

農協における金融包摂の取組み

—農協の移動店舗とスマートフォン教室—

調査第一部長 重頭ユカリ

〔要 旨〕

日本では金融機関の店舗数が減少しており、交通手段がなかったり情報通信機器をうまく利用できなかったりする高齢層を中心に、金融機関の商品やサービスへのアクセスが困難になる人が増えることが懸念される。

これに対して、農協では移動店舗を導入したり、スマートフォン教室を開催したりする動きが進んでいる。移動店舗は、通常の店舗からの距離が遠い地域での金融サービスへのアクセス確保に貢献しているだけでなく、自然災害等の非常事態時にも役割を発揮するようになってきている。また、農協によっては、移動店舗の停留所が人々の交流の場になっているケースもある。高齢層がデジタルチャネルを活用できるようになるためにはサポートが重要であり、スマートフォン教室はその支援策になりうる。これらの取組みは、金融包摂だけでなく、より広く社会的包摂にも貢献できる可能性がある。

目 次

はじめに

1 金融へのアクセスの問題

- (1) 金融機関への物理的なアクセス
- (2) デジタルチャネルへのアクセス

2 農協の移動店舗

- (1) 金融機関の店舗再編への対応策
- (2) 移動店舗の配置状況

(3) 農協の移動店舗における業務

3 農協におけるデジタルチャネルへのアクセス向上の取組み

- (1) 店舗でのデジタルチャネルの普及
- (2) 農協におけるスマートフォン教室
- (3) スマートフォン教室への期待

おわりに

はじめに

日本では金融機関の店舗数が減少しており、交通手段がなかったり情報通信機器をうまく利用できなかつたりする高齢層を中心に、金融機関の商品やサービスへのアクセスが困難になる人が増えることが懸念される。

1990年代のイギリスでも金融機関の店舗が閉鎖された結果、金融サービスへの物理的なアクセスが限定される状況が生じ、欧州委員会はこれを「金融排除」^(注1)と呼んだ。金融排除はその後より幅広い概念としてとらえられるようになり、現在では、「社会的排除」の1つの側面とされている。社会的排除とは、人々や地域が失業、スキル不足、低所得、不十分な住宅、犯罪の多発する環境、不健康や家庭崩壊等の問題に苦しんでいるときに起こり得ることを簡略化した言葉で、単なる貧困や低所得よりも広い概念を含む。

日本では、新型コロナウイルスのワクチン接種の申込みを高齢者がインターネットでできないことが話題となったが、情報通信機器をうまく使いこなせない、いわゆるデジタル・デバイドにより、社会的なサービスへのアクセスが困難になることも社会的排除にあてはまる。外務省のウェブサイトによれば、デジタル・デバイドとは、^(注2)「一般に、情報通信技術（IT）（特にインターネット）の恩恵を受けることのできる人とできない人の間に生じる経済格差を指し、

通常『情報格差』と訳される。（中略）デジタル・デバイドは、あらゆる集団の格差を広げてしまう可能性を有しているため、その解消に向けて適切に対処しないと新たな社会・経済問題にも発展しかねない」。デジタル・デバイドによって金融機関がインターネット上で提供するサービスを利用できないことは、金融排除の状態が生じているということになる。

他方、金融包摂とは金融排除とは対極の状況であり、世界銀行のウェブサイトによれば^(注3)「金融包摂とは、個人や企業が、取引、決済、貯蓄、信用、保険など、それぞれのニーズに合った便利で手頃な金融商品・サービスを、責任ある持続可能な方法で利用できることを意味する」。

本稿では、金融包摂に向けて、金融サービスへの物理的なアクセスの確保やデジタル・デバイドの解消のため、農協がどのような取組みを行っているかを紹介する。

^(注1) European Commission (2008) p.9.

^(注2) <https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/it/dd.html> (21年9月8日最終アクセス)

^(注3) <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/overview> (21年9月8日最終アクセス)

1 金融へのアクセスの問題

(1) 金融機関への物理的なアクセス

日経リサーチ社が首都圏で毎年実施しているアンケート調査「金融総合定点調査『金融RADAR』」^(注4)では、口座からの資金の引出しや預入れ、振込等で最もよく利用する金融機関について、ほかの金融機関より

良い点を質問(複数回答)している。毎年最も多く挙げられるのが「支店が自宅の近くにある」という選択肢で、2020年の調査では59.7%の回答者が選択している。この結果からは、金融機関の利用にあたっては、店舗の近接性が重視されていることがわかる。

