

新規参入銀行の現状

—— 利便性を提供し特定業務に特化する新規参入銀行 ——

〔要 旨〕

1. 2000年から2001年にかけて、ジャパンネット銀行、アイワイバンク銀行、ソニー銀行、イーバンク銀行が銀行業に参入した。これらの銀行は、インターネットやATMを主な取引チャネルとして業務を行っている。参入の背景には、①インターネットの普及、②金融機関を取り巻く環境の変化、③親会社との補完・相乗効果の発揮等がある。
2. ジャパンネット銀行は、比較的幅広い商品を提供する一方で、ネット上での決済にも力を入れている。アイワイバンク銀行は、セブンイレブン等の店内に設置したATM網を他行に開放して手数料を得るATM事業と、アイワイバンクとしての銀行業務を行っている。ソニー銀行の場合は、個人の資産運用のための銀行として、外貨預金や、投資信託も提供している。イーバンク銀行は、ネット上での決済業務に特化している。
3. 日本経済新聞社実施の『金融行動調査』によって、利用者側の状況をみると、2000年から2001年の調査では、コンビニエンスストアに設置されたATMの利用経験者の割合は倍増し、特に若い世代の利用が増えた。インターネットバンキングの利用経験者の割合は5%で、若い世代ほど利用割合が高いが、インターネット利用者のなかでは高齢層でも利用が徐々に普及している。新規参入銀行のなかでは、ソニー銀行、アイワイバンク銀行に対して利用意向を持つ人の割合が比較的高い。
4. 新規参入銀行は、特定の業務に特化しており、既存の銀行のようにフルサービスを提供しているわけではない。そのため、これまでのメインバンクに対して、特定の分野については既存の銀行以上に密接な取引を行うセカンドバンクを志向している。これらの銀行の利用者が増えると、お金を下ろすなら銀行ではなくコンビニエンスストアへ行くというように、金融機関利用者の行動が変化することも考えられる。
5. 新規参入銀行の利用者拡大には、提供している商品やサービス内容の認知が重要である。セカンドバンク志向とはいえ、既存の銀行と競合する業務分野も多く、競争も厳しい。2001年9月の中間決算では、①開業直後であるため顧客の数が少ない、②予定している商品やサービスが出そろっていない、③情報システムやATMの設置等に経費がかかった、④顧客を囲い込むため手数料の割引や金利の優遇を行った、⑤低金利で運用環境が厳しい等により各行とも最終赤字となった。銀行免許取得の条件として開業後3年目の黒字化を義務づけられており、各行とも収益の拡大が急務となっている。

目 次

はじめに

1. 新しい銀行の設立の背景

2. 各銀行の概況

(1) ジャパンネット銀行

(2) イーバンク銀行

(3) ソニー銀行

(4) イーバンク銀行

3. 金融機関利用者の意識と行動

(1) インターネットバンキングの利用状況

(2) CVSのATM利用状況

(3) 新規参入銀行の利用意向

(4) まとめ

4. 新規参入銀行の特色と今後の課題

(1) 特色

(2) 新規参入銀行の課題

おわりに

はじめに

2000年10月に、「日本初のインターネット専業銀行」として、旧さくら銀行の出資によって、ジャパンネット銀行が開業した。2001年5月にはイトーヨーカ堂グループの出資によるアイワイバンク銀行（以下IWバンク）、6月にはソニーが出資するソニー銀行、7月には、伊藤忠商事や日本テレコム等の出資によるイーバンク銀行が開業した

（第1表）。店舗網を持たない銀行としては、旧山一信託銀行の株式取得によって設立されたオリックス信託銀行が1998年から営業しているが、これらの銀行は事業会社等が、既存銀行を買収するのではなく、新たに銀行免許を取得して設立した。

本稿では、インターネットやATMを主な取引チャネルとし、独自に銀行免許を取得して営業している上記の4行をとりあげ、それぞれの業務の特徴を明らかにし、これまでの実績をまとめる。そして、これらの

第1表 新形態の銀行の参入状況

	ジャパンネット銀行	アイワイバンク銀行	ソニー銀行	イーバンク銀行
開業	2000年10月12日	2001年5月7日	2001年6月11日	2001年7月23日
資本金	200億円	202億円	375億円	89億円
主要株主	さくら銀行、住友銀行、富士通、日本生命、東京電力、三井物産、NTTドコモ、NTT東日本	イトーヨーカ堂、セブンイレブンジャパン	ソニー、三井住友銀行、JPモルガン	伊藤忠商事、住友商事、日本テレコム、日立製作所、あさひ銀行、ヤフー等
目標口座数	3年後：100万口座	—	3年後：40万口座 5年後：60万口座	3年後：150万口座 5年後：300万口座
目標預金量	3年後：1兆円	3年後：700億円弱	3年後：6,000億円 5年後：1兆円	5年後：決済取扱金額5,000億円程度

資料 各社のプレスリリース、新聞記事等をもとに筆者作成

(注)1. 資本金、主要株主は開業時。

2. 目標口座数、預金量等は開業時の事業計画等。

銀行が金融機関と利用者の関係にどのようなインパクトを与える可能性があるのかを考察してみたい。

なお、本稿は2002年3月上旬までに得られた情報に基づいて執筆した。

1. 新しい銀行の設立の背景

2000年から2001年にかけて新しい銀行の設立が相次いだ背景としては、以下の3点が考えられる。

一つは、インターネットの普及である。国内のインターネット利用者人口は、総務省の『情報通信白書 平成13年版』によれば、2000年末には4,708万人（推計値）と前年比74.0%増加し、2005年には8,720万人に増加する見込みである。インターネット利用者の増加によって、インターネットを主要な取引チャネルとすることが可能になり、従来の銀行のように店舗を持つ必要性が薄れた。店舗を建設せずにすむことは、銀行業への参入コスト低下につながった。また、インターネット経由での取引は、365日24時間営業を容易にした。24時間取引が可能であれば為替相場や株式相場の変動に対応しやすく、金融取引はインターネットの利用になじみやすい要素をもっている。

第二に、金融機関を取り巻く環境の変化が挙げられる。金融ビッグバンが進展するなかで、既存の銀行は不良債権問題等を抱え、利用者から経営に対して厳しい目を向けられるようになった。経営の効率化のため、支店の統廃合や、窓口での手数料引上

げ等、利用者側からはサービスの低下と映る方策がとられることもあった。一方で、コンビニエンスストア（以下CVS）における公共料金等の収納代行件数が増加する等、利便性に対する潜在的な利用者ニーズをとらえることはビジネスチャンスともみられた。また、新規参入銀行は、不良債権といった過去の負の遺産を持たないため、思い切った手数料や金利体系を打ち出せるのではないかという期待もあった。

