

【研究ノート】

ペナン島における商業銀行とイスラーム銀行の店舗形態と立地展開

福島康博

はじめに

「東洋の真珠 (the Pearl of the Orient)」とも称されるペナン島は、1969年に設立されたペナン開発公社 (Penang Development Corporation) や、1971年の自由貿易地域法 (Free Trade Zone Act) を背景として、工業化、都市化、観光促進が積極的に進められた。この結果、1960年代においては失業率が15%近くに達するなど停滞していたペナン経済は、今日では電子機器産業を中心とするマレーシアの主要な工業地域となっている (国際協力機構 2004: 76-77)。具体的には、ペナン・ブリッジ、ペナン国際空港、バヤン・ルパス自由産業地域 (Bayan Lepas Free Industrial Zone) などのインフラ整備によって工業化が進むとともに、2008年にはジョージタウンがユネスコの世界文化遺産に登録され¹、観光事業を促進する契機となった。また、近年はプラザ・ガーニー (Plaza Gurney) 等の大型ショッピング・モールの開店が相次いでおり、ペナン島住民の生活の都市化に寄与している。

工業化や都市化が進むペナン島においては、銀行が積極的な立地展開を行っている。297平方kmというマレーシア国土の0.1%にも満たないにもかかわらず、同島には中央銀行であるバンク・ヌガラ・マレーシア (Bank Negara Malaysia: BNM) の支店1店と、市中銀行である国内外の民間資本の商業銀行 (commercial bank) とイスラーム銀行 (Islamic bank) の101支店²が、主に商業施設やショップハウス (shophouse) のテナントの形態で店舗を構えている。この結果、ペナン島は、100平方kmあたりの銀行の支店数では、クアラルンプールに次ぐ銀行の集中出店地域となっている。ただ、実際の立地展開で

¹ マラッカとともに「マラッカ海峡の歴史的都市群：マラッカとジョージタウン」 (Melaka and George Town, Historic Cities of the Straits of Malacca) として登録された。

² 本稿における支店とは、各銀行の公式ウェブサイトにおいて、支店 (branch) ないしはサービス・センター (service centre) として記載されているものを指す。銀行によっては、支店やサービス・センター以外にも地域センター (regional centre) や顧客センター (customer centre)、コール・センター (call centre) などが営業拠点として設置されている場合があるが、これらは含まない。同様に、支店以外のショッピング・モール等に設置されているATM (現金自動預け払い機) やCD (現金自動支払い機) も支店には含まない。また、国内業務が認められていない外国銀行の営業事務所や、ラブアン島のオフショア支店も含まない。なお、ペナン島に本店を構える銀行は存在しない。

は、ジョージタウンを中心とする北東部、および東部の国道6号 (Federal Route 6) 沿いに支店が集中しており、同島中央部や西部では数支店が存在するのみで、島内においては支店の偏在の傾向が見受けられる (図1)。

銀行の支店は、ペナン島住民にとって必要な存在である。Lo らが 2010 年に行ったペナン島住民に対する銀行の利用状況に関するアンケート調査によると、銀行取引を行う際に利用する手段として最も利用されているのが支店 (90.3%) で、ATM (83.6%) やインターネット・バンキング (36.6%)、テレフォン・バンキング (9.7%) を上回っている (Lo et al., 2010)。ここから、ペナン島では支店の存在が顧客の銀行利用において重要な位置を占めていることがわかる。

こうした状況を踏まえ本稿は、ペナン島における民間資本の市中銀行である商業銀行とイスラーム銀行の店舗形態と立地展開について、2010 年 9 月現在の状況を明らかにすることを目的とする。この目的のため、まず I では、マレーシアにおける銀行業を概観するとともに、銀行産業からみたマレーシアにおけるペナン島の位置づけを明らかにする。次に II では、ペナン島における銀行の支店の店舗形態と立地展開のそれぞれを類型化する。これを踏まえた上で III では、ペナン島での支店の偏在の特徴とその理由、および店舗形態と立地展開との関係を考察する。

銀行の立地展開を含めた金融機能に対する地理学的な分析手法として、主に二つのアプローチが存在する。山崎によると、それは「都市地域構造の形成過程において金融機能の役割を重視し、都市化の推進主体として金融機能を位置づける都市地理学的立場」と「金融資本の地域的展開を明らかにすることにより、日本資本主義の基軸の歴史的形成過程を把握し、金融資本が地域構造の形成過程において主導的な役割を果たしてきたことを指摘しようとする経済地理学的立場」という二つの立場に基づくものである (山崎, 1999: 121)。いずれの立場を採るにせよ、立地展開についての共時的な分析と通時的な分析の双方が必要となるが、本稿では、筆者が 2010 年 3 月と 9 月にペナン島にて収集した各支店の立地に関するデータと、これを補則するためマレーシア統計局 (Department of Statistics) の統計データ (Department of Statistics, 2009; 2010a; 2010b)、BNM の統計データ (Bank Negara Malaysia, 2010)、およびマレーシアの各銀行の公式ウェブサイト上のデータを用いて、2010 年 9 月時点での立地展開を対象とする共時的な分析を行う。このため、先行研究においてなされている通時的な分析³、および各支店の預金残高や融資残高など金融機能の分析の 2 点が、本稿では欠けることになる。そのため本稿では、2009 年 9 月時点での銀行支店の地理的な分布の把握とその理由の考察までを目的とし、欠落している 2 点については、今後の研究課題とする。

³ とりわけ、1997 年のアジア通貨危機以降の金融機関の合併に伴う支店の統廃合、およびショッピング・モール等の開店に伴う支店の新設などに対する通時的な分析が必要と思われる。

I マレーシアの銀行業

I では、まず本稿の議論の対象となる民間資本の商業銀行とイスラーム銀行とを定義づけるとともに、銀行支店の分類を行う。次に、両銀行の立地展開からみたペナン島を、マレーシア全体に位置づける。

1. 銀行と支店の分類

マレーシアでは、民間資本⁴による市中銀行のライセンス発給や業務内容等について、商業銀行⁵、投資銀行⁶、およびその他の金融機関⁷に対しては銀行金融機関法 (Banking and Financial Institutions Act) が、またイスラーム銀行 (Islamic bank) と国際イスラーム銀行 (International Islamic bank) に対してはイスラーム銀行法 (Islamic Banking Act) が、それぞれの根拠法となっている。このうち、イスラーム銀行と国際イスラーム銀行では、利子などイスラームに反する要素を含まないイスラーム銀行業ビジネス (Islamic banking business) のみが認められている (イスラーム銀行業法第3条(1))。他方で、銀行金融機関法に基づき業務を行っている銀行は、原則としてイスラームには依拠しない有利子の銀行であるが、BNM が 1996 年に発行したイスラーム銀行業スキーム (Islamic Banking Scheme : IBS) に基づいて行内にイスラーム銀行業部門 (Islamic banking division) を設けることにより、イスラーム銀行業を営むことも可能となる。

