

2013年7月2日
No.2013-0012

数字を追う ～業態別の銀行数：メガ集約、地銀ほぼ不変

(都銀 13→4、地銀 64→64、第二地銀 68→41、信託 7→3)

調査部 主席研究員 吉本澄司

《要 点》

- ◆ 都市銀行は、ピーク時には15行、1989年末時点で13行存在したが、2013年7月1日を以て4行に集約された。また、1989年末において、全国規模の大手銀行は、他に信託銀行7行、長期信用銀行3行があったが、現在では、信託銀行3行、旧長信銀から転換した普通銀行2行となっている。
- ◆ 地域銀行でも、第二地方銀行については、1989年末の68行から、最近では41行と、約4割減となっている。一方、地方銀行は、1増1減の結果、1989年末も最近も64行で変わっていない。地方銀行は、歴史的に「1県1行」「1県2行」となっており、地元での長年にわたる取引や関係構築を通じて中核的な存在となっている。各都道府県で規模が最も大きい企業47社のうち26社は地方銀行であり、経済規模が相対的に小さい24県だけをみれば、24社中20社を地方銀行が占めている。
- ◆ 銀行数はほぼ不変であるが、地域経済の状況に大きな開きがあることを受けて、地方銀行の戦略は分化している。地元への特化度と、よりビジネスチャンスの大きい他県への注力度の適正なバランスを模索している様子も見受けられる。
- ◆ 再編によって誕生したメガバンクグループは、グローバル規模の金融グループとしての経営方針、事業戦略を打ち出している。他方、地方銀行に対しては、課題の多い地域経済において、活性化への貢献に大きな期待が寄せられている。
- ◆ 実物経済と金融の関係については、「車の両論」という形容が昔から頻繁に使われてきたが、地域経済の活性化と地方銀行の関係も、その一つであろう。本業である貸出をはじめ、ビジネスマッチング、事業継承支援など地方銀行の貢献が期待される分野がある反面、新商品開発、製品の品質管理や歩留まりの向上、顧客サービス改善などによって、競争力を養うことができるのは、最終的には企業自身である。

本件に関するご照会は、調査部・主席研究員・吉本澄司宛にお願いいたします。

Tel: 03-6833-5327

Mail: yoshimoto.kiyoshi@jri.co.jp

1. 都市銀行は4行、主要行は7行へ

2013年7月1日に、みずほ銀行とみずほコーポレート銀行が合併し（みずほコーポレート銀行が、みずほ銀行に改称）、わが国の都市銀行は、4行に集約された¹。

都市銀行は、ピーク時には15行²、1990年以降に金融再編が進む前の1989年末時点で13行存在したが、10年後の1999年末には合併や経営破綻によって9行となり、2013年7月には、さらに半分以下に集約されたことになる。

また、この間の金融界の変化を受けて、一般的な用語としては、メガバンク³がよく使われるようになった。

銀行数が3分の1未満に減った都市銀行ほどではないにせよ、他の大半の業態でも銀行数は減少した。1989年末において、全国規模の大手銀行として、都市銀行13行以外に、信託銀行7行、長期信用銀行3行があったが、都市銀行以外の10行についても、信託銀行3行⁴、旧長信銀から転換した普通銀行（都市銀行以外）2行の計5行に半減した（図表1）。

かつては、都市銀行、信託銀行、長期信用銀行を合わせて主要行と呼んでいたが、最近では、旧長信銀である普通銀行（都市銀行以外）2行を含めないことが多いため、2013年7月から主要行は都市銀行4行、信託銀行3行の計7行ということになる⁵。金融再生法による特別公的管理を経て長期信用銀行から普通銀行に転換した2行を、これら7行に加えた9行が、いわば全国規模の銀行である。

他方、地域銀行⁶については、地方銀行と第二地方銀行で動向が異なる。企業グループの再編という観点で見れば、地方銀行においても、金融持株会社の設立、持株会社方式による複数の地方銀行・第二地方銀行のグループ形成、地方銀行同士や地方銀行・第二地方銀行の合併、一部事業の分割と承継など、銀行数増減の当否にかかわらず、さまざまな動きがあった。ただし、銀行数は、1増1減（より正確には1減の後、1増）の結果、1989年末も最近も64行で変わっていない。

これに対して第二地方銀行は、1989年末の時点で普通銀行への転換が済んでいなかった一部の相互銀行を含めて68行存在したが、最近では41行と、約4割減となっている。

¹ 金融機関コード順に、みずほ銀行、三菱東京UFJ銀行、三井住友銀行、りそな銀行の4行。なお、資料によっては埼玉りそな銀行を都市銀行に含めている場合があるが、本稿では、拠点などの広域性や金融監督上の扱い（他の4行の所管が金融庁であるのに対して、埼玉りそな銀行は関東財務局）を考慮して都市銀行に含めず、地方銀行や第二地方銀行と共に地域銀行に区分している。

