。ただし東京都区内、大阪市内および名古屋市内における特に経済集積度の高い場所（容積率700%以上）においては周囲150m以内に中小金融機関4未満の場所。新設の数については一般店舗1以内、小型店舗4以内（法人取引店舗を含む）機械化店舗6店舗以内。	企業内も含め設置枠完全撤廃
91	周囲300m以内に異種金融機関4未満。ただし東京都区内および政令指定都市における特に経済集積度の高い場所（容積率700%以上）においては周囲150m以内に中小金融機関4未満の場所。新設の数については一般店舗1以内、小型店舗4以内、（法人取引店舗を含む）機械化店舗8以内。	
93	周囲300m以内に異種金融機関4未満。ただし東京都区内および政令指定都市における特に経済集積度の高い場所（容積率700%以上）においては周囲150m以内に信用金庫4未満の場所。新設の数については一般店舗2以内、小型店舗7以内、機械化店舗10以内。	
95	周囲300m以内に異種金融機関4未満。ただし東京都区内および政令指定都市における特に経済集積度の高い場所（容積率700%以上）においては周囲150m以内に信用金庫4未満の場所。新設の数については特に制限を設けない。	
96		NCS（日本キャッシュサービス株）サービス終了
97	店舗設置場所基準・人員基準撤廃。営業時間延長届出制の廃止。	
2000	店舗開設・閉鎖を認可制から届出制に。（2000年中）	

（注）都市銀行関連部分を抜粋。主要な変更点に下線を付した。

資料：銀行局金融年報編集委員会編『銀行局現行通達集』、日本経済新聞1999年3月22日朝刊。

- 1) 本稿の作成にあたっては、村本孜成城大学経済学部教授より多大なご指導・ご助言をいただきました。ここに記して感謝の意を申し上げます。なお、本稿に残る不備・誤り等はすべて筆者に帰するものであることを付記しておきます。
- 2) 最近の時点では、都市銀行9行の1999年9月末の国内本支店数は2,621カ所で、同年3月末から68カ所減少した。（朝日新聞1999年12月2日朝刊）
- 3) 日本経済新聞1999年6月24日朝刊。

その設置スタイルも変わりつつある。99年3月にさくら銀行がエーエムピーエム店舗内にATMを設置した。以後、コンビニエンスストアと提携し、その店内に従来より低コストのATMを設置する動きが進行している。

第3に、店舗をめぐる規制緩和である。都市銀行の店舗設置に関する規制は、近年急速に緩和されてきた(表1)。有人店舗(一般店舗・小型店舗)については97年に、店舗設置場所基準・人員基準が撤廃された。2000年中には、店舗開設・閉鎖が認可制から届出制になる見通しであり⁴⁾機動的な店舗開設・閉鎖が可能になる。無人店舗については、89年に設置枠が撤廃されて設置場所・設置数が自由化されている⁵⁾。

本稿では、都市銀行の有人店舗と無人店舗について、都市部における近年の配置状況を観察する。前述の通り、無人店舗数が有人店舗数を上回るようになっており、その地域別の配置から、個別行に特有の傾向をある程度読み取ることが可能ではないかとの問題意識による。

また、現在は無人店舗展開の曲がり角の時期にあたるという判断もある。これまで無人店舗数はほぼ一本調子で増加してきたものの、今後は都市銀行同士の事業統合や合併に伴って、無人店舗も大幅な統廃合が見込まれる。ほか、他業態と提携したATM設置が今後の新規設置の主流となると考えられ、無人店舗の配置図も数年のうちに相当変化することが予想できる。したがって、現時点で傾向を観察しておくことは、一時期の区切りのまとめとしてタイミングは的外れではなからうとの判断による。

具体的には、東京都の特別区(23区)を対象に、いくつかの地域特性を考慮しながら地区区分し、都市銀行間の店舗比率に着目して銀行の店舗配置の傾向を観察する。

2 対象地域と使用した店舗データ

2.1 対象地域

対象地域として東京特別区を取り上げた理由は、第1に、都市銀行の店舗が集中していることである。98年3月末時点で、有人店舗の約45%が都内にあり、特別区に限っても39%となる。無人店舗の場合は、都内で43%、特別区に限ると34%となっている。都市銀行の営業基盤としての東京特別区のウエイトは圧倒的に大きく、店舗数が多く配置傾向もつかみやすいと判断した。

第2は、都市部としての地理的特性である。地域内にはおおむね事業所と住宅が密集しており、顧客の移動の妨げとなる地形的障害などを考える必要がない。

第3に、地区によって異なる特性をもつことである。大企業の本社や官公庁が集中する地区、小規模事業所のウエイトの大きい地区、住宅化の著しい地区など、地区ごとに特性が明確に認められる。

2.2 店舗データ

有人店舗⁶⁾については、『日本金融名鑑』(日本金融通信社刊)より集計した。無人店舗については、『ニッキン資料年報』(同)より、店外ATM・CD設置箇所数を地区ごとに集計して利用した。

ただし、有人店舗の99年のデータは、各銀行の

4) 日本経済新聞1999年3月22日付朝刊。

5) ただしこの点については、店舗外ATM・CDの共同利用機構、NCS(日本キャッシュサービス株)の設置基準場所である、駅や地下街などについては設置が認められていなかったが、その後異業態間のATM・CDオンライン提携が急速に進展し、NCSが96年にサービスを終了したことで、この制限も消滅した。

6) 有人出張所を含む。

7) 支店代理店として掲載されているものも含む。

ホームページより、99年の7月から9月時点での店舗数⁷⁾を集計した。無人店舗については、『ニッキン資料年報』が調査時点では未刊行であり、銀行のホームページでは各行の設置箇所をすべて把握することが困難であった。そのため、最新時点のデータとして、『ニッキン資料年報』(1999年版)より、98年3月末時点のデータを集計している。

