今月の焦点

国内経済金融

金融機関が行う金融経済教育への取り組み－３

～金融トラブルの未然防止等を目的に職域で学習会を行う労働金庫の事例～

木村　俊文

要旨

- **新潟県労働金庫では、営業担当者が金融教育を行っている。その活動を大別すると、①個人向けローンの獲得に向けた基礎知識の普及、②金融トラブルや多重債務予防、および組織基盤の維持･強化のためのミニ学習会の開催、③学校からの要請により卒業前の高校生を対象にした教育の3つがある。**
- **顧客との対話を重視した「非金利の対応」というユニークな営業方針やミニ学習会を通じた営業推進などは興味深く、今後の金融機関における金融教育のあり方を考える上で示唆に富んでいる。**

はじめに

わが国においても、国民のファイナンシャル・リテラシー（金融に関する理解能力）の水準向上を目指して、官民をあげて「金融･経済教育」を推進する動きがみられる。

政府・日銀は、ペイオフ解禁となった 05 年度を「金融教育元年」と位置づけ、金融・経済教育の国民的な普及に向けて取り組みを開始した。その目的には、合理的な意思決定を行う個人の育成にとどまらず、年金問題に代表される社会保障改革など、構造改革の推進に伴う政策的課題の検討・解決に向けた国民的な能力の向上も視野に入れられている。

現在のところ政府・日銀は、教員向けセミナーや公開授業など学校教育を中心に金融・経済教育を推進しているが、今後は広く社会人や高齢者なども対象に展開していく考えである。こうした取り組みの指針を策定すべく政府･日銀は、内閣府、金融庁、文部科学省、金融広報中央委員会など関係省庁と連携して 06 年度に、金融・経済教育に関する体系的なプログラム整備を行うこととしている。

一方、民間金融機関に対しても金融・経済教育を担うことへの期待が徐々に高まっており、さまざまな形で取り組みが進みつつある。そこで、先進的な取り組みをしている金融機関の実践事例をシリーズで紹介することとしたい。

今回は、多重債務の予防等を目的に金融教育に取り組んでいる新潟労働金庫の事例を取り上げる。また今回は、住宅ローンなど個人ローン増強への取り組みについても同時にヒアリングしたため、あわせて紹介したい。

労働金庫の概要

労働金庫は 05 年 3 月末現在、全国に 13 金庫 686 店舗があり、根拠法となる「労働金庫法」に基づく業務（預金の受け入れや貸し出し、手形の発行など）を実施している。

出資者は基本的に労働組合や生活協同組合などの非営利組織（協同組織）である。利用対象は、一般勤労者個人で、労働金庫

の所在する地域に居住しているか、もしくは勤務先がある場合に限定されている。

会員には次の 4 種類がある。１号会員は労働金庫の地区内に事務所を有する労働組合。２号会員は労働金庫の地区内に事務所を有する消費生活協同組合及び同連合会。３号会員は労働金庫の地区内に事務所を有する公務員や教職員共済組合。４号会員は、労働金庫の地区内に事務所を有し、かつ労働者のための福利共済活動、その他労働者の経済的地位の向上を図ることを目的とする団体で、その構成員の過半数が労働者であるもの及びその連合団体となっている。つまり４号会員には、町内会などの地域組織のほか、労働組合は組織されてないが親睦会や共済会などの職域の任意団体でも会員となることができる。

かつて労働金庫は都道府県単位で組織されていたが、東海や近畿など地域ブロック単位での合併が進んだ結果、現在は全国 13 金庫となった。なお、北海道、新潟、長野、静岡、沖縄の５県については道県単位で独立している。

新潟労金の概要

新潟県の経済情勢は、04 年の水害や中越地震からの復旧・復興関連投資の増加などにより緩やかな回復傾向にある。しかし新潟県労働金庫の利用者にとっては、県職員など地方公務員の所得環境の厳しさから、回復感の乏しい状況が続いている。

当金庫が個人ローンを推進する上で意識している金融機関は、新潟県内銀行最大手の第四銀行のほか、北越銀行、大光（たいこう）銀行の３行である。ちなみにＪＡについては、中越地震の復旧・復興関連で、

