

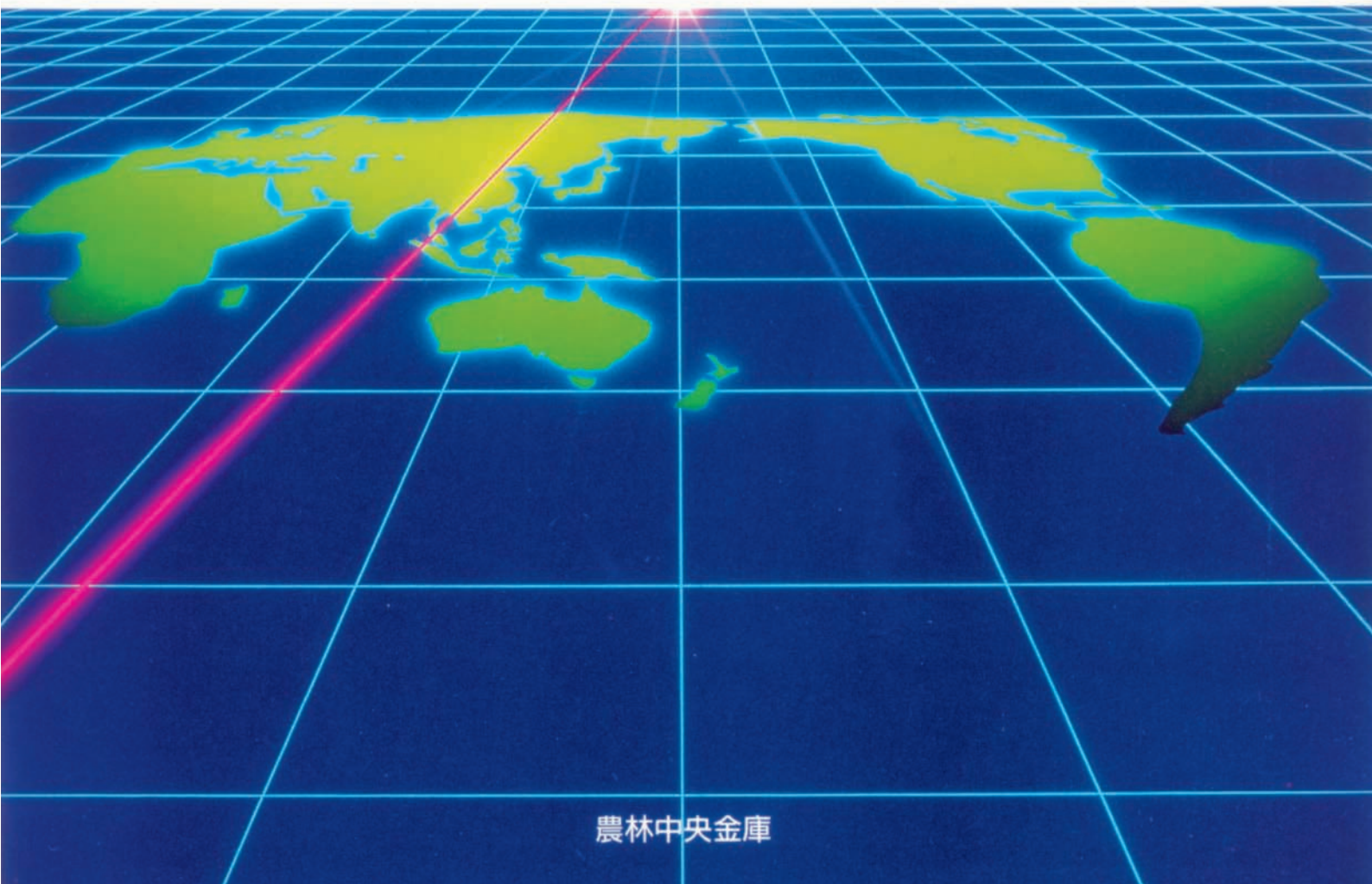
# 農林金融

THE NORIN KINYU  
Monthly Review of Agriculture, Forestry and Fishery Finance

2007 **4** APRIL

## リテール金融の変化と対応

家計の金融資産選択の変化と金融機関の対応  
個人消費における電子的決済サービスの拡大と金融機関の対応  
個別農協において渉外体制を見直す際の枠組み  
組合金融の動き



## 金融経済教育の充実へ

今月号の論調で、家計の金融資産の動向について考察している。株価上昇にも支えられ、株式、投信、債券など投資性金融資産の残高が伸びている。何らかの投資性金融資産を保有する家計の比率は24%に達している。投資性金融資産は着実に裾野を拡大しつつあるようだ。これから始まる団塊世代の退職に伴ってこの世代が受け取る退職金に金融機関から熱い視線が注がれている。当社の試算では、この団塊世代が受け取る退職金額は約38兆円。その後もしばらく退職金額は毎年10兆円前後で推移する見込みだ。このような環境下、投資性金融資産の運用は一層拡大するものと期待されている。

一方、政府も「金融改革プログラム」のなかで、「間接金融に偏重していたわが国金融の流れが、直接金融や市場型間接金融を活用した国民に多様で良質な金融商品・サービスの選択肢を提供できるもの」へ変化していくことを推進している。金融機関にリスクが過度に集中する構造を是正し、地域を越え、あるいは国境を越えてマネーを必要としているところに円滑にマネーが行き渡るような仕組みを構築し金融サービス立国をめざすものである。また、長引く日本の低金利が高利回りを喧伝する投資性金融資産を後押ししている。金融が自由化され市場経済がグローバルに拡大する時代においては「貯蓄から投資へ」の流れは必然的な流れでもある。

しかし、1,500兆円ともいわれる個人金融資産を適切に運用することが大切だ。投資性金融資産は信用リスク、価格変動リスク、為替リスクほか多様なリスクを内包している。利用者はこれらのリスクをすべて背負うことになる。元本1千万円とその利息等は保険制度によって保護されている預貯金とは対照的だ。また、金融商品が複雑になっており、そのリスク自体を理解することが容易でないものも多い。さらに予想もしない市場の動きに見舞われる可能性はいつも付きまとう。つい先日の上海株式市場の株価下落をきっかけに連鎖的に発生した世界同時株安は記憶に新しいところだ。投資収益が保証されたものではないし投資元本割れのリスクは常にあるということを肝に銘じておく必要がある。

銀行等が投信販売を始めたのは8年ばかり前のことでありその歴史はまだ浅い。顧客のみならず職員自身の教育が急務となっている。新しい金融商品に関する知識の習得は不可欠であるが、その効果を本当に高めるには、もっと基礎的な部分である経済や社会の枠組みについての理解度を高めることが大切だ。具体的には金融や経済の仕組み、さらには税金、年金、福祉（介護・医療・失業）などの公的制度についての理解向上だ。日本では勤労者の税金や社会保険料などは給与天引きされる仕組みになっているし、お金の絡む話題を忌み避ける国民性も加わって、金融や経済の枠組みに対する国民の理解度は低いと言われている。

しかし、金融経済の仕組みも高度化、複雑化している一方で、これからの社会は多様な金融サービスを利用者個人が自己責任において自主的に選択していくことを前提としている。金融経済教育が求められる所以だ。その一翼を金融機関が担うことが期待されている。

((株)農林中金総合研究所取締役調査第二部長 都 俊生・みやことしお)

今月のテーマ

## リテール金融の変化と対応

今月の窓

金融経済教育の充実へ

(株)農林中金総合研究所取締役調査第二部長 都 俊生

家計の金融資産選択の変化と金融機関の対応

渡部喜智・田口さつき・古江晋也 2

主要国の動向と日本の課題

個人消費における電子的決済サービスの  
拡大と金融機関の対応

鈴木 博 16

個別農協において渉外体制を見直す際の枠組み

若林剛志 33

談話室

ノルウェー・気になる国

(株)農林中金総合研究所代表取締役社長 大多和 巖 30

組合金融の動き

2006年における個人預貯金の動向

小針美和 46

統計資料 48

本誌において個人名による掲載文のうち意見に  
わたる部分は、筆者の個人見解である。



# 家計の金融資産選択の変化と 金融機関の対応

## 〔要 旨〕

- 1 家計が保有する、いわゆる投資性金融資産の比率は上昇傾向にあり、「貯蓄から投資」への変化に寄せる期待は大きい。本稿では家計の属性別投資傾向や資産選択の指向などをみた後、地域金融機関である地域銀行（地銀、第二地銀）の投信販売を中心とする預かり資産業務がどのような進展をみせ、かついかなる推進態勢を構築しているかを分析し、今後の課題を考えることとしたい。
- 2 家計の属性と投資性金融資産の保有の関係についてみると、家計の金融資産残高2000万円程度のレベルから投資性金融商品購入が積極化するとともに、世帯主年齢が50歳代後半以上の家計で投資性金融商品の保有が高まる傾向がある。この動きの背景には退職金の受取があると考えられる。金融資産選択の慎重姿勢を崩していないものの、個人の投資への関心は高まっている。退職金支給額が団塊世代退職以後も長期にわたり毎年10兆円の規模で推移する見通しであることと、50歳代における投資性金融商品の保有希望が増え収益性への関心度が上昇していることなど考え合わせると、シニア層への対応能力を高めることは金融機関の経営戦略上、重要な要素であると言える。
- 3 個人の投資指向の変化や金融行政の方向性を踏まえ、金融機関の預かり資産業務は進展をみせている。たとえば、預金に対する投信預かり資産残高の比率が3%以上の地域銀行は4分の3、5%以上も3割近くとなっている。預金から投信へのシフトの観点から言えば、02年から06年の間に預金残高が減少した地域銀行が2割あり、投信シフトの可能性は否定できない。しかし、他の8割は預金が増加しており、預金業務と預かり資産業務の推進が必ずしも相反するものとなっておらず、リテールサービスのなかで相乗作用も生じていると考えられる。
- 4 地域銀行の販売投信は、投資対象・地域が拡大しリスク特性も多様化している。このため、法令上のコンプライアンス対応のうえからも、運用リスク等についての説明能力など顧客に対するコンサルティング・サービスの向上が求められている。
- 5 販売チャネルの整備・強化については、店舗チャネルにおいて営業店内の相談ブース等設置に加え資産運用専門店舗の開設の動きもみられる。また、インターネットなどリモートチャネルを使った投信販売の動きも広がっている。
- 6 これまでFAなどの専門スタッフの拡充が預かり資産業務の態勢強化のポイントであったが、顧客層の広がりや販売投信のリスク特性の多様化に対応し、販売の前線に立つ営業店一般スタッフへの資格取得の奨励や日常的な教育・研修の継続・反復を通じたコンサルティング能力のレベルアップが必要になっている。

## 目次

### はじめに

- 1 家計の投資性金融資産の保有状況と資産選択の指向
  - (1) 投資性金融資産の保有状況
  - (2) 家計の金融資産選択の指向
  - (3) 退職金マーケットとシニア層の運用指向
- 2 預かり資産業務の進展と差異
  - (1) 地域銀行の投信販売動向

- (2) 投信販売と預金残高との関係
  - (3) 個人投信預かり資産業務と地域性
- 3 投信販売の現状と課題
    - (1) 顧客の投資指向と販売投信の商品構成
    - (2) 販売チャネルの整備・強化の動向
    - (3) 教育態勢の強化とコンサルティング対応

おわりに

## はじめに

わが国は高齢化の進行過程にある。ただし、超長期的には別として、個人金融資産の積み上げが取り崩しを上回る状態が当面続くと考えられる。焦点はこの金融資産の蓄積過程において、金融機関の金融情報サービス活動が高まり、かつ提供する金融商品メニューもより豊かなものになることなどを通じ、個人（家計）の金融資産運用の能動性が増して「貯蓄から投資」という流れが果たして加速するか、である。

金融行政においては、ペイオフ凍結解除後の05年度から2年間を重点強化期間とする「金融改革プログラム」が実施されている。「良質で多様な商品にアクセスできる金融システム」の構築が目指すべき方向となり、「利用者ニーズの重視と利用者保護ルールの徹底」を最重要ポイントとして、金融商品・サービスの提供、販売体制の充実に向けた制度設計が順次進められている。特に資産運用における製販分離や販売

チャネル拡大によって、便利かつタイムリーにワンストップで金融商品を購入できる環境が広がり、「貯蓄から投資」への流れが加速されることが期待されている。

このようななか、個人が投資性金融商品などの金融資産選択においてどのような指向を持っているか、それに対し金融機関の投資性金融商品を扱う預かり資産業務がどのような業務の進展をみせ、かついかなる推進態勢を構築しているのかを分析し、今後の課題を考えることとしたい。

## 1 家計の投資性金融資産の保有状況と資産選択の指向

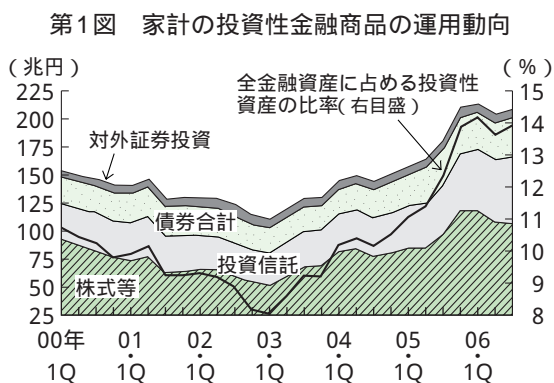
### (1) 投資性金融資産の保有状況

<sup>(注1)</sup>  
わが国の家計の金融資産保有は、間接金融優位のもとペイオフが発動されなかったこともあり、確定利回りの預貯金（預貯金金融商品）および類似商品が中心であった。このため、全金融資産中に占める預貯金の比率（以下「預貯金比率」という）は主要先進国のなかでも極めて高かった。

しかし、預貯金比率は02年後半をピークに低下傾向をたどり、5割を切ってきた。一方、債券、株式、投資信託および外国証券などの価格変動を伴う投資性金融商品（以下これらを合わせ、「投資性金融商品」ないしその資産を「投資性金融資産」という。なお出資金は含まない）の運用ウェイトは、株価回復も加わり約14%まで上昇している（第1図）。

このように家計の投資性金融資産の保有は増加しているが、世帯の、金融資産残高、世帯主年齢という属性や、家計の居住地域性などの観点からどのような傾向や特徴があるかをみることにしたい。

まず、世帯の金融資産残高と投資性金融商品保有の関係であるが、金融資産残高が増加するにつれリスク許容度も高まることから、全金融資産に占める投資性金融資産の比率（以下「投資性金融資産比率」という）は上昇する。ここで注目すべきは、金融資産残高が2千万円程度に達すると、投資性金融資産を保有する資産選択行動が強まることである。

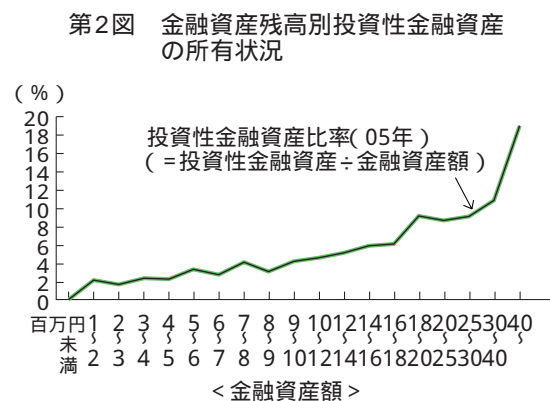


資料 日経NEEDS(日銀・資金循環勘定・残高表)データから農中総研作成  
 (注) 株式には出資金は含まない。

たとえば、総務省「家計調査・貯蓄負債編（2人以上の家計）」の金融資産残高別データによれば、金融資産残高が18~20百万円以上のレベルの家計ではそれ以下の金融資産残高の家計に比べ、投資性金融資産比率が高まる傾向が観察される（第2図）。また、同省「全国消費実態調査」（04年11月調査、以下同じ）でも、家計が何らかの投資性金融商品を保有する比率は全体では24%であるが、金融資産残高が2千万円程度になると、同比率は40%を超えてくる。

このように金融資産残高2千万円前後のラインは、金融資産選択においてリスク分散ないしリスク・テイクの効果を認識し、家計が投資性金融商品の購入行動に向かう分岐点となっていると考えられる。

世帯主年齢との関係では、投資性金融資産を保有する家計の比率は、世帯主年齢の加齢とともに上昇する。これは、高年齢層世帯ほど金融資産残高が多いことの一面でもある。前述の「全国消費実態調査」のデータによれば、55~59歳層および60~64歳層において何らかの投資性金融資産を保有



資料 総務省「家計調査・貯蓄負債編」から農中総研作成

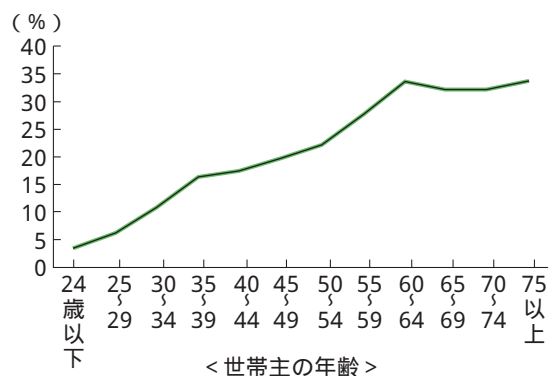
する家計の比率が一段上昇する傾向が観察される。世帯主の年齢が高まるに伴い投資性金融資産を保有する家計の比率は高まるが、55～59歳層で約27%に上昇した後、60～64歳層でさらに約33%に上昇し、それ以後高止まりする（第3図）。

同省「家計調査・貯蓄負債編」のデータからも同様の傾向が示される。06年1～9月期の全家計平均の投資性金融資産比率は13.4%であるが、50歳代までは1割未満であり、特に20～29歳層は4.2%にとどまる。それが60～69歳層の同比率は15.0%に急上昇し、70歳以上年齢層において同比率は17.8%に一段と高まる。

わが国の家計で50歳代後半から60歳代にかけて投資性金融資産比率が高まる傾向があるのは、退職金の受取によって金融資産が増加するのを機に、投資性金融資産の購入を開始ないし増やすことが多いと推測される。退職金に関しては後で考察する。

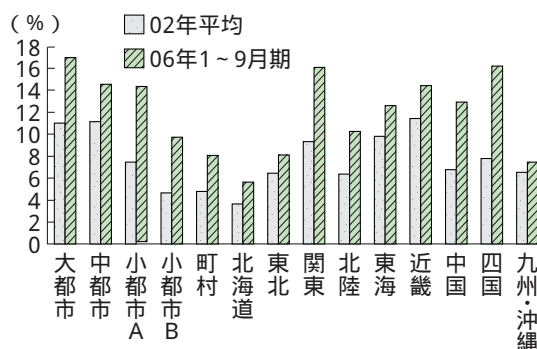
また、「家計調査・貯蓄負債編」によって家計の居住地と投資性金融資産比率の

第3図 世帯主年齢別有価証券の保有状況



資料 総務省「全国消費実態調査」(04年)から農中総研作成

第4図 地域別の投資性金融資産比率の変化



資料 第2図に同じ

関係を見てみよう。大都市および大都市圏の同比率が中・小都市、町村や多くの地方圏に比べおおむね高いことには変わりはないが、02年から06年の変化をみると、小都市、町村および地方圏においても投資性金融資産比率は着実に上昇し地域差が縮小する傾向にある（第4図）。投資性金融資産の保有増加の動きは、地域性を問わず強まっていると言えよう。

