SCB SHINKIN CENTRAL BANK

金融調査情報

２７－１６

（２０１５．９．２４）

信金中央金庫
地域・中小企業研究所
〒103-0028　東京都中央区八重洲 1-3-7
TEL.03-5202-7671　FAX.03-3278-7048
URL　http://www.scbri.jp

地域銀行における空中店舗の開設動向について

視点

地域銀行が東京や大阪に新規出店する際、事業性融資の特化姿勢を明確に打ち出すため、当該店舗を空中化するケースは多い。店舗を空中化することで、事業性融資に専念しやすい環境を作り出す目的がある。同時に２階以上に出店することで、コスト削減や防犯体制の強化につなげる狙いもある。

そこで本稿では、地域銀行における空中店舗の開設動向を中心に取り上げることとする。今後、店舗戦略を検討する際の参考情報として活用願いたい。

要旨

- 東京や大阪に越境進出するにあたり、新店舗を空中化する地域銀行は多い。「空中店舗」とは、ビルの２階以上に店舗を構えることで、事業性融資の推進特化を明確に打ち出す狙いがあるとされる。
- 空中店舗のなかには、①ＡＴＭを未設置、②入り口にインターフォンを設置し呼出し後に開錠する事例もある。また、リテール業務に消極的なことから、比較的少人数で運営可能とされる。
- 27 年８月現在、65 行 176 店舗の空中店舗が開設済みである。地域別では東京都と大阪府で全体の６割強に達する。
- 空中店舗に近いコンセプトの「法人営業所」を開設する地域銀行もある。法人営業所は空中店舗と同様、事業性融資の推進に力を入れ、一定の残高が積みあがった段階で支店に昇格する事例が多い。
- 地域銀行と信用金庫では、営業エリアの規制などが異なるものの、地域銀行の法人特化型店舗という考え方は信用金庫にとって今後のビジネスモデル構築時の検討材料となろう。

キーワード

法人特化型店舗、空中店舗、事業性融資、ローコスト運営、法人営業所

目次
はじめに
１．空中店舗の特徴等
２．空中店舗の普及状況
３．法人営業所について
おわりに

はじめに

平成 26 年度末の地域銀行の貸出金残高をみると、地方銀行が前期比 3.8%増、第二地銀は 2.8%増となり、ともに前期より伸び率を高めた。多くの地域銀行が企業向け貸出の増強に取り組んでおり、推進体制や商品開発などで工夫を凝らしている。積極的にエリアを拡大し貸出金残高を伸ばしている地域銀行のなかには、大都市部の店舗を空中化する事例もみられる。

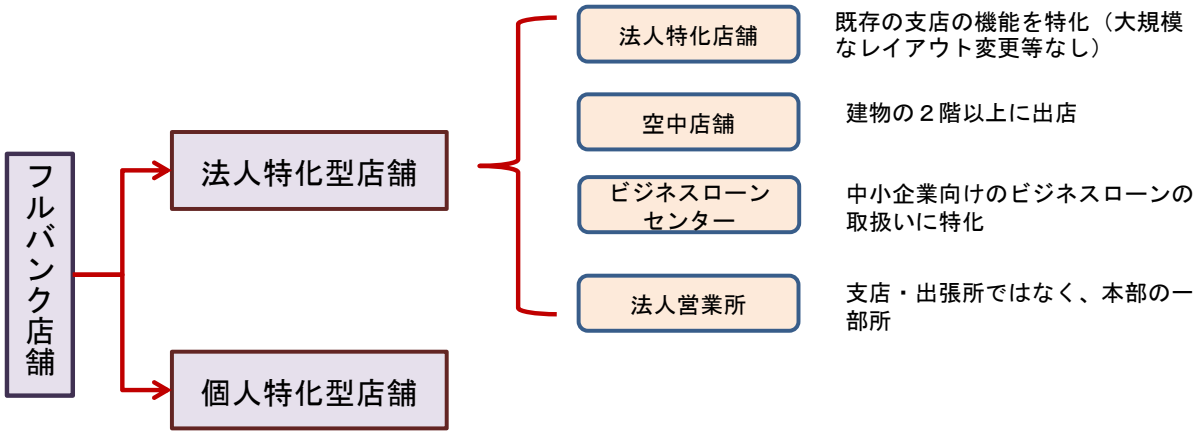
そこで本稿では、地域銀行の店舗戦略のなかでも特徴的な施策の１つである空中店舗について、その位置付けや概要などを取り上げる。

