

SCBSHINKIN
CENTRAL
BANK**金融調査情報****27-1****(2015. 4. 27)****信金中央金庫****SCB 地域・中小企業研究所**

〒103-0028 東京都中央区八重洲 1-3-7

TEL. 03-5202-7671 FAX. 03-3278-7048

URL <http://www.scbri.jp>

地域銀行におけるネット支店の開設動向について

視点

地域銀行の間でネット支店を開設する動きが強まっている。平成27年3月末には30行を超える地方銀行・第二地方銀行がネット支店を開設済みである。ネット支店の開設目的は、本格的な人口減少時代に備え、地元以外での預金獲得やこれまで接点を持ちにくかった若年層との取引強化などにある。またここにきて、非対面での契約を望む顧客のローンニーズに応える窓口としてネット支店を活用する動きもあり、今後のサービス拡充が見込まれる。

本稿では、最近の地域銀行におけるネット支店の開設動向や特徴に加え、開設する際の検討項目などを取り上げる。

要旨

- 地域銀行のネット支店の開設動向をみると、スルガ銀行が平成11年8月に開設した「ドリームダイレクト支店」が国内初とされる。その後、ネット支店を開設する地域銀行が増え、27年3月末には30行超が開設済みである。
- 地域銀行がネット支店を開設する目的は、①地元以外の地域からの預金獲得、②接点を持ちにくい地元顧客の開拓および深耕、③台頭するネット専門銀行への対抗、などである。
- 本格的な人口減少時代の到来に向け、ネット支店に期待する地域銀行は多い。金利選好の強い顧客に訴求するだけでなく、相続預金や大都市に住む地元出身者の受け皿として活用していく考えがある。また、完全非対面でのローン契約を求める顧客向けのセールスチャネルに特化させる動きも出てきた。
- 地域銀行がネット支店を開設・運営する際の検討項目を挙げると、システムのセキュリティ強化以外に、①対象顧客の明確化、②既存顧客・インターネットバンキングとの棲み分け、③本人確認体制の確保、などがある。

※本稿では、ネット支店を『電話やインターネット、ATMといった非対面チャネルを中心に取引する支店で、店番を有するもの』と定義する。

キーワード

地域銀行、ネット支店、インターネット、非対面取引、地元外取引、本人確認

目次**はじめに**

- 1. 地域銀行のネット支店の開設状況**
- 2. 開設の目的**
- 3. 機能・サービスの拡充方向**
- 4. 開設・運営時の検討項目**

おわりに**はじめに**

平成 11 年 8 月にスルガ銀行が国内初のネット支店「ドリームダイレクト支店」を開設してから 15 年超が経過した。規制緩和と IT 技術の進歩、さらには国民のライフスタイルの変化により、インターネットを介した非対面での金融取引は一般化しつつある。ネット支店の認知度も相当程度に高まったと考えられ、金融インフラの 1 つとして今後も機能・サービスの拡充が進むとみられる。

そこで本稿では、地域銀行におけるネット支店の開設動向と特徴、さらにはネット支店を開設する際の検討項目などについて取り上げたい。

1. 地域銀行のネット支店の開設状況**(1) ネット支店の仕組み**

近年、ネット支店を開設する地域銀行が増えている。ネット支店の明確な定義はないが、本稿では一般に定義される『電話やインターネット、ATM といった非対面チャネルを中心に取引する支店で、店番を有するもの』とする¹。また、「インターネット支店」や「バーチャル支店」などの呼び方もあるが、本稿では原則として「ネット支店」で統一する。

ネット支店は、「リアルな」支店と同様、開設や廃止にあたって所定の手続きが必要であり、また一般の店舗と同じ管理や運用も求められる。兼任が多いものの、ネット支店にも支店長が配置される。リアルな支店とネット支店の最大の違いは、主たる顧客接点が対面（専門担当者、窓口）か、非対面（電話、ネット、ATM）かである。

