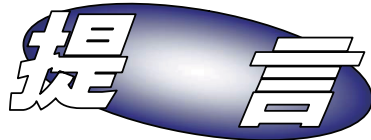


ニッキン 投信情報

ニッキン投信情報 (3)

オピニオン



このコラムは運用会社や金融機関のエキスパートの方に執筆をお願いしています。

銀行での投信窓販が解禁されてから20年以上が経過するが、地域銀行における預かり資産ビジネスはいまなお主要事業としての地位を確立できていないように見受けられる。「老後2,000万円問題」に象徴されるように一般生活者が自助努力で資産形成・運用を行う必要性への認知は広がっている一方、長引く低金利政策を背景に銀行の収益環境は厳しくなっており、預かり資産ビジネスへの期待は高まるばかりだが、残念ながら地域銀の預かり資産ビジネスの存在感に変化は感じられない。

本来であれば、給料の受け取りや生活資金の決済等に用いる預金口座の高い利用シェア等、他の金融機関を寄せ付けない圧倒的な強みを生かし、地域に居住する生活者の資産形成・運用のサポートをする主要な存在になり得るはずにもかかわらず、その地位をオンライン金融機関に脅かされる状況になっているのはなぜなのだろうか。

様々な理由は考えられるが、根本的なものの一つとして、預かり資産ビジネスに係る課題設定が適切でないため、十分な分析や対応策の策定、アクション等が行われていないことがあるように思われてならない。目標と実態のギャップ(=問題)を解決するための課題設定がずれてしまっているのは、それに対して

効果的な対応策が講じられ、実行されたとしても、問題解決にはつながらないことは言うまでもない。

例えば、「いかに投信販売額を増やすか」という課題を設定している地域銀は少なくないが、それは預かり資産ビジネスの目指す目標に向けての課題として果たして適切なものだろうか。確かに販売額を増やすことにより、目先の販売手数料収入につながるころはあるだろうが、その課題に引きずられ、販売しやすいテーマ性のある商品選定にば

地域銀の預かり資産ビジネスの課題とは

かり注力したり、回転売買に傾斜したりすることにもなりかねない。実際、このような状況に陥っている地域銀も少なくないと思われる。

預かり資産ビジネスを通じ、地域金融の要としての地域銀の存在感を更に高めるといった目標を考えた場合、設定すべき課題は、「いかに他の金融機関にはまねできない付加価値を提供し、幅広い顧客基盤を最大活用するか」となるべきであろう。この課題設定であれば、投信や保険というのは課題の一部を構成するのではなく、その対応施策の一つに過ぎなくなり、自らの預かり資産ビジネスに何が必要かを改めてゼロベースで発想することが可能となる。また、事業成果そのものを課題としてはいないが、幅広い顧客基

盤を用いた事業展開が達成できれば、長期的にはより持続可能性の高い事業モデルの確立も期待できる。

足元、地域銀にも広がりつつあるファンドラップ取り扱いの動きは、従来の投信販売の延長線上にある「手数料の高い新たな商材」と捉える考えも一部にあるようだが、より本質的には、多くの地域銀が目指す目標に向けての課題設定を改めて行いつつあることに伴うものであると考えられる。すなわち、一部の顧客にしか需要されない投資商品を販売するのではなく、銀行を利用する生活者にも親和性の高い伴走型の資産運用アドバイサービスを提供するために、投信というスキームそ

のものを見直し、アドバイ

スを契約に基づいて提供することができる投資一任スキームへの転換を進めている表れと見なすものである。

ただ、従来のファンドラップは投信同様に投資商品の色彩が強いものである。地域銀が適切な課題を設定し、対応策を講じるのであれば、提供すべきはより顧客のライフプランに即した資産運用アドバイサービスを提供するためのゴールベース型ラップサービスであるべきと考えられるが、残念ながらそこまで取り組みが進んでいる地域銀はまだ少ない。あるべき預かり資産ビジネスを再定義する過程で、適切な課題の再設定と対応策の一つとしてゴールベース型ラップの取り扱いが広がることが期待される。

(〇次郎)

日本金融通信社が記事利用を許諾しています

ニッキン投信情報 2021年11月29日発行 1191号 3ページ