なお、都市銀行の数（5行から4行へ）ではなく、都市銀行を傘下に持つ金融グループという数え方であれば、新みずほ銀行発足前からグループであった。

² 埼玉銀行の地方銀行協会脱退による都市銀行化（1969年4月）から、第一銀行と日本勧業銀行の合併による第一勧業銀行の誕生（1971年10月）の前まで。

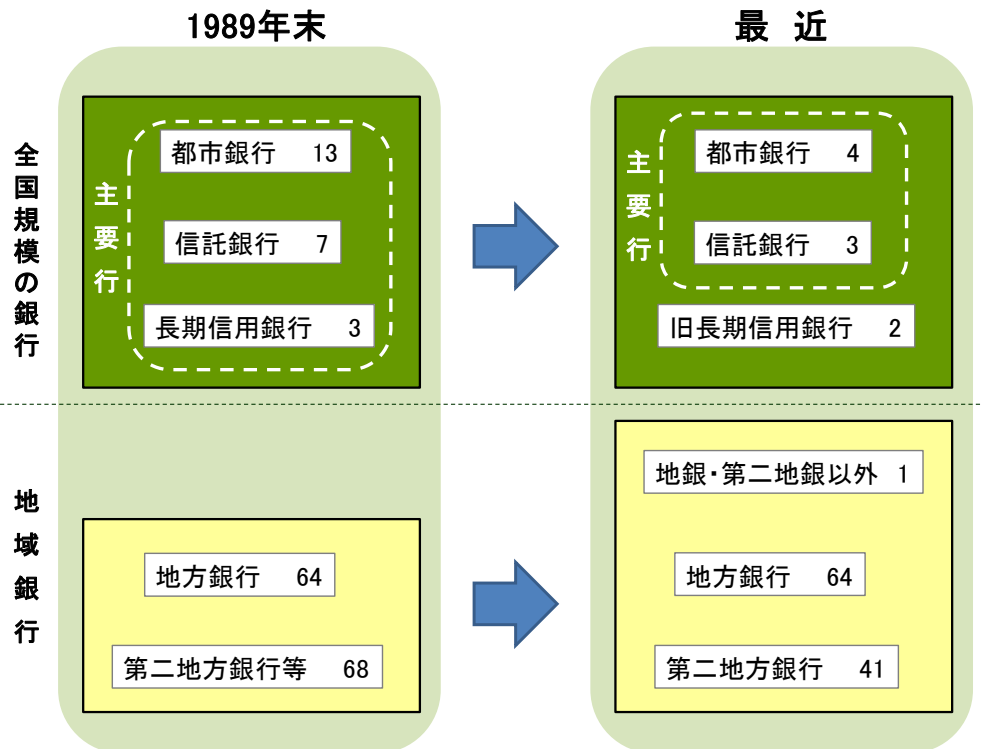
³ ただし、各種統計上では従来通り都市銀行という区分が用いられている。また、メガバンク（グループ）という場合には、りそなグループを含めずに使われる場合が多い。

⁴ 業態別子会社や外国銀行系信託銀行として新設されたものを除く。

⁵ 主要行「等」という場合には、旧長信銀である普通銀行（都市銀行以外）2行を含めるほか、定義にもよるが、ゆうちょ銀行、シティバンク銀行を含めることもある。

⁶ 信用金庫や信用組合などを含めて地域金融機関とする場合もあるが、本稿では銀行だけを対象にして、地域銀行と記す。

(図表 1) 業態別の銀行数の変化



(資料) 金融庁ホームページ (以下、HP)、東京銀行協会「本邦銀行変遷史」
 (注 1) 信託銀行は、業態別子会社や外国銀行系信託銀行として新設されたものを除く。
 (注 2) 1989 年末における第二地方銀行等には、相互銀行 2 行を含む。
 (注 3) 最近における地銀・第二地銀以外の地域銀行とは、埼玉りそな銀行。

2. 業態別動向二極化の背景

1989 年末当時、主要 23 行で構成されていた全国規模の銀行は、最近では、主要行 7 行と旧長信銀 2 行に集約された (この他、1 行が地域銀行として存在)。経営破綻によって一時国有化された経緯を持つ旧長信銀 2 行を別にする、主要行再編の背景には、この間に進んだ経済・金融のグローバル化と、求められる金融サービスとソリューションの高度化・専門化などに応え、国際的なトップバンクの一員として取引先に応えることを目指す動きが生じたことがあげられる。また、再編の大半が 2000 年代半ばまでに進んだことが示唆するように、バブル崩壊後の金融激動という時代の流れが、前述の動き

(図表 2) 地銀・第二地銀の銀行数増減要因

	地方銀行	第二地方銀行
1990年以降の銀行数増減	0	▲27
破綻処理に伴う増減	0	▲11
その他の増減	0	▲16
地銀との金融再編	▲1	▲8
第二地銀との金融再編	0	▲7
その他	1	▲1

