

家計の金融資産選択の変化と 金融機関の対応

〔要 旨〕

- 1 家計が保有する、いわゆる投資性金融資産の比率は上昇傾向にあり、「貯蓄から投資」への変化に寄せる期待は大きい。本稿では家計の属性別投資傾向や資産選択の指向などをみた後、地域金融機関である地域銀行（地銀、第二地銀）の投信販売を中心とする預かり資産業務がどのような進展をみせ、かついかなる推進態勢を構築しているかを分析し、今後の課題を考えることとした。
- 2 家計の属性と投資性金融資産の保有の関係についてみると、①家計の金融資産残高2000万円程度のレベルから投資性金融商品購入が積極化するとともに、②世帯主年齢が50歳代後半以上の家計で投資性金融商品の保有が高まる傾向がある。この動きの背景には退職金の受取があると考えられる。金融資産選択の慎重姿勢を崩していないものの、個人の投資への関心は高まっている。退職金支給額が団塊世代退職以後も長期にわたり毎年10兆円の規模で推移する見通しであることと、50歳代における投資性金融商品の保有希望が増え収益性への関心度が上昇していることなど考え合わせると、シニア層への対応能力を高めることは金融機関の経営戦略上、重要な要素であると言える。
- 3 個人の投資指向の変化や金融行政の方向性を踏まえ、金融機関の預かり資産業務は進展をみせている。たとえば、預金に対する投信預かり資産残高の比率が3%以上の地域銀行は4分の3、5%以上も3割近くとなっている。預金から投信へのシフトの観点から言えば、02年から06年の間に預金残高が減少した地域銀行が2割あり、投信シフトの可能性は否定できない。しかし、他の8割は預金が増加しており、預金業務と預かり資産業務の推進が必ずしも相反するものとなっておらず、リテールサービスのなかで相乗作用も生じていると考えられる。
- 4 地域銀行の販売投信は、投資対象・地域が拡大しリスク特性も多様化している。このため、法令上のコンプライアンス対応のうえからも、運用リスク等についての説明能力など顧客に対するコンサルティング・サービスの向上が求められている。
- 5 販売チャネルの整備・強化については、店舗チャネルにおいて営業店内の相談ブース等設置に加え資産運用専門店舗の開設の動きもみられる。また、インターネットなどリモートチャネルを使った投信販売の動きも広がっている。
- 6 これまでFAなどの専門スタッフの拡充が預かり資産業務の態勢強化のポイントであったが、顧客層の広がりや販売投信のリスク特性の多様化に対応し、販売の前線に立つ営業店一般スタッフへの資格取得の奨励や日常的な教育・研修の継続・反復を通じたコンサルティング能力のレベルアップが必要になっている。

目 次

はじめに

1 家計の投資性金融資産の保有状況と 資産選択の指向

- (1) 投資性金融資産の保有状況
- (2) 家計の金融資産選択の指向
- (3) 退職金マーケットとシニア層の運用指向

2 預かり資産業務の進展と差異

- (1) 地域銀行の投信販売動向

- (2) 投信販売と預金残高との関係

- (3) 個人投信預かり資産業務と地域性

3 投信販売の現状と課題

- (1) 顧客の投資指向と販売投信の商品構成
- (2) 販売チャネルの整備・強化の動向
- (3) 教育態勢の強化とコンサルティング対応

おわりに

はじめに

わが国は高齢化の進行過程にある。ただし、超長期的には別として、個人金融資産の積み上げが取り崩しを上回る状態が当面続くと考えられる。焦点はこの金融資産の蓄積過程において、金融機関の金融情報サービス活動が高まり、かつ提供する金融商品メニューもより豊かなものになることなどを通じ、個人（家計）の金融資産運用の能動性が増して「貯蓄から投資」という流れが果たして加速するか、である。

金融行政においては、ペイオフ凍結解除後の05年度から2年間を重点強化期間とする「金融改革プログラム」が実施されている。「良質で多様な商品にアクセスできる金融システム」の構築が目指すべき方向となり、「利用者ニーズの重視と利用者保護ルールの徹底」を最重要ポイントとして、金融商品・サービスの提供、販売体制の充実に向けた制度設計が順次進められている。特に資産運用における製販分離や販売

チャネル拡大によって、便利かつタイムリーにワンストップで金融商品を購入できる環境が広がり、「貯蓄から投資」への流れが加速されることが期待されている。

このようななか、個人が投資性金融商品などの金融資産選択においてどのような指向を持っているか、それに対し金融機関の投資性金融商品を扱う預かり資産業務がどのような業務の進展をみせ、かついかなる推進態勢を構築しているのかを分析し、今後の課題を考えることとしたい。

1 家計の投資性金融資産の 保有状況と資産選択の指向

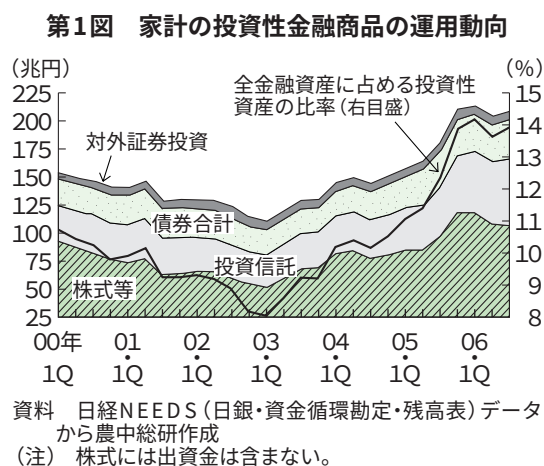
(1) 投資性金融資産の保有状況

^(注1)
わが国の家計の金融資産保有は、間接金融優位のもとペイオフが発動されなかったこともあり、確定利回りの預貯金（預貯金金融商品）および類似商品が中心であった。このため、全金融資産中に占める預貯金の比率（以下「預貯金比率」という）は主要先進国のなかでも極めて高かった。

