

「しおり」をクリックして、関心のある事項を読んでください。

第2章 貨幣取引，資金調達戦略

2. 1 貨幣の基礎理論

私の関心は貨幣よりも金融（貸付資金の取引，ファイナンスと日本語で訳されている場合には企業金融や証券金融に焦点を当てたアメリカナイズされた金融論ですので特異なケースにしか妥当しないことに注意してください．東大は新しく作る学科を金融学科とするそうです．金融工学科という名称もブームを考慮すればありえたのでしようが，もっと普遍的な名称を選択したのでしよう）に関心を持っていますので（したがって，マネタリー・エコノミクスはマネーを誇張しすぎていると考えています），ここで貨幣についていくぶん詳しく論じておくことにします．

2. 1. 1 生産，分配，消費

資本制経済でもその他の経済でも，経済活動はすべて生産と分配と消費からなっています。そのあり方が違っているにすぎないのです。

生産

生産というのはあるものが消滅し他のあるものが生成する過程のことです。この点では生産は自然科学で指摘されている様々な物質代謝と同じものだと言うことができます。

しかし，生産は人間と自然の物質代謝なので，自然科学で指摘されている物質代謝とは違った面もあります。生産では，生産財と労働力が作用しあうことによつて，新しい生産物と新しい労働力を産出されます。

労働力というのは人間に備わっている生産能力のことです。この能力は精神的な要素と肉体的な要素とからなっていますが，自然界の物質代謝と生産を区別する上で重要な意味を持っているのは，第1に，情報活動，特に目的を設定し，デザインし，コントロールする戦略的情報活動です（戦略的思考は経済学よりも経営学で強調される）。第2に，こうした活動で得られた情報の実行です。

実行についてもデザインし、コントロールすることが必要になります。人間は不完全な存在ですから常にせいこうするというわけではありません。成功したと言える場合でも、程度というものがあります。だから、戦略の立案や実行について再検討しなければならないこともよくあることです。

生産財もこの活動を担うことにはなりますが、それを可能にするのは労働力です。

情報は従来から重要でした。人間は情報を戦略的に生産します。動物も情報を生産することがありますが、無意識のうちに偶然生産するにすぎません。人間はモノやサービスを合目的的に生産するだけでなく情報をも合目的的に生産するのです。というよりも、人間がモノやサービスを合目的的に生産できるのは情報を合目的的に生産するからだと言えるのです。動物と人間の違い、意識と無意識の違いは何か、というのは難しい問題で、脳科学や動物心理学などで盛んに論じられているようですが、とりあえずここではこのように理解しておくことにします。この分野は経営学にとっても金融論にとっても非常に興味深い分野です。

生産によって情報が労働力にインプットされるだけでなく、生産財にもインプットされます。生産が高度化するのには労働力の情報も生産財の情報も高度化するからです。両者の情報ギャップは生産を困難にすることになります。

生産財は、生産での役割の違いに基づいて労働手段と労働対象に分類することができます。労働対象というのは労働者が労働手段を使って働きかける対象のことで、これには土地や石炭のような自然の富、綿花のような原料、機械の部品のような中間製品が含まれます。労働手段というのは労働者が労働対象に働きかけるときに使用する手段のことで、斧、機械、土地などがそれに含まれます。

しかし、農業における土地の役割を考えるとわかるように、同じものが労働対象になる場合と労働手段になる場合があります。同様に生産財と労働力の区別にも曖昧な部分があります。というのは、労働力が労働力そのものと切り離すことのできない情報を持っているからです。Penrose(1959)は知識を公式的に教えることのできるできるものと個人的経験でしか体得できないために教えることのできないものとに区別していますが、後者は労働力の購入に伴って移転される生産手段だと考えることもできます（このアイデアは終身雇用制度を合理的に説明するために利用されています）。

以上をまとめると、生産とは、労働力と生産財（労働対象と労働手段）の消滅によって新たな生産物（生産財、消費財）と改良された労働力が生成する過程だということになります。

消費

消費というのは消費財の消滅による労働力の生成のことです。生産と同様に人間と自然の物質代謝だということになりますが、以下の3つの点で、自然科学によって指摘されている物質代謝とは違っています。

①改良された労働力の生成：生産は改良された労働力の再生産によって保証されますが、労働力は生産過程とともに消費過程でも改良されます。人間はレジャーを通じて学びます。もちろん、レジャーというのは象徴的な表現で、生産に役立つ情報は生活のあらゆる局面で労働力にインプットされると言うてよいでしょう。学校教育は生産に必要な情報を効率的に労働力にインプットするのに役立ちますが、人間は生産の道具ではありませんので、もっと多様な目的を実現することが求められることになります。

②消費財の生産：人間は空気や水のような自然の恵みがあるがままの姿で消費することもあります。ほとんどの場合は加工した人工物を消費します。人間は自然に働きかけることによって自然を変化させ、自分の欲望に適した消費財を創造するのです。生産のおかげで消費財が豊かになり、労働力の質と量が発展することになります。労働力の生成と消費財の生産という2つの要素は消費欲望を刺激することによって消費財に対する需要を増加させ、生産意欲を引き出すことになります。人間は、無限の時空を駆けめぐる願望を持ちますが、その願望でさえ特定の時空によって制約されることになります。

80分しか記憶が持たない数学者の小説「博士の愛した数式」がミリオンセラーになり、映画にもなりましたが、時間と空間の重さを感じさせてくれるものでした。主人公は自動車事故に遭うまでの記憶を持っていることになっていましたが、すべての記憶を失ったとしたら、人間は、生産や消費どころか、目を開けることさえできないでしょう。不安でいっぱいになるでしょうから。当たり前と思っていることが実は当たり前ではないのです。

トヨタの人たちはこのことをしっかり理解していて、当たり前でないことを発見し、当たり前のことのように遂行しようとしています。グローバル・ナンバーワン企業はそういう努力を積み重ねることによって生まれたのです。それを根底において促したのは消費の変化でした。

分配

生産物は生産者自身によって消費される場合もありますが、大部分は生産主体以外の経済主体によって消費されます。分配が必要になるのはそのせいです。

これまでの議論では分配が暗黙裡に仮定されてきました。仮定されてきたのは生産財生産部門と消費財生産部門への生産財と労働力の分配、消費部門への

消費財の分配でした。

生産物は空間的に分配されるだけでなく時間的にも分配されます。生産財も消費財も一部は蓄蔵され、将来の生産と消費に当てられます。たとえば石油の備蓄を想起してください。

生産と消費は物質代謝であり、物質（ものと情報）の質または量の変化を伴うと言いました。しかし、分配はちがいます。分配の機能は、生産物の処分権を生産主体から消費主体に変換することによって、生産と消費を結合することです。分配は物質代謝そのものではなく、物質代謝を促進するものなのです。

2. 1. 2 交換：商品と貨幣

2. 1. 2. 1 物々交換：商品

交換によって媒介される分配と媒介されない分配

分配は交換によって媒介される場合と媒介されない場合があります。お母さんが作った食事は後者であり、スーパーの総菜は前者です。交換される生産物は商品と呼ばれ、交換される場は市場と呼ばれます。

交換による分配のほうが効率的な場合が多いと言っているのかもしれませんが、効率的であればよいと考えるかどうかは人によって違うかもしれません。「物質的には豊かになったが」と言う人の多くは否定的な立場なのではないでしょうか。企業間競争も効率的でなければならないというものでもありません。後で指摘するように、効率的でない場合にも競争に勝つことができます。

物々交換とダブル・コンティンジェンシー問題

交換は貨幣が介在しない物々交換と貨幣が介在する貨幣的交換に分かれますが、物々交換よりも貨幣的交換のほうが使いやすいことから、物々交換は貨幣的交換に移行することになります。歴史的にはまず物々交換が出現しますが、その延長線上に貨幣的交換が出現することになりました。

物々交換には、社会学で強調されるダブル・コンティンジェンシー状態に陥るという使いにくさがあります。ニコラス・ルーマンは次のように指摘しています。

「どのように自分自身が行為するのか、およびどのように自分自身が行為を相手の人に接続しようとしているのかに、相手の人がその行為を依存させており、その立場を変えて相手からみても同様であるのなら、相手の人の行為も自分自身の行為もおこりえない」というのがタルコット・パーソンズが取り上げたダブル・コンティンジェンシー問題である。

この問題は次のような行為によって解決される、とパーソンズはみなした。「他我（Alter）は、まだ不明確な状況のなかで、はじめはみずからの行為を試行的に決定している。他我は、親しみを込めたまなざしを送りはじめたり、なんらかの身振りを開始したり、プレゼントを差し出したりする。ついで他我は、他我の提示した状況規定を自我が受け入れるのかどうか、どのように受け入れるのかを、じっと見守っている。その次におこなわれる自我の行動はことごとく、他我の最初の行動からみれば、そのコンティンジェンシーを縮減し、それを決定する一ポジティブなものであれ、ネガティブなものであれ一効果を有しているのである。」（社会システム理論、上、158-161頁）

物々交換に即してダブル・コンティンジェンシー問題を定式化すると次のようになります。

市場で交換される商品は質的に違ったものです。同じものなら交換する必要はありません。しかし、質的に異なっているだけでは交換されません。交換が成立するためには、交換相手の持っている商品が自分の商品と違っていなければできませんが、それだけでもできないのです。交換相手が持っている商品が自分にとって有用であると同時に、自分の持っている商品が交換相手にとっても有用でなければなりません（使用価値というのは商品のこの有用性のことです。使用する価値があるということです。効用という用語にも同じ意味が含まれていますが、もっと多くの内容が含まれています）。たとえば衣服は防寒やファッションの目的で利用できますし、米は食欲を満たす手段として有用なので、衣服と米は交換できます。もちろん、消費財だけが有用だというわけではありません。機械や土地のような生産財も有用なものです。だから、欲望の対象となります。サービスや絵画などもそうですし、情報もそうです。

物々交換に伴うダブル・コンティンジェンシー問題も行為によって解決されることとなります。言語や仕草で意志を表明すればよいのです。しかし、貨幣が出現すればもっとうまく解決されるようになります。

2. 1. 2. 2 貨幣的交換：貨幣

物々交換が貨幣的交換に移行するのは、以下の点で、貨幣的交換のほうが物々交換よりも使いやすいからです。

価値不一致の克服

その1は、物々交換では価値の一致が偶然的にしか達成されないことです。これは、物々交換ではどの商品も自分の価値を雑多な商品で表現しなければならない、という事情から生じます。理解しにくい面がありますので、まず具体

例を使って説明することにしましょう。

使用価値は異なる質を持っているので、それ自身に適した基準で計測されます。米は1キログラム、2キログラムと数えられますし、パンは1斤、2斤と数えられます。米とパンが交換されるときには、この尺度が利用されることとなります。たとえば1キログラムの米は2斤のパンと交換されます。このように、商品交換に際しては、商品の使用価値量を計る固有の尺度を用いて交換割合が表現されるわけですが、この交換割合のことを交換価値と言います。上記の例では1キログラムの米はパン2斤分の交換価値を持っていることとなります。数式では次のように表現することができます。

