

ニュースレター

協同金融 *FINANCE CO-OPERATIVE*

No.162 (2023年9月)

<巻頭言に替えて：発行遅延のお詫び>

協同金融研究会第19回シンポジウム 報告(2) ポストコロナと協同組織金融の将来展望

本号は、本来6月にお届けするものでしたが、担当事務局の体調不良などのことから、大幅に遅れてしまいました。また、本研究会の活動も、正常に機能せず、なにより本年度の「総会」も開催できない状況になってしまっています。大変申しわけありません。運営会議もここ3か月ほど滞っており、早急に建て直しを行い、正常化に一時も早く戻していきたいと考えています。今後の方向性が決まり次第、会員の皆様にはお知らせする予定です。

本号では、以上のことから、本年3月に開催した「第19回シンポジウム」の後半部分である、4業態の皆様からの「実践・事例報告」と「全体討論」の内容をお届けします。これらは、すでに6月の時点で、報告者の皆様からのご校閲をいただいたもので、このように発行が遅れてしまい、重ねてお詫びする次第です。

(担当事務局 笹野武則)

■本号の目次■

◆第19回シンポジウムポストコロナと協同組織金融の将来展望(2)(2023.3.11)◆

コロナ禍で見てきた課題と協同金融・協同組合としての取り組みの現状

●実践・事例報告

- | | |
|------------|---------------------------|
| (1) 信用金庫 | 2 |
| | 遠州信用金庫 常勤理事 松下 和広 氏 |
| (2) 信用組合 | 10 |
| | 大東京信用組合 地域支援部主査 松井 謙明 氏 |
| (3) 労働金庫 | 21 |
| | 九州労働金庫 事業部長 田崎 辰夫 氏 |
| (4) 農業協同組合 | 25 |
| | 全国農業協同組合中央会 教育部次長 田村 政司 氏 |

●全体討論

<コーディネーター>協同金融研究会代表・日本大学商学部教授 平澤 克彦

*なお、第19回シンポジウムの開会挨拶(平澤)と長谷川勉氏の基調講演は、第161号(2023年4月)に掲載しています。

2023年9月発行【編集・発行者】協同金融研究会(代表・平澤克彦)

〒102-0083 千代田区麹町3-2-6 麹町本多ビル3B 日本福祉サービス評価機構気付

電話&Fax 03-3262-2260 e-mail: kinyucoop@mail.goo.ne.jp

*HP (<http://kyodokinyu.org>) / Facebook もご利用ください。

ポストコロナと協同組織金融の将来展望

■実践・事例報告と全体討論■

コロナ禍で見えてきた課題と 協同金融・協同組合としての取り組みの現状

遠州信用金庫 常勤理事 松下 和広 氏
大東京信用組合 地域支援部主査 松井 謙明 氏
九州労働金庫 事業部長 田崎 辰夫 氏
全国農業協同組合中央会 教育部次長 田村 政司 氏

信用金庫

遠州信用金庫 常勤理事 松下 和広

はじめに

私は静岡県浜松市出身で、楽器メーカーのヤマハがある中沢町という町で暮らしています。今年大河ドラマで話題の浜松城から歩いて10分程度の距離です。あえて町名まで紹介したのは、私が勤める遠州信用金庫が中沢町にあり、贅沢なことに徒歩通勤をしているからです。浜松育ちで、ギョーザやうなぎが大好きです。最近は『さわやか』のハンバーグが大好きで月に1回は食べています。

遠州信用金庫

- 設立 昭和25年3月13日
- 令和4年9月末 現在
預金 4,793億円 融資 2,296億円
- 営業地区
静岡県浜松市・磐田市・袋井市・掛川市
愛知県豊橋市
- 店舗数 25店舗

遠州信用金庫では、主に個人リテール部門の営業や企画をしてきました。また、当金庫のイメージキャラクターである福理事長「えんちゃん」はゆるキャラ(R)グランプリに2回参加し、地元の子どもならみんな知っているキャラクターに成長できましたが、育ての親であると思っています。

私は、全国信用金庫協会広報部の広報部会で9年ほど部員として活動させていただき、本年度は主査を務めさせていただいており、本日は広報部の西川部長から、このような機会をいただきました。（このため、広報活動に関する紹介が多くなりますがお許しください）

自己紹介

松下 和広 50歳 歳座

- ・ 浜松生まれ 浜松育ち
- ・ ジュピロ静岡サポーター
- ・ お祭りごと・イベント大好き
- ・ 好きな食べ物
餃子・ウナギ・さわやかなハンバーグ



平成7年入庫 営業店5店舗で渉外担当
 平成23年4月 営業統括部 リテール・広報担当
 平成30年7月 営業統括部長
 令和2年4月 生活サポート部長・地域サポート部長
 令和4年6月 常勤理事経営企画部担当
 平成26年～ 全信協広報部会メンバー・今期主査




遠州・浜名湖地域ってどんなところ？ ①



遠州とは、現在の静岡県西部エリアのこと。そこに、まるで手のひらのような形をした湖があります。それが私たち自慢の「浜名湖」です。
 この周辺地域は、風光明媚な自然や豊かな産業資源に恵まれ、古くから活気あふれる文化を築き上げてきました。そんな長年培われた伝統とともに、さらに新たな魅力溢れる遠州・浜名湖エリアには、オススメSPOTがいっぱい。



金融機関に求められる課題解決支援

さて、先日受けた日本銀行が主催するセミナーにおいて、「地域金融機関においては、持続可能なビジネスモデルの構築と地域の顧客が抱えるさまざまな課題の対応が求められており、生産年齢人口の減少や少子高齢化、コロナによるサービス提供の非対面化、デジタル化への対応、サプライチェーンの再構築といった地域が抱える課題の解決支援が必要である」ということを学びましたが、正しくどの地域金融機関においても今後地域とともに成長していくために必要不可欠な課題であると考えており、今回の主題とも被っております。

遠州・浜名湖地域ってどんなところ？ ②

【浜松市】
政令指定都市(20都市)
幸福度ランキング1位

【日本一】
市町村道路実延長
太陽光発電導入件数
鈴木姓(人口の7%)
浴衣取扱量
気温 41.1度C

【日本初】
軽自動車
オートバイ
ピアノ
テレビ
写真フィルム
国産旅客機 等

【ゆかりの人】
豊田 佐吉(浜西市)
本田 宗一郎(浜松市)
高柳 健次郎(浜松市)
山葉 寅楠(浜松市)
徳川 家康(浜松市)



2020年新型コロナウイルス感染症蔓延初期の動き

2020年、コロナ禍の最初の頃、私は営業統括部長を務めており、様々なコロナ対策実施に関わりました。得体の知れないコロナ感染症において、知らない内に職員が罹患し地域のお客様に蔓延させることが無いよう、定期積金の集金やアポイントの無い渉外活動を自粛しました。店舗における感染症対策もパーテーションの設置やソーシャルディスタンスに関する対策を徹底して行いました。また、仮に職員にコロナ罹患が発生しても業務を継続できるように、全店で昼休業を実施、そして職員数が8~10名程度しかない店舗でも2班体制での業務体制としました。

当金庫では、当時から職員全員が業務用スマホを使用しており、ZOOMのアプリをインストールしておりました。2班体制で在宅勤務や会議室での隔離勤務となった営業店の若手職員向けには、生活サポート部や経営アシスト部などの本部専門部署が、ZOOMを活用した研修を約1ヵ月実施しました。私は、「固定費削減方法」・「ライフプランニングの必要性と実施」・「老後2000万円問題の対策」といった、充実したライフイベントの実現や家計の見直しに関する相談業務の実践に関する研修を対話方式で実施しました。ここから、今でも開催している「オンラインセミナー」、「ZOOM会議」等の基礎ができました。また課題解決提案を行う研修や組織づくりの体制確立にもつながりました。

昼休業をする代わりに、コロナ感染症の経済的影響を受け苦しむ方を支援するため、「平日夜間相談会」を全店にて実施し、緊急事態宣言時には全店で20時まで開催しました。

実際、それほど相談される方は多くは無かったものの、日中来店が困難な方々からは感謝され、そこから今でも開催している「木曜日お仕事帰りお気軽相談会」の定期開催に繋がりました。

また、コロナの経済的影響を受けた方の生活を支援する「生活応援ローン」（最大50万円・最長10年・当初1年間利息返済のみ可能・固定金利年3.5%）を取扱いました。告知にはWEB広告を活用し多くの方々に活用いただきました。

さらには、飲食業向けに販売している農産物の販売会を企画、3,000円のパックを作り、ドライブスルーで販売しました。売上減少で苦しむ飲食店の支援策として、職場単位で弁当を購入したり、当金庫LINEを通じてテイクアウト弁当の情報提供を行ったりしました。

当信用金庫の経営上の課題

どの地域金融機関でも抱える地域の課題として、人口減少や高齢化があります。当金庫の本店所在地である浜松市においても今後20年間で約9万人減少すると言われていています。2025年以降、認知症患者が増加し、預金取引が困難になる可能性があります。山間部を中心に独居老人世帯が増えており、地域での見守り機能拡充が求められています。

コロナの経済的影響の長期化が、後継者問題にも拍車をかけています。事業者の内65歳以上の経営者割合が3分の2を占めており、その半分以上が後継者不足です。また、浜松市は東京・大阪の真ん中に位置する立地から、インバウンドの恩恵を受けていましたが、今は需要が全くありません。

当金庫においても、渉外活動の訪問や来店による顧客との面談機会が大きく減少しています。キャッシュレス化の進展により、来店されなくても税金の収納や振込はできるようになりました。スマートフォンの普及により自宅で様々な情報を入手できるようになり、職員より顧客の方が様々な金融情報を知っていることが多くなり、面談機会を持つことなく、顧客の金融機関選別は進んでいます。

これらについては、新型コロナウイルス感染症の長期化が、拍車をかけたと感じています。



店舗オープン

コロナ感染症の経済的影響が長期化する中、2022年に入野支店が敷地内に新店舗を建替えオープンしました。

この入野支店周辺では金融機関の店舗統廃合が相次いでいましたが、同じ敷地内で継続して営業できることは、地域の皆様のおかげであると感謝しています。

入野支店のオープンに関し、本日の主題である「コロナ禍で見えてきた課題と協同金融・協同組合としての取り組みの現状」と事例として紹介させていただきます。

まず、店舗は平屋建てとし、電子媒体での資料保存やBCPの観点から高台にある保管場所への書類保存が進んだことから、書類保管スペースを大幅に削減しました。

駐車スペースは倍増し、高齢者や障害がある方に利用しやすい配置に変更しました。

そして、カーボンニュートラル店舗として、ZEDシステムを導入し再生可能エネルギーの採用、太陽光発電システムの設置により、エネルギー消費量136%削減を実現しました。さらには、営業車輛には電気自動車や電気バイクを導入しました。当金庫は地域の事業者へカーボンニュートラル対策提案を推進しておりますが、モデルケースとして紹介できる店舗となりました。

職員が執務を行うデスク、支店長以下フリーデスクで、常に情報や意見交換ができるコミュニケーションスペースといたしました。

今回の目玉のひとつとして、従来なら会議室を設置するスペースを取りやめ、新たに地域住民に利用いただける多目的ホールを併設しました。

コロナ禍で大々的なオープンイベントができない中、人数を制限し予約制のセミナーを約2カ月間で30回以上開催しました。地域の各分野の専門家をお招きし、「ヨガ」・「健康体操」・「地域民話」・「エンディングノートの書き方」・「年金法大改正」・「葬儀事情」・「マーケット展望」・「プログラミング」・「ヒップホップダンス」といった、子どもからシニア層向けまでくらしに役立つ幅広い内容のセミナーを開催しました。