しかし、預貯金比率は02年後半をピークに低下傾向をたどり、5割を切ってきた。一方、債券、株式、投資信託および外国証券などの価格変動を伴う投資性金融商品（以下これらを合わせ、「投資性金融商品」といふ。なお出資金は含まない）の運用ウェイトは、株価回復も加わり約14%まで上昇している（第1図）。

このように家計の投資性金融資産の保有は増加しているが、世帯の、①金融資産残高、②世帯主年齢という属性や、③家計の居住地域性などの観点からどのような傾向や特徴があるかをみることにしたい。

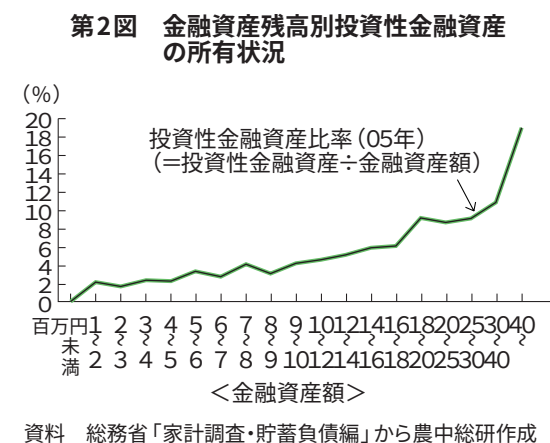
まず、世帯の金融資産残高と投資性金融商品保有の関係であるが、金融資産残高が増加するにつれリスク許容度も高まることから、全金融資産に占める投資性金融資産の比率（以下「投資性金融資産比率」という）は上昇する。ここで注目すべきは、金融資産残高が2千万円程度に達すると、投資性金融資産を保有する資産選択行動が強まることである。



たとえば、総務省「家計調査・貯蓄負債編（2人以上の家計）」の金融資産残高別データによれば、金融資産残高が18～20百万円以上のレベルの家計ではそれ以下の金融資産残高の家計に比べ、投資性金融資産比率が高まる傾向が観察される（第2図）。また、同省「全国消費実態調査」（04年11月調査、以下同じ）でも、家計が何らかの投資性金融商品を保有する比率は全体では24%であるが、金融資産残高が2千万円程度になると、同比率は40%を超えてくる。

このように金融資産残高2千万円前後のラインは、金融資産選択においてリスク分散ないしリスク・テイクの効果を認識し、家計が投資性金融商品の購入行動に向かう分岐点となっていると考えられる。

世帯主年齢との関係では、投資性金融資産を保有する家計の比率は、世帯主年齢の加齢とともに上昇する。これは、高年齢層世帯ほど金融資産残高が多いことの一面でもある。前述の「全国消費実態調査」のデータによれば、55～59歳層および60～64歳層において何らかの投資性金融資産を保有



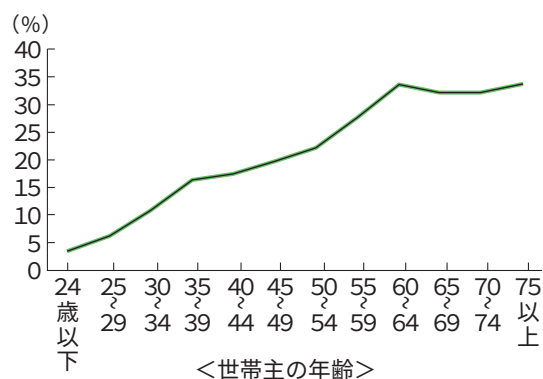
する家計の比率が一段上昇する傾向が観察される。世帯主の年齢が高まるに伴い投資性金融資産を保有する家計の比率は高まるが、55～59歳層で約27%に上昇した後、60～64歳層でさらに約33%に上昇し、それ以後高止まりする（第3図）。

同省「家計調査・貯蓄負債編」のデータからも同様の傾向が示される。06年1～9月期の全家計平均の投資性金融資産比率は13.4%であるが、50歳代までは1割未満であり、特に20～29歳層は4.2%にとどまる。それが60～69歳層の同比率は15.0%に急上昇し、70歳以上年齢層において同比率は17.8%に一段と高まる。

わが国の家計で50歳代後半から60歳代にかけて投資性金融資産比率が高まる傾向があるのは、退職金の受取によって金融資産が増加するのを機に、投資性金融資産の購入を開始ないし増やすことが多いと推測される。退職金に関しては後で考察する。

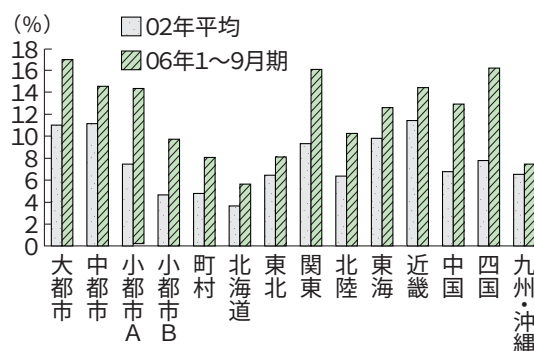
また、「家計調査・貯蓄負債編」によって家計の居住地域と投資性金融資産比率の

第3図 世帯主年齢別有価証券の保有状況



資料 総務省「全国消費実態調査」（04年）から農中総研作成

第4図 地域別の投資性金融資産比率の変化



資料 第2図に同じ

関係を見てみよう。大都市および大都市圏の同比率が中・小都市、町村や多くの地方圏に比べおおむね高いことに変わりはないが、02年から06年の変化をみると、小都市、町村および地方圏においても投資性金融資産比率は着実に上昇し地域差が縮小する傾向にある（第4図）。投資性金融資産の保有増加の動きは、地域性を問わず強まっていると言えよう。

