

長寿社会と生活経済学

信用金庫業界の取組み

生活経済学会

40周年記念シンポジウム

2025年6月21日

地域・中小企業研究所

大野 英明

1. 信用金庫の経営基盤
2. 信用金庫の個人との取引
3. インターネット銀行の概要
4. ライフステージに応じたサポート
5. 協同組織と株式会社の比較
6. 信用金庫が提供できる価値

1. 信用金庫の経営基盤～信金中央金庫（信金中金）について

経営理念

信用金庫の中央金融機関として、信用金庫業界の発展につとめ、もってわが国経済社会の繁栄に貢献する。

プロフィール

出資金：8,909億円

総資産：48兆円

拠点数：国内14店舗

海外 6拠点

本店：東京都中央区

役職員：1,319人

普通出資：8,000億円
(信用金庫からの出資)

優先出資：909億円



本店（東京都中央区）

(注) 2024年9月末

国内金融機関の資金量ランキング (2024年9月末)

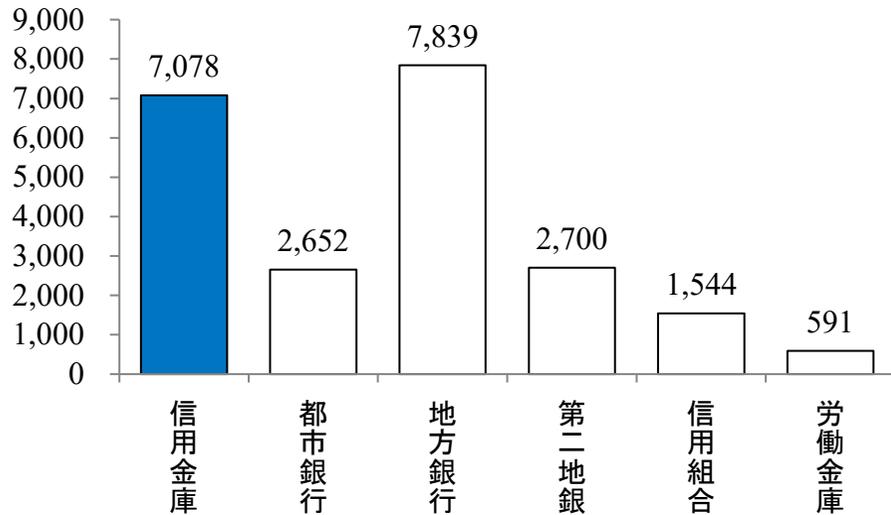
(単位:兆円)

1	三菱UFJ銀行	196
2	ゆうちょ銀行	191
3	三井住友銀行	152
4	みずほ銀行	150
5	三井住友信託銀行	93
6	三菱UFJ信託銀行	62
7	農林中央金庫	59
8	りそな銀行	49
9	みずほ信託銀行	33
10	信金中央金庫	33

