

顧客はイスラーム銀行に何を求めているか ～バハレーンにおけるアンケート調査より～

武藤 幸治 *Koji Muto*

立命館アジア太平洋大学 教授
(財)国際貿易投資研究所 客員研究員

はじめに

世界のイスラーム金融資産は、2000年代後半、年率20%台で増加を続け2009年末には8220億ドルに達していると推定される。¹イスラーム金融拡大を支える要因には石油価格の高騰、米国からの資産環流、ムスリムの所得向上、イスラーム金融制度の発展など諸要因が挙げられる。²確かにイスラーム銀行の存在が耳目を集めたのが1973年の第一次石油ショックであり、その数が増えだしたのが第二次ショック時であったことを考えれば石油マネーの落とし子と言えない。しかし、現代イスラーム金融機関の誕生はさらに約10年前、1960年代初頭まで遡ることができる。ドイツの留学から帰って

きたエジプト人 Ahmed Najjar は故郷の町の貧しさに驚き、1963年に地元起業家向けの無利子融資を行う Mit Ghamr Savings Bank をナイルデルタの町に設立した。同行の目的は住民に貯蓄意識を芽生えさせ、共同事業への参加を促して農村に産業を起こし、雇用機会を創出、大都市への人口流出を食い止めることにあった。少額の貯蓄を認め、引き出しを自由にすることで第一の狙いを実現、銀行が投資事業の選定・経営参加することで第二の狙いを達成、そして銀行配当を通じて第3の目的を達成した。この銀行は全国に100の支店を開いたとされるが、銀行の認可を得ているかどうかは不明である。³ 銀行はやがて政府によって引き継がれ、Nasr Social Bank に衣替えした。同じ

頃マレーシアの Ungk Aziz も農村に暮らすマレー人の生活ぶりを思い、貯蓄制度の導入を政府に提言した。⁴ 彼の提案が政府の採用するところとなり、巡礼貯蓄基金が 1963 年設立され、やがてマレーシアイスラーム銀行に発展していく。なぜ同じ時期に 2 つアイデアが生まれたのか、その時代背景は今後検証する必要があるものの、ムスリム農村社会貧困の要因の一つが住民自身、在来の金融システムを利用できないと考え金融サービスから遠ざかってきたことが大きいと、2 人の学者は認識を共存した。ムスリムが利用できる新しいモデルの金融機関設立に動いたのである。

以来半世紀近く経った現在、世界の耳目を集めるほど巨大になったイスラーム金融だが、果たして先駆者たちが掲げた理想に向かって成長したのだろうか。私の研究は素朴な疑問から始まった。2007 年度から文部科学省の研究助成金及び研究委託事業を受けて、調査研究プロジェクトを立ち上げて、本格的に動き出すことになった。世間の関心が高まるに連れてイスラーム金融に関する研究

が盛んになり、多くの著作が出版されるようになった。そのような環境下で私どもの研究は、イスラーム銀行に焦点を絞り、その存在が市民にどのように受け止められ、利用されているか、または利用されていないかを直接インタビューを行って実態を把握することから始めた。ムスリム達はイスラーム銀行が誕生することで銀行を利用するようになったのか、ムスリムはイスラーム方式の融資を受け入れるようになったのか、融資はどのような目的に充てられているのか、利用者となったムスリムはイスラーム銀行を支持しているのだろうか。利用者の認識と評価を直接汲みあげる手段として、事前に設計した質問事項を対象者に読み上げ、口頭による回答を調査員が用紙に記入するインタビュー調査を採用した。対象国は東南アジアのインドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポールの 4 カ国⁵、中東ではサウジアラビア、アラブ首長国連邦 (UAE)、バハレーン、ヨルダンの 4 カ国⁶ において 2007 年秋から 2009 年末にかけて実施した。質問項目の設計やサンプリングについては紙幅が限られ