（注1）本稿では取り上げるデータの関係で家計という言い方をするが、「個人」全般を指す。

（注2）投資性リスク金融商品の基本的範囲を株式・株式投資信託、債券・公社債投資信託としているが、「消費実態調査」の「有価証券」保有の有無についての調査では、貸付信託・金銭信託も含んでいる。

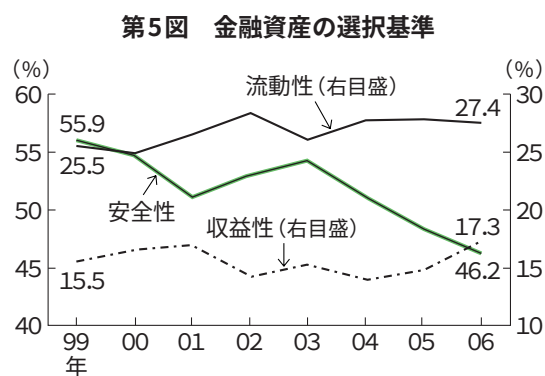
（2）家計の金融資産選択の指向

次に、以下では家計の金融資産に関する考え方や指向には変化が生じているかをみることにしたい。

金融広報中央委員会「家計の金融資産に関する世論調査^(注3)」（06年、以下「世論調査」という）によれば、金融商品の選択の際に重視した項目として、「安全性」を挙げる回答者が最も多い（46.2%）。しかし、99年

の55.9%と比べると、その割合は約10ポイント低下している。「安全性」に次いで回答が多いのが「流動性」で、その割合は約3割でほとんど変化がない。流動性への関心が依然強いことは、毎月（ないし隔月）収益分配型の投信販売の人気の高いことと合わせ注意すべき事項である。一方、「収益性」の回答者の割合は、99年に15.5%だったものが06年に17.3%へ上昇したが、上昇は小幅なものにとどまっている（第5図）。

今後の金融商品の保有希望（複数回答）についても、預貯金（除く郵便貯金）が52.8%、郵便貯金が29.2%と安全性の高い金融商品が第1位、第2位を占める。元本重視の姿勢は緩和しつつあるものの、多く



資料 金融広報中央委員会「家計の金融資産に関する世論調査」から農中総研作成

第1表 家計の投資性金融商品の保有希望（複数回答）

	(単位 %)						
	00年	01	02	03	04	05	06
債券	4.1	5.2	5.5	5.7	5.1	6.5	7.7
株式・株式投信	13.0	12.6	10.1	9.5	10.4	13.5	15.7
公社債投信	6.1	4.4	2.8	1.7	1.5	1.5	1.8
外貨建金融商品	4.4	4.8	4.2	4.8	3.6	4.1	4.7
不動産投信	-	-	-	0.8	1.0	1.3	1.1
合 計	27.6	27.0	22.6	22.5	21.6	26.9	31.0

資料 第5図に同じ

の家計はリスクを積極的に取りにいくというところまでには至っていない。

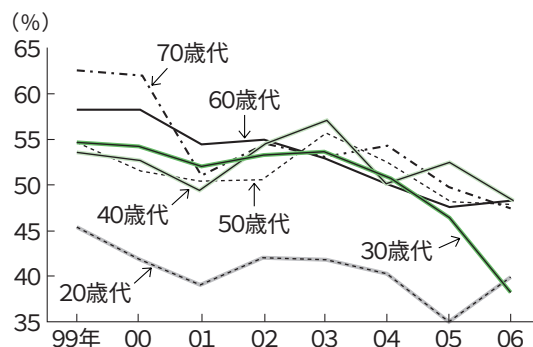
ただし、03年4月を底に株価の回復もあり04年以降、株式・株式投信や債券を中心に投資性金融商品の保有希望の回答割合は緩やかに上昇している（第1表）。市場環境の好悪の影響は避けられないが、家計の投資性金融商品への関心の高まりに応えるべく、金融機関は顧客の生活設計や金融商品への指向を汲み取り、適切な金融情報サービスを行うことで顧客の安心感・満足度を高める必要がある。

なお、前述の「世論調査」の回答者の年齢階層別では、ほぼ全階層にわたり共通に安全性や元本確保への関心が低下傾向にある。また、20歳代の金融資産の安全性や元本確保への指向が他の年齢層より低いという特色がある（第6図）。

（注3）「安全性」「流動性」「収益性」は以下のように分類。

- 「安全性」：「元本が保証されている」および「取扱金融機関が信用できて安心」
- 「流動性」：「少額でも預け入れや引き出しが自由にできる」および「現金に換えやすい」
- 「収益性」：「利回りが良い」および「将来の値上がりが見込める」

