

〈論文〉

地域金融サービスと中小企業経営 —店舗戦略をめぐって—¹⁾

Regional Financial Services with Branch Strategies and Management of SMEs

近藤 万峰・内田 滋・葛西 正裕²⁾

KONDO, Kazumine, UCHIDA, Shigeru, KUZUNISHI, Masahiro

Abstract:

This paper investigates using questionnaire survey to analyze the status-quo of relations between regional financial services and management of small and medium-sized enterprises with respect to branch strategies of the financial intermediaries. Although mobile and online banking has widely become popular, SMEs still highly need financial services through branches of the institutions. The follow-up policies by banks may be effective for not a few clients to cope with closures of branches. The decision of the closing can be one of the most important managerial strategies since not a few companies consider changing their main-bank by its incidence. Many firms tend to be cautious about switching main-bank in consequence of the merits of relationship banking.

Keywords:

Regional Finance, Financial Institutions, Branch Strategies, Small and Midium-sized Enterprises, Relationship Banking

1) 本論文は、愛知学院大学経済研究所による令和4年度研究資金助成を受けた共同研究成果の一部である。ここに、記して謝意を表する。

2) 順に、愛知学院大学経済学部教授・経済研究所特任研究員・経済学部准教授。

要旨 地域金融機関としての経営効率化については、店舗網すなわち営業ネットワークという内部組織の経営資源の効率的運用が不可避であり、小論では店舗をめぐる金融サービスと中小企業経営に関してアンケート方式による調査・分析をおこなった。そこでは、インターネットバンキングの普及にもかかわらず店舗利用に関して、顧客サイドの中小企業による店舗へのニーズには依然として高いものがある。一方で、店舗閉鎖にもかかわらず深刻な影響を受けていない顧客企業も少なくない点については、金融機関によるフォローが効いている可能性を示している。他方で、店舗閉鎖によるメインバンクの変更を視野に入れるという割合も少なくないので、閉鎖の意思決定は経営戦略面で極めて重要となる。ただ、多くの中小企業では、メインバンクの変更にはリレーションシップバンキングの面からも慎重であることがうかがわれるなど興味深いファインディングが得られた。

キーワード 地域金融, 金融機関, 店舗戦略, 中小企業, リレーションシップバンキング

I はじめに

近時における我が国の金融環境については、先ず日本銀行によるこれまでの金融緩和政策の維持・継続という背景が令和4年度第2四半期現在で指摘されると同時に、それに関する出口戦略への議論も行われていることがあげられる。併せて、この国内要因のほかに、米国FRB(連邦準備制度理事会)をはじめ欧州などの中央銀行によるインフレ対応としての利上げの動向が外国為替市場を通じて及ぼす円安による輸入品価格の上昇などをはじめとして、国際収支ないし国内経済に与える影響も国際的要因として看過しがたいものとなっている。ただ、一部における消費財や生産財の値上げをはじめとする物価水準の上昇傾向により、インフレ目標に対する目安としての2%問題やGDPデフレーターなどをめぐる議論が惹起されている。その結果が現状の金融緩和政策の終焉にいかほど結びつくものであるのかは現在において必ずしも明確ではなく、令和5年度第1四半期頃までは従来の傾向が続くことも予想される³⁾。

地域金融についても、概ねその傾向に依存するところが大きいので、独自の顕著な動きは見出しがたいところとなっている。前稿、近藤・内田・葛西(2022)でも指摘されたように、依然として日本銀行によるマイナス金利政策ないし超低金利政策のもとにあっては金融機関とり

3) なお、このような状況から、日本銀行によるマイナス金利導入を含む超低金利政策などといったいわゆる異次元緩和のレベルを脱して、通常における景気対策としての財政金融政策での金融緩和レベルへ移行するという見直しは是とされてよいと思われる。

わけ地域金融機関において、国際金融業務の比率の大きいメガバンクとは異なり商業銀行の基本的業務である預貸業務の比率が大きく、そこでの収益確保に腐心する傾向が強いものとなっている⁴⁾。加えて、地域金融市場をめぐる金融機関間競争も所与の金融環境下において従前に引き続いて行われており、主に地域金融機関の業態内部における業務提携や経営統合などの再編成が観察されている。そこでは、経営効率化の要請が経営陣に求められており、本稿で取り上げる店舗戦略にも結び付くものとなっている。

一方、地域企業とりわけ一部の中小企業にあつては、いわゆるゼロゼロ融資といわれる実質無利子無担保の貸出しにかかる返済が始まることを見越しての財務戦略そして事業戦略に向けた経営戦略の見直しが求められている。これに関しては、取引相手の地域金融機関サイドにおいても信用リスク管理の面で必要な対応が例えば一般的ないし個別的貸倒引当の再検討や伴走型コンサルティングの拡充などを含めて採用されることとなっている。

さらには、将来において日本銀行による金融緩和政策への出口戦略の見直しがもし進むとすれば、中小企業全般にあつてもそれが影響するところの予想される景気後退などの新たな状況への対応も準備することが求められる。

他方、コロナ禍の収束が依然として見通せない中では、近時における行動制限の伴わない中であっても宿泊・飲食・旅行・運輸等の諸産業における需要落ち込みからの相応の回復は見られるものの、コロナ以前のような力強さには未だ戻っていないとみなされる。加えて、諸物価の上昇傾向による消費財および生産財に関する市場需給への負の影響も懸念されるところとなっており、地域経済においても産業による差異はあるにせよ企業とりわけ中小企業の業績動向に影響する要因となっている。

このような地域金融や地域経済を取り巻く状況の下で、本稿では、地域金融サービスの需給面における顧客サイドとりわけ地域の中小企業からのニーズに関して店舗サービス需給に絞ってアンケート調査をおこないその現状分析を試みることにする。

まず、周知のようにインターネット形式によるアンケート調査については、調査対象者であるアンケート回答者に関してインターネット選好やネットリテラシーなどに基づくいくばくかのバイアスの存在が考えられることを前もって断っておこう。なお、それは、世代や地域による差異とも関連することが予想される。詳しくは後述されるが、今回の調査対象者は公務員や農林漁業従事者を除く就業者であり、20歳台から70歳台までの年齢層である。そこでの高齢者世代⁵⁾の割合は、一般的な人口動態におけるものよりも定年退職等により小さくなっている。ま

4) 近藤・内田・葛西(2022)参照。ただ、このような市場金利環境にあつては、利鞘の縮小にともなう収益構造の変化が改善される見通しが遠いことを懸念して、市場運用への割合をリスク管理の徹底を条件に増加させるインセンティブも否定できない。

5) ここでは、60歳台と70歳台としている。

た、地域的差異についても、回答者の地理的分布が人口的に大都市に多いが、全国的に分散している。加えて、現代における ICT の普及ないし DX (デジタルトランスフォーメーション) 動向などの背景やネット社会の拡充状況、さらには近時のコロナ禍にあってのリモート就業の増大状況などからみて格差の懸念は小さいものと仮定している。