（注1）本稿では取り上げるデータの関係で家計という言い方をしたが、「個人」全般を指す。

（注2）投資性リスク金融商品の基本的範囲を株式・株式投資信託、債券・公社債投資信託としているが、「消費実態調査」の「有価証券」保有の有無についての調査では、貸付信託・金銭信託も含んでいる。

## （2）家計の金融資産選択の指向

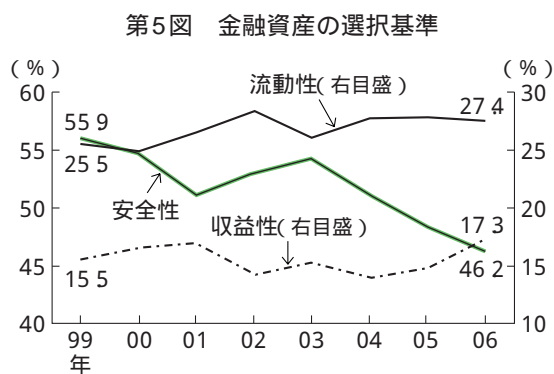
次に、以下では家計の金融資産に関する考え方や指向には変化が生じているかをみることにしたい。

金融広報中央委員会「家計の金融資産に関する世論調査」(06年、以下「世論調査」<sup>(注3)</sup>という)によれば、金融商品の選択の際に重視した項目として、「安全性」を挙げる回答者が最も多い(46.2%)。しかし、99年



の55.9%と比べると、その割合は約10ポイント低下している。「安全性」に次いで回答が多いのが「流動性」で、その割合は約3割でほとんど変化がない。流動性への関心が依然強いことは、毎月（ないし隔月）収益分配型の投信販売の人気の高いことと合わせ注意すべき事項である。一方、「収益性」の回答者の割合は、99年に15.5%だったものが06年に17.3%へ上昇したが、上昇は小幅なものにとどまっている（第5図）。

今後の金融商品の保有希望（複数回答）についても、預貯金（除く郵便貯金）が52.8%、郵便貯金が29.2%と安全性の高い金融商品が第1位、第2位を占める。元本重視の姿勢は緩和しつつあるものの、多く



資料 金融広報中央委員会「家計の金融資産に関する世論調査」から農中総研作成

第1表 家計の投資性金融商品の保有希望（複数回答）

	(単位 %)						
	00年	01	02	03	04	05	06
債券	4.1	5.2	5.5	5.7	5.1	6.5	7.7
株式・株式投信	13.0	12.6	10.1	9.5	10.4	13.5	15.7
公社債投信	6.1	4.4	2.8	1.7	1.5	1.5	1.8
外貨建金融商品	4.4	4.8	4.2	4.8	3.6	4.1	4.7
不動産投信	-	-	-	0.8	1.0	1.3	1.1
合計	27.6	27.0	22.6	22.5	21.6	26.9	31.0

資料 第5図に同じ

の家計はリスクを積極的に取りにいくところまでには至っていない。

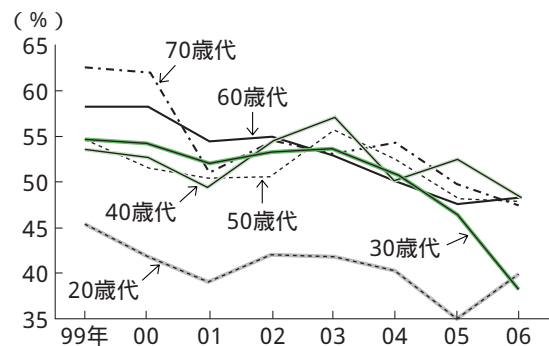
ただし、03年4月を底に株価の回復もあり04年以降、株式・株式投信や債券を中心に投資性金融商品の保有希望の回答割合は緩やかに上昇している（第1表）。市場環境の好悪の影響は避けられないが、家計の投資性金融商品への関心の高まりに corres pond するべく、金融機関は顧客の生活設計や金融商品への指向を汲み取り、適切な金融情報サービスを行うことで顧客の安心感・満足度を高める必要がある。

なお、前述の「世論調査」の回答者の年齢階層別では、ほぼ全階層にわたり共通に安全性や元本確保への関心が低下傾向にある。また、20歳代の金融資産の安全性や元本確保への指向が他の年齢層より低いという特色がある（第6図）。

(注3)「安全性」「流動性」「収益性」は以下のように分類。

- 「安全性」:「元本が保証されている」および「取扱金融機関が信用できて安心」
- 「流動性」:「少額でも預け入れや引き出しが自由にできる」および「現金に換えやすい」
- 「収益性」:「利回りが良い」および「将来の値上がりが見込める」

第6図 金融資産の選択基準(安全性)



資料 第5図に同じ



### (3) 退職金マーケットとシニア層の

#### 運用指向

以上、投資性金融資産についての保有状況や家計の関心・指向をみてきたが、50歳代後半以降のシニア層が投資性金融資産の主要な保有者である実態が浮かび上がった。

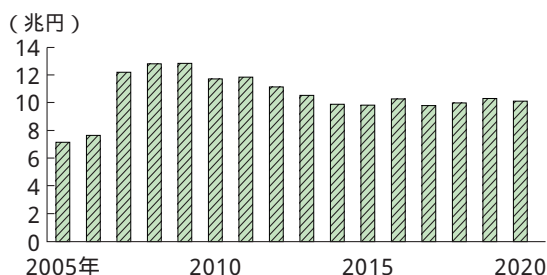
ここで、退職金の受取により金融資産増加が大きく増えるシニア層の動きについて整理してみよう。特に07年からの3年間は、1947～1949年に生まれた人口構成上のボリューム・ゾーンである「団塊世代」が旧定年法における退職年齢である60歳になることから注目を集めている。

(注4)  
当社推計の退職金受取見込額によると、07、08年は約12兆円、09年は約13兆円の退職金支給が発生する。これは05年の1.7～1.8倍にあたる。

ただし、退職金支給がその後大きく減るわけではないことに注意が必要である。団塊世代以降の世代は人口数が相対的に少ないものの、高学歴化から一人当たり支給額が増えることなどから、その後も10兆円近辺を推移すると試算される(第7図)。

一方、シニア層のなかで退職金受取が見

第7図 今後の退職金受取見込額の推移



資料 総務省「国勢調査」(00年、05年)、厚生労働省「賃金構造基本調査」(05年)、「就労条件総合調査」(03年)から農中総研が推計

第2表 50歳代層の投資性金融商品の保有希望 (複数回答)

(単位 %)

	00年	01	02	03	04	05	06
公共債	3.3	3.0	3.7	3.7	4.4	4.1	6.7
株式	10.2	10.4	8.0	9.3	7.2	10.8	9.9
株式投信	3.1	2.4	1.5	1.3	2.5	3.4	6.5
公社債投信	5.2	3.9	2.0	1.6	1.5	1.6	2.4
外貨建金融商品	4.2	5.8	4.2	4.7	3.1	3.9	5.1
不動産投信	-	-	-	1.1	0.5	0.9	1.1
合計	26.0	25.5	19.4	21.7	19.2	24.7	31.7

資料 第5図に同じ

込まれる50歳代の投資性金融商品の保有希望は、02～04年の低迷から脱し、05年以降急速に増えている(第2表)。また、前述の「世論調査」における収益性についての関心は基本的に若い年齢階層ほど高くなるが、60歳代の上昇が目立つ。これは、退職金が投資性金融商品に向かう可能性が高まっていることを示すと考えて良いだろう。

以上のような規模と投資への指向から考えて退職金マーケットは将来的にも預貯金業務および資産運用サービス業務の重要なターゲットであり続ける。顧客から退職金運用の相談を受ける関係を日頃から作っていくことが大切であるとともに、シニア層向けの資産運用メニューやコンサルティング・サービスの対応能力のいかんは、金融機関評価や満足度向上の点で重要性が増すと思われる。

(注4) 詳しい推計方法等については、当総研『金融市場』06年12月号「団塊世代の属性に基づく退職金推計」を参照されたい。

## 2 預かり資産業務の進展と差異

### (1) 地域銀行の投信販売動向

金融機関は、「金融改革プログラム」期

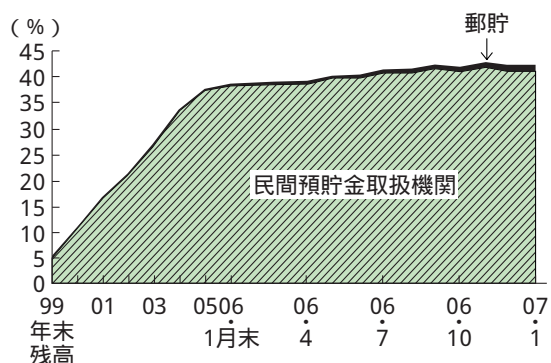
間において、金融行政の方向性を踏まえ、預貯金商品以外での資産運用サービスを行う預かり資産業務をリテール戦略の重要な柱として位置づけて態勢を整備・強化し、大きく経営実績も伸ばしている。

以下では、金融機関の預かり資産業務の中核である投信販売について、地銀、第二地銀（以下両方を合わせ、「地域銀行」という）を中心にその業務展開の現状を分析する。

預貯金取扱金融機関の投資信託（以下「投信」という）販売の動向を概観すると、その販売シェア（純資産残高ベース）は、投信販売の開始1年後の99年末は5%だったのが、04年末には33%に上昇し、06年4月に4割に乗った。足元（07年1月）では42%になっている（第8図）。この残高には法人、個人の両方への販売が含まれるが、銀行等の金融機関が、個人にとって投資性金融商品である投信を購入する際の重要なチャネルになっていることは間違いない。

地域銀行に限ってみても、個人の投信預

第8図 預貯金取扱金融機関の  
公募投信販売シェア推移



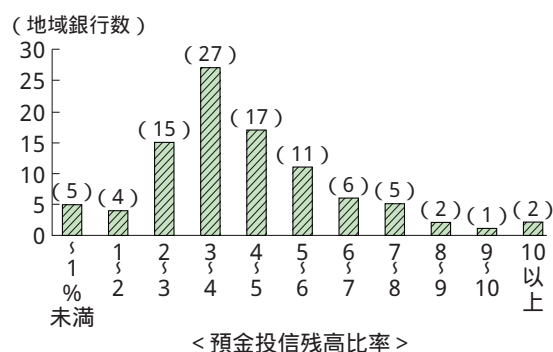
資料 投資信託協会データから農中総研作成  
 (注) 純資産残高ベースでのシェア(本図シェア以外は証券会社および直販での販売)。

かり資産残高は比較可能なデータが入手可能な02年以降、毎年2けた以上の成長が続いている。06年9月末時点において02年3月末比で最も伸びの低い地域銀行でも残高倍増となっている。

06年9月末時点の個別地域銀行の預金に対する個人投信預かり資産残高の比率（以下、預金・投信残高比率（＝個人投信預かり資産残高÷預金残高））の分布をみると、データが入手可能な95行のうち、約75%にあたる71行が3.0%を超えている。同比率5%以上の地域銀行も27行で全体の約28%を占める（第9図）。

ちなみに同比率が3.0%を超えた地域銀行は02年3月末において1行だけであった。また、メガバンクの同比率は06年9月末時点で三井住友銀行が4.5%、みずほ銀行が2.8%、三菱東京UFJ銀行が2.5%となっており、メガバンクの水準を超えている地域銀行が多い。

第9図 預金投信残高比率による  
地域銀行の分布  
(06年9月末)



資料 ニッキン投資年金情報、日経Financial Questから農中総研作成  
 (注) データが入手できる地域銀行95行を対象とした。

(2) 投信販売と預金残高との関係

前述のように、預金・投信残高比率はほとんどの地域銀行で上昇している。

ただし、地域銀行のなかには預金が伸び悩み、あるいは減少した結果、同比率が一層上昇してみえる金融機関もある。また投信を販売すれば、預貯金から投信にシフトするだけではないかという見方が当初少なからずあった。実際の理由は別としても、投信販売の増加と預金低迷という組み合わせが生じている地域銀行がどの程度あるかも投信販売業務が進展している現状を評価するうえでの一つのポイントになる。

(注5)

データが入手可能な地域銀行66行について、預金残高、個人投信預かり資産残高(いずれも06年9月末の値)の02年3月末からの変化額をそれぞれ横軸、縦軸にプロットしてみた(第10図)。図中のA(A1及びA2)領域にあるということは、預金残高、個人投信預かり資産残高のどちらも増加し

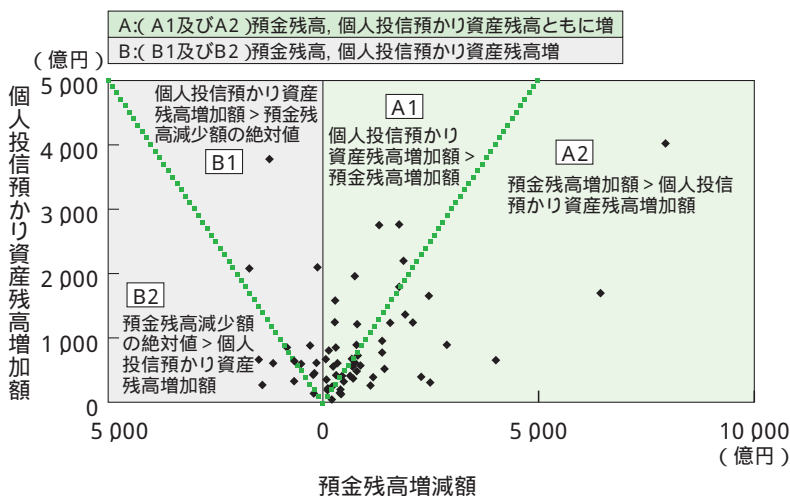
ていることを意味する。一方、B(B1及びB2)領域は、預金残高は減少したものの、個人投信預かり資産残高は増加していることを表す。このB領域に入る地域銀行の預金投信残高比率は、Aの領域の地域銀行と投信販売増加額が同程度であっても、より上昇してみえる。

結果は、A領域にある地域銀行(預金残高、個人投信預かり資産残高がともに増加)は全体の約8割にあたる51行であったのに対し、B領域(預金残高は減少かつ個人投信預かり資産残高は増加)は約2割の15行であった。

さらにA領域について、A1、A2に45度線で分割したが、この上方のA1に入っている地域銀行は、個人投信預かり資産残高の増加額が預金残高の増加額を上回っている銀行である。これに対し、A2にあるということは個人投信預かり資産残高の増加額が貯金残高の増加額の伸びには及ばない

ことを示している。A1(個人投信預かり資産残高の増加額 > 預金残高の増加額)に属する銀行は全体の3割にあたる21行だった。残り30行、45%はA2(預金残高の増加額 > 個人投信預かり資産残高の増加額)に属する。預金増を上回る個人投信預かり資産残高増があった地域銀行は過半数には至らないものの相当数にのぼっており、投信販売業務の進展ぶりを

第10図 預金残高と個人投信預かり資産残高の関係(1)  
- 地域銀行66行 -



資料 第9図に同じ  
(注) 各数値は、06年9月末値から02年3月末値を引いたもの。

物語っている。

B領域についても、45度線でB1、B2に分けた。B1に属する銀行は、預金残高が減少しているものの、その減少額を上回る個人投信預かり資産残高がある地域銀行で10行あり、全体の約15%を占める。問題はB2である。預金残高の減少額を個人投信預かり資産残高の増加額で穴埋めできなかった銀行は5行で約8%弱あり、金融資産運用に関するリテールの収益基盤の後退が懸念されるところも少なからず存在する。

以上から、分析対象のうちで、預金残高が減少した地域銀行が約2割あり、投信へのシフトがあった可能性は否定できない。しかし、外部環境として郵貯・定額貯金の大量満期やペイオフ凍結解除に伴う預け替えという好要因にも恵まれたこともあったが、8割の地域銀行では預金も増加している。個人金融資産の蓄積が進むなか、金融機関レベルでは預貯金商品の残高と投資性金融商品の預かり残高の両方が増加した傾向が強いことが示された。

これには、多くの銀行で実施されている投資性金融商品の購入時に定期金利を上乗せする販売法（主にキャンペーン時に行われている）などによるクロスセル効果もある。地域銀行の経営戦略上、預金確保と預かり資産業務の推進が必ずしも相反するものになっておらず、リテールサービスのな

かで相乗作用も生じている可能性も示唆していると思われる。

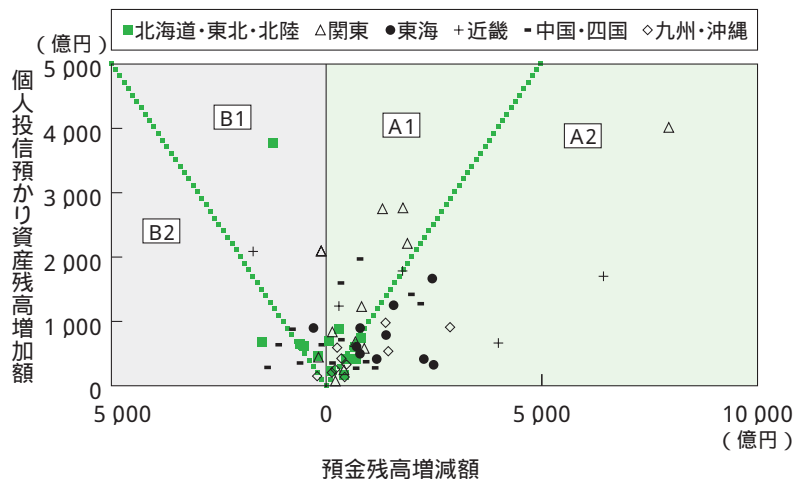
(注5) 02年3月末及び06年9月末で比較可能なデータが入手可能な地域銀行は66行。経営統合、営業譲渡などの要因で預金残高が増加した地域銀行は除いた。

### (3) 個人投信預かり資産業務と地域性

第10図を地域ごとに細分化したのが、第11図である。個人投信預かり資産残高の増加額自体が大きい地域銀行は関東、近畿に多いが、関東ではA1、東海はA2に圏内の地域銀行のほぼすべてが含まれる。その他、B2の5行中、3行が中国・四国の地域銀行であった。ただし、これらの点を除くと、地域性は特にみられなかった。

個別地域銀行の投信預かり資産業務の経営実績の差異は、地域の経済環境や金融資産の蓄積状況の差異による影響よりも、金融機関の競合度合いや収益環境および個別の経営戦略の置き方による影響が大きいと思われる。

第11図 預金残高と個人投信預かり資産残高の関係(2)  
- 地域銀行66行 -



資料、(注)とも第10図に同じ



第3表 郵便局の貯金と投信販売額の  
支社別ウェイト(06年12月末現在)

(単位 %)

(支社)	貯金額 ウェイト (a)	投信販売額 ウェイト (b)	(a-b)
北海道	39	45	05
東北	58	63	05
東京	111	109	02
東京以外の関東	222	228	06
東海	125	124	01
近畿	182	175	07
信越	36	20	16
北陸	26	33	06
中国	67	63	03
四国	35	43	08
九州・沖縄	98	96	01

