

店舗規制緩和と金融機関の店舗展開

〔要 旨〕

- 1 80年代まで「銀行行政の歴史は店舗行政の歴史である」と言われたように、金融機関の店舗は監督当局によって設置場所、設置数、職員数、営業時間などが厳しく規制されていた。しかし、80年代後半から、店舗規制は大幅に緩和されるようになり、90年代後半には店舗通達の廃止、インターネットバンキングやコンビニATMをはじめとするチャネルの多様化等によって金融機関は自らの経営戦略に合わせた店舗戦略が求められるようになった。
- 2 金融機関店舗の規制緩和は大別して次の三つの時期に区分することができる。その第一期は、80年代から97年の店舗通達廃止までの時期である。80年代の金融機関店舗はフルバンキング型が一般的であり、各金融機関は店舗数を増加させ、より稠密なネットワークを構築することをめざしていた。しかし、90年代半ばから自己資本強化を求めるBIS規制や不良債権処理問題によって都銀等の支店数は93年をピークに減少していった。
- 3 第二期は、金融ビッグバンから00年までの既存の店舗統廃合とチャネルの多様化の時期である。店舗規制の緩和によってインストアブランチやインブランチストアの開設が可能となり、金融機関は従来よりも顧客にアクセスしやすくなった。しかし一方で、不良債権問題が90年代中頃よりも深刻化し、金融機関は安定した収益を確保するため、個人リテール業務に本格的に取り組み始めた。
- 4 第三期は、01年以降から今日まで続くワンストップ化への流れである。第一期、第二期が店舗規制の緩和であったのに対して、第三期は金融商品の販売チャネルの拡大や金融業の新規参入という形での規制緩和となり、質的に大きく変化した。
00年前後からは、「わが国金融システムの改革——2001年東京市場の再生に向けて」と題する金融システム改革構想をベースに銀行、証券、保険の垣根を取り払う法改正が次々と行われた。今日、金融機関の店舗数は減少しているものの、店舗は、伝統的な預金業務等だけでなく資産運用相談等を通じた顧客との相対取引を行う場として再び注目されている。
- 5 現在、多くの金融機関はリテール強化に向けて多様な店舗戦略を展開しているが、試行錯誤を続けていることも事実である。今後、金融商品の販売チャネルの多様化等が進展していくなかで、各金融機関は自らの顧客層の特性分析と同時に、今後どのような顧客層を開拓し維持していくのかという一層きめ細かな戦略が求められ、それに基づいた店舗形態の選択やネットワークを再構築する必要があるといえる。

目次

はじめに

- 1 店舗の規制緩和における時代区分
- 2 金融機関店舗の規制緩和（第一期）
- 3 金融機関店舗の規制緩和（第二期）
 - (1) 規制緩和と店舗統廃合
 - (2) 銀行ATMからコンビニATMへ

4 金融機関店舗の規制緩和（第三期）

- (1) 証券関係の規制緩和
- (2) 信託関係の規制緩和
- (3) 保険関係の規制緩和
- (4) 銀行代理店制度

5 規制緩和と経営課題

はじめに

1980年代まで「銀行行政の歴史は店舗行政の歴史である」と言われたように、金融機関の店舗は監督当局によって厳しく規制されていた。しかし、80年代後半から、店舗規制は大幅に緩和され、90年代後半以降には、店舗通達の廃止、インターネットバンキングやコンビニATM等のチャネルの多様化等によって金融機関は自らの経営戦略に合わせた店舗戦略が求められるようになっていく。

本稿は、80年代以降、店舗規制の緩和によって金融機関の店舗戦略がどのように変化したのか、また、規制緩和によって金融機関の店舗機能はどのように変化したのか、に焦点を当てて考察する。

1 店舗の規制緩和における時代区分

戦後の店舗行政は銀行法第8条を根拠

に、銀行法施行規則、銀行局長通達等によって設置場所、設置数、職員数、営業時間をはじめとした規制が行われ、金融機関の店舗戦略に大きな影響力を与えた。

金融機関の店舗が認可制とされた理由は、①経営者の自由にゆだねると店舗等が過度に増加し、経営の健全性が損なわれる、②地域の資金供給に影響を及ぼすため業務的、確、公正、かつ効率的な運営を確保する、③既存の利用者の立場を保護する、④仮に特定地域に集中すれば、地価や家賃の高騰を招くという可能性がある、というものであり、店舗等の設置等については大蔵大臣の認可を受ける必要があった。^(注1)