第6図 金融資産の選択基準（安全性）



資料 第5図に同じ

(3) 退職金マーケットとシニア層の運用指向

以上、投資性金融資産についての保有状況や家計の関心・指向をみてきたが、50歳代後半以降のシニア層が投資性金融資産の主要な保有者である実態が浮かび上がった。

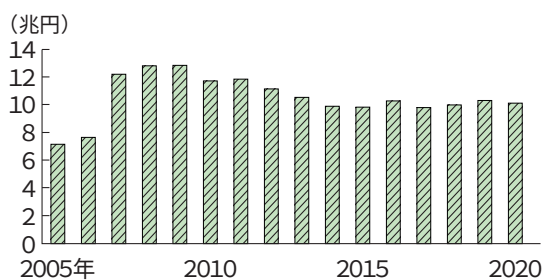
ここで、退職金の受取により金融資産増加が大きく増えるシニア層の動きについて整理してみよう。特に07年からの3年間は、1947～1949年に生まれた人口構成上のボリューム・ゾーンである「団塊世代」が旧定年法における退職年齢である60歳になることから注目を集めている。

(注4)
当社推計の退職金受取見込額によると、07、08年は約12兆円、09年は約13兆円の退職金支給が発生する。これは05年の1.7～1.8倍にあたる。

ただし、退職金支給がその後大きく減るわけではないことに注意が必要である。団塊世代以降の世代は人口数が相対的に少ないものの、高学歴化から一人当たり支給額が増えることなどから、その後も10兆円近辺を推移すると試算される（第7図）。

一方、シニア層のなかで退職金受取が見

第7図 今後の退職金受取見込額の推移



資料 総務省「国勢調査」(00年、05年)、厚生労働省「賃金構造基本調査」(05年)、「就労条件総合調査」(03年)から農中総研が推計

第2表 50歳代層の投資性金融商品の保有希望 (複数回答)

(単位 %)

	00年	01	02	03	04	05	06
公共債	3.3	3.0	3.7	3.7	4.4	4.1	6.7
株式	10.2	10.4	8.0	9.3	7.2	10.8	9.9
株式投信	3.1	2.4	1.5	1.3	2.5	3.4	6.5
公社債投信	5.2	3.9	2.0	1.6	1.5	1.6	2.4
外貨建金融商品	4.2	5.8	4.2	4.7	3.1	3.9	5.1
不動産投信	-	-	-	1.1	0.5	0.9	1.1
合 計	26.0	25.5	19.4	21.7	19.2	24.7	31.7

資料 第5図に同じ

込まれる50歳代の投資性金融商品の保有希望は、02～04年の低迷から脱し、05年以降急速に増えている（第2表）。また、前述の「世論調査」における収益性についての関心は基本的に若い年齢階層ほど高くなるが、60歳代の上昇が目立つ。これは、退職金が投資性金融商品に向かう可能性が高まっていることを示すと考えて良いだろう。

以上のような規模と投資への指向から考えて退職金マーケットは将来的にも預貯金業務および資産運用サービス業務の重要なターゲットであり続ける。顧客から退職金運用の相談を受ける関係を日頃から作っていくことが大切であるとともに、シニア層向けの資産運用メニューやコンサルティング・サービスの対応能力のいかんは、金融機関評価や満足度向上の点で重要性が増すと思われる。

(注4) 詳しい推計方法等については、当総研『金融市場』06年12月号「団塊世代の属性に基づく退職金推計」を参照されたい。

2 預かり資産業務の進展と差異

(1) 地域銀行の投信販売動向

金融機関は、「金融改革プログラム」期

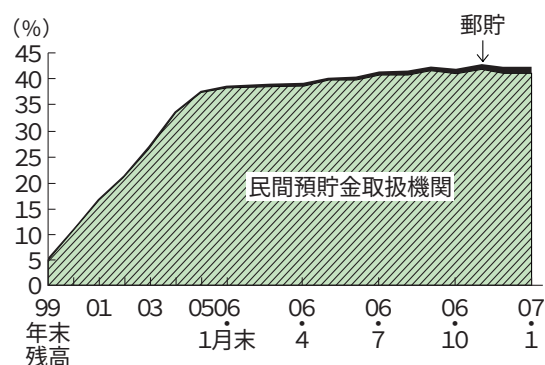
間において、金融行政の方向性を踏まえ、預貯金商品以外での資産運用サービスを行う預かり資産業務をリテール戦略の重要な柱として位置づけて態勢を整備・強化し、大きく経営実績も伸ばしている。

以下では、金融機関の預かり資産業務の中核である投信販売について、地銀、第二地銀（以下両方を合わせ、「地域銀行」という）を中心にその業務展開の現状を分析する。

預貯金取扱金融機関の投資信託（以下「投信」という）販売の動向を概観すると、その販売シェア（純資産残高ベース）は、投信販売の開始1年後の99年末は5%だったのが、04年末には33%に上昇し、06年4月に4割に乗った。足元（07年1月）では42%になっている（第8図）。この残高には法人、個人の両方への販売が含まれるが、銀行等の金融機関が、個人にとって投資性金融商品である投信を購入する際の重要なチャネルになっていることは間違いない。

地域銀行に限ってみても、個人の投信預

第8図 預貯金取扱金融機関の
公募投信販売シェア推移



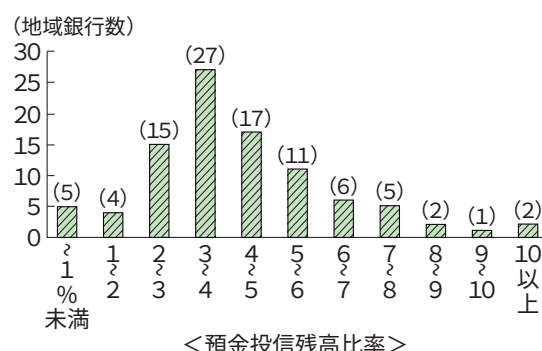
資料 投資信託協会データから農中総研作成
(注) 純資産残高ベースでのシェア(本図シェア以外は証券会社および直販での販売)。

