

残高1兆円増に向け 積極化する ゆうちょ銀行の投信販売

●郵便局ネットワークを活用し収益力を強化



ゆうちょ銀行の池田憲人社長(共同通信)

経済ジャーナリスト
加藤 信吾

ゆうちょ銀行は、投資信託取扱局や投資信託紹介局の拡大を発表。親会社である日本郵政が巨額の損失を計上する中、郵便局とも連携し、グループを挙げて投信販売のさらなる強化を目指す。

6月7日、ゆうちょ銀行は投資信託の販売拡大に向けて、現在1315の「投資信託取扱局」を、7月10日から13局、10月以降87局の計100局追加することを発表した。

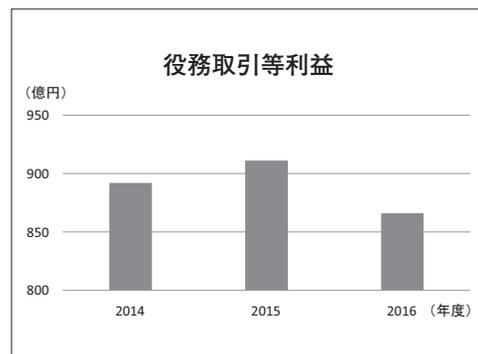
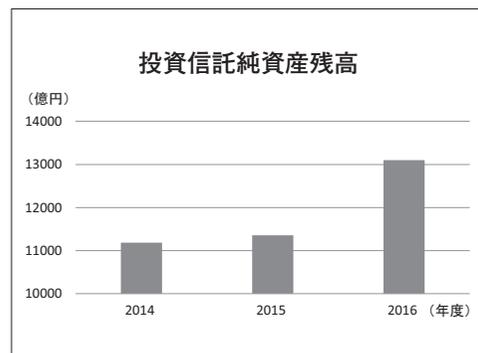
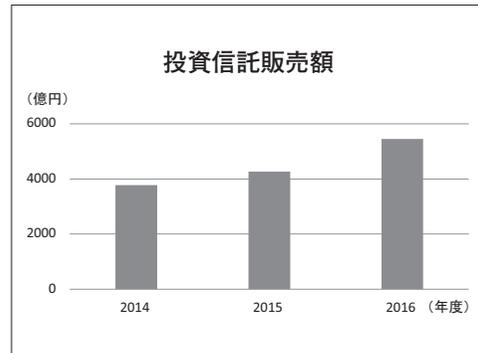
取扱局の選定にあたっては、投信の説明や口座開設ができるスペースがあることや、近隣に取扱局がないことのほか、局員の販売スキル、周辺地域のニーズといった要素を勘案した。

同時に、資産運用ニーズの喚起や取扱局への紹介を行う「投資信託紹介局」も、7月10日以降、現在の805局から1万6686局に拡大する。投資信託紹介局は、商品の勧誘や口座開設は行えないが、取扱局への紹介により投信販売を支援する。

キヤッシュバックの影響で販売増でも減益に

ゆうちょ銀行が投信販売に注力するのは、国債などの有価証券運用益に偏る収益構造から脱却し、手数料収入を拡大して役務取引等利益を増加させるためだ。長期化

●ゆうちょ銀行の投資信託販売等の状況



出所：ゆうちょ銀行決算資料

する低金利環境に加え、日本銀行によるマイナス金利政策が直撃し、新たな収益源の確保が喫緊の課題となっている。ゆうちょ銀行の投信販売実績を見ると、2015年度の販売額約4270億円、純資産残高1兆1350億円に対して、16年度は販売額約5443億円、純資産残高は約1兆3101億円とそれぞれ拡大している(図表)。

ただ、今は「生みの苦しみ」といった状況は否めない。16年度の役務取引等利益は866億円と、15年度の911億円から45億円減少した。役務取引等利益の主な減少要因と思われるのが「キヤッシュバックキャンペーン」だ。このキャンペーンは、16年2月22日から17年3月31日まで、ゆうちょ銀行が販売している「バランス型ファンド」を購入した顧客に対し、購入時手数料(申込手数料)を全額キヤッシュバックするというものである。

例えば投信を200万円購入し、購入時手数料(消費税込)が1.08%の場合、2万1600円がキヤッシュバックされる。ゆうちょ銀行関係者は「リスクの低い商品で、投信の裾野を広げようという取組みだった」と話す。いわば販売拡大のための先行投資だった。ところが、実際は見込んだほどの拡大にはつながらなかったようだ。16年11月の米国大統領選でドナルド・トランプ氏が勝利したことを契機として株式相場が上昇した「トランプ・ラリー」を受け、利益確定売りをした顧客も多かったためとみられる。それでもゆうちょ銀行関係者は、投信販売拡大は「目論見通り」と話す。他の金融機関で投信販売が伸び悩む中で

**資産運用商品1兆円増へ
バランス型投信に注力**

ゆうちょ銀行は、16年2月から「コア・サテライト戦略」での運用提案をする中で投信を販売している。コア・サテライト戦略とは、投資資産の中核(コア部分)はバランス型ファンドなどで安定的な運用を目指し、サテライト部分は単一資産で運用するファンドなどでリスクをとって高いリターンを目指す運用手法だ。

定期貯金の満期を迎えた顧客に対しては、資金を投信に振り向けてもらうための案内を積極的に展開。低金利下で貯金にはほとんど金利が付かない中、リスクはあるが貯金よりも高い利回りが期待できる投信に資金を振り向けてもらい、自行内で「貯蓄から資産形成へ」を進めようという取組みだ。

ゆうちょ銀行は、15年度、17年度中期経営計画で、投信や変額年金保険など資産運用商品の残高を1兆円増やして倍増させる目標を掲げている。