

地域金融機関の投信残高拡大に向けた課題

地域金融機関と言われる地銀・第二地銀の投信残高は昨年度減少した。流出資金が流入資金を大幅に上回ったためだ。地銀・第二地銀がこの状況を打破し、再び投信残高を上昇基調に乗せるために、顧客基盤の拡大と顧客ニーズに応じた商品の提案を徹底するなど基本的な課題に取り組む必要がある。

減少する地域金融機関の投信残高

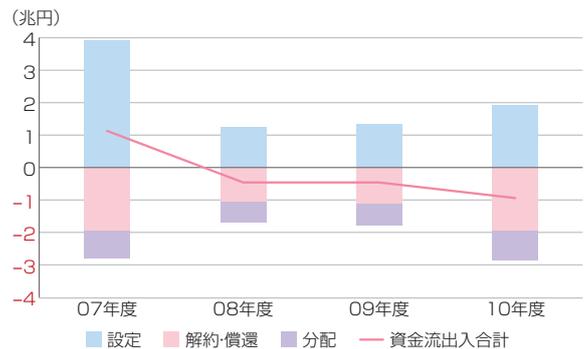
2010年度末の地銀・第二地銀の投信残高の合計額は1年前に比べ6%減少している。個別に見ても、残高が増加している銀行は数えるほどだ。その理由として、決算短信に「株式相場の低迷に伴い基準価額が下落したため」と説明している銀行も幾つかある。ところが、投信のパフォーマンス自体は、実は悪くなかった。日本株ファンドでこそ平均で▲8%となったものの、現在の投信残高の大半を占める海外債券型や海外不動産型ではそれぞれ+2%、+8%である¹⁾。また、他の業態を見てもメガバンクや信託銀行の投信残高はほぼ横ばいで、証券会社に至っては9%程増加している。地銀・第二地銀の投信残高だけが何故減少しているのだろうか。

3期連続で資金流出が続く 地域金融機関の投信ビジネス

近年、地銀や第二地銀の投信残高は相場が良好な時期ですら、あまり増加していない²⁾。その理由は2つある。まず、解約や償還として流出する資金が販売額に肉薄しているためだ。2008年度や2009年度の場合、投信の年間販売額は1.2～1.3兆円であったが、解約と償還の合計額が年間で1.1兆円に達したと推計され、資金純流入額はわずか1～2千億円に留まっている。また、2010年度には地銀・第二地銀の投信販売額は前年度に比べ4割以上も増え1.9兆円となったが、同じ時期に解約や償還が7割も増え、2.0兆円に達し、投信窓販の開始以来、初めて解約額や償還額が販売額を上回った。

地銀・第二地銀の投信残高が増えにくい理由の2つめ

図表 地銀・第二地銀における株式投信の資金流入



(注) 資金流入合計＝設定－解約・償還－分配
(出所) 投信協会等の資料より野村総合研究所推計

が、分配として流出する資金も無視できなくなってきていることだ。分配は運用収益の一部を還元するもので、その額は投信会社の判断により決められる。分配が出れば、分配金の分だけ基準価額が下落し、投信残高も減少する。解約のように顧客の意思による換金とは意味合いが異なるが、運用資金が顧客に返還されるという点では同じである。

地銀・第二地銀では近年分配金利回りの高い投信を中心に販売してきたこともあり、分配金として流出する資金は年々増えている。その額は2010年度には9千億円に迫り、同時期の販売額の半分近い。この分配金として流出する資金も含めると、地銀・第二地銀では2008年度以降3期連続で資金流出額が資金流入額を上回る状況が続いている。

