

# 信用金庫における中小企業景気動向調査と地域情報還元の意義

## —地域情報還元がもたらす地域とのつながり—

信金中央金庫 地域・中小企業研究所研究員

伊藤 祐希

信金中央金庫 静岡支店上席調査役

奥津 智彦

(キーワード) 全国中小企業景気動向調査、景況調査、信用金庫、地域調査、地域レポート、  
中小企業

(視 点)

地域金融機関である信用金庫において、景況調査等を活用して自らの営業エリアの動向を理解することは、経営戦略、営業戦略を策定していくために不可欠といえる。また、地域へ情報を還元する取組みは、自金庫のプレゼンス向上だけでなく、地域構成員にも有益な活動と考えられる。

信用金庫による地域情報還元の代表例が「中小企業景気動向調査」（以下「景況調査」という。）であるが、一部の信用金庫では営業区域の取引先を対象とした景況調査の結果のみならず、様々な地域情報（独自の地域分析結果、地域経済データ、業績堅調な取引先企業の紹介）を冊子にまとめ地元へ還元している。

そこで本稿では、景況調査について概説したうえで、全国の信用金庫における景況調査を含めた地域情報還元への取組み状況を紹介する。あわせて、地域情報還元への取組みに積極的な信用金庫からのヒアリング内容を踏まえつつ、信用金庫が当該業務に取り組むことの有効性について考察する。

(要 旨)

- 信用金庫の多くが景況調査を行っている。また、一部の信用金庫ではこれにとどまらず、様々な情報を盛り込んだ地域レポートを作成し、地元へ還元することにも力を入れている。
- 地域情報還元へ積極的に信用金庫にヒアリング調査を行ったところ、「いかにして地域経済社会に有益な情報を還元することができるのか、日々模索している」「メディアを通じて情報発信をすることで、地域での金庫の認知度が向上している」「継続的な地域情報の還元が、地域経済社会でのプレゼンスの向上につながっている」などのコメントが得られた。
- 信用金庫による景況調査を含めた地域情報還元は、地域構成員とのリレーション構築、地域経済社会におけるプレゼンス向上に直結する行為である。また、還元情報は取引先企業や地方公共団体にとっても、経営戦略、地域振興施策を策定するうえで有用なものである。信用金庫による地域情報還元への取組みには、さらなる広がりおよび深化が期待される。

## はじめに

地域金融機関である信用金庫において、自らの営業エリアの動向を理解することは、経営・営業戦略上必要不可欠である。同時に、金庫が入手し、とりまとめた情報を地域に還元することも信用金庫の重要な役割の一つである。現在、信用金庫が地域に還元している情報として最も代表的なものが景況調査である。多くの信用金庫が営業区域の取引先を対象とした景況調査の結果を公表しているが、一部の信用金庫ではそれにとどまらず、様々な地域情報を盛り込んだ冊子（以下「地域レポート」という。）を独自に作成し、地元に戻している。

そこで本稿では、信金中央金庫 地域・中小企業研究所（以下「当研究所」という。）がとりまとめている全国ベースの景況調査の概要を説明した上で、全国の信用金庫の景況調査に対する取組み状況を紹介する。そのうち、地域情報還元に積極的な信用金庫へのヒアリング内容を踏まえながら、信用金庫が当該業務に取り組むことの有効性について考察する。

### 1. 「全国中小企業景気動向調査」の概要

まず、信用金庫が取り組んでいる景況調査の概要把握を目的に、当研究所がとりまとめている全国ベースの景況調査（全国中小企業景気動向調査）について、他機関の中小企業のビジネス・サーベイと比較しつつ解説す