だが、80年代後半以降、金融機関店舗の規制緩和は急速に進展し、店舗展開は大きく変化していった。金融機関の店舗に関する規制緩和を大別すれば、次の三つの時期に分類できると思われる。

第一期は80年代から97年の店舗通達廃止までの時期である。この時期の金融機関店舗は預金獲得に重点を置き、さらなる稠密^{ちようみつ}なネットワークの構築をめざしていた。し

かし、バブル崩壊による収益力の低下やBIS規制に対応した自己資本強化等が求められ、都銀、第二地銀等の店舗数は93年をピークに減少に転じた。

第二期は金融ビッグバン（96年）から00年までのチャネルの多様化と既存店舗の統廃合の時期である。この時期は規制緩和によるインスタブランチやインブランチストアの開設、コンビニATMという新たなキャッシュポイントの誕生によって、金融機関は従来よりも消費者にアクセスしやすくなった。

しかし、不良債権問題が90年代中頃よりも深刻化し、主に大手金融機関は安定した収益を確保するため本格的に個人リテール業務に取り組み始めた。

第三期は、01年から今日まで続くワンストップ化への流れである。96年11月、政府は「わが国金融システムの改革——2001年東京市場の再生に向けて」と題する金融システム改革構想（いわゆる金融ビッグバン）を公表したことで、銀行、証券、保険の垣根を取り払う法改正が01年前後から次々と実施された。この時期の規制緩和は、設置数や距離の規制を中心とした店舗規制から、金融業の新規参入や販売チャネルの拡大へと質的に大きく変化した。

（注1）小山（1995）

2 金融機関店舗の 規制緩和（第一期）

銀行発展の条件は、①良い取引先・顧客

をもつこと、②良い店舗配置をもつこと、^{（注2）}といわれ、主に貸出超過傾向にある金融機関は、収益の源泉である預金を獲得するため、店舗を積極的に増加させようとしていた。79年度に小型店舗や機械化店舗が認め^{（注3）}られ、86年度には消費者金融店舗が認め^{（注4）}られたものの、預金、個人・法人貸付、為替業務等を行うフルバンキング型店舗が一般的であった。

戦後の店舗行政は、店舗数をはじめとする数量規制と距離規制の二本立てであったが、80年代から急速に自由化された。

まず、店舗行政の規制緩和における重要な変化は、いわゆる、81年度の300m行政^{（注5）}の導入と85年度の容積率基準の導入^{（注6）}である。この規制緩和を受けて、金融機関は都心部・郊外ターミナル駅周辺にフルバンキングの有人店舗の新規出店が可能となった。

87年度には、普通銀行の店舗外CD・ATMの設置数規制が企業内に設置する場合を除き、原則撤廃された（なお、相銀、信金は86年度に店舗外CD・ATM設置数規制が撤廃された）。これによって金融機関は店舗とATMによる稠密なネットワーク網を構築することができるようになった。加えてビル内の1・2階以外ならば自由に出店できる法人取引店舗の設置（いわゆる空中店舗）が認められた。90年代初頭には、主に大手金融機関が日曜日にCD・ATMを稼働させるサンデーバンキングを開始し、顧客の利便性はさらに高まった。

規制緩和はその後も進み、95年度には都

銀等の一般店舗及び小型店舗の設置数規制が完全撤廃された。^(注7)97年度には、金融機関は人口集中地域にほぼ自由な店舗展開が可能となった。また同時に店舗人員基準、出張所の業務取扱基準も緩和され、店舗新設の際に大蔵省へ事前届出を行う内示制度も廃止された。さらに、支店、ATM、インターネットの金融サービスにおける営業時間の届出制が廃止され、ATMの24時間化が容易になった。

