

SCB

ニュース&トピックス

No.2024-53

(2024.7.16)

信金中央金庫 地域・中小企業研究所

上席主任研究員 井上 有弘

03-5202-7671

s1000790@FacetoFace.ne.jp

データで読み解くこれからの信用金庫経営 (6) ネット銀行の預金

— ポイント経済圏などを背景に急増 —

ポイント

- インターネット銀行9行の2024年3月末の預金残高の合計は35.3兆円となった。預金の増加率は、9行合計で23年度中に18.9%増となった。
- 過去10年間の信用金庫とネット銀行の預金増加率をみると、ネット銀行の方が一貫して高い伸びを示している。ネット銀行の過去10年間平均の預金増加率は14.0%であり、10年前の10.9兆円から35.3兆円へ3倍以上の規模に拡大したことになる。
- こうした違いの要因は、チャネルや利用者の違いだけではない。より本質的な違いは、預金を巡るビジネスモデルの違い、特にネット銀行と連携するポイント経済圏にある。信用金庫においては、こうした状況を踏まえて預金獲得戦略を明確化する必要がある。

1. インターネット銀行

本稿では、インターネット銀行(以下、ネット銀行という。)の預金動向を確認する。ネット銀行に厳密な定義はないが、ここでは、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活動をする9行をネット銀行とする。このため、大手流通業の店舗内に設置したATMを主な顧客チャネルとする流通系銀行(イオン銀行、セブン銀行、ローソン銀行)は対象としていない¹。

ネット銀行9行の2024年3月末の預金残高の合計は、35.3兆円となった(図表1)。9行合計の23年度中の預金増加率は、18.9%となる。最大手の楽天銀行の預金残高は10.5兆円となり地方銀行で預金量5位の常陽銀行(本店は水戸市、24年3月末預金残高は10.6兆円)に次ぐ規模となるなど、地方銀行上位行の預金残高に匹敵するネット銀行もある。

(図表1) ネット銀行の預金動向等

銀行名	2023年度末 預金残高(億円)	2023年度中 預金増加率(%)	備考
楽天銀行	105,402	15.4	JR東日本グループと「JRE BANK」を24年5月開始
住信SBIネット銀行	94,658	18.6	「NEO BANK」ブランドのBaaS事業が収益化段階に
大和ネクスト銀行	45,086	15.0	大和証券、四国銀行の支店等が銀行代理店
ソニー銀行	40,796	16.8	ソニーフィナンシャルG傘下、外貨預金商品に特徴
auじぶん銀行	38,827	42.2	KDDIと三菱UFJ銀行により2008年に設立
PayPay銀行	17,800	6.7	PayPayの決済・小口送金と連携し金融基盤へ
GMOあおぞらネット銀行	6,159	48.9	日債銀信託銀行として開業、BaaS事業も展開
UI銀行	4,034	20.1	東京きらぼしフィナンシャルグループ傘下
みんなの銀行	256	12.6	福岡銀行、熊本銀行などとともにふくおかFG傘下
ネット銀行 9行合計	353,023	18.9	

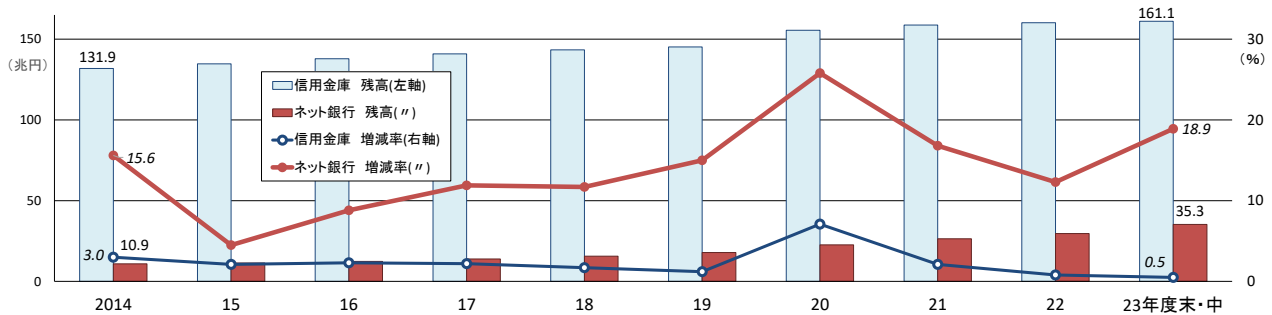
(備考) 各行のディスクロージャー資料等より、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