る。なお、対象地域などは異なるものの、信用金庫による景況調査の特徴は、基本的には全国中小企業景気動向調査と同じである。

そのうち、景況調査の結果に基づき分析した結果をまとめた当研究所発行のレポートを紹介する。

#### (1) 景況調査の概要

##### イ. 景況調査の概要

図表1は、全国中小企業景気動向調査の概要、特徴点を示したものである。

当調査は、1974年に東京都信用金庫協会が東京地区において開始し、その1年後の75年に全国信用金庫協会が全国調査を開始した。その後、98年より全信連総合研究所（現・信金中央金庫 地域・中小企業研究所）へ業務が移管され、現在に至っている。

年4回（3、6、9、12月）実施している景況調査は、原則、信用金庫職員による「面接聞き取り方式」により行われている。

調査内容は、「景気動向調査」と「特別調査」の2つに大別される。景気動向調査は、総合的な景況感を問う「業況」の項目に加え、「売上額」「収益」「人手過不足」「資金繰り」など約20の項目について実績と見通しを尋ねるものである。一方、特別調査は、信用金庫、中小企業に関わるタイムリーなテーマについて尋ねるものであり、最近では「中小企業が新政権に期待すること」「平成25年（2013年）の経営見通し」「中小企業における事業上の情報収集・発信について」「中小企業の手過不足感と人材戦略について」等

図表1 全国中小企業景気動向調査の概要と特徴

調査概要	
調査時期	年4回四半期ごとに実施される（3、6、9、12月）
調査方法	全国の信用金庫営業店の調査員により行われる「面接聞き取り調査方式」
標本数	全国信用金庫の顧客約16,000社
分析方法	項目について、「増加」（良い）－「減少」（悪い）の構成比差＝判断D.I.（景気動向指数：ディフュージョンインデックス）を基にして実績と今後の見通しを調査
調査内容	①景気動向調査（20項目の質問で構成、毎四半期同一の内容で行い企業の景況感を調査する。） ②特別調査（調査時点の金融情勢を加味し、毎四半期異なるテーマを選定する。5項目の質問により構成）
結果公表	①プレス発表（日銀記者クラブにて3、6、9、12月末頃） ②「中小企業景況レポート」を4、7、10、1月中旬に全国の信用金庫（調査対象先も含む）に送付 ③当研究所HP（ <a href="http://www.scbri.jp/keikidoukou.htm">http://www.scbri.jp/keikidoukou.htm</a> ）内にて調査結果掲載、「信金中金月報」、全信協の雑誌「信用金庫」の5、8、11、2月号に調査結果を掲載
特 徴	
標本数	調査対象先約16,000社に対して、毎回約14,000社から回答を得ており、中小企業を対象とした調査のサンプル数としては国内最大級
企業規模	回答企業のうち従業員数20人未満の企業が約70%を占めており、比較的小規模企業が主体となっている。
調査方法	調査員による「面接聞き取り調査」を行っているため、回収率（有効回答率）が比較的高い。
調査項目	景気動向調査で行われている定期的な調査項目だけでなく、特別調査において旬なトピックスに関する調査項目を付加している。
公表時期	全国規模かつ四半期ごとの調査では最も公表時期が早い。
調査内容	調査表に「調査員のコメント」欄を設けることにより、調査先の生の声を集め結果分析に厚みをもたせている。

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

をテーマとして取り上げた。

当研究所から発行している「中小企業景況レポート」などでは、全国・全産業ベースでの集計結果に加え、11地域（北海道、東北、関東、首都圏、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州北部、南九州）、6業種（製造業、卸売業、小売業、サービス業、建設業、不動産業）の別に集計した結果も公表している。

ロ. 景況調査の特徴—他の調査機関による中小企業のビジネス・サーベイとの比較を通じて—

図表2は、全国ベースの業況判断D.I.等の数値が公表されている代表的な中小企業のビジネス・サーベイを一覧にまとめたものである。いずれも各機関のホームページ上で閲覧可能であり、中小企業の動向把握のために有

