

国債トツプリテーター会議 (第 2 0 回)

－ 金融機関の取組事例 －

<目 次>

- 株式会社みずほ銀行 (P. 3 ~ 6)
- 株式会社トマト銀行 (P. 7 ~ 9)
- 宮崎中央農業協同組合 (P.10~13)

(敬称略)

みずほ銀行

－ライフデザイン・ナビゲーションを活用した
ポートフォリオ提案について－

～ライフ・デザイン実現に向けたポートフォリオ提案

- 将来の夢や希望の実現のため「人生」と「お金」の計画を立て、お客さまの課題認識からモデルポートフォリオを提案
- 「ライフデザイン機能」と「マネープラン機能」に分類。家族情報や実現したいライフイベント情報を元に、ライフデザイン年表を表示。お客さまが望むこれからの人生を可視化し、実現のために必要な資産形成をワンストップにサポート
- 対面に加えてお客さまのパソコンやスマホで将来のお金に関するコンサルティングを体験可能。



時系列的に資産残高や収支を可視化
※生活費を始め、一部ライフイベントは、あらかじめ自動反映

主なサービス

1. ライフデザイン

保有資産・収入・支出を入力することで、お客さまの生涯の資産残高と収支の推移を可視化することができます。

2. マネープラン

ライフデザインで試算した収支や資産残高推移に基づき、多面的かつ具体的なマネープランを検討します。

3. ポートフォリオ提案

運用シミュレーションで指定した期待利回りを実現するモデルポートフォリオと商品例をご案内します。

～ライフ・デザイン実現に向けたポートフォリオ提案

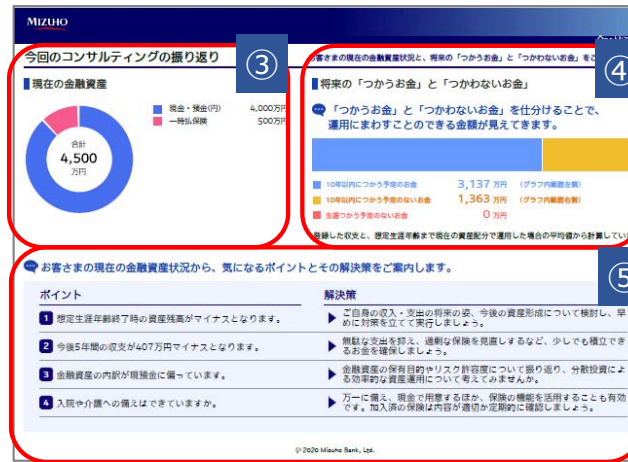
- 将来に向けた**ライフデザイン**をしっかりと行い、それを前提に将来の資産状況や課題などを提示
- そのうえで、運用プランに適した**ポートフォリオ**と**具体的な商品提案**をサポート



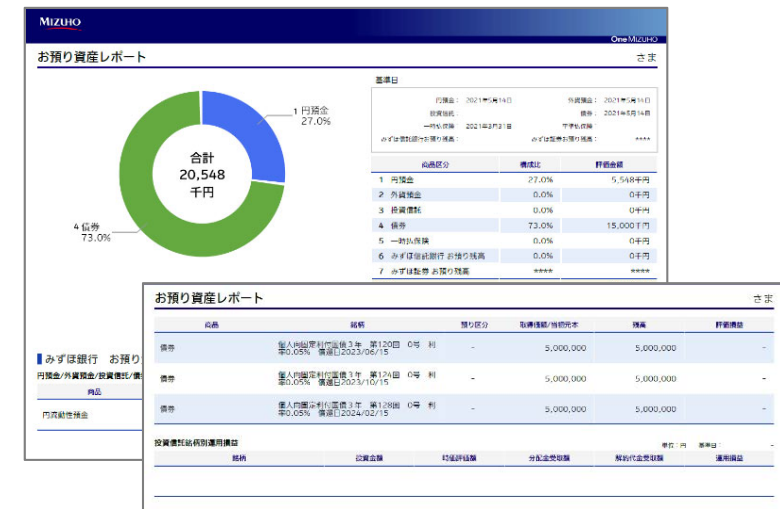
～ライフ・デザイン実現に向けたポートフォリオ提案

- コンサルティング内容をPDFとして帳票出力し、「**提案書**」を作成
- 預り資産サマリーをPDFとして帳票出力し「**資産レポート**」を作成することが可能