2010 年 9 月現在、マレーシアにおける商業銀行とイスラーム銀行をまとめたのが、表 1 である。これによると、国内資本による商業銀行は 8 行存在する。そして 8 行とも、子会社としてイスラーム銀行を保有している。これら子会社はいずれも、当初は商業銀行内に設けられたイスラーム銀行業部門であったものが、2007 年に政府・中央銀行が減税などイスラーム銀行分社化促進政策を採用したことを受けて、子会社化したものである (福島, 2008: 145-148)。そのため、マレーシアの主要金融グループはいずれ

⁴ 他方、財務省傘下で政府資本の銀行 (Government Linked Company, GLC) としては、アグロ銀行 (Agro Bank Malaysia)、SME 銀行 (Small Medium Enterprise Bank Berhad)、国民協力銀行 (Bank Kerjasama Rakyat Malaysia Berhad)、国家貯蓄銀行 (Bank Simpanan Nasional Berhad) などが存在する。これらは有利子銀行であるが、一部にはイスラーム銀行業を営むところもある。なお本稿では、議論の対象を民間資本の銀行に限っているため、これらの銀行については、扱わないこととする。

⁵ 銀行金融機関法では banking と表記されているが、BNM の資料では commercial bank と記載されている。そのため本稿では、商業銀行という表記で統一する。

⁶ 銀行金融機関法では merchant bank と記載されているが、BNM の資料や当該銀行では investment bank という表記が用いられている。そのため本稿では、投資銀行という表記で統一する。

⁷ 商業銀行と投資銀行以外で銀行金融機関法を根拠法とする金融機関には、金融会社 (financial company)、ディスカウント・ハウス (discount house)、マネー・ブローキング・ビジネス (money-broking business) がある。

も、有利子の商業銀行とイスラーム銀行の双方を傘下におさめていることになる。このような経緯をたどったため、今日においては上述の商業銀行はいずれも、支店内に子会社のイスラーム銀行のための専用窓口 (Islamic window) を設けている。また、親会社の支店に依拠せず単独で支店 (Islamic branch) を設けている事例もある。こうした国内資本の銀行と同様に、イスラーム銀行を子会社として所有している外国資本の商業銀行が5行存在する。逆に、イスラーム銀行業に関与しない商業銀行は8行で、これらはいずれも、外国資本の銀行である。

次に商業銀行の子会社ではない独立系のイスラーム銀行業専門銀行をみると、国内資本の銀行は2行であるのに対して、外国資本の銀行は5行存在する。このうち前者は、有利子銀行業には関与しない独自のイスラーム金融グループを、それぞれ形成している。他方後者は、国内業務を行うことができる外国資本のイスラーム銀行2行と、外国通貨を扱うことができる国際イスラーム銀行3行によって構成されている。また、イスラーム銀行業スキームに基づいてイスラーム銀行業を行っている商業銀行は2行で、いずれも外国資本である。

資本と業務からみた銀行の分類に対して、銀行の支店を業務内容から分類することができる。すなわち銀行の支店は、①有利子銀行業のみを提供している商業銀行の有利子支店、②商業銀行の支店ではあるが、傘下にイスラーム銀行があるか、あるいはIBSに基づいてイスラーム銀行業部門を有しているため、有利子銀行業とイスラーム銀行業の両方を提供している兼業支店、および③商業銀行の子会社ないしは独立系で、イスラーム銀行業のみを提供しているイスラーム支店、の3つに類型化することができる。

2. 銀行産業からみたペナン島の位置づけ

次に、マレーシア全土にしめるペナン島への商業銀行とイスラーム銀行の支店出店の位置づけを明らかにしたい。まず、銀行支店数と各種の経済指標との関係であるが、表2は、13の州と3つの連邦直轄地における人口、面積、GDP、銀行支店数、およびこれらの関係を表している。これによると、ペナン島・ペナン州は、人口密度と一人あたりのGDP (GDP per Capita) が、ともにクアラルンプールについて高い。同じく銀行支店数についてみると、ペナン州には183の支店が出店しており、そのうち半島側のスブラン・プライ (Seberang Perai) には82支店あるのに対し、ペナン島側にはそれよりも多い101支店が存在する。ペナン州の183支店という数値は、マレーシアの全銀行支店数である2,228支店の8.21%に相当する。これは面積比率 (0.32%) や人口比率 (5.65%) よりも高く、GDP比率 (8.85%) に匹敵している。このため、人口10万人あたりの支店数は、ペナン州としては11.46支店、ペナン島では13.64支店に、100平方kmあたりの支店数ではペナン州が17.46支店、ペナン島では34.01支店になっており、ペナ

ン島・ペナン州はクアラルンプール（人口 10 万人あたり 21.42 支店、100 平方 km あたり 151.85 支店）に次いで、人口・面積に比べて銀行の支店が多く集中している地域といえる。

次に、銀行ごとのペナン島での支店展開をみてみたい。表 1 によれば、マレーシアで業務を行っている民間資本の商業銀行とイスラーム銀行のうち、ペナン島に支店がない銀行は 9 行あるが、これらはいずれも外国資本の銀行であり、いずれも国内支店数が 3 支店以下という小規模銀行である。他方、ペナン島に支店を設けている銀行の内訳は、1 で挙げた支店の類型に基づく、①の有利子支店を有する商業銀行が 4 行、②の兼業支店を有する商業銀行が 13 行、および③のイスラーム支店を有するイスラーム銀行が 4 行となっている。このうち、②のメイバンクの子会社であるメイバンク・イスラミック（Maybank Islamic）は、メイバンクの支店内ではなく単独でイスラーム支店を 1 店舗有しているため、それぞれの支店数は、①の有利子支店が 5 支店、②の兼業支店が 89 支店、そして③のイスラーム支店が 7 支店となる。

銀行ごとにペナン島への出店状況をみていくと、ペナン島に支店を出店している上位 5 行は、いずれも国内資本の商業銀行で、①メイバンク（全 380 支店中 18 支店⁸、4.74%）、②CIMB 銀行（全 322 支店中 16 支店、4.97%）、③Am 銀行（全 188 支店中 11 支店、5.85%）、同じく④パブリック銀行（全 251 支店中 11 支店、4.38%）、および⑤ホンリョン銀行（全 186 支店中 9 支店、4.84%）という順位になっている。なお、これら 5 行を含めた全国で 25 支店以上を展開する 15 の銀行のうち、在ペナン島の支店のしめる比率は、全銀行の同比率である 4.53%（全 2,228 支店中 101 支店）に対して、12 の銀行がその±1.5 ポイントの範囲内にある⁹。ここから、マレーシアにおいて 25 以上の支店を持つ中規模かそれ以上の商業銀行とイスラーム銀行においては、ペナン島への積極的な出店という立地展開で各銀行は共通していると推察される。

II 店舗形態と立地展開の現状

II では、現地調査を基に、ペナン島に存在する民間資本の銀行の 101 の支店の店舗形態と立地展開の現状を明らかにする。そのため、まず 1 では、各支店がどのような形態で店舗を設置しているかという店舗形態を類型化し、次に 2 では、どのような地域に店舗を出店しているのかという立地展開についての類型化を行う。

