



平成19年度第2回農協信用事業動向調査結果

はじめに

農協信用事業動向調査（以下「動向調査」という）は、全国の資金観測農協の協力を得て、毎年2回ずつ実施しているアンケート調査である。

2007年11月に実施した平成19年度第2回動向調査では、団塊世代に対する取組み、准組合員の加入に対する取組みについて調査を行った。以下では、調査結果の概要を紹介する。

1 集計農協の概要

動向調査の集計対象となった農協は、07年11月時点で信用事業を営む農協から地域別農協数等を勘案して選ばれた378農協である。今回は、このうち366農協から回答が得られ、集計率は96.8%であった。1農協当たり平均の貯金残高、貸出金残高はともに全農協平均の1.4倍であり、貯貸金規模の大きな農協が多い。そのため、全農協に占める割合は農協数では45.0%であるのに対し、貯金残高では63.2%、貸出金残高では62.1%となっている。

また、貯金残高、貸出金残高の前年比伸び率を全農協と比較すると、07年3月末と

9月末の貯金残高の伸び率は全農協の1.7%、2.2%に対し、ほぼ同じく1.7%、2.3%となっている。一方、貸出金残高の前年比伸び率を同期間でみると、全農協の2.9%、2.4%に対し3.3%、2.9%であり、集計農協の伸び率が高くなっている。ただし、いずれも伸び率が低下傾向にあることを示しており、低下幅もほぼ等しい。こうしたことから、大まかな資金動向をみるうえでは、集計農協の代表性はあると考える。

2 団塊世代に対する取組み

07年からいわゆる団塊世代の退職が始まり、金融機関は同世代を対象とする取組みを行っている。そこで農協の信用事業における団塊世代に対する取組みについて分析した。

(1) 団塊世代に対する取組みの実施状況
団塊世代を対象とした取組みを実施している農協の割合（以下「取組割合」という）は69.4%であった。地域別に取組割合をみると、北海道の8.0%から東海の96.6%まで地域差が大きい。また、地帯別、貯金残高別に取組割合をみると、都市部の大規模農協で取組割合が高い。しかし、県域別に団塊世代の人口と取組割合との関係を見る

第1表 県別の団塊世代の人口と取組割合

		団塊世代の人口								
		5万人未満	5～10	10～15	15～20	20～25	25～30	30～35	35～40	40万人以上
取組割合 ↑高 ↓低	100%	鳥取, 佐賀	石川, 三重 滋賀, 奈良 和歌山 香川, 愛媛 沖縄	宮城, 栃木 長野, 岐阜 京都	茨城			兵庫	愛知	神奈川
	90～100			福島, 新潟	広島					
	80～90	福井, 山梨	秋田, 長崎	岡山						大阪
	70～80		山形			静岡	福岡	千葉		
	60～70	島根, 徳島	熊本							
	50～60		富山 鹿児島	群馬					埼玉	
	40～50		岩手							
	30～40		大分, 宮崎							
	20～30	高知								
	10～20		山口							東京
10%未満		青森					北海道			

資料 動向調査(以下特に断りのない限り同じ)

(注) 団塊世代の人口は国勢調査(2005年)における56歳から58歳までの人口の和を用いた。

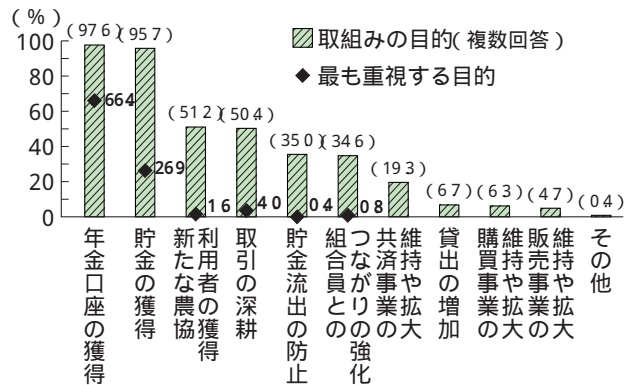
と、人口規模が同じでも県域によって取組割合の差が大きいことから、団塊世代の人口の多寡と取組割合の高低とは関係があるとはいえない(第1表)。

なお、取組実施農協のうち取組対象となる団塊世代の年齢を定めている農協の割合は34.1%にとどまるが、特定市、中核都市ではその割合が高くなっている。また、年齢を定めている農協では団塊世代専用商品がある割合が高い。

(2) 団塊世代に対する取組の目的

団塊世代に対する取組の目的(以下「取組目的」という)のうち最も重視する目的は、「年金口座の獲得」(66.4%)が最も高く、次いで「貯金の獲得」(26.9%)となっており、取組目的(複数回答)では「年金口座の獲得」が97.6%と最も高く、次い

