

高齢社会の中での地域金融機関 — 高齢顧客向けサービスへの示唆 —

宮本 佐知子

■ 要 約 ■

1. 日本の高齢化は急速に進展している。国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、2040年には高齢世帯数は2,242万世帯、一般世帯総数に占める割合は44%になる。それに伴い、高齢単独世帯数や高齢世帯に占める単独世帯割合も増加していく。
2. 高齢化の状況を地域別に見ると、このような動きが日本全体よりも早く顕在化する地域も多い。また、高齢世帯はどの地域においても、金融資産を多く保有している。そのため、地域金融機関にとって、高齢顧客への対応は急務になっている。
3. しかし、高齢顧客の急増は、地域金融機関にとっても初めて直面する課題であり、その対応は試行錯誤が続けられている。そこで本稿では、米英の金融機関による高齢顧客への取り組みについて、顧客の関心が高いと見られ、日本の地域金融機関に参考になりそうなものを紹介したい。
4. これらの取り組みには、新たな手数料収入を期待できるものもある一方で、直接的には収入につながりづらい「公益的な取り組み」となるものも多い。顧客の信頼を得ることにつながる地域貢献の観点を重視しながら、高齢顧客への取り組みを「収益的な取り組み」につなげることは、営利企業である地域金融機関にとっては重要な課題である。「公益的な取り組み」と「収益的な取り組み」を両立させる金融商品サービスを顧客本位の目線で工夫していくことが、地域金融機関には求められているのではないかと。

野村資本市場研究所 関連論文等

- ・宮本佐知子「2030年の家計金融資産の姿—年齢階層別・地域別の展望と示唆—」『野村資本市場クォーターリー』2018年春号。
- ・野村 亜紀子、荒井 友里恵「米国のフィナンシャル・ジェロントロジーと日本への示唆—高齢投資家への包括的アプローチの模索—」『野村資本市場クォーターリー』2015年秋号。
- ・宮本佐知子「大相統時代：金融機関に求められるアプローチ」『野村資本市場クォーターリー』2011年秋号。

I 高齢顧客の増加に直面する地域金融機関

1. どの地域でも急速に進む高齢化

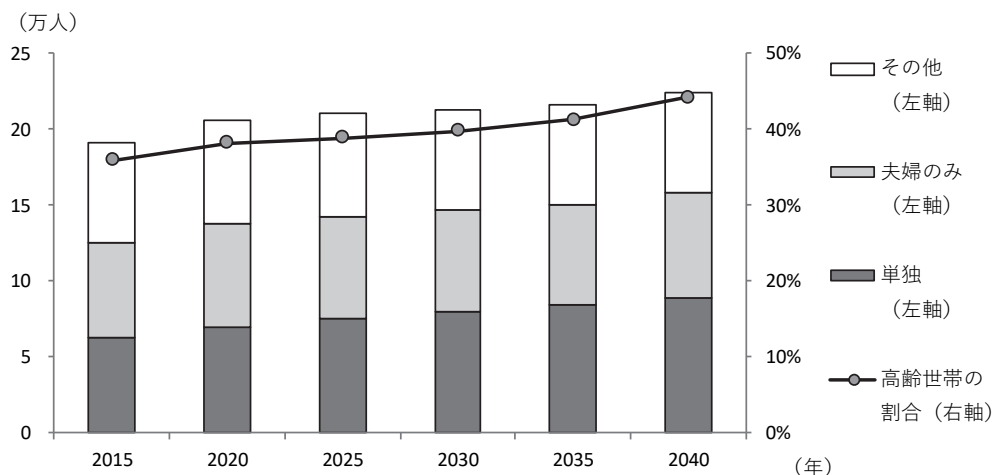
日本全国で高齢化が進んでいる。世帯単位で見ると、高齢世帯（本稿では、世帯主が65歳以上である世帯を指す）の数は、2015年時点では1,918万世帯、総世帯に占める割合は36.0%である（図表1）。今後、高齢世帯数は更に増えると見込まれており、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」によると、2040年には高齢世帯数は2,242万世帯、一般世帯総数に占める割合は44.2%にそれぞれ増加する。

高齢世帯の内訳を見ると、最も多い家族類型は「単身世帯」であり、2015年は高齢世帯の32.6%を占める。この割合は今後も増加すると見込まれており、2040年には40.0%になる。そのため今後は、高齢世帯数や一般世帯に占める高齢世帯割合の増加とともに、高齢単身世帯数や高齢世帯に占める単身世帯割合も増加していくことになる。

また、高齢世帯のうち世帯主が75歳以上世帯の割合は、2015年の46.3%から2040年には54.3%へと増加することが見込まれている。そのため今後は、高齢世帯の高齢化も一層進んでいくことになる。