⁸ メイバンク・イスラミックの 1 支店を含む。

⁹ 他方、マレーシア国内に 25 支店以上ある商業銀行とイスラーム銀行のうち、全支店数にしめるペナン島の支店の比率が 3%以下の 3 つの銀行とは、国内資本のイスラーム銀行であるバンク・イスラーム（全 104 支店中 2 支店、1.92%）、外国資本で兼業支店を有するスタンダード・チャータード銀行（全 35 支店中 1 支店、2.86%）、および国内資本で兼業支店を有する RHB 銀行（全 204 支店中 6 支店、2.94%）を指す。これらの銀行は、先述の 12 の銀行とは異なるペナン島への出店戦略を採用していると考えられる。

1. 店舗形態の類型

曾根と安藤による銀行支店の店舗形態に関する研究によると、旧来の銀行支店の店舗は、「外観は金融機関の安定性と威厳を示す立派な構えを持ち、内部空間は（中略）業務執行の大空間と待機中の多人数客が滞留する大規模客溜り」（曾根・安藤, 2009: 855）を抱えているという特徴を有している。これに対して近年新設される支店は、業務の機械化と窓口業務の分散化・小規模化が図られたことにより、「旧来のように中心地に大きな構えを持つ建物は不要となり、内部空間も諸室の中心的な存在であった大きな客溜り空間が不要になり、小スペースでの銀行運用が可能となった」（曾根・安藤, 2009: 855）ため、旧来の支店より小規模な店舗も普及している。こうした状況を踏まえ、ペナン島の 101 の支店は、入居している建物に基づいて4つに類型することができる。すなわち、①ショップハウス型、②ビル・商業施設テナント型、③単独店舗ビル型、および④バンガローハウス型である。

それぞれについてみていくと、まず①のショップハウス型であるが、ショップハウスとは、「東南アジア諸都市のチャイナタウンを中心として分布する1階が店舗空間、2階以上が居住空間として使用される中低層の複合住宅」（西村ほか, 2005: 1）のことであるが、同じく西村らが指摘しているように、今日においては必ずしも同一建物での職住近接の原則は保たれておらず、また伝統型（traditional style）のショップハウスよりも高層である4～5階建ての新型（modern style）のショップハウスも存在している（西村ほか, 2005: 2）。このようなショップハウス型の建物に入居している銀行では、1階にカウンターが設けてあり、2階以上は業務執務室になっているのが典型的である（図5）。

②のビル・商業施設テナント型とは、オフィス・ビルや商業施設にテナントとして入居している形態で、オフィス・ビルの1階に入居して建物内外から来店が可能な店舗と、ショッピング・モールの内部に出店して主に当該ショッピング・モールの来店者を顧客とする店舗からなる（図6）。①と②のタイプの支店は、同一建物の他のテナントと比べ店舗の形態の相違がわずかで、銀行支店としての独自性が見出しにくい。そのため、これらは曾根と安藤が指摘する今日的な特徴を有する支店といえよう。

他方、③の単独店舗ビル型とは、ビルの全てかあるいはその大半の階で当該銀行が入居している形態である。②との違いは、②が当該ビル・商業施設のテナントとして1つか隣り合う複数のショップ・ロットに入居しているのに対し、③はその建物の大半で当該銀行の支店ないしは営業拠点、関連企業が入居している点にある。そのため③は、当該ビルが自社ビルである事例も含まれる。この型には、世界遺産の核心地域（Core Zone）に存在する歴史的建造物を支店とする事例（図7）¹⁰や、比較的新しく建築

¹⁰ 図7のスタンダード・チャータード銀行ペナン支店の場合、その建物は1930年代に建設されたものである（Khoo, 1993: 46）。

された高層ビルを支店とする事例（図8）が該当する。

そして④のバンガローハウス型とは、一戸建て住宅（bungalow house）のように1～2階建ての建物を支店としているものである（図9）。④は、③と同様にビル・商業施設のテナントのではないものの、③とは異なり、その建物が中・高層ビルであるか（③）、あるいは低層の住宅のような形式であるのか（④）という違いがある。この③と④のタイプの支店はいずれも、曾根と安藤が指摘するような「昔の銀行に求められたような威厳ある」（曾根・安藤, 2009: 855）印象を周囲に与えている旧来の銀行のイメージを保持した支店といえよう。④の形態をとる支店は、その数は多くないものの、国道や州道（Penang State Route）沿いに7店舗が存在している。

以上、4つの類型に基づくペナン島における銀行の支店数を示したものが、表3である。これによると、もっとも多いのが②のビル・商業施設テナント型の40支店で、これに①のショップハウス型の38支店が続く。両者は、ショップハウスないしはオフィス・ビルや商業施設に入居しているという点で共通しているが、これに対して単独の建物に支店を構えている出店形態として、③の単独店舗ビル型が16支店、④のバンガローハウス型が7支店となっている。ここから、ペナン島における銀行の支店は、単独の建物で支店を構えているよりも、むしろショップハウスやオフィス・ビル、商業施設などに入居している方が一般的であると指摘できる。

2. 立地展開の類型

次に、銀行の支店がどのような地域に店舗を構えているかという立地展開をみていきたい。曾根と安藤は、銀行の立地展開の一般的な特徴として「繁華街や駅周辺などの市街地中心や主要道路に面する立地特性を持っている」（曾根・安藤, 2009: 855）と指摘している。ペナン島には、ペナンヒル・ケーブルカー（Penang Hill Cable Car）を除いて鉄道が存在しないため、駅周辺での立地展開は不可能であるが、それ以外の点については、同様の立地特性を見出すことができる。全支店を出店地域ごとにまとめたものが表4、最寄りの幹線道路ごとにまとめたものが表5であるが、両表からペナン島における両銀行の立地展開の傾向として、①特定地域集中型と、②特定幹線道路点在型の2つの傾向を見出すことができる。

それぞれについてみると、まず①は、主要な商業施設等とその周辺に各銀行の支店が集中している事例、およびニュー・タウン（bandar baru）と呼ばれる新興住宅街に集中している事例のことを指す。これらの典型例として、前者はジョージタウンの事例を、後者はバンドル・バル・アイル・イタム（Bandar Baru Air Itam）の事例を指摘できる。

ジョージタウンにおいては、パンタイ通り（Lebuh Pantai, 国道6号の一部）とライト通り（Lebuh Light, 国道6号の一部）が交差するビクトリア記念時計台（Victoria Memorial Clock

