

# 令和7年度 事業計画

## I. 経済・金融環境

国内の景気は、政府において中小企業等の経営基盤の強化・成長の支援、地方創生の推進などの経済対策を公表し、賃金・所得の増加、生産性の向上を重視する方針が示される中で、緩やかに回復している。

しかしながら、米国の保護主義化による政策変更、中国の内需不振、中東やウクライナの地政学的リスクの高まりなど、今後の景気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企業・小規模事業者に目を向けると、生産年齢人口が減少する中、深刻化する人手不足、後継者不足、物価高騰、価格転嫁、デジタル化への対応など多くの課題への取組みが求められており、厳しい経営環境が続いている。

金融分野においては、国内外の経済・物価を巡る不確実性が引き続き高く、金融・為替市場の動向を十分注視する必要がある中で、日本銀行は、経済・物価情勢の改善が続くならば、政策金利を引き上げ、金融緩和度合いを調整するものとみられる。「金利のある世界」への回帰が進む中、金融機関には、本業支援の強化により収益性を確保するとともに、信用リスク管理態勢の強化が求められる。

こうした中、信用組合は、地域における雇用、生活・コミュニティの維持に必要な役割を果たしている中小企業・小規模事業者や生活者の一番身近な存在として期待に応えるため、取引先に寄り添い、真のリレーションシップを発揮していく必要がある。

また、地域・業域・職域の各信用組合が持つ優位性や独自性の強みを活かしながら、事業者・生活者への情報提供や課題解決支援等に積極的に取り組むことが必要である。

## II. 基本方針

このように、信用組合の取引先であり地域経済の担い手たる中小企業・小規模事業者においては、原材料価格や人件費の増加を補えるだけの売上増・利益率向上や価格転嫁が実現できない厳しい経営環境が続き、収益力・生産性の向上が急務な状況である。

そのため、信用組合には、事業者が抱えている経営課題を的確に把握し、各業種の事業環境の変化を捉える中で、経営改善、事業再生、事業承継、創業・スタートアップ支援等の金融仲介機能を発揮するとともに、外部支援機関等との協働体制の構築による事業者支援の強化が求められている。中央組織においても、外部機関・関係団体とのネットワークを活かし、各種支援に係る情報発信力の向上に努める必要がある。

また、健全な業務運営を遂行すべくコンプライアンスの徹底、信用リスク等の管理態勢をはじめ、金融犯罪、サイバーセキュリティ対策、マネロン・テロ資金供与対策、事業性融資推進法等、各種制度・規制等への対応、さらには、DX推進、脱炭素化にも対応していく必要があり、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役割や特色ある活動などを周知するために、より効率的・効果的な業界広報活動を進めることや、人的資本経営に対応

した組織力の強化に向けて、信用組合の人材育成の取組みを継続的・効果的に支援するために、研修事業の充実・強化に努める必要がある。

さらに、2025年は国連総会で決議された「国際協同組合年」であることから、日本の協同組合の一員である信用組合の認知と理解を高める機会と捉え、各種施策の推進に活かしていく必要がある。

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6年度は、バーゼルⅢ最終化対応やマイナンバー新法等への対応において、全信組連や信組情報サービス、外部機関と連携のうえ、システムツール等の提供や説明会の開催を行い、信用組合の適切な実務対応に向けた支援を行った。

また、マネロン・テロ資金供与対策や経営者保証改革プログラムに関する取組みについても、その一助となるべく、引き続き、情報提供、説明会の開催等を行った。

コロナ禍の収束を迎え、中小企業・小規模事業者を取り巻く経営環境において一部改善の兆しが見られるものの、人手不足やDX、脱炭素への対応等、事業者における経営課題が高度化・複雑化していることから、令和7年度は中央組織として外部支援機関等との結節点としての役割を果たし、信用組合の事業者支援における対応力の向上等に資するとともに、その取組みを強力にサポートしていく。

また、サイバーセキュリティ対策において、ガイドラインの公表を契機としたより一層の対応が求められることや新たな担保制度である企業価値担保権にかかる対応の検討も必要となることから、多様な外部専門機関等を活用するとともに、全信組連や信組情報サービスとも密接に連携し、信用組合の適切な実務対応に向けた支援を進めていく。

