

令和6年度 事業計画

I. 経済・金融環境

国内の景気は、社会経済活動の正常化やインバウンド需要の回復が見られるとともに、高水準の賃上げや企業の高い投資意欲を反映して、緩やかに回復している。

しかしながら、年初に発生した能登半島地震の復旧のほか、海外に目を向けると、長引くロシアによるウクライナ侵攻をはじめ、中東情勢の緊迫化や中国の景気減速等、今後の景気回復の影響を懸念する材料が山積している。

一方、信用組合の主な取引先である中小・小規模事業者は、その多くがコロナ禍を乗り越える中で積み重なった債務に加え、エネルギー・資源価格の高騰、さらには人手不足に伴うコストの増加が大きな足かせとなる中、顧客から価格転嫁への理解を得ることが困難な事業者も少なからず見受けられるなど、依然として厳しい経営環境が継続している。

金融分野においては、内外の経済や金融市場を巡る不確実性がきわめて高い中で、日本銀行は、消費者物価や賃上げ動向を踏まえながら、慎重に金融政策の修正を進めるものとみられる。金融機関は、来るべき金利上昇局面に向け適切に対応していく必要がある。

こうした中、信用組合は、地域・業域・職域社会のための協同組織金融機関として、その使命と役割の発揮が期待されているところであり、そのためには、各信用組合がこれまで築き上げてきた地域等におけるネットワークを最大限に活用し、資金繰り支援はもちろんのこと、売上回復に向けた事業改善への助言・サポートや情報提供を行うなど、取引先に寄り添い、課題解決を図る伴走型支援に取り組むことが必要である。

II. 基本方針

このように、信用組合には取引先の実情に応じたきめ細かな事業者支援が求められており、スピード感をもって対応するためには、外部の専門機関等の知見・リソースを活用していくことも有効である。そのため、中央組織には外部機関との結節点としての役割が求められるとともに、政府の施策等についての情報提供に努める必要がある。

また、マイナンバー新法やバーゼルⅢ最終化、マネロン・テロ資金供与対策等、制度・規制等への対応をはじめ、DX推進についても対応していく必要があり、こうした多様化・高度化する分野については、中央組織として外部知見も活用しつつ、適時適切に対処していく必要がある。

加えて、若年層をはじめ幅広い年齢層に対して信用組合の基本理念である相互扶助を周知するために、より効率的・効果的な業界広報活動を進めることや、さらには、人的資本経営の重要性に鑑み、信用組合の将来を見据えた人材を育成するために、研修事業の充実・強化に努める必要がある。

このために、本会は、全信組連、信組情報サービスとこれまで以上に緊密に連携し、「信用組合のための中央組織」としての役割を再認識するとともに、会員信用組合の真のニーズを捉えながら施策を実行していくことが重要である。

基本方針を踏まえた事業ごとの計画は以下のとおりとする。

1. 企画事業

令和5年度は、経営者保証に関する監督指針改正への対応やマネロン・テロ資金供与対策に関する態勢整備を支援するため、各種規程の参考例や手引書を提供するとともに、説明会を開催した。また、マイナンバー新法等新制度への対応については、全信組連や信組情報サービスとも連携しつつ、実務対応を支援するとともに、当局へ意見要望を発信してきた。

令和6年度は、中小・小規模事業者を取り巻く経営環境は依然厳しい状況が見込まれるため、信用組合には資金繰り支援のみならず経営改善や事業再構築等、事業者への伴走支援が求められる。中央組織は外部支援機関等とも連携し、信用組合における事業者支援への取組みを強力に後押しする。

また、マネロン・テロ資金供与対策や令和7年に予定されているバーゼルⅢ最終化対応等について、信用組合がシステムの観点を含め適切に対応できるよう、外部専門機関の知見を活用しつつ、全信組連や信組情報サービスとも連携し、支援を進める。

(1) 会員信用組合の課題解決のサポート

① 業務に係るサポートの強化

経営改善・事業再生に関する監督指針の改正が見込まれる中、事業者支援のより一層の推進が必要となることから、他業態の事例等を含む多様な情報収集・還元を行うことで、信用組合の事業者支援態勢の向上をサポートする。