新潟県労働金庫の概要

創立	1952年6月
本店所在地	新潟市
資本金	9.7億円
店舗網	26店舗(2出張所含む)
ローンプラザ	4カ所
従業員数	385名
団体会員数	2,807会員
構成員数	237,325人
総資産	6,843億円
預金残高	6,341億円
融資残高	3,733億円

ディスクロ誌より作成
(データは2005年3月31日現在)

農家とのつながりが強いことや住宅ローン金利面での優位性もあり、健闘していると評価している。

当金庫では、労働組合や職場での親睦会などに所属する人を対象にしているが、最近では職場と関係なく、一般勤労者の個人が「夢咲 Club」という勤労者互助会に加入して労働金庫を利用するケースが増えている。こうした職場と関係のない一般勤労者の利用増加に伴って融資も順調に伸びており、貸出・ローン残高全体 3,733 億円のうち一般勤労者が約 3 割を占めるまでに至っている。

当金庫の営業の重点分野

手数料収入の増強を図るため投信などを拡販する金融機関が多いなかで、当金庫はその顧客特性（勤労者＝高額所得者が少ない）から投信などリスクの高い商品は馴染みにくいと判断し、住宅ローンの推進に力を入れている。訪問先のうち官公庁など職場に出入りできる先については、フェイス・トゥ・フェイスで接触する機会を作るよう努めている。またローンプラザ 4 カ所（支店併設 3、独立店 1）では、土日も営業

して各種ローンの相談に対応している。

一方、ハウスメーカーや不動産業・建築業者等とも提携しており、なかでも宅地建物取引業協会とは新潟県内の金融機関としては最も早くに提携関係を結んだ。

当金庫は、預貸率が 40%を割り込む寸前の 1989 年頃から積極的に住宅ローンに取り組むようになり、その後は順調に預貸率の改善が図られた。しかし、一部メガバンクが 3 年固定 1%の住宅ローンを発売したことが転換点となり、ここ 2～3 年は競争が厳しくなっている。他県の労働金庫では、前述のメガバンクの住宅ローンと同様の商品、すなわち 3 年固定の低金利であっても 4 年目以降は固定か変動かを選択するような当初期間特別金利型の住宅ローンを扱うようになったが、当金庫では借入当初期間を極点に優遇する金利は扱ってない。ただし、長期間にわたってローンを返済する利用者の立場で考えると、当初期間特別金利型と比べても遜色がないと判断している。しかしながら、宅地建物取引業協会との提携関係はあるとはいえ、結局最後は住宅ローン申込の希望者が金利を比較して他の金融機関に流出してしまうケースがある。

そこで、「可処分所得の中からどれだけローン返済に充てるか」など基本的な知識のほか、「先行き金利高となった場合、当初期間特別金利型のものでは将来的に利払い負担が増大して返済が困難になる」など、個人の住宅購入に関連した金融教育に力を入れており、ローン推進の一助としている。

営業推進体制

当金庫は、預貸率が低下するなど危機感が強まったことを背景に、1990 年から新しい営業推進体制に改編しスタートした。人員数は営業部店長 25 名の下に、副部長・次長 15 名、代理 17 名、係長 29 名、お客様相談係 43 名、ふれ愛アシスタント 72 名となっている。このうち係長とお客様相談係が相談機能の中心的な役割を担っている。この体制に変更する前までは、労働組合の書記や労金担当役員などにローンの話をしてもらっていたが、現在は当金庫の営業担当者が説明している。

営業担当者は、個人顧客を担当し、組合、職場、自宅等における個別相談業務のほか、官公庁などへチラシ配布も行う。工場等では、食堂内に労金コーナーを設けてもらいチラシを置くなどしている。

まずは知らせる、知ってもらうことを目的に、職場、団地を回ってチラシを配布すると同時に新聞折込み広告も行い、職場でも自宅でも労働金庫と取扱商品の認知度を高めるキャンペーンなどを実施している。

新潟労働金庫の金融教育の概要

	項目	対象	内容	目的	実施形体
1	住宅購入に向けた基礎知識	住宅購入見込客	可処分所得のうち、どの程度をローン返済に充てればよいか等、住宅購入にかかる基礎知識の普及	住宅ローンの獲得	ローンプラザ等で個別対応
2	ミニ学習会	顧客全般	短時間で、カード被害や多重債務問題などをテーマに顧客の職場で開催	金融トラブル予防、組織基盤の強化など	職場別、年代別に開催
3	巣立ち教育	卒業前の高校生	カード被害や多重債務問題のほか、就職後の資産形成の基礎などを講義	学校教育支援	学校からの要請により対応

