

信用金庫にとっての有人店舗の意味合い

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「有人店舗の意味合い」についてディスカッションが行われた。
- 預金推進がクローズアップされるなか、有人店舗に存在価値を見出す声が強まっているが、中長期的な店舗網の再編成までを否定する意見は限られた。
- 取組時の検討ポイントは、①顧客ニーズの把握、②経営資源の再配置、③付加価値サービスの提供などである。
- 研修受講金庫の取組事例をみると、サテライト店にもキャンペーン目標を割り振り、当該店舗職員のモチベーション向上に繋げ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. 有人店舗の意味合い

「金利のある世界」となるなか、有人店舗を重視する声が強まっている。特に年金顧客とのリレーションを維持・強化するには、『有人店舗によるフェイス・トゥ・フェイスの対面窓口が有効』との声が研修受講金庫から相次いだ（**図表1**）。そのため足元での店舗統廃合に消極的な声も複数あがった。その一方で、①営業店に配置可能な職員数の減少、②老朽化した店舗の建替え費用の高騰などを要因に『中長期的な視点に立てば、店舗網の効率化は避けられない』との声も多い。意見交換を通じて、各信用金庫が想定する時間軸によって今後の有人店舗への対応方針に温度差（当面：統廃合NG、将来：統廃合止む無し）があると考えられる。

(図表1) 有人店舗を維持するメリット・デメリット (例)

| 想定されるメリット | 想定されるデメリット |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ●顧客接点の維持・確保にはフェイス・トゥ・フェイスの店舗窓口が有効である。 ●地域金融機関として地域の金融インフラを提供する必要がある。 ●渉外担当のセールス拠点となり得る。 ●競合金融機関との差別化に繋がる。 ●拠点があることの看板効果が期待される（特に年金顧客）。 | <ul style="list-style-type: none"> ●維持コストが発生する。老朽店舗の場合、建替えコストが発生する。 ●職員数が減少するなか、店舗に必要な人員を配置することに苦慮する。 ●金融取引の大半を非対面チャネルで代替可能である。 ●特に少人数店舗の場合、OJTやローテーションが滞り、人材育成が困難となる。 |

(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

2. サテライト店の位置付け

「金利のある世界」の到来を受け、これまでの融資セールスを前提とした店舗戦略を見直し信用金庫が出てきた。その際に焦点となるのが、預金特化型のサテライト店の位置付け見直し問題であり、昨年来、サテライト店を再評価する声が強まっている。個人取引に特化した店舗として、積極的な預金セールスの推進が期待されよう。その結果として、『当面はサテライト店を統廃合しにくい』との意見も根強い。

3. 取組時の留意点

取組時の検討ポイントは、①顧客ニーズの把握、②経営資源の再配置、③付加価値サービスの提供などである。地域の顧客が信用金庫に期待する金融サービスの内容を把握したうえで、今後の有人店舗の存続などについて検討する必要がある。また有人店舗を維持するには相応のコストが生じるため、単純な入出金などに留まらない付加価値サービスを提供し採算の改善に取り組むことも求められる。

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¹。

（図表2）研修受講金庫のコメント

- 信用金庫の場合、完全非対面で取引する顧客は少なく、店頭でアプリの操作支援を行いながら非対面で申し込むシーンが想定される。となると、店舗を簡単に効率化しにくい。
- 法人事務所の開設ではなく、支店化（支店出店）した方が融資実行などの面で活動しやすく、また顧客に対する当金庫の本気度を示す効果もある。
- 当金庫が〇〇銀行に対抗するには、店舗網を維持する必要がある。まだまだ有人拠点があることの看板効果は大きいと思う。逆に看板効果に興味のない人は当金庫でも〇〇銀行でもなく、ネット銀行と取引する。
- 最近、地元の〇〇銀行が地方部から撤退しており、相対的に当金庫の町村店舗の預金が増えている。となると、町村店舗の位置付けも再考が必要となろう。
- 当金庫は預金セールスを強化するなか、サテライト店を巻き込んだキャンペーンを展開している。サテライト店の職員にも目標を割り振り、期待をかけるとモチベーション高く頑張ってくれることが分かった。
- 地域の市場分析をしっかり行くと、個人特化型店舗の立地は資金需要こそ見込めないものの、年金顧客が多く、預金セールスを強化する余地が大きいと判明した。そこで人員配置を見直し、個人特化型店舗に預金セールスの得意な職員を重点配置する考えである。

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）。

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 |
|----------|-----------|---------------------|
| 2025-131 | 2026/2/16 | 信用金庫の相続手続き効率化策 |
| 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 |