

インターネット専門銀行を メインバンクとする是非を探る

近年では、インターネット専門銀行をメインバンクとする企業が増加しています。そこで、インターネット専門銀行のメリットやデメリット、メインバンクとすることの判断基準について解説します。

服部大税理士事務所
税理士・中小企業診断士

服部 大



行などが挙げられます。

インターネット専門銀行 とは

インターネット専門銀行とは、対面式の店舗を持たずに、PCやスマートフォンによるインターネット上でのサービス提供に特化した銀行を指します。

代表例としては、楽天銀行やPayPay銀行、住信SBIネット銀行、GMOあおぞらネット銀行

(1) 一般的な金融機関との違い

3大メガバンクを含めた都市銀行や地方銀行、信用金庫などの金融機関と比べ、ネット専門銀行の最大の特徴は、ほぼ、「実店舗を持たないこと」です。

インターネットバンキングによる決済や残高照会だけでなく、口座開設や融資申請などのサービスについても、オンライン上での手

続きが可能です。

近年では、一般的な金融機関においても、インターネットバンキングの提供を開始したり、実店舗を設置しない「インターネット支店」を開設したりするケースも相次いでおり、インターネット専門銀行と同様のサービスを展開する事例も増加しています。

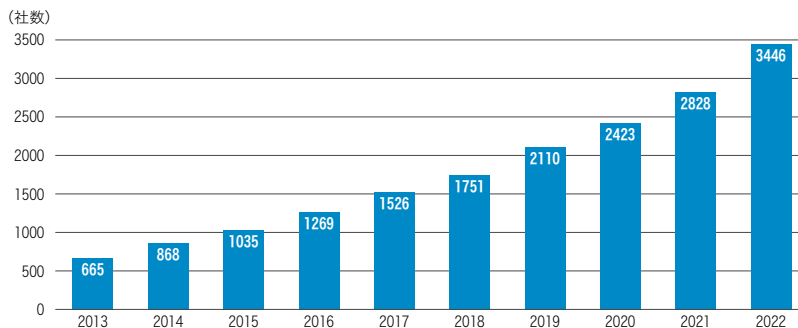
しかし、インターネット専門銀行の場合、基本的に実店舗を持たないため、「実店舗型」を主体とする他の金融機関に比べ、より低価格でのサービス提供を実現しやすいという強みがあります。

(2) メインバンク数は10年間で5倍に拡大

東京商工リサーチによると、インターネット専門銀行をメインバンクとする企業数は、2013年には665社であったのに対し、2022年には3446社となり、10年間で5倍超に拡大しています（図表1）。

なお、これらの内訳としては、トップの楽天銀行が1394社、2位はPayPay銀行の1268社であり、インターネット専門銀行全体のシェア拡大に貢献しています。

図表1 インターネット専門銀行をメインバンクとする企業数の推移
(各年3月末時点) (東京商工リサーチ調べ)



※メインが複数ある場合、融資額が多い銀行をメインバンクとする

※対象はauじぶん銀行、GMOあおぞらネット銀行、PayPay銀行、住信SBIネット銀行、ソニー銀行、大和ネクスト銀行、みんなの銀行、楽天銀行、UI銀行の9行

メインバンクの上位を占める三菱UFJ銀行（12万5837社）や三井住友銀行（9万8778社）、みずほ銀行（8万620社）の3社にはまだ遠く及ばないものの、直近10年間の増加率は3大メガバンクが5・7%であるのに対し、インターネット専門銀行は418・1%であり、シェア急拡大を裏づける結果と言えるでしょう。

インターネット専門銀行の メリットとは

帝国データバンクの調査によると、既存企業がメインバンクをインターネット専門銀行に変更する場合の流入元としては、「都市銀行」が最多となっています。

この調査結果からも、インターネット専門銀行では、「実店舗型」の大手金融機関に対しても差

図表2 法人向けインターネットバンキングの振込手数料比較表
(2022年12月現在)

	同一銀行宛				他金融機関宛	
	同一店内		同一店以外			
	3万円未満	3万円以上	3万円未満	3万円以上	3万円未満	3万円以上
三菱UFJ銀行 (BizSTATION)	110円	330円	110円	330円	484円	660円
三井住友銀行 (パソコンバンクWeb21)	110円	220円	220円	440円	495円	660円
みずほ銀行 (みずほビジネスWEB)	無料	無料	220円	440円	490円	660円
楽天銀行	52円	52円	52円	52円	150円	229円
PayPay銀行	55円	55円	55円	55円	160円	160円

※各行により手数料優遇等の特典がある場合があります

別化戦略が機能していることが伺えます。

企業がインターネット専門銀行を利用する場合、以下のように「コスト」や「スピード感」でのメリットを期待するケースが一般的です。

(1) 各種手数料が安い

店舗を持たないインターネット専門銀行については、人件費や店舗の運営コストを削減できます。

それによって、振込手数料やATM利用料を安く設定できるので、「実店舗型」の金融機関に対して優位性を発揮するケースが多くなります。

たとえば、振込手数料については、インターネット専門銀行の大手である楽天銀行やPayPay銀行と、3メガバンクを比較した場合には、そのほとんどでインターネット専門銀行のほうが安く設定されています(図表2)。

また、コンビニATMの利用料についても、インターネット専門銀行では一定回数までは無料としているケースも多く、利便性を実感する利用者も多いでしょう。

さらに、インターネットバンキングを利用する場合、「実店舗

型」の金融機関では毎月利用料が発生するケースが一般的ですが、インターネット専門銀行では、インターネットバンキングについても無料で利用できます(図表3)。

なお、各種手数料のほかにも、預金金利が高く設定されている点もメリットであり、たとえば三菱UFJ銀行の普通預金金利が0.001%であるのに対し、楽天銀行では0.02%と両社の利率には20倍もの開きがあります(2022年12月現在)。

