ISSN 1342-5749

農林金融

THE NORIN KINYU

Monthly Review of Agriculture, Forestry and Fishery Finance

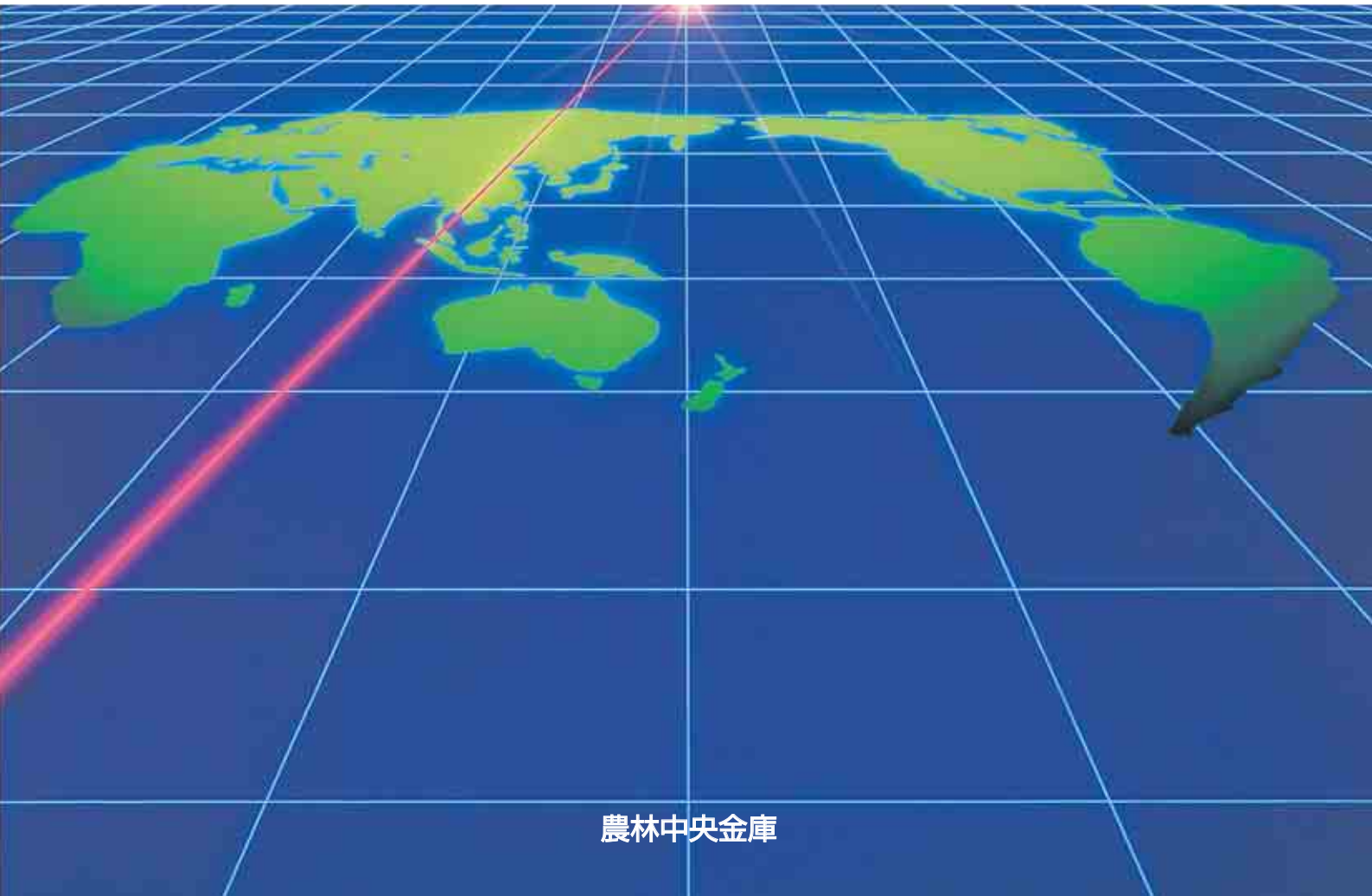
2011 5 MAY

地域金融の現状と方向性

●地域銀行における格付付与の状況について

●地域銀行におけるクレジットカード業務の変遷

●顧客構造の分析と情報活用



農林中央金庫

今月の窓

冷静な頭脳と温かい心（Cool Head, but Warm Heart）

3月11日に東日本を襲った巨大地震は，壊滅的な威力を持った大津波を引き起こし，戦後最悪の被害をもたらした。さらに，深刻な原発事故も発生し，その行方はいまだに不安視されており，日本のみならず世界の経済・社会への悪影響が大いに危惧されている。

しかし，未曾有の危機に直面したにもかかわらず，略奪や暴動を起こさず互いに助け合い協調し合う日本の人々には，海外から多くの称賛が寄せられた。

このような日本の人々の姿は，新古典派経済学に代表される標準的な経済学が前提としてきた「合理的経済人」とは異なる。この「合理的経済人」とは，あらゆる事象に対して合理的に判断しもっぱら自己の利益のみを追求する人間像で，この人間像を前提にしてこれまでの標準的な経済学は，理論体系が構築されてきた。けれども，近年では，この「合理的経済人」の前提を否定する行動経済学などの新しい分野の経済学が著しい発展を遂げている。そして，今回の大災害において日本各地で見られた他人を思いやる利他心や協調性が発揮された人々の姿からも，「合理的経済人」を前提にして議論することが適切でないことは明らかである。

各経済主体の利己的行動が「見えざる手」によって導かれ社会全体にとっては望ましい結果がもたらされるという主張を行ったことで知られる経済学の祖アダム・スミスも，その著書『道徳感情論』で，人々は他人が報われることにも動機づけられていると説明し，利他心や協調性の重要性を強調している。

また，アダム・スミスが活躍した時代から1世紀ほど経った19世紀末に活躍した近代経済学の父と呼ばれるアルフレッド・マーシャルが，ケンブリッジ大学教授就任講演で，「経済学を学ぶためには，冷静な頭脳と温かい心（Cool Head, but Warm Heart）を持たなくてはならない」と説いたことは有名である。論理的に物事を解明する冷静さとともに高い道徳心で社会問題の解決に取り組まなければならないという教えは，経済学を学ぶ者にとっての心得として現代に至っても語り継がれている。

さらに，日本が生んだ偉大な農政家である二宮尊徳の名言のひとつとして，「道徳なき経済は犯罪であり，経済なき道徳は寝言である」という言葉が伝えられている。江戸時代後期に農村復興政策に生涯取り組んだ二宮尊徳は，道徳に基づく経済政策の大切さについて身を以って知っていたのだろう。

つまり，他人を思いやる利他心や協調性すなわち人間としての道徳を決して否定するのではなく，むしろその重要性を十分に認識することが経済学には本来求められているのである。そして，このことは，経済学の知見に従って政策を立案し実行する際にも忘れてはならないだろう。

いずれにしても，現在の状況は厳しいものと言わざるを得ない。まずは，被災地の復旧そして復興を急がなくてはならないが，冷静な頭脳と温かい心で道徳に基づく経済政策を実行し，日本の未来を見据えた経済・社会の建て直しにも立ち向かわなくてはならない。

（（株）農林中金総合研究所　調査第二部長　矢島 格・やじま いたる**）**

農林金融　第64巻　第5号〈通巻783号〉

目　次

今月のテーマ

地域金融の現状と方向性

今月の窓

冷静な頭脳と温かい心
（Cool Head, but Warm Heart）

（株）農林中金総合研究所 調査第二部長　矢島　格

格付は，地域銀行にとって市場規律として機能しているか？
地域銀行における格付付与の状況について

矢島　格 —— 2

一体型クレジットカード発行をめぐる動向について
地域銀行におけるクレジットカード業務の変遷

岡山正雄 —— 17

顧客構造の分析と情報活用

渡部喜智 —— 30

談話室

奥の熊野路

慶應義塾大学 名誉教授　速水　融 —— 28

情勢

米国債市場の動向

田口さつき —— 46

統計資料 —— 52

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。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

地域銀行における格付付与の状況について

――格付は，地域銀行にとって市場規律として機能しているか？――

調査第二部長　矢島　格

〔要　　旨〕

1　預金者や株主などが，外部から銀行の経営内容を判断するためのわかりやすい指標として格付を利用していることを考えると，銀行にとって格付は市場規律として機能していることが想定できる。本稿では，2007年～10年の各３月末時点を対象にして，地域銀行における格付付与の状況について実証的な分析を行い，格付が市場規律として機能しているか否かを確認した。

2　まず，先行研究に基づいて次の３つの検証すべき仮説を設定した。

仮説①：依頼格付の付与数は，競争が厳しい環境にある地域銀行ほど多く，財務状態が良好な地域銀行ほど多い。

仮説②：日系格付会社からの依頼格付の付与数よりも，非日系格付会社からの依頼格付の付与数の方が，仮説①の傾向が強く見られる。

仮説③：格付水準は依頼格付よりも非依頼格付の方が低い。そして，依頼格付を付与された地域銀行は，非依頼格付を付与された地域銀行よりも財務状態が良好である。

3　続いて，仮説①と仮説②については，各地域銀行のミクロデータを用いて，被説明変数を依頼格付付与数とし説明変数に競争環境を表す変数と財務状態を表す変数を採用した推計を行い検証した。さらに，仮説③については，ある非日系格付会社による依頼格付と非依頼格付の付与状況を対象にした推計などを行い検証した。

4　検証の結果，以下のような示唆が得られた。

競争が厳しい環境にあり財務状態が良好な地域銀行ほど依頼格付の付与数が多いことから，依頼格付は，地域銀行にとって市場規律として一定程度機能している可能性が示され，その可能性は，日系格付会社から依頼格付を付与される場合よりも非日系格付会社から依頼格付を付与する場合の方が強いことが一定の範囲で示された。

また，格付水準が依頼格付に比べて非依頼格付の方が低い傾向が確認できたが，財務状態が良好な地域銀行ほど依頼格付の付与に積極的になるという関係は確認できず，市場規律の観点から非依頼格付の存在意義について積極的な評価を与えることはできなかった。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

目　次

はじめに
1　現状分析
2　先行研究
3　仮説
4　リサーチデザイン
（1）　実証方法
（2）　データ
5　実証結果
（1）　仮説①と仮説②について
（2）　仮説③について
6　考察
おわりに

はじめに

地域金融にとって重要な役割を果たしている地域銀行(注1)に対する格付付与の状況を実証的に分析して，格付が地域銀行にとって市場規律として機能しているか否かを確認することを，本稿の目的とする。

銀行の健全経営を実現するためには，規制当局の監督行政による規制規律とともに，市場メカニズムを有効に活用する市場規律が適切に機能することが重要なのは言うまでもない。さらに，市場メカニズムは万能ではないことを考えれば市場規律のみに依存することはできないが，市場規律と規制規律との組み合わせを適切に行い，相互に補完しながら銀行経営を規律づけていくことが望ましい(注2)。

銀行経営にとって，預金者による預金の預け入れ・引き出しや株主による株式売買・株主権行使などを通じた規律づけが代表的な市場規律である。そして，これらの預金者や株主等の銀行の外部者にとって，格付は銀行の経営内容を評価する手段として使いやすくわかりやすいものと言える。たとえば，多くの地方自治体では公金運用などで銀行との取引を行う基準として格付が考慮されていることは広く知られている。銀行サイドも，大半の銀行が各行のディスクロージャー誌やホームページで自行の格付を公開しており，預金者や株主等の銀行の外部者に対して自らの経営内容や財務内容を伝える効果的でわかりやすい手段として，格付を活用している。

このように，預金者や株主等が，外部から銀行の経営内容を判断するためのわかりやすい指標として格付を活用していることを考えると，銀行にとって格付は市場規律として機能していることが想定できる(注3)。

以上の問題意識のもと，具体的には，まず，2007年～10年の各３月末時点における地域銀行全行を対象にして，格付会社４社（日系格付会社２社，非日系格付会社２社）が付与している発行体としての信用力を表す依頼格付の付与数の多寡に着目した分析を行う(注4)。次に，日系格付会社と非日系格付会社で，地域銀行への依頼格付の付与状況に差異があるか否かについての分析を行う。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

さらに，ある非日系格付会社による依頼格付と非依頼格付との相違の有無に着目して，バーゼルⅡなどにおいて限定的にしか使用が認められていない非依頼格付を市場規律の観点から分析する。(注5)

本稿の構成は次のとおりである。まず，1で07年～10年の各年3月末時点の地域銀行の格付付与の現状について概観する。そして，2で先行研究を説明した後，3で先行研究の内容を踏まえて検証すべき仮説を設定し，4では設定した仮説を検証するための実証方法および使用データについて説明する。続いて，5で実証結果を示し，6で実証結果の考察を行う。最後に，本稿の内容をまとめるとともに残された課題を述べる。

（注1）本稿では，全国地方銀行協会加盟行および第二地方銀行協会加盟行を総称して地域銀行と呼ぶ。

（注2）堀内（1998）などを参照。

（注3）なお，Berger, Davies and Flannery (2000) が指摘するように，格付は規制当局にとっても役立つ情報であり，07年3月期から実施されている自己資本比率規制（バーゼルⅡ）でも自己資本比率算出などで格付が利用されており，現在検討が進められているバーゼルⅢにおいても引き続き格付が利用される予定となっている（佐藤（2007）およびBasel Committee on Banking Supervision（2010）を参照）。

（注4）依頼格付とは発行体からの依頼に基づいて付与された格付のことを言い，そうでない格付を非依頼格付と言う。ところで，金融庁が平成18年3月31日付「バーゼルⅡにおける適格格付機関の格付と告示上のリスク・ウエイトとの対応関係（マッピング）について」で，バーゼルⅡにおける適格格付機関と定めた格付会社は5社（日系格付会社2社，非日系格付会社3社）で，この5社が現在日本で活躍している代表的な格付会社である。なお，そのうちの非日系格付会社1社は，依頼格付および非依頼格付の開示は行っておらず，代わりに格付付与先が格付プロセスに関与したか否かによる区分で，関与および非関与の開示を行っていることがヒアリングによって確認された。このため，本稿の分析では当該格付会社による格付を除いた。ちなみに，依頼格付のみを分析対象にした矢島（2010）では，格付プロセスへの関与は格付付与先の意思が反映された行動と考えて依頼格付とみなした（黒沢（2007）も同様の扱い方をしている）。しかし，矢島（2010）では，分析対象とした地域銀行はいずれも当該格付会社からは非関与の格付のみしか付与されていないため，当該格付会社から依頼格付を取得した地域銀行は存在しないとした。従って，当該格付会社の格付について本稿と同様の扱い（当該格付会社による格付を除く扱い）を行ったとしても，矢島（2010）の分析結果には何の影響も与えず，本稿の分析との整合性は確保される。

（注5）金融庁は，平成19年3月23日付「バーゼルⅡ第1の柱に関する告示の一部改正（案）及び第3の柱に関する告示（案）等に対するパブリックコメントの回答等について」で，非依頼格付は自己資本比率算出上での使用を認めないこととした。また，Basel Committee on Banking Supervision（2010）によれば，バーゼルⅢでも非依頼格付は原則として使用されないことになっている。しかし，森田（2010）では，非依頼格付の存在意義を積極的に評価して，格付の信頼性は非依頼格付によって確立されたと説明している。

1　現状分析

予備的な分析として，地域銀行への格付付与についての現状を概観する。

まず，自己資本比率算出において非依頼格付の使用を禁じられたバーゼルⅡの実施が07年3月期であることを考慮して，07年～10年の各3月末の各地域銀行への依頼格付付与数を，Bloomberg社および各格付会社のホームページから調べてみると第1表のようになる。

依頼格付の付与がない地域銀行数と付与数が1つの地域銀行数は減少しているのに対して，付与数が2つの地域銀行数と3つ

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

の地域銀行数は増加している。また，日系格付会社からの付与数と非日系格付会社からの付与数に分けてみると，いずれの場合でも付与がない地域銀行数は減少しているのに対して，日系格付会社からの付与数が２つの地域銀行数と非日系格付会社からの付与数が１つの地域銀行数は増加している。

次に，地域銀行１行あたりの依頼格付の付与数を算出してみると第２表にようになる。１行あたりの依頼格付付与数は増加しており，その増加傾向は，日系格付会社からの付与数の場合および非日系格付会社からの付与数の場合のいずれにおいても見られる。

第1表　各行の依頼格付付与数の推移

	格付付与数	銀行数			
		07年3月	08.3	09.3	10.3
依頼格付付与数	0	23	18	15	12
	1	63	58	56	54
	2	21	24	28	30
	3	3	8	8	10
	4	0	1	1	0
日系格付会社からの付与数	0	25	20	18	15
	1	73	75	74	72
	2	12	14	16	19
非日系格付会社からの付与数	0	93	82	79	76
	1	17	23	25	27
	2	0	4	4	3
計		110	109	108	106

資料　Bloombergおよび各格付会社のホームページから筆者作成

第2表　１行あたりの依頼格付付与数の推移

	07年3月	08.3	09.3	10.3
日系格付会社からの付与数	0.88	0.95	0.98	1.04
非日系格付会社からの付与数	0.15	0.28	0.31	0.31
計	1.04	1.23	1.30	1.36

資料　第1表に同じ

さらに，07年～10年の各３月末において，地域銀行に対して非依頼格付を付与していた格付会社は非日系格付会社２社のみで，日系格付会社２社は地域銀行に対して非依頼格付を付与していなかったことがわかった。

そして，非日系格付会社２社のうちの１社（A社）については，第３表に示したとおりの依頼格付および非依頼格付の付与が行われていた。第３表から07年～09年の各３月末では，依頼格付と非依頼格付のそれぞれの付与先の銀行数はほぼ一定で変化はなかったが，10年３月末では，非依頼格付が付与された銀行数は１行のみとなった。

ところで，A社以外では，07年３月末と08年３月末で地域銀行４行に対して非依頼格付を付与していた非日系格付会社が１社あったが，その格付会社は，09年３月末と10年３月末では地域銀行に対して非依頼格付の付与はしていなかった。

第3表　非日系格付会社A社による依頼格付・非依頼格付の付与先の銀行数

	07年3月	08.3	09.3	10.3
依頼格付	15	15	16	15
非依頼格付	10	10	10	1
計	25	25	26	16

資料　Bloombergおよび非日系格付会社A社のホームページから筆者作成

2　先行研究

日本の地域銀行に対する格付付与の状況について，地域銀行による情報開示行動や

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

地域銀行経営に対する市場規律にも関連するような分析を行った先行研究としては，矢島（2010）およびKondo（2010）がある。(注6)

矢島（2010）は，信用金庫を分析対象にした近藤（2008）の実証方法を参考にして，地域銀行を対象にして分析した結果，調達の必要がある金額が大きく（総資産額が大きく），財務状態が良好な（自己資本比率が高く，資産収益率が高い）地域銀行ほど依頼格付の取得に積極的であることを明らかにした。

Kondo（2010）も地域銀行を対象にして分析しており，競争環境が激しい地域にあり規模の大きい地域銀行ほど依頼格付の取得に積極的であることを明らかにするとともに，非日系格付会社からの依頼格付取得については，不良債権比率が低く資産収益率の高い地域銀行ほど格付取得に積極的であることも明らかにした。また，Kondo（2010）は，依頼格付取得が積極的な地域銀行ほど多額の預金調達が可能となり，特に非日系格付会社からの依頼格付取得が積極的な地域銀行ほどその傾向が強いことも明らかにした。

次に，依頼格付と非依頼格付との相違についてであるが，この点に関する先行研究は数多くあり，非依頼格付の方が依頼格付よりも低い格付水準が付けられる傾向であることが指摘されている。(注7)

Bannier, Behr and Güttler（2010）は，こうした傾向の原因を，自己選択（Self-Selection）と戦略的保守主義（Strategic Conservatism）の２つの仮説を使って説明している。前者の自己選択の仮説は，高い格付水準を得る自信のある会社は依頼格付を申し込む一方でそうでない会社は依頼格付を申し込まない結果，非依頼格付の方が依頼格付よりも低い格付水準となるという内容である。後者の戦略的保守主義の仮説は，非依頼格付を付与する場合は依頼格付を付与する場合に比べて格付会社が利用可能な情報が少ないため保守的になる結果，非依頼格付の方が依頼格付よりも低い格付水準となるという内容である。

前者の自己選択の仮説によって説明できる場合，依頼格付を付与された会社の方が非依頼格付を付与された会社よりも優良会社である（という自信がある）というシグナルを発することにもつながり，このシグナルは市場規律につながるものと解釈できる。(注8) しかし，Bannier, Behr and Güttler（2010）の実証結果によると，銀行に対して付与される非依頼格付が依頼格付に比べて低い格付水準になっていることについては後者の戦略的保守主義の仮説が支持された結果が得られ，前者の自己選択の仮説は支持されない結果となった。(注9)

（注６）いずれの先行研究とも，分析対象を１時点としている。具体的には，矢島（2010）は09年６月末時点，Kondo（2010）は09年８月末時点で分析している。

（注７）Poon（2003），Gan（2004），Poon and Firth（2005），Van Roy（2006），Poon, Lee and Gup（2009）およびFairchild, Flaherty and Shin（2009）などが挙げられる。