資料 郵政公社資料から農中総研作成  
(注) 支社別貯金は06年3月末残高に06年4～12月の支社別受払を加え(元加利子は除外)試算。

また、郵便局の投信販売(累計)の地域別販売状況を、投信販売額の支社別ウェイトと郵便貯金の支社別ウェイトの比較からみると、都市圏支社の投信販売ウェイトが貯金額ウェイトに比べ相対的に大きくなっているなどの乖離は特に見受けられない。むしろ、地方圏でも北海道、東北、北陸、四国の各支社では投信販売額ウェイトが貯金額ウェイトを上回っている(第3表)。

地方圏の郵便局においても個人顧客の投資性金融商品の購入の動きは着実に広がっていると考えて良いだろう。

### 3 投信販売の現状と課題

#### (1) 顧客の投資指向と販売投信の商品構成

以下では、販売投信の商品動向を踏まえ、態勢強化の動きと課題を考えたい。

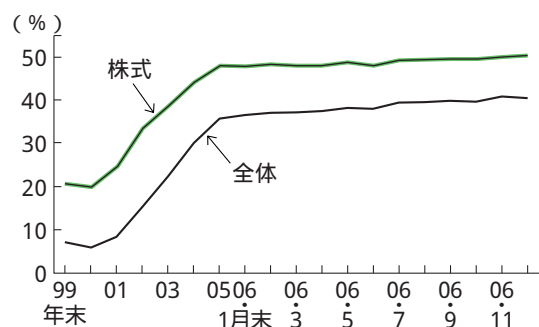
最近の個人の投信購入における特徴的な動きとして、海外投資ニーズの高まりが言

われる。投資信託協会がまとめている投信販売実績においても、国内株式投信の残高が減少している半面、投信純資産総額に占める外貨建て資産への投資比率(以下「外貨建投資比率」という)は上昇をたどっている。全体の外貨建投資比率は、00年末に7%であったが、04年末には3割に到達し、足元(06年12月)では4割(40.2%)まで上昇し、株式型に限れば5割に達している(第12図)。リスクを海外資産で取ろうとする投資指向の強まりがうかがわれる。

これに対して、地域銀行など金融機関の販売投信の商品構成はどのようになっているだろうか。第4表は、預金量上位10位までと、前述の預金・投信残高比率の上位6位までの地域銀行が販売する投信を主な投資対象に従って分類したものである。

表中の地域銀行の取扱投信について概観すると、国内のMMF、株式投信、公社債投信を品揃えした上で、海外公社債投信では米国や欧州の特定国・地域およびグローバルな範囲に投資国対象を拡大した投信と、株式投信ではアクティブ運用の主に欧

第12図 投信の外貨建投資比率の推移



資料 投資信託協会資料から農中総研作成  
(注) 外貨建投資比率=外貨建純資産額÷契約型公募投信・純資産額

第4表 地域銀行の取扱投信の分類(取扱いの場合: )

		国内						海外					内外バランス型		その他			
		公社債型		株式型			バランス型	不動産投信	公社債型			株式型		不動産投信		債券・株式	含む不動産投信	
		MMF	中長期公社債	インテックス運用	アクティブ運用	ヘッジ運用			MMF	特定国・アクティブ	グローバル	インテックス運用	アクティブ運用					ヘッジ運用
預金量上位10地域銀行	横浜																	
	千葉																	
	静岡																	
	福岡																	
	常陽																	
	西日本シティ																	
	群馬																	
	八十二																	
	広島																	
	北陸																	
投信販売比率上位5地域銀行	荘内																	
	関東つくば																	
	みなと																	
	東京スター																	
	三重																	
	千葉興業																	
その他	郵便局																	
	メガ・バンク																	

資料 各金融機関のHP等から農中総研作成

- (注)1 類型化およびその該当への分類は農中総研が行っているものであり、各金融機関のものではない。また、分類は投資対象に基づく日本と海外の不動産(投信)に特化して投資する投信は、日本と海外の不動産投信の両方に該当するとした
- 2 グループ証券会社で販売しているものは含めない。メガ・バンク(リテール)ですべて取扱いの場合は、一部取扱いをしていない場合は、で表示。
- 3 07年2月14日現在の取扱い。

米先進国を投資対象とする投信に加え、BRICsなどの新興国に投資対象を特化した投信を品揃えしているところが多い。また、海外資産にも相当なウェイトで投資可能な内外バランス型や不動産を投資対象にした投信のライン・アップも強化されている。加えて、価格変動リスク抑制の観点からマーケット・ニュートラル(ヘッジ運用)の国内株式投信を用意しているところもある。

このように金融機関の販売投信は投資対象・地域やリスク特性などの点で相当に幅広くかつ多様になっている。それに伴って、海外投信の投資対象が海外の様々な国・地域の様々な資産に広がり、投資環境に関する情報やリスク認識を丁寧に伝えて行くコンサルティングの内容・質の向上が求められている。

## (2) 販売チャネルの整備・強化の動向

投信販売の増加に象徴される「貯蓄から投資へ」の流れは、金融機関の投資性金融商品の販売チャネルにも影響を与えつつある。とりわけ店舗チャネルにおいては、ローンセンターを除く各営業店で投信の取扱体制を整えつつある。

営業店のなかに、ローカウンターあるいは相談ブース・個室を配置し、顧客への説明・相談のための態勢強化を進め、相対での顧客取引を行う場へと変化しつつある。

さらに、主に富裕層を対象とした「資産運用プラザ」などと呼ばれる資産運用相談の専門店舗を開設する金融機関も増加している。近年ではメガバンクにとどまらず、地方銀行等にも広がりを見せており、休日営業を行うことで顧客の利便性を高めたり、セミナー会場に活用するケースもみられる。

また最近では、インターネットバンキングやテレフォンバンキングといった非対面型リモートチャネルを投信販売のツールとして活用する銀行もでてきている。

たとえば、07年1月現在、地域銀行全体(110行)の17.3%(18行)がすでにインターネットで投信販売を行っている。未実施銀行でもインターネットによる投信販売に関心を寄せる銀行は少なくない。電話による投資信託販売も同20.9%の23行で行われている。加えて、同30.0%の33行が投信専用のフリーダイヤルを設け、相談業務などを実施しており、顧客のライフ・スタイルの多様化や投資リテラシー(投資態度・知

第5表 投信販売のリモート・チャネルの活用

(単位 %)

	インターネットで投信購入可能	電話で投信購入可能	投信専用フリーダイヤル設置
地銀 第二地銀	18 1	22 1	22 11
合計	19	23	33
比率	17.4	21.1	30.3

資料 農中総研調べ(地域銀行:110行 07年1月末時点)

識・能力など)の変化に応じ、販売チャネルも変わりつつある(第5表)。

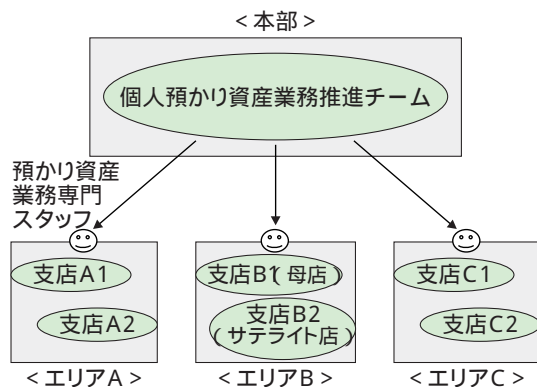
また、投信の自動積立の利用により、顧客にとっての時間分散投資の効果を上げるとともに、金融機関にとっては投信取引の着実な拡大がはかれるメリットを強調する意見も多い。

## (3) 教育態勢の強化とコンサルティング対応

多くの地域銀行は、預かり資産業務拡大のために、本部に個人預かり資産専門の何らかの部署を設けることで業務をより明確化させ、資産運用アドバイザーやフィナンシャルアドバイザー(以下「FA」という)などの職名・名称の預かり資産業務の専門スタッフを設置してきた。従来は、それらの専門スタッフの人員拡充が預かり資産業務の態勢強化の重要なポイントであった。

FAなどの専門スタッフはコンサルティング・ニーズの水準の高い顧客への営業活動を行うとともに、個別店舗ないし一定範囲の営業エリアでの一般スタッフへの教育・指導や営業企画・管理の業務も行っている(第13図)。

第13図 個人預かり資産業務支援体制  
(イメージ)



資料 ヒヤリングなどから農中総研作成

しかし、投資性金融商品への投資が一部特定顧客にとどまらず、顧客層が広がるなかで、コンプライアンス対応に加えて、前述のような販売投信の商品構成の多様化に伴う説明能力の引き上げのため、営業店一般スタッフの教育態勢を強化する必要性が改めて高まっている。

すなわち、窓販開始の初期段階において、店内窓口（テラー）で販売の前線に立つ営業店一般スタッフへの教育研修は、預かり資産業務の重要性の認識・動機付けなどの意識改革から始まり、販売応手法や専門紙・誌の読み方など金融証券情報の入手の方法・仕方を教え、販売投信についての一通りの商品内容に関する知識を与えることなどが主要なものであった。しかし、目論見書・約款等に基づく商品内容の理解だけにとどまらず、内外の証券金融市場に関する知識のレベルアップも求められている。そのため、フィナンシャルプランナー（FP）資格の取得奨励とともに、日常的な教育・研修の継続・反復を通じたコンサル

ティング能力のレベルアップのための研修が必要になっている。

また、個人顧客の投資リテラシーが上がっていくことに伴い、前述のFA等専門スタッフのレベルアップも課題であり、FAの追加研修に取り組む地域銀行もみられる。

金融機関には商品説明の能力向上や説明姿勢のさらなる改善などを基軸におきながら、個人顧客の投資リテラシー向上に資するようなコンサルティングを行うことも大切な役割である。仮にそれが十分でないと金融商品販売法や金融商品取引法などの法令が規定するコンプライアンス対応の不備も問われることになる。

また、顧客の立場（適合性）に立った適切な情報提供・コンサルティングを通じて、取り得るリスクをしっかりと認識・納得してもらうことが顧客、金融機関の両方にとってのリスク管理の第一歩になる。同時に、金融機関が提供する情報やコンサルティングのいかんがリレーションシップ営業のなかでの重要な競争力要因となっており、教育態勢の強化が進められている。

## おわりに

07年2月27日の中国株式相場の暴落をきっかけに世界同時株安が生じた。特に昨年来の大幅上昇を受け新興国株式投信には相当な資金が流入しており、個人投資家の痛手が懸念されるところである。投信ブームのなかで起きた試金石と言えようが、問題



は、このような市場ショックに備えて、投信販売の金融機関がどのような事前説明・コンサルティングを行い、かつ必要に応じた事後フォローをするかである。

年金制度の疲弊も進むなか、個々人レベルで金融資産の運用効率を上げて行くことが若い世代を中心に求められよう。これに対し、金融機関はコンサルティング能力を持った人材育成や想定される顧客層（顧客ターゲット）に合致したチャネル強化を通じて金融情報サービス産業としての性格を明確にすることが、重要な生き残り戦略となる。

また、その結果として、地域において個々人の生活スタイルやニーズに合った豊かな金融資産を持つ人々を長期的に少しでも増やしていくことは遠回りではあるが地域経済のためにも重要な貢献になるはずである。

< 執筆者 >

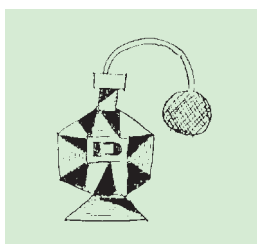
全体調整（はじめに、おわりに）

渡部喜智（調査第二部副部長）

1 節 渡部喜智，田口さつき（研究員）

2 節 田口さつき

3 節 渡部喜智，古江晋也（研究員）



# 個人消費における電子的決済 サービスの拡大と金融機関の対応

## 主要国の動向と日本の課題

### 〔要 旨〕

1 クレジットカードやデビットカード，電子マネーなどの電子的決済サービスの利用の広がりは，ICなどの技術革新によるところが大きく，現在，ICカードへのシフトが進むなかで，少額決済の分野では非接触型IC技術が浸透している。

2 米国では，VISA，MasterCardの二大ブランドの下で，クレジットカードやデビットカードの利用度が高いが，これらは主として銀行によって発行され，カード関連の収益は米銀の主要な収益源となっている。近年は，クレジットカードの利用はやや頭打ち傾向にあり，デビットカードの利用が増えている。

欧州では，英国でクレジットカードが普及しているが，デビットカードの利用度が高まる傾向にあり，フランスやドイツなどの大陸欧州主要国では，もっぱらデビットカードが利用されている。これらの国でも，クレジットカードやデビットカードは銀行などの金融機関が中心となって発行している。ドイツやフランスでは，電子マネーの普及も進んでおり，これも金融機関主導で展開されている。

3 日本は，欧米主要国に比べると，電子的決済サービスの利用度は低い。クレジットカードはクレジット会社を中心に発行されてきたが，銀行にもリボルビング払いが認められたことから，近年，一部の都銀や上位地銀を中心に銀行本体でクレジットカードを発行するところも出てきている。デビットカードサービスは99年に開始され，その後，取引件数や取引金額は増加傾向にあるが，欧米主要国に比べると利用度は低い。非接触型IC技術を使用したSuicaやEdyなどの電子マネーは，近年，急速に普及しているが，事業会社を中心に推進されている。

日本における電子的決済サービスの利用は，今後も拡大していくと予想されるが，一層の利用度向上のためには，広告などによって認知度を高めていくことのほか，ICカード化の推進等により利便性や安全性を強化していくことが必要であろう。特に，銀行などの金融機関が提供するデビットカードサービスについては，そうした面での工夫が必要と思われる。欧米諸国に比べて遅れている電子マネーに対する法規制については，早期に整備していくことが望ましいと思われる。

## 目次

### はじめに

- 1 電子的決済サービス分野における技術革新
- 2 主要国における電子的決済サービスの利用
  - (1) 国によって異なる電子的決済サービス
  - (2) 主要国における電子的決済サービスの利用状況

### 3 日本における電子的決済サービスの利用と今後の課題

- (1) 日本における電子的決済サービスの利用状況
- (2) 今後の課題

## はじめに

近年、日本では、個人の消費生活において、クレジットカードやデビットカード、電子マネーなどの電子的決済サービスの利用が増えているが、欧米主要国と比べると、その利用度は低い。また、欧米主要国では、こうした決済の分野で、銀行などの金融機関が主導的役割を果たしているのに対し、日本の場合は比較的金融機関のかかわりが薄いといった特徴がある。

本稿は、電子的決済サービスの分野における主要国の動向を整理するとともに、日本における今後の課題について考察したものである。

## 1 電子的決済サービス分野における技術革新

電子決済とは、電子機器や通信機器を用いて電子的な方法で決済を行う仕組みをいう。具体的には、電子マネーやプリペイドカードのように、貨幣価値をICカード等に

蓄積されたデジタル情報に代替させ、このデジタル情報を移転させることで決済を行ったり、ATMを通じた振込やクレジットカード、デビットカードを介したオンライン通信による決済のように、電子機器や通信機器を通じて資金の移転を行ったりするようなものをいう。

個人の日常的な消費活動に関する決済は、商品やサービスを受け取るのと同様に行われるのが通常である。こうした決済では、ATMによる振込等を利用したものは少ないとみられ、現金決済を除けば、商店のレジ等で決済が可能なクレジットカードやデビットカード、電子マネーの利用が多いものと思われる。こうした観点から、以下では、電子的決済サービスとして、<sup>(注1)</sup>クレジットカードとデビットカード、電子マネーを対象として考察する。

電子的決済サービスの分野では、IC (Integrated Circuit, 集積回路) などの技術革新の成果を無視することはできない。クレジットカードが日本で初めて発行されたのは1960年であるが、当時のクレジットカードは、プラスチックカードにエンボス加

(注2)  
工しただけのもので、電子化が行われたのは、磁気カードが発行された80年以降である。磁気カードは、プラスチックカードにデータの記憶等が可能な磁気ストライプを貼り付け、この磁気ストライプに会員に関する情報などを書き込んだものである。この時期にはPOS (Point of Sales, 販売時点情報管理) システムの導入が進んでいたこともあり、磁気カードを通じた店頭でのオンラインによる信用照会なども可能になった。

なお、銀行業界はこれよりも早く71年に磁気ストライプの付いたキャッシュカードを発行している。銀行業界における磁気カードの発行は、71年のCD機の導入や77年のATMの導入もあり、決済関連の事務効率化につながった。

ICカードは、プラスチックカードにICチップを埋め込んだもので、75年にフランスで発明された。ICカードは種々の点で磁気カードよりも優れており、フランスやドイツでは80年代にICカードの導入が進み、キャッシュカードについては、90年代前半に磁気カードからICカードへの切り替えが完了している。

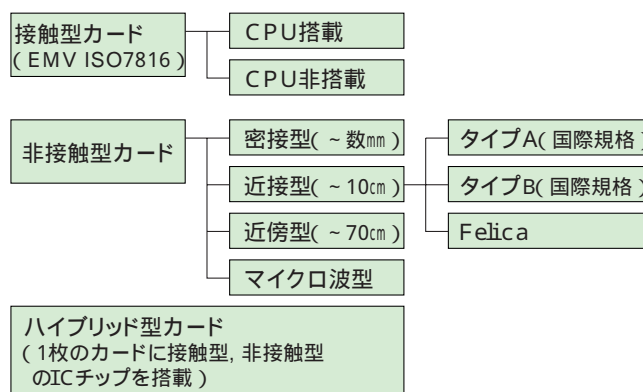
現在使われているICカードは第1図のように分類される。まず、通信方式によって接触型と非接触型、両方の機能を持つハイブリッド型に分類される。

接触型ICカードは、カードの端子をリーダライタの端子に接触させる(カードをリーダライタに差し込む)ことに

より電力供給を受けデータ交換を行うもので、CPU (Central Processing Unit, 中央演算処理装置で小型パソコンの機能を保持) を搭載したものと、単にメモリのみを搭載したものがある。ICカードとしてのキャッシュカードやクレジットカードは前者のものである。CPUを搭載したICカード(スマートカードともいう)は、磁気カードに比べて、データ記憶容量が格段に大きいほか演算機能を持ち、複数のアプリケーションが搭載可能であり、偽造等に対する抵抗力にも優れている。

次に、非接触型ICカードは、リーダライタの近くにカードをかざすことにより電波を受信しデータ交換を行うもので、カードのかざし方によって、密接型、近接型、近傍型、マイクロ波型に分かれる。一般的に使われているのは近接型(リーダライタに10cm以内まで近づける)であり、タイプA、タイプB、Felicaの三種類がある。日本ではFelicaの利用が多いが、<sup>(注3)</sup>国際標準はタイプAやタイプBのもので、国際ブランドであるVISAやMasterCardはタイプA/Bを使