第1図 団塊世代に対する取組目的 (n=254)

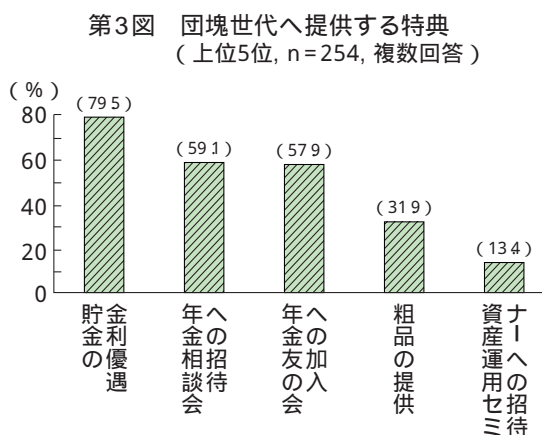
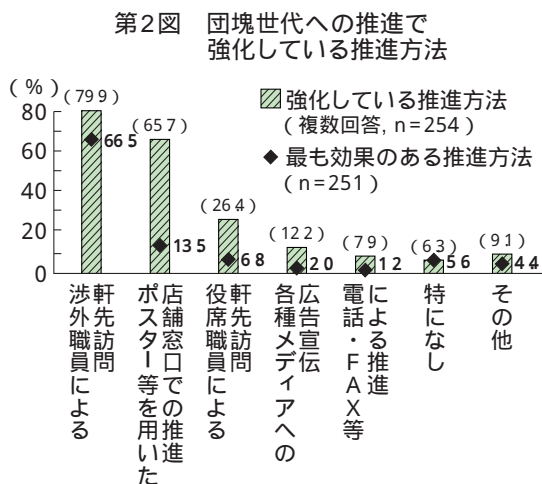


で「貯金の獲得」が95.7%、「新たな農協利用者の獲得」が51.2%、となっている(第1図)。地帯別にみると、特定市や中核都市で「取引の深耕」「組合員とのつながりの強化」を取組目的とする割合が全体より高くなっており、都市部の農協では組合員との関係強化のために取組を実施していることがうかがえる。

(3) 団塊世代に対する推進強化策

団塊世代に対する取組みにおいて強化している推進方法は、「渉外職員による軒先訪問」が79.9%で最も高く、次いで「ポスター等を用いた店舗窓口での推進」が65.7%、「役席職員による軒先訪問」が26.4%となっている。最も効果があるとみられる推進方法は「渉外職員による軒先訪問」(66.5%)であることから、団塊世代に対する推進では対象者を特定して対面型の推進を強化していることが分かる(第2図)。

取組実施農協では、様々な特典を推進対象者に提供している。特典の内容をみると、



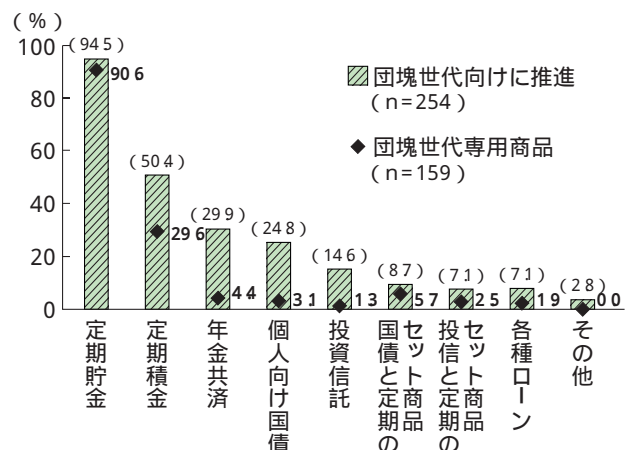
「貯金の金利優遇」が79.5%と最も高く、次いで「年金相談会への招待」が59.1%、「年金友の会への加入」が57.9%となっている(第3図)。また、「資産運用セミナーへの招待」の割合は、地域別には特定市の農協で、貯金残高別には1,500億円以上の農協で全体より高くなっている。

なお、少数ではあるが、「市民農園や農業体験、営農講座等への参加」「農産物の提供」のような営農経済事業と連携した特典を用意している事例がみられた。このような農協の総合性を生かした独自の特典は他行との差別化を図るのに有効であろう。

(4) 団塊世代に対して推進する金融商品

取組実施農協において、団塊世代向けに推進している金融商品は定期貯金(94.5%)、定期積金(50.4%)、年金共済(29.9%)、個人向け国債(24.8%)などである(第4図)。個人向け国債や投資信託を推進している農協の割合は、地帯別には特定市の農協で高く、また貯金残高別には1,500億円以上の農協で高くなっている。また、団塊世代だ