１．空中店舗の特徴

（１）空中店舗の位置付け

一般に金融機関の店舗は、顧客の利便性を考慮し１階に営業窓口・ＡＴＭを置くか、１階を含めた複数階層に店舗を構える形態を採用している。これに対し空中店舗は建物の２階以上に店舗を構えるものである。空中店舗は、立地が２階以上なだけで、店舗種類は支店・出張所となる。また、フルバンクサービスを提供するものの、実質的には事業性融資に特化する法人特化型店舗に属することが多い（図表１）。

（図表１）空中店舗の位置付け（代表例）



（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

（２）空中店舗の概要

地域銀行が東京や大阪などに越境進出して新店舗を開設する場合、事業性融資の推進に特化するため、２階以上に店舗を構えるケースが増えている。

地域銀行の空中店舗の開設動向をみると、平成 13～14 年頃にそれまで路面店だった東京支店などを空中店舗に移転する事例がみられた。また、近年は新規出店時から空中化する事例や、利便性を高めるため再開発ビルの高層階に移転する事例もある。

空中店舗は、大都市部に進出した地元企業や大企業向け案件の獲得を主目的とする（図表２）。立地的にはビルの２階以上に店舗を構えており、なかには 10 階を超える事例もある。サービス面では、ＡＴＭ未設置や入り口を常時施錠しインターフォンで呼び出すスタイルも散見される。

（図表２）空中店舗の特徴例（一般的な支店との比較）

店舗種類	支店または出張所（通常は支店）
立　　地	ビルの２階以上
対象顧客	法人 個人富裕層
レイアウト	入り口にインターフォン、ＡＴＭ未設置 ロビーは最小限のスペース（応接室は充実）
口座開設	原則として、新規口座開設に消極的
運営人員	少人数

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

（３）狙い

地域銀行が空中店舗を開設する目的は、①法人特化姿勢の明確化、②コストの削減、③防犯・リスク管理の強化などである。

①法人特化姿勢の明確化

ビルの２階以上に店舗を構えることで、事業性融資の推進に特化する狙いがある。空中店舗の立地や位置付けによって住宅ローンを取り扱う事例もあるが、主流は個人マス層との取引に消極的である。融資セールスの場合、渉外担当者による訪問セールスが中心となるうえ、顧客は融資契約などを目的に来店するので、２階以上への昇降に不便を感じにくいだろう。また、原則としてメイン先ではなくサブ以下との取引が中心となることから、顧客の日常的な来店は少ないと考えられる。

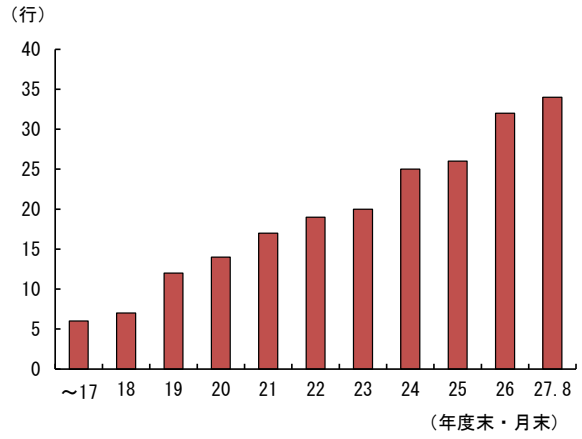
法人取引に機能を特化させた結果、空中店舗のなかにはＡＴＭを未設置にする事例もみられる。そのため、仮に個人顧客が口座開設を申し込んできたとしても、空中店舗の特殊性（ＡＴＭがないなどサービスが限定的）を説明し、地元出身者などの明確な理由がない限り消極的に取り扱うこともある。

なお、地元以外の大都市部で貸出金を獲得するチャネルの１つに空中店舗があるように、地元外で預金を獲得する手段としてネット支店を開設する地域銀行が増加している（図表３）。

27 年８月現在、30 行以上がネット支店を開設し、金利上乗せ定期預金などで全国から預金を獲得している。

そのほか相続預金の流出対策として東京や大阪の空中店舗を個人富裕層の受け皿にする動きもみられる。空中店舗は、個人マス層の来店が少ないので、結果として時間をかけた、プライベートバンキング的な高水準のサービスを富裕層に提供しやすいとみられる。

（図表３）ネット支店の開設状況（参考）



（備考）1. 27 年８月調べ
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

②コストの削減

一般に大都市部に新規出店する場合、地元での支店出店より多額のコストを要する。エリア外の店舗展開は飛び地出店であり、面展開ではないので、スケールメリットを活かしにくい。そこで、コスト削減の手段として空中店舗を選択する地域銀行がある。