ヒアリング内容から作成

ほかに自宅・職場宛にダイレクトメールを送付することも実施している。それでもローン獲得件数を伸ばすことは容易ではない。

ほかには、住宅所有者でありながら当金庫での住宅ローンの取引実績がない顧客を対象に、借り替えのダイレクトメール送付なども実施している。

住宅ローン推進の要諦

住宅ローン推進で実績をあげている担当者による内部関係者向け発表会を実施したところ、結局は「営業担当者の意欲が大切」との意見が出された。これは税金など住宅購入に関する専門知識がたとえ低くても、営業担当者が誠意をもって対応し、住宅関連業者の立場、および住宅購入を検討している顧客の立場に立って、それぞれの思いをどれだけ理解できるかが大切となる。顧客の要望を把握していれば、住宅関連業者へ飛び込み営業で新規開拓することが可能となる。また業者から何か宿題を聞き出すこと、そして、ダメ元で一つ一つ当たってみることも大切である。このように進めれば、結果として成約につながらなかったとしても、何がどこまで進んで、どこでダメになったのかを振りかえることが出来る。

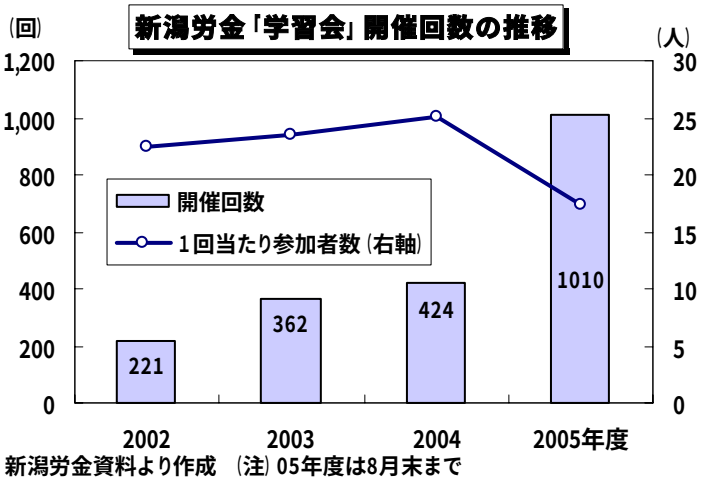
住宅ローン申込時には、(社)日本労働者信用基金協会のほか、新潟県、自治体、新潟総合生協、労働金庫で設立した(財)新潟県労働者信用基金協会の保証をつけている。この時、保証基準の範囲内であれば支店長が決裁するが、基準を下回るものについては本部扱いとし内部で協議する。この場合は申込者と十分に話し合い、かつ融資金額や連帯保証、親族からの借入れの可能性などについて検討する。固定的に考えて画一的に審査するのではなく、方向性を導き出すような相談業務ととらえ対応している。こうした「非金利の対応」という考え方で顧客との対話を重視している。勤労者の立場になって、借りるときの金利だけでなく、返しやすさを考慮して様々な可能性を検討する。たとえば、転職や子息の進学などで生活上の収支が厳しくなった顧客から相談を受けた場合には、返済方法など内容を見直すことも検討する。また一定期間、返済額を減額するなど、顧客の負担を軽減する条件変更については手数料を取らないのも、こうした考え方に基づくものである。

金融教育へ取り組む意義

当金庫における金融教育への取り組みは、労働組合の役職員のなかで発生した振り込め詐欺やクレジット被害などへの対応上、ごく自然な形でスタートした。

若い人たちにとってはローンの選択肢が広がっている半面、被害にも遭いやすくなっている。こうしたことから、労働組合の会員構成員に向けて金融教育を開始し、組合員向けに啓発することとした。また、労働組合の組織率が低下していることもあり、金融教育への取り組みを通じて顧客基盤の維持を図りたいとの考えもある。

労働金庫にとって、金融教育を進める上での強みは、労働組合との関係が深い職域をカバーしていることである。現在進めている金融教育の中心は、少人数の学習会である。50 名や 100 名といった規模での学習会を開催することもあるが、大人数では講師からの一方通行の伝達になってしまうという経験から少人数で実施することを基本にしている。学習会は、職場別や年代別に