調査分析における内容とその結果については、次節において詳述されるが、ここではその主要内容についてあらかじめ紹介しておこう。

Q&A (質疑応答) のアンケート実施における回答者の所属する企業等の規模別構成については、5名以下が40%と最も多く、次いで11~30名が18%、6~10名が14%で続くなど比較的やや小さな中小企業が多くなっている。このことは、地域金融機関とりわけ比較的限定された地理的範囲において地域密着型経営を展開する信用金庫のほか第二地方銀行や地方銀行などにおいて提供される金融サービスの取引相手としては概ね合致するところとなっているため、地域金融サービスの需要サイドのニーズの反映には妥当なところといえる。

回答者の所属企業の産業部門としては、第3次産業が約半分で、次いで第2次産業が3割となっており、概ね我が国の産業構造が反映するところがうかがわれる。また、その企業の社齢では、30年以上のものが約半数となっており、概ね地域で継続して経営活動をしている中小企業がベースになっていることがわかる。

実質的な調査内容に関わるところに入っていくと、まずは金融機関店舗の必要性についてであるが、「従来と不変」が6割となっており、「やや低下」と「低下」が20%で、「やや増した」と「増した」の17%を若干上回っている。このことは、モバイルバンキングないしインターネットバンキングの利用が増えてネット社会が浸透してきた中でも依然として店舗の必要性が高いことを示している。

そこで、普及してきたインターネットバンキングについてみると、「よく利用している」が51%で最も多く、「たまに利用している」の16%を合わせると67%と大勢を占める。しかし、一方では「一度もない」が20%あって、地域密着型営業を行う地域金融機関においては軽視しがたいところであり、当面は従前どおりの店舗ないし対面での対応を継続することが求められるであろう。その多くが年配層の役職員ないし事業主と推察されるため、資産管理や事業承継等をはじめとする顧客サイドのニーズに対応してコンサルティングや相談業務も併せて行うことが有効となってくるものと思われる。

インターネットバンキングを利用している顧客への質問で、店舗の必要性が「高い」は38%で、「やや高い」の33%を合わせると71%になり、金融技術革新が進行する環境下でも依然として中小企業にとっては金融機関店舗を必要としていることが読み取れる。

また、店舗の地理的立地については、その近さを「やや重視する」が37%で、「重視する」の36%を加えると73%にもなり、その地理的な利便性も重視されていることがわかる。

必要なサービス内容については、「融資関連」が39%で首位となっており、次いで「決済関

連」が21%、「預金関連」が17%、「各種経営支援」が6%などと続いている。

店舗の閉鎖の経験では、「なし」が68%と大部分を占めてはいるが、「一つ」が13%、「複数」が11%と約2割強に昇っており、現実的にも店舗閉鎖が進行していることがわかる。なお、その閉鎖の影響については、「なし」が44%であるが、一方で「預金関連」で19%、「決済関連」で14%、「融資関連」で12%の影響ありという軽視できない答えとなっている。このことは、上で見たような高い店舗サービスへの必要性を考えれば、閉鎖における金融機関サイドのきめ細かな顧客対応策すなわちフォローアップが営業戦略面でも有効となっている可能性が示唆されるとともに、今後一層必要であることが分かる。

もし店舗が閉鎖されるならばメインバンクを変更するかという問いについては、「変更する」という肯定的なのが34%で、否定的が28%、中立的が32%となっている。この数値の解釈については、リレーションシップバンキングの態様がそれぞれの地域における経済社会的特性にもいくばくか依存しているとも考えられるので一律的な答えは出し難いところである。ただ、全国にわたるアンケート全体としての回答であることを考えれば、店舗閉鎖には一層慎重な検討を伴うのみならず、実施に際してはフォローアップなど顧客離れへの対応を機関経営の効率化と如何に整合的に採用するかが問われるものと考えられる。

同様に、閉鎖のケースを念頭にすれば企業がメインバンクに求めるものは何かということ(複数回答可)については、トップに「融資条件を厳しくしないこと」の37%が来て、次いで「融資以外のサービスの質を低下させないこと」が31%、「新しい店舗を利用しやすくする」26%、「閉鎖の理由・経緯の説明」24%、「行員・職員の訪問頻度を減らさない」18%などとなっている。中小企業ないし自営業者にすれば、閉鎖に際しての融資に関する条件の変更については、従前どおりの店舗取引から異なる新店舗との取引への移行あるいはメインバンクの変更などを余儀なくされるという金融機関サイドに起因する要因によるものであって、顧客サイドの経営状況に基づくものではないだけに容易には受け入れ難いということでもあろう。このことは、近年における金融環境や経済環境にも依存する中で金融機関の経営戦略面で、改廃統合等の店舗整備や他機関との提携合併等の再編成により地域金融サービスの実質的低下をきたせば結果的に地域経済の衰退にもつながりかねず、地域金融機関には応分の配慮が地域のステークホルダーないし地域社会全体にとって求められるであろうことを示唆している⁶⁾。

II 近年における金融機関の店舗戦略と中小企業経営

金融機関の店舗が、サービスを提供する金融機関とサービスを受ける家計、企業とを結ぶ要所であることに疑いの余地はない。しかし、近年におけるICTの目覚ましい発展に伴い、金融サービスの生産や提供においても同技術が盛んに活用されるようになっており、金融機関の店

6) このことは、地域社会における金融機関のCSR(企業の社会的責任)とも関連するものでもある。例えば、Habib, Ahmed and Uchida (2007), 内田 (2017, 2020) など参照。

舗の役割は、過去と比べ、低下している。

また、人口減少や長期に渡る超緩和的な金融政策の影響により、金融機関の経営は厳しさを増している。そうした中において、金融機関は、経営合理化策をとる必要性に迫られているが、その1方策として店舗リストラが行われている⁷⁾。従来、金融機関の店舗リストラは、メガバンクの再編に伴う重複店舗の統廃合が中心であったが、近年では、再編をした地域金融機関はもとより、再編をしていない地域金融機関にまでその動きは広がっている。その結果、金融機関のすべての業態において、店舗数は大きく減少している⁸⁾。

こうした中において、わが国の企業の大半を占める中小企業の金融サービスの利用環境は影響を受けているのであろうか⁹⁾。店舗が減少していく中で、中小企業が、従来に比べ、金融サービスを受けることに支障を来しているとするれば、わが国や地域の経済に及ぶ影響は計り知れないものになり得る。また、地域の中小企業の声を無視した強引な店舗リストラが行われてしまうと、顧客離れが進み、経営合理化策の一環として行っている店舗リストラが、かえって金融機関の経営にダメージを及ぼしかねない。

