

地方銀行の店舗外ATM・CD展開¹⁾

第二経営経済研究部研究官 奥田 健一

[要約]

1. 銀行の店外ATMは銀行と顧客をつなぐ重要なチャネルとしてこれまで安定した発展を遂げてきている。地銀の店外ATM設置箇所数は最近10年間で年間約1,000ヶ所のスピードで増加しており、1999年3月には16,625ヶ所に達している。また、地銀の有人店舗数に対する店外ATM設置箇所数の比率は1999年3月には約133%となっており、地銀が積極的に店外ATMを展開してきたことが伺える。
2. 地銀の店外ATMの展開に影響を与える要因として銀行の有人店舗数に焦点を当てて分析を行った。その結果、地銀全体では①預金残高に対する有人店舗数の比率が低い銀行ほど店外ATM比率が高い、②可住地面積に対する地銀有人店舗数の比率が低い地域の銀行ほど店外ATM比率が高い、③地域内の地銀有人店舗数に対する自行有人店舗数の比率が低い銀行ほど店外ATM比率が高い、④地域内の地銀有人店舗数に対する大手行有人店舗数の比率が高い地域の銀行ほど店外ATM比率が低いことが示された。
3. 最近では銀行が異業種との提携を通してATM網を広げていく動きが活発になってきている。このうち郵貯ATMとの提携については2万4千以上という郵便局の広大なネットワークもさることながら、それが全国にくまなく展開されていることが大きな特徴であり、地域を問わずどの地銀にとってもネットワーク拡大のメリットが期待できる。
4. コンビニATMについては、家の近くで気軽に立ち寄れるという身近さと多くの店が年中無休で24時間営業という点が大きな魅力となっており、郵政研究所のアンケートでもATMがあったらいいと思う場所のトップはコンビニとなっている。既にサービスを開始しているイーネットは、2001年3月にはATM設置店舗を5,000に拡大する予定である。
5. 今後の地銀の店外ATM展開は、これまで以上に効率を重視した配置を行う傾向が強まると思われる。一方コンビニATMは今後さらに活発な展開が予想されるが、銀行にとってはコストが低い反面、銀行とコンビニという異業種間の利害が一致しない場合も想定され、自前の店外ATMと比較して若干不安定な要素があることも否定できない。したがって、コンビニATMに参加する銀行にとって、今後は自前の店外ATM網の効

1) 本稿の作成にあたっては、成城大学経済学部村本孜教授より貴重なご指導、ご助言をいただきました。ここに記して感謝申し上げます。

率化と同時にコンビニATMと自前のATM網とをどのように効率的にバランスさせていくかが課題になると思われる。

1 はじめに

1973年に日本で初めて銀行の店舗外CDが導入されて以来、店舗外CD・ATM（以下、「店外ATM」）は銀行と顧客をつなぐ重要なチャネルとして安定した発展を遂げてきている。ATMでの現金の入出金や残高照会が顧客が銀行で行う手続きで最も頻度が高いものであり、その手続きを有人店舗だけでなく、ショッピングセンターや繁華街など方々に設置された店外ATMで手軽に行えることが顧客の利便性向上に大きく貢献していることは言うまでもない。また店外ATMは有人店舗を開設するよりもはるかに安いコストで多数の拠点を作り上げることができる点で銀行にとっても非常に重要な役割を果たしている。本稿の対象となっている地方銀行においても、地元の顧客に密着したサービスを提供するべく、各銀行がそれぞれの営業地域の状況や戦略に応じて店外ATMの展開を進めてきている。

しかしながら、最近ではインターネットバンキングやテレホンバンキングに代表される顧客チャネルの多様化やイトーヨーカ堂、ソニー、トヨタといった異業種からの銀行業参入等の動きにより、銀行の経営環境に大きな変化が起こり始めている。その中でも特にコンビニエンスストア（以下、「コンビニ」）内に設置されたATM（以下、「コンビニATM」）を中心としたこれまではなかったタイプのATMの出現は今後の地方銀行の店外ATMの展開動向に大きな影響を与えるものと思われる。

このような状況をふまえ、本稿では、まず地方銀行全体のこれまでの店外ATMの展開状況について概観した後、地方銀行の店外ATMの展開に

影響を与えてきた要因について、主な銀行の有人店舗数に焦点を当てて分析を行う。その後、最近の店外ATMの展開に関連する動きとして、郵貯ATMとの提携やコンビニATMの現状について触れ、最後に今後の展望を述べることにしたい。

