

中国・韓国における リテールバンキングの動向

中国や韓国の銀行がリテール向けに提供している金融商品やチャネルの種類は、日本と同程度に充実してきている。さらには、より利便性の高いグローバルなサービスなども提供されており、日本の金融機関が成長を持続する上で、いくつかの示唆を与えてくれる。

アジア地域に着目する理由

近年の経済発展やIT技術の普及、国内外からの競争圧力に後押しされ、中国や韓国の銀行がリテール向けに提供している金融商品やチャネルの種類は、日本の銀行と同程度に充実してきている。グローバルなサービスなどでは、より利便性の高いサービスも提供されている。

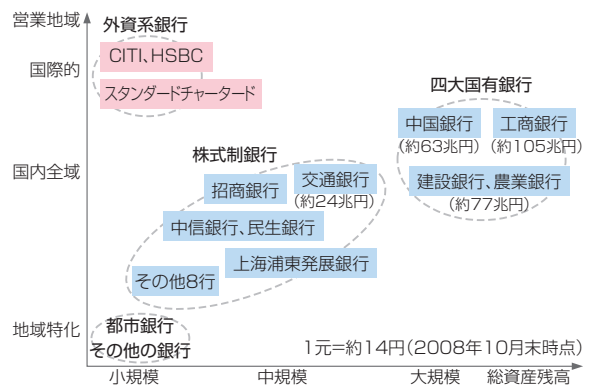
経済社会の国際化が進む中、わが国に就労目的などで入国、在留する外国人は増加しており、その半数以上は中国や韓国などのアジア出身者である。また、日本人が中国などのアジア諸国に駐在、渡航する機会も増加しており、現地で金融サービスを受ける機会も少なくない。

今後、日本の金融機関がアジア地域のリーディングカンパニーとして、顧客基盤の拡大や標準となるサービスの提供を目指す上では、欧米地域のみでなく、アジア地域の銀行業の動向も見えていく必要があるだろう。

競争の激化する中国・韓国の銀行

中国人民銀行によれば、2007年末における中国の個人預金残高は約18兆元に達し、預金全体の45%を占めている。一方、個人向け貸出残高は約3兆円で、貸出全体の12%¹⁾である。これら個人向け預金・貸出残高の約6割は国有銀行4行（四大国有銀行）²⁾が保有しており、シェアの大半を占めているという特徴がある。しかし、近年では株式制銀行が追随してきており、中でも交通銀行は、中国銀行業監督管理委員会などの統計分類上で国有銀行4行と並んで「五大国有銀行」と称されるようになるなど、突出している。

図表1 中国の主要銀行の概観



中国国内の銀行間の競争激化に加えて、2006年12月に外資系金融機関への人民元業務が全面開放されたことで、中国の銀行は外資系銀行との競争にも直面している。こうした国内外からの競争圧力は、銀行業の発展を促し、サービス拡充やリテール業務強化による収益多角化、海外進出などの動きを生んでいる。

一方、韓国では、1997年のアジア通貨危機以降、銀行の再編が行われ、1997年に26行あった一般銀行は半分の13行になり、その過程で欧米を中心とした外国資本の流入が生じている。銀行株の約6割は外国資本が保有しており、SC第一銀行³⁾や韓国シティ銀行⁴⁾はもちろん、最大手の国民銀行でも8割以上が外国資本である。外国資本の流入により、欧米の経営手法の導入や欧米銀行との提携が進められるなど、競争力強化が図られており、今後の動向が注目される。