97年、店舗通達そのものが廃止されたことで金融機関の新規出店は自由度が増した。

しかし、都銀、第二地銀、信組の支店数は93年3月末をピークに減少を続けた(第1表)。このころの金融機関はバブル崩壊に伴う多額の不良債権の処理、BIS規制に対応した自己資本比率の強化等が求められ、新規出店を抑制する傾向にあった。また、店舗の数量規制が撤廃された90年代半ばは、ATMの利用が銀行来店顧客の8～9割^(注8)を占め、店舗の役割が相対的に低下していた。そのため、各金融機関は出店コストまたは維持コストの高い店舗チャネルを削減し、ATMを増加させることでキャッシュポイントのネットワーク網を補完していた。

(注2) 佐竹・橋口(1967)

(注3) 「小型店舗」と「機械化店舗」は、一般店

第1表 業態別金融機関の支店数の変化

(単位 店)

	都銀	信託銀	地銀	第二地銀	信金	信組*	農協*
1990年3月	2,976	371	6,518	4,318	7,255	2,945	16,321
91.3	3,042	379	6,632	4,402	7,452	2,982	16,218
92.3	3,073	386	6,810	4,489	7,556	2,989	16,164
93.3	3,079	389	6,925	4,505	7,696	3,012	16,046
94.3	3,011	382	7,059	4,444	7,785	3,008	15,974
95.3	2,985	380	7,082	4,453	7,860	2,984	15,875
96.3	2,968	378	7,097	4,443	7,944	2,904	15,714
97.3	2,946	357	7,090	4,421	7,990	2,872	15,568
98.3	2,901	346	7,057	4,364	8,031	2,822	15,368
99.3	2,632	399	7,014	4,337	8,050	2,677	14,951
00.3	2,530	389	6,938	4,255	8,004	2,575	14,642
01.3	2,409	367	7,044	3,931	7,842	2,265	14,346
02.3	2,358	321	6,913	3,772	7,781	2,327	13,836
03.3	2,147	242	6,747	3,513	7,673	2,008	13,358
04.3	2,104	233	6,689	3,315	7,471	1,973	12,542
減少率 ^{***} (%)	31.7	58.4	5.7	26.4	7.2	34.5	23.2

資料 (財)金融情報システムセンター編『金融情報システム白書』各年度

(注)1 色網掛け部分は90年以降のピーク時の支店数を表している。

2 *信組と農協は本店、支店、出張所を合わせた数値を表している。

3 **「減少率」はピーク時と04年3月末の支店数とを比較したものである。

舗よりも投資額を抑制し、きめ細かなサービスが可能になるとの観点から認められた。小型店舗は取扱業務に制限がないものの、当初、人員基準は原則10名以内とされた。機械化店舗は取扱業務が預貯金、消費者金融に限定した貸付業務、内国為替業務、これらの付随業務であり、ATMが主体となる店舗であった。人員基準は原則4名以内とされ、出張所扱いとされた。機械化店舗の設置場所には制限がなかった(『第28回銀行局金融年報昭和54年版』参照)。

(注4) 「消費者金融店舗」の大きな特色の一つは、デパート、スーパー等で消費者金融業務(消費者ローン、住宅ローンなど)を営むことができたことにあった。窓口で預金業務を行うことはできないが、CD・ATMを設置することができた。また、消費者金融店舗は、営業時間をデパートやスーパーに合わせることができ、土日営業も可能であった。しかし、サンデーバンキングの導入によって消費者金融店舗は閉店が相次ぎ、93年の店舗通達で機械化店舗に統一された(『第35回銀行局金融年報昭和61年版』参照)。

(注5) 当時、一般店舗の新設は、周囲500m以内に同種金融機関2未満かつ同種・異種金融機関合わせて4未満の場所に設置するように規制さ

れていた。「300m行政の導入」とは、周囲500mという規定を周囲300mとすることであり、この緩和によって店舗の新設が容易となった。なお、81年の店舗通達によって小型店舗の設置基準も一般店舗と同様の場所とされた（『第30回銀行局金融年報昭和56年版』参照）。