(資料) 金融庁 HP、東京銀行協会「本邦銀行変遷史」
 預金保険機構「預金保険研究」
 (注 1) 増減は純増減である。
 (注 2) 個々の破綻処理においては、既存銀行との合併や営業譲渡ではなく、受皿銀行が新設される場合があるため、銀行数が純減するとは限らない。また、一時国有化された後、再び民間銀行に戻る場合も、銀行数は変わらない。
 (注 3) 第二地方銀行の「その他」▲1の内訳は、信用金庫からの転換でプラス 1、都市銀行との合併で▲2。

に向けて背中を押したという一面もみられた。

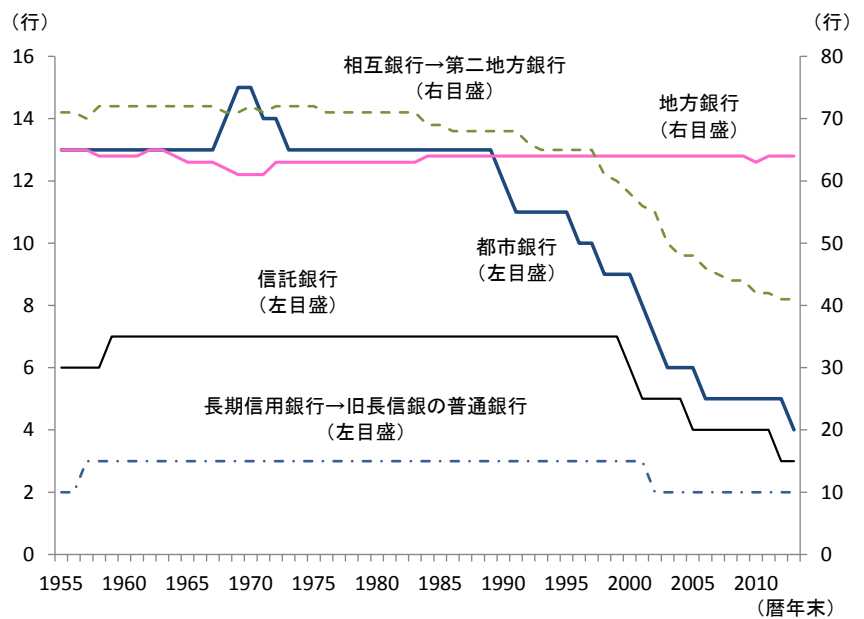
一方、地域銀行において、地方銀行と第二地方銀行で増減幅に違いが生じた理由としては、①バブル崩壊の影響で経営破綻に至ったのは第二地銀が多かったこと、②地銀と第二地銀の両方が関係する金融再編では、再編後に地銀として存続する方法が取られたこと、③地銀同士に比べて、第二地銀同士の金融再編が数多く行われたこと、があげられる（図表2）。

当時、第二地銀は、地銀ほど資本や内部留保の厚みがなかった反面で、多額の不良債権を抱えることとなったため、行き詰まる銀行や、生き残りや経営再建、さらには発展の可能性を目指して合併などの道を選ぶ銀行が多く出た。地銀にも同様の要因が働かなかったわけではないが、第二地銀ほど差し迫った状況ではなかった。

以上の結果、全国規模の銀行および第二地方銀行と、地方銀行の間では、長期的な銀行数の動きに大きな差が生じた。

図表3に示した約60年で、わが国経済は戦後復興期、高度成長期、安定成長期、バブル崩壊後の「失われた15年（20年）」とさまざまな局面を経た。金融行政も規制色が濃かったいわゆる護送船団方式の時代から、大きく変わった。その中で、銀行数という簡素な指標で比較する限りにおいては、地方銀行に大きな変化は起きていない。

（図表3）業態別の銀行数の長期的推移



（資料）金融庁 HP、東京銀行協会「本邦銀行変遷史」

3. 地方銀行の存立状況と都道府県制度

現在、地方銀行の都道府県別立地状況（本店所在地による）は、ごく少数の例外を除いて、「1県1行」「1県2行」⁷となっている（図表4）。

その歴史的背景は、戦前に行われた「1県1行主義」の銀行合同策であり⁸、これによって、1926年（昭和1年）に1,420行であった普通銀行は、1945年には61行（都市銀行8、地方銀行53）に集約された⁹。その後、1950年から1954年にかけて、地方銀行12行が新設されたが、現在の姿に近い存立状況は、1945年までに概ね成立していた。

⁷ 厳密には1都道府県あたりであるが、表記の簡略化のため「県」で代表している（他の箇所も、適宜、同様の表記方法を取る）。

⁸ 明治時代の銀行制度導入時に設立要件が厳しくなかったため、地方には小規模な銀行が乱立し、金融危機のたびに、経営破綻が数多く発生した。このため、大都市以外では、県単位に銀行を1、2行に集約する方針が取られるようになり、さらに、その後の戦時経済下で徹底された。