(2) ネット支店の開設行の推移

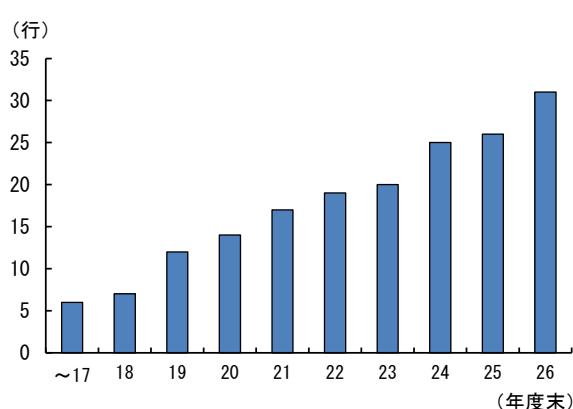
わが国におけるネット支店の歴史をみると、スルガ銀行の「ドリームダイレクト支店」（11 年 8 月開設）が国内第 1 号とされる。その後の急速な IT 技術の進歩および国民のライフスタイルの変化などを追い風に、地域銀行の間でネット支店の開設が相次ぎ、27 年 3 月末には 30 行超となった（図表 1）。

¹ インターネットバンキングのサービスの一部を「インターネット支店」と命名し、サービス提供している地域銀行もあるが、本稿ではネット支店の範囲に加えない。

ネット支店の預金残高は、各行の位置付け・推進スタンスによって、数十億円規模から数千億円規模まで幅広い。ネット支店の代表例である静岡銀行の「インターネット支店」（19年5月開設）の預金残高は、26年9月末に4,000億円、10万口座に達した（図表2）。顧客属性をみると、東京・神奈川・愛知を中心に県外比率が6割を超え、また1年後の歩留まり率も7割超となるなど、安定的な調達チャネルとなっている。

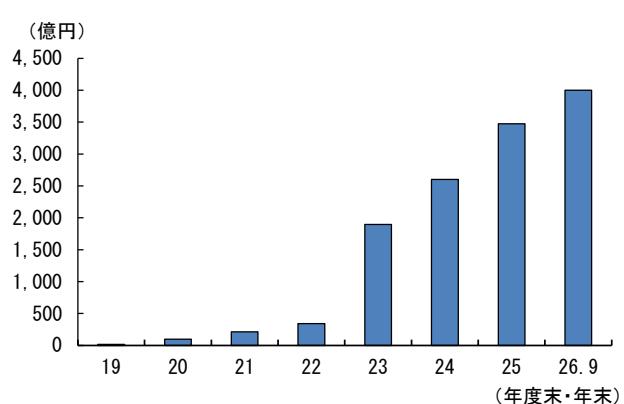
その一方で、個人ローンについてはスルガ銀行で実績が豊富なもの、現状、各行とも伸び悩んでいる（もしくは預金獲得のチャネルに特化し、そもそも個人ローンを取り扱っていない）状況にある。

（図表1）ネット支店の開設行の推移



（備考）1. 各行HP、ディスロージャー誌より作成
2. 複数のネット支店を有する地域銀行については1行でカウントした。

（図表2）静岡銀行インターネット支店の預金残高の推移



（備考）静岡銀行IR資料より作成

2. 開設の目的

地域銀行によるネット支店の開設目的は、①地元以外からの預金獲得、②接点を持ちにくい地元顧客の開拓・深耕、③台頭するネット専門銀行への対抗、などである。

（1）地元以外の地域の顧客開拓

ネット支店は、一般的な店舗に比べ人件費や物件費を低く抑えられるので、相対的に高い預金利を付与できる。そのため、多くのネット支店が高金利の預金商品を取り扱い、全国に存在する金利選好の強い顧客の獲得に取り組んでいる。また、スルガ銀行のように、特定の顧客層にターゲットを絞り、取引を訴求する目的で複数のネット支店を開設する地域銀行もある²。

ただし、一般にネット支店=高金利の預金商品とのイメージが強く、結果として絶えず競合金融機関の預金金利と比較され続けるデメリットもある。

² 27年3月末現在、ドリームダイレクト支店、ANA支店、Dバンク支店、ソネット支店、OCN支店、マイ支店などがある。

(2) 地元顧客の掘り起し

地元において一定のシェアを有する地域銀行が、さらに地元顧客を掘り起こすためのチャネルとしてネット支店を活用している。既存の店舗や渉外チャネルでは接点を持ちにくい若年層や会社員などに非対面のネット支店というチャネルを提供し、潜在顧客の掘り起しを図ろうとしている。