提案書



保有資産レポート



提案書のポイント

- | | |
|------------------------|--|
| ①ライフデザイン年表： | お客さまの家族情報や、趣味、住宅取得、教育資金などの実現したいライフイベントに基づく「ライフデザイン年表」が表示されます。 |
| ②資産残高推移： | 登録した保有資産・収入・支出の金額に基づいて、時系列に可視化されたお客さまの資産残高と収支の推移を確認します。 |
| ③現在の金融資産： | 保有資産・収入・支出を入力することで、金融資産を期間別に「つかうお金」と「つかわないお金」に分類し、効率的な資産運用に向けた運用金額・期間を検討します。 |
| ④将来の「つかうお金」と「つかわないお金」： | 現在の金融資産と構成比が表示されます。お客さまのライフデザインに照らして、適切な金融資産の配分について検討します。 |
| ⑤ポイントと解決策： | お客さまの収支や金融資産の状況から、ポイントと解決策のヒントが表示されます。今後の具体的なマネープランの参考にしていただけます。 |

株式会社トマト銀行

— 個人向け国債の販売定着化への取組について —

個人向け国債の販売定着化への取組について

- お客さまの幅広いニーズに応えることを目的に**ローリスク志向のお客さまへの提案商品**として、2020年1月より個人向け国債の販売に注力（同時にキャッシュバックキャンペーンを開始）
- それまで当社からの商品提案はほとんど行っておらず、残高は**8億円**にとどまっていた

社員への周知（2019年12月～）

- ✓ 個人向け国債の販売に注力する意義（**最適提案について**）を発信
- ✓ 商品の魅力やメリット・デメリットを記載した社内向け資料を作成
- ✓ オペレーションマニュアル、使用する伝票や徴求書類の記入見本セットを活用

1 導入期（2020年1月～2020年3月）

- ✓ 今まで販売したことが無いので自信がない（商品性を十分理解できていない）
- ✓ キャンペーン定期預金の方が金利が高く、個人向け国債の魅力を説明できない
- ✓ オペレーションに慣れていない、徴求書類の数が多すぎる

…との声

支援策

- 2020年1月と2月、個人向け国債の研修を実施（原則、各店1名参加）
- 受講者が店内に還元することで全社員の商品知識を向上
- 預り資産販売実績の中に個人向け国債を組み込み、日々の営業店獲得実績を全店に公表

失敗談

今までほとんど取り扱いが無かったため、伝票の在庫不足が発生
急いで発注したが、当初2週間は品薄状態となり、営業店間で融通

2 成長期（2020年4月～2020年9月）

- ✓ 入社1～2年目の若手社員が販売を積み重ねるうちに自信を持ち始め、成功体験から「私達にもできる」に変化
- ✓ オペレーションに慣れ、商品性の理解が進み販売増