しかし、店舗の近接性は重視されていても、実際の利用頻度はそれほど高くない様子もうかがわれる。全国銀行協会が3年ごとに実施する「よりよい銀行づくりのためのアンケート」^(注5)では、店舗の窓口の利用率は12年の92.7%、15年89.3%、18年75.8%と低下傾向にある。18年の調査では、利用頻度は「半年に1回以上月1回未満」(28.3%)、「半年に1回未満」(20.1%)、「月1回以上週1回未満」(19.8%)、「週1回以上」(7.7%)とさほど高くない様子がみてとれる。一方で、銀行内ATMの利用率は91.1%(18年)で、「月1回以上週1回未満」(46.9%)、「週1回以上」(16.9%)の選択割合も高い。このことから、インターネットバンキングやコンビニエンスストアでの収納サービスの普及等により、銀行店舗の窓口に行く機会は減りつつあり、実際によく利用するのは窓口ではなくATMがメインという人が多いと考えられる。

本誌梶間論文で報告しているとおり、金融機関の店舗数は減少が続いているため、特に農村部では店舗までの距離が以前に比べて遠くなっているとみられる。そのような状況下、国土交通省の「令和3年版交通政策白書」によれば、「日常生活で自動車を

使う人がどの程度いるのかという観点から自動車分担率について見ると、地方部の人口密度が低い都市ほど高く、かつ、経年的に高まる傾向が見られ^(注6)る。つまり農村部では移動手段を車に頼る割合が高まり、免許返納等により高齢者が交通弱者になりやすい傾向が強まっている。金融機関の店舗数の減少によって、交通弱者を中心に店舗へのアクセスが困難になる人が増えることが懸念される。

(注4) 20年調査は東京駅を中心とする首都圏40km圏の20~74歳の男女2,827人を対象に留置き(1,331人)と郵送(1,496人)で実施。

(注5) 18年7月に全国の18~79歳の男女一般生活者3,400人を対象にインターネットで実施。

(注6) 国土交通省(2021)22頁。

(2) デジタルチャネルへのアクセス

デジタルチャネルの利用についてはどのような状況になっているのだろうか。ここでは、金融機関が提供する商品やサービスに対する、パソコンやスマートフォンなどからのアクセスを総称してデジタルチャネルと呼ぶ。

a インターネットバンキングの利用率

日本のインターネットバンキングの利用率を把握するのは難しい。というのは、そもそもアンケート調査をインターネットで行っていると、回答者はインターネットを利用できる人に限定されるため、利用率が実際よりも高くなる可能性があるからである。全国を対象に、インターネット以外で継続的に実施しているアンケート調査を探してみると、日本銀行が満20歳以上の全国

4千人を対象に郵送で実施している「生活意識に関するアンケート調査」がある。

18年6月実施の第74回調査では、「インターネットバンキングの利用状況」について、「利用したことがある^(注7)」と回答した割合は26.3%であった。その後、20年6月実施の第82回調査では、質問内容が「インターネット・モバイルバンキングでの振込の利用状況^(注8)」に変わり、「利用する^(注8)」と回答した割合は23.6%であった。

質問内容が異なるため厳密な比較はできないものの、EU主要国のインターネットバンキングの利用率よりも日本は低いとみられる^(注9)。18年の時点でデンマーク、フィンランド、オランダが各89%、ベルギー69%、フランス63%、ドイツ59%、イタリア34%であった。20年には、デンマーク94%、フィンランド92%、オランダ89%、ベルギー75%、フランス66%（19年）、ドイツ65%、イタリア39%に上昇している。

b インターネットへのアクセスはパソコンからスマートフォンへ

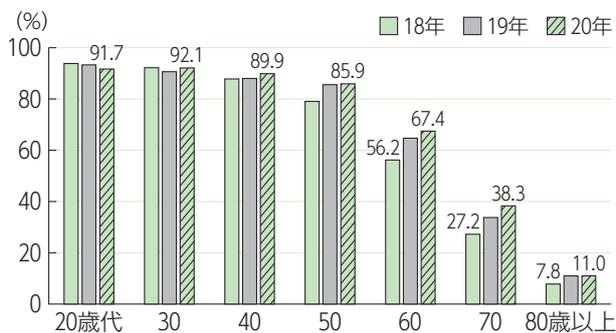
EUの中でも、フィンランドのインターネットバンキング利用率は非常に高い。同国の協同組合銀行OPフィナンシャルグループは、インターネットバンキングへのアクセス状況を公表しているが、16年からスマートフォン（以下、場合によりスマホと略すこともある）向けアプリへのログイン回数がパソコン向けネットバンクのそれを上回るようになった。20年1年間のパソコン向けネットバンクへのログイン数は約6,806万