⁹ 1県あたりの地方銀行数（沖縄を除く）は、1行が最も多く33、2行が7、ゼロが4、3行が2であった。

このような歴史的背景から、地方銀行の数や分布状況は、「広域の地方公共団体」¹⁰としての都道府県体制と関係が深い。

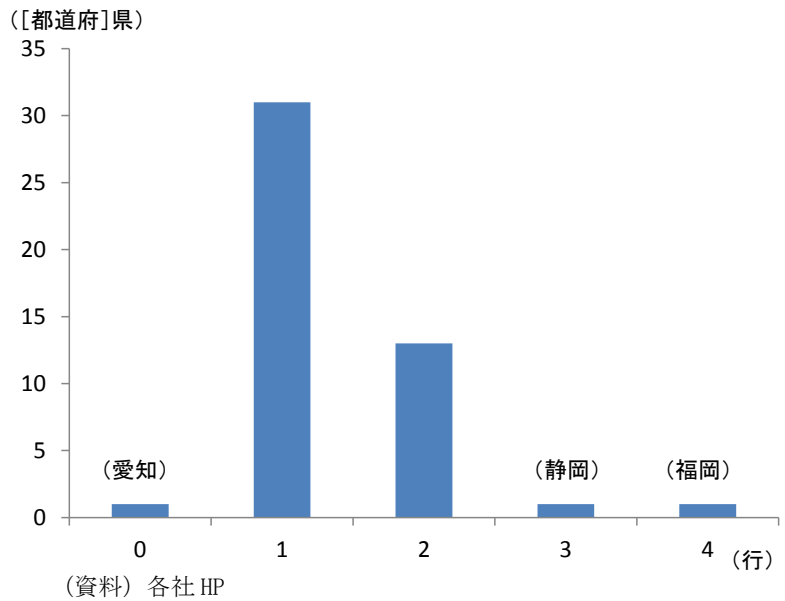
地方銀行は、地元には稠密な営業ネットワークを張り、地元の企業や住民、行政機関などとの長年にわたる取引や関係構築などを通じて、地域に根付いてきた。行政区域と営業基盤との対応関係という点で類似点を見出せる業種としては、他に地方新聞社や地方放送局、（やや対応地域が細分化される場合があるが）都市ガス事業者、地方鉄道事業者などがある。いずれ

も公共性が高いサービスの提供、重要なインフラ機能といった面において、それぞれの地域で存在感を示しているが、中でも地方銀行は、多方面の経済主体の日常的あるいは節目の経済活動にあたって金融サービスを提供し、地元の中核的な存在となっている場合が多い。

特に地方自治体との取引シェアは高く、地方公共団体向け（都道府県だけでなく市町村を含む）の貸出では53%となっている（2012年3月末現在、地方銀行協会調べ、後述の預金・貸出金も同じ）。

ただし、原則として行政区画内で公共サービスを提供する地方公共団体（都道府県、市町村など）と異なり、企業や個人の経済活動は、ごく自然に都道府県の境界（地理的範囲）を越えて行われている¹¹。県境を越える経済活動（以下、海外取引を含めて県際取引）を、県内生産品の海外や県外への出荷や、消費・投資などにおける輸出品や他県生産品の購入など、財・サービスの流れからとらえると、総需要（県内総生産、輸入、移入の合計）に占める輸出・輸入と移出・移入の割合（県際取引依存度）は、県ごとの数値の単純平均で78.6%¹²（2009年度）である。

（図表4）「1県1行」「1県2行」が大半の地銀の立地



¹⁰ 一方、市町村は「基礎的な地方公共団体」である。

¹¹ 都道府県の境界（行政区画）が固まったのは1888年（明治21年）のことであり、当時と現在で、分業・協業・グループ化などによる企業間取引の量と質、交通インフラや流通網の整備、決済システムの進化などの面で大きな違いが生じていることを考えれば、当時の行政区画の境界にかかわらず県際取引が盛んになっていることは、当然とも言える。

¹² 対外取引に比べて制度の違いなどの制約を受けない国内取引（移出・移入）が含まれるため、国全体での類似の概念である貿易依存度（2009年度23.6%、金融仲介サービスを含まない数字で計算）に比べて、県際取引依存度は大きな数値となる。なお、移出・移入の大きさは、設備投資や輸出など企業の経済活動の状況に左右される面が大きいため、2008年度以降の県際取引依存度は、サブプライムローン関連の証券化商品を媒介して広がった世界金融・経済危機の影響で下がっている。ちなみに、その影響がまだ少なかった2007年度は、2009年度より約4%ポイント高い82.8%であった。

