

# 住宅ローン友の会について

～現役世代のJA全利用に向けて～

JA常陸 金融共済部 融資課

小林 大貴

## JA常陸の経営理念

### JA常陸の使命(ミッション)

「一人は万人のために、万人は一人のために」の精神に基づき、相互に助け合い、支え合いながら地域社会の発展に貢献します。

多様な農業を守り、消費者に安全・安心な農畜産物・加工品を安定的に供給します。

地域住民・組合員の一步前を歩き、豊かさと夢のある暮らしを提案します。

### JA常陸の行動指針～3つのC～

#### •Compliance[法令遵守]

一人ひとりがJA役職員としての自覚を持ち、コンプライアンスの徹底に努めます。

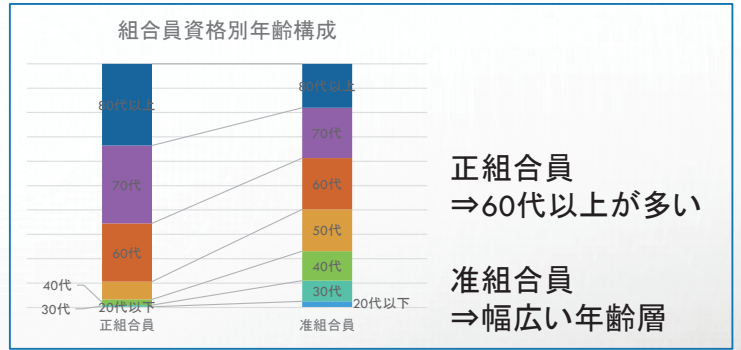
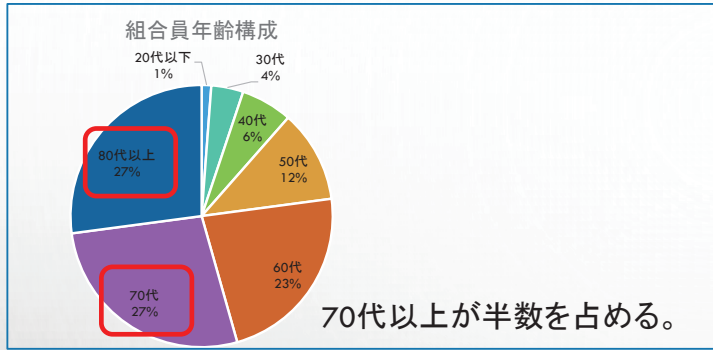
#### •Communication[コミュニケーション]

**対話と傾聴によって、組合員・利用者の声に真摯に耳を傾け、誠実に行動します。**

#### •Challenge[挑戦]

挑戦することを重んじ、絶えず新しい価値の創造を目指します。

## JA常陸の現状分析

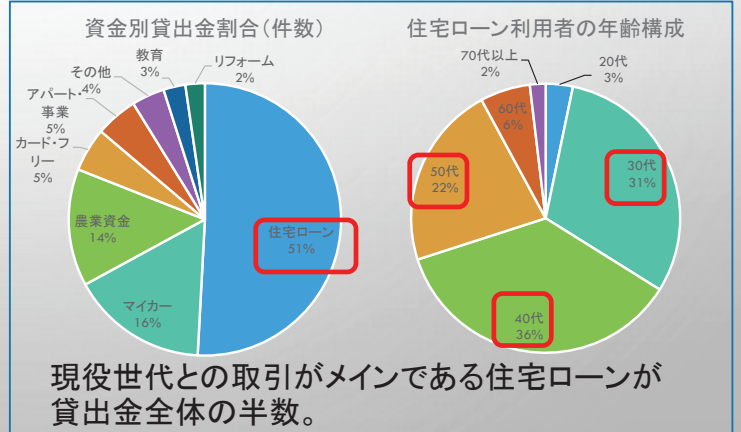


組合員資格別事業利用状況

	信用事業 (貯金)	信用事業 (貸出金)	共済事業	購買事業
正組合員	49.5	14.2	65.7	79.3
准組合員	19.6	79.8	19.3	11.8
員外	30.8	6.1	15.0	8.9

(第10回総代会資料より)

貸出金は准組合員利用率が高い。



## JA常陸の経営環境分析

### 金融機関におけるJA常陸のSWOT分析

外部環境	<p><b>O: opportunity) 機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>住宅ローン利用者数の増加</li> <li>農業への関心の高まり</li> </ul>	<p><b>T: Threat) 脅威</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>次世代(現役世代)のJA離れ</li> <li>住宅ローン金利の価格競争激化</li> </ul>	
内部環境	<p><b>S: strength) 強み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域密着</li> <li>総合事業</li> </ul>	<p><b>O×S(積極的攻勢)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>住宅ローン利用者の総合事業利用</li> </ul>	<p><b>T×S(脅威の克服)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>総合事業を活かした付加価値の創造</li> </ul>
<p><b>KFS(重要成功要因)</b></p> <p><b>住宅ローン利用者(現役世代)との繋がりを強化</b></p>			
	<p><b>W: weakness) 弱み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>次世代(現役世代)との繋がりが弱い</li> <li>利用者ニーズの収集・理解不足</li> </ul>	<p><b>O×W(内部資源の強化)</b></p>	<p><b>T×W(危機の回避)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>価格(金利)以外の付加価値の創造</li> </ul>

## 現状の問題点

- ・住宅ローン取引のみの利用者が多い。  
⇒情報発信ができていない。  
⇒住宅ローン利用者は、ハウスメーカーの紹介でJA常陸を利用している。  
=JAのことをよく知らない。