回と前年比33.3%減少したのに対し、スマホ向けアプリへのログイン数は4億377万回と同33.6%増加した。スマホアプリのログイン数増加により、20年の合計ログイン数は前年比16.7%増加したが、同行の年次報告書では新型コロナウイルスの感染拡大が高齢層の利用を促進したことを指摘している。具体的には、70～74歳のアプリのユーザー数は、20年3月に前年同月比50%以上増加した。つまり、インターネットバンキングへのアクセスはパソコンからスマホ中心に変わってきており、さらに新型コロナウイルスの感染拡大が高齢層のスマホによるアクセスも増加させたのである。

日本においても、総務省の通信利用動向調査によれば、個人がインターネットに接続する機器としては（複数回答可、無回答を除いた集計）、スマホ中心に変化している。14年には自宅のパソコンが53.5%で最も多く、次いでスマホ47.1%という選択率であったが、17年にスマホ（59.7%）がパソコン（52.5%）を上回るようになった。20年には、スマホが68.3%とパソコンの50.4%を大きく上回っている。

そしてスマホを個人が保有する割合（通信規格が5G以外、無回答を含む集計）は20年には69.3%となった。年齢別に保有率をみると、20歳代、30歳代は9割を超え、40歳代、50歳代は8割超である（第1図）。60歳代、70歳代の保有率は年々上昇し、20年には60歳代でも67.4%、70歳代も38.3%となった。これは、スマホ以外の携帯電話の保有率（60歳代26.8%、70歳代36.9%）を上回っ

第1図 日本における年齢層別スマートフォン保有率



資料 総務省「通信利用動向調査」各年版
 (注) 20年のみ、通信規格が5G以外の保有率。

ている。タブレット等を含めてモバイル端末をいずれも保有していない割合は、60歳代3.6%、70歳代8.5%、80歳以上24.4%と低く、多くの方が携帯電話自体を保有していることから、今後もスマホ以外からスマホへの置き換わりが進むと考えられる。

パソコンはパーソナル・コンピュータといわれながらも、世帯内で複数人が共有して利用するケースも多かったが、スマホは個人で所有して利用するのが一般的である。機種にもよるが、スマホでは指紋や顔などによる生体認証を行うことも一般化しているうえに、容易に音声入力が行えるため、キーボードに不慣れな高齢者でも扱いやすい。また一度登録すれば、IDやパスワードの情報を保存し、生体認証によって自動入力する機能もあり、IDやパスワードを入力する手間を省くこともできる。こうした操作性の簡便さが高齢層へのスマホ普及を促進していると考えられる。

重頭（2021）では、コロナ禍で高齢層も含めてインターネットショッピングの利用率が上昇したことを指摘したが、スマホの

普及やコロナ禍といった要因により、高齢層も含めてスマホでの金融サービスへのアクセスが日本でも今後は進んでいくとみられる。こうした金融機関の店舗へのアクセス状況や、スマートフォンの利用状況を踏まえたうえで、農協の具体的な取組みについてみてみたい。

(注7) 「月3回以上使う」「月に1、2回程度使う」「年に数回使う」の合計。

(注8) 「(店頭・ATMでの振込よりも)よく利用する」(11.3%)と「店頭・ATMの振込と併用して利用する」(12.3%)の合計。

(注9) Eurostatによる。15～74歳のインターネット未利用者を含むすべての個人回答者に占める過去3か月のインターネットバンキング利用者の割合。

2 農協の移動店舗

(1) 金融機関の店舗再編への対応策

各金融機関は、店舗の小型化、昼休みの導入や営業時間の短縮、平日休業など店舗網を維持するための努力を行っているものの、人口減少や経営の持続可能性が強く求められる環境下で店舗の再編も進めている。前述のとおり窓口よりもATMでの現金引出しを店舗の利用目的とする人が多いことから、窓口をなくしても跡地にATMを残したり、利便性の良い場所にATMを設置したりするケースもある。また、コンビニATMとの提携やATMの共同利用などの利便性向上策をとることも多い。

農協でも同様の対応をとることが一般的だが、利用者の多くを占める高齢層がATMの利用にそれほど積極的ではない傾向もあり、店舗再編後の機能補完として、渉外担

当者（外務員）による訪問を一層充実させることも多い。

また物理的なアクセスを維持するために、移動店舗を導入したり、再編後の最寄り店舗までの交通手段を提供したりすることもある。交通手段の提供事例はそれほど多くないとみられるが、移動店舗は近年導入が進み、平常時だけでなく災害時にも活用されるようになってきているので、以下で詳細をみてみたい。