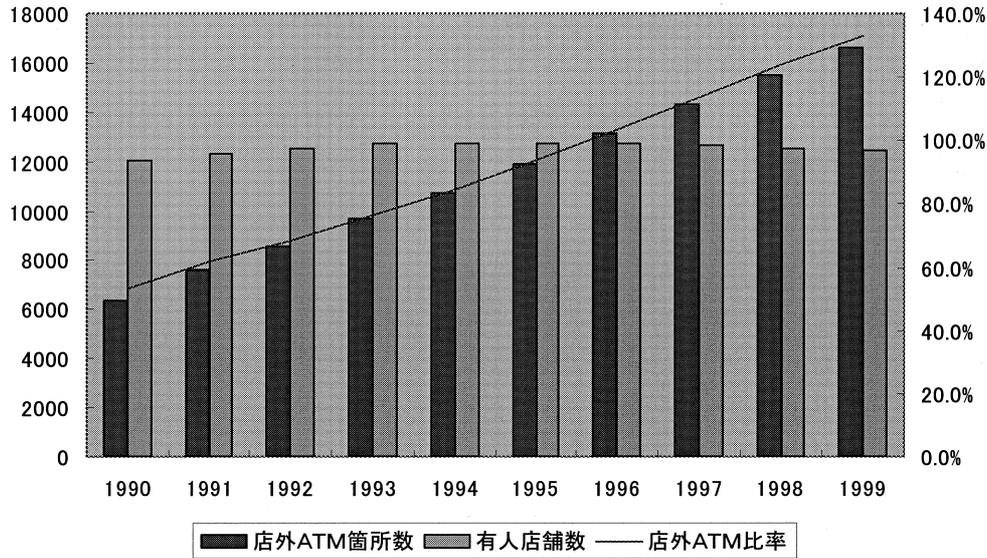
2 地方銀行の店舗外ATM・CD展開状況

2.1 店外ATM設置箇所数と店外ATM比率の推移

第二地方銀行（以下、「第二地銀」）を含めた地方銀行（以下特に断りのない限り、第二地銀を含めて「地銀」と呼ぶこととする）全体の店外ATMの最近10年間の設置箇所数の推移を見てみると、年間約1,000ヶ所のスピードで増え続けており、1999年3月には16,625ヶ所に達している。同時期の都市銀行は4,977ヶ所、信用金庫は5,462ヶ所であり、台数では地銀は他業態を圧倒している。一方、地銀の国内有人店舗数に対する店外ATM設置箇所数の比率（以下、「店外ATM比率」）は、国内有人店舗数が最近10年間は12,000～13,000で安定していることから、設置箇所数と同様に一貫して増加を続けている。1996年には店外ATM設置箇所数が有人店舗数を上回ることとなり、1993年3月の店外ATM比率は約133%となっている（図表1）。同時期の都市銀行は約166%、信用金庫は約63%となっており、大都市圏で集中的に店外ATMを展開している都市銀行よりは比率は低いものの、地銀も積極的に店外ATMを展開してきたことが伺える。

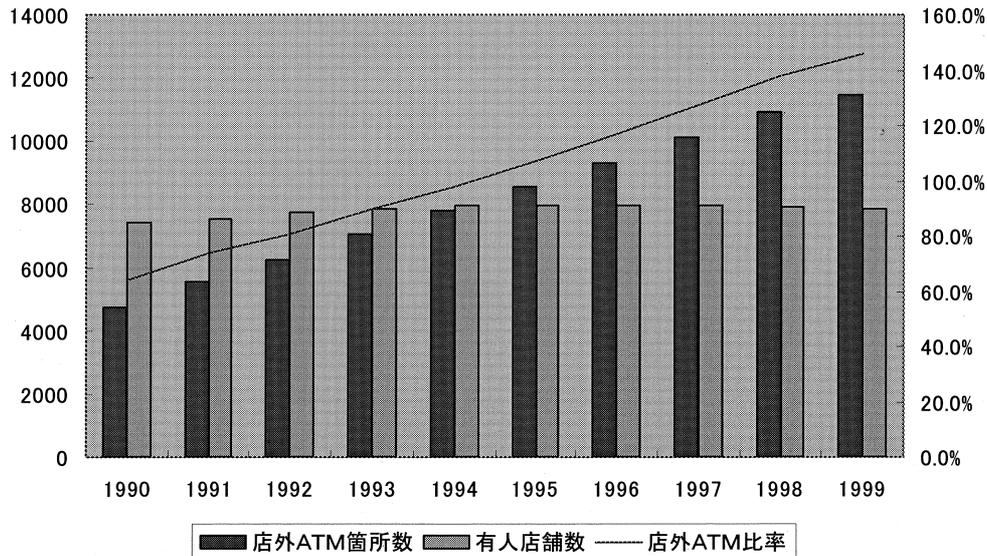
なお、本稿においては店外ATM設置箇所数は、企業内に設置されたATM・CDも含んだものとなっている。企業内ATM・CDについては基本的にその企業に勤める人しか利用することはなく、