また、司法書士・税理士・社会保険労務士やファイナンシャルプランナーと連携して無料の「くらし相談会」を2カ月間で8日以上開催、毎日満員御礼となりました。お客様が課題を抱えていても、どの専門家に相談すれば良いか分からないことが多く、その架け橋となることができました。

さらには、当金庫が進める公式LINE（友だち数8万名以上）を活用し、入野地区の銘菓が当たる抽選会を3回以上開催、またお得に優遇や割引が受けられる「えんちゃんクーポン」（加盟店400店舗以上）を入野地区で10店舗追加しました。

コロナ禍 店舗オープン ①



- 店舗の特徴
- 駐車スペース倍増
 - カーボンニュートラル店舗
 - ZEDエネルギー
 - 再エネ100%
 - 太陽光発電設置
 - 営業車輛として電気自動車・電動バイク導入
 - 営業担当者はオープンデスク
 - 多目的ホール・ロビーは地域開放

コロナ禍 店舗オープン ②



- オープンイベントの一部
- くらし応援セミナー・事業応援セミナー
 - くらし相談会・FP相談会
 - LINE大抽選会
 - えんちゃんクーポン店10店舗新規加入
 - 四季報「ほっこり」入野特集
 - YouTube入野のSPOT・インフルエンサーを紹介する動画
 - 地元自治会や幼稚園とコラボした展示会
 - 朝市・キッチンカー集合イベント



この他にも、当金庫四季だより「ほっこり」情報誌（四半期に1回1万部発刊）では、入野地区自慢の屋台特集を実施、入野地区住民なら誰でも知っている SPOT を当金庫イメージキャラクターの「えんちゃん」が紹介する動画を YouTube で展開しました。

このように、当金庫が地域で必要とされる金融機関であるために、コロナ禍であるからこそ考えついたビジネスモデルを実行し店舗オープンすることができました。

セミナー情報

入野支店に限らず、現在でも毎月1回は ZOOM を活用し、「年金の受け取り方」・「遺言書の書き方」・「資産運用の必要性」といったくらしに役立つセミナーを継続して開催しています。毎回の参加者は20~30名程度ではありますが、その告知活動を含め、多くの方に当金庫に相談すれば様々な悩み解決に対応してくれる姿勢を打ち出しています。



YouTube 動画発信

当金庫では公式 YouTube において地域情報や生活情報の提供にも力を入れています。これも新たな顧客接点の確保のため、コロナ禍だからこそスピードをもって取り組めた事例のひとつです。

YouTube では、「自宅でできるストレッチ」・「地域魅力発信 えんちゃん西気賀の旅」・「ショールームで学ぶ快適リフォーム」・「収入増加を伴わない物価上昇から家計を守る」といったタイトルが並びます。

ちなみに我が家では、大学に進学する長男がいたため「大学・専門学校進学前に知っておきたいお金の話」を夫婦で視聴。大学に行くために必要な教育費や奨学金についての話がとても役立ちました。

コロナ禍でマイナス金利の長期化とキャッシュレス化やデジタル化が進んでおり、特にスマートフォンの普及が大きな変化となっています。スマートフォンでの顧客接点をいかに獲得し、信用金庫の強みである「Face To Face」での相談につなげていくかがとても重要であると考えます。



今後の業務推進のキーワード

あくまでも私見ではありますが、今後の業務を改善していくうえで地域金融機関として対応が求められる項目を列記してみました。列記した程度であり、どの項目にも具体策を持ち合わせているわけではないのでご容赦ください。

「経営者保障」の対応は直近の課題となっています。ヒト・モノ・カネの経営資本が乏しい中小事業者向け融資の取組みにおいて、より事業者との伴走型支援と事業の評価が必要となります。

「カーボンニュートラル」や「DX化」は金融機関のみならず、取引先事業者の成長を促す意味でもとても大きな取組課題となります。

2023年度業務計画のキーワード（事業所）

アフターコロナの取組支援	サステイナブル経営支援	伴走型経営支援	カーボンニュートラル
DX	事業承継	M&A	EV化
ビジネスマッチング	人材紹介	創業支援	経営者保証

2023年度業務計画のキーワード（個人）

産学官民連携	FP相談会	ライフプランニング	急激な物価上昇対策
ZEH住宅 (断熱・省エネ・創エネ)	固定費支出削減	資産形成 NISA拡大	2025年問題
老後2000万円問題	ライフサポート プラザオープン	地域課題解決 寄付定期預金	福利厚生パートナー制度

2023年度業務計画のキーワード（地域・事務）

地域資源の販路拡大	どうする家康	東海道宿場町御朱印	キャッシュレス化(ことら開始)
えんちゃんクーポン	LINE友だち数増加	RPA・チャット GPT・AIOCR	AIによるデータ分析
稟議書簡素化	サイバーセキュリティ対策	マネロン対策	全店タッチ伝票

2023年度業務計画のキーワード（人的資本経営他）



有価証券運用 金利上昇対策	ESG投資等の 情報開示	インボイス制度	電子帳簿保存 法
ロープレ実践 型 研修	リスクリング	能力給	副業制度
健康経営優良 法人認定制度	残業減少	従業員 エンゲージメン ト	ダイバーシティ

個人向けでも専門家との連携による、課題解決が必要となります。「ライフプランニング」や住宅の「ZEH」などへの取組みは健全な家計を支援する上で必要不可欠です。

当金庫が、昨年から取り組んでいることとして、地域課題解決型寄付金定期預金「SDGs 定期預金」があります。これは急激な物価上昇により子育て世代で食の支援が必要な世帯が急増する中、定期預金の集まった総額に対して、地域の社会福祉協議会に寄付をし、子ども食堂などに資金を提供する仕組みです。併せて「フードドライブ」を全店で実施しています。このような地域課題を解決する仕組みづくりはさらに必要となります。

この他にも、「サイバーセキュリティー」や「マネロン対策」は、地域金融機関が地域から信頼され安定した金融サービスを提供していく上で絶対に取り組みねばならない事項です。

これらは、より専門性が求められる事項であり、人財育成と適正配置なくして成り立たないと考えます。ここに列記した事項は、私個人として見識が無い事項ばかりであり、毎日何かしら勉強し、組織に役立つ解決策を考えていきたいと思えます。

以上で終わります。時間を超過してしまい申し訳ありませんでした。ありがとうございました。

信用組合

大東京信用組合 地域支援部主査 松井 謙明

1. はじめに

はじめまして、大東京信用組合、地域支援部の松井と申します。本日はよろしくお願いたします。私は日本大学商学部出身で、大学には 2 回通いました。最初は退学し、その後商学部に入り直しました。卒業後、4 店舗の小さな北部信用組合に入り、合併により大東京信用組合に入りました。

この業界に入ったときに中小企業診断士の資格を取り、営業経験もありますが、主に企業の融資や経営アドバイスなどの業務に携わってきました。

それでは、本題に入らせていただきます。まずは、「だいしん」の紹介と、コロナ禍の状況、企業支援活動、その後の課題についてお話ししたいと思います。

2. 大東京信用組合について（大信の概要）

大東京信用組合は東京の新橋に本店を置き、東京都一円を営業地区とする信用組合です。預金量は 6,500 億円で、店舗数は 41 店舗です。信用金庫と比較して中堅の規模です。

1.大東京信用組合について（大信の概要）

令和4年9月6日で創立70周年を迎えました。



組合概要 (計数は令和4年3月末現在)

名称 大東京信用組合（略称・大信）
理事長 内田 通郎
所在地 東京都港区東新橋2-6-10
創立 1952年9月6日
性格 地域信用組合
営業地区 東京都一円（離島を除く）
店舗数 41店舗（うち出張所1）
営業時間 午前9時～午後4時（窓口）
 ＊新型コロナウイルスにより現在は午後3時まで。
ATM：
 平日 午前8時～午後9時
 土曜・日曜日 午前8時45分～午後5時
 祝日・年末日 午前8時45分～午後5時
 ※店舗により利用時間帯等が異なります。
事業内容 預金・融資・内国為替・外国為替（取次）
 代理業務・国庫金収納、その他
組合員数 99,244名
出資金 142億円
総資産 6,908億円
預金残高 6,496億円
貸出金残高 3,434億円
自己資本額 339億円（自己資本比率9.75%）
職員数 593名（男性345名、女性248名）



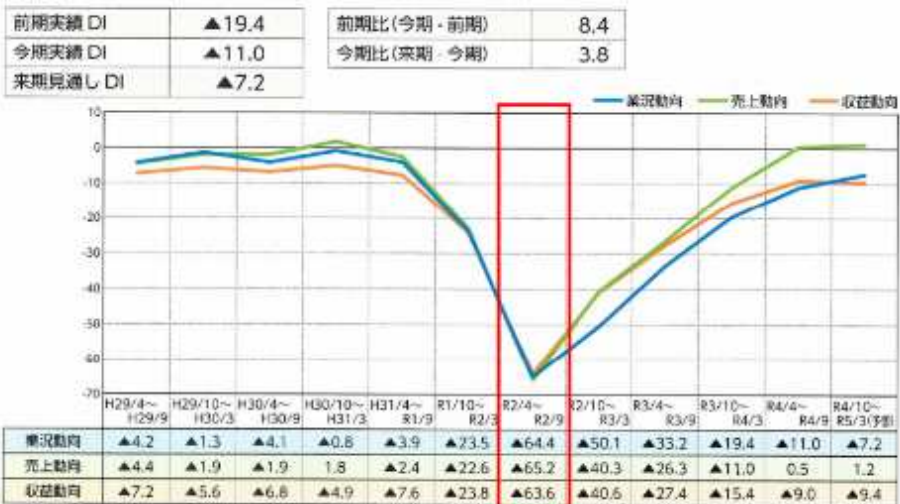
3. 都内中小企業・小規模事業者景況調査の概要

「だいしん」では昭和56年から景況調査を定期的に行っており、直近のデータは去年の9月頃です。グラフには大きな谷が2つありますが、それらはリーマンショックとコロナ禍です。全業種が影響を受けたことが特徴です。今回の調査では融資先約1万3000社から約3000社を抽出しています。

底としては令和2年9月期で、最初の緊急事態宣言が出された年です。その頃が一番底だと思われます。現在は業績が戻っているところと戻っていないところがあります。売上はプラスに転じましたが、収益は戻っていません。

2.都内中小企業・小規模事業者景況調査の概要

今期の全業種の業況DIは▲11.0となっており、前回実績の▲19.4に比べて、マイナス幅は8.4縮小している。
 来期見通しでは▲7.2とマイナス幅の縮小となっている。



2.都内中小企業・小規模事業者景況調査の概要

売上

前期実績 DI	▲11.0	前期比(今期・前期)	11.5
今期実績 DI	0.5	今期比(来期・今期)	0.7
来期見通し DI	1.2		

収益

前期実績 DI	▲15.4	前期比(今期・前期)	6.4
今期実績 DI	▲9.0	今期比(来期・今期)	▲0.4
来期見通し DI	▲9.4		

収益増加の要因	構成比(%)	収益減少の要因	構成比(%)
売上数量の増加	75.5	売上数量の減少	53.5
販売単価の上昇	18.5	仕入単価の上昇	39.8
人件費の低下	0.6	販売単価の低下	2.2
仕入単価の低下	1.1	人件費の上昇	0.9
金利負担の減少	0.0	金利負担の増加	0.2
その他	4.3	その他	3.4