第1図 ICカードの種類



資料 日本ICカードシステム利用促進協議会資料等から筆者作成



用している。非接触型ICカードは処理スピードに優れ、混雑した交通機関の駅やレジなどにおいて有効である。

日本では、80年代から90年代にかけて磁気カードの時代が続き、ICカードについては、88年に全銀協が「ICカード標準仕様」を定めるなど普及に向けた準備がなされたが、その後普及は進まず、実際にキャッシュカードやクレジットカードのICカード化が本格化したのはカードの偽造などが社会問題化した03年ごろからである。ただし、電子マネーを搭載した非接触型ICカードは、01年以降日本でも急速な普及がみられ、この分野では欧米諸国に先んじている。

(注1)「電子的」という表現は、電子決済類似の決済を含むやや広い意味で用いている。

(注2)エンボス加工とは、プラスチックカードの裏面から文字を打ち込んで、会員番号等が表面に浮き上がるような形で加工したものを。

(注3)非接触型IC技術Felicaは国際標準ではないため、現状では海外で使えないという課題がある。

## 2 主要国における電子的決済サービスの利用

### (1) 国によって異なる電子的決済サービス

クレジットカードなどの電子的決済サービスの利用動向には、決済慣行や法規制の違いなどから国によってかなりの違いがある。

クレジットカードによる決済では、利用者(消費者)が商品等の購入時に加盟店においてカードを提示し、サインないしは

PIN(Personal Identity Numberの略で暗証番号のこと)入力によって決済するが、資金はクレジット会社が加盟店に立替払いし、一定期間後に利用者の銀行口座からの引落とし等によってクレジット会社に支払われる。この間、クレジット会社による与信行為が発生する(利用者には負債の発生)。

クレジットカードは、発祥地である米国では決済手段として広く普及しており、カード発行は基本的に銀行などの金融機関が行っている。これに対して、ドイツやフランスなどの大陸欧州主要国では、クレジットカードの発行は少なく、後で述べるデビットカードが中心である。大陸欧州主要国では負債を持つことに抵抗感のある国民性に加えて、銀行産業の集中化による預金振替システムが早くから発達し、デビットカードによる決済サービスが構築しやすかったといった点が指摘されている。<sup>(注4)</sup>日本では、銀行がクレジットカードを発行することは長い間認められなかったため、クレジット会社が主たる発行体となっている。

デビットカードは、銀行が提供する決済サービスであり、利用者が商品等の購入時にカードを提示し、加盟店の端末機にPIN入力(欧米ではサイン方式もある)することによって、利用者の銀行口座から代金が引き落とされて決済が行われる。クレジットカードのような与信行為は発生せず、銀行口座の残高の範囲で決済が可能となる。デビットカードによる決済では、加盟店の端末機と銀行のコンピューターとがオンラインで結ばれ、端末機の手続きによって即時に

残高を引き落とす方式（即時払いデビットないしはオンラインデビット）のほかに，欧米では，カードによる決済時に銀行口座の残高照会のみを行い，後日銀行口座から代金を引き落とす方式（後払いデビット）も普及している。

デビットカードは，ドイツやフランス，英国などでは，電子的決済サービスの中心的手段として使用され，米国でも近年利用が増えている。日本では99年からサービスが開始された。クレジットカードやデビットカード，後記の電子マネーによるビジネスでは，加盟店手数料が主たる収入源となるが，加盟店手数料はクレジットカードや電子マネーに比べてデビットカードの方が安い。

電子マネーは，利用者が事前に現金を電子マネー発行体に払い込み，その金額情報がICカード等に蓄積され，商品等の購入時に金額情報が支払先に移転することにより決済が行われるものである。電子マネーの普及が先行したドイツやフランスでは接触型ICカードが使用され，銀行などの金融機関が発行している。これに対し，日本では，01年以降事業会社を中心に非接触型ICカードによる電子マネーが推進されており，非接触型カードの分野では日本が欧米に先行している。電子マネーのビジネスでは加盟店手数料が主たる収入源であるが，払込現金の運用益も収入となる。

（注4）Humphrey, David B. & Setuya Sato & Masayoshi Tsurumi & Jukka M. Vesala (1996), pp.24,25.

## （2）主要国における電子的決済サービスの利用状況

### a 米国

第1表は主要国のデビットカードとクレジットカード，電子マネーカードの取引件数と，これらのカードによる決済金額の名目GDPベース個人消費に占める割合をみたものである。取引件数では圧倒的に米国が大きく，デビットカードとクレジットカードを合計した取引件数で英国の6.8倍（05年），日本の12.7倍（04年）の規模となる。また，これらのカードを使用した決済金額の名目GDPベース個人消費に占める割合は05年で30.3%に達し，かつ，年々増加傾向にあるなど，米国における電子的決済サービスの利用度は高い。

カード利用の内訳では，取引件数はこれまでクレジットカードが多かったが，デビットカードの取引件数が年々増加し，04年に逆転した<sup>（注5）</sup>（同表）。ただし，決済金額ではクレジットカードの方が大きく，比較的少額の決済にはデビットカードが，金額の多い決済にはクレジットカードが使われるという棲み分けがなされている。

米国では，クレジットカードはVISA，MasterCardの二大ブランドのネットワークの下で銀行が中心になって発行している<sup>（注6）</sup>。加盟店手数料等の各種手数料収入やリボルビングローンにかかる金利収入などクレジットカード業務に関する収益は，銀行の主要な収益源となっている。

デビットカードは，80年代にサービスが開始され，90年代以降利用が広がり，前記

第1表 主要先進国のカード決済取引件数と  
個人消費におけるカード決済額の割合

(単位 百万件, %)

		01年	02	03	04	05
日本	カード決済	2 266	2 305	2 459	3 061	nav
	デビットカード	6	8	9	11	12
	クレジットカード	2 260	2 297	2 450	3 050	nav
	電子マネーカード	nav	nav	nav	nav	nav
カード決済額 / 個人消費(%)		8.3	8.9	9.6	10.5	nav
米国	カード決済	27 273	30 921	34 217	38 806	42 949
	デビットカード	10 524	13 390	16 198	19 680	22 203
	クレジットカード	16 749	17 531	18 019	19 126	20 745
	電子マネーカード	nav	nav	nav	nav	nav
カード決済額 / 個人消費(%)		23.8	24.8	26.7	28.4	30.3
英国	カード決済	4 450	4 891	5 412	5 899	6 283
	デビットカード	2 757	3 063	3 441	3 791	4 206
	後払いデビットカード	237	231	240	238	265
	クレジットカード	1 456	1 597	1 731	1 870	1 812
電子マネーカード		nav	nav	nav	nav	nav
カード決済額 / 個人消費(%)		30.8	32.9	36.2	38.4	39.8
ドイツ	カード決済	1 649	1 864	2 017	2 236	2 372
	デビットカード	1 334	1 536	1 670	1 869	1 982
	後払いデビットカード	315	329	346	367	390
	電子マネーカード	29	36	37	38	38
カード決済額 / 個人消費(%)		9.6	10.5	10.9	11.5	12.0
フランス	カード決済	3 671	4 096	4 342	4 650	5 244
	デビットカード	nav	nav	nav	nav	nav
	後払いデビットカード	nav	nav	nav	nav	nav
	クレジットカード	nav	nav	nav	nav	nav
電子マネーカード		3	18	18	16	17
カード決済額 / 個人消費(%)		20.3	21.9	22.7	23.4	26.7

資料 BIS, "Statistics on payment and settlement systems in selected countries, - Figures for 2005 - " Preliminary Version, OECD Quarterly National Accounts

(注)1 英国、ドイツ、フランスの後払いデビットカードは、口座引落しまでにタイムラグのあるもの、デビットカードは即時払いのもの。

2 個人消費は名目GDPベース個人消費の数値を使用。

3 日本の電子マネーカードはnavとなっているが、実際にはSuicaやEdyの取引が存在する。

のように、04年には取引件数がクレジットカードを上回るようになった。米国のデビットカードには、決済時にATMカード(キャッシュカード)を提示して、PIN入力により即時に銀行口座から代金が引き落とされるもの(Pin-based)と、VISA、MasterCardのネットワークを使ってサインによって本人確認を行い、2日程度の遅

れを伴って銀行口座から代金が引き落とされるもの(Signature-based)とがある。近年では前者の増加ペースが大きいですが、同表ではこれらを合計したものが計上されている。米国では、デビットカードはもちろんのこと、クレジットカードも銀行が主要な発行体である。業務の収益性はクレジットカードの方が高いが、顧客サービスもあり、米銀は両業務とも積極的な対応を行っている。

電子マネーについては、米国ではデビットカードが比較的少額の決済に使われることもあり、接触型カードによる電子マネーはこれまであまり普及しなかった。しかし、近年、非接触型カードの電子マネーがその処理スピードの速さなどから関心を集め、VISA、MasterCardの二大ブランドが非接触型IC技術によ

る電子決済スキームを提供している。MasterCardが提供するPaypassは、近接型規格の国際標準であるタイプA/Bを使用し、03年に試験的に導入され、いくつかの金融機関やスターバックスなどの事業会社で活用されている。VISAが提供するVISA Contactless(海外ではVISA Waveのブランド)は近接型規格タイプBを使用しており、

05年から導入されている。

米国では、デビットカードを含むキャッシュカードや電子マネーについては、電子資金決済法（Electronic Fund Transfer Act, 略称EFTA, 78年）に基づいて、FRBがレギュレーションEによって規制している。EFTAには、カード発行主体に関する規制のほか、カードを紛失した場合の保有者の責任の範囲などが規定されている。

（注5）デビットカードの取引件数がクレジットカードを上回った理由として、クレジットカードによる負債の増加が限界に近づきつつあったこと、デビットカードは信用調査が不要で未成年者等でも利用可能なことなどが指摘されている。

（注6）クレジットカード業務等において、システム全体の構築や管理を行うのがブランド会社であり、これを国際的に展開しているのが、VISA, MasterCardである。実際のクレジットカードやデビットカード、電子マネーの発行は、ブランド会社から貸与を受けた金融機関やカード会社等がライセンス契約に基づいて行うことになる。なお、VISA, MasterCardは、当初は金融機関が会員となって組織した非営利の法人であったが、カードシステム等への投資資金需要の高まりもあり、MasterCardは02年に株式会社となり06年にIPO（株式公開）を実施した。VISAも近い将来IPOを予定している。

（注7）米国では、クレジットカードの発行には銀行としての認可が必要であり、事業会社は銀行子会社を設立し発行している。この場合の銀行子会社は、クレジットカード業務のみを行うモノライン銀行である場合が多い。

## b 英国

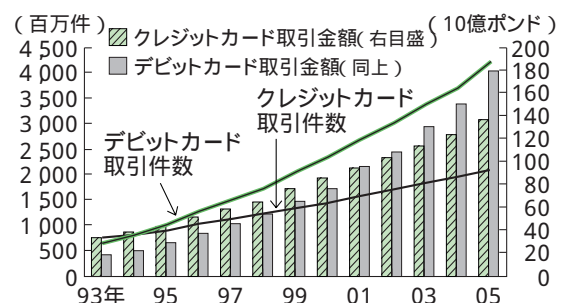
英国は米国と並んでカード利用が盛んな国であり、カードの取引件数は米国に次ぎ、カードによる決済額の名目GDPベース個人消費に占める割合は05年時点で39.8%に達し、これは米国よりも高い（前掲第1表）。カード利用の内訳では、取引件数と取引金額ともにクレジットカードよりもデビット

カードの方が大きいですが、当初からこういう状態にあったわけではなく、第2図にみられるように、取引件数では95年に、取引金額では01年にデビットカードがクレジットカードを上回った。

英国のクレジットカード市場は欧州では最大の市場であり、BarclaysやRBS, Lloyds TSBなどの大手金融機関が主たる発行体である。大半がVISA, MasterCardのブランドを活用している。デビットカードは87年に初めて発行されたが、既発行のキャッシュカードをそのまま活用するのではなく、利用者の求めに応じてデビットカード機能の付いたキャッシュカードを発行した。英国のデビットカードにも、即時払いカードと後払いカード（後払いカードは第2図ではクレジットカードに分類）とがあり、前者はPIN入力により、後者はサインによって本人認証を行う。取引件数、取引金額ともに即時払いカードが多い。

電子マネーは、90年に旧ナショナルウエストミンスター銀行（RBS）によって

第2図 英国のクレジットカードとデビットカードの取引件数と金額



資料 BIS, "Statistics on payment and settlement systems in selected countries", various issues, 1996 - 2005.

（注）後払いデビットカードはクレジットカードに含まれている。



Mondexが開発され、英国だけでなく日本などでも実証実験が行われたが、その後あまり普及はしなかった。しかし、米国と同様に、近年、非接触型ICカードによる電子マネーに対してその処理スピード等から関心が高まり、Barclaysがロンドンの地下鉄やバスで交通乗車券の機能を持つオイスターカードをクレジットカードに搭載するなどの動きも出ている。英国では、00年に出状されたEU電子マネー指令に基づいて、FSA（Financial Services Authority、金融サービス機構）が02年に電子マネー発行者規則（The Regulation of Electronic Money Issuers）を制定し、銀行への規制を中心に、事業会社からの参入に対しても銀行に準じる形で規制している。

#### c フランス

欧州主要国では、フランスはカードの取引件数が英国に次いで多く、カード決済額の名目GDPベース個人消費に対する割合は05年に26.7%に達している（前掲第1表）。ICカードはフランスで発明され、フランスの銀行のキャッシュカードは磁気カードからICカードへの切替が92年に完了した。

フランスでカードが普及している背景には、銀行などの金融機関や郵便局によって84年に銀行カード協会（Groupement des Cartes Bancaires“CB”，カルト・バンケール）が設立され、以後、CBによってカード業務が統一的に推進されてきたことがある。CBは、加盟金融機関に対し共通カードの発行に関するインフラを提供し、加盟金融

機関はCBのロゴの入ったキャッシュカードやデビットカードを発行することになる。フランスでは後記のドイツと同様にクレジットカードの利用は少なく、デビットカードの利用が大半である。これはCBがクレジットカードの発行には消極的で、デビットカードを中心に推進してきたことなどによるものとみられている。

フランスのデビットカードにも、即時払いデビットと後払いデビットがあるが、後者のウェイトが高い。デビットカードの発行体としては、Credit AgricoleやCredit Mutuel、Caisse d'épargneなどの協同組合系、貯蓄銀行系金融機関のシェアが高い。

電子マネーについては、Moneoが発行されている。これはドイツで発行されているGeltkarteの技術を用いたカードであり、99年に一部地域で実証実験がスタートし、00年以降全国的に展開された。Moneoはデビットカードとの複合カードとなっている場合が多い。フランスにおける電子マネーに関する規制も、00年のEU電子マネー指令に基づくものであるが、フランスでは既存の金融機関にだけ発行を認める形をとり、これは後記のドイツも同様である。

#### d ドイツ

ドイツは英国やフランスに比べると、カードの利用件数は少なく、カードによる決済額の名目GDPベース個人消費に占める割合も、05年時点で12%と低い。

カード利用の内訳では、クレジットカードはあまり発行されておらず、デビットカ

ードが中心である。クレジットカード市場が成長しない理由として、負債をともなう消費を敬遠する国民性に加え、小売店側が加盟店手数料を回避しようとする姿勢がみられることなどが指摘されている。

ドイツにおいては、デビットカードは銀行のキャッシュカードに付帯するサービスとして提供されている。ドイツのデビットカードにも即時払いのものと後払いのものがあるが、ドイツはフランスと異なり、即時払いカードが大部分である。デビットカードの中心的な発行主体は、Sparkassenなどの貯蓄銀行グループやVolksbankenやRaiffeisen bankenなどの協同組合系金融機関である。

ドイツでは、96年にプリペイド型電子マネーGeldkarteが発行された。接触型ICカードで交通機関の乗車券販売機や公衆電話などで利用されている。Geldkarteは、銀行などが出資するEurokartensysteme社によって運営され、銀行などの金融機関が発行している。単独のカードとして発行されるものやデビットカードと一体となって発行されるものがある。

#### e 韓国

韓国の金融業務における電子化の動きは、証券取引分野が先行し、これに銀行部門が続く形で進行した。オンライン証券取引では、97年にインターネットを通じた株式売買が開始され、99年以降取引が急増した。銀行取引の分野では99年にインターネットバンキングサービスが開始され、資金

の振替や振込、残高照会などでの利用が増えている。また、韓国は、携帯電話の普及が進んでおり、携帯電話を通じた銀行取引（モバイルバンキング）も増加している。

韓国のクレジットカードは、日本と同様にクレジットカード会社を中心に発行しており、クレジットカード会社は銀行系と非銀行系に分かれる。韓国では、97年から98年にかけての通貨危機によって経済が大きな影響を受け、経済再建策の一つとして政府がクレジットカード使用勧奨策（カード使用金額に関する税制面の優遇措置等）を実施したため、発行枚数や取引金額が急増した。これにともなって延滞率の上昇を招くなどの混乱もあったが、近年では、正常な状態に戻りつつある。

デビットカードは、96年に発行が開始されたが、その後利用状況は高まっていない。

電子マネーは、交通機関や小売店における代金決済などに使われており、00年に国内の金融機関やクレジットカード会社によって発行されたK-cashは年々利用が広がっている。また、韓国ではVISA waveなどのブランドによる電子マネーも発行されている。こうしたなかで、韓国では、06年に電子取引の安全性や利用者保護を目的とする電子金融取引法が成立した。同法では、電子金融取引の法律関係や電子金融業者の認可、登録要件などが規定されており、電子金融業者に対する規制は、銀行などの金融機関に対する規制をベースに、これを金融機関以外の参入業者に対しても準用する形となっている。

### 3 日本における電子的決済サービスの利用と今後の課題

#### (1) 日本における電子的決済サービスの利用状況

日本における電子的決済サービスの利用状況については、カード決済金額の名目GDPベース個人消費に対する割合が04年時点で10.5%であり、欧米主要国に比べるとかなり低い(前掲第1表)。このうち、クレジットカードの決済金額の割合は10.2%で、デビットカードのそれは0.3%である。米国ではデビットカードの取引件数が04年にクレジットカードを上回るようになっており、デビットカードによる決済のウェイトが大きい英国やフランス、ドイツの動向を勘案すると、日本ではデビットカードの利用が少ないことが特徴的である。一方、電子マネーについては、非接触型ICカードや同カードの携帯電話への搭載等により利用が急速に拡大しており、この分野ではむしろ欧米主要国に先行している。

##### a クレジットカード

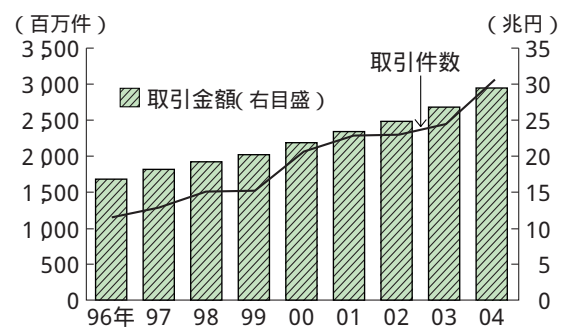
日本のクレジットカードは、米国に10年遅れて1960年に初めて発行された。当初、銀行にはクレジットカードの発行が認められていなかったため、小売業者や銀行が子会社として設立したクレジットカード会社などが発行した。米国や英国では、クレジットカードは銀行が中心になって発行しており、クレジット会社による発行が中心の

日本とは異なる。なお、韓国は日本と同様にクレジットカード会社中心の発行である。

83年に金融自由化の一環として銀行本体でのクレジットカードの発行が認められ、04年には銀行が発行するクレジットカードにリボルビング機能が認められたため、近年、一部の都銀や地銀において銀行本体でクレジットカードを発行するケースも出ている。クレジットカードによる決済は、取引件数、取引金額ともに年々増加傾向にあるが(第3図)、前記のように米国と比べるとその水準は低い。

今後、決済手段としてのクレジットカードの利用を増やしていくためには、カード偽造防止などのセキュリティ対策やポイント機能の充実などの顧客サービスを一層充実していくことが必要と思われるが、そのためにはICカード化が効果的である。ICカード化は、03年ごろから加盟店のIC対応端末設置を含めて業界全体として推進されて

第3図 日本のクレジットカードの取引件数と金額



原資料 日本クレジット産業協会  
資料 BIS, "Statistics on payment and settlement systems in selected countries", various issues, 2002 - 2005.