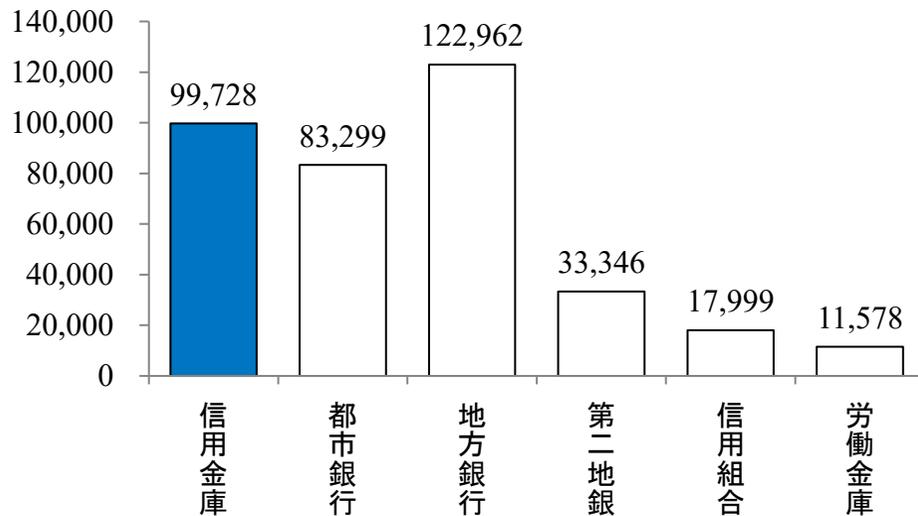
(出所) 2024年12月13日付ニッキン

1. 信用金庫の経営基盤～店舗数、役職員数の推移

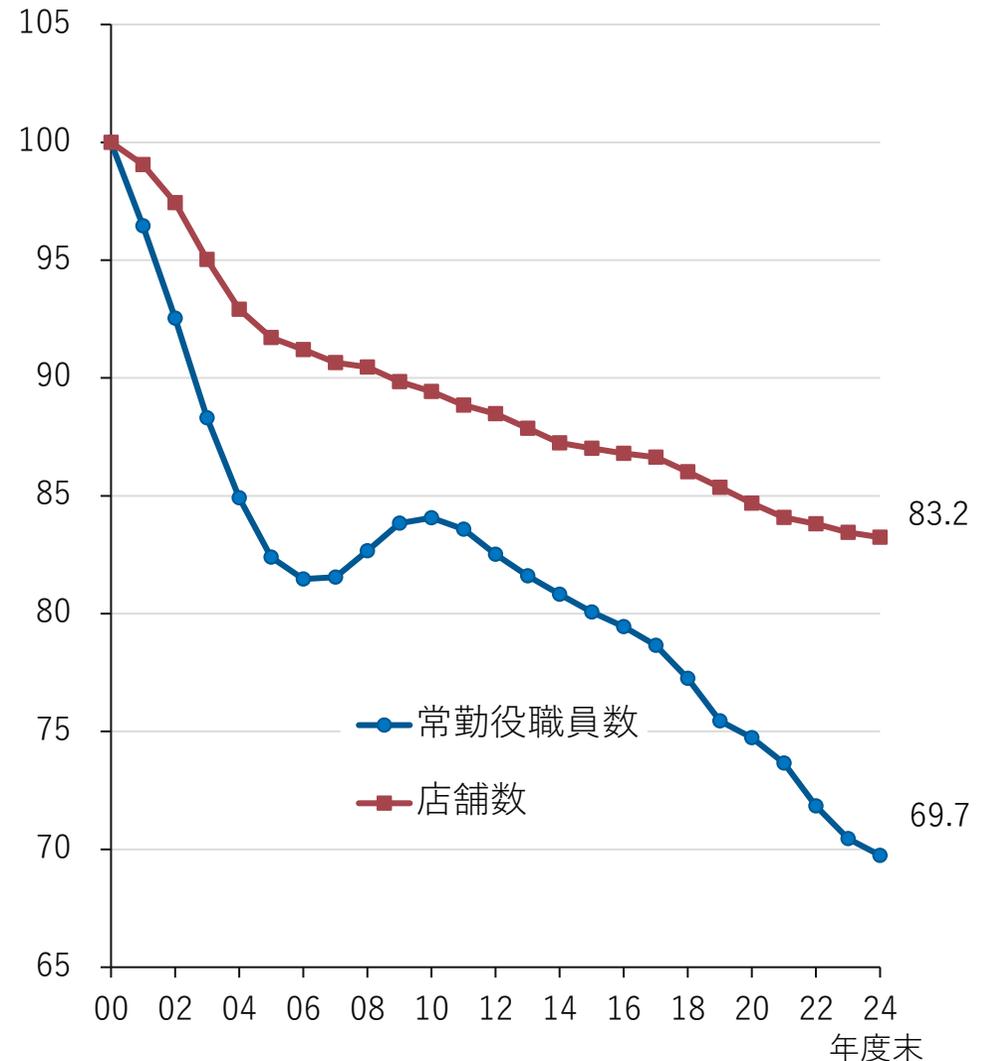
国内店舗数（2024年9月末、店）



常勤役職員数（2024年9月末、人）

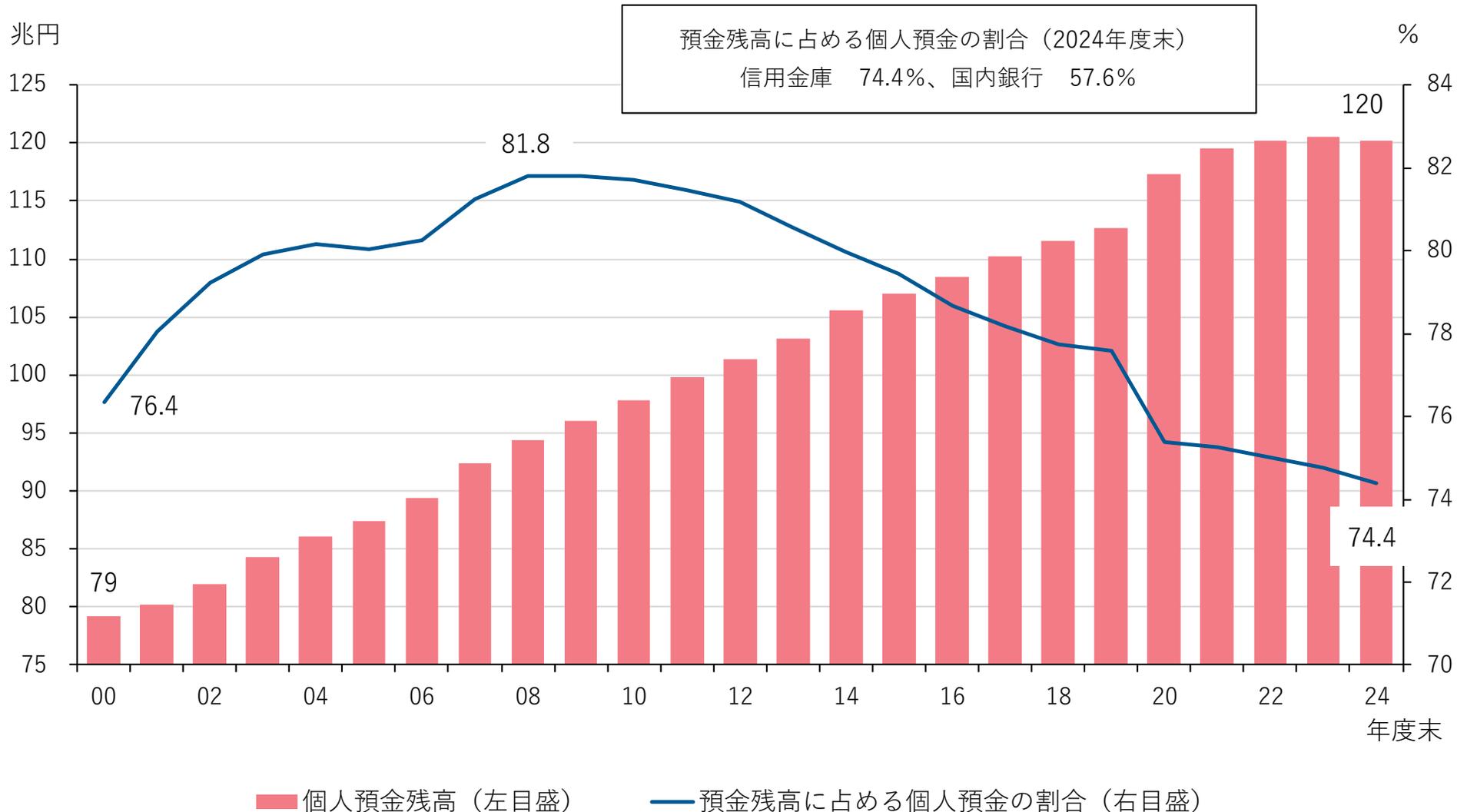


信用金庫の店舗数、常勤役職員数の推移 （2000年度末を100として指数化）

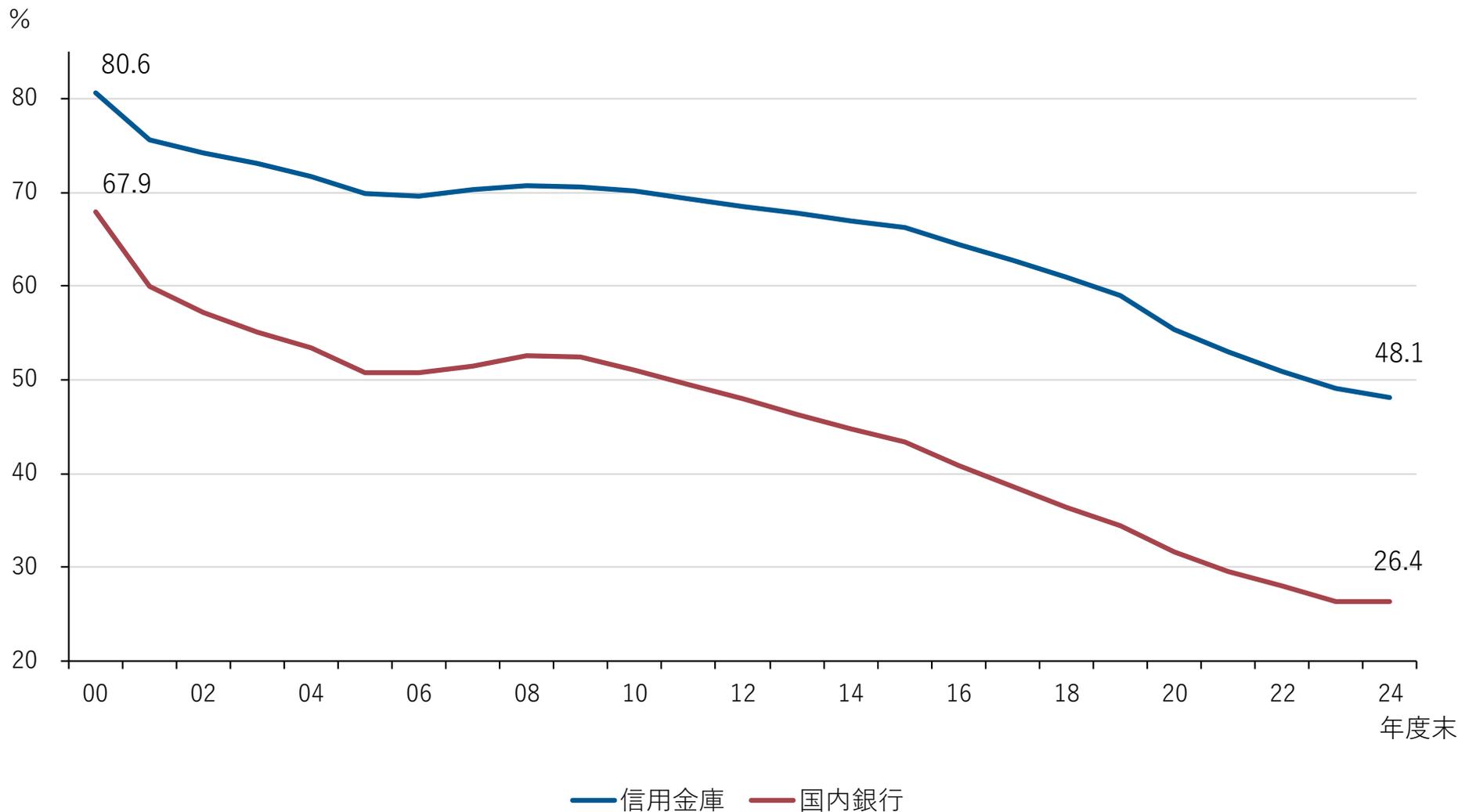


2. 信用金庫の個人との取引

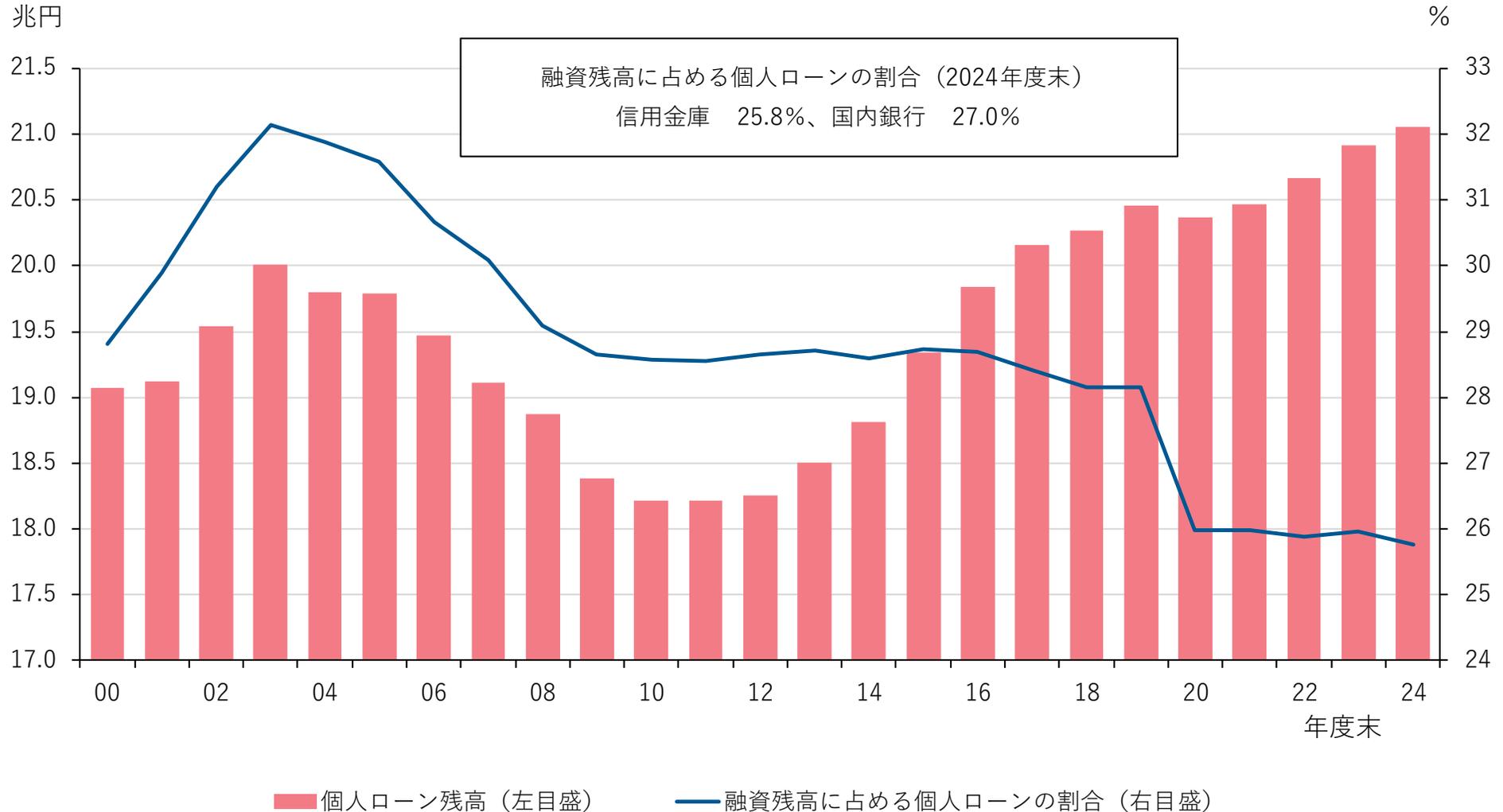
信用金庫の個人預金残高、預金残高に占める個人預金の割合



個人預金残高に占める定期性預金の割合



信用金庫の個人ローン残高の状況



3. インターネット銀行の概要～業容