### (1) 会員信用組合の課題解決のサポート

#### ① 事業者支援への対応

信用組合の主な取引先である中小企業・小規模事業者の多様な支援ニーズに的確に応えるためには、行政庁等における様々な支援施策の把握とともに、外部機関等の活用による実効性の向上に取り組むことが必要となる。また、令和6年度は2度にわたり監督指針の改正が行われ、事業者支援においてより深度ある取組みが求められている。

かかる状況を踏まえ、全信組連と連携のうえ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、他業態の支援事例や支援施策の情報提供、外部機関を活用した説明会の開催等、信用組合の事業者支援態勢の向上をサポートする。

#### ② 内部監査高度化への対応

令和6年度、金融庁においては、信用を前提とする金融機関全体の内部監査水準の向上を促し、国内外のステークホルダーの信頼確保に資するような目線を提示すること等を目的として、「金融機関の内部監査高度化に関する懇談会」を開催している。

今後、金融機関全体において、内部監査高度化への取組みの重要性が高まることが想定される中、本懇談会への参加を通じた、議論の動向等の情報収集とともに、報告書等のアウトプットに基づく説明会等の開催を行う。

## **(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6月、「事業性融資の推進等に関する法律」が成立し、新たな担保制度として創設された「企業価値担保権」を2年半以内に施行するとされる中、信用組合としての利活用を検討するため、引き続き、勉強会等への参加を通じた情報収集に努め、実務対応に必要な情報提供を行うとともに、説明会等の開催を検討する。

さらに、令和6年10月に改正・施行された経営者保証に関する監督指針への対応を含め、信用組合の経営者保証にかかる取組状況を適時把握するとともに、その状況に関する情報提供を行う。

### **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最終化が適用されることを踏まえ、信用組合の自己資本比率算定にかかる業務が適切に遂行できるよう、引き続き、実務対応に必要な情報提供等を行うとともに、全信組連や信組情報サービスと連携し、信用組合の対応状況を適時把握し、必要に応じてフォローアップを行う。

### **③ マイナンバー新法への対応**

令和7年4月に予定されている「口座登録法」および「口座管理法」に関するすべての業務の開始に向けて、引き続き、当局と金融団体との会議などに参加し、情報収集を図るほか、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**

金融界全体として、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に掲げ、「手形・小切手の全面的な電子化」を目指している。信用組合においても目標達成に向けての取組みが求められていることから、引き続き、様々な会議に参加し情報収集に努めるとともに、「自主行動計画」のフォローアップ調査により信用組合の状況を把握し、各種の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かかる推進施策の一環として、インターネットバンキングの契約を必要としないでんさい取引である「でんさいライト」のサービスが、令和6年11月より開始された。こうした中、でんさいネット加盟の信用組合においては、令和7年11月を目途にサービスの開始を目指していることから、全信組連、信組情報サービスと連携して、その取組みをサポートする。

### ③ AML/CFT対策および金融犯罪対策への支援

信用組合業界は、マネロン・テロ資金供与対策として、PDCAサイクルを実践のうえ、態勢の有効性検証が求められているほか、金融犯罪の急増に伴って、預金口座の不正利用等防止に向けた対策の強化が求められているため、他業態との情報交換や、外部機関の活用などを通じて、多様な情報を収集し還元していく。また、全信組連や信組情報サービスと密接に連携し、信用組合の態勢向上に資するサポートを行う。

### ④ サイバーセキュリティ対応の支援

令和6年10月、「金融分野におけるサイバーセキュリティに関するガイドライン」が公表された。ガイドラインで提示された内容を受け、各信用組合がサイバーセキュリティ管理態勢の整備を計画的に進められるよう、全信組連や信組情報サービスとの連携に加え、外部機関などを活用し、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。

### ⑤ 適切な顧客対応に向けた取組み

一部自治体において条例が成立するなど、金融機関においても対応が急務となっている「カスタマーハラスメント」に関して、信用組合が適切な対応を行うための態勢整備に向けたサポートを行う。