おり、07年度までにICカード比率が約7割<sup>(注8)</sup>に達する見込みである。

日本におけるクレジットカードの1回当たりの平均利用金額は、04年の場合約9,600円である。大手のクレジット会社は、後記の電子マネーの利用増加に対して、05年にポストペイ（後払い）型の少額決済サービス<sup>(注9)</sup>の提供を開始した。これは、非接触型IC技術Felicaを搭載したカードで、携帯電話にも搭載され、加盟店の端末機にかざすだけで決済が可能である。少額決済のため単位当たりの収益性は低いとみられるが、自社カードのメイン化をはかり、中心的業務であるクレジットカードの利用増加に結びつけようとのねらいがあるものとみられる。

(注8) 日本クレジットカード協会資料「ICクレジットカード導入について」(04年9月14日)9頁。  
(注9) 大手クレジット会社の少額決済サービス商品として、クイックペイ(JCB)、スマートプラス(UFJニコス)、iD(NTTドコモ)などがある。

#### b デビットカード

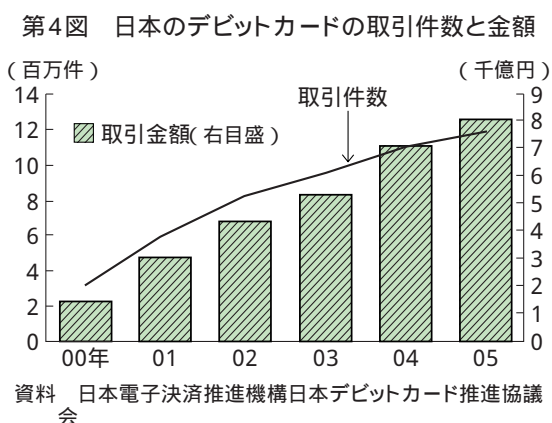
日本におけるデビットカードサービスは、日本デビットカード推進協議会(J-Debit)によって99年に開始され、翌年から本格展開された。欧米主要国では80年代にスタートしており、日本は10年以上の遅れがある。87年に開始された英国では、既存のキャッシュカードとは別にデビット機能のついたキャッシュカードを新たに発行したが、日本では、金融機関や郵便局が既に発行しているキャッシュカードをそのまま使用する形態がとられた。このため、カー

ド保有者には、年会費等の手数料負担がなく、加盟店にとってもクレジットカードや後記の電子マネーに比べて加盟店手数料が安く、クレジットカードよりは代金回収が速いというメリットがある。

日本のデビットカードは即時払いのものであり、サービス開始後の取引件数や取引金額は第4図のように増加傾向にあるが、欧米主要国に比べると利用度は低い。サービス開始後6年程度と歴史が浅いこともあるが、デビットカードに対する認知度が十分でないことや、加盟店が少ないこと、PIN入力に対するセキュリティ上の心配などが背景にあるものと思われる。

デビットカード利用の1回当たり平均決済金額は05年において6万8千円であり、クレジットカード(04年において9.6千円)に比べて高く、比較的高額な商品等の購入に使われている。米国や英国では、平均決済単価はクレジットカードよりもデビットカードの方が低く、デビットカードが比較的高額の決済に使われる日本とは対照的である。

日本において、デビットカードの利用度





を高めていくには、広告などによって認知度を高めていくことや、加盟店のすそ野拡大、顧客が手軽に利用することができる利便性の向上などが必要と思われる。

#### c 電子マネー

90年代後半に、日本においてもMondexなどの電子マネーの実証実験が各地で行われたが、いずれも普及するには至らなかった。01年にJR東日本が非接触型ICチップ(Felica)を搭載したSuicaを交通乗車券として発行し、04年にSuicaは電子マネー機能を持つようになり、JR駅周辺の商店街等での利用が広まった。また、同じく、01年にビットワレット(株)が発行した電子マネーEdyも、ホテルやレストラン、コンビニなどで使用され、これらは携帯電話にも搭載され利用機会が一層拡大している。電子マネー対応のSuicaは06年5月時点で1,263万枚発行され、Edyの発行枚数は06年8月時点で2,000万枚を超えている。EdyとSuicaを合計した発行枚数は、この時点で3,000万枚を超えており、電子マネーとして先行しているドイツのGeldkarte(05年末発行枚数6,458万枚)には及ばないものの、フランスのMoneo(05年末発行枚数2,234万枚)を上回っているものと推測される。

これらの電子マネーは、もっぱら少額の財貨・サービスの購入の決済に使用されるが、利用が広がっている理由として、現金を持ち運ぶ必要がないこと、非接触型IC技術の活用によってカード等を読取機にかざすだけで迅速に決済できること、ポイント

利用のメリットなどがあげられる。電子マネーの利用は、交通機関や小売店などを中心に拡大しており、こうした傾向は今後も続くものと思われる。

ドイツやフランスの電子マネーは接触型ICカードによるものであり、非接触型IC技術の活用では日本が先行している。欧州では、電子マネーの発行は銀行主導で進められているが、日本の場合は、これまでのところ事業会社の主導で進められている。

#### (2) 今後の課題

クレジットカードやデビットカード、電子マネーなどの電子的決済サービスの日本における利用度は、これまでのところ欧米主要国に比べると低い。これらの決済ビジネスは、加盟店手数料を主たる収益源として成り立っており、リボルビング払い等を利用しなければ、カード保有者の直接的な経済的負担はほとんどない。このため、現金を携帯する煩わしさから解放されることや、ポイント利用のメリット等を考えれば、現金決済からこれらの電子的決済サービス利用へのシフトは続くものとみられ、これらの決済市場の成長可能性は大きい。

電子的決済サービス市場の今後の課題としては、第一に利用度を向上させるための工夫の必要性があげられる。利用度の向上には、顧客に対してカード等を利用しようとする気持ちを起こさせることが必要であり、そのためには、これらのサービスの認知度を高める必要がある。特に、デビットカードや電子マネーについてはそうした点

が重要と思われる。このほか、ポイントサービスなどのインセンティブやICカード化による安全性向上なども有効であろう。また、カード利用の受け皿となる加盟店の拡大も必要である。米国では、クレジットカードやデビットカードは主として銀行が発行しており、VISA、MasterCardのプラットフォームが共有されている場合が多い。一方、日本では、加盟店開拓は、クレジットカードはクレジット会社が、デビットカードは金融機関が、電子マネーは事業会社を中心とする電子マネー発行体が行っている。業務の開始が後になったデビットカードや電子マネーは、クレジットカードに比べて加盟店開拓は遅れており、今後の利用拡大には加盟店の拡大が必要である。<sup>(注10)</sup>

第二は、銀行などの金融機関の立場からみた場合の課題である。金融機関にとっては、電子的決済サービスの提供は、手数料収入等の収益確保の手段としてのほか、顧客サービス強化による顧客囲い込みを通じて金融商品の販売や個人ローン等の取引を広げていくことに意味がある。電子的決済サービスのなかで金融機関が中心になって対応しているのは、現状ではデビットカードである。デビットカードは、加盟店手数料が収入となることや、預金口座の活性化による低コスト流動性預金の歩留まり期待等もあり、金融機関にとって比較的メリットが大きい。デビットカードの利用向上には、第一に掲げた認知度の上昇やポイントサービス、加盟店のすそ野拡大、セキュリティ面での安全性向上のほか、非接触型IC

技術の導入や携帯電話への搭載などによる利便性向上も一つの方向であろう。<sup>(注11)</sup>

クレジットカード業務については、グループ内のクレジット子会社を活用する場合と、銀行本体でクレジットカードを発行する場合とでやや戦略が異なっよう。一部の都銀や上位地銀を中心に近年本体発行が増えているが、クレジットカードの本体発行は金融商品のクロスセルへの活用などのメリットがある。クレジットカード業務をどう位置づけるかは、クレジットカード子会社を含むグループ全体の経営方針のなかで考慮されることとなる。

電子マネーについては、事業会社を中心に展開されており、金融機関の対応は、これまでのところ、多機能カードとしてのキャッシュカードにEdyやSuicaを搭載したり、携帯電話に搭載された電子マネーへのチャージ（入金）に口座振替サービスを提供したりすることなどにとどまっている。電子マネーが主たる対象とする少額決済の分野に対しては、前記のように、非接触型IC技術の導入等によって、デビットカードが少額決済の分野で使われる工夫をしていく方向などが考えられるのではないと思われる。

第三は、電子マネーの法制度の問題である。欧米主要国や韓国では、電子マネーに対する法規制がすでに存在し、電子マネー発行者に対しては、金融機関に対する規制をベースにこれを準用するものとなっている。日本の場合は、前払式証票の規制等に関する法律（略称プリカ法）を適用してお

り、欧米主要国や韓国にみられるようなこうした分野を統括する法規制は現状では存在しない。今後急速な成長が見込まれる分野であり、利用者保護のためにも早期の法的基盤整備が望ましいと思われる。

(注10) 近年、少額決済の分野では、電子マネーとクレジットカード会社による少額決済サービスについて、加盟店に設置されるリーダーの共通化を目指す動きがある。それぞれの業界の立場もあり難しい面もあるが、将来的には電子決済サービスにおける共通のプラットフォーム構築が課題であろう。

(注11) ポイントサービスの活用では、近年、銀行が発行する多機能カード(キャッシュカードにクレジットカードや電子マネー機能などを搭載したものにポイントサービスをつけたもの)が増えている。デビットカードへの非接触型IC技術の導入やデビットカードの携帯電話への搭載などに関連した動きとしては、三菱東京UFJ銀行とKDDIによるモバイルネット銀行の設立(三菱東京UFJ銀行の06.4.26付ニュースリリース参照)や、スルガ銀行のVISA Touchを採用した非接触型携帯デビット決済サービスの提供(同行の06.9.29付トピックス参照)、フェリカネットワークス(株)による携帯キャッシュカードの開発(07.3.6付日本経済新聞参照)等がある。

<参考文献>

- ・金融情報システムセンター調査部(2006a)「金融機関におけるカードビジネスの最新動向」『金融情報システム』No.282.
- ・金融情報システムセンター調査部(2006b)「急展開する少額決済市場」『金融情報システム』No.284.

・杉浦宣彦・片岡義広(2003)「電子マネーの将来とその法的基盤」金融庁金融研究研修センター, ディスカッションペーパー

・杉浦宣彦・徐熙錫(2003)「韓国における電子金融法制」金融庁金融研究研修センター, ディスカッションペーパー

・BIS(1996~2006), "Statistics on payment and settlement systems in selected countries", various issues.

・BIS(2004), "Survey of development in electronic money and internet and mobile payments".

・Borzekowski, Ron & Elizabeth K. Kiser & Shaista Ahmed(2006), "Consumers' Use of Debit Cards: Patterns, Preferences and Price Response", FRB.

・European Parliament(2000), Directive 2000/46/EC of the European Parliament and of the Council of 18 September 2000 on the taking up, pursuit of and prudential supervision of the business of electronic money institutions.

・FSA(2002), The Regulation of E-Money Issuers.

・Humphrey, David B. & Setuya Sato & Masayoshi Tsurumi & Jukka M. Vesala(1996), "The Evolution of Payments in Europe, Japan, and the United States, Lessons for Emerging Market Economies", Working Paper, The World Bank Financial Sector Development Department.

・Klee, Elizabeth(2006) "Families' Use of Payment Instruments During a Decade of Change in the U.S. Payment System", FRB.

(専任研究員 鈴木 博・すずきひろし)



## ノルウェー・気になる国

昨年夏、ノルウェーでの国際農業ジャーナリスト連盟（IFA）世界大会に参加した。北欧の福祉国家としてはスウェーデン、デンマークが有名であり、フィヨルド海岸にヴァイキング、サーモン、ムンクの「叫び」、イプセンとグリーグのペールギュント組曲くらいしか馴染みがない国であったが、訪れてみて極めて強烈な印象を受けた。

スカンディナヴィア半島の殆どを山脈が占めるため平地は無いに等しく、耕地面積は国土のわずか3%であるが、北大西洋の暖流により気候が穏やかであるため農業が可能である。1960年代に北海油田が発見され、俄然豊かな国となった。面積は日本とほぼ同じであるが、人口はわずか467万人と27分の1である。

ノルウェーの国家予算は、石油関連収入によるところが大きく国の負債はゼロ、財政赤字も無い。消費税率は24%と高く500mlのミネラルウォーターが500円近くするが、教育費は高校を卒業するまで無料、医療費もほとんどゼロに近く、老後の不安が少ないため国民は納得づくで支払う。日々の仕事が終わると自宅で家族揃って食事をするのが普通で、週末はほとんどの人が持っているという郊外のセカンドハウスでフィッシングやスキーを楽しむという。

とはいえ、ノルウェーは単なる北欧のノンビリした平和な田園国家ということではなく、輸出重視型の開放経済を持つ高度に発達した工業国であり、海運、船舶、IT、石油関連に優れた企業が多い。国民一人当たりのGDPも、ルクセンブルクに次いで世界第2位の国である。

ノルウェーは1994年の国民投票でEUへの加盟を否決した。理由は加盟により福祉の水準が下がることに加え、域内の豊かでない国に足を引っ張られるのを嫌ったという。将来の石油資源の枯渇を予測し、福祉政策の中でも高齢者に引き続き高い生活水準・保障を約束するため原油売上による収益は原則として「政府年金基金」として積み立てるなど、年金制度の確立を最優先にしている。また世界第3の原油輸出国でありながら、自国の使用電力の99%は水力発電で賄い、一方農業においては穀物自給率は70%、酪農等においても手厚い農業保護政策を実施しているWTO加盟国のうちのG10グループの一員である。いずれにおいても、富んで浮かれず、国の将来を見据えた国家なり国民の明確で強烈な意思が見て取れる。

翻って国内に目を向けると戦後60年を経てさまざまな制度疲労が目立つよう



になり、とりわけバブルの発生とその崩壊、後始末の過程で怒涛のように押し寄せた市場主義、グローバリズムの荒波の中で幾多の矛盾が露呈してきている。いわゆる格差の問題、年金、福祉、教育、環境汚染等々である。労働人口の3分の1に当たる1,300万人が非正規雇用というのは異常であるし、就職氷河期に非正規雇用とならざるを得なかった人々の層は正社員への道も狭く、低年収のまま一つの世代として年齢を重ねて行かざるを得ない。格差を固定し、働く意欲と体力のある人々を放置することは国として正しいのだろうか。

かと言ってノルウェーのような生き方は真似しようにもできない。まず財政の基盤がまるで異なるし、高度成長期を馬車馬のように走ってきた企業戦士にはノルウェー人の生き方は物足りなく思うかもしれない。生き方、もっと言えば人生観はそう簡単には変わらない。また市場経済は勝つか負けるかの世界であるから、食料やエネルギーの大半を海外に依存する日本はのんびりしている暇はなく、ただがむしゃらに稼ぐしかない財界は言うだろう。

しかし今の「市場に任せさえすれば全ては上手く行く」という流れはいずれ行き詰る可能性があるし、何よりも息苦しい。また少し長い目で見た場合には、地球温暖化、環境破壊、人口増大等が一段と進む中、人間が自然と共に生存するための自然との関わり方がいやでも大きな課題となる。自然との関わりということで言えばキーワードは食料問題、カネさえ出せば世界中から何でも買えるというのは全くの能天気であるし、ここは協同組織としてのJAの出番である。優れた農業法人、株式会社も多いが、食料を、農業を、農村を面として担えるのはJAをおいてない。これは確信を持って言いたい。

今ヨーロッパでは、市場万能主義アメリカへの対抗軸として社会経済システムの中に協同組合を組み込もうという流れが見られるし、現にイタリアでは「共和国は相互扶助目的を有し、私的投機の目的を持たない協同組合の社会的役割を認める」と協同組合を憲法の規定として位置づけている。協同組合の社会的地位が高いのである。協同組合は決して古臭い遅れた考え方、組織ではない。言うまでもなく、人と人との繋がりをベースに自らが出資し、利用し、経営するという、株式会社とはそもそも違う組織である。おそらく我が国でも、今後公と市場の間であって、あるいは公に代わって重要な役割を発揮する時が来るのではないか。そのためには制度のあり方も含め具体的に行動指針と目標を掲げ、外の世界に向けて協同組合の理念と有用性を熱っぽく語り、外部からの批判にもたじろがない強いJAグループでありたい。

((株)農林中金総合研究所代表取締役社長 大多和 巖・おたわいわお)

## 発刊のお知らせ

### 農林漁業金融統計2006

A4判, 194頁  
頒価 2,000円(税込)

農林漁業系統金融に直接かかわる統計のほか, 農林漁業に関する基礎統計も収録。全項目英訳付き。

なお, CD-ROM版をご希望の方には, 有料で提供。

#### 頒布取扱方法

編集...株式会社農林中金総合研究所

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-8-3 TEL 03(3243)7318

FAX 03(3270)2658

発行...農林中央金庫

〒100-8420 東京都千代田区有楽町1-13-2

頒布取扱...株式会社えいらく営業第一部

〒101-0021 東京都千代田区外神田1-16-8 TEL 03(5295)7580

FAX 03(5295)1916

発行 2006年12月

# 個別農協において渉外体制を 見直す際の枠組み

## 〔要 旨〕

- 1 渉外担当者が訪問してくれることが、貯蓄額が最も多い金融機関の選択理由に挙げられるなど渉外の役割は大きい。農協は店舗統廃合を進めてきており、更に渉外の重要性が増しているものと考えられる。
- 2 渉外体制を見直す際に第一に検討が必要になるのは、渉外の位置付けである。渉外の位置付けを明確にし、渉外担当者が業務に集中できる環境をつくることが必要と考えられる。そして、渉外体制は、事業横断性や業務として担う範囲、顧客特性への対応の3つの軸を中心に整理すると考えやすい。
- 3 渉外体制を見直す際には、渉外を支援する制度についても同時に考慮することが望まれる。渉外の能力や努力を引き出すような制度を設計することは、渉外体制と密接不可分だからである。
- 4 2006年に実施した「農協信用事業動向調査」の結果をみると、渉外の位置付けとして貯金獲得に重点が置かれている。渉外体制では、地域担当のみを採用している農協が多く、顧客特性への対応が遅れている可能性がある。渉外を支援する制度については、複数回答の選択項目の数値をみる限り、各制度が単発的に採用されている様相がある。
- 5 A農協およびB農協では、それぞれの信用事業における重点課題に対応して渉外を位置付けており、渉外の位置付けが明確にされている。更にA農協では、3つの軸に沿って、重点課題に対応した渉外体制を構築しており、B農協では渉外を支援する制度の設計に積極的である。
- 6 渉外の位置付けを明確にした後、どのように渉外を配置するかは各農協の個別事情に合わせればよいと考える。但し、顧客特性への対応という軸に関して考慮することが望まれる。そして、渉外を支援する制度について様々な角度から取り組むことが必要と考えられる。