業種別で底は同じような感じですが、サービス業（飲食関係が多い）では売上がかなり戻っています。一方で建設業ではまったく戻っていません。最近日経新聞に「建材、だぶつく在庫」という記事が出ており、新規着工件数が落ちていることから先行きは厳しいと思われます。「だいしん」のお取引先は小規模企業が多く、全体の7割が従業員5人以下であり、20人まで上げると9割ぐらいです。外部環境の影響を多く受けており、状況はまだ回復していません。

2.都内中小企業・小規模事業者景況調査の概要

経営上の問題点

問題点	件数	割合	前年	前年比
売上・受注の停滞・減少	1,107	39%	321	
競争の激化	830	28%	358	
仕入先からの値上げ	224	7%	190	
仕入先からの値上げ要請	219	7%	219	
人手不足	206	7%	239	
顧客・需要ニーズの変化	200	7%	289	
材料単価の上昇	127	4%	192	
人件費以外の経費の増加	85	3%	283	
店舗の移転・売却	38	1%	58	
競合他社の集客力の低下	31	1%	63	
人件費の増加	18	0%	81	
代金回収の悪化	17	0%	21	
融資・借入単価の上昇	14	0%	86	
納入・販売先からの値下げ要請	13	0%	65	
納入遅	12	0%	53	
金利負担の増大	5	0%	20	
下請けの確保困難	5	0%	31	
在庫過多	2	0%	12	
販売単価の低下	0	0%	24	
その他・未回答	59	2%	378	
合計	3,213		3,213	

認識されている問題点として

- ①売上減少
- ②仕入コスト上昇
- ③競争激化・ニーズの変化

業種別「問題点」上位3項目(カッコ内は前年値)

業種	1位	2位	3位	4位	5位	下位3位
1位	売上・受注の停滞・減少 45.8%(1,107)	売上・受注の停滞・減少 43.6%(1,043)	売上・受注の停滞・減少 46.8%(1,191)	売上・受注の停滞・減少 40.9%(1,038)	売上・受注の停滞・減少 25.7%(653)	競争の激化 40.0%(1,026)
2位	仕入先からの値上げ要請 12.8%(328)	仕入先からの値上げ要請 10.4%(270)	競争の激化 18.6%(476)	競争の激化 24.2%(619)	競争の激化 18.2%(465)	顧客要件の不足 19.9%(507)
3位	競争の激化 10.9%(281)	競争の激化 16.3%(417)	仕入先からの値上げ要請 8.6%(220)	人手不足 10.1%(260)	人手不足 12.4%(318)	売上・受注の停滞・減少 17.4%(444)

この調査の認識されている経営上問題点として、①売上減少。②仕入れコスト上昇。③競争激化・ニーズの変化の3点あります。私がちょっと注目しているのは、この3番目にあるニーズの変化。この辺り、後でお話しします。続いて、当面の経営策ということでもお話をさせて

いただきます。ここもピックアップしたのを読ませていただきますと、経営上の対応策として、販路拡大、経費削減、情報収集・宣伝の強化があると思います。

私が着目しているのは、この情報収集が大きいかなと思います。

ニーズと情報収集はつながっています。今まで”受け身”で仕事を請け負っていた企業や、昭和の時代に多く潤った企業に該当する傾向がみられます。世間で求められる技術やコロナ禍で変わった消費構造などの情報を上手に察知できず(多くはコロナ禍の前から苦境)、結果としてニーズの変化に対応できずに売上が減少トレンドにあるといった具合です。

続いて、取引先事業者からの相談要望事項です。申し上げますと、①補助金の申請支援、②販路拡大の支援、③専門家のサポートという要望を多くいただいています。金融の分野では、追加の融資とか、条件変更等が最近、増えまして、それに加えて、他行で断られた融資や事業再構築補助金相談を当信用組合にくるケースが非常に増えています。できる限りはお応えしたいと思っているのですが、そういったお話を多く頂戴しております。

次は、資金繰りのご相談です。これは恐らく、どの金融機関もほぼ同じような傾向になっていると思います。当信用組合でも、ちょっと尋常じゃないお取扱いがございまして、政府の発表でも、国内で民間と政府系金融機関を合わせて40兆円ほどコロナ関連の融資をしているということを知っています。ちょっと心配しているのが、このグラフで伸びている6月、7月です。ちょうど今、今年が3年目になりますので、国の利子補給が終わる時期です。それから、元本の返済が始まる時期というのが、これからすごく増えてきますので、この辺りがとても心配しております。

2. 都内中小企業・小規模事業者景況調査の概要

当面の経営施策 当面の経営施策のポイントを大きなものから上位3つ挙げていただきました。

施策	件数	割合	割合
販路の拡大	1,334	413	376
情報収集力の強化	643	559	466
経費の削減	515	685	409
宣伝・広告の強化	247	493	589
人材の確保	135	169	169
設備の充実	87	240	212
商門部編入の取組	60	195	221
接客力(態)の強化	59	104	116
新しい事業への進出	34	44	78
店舗・設備の改装	24	51	51
新製品・仕組の開発	13	42	63
経営体制の強化	11	40	56
不採算部門(窓口)の整理・廃止	7	15	28
工場開放等の設備の増設	6	8	8
労働条件の改善	4	6	24
機械化の推進等による省力化	1	12	13
パート化の推進	0	4	14
その他	34	121	318
合計	3,213	3,213	3,213

経営上の対応策として

- ①販路拡大
- ②経費削減
- ③情報収集・宣伝の強化

業種別「経営施策のポイント」上位3項目(カッコ内は前年同期)

業種	飲食業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
1	販路の拡大 56.8% (56.6%)	販路の拡大 52.6% (52.6%)	販路の拡大 45.9% (44.2%)	販路の拡大 44.2% (40.5%)	販路の拡大 48.4% (31.2%)	情報収集力の強化 44.6% (41.4%)
2	経費の削減 14.7% (17.1%)	経費の削減 19.4% (12.9%)	経費の削減 19.9% (19.9%)	経費の削減 15.3% (17.3%)	経費の削減 17.9% (14.4%)	販路の拡大 27.4% (37.3%)
3	情報収集力の強化 6.8% (5.7%)	情報収集力の強化 7.8% (10.7%)	宣伝・広告の強化 12.0% (10.3%)	情報収集力の強化 12.9% (8.7%)	情報収集力の強化 11.0% (8.8%)	経費の削減 12.8% (12.0%)

取引先事業者からの相談・要望事項

内 容	件 数		
	1 番目	2 番目	3 番目
各種補助金・助成金の案内	1248	568	367
販路開拓の提案	446	554	400
経済、社会情勢等の情報提供	370	555	471
経営改善の提案	277	370	287
特に求めるものはない	271	73	236
本業支援に関する外部機関・専門家の紹介	258	136	163
ビジネスマッチングのサポート	182	267	192
人材確保の支援	74	100	157
事業承継(M&A含む)専門家の紹介	63	88	69
各種セミナー等の情報提供	8	79	195
その他	16	423	676
合 計	3,213	3,213	3,213

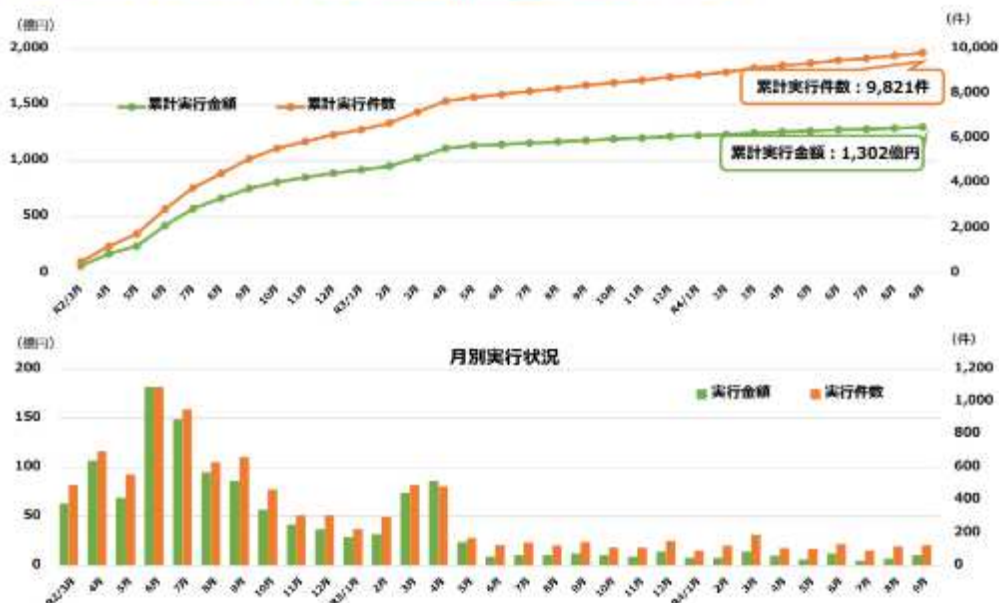
非・金融分野では、

①補助金申請支援、②販路拡大の支援、③専門家のサポートの要望が多い

金融分野では、①追加融資、条件変更の相談・申し出が増加

②メイン行に断られた融資や事業再構築補助金等の相談を、
当組合に来る事業者が増えている。

資金繰り支援について～感染症関連融資の取組み実績～

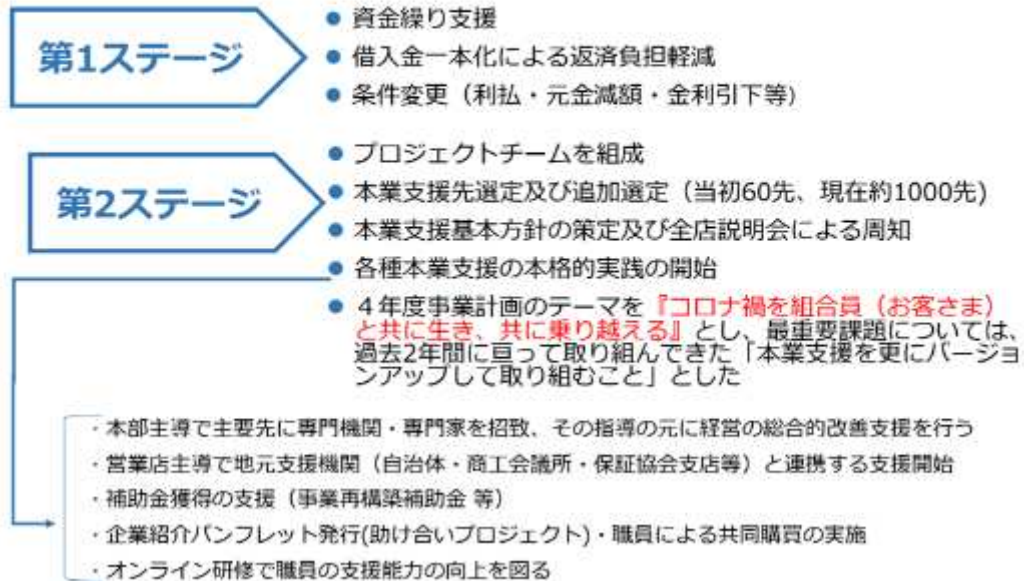


4. 本業支援活動の強化に向けて

ここからは、今までやってきた企業の支援のということをお話しさせていただきます。第1ステージは金融支援です。令和2年6月ぐらいから、売上が無くなってしまったという企業が多かったものですから、横断的なプロジェクトチームをつくりまして、優先的に支援する企業を選定してきました。当時は60先から始まって、今は大体1000先ぐらいピックアップして取り組んできました。大まかにいうと、マッチング、それから、お客さまの紹介、専門家派遣、協同購買等が上げられるかと思えます。

