

高齢者にやさしくない金融機関

第二経営経済研究部研究官 倉澤 慶子

キーワード：金融チャネル、コンビニATM、インターネットバンキング（ネットバンク）

1 金融再編とチャネルの変化

私の実家は都内某駅からほど近い住宅街にある。10年前、その1 km圏内には、金融機関の店舗が10件以上あった。今、残ってるのはそのうちの3件で、それらもすべて名称が変わってしまった。最近足が弱くなった祖母は、家から500mのところにある銀行しか使わなくなってしまった。「どんどん金融機関が閉鎖されて、不便になった」と言う。

閉鎖された金融機関のあとには、ハンバーガーショップやコンビニや外資系の金融機関が出来た。今、3件あるコンビニには24時間利用できるATMがある。銀行のATMは提携サービスが進み、郵貯のカードは大概の金融機関で使えるようになった。自宅でインターネットをつなぐようになったので、私はインターネットバンキングを使って、外出せずに振込み等の取引ができる。ネットショッピングも代金引換で受け取るより、ネットバンクで代金を振り込むほうが気が楽だ。確かに店舗の数は減ったが、私に言わせれば、金融サービスの利用はむしろ便利になった。

近年、金融機関のチャネルは大きく変化した。稼働時間の延長や提携金融機関の増加等に見られるATMの充実、コンビニATMやインターネットバンキングの台頭。ATMの充実や情報通信技

術の発展による新たなチャネルの登場は、金融再編による店舗数減少の中で、窓口の代替手段としての位置付けである。また、コスト削減にも資するとの認識によると考えられ、窓口利用とATM利用では、ATMの方が手数料が安く、ATMとインターネットバンキングでは、インターネットバンキングの方が手数料が安く設定されている場合が多い。

窓口を主に利用する顧客は、歓迎されなくなったのだろうか。窓口を利用すれば、ATM利用よりも高い手数料を払わなければならないし、近くの店舗が閉鎖された場合は遠くの支店まで行くか、別の金融機関に変えなければならない。そうでなければ、窓口はあきらめてATMコーナーやコンビニATMやインターネットバンキングを使うかである。

では「窓口を主に利用し、ATM等を使わない顧客」とは誰か。それは主に、長年窓口というチャネルに親しみ、ATMやパソコン等の機械になじみにくいといわれる高齢者ではないのか。だとすれば、近年のチャネルの変化は、若者には便利でも、高齢者には不便になっているのではないか。

2 郵政研究所の調査結果から

このような考えを、調査の結果を使って検証す

ることとしたい。郵政研究所では調査会社に委託して実施した「第7回 金融機関利用に関する意識調査」¹⁾の結果を平成14年4月に取りまとめた。この調査のうち、チャンネルにかかる部分について高齢者の意識を見ることとしたい。なお、本稿では世帯主年齢が60歳以上である世帯の回答を高齢者世帯の回答とする。

(1) 現在の利用チャンネル

まず、高齢者世帯が現在利用しているチャンネルの傾向を見ることとする。金融機関の1ヵ月の平均利用回数を利用方法別に見たのが図表1である。全世帯と高齢者世帯を比較すると、「窓口利用」「外務員の訪問」は高齢者世帯の方が利用回数が多い傾向が見られるが、「ATM・CD」の利用は高齢者世帯の方が少なく、「利用しない」が全世帯は16%、高齢者世帯は30.7%と2倍近い。

ATM・CDの利用回数を世帯主年齢階級別に見てみると(図表2)、「利用していない」は20歳代ではゼロ、年代を追って増加し、60歳代では23.9%、70歳以上では43.2%と、高齢になるほどATMを利用しない世帯が多い傾向が見られる。その一方、月3回以上利用するとする世帯も60歳代では約3割、70歳代でも約2割いるなど、回数で見ると若者と同様に利用している層も存在しており、高齢者も多様化しているのではないだろうか。

