

世界が進むチカラになる。



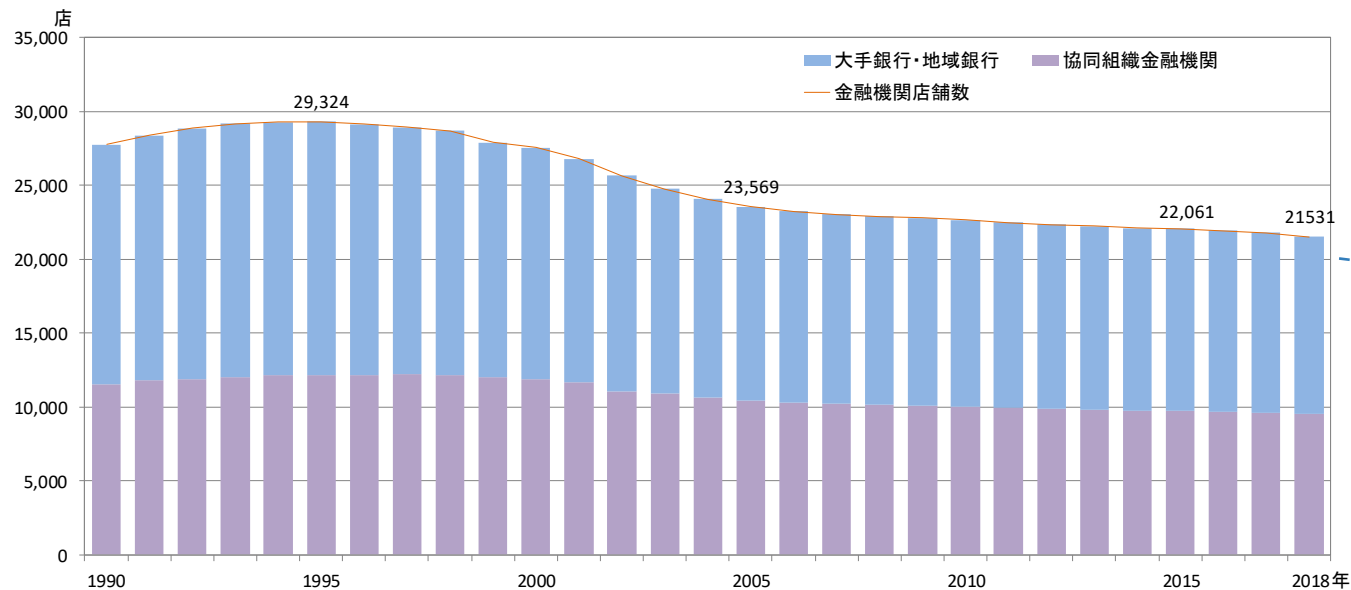
経営資源配分の検討のための
店舗エリア分析支援コンサルティング

2025年5月

三菱UFJリサーチ&コンサルティング

1. 金融機関の有人店舗推移

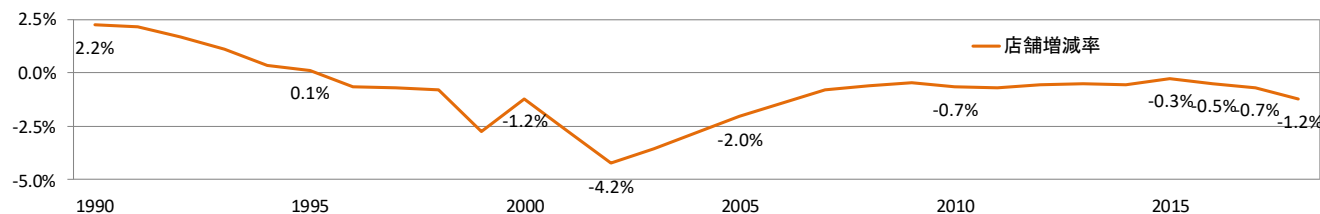
- 金融機関の店舗数は、1995年の29,324ヶ店をピークに減少に転じ、緩やかな減少傾向が継続しています。
 - 90年代後半の金融危機やその後の金融機関合併を背景に、1998年～2004年頃に急減（2001年→2002年にかけて - 4.2%と最大の減少割合）
 - 人口減少を勘案し、足元の1店舗あたり人口を前提とすると、理論的には2040年までに約13%の店舗減少が必要です。