3.本業支援活動の強化に向けて

(1) 新型コロナウイルス感染症に対する支援態勢



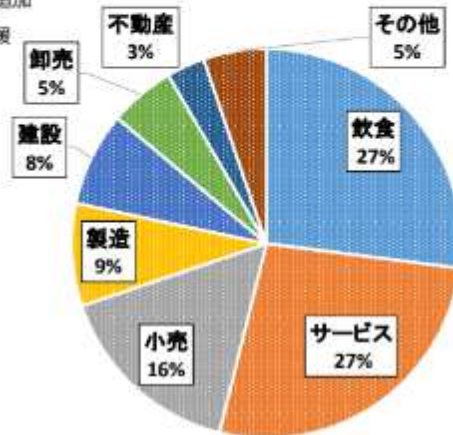
参考：店舗との伴走型支援フローチャート



3.本業支援活動の強化に向けて

「本業支援先」選定経緯と支援先の内訳

- ・2020年6-7月 主要先一斉現状把握ヒアリング
- ・2020年 7月 ヒアリング結果に基づき60先を選定
- ・2020年 10月 本業支援基本方針にて更なる追加を行う旨を周知
- ・2020年 11月～ 取引先の苦境の度合いに応じ順次支援先を追加
- ・2022年 3月 支援先の業況や支援の進捗状況に応じた支援を行うため支援先の見直しを行う
- ・2022年4月末日時点での本業支援先は**822先**
- ・2023年1月末日時点での本業支援先は**1056先**



7割が、
「販路の拡大」を
当面の経営施策に
掲げている

支援先に選定された業種って、どういうところがあるのかということも疑問に思われると思いますが、ざっくり申しますと、コロナで影響を受けたサービス業というのが過半数です。その他は小売業、製造とか、いろいろありますが、悩みの多くは、販路拡大の課題です。販路拡大は、追ってこれからお話しをしますが、専門家サポートをご希望された企業というのが多かったものですから、そこは先ほどお話しした1000先の中の約半分は、何らかの専門家をご紹介しました。

3.本業支援活動の強化に向けて

外部専門機関・外部専門家との連携（令和5年1月末現在） 累計456先

A：本部主導で3機関を積極的活用

① 東京都中小企業診断士協会 対象先：48先

令和2年9月都協提携の当協会の活用をスタート。令和3年4月からは当組合が派遣費用を負担し、原則4回まで無料で専門家（中小企業診断士）の派遣を行う独自の契約により多くのお取引先をサポートしています。

② 東京都中小企業振興公社 対象先：60先

都の制度を活用し無料の専門家派遣から、広域のビジネスマッチングがあり、多くのお取引先をサポートしています。

③ 板橋区立企業活性化センター 対象先：12先

当センターは中嶋センター長（全国よろずの指導も持っている）を中心に「板橋モデル」として事業支援で多大な実績を上げています。今回当組合の支援活動に共感いただき板橋区外も含めたサポートに取り組んでいます。

B：事業承継促進事業による専門家派遣活用 対象先：115先

東京都の事業で関/ソナが受託している「地域金融機関による事業承継促進事業」は、8回まで無料で派遣を受けられる仕組みでこの制度を積極的に活用しています。

C：営業店主導の専門家派遣・経営相談の制度を活用 対象先：221先

- ① 多くの地元に出荷した事業者の皆さまに対して、営業店主導で支援する手段として中小企業の振興のための経営相談機能を拡充している地公体・商工会等と連携を図っています。

（内訳：地公体等派遣制度 23先、多摩・島しょ経営支援拠点 8先、民間コンサルタント 12先、よろず支援拠点7先）

- ② 保証協会の専門家派遣（保証協会各支店）、商工会議所（各拠点）も営業店主導で積極的に活用しています。

（内訳：保証協会専門家派遣 140先、商工会議所21先、その他10先）

3.本業支援活動の強化に向けて

外部専門家・専門機関との連携事例

お客さまが抱える悩みや課題に合わせ、外部専門家・専門機関と連携しながら、解決に向けた伴走型支援を展開しています。

地方公共団体・商工会等

<業務用機器・販促品の開発・製造を営む取引先>

大手企業と共に商品の共同開発及び製造を行っていたが、コロナ禍で船どの受注が中止。延期となり業績悪化。経営改善に向け東京商工会議所の中小企業法務向上事業を活用し外部専門家派遣による経営改善に立ち組んでいる。今後は特定の大企業依存体制から脱却し、中小企業を含めた多数の企業との取引で事業の安定化を図るべく外部専門家と共に販路開拓に取り組んでいる。

<割烹料理店を営む取引先>

業歴36年を有する割烹料理店。企業の接待によく利用され繁盛していたが、時代の流れから接待は減少傾向で、更にはコロナ禍により利用客が激減。経営改善と新たな販路拡大のため、東京都中小企業診断公社の助成を提案。財務面は経営管理士に一任。助成金を活用し、一船向けや顧客用として、オリジナルドレッシングの販路開拓に取り組んだ結果、売上増大に繋がった。

<フレンチレストランを営む取引先>

フレンチレストランを営んでいたが、コロナ禍や円安、材料費高騰の影響から集客の減少、利益率の低下により業績悪化。価格の見直しや販路拡大の為、商工会議所の活用を提案。商工会議所の専門家より原価設定・利幅、調売価格の見直しのアドバイスを受け、経営改善に取り組んでいる。また、販路組合業界が主催するオンライン商談会にも参加し販路拡大に向け取り組んでいる。

事業承継促進事業

<サウナ・銭湯スタジオ業を営む取引先>

業歴90年以上の実績ある企業で、3年前にリフト部の老朽化に伴い改築リニューアルするも、代表者から事業を息子へ承継する相談を受ける。事業承継促進事業の外部専門家派遣を受け、専門家との相談も随所に富み。来年初めに事業承継を実現する方向となった。事業承継の進め方に悩まれていたことから、課題解決に向け伴走支援することが出来た。

<美容室を営む取引先>

業歴70年以上の歴史を誇る企業で、事業承継が課題となっていた。その中で、新事業として自社ブランド商品の開発を行うことを決断。事業承継については事業承継促進事業を活用し、専門家の指導を受けながら親族承継を進めている。新事業については東京都のビジネスチャンス・ナビを活用し、製品開発を支援する企業とマッチングし、自社単独では困難な新製品開発に着手した。

事業再構築補助金

<ヨガ教室を営む取引先>

ヨガスタジオを2店舗経営する企業で、コロナ禍により生徒数が大幅に減少し、厳しい状況が続いた。そんな中、アフターコロナを見据えた取り組みとしてオンラインのヨガ講座を考案。業態転換になることから事業再構築補助金の活用を提案し、採択となる。オンラインによる新たなヨガ講座を開講したことで、売上拡大に繋がった。

<外国人向け料理教室を営む取引先>

外国人観光客の増加を機に、インバウンド向け料理教室を営んでいたが、コロナ禍により利用が激減したため、事業再構築補助金の活用・申請に向け外部専門家を紹介。遠隔にてアクセスのよい古民家物件の購入をきっかけに、補助金を活用して古民家カフェに業態転換する内容で採択となった。新たな開業により、客層が広がったことで売上拡大に繋がった。

ここで話したいのは、東京都中小企業診断士協会というのと、事業承継促進事業による専門家派遣活用というところかなと思います。その理由としては、法的な専門家派遣制度でも多く活用させていただいていますけども、コロナ禍の初めの頃は、非常に使いにくかったというのがありまして、私自身が診断士というのもあって、診断士協会と話をさせていただいて、当組合の取り決めの通りに企業に訪問していただくという制度を作りまして、活用させていただきました。残念ながら、企業との兼ね合いがあるものですから、すごくたくさんというわけにはいかないですけれども、例えば行政の制度で派遣が難しい年度末とか年度始めとか、そういったときにも活用してきました。

3.本業支援活動の強化に向けて

参考：商品開発へのアドバイスと区の無料専門家派遣制度活用による好事例

○「お茶の専門店」として、100年以上の歴史を誇る取引先への伴走型支援



- ◆ コロナの影響により、葬儀の縮小化が進みお茶の販売が低迷。
- ◆ その改善策として、お茶を使った「生カステラ」の開発を計画。
- ◆ その計画を打ち明けられ、試作品を口にした当組合渉外担当者は、消費者にインパクトを与え興味をよそそめるためのアイデアとして、表面に当先独自の“抹茶パウダー”を塗りかけ「抹茶感」を強く押し出すことを提案。
- ◆ 何度も試作を繰り返し、ついに商品化。
- ◆ さらに、区の無料専門家派遣制度を紹介し、全ての相談に同席。
- ◆ 専門家からの強い勧めにより出品したスーパーマーケットトレードショーを通じて、商談が成立し、販路拡大に繋がった。

青島さん「コロナ禍になり、資金繰り支援だけでは法的に業況は改善ができていないと感じ、相談をもち、調査に聞き取りながら、経営のヒントを助言をいただき、それを参考に考えていた。それが今回の商品開発、販路拡大に繋がった」と振り返る。

福口代表も「青島さんの若者目線からの助言がなければ、このヒットはなかった。地の産物活用が実現できなかった中、青島さんは常に寄り添ってくださったから、相談もあっという間に進んでいき、産品のシリアル化も実現した」と感謝の言葉を述べている。

出所：全国信用組合新聞（令和4年4月15日）

3.本業支援活動の強化に向けて

販路開拓支援（ビジネスマッチング支援）登録数4百社弱/成約数約60件

○イントラネットにビジネスマッチング掲示板を開設、

BtoBマッチング活動を開始し成果が現れ始めている。

○都内信組間の連携によるビジネスマッチングも成立。

【ビジネスマッチング掲示板掲載の一例】

【業界内マッチング例】

（造園業者）



（銭湯）



ビジネスチャンス・ナビ

東京都中小企業振興公社

しんくみ食のビジネスマッチング展
食の商談会
(令和3年よりオンライン開催)



事業承継については、東京都の制度を活用しています。通常、事業承継というと株式移転や相続税対策等、お金関連の支援がイメージされますが、この制度では経営改善とセットで活用できる点が特徴です。商品開発のお手伝いも行っております。

ビジネスマッチングについても2、3年近く取り組んでおります。BtoB企業間のビジネスマッチングを試行錯誤しながら行っております。組合内イントラで全員が見られるようにし、他の営業担当にも活用してもらうことで、ビジネスマッチングを促進しています。

信用組合の枠を飛び越えてマッチングした例として、業域のお風呂屋さんの信用組合を通じて紹介してもらった銭湯と、当組合の取引先の造園業者のマッチングがあります。お風呂屋さんには燃料が必要ですが、最近原油が高くなっているため薪を使いたいという話がありました。一方で造園業者は木の処分困っていたため、燃料としてマッチングしました。また、東京都信用組合協会にもご協力いただき、都内信用組合内でのマッチングができるようになってきています。