ているので、ここでは詳しく触れない。いわゆるアンケートは個人向けと中小企業⁷向けの2種類からなり、基本的には全地域共通にした。

以下にバハレーンにおける調査結果を紹介、そのインプリケーションを論じてみたい。バハレーンについては2009年4-5月に実施された。バハレーンをここで取り上げた理由は、同国政府がイスラーム金融の世界的ハブに成長することを狙って政策的に支援している半面、国内市場が狭く海外依存度が高い小国のケースを代表しているからである。同国に居住する20歳以上の成人を対象にして、有効標本数が100に達するまで、数か所のショッピングセンターで通行人、買い物客に対して呼びかけた。人口分布に応じて首都マナーマ（目標数70）と周辺の町（Ar Riffaなど合わせて目標数30）⁸において目標に達するまで数日かけてインタビュー調査を実施した。

中小企業⁹を対象にしたのは、農家と地方企業に金融サービスの機会を提供することで生産力を高め所得向上に結びつくとする先駆者の思いを実証するためである。

データ分析手法と結果

初めに述べたように本調査研究の目的はイスラーム銀行制度が導入されることで、ムスリムの銀行及びその他金融サービスに対する態度が変わったのか。そして銀行利用を促した動機は何であるか。利用者としての経験から銀行を特にイスラーム銀行にどのような評価を下しているかの3点である。

イスラーム銀行預金者の特性

有効回答数103のうち、コンベンショナル銀行預金者74人と多く、イスラーム銀行預金者は20人、9人が預金口座を持っていない。双方に口座有する人は6人であった。銀行預金利用率（浸透度）は89%と高い。回答者の属性との関係では、ムスリム方がより高い。ノン・ムスリムの銀行預金利用率が低い要因としては、ノンムスリムの多くが出稼ぎ者で、相対的に収入が低いこと、収入のうち貯蓄に充てる分は本国送金しているため、彼らがバハレーンの銀行及び両替業を利用するのは送金目的に限定されているた

めと考えられる。ノンムスリムの10%程度しかイスラーム銀行に預金していないし、ムスリムについても31%しか(両方に預金している人を含めて)イスラーム銀行を利用していない。リテールバンクとしてのイスラーム銀行の浸透率は低い。また、本調査ではイスラーム銀行が開設されて初めて、銀行預金をするようになったのか、あるいはコンベンショナル銀行からイスラーム銀行にシフトしたのかについて質問した。初めての預金した

のがイスラーム銀行であると回答した人24人のうち、6人が現在はコンベンショナル銀行に口座を変えたと回答している。逆にコンベンショナルからイスラームに変えた人は1人しかいない。バハレーンにおいても、銀行にとの関係で個人の行動は保守的であり、取引銀行を変えるケースは少ないとされるので、¹⁰この値はかなり高い。イスラーム銀行利用の低さはどこに原因があるのだろうか。最後にもう一度触れてみたい。

(第1表) 銀行預金者数

	回答数 N	預金口座ない	イスラーム銀行	コンベンショナル銀行
ムスリム	77	4	17	52
ノンムスリム	26	5	3	20
合計	103	9	20	74

(第2表) 所得と銀行口座

	N=90	預金口座ない	イスラーム銀行	コンベンショナル銀行
月額200BD以下	24	1	7	16
201BD以上2000BD未満	60	6	10	44
2000BD以上	6	2	0	4
Total	90	9	17	64

上位 12.3%に当たる年収 24,000BD 以上を高所得、下位 13.9%に当たる 2400BD 以下を下位所得に分類

(注)バハレーン中央銀行によると 2009 年 9 月時点における平均月額収入は民間部門 269BD、公的部門 802BD、就業者数では前者が 90%、後者が 10%。

