

地銀系証券会社の動向と地域における役割



平成30年11月12日
株式会社資本市場研究所きずな

2017年度決算の動向

地銀系証券会社の業務拡大の動きが活発化している。地方銀行の証券ビジネスが、再び子会社方式で活発化しており、改めて子会社の地方証券会社のサイドからフォーカスを当ててみたい。

まず決算動向については、純営業収益を概ね3～5割程度増加させたところが多い。下表は、2期以上営業を行っている地銀系証券会社18社だが、これに昨年新設された七十七証券、京銀証券、九州FG証券と10月から北洋銀行の完全子会社になった上光証券が加わって合計22社となっている。この地銀系証券会社を合算すると、従業員数3,164名、営業拠点(銀行内を含む)241店舗、純営業収益781億円となって準大手証券並みの業容になっており、今後も従業員数や営業拠点を増加させる戦略を取るところも多い。

個別の販売商品動向を見ていくと、他のリテール証券と同様に、外債や仕組み債販売に注力するところと、投資

信託の販売を強化する傾向が強いところと別れているが、比較的公司設立が早い地銀系証券会社では、投信の残高は1～2割程度減少しているところも目立っている。

これらの証券会社では、他の販売商品である外国債や仕組み債を含む国内債の残高が増加していて、トレーディング収益も大きく増加しているところが多い。外国債の販売では、主に為替差益、仕組み債の販売ではデリバティブ部分のスプレッド相当の一部をトレーディング収益化できるが、18社のうちこのトレーディング収益が前年度より5割以上増加したのは12社ある。主に投資信託の販売収益となる募集手数料では、反対に4社が前年度より減少しており、また、国内投信残高では10社が前年より減少している。

また、市場が上昇基調にあった国内株については、14社が概ね1～2割程度減少しており、特に元々株式の取扱いが中心だった地元証券会社である子会社方式の各社の減少率が大きさが目立っている。

地銀系証券会社の2018年3月期決算概要

	従業員数	店舗数	保護預かり残高										
			純営業収益		受入手数料		トレーディング収益		国内株	国内債	外国債	国内投信	外国投信
			百万円	増減(%)	百万円	増減(%)	百万円	増減(%)	百万株	百万円	百万円	百万口	百万口
ワイエム	269	22	9,047	31.2%	5,522	30.8%	871	5.8%	106	9,867	80,982	220,738	2,320
静銀ティーエム	283	19	8,487	10.0%	5,121	5.9%	3,338	16.3%	104	17,557	62,157	444,459	4,662
浜銀TT	254	17	7,328	16.1%	4,415	11.1%	2,900	24.5%	143	13,495	114,547	167,724	3,323
ちばぎん	299	22	6,785	35.8%	3,006	13.3%	3,688	63.8%	458	9,956	125,158	153,070	1,757
ひろぎん	240	25	5,484	33.0%	3,830	27.0%	1,341	67.0%	388	14,428	171,965	234,359	1,331
西日本TT	194	13(7)	5,080	34.1%	2,591	1.1%	2,483	203.4%	62	16,596	69,905	109,663	1,891
八十二	175	10	4,704	56.2%	1,853	32.9%	2,833	77.0%	166	3,100	69,744	102,017	118
中銀	120	5	4,277	19.9%	1,774	-1.8%	2,500	42.3%	65	7,593	87,463	178,557	-
めぶき	76	7	3,817	76.0%	581	37.4%	3,235	85.4%	92	3,670	96,250	98,667	5,006
FFG	211	10	3,666	41.7%	3,439	48.5%	78	-10.3%	260	39,476	13,666	110,640	775
池田泉州TT	109	8	3,263	45.9%	2,112	38.3%	1,147	62.3%	32	4,571	46,571	39,117	694
第四	209	15	3,106	20.1%	1,950	39.1%	1,132	-2.8%	106	8,704	48,343	55,486	3,344
四国アライアンス	108	7	2,513	39.8%	867	25.7%	1,648	49.0%	66	30,175	78,672	68,890	2,125
ほくほくTT	109	5(2)	2,136	11.0%	1,233	4.1%	895	22.3%	32	28,151	25,467	45,568	915
ごうぎん	58	5(2)	1,693	162.1%	361	27.1%	1,331	269.7%	6	9,514	51,311	21,277	427
百五	86	9	1,534	44.6%	756	9.1%	775	111.7%	17	845	24,356	73,127	1,910
とうほう	54	6	1,096	115.7%	421	29.9%	673	267.8%	8	6,104	22,357	25,737	462
おきぎん	108	7	903	20.4%	634	7.4%	275	75.2%	50	3,975	2,817	36,224	-