また、引き続き、信用組合を取り巻く環境の厳しさが懸念されることから、本業に資する情報収集・還元の取組みについて検討・実施する。

② 情報提供・説明会等への外部機関等の更なる活用

信用組合の取引先事業者の経営課題が多様化・高度化していることから、これに合わせて行政庁等における支援施策も多様化している。事業者の支援ニーズに的確に応えるためには適時適切な情報収集等が必要になるとともに、事業者支援の実効性を高めるためには外部機関等の更なる活用により人的・質的な面の強化に取り組むことも求められる。かかる状況を踏まえ、全信組連と連携し、他の支援機関等との結節点としての役割を果たすとともに、支援策等を検討しサポートに取り組む。

(2) 各種制度・規制等に係る対応

① 担保法制の見直しへの対応

令和6年度には、事業成長担保権等について金融機関や事業者を支援する機関の認定制度の導入が見込まれており、信用組合としての利活用を検討するため、引き続き情報収集に努めるとともに、実務対応に必要な情報を提供する。

さらに、令和5年4月1日に改正・施行された経営者保証に関する監督指針について、信用組合の取組状況を適時把握するとともに、必要に応じてフォローアップを行う。

② 「バーゼルⅢ最終化」に関する国内基準行適用への対応

令和7年3月期決算からバーゼルⅢ最終化の適用が予定されていることから、信用組合の決算に与える影響等を適時把握するとともに、信組情報サービスとも連携し、自己資本比率の算出ツールの改修を進め、信用組合におけるバーゼルⅢ最終化対応をサポートする。

③ マイナンバー新法への対応

「口座登録法」、「口座管理法」に基づくシステム対応等について、引き続き、当局と金融団体との会議などに参加し、情報収集や意見発信に努めるとともに、全信組連や信組情報サービス、自営信用組合とも連携し、信用組合が当該制度へ適切に対応できるようにサポートする。

(3) 行政課題等に係る対応

① 手形・小切手の全面的な電子化への対応

金融界全体の取組みである「手形・小切手の全面的な電子化」では、令和8年度末までに電子交換所における手形・小切手の交換枚数をゼロにすることを最終目標としている。信用組合においても一層の取組み強化を促進するため、引き続き「手形・小切手機能の『全面的な電子化』に関する検討会」に参加し情報収集を行うとともに、「自主行動計画」のフォローアップ調査により信用組合の進捗状況を把握し、各種取組みをサポートする。

② でんさいネット等の利活用促進

手形・小切手の全面的な電子化に向けての推進策の一つとして、でんさいネットではIB契約なしのでんさい（でんさいライト）のサービスを令和6年11月から開始する予定としている。信用組合においても、業界としての参加を目指し、全信組連、信組情報サービスと連携のうえサポートする。

③ 多様性の尊重に向けた取組み

我が国の高齢化率は世界の中でも最も高い水準となる中、顧客の高齢化に伴う対応は信用組合にとっても重要な課題の一つである。

後見制度支援預金の導入支援等、高齢化社会への対応を支援していくとともに、令和6年4月1日から改正障がい者差別解消法が施行され、合理的配慮の提供が義務化されること等を踏まえ、信用組合における障がい者の利便性向上に向けた取組みが適切に進むようサポートする。

また、男女共同参画や人的資本経営の重要性に鑑み、信用組合における女性活躍やダイバーシティの推進に関する情報の提供に努める。

④ AML/CFT対策への支援

令和5年度は「マネロン・テロ資金供与対策に関するガイドライン」に基づく規程・要領等の制定を中心とした態勢整備の支援を進めてきた。令和6年度はPDCAサイクルを実践して、リスクベースアプローチを高度化し、態勢の実効性を一層向上させることが求められる。信組情報サービスを含めた中央組織は、連携してマネロン・テロ資金供与対策の高度化に向けた支援を進める。

⑤ サイバーセキュリティ対応の支援

サイバー空間を取り巻く脅威については、近年、全国的に拡大を見せており、信用組合業界においても複数のインシデントが確認されている。信用組合として被害を抑止していくためには、セルフアセスメントや脆弱性診断によりリスクを把握し、適切な対応を行ったうえで、演習等によりその実効性を高めていくことが必要である。関係当局や全信組連、信組情報サービスとも密接に連携し、信用組合のサイバーセキュリティ態勢の向上をサポートする。