1キログラムの米 = 2斤のパン

逆に、2斤のパンは米1キログラム分の交換価値を持っていることとなります。この場合は数式も右辺と左辺が交換され、次のようになります。

2斤のパン = 1キログラムの米

交換価値はそれ自身とは異なる「あるもの」の現象形態です。というのは、1キログラムの米 = 2斤のパンという等式が成立するためには量的に等しい「あるもの」が両辺に含まれていなければならないからです。この「あるもの」が含まれていることから「1キログラムの米は2斤のパンに等しい」とか「2斤のパンは1キログラムの米に等しい」とかと表現することができるようになるのです。

この「あるもの」は使用価値ではありません。というのは、米とパンは使用価値としては異なったものであり、等式を成立させるようなものではないからです。

したがって、この「あるもの」は交換価値とも使用価値とも異なる「第3のもの」だということになります。この「第3のもの」が価値と呼ばれているものなのですが、ある商品の価値がその商品の使用価値量と他の商品の使用価値量との交換割合で表現されるのは、価値が感性的には捉え難いものだからです。人間はその肉体的能力を知るためにスポーツなどで比較しますが、商品の内的価値は交換を通じて交換価値の形態で比較できるようになるのです。

価値の源泉は何かという点については、周知のように労働価値説と主観価値説との論争があります。しかし、使用価値によっては等号が成立しないとみなしている点では両者は一致しています。両者の違いは等号を成立させるものを何に求めるかです。労働価値説は価値を生む労働に求め、主観価値説は使用価

値から得られる効用（または満足）に求めます。この問題は重要ですが、入門を越えるのでこれ以上は検討しないことにします。

交換は社会的分業を前提として成立しますが、商品を生産する労働ははじめから社会的労働として社会的分業の一環を担っていると認められているわけではありません。商品を生産する労働は、はじめは私的労働であるにすぎず、生産された商品が市場で販売されてはじめて社会的労働であることが確認されることとなります。商品が売れなければ労働は社会的分業の一環を構成するものとしては認められず、無駄な労働として処理されることになるのです。

個々の経済主体の労働が社会的労働であるかどうかは2つの基準に基づいて決定されます。ひとつは商品の使用価値が社会的に有用かどうかという基準です。しかし、商品が有用であっても個々の労働が社会的に必要なだということにはただちにはなりません。もうひとつの基準、すなわちその労働が社会的に必要なとされる需要量を越えない量の商品を生産する労働かどうかという基準をも満たさなければなりません。供給量が需要量を超過するならば労働の一部は私的な労働として処理されることとなります。しかし、どの労働が不要な労働であるかは事前にはわかりません。それは市場で事後的に決定されることとなります。

その意味では交換に基づく生産は非効率的だということになるのかもしれませんが、資本制経済のように交換に基づく生産が私的所有と結合される場合には効率的なものになることができます。というのは、私的所有を維持するための商品販売競争が効率の向上を商品生産者に強制するようになるからです。新古典派は競争よりも価格のパラメーター機能（**parametric function of prices**）を重視していますので違う立場だと言うことができます。コースは市場の効率性だけでなく企業内分業の効率性を強調していますが、上の理解をさらに発展させたものだと考えることもできるでしょう。この考えが市場にも適用され、市場に存在する組織やネットワークが強調される場合もあります。これらの議論が教えていることは効率性を計る基準が多様で複雑だということですが、新古典派的基準は **One of them** なのです。

商品交換が増加するにつれて、すべての商品の価値を計る共通の尺度を提供するとともにどの商品とも交換することができるという性質を持つ特別の商品である商品貨幣が商品の中から自然発生的に選抜されるようになりますが、それとともに物々交換は貨幣的交換に移行することとなります。

商品貨幣には家畜、米、塩、金、銀、銅など様々なものがありました。収容所ではタバコが貨幣として使われたと言われています。これらの中でもっとも広く使われたのは金でしたが、金でなければならないという理由がないことは、様々な貨幣が存在したことによって証明されています。貨幣の地位につく

ものが商品として販売されていたものでなければならないという理由もありません。慣行として市場で認められればどんなものでもよいのです。紙でもコンピュータでもかまいません。何が貨幣の地位につくかによって異なる影響が現れることもありますが、だからといってそれが貨幣としての機能を全く排除するというわけではありません。貨幣の長い歴史がそのことを証明しており、特定の側面を強調した「理論」なるものに基づいて特定のものだけを貨幣の地位につけるのは愚かな屁理屈でしかない、と断定して差し支えないと思います。

以上の要点を記号を使って表現しますと以下ようになります。物々交換では、商品 C_1 の価値がそれ以外の諸々の商品 C_r (ただし、 $r = 2, 3, \dots, n$) の使用価値で表現されるのと同様に、 C_2 その他の諸々の商品の価値もそれ以外の諸々の商品の使用価値で表現されることとなりますが、この雑多性によって起こる困難は、貨幣が出現することによって解消されます。というのは、すべての商品の価値が貨幣という単一の商品で表現されるようになるからです。貨幣が金だとすると、 $C_1 = a_1$ グラムの金、 $C_2 = a_2$ グラムの金、 $C_x = a_x$ グラムの金という具合に、それぞれの商品の価値が表現され、商品相互の交換量は金を媒介にして容易に明らかになります。というのは、1 グラムの金 = $1/a_1$ 個の $C_1 = 1/a_2$ 個の $C_2 = 1/a_x$ 個の C_x となるからです。

欲望不一致の克服

物々交換の第2の困難は、「片思い」に終わってしまう危険が伴っていることです。言い換えれば、欲望の一致を得ることが困難だということです。商品はその所有者以外の経済主体の欲望の対象でなければなりません、物々交換では交換の当事者が共にその欲望を満たさなければならなりません。このダブルコンティンジェンシー問題が行為によって解決されることはすでに述べましたが、貨幣が出現するともっとうまく処理できるようになります。というのは、貨幣的交換では、当事者の一方の欲望が満たされるだけでよいようになるからです。交換相手の欲望を充足しなければならないのは商品の所有者だけであり、もう一方の当事者はそうした心配をしなくてもよくなるのです。というのは、価値そのものであることが社会的に承認されているために、貨幣の所有者はその貨幣をどの商品とも交換することができるからです。こうして物々交換から貨幣的交換に移行することによって交換に伴う困難が緩和されることとなります（この議論の学説史については Robbins(1968)第6講義を参照してください）。

貨幣的交換の不完全性

こうして貨幣的交換では物々交換システムに伴う困難が緩和されることにな

りますが、すべての困難が解消されるわけではありません。貨幣の所持者は自分が欲する商品が市場に存在しさえすればそれを購入することができます。しかし、商品の所持者の場合にはそうはゆきません。販売の困難は貨幣的交換に移行したからといって解消されるわけではないのです。この困難は資本主義企業も負うこととなりますが、そのことは逆に資本主義経済が未曾有の発展を遂げる原動力になりました。というのは、その困難のおかげで企業がコストの削減や新商品の開発を追求するようになったからです。マイナスがプラスになる美学がここにあります。しかし、資本主義経済が以前よりももっと大きなマイナスを生み出したことも事実であり、認めないわけにはいきません。進化というのはプラスだけではないのです。マイナスのないプラスなどどこにもないのです。

サーチコスト問題

サーチコスト問題も貨幣的交換に移行したからといって解決されるわけではありません。この困難は組織としての性格を持つ市場の形成によって緩和されます。友人と待ち合わせるときに場所を決めておくのは、そうしないと相手を見つけるのにたいへんな労力を要するからですが、同じことが商品の買い手と売り手の間にも言えます。市（イチ）が自然発生的に形成されたのは、売り手も買い手も市をめざせば自分の取引相手をすぐに見つけることができたからです。今日のデパートやスーパーも同じ機能を果たしています。サーチコストの削減という市場のこの機能は、携帯やパソコンによって追放され始めていますが、自転車が自動車によって完全には葬られなかったように、完全に消えることはないでしょう。

貨幣機能

貨幣には価値尺度、交換手段、支払手段、価値保蔵手段という4つの機能があります。交換手段と支払手段はしばしばまとめて表現されますが、区別したほうが便利なが多いので区別しておくことにします。

価値尺度というのは、商品の価値を比較する際の基準になる、という機能のことです。どんなものでもそれを比較しようとするれば共通の尺度が必要になります。たとえば人間は様々な尺度に基づいて比較されています。生まれるとすぐ体重と身長が計られ、比較されます。しばらくすると、走る速さや縄跳びの回数を競わされたりします。偏差値のような尺度で学力が比較されることにもなります。学校を卒業しても給料や職階によって比較されます。これらの具体例を思い出してみるとすぐにわかるように、比較するには共通の基準が必要です。

上でも指摘しましたように、商品の世界でも、人間の世界と同様に、比較の基準が必要になります。というのは、商品と商品を交換するにはそれぞれの商品が持っている価値が比較可能な状態になっていなければならないからです。たとえば商品Aの価値が商品Bの価値の3倍であることがわかっているならば、商品A 1個を商品B 3個と交換すればよい、ということになります。しかし、価値そのものは、感性的には捉え難いものであることから、そのような役割を果たすことができません。そこで、価値の代わりに商品の価値を比較する役割が貨幣に与えられることになったのです。受験生が偏差値によって入学可能大学を予測するように、商品所持者は自分の商品が貨幣で計ってどのくらいの量になるかを知ることによって自分の商品売ってどの程度の商品が買えるかを知るのである。

貨幣が価値尺度機能を果たすには度量標準が必要になります。イギリスでは貨幣名にポンドが使われていますが、重さの度量標準が貨幣の度量標準として自然発生的に使われるようになったことの名残であり、最初の貨幣が商品の中から選択されたことの結果です。

商品を購入するために利用されるときに貨幣は流通手段と呼ばれます。概念的には貨幣と商品の交換は同時であり、タイム・ラグが生じてはなりません。というのは、タイム・ラグが生じる場合には金融取引が混在することになるからです。しかし、実際にはタイム・ラグが発生する場合があります。月の特定日が決済日に当てられているようなケースがそれです。たとえば20日が決済日になっているとすると、前月の21日から今月の20日までに商品を購入した人はいずれも今月の20日に決済することになり、決済までにタイム・ラグが発生することになります。しかし、これは取引上の慣習などによって発生するタイム・ラグであり、概念的に取り扱う場合にはこのようなタイム・ラグは無視されるべきです。

支払手段は租税の支払いや贈与などに貨幣を利用するときの機能で、一方的に貨幣が移転される点で流通手段とは違っています。

保蔵機能は価値を保存する機能で、流通手段や支払手段として使用しないことによって貨幣に与えられる機能です。保蔵機能は貨幣だけでなくどんな商品にも備わった機能ですが、商品の保蔵と貨幣の保蔵には違う面もあります。商品を蓄蔵するのはその商品を後で使用したいからですが、貨幣を保蔵するのは貨幣でどんな商品でも買って使用することができるからです。将来色々なものを使用することができるという点で貨幣での保蔵のほうがよいようにもみえますが、その優位性は必要な商品が市場に存在するという条件が満たされているときにのみ成立します。商品の存在が疑われるときには、石油のように、商品の形態で保蔵しなければなりません。