本節では、中小企業を対象として実施したアンケート調査の結果をもとに、今後の金融機関の店舗リストラのあり方を考察することを目的としている。具体的には、中小企業にとっての金融機関の店舗の必要性和、店舗の存在や店舗閉鎖が金融機関との取引に及ぼす影響を明らかにしていくこととしたい。

1. アンケートの実施方法

本研究で用いるアンケートは、全国の従業員数300名以下の中小企業のうち、金融機関から借り入れがあるところに対して実施した¹⁰⁾。また、スクリーニングを通じて、回答者を借り入れ先の金融機関や借り入れ条件について把握している人に限定した。

アンケートの実施機関は、株式会社インテージであり、2022年7月8日から同11日にかけてインターネットを通じて行った。有効サンプル数は1580である。なお、全国の地域区分になるべく近づけるべく、全国を8地域（北海道、東北、関東、中部、近畿、中国、四国、および九州）に分類し、回答者の勤務先の本社所在地を各地域の人口に概ね比例するように抽出した。

7) Yamori and Kondo (2002) は、1990年代後半に、バブル期に設置された過剰な店舗の削減が進められたことを示している。また、家森・近藤 (2001a) は、1990年代後半に、地価下落率が高かった地域での店舗削減が行われていたことを明らかにしている。つまり、バブル期の店舗拡張戦略を是正するような店舗リストラは、1990年代後半に着手されていたこととなる。

8) 近藤 (2021a) を参照。

9) 堀内・佐々木 (1982) は、金融機関が預貯金者に提供する非金銭的便益の1つである「店舗サービス」を家計から金融機関の近さと定義している。Dick (2007) も、店舗密度を銀行が地域において提供しているサービスの1つと捉えている。

10) 具体的には、1社以上の金融機関から融資を受けている中小企業である。

2. 回答企業の属性

まず、回答企業の属性を概観しよう。回答者の居住地と勤務する企業の本社所在地を表1に示した。

表1 居住地, 本社所在地

[Q51] あなたの居住地をお答え下さい。また、現在の勤務先に正社員としてお勤めの方は、本社の所在地をお答え下さい。※複数の企業に所属している方は、メインで所属している企業のことについてお答え下さい。

(度数+横%)

n(TOTAL)	居住地		本社の所在地	
	度数	横%	度数	横%
北海道	65	4.1	65	4.1
青森県	23	1.5	21	1.3
岩手県	15	0.9	16	1.0
宮城県	23	1.5	20	1.3
秋田県	17	1.1	18	1.1
山形県	17	1.1	16	1.0
福島県	18	1.1	17	1.1
茨城県	27	1.7	24	1.5
栃木県	16	1.0	17	1.1
群馬県	23	1.5	23	1.5
埼玉県	69	4.4	51	3.2
千葉県	63	4.0	47	3.0
東京都	252	15.9	309	19.6
神奈川県	98	6.2	87	5.5
新潟県	34	2.2	33	2.1
富山県	9	0.6	10	0.6
石川県	20	1.3	18	1.1
福井県	5	0.3	5	0.3
山梨県	16	1.0	16	1.0
長野県	20	1.3	21	1.3
岐阜県	22	1.4	23	1.5
静岡県	48	3.0	47	3.0
愛知県	87	5.5	87	5.5
三重県	24	1.5	23	1.5
滋賀県	18	1.1	18	1.1
京都府	33	2.1	31	2.0
大阪府	112	7.1	125	7.9
兵庫県	65	4.1	53	3.4
奈良県	23	1.5	19	1.2
和歌山県	9	0.6	12	0.8
鳥取県	13	0.8	12	0.8
島根県	11	0.7	12	0.8

岡山県	22	1.4	23	1.5
広島県	37	2.3	35	2.2
山口県	8	0.5	10	0.6
徳島県	14	0.9	15	0.9
香川県	12	0.8	12	0.8
愛媛県	10	0.6	10	0.6
高知県	7	0.4	7	0.4
福岡県	71	4.5	67	4.2
佐賀県	13	0.8	14	0.9
長崎県	17	1.1	17	1.1
熊本県	21	1.3	20	1.3
大分県	14	0.9	14	0.9
宮崎県	12	0.8	12	0.8
鹿児島県	12	0.8	12	0.8
沖縄県	15	0.9	16	1.0
現在、正社員として勤めていない	0	0.0	0	0.0

前項で論じたようなサンプル抽出方法をとったため、人口の多い都道府県に本社を置く企業が多めとなっている。

従業員数を表2に、社齢を表3に、産業分類を表4に、それぞれ示した。

表2 従業員数

[QS2] 貴社の常用従業員数(役員を含む)は何名ですか。当てはまるものを1つお選び下さい。※複数の企業に所属している方は、メインで所属している企業のことについてお答え下さい。※「常用従業員数」とは、正社員、派遣社員、パート・アルバイトに関わらず、以下の(1)または(2)に該当する方を合わせた人数を指します。(1) 期間の定めなく雇用されている方、(2) 過去1年以上の期間で引き続き雇用されている、または、雇い入れ時から1年以上引き続き雇用されると見込まれている方。※グループ会社は含めずにお答え下さい。

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
5名以下	637	40.3
6名~10名	213	13.5
11名~30名	281	17.8
31名~50名	145	9.2
51名~100名	140	8.9
101名~200名	105	6.6
201名~300名	59	3.7
301名以上	0	0.0
わからない	0	0.0

表3 社齢

[Q2] 貴社の社齢(創業から現在までの期間)はいくつですか。当てはまるものを1つお選び下さい

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
3年未満	45	2.8
3年～10年未満	184	11.6
10年～20年未満	246	15.6
20年～30年未満	272	17.2
30年以上	817	51.7
わからない	16	1.0

表4 産業分類

[Q1] 貴社が営んでいる主要な事業の産業分類は何ですか。当てはまるものを1つお選び下さい。※複数の企業に所属している方は、メインで所属している企業のことについてお答え下さい(以降の設問についても同様の認識でお答え下さい)。

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
第一次産業	309	19.6
第二次産業	498	31.5
第三次産業	773	48.9

従業員数は、5名以下が40.3%と最も多く、50名以下で8割が占められている。社齢は、30年以上が過半数である一方、10年未満は14.4%に過ぎない。比較的歴史のある小規模企業が多いこととなる。

産業分類は、第三次産業が48.9%と最も多く、第二次産業が31.5%でそれに次ぎ、第一次産業が19.6%と最も少なくなっている。

取引金融機関数を表5に示した。

表5 取引金融機関数

[QS3] 貴社が、現在融資を受けている金融機関の数はいくつですか。当てはまるものを1つお選び下さい。
 ※複数の企業に所属している方は、メインで所属している企業のことについてお答え下さい。

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
0社	0	0.0
1社	737	46.6
2社	447	28.3
3社	207	13.1
4社	79	5.0
5社以上	110	7.0
わからない	0	0.0