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

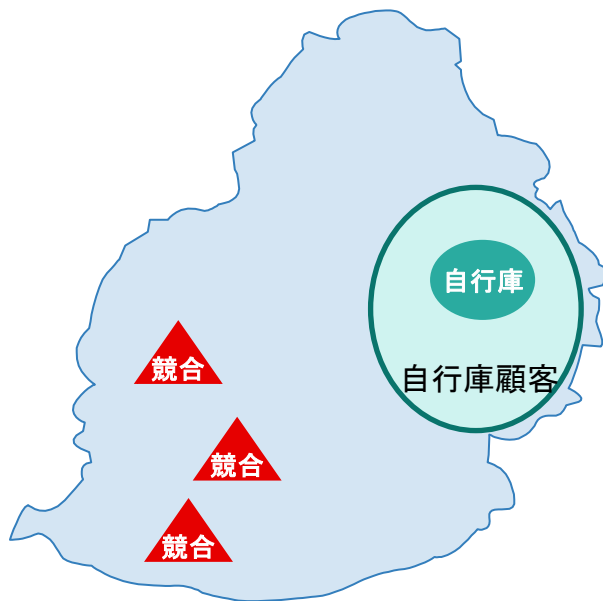


- (出所) 日本金融名鑑(日本金融通信社)、各金融機関
ディスクロージャー情報 等をもとに、MURC作成
- 大手行、地方銀行、信金、信組、労金を対象とする
(ゆうちょ銀行(郵便局)、農協、漁協は含まない)
 - 有人の本支店・出張所・代理店を対象とし、バーチャル
店舗、無人出張所は含まない
 - 同一拠点に複数店が存在する店舗は1店舗
(店舗内店舗, BinB)は1店としてカウント)

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。

元データ

外部ベンダー・データ等

エリア個人情報

- 年齢人口
- 個人資産 /等

エリア法人情報

- 業種・売上高
- 借入金 /等

エリア金融機関情報

- 店舗情報
- 職員数 /等

独自収集データ

- 地域統計データ /等

自行内取引データ

- エリア内自行庫預金
- エリア内自行庫貸出 /等

データ補完・加工

- 不足データ補完
- エリア別マッチング
- エリア分析用金額換算

自治体別集計

店勢圏別集計

店勢圏別の分析データベース(例)

地盤力	個人地盤力	人口をベースとした金融資産運用需要で見る	地盤成長性
	法人地盤力	企業事業所数をベースとした資金調達需要で見る	

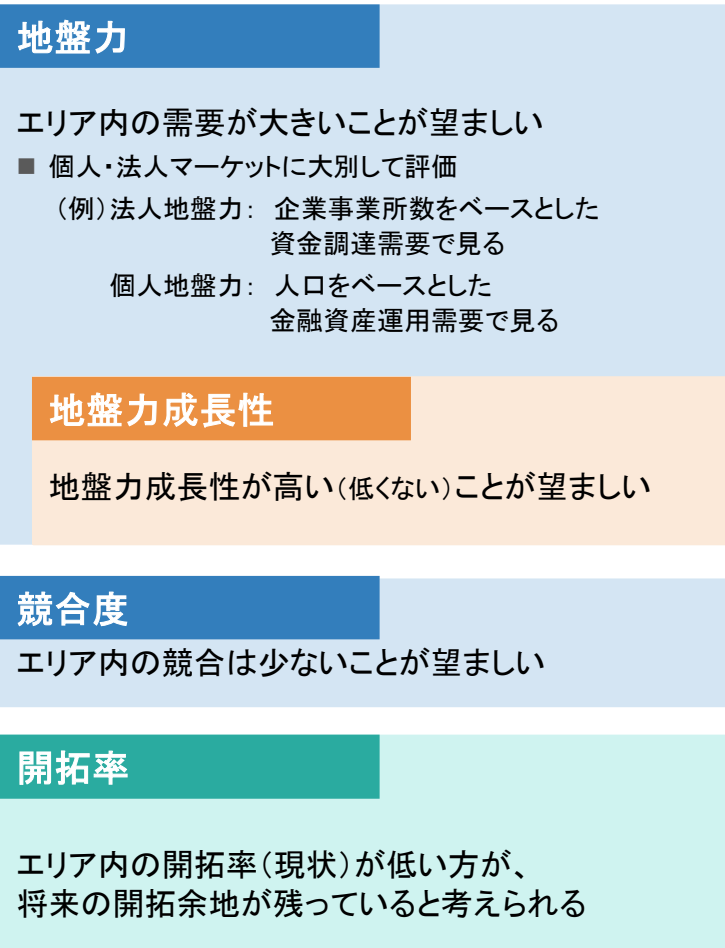
競合度	店勢圏内の預金取扱金融機関の店舗数, 営業店職員数
-----	---------------------------

