

# メガバンクの地方進攻VS地域金融機関

不良債権処理を終えたメガバンクは、中小企業融資の分野で積極的な拡大戦略を進めており、その一環として地方中核都市に「法人営業所」を設置して融資開拓に熱を入れている。

それに対し、地域金融機関は警戒心を強めつつも稠密な支店網を基盤に融資深耕の体制を再構築し、独自の融資商品を開発するなどして対抗している。

## 定型商品広域販売戦略を展開するメガ

### 地銀は顧客セグメント化、

### 低コスト・カスタマイズで差別化を

「欧米銀に比べて収益性が低い」「新たなビジネスモデルをつくらなければならない」「銀行はマーケティング機能が弱い」など、長年護送船団方式のなかで育まれてきた銀行業界のビジネスモデルに対する評価は手厳しい。一方で銀行・信託・証券が一体となった支店が出始めたり、外資と組んだプライベートバンキング業務の立上げなど、ここへきて従来みられなかった動きが出始めていることも事実である。価格（金利）、商品・業務、チャネルなどの自由化が着々と進展し、技術革新も進んでいる。銀行の戦略オプションが広がりを見せるなかで、不良債権処理の一応の終焉を迎えた大手金融機関は現在どのような方向に進んでいるのであろうか。いま一度その姿を概観し、地域貢献の声が高まる地方金融機関の経営戦略の方向性を検討してみたい。

#### 歴然とする

#### 都銀と地銀の経費率格差

金融ビッグバンの声を聞いて  
早一〇年近くが経過しようとし

ている。その間規制緩和は確実に進んできた。預貸の金利の自由化に始まり、商品や業務、そして販売チャネルの規制もかなり撤廃された。また銀行業務へ

の参入や退出も多くみられるようになり、さまざまな業種が参入してきた。一方で、銀行業界は業態を問わず、不良債権の処理を経営の最優先課題としてき

た。取扱商品やチャネルのバラエティは拡大してきたが、ベールにある思考は「縮小均衡」であり、アセットやコスト削減を主眼とした戦略が中心であった



A・T・カーニー 金融グループ

マネージャー 森野 智博