インターネット銀行等の状況

銀行名	開業年月	預金残高 (億円)	貸出金残高 (億円)	備考
楽天銀行	2001年7月	111,190	43,188	JR東日本グループと「JRE BANK」を24年5月開始
住信SBIネット銀行	2007年9月	94,663	83,856	「NEO BANK」ブランドのBaaS事業が収益化段階に
auじぶん銀行	2008年7月	43,071	43,204	KDDIと三菱UFJ銀行により2008年に設立
大和ネクスト銀行	2011年4月	42,085	23,017	大和証券、四国銀行の支店等が銀行代理店
ソニー銀行	2001年6月	39,370	36,643	ソニーフィナンシャルG傘下、外貨預金商品に特徴
PayPay銀行	2000年10月	18,558	8,193	PayPayの決済・小口送金と連携し金融基盤へ
GMOあおぞらネット銀行	2018年7月	8,112	2,245	日債銀信託銀行として開業、BaaS事業も展開
UI銀行	2022年1月	4,617	2,219	東京きらぼしフィナンシャルグループ傘下
みんなの銀行	2021年5月	430	212	福岡銀行、熊本銀行などとともにふくおかFG傘下
【ネット銀行 9行合計】		362,100	242,782	
イオン銀行	2007年10月	48,552	30,629	ATMのほか全国約150のイオン銀行のリアル店舗
セブン銀行	2001年5月	9,040	515	流通系最多のATM事業から事業領域を多角化
ローソン銀行	2018年9月	536	9	親会社ローソンに対するKDDIのTOB成立、非上場化へ
【流通系銀行 3行合計】		58,129	31,154	
【ネット銀行等 12行合計】		420,229	273,936	

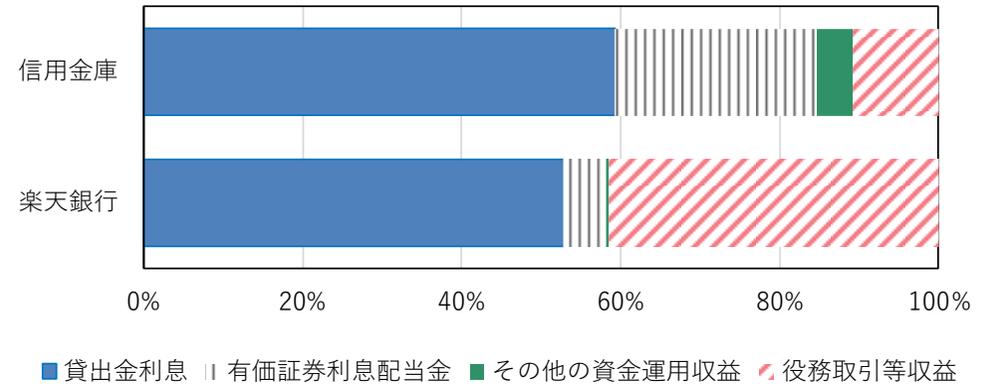
(備考) 預金残高、貸出金残高は2024年9月末。各行ディスクロージャー誌などを基に作成

インターネット銀行のビジネスモデル

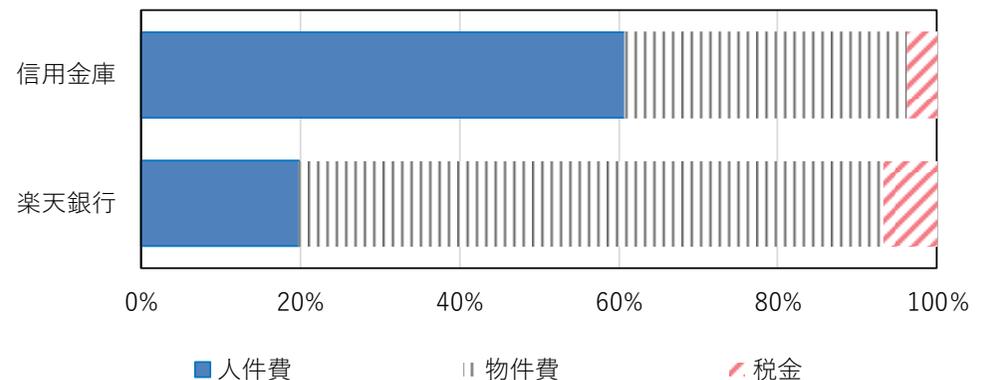