第三に、親会社の業務との相乗効果や、補完効果を発揮することが期待されている。例えば、IYバンクの場合、セブンイレブンのATMでお金を引き出す客がついでに買い物をするといった金融と物販との相乗効果が期待されている。また、ジャパンネット銀行を設立した旧さくら銀行の場合は、専業子会社の設立により、インターネットに強いブランドを構築し、旧さくら銀行のイメージにはひきつけられないインターネットユーザーを新しい顧客として獲得することを目指したと考えられる。

都銀等のなかには、インターネットユーザーへの訴求のため、専業子会社ではなくインターネット支店を設立したところもある。スルガ銀行ソフトバンク支店、富士銀行エムタウン支店、UFJ銀行インターネット支店がその例である。インターネット支店の利用者は、店舗の利用ができないかわりに、金利や手数料の優遇を受けることができる仕組みだが、これらはあくまで支店の一つであり、それぞれの銀行のブランドの下で業務を行っている。旧さくら銀行の

場合は、別のブランドのもとで独自の価格体系や提携関係を構築することを選択した。

2. 各銀行の概況

各銀行の現在の業務の概況について、ヒ

第2表 各銀行のサービス内容

	ジャパンネット銀行	アイワイバンク銀行	ソニー銀行	イーバンク銀行
口座開設方法	- HP上の申込みフォームに入力し、送信 - 同行より郵送される申込み用紙に署名・捺印。本人確認書類のコピーとともに送付 - キャッシュカードとIDカードが郵送される - 郵送される仮暗証番号を使って、電話にて暗証番号を登録。ウェブ上でパスワードを登録する	- HP上の申込みフォームに入力し、送信 - 同行より郵送される申込み用紙に署名・捺印。本人確認書類のコピーとともに送付 (セブンイレブン等に備え付けの申込み用紙も利用可能) - カード、利用ガイド等が郵送される - お客様IDとキャッシュカードの暗証番号で認証を受けた後、ログインパスワード等を登録	- HP上の申込みフォームに入力し、申込み用紙の郵送を依頼する。あるいは申込み書PDFをダウンロードし、印刷する - 口座開設申込み用紙に記入・署名のうえ、本人確認書類のコピーとともに同行に郵送 - 申込み受付のE-mailが届く - キャッシュカードが郵送される - ログインした後、取引暗証番号、合い言葉などを登録	- HP上の申込み用紙に入力し、送信 - 本人確認書類のコピーを郵送、あるいはファックス - 同行よりThank youレターが郵送される - ウェブ上で、Thank youレターに記載の支店番号、口座番号、仮ログインパスワードを入力してログインし、任意のパスワードを登録する
商品・サービス	- 普通預金 - 定期預金 - カードローン - JNBビザカード - 海外旅行傷害保険(ニッセイ同和損保) - J-デビット - ネットデビット - 振込、振替 - 口座自動振替	- 普通預金 - 振込	- 普通預金 - 定期預金 - 積み立て定期 - 振込、振替 - 投信 - カードローン - 住宅ローン - 外貨普通預金 - 外貨定期預金	- 普通預金(付利は300万円まで) (定期預金は2001年11月1日に新規設定を終了) - 自内送金(振替)
対象	日本在住の個人顧客 法人顧客は提携先法人および提携先営業性個人のみ	日本在住の個人顧客	日本在住の個人顧客	日本在住の個人 法人はイーバンクで決済業務を行う法人のみ
※チャンネル	- インターネット - iモード - わくわくステーション(インターネットTV) - ブチウェブ(インターネット端末) - ポケットPC - ダイヤルアップ接続 - 郵便 - 電話 - 提携行ATM @バンク(am/pm)ATM - イーネット(ファミリーマート等)ATM	- 自社ATM(セブンイレブン等) - 提携行ATM - BANCS加盟都市銀行のATM - インターネット - iモード - 電話	- インターネット - 電話 - 提携行ATM(含む郵貯) @バンク(am/pm)ATM	インターネット(入金はイーバンク指定の口座を経由、出金は利用者の指定する口座経由で行う)
手数料	- 口座維持手数料105円/月(条件を満たせば無料) - 振込手数料(インターネット、iモード) - 自52円/件(iモードは10円)他行3万円まで168円、3万~1,000万円 262円 - 提携ATM - 預入 無料 - 引出 月3~4回まで無料 - それ以上は157円	- 口座維持手数料 無料 ~315円/月(取引明細表の確認方法により異なる) - 振込手数料(取引明細をインターネットのみで確認の場合) - 自105円/件(ATM) (インターネット、iモードは52円) - 他行210円、420円 - ATM利用手数料 - 預入 無料 - 引出 無料(19~7時、105円)	- 口座維持手数料 無料 - 振込手数料(インターネット) - 自 無料 - 他行 210円/件 - 提携行ATM利用手数料 - 平日昼間 - 預入 無料 - 引出 月2~4回まで無料 - それ以上は105円	- 口座維持手数料 無料 - 自内個人間の送金手数料 無料

資料 各社HP等をもとに筆者作成

(注) ※チャンネルには取引を行わない問い合わせ用のカスタマーセンターは含まない。

アリングを行った結果もふまえて紹介したい（第2表）。

(1) ジャパンネット銀行

ジャパンネット銀行の業務は、バンキング業務とネット決済業務に分けられる。

a. バンキング業務

店舗を持たない銀行での口座開設はどのように行われるのか、ジャパンネット銀行を例にみてみよう（第2表参照）。

まず、ジャパンネット銀行のホームページ（以下HP）上にある口座開設申込みフォームに、必要事項を入力し送信する。同行から入力内容が印字された申込み用紙が郵送され、それに署名、捺印し、本人確認書類のコピーと一緒に送り返す。これらの書類が確認されると、キャッシュカードとIDカードが郵送されてくる。開設した口座への入金、三井住友銀行のATM、CVSのam/pmの@BANK、ファミリーマート

等のE-netのATMへの入金、あるいは他行からの振込によって行う。

現在、同行では、普通預金以外に、定期預金、カードローン、JNBビザカード、ニッセイ同和損保の海外旅行傷害保険を扱っている。これらの商品は、インターネット、電話、携帯電話(iモード)等から申し込むことができる。また、郵便で申し込むことができるメール定期という商品もある。第3表にみるように、普通預金、定期預金の金利は、都銀等よりも高めに設定されている。振込手数料は、自行内の場合、インターネット経由で52円、iモード経由では10円に設定されている。同行では、他の3行では現在行われていない公共料金等の口座自動振替を行うことも可能である。

同行では、当初、2002年3月以降は、特定の条件を満たす場合を除き、月額1,050円の口座維持手数料を徴収する予定であった。しかし、利用者から引下げの要望が多かったため、2001年12月に月額105円に引き