第4図 団塊世代向けに推進している商品



けが利用できる商品を取り扱っている農協は159組合ある。団塊世代専用商品のほとんどは定期貯金(90.6%)と定期積金(29.6%)である。

これら専用商品の利用条件は、「退職金の預け入れ」が64.8%で最も高く、次いで「年金口座の指定・予約」が64.2%、「預入金額の制限」が36.5%となっている。専用商品を種類別にみると、定期貯金で「退職金の預け入れ」の割合が高く、定期積金で「年金口座の指定・予約」の割合が高くなっており、商品に合わせた利用条件が設定されているといえる。

(5) 団塊世代に対する取組みの位置づけ

団塊世代に対する取組みでは、対象者の年齢を定め、かつ団塊世代専用商品を取りそろえて推進を行っている農協と、通常の年金、貯金獲得の一環として団塊世代に対応している農協がある。

後者の農協が多数であるが、前者の農協は主として都市部の大規模農協にみられる。競合する金融機関が多い都市部の農協では、他業態に劣らない金融商品の品揃えと推進体制の整備が求められているとみられる。

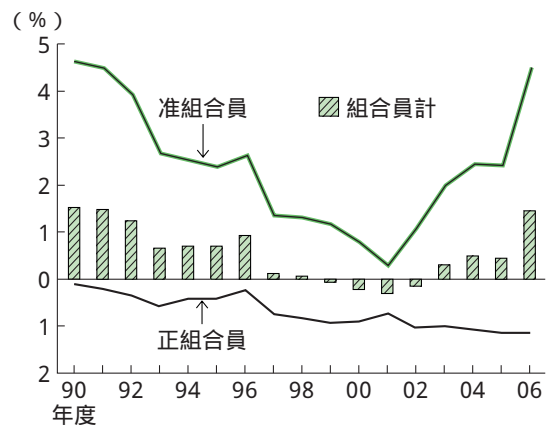
3 准組合員拡大への取組み

(1) 特定市中心に准組合員数が高い伸び農協の組合員数の最近の動向を農林水産省「総合農協統計表」(全数調査)によってみると、正組合員数の前年比増減率は02年

度以降06年度まで1%程度の減少が続いているのに対し、准組合員数は02年度以降伸びが高まる傾向にあり、特に06年度は前年比4.5%増と前年の2.4%増に比べ約2ポイント拡大した(第5図)。

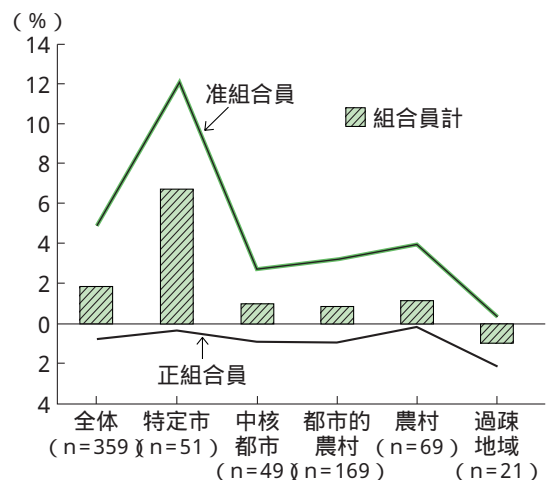
動向調査(359組合集計)によっても、06年度の組合員数の前年比増減率は総合農協統計表と同程度となっている(第6図)。地帯別には、すべての地帯で正組合員数は前年比減少、准組合員数は増加し、この結果組合員数合計は、過疎地域以外、すべて

第5図 農協の組合員数(前年比増減率)



資料 農林水産省『総合農協統計表』「平成18事業年度総合農協一斉調査の概要(速報値版)」
(注) 06年度は速報値。

第6図 組合員数の前年比増減率(06年度)



の地域で前年比増加となった。准組合員と組合員計の伸び率が最も高いのは特定市であり、准組合員数は前年比12.0%増、組合員数は同6.7%増となった。

(2) 准組合員の加入推進への取組み

このように准組合員数の伸びが高まっている要因の一つとして、農協における准組合員加入推進の取組みがあげられる。

動向調査によれば、准組合員の積極的拡大策を実施している農協は38.3%、また今後行う予定の農協は7.9%であり、検討中との回答も13.1%あった。地帯別には特定市、中核都市において、積極的拡大策を行っている農協の割合が比較的高く、また、准組合員比率が高い農協ほど積極的拡大策を行う割合が高い傾向がみられた(第2表)。

積極的拡大策としてだけでなく、通常の

第2表 准組合員の積極的拡大方策の実施状況
(地帯別・准組合員比率別、回答組合数構成比)

