

XXI. ドイツ連邦共和国

<要約>

	概要	特徴
1. 市場環境の特徴	<p>○社会構造</p> <ul style="list-style-type: none"> 総人口：8,277万人（世界第17位、2016年IMF推計） 	
	<p>○経済環境</p> <ul style="list-style-type: none"> 一人当たりGDP：41,895ドル（世界第18位、2016年IMF推計） 実質GDP成長率：1.5%（2016年IMF推計） 1ユーロ＝123.4円（2016年12月末） 	
2. 金融制度の概要	<p>○銀行等の業態分類と機関数（根拠法）</p> <ul style="list-style-type: none"> 大手銀行4、地方銀行・その他商業銀行160、外国銀行支店106（2016年3月末、信用制度法） 州立銀行等9、貯蓄銀行413（2016年3月末、州法） 信用協同組合中央銀行1、信用協同組合1,023（2016年12月末、信用制度法） 不動産抵当銀行16（2016年3月末、抵当銀行法） 住宅建築貯蓄銀行21（2016年3月末、建築組合法及び州法） 特殊課題銀行19（2016年3月末、各機関根拠法） <p>○監督官庁：欧州中央銀行（ECB）及び連邦金融監督庁。 ただし、日常的な検査業務（金融機関からの年次報告書や監査報告書の検査、定期的検査等）は、ドイツ連邦銀行が担当。</p> <p>○預金保険制度：ドイツ銀行保証機構が強制加盟制度を運用し、対象は銀行、住宅建築貯蓄銀行、欧州経済圏外で設立された外国銀行支店（欧州内の外銀支店は任意）。任意加盟制度はドイツ銀行協会が運用、対象は協会員と外国銀行支店。貯蓄銀行と信用協同組合についてはそれぞれ個別の保証スキームを持つ。</p>	<p>○ドイツ連邦銀行の統計によれば、大手銀行として、ドイツ銀行、コムメルツ銀行、ヒポ・フェラインス銀行、ポストバンクの4行が分類されている。このほか州立銀行と信用協同組合銀行が銀行セクターにおいて存在感が大きい。</p> <p>○欧州連合（EU）指令で預金保険の限度額は1金融機関1預金者につき100,000ユーロ。ドイツでは、ドイツ銀行保証機構の強制加盟制度によって保証される金額である。</p>

<p>3. 郵便貯金の現況</p>	<p>○郵便貯金制度・経営形態</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ポストバンクは1995年1月に信用制度法による免許を受けた金融機関となった。1999年にドイツポストの子会社になったが、ドイツポストは2004年にポストバンクを部分売却、2010年以降はドイツ銀行の子会社となっている。ドイツポストとポストバンクとは、協力関係の契約を締結しており、2020年まで延長されている。 ・ドイツ銀行は2015年4月にポストバンク売却方針を明らかにしたが、2017年3月に方針転換を発表、同行のリテール・法人顧客向け事業とポストバンクを統合する計画を明らかにした。2022年までに最大で年間9億ユーロのシナジー効果が見込めると試算。 <p>○顧客基盤</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総資産1,490億ユーロ（4大商業銀行の一角） ・顧客1,400万人、19,000人の従業員 ・オンライン口座数900万超 <p>○主な商品</p> <ul style="list-style-type: none"> ・預金、消費者ローン、住宅ローン、クレジット/デビットカードのほか、保険、投資信託などの販売を行っている。 	<p>○金融ユニバーサルサービスの提供義務は定められていない。</p>
<p>4. 金融セクターにおけるリテール金融機関の特徴</p>	<p>○個人金融資産残高（2014年12月末）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・5.1兆ユーロ ・内訳：現金・預金39.4%、株式・債券13.2%、保険・年金準備金8.7%、その他37.9% <p>○銀行による個人向け貸出残高（2014年12月末）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総額：1.6兆ユーロ 	<p>○ドイツのリテール金融市場におけるリテール金融機関の存在感は大きい。ポストバンクの口座数は525万口座と国内最大である。貯蓄銀行が個人の預金残高で占めるシェアは36.5%に達する。信用協同組合も組合員数は1,828万人と人口の2割に及ぶ。</p>

<p>5. 最近の金融動向と今後の展望</p>	<p>○リテール金融サービスのデジタル化</p> <ul style="list-style-type: none"> • リテール金融部門においてはデジタル化を進めることは合理化を通じた競争力強化につながるとの見方がドイツでも一般的になりつつある。実際、ポストバンクはデジタル化を推進する一方で、一部支店の廃止や統合を実施している。 • ドイツ銀行によれば同行の個人・中小企業部門の顧客の半数がオンライン取引を行っているほか、同部門が実施した調査では、回答者の27%がデジタルサービスの質と量が取引金融機関を決める要素として重要であるとしている。 	
-------------------------	---	--