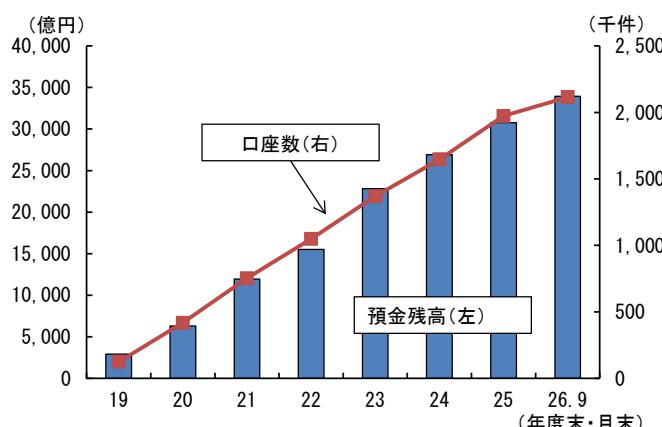
また、地元において金利選好の強い顧客を競合金融機関に流出させないため、ネット支店を開設し防衛する動きもある。

(3) ネット専門銀行への対抗

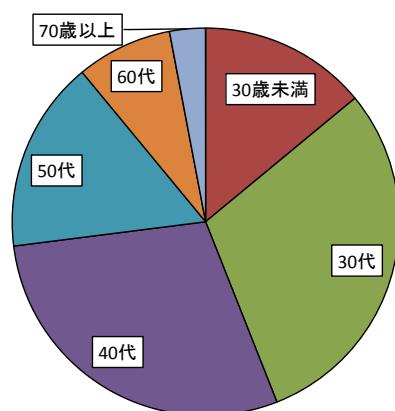
競合するネット専門銀行への対抗策との位置付けも大きい。19年9月に開業した住信SBIネット銀行を例に挙げると、開業から7年後の26年9月末には211.5万口座、預金残高3兆3,945億円にまで拡大した（図表3）。また年齢別の顧客属性は、40歳未満の割合が高く、若年層の開拓に成功しているとの見方が強い（図表4）³。

ネット専門銀行の台頭は、地域銀行の脅威となりつつあるので、各行は対抗策の1つとしてネット支店を開設している。

（図表3）住信SBIネット銀行の預金残高の推移



（図表4）住信SBIネット銀行の顧客属性（26年9月末、年齢別）



（備考）図表4とともに住信SBIネット銀行IR資料より作成

3. 機能・サービスの拡充方向

本格的な人口減少時代の到来に向け、ネット支店に期待する地域銀行は多い。これまでのように金利選好の強い顧客に訴求するだけでなく、相続預金や大都市に住む地元出身者の預金の受け皿として活用していく考えがある。また、完全非対面のローン契約を求める顧客向けのセールスチャネルにネット支店を位置付ける地域銀行もある。

³ その一方で、50代以上の顧客層の割合が3割以上となるなど、中高年以上の富裕層の取込みに成功しているとの見方もある。

最近の地域銀行におけるネット支店の機能拡充策をみると、大きく①ネット支店を利用する顧客の裾野を広げる取組み、②個人ローン獲得に向けた取組み、がある。

(1) 顧客層の裾野拡大

金利選好の強い顧客との取引だけでなく、より幅広い顧客層をターゲットにネット支店を展開する動きがある。地元外の一般の顧客、なかでも都市部に移り住んだ地元出身者や（都市部に住む）地元顧客の子・孫にネット支店をPRするため、情報提供の充実などに取り組んでいる。具体例では、ネット支店のトップ画面に地元の観光情報のコーナーを設けたり、ふるさと納税の案内・連携商品の提供を行ったりしている地域銀行がある。そのほか、各種のアンケートなどを実施し、より幅広い層との接点を確保しようといった取組みもみられる。