地域別に高齢化の状況を確認すると、地域ごとの特徴は異なるものの、日本全体よりも早くに高齢化の影響が顕在化する地域も多い。例えば、一般世帯総数に占める高齢世帯の割合は、2015年時点で最も高い地域は秋田県（46.0%）であり、2040年になると57.1%になると予想されている（図表2）。この割合は今後、全ての地域で上昇していく。2040年

図表1 高齢世帯の内訳と高齢世帯の割合

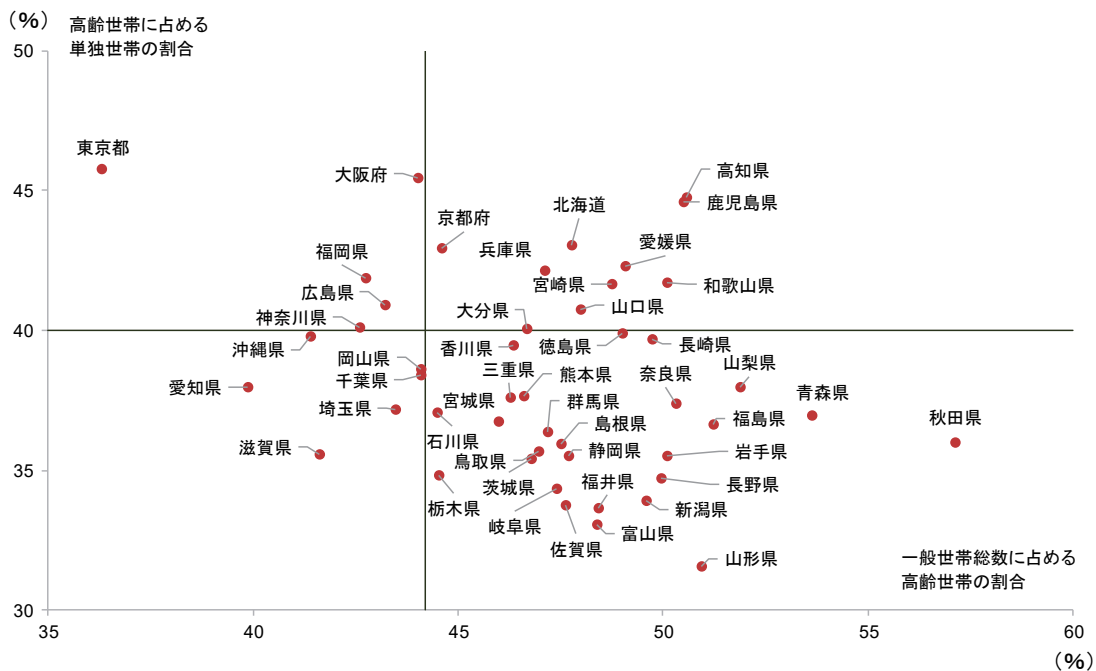


(注) 1. 高齢世帯とは世帯主65歳以上世帯を指す。

2. 2015年は、家族類型、世帯主の年齢不詳を案分した世帯数。

(出所) 国立社会保障・人口問題研究所推計より野村資本市場研究所作成

図表2 高齢世帯の割合と高齢世帯に占める単独世帯の割合（2040年）



(注) グラフ中の縦横線は、全国平均を示す。

(出所) 国立社会保障・人口問題研究所推計より野村資本市場研究所作成

時点では、一般世帯総数に占める高齢世帯の割合が全国平均（44.2%）を上回るのは、36道府県にのぼると見込まれ、大都市圏以外の地域が多く含まれている。

また、高齢世帯に占める単独世帯の割合は、2015年時点で最も高い地域は東京都（40.8%）であり、2040年になると45.8%になると予想されている¹。この割合は、今後、全ての地域で上昇が続いていく。2040年時点では、高齢世帯に占める単独世帯の割合が全国平均（40.0%）を上回るのは、15都道府県にのぼると見込まれ、大都市圏の地域も多く含まれている。

地域金融機関は、地域の家計・企業に対して金融サービスを提供することを主業務とする、地域に根差した金融機関である。今後は、地域金融機関の所在地域によって差はあるものの、顧客に占める高齢世帯割合が増えていくか、顧客高齢世帯に占める単独世帯割合が増えていくか、どちらかまたは両方の状況に、日本全体よりも早くに直面する地域金融機関も多いと見込まれる。