第3表 預金金利の比較

(単位 %)

	普通 預金	スーパー定期 (300万円未満)						
		1ヶ月	3ヶ月	6ヶ月	1年	2年	3年	5年
ジャパンネット銀行	0.05	0.06	0.07	0.07	0.10	0.12	0.15	-
アイワイバンク銀行	0.05	-	-	-	-	-	-	-
ソニー銀行	0.05	0.10	0.20	0.35	0.36	0.38	0.40	-
イーバンク銀行	*0.20	-	-	-	-	-	-	-
東京三菱銀行	0.02	0.03	0.03	0.03	0.04	0.05	0.07	0.10
UFJ銀行	0.02	0.03	0.03	0.03	0.04	-	0.069	0.10
大和銀行	0.03	0.04	0.04	0.04	0.04	0.05	0.07	0.15
郵便局	0.02	0.03	0.03	0.03	0.04	0.05	0.07	-

資料 各社HP

- (注) 1. 2002年3月14日現在。
 2. 「-」は、取扱いなし。
 3. イーバンクで金利が付与されるのは300万円まで。
 4. 郵貯はニュー定期の金利。

下げた。あわせて、手数料無料の条件である前月の預金平均残高を30万円以上から10万円以上に下げ、また、ローンカードの保有者は無料にする等大幅に緩和した。同行では、これにより、3月以降実際に口座維持手数料を払う人は少ないとみている。

b. ネット決済業務

ネット上での決済は、大きく分けて以下の3分野で行われている。

第一に、提携先金融機関の商品購入に対する資金決済である。野村證券等のオンライントレードでの買付代金の振込、三井ファイニング等の保険、投資信託の購入代金の振込が可能である。例えば、野村證券のホームトレードで売買代金を支払う際、ホームトレードの画面から直接ジャパンネット銀行の口座画面にアクセスして代金を振り込むことができる。振込手数料は、購入先企業側が負担するため、利用者は支払う必要がない。

第二は、インターネット上での買い物代金の決済である。ジャパンネット銀行のHPには、同行の口座から代金を支払うことができる提携先企業の一覧が掲載されており、企業の名前をクリックすると、当該企業のショッピングサイトを閲覧することができる。これらの企業の商品を購入する場合、代金は企業側の指定する方法によって支払う。手数料は、企業によって無料の場合と105円までの料金がかかる場合がある。現在90程度の店や商店街(モール)で買い物ができる。

第三は、インターネットオークション国内第1位のヤフーオークションのオフィシャルバンクとしてのサービス提供である。ヤフーオークションでは、詐欺行為や違法出品を避け、参加者が安心してオークションに参加できるよう、2001年5月から本人確認を実施し、月額294円(税込み)の参加費徴収を開始した。参加費の徴収は、ヤフーオークションのオフィシャルバンクの口座振替か、クレジットカードからの引き落としによって行われる。オフィシャルバンクには、ジャパンネット銀行のほか、イーバンク銀行、富士銀行エムタウン支店、スルガ銀行ソフトバンク支店が指定されている。

ヤフーオークションは、2001年12月時点で出品数が300万点を超える国内第1位のオークションサイトである。参加費の支払い用に30万人以上がオフィシャルバンクのいずれかで口座を開設しており、ジャパンネット銀行の口座数増加にも寄与したとみられる。

c. 利用者等の状況

ジャパンネット銀行は、これまでに約45万口座を獲得したとしている。預金残高は、2001年9月末で640億円(当時は約40万口座)であり、1口座あたりの預金残高は約16万円であった。同行によれば、利用者は30歳代の男性が多いが、10歳代から60歳代まで幅広く、インターネット利用者の拡大により、専業主婦の利用も増えてきたという。アンケート調査等では、預金金利の高

さよりは、ネット決済の利便性、24時間取引可能、振込手数料が安いこと等に魅力を感じて口座を開設する人が多いようである。ネット決済は、オンライントレードの代金支払いに利用されることが多いという。

同行は、個人の預金を集めて個人ローンや有価証券等で運用する収益と、ネット上で決済サービス提供による手数料収益とを主な収益源としている。2001年9月の中間決算で、資金の運用利回りから調達コストを差し引いた利ざやは0.03%であった。インターネット銀行の利ざやは、既存の銀行よりもかなり低いのが一般的である。現在の低金利という環境では、金利を上げる等して無理に預金を獲得すると逆ざやになる可能性もある。同行では、運用力強化のため個人ローンの伸長に力を入れるとともに、提携先企業を増やし、決済手数料の増加に力を入れていく予定である。

(2) IYバンク銀行

IYバンクの業務には、ATMネットワークを提携行等に開放し手数料を得るATM事業と、バンキング事業がある。

a. ATM事業

IYバンクのATMは、開業時の64台から、2002年3月2日には3,024台に増加した。2006年3月には7,150台の設置を予定している。設置場所は、東京、神奈川、埼玉、静岡、兵庫、大阪のセブンイレブンが中心だが、一部のデニーズ、イトーヨーカ堂にも置かれている。

IYバンクの提携先のUFJ、あさひ、三井住友、静岡、横浜、千葉、新生の各銀行、野村證券、日興コーディアル証券の利用者は、IYバンクのATMを利用することができる。また、同行のATMはBANCS（都銀キャッシュサービス）のシステムと接続されており、上記提携行以外の都銀利用者もATMで残高照会、預金の引出が可能である。^(注1)これらの提携先の利用者がIYバンクの

第4表 コンビニエンスストアに設置されるATM

運営会社・ATM名	利用できるコンビニ	利用可能な金融機関	設置台数	ATMのある都道府県
アイワイバンク銀行 (2001年5月開業)	セブンイレブン	UFJ, あさひ, 三井住友, 新生, 静岡, 横浜, 千葉, 野村証券, 日興コーディアル証券, BANCS加盟都銀	約3,000	東京, 大阪, 神奈川, 兵庫, 埼玉, 静岡
ローソン・エーティーエム・ネットワークス (2001年5月設立)	ローソン	東京三菱, UFJ, 三井住友, みちのく, 親和, 八十二, MICS提携金融機関	約1,900	東京, 大阪, 神奈川, 兵庫, 北海道, 青森, 長野, 長崎
イーネット (1999年9月設立)	ファミリーマート サンクス ミニストップ スリーエフ デイリーヤマザキ	東京三菱, 第一勧業, 三井住友, 三菱信託, 住友信託, スルガ, 千葉, 京葉, 日本生命, 第一生命等全22社とMICS提携金融機関	約3,800	東京, 大阪, 神奈川, 兵庫, 青森, 茨城, 栃木, 群馬, 埼玉, 千葉, 岐阜, 静岡, 愛知, 三重, 京都, 奈良, 長崎, 沖縄
アットバンク (1999年3月設置開始)	am/pm	三井住友, ジャパンネット銀行, ソニー銀行, MICS提携金融機関	約1,140	東京, 大阪, 神奈川, 兵庫, 埼玉, 千葉, 群馬, 京都, 奈良, 福岡