（注８）このシグナルが一般的になれば，依頼格付の付与を申し込めるような優良会社になろうという努力が促されることになる。

（注９）こうした結果の理由として，銀行資産の不透明性（opaqueness）によって格付会社が保守的になるバイアスが働くことを挙げている。なお，銀行資産の不透明性（opaqueness）に

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

ついては，Morgan（2002）および堀内（2006）などを参照。

3　仮説

２で紹介した先行研究の内容に基づき，格付が地域銀行に対する市場規律として機能しているか否かという観点から，検証すべき仮説を設定することとしたい。

矢島（2010）およびKondo（2010）では，地域銀行が取り巻く競争環境の状態が依頼格付の付与数に関係しており，競争環境が厳しい地域銀行ほど依頼格付の付与数が多くなる傾向も明らかにしている。このことは，競争が激しい地域銀行ほど，依頼格付の付与数を多くして，自らの健全経営を外部に開示しようというインセンティブが強まることを意味している。

また，矢島（2010）およびKondo（2010）では，地域銀行の財務状態が良好であればあるほど依頼格付の付与数が多くなる傾向が明らかにされている。このことは，財務状態が良い地域銀行ほど依頼格付の付与数が多いことを示しており，銀行経営が健全な地域銀行ほど自らの経営内容を依頼格付を通じて外部に開示しようとするインセンティブが強まることを意味する。

以上から，次の仮説①が設定できる。

仮説①：依頼格付の付与数は，競争が厳しい環境にある地域銀行ほど多く，財務状態が良好な地域銀行ほど多い。

さらに，Kondo（2010）では，依頼格付の付与数について，日系格付会社から付与される場合と非日系格付会社から付与される場合に分けて分析しており，その結果，日系格付会社から付与される場合よりも非日系格付会社から付与される場合の方が，上記の仮説①の傾向が強まることが示されている。従って，次の仮説②が設定できる。

仮説②：日系格付会社からの依頼格付の付与数よりも，非日系格付会社からの依頼格付の付与数の方が，仮説①の傾向が強く見られる。

一方，依頼格付と非依頼格付の相違については，多くの先行研究が明らかにしているとおり格付水準は依頼格付よりも非依頼格付の方が低いことが，地域銀行においても想定できる。そして，自己選択の仮説にもとづくならば，高い格付水準を得る自信のある地域銀行が依頼格付を申し込む一方でそうでない地域銀行は依頼格付を申し込まないことが，格付水準は依頼格付よりも非依頼格付の方が低いことの原因となる。その場合は，依頼格付を付与された銀行が非依頼格付を付与された銀行よりも財務状態が良好となるだろう。以上から，次の仮説③が設定できる。

仮説③：格付水準は依頼格付よりも非依頼格付の方が低い。そして，依頼格付を付与された地域銀行は，非依頼格付を付与された地域銀行よりも財務状態が良好である。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

4　リサーチデザイン

続いて，リサーチデザインとして，３で設定した仮説を検証する実証方法と使用するデータについて述べる。

(1)　実証方法

１で説明した現状分析および２で説明した先行研究の内容を踏まえて，３で設定した仮説を検証するための実証方法について述べる。

仮説①と仮説②については，矢島（2010）およびKondo（2010）にならい，各地域銀行のミクロデータを用いて，被説明変数を依頼格付付与数とし説明変数に競争環境を表す変数と財務状態を表す変数を採用する順序型プロビット推計を行う(注10)（実証１）。

推計対象の時点は，矢島（2010）およびKondo（2010）ではいずれも１時点であるが，本稿では，バーゼルⅡの適用が開始された07年３月末以降，08年３月末，09年３月末および10年３月末の４つの時点を推計対象とする。

仮説③についても各地域銀行のミクロデータを用いた検証を行うが，サンプルの一定数以上確保を重視して，検証の対象を非日系格付会社A社から格付を付与されている地域銀行に限定する。なお，10年３月末時点では非依頼格付を付与されている銀行数が１行のみであるため，推計する時点は，07年３月末，08年３月末および09年３月末の３つの時点とする。

仮説③の実証方法については，まず，格付水準について平均値の差の検定を行い，依頼格付と非依頼格付との格付水準の平均値に差があるか否かを検証する（実証２）。次に，格付水準を被説明変数とし依頼格付か非依頼格付かを示すダミー変数を説明変数に含む順序型プロビット推計を行い，依頼格付か非依頼格付かの違いが格付水準の違いに統計的に有意に影響しているか否かを検証する（実証３）。さらに，依頼格付か非依頼格付かを表す変数を被説明変数とし財務状態を表す諸指標を説明変数とするプロビット推計を行い(注11)，財務状態が良好な地域銀行ほど依頼格付が付与されているか否かを検証する（実証４）。なお，格付水準については，最も高い格付水準を「１」と表し，格付水準が１ノッチ下がるごとに「２」，「３」，「４」，・・・と表すようなルールによって数値化する(注12)。

(注10) 順序型プロビット推計については，縄田（2009）および松浦･マッケンジー(2009) を参照。なお，順序型プロビット推計とは，被説明変数とする質的データ（数値データではなくあるカテゴリーに属するか否かを示すデータ）が3種類以上あり，その質的データの順番に意味がある場合に適用される。

(注11) プロビット推計についても，縄田（2009）および松浦･マッケンジー (2009) を参照。なお，順序型プロビット推計とは異なり，プロビット推計の場合は被説明変数とする質的データは2種類のみである。

(注12) この数値化のルールは，Morgan（2002）等で使われている。このルールによれば，数値が高ければ高いほど，信用リスクが高いことすなわち信用力が低いことを意味する。

(2)　データ

仮説①と仮説②を検証する実証１における被説明変数は，上記（1）で説明したと

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

おり地域銀行各行の依頼格付の付与数とするが，仮説②の検証のため，日系格付会社からの付与数と非日系格付会社からの付与数に分けた推計も行う。

説明変数のうち競争環境を表す変数としては，ハーフィンダール指数(注13)（以下「HHI指数」という），預金残高の県内シェア，県民所得（対数値）および総資産額（対数値）を採用し，財務状態を表す変数としては，自己資本比率，不良債権比率，資産収益率，流動性比率およびレバレッジ比率を採用する。

市場の競争状態を表すHHI指数は，都市銀行，信託銀行の大手行，地域銀行ならびに信用金庫の店舗数から算出する(注14)。データの出所は，（株）日本金融通信社編『ニッキン資料年報』の各年版である。預金残高の県内シェアは，県内の都市銀行，信託銀行，地域銀行，信用金庫，信用組合，労働金庫，農業協同組合およびゆうちょ銀行の預貯金残高合計に占めるシェアで，データの出所は『月刊金融ジャーナル』の増刊号『金融マップ』の各年版である。県民所得のデータの出所は，内閣府経済社会総合研究所国民経済計算部編『県民経済計算年報』の各年版であるが，入手できる最新のデータが08年３月末のデータであるため，09年３月末および10年３月末においても08年３月末のデータを使用した。総資産額は，各行の単体財務諸表の数値（対数値）を採用し(注15)，データの出所は，全国銀行協会編『全国銀行財務諸表分析』の各年度版である。

財務状態を表す変数については，自己資本比率はバーゼルⅡに基づいて算出された比率を使い，不良債権比率は貸出金残高のうちリスク管理債権が占める比率で，資産収益率は，業務純益を総資産額で除した比率で，流動性比率は現金預け金残高が総資産額に占める比率とする。レバレッジ比率は，リスクテイクの大きさを示す指標として総資産額に対する株主資本額の比率とする。財務状態を表す変数のデータの出所は，いずれも全国銀行協会編『全国銀行財務諸表分析』の各年度版である。

なお，仮説①と仮説②に従えば，それぞれの説明変数の係数の符号は次のように予想される。

競争環境を表す説明変数の係数の符号については競争環境が厳しい地域銀行ほど依頼格付の付与数は多いと想定されることから，HHI指数の係数の符号はマイナスが予想され，預金残高の県内シェアの係数の符号については，シェアが高ければ他の金融機関との競争へのインセンティブが低くなると考えられるからマイナスが予想される。県民所得（対数値）の係数の符号は，経済的に豊かな地域ほど金融機関間の競争は厳しくないと考えるとマイナスが予想される。総資産額（対数値）の係数の符号は，総資産額が大きければ大きいほどより多額の資金調達が必要になることに加えて都市銀行などの大手行と対抗しなくてはならない状況に置かれることからプラスが予想される。

財務状態を表す説明変数の係数の符号については，財務状態が良い地域銀行ほど依

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

頼格付の付与数は多いと想定されることから，係数の符号は，自己資本比率の場合はプラス，不良債権比率の場合はマイナス，資産収益率の場合はプラス，流動性比率の場合はプラス，レバレッジ比率の場合はプラスがそれぞれ予想される。

そして，仮説②に従えば，統計的に有意な説明変数の数は日系格付会社からの付与数を被説明変数にした場合よりも非日系格付会社からの付与数を被説明変数にした場合の方が多くなると予想される。

次に，仮説③を検証する実証２～４における非日系格付会社A社による依頼格付，非依頼格付のぞれぞれの付与先の銀行数および各格付水準についてのデータの出所は，Bloomberg社およびA社のホームページである。また，実証３と実証４のいずれにおいても，説明変数は自己資本比率，不良債権比率，資産収益率，流動性比率およびレバレッジ比率[(注16)]とし，それらの内容やデータの出所は，実証１の場合と同様である。

なお，仮説③に従えば，実証２からは，非依頼格付の格付水準の平均値は依頼格付の格付水準の平均値に比べて低いことが統計的に有意であると確認されるであろう。次に，実証３では，依頼格付付与の場合は「１」，非依頼格付付与の場合は「０」とするダミー変数が格付水準に対して統計的に有意に影響していることが確認され，そのダミー変数の係数の符号はマイナスと予想され，非依頼格付付与の場合の方が依頼格付付与の場合よりも格付水準が低いことが示されるであろう。さらに，実証４では，財務状態が良い地域銀行ほど依頼格付が付与される傾向が強いと想定されることから，説明変数の係数の符号については，実証１と同様，自己資本比率の場合はプラス，不良債権比率の場合はマイナス，資産収益率の場合はプラス，流動性比率の場合はプラス，レバレッジ比率の場合はプラスがそれぞれ予想される。

(注13) この指数は，各金融機関の店舗数のシェアを二乗した後その各数値を合計して求められ，この指数が低ければ低いほど競争が厳しい環境であることを示す。

(注14) Kondo（2010）では，地域銀行および信金の預金データから算出したHHI指数を使っているが，都銀や信託銀の影響も考慮したいため，本稿では都市銀行，信託銀行，地域銀行および信用金庫の店舗数から算出したHHI指数を採用した。

(注15) 連結の財務諸表を公表していない地域銀行もあるので，データの統一性を保つため単体の数値を採用した。なお，他の財務数値等を用いる説明変数も，同様の理由から単体の数値を採用している。

(注16) ４の（1）で説明したとおり，実証３の場合は，これらの説明変数のほかに依頼格付か非依頼格付かを示すダミー変数も説明変数となる。

5　実証結果

４で説明したリサーチデザインにもとづく実証結果を仮説①と仮説②を検証した実証１の結果と仮説③を検証した実証２～４の結果に分けて示す。

(1)　仮説①と仮説②について

まず，実証１で使用する説明変数の記述統計を示すと，第４表のとおりとなる。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第4表　実証１の説明変数の記述統計

		07年3月（データ数：110）		08.3（データ数：109）		09.3（データ数：108）		10.3（データ数：106）	
		平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差
競争環境を表す変数	1　HHI指標	0.170	0.072	0.173	0.074	0.175	0.072	0.176	0.075
	2　預金残高の県内シェア	0.152	0.115	0.154	0.115	0.158	0.118	0.164	0.122
	3　県民所得（対数値）	11.049	0.903	11.058	0.902	11.051	0.904	11.051	0.911
	4　総資産額（対数値）	14.428	0.881	14.438	0.871	14.453	0.883	14.503	0.890
財務状態を表す変数	5　自己資本比率	0.102	0.020	0.101	0.020	0.101	0.016	0.108	0.017
	6　不良債権比率	0.047	0.020	0.044	0.020	0.039	0.013	0.036	0.014
	7　資産収益率	0.006	0.002	0.005	0.003	0.003	0.004	0.005	0.002
	8　流動性比率	0.034	0.021	0.032	0.022	0.036	0.021	0.035	0.029
	9　レバレッジ比率	0.042	0.016	0.043	0.015	0.042	0.011	0.043	0.009

実証１の推計結果は，第５表のようになった。

被説明変数を日系格付会社と非日系格付会社の両方からの付与数とした結果は，Ⅰの列に示されているが，いずれの時点でも，統計的に有意になった説明変数は，総資産額（対数値）でありその係数の符号は予想どおりプラスとなった。また，09年３月末時点では，自己資本比率と資産収益率も統計的に有意でありいずれの係数の符号とも予想どおりプラスとなった。さらに，10年３月末時点では，県民所得（対数値）も統計的に有意でありその係数の符号は予想どおりマイナスとなった。

次に，被説明変数を日系格付会社からの付与数とした結果は，Ⅱの列に示されているが，いずれの時点でも，統計的に有意になった説明変数は，総資産額（対数値）でありその係数の符号は予想どおりプラスとなった。なお，総資産額（対数値）以外の説明変数は統計的に有意ではなかった。

一方，被説明変数を非日系格付会社からの付与数とした結果は，Ⅲの列に示されている。07年３月末時点では，統計的に有意になった説明変数は預金残高の県内シェアとレバレッジ比率であるが，いずれの係数の符号とも予想とは異なり，預金残高の県内シェアの係数の符号はプラスとなりレバレッジ比率の係数の符号はマイナスとなった。08年３月末時点では，統計的に有意になった説明変数は，総資産額（対数値），自己資本比率，不良債権比率，資産収益率，流動性比率ならびにレバレッジ比率であった。係数の符号については，レバレッジ比率以外の説明変数の係数の符号はいずれも予想どおりとなった。09年３月末時点では，統計的に有意になった説明変数は，HHI指数，総資産額（対数値），および自己資本比率であり，いずれの係数の符号とも予想どおりとなった。10年３月末時点では，統計的に有意になった説明変数は，総資産額（対数値）と自己資本比率であり，いずれの係数の符号とも予想どおりとなった。

最後に，Ⅱの列とⅢの列を比べて見ると，08年３月末時点以降では，係数の符号が予想どおりで統計的にも有意となった説明変数の数はⅡの列よりもⅢの列の方が多かった。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第5表　実証１の推計結果

説明変数	Ⅰ 被説明変数＝全格付会社からの付与数			Ⅱ 被説明変数＝日系会社からの付与数			Ⅲ 被説明変数＝非日系会社からの付与数		
07年3月	係数	Z値	有意水準	係数	Z値	有意水準	係数	Z値	有意水準
1 HHI指標	−3.319	−0.948		−0.061	−0.017		−9.784	−1.484	
2 預金残高の県内シェア	1.247	0.479		−2.259	−0.841		9.580	1.938	*
3 県民所得(対数値)	−0.342	−1.129		−0.352	−1.134		0.078	0.135	
4 総資産額(対数値)	1.224	3.960	***	1.182	3.728	***	0.630	1.099	
5 自己資本比率	17.054	1.354		12.216	0.949		36.489	1.434	
6 不良債権比率	−0.569	−0.066		0.961	0.110		−20.343	−0.789	
7 資産収益率	19.904	0.404		10.108	0.202		2.190	0.019	
8 流動性比率	9.499	1.231		4.623	0.591		30.281	1.382	
9 レバレッジ比率	−14.196	−1.087		−1.695	−0.132		−49.001	−1.794	*
Pseudoの決定係数	0.310			0.232			0.413		
08.3	係数	Z値	有意水準	係数	Z値	有意水準	係数	Z値	有意水準
1 HHI指標	1.328	0.373		4.060	1.082		−3.601	−0.684	
2 預金残高の県内シェア	−3.852	−1.313		−2.513	−0.852		−1.343	−0.266	
3 県民所得(対数値)	−0.342	−1.060		−0.007	−0.022		−0.574	−0.975	
4 総資産額(対数値)	1.874	5.248	***	1.062	3.240	***	2.215	2.961	***
5 自己資本比率	24.047	1.850		2.682	0.206		85.670	3.212	***
6 不良債権比率	1.384	0.172		0.403	0.051		−55.048	−2.030	**
7 資産収益率	35.867	0.889		−9.537	−0.240		158.745	1.671	*
8 流動性比率	−1.694	−0.251		−11.175	−1.637		31.108	1.745	*
9 レバレッジ比率	−3.496	−0.247		7.453	0.518		−69.489	−2.307	**
Pseudoの決定係数	0.386			0.244			0.583		
09.3	係数	Z値	有意水準	係数	Z値	有意水準	係数	Z値	有意水準
1 HHI指標	−1.657	−0.444		4.047	1.089		−10.071	−1.838	*
2 預金残高の県内シェア	−2.429	−0.821		−3.322	−1.179		−0.970	−0.193	
3 県民所得(対数値)	−0.542	−1.582		−0.134	−0.418		−0.957	−1.519	
4 総資産額(対数値)	2.009	5.308	***	1.097	3.361	***	2.460	3.162	***
5 自己資本比率	22.241	1.792	*	14.548	1.219		51.724	2.518	**
6 不良債権比率	−10.442	−0.848		−7.295	−0.656		−15.716	−0.598	
7 資産収益率	77.764	2.368	**	14.599	0.479		92.095	1.431	
8 流動性比率	−2.798	−0.413		−2.829	−0.456		−18.315	−1.349	
9 レバレッジ比率	−12.343	−0.721		−14.914	−0.914		−23.966	−0.838	
Pseudoの決定係数	0.448			0.217			0.575		
10.3	係数	Z値	有意水準	係数	Z値	有意水準	係数	Z値	有意水準
1 HHI指標	−4.595	−1.290		0.588	0.170		−7.363	−1.522	
2 預金残高の県内シェア	−2.538	−0.858		−2.731	−0.988		−3.090	−0.644	
3 県民所得(対数値)	−0.687	−1.966	**	−0.303	−0.962		−0.841	−1.349	
4 総資産額(対数値)	2.194	5.351	***	1.100	3.288	***	2.378	3.197	***
5 自己資本比率	21.476	1.596		14.601	1.180		42.004	1.904	*
6 不良債権比率	−15.771	−1.211		−13.284	−1.213		−31.925	−1.162	
7 資産収益率	4.472	0.050		−78.002	−0.927		38.548	0.281	
8 流動性比率	7.351	1.543		0.218	0.050		8.647	0.720	
9 レバレッジ比率	−9.442	−0.486		−23.703	−1.298		7.031	0.229	
Pseudoの決定係数	0.477			0.227			0.556		

（注）　***は1%水準, **は5%水準, *は10%水準で有意であることを示す。

(2)　仮説③について

まず，非日系格付会社A社による地域銀行に対する依頼格付と非依頼格付のそれぞれの格付水準の平均値の差を検定した実証２の結果は，第６表のとおりとなった。

07年～09年の各３月末時点のいずれにおいても，格付水準を数値化した平均値で見ると非依頼格付は依頼格付に比べて高い。つまり，非依頼格付の方が依頼格付よりも低い格付水準が付与されていることがわか

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

る。そして，依頼格付と非依頼格付の格付水準の平均値の差は，08年３月末時点と09年３月末時点で統計的に有意であることが確認された。

次に，格付水準を示す変数を被説明変数とし，依頼格付か非依頼格付かを示すダミー変数と財務状態を表す変数（自己資本比率，不良債権比率，資産収益率，流動性比率，レバレッジ比率）を説明変数とする実証３の結果は，第７表のとおりとなった。

依頼格付ダミー変数の係数の符号は予想どおりマイナスとなり，07年３月末時点と09年３月末時点では統計的に有意となった。

最後に，依頼格付か非依頼格付かを表す変数を被説明変数とし，財務状態を表す変数（自己資本比率，不良債権比率，資産収益率，流動性比率，レバレッジ比率）を説明変数とする実証４の結果は第８表のとおりで，統計的に有意な説明変数は，09年３月末時点の自己資本比率のみという結果となった。

6　考察

５の（1）に示した実証１の列Ⅰの結果から，多額の資金調達が必要であり都銀などの大手行と対抗しなくてはならない地域銀行ほど依頼格付の付与数は多くなっていることのほか，10年３月末では，経済的に豊かな地域ほど金融機関間の競争は激しくなく，そのような地域に所在する地域銀行の依頼格付の付与数は少なくなる傾向も示唆された。また，09年３月末では，

第6表　実証２の結果

		付与先の銀行数	格付水準		t値	有意水準
			平均値	分散		
07年3月	依頼格付	15	6.53	0.84	−1.630	
	非依頼格付	10	7.40	2.27		
08.3	依頼格付	15	6.40	0.83	−1.883	*
	非依頼格付	10	7.40	2.27		
09.3	依頼格付	16	6.44	0.80	−1.898	*
	非依頼格付	10	7.30	1.57		

