

コンビニバンキング普及とその影響

要約

- ・コンビニへのATM設置が急速に普及する勢いである。いつでもどこでも、そして何かのついでに利用可能なコンビニへの利用者の支持は高く、金融機関側にはコスト削減メリットもある。
- ・アットバンク、イーネット、アットローン、アイワイバンク等にみられるようにコンビニにおける金融業務の態様は様々である。こうしたコンビニバンキングの普及は、既存の金融機関にとってコスト削減手段の一つとなる一方、各金融機関へのアクセス格差が縮まれば、他の金融サービスにおける競争激化の契機となる可能性もあろう。

コンビニATMの普及本格化

コンビニエンスストア第1位のセブンイレブン擁するイトーヨーカ堂グループは、2000年11月に新銀行「アイワイバンク」の免許を金融庁および金融再生委員会に予備申請した。同第2位のローソンも、2002年夏までに都銀などと提携して全国4千店舗にATM設置の方向と報道されている。

すでに、am/pmにはさくら銀行のATMが設置されており、ファミリーマートなど6社では、ほぼ全国の銀行のキャッシュカードが利用可能となっている。

こうした動きからみて、弁当、雑誌、コピー機と同じように、ATMがコンビニにおけるサービスのスタンダードとなる日は間近である。

本稿では、コンビニエンスストアを拠点とした金融ビジネスについて、その現状と、既存金融機関への影響を中心に整理する。

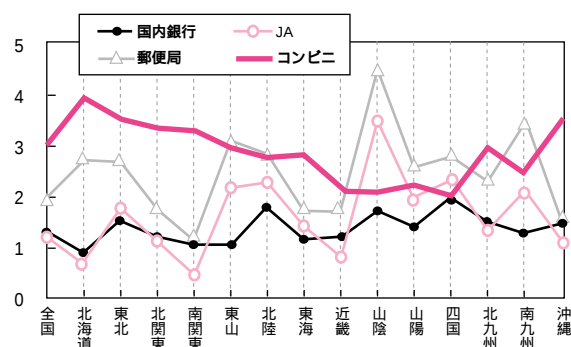
コンビニの機能と優位性

コンビニへのATM設置が急速に普及しつつある背景を、利用者側からみたコンビニの機能という点から整理すると、第1に、24時間営業で、「いつでも利用可能」なことがあげられる。

第2は、「近くにある」ことで、97年1月現

在、コンビニエンスストア全体で全国3万6千店を有する。また、第1図にみられるように、特定の地域だけでなく、全国すみずみまでコンビニエンスストアは行き渡り、国内銀、JAはもとより、郵便局も上回る店舗数となっている地域が多い。

第1図 金融機関とコンビニの店舗数（人口1万人当たり）



資料 JA店舗数は「農協残高試算表付属資料」（2000年3月）による。その他の店舗数および人口は朝日新聞社「民力」2000年版による。

第3は、買い物等で「よく利用されている」ことであり、20代、30代を中心としたネット調査の結果では、週1回以上利用している人が全体の85%以上（「NIKKEI e BUSINESS」 2000年10月2日号。回答数1,847）である。このことは、新たにコンビニエンスストアのATMを利

用する利用者の安心感にもつながるものでもあろう。

このように、コンビニエンスストアは、利便性や安心感という点からみて、既存金融機関店舗にはない優位性を持っている。

金融機関側にとっては、このように利用者が見込めるということに加え、既存金融機関店舗や無人化ＡＴＭ店舗に比べて、低コストでＡＴＭを設置できるというメリットもある。

コンビニエンスストアからみたＡＴＭ設置のメリットは集客効果である。さらに、「ＡＴＭがなくてはコンビニエンスストアではない」と利用者の意識が変化すれば、ＡＴＭはコンビニエンスストアの標準装備としてなくてはならないものとなる。

一方、コンビニエンスストアの店内は、狭く、オープンなスペースであり、そうした中で、長時間使用してられない、暗証番号等が他人からみられるおそれやプライバシー等、ＡＴＭ等の利用にあたっての限界やマイナスの面もある。

利用者の関心の高まり

前掲「NIKKEI e BUSINESS」調査によれば、これまでのところ、実際にコンビニでＡＴＭ（ＣＤ含む）を利用した経験のある人は12.1%にすぎないが、利用者側からのコンビニのＡＴＭ設置への関心は高い。