その背景にはイスラーム銀行は地場市場が小さくリテール・バンキングでは競争力を有しない、従ってイスラーム銀行はホールセールや投資バンキングに精力を傾注し、結果としてリテール・バンキングは看過され、顧客もそれを感じ取って行動を起こしていると推測される。地場のイスラーム銀行の決算報告書からも資産・負債の対外運用比率の高さが読み取れる。¹¹ 次に、宗教以外での利用者の属性との関連を見ていく。所得との関連では高所得に属する月収2,000BD（約49万円）以上に属する6人（有効回答90の6.7%に当たる）のうち2人は銀行を信頼しないとの理由で口座を有しない。4人はコンベンショナル銀行に口座を持つ中間層60人（201BD～2000BD、で有効回答の66.7%）については、44人がコンベンショナル銀行に預金し、イスラーム銀行預金者は10人、預金口座なしが6人を数える。月収200BD以下の層には24人が該当する。このうちコンベンショナル銀行が16人、イスラーム銀行は7人、預金口座なしが1人を数える。押し並べてイスラーム銀行利用率が低い結

顧客はイスラーム銀行に何を求めているか果を示している。筆者がマレーシアに関して調査した結果“イスラーム銀行は高所得層と低所得層によって支持されている”と、大きな相違を見せている。

それでは預金者はイスラーム銀行に何を求めているのか、アンケート結果を統計的に分析してみた。

統計分析

アンケート調査は、イスラーム銀行を選択する要因として18項目列挙し、それぞれの項目に付き、1. 全く考慮しない、2. 重視しない 3. どちらともいえない 4. 重視する 5. 最も重視する、の中から一つ選択する方式を採用した。

分析手法はイスラーム銀行への預金を被説明変数として、イスラーム銀行への預金を選択した要因を説明変数とする重回帰分析を採用した。まず、変数相互の影響を排除して預金者の選択と各要因との純粋な関係を測ることを目的に、各説明変数と被説明変数の相関性を偏相関分析で算出してみた（第3-1表）。同表から統計上の有意水準1%以下で「女性

への別窓口」、「イスラーム学者による推薦」、「シャリア合法性」が高い正の相関性を有している。一方で、「ATM 設備の数」は負の相関性を示しているが（有意水準1%以下）、このことはコンベンショナル銀行と正の相関性を有することを意味する。

重回帰式は：

イスラーム銀行選好 = F（距離的利便性, 利子・配当率, シャリア合法性, ----）, とし

これを単純化すると

$$BP_i = \beta_0 + \beta_1 (\text{距離}) + \beta_2 (\text{利子} \cdot \text{配当率}) + \dots + \beta_3 Z_i + \varepsilon_i$$

i = イスラーム, Z_i は（サービスの質）以降の変数をグループ化したもの、 ε_i は誤差項。

アンケートデータ解析には線形確率モデル（LPM）と Tobit 解析モデルを試みた。（第3-2表参照）

結果

第3-2表は Tobit モデルを用いたデータ解析の結果である。両モデルのトレンドは同じであるが、Tobit の方がよりクリアに傾向が読み取れる。

イスラーム銀行選択と女性専用サービス、イスラーム学者の薦め、サービスの質の3つの要因が強く相関性を有することが分かる。一方、利子・配当率、社会的規範（社会の評判）はイスラーム銀行とは負の相関性を有する。

Tobit モデルの結果は、預金先にイスラーム銀行を選んだ要因に女性専用サービス、サービスの多様性、イスラーム学者の薦めの3つが高い相関性を示している。利子・配当、社会的規範（世間の評判）、ATM 普及を重視する人はコンベンショナル銀行を選択する傾向にあることがわかる。

言い換えれば金銭的動機と利用の利便性を重視する人はコンベンショナル銀行に向かい、それらよりもイスラーム性を重視する人はイスラーム銀行に向かうと結論付けられる。この結果を同時期にアラブ首長国連邦、サウジアラビア、ヨルダンにおいて実施したアンケートの統計分析結果と比較して見よう。（第4表）

他の3カ国とバハレーンが共有する特徴は、女性専用サービス、イスラーム学者の薦め（サウジアラビアと共有）、シャリア合法性（ただしバ

顧客はイスラーム銀行に何を求めているか

ハレーンについては有意水準が低い)である。また、負の関係(-係数)では利子・配当率(ヨルダンと共有)、社会的規範(サウジアラビアと共有)であり、これらの国ではコンベンショナル銀行に向かわせる要因となっている。一方、バハレーンでは重視されるウエイトの高い要因であるサービスの多様性についてはヨルダン、