図表2 代表的な中小企業のビジネス・サーベイ

調査名称・調査機関	調査頻度	調査対象企業	サンプル数
全国中小企業景気動向調査 (信金中央金庫) (地域・中小企業研究所)	四半期ごと	全国信用金庫の取引先（従業員300人未満）から任意抽出 ※うち従業員20人未満の企業が約70%	約16,000社 (回答率約85%)
全国企業短期経済観測調査(日銀短観) (日本銀行) (調査統計局)	四半期ごと	全国の民間企業から任意抽出（中小企業は資本金2,000万円以上1億円未満）	約6,000社 (中小企業) (回答率約95%)
全国中小企業動向調査(小企業編) (日本政策金融公庫) (総合研究所)	四半期ごと	同公庫における全国取引先（従業員20人未満）から任意抽出	約10,000社 (回答率約60%弱)
全国中小企業動向調査(中小企業編) (日本政策金融公庫) (総合研究所)	四半期ごと	同公庫における全国取引先（従業員20人以上）から任意抽出	約12,000社 (回答率約50%)
中小企業月次景況観測 (商工組合中央金庫) (調査部)	毎月	同金庫の全国における取引先中小企業から任意抽出	1,000社 (回答率100%)
中小企業景況調査 (中小企業庁) (中小企業基盤整備機構)	四半期ごと	全国の商工会議所、商工会および中小企業団体中央会が全国の中小企業から任意抽出	約19,000社 (回答率90%強)
商工会議所LOBO調査 (日本商工会議所) (産業政策第1部)	毎月	全国の商工会議所が全国の中小企業から任意抽出	約3,000社 (回答率100%)

(備考) 各調査機関の公表資料をもとに、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

用な情報が得られる。

最も代表的な中小企業のビジネス・サーベイとして日本銀行が行っている「全国企業短期経済観測調査(以下「日銀短観」という。)」があげられるが、日銀短観が資本金2千万円以上1億円未満の企業を中小企業の調査対象としているのに対して、当研究所の景況調査は全国信用金庫の取引先中小企業を対象としており、回答企業のうち70%以上が従業員20人未満となっている。基準は異なるものの、景況調査の調査対象は日銀短観と比較し

て、より小規模な中小企業のウエイトが大きいと考えられる。

また、景況調査のサンプル数は約16,000社であるが、これは中小企業基盤整備機構の「中小企業景況調査」に次いで多く、数の面でも多くの中小企業の実態を反映させている。

さらに、景況調査の調査表には調査員のコメント欄が設けてある。調査先の生の声も収集し掲載することにより、結果分析の手がかりを提供している。

図表3 信金中央金庫 地域・中小企業研究所が発行した景況調査に関連するレポート

号（発行年月）	タイトル
産業企業情報 24-9（12年12月）	中小サービス業の経営環境と景況感
〃 24-6（12年9月）	中小卸売業の経営環境と景況感
〃 24-2（12年6月）	中小不動産業の経営環境と景況感
〃 23-9（12年3月）	中小建設業の経営環境と景況感
〃 23-8（11年12月）	中小小売業の経営環境と景況感
〃 23-7（11年12月）	業況堅調を続ける中小製造業の秘訣を探る
〃 23-5（11年9月）	中小製造業の経営環境と景況感
〃 23-1（11年5月）	業況堅調企業の経営事例にみるこれからの中小企業経営のヒント
〃 22-6（10年12月）	中小企業の景況感からみたバブル崩壊以降の20年

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

## （2）景況調査を基にした調査レポート

当研究所では、毎回の景況調査結果の定期的な公表に加え、景況調査の結果をふまえた調査・分析に取り組み、その成果をレポートにまとめ発信している（図表3）。

例えば、産業企業情報23-7「業況堅調を続ける中小製造業の秘訣を探る」は、外部環境が厳しいなか、景況調査において業況が「良い」と回答した中小製造業にスポットを当て、追加のヒアリング調査を重ね、中小製造業経営における成功のヒントを探った。