子会社方式

地元証券会社を完全子会社化

新設方式

証券子会社を新設

TT方式

東海東京証券の地方支店を中心に合併会社

※店舗数のカッコは、銀行内拠点

※各数値等は、各社の“業務及び財産の状況に関する説明書”より作成

銀証連携の進め方と課題

地銀系証券会社の事業戦略は、新設で設立する場合は勿論、地元地方証券会社を完全子会社にする場合であっても、親会社の地方銀行の事業戦略に大きく影響されている。

地方銀行における証券関連業務の最大の目的は、手数料ビジネスの強化があるが、実際の事業戦略としては個人向け預り資産業務の推進とされており、投資信託や債券・保険商品などの個人への投資商品の販売が中心となっている。これらの金融商品は、証券会社でも銀行の窓口でも販売することは可能だが、貯蓄性資金から投資商品への資産移動では銀行が、リスク性の高い金融商品の投資家への説明では証券会社が、それぞれ有利ではないかと言われている。

銀行であれ証券であれ手数料収益確保の為に、個人に販売する金融商品は可能な範囲でグループ内で競争しながら販売していくというのは、両社が証券業務に関する同じ価値観と販売インフラを共有している場合は可能かも

知れない。しかし、貯蓄・貸出(信用供与)という視点と投資視点は異なっており、商品を取り扱うインフラとしての商品審査や投資家への情報提供体制も異なっている地方銀行と地銀系証券会社においては、金融商品販売上の役割分担をどの様に負っていくかが最近の地銀における銀証連携のテーマになっている。