¹ 東京都の高齢単独世帯数は、2015年は79.3万世帯であり、2040年には116.7万世帯になると予想されている。

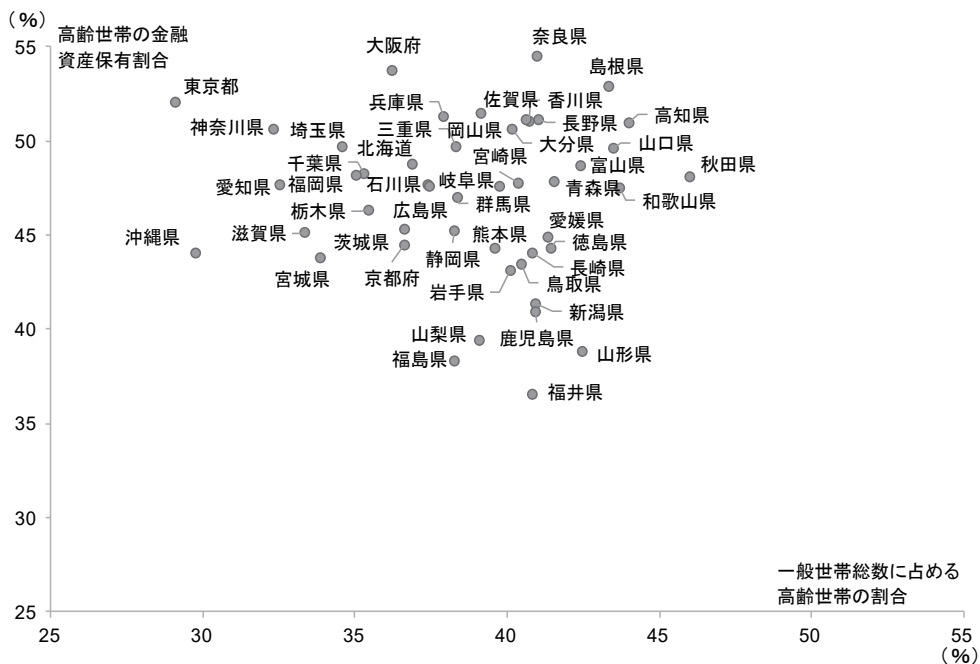
2. 地域金融機関にとって高齢顧客対応は重要課題

また、地域金融機関のリテールビジネスの観点から考えると、高齢世帯は特に重要な顧客セグメントである。一般的に、高齢世帯では資産蓄積が進んでいるため、保有する金融資産は平均的に若年世帯や中年世帯よりも多いからである。地域の家計金融資産のうち、高齢世帯が保有する割合を推定すると、奈良県、大阪府、島根県は特に多いものの、どの地域でもその割合は多いことがわかる（図表3）。

高齢者が保有する資産は、将来、相続を通じて次世代へと移転する。次世代がその地域金融機関の顧客でなければ、現在の高齢顧客の資産は相続を通じて将来、他金融機関へ流出することになる。特に、人口が域外へ多く流出していた地域では、後年、相続を通じて資産が域外へ流出する可能性がある。そのため、地域金融機関にとっては、現在の顧客との接点を活かして取引関係を次世代へつなぐことは、大切な課題となっている。高齢顧客との取引を長く維持できれば、次世代にアプローチする機会もその分、増やすことができるかもしれない。

このように、地域金融機関では今後、日本全体よりも早くに顧客のうち高齢世帯割合が増えるか、高齢顧客のうち単独世帯割合が増えるか、あるいは、高齢顧客の資産が相続を通じて流出するか、いずれかまたは全ての課題に直面すると見込まれる。そのため、地域金融機関にとって高齢顧客対応は重要課題になっている。高齢化の波は、世界の中でも日本が最も早くに直面するとはいえ、海外にも及んでいることから、次章では米国や英国の金融機関での高齢顧客への取り組みについて、概要を見てみたい。

図表3 高齢世帯の割合と高齢世帯の金融資産保有割合



(出所) 国立社会保障・人口問題研究所推計及び総務省統計より野村資本市場研究所推定

II 米英金融機関での高齢顧客への取り組みについての概論

I章では日本の地域金融機関にとって高齢顧客への取り組みが重要であることを述べた。そこでII章では、米英金融機関での高齢顧客への取り組みについて見てみたい。高齢世代は、他の世代と比べると、身体機能や健康状態、資産状況、テクノロジーの利用状況などで個人差が大きいことが特徴であり、個別性を高めた対応が求められる。以下では、高齢顧客の関心が高い課題と見られる、金融詐欺の防止、高齢顧客の介助者のサポートへの対応、認知症顧客への対応、金融機関へのアクセスのしやすさについて、米英金融機関の取り組みの概要を紹介する。

1. 金融詐欺の防止

日本と同様に海外でも高齢者は保有資産が多いだけに金融詐欺の標的となりやすく、また被害も受けやすいことから、金融詐欺の防止は高齢者の大きな関心事となっている。例えば、米国の退職者を中心とする会員制の非営利団体であるAARPの調査によると、米国では50歳以上の人々が銀行リテール預金総額の67%を保有しており、金融詐欺の被害額は1人当たり平均で12万ドルと、50歳以上世帯の平均貯蓄額と同程度にのぼる。そのため、高齢者を中心とする顧客資産を詐欺被害から防ぐために、下記のような取り組みが進められている。