(4) 業界要望活動等に係る対応

税制改正や規制緩和要望等については、信用組合及び他業態と緊密な情報交換を行ったうえで、関係当局に対し具体的かつ的確な要望を行う。一方、郵政民営化委員会などの動向についても注視しつつ、必要に応じて意見発信を行う。

2. ブランドコミュニケーション事業

令和5年度は、「しんくみブランド」のさらなる認知・浸透に向け、主な広報施策に数値目標を掲げ実施した。その結果、「しんくみバンク公式YouTubeチャンネル」においては、登録者数が目標値を大幅に上回ったほか、「しんくみブランド表彰」ならびに懸賞作文「小さな助け合いの物語賞」においても応募数が大幅に増加するなど一定の成果が得られた。また、新たな業界表彰制度として、「しんくみピーターパン大賞」を創設した。

令和6年度における業界広報の実施にあたっては、個別信用組合と中央組織が取り組むそれぞれの広報活動について改めて役割を明確にし、その役割のもと、相乗効果を活かした広報活動を業界が一体となって展開する。

具体的には、個別信用組合においては、各コミュニティ（地域・業域・職域）における人的つながりを活かした営業活動等を通じて、個別信用組合の認知度向上に向けて取り組む。一方、中央組織においては、組合員の世代交代がすすむ中、組合員だけでなく、広く国民一般が信用組合に対して、具体的なイメージが想起できるよう、信用組合の役割や特徴ある取組みなどを、それぞれの広告媒体を連動させて情報を発信していく。

なお、各広報施策の効果検証にあたっては、各信用組合・信用組合協会（地区協会・都道府県協会）へアンケート調査を行うなどにより意見・要望を伺い、その結果、工夫・見直しが必要な施策については、費用対効果等を検証のうえ見直しを行い実施する。

(1) 広報活動

令和6年度ブランドコミュニケーション事業の検討にあたり、信用組合（145先）と信用組合協会（36先）の広報担当責任者及び広報担当者を対象としたアンケート調査を実施した（総回答数315、回答結果の抜粋は「参考」のとおり）。

① 動画コンテンツの拡充とソーシャルメディア（SNS）広告の展開

同アンケート調査では、YouTube などソーシャルメディア（SNS）広告については、「今後取り組むべきと思う」との意見が全体で 76%と 7 割を超えた。このため、令和 6 年度も引き続き、信用組合業界の動画プラットフォームである「しんくみバンク公式 YouTube チャンネル」を核として、信用組合の特徴や役割等はじめ、一般の方々の興味・関心が高い分野をテーマに、各信用組合が持っているネットワークを活かした情報発信を行うなど、信用組合参加型の動画コンテンツの追加・拡充に向けて取り組む。

また、これらの動画は、ソーシャルメディア（SNS）広告を活用して展開することにより、若年層をターゲットとして信用組合に対するイメージの認知・浸透を図る。

② テレビ広告の展開

同アンケート調査では、テレビ広告については、高齢層に対する影響力、広告媒体としての訴求力の点において、「今後取り組むべきと思う」との意見が全体で 55%と過半数を占めた。一方、令和 2 年度より実施している大手全国紙への新聞広告については、同意見が全体で 40%と過半数を割っており、広告効果が低いとの意見が散見された。こうした意見等を勘案し、令和 6 年度はテレビ広告を活用して展開することにより、信用組合の取引先の過半数を占めるシニア層をターゲットとして信用組合に対するイメージの向上を図る。

なお、大手全国紙への新聞広告（一面および 5 段広告）は、一旦終了とし、これに係る予算をテレビ広告等に充当する。

③ イメージキャラクターの起用

同アンケート調査では、知名度や訴求力の観点からイメージキャラクターとして著名人の起用に対する回答が過半数を超えた。このため、今年度から一般の方々に広く認知され、好感度が高いタレントをイメージキャラクター（信用組合業界の広告塔）として起用することとする。

令和 6 年度は、テレビ広告をはじめ、各種広報媒体や業界が主催するイベントなど幅広く起用することにより、タレントが持つ影響力や発信力などインフルエンサー効果が期待でき、信用組合業界の認知・浸透を図るとともに、信用組合のイメージ向上に繋げる。