（注6）85年度の規制緩和で三大都市圏（東京都区
内、大阪、名古屋市内）の特に経済集積度の高
い場所に一般店舗を新設する場合は、周囲150m
以内に中小金融機関が4未満の場所であれば、
設置できるとされた。ここでいう「経済集
積度の高い場所」とは、容積率が900%以上の場
所をさす。この規定によって大都市圏での出店
が従来に比較して容易になった（『第34回銀行局
金融年報昭和60年版』参照）。

（注7）地銀、第二地銀、信金の一般店舗及び小型
店舗の設置数規制は93年度に撤廃された。

（注8）福原（1995）

3 金融機関店舗の 規制緩和（第二期）

（1）規制緩和と店舗統廃合

第二期における金融機関店舗の規制緩和の特色は、店舗の自由化によってインストアブランチやインブランチストアなど多様な店舗展開が可能となったことである。

インストアブランチは、金融機関がスーパーマーケット等に支店・出張所を開設する店舗形態であり、90年代半ば以降の規制緩和を受けて誕生した。97年、阪神銀行が神戸市内のショッピングセンターに出店したことが始まりといわれ、今日では、多くの金融機関が主に個人顧客の獲得、投資型金融商品の販売、新規口座の開設や書類の受け渡しをはじめとした一般店舗の事務補完を目的としてインストアブランチを導入している。

98年6月には銀行店舗の第三者への賃貸

を規制していた「営業用不動産の有効活用に関する通達」^{（注9）}が廃止された。これによって店舗スペースの有効活用策としてコンビニエンスストアやドラッグストア、カフェ、ファストフード店などを誘致するインブランチストアの出店が可能となった。

一連の規制緩和によって金融機関の店舗は多様化し、従来よりも利用者に密着した店舗展開が可能となったが、金融機関の支店数は大きく減少していった。前掲第1表に見られるとおり、04年3月末にはピーク時と比べて都銀31.7%（3,079→2,104）、信託銀行58.4%（399→233）、地銀5.7%（7,097→6,689）、第二地銀26.4%（4,505→3,315）、信金7.2%（8,050→7,471）、信組34.5%（3,012→1,973）、農協23.2%（16,321→12,542）もの支店が減少した。このなかで、都銀、信託銀行、信組は、30%以上も支店数を削減させている。都銀と信託銀行における支店削減の主な要因は、早期是正措置の導入（98年）に対応する資本効率の向上であり、信組における支店削減の主な要因は合併や経営破綻等によるものであった。なお、地銀は破綻先金融機関の受入れのほかに、地域密着経営の観点から支店の削減を極力回避したため、減少率は低くなっている。

さらに、90年代後半は、金融機関が安定した収益を確保するためリテール業務を本格化し、店舗機能の見直しや店舗網の再編に着手した時期でもあった。各金融機関は、フルバンキング体制から営業地域をエリアごとに区切り、法人業務を母店に集約する一方で、個人リテール業務をサテライト店

に移管することで、より機動力のある営業体制を構築した。サテライト店とは、主に個人顧客を対象に預金業務や投資型商品の販売等を目的とした店舗である。また、インスタブランチやインブランチストアもリテール強化策の一環として位置付けられた。

(注9)『ニッキン』98年5月15日付

(2) 金融機関ATMから コンビニATMへ

90年代後半は、維持コストの高い店舗よりもテレフ

ォンバンキングやインターネットバンキング等のダイレクトチャネルが低コスト・チャネルとして注目され、ATM設置台数が増加した時期でもあった。

だが、都銀、信託銀行、地銀、第二地銀のCD・ATMの設置台数は、98～00年にかけてピークを迎え、その後は減少に転じていった(第2表)。04年3月末におけるCD・ATMの設置台数はピーク時と比較し、都銀17.1%(31,908→26,464)、信託銀行39.7%(1,120→675)、地銀4.5%(36,269→34,635)、第二地銀12.1%(13,625→11,971)の減少となっている。なお、農協、信金、信組におけるCD・ATM設置台数のピークにはばらつきがあるものの、近年では減少傾向が続いている。

ATMの設置数が減少した背景には、チ

第2表 業態別金融機関のCD・ATM設置台数の推移

(単位 店)