貨幣機能の一部は自分では価値を持たない象徴貨幣によっても担われます。たとえば政府紙幣は流通手段、支払手段、保蔵手段として機能しますし、商業手形は支払手段、保蔵手段として機能します。しかし、保蔵手段として機能するだけのものは貨幣とは呼ばれないのが普通で、貨幣と呼ばれるには決済手段として機能することが必要です。

貨幣の流通根拠には3つのタイプがあります。商品貨幣はそれ自身が持っている価値によって流通しますが、価値を持たない象徴貨幣の場合には他の根拠が必要になります。

政府紙幣は政府の強制通用力によって流通し、政府紙幣の受け取りを拒否することができないことが法的に定められています。しかし、いつでも強制力を執行していたのではコストがかかりすぎるということから分かるように、強制通用力そのものというよりは受け取りを拒否したときには強制的に受け取らせてくれるという確信で流通していると考えたほうがよいのではないかと思います。

信用貨幣（銀行券、銀行預金）は要請がありしだい法貨と兌換されることに対する私的な信頼によって流通します。両替商や振替銀行による帳簿上の振替決済がその起源です。銀行が発行する銀行券や預金通貨は銀行貨幣とも呼ばれます。預金貨幣を流通させる手段には様々なものがあります。従来は手形や小切手に依存していましたが、最近は電子振替やカードなどが利用されています。

機能と流通領域で特殊な振る舞いをするものに商業手形という貨幣があります。これも信用貨幣なのですが、この貨幣は要求払債務ではなく期限付債務であり、銀行の発展が不十分で貨幣の慢性的な不足がみられた時期に例外的に普及したものです。その他の貨幣は機能も流通領域も同じですが、全く同じというわけではありません。たとえば価値尺度機能は政府紙幣では「減価」が急速に進み易いことから商品貨幣に完全にとってかわることはできませんし、銀行券も兌換が停止されている場合には政府紙幣に似たものになります。その他の機能でも象徴貨幣の場合には制約されることになりすし、流通の範囲にも制約が生まれることになります。たとえば政府紙幣は強制通用力が確信できる領域、したがってほぼ国内でしか流通しませんし、兌換停止下の銀行券は価値尺度機能の安定性が揺らぐにつれて流通領域を狭めることになります。金のような商品貨幣も、価値が変化するので完全だとはいえません。

マネーサプライ

現行のマネー・サプライ指標は M_1 その他からなっています。 M_1 は上記の貨幣に対応していますが、 M_2 に含まれる定期性預金や M_3 に含まれる郵便貯金などがどうしてマネーなのかという点については説明が必要かもしれません

ん。日本銀行金融研究所(1986)は定期性預金を準貨幣と呼んで次のように説明しています。

「定期性預金は、前述のように主として取引動機に基づいて保有される現金通貨や預金通貨とは異なり、投機動機によって保有されることの多い投資勘定資産であるが、預金者が期限の利益（満期まで保有することによって得られる利益）を放棄するならばいつでもこれを解約して流動化できることから、通貨概念の外においておくことは適当ではない。」（105頁）

郵便貯金もこれと同様に考えられていますが、 M_2 に含められていないのは速報性等の資料的制約からです。

2. 2 資金調達の基本理論

地域金融機関の預金には、金融仲介に役立っているものと金融創造に役立っているものがあります。

わかりやすいのは定期預金で、これは金融仲介に役立っているだけです。定期預金では商品やサービスを買うことはできません。言い換えると、決済機能はありません。定期預金にあるのは貯蓄機能だけです。定期預金でお金を預けるのは貯めたいからです。

地域金融機関が利益を得るには貸し付けたり、国債を買ったりしなければなりません。定期預金で集められたお金はそのために使われます。したがって、だいたいの場合は、定期預金でお金をいっぱい集めるほうが、運用できるお金が多くなり、儲けも多くなるので、よいということになります。だから、他の金融機関よりも金利を上げて定期預金で預けてもらおうとします。

いつでも引き出せる要求払預金にも定期預金と同じ面があります。要求払い預金で数日や数ヶ月預けることはよくあるはず。このときには預けた人は貯蓄したことになります。これは誰もが日常的に経験していることであり、これ以上説明する必要はないでしょう。

しかし、要求払預金には定期預金と違うところもあります。クレジットカードの支払いや公共料金の自動引き落としに使われたりします。決済機能を持っているのです。

この場合にも預金を多く集めることが必要です。銀行が1つしか存在しないケースを考えるとよくわかります。銀行は100万円の現金を要求払預金で預かるとします。そのうちの50万円は預けた人が引き出すのに対処するためにとっておかなければならないとすると、あとの50万円は銀行が自由に使えることとなりますが、これを貸し付けに回すと銀行は利益を得ることができます。しかし、実際には、銀行はもっと多く貸し付けることができます。というのは、

100万円の要求払預金に対して50万円の現金を準備しておけばよいので、余った50万円の現金についても現金で貸し付けないで、要求払預金で貸し付ければ100万円貸し付けることができるからです。信用創造と言われてきたものがこれで、100万円が200万円になります。このとき、できるだけ現金が出て行かないようにすれば、お金の増える率は大きくなります。

銀行が2つ以上のときも同じです。現金の引き出しの多い銀行は多くの要求払預金を発行することができません。現金を多く集めることができない場合も同じです。現金1に対して要求払預金2が発行できるなら現金を多く集めたほうが現金よりも大きな割合で要求払預金を発行できます。現金2なら要求払預金は4、3なら6、4なら8という具合に、急速に要求払預金の額は大きくなっていきます。

銀行は貸付資金を創造しているだけでなく、仲介もしています。信用仲介と言われてきたものがそれです。信用仲介では新しい貨幣が創造されないので社会的には役立たないという議論がありますが、間違いです。信用仲介では蓄蔵手段が流通支払手段に転化されるので購買力、支払力が社会的に増加する、ということを見落としているのです。

金利の引き上げは預金を集める武器のひとつですが、それには工夫が必要です。以下では、どんな方法があるかをみていくことにしましょう。

2.3 金利（価格）戦略

・デリバティブの活用

地域金融機関もデリバティブを活用するようになりました。銀行が満期を決めることになるというリスクを伴うのと引き替えに金利を高く設定できる定期預金を新生銀行が開発し、他の地域金融機関も追随しています。一種のギャンブルですが、丁半ばくちとは違ってちょっとした娯楽と考える人がいれらうけいれられそうです。環境によるのでしょうか。

・クロスセリング

投資信託と定期預金を組み合わせて販売することによって投資信託の手数料の一部を定期預金の金利に振り向けているケースもあります。投資信託に向けられた資金は銀行にはとどまりませんが、定期預金のほうは銀行にとどまることとなりますので銀行が運用できます。信託銀行のお手伝いはいいが、自分の仕事がなくなるのは困る、ということでしょうか。

・地域密着高金利預金

地域金融機関は子育て中の預金者の金利を引き上げています。過疎化を食い

止めるという意味で地域の支持が得られるとの思惑があるようです。高齢者向けの高金利預金もあります。ギャンブル派ではなく、生真面目派をつかもうということでしょうか。

エコ定期預金も地域密着型と言えそうです。びわこ銀行が発行していますが、琵琶湖の汚染が背景にあるのだらうと思われまます。6カ月後の滋賀県の最高気温、最低気温、琵琶湖の水位を予想し、3つとも当たれば金利がたかくなるというものです。ギャンブル性を持たせたほうが高い効果が得られるのかどうかはわかりません。2兎追うものは1兎もえず、という格言もあります。

・景品

景品は貨幣と同じように価値のあるものですから、金利を上げてあげたのに近い効果を持つと考え、個々に分類しましたが、全く同じというわけではありません。ギャンブルの場合は特にそうです。

他人にお金を預ける場合には、預かる人間を信頼していないと困難になります。返してくれないかもしれないからです。銀行や信金の場合も同じで、信頼できなければ預けてはおけません。ペイオフに際して銀行や信金が心配したのは信頼しなくなった預金者が大量に出てくるかもしれないからです。スロットにしても宝くじにしても一種のギャンブルであり、信頼関係を壊してしまいそうにみえるかもしれませんが、そうしたものを信頼が必要な金融商品と組み合わせるのは、宝くじが丁半賭博のようなものとは違ったイメージのものになっているからでしょう。どの程度のリスクなら受け入れることができるかは人によって様々であり、株式を嫌っても宝くじや外貨預金を買うということはあることです。リスク容認度の相違を考慮すれば様々な金融商品を作ることでもできるということでもあります。

新潟信用金庫はサッカーJ1のアルビレックス新潟の成績に応じて金利を上乗せする定期預金を発売しました。「仮に対象の二十二試合にすべて勝てば年〇・〇九六%と、通常三倍程度の金利になる。アルビの成績に応じて金利が変わる預金は今回が四回目。」アルビレックス新潟の人気はただものではないらしく、勢いで定期預金してしまうのかもしれない。

宝くじを資金集めに使うのはずっと前からのこと。17世紀末のイギリスは国債に宝くじをつけていました。関心を引くにはちょっとした楽しみがあったほうがよいのでしょうが、商品やサービスのタイプにもよるかもしれません。その国の伝統というものも大きな影響を与えると考えたほうがよいでしょう。サッカーのサポーターは日本でもけっこう熱いようですが、スコットランド人と比べたらまるで違います。ワールドカップ関連の試合がある日は、子供たちはフェイスペイントをして学校に行きますし、試合が始まるとみんなテレビの

まえに釘付けになってしまいます。図書館も人がいなくなっていました。近くにサッカー場があったのですが、昼間から飲んで騒いででした。賭け事も大好きでした。小学校の授業にビンゴを使っていて、勝つと小銭をくれていました。日本でこんなことをしたらPTAや日教組が大騒ぎするに違いありません。こういう環境で株式市場を大きくするのは簡単なことではありません。必要だからといってできるものでもないでしょう。しかし、宝くじ程度なら好いだろうという寛容な心は日本人も持っています。ずっと前から第一勧銀の支店には長蛇の列が作られていました。いつも買う人に言わせると、「貧乏人のささやかな夢」なのだそうです。ジャパニーズ・ドリームが「マッチ箱のような家」だということと合致しています。ホリエモンはこんな世界から飛び出したかったのかもしれない。

スーパーのようにビール券や海外旅行があたる抽選券のようなものをつけてもダメなのでしょうか。こういうものよりやっぱり宝くじのほうがよいのでしょうか。北海道信用漁業協同組合連合会は一年以上の定期預金を十万円以上すると、サケや道産米などの農水産物が抽選で当たるキャンペーンを展開したということですが、これでは夢がなさすぎるかもしれません。ディズニールンドは日常から解放されるようにつくられています。サケや道産米を商品にするにはどんな意味があるのでしょうか。特産物だということによって地域密着になるのでしょうか。企業ブランドの向上につなげたいのでしょうか。信漁連に定期預金しているのはどんな人なのでしょう。当たれば嬉しいにきまっていますが、宝くじや海外旅行とはかなり違った気持ちに違いありません。ビールでいっぱいというのとも違うでしょうし、サッカーで勝利感を共有するのとはなおのこと違うでしょう。