1) 金融詐欺防止のための情報提供

金融詐欺を防止するための情報を、店頭、オンライン、電話などを通じて、顧客に直接提供することは、多くの金融機関で行われている。例えば、金融詐欺を防止するために必要な情報を冊子にまとめて配布することや、地域フォーラムを開催して金融詐欺の実例を情報共有し、犯罪を防ぐための対策を議論する場を設けることも行われている。これは、顧客以外の高齢者や高齢者団体、非営利団体、自治体、警察なども協力し、地域ぐるみで金融詐欺を防止する取り組みとなっている。

例えば、First Financial Bankでは独自の金融詐欺防止プログラムを推進している。金融詐欺防止のために職員をトレーニングし、実際に詐欺を防止した職員には特別な装飾ピンを授与し装着させることで、職員や顧客の間で金融詐欺防止に対する意識を高めている。また、犯人を検挙するために地元の警察や成人保護サービスなどと協力体制をとっている他、地域の老人ホームや市民クラブ、教会の集まりなどでも、金融詐欺への注意を喚起するために、職員による講演活動が進められている。

2) 顧客口座の取引データ分析

顧客口座の取引データを分析することで金融詐欺が疑われる取引を検出し、そのことを顧客に通知することにより、詐欺を未然に防ぐ取り組みも複数の金融機関で見ら

れている。例えば、過去の取引データを分析して金融詐欺の被害にあいやすい顧客の特徴を特定し、それに該当する顧客には予め情報が提供されている。また、顧客口座で進められている取引について、金額やタイミング、場所なども考慮して、異常な取引を検出する取り組みも行われている。金融詐欺が疑われる場合には、その取引が完了する前に、顧客に対して金融詐欺への注意を喚起するメッセージが通知される。通知を受けた顧客は、その取引を確認し、必要ならば金融機関に連絡してその取引を中止できる。同時に、金融機関側では、詐欺が疑われる取引については、取引完了までの時間を少し遅らせることで、顧客が注意喚起メッセージを確認し、その取引を進めて良いのかを考え直す、時間的猶予を与えている²。

このような分析ツールは、金融機関が社内で開発する場合と、フィンテック企業と提携する場合がある。例えば、金融詐欺の早期発見と防止にフォーカスしたソフトウェアを開発するフィンテック企業では、口座やカード取引などのデータを機械学習で分析し、異常を検知すると本人と家族などに通知するサービスが提供されている。例えば、通常では行われない多額の引出や、一日に何度も繰り返される引出、深夜の引出、支出パターンの変化などが考慮されている。

英国の金融オンブズマンサービスの調査によると、詐欺被害の苦情を申し立てた人のうち、20%は詐欺にあったことに2時間以内に気づき、75%は1日以内に気づいたという。そのため、疑わしい取引を検出した場合は、本人に通知すると同時に、取引執行に時間的猶予を設ける取り組みは、効果的な対策と考えられる。

3) トレーニングの実施と社内体制

職員を対象に金融詐欺に関するトレーニングを実施している金融機関も多い。トレーニングの受講者は、顧客に直接向き合う職員だけでなく、全役職員を対象にする金融機関もある。トレーニングの内容は、金融詐欺についての知識、疑わしい取引の識別、詐欺を判別し防止するための適切な質問や行動などが含まれる。併せて、詐欺が疑われる顧客取引に気づいた職員が、社内で報告しやすくすることや、その情報を共有しやすい仕組み作りも行われている。こうした金融詐欺を防ぐ取り組みは、金融機関の評判を高め、職員のモラルも高めるなど好循環をもたらすと見られている。

例えば、Wells Fargo Advisors では高齢者対策室を設置している。これは、顧客と向き合う職員から寄せられる、金融詐欺などの疑わしい情報を集約し共有しやすくする

² これは英国 Coventry Building Society の取り組みであり、金融詐欺が疑われる場合、その取引を法律上で認められている制限時間内で遅らせている。一方、米国では2018年から施行されたFINRA（米国金融業規制機構）の規則により、金融詐欺が疑われる場合、証券会社が口座資金や有価証券の払出を一時的に保留することが認められるようになった。対象は、65歳以上の人と、18歳以上で自分の利益を守ることが難しい精神的・身体的な機能障害があると証券会社が合理的理由により考える人である。払出を保留した証券会社は、事前登録されている、顧客の信頼できる連絡先に、その旨を通知しなくてはならない。この他、金融詐欺が疑われる場合、証券会社（州登録のアドバイザーも含む）が払出を一時保留することが、州法により認められている州もある。ただし、これら米国の規則や法律は取引には適用されず、対象も証券会社であり銀行などは含まれていない。

