

身近な相談相手となる「じいじ」で 若いお客様との取引を促進しよう

少 高齢化を背景に、地域金融機関のお客様の高齢化が進んでいる。相続の発生により、都市部の金融機関に取引が流出している地域金融機関も少なくない。担当者の皆さんも、若いお客様との取引を促進しなければ、将来的に顧客基盤の縮小は避けられない——との

危機感を抱いているだろう。

他方、「最初に預金口座を開設した金融機関を、生涯のメインバンクとするお客様が多い」ともいわれている。初めて口座を開設する10代・20代のころに大きな取引は期待できなくても、若いお客様は将来的に様々なライフイベントを控えており、メインバンクとしてサポートできる機会がたくさんある。

教育資金や住宅資金など大きな金融ニーズが顕在化する、30代・40代の資産形成層へのアプローチに力を入れる金融機関も増えているが、お客様が10代・20代のうちから関係の強化を図れるとなおよいだろう。

ネットバンキングの 利用アドバイス等を行う

ただ、デジタルネイティブと

特集

こう始める！ こう広げる！

若いお客様との取引



な話題になったこともあり、資産形成に興味を持っている若いお客様も多いが、金融機関に足を運んで相談しようと行動に移す人は少ない。

メガバンクをはじめとした大手銀行では、PCやスマホを使ってお客様が自分に合った資産形成手段を探せるロボアドバイザーを用意したり、手軽に投資信託などの購入手続きができる独自のアプリを開発したりと、

●10代・20代との接点づくり

効果的なアプローチ

機能性・利便性を向上させることにより、若いお客様の囲い込みを図っている。

地域金融機関としても、お客様が自庫のネットバンキングを活用しているのであれば、あえて店頭での手続きを促す必要はない。しかし、会って話す機会が訪れたら、日頃の取引に対するお礼とともに、便利な使い方や不明点への説明を行い、信頼関係の構築を図ろう。「困ったときには、この人に相談すればいいんだな」と感じてもらうことが大切だ。

やさしく説明してくれる 相談相手を求めている

若いお客様は「公的年金には期待できないから、自分も何か

始めないといけないのかな…」

「急にまとまったお金が必要になったら、どうすればいいのかな…」といった、お金に関する様々な不安を抱えている。インターネットを使えばあらゆる情報が収集できるため、自ら解決策を検索している。

しかし、あふれる情報の中から自分に必要なものを取捨選択したり、本当に正しい情報かを判断したりすることは容易でない。専門用語が多く、内容を理解するのに苦労していることもあるだろう。不安を解消するための方法・選択肢を、分かりやすく説明してくれる信頼できる人がいるなら、ぜひ相談したいと思っただけだ。

地域金融機関の担当者なら、

いわれるように、10代・20代の若いお客様は、パソコン（PC）やスマートフォン（スマホ）上で手続き等を済ませることが多く、金融機関の担当者との接点が極端に少ない。「老後資金2000万円問題」が大きい



この思いに込められる。若いお客様との接点が少ないことは事実だが、方法はある。例えば、すでに取引があるお客様の子どもを紹介してもらったり、法人取引先から新入社員を紹介してもらったりと、自庫のネットワークを上手に活用して若いお客様にアプローチしてみよう。

振込や諸届けのために来店する機会も活用したい。来店目的に合わせた情報提供などを行うことで、お客様との距離を縮めることができるはずだ。

若いお客様に「身近な・信頼できる相談相手」と認識してもらい、将来にわたるマネープランを一緒に考えることができたなら、長期的な取引関係につながっていくことだろう。