物件費の面では、路面店に比べ空中店舗の方が格段に家賃も安い。口座開設手続きや現金の入出金が少ないので、従来型の支店のように巨大な金庫室の必要性は乏しいし、窓口の端末やＡＴＭなどの機器設置も最少に抑えられる。

人件費の面では、空中化により少人数での店舗運営を実現しやすい。もともと地元以外への進出の場合、行員の転勤に伴う住宅支援や進出先での新規採用が求められるケースもある。そこで空中化し、窓口業務や後方事務に携わる（進出先で採用する女性）行員数を少なくする狙いがある。

③防犯・リスク管理

少人数で運営するため、防犯体制を確立する必要がある。空中店舗は、個人マス層の来店客が少なく、顔の見えない（よく知らない）一元客の来店は稀である。そのため、来店客の多い路面店より強盗などの被害に遭うリスクを低減できるとされる。店舗レイアウトの面でもロビー部分を小さくするなどの工夫を凝らしやすい。保管する現金の量が少ないことも防犯上のメリットである。

また、空中店舗は現金などの取扱いが少ないので、余裕を持って事務処理ができ、事務ミスの発生リスクを抑えることも可能とされる。

空中店舗の開設目的をまとめると以下のとおりとなる（図表４）。

（図表４）空中店舗の開設目的（例）

目　　的	取組み内容
法人特化の明確化	渉外担当者を厚めに配置 応接室を充実
コ ス ト 削 減	家賃の削減、ＡＴＭや金庫室を未設置 最低限の人員配置
防犯・リスク管理	来店客が少ないため、防犯体制の強化 事務処理を減らすことで事務ミス発生を防止

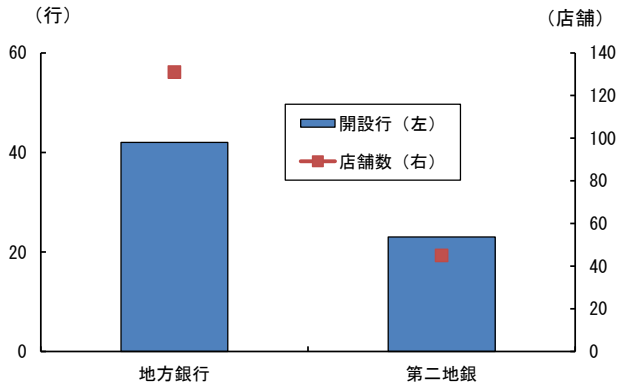
（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

２．空中店舗の普及状況

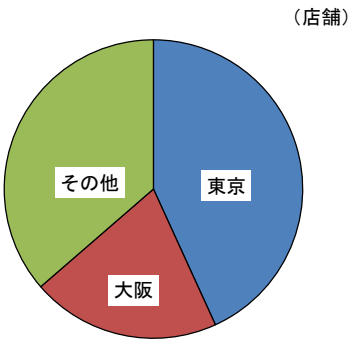
27 年８月現在における地域銀行の地元外での空中店舗開設状況は、地方銀行で 42 行 131 店舗、第二地銀では 23 行 45 店舗となる（図表５）[1]。地域別では、176 店舗中 76 店舗（43%）が東京都内、36 店舗（20%）は大阪府内に立地しており、相対的に家賃の高い東京・大阪の特殊事情が店舗空中化の背景にあるとみられる（図表６）。

ちなみに、東京都内の空中店舗の特徴をみると、立地では２階が多いものの 10 階以上の空中店舗も 10 店舗ある。また、同じテナントビルに複数の地域銀行が空中店舗を構える事例もある。

（図表５）空中店舗の開設状況
（27 年 8 月現在）



（図表６）地区別の開設状況
（27 年 8 月現在）



（備考）1. 27 年８月調べ
2. 地域銀行各行のディスクロージャー誌およびホームページで地元外の空中店舗を抽出した（市役所内店舗やインストアブランチ、駅中店舗、ローンセンター、法人営業所などを除く）。
3. 図表５、図表６ともに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

[1] 本店のある都道府県以外を地元外とし、空中店舗を抽出した。また、市役所内店舗やインストアブランチ、駅中店舗、ローンセンター、法人営業所などを除く。

３．法人営業所について

（１）法人営業所の概要

空中店舗と似たコンセプトの法人特化型店舗に「法人営業所」がある[2]。法人営業所は、事業性融資の開拓を推進するための拠点で、支店や出張所ではなく、本部の一部署に位置付けられることが多い。