## 目次

### はじめに

#### 1 渉外体制を見直す際の枠組みの提示

- (1) 渉外の位置付け
- (2) 渉外体制を考える3つの軸
- (3) 渉外担当者を支援する制度

#### 2 渉外体制を見直す際の枠組みを通じた

##### 農協の現状把握

- (1) 渉外の位置付けと現状

- (2) 渉外体制の3つの軸と現状

- (3) 渉外担当者を支援する制度と現状

- (4) 渉外体制を見直す際の枠組みと  
渉外の問題点

#### 3 2農協の渉外体制にかかる取組事例

- (1) 地域特性・顧客にあわせた渉外配置

- (2) 多角的な渉外支援制度の設計

おわりに

## はじめに

本稿の課題は、個別農協において渉外体制を見直す際の枠組みを示すことである。本稿が対象とする渉外とは、農協の信用事業にかかわる渉外担当者（以下「渉外」という）のことであり、渉外体制とは、どのような渉外をどのように配置するかという渉外配置のことを指す。また、本稿では主に個人取引を意識して論じる。

これまで農協信用事業の渉外体制について詳しく論じられることは少なかったが、農協を含め地域密着を志向する地域金融機関において、渉外の役割は相対的に大きい。このことは、顧客の金融機関利用に関する意識調査<sup>(注1)</sup>で把握することができる。これによれば、「外務職員が訪問してくれる」（11.8%、複数回答）は、貯蓄額が最も多い金融機関の選択理由の第6位に入っている。そして、貯蓄額が最も多い金融機関が農協となると、この項目を選択した人の割合が20.8%に増加（信用金庫，信用組合，労

働金庫は22.6%）し、貯蓄額が最も多い金融機関として農協を選択した理由の第4位にまで上昇する。

この調査において、貯蓄額が最も多い金融機関として選択した理由の第1位は、「窓口が近所にある」である。都市銀行，地方銀行，信用金庫など金融機関だけでなく、農協でもこの項目が第1位である（全体53.2%，農協54.3%）。しかし、農協では現在店舗統廃合が進んでいる。店舗統廃合が進むなか、金融商品の販売促進にあたって、渉外という商品販売チャネルの重要性がますます増大していることが考えられる。

（注1）日本郵政公社「第9回 金融機関利用に関する意識調査（平成17年度）」

## 1 渉外体制を見直す際の 枠組みの提示

### (1) 渉外の位置付け

店舗統廃合などを契機として、渉外体制を見直す必要が生じている農協が増えていると思われる。その際第一に検討が必要に

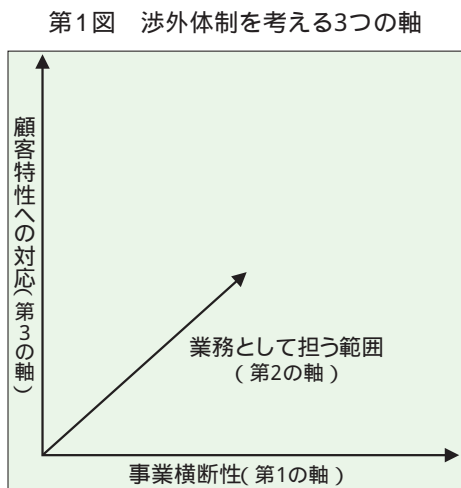


なるのは渉外の位置付けである。

通常、渉外の位置付けは、各農協の経営課題に応じて決定される。そして、経営課題、特に信用事業の重点課題に対応させて、渉外の位置付けを明確化し、同時に重点課題に対応した目標を設定することが望ましい。なぜなら、このことによって渉外を重点課題に集中させることができるからである。また、目標が商品やサービスならば、それをどのような対象に販売または提供するかが絞り込まねばならない。更に、渉外が渉外業務を行う際に、障害となる問題点をできる限り排除することにも、同時に取り組む必要があると考える。

## (2) 渉外体制を考える3つの軸

渉外体制は、以下の3つの軸で考えることができる(第1図)。第1の軸は事業横断性である。事業横断性とは、渉外担当者が複数の事業を横断して渉外業務を行うか否かということである。例えば、信用事業のほかに共済事業を担う複合渉外や、信用



資料 筆者作成

と共済に加え、経済事業についても担う総合渉外は事業横断的な渉外である。第1図では、事業を横断すればするほど、第1の軸を矢印の方向に進むことになる。事業横断的な渉外を配置する主な優位点は、農協側からみれば業務の効率に資することであり、組合員を含む顧客側からみれば、ワンストップで事が足りるということにある。すなわち範囲の経済が期待できることである。

第2の軸は、業務として担う範囲である。これは、ある一連の業務のなかで、どこまでの業務を担当するかを意味する。信用事業において典型的なのは、融資の業務範囲であり、情報収集から起案、契約と実行、担保設定までの一連の手続きのどこまでを渉外が担当するかである。渉外が融資について業務範囲を広くもつほど、第2の軸を矢印の方向へ進むことになる。業務範囲を広くもつことの主な優位点は、専門性の向上による競争力の強化である。

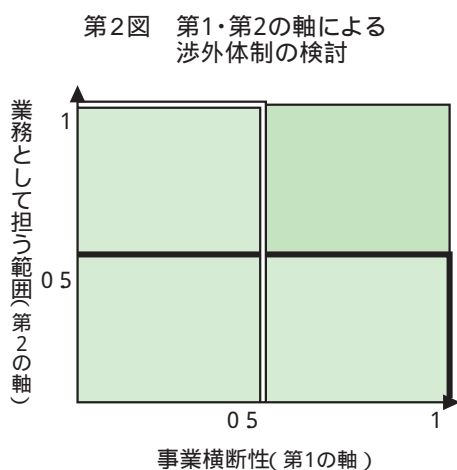
第3の軸は、顧客特性への対応である。顧客のニーズは階層という観点からみると異なることが多い。階層には様々あるが、本稿では、富裕層などを含んでいる資産階層を対象に論じる。顧客特性への対応という第3の軸は、主に商品やサービスの需要側を意識し、顧客の特性にどう対応するかを考慮したものである。第3の軸を矢印の方向へ進むことは、いくつかの異なる階層にそれぞれ対応することである。その主な優位点は、例えば農協の収益など経営に影響する階層に重点を置いて、そのニーズに

的確に伝えていくことが可能なところにある。

第1の軸と第2の軸を考慮して、渉外体制を考える際に重要な視点は2つある。ひとつは渉外能力の有限性を前提とすることであり、もうひとつは他の金融機関との競争を意識し、専門性を具備することである。

第2図は、第1の軸（事業横断性）と第2の軸（業務として担う範囲）を取り出して図示したものである。すべての渉外が、すべての事業に精通し、かつすべての事業の業務を遂行できるならば、全事業にきまなく従事する渉外を配置すればよい（第2図色網掛け全体）。しかし、このような渉外存在は限られているはずである。

また、少し事業横断性を制限して、複合渉外を配置するにしても、複合渉外が保険会社を含む他金融機関の渉外職員の長所を兼ね備え、彼らに対抗することは困難であろう。こうした結果、分業が行われる。渉外能力には個人差があるため、平均的な



渉外を想定するが、平均的な渉外はすべて完璧にこなす（第2図の色網掛け全体が完璧にこなすことを表す）ことはできない。完璧にこなす渉外能力を1（第2図色網掛け全体の面積を1）とすれば、平均的な渉外能力は1以下である。仮に平均的な渉外能力を0.5としておく。0.5の面積は図中で様々に描くことができる。事業横断性を仮に最大までとると、総合渉外などの事業横断的な渉外を配置することになるが、その時能力の限界を考慮せねばならず、業務として担う範囲は狭くなる（第2図の太線内、若干うすい色網部分）。

一方、業務として担う範囲を最大までとると、例えば信用事業の業務のみに集中する信用渉外の配置を想定すると、他の事業に従事することがなくなる（第2図の二重枠線内、若干うすい色網部分）。このほかにも0.5の面積を持つ図形は無数に存在することから、分業にも多様な形態があることがわかる。

信用事業の業務に集中する信用渉外を配置することは、他金融機関とほぼ同じ業務を行うことになるため、他金融機関の渉外と同様の専門性を身に付ける必要がある。

一方、総合渉外などの事業横断的な渉外を配置することは、渉外が業務範囲の一部しか担当しないことになるので、保険会社を含む他金融機関の渉外に対抗する専門性に欠けることとなる。渉外の業務範囲の狭さは、後で述べるように専門的知識が必要な場合に、渉外以外の専門性の高い職員の協力を得ることで補われることとなる。

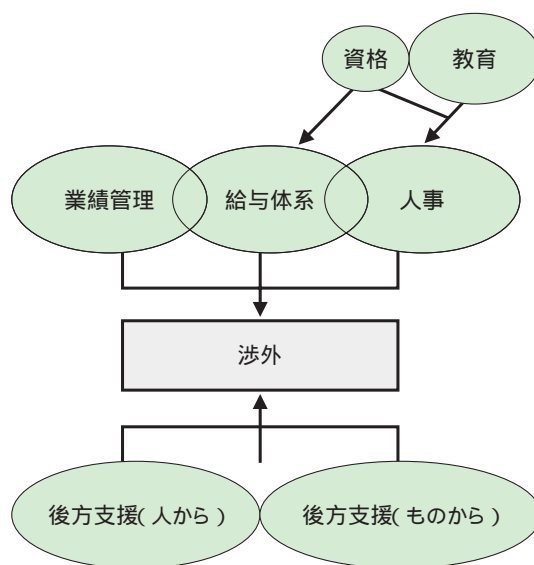
第3の軸に関して、階層別に異なる顧客ニーズへの対応は、農協の管内に様々な顧客が存在すると仮定すれば、エリア担当などにみられるような渉外の一様な配置では限界がある。特に富裕層へ対応することは、農協の信用事業における顧客基盤の重要な部分を占めることから、不可欠のことと考えられる。この第3の軸は、他の金融機関でも大いに考慮されている軸である。富裕層を対象としたプライベートバンカー（PB）の設置はその例である。

### （3）渉外担当者を支援する制度

渉外体制を見直す際の枠組みとして、渉外を支援する制度に配慮することも重要である。これは、渉外体制を機能させるために必要なものであり、特に、渉外の能力や努力を上昇させる、または引き出す仕組みや、渉外の能力や努力を阻害する要因を取り除く仕組みが重要だと考えられる。

渉外を支援する制度は多数あるが、主なものをまとめたのが第3図である。図の上部は制度的に渉外を支え、渉外が能力を發揮できるようにするものである。例えば、給与体系に渉外の業績に報いる制度を導入し、努力水準の上昇を促す、または教育により渉外の能力を向上させるなどが該当する。図の下部は、人やものから渉外をサポートする体制である。人からのサポートとしては、渉外以外の後方スタッフが事務的手続きを行う、または口座振替への誘導や集金担当を配置し、渉外の集金負担を軽減させるなどが該当する。これは、渉外の能

第3図 渉外を支援する制度(概念図)



資料 筆者作成

力や努力を阻害する要因を取り除き、渉外が信用事業の重点課題や渉外の位置付けに沿った活動に集中できる環境を整えることにつながる。

また、渉外以外の専門的知識を持った職員と同行訪問することで、渉外の有効訪問を増加させることも人からのサポートである。ものからのサポートは、渉外の推進を手助けするシステム、例えば渉外の事務負担を少なくしたり、有効な情報を迅速に取りだせるシステムを構築することなどが該当する。

## 2 渉外体制を見直す際の枠組みを通じた農協の現状把握

農協の現状をみるために、以下では06年11月に実施された農協信用事業動向調査（以下「動向調査」という）の結果を多く用いる。動向調査の対象は、調査実施時点で

380農協となっており、当該農協が全農協に占める割合は約40%とカバー率が高い。また、当該調査の調査票回収率は、94.2%と高水準であった。

### (1) 渉外の位置付けと現状

第1表は渉外の位置付けについてである。渉外の位置付けとして、想定される選択肢をいくつか設定し、回答を得た。

「貯金目標達成の柱」を第1位とした農協の割合は、31.1%で最も高かった。これに対し、「貸出金目標達成の柱」と回答した割合は7.7%にとどまり、貯金に重点を置いている農協が多いことがわかる。

「組合の収支改善のための原動力」を選択した割合は、21.0%で2番目に高かった。収益力の強化のために、渉外を位置づけている割合も高いことがここからみてとれる。

対顧客を想定した選択項目では、「対面機能（組合員とのふれあい）の主たる担い手」を、位置付けの第1位として回答した

割合が18.9%と高かった。「新規顧客拡大の柱」は、農協の新たな利用者を増やすことに主眼を置いたものであるが、この項目を位置付けの第1位とした農協の割合は、11.5%であった。

また、資産階層への対応にかかる「大口顧客・富裕層囲い込みの主たる担い手」をあげた割合は2.7%と少なかった。

表には掲げていないが、動向調査によれば、渉外が推進を行う対象先は、回答農協を平均すると、正組合員50.0%、准組合員27.4%、員外利用者22.6%となっている。ここから、農協の渉外は組合員を重視して訪問しているが、同時に員外利用者を訪問することにより新たな取引先を拡大し、将来の組合員基盤を拡充していこうという姿勢がみられる。

### (2) 渉外体制の3つの軸と現状

第1の軸（事業横断性）との関係で、農協がどのような種類の渉外を配置しているかを示したものが第2表である。これをみ

ると、信用事業を担当する信用渉外かまたは信用事業と共済事業を担当する複合渉外を最も多く配置している農協が、それぞれ40.1%、41.5%と、合計で80%以上を占めることがわかる。また、複数の渉外を組み合わせ配置している農協は少ない。それは、信用渉外のみ配置が34.5%あり、複合渉外のみ配置も

第1表 渉外の位置付け(第1位に挙げられたもの)

(単位 %)

	回答組合数	貯金目標達成の柱	組合の収支改善のための原動力	対面機能(組合員とのふれあい)の主たる担い手	新規顧客拡大の柱	貸出金目標達成の柱	大口顧客・富裕層囲い込みの主たる担い手	その他の項目
全体	337	31.1	21.0	18.9	11.5	7.7	2.7	7.1
信用渉外が最多	143	35.0	16.8	14.7	12.6	13.3	3.5	4.2
複合渉外が最多	148	30.4	20.9	20.9	13.5	3.4	2.7	8.1
総合渉外が最多	46	21.7	34.8	26.1	2.2	4.3	0.0	10.9

資料 農中総研「農協信用事業動向調査」

(注)「信用渉外が最多」欄には、信用渉外を最も多く配置している農協が該当する。複合渉外および総合渉外についても同様にそれぞれの渉外を最も多く配置している農協が該当。



第2表 農協の渉外配置状況

(単位 %)

農協の渉外配置状況	構成比
信用渉外が最多	40.1
うち信用渉外のみ配置	(34.5)
複合渉外が最多	41.5
うち複合渉外のみ配置	(34.5)
総合渉外が最多	12.9
うち総合渉外のみ配置	(10.4)
その他	5.5

資料 第1表に同じ

第3表 渉外の自己住宅資金融資にか  
かる担当業務

(単位 %)

	回答組合数	情報収集	商品説明および 相談対応	借入の書類 のやりとり	融資実行に 関する稟議
信用渉外	95	92.6	64.2	50.5	20.0
複合渉外	87	92.0	63.2	55.2	21.8
総合渉外	40	100.0	62.5	52.5	25.0

資料 第1表に同じ

(注) 本表のみ06年5月に実施された「農協信用事業動向調査」の結果を使用している。

34.5%あることから判断できる。

第2の軸(業務として担う範囲)との関係で、渉外の自己住宅資金融資における担当業務について聞いたものが第3表である。これをみると、自己住宅資金融資においては、半数以上の農協で、商品説明や書類のやりとりが渉外の担当業務となっていることがわかる。但し、担当業務について、渉外種類別にそれほど大きな差がみられないのが現状である。

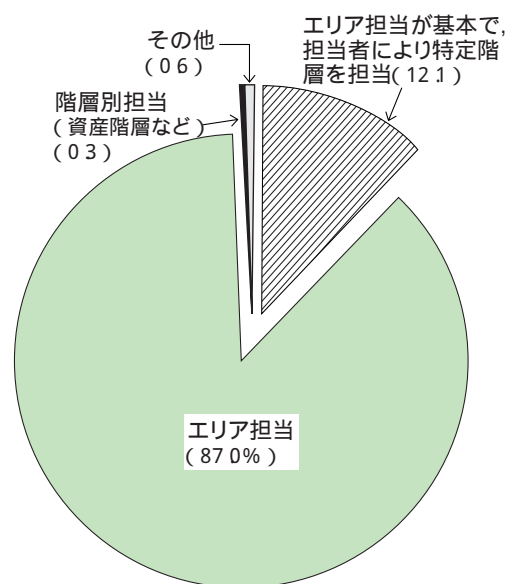
第3の軸(顧客特性への対応)との関係で、渉外の顧客担当方法をみたものが第4図である。87.0%の農協で、渉外がある一定の地域を担当するエリア担当制を採用している。割合は12.1%と高くないが、エリ

ア担当を基礎としながらも、担当者により特定階層を担当する渉外を配置している農協が存在している。

また、前掲第1表に記されている通り、渉外の位置付けとして、「大口顧客・富裕層囲い込みの主たる担い手」と回答した農協は2.7%にとどまっている。第4図だけでは、階層のなかでも資産階層に重点を置いて、渉外の担当先を決定しているか否かは不明であるが、第1表の位置付けの結果と第4図の顧客担当方法をみたところ、渉外だけで富裕層への対応が十分であるとは言い難いのが現状である。

第1の軸と第2の軸を考慮して、農協でみられる事例を述べると、渉外が信用事業のみに従事するなど、担当する事業を絞り込む農協があり、このような農協では、渉外が他金融機関の渉外とほぼ同じ業務を行っている。この場合、専門性と金融機関と

第4図 渉外の顧客担当方法



資料 第1表に同じ

(注) 回答組合数は338。

の競争を意識する必要がある。農協のなかには貯金および融資の一連の業務を渉外が担当しているところがあるが、近年の住宅ローンを中心とした貸出金の増強に対し、事業別から更に専門化して、融資業務のみを担う融資専任渉外を配置する農協も増えている。