1社のみが46.6%と最も多い一方、5社以上は7%と非常に少ない。前述のように、サンプル企業は、小規模なところが多数を占めているため、取引している金融機関の数も少なくなっている。つまり、本稿のサンプル企業にとって、メインバンクとの取引関係が、より重要な意味を持っているものと思われる。

3. 金融機関の店舗の重要性

ICTが発達する昨今において、金融機関の店舗に対する中小企業の認識はどうなっているのだろうか。金融機関の店舗の必要性が変化したかを尋ねた結果を表6に示した。

表6 金融機関の店舗の必要性の変化

[Q3] 金融機関の店舗の必要性は、以前と比べてどうなりましたか。当てはまるものを1つお選び下さい。

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
増した	87	5.5
どちらかといえば増した	177	11.2
変わらない	941	59.6
どちらかといえば低下した	205	13.0
低下した	117	7.4
わからない	53	3.4

「増した」と「どちらかといえば増した」の合計は16.7%であり、「低下した」と「どちらかといえば低下した」の合計は20.4%である。店舗の必要性が低下したと考える企業が、やや多めである。一方、「変わらない」が約6割に上っており、ICTが経済や社会に広く普及している

現在においても、店舗の必要性が大きく低下したとは言いづらい。

インターネットバンキングを利用する中小企業ほど、リアル店舗でのサービスの必要性を低く感じているのであろうか。このことを明らかにすべく、まずは、インターネットバンキングの利用状況を尋ねた結果を表7に示した。

表7 インターネットバンキングの利用状況

[Q4] 貴社は、金融機関が提供するインターネットバンキングのサービスを利用しますか。当てはまるものを1つお選び下さい。

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
よく利用する	800	50.6
たまに利用する	253	16.0
どちらともいえない	108	6.8
利用したことはあるが、あまり利用しない	77	4.9
一度も利用したことがない	314	19.9
わからない	28	1.8

「よく利用する」が過半数であり、「たまに利用する」との合計が66.6%であった。一方、「一度も利用したことがない」が約2割であり、ICTが普及する現在においても、インターネットバンキングをまったく利用しない中小企業がそれなりに存在する。

表7において、インターネットバンキングを「よく利用する」と「たまに利用する」と回答した企業を対象に、店舗の必要性を尋ねた結果を表8に示した。

表8 金融機関の店舗の必要性（インターネットバンキングを利用する企業）

[Q5] 貴社にとって、金融機関の店舗はどのような存在ですか。当てはまるものを1つお選び下さい。Q4で、利用すると回答された方にお伺いします。

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1053	100.0
必要性が高い	399	37.9
どちらかといえば必要性が高い	352	33.4
どちらともいえない	185	17.6
どちらかといえば必要性が低い	79	7.5
必要性が低い	34	3.2
わからない	4	0.4

「必要性が高い」と「どちらかといえば必要性が高い」の合計は71.3%であり、「必要性が低い」と「どちらかといえば必要性が低い」の合計の10.7%に比べ、圧倒的に高い。インターネッ

トバンキングをそれなりに利用している中小企業であっても、店舗の必要性を感じている様子が窺える。特に、インターネットバンキングをよく利用する企業は、簡単なサービスについてはそれを活用しているのであろうが、インターネットバンキングのみでは受けられないサービスやより高度なサービスをリアル店舗で受けることを望む声が多いことを反映していると考えられ、店舗の果たす役割は依然として高いと言えるであろう。

4. 金融機関の店舗と取引関係

種々のサービスの提供において ICT が広く活用されるようになった現在にあっても、金融機関の店舗に対する中小企業のニーズは依然として高いことが明らかにされた。それでは、特にメインバンクと取引する際、店舗の存在をどの程度考慮しているのであろうか。メインバンクの選択（あるいは、取引の継続）において、店舗との距離を重視しているかを尋ねた結果を表9に示した。

表9 メインバンク選択における店舗の重要度

[Q6] 貴社がメインバンクを選択する（あるいは、取引を継続する）上で、店舗が近くにあることをどの程度重視しますか。当てはまるものを1つお選び下さい。

	度数	(度数+横%) %
TOTAL	1580	100.0
重視する	561	35.5
どちらかといえば重視する	580	36.7
どちらともいえない	268	17.0
どちらかといえば重視しない	68	4.3
重視しない	78	4.9
わからない	25	1.6

「重視する」と「どちらかといえば重視する」の合計が72.2%である一方、「重視しない」と「どちらかといえば重視しない」の合計は9.2%に過ぎない。2016年に金融庁が小規模企業を対象として実施した「金融機関の取組みの評価に関する企業アンケート調査」のメインバンクを選択した理由においても、「支店が近くにある」が2位であるし、東海4県の中小企業を対象にメインバンクの選択理由について尋ねた近藤・葛西・内田（2020）も、「店舗（支店）から近い」を選択した企業が「付き合いが長く、信頼できる」と同率で首位であることを示している。

ICT がより広範に普及している現在においても、これらの過去のデータと変わらず、メインバンクの選択において、店舗の存在が重視されているのである。前述のように、近年、金融機関の経営効率化策の一環として、店舗リストラが進められている。金融機関を取り巻く経営環境が厳しいことを考慮すると、ある程度は致し方ないと思われるが、地域の声を無視した無計画な店舗削減を進めてしまうと、顧客離れにつながりかねないことを念頭に置いておくべきで

あろう¹¹⁾。

中小企業が金融機関と取引する上での店舗の重要性をさらに探っていこう。店舗が近くにない金融機関が、融資において低金利を提示してきた場合に取引したいと思うかを尋ねた結果を表10に示した。

表10 金利条件と取引関係

[Q7] 貴社の近くに店舗のない金融機関が、融資において低金利を提示してきた場合、取引したいと思いますか。当てはまるものを1つお選び下さい。

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
そう思う	298	18.9
どちらかといえばそう思う	431	27.3
どちらともいえない	509	32.2
どちらかといえばそう思わない	108	6.8
そう思わない	158	10.0
わからない	76	4.8

「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」の合計が46.2%であり、「そう思わない」と「どちらかといえばそう思わない」の合計は16.8%である。予想通り、資金調達コストが低ければ取引したいと考える企業は多く存在するものの、その比率は半数を下回っているし、「どちらともいえない」も32.2%と高めである。融資においては、純粋な価格競争が通用するとは言い難い。つまり、金利条件に反応する企業は多いものの、店舗が近くにない金融機関との取引には必ずしも前向きになれない企業も多く、金融機関と取引する上での店舗の重要性がここからも窺える。

種々のサービスの中でも、中小企業が金融機関の店舗で受けることを特に望んでいるものは何であろうか。店舗で受ける必要性が最も高いサービスと最も低いサービスを尋ねた結果を表11に示した。