図表1 店外ATM設置箇所数と店外ATM比率の推移



出所：ニッキン資料年報より作成

図表2 店外ATM設置箇所数と店外ATM比率の推移（地銀64行）



出所：ニッキン資料年報より作成

一般の店外ATMとは若干性格が違う面もあるが、ここでは広い意味での店外ATMに含めることとする²⁾。

2.2 業態別推移

上で見た店外ATM設置箇所数と店外ATM比率の推移を第二地銀以外の地銀(以下、「地銀64行」)

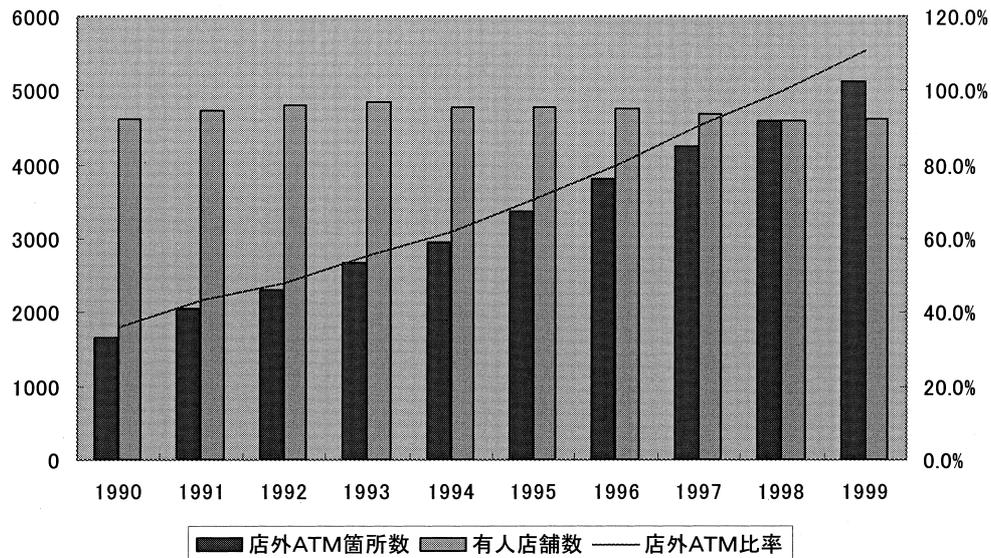
2) ニッキン資料年報の1996年版(1995年3月のデータを収録)までは、店外ATMのうち企業内ATMを区別して表示していたが1997年版からはその区別がなくなったため把握が困難となった。なお参考までに1995年3月の地銀の店外ATM総数に占める企業内ATMの割合は約12.7%となっている。

と第二地銀とに分けると(図表2)(図表3)の通りである。

まず、地銀64行については、1999年3月の店外ATM設置箇所数は11,496ヶ所、店外ATM比率は約146%となっており、1995年には店外ATM設

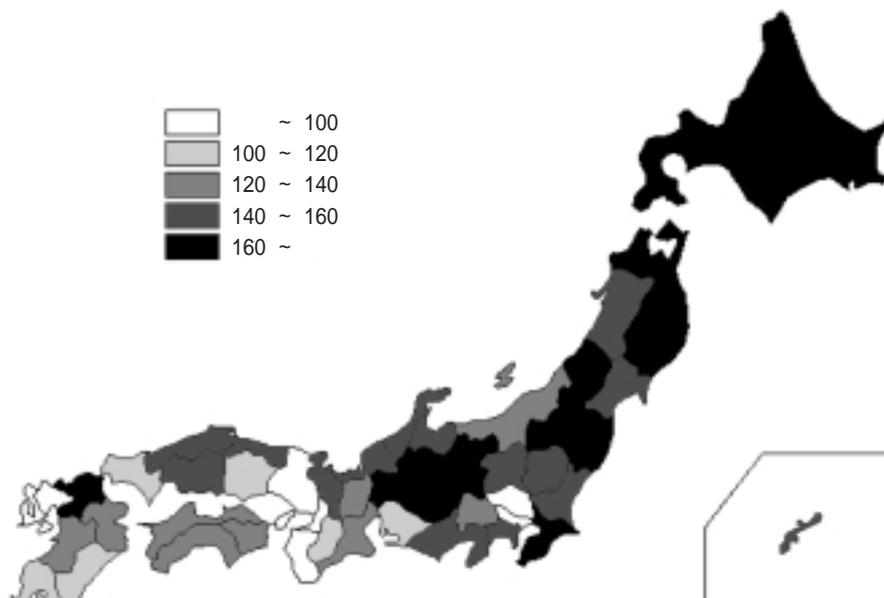
置箇所数が有人店舗数を上回っている。個別行で見ると、店外ATM設置箇所数が最も多いのは福岡銀行で351ヶ所、最も少ないのは大阪銀行で17ヶ所となっている³⁾。また店外ATM比率が最も高いのは大垣共立銀行で223.7%、最も低いのは

図表3 店外ATM設置箇所数と店外ATM比率の推移(第二地銀)



