

ドイツ銀行の米国市場戦略 ～第2次大戦後から2000年代半ばにかけて～

漆畑春彦（平成国際大学）

ドイツ銀行は、欧州を代表するユニバーサルバンクであり、米投資銀行市場で最も成功収めた欧州金融グループの1つといえる。第2次世界大戦終結後、同行は海外拠点の全てが清算されるという「ほぼゼロの状態」から国際戦略を建て直し、1960年代から米国市場への本格進出を図った。そして、1989年の英モルガングレンフェル、1998年の米バンカーストラストの買収などを通じて国際投資銀行業務を拡充し、2000年代半ばには株式・債券などの分野において、米大手金融機関に比肩する地位を確立するに至った。本報告では、まず先行研究に従い1950年代から2000年代にかけての同行の国際化の経緯、経営戦略を概観する。次に、同行の戦略において投資銀行部門がどのように位置づけられてきたか、同部門を成長させることでドイツ銀行は何を目指したかについて考察したい。

ドイツ銀行の第2次大戦後の国際化戦略は、1960年代に形成した「銀行クラブ」への参加に始まる。以降、ルクセンブルク現法の設立、他行への資本参加や買収、支店設立と展開したが、1970年代まで英銀などと比べ人材、拠点、能力と国際化に必要な能力の劣勢は否めなかった。しかし、1980年代半ば以降、同行の「中興の祖」アルフレッド・ヘルハウゼンが積極的に国外での金融機関買収を進めて国際戦略は大きく前進し、モルガングレンフェルの買収に伴い、国際投資銀行市場への本格参入が実現した。米国では、1980年代から拡大した規制緩和の中で証券・投資銀行部門が育成され、バンカーストラストを買収したことで米投資銀行市場での一段の業務拡大が可能となった。

一方、ドイツ銀行は長い間、あくまで「ドイツの銀行」として、雇用の維持、ドイツ国内のリテール業務の強化などを求められた。同行は国際投資銀行業務拡大の傍ら、国内や欧州も重視するという「二重戦略」を余儀なくされたわけだが、本報告では例えば、同行がそうした制約を克服しながらいかに国際投資銀行拡大、米国市場での地位確立を図ったのかが、中心的議論の1つとなる。なお、同行の戦略を評価するにあたっては、UBS、クレディスイスといった欧州の有力投資銀行業者の米国戦略も併せて参考にしたいと考えている。