



地域金融機関によるオンラインチャネルの活用

はじめに

米国の地域金融機関では、以前より、店舗網という垣根を越えた預金・融資の取組みが試みられているが、インターネットの普及により、それを一層低コストで実現できるようになってきている¹。また、オンラインでの受付は、ペーパーレス化・事務の効率化にもつながっている。ネット専業銀行だけではなく、地域金融機関にとっても、オンラインチャネルの活用が進みはじめていることから、本号ではその活用事例について紹介したい。

インターネットによるローン受付

【事例 1】

金融機関にとって、ペーパーレス化・事務の効率化は課題のひとつであるが、なかでも多くの書類を必要とするのがローンビジネスである。オンラインでの預金口座開設サービスを提供する銀行は珍しくないが、最近では消費者ローンをオンラインで申込みできる銀行も増えている。

ニュージャージー州のノースフィールド銀行では、ホームエクイティローン²のオンライン申込システムを導入した。店頭での申込受付と異なりセルフサービスであるため、業務負荷が軽減されるほか、ペーパーレス化によるコスト削減や事務ミス減少にもつながる。また、審査プロセスが自動化されていることで、申込みから与信判断までが迅速になる。



店舗だけでなく、オンラインでも顧客開拓を狙う
ノースフィールド銀行

¹ コミュニティバンク（一般的に「総資産が10億ドル未満の地域金融機関」を指す）や地方銀行などの商業銀行では、法律上営業地域に制限はない。一方、クレジットユニオン（個人向け融資を主たる業務とする協同組織金融機関）では、法律上、特定の地区や団体などいずれかの要件を会員資格として定める必要があり、地区を資格要件とする場合は営業地域が制限される。

² 住宅を担保にした消費者ローン

なお、この取組みは、店舗設置エリア外の顧客獲得にも有効だが、第三者によるなりすましリスクがあることから、同行では、店舗にて最終契約を行うこととしている。

【事例 2】

ルイジアナ州のザカリー銀行は、iPad を用いたローン申込システムを導入した。同行は総資産 2 億ドル程度の小さな地域金融機関であるが、他行との差別化の手段として同システムの導入を決断した。米国では、ローン申込時に顧客が数多くの書類にサインをする必要がある。同行は、同システムの導入によるペーパーレス化によって顧客の負担軽減を実現でき、それが差別化につながると考えたとのことである。

システムベンダーである Andera 社によると、iPad によるローン申込や口座開設を導入している事例は、大手銀行よりも、むしろ小規模の地域金融機関で多くみられるようだ。日本同様、米国でも中小の地域金融機関の方が担当者による客先訪問を行う傾向があり、そうした外訪機会の多さも同システムの普及につながっているのかもしれない。

店舗外でのクレジットカード推進

【事例 3】

中西部の有力地銀である U.S.バンクは、地元の大リーグチームであるミネソタ・ツインズとの提携クレジットカードを発行しているが、ホームゲームの際に、iPad を活用した球場での同カードの申込受付を試験的に実施した。iPad の専用アプリとカメラを利用して運転免許証から必要な情報を読み取り、データベースに送信することで、申込プロセスを迅速かつ容易にした。なお、審査は通常と同様に行われる。

また、同行では、カリフォルニアを中心とするスポーツ用品チェーンである Sport Chalet において、iPad の専用アプリを使用したクレジットカードの申込受付を試験的に実施している。顧客が店舗備付けの iPad を用いて必要な情報を入力し、データベースに送信すると、審査が行われたのち結果が通知される。承認の場合は、当日から使用可能な仮のカードがその場で発行される。今後、この取組みは小売店舗だけでなく、同行の支店においても本格導入される見込みである。

オンラインで口座開設をするのは優良顧客？

Andera 社がまとめたレポートによると、オンラインでの口座開設システム導入により、銀行は優良顧客を獲得できる可能性が高いとされている。それを実証するものとして、オンラインで口座を開設する顧客は年収 5 万ドル以上の高額所得者、学歴は大学卒以上、さらには子供がいる傾向が高いとのデータがある。

オンライン活用のコスト削減効果

同レポートによると、当座預金口座の開設時に金融機関が負担するコストは、店舗で開設する場合が 220 ドルであるのに対し、オンラインの場合は 94 ドルと、57%も低減されるという。

口座開設後の維持費についても、オンラインの方が低いことが明らかになっている。たとえば、協同組織金融機関であるクレジットユニオンの顧客について利益率の上位・下位を比較すると、下位の顧客は主に店舗を利用する一方で、上位の顧客の約85%がオンライン取引を利用するといった結果が出ており、上位と下位でコストに約2倍の差があるという。

さらに、同社の別の調査によると、店舗での口座開設には間接的な経費を除いて一口座あたり291ドルのコストがかかる。金融機関の担当者に店舗での口座開設コストがどの程度であると認識しているかヒアリングしたところ、「一口座あたり250ドル以上かかる」と認識していたのはわずか8%にすぎなかった。50%の担当者はより低い金額であると認識しており、42%の担当者にいたっては金額の見当がつかないという結果であった。

店舗での口座開設に約300ドルかかるということは、口座開設後の取引をすべてオンラインに移行し、その後の維持コストがゼロになったと仮定しても、当初の300ドルを3年間で回収するためには年間100ドルの収入が必要となる。貸出や運用による資金利鞘が3%だとすると、顧客一人あたり3,333ドルの預金残高を維持しなければ赤字となる計算である。

既存顧客へのクロスセリングやネットバンキングへの移行推奨はもちろん有効な施策であるが、新規顧客の口座開設をオンライン経由に誘導し、コストを下げることも重要な課題であろう。

おわりに

米国にはコミュニティバンクが約6,000行も存在し、その多くは総資産が1億ドル未満と小さく、地元との関わりが非常に深い。オンラインチャネルの活用は、コスト削減・効率化や新規顧客の獲得につながる一方で、顧客との接点が希薄となり、大手銀行との同質化が進む要因ともなり得るため、対象取引の選別や店舗機能との効率的な連携などの工夫が必要となろう。今後、地域密着のビジネスモデルにおいてオンラインチャネルがどのように活用されていくのか、注目していきたい。

以上

<編集・発行>

信金中央金庫 ニューヨーク駐在員事務所

住所:655 Third Avenue, Suite 2620, New York, NY 10017

Tel: (国番号 1) -212-642-4700

(本レポートは、情報提供のみを目的とした標記時点における当事務所の意見です。投資等に関する最終決定は、ご自身の判断でなさるようお願いいたします。また当事務所が信頼できると考える情報源から得た各種データなどに基づいてこの資料は作成されていますが、その情報の正確性および完全性について当事務所が保証するものではありません。加えて、この資料に記載された当事務所の意見ならびに予測は、予告なしに変更することがありますのでご注意ください。)