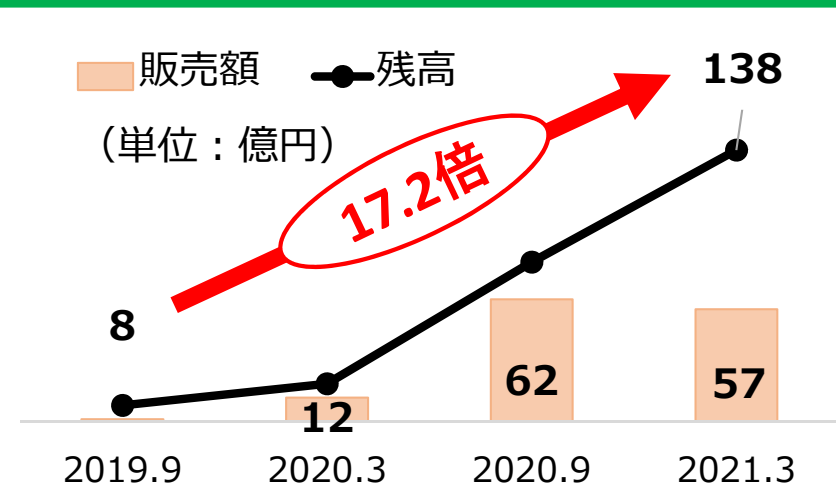
支援策

- 本部の事務指導チームがオペレーションに不慣れな若手社員を指導
- 業績評価に個人向け国債が寄与することを強調

3 安定期（2020年10月～2021年3月）

- ✓ 2020年10月～11月、キャンペーン終了で販売額落ち込む
- ✓ 社員からキャンペーン再開の要望があり、2020年12月より再開
- ✓ 以降、販売は安定推移し残高拡大中
＜2021年3月現在：**138億円**＞
- ✓ 現在営業店負担軽減のため、徴求書類やオペレーションの簡素化を検討中

販売額と残高の推移



販売分析

2020年度の商品別販売比率は、変動10年：**54%**、固定5年：**6%**、固定3年：**40%**
3年債の販売比率が高いのは満期までの保有を前提としたお客さまが多いため

個人向け国債への取組み

J A 宮崎中央

1.【現状】金融部門の調達・運用について

当 J A の金融部門はお客様からお預かりした貯金を運用することで、経営財源を確保しております。
しかしながら、昨今の低金利環境下では経営財源の確保が年々厳しくなっております。



2.【対策】個人向け国債への取組みの背景

利回り低下の背景もあり、当 J A では資金調達量の維持・増加、および利息（売却益）以外の経営財源を確保することが求められています。

この2つの目的に寄与するために、2017年より個人向け国債への取組みを本格的に始めました。

目的

①資金調達量の維持・増加
（普通・定期貯金等）

②国債販売・取扱手数料



効果

①運用量を維持・増加する事で利回り低下をカバー

②新たな経営財源の確保

以前より個人向け国債の単体販売を行っていたが、伸び悩む状態...



2017年より個人向け国債セット型の定期貯金を開始

特別金利定期貯金
ひかり
対象者
スーパー定期貯金（期間1年/10万円以上/個人の方）を
ご新規で預け入れの方で、
個人向け国債と一緒にご購入された方
まごころ営業部長 ぽけず

【令和3年】
2月1日(月)
↓
【令和4年】
1月31日(月)

年	0.05%	0.10%	0.15%
個人向け国債	3年(固定)	5年(固定)	10年(変動)
を			
ご購入された方			

3.【効果】取組の結果

国債販売・取扱手数料でキャンペーン費用を補うことにより、PR性の高い金利上乘せ商品、定期貯金「ひかり」を実施しております。
年々お客様の関心も高まっており、**リピーターの方も**増えております。

国債販売高の推移(年間)

2016年 0円



2020年 5億8千万円

当JAのメリット

- ・ 定期貯金による資金調達量の確保
- ・ 国債販売・取扱手数料という新たな経営財源

お客様のメリット

- ・ 低金利下の時代に金利性に優れた定期貯金
- ・ 信頼性の高い国債で、通常の貯金利息より優れた資産運用が可能

今後の方針

お客様の中には低金利下の貯金利息にさほど関心が無く、**習慣的に**金融機関にお預けいただいている方が多く見受けられます。
当JAは、商品本位のセールス営業ではなく、窓口・外回りでの**会話の中で**お客様の隠れたニーズをキャッチし、顧客本位の考えで提案できる体制が重要だと考えております。
今年度からPDCAを意識した「**提案会議**」を実施し、窓口・渉外担当職員の情報共有、提案手法の向上に取り組んでおります。