販売額の一層の拡大が必要

投信残高の減少に繋がる資金流出に歯止めを掛けるためには、地銀・第二地銀は何をすれば良いのだろうか。2010年度になって解約が急増したのだから、まずこ

NOTE

- 1) 野村総合研究所の投信統計NRI-FPIより。
- 2) このためリーマンショック以降、地銀・第二地銀の投信残高シェアは急低下している。追加型株式投信（除くETF）の残高に占める地銀・第二地銀の残高は2009年3月には24.6%であったが、2年後の2011年3月には20.1%にまで低下している。
- 3) 地銀・第二地銀の株式投信の解約率は22%（2006年度）、12%（2009年度）、20%（2010年度）である。都銀・信託の解約率は常にそれよりやや高く、2010年度の場合は26%であった。（いずれも野村総合研究所推計）
- 4) 「新規顧客の獲得が地銀の投信販売拡大の鍵」（金子久、金融ITフォーカス2010年10月号）の「図表3 投信口座数」。
- 5) 「依然として重要な退職金マーケット」（金子久、金融ITフォーカス2011年3月号）。
- 6) NRI生活者1万人アンケート調査（金融編）。

の解約の阻止を考えるのが普通だろう。だが、これはかなり難しい。何故なら残高に対する解約額の割合である解約率は、地銀・第二地銀の場合、高い水準とは言えないからだ。リーマンショック後、損切りとなる売却をためらう動きがあった2008年度や2009年度に比べると2010年度の解約率は上昇したが、それでも2006年度や2007年度と同じ水準である。また、地銀・第二地銀における投信の解約率は同じ銀行である都銀と信託銀行の解約率より常に低い³⁾。

分配による資金流出に直接歯止めを掛けることも難しい。分配額は先に述べたように投信会社の裁量で決められ、販売会社の影響は及ばない。そもそも分配金利回りが高いことを売り物に投信を販売してきたこともあり、分配として多額の資金が流出していくことは、今後も覚悟せざるをえない。

結局、地銀や第二地銀の場合、投信残高の減少に歯止めを掛けるためには、2010年度大幅に増加した投信販売をさらに拡大させる他に有効な手立てはありそうにない。

投信販売額の拡大のための対策とは

投信の販売額を伸ばすためには、まず顧客基盤の拡大を強く意識する必要がある。近年地銀や第二地銀の投信口座数はほとんど伸びていない⁴⁾。新規に投信口座数を確保する先として、退職者層は依然有望だ。全国的に見れば定年退職を迎える人は減少していきののだが、地銀や第二地銀が営業基盤を構える地域では必ずしも一律に退職者が減少する訳ではない。定年退職を迎える人の数が、今後あまり変わらずに推移する地域も少なくない⁵⁾。また、

インターネットバンキングで投信の売買機会を提供することも投信の顧客層の拡大に寄与するはずだ。

顧客基盤の拡大策を打つと同時に、顧客の個々のニーズに合致した運用商品を提案することの重要性を改めて認識する必要もある。ここ数年、地銀や第二地銀でも分配金利回りがより高いファンドに売れ筋が移ってきている。最近の売れ筋投信は、豪州やブラジルの債券やグローバルREITを組み入れたものなど分配金利回りが10%を優に超え、その分リスクも高いファンドが中心だ。だが、だからといって多くの顧客が高い分配金利回りを支持している訳ではないようだ。当社が昨年9月に行ったアンケート⁶⁾によると金融商品への投資に求める期待利回りが10%を超える人は投資経験者といえども、わずか1割に過ぎない。それよりリスクが低く期待利回りも低い商品を望む人は多い。例えば、期待利回りが5%、3%、2%で十分だと考えている人はそれぞれ2~3割もいる。従って、高い分配金利回りを好む顧客が多いと決めつけてしまうと投信の顧客層を狭めてしまうことになる。顧客基盤を拡大するためにも、顧客のリスク許容度にあわせて、適切なファンドを提供することが重要だ。

どちらの対策も銀行が投信販売を始めて以来叫ばれてきたものだ。地域金融機関が再び投信販売を拡大させるためには、基本的な課題を徹底して遂行する必要がある。

Writer's Profile



金子 久 Hisashi Kaneko

金融ITイノベーション研究部
上級研究員
専門は個人金融マーケット調査
focus@nri.co.jp