しかし、宝くじのようなものに過大な期待を寄せてはなりません。17世紀末のイギリスで国債を発行したときに宝くじをつけましたが、買い手はなかなか増えなかったようです。本質的なことではなかったからです。短大を快適な娯楽空間に演出するのが流行ったことがあります。本業が何かもわからなくなれば結局は社会から見放されることになります。本業は本業としてしっかりさせなくては一時的に注目されても結局は哀れみを誘うことになるだけです。宣伝も同じで、売る商品やサービスが悪ければなかなか効果は出ません。次は大当たりした城南信金のもの

<http://www.jsbank.co.jp/service/azukeru/superdream/index.html>

次は強力なライバル静岡銀行に対抗するために異様なほど独自性を求めたスルガ銀行のもの（コンシェルジュという言葉を知ったのはスルガ銀行のホームページでした。いろんな所にいろんな能力を持った人がいるものです。

北海道にも感心させられる金融機関がいくつもあります)

<http://www.surugabank.co.jp/dream/index.html>

新生銀行はホテル宿泊券が当たる定期預金キャンペーンを始めました。北海道だったらディズニーランドがいいかもしれませんが、コストが問題になるかもしれません。エネルギーッシュなヨサコイもいいが、華やかなパレードもいい、と思いました。

ATMにも宝くじをつけたりスロットマシン機能をつけたものもあります。

・キャンペーン

ボーナスに合わせて高金利商品を発売しています。目標達成をめざし、達成した時点で終了するタイプのももあります。ずっと前からあった定番のキャンペーンですが、今でもクリスマス商戦は最も重要なもののひとつのようですから、馬鹿にしてはいけないのかもしれませんが。住宅ローンを払い、ずっと我慢していたものを買ひ、それでも貯蓄に励む、典型的な日本人なのかもしれません。死ぬ前くらい、安心して暮らしたい、みんなそう考えているに違いありません。ミミズも快適に暮らそうと少しでもよいトンネルにしようとするようです。人間は、意識というものがあるから、なおのことそうです。

[新聞記事]

・デリバティブの活用

銀行が満期決め高利回り——変則定期1兆円突破、新生銀、あおぞら銀、短期型も登場。

2006/04/26, 日経金融新聞, 5 ページ, 有, 883 文字

銀行が満期を決める代わりに年利が高い個人向け変則定期預金の残高が、新生銀行とあおぞら銀行合わせて前三月期末に一兆円を突破した。歴史的な低金利が続く中で、少しでも有利な運用先を求めようとする顧客の需要をうまく取り込んだ。足元は金利先高観も出ているため、新生銀は満期を短くした新商品も投入、需要の変化への対応を急ぐ。

この変則定期預金は例えば「五年か十年」「四年か十年」といった形であらかじめ複数の満期案を銀行が示し、預け入れて一定期間後に最終的な満期を銀行が決める仕組み。設定により異なるが、預入金額は最低三百万円など。顧客は満期を決められないものの、年一%以上(税引き前)という現在の銀行預金では圧倒的に高い利息が受け取れる。

まず新生銀が二〇〇四年春に導入、一年間で約五千億円を集めた。新生銀は丸二年となる今年三月末の残高を九千億円強に伸ばした。昨年六月に参入した

あおぞら銀の残高は今年三月末で約千三百億円。両行で一兆数百億円に達したもよう。期間限定商品として追随した一部地銀の分も合わせると、〇五年度は業界全体で前年以上のペースで伸びたとみられる。

ただ、変則定期預金は中途解約が原則認められないため、預け入れ後に市中金利が急上昇した場合、他の金融商品に資金を移せず、機会損失を被る恐れがある。どうしても中途解約するには銀行側に特別な手数料を払う必要があり、手数料が利息を上回って実質的に「元本割れ」に陥る可能性も出てくる。

低金利が続く局面では変則定期預金のうまみが大きいですが、金利が上昇すると利点は小さくなる。最近の日銀のゼロ金利政策解除をめぐる思惑から金利先高観が広がっており、「残高拡大のペースが鈍ってきた」との声も聞かれる。

こうした状況を踏まえ、新生銀は四月中旬から満期が最長五年と従来より短いタイプを投入した。期間が短くなれば、預け入れ後に市中金利が急上昇した場合でも、顧客の機会損失の危険が比較的小さくなる。中期金利も上昇し、満期が三年か五年でも年利一%以上を確保できるようになった市場変化も背景にある。あおぞら銀も新タイプの追加を検討している。

西京銀、金利0.8%の定期預金、満期繰り上げ特約も。

2005/11/26, 日本経済新聞 地方経済面 (中国A), 11 ページ, 379 文字

西京銀行（山口県周南市、大橋光博頭取）は二十八日、同行の判断で満期を繰り上げられる特約を付けた新型定期預金の取り扱いを開始する。年金利は〇・八%と通常の定期預金より高く、預入期間は最長六年。ただ、預け入れから三年経過した時点の金利情勢によって打ち切られる可能性がある。

商品名は繰り上げ満期特約付き定期預金「さいきょうバルーン定期」。金利は同行の六年物定期（〇・一三%）の六倍強で、預金保険制度の対象商品。同行は「資産を安全・確実に増やしたい顧客向けに開発した」という。

取扱期間は来年一月二十日まで。預け入れ方法は一括式で、原則として途中解約はできない。個人が五十万円以上（法人は千万円以上）で、一万円単位で預けられる。

同行がデリバティブを活用して発売した商品。

三年後の市場金利が、預入時点より低下している場合は満期日が繰り上げになる可能性が高まる。

・クロスセリング

「東京三菱のケースでは、払い込み金額の半分以上を投資信託に、残りを円定期預金へ預け入れる形となり、円定期預金の預け入れ分に対し、三カ月間、年換算で四%の金利が適用される。三カ月を過ぎればその後は通常の金利（〇・

〇二%)に戻る。みずほの商品も、やはり半分以上を投資信託か外貨預金で運用、残りの円定期の部分が三カ月間、金利が二%となる。

ただ「定期預金の高めの金利をもらうために、わざわざ元本割れの可能性がある金融商品を買う必要はない」(ファイナンシャルプランナーの深野康彦さん)との指摘も聞こえる。

例えば投信がセットになっている場合。投信の販売手数料が二%としたら、その一部を還元しているにすぎない。銀行はその後も投信の残高に応じて毎年得られる信託報酬も入る。「よほど自分で買いたいと思える投信があるケースなどを除いては、それほど有利な条件とは言えない」(深野さん)かもしれない。

また「三カ月四%」という銀行独特の表示方式にも注意が必要だ。金利の表示は年換算のものであり、実際には三カ月物なので、単純計算すれば得られる金利は四%の三カ月分、つまり四分の一の約一%になる。

大手銀行では預金から投信や外貨預金といった手数料収入が見込める金融商品へ顧客の資金を誘導したい思惑がある。いきなり顧客に元本割れのリスクがある商品を勧めても尻込みするケースが多いため、こうした「合体型」の商品が出てきたという背景もある。見た目の高い定期預金の金利にだけ惑わされることがないように、預金者も注意が必要だ。

そもそも定期預金は余裕資金で元本の安全性を重視して預ける商品。途中で資金需要が発生しても大丈夫か、元本を割り込んでも困らない金額かなど、慎重に検討したい。

「人手がかからないネット専業銀行では三年物の定期預金で〇・三%程度の年利を売り物にしている。二〇〇〇—〇一年に開業した独立系のイーバンク銀行、三井住友系のジャパンネット銀行、異業種系のソニー銀行が代表格だ。ネット専業以外でも、オリックス信託銀行が「eダイレクト預金」と名付けたサービスで、三年物の定期預金(百万円から)で〇・四%の金利を掲げている。

大手都市銀行の取り組みで目立つのが、定期預金と投資信託、外貨預金を組み合わせたセット商品だ。東京三菱銀行ならば「ウェルカムパッケージプラン」、みずほ銀行なら「みずほマネープランセット」と名前を付けている。

・地域密着高金利預金

地銀、競う——肥後銀、定期金利を上乗せ、筑邦銀、休業中に低利融資。

2006/10/04, 日本経済新聞 地方経済面(九州B), 14 ページ, 有, 717 文字

九州の地銀・第二地銀が相次ぎ子育て支援商品の投入を始めた。子どもがいる人を対象に、肥後銀行が十月から定期預金金利の上乗せサービスを、十八銀

行も融資金利の優遇を開始した。筑邦銀行は育児休業中の生活資金を低利融資するローンの取り扱いを始めた。九州・沖縄地区での出生数減少に対応、資金面での支援で地域密着をアピールする狙いだ。

肥後銀行の新サービスは、子どもがいる人の定期預金金利を〇・一%上乗せする。通帳に子どもの写真をプリントするサービスも用意した。

このほか西日本シティ銀行が子だくさん家庭に配慮した預金金利の上乗せサービスを検討しており、今後も子育て世帯を対象とした金融商品が相次ぐ見通し。

教育ローンなどの金利割引サービスも活発。十八銀行が十月から教育ローンを〇・四%程度割り引くサービスを開始、筑邦銀行も育児休業中の生活資金などを年三・五%（固定）で融資する。

子育てなどに配慮して女性に照準を合わせたローン商品も登場している。西日本シティ銀行が五月からクレジットカードの年会費を無料にする特典付きの女性専用ローンを投入。肥後銀行も今月四日からカードローンの約半分の金利の女性用ローンの取り扱いを始める。

商工中金の長崎、佐世保両支店は、ミルクのお湯を提供するなど「ながさき子育て応援の店事業」に登録された店舗や企業向けの貸出金利を〇・一—〇・四%割り引いている。

厚生労働省によると二〇〇五年の合計特殊出生率は全国（一・二五）を上回るものの九州・沖縄全県で前年割れ。今後も少子化は続く見通しで、こうした金融機関の対応が活発になりそうだ。

九州の地銀、子育て支援商品誕生続々——肥後銀、筑邦銀。

2006/10/05, 日経金融新聞, 7 ページ, 有, 1041 文字

肥後銀、定期金利上乗せ

筑邦銀、休業中に低利融資

【福岡】九州の地方銀行、第二地方銀行が相次いで子育てを支援する金融商品の投入を始めた。子どもがいる人を対象に、肥後銀行が十月から定期預金金利の上乗せサービスを、十八銀行も貸出金利の優遇を開始した。筑邦銀行は育児休業中の生活資金を低利融資するローンの販売を始めた。九州・沖縄地区での出生数減少に対応し資金面での支援で地域密着度をアピールする。

肥後銀行は満十八歳以下の子どもがいる人を対象に金利を優遇する「肥後優育定期預金」を二日から売り出した。預入額は一口十万元以上、一千万円未満で、預入日の店頭金利に〇・一%を上乗せする。預入期間は六カ月以上で子どもの誕生日が満期日。通帳に子どもの写真を張るプリント・サービスも実施する。

肥後銀は熊本県が取り組む「くまもと子育て応援の店・企業推進事業」に協力。民間として「子育てとくとく応援団」に参加し、女性を中心に個人への浸透をめざす。

四日から女性専用の「肥後銀行マイローン(レディースプラン)」も売り出す。借入額は十万元以上、五十万円以内で期間は六カ月以上、五年以内。金利は保証料込みで年五・八%とカードローンの約半分に抑えた。「子育て支援定期も含め働く女性のニーズに合った商品を今後も増やす」(総合企画部)方針だ。