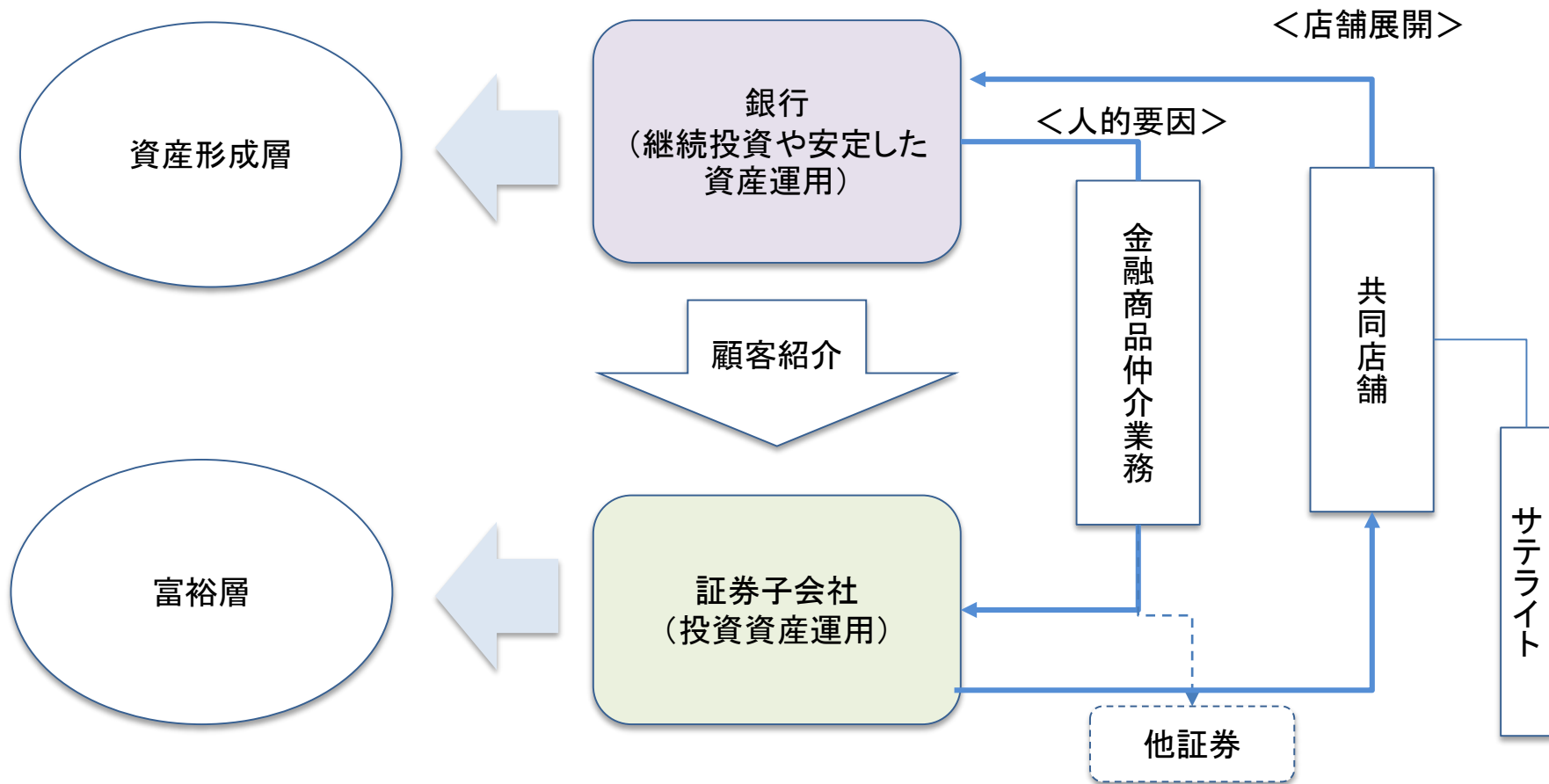
先行したメガバンク系の銀証連携においても、当初は銀行・証券間の顧客紹介から始まって、投資信託販売ではリスク性の高いは証券で、比較的风险が低い商品は銀行の窓販で行うという取組みが行われた。また外国債券販売においては、個人向け外債の在庫を抱える商品部機能は証券会社の方に頼り、銀行では、証券会社から供給される外国債券を、仲介業者として販売するという方法が取られた。また、銀行での営業現場の販売員育成の為に、銀行員を証券会社の営業店に出向させる方法を取っていたが、これは2009年6月のファイアーウォール規制緩和において証券・銀行・保険間の役職員の兼職規制を撤廃されたことで銀行員のまま証券会社の営業店に配属して金融商品販売ノウハウを習得し、銀行での金融商品販売体制強化も行うということも試みられた。

しかし、メガバンクにおいてでさえ金融商品販売の為のインフラ(商品審査や販売店への業務監査)を子会社証券会社と同様に維持するという事は現実的ではなかった。加えて、投資信託の販売において高齢者対応やデリバティブ性の強い商品において、投資家のニーズや適性に応じた販売体制(日本証券業協会自主規制:店頭デリバティブ取引に類する複雑な仕組債等の判断基準(ガイドライン)2011年4月、高齢顧客への勧誘による販売に係るガイドライン2013年12月、等)を求める行政側の動きも強まり、更に昨年は“顧客本位の業務運営に関する原則”の公表とその取り組み状況を銀行・証券とも求められるようになってきている。その為、メガバンクグループにおける銀証連携は、銀行が販売する金融商品に合わせて、銀行側が証券子会社の仲介業務として金融商品を販売していくというのが主流になっている。

なお、銀行と証券の共同店舗も銀証連携の基本的戦略の一つだが、この戦略を推進する為には証券サイドの新たな店舗人員確保がポイントになる。証券側の新規店舗出店戦略においては、営業拠点数の多い銀行の店舗活用がグループとして有効だ。