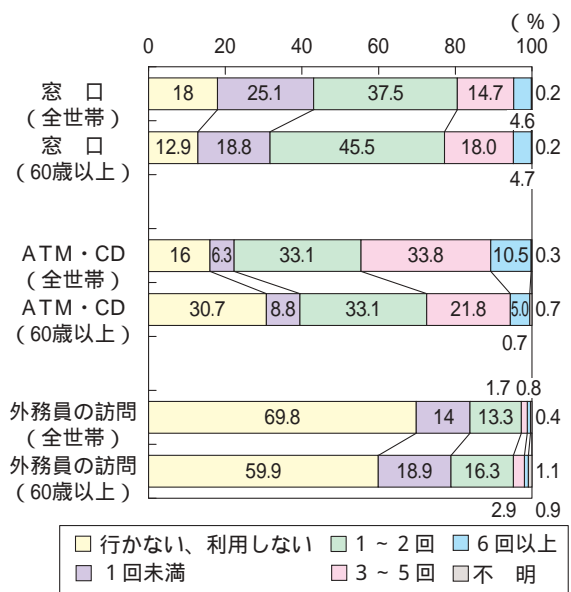
(2) ATM・CDを利用しない理由

13年度における「ATM・CDを利用しない世帯」の69.3%が高齢者世帯である。その理由を時系列で見てみると(図表3)、「機械の操作が難しいから」が大幅に増加し、「近くにATM・CDが

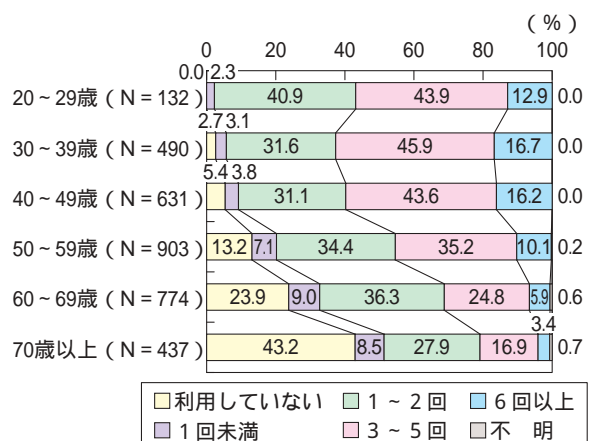
ないから」は減少している。ATMの設置数が増加し、ATMへのアクセスが容易になるにつれ、機械への抵抗感を示す世帯が増えていると考えられる。

また、13年度調査の結果を世帯主年齢階級別で見ると、50歳代では「機械の操作が難しい」が38.7%、60歳代では43.2%、70歳以上では50.3%と半数を超え、高齢であるほど機械への抵抗が強い傾向が見られる。

図表1 一月当たり利用回数(利用方法別)

