

## 地域を守るという使命

販売会社と大手金融機関（以下、プラットフォームという）による業務提携「第3幕」が本格化する。背景には、深刻化する人口減少と長寿社会という社会構造の変化だ。総務省統計局によると、2024年10月現在の総人口は前年比55万人減となり、東京・埼玉を除く45道府県で減少。一方、厚生労働省によると、平均寿命は男性81.09才、女性87.13才と世界有数の長寿国となっている。「人生100年時代」を生きるため、資産寿命を延ばす必要性が高まるなか、物価や教育費、住宅ローン金利の高騰により、共働き世帯が消費にお金を使わない傾向にあり、老後の不安すら覚えられない状況だ。本稿では、金融機関の外部提携の変遷にふれた上で、これから本格化する第3幕の方向性を論考したい。

第1幕は、外部金融機関との金融商品仲介提携だ。04年12月の改正証券取引法の施行とともに、銀行が金融商品仲介業者として有価証券売買を仲介することが解禁され、外部提携が進んだ。この結果、野村証券や大和証券、東海東京証券などの大手・中堅証券会社を取り扱う豊富な商品提供が可能となり、共同店舗の運営や銀行子会社IFAの設立が進んだ。この過程でSBI証券の「第4のメガバンク構想」のように資本業務提携という踏み込んだ提携も広がった。25年8月には東北銀行が提携し計10行におよぶ。さらに、16年以降、販売会社とファンドラップの提携が進み、地銀の約半数が導入した。

第2幕は、大手証券会社による包括業務提携である。野村証券は25年3月に百十四銀行と包括業務提携を公表、計6行まで拡大した。大和証券は四国銀行、岩手銀行と同契約をしている。地銀はこの包括業務提携により、営業人員を貸出業務など優先業務に集中させるとともに、投信口座を移管することでシステム費用から解放



される。また、大手証券の人員受け入れや豊富な商品を提供可能になる。課題は、銀行・証券の文化融合ができるか、富裕層営業中心となり地域の資産運用が空洞化する懸念にある。

第1幕と第2幕は主に商品拡充と事業効率化の観点で外部提携が進んだが、第3幕では量から質に力点が置かれた外部提携が進むと推察する。冒頭の通り、人口減少や長寿社会の到来で、資産運用ニーズは多様化しており「将来に備える」ための資産運用サービスの需要は高い。顧客にとって収入が途絶える退職後の老後資金確保は生き死に関わる。この地域の深刻な悩みに対して、販売会社とプラットフォームが地域を守るという思いを共有しつつ、商品ではなくサービスの質にこだわった動きが本格化する。販売会社は地域に根差した対面営業の強みを、プラットフォームは顧客のライフプラン実現に向けたゴールベースアプローチの仕組みを提供する。水平分業によるコスト効率化を図りつつ、LTV（顧客生涯価値）の最大化を目指すモデルだ。地域を守るという使命を全うするため、資産運用ビジネスの真価を発揮する第3幕が始まる。

日本資産運用基盤

事業本部執行役員 直井 光太郎