

地域銀行の預り資産業務の動向

主事研究員 田口さつき

1 投信販売の伸びにブレーキが

2007年度は、金融機関の個人預り資産業務にとって様々な外部環境の変化や制度変更にさらされた年だった。まず、団塊世代が旧定年法における退職年齢である60歳を迎え、彼らの退職金の運用ニーズが本格化した。一方、下期以降は、米サブプライム問題の広がりに伴う株価下落や金融商品取引法（以下「金商法」）の完全施行などの要因で投資信託（以下「投信」）の販売が落ち込むなど逆風が強まった。また、07年10月の郵政民営化も節目の一つとなった。

07年度末の地銀、第二地銀（以下「地域銀行」）全体の個人投信預り資産残高は、前年比3%程度の減少となった。個別行でみても概ね07年度上期までは前年比2けた以上の伸びをみせていたが、下期は軒並み前年比マイナスとなった。この伸び悩みの背景には、9月末の金商法の完全施行を受け、投信販売に当たっての説明責任義務の徹底や適合性確認のための顧客対応が厳格化されたこと、株価下落などの相場環境悪化のもと、顧客の安全志向が強まったこと、が指摘できる。これに加えて、株価下落や円高によって投信の基準価額が下落し、残高の目減り要因となった。

2 預り資産業務の進展

しかし、地域銀行は、このような外部環境の変化の影響にかかわらず、個人預り資産業務拡大に向け着実に布石を打っている。

まず、店舗については、ローカウンターやあるいは相談ブースなど、相談のためのスベ

ースの設置が進んでいる。なかには、すでにほぼ全店に設置が完了している地域銀行もある。また、年金から資産運用まで幅広い相談を担うための個人特化店舗も珍しくなってきた。

次に、預り資産業務推進の専担者の積極的な増員が計画されている。一般的に、地域銀行では、本部に個人預り資産専門の部署を設け、そこに証券会社出身者等を集め、各店舗の渉外とともに推進を行ってきた。しかし、近年では、それに加え、窓口販売を積極化しようとする動きもでてきている。その理由としては、「渉外による富裕層向けの販売が一段落したこと」や「行内で預り資産業務が担える人材が充実してきたこと」などがあるようだ。一方、顧客ニーズをきめ細かく汲み取り丁寧な対応を行うためにあえて渉外中心の販売を続ける地域銀行もあるなど、預り資産業務の推進の違いも現れてきている。

加えて、インターネットによる投信販売も普及してきている（第1表）。当総研の調べによれば、07年1月には、地域銀行の19行がインターネットで投資信託を販売していたが、08年3月末には25行に拡大している^{（注）}。なお、今後実施予定と答えた地域銀行は6行、検討中は34行にのぼるなど、関心の高さがうかがえる。

すでにインターネットによる投信販売で先行している銀行によれば、「平日に忙しい資産形成層を取り込めた」、「マス層を対象に投信販売ができる」、「金融商品が魅力的であれば、他地域の顧客も新規開拓できる」などの

第1表 投信信託のインターネット販売実施状況

(単位 行)

	07年1月	08年3月末
地銀	18	23
第二地銀	1	2
計	19	25

資料 『ニッキン投資年金情報』(第514号)
07年1月時点は、農中総研調べ

第2表 投信販売全体におけるインターネット販売の比率

(単位 行)

	5%未満	5～10%未満	10～20%未満	20～30%未満
地銀	6	5	7	1
第二地銀	1	1	0	0
計	7	6	7	1

資料 第1表に同じ

効果が見込めるという。

また、インターネットによる投信販売の実施銀行(回答したのは21行)のなかで、インターネット販売の比率が「10%未満」は約6割の13行だが、「10%以上20%未満」の銀行も7行ある。また、「20%以上30%未満」の銀行も1行あり、インターネットが重要な販売チャネルとなる可能性を示している(第2表)。ただし、金商法への適切な対応やセキュリティ管理の徹底ができるシステム対応能力があることが条件となるのはいうまでもないだろう。

これとは別に、静岡銀行や八十二銀行などのように地場証券会社を子会社化し、その店舗でよりリスクの高い金融商品の販売を行う銀行も現れてきたこともグループ戦略として注目されよう。

3 今後の動き・注目点

先行きを展望すると08年度に入っても株価が低調であり、個人預り資産業務にとっては厳しい環境が続いている。

地域銀行は、08年度も投信販売の伸び悩みは避けられないと見込んでおり、なかには、既に計画を下方修正した銀行もある。しかし、そうした環境下でも個人預り資産業務拡大のための施策を続ける方針を維持している。こ

れは、地域銀行が、将来的にも貸出競争が厳しさを増していくという見通しのもと、手数料収益の柱として個人預り資産業務が育つことを期待しているためであろう。

さらに、投信販売の環境が厳しいなかでも、「あらかじめ投信販売時にリスクについての説明をしっかり行う」、「市場の急変時に顧客への情報提供を行う」などの対策を小まめに行った結果、顧客の信頼を維持している地域銀行もある。

ちなみに、貯蓄広報中央委員会の調査によれば、金融商品の選択の際に重視する基準を「安全性」、「流動性」、「収益性」の3つに分けてみると、「安全性」を重視する回答が5割弱と最も多く、「流動性」が約3割、「収益性」が2割弱となっている。こうした顧客ニーズに合った対応が必要であるのはいうまでもない。

なお、地域銀行は、このような預り資産業務の重要顧客層として中高年層を考慮しており、関係強化の糸口として年金受給口座の獲得を重視し攻勢をかけている。地域銀行が、老後の資産運用として、投資信託や変額個人年金保険などを組み合わせる提案型の販売を行う体制を整えていることは、系統にとって充分留意すべきであろう。

(たぐち さつき)

(注) 日本金融通信社(2008)『ニッキン投資年金情報』
6月9日号(第514号)