- 支店、ATMを有しておらず、多くの人員を必要としない（資本集約度の高い）ビジネスモデルを確立し、人件費の負担を抑制
- コスト負担を抑制が、預金金利、住宅ローン金利、手数料等の面での優位性の発揮につながっている。
- 若年層を中心に、取引を行うに際し「店舗（金融機関）に足を運ばずに手続きできること」が、好まれている面もある。

楽天銀行と信用金庫の収益・コスト構造

本業収益の構成



経費の構成

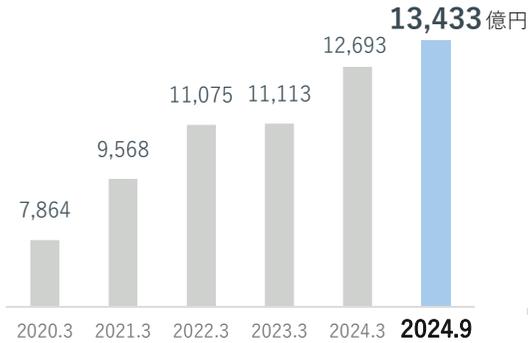


(備考) 2024年3月末。各種資料を基に作成

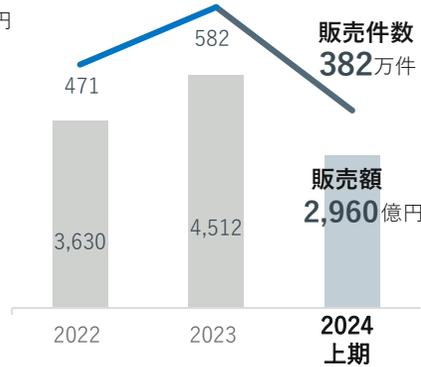
4. ライフステージに応じたサポート～投信窓販、個人向け信託

- 新NISA開始に伴い信用金庫の投信残高、販売額・件数は増加
- 相続や生前贈与に関する個人のニーズに応えるため、2つの信託商品（しんきん相続信託「こころのバトン」、しんきん暦年信託「こころのリボン」）を提供