と同時に、法律上の相談にも応じる専門の部署である。また、顧客の詐欺被害が疑われる時に、職員がとるべき3段階の行動プロセス（顧客と話し合う、隔離する、報告する）も設定している。このような高齢顧客専門部署は、親会社である Wells Fargo & Company でも2019年に設置されている。

これらの取り組みには、非営利団体も協力している。例えば米国では AARP が、金融詐欺防止のためのオンライン・トレーニングキットを開発し、金融機関に提供している。これは、同団体が実施した金融機関へのインタビューなどを通じて集めた詐欺事例を基に作成した、実践的なものである。また、顧客資産を守るため、口座サービス上の工夫に関する情報も提供されている。

2. 高齢顧客の介助者のサポートへの対応

高齢顧客の身体的機能や認知機能などが衰えてくると、その顧客の家族など介助者が金融取引をサポートすることも多い。そのため、高齢顧客本人だけでなく、その介助者も高齢顧客口座をモニタリングできるようにするなど、高齢顧客が介助者の助けを借りながら金融機関を継続利用しやすくするための取り組みが進められている。

1) 介助者による顧客口座のモニタリングや制限付利用

高齢顧客の口座を介助者がモニタリングできるサービスを提供している金融機関もある。これは、モニタリングはできるが口座資金へのアクセスはできないというものである。また、高齢顧客のために介助者が使える資金が限定されたプリペイドカードやウェアラブルバンドを提供する機関もある。この他、介助者向けに、高齢顧客をサポートするための情報を提供する討論会も開催されている。

例えば、Altabank では高齢顧客向けのツールが提供されている。これを利用すると、顧客本人の口座の残高や取引等を第三者がモニタリングできる。モニタリングの手段は、オンライン上か明細書送付（手数料は1通につき5ドル）のどちらかを選ぶことができる。また、高齢顧客に対して、本人だけがアクセスできる通常の口座と、本人のために介助者もアクセスできる口座を第二口座として提供するサービスもある。この第二口座については、本人の通常口座からの自動振替ができ、その口座を介助者以外の家族などがモニタリングできるようにすることで、介助者による不適切な利用を防ぐことも可能になっている。また、定期的な支払いのために自動引落も設定できる。同社では、本社のあるユタ州と協力して、金融詐欺防止と高齢者の銀行経験を改善することに取り組んでおり、上記以外にも各支店で高齢顧客のニーズに対応する推進者（チャンピオン）を指名しているほか、社内で金融詐欺防止トレーニングを毎年実施し、詐欺が疑われる場合の報告体制を整備している。また、ユタ州の高齢者及び介助者向けに、金融詐欺防止などに関する無料冊子の作成協力なども行っている。

2) 高齢顧客のための口座の工夫

高齢顧客が口座で定期的な支払いを遅滞なく行うために、自動引落機能を提供している金融機関も多い。また、一部の金融機関では、顧客の機能低下や金融詐欺が疑われる時に知らせしてほしい家族などがある場合には、その連絡先を予め指定する用紙が準備されている³。さらに、万一に備えて、高齢顧客の口座資産を将来相続する人を予め指定しておくサービスも提供されている。

これらの取り組みは金融機関が社内で開発する場合と、フィンテック企業との提携による場合がある。例えば、決済条件をカスタマイズできるカードを提供し、その利用状況を高齢者本人や家族など介助者に通知するフィンテック企業がある。また、万一の状況に備えて、家族などに伝えるべき情報を保存・管理できるアプリもフィンテック企業から提供されており、金融機関と提携してそのサービスを共同ブランドで金融機関の顧客に提供する企業もある。

3. 認知症顧客への対応

高齢顧客の認知機能が衰えてくると、初期段階の症状として資金管理が難しくなるため、顧客と接する金融機関側でも、顧客が金融取引を行う上でのニーズの変化に気づきやすい。そのため、認知症顧客本人の意向を尊重しつつ、本人やその家族など介助者をサポートすることで、金融機関を継続利用しやすくするための取り組みが進められている。

このような取り組みは、米国では前述した金融詐欺防止の一環として金融機関で扱われていることも多いが、英国では単独の金融機関だけではなく、金融業界や国の戦略としても進められている。英国では 2009 年に、認知症を国家の重要課題と位置づけた包括的な認知症戦略（Living well with dementia）が発表された⁴。そして 2012 年には、当時のキャメロン首相により新たな政策（Prime Minister's challenge on dementia）が発表され、認知症の人にやさしい社会環境をつくる政策が掲げられた⁵。これに対応して、金融サービス業界では Lloyds Bank の主導により、英国アルツハイマー協会と連携し、認知症の人にやさしい金融サービス憲章が 2013 年に制定され、下記のような取り組みも進められている。

1) 認知症顧客と介助者へのサポート

認知症顧客が資金管理を続けられるように、取引明細書を本人だけでなく家族など介助者にも送付するサービスを提供している金融機関もある。パスワードを記憶することが難しい顧客のためには、電話取引を行う場合に声紋認証で本人確認ができるようにしたり、暗証番号を入力しなくても利用できるが金額や場所が制限されたデビッ

³ これは Wells Fargo Advisors 等で行われていた取り組みである。その後、2018 年から施行された FINRA の規則により、個人顧客が口座を開設したり口座情報を更新した時には、顧客の信頼できる連絡先（氏名及び連絡先情報）を得るために合理的な努力をすることが、証券会社に義務付けられるようになった。

⁴ <https://www.gov.uk/government/publications/living-well-with-dementia-a-national-dementia-strategy>.