(2) 24時間365日利用可能

近年のオンラインサービスの普及により、都市銀行や地方銀行、信用金庫などにおいても、インターネットバンキングを導入して、オンライン上での決済や、残高照会を可能とする事例が増加しています。

ただし、これらの「実店舗型」の金融機関の場合、インターネットバンキングが利用可能な時間帯を制限している場合が多く、時間外にサービスを利用することができません。

これに対してインターネット専門銀行では、24時間365日いつでも利用できるため、急遽決済を

図表3 法人向けインターネットバンキングの月額基本料金および
主なサービスの利用可能時間比較表 (2022年12月現在)

	月額基本料金(税込)	利用可能時間
三菱UFJ銀行 (BizSTATION)	1,760円	8:00~23:55
三井住友銀行 (パソコンバンクWeb21)	2,200円	月/8:00~24:00 火~土・祝/0:00~24:00 日/0:00~19:00 ※全日2:00~4:00を除く
みずほ銀行 (みずほビジネスWEB)	3,300円	平日/8:00~23:00 土/8:00~22:00 日/9:00~17:00
楽天銀行	無料	24時間365日
PayPay銀行	無料	24時間366日

行なう場合やリアルタイムでの残高照会が必要なケースなど、利用者のニーズに合わせて臨機応変に活用できます(図表3)。

ただし、税金や公共料金のオンライン決済サービスである「Pay-easy(ペイジー)」については、インターネット専門銀行では未対応の場合も多いため、注意が必要です。

インターネット専門銀行のデメリットとは

インターネット専門銀行は、「実店舗型」の金融機関にはないメリットを有するのに対し、いくつかのデメリットも存在します。

インターネット専門銀行をメインバンクにする場合には、後々トラブルへと発展することがないよう、次のようなデメリットについても押さえておきましょう。

(1) 融資機能や提案業務が弱い

インターネット専門銀行が実店舗を持たないことは、手数料の低価格化やスピード感のあるサービス提供を可能とする一方で、利用者との信頼関係の構築が難しいという側面もあります。

そのため、インターネット専門銀行では、小口や短期のビジネスローンを中心に扱う場合が多く、数千万円以上の大口融資は対象外となる場合が一般的です。

それに対して「実店舗型」の金融機関では、支店長や担当者とのコミュニケーションや返済実績の蓄積によって、銀行との信頼関係を構築できます。

そのため、都市銀行であれば大

口の融資が可能となり、地方銀行や信用金庫などの地域密着型の金融機関の場合も、親身な対応を受けられる可能性が高まります。

したがって、インターネット専門銀行の場合には、実店舗を持たないことの弊害として、大口の融資案件への対応が難しく、企業の実態に即した提案業務でも、「実店舗型」の金融機関には劣る傾向にあります。

(2) 信用力低下のリスク

近年のシェア拡大により、インターネット専門銀行の認知度は高まっているものの、メガバンクや地元の金融機関に比べれば、知名度はまだ低いと言えるでしょう。

業種によっては、取引銀行の知名度が取引先の信用に直結する場合もあるため、特にメガバンクのような全国的にネームバリューのある金融機関からメインバンクを変更する場合には、利害関係者への影響も十分に考慮しなければなりません。

インターネット専門銀行をメインバンクにすべきか

インターネット専門銀行をメイ

ンバンクとすることの是非については、事業内容や金融機関に対するニーズによって異なります。

そのため、メインバンクを選ぶ際には、自社の成長サイクルを考慮したうえで比較検討するとよいでしょう。

(1) スタートアップ企業やスモールビジネスには効果的

資金繰りに困窮しやすいスタートアップ企業やスモールビジネスにとっては、インターネット専門銀行をメインバンクとすることで、月々のランニングコストを節約できるというメリットを享受できます。

さらに、「実店舗型」の金融機関と比べて、法人口座をスピーディーに開設できる点も大きいでしょう。

ただし、設備投資などによって大口の融資が必要な場合や、取引先からの信用が得にくいケースでは、地方銀行や信用金庫などの活用も検討しましょう。

(2) 成長サイクルに合ったメインバンク選びが重要

実店舗を持たないインターネット専門銀行の発展により、金融機

関の料金体系やサービス内容は多様化しています。

そのため、各企業がメインバンクを選択する際は、都市銀行や地方銀行、インターネット専門銀行などの形態ごとの特性を正しく理解し、自社の成長サイクルに合わせ取引銀行を選択することが重要です。

たとえば、成長期では、企業内での資金需要が拡大するため、大口の融資相談など、信頼関係に基づくサービスの必要性も高まるでしょう。

そのような成長サイクルにおいては、都市銀行や地方銀行をはじめとする「実店舗型」の金融機関との関係性を強化することが望ましいと考えられます。

また、昨今の多様化する金融機関の形態を踏まえると、必ずしもメインバンク1行にすべての機能を集約するのではなく、複数の金融機関で口座を開設して、用途に応じて使い分けをするのも効果的です。

このように、企業の成長サイクルによって金融機関の役割は変容するため、定期的に自社の現状を見つめ直し、最適な取引銀行を検討しましょう。

はつとりたい 税理士法人で8年間勤務したのち、2020年2月に名古屋市中区で開業。これまで年商数百万円〜数十億円の個人事業主や法人の月次監査を担当。税理士ドットコム、マネーの達人はじめ多数の監修・執筆実績をもつ。