資料 日本経済新聞2002年2月10日記事に加筆

(注)1. 2002年2月末時点, アットバンクのみ1月末時点。

2. MICS提携金融機関は、都銀、地銀、信金、労金など。

ATMを利用すると、IYバンクには提携先金融機関から利用手数料が入る。

提携先金融機関がATM利用者から徴収する利用手数料は、個別に設定されている。例えば、キャンペーン等を除く通常の場合、平日の昼間にIYバンクのATMを利用すると、UFJ銀行利用者の支払う手数料は52円、新生銀行利用者は無料、三井住友銀行利用者は105円である。各行が、IYバンクのATMの役割をどのように位置付けるかによって、手数料に差が生じているものとみられる。

店内へのATMの設置については、他のCVSも行っている(第4表)。2001年秋からローソンでもATMの設置が始まり、主要なCVSでのATM設置が加速化している。今後とも設置される地域、台数は増える予定である。

(注1) 提携行は、365日24時間利用可能、預入が可能だが、BANCS経由の場合は利用できない時間帯があり、預入は不可。利用手数料も提携行の方が安いといった違いがある。

b. バンキング事業

セブンイレブン内にATMを設置するだけであれば、銀行免許をとる必要はない。しかし、ATMの設置にとどまらず、独自の銀行を設立した背景には、イトーヨーカ堂各店に、顧客から預金のお出し入れや振込を24時間行いたいという要望を受けたこと、セブンイレブンが行っている公共料金の収納代行件数、金額が増加したこと等があった。イトーヨーカ堂、セブンイレブン等の小売業の分野でトップレベルの実績を持つ

経験を生かせば、既存の銀行が十分に満たしていない利用者ニーズを満たすことができると考えたのである。セブンイレブンには、1日1千万人のレジ通過客があり、これらの顧客が潜在的な顧客基盤と想定された。

同行は、顧客の「おサイフがわりの銀行」を目標に、普通預金を提供している。預金者は365日24時間、ATM、インターネット、携帯電話(iモード)によって残高照会、預金のお出し入れ、振込を行うことができる。口座維持手数料は、インターネットで利用明細を確認する場合は無料だが、利用明細の郵送を希望する場合は月額105円(条件を満たせば無料)、郵送とインターネットでの確認を希望する場合は315円かかる。

c. 利用者等の状況

2001年9月時点で、ATM1台あたり1日の利用件数は平均20件(残高照会を除く)であり、採算ラインの約60~70件を下回った。ATMの利用件数が少なかった原因として、同行では、提携行との接続が計画よりも遅れたこと、設置がある程度進むまで、テレビCM等の宣伝を控えたためATMについての認知度が上がらなかったこと等を挙げている。

IYバンクでは、CVSにATMが設置されていることを利用者に認知してもらい、それを使ってお金をお出し入れすることが習慣となるよう、利用者の行動を変化させたいとしている。2001年秋からローソンがATMの設置を開始したことも、「お金をおろすな

ら近くのCVSへ」という習慣の形成を後押しするのではないかと考えている。

一方、バンキング業務については、2002年2月下旬で約4万9,000口座を獲得した。2001年9月末の預金残高は14億9,700万円、口座数は約1万3,000口座であり、1口座あたりの預金額は約11万円であった。口座開設者は、性別では男性が8割、年代別では30歳代が最も多く3割以上、40歳代、20歳代がそれぞれ2割以上を占め、セブンイレブンの利用者層とある程度重なった。

同行はスタンダード & プアーズ社から長期格付け「A」を取得しているが、2月時点では、ペイオフ凍結解除を控え、大口預金の資金分散化を図る資金が大量に流入する動きは特にみられないという。同行のコンセプトは、おサイフがわりの銀行であり、1口座あたりの預金残高を大きく増やすことは目的としていない。預金を集めて資金運用で収益を上げることを想定していないため、定期預金やローン等の取扱いは行っていない（貸越ローンの導入は検討されている）。

IYバンクは、ATMが業務運営の中心であるため、開業以来、ATMの設置に注力し、IYバンクの口座を増やすことにはあまり力が入れられなかったという。今後は、イトーヨーカ堂やデニーズへのATM設置、あるいはアイワイカードの発行により、利用者層の拡大にも力を入れる予定である。

アイワイカードは、クレジットカード機能のほかに、イトーヨーカ堂のポイント

カードとしての機能も有しており、イトーヨーカ堂で買い物をする主婦層への浸透を図っている。クレジットカードは、IYバンクとは別のグループ子会社が発行しているが、IYバンクの口座を引き落とし口座として指定すると500円分のポイントがつくキャンペーンを行っている^(注2)。このポイントは、イトーヨーカ堂での買い物代金の支払いに使うことができる。ATMの設置が一段落した後は、グループ内で、流通と金融の相乗効果発揮を追求していくことになるとみられ、アイワイカードの導入がどのような効果をもたらすかが注目される。

(注2) 別会社でのクレジットカード発行は、親会社と連携したマーケティングをより柔軟に行うことを目的としている。共同で顧客獲得キャンペーンを行う際には、IYバンク発行のクレジットカードと誤認されないよう、営業担当者の制服などを明確に区別する。

(3) ソニー銀行

ソニー銀行は、インターネットの特性を生かし、従来の銀行にない分かりやすさ、使いやすさだけでなく、面白さも取り入れながら、個人向けに資産運用ツールの提供を行うことを目指している。

a. 取扱い商品

ソニー銀行に口座開設を申し込むと、普通預金口座が開設される。口座には、郵便局、三井住友銀行、am/pmの@BANKのATMか、他行からの振込で入金する。普通預金のほか、定期預金、外貨普通預金、外貨定期預金、投資信託、カードローンを扱っている。2002年3月からは積み立て定期、

住宅ローンの取扱いを開始し、目的別ローンの導入も予定されている。

b. MONEYKit

MONEYKit(マネーキット)は、同行の商品やサービスを利用するためにインターネット上で使うソフトウェアである。マネーキットのアドレスにアクセスしてログインすると、商品やサービス、参考情報、自分の取引状況を見るための24種類のツールがボタンで表示される。マネーキットは、将来の資金計画や資産運用について考え、調べ、行動することをサポートするものと位置付けられている。