また、わが国の高齢化が進展し、顧客の高齢化に伴う対応が重要な課題となる中、後見制度支援預金の導入支援等、高齢化社会への対応をサポートしていくとともに、令和6年度に施行された改正障がい者差別解消法を踏まえ、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を行う。

### ⑥ 環境・気候変動問題への取組み

近年、金融機関においても、地域の脱炭素化の実現に向けて、持続可能な社会づくりに貢献することが期待される中、全信組連等と連携し、信用組合における取引先事業者等へのCO<sub>2</sub>排出量削減に向けた支援を可能とするサポート施策の検討を行う。

また、令和6年度、「信用組合業界の環境問題に関する行動計画にかかる数値目標」を見直したことに伴い、信用組合の脱炭素に向けた取組みに対するサポート施策の検討を行う。

## (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、信用組合からの要望を踏まえ、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。また、郵政民営化に関しては、法改正に向けた動向および郵政民営化委員会での議論などを注視し、必要に応じて陳情活動、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6年度は、「ブランドコミュニケーション事業」事業計画の策定にあたり、各信用組合および地区協会・都道府県協会（以下、「信用組合協会」という。）へ行ったアンケート結果を参考に、信用組合イメージキャラクターとして俳優の桜井日奈子氏を起用し、信

用組合の女性職員役とした「テレビCM」ならびに「WEB動画」（ブランデッドムービー）を制作したほか、YouTubeを活用した広告配信を行うなど、これまでより一歩踏み込んだ広報施策の展開を図った。

令和7年度においては、信用組合のお取引先、特に預金者の大半を占める中・高齢層や事業承継等による組合員の世代交代が進む中で、次世代を担う若年層の取り込みに向けて、それぞれの年齢や属性に対して、最も効果が期待できるメディアを活用し、信用組合の役割や特色ある活動など動画等を通じて信用組合に対する具体的なイメージが想起できるよう、積極的な情報発信を行う。

なお、各種広報施策に対する効果検証にあたっては、引き続き各信用組合および信用組合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実施する。

## （１）広報活動

令和7年度「ブランドコミュニケーション事業」事業計画の策定にあたり、参考とすることを目的として、各信用組合および信用組合協会へアンケート調査を実施した（総回答数：158先〔信用組合：143先、信用組合協会：15先〕、回答結果の抜粋は〔ブランドコミュニケーション事業参考〕のとおり）。

### ① テレビCMの展開【対象：中・高齢層】

信用組合のお取引先、特に預金者の大半を占める中・高齢層に対する影響力、広告媒体としての「速報性」、「訴求力」、「インパクト」の点において、マスメディアとして最も高い効果が期待できることから、引き続き、イメージキャラクターを起用したテレビCMを活用し、組合員はもとより、一般の方々へ信用組合に対する認知・浸透を図る。

[アンケート結果]

同アンケートにおいて、テレビCMに対する広告効果について全体で「とても期待している」、「期待している」との回答が合わせて85%であった。

### ② YouTube等SNSを活用した情報発信【対象：若年層・中年層】

（動画コンテンツの充実と広告配信）

WEBメディアとしてYouTubeは若年層中心に国内で月間利用者数が7,120万人※1を超える実績があることから、引き続きYouTubeを活用して、信用組合の特徴や果している役割、各コミュニティにおける取組みのほか、一般の方々の興味・関心が高い分野をテーマとした動画を制作し、コンテンツの充実を図る。

併せて、SNS広告として動画との親和性が高いYouTube広告をメインに活用して視聴者数の拡大を図り、信用組合業界に対するさらなる認知・浸透に繋げる。

※1：YouTube日本国内における月間利用者数、7,120万人（令和5年5月 Nielsen DCR Monthly Total 調べ）

[アンケート結果]