⁵ <https://www.gov.uk/government/publications/prime-ministers-challenge-on-dementia>.

トカードや、暗証番号の代わりに本人のサインで利用できるカードなども提供されている。また、支店窓口では、認知症顧客に対して金融機関担当者がゆっくり話すことや、静かな場所を用意する、取引に十分な時間をかけることなども実践されている。

HSBC では、英国アルツハイマー協会とスコットランドアルツハイマー協会と協力して、認知症顧客やその介助者向けに作成したパンフレットが用意されている。その中では、支出記録の付け方が具体的に示され、定期的な支払いに備えて自動引落やダイレクトデビットを設定できること、取引明細書を本人だけでなく家族など介助者にも送付できることなどが紹介されている。また、電話取引の際には声紋認証で本人確認ができることや、30 ポンド以下であれば暗証番号の入力が不要なデビットカードや、暗証番号の代わりにサインで利用できる IC チップカードも提供されていることが紹介されている。加えて、家族など第三者が金融取引の際にサポートできること／できないことを整理した情報や、金融詐欺を防止するための情報、追加情報の収集先なども記載されている。

2) トレーニングの実施と社内体制

職員を対象に認知症への理解を深め、認知症顧客や介助者に適切に対応するためのトレーニングを実施している金融機関も多い。トレーニングの受講者は顧客に直接向き合う職員だけでなく、全役職員を対象にしている機関もある。また、金融機関の本社だけでなく支店ごとにも、認知症顧客にやさしい銀行になるための推進者（チャンピオン）を指名している機関もある。

4. 金融機関へのアクセスのしやすさ

金融機関の窓口での取引を好む人は高齢顧客に多い。窓口で受けられるサービスや、取引上の安全性などに加え、高齢者にとって銀行に行くことは生活の一部であり、家を出て街中へ出かける理由にもなっている。しかし、高齢顧客は、前述した認知機能だけでなく、身体的機能が低下するにつれて、金融取引においても特有のニーズが生じるようになる。身体的機能の衰えは、例えば、取引報告書を読む、列に並ぶ、窓口で会話するといった、金融取引を行うための特定の動作を難しくさせる。また、高齢顧客にはオンラインバンキングに不慣れな人も多い。そのため、高齢顧客が金融機関へのアクセスをやすくするために、下記の取り組みも進められている。

1) 身体的機能の低下への対応

顧客が金融機関の窓口を利用する際、自らが抱える障害に関する要望を伝えやすいよう、ヒアリングシートを準備している金融機関もある。顧客が記入した要望は顧客情報に記録され、その顧客が窓口を利用する際には、予め顧客が求める環境が整えられるようになっている。例えば、目が不自由である、左耳が不自由なので右耳に話し

かけてほしい、外部の騒音があると混乱するので静かな場所で行いたい、金融取引のために十分な時間がほしい、といった要望である。顧客にビーコンアプリを利用してもらうことで、顧客が店舗に入ると、窓口利用時の障害に関する情報が自動的に職員に伝えられる仕組みを開発している金融機関もある。また、電話取引の際にも、対応時間の制限をなくし、顧客の話を注意深く聞いて明瞭に話すことを意識した取り組みも進められている。

この他、高齡顧客向けのカードは、色彩コントラストを明確にし、表面に記載された文字を大きくしたものが提供されている。ATM を利用する際にも、挿入方向がわかりやすいよう、カードの片側にくぼみがあったり、矢印が大きく表示されている。また、暗証番号やパスワードを覚える必要がなく、サインや指紋など生体認証で利用できるカードも提供されている。

2) オンラインバンキングのサポート

多くの金融機関では近年、支店数を削減しているために、以前のような対面サービスの継続が難しくなっている。そのため、顧客にオンラインバンキングの利用を促そうとしているが、高齡顧客には不慣れな人も多い。そのため、金融機関はオンライン取引を利用するために必要なテクノロジー・アシスタンスを提供する取り組みを進めている。このような取り組みは、支店だけでなく公共施設で実施されたり、同様の取り組みを進めている非営利団体と協力して実施される場合もある。

