

集

高まる地域の「信託」ニーズ

特

地銀が信託業務に本腰、 新たな収益源への期待高まる

信託サービスを通じた次世代との関係構築にも寄与

本業で苦戦する地方銀行。地域の高齢化を防ぐ手立てはないが、そうした状況を背景とした信託サービスに確かなニーズを見だし、取組みを強化している。相続人となる次世代との結び付き強化やより大きな収益を獲得するため、銀行本体で信託業務に参入する動きも目立つ。認知症などによつて判断能力が低下した際の財産管理を家族に託す「家族信託」の取扱いも勢いを増す。高齢化社会の課題に対応することで、地銀の新たな収益源が育ち始めている。

加速する地銀の本体参入

地銀による信託業務への本体参入が相次いでいる。2018年には北國銀行、京都銀行、中

国銀行が、19年には武蔵野銀行、足利銀行、大垣共立銀行、北陸銀行、肥後銀行、鹿児島銀行が銀行本体での信託業務を開始した。これまでに本体参入している地銀は29行。西日本シティ銀

行や琉球銀行も認可を得て、取扱い開始を控えている。9月15日に発表された総務省の推計では、日本の65歳以上の高齢者は3588万人となり、総人口に占める割合は28・4%

にまで増加した。相続への備えや、認知症などで判断能力が低下した際の財産管理といった高齢化社会の課題が増加するなか、信託サービスに確かなニーズを見だしている地銀が増えている。

地銀が取り扱う信託関連サービスとしては、「遺言信託」「遺産整理業務」「遺言代行信託」「暦年贈与信託」などが挙げられる。遺言信託では、遺言書の作成をサポートし、死後には遺言書を執行して相続をサポートする。これに対し遺産整理業務は、相続発生後に相続人と接点を持つて、資産分割協議など煩

消費税還元で盛り上がるキャッシュレス、銀行系に勝機はあるか

政府は10月1日から来年6月末にかけて、消費税増税に伴う「キャッシュレス・ポイント還元事業」を実施する。キャッシュレス手段で決済した場合、決済額の2～5%が還元される。日本のキャッシュレス決済はクレジットカードの独壇場だが、IT系のQRコード決済が大規模なキャンペーンを展開し、その牙城を崩しにかかっている。これに対し、後発となる銀行系のQRコード決済の多くは加盟店数や知名度で後れを取っており、普及へ課題を残したまま10月1日を迎える。

浮上する「銀行ペイ」、なお水面下の「Jコインペイ」

10月1日から、政府の「キャッシュレス・ポイント還元事業」がスタートする。クレジットカードや電子マネー、スマートフォンのQRコード決済などキャッシュレス手段で決済した場合、中小・小規模事業者の店舗などでは決済額の5%が、コンビニなどのフランチャイズ店では2%が、ポイントや実質的な値引きで還元される施策だ。日本では現在、クレジットカードがキャッシュレス決済の9割を占めている。新興のQRコード決済事業者は「政府のポイント還元事業をテコに利用者を増やしたい」（幹部）と考えており、利用者にとっても、よりお得な決済手段を選ぶ機会になる。ペイペイやLINEペイ、d払いなどはこれまで大々的なキャンペーンを展開し、自

社サービスへの囲い込みを図ってきた。10月以降にはこうした新興勢を中心に、2～5%のポイント還元に自前でポイントを上乗せするキャンペーンをふたたび展開する動きもあり、キャッシュレス決済市場の勢力図が大きく変わる可能性もある。

こうした中で、後発となる銀行系の決済サービスはどこまで浸透できるのか。先行しているのは、2017年7月にサービスを開始した横浜銀行の「はまペイ」。GMOペイメントゲートウェイとシステムを共同開発したQRコード決済だ。横浜銀行は「銀行ペイ」のブランドで他行へも展開しており、ゆうちょ銀行では今年5月から「ゆうちょペイ」として採用した。10月からはセブニーレブでも利用できるようになることで、加盟店数は全国で約3万8000店にまで拡大する。使える場所が広がることで、利用者の増加も期待できそう

だ。

もう一つの銀行系勢力が、みずほ銀行が主導する「J-Coin Pay（コインペイ）」だ。今年3月にサービスを開始し、約60行の地銀も参加している。QRコード決済に加え、スマホ上で決済・送金も行え、提携する銀行口座からJコインペイへの入出金が無料という点がウリだ。しかし、サービス開始から6カ月を経た9月25日時点でも、利用できる加盟店はサイト上で「Coming Soon...」と表示されたまま。加盟店の公表が遅れている理由の一つは、「コンビニや大手家電量販店での導入が進んでおらず、利用できる店舗が少ないこと」（関係者）。

一般に、中小の小売店がQRコード決済を導入する場合、店舗にステッカーを貼るMPM方式（利用者がスマホでQRコードを読み取る店舗提示型）を採用するため、導入は簡単だ。他方、コンビニなど大手チェーン店舗ではさまざまな決済手段に対応するため、POSレジの改修が必要なCPM方式（利用者がQRコードを提示して店舗がコードリーダーで読み取る利用者提示型）を採用している。POSレジ改修には半年から1年かかるため、10月1日からのポイント還元事業を直前に控えた今も、大手チェーン店舗での導入が実現していない。新興のQRコード決済が大々的なキャンペーンで利用者の囲い込みに動くなか、Jコインペイが加盟店などを告知したところに

双方向型ビジネスマッチングサービス 「ビズクリエイイト」の狙い

法人向けデジタル戦略の嚆矢として 企業価値の向上と地方創生を推進

三井住友銀行は、日本電気（NEC）と共同でオープンビジネスマッチングサービス『BizCreate』（ビズクリエイイト）をリリースした。当行の法人ビジネス分野でのデジタルイニシアティブの第1号案件である本サービスは、当行だけでなく、地域金融機関との連携により金融機関・地域の垣根を越えた全国規模でのビジネスマッチングを実現するものとして、今後の発展が期待される。

顧客同士が自由に ビジネスマッチング

近年、飛躍的進化を遂げるデジタル技術を用いたビジネス分野の開拓が、各業界共通の経営課題になっている。われわれSMBグループも、顧客基盤や

ネットワーク力、保有データを活用してお客さまと一緒に新たなマーケットを切り開くことが法人ビジネス分野の肝であると考え、支援体制を作り上げている最中である。

今回ご紹介する「ビズクリエイイト」は、まさにわれわれのネットワーク力を最大限活用

したデジタルプラットフォームビジネスの第1号案件であり、地域金融機関との連携により、金融機関・地域の垣根を越えた全国規模でのビジネスマッチングを実現するものである。

三井住友銀行はかねてから、お客さまの「新たなビジネスパートナーを探したい」というニ

三井住友銀行

法人戦略部

部長代理

長谷知絵



ホールセール統括部

部長代理補

山本賢治



ーズに 대응するため、銀行員がお客さま同士を紹介する対面での「ビジネスマッチング」を積極的に推進してきた。その類型と