だいしんの中でマッチングもしなくて、信用組合の他のところでも入ってもマッチングしないような難しい先はどうするかという問題があります。その解決策として、東京都のビジネスチャンス・ナビという制度があります。東京都の中小企業支援施策を担う(公財)東京都中小企業振興公社がインターネット上でマッチングサイトを運営しており、運営だけでなくコーディネーターという専門家も配置されています。それも活用しまして、建設系の材料等、一般の方には売るのが難しいような商材でもマッチングすることができるようになっています。

その他にも信用組合で食べ物に関する食のビジネスマッチング展を行っております。信用組合内イントラに掲載されている内容は名前こそ消していますが実物です。全営業職員が見られるようになっており、自分担当のお客さんをマッチングしそうだという情報を集約し、結び付けるようにしています。

補助金のご相談も多くいただくため、補助金のご支援も行っております。国の事業再構築補助金等が有名ですが、私が注目しているのはそれだけではなく、市や区の独自の助成金もあります。金額は小さいものの、申請するだけで支援が得られるものもあります。これらをご案内し、活用していただいています。個々の営業担当が調べるのが難しいため、本部で一括して調べ、営業職員に情報を還元する形になっています。



3.本業支援活動の強化に向けて

補助金獲得支援

- 国の補助金・コロナ関連の支援金
 - 区・市独自の助成金
- 申請等の支援を行っている。
国の補助金は外部専門家と連携

○事業再構築補助金

支援先の経営改善への寄与が大きいことから、本部が関与し申請の支援を行っている。

これまでの公募（第1回～7回）

97件申請の内52件の採択（採択率53.6%）

先ほどからお話ししていたのは BtoB、事業者間のマッチングでしたが、ここで話すのは BtoC、消費者向けのマッチングです。価値共創というものの一部になっていると思います。消費者向けに販売する飲食店だけではなく、一覧で載せるパンフレットを大量に作りました。これは地域ごとですが、営業店ごとというものも大量に作りました。営業担当がお客さんのところに行くたびに配っていくことで、お互いを知ってもらい、何か使ってもらうきっかけになるように作りました。残念ながら成果を測ることは難しいため、配付してご案内して終わりにしてしまうこともあります。

3.本業支援活動の強化に向けて

BtoCマッチング 掲載約1000社

組合内で飲食店を中心に
事業者を紹介、
宣伝のお手伝いを担うことで
売上増加を狙う。
身近なところに
多くの組合員がいる
気付きを与え
組合員の一体感を醸成する。



5. 取引先事業者の支援に当たっての課題

今まで取り組んできたことには課題がたくさんあります。まず業況回復が遅れている先での破綻が心配です。これからコロナ融資の返済が始まる先がたくさんありますので、そういったお手伝いが心配です。数も多いためどうやってフォローしていったら良いか悩ましいところです。金融支援についてはプロフィール誌も活用していますが、コロナ融資の制度のようにはい

かず、事業者さんに踏み込んだ対話や事業そのものを理解することから始めなければならないため、なかなか多くはできません。

次に後継者不在で赤字体質の先の事業承継が問題です。そもそも経営不振だったりすると跡継ぎがないことがあります。その場合経営立て直しから必要になるため東京都の制度を活用することになります。しかし家族間のコミュニケーション不足や引き継ぐ方は実際にはいるもののお互い気付かず教育されていなかったりするケースもあります。そういった場合には様々な制度を活用しています。

専門家の活用も多く行っていますが、数が増えると進捗状況の管理や終了後のフォローが課題となります。情報についてはシステムに入力して共有するようになっていますが、派遣自体が目的になって、企業に踏み込めていないことがあります。踏み込めていないというのは、事業のことを深く話し合えていないということです。そういった中での取り組みも課題となっています。

職員自体、私も含めて知識や経験が十分でない方が多くいます。特に営業の第一線は 2 年目や 3 年目の方も多く、そういった方の知識や経験不足を補うことが難しいです。特に課長級の方を中心にお手伝いしていますが、財務諸表を読み解くことや財務係数管理等が課題となっています。また金融機関としての業務もありますので、融資を伸ばさなければならなかったり預金を取ってこなければならなかったりすることに引っ張られてしまい、支援活動の時間を捻出することが難しい場合もあります。そういったことも課題となっています。

職員自身、私も含めて、知識や経験が十分でない方が多く、特に営業の第一線には 2 年目や 3 年目の方も多いため、そのような方々の知識や経験を補うことが難しいです。特に営業の課長の力量次第であり、課長級の方を中心にお手伝いをしていますが、財務諸表の読み解きや財務の係数管理などが課題となっています。また、金融機関としての業務もあり、融資を伸ばさなければならなかったり、預金をとりにいかなければならなかったりするため、支援活動の時間を捻出することが難しい場合も多々あります。そういった点も課題となっています。

最後に、恥ずかしい部分が露呈してしまったかもしれませんが、今後も企業に寄り添っていきたいと思います。破綻は避けたいので、最大限できることをしていきたいと思っています。何かお知恵をいただける機会があれば、皆さんよろしく申し上げます。私の発表はこれで終わります。

労働金庫

九州労働金庫 事業部長 田崎 辰夫

九州ろうきん誕生

九州労働金庫の田崎です。本日はよろしくお願ひいたします。今日は、福祉金融機関の存在意義について、私たちがこれまで行ってきたことをご報告します。九州労働金庫は、2001 年 10 月に九州 7 県（沖縄県を除く）の労働金庫が統合して誕生しました。私は 1986 年 4 月に大分県の労働金庫に入庫しました。当時は働く人たちを支援する労働者自主福祉運動を推進することが私たちの仕事であり、そのことで、働く人たちを幸せにするのだと感じていました。ただ、働く人たちを取り巻く環境が厳しくなっていく中で、労働者自主福祉運動を推進していくうちに、自分たちはこのままでいいのだろうかとの漠然とした疑問を持っていました。

統括本部へ異動

2007 年 4 月に私は大分から福岡の統括本部へ異動しました。その当時の上司からバングラデシュにグラミン銀行というものがあることを聞きました。グラミン銀行はムハマド・ユヌス博士により創立されたマイクロファイナンス機関で、貧困や生活に困窮する人々に低金利・無担保で少額融資を行い、貧困脱却と生活自立を支援するというものです。ユヌス博士の日本のコ

ーディネーターであった九州大学の教授のソーシャル・ビジネスに関する講演を聞く機会もありました。

また、福岡の NPO バンク 起ち上げのイベントに参加した際、NPO 法人の方から「ろうきんは貸してくれなかった」との声が多数ありました。これまで労働金庫は個人を中心として事業を行ってきており、NPO や社会福祉団体への融資には積極的ではありませんでした。社会課題を解決するためのソーシャル・ビジネスは、ろうきんの活動と結びつき、何か新しい展開ができるかもしれないと感じました。

2001年10月 九州ろうきん誕生
(福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島のろうきんが合併)

- ・私は1986年4月に大分県労働金庫へ入庫、15年が経過。
- ・ろうきんは、労働者(労働組合)が作った金融機関である。
- ・労働者(はたらく人)を支援し労働者福祉運動を推進することが私たちの仕事であり、それがはたらく人を幸せにする。
- ・ただ、労働者福祉(ろうきん)運動を推進する中で、「このままで良いのだろうか」という疑問が私のどこかにあった。

労働者福祉運動を社会福祉運動へ

労働者福祉運動に関する話をします。

これまで、企業は営利を追求し、組合員は賃金アップ等生活を豊かにすることを目的とし、労働金庫は組合員の可処分所得の向上を掲げていました。しかし、時代とともに企業は社会貢献活動や SDGs に取り組むようになりました。組合員も賃金アップや福利厚生充実のほか、地域活動に取り組んでいます。時代の流れとともに、労働者福祉も大きく変わってきています。

労働金庫も NPO 法人等の非営利・協同セクターを強化し、地域における福祉・教育・環境などの社会的課題の解決に取り組んでいかなければならないと感じました。



大分県本部へ異動

2013年4月に私は再び大分へ異動しました。社会的課題の解決に向け活動する非営利・協同セクターとの連携強化や金融機能の発揮のため、事業性融資の必要性が明確になりました。営利を目的としない法人や住民の福祉の増進を図ることを目的にしている法人が、融資対象となることを確認しました。

2013年4月 大分県本部へ異動(福岡⇒大分)

◆労働金庫法施行令(昭和57年政令第46号)第3条第8号の規定に基づき、金融庁長官及び厚生労働大臣が定めるものを次のように定める。

(5) 社会福祉法(昭和26年法律第45号)第22条に規定する社会福祉法人その他住民の福祉の増進を図ることを目的とする法人

(6) 特定非営利活動促進法(平成10年法律第7号)第2条第2項に規定する特定非営利活動法人

特定非営利活動法人 おおいた子ども支援ネットとの出会い

次に、私が出会った方々のお話です。特定非営利活動法人おおいた子ども支援ネットと出会いました。おおいた子ども支援ネットは「子どもたちの最善の利益」と「権利擁護」を基盤にした包括的な子ども支援事業を行っている法人です。

2014年度の九州ろうきん NPO 助成でおおいた子ども支援ネットの「自立支援を必要とする児童や行き場のない子供に対しての『子どもシェルター』開設」に向けて、施設の改装等子どもたちが安心して暮らせるための活動に対し 43 万円の助成を行うことを決定しました。

おおいた子ども支援ネットでは、居場所のない子どもたちに向けての「シェルター」「自立援助ホーム」「放課後等デイサービス」等の事業を展開しています。NPO 助成が決定した後、自立援助ホーム、子どもシェルターの改装資金 500 万円について融資相談がありました。

おおいた子ども支援ネットの NPO 法人としての設立は 2014 年 11 月ですから、この時はまだ法人としての実績はありませんでした。当金庫の制度も創業資金は融資対象ではなく、前例がない案件でした。当然、「無理ではないか」「リスクが多い」等周囲からは多くの否定的な声があがりました。それでも、上司の「やってみろ、いいんじゃないか」という一言に背中を押され、本部へ事業内容、事業計画を繰り返し説明し、説得を試みました。数か月後、融資に結びつきましたが、子どもの未来に対する活動の社会的価値について共感を得ることができたことが大きかったのではないかと思います。

その後も、おおいた子ども支援ネットへは労金職員による古本の寄贈等のほか、2018 年には「児童発達支援センターかおるおか」建設に関わる土地購入および建設資金として融資を実行することができました。

児童発達支援センターかおるおか



福祉金融推進室の設置

2017年4月、総合企画部に新たに福祉金融推進室を設置しました。設置当時は2名体制でしたが、現在は、事業部福祉金融推進課として4名体制になっています。設置した当時は、金庫内での理解者も少なく、現在行っている事業を優先したほうがよいのではないかという意見もありました。

福祉金融推進室の主な業務は、各地域の非営利・協同セクターを支える中間支援組織を訪問するなど、資金ニーズを把握し、「NPO 事業サポートローン」を推進すること、将来の新しいビジネスモデルを考えることなどでした。

2019年度には、新たな展開を試みるため、多くの情報を集めて回りました。全国労働金庫協会からJPBV（価値を大切にする金融実践者の会）の主催するイベントが九州で開催されるとの案内を受け、「持続可能な地域フォーラム in 九州」へ参加しました。基調講演の中で「金融なくして、地方創生、社会課題の解決はできない。今こそ、金融を通して社会課題解決や地方創生といった『価値を大切にする金融』を目指すべき」との考えを聞きました。医療・介護・子育てを支援するNPO等へ融資するという、営利目的でないお金の流れがあるとの言葉に力づけられました。JPBVの活動や情報は九州ろうきんの将来に不可欠であると考え、2020年10月にJPBVに加入しました。