一方で、事業横断的な渉外を配置し、渉外は情報収集を主な業務として、その後の手続きは融資業務専門の職員が担うという分業制

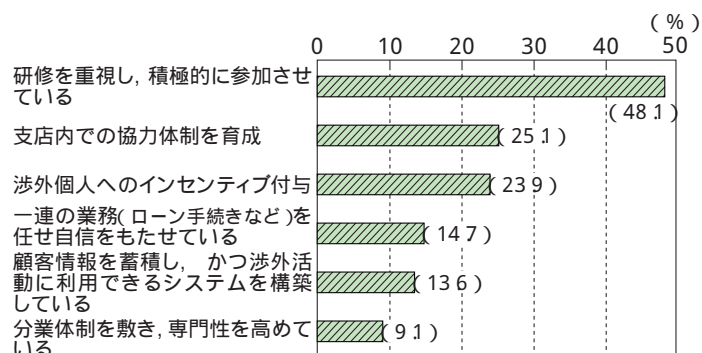
を敷いている農協もある。事業横断的な渉外を配置し、結果として渉外の業務範囲が限られ、専門性が失われた場合には、必要な時に専門性の高い職員の協力を得ることで補われる。複合渉外を配置し、この形態を採用している農協では、渉外は情報収集が最重要課題とされ、渉外が収集した情報に対応して、各分野において専門知識を持った職員が、渉外と同行訪問するという形態を採っている。業務として担う範囲の決め方は各農協の経営方針と大きくかかわっている。

### (3) 渉外担当者を支援する制度と現状

第5図は、渉外を支援する制度の有無についてのものである。動向調査のなかでは、渉外が業績を上げるための工夫として採り入れているものについて聞いているが、一部に渉外を支援する制度とかわる項目があるのでそれを示す。

渉外の能力を上昇させる制度としては、

第5図 渉外を支援する制度の現状(複数回答)



資料 第1表に同じ

(注)1 渉外が業績を上げるための工夫について聞いた質問項目から抜粋したもの。

2 回答組合数は339。

「研修を重視し、積極的に参加させている」(48.1%)や「一連の業務を任せ自信をもたせている」(14.7%)が該当する。「研修を重視し、積極的に参加させている」を、渉外が業績を上げるための工夫として採り入れている農協の割合は最も高かった。

渉外に努力を促す制度として、「支店内での協力体制を育成」と「渉外個人へのインセンティブ付与」があげられる。それぞれ25.1%、23.9%であり、前者の方が後者より若干割合が高かった。

人からの支援として「分業体制を敷き、専門性を高めている」が、ものからの支援として「顧客情報を蓄積し、かつ渉外活動に利用できるシステムを構築している」が該当する。それぞれ回答した農協が採り入れている割合は9.1%、13.6%であった。

### (4) 渉外体制を見直す際の枠組みと 渉外の問題点

第4表は渉外の問題点についてである。

第4表 渉外の問題点(第1位に挙げられたもの)

(単位 %)

	回答組合数	共済推進に時間を割いている	融資の知識が不十分	新規訪問の少なさ	渉外本人のモチベーションの低さ	(異動が頻繁も含む)人材の確保が困難	集金先の多さ	その他の項目
全 体	337	237	136	109	98	89	62	18
信用渉外が最多	143	35	182	147	126	119	105	00
複合渉外が最多	148	432	108	8.1	7.4	6.1	4.1	2.0
総合渉外が最多	46	239	87	87	87	87	00	43

資料 第1表と同じ

動向調査では、渉外の問題点についてあらかじめ設定された選択肢を選択してもらうことで回答を得た。問題点として第1位に挙げられたのは、「共済推進に時間を割いている」(23.7%)であった。

これは主として事業横断的な渉外を配置している農協における渉外の問題点である。渉外種類別に確認すると、信用渉外の問題点として第1位となったのは、「融資の知識が不十分」(18.2%)である。信用渉外は貯金と貸出の推進が主たる業務であるが、その主たる業務の一翼を担う融資において知識不足が挙げられている。融資の知識不足がどのレベルに属するものかは不明であるが、不足していることで、仮に融資の知識があれば獲得できたであろう案件が獲得できなかったという機会損失が発生している可能性がある。但し、信用渉外の場合、問題点として10%を超える項目は、「融資の知識が不十分」のほかに、「新規訪問の少なさ」(14.7%)、「渉外本人のモチベーションの低さ」(12.6%)、「人材の確保が困難」(11.9%)、「集金先の多さ」(10.5%)

の5つが該当し、比較的回答が分散している。

一方、複合渉外では「共済推進に時間を割いている」(43.2%)ことを問題点としてあげている農協が圧倒的に多く、10%を超えている項目は「融資の知識が不十分」(10.8%)と合わせ2つのみであった。総合渉外についても

構成比に多少の違いがあるものの、複合渉外と同じ傾向がみられる。

渉外の問題点として上位に挙げられた項目をみると、主に3つの軸とかがかかっている。「共済推進に時間を割いている」は、事業横断性とかかわる問題であり、「融資の知識が不十分」は、業務範囲としてどこまでを担当させ、融資に精通させるかと関係する。「集金先の多さ」も業務範囲にかかわる。「新規訪問の少なさ」は、第3の軸と関係し、どういった階層に渉外がかかわるかで変わってくる。

また、「渉外本人のモチベーションの低さ」や「人材の確保が困難」は、主に渉外の支援制度と関係する。これらは、モチベーションの低さを改善する制度や、渉外の人材の確保が困難であっても、それを補完する支援制度をつくることで対応可能である。

そして、根本的な部分になるが、これらの問題は、渉外が、何に重点を置いて、誰にどう対応するかという渉外の位置付けと関係してくる。

### 3 2 農協の渉外体制にかか る取組事例

(1) 地域特性・顧客にあわせた渉外配置  
渉外の位置付けと渉外体制の3つの軸  
を、A農協の事例でみる。

A農協の貯金および貸出金残高は、全国  
の総合農協の平均を上回っている<sup>(注2)</sup>。更に、  
貯金および貸出金残高について、動向調査  
の対象農協をそれぞれ残高順に並べ3等分  
すると、当農協は、貯金および貸出金残高  
のどちらについても最も残高の大きい階層  
に属する。これは組合員一人当たりの貯金  
および貸出金残高に置き換えても同じであ  
る。A農協の管内には、都市部と農村部が  
含まれている点が特徴的であり、管内の広  
さは、動向調査の対象農協を面積順に並べ  
て3等分すると、最も面積の広い階層に属  
する。

A農協の信用事業における重点課題は、  
収益基盤の確立である。課題への対応の主  
な具体策は、利ざやの改善や貸出金の増強  
である。渉外は、貯金や貸出金の推進とと  
もに、相談業務強化の担い手として位置付  
けられており、次のように配置されてい  
る。

第一に、都市部と農村部が管内に含まれ  
ているという地域特性、特に地域の市場特  
性にあわせ、市街地では信用渉外を、中山  
間地域では複合渉外を置いている。第二に  
顧客の特性およびニーズに合わせた渉外と  
して、貸出金増強に対応するためにローン

に特化した融資渉外を、相談業務を行い富  
裕層に対応するために特任の渉外（以下  
「特任渉外」という）を置いている。

これを既に示した3つの軸に当てはめて  
みると次のように整理できる。事業横断性  
の軸に関してみると、信用と共済を推進す  
る事業横断的な複合渉外を、農協取引シェ  
アおよび農協利用度の高い中山間地域に配  
置している。当農協における複合渉外は、  
競合先との競争というよりはむしろ、効率  
的な渉外活動によって収益基盤の確立に寄  
与することが求められている。

業務として担う範囲の軸に関してみる  
と、信用事業に特化した信用渉外を市街地  
に、更にローンに特化した融資渉外を配置  
している。これらの渉外は、競合先に対抗  
することに重点が置かれたものであり、事  
業を限定、または融資に業務範囲を限定す  
ることで専門性を向上させている。

顧客特性への対応を軸としてみると、当  
農協では富裕層に対応した特任渉外を配置  
している。特任渉外は、職員のなかから優  
秀なものが選抜され、A農協における渉外  
の位置付けのひとつである相談業務強化に  
対応している。特任渉外の役割としては、  
富裕層のニーズおよび相談に適切に対応  
し、当該利用者の満足度を上昇させ、彼ら  
をつなぎとめることがある。

当農協では、渉外は相談業務強化の担い  
手であることから、ファイナンシャルプラ  
ンナー(FP)の資格取得が奨励されており、  
特任渉外に限らず、全渉外の7割が、FP  
1級・2級・3級のいずれかを取得している。



(注2) 農林水産省「総合農協統計表」にみる04年度の貯金額1組合あたりは平均854億円、貸出金は同232億円。

## (2) 多角的な渉外支援制度の設計

渉外の位置付けと渉外を支援する制度の設計に、積極的に取り組んでいるB農協の事例を取り上げる。

B農協もA農協と同様、貯金および貸出金残高は総合農協の全国平均を上回っている。貯金および貸出金残高について、動向調査の対象農協を残高順に並べ3等分した場合、当農協は、それぞれについて最も残高の大きい階層に該当する。組合員一人当たりの貯金および貸出金残高に置き換えても同様である。B農協の管内には、都市部と農村部が含まれている点が特徴的であり、管内面積は、動向調査の対象農協のなかで最も面積の広い階層に属す。当農協では、都市部で複合渉外、中山間地域では総合渉外が配置されている。

B農協の信用事業における重点課題は、収益力増強と事業規模の拡大である。収益力増強のために、主に貯貸率の上昇に取り組んでおり、事業規模の拡大のために、利用者基盤の拡大に取り組んでいる。

渉外は推進の第一線であり、農協が地域で最も利用される組織になるための重要なチャンネルとして位置づけられている。具体的には、利用者の満足度の向上と家計メイン化に取り組むことが渉外に求められている。利用者の満足度の向上は、利用者数の増加や利用者との取引の拡大につながり、利用者基盤の拡大に貢献する。家計メイン

化は、利用者の家計の取引を農協に集中してもらうことで、事業規模の拡大につながる。

B農協では、渉外が重点課題に則して策定された目標を達成するために、網羅的な渉外支援制度をつくっている。第一に渉外の能力を上昇させる制度、第二に渉外の努力を引き出す制度、第三に渉外を後方から支援する制度を紹介する。

渉外の能力を上昇させる制度は2つあり、そのひとつはトレーナー制度である。トレーナーとは、渉外の教育および指導を主な業務とする職員のことであり、当農協では、渉外経験豊富な職員が専任として配置されている。もうひとつは外部資格を人事上の昇級の条件としている点である。B農協では、渉外としての能力に応じて、渉外をランク分けしているが、最高位の渉外として認められるためには、業績への貢献はもちろんのこと、銀行業務検定やFP2級を取得しておくなど外部資格も問われる。

渉外の努力を引き出す制度として、個人インセンティブの付与方法を紹介する。渉外個人へのインセンティブの付与方法の主たる部分は、渉外の業績評価が人事評価に直結する所である。渉外の業績評価は、個人実績と支店実績に加え、エリア評価と行動評価の4つの項目に分けられる。

個人実績は、信用事業の目標を確実に達成するために不可欠であることから、最も重視される。特に、渉外のランクが上昇すると、貸出の目標が重視されるため、ラン

クの高い渉外ほど、十分な融資の知識を持たざるを得ない仕組みになっている。また、それとともに支店の実績にも配慮し、職員間で相互に協力する必要性が求められている。

エリア評価は、担当エリア内の重点地区での貯金純増など取引のシェアアップにつながる項目で評価される。これは、信用事業の重点課題である事業規模の拡大のための利用者基盤の拡大につながる。行動評価は、新規取引獲得のほか、新規取引につながっていない場合でも、その行動自体を評価するものである。また、賞与は業績への貢献という部分を考慮し、渉外の場合は最低保障額に業績評価分が上乘せされており、これも個人インセンティブのひとつである。

渉外に対する後方支援策は<sup>(注3)</sup>3つある。

第一は情報紹介制度である。この制度は、全職員から提供された貯金や貸出金などの取引拡大に直結する情報を本部で取りまとめ、当該情報の存在するエリアを担当する渉外へつなぐ制度である。

第二は、直接推進を行わない職員に対しても、業績に連動した賞与が支給されることである。例えば、信用事業にかかわる職員であれば、賞与の一部が全金融店舗の業績の平均と連動して支給される。この2つは、渉外以外の後方職員も含め、全職員が業績を担っているという意識付けをするための方策であり、渉外を支援する制度となっている。

第三は、独自のソフトウェアシステムである。渉外がそのシステムにアクセスする

ことで、利用者の取引状況などを確認できるほか、渉外の日誌に書かれた実績数値がそのままOCR読み込み用の用紙となっているため、すぐに実績が反映される仕組みになっている。これにより、渉外活動を阻害する要因となる渉外の事務負担の軽減と効率化が図られているだけでなく、管理職側も常に最新の実績情報を確認できるようになっている。更に、このシステムによって、全職員が現在の渉外の実績を確認することができるため、渉外同士の競争が促されることが期待されている。

(注3) 専門的知識を持った職員と渉外が同行訪問することもあるが、ここではこれを除く。

## おわりに

本稿では、動向調査や事例を交えながら、渉外体制を見直す際の枠組みを示した。渉外体制を見直す際には、渉外の位置付けを明確化し、3つの軸を利用して、どのような渉外をどのように配置するかを考え、更に渉外を支援する制度を設計するという一連の作業が必要になるものと考えられる。

渉外体制を見直す際に、本稿で述べた事業横断性と業務として担う範囲の2つの軸に照らして考えてみると、信用、複合または総合といった渉外の種類は、農協個別の事情にあわせて配置すればよいと考える。極端な言い方をすれば、信用事業における業務のほとんどすべての知識を持つ信用渉外を配置する農協があってもよい。

また一方で、すべての事業に関係する総

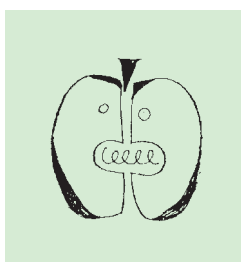
合渉外を配置し、専門性では事業別の渉外や他金融機関の渉外に劣るものの、情報だけは漏らさず取得し、あとは専門的知識を持った職員が対応する農協があってもよい。但し、現実問題として、顧客特性への対応、特に本稿では富裕層に焦点を当てているが、彼らの需要に応じるには、ある程度専門的知識をもった職員による個別対応が必要となるものと考えられる。

渉外体制を考える上で重要なのは、3つの軸に囲まれた空間のなかに空白を作らないことである。また、空間のなかで弱い部分があれば強化することである。場合によっては、それを渉外だけでなく、管理職を含む役職員全体で穴埋めすればよいと考えられる。特に富裕層への対応は、経営に大きく影響を及ぼすことから十分な対応が望

まれる。このことにより、渉外が知識を持っていなかったために、ある取引を獲得できなかったということや、目の前に取引の機会があったにもかかわらず、見逃してしまうという事態を防ぐことが可能になるものと思われる。

渉外体制を考える際には、渉外を支援する制度も考慮することが求められる。渉外を支援する制度の設計の際に注意する点は、渉外を教育したり、渉外にインセンティブを与えるなど、積極的に能力向上や努力を促す制度だけでなく、事務負担を軽減するなど、渉外活動の阻害要因を取り除く制度も渉外支援に含まれることであり、多様な取組方法があると考えられることである。

( 研究員 若林剛志・わかばやしたかし )



## 2006年における個人預貯金の動向

はじめに

農協貯金は1997年2月末以降前年比増加が続き、06年12月末の残高は80兆7,532億円と80兆円を突破した。しかし、最近の動きをみると、05年度以降、農協貯金の伸び率は緩やかな低下傾向にあり、国内銀行や信金の個人預金伸び率をやや下回っている。

本稿では、業態別の個人預貯金の動向および他業態の個人リテールの動きを通して、最近の個人預貯金の動向をまとめることとする。<sup>(注1)</sup>

(注1) 農協については一般貯金(貯金合計から公金貯金、金融機関貯金のデータを差し引いたもの)データによる。

### 1 個人預貯金の業態別比較

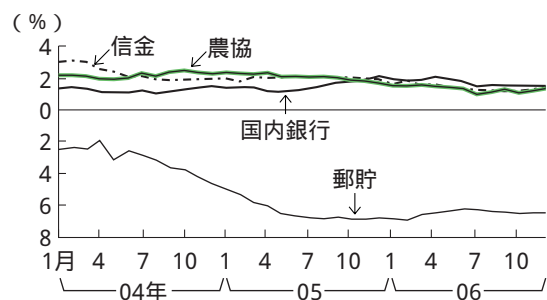
業態別の個人預貯金の動向をみると、郵便貯金は定額貯金の満期到来や預入限度額管理の徹底、民営化を前に貯金獲得を手控える動きがあること等から、残高の長期的な減少が続いている(第1図)。国内銀行、信金は、06年度に入ると伸び率の低下がみられたが、7月からはほぼ横ばいで推移している。農協では、05年5月末以降伸び率が緩やかに低下し、10月末には国内銀行、信金を下回った。その後も低下傾向が続いたが、06年7月末の1.0%を底にやや回復し、06年12月末の伸び率は1.3%となっている。

種類別にみると、いずれの業態も流動性

預貯金の増勢が鈍化している。一方、定期性預貯金については、06年7月から伸び率の回復・上昇がみられる(第2図)。特に、国内銀行の定期性預金は02年4月の定期性預貯金のペイオフ凍結解除を契機に前年比減少に転じ、その後も伸び率の低下が続いていたが、06年7月に大きく回復し、06年12月には5年ぶりに前年比増加に転じた。

定期性預貯金の回復は、06年7月にゼロ

第1図 業態別個人預貯金の前年比伸び率



資料 農協残高試算表、日銀ホームページ

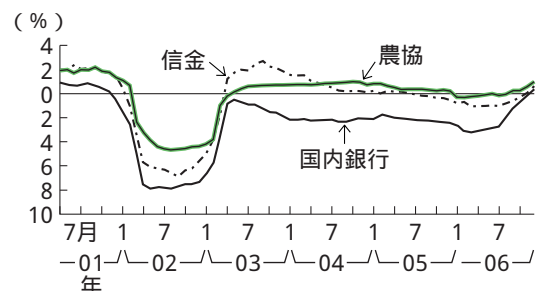
(注)1 国内銀行は都銀、地銀、第二地銀、信託銀行、長期信用銀行の合計。

2 国内銀行、信金は平残、農協は末残。

3 03年3月に石川銀行の営業譲渡(第二地銀、地銀、第二地銀、信金)があり、データには不連続がある。

4 農協のデータは一般貯金(貯金-公金貯金-金融機関貯金)。

第2図 業態別個人定期性預貯金の前年比伸び率



資料、(注)とも第1図に同じ



金利政策の解除が行われ、預貯金金利水準が上昇したことによるものであろう。これまでボーナス等の新規資金を待機資金として流動性預貯金に預け入れていた利用者が、金利上昇をきっかけに定期に切り替えるケースも増加したとみられる。また、投資信託等リスク商品の購入者に対する特典として、定期預金の金利を上乗せする動きも広がっており、このような取組みが影響している可能性もある。

## 2 個人リテールをめぐる動き

他業態では、預貯金の獲得以上に市場性金融商品の販売を積極的に行っている。投資信託については、国内銀行における預かり資産の前年比増加額が7兆8,656億円と預金増加額の5兆円を大きく上回り、06年12月末の預かり資産残高は30兆円を突破した（ニッキン調べ）。郵政公社も05年10月の発売開始から1年2か月しか経過していないにもかかわらず、06年12月末時点の残高が5,616億円に上っている。