Tower)を中心に、半径 500m の範囲内¹¹に 14 銀行が支店を出店している (図 2)。ペナン島に支店を有する銀行は 21 行¹²であるため、その 3 分の 2 がこの範囲に出店していることになる¹³。この区域に支店が集中している理由として、ジョージタウンが古くからペナン島の行政、経済、社会的な中心地として栄えてきたことと、この区域には BNM のペナン支店が存在している点を指摘できる。BNM は、クアラルンプールの本店のほか、5 つの支店を有しているが、マレー半島西海岸側でクアラルンプール以北の地域においては、ペナン支店が唯一¹⁴の支店である。そのため、民間の市中銀行が中央銀行と業務関係を築くためには、BNM の周辺に支店を配置するのは有効であると考えられる。このジョージタウンの事例と同様に、特定の商業施設等の周辺に支店が集中している事例として、コムター (Komtar) とペナン・タイムズ・スクエア (Penang Times Square) の内部およびその周辺地域に 6 つの銀行が 9 つの支店を展開している事例、マレーシア科学大学 (Universiti Sains Malaysia : USM) のキャンパス内とその周辺地域の事例、クイーンズベイ・モール (Queensbay Mall) とその周辺地域の事例が挙げられる。

他方、①の特定地域集中型のうち、新興住宅街に支店が集中している事例として、バンドル・バル・アイル・イタムを取り上げたい。バンドル・バル・アイル・イタムは、ジョージタウンから南西におよそ 7 km 離れたペナン島中央部に位置するアイル・イタム (Air Itam) のうち、ファーリム・ビジネス・センター (Farlim Business Centre) を中心とする州道 212 号 (Lebuhraya Thean Teik) と同 225 号 (Jalan Angsana) に挟まれた南部地区を指す。この地区では、不動産開発業者によって区画整備がなされ、長屋形式のテラスハウス (terraced house) や二戸建てのセミデタッチ・ハウス (semi-detached house)、一戸建てのバンガローハウスなどの形式の住宅と、リンクハウス形式の店舗が商店街として整然と並んでいる。このうち銀行支店は、両州道を結ぶアンサナ通り (Lintang Angsana) を中心に、半径 200m の範囲内で 7 つの銀行が立地展開を行っている (図 3)。バンドル・バル・アイル・イタムには、集客力のある著名で大型の商業施設やビジネスの拠点となるオフィス・ビルは存在しないものの、同地区はニュー・タウンと呼ば

¹¹ これは、世界文化遺産の核心地域 (約 1.09 平方 km) の範囲内である。なお、同核心地域内には、上記 14 支店以外には支店が存在しない。他方、核心地域の外周に設定されている緩衝地域 (Buffer Zone, 約 1.50 平方 km) には、メイバンクの支店が 1 支店存在する。後述するコムターとその周辺は、緩衝地域の外部である。核心地域と緩衝地域の具体的な場所については、ユネスコの公式ウェブサイト (http://whc.unesco.org/download.cfm?id_document=101085, 2010 年 10 月 1 日閲覧) から地図をダウンロードすることが可能。

¹² 商業銀行の子会社であるイスラーム銀行の数は含めない。

¹³ 他方、ペナン島に支店を設けているものの、同地域に出店していない 7 つの銀行の内訳は、国内資本の銀行が 2 行 (バンク・ムアーマラートおよび EON 銀行)、外国資本の銀行が 5 行 (アッ・ラージヒ銀行、中国銀行、シティバンク、クウェート・ファイナンス・ハウス、およびノバスコシア銀行) である。

¹⁴ ペナン支店以外の 4 つの支店は、クアラ・トレンガヌ (トレンガヌ州)、ジョホール・バル (ジョホール州)、コタキナバル (サバ州)、およびクチン (サラワク州) の各地に存在する。

れる新興住宅街であり、開発に合わせて住民が増加することを想定して、同地区に複数の銀行が同時に出店してきたと考えられる。

こうした①の特定地域集中型に対して、次に②の特定幹線道路点在型の事例をみていきたい。特定幹線道路点在型とは、特定の国道や州道の道沿い、あるいはそうした島内の主要幹線道路に平行しているか、幹線道路へのアクセスが容易な比較的小さな通りに面して支店が点在している事例を指す。この型は、①に比べて各支店の密集度が低くその分対象地域は広いものの、支店がほとんどみられない地域と比べると、幹線道路を中心に一定の立地展開の傾向をみてとることができる。

ペナン島においては、国道や州道、高速道路（expressway）などが島内の各地を結んでいるが、表5によると、国道6号沿いとその周辺に、全支店の半数にあたる52支店が集まっている。国道6号は、複数の通りから構成されており、全長60kmほどで同島をほぼ周回している。そこで、②の事例として、国道6号を形成している幹線道路のうちスルタン・アズラン・シャー通り（Jalan Sultan Azlan Shah）沿いおよびその周辺地域の事例と、ジョージタウンからペナン島北部へと至る地域の事例を取り上げたい。

国道6号沿線地域のうち、もっとも支店数が多いのが、ペナン・ブリッジ周辺からペナン国際空港へといたるスルタン・アズラン・シャー通り沿いとその周辺地域で、12銀行が19支店を展開している。同通りは、工業地帯であるバヤン・ルパス自由産業地域、アイ・アベニュー（i-Avenue）など中規模の商業施設、および古くからの住宅街などを南北に縦断している。そのため、同通り沿いには銀行が集中していると考えられる。

同じく国道6号においては、ジョージタウンからプラザ・ガーニーにいたるスルタン・アフマド・シャー通り（Jalan Sultan Ahmad Shah）とクラウェイ通り（Jalan Kerawei）、これらに並行してミッドランド・パーク・センター（Midlands Park Centre）にいたるビルマ通り（Jalan Burma）、およびクラウェイ通りとビルマ通りとを結ぶカントンメント通り（Jalan Cantonment）沿いには、11銀行の15支店が存在する（図4）。これらの街道に面した地域は、高級住宅や高級コンドミニアムが集中しており、それらに住む住民を顧客に取り込める。また、著名な商業施設やオフィス・ビルが立ち並んでおり、それらへの来訪者を顧客として取り込むことが可能である。そのため、この地域には銀行が集中していると考えられる。

III 考察

III では、II で行った店舗形態と立地展開の類型化に基づき、ペナン島における銀行の支店の分布に対する考察を行う。まず1においては地域的偏在を考察し、続く2では店舗形態と立地展開の関係を明らかにする。

1. 地域的偏在

図1で確認できるように、商業銀行とイスラーム銀行の支店は、ジョージタウンからペナン国際空港の北側にかけての東部の平地に集中している一方で、中央部の高地や西部の農村地域にはほとんど存在していない。ペナン島における銀行支店の地域的な偏在の理由として、銀行が支店を設置するに際しては、①ショッピング・モールやオフィス・ビルなど集客力のある施設の有無と、②主要街道へのアクセスの度合い、という2点が考慮されている可能性を指摘できる。

まず第一に、集客力のある施設の有無が、銀行の立地展開を左右していると思われる。IIの2で取り上げた、コムターやペナン・タイムズ・スクエアといった商業施設などが、この集客力のある施設に該当する。こうした施設の存在が銀行による支店出店の判断に与える影響は大きいと思われ、例えば、クイーンズベイ・モールのように必ずしも人口密集地域ではない場所にある商業施設であっても、その内外には5つの支店が存在するという事例がみられる。また、集客力のある施設として、必ずしも商業施設だけを指すものではなく、USMのような教育施設の内外において支店が集中して存在する事例もある。