地方銀行と地銀系証券における銀証連携の取組みもこの様な仲介業方式での証券業務拡大が中心だが、銀行側が資産形成層を中心に投信積立・NISA・保険商品を販売し、証券子会社は富裕層中心にアセットプランニングに基づく運用提案(株式・投信・外債等)を行うような役割分担も定着しつつある。背景は、積立てNISAやiDeCoなど少額投信積立てサービスを行うにはシステム投資が必要で、多額の初期投資に見合う業務戦略を証券側で描き難いことがある。また、地銀系証券の店舗戦略では、新規出店以外に、銀行店舗にブースを設けるなどするサテライトオフィスといった簡易型共同店舗と、銀行側の金融商品を仲介する店舗を拡大するものが主流となっている。

地銀系での銀証連携



地銀の証券業務戦略における取組みについて

銀証連携の業務推進として、個人顧客の投資資産残高をグループの目標として設定している地銀グループが多い。例えば、広島銀行とひろぎん証券は中期経営計画での非預金商品の残高を本年度18,200億円(前年度比12.6%増)と見込んでおり、また、ふくおかファイナンシャルグループでは福岡・熊本・親和の3行とFFG証券で個人投資資産の預り残高を2015年度の1.3兆円から本年度2兆円まで拡大するとしている。

地方銀行としては、自前で証券子会社を保有し、銀行の顧客密着の金融サービス提供と証券のリスク商品販売体制の相乗効果で、個人の投資資産を取り込んでいくというのが基本戦略だろうが、最近では近隣の地方銀行同士の経営統合が進んだ結果、新たにグループ入りした地方銀行がグループ証券会社の仲介業務・顧客紹介・共同店舗を推進する動きも活発化している。なお、証券子会社を保有しない地方銀行の業務ニーズを囲い込む動きも目立ってきており、SBI証券は自社の商品ラインナップや取引システムの一部を地方銀行に対して金融商品仲介業務の展開

の中で提供することで、証券子会社を保有しない地方銀行の証券インフラとなることを目指している。具体的にSBI証券は、昨年3月に清水銀行に金融商品仲介業サービス提供を始めたのを皮切りに本年6月までに合計29行と同様の提携を進めており、清水銀行とは同社の子会社のSBIマネープラザと共同店舗運営を昨年9月に開始している。証券子会社を持たない地方銀行にとって、個人投資資産を取り込むことは出来ないが、個人の投資の係る手数料獲得や個人の投資動向に関する情報は仲介業者として確保できるメリットがあり、証券業務に係る経常費用も押さえることができるので、この方法はSBI証券を中心にした疑似的銀証連携とも言える。

一方、銀証連携の推進に当たって“顧客本位の業務運営に関する原則”を銀行と子会社証券で共有しているが、KPI・取組み状況の報告も殆どがグループで行っている。その内容としては、販売商品上位や積立投資の状況・FPなど資格対応者や社内勉強会・研修などの取組み状況、顧客へのセミナー実施状況などを公表している。