開拓率	$\text{開拓率} = \text{自行庫取引状況} \div \text{地盤力}$ (例) 個人開拓率 = 自行庫一定以上取引先 ÷ 人口 法人開拓率 = 自行庫貸出有り先 ÷ 事業所数
-----	--

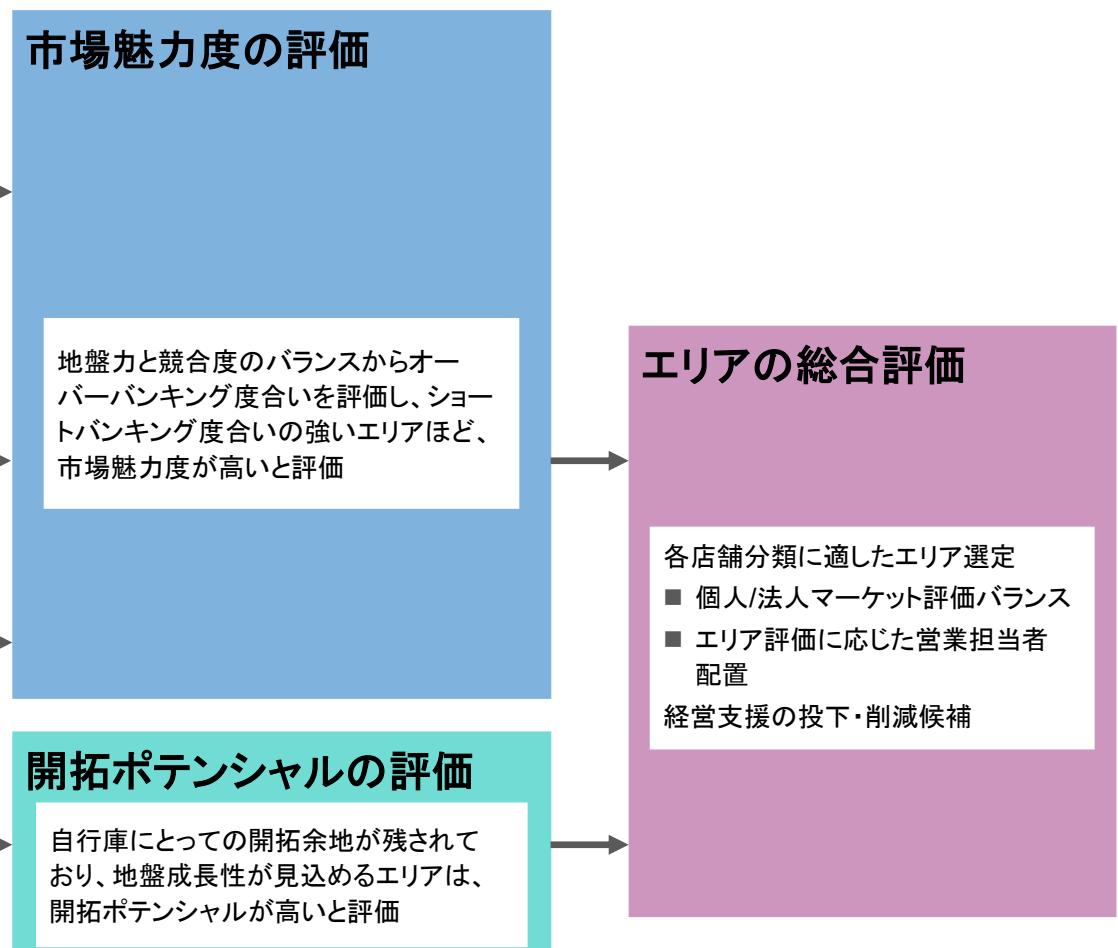
2. 店舗エリア分析 (3) 分析・評価の流れ

- 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。

評価の指標



評価のプロセス

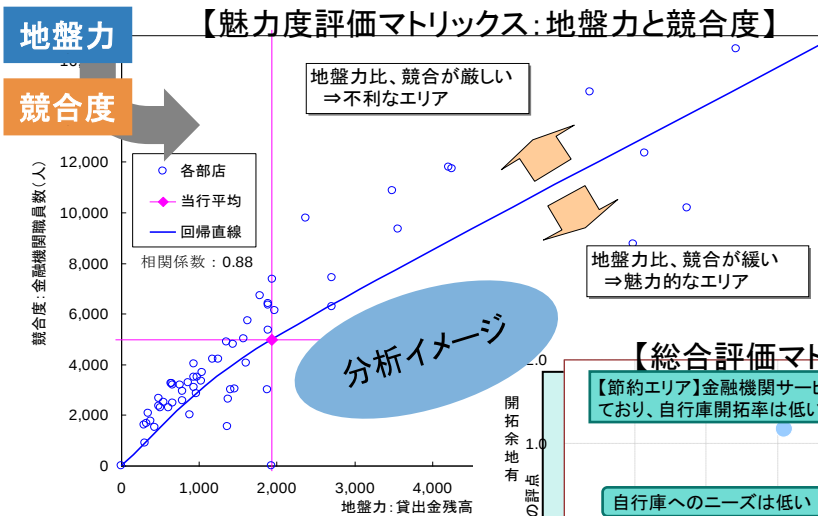


(店舗エリア分析の全体フロー)