西日本シティ銀行は子だくさん家庭に配慮した預金金利の上乗せサービスを検討。今後も子育て世帯を対象とした金融商品が相次ぐ見通し。

教育ローンなどの分野では金利割引サービスも活発だ。十八銀行が十月から教育ローンを〇・四%程度割り引くサービスを開始。筑邦銀行も育児休業中の生活資金などを年三・五%の固定金利で融資する。

女性を対象にしたローン商品も登場している。西日本シティ銀行が五月からクレジットカードの年会費を無料にする特典付きの女性専用ローンを投入。肥後銀行も今月四日からカードローンの約半分の金利を適用する女性用ローンの取り扱いを始めた。

商工中金の長崎、佐世保両支店はミルクのお湯を提供するなど「ながさき子育て応援の店事業」に登録された店舗や企業向け貸出金利を〇・一—〇・四%引いている。

厚生労働省によると、九州・沖縄地区の二〇〇五年の合計特殊出生率は全国平均の一・二五を上回ったものの、全県で前年割れとなった。少子化傾向は続く見通しで金融機関の少子化支援策も活発になるとみられる。

地銀・信金、「エコ定期」相次ぎ発売——地元環境保護に一役、高利回りにも人気。

2006/01/18, 日経金融新聞, 5 ページ, 有, 1024 文字

地方銀行や信用金庫が、お金を預けることで環境保護に貢献できる定期預金「エコ定期」を相次いで発売している。預け入れに応じて一定額が地元環境団体に寄付されるなど、環境保護の運動に手軽に参加できることが個人に受けている。通常の定期預金より金利が高めなことも、預金者の人気を集める一因だ。

二〇〇三年からエコ定期を取り扱っているのが滋賀銀行。電話やインターネットで預け入れるたびに、地元小学校の自然環境整備などに一回当たり七円が寄付される。金利も通常より〇・〇三%高い。昨年末までの累計の預入額は約三千七百億円に達しており、寄付額もすでに三百万円になった。

同じ滋賀県のびわこ銀行が昨年十二月に始めたエコ定期はユニークさが売り物。六カ月後の滋賀県の最高気温、最低気温、琵琶湖の水位を予想し、三つと

も当たれば金利が年三%になる一年物定期だ。

すべて外れても年〇・一%と優遇する。今年十月時点の預金残高の〇・〇二%を滋賀県内の環境保護団体に寄付する。

滋賀県は琵琶湖を抱え、行政や市民団体による環境保護運動も盛んな土地柄。大手銀行や他県の地銀が攻勢を強めるなか、滋賀、びわこ両行にはエコ定期で県外勢と差別化する狙いもある。

エコ定期の取り扱いには信用金庫にも広がっている。地元で原子力発電所を持ち、周辺住民の環境意識が高いと言われる敦賀信用金庫（福井県敦賀市）は、自治体で再利用可能なゴミが前年より増えれば金利を優遇する「リサイクル定期」を取り扱っている。これとは別に、燃えるゴミが減れば金利を優遇する「エコ定期」も販売しており、ゴミの分別回収と減量を定期預金で後押しする。

熊本ファミリー銀行が二〇〇五年四月から販売する「ふるさと環境応援定期」は、昨年末の残高が当初年間目標の二百億円を上回った。預金者の間でも認知度は高まっているとみられる。〇四年度も同様のエコ定期を販売したが、〇五年度は上乗せ金利を拡大したこともあって前年度を上回るペースだ。

金融機関にとっては通常の定期預金に金利を上乗せしたり、環境団体への寄付金を負担したりするため、エコ定期は必ずしも収益には直結しない。ただ、地域密着をアピールする手段として有効で、顧客のつなぎ留めに寄与するとみている。

エコ定期を扱う金融機関の多くは、環境に配慮した企業への融資金利を優遇するローンなども扱っている。銀行全体で環境に取り組む姿勢を打ち出し、預金者や投資家に好印象を与える効果を期待しているようだ。

広島銀シニア層向け定期。

2006/03/17, 日本経済新聞 地方経済面 (中国B), 35 ページ, , 288 文字

広島銀行は二十日、シニア層を対象に新しい定期預金の取り扱いを始める。「特別金利プラン定期預金」は当初三カ月で通常よりも高い金利を設定し、退職を迎える団塊世代の資金を取り込む狙い。隔月で利息を受け取れる「年金式定期預金」も始める。

特別金利プランは四十歳以上で、退職金を受け取ってから三カ月以内に三百万円以上預け入れることが必要。預入期間は三カ月で、通常よりも〇・五—一・〇%高い金利を受け取れる。退職者が増えることをにらみ、高い金利でシニア層の退職金を取り込む。

年金式は預入額の半分を満期に、残り半分の預入期間が五年なら二十四回、七年なら三十六回に分けて奇数月に受け取る。

・景品

千葉興業銀行，抽選で名産品当たる預金，他。

2005/11/10，日本経済新聞 地方経済面（千葉），39 ページ， ，352 文字

千葉興業銀行 抽選に当たると全国の名産品カタログから好きな商品が選べる懸賞品付き定期預金「ごちそう定期プラス」を，二〇〇六年三月三十一日まで期間限定で販売する。定期預金を十万円分作成すると一本分の抽選権が付く。来年一月から十二月まで毎月抽選し，毎月百本，計千二百本を当選とする。同商品は昨年十一月以来の再発売。前回は約百八十億円を集めたという。」

琵琶湖水位など当てると...，定期金利3%に—びわこ銀，半年後予想。

2005/11/17，日本経済新聞 地方経済面（京都・滋賀），45 ページ， ，355 文字

びわこ銀行は十二月一日，六カ月後の滋賀県の環境に関する三つの指標（最高気温，最低気温，琵琶湖の水位）を顧客が予想し，三つとも当たれば年三・〇%の高利率を適用する一年物定期預金の取り扱いを始める。個人顧客を対象に計二百億円を募集し，来年十月末時点の残高の〇・〇二%を県内の環境保護団体に寄付する。

「個人顧客に銀行との取引を通じて，楽しみながら間接的に環境保護運動に参加してもらおう」（山田督頭取）。三問のうち二つ正解の場合は年利一・〇%，一つ正解は年利〇・二%，すべて外れた場合も年利〇・一%の優遇利率を適用する。一人あたりの預入限度額は一千万円で，一回の預入単位は百万—三百万円。

気温は彦根地方気象台が観測する二ヶタのセ氏，琵琶湖の水位は琵琶湖河川事務所が毎日公表するセンチメートル単位の増減値を予測する。

茨城銀定期，暖冬に期待，最高気温に応じ金利上乗せ，来月からキャンペーン。

2005/11/29，日本経済新聞 地方経済面（茨城），41 ページ， ，471 文字

暖冬に期待—。茨城銀行は二十八日，預け入れ日前日の最高気温に応じて金利を上乗せする「ニッコリ定期」キャンペーンを十二月から実施すると発表した。預け入れのタイミングなどを楽しめるようにして，個人預金の減少に歯止めをかける狙いだ。

期間は二〇〇六年二月末までの三カ月間。対象は新たに預け入れする個人で，一年ものの「スーパー定期預金」を一口二十万円以上，一人一千万円以内とする。

前日の最高気温がセ氏一〇度未満の場合，上乗せ金利は〇・〇九%。気温が

三度上がるごとに〇・〇三%ずつ増やし、二二度以上二五度未満では〇・二四%となる。二五度以上は「ニコニコデー」として1%を上乗せする。一一・一度など数字が並んだ場合はラッキーデーとして上乗せ幅を二倍にする。気温は水戸地方気象台の水戸地区のデータを採用。昨冬の同期間の最高気温は平均で一〇度前後だが、二五度に達した日もあったという。

茨城銀の〇五年九月末の預金残高は七千百六十七億円で、三月末に比べて十二億円増えた。ただ全体の八割以上を占める個人預金は四十七億円減の五千八百五十億円と苦戦している。

A T M無料開放, 地銀相次ぎ拡大——大垣共立銀, 音声企業広告, A T Mで開始。

2006/06/13, 日経金融新聞, 7 ページ, , 139 文字

【名古屋】大垣共立銀行はスロットゲーム機能を付けたA T Mで、新たに音声による企業広告を始めた。「7 7 7」などの当たりが出た場合、時間外の引き出し手数料(百五円)が無料になるほか、広告主の社名が音声で流れる仕組み。同行によるとA T Mでの音声広告は全国で初めてで、特許を出願した。

・キャンペーン

栃木銀, 一時金に合わせ, キャンペーン。

2005/11/29, 日本経済新聞 地方経済面 (栃木), 42 ページ, , 245 文字

栃木銀行は十二月一日から二〇〇六年一月三十一日まで、冬の一時金に合わせた「とちぎん 冬のスマイルアップキャンペーン」を実施する。一年の通帳式スーパー定期預金を二十万円以上預け入れた個人客に、店頭表示金利に年〇・〇三%を上乗せする。

先着三万人に「泡立ちビアタンブラー」や「たち吉製中深鉢」などの景品を用意するほか、さらに投資信託を百万円以上購入した場合には購入金額に応じて千—三千円分のJ C Bギフトカードを、個人向け国債五十万円以上購入した場合には五百—千円のクオカードもプレゼントする。」

県内信金, 冬商戦始まる, 金利上乗せやプレゼント贈呈賞与取り込み躍起。

2005/12/02, 日本経済新聞 地方経済面 (埼玉), 40 ページ, , 343 文字

埼玉県内の信用金庫が冬の顧客獲得キャンペーンを始めた。青木信用金庫(埼玉県川口市, 今泉裕理事長)は預金の金利を上乗せする「あおしんウインターキャンペーン」を実施。川口信用金庫(同, 山口泰男理事長)なども贈答品を用意し、冬季賞与の取り込みに力を入れている。

青木信金はスクラッチカードの抽選結果によって、預金金利を上乗せするキャンペーンを三十日まで実施。新規契約で一回の預入金額が十万元以上三百万円以内の顧客について、店頭表示金利の二―四倍で預金を請け負う。

川口信金は定期預金や年金の口座開設者など先着一万五千人に新潟のみそセットなどを贈呈。飯能信用金庫（埼玉県飯能市、木村啓三理事長）や埼玉県信用金庫（同熊谷市、安田裕信理事長）も陶器などをプレゼントするキャンペーンを実施している。

長野銀など3金融機関、個人預金の金利優遇、キャンペーン、10日開始。

2006/10/06, 日本経済新聞 地方経済面 (長野), 3 ページ, , 304 文字

長野県内の三つの金融機関は十日から、個人預金の金利を優遇するキャンペーンを始める。いずれも期間中に一―三年の定期預金を申し込むと通常金利に最大で〇・四五%程度を上乗せする。

長野銀行の場合、対象となるのは五十万円以上の定期預金。二百億円に達した段階で募集を打ち切る。松本信用金庫（松本市）は千円以上、千万円未満。募集総額は五十億円。上田信用金庫（上田市）は二十万円以上が対象で、募集金額は五十億円。