例えば、Barclays では職員が講師を務める公開講座を公民館で実施しており、インターネットやオンラインバンキングの利用方法だけでなく、メールや YouTube、ビデオ通話など IT ツールの使い方も含めて学ぶことができる機会を高齡者に提供している。その際、希望者にはオンラインバンキングの利用を練習できるよう、模擬サイトも用意されている。

この他、支店数削減への対応として、移動支店で窓口サービスを提供したり、顧客の移動手段としてバスの運行サービスを提供する金融機関もある。

III 高齡顧客向けサービスへの取り組み方

1. 高齡顧客への取り組みのコストをめぐる議論

このような取り組みにより、高齡顧客にやさしい金融機関になることは、高齡顧客からの信頼を高め、金融機関の評判も高めることが期待できる。II 章では高齡顧客向けの取り組みを4つの項目に分けて記述したものの、実際には分類しきれず相互に重なる取り組みも多く、金融機関ごとの実例を見てもこれらを組み合わせることで実践されている。日本の地域金融機関では、既に高齡顧客向けの取り組みを進めている機関も散見されるが、I 章で見た高齡化の進展に伴う地域金融機関の課題（顧客の高齡世帯割合の増加、高齡顧客

の単独世帯割合の増加、高齢顧客資産の相続に伴う流出)には対応しきれていない。前章の米英金融機関での取り組みはこれらの課題に関わりうるものもあり、それらも参考にしながら顧客本位が目線で高齢顧客向けサービスを工夫していくことが、日本の地域金融機関では今後も一層大切になろう。

これらの取り組みを実践するにあたり、そのコストをどう考えるかは、無視できない問題となる。そこで、このような高齢顧客向けの取り組みについて、米国金融機関の高齢顧客に相当する人を対象に実施された調査結果の概要を紹介する⁶。

調査結果を見ると、金融機関による高齢顧客への取り組みのうち、回答者から特に高い関心を集めたのは、金融詐欺を防止する機能である。回答者の85%は自分の口座から多額の資金が引き出された場合は警告を通知してほしいと答えており、45%は自分だけでなく家族など指定先にも通知してほしいと答えている。また、そのような機能を使うために費用を支払うことを検討すると答えた人は41%である。このような金融詐欺防止機能への高い関心は、高齢者の金融取引をサポートする介助者の間でも、同様に見られている。

次に、高齢者が新たな取引先として金融機関を選ぶ時に重視することについて、選択肢に具体的な取り組みを挙げて尋ねたところ、回答者の81%は高齢顧客向けの取り組みがある金融機関を選ぶと答えている。特に関心が高かったのは金融詐欺を防止する取り組みであり、上位5項目のうち4項目が、金融詐欺を防止する取り組みに該当した。

注目されるのは、このようなサービスを受けるために、手数料を支払うと答えた人が2~3割いることである。最も多かったのは、口座から自分が承認していない引出を防ぐための追加的なモニタリング機能であり、28%が手数料を支払うと答えている。次いで、詐欺を監視するための特別なソフトウェアが27%となっている。また、手数料に関しては、取引先の銀行を信頼している場合の方が、そうでない場合よりも、手数料を支払うと答えた人が多くなっていることから、このようなサービスを有料で提供する場合には、金融機関への信頼は重要である。そして、上述の通り、金融詐欺防止機能への高い関心は、高齢者の金融取引をサポートする介助者の間でも同様に見られることから、高齢顧客本人だけでなく家族などが支払う可能性もあるだろう。

このような結果が得られた背景には、高齢者の金融詐欺が社会的に大きな問題になっていることがあり、その点では日本も米国と同様の状況にある。しかし一方で、日本は米国と異なる点もある。例えば、米国では高齢者は子世帯と同居せずに離れて暮らすことが多いし、米国の金融機関は個人顧客に対して口座維持手数料を課している。そのため、手数料に対する個人顧客の考え方には、当然、差があるだろう。

しかしながら、今後の日本では高齢世帯数やその割合が一層増加し、高齢世帯の中でも単独世帯数やその割合も増加が見込まれていること、多くの地域では日本全体よりも早くにこれらの動きが進むことは、I章で見た通りである。日本でもこのようなサービスを提供することは、高齢顧客のニーズに応えることにつながる可能性は高いと思われる。実際に手数料をどのように課すのかは、質と価格の精査が必要になろうが、新たな手数料収入

⁶ 調査対象は、50歳以上の男女で、家庭内で金銭上の決定に対してある程度責任を持つ立場にある人である。

源の一つになる可能性として、検討に値するのではないだろうか。

また、金融詐欺に限らず、離れて暮らす高齢者のことを、子や親族が気にかけているケースも多い。個人情報保護の観点との兼ね合いもあるが、高齢者本人の希望を尊重する形で、日々の取引や関連情報の共有などにより子や親族が高齢者を緩やかに見守れる仕組みを提供するコミュニケーションハブ的な役割を、地域金融機関が担うことも考えられるのではないだろうか。