	都銀	信託銀	地銀	第二地銀	信金	信組	農協
1990年3月	19,724	906	20,681	8,290	11,915	2,432	10,840
91.3	22,218	937	23,182	8,974	12,790	2,668	11,374
92.3	24,980	970	25,065	9,558	13,498	2,879	11,735
93.3	27,256	998	26,986	10,074	14,293	3,001	11,989
94.3	28,780	971	28,766	10,493	14,752	3,045	12,227
95.3	29,892	992	30,200	10,964	15,712	3,111	12,447
96.3	30,976	996	31,870	11,502	16,458	3,065	12,572
97.3	31,452	976	33,243	12,149	17,234	3,090	12,744
98.3	31,908	963	34,564	12,491	18,107	3,106	12,864
99.3	30,634	1,120	35,584	13,555	18,577	2,980	12,998
00.3	30,652	1,113	36,269	13,625	19,136	2,934	13,097
01.3	29,553	1,060	34,926	13,153	19,416	2,871	13,159
02.3	28,958	933	35,635	12,917	19,653	2,795	13,116
03.3	27,499	796	35,146	12,518	19,656	2,485	12,997
04.3	26,464	675	34,635	11,971	19,381	2,401	12,773
減少率 [*] (%)	17.1	39.7	4.5	12.1	1.4	22.8	2.9

資料 (財)金融情報システムセンター編『金融情報システム白書』各年度

(注)1 色網掛け部分はピーク時の設置台数を表している。

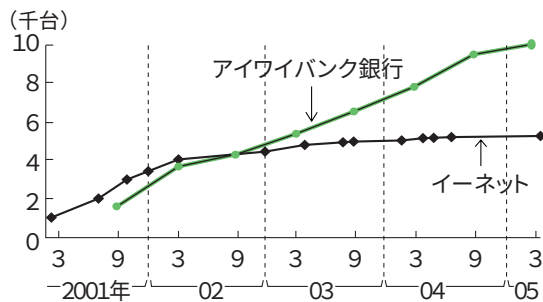
2 *「減少率」はピーク時と04年3月末の設置台数とを比較したものである。

ャネルの多様化とともに主にコンビニエンスストアに設置することを目的とした、いわゆるコンビニATMの増加をあげることができる。

一般的に店舗外ATMは駅前周辺などの繁華街に多く設置され、住宅街には少ないという問題点があった。しかし、コンビニエンスストアのそれは、住宅街にも多く設置されており、利便性の観点からも有力なチャネルとなった。サービス面についてもコンビニATMは、24時間営業で行われるほか、金融機関自らが店舗外ATMを設置するよりコストを削減することができたため、急速に広がっていった。

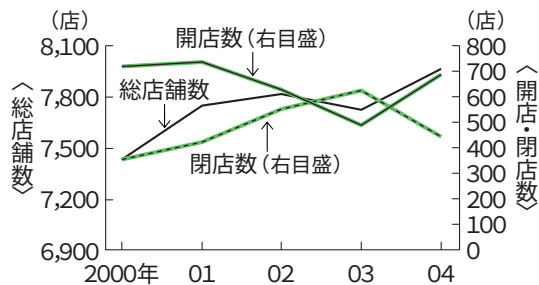
第1図は、アイワイバンク銀行(01年開業)とイーネット(99年開業)のATM設置

第1図 アイワイバンク銀行とイーネットのATM設置台数



資料 アイワイバンク銀行『ディスクロージャー誌』, イーネット・プレスリリース等から農中総研作成

第2図 ローソンにおける店舗数の推移



資料 ローソン『アニュアルレポート2004』

台数の推移を表したものである。両社とも金融機関のATMが減少傾向にある時期にATMの設置台数を着実に増加させていることがわかる。

ただし、コンビニATMは、コンビニエンスストアの閉店によってキャッシュポイントが変化するというデメリットもある。第2図はローソンにおける店舗数の推移を表したものであるが、03年は閉店数が開店数を上回っており、キャッシュポイントが頻繁に変化する可能性があることを示唆している。

現在では、金融機関は店舗外ATMの削減を行っているが、その一方で、より利用頻度の高い場所にATMを配置する傾向も

ある。その取組みの一つが駅構内ATMである。00年、池田銀行が阪急電鉄と共同で駅構内にATMを設置したことをはじめ、今日では関西アーバン銀行、東京三菱銀行(阪急)、新生銀行(京急)、横浜銀行(小田急、相模)なども駅構内にATMを設置している。^(注10)