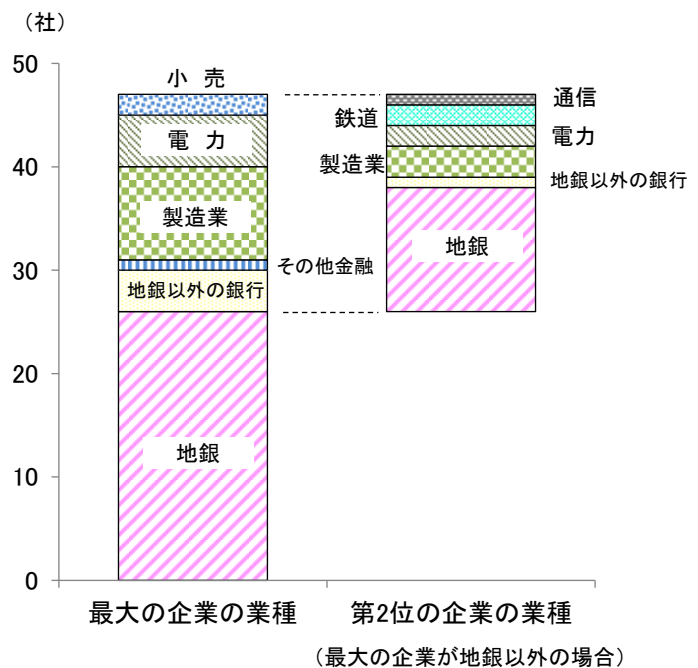
地方銀行の地元におけるネットワークの強みは、企業や個人にとっても取引金融機関の選択において一定の大きさを占めているとみられるが、他方で、全国ベースでとらえた利便性・海外ネットワークなど地域性とは異なる理由や、知名度・ブランド力、総合的な金融サービス提供力など、各企業・各個人がそれぞれの置かれた状況に応じて多様な判断基準で取引を行っていると考えられる。預金残高に占める地方銀行のシェアは25%¹³、貸出金残高¹⁴では同じく28%であり、前述の地方公共団体向け貸出（53%）に比べて2分の1程度である。

このように取引の性格や相手によって濃淡が表れるにせよ、総合的にみれば、地元において地方銀行の存在感は大きい。前述のように、行政区域と営業基盤との対応関係という点で類似点を見出せる業種としては、他に地方新聞社や地方放送局、地方鉄道事業者などがあり、例えば情報発信力、地域の世論形成への影響といった点ではマスメディアの方がより存在感を示すだろうが、経済的な存在感という観点から企業規模で比較すれば、総じて地方銀行の方が大きい。

行政区域との「1県1行」「1県1社」的な対応関係が強い業種でなくても、地元で経済的な存在感を持つ企業が他にあれば、地方銀行の存在感はさほど突出しないであろうが、現実には、各都道府県で規模¹⁵が最も大きい民間企業47社のうち26社を地方銀行が占めており、以下、製造業9社、電力5社、地銀以外の銀行が4社などとなっている（図表5）。さらに、最大の企業が地方銀行ではない21都道府県について、2番目に大きい企業をみると、12社が地方銀行で、以下、製造業3社、電力2社、鉄道2社などである。

このように、地方銀行は、多くの県において、いわば「地元の重鎮」といった存在である。

（図表5）各県において企業規模が大きい企業の業種



（資料）各社HP、東洋経済新報社「会社四季報」「会社四季報未上場会社版」

4. 地元の経済状況は千差万別

地方銀行は、全体としてみた場合、①銀行数の変動が小さく、②歴史的背景によって「1県1行」「1県2行」が確立されて、③「地元の重鎮」的な存在である、等の特徴を持っているが、それぞれの地元の経済状況は千差万別である。地方に拠点を置いていた製造業における国際競

¹³ ゆうちょ銀行はシェア算出に含まれていない。貸出金でも同様。

¹⁴ 地方公共団体向け貸出を含む。

¹⁵ 規模の指標としては、従業員数、売上高、利益水準、純資産などいろいろあり得るが、ここでは資本金で比較した。

争の激化と工場の閉鎖・縮小や移転、地方で相対的な比重が大きい第一次産業が抱える構造問題（就業者の高齢化、進まない成長産業化など）、公共事業による地域の発展・成長という経済路線の不全など、長年の課題を抱えたまま、人口減少や企業の経営行き詰まり、事業所閉鎖に直面している地方も少なくない。

前掲の図表 5 で示した地方銀行の存在感の大きさも、地域経済の状況を重ね合わせると、違った側面が浮かび上がってくる。各都道府県を域内総生産（Gross Regional Product）の大きさによって二分した上で、規模が最も大きい企業をみると、地元の経済規模が大きいグループ（23 都道府県）では、23 社のうち地方銀行は約 4 分の 1 の 6 社であるが、もう一方のグループ（24 県）では、20 社が地方銀行である（図表 6）。

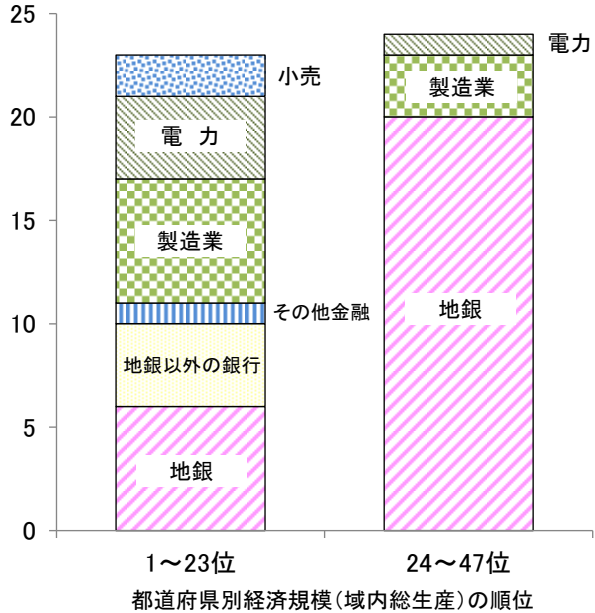
地元経済を牽引するような企業がこれまで出てこなかったり、かつては存在したが衰退・移転などによって現在は見当たらなかったり、といった様々な事情で地域経済の発展に遅れが生じている県で、他の有力企業の希薄さの裏返しとして、伝統的に「1 県 1 行」「1 県 2 行」が続いている地方銀行の存在が結果的に目立っているのであれば、良い状況とは言いにくい。

