

インターネット専門銀行等の動向

ー住宅ローンビジネスやBaaS事業の動向と信用金庫への示唆ー

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

大里 怜史

(キーワード) インターネット専門銀行、住宅ローン、BaaS、NISA、信用金庫

(視点)

本稿では、急成長で存在感を増すインターネット銀行等(以下、ネット銀行等という)の動向について、2024年度決算を振り返り、業容や収益・コスト構造を計数面から体系的に把握する。更に、ネット銀行等の主要な収益源である住宅ローンビジネスと、近年その拡大が注目されるBaaS(Banking as a Service、バース)について深堀りし、信用金庫経営への洞察を得る。

(要旨)

- 本稿では、インターネット・バンキングを主体に事業を展開するネット専門銀行(9行)と、大手流通業の店舗内に設置されたATM等を主要な顧客チャネルとしている流通系銀行(3行)を合わせてネット銀行等(合計12行)として分析している。
- ネット銀行等の2025年3月末の預金残高の合計は約44.4兆円、貸出金残高の合計は約29.6兆円に達し、預貸率は66.7%となり、信用金庫の50.6%を上回っている。また、ネット銀行等の各行の資産構成はそれぞれのビジネスモデルの違いにより多様となっているほか、ネット銀行等の収益構造については貸出金利息が33%であるのに対し、役務取引等収益は42%を占めており、手数料収入が主要な収益源となっている。コスト構造については、営業経費に占める人件費率が押しなべて低位となっていた。
- 住宅ローンビジネスは一部のネット銀行等の主要な収益源となっており、金利競争には過度に依存せず、手続きの容易さや迅速な審査を強みに残高を拡大している。住信SBIネット銀行の事例では、オンライン経由の申込みが全体の8%にとどまり、提携ディベロッパーや銀行代理店を活用して効率的に顧客を獲得している。
- BaaS(Banking as a Service)事業の拡大も注目されており、この新たなビジネスモデルを活用して顧客獲得を進めているネット銀行等もみられる。住信SBIネット銀行は「NEOBANK」ブランドを通じて幅広い業界と提携し、国内No.1のBaaS口座数を誇るなど急成長を遂げている。
- これらの状況を踏まえ、信用金庫では引き続き地域ニーズに応じた融資商品の開発や営業活動の強化を図ることが、1つの大きなテーマとなろう。また、手数料収入を増やす新たなサービスや商品による収益構造の多様化も重要である。特に、住宅ローンやNISA口座といった顧客のライフイベントに関わる商品の推進により、顧客との長期的な関係を構築することが、今後の競争環境において重要な役割を果たすであろう。

1. はじめに

本稿では、急成長で存在感を増すインターネット銀行等（以下、ネット銀行等という）の動向について、2024年度決算を振り返り、業容や収益・コスト構造を計数面から体系的に把握する。更に、ネット銀行等の主要な収益源である住宅ローンビジネスと、近年その拡大が注目されるBaaS（Banking as a Service、バース）について深掘りし、信用金庫経営への洞察を得る。

2. ネット銀行等の業容、収益・コスト構造

（1）対象とするネット銀行等

ネット銀行等に厳密な定義はないが、本稿では、金融庁の分類における「新たな形態の銀行」のうち、物理的な店舗を主な営業基盤とせず、インターネット・バンキングを主体に事業を展開するネット専門銀行と、大手流通業の店舗内に設置されたATM等を主要な顧客チャネルとしている流通系銀行を、合わせてネット銀行等とする。

ネット専門銀行としては、2000年開業の我が国初のネット専門銀行であるPayPay銀行（旧ジャパンネット銀行）から、きらぼしFGで2022年1月開業のUI銀行までの9行、流通系銀行としては、セブン&アイホールディングス傘下のセブン銀行、イオン系のイオン銀行、ローソン傘下のローソン銀行の3行があり、合計12行を対象とする^{（注1）}。

（2）預金・貸出金残高と預貸率

ネット銀行等の2025年3月末の預金残高の合計は44.4兆円、貸出金残高の合計は29.6兆円となっている。この数字を他の業態と比較すると、預金、貸出金とも信用組合合計、労働金庫合計を上回る規模となっている。