現在、同行の利用者は、取引の基盤となるソフトとして、マネーキットかMONEYKit-PostPet(マネーキット・ポストペット)のどちらかを選択することができる。マネーキット・ポストペットでは、ペットがインターネット上で目的別貯金箱の見張り番をする。利用者は、旅行、結婚、住宅取得等の目的別に分けて貯金箱を作り、貯金の目標額に近づくと、ペットが「頑張れ」と励ましたり、目標額に達すると「目標達成だね、おめでとう」などと画面上で声をかける。ポストペットは人気の高いメールソフトであり、^(注3)そこでおなじみのペットとともに楽しみながら、貯金や取引を行うことができる仕掛けとなっている。

このどちらのソフトからも、MONEYKitアドバイスエンジンというサービスを利用できる。家族情報、ライフプラン(収入、生活費、保険・個人年金、ライフイベント等)、

資産情報、リスク許容タイプを入力すると、利用者の現在の資産状況や入出金の状況を分析し、今の資産状況がライフプランにあっているか、将来はどのようになるかの予測を示す。また、利用者にとってより適切と思われる資産運用についてのアドバイスも提示する。

(注3) ソニーの子会社であるソニーコミュニケーションネットワークが開発し、発売する電子メールソフト。クマやウサギ等8種類のペットが電子メールを配達する。ユーザーはペットの飼い主としてペットをなでたり、エサを与えたりできる。

c. 利用者等の状況

ソニー銀行は、2002年2月末で、78,683口座、926億円の預金を獲得した。1口座あたりの平均預金残高は約118万円と、他の3行よりも多い。決済業務を中心とする他行と異なり、同行はお金を預ける目的に利用されていることがうかがわれる。

設立直後の発表では、利用者は20歳代から40歳代が中心で、性別では男性が大半を占めた。しかし、マネーキット・ポストペットの導入(2001年12月)により、11月末時点で18%だった女性利用者の割合が12月には3割を超えた。その他、1月から郵貯ATMとの接続を開始し、地方圏の利用者拡大を図っている。

同行の定期預金の金利は他行と比べて高く(前掲第3表)、また、長期格付けも「A-」(S&P)と相対的に高いため、ペイオフの凍結解除を契機に資金移動を考える利用者を取り込む可能性もあろう。マネーキットには、「ペイオフを考える」という特集が組ま

れ、ペイオフの説明や、今後は預金者の行動が重要になること等が説明されている。特に、同行への預け替えを示唆するものではないが、ペイオフを契機に行動を起こす預金者の利用を意識しているとみられる。このほか、半期の業績だけでなく、四半期の業績を開示したり、エンロン関連債券の保有状況を知らせるなど、情報を公開することによって、利用者の経営への信頼性を高める取組みを行っている。

ソニー銀行は、集めた預金の運用収益や、利用者が投資信託等を購入する際の手数料等を収益源としているが、9月の中間決算での資金利ざやは0.04%であった。今後は、預金の獲得とともに、住宅ローンや目的別ローンの導入によって、運用力の強化に努める。現在のところまだ具体的にはなっていないが、他のソニーの金融子会社（ソニー生命等）との連携も、いずれ行われるとみられる。

(4) イーバンク銀行

イーバンク銀行は、インターネットで買い物やオークションを利用する際、簡単に安全に決済できる手段を提供するインターネット決済業務に特化している。

a. ネット決済

イーバンク銀行は、預金通帳だけでなくキャッシュカードも発行しない。開設した口座へは、イーバンクが指定する入金口座（第一勧業、三井住友、あさひ銀行のいずれかの口座）にお金を振り込むと、自動的に入金

される。口座開設時に、自分で出金口座を指定する必要がある（入金口座とは別の本人名義の口座）、出金操作を行ってその口座にお金を振り込み、そこから引き出す。つまり、イーバンクの口座に直接入出金はできない。また、出金口座以外に、イーバンク外部の口座への振り込みはできない。

イーバンク銀行は、個人と法人を対象に、現在は普通預金口座のみを提供している。個人の普通預金金利は0.5%（付利は50万円まで）であったが、2002年3月から0.2%（付利は300万円まで）に変更された。同行では、第三者が不正に利用した場合、年間300万円までは保険でカバーする。同行に口座を持つ個人間での送金（振替）は無料である。

法人の場合は、HPを作り、インターネットで商品を販売する等の事業を行っていることが口座開設の条件である。金利は、個人口座とは異なり市中金利が付与される。^(注4)

イーバンクでは、個人が買い物代金を支払う場合、買い物客の手数料は無料とし、手数料は法人から徴収する。ネットショッピングの決済には、クレジットカードが利用されることが多いが、同行の主要顧客層の中小・零細企業ではクレジットカードの決済ができないところが多い。また、利用可能でも、中小・零細企業の場合、大手企業のような手数料の割引も受けられず、イーバンク口座の決済手数料よりも高いケースが多い。さらに、買い物から入金までのタイムラグがあるクレジットカード決済と異なり、イーバンクの場合はリアルタイムで法人口座に入金されるというメリッ

トがある。

(注4) 同行は、審査を行い違反行為を行ったり公序良俗に反する法人は受け付けない。現在、個人事業主は、法人口座を開設できない。

b. 利用者等の状況

イーバンクの個人口座申込者数は、2002年1月27日現在、24万口座超である。預金残高は、2001年9月末で約21億円(56,000口座)であった。個人利用者は、10～30歳代の男性会社員が多いが、利用者層は広がってきているという。利用者の買い物代金の支払額にはばらつきがあるので平均金額は算出していないが、いくつか買い物をして数千円といった取引に利用されることが多い。既にイーバンクを利用して事業を行っている法人は、600～700あり、イーバンクのサイト上の提携先法人の一覧から買い物したい店を探すことができる。

c. 今後のサービス

イーバンクは、アメリカで1年強の間に900万口座を獲得したEメール送金サービス「ペイパルサービス」のペイパル社と提携しており、近々サービス導入を予定している。このサービスは、銀行の側で口座番号とEメールアドレスをマッチングさせるため、相手の口座番号が分からなくてもEメールアドレスが分かれば送金できる。また、相手が口座を持っていない場合でも、Eメールで送金の通知を行い、相手が口座開設手続きを行えばその口座への入金が行われる。一定期間に手続きが行われなければ、お金は戻ってくる。このサービスの使

い方の例としては、ネット上のアンケート調査に答えればリサーチ会社が回答者に500円を支払うというケース等である。

さらに、同行では、携帯電話を利用した「リアル決済」の導入を予定している。これは、小売店や自動販売機で携帯電話の操作を行うことにより、イーバンクの口座から代金が直接引き落とされるというサービスである。

