

Discussion Purpose Only

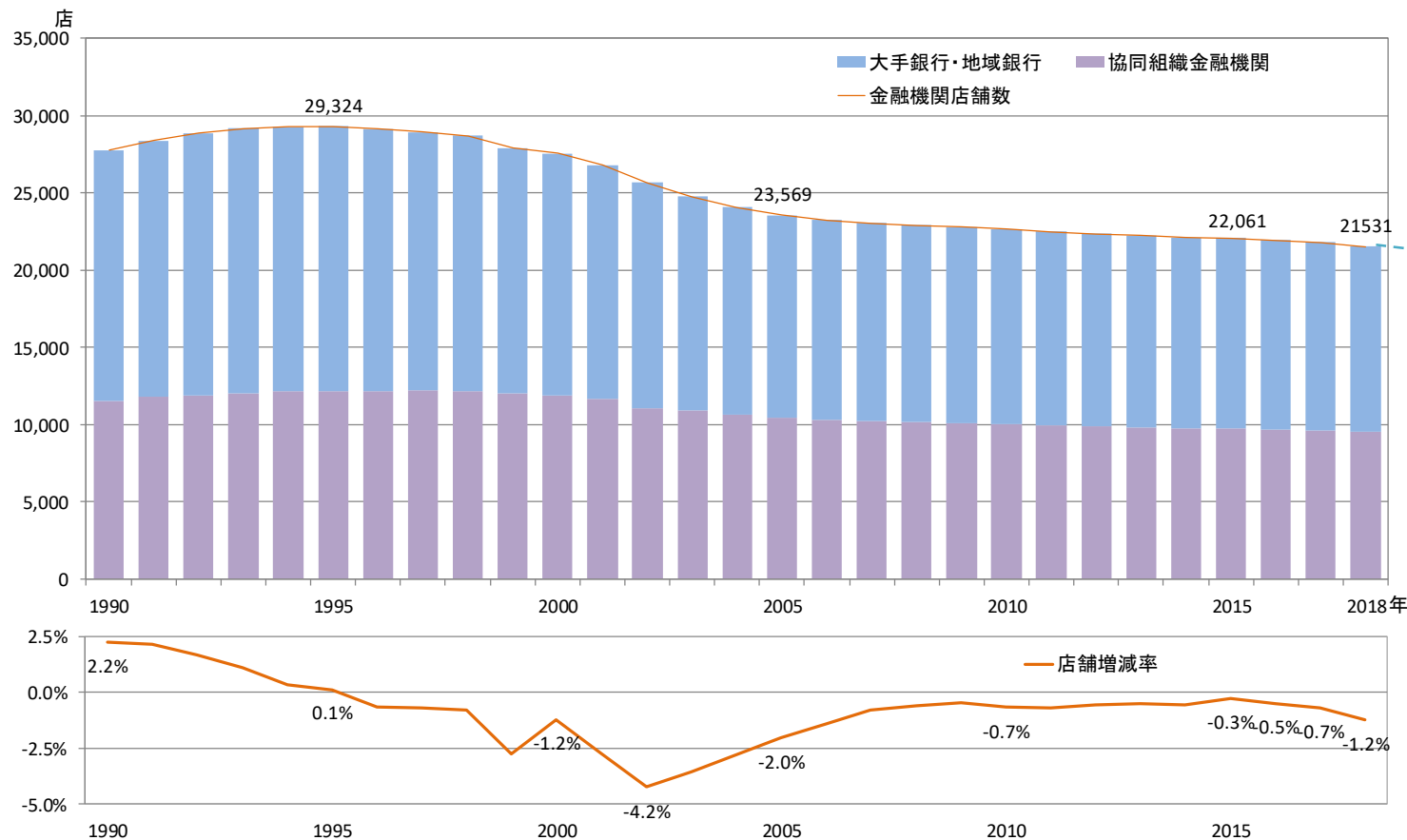
経営資源配分の検討のための 店舗エリア分析支援コンサルティング

金融戦略室
【ご案内資料】

1. 金融機関の有人店舗推移

■ 金融機関の店舗数は、1995年の29,324ヶ店をピークに減少に転じ、緩やかな減少傾向が継続しています。

- 90年代後半の金融危機やその後の金融機関合併を背景に、1998年～2004年頃に急減（2001年→2002年にかけて - 4.2%と最大の減少割合）
- 人口減少を勘案し、足元の1店舗あたり人口を前提とすると、理論的には2040年までに約13%の店舗減少が必要です。