出所：ニッキン資料年報より作成

図表4 地銀店外ATM比率の都道府県別分布(銀行所在地ベース)



出所：ニッキン資料年報より作成

東京都民銀行で22.8%となっている。

次に第二地銀については、1993年3月の店外ATM設置箇所数は5,129ヶ所、店外ATM比率は約111%となっており、この年初めて店外ATM設置箇所数が有人店舗数を上回ることとなった。個別の銀行で見ると店外ATM設置箇所数が最も多いのは北洋銀行で424ヶ所、最も少ないのがわかしお銀行で1ヶ所となっている⁴⁾。また店外ATM比率が最も高いのは福岡シティ銀行で235.2%最も低いのはわかしお銀行で2.9%となっている。

地銀64ヶ所と第二地銀を比較すると、店外ATM設置箇所数、店外ATM比率ともに10年間一貫して地銀64行が第二地銀を上回っているが、増加の割合で見ると箇所数、比率ともに第二地銀の方が高くなっている。

2.3 店外ATM比率の都道府県別分布

次に、地銀全体の1999年3月の店外ATM比率の都道府県別分布をみると(図表4)の通りである。但しここでいう都道府県とは、店外ATMや有人店舗そのものが所在している都道府県ではなく、店外ATMや有人店舗を置いている銀行の本店が所在する都道府県ベースのため、実際の分布状況とは若干異なっている点、留意する必要がある⁵⁾。

店外ATM比率の分布を見ると、全体的には東高西低の傾向が見てとれる。また東京や大阪といった大都市圏の地域では特に比率が低く、最も比率が低い東京都では約21%となっている。逆に最も比率が高いのは青森県で約210%となっている。

3 店外ATM展開に影響を与える要因の分析

3.1 分析方法

ここでは、前節で概観した店外ATM比率に影響を与えている要因として銀行の有人店舗数に焦点を当てて分析を行う。具体的には99年3月期の個別銀行の店外ATM比率⁶⁾を被説明変数に置き、説明変数には各行個別の要因と、各行の本店が所在する都道府県(以下「本拠地」)の地域特性に関する要因として以下の項目を置いて最小二乗法による推計を試みる。

まず各行個別の要因として、各行の預金残高に対する有人店舗数の比率を考える。これは、一般に店外ATMは有人店舗の補完的役割を果たしていると考えられているが、預金残高に対する有人店舗数の比率の大小がそのような役割に対して与えている影響を見るものである。

次に本拠地の地域特性に関する要因として、①本拠地の可住地面積に対する(他行を含む)地銀有人店舗数の比率、②本拠地の人口に対する地銀有人店舗数の比率、③本拠地の地銀有人店舗数に対する自行有人店舗数の比率、④本拠地の地銀有人店舗数に対する大手行(都市銀行、長期信用銀行、信託銀行)有人店舗数の比率、⑤本拠地の地銀有人店舗数に対する信用金庫有人店舗数の比率を考える。①については、可住地面積をベースにした地銀有人店舗の密度が店外ATMの展開に与える影響を見るものであり、②については、人口をベースにした地銀有人店舗の密度が店外ATMの展開に与える影響を見るものである。③については、地銀有人店舗数に対する自行有人店舗数の

3) 但し大阪銀行は2000年4月に第二地銀の近畿銀行と合併して近畿大阪銀行となった。

4) 北洋銀行の数が多いのは、1997年に経営破綻した北海道拓殖銀行の道内の資産等を引き継いだ特殊要因によるものであり、1998年3月末では187ヶ所である。

5) たとえば、横浜銀行の店外ATMであれば、それが東京都内に設置されたものであっても神奈川県でカウントされることになる。

6) 但し北洋銀行については脚注4で述べた特殊要因があるため、1998年3月のデータを使用する。

図表5 各変数の記述統計量

	Mean	Maximum	Minimum	Std. Dev.	Sample
TENGAI	1.27248	2.35211	0.038961	0.52224	122
BR/DEPO	0.073988	0.16809	0.021626	0.031209	122
BK/KAJU	0.16228	0.56845	0.015984	0.12214	122
BK/POPU	0.13116	0.21889	0.034558	0.047574	122
JIKOU	0.30930	0.92374	0.022305	0.17326	122
OTEBK	0.26490	2.90465	0.0049712	0.60074	122
SHINKIN	0.63055	2.10012	0.10683	0.46310	122

TENGAI : 1999年3月の各行の店外ATM比率
 BR/DEPO : 各行の預金残高(単位10億円)に対する有人店舗数の比率(過去5年間平均)
 BK/KAJU : 本拠地の可住地面積に対する地銀有人店舗数比率(過去5年間平均)
 BK/POPU : 本拠地の人口(単位千人)に対する地銀有人店舗数比率(過去5年間平均)
 JIKOU : 本拠地の地銀有人店舗数に対する自行有人店舗数比率(過去5年間平均)
 OTEBK : 本拠地の地銀有人店舗数に対する大手行有人店舗数比率(過去5年間平均)
 SHINKIN : 本拠地の地銀有人店舗数に対する信用金庫有人店舗数比率(過去5年間平均)