アラブ首長国連邦ではイスラーム銀行選択に負の影響を与えている。ATMの普及では他国と異なりバハレーンのみが負の関係になっているこの国での普及にはま ATM はじめた、他の国では銀行選択の際重視されているインターネットバンキング、距離的な利便性は重視されていない。

(第3-1表) 銀行利用選好と要因の偏相関分析

説明変数	偏相関係数	有意水準
距離的利便性	.0531	.636
利子・配当率	-.1617	.147
サービスの質	-.0333	.767
サービスの多様性	.2071	.062*
銀行の評判	.0644	.566
融資の可能性	.1423	.202
情報入手	-.1154	.302
手数料	-.1731	.120
女性専用サービス	.6352	.000***
シャリア合法性	.2787	.011**
気に入った金融商品	-.0828	.459
他行に対して相対に有利	.0316	.778
イスラーム学者の薦め	.5428	.000***
社会的規範	-.0167	.881
ATM普及	-.3355	.002***
電話預金(引き出し)が可能	-.0534	.634
モバイルバンキングが利用可能	.1342	.229
インターネットバンキング可能	.0278	.804
*P<0.10; **P<0.05, ***P<0.01		

(第3-2表) イスラーム銀行選好要因の回帰分析結果

説明変数	LPM	Tobit
距離的利便性	.0046 (.0097)	-.0020 (.0193)
利子・配当率	-.0141* (.0095)	-.0656*** (.0200)
サービスの質	-.0042 (.0142)	.0324 (.0415)
サービスの多様性	.0353* (.0186)	.1760*** (.0414)
銀行の評判	.0077 (.0134)	-.0619 (.0500)
融資の可能性	.0145 (.0113)	.0371 (.0233)
情報入手	-.0169 (.0162)	-.1017* (.0581)
手数料	-.0187* (.0119)	-.0428 (.0308)
女性専用サービス	.1367*** (.0186)	.2292*** (.0297)
シャリア合法性	.0475** (.0182)	.0531* (.0324)
気に入った金融商品	-.0111 (.0150)	.0683 (.0473)
他行に対して相対に有利	.0028 (.0102)	-.0138 (.0361)
イスラーム学者の薦め	.1267*** (.0219)	.1879*** (.0390)
社会的規範	-.0017 (.0116)	-.0956*** (.0333)
ATM 普及	-.0411*** (.0128)	-.3129*** (.0584)
電話預金(引き出し)が可能	-.0061 (.0129)	.1295** (.0573)
モバイルバンキングが利用可能	.0162 (.0134)	.1127* (.0624)
インターネットバンキング可能	.0028 (.0116)	.0194 (.0412)
定数項	-.1895 (.0804)	-.4424 (.1699)
標本数	94	94
R ²	.9765	
注記。上段： β 係数/下段：(標準誤差P)		

第4表 銀行選好要因の回帰分析結果4カ国比較

数値 = (上段: β 係数、下段: 標準誤差)