資料　第3表に同じ
（注）　t検定は，分散が等しくないと仮定した2標本による検定で，有意水準が「*」の場合は，10%水準で有意に差があることを示す。

第7表　実証３の推計結果

	被説明変数：格付水準を示す変数 （AA−格=1, A+格=2, A格=3, A−格=4, BBB+格=5, BBB格=6, BBB−格=7, BB+格=8）								
時点	07年3月			08.3			09.3		
説明変数	係数	Z値	有意水準	係数	Z値	有意水準	係数	Z値	有意水準
1　依頼格付ダミー	−1.296	−1.672	*	−2.833	−1.464		−1.109	−1.731	*
2　自己資本比率	−219.224	−2.978	***	−469.051	−1.645	*	−92.222	−2.420	**
3　不良債権比率	101.128	1.668	*	109.192	0.936		105.911	2.098	**
4　資産収益率	−79.796	−0.401		462.189	1.380		158.192	1.028	
5　流動性比率	−66.928	−1.948	*	−178.280	−1.537		−40.318	−1.764	*
6　レバレッジ比率	−11.277	−0.181		−155.349	−1.883	*	−104.454	−2.306	**
データ数	25			25			26		
Pseudoの決定係数	0.635			0.793			0.557		

（注）　***は1%水準，**は5%水準，*は10%水準で有意であることを示す。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第8表　実証４の推計結果

		被説明変数：依頼格付か非依頼格付かを示す変数（依頼格付の場合は「1」，非依頼格付の場合は「0」）								
時点		07年3月			08.3			09.3		
説明変数		係数	Z値	有意水準	係数	Z値	有意水準	係数	Z値	有意水準
定数項		−9.850	−1.748	*	−9.460	−2.149	**	−4.410	−1.455	
1	自己資本比率	59.618	1.138		56.778	1.418		47.047	1.665	*
2	不良債権比率	66.350	1.473		86.786	1.484		0.499	0.012	
3	資産収益率	138.022	0.805		193.383	1.341		128.677	0.946	
4	流動性比率	42.913	1.044		12.425	0.517		−5.713	−0.270	
5	レバレッジ比率	−20.064	−0.382		−22.610	−0.499		−20.223	−0.507	
データ数		25			25			26		
McFaddenの決定係数		0.223			0.240			0.115		

（注）　***は1%水準，**は5%水準，*は10%水準で有意であることを示す。

自己資本比率や資産収益率が高い地域銀行すなわち財務状態の良い地域銀行ほど依頼格付の付与数は多くなる傾向も示唆された。従って，仮説①の内容は一定程度支持されたと言える。

次に，５の（1）に示した実証１の列ⅡとⅢの結果から，08年３月末以降は，日系格付会社からの付与数よりも非日系格付会社の付与数の方が，競争が厳しい環境にある地域銀行ほど多く，財務状態が良好な地域銀行ほど多くなる傾向が強く見られた。従って，仮説②の内容については，08年３月末以降に限れば支持されたと言える。

また，５の（2）で示した実証２と実証３の結果からは，地域銀行においても格付水準は依頼格付に比べて非依頼格付の方が低い傾向が認められた。しかし，実証4からは財務状態が良好な地域銀行ほど依頼格付の付与に積極的になるという関係はあまり確認できなかった。従って，仮説③の内容のうち，格付水準は依頼格付よりも非依頼格付の方が低いことは確認できたが，依頼格付を付与された地域銀行が非依頼格付を付与された地域銀行よりも財務状態が良好であることは確認できなかった。つまり，高い格付水準を得る自信がある地域銀行ほど依頼格付を申し込む一方でそうでない地域銀行は依頼格付を申し込まないという自己選択の仮説はあてはまらない結果となり，非依頼格付の存在が，地域銀行にとって市場による規律づけにつながるという見方は支持されなかった。

おわりに

本稿では，地域銀行における格付取得の状況について実証的に分析を行い，格付が地域銀行にとって市場規律として機能しているか否かを確認した。

分析結果から，以下のような示唆が得られた。

競争が厳しい環境にあり財務状態が良好な地域銀行ほど依頼格付の付与数が多い。そして，08年３月以降で見れば，その傾向

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

は，日系格付会社から依頼格付を付与される場合よりも非日系格付会社から依頼格付を付与される場合において強く見られる。つまり，依頼格付は，地域銀行にとって市場規律として一定程度機能している可能性が示され，その可能性は，日系格付会社から依頼格付を付与される場合よりも非日系格付会社から依頼格付を付与する場合の方が強いことが示された。

また，地域銀行に対する依頼格付と非依頼格付の付与に関しても格付水準が依頼格付に比べて非依頼格付の方が低い傾向が確認できたが，財務状態が良好な地域銀行ほど依頼格付の付与に積極的になるという関係は確認できず，市場規律の観点から非依頼格付の存在意義について積極的な評価を与えることはできなかった。

最後に，残された課題として次の３点を挙げる。

第１に，都道府県にまたがる貸出取引の増加やインターネットバンキングなどの伸長などを考えると，地域銀行が置かれた競争環境を表す変数については，本稿で採用した変数よりもより適切な変数を考察していく必要があろう。その場合，岩坪（2009）による各銀行の取引企業数によるHHI指数などが参考になるだろう。

第２に，銀行への格付付与による預金者や株主などの銀行外部者の行動への影響についての分析も必要であろう。 その場合，Kondo（2010）による格付付与数の預金残高増減への影響についての分析や原田（2002）による格付会社の格付変更通知が預金者行動に与えた影響についての分析などが参考になるだろう。

第３に，バーゼルⅡにおいて自己資本比率算出上非依頼格付の使用は制限されたが，投資家サイドのニーズが反映されやすいなどの非依頼格付が持つメリットを考えると，銀行に対する市場規律の観点から非依頼格付を再評価する考察も意義があると言えよう[(注17)]。この点については，本稿ではサンプル数が限定的であったこともあり十分な分析ができなかったが，改めて取り組んでみたい。

(注17) なお，1970年代はじめまでは，格付会社は発行体からではなく投資家から手数料を受取るというビジネスモデルをとっており，現在の依頼格付のような格付は付与されていなかった。そして，格付会社のビジネスモデルが発行体から手数料を受取るという現在の内容に変化したことによって，発行体寄りの格付付与という利益相反の問題などが生じることになったと言われている（White（2010）などを参照）。このような歴史的な経緯から考えても，非依頼格付の存在意義は無視できないと考える。

<参考文献>

- Bannier, C., P. Behr and A. Güttler（2010）“Rating Opaque Borrowers：Why Are Unsolicited Ratings Lower ?”*Review of Finance,* Vol.14, iss.2：263-294.
- Basel Committee on Banking Supervision（2010）“Basel Ⅲ：A Global Regulatory Framework for More Resilient Banks and Banking Systems”.
- Berger, A., S. Davies and M. Flannery（2000）“Comparing Market and Supervisory Assessments of Bank Performance：Who Knows What When ?”*Journal of Money, Credit and Banking,* Vol.32, No.3：641-667.
- Fairchild, L., S. Flaherty and Y. Shin（2009）“Analysis of Unsolicited Credit Rating in Japan：New Evidence from Moody's,”*Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies,* Vol.12, No.1：103-123.
- Gan, Y（2004）“Why Do Firms Pay for Bond

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

Ratings When They Can Get Them for Free ?" Job Market Paper, The Wharton School, University of Pennsylvania.
- Kondo, K. (2010) "What Promotes Japanese Regional Banks to Disclose Credit Ratings Voluntarily ?" *Economics Bulletin,* Vol.30, No.2 : 1091-1104.
- Morgan, D (2002) "Rating Banks : Risk and Uncertainty in an Opaque Industry," *The American Economic Review,* Vol.92, No.4 : 874-888.
- Poon,W (2003) "Are Unsolicited Credit Ratings Biased Downward ?" *Journal of Banking and Finance* 27 : 593-614.
- Poon, W., and M. Firth (2005) "Are Unsolicited Credit Ratings Lower ? International Evidence From Bank Ratings," *Journal of Business Finance and Accounting,* 32 (9) & (10) : 1741-1771.
- Poon, W., J. Lee and B. Gup (2009) "Do Solicitations Matter in Bank Credit Ratings ? Results from a Study of 72 Countries," *Journal of Money, Credit and Banking,* Vol.41, No.2-3.
- Van Roy, P. (2006) "Is There a Difference between solicited and unsolicited bank ratings and if so, why ?" National Bank of Belgium Working Papers Series 79.
- White, L (2010) "The Credit Rating Agencies," *Journal of Economic Perspectives,* Vol.24, No.2 : 211-226.

・岩坪加紋（2009）「信用金庫・信用組合の現状と動向―環境変化と取引実態―」岩佐代市編著『地域金融システムの分析―期待される地域経済活性化への貢献』第 4 章 中央経済社
・黒沢義孝（2007）『格付会社の研究』東洋経済新報社
・近藤万峰（2008）「どのような信用金庫が格付けの取得に積極的か」『生活経済学研究』No.27
・佐藤隆文（2007）『バーゼルⅡと銀行監督』東洋経済新報社
・縄田和満（2009）『EViewsによる計量経済分析入門』朝倉書店
・原田喜美枝（2002）「金融システム不安に対する預金者の反応」大東文化大学経済研究所 Working Paper No.24
・堀内昭義（1998）『金融システムの未来―不良債権問題と金融ビッグバン―』岩波新書
・堀内昭義（2006）「日本の銀行危機とその対応策の評価」財務省財務総合研究所『フィナンシャルレビュー』October-2006 : 99-121
・松浦克己・コリンマッケンジー（2009）『ミクロ計量経済学』東洋経済新報社
・森田隆大（2010）『格付けの深層―知られざる経営とオペレーション』日本経済新聞出版社
・矢島格（2010）「地域銀行における格付取得の状況について―情報開示の観点からの考察」『農林金融』2 月号 : 16-29

（やじま　いたる）

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

地域銀行におけるクレジットカード業務の変遷

── 一体型クレジットカード発行をめぐる動向について ──

研究員　岡山正雄

〔要　　旨〕

1　2000年代に入って，地域銀行ではクレジットカードとキャッシュカードの機能が１枚に集約された一体型カードの発行に加えて，両機能を銀行本体から提供する本体発行が急速に進んだ。

2　一体型カードの発行は，1980年代に一度行われている。当時の地銀協加盟行が本体発行の一体型カードである「バンクカード」，相銀協加盟行が一体型カードの「相銀ワイドカード」を発行したが，規制の壁が厚かったことや，クレジットカードを取り巻く環境変化に対応できず，一定のシェアを占めるには至らなかった。

3　2000年代前半に入ると，新たな個人リテール戦略を模索するなか，クレジットカード業務が再び脚光を浴びた。特にこの時期には規制緩和が進んだことや，クレジットカード業界の成長が著しかったことなどが要因となって，一体型カードの発行が再び始まった。

4　2000年代後半には一体型カードの本体発行が進んだ。本体発行にはクレジットカードの機能をクレジットカード関連会社から提供することとは異なったメリットがあるが，同時にコスト面等の課題があり，実施する地域銀行数の急拡大には至っていない。

5　本体発行が今後浸透していくか否かは，コスト面をどう解決するかにかかっているが，貸金業法の改正などが本体発行への追い風となる可能性がある。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

目　次

はじめに
1　クレジットカード業務の整理
（1）　クレジットカード関連用語の定義
（2）　クレジットカード決済の仕組み
（3）　クレジットカード会社の収益源
2　バンクカード，相銀ワイドカードの変遷
（1）　1980年代のクレジットカード市場
（2）　バンクカードの動向
（3）　相銀ワイドカードの動向
3　2000年代の一体型カード発行とその本体発行
（1）一体型カードへの再参入
（2）本体発行の進展
（3）本体発行の課題
4　地域銀行におけるクレジットカード業務の展望

はじめに

クレジットカード業務は銀行の手数料ビジネスの中では，歴史のある業務である。すでに1960年代には都市銀行がクレジットカード関連会社を設立し，関連会社から取り次いでクレジットカード発行を推進していた。また，82年には銀行法が改正され，制約があったものの銀行本体でのクレジットカード発行が認められ，地域銀行も本格的に参入した。

このように，クレジットカード業務は古くから行われていたが，そのビジネスモデルは制度変更や，他業種のクレジットカード関連会社の動向等を受けて，大きく変化してきた。

特に2000年代に入ると，地域銀行ではキャッシュカード機能とクレジットカード機能が１枚のカードに集約された一体型カードの発行が盛んに行われた。

また2000年代後半になると，一体型カードの機能を全て銀行本体から提供する本体発行を行う地域銀行も現れた。

一体型カードの本体発行は，一見すると単にクレジットカード機能の提供をクレジットカード関連会社，銀行本体どちらが行うかだけの問題に見える。また利用者にとって見ても，クレジットカードの基本的な機能はどちらでも違いはない。しかしながら近年の動向を見ると，本体発行で一体型カードを発行する地域銀行は着実に増加してきており，本体発行を後押しする要因が背景にあると考えられる。

そこで本稿では，銀行のクレジットカード業務をめぐる変遷を踏まえたうえで，なぜ2000年代になって地域銀行が一体型カード発行を加速させたのか，そして本体発行を進めたのか，要因を考察する。そのうえで一体型カードとその本体発行について今後の展望を述べる。

1　クレジットカード業務の整理

（1）　クレジットカード関連用語の定義

クレジットカードは，法律上明確に定義

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

されているわけではなく，その機能によって適用される法令が異なるうえ，適用される法律についても近年大きく変更された。またクレジットカード関連用語の用法は，クレジットカード会社ごと，文献ごとに異なる場合がある。そこで本論に入る前に，本稿での用法を適用法令に沿って整理する。

クレジットカードの機能は第１図のようにショッピング，ローン，キャッシングの３つに大別される。

ショッピングとは決済日から２ヶ月以内に一括して支払う方法であり，消費者契約法が適用される。

これに対して，ローンとは決済日から支払が完了する日までの期間が２ヶ月を超えるものであり，割賦販売法が適用される。具体的には３回払いやボーナス一括払いが該当する。なおローン機能を付加する場合には包括信用購入あっせん業者としての登録が必要である。

ただし，09年12月に割賦販売法が一部改正される以前は，決済日から支払が完了する日までの期間が２ヶ月を超えるに加えて，３回以上に分けて支払うものがローンとされた。そのため旧法では２回払いやボーナス一括払いはショッピングに分類されていた。本稿でも09年の改正以前については，旧法に基づいた用法とする。

上記のショッピングとローンは商品の購入代金をクレジットカード会社が立て替えるが，これに対してキャッシングは現金自体を借りることであり，機能を銀行以外が提供する場合は，貸金業法が適用される。(注1)

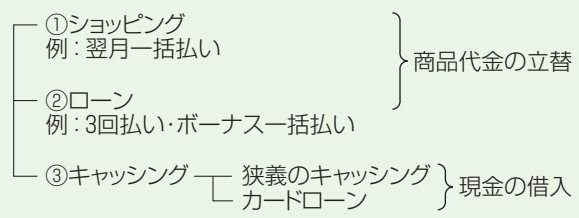
このようにクレジットカードは複数の機能が１枚の中に集約されているのである。

（注１）キャッシングは狭義のキャッシング機能とカードローン機能に分けられる。もともとクレジットカードのキャッシング機能は，与信枠がショッピングやローンの枠に比べて小さく，翌月一括返済が原則の狭義のキャッシング機能が中心であった。なぜならキャッシング機能はショッピング枠を超えてしまった場合の一時的な借入や，非加盟店での支払を想定した，付加的な機能であったためである。

近年は消費者金融市場の拡大とクレジットカードの機能充実にあわせて，与信枠が大きく，分割返済が可能なカードローン機能の利用拡大が進んでいる。

ただしいずれも貸金業法が適用されるため，本稿では一括してキャッシングと呼ぶ。

第１図　クレジットカードの機能



資料　水上(2007)を基に筆者作成

(2)　クレジットカード決済の仕組み

クレジットカード会社の役割はクレジットカードを発行するイシュアー，クレジットカード決済端末機を設置する加盟店を開拓するアクワイヤラー，国際ブランドを保有し，他のクレジットカード会社にブランドを提供するブランドホルダーに分けられる。クレジットカードが登場した当初は３つの役割を１社が行っていたが，現在では国際ブランドを持つクレジットカード会社を除けば，各クレジットカード会社はブランドホルダーから国際ブランド提供を受

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

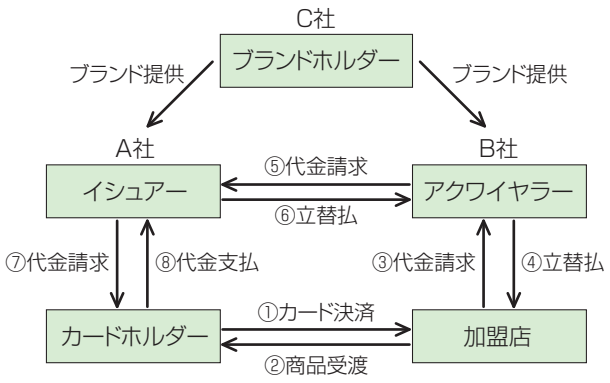
け，イシュアーとアクワイヤラーを行っていることが多い。そして利用者（カードホルダー）は同一ブランドなら，どこのクレジットカード会社の加盟店でも決済ができる。

なお第２図にはクレジットカード決済と支払の仕組みを示した。Ａ社とＢ社は国際ブランドを提供する権利を持つＣ社からブランド提供を受けている。ここでは，Ａ社のカードホルダーがＢ社の加盟店でショッピング利用した場合を見る。この時，イシュアーはＡ社，アクワイヤラーはＢ社である。

まずカードホルダーがクレジットカード決済を行い，代わりに商品を受け取る。すると加盟店は商品の代金を加盟店契約を結んでいるＢ社に請求する。

Ｂ社は加盟店に手数料を割り引いたうえで，代金を支払い，Ａ社に立替代金を請求する。Ａ社は立替代金にアクワイヤラー手数料を加えた額をＢ社に支払う。そして最後にＡ社はカードホルダーに代金の請求を行う。こうして，一連の取引は終了する。

第2図　クレジットカード決済の仕組み



資料　水上(2007)を基に筆者作成
（注）　数字はフローを表す。

(3)　クレジットカード会社の収益源

クレジットカード会社の収益源は次のように分けられる。

まずカードホルダーからは年会費と，利用実績に応じたローン手数料，キャッシング利息が得られる。次に加盟店からは固定部分と加盟店でのクレジットカード決済実績に応じた部分から成る加盟店手数料が得られる。

この他，他社のクレジットカード利用が自社の加盟店であった場合には，イシュアーからアクワイヤラー手数料が得られるほか，ブランドホルダーはブランド提供をしたクレジットカード会社からブランド提供料が得られる。

第１表には09年度のクレジットカード会社の売上の内訳を示した。現在，クレジットカード発行枚数は３億枚を超えている。このため会社間の競争が激しく，年会費を無料にしたカードや加盟店手数料率の引下げが行われており，キャッシング利息が売上の50.2％と最も大きなウェイトを占めている。

第1表　クレジットカード会社の業務別売上内訳

（単位　百万円，％）

項目	売上	比率
ショッピング/ローン手数料	60,988	3.3
カード年会費	20,946	1.1
加盟店手数料	142,039	7.8
キャッシング利息	918,579	50.2
その他手数料等収入	687,192	37.6
合計	1,829,744	100.0

資料　日本クレジット協会(2011)を基に筆者作成
（注）1　回答した263社の合計値
2　その他手数料等収入は個品あっせん手数料や信用保証料等が含まれる。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

2　バンクカード，相銀ワイドカードの変遷

(1)　1980年代のクレジットカード市場

地域銀行の一体型カードや本体発行は2000年代に初めて行われたものではない。すでに1983年には社団法人全国地方銀行協会（以下「地銀協」という）加盟行がバンクカード，社団法人全国相互銀行協会（現社団法人第二地方銀行協会（以下それぞれ「相銀協」「第二地銀協」という））加盟行が相銀ワイドカードという一体型カードの共同発行をそれぞれ開始していた。両カードが発行される契機は，82年の改正銀行法施行である。同法では銀行の取扱業務拡大が図られ，クレジットカード業務は銀行本体の付随業務として認められた。

当時のクレジットカード業界を見ると（第２表），60年に日本で初めて発行されたあと，百貨店や信販会社がクレジットカード発行を始めていたが，60年代後半になると，都市銀行が相次いで参入していた。ただし，他業種に比べて銀行は規模が大きく，自由に競争を行った場合に，独占的な地位を占める可能性があったため，銀行法でクレジットカードの発行は関連会社を通じてのみ行うものとされ，さらに大蔵省通達によって搭載できる機能がショッピングと翌月一括返済のキャッシングに限定された。しかし，そのようななかでも，都市銀行系クレジットカード会社は順調に発行を伸ばした。またクレジットカード会社の中には，既存の国際ブランドとの提携や，国際ブランド化へ向けて海外加盟店を積極的に増やす取組みを行うものもあった。