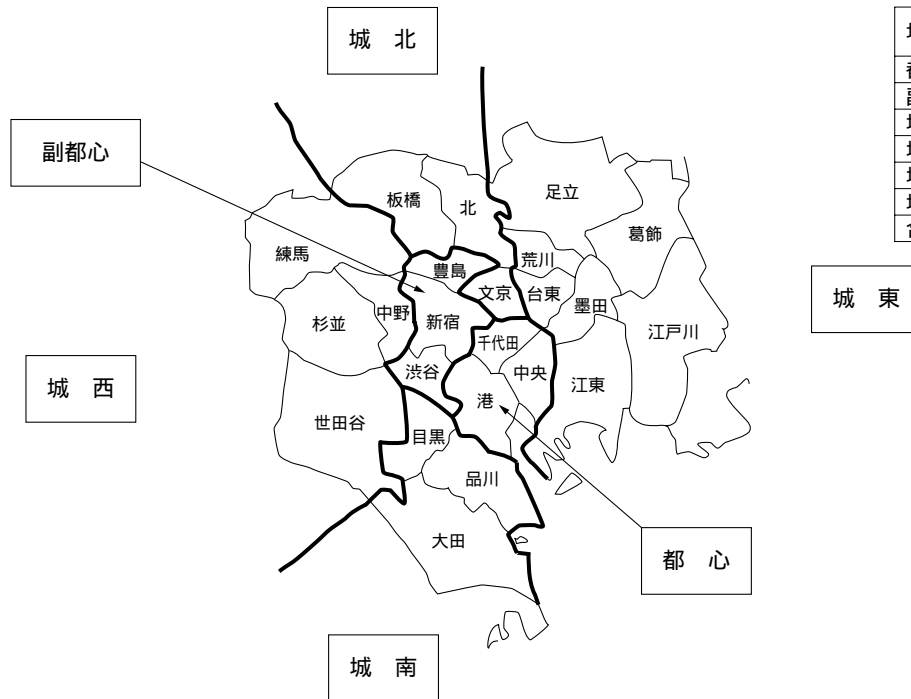
対象とした銀行は、破綻した北海道拓殖銀行を除く9行である。ただし、東海と大和については、

店舗数の集計や店舗比率の算出に当たって加えているが、特別区内での都市銀行の全無人店舗数に占める割合が大和が1.1%、東海が2.2%と小さいため、分析の主な対象からは外した。

3 地域内の地区区分

本稿では、区レベルの地域特性に関する主要な統計を参考にして、(図 1)のように6地区に区分した。参考にした地区の特性についてのデー

図 1 地区区分



参考表 地区別の店舗数

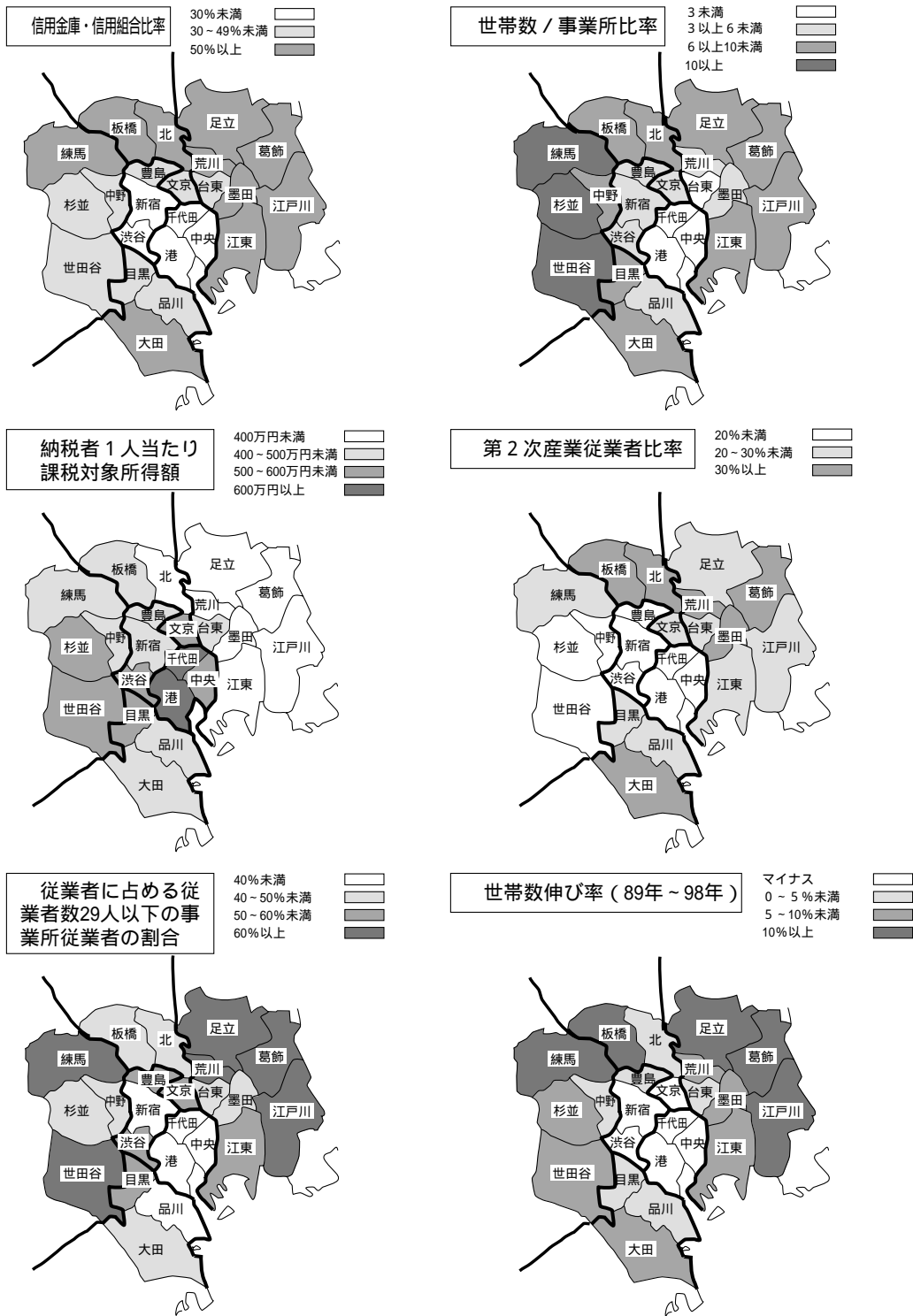
地区	有人店舗 (99年)	無人店舗 (98年)
都心	269	340
副都心	155	221
城東	169	208
城北	78	138
城西	151	292
城南	116	233
合計	938	1432

