



SCB

ニュース&トピックス

No.2024-110
(2024. 12. 26)

信金中央金庫 地域・中小企業研究所
とね かずゆき
上席主任研究員 刀禰 和之
03-5202-7671
s1000790@FacetoFace.ne.jp

信用金庫の新しいビジネスモデル策定（2024-06）

- 若年層顧客の定義等「事前課題の集計結果」 -

ポイント

- 本稿は当研究所主催「経営戦略プランニング研修（2024 年度）」の事前課題の集計結果となる（回答数は 55 金庫）。
- 若年層顧客の定義の有無では、庫内に（明確な）「定義あり」が 41.8%あり、なかでも預金規模別では 4,000 億円未満の研修受講金庫で回答割合が高かった。
- 若年層顧客の年齢を 20～30 歳代と定義する研修受講金庫が多く、また全顧客数に占める若年顧客の割合では 1 割強が大勢を占めた。
- 研修受講金庫からは、『若年層取引を強化する意義は理解できるが、費用対効果を勘案すると積極的な推進は困難』などの意見もあった。

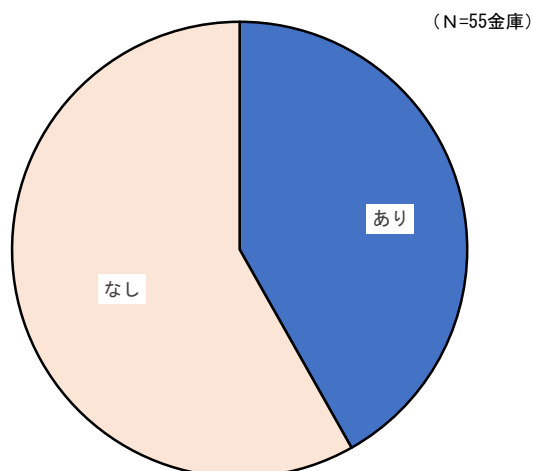
（注）本稿は、当研究所主催「経営戦略プランニング研修（2024 年度）」の事前課題の集計結果をまとめたものである。

1. 若年層顧客の定義

信用金庫が地域において存続し続けるためには将来のメイン顧客である若年層顧客の獲得と深耕（メイン化）が必要である。そこで当研修の事前課題では「若年層顧客の定義の有無（年齢等）」および「若年層顧客数（人数）」を確認した。

集計結果をみると、（明確な）定義ありが 41.8%（23 金庫）だった一方で、定義なしは 58.1%（32 金庫）となり、庫内で若年層顧客が未定義の研修受講金庫の方が多かった（図表 1、2）。預金規模別では「4,000 億円未満」の信用金庫で定義ありの回答割合（55.5%）が高く、「1 兆円以上」では回答割合（11.7%）が低かった。

（図表 1）若年層顧客の定義（有無）



（図表 2）事前課題の概要等

質問事項	【若年層顧客】 ①定義の有無（年齢等） ②若年層顧客数（人数）
対象金庫	経営戦略プランニング研修（2024年度）受講金庫
回答期間	2024年6月3日～7月31日
回答金庫数	55金庫
その他	若年層顧客は概数で構わない。
備考	詳しくは、金融調査情報（2024-10）「信用金庫の新しいビジネスモデル策定①-「経営戦略プランニング研修（2024年度）」の概要-」を参照

（備考）図表 1 から 3 まで信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

2. 定義の内容

定義ありの研修受講金庫をみていくと、20～30 歳代を若年層顧客と定義する回答が大半を占め、40 代を若年層に含める信用金庫は限られた。逆に 18 歳未満に若年層顧客を限定する信用金庫は確認できなかった。また、定義の根拠として、「若年労働人口と合わせた 15 歳から 34 歳まで」「営業推進上のターゲットとなり得る 18 歳以上 35 歳未満」などとするコメントがあった。

3. 若年層顧客の割合

若年層顧客が全顧客に占める割合を確認したところ、1 割台とする研修受講金庫が多かった。一例を挙げると『29 歳までを若年層顧客とし、全顧客の 12.3%』『20～30 歳代を若年層顧客とし、全顧客の 17%』『40 歳までを若年層顧客とし、全顧客の 22.5%』などがあった。ただしこれらの回答は口座数によるもので、『実際の活口座数は限られる』との厳しいコメントもみられた。

4. 研修受講金庫のコメント

研修受講金庫による事前課題の主なコメントは図表 3 のとおりである¹。

（図表 3）研修受講金庫のコメント例

- 若年層顧客を獲得する目立った仕掛けがない状況であり、具体的な打ち手の不足により顧客層を広げきれないことへの危機感が高まっている。
- 少子高齢化に伴い今後は若年層の取込みが重要となる。非対面チャネルやバンキングアプリの拡充による利便性の向上で獲得を図っていく方針である。
- 若年層顧客の獲得は中期的な課題と位置付けるが、一方でシステム投資等が不可欠であり採算がとれないと考えている。そのため当金庫としての推進方針を決めかねている。
- 若年層顧客は減少する前提で中長期の推進計画を立案するべき。家族取引（子供）を重点的に推進したり、地元の小・中・高等学校における金融教育などブランド戦略を確立したりすることが必要である。
- 若年層顧客への取組みとして子育て応援定期預金・子ども応援積金を発売している。
- 若年層顧客へのアプローチ策では、職域サポート制度を通じた従業員へのライフプランニング支援に力を入れる。ライフイベントに応じた個人ローンの推進や、資産形成・運用支援に取り組んでいる。
- 当金庫は、ライフステージに応じた顧客区部（現役世代・セカンドライフ世代など）を行っており、その一環として若年層顧客（現役世代）にアプローチする。

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 信用金庫のコメント等は研修受講者の個人的な意見・感想を含むものであり、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（個別信用金庫名や詳細資料の提供依頼にはお応えしていません）。