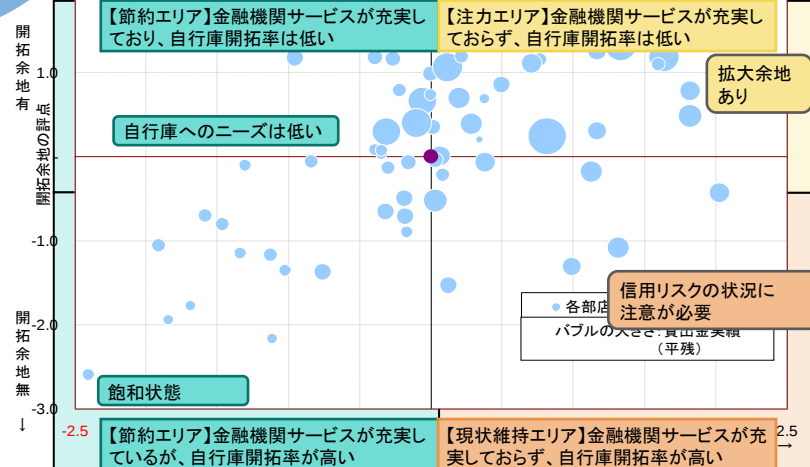
市場魅力度・開拓ポテンシャルの評価

エリアの総合評価

資源投入の方針



【総合評価マトリックス：魅力度評点と開拓余地評点】

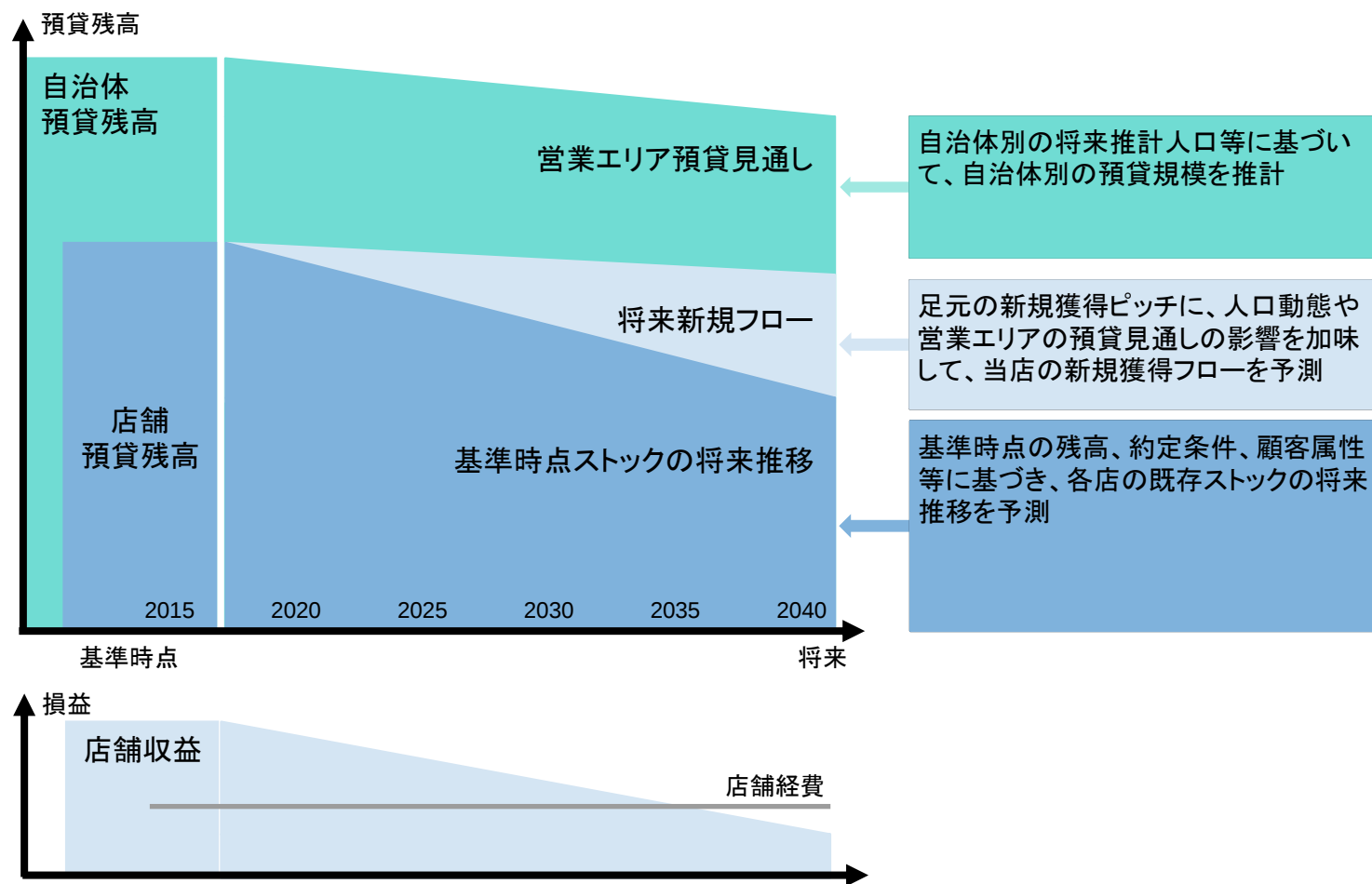


【資源投入の方針】

開拓余地	① 余地大				④ 飽和				資源投入 の大方針
	部店 名	総合 評点	開拓 率	職員 数	部店 名	総合 評点	開拓 率	職員 数	
A	11ヶ店 2,745 億円	1.6点 ***	3.1% 1.9%	14 5	12ヶ店 6.7% ~	0.6点 ***	8.8% 11	11	注力
	1.6点	***	1.4点	3.3%	5				
	1.4点	***	1.3点	2.6%	16				
	1.3点	***	1.2点	2.8%	16				
	1.2点	***	1.1点	2.9%	8				
	1.1点	***	1.0点	3.2%	5				
	0.9点	***	0.8点	3.3%	9				
	0.7点	***	0.6点	3.4%	19				
	0.5点	***	0.4点	3.4%	19				
	0.2点	***	0.1点	3.1%	6				
D	11ヶ店 912 億円	-1.3点 ***	-1.5点 ***	-1.6点 ***	12ヶ店 6.7% ~	0.6点 ***	8.8% 11	11	現状維持
	-1.3点	***	-1.1点	9.4%	5				
	-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				
	-1.9点	***	-1.7点	10.9%	3				
	-1.7点	***	-2.5点	12.5%	5				
	-2.4点	***	-2.5点	12.5%	5				