かり資産残高は比較可能なデータが入手可能な02年以降、毎年2けた以上の成長が続いている。06年9月末時点において02年3月末比で最も伸びの低い地域銀行でも残高倍増となっている。

06年9月末時点の個別地域銀行の預金に対する個人投信預かり資産残高の比率（以下、預金・投信残高比率（＝個人投信預かり資産残高÷預金残高））の分布をみると、データが入手可能な95行のうち、約75%にあたる71行が3.0%を超えている。同比率5%以上の地域銀行も27行で全体の約28%を占める（第9図）。

ちなみに同比率が3.0%を超えた地域銀行は02年3月末において1行だけであった。また、メガバンクの同比率は06年9月末時点で三井住友銀行が4.5%、みずほ銀行が2.8%、三菱東京UFJ銀行が2.5%となっており、メガバンクの水準を超えている地域銀行が多い。

第9図 預金投信残高比率による
地域銀行の分布
(06年9月末)



資料 ニッキン投資年金情報、日経Financial Questから農中総研作成
(注) データが入手できる地域銀行95行を対象とした。

(2) 投信販売と預金残高との関係

前述のように、預金・投信残高比率はほとんどの地域銀行で上昇している。

ただし、地域銀行のなかには預金が伸び悩み、あるいは減少した結果、同比率が一層上昇してみえる金融機関もある。また投信を販売すれば、預貯金から投信にシフトするだけではないかという見方が当初少なからずあった。実際の理由は別としても、投信販売の増加と預金低迷という組み合わせが生じている地域銀行がどの程度あるかも投信販売業務が進展している現状を評価するうえでの一つのポイントになる。

(注5)

データが入手可能な地域銀行66行について、預金残高、個人投信預かり資産残高(いずれも06年9月末の値)の02年3月末からの変化額をそれぞれ横軸、縦軸にプロットしてみた(第10図)。図中のA(A1及びA2)領域にあるということは、預金残高、個人投信預かり資産残高のどちらも増加し

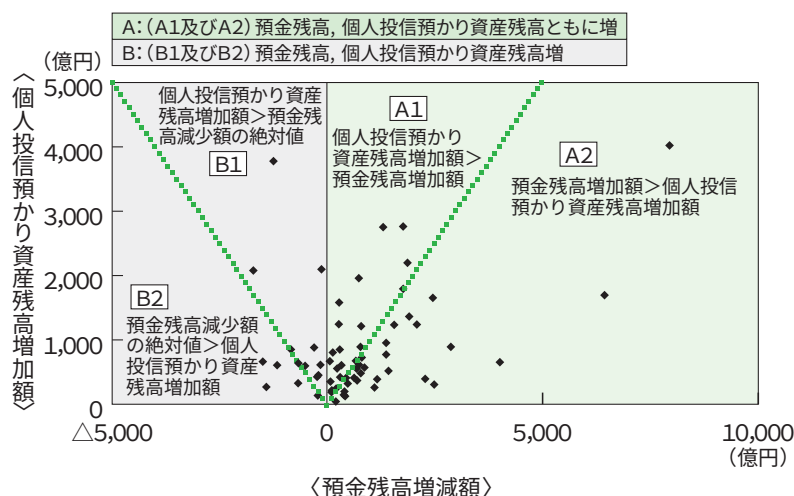
ていることを意味する。一方、B(B1及びB2)領域は、預金残高は減少したものの、個人投信預かり資産残高は増加していることを表す。このB領域に入る地域銀行の預金投信残高比率は、Aの領域の地域銀行と投信販売増加額が同程度であっても、より上昇してみえる。

結果は、A領域にある地域銀行(預金残高、個人投信預かり資産残高がともに増加)は全体の約8割にあたる51行であったのに対し、B領域(預金残高は減少かつ個人投信預かり資産残高は増加)は約2割の15行であった。

さらにA領域について、A1、A2に45度線で分割したが、この上方のA1に入っている地域銀行は、個人投信預かり資産残高の増加額が預金残高の増加額を上回っている銀行である。これに対し、A2にあるということは個人投信預かり資産残高の増加額が預金残高の増加額の伸びには及ばない

ことを示している。A1(個人投信預かり資産残高の増加額>預金残高の増加額)に属する銀行は全体の3割にあたる21行だった。残り30行、45%はA2(預金残高の増加額>個人投信預かり資産残高の増加額)に属する。預金増を上回る個人投信預かり資産残高増があった地域銀行は過半数には至らないものの相当数にのぼっており、投信販売業務の進展ぶりを

第10図 預金残高と個人投信預かり資産残高の関係(1)
—地域銀行66行—



資料 第9図に同じ

(注) 各数値は、06年9月末値から02年3月末値を引いたもの。

物語っている。

B領域についても、45度線でB1、B2に分けた。B1に属する銀行は、預金残高が減少しているものの、その減少額を上回る個人授信預かり資産残高がある地域銀行で10行あり、全体の約15%を占める。問題はB2である。預金残高の減少額を個人授信預かり資産残高の増加額で穴埋めできなかった銀行は5行で約8%弱あり、金融資産運用に関するリテールの収益基盤の後退が懸念されるところも少なからず存在する。