第2表　クレジットカードをめぐる変遷（略史）

1960年	日本初のクレジットカード会社設立
67	初の銀行系クレジットカード会社設立
82	改正銀行法施行 クレジットカードの本体発行が可能となる。
83	地銀協加盟行が本体発行の一体型カード「バンクカード」，相銀協加盟行が一致型カード「相銀ワイドカード」を発行。 いずれも機能はショッピング，キャッシングのみに限定。
92	銀行の関連会社発行のクレジットカードについて，リボルビング払い機能が認められる。
2001	銀行の関連会社発行のクレジットカードについて，ローン機能が全面解禁される。
05	個人情報保護法施行
06	本体発行のクレジットカードについてローン機能が全面解禁される。
10	改正貸金業法施行。貸金業者からの借入に総量規制が適用される。 改正割賦販売法施行。割賦販売に総量規制が適用される。

資料　日本クレジット産業協会(1992)，日経テレコンを基に筆者作成

この国際ブランド化の動きは当初，自社発行のクレジットカードのみで，他社への提供は行っていなかった。それが70年代後半になるとブランドホルダーが他社への国際ブランド提供を始めた。この頃になると，地域銀行の中でも何行かはブランドホルダーと共同出資を行ってクレジットカード関連会社を自ら設立し，クレジットカード業務を始めるようになった。

(2)　バンクカードの動向

バンクカードの大きな特徴は本体発行であることに加えて，キャッシュカードとクレジットカードの機能が１枚に集約された一体型カードであることだった。発行当初，バンクカード発行の強みは次のように

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

考えられていた。

第一に携帯される確度の高い点である。すでに80年代初めにはクレジットカード会社の累計発行枚数は１億枚に迫り，今後は，クレジットカードを提供するかどうかではなく，いかにカードホルダーに自社のクレジットカードを利用してもらうかが，収益性を高めるうえで重要だった。その中で，常に携帯しているキャッシュカードにクレジットカード機能が付いているということは，他のカードにない強みであった。

第二に加盟店開拓である。本体発行であるため，加盟店の開拓は地銀協加盟行本体で行うことができた。加えて加盟行は全国にあるため，将来加盟店開拓が進めば，国内で幅広く利用できることが見込めた。

このため，バンクカードは軌道に乗れば他社クレジットカードに比べて高い利用率が期待され，結果，銀行収益に貢献することが見込まれた。また加盟店開拓を法人営業と組み合わせれば，既存取引先に加盟店契約を提案することで関係を深化させることや，新規先との取引のきっかけに利用するなどといった相乗効果も期待できた。

ただし，発行当初からの次の２つの問題点があった。第一にローン機能が付加できなかったことである。構想段階ではクレジットカード機能はショッピング，キャッシングに加えてローンの機能も提供した総合的なカードだった。しかしながら，分割払いに代表されるローンは，銀行に比べて規模の小さな商店や信販会社が取り扱っていたため，銀行が資本力を活用して参入した場合には，健全な競争が阻害されるとの主張が信販業界を中心にされ，通商産業省に申し入れがされた。その結果，ローン機能提供に必要な割賦購入あっせん業者としての登録が認められず，バンクカードへのローン機能付加は見送られた。

第二に地方銀行加盟行間で推進の濃淡があった点である。加盟行の中にはすでにクレジットカード関連会社をもつものも多く(注2)，それらの関連会社では既存のクレジットカード会社から国際ブランドの提供を受けていた。そのなかで，新たなブランドでカードを発行することは先行きが未知数であることや，すでに設立したクレジットカード関連会社との業務の棲み分けの問題もあり，バンクカードの推進度合いは加盟行間で違いが見られた。

90年代に入ると，クレジットカード各社の発行枚数は２億枚を超え，クレジットカード会社間の競争は激化していった。この時期には，いずれのクレジットカード会社もブランドホルダーからいずれかの国際ブランドの提供を受けていたため，基本的な機能はどこのクレジットカード会社も大差はなくなっていた。そのため，各社ターゲット層に応じて特典や年会費を変えるなど，付加サービスに違いを出したクレジットカードを積極的に発行していった。なかでも，流通系クレジットカード会社は毎日の買い物で特典を受けられることや，年会費が無料であること等が好評を博し，順調に業績を伸ばした。

また，92年には日米構造協議を受けて規

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

制緩和が行われ，銀行系クレジットカード関連会社にもローン機能のうちリボルビング払いの機能付与が認められた。このように，バンクカードを取り巻くクレジットカード業界の状況は大きく変容していった。

これに対して，バンクカードはいくつかの改善を行っている。当時のバンクカードは加盟行による加盟店開拓が当初の見込みほど進まず，他のクレジットカードに比べて利用可能店舗が少ないという欠点があったが，主要国際ブランドとの提携を90年に実施し，利便性の向上を図った。

また，ローン機能がない点については，引落口座に当座貸越枠を設け，請求額が預金残高を上回った場合には，当座貸越を行い，その貸越分を分割返済可能とする仕組みを提供する地域銀行もあった。

ただし，92年の規制緩和でも本体発行のクレジットカードにはリボルビング払いが認められなかったことや，システム投資の遅れから多様なカードをそろえることが2000年代まで行われなかったことが，バンクカードの魅力低下を招いた。

そのため，バンクカードを推進していた地銀協加盟行でも，より豊富なラインナップと特典を持ったクレジットカード発行をするために，独自にクレジットカード関連会社を設立する動きが見られた。

また，年会費は加盟店開拓が進まないなか，貴重な収益源となっており，年会費無料化の実現は難しい状況であった。

（注２）現在の地銀協加盟行63行のうち，バンクカード発行以前からクレジットカード関連会社を持つ銀行は26行と全体の41%を占める。

（3） 相銀ワイドカードの動向

一方，相銀協加盟行は83年に相銀ワイドカードという名称で一体型カードの共同発行を開始した。こちらは本体発行のバンクカードと異なり，クレジットカードの機能は相銀協が窓口となって提携したクレジットカード会社から提供された。この方式を取ると与信が提携先クレジット会社のものとなるので，カード年会費以外の収益は見込めないが，発行枚数が増えれば年会費が銀行の安定収入となることが期待された。

しかしながら，年会費だけでは充分な収益は見込めないため，相銀ワイドカードを発行するのではなく，自行でクレジット関連会社を設立し，ブランド提供を受けてクレジットカードを発行する加盟行も多く，相銀ワイドカードの共同発行は進展しなかった。

3　2000年代の一体型カード発行とその本体発行

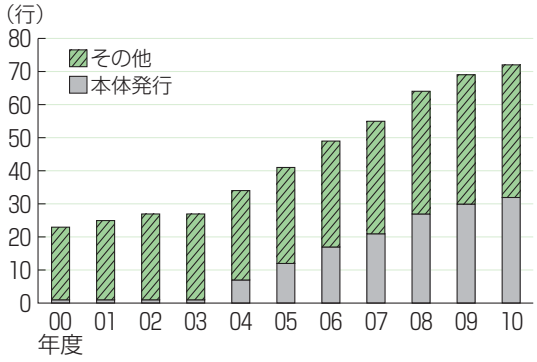
（1） 一体型カードへの再参入

２で述べたとおり，90年代後半になると地域銀行のクレジットカード業務は低調となった。しかし，2000年代に入ると，自行のクレジットカード関連会社や，既存の流通系クレジットカード会社からクレジットカード機能の提供を受けて，共同発行ではなく，自行グループが中心となって一体型カードを発行する動きが活発化した（第３図）。

前述したとおり一体型カードのメリット

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第3図　一体型カード発行行数の推移



資料　地域銀行ホームページ，日経テレコンを基に筆者作成
（注）　その他は，クレジットカード関連会社，他業種系クレジットカード会社から機能提供を受ける一体型カードが含まれる。

は，キャッシュカードが付いているため，携帯される可能性の高いカードになる点である。この結果，他のカードより利用率が高まり，キャッシング利息や年会費と言った収益向上が期待できる。(注3)

このメリットは80年代の当初参入時も同じであったが，再参入が進んだ背景には，次のような外部環境の変化が挙げられる。第一にローン機能の全面解禁である。銀行系クレジットカード関連会社の分割払いについては，これまでリボルビング払いしか認められていなかったが，01年には銀行系クレジットカード関連会社に対して，分割払いも含めたローン機能付加が認められるようになった。このため，クレジット関連会社から機能提供をすれば，他業種と遜色ないクレジットカードの発行ができるようになった。

第二にICカードの導入である。従来，キャッシュカードは磁気ストライプ式だったが，搭載できる情報量が限られており，スキミングなどの犯罪防止や情報保護という観点からは不充分であった。そこで，多くの情報を搭載できるICキャッシュカードへの切り替えが01年から都市銀行を皮切りに始まった。ただICカードは従来の磁気ストライプ式よりもコストが割高になるため，対価を見込める何らかのサービスを付加してコストを回収する必要があった。そこで同じくICカードへの切り替えが始まっていたクレジットカードを活用することとなった。

第三にクレジットカード決済の拡大である。ネットショッピングや高速道路のETCカードの推進により，ショッピング利用は年々規模が拡大しており，先行きより大きな市場となることが予想されていた。

つまり，クレジットカード市場の拡大が進むなか，規制緩和によって従来の欠点を補い，他業種のクレジットカードに充分対抗できるようになったことが再参入の進んだ要因である。

（注3）バンクカードの場合は本体発行であるため，加盟店開拓を銀行本体で行えたが，クレジット関連会社からクレジットカード機能を提供した場合は，ブランドホルダーとの取り決めにより加盟店開拓をクレジット関連会社が行わなければならなかった。そのため，バンクカードにあった加盟店開拓のメリットはクレジット関連会社から機能提供を行う一体型カードの場合は剥落する。

（2）　本体発行の進展

一体型カードの発行は2000年代初めから始まったが，2000年代後半になるとその本体発行が本格化した。この時期の本体発行は，各地域銀行がブランドホルダーから独自にブランド提供を受けて，発行する形式

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

が多く見られた。このように本体発行が進んだ背景には，次のような法制面の変更によるところが大きい。

１つ目が06年の規制緩和で本体発行のクレジットカードにも，ローン機能提供が全面解禁されたことである。これによって他業種と遜色ないうえ，銀行独自のサービスを付加して顧客への訴求力を高めたクレジットカードの発行が可能になった。具体的には年会費の無料化と，銀行サービスと一体となった特典の付与である。

このうち年会費の無料化はクレジット関連会社から発行しても可能ではある。しかしながらクレジットカード関連会社の収益を見ると，銀行本体が取り次いで推進していたため，一定程度の年会費収入を確保できるだけの発行枚数はあった。しかし加盟店開拓は関連会社で行う必要があるため振るわず，アクワイヤラー手数料がネットでマイナスだったほか，加盟店手数料も低調だった。そのため，単独で黒字を確保しつつ，年会費を無料化するためには，大きなビジネスモデルの転換が必要であった。

しかし，本体発行にすれば，クレジットカード関連会社単独で黒字化を図る必要もなくなり，戦略的に会費を無料にすることも可能になる。

ただ，年会費を無料化にするだけでは収益は減少するだけなので，いかに利用率を高めることが課題となる。これまでクレジット関連会社でも特典は付与していたが，本体発行にすれば関連会社発行ではできなかった，銀行本体の取引と組み合わせた特典を付与できた。例示すると，給与振込や預かり資産の購入といった銀行取引の頻度や金額に併せてクレジットカードのポイントをつけるや，クレジットカードの利用実績に応じてＡＴＭ手数料が無料になるようなサービスである。このように本体発行に切り替えれば，利用率を高め収益性を向上させるだけではなく，クロス取引の手段としてもクレジットカードを活用することが可能になった。

２つ目が05年に完全施行された個人情報保護法である。この法律によってクレジットカード利用者の購入履歴や年齢，属性などの情報を統計的に分析して，銀行本体のリテール業務推進に活用するには，本体発行に変える必要が生じた。

このような法制面の変更により本体発行を行うインセンティブが強まり，参入が進んだ。

(3)　本体発行の課題

本体発行は2000年代後半に進展したが，前掲第３図を見ると本体発行していない地域銀行も多い。また本体発行を行っていても，クレジット関連会社は存続し，本体からは本体発行の一体型カード，関連会社からは通常のクレジットカードを発行している場合がほとんどである。

このようになっている背景にはクレジットカードから一体型カードに切り替えることとは異なり，本体発行への切り替えには以下のようなデメリットが無視できないためである。第一にシステム投資や事務関連

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

のコストである。本体発行を行って，情報を活用できるようにするためには，銀行業務のシステムにクレジットカード業務のシステムを統合させる必要がある。また業務を全て自行で対応する場合，審査や請求書送付と言った事務コストが発生する。(注4)

第二に，既存のクレジット関連会社の扱いである。最も望ましいのはクレジット関連会社を銀行本体と統合し，関連会社の顧客を本体に一本化することである。これが実現できれば既存の顧客に積み増しする形でカード利用者を増やせるほか，クレジット関連会社の顧客にも本体発行の一体型カードへの切り替え推進ができる。

しかしクレジット関連会社は完全子会社ではないため，買収コストが発生する。この資金調達が課題となって，一本化できておらず，これまでに実施した地域銀行は１行のみである。またクレジットカード関連会社を存続させて本体発行をした場合，関連会社と競合や調整が必要になり，非効率的になることが懸念される。

第三に，キャッシング金利の低下である。クレジットカード関連会社からキャッシング機能を提供した場合，利息制限法が適用される。そのため18％(注5)が上限金利となる。ところが本体発行とすると，銀行は遅延損害金の金利をおおむね15％弱に設定しているため，それ以上の金利は設定しにくい。つまり本体発行にした場合，キャッシング金利を３％程度引き下げる必要があり，キャッシング残高を伸ばさない限りは収益が減少する。

このようなことがあって，一体型カードの発行は進んだものの，その本体発行については移行のスピードは緩やかなままである。

なお，どのような特性を持った地域銀行が一体型カードの本体発行を行う傾向があるかについて計量的に分析した。その結果によれば，総資産残高が大きく，貸出金伸び率が高く，不良債権比率が低く，自己資本比率が高い地域銀行ほど，本体発行をする傾向にあった。つまり銀行の貸出業務が堅調なことに加えて，システム投資などのコスト発生に耐えられるような規模と，健全な財務基盤を持っている銀行ほど，本体発行を行うということである。(注6)

（注４）ブランドホルダーやクレジットカード関連会社に一連の事務を委託する方法で，コストを一定程度抑えることは可能である。
（注５）借入元本が10万以上100万円未満の場合。
（注６）詳細は岡山（2011）を参照。

4　地域銀行におけるクレジットカード業務の展望

以上のように，クレジットカードの変遷を見たうえで，地域銀行のクレジットカード戦略を見た。一体型カードの本体発行は，利用率が高まればキャッシング利息やローン手数料といった収益が期待できるうえに，特典を組み合わせることで顧客囲い込みにも利用できる。しかし2000年代になり一体型カードの発行は進んだものの，その本体発行については，デメリットが認められ，実施していない地域銀行やクレジッ

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

ト関連会社を存続させているためにメリットを生かし切れていない所も多い。今後浸透していくかは，コスト面の問題をいかにクリアするかにかかっている。

一方，外部の要因に目を向けると，本体発行が加速する要因として，次の２点が挙げられる。

第一に10年６月の貸金業法改正である。この法律によってノンバンクからの無担保ローンやクレジットカードのキャッシングなど，貸金業者からの借入は年収の３分の１までとされたが，一方で銀行からの借入は対象外とされた。このため本体発行にすればキャッシングが総量規制の対象外となり，新たな顧客を獲得できる可能性が出てきている。

第二に10年12月の割賦販売法の改正である。この改正によりショッピング機能について，総量規制が行われたため，個人信用情報機関の情報共有化が図られた(注7)。これにより銀行本体でも全ての個人信用情報へアクセスすることが可能となった。

以上のように地域銀行のクレジットカードを取り巻く環境は，本体発行を後押しするように変化してきている。今後も一体型カードとその本体発行をめぐる動向に注目していきたい。

（注７）国内の個人信用情報機関には全国銀行協会が運営し，主に銀行が加盟している全国銀行個人信用情報センター，主にクレジットカード会社と信販会社が加盟する株式会社シー・アイ・シー，主に消費者金融専業会社が加盟する株式会社日本信用情報機構の３つがある。以前も延滞や代位弁済といった一部情報については共有していたが，10年12月の割賦販売法改正に併せて，総量規制に対応するため与信残高の情報共有化が図られた。また，株式会社シー・アイ・シーは従来の加入要件を緩和し，銀行も加入できるようにするなど異業種間の交流が進んでいる。これにより地域銀行本体でも従来と比べ個人信用情報へのアクセスが容易となった。

<参考文献>

・岡山正雄（2010）「地域銀行におけるクレジットカードビジネスの変遷」『金融市場』12月号
・岡山正雄（2011）「地域銀行がクレジットカード本体発行をする要因について」『金融市場』１月号
・日本クレジット協会（2011）『日本の消費者信用統計平成23年版』日本クレジット協会
・日本クレジット産業協会（1992）『わが国クレジットの半世紀』日本クレジット産業協会
・根田秀人志（2005）「高収益のリボ・キャッシング拡大で採算性を確保」『消費者信用』11月号
・根本忠明（2008）『銀行ATMの歴史―預金者サービスの視点から―』日本経済評論社
・水上宏明（2007）『クレジットカードの知識　第３版』日本経済新聞出版社

（おかやま　まさお）

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

談話室

奥の熊野路

本誌の昨年10月号に，和歌山高等専門学校の堀江振一郎校長が，熊野古道について書かれていた。同校は娘道成寺で有名な和歌山県御坊市にあり，熊野古道の西口に近い。その昔の熊野詣は，ほとんどが，京都から和歌山付近に出て，田辺から大辺路と称する海岸に沿った道を通るか，中辺路と称する田辺から富田川沿いの道を通り，山の中を熊野三山に至る経路を通った。このほか，高野山付近から紀伊半島を縦断する小辺路もあったが，利用者はさらに少なかったようであり，ここでは触れない。

しかし，あまり貴人は通らなかったが，東から，つまり伊勢の方から詣でる道もあり，特に近世中期以降，庶民の旅行が日常化すると，伊勢参宮と熊野詣を兼ねて利用する者も増えてきた。この道を現在，「熊野古道伊勢路」と呼んでいる。西からの道は，中途に白浜，湯川，勝浦，湯峰，川湯などの温泉があり，いわば表街道であるが，東からの道は，途中温泉もなく，従来あまり注目されて来なかった。西からの路に対し，さしずめ裏街道である。ところが，最近，熊野古道が伊勢からの道も含んで，世界遺産として指定されるようになると，訪れる人も増え，観光名所の一つになっている。

実は，この地域，正確には三重県南部の旧北・南牟婁郡(現在では尾鷲市・熊野市と呼ばれる地域も加えて)は個人的にも，また，筆者の研究対象(1601年の大名浅野氏による紀州検地を対象にした『近世初期の検地と農民』知泉書館，2009年参照)の上でも重要なところなので，主題にしたい。本論に入る前に，この地域を「奥の熊野路地域」，街道を「奥の熊野路」と呼ぶことにしよう。これは半ば恣意的に付けたのだが，もともと江戸時代，紀伊国牟婁郡は，和歌山に近い，明治以降の西牟婁郡に当るところを「口熊野」，潮岬以東を「奥熊野」と呼び，後者には木ノ本(現在の熊野市)に代官所が置かれていた。したがって「奥の熊野道」と呼ぶ史的背景は十分にある。

最初に，この街道がどこを通っていたかを確定しなければならない。現在の国道42号線は紀伊半島を海岸沿いに走っているのだが，制度的には，浜松市で

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

国道１号線と別れ，渥美半島を西端の伊良湖岬まで行き，対岸の鳥羽までは「海上の道」で，以下松阪付近まで一旦北上し，あとはほぼ紀勢本線沿いに伊勢と紀伊の境にある荷坂峠(現在ではトンネル)を越え，紀伊国に入る。それから先は，最近になって出来たトンネルで峠越えをかわし尾鷲に至る。尾鷲から，木ノ本(熊野市)までが問題で，現時点では，最近掘削された大又トンネルを通り熊野市に出る。あとは谷沿いに熊野市へ下る。熊野市から新宮は七里御浜沿いの平坦な道路であり，和歌山市が終点である。

こう書いてしまうと，「奥の熊野路」は簡単に歩けてしまうように思われるが，これは現代の道路の話であり，つい50年前まではそうではなく，特に尾鷲－木ノ本間は難所中の難所で，鉄道でもこの区間の全通は1959年であった。それ以前は，尾鷲－木ノ本間は省営バス(現在ならJRバス)が日に数本走り，それに乗って矢ノ川峠という標高807メートルの峠越えをしなければならなかった。それも昭和11年からの話で，さらにそれ以前になると，最も険峻な区間はロープウェイで上がったようである(インターネット「時の鉄路　第３話」)。筆者も何回か省営バスに乗ったが，完全舗装してあるわけでなく，片側は何の防護柵もない１車線の急坂を喘ぎながら登るバスでは，いつも冷や汗をかいたものである。もう一つ尾鷲から巡航船で木ノ本へ行く方法もあったが，熊野灘を小さな船でもまれて行くのも楽ではなく，同じ三重県でも南牟婁郡は県庁の津に出るのも大変で，木ノ本に地方事務所がいつまでもおかれていた。

