

農協信用事業による地域の子ども食堂支援

——JAみえきたの子ども食堂応援定期貯金——

研究員 野場隆汰

1 寄付型定期預貯金で地域貢献

定期預貯金は利用者にとって最も身近な資産運用手段の1つである。そのシンプルな商品設計ゆえに、各金融機関は金利の有利性のみならず、ユニークな商品性によって他行との差別化をはかる取組みを展開している。

その一例が、社会貢献に取り組む組織・団体や大規模自然災害の被災地域などを対象に、募集した預貯金額の一定割合を寄付する「寄付型定期預貯金」である。金融機関としては、当商品を通じて顧客と社会的課題を共有でき、社会貢献度の高い取組みとして地域におけるプレゼンス向上も期待できる。

本稿では、その事例として三重県のJAみえきた(以下、「JA」という)における「子ども食堂応援定期貯金」について紹介する。

2 子ども食堂応援定期貯金の仕組み

JAの子ども食堂応援定期貯金は、特定の定期貯金の金利上乗せキャンペーンに合わせ、キャンペーン期間中に預かった定期貯金総額の0.01%相当額分(最高100万円)を地域の子ども食堂に寄付する商品である。

JAではこれまで2023年秋期と24年春期、25年春期のキャンペーン時に、この子ども食堂応援定期貯金を展開している。第1弾となる23年秋期は、JAの合併10周年記念事業の一環として企画され、その好評をうけて、24年春期に第2弾、25年春期に第3弾が企画された。

本商品の特徴は、子ども食堂に地元産の食材を使用してもらう地産地消をねらって、現金ではなく、JAの農産物直売所で利用可能な商品券を寄付する点である。この仕組みは、現金や食材そのものの提供よりも「必要な食材を必要な分だけ買うことができる」「子どもたちの食育にもつながる」など、寄付先の子ども食堂からも好評となっている。

なお、寄付型定期預貯金の寄付原資は、預貯金者の利息からの拠出と金融機関側による自己負担の2パターンが一般的だが、JAの子ども食堂応援定期貯金では後者を採用している。この点について、貯金者からの誤解を招くことがないように、本商品のチラシはわかりやすさを重視したデザインとなっている。

写真1 JAの子ども食堂応援定期貯金(2025年度)のチラシ(JAみえきた提供)

3 寄付におけるマッチング事業の活用

JAから子ども食堂へ商品券を寄付する際には、三重県社会福祉協議会(以下、「県社協」という)が三重県からの委託により運営する「『子どもの居場所』 ニーズ・シーズマッチング事業」を活用している。

本事業は、子ども食堂や学習支援などに取り組み組織・団体が求める支援の“ニーズ”と、その取組みを支援したい“シーズ”を持つ企業等をマッチングさせ、地域一体となった「子どもの居場所づくり」を促す仕組みである。子ども食堂への寄付に際し、JA単独では地域内の子ども食堂の所在や支援ニーズなどの情報収集が難しいなかで、子ども食堂に関する情報が集約されているマッチング事業の活用により、支援を必要とする先への効果的かつ確実な寄付が可能となる。

また、行政の事業であるため、寄付の公平性が保たれるほか、支援先との連絡・調整や子ども食堂からの支援ニーズの照会対応などを県社協に一任でき、寄付にかかるJAの事務負担の軽減にもつながる。マッチング事業の活用はJAが寄付を継続するうえで重要なポイントといえる。

JAでは県社協と連携し、寄付先となる子ども食堂の運営者を招き、商品券を手渡す「贈呈式」を開催している。また、県社協からJAに対して、寄付先の子ども食堂からの感謝のメッセージがまとめられたフィードバックが行われている。こうした寄付先との顔が見える関係性の構築は、JA役職員の寄付に対する理解醸成につながっている。



写真2 JAみえきたから子ども食堂への商品券寄付の贈呈式の様子(JAみえきた提供)

4 総合事業をいかした地域貢献

JAではこれまで、子ども食堂応援定期貯金を通して、第1弾で100万円分、第2弾で54万円分の商品券を寄付しており、地域の子どもの食の課題解決に大きく貢献している。金融商品という信用事業の得意分野をいかしつつ、農産物直売所での地産地消を組み合わせ、総合事業体の農協ならではの地域貢献のあり方といえる。また、信用事業職員にとっても、社会的関心が高い取組みへのコミットと、子育て世代にむけたJAの知名度向上・関係性構築のきっかけになる商品として、組合員へ推進しやすい魅力的な商品と捉えられている。

寄付型定期貯金は、寄付額の負担や商品企画などにかかるコストを考慮する必要はあるものの、農協と地域双方へのメリットの可能性のある取組みといえる。

(のば りゅうた)