以上から、分析対象のうちで、預金残高が減少した地域銀行が約2割あり、授信へのシフトがあった可能性は否定できない。しかし、外部環境として郵貯・定額貯金の大量満期やペイオフ凍結解除に伴う預け替えという好要因にも恵まれたこともあったが、8割の地域銀行では預金も増加している。個人金融資産の蓄積が進むなか、金融機関レベルでは預貯金商品の残高と投資性金融商品の預かり残高の両方が増加した傾向が強いことが示された。

これには、多くの銀行で実施されている投資性金融商品の購入時に定期金利を上乗せする販売法（主にキャンペーン時に行われている）などによるクロスセル効果もあろう。地域銀行の経営戦略上、預金確保と預かり資産業務の推進が必ずしも相反するものになっておらず、リテールサービスのな

かで相乗作用も生じている可能性も示唆していると思われる。

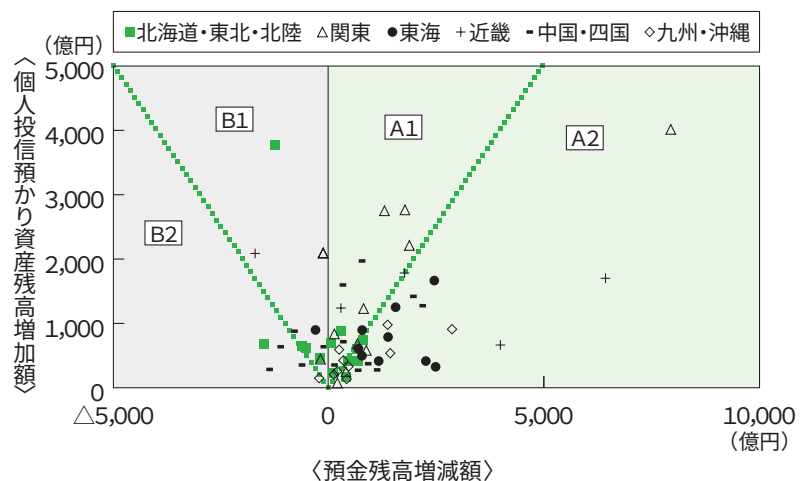
（注5）02年3月末及び06年9月末で比較可能なデータが入手可能な地域銀行は66行。経営統合、営業譲渡などの要因で預金残高が増加した地域銀行は除いた。

（3）個人授信預かり資産業務と地域性

第10図を地域ごとに細分化したのが、第11図である。個人授信預かり資産残高の増加額自体が大きい地域銀行は関東、近畿に多いが、関東ではA1、東海はA2に圏内の地域銀行のほぼすべてが含まれる。その他、B2の5行中、3行が中国・四国の地域銀行であった。ただし、これらの点を除くと、地域性は特にみられなかった。

個別地域銀行の授信預かり資産業務の経営実績の差異は、地域の経済環境や金融資産の蓄積状況の差異による影響よりも、金融機関の競合度合いや収益環境および個別の経営戦略の置き方による影響が大きいと思われる。

第11図 預金残高と個人授信預かり資産残高の関係(2)
——地域銀行66行——



資料、(注)とも第10図に同じ

第3表 郵便局の貯金と投信販売額の
支社別ウェイト (06年12月末現在)

(単位 %)

(支社)	貯金額 ウェイト (a)	投信販売額 ウェイト (b)	(a-b)
北海道	3.9	4.5	△0.5
東北	5.8	6.3	△0.5
東京	11.1	10.9	0.2
東京以外の関東	22.2	22.8	△0.6
東海	12.5	12.4	0.1
近畿	18.2	17.5	0.7
信越	3.6	2.0	1.6
北陸	2.6	3.3	△0.6
中国	6.7	6.3	0.3
四国	3.5	4.3	△0.8
九州・沖縄	9.8	9.6	0.1

資料 郵政公社資料から農中総研作成

(注) 支社別貯金は06年3月末残高に06年4～12月の支社別受払を加え(元加利子は除外)試算。

また、郵便局の投信販売(累計)の地域別販売状況を、投信販売額の支社別ウェイトと郵便貯金の支社別ウェイトの比較からみると、都市圏支社の投信販売ウェイトが貯金額ウェイトに比べ相対的に大きくなっているなどの乖離は特に見受けられない。むしろ、地方圏でも北海道、東北、北陸、四国の各支社では投信販売額ウェイトが貯金額ウェイトを上回っている(第3表)。

地方圏の郵便局においても個人顧客の投資性金融商品の購入の動きは着実に広がっていると考えて良いだろう。

3 投信販売の現状と課題

(1) 顧客の投資指向と販売投信の商品構成

以下では、販売投信の商品動向を踏まえ、態勢強化の動きと課題を考えたい。

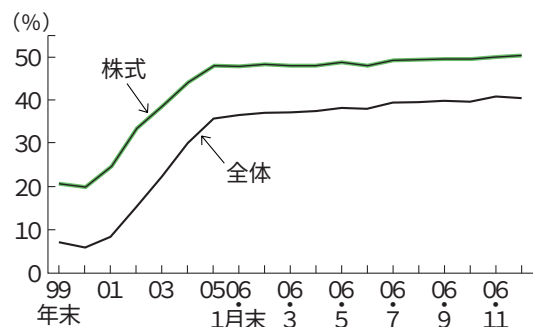
最近の個人の投信購入における特徴的な動きとして、海外投資ニーズの高まりが言

われる。投資信託協会がまとめている投信販売実績においても、国内株式投信の残高が減少している半面、投信純資産総額に占める外貨建て資産への投資比率(以下「外貨建投資比率」という)は上昇をたどっている。全体の外貨建投資比率は、00年末に7%であったが、04年末には3割に到達し、足元(06年12月)では4割(40.2%)まで上昇し、株式型に限れば5割に達している(第12図)。リスクを海外資産で取ろうとする投資指向の強まりがうかがわれる。