1店舗あたり人口を横ばいに置いた場合の理論的な店舗数を試算

▲2,837店
(▲13.2%)

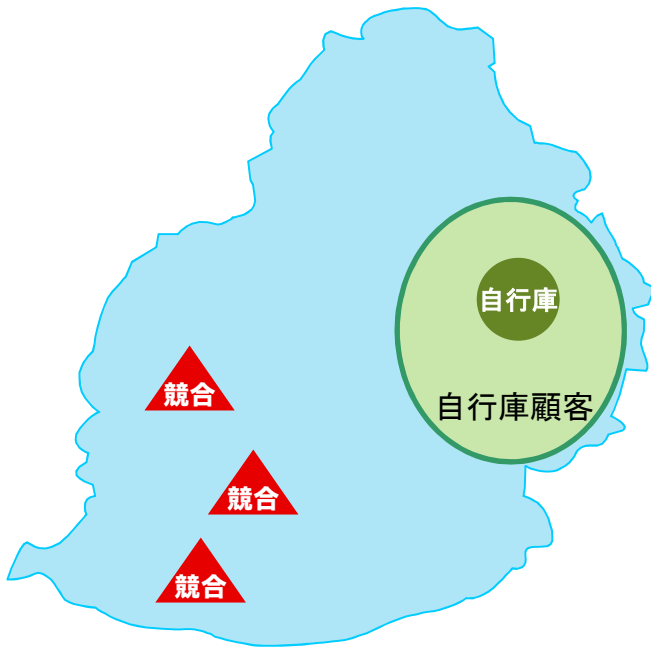
2040年
18,694店

(出所) 日本金融名鑑(日本金融通信社)、各金融機関ディスクロージャー情報等をもとに、MURC作成
 ・大手行、地方銀行、信金、信組、労金を対象とする(ゆうちょ銀行(郵便局)、農協、漁協は含まない)
 ・有人の本支店・出張所・代理店を対象とし、バーチャル店舗、無人出張所は含まない
 ・同一拠点に複数店が存在する店舗は1店舗(店舗内店舗、BinB)は1店としてカウント)

2. 店舗エリア分析 (1)分析の視点

- 金融機関の各店舗の店勢圏について、地盤力、競合度、開拓率、地盤力成長性を総合的に比較分析し、経営資源投入の見地から、エリア有望度を評価します。

営業エリア



各店舗の店勢圏を指定 (市区町村別、町丁大字別等)

地盤力

- 金融サービス需要の大きさを評価
- 個人需要
人口データに基づく
推定預貯金残高 等
- 法人需要
地域統計データ等に基づく
推定貸出残高
- 将来見通しを活用した
「地盤力成長性」も評価

開拓率

- エリア内需要における
自転車取引の大きさを評価
- 開拓率
= 自転車取引 ÷ 地盤力
- 開拓率が低いほど開拓余地
(成長性)が大きい
※ただしエリア内の一定の
プレゼンスは必要