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。



分析の流れ

営業エリア預貸見通し

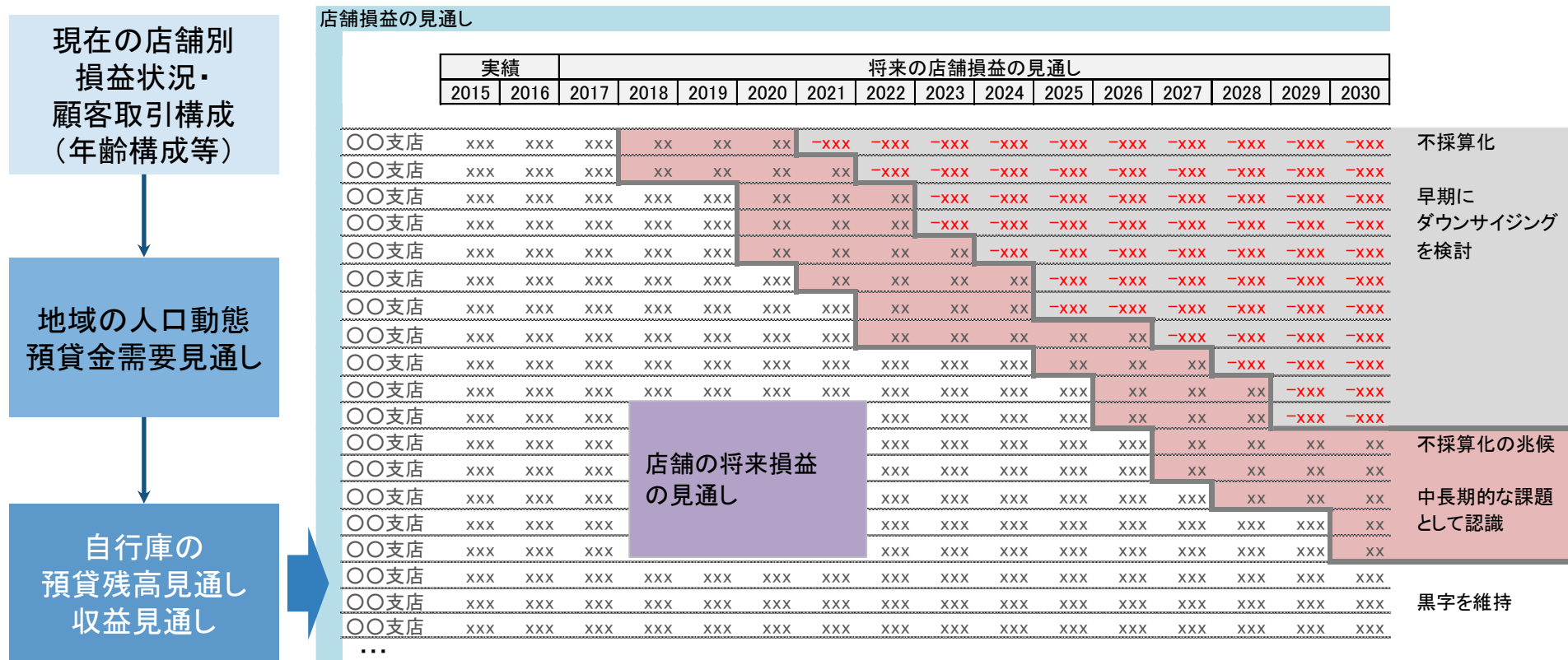
店舗預貸見通し

店舗損益見通し

3. 店舗の中長期損益見通し (2)分析例

- 店舗別の採算を成行きベースで延長することにより、中長期で見た店舗損益見通しを描きます。
- 将来の不採算化の時期によって、店舗機能の見直し候補の優先順位を付けることが可能になります。