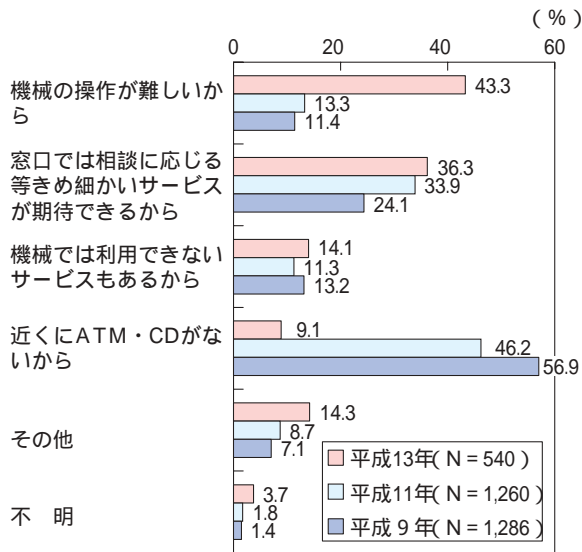


図表2 世帯主年齢階級別 ATM・CD利用率



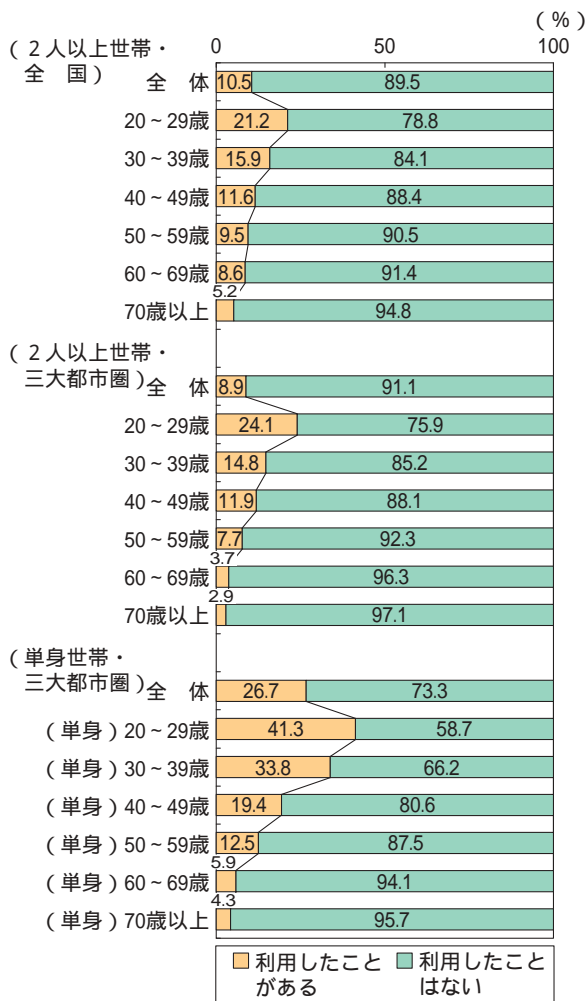
1) 隔年で実施している調査で、第7回は平成13年12月に実施。全国の2人以上普通世帯4500世帯(回収率75.5%)を対象とする調査及び三大都市圏の単身世帯300世帯(完了)を対象とする調査を、それぞれ住民基本台帳からの無作為抽出による留置記入依頼法で実施した。

図表3 ATMを利用しない理由



(注) 13年は選択肢の表現を変更している

図表4 コンビニATM利用経験の有無



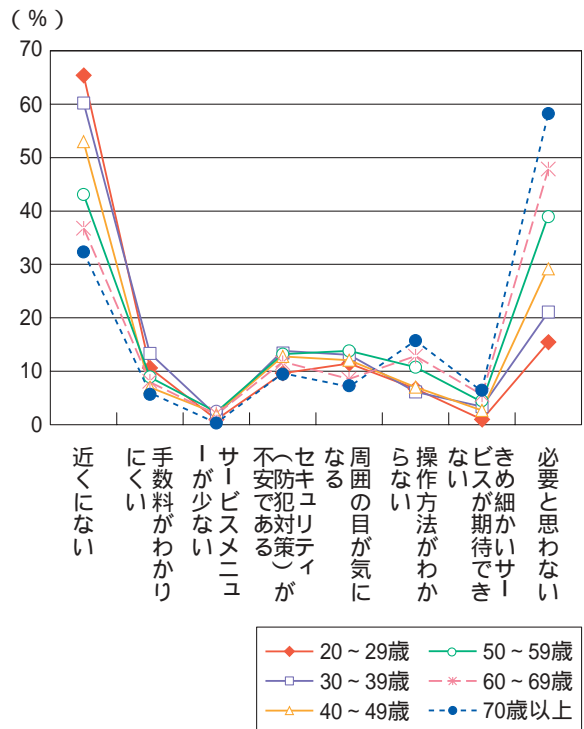
(3) コンビニATM

金融サービスの新たな形態として普及しつつあるコンビニATMについて、利用経験の有無を調査した。2人以上世帯と単身世帯とで、それぞれ世帯主年齢階級別に見てみると(図表4)とも20歳代の利用率が高く、年代を追うごとに低下しており、60歳以上はいずれも一桁で、高齢者には浸透しているとは言いがたい。