		(単位 組合、%)				
		回答組合数	行っている	今後行う予定	検討中	特に行っていない
全体		366	38.3	7.9	13.1	40.7
地帯	特定市	51	60.8	5.9	11.8	21.6
	中核都市	52	48.1	5.8	9.6	36.5
	都市的農村	171	33.9	8.8	15.8	41.5
	農村	70	28.6	8.6	11.4	51.4
	過疎地域	22	27.3	9.1	9.1	54.5
准組合員比率	20%未満	26	23.1	3.8	11.5	61.5
	30	70	32.9	10.0	17.1	40.0
	40	81	24.7	13.6	12.3	49.4
	50	62	29.0	8.1	16.1	46.8
	60	48	45.8	4.2	14.6	35.4
	70	27	55.6	3.7	14.8	25.9
	70%以上	51	70.6	3.9	3.9	21.6

第3表 准組合員加入推進のために行っていること

	(単位 %)			
	通常行っていること (n=364)		積極的拡大方策として 行っていること (n=166)	
	回答組合割合	順位	回答組合割合	順位
貸出、共済など金融共済事業の利用者に加入推進	77.2	1	39.2	1
全事業の利用者を対象に加入推進	28.8	2	18.1	3
農協事業の大口利用者に加入推進	24.5	3	31.3	2
渉外担当者の戸別訪問時に加入推進	18.1	4	14.5	4
購買店舗や直売所利用者に加入推進	13.5	5	8.4	8
介護福祉や葬祭利用者に加入推進	13.2	6	9.6	7
パンフレット、広報誌等で加入を呼びかける	12.4	7	14.5	4
ポイントカードの導入	3.6	8	12.0	6
イベントで加入推進	3.6	9	6.0	9
その他	1.4	10	6.0	9
特に行っていない	10.7	-	5.4	-

取組みとしても、准組合員の加入推進は多くの農協で行われており、具体的には、「貸出、共済など金融共済事業の利用者に加入推進」との回答が77.2%と最も多く、次いで、「全事業の利用者を対象に加入推進」「農協事業の大口利用者に加入推進」となっている。積極的拡大方策としての取組みと比較すると、「貸出、共済など金融共済事業の利用者に加入推進」が最も回答割合が高いことは共通しているが、「農協事業の大口利用者に加入推進」「パンフレット・広報誌等で加入を呼びかける」「ポイントカードの導入」との回答は、積極的拡大方策の方が通常行っていることに比べ、順位、割合とも高くなっている(第3表)。

また、加入推進の際に組合員となるメリットとしてアピールしていることとしては、「農協のサービスや施設を利用できる」

(64.1%)の割合が最も高く、次いで「借入時に基金協会等系統保証を利用できる」(53.7%)、「農協のサービスや施設利用の優遇」(45.5%)、「出資配当がある(または高い)」(44.7%)である。

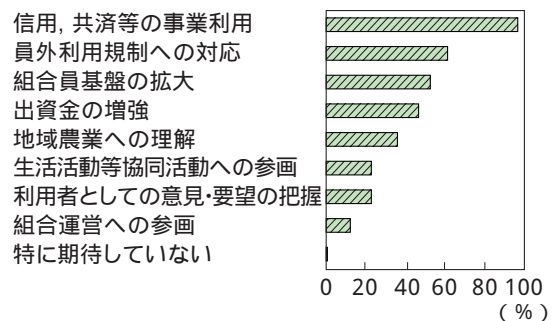
このように、准組合員加入推進の対象は金融共済事業の利用者中心であり、農協サービスの利用が可能であることやサービス面での優遇を加入のメリットとしてアピールしている農協の割合が高い。

(3) 准組合員への期待

また、農協が准組合員に何を期待するかをみると、事業利用に関する回答が上位となっている。准組合員への期待として、最も多くの農協であげているのは「信用、共済等の事業利用」(96.2%)であり、次いで「員外利用規制への対応」(60.7%)である(第7図)。

しかし、農協が准組合員に期待しているのは、事業利用だけではない。第3位以降の回答には、「組合員基盤の拡大」「出資金

第7図 准組合員への期待(複数回答, n=366)



の増強」「地域農業への理解」が続き、さらに「生活活動等協同活動への参画」や「利用者としての意見・要望の把握」「組合運営への参画」と、准組合員への期待は多様である。特に、協同活動への参加や意思反映にかかわることについても、准組合員に期待していることが注目される。

<執筆者>

- 1 江川 章(前 主任研究員)
(現在 農林水産省農林水産政策研究所 主任研究官)
- 2 一瀬裕一郎(研究員)
- 3 斉藤由理子(主任研究員)