(2) 個人ローンの獲得

預金の獲得チャネルではなく、個人ローンの獲得チャネルとしてネット支店を開設する動きが出てきた。千葉銀行は26年8月、個人ローンに特化した「インターネット支店」を開設した。開設当初は地元の千葉県内および周辺の一部での取扱いに限定していたが、東京や神奈川、茨城からの問い合わせが多かったため、同年12月に周辺地域に対象を拡大している⁴。今後、顧客属性や審査状況をみつつ、全国展開をうかがつていく考えである。

4. 開設・運営時の検討項目

地域銀行がネット支店を開設する際の検討項目は、ITセキュリティの強化に加え、①対象顧客の明確化、②既存顧客・インターネットバンキングとの棲み分け、③本人確認体制の確保、などがある。

(1) 対象顧客の明確化

地域銀行がネット支店の開設を検討する場合、第1に対象顧客を明確にしている。①全国を対象に預金や貸出金を集めネット支店を目指すのか、それとも②顔の見える範囲内の地元に対象を限定するのか、ネット支店のメリット・デメリットを勘案しつつ、対象顧客を決定する。

最近の開設例では、地元における将来的な預金流出・減少に備え全国の顧客と取引可能なネット支店を開設するケースが多い。顧客管理、ブランド管理という意味でネット支店に特定の顧客層を集約する地域銀行もある。特に地元外の顧客を管理するうえでネット支店に窓口を一本化した方が効率的との意見もみられた。

⁴ 26年12月から、千葉県全域、東京都全域、茨城県全域、埼玉県全域、神奈川県横浜市と川崎市に拡大した。

(2) 既存顧客・インターネットバンキングとの棲み分け

人手をかけず非多面チャネルで預金を集めたいなら、ネット支店でなく金利上乗せのインターネットバンキングで預金を集めることは可能である。また、最近は完全非対面でカードローンの契約が可能となっているので、あえてネット支店を介して個人ローンを受け付ける必要がないとの意見もある。

一般にネット支店は、通帳レスや自振り不可など家計の決済口座になりにくい取扱いである。そのため、高い預金金利を求めるメイン顧客には金利上乗せのインターネットバンキングを提供し、高金利のみを求める顧客にはサブ口座としてネット支店を勧めるなどの棲み分けを図っている。

(3) 本人確認体制の確保

特に完全非対面で口座開設を認める場合、厳格な本人確認体制を確保する必要がある。地域銀行の場合、申し込み時に住民票の原本送付や運転免許証をスマートフォンで撮影し申し込み時に添付するなどの対策を行い、反社会的勢力の排除などに取り組んでいる。一方、完全非対面での口座開設に慎重な地域銀行の中には、地元エリアに特化したネット支店を開設している事例もある。

(4) 費用対効果の検証

ネット支店において、預金金利と預金残高には一定の相関関係があると言われる。高い預金金利を付与すれば、より多くの預金を獲得できるが、当然、預金コストは増加してしまう。地域銀行は、自行の調達および運用のバランスを考えながら、ネット支店を運営している。

最近は、収益確保を強く意識し、預金獲得を主とするネット支店にとどまらず、個人ローンの取扱いを目指す動きも強い。

(5) その他手続き面など

ネット支店の開設時にも通常の支店の開設と同様の手続きが必要である。支店長の配置に加え、法律上、店頭に「掲示すべきもの」や「備え置くもの」について対応を求められる。そのため、地域銀行の一部からは、ネット支店の開設は一般にイメージされるより手間がかかるとのアドバイスもあった。

おわりに

ネット支店が登場した当時、一部の地域銀行では『ネット支店に口座を開設するのは、ITリテラシーが高く、金利選好の強い一部の顧客に限定される』との声が散見された。ところが、わが国でネット支店の登場から15年が経ち、最近ではネット支店に対する顧客の認知度も相當に高まったと考えられる。

信用金庫業界をみると、27年3月末までにネット支店の開設は7事例ある。また、今後の人ロ減少・相続預金の流出などを見越し、預金獲得を主目的とするネット支店の開設を検討している信用金庫も多いようだ。

信用金庫が5～10年後のビジネスモデルを検討するうえで、非対面チャネルの強化は避けて通りにくいテーマの1つである。今後もIT技術を用いた利便性の高いサービスや新しい金融取引などが登場すると予想される。検討にあたって地域銀行など他業態の動向は参考となるので、当研究所として引き続き調査・還元を進めていく考えである。