特定非営利活動法人抱樸との出会い

福岡県北九州市に、NPO 法人抱樸があります。

抱樸は1988年12月に北九州日雇越冬実行委員会として、野宿当事者へお弁当を配布したり相談を聞いたりする活動と住まいや仕事の支援活動を開始しました。2000年11月にNPO 法人北九州ホームレス支援機構となり、2014年にNPO 法人抱樸に名称変更しています。

今年で35年目を迎え、主な事業は、相談事業、困窮者・ホームレス支援事業、居宅支援事業等多岐に渡っています。

2018年1月に初めて抱樸を訪問することができ、その後も何度となく足を運んだことで、九州ろうきんの活動や姿勢を知っていただくことができたのだと思います。同年6月の抱樸の定例会議の際、奥田理事長に「運営の資金繰りについて九州ろうきんへ相談してみたら」といういただいたことが、抱樸と九州ろうきんとの物語の始まりとなりました。

その年の12月に運営資金3,000万円の融資を行いました。さらに2019年4月初旬には抱樸から1億円の寄付を集めて社会福祉法人を設立し、新たな事業計画を立てることを相談されました。これが後述する「希望のまちプロジェクト」につながっていくわけですが、当時はまだ話が煮詰まっておらず、「私どもは抱樸さんのメインバンクになることが目的ではなく、何ら

かのお手伝いをしたいという考えです。ですからメインバンクを変更する必要はありません。一緒にお付き合いしていきましょう」と伝えました。

突然、抱樸の専務より工藤会本部の跡地の土地購入について連絡がありました。その連絡を受けた時、これは何か大きなことができるのではないかと思いましたが、一方で不安もありました。

そこで抱樸の活動をもっと知りたいと思い、ホームレス支援の炊き出しや夜回りに参加しました。炊き出しは夜 8 時頃から始まり、最終的に小倉駅付近を一周します。すべてが終わったのは夜の 12 時でした。それ以降、抱樸が行う様々なイベントに参加してきました。

2020 年 4 月に抱樸は九州ろうきんから融資を受け、工藤会跡地を 1 億 2500 万円で購入したことを記者発表しました。多くの報道機関は、抱樸が金融機関から融資を受けて工藤会跡地を購入したと報じましたが、一部テレビ局は「福祉金融機関」から購入したと報じました。また、記者発表では奥田理事長が、九州ろうきんの理念も合わせて報道発表資料として出してくれました。そして「私たちの理念はろうきんの理念と同じだ」とも言ってくれました。それも私たちの力になっています。

最後に、抱樸は社会福祉法人設立に向け準備を進めております。また先ほど言った工藤会跡地「希望のまちプロジェクト」は走り出しています。私たち協同組織金融機関の取り組みは金融包摂を目指しています。それを実現するため九州ろうきんでは、問題解決に取り組む NPO を応援していきたいと思えます。NPO で活動する人を育て新しい分野を切り開くということが必要と考えています。寒い夜、一緒にホームレス支援で回った時、傍観者では駄目だと思いました。当事者の気持ちになってやらないとどんなことも前進しません。人間ですから間違いはありますが、走りながら修正して取り組んでいけば良いですね。それが理想です。

今後、協同組織金融機関のセミナーで皆さんと一緒に何かできることがあれば共にやっていきたいと考えております。

簡単ではありますが、以上で報告を終わらせていただきます。ありがとうございました。

農業協同組合

全国農業協同組合中央会 教育部次長 田村 政司

はじめに

全国農協中央会の田村と申します。よろしく願いいたします。長谷川先生のお話と、皆さんの発表のお話と私が報告するお話とは、ちょっと質感が違うかもしれませんが。お話をさせていただきたいと思えます。私は平成 3 年に全中組織に入会しました。

大体まんべんなく、いろんな部署を経験してきましたが、営農・農政が 10 年ぐらい、経営対策が 10 年ぐらい、教育部門が 10 年ぐらいです。40 歳を過ぎてから教育部門が長かったかなと思っています。仕事としては、職員教育を中心にやってきました。もちろん今もそれが中心ですが、協同組合というのは、組合員の教育活動、さらには経営者の学習活動の支援が非常に大事です。そういったことも、あまり躊躇することなくやらなければならないと思っています。

最近では経営者や私たちの学習活動も少し力を入れてやっています。私たちみたいな業界団体的な組織というと、メンバーの方がポジション的には強いです。会議・研修などでも、下から上を見上げるようなケースが多いです。でも今みたいに変化が激しい中で、それぞれが変わらなければならない局面では、経営者自身の自己意識改革、構造改革も非常に大事で、躊躇することなくやっていかなければならないと思っています。

JA グループの課題

スマホ教室の話ですが、私が感じている JA グループの課題の中で重要だと思う課題を紹介させていただきます。

JA グループ全体で言えば、特に JA の経営問題が大事だと認識されています。マイナス金利の長期化問題だったり、制度的に言えば早期警戒制度に対する対応だったり、最近ではマネーロンダリングに対する対応だったり、こういうことが非常に大事でしっかりとやらなければならないという意識です。

しかし、私は次のような問題の方が大事だと思います。

一つはコロナ禍の中で組合員の組織活動だったり学習活動だったり本当にできなかった 3 年間です。われわれの本当の力の発揮やこれからの発展のためには、組合員同士あるいは組合役職員の目線を合わせたコミュニケーションや一緒に汗をかく人間関係づくりが大事で、そういうことをやっていかなければならないと思います。

二つには、JA では 20 代後半から 30 代前半、あるいは 30 代後半の職員の離職が相次いでいます。農協では、窓口業務や肥料農薬の配達、総合管理などのエッセンシャルワークが仕事の大半を占めており、労働力が足りずに回らなくなっています。そのため、20 代、30 代の職員が減少し、5 年前と比較すると 3 割減少しています。これにより、組合員の組織活動や学習活動などのコストが下がり、事業総利益も減少しています。しかし、事業管理費や人件費は増加しており、決算が上振れしている皮肉な状況が起きています。

JA スマホ教室のススメ

そして、スマホ活用です。DX という考え方がありますが、それは何でしょうか。スマホを使って情報を取得したり、ZOOM アプリケーションを使ってオンライン会議をしたりすることができます。スマホは私たちの活動や情報発信、コミュニケーションなどに欠かせないデバイスです。そのため、スマホ活用を積極的に進めることが重要です。

私たちはスマホを使って情報を取得したり、コミュニケーションを取ったりします。メルカリなどで中古品を売買することもできますが、高齢者になればなるほどスマホの必要性が高まります。私たちは外出して買い物や電車に乗ることができますが、高齢者はそういったことができなくなります。そのため、スマホの必要性は非常に高まります。しかし、年齢を重ねるほどスマホの使用方法が分からなくなるという矛盾があります。

それでは、息子さんやお孫さんに教えてもらえばいいという話ですが、現実的に言うと、そういったことを教え始めると年中電話がかかってくるので、質問が来て面倒くさいです。私も 2 年前に母が亡くなりましたが、生前本当にスマホが欲しいとねだっていました。ただその時仕事中でも電話がかかってくるので、「大丈夫だよ」と「それは私がやるから」と持たせませんでした。どこの家族も、多分大なり小なりそんな感じではないでしょうか。息子さんがおじいちゃんやおばあちゃんに持たせたら、年中電話がかかってくるので仕事にならないから。お孫さんに教えてと言ったら多分「いいよ」と言ってくれるけど、さっと設定して「はいできたよ」という感じで、教えてはくれません。そうなるとうかがが教えてくれないといけない中で、家族じゃないけど、距離感の近い農協がスマホ教室を開催して高齢者の皆さんに使い方を教えるとすごく喜ばれるのではないかと思います。これがスライドに書かれていることです。



JAスマホ教室のスマメ
 JA全中・農林中央会連合会では、高齢者の生活利便性を高めるため、スマートフォンやタブレット端末の活用を支援する「JAスマホ教室」を実施しています。この教室では、スマートフォンやタブレットの基本的な操作方法から、インターネットの活用まで、段階的に学びます。また、教室では、高齢者の生活に役立つアプリの紹介や、トラブルシューティングの指導も行っています。JAスマホ教室は、高齢者の生活の質を向上させるための重要な取り組みです。

ワクチン予約、孫とテレビ電話…高齢者の生活便利に



高齢者の生活に役立つサービスが、スマートフォンやタブレットで簡単に利用できるようになりました。ワクチン予約や、孫とテレビ電話、お金の管理など、高齢者の生活に欠かせないサービスが、スマホやタブレットで簡単に利用できるようになりました。JAスマホ教室では、高齢者の生活に役立つサービスの紹介や、トラブルシューティングの指導も行っています。JAスマホ教室は、高齢者の生活の質を向上させるための重要な取り組みです。



JAスマホ教室のスマメ
 JA全中・農林中央会連合会では、高齢者の生活利便性を高めるため、スマートフォンやタブレット端末の活用を支援する「JAスマホ教室」を実施しています。この教室では、スマートフォンやタブレットの基本的な操作方法から、インターネットの活用まで、段階的に学びます。また、教室では、高齢者の生活に役立つアプリの紹介や、トラブルシューティングの指導も行っています。JAスマホ教室は、高齢者の生活の質を向上させるための重要な取り組みです。

LINEやフリマアプリ活用 組織活動を活性化



高齢者の生活に役立つサービスが、スマートフォンやタブレットで簡単に利用できるようになりました。LINEやフリマアプリの活用により、高齢者の生活に役立つサービスが、スマホやタブレットで簡単に利用できるようになりました。JAスマホ教室では、高齢者の生活に役立つサービスの紹介や、トラブルシューティングの指導も行っています。JAスマホ教室は、高齢者の生活の質を向上させるための重要な取り組みです。



JAスマホ教室のスマメ
 JA全中・農林中央会連合会では、高齢者の生活利便性を高めるため、スマートフォンやタブレット端末の活用を支援する「JAスマホ教室」を実施しています。この教室では、スマートフォンやタブレットの基本的な操作方法から、インターネットの活用まで、段階的に学びます。また、教室では、高齢者の生活に役立つアプリの紹介や、トラブルシューティングの指導も行っています。JAスマホ教室は、高齢者の生活の質を向上させるための重要な取り組みです。

通信大手2社 農業・地域活性化を支援



通信大手2社、農業・地域活性化を支援。NTTドコモとソフトバンクは、JAスマホ教室を支援する仕組みを提供しています。この仕組みにより、高齢者の生活に役立つサービスが、スマホやタブレットで簡単に利用できるようになりました。JAスマホ教室では、高齢者の生活に役立つサービスの紹介や、トラブルシューティングの指導も行っています。JAスマホ教室は、高齢者の生活の質を向上させるための重要な取り組みです。

農協の場合 1000 万人の組合員がいますが、その半分で 500 万人が 70 歳以上の高齢組合員です。そういう意味では農協にとって非常に大事なことで始めました。