(2) 移動店舗の配置状況

移動店舗は、トラックやバスを金融機関の店舗用に改造したもので、移動金融店舗、移動金融車、移動店舗車などとも呼ばれる。店舗と呼ばれることがあるものの、支店や出張所には該当しないため、金融機関の店舗数としてはカウントされていない。

そのため、現状どのぐらいの移動店舗があるのかについては明確なデータはないが、移動店舗のシェア8割を持つとされるオリックス自動車によれば、21年3月の時点で地銀・信金等に32台、農協にのべ126台が導入されている^(注10)。オリックス自動車のものだけをみても、農協のシェアは高い。

なお移動店舗は日本だけのものでなく、筆者が知る限りではあるが、オランダのラボバンクやフィンランドのOPフィナンシャルグループ、フランスのクレディ・アグリコルでも導入されている。

刀禰（2018）によれば、日本で移動店舗が初めて導入されたのは1970年代とされる。99年1月1日以降の記事検索ができる日本

農業新聞のデータベースを用いると、おそらく初めて農協の移動店舗が紹介された記事^(注11)は02年のものであり、その記事では前年11月にスタートしたと紹介されている。その後、東日本大震災といった災害を機に、BCP（事業継続計画）の観点から、地銀や信金等での導入も進んできたようである。

JAバンクでは、自己改革集中取組期間であった16～18年度に「農業と地域・利用者をつなぐ金融サービスの提供・地域貢献」の役割を十全に果たすために、またBCP対応の観点から、移動店舗の導入を全国企画として開始した。農林中央金庫が車両の規格などを検討し、導入を希望する農協に対して助成を行ったため、移動店舗の台数が増加した。その後も全国企画として移動店舗の導入が進められていることもあり、21年度末には全国企画での導入台数だけでも126台になると見込まれている。

(注10) 読売新聞オンライン記事2021年6月1日付「移動金融車（オリックス自動車）」による。

(注11) 日本農業新聞2002年1月9日付「『移動店舗』が組合員から好評 買い物や貯金の出し入れも 山口」

(3) 農協の移動店舗における業務

a 移動店舗の業務

移動店舗で取り扱う業務については、人数的な制約や防犯上のリスクを踏まえ、基本的には、当座性貯金の入出金、定期性貯金の受入れ、管轄店舗の定期性貯金の支払・解約、通帳記帳・繰越、通帳・カード等にかかる事故届の受付となっている。そのうえで、当座性貯金の解約、振込、公共料金・税金納付、農協の購買代金・共済掛金の入

金、ローン等の相談業務などについては、農協の任意で取扱いを可能としている。移動店舗を営業する日数や時間、停留する場所・運行ルートは農協ごとに決めている。一般的には、もともと信用事業の窓口があった店舗の跡地なども含め、1か所で数時間営業し、1日で数か所を巡回することが多い。

農協の移動店舗のなかには、地銀や信金にはない特徴を持つものが含まれる。1つは、購買店舗併設型のものがあることで、全国企画の移動店舗の仕様としても購買併設型を準備している。農協自体が総合事業を行っていることや、信用事業の店舗がない地域では買い物ができる商店も少ないことから、金融と購買の機能を併設した移動店舗が導入されるケースがある。

また、移動店舗が訪れる場所で、利用者の交流を促進したり、地域の活性化に資する取組みが行われることもある。例えば、JAぎふでは移動店舗の一部の停留所出張朝市や「なんでも相談会」を定期的^(注12)に実施している。次に紹介するJAそお鹿児島も停留所^(注13)で交流会等を実施している。

b JAそお鹿児島の移動店舗

JAそお鹿児島では、12年10月に店舗再編を行ったこと、過疎化が進み商店の廃業などで買い物ができる場所が減ったことを背景に、13年11月に購買併設の移動店舗1台を導入した。当時はまだJAバンクの全国企画は導入されておらず、車の購入にあたっては経済産業省九州経済産業局の「地域自

立型買い物弱者対策支援事業」による補助金を受けた。移動金融購買店舗には同JAのマスコット「そお太くん」が描かれ、「わんぱく そお太くん号」（以下「そお太くん号」という）と名付けられている。なお同JAでは、16年1月に購買に特化した移動店舗「わんぱく そお太くん号Jr.」も導入している。