また、遺言信託業務は、すぐに収益に結びつくものではないが、富裕層顧客を囲い込む有力な手段ととらえられており、メガバンクグループを中心に取扱いも増加している。信託銀行の遺言書保管件数をみると、06年度に入ってから05年度実績を上回るペースで増加しており、特に、相続発生後に信託銀行が遺言の執行を行う「執行つき」件数の増加が目立つ。

平成18年度第2回「農協信用事業動向調

査」では、農協からみた他業態の市場性金融商品の取組姿勢について聞いている。<sup>(注2)</sup> 遺言信託については、管内に信託銀行のある農協のうちの66%が「(信託銀行が)かなり積極的である」、23.2%が「やや積極的である」と回答しており、都市部を中心に、農協組合員へのアプローチも強まっているとみられる。

(注2)「農協信用事業動向調査」は全国の資金観測農協の協力を得て、当総研が年2回実施しているアンケート調査。当該質問項目の回答組合数は262組合、うち管内に信託銀行がある農協は都市部を中心に66組合。

おわりに

日銀は06年7月のゼロ金利解除以後、利上げを見送っていたが、07年2月21日に二度目の利上げを実行した。上昇幅は小さいものの預金金利は上昇局面にあり、今後の金利動向をにらんだ個人の金融行動が注目される。

また、「農協信用事業動向調査」の結果によれば、貯金の伸び率が低下した農協のうちの約4割がその要因として相続に伴う貯金の流出をあげており、今後その影響が強まっていくことが危ぐされる。特に、信託銀行が遺言の執行を行う場合、農協貯金から流出する度合いも高まるため、相続発生以前の対応が必要となる。他業態の個人リテールへの取組姿勢が強まるなかで、農協としても、これまでの組合員とのつながりや相談機能を生かし、推進体制の強化を進めていくことがより重要となろう。

(研究員 小針美和・こばりみわ)

# 統計資料

## 目次

1. 農林中央金庫 資金概況 (海外勘定を除く) .....	(49)
2. 農林中央金庫 団体別・科目別・預金残高 (海外勘定を除く) .....	(49)
3. 農林中央金庫 団体別・科目別・貸出金残高 (海外勘定を除く) .....	(49)
4. 農林中央金庫 主要勘定 (海外勘定を除く) .....	(50)
5. 信用農業協同組合連合会 主要勘定 .....	(50)
6. 農業協同組合 主要勘定 .....	(50)
7. 信用漁業協同組合連合会 主要勘定 .....	(52)
8. 漁業協同組合 主要勘定 .....	(52)
9. 金融機関別預貯金残高 .....	(53)
10. 金融機関別貸出金残高 .....	(54)

統計資料照会先 農林中金総合研究所調査第一部

TEL 03(3243)7351

FAX 03(3270)2658

### 利用上の注意 (本誌全般にわたる統計数値)

- 1 数字は単位未満四捨五入しているので合計と内訳が不突合の場合がある。
- 2 表中の記号の用法は次のとおりである。  
「0」単位未満の数字 「 」皆無または該当数字なし  
「...」数字未詳 「 」負数または減少  
「\*」訂正数字

## 1. 農林中央金庫資金概況

(単位 百万円)

年月日	預金	発行債券	その他	現金 預け金	有価証券	貸出金	その他	貸借共通 合計
2002. 1	38,330,360	6,116,517	8,635,131	1,279,782	22,907,517	24,807,763	4,086,946	53,082,008
2003. 1	38,981,044	5,841,536	10,948,909	1,032,034	28,028,111	19,878,834	6,832,510	55,771,489
2004. 1	38,628,037	5,276,369	14,194,889	3,074,059	31,651,390	16,842,582	6,531,264	58,099,295
2005. 1	39,242,151	4,804,644	15,236,804	1,691,771	35,606,188	15,278,507	6,707,133	59,283,599
2006. 1	41,107,736	4,777,560	23,565,433	3,154,079	43,554,122	13,096,093	9,646,435	69,450,729
2006. 8	38,382,943	4,703,024	22,746,266	399,648	45,535,772	9,523,532	10,373,281	65,832,233
9	38,753,965	4,667,283	25,443,995	287,332	47,196,487	10,033,684	11,347,740	68,865,243
10	40,225,540	4,616,260	22,737,308	442,322	45,790,237	10,934,964	10,411,585	67,579,108
11	40,192,128	4,595,519	23,069,635	804,939	45,522,793	11,159,798	10,369,752	67,857,282
12	40,517,246	4,531,060	23,848,286	915,139	45,332,381	11,991,721	10,657,351	68,896,592
2007. 1	40,993,362	4,517,110	23,934,753	1,030,718	43,906,611	12,384,890	12,123,006	69,445,225

(注) 単位未満切り捨てのため他表と一致しない場合がある。

## 2. 農林中央金庫・団体別・科目別・預金残高

2007年1月末現在

(単位 百万円)

団体別	定期預金	通知預金	普通預金	当座預金	別段預金	公金預金	計
農業団体	31,922,107	1,010	554,005	28	91,511	-	32,568,660
水産団体	1,120,234	3	78,451	38	6,439	-	1,205,165
森林団体	1,708	32	11,056	11	94	-	12,901
その他会員	803	-	3,873	-	-	-	4,676
会員計	33,044,852	1,045	647,384	77	98,044	-	33,791,402
会員以外の者計	527,014	37,316	405,624	108,423	6,117,342	6,242	7,201,960
<b>合計</b>	<b>33,571,865</b>	<b>38,361</b>	<b>1,053,008</b>	<b>108,499</b>	<b>6,215,386</b>	<b>6,242</b>	<b>40,993,362</b>

(注) 1 金額は単位未満を四捨五入しているため、内訳と一致しないことがある。 2 上記表は、国内店分。  
3 海外支店分は、別段預金(会員以外の者) 1,740,828百万円。

## 3. 農林中央金庫・団体別・科目別・貸出金残高

2007年1月末現在

(単位 百万円)

団体別	証書貸付	手形貸付	当座貸越	割引手形	計	
系統団体等	農業団体	70,558	9,038	175,621	0	255,218
	開拓団体	338	18	-	-	355
	水産団体	27,012	11,545	19,588	312	58,456
	森林団体	4,319	8,874	1,440	41	14,674
	その他会員	60	310	150	-	520
	会員小計	102,286	29,785	196,799	353	329,224
	その他系統団体等小計	212,443	39,505	80,400	48	332,397
計	314,729	69,290	277,199	401	661,621	
関連産業	2,032,539	65,032	1,774,330	17,190	3,889,090	
その他	7,576,706	12,392	244,422	660	7,834,179	
<b>合計</b>	<b>9,923,974</b>	<b>146,714</b>	<b>2,295,951</b>	<b>18,251</b>	<b>12,384,890</b>	

(貸 方)

## 4. 農 林 中 央 金

年月末	預 金			譲渡性預金	発行債券
	当 座 性	定 期 性	計		
2006. 8	5,845,481	32,537,462	38,382,943	33,650	4,703,024
9	5,721,287	33,032,678	38,753,965	44,750	4,667,283
10	6,745,514	33,480,026	40,225,540	43,180	4,616,260
11	6,689,430	33,502,698	40,192,128	44,680	4,595,519
12	6,803,253	33,713,993	40,517,246	44,230	4,531,060
2007. 1	7,421,397	33,571,965	40,993,362	89,730	4,517,110
2006. 1	6,671,895	34,435,841	41,107,736	50,050	4,777,560

(借 方)

年月末	現 金	預 け 金	有 価 証 券		商品有価証券	買入手形	手形貸付
			計	うち国債			
2006. 8	134,545	265,103	45,535,772	14,553,303	5,311	-	143,210
9	76,196	211,136	47,196,487	14,406,938	46,407	-	140,172
10	108,274	334,047	45,790,237	14,536,354	53,803	-	143,497
11	111,358	693,581	45,522,793	14,717,100	52,973	-	154,331
12	66,478	848,660	45,332,381	14,249,586	36,861	-	144,809
2007. 1	109,253	921,465	43,906,611	12,724,713	35,389	-	146,714
2006. 1	107,544	3,046,534	43,554,122	12,851,680	13,216	173,500	159,701

(注) 1 単位未満切り捨てのため他表と一致しない場合がある。 2 預金のうち当座性は当座・普通・通知・別段預金。  
3 預金のうち定期性は定期預金。 4 2005年3月、科目変更のため食糧代金受託金・食糧代金概算払金の表示廃止。

## 5. 信 用 農 業 協 同 組

年月末	貯 金		譲渡性貯金	借 入 金	出 資 金
	計	うち定期性			
2006. 8	49,720,663	48,095,276	556,776	65,743	1,164,331
9	49,447,636	48,090,332	466,541	93,745	1,164,332
10	49,507,544	48,172,967	617,325	93,738	1,163,959
11	49,474,165	48,159,891	621,590	93,738	1,163,958
12	50,238,949	48,449,989	527,970	93,737	1,163,958
2007. 1	49,814,834	48,311,422	508,896	93,735	1,163,957
2006. 1	49,197,360	47,865,998	422,870	71,815	1,132,794

(注) 1 貯金のうち「定期性」は定期貯金・定期積金の計。 2 出資金には回転出資金を含む。  
3 1994年4月からコールローンは、金融機関貸付から分離。

## 6. 農 業 協 同 組

年月末	貯 金			借 入 金	
	当 座 性	定 期 性	計	計	うち信用借入金
2006. 7	24,345,268	55,197,624	79,542,892	606,874	443,334
8	24,547,247	55,236,569	79,783,816	613,851	447,352
9	24,384,626	55,130,868	79,515,494	616,108	446,855
10	24,840,085	54,943,465	79,783,550	617,092	447,169
11	24,547,149	55,222,261	79,769,410	585,092	416,007
12	24,940,189	55,813,060	80,753,249	560,364	395,320
2005. 12	24,435,177	55,269,392	79,704,569	561,129	397,766

(注) 1 貯金のうち当座性は当座・普通・貯蓄・通知・出資予約・別段。 2 貯金のうち定期性は定期貯金・譲渡性貯金・定期積金。  
3 借入金計は信用借入金・共済借入金・経済借入金。



## 庫 主 要 勘 定

(単位 百万円)

コ ー ル マ ネ ー	受 託 金	資 本 金	そ の 他	貸 方 合 計
1,137,200	3,397,831	1,465,017	16,712,568	65,832,233
928,000	3,141,655	1,484,017	19,845,573	68,865,243
955,718	2,926,540	1,484,017	17,327,853	67,579,108
1,028,813	2,904,383	1,484,017	17,607,742	67,857,282
920,000	3,652,973	1,484,017	17,747,066	68,896,592
1,356,900	3,271,869	1,484,017	17,732,237	69,445,225
286,611	1,831,939	1,450,717	19,946,116	69,450,729

貸 出 金				コ ー ル ー ン	そ の 他	借 方 合 計
証 書 貸 付	当 座 貸 越	割 引 手 形	計			
7,079,041	2,281,130	20,150	9,523,532	807,627	9,560,343	65,832,233
7,575,173	2,296,283	22,055	10,033,684	742,657	10,558,676	68,865,243
8,327,774	2,443,317	20,374	10,934,964	760,588	9,597,195	67,579,108
8,705,162	2,281,723	18,580	11,159,798	720,000	9,596,779	67,857,282
9,499,128	2,326,141	21,642	11,991,721	971,800	9,648,691	68,896,592
9,923,973	2,295,950	18,251	12,384,890	890,000	11,197,617	69,445,225
10,522,999	2,390,281	23,111	13,096,093	937,653	8,522,067	69,450,729

## 合 連 合 会 主 要 勘 定

(単位 百万円)

現 金	借		方				
	預 け 金		コ ー ル ー ン	金 銭 の 信 託	有 価 証 券	貸 出 金	
	計	う ち 系 統				計	う ち 金 融 機 関 貸 付 金
54,729	27,852,411	27,704,402	0	371,656	17,107,016	6,343,257	1,244,824
54,353	27,978,870	27,838,484	0	378,891	16,669,161	6,461,342	1,268,461
53,241	28,086,638	27,953,739	7,000	385,497	16,719,151	6,516,265	1,273,959
55,114	28,225,412	28,092,092	0	380,788	16,626,560	6,497,095	1,281,182
78,824	29,006,439	28,867,036	0	378,326	16,469,380	6,493,290	1,287,035
57,856	28,676,152	28,543,574	0	372,316	16,532,010	6,499,284	1,294,518
58,032	28,044,509	27,921,617	0	312,537	16,763,350	6,223,479	1,188,619

## 合 主 要 勘 定

(単位 百万円)

現 金	借		有 価 証 券 ・ 金 銭 の 信 託		方		報 告 組 合 数
	預 け 金		貸 出 金				
	計	う ち 系 統	計	う ち 国 債	計	う ち 農 林 公 庫 貸 付 金	
410,765	54,398,893	54,171,824	4,943,412	2,061,483	21,615,857	306,521	846
401,072	54,748,786	54,521,299	4,717,550	1,890,613	21,667,910	305,894	845
380,668	54,523,460	54,307,168	4,632,808	1,830,964	21,766,860	305,248	843
387,836	54,737,606	54,522,928	4,699,708	1,873,522	21,717,504	301,989	843
405,301	54,681,310	54,423,682	4,683,735	1,843,393	21,715,332	293,570	843
420,681	55,694,832	55,444,625	4,596,838	1,750,876	21,642,272	291,328	843
436,781	55,050,832	54,823,173	4,513,650	1,801,868	21,163,804	311,216	876

## 7. 信用漁業協同組合連合会主要勘定

(単位 百万円)

年月末	貸 方				借 方					
	貯 金		借 用 金	出 資 金	現 金	預 け 金		有 価 券	貸 出 金	
	計	うち定期性				計	うち系統			
2006. 10	2,106,875	1,415,702	4,396	54,166	15,998	1,276,606	1,239,755	141,976	718,560	
11	2,087,587	1,392,640	4,395	54,178	16,227	1,267,298	1,230,318	144,157	708,035	
12	2,113,405	1,406,159	4,395	54,236	15,488	1,300,376	1,257,850	144,190	700,314	
2007. 1	2,084,777	1,397,536	4,392	54,779	16,839	1,278,840	1,244,785	145,645	690,961	
2006. 1	2,182,260	1,525,457	29,998	67,227	16,555	1,337,379	1,302,912	148,709	745,696	

(注) 貯金のうち定期性は定期貯金・定期積金。

## 8. 漁業協同組合主要勘定

(単位 百万円)

年月末	貸 方					借 方						報 告 組 合 数
	貯 金		借 入 金		払込済 出資金	現 金	預 け 金		有 価 券	貸 出 金		
	計	うち定期性	計	うち信用 借入金			計	うち系統		計	うち農林 公庫資金	
2006. 8	807,542	466,977	221,468	158,574	117,735	6,368	786,817	772,611	753	243,064	9,539	190
9	826,972	475,107	212,333	155,897	117,936	6,072	794,645	779,400	742	257,144	9,700	190
10	867,020	496,539	210,149	154,619	117,141	6,894	833,939	819,715	731	254,090	9,651	187
11	883,769	499,827	204,955	149,019	120,342	7,728	834,099	789,157	6,347	256,617	8,976	187
2005. 11	951,412	552,582	233,090	167,681	123,381	8,202	898,875	869,789	7,936	280,200	9,566	251

(注) 1 水加工協を含む。 2 貯金のうち定期性は定期貯金・定期積金。  
3 借入金計は信用借入金・共済借入金・経済借入金。

## 9. 金融機関別預貯金残高

(単位 億円, %)

		農 協	信 農 連	都市銀行	地方銀行	第二地方銀行	信用金庫	信用組合	郵便局	
残            高	2003. 3	744,203	501,817	2,377,699	1,813,487	561,426	1,035,534	148,362	2,332,465	
	2004. 3	759,765	491,563	2,456,008	1,825,541	552,400	1,055,174	152,526	2,273,820	
	2005. 3	776,686	483,911	2,470,227	1,878,876	539,624	1,074,324	156,095	2,141,490	
	2006. 1	790,430	491,974	2,472,472	1,857,213	536,522	1,088,256	158,898	2,030,901	
	2	792,660	492,358	2,464,529	1,863,570	537,937	1,092,582	159,385	2,025,215	
	3	788,653	486,640	2,507,624	1,888,910	541,266	1,092,212	159,430	2,000,023	
	4	791,984	489,340	2,508,888	1,899,075	543,753	1,101,907	159,903	1,997,955	
	5	789,559	487,931	2,527,408	1,883,721	538,428	1,093,549	158,881	1,977,919	
	6	798,773	496,320	2,472,002	1,898,302	544,039	1,102,469	160,318	1,978,874	
	7	795,429	494,306	2,452,836	1,879,406	539,839	1,097,672	159,672	1,963,059	
	8	797,838	497,207	2,447,302	1,878,598	540,803	1,101,933	160,037	1,954,924	
9	795,155	494,476	2,445,037	1,888,120	546,017	1,106,414	161,075	1,933,738		
10	797,836	495,075	2,432,161	1,869,379	537,799	1,100,599	160,066	1,928,003		
11	797,694	494,742	2,471,201	1,882,090	539,578	1,100,748	158,754	1,909,916		
12	807,533	502,389	2,426,762	1,909,348	549,065	1,118,838	161,167	1,911,424		
2007. 1	P 801,358	498,148	2,445,668	1,883,330	539,652	P 1,105,756	P 159,845	1,897,326		
前            年            同            月            比            増            減            率	2003. 3	1.2	0.3	3.0	0.0	0.3	0.7	3.4	2.5	
	2004. 3	2.1	2.0	3.3	0.7	1.6	1.9	2.8	2.5	
	2005. 3	2.2	1.6	0.6	2.9	2.3	1.8	2.3	5.8	
	2006. 1	1.5	0.1	2.3	0.8	0.7	1.4	2.2	6.8	
	2	1.5	0.1	1.8	0.7	0.6	1.3	2.2	6.9	
	3	1.5	0.6	1.5	0.5	0.3	1.7	2.1	6.6	
	4	1.4	0.2	1.5	1.0	0.6	1.5	1.8	6.4	
	5	1.4	0.4	1.4	0.6	0.5	1.3	1.6	6.3	
	6	1.3	0.5	1.4	0.4	0.3	1.3	1.5	6.3	
	7	1.0	1.0	0.1	0.2	0.1	1.0	1.0	6.3	
	8	1.1	0.8	0.4	0.5	0.4	1.2	1.0	6.4	
9	1.3	0.7	1.9	1.1	0.8	1.5	0.9	6.5		
10	1.1	0.8	0.6	0.9	0.1	1.1	0.7	6.6		
11	1.2	0.7	1.1	0.7	0.1	1.2	0.1	6.5		
12	1.3	1.3	0.9	1.2	0.3	1.4	0.4	6.5		
2007. 1	P 1.4	1.3	1.1	1.4	0.6	P 1.6	P 0.6	6.6		

(注) 1 農協, 信農連は農林中央金庫, 郵便局は郵政公社, 信用金庫は信用金庫ホームページ, 信用組合は全国信用中央組合協会, その他は日銀資料(ホームページ等)による。  
 2 都銀, 地銀, 第二地銀および信金には, オフショア勘定を含む。  
 3 農協には譲渡性貯金を含む(農協以外の金融機関は含まない)。