地域経済の活況度合に大きな開きがあることを受けて、地方銀行の戦略も分化している。

図表 6 は、地方銀行を県別に集計¹⁶して、2 種類の指標によって特徴を整理したものである。まず横軸は、県内に本支店を持つ全地銀（他県本店の地銀を含む）の県内貸出額のうち、本店銀行（当該県に本店がある地銀）のシェアである¹⁷。この数値が高いほど、当該県において本店銀行が強さを発揮している。一方、この数値が低ければ、他県の地方銀行が、本店銀行の地元で一定の地位を確保している。

次に縦軸は、本店銀行の全貸出額（他県での貸出を含む）のうち、本店所在県向け貸出のシェアである。この数値が高いほど、本店銀行が地元へ貸出を集中させていることになる。一方、

（図表 5）地元の経済規模別でみた地銀の存在感（社）



（資料）各社 HP、東洋経済新報社「会社四季報」「会社四季報未上場会社版」、内閣府「県民経済計算年報」

¹⁶ 本店を置く地方銀行が 2 行以上ある県では、集計値を以て当該県の「地方銀行」としている。したがって、厳密には当該県の地方銀行“群”であるが、単に地方銀行としている。また、愛知県には地方銀行がないため（前掲の図表 4 参照）、図表 6 にはプロットしていない。

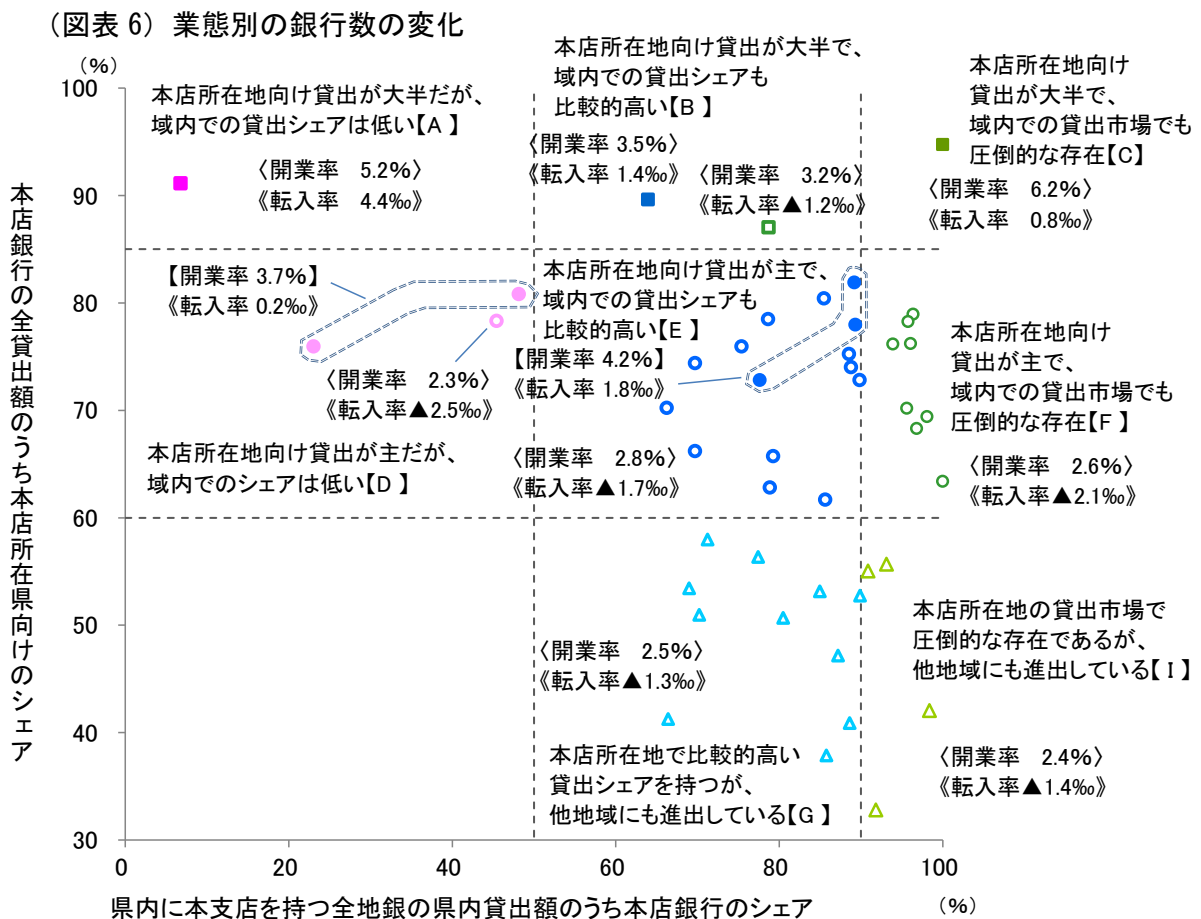
¹⁷ シェアを求める際の分母としては、地方銀行だけでなく全ての金融機関の貸出を使うことも考えられるが、地域の特性として、都市銀行の存在が大きいところ、歴史的に信用金庫が強いところなどがあるため、全ての金融機関の貸出を用いると、各県における業態間の差の影響を受けてしまう。このため、ここでは、地方銀行の間の競争（本店銀行と他の銀行）を見るために、貸出額も地方銀行だけを取っている。