これに対して、地域銀行など金融機関の販売投信の商品構成はどのようになっているだろうか。第4表は、預金量上位10位までと、前述の預金・投信残高比率の上位6位までの地域銀行が販売する投信を主な投資対象に従って分類したものである。

表中の地域銀行の取扱投信について概観すると、国内のMMF、株式投信、公社債投信を品揃えした上で、海外公社債投信では米国や欧州の特定国・地域およびグローバルな範囲に投資国対象を拡大した投信と、株式投信ではアクティブ運用の主に欧

第12図 投信の外貨建投資比率の推移



資料 投資信託協会資料から農中総研作成

(注) 外貨建投資比率=外貨建純資産額÷契約型公募投信・純資産額

第4表 地域銀行の取扱投信の分類(取扱いの場合:○)

		国内								海外							内外バ ランス型		その他
		公社債型		株式型			バ ラン ス 型	不 動 産 投 信	公社債型			株式型				不 動 産 投 信	債 券 ・ 株 式	含 む 不 動 産 投 信	
		M M F	中 長 期 公 社 債	イン テ ク ス 運 用	アク ティ ブ 運 用	ヘ ッジ 運 用			M M F	特 定 国 ・ アク ティ ブ	グ ロ ー バ ル	イン テ ク ス 運 用	アク ティ ブ 運 用	ヘ ッジ 運 用	新 興 国 特 化 型				
預 金 量 上 位 10 地 域 銀 行	横浜	○	○	○	○	○		○	○	○	○		○		○	○	○		○
	千葉	○	○	○	○					○	○		○		○		○		
	静岡	○	○	○	○			○			○						○		
	福岡	○	○	○	○	○	○			○	○		○		○	○	○	○	
	常陽	○	○	○	○		○			○	○		○		○	○	○	○	
	西日本シティ		○	○	○					○	○		○		○	○	○	○	
	群馬	○	○	○	○		○	○		○	○		○		○	○	○	○	
	八十二	○		○	○		○	○			○		○			○	○	○	
	広島	○	○	○	○	○		○		○	○		○		○	○	○	○	
	北陸	○	○	○	○			○		○	○		○					○	
投 信 販 売 比 率 上 位 5 地 域 銀 行	荘内			○	○	○	○	○		○	○		○	○	○	○	○		○
	関東つくば	○	○	○	○			○		○	○		○		○	○	○	○	
	みなと	○		○	○			○		○	○		○		○	○	○	○	
	東京スター	○	○	○	○					○	○		○		○	○	○		
	三重		○	○	○			○		○	○		○				○	○	
	千葉興業			○	○					○	○		○		○	○		○	
その他	郵便局			○	○						○		○			○		○	
	メガ・バンク	●	●	●	●		△	●	△	●	●	△	●		●	●	●	●	●

資料 各金融機関のHP等から農中総研作成

- (注) 1 類型化およびその該当への分類は農中総研が行っているものであり、各金融機関のものではない。また、分類は投資対象に基づく日本と海外の不動産(投信)に特化して投資する投信は、日本と海外の不動産投信の両方に該当するとした
2 グループ証券会社で販売しているものは含めない。メガ・バンク(リテール)ですべて取扱いの場合は●、一部取扱いをしていない場合は△で表示。
3 07年2月14日現在の取扱い。

米先進国を投資対象とする投信に加え、BRICsなどの新興国に投資対象を特化した投信を品揃えしているところが多い。また、海外資産にも相当なウェイトで投資可能な内外バランス型や不動産を投資対象にした投信のライン・アップも強化されている。加えて、価格変動リスク抑制の観点からマーケット・ニュートラル(ヘッジ運用)の国内株式投信を用意しているところもある。

このように金融機関の販売投信は投資対象・地域やリスク特性などの点で相当に幅広くかつ多様になっている。それに伴って、海外投信の投資対象が海外の様々な国・地域の様々な資産に広がり、投資環境に関する情報やリスク認識を丁寧に伝えて行くコンサルティングの内容・質の向上が求められている。

(2) 販売チャネルの整備・強化の動向

投信販売の増加に象徴される「貯蓄から投資へ」の流れは、金融機関の投資性金融商品の販売チャネルにも影響を与えつつある。とりわけ店舗チャネルにおいては、ローンセンターを除く各営業店で投信の取扱体制を整えつつある。

営業店のなかに、ローカウンターあるいは相談ブース・個室を配置し、顧客への説明・相談のための態勢強化を進め、相対での顧客取引を行う場へと変化しつつある。

さらに、主に富裕層を対象とした「資産運用プラザ」などと呼ばれる資産運用相談の専門店舗を開設する金融機関も増加している。近年ではメガバンクにとどまらず、地方銀行等にも広がりを見せており、休日営業を行うことで顧客の利便性を高めたり、セミナー会場に活用するケースもみられる。

また最近では、インターネットバンキングやテレフォンバンキングといった非対面型リモートチャネルを投信販売のツールとして活用する銀行もでてきている。

たとえば、07年1月現在、地域銀行全体（110行）の17.3%（18行）がすでにインターネットで投信販売を行っている。未実施銀行でもインターネットによる投信販売に関心を寄せる銀行は少なくない。電話による投資信託販売も同20.9%の23行で行われている。加えて、同30.0%の33行が投信専用のフリーダイヤルを設け、相談業務などを実施しており、顧客のライフ・スタイルの多様化や投資リテラシー（投資態度・知

