

徹底分析「創造與消失的金融」與「消費者參與的時代」

零售金融業新戰略

作者序

現今，以個人和中小企業為對象的「零售金融」(Retail Banking)備受注目。不只投資信託、銀行櫃台銷售保險及透過網路的線上交易非常興盛，而且以零售顧客為目標的新服務也接連不斷的展開，例如，從持有金額千萬日圓起跳的量身訂做型理財服務；超越銀行、信託銀行、證券公司等業態 (Type of Operation) 的共同據點服務；與日本郵政合作的服務等等。尤其，直至二〇〇七年，由於作為「構造改革」一環的金融制度改革發表日程，在放寬限制的契機下，服務的創新，對維持金融機構的競爭力也可說是不可少的因應之道。但是，金融機構面對將來要提供怎樣的服務，包括企業戰略在內的構思卻很少。

野村綜合研究所 (以下簡稱 NRI) 於二〇〇五年末出版了《二〇一〇年的日本——從雇用社會到創業社會》。書中，提出四個主題：「團塊世代的第二人生」、「工作意欲的再生」、「社會資本的創造性破壞」和「U化社會的深化」。而這些要素大舉改變社會結構時，金融服務和金融服務的提供者扮演重要的角色。

例如，團塊世代為了第二人生返回居住地或故鄉另創事業，如果只能拿不動產或有價證券作抵押來貸款，即使好不容易想出卓越的事業雛型，也很難具體實現。還有，就算年輕人和壯年世代，持新價值觀以新的雇用形態工作，也必須考慮晚年的事，基於自己的責任，逐漸累積資產。而且，對這些人提供金融服務的，並不只是既有的金融機構。今後，來自其他業界的加入組也會增多。也就是說，日本社會在未來五年到十年間，發生大的結構變化時，對於比過去更廣泛的需求者，金融服務的提供者也會更多樣。

我們認為，此一擴及全體社會的金融浪潮，會帶來以下的變化：金融服務透過流通等的店舖通路，以及電腦、行動電話等融入生活場所的同時，金融服務提供者將與生活者合作，共創適合個人需要的服務。而且，將這樣的變化方向稱為「消失的金融」和「創造的金融」，並以此作為本書的分析主題。

首先，在第一章，提出有關二〇一〇年代的金融問題及提示關鍵字，第二章是「消失的金融」，第三章是關於「創造的金融」，並以其他業界的先行事例和歐美的例子做交叉分析。接著，第四章和第五章談論「消失」和「創造」的組合，對於被視為非富裕層的純金融資產五千萬日圓到一億日圓未滿的準富裕層的服務、隱藏成長潛力的中小企業家和創業者的服務，是否能有不同的方策，則以 NRI 制作的問卷調查及美國的事例做檢證。最後，第六章談的是，在邁向二〇一〇年中，一邊實現「消失的金融」和「創造的金融」，一邊取得競爭優勢的關

◎服務，決勝金融大未來◎

出版社：寶鼎 定價：300 元 團訂另有優惠，歡迎來電 02-2708-5875

鍵。

另外，本書的主題放置在日本國內的動向，而有關可預想在二〇一〇年代會有大進展的亞洲零售金融事業則以補論說明。

但願，現有的金融機構，還有正在研討將來加入金融服務提供者的企業的更多關係者，都能閱讀本書。展望二〇一〇年代，我們強烈期望，日本變成更有活力的社會，而金融也有大的貢獻。

最後，從本書的企劃起草階段到出版，對於提供各種評論、構想以及給予支援、鼓舞的諸位，本人謹代表執筆者致上萬分的謝意。

NRI 美國社長 / 南博通 二〇〇六年八月