説明変数	サウジアラビア	UAE	ヨルダン	バハレーン
距離的利便性	-.0113 (.0142)	-.0037 (.0114)	.1706*** (.0571)	-.0020 (.0193)
利子・配当率	-.0015 (.0136)	-.0089 (.0112)	-.1549*** (.0387)	-.0656*** (.0200)
サービスの質	-.0247 (.0186)	-.0024 (.0099)	.7029*** (.1183)	.0324 (.0415)
サービスの多様性	.0318* (.0183)	.0147 (.0106)	-.4542*** (.1076)	.1760*** (.0414)
銀行の評判	-.0343** (.0176)	-.0237*** (.0088)	.1703** (.0763)	-.0619 (.0500)
融資の可能性	-.0200 (.0142)	.0003 (.0075)	-.1567*** (.0556)	.0371 (.0233)
情報入手	.0046 (.0167)	.0046 (.0095)	-.2719*** (.0862)	-.1017* (.0581)
手数料	-.0169 (.0146)	.0026 (.0083)	.0660* (.0392)	-.0428 (.0308)
女性専用サービス	.0276** (.0126)	.1274*** (.0164)	.1193** (.0509)	.2292*** (.0297)
シャリア合法性	.2150*** (.0132)	.1056*** (.0153)	.4805*** (.0715)	.0531* (.0324)
ニーズに合った金融商品	-.0105 (.0179)	-.0371*** (.0111)	-.1151** (.0575)	.0683 (.0473)
他行に対して相対に有利	.0286* (.0150)	-.0171** (.0075)	-.0637 (.0541)	-.0138 (.0361)
イスラーム学者の薦め	.1196*** (.0134)	.0493*** (.0168)	.0671 (.0608)	.1879*** (.0390)
社会的規範	-.0645*** (.0132)	.0143 (.0102)	.0808* (.0425)	-.0956*** (.0333)
ATM 普及	.0038 (.0170)	.0040 (.0092)	.0474 (.0431)	-.3129*** (.0584)
電話預金(引き出し)が可能	-.0162 (.0159)	-.0339*** (.0101)	.5155*** (.1232)	.1295** (.0573)
モバイルバンキングが利用可能	.0212 (.0161)	.0029 (.0096)	-.5509*** (.1239)	.1127* (.0624)
インターネットバンキング可能	-.0469*** (.0156)	.0250*** (.0079)	.0993* (.0592)	.0194 (.0412)
定数項	1.0547 (.1679)	.9678 (.0716)	-1.6406 (.3331)	-4.424 (.1699)
回答数 (N)	378	107	112	94
R ²				

(上記表注) 回答数は銀行預金を有する人のみ

バハレーンの地理的、社会的特異性を考慮してもリテール・バンキングとしてのイスラーム銀行は十分発展しているとは言い難い。また、イスラーム方式の融資を利用していると回答した人は一人もいない。この点も含めて、イスラーム金融センターとしての売り込みとは裏腹に地元民への啓蒙、普及活動が徹底していない。まずは足元を固める必要があると結論付けられる。

イスラーム銀行に対する利用者の評価

アンケートでは利用者の満足度も質問した。総合的な満足度、個別の項目に対する満足度につき5段階評価を付けてもらった。

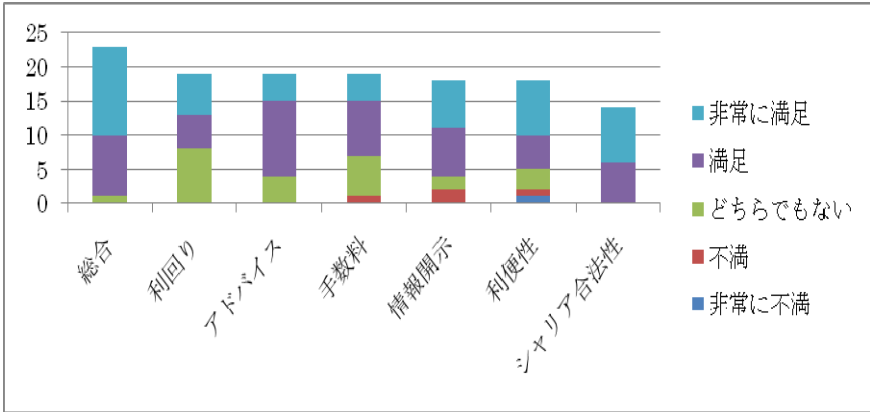
イスラーム銀行に対する総合評価は回答者23人のうち13人が非常に満足、9人がほぼ満足、1人がどちらとも言えないで、満足度は高い。項目別には「利便性」と「シャリア合法性」に対する満足度が高い。