すでに、八十二銀行やアルプス中央信用金庫（伊那市）なども同様のキャンペーンを公表。日銀のゼロ金利政策解除に伴い、個人預金者の金利に対する関心が高まっていることから、各機関とも個人預金者を囲い込みたい考えだ。

朝日信用金庫、金利優遇の定期積金。

2006/10/08, 日経金融新聞, 3 ページ, , 151 文字

朝日信用金庫（東京・台東）は十日から十二月二十九日まで、金利が三年物で年〇・六%、五年物で年〇・八%の定期積金を販売する。対象は個人のみで、一人につき一口座しか作成できない。積立金額は毎月二万円以上からで、一万円単位で設定できる。三年物と五年物でそれぞれ募集金額が百億円に達した時点で販売を打ち切る。

2. 4 ATM (チャネル) 戦略

・振込手数料の無料化

振込手数料を無料化する動きが広がっているようです。いくつかの理由が考えられます。

第1は、預金・貸付がコアビジネスであり続けていることです。預金している地域金融機関を使って振り込むことが多いとすれば、預金獲得競争の手段と

してATMを無料化することもありうることです。最近投資信託などのフィービジネスも収益源として重要になってきましたが、集めた預金を貸し付けるのが最も重要なビジネスであることに違いはありません。

第2は、窓口よりもATMのほうがコストがかからないことです。

第3は、預金が顧客のロイヤルティ形成に寄与していることです。継続的に預金しすることによって地域金融機関に対する安心感が生まれてきます。最近テレビコマーシャルも可能になってきましたが、振込手数料無料化による口コミ・マーケティングのほうが効果的かもしれません。ユニクロが大きくなるきっかけを作ったのは口コミ・マーケティングだったそうです。

第4は、預金がクロスセリングの情報源になっていることです。今は個人情報売買される時代です。常にそうだといいことでもないのですが、費用をかけて預金者を囲い込むことが合理的な選択になる場合もあるということです。ビジネスはトータルで利益が出ればよいのですから、一部のビジネスではマイナスでもよいということもあります。たとえば民放がそうで、視聴者からは視聴料を取らず、コマーシャルで稼いでいます。こういうタイプのビジネスは非常に多いようです。ヤフーを無料で使えるのは他から利益を得ているからです。ATMの利用についてもそうで、一律にいつでもどこでも手数料を取らなければならないというわけではありません。収入の得方を多様化できれば、もっといろいろな対応が可能になるでしょう。

特定の金融機関との間で相互に無料化する動きも見られるようになりました。小規模金融機関が大規模金融機関の内部振替無料化に対抗するには提携で大きくなるのがよいと考えるのは当然なのかもしれません。

足利銀行のように給与振り込みが集中する毎月二十五日は日中（午前八時四十五分—午後六時）の手数料を無料にしているところもあります。

しかし、土曜日には有料にしている場合もあり、条件次第で選択的に対応するようになっています。素朴な対応ではやっていけなくなっているということなのでしょう。

インターネットを活用する場合も、窓口業務やATMよりもコストがかからないので手数料を引き下げることができます。

・キャッシュ・カードの高機能化

カードで税金や公共料金などを払い込むことができるペイジー（Pay-easy）サービスがつくようになりました。顧客にとっては窓口より手続きが簡単になり、銀行にとってはコスト削減になるようです。

新銀行東京はキャッシュカードを商店街のポイントカードとしても活用しています。ポイント制はリテンション目的で開発されたすぐれものですが、新東京

銀行のようなケースは、顧客へのサービスとして意味を持つと考えることができるのかもしれませんが、自行の金融商品にポイントをつけてモノを買うために使うことができるようにしている銀行もありますが、本来のポイント制と同じ意味でリテンションに寄与するとは言えないのかもしれませんが。

セキュリティについてもいくつかのことが工夫されてきました。ATMでの出金をロックするサービス、1日や1ヶ月あたりの支払い限度額を設定できるサービスがあります。ICカードに移行したのは磁気カードより情報量を増やすことができるからですが、セキュリティも期待できたからです。最近では生体認証対応に移行しつつあるようですが、手のひら静脈と指先静脈と両用という3種類があるそうです。それでも問題が発生したときには補償する場合があります。

・音声ガイド付きATM

健常者も不完全なのが人間ですが、健常者よりも困っている人を支えるだけでなく、支えられながら、一緒に暮らしていける社会になってきました。そういうことが大切だと意識される時代になってきたという認識が尊いのでしょうか。かなり違う面がありますが、介護が話題になるのも一緒に暮らすことが可能になってきたからです。もちろん、不十分です。飢えで死んでいく多くの子供達がいるのに、おいしい霜降り肉を探して歩いたりしています。人間なんて所詮そんなものです。「が、しかし、それでも」ということでしょうか。

[新聞記事]

・振込手数料の無料化

中国地方で無料化加速、本支店間の振込手数料——中国・山陰合同銀も。

2006/09/29, 日経金融新聞, 7 ページ, 有, 774 文字

【広島、岡山】中国地方でATMなどを使った本支店間の振込手数料を無料化する動きが加速している。山口銀行ともみじ銀行が十月二日に無料化するのを手始めに、山陰合同銀行も十二月の導入を決定。中国銀行も二十八日、本支店間の振込手数料を来年一月から無料にすると発表した。広島銀行も無料化の方針を固めている。各行とも顧客の利便性を高め、リテール分野で顧客囲い込みを進める狙いだ。

中国銀行が無料化するのは個人名義だけでなく、法人名義のカードも対象。現在、百五—二百十円の手数料がかかっている。経営統合する山口銀行ともみじ銀行など、中国地方の地銀で無料化が広がっていることを念頭に、顧客サービスを強化する。インターネット・バンキングの本支店間振込手数料は今年五月に無料化を実施済みだ。

山陰合同銀は十二月十八日から、ATMでキャッシュカードを使ったり個人

向けインターネットバンキングを活用した場合、本支店間の振込手数料を無料化する。従来は三万円未満で百五円、三万円以上で二百十円かかっていた。

一方、ATMで現金を振り込む手数料は値上げする。値上げ幅は百五円で、二百十円（三万円未満）となる。窓口での振り込みも同一店内や他行あてで、百五円値上げする。値上げも進めることで「コストに見合った手数料体系に変更する狙い」（営業企画部）という。顧客の振込を窓口からATMにシフトし、窓口事務の合理化を進める。

広島銀も振込手数料の無料化の方針を固めた。中国地方の各行は不良債権処理が一巡し、リテール分野でも攻めの経営を進める。四国地方の地銀はすでにすべての地銀が無料化を進めており、中国地方にも波及してきた格好だ。

もともと、振込手数料の無料化は各行にとっては収益のマイナス要因となる。山陰合銀は「他行よりも本支店間の振込件数が多く、かなりの減収要因」と指摘している。

十六銀と岐阜の7信金、ATM相互に無料開放——利便性向上で顧客囲い込み。

2005/11/02, 日本経済新聞 地方経済面 (中部), 7 ページ, , 380 文字

十六銀行と岐阜信用金庫など岐阜県内の七つの信金は一日、現金自動預け払い機(ATM)を十四日から相互に無料開放すると発表した。「他行利用手数料」が不要となるため、平日午前八時から午後六時までは、無料で引き出しやカード振り込みサービスを利用できる。中部三県(愛知、岐阜、三重)で地銀と信金がATMを無料で相互開放するのは初めて。

相互開放で岐阜県内約七百店に設けている約千百台のATMが無料で使えるようになる。愛知、三重両県を含めた中部三県では、ATMネットワークが約九百店の約千四百台に増える。

中部では大垣共立銀行や三重銀行がサークルKサンクスと組んでコンビニエンスストアに無料ATM「ゼロバンク」を設置している。十六銀は名古屋銀行や百五銀行とともに東京三菱銀行やUFJ銀行とATMを相互開放している。今後、利用者の囲い込みを狙った利便性競争が激化しそうだ。」

振り込み無料、地銀に広がる、自行口座間、中国・四国で口火、名古屋にも波及。

2006/09/26, 日本経済新聞 朝刊, 7 ページ, 有, 762 文字

地域金融機関の間で、ATMなどを利用した自行口座間での振込手数料をゼロにする動きが広がってきた。サービス向上をてこに顧客を開拓するねらいだ。四国地方ではすべての地銀が無料化を進めているほか、十月からは山口銀行、もみじ銀行がこうした無料サービスを開始する。名古屋銀行も十一月から始める。

大手銀行では三菱UFJフィナンシャル・グループが五月から、傘下の三菱東京UFJ銀行と三菱UFJ信託銀行でATMなどでの本支店間、両行間の振込手数料をゼロにした。他の大手行でもインターネットや電話による申し込みで手数料を割り引く例がある。

不良債権処理にめどが立ち、取引コストの下げを通じて顧客の利便性を高めようとの取り組みは地銀にも波及している。愛媛県の伊予銀行は先陣を切って七月から自行間の振込手数料をなくした。年間で約一億八千万円の減益要因となるが、「利益還元の姿勢を示し預金顧客を増やす」（営業統括部）ことでカバーする。

伊予銀が無料化したことで四国の地銀はこぞって追随を迫られた。愛媛信用金庫（松山市）や高知信用金庫（高知市）などの信金も対抗上、振込手数料をゼロにした。

十月に経営統合して山口フィナンシャルグループを設立する山口銀行ともみじ銀行も、統合を機に振込手数料をなくす。統合効果を顧客にアピールするねらいだ。

こうした動きは営業地域が近い西日本で広がったが、東日本にも飛び火しつつある。

名古屋銀行は十一月中旬からICキャッシュカードの利用者を対象に、ATMでの振込手数料をなくす。「犯罪防止効果が大きいICカード普及のきっかけとして活用したい」（総合企画部）という。

ゼロ金利が解除されたとはいえ預金金利はなお低水準。銀行の手数料を見つめる消費者の視線は厳しい。振込手数料以外でも、サービス競争が激しさを増しそうだ。

東京スター銀とサークルKサンクス、無料ATMを1400店、セブン銀の戦略影響。

2006/03/01, 日経金融新聞, 3 ページ, 有, 723 文字

東京スター銀行とコンビニエンスストアのサークルKサンクスは二十八日、預金引き出し手数料が無料のATMを首都圏に設置すると発表した。来年二月末までに、コンビニ千四百店に置く。セブン銀行や他行のATM戦略にも影響を与える可能性がある。

無料ATM「ゼロバンク」は平日昼間ならば、東京スター銀以外のキャッシュカードでも引き出し手数料がかからないのが特徴。七月から東京、神奈川、千葉、埼玉のサークルKやサンクスの店内に設置を始める。

コンビニATMで最大手のセブン銀行は、ほとんどの銀行のカードで平日昼間も手数料が必要。セブン銀は一都三県にゼロバンクの三倍近い四千台のATM

Mを持って利便性では優れるが、安い手数料にひかれ利用者がゼロバンクに移る公算もある。実際、ゼロバンクが本格化している中部地方では、セブン銀のA T Mの利用状況は伸び悩んでいるという。

セブン銀は今後、平日昼間は手数料を無料化するなどの対抗策を迫られそう。現状で無料なのは新生銀行、静岡銀行など一部に限られる。セブン銀の〇六年三月期の経常利益は前期比六割増の百六十一億円の見通し。大幅な増益を背景に、金融界の一部ではセブン銀に支払う手数料の引き下げを求める動きもある。