競合度

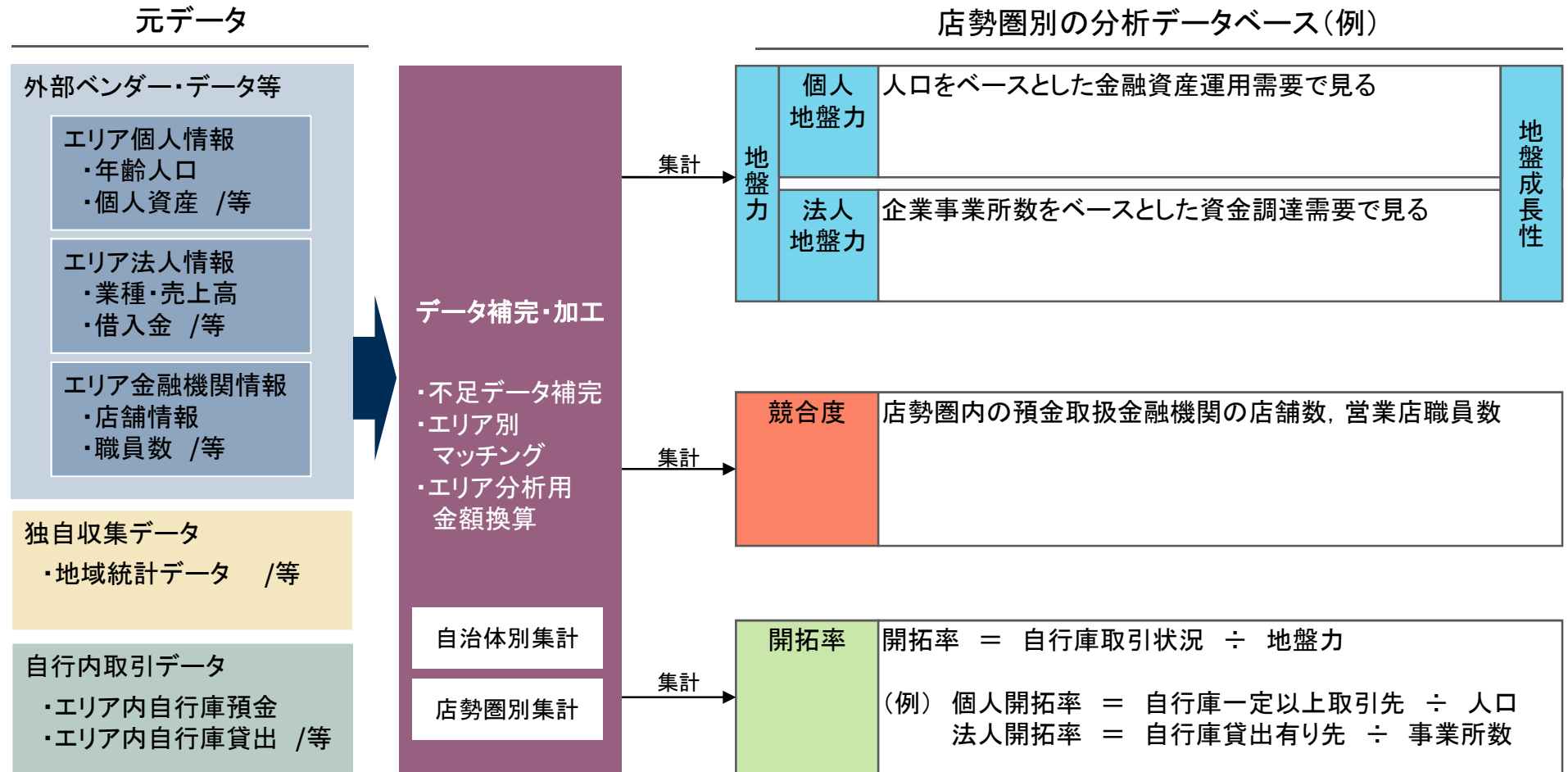
- 他金融機関による
エリア内競合の強さを評価
- 他金融機関の営業店職員数
等を利用

【分析と活用】

- 各エリアの現在魅力度、地盤力成長性、開拓ポテンシャルを評価
- 各エリアの総合的な評価により、人員等の経営資源の投入方針に反映
→地盤力・成長力が高く、競合度が低いエリアに、経営資源を重点投入
→地盤力・成長力が低く、競合度の強いエリアは、経営資源を節約

