

銀行決済サービスへの価格差別の適用試論

地方銀行の戦略への適用

滋賀大学大学院 吉田 浩平

(報告要旨)

現在のアメリカの銀行の成功要因として語られるのは、金融工学をベースとした証券化技術や、貸出金利適正化に資するリスクベースプライシングの進展である。

しかし、もう一つアメリカの銀行の成功要因と考えられるのが、決済サービスからの収益の向上である。Bomfim and Nelson(1999)によれば、預金口座からの収入は、全国銀行ベースで1989年からの10年間で倍増している。またRadecki(1999)の推計によれば、1996年アメリカの上位25行の収益の実に約40%が決済サービスからの収益で占められている。

私の発表では、この決済サービスからの収益性向上に関連して、以下の3つのことを述べる。

第一に、邦銀の決済サービスにおいて、決済サービスでの赤字をローンや資産運用商品などからの黒字で埋める内部補助の戦略は成り立たず、タブー化している口座維持手数料の導入が必要であることを述べる。

第二に、米銀の決済サービスからの収益向上には、顧客タイプによって異なる決済機能の価値に着目した商品戦略が根底にあることを示す。スーパーリージョナルバンク3行の例を取り上げ、決済性預金商品に、情報の非対称性が存在する市場において消費者の選好を顕示させる「自己選抜価格差別モデル」を応用した商品戦略が適用されていることを述べる。

しかし、これを邦銀に適用するにあたっては、日米の消費者向け決済システムに違いがあるため、応用が必要である。すなわち米銀が自己選抜価格差別のパラメーターとして主に用いているのは、小切手の利用枚数である。そのため一般消費者が小切手を用いることがほとんどない日本では適用は難しい。変わって日本では、ATMの利用行動に応じた価格差別の実施が可能であるとの仮説を立てる。実際のATMの利用情報を統計情報と組み合わせで分析した結果、ライフスタイルによりATMの利用行動が異なることを最後に示す。

(討論者コメント)

従来、銀行決済サービスと価格政策(戦略)に関する問題については、金融機関行動なにかんづく銀行の経営戦略との関連で散見される程度であまり行われていなかったテーマである。そのため、本報告におけるような地域金融機関の価格差別行動やそのあり方に関して銀行業のマーケティング問題との関連も含めて取り上げて分析することは、今後の当該領域の拡大・展開を試みる意味でも評価できることといえる。また、本論文は、外国での

研究特に米国のケースや文献類を適切に検討しながら意欲的に取り組んだサーベイ論文としての性格を強くもっているといつてよい。

ただ、論文とするにおいては、さらなる改善の求められる所が見受けられるため、いくつかの質問ないしコメントを提示して、ご説明ないしご意見をうかがいたい。

A 一般的なこととしては、次の2点がある。

1 「預金利ざや + A T M手数料、逸失金利 + 口座手数料、小切手手数料（企業向け？） + 証券取扱い業務、クレジットカード業務」という方向性は、銀行の実務現場から見て一般的なものか？

2 価格設定シミュレーションは、収益最大化を図った上でのことか？

B 個別的なこととしては、次のとおり。

3 「口座維持手数料などの米国流手法が庶民感情から反発を受ける」よりも、市場競争上、競争相手の行動いかに依存するが、不利に働くこともあるのではないか？

4 たとえば住宅ローン顧客への決済サービス手数料無料化のようなクリーム・スキミングのケースについては、個別銀行の経営戦略における自由度の範囲内ではないか？ それへの課金体系差別化等の市場対抗戦略は、如何？

5 女性のA T M利用時間の17時台は、パート労働からの帰り道や買い物などでの利用も考えられるのではないか？

6 クラスタ分析でのグループ分けについて、結婚で世帯を持てば公共料金の自動振込みが必要になるという仮定は、独身でもそうしていないかという点が疑問ではないか？

このように、特に実証分析面においては変数の定義や属性区分、データ・サンプルの利用可能性など再検討することがのぞましいといった諸課題があるとしても、当該研究領域における意欲的な本報告の意味を損なうものではない。今後の金融自由化やグローバル化、IT化が一層進展するのにもとない地域金融への重要性がますます増大すると予想されるため、今後のさらなる取組みと成果を期待したい

（発表者リプライ）

1. ご指摘の方向性は米銀の事例を引用した部分であり、邦銀の実務現場とはやや離れている。邦銀の収益性向上のためには流動性の提供や決済機能の利用そのものの対価を得る必要があるという論文の主旨から、その分野で取り組みが先行している米銀をベンチマークとして見たものである。現在の邦銀の決済業務の収益は、振込や口座振替の手数料が一般的で、小切手は事業者以外ではほとんど用いられない。邦銀の実務現場では、決済業務はコストカットが最大の問題であり、本発表で述べた様な価格戦略面からの収益改善への取り組みは行われていないようである。

2. フルペーパーにおいても実際にシミュレーションをしたわけではなく、価格設定は仮

説レベルにとどまっている。本格的に行う場合は、収益最大化だけでなく、消費者余剰も考慮したパレート改善のシミュレーションも行うべきと考える。

3. 競争相手が価格を下げた場合のように、競争相手の行動により不利に働く場合ももちろんある。しかし、競争相手も同じ戦略を取ることにより、金融機関の収益のパイは増加すると考えられる。一般的に、決済取引はスイッチングコストが高い（利用口座を変えにくい）こと、地域金融機関が選択される理由は「近いから」「ATMが多いから」などという非価格競争の要因も大きい、などの理由で現実性に乏しい戦略とは言えないと考える。
4. 住宅ローン顧客への自行扱い分の決済サービス無料化をクリーム・スキミングであるとは考えない。これはおっしゃるとおり、個別銀行の戦略の範囲内である。ここで述べたクリーム・スキミングは、例えば都銀による「収益の上がる住宅ローン取引だけを吸収し、収益が上がらない決済取引だけを地域金融機関に残す」という戦略のことである。その戦略に地域金融機関が対抗するためには、決済取引自体の収益化が必要となる。
5. ご指摘の通りである。ただし、経験上、女性の方が時間外手数料に対して敏感であるという可能性も排除できないと考える。今後実証を行う必要があると考えている。
6. 婚姻の有無を示すデータがないため、年齢別の「電気料金引き落とし口座保有の割合」と「県内の年齢別婚姻率」との相関が高いことから、男性の電気料金支払い者を既婚者とみなしたものである。厳密とは言えないが傾向を知ることはできると考えている。