郵政省郵政研究所「金融機関利用に関する意識調査」（調査時点99年11～12月、調査対象全国4500世帯）によれば、「ＡＴＭ／ＣＤがあったらよいと思う場所」として、コンビニエンスストアは41.8%と最も多くの世帯に選ばれている（第1表）。

この回答率を都市規模別にみると、東京都区部で45.2%と最も高いものの、町村でも38.9%の回答があった。また、最も接触頻度の高い金

融機関が都銀という世帯では50.4%、ＪＡ・漁協という世帯では30.6%が、コンビニエンスストアを選択している。

第1表 ATM/CDがあったらよいと思う場所

（単位％）

コンビニエンスストア	41.8
スーパー、ディスカウントストア	25.4
駅・空港など交通施設	22.8
ショッピングセンター	19.1
デパート	18.2
役所などの公共の建物	14.6
勤務先の建物	9.7
ガソリンスタンド	9.5
遊園地・テ・マバ・ク等レジャー施設	7.9
街頭	5.5
その他	0.5
特に希望はない	27.7
不明	0.6

資料 郵政省郵政研究所「金融機関利用に関する意識調査」

（調査時期：1999年11-12月、調査対象：全国4500世帯）

（注）回答者1人あたり3つまで回答したもの。

コンビニバンクの具体例

コンビニエンスストアでの金融業務の態様は様々である。以下の例にみるように、コンビニエンスストアのＡＴＭやローン端末というチャネルを利用し、決済、預金、ローン等の金融業務を、既存銀行、ローン会社、新銀行等の様々な金融機関が行っている（第2表）。

（１）@BANK(アットバンク)

アットバンクはコンビニエンスストアam/pmに設置したさくら銀行のＡＴＭの名称である。さくら銀行のカードを利用する場合には、さくら銀行と同様の手数料（平日基本時間帯は無料）で利用可能である。

（２）E-net(イーネット)

アットバンクが、am/pmというコンビニ１チェーンでさくら銀行一行の利用を中心としたも

のであるのに対し、イーネットはファミリーマート、サークルK、サンクス等コンビニ6チェーンに、都銀、地銀、第2地銀等の合同ATMを設置したものである。サービス内容は、提携各行毎に設定されており、払出手数料も自行同様で平日基本時間帯に無料のところもあれば、105円かかるところもある。

提携銀行以外のほとんどすべての銀行キャッシュカードをMICS経由で利用可能である。

(3) デイリーヤマザキ

関東中心に5店舗と店舗数は少ないが、デイリーヤマザキには、郵貯のATMが設置されており、注目される。

利用時間およびサービス内容は通常の郵便局

のATMと同じである。利用時間は平日8:00-19:00、土日祝日9:00-17:00と制限され、手数料は電信振替を除き無料である。

(4) @Loan(アットローン)

アットローンは、am/pm内に設置されたアットローンボックス(インターネット、FAX、電話も可)でローンを申込み、アットバンクのATMでお金を引き出し返済する、コンビニエンスストアをメインのチャネルとする消費者ローンビジネスである。個人ローン事業会社さくらローンパートナーが事業主体となっている。

(5) アイワイバンク

アイワイバンクは、セブンイレブン等イート

コンビニバンキングの具体例

名称	アットバンク	イーネット	デイリーヤマザキ	アットローン	アイワイバンク
コンビニエンスストア	am/pm	ファミリーマート、サンクス、サークルケイ、ミニストップ、スリーエフ、コミュニティストア	デイリーヤマザキ	am/pm	セブンイレブン
利用可能店舗	939(12年6月現在)	531(12年8月現在)	5店(12年7月現在)	248(12年12月現在)	以下新聞報道等による見込み 年内に都内数十店舗、2001年半ばに2500、2002年半ばに3500(予定)
金融機関	さくら銀行	東京三菱、第一勧銀、三菱信託、千葉銀、スルガ銀、十六銀	郵便貯金	さくらローンパートナー(個人ローン事業会社)	アイワイバンク
サービス	[さくら銀行カード] ・入出金・振込・残高照会 ・カードローン申込 ・貯蓄預金・自動積立 ・定期・新型通知預金の新規開設 ・暗証番号変更 [さくら銀以外のカード] ・出金・残高照会 ・都銀カードによる振込 ・クレジットカードキャッシング	[提携銀行] 各行毎にサービス内容異なる ・入出金 ・振込 ・残高照会 ・クレジットカードキャッシング ・定期預金振替 [他行] MICS経由で利用 ・出金 ・残高照会	・通常貯金の入出金 ・残高照会 ・通帳記入 ・定額・定期貯金の預入、払込	無担保小口ローン(限度額の上限50万円) @Loan Box・インターネット・FAX・電話・郵送で申込 →@Loan Boxでローンカードの受取 →@Bankで借入・返済	以下新聞報道等による見込み ・買い物決済 ・24時間ATM ・個人向け小口ローン ・ネット取引決済
手数料	さくら銀行同様	各銀行で異なる(富士銀行等は自行同様、第一勧銀等は異なる)	郵便局と同様		・銀行ATMより低く設定 ・どの提携銀行でも同一の手数料
利用時間	24時間	原則24時間	平日9:00-19:00 土日祝9:00-17:00	24時間	24時間