2. 「公益的な取り組み」と「収益的な取り組み」

ただし現実的には、このような金融機関による高齢顧客への取り組みのうち、手数料収入を期待できるものはごく一部であろう。そのため、多くの取り組みは、コストはかかるが直接的には収入につながりづらい、いわば「公益的な取り組み」であろう。そもそも、地域金融機関は公益性の点で地域から寄せられる期待も大きいため、そのような高齢顧客対応への取り組みは、地域貢献の観点からは一定の重要性を持つことも事実である。

一方で、高齢顧客は多くの金融資産を保有しており、地域金融機関にとって高齢顧客向け金融サービスを「収益的な取り組み」とすることは、金融機関経営の観点からは重要である。具体的には、資産運用ビジネス、年金・保険ビジネス、不動産関連ビジネス、相続・資産承継関連ビジネス、その他非金融サービスも考えられる。

金融広報中央委員会の世論調査によると、高齢者が取引先金融機関を決める上で特に重視するのは「信頼性」である。地域金融機関は、地域の顔として信頼を得てきたことに加えて、対面での対応ができる店舗を多く持っていることも、高齢者からの信頼を得る上での強みである。

そのため、「公益的な取り組み」と「収益的な取り組み」は、互いに関連し合うものだと考えられる。地域金融機関の工夫次第では、「公益的な取り組み」を「収益的な取り組み」につなげることも可能になろう。両方の取り組みがあることで、高齢顧客にとって利用しやすく、ニーズを満たせる金融機関になることができるだけでなく、高齢顧客の家族のニーズにも応えやすくなるだろう。それにより、地域金融機関の顧客を、高齢者だけでなくその家族にも広げやすくなることも期待される。

「公益的な取り組み」にどれだけコストをかけるかは、各地域金融機関の考え方次第であるが、営利企業である地域金融機関の戦略としては、「収益的な取り組み」へ結びつけることを意識して「公益的な取り組み」を検討していくことが現実的だろう。また、本稿では触れていないが、高齢者向けの取り組みを考える上では、金融以外の分野も含めた幅広いサービスの工夫も検討に値するだろう。

3. 「公益的な取り組み」と「収益的な取り組み」を両立する金融サービスへ向けて

ところで、高齢顧客向けの取り組みにおいて、IT の活用も検討されると見られるが、そのプラットフォームを作る場合には、使い勝手など顧客の反応を確認しながら改善を重ねることができるように、柔軟性を持たせて作ることが大切である。

例えば、わが国の金融機関による高齢顧客向けの取り組みにおいて、IT を上手に活用した例としては、三菱UFJ信託銀行の取り組みが挙げられる。同社が提供する「代理出金機能付信託（つかえて安心）」は、顧客本人が指定した代理人（子など）が、本人のために必要な資金を引き出すことができる信託商品である。スマートフォンのアプリ上で、代理人が本人のために出費したことを裏付ける領収書を撮影し、払出請求内容を入力して払出請求を行うと、その払出請求内容は予め指定された閲覧者（代理人以外の家族など）にも通知・閲覧され、一定期間経過後に、予め指定された口座に資金が払い出される仕組みである。契約者に後見人が選任された場合は、代理人の任務は終了し、その後の払出請求などは後見人が行うことになる。

このような個々の手続きを IT の活用により効率化する仕組みは、同社ではこれが初めてではない。同社の「教育資金贈与信託（まごよろこぶ）」は、2013 年から開始された教育資金の一括贈与に係る贈与税非課税措置に対応した商品であり、顧客はスマートフォンのアプリ上で、孫の教育費用であることを裏付ける領収書を撮影し、支払い内容を入力して領収書や明細書等を提出できる。領収書の現物を郵送したり、店頭で渡す必要はない。

教育資金の一括贈与に係る贈与税非課税措置に対応した商品は、金融機関側が特別な案内をしなくても顧客側から申込みが入るニーズの高い商品であり、地域金融機関でも取り扱いが多い。しかし、顧客から利用の都度提出される個々の領収書の確認・仕分け・管理等を全て人手で行うことが、金融機関側での負担となっていた。この問題に対して、三菱UFJ 信託銀行の場合は IT を活用することで、顧客のニーズへの対応と利便性を確保しつつ、社内業務効率を高めていた。この工夫が 2019 年から販売を開始した「代理出金機能付信託（つかえて安心）」に活かたと考えられる。

このように、IT を活用することで、高齢者向けの制度の使い勝手を補う商品を、柔軟性をもった設計で取り組む試みも注目に値しよう。今後は、高齢顧客向けの「公益的な取り組み」と「収益的な取り組み」を両立させる金融商品サービスを、顧客本位の目線で工夫していくことが、地域金融機関には求められるのではないかと。