なお、イメージキャラクターの店頭掲示用ポスターモデル（共同調製）への起用は令和 7 年度からとする。

④ しんくみの日週間活動

平成 14 年度より 9 月 3 日を「しんくみの日」として定め、毎年 9 月 1 日～7 日の 1 週間を「しんくみの日週間」として設定し、令和 5 年度は 4 事業（花の種頒布、ポケット付クリアファイルの頒布、ステッカー貼付、のぼり旗掲出）を業界統一活動として展開した。

令和 6 年度も引き続き、地域・業域・職域の全信用組合が統一活動として取り組むことができるよう業界を挙げた事業展開を目指す。

(2) 表彰制度並びに寄付活動

① 懸賞作文「小さな助け合いの物語賞」

令和5年度は、応募者数が3,155件と過去最多となり、本作文の認知度は着実に向上している。令和6年度は、このような応募数増加に応じて入賞枠を拡大するなど、対応を検討する。また、引き続き次世代向けの活動として、小・中・高等学校生に対して、本作文への応募を通じて「助け合い」や「人とのつながり」の大切さなどを広め、信用組合の基本理念である相互扶助（共助の精神）への共感につなげていく。同様に、一般成人に対しても、本作文を通じて、信用組合への興味・関心を持つきっかけとなるよう、引き続き積極的に応募促進を行う。

② しんくみブランド表彰

昨年度に引き続き、信用組合・信用組合協会（地区協会・都道府県協会）および信用組合の役職員が取り組む社会貢献活動に留まらず、信用組合の本業に直結した取組みであっても地域社会に大きな貢献をもたらす活動については応募対象とすることとし、趣旨や成果が優秀と評価された活動については、全国信用組合大会において表彰するなど、業界内のモチベーションアップに繋げる。

また、受賞先の活動について、業界外に向けても積極的に情報発信を行い、しんくみブランドのイメージ向上を図る。

③ しんくみピーターパン大賞（しんくみピーターパンカードチャリティー）

しんくみピーターパンカードは、1994年に取り扱いを開始して以降、108信用組合で約36万枚を発行し、寄付総額が330百万円にのぼる他業態でも類を見ない信用組合業界独自の社会貢献型クレジットカードである。この取組みについて、業界内外へ積極的に発信するとともに、ピーターパンカードの利用者の推進を図り、寄付活動のさらなる活性化に向け、特徴的な取組みを行った信用組合、信用組合協会について、全国信用組合大会において表彰するなどにより、業界内のモチベーションアップに繋げる。

また、大賞受賞先の活動について、業界外に向けても積極的に情報発信を行い、しんくみブランドのイメージ向上を図る。

④ 全国信用組合大会における寄付

社会貢献のために活動している団体を選定し、全国信用組合大会において寄付金を贈呈しているが、これを継続して実施するとともに、外部へ情報発信を行う。

(3) 補助・助成金活動

次の助成金制度により、信用組合のイメージ向上を図るための各信用組合等の取組みを支援する。

- ① 大学講義にともなう講師料等の補助
- ② しんくみはばたき奨学金助成金制度
- ③ ビジネスマッチング助成金制度

3. 研修事業

令和5年度は、信用組合や中央組織の役員候補になりうる人材の育成を目的とした「しんくみ大学」について、運営提携先を見直してカリキュラムを刷新するなど内容の充実を図った。また、「トップセミナー」および「常勤役員講座」を対面形式にて開催するとともに、「監事講座」などの研修については、対面とオンラインを併用したハイブリッド形式にて開催した。

令和6年度においても、信用組合の意見・要望等を踏まえ、組織力・人材力の向上に資する効率的かつ実効性のある研修を実施する。

(1) 集合研修

「常勤役員講座」などの役員向け研修については、単なる知識習得だけではなく、他の信用組合との相互交流を期待する声が多いことから、対面形式を中心に開催する。

また、「しんくみ大学」については、内容の充実を図りながら、引き続き開催する。

(2) 通信教育・職務能力検定試験

初級職員向け通信教育・検定試験については、信用組合制度の特性および金融業務の基礎知識を学ぶ機会として、引き続き実施する。

(3) eラーニングの提供

職員のスキルアップ、知識・ノウハウの習得やキャリア形成支援に資する自学自習型のeラーニングについては、効果的・効率的な人材育成・研修や職員の自律的な学習を実現できるツールとして信用組合からのニーズがあることから、引き続き提供する。

