

ドイツ・ライフアイゼンバンクの組合員向け施策

主任研究員 重頭ユカリ

1 はじめに

ドイツ信用協同組合銀行グループの単位組合であるマイン-スペサルト・ライフアイゼンバンクは、バイエルン地方に位置し、フランクフルトから電車で約1時間の距離にある。

2011年末の総資産は11億4,500万ユーロ(約1,374億円、1ユーロ120円で計算、以下同じ)、預金残高は9億2,000万ユーロ(約1,104億円)、貸出金残高5億2,700万ユーロ(約632億円)、顧客数は約75,000、職員数335人、支店数は46店である。12年12月に同組合を訪問し、組合員向けの施策についての話を聞く機会を得たので、その内容を報告したい。

2 ボーナスポイントプログラムについて

同組合は、10年に3つの組合が合併して誕生したが、合併前のローア・ライフアイゼンバンクでは2000年代前半からライフアイゼンの理念に戻ろうという機運が高まった。

ドイツでは現在も一部組合の支店で肥料等の販売を行っているが、ローア・ライフアイゼンバンクではそうした事業をやめて銀行業務のみに注力する期間が長くなった結果、他の銀行と変わらない銀行となり、協同組合というイメージが薄まったと感じられていた。

そこで、協同組合性を高めるため、組合員数を増やし、連帯感を強め、組合を活力あるものにするための施策の検討を05年から始めた。検討の結果、合併前のローア・ライフアイゼンバン



マイン-スペサルト・ライフアイゼンバンク本店

クはVR AktivPlusという組合員向けボーナスポイントプログラムを07年に導入した。組合員から継続の要望が強かったため、合併後の現組合もこのプログラムを継続している。

ボーナスポイントのカテゴリーとしては、「入金」「預金」「借入」「その他金融商品」「ロイヤリティ」の5つがあり、入金の件数や預金・借入残高によってポイントを付与する(第1図)。そして、1ポイントを1ユーロに換算して、総会後に組合員の口座に振り込む。

プログラムの導入にあたり、ローア・ライフアイゼンバンクでは、それまで4.5%だった出

第1図 VR AktivPlusの概要

ボーナスポイントのカテゴリー				
入金	預金	借入	その他金融商品	ロイヤリティ
給与、年金、子ども手当、失業保険等の入金1件につき1ポイント(最大12ポイント)	四半期ごとに預金残高1万ユーロにつき1ポイント	四半期ごとに借入残高1万ユーロにつき1ポイント	投資信託、保険商品等の商品につき1ポイント(最大12ポイント)	利用歴 1~5年 1 6~10年 2 11~15年 3 15年以上 4

企業理念(協同組合のCI(コーポレートアイデンティティ))→真の協同組合に

資料 マイン-スペサルト・ライフアイゼンバンク資料から作成

資配当率を2.5%に引き下げた。また、出資だけして組合を利用していない人に対しては利用を呼び掛け、応じてもらえない場合は出資の解約を依頼したという。つまり、ただ出資しているだけの人に利益を還元するのではなく、組合の商品やサービスをより多く利用した人に対して還元することにしたのである。合併後の現組合では、出資配当率をさらに引き下げることも検討している。

ドイツでは、ローア・ライファイゼンバンクの導入前に、既にこうしたポイントプログラムを導入していた組合があり、現在も実施している組合があるとのことだが、ポイントの付け方は組合によって異なっている。

3 組合員向け「ゴールドカード」

マイン-スペサルト・ライファイゼンバンクでは、組合員向けに「ゴールドカード」と呼ばれるカードを発行している。ゴールドカードにはクレジットカードの機能はないが、デビットカード機能と、少額決済のため200ユーロまでのチャージができる機能がついている。さらにカードを見せると、レストランでコーヒーが無料になったり美容院代が3%引きになったりする等、全国100以上の提携施設で特典を受けられる。専用のスマートフォン・アプリで、どこでどのような特典が受けられるかをすぐにチェックすることができるので、若い人にも人気があるとのことである。

このカードサービスは、数年前にある地方の中央会がその地方の組合と一緒に開発し、それが全国に紹介されて広がったものだという。現在では約500組合が導入し、200万人の利用者がいる。同組合では、このサービスは、組合員にも喜ばれるし、地域の他の経済主体

と連携することで地域経済の活性化にも貢献できると感じている。

4 組合員向け施策の効果

上述の施策は組合員に対して経済的なメリットを与えるものであるが、マイン-スペサルト・ライファイゼンバンクでは、それに加えて、人口千人程度の村単位で組合員の会合を開き、そこで組合員の意見や要望を聞く等の取り組みも行っている。

そうした場で、若い組合員を増やすための取り組みが必要だという意見が組合員から出たため、組合内の若手職員を中心とするプロジェクトを立ち上げた。プロジェクトでは、若い世代とはソーシャル・ネットワークサービス等による双方向の交流が重要だということになったため、ツイッターやフェイスブックなどの活用も始めた。

地域に若い住民自体が少ないため、若い組合員の獲得は容易ではないものの、組合員数は順調に増加している。組合員数は06年末には合併前の3組合合計で27,491だったが、11年末には33,719に増加した。バイエルン州の296組合のなかで組合員数は最大規模となり、顧客数に占める組合員の割合は上位10位に入っている。将来的には、顧客すべてが組合員になることを目標にしている。

同組合によれば、組合員が未利用者にVR AktivPlusのメリットを紹介し、組合員になるケースもある。さらに、組合員の方が非組合員よりも1人当たりの利用商品数も多く、マージンも大きいことから、顧客を組合員化することにより、取引深耕が進み収益が上がるという効果が現れている。

(しげとう ゆかり)