(注10) 日本経済新聞04年10月17日付

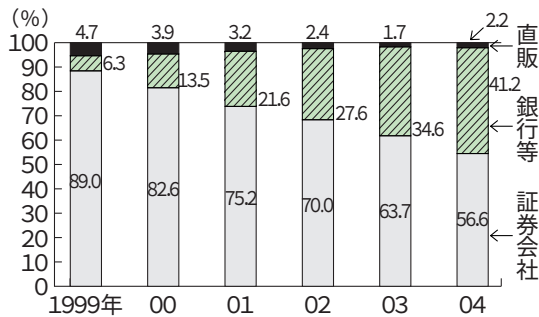
4 金融機関店舗の規制緩和(第三期)

第三期における金融機関店舗の規制緩和は、01年から今日まで続くワンストップの流れである。第一期、第二期の規制緩和は店舗規制中心の緩和であったが、第三期の規制緩和は金融商品の販売チャネルの多様化や金融業の新規参入などを目的としており、質的に大きく変化していった。

98年には、金融ビッグバン構想を受け、銀行、証券、保険分野の垣根を取り払い、多種多様な金融商品・サービスを投資家や消費者に提供する「金融システム改革法」などの金融関連法が成立した。これによって、投信販売が銀行、保険の他業態にまで認められるようになった。

第3図は、契約型公募・私募投資信託合計の純資産残高を販売態別に表したものである。99年、証券会社の投資信託販売は全体の89%を占め、銀行等のそれは6.3%に過ぎなかった。しかし、04年には証券会社の投資信託販売は全体の56.6%と大幅に減少しているのに対して、銀行等のそれは

第3図 契約型公募・私募投資信託合計の
販売態別純資産残高の状況



資料 (社)投資信託協会ホームページ

41.2%へと拡大し、銀行等が重要なチャネルへと変化していることがうかがえる。さらに02年には、「銀行法等の一部を改正する法律」により、今まで認可制とされていた支店等の設置が事前届出制とされ、リテール戦略の自由度がさらに増した。

次項以降では、投信窓販解禁以降の販売チャネルの多様化についての規制緩和を簡単にまとめることにする。

(1) 証券関係の規制緩和

金融庁が02年に「証券市場の改革促進プログラム」を公表し、系列関係にある銀行と証券会社と同じフロアで営業する共同店舗の出店が可能となった。

この規制緩和を受けてみずほ銀行はみずほインベスターズ証券と共同店舗を出店し、04年には三菱東京フィナンシャル・グループが銀行、証券、信託の共同店舗「所沢プラザ」を出店した。証券会社との共同店舗は、証券会社になじみの薄かった顧客が株式・債券を購入するようになり、グループ全体のメリットは高まっている。

04年12月からは、銀行が証券会社に株式等の売買注文を取り次ぐことが可能となる証券仲介業が解禁となった。最近ではメガバンクのみならず、地域金融機関も証券仲介業に積極的な取り組みを見せつつある。

(2) 信託関係の規制緩和

金融機関が信託銀行に業務の取次ぎを行う信託代理店制度は、93年、地域金融機関に認められたが、都銀には認められていなかった。

そこで、「金融機関の信託業務の兼営等に関する法律」が改正され、旧・大和銀行以外の金融機関本体が信託業務を行うことと都銀が信託代理店業務を行うことが認められた(02年)。また、04年には改正信託業法が成立し、信託業が金融業のみならず一般事業会社にも認められた。今日では、ノンバンクが信託業務に参入する動きもある。

(3) 保険関係の規制緩和

保険商品の銀行窓販は、01年4月、住宅ローン関連の信用生命保険・長期火災保険・返済支援保険や海外旅行傷害保険が解禁され、02年には、個人年金保険、財形保険、年金払積立傷害保険、財形傷害保険が^(注11)解禁された。

今後、金融庁は05年末に一時払養老保険や一時払終身保険など貯蓄性の高い商品の解禁をめざしており、医療、ガン、自動車保険の銀行窓販解禁は07年末になるとも言われている。^(注12)