11) Zardkoohi and Kolari (1994), Seale (2004), Zou et al. (2011) は、金融機関の店舗数の多さが、何らかの形で自身の経営パフォーマンスにプラスに働いていることを示している。一方、Hester and Zoellner (1966), Cyree et al. (2000), Hirtle (2007), Hirtle and Stiroh (2007) は、必ずしもそうした傾向が見られないという結論を得ている。

表11 金融機関の店舗で受ける必要性が最も高いサービスと最も低いサービス

【Q8】 貴社が金融機関から受けるサービスのうち、店舗で受ける必要性が最も高いと感じるもの・最も低いと感じるものは何ですか。それぞれについて、当てはまるものを1つお選び下さい。

(度数, 下%)

	n(TOTAL)	預金関連	決済関連	融資関連	資産運用 関連	各種経営 支援	その他 具体的に： :	ひとつも ない (あては まるもの はない)	わからな い
必要性が 最も高い サービス	1580	265	338	620	77	94	13	71	102
	100.0	16.8	21.4	39.2	4.9	5.9	0.8	4.5	6.5
必要性が 最も低い サービス	1580	200	111	74	477	296	0	209	213
	100.0	12.7	7.0	4.7	30.2	18.7	0.0	13.2	13.5

店舗で受ける必要性が最も高いサービスは、予想通り「融資関連」であり、39.2%であった。中小企業が金融機関から受けるサービスのうち、最も重要なものの1つが融資であることを反映していると思われる。また、わが国の金融機関の職員は、取引先へ頻繁に足を運んでいることが知られているが、それをさらに店舗で補う必要性があることを多くの企業が感じていることとなる。

「決済関連」と「預金関連」が、それぞれ21.4%、16.8%で融資に続いている。これらの多くは、インターネットバンキングによっても行えると思われるが、直接現金を扱っている中小企業が多いことを反映してか、店舗でサービスを受ける必要性を感じているようである。

「ひとつもない（あてはまるものはない）」が4.5%で、非常に低いことにも注目される。この結果は、これまでに明らかにされたように、多くの中小企業が金融機関の店舗の必要性を感じていることと符合する。

逆に、店舗で受ける必要性が最も低いサービスは、「資産運用関連」の30.2%であった。中小企業は、必ずしも多額の資産を保有していないため、資産運用を積極的に行っていないところも多いと思われる。また、資産運用を行っている企業も、証券会社等でサービスを受けていたり、メインバンクのサービスを利用している企業でも、インターネットバンキングのみで事足りていたりするところが多いものと考えられる。

店舗で受ける必要性が最も低いサービスの2位は、「各種経営支援」の18.7%であった。わが国の中小企業は、金融機関からの経営支援をあまり受けていないことが、近藤・内田・葛西(2022)等によって示されている。各種経営支援が上位に挙がっているというこの結果は、店舗で受ける必要性云々というよりは、金融機関から同サービスを受けていないことを反映しているものと思われる。

5. 金融機関の店舗閉鎖の影響

多くの中小企業が必要を感じている金融機関の店舗が閉鎖されてしまった場合、金融サービスの利用環境にどのような影響が及ぶのであろうか。このことを追求すべく、まずは、取引している金融機関（メインバンク以外も含む）の店舗が直近5年間に閉鎖されたかを尋ねた結果を表12に示した。

表12 金融機関の店舗閉鎖の有無

[Q9] 貴社と取引している金融機関（メインバンク以外も含む）の店舗のうち、直近5年間に閉鎖されたものがありましたか。当てはまるものを1つお選び下さい。

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
複数ある	176	11.1
1つある	202	12.8
ない	1074	68.0
わからない	128	8.1

「複数ある」が11.1%、「1つある」が12.8%であり、「ない」が68%であった。前述のように、近年、金融機関の経営合理化策の一環として、収益性をより強く追求するメガバンクのみならず、地域金融機関も店舗リストラを進めているが、利用している金融機関の店舗閉鎖を経験したことがない中小企業が約7割に上った。今のところは少なめであるが、今後さらなる店舗閉鎖が予想される。

金融機関が店舗を閉鎖する理由の1つとして、合併や業務提携等の再編が挙げられるが、やはりそれによるものが多数を占めているのであろうか。表12において、「複数ある」と「1つある」と回答した企業を対象に、その金融機関が再編を行ったかを尋ねた結果を表13に示した。

表13 金融機関の店舗閉鎖と再編の有無

[Q10] その金融機関は、合併や業務提携などの再編を行いましたか。当てはまるものを1つお選び下さい。
※店舗の閉鎖が複数あった場合は、直近のものについてお答え下さい。Q9で、閉鎖された店舗があると回答された方にお伺いします。

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	378	100.0
行った	166	43.9
行っていない	175	46.3
わからない	37	9.8

「行った」が43.9%と多くなっている一方、「行っていない」が46.3%と前者を若干上回っている。再編に伴う重複店舗の削減が多い反面、再編とは無関係に自発的な判断で店舗リストラを進める金融機関も多いこととなる。過去における金融機関の店舗削減は、再編を理由とするものが多かったのであるが、今後は、再編とは無関係に店舗リストラが行われる傾向が強まることが予想される。

過去に比して、金融機関の店舗削減が急速に進められていく中、顧客である中小企業はダメージを受けているのであろうか。受けているとすれば、どのようなサービスにおいてであろうか。表12において、「複数ある」と「1つある」と回答した中小企業を対象に、店舗閉鎖によって最もダメージを受けたサービスを尋ねた結果を表14に示した。

表14 金融機関の店舗閉鎖によって最もダメージを受けたサービス

[Q11] 店舗が閉鎖された結果、どのサービスが深刻な影響を受けましたか。最も当てはまるものを1つお選び下さい。※店舗の閉鎖が複数あった場合は、直近のものについてお答え下さい。Q9で、閉鎖された店舗があると回答された方にお伺いします。

	(度数+横%)	
	度数	%
TOTAL	378	100.0
預金関連	71	18.8
決済関連	54	14.3
融資関連	47	12.4
資産運用関連	9	2.4
各種経営支援	7	1.9
その他 具体的に：	4	1.1
深刻な影響を受けたサービスはない	165	43.7
わからない	21	5.6

「預金関連」が18.8%で1位、「決済関連」が14.3%で2位となっている。とりわけ日々の業務において現金を扱っている中小企業は、店舗閉鎖によって、これらのサービスを利用する環境が悪化し、ダメージを受けているものと思われる。

表11において、店舗で受ける必要性が最も高いとされた「融資関連」は、12.4%で3位であった。中小企業にとって重要度の高いサービスであるが、店舗が閉鎖された地域の企業への職員の訪問を増やす等の対応によって、ダメージを小さくする努力が奏功している可能性がある。