私が思うのは、これから 5 年ぐらい先に見た時ほとんど全てのことがスマホを介して行われます。情報発信、取引もそうですし当然仕事になってくるわけです。しかし、農協は相変わらず支店に ATM を付けて通帳記入し、預貯金を下ろせるようにする等です。今、東京ではセブン-イレブンでお金を下ろしたら手数料も無料です。これは県や JA によって違いますが、ほぼ無料で現金出し入れできますし、通帳更新も無料です。これも非常に大きなコストです。スマホを使って行うことでコストも下がります。そういう意味ではスマホを使うことは農協のこれからの事業や組織活動に非常に大事なことです。

青年部や女性部等様々な組織もありますが LINE を使って情報を発信し連絡することは、当然必要であり使えなければ不便だし組織活動が磨かれません。そういうことで農協の事業や組織活動でもたくさん使われるべきだと思います。

最初は農協職員ができるよう、NTT の人たちと一緒にスマホマニュアルを作ろうとしましたが、2、3 回研究会をやって意味ないなと思い、ドコモが農協の近くのドコモショップからインストラクター派遣する仕組みを作ってくれました。それで大きく始まったわけです。これはドコモスマホ教室カリキュラムです。既存ドコモショップで行われているスマホ教室メニューからチョイスすると、インストラクターがきて、講師をしてくれます。

ドコモ 講座カリキュラム一覧 5

**成長に合わせて StepUp を目指すことで、デジタルデバイド解消をサポート
講座内容は 45 種類の講座からレベルに合わせてお選びいただけます**

基本パック

- 入門編
 - ・はじめて
 - ・文字入力
 - ・電話とメールをしよう
- 基礎編
 - ・知っているつもり
 - ・インターネットとWi-Fi
 - ・カメラを使おう
- 応用編
 - ・アプリをダウンロード
 - ・マップを使いこなそう
- 応用編
 - ・お買いもの物ましよう
 - ・写真撮影を楽しまよう
 - ・うたや音楽を楽しもう
 - ・動画を楽しもう
 - ・安全なアプリ
 - ・健康情報を楽しもう
 - ・ポイント
 - ・お祝い
 - ・おカネ
 - ・カメラを使いこなそう
 - ・タブレットの魅力
 - ・海外で便利に使おう
 - ・東京オリンピック
- 応用編
 - ・LINE をしよう
 - ・スマホカメラ
 - ・Twitter をしよう
 - ・Instagram をしよう
 - ・Facebook をしよう
 - ・ウエブニュース
 - ・YouTube を楽しもう
 - ・動画配信サービス

あんしん安全

- 入門編
 - ・あんしん-安全に利用するために (小学生)
 - ・あんしん-安全に利用するために (中・高校生)
 - ・あんしん-安全に利用するために (シニア)
- 応用編
 - ・災害に備えよう

小学生向け

- ・おまかせとアプリダウンロードを学ぼう
- ・知育アプリで
- ・スマホを楽しく使おう
- ・おまかせとアプリダウンロードを学ぼう

6

スマホ教室実施申込書について
**スマホ教室の開催について申し込みを行う際に入力いただく
フォーマットをご用意**

教室実施申込書

①申込者(JA様)情報の記入

②教室開催内容の詳細について入力

- 教室実施場所住所
- 開催講座内容
- 開催日時
- 参加募集人数

③事前確認事項・依頼事項について確認・チェック

- 準備いただいた物品等
- 組合員様の実名
- 当日の立ち合い

JA 出張スマホ教室実施申請書

開催日時	開催場所	開催内容	参加人数	申込者	申込日	申込状況	申込内容
2023/01/10	JA 出張部	スマホ教室	100	JA 出張部	2023/01/05	申込済	...
2023/01/15	JA 出張部	スマホ教室	100	JA 出張部	2023/01/05	申込済	...
2023/01/20	JA 出張部	スマホ教室	100	JA 出張部	2023/01/05	申込済	...

年間 3000 回のスマホ教室開催

申し込み用紙には、希望日時を記入して提出します。ドコモは全国 47 都道府県に支店があります。申請書を送れば、支店が対応してくれます。規模や場所などを相談して、決定します。費用は最初、半日 2 人で 3 万円でしたが、途中から農林中金が費用を全額負担することになりました。結果として、1 年間で約 3000 回のスマホ教室が開催され、約 3 万人が参加しました。

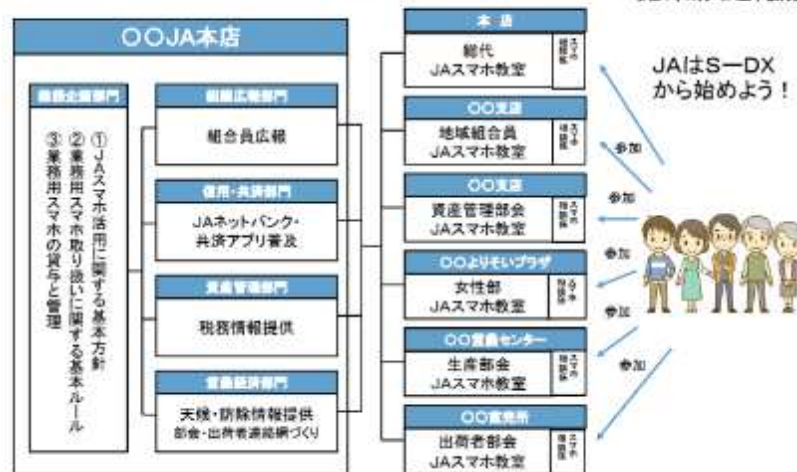
高齢者にとって身近な JA の支店でスマホ教室が開催されることは、高齢組合員にとって、非常にありがたいことです。私もこんなに伸びるとは思いませんでした。社会現象のような規模になっています。JA の皆さんや組合員の皆さんによるサービスとして、一連の仕組みを作るのに相当な時間と労力がかかりましたが、皆さんに喜んでいただけているので、非常に良いと思います。

現在の状況はそうですが、次のステップとして、JA 事業の利用拡大、協同活動の活性化、情報提供の強化に向けて取り組んでいます。部門ごとにスマホの活用方針や戦略を作成し、各出先でスマホ教室を基点にしながら、組合員広報やネットバンキング、共済アプリなどを活用してもらいます。税務情報の提供なども含め、各拠点の支店で身近な場所にスマホ教室を開設し、活用してもらう方向に持っていきたいと考えています。

JA スマホ教室ステップアップによる JA スマホ活用戦略・体制 (イメージ例)

— 組合員の営農・生活の利便性向上、そして、JA 事業利用拡大、協同活動活性化、情報提供強化に向けて —

令和4年10月 JA 全中教育課



本店 生活ふれあい課通信

スマホ教室開催状況

8月末時点	3年度	4年度
NTTドコモによる スマホ教室	21	15
職員による スマホ教室	2	20
公式LINE	25	19
JAバンクアプリ	34	43
JAネットバンク	27	50

JA ぎふ life 通信

事業利用について言えば、JA ぎふが早かったです。

ネットバンキングができると言っても誰も使っていません。なぜか。それはネットバンキングの手続きが非常に煩雑で難しいことと、まだ実際に支店に行ってATMを使ったり、通帳記帳すると無料だからです。そうすると、あえてネットバンキングを使う必要性は組合員から見るとあまりありません。しかし一方で、都銀などでは、通帳更新などもお金がかかるようになっています。ネットバンキングが使えるようになれば、通帳更新料金なども発生しなくなるため、将来的にはそういったことをつなげていく必要があると思います。

口ではそう言っていました、どこか先行してやっているところはないかと探していたら、JA ぎふではJA 職員自らが講師となり、ネットバンキングのスマホ教室も開催するようになりました。来場したお年寄りの皆さんに女性職員が丁寧に教えてあげる様子です。これは非常に喜ばれています。ネットバンキングを広げようと思ったら金銭的なメリットやデメリットを提示する必要があります。通帳更新だったら来年から 1000 円かかりますよ、2000 円かかりますよというような形で提示すれば、「じゃあどうすればいいの？」という話になります。その時、「できますよ」と言っても結局やれません。ネットバンキングは煩雑な仕組みです。

そうするとネットバンキングはできるけれども、現実的には誰かが教えてあげる世界を作らなければ全然進みません。本来こういうことをやっていかなければいけません。



J A スマホ教室メニューとインストラクターの分担

	スマホショップ派遣インストラクター	JA職員インストラクター
	doocomo 提供講座	
	JA 独自講座	
doocomo 提供講座	<ul style="list-style-type: none"> スマホの基本的な使い方 メールのやり取り LINEの使い方 写真の撮影と保存 インターネットの接続 音声通話の受け方 通話録音の仕方 通話録音の保存 通話録音の削除 通話録音の再生 通話録音の共有 通話録音の印刷 通話録音のバックアップ 通話録音の復元 通話録音の削除 通話録音の再生 通話録音の共有 通話録音の印刷 通話録音のバックアップ 通話録音の復元 	<ul style="list-style-type: none"> LINEの使い方 写真の撮影と保存 インターネットの接続 音声通話の受け方 通話録音の仕方 通話録音の保存 通話録音の削除 通話録音の再生 通話録音の共有 通話録音の印刷 通話録音のバックアップ 通話録音の復元
JA 独自講座		<ul style="list-style-type: none"> 通話録音の共有 通話録音の印刷 通話録音のバックアップ 通話録音の復元

全職員がインストラクター

これまではスマホショップからインストラクターを派遣する仕組みでしたが、今後は全職員がインストラクターとして活躍できるよう、インストラクターの学習講座を作成し、現在リリースしています。これにより、将来的には自分たちで対応できるようにしたいと思います。

農林中央金庫の助成も、7年度にはなくなり、各JAで負担しなければならないという話をしながら、自分たちで教えていくよう誘導していきたいと思っています。そうすれば、スマホの使い方だけでなく、JA ネットバンキングや JA 共済アプリ講座、あるいは組合員の組織に応じたLINE グループなどが可能になります。

この世界は、他人任せではうまくいきません。そのためには、JA 職員自らがスマホ教室のインストラクターになる必要があります。JA ぎふのスマホ教師は、最初は入力講座やLINE 講座から始めて、その後年金等の LINE グループやネットバンキングのインストールと使い方を組み合わせながら、年間を通じて学習活動を行っています。

また、マイナポイントについても触れておきます。マイナンバーカードを発行してもらい、保険証と公金受取口座をひも付けすると 2 万円もらえます。これはお年寄りには難しいため、スマホを持参してもらい、マイナンバーカード発行の手続きを行い、マイナポイント 2 万円をゲットするようなカリキュラムを作成しました。ただし、マイナンバーカード発行は 2 月末までですが、健康保険証と公金受取口座のひも付けはこれからでも大丈夫です。それで 7500 円×2=1 万 5000 円もらえます。

さらに、インストラクター養成の学習資料を作成し、ホームページに掲載しています。これを利用しながら自分たちで対応し、事業内や組織活動、情報発信の中でスマホを使いこなしていくことができます。

スマートフォン教室は非常に重要です。JA 職員自らがスマホ教室のインストラクターになり、JA 事業、活動に活用していけるよう普及に努めていきたいと思っています。



全体討論

＜コーディネーター＞ 協同金融研究会代表・日本大学商学部教授 平澤 克彦氏

コーディネーター・平澤 4 業態の皆様からご報告をいただきました。全体として、本業としての協同組合のあり方をもとに現在の問題を捉えていけるのではないかととらえておりました。残された時間もわずかですので、さっそく討論に入りたいと思います。