銀行で提供される金融商品、チャネル

中国、韓国の銀行が提供しているリテール向け金融商品としては、預金商品やローン商品のほか、クレジット

NOTE

- 1) 貸出残高の約87%は法人向け貸出である。
- 2) 中国銀行、中国工商銀行、中国建設銀行、中国農業銀行の4行を指す。なお、中国の銀行は、中央銀行、国有銀行、株式制銀行、都市銀行、農村銀行、郵便貯蓄銀行、政策性銀行、外資系銀行などに大別される。
- 3) スタンダードチャータード銀行が株式の100%を保有。
- 4) シティバンクが株式の99.95%を保有。
- 5) デビットカードには、通常のデビットカードと国際デビットカードがある。通常のデビットカードの場合、海外では、普通口座や多通貨口座内にある人民元を当日の為替レートで現地通貨に換算して出金を行う（決済の場合は現地通貨での支払金額を当日の為替レートで人民元に換算して決済する）。一方、国際デビットカードの場合は、人民元のほかに1種類の外貨を選択できる。例えば、米国ドルを選択した場合、米国ドルを通貨とする国では、多通貨口座内の米国ドル預金から直接に出金することができる（決済の場合は米国ドルでの支払金額を多通貨口座内の米国ドル預金で決済する）。
- 6) 中国のATMは出金しかできないものが多く、入出金の両方ができるATMは少ない。韓国のATMは入出金の両方が可能なものが多く、小切手の取扱いもある。

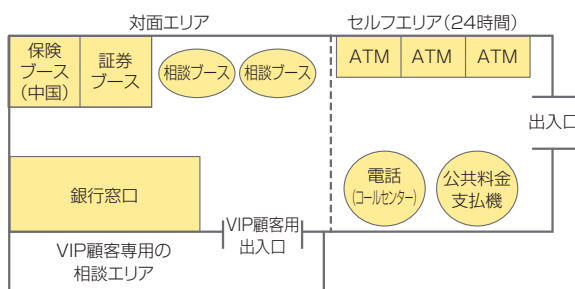
カード、資産運用、プライベートバンキングなどがあり、日本の銀行と同程度に種類や内容が充実している。

預金商品としては、普通預金や定期預金などの伝統的な商品に加えて、多通貨預金も一般的に提供されている。日本における外貨預金の場合、入出金は円貨を基本としており、外貨での入出金の際には外貨現金取扱手数料などの所定の手数料が必要であるが、中国の多通貨預金では、米国ドル、ユーロ、英国ポンド、香港ドル、日本円など、口座内に預けられた外貨であれば、手数料なく窓口で入出金できるのが一般的であり、利便性が高い。

銀行の発行するカードには、デビットカード機能付、クレジットカード機能付のキャッシュカードがある。中国における各カードの2006年末の累計発行枚数は、デビットカード約11億枚、クレジットカード約5千万枚であり、デビットカードが圧倒的に普及している。その理由としては、個人信用情報を管理する情報システムの整備の遅れや銀聯カードの普及などが挙げられる。デビットカードには国際デビットカードもあり、多通貨預金と連動した外貨建て決済や海外ATMでの外貨出金が可能である⁵⁾。こうしたグローバルなサービスが提供されている背景には、中国政府による外貨導入のための優遇政策や通貨統制などが関係していると考えられる。

金融商品やサービスを提供するためのチャネルについては、中国や韓国でも日本と同様に、多くの銀行は店舗中心であるが、コールセンター、インターネット、ATM⁶⁾、モバイルなど、チャネルの多様化が進められ、利便性向上が図られている。なお、店舗には証券会社、保険会社のブースやVIP顧客専用の相談場所を設置している場合も多く、専門的な商品説明はそこで行われている。また、顧客が自分で処理を行うセルフサービスのエ

図表2 中国・韓国の銀行の店舗レイアウト例



(出所) 野村総合研究所作成

リアも設けられており、公共料金支払機やATMなどのサービスが提供されている。

日本の金融機関への示唆

市場特性や規制環境の差異はあるが、中国や韓国の銀行でも、市場の成熟や幅広い顧客の要望への対応として、販売チャネルの整備や専門性の高い外部金融機関との提携が行われ、金融商品やチャネルの品揃えは日本や欧米と足並みが揃ってきている。そして、中国、韓国の銀行が提供しているサービスの中には、日本の金融機関がサービスの差別化を目指す上で取り入れるべきものもある。例えば、近年、わが国でも外貨預金や国際分散投資が一般に広がってきていることを考慮すると、多通貨預金や国際デビットカードのような、より利便性の高いグローバルなサービスの充足を検討していく必要があるだろう。

Writer's Profile



東山 真隆 Masataka Higashiyama

金融ITマネージメントコンサルティング部
システムコンサルタント
専門は金融IT調査・企画
focus@nri.co.jp