その一方で、第2図に見る通りコンベンショナル銀行預金者の過半の人が「非常に満足」しており、「満足」

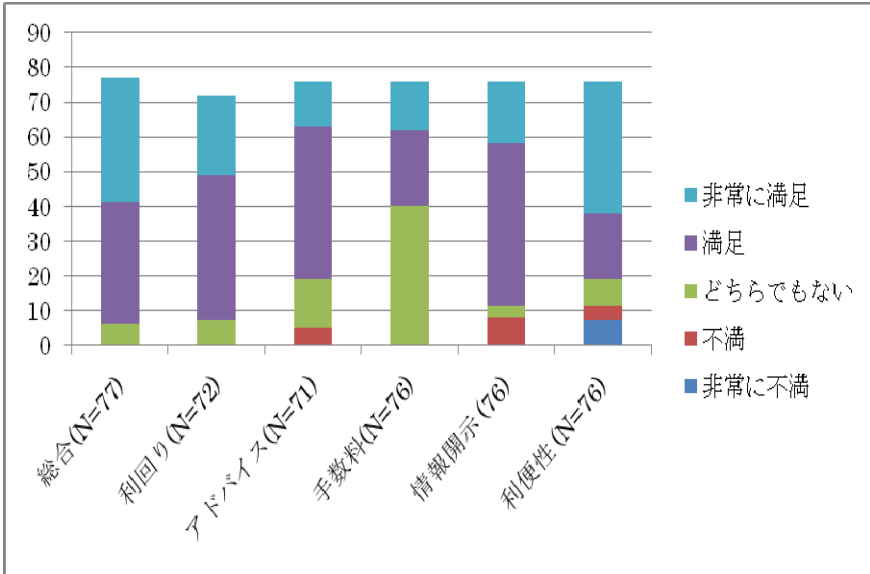
と答えた人と合わせると、92%の人が満足している。項目別には利回りに対する満足度が高い。コンベンショナル銀行選択の要素で重視されている「金利・利回り」で十分顧客を満足させている。これがイスラーム銀行顧客マーケット拡大を妨げている最大の要因ではないかと結論付けられる。イスラーム銀行がリテール・バンキングとしてバハレーンで発展するために当事者ができることは、ムスリム顧客向け商品開発（例えば融資とのパッケージ）、コンベンショナルと競争できる配当可能な預金（ムダーラバ預金など）で運用実績を挙げることであろうか。それでもマーケット単独で出来ることは限界がある。政府のイスラーム・リテールバンキングの育成、言い換えれば政府はバハレーン金融市場を「国際的」なハブとして位置付けるだけでなく、バハレーン住民の金融手段として根付かすための基本政策が必要かと考える。

武藤幸治

(第1図) イスラーム銀行に対する満足度



(第2図) コンベンショナル銀行に対する満足度



注

- 1 Top 500 Islamic Financial Institutions, The Banker, (Supplement, November 2009)
- 2 石油資金とイスラーム金融については 粕谷英輝「中東マネーとイスラーム金融」(同友館、2008) に詳しい
- 3 El Nagggar, Ahmed A. Islamic Banks: 'A model And The Challenge' The Challenge of Islam, Gaurar, Altaf, 1923- (Ed) /Islamic Council of Europe (Collab), London 1978, 220-234
- 5 文部省科学研究助成金対象国、費
- 6 文部科学省委託、ニーズ対応型地域研究推進事業：「アジアの中の中東」研究の一環
- 7 中小企業の定義は対象国が独自の定義があればそれに従い、ない国については従業員 50 人以下とした。
- 8 農村地域は制約があって調査対象から

外した。因みに CIA World Factbook は都市化率を 2008 年で 89% と推定している。路上調査のため有効回答率は把握できなかった。

- 9 中小企業の定義は一義的には当該国政府の定義にしたがい、それが無い国については従業員 100 人未満の企業を対象にして、分析上では 99 人—50 人を中企業、49 人—10 人を小企業、10 人未満を零細企業に分類した。
- 10 M. K Hassan, et al., "An Emperical Study of Relative Efficiency of the Banking Industry in Bahrain", Studies in Economics and Finance, Vol.22, Issue 2, 2004
- 11 武藤、『バハレーンイスラーム金融市場の特性』(イスラームビジネス法研究会報告書 第 3 章) 国際貿易投資研究所、2010 年 3 月