A 私は大東京信用組合の職員です。長谷川先生の最初のご講演で、協同組織金融の現在の課題について詳しくお話しいただき、理解が深まりました。改めて感謝申し上げます。「共創」について、金融行政における価値創造と似たようなことがあると思います。金融庁が力を入れている価値とは、お客様事業者の事業の維持・発展にあると思います。企業価値を向上させるためには、金融だけではなく、様々な方法が必要です。信用金庫・信用組合のお客様である中小零細企業は、ここ 20 年ぐらいで厳しい状況にあります。預貸率も低下しており、営業規模も縮小しています。コロナ禍で融資が増えて良さそうな感じもありますが、実際はそうではありません。今後 3 年～5 年で、お客様の困難な状況が現れると思います。そこで、メンバーを巻き込んでいく方法についてお聞きしたいです。中小零細企業は困っている所が多く、余裕がない所が多いです。専門家を付けている所は少なく、余裕がなくて社長さんが手が回らないとか、信頼関係が結べていないお客様もいます。そもそも困ったお客様のために信用組合があるわけですから、どうやってメンバーを巻き込んでいったら良いか、そして先生が言われるようにメンバーを巻き込んでサービス開発を行う具体的なサービスとは何か教えて頂ければと思います。

長谷川 ご質問ありがとうございます。最初に、価値共創と呼ばれる言葉と、金融庁が使い出した共通価値という言葉の違いについてお話しします。共通価値というのは、金融機関が目指している価値と、企業が目指している価値が共通していることを指します。つまり、お互いが同じ目標を目指しましょうという意味です。この言葉は、アメリカの経営学者が提唱したものです。この考え方自体は、良いとも悪いとも言えません。しかし、それが追求してきたことは、金融機関と企業がそれぞれ異なる価値を目指してきたことです。

金融機関は利潤の極大化を目指し、企業は売り上げの極大化を目指してきました。そのため、両者の価値観が一致していませんでした。監督当局がこのような歩み寄りを行ったことは評価できると思います。一方、価値共創というのは、顧客や組合員会員が主体となり、金融機関側が支援する形で、一緒に価値を作っていくことを指します。

次に、コミュニティーを活性化する方法についてお話しします。ヨーロッパでは、基本的に小グループからスタートします。5 人から 10 人くらいの小さいグループをたくさん作っていくのです。日本の協同組合でも同様の方法が取られています。小さなグループをたくさん作っていくことからスタートします。その後、中くらいのグループが作られます。例えば都内の信用金庫では、総代会に参加するために地区協会を回る理事長さんがいます。小さなグループを作る際に重要なのは、地理的近接性や業種近接性です。近い関係にある人々が集まることで、集会やミーティングが開かれやすくなります。もちろん、ネットの時代ですから、LINE ミーティングなども可能です。しかし、物理的な近接性も重要です。スモールグループをたくさん作っていくことが大切です。

次に、参加率を高める方法についてお話しします。多くの場合、金融機関側が研修会や講演会などを企画します。しかし、参加意識や参加率を高めるためには、課題を与えて一緒に解決していくことが重要です。

例えば、5 人が集まって、A さんの業種の売り上げを少し上げるために、みんなで考えるような仕掛け作りをする。小さな試みかもしれませんが、一緒に解決したり、一緒に考えたりすることは、経験値として高まります。簡単な課題でも構いません。例えば、近所のごみをなくそ

うとするときに、どうすればいいかを考えるということでも良いと思います。集合知ではありませんが、誰が思いつくか分からないところです。小さなグループでも課題を解決することはできますし、小さなグループに課題を与えて解決することで、一緒に考える経験や解決した時の喜びを積み重ねることができます。

これは明治時代にできた協同組合の原点だったと思います。

もともとお金を借りる協同体ではなく、地域や身の回りの問題を解決するために集まった協同体だったと思います。お金を通じて地域問題を解決することができました。グループは小さかったです。先ほどグラミンの5人組の話がありましたが、明治時代の日本はまさに5人組そのものでした。5人のグループが10人になり、20人になり、100人になり、1000人になって産業組合や協同組合ができ上がっていきました。そのようにしてグループ化していくことで、メンバーに課題を与えることができます。手間暇はかかりますが、JAの報告にあったようにコロナ禍で組織化費用が抑え込まれてしまった話もあります。組織化することはお金も時間もかかりますが、それが最終的に売り上げや何かにつながってくることから逆算して考えると、組織化のコストは無駄ではありません。遠回りに見えるかもしれませんが、その投資方法が非常にスモールな部分から積み重ねていくことです。地域社会学や地域社会論などの研究でもスモールな部分から考えていくことが多いです。金融機関でもそれは可能ですから、一度検討してみる価値はあると思います。お答えになったでしょうか。

B 今日は色々なお話を伺わせていただいて非常に良かったです。私どもこのシンポジウムの最初の頃に藻谷浩介先生を呼んできて、里山資本主義の取り組みをお話いただき、その後里山資本主義がだいぶ広がりを持ってきています。ただ先駆的に聞きした内容をより具体的な行動に移しておけば良かったという反省を踏まえて、長谷川教授から伺ったお話にありましたように、社会で共通的な価値を共創していくということの一つとして「オーガニック給食」という活動が今いすみ市を軸にして2020年度あたりから本格的に活動し、21年度、23年度の10月には色々な大会があり、活動が広がってきています。こういったものを協同組合金融機関も一緒にやるということにしてはどうかと考えています。「オーガニック給食」というのは当然学校の給食ですから地方自治体が絡んでくる問題ですし、結構多くの市町村が積極的にやっています。こういうのを世界に広げていこうという意味があり、「オーガニック給食マップ」という活動になっていると思います。こういう活動の範囲を色々考えて行く中で、牛乳が余ればそれを特定期間飲むというような活動を加えて行くとか、夏休みや冬休みで困っている子供たちのための「子供食堂」の活動も協同組合あるいは協同組合金融機関として支援してやって行くことによって、今日先生からお話があったような私達の活動をより皆さんに意識してもらえないのではないかと思います。

長谷川 日本総研の藻谷さんの里山資本主義というのも先ほどお話ししたようにやっぱりコミュニティをもっと小さく見て行くわけです。恐らく先ほど縮む日本という話をさせていただきましたが私達ある程度うまくダウンサイズして軟着陸しないと難しい時代に入ったのかなと思っております。一番軟着陸が難しいのは金融機関で数字だけはどんどん高くして行こうというので大きくして行ったわけですが、誰も縮むことやったことがないわけです。縮むシミュレーションも立てたことがない。去年よりも預金額少なくとも良いです。融資額少なくとも良いですという経営者がいたら半年でつぶされるか、飛ばされるわけですが、里山資本主義というのは考え方としては本当それに近いわけですし、ある意味協同組織金融機関というのは運良く良いサイズ感にまだ留まっているのではないかと思います。逆に、今地銀の方が苦しいのではないのでしょうか。地域的にサイズがちょっと大きすぎてしまってそこに苦しさや露呈しているのではないかとこのに比べれば、協同組織金融機関にはチャンスがあるのかなと思っています。

オーガニックということでご質問だったわけですがけれども、報告の中で一言、ちらっと言葉を出させていただいたイタリアのエチカバンクというのは、E、T、I、C、Aと書くのですが、英語で言うと、まさに倫理、倫理銀行です。

イタリアのパドバという、ベニスから1時間ぐらいのところの都市にある金融機関です。最初は、協同組織金融機関として順位は3桁ぐらいの順位だったのが、あっという間に上位に踊

り出て、ここ 10 年で急成長し続けているところです。そこが目指している大きな貸出先の一つがオーガニック食品を扱う協同組合なのです。オーガニック食品を扱う協同組合に融資するために、預金も今風にいえば SDGs か ESG 風にして、4 種類ぐらいの預金商品が分かれています。預金に付く利子の全てを寄付に回すと、半分を寄付に回すと、25 パーセントを寄付に回す、全部寄付に回さない。これを自由に選べるっていう、いわゆる倫理型の預金を早くから設けております。しかも、そこが面白いところは、そうした銀行を通じて貸出先も特定することができる。しかも、日本人には、なじみがない、貸出先を全部公開する。日本では、貸出先を公開したら、みんな嫌がるに決まっているのですね。こんなところからお金借りていますなんて言われてしまう。ところが逆でして、貸出先を公開することによって預金が集まる。預金が集まって、その貸出先がオーガニック先のところに貸したりとか、それから、犯罪を起こした人の福利厚生のため、出てきた人の、いわゆる更正のための協同組合もあるのですが、そういうところにお金を貸したりというようなことを通じて、実はすごく伸びている。伸びるといのは、イタリアがオーガニック好きだっていうこともあるのですが、それ以上に仕掛けがすごく上手なのです。ボランティアなスタッフと有給のスタッフをうまく使い分けながら、ボランティアのスタッフが貸出先の情報をたくさん集めてくる。そのことを通じてコストダウンが図られて、いわゆる志のあるお金を、いわゆるお金に色をつけていると思います。その銀行を通ることによってお金の色がつく。色がついたお金がオーガニックな協同組合に行くという形を採っているわけです。

その貸出先の一つの部分では、多分、日本でも皆さんでもご存じのとおり、いわゆる循環型のコミュニティーが確立されております。古い言葉でいうと、立体農法っていう言い方がいいのかもしれませんが。賀川豊彦でもそういうふうに言ったぐらいですから、時代はかなり古くて、明治の頃から、いわゆる循環させようという形で動植物全てを地域内で賄ってくということ循環を完成させようとしたわけです。その中でとても重要なのは、利害関係者が一致することです。住んでいる人にとってみると、生産する人と、消費する人と、流通させる人ということで、こういうのが漏れている。つまり、いわゆる漏れバケツ理論という言い方をしますが、日本の場合は、コミュニティーから漏れが多すぎてしまっているわけですし、無理もないことなのです。

やはり漏れバケツをふさぐという考え方に、オーガニックとか、協同組合とか、里山とかいうキーワードを、もう一度、もっとスモールな小さい集団単位で考え直すと、案外、漏れバケツが少しふさがれてきて、そこにキーワードとしてのオーガニックの協同組合とか、オーガニックがすごく絡んでくるのではないかと思います。

個人的には、グローバリゼーションというものが足踏み状態になって、逆にローカリゼーションが押しつつある。まさに本当、皮肉な話だと思います。私たちは、足元を、ここ 3 年間で再び見つめ直しているのではないかと考えております。まさに、こういう循環というような言葉とか、協同という言葉が改めて、マスコミ的には脚光を浴びているわけではないですけども、改めて見つめ直す契機の先にあるのではないかとこのように思っております。

お答えになったかどうか分かりませんが、きっと日本でも、そういうふうにオーガニック専門のところの協同組合が設立されたり、そういうところに貸し出す金融機関がどんどん増えてくこと期待しております。

平澤 どうもありがとうございます。昔、ドイツの協同組織金融の書籍を読んだときに、協同組織の意思決定にかかわれるのが、協同組織の金融機関に入るメリットだと指摘されていたことを思い出しました。日本と違ってヨーロッパでは、自分たちで運営できるのが協同組織に入るメリットであり、そうした意識が強く出しているのがヨーロッパだと思います。そうした社会的な基盤が非常に印象にあったことを思い出しました。どうもありがとうございます。

では、時間となりましたので、ここで終了とさせていただきます。長谷川先生をはじめ、実践・事例報告をいただいた 4 業態の松下様、松井様、田崎様、田村様、貴重なご報告をありがとうございました。