(注11) 金融審議会金融分科会第二部会（2004）

(注12) 日本経済新聞05年5月19日付

(4) 銀行代理店制度

第三期の規制緩和は、金融商品販売チャネルの多様化のほかに異業種の銀行業参入が検討されていることも特色の一つである。ソニー銀行やアイワイバンク銀行は銀行設立という方式で銀行業に参入したケースであるが、今日では銀行代理店制度を緩和することで異業種参入を促進しようと試みられている点が従来と大きく異なっている。

現行の銀行代理店制度は、法人代理店の条件に銀行の全額出資子会社であることや他の業務を行わない金融専業であること等が含まれているため、実質的に他業種が銀行代理店を営むことはできなかった。そこで、現在、一般事業会社も代理店を営むことができるように議論されている。銀行代理店制度が改正されれば、スーパー、自動車販売会社等は銀行代理店として預金、住宅ローン、自動車ローンなどの金融商品の取扱いが可能となり、金融のアンバンドリング化が進展すると思われる。

5 規制緩和と経営課題

現在、多くの金融機関はリテール強化に向けて多様な店舗戦略を展開している。個人顧客を取り込むため各金融機関はインストアブランチ、コーヒーショップやファストフード店を誘致したインブランチストアを出店している。また、支店数は減少して

いるものの、金融機関で取扱可能な金融商品が増加したことで、店舗が資産運用相談の場として再評価されるようになってきた。

金融機関の店舗は規制緩和によって、従来の横並び的な発想から徐々に多様化してきているが、その一方で、各金融機関は今後の店舗戦略について試行錯誤を続けていることも事実である。

個人顧客の取り込みをめざして導入されたインブランチストアは、提携先によって顧客属性が大きく異なるという課題を有している。例えばファストフード店とのインストアブランチは顧客層が若年層に偏り、投資型金融商品の売上げに貢献しないケースがある。また、ある金融機関はインストアブランチを出店したが、一般店舗の事務補完機能が主な業務となり、当初期待していた資産運用相談という目的を達成せずに撤退したケースもあった。

近年、メガバンクを中心とする都市型金融機関は来店誘致を主体とした新型の店舗を展開しているが、その一方で顧客の多くが中小企業、自営業者であるため従来のフルバンキング型店舗を踏襲していくスタンスの地域金融機関もある。また、地域によっては、高齢者を取り込むため渉外活動できめ細かく対応することを考えている金融機関もある。

金融機関は規制緩和によって自由な店舗展開を行うことができるようになったが、それは各金融機関がどのような戦略で生き残っていくのかという課題を突き付けられ

ていることでもある。そのため、各金融機関は自らの顧客層の特性分析と同時に今後どのような顧客層を開拓し維持していくのかという、一層の緻密な戦略が求められ、その戦略に基づいた店舗形態の選択やネットワークを再構築する必要があるといえる。

<参考資料>

- ・小山嘉昭（1995）『全訂銀行法』（財）大蔵財務協会
- ・佐竹浩・橋口収（1967）『新銀行実務講座 第13巻 銀行行政と銀行法』有斐閣
- ・大蔵省銀行局金融年報編集委員会編『銀行局金融年報』金融財政事情研究会、各年度
- ・全国銀行協会（1996）「店舗規制の推移（昭和60年

度以降）」『金融』通号597,12月

- ・福原正弘（1995）「小規模多店舗展開による店舗網強化は続く」『金融財政事情』6月5日
- ・金融審議会金融分科会第二部会（2004）「銀行等による保険販売規制の見直しについて」3月31日
- ・（財）金融情報システムセンター編『金融情報システム白書』各年度
- ・アイワイバンク銀行（2004）『ディスクロージャー誌』
- ・イーネット・プレスリリース
- ・ローソン（2004）『アニュアルレポート』
- ・日本経済新聞、日経金融新聞、ニッキン
- ・金融庁、（社）投資信託協会、みずほ銀行、池田銀行、イーネットの各ホームページ

（研究員 古江晋也・ふるえしんや）

農林漁業金融統計2004

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