¹ ネット銀行と流通系銀行の概要については、金融調査情報 No. 2023-12 「インターネット銀行等の動向」(2024年1月)
(<https://www.scbri.jp/reports/finance/20240105-post-473.html>) を参照

2. 信用金庫との比較

過去 10 年間の信用金庫とネット銀行の預金増加率をみると、ネット銀行の方が一貫して高い伸びを示している(図表2)。ネット銀行の過去 10 年間平均の預金増加率は 14.0%であり、10 年前の 10.9 兆円から 35.3 兆円へ 3 倍以上の規模に拡大したことになる。対して信用金庫の 10 年間平均の増加率は 2.3%であり、最近では預金の伸びが鈍化傾向にある。

(図表 2) 信用金庫とネット銀行の預金増減率・残高の推移



(備考) 各行のディスクロージャー資料等より、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

3. 預金獲得におけるビジネスモデルの違い

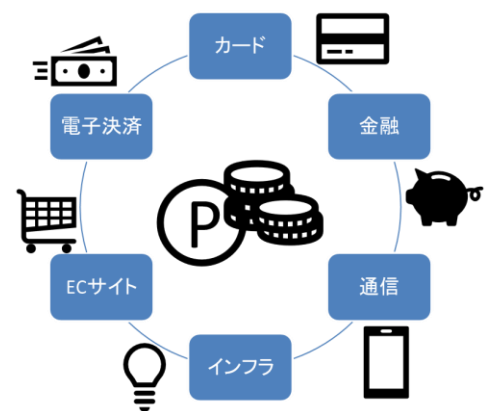
こうした増加率の違いの要因は、インターネット・バンキングの利便性や若年層への浸透といったチャネルや利用者の違いだけではない。より本質的な違いは、預金を巡るビジネスモデルの違いであり、特にネット銀行と連携するポイント経済圏にある²。

ポイント経済圏とは、楽天グループやPayPayのように、幅広いサービスで共通ポイントを発行し、ポイントが貯まり、使える同じ経済圏内でのサービス利用を促すものである(図表3)。ポイントだけでなくグループ内の銀行や証券会社等と連携して資金を滞留させる仕組みになっている。最近では、三井住友銀行の「Olive」のようにメガバンクでも同様の動きがみられる。

いずれも預金を獲得しにいくのではなく、サービスや商流の中にポイントや金融機能が組み込まれ、預金が集まる仕組みとなっている。

信用金庫においては、ビジネスモデルが大きく異なるネット銀行が強力な競合となったことを踏まえて、預金獲得戦略を明確化する必要がある。

(図表 3) ポイント経済圏のイメージ



(備考) 各種資料より、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

以 上

※信用金庫業界の各種データは、信金中央金庫 地域・中小企業研究所ホームページの「信用金庫統計」(<https://www.scbri.jp/publication/toukei/>)に掲載されています。併せて、ご活用ください。

本レポートは発表時点における情報提供を目的としており、文章中の意見に関する部分は執筆者個人の見解となります。したがって、投資・施策実施等についてはご自身の判断をお願いします。また、レポート掲載資料は信頼できると考える各種データに基づき作成していますが、当研究所が正確性および完全性を保証するものではありません。なお、記述されている予測または執筆者の見解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。

² ポイント経済圏との連携のほかに、ネット銀行による埋込型金融(BaaS)も預金増加率の違いの要因と考えられる。埋込型金融については、ニュース&トピックス No. 2023-47「埋込型金融の拡大と信用金庫への示唆—主導するネット専門銀行が商流のなかで競争力を高める—」(2023年11月)(<https://www.scbri.jp/reports/newstopics/20231101-post-464.html>)を参照