	地区内に含まれる区にみられる特性
都心	大企業や官公庁集中。世帯数伸び率マイナス。金融機関店舗数に占める信金信組比率が低い。地方銀行の東京本部も集中。
副都心	管内に巨大なターミナル駅をもつ商業地区。
城東	世帯数/事業所数比率高め。小規模事業所従業員の比率が高く、工業集積あり。店舗数に占める信金信組比率は高い。納税者1人当たり課税対象所得は低め。世帯数伸び率高い。
城北	世帯数/事業所数比率高め。第2次産業従業者比率高め。工業集積あり。店舗数に占める信金信組比率高め。
城西	世帯数/事業所数比率最も高い。納税者1人当たり課税対象所得高め。店舗数に占める信金信組比率低め。
城南	世帯数/事業所数比率高め。工業集積あり。

(注) 金融機関店舗数に占める信用金庫・信用組比率は日本金融通信社『日本金融名鑑』1999年版より、98年3月末。金融機関には、都市銀行、長期信用銀行、信託銀行、外国銀行、地方銀行、第二地銀、労働金庫、農協、商工中金、農林中金を含む。

世帯数については総務庁「国勢調査」95年、事業所数、従業者数については同「事業所・企業統計調査」96年のデータ。納税者1人当たり課税対象所得額は東洋経済新報社『都市データバック』1999年版より96年のデータ。(図 2)も同じ。

図 2 地区特性



8) 城東、城西といった名称を利用した区分方法は他にも散見できるが、ケースにより、たとえば練馬区を城北に区分するなど、方法には相違がある。本稿での区分はあくまで今回の分析を目的とした一例である。

夕は(図 2)に陰影図を用いて示した⁸⁾。

おおまかなイメージとしては、都心部と副都心部はビジネス街や繁華街として昼間人口が集中する地区である。周辺の城東、城北、城西、城南地区になると住宅地としての性格が強まるほか、地区によって中小企業の存在感が増す。また、中小企業を主要な取引先とする信用金庫・信用組合の店舗の比率が高くなる。

4 特別区全体での銀行別店舗数

次に、対象とする特別区全体について最近の店舗数をみてみよう。(図 3、4)は、有人店舗数と無人店舗数を銀行別に、89年、94年、99年(無人店舗については98年)の三時点について表したものである。

有人店舗数は近年のかけでの減少傾向がすぐに

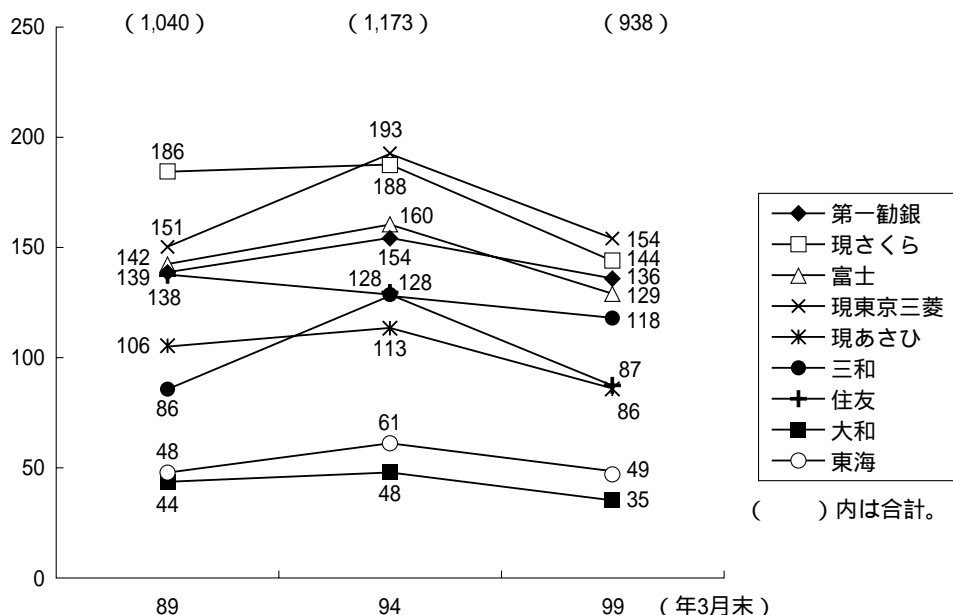
読み取れる。ただし、合併のあった銀行については、合併前の時点では単純に店舗数を足し合わせているため、減少数には重複支店の整理統合によるものも含むことに留意する必要がある。

無人店舗数は、89年から94年にかけて急増し、その後も98年にかけて増加している。

銀行別にみると、三和が89年から94年にかけて、他行に先駆けて無人店舗数を急増させていることがわかる。その後98年にかけては三和の伸びは鈍化し、富士、第一勧銀、東京三菱の3行が追いつけた結果、三和との差は縮小している。これらに続くのは住友とさくらである。

さくらは、有人店舗数では東京三菱に次ぐ2位にあるのに対し、無人店舗数は6位となっている。上位行のなかでは、無人店舗数でさくらはかなり出遅れていた印象は否めない⁹⁾。

図 3 有人店舗数の推移(特別区内)

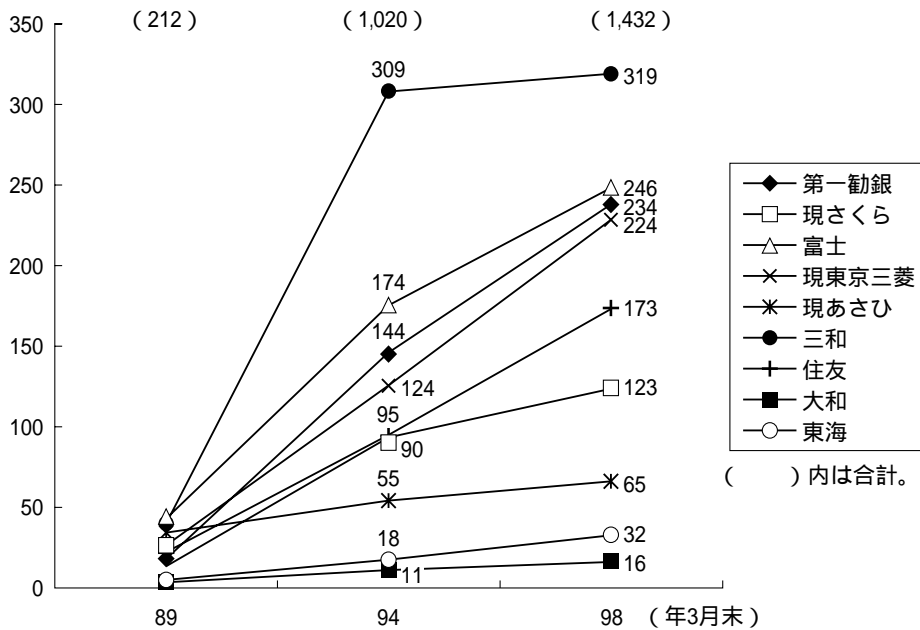


(注) 99年については、7~9月時点の数を各行ホームページより集計。

9) ただし、その後さくら銀行は、1999年3月よりエーエムピーエムの店舗内にATM設置を開始し、同年11月現在の設置箇所数は特別区内で70カ所を超過。99年度中には首都圏全体で500カ所に増やす予定としている。