そお太くん号では、信用事業に関しては、入出金、残高照会、定期貯金の受入れ、税金等の収納を行っている。購買事業に関しては、青果・精肉・鮮魚・総菜・日用品などのAコープ商品300点を販売している。運転手1名と、信用事業1名、購買事業1名が専属で担当しており、運転手と信用事業担当者は金融課に所属している。

同JAでは、21年4月に店舗再編を実施するにあたり、そお太くん号の運行コースの見直しを行った。それまでは火曜日から金曜日の4日間の運行であったが、見直し後は月曜日^(注13)から金曜日の5日間で16か所を回っている。過去のものも含めて再編を行った店舗の跡地や、旧駅の跡地、公民館など、停留所はすべてスペースが広く人が集まりやすい場所に設けられている。4月から信



JAそお鹿児島の「わんぱく そお太くん号」
(JAそお鹿児島提供)

用・共済事業の窓口を閉鎖した店舗の停留所ではそれぞれ2時間と、他の停留所の1か所につき30分から40分よりも長く営業している。停留所がある地域は、いずれもJA以外の民間金融機関はなく、あったとしてもゆうちょ銀行のみという状況である。停留所は利用件数によって、入替えを行うこともある。

そお太くん号の利用者には高齢層が多く、車で10分ほど走れば他の支店に行けても、○曜日○時にはそお太くん号がくるからと徒歩や電動シニアカーで足を運ぶことが習慣化している人が多い。しかし、4月から窓口を閉鎖した店舗の停留所では、ATMでは対応できない金額の現金引出しをそお太くん号で行う農業後継者等がいるなど、利用者の年齢層は幅広く、利用件数も多い。

各停留所はそれぞれ最寄りの支店が管轄しており、そお太くん号の停留時には管轄する支店の年金相談員がサポートを行う。年金相談員は年金受取りの紹介等を行う係で同JAの退職者がパートタイムで従事しており、高齢者がそお太くん号で買った荷物の積込み等についてもサポートを行う。

停留所の1つである旧森山事業所では、14年から、そお太くん号がくるまでの待ち時間を利用してコーヒータイムを開いている。開始当時はJA職員で現在は年金相談員となっている人が中心になり、社会福祉協議会やJA女性部の助け合い組織と協力して、お茶を飲んだり血圧を測定したりしながら、そお太くん号の到着を待つという取り組みである。また、20年8月には一部の停

留所に、鹿児島県警が停留時間に合わせて移動交番を設置した。現在は新型コロナウイルスの感染拡大で休止しているが、移動交番では防犯やドライブレコーダー設置について相談したり、運転免許の返納手続きを行うことができる。

そお太くん号を紹介するJAそお鹿児島のウェブサイトでは「利用者同士で会話が広がるなど、買い物支援だけでなく、地域での交流の場にもなっています^(注14)」と書かれており、移動店舗は、単に金融サービスの利用や買い物の場としてだけでなく、利用者の交流の場としての機能も果たしていることがわかる。

c 災害時の活動

移動店舗は平常時だけでなく自然災害等の非常時にも機能を発揮するようになってきている。豪雨や台風などの災害時には、移動店舗を保有する農協であれば、農協内で運行ルートを変更して被災した地域に移動店舗を派遣することができる。他方、自前の移動店舗を保有していない農協でも、県内外の近隣農協や信農連への派遣要請を行い、被災した店舗管内での営業を行うことができる。

全国企画として導入した移動店舗は、「災害時における移動店舗車両の派遣に関する協定書」を締結し、災害発生時は派遣要請に対応するという仕組みが構築されている。派遣期間は最長1か月で、農協同士で相談したり、農林中央金庫が仲介したりと派遣のきっかけはそれぞれだが、具体的な手続

きは農林中央金庫を介して行う。また、移動店舗を派遣する農協では、通常運行しているルートの利用者に、しばらくの間運行をとりやめることの告知を行う。各農協の移動店舗を紹介するウェブサイトやチラシには、災害時等に移動店舗をほかの農協に貸し出す可能性があることについて言及しているケースもある。

これまで18年、19年、20年の豪雨や台風で、合計11回の派遣実績がある。例えば、20年7月末の記録的な豪雨で浸水の被害を受けた山形県のJAおいしいものがみ大蔵支店には、JAやまがたの移動店舗「ふれあい号」が20年8月18日から9月9日の間派遣された。JAおいしいものがみ大蔵支店の駐車場にとめられたふれあい号には同JAの職員が乗り込み、組合員や地域住民に普通貯金の入出金や各種税金、公共料金等の受入れなど、日常生活に必要な金融サービスを提供した。農林中央金庫山形支店によれば、車がなく他の支店を利用することができなかった高齢者など多くの利用者が訪れ、感謝の声が寄せられたという。また派遣した側のJAやまがたの利用者からも、相互扶助の農協らしい良い取組みだと評価する声があったとのことである。