(4) 証券外務員資格試験

登録金融機関業務を行うための資格試験（第一種、第二種、内部管理責任者）については、日本証券業協会に未加盟の信用組合をサポートするため、継続して実施する。

4. 相談事業（しんくみ業務相談センター・しんくみ相談所）

令和5年度は、信用組合からの業務上の相談・照会については、中央組織における一元的受付窓口として「しんくみ業務相談センター」が対応し、業務相談件数は12月末時点で560件であった（前年同期比84.2%）。

一方、信用組合利用者からの苦情・相談については、「しんくみ相談所」が受付窓口であり、12月末時点の受付件数は261件であった（前年同期比90.6%）。

いずれの件数も、前年度から減少傾向にあるが、コロナ禍による影響が落ち着きを見せていることが主要因と考えられる。

令和6年度においては、引き続き、信用組合業界の相談業務の充実のため丁寧な相談対応を行うとともに、相談事例の還元などにより信用組合の利便性向上を図る。

(1) 信用組合からの相談等への対応

信用組合からの業務全般に関する相談や照会を一元的に受け付け、迅速に回答や担当部署への取次を行うとともに、信用組合業界の知識やノウハウの共有につなげるため、相談事例等の蓄積を行う。

(2) 信用組合利用者からの苦情等への対応

信用組合利用者からの苦情・相談の申し出を受け付け、迅速かつ適切な解決を図る。

また、信用組合の顧客対応改善などに役立てるため、主な苦情事例や金融ADR制度に関する情報を取りまとめ、信用組合に還元する。

(3) 相談事例の還元等

しんくみクラウド掲載の相談事例集については、引き続き掲載事例を入念に選び内容の充実に努める。

また、定型かつ照会が多い事例について、例えば、組合員資格の診断フローチャート（仮称）を作成するなど、信用組合の利便性が向上するツールを提供する。

5. 総務事業

これまで、「信用組合のための中央組織」としての役割を発揮するため、全信組連との一体的運営を強力に進めてきており、業務運営面や人事制度面では着実に成果を上げてきた。令和6年度においても、これらの取組みを継続し、業務運営のさらなる効率化を図るとともに、役職員一人ひとりの生産性や能力向上のために、必要となる人材育成施策を実施する。

また、信用組合のニーズに沿った各種施策を実施していくためには、地区協会等との情報共有や意思疎通が必要であるため、地区協会等との連携をさらに強化する。

(1) 地区協会等との連携強化

本会の各種施策を効率的に実施していくためには、地区協会等との連携が不可欠である。

特に、研修事業などは本会と地区協会等と協調して実施することが効果的であるため、地区協会等との情報・意見交換を目的とした会議を開催するなど、地区協会等との連携を強化する。

(2) 事務の合理化・効率化

事務処理のデジタル化や外部委託により事務の合理化・効率化を進め、コスト削減と事務の省力化を図る。

(3) 人材育成の一層の強化

全信組連との人事交流や適材適所への人員配置を引き続き行い、人事制度の一体化を推し進めていく。

また、職員の主体性や生産性を高めるために必要となる施策等を検討・実施し、職員一人ひとりのモチベーションアップと業務の質的向上を実現する。

令和5年度「ブランドコミュニケーション事業に関するアンケート調査」の結果について（抜粋）

○アンケートの目的

- ・業界広報活動を実施するにあたり、各信用組合・信用組合協会より要望や意見等を徴取し「ブランドコミュニケーション事業」事業計画策定時の参考とする。

○調査概要

- ・145信用組合と36都道府県信用組合協会にて選任されている広報担当責任者および広報担当責任者の2名を対象に、9月12日～26日までの期間で実施し、315名（地域：203名、業域：54名、職域：32名、協会：26名）から回答。
- ・アンケート項目、全10項目のうち、回答結果として以下の項目について抜粋

○アンケート結果

■ そう思う、 ■ どちらでもない、 ■ そう思わない