図表6 推計結果

	推計値	t 値
C	2.17680***	7.88952
BR/DEPO	-0.35849***	-4.89896
BK/KAJU	-0.05790***	-5.33024
BK/POPU	1.84468	1.62289
JIKOU	-0.634937**	-2.21775
OTEBK	-0.339238***	-3.04592
SHINKIN	0.029144	0.194777
AdjR2	0.496647	

***...1%水準で有意 **...5%水準で有意 *...10%水準で有意

比率を置くことにより、本拠地内における自行と他地銀との勢力関係が店外ATM展開に与える影響を見るものである。また、④と⑤については地銀有人店舗数に対する大手行有人店舗数比率と信用金庫有人店舗数比率を置くことにより、本拠地内における他業態の金融機関の勢力の強さが地銀の店外ATM展開に与える影響を見るものである。なお、地銀の中には本拠地以外にも隣接県を中心に強固な営業基盤を有する銀行もあり、そのような場合は厳密には本拠地以外の地域も含めて上述

の要因分析を行うべきと思われるが、全体的には本拠地が地銀各行の営業基盤として圧倒的な割合を占めていることに鑑み⁷⁾、ここでは本拠地以外の事情は無視することとする。

3.2 使用データ

推計の対象銀行については、99年3月の時点で経営が破綻している地銀及びその受け皿となっている銀行を除く122行(地方銀行64行、第二地銀58行)である。また、データは預金残高については日経NEEDSのデータ、国内有人店舗数や店外ATM設置箇所数についてはニッキン資料年報の各年版を利用した。なお、各説明変数においては、1995年～1999年の5年間の平均値を採用しており⁸⁾、各項目の記述統計量は(図表5)の通りである。

3.3 推計結果

推計結果は(図表6)の通りである。各説明変数の符号を見ると、預金残高に対する有人店舗数

7) 特に最近では、本拠地以外の支店を閉鎖したり地元の銀行に営業譲渡する等、本拠地回帰の姿勢を鮮明にする銀行が増えてきている。

8) 但し北洋銀行と北海道については、脚注4で述べた特殊要因があるため95～98年までの4年間平均としている。

図表7 地銀64行と第二地銀に分けた場合の推計結果

	地銀 64行		第二 地銀	
	推計値	t値	推計値	t値
C	2.25367***	6.78727	1.99791***	4.13549
BR/DEPO	-5.90830**	-2.46201	-5.67556**	-2.45156
BK/KAJU	-1.82993***	-3.56902	-2.19755***	-3.57440
BK/POPU	1.25724	0.844505	1.13051	0.616582
JIKOU	-1.04501***	-3.24060	0.242957	0.281136
OTEBK	-0.547129***	-3.25884	-0.144984	-0.891986
SHINKIN	0.260059	1.43269	-0.196635	-0.801152
AdjR2	0.386263		0.503651	

***...1%水準で有意 **...5%水準で有意 *...10%水準で有意

の比率、可住地面積に対する地銀有人店舗数の比率、地銀有人店舗数に対する自行有人店舗数の比率、地銀有人店舗数に対する大手行有人店舗数の比率の4つが有意にマイナスであった。これは、①預金残高に対する有人店舗数比率が低い銀行ほど店外ATM比率が高く、預金の入出金や振込といった銀行の日常的な取引において店外ATMが有人店舗の補完的役割を果たしている、②可住地面積ベースでみた本拠地の地銀有人店舗の密度が低い地域の銀行ほど店外ATM比率が高く、店外ATMが有人店舗ではカバーしきれない地域の隙間を埋める働きをしている、③本拠地内において自行の有人店舗数が他の地銀より少ない銀行ほど店外ATM比率が高く、積極的な展開を行っている、④大手行の勢力が強い地域では店外ATMの展開も大手行が集中して行っている影響で地銀は店外ATMを積極的に展開していないことを示している。

一方、人口に対する地銀有人店舗数の比率と地銀有人店舗数に対する信用金庫有人店舗数の比率の符号はプラスであるが有意ではなく、人口ベースでみた本拠地の地銀有人店舗の密度と本拠地における信用金庫の勢力の強さは店外ATMの展開に対して有意な影響を及ぼしていないことを示している。

次に各変数はそのまま対象行を地銀64行と第二地銀に分けて推計を行った結果は(図表7)の通りである。地銀64行では各説明変数の符号等は地銀全体で行った場合とほぼ同じであるが、第二地銀では一部の変数の符号が入れ替わっているほか、預金残高に対する有人店舗数の比率と可住地面積に対する地銀有人店舗数の比率以外の変数は有意ではなくなっている。