なお、JAやまがたは、19年10月の台風19号で被害を受けた宮城県のJAみやぎ仙南にもふれあい号を派遣している。

(注12) <https://www.jagifu.or.jp/wp/archives/24908> (21年9月8日最終アクセス)

(注13) 新型コロナウイルスの感染拡大により、21年8月時点では停留所1か所(公民館)への運行をとりやめている。

(注14) JAそお鹿児島ウェブサイト

<https://ja-sookagoshima.or.jp/service/soota/> (21年9月8日最終アクセス)

3 農協におけるデジタルチャンネルへのアクセス向上の取組み

(1) 店舗でのデジタルチャンネルの普及

高山(2019)では、EUの主要9か国において、金融機関の店舗が少ない国ほどインターネットバンキングの利用率が高い傾向がみられることを指摘している。筆者は、インターネットバンキングの利用が進むことによって店舗への来店が減ることに加え、もともと人口密度が低く店舗を設置しにくい国ではインターネットバンキングの利用が進みやすかったこともその背景だと考えている。

高山(2019)はまた、EU主要国の状況について「金融機関がデジタルチャンネルの強化に注力し、店舗を削減していることは事実であるが、長年にわたり店舗を通じて事業を展開してきた金融機関においては、店舗の身近さを利用して地域における高いプレゼンスをオンライン上につなげていく取組みや、店舗が少なくなっても身近さを維持するための取組みを行っている」と述べている^(注15)。そして、フィンランドやベルギーのようなデジタルチャンネルの利用が進んだ国において、同チャンネルの利用方法を金融機関の店舗で教える講習会を開いたことを紹介している。つまり、デジタルチャンネルを普及するために店舗を活用したのである。

日本では、ここ数年スマートフォン教室を開催する農協が増え、そのなかで金融サービスへのアクセス方法を教える事例も出てきている。その他の金融機関については、筆者が調べた限りではあるが、地銀や信金でスマートフォン教室を開催したケースはあるようだが、デジタルチャネル活用についての講座等を積極的に行っている様子はいかがわれなかった。他方、携帯電話会社のNTTドコモやソフトバンクでは、店舗や出前講座でスマートフォン教室を積極的に開催しており、そのなかでキャッシュレス決済の利用方法を教えることがあるようである。

(注15) 高山 (2019) 24~25頁

(2) 農協におけるスマートフォン教室

a スマートフォン教室の始まり

農協によるスマートフォン教室の記事が日本農業新聞に掲載されるようになったのは、17年頃からである。記事を読むと、当初は高齢層にも普及し始めたスマートフォンと従来型の携帯電話はどう違うのかについて説明したり、カメラ機能の使い方や利用にあたってのセキュリティ上の留意点を教えたりするのが主だったようである。

その後、農協でのスマホ教室開催や信農連等がその開催を支援する動きが広がった。農協で年金受取りをしている人が入会できる年金友の会、作物別の部会、女性部の活動の一環として、また、支店での地域活性化に資する協同活動の一部として教室を開催することが多い。

JAバンクでは、一般的なインターネットバンキングに加えて19年12月にスマートフォンで簡単に登録できるJAバンクアプリをリリースしたため、最近開催される教室ではJAバンクアプリを説明するものもある。同アプリでは貯金の残高や入出金の明細をみられるため、コロナ禍で外出自粛が求められるなか、店舗に足を運ばずにアプリを利用することを推奨する農協も多い。

具体的な教室の様子について、21年3月にスマホ教室を開催したJA香川県の事例を紹介してみたい。

b JA香川県でのスマホ教室

JA香川県では、20年10月にJA役員と女性部の役員との意見交換会が行われ、その場で女性部役員からスマホを活用したいので教えてもらう場を持たないかという話が出た。同JAでは、JAバンクアプリの登録をキャンペーンに取り入れるなどの企画を行っており、女性部の役員の中にもその利便性を実感していた人がいたため、スマホ教室では同アプリの使い方も教えてほしいという申し入れがあった。

JAではこうした要望に応えるために動き出し、21年2月に高松市で教室を開催するように準備していたが、新型コロナウイルスの感染拡大で開催は3月に延期された。参加者を女性部で募ったところ、100人以上が参加する予定であったが、感染防止のため半分程度の55人に絞り午前と午後に分けて広いスペースで実施することになった。参加者はスマホを所有している女性部員で、