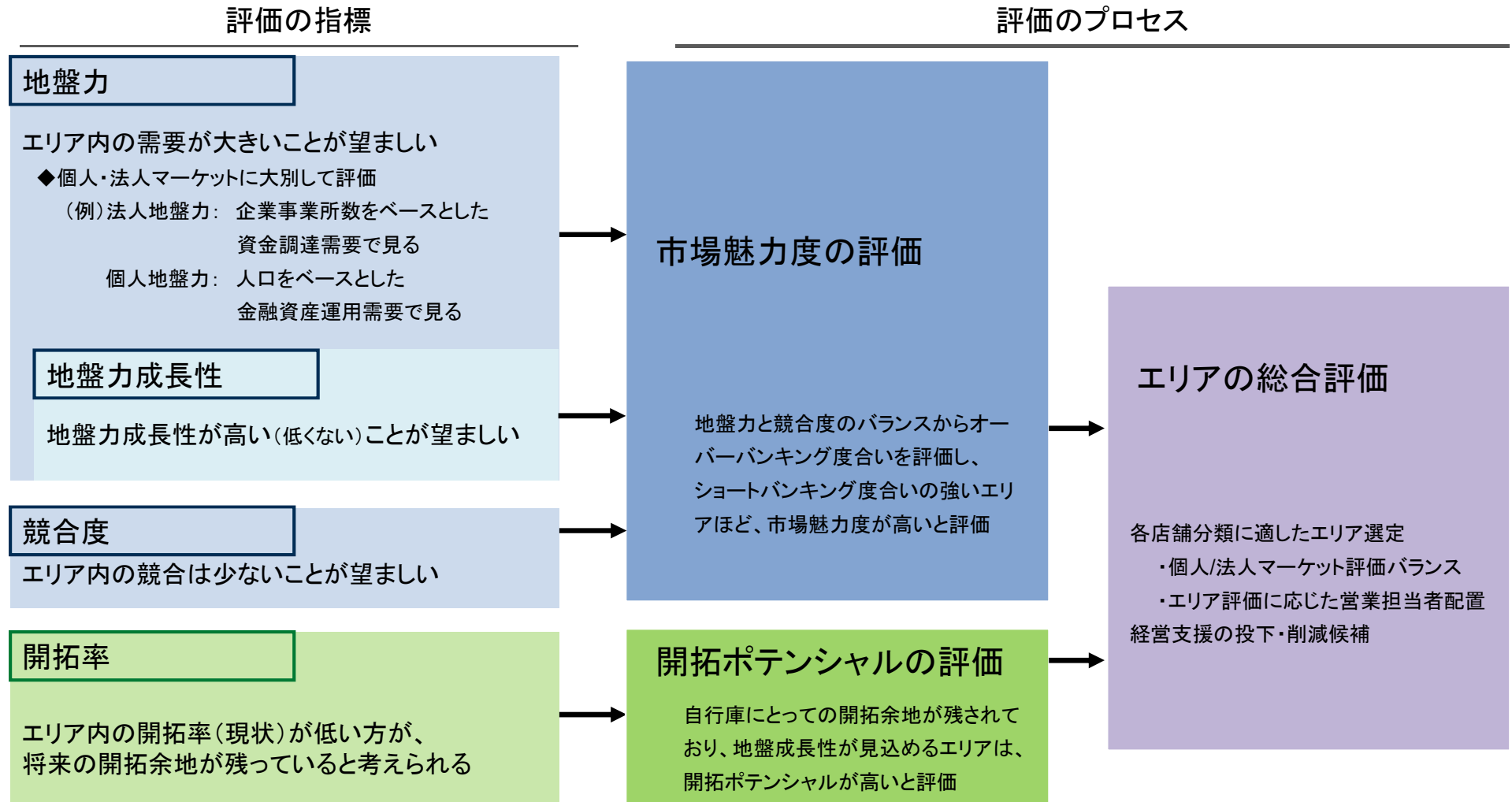
2. 店舗エリア分析 (2) 外部データの活用

- エリア分析のためのデータベースとして、「地盤力データ」「競合度データ」「開拓率データ」を整備する必要があります。
- 分析データは、基本的に自金融機関での整備が望ましいですが、外部ベンダーの提供する地域データベースを活用する例も増えています。分析目的とデータ収集負担から使い分けることが望ましいです。

