

調査・研究紹介

利用者からみた協同組織金融機関の在り方
—協同組織金融機関の金融サービスに関するアンケート結果から—

協同組織金融機関に携わる役職員、研究者等で組織する協同組織金融研究会は、九年六～七月にかけて、東京都近郊市において、標記副題のアンケートを実施した。以下その調査結果を紹介したい。

、調査の目的と調査方法

本調査は、現在進められている日本版金融ビッグバンの下で、協同組織金融機関（農協、信金、信組、労金）が如何なる役割、機能を果たしていくのか、またその経営課題は何かを明らかにするために実施したものである。調査対象は、東京都近郊市の協同組織金融機関との取引を行なっている組合員、会員（原則として各業態とも配布数は一〇〇ずつ、その他に同市に店舗を有する生協二〇〇）に対して六四〇を配布、有効回答四〇一を得た（回収率六二・七％）。

なお、各業態毎の回答者の属性は、信金で法人、信組・農協（農業を含む）で個人事業主が多く、労金（男性中心）、生協（女性中心）では圧倒的に個人が多い（全体では、個人四九・六％、事業体四七・一％、無回答三・三％）。

、アンケート結果の概要

一、金融機関の利用状況

金融機関との取引は、全体平均で一人当たり（法人含む）二・六機関を並行利用

し、その利用金融機関は、銀行（約八割）、郵便貯金（六割弱）、信金（五割）の比率が高い。

しかし、よく利用する金融機関としては銀行が三九％、郵便貯金が七％と大きく低下し、代わって所属金融機関との取引引きが増加し、四業態合計でその比率は五二％にまで上昇している。また、こうした傾向は「預貯金を最も多く預けている機関」「借入金の最も多い機関」で一層強く現われており、後者については約七割が協同組織金融機関を挙げている。さらに給与振込、年金取扱、共済・保険の利用を併せてみると、とくに農協で自行利用の傾向が強く、総合事業の強みが垣間見られる。

二、金融自由化・ビッグバン対応について

（一）外貨預金、投資信託等の利用について
外貨預金、投資信託等の価格・金利変動商品は、現状では全体で六％の利用にすぎず、また将来についても「金利が有利なら購入してみたい」が七％で、一方「元本保証の安全なものを購入」が二九％、「関心なし」が四六％と、購入意欲はさほど感じられない。ただし、「わかりやすく説明してほしい」が一七％を占めており、ニーズのある層には木目細かい対応が求められよう。

（二）金融機関の経営内容の認識度合いについて
ビッグバン下での情報公開の重要性が増

大しているが、全体では利用金融機関の経営内容について「知らない」「よく知らない」が合わせて六六％を占めており、総じて知られていないのが実情といえる。

次に金融機関の善し悪しを判断する基準

については、全体的には「不良債権」七二％、「不正・不祥事」六三％、「地域経済への姿勢」三四％、「取引の偏重」三三％、「経営陣の人柄・言動」三二％となっている。属性別では個人で「不正・不祥事」に厳しく、法人・個人事業主で「地域経済への姿勢」を相対的に重視していることがわかる（図一）。

（三）預貯金の保護について
二〇〇一年四月以降、ペイオフが解禁予定となっている預貯金の保護についての意見では、最も多い回答は「全額補償」が五三％、次いで「一千万円まで」が二四％、

図1 経営内容の判断基準

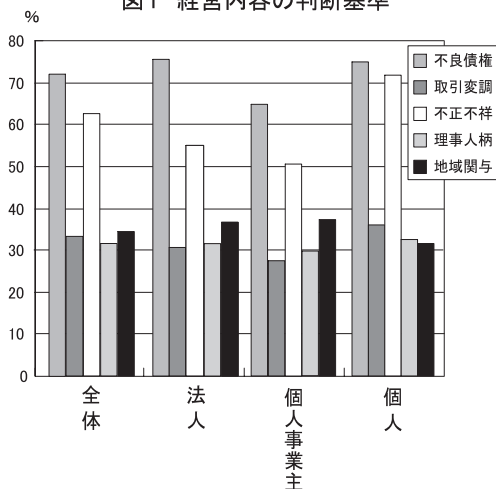
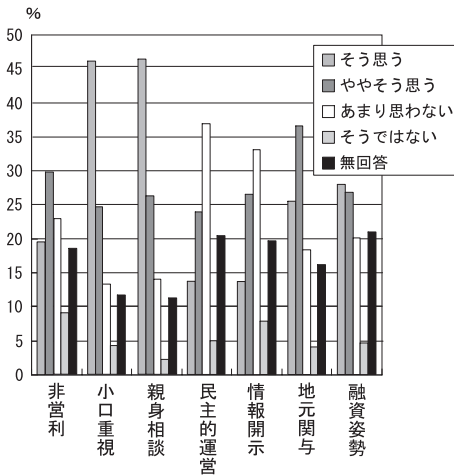