4 最近の展開

4.1 他業種との提携の動き

前節で地銀各行の店外ATM展開に影響を与える要因についての検討を行ったが、これは基本的に従来から行われてきた自前の店外ATMの展開に関するものであった。しかしながら、最近では郵貯ATMとの提携やコンビニATMに代表されるように、銀行が異業種との提携を通してATM網を広げていく動きが活発になってきている。その背景としては、リテール分野においていかに低コストで顧客との接点を増やし利便性を高めることができるかが銀行の大きな課題になっているなかで、幅広いネットワークで顧客の生活に密着した郵便局やコンビニといった店舗のスペースを利用することによって自前の店外ATMを展開するよりもさらに安いコストで効率的にネットワーク

の拡大が図れることが挙げられる。但し、同じ異業種との提携と言っても、郵貯ATMとの提携については、預貯金を扱う機関の既存のATM網を利用するという意味で、これまでの銀行間のオンライン提携と共通する面があり、この点コンビニATMとは性格が大きく異なっている。以下では最近の両者の動向について概観することとしたい。

4.2 郵貯ATMとの提携

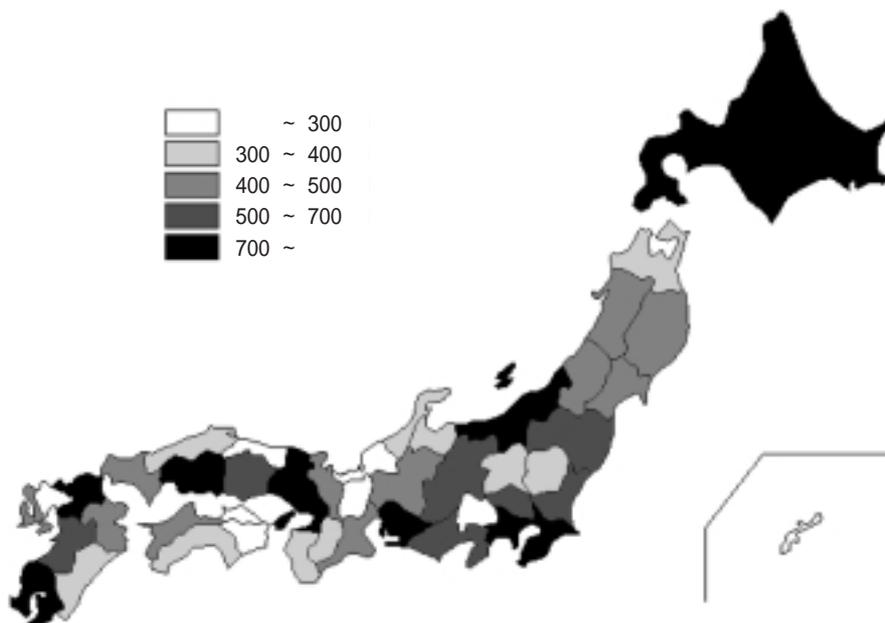
郵貯ATMと民間金融機関のATMの提携サービスは1999年1月に開始された。当初58であった提携金融機関の数は2000年5月には1,600以上にのぼる見込みであり、その業態も銀行や信用金庫といった預金業務を扱うものから保険会社、証券会社、信販会社等多岐にわたっている。地銀では2000年4月現在で（図表8）の60行が郵貯ATM

図表8 郵貯ATMとの提携を実施済の銀行（2000年4月現在）

地方銀行（13行）	第二地方銀行（47行）			
北海道銀行	北洋銀行	大光銀行	和歌山銀行	長崎銀行
荘内銀行	札幌銀行	長野銀行	島根銀行	九州銀行
武蔵野銀行	福島銀行	福邦銀行	トマト銀行	熊本ファミリー銀行
千葉興業銀行	東和銀行	静岡中央銀行	せとうち銀行	豊和銀行
東京都民銀行	栃木銀行	中部銀行	広島総合銀行	宮崎太陽銀行
北越銀行	茨城銀行	岐阜銀行	西京銀行	南日本銀行
スルガ銀行	つくば銀行	愛知銀行	徳島銀行	沖縄海邦銀行
大垣共立銀行	京葉銀行	中京銀行	香川銀行	八千代銀行
泉州銀行	東日本銀行	第三銀行	愛媛銀行	
肥後銀行	東京相和銀行	びわこ銀行	高知銀行	
琉球銀行	わかしお銀行	大正銀行	福岡シティ銀行	
沖縄銀行	神奈川銀行	なみはや銀行	福岡中央銀行	
近畿大阪銀行	新潟中央銀行	奈良銀行	佐賀共栄銀行	