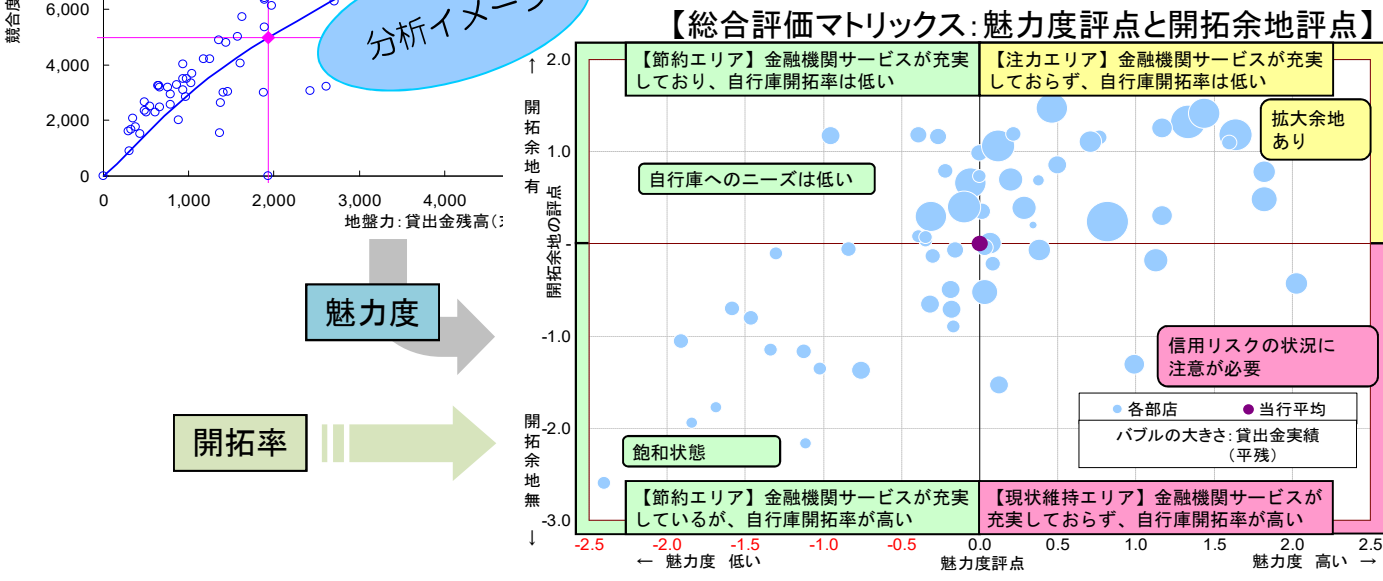
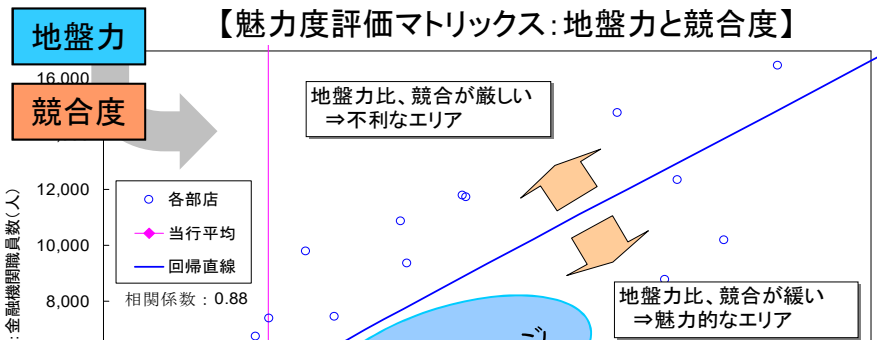
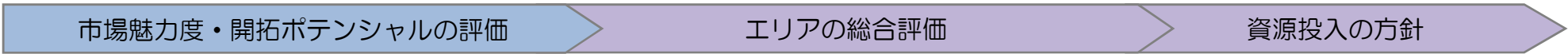


2. 店舗エリア分析 (3)分析・評価の流れ

- 整備した分析データベースに基づいて、分析対象エリアの分析・評価を実施します。



(店舗エリア分析の全体フロー)