銀行の立地展開の決定要因の2点目が、主要幹線道路へのアクセスの度合いである。IIの2で取り上げたように、国道6号、とりわけスルタン・アズラン・シャー通り沿いに支店が点在している事例がこれに該当する。立地展開に際して、この要素がとりわけ重視されたと思われる事例として、バリック・プラウ (Balik Pulau) の事例を指摘できる。バリック・プラウは、人口密度がペナン島の中でも低い地域である。しかしながら、バリック・プラウには、3つの銀行の支店が存在する。そしてこれらはいずれも、バリック・プラウ通り (Jalan Balik Pulau, 国道6号の一部) 沿いかトゥン・サルドン通り (Jalan Tun Sardon, 州道14号) 沿いに点在している。

以上、銀行が支店を出店する際に重視すると思われる2つの要因を指摘したが、これらは概念上峻別することは可能であるものの、実際にはこれらの要因が混在している状況も考えられる。例えば、もっとも銀行の密集度が高いジョージタウンは、人口密度が高く、またBNMのように銀行の監督官庁が存在し、さらに主要な道路が複数存在している (図2)。同様に、ジョージタウンからプラザ・ガーニーへといたるスルタン・アフマド・シャー通りとクラウェイ通り、ビルマ通りに面した一帯は、高級住宅やコンドミニウム、商業施設が国道6号などによって結ばれており、これらの周辺に銀行が支店を出店している事例もある (図4)。

銀行の立地展開を左右する、集客力のある施設や主要幹線道路の偏在の背景の一つとして、ペナン島における人口の偏在が関係すると推察される。すなわち、各地域の人口密度の高低が、結果的に銀行の立地展開に影響を与えていると考えられる。ペナ

ン島内の人口分布の偏在を象徴しているのが、ペナン州議会議員選挙における選挙区の区割りである。表6は、2008年総選挙時における州議会議員選挙区ごとの有権者数を、図1は同選挙区の区割りをそれぞれ表している。図1が示している、銀行支店はほとんど存在していない南東部と西部の地域は、州議会議員選挙区のN37(Batu Maung)、N38(Bayan Lepas)、N39(Pulau Betong)、およびN40(Telok Bahang)に該当する。選挙区ごとの有権者数のばらつきによって一票の格差が生じないように、有権者数によって選挙区の区割りが決定されていると仮定すると、面積が広い選挙区ほど人口密度が低いと推察される。そのため、上記4選挙区に該当する南東部と西部の地域は東部と比べて人口密度が低く、結果的にそのような地域に銀行は支店を出店しない。換言すれば、銀行は人口密集地域に支店を集中的に出店していると推察できる。

2. 店舗形態と立地展開の関係

次に、店舗形態と立地展開の関係性を明らかにしたい。表3で示した店舗形態の類型に基づいてみると、もっとも数が多いビル・商業施設テナント型の支店は、いずれも商業施設ないしはオフィス・ビルに入居しているが、コムターやクイーンズベイ・モールのような集客力が強く規模が大きい商業施設やオフィス・ビルにおいては、施設内に複数の銀行支店が存在する。そのため、商業施設の開店に伴う支店の営業開始当時から、各支店は互いに同業他社との競争状態にあるといえる。

次に、ショッピングハウス型の支店においては、ビル・商業施設テナント型と同様、大型商業施設の周辺に位置する事例と、住宅街に位置する事例とに大別される。両事例の違いは、支店が入居するショッピングハウスが、どのような場所にどのような目的で建設されたのかという点に左右されると考えられる。このうち、後者の典型例である先述のバンダル・バル・アイル・イタムの事例をみてみたい。同地区にある7つの銀行の支店は、いずれもこのショッピングハウス型の店舗形態となっている(図3)。これは、同地区が不動産会社による土地開発に伴って整備された場所であり、その一部がショッピングハウスによる商店街として設計されたことに関係している。換言すれば、これら支店は、ビル・商業施設テナント型の場合と同じく、地域開発に応じて建設された一連のショッピングハウスの各区画に銀行が入店して業務を行っていることになる。この点は、前者の大型商業施設の周辺に存在するショッピングハウスにおいても同様のことがいえよう。

ビル・商業施設テナント型の支店とショッピングハウス型の支店においては、当該建物自体に集客力があつたり、あるいは住宅街に建設されていたりする事例が多い。これに対して、単独店舗ビル型とバンガローハウス型の場合は、ジョージタウンの核心地域にある歴史的建造物に入居している事例を除くと(図2)、国道6号などの街道沿いや、アイル・イタム(Air Itam)のような住宅街の中に位置していることが多い。いずれ

の型もテナントではないために、特定の施設やショッピングハウスの状況に左右されることのない、独自の出店計画に基づいた立地展開の結果であると推察される。このことは、特定の施設や地区に出店することに伴う同業他社との競合を、意識的に避けるためには有効な手段と考えられる。しかしながら、これら両型に基づく店舗形態が少数派であるという点は、商業ビルや新興住宅街など意図的に作られた地区以外での立地展開に適した地区が、ペナン島にはあまり存在しないことを示唆している。

おわりに

ペナン島は、表2が示しているように、人口密度と銀行の支店数、および支店の密集度がクアラルンプールの次に高い。また、スブラン・プライも含めたペナン州は、GDPへの寄与度（GDPの構成比率）が人口比率よりも高く、一人あたりのGDPも同じくクアラルンプールについて2番目に高い。このようにペナン島全体でみると、人口と銀行が集中し、また、生産性の高い地域といえる。しかしながらペナン島内に目を向けると、銀行の支店分布に地域的な偏在が認められる。このうち銀行の偏在は、銀行の立地展開において、出店候補地の①集客力の有る施設の有無、および②主要幹線道路との近接性という2点が基準として用いられていることの結果だと推察される。すなわち、ペナン島には商業施設や主要幹線道路が偏在しており、このことが支店の偏在に影響を与えていると考えられる。

このような銀行の出店基準となりうる要素、すなわち商業施設やオフィス・ビル、幹線道路の偏在、さらには都市部と地方部の間の人口の不均衡な分布は、マレーシア全土でみられる現象である。ここから、本稿で行ったペナン島での銀行の店舗形態と立地展開に対する2010年9月時点での共時的な分析は、マレーシア全土の銀行の支店の店舗展開の現状を示唆するものと考えられる。しかしながら、本稿では先行研究において行われている支店展開の通時的な分析、および各支店の業務内容や取り扱い資金量についての金融機能からの分析は扱えなかった。そのため、商業銀行とイスラーム銀行が、ペナン島においていかなる金融機能をはたしているかについて、必ずしも明らかとはならなかった。今後は、これらの分析を視野に入れることにより、ペナン島における商業銀行とイスラーム銀行による地場資金の地域循環を促す金融機能をどのようなにはたしているか、またそれを通じてペナン島における都市化・工業化と資本の集積がどのように形成されているのか、といった点を明らかにしていきたい。