出所：郵便貯金ホームページより作成

図表9 郵便局数の都道府県別分布



出所：ニッキン資料年報より作成

との提携を実施済である。

サービス内容は基本的には現金の引き出しと残高照会であるが、一部の銀行では現金の入金も可能となっている。利用可能時間は銀行によって若干の違いはあるが、平日は午前8時から午後9時まで、土日祝は午前9時から午後5時までというパターンが最も多くなっている。

郵便局は2万4千以上という広大なネットワークもさることながら、それが全国にくまなく展開されていることが大きな特徴である。(図表9)は郵便局数の都道府県別分布であるが、最も多い北海道では1,556、最も少ない沖縄県でも192の郵便局が存在しており、地域を問わずどの地銀にとってもネットワーク拡大のメリットが期待できることが示されている。郵貯ATMとの提携はこれまでは第二地銀が先行していたが、今後はそれ以外の地銀においても提携を行う動きが広まっていくものと思われる。

4.3 コンビニATM

銀行とコンビニとの提携は98年11月に三和銀行がローソンと提携したのが最初とされている。これは、ローソンの約250店舗に設置してあるダイエーOMCのCDから現金が引き出せるというもので、地銀では大垣共立銀行が99年7月に、大阪銀行とスルガ銀行が99年11月に参加している(ただし、現在のところ現金の入金はできない)。郵政研究所が行っている「金融機関利用に関する意識調査」のアンケート(平成11年11月実施)の結果によると、ATM・CDがあったらよいと思う場所のトップは「コンビニ」(41.8%)となっており、2位の「スーパー・ディスカウントストア」(25.4%)や3位の「駅・空港等交通施設」(22.8%)を引き離しており、顧客のニーズの高

さが伺える。コンビニは家の近くでちょっとした買い物で気軽に立ち寄れるという身近さと、多くの店が年中無休で24時間営業しているという点で顧客の生活との密着度は抜群であり、銀行にとってもその点が大きな魅力となっている。ローソン以降も都市銀行のさくら銀行とam/pmの提携やイーネットの稼働開始、或いはイトーヨーカ堂による決済専門銀行設立の構想等、コンビニATM展開の動きは加速してきている。この中で、既にサービスが開始されており、地銀が参加しているのはイーネットであるが、以下はその(2000年4月時点での)概要である。

(イーネットの概要)

イーネットは1999年9月に東京三菱銀行、第一勧業銀行、さくら銀行、三菱信託銀行、ファミリーマート、日本IBMなど25社の出資により設立された。地銀では当初6行が参加したが、その後追加参加の募集が行われ、2000年4月現在で第二地銀4行を含む31の地銀が参加している(図表10)。また参加コンビニは当初ファミリーマート、サンクス、サークルK、ミニストップ、スリーエフの5社であったが、その後コミュニティストアとポプラが参加して7社となった。

サービス内容は当初は現金の入出金(但し両方とも紙幣のみ)と残高照会のみであったが今春以降カード振込、定期預金作成、クレジットカードキャッシングの機能が追加され、24時間サービスにも対応可能となった⁹⁾。このほかイーネットの特徴としては、顧客がキャッシュカードを差し込むと、提携銀行の画面が呼び出されてそれぞれの銀行の取引操作を行う仕組みとなっていること、営業時間や顧客から徴収する利用手数料等については提携銀行がそれぞれ独自に設定できること等

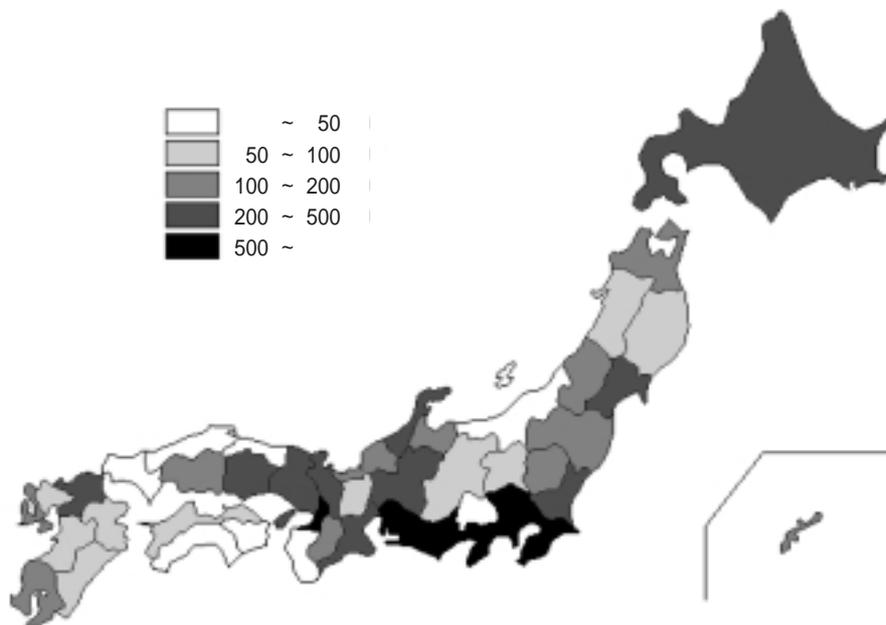
9) イーネット参加地銀の中では、千葉銀行が2000年4月に24時間営業を開始している。