一部の地域銀行では、新エリアに進出するに先立ち、法人営業所を開設し一定期間後に支店に昇格している。事前に残高を積み上げておき、開設日に合せて顧客を新店舗に移管する。また支店への昇格を目的とせず、僚店の融資推進を支援するために法人営業所を開設する地域銀行もある。

新店舗を出店する場合、出店の数か月前に開設準備室を設置するのが一般的である。これに対し、法人営業所の場合は出店前の早い時期から開設しても顧客の違和感は乏しいとみられる。また、経営判断として支店昇格の見送り、撤退や移転も容易であり、柔軟な展開が可能とされる。

（２）空中店舗との比較

空中店舗との最大の違いは、口座開設の有無である（図表７）。法人営業所の場合、新規開拓しても口座開設および融資実行は僚店になる。支店・出張所ではないので現金を取り扱うこともできない。

ただし、空中店舗に比べ、撤退や移転が容易なことから、貸出を伸ばしたい地域などに期間限定で開設したり、目的達成または未達の時にも早々に撤退できる強みを有する。

（図表７）空中店舗と法人営業所の比較（相対評価）

項　目	空中店舗	法人営業所
主な対象顧客	法人顧客 個人富裕層	法人顧客 個人顧客（ケースによる）
組織上の位置付け	支店または出張所	本部の一部署
立　　地	建物の２階以上	既存店舗の一角、賃貸ビルの一室
口座開設の有無	可能（ただし消極対応）	不可（僚店に誘導）
来店誘致	消極的	行わず
現金の取扱い	可能（大口出金は事前予約）	不可
ＡＴＭ	なし（が多い）	なし
永 続 性	原則、永続的な出店	原則、支店昇格までの仮事務所

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

[2] 法人事務所、オフィスなどの呼び方もある。また、住宅ローンや預金獲得も目指す場合は、〇〇営業所と呼ぶ事例が多い（〇〇は地域名）。

おわりに

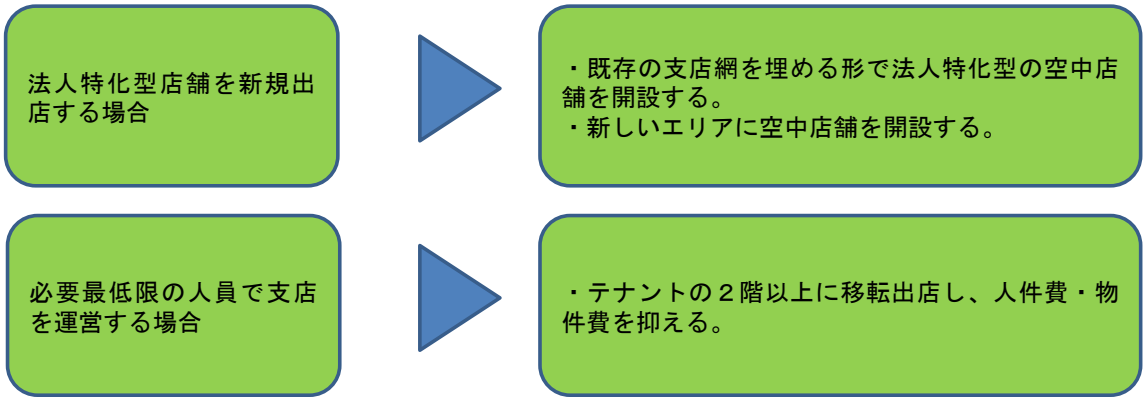
地域銀行と信用金庫では、営業エリアの規制などが異なるものの、地域銀行の法人特化型店舗という考え方は、信用金庫にとって今後のビジネスモデル構築時の検討材料となろう。

信用金庫が空中店舗の出店を検討するケースを想定すると、①法人特化型店舗を新規出店する場合、②必要最低限の人員で支店を運営する場合などがある（図表８）。

融資残高を積み上げるため、法人特化型店舗の出店は有効な手法の１つであり、新規のエリアに出店するだけでなく、既存店舗網の補完として出店する案もある。また、飛び地店舗のように、店外ＣＤ・ＡＴＭだけ残し廃止することが難しい支店については、空中化し最低限の人員で運営するのも一手であろう。

いずれにせよ、信用金庫が５～10 年後のビジネスモデル構築を検討するうえで、地域銀行の店舗戦略から学ぶ面は大きいと考えられる。

（図表８）空中店舗の適用イメージ



（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

以　上

（刀禰（とね）　和之（かずゆき））

〈参考文献等〉

・地方銀行および第二地方銀行のホームページ、ディスクロージャー誌

本レポートのうち、意見にわたる部分は、執筆者個人の見解です。投資・施策実施等についてはご自身の判断によってください。