

## 小口金融における実店舗の役割 ～英国とドイツ～

立教大学 日向野 幹也

小口の総合金融サービスについては、電話やインターネットを使ったサービスと並んで、ここ数年、実店舗の意義が見直されているようである。これは金融サービスを受けるためにわざわざ電話したり、ネットにアクセスするのではなく、外出するときに寄る場所ですぐに對面で金融サービスが受けられれば便利であるとする消費者が相当程度に多いことに起因していると思われる。特に注目したいのは、何のついでに金融サービスを受けられると便利かである。これは金融関連サービスである必要はない。金融に近いからという理由で保険や証券を思い浮かべるのはサービス供給者側の発想に過ぎない。利用者としては、なるべく日常的に立ち寄ることの多い場所ほど便利と考えている可能性がある。このことを明確に示したのが英国のスーパーマーケットバンキングである。

従来銀行のものではなかった店舗網に銀行の支店網と同じ機能を持たせることによって、先発の銀行よりも満足度の高い金融サービスを与えることができたことは、金融サービスにおける一つの有力な実店舗配置の方法として、非金融サービス利用のための顧客動線をなるべく妨げない、という方向がありうることを示唆している。

ドイツの電子財布 Geldkarte についても、ある意味で類似したサービス拠点の配置の問題がある。我が国の JR Suica（関西では JR Icooca）についても同様の問題が発生していたと推測される。

このように、店舗ないしサービス拠点の配置の仕方は、金融サービスにおいても決定的に重要であり、英国スーパーやゲルトカルテの例はむしろ金融サービスにおいてはその重要性が他のサービスより高いことすらありうることを示唆している。