また、2000年1月17日より、合併を決めた住友銀行との間でATMを相互に無料開放する。(日本経済新聞1999年12月9日朝刊) 同様に無人店舗数が少ないあさひ、東海の両行は98年10月にATMの無料開放を開始している。さらにあさひ、東海、大和の3行は、99年より郵便貯金とのATM提携に踏み切るなど、利便性を向上させるための方策を打ち出している。

図 4 無人店舗数の推移（特別区内）



5 最近の店舗配置動向

5.1 特化係数の算出

本節で、地区区分ごとの店舗配置動向を観察する。そのための指標として、各地区区分内での都市銀行店舗総数に占める各銀行の店舗数の比率に注目することにした。比率化することで、面積や人口など、地区区分ごとの規模の相違はこの分析では考慮の外に置くことにする。また、あくまで都市銀行同士を比較するものとし、都市銀行と他業態との比較は行わない。

その際、単純に地域区分ごとに店舗比率を算出して順位をつける方法では、特別区全体における店舗数が相対的に多い三和のような銀行が、多くの地域区分において上位の順位をとることになってしまう。そのため、どの銀行の店舗がどの地域に偏在しているかを一目ではとらえにくくなる。

この問題を避けるため、地域区分ごとの店舗比率から「特化係数（立地係数）」を算出し、地区ごとの店舗偏在の度合いを示す指標として利用す

ることにした。特化係数は、以下のように算出する。

$$\text{特化係数 } LQ = \frac{Q_{ij}}{Q_j}$$

Q_{ij} は、地域区分*i*における銀行*j*の比率である。 Q_j は、対象とする全地域区分における銀行*j*の比率である。特化係数は、特定の地区における都市銀行の店舗比率が、調査対象とする全地区の平均的な店舗比率から相対的に偏っている程度を表す指標である。

ある銀行について特化係数が1よりも大きければ大きいほど、その地区では他の地区と比較して店舗比率が高い（特化している、または偏在している）と判断できる。反対に、1よりも小さければ小さいほど、その地区では店舗比率が低いということになる。したがって、特化係数が高いからといって、店舗数自体が他の地区よりも多い、または少ないということの意味するわけではない。

以下では、有人店舗と無人店舗別に、地区ごとに算出した特化係数を観察する。

表 2 有人店舗の特化係数

	第一勧銀	さくら	富士	東京三菱	あさひ	三和	住友	大和	東海	合計
都心	1.05	1.14	0.92	1.04	0.93	0.89	0.96	1.10	0.93	1.00
副都心	1.11	0.80	0.80	0.98	1.20	1.08	1.11	0.86	1.24	1.00
城東	0.94	1.00	1.16	0.79	1.23	0.89	0.96	1.27	1.13	1.00
城北	0.97	1.00	1.12	1.09	1.12	0.82	0.97	0.34	1.23	1.00
城西	0.91	0.95	1.01	1.17	0.79	1.32	0.86	0.89	0.76	1.00
城南	0.95	1.01	1.13	0.95	0.75	1.03	1.21	1.16	0.83	1.00
合計	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

表 3 無人店舗の特化係数

	第一勧銀	さくら	富士	東京三菱	あさひ	三和	住友	大和	東海	合計
都心	0.97	1.75	0.70	1.09	1.04	0.79	1.00	2.11	1.45	1.00
副都心	1.16	0.90	0.97	0.78	1.40	1.08	0.82	1.21	1.21	1.00
城東	0.88	0.56	1.29	0.80	1.17	1.19	0.80	1.29	1.51	1.00
城北	1.15	0.59	0.93	1.20	1.60	0.94	0.96	0.00	0.65	1.00
城西	0.90	0.64	1.18	1.05	0.53	1.01	1.39	0.61	0.31	1.00
城南	1.02	1.10	1.02	1.07	0.66	1.08	0.89	0.00	0.77	1.00
合計	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

5.2 銀行別の傾向

有人店舗、無人店舗について特化係数を算出した結果を（表 2、3）に示す。

この値を有人店舗については1.1以上、1.0~1.1未満、0.9~1.0未満、0.9未満、無人店舗については1.2以上、1.0~1.2未満、0.8~1.0未満、0.8未満の4階級に区分して、銀行ごとにマップ上に陰影法で表示した（図 5、6）。ただし、東海、大和については、店舗総数に占める比率が小さいため、マップには示していない。

マップの陰影は、7行それぞれ異なるが、形状から次の三つのパターンに分類して、銀行別の特化傾向をみることにしよう。

①中心部特化型（第一勧銀、さくら）

都心または副都心を中心として強い特化傾向を示す銀行である。

第一勧銀...有人店舗では副都心、次いで都心でそれぞれ特化係数が1を超えており高い。無人店舗では副都心と城北で、高く、次いで城南である。

さくら...有人店舗、無人店舗ともに都心での特化

係数が高い。有人店舗では、都心で1.14と高く、他の地区ではほぼ1以下となっている。特徴的なのは無人店舗で、都心では1.75と際立って高く、この地区の無人店舗数で同行の占めるウエイトが非常に高いことを示している。その分、城東、城北、城西地区では特価係数が低くなっている。

4節において、特別区内でのさくらの無人店舗数が大手行のなかで少ないことを指摘した。特化係数をみると、少ないだけでなく、都心部に非常に偏って配置されていることがわかる。