イーバンクの収益源は決済手数料であるが、同行内部での送金しかできないため、提携先を増やすことが重要である。同行は、ジャパンネット銀行と同様、ヤフーオークションのオフィシャルバンクであり、こうした有力な提携先を拡大し、利用者の増加を図っている。ある程度利用者が増えた段階では、現在は無料のサービスを有料化する等して、収益力の強化を目指すものとみられる。

3. 金融機関利用者の意識と行動

以上、新規参入銀行の取組みを紹介してきたが、これらの銀行に対する利用者の意向はどのようなものであろうか。ここでは、日本経済新聞社が毎年10月から11月にかけて実施している『金融行動調査^(注5)』を参考に、利用者の動向をみてみたい。同調査は、東京駅から40km圏内に居住する25～74歳までの男女個人を対象としているが、この地域はCVSへのATM設置が進み、新規参入銀行の口座への入金ポイント（都銀や

CVSのATM)も多く、新規参入銀行に対する利用意向を見るのに適していると考えられる。その一方で、地方圏の利用者の意向とは異なる可能性もあることには留意が必要である。

(注5) 「金融行動調査」は、東京駅を中心とする首都圏40km圏内に居住する25歳から74歳の男女個人5,000人を対象に、日本経済新聞社が実施するアンケート調査(質問紙留置法)。2001年調査の回収率は58.1%。

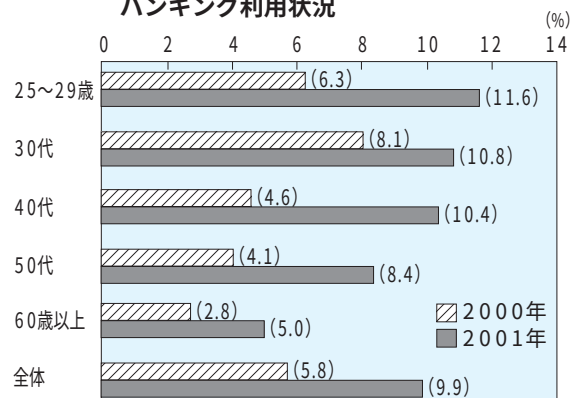
(1) インターネットバンキングの利用状況

まず、インターネットバンキングの利用状況についてみてみよう。この質問のインターネットバンキングには、新規参入銀行だけでなく、既存の銀行のインターネット経由の取引も含む。「インターネットバンキングを利用したことがある」と回答した人の割合は、1998年調査では0.5%、1999年0.8%、2000年2.8%、2001年5.0%となり、年々上昇している。

ここで、インターネットバンキングの利用前提となるインターネットそのものの利用割合をみておくと、2000年調査では47.3%、2001年調査では49.2%であった。年齢別には、25～30歳の層で70.0%、30歳代68.0%、40歳代57.7%、50歳代39.5%、60歳以上では19.3%であり、性別には、男性が55.4%、女性が43.1%であった(2001年調査)。

これらのインターネット利用者に限定して、インターネットバンキングの利用状況をみると、2000年調査では「利用したことがある」と回答した人の割合が5.7%だった

第1図 インターネット利用者のインターネットバンキング利用状況



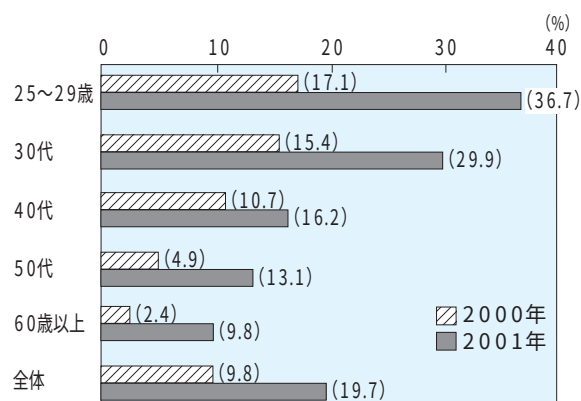
資料 日本経済新聞社「金融行動調査」2000年版,2001年版
(注) 回答数2000年1,179, 2001年1,425。

のに対し2001年調査では9.9%に上昇した。さらに年齢別に、利用状況をみると、2000年調査では30歳代の利用割合が最も高かったが、2001年調査では25～29歳の層の利用割合が11.6%となり最も高くなった(第1図)。また、40歳代以上の層での利用割合は、それぞれ前年の2倍以上となった。インターネット利用者のなかでは、インターネットバンキングの利用者層が高齢層にも拡大している様子がうかがわれる。

(2) CVSのATM利用状況

次に、CVSに設置されたATMの利用状況をみてみよう。CVSのATMで現金の引き出しや振込を「利用したことがある」と回答した人の割合は、2000年調査の9.8%から2001年調査では19.7%に上昇した。年齢別の利用状況をみると、25～29歳の層で利用割合が最も高く、2000年の17.1%から2001年の36.7%へと大きく上昇した(第2図)。30歳代の利用割合も15.4%から29.9%へと上昇し、特に若い世代での利用が進展

第2図 コンビニエンスストアのATMの利用状況



資料 第1図に同じ
(注) 回答数2000年2,510, 2001年2,906。

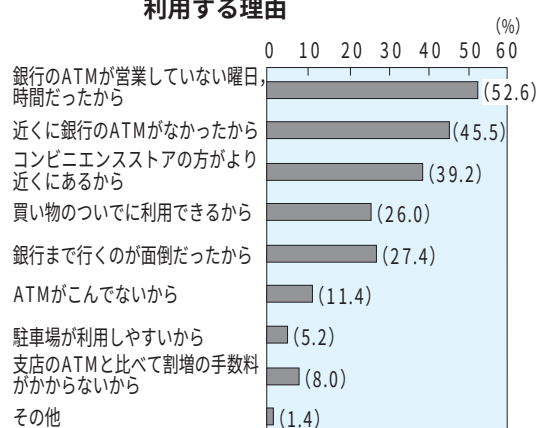
している。それ以上の年齢層でも、利用割合は上昇しており、CVSのATMの利用は若い世代を中心に徐々に進展しているとみられる。

CVSのATMを利用する理由としては、「銀行のATMが営業していない曜日、時間だったから」(52.6%)、「近くに銀行のATMがなかったから」(45.5%)、「CVSの方がより近かったから」(39.2%)等が多く選択された(第3図)。

(3) 新規参入銀行の利用意向

最後に、新規参入銀行等の利用意向についてみておきたい。2001年調査において「最近他業種からの参入やインターネットの活用などにより、新銀行、新支店誕生の動きが見られますが、あなたは以下の銀行、支店を利用したいと思いますか」(複数回答可能)と質問したところ、「いずれも利用したいと思わない」という回答が