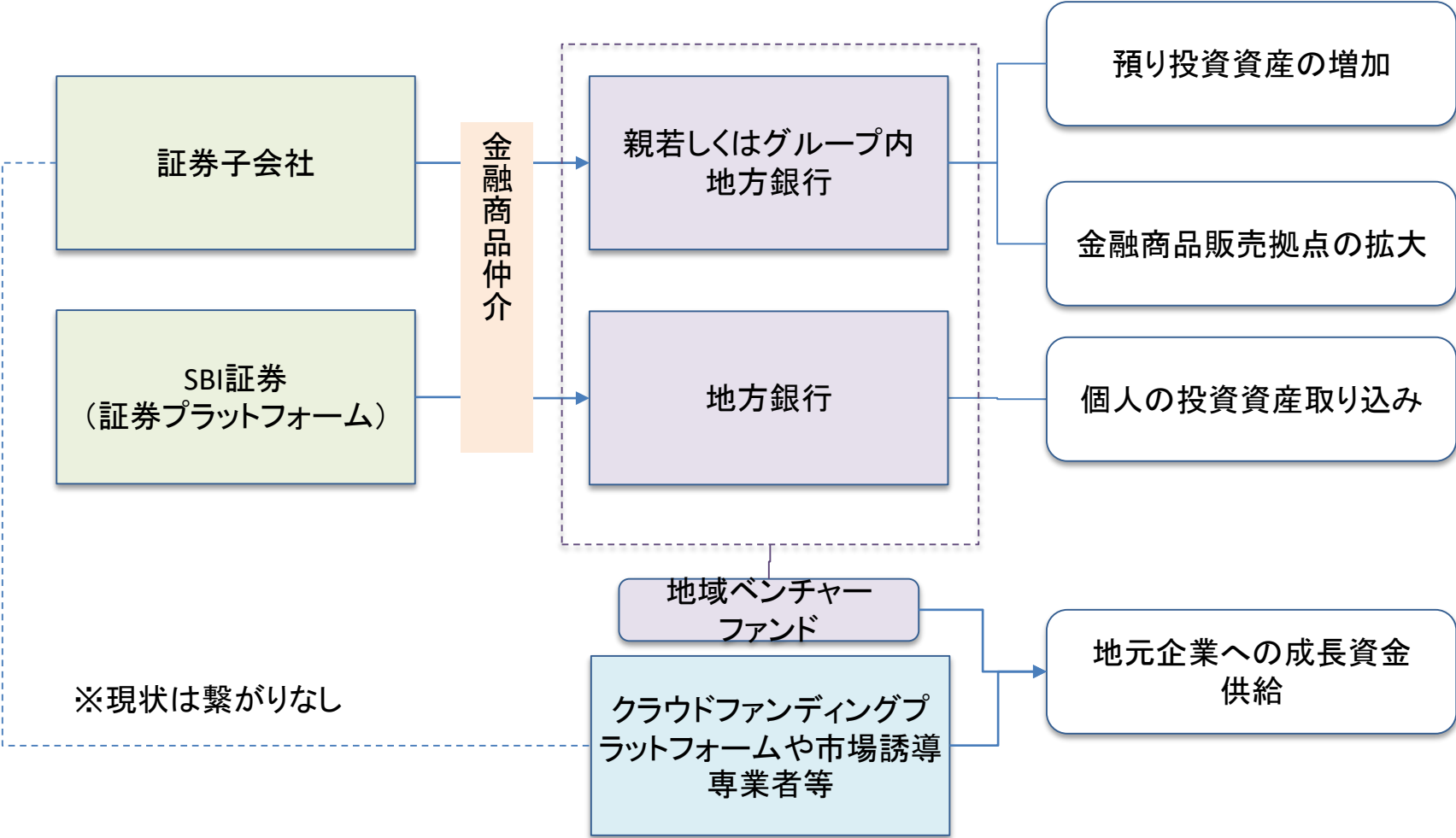
また最近、東京証券取引所(JPX)は地方銀行との間で、

“資本市場に関する連携についての基本協定”等を進めており、東証の上場市場及び上場基準が緩和され、迅速な上場が可能なTOKYO PRO Market(プロ向け市場)への上場支援活動を連携して地域において行うなど、過去約1年間で北陸、北海道、七十七、四国アライアンス(阿波、百十四、伊予、四国)、京都、西日本シティ、東邦、広島の各地方銀行と提携を結んでいる。

この部分は、個人の投資資産の取り込みとは異なり、地元企業への支援となるが、地方銀行としてはリレーショナルシップバンク(地域密着型金融)の取組みでもある。既に、地域の成長企業にリスクマネーを供給する仕組みとしては、クラウドファンディング、プロ向け市場、そしてIPO(新規株式公開)などがあり、地方銀行自身も地域ベンチャーファンドの組成に係っているケースも多い。証券子会社を持つ地方銀行においては、証券機能を通して地元住民の投資資金をリスクマネーとして地元企業や事業に繋いでいくことは可能となっている。証券会社独自の制度である株主コミュニティ制度を使って地元企業株式に流動性を与えることで、投資型クラウドファンディング、プロ向け市場、そしてIPOへの市場誘導業務も効果的に連携することが可能と