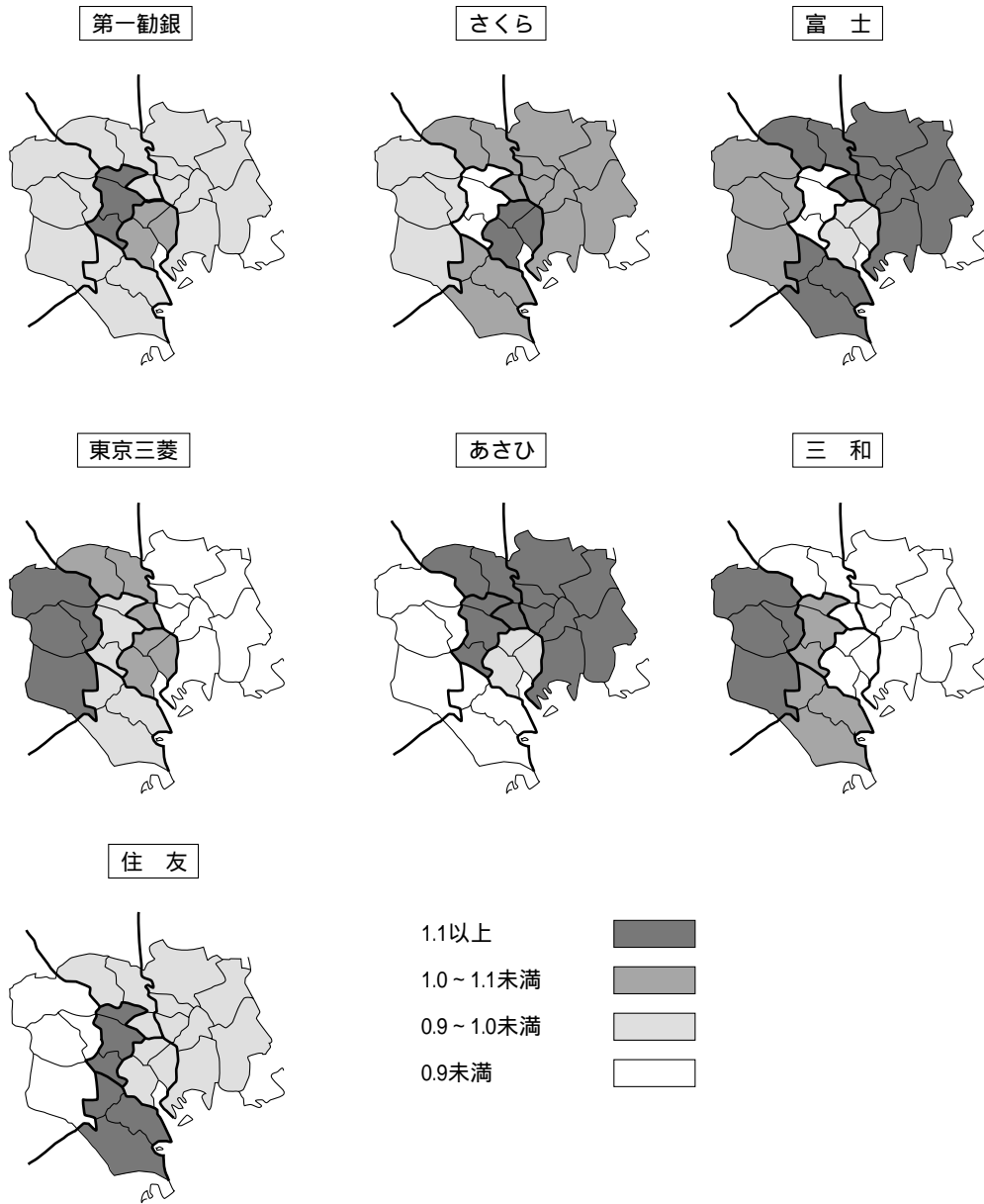
②城西、城南地区特化型（東京三菱、住友、三和）

都心、副都心をはさんで、主に特別区の西南部において特化傾向が強いグループである。

東京三菱...有人店舗では城西地区が特化係数が1.17と高い。次いで、都心と城北地区で1を超えている。城東地区は0.79と最も低い。無人店舗では、城北地区の1.2のほか、都心、城北、城西、城南で1を超す。城東地区は0.8と、有人店舗と同様に低い値となっている。

住友...有人店舗では城南地区で1.21と高く、副

図 5 有人店舗の特化状況（99年）



都心が1.11と続く。無人店舗では城西地区が1.39と最も高い。これに次いで都心の1.0で、残りの地区では1を下回る。

東京三菱、住友とも、城東地区での特化係数が有人店舗、無人店舗ともに値が低めであるが目立つ。

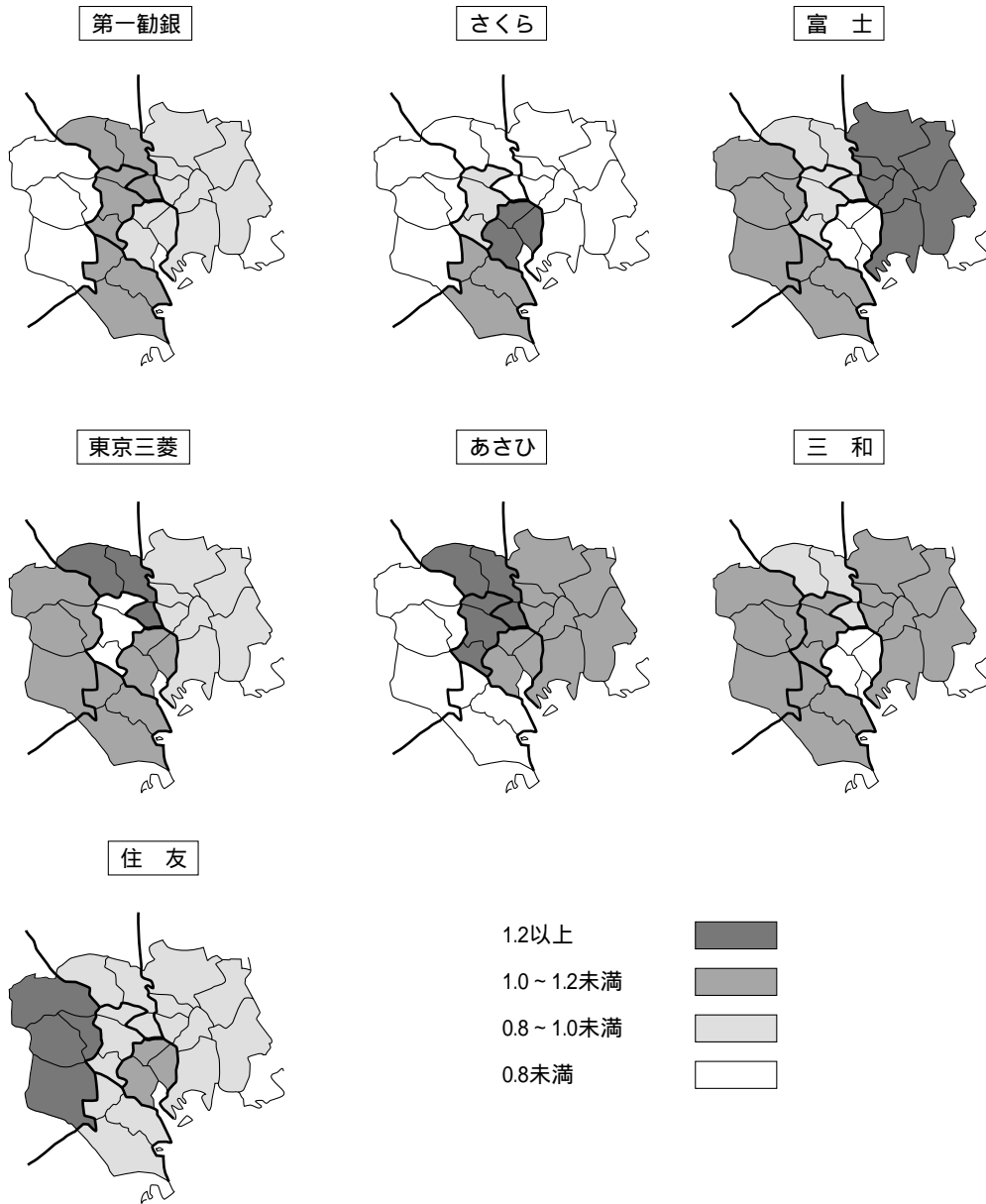
三和...有人店舗では、城西地区が1.32と際立って高い。ほか副都心、城南で1を超えている。無人店舗では、城東地区が1.19と高い。他の地区で