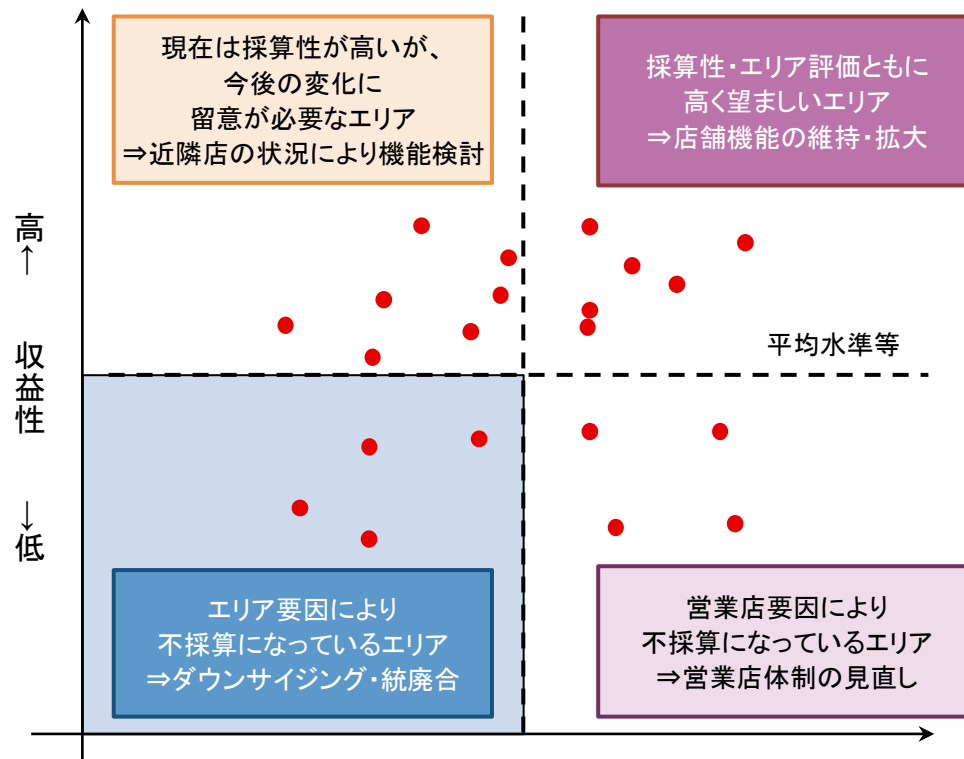
中長期店舗採算見通し（イメージ）



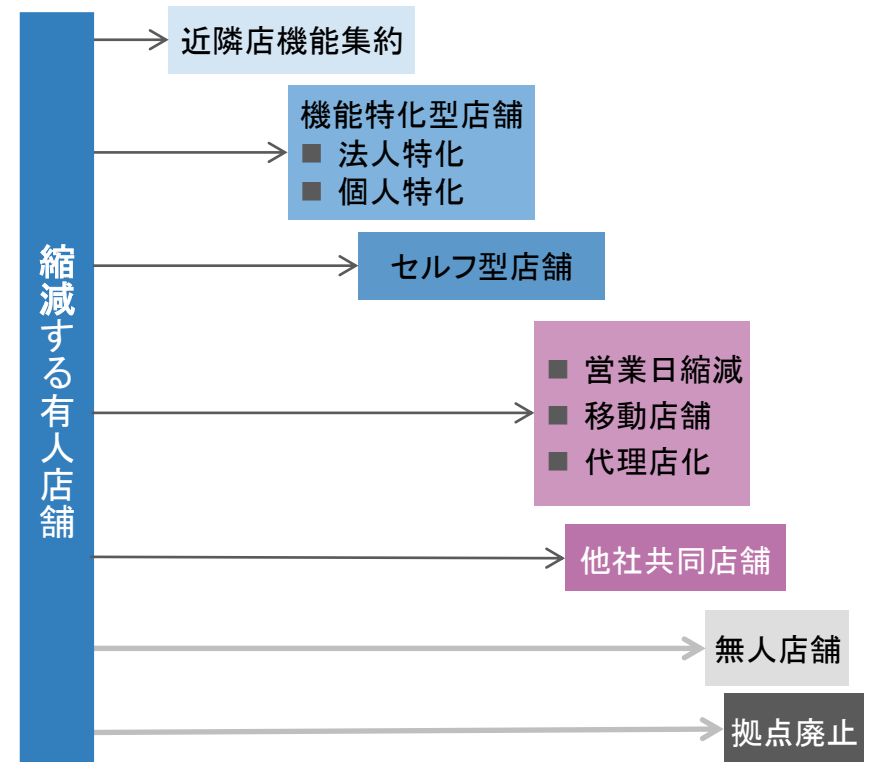
4. 店舗ネットワークの見直し

- 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。

お問い合わせ

コンサルティングのご依頼・ご相談は、以下のボタンをクリックください。

お問い合わせページに移動しますので、必要事項を記入ください。



お問い合わせはこちら



<https://reg18.smp.ne.jp/regist/is?SMPFORM=nekf-ldkgpe-1648b29f41f462760deae4cdc248144>



—本資料のご利用に際して—

- 本資料は、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません
- また、本資料は、作成者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一的な見解を示すものではありません
- 本資料に基づくお客さまの決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客さまご自身でご判断くださいようお願い申し上げます
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず、出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡ください

本資料に関する問い合わせ先： 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 コンサルティング事業本部 <https://www.murc.jp/inquiry/>

当社概要

三菱UFJリサーチ&コンサルティングは、三菱UFJフィナンシャル・グループ(MUFG)のシンクタンク・コンサルティングファームです。東京・名古屋・大阪を拠点に、国や地方自治体の政策に関する調査研究・提言、民間企業向けの各種コンサルティング、経営情報サービスの提供、企業人材の育成支援、マクロ経済に関する調査研究・提言など、幅広い事業を展開しています。

会社概要はこちら

<https://www.murc.jp/corporate/about/>

当社コンサルタントによる知見発信

出版物（一部抜粋、部分執筆含む）



[その他市販書籍のご案内](#)



当社コンサルタント出演のテレビ番組

BSテレビ東京 特別番組
「日本はこうなる!?
～2025年を生き抜くビジネス戦略～」
(2024年冬)



[日本はこうなる
特設サイト](#)
(番組アーカイブ
視聴可)



WEB上での情報発信

コンサルティング
レポート

<https://www.murc.jp/library/report/>



Quick
経営トレンド

[https://www.murc.jp/library/tags/
tag_593/](https://www.murc.jp/library/tags/tag_593/)



オンラインセミナー
過去動画

[https://www.murc.jp/information/se
minar/w_230414/](https://www.murc.jp/information/seminar/w_230414/)