預貸率についてみると、2025年3月末のネット銀行等の預貸率は66.7%となり、同時期の信用金庫の50.6%を上回っている（図表1）。個別にみると、ATM利用に係る手数料収入を主な収益源とするセブン銀行、ローソン銀行の預貸率は低い一方、住宅ローンなど貸出業務に注力している銀行の預貸率は総じて高く、auじぶん銀行は100%を超えている。

（注）1. 本稿の対象には含まないが、池田泉州ホールディングスが100%出資し、デジタルバンク事業を行う「01銀行（ゼロワンギンコウ）」について、2025年7月28日よりお客さま向けサービス提供開始とのリリースが出ている。詳細は同ホールディングスのニュースリリース（<https://www.senshuikeda-hd.co.jp/news/pdf/20250722.pdf>）を参照

図表1 ネット銀行等の預金・貸出金残高、預貸率（2025年3月末）

銀行名等	預金残高（億円）	貸出金残高（億円）	預貸率（%）
楽天銀行	114,763	50,441	44.0%
住信SBIネット銀行	98,142	86,761	88.4%
auじぶん銀行	45,903	51,130	111.4%
大和ネクスト銀行	43,097	21,810	50.6%
ソニー銀行	44,168	36,730	83.2%
PayPay銀行	19,122	9,358	48.9%
GMOあおぞらネット銀行	9,468	3,801	40.1%
UI銀行	6,952	4,560	65.6%
みんなの銀行	336	252	75.1%
イオン銀行	52,029	30,669	58.9%
セブン銀行	8,413	723	8.6%
ローソン銀行	1,687	10	0.6%
【ネット銀行等12行 合計】	444,080	296,245	66.7%
【信用金庫 合計】	1,615,393	816,997	50.6%
【信用組合 合計】	239,343	144,584	60.4%
【労働金庫 合計】	230,160	158,639	68.9%

（備考）各行のIR資料、各種HP等より、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

なお、より詳細な預金動向については、当研究所発行の『ニュース&トピックス』No.2025-27「インターネット専業銀行の預金動向」^(注2)、他業態との業容比較等については、当研究所発行の『金融調査情報』No.2024-19「インターネット専業銀行等の動向」^(注3)を参照されたい。

(3) 資産構成

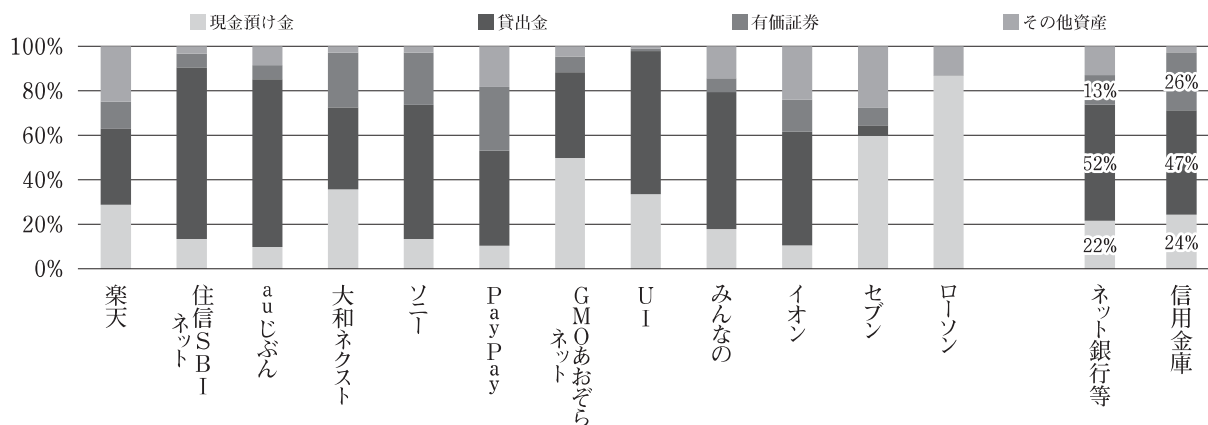
2025年3月末のネット銀行等合計の資産の内訳をみると、貸出金が52%、現金預け金が22%となっており、信用金庫の貸出金47%、現金預け金24%と比較すると、全体としては類似した比率となっている。