は、都心が0.79、城北が0.94と低い。残りの地区はいずれも住宅地としての特性が強いが、これらの地区ではいずれも1~1.1となっており、極端な特化傾向がない。

無人店舗数については、4節でみたとおり、三和は都市銀行内で最多であったが、その配置傾向をみると、住宅地としての特性の強い地区にほぼ偏りなく配置していることが読み取れる。

有人店舗の特化傾向が城西地区で高いことから

図 6 無人店舗の特化状況（98年）



三和を東京三菱、住友と同分類としたが、無人店舗については三和は城東地区にでも偏りなく配置しており、この点が他の二行と大きく異なる。

③城東、城北地区特化型（富士、あさひ）

これらは、②城西、城南地区特化型の銀行の特化傾向の弱かった城東、城北地区を中心に特化しているグループである。

富士...有人店舗では城東地区が1.16と最も高く、以下城南と城北で1.1以上となっている。無人店

舗でも、最も高いのは城東の1.29で、城西の1.18、城南の1.02と続く。都心、副都心を除く、住宅地としての特性の強い地区でおおむね特化係数が高いが、有人店舗、無人店舗ともとりわけ城東地区が高い傾向を示している。

あさひ...有人店舗では、副都心と城東地区が1.2を超し、城北地区も1.12と高い。城西地区は0.79、城南地区は0.75となっている。無人店舗では、城北地区が1.6、副都心が1.4と際立っており、城東

も1.17と高い。城西は0.53、城南は0.66と、有人店舗と同様に非常に低い。

あさひは、旧埼玉銀行を一方の合併行としているためか、埼玉県隣接地区を中心に特化傾向が高く、城南地区と城西地区では低い。特化係数の高い城北地区、城東地区、副都心が、いずれも埼玉方面につながる鉄道路線やターミナル駅を地区内に含んでいることから容易に窺えよう。

5.3 無人店舗配置の傾向

次に、有人店舗配置との関係で無人店舗配置を観察してみると、有人店舗の特化係数の高い地区では、おおむね無人店舗の特化係数も高めになる傾向があることに気がつく。このことは、富士、東京三菱、あさひ、三和の各行の有人店舗と無人店舗のマップを重ねてみるとわかる。

それ以外の銀行でも、第一勧銀では副都心で有人店舗と無人店舗の特化係数が高い。さくらも、数値で見ると都心での特化係数が両者ともきわめて高い。住友だけは、有人店舗では副都心と城南地区、無人店舗では都心と城西地区で特化傾向が強く、重なってはいないものの、隣接はしている。

有人店舗の特化傾向の強い地区で無人店舗の特化傾向も高い傾向が見られるのは、一つには、有人店舗を廃するときは代わりに無人店舗を設置することが多いということがある。ほかに、これまで各行とも、主に既存の有人店舗の周辺に優先的に無人店舗を増設してきたからではないかという推測はできよう。詳細には細かい時系列で検討する必要があるので断定はできない。

ただ、従来は顧客が取引のために店舗窓口に出

向かなければならないことが多く、口座開設先も自宅や勤務先の近くの店舗が好まれた。顧客にとっては、日々の預金出し入れだけのために有人店舗まで行くのは面倒だという不満をもつことは想像できる。そのため、無人店舗を設置する場合、必然的に既存の有人店舗の利便性を補完するために、まずその周辺が優先されたということは自然と思われる。

6 最近の店舗増減傾向

6.1 増減傾向のとりえ方

前節では、有人店舗と無人店舗の最近時点での配置状況を、地区別に都市銀行間の店舗比率によって観察した。本節では、94年からの¹⁰⁾店舗数増減傾向を観察し、どの地区で重点的に店舗を増設したか、あるいは減少させたかを探ることにする。ある地区において、多くの銀行が重点的に店舗を増設していれば、そこでは競争が激化しつつあると考える材料となりうる。

指標として、ここでも特化係数を用いた。ここでの特化係数は、銀行ごとに「地区*i*における店舗数増加率（有人店舗の場合は減少率）」/「全地域における店舗数増加率（同）率」を計算したものである。この数値が1を超えて大きければ、その地区において重点的に店舗を増加（減少）させたものとする。

ただし、94年に店舗がなかった地区では算出できない。また、増減の大小を銀行間で比較するものではない。銀行間で比較する場合は、各地区別に銀行別の増減への寄与率を考慮する必要がある。