■ 投信窓販業務 (残高)

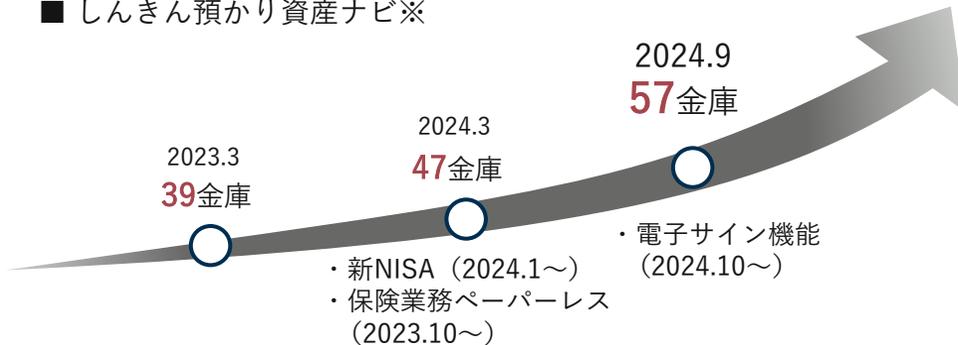


(販売額・件数)



- 個人信託商品の契約代理店は178信用金庫・3600店舗超に拡大しており、大手信託銀行に引けを取らない規模で信用金庫独自ブランドの商品を展開

■ しんきん預かり資産ナビ※



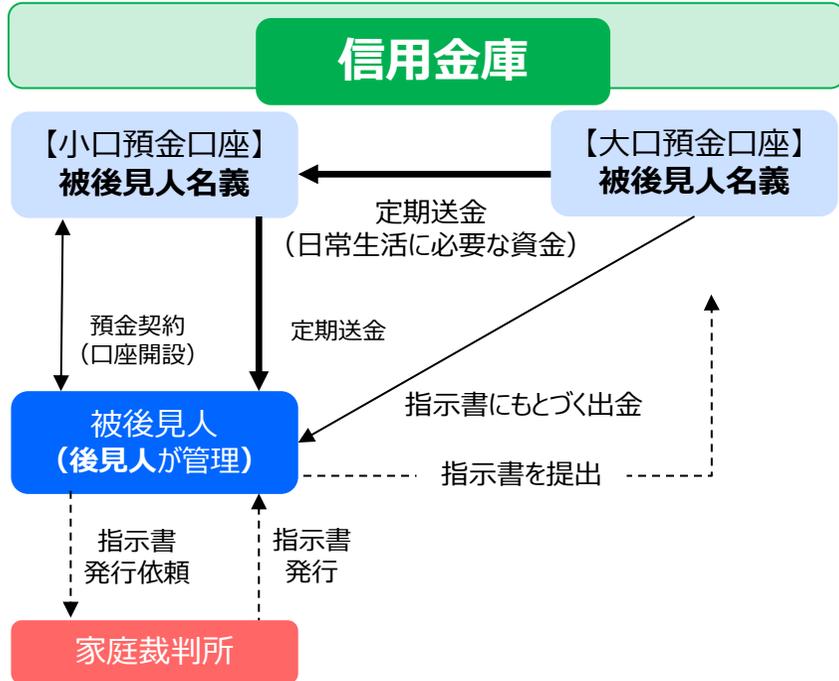
※預かり資産におけるコンプライアンス遵守と販売業務効率化の両立を実現できる販売支援システム



4. ライフステージに応じたサポート～後見支援預金、相続手続き代行

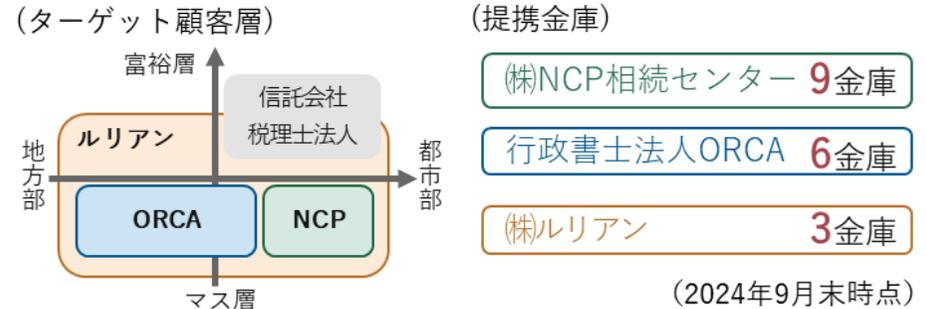
- 信用金庫の個人顧客に高齢者が多いことを踏まえ、後見支援預金の提供を推し進めている。
- 信用金庫顧客の円滑な相続手続きの実現に向け、相続関連企業3社と業務提携し相続関連業務を拡充