同アンケートにおいて、YouTubeを活用した情報発信効果について、全体で「とても期

待している」、「期待している」との回答が合わせて85%であった。

### ③ TVer等動画配信サービスを活用した広告展開【対象：全年齢層】

新たなメディアプロモーションとして、若年層から中・高齢層まで幅広く利用されている動画配信サービスの中で、特にテレビとの連動性が高く、月間利用者数※2が、4,100万人を超える「TVer」（民放テレビ局で放送された一部番組終了後、一定期間内無料で視聴することができる配信サービス）等の動画配信サービスへ、令和6年度制作したテレビCM”しんくみタウン篇（15秒版）”を配信し、既存の広告素材を有効的に活用しながら、積極的な広告展開を図り、信用組合のさらなる認知・浸透に繋げる。

※2：TVer月間利用者数、4,100万人（令和6年8月株式会社TVer調べ）

### ④ イメージキャラクターの活用

信用組合のイメージキャラクターに起用した俳優の桜井日奈子氏（契約期間：令和6年4月1日から令和8年3月31日）を引き続き、信用組合女性職員役として、「テレビCM」、「WEB動画」、「店頭掲示用ポスターモデル」に起用し、同氏が持つ、明るく元気で親しみやすいキャラクターと信用組合のイメージが重なり身近で頼りになる存在であることが想起できるよう活用する。

[アンケート結果]

同アンケートにおいて、著名人を起用した広告効果について、全体で「とても期待している」、「期待している」との回答が合わせて90%であった。

### ⑤ 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6年度は4事業（花の種頒布、クリアファイルの頒布、ステッカーの貼付、のぼり旗の掲出）を業界統一活動として展開した。令和7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) 表彰制度ならびに寄付活動

### ① 懸賞作文「小さな助け合いの物語賞」

令和6年度は、応募者数が2,686件と過去最多となった前年の3,155件には及ばなかったものの、年代別応募者数においては、10代からの応募が全体の約80%を占めるなど、本事業を通じて、次世代を担う若者に対する認知・浸透に繋げることができた。

令和7年度においては、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。また、一般成人に対しても同様に、本事業を通じて、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

例年どおり、信用組合・信用組合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

たらず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、平成6年に取り扱いを開始して以降、108信用組合で約37万枚を発行し、信用組合業界が選定する社会福祉団体や児童支援・養護施設などに寄付された累計総額は330百万円と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 大学講義に伴う講師料等の補助
- 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6年度は、「トップセミナー」や「常勤役員講座」、「しんくみ大学」など、役員や経営幹部候補向けに、信用組合間の交流の機会を兼ねながら経営戦略の要諦を学ぶ集合研修を開催した。

令和7年度においては、上記研修の一層の充実を図るとともに、信用組合の人材育成の取組みを継続的に支援するため、本会主催の階層別研修を再開するなど研修メニューの拡充を検討し、順次実施する。

また、信用組合のニーズに迅速に対応するため、時流に合った適時適切な研修を本会と信用組合協会で共同開催するなど、本会と信用組合協会の連携を強化していく。

### （1）集合研修（トップセミナー、常勤役員講座、しんくみ大学等）

役員や経営幹部候補向けの研修については、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が重要であることから、引き続き内容の充実を図りながら対面形式を中心に開催する。

## **(2) 階層別研修**

信用組合の人材育成の取組みを支援するため、本会による階層別研修を再開する。階層別研修は、喫緊の課題とされる、後輩や部下の指導力、管理者のマネジメント能力をはじめ、対話力や傾聴力、課題発見力・課題解決力などといったヒューマンスキルの向上に主眼を置き、信用組合の意見を踏まえながら、優先順位付けを行い、順次開講していく。

なお、信用組合の研修コスト抑制と研修受講者の利便性を図り、かつすべての信用組合にできるだけ公平な参加機会を設けるため、階層別研修はオンラインによる開催を基本とする。

## **(3) 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ならびに金融業界共通の基本的な知識を学ぶ機会として、より充実した内容に改訂したうえで、引き続き実施する。

## **(4) eラーニング**

eラーニングは、コストを抑えながら職員が知識やノウハウ等を自学自習するための有効な手段のひとつと考えられることから、信用組合のニーズを確認しながら引き続き提供する。