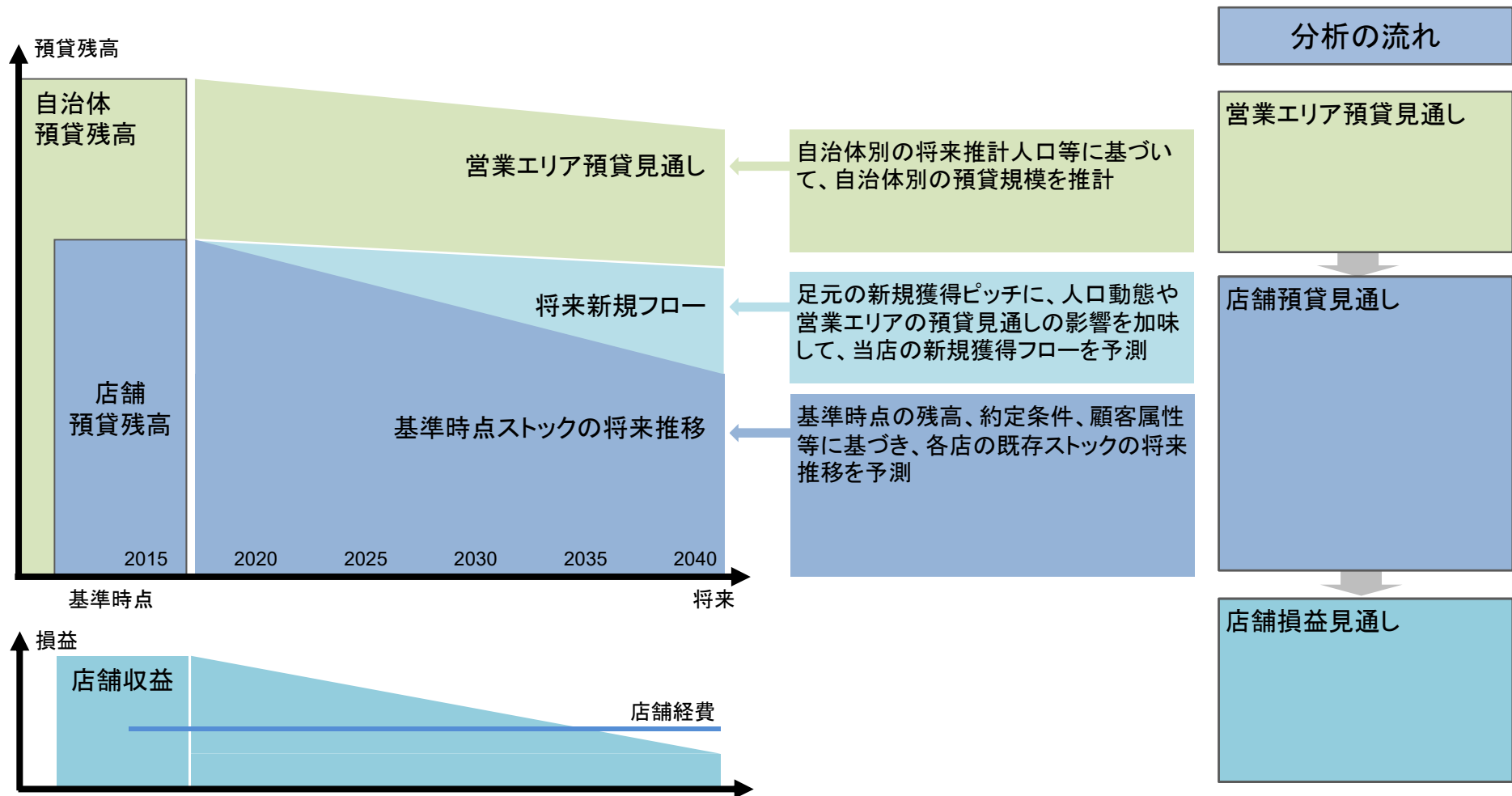


【資源投入の方針】

開拓余地	① 余地大	② 13ヶ店	③ 6.7% ~	④ 飽和	⑤ 12ヶ店	⑥ 6.7% ~		
部店名	総合	開拓	職員	部店名	総合	開拓	職員	
	評点	率	数		評点	率	数	
A 2,745 億円	魅力度 1.6点	*** 1.5点	3.1%	14	注力	*** 0.6点	8.8%	11
	1.6点	*** 1.4点	3.3%	5				
	1.4点	*** 1.4点	2.6%	16				
	1.3点	*** 1.3点	2.8%	16				
	1.2点	*** 1.2点	2.9%	8				
	1.8点							
	1.8点							
	1.2点							
	2.0点							
	1.1点							
B 3,977 億円	魅力度 0.8点	*** 0.9点	3.2%	5	現状維持			
	0.7点	*** 0.8点	3.3%	9				
	0.5点	*** 0.8点	2.4%	16				
	0.2点	*** 0.5点	3.1%	6				