一方、個別にみると資産の内訳は多様であり、特に住宅ローンをビジネスの柱のひとつとする住信SBIネット銀行やauじぶん銀行では、貸出金の割合がそれぞれ77%、76%と高くなっている。一方で、ATMビジネスを主軸とするセブン銀行やローソン銀行では、現金預け金の比率がそれぞれ60%、87%と高くなっており、各行の資産構成はそれぞれの銀行のビジネスモデルの違いを明確に表すものとなっている（図表2）。

(注)2. 「インターネット専業銀行の預金動向」(信金中央金庫 地域・中小企業研究所 ニュース&トピックス No.2025-27、2025年6月、<https://www.scbri.jp/reports/newstoppers/20250605--20253382.html>)

3. 「インターネット専業銀行等の動向」(信金中央金庫 地域・中小企業研究所 金融調査情報 No.2024-19、2025年3月、<https://www.scbri.jp/reports/finance/20250328-post-529.html>)

図表2 ネット銀行等の資産の内訳（2025年3月末）



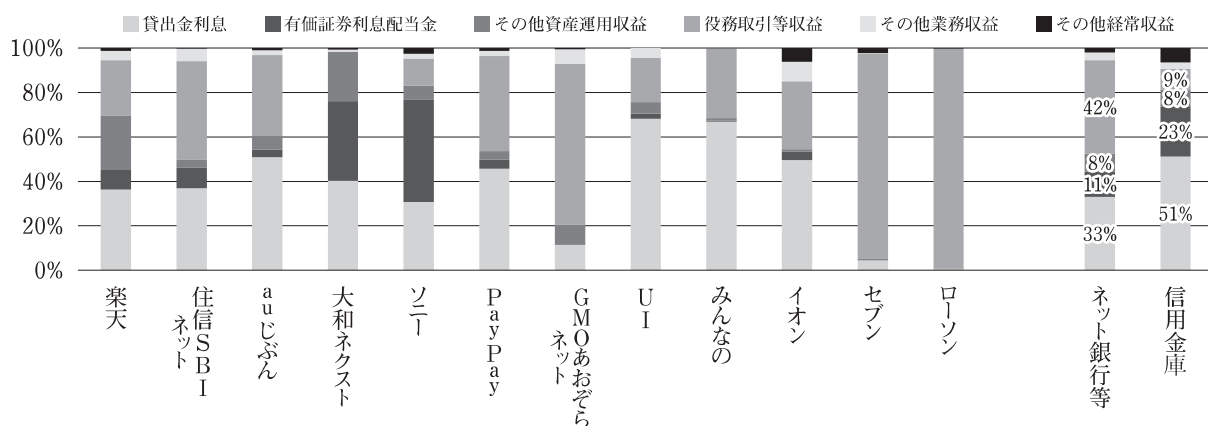
（備考）各行のIR資料等より、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

（4）経常収益の内訳

ネット銀行等の収益構造を確認するため、ネット銀行等の経常収益の構成比（2025年3月期）をみると、貸出金利息が全体の33%、役務取引等収益が42%となっている。多くのネット銀行等では手数料収入を主な収益源としており、経常収益の過半（51%）を貸出金利息が占める信用金庫とは収益構造が異なっている。

ネット銀行等それぞれに目を向けると収益源は多様である。住宅ローンビジネスを主な収益源とする住信SBIネット銀行やauじぶん銀行では、貸出金利息と合わせて、住宅ローンに関連する手数料収入が含まれる役務取引等収益の割合も相応に高くなっている。また楽天銀行は、楽天カードのクレジットカード債権流動化による信託受益権（その他資産運用収益）や各種決済関連の手数料（役務取引等収益）など、収益構造が多様化している点が特徴的である。そのほか、コンビニエンス・ストアに設置したATM利用にかかる手数料収入を収益源とするセブン銀行やローソン銀行では、役務取引等収益が経常収益の9割以上を占めている（図表3）。