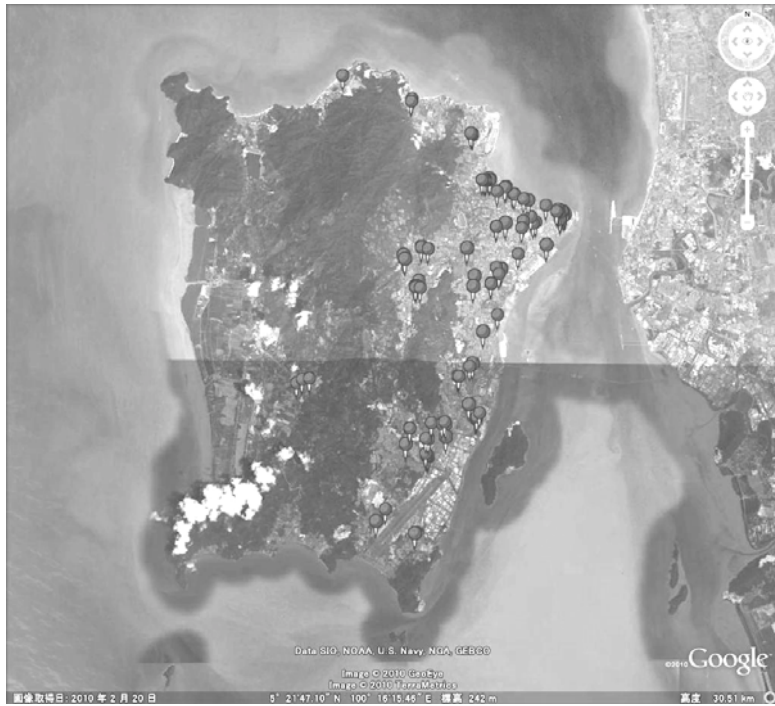


図1：ペナン島における商業銀行とイスラーム銀行の立地展開

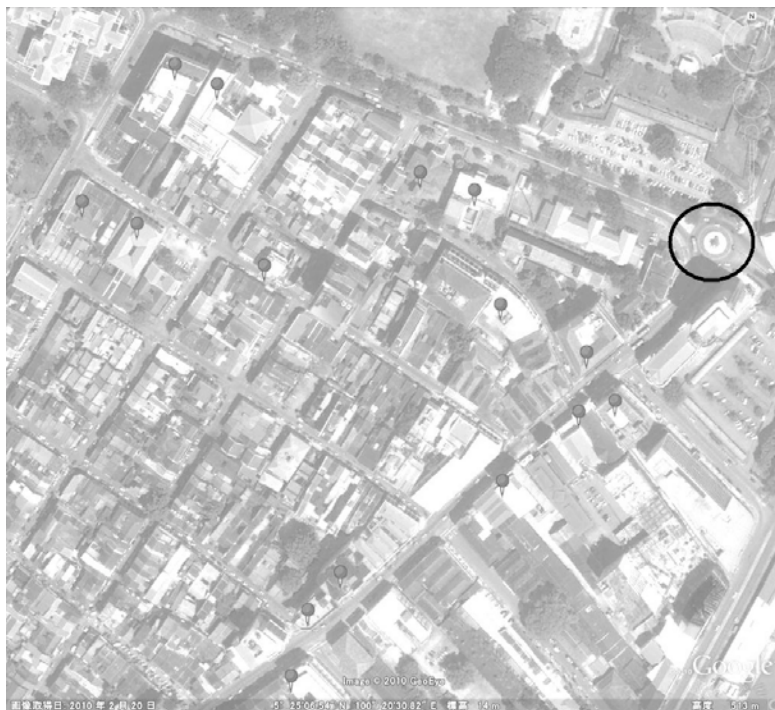


図2：ジョージタウンにおける両銀行の立地展開。画像右上の円内がビクトリア記念時計台。左上のポイントは、バンク・ヌガラ・マレーシアのペナン支店を表している。



図3：パンダル・バル・アイランド・イタムにおける両銀行の立地展開



図4：スルタン・アフマド・シャー通り、クラウェイ通り、ビルマ通りの周辺地域における両銀行の立地展開



図 5
ショップハウス型の例。Am 銀行バリック・プラウ支店。筆者撮影。



図 6
ビル・商業施設テナント型の例。i-Avenue 内に出店しているメイバンクのバヤン・ルバス支店。筆者撮影。



図 7
単独建物ビル型の例。スタンダード・チャータード銀行ペナン支店。筆者撮影。



図 8
単独建物ビル型の例。RHB 銀行ルボー・パンタイ支店。筆者撮影。



図 9
バンガローハウス型の例。CIMB 銀行ジャラン・アイル・イタム支店。筆者撮影。

表1 マレーシアにおける商業銀行とイスラーム銀行

銀行名	資本	イスラーム銀行業の展開	イスラーム銀行子会社	ペナン州			マレーシア全土	全支店数に しめるペナン 島の割合
				全体	ペナン島	スプラバン・ ブライ		
Affin Bank Berhad	内資	有利子銀行、イスラーム銀行 を子会社として所有	Affin Islamic Bank Berhad (イスラーム銀行業専業銀行)	8	4	4	85	4.71%
Alliance Bank Malaysia Berhad	内資	有利子銀行、イスラーム銀行 を子会社として所有	Alliance Islamic Bank Berhad (イスラーム銀行業専業銀行)	5	3	2	89	3.37%
AmBank (M) Berhad	内資	有利子銀行、イスラーム銀行 を子会社として所有	Amlslamic Bank Berhad (イスラーム銀行業専業銀行)	17	11	6	188	5.85%
Bangkok Bank Berhad	外資	有利子銀行業専業銀行	-	0	0	0	3	0.00%
Bank of America Malaysia Berhad	外資	有利子銀行業専業銀行	-	0	0	0	1	0.00%
Bank of China (Malaysia) Berhad	外資	有利子銀行業専業銀行	-	1	1	0	4	25.00%
Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ (Malaysia) Berhad	外資	イスラーム銀行業部門設置	-	0	0	0	2	0.00%
CIMB Bank Berhad	内資	有利子銀行、イスラーム銀行 を子会社として所有	CIMB Islamic Bank Berhad (イスラーム銀行業専業銀行)	28	16	12	322	4.97%
Citibank Berhad	外資	イスラーム銀行業部門設置	-	2	1	1	11	9.09%
Deutsche Bank (Malaysia) Berhad	外資	有利子銀行、イスラーム銀行 を子会社として所有	Deutsche Bank Aktiengesellschaft (国際イスラーム銀行業専業銀行)	0	0	0	2	0.00%
EON Bank Berhad	内資	有利子銀行、イスラーム銀行 を子会社として所有	EONCAP Islamic Bank Berhad (イスラーム銀行業専業銀行)	13	6	7	140	4.29%
Hong Leong Bank Berhad	内資	有利子銀行、イスラーム銀行 を子会社として所有	Hong Leong Islamic Bank Berhad (イスラーム銀行業専業銀行)	16	9	7	186	4.84%
HSBC Bank Malaysia Berhad	外資	有利子銀行、イスラーム銀行 を子会社として所有	HSBC Amanah Malaysia Berhad (イスラーム銀行業専業銀行)	4	2	2	46	4.35%
Industrial and Commercial Bank of China (Malaysia) Berhad	外資	有利子銀行業専業銀行	-	0	0	0	1	0.00%
J. P. Morgan Chase Bank Berhad	外資	有利子銀行業専業銀行	-	0	0	0	1	0.00%
Malayan Banking Berhad	外資	有利子銀行、イスラーム銀行 を子会社として所有	Maybank Islamic Berhad (イスラーム銀行業専業銀行)	33	18	15	380	4.74%
OCBC Bank (Malaysia) Berhad	外資	有利子銀行、イスラーム銀行 を子会社として所有	OCBC Al-Amin Bank Berhad (イスラーム銀行業専業銀行)	3	2	1	34	5.88%
Public Bank Berhad	内資	有利子銀行、イスラーム銀行 を子会社として所有	Public Islamic Bank Berhad (イスラーム銀行業専業銀行)	21	11	10	251	4.38%
RHB Bank Berhad	内資	有利子銀行、イスラーム銀行 を子会社として所有	RHB Islamic Bank Berhad (イスラーム銀行業専業銀行)	12	6	6	204	2.94%
Standard Chartered Bank Malaysia Berhad	外資	有利子銀行、イスラーム銀行 を子会社として所有	Standard Chartered Saadiq Berhad (イスラーム銀行業専業銀行)	3	1	2	35	2.86%
The Bank of Nova Scotia Berhad	外資	有利子銀行業専業銀行	-	1	1	0	5	20.00%