全体に単身世帯の方が利用率が高く、20歳代、30歳代では2人以上世帯の2倍以上となっている。

コンビニATMを利用したことがない人に理由を聞くと(図表5)若者では「近くにない」をあげる人が多く「必要と思わない」をあげる人は少ないことから、「近くにあれば利用したい」と考えていると推測されるのに対し、高齢者は「操作方法がわからない」「必要と思わない」と利用に消極的な理由が多い。

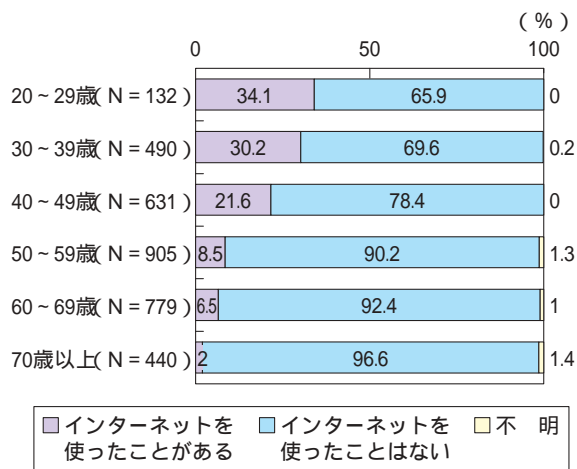
図表5 コンビニATMを利用しない理由(N=コンビニATMを利用したことがない人)



(4) インターネットバンキング

新たなチャネルとして、インターネットを利用したインターネットバンキングについても聞いている。これに関する質問項目に先立ち、インターネットの利用経験（i mode等携帯電話による利用を含む）について聞いたところ、世帯主が若い世帯ほど利用率が高く、高齢になるにつれ利用経験率が下がる傾向が見られた（図表6）。

図表6 インターネットの利用経験

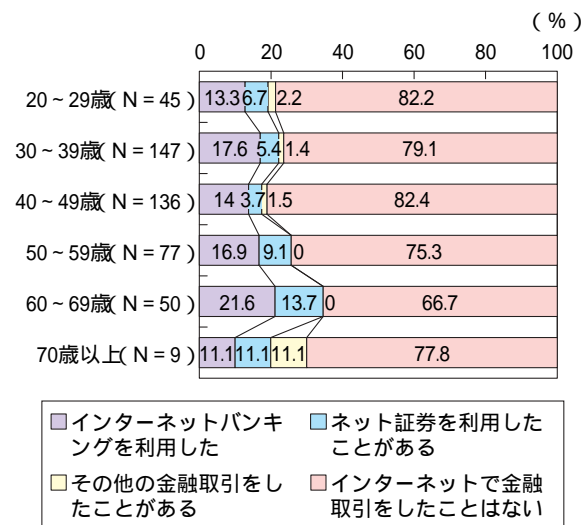


(5) インターネット利用経験世帯のインターネットバンキング利用動向

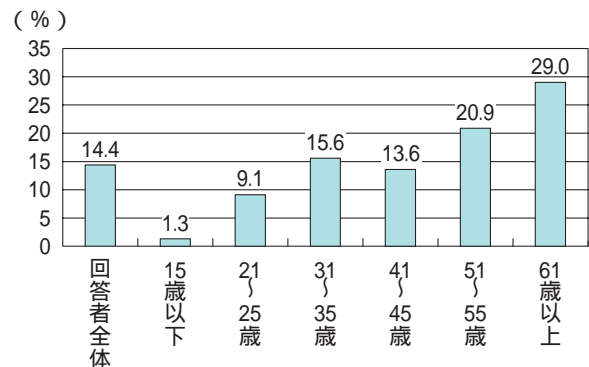
インターネットを使ったことがあると回答した世帯に、インターネット上で金融取引をしたことがあるかどうかを聞いたところ、図表7のような回答となった。高齢者世帯はインターネットの利用経験率は若い世帯より低いものの、インターネット利用世帯におけるネット上での金融取引は、60歳代はむしろ高い利用率となっている。