図表3 ネット銀行等の経常収益の内訳（2025年3月期）



（備考）各行のIR資料等より、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

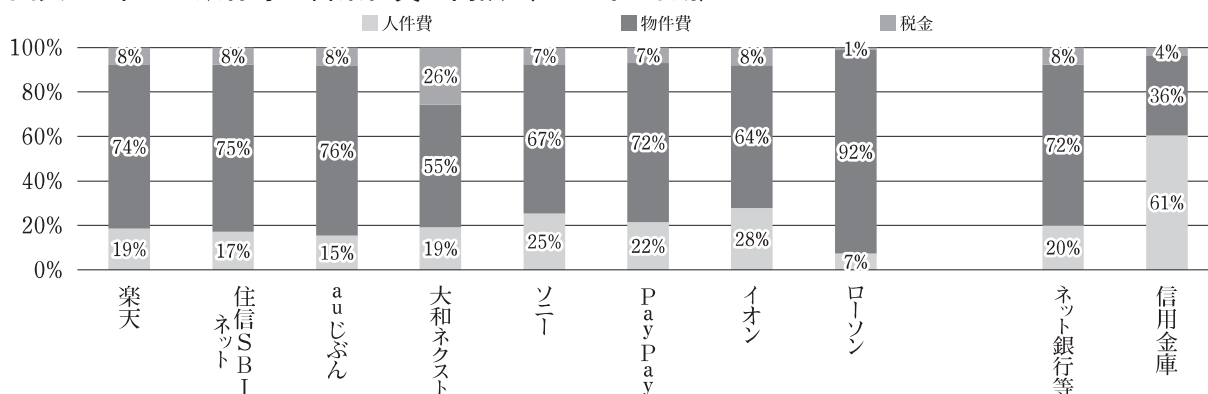
(5) 営業経費の内訳

コスト構造について把握するため、営業経費の内訳をデータ取得が可能なネット銀行等8行と信用金庫で比較すると、両者に顕著な違いがみられる。ネット銀行等8行の人件費率は20%と低いのに対し、信用金庫では61%とその割合が高くなっている。ネット銀行等8行の中で人件費率が最も高いイオン銀行でも約28%であり、信用金庫の半分にも満たない。

一方で物件費率についてみると、ネット銀行等8行が72%であるのに対して、信用金庫は36%と低い。この物件費には、業務委託費や広告宣伝費等も含まれており、特にネット銀行等では新規顧客獲得のために広告宣伝費を多く使っているとみられ、それが物件費率の高さに反映されているものであろう。

各ネット銀行等を比較すると、楽天銀行や住信 SBI 銀行、au じぶん銀行等の大手は概ね営業経費の内訳が同様であるのに対して、ローソン銀行は減価償却費を含む物件費率が92%と非常に高く、ATM ビジネスに特化した運営が影響している（図表4）。

図表4 ネット銀行等の営業経費の内訳（2025年3月期）



（備考）各行のIR資料等より、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

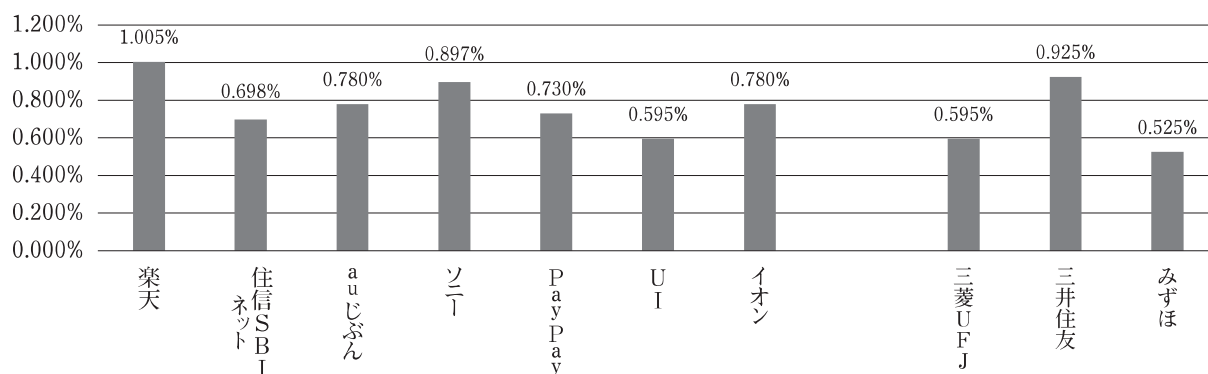
3. ネット銀行等の住宅ローンビジネス

ここまで、計数面からネット銀行等の業容や収益・コスト構造を体系的に確認してきた。ここでは、ネット銀行等の主要な収益源のひとつとなっている住宅ローンビジネスをみていく。