奥の熊野路の最大の難所は，尾鷲を出てすぐ登る八鬼山峠で，標高653メートルである。海岸からいきなり登るので勾配はきつく，ここを回避して海岸沿いの路が明治期にまず開かれた。尾鷲に出る馬越峠も標高こそ326メートルと高くはないが，急峻で，大正期の地図を見ると，ここにも海沿いの道が開かれている。つまり，この街道は，海抜ゼロメートルに近い地点から急峻な峠を登り降りして歩かなければならず，明治期にまず改良された。しかし，江戸時代の内に峠には石畳が敷かれ，とにかく「街道」らしくなった。伊勢からの旅人が増えたのも，街道が整備されたからであろう。歩けば杉や檜，あるいは広葉樹の陰に句碑や地蔵があり，興趣に堪えない。

（慶應義塾大学 名誉教授　速水　融・はやみ あきら**）**

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

顧客構造の分析と情報活用

理事研究員　渡部喜智

〔要　　旨〕

1　金融機関は様々な属性を持つ多様な顧客を有するが，顧客の諸属性に関する情報を収集・蓄積し顧客像を明確にする「顧客プロファイリング」を基に顧客をセグメント化するとともに，顧客情報を活用し階層等に応じた推進方法を実施することが重要となっている。

2　例えば，顧客間の代表的な量的差異指標である金融資産保有に関して言えば，金融資産が４千万円以上の富裕層といわれる１割未満の家計で，金融資産の４割超を保有する一方，金融資産が500万円未満の家計の世帯数が３分の１程度を占める。世帯数構成比率は大きいものの金融資産の小さい階層，いわゆるマス層と，富裕層とを分けたマーケティング対応が必要であることが認識される。

3　顧客との「ライフステージを通した生涯取引の関係作り」を不断に行い，取引離脱を防ぐことにより，金融取引から生じる生涯収益価値は増大する。ただし，年齢が上がるにつれ金融資産保有等のばらつきは大きなものになる。そのため，同一年齢階層内での分化にも目を向けた木目細かな対応が必要になる。例えば「高・金融リテラシー」のシニア層に対しては高い水準・密度の金融商品や金融情報の提供を行うとともに，イベントや催事，あるいは不動産を含む資産管理などを通じた関係性マーケティングを絡め総合的に取引継続の魅力を高め，取引離脱を抑える対応は欠かせない。

4　金融機関は顧客をセグメント化した後，富裕層に対しマス・マーケティング的なアプローチを改善する工夫を進めている。たとえば，一定以上の総預り資産のある個人について特別サービスを提供している取組みや，担当者などを割り当てる「顧客担当」制の明確化により，コミュニケーション（接触）の頻度を上げ顧客密着度を高める取組みが行われている。一方，効率的でかつ利便性も高い個人向け金融サービスの提供方法として，インターネット・バンキングが地域金融機関においても着実な拡がりを見せている。地域銀行でもインターネット・バンキング契約者が実稼働口座数の５％程度以上を占めるところが増えている。リモートチャネルの代表としてコスト削減の効果が見込まれるとともに，様々な金融商品やキャンペーン，イベント等の情報を流すコミュニケーション・ツールとしての利用価値も高い。

5　また，金融取引のビヘイビアル属性やサイコグラフィック属性に関する顧客情報を活用したデータベース・マーケティングの進展も注視すべきものと思われる。その最近の展開としてEBMとプラットフォーム戦略での顧客情報の活用の事例がある。

6　以上のようなマーケティングや顧客情報の活用においては，個人単位でなく，ターゲット戦略などに合わせ家計単位での取引推進を行う意味は引き続き大きい。その際には顧客データの整備とともに，日常的な渉外活動で補うことが不可欠である

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

目　次

はじめに
1　顧客構造の分析の必要性
(1)　顧客の諸属性のプロファイリングとセグメント化
(2)　不均等な分布をする家計・金融資産の保有
(3)　富裕層とマス層に分けたマーケティングの必要性
(4)　生涯取引収益の増大とシニア層顧客間の差異拡大
2　顧客の満足度の現状と高いコンサルティング・ニーズ
(1)　金融サービスへの満足度の状況
(2)　高いコンサルティング・ニーズ
3　顧客の階層別対応と情報活用
(1)　顧客の階層・セグメント別対応の試み
(2)　データベース・マーケティングの進展
──EBMとプラットフォーム戦略での情報活用──
(3)　家計単位での情報蓄積と取引推進
おわりに

はじめに

金融取引の顧客には様々な属性や行動パターンがあり，金融機関は個人金融（リテール）業務において多様な顧客を有する。また，顧客の多様性という点においては，組合員・会員を組織基盤とする農協等協同組織金融機関も，一般銀行と程度の差こそあれ，変わらない。

預金取扱金融機関においては，預金等の預り資産残高が顧客間の代表的な量的差異の指標としてとらえられるが，それ以外にも年齢・ライフステージや家族構成，住宅等実物資産の保有（意欲），入出金のパターンなどの顧客プロファイルの要素が加わる。それらの違いに伴って顧客が求める金融サービスのニーズにも差異が生じると考えられ，顧客情報のデータベースは欠くことのできない経営資源と位置付けられる。

以上のような顧客の多様性を前提に，金融機関は金融サービスを供給するにあたり顧客の満足度とコストパフォーマンス（費用対効果）向上の両面を追求し，かつ長期的に顧客基盤の拡充と収益拡大をはかっていくことが求められる。そのために，どのような対応が必要であるかを，地域金融機関を中心とした取組事例も踏まえ，考察したい。

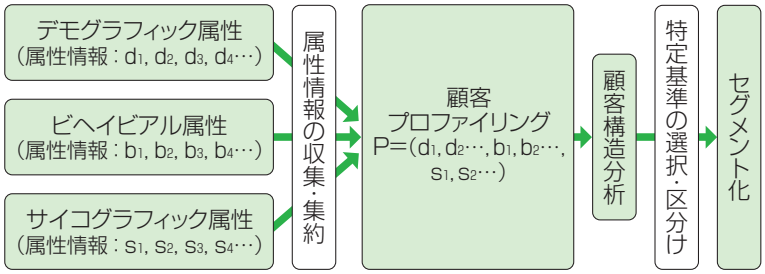
1　顧客構造の分析の必要性

(1)　顧客の諸属性のプロファイリングとセグメント化

顧客には様々な属性や行動パターンなどがあるが，第１図のように三つに分ける考え方が一般的である(注1)。なお，最近ではメディア（チャネル）グラフィック属性（選好・重視する媒体・利用チャネル）が付け加えられることもある。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第1図　顧客プロファイリングのプロセス



資料　『顧客価値のデータベース·マーケティング』の記述から筆者作成

「デモグラフィック（Demographic）」属性は人口統計的という訳語が示すように，性別・年齢，職業，居住地，家族構成，所得，住宅等実物資産の保有状況などが代表的なものである。金融取引では預金・有価証券等金融資産の保有状況が基本的情報となるほか，前述のデモグラフィック属性の相当な範囲にわたる情報が取引過程で蓄積される。

しかし，顧客情報という点ではこれだけでは不十分であり，行動・取引の繰り返しや頻度などのパターンについての「ビヘイビアル（Behavioral）」属性や，生活スタイルや好み・趣味・志向といった「サイコグラフィック（Psychographic）」属性についての情報も重要となる。たとえば，金融取引でビヘイビアル属性についての重要な情報として，月次や年間などのタームでの入出金や残高変動のパターンがあげられる。逆に通常パターンと異なる動きは注意すべき顧客情報となる。また，サイコグラフィック属性はファッション等の消費分野において特に有効とされ，本人からの聞き取りやアンケート調査などを用いて収集することが一般的方法とされてきた。金融取引でも注目すべき情報となっており，聞き取りのほか，顧客のクレジットカードの利用情報，例えばゴルフや旅行，化粧品店，自動車関連の支出が多いなどという趣味・好み等に関する利用情報は顧客関係強化のイベント・マーケティングなどに活用されうる。

以上のような顧客の様々な属性に関する情報を収集・蓄積し，要素として集約する作業により顧客像を明確にするのが，「顧客プロファイリング」である。金融取引においてもデモグラフィック属性やビヘイビアル属性，さらにサイコグラフィック属性に関する顧客情報が蓄積され，顧客プロファイリングが可能となる。それを基にマーケティング（市場戦略）の目的に合わせ，特定の基準によって顧客を区分け・セグメント化（細分化）し，ターゲット（標的市場）戦略を構築するというプロセスへつながる。個人金融取引においても顧客構造を分析しセグメント化し，そのターゲット顧客層の情報活用によって，顧客分布・階層に応じた適切な推進方法を実施することが重要となっている。

（注1）アーサー・ヒューズ（1999）7章参照。顧客プロファイリングはCRMにおける方法論の一つとして位置づけられる。

(2)　不均等な分布をする家計・金融資産の保有

身長や体重などの集団データは，左右対称の「正規分布」を描くことが知られてい

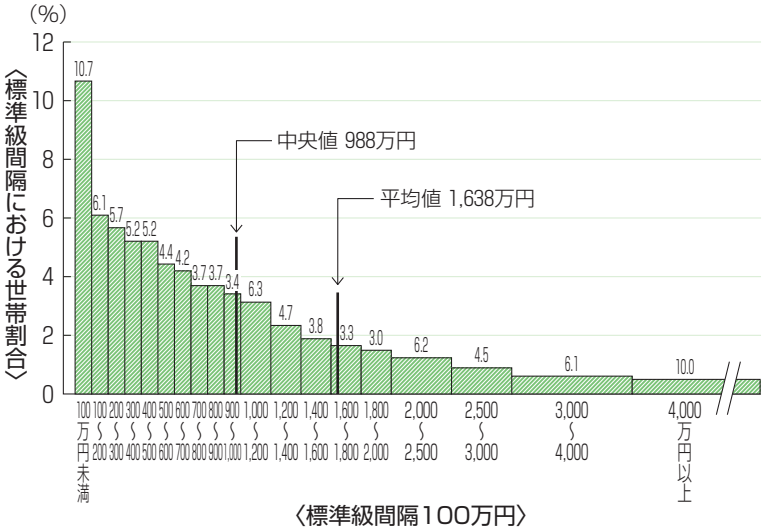
ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

る。正規分布では，データの平均値と，平均値からの各データのばらつき具合を示す分散が分かると分布の形が決まる。また，平均値とデータの真ん中に来る値の中央値（メディアン），データの出現頻度の最も高い最頻値（モード）が一致する。よって，正規分布的な現象では平均値が示す情報量は集団の姿を把握する上で有効である。前述の身長や体重に照らせば，服飾分野でターゲットにするセグメントの平均値の情報を的確に把握し，どのようなサイズの構成比で生産するかは基本的なマーケティングの一つとなる。

一方，所得や金融資産はかなり不均等な分布をなす。例えば，横軸に所得や金融資産を小から大へ，縦軸に人員構成比として描くと，右裾を長く引き，右にゆがんだ（Skew）形となる。このような分布の形は，「パレート分布」[注2]と言われる。

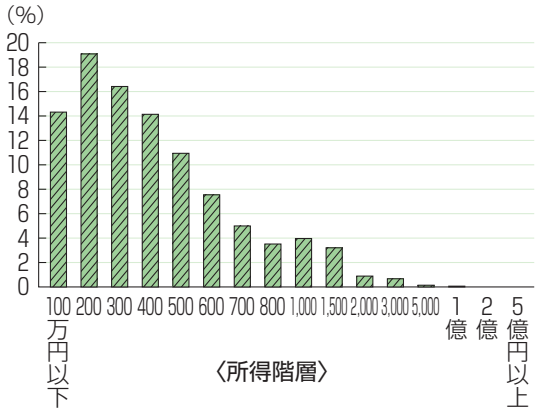
たとえば，第２図の家計・金融資産の階層別世帯分布や第３図の税務調査データに基づく所得分布にはその傾向が表れている。ただし，パレート分布を描くような現象では，平均値の示す情報量は決して有効なものとはいえない。第２図の金融資産の階層別世帯分布は，平均値よりもかなり金融資産の低い方に偏った分布を示す。09年の『家計調査・貯蓄負債編』によれば，金融資産が100万円未満の世帯の構成比は１

第2図　家計・金融資産の階層別世帯分布（二人以上世帯）



出典　総務省『家計調査·貯蓄負債編（2009年）』の「貯蓄・負債の概況」４頁
（注）　標準級間隔を100万円とし，間隔が200万円，500万円の場合は横軸幅を拡大。逆に縦軸が示す世帯割合は横軸幅の拡大に合わせ調整される。よって棒の面積が世帯割合を示す。

第3図　納税所得階層の構成比



資料　国税庁HP「134回（09年）統計年報書」から筆者作成
（注）　申告所得と源泉所得を階層別納税者数を単純合算。なお，源泉所得は2,500万円超がデータ上，一括であることに注意。

割強と最も比率が高く，平均値（1,638万円）を下回る世帯が67.6％と３分の２を上回る。また，金融資産のある世帯全体を二分する中央値（988万円）は平均値より資産残高の低い方へ偏り，その差異は650万円と大きい。

したがって社会経済現象のなかで，その集団データがどのような分布を描くかにし

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

たがって，それに対するマーケティングの見方や対応を変えて行くことが重要となる。

（注２）スイス・ローザンヌ学派の経済学者パレート（V.Pareto）が所得分布を示す分布として提唱。べき分布や指数分布は特定の条件でパレート分布にしたがう。蓑谷千凰彦（1998）

（3） 富裕層とマス層に分けたマーケティングの必要性

次に家計・金融資産の保有構造が階層別にどのようになっているかを概観する。第４図の縦軸は金融資産階層別の世帯数の構成比率，横軸はその階層における世帯当たり平均金融資産である。また，図内のバブルの大きさは，世帯数の構成比率×世帯当たり平均金融資産によって算出される階層別の金融資産・保有比率（加重平均）である。

世帯当たり金融資産が300万円以下の階層の世帯数構成比率は22.4％と大きいが，平均金融資産が112.6万円であることから，同階層の金融資産・保有比率（加重平均）は全体の1.5％にとどまる。これに，300～500万円未満の階層を合わせると，世帯数構成比率は３分の１程度（32.8％）の大きなウェイトを占めマス層を形成するものの，金融資産・保有比率（加重平均）は4.0％である。

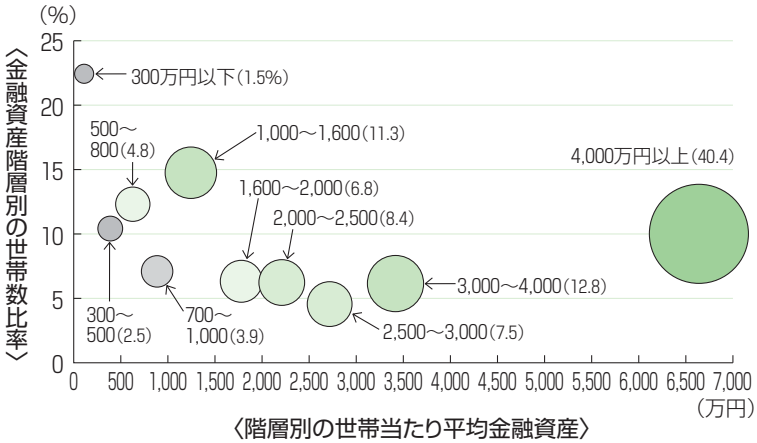
これに対し，4,000万円以上の階層の世帯数構成比率は9.9％であり，その平均金融資産が6,658万円と大きな金額であることから，同階層の金融資産・保有比率（加重平均）は40.4％と４割を上回る。その下の3,000～4,000万円未満の階層を合わせれば，世帯数の構成比率は16％程度であるが，金融資産の保有比率は53％超と過半を占める。

ここから，富裕層といわれる家計が金融資産の大きなウェイトを占める姿が浮かびあがる。以上は家計サイドのデータであるが，金融機関サイドのデータからも同様に大口預金のウェイトの大きさが示される。

第１表は，銀行・信金の個人預金・預入金額階層別の構成比率である。預入金額300万円未満の口座数構成比は95.3％を占めるが，その金額構成比は４割弱である。なお，少額預金口座の２～３割が休眠的口座と言われその分は割り引いて考える必要がある。一方，預入金額１千万円以上の口座数構成比は１％にみたないが，金額構成比は４分の１を上回り預金収益面での貢献は大きいことが分かる。

顧客を選ぶブティック型金融機関を指向するならば別か

第4図　金融資産階層別の構成比率



資料　総務省『家計調査・貯蓄負債編(2009年)』から筆者作成
(注)　各バブルの大きさ，カッコ内数字は，階層別の金融資産・保有比率(加重平均)を示す。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第1表　個人預金口座・金額階層別の構成

（単位　%，万円）

	金額構成比	口座数構成比	1口座当たり金額
300万円未満	39.5	95.3	21.5
300万以上～1千万円未満	34.2	3.8	468.6
1千万以上～1億円未満	24.4	0.9	1,460.1
1億以上合計	1.9	0.01	19,230.7

資料　日銀「預金者別金額階層別調査（10年9月末）」から筆者作成

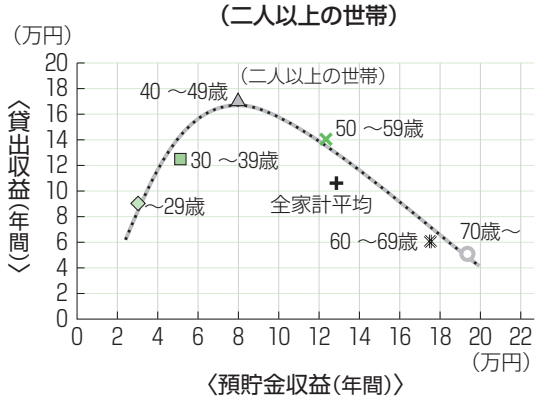
もしれないが，以上の家計・金融資産の保有構造を踏まえれば，金融収益確保の面からも一様な顧客対応が困難であり，効果的ではないことが分かる。世帯数構成比率は大きいものの金融資産の小さい階層，マス層と言われる階層に対しては，より効率的かつ利便性も高い非対面・リモートチャネルでの金融サービス・情報の提供を通じ満足度の向上をはかる一方，富裕層には人的資源も注ぎ込み顧客側にある粘着性（Sticky）の高いニーズ情報を吸収しながらコンサルティングや提案を行って囲い込みをはかるという，階層ごとに分けたマーケティング対応が必要であることが認識される。

（4）　生涯取引収益の増大とシニア層顧客間の差異拡大

若年から中年，シニアへという年齢やライフステージの変化によって金融資産や負債額は変化し，金融サービスへのニーズも変化する。それをいかにとらえ，金融取引収益を確保していくかが課題となる。

第５図は，金融機関サイドから見た金融取引収益（預貯金収益・貸出収益）がどのように変化するかを，世帯主の年齢階層別に

第5図　世帯主年齢階層別の金融取引収益（試算）（二人以上の世帯）



資料　総務省『家計調査・貯蓄負債編』，全銀協『全国財務諸表分析』，内閣府『国民経済計算』から試算，筆者作成

一定の前提に基づき試算したものである（計算式，数値については＜参考１＞参照）。試算は世帯主の年齢階層ごとの預貯金と借入による取引収益に限ったものであるが，世帯主の年齢上昇に伴い預貯金が増えるとともに住宅取得などに伴う借入ニーズも強まり，40歳代の世帯主年齢階層で貸出収益はピークを迎える。50歳代からは借入返済が進む一方，老後に備えた金融資産蓄積や被相続，さらには退職金受取りなどが行われることから預貯金が増加し，預貯金収益が拡大する。平均データの上では70歳代でも金融資産の取り崩しは見られず，預貯金収益は増える。これ以外にもクレジットカードのショッピング手数料，口座振替や送金の収益，保険や有価証券の販売収益などが加わる。以上から，顧客との「ライフステージを通した生涯取引の関係作り」を不断に行い，取引離脱を防ぐことによって，金融取引から生じる生涯収益価値(注3)が増大していくことが理解される。

ただし，上述の変化の方向は同じであるものの，第６図に示されるように同一の世

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

〈参考１〉

①預金収益＝預貯金額×資金運用利回り－
（通貨性預貯金×普通・貯蓄性預貯金金利＋定期性預貯金×１年以上２年未満単純平均金利）

②貸出収益＝住宅等の家計借入額×住宅借入利子率＋住宅等以外の家計借入×消費者信用利子率
－資金調達原価×家計借入総額

世帯主年齢階層別の金融取引収益の試算前提

		（単位）	～29歳	30～39	40～49	50～59	60～69	70歳～
預金収益	通貨性預貯金	万円	143	190	211	291	375	384
	同預貯金金利	%	0.0393	0.0393	0.0393	0.0393	0.0393	0.0393
	定期性預貯金	万円	81	197	404	665	988	1126
	同預貯金金利	%	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21
	資金運用利回り	%	1.45	1.45	1.45	1.45	1.45	1.45
	預貯金収益	万円	3.0	5.1	8.0	12.4	17.5	19.4
預金収益	住宅･土地のための負債	万円	323	718	881	451	165	83
	同貸出金利	%	2.56	2.56	2.56	2.56	2.56	2.56
	住宅･土地以外の負債	万円	34	20	38	58	28	29
	同貸出金利	%	14.83	14.83	14.83	14.83	14.83	14.83
	資金調達原価	%	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
	貸出収益	万円	9.0	12.5	17.2	14.0	6.1	5.1

