

【地域金融機関さん、売るものが違います】

多胡秀人

「マイナス金利がボディブローのように効いてきている。いつまで続くのだ。」

地域金融機関の悲痛の叫びはますます大きくなっています。

メガバンクの場合、その収入基盤は海外やグループ企業へと多角化しており、伝統的業務(国内の預金貸出業務と有価証券運用)への依存度は低くなっているため軽症ですが、伝統的業務がほとんどである地域金融機関にとって、マイナス金利の影響は強烈と言わざるをえません。

4月4日の金融庁の検討会議でも論点になりましたが、直近の金融庁による地方銀行の収益分析調査によれば、

「地銀12行の2014年度の収益を分析した。市場金利がゼロになると全体の金利収益の45%程度は失われる状況だった。経営努力によって法人部門で稼げている地銀は企業向けの貸出金利から市場金利を差し引いた幅が大きい特徴があった。」(4/11 共同通信)。

筆者は4/4の検討会議の議論に参加していましたが、ここで言う「経営努力によって法人部門で稼げている」というのは、「リレバンをしっかりと取り組んでいる」と読み替えることができます。

金融庁の調査で答えは出ました。長短金利差そのものが収益の源泉となるALM部門が、マイナス金利により打ち出の小槌としてもはや機能しなくなった今、地域金融機関は事業性評価型の中小企業取引、すなわちリレバンに全力投入するしか道はないのです。

ところが、この後に及んでも、「低金利競争のボリューム追求だ」、「有価証券運用の多様化で乗り切る」と公言する地域金融機関が多く、半ば呆れる中で、いくつかの金融機関で、マイナス金利への対策として「預かり資産の販売目標を増やせ!の大小令」が発せられていると聞き、腰が抜けそうになりました。

いまや「大手生命保険が年金募集やめる、金利が低くなりすぎて販売できる保険がない、投信などもハイリスクなものばかり」という状況です。預かり資産業務は当然ながら縮小・休止すべきです。しかるに預かり資産営業にドライブをかける地域金融機関、まさに

「正体見たり」と言わざるをえません。「地域のため、お客さまのため」の社是は直ちに下すべきです。自己の利益しか考えていません。

高齢者の金融資産が目減りすることは十分予想されます。お客さまとの間で揉めるのは目に見えています。お客さまとの信頼関係は崩壊し、金融機関側の担当者の心の傷は深くなります。いま売るべきものは保険や投信ではありません。

地域金融機関がいまやるべきことは、地域のお客さまが取り扱っている商品を持ってあげること、顧客の販路拡大を手伝うことではないでしょうか。業種によって差異はありますが、お客さまの事業の利益率は市場金利との相関度が低く（ノンバンクや割賦などは別ですが）、マイナス金利の影響を直接的に受けるとは思えません。

マイナス金利になろうがなるまいが、「お客さまの営業利益を増やしてあげて、金融機関自身もその対価を頂戴する」というのがリレバンの本業支援の本質ですが、マイナス金利の環境である今こそ、このビジネスモデルが威力を発揮するのです。

リレバンの本業支援は地域顧客と地域金融機関との共栄共存、Win-Win のビジネスモデルです。それに対し、相場のアゲインスト時における預かり資產業務は、地域金融機関と保険会社/証券会社との Win-Win モデルであり、地域顧客は無視されていると言っても良いでしょう。

地域金融機関が、投信や保険を組織的に販売しても、お客さまの商品サービスを組織的に売ろうとしない理由は、前者が金融商品であるからでしょうか。「金融商品を取り扱うのが金融機関である」という固定概念の呪縛だという意見を聞きます。とはいっても、地域金融機関の投資信託の窓販解禁は 1998 年のこと。18 年の歴史に過ぎません。

一方、お客さまの商品サービスの販売サポートができるようになったのは第一次リレバンの 2003 年からであり、こちらも 13 年の歴史があります。地域のお客さまの立場から見れば、後者がはるかにありがたく、顧客ニーズに合致していると思うのですが、なぜ、ここまで差がついてしまったのでしょうか。

了