「深刻な影響を受けたサービスはない」が43.7%で最も多いことにも注目すべきであろう。金融機関が店舗リストラを積極化せざるを得ない中、職員の訪問頻度を増やす、新店舗の担当者への引き継ぎを十分に行う、インターネットバンキングのサービスを充実させる、同サービスの利用を促進する等の取り組みによって、店舗閉鎖があった取引先をフォローするように努めている様子が窺える。ただし、例えば職員の訪問頻度を増やすという方策に注目すれば、それを一時的な措置に止めるのではなく、永続的な取り組みにしないと、顧客目線での解決策には

つながらないことに注意が必要である。

6. 金融機関の店舗閉鎖と取引関係

利用している金融機関の店舗が閉鎖されたとしても、中小企業は取引を継続するのであろうか。まず、取引している金融機関（メインバンク以外も含む）の店舗が閉鎖された際に、どう感じるかを尋ねた結果を表15に示した。

表15 取引している金融機関の店舗閉鎖をどう感じるか

[Q12] 貴社と取引している金融機関(メインバンク以外も含む)の店舗のうち、貴社の近くにあるものが閉鎖されたらどう感じますか。当てはまるものを1つお選び下さい。

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
困る	570	36.1
どちらかといえば困る	527	33.4
どちらともいえない	237	15.0
どちらかといえば困らない	83	5.3
困らない	99	6.3
わからない	64	4.1

「困る」と「どちらかといえば困る」の合計が69.5%であり、「困らない」と「どちらかといえば困らない」の合計が11.6%である。前者のほうが圧倒的に多くなっており、中小企業にとって金融機関の店舗の必要性は高いという、前項までに見出された傾向がここにおいても確認された。一方、後者も1割強存在しており、職員の頻繁な訪問やインターネットバンキングの活用促進等の店舗閉鎖のダメージをできるだけ小さくする努力がなされていることが窺える。

金融機関の店舗が閉鎖されると困ると感じる中小企業が多いが、メインバンクの店舗の閉鎖は、取引関係に影響を及ぼすのであろうか。メインバンクの店舗が閉鎖された際に、メインバンクを店舗が近くにある他の金融機関へ変更したいと思うかを尋ねた結果を表16に示した。

表16 メインバンクの店舗閉鎖と取引関係

[Q13] 貴社の最も近くにあるメインバンクの店舗が閉鎖されると仮定します。この場合、メインバンクを店舗が近くにある他の金融機関へ変更したいと思いますか。当てはまるものを1つお選び下さい。

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
そう思う	192	12.2
どちらかといえばそう思う	343	21.7
どちらともいえない	505	32.0
どちらかといえばそう思わない	192	12.2
そう思わない	256	16.2
わからない	92	5.8

「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」の合計が33.9%であり、「そう思わない」と「どちらかといえばそう思わない」の合計が28.4%である。前者のほうが後者よりも多めであるが、圧倒的な差があるとは言い難い。また、「どちらともいえない」が32%と高めであり、これまでに築き上げてきたメインバンク関係を解消して新たなところを探すのが容易でないことを反映した結果だと思われる¹²⁾。しかし、圧倒的ではないものの、前者のほうが後者を上回っていることを考慮すると、企業によっては、店舗の存在がメインバンクスイッチの要因になり得るほどの重要性を持っているのである。とりわけ、直接現金を扱っている企業やすでに複数の金融機関と取引している企業ほど、その傾向は強まるものと考えられる。金融機関が店舗リストラを行う際は、中小企業のメインバンク離れが起りかねないことを念頭に置きつつ、計画性を持って実行に移すべきであることを示唆している。

メインバンクの店舗の必要性を高く認識する中小企業が多い一方で、金融機関の厳しい経営環境を考慮すると、ある程度の店舗リストラが進むのは不可避であろう。それでは、店舗リストラのダメージを最小限に食い止めるために、金融機関はどのような対応をとれば良いのであろうか。メインバンクの店舗が閉鎖される際に、メインバンクに求めるものを尋ねた結果を表17に示した。

12) メインバンクの変更のしやすさには、地域金融市場の競争環境も影響を及ぼし得る。Peterson and Rajan (1995) 等を参照。

表17 店舗閉鎖の際にメインバンクに求めるもの(複数回答)

[Q14] 貴社の最も近くにあるメインバンクの店舗が閉鎖されると仮定します。この場合、貴社がメインバンクに求めるものは何ですか。当てはまるものをすべてお選び下さい。

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
理由や経緯についての納得のいく説明	381	24.1
融資条件(金利, 融資額等)を厳しくしないこと	578	36.6
融資以外のサービスの質を低下させないこと	485	30.7
行員・職員の訪問頻度を減らさないこと	283	17.9
新しい店舗を利用しやすくすること	405	25.6
その他 具体的に:	9	0.6
特に何も求めない	231	14.6
わからない	100	6.3

「融資条件(金利, 融資額等)を厳しくしないこと」が36.6%で、予想通り最も多くなっている。店舗が閉鎖された場合、中小企業は、金融機関が当該地域を軽視していると感じ、融資における対応がおざなりになることを最も恐れると思われる。こうした懸念を払拭すべく、後継の担当者への引き継ぎや職員の訪問頻度を減らさないなどの対応をし、情報の非対称性を小さくするための取り組みに引き続き注力する必要があるだろう。

「融資以外のサービスの質を低下させないこと」が30.7%で、融資条件に次いでいる。融資とほぼ同様であるが、後継の担当者への引き継ぎを適切に行うことを通じて、店舗閉鎖地域の中小企業へのサービスの質を維持することが求められていると言える。

「新しい店舗を利用しやすくすること」が25.6%で3位である。これまでに明らかにされたように、金融機関の店舗の必要性を強く認識する中小企業が多いため、既存店舗がなくなった場合は、代わりに新しい店舗の利用環境を整えることを求めるのであろう。これについても、やはり後継担当者への引き継ぎが鍵を握るものと思われる。

「理由や経緯についての納得のいく説明」が24.1%で4位であり、予想よりも多めであった。多くの中小企業にとって、金融機関の店舗の必要性は高いため、理由や経緯の説明を求める声が多いのであろうが、それに加え、当該地域における営業を軽視しているわけではないという、金融機関としての意思表示も求められるものと思われる。もちろん、意思表示に止まるのではなく、実際にサービスの質を低下させないことが最も重要である。

7. 小括

金融機関を取り巻く経営環境は、年々厳しさを増している。本節では、こうした環境下において、金融機関が重要な経営資源の1つである店舗をどのように扱っていけば良いのかを明らかにすべく、アンケート調査の結果をもとに、中小企業にとっての金融機関の店舗の役割を詳

細に考察した。

ICTが普及する中であっても、中小企業にとっての金融機関の店舗の必要性が、大きく低下していないことが明らかにされた。また、インターネットバンキングを利用している中小企業であっても、店舗の必要性を高く評価しており、インターネットバンキングのみでは事足りないサービスをリアル店舗で受けることを望む声が多いことを反映していると考えられる。