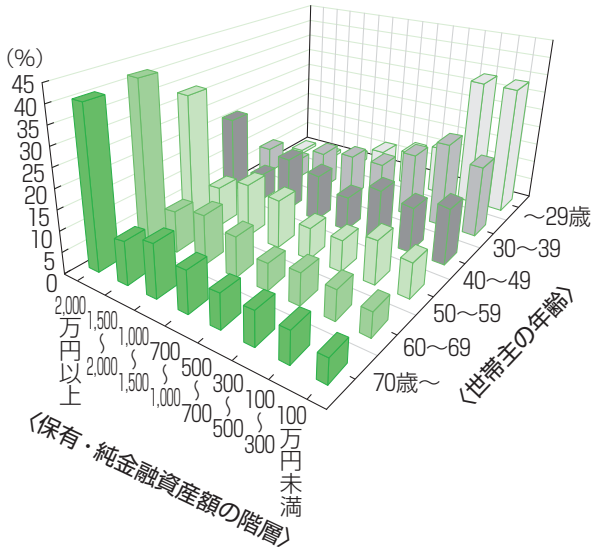
資料　総務省『家計調査･貯蓄負債編』，全銀協『全国財務諸表分析』，内閣府『国民経済計算』から筆者作成
（注）　金利等はすべて各年齢層ともに同一。

帯主年齢階層内の金融資産や負債の分布にはかなりのばらつきが認められる。

負債を差し引いた純金融資産について見ると，世帯主年齢が20歳代の階層では純金融資産が100万円未満と100～300万円未満の階層の合計で３分の２（66.7%）を占める。30歳代のばらつきも決して大きくないが，40歳代からはばらつきが拡大する。

60歳代，70歳代のシニア層においては純金融資産が2,000万円以上の世帯数比率が年齢階層内の４割以上と大きな割合となっている一方で，純金融資産が300万円未満の階層も合計でそれぞれの年齢階層内で12%台あり，シニア階層内の分化の程度は大きい（家計の負債額の分布については＜参考２＞参照）。

第6図　世帯主年齢階層別の純金融資産の保有構成



資料　総務省「家計調査･貯蓄負債編（09年）」から筆者作成

金融機関は，顧客のライフステージごとにニーズが高い金融サービスや情報を提供することが基本的には重要であるが，年齢

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

〈参考２〉

総負債額もデータを見る限り，住宅取得に向かう30歳代から40歳代は負債額階層の上方（負債額が大）へウェイトがシフトし，50歳代も上の階層にとどまる家計が多いことは確かであるが，総負債額が大きく減っている家計のウェイトが増える傾向も読み取れる。

世帯主年齢別家計の負債額の階層構成

（単位　%）

	～29歳	30～39	40～49	50～59	60～69	70～	合計
50万円未満	1.6	7.7	8.2	10.7	18.9	17.7	64.8
50～100	0.1	0.4	0.4	0.7	0.7	0.4	2.7
100～300	0.2	0.9	1.2	1.3	1.2	0.5	5.4
300～600	0.0	0.3	0.8	1.7	0.8	0.4	4.1
600～1,200	0.1	0.9	2.0	2.1	1.1	0.3	6.4
1,200～1,500	0.0	0.6	1.1	0.7	0.3	0.1	2.8
1,500～3,000	0.2	3.0	4.3	2.2	0.7	0.3	10.7
3,000万円以上	0.1	0.8	1.3	0.5	0.2	0.2	3.1
合計	2.3	14.7	19.3	20.0	23.9	19.9	100.0

資料　総務省「家計調査・貯蓄負債編（09年）」から筆者作成

階層内での分化にも目を向けた木目細かな顧客対応も必要になることが分かろう。

例えば，シニア層への対応について考えれば，一般的に金融取引変更の意向は低下すると思われる。ただし，シニア層でも金融商品への理解度の高い「高・金融リテラシー」層では，金融取引変更の可能性は決して小さくない。引き続き高い水準・密度の金融商品や金融情報の提供を行うとともに，イベントやセミナー，催事・会合，あるいは不動産を含む資産管理などを通じた関係性マーケティング（Relationship Marketing）を絡め総合的に取引継続の魅力を高め，取引離脱を抑える対応が必要である[注4]。一方で，社会公共的な機能提供という観点も含め，シニア層へは現金の引出・預入や資金決済などの基本サービスを提供するため，キャッシュポイントの配置などのネットワークやチャネルの組み合わせに注意して対応しなければならない。

（注３）第５図は，平均的な顧客がある一定年数にもたらすと思われる利益の現在時点での正味現在価値と称される「LTV（Life Time Value）」とは異なり，マクロデータでの年代別取引データをつなぎあわせたもの。なおLTVの考え方は意味を持つが，長期間にわたる取引の形態や収益を一定の確度をもって見通すことは難しいところがある。

（注４）農協の組合員組織を通じた関係性マーケティングの効果については，村上真理（2009）。および渡部喜智・田口さつき（2010）

2　顧客の満足度の現状と高いコンサルティング・ニーズ

(1)　金融サービスへの満足度の状況

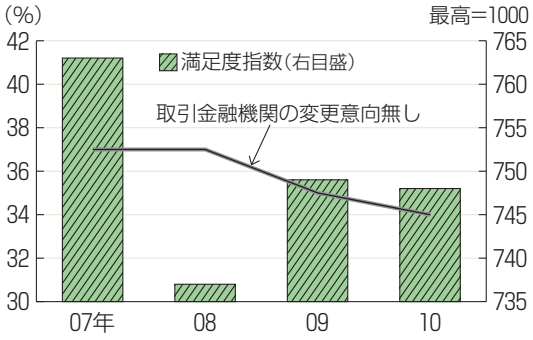
アンケート調査によれば，国内外での金融機関の顧客満足度は，必ずしも高くないことが示される。

米国のJ.D.Power & Associatesが行っている「米国リテール・バンキング満足度調査」[注5]によれば，利用者の満足度は第７図に示されるように，リーマン・ショックを機にサービスの見直しが行われたこともあり急低下した。その後，09年以降の満足度の回復もはかばかしくない。なお，規模別ではコミュニティ・バンクなど規模の小さい金融機関が大規模銀行などよりも高い満足度評価を得ている。

この結果，取引金融機関を変更しない意向を持つ利用者の比率も全体的に低下傾向にある。07年の同調査では金融機関取引を

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第7図　米国の金融機関満足度調査



資料　J.D.Power&Associates　「Retail　Banking Satisfaction」から筆者作成

変更しない意向を持つ利用者の比率は41％だったが，10年には34％へ低下した。さらに注目すべきは，実際に37％が取引金融機関を変更したと回答したことである。同調査で不満の理由としてあがるものは，手数料の水準ないし無料化の程度，ATMやインターネット，モバイルの使いやすさを含むネットワークや窓口の利便性である。また，ブランドイメージや経営安定度もポイントになっている。

一方，日本では，日本経済新聞社が三大都市圏での金融機関に対する満足度を①接客・営業時間，②商品・サービス，③信頼性（経営健全性や経営情報の公開度など），④今後も利用したいか，について調査しランキングする調査を継続的に行っている。同データの上位金融機関のスコアを見る限り，かなり高得点という印象を受ける。

しかし，金融庁が改革プログラムに基づく「利用者満足度アンケート」の取りまとめ結果の05，06年度分を公表しているが，こちらは金融機関のサービスに満足している比率は４分の１にみたない。その一方で３割超は不満があると答えており，満足度はかなり低いと言わざるをえない。また，NTT経営研究所の「金融機関の利用や金融商品の購買行動に関する意識調査（08年１月発表）」によれば，第２表のように，全体では４割超（41.4％），金融リテラシーが高い層では５割超がメイン金融機関の変更経験ありと回答している。その変更理由としては，転居や就・転職などライフイベントに伴うもののほか，金融商品の魅力低下や金利・手数料の問題（優遇），サービス対応の悪さ，経営内容の悪化などが上位にあげられている。

以上から，消費者の金融機関への満足度やサービス評価は日米ともに決して高くないことが理解される。また，満足度や評価が取引金融機関を変更する行動へと結びつくかは，金融機関変更のスイッチング障壁・コストが関係するが，日本は米国ほど直截的ではないにせよ，上記のアンケートを見る限り，取引継続の忠実性は決して高くないことがうかがわれる。

（注５）J.D. Power & Associates 社HP: U.S. Retail Banking Satisfaction Study参照。全米を地域別に分け回答者約48,000人規模で実施。

第2表　一番良く利用する金融機関変更の経験の有無

（単位　％）

	回答者の分類	変更経験あり	変更経験なし
金融リテラシー	最高	52.6	47.4
	高	51.1	48.9
	中	42.9	57.1
	低	31.1	68.9
	どれもあてはまらない	30.9	69.1
	平均	41.4	58.6

資料　NTT経営研究所「金融機関の利用や金融行動に関する意識調査」から筆者作成

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

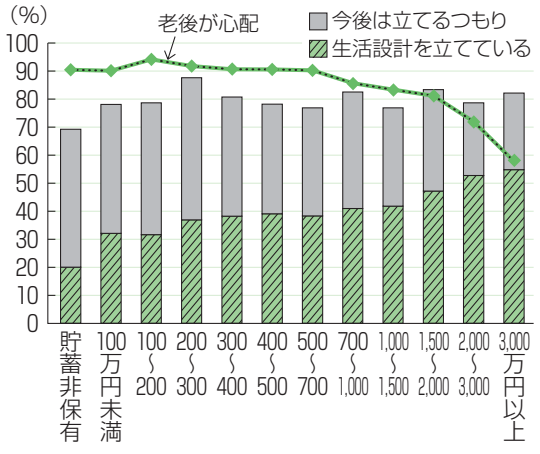
(2) 高いコンサルティング・ニーズ

1.(3)では金融資産の保有が特にシニア層で大きな分化が見られる現状を見たが，将来不安が増すなか，顧客側の資産形成・運用に関するコンサルティングのニーズは高いと考えられる。

金融広報中央委員会の10年の調査によれば，第８図に示されるように貯蓄（金融資産）が未保有の階層から700万円未満の階層までは９割以上，2,000～3,000万円未満の階層でも７割超が，老後が心配と回答している。これに対し，生活設計をすでに立てていると回答した比率は貯蓄が増えるに伴い高まるが，全体では36.8%にとどまる。ただし，今後は立てるつもりという回答の比率も貯蓄200～300万未満の階層が５割を超すなど，生活設計を立てることへの潜在的な指向・意欲は強い。

時系列的に見れば，生活設計を立てている比率は日本経済の低迷が一段と厳しさを増した90年代末以降，それまでの40～45%のレベルから30%台後半へ若干下がって推移しているが，今後は立てるつもりという回答の比率は４割台を維持している。両者を合わせれば，８割程度の人々が将来の生活設計の必要性を認識している。また，年齢別に見ると，近年は20～30歳代の若年層において生活設計の必要の認識が強まる傾向がうかがえることに注目したい。

第8図　生活設計と老後不安



資料　金融広報中央委員会「家計の金融行動に関する世論調査(10年)」から筆者作成

このようなアンケート結果は，潜在的な層を含めれば大宗が老後に備えた生活設計の重要性を認識しており，ライフステージの早期から長期的な資産形成や金融商品の利用などにかかる金融情報のニーズがあることを示している。その場合，富裕層からマス層まで，どのようなチャネルやコミュニケーション手段を使い，組み合わせて効率的にコンサルティング・ニーズに対応していくかという「チャネル・システム」が課題になる。

3　顧客の階層別対応と情報活用

(1) 顧客の階層・セグメント別対応の試み

以上の１，２では，顧客プロファイリングによるセグメント化と情報活用，その代表的指標として家計の金融資産保有の偏り・分化，顧客の満足度・取引忠実性の現状およびコンサルティング・ニーズについて見てきた。顧客の多様性のもとで，満足度の向上と金融サービス供給のコストパフォーマンスの両面追求が課題となるが，そ

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

れへの対応の方法を，事例も踏まえ考えたい。

まず，富裕層の金融資産の保有比率の大きさから考えて，ターゲット戦略として「人財（人的資源）」を含む経営資源の投入は当然といえるだろう。農協などの地域密着の協同組織金融機関では日常の渉外活動の積み重ねにより目視的に富裕層の動向が把握されコンタクトも密になる可能性があるが，メガバンクを含め銀行でも富裕層に対するマス・マーケティング的なアプローチを改善することは課題であり，改善が取り組まれている。

まず，一定以上の総預り資産のある顧客について特別サービスを提供している事例があげられる。メガバンク・信託などでは，みずほ銀行（みずほプレミアムクラブ），新生銀行（新生プラチナ），三菱UFJ信託銀行（エクセレント倶楽部），住友信託銀行（信託世代倶楽部）など，地域銀行では第四銀行（だいしゴールドクラブ）が知られている。会員顧客へ付加的なサービスを提供しエンパワーメント（Empowerment：影響力）の感覚を持ってもらい，取引忠実性（ロイヤルティ：Loyalty）を引き上げる手法といえよう。

また，一定の顧客に担当者などを割り当てる「顧客担当」制を設け，コミュニケーション（接触）の頻度を上げ顧客密着度を高める取組みが行われている。(注6)

例えば，八十二銀行では08年10月から「顧客担当」制を明確化し，「渉外担当者」と「マネーアドバイザー」約350名が，総預かり資産１千万円以上を基準に約11万人の顧客に対し，運用相談やアフターフォローを木目細かく行い，必要に応じローン担当や年金担当もサポートする態勢を整えた。顧客担当は訪問・架電および来店誘致などにより３か月に少なくとも１回以上は，接点を持ちコミュニケーションをはかるようにしており，各種商品推進とあわせ，保有投信のアフターフォローと絡めたポートフォリオ提案やキャンペーン案内，セミナー開催の紹介などを行う。なお顧客担当者の日常的な対応に加えて，支店長はじめ営業店・役席者などによる富裕層への重層的な対応が必要であるという意見も多い。

一方，効率的でかつ利便性も高い個人向け金融サービスの提供方法として，インターネット・バンキング(注7)が地域金融機関においても着実な拡がりを見せている。個人口座数に対するインターネット・バンキングの契約者の比率は，３割以上に達したメガバンクに比べれば低いものの，地域銀行でも八十二銀行が実稼働口座の１割程度に達したほか，５％以上となっているところも増えていると推定される。また，信金でもインターネット・バンキング契約者の会員組織を作り，様々な情報提供を行うなどの積極的な取組事例が見られる。(注8)

インターネット・バンキングはリモートチャネルの代表としてコスト削減の効果が見込まれるとともに，様々な金融商品やキャンペーン，イベント等の情報を流すコミュニケーション手段としても利用価値がある。利用者サイドからの評価としては，場所を選ばずサービスの種類によっては24時

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

間利用できるという時間節約のメリットが大きい。その他の利用誘因としては，ネット専用の定期預金や投信の販売とその金利上乗せ・販売手数料の割引，ポイント・サービスへのカウントなどの積極的なメリット付与もあげられる。なお，利用者の年齢層も想定していたより中高年層が多く，今後の利用者拡大が見込まれるだろう。

また，メディアグラフィック属性の観点から言えば，富裕層でもインターネット・バンキングなどの非対面・リモートチャネルを選好する顧客が増える可能性がある。リモートチャネルにおいても顧客の属性や要望に合わせ，金融情報の提供や資産運用の提案などコンテンツを変え一層魅力あるものにして行くことがさらなる課題になる。

（注６）渡部喜智（2010c，2011d）
（注７）パソコンおよび携帯電話のインターネットを経由した金融機関サービスや金融関連情報の利用を総称したもの。渡部喜智（2010a）
（注８）渡部喜智（2011a）

（2） データベース・マーケティングの進展

―EBMとプラットフォーム戦略での情報活用―

地域銀行のビヘイビアル属性やサイコグラフィック属性についての顧客情報を活用したデータベース・マーケティングの進展は，注視すべきものと思われる。最近の展開について，EBMとプラットフォーム戦略での情報活用の事例から見ることとする。

地方銀行ではEBM（Event Based Marketing）の導入が進みつつある。筆者がヒアリングしたなかでは，横浜銀行や第四銀行[(注9)]が参考となる。

金融機関はこれまでもデータベース・マーケティングの考えに基づき，顧客に関する情報を営業店に流してきた。ただし，それは売りたい金融商品・サービスを，売りたい時（不定期）に，それに結び付く可能性のある顧客データを抜き出し提供するようなきらいもあった。そのような反省を踏まえ，EBMでは顧客の金融行動のトリガー（起因・原因）になると思われるイベント（事象・出来事）情報を優秀な担当者のノウハウ等も取り入れながら広く設定し，該当する顧客情報を営業店に提供する。営業店では個々の顧客の取引の現状や課題をリアルタイムで把握でき，さらにイベント情報に付属して営業提案のアドバイス・方針なども提供される。たとえば，ビヘイビアル属性に関する通常の入金パターンとは異なる預金の入金・残高増加があると，顧客に取引内容を確認し運用ニーズを聞くように指示される。このような形の営業店への情報提供により，定期預金取組みの，成約等に成果があがっているようである。

EBMの進展により，顧客の就職・就業や結婚，転居，退職などのライフイベントに伴い生じる金融ニーズについて，担当者の属人的な能力・経験に基づく気づきに依存する部分が減る一方，顧客への提案アプローチや説明が顧客ごとの状況に応じ，いわばテイラーメイド的に的確・適切に行われうる環境が整備されてきていると言える。

また，預金取扱金融機関においては，冒頭で述べた「サイコグラフィック属性」の顧客情報を営業活動に活用することは従来

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

まれであったが，地域に暮らす顧客との関係性を強化し取引離脱を抑制するという観点から，イベント・マーケティングなどへの「サイコグラフィック属性」情報の活用が重要性を増すと思われる。その点で，山陰合同銀行がクレジットカード会員事業の本体吸収を機にクレジット利用データを活用し開始した取組みは興味深いものである。

同行のクレジットカードは主力営業エリアである山陰２県で最大発行枚数を持つが，地域に根付いた「地域カード」としての役割発揮を一層はかるという考え方のもと，第９図のような形でカード保有者である消費者と地域小売業等の加盟店とのマッチングを促進する「プラットフォーム（場）」として活用する試みを始めた。(注10)

これまでのマッチングの事例として，カード会員を対象にしたゴルフや化粧メイクアップのレッスン・イベントを組み合わせた展示即売会の開催，地元旅行会社が企画した団体旅行のカード利用者へのオプション特典の付与，地元スーパー等でのカード利用者へのプレゼント・キャンペーン，地元SSとタイ・アップしたカード利用給油での割引サービスや提携電器店チェーンでのポイントアップなどの取組みがあげられる。

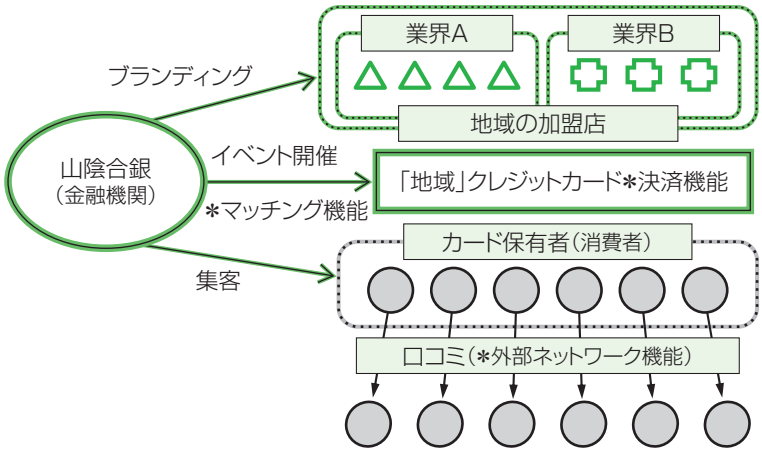
このようなイベント情報はカード会員誌など通じてカード保有者に流され販促効果をもたらすとともに，同行のクレジットカード利用率も上がるという効果が出ている。

（注９）渡部喜智（2010b，2011b）
（注10）平野敦士・アンドレイ・ハギウ（2010），渡部喜智（2010c）

（3） 家計単位での情報蓄積と取引推進

以上３.（1），（2）では，顧客層ないし顧客ニーズに合わせたチャネル戦略とデータベースを活用したマーケティングの試みについて述べたが，いずれも家計単位にまでは至らず，個人単位という取引推進を抜け出ていない部分が残る。それは金融機関のCRMのデータベースが大規模であるほど，現状のところ家計単位に必ずしもカスタムメード化されていないことに起因すると考えられる。地域銀行からのヒアリングでも問題意識としてはあるものの，家計単位でのデータベースの構築とそれに基づく取引推進には必ずしも至っていないという。ただし，前述の八十二銀行の「顧客担当」制では個別顧客間の関係性が明確化するなどの情報蓄積の副産物もあるといい，富裕層を