10) 本来、毎年の時系列データまで整理して分析すべきであるが、作業上の制約から、データは、無人店舗の設置枠が撤廃された89年から、94年、99年（無人店舗は98年）という5年刻みの3時点について整理した。最近の増減をみる基点を94年としたのはそのためである。したがって2時点間の店舗数比較であり、期間内の増減は反映させていない。

ただし、有人店舗については98年の店舗数も集計している。その結果、都市銀行店舗数は全体で98年の1,231カ所から99年の1,103カ所に減少している。銀行別、区別にみると、集計上増加としたのは三和銀行の目黒区（渋谷支店駒場代理店）のみで、他の銀行、区については横ばいまたは減少であった。したがって、有人店舗の減少傾向は98年以降も続いているとみてよいであろう。

表 4 94 99年 有人店舗の減少率の特化係数

	第一勧銀	さくら	富士	東京三菱	あさひ	三和	住友	大和	東海	全体
都心	1.25	1.09	0.77	1.50	1.51	2.42	1.10	1.30	1.78	1.30
副都心	0.33	1.47	1.65	0.82	0.95	2.05	1.20	1.64	0.85	1.20
城東	0.99	0.69	0.52	1.06	1.00	-1.51	0.66	0.41	0.46	0.69
城北	1.83	0.85	1.03	0.87	0.84	0.00	0.69	0.00	0.00	0.85
城西	1.43	0.66	0.83	0.16	0.00	0.95	1.04	0.62	0.73	0.66
城南	0.00	1.07	1.45	0.90	0.47	-0.91	0.99	0.62	0.85	0.89
合計	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
寄与率(%)	7.7	18.7	13.2	16.6	11.5	4.3	17.4	5.5	5.1	100

(注) マイナスの値となっているのは、店舗数が増加したことを示す。

6.2 有人店舗

有人店舗の減少率について特化係数を示したのが(表4)である。

まず、都市銀行全体としての重点減少地区は、合計欄の数値でわかる。数値が高いのは都心の1.3、副都心の1.2であり、他の地区では1を下回っている。この2地区において店舗の減少度合いが高かったことがわかる。

銀行別にみると、都心では富士を除く全行、副都心ではさくら、富士、三和、住友、大和が、1を上回る数値を出している。ただし、東京三菱の数値が都心で1.5と高いのは、96年の合併に伴う支店の統廃合によるところが大きいと考えられる。

都心、副都心以外の地区では、多くの銀行につ

いて、減少度合いは相対的に低い。例外としては、第一勧銀が城北で1.8、城西で1.4、富士が城南で1.5と高い減少度を示している。また、三和は、城東と城南の2地区で負の値となっており、これは店舗を増やしたことを示している。

都心、副都心部での有人店舗の減少が著しい理由としては、この地区では各行の本店をはじめ店舗が密集しており、銀行同士の合併による重複店舗の削減が進んでいることが考えられる。また、賃料水準が高く店舗維持にかかるコストが高いこと、バブル期に増設した法人取引専門の空中店舗がバブル崩壊後は役割を失ったこと、店舗密集度が高いものの、昼間人口がきわめて高く、たいていの利用はATMによる預金預入れや引き出しに

表 5 94 98年 無人店舗の増加率の特化係数

	第一勧銀	さくら	富士	東京三菱	あさひ	三和	住友	大和	東海	全体
都心	1.19	0.58	1.55	1.01	-0.61	1.63	0.78	1.32	1.07	1.02
副都心	1.09	1.14	1.84	0.73	4.13	2.52	1.22	1.10	1.29	1.22
城東	1.07	0.68	0.76	6.82	1.22	5.26	1.00	0.00	1.71	1.26
城北	1.17	2.05	1.67	1.06	1.38	0.00	0.95		1.29	1.20
城西	0.77	0.91	0.82	0.68	0.92	-1.34	0.99	2.20	0.00	0.80
城南	0.80	2.27	0.34	0.62	0.92	-1.07	1.32		0.43	0.75
合計	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
寄与率(%)	21.8	8.0	17.5	24.3	2.4	2.4	18.9	1.2	3.4	100

(注) マイナスの値となっているのは、店舗数が減少したことを示す。

限られるため、無人店舗への切り替えがしやすいといったことも挙げられよう。

6.3 無人店舗

無人店舗については、(表 5)に示した。

ただし、この時期の無人店舗全体の増加への寄与率をみると、あさひと三和が各2%、大和1%、東海3%と小さいので、主にこれら以外の銀行に注目することにする。

まず、有人店舗の場合と同様に、都市銀行全体の増加に対する地区別の寄与率をみると、副都心1.2、城東1.3、城北1.2となっており、94年以降重点的に無人店舗が増加されている。

銀行別の特色は以下の通りである。

第一勧銀...城西・城南地区で1を下回っており低め。都心、副都心から東北の地区が重点であった。
さくら...城南、城北が高く、副都心がこれに次ぐ。5でみた無人店舗の配置状況では特化係数は都心が突出していたが、近年の増加度合いは小さくなっている。

富士...都心、副都心、城北地区が高い。これらは、配置状況では特化係数が低い地区であったが、近年の増加状況は、他の地区との差を縮める方向にある。

東京三菱...城東地区が6.82と突出しており、城西、城南地区は低い。城東地区は近年積極的に設置を進めている地区であるといえる。

住友...城南地区、副都心が高く、都心は低い。他の地区は大差はない。

表 5をみると、城西、城南地区で高い特化係数を示している銀行は少ない。三和は減少させている。それ以外の地区では、それぞれ半数以上の銀行が1を越す値を示している。都心、副都心では、有人店舗の廃止との代替としての無人店舗が増加している面があると思われる。

7 解釈とまとめ

有人店舗と無人店舗について、特化係数を利用して、配置状況と最近の増加(減少)傾向をみてきた。

配置状況では、その傾向から三つのパターンに分類して銀行別の傾向を示した。都心部と副都心部が極端な昼間人口集中地区であるという特殊性からこの2地区を除いて考えるならば、城東特化型と城西特化型と大まかに分類することもできよう。

店舗数の増減傾向からは、近年では城西・城南地区よりも城東・城北地区で無人店舗設置が重点的になされていることがわかる。この傾向は、第一勧銀、東京三菱、さくらなど、「城東、城北地区特化型」には分類しなかった銀行でも近年強まっている。

このことが地区の特性と何らかの因果関係があるか否かについては、本稿では明らかにはできない。ただ、3節でみた地区別の特性においては、城東・城北地区には城西・城南地区とは明確な相違がある。