	0.1点	*** 0.4点	3.4%	19				
	0.8点							
	0.5点							
	0.4点							
	0.2点							
	0.3点							
D 912 億円	魅力度 -1.3点	*** -1.1点	9.4%	5	節約			
	-1.5点	*** -1.1点	9.0%	5				
	-1.6点	*** -1.3点	8.9%	5				
	-1.0点	*** -1.4点	11.4%	5				
	-1.1点	*** -1.7点	8.7%	3				
	-1.3点	*** -1.7点	10.5%	4				
	-1.1点	*** -1.9点	10.9%	3				
	-1.9点	*** -2.5点	12.5%	5				
	-1.7点							
	-2.4点							

3. 店舗の中長期損益見通し (1) 預貸見通し・収益見通し

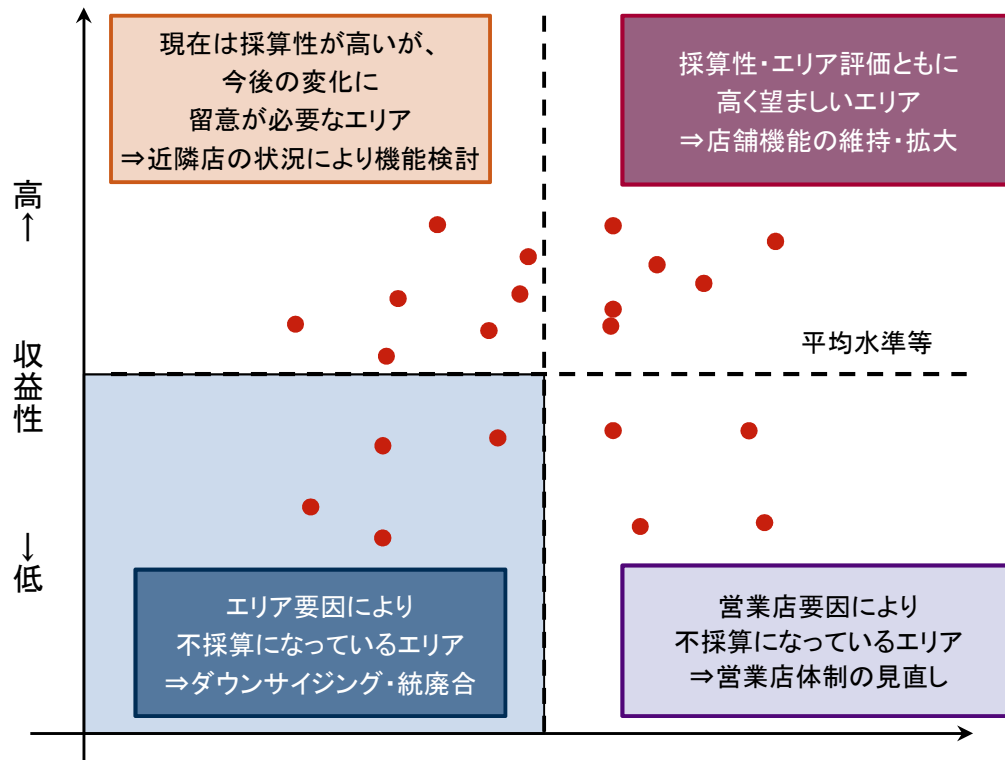
- 営業エリア預貸見通しをベースに、店舗別の預貸見通しを行います。
- 店舗預貸見通しをベースに、金利シナリオ等を置くことにより、店舗収益・コストを見通します。