この数値が低ければ、本店銀行が他の県で貸出を積極化していることになる。

これらの指標の高低を左右する要因としては、まず地域経済の活況度、特に地元と近隣県との差が重要である。地元経済が周辺地域より活況であれば、本店銀行は地元への貸出に注力し、他県での貸出増強の優先度は低くなると考えられる。逆に、地元より近隣県でのビジネスチャンスがはるかに多ければ、経営資源の一部をそこに投入する戦略を取ってもおかしくない。

次に、銀行自体の体力差も、指標に影響する。一括りに地方銀行といっても、店舗数で約6倍、従業員数で約10倍、資産規模で約30倍もの格差がある。本店銀行が上位地銀である場合と、下位地銀である場合で、他県の銀行との貸出競争の帰結が異なることは起こり得る¹⁸。

また、他県との経済交流を左右する地理的要素、歴史的背景も、図表6の指標に影響する。単に行政上の県境があるだけでなく、海や険しい山などで隔てられている地域では、普段、県境を意識する必要がないほど交流が盛んな地域に比べて、本店銀行の広域展開は抑制されるだろう（反面、他県の地方銀行の進出を抑制する要因ともなる）。一方、地理的には多少離れていても、昔から経済交流が盛んで現在もその影響が残っている場合には、本店所在県以外への広域展開の誘因になる。



(資料) 各社 HP、全国地方銀行協会 HP、日本金融通信社「金融ジャーナル」、法務省 HP、国税庁 HP、総務省統計局 HP
 (注1) 開業率は「会社設立登記数/会社数」(百分率)、転入率は「転入超過数/人口」(千分率)で、各ブロック内の県の単純平均。開業率、転入率の差が大きい場合には、ブロック内を2グループに分けて表示。
 (注2) 脚注16も参照。

¹⁸ 脚注16で示したように、図表6は県別の集計値としているため、純粹に銀行別に比較する場合より、銀行間の体力格差要因はやや緩和されるとみられる。

図表6で、縦軸上部の3ブロック（A、B、C）の本店銀行は、いずれも地元への貸出の割合が高い。これらの県では、企業の開業率が総じて高く、人口移動においても転入が転出を上回っている。他地域への進出に力を入れるよりも、地元向けの貸出を行う方が合理的であるため、貸出の大半を地元向けとしている地方銀行が、これらのブロックにプロットされている。

その反面、他の県の地方銀行が、ビジネスチャンスを求めて進出してくれば、県内貸出額に占める本店銀行のシェア（横軸）の低下要因となり、競合他行と本店銀行との体力差が大きい場合には、本店銀行のシェアは顕著に低くなる。一方、本店銀行のシェアが高い例は、主に地理的要因である。

縦軸中央左のブロックDは、地元向け貸出の割合（縦軸）がブロックAほど高くないが、基本的には地元向けを主にしている本店銀行である。また、県内貸出市場では、他の県の地方銀行が大きなシェアを持っている（本店銀行のシェアは50%未満、横軸）。ただし、他県の地方銀行のシェアが高い例の中には、数多くの銀行がビジネスチャンス（開業率、転入率）を求めて進出しているためだけでなく、それ以外の理由（銀行の体力差、歴史的背景）が影響しているとみられるものもある。

縦軸中央右のブロックFは、地元向け貸出の割合（縦軸）がブロックCほど高くないが、基本的には地元向けを主にしている本店銀行であり、またブロックCと同じく、地元の貸出市場で高いシェアを持っている（横軸）。地元の地方銀行としては圧倒的な存在であるが、開業率、転入率に表れているように、地元経済の状況には課題がある。

ただし、地元経済がほぼ同様の状況にあるブロックI（ブロックFの下）の地方銀行が、地元では高いシェアを確保しつつ、他県向けの貸出も一定以上（地元向け貸出の割合はその分低い）となっている姿と比較すると、広域展開の実績に差が出ている。これは、ビジネスチャンスの豊富な地域に近接しているか否かという地理的条件の違いや、進出を図っている地域での競争の厳しさの違いなどが影響していると考えられる。