メインバンクの選択においても、店舗の存在を重視する回答が圧倒的に多く、この傾向は、過去と変化していないことが明らかにされた。さらに、金利条件が有利であっても、店舗が近くにない金融機関との取引には必ずしも前向きになれない中小企業も存在しており、金融機関と取引する上での店舗の重要性が、ここからも垣間見えた。

利用している金融機関の店舗閉鎖については、(直近5年間については)まだ中小企業の2割強しか経験していないものの、合併等の再編を伴わないものが伴うものを上回っていた。これは、再編とは無関係に、自発的な店舗リストラを進める金融機関が多いことを意味しており、この傾向は、今後さらに強まることが予想される。また、店舗閉鎖によるダメージを感じていない中小企業が多いという事実も見出されており、金融機関の取引先への種々のフォローが奏功している可能性が指摘された。

取引している金融機関の店舗閉鎖については、困るという回答が多く、中小企業にとっての金融機関の店舗の重要性が、ここにおいても確認された。メインバンクの店舗が閉鎖された際に、メインバンクを他の金融機関へ変更するかについては、慎重な企業が多く、新たな金融機関を探し、親密な関係を構築することが容易ではないことを示唆している。一方、変更したいと考える企業もそれなりに存在しており、店舗の有無がメインバンクスイッチの動機になり得るほどの重要性を持つと言えよう。

店舗が閉鎖された際にメインバンクに求めるものとしては、融資条件を厳格化しないことや融資以外のサービスの質を低下させないこと等が挙げられた。これらの実現のためには、職員の訪問頻度を減らさないことや後継の担当者への引き継ぎを適切に行うことが金融機関に求められるであろう。

本節における考察から、ICTが発達し、普及する昨今であっても、中小企業にとっての金融機関の店舗の必要性は依然高く、店舗閉鎖がメインバンクとの取引関係にすら影響を与え得るものであることが明らかにされた。金融機関を取り巻く経営環境が厳しさを増す中、経営合理化策の一環としての店舗リストラは不可避であるし、実際に実行に移す金融機関も増えてきている¹³⁾。しかし、中小企業側の店舗に対するニーズが依然高いことを考慮すると、他のリストラ策よりも慎重かつ計画的に進めるべきものであると言えるだろう。具体的には、地域の中小企業等へヒアリングすることを通じて、地域の実情を綿密に調査し、把握する必要があるだろ

13) 近年では、独創的な店舗運営を可能とする様々な規制緩和が行われており、(店舗を減らすのみでなく)こちらも積極的に活用することが期待される。規制緩和の内容と金融機関によってとられている店舗戦略の事例については、近藤(2020, 2021b)を参照。

う。また、コロナ禍をきっかけに、ICTを活用したサービス提供やコミュニケーションを積極的に取り入れる業種が増えているが、とりわけ金融機関については、度を超えた店舗リストラが顧客離れを引き起こしかねないことを考慮し、最適な店舗規模を追求する必要があると言えよう¹⁴⁾。

残された研究課題は、金融機関の店舗に対する家計のニーズを明らかにすることである。金融機関を利用する顧客は、中小企業のみでなく、家計も含まれる。金融機関の今後の店舗戦略のあり方を追求するためには、双方の考えを把握しておく必要がある。また、近年では、とりわけ過疎地域において、ゆうちょ銀行を含めた金融機関の店舗が減少しているとされるが、高齢化が急速に進行する下で、最低限の金融サービスを受けることから排除されている家計や地域がないかについても明らかにする必要があるだろう¹⁵⁾。

Ⅲ 結びに代えて

コロナ禍を含む内外の政治経済状況下において、地域金融や地域経済を取り巻く環境は地域金融機関や中小企業にとって依然として厳しいものがある。近時、金融機関とりわけ地域金融機関においては、業務提携や経営統合など再編成の動きが活発化している。このことは、業態ないし産業的な動向のみならず個別機関としての経営効率化が不可避であることを示している。

これまで本稿で考察してきた地域金融機関における店舗サービスをめぐる論点については、営業店舗網すなわち内部組織における営業ネットワークという経営資源の効率的運用に関して検討することでもある。

既に述べてきたように、近年におけるインターネットバンキングの普及にもかかわらず店舗利用に関して、顧客サイドの中小企業による店舗へのニーズには依然として高いものがある。その一方で、店舗閉鎖にもかかわらずその影響を感じない顧客企業も少なくない点については、金融機関によるフォローが効いている可能性を示しているが、他方では店舗閉鎖によるメインバンクの変更を視野に入れるという向きも少なくないことなどにより、閉鎖の意思決定は経営戦略上の重要で慎重さを要する検討事項といえる。ただ、多くの中小企業にとっては、メインバンクの変更にはリレーションシップバンキングの機能と役割の面からも慎重であることがうかがわれる。

地域金融機関としては、地域経済や地場産業、中小企業あつての機関でもあり、様々なステークホルダーから構成される地域経済社会といわば共存共栄の関係にあるとあってよく、さらには金融機関におけるCSRとも関連するものといえてよい。それは、地域金融機関のなかでも特

14) Kondo (2018) は、地域銀行の店舗数が自身の利益率に及ぼす影響について分析し、50～99の店舗数が最も利益率を高める可能性があるとしている。

15) 家森・近藤 (2001b) は、1985年から1999年の市区別データを用いて金融過疎（排除）の分析をした結果、店舗削減は、都市部を中心に進められており、金融過疎が広域化していたわけではないことを示している。しかし、近年の状況については定かでないため、明らかにする必要があるだろう。

に地域密着型経営を標榜する協同組織形態の信用金庫などにおいて顕著であるといえよう。他方、株式会社形態の地方銀行や第二地方銀行では、対応すべき株主政策のほか一層広域的な地域を営業範囲として有することや、顧客層にも中小企業のみならず中堅企業や一部の大企業を有するところもあるなどの属性もあってその戦略的選択肢もいくばくか幅が広いものがあると考えられる。

金融機関の再編成に起因するか否かにかかわらず店舗戦略における統廃合には、スケールエコノミーすなわち規模の経済を追求する狙いもあって、それは効率性向上の面で有効となることが期待できる。ただ、同時に、それは結果として一部顧客の切り捨てに結びつく懸念が生じるため、地域経済への影響の面からも前もっての伴走型コンサルティングをはじめとしてビジネスマッチングやM&A、事業承継ほか相応の対応が望まれる。

また、従来のクレジットカードやデビットカード等による支払い手段に加えて電子マネーないしスマホによる支払い手段などの利用が増大してきており、我が国においてもキャッシュレス化が進行中である。このような金融技術革新の進展動向も、ATMを含めて効率的でかつ顧客にも配慮した適切な店舗再配置や店舗ネットワークの最適規模のあり方などに少なからぬ影響を及ぼすものとなっている。