第3図 コンビニエンスストアのATMを利用する理由



資料 日本経済新聞社「金融行動調査」2001年版
(注) 回答数340。

75.9%を占めた。利用したい銀行としては「ソニー銀行」が9.4%と最も多く、次いで「IYバンク」(5.7%)、「三和銀行インターネット支店」(5.5%)、「ジャパンネット銀行」(4.8%)が多かった。その他は、「富士銀行エムタウン支店」3.8%、「オリックス信託銀行」1.5%、「イーバンク」1.3%、「スルガ銀行ソフトバンク支店」1.2%であった。

このうち本稿の対象とする4行について、インターネット利用者に限定して回答結果をみると、「ソニー銀行」と回答した人の割合は14.5%、「IYバンク」(9.4%)、「ジャ

第5表 インターネット利用者の新規参入銀行に対する利用意向

(単位 人,%)

	回答者数	アイワイバンク銀行	ジャパンネット銀行	ソニー銀行	イーバンク銀行
25~29歳	229	7.4	11.8	15.3	1.3
30代	462	10.6	12.1	16.9	2.4
40代	333	10.8	6.9	12.0	2.4
50代	258	8.1	4.7	11.6	3.1
60歳以上	121	7.4	1.7	17.4	3.3
全 体	1,403	9.4	8.6	14.5	2.4

資料 第3図に同じ

パンネット銀行」(8.6%)となり、「いずれも利用したいと思わない」の割合は67.3%であった。年齢別の回答状況をみると、IYバンクについては年齢ごとの選択割合にそれほど大差はないが、ジャパンネット銀行は30歳代以下の層で選択される割合が高く、高齢層では低い(第5表)。ソニー銀行は、60歳以上の層で選択割合が最も高く、資産運用に特化する同行の業務内容に、高齢層の関心も集まったとみることができよう。イーバンク銀行の選択割合はいずれの層でも低い。

(4) まとめ

これらの結果を総合すると、2000年から2001年にかけて、CVSに設置されたATMの利用経験者の割合は倍増し、特に若い世代の利用が増えた。現在、主要なCVSでのATM設置が急速に進んでいることを考えると、利用経験者は今後より増加することが予想される。

インターネットバンキングの利用者も2000年から徐々に増加してきているが、まだ利用者の割合はそれほど高くない。ただし、最初に述べたとおり、総務省ではインターネット利用者は2005年に8,720万人まで増加すると予測しており、仮にバンキング利用者の割合がインターネット利用者の9.9%で一定としても、インターネットバンキング利用者は約785万人に増える見込みである。

現状では、若い世代ほどインターネットバンキングの利用割合が高い。しかし、高

齢層についても、2000年から2001年では利用割合が倍増しており、あらゆる世代に浸透しつつある様子がうかがわれる。特に、60歳以上でインターネットを利用している人は、ソニー銀行の利用意向を持つ割合が高い等、インターネットの利用そのものに慣れれば、銀行との取引意向が高まる可能性もあろう。

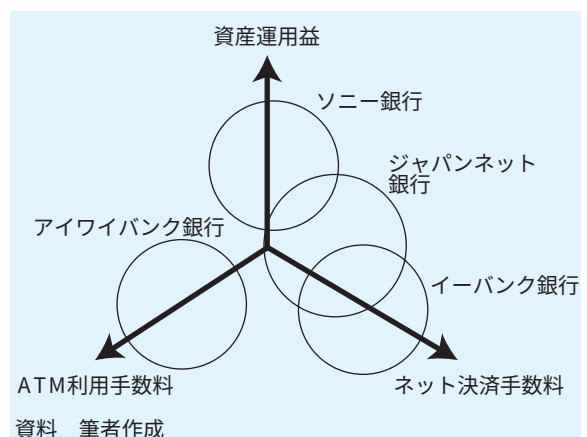
4. 新規参入銀行の特色と今後の課題

(1) 特色

a. 特定業務に特化

新規参入銀行は「新規に参入した」「店舗を持たない」という点では共通しているが、業務内容や収益構造はそれぞれ大きく異なっている。ATM利用手数料、ネット決済手数料、資産運用益の3つを収益源とすると、各行は第4図のように分類することができる。ジャパンネット銀行は、比較的幅広い業務を行っているが、それ以外の3

第4図 新規参入銀行の収益源(イメージ図)



行は特定の分野に特化している。

IYバンクの場合、独自のATMという目に見えるチャンネルを持っていることが第一の特徴であり、現在はATMの設置に注力している。同行の場合、お金がATMを介して動くことが収益源となるため、定期預金やローンは提供していない。

ソニー銀行の場合は、個人の資産運用のための銀行であるため、投資信託の品ぞろえもある。集めた預金の運用を強化するため個人ローンや住宅ローンに加え、目的別ローン等の導入が予定されている。

イーバンク銀行は、ネット上での決済に特化しており、ATM等によって直接資金を出し入れすることもできない。その代わりに自行内の個人間の送金は手数料無料という利便性を提供している。

b. セカンドバンク志向

これらの3行は、いずれも自らをセカンドバンクとして位置付けている。これまで従来の銀行は、給与振込から公共料金振替等の決済、預金商品から投資信託、カードローンから住宅ローンまで、フルに商品・サービスを提供し、個人取引においてメインの金融機関となることを目指してきた。しかし、上記の銀行は、それぞれ特定の業務に特化しており、すべての商品やサービスを提供しているわけではない。そのため、これまでのメインバンクに加え、特定の分野については自行を使ってもらおうというセカンドバンクを志向しているのである。

ただし、セカンドバンクといっても、特

定の分野では、既存の銀行以上に密接な取引を行うことを目標としている。例えば、従来の銀行利用者は、振込手数料の高さから、わずか数百円の振込は避けていた。手持ちの現金が足りなくならないように、休日の前にはお金をおろしていた。よほど多額の資産を持たない限り、銀行で自分の資産運用について相談することもなかった。こうした分野において、新規参入銀行は、メインバンク以上に利用者と深くつきあうことを志向しているのである。

c. 利用者の金融行動を変える可能性

新規参入銀行の業務が利用者に浸透してくると、金融機関利用者の行動は大きく変化する可能性がある。その一つの例は、CVSのATMの利用動向に見ることができる。

前項のとおり『金融行動調査』におけるCVSのATM利用経験者の割合は、2000年から2001年にかけて上昇した。代表的なCVSへのATM設置が進み、CM等での宣伝が行われれば、お金の出し入れを行うのに、銀行のATMではなく、CVSのATMを利用することが一般化する可能性がある。

現状では、CVSのATMは、接続している銀行にとって、自行のATMを補完するもの、あるいは追加的なサービスであり、既存のATMに代替するものではない。今後、CVSのATMの利用が定着すれば、銀行が効率化のために既存のATMネットワークの見直しを行うことも考えられよう。そのような事態になれば、銀行ではなくCVSで