(1) 住宅ローン金利

ネット銀行等、3大メガバンクの住宅ローン金利を（図表5）に示した。かつてネット銀行等は低金利攻勢を展開し、住宅ローンの顧客の囲い込みを行ってきた。しかし、最近では金利の上昇や市場環境の変化が影響し、各行の金利水準には差があるもののメガバンクと概ね同等の水準に落ち着いている。現在、ネット銀行等は金利水準以外の部分で訴求力を示し、住宅ローンの残高を伸ばしていると考えられる。

図表5 ネット銀行等各行の住宅ローンの変動金利^(注4) (2025年7月31日時点)



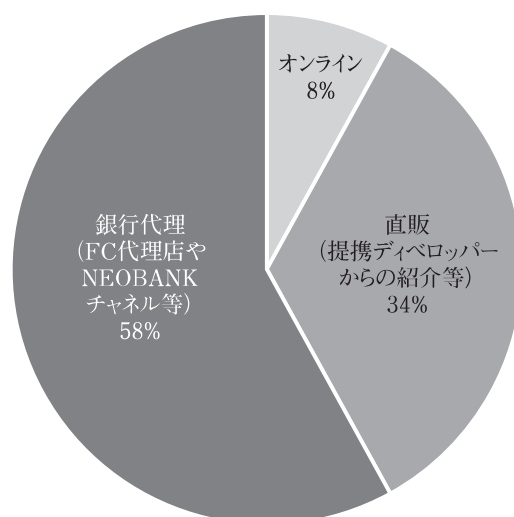
(備考) 各行HP等より、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(2) 住宅ローン獲得チャネル～住信SBIネット銀行の事例～

住信SBIネット銀行の住宅ローン獲得チャネルについてみると、オンラインが全体の8%、直販（提携ディベロッパーからの紹介等）が34%、銀行代理（FC代理店やNEOBANKチャネル）が58%となっている（図表6）。一般的に、ネット銀行等はオンラインからの住宅ローンの申込みが多いと思われがちであるが、実際はその割合は同行においては1割に満たない。

リアルチャネル経由が住宅ローン獲得の太宗を占めるものの、住信SBIネット銀行などのネット銀行等は、自社で実店舗を展開しているわけではなく、提携ディベロッパーやFCチャネルを活用して顧客接点を作り、効率的な顧客獲得をしている。

図表6 住信SBIネット銀行の住宅ローン獲得チャネル



(備考) 住信SBIネット銀行のIR資料等より、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注)4. 変動金利については、2025年7月31日時点で各行の公式ウェブサイトに掲載されている情報を基に作成。一部、キャンペーン金利や条件付き金利を含む場合があるため、詳細は各行のHPを確認のこと。

4. ネット銀行等のBaaS（Banking as a Service、バース）ビジネス

次に、大手銀行を中心にビジネス拡大が進むBaaS（Banking as a Service、バース）ビジネスについて、ネット銀行等の取組状況などを確認する。

（1）BaaS（Banking as a Service、バース）とは

BaaSとは、金融機関がAPI（Application Programming Interface）^{（注5）}を通じて、企業に対して銀行サービスを提供するサービスである。この仕組みにより、企業は自社のアプリやプラットフォームに金融機能を組み込むことが可能となり、自社の商品やサービスを提供するなかで、顧客にとって利便性の高い様々な金融サービスを提供できるようになる。

近年、事業会社がネット銀行等を含む大手金融機関の提供するBaaSを通じてサービスを提供する動きが相次いでいる。ネット銀行等にとっては、自前の金融チャネルによる顧客獲得だけでなく、BaaSによって他社のプラットフォームを介し新規顧客を獲得することができるメリットがある。ネット銀行等を含む金融業界における新たなビジネス領域としてBaaSは注目されている。