当所の調査結果のほか、日経ネットビジネスのアンケート結果におけるインターネットのコンテンツ別の利用状況を見ても、インターネットバンキングの利用は年代別では60歳代以上のユーザが一番多いという結果がでている（図表8）。この理由として、金融サービスが老後の生活資金の確

図表7 年代別インターネットバンキング利用動向（N=インターネット利用経験世帯）



図表8 ネットバンキングなどの金融サービスを提供するWebサイトに頻繁にアクセスする



日経ネットビジネス（93）より転載。雑誌掲載時に5歳刻みのグラフから間引いたため、年齢階級が不連続であるが、分布の動向には影響ない。

保・充実という観点から、高齢者にとっての重要な関心事項であることが考えられる。つまりインターネットバンキングも、手段であるインターネットが普及すれば、自宅にいながら金融サービスを受けられる利便性などから、高齢者の利用率が高まることが期待できる。

現在、ある都銀はインターネットバンキング普及のため、インターネットバンキングを利用した場合の振込み手数料を無料とする、期間限定キャ

ンペーンを行っている。こうしたアイディアの他、高齢者等そもそもインターネットをハードルと感じている人を対象に、パソコン講座、インターネットバンキング講座等を開くのも有効といえよう。

3 高齢者に優しい金融機関となるために

近年の金融機関の店舗数減少、及びこれに伴うコンビニATM、インターネット等チャンネルの多様化は、高齢者にとって歓迎せざる流れなのではないかと考え、これを「金融機関利用に関する意識調査」をもとに検証した。

その結果、基本的には高齢者層は窓口を利用する傾向が若者層より強く、ATMやインターネット等の新しいチャンネルの利用経験率は低かった。このことから、窓口の減少は高齢の顧客に不便を強いることになり、一方その代替手段となりうるATMネットワークの充実やコンビニATM、インターネットバンキングの台頭については、現時点では高齢者にとって恩恵が薄いと考えられる。窓口からATM、インターネットバンキングへと近年のチャンネルの変化は、高齢者の多くに不便を強いるものとなっている可能性がある。

その一方で、高齢者の中にも新たなチャンネルを

積極的に利用する人たちが少なからずおり、その利便性も認められつつある。実際、金融機関のみならず近年ではコンビニエンスストアでの設置も普及しつつあるATMへの抵抗感がなくなれば、近くの金融機関の店舗が閉鎖されても金融サービスへのアクセスが不便にならない。また、インターネットバンキングは、自宅にいながらにして取引ができるので、足腰が弱くなり、外出が不自由になっても利用が可能だ。こうした利便性は、高齢者にとってメリットの大きいものである。特にインターネットバンキングについては、インターネットの利用経験者の間では、高齢者の需要はむしろ高いという傾向が見られ、インターネットが普及すれば、利用が伸びる可能性が高いという結果が出ている。

一般に高齢者は若者より貯蓄が多く、資産の運用や金融機関の利用に強い関心を持っているといわれる。国立社会保障・人口問題研究所の試算によると、2014年に高齢者の割合は人口の1/4を超え、その後も増えつづける。今後、顧客として多数を占めることとなる高齢者へのサービス提供の在り方を考えると、まずは今ある新たなチャンネルを活用しやすいよう、金融機関は積極的に広報・支援することが必要と思われる。

参考文献

総務省統計局「平成12年度国勢調査」

国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成14年1月推計）」

<http://www.ipss.go.jp/Japanese/newest02/newest02.html>

日経ネットビジネス（90～93）「第13回インターネットアクティブユーザー調査詳細分析(1)～(4)」