以上
(刀禰 和之)

本レポートのうち、意見にわたる部分は、執筆者個人の見解です。投資・施策実施等についてはご自身の判断によってください。

信金中央金庫地域・中小企業研究所 活動状況 (2015年3月末現在)

○レポート等の発行状況 (2015年3月実績)

発行日	分類	通巻	タイトル
15.3.2	内外金利・為替見通し	26-12	景気は回復基調を取り戻しつつあるが、物価上昇率は一段と鈍化
15.3.4	金融調査情報	26-6	地の利を活かす地熱（温泉バイナリー）発電への融資 －大分みらい信用金庫と西日本地熱発電株式会社の取組み－
15.3.4	ニュース&トピックス	26-65	信用金庫の営業店事務集中化にかかる論点整理②
15.3.4	ニュース&トピックス	26-66	債権書類管理の集中化にかかるポイント
15.3.11	金融調査情報	26-7	信用金庫の地区別預貸金動向－預貸率と貸出金利回りの現状－
15.3.11	内外経済・金融動向	26-4	地域別にみた日本経済の景況判断－増税後の反動減は一巡し、景気は緩やかに持直し－
15.3.11	ニュース&トピックス	26-67	全人代：構造改革に注力する中国
15.3.18	産業企業情報	26-10	IT利活用が「金融機関」にもたらすものは－「IT×金融」の可能性－
15.3.26	産業企業情報	26-11	IT利活用が中小企業にもたらすものは④－中小建設・不動産業のIT利活用－
15.3.27	全国中小企業景気動向調査	159	[速報版]第159回全国中小企業景気動向調査(2015年1～3月期)
15.3.30	内外経済・金融動向	26-5	日本経済の中期展望－15～19年度の年平均成長率は名目2.6%、実質1.4%と予測－
15.3.31	金融調査情報	26-9	信用金庫の営業地盤からみた人口動態 －5～10年後を見据えたビジネスモデル検討シリーズ③－

○講演等の実施状況 (2015年3月実績)

実施日	講演タイトル	主催	講演者等
15.3.5	環境変化に挑む！中小企業の経営事例Ⅱ	瀧野川信用金庫	鉢嶺 実
15.3.6	環境変化に挑む！中小企業の経営事例	川口信用金庫	鉢嶺 実
15.3.9	医療・介護事業者の動向と堅調経営を続ける介護事業者の事例	鹿沼相互信用金庫	鉢嶺 実
15.3.10	新年度の経済見通しについて	東京商工会議所杉並支部 杉並区しんきん協議会	斎藤大紀
15.3.11	中小企業を取り巻く経済・金融情勢	しののめ信用金庫	角田 匠
15.3.12	中小企業を取り巻く経済・金融情勢	西京信用金庫	角田 匠
15.3.13	「第二の創業」に挑む！～全国の中小企業の経営事例～	アイオー信用金庫	鉢嶺 実
15.3.19	平成27年度の経済見通しについて	函館信用金庫	斎藤大紀
15.3.20	地域経済と地方創生	尼崎信用金庫	角田 匠
15.3.24	2015年の経済見通し	三条信用金庫	斎藤大紀

○統計データの公表、レポート等の発刊予定 (公表日等は変更となることがあります。)

- 15.4.1 内外金利・為替見通し（月刊）<27-1>
- 15.4.14 中小企業景況レポートNo.159（2015年1～3月期）
- 15.4.20 全国信用金庫預金・貸出金（2015年3月末）
- 15.4.下旬 産業企業情報<27-1>中小企業の連携への取組み（仮）
- 15.4.下旬 産業企業情報<27-2>「まち・ひと・しごと創生」と中小企業（仮）
- 15.5.1 内外金利・為替見通し（月刊）<27-2>

＜信金中央金庫 地域・中小企業研究所 お問い合わせ先＞

〒103-0028 東京都中央区八重洲1丁目3番7号

TEL 03-5202-7671（ダイヤルイン） FAX 03-3278-7048

e-mail : s1000790@FaceToFace.ne.jp

URL <http://www.shinkin-central-bank.jp/>（信金中央金庫）

<http://www.scbri.jp/>（地域・中小企業研究所）