（2）ネット銀行等におけるBaaS事業

ネット銀行等では、国内においてBaaS事業を推進している。先行しているのは住信 SBI ネット銀行や楽天銀行、GMO あおぞらネット銀行などである。特に住信 SBI ネット銀行は、「NEOBANK」というブランド名のもと、幅広い業界に対してBaaS事業を展開しており、BaaS口座数および提携企業数で国内 No.1 を誇っている。同社はSBI証券と連携し、NISA口座の開設等を取り込むことで、銀行・証券の両方で口座数を増加させている。また、楽天銀行はJR 東日本グループと提携し、「JRE BANK」というデジタル金融サービスを提供している（図表7）。

（注）5. ソフトウェアやプログラム、Web サービスの間をつなぐための仕様を指す。2017年の改正銀行法で銀行APIの公開が努力義務化され、事業会社等がAPI経由で金融機関の機能やデータを利用してビジネスを展開する動きが広がった。

図表7 ネット銀行等におけるBaaS事例

提供銀行	事業会社	銀行名等	特徴等
住信SBI ネット	SBI証券	SBI証券 NEOBANK	・ SBI証券と住信SBIネット銀行の口座を同時開設 ・ 円預金（SBIハイブリッド預金）の金利優遇 ・ 投資資金へ自動振替
住信SBI ネット	中部電力 ミライズ	カテエネ BANK	・ 電気・ガス料金の口座振替等を設定すると最大5%のポイント還元 ・ ATM手数料・振込手数料それぞれ毎月5回無料 ・ 住宅ローン金利引下げサービス
住信SBI ネット	日本航空	JAL NEOBANK	・ 円・外貨預金残高、給与振込や口座振替の件数に応じてマイル付与 ・ JAL Pay（JALのスマホ決済）へのチャージ等の連携 ・ ATM手数料・振込手数料それぞれ毎月5回無料
住信SBI ネット	CCCライフ パートナーズ	V NEOBANK	・ デビット、外貨預金、給与・年金受取等の対象サービスでVポイント付与 ・ ATM手数料・振込手数料それぞれ毎月5回無料
楽天	JR 東日本	JRE BANK	・ 銀行取引でJRE POINT付与 ・ 駅のATM「VIEW ALTTE」がいつでも何回でも手数料無料 ・ JRE BANKデビットの利用でJRE POINT付与
GMO あおぞら ネット	freee	同行 フリー支店	・ オンライン上で会社設立ができるサービス「freee会社設立」の手続き時に口座開設の申込が同時に可能 ・ 同様にクラウド型会計ソフト「freee会計」からも口座開設の申込が可能

（備考）各行のHP・IR資料等より、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

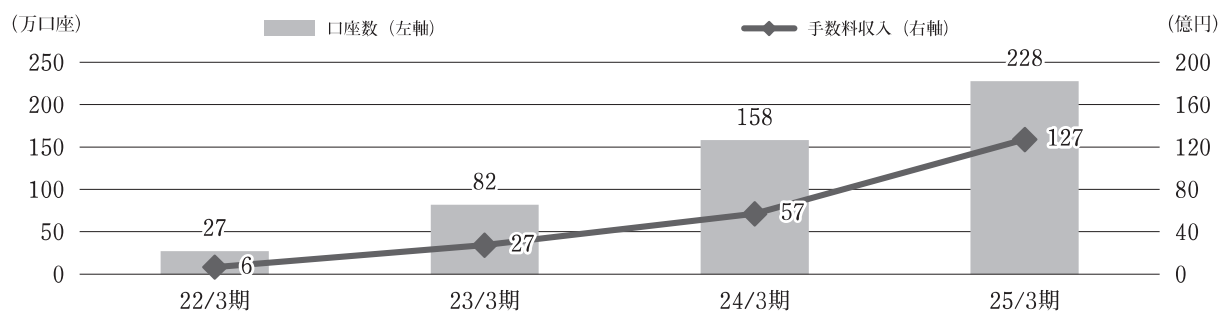
（3）BaaS事業の収益化 ～住信SBIネット銀行の事例～

BaaS 最大手である住信 SBI ネット銀行では、BaaS 事業の損益状況等を開示している。導入段階では預金金利の優遇やキャッシュバックキャンペーン等のセールスプロモーションにより、顧客獲得コストがかさみ、事業開始後数年は赤字事業となっていたが、2022年9月に黒字に転じ、その後も利益拡大が続いている。

