

信用金庫のコラボ店舗に対する評価

2025
 プランニング

ポイント

- 2025年度の経営戦略プランニング研修では「コラボ店舗に対する評価」についてディスカッションが行われた。
- コラボ店舗は、地域ニーズへの貢献や手数料収入の獲得に寄与するものの、金融取引でのメリットは「限定的」との声が実施金庫から寄せられた。
- 取組時の検討ポイントは、①店舗の位置付け、②地域ニーズの把握、③費用対効果の判断などである。
- 研修受講金庫の取組事例をみると、老朽店舗の建替えにあたり、地域のニーズを踏まえ様々なコラボ店舗を実現した信用金庫があった。

(注) 本稿は、当研究所主催「経営戦略プランニング研修（2025年度&経営層向け）」等の意見交換で得た情報をもとに作成している。

1. コラボ店舗に対する評価

老朽化した店舗の建替え時や既存店舗の遊休部分の活用策を検討する際、コラボ店舗¹への転換に注目する信用金庫がある。自前店舗をコラボ店舗化することで、①地域活性化や地域貢献の実現、②来店客数の増加など営業推進面の寄与、③家賃収入など手数料収入の獲得などが期待される（図表1）。規制緩和の流れもあり、インキュベーション施設や保育園併設型の店舗に加え、近年は多様なコラボ店舗が登場している。地域の金融インフラを支えるためにも今後もコラボ店舗は増えていくと予想される。

(図表1) コラボ店舗化の目的

地域活性化や地域貢献の実現	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域でニーズのある（不足する）保育園などとコラボ化することで、地域課題の解決に繋げる。
営業推進面の寄与	<ul style="list-style-type: none"> ● カフェなどの来店客が自金庫の窓口で相談するなど、金融取引の拡大に繋がる。
手数料収入の獲得	<ul style="list-style-type: none"> ● コラボ先の賃貸に伴う家賃収入（手数料収入）などが期待される。
その他の狙いなど	<ul style="list-style-type: none"> ● 自金庫の先進性のPRとなる。 ● 店舗の賑わいに寄与する（カフェなど）。 ● 職員満足度の向上に繋がる（カフェなど）。 ● 取引先の支援に寄与する（インキュベーション施設など）。

(備考) 図表1・2ともに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

¹ 本稿におけるコラボ店舗は、信用金庫の所有する店舗の一部（遊休部分）を第三者に賃貸する共同店舗を想定したもの。

2. 実施金庫の感想

既にコラボ店舗を有する研修受講金庫からは、①コラボ化の対象店舗が限られること、②法対応や管財業務などの管理部門の負担が増すこと、③営業推進上の相乗効果が限定的なことなどが課題として挙げられた。なお、④採算面では建替え・リニューアルを問わず地域顧客のニーズがある好立地なら採算確保は可能とのことであった。ただし収益獲得を主目的にコラボ店舗を有する研修受講金庫はなかった。

3. 取組時の留意点

取組時の検討ポイントは、①店舗の位置付け、②地域ニーズの把握、③費用対効果の判断などである。自金庫としてコラボ店舗を導入する目的を明確にし、地域のニーズに見合ったコラボ化を図る必要がある。特に費用対効果について十分な検討が求められ、仮に採算度外視の地域活性化・地域貢献を目的とする場合であっても、中長期の負担可能なコスト幅を確認して臨む必要がある。

4. 研修受講金庫のコメント

当研究所が主催する「経営戦略プランニング研修（2025年度&経営層向け）」等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²。

（図表2）研修受講金庫のコメント

- 当金庫は、老朽店舗の建替え・リニューアルを進めている。その際、地域ニーズに基づきコラボ店舗化を進めている。大きな方針として、①地域ニーズがあり、採算の見込める店舗はコラボ店舗に建て替える、②地域ニーズが乏しく、採算確保が困難な店舗は標準化を徹底した小型店舗に建て替えていく。また、③建て替えではなく、リニューアルで対応可能な店舗の場合、必要に応じて遊休部分をコラボ店舗化する、などがある。
- 現在、建替えで保育園、学生寮、スーパーなどとのコラボ店舗を有する。店舗を建て替える際、コラボ化の有無を立地で決める。地域の価値が向上するならコラボ店舗「あり」となる。その際、10年間の長期契約などをコラボ先と契約し投資回収可能なスキームを確保する。一方でコラボ化する価値の低い店舗（地域価値の向上しない店舗）は、低層の小型店舗に建て替える。現実問題、コラボ化の可能な店舗の建替えは終了した。
- 当金庫はカフェ併設の〇支店を出店している。店頭の賑わいには寄与するが、具体的な相乗効果に乏しい。そこで昨年、土曜日も〇支店の窓口を開けて相談客が流れてくるかを実験した。蓋を開けると、土曜一日で3百人の来店がカフェにはあったが、当金庫に流れてきた顧客数はゼロに近かった。今回の実験を通じて、コラボ店舗は、地域貢献や手数料収入の面では寄与するが、当金庫の営業推進面での貢献度合いは限定的だと再確認された。

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でお願いします。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。

² 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）。

経営戦略プランニング研修（2025年度）

関連レポートのご案内

営業推進

このほかにも、
信用金庫経営に関する様々な情報を発信していますので、
当金庫 HP からご覧ください！

当研究所 HP トップ：<https://www.scbri.jp/>

関連レポートは
こちら



No.	発行日	タイトル
2025-132	2026/2/16	信用金庫の相続預金の流出防止策
2025-133	2026/2/25	信用金庫の預貸率の変化
2025-134	2026/2/25	信用金庫の貸出金利息と経費の関係
2025-139	2026/3/2	信用金庫の本業支援と融資セールスの関係
2025-140	2026/3/2	信用金庫のフィービジネスの取扱い
2025-141	2026/3/3	信用金庫の住宅ローンの取扱い
2025-142	2026/3/3	信用金庫の不動産業向け貸出の取扱い
2025-152	2026/3/17	信用金庫の営業エリアの再設定
2025-153	2026/3/17	信用金庫のWebチャンネルの強化
2025-155	2026/3/18	信用金庫の渉外体制改革
2025-158	2026/3/23	信用金庫の女性渉外担当の配置
2025-164	2026/3/27	信用金庫にとっての有人店舗の意味合い