資料 各サービスのホームページおよび国民生活センター「銀行等の個人向け新サービス」による。

ヨーカ堂グループの国内店舗にＡＴＭを設置し、ＡＴＭの他行利用による手数料収入を収益の柱とする決済業務中心の新銀行である。手数料はできるかぎり低く抑え一律の手数料体系とする方針である。また、個人顧客を主体に、普通預金口座を提供する他、普通預金に貸越機能を付加したローンサービス等も追加の予定である。

アイワイバンクが既存金融機関のコンビニ内ＡＴＭ設置と異なるのは、①コンビニ側が独自の銀行を設立すること、②新銀行は決済サービスが中心、運用は国債等の有価証券主体で、当初は信用リスクをほとんどとらない、という点である。

既存金融機関への影響

以上のようなコンビニへのＡＴＭや小口ローン端末の設置、そして、コンビニをメインチャネルとした新銀行の登場は、既存の金融機関にどのような影響をもたらすのであろうか。

第１には、前述のとおり、既存金融機関店舗や無人化ＡＴＭ店舗に代替することで、店舗統廃合を進め、金融機関のコストの削減につながる。

ただし、全国のコンビニにＡＴＭが標準的に装備されるようになれば、ＡＴＭ全体の台数が増加する。このことは、ＡＴＭ一台あたりの利用人数の減少となり、一台あたりの収益率低下につながる可能性もある。

第２は、金融サービスにおける競争の激化である。前掲郵政研究所調査では、利用者の金融機関選択理由の第一は、自宅や勤務先、よく行く場所に近いことであり、その回答割合（複数回答）は92.0%にのぼる。コンビニへのＡＴＭやローン端末設置の普及により、各金融機関へのアクセスの格差が縮まれば、それ以外のサービスのよしあしが金融機関の選択理由としてよ

り重視されることになる。このことの影響は、特に地域金融機関で大きいものと考えられる。

また決済中心などの新銀行の参入が、手数料引下げや預金金利引上げ競争の契機となる可能性もある。

郵貯の金融コンビニ化

最後に、郵貯の動向に触れておきたい。前掲国民生活センター調査によれば、郵貯の直営ＡＴＭ（含むＣＤ）は25,184であり、単独金融機関最大のＡＴＭ数を誇る。そのＡＴＭ網の利用をはかって、都銀３、外銀１、ＪＡ・漁協・生保・信販等1,639が郵貯とＡＴＭ提携を結んでいる。シティバンク等とは民間金融機関と郵貯の口座間の資金移動を直接指示する相互送金サービスも実施している。また、証券会社の証券総合口座サービスに入出金することが可能な郵貯のＡＴＭもある。大垣共立銀行では、「郵貯のＡＴＭで、銀行の個人向けカードローンの借り入れや返済ができるサービスを、2001年1月15日から始める。」と報道されている。

「行政機関が特定の企業に販売チャネルを提供することは、補助金供与と同等の意味をもつことを充分認識すべきである」（21世紀政策研究所「21世紀に向けた郵政三事業改革」）という批判もあるなかで、郵貯は民間の金融商品を扱う金融インフラとしてその存在意義を強め、かつ決済手数料を新たな収入源とすることををはかっているものと考えられる。

多くの民間金融機関では、コンビニ等の新たな販売チャネルの利用拡大と平行して、既存の店舗統廃合を進める方向とみられるが、郵貯は反対にその店舗網を利用して金融のコンビニ化、インフラ化をはかっている点が大変興味深い。

（2000年12月15日 斉藤 由理子）