新潟労金資料より作成　(注)05年度は8月末まで

開催している。これは年代が違えば、おのずとニーズが異なり、学習会のテーマが違ってくるためである。

当金庫の営業担当者は、各職場において学習会を開催してもらえるよう働きかけている。たとえば、忘年会など業務後の懇親会が始まる前の 30 分～40 分程度の時間をもらって、詐欺や盗難、多重債務等の金融トラブルに関するテーマのほか、資産形成、ローン利用法なども含め、営業担当者が講師となって学習会を開催する。この場合、資料はできるだけ簡単なものにし、１つだけでいいから気づいてもらうように配慮している。なかには 20 代の若手営業担当者が小中学校で、かつて教えを受けた教職員を相手に金融教育を行うこともある。

こうした職場単位での学習会では、全国労働金庫協会が作成した教本「マネートラブルにかつ！～賢い消費者になるために～」を参考に資料を作成している。

当金庫では今年度、このような学習会を重点的に実施しており、7～8 月に集中実施した結果、8 月末で 1010 回に達し、すでに前年実績（424 回）の 2 倍以上開催している。

一方、多重債務などで問題を抱えている場合には、とくに働きかけをしなくても顧客の方から相談がある。たとえば若年者ではエステで 30～40 万円の支払いのために高金利のクレジット契約を結んでしまう場合が多い。さらに返済に追われ、多重債務に陥る場合もある。

そこで当金庫では、こうしたケースに対応する商品（多重債務債務者向け商品「リセット」、金利も低利）を用意しており、相談時に紹介している。

高校生対象の「巣立ち教育」

このほか当金庫が金融教育として実施しているのは、社会に出る前の高校生を対象にした「巣立ち教育」への参加である。地元の高校が卒業を控えた 1～2 月頃に毎年実施（1 回 2 時間 2 クラスずつ、35 人学級を 6 クラス）しており、このなかで社会に出るために必用な金融教育として、キャッチセールスや振り込め詐欺、クレジット被害など金融トラブル予防のほか、就職した後は財形などを活用して、まずは資産形成することなどを指導している。

また、ローン商品説明時には、「鈍行、特急、飛行機、新幹線と選択できる場合、場合によっては高利で借りなければならないこともあるが、急ぐ必用のない場合には鈍行で行くことが大切」と分かりやすく解説し、状況に応じて使い分けすることを強調している。

前述の高校生向けの教育も、教育を支援しているというよりは、無料での労働金庫の宣伝と捉えている。労働金庫にはスマー

トなイメージがなく、若年者には馴染みがない、中高年向けの金融機関というイメージに見られがちである。時間はかかるかもしれないが、やがて勤労者となった時に、かつて労働金庫の人から金融教育を受けたことがある、と思い出してくれる日が来ることを期待している。

おわりに

新潟県労働金庫は、ホームページ上で無担保ローンの予約申込みができる等ハイテクへの対応を充実させる一方、顧客との対話を重視したハイタッチな人的営業に重点を置いて営業展開している。一見すると人的営業は非効率でコスト高に思われるが、限られた経営資源を考慮し、地域での生き残りを考えた場合、勤労者という特定市場に対してこうした独自路線を取ることは競争戦略の上からも理にかなっていると言えよう。

新潟県労働金庫は 04 年 9 月、「生涯伴侶宣言＝お客さま一人一人と向き合い、手を取り合って生涯共に歩んでいく」というスローガンを掲げ、勤労者の金融パートナーとして地域で生き残ることを明確にした。こうした基本的な考え方に基づき、個人ローンの推進においても、金融教育の積極的な展開にあたっても、他金融機関との相違を訴え、独自色を打ち出している。

とりわけ、単に「金利」という商品性だけでなく、顧客の立場になって、情報提供や相談機能といった付随的なサービスを重視する「非金利の対応」という考え方には学ぶところが多いように思われる。この一環として、ローンに係る基礎知識の普及などを中心に金融教育が行われているという一面がまずある。

一方で当金庫における金融教育は、クレジット被害や多重債務に陥ることを予防するために行われているという側面もある。被害に遭った顧客への現実的な対応の必要から始まったものだが、ＣＳＲ（企業の社会的責任）の面からも高く評価されるべき活動だと思われる。