The Royal Bank of Scotland Berhad	外資	有利子銀行業専業銀行	-	1	1	0	6	16.67%
United Overseas Bank (Malaysia) Berhad	外資	有利子銀行業専業銀行	-	4	2	2	43	4.65%
Al Rajhi Banking & Investment Corporation (Malaysia) Berhad	外資	国際イスラーム銀行業専業 銀行	-	1	1	0	19	5.26%
Asian Finance Bank Berhad	外資	イスラーム銀行業専業銀行	-	0	0	0	2	0.00%
Kuwait Finance House (Malaysia) Berhad	外資	イスラーム銀行業専業銀行	-	1	1	0	9	11.11%
Bank Islam Malaysia Berhad	内資	イスラーム銀行業専業銀行	-	5	2	3	104	1.92%
Bank Muamalat Malaysia Berhad	内資	イスラーム銀行業専業銀行	-	4	2	2	53	3.77%
PT. Bank Syariah Muamalat Indonesia, Tbk	外資	国際イスラーム銀行業専業 銀行	-	0	0	0	1	0.00%
Unicorn International Islamic Bank Malaysia Berhad	外資	国際イスラーム銀行業専業 銀行	-	0	0	0	1	0.00%
			合計	183	101	82	2,228	4.53%
			比率(%)	8.21%	4.53%	3.68%	100.00%	

(出所) Bank Negara Malaysia および各銀行の公式ウェブサイトなどを基に筆者作成。

表2 州・連邦直轄地別の人口、面積、GDP、銀行数

	人口 (2010年)		面積 (2010年)		GDP (2008年)		銀行 (2010年)		分析			
	人数 (千人)	比率(%)	総面積 (平方 km)	比率(%)	GDP (百万リン ギ)	比率(%)	支店数	比率(%)	人口密度 (人/平方km)	GDP per Capita (リンギ)	人口10万人 あたり支店数	100平方km あたり支店数
ジョホール州	3,305.9	11.70%	19,210	5.81%	50,040	9.47%	274	12.30%	172.09	15,136.57	8.29	1.43
ケダ州	1,966.9	6.96%	9,500	2.87%	18,153	3.44%	92	4.13%	207.04	9,229.24	4.68	0.97
クランタン州	1,670.5	5.91%	15,099	4.56%	9,273	1.76%	54	2.42%	110.64	5,551.03	3.23	0.36
マラッカ州	771.5	2.73%	1,664	0.50%	14,385	2.72%	62	2.78%	463.64	18,645.50	8.04	3.73
ヌグリスビラン州	1,011.7	3.58%	6,686	2.02%	19,353	3.66%	75	3.37%	151.32	19,129.19	7.41	1.12
パハン州	1,534.8	5.43%	36,137	10.92%	24,217	4.58%	106	4.76%	42.47	15,778.60	6.91	0.29
ペラ州	2,460.8	8.71%	21,035	6.36%	28,518	5.40%	181	8.12%	116.99	11,588.91	7.36	0.86
ペルリス州	240.1	0.85%	821	0.25%	2,890	0.55%	14	0.63%	292.45	12,036.65	5.83	1.71
ペナン州	1,596.9	5.65%	1,048	0.32%	46,744	8.85%	183	8.21%	1,523.76	29,271.71	11.46	17.46
ペナン島	740.2	2.62%	297	0.09%	-	-	101	4.53%	2,492.26	-	13.64	34.01
スプラング・プライ	856.8	3.03%	751	0.23%	-	-	82	3.68%	1,140.88	-	9.57	10.92
セランゴール州	5,102.6	18.06%	8,104	2.45%	116,883	22.12%	476	21.36%	629.64	22,906.56	9.33	5.87
トレンガヌ州	1,050.0	3.72%	13,035	3.94%	14,715	2.79%	45	2.02%	80.55	14,014.29	4.29	0.35
サバ州	3,214.2	11.38%	73,631	22.26%	29,827	5.65%	117	5.25%	43.65	9,279.76	3.64	0.16
サラワク州	2,506.5	8.87%	124,450	37.62%	49,484	9.37%	160	7.18%	20.14	19,742.27	6.38	0.13
クアラルンプール	1,722.5	6.10%	243	0.07%	73,536	13.92%	369	16.56%	7,088.48	42,691.44	21.42	151.85
ラブアン島	95.5	0.34%	91	0.03%	2,272	0.43%	12	0.54%	1,049.45	23,790.58	12.57	13.19
ブトラジャヤ	1)	1)	49	0.01%	1)	1)	8	0.36%	-	-	-	16.33
(その他)					28,019	5.30%						
合計	28,250.5	100.00%	330,803	100.00%	528,311	100.00%	2,228	100.00%	85.40	18,700.94	7.89	0.67

(注) 1) : セランゴール州に含まれる。

(出所) Department of Statistics, Malaysia (2009, 2010a, 2010b) および各銀行のウェブサイトを基に筆者作成。