2025年3月末時点で、同行のBaaS口座数は227.7万口座（前年比+44.0%）、BaaS事業の業務粗利益は127億円（前年比+43.8%）に達しており、業務粗利益の16%程度にまでBaaS事業は急速に拡大を続けている（図表8）。

また、同行の新規口座開設の約7割がBaaS事業を通じて行われており、新規顧客獲得においてBaaS事業は重要な役割を果たしている。さらに、同行のBaaS口座の解約率は0.12%程度（2024年度第4四半期における月次解約率の平均）と非常に低い。BaaS事業を通じて顧客のニーズに応じた柔軟なサービスを提供することで、顧客体験が向上しており、BaaS事業がロイヤリティの高い顧客を獲得するための有効な手段となっていると考えられる。

図表8 住信SBIネット銀行のBaaS事業の手数料収入・口座数



(備考) 1. 手数料収入は、提携パートナーとレベニューシェアした後のトランザクション手数料の合計+提携パートナーの専門支店を通じて獲得した口座にかかるアカウント手数料の合計
2. 住信SBIネット銀行のIR資料等より、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

5. おわりに～信用金庫への示唆～

本稿では、急成長で存在感を増すネット銀行等について、計数面からその業容や収益・コスト構造を確認するとともに、一部のネット銀行が主要な収益源としている住宅ローンビジネスと、最近台頭する BaaS 事業について考察した。

計数面についてあらためて確認すると、①ネット銀行等の預貸率はまちまちとなっているが、住宅ローンビジネスを主軸とする一部の銀行では信用金庫を大きく上回っている、②ネット銀行の収益構造はビジネスモデルによって大きく異なるが、営業経費の内訳に目を転じると、人件費率が押しなべて低い、といった状況にあることを読み取れる。

信用金庫の貸出金残高に占める住宅ローンの割合は2割強となっている。住宅ローンは、①貸し倒れリスクが低く安定的な収益源となること、②契約締結を足掛かりに、複合取引（クロスセル）を推し進められる可能性があること、などを踏まえ、地域の顧客との信頼関係を活かし、対面での面談やサポートを強化することで付加価値を提供し、持ち前の地域密着の営業力を活かしつつ、積極的に取り組んでいるケースもあろう。

一方で、ネット銀行等の住宅ローンの獲得チャンネルに目を向けると、住信 SBI ネット銀行ではオンライン経由の申し込みが全体の8%にとどまり、直販（提携ディベロッパーからの紹介等）や銀行代理（FC 代理店やNEOBANK チャンネル等）経由が9割以上を占めている。ネット銀行といえども、リアルチャネルを活用して効率的に顧客を獲得している点は、信用金庫にとって注目すべき事実といえ、地域密着型の強みを活かした住宅ローン推進の重要性が改めて浮き彫りになる。

もっとも、足元でこそ過度な金利競争に依存していない状況にはあるものの、手続きが容易、事前審査が早いといった面で優位性を持つネット銀行等の存在は、信用金庫にとって引き続き脅威となるものであり、今後の動向が注目される。

ネット銀行等が展開するBaaSは、提携企業を通じて新規口座を効率的に獲得する仕組みとなっており、これによりネット銀行等の預金基盤が拡大している。さらに、BaaSを通じた顧客ニーズに応じた柔軟なサービスの提供は、ロイヤリティの高い顧客獲得のための有効な手段となっている。加えて、ネット銀行等は住宅ローンやNISA口座といった顧客のライフプランに密接に関わる金融商品を推進することでも、顧客の囲い込みを強化している点は注目に値する。これらの取組は口座のメイン化にもつながり、新規口座のスイッチングコストを高めているとみられ、預金獲得を目指す信用金庫にとってネット銀行等が脅威となる可能性がある点には留意が必要である。

これらの状況を踏まえ、信用金庫では引き続き地域ニーズに応じた融資商品の開発や営業活動の強化を図ることが1つの大きなテーマとなろう。また、手数料収入を増やす新たなサービスや商品による収益構造の多様化も重要である。特に、住宅ローンやNISA口座といった顧客のライフイベントに関わる商品の推進により、顧客との長期的な関係を構築することが、今後の競争環境において重要な役割を果たすであろう。