## **(5) 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6年度の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586件であった（前年同期比104.6%）。

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225件であった（前年同期比86.2%）。

信用組合利用者からの苦情・相談の件数については近年減少傾向にあるが、例えば、古い組合の出資証券や通帳に関する相談などの減少が主要因となっている。

令和7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、他業態等の情報や相談事例などの還元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、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、金融トラブル連絡調整協議会等の会議を通じた情報収集や、金融ADR制度に関する情報をとりまとめ、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、信用組合の利便性向上に向け、引き続き掲載事例を選定し、内容の充実に努める。

# **5. 総務事業**

令和6年度は、中央組織の連携・協働のもと、信用組合の課題等を共有するとともに、両組織役職員の情報共有や意思疎通の円滑化に資する取組みを進めた。

令和7年度においては、引き続き、信用組合のニーズに沿ったサポートを充実させるため、信用組合協会や全信組連営業店との連携を強化する。

また、業務プロセスのシステム化、サイバーセキュリティ対策の向上を図るとともに、各部署における円滑な業務遂行に向けた職場環境の整備に取り組む。併せて、会員信用組合との良好なコミュニケーションと実効性ある業務運営を実現するため、職員一人ひとりの適性・能力に応じた人員配置や、キャリア形成に基づく研修等による人材育成・強化に取り組む。

加えて、業界内の不祥事件の再発防止に取り組むため、全信組連と協働して、業界内のコンプライアンスマインドの向上、態勢機能の強化に向けた施策に取り組むとともに、信用組合が役職員に対するコンプライアンス教育・啓発を適切に実施できるようサポートする。

さらに、国連が定めた2025国際協同組合年においては、信用組合のプレゼンスを高める機会と捉え、他協同組合と協働した各種イベントに参画するとともに、同組合年に係る宣伝用資材・ノベルティグッズ、ロゴマークの使用等各種施策について信用組合への協力要請、理解促進に取り組む。

## **(1) 信用組合協会との連携強化**

本会の各種施策を効率的に実施していくためには、信用組合協会との連携が不可欠である。引き続き、信用組合協会との情報・意見交換会議を開催するなど、信用組合協会との連携を強化する。

## **(2) 業務プロセスのシステム化、サイバーセキュリティ対策**

稟議手続きの電子化をはじめ、業務プロセスのシステム化により事務の効率化を進め、各部署における円滑な業務遂行に向けた職場環境の整備を図る。また、本会情報資産への外部からのサイバー攻撃等に対応するため、外部知見を活用しつつ各種セキュリティ対策の向上を図る。

### **(3) 人材育成の一層の強化**

人材を有効に活用するべく適材適所への人員配置を引き続き行うほか、人的資本経営の実現に向けて職員の主体性や生産性を高めるために必要となる研修等の施策を検討・実施し、職員一人ひとりのスキルアップを図る。

### **(4) 信用組合業界のコンプライアンス態勢の強化**

業界内のコンプライアンスマインドの向上に向け、①信用組合経営者および中央組織役職員に対するコンプライアンス研修会の定期開催、②信用組合職員向けコンプライアンス研修に係るサポート、③信用組合役職員が安心して相談・通報できる枠組みの構築に取り組む。

### **(5) 2025 国際協同組合年に係る対応**

2025 国際協同組合年を信用組合の認知と理解を高める絶好の機会と捉え、他協同組合と協働した各種イベントに参画するほか、宣伝用資材・ノベルティグッズ、ロゴマークの使用等各種施策について信用組合へ情報発信を行い、理解促進を図る。

令和6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」結果について(抜粋)