70歳代ぐらいの人が中心であった。

講師はNTTドコモに依頼し、スマホの基本操作やスマホが得意なこと、アプリについて説明したのち、実際にJA香川県のインスタグラムをみて「いいね！」をつける方法を体験してもらった。JAバンクアプリの説明は同JA職員が担当し、JAバンクの公式ウェブサイトに掲載されている動画を使いながら、時々再生を止めて説明を付け加えるかたちで行った。

前述のとおり、同JAではアプリやインターネットバンキングへの登録をキャンペーンに取り入れているため、店舗の窓口でも利用者に登録や利用方法を説明している。そうした経験を踏まえて、あらかじめ教室の進行の妨げになりそうな点を取り除く工夫を行った。メールの受信という最初の段階でつまずくと先に進まなくなってしまうため、事前にヒアリングシートを配布し、アプリの登録に必要なメールアドレスを確認し、受信可能な状態にすることを参加者に依頼した。また、アプリに登録したいIDやパスワードも家で考えて事前ヒアリングシートに記載してきてもらうことにより、教室ではそれをみながらスムーズに入力できるようにし、後で忘れてしまったときにも参照できるようにした。

教室の当日は慣れない操作に手こずりながらも、JA香川県のインスタグラムをみられるようになると参加者からは楽しそうな声があがった。JAバンクアプリについては「こんなに簡単に貯金残高や入出金明細がみられるなんて」という感想があったという。

同JAによれば、スマホの最近の機種には生体認証でIDやパスワードを呼び出せる機能がついているものもあり、一度登録してしまえば、それらの機能を使って容易にアプリを利用できる。インターネットへのアクセスがパソコンからスマホに移ったことで、高齢層にも利用しやすくなったと実感しているという。教室は参加した女性部員から好評だったようで、参加者の話を聞き、他の組合員やJA職員からもうちの店舗でも実施してほしい、実施したいという要望があがり、実際に開催したケースもある。

(3) スマートフォン教室への期待

各地の農協での動きも踏まえ、JA全中と農林中央金庫は、高齢者もスマホを活用し暮らしの利便性向上につなげるため、全国の農協が携帯電話会社と連携してスマートフォン教室を開催できる仕組みを構築した。21年7月にJA全中と農林中央金庫が「JAスマホ教室」に関する全国説明会を開催したところ、農協、信農連、中央会などから、1,000人の枠を超える申込みがあるなど高い関心が寄せられた。

説明会では、スマホの具体的な活用例として、インターネットショッピングやインターネットバンキングの利用、LINEでのコミュニケーション、さらには女性部の手芸教室で作った作品をメルカリに出品すること等が紹介された。実際にスマホ教室を開催した農協の事例報告も行われたが、教室の募集を開始したところ、あっという間に定員が埋まり、当初2回の予定が5回開催

することになった農協もあった。教室の参加者からは、他の金融機関で通帳をなくす動きが進んでいることをニュースで知り不安になっていたが、JAバンクアプリの説明を含むスマホ教室があってほっとしたという感想も出たそうである。

以前から組合員・利用者のニーズを踏まえてスマホ教室の開催が増えていたことに加え、全国からの支援策ができたことから、新型コロナの状況に左右されはするものの、スマホ教室を開催する農協は一層増加し、多くの人に参加するようになるとみられる。

農協としては、コロナ禍で対面でのやりとりが困難になるなか、スマホを利用してSNS経由で農協と組合員・利用者とのコミュニケーションを図り、さらに農協が提供するインターネット上のサービスへのアクセスが増えることへの期待がある。スマホ教室は、年金友の会や女性部など以前から農協で行われていた活動の一環として開催されることも多く、組合員活動の活性化に資することも期待されている。

参加する側にもメリットは大きい。19年6月に開催されたG20財務大臣・中央銀行総裁会議の関連シンポジウム「高齢化と金融包摂」に登壇した80歳代のITエバンジェリスト若宮正子氏は、講演のなかで身体能力が衰えてきた高齢者こそ、生活の様々な場面でITを活用すれば利便性を高められると述べた。例えば、認知機能の衰えを補うため、スマホやパソコンを連動させてスケジュールを管理し、時間になったら音声で知らせてくれるように設定するといった具

合である。同氏は、高齢者の孤立、生きがい喪失への対策として、ITを使った社会参加や自立を支援する活動を行っている。高齢者が新しいサービスから取り残されないようにするには、それを知らない人に教えることが重要だとしており、スマホ教室はまさにそれに該当する取組みであるといえるだろう。