「後見支援預金」とは、認知症高齢者などの被後見人の財産を、後見人が被後見人の代わりに適切に管理する預金商品



- 全国で初めて信用金庫が後見支援預金の取扱いを開始
- 信金中金は、信用金庫に対する本スキームの導入支援を実施

■ 相続関連企業と連携した相続手続き代行サービスの提供



サービス内容

- 信用金庫から紹介を受けた専門家(士業)が初回出張無料相談
- 顧客ニーズに応じたサービス※を有償提供
- 報酬の一部は紹介手数料として提携先から收受

※ 戸籍等書類収集の代行、相続関係図作成、財産目録作成、遺産分割協議書作成、残高証明書取得代行、名義変更等の手続き

相続関連サービスの拡充

職員の説明負担軽減

役務収益の獲得

預金の滞留期待

協同組織と株式会社の比較

	協同組織 (信用金庫など)	株式会社 (銀行など)
出資の目的	提供する商品、サービス等の利用 (信用金庫の場合、融資の利用)	経済的利得 (配当・株価上昇) 企業の支配
出資者の特徴	大部分が利用者 地域を介したつながりを有する	必ずしも利用者ではない 国内外の機関投資家も多数存在
議決権	出資持分によらず 1人1票	保有株式数に応じており、 1株1票

5. 協同組織と株式会社の比較

- 東京証券取引所がPBR1倍未満の上場企業などに改善策を開示・実行するよう要請
- プライム市場で約半数、スタンダード市場では約6割の上場会社が、PBR1倍割れという状況
- 両市場の上場企業は今後、「現状分析」→改善に向けた「計画策定・開示」、→計画に基づく「取り組みの実行」を年1回以上行うことが求められている。

銀行のPBR一覧（2025年5月末）

	銘柄名	PBR
1	じもとHD	0.10
2	高知銀行	0.15
3	宮崎太陽銀行	0.17
4	大光銀行	0.18
5	南日本銀行	0.19
6	筑波銀行	0.22
7	清水銀行	0.22
8	鳥取銀行	0.25
9	筑邦銀行	0.25
10	栃木銀行	0.25
11	大分銀行	0.26
12	ブクレアHD	0.27
13	北日本銀行	0.27
14	岩手銀行	0.28
15	大東銀行	0.28
16	東北銀行	0.29
17	富山銀行	0.29
18	東和銀行	0.29
19	四国銀行	0.30
20	愛媛銀行	0.30
21	トマト銀行	0.30
22	福井銀行	0.31
23	宮崎銀行	0.31
24	佐賀銀行	0.32
25	福島銀行	0.32

	銘柄名	PBR
26	大垣共立銀行	0.33
27	阿波銀行	0.33
28	秋田銀行	0.34
29	琉球銀行	0.34
30	三十三FG	0.35
31	山形銀行	0.35
32	百十四銀行	0.35
33	フィデアHD	0.35
34	あいちFG	0.36
35	山梨銀行	0.36
36	トモニHD	0.37
37	京葉銀行	0.38
38	おきなわFG	0.40
39	武蔵銀行	0.40
40	百五銀行	0.40
41	富山第一銀行	0.41
42	十六FG	0.42
43	東邦銀行	0.43
44	九州FG	0.45
45	南都銀行	0.46
46	島根銀行	0.47
47	名古屋銀行	0.48
48	千葉興業銀行	0.52
49	山口FG	0.52
50	北国FHD	0.53

	銘柄名	PBR
51	東京きらぼし	0.54
52	ほくほくFG	0.54
53	西日本FH	0.55
54	八十二銀行	0.56
55	北洋銀行	0.57
56	いよぎんHD	0.58
57	ちゅうぎんFG	0.58
58	豊和銀行	0.59
59	第四北越FG	0.61
60	山陰合同銀行	0.61
61	ゆうちょ銀	0.62
62	七十七銀行	0.63
63	京都FG	0.64
64	あおぞら銀	0.64
65	滋賀銀行	0.64
66	池田泉州HD	0.64
67	めぶきFG	0.70
68	紀陽銀行	0.71
69	ひろぎんHD	0.74
70	しずおかFG	0.79
71	千葉銀行	0.81
72	群馬銀行	0.81
73	ふくおかFG	0.81
74	コンコルディア	0.82
75	スルガ銀行	0.82

	銘柄名	PBR
76	三井住友トラ	0.90
77	みずほFG	0.96
78	三井住友FG	0.97
79	りそなHD	1.08
80	三菱UFJFG	1.14
81	セブン銀行	1.17
82	住信SBI銀	4.16
83	楽天銀行	4.36