第9図　本体発行クレジットカードによるプラットフォームの提供



資料　平野敦士，アンドレ・ハギウ「プラットフォーム戦略」などから筆者作成

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

中心に将来の相続を睨みながら家計単位での営業推進を強化する可能性は小さくないだろう。

確かに，高齢化進行と都市部への人口流入から単身者世帯が増えていることは事実である。05年と10年の国勢調査を比較しても，世帯当たり人数は全国平均で2.58人から2.46人へ0.11人減少しており，単身者世帯が４分の１近くになったと推測される。しかし，第10図に示されるように地方圏を中心に世帯当たり人数が多い県は依然多い。また，市町村別では世帯当たり人数が３人を超すところが全体の３割を上回る。

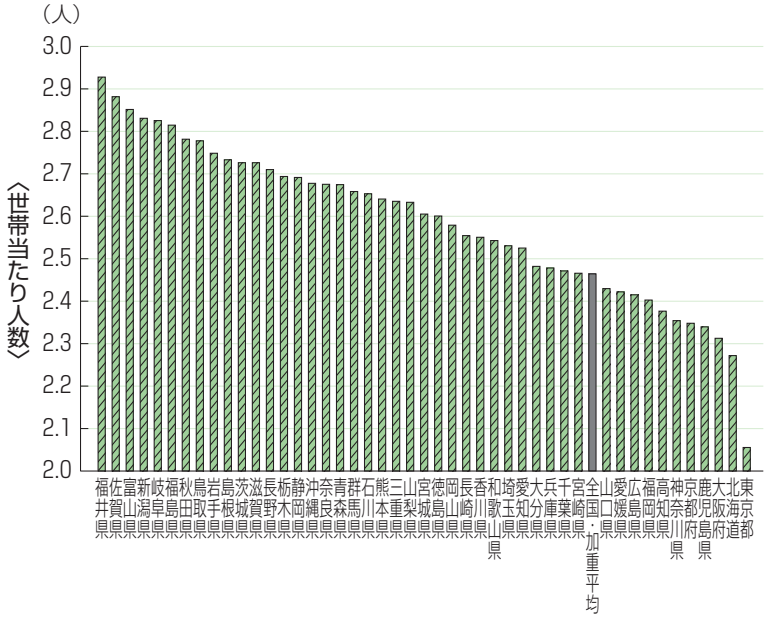
したがって，ターゲット戦略や地域の状況に合わせ家計単位での取引推進を行う意味は引き続き大きい。これには顧客の家族構成・年齢や取引履歴，これまでの取引勧誘の経緯などのコンタクト管理の状況などが記された顧客データの整備とともに，農協をはじめとして多くの協同組織金融機関が行っている日常的な渉外活動で補うことが不可欠である。労力・時間も要するが，世帯構成員の中に何かしらの金融取引の実績があれば，他の家族への取引アプローチも行いやすく，世帯単位の顧客囲い込みが進む。同時に家族全体との関係性が持てるようなイベントやセミナーの開催などの顧客コミュニケーションの工夫を行い，親近性・共感を醸成しておく仕掛けを作ることも重要となる。

おわりに

金融取引の顧客集団は多様であり，そのなかで顧客のニーズも当然異なる。近年注目される第11図の「ロングテール」仮説に沿って言えば，収益寄与の大きいショートテール顧客層は一部であり，多くはロングテール層が占める。左側のショートテール層に対しては取引離脱を抑制するためコストもかけた対応が当然必要となる。それとともに，長期的に営業基盤を拡大していくためには，現在は非コア収益顧客であっても右側のロングテール層へ金融サービスを適切に供給し，満足度を維持しておくことが重要となる。

そのためには，顧客密着型の金融機関においても未取引も含め地域の顧客情報を収

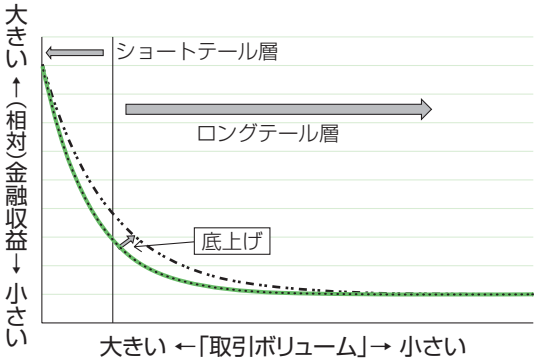
第10図　都道府県別の世帯当たり人数



資料　2010年国勢調査から筆者作成

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第11図　ロングテール層の収益と満足度の底上げ（イメージ）



資料　筆者作成

集・集約し，顧客構造を分析した結果からセグメント化し，目標とするターゲット顧客階層の主要ニーズへの対応方法・スキームを，チャネル・システム戦略を含めて，逐次構築しておくことが重要と思われる。

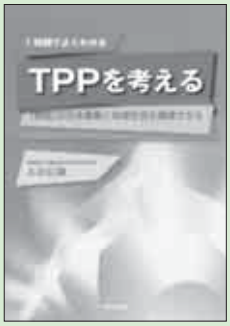
<参考文献>

・アーサー・ヒューズ（1999）『顧客生涯価値のデータベース・マーケティング』（秋山耕，小西圭介訳）ダイヤモンド社
・平野敦士・アンドレイ・ハギウ（2010）『プラットフォーム戦略』東洋経済新報社
・蓑谷千凰彦（1998）『すぐに役立つ統計分布』東京図書
・村上真理（2009）「協同組織金融機関のリテールにおける信頼とコミットメント」『生活経済学研究』29巻
・渡部喜智・田口さつき（2010）「家計メイン化戦略の現状と課題」『農林金融』４月号
・渡部喜智（2010a）「地域銀行のインターネットを通じたサービス提供」『農中総研　調査と情報』５月号
・渡部喜智（2010b）「進化するマーケティング手法を活かす横浜銀行」『金融市場』７月号
・渡部喜智（2010c）「行動力と商品開発力鍛え新機軸打ち出す北日本銀行」『金融市場』11月号
・渡部喜智（2010d）「個人取引の営業基盤強化を進める八十二銀行」『金融市場』11月号
・渡部喜智（2011a）「職員一体の前向きの推進進める桐生信用金庫」『金融市場』２月号
・渡部喜智（2011b）「経営改革成果を顧客サービス向上に向ける第四銀行」『金融市場』４月号
・渡部喜智（2011c）「地域ニーズに応え様々な活動を展開する山陰合同銀行」『金融市場』５月号

（わたなべ　のぶとも）

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

発刊のお知らせ



TPPを考える

「開国」は日本農業と地域社会を壊滅させる

(株)農林中金総合研究所理事研究員　石田信隆　著

A5判62頁　定価420円（税込）（社）家の光協会

突然浮上したTPP問題。それは本当に「開国」なのでしょうか？例外なき関税撤廃を原則とするTPPは日本農業を壊滅させるとともに農業の多面的機能も大きく減退させます。

また医療、保険、公共事業など多方面での影響も甚大で、地域社会が激変するおそれがあります。

本書はTPPが農業と暮らしに及ぼす重大な影響をわかりやすく解説し、日本がすすむべき道を提案します。

目　次

第1部：TPPとは何か
第2部：日本農業とTPP
第3部：私たちの地域と暮らしはどうなるか
第4部：明日の元気な農業と地域社会をつくるために

購入申込先……（社）家の光協会　TEL 03-3266-9029（販売）
お問い合わせ……（株）農林中金総合研究所　TEL 03-3233-7700（代表）

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

情勢

米国債市場の動向

主事研究員　田口さつき

はじめに

米国債（米財務省証券）は，世界の基軸通貨であるドルの運用先としてもっとも安全であるとされており，その市場性と規模からも世界中の投資家を引きつけている。また，米国債の債券価格（国債利回り）は，国際的な金利裁定を通じて日本を含めた世界の債券価格（同）に大きな影響を与えている。

近年，米国債市場をめぐる動向に大きな変化が起こっている。それは，サブプライム問題の深刻化などからブッシュ政権後期で財政赤字が拡大傾向にあったが，リーマン・ショック後に発足したオバマ政権の景気対策などにより一段と拡大し，それに伴い米国債も大量に発行されてきたことによる。今後についても継続的な財政赤字発生による米国債残高の累増が見通されている。

また，このような米国債残高の増加の一方，連邦準備理事会（FRB）が度重なる金融緩和の一環として，大量の米国債を買い進めたことで，主要な投資家としての影響力が増している。

このように現在，米国債市場で「残高の膨張」と「投資家としてのFRBのプレゼンスの高まり」という２つの事象が進行しているが，この背景を見た後，米国債の需給バランスという観点で今後の展望を考えてみたい。

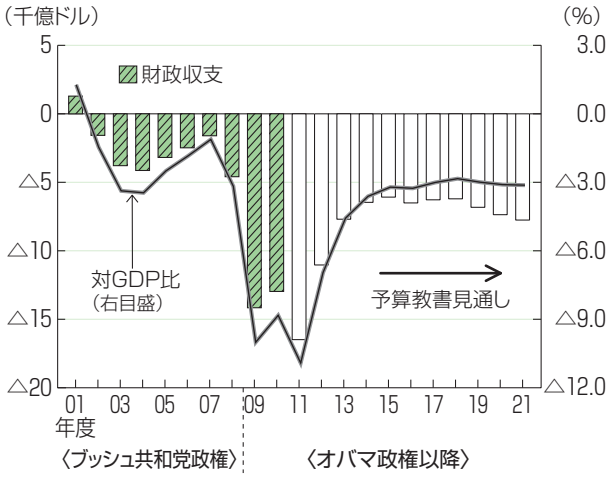
１　米国債残高の推移と今後の見通し

2007年12月から始まった景気後退に伴い財政赤字は拡大し（第１図），米国債残高は08年に前年比15.3％増の5.8兆ドルになった（第２図）。さらに09年から２年間で総額約7,800億ドルというオバマ政権の景気対策などにより，財政赤字が大幅に拡大した結果，米国債の残高は前年比２ケタの増加が続き，10年には9.0兆ドル台に達した。米国行政管理予算局の12年度予算教書“Budget of the United States Government, Fiscal Year 2012”の資料によると，同残高は11年には前年比20.4％増の10.0兆ドルとなる見込みである。その後もベビー・ブーマー世代の高齢化などに伴う社会保障及び医療に係る義務的経費の伸びから財政赤字が縮小できず，米国債残高は拡大が続き，15年には14兆ドル台，20年には18兆ドル台と，08年から２倍近くの水準に増加すると予想されている。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。

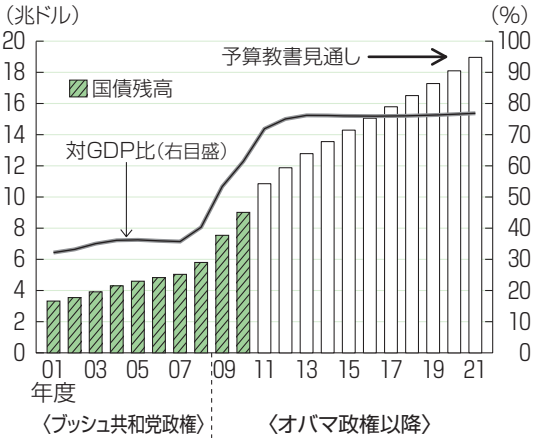
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第1図　米国の連邦財政赤字



資料　米行政管理予算局 “Budget of the United States Government, Fiscal Year 2012” から筆者作成

第2図　米国の国債残高



資料　米行政管理予算局 “Budget of the United States Government, Fiscal Year 2012” から筆者作成

2　投資家としてのFRB

このように米国債の発行額の拡大が見通される中，米国債の消化という観点から主要な投資家について見ていこう。米国財務省の “Treasury Bulletin”，“Major Foreign Holders of U.S. Treasury Securities” によると，10年９月末において米国債の主要投資家は，第１表に示す通り，中国本土勢（以下「中国勢」という）が最大の投資家で約1.2兆ドル保有し，合計残高のうち12.8％を占めた(注1)。その次に，日本勢（合計残高のうち9.5％），FRB（同9.0％）と続いた（第１表）。

しかし足元では，米国債市場で投資家としてのFRBの存在感が大きくなっている。これは，FRBが10年８月にモーゲージ担保証券（MBS）等の期限前償還分を長期国債へ再投資することを決定したことに加え，同11月には11年の第２四半期までに6,000億ドルの長期国債を買い増すという追加金融緩和（QE2）に踏み切ったことが影響している。

最新の米国財務省とFRBの資料によると，10年12月末時点においてFRBの米国債の保

第1表　米国債の主要な保有者

（単位　億ドル，%）

2010年9月末			2010年12月末			2011年6月末（予想）		
中国	11,519	(12.8)	中国	11,601	(12.3)	FRB	16,000超	(15.0以上)
日本	8,608	(9.5)	FRB	10,103	(10.8)			
FRB	8,117	(9.0)	日本	8,823	(9.4)			
合計残高	90,276	(100.0)	合計残高	93,954	(100.0)	合計残高	102,400	(100.0)

資料　米国財務省 “Treasury Bulletin”，“Major Foreign Holders of U.S. Treasury Securities”，“Treasury Bulletin”，連邦準備理事会 “Factors Affecting Reserve Balances of Depository Institutions and Condition Statement of Federal Reserve Banks”
（注）（ ）内は保有割合。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

有額は1.0兆ドル台となり，日本勢を抜き，第２位の投資家となっている（同第１表）。

筆者の推計では，QE2による国債購入が当初予定通り，６月末まで行われた場合，FRBの保有する米国債は1.6兆ドル超となり，合計残高に対して15％近くに上昇すると見込まれる。そうなると，FRBは中国勢をも抜き，最大の投資家となる可能性がある。

（注１）中国勢，日本勢など海外勢については，政府だけでなく，民間企業などの保有額も含まれる。また，証券保管先の国に保有額がカウントされるので最終投資家の保有額は正確にはつかめないことに注意が必要。

3　FRBの米国債購入の背景

FRBの今後の米国債への投資行動について考えるために，ここで，FRBの10年からこれまでの金融緩和政策を振り返ってみたい。

10年春以降，ユーロ圏の財政悪化問題をきっかけとした信用不安が高まったことや経済指標の改善が足踏みし始めたことを受けて，FRBは景気の下振れリスクやディスインフレ傾向の強まりを意識するようになった。そのため，８月の連邦公開市場委員会（FOMC）でリーマン・ショック以降に買い進めたモーゲージ担保証券（MBS）等の期限前償還分を長期国債に再投資することで金融緩和政策を維持する姿勢を鮮明にした。さらに，11月のFOMCでデフレを回避するため，追加金融緩和策（QE2）として，残存期間が長めの国債の買い増しが実行されるに至った。

この一連の措置は，政策金利（短期金利）が現状のように極めてゼロに近く，これ以上引き下げられないという状況下での金融緩和政策として中長期国債を購入することで中長期金利に低下圧力を追加的に与えるという考えに基づいている。

なお，ニューヨーク連銀は，10年11月の時点で，モーゲージ担保証券（MBS）等の期限前償還の再投資分が11年６月までの期間で2,500～3,000億ドルと予想し，追加金融緩和分の6,000億ドルと合わせて8,500～9,000億ドルの米国債購入が必要と見込み，第２表のように中期ゾーンを中心とした購入計画を発表した。

4　FRBの今後の動向

金融市場は今春のテーマとして，FRBが当初予定通り11年６月までQE2を継続するかどうか注目してきたが，FRBが重視していると言われる失業率とPCEデフレーターの動向をみるとQE2を６月まで継続する可能性が高い。

第2表　今後のFRBの残存期間別国債購入計画

残存期間ごとの国債							TIPS
1.5年超 2.5年以内	2.5年超 4年以内	4年超 5.5年以内	5.5年超 7年以内	7年超 10年以内	10年超 17年以内	17年超 30年以内	1.5年超 30年以内
5%	20%	20%	23%	23%	2%	4%	3%

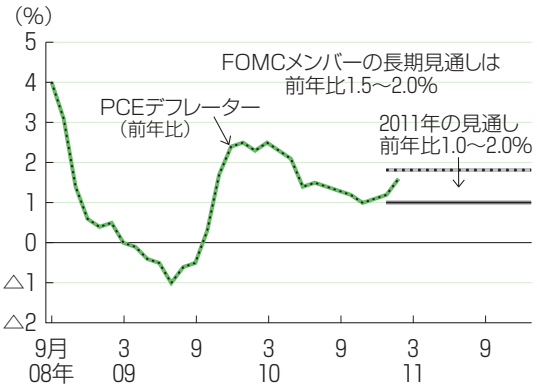
資料　Federal Reserve Bank of New York, 2010年11月3日資料から筆者作成

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

まず，失業率は足元８％台後半となっており，雇用環境が改善方向に向かってはいるものの，リーマン・ショック前の水準が５％前後であったことを考えると依然として高水準である。次に，物価指標として採用されているPCEデフレーターは適正なインフレ率とされる「前年比2.0％付近」という水準に近づきつつあるが，インフレを想起させる水準ではない（第３図）。エネルギーや商品価格などの上昇による物価上昇への懸念はあるものの，現時点では問題視するほどのものではないという認識をFRBは持っており，むしろ，ディスインフレから脱却することが当面の最優先の課題という姿勢が堅持されている。

このようなFRBの考え方を踏まえると，国債購入プログラムは十分効果を発揮しており，金融市場で規模縮小や利上げなどの思惑が強まることによって，QE2の効果が薄まることは避けたいという認識があると思われる。以上のような状況からFRBが国債購入を６月まで続ける可能性が高い。

第3図　米国の物価



資料　米国商務省“PERSONAL　INCOME　AND OUTLAYS”，連邦準備理事会「連邦公開市場委員会議事録」から筆者作成

その一方で，FRBの注目する２つの経済指標（失業率とPCEデフレーター）は10年末から改善方向にあり，11年３月の連邦公開市場委員会（FOMC）の声明文は，これまでに比べインフレ懸念に配慮したものとなっていることなどを考慮すると，QE2が延長される可能性はかなり低いと思われる。

ただし，これはFRBが年後半から米国債購入を控えることを直ちに意味するものでもない。それは，10年８月に決定されたモーゲージ担保証券（MBS）等の期限前償還分の米国債への再投資について，QE2と同様に取り扱うかどうか不透明だからである。米国債への再投資が継続される場合，規模は小さくなるものの，FRBの米国債購入は継続されるだろう。

なお，FRBが保有する米国債を近いうちに売却する可能性はかなり低いと考える。それは，現在，FRBが望ましいと考える水準よりも景気が上振れ（例えば，失業率がこれ以上下がると労働市場のひっ迫を示すと考えられている６％近くまで低下するとともに，PCEデフレーターが前年比３％台を超え継続的に上昇幅が拡大）するような状況の到来が予想し難いことが挙げられる。

以上をまとめると，FRBは当初の予定通り11年６月まで国債購入を続けるが，その後は，①追加の米国債購入打ち切りに加えてモーゲージ担保証券（MBS）等の期限前償還分の米国債への再投資も打ち切り，②追加の米国債購入は打ち切りとなるがモーゲージ担保証券（MBS）等の期限前償還分の米国債への再投資は続く，という２つの

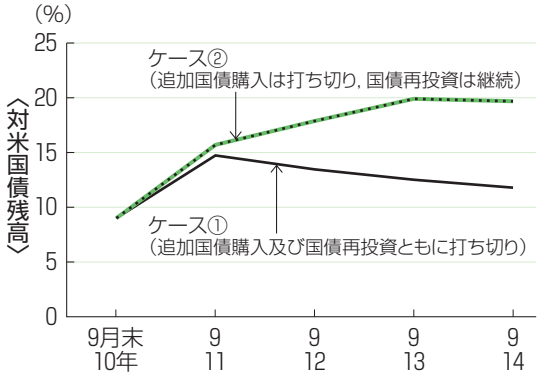
ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

ケースが考えられる。①の場合は，FRBの米国債の保有額はピークである６月末の1.6兆ドルで維持されるが，投資家としてのFRBの米国債市場でのシェアは，12年には14％程度，14年には12％程度に低下する（追加で購入した国債の満期償還分については，前掲第２表からもわかるようにその償還が早くて12年から始まるものの，12年９月末で合計187.5億ドル，13年９月末で同862.5億ドル，14年９月末で同450億ドルと推計される。これに基づき，再投資をしない場合を①，②で考えたが，FRBの米国債券市場でのシェアは大きく低下しなかった(注2)。

②の場合は，前述のニューヨーク連銀による10年11月推計では，月当たり350億ドルの国債購入が続くため，FRBの米国債市場でのシェアは，12年には18％程度，13，14年に20％近くで推移する（第４図）。

以上より，当面は米国債市場でのFRBの影響力は無視できないものとなると考えられる。そのため，保有する米国債の再投資や売却において，FRBは中長期金利に及ぼす影響などを考慮せざるを得ないと思われる。

第4図　FRBの米国債券市場でのシェア



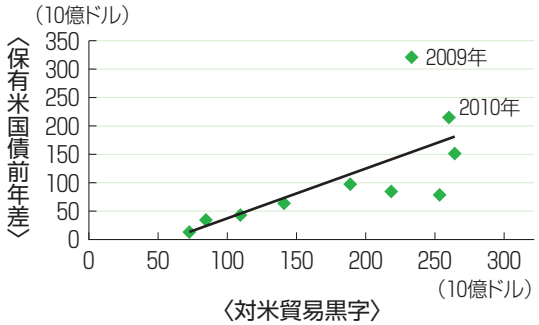
資料　米行政管理予算局“Budget of the United States Government, Fiscal Year 2012”，連邦準備理事会“Factors Affecting Reserve Balances of Depository Institutions and Condition Statement of Federal Reserve Banks”，から筆者推計