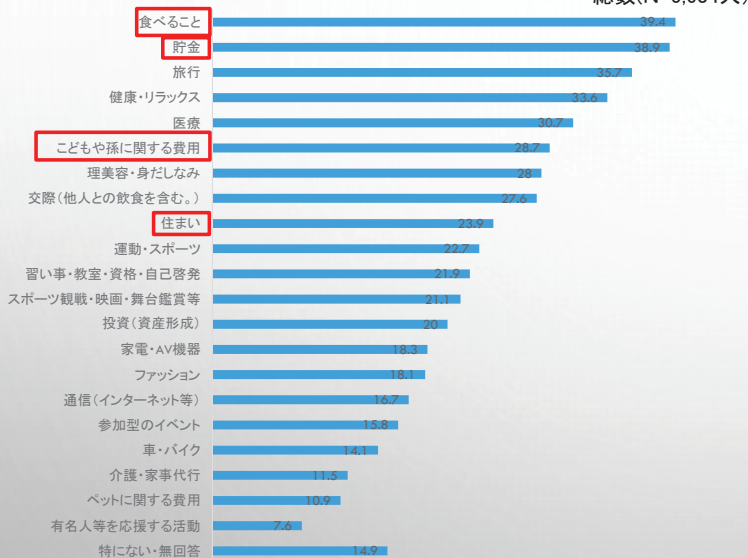
### 問題を解決するために

- ・住宅ローン利用者への情報発信や定期的な接触。
- ・他事業への橋渡し。
- ・住宅ローン利用者(現役世代)が利用したくなる仕組み作り。

## 利用者の分析

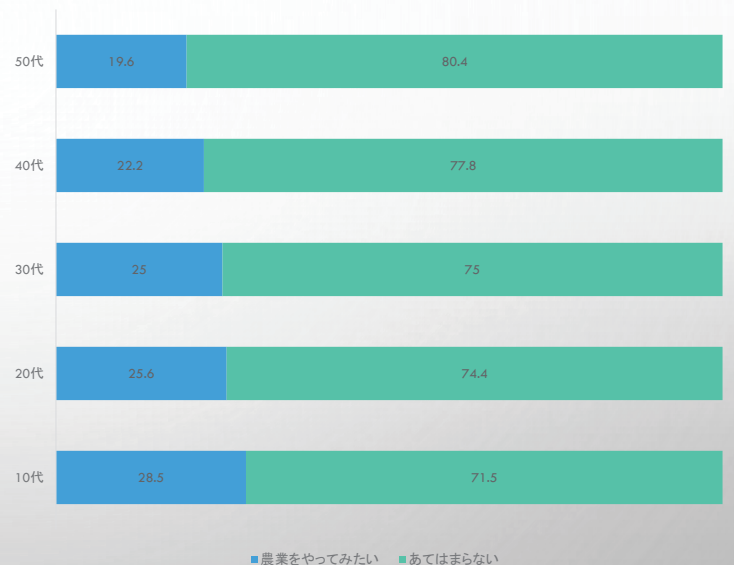
今後(も)お金をかけたいと思っているもの

総数(N=5,634人)



(消費者庁「令和4年度消費者意識基本調査」より)

農業未経験者の農業体験意向



(共済連「農業に関する意識と実態調査」より)

赤枠はJAが提供できる。

農業体験に興味がある人は一定数存在。

## ドメイン(事業領域)の設定

誰に(どんな利用者の)

JA常陸 住宅ローン利用者

何を(どんなニーズに)

- ・貯金
  - ・住まい
  - ・こどもや孫に関する費用
  - ・食べること
  - ・農業への関心
- ※利用者の分析より

どのように(どう対応するのか)

総合事業を活かした複合サービス

## 具体的対策

### 住宅ローン友の会の発足

- ・年金友の会・・・年金受給者に対し誕生祝やイベントを実施している。  
⇒住宅ローン利用者に対しても、同様のサービス提供により付加価値を高める。
- ・AIDMAの法則(消費者の心理過程)を意識し、効果的に購買行動へつなげる。

**A**ttention(注意:知る) ⇒情報発信

**I**nterest(興味:興味を持つ) ⇒イベント

**D**esire(欲求:欲しくなる) ⇒渉外担当者によるニーズ喚起

**M**emory(記憶:記憶する) ⇒再訪問・連絡・情報発信

**A**ction(行動:購入する) ⇒購買行動を逃さない迅速な対応

## 具体的対策

### 住宅ローン友の会の特典①

農業体験(植え付けから収穫まで)

⇒有機農業により実施。

⇒収穫した作物は、子ども食堂やオーガニック給食へ提供。

⇒青年部やフレミズの会にも参加依頼。

### 【効果】

- ・利用者同士の情報交換(ロコミ)
- ・身近な若い農家(青年部)とのふれあい
- ・フレミズの会への加入を募集  
⇒利用者の立場から広める立場へ

### 住宅ローン友の会の特典②

共済事業のイベントへ優先的に招待。

### 【効果】

- ・共済事業PR

### 住宅ローン友の会の特典③

住宅ローン契約月に規格外野菜の引換券を進呈。

⇒引換券は、渉外担当者が配布。

⇒規格外野菜は、生産者に直売所へ出荷してもらう。

### 【効果】

- ・渉外担当者との接点を作る
- ・直売所の売上げ増加  
＝生産者の所得向上

### JA常陸の広報誌・情報誌を電子ブックで配信

⇒JAネットバンクやJAバンクアプリによるURL送付。

### 【効果】

- ・現役世代への情報発信