表3 店舗形態別支店数

類型	支店数
ショップハウス型	38
ビル・商業施設テナント型	40
単独店舗ビル型	16
バンガローハウス型	7
合計	101

(出所) 筆者作成。

表4 地域別支店数

地域名	支店数
Ayer Itam	5
Balik Pulau	3
Bandar Baru Air Itam	7
Batu Ferringgi	1
Batu Maung	1
Bayan Baru北部	10
Bayan Baru南部	5
Berjaya, Plaza Gurneyおよびその周辺	15
Gelugor	1
Harbour Trade Centre	1
Island Plaza	3
JelutongおよびTesco	11
Komtar, Penang Times Squareおよびその周辺	9
Queensbay Mallおよびその周辺	5
Tanjung Bungah	2
USMおよびその周辺	5
ジョージタウン (核心地域)	14
ジョージタウン (緩衝地域)	1
ペナン国際空港およびその周辺	2
合計	101

(出所) 筆者作成。

表5 最寄りの主要幹線道路別支店数

最寄りの主要幹線道路	支店数
Komtar内	2
Jalan Ayer Itam	5
Jalan Burma	7
Jalan Cantonment	3
Jalan Dato Kramat	4
Jalan Macalister	2
国道3113号	
Pengkalan Weld	6
国道6号	
Jalan Sultan Ahmad Shah	4
Jalan Sultan Azlan Shah	19
Jalan Balik Pulau	3
Jalan Batu Ferringgi	1
Lebuh Farquhar	1
Jalan Jelutong	7
Jalan Kerawei	2
Lebuh Light	3
Lebuh Pantai	7
Jalan Tanjung Bungah	2
Jalan Tanjung Tokong	3
州道10号	
Jalan Batu Maung	1
州道15号	
Jalan Sungai Dua	5
州道19号	
Jalan Masjid Negeri	3
州道212号・225号	
Lebuhraya Thean Teik, Jalan Angsana	7
Lebuh Bishop	3
Lebuh Union	1
合計	101

(出所) 筆者作成。

表6 ペナン州議会の選挙区分別有権者数と民族集団別構成比率 (2008年総選挙時)

選挙区番号	選挙区名	有権者数	民族集団別構成比率			
			マレー系	華人系	インド系	その他
N22	Tanjong Bunga	16,910	26.90%	62.50%	10.50%	0.10%
N23	Air Putih	12,454	9.90%	82.50%	7.10%	0.40%
N24	Kebun Bunga	18,458	8.60%	77.70%	13.60%	0.10%
N25	Pulau Tikus	16,723	14.00%	79.00%	7.00%	0.10%
N26	Padang Kota	16,704	12.70%	78.60%	8.60%	0.03%
N27	Pengkalan Kota	19,508	1.20%	94.90%	3.60%	0.20%
N28	Komtar	16,976	10.80%	82.70%	5.50%	1.10%
N29	Datok Keramat	18,852	33.50%	57.50%	9.50%	0.04%
N30	Sungai Pinang	19,368	33.10%	57.60%	9.20%	0.00%
N31	Batu Lanchang	22,166	7.80%	87.60%	4.60%	0.01%
N32	Seri Delima	20,510	25.00%	64.60%	9.70%	0.70%
N33	Air Itam	16,721	23.00%	70.70%	6.30%	0.01%
N34	Paya Terubong	28,383	7.00%	84.70%	8.10%	0.30%
N35	Batu Uban	21,483	29.30%	59.10%	11.50%	0.10%
N36	Pantai Jerejak	17,445	42.50%	48.10%	9.40%	0.02%
N37	Batu Maung	21,785	52.50%	39.50%	6.50%	1.50%
N38	Bayan Lepas	16,229	61.60%	33.70%	4.50%	0.20%
N39	Pulau Betong	12,170	59.60%	37.00%	3.10%	0.30%
N40	Telok Bahang	10,866	61.50%	36.20%	2.10%	0.20%

(注) 出所において、民族集団別構成比率の合計が100%になっていない。

(出所) Undi Info を基に筆者作成。



図10 ペナン州における連邦議会下院議員選挙と州議会議員選挙の選挙区。

(出所) Utusan Malaysia Online, <http://ww2.utusan.com.my/utusan/special.asp?pr=pilihanraya2008&pg=ppinang.htm> (2011年12月12日閲覧)

〈参考文献〉

日本語

- 青木健（1998）『マレーシア経済入門〔第2版〕』日本評論社。
- 宇高雄志・Ho Chin Siong（1993）「マレーシアの港湾都市ジョージタウン市の都市計画の展開と居住形成」『平成5年度日本建築学会近畿支部研究報告集』797-800頁。
- 国際協力機構（2004）『アセアン地域における裾野産業育成協力事業のあり方に関する基礎調査－自動車及び電気・電子機器産業に係るプラスチック成型、プレス金型、鋳造技術分野について』国際協力機構。
- 曾根陽子・安藤真由子（2009）「銀行建物の用途変更に関する研究」『日本建築学会技術報告集』第15巻第31号、855-858頁。
- 鳥居高編（2006）『マハティール政権下のマレーシア－「イスラーム先進国」をめざした22年』アジア経済研究所。
- 中村正志（2007）「マレーシア選挙の研究動向」近藤則夫編『アジア開発途上諸国における選挙と民主主義』アジア経済研究所、68-98頁。
- 西村征一郎ほか（2005）「マレーシア・ペナン島のショッピングハウスに関する研究－ジョージタウン市における伝統型ショッピングハウスの空間構成について」『日本建築学会計画系論文集』第597号、1-7頁。
- 福島康博（2008）「中東資本のイスラーム金融によるマレーシアへの進出の現状と課題」『国際学レビュー』第19号、141-166頁。
- 山崎健（1999）「広島都市圏における金融機関店舗網の立地展開」『神戸大学発達科学部研究紀要』第6巻第2号、121-139頁。

英語

- Bank Negara Malaysia（2010）*Monthly Statistics Bulletin: August 2010*, Kuala Lumpur: Bank Negara Malaysia.
- Department of Statistics, Malaysia（2009）*Statistics Handbook Malaysia 2009*, Putrajaya: Department of Statistics, Malaysia.
- （2010a）*Yearbook of Statistics Malaysia 2009*, Putrajaya: Department of Statistics, Malaysia.
- （2010b）*Population, Household & Living Quarters Malaysia 2010*, Putrajaya: Department of Statistics, Malaysia.
- Khoo Su Nin（1993）*Streets of George Town Penang*, Penang: The Phoenix Press.
- Lo Liang Kheng, Osman Mahamad, T. Ramayah, and Rahim Mosahab（2010）“The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia,” *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), pp.57-66.

マレーシアの法規・ガイドライン

Banking and Financial Institutions Act 1989 (Act 372)

Islamic Banking Act 1983 (Act 276)

Guidelines on Skim Perbankan Islam

ウェブサイト

Bank Negara Malaysia, <http://www.bnm.gov.my>

Department of Statistics, Malaysia, <http://www.statistics.gov.my/portal/index.php?lang=en>

Penang State Government Official Portal, http://www.penang.gov.my/index.php?tpt_id=&lang=eng

Undi Info, <http://www.undi.info/>

Utusan Malaysia Online, <http://www.utusan.com.my>

(ふくしま・やすひろ 東京外国語大学)