

信用金庫の新しいビジネスモデル策定（50）

— 若年層取引の推進動向 —

ポイント

- 急速な人口減少を主因とする今後の業容縮小懸念から、信用金庫の間で『若年層取引に（再）注力すべき。』との声が強まっている。
- 若年層取引は、利便性の提供と魅力的な商品・サービスが必須とされ、単純な費用対効果の検証に馴染まない施策と位置付けられる。
- 推進時の検討課題は、①ターゲットの明確化、②受け皿商品・サービスの提供、③中長期の囲い込み策などがある。
- 研修受講金庫の取組事例を挙げると、若年層との接点確保を目的にSNSを拡充したり、キッズクラブを運営したりする信用金庫があった。

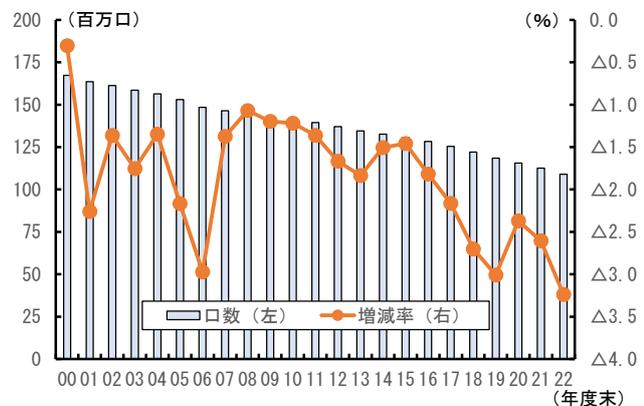
（注）本稿は、当研究所主催「経営戦略プランニング研修（2023年度）」の講義および意見交換時の内容を中心に作成している。

1. 若年層取引の推進

2022年度末の信用金庫の個人預金口数は、前期比3.2%、364万口減少の1億896万口となり、減少ピッチが再拡大した（図表1）。人口の減少および少子高齢化に加え、未利用口座の整理・解約などから個人預金口数は減少傾向にあり、2002年度末（1億6,134万口）から32.4%減に達する。個人預金口数の減少が個人顧客数の減少と直結するとは言い切れないものの、個人顧客の減少を裏付ける根拠の一つと考えられる。今後についても地域の人口減少の加速と利便性や商品・サービスで優れるネット銀行の急成長などから、信用金庫の個人顧客数は減少が続くと予想される。

信用金庫が持続可能なビジネスモデルを構築するには、盤石な顧客基盤の確立が不可欠であり、なかでも将来のメイン顧客化が求められる若年層との取引強化は喫緊の経営課題となりつつある。こうした課題認識を踏まえ、昨年来、若年層取引の強化に（再）注目する信用金庫が増えており、若年層との接点拡充や低金利の個人ローン取扱いなどが活発化してきた。

（図表1）個人預金口数の推移



（備考）1. 本稿では他業態との合併等を考慮していない。
 2. 図表1・2ともに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

2. 主な推進策

研修受講金庫へのヒアリングベースでは、主な若年層取引の推進策として、①PRやイメージアップの実施、②接点の確保（非対面チャネルの拡充）、③受け皿商品・サービスの提供などがあった。一方で、④費用対効果の算出に馴染まない点、⑤フェイス・トゥ・フェイスの営業活動が若年層に訴求しにくい点が推進時の課題として指摘された。

3. 取組時の留意点

推進時の検討課題は、①ターゲットの明確化、②受け皿商品・サービスの提供、③中長期の囲い込み策などがある。漠然と若年層にアプローチするのではなく、若年層の世代や属性を絞り込むと同時に、当該顧客に訴求するような受け皿商品・サービスの提供が不可欠である。また、若年層にPRすることが目的ではなく、若年層のメイン顧客化がゴールであることを関連部門に周知徹底する必要がある。

4. 研修受講金庫の取組事例

当研修の意見交換時に聴取した研修受講金庫の主なコメントは図表2のとおりである¹。

（図表2）若年層取引の推進に関する主なコメント

- 当金庫の想定する若年層は地元で働く20代であり、職域セールスを通じて推進する。10代は進学や就職で地元を離れる可能性が高いため、当該世代への推進には消極的である。
- 当金庫は35歳以下の個人顧客を若年層と捉え、職域セールスや各種イベントの開催を通じて囲い込む考えである。現状、職域セールス以外に地元の若年層と接点を持つチャンスを思い付かないのが実際である。
- 当金庫は若年層との接点強化を目的にSNSやネット広告を開始した。まずは若年層に当金庫を認知してもらうことが目的である。ただし現状は認知度の向上が目的化してしまい、商品・サービスの推進に至っていない点が課題である。
- 当金庫の経営陣は若年層顧客の減少による金庫経営の縮小に危機感を抱いている。SNSの開設や若年層向けのイベント、更には低金利の住宅ローンなどを推進しているが、成果検証が難しく、どうしても費用対効果に見合わない。
- 当金庫は18歳未満の若年層を対象とするキッズクラブを立ち上げた。若年層（未成年）に当金庫の口座を作ってもらい、そのうちの1割でも2割でも活口座として生き残って、最終的に給振口座などに使われれば十分との考えである。
- 当金庫がキッズクラブを立ち上げた目的は、同クラブの会員となる子供の両親や祖父母との接点強化である。両親や祖父母と取引を強化する「きっかけ商品」に活用している。

本レポートは発表時点における情報提供を目的としており、文章中の意見に関する部分は執筆者個人の見解となります。したがって、投資・施策実施等についてはご自身の判断をお願いします。また、レポート掲載資料は信頼できると考える各種データに基づき作成していますが、当研究所が正確性および完全性を保証するものではありません。なお、記述されている予測または執筆者の見解は予告なしに変更することがありますのでご注意ください。

¹ 当該コメントは研修受講者の個人的な意見・感想を含むものであり、研修受講金庫の正式なコメントではない。そのため事例の記載にあたっては信用金庫名が特定できないように修正してある（信用金庫名の照会や関連資料の提供依頼にはお応えしていません）。