(注16) エバンジェリストは伝道者の意で、ITについてわかりやすく説明したり啓蒙したりする役割の人をさすが、同氏の呼称は本人が名乗るといよりは周囲がそう呼んでいるようである。この項の記述は、同氏の当該講演を聞いて筆者がまとめたものである。

おわりに

本稿では、近年他業態でも導入され始め、特に農協で導入が進んできている移動店舗と、今後農協での開催が一層増加すると見込まれるスマホ教室について取り上げた。いずれも、地域のニーズをくんで農協が始めたことが徐々に広がり、それが全国での企画としてさらに広がってきた、または広がることを見込まれている。

移動店舗は、通常の店舗からの距離が遠い地域における金融サービスへのアクセス確保に貢献しているだけでなく、自然災害等の非常事態時にも役割を発揮するようになってきている。また、農協によっては、移動店舗の停留所が人々の交流の場になっているケースもある。

先にみたとおり、一般にデジタルチャネルの普及は窓口利用ニーズの縮小につながるとみられるが、農協の移動店舗の主な利

用者である高齢層がデジタルチャネルを活用できるようになるためにはサポートが重要である。その支援策の1つになりうるのがスマホ教室であり、デジタル・デバイス解消への最初の一步になることが期待される。

携帯電話会社でもスマホ教室を実施しているにもかかわらず、農協のスマホ教室へのニーズが高いのはなぜだろうか。教室に仲間と一緒に参加できること、そして仲間同士で連絡を取り合ったり、農協のSNSをみたり、JAバンクアプリを利用したり、操作を覚えた後の使い道が具体的に想像できることも背景にあるのではないか。また、以前から行われていた組合員や利用者の対面での活動がコロナ禍で難しくなってきたことも、スマートフォンでのコミュニケーションへのニーズを強めているとみられる。

JAそお鹿児島では、同JAの様々な事業や活動をSDGsの17の目標のそれぞれに位置付けている。そお太くん号については、「9 産業と技術革新の基盤をつくろう」「11 住み続けられるまちづくりを」という目標、JAネットバンクやJAバンクアプリの普及は「8 働きがいも経済成長も」の目標に密接に関連すると位置付けている。

農協の移動店舗やスマートフォン教室の開催は、SDGsの「誰一人取り残さない」という理念にも非常によく合致すると考えられる。また、これらの取組みは金融包摂に

貢献するだけでなく、高齢層の孤独や孤立を防ぐなどより広く社会的包摂にも役割を發揮できる可能性がある。

<参考文献>

- ・梶間周一郎 (2021) 「数量的に分析した金融機関の店舗の変化—実際にアクセスが可能な実店舗数の推計から—」『農林金融』10月号
- ・金融広報中央委員会 (2019) 「インタビュー 若宮正子さん」『くらし塾 きんゆう塾』秋号
- ・国土交通省 (2021) 「令和3年版交通政策白書」
- ・JAそお鹿児島 (2021) 『そおれーいゆ』4月号
- ・JAやまがた (2020) 『広報紙 JAやまがた』9月号
- ・重頭ユカリ (2021) 「個人リテール金融市場の注目点—家計部門へのコロナ禍の影響を中心に—」『農林金融』1月号
- ・全国銀行協会 (2019) 「よりよい銀行づくりのためのアンケート (報告書)」2月
- ・総務省 「通信利用動向調査ポイント」各年版
- ・高山航希 (2019) 「金融機関はデジタル化で身近さを失うか—欧州の銀行を事例として—」『農林金融』9月号
- ・高山航希 (2021) 「デジタル化で近接性を高めようとする欧州の金融機関」『農林金融』4月号
- ・刀禰和之 (2018) 「信用金庫の移動金融店舗車の導入動向について」『SCB金融調査情報30-5』5月
- ・日本銀行 (2018) 「『生活意識に関するアンケート調査』(第74回<2018年6月調査>)の結果」7月
- ・日本銀行 (2020) 「『生活意識に関するアンケート調査』(第82回<2020年6月調査>)の結果」7月
- ・日経リサーチ (2021) 「金融総合定点調査『金融RADAR』2020」
- ・European Commission (2008), "FINANCIAL SERVICES PROVISION AND PREVENTION OF FINANCIAL EXCLUSION".
- ・OP Financial Group (2021a), "OP Financial Group's Financial Statements Bulletin 1 January - 31 December 2020 Background material".
- ・OP Financial Group (2021b), "Together through the ages OP Financial Group's Year 2020".

(しげとう ゆかり)