

# 地域金融機関の収益力

## - 地盤と組織に関する計量分析 -

九州大学 堀江康熙  
神戸商科大学 川向 肇

近年、金融ビッグバンや経営破綻など、21世紀に向けた金融機関経営を巡る課題は多い。その場合、都銀等のように国内業務のみならず国際業務の面でも活躍を目指す上位業態のグループが分析対象として取り挙げられ、地域金融機関（本報告では地銀、第2地銀、信金および信組を対象）については新古典派型の応用分析が一部みられるに留まり、経営環境自体を含めた研究は殆どない。これは、地域金融機関の経営を左右する要因、特に「地域性」および組織力（ないし経営体制）に関する定量的な取扱いが難しいところにある。前者については県内総生産等を指標とする例もみられるが、小規模金融機関にとりこうした指標は余りにも大まかな感が強い一方、後者については個別性が強く定量化出来ないとされてきたのである。現実には、これらの要因が経営に対して決定的な影響を及ぼしていることは否定出来ない。

本報告では、従来の分析で前提となっていた短期的な利潤最大化行動上といった仮説は採用しない。それに替えて、金融機関の収益力自体を決定すると考えられる「経営地盤」を分析対象とする。即ち、競合関係を含めた営業エリア内の経済的な「豊かさ」および当該金融機関の経営組織力（ないし経営体制）と収益力との関係を分析対象とする。先ず、市街地人口を基準にグループ化した金融機関に関して、収益力格差の統計的な有意性を検証する。それを基に金融機関をグループ化しつつ、利益率と店舗の効率性、および、経営組織力との関係等について、簡単な計測により大まかな傾向を把握する。その場合の経営組織力としては、組織の重層性（役員数と本部部室数との比率）、本部人員比率および営業店当たり人員数を指標として取り挙げ、店舗の効率性については、営業店当たりの預貸金残高および店舗外ATM・CDの設置台数を使用する。

但し、こうした大まかな分析では、地域の経済活動の影響特に店舗配置の特性を捉えることは難しい。そこで、これらを踏まえて、近畿地方に本店を有する信金・信組に関して、営業店周辺の経済的指標、および競合店舗の多寡が収益力に及ぼす影響を計量的に考察する。従来の分析では、金融機関店舗のサービスへのアクセス度合いを示す指標として単位面積当たりの営業店数を使用することが多いが、そうした指標は狭域で営業を営む小規模金融機関を対象とする分析には不適當である。本報告では、各店店舗の主たる営業対象範囲が1km四方程度であると考え、そのエリア内の世帯数・事業所数・競合金融機関数を取り出し、それらを地域内の経済的な「豊かさ」および競合関係を表す地域的指標とし

て使用する。そして、それらの指標と経営組織力を表す指標を用いて計測を行っている。

このように、本報告ではいわゆるメッシュデータを活用し、実際に配置されている営業店周辺の経済状態等を直接把握しているところに、従来の分析でみられた粗さを回避し得ている理由がある。