一方、その他の銀行もA T M戦略を見直す可能性がある。三菱東京U F J銀行は二月二十日、名古屋銀行、十六銀行、百五銀行など中部の六地銀とA T Mの相互開放を始めた。平日昼間は他行のキャッシュカードでも手数料を取らない。「ゼロバンク包囲網」ともいえる取り組みで、首都圏でも今後、同様の動きが出る公算がある。

横浜銀とA T M相互開放、ほくほくF G利用手数料無料に。

2006/03/16, 日本経済新聞 地方経済面 (北海道), 1 ページ, , 304 文字

ほくほくフィナンシャルグループ傘下の北海道銀行と北陸銀行は今夏をメドに、横浜銀行と現金自動預け払い機 (A T M) を相互に無料開放する方針を固めた。三行は二〇〇九—一〇年に基幹システムを統合することを決めており、統合を前にA T Mの相互利用を無料化し、顧客の利便性向上につなげる。

現金引き出しなどの際、通常百五円かかる他行利用手数料を無料とする。同じグループの道銀と北陸銀はすでに無料となっており、これに横浜銀が加わる。三行の店舗と店舗外のA T Mコーナー計約千四百カ所で利用できる。

三行は開発負担を軽減するため、勘定系と呼ばれる基幹システムを共同開発すると昨年十一月に発表。三月末に共同開発契約を結ぶ予定だ。

北陸銀行と北海道銀行、A T Mを無料開放。

2006/05/23, 日本経済新聞 地方経済面 (北陸), 8 ページ, , 119 文字

■ほくほくフィナンシャルグループ (F G) 傘下の北陸銀行と北海道銀行 七月十八日、横浜銀行とA T Mを相互に無料開放する。現金引き出しなどで通常百五円かかる他行利用手数料を無料にする。三行の店舗と店舗外のA T Mコーナー計約千四百カ所が対象。

A T M無料開放、地銀相次ぎ拡大—ほくほくF Gと横浜銀、来月18日から

2006/06/13, 日経金融新聞, 7 ページ, , 174 文字

【富山】ほくほくフィナンシャルグループ (F G) 傘下の北陸銀行と北海道

銀行は七月十八日、横浜銀行とATMを相互に無料開放する。現金引き出しなどで通常百五円かかる他行利用手数料を無料にする。三行の店舗と店舗外のATMコーナー計約千四百カ所が対象。

北陸銀と北海道銀は横浜銀と基幹システムを共同開発・利用する計画で、これに先立ち営業面でも業務提携した。

ATM無料開放、地銀相次ぎ拡大―足利銀、コンビニ対象、毎月25日に。

2006/06/13, 日経金融新聞, 7 ページ, , 452 文字

【宇都宮】足利銀行は七月から、提携するコンビニATM（セブン銀行とイーネット）を対象に、毎月二十五日は日中（午前八時四十五分―午後六時）の手数料を無料にする。給与振り込みの集中日を無料にすることで、利便性を高める。

特定日に限ってコンビニATMの利用手数料を変えるのは全国の金融機関で初めてという。

現在、平日の日中にコンビニATMを利用すると、手数料は百五円かかる。このため利用客が手数料が不要の足利銀のATMに偏ってしまう傾向があった。利用者数が「通常の倍になる」（同行）という二十五日の手数料を無料化して、顧客をコンビニにも誘導。全体の待ち時間を短縮して、利用者の満足度を引き上げる。

二十五日は早朝・夜間の手数料も現在の二百十円から百五円に引き下げる。

七月からは平日のコンビニATMのサービス開始時刻を一時間前倒して午前七時からとする。一方、足利銀のATMでは土日祝日などの預け入れと振替の手数料を原則、現在の無料から百五円に有料化する。「影響はATM利用件数全体の1%にとどまる」という。

ATM無料開放、地銀相次ぎ拡大―福岡銀・熊本ファミ銀、提携前倒しで第一弾。

2006/06/13, 日経金融新聞, 7 ページ, 有, 730 文字

地方銀行の間で、ATMのサービスを拡大する動きが相次いでいる。経営統合する福岡銀行と熊本ファミリー銀行が十二日、双方のATMを利用する場合の手数料を無料にした。このほかコンビニエンスストアのATM手数料を特定日に無料にしたり、企業広告の導入でATMにゲーム感覚を取り入れるなど、設置場所や取扱時間以外にひと工夫加えたサービスを打ち出し、顧客サービスにしのぎを削っている。

【熊本】来春をメドに経営統合する福岡銀行と熊本ファミリー銀行は十二日、

資本・業務提携の第一弾としてATM利用手数料の相互無料化をスタートさせた。同日、両行首脳が出席して熊本市の熊本ファミ銀本店営業部のCD・ATMコーナーで式典を開いた。提携を前倒しで実施し、顧客の利便性を高めることで統合効果をアピールする。

熊本ファミ銀の河口和幸頭取は「提携発表から一カ月の短期間で具体化にこぎつけることができた。ほかの案件も統合準備委員会で協議を進めており、来春の統合を待たずに合意したものから順次実行していきたい」と抱負を語った。

両行のキャッシュカードを持つ利用者は土日・祝日を除く所定時間内に相手行のATMで現金を引き出す際、手数料が無料になる。これまでは一回あたり百五円かかっていた。

対象ATMは福岡銀が千二百二十三台、熊本ファミ銀が二百四十一台の計千四百六十四台。

福岡銀の渋田一典副頭取は「取引先の利便性が高まり、熊本、福岡両県の人の流れが加速すると確信している」と述べた。両行は現在、取引先の事業再生、ビジネスローン商品開発、個人向け営業などで業務提携の検討を進めている。

千葉銀、土曜に有料化、来年から1回105円地銀2行に先駆け、ATM手数料。

2005/11/10, 日本経済新聞 地方経済面 (千葉), 39 ページ, , 470 文字

千葉銀行は九日、同行のキャッシュカードによる土曜日のATM利用手数料を全時間帯で一回百五円とすると発表した。顧客への周知期間として約三カ月おき来年一月二十八日から実施する。

大手行や地方銀行の多くはすでに土曜日の利用手数料を有料にしているが、千葉県内の地銀は三行とも無料を維持してきた。千葉銀の動向は他の金融機関にも影響を与えそうだ。

土曜日の利用手数料の改定は、千葉銀と郵便貯金ではATMと現金支払機(CD)が、コンビニエンスストアではイーネットやセブン銀行が設置するATMが、それぞれ対象となる。

千葉銀での同行キャッシュカードによる引き出し・振り込みは、午前八時四十五分から午後二時まで平日同様無料としていた。提携金融機関カードによる引き出し、郵貯・コンビニでの千葉銀カードによる引き出しは、現行の午前八時四十五分(郵貯は午前九時)から午後二時まで平日並みの百五円を、全時間帯で一律二百十円に改める。

土曜日のATM利用手数料は、一九八〇年代に週休二日制導入で土曜の窓口営業を取りやめた際の顧客サービス維持の名残で無料となっていた。

石川県内5信金、ATM相互無料化広がる―地銀連合に対抗、顧客満足度向上狙う。

2006/09/15, 日経金融新聞, 7 ページ, 有, 666 文字

【金沢】北陸の金融機関でATMの利用手数料を相互に無料にする動きが広がっている。金沢信用金庫（金沢市）など石川県内の五信金はATMの入出金手数料を年内にも無料にする方向で調整を進めている。利便性を高めて、顧客の困り込みにつなげたい考え。すでに福井銀行、北国銀行、富山第一銀行が昨年からATMの相互無料開放に踏み切っており、「地銀連合」に対抗する狙いもあるようだ。

石川県内でATMの相互無料化を検討しているのは金沢、興能、のと共栄、鶴来、北陸の五信金。「しんきんiネットサービス」という名称を各信金で統一して使う。預金者は五信金のいずれのATMを使っても、預金引き出しや入金時の手数料はかからない。平日の夜間や土日・祝日などにかかっていた百五円の「時間外手数料」もゼロにする。

福井県ではすでに五つの信金がお互いのATMを無料で使える取り組みを始めている。対象は五信金が百八十五カ所に設置したATMで、入出金手数料を土曜、日曜、祝日も無料にしている。地銀では北国銀など三行が「FITネット」と呼ぶ提携関係を設けて、ATMを相互に無料開放している。

いずれも顧客の利用満足度を高める狙いがある。「北陸三県は産業界のつながりもある」（福井県信用金庫協会）として、北陸三県の全十八信金のATM手数料の無料化に前向きな意見も出てきた。

富山県の八信金はこれまでのところATMの相互無料開放について、「県内信金の理事長会では議論には取り上げられていない」（富山県信用金庫協会）としている。ただ一部には積極的な姿勢を示す理事長もいるもようだ。

・キャッシュカードの高機能化

横浜銀、地銀で初、「スイカ」付きの銀行カード発行。

2006/05/18, 日本経済新聞 朝刊, 7 ページ, , 111 文字

横浜銀行は十七日、東日本旅客鉄道（JR東日本）の電子マネー「スイカ」の機能が付いたキャッシュカードを二〇〇七年度下期から発行すると発表した。クレジットカードとしても利用できる。スイカ機能が付いたカードは、地銀では初めて。

「静岡銀行はクレジットカード会社などへの口座振替依頼書を電子受け付けするサービスを二十四日から始める。対象企業に置かれた専用端末で同行の利用者がキャッシュカードを読み込ませて暗証番号を入力すると、利用口座の確認

と口座振替契約が完了する。印鑑が不要なため、クレジットカードの発行受け付け作業などが簡単になる。

サービス名は「P a y - e a s y（ペイジー）口座振替受付サービス」。カード会社のイオンクレジットサービスやUFJニコス、三井住友海上火災保険など七社が参加。今後は連携先が広がる。静銀には印鑑照合などの事務作業が軽減できる利点がある。」

「新銀行東京は二十日、荏原町商店街（東京・品川）と業務提携し、十月一日から同行のICキャッシュカードが商店街のポイントカードとして利用できるようになると発表した。商店街との提携は初めてで、都内の他の商店街との提携も今後進めていくという。

荏原町商店街では百円の買い物をすると一円分の払い戻しがされる「ポイントキミカ」を導入している。利用者は商品の購入時に現金を支払い、新銀行東京のICキャッシュカードを提示、ポイントがカードのIC部分に記録され、次の買い物の割引に利用できるといふ。荏原町商店街の二百に上る店舗のうち約七十のポイントキミカ加盟店で利用できる。」

生体認証ATM続々——千葉銀、年内5割対応へ、他地銀に先行、大規模増設、他。

2006/09/14, 日経金融新聞, 4 ページ, 有, 1308 文字

【千葉】千葉銀行はキャッシュカードの安全性を高める生体認証対応型のATMの設置台数を大幅に増やす。店舗内機に限らず店舗外機にも拡大。当初計画を大幅に前倒しして今年末までに自行の全ATMの五割超にあたる六百十台を生体認証対応にする。カードの偽造や盗難に対する顧客の不安が高まる中、他の地銀に先行する形で大規模増設に踏み切る。地域金融機関の中には多額の投資がかかる生体認証の導入に慎重なところも多く、先行組との二極化の様相も強まりそうだ。