第5表 投信販売のリモート・チャネルの活用

	(単位 %)		
	インターネット で投信購入 可能	電話で投信 購入可能	投信専用フリー ダイヤル 設置
地銀 第二地銀	18 1	22 1	22 11
合計	19	23	33
比率	17.4	21.1	30.3

資料 農中総研調べ（地域銀行:110行 07年1月末時点）

識・能力など）の変化に応じ、販売チャネルも変わりつつある（第5表）。

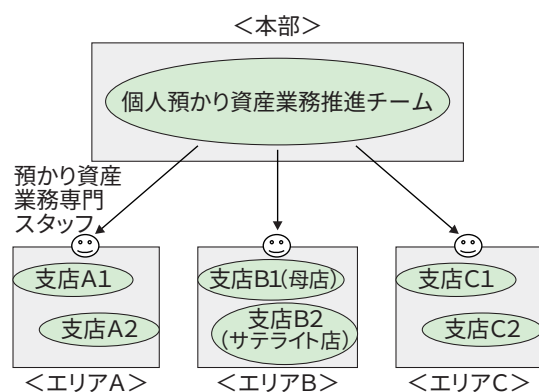
また、投信の自動積立の利用により、顧客にとっての時間分散投資の効果を上げるとともに、金融機関にとっては投信取引の着実な拡大がはかれるメリットを強調する意見も多い。

(3) 教育態勢の強化とコンサルティング対応

多くの地域銀行は、預かり資產業務拡大のために、本部に個人預かり資産専門の何らかの部署を設けることで業務をより明確化させ、資産運用アドバイザーやフィナンシャルアドバイザー（以下「FA」という）などの職名・名称の預かり資產業務の専門スタッフを設置してきた。従来は、それらの専門スタッフの人員拡充が預かり資產業務の態勢強化の重要なポイントであった。

FAなどの専門スタッフはコンサルティング・ニーズの水準の高い顧客への営業活動を行うとともに、個別店舗ないし一定範囲の営業エリアでの一般スタッフへの教育・指導や営業企画・管理の業務も行っている（第13図）。

第13図 個人預かり資産業務支援体制
(イメージ)



資料 ヒヤリングなどから農中総研作成

しかし、投資性金融商品への投資が一部特定顧客にとどまらず、顧客層が広がるなかで、コンプライアンス対応に加えて、前述のような販売投信の商品構成の多様化に伴う説明能力の引き上げのため、営業店一般スタッフの教育態勢を強化する必要性が改めて高まっている。

すなわち、窓販開始の初期段階において、店内窓口（テラー）で販売の前線に立つ営業店一般スタッフへの教育研修は、預かり資産業務の重要性の認識・動機付けなどの意識改革から始まり、販売応対手法や専門紙・誌の読み方など金融証券情報の入手の方法・仕方を教え、販売投信についての一通りの商品内容に関する知識を与えることなどが主要なものであった。しかし、目論見書・約款等に基づく商品内容の理解だけにとどまらず、内外の証券金融市場に関する知識のレベルアップも求められている。そのため、フィナンシャルプランナー（FP）資格の取得奨励とともに、日常的な教育・研修の継続・反復を通じたコンサル

ティング能力のレベルアップのための研修が必要になっている。

また、個人顧客の投資リテラシーが上がっていくことに伴い、前述のFA等専門スタッフのレベルアップも課題であり、FAの追加研修に取り組む地域銀行もみられる。

金融機関には商品説明の能力向上や説明姿勢のさらなる改善などを基軸におきながら、個人顧客の投資リテラシー向上に資するようなコンサルティングを行うことも大切な役割である。仮にそれが十分でないと金融商品販売法や金融商品取引法などの法令が規定するコンプライアンス対応の不備も問われることになる。

また、顧客の立場（適合性）に立った適切な情報提供・コンサルティングを通じて、取り得るリスクをしっかりと認識・納得してもらうことが顧客、金融機関の両方にとってのリスク管理の第一歩になる。同時に、金融機関が提供する情報やコンサルティングのいかんがリレーションシップ営業のなかでの重要な競争力要因となっており、教育態勢の強化が進められている。

おわりに

07年2月27日の中国株式相場の暴落をきっかけに世界同時株安が生じた。特に昨年来の大幅上昇を受け新興国株式投信には相当な資金が流入しており、個人投資家の痛手が懸念されるところである。投信ブームのなかで起きた試金石と言えようが、問題

は、このような市場ショックに備えて、投信販売の金融機関がどのような事前説明・コンサルティングを行い、かつ必要に応じた事後フォローをするかである。

年金制度の疲弊も進むなか、個々人レベルで金融資産の運用効率を上げて行くことが若い世代を中心に求められよう。これに対し、金融機関はコンサルティング能力を持った人材育成や想定される顧客層（顧客ターゲット）に合致したチャネル強化を通じて金融情報サービス産業としての性格を明確にすることが、重要な生き残り戦略となろう。

また、その結果として、地域において個々人の生活スタイルやニーズに合った豊かな金融資産を持つ人々を長期的に少しでも増やしていくことは遠回りではあるが地域経済のためにも重要な貢献になるはずである。

<執筆者>

全体調整（はじめに、おわりに）

渡部喜智（調査第二部副部長）

1 節 渡部喜智，田口さつき（研究員）

2 節 田口さつき

3 節 渡部喜智，古江晋也（研究員）