縦横中央のブロックEは、地元向け貸出の割合（縦軸）も、地元の貸出市場でのシェア（横軸）もまずまず高い本店銀行であり、最も数が多い類型である。貸出では基本的に地元向けを主としており、地元の貸出市場で中心的存在であることから、ある意味で平均的な地方銀行の姿を表している。

開業率、転入率の状況からは、2グループに分かれる。大半の本店銀行は、地元経済の活性化が弱いグループに属しており、置かれた状況と経営課題は、前述のブロックFの地方銀行に近い。

縦軸下部の2ブロック（GとI）は、地元の貸出市場でのシェアを確保しつつ、他県での貸出を増強している本店銀行である。地元でのシェア（横軸）によってGとIに分かれているが、特徴はむしろ縦軸でA～Fのブロックに比べて下方にプロットされることに表れている。すなわち、貸出残高のうち本店所在県以外向けが占める割合が比較的高い。

これら2ブロックの地元経済の状況は、開業率が全体的に低く、転入率も一部例外を除けばマイナスである。このため、ビジネスチャンスの豊富な他の地域で貸出を増強する戦略を取っているとみられる。

5. おわりにかえて

この20年余りで、都市銀行では統合の動きが相次ぎ、2013年7月1日の（新）みずほ銀行の発足によって、ついに4行となった。また信託銀行も、2012年4月1日に3行へ集約されている。

このような再編によって誕生したメガバンクグループでは、国内においては、グループの総合力・連携をいかした取引先への事業支援や新たな成長分野への取組強化、海外においては、欧米主要金融グループ対比で優位に立っている財務体質をいかして、M&Aによるグループ事業強化や、成長が期待されるアジアなどでの商業銀行業務への注力など、グローバル規模の金融グループとしての経営方針、事業戦略を打ち出している。

一方、地域銀行については、バブル崩壊の影響をより強く受けた第二地方銀行で再編が進んだ反面、地方銀行では、長年、地元の有力企業であったことによる強み、戦前に成立した「1県1行」「1県2行」の伝統などに支えられて、銀行数はほぼ不変である。

数だけをみれば、地方銀行には変化が起きていないようにみえるが、実際には、地元の経済状況、銀行自体の体力には大きな開きがあり、それを反映して、地方銀行の戦略も分化している。

経済規模が大きく、また、開業率や転入率など、今後の経済成長への寄与を示唆する指標が高い地域では、ビジネスチャンスを求めて進出してくる他県の銀行との競争激化という課題が生じるが、逆に、多くの地方銀行の地元では経済状況が厳しく、操業休止・閉店や人口流出などが目立つ中で、地域社会の振興、地域経済の活性化が課題となっている。競争激化への対応よりも、需要が乏しい状況下で自行の経営にも地元経済にもプラスになるような事業を創出する方が工夫を要すると考えられるため、競争激化は、ある意味、「贅沢な悩み」に映るかもしれない。

そのような難しい経営環境において、地方銀行は、地元でのビジネスチャンスの多寡、経済活況度の高い地域の近接性、県境を隔てる地理的要素、他地域との交流の歴史的背景、銀行の体力など、様々な条件を勘案しながら、地元への特化度と他県への注力度の適正なバランスを、各行の実情に応じて模索しているものとみられる。その一環で、持株会社の傘下に地元が異なる複数の地銀、第二地銀を配するというグループ経営を採用する例もいくつか生じている。

ただし、多くの地域で、経済活性化が長年の課題となっていることは前述の通りである。また、そのような地域ほど地方銀行の存在感が圧倒的であることから、地域活性化への貢献に関して、地方銀行に大きな期待が寄せられている。

一般に、実物経済と金融の関係については、「車の両論」という形容が昔から頻繁に使われてきた。地域社会の振興、地域経済の活性化と地域金融機関の関係も、その一つであろう。かつて、バブル崩壊による不良債権が重い問題であった当時、日本経済全体の課題を論じるにあた

り、金融機関の不良債権問題によって「両輪」の片方が機能していないことが低迷の主因であるという主張が繰り返された。しかし、「両論」であるならば、実体面の変革が伴わなければ、「車」は進まない。不良債権問題が峠を越えてから8年余り経ったが、ここにきて、日本経済再生に向けて成長戦略が重視されているのは、やはり実体面の変革が課題であるためであろう。

地域経済の活性化と地域金融機関の関係も同様である。本業である貸出¹⁹をはじめ、ビジネスマッチング、財務体質改善の助言、事業継承支援など地方銀行の貢献が期待される分野がある反面、新商品開発、製品の品質管理や歩留まりの向上、顧客サービス改善などによって、全国的に通用し、場合によっては海外にも売り込めるような競争力を養うことができるのは、最終的には企業自身である。

以上

¹⁹ リスク調整後の収益がマイナスとならない健全な貸出。