たとえば、この地区では金融機関店舗数(有人)に占める信用金庫・信用組合の比率が高い。また、昼間従業者数に占める第2次産業従業者の比率が高く、小規模事業所の比率も高い。これらのことから、この地区は中小企業、工業地区としての色合いが強く、それらを主たる取引先とする信用金庫・信用組合のプレゼンスも高いと判断できる。信用金庫・信用組合の営業基盤が堅いために、この地区では都市銀行も営業開拓が容易でなく、店舗展開、ひいては無人店舗設置の優先順位としては後回しになった可能性がある。

しかし同時に、城東、城北地区は、足立、葛飾、江戸川、板橋といった、ここ10年間に世帯数が大幅に増加している区を含んでおり、マーケットと

して将来性は見込める。そのため、他の地区での無人店舗設置が一段落した後、この地区でも積極的に設置するようになってきているという見方はできよう。

8 問題点、今後の課題および展望

本稿では、地理的な条件を第一の基準として、6地区に地区区分を行ない考察した。地区区分の方法については、地理的な区分ではなく、「納税者1人当たり課税対象所得額」や「世帯数/事業所数比率」など、特定の地域属性に注目して、その階層別に地区区分を行なって同様な分析を行なうことも可能である。

ただし、分析の指標として店舗比率を用いたが、この点については以下のような問題点がある。

第1は、いうまでもなく量的要素を捨象したことである。地区ごとの店舗数の多寡や、人口当たり、あるいは事業所当たりの店舗密度といった量的な要素を考慮していない。これは、地区別の人口や面積の多寡といった規模の差を反映させないようにするためであった。しかし、世帯当たり、あるいは事業所当たりなど基準をどのように取るかという問題はあるが、現実に地区ごとの店舗数や密度には明確な相違がある。これが地域特性とどう関連しているかは当然の関心事であろう。

第2に、個別の店舗のとらえ方である。分析の対象とした数値は店舗数（無人店舗の場合は店舗外ATM・CD設置箇所数）であって、個別の店舗の規模や設置ATM等の台数は考慮していない。また、設置場所には企業内も含まれており、詳細には、設置場所についても検討に加えるべきである¹¹⁾。

第3に、地区区分の方法である。店舗データはもともとは区単位のものであった。しかし、区に

よっては都市銀行の店舗数が少ないところも存在する。たとえば、荒川区は面積が小さいこともあり、99年で都市銀行の有人店舗は12しかない。そのため、店舗比率によって分析を行なうためには、何らかの区分に従って他の区と店舗データをまとめることが必要であった。しかし、それではどの区同士を統合するのが適当かとなると、一律には判断しがたい。この点は、区単位のデータでは小さすぎるために生ずる問題である。

反対に、区レベルのデータでは大きすぎて目が粗くなりすぎると思われるケースもある。大田区や板橋区のように、同一区内に明らかに住宅地も工業集積も存在している場合などである。こうした場合、厳密には区を住宅地と工業集積地にさらに細かく区分するのが妥当である。

以上は、今回の分析で利用した指標やデータの集計、地区区分方法に関する問題である。ほか、今後はコンビニエンスストアなどに設置される店舗外ATMが急増することを考えると、地区内での店舗設置場所の散布度合いなども考慮する必要が出てくるであろう。

なぜなら、そうした設置が進展すれば、住宅街や主要道路沿いなど、立地的には従来あまり無人店舗が設置されることのなかった場所をカバーすることになる。出店コストも従来型の無人店舗の数分の一程度といわれている。そのため、自前の無人店舗設置が一段落したような地区でも、さらに店舗数が増加したり、既存の無人店舗に取って代わることになるかもしれない。

当面は有人店舗の続廃合が続く。また、手間のかかるリテール取引は今後はインターネットバンキングなど、低コストのチャンネルにできるだけ誘導していこうという動きも都市銀行において強くみられる。

11)『ニッキン資料年報』1996年版（1995年3月末の店舗データ収録）までは、店舗外ATM・CDのうち企業内設置分は区別して記載されていたが、翌1997年版以降は一括して扱われているため、区別が困難になった。

しかし、顧客と直に接触する拠点が完全に不要になることは考えにくい。そのことは、無人店舗のATM機能を強化する動きが目立つことからわかる。最近報道されている例では、投資信託など多様な商品販売¹²⁾、あるいは個人ローンの申し込みから融資資金の迅速な受け取り¹³⁾のための拠点としてATMが位置づけられている。顧客にそう

した新しいサービスを利用してもらうためには、拠点数の多さや効率的な店舗配置がいっそう重要になるはずである。

自前の無人店舗網でリードしている銀行と、キャッチアップをはかる銀行など、本稿作成時点では差がみられるものの、状況はここ数年のうちに激変する見込みであり、興味深い局面が続く。

参考文献

社金融財政事情研究会（1991）『銀行の店舗マーケティング戦略』

小谷和成（1993）「都市銀行の無人店舗戦略とその効果」『郵政研究所月報 1993年11月号』 郵政省郵政研究所

近代セールス社（1995）『銀行店舗 Bank Graphic No. 23』

数阪孝志（1996）「地方銀行の無人店舗展開」『季刊経済研究 Vol. 19』大阪市立大学

社金融財政事情研究会（1996）「特集 進化する店舗 インストアランチ/コンビニランチ パイロット店の域を脱し、他店舗展開へ」『週刊金融財政事情 1999.9.13』社金融財政事情研究会

財金融情報システムセンター（1998）『金融情報システム白書 平成11年版』

月刊金融ジャーナル（1999）「総特集 ビッグバン下の支店経営」『月刊金融ジャーナル 1999年6月号』

日本金融通信社『日本金融名鑑』1990、1995、1999各年版

同『ニッキン資料年報』1990、1995、1999各年版

12) 三和銀行は1999年9月より投資信託の窓口販売を開始したが、同年10月12日までに預かり資産残高が500億円を超えた。うち個人向けが約3割を占める。ATMでMMFと中国ファンドを追加加入出金できる機能を設けていることが拡大に寄与したとみられる。（日本経済新聞1999年10月14日朝刊）

13) さくら銀行と住友銀行は、共同出資で設立する関連会社を通じて、イーエムピーエム店舗内に設置した専用端末などから個人向けローンの申し込みを受け付け、その日にコンビニ内のATMから現金を受け取れる個人ローンを2000年春にも開始するという。（日本経済新聞1999年11月9日朝刊）