なる。地方銀行では既にクラウドファンディング・プラットフォームなど各資本市場業務の専門者と業務提携を行っているところが多いが、これに証券子会社の市場対応機能をリンケージさせていくことで、地域版市場誘導業務を確立することが可能となる。

地方銀行の証券業務戦略



地銀系証券会社としての次の戦略ポイントは何か

地銀系証券会社にとって、戦略の中核は銀証連携の強化であることは変わらないだろう。しかし、当面の量的目標（営業収益・預り資産や営業拠点）から質的目標（従業員一人当たりの収益性や顧客満足度など）に重点が移っていくのではないかと予想する。そのポイントとなるのは、IT・フィンテック化と顧客本位の業務運営の推進ではないかと考える。

業務指標の一つとして地銀系証券会社の2018年3月期決算数値から従業員一人当たりの純営業収益を見てみると、4千万円超から1千万円を切っているところまで幅ひろく分布している（中心値は2千万円台後半）。業務拡大をしながらこの数値を高めるためには間接部門の人員比率を低下させる必要があるが、口座開設・売買管理・コールセンター対応など現在AI応用が始まっていることを考えると、間接部門のIT化は進みそうだ。また、顧客本位の業務運営に関して地方銀行とともに共通のKPIに取り組むことで、顧客の満足度も向上し、地銀グループとして投資家を囲い込んでいくことも可能となる。これらを想定すると、地銀系

証券会社の戦略は、これまでの量的拡大から、質的向上を図って方向へ転換されていくのではないかと予想する。

また、地銀系証券会社の強みとしては、親の地方銀行と地元企業との関係が親密なことを利用することだ。具体的には、職場積立NISAやiDeCoなど初期のシステム投資が必要な制度対応は銀行側が対応することで、地元企業の職場において証券子会社として将来の投資家層を開拓できる可能性も出てくる。この地元企業に対する銀証連携の職域営業が、法人・個人を含めた顧客開拓の戦略ポイントになるのではないかと予想する。

次の戦略ポイントとしては、証券会社としての審査能力整備を上げたい。これは投資家の為に金融商品の適正さを判断したり、企業のファイナンスに対する調査・分析を行うもので、前者は商品審査、後者は引受審査で、総じて審査部機能と言う。

先ず商品審査機能についてだが、通常の公募の投資信託や高格付けの債券などの取扱いをする分には、実質的な商品審査は敢えて行わないことが多い。これは、投資

信託を組成する運用会社の方で、一般投資家に販売して問題ない運用方針や資産管理を行うことを証券会社サイドに示していることと、債券についてはA格以上であれば格付機関による投資適格判断が行われているので、通常は取扱い通貨の制限をするだけで金融商品としての取扱い判断を行うためだ。しかし、これ以外の金融商品を取り扱う場合は商品審査が必要になる。例えば、地元企業の私募債や地元に必要な事業の私募ファンドでは、自主規制ルールに基づいて商品審査とその後のモニタリングが必要になっている。逆に言えば、商品審査機能を整備していれば地銀系証券会社として、地元企業や地元事業へのリスクマネー供給に関与することが出来る。

次に引受審査機能だが、基本的には企業の成長性・財務内容の健全性・資金使途の適正さ等を調査し引受判断を行う為の審査を行う。実質的な引受審査機能は、IPOなどの主幹事を行うことが出来る中堅以上の証券会社にしかなかったが、この機能が整っていれば、地元企業のIPOに関して主幹事業務を行うことも可能となり、地銀グループとしての市場誘導業務も収益性の高いものステージアップすることが出来る。珍しい事例だが、今年1月に開業した

九州FG証券では、2020年での主幹事業務開始を目標に引受審査機能整備の準備段階に入っている。この引受審査機能があれば、株主コミュニティ制度でのファイナンスも可能となり、プロ向け市場においても上場支援をすることが出来る。

以上の戦略ポイントに地銀系証券会社が対応していくことで、大手証券やネット証券と異なる地域密着型の証券会社モデルが成り立つことに期待したい。

地銀系証券の戦略ポイント