図2 協同組織金融機関の特徴と認識度



「保証額の引上」が一四%と続いており、当然のことながら全額補償の声が強い。属性別で相対的な特徴を挙げると、法人・個人事業者で「全額補償」、個人で「一千万円まで」の比率が高い。

三、協同組織金融機関の特徴をどう見ているか

協同組織金融機関の特徴として七項目について利用者の意見を聞いたところ、そう思う「ややそう思う」の肯定的回答を得た比率が高い項目は、「親身に、気楽に相談に応じる」、「小口の取引きでも大事にする」の二項目（ともに七〇%台）で、次いで高いのが「地元の活動やくらしに関心を持ち、支援している」、「人や経営内容をよく見て貸してくれる」、「利益本位でない」のグループ（五〇%前後）であった。一方、「営業案内や事業報告など内容がわかりやすい」、「運営や経営に会員や組合員の意見が

表1 業務への要望

(%)

	全 体	法 人	個 人 事業主	個 人
品 揃 え	18.2	17.3	19.8	19.1
応対充実	34.2	28.6	39.6	36.7
相談充実	35.2	38.8	44.0	31.2
預 貸 金	41.6	52.0	39.6	39.7
休24営業	36.4	38.3	26.4	41.7
A T M	24.4	16.3	25.3	29.6
テレ銀行	7.5	13.3	7.7	5.0
ストア銀	23.4	14.3	18.7	31.0
環境配慮	22.2	14.3	20.9	28.1

(注)「テレ銀行」：インターネットやテレホンバンキングなども扱ってほしい。

「ストア銀」：スーパーや生協、コンビニ等にも取扱窓口やA T Mを設けてほしい。

反映している」については、三割台と低い比率になっている（図二）。

利用者は、協同組織金融の特質を概ね理解してくれていると思われるが、無回答がそれぞれの項目で一〜二割台あり、また情報開示、「民主的運営」については否定的な見方が強い等、今後の取り組みで克服すべき課題も多いといえる。

四、業務改善への要望事項

金融ビッグバンの本格化のなかで、業務改善を望む項目（複数回答）をみると、全体では「預貯金・貸出の充実」「休日・二十四時間営業」「相談業務の充実」「窓口対応サービスの充実」をあげる比率が相対的に高い。逆に「テレホンバンキング」「証券・保険・投信等の品揃え」についての要望は総じて弱い（表一）。

属性別では、法人で「預貯金・貸出の充実」、個人事業者で「相談業務の充実」、個人で「休日・二十四時間営業」をあげる比率がめだつて高く、また「地域の環境・福祉への取り組み強化」は、個人のなかでも「主婦」「勤労者」で高い比率を占めている、最後に

協同組織金融が、中小工商业者、農業者、勤労者、市民等に対して、「小口重視」「親身の相談」等、その特質を生かした金融サービスを行なっている実態の一端が明らかにされ、またそうした特質を、今後とも強化していく方向性も明示されたともいえる。

しかし同時に、その「生命」ともいうべき「情報開示」と「民主的運営」については不十分であり、今後その社会的存在意義を確立していくためには避けて通ることができない重大な課題として残されていることも認識する必要がある。

なお最後に、農協および組合員についていえば、他の協同組織金融機関と比べて、農協利用度や協同組織金融の特質の認知度についての高さがめだつている。それだけ組合と組合員との結びつきが強いと言っても差し支えないであろう。しかし、他の業態と同様な課題を有していることには変わりなく、また「東京近郊区における少数派」の性格を背負っているが故にロイヤリティが高いともいえるが、その裏面ともいえる地域社会への開放性についての課題が残されていることも併せて触れておきたい。

(木原 久)