大手証券の出店戦略、違い鮮明　野村集約・大和は小型店

#新型コロナ #地域金融 #東京

2022/8/8 17:00 [有料会員限定]

大手証券の出店戦略の違いが鮮明になっている。野村証券は店舗集約を進めて10年間で3割強減らした。地銀との提携による店舗統合も進める。銀行系証券も店舗閉鎖を進めており、業界全体の本支店数は約2000とピーク時から約4割減。2003年以来の低水準となった。一方、大和証券は少人数体制の軽量店を中心に店舗数を10年で5割増やした。来店客が減るなかで新たな顧客との接点づくりが課題になる。

野村証券は10年前に178店を展開していたが、足元では120を下回った。営業員の役割が株式の売買仲介から資産形成支援に移る中、専門スキルを持つ従業員を中核店舗に集めて営業する体制にシフトする。山陰合同銀行との包括提携のように個人営業機能を地銀と統合させるケースも増やす考えだ。

銀行系証券は2000年代以降、銀行との共同店舗を広げてきたが銀行は預金やローン、為替取引のオンライン化に合わせて店舗統廃合を推し進める過程で、証券の店舗も縮小させている。みずほ証券と三菱UFJモルガン・スタンレー証券は10年前比で店舗数を減らした。

証券業界全体では店舗数は減少してきた。日本証券業協会によると5月末時点の本支店数は2005と、18年3月末に比べ約150減った。記録のある1981年以降で店舗数が最多だったのはバブル崩壊後の1991~92年で約3200。金融不況で証券会社の倒産が増え、2000年には約2300となり、減少傾向が続く。

大型店を減らす一方、小型店を増やすのが大和証券だ。9月、堺市に鳳営業所を開く。難波支店（大阪市）を母店とする軽量店で181カ所目の店舗。営業所は所長を含め5人ほどを配置する。訪問営業の拠点として機能するが、個室ブースを設け相続の相談にも応じる。後方の事務作業は母店や事務センターに任せる。

大和は地域に根ざして営業する「エリアマーケティング」を重視する。新規客を開拓するには近隣に店舗を構えて情報収集する方が、遠方から通うより効果的との判断だ。移動時間を短くして労働効率を上げる狙いもある。営業所はビルの上階にするなどして出店コストを抑える。「あと5～10の出店余地はある」（営業企画部）という。

岡三証券も首都圏郊外で軽量店の出店を増やしている。2月に東京都の世田谷区と武蔵野市に「サテライトプレイス」を開設した。設置型のパソコンをなくしてスマートフォンとタブレット端末で作業する。従業員は約10人と通常の支店の半分ほど。顧客の元にすぐに駆けつけるサービスを売りに新規客を掘り起こす。

資産運用セミナーを開くなど顧客との接点として店舗の果たす役割は大きかった。新型コロナウイルス禍で来店客の減少に拍車がかかり、「客数はコロナ前比で4割減った」（SMBC日興証券）ことでターミナル駅などに大型店を構える意義は薄れている。各社ともネットやコールセンター、職域を使った営業を組み合わせる戦略に転換しており、業界全体の店舗数はさらに減る可能性が高そうだ。

（湯浅兼輔）