千葉銀は指静脈で識別する方式を採用した生体認証型ICキャッシュカードの取り扱いを十九日から全店で開始。九月末には各店内に二台以上、合計四百二十一台の生体認証対応のATMを導入する。

当初は店内機三百十四台のみの予定だったが、偽造や不正読み取りが難しく安全性の高いICカードの普及に向け方針を転換。十二月末までに増設を進め、全ATM（コンビニエンスストア除く）千二百四台の五〇・六%を生体認証対応に切り替えることにした。

店内機は全七百八十台のうち五四・五%、店外機は全四百二十四台のうち三・六%が生体認証対応に切り替わることになる。

大手行では三菱東京UFJ銀行や三井住友銀行が無人店舗も含め、各店舗に

一台以上の生体認証対応型ATMを置き、現在も増設を進めている。地銀でも京都銀行が二〇〇七年度末までに全ATMの半数以上を対応型とする計画を打ち出した。現在は九百台のうち、三百台が対応型で、一〇年には全ATMを対応型とする。

ただ、生体認証システムの導入は投資負担が重く、地域金融機関にはなお導入に慎重な向きが少なくない。千葉銀と同じ指静脈方式の導入行は京都銀、十六銀行、常陽銀行、福岡銀行などで大手の三井住友銀を加えても十五行。手のひら静脈方式は広島銀行、池田銀行、南都銀行などで三菱東京UFJ銀行を加えても二十一行にとどまる。

導入している銀行でも対応型ATMの設置は少ないのが現状で、顧客の利便性の向上が課題となっている。

姫路市を中心にした兵庫県南西部を地盤とする信用金庫が生体認証型キャッシュカードの導入を競っている。播州信用金庫（姫路市）、姫路信用金庫（同）に続き、兵庫信用金庫（同）も十三日から導入した。信金同士の導入競争で同地域が一躍、生体認証の「先進地域」として浮上しつつある。

兵庫信金は指静脈で本人かどうかを確認するICキャッシュカードを十三日から導入した。当初は本店と二支店に生体認証対応のATMを導入し、十一月末までに三十六店に配備する。カードは従来の磁気機能も搭載した併用型で、他の金融機関でも利用できる。

同地域では播州信金が先陣を切る形で、昨年九月から手のひらの静脈で識別する生体認証カードの導入を始めた。今月十三日現在で、全五十七カ所の本支店のうち二十三カ所に対応ATMを導入済み。今年十一月末までには十月開設の新店を含めた全五十八店への配備を終える計画だ。

姫路信金も今月一日から指静脈型の生体認証カードを導入。年内に対応ATMを本支店など約四十店に配備する。

関西の地銀、生体認証ATM、郵政公社と相次ぎ提携、指方式採用広がる。

2006/09/15, 日本経済新聞 地方経済面 (京都・滋賀), 45 ページ, , 710 文字

関西の地方銀行が日本郵政公社と生体認証ATMの相互利用で相次ぎ提携している。京都銀行は十月から自行のキャッシュカードを使って郵政公社の生体認証ATMで取引できるようにする。但馬銀行も来年二月から提携する予定。国内最大の店舗網を持つ郵政公社と提携することで、顧客の利便性を高める狙い。

生体認証は手の静脈や目の虹彩など個人特有の身体的な情報を事前に登録しておき、本人かどうかを識別するシステム。金融機関の間ではキャッシュカードに指か手のひらの静脈の形を記憶させる方式が主流。従来は同じ方式でもカ

ードを発行する金融機関が違えば相互利用できなかった。

紀陽銀行は今年度中に生体認証ATMを導入する予定だが、「郵政公社との提携を考えて」指方式を採用する。すでに手のひら方式を採用している泉州銀行は郵政公社とATMで提携するため、指方式にも対応するICキャッシュカードの発行を九月から始めた。

十月には郵政公社と三井住友銀行、みずほ銀行が生体認証ATMの相互利用で提携を始める。まだ導入していないみなと銀行や関西アーバン銀行も三井住友銀行グループに属しているため、生体認証を導入する際は指方式を採用し郵政公社と提携する公算が大きい。

指方式の郵政公社との提携が進むことで、手のひら方式を採用した銀行の間には「ペイオフで預金が郵便貯金に流れた経緯もあり、郵貯で生体認証カードが使えないとなれば顧客の利便性を損なう恐れがある」など警戒感も広がる。十月から指方式の生体認証を導入するりそなホールディングスの細谷英二会長は「手のひら方式にも対応できるようにしたい」と表明。将来は指に加え手のひらの情報も記憶させたカードを発行する方向だ。

カード偽造・盗難被害、大手銀、過去2年分補償へ、地銀も追従の見通し。

2006/01/27, 日本経済新聞 朝刊, 4 ページ, 有, 957 文字

大手銀行四グループは偽造・盗難キャッシュカードの補償について、少なくとも過去二年間の被害を対象にする方針だ。各行とも新たに発生した被害は補償する方針をすでに打ち出しているが、過去の被害をどこまでさかのぼって補償するかは明確な基準がなかった。地方銀行などでも過去二年間を補償対象にする動きが広がりそうだ。

銀行は昨年十一月以降に相次いでカード利用規定（約款）を見直し、重大な過失がなかった預金者への補償を始めている。ただ過去の被害に対しては、どの時点までを補償対象にするか検討を続けてきた。

りそなグループは二十六日、約款を見直した二〇〇五年十一月を起点に、〇三年十一月まで二年間さかのぼって補償対象にすると発表した。みずほ銀行はすでに〇四年一月までの二年分を補償対象にすると公表している。

三井住友銀行はりそなと同様、〇三年十一月までを対象にする方針だ。三菱東京UFJ銀行は過去二年分を含めるが、特に期限を設けず、個別の案件ごとに対応する。

二月十日に施行される「預金者保護法」は、偽造や盗難による被害にあった場合、預金者に過失がなければ、金融機関が全額補償することを基本原則としている。預金者に過失がある場合は「重大な過失」と「軽い過失」に分け、重い場合は偽造、盗難ともに補償しない。軽い場合は偽造被害は全額補償するが、

盗難被害は二五%減額し、七五%の補償にすると規定している。

りそなどは過去二年間分の被害についても、預金者保護法の内容に沿って、被害を補償する。

大手四グループは過去分の補償の対象として、合わせて一千件超の被害を把握している。盗難カードによる被害が多く、りそなでは「一件当たり五万円や十万円といった少額の人も多い」（細谷英二会長）という。

ただ各行とも一応の目安として過去二年間としているだけで、厳密に線引きしているわけではない。案件に応じて柔軟に対応する方針だ。

預金者保護法は過去分の補償について、金融機関がどのように対応すべきかは明示していない。ただ法律施行前に発生したケースについて、法律の付則で「最大限の配慮が行われるものとする」としている。二年前までさかのぼる銀行が多いのは、保護法に「被害にあってから二年間を過ぎると適用除外とする」との規定があり、これを参考にしたもようだ。

広がる安全対策、ICカードや生体認証貸金庫——千葉の地銀、IT投資を上積み。

2006/10/13, 日経金融新聞, 7 ページ, 有, 729 文字

地域金融機関がICキャッシュカードの導入や生体認証を使った貸金庫の設置など安全対策に重点を置いた投資を強化している。偽造カードなどを使った不正な預金引き出しを防ぐとともに、生体認証のカードを使った場合はATMの利用限度額を引き上げるなど顧客の利便性にも配慮し、困り込みにつなげる戦略だ。

【千葉】千葉銀行は九月から全店で預金者の指静脈情報を登録したICキャッシュカードの取り扱いを始めた。今年末までに同行のATMの半数を生体認証対応型にし、〇八年三月期中にはほぼすべてのATMを切り替える方針だ。

同行は今期の投資額のうち「IT（情報技術）関連など新規業務向け」として、前期の二倍近い三十七億円を計画している。行内ネットワークを光ファイバーに切り替えて、帳票類の電子化を加速する。

京葉銀行は〇七年九月までにICカードの導入を目指すほか、指認証方式の全自動貸金庫を松戸支店（松戸市）、千葉ニュータウン支店（印西市）などの改築・改装店舗に増設する。今期は店舗改築やIT関連に前期比四割増の七十億円を投じる。

千葉興業銀行は公的資金の注入を受けていることもあり、人件費や物件費など今期の経費を前期並みの二百四十億円の枠内に抑えるものの、「ITなど前向きな投資は増やしている」（佐久間信一副頭取）という。〇七年二月には指静脈方式の生体認証機能付きICカードを導入する計画。ATMの改造やシステム対応への投資額として、二億円を予定している。〇七年四月には貸出先の格付

け・自己査定情報を電子化するシステムを稼働する予定で、集計作業の省力化や紙書類の減少によるコスト削減を目指す。

広がる安全対策、ICカードや生体認証貸金庫—ICカード、山口銀も導入。

2006/10/13, 日経金融新聞, 7 ページ, , 164 文字

【下関】山口銀行はキャッシュカードの不正利用を防ぐため、ICキャッシュカードの取り扱いを始めた。磁気ストライプとICチップの併存型で、従来のATMとICキャッシュカード対応のATMのどちらでも使える。発行手数料・既存カードからの切り替え手数料は当面、無料とする。紛失などに伴う再発行手数料は一枚千五十円。五年間ごとに更新する。

群馬銀、利用限度額引き上げ、手のひら認証型。

2006/10/13, 日経金融新聞, 7 ページ, , 438 文字

群馬銀行は手のひら静脈認証機能を持つICキャッシュカードの受け付けを開始した。カードの利用は群馬の本支店などに限られるが、偽造・盗難被害に対する安全性が高いと判断、一日の利用限度額を一千万円と磁気カードの二百万円よりも高く設定する。顧客の利用目的に合わせて磁気カード口座との併用も提案する。

名称は「スーパーセキュリティカード」。新規口座開設に加え、磁気カードからの切り替えにも対応する。群馬はまず、有人の全本支店・出張所にICキャッシュカードが利用できるATM計百四十一台を設置した。カードの発行には千五十円の手数料がかかるが、二〇〇七年九月までのキャンペーン期間は無料とする。

利用者は店舗で手のひらの静脈についてデータを登録する必要がある。個人のデータはカード内のICチップに登録し、群馬のシステムには残さない。

手のひら静脈認証方式は三菱東京UFJ銀行などが採用している。群馬は年内に、生体認証機能を省いて利便性を重視した別のICカードの発行も予定している。(前橋)

・音声ガイド付きATM

音声ガイド付きATMを増設—愛媛銀、6割まで更新。

2006/09/26, 日本経済新聞 地方経済面 (四国), 12 ページ, , 160 文字

愛媛銀行は視聴覚障害者に対応して音声ガイダンス機能を備えたATMを今年度中に、八月末時点の百九台から百七十五台まで増設する。同行所有のATMは現在、営業店舗の内外合わせて三百十六台あり、六割近くが更新される。

音声ガイダンス機能のほか、車イス利用者や高齢者などに対応して操作パネルを一段低めに設定したタイプも設置する。

以上