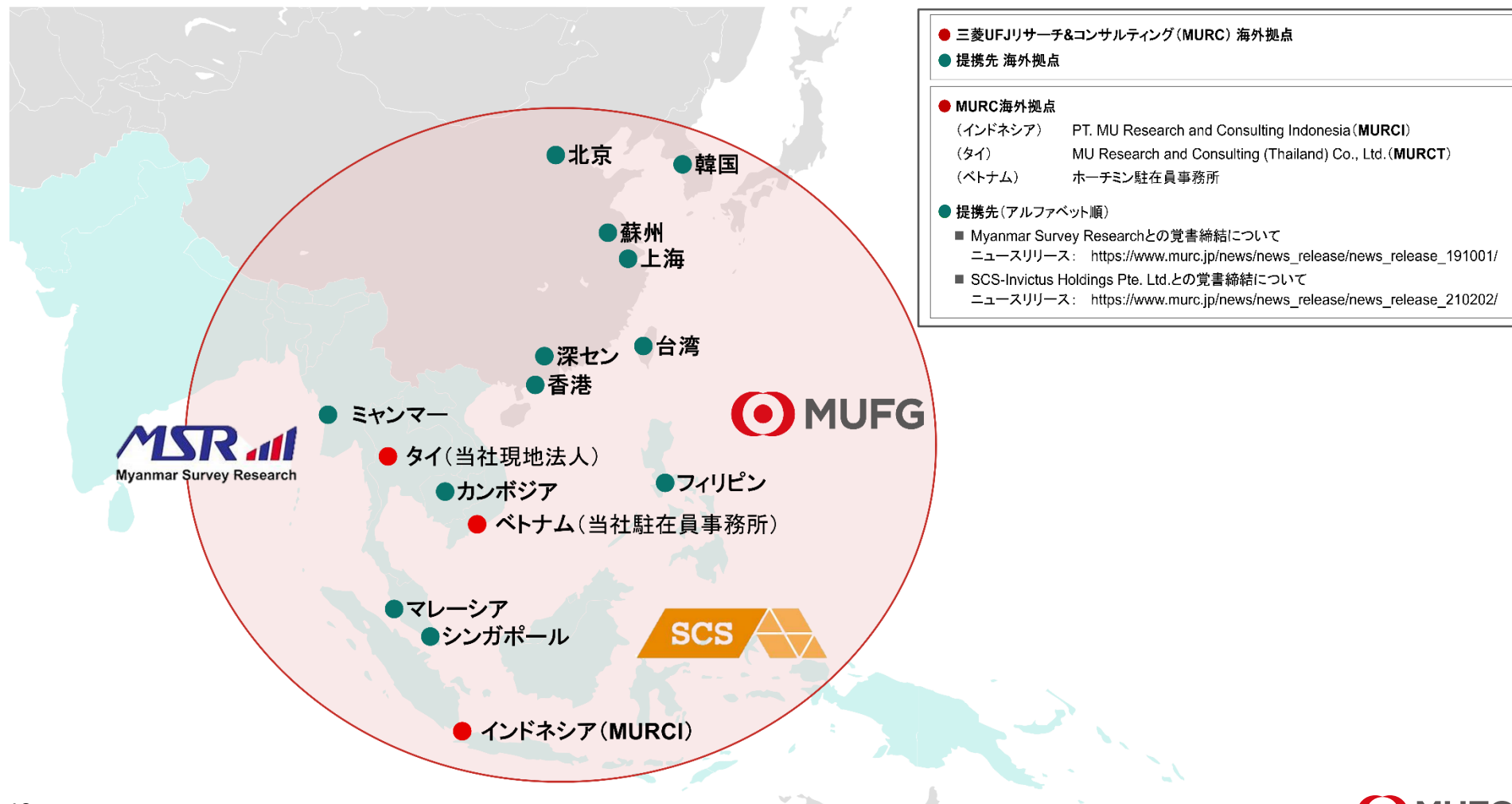
クローズアップ
(取材記事)

<https://www.murc.jp/library/closeup/>



ASEAN地域におけるコンサルティングサービスネットワーク

- 当社はかねてよりアジアを重点市場としてとらえ、ASEANの3カ所に拠点を置いて、コンサルティングサービスを提供しています
- 2021年2月に国際会計事務所グループである「SCS-Invictus Holdings Pte. Ltd.」と覚書を締結し、幅広い領域で、お客さまのニーズにあわせて現地でサポートできるような体制としています



三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

www.murc.jp/