

## 地方銀行の保険窓販動向

研究員 安藤範親

### 1 はじめに

近年、地方銀行は預かり資産(個人預金・投資信託・公共債・保険)の営業を強化し、資産残高を伸ばしている。とりわけ、保険は2007年の銀行保険窓販の全面解禁以降順調に拡大している。

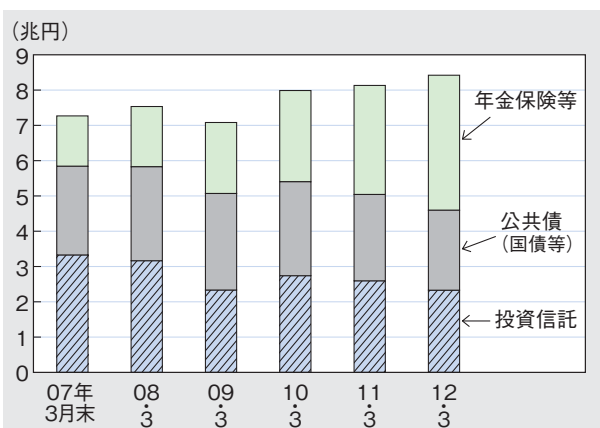
以下では、全国の地方銀行のなかでも、特に都銀とも競合し、かつ国内有数の金融激戦区である関東甲信越地域を対象に、その拡大背景にどのような獲得方針があったのか、また狙いは何だったのかを整理してみたい。

### 2 預かり資産の動向

関東甲信越に本店を置く地方銀行の預かり資産残高の推移をみると(第1～4図)、預金の前年比伸び率は、2%前後で安定的に推移している。また、預金以外の預かり資産は、08年秋のリーマンショックにより、09年3月に株式市場が大きく落ち込んだ影響で、投資信託の残高が目減りした。そのため、08年度の預金以外の預かり資産残高は減少したが、それ以降は預金と同水準の増勢となっている。

この間、商品別の増勢をみると、ウェイトの高かった投資信託のほか公共債が減少に転じる一方で、保険の伸びが目立っている。

第1図 預金以外の預かり資産の推移



資料 各地方銀行のディスクロージャー、決算短信などから作成  
(注) 関東甲信越に本店を置く地方銀行13行のうち、期間内に合併した地方銀行を除く12行を集計。

これは、景気低迷に伴う株式市場の停滞と低金利から、投資信託や公共債の魅力が低下した結果、株式や投資信託などと比べて元本割れのリスクが少なく、預金や国債などの公共債よりも利回りの高い保険に個人の関心が高まったためと考えられる。

また、地方銀行側においても、個人の資産運用ニーズの高まりに対し、販売手数料収入の増加を図ろうと、保険商品の品ぞろえ拡充や販売体制を強化したことが挙げられる。

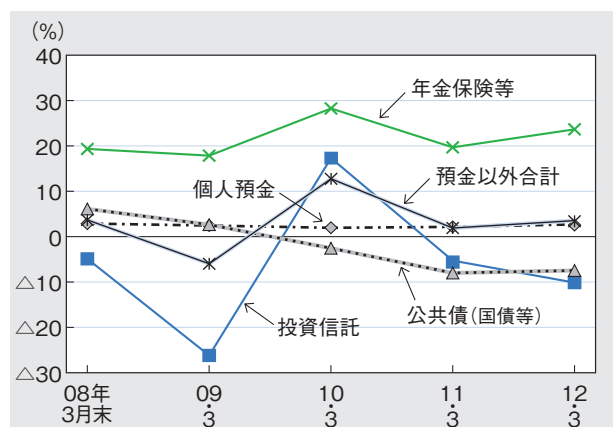
### 3 保険の獲得方針

#### (1) 受け皿商品の充実

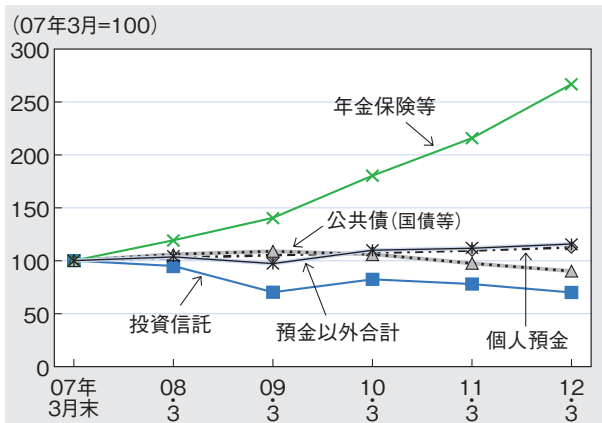
地方銀行は、定期預金、保険、国債などの満期金、償還金、また、退職金など資金に余裕のあるシニア層のまとまった資産を獲得する手段として、その受け皿となる商品ラインアップの充実化を行っている。そのラインアップの一つとして個人年金保険や終身保険などの生命保険の拡充があった。