PBR（株価純資産倍率）
= 株価 / 一株当たり純資産

PBR
= ROE（自己資本当期純利益率）
× PER（株価収益率）

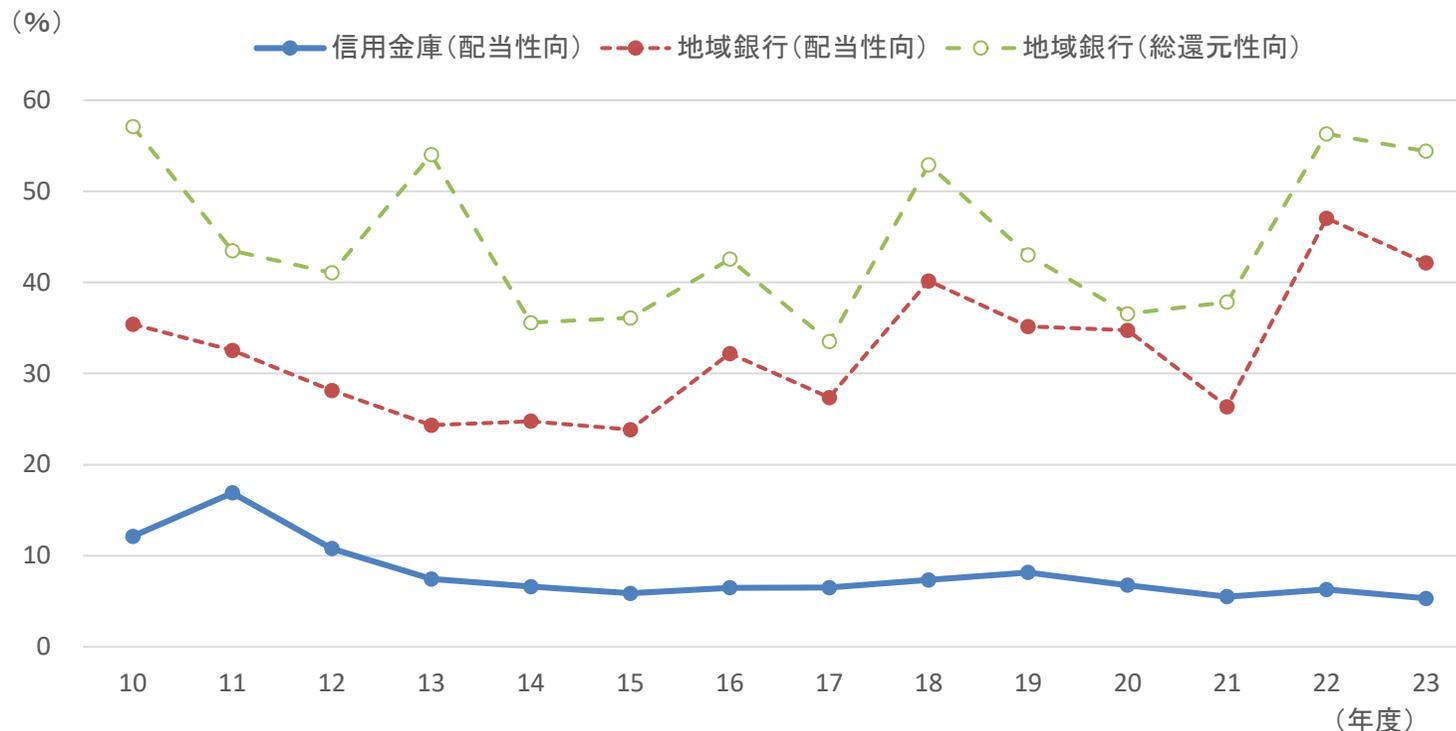
ROE
= 当期純利益 / 自己資本

PER
= 株価 / 一株当たり純利益

5. 協同組織と株式会社の比較

- 非営利である信用金庫と営利企業である銀行とを比較すると、信用金庫は、銀行と比較して出資者（銀行の場合は株主）からの利益還元の要望が強くない。
- 結果、信用金庫における配当性向（利益に占める配当の割合）は、銀行と比較してはるかに低く、1割弱である。さらに銀行の場合、「自社株式の取得」も行うため、毎年の利益の約半分を出資者に還元している。
- 信用金庫は、金銭の配当を少なくする一方で、蓄積した資金を地域のために活用している。

利益に占める出資者・株主還元の割合



- 注：1. 全国銀行資料、信用金庫ディスクロージャー誌などを基に信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
2. 配当性向 = 配当 ÷ 当期純利益
総還元性向 = (配当 + 自己株式の取得) ÷ 当期純利益

➤ 安心感の提供

- ・信用金庫は、稠密（ちゅうみつ）な店舗網を有することを強みとする。また、フェイストゥフェイス（Face to Face）をキャッチフレーズとした活動を重視している。
- ・個人のお客様に対して対面で営業活動を展開することが多く、このことが安心感をもたらしていると考えられる。

➤ フィデューシャリー・デューティーの徹底（商品選定、人材育成）

- ・専門的なスキル、ノウハウを有する信金中金が顧客向け商品を選定・提供することで、フィデューシャリー・デューティー（顧客本位の業務運営）を実現している。
- ・信金中金は信用金庫に対し、商品・サービス概要の基礎知識習得などを目的とした研修の機会を提供している。また、信用金庫同士の情報交換会（課題解決および推進事例の共有が目的）の開催をサポートしている。