図表10 イーネットへの参加を表明している銀行

地 方 銀 行 (27行)				第二地方銀行(4行)
青森銀行	武蔵野銀行	十六銀行	福岡銀行	京 葉 銀 行 愛 知 銀 行 名 古 屋 銀 行 福 岡 シ テ ィ 銀 行
みちのく銀行	千葉銀行	百五銀行	親和銀行	
荘内銀行	横浜銀行	南都銀行	肥後銀行	
山形銀行	北陸銀行	中国銀行	宮崎銀行	
群馬銀行	北国銀行	広島銀行	鹿児島銀行	
足利銀行	福井銀行	山口銀行	琉球銀行	
常陽銀行	スルガ銀行	百十四銀行		

出所：イーネットホームページより作成

図表11 イーネット参加コンビニ店舗数分布



出所：刀禰 [1999] より作成

が挙げられる。

ネットワークについてみると、イーネット参加コンビニ7社の99年2月時点での店舗数の合計は全国で13,000以上に及び、その分布状況を都道府県別にみると(図表11)のようになる。この中でイーネット参加コンビニの店舗が全くない新潟県を除いて最も店舗数が多いのは東京都で2,050店、最も少ないのは和歌山県で10店となっている。イーネットは2000年5月には500のコンビニ店舗にATMを設置し、さらに2001年3月にはATM設置店舗を5,000に拡大する予定である。但し、13,000以上のコンビニ店舗のうち、どの店舗に

ATMが設置されるかは今のところ不明である。

5 今後の展望

地銀の店外ATMは第2節で見たようにこれまで一貫してハイペースで増加を続けてきており、銀行によっては有人店舗の倍以上の店外ATMを展開するまでに至っているが、次の2つの要因から今後は増加のペースは緩くなるものと思われる。

まず店外ATM網の効率性の問題である。店外ATMは顧客の利便性の向上に大きく貢献するものではあるが、必要以上に数が増えればそれだけ全体の効率性が低下するため、店外ATM網の拡

大の際には顧客の利便性と銀行の効率性のバランスが重要になる。実際これまで積極的な展開により自前の店外ATMネットワークを充実させてきた銀行の中には、新たに店外ATMを設置する代わりに既存の稼働状態の悪い店外ATMを廃止するといったスクラップアンドビルト方式を強化して店外ATMの増加を抑える動きも見られる。したがって今後は、店外ATM比率の高い銀行を中心にこれまで以上に効率を重視した配置を行う傾向が強まっていくものと思われる。

次にコンビニATMの普及がある。コンビニATMについては、身近な場所で何時でもATMを使いたいという顧客のニーズと低コストによるネットワークの拡大という銀行のニーズに合致したものであり、今後さらに活発な展開が予想される。地域によってはコンビニの店舗がない、或いは店舗数が非常に少ないところもあり、そのような地域の銀行は参加のメリットが少ない場合も考

えられるが、全体的には参加銀行は今後も増えていくと思われる。そしてこのような動きは参加銀行に重複する既存の店外ATMの整理を促す可能性があると考えられる。

しかしながら、コンビニATMは銀行にとってコストが安い半面、銀行とコンビニというこれまではなかった異業種間の事業であり、ATM設置店舗の選定等、運営の段階で両者の利害が一致しない場合も想定される。また銀行にとって自前の店外ATMと比較して若干不安定な要素があることは否定できない。したがって、コンビニATMが拡大しても銀行にとって自前の店外ATM網が重要であることに変わりはなく、コンビニATMに参加する銀行にとって今後は自前の店外ATM網の効率化を進めると同時に、コンビニATMと自前の店外ATM網とをどのように効率的にバランスさせていくかが課題となっていくものと思われる。

参考文献

- 「ニッキン資料年報（金融資料年報）」1991～2000年版 日本金融通信社
- 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 1993.11』郵政省郵政研究所
- 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
- 刀禰和之 [1999]「コンビニへのATM設置動向と今後の展望」『マルチメディア情報 1999.7』全信連総合研究所
- 「他業界ATMネットワークに関するワーキング」報告書 [2000]『地銀協月報 2000.1』全国地方銀行協会
- 山中勉 [2000]「金融機関ATMをめぐる最近の動向」『郵政研究所月報 2000.3』郵政省郵政研究所
- 多胡秀人、八代恭一郎 [1999]「地域金融リテール新戦略」日本経済新聞社
- 郵便貯金ホームページ (<http://www.yucho.mpt.go.jp/>)
- E-netホームページ (<http://www.enetcom.co.jp/>)