（注２）この推計は，現在の景気などの環境が変化しないという前提にたって行ったものである。

5　中国勢の動向

最後に，海外勢について簡単にふれると，これまで中国勢，日本勢の米国債投資は増加傾向で推移してきた。特に中国勢の米国債保有額は第５図に示すように対米貿易黒字の一部が米国債投資に向かったことで積み増されてきたと考えられる。今後も中国が現状の為替管理政策を維持するならばドル資産を買い進めることは続くと見込まれる。しかし，金融資産運用の多様化に向け，国債以外の金融商品を保有する行動に向かう可能性もあり，米国債の需給バランスのリスク要因として市場関係者の注目材料の一つとなっている。とはいえ，中国勢はすでに大量の米国債を保有しており，それを大きく減価させるような行動も取り

第5図　中国の対米債投資（2001～2010年）



資料　米国商務省“U.S. International Trade in Goods and Services”，米国財務省“Major Foreign Holders of U.S. Treasury Securities”

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

難いと思われる。

おわりに

以上，米国債市場の最新の動きとその背景を見てきた。当面は，FRBの米国債市場でのプレゼンスは依然として高く，米国債の売却も考えにくいことから，米国債の消化が急激に滞る状況は避けられると思われる。そのため，米国の財政赤字への懸念は消えないものの，米国債の需給悪化により米国の長期金利が急激に上昇していくような事態が発生する可能性はそれほど高くないと考える。

（たぐち　さつき）

発刊のお知らせ

農林漁業金融統計2010

A4判，180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。

〈頒布取扱方法〉
編　　集…株式会社農林中金総合研究所
〒101-0047 東京都千代田区内神田1-1-12 TEL 03(3233)7744
FAX 03(3233)7794
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二部
〒101-0021 東京都千代田区外神田1-16-8　TEL 03(5295)7579

〈発行〉 2011年2月

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

統　計　資　料

目　　次

1. 農林中央金庫　資金概況　（海外勘定を除く）……(53)
2. 農林中央金庫　団体別・科目別・預金残高　（海外勘定を除く）……(53)
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）……(53)
4. 農林中央金庫　主要勘定　（海外勘定を除く）……(54)
5. 信用農業協同組合連合会　主要勘定……(54)
6. 農業協同組合　主要勘定……(54)
7. 信用漁業協同組合連合会　主要勘定……(56)
8. 漁業協同組合　主要勘定……(56)
9. 金融機関別預貯金残高……(57)
10. 金融機関別貸出金残高……(58)

統計資料照会先　農林中金総合研究所調査第一部
ＴＥＬ 03（3233）7746
ＦＡＸ 03（3233）7794

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

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

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
2006. 2	**40,731,179**	**4,783,256**	**23,428,922**	**3,872,728**	**42,751,021**	**12,428,391**	**9,891,217**	**68,943,357**
2007. 2	**40,717,607**	**4,500,818**	**21,320,717**	**831,338**	**41,921,827**	**13,200,079**	**10,585,898**	**66,539,142**
2008. 2	**39,266,433**	**4,802,045**	**16,623,127**	**1,132,129**	**38,715,059**	**9,993,306**	**10,851,111**	**60,691,605**
2009. 2	**38,560,404**	**5,219,717**	**19,149,106**	**3,077,530**	**40,153,251**	**10,379,042**	**9,319,404**	**62,929,227**
2010. 2	**38,550,843**	**5,584,046**	**22,349,572**	**1,232,367**	**44,836,889**	**12,000,502**	**8,414,703**	**66,484,461**
2010. 9	39,237,598	5,576,231	25,131,728	817,123	46,042,647	12,142,184	10,943,603	69,945,557
10	39,342,206	5,536,233	22,127,427	674,689	45,347,639	12,635,598	8,347,940	67,005,866
11	40,034,625	5,499,987	23,304,300	1,123,222	45,266,855	13,518,066	8,930,769	68,838,912
12	40,435,770	5,465,437	22,754,868	639,282	45,134,275	13,471,702	9,410,816	68,656,075
2011. 1	40,564,558	5,452,913	21,507,237	667,060	44,943,811	13,012,729	8,901,108	67,524,708
2	40,417,617	5,440,899	20,824,450	816,548	44,058,101	12,684,490	9,123,827	66,682,966

（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

2011年2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	32,987,218	-	382,999	811	122,332	-	33,493,361
水産団体	1,174,057	-	56,981	1	1,960	-	1,232,999
森林団体	1,406	9	8,053	6	85	-	9,560
その他会員	600	-	4,604	0	-	-	5,204
会員計	34,163,282	9	452,637	818	124,377	-	34,741,123
会員以外の者計	266,637	86,257	227,124	115,738	4,967,289	13,450	5,676,495
合計	**34,429,919**	**86,267**	**679,761**	**116,556**	**5,091,665**	**13,450**	**40,417,618**

（注） 1 金額は単位未満を四捨五入しているので，内訳と一致しないことがある。　2 上記表は，国内店分。
3 海外支店分預金計 166,072百万円。

3. 農林中央金庫・団体別・科目別・貸出金残高

2011年2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	60,130	4,952	117,388	-	182,471
	開拓団体	137	17	-	-	154
	水産団体	10,384	3,971	7,839	-	22,194
	森林団体	2,498	7,808	2,139	81	12,527
	その他会員	527	207	130	-	864
	会員小計	73,677	16,955	127,496	81	218,209
	その他系統団体等小計	101,233	21,798	32,594	-	155,624
	計	174,910	38,753	160,090	81	373,833
関連産業		1,985,211	38,513	1,094,044	5,001	3,122,768
その他		9,036,198	5,480	146,209	-	9,187,889
合計		**11,196,319**	**82,746**	**1,400,343**	**5,082**	**12,684,490**

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

4. 農林中央金

（貸方）

年月末	預金			譲渡性預金	発行債券
	当座性	定期性	計		
2010. 9	5,316,363	33,921,235	39,237,598	2,500	5,576,231
10	5,216,442	34,125,764	39,342,206	-	5,536,233
11	5,899,638	34,134,987	40,034,625	-	5,499,987
12	6,085,640	34,350,130	40,435,770	-	5,465,437
2011. 1	6,184,963	34,379,595	40,564,558	-	5,452,913
2	5,979,046	34,438,571	40,417,617	2,000	5,440,899
2010. 2	5,054,662	33,496,181	38,550,843	500	5,584,046

（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			
2010. 9	99,316	717,807	46,042,647	17,294,930	7,807	-	76,772
10	52,663	622,025	45,347,639	16,954,200	6,967	-	78,435
11	98,866	1,024,356	45,266,855	15,841,807	11,787	-	76,619
12	44,033	595,249	45,134,275	16,211,797	13,169	-	83,100
2011. 1	66,311	600,749	44,943,811	16,234,582	13,113	-	81,476
2	104,640	711,908	44,058,101	15,900,116	269,240	-	82,745
2010. 2	81,543	1,150,823	44,836,889	15,316,171	34	-	92,673

（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。

5. 信用農業協同組

年月末	貸方				
	貯金		譲渡性貯金	借入金	出資金
	計	うち定期性			
2010. 9	52,492,593	51,118,458	753,142	764,923	1,686,369
10	52,812,382	51,303,081	913,878	764,924	1,688,834
11	52,751,352	51,281,118	915,699	764,923	1,691,959
12	53,222,482	51,454,950	820,335	765,550	1,692,220
2011. 1	52,786,095	51,342,312	885,185	765,549	1,692,353
2	52,897,593	51,286,298	870,948	765,550	1,692,685
2010. 2	51,709,139	49,852,773	762,153	640,194	1,538,356

（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。

6. 農業協同組

年月末	貸方				
	貯金			借入金	
	当座性	定期性	計	計	うち信用借入金
2010. 8	25,624,335	60,327,033	85,951,368	517,661	339,902
9	25,437,161	59,957,081	85,394,242	524,167	346,162
10	26,018,452	59,700,122	85,718,574	527,735	348,383
11	25,721,926	59,955,543	85,677,469	508,722	331,985
12	26,124,302	60,513,255	86,637,557	498,449	326,633
2011. 1	25,628,789	60,397,370	86,026,159	511,226	341,123
2010. 1	25,106,983	59,666,507	84,773,490	534,261	364,280

（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。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

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
579,867	5,457,886	3,425,909	15,665,566	69,945,557
628,640	5,681,342	3,425,909	12,391,536	67,005,866
539,542	5,297,721	3,425,909	14,041,128	68,838,912
430,040	5,378,248	3,425,909	13,520,671	68,656,075
636,441	4,688,098	3,425,909	12,756,789	67,524,708
627,617	4,508,129	3,425,909	12,260,795	66,682,966
672,000	4,871,171	3,425,909	13,379,992	66,484,461

貸出金				コールローン	その他	借方合計
証書貸付	当座貸越	割引手形	計			
10,644,216	1,416,120	5,075	12,142,184	1,069,831	9,865,965	69,945,557
11,110,009	1,440,521	6,631	12,635,598	1,160,361	7,180,613	67,005,866
11,970,559	1,464,991	5,896	13,518,066	1,262,105	7,656,877	68,838,912
11,941,178	1,440,595	6,827	13,471,702	1,344,962	8,052,685	68,656,075
11,491,649	1,434,068	5,534	13,012,729	1,190,410	7,697,585	67,524,708
11,196,319	1,400,343	5,081	12,684,490	1,375,000	7,479,587	66,682,966
10,285,511	1,614,688	7,629	12,000,502	1,236,448	7,178,222	66,484,461

合　連　合　会　主　要　勘　定

（単位 百万円）

借方							
現金	預け金		コールローン	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
59,213	30,714,506	30,616,006	4,000	403,902	16,477,597	6,933,061	1,510,123
56,645	31,190,557	31,097,694	32,000	406,023	16,499,200	7,034,303	1,499,814
62,975	30,783,163	30,686,889	2,000	411,564	16,985,596	6,975,532	1,512,949
106,874	31,022,280	30,930,225	2,000	408,546	17,068,619	7,006,539	1,538,647
65,374	30,487,695	30,387,930	2,000	400,261	17,315,739	6,987,051	1,543,169
61,805	30,360,390	30,266,726	32,000	394,020	17,548,096	6,978,231	1,545,827
57,876	29,219,464	29,128,381	-	381,091	16,940,698	7,175,073	1,531,406

合　主　要　勘　定

（単位 百万円）

借方							報告組合数
現金	預け金		有価証券・金銭の信託		貸出金		
	計	うち系統	計	うち国債	計	うち公庫(農)貸付金	
387,923	58,211,068	57,998,256	4,766,166	1,508,827	24,091,321	255,182	722
382,054	57,749,052	57,522,567	4,756,984	1,510,103	23,983,892	253,416	720
369,731	58,116,591	57,892,334	4,732,251	1,514,422	23,958,815	252,830	720
399,619	57,983,363	57,761,110	4,876,745	1,656,262	23,902,518	241,327	719
439,294	58,784,483	58,527,286	4,988,597	1,762,969	23,822,749	239,312	719
401,039	58,114,031	57,873,886	5,053,618	1,808,841	23,778,189	239,710	719
375,014	56,955,772	56,755,969	4,959,200	1,627,779	23,739,217	257,068	733

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

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		有価証券	貸出金
	計	うち定期性				計	うち系統		
2010．11	2,047,049	1,409,304	3,313	56,573	14,525	1,305,395	1,281,228	154,248	594,125
12	2,061,804	1,417,251	3,313	56,575	14,142	1,324,927	1,295,173	156,553	587,379
2011．1	2,042,138	1,407,949	3,312	56,580	14,512	1,308,997	1,286,192	157,830	580,307
2	2,047,759	1,401,535	3,303	56,584	13,731	1,316,070	1,294,553	157,884	578,128
2010．2	2,007,879	1,368,960	3,435	56,448	12,676	1,269,151	1,245,403	164,185	581,816

（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		有価証券	貸出金		
	計	うち定期性	計	うち信用借入金			計	うち系統		計	うち公庫(農)資金	
2010．9	882,507	549,665	155,606	120,146	118,644	7,733	835,857	819,233	4,175	220,516	8,540	161
10	918,753	578,770	157,170	120,537	118,745	7,639	874,393	863,571	4,174	221,021	8,515	161
11	904,343	559,766	148,799	114,743	118,783	9,201	865,710	854,363	4,174	213,089	7,298	161
12	901,947	556,609	142,968	111,532	118,476	8,152	861,227	848,996	3,208	211,611	7,042	161
2009．12	908,600	511,636	144,087	107,575	117,923	8,158	859,582	848,753	4,800	216,932	8,548	162

（注） 1 貯金のうち定期性は定期貯金・定期積金。
2 借入金計は信用借入金・共済借入金・経済借入金。（2009年4月より共済借入金を含まない）
3 貸出金計は信用貸出金・共済貸付金。（2009年4月より共済貸付金を含まない）

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

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
残高	**2007. 3**	**801,890**	**496,044**	**2,487,565**	**1,936,818**	**546,219**	**1,113,773**	**160,673**
	2008. 3	**820,756**	**509,860**	**2,525,751**	**1,956,991**	**555,619**	**1,137,275**	**163,300**
	2009. 3	**833,096**	**508,917**	**2,575,584**	**2,002,165**	**560,995**	**1,154,531**	**163,634**
	2010. 2	850,048	517,091	2,550,103	2,043,890	574,687	1,183,145	168,014
	3	844,772	511,870	2,633,256	2,072,150	567,701	1,173,807	167,336
	4	848,037	516,230	2,615,920	2,073,746	569,910	1,188,482	168,807
	5	848,431	518,217	2,639,017	2,077,071	568,402	1,185,709	168,756
	6	859,863	528,463	2,627,392	2,089,368	573,245	1,196,877	170,676
	7	858,437	528,440	2,583,335	2,073,691	569,539	1,192,613	170,448
	8	859,513	530,732	2,591,522	2,072,321	567,893	1,196,705	170,940
	9	853,943	524,926	2,619,065	2,071,464	570,627	1,195,743	171,601
	10	857,185	528,124	2,579,077	2,068,207	569,353	1,197,645	171,420
	11	856,774	527,514	2,601,743	2,073,550	568,471	1,194,795	171,266
	12	866,376	532,225	2,576,384	2,097,915	575,817	1,208,008	173,226
	2011. 1	860,261	527,861	2,591,537	2,081,173	570,432	1,199,848	172,297
	2	P 862,289	528,976	2,619,609	2,091,740	573,684	1,206,066	P 173,077
前年同月比増減率	**2007. 3**	**1.7**	**1.9**	**△0.8**	**2.5**	**0.9**	**2.0**	**0.8**
	2008. 3	**2.4**	**2.8**	**1.5**	**1.0**	**1.7**	**2.1**	**1.6**
	2009. 3	**1.5**	**△0.2**	**2.0**	**2.3**	**1.0**	**1.5**	**0.2**
	2010. 2	1.5	0.3	1.6	2.9	2.6	1.8	2.1
	3	1.4	0.6	2.2	3.5	1.2	1.7	2.3
	4	1.3	0.9	2.3	3.0	1.0	1.8	2.4
	5	1.3	1.5	3.7	2.9	0.7	1.8	2.5
	6	1.4	1.5	2.2	2.6	0.7	1.8	2.9
	7	1.6	1.7	1.8	3.1	0.7	2.0	3.1
	8	1.4	2.0	2.7	2.8	0.1	1.8	3.0
	9	1.5	2.5	3.3	2.7	0.3	1.9	3.1
	10	1.4	2.7	3.3	2.6	0.1	1.9	3.1
	11	1.5	2.9	2.2	2.5	△0.0	1.8	3.1
	12	1.6	2.3	1.6	2.7	△0.3	1.9	3.1
	2011. 1	1.5	2.4	2.0	2.6	△0.3	1.9	3.0
	2	P 1.4	2.3	2.7	2.3	△0.2	1.9	P 3.0

（注）1 農協、信農連は農林中央金庫、信用金庫は信金中央金庫調べ、信用組合は全国信用組合中央協会、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）
4 ゆうちょ銀行の貯金残高は、月次数値の公表が行われなくなったため、掲載をとりやめた。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

10. 金融機関別貸出金残高

（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
残高	**2007．3**	**212,166**	**51,529**	**1,808,753**	**1,442,604**	**416,504**	**634,955**	**93,670**
	2008．3	**215,985**	**52,468**	**1,804,791**	**1,480,672**	**426,428**	**635,433**	**93,828**
	2009．3	**223,750**	**56,420**	**1,897,811**	**1,544,616**	**432,999**	**648,785**	**94,073**
	2010．2	225,035	56,437	1,803,743	1,532,833	434,000	640,894	94,186
	3	226,773	55,916	1,797,912	1,544,708	433,144	641,575	94,025
	4	225,826	54,998	1,777,889	1,531,534	428,340	635,021	93,768
	5	227,369	55,306	1,766,880	1,530,272	427,572	634,292	93,495
	6	227,205	54,304	1,774,424	1,529,096	427,186	634,261	93,405
	7	227,403	54,457	1,762,812	1,539,053	428,740	636,198	93,669
	8	226,967	54,457	1,758,107	1,534,496	426,945	633,071	93,506
	9	225,874	54,230	1,763,793	1,546,611	432,112	637,070	94,022
	10 ＊	225,643	55,345	1,738,731	1,544,012	429,813	635,390	93,783
	11 ＊	225,134	54,626	1,725,712	1,540,993	428,648	632,816	93,621
	12	224,276	54,679	1,733,515	1,555,948	434,924	640,623	94,250
	2011．1	223,806	54,439	1,728,608	1,547,836	431,083	633,792	93,645
	2 P	224,015	54,324	1,729,538	1,551,660	431,006	633,177	P 93,739
前年同月比増減率	**2007．3**	**2.3**	**3.0**	**△3.0**	**3.0**	**1.6**	**1.3**	**0.6**
	2008．3	**1.8**	**1.8**	**△0.2**	**2.6**	**2.4**	**0.1**	**0.2**
	2009．3	**3.6**	**7.5**	**5.2**	**4.3**	**1.5**	**2.1**	**0.3**
	2010．2	2.5	△0.5	△4.8	△0.0	0.6	△0.9	0.1
	3	1.4	△0.9	△5.3	0.0	0.0	△1.1	△0.1
	4	1.2	△1.1	△5.7	0.1	△0.4	△1.3	0.2
	5	0.6	△0.6	△5.9	△0.0	△0.8	△1.6	△0.1
	6	0.5	△1.4	△4.6	0.3	△0.6	△1.3	0.1
	7	0.3	△1.2	△4.6	0.9	△0.4	△1.0	0.2
	8	0.1	△1.4	△3.7	0.8	△0.7	△1.3	0.1
	9	△0.2	△1.7	△3.1	1.0	△0.5	△1.2	0.2
	10 ＊	△0.2	△3.5	△4.1	1.0	△0.5	△1.2	0.0
	11 ＊	△0.4	△3.8	△4.7	1.2	△0.5	△1.2	△0.1
	12	△0.4	△3.6	△4.7	1.2	△0.3	△0.9	△0.2
	2011．1	△0.5	△4.5	△4.3	0.9	△0.7	△1.2	△0.5
	2 P	△0.5	△3.7	△4.1	1.2	△0.7	△1.2	P △0.5

（注） 1 表9（注）に同じ。
2 貸出金には金融機関貸付金を含まない。また農協は共済貸付金・公庫貸付金を含まない。
3 ゆうちょ銀行の貸出金残高は、月次数値の公表が行われなくなったため、掲載をとりやめた。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

農中総研ホームページの全面リニューアルについて（ご案内）

この度，当農林中金総合研究所のホームページ (http://www.nochuri.co.jp/) を刷新いたしました。「必要な情報が見つけやすい」「レポートを柔軟に検索できる」そして「提供情報がさらに充実した」ホームページを目指しております。

そのため，使いやすさに配慮してレイアウトやデザインを全面的に見直すとともに，新たな機能を数多く加えました。どうぞご活用ください。

農林中金総合研究所は，農林漁業・環境問題などの中長期的な研究，農林漁業・協同組合の実践的研究，そして国内有数の機関投資家である農林中央金庫や系統組織および取引先への経済金融情報の提供など，幅広い調査研究活動を通じ情報センターとしてグループの事業をサポートしています。

本誌に掲載の論文，資料，データ等の無断転載を禁止いたします。

農林金融

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

2011年5月号第64巻第5号〈通巻783号〉5月1日発行

編　集

株式会社 農林中金総合研究所／〒101-0047 東京都千代田区内神田1-1-12 代表TEL 03-3233-7700
編集TEL 03-3233-7775 FAX 03-3233-7791

発　行

農林中央金庫／〒100-8420 東京都千代田区有楽町1-13-2

頒布取扱所

株式会社えいらく／〒101-0021 東京都千代田区外神田1-16-8 Nツアービル TEL 03-5295-7579 FAX 03-5295-1916

定　価

400円（税込み）1年分4,800円（送料共）

印刷所

永井印刷工業株式会社

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/