それは、同時に、過疎地域あるいは高齢者などへの金融排除問題とも関連するものでもある。その意味では、これらも、本稿で取り上げなかった家計ないし個人という顧客サイドに関する店舗サービスへのニーズにわたる考察と並んで今後における課題としたい。

<参考文献>

- 内田滋 (2017) 地域金融機関と CSR に関する一考察, 『商学研究』第57巻第2・3号, pp.29-47。
- 内田滋 (2020) 経営環境と経営戦略—協同組織の再認識—, 『信用金庫』第74巻第3号, pp.54-56。
- 近藤万峰 (2020) 「地域金融機関の店舗戦略とその変化—公益性とのバランスが鍵—」『金融ジャーナル』第61巻, pp.12-15。
- 近藤万峰 (2021a) 「協同組織における店舗戦略の将来像—顧客の利便性維持に向けた工夫が重要—」『金融ジャーナル』第62巻, pp.34-37。
- 近藤万峰 (2021b) 「信用金庫の店舗戦略の再構築」『信用金庫』第75巻, pp.16-21。
- 近藤万峰・内田滋・葛西正裕 (2022) 「コロナ禍におけるリレーションシップバンキングと地域金融に関する一考察」『経済研究所所報』(愛知学院大学経済研究所) 第2号, pp.79-97。
- 近藤万峰・葛西正裕・内田滋 (2020) 「地域金融機関と地域経済に関する一考察—新たな関係性への視点—」『地域分析』(愛知学院大学産業研究所) 第58巻, pp.1-44。
- 堀内昭義・佐々木宏夫 (1982) 「家計の預・貯金需要と店舗サービス」『経済研究』(一橋大学) 第33巻, pp.219-229。
- 家森信善・近藤万峰 (2001a) 「バブル経済の崩壊と銀行経営の再構築—1990年代の銀行店舗再編と地価の関係を中心にして—」『経済情報学論集』(姫路獨協大学) 第15号, pp.63-81。
- 家森信善・近藤万峰 (2001b) 「バブル崩壊後の銀行店舗の閉鎖—市区別データによる金融過疎の分析—」『経済科学』(名古屋大学) 第49巻, pp.1-10。
- Cyree, K. B., Wansley, J. W. and Black, H. A. (2000) “Bank Growth Choices and Changes in Market Performance,” *The Financial Review*, Vol.35, pp.49-66.
- Dick, A. A. (2007) “Market Size, Services Quality, and Competition in Banking,” *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol.39, pp.49-81.
- Habib, S.M.A., S.U.Ahmed, and S.Uchida (2007) Environmental and Social Responsibilities of Banks: Global Perspective, *Journal of Business and Economics*, Vol. 86, No. 2, pp.69-87.
- Hester, D. D. and Zoellner, J. F. (1966) “The Relation between Bank Portfolios and Earnings: An Econometric Analysis,” *The Review of Economics and Statistics*, Vol.48, pp.372-386.
- Hirtle, B. (2007) “The Impact of Network Size on Bank Branch Performance,” *Journal of Banking and Finance*, Vol.31, pp.3782-3805.
- Hirtle, B. J. and Stiroh, K. J. (2007) “The Return to Retail and the Performance of U.S. Banks,” *Journal of Banking and Finance*, Vol.31, pp.1101-1133.
- Kondo, K. (2018) “Does Branch Network Size Influence Positively the Management Performance of Japanese Regional Banks?” *Applied Economics*, Vol.50, pp.6061-6072.
- Petersen, M. A. and Rajan, R. G. (1995) “The Effect of Credit Market Competition on Lending Relationships,” *Quarterly Journal of Economics*, Vol.110, pp.407-443.
- Seale, G. (2004) “Branching Continues to Thrive as the U.S. Banking System Consolidates,” *Federal Deposit Insurance Corporation FYI*, October 10, pp.1-13.
- Yamori, N. and Kondo, K. (2002) “How Did Japanese Banks Make Cutbacks in the 1990’s?” *International Journal of Business*, Vol.7, pp.75-81.
- Zardkoohi, A. and Kolari, J. (1994) “Branch Office Economies of Scale and Scope: Evidence from Savings Banks in Finland,” *Journal of Banking and Finance*, Vol.18, pp.421-432.
- Zou, Y., Miller, S. M. and Malamud, B. (2011) “Geographic Deregulation and Commercial Bank Performance in U.S. State Banking Markets,” *The Quarterly Review of Economics and Finance*, Vol.51, pp.28-35.

<参考資料> (その他の設問)

[F1] あなたの性別をお答えください。

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
男性	1220	77.2
女性	360	22.8

[QW4] [属性] 未既婚

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
結婚している	1123	71.1
結婚していない	457	28.9

[QW5] [属性] 職業

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
会社員(一般社員)	313	19.8
会社員(契約・嘱託社員)	21	1.3
会社員(派遣社員)	2	0.1
会社員(係長クラス)	19	1.2
会社員(課長クラス)	69	4.4
会社員(部長クラス)	95	6.0
会社員(役員)	255	16.1
会社員(経営者)	441	27.9
医師・弁護士・公認会計士(組織に属している)	4	0.3
医師・弁護士・公認会計士(組織に属していない)	0	0.0
医師・弁護士・公認会計士以外の専門職(所属なし)	0	0.0
公務員・団体職員	0	0.0
農林漁業	0	0.0
自営業(SOHOを含む)	361	22.8
学生	0	0.0
受験浪人(予備校生, 自宅浪人など)	0	0.0
専業主婦/主夫	0	0.0
パート・アルバイト	0	0.0
定年退職済み	0	0.0
無職	0	0.0
その他	0	0.0

[QW15] [属性] 世帯税込年収

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
100万円未満	21	1.3
200万円未満	22	1.4
300万円未満	53	3.4
400万円未満	97	6.1
500万円未満	128	8.1
600万円未満	125	7.9
700万円未満	132	8.4
800万円未満	139	8.8
900万円未満	77	4.9
1000万円未満	108	6.8
1200万円未満	127	8.0
1500万円未満	99	6.3
2000万円未満	78	4.9
2000万円以上	71	4.5
分からない	92	5.8
答えたくない	211	13.4

[QAGE] *年代

(度数+横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
20-29歳	10	0.6
30-39歳	76	4.8
40-49歳	300	19.0
50-59歳	628	39.7
60-69歳	471	29.8
70-79歳	95	6.0

[QSAGE] * 性年代

(度数 + 横%)

	度数	%
TOTAL	1580	100.0
男性20-29歳	4	0.3
男性30-39歳	32	2.0
男性40-49歳	207	13.1
男性50-59歳	481	30.4
男性60-69歳	409	25.9
男性70-79歳	87	5.5
女性20-29歳	6	0.4
女性30-39歳	44	2.8
女性40-49歳	93	5.9
女性50-59歳	147	9.3
女性60-69歳	62	3.9
女性70-79歳	8	0.5