

大手銀相次ぎ「手数料ゼロ」

銀行のリテール分野の競争が一段と激しくなってきた。少額投資非課税制度(日本版ISA)NISA(A)開始を前に、大手銀行が投資信託の販売手数料を相次ぎ無料にしているほか、住宅ローンでも金利引き下げの動きが広がる。消費者にとっては低コストで運用や借入れができる一方、銀行は顧客拡大と収益確保の両立という課題に直面している。

個人顧客 投信で誘う

収益との両立 課題

激戦 銀行リテール

三井住友銀行は来年1月のNISA開始に合わせ、インターネットで扱う投信36本すべての販売手数料を無料にする検討に入った。3%超の手数料を取っていた投信も含めて全面無料化に踏み切るのは「今後資産を形成



銀行は投信の手数料無料化や住宅ローン金利引き下げなどでの競争を削る

大手銀行のNISA向け商品戦略

| | |
|---------|--------------------------|
| 三菱東京UFJ | グループの信託、証券と共通の投信を10月にも投入 |
| みずほ | 販売手数料が無料のネット専用投信22本を販売 |
| 三井住友 | ネットで扱う全投信の販売手数料の無料化検討 |
| りそな | 来年3月までに対象の投信を160本に拡大 |
| 三井住友信託 | インデックス型の投信を大幅に増加 |

する30代、40代のサラリーマンなどが投資しやすい環境を整備するため」

(コンサルティング事業部の伊藤淳氏)。銀行の窓口で販売する投信も一部は無料化する可能性がある。みずほフィナンシャルグループは8月から、NISAを新たな投資

家開拓の好機と位置づける銀行にとって、手数料の安さと並んで重要となるのが金融商品の説明能力だ。日本経済新聞社と日経リサーチが共同で実施した第9回「銀行リテール力調査」では、元本割れリスクのある投資信託の説明の巧拙で評価が大きく分かれた。「金融商品説明」のランキング首位はみずほと大東銀行で、得点はともに80点満点で73・5点。

投信リスクの仕組み 「説明せず」2割近く

「金融商品説明」ランキング

| 順位 | 金融機関名 | 得点 |
|----|---------|------|
| 1 | みずほ | 73.5 |
| 2 | 大東 | 73.5 |
| 3 | 三井住友 | 72.0 |
| 4 | りそな | 72.0 |
| 5 | 三菱東京UFJ | 71.0 |
| 6 | りそな | 71.0 |
| 7 | みずほ | 71.0 |
| 8 | りそな | 69.0 |
| 9 | 三井住友 | 69.0 |
| 10 | りそな | 69.0 |
| 11 | 三菱東京UFJ | 69.0 |
| 12 | りそな | 69.0 |
| 13 | みずほ | 68.0 |
| 14 | 三井住友 | 68.0 |
| 15 | りそな | 68.0 |
| 16 | 三菱東京UFJ | 68.0 |
| 17 | りそな | 68.0 |
| 18 | みずほ | 68.0 |
| 19 | 三井住友 | 68.0 |
| 20 | りそな | 68.0 |

リテール力 本社調査

一方、117行中で最下位は26点のきらやか銀行だった。銀行には現時点で預金のみで運用する顧客も多いが、NISAの勧誘の際、投信の説明をしており、

ISAをにらんで株価指数などに連動する初心者向けのインデックス型投信を22本投入した。ネット取引専用とし販売手数料はゼロ、継続的に徴収する信託報酬も平均0・6%に抑えた。

三井住友信託銀行も販売手数料が無料の投信をネット専用で投入する方針だ。NISAは年間100万円を上限に株式・投資信託の譲渡益や配当(分配金)への税金がゼロとなる制度。株式を取り扱わない銀行は証券会社には、銀行にとって挽回の

比べ、経験豊富な個人投資家向けの品ぞろえは劣る。銀行が狙うのはこれから本格的に投資を始めたい初心者で、低コストの投信を顧客獲得の「突破口」と位置づける。銀行窓口での投信販売が解禁されてから15年。投信販売における銀行のシェアは2006年末に5割に達したが、その後手数料引き下げで先行したネット証券に押され、頭打ちになっている。株価の回復とNISAの開始が重なる今の局面は、銀行にとって挽回の

初心者への配慮が見られた。ただ、投信のリスクを顧客に十分説明できていない銀行も目立った。リスクが発生する仕組みを説明していない銀行が2割近くあったほか、3分の1の銀行は説明を理解したかの確認作業を怠っていた。資料を用意するために説明が中断し、長時間顧客を待たせるなど担当者準備不足をうかがわせる事例もあった。