○アンケートの目的

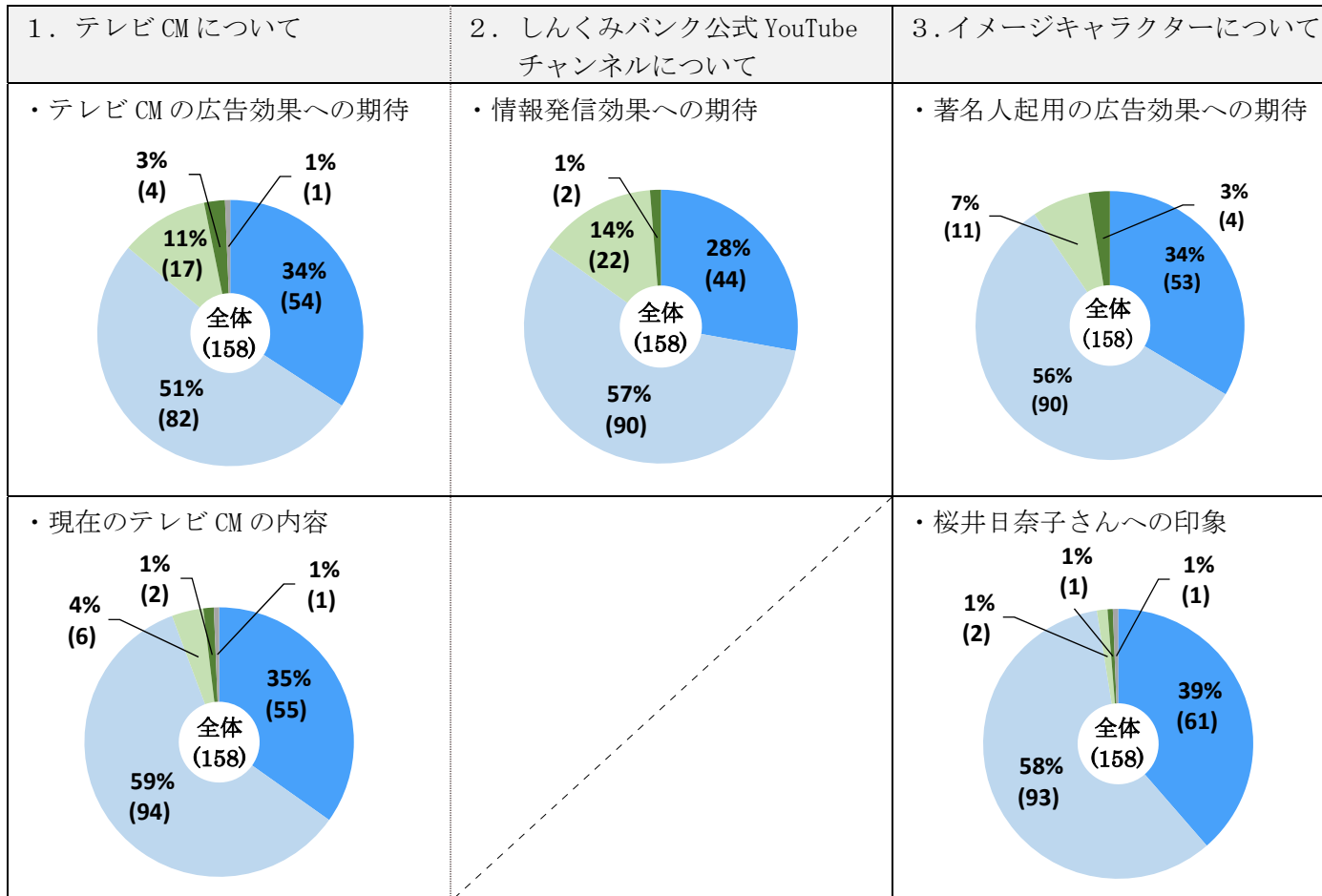
・業界広報活動を実施するにあたり、各信用組合・信用組合協会より要望や意見等を徴取し「ブランドコミュニケーション事業」事業計画策定時の参考とする。

○調査概要

・143信用組合と信用組合協会において広報事業に携わる部署（または役職員）を対象に、10月24日～11月8日までの期間で実施し、158先（地域：101先、業域：27先、職域：15先、協会：15先）から回答。

○アンケート結果（各信用組合・信用組合協会の合計）

(上段回答項目) ■とても期待している、■期待している、■あまり期待していない、■全く期待していない、■無回答



↑(下段各回答項目) ■とても良い、■良い、■あまり良くない、■全く良くない、■無回答