Research Eye
No.2025-088
2025年9月10日
日本総研 The Japan Research Institute, Limited
https://www.jri.co.jp

「金利のある世界」で動き出す預金

― デジタル化やサービス多様化で広がる預金獲得力の格差 ―

（１）昨年来、日銀の金融政策修正で預金を取り巻く環境が一変。金利上昇で預貸ビジネスの収益性が改善するとの見方から、多くの金融機関が預金獲得キャンペーンを強化（図表1）。

（２）現状、預金移動は小規模ながら、追加利上げで金利が上昇するなか、足元で個人の定期預金が増加に転じるなど、預金者行動は徐々に変化（図表2）。オンラインサービスの普及等で預金移動のハードルは下がっており、今後、金利が一段と上がれば、預金移動が本格化する可能性。

（３）近年、金融機関の預金獲得力の差が拡大。預金全体は増加しているが、業態別では、大手行・大手地銀・ネットバンク等が増加する一方、ゆうちょ・JAバンク・小規模地銀は減少（図表3）。足元では、事業会社がBaaS（Banking as a Service）機能を活用してプラットフォームとして金融機能を提供するなど、競争領域が多様化。

（４）今後、預金移動が本格化した場合、預金獲得競争に拍車がかかり、競争力が劣る金融機関からの預金流出が加速する恐れ。短期的には優遇金利等で預金を確保できても、調達コストは割高になり、持続的とはいえず。預金獲得力が劣る中小地銀等は、安定的な預金確保に向けて、サービスの品質向上や多様化等を進め、顧客ロイヤリティを高めていくことが不可欠（※）。

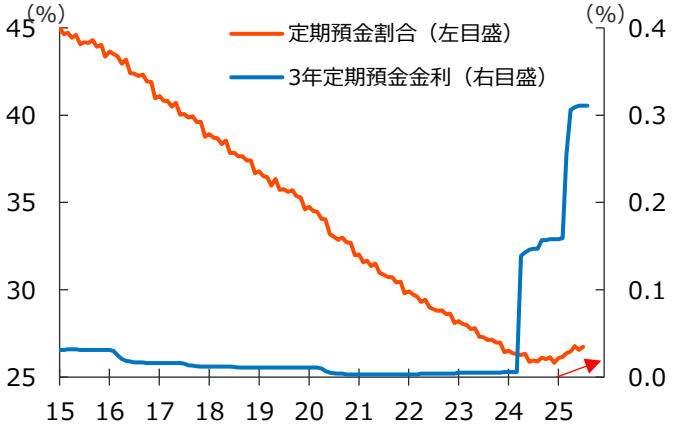
（※）詳細は大嶋秀雄「安定的な預金確保に向けて地銀に求められるリテール戦略の見直し」Research Focus No2025-009（2025年５月13日）

（図表１）預金･顧客獲得を狙ったキャンペーンの例

分類	概要
優遇金利	･期間限定で定期預金金利を引き上げ ･大口/退職金/相続金等を対象に定期預金金利を引き上げ ･ネット専用口座/給与振込口座指定で普通預金金利引き上げ
キャッシュバック	･新規口座開設かつ定期預金入金でキャッシュバック ･新規口座開設かつ決済サービス利用でキャッシュバック ･顧客紹介に応じて預金金利上乗せ、キャッシュバック ･普通預金残高に応じて住宅ローン利息をキャッシュバック
その他	･他行からの預金の移し替えに自社ポイント付与 ･利息の自社ポイント受け取りで還元率上乗せ ･アプリ利用者に飲食店等の優待特典を付与 ･地場産品を特典にしたキャンペーン定期預金

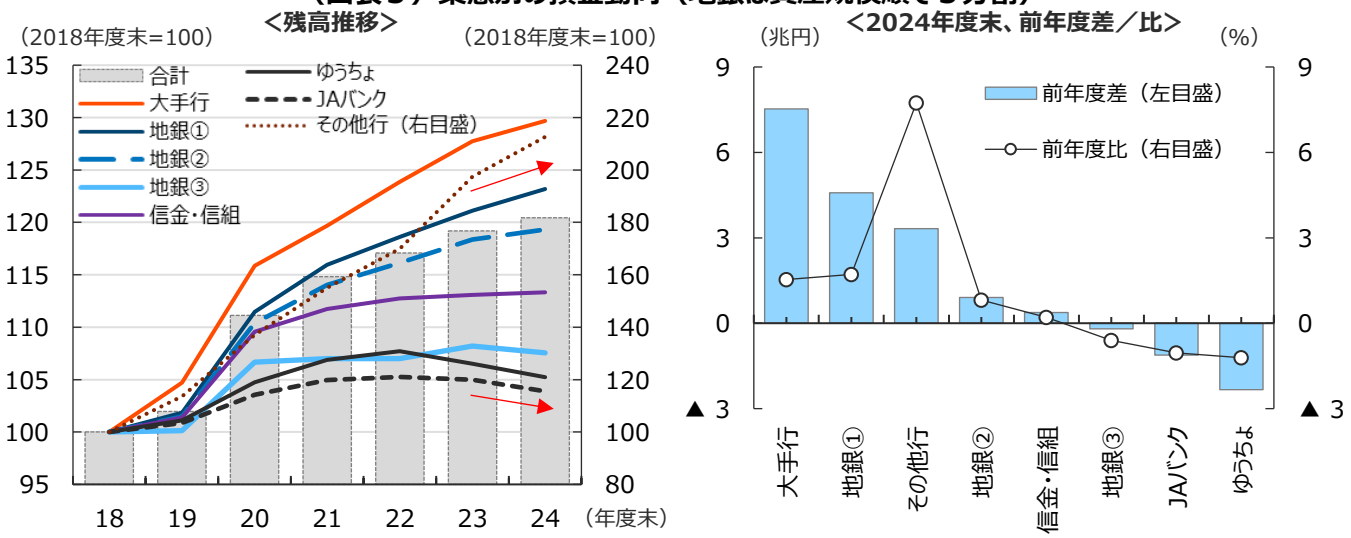
（資料）各社発表･報道等を基に日本総研作成

（図表２）個人預金に占める定期預金の割合



（資料）日本銀行を基に日本総研作成

（図表３）業態別の預金動向（地銀は資産規模順で３分割）



（資料）各社決算、全国銀行協会、日本銀行、全信組連、JAバンク等を基に日本総研作成
（注）大手行は都市銀行（国内銀行勘定、決算月平残）、あおぞら銀行、SBI新生銀行の実質預金+CD（譲渡性預金）。地銀は非上場を含む97行、2024年度末の総資産規模順に①1～32位、②33～64位、③65～97位の預金+CD。その他行はネットバンク等11行の預金＋CD。

【ご照会先】調査部 主任研究員 大嶋 秀雄（oshima.hideo.j2@jri.co.jp , 090-9109-8910）

本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時点で弊社が一般に信頼出来ると思われる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を保証するものではありません。また、情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがあります。本資料の情報に基づき起因してご閲覧者様及び第三者に損害が発生したとしても執筆者、執筆にあたっての取材先及び弊社は一切責任を負わないものとします。