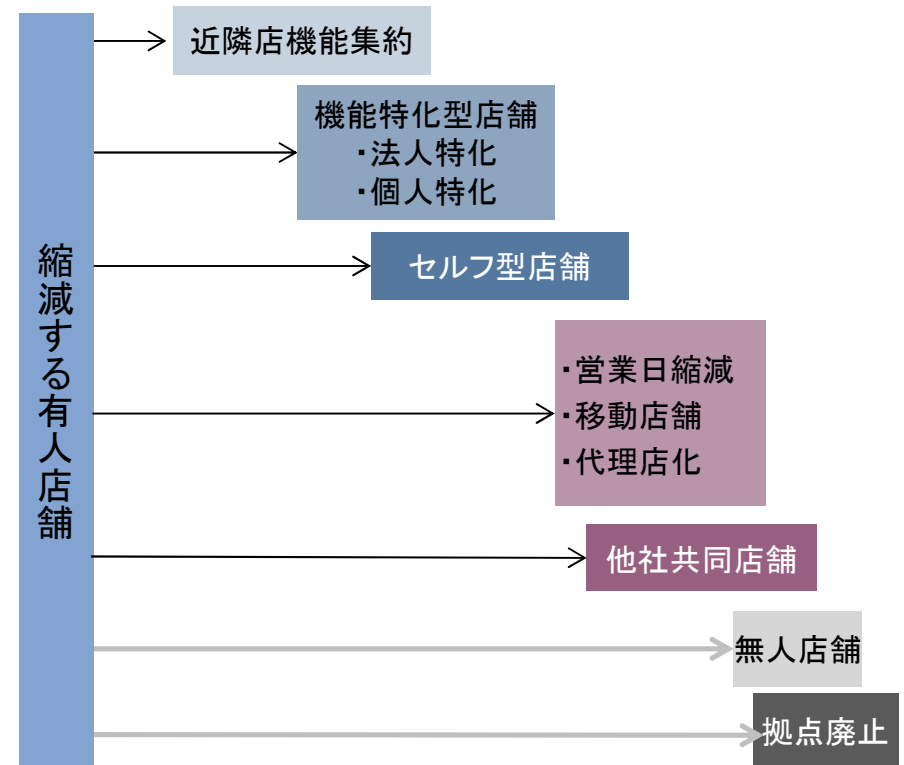
4. 店舗ネットワークの見直し

- 店舗ネットワークの検討にあたっては、選択肢は拠点統廃合に限定することなく、店舗の特性を活かした望ましい形態を検討することが重要です。
- そのためには、複数の手法で店舗エリアを評価し、その特性(長所と課題)を適切に把握することが重要です。

エリア評価・収益性に基づく店舗分類の検討例



店舗ネットワーク見直しの選択肢



店舗戦略の策定に関するMURCの主要コンサルティング・テーマ

1.

店舗エリア 有望度分析

- 貴行営業エリアおよび店舗について、外部統計データを用いて、地盤力・競合度等に基づく有望度を評価します。
- エリア・店舗の評価に基づき、経営資源の投入方針への活用をご提言します。

2.

店舗の 中長期損益見通し

- 貴行営業エリアにおける人格別×市町村別の預貸見通しをご提示します。
- 預貸残高見通しと現在の貴行店舗収益データに基づき、店舗別の中長期損益見通しを描きます。
- 店舗別の損益状況に基づき、経営資源の投入方針への活用をご提言します。

3.

拠点実態調査

- 店舗業務のBPRや経営資源の投入方針の検討のため、営業拠点での各職員の業務実態を分析します。
- 業務別の時間投入状況や渉外活動状況を分析することにより、拠点配置や人員配置、役割分担の見直し等による効率化への活用をご提言します。

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

www.murc.jp/