まず、07年からは、定年退職を迎えた団塊世代の退職金を預かり資産に取り込もうと、年金受取口座の獲得と共に、定期預金や投資信託、個人年金保険などが推進された。そのなかでも個人年金保険は、景気低迷の影響もあり、老後の資産運用において安定志向であ

第2図 預かり資産(商品別)の増勢(前年比)



資料、(注)とも第1図に同じ

**第3図 預かり資産(商品別)の増勢**

りながらも金利が低い預金には不満な層から、元本割れリスクの低い保険商品を中心に受け入れられた。

また、保険金の非課税枠活用による相続税対策として、そして、解約払戻金増による中長期的な資産形成を狙った終身保険なども推進された。

次に、09年からは、02年10月の個人年金保険の窓口販売の解禁から満期を迎える商品が出てきた。これに対応して、他金融機関への資金流出防止のためにも、保険の商品拡充で対応した。

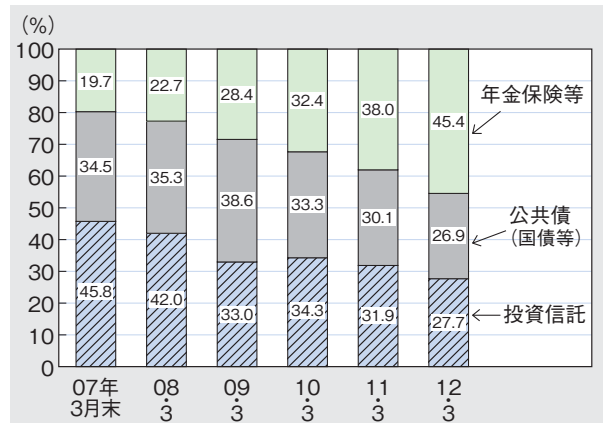
さらに、10年4月から12年3月にかけては、定期預金の満期金の対応策としても推進された。特にゆうちょ銀行の定額貯金の満期が、この期間に集中したため、流出資金の新規獲得に向けて推進された。

最後に、11年からは、06年に発行が開始された個人向け国債(固定5年)の償還が始まったため、近年の低利回りの影響などで、国債への再投資に向かわない償還金の新たな運用先として推進された。

## (2) 住宅ローン利用と共に推進

07年の銀行の保険窓販の全面解禁以降は、住宅ローン借換え時や新規申し込み時に、既存保険などの家計支出の見直しをする顧客が多いことから、ローン実行後に医療・がん保険などの顧客ニーズを掘り起こしてきた。

また、12年4月からは、住宅ローン申込時に保険募集を禁じていたタイミング規制が緩和され、住宅ローンの申込時にすべての保険商品を販売できるようになったため、長期火災保険などの販売と共に注力されている。

**第4図 預金以外の預かり資産構成比の推移**

## (3) 子ども手当の取り込み

10年6月からは、子ども手当の資金獲得に向けて、教育資金の計画的な積み立てに便利な学資保険が推進された。

## 4 獲得方針の狙い

上記獲得方針には次のような狙いがあるようだ。

まず、顧客利便性の向上による収益の増加・安定化である。金融商品のラインアップを充実させるワンストップ・ショッピング化を目指すことで、顧客の幅広いニーズに応えることによる収益力強化が進められた。

次に、生涯取引を狙った囲い込みである。従来、20～40歳代のマス層(保有金融資産3,000万円未満)やファミリー層に対しては、給振や住宅ローン以外の接点を持つことは容易でなかった。ところが、全面解禁以降は、生命保険や医療保険などの相談から接点を増やし資産形成の相談に応じることで、将来の住宅ローンや教育ローンの獲得が期待できるようになった。さらに、保険を中心としたクロスセルでこれらの世代を囲い込む、生涯取引も目指されている。

## 5 おわりに

以上のような方針・狙いから、地方銀行は、保険商品の販売を拡大させてきたが、今後は契約獲得だけでなく、顧客のアフターフォローが重要となるだろう。保険推進体制の強化・高度化がこれからの課題だ。

(あんど う のりちか)