ATMを利用することが一般化する可能性がある。

また、新規参入銀行のうちジャパンネット銀行とIYバンクでは、口座維持手数料を導入している。口座維持手数料は、休眠口座を減らす手段としてアメリカでは一般的に徴収されているが、日本の銀行での導入はまだ一部に限られている。導入行でもすべての商品に適用している例は少ない。ジャパンネット銀行の場合は、月額1,050円という当初の価格設定が高いという声が利用者から相次いだため、手数料の引下げと手数料が無料になる条件の緩和を行った。こうした状況からは、日本では、まだ口座維持手数料の徴収に抵抗を感じる利用者が多いとみられる。しかし、同行ではキャンペーン終了後も実際に手数料を支払う人は比較的少ないとみており、利用者側もこうした条件を考慮したうえで、口座を開設し利用しているとも考えられる。銀行での口座開設は無料ではなく、自分の利用条件を考えたうえで開設するという考え方が、利用者の中で定着する引き金になる可能性もあろう。

(2) 新規参入銀行の課題

a. 業務内容の認知

新規参入銀行は、それぞれ特定の分野に特化して業務を行っており、提供する商品やサービスの内容にはかなり差がある。従来の銀行であれば基本的に提供している商品やサービスを提供していないこともあり、利用できるATMや振込手数料等も個別

行ごとで異なる。したがって、こうした点を熟知した上で利用しなければ、期待していたニーズが満たされないという不満が発生することにもなりかねない。つまり、業務内容を利用者に十分認知してもらうことが重要になる。

そういう意味では、ヤフーオークションの参加費の支払口座として口座を開設するケースや、オンライン証券の決済のための口座を開設するケース等は、利用ニーズと金融機関の選択が直接結びついている。そのため、新規参入銀行では、利用する可能性のある人を対象とするマーケティングに重点を置いている。

b. 他行との競合

セカンドバンク志向を打ち出している新規参入銀行だが、やはり従来の銀行と競合する部分も大きい。新生銀行では、条件を満たせば、ATM利用手数料やインターネットでの振込手数料が無料という総合口座を提供しており、新規参入銀行の商品と競合する内容となっている。また、ソニー銀行が導入した住宅ローンについても、住宅金融公庫の業務縮小を控え、既存の銀行からも条件の有利な様々な商品が出されている。もちろん、新規参入銀行同士、あるいはインターネット支店との競合もある。

c. 口座の活用

新規参入銀行のうちソニー銀行を除く3行は、ATMの利用や決済から収益をあげる構造となっている。そのため、口座に預金

が積みあがるよりも、口座から頻繁にお金を動かしてもらう必要がある。そのため、ATMネットワークの整備や、決済サービスを提供する提携先を拡大を進めた後、開設した口座を実際に利用してもらうことが重要である。

d. 黒字化

2001年9月の中間決算では、各行とも最終赤字となった（第6表）。①開業直後であるため顧客の数が少ない、②予定している商品やサービスが出そろっていない、③情報システムやATMの設置等に経費がかかった、④顧客を囲い込むため手数料の割引や金利の優遇を行った、⑤低金利で運用環境が厳しかったこと等がその背景として挙げられる。銀行免許を受ける条件として、開業後3年目の黒字化が義務づけられており、各行とも収益の拡大が急務となっている。第1表に示したとおり、各行とも設立当初の目標口座数は、かなり多く設定されており、銀行によっては現在のペースでは目標に及ばない可能性もある。開業3年目での黒字化という計画が、獲得目標口座数、預金残高を基礎にたてられたものと

するならば、何よりも顧客層の拡大は重要な課題である。

日本より一足早くインターネット専門銀行が設立された欧米では、収益があがらず、廃業する銀行が相次いだ。アメリカのシティグループのインターネット専門子銀行シティf/1、バンクワン傘下のウイングスパン・ドット・コム、欧州のファーストe等が相次いでサービスを打ち切った。利用者は、既存の銀行のように、インターネットと店舗の両方が利用できる、いわゆる「クリック&モルタル」を好み、インターネット専門銀行の顧客数が伸び悩んだことが原因と言われる。インターネット専門銀行は、顧客を獲得するために、広告費をかけたり、預金金利を高くする等したため、十分な収益をあげることができなかった。

日本の新規参入銀行は、こうした事例をふまえた上で、独自の業務展開を行おうとしているとみられる。IYバンクのようにATMを中心とする業務は、欧米の先行例にも見られない。新規参入銀行が利用者のニーズをつかんだうえで、収益をあげることができるかどうか注目される。

おわりに

新規参入銀行には、上述のような課題もあり、ここでその役割を評価することはできないが、既存の銀行にとっても、顧客の利便性を重視したサービスや、経営情報の公開等、参考とすべき事柄は多い。また、銀行と利用者の関係

第6表 2001年9月末の中間決算

(単位 億円、口座)

	ジャパン ネット銀行	アイワイ バンク銀行	ソニー 銀行	イーバンク 銀行
開業	2000年10月	2001年5月	2001年6月	2001年7月
経常収益	5.5	3.04	7.05	0.16
最終損失	32	56.95	14.79	6.88
預金口座数	40万	1.3万	4万	5.6万
預金残高	640	15	343	1.3

資料 各社HP、日本経済新聞2001年11月10日付記事
(注) イーバンク預金口座数は申込み分を含む。

についても、考えさせられる点がある。例えば、利用者が既存の銀行を従来どおりメインバンクとして使っていても、決済等での日常的な接触はセカンドバンクである新規参入銀行の方が多くなるかもしれない。また、銀行の渉外担当者（外務員）が顧客と直接顔を合わせても入手できない個人情報、顧客はパソコンならば気軽だと感じ、資産運用ソフトに向かって打ち込むことも考えられる。新規参入銀行の業務が定着することによって、利用者にとって最も身近な銀行のあり方が変化する可能性もある。

<参考資料>

- ・日本格付研究所「異業種による銀行業参入動向と格付けの視点」2001年9月，同社HP
- ・スタンダードプアーズ「日本の新規参入銀行」2001年9月，同社HP
- ・インターネットウォッチ「口座開設して試しまくろ！注目のネット銀行を徹底比較」2001年8月，インプレスHP
- ・「特集 新たな事業戦略に挑む新設銀行」金融財政事情2001年6月18日号
- ・「特集 eファイナンスは定着したか」金融財政事情2001年11月12日号

<各社ホームページ>

- ・ジャパンネット銀行
<http://www.japannetbank.co.jp/>
- ・アイワイバンク銀行
<http://www.iy-bank.co.jp/>
- ・ソニー銀行
<http://sonybank.net/>
- ・イーバンク銀行
<http://www.ebank.co.jp/>

（副主任研究員 重頭ユカリ・しげとうゆかり）