また、「全国中小企業景気動向調査」で区分している6業種についてはそれぞれ、景況調査の結果を基にして各業界を取り巻く状況を分析し、独自の取り組みを行い堅調に経営を続けている中小企業への取材を重ねることにより、各業界の抱える問題点や堅調企業の強みを浮き彫りにし、レポートとしてまとめている。直近ではサービス業についてまとめた

産業企業情報24-9「中小サービス業の経営環境と景況感」がこれに該当する。

いずれのレポートも当研究所のホームページに掲載しているため、ご覧いただきたい（<http://www.scbri.jp/sangyoukigyou.htm>）。

## 2. 信用金庫による景況調査および地域情報還元への取り組み

景況調査の概要を紹介してきたが、信用金庫の中には独自に工夫を凝らし、自身の根差す地域の実態に即した形で調査結果をとりまとめているところも少なくない。

さらに、一部の信用金庫は、景況調査の結果に加え、各種の地域情報を盛り込んだ地域レポートを発刊し地元へ還元している。

当研究所が信用金庫から定期的に受領している地域レポートの内容を手掛りに、信用金庫による景況調査、地域情報還元への取り組み状況を概観する（図表4）。

図表4 全国信用金庫による景況調査、地域情報等のとりまとめ状況（13年2月末時点）

項目 地域	金庫数	景況調査				地域情報		
		うちレポート 受領金庫数*	うち地区別 データ掲載	うち業種 中・小分類	うち全国 データと 比較掲載	うち地域経 済指標を掲 載	うち自金庫 情報を掲載	うち独自ア ンケートを 掲載
北海道	23	19	2	6	3	9	11	0
東北	27	8	4	2	0	4	5	0
北関東・甲信越	32	17	1	3	1	6	5	2
首都圏	40	15	3	0	3	3	3	1
北陸	17	3	0	1	0	2	2	0
東海	39	24	4	12	6	15	8	4
近畿	32	14	2	2	1	2	5	5
中国・四国	31	5	1	0	2	2	1	1
九州	29	4	0	1	1	1	2	0
全国	270	109	17	27	17	44	42	13

（備考）当研究所が定期的に信用金庫から受領している数であり、この他にも景況調査・地域情報等の結果をとりまとめ公表しているケースはであると推測される。

## （1）景況調査への取組み状況

### イ. 地区別データ

基本的には信用金庫の営業エリア全域を対象にとりまとめられているケースが多いが、一部の信用金庫は、自らの営業区域をさらにいくつかの地区に分け、それぞれの判断D.I.などを公表し地域に還元している。狭域エリアの中小企業の動向を示すものであり、他機関にはない希少性の高いデータといえよう。

### ロ. 対象業種分類

基本的には「全国中小企業景気動向調査」の区分（6業種）に準拠しているが、地場産業が主力となっている地域に根差す信用金庫では、自金庫を支える業種の動向を分析・把握するとともに、地域の中小企業にも有用な情報還元を行うために、中、小分類（畜産、

陶磁器、繊維、楽器等）に分けて各種データを掲載するところも多くなっている。とりわけ、東海地方において、そうした情報の還元を力を入れているケースがみられる。

### ハ. 全国データとの比較

自金庫の景況調査の結果を、当研究所の全国ベースの調査結果など相対的な尺度となるデータと比較することで、自らの営業エリアの経済状況、企業マインドの特徴を把握することに努めている信用金庫も複数存在する。

## （2）地域情報還元への取組み状況

また、一部の信用金庫は、地域レポートのなかに景況調査の結果のみならず、中小企業経営者、住民にとって有益な情報を追加的に盛り込み、還元している。具体的には、①自

らが属する地域の経済データ（新規住宅建設数、有効求人倍率、企業倒産数等）、②自金庫情報（商品・イベント紹介や業績堅調な取引先企業の取組み紹介等）、③独自に実施しているアンケート調査の結果、などを加えているケースが多い。

さらに、いくつかの信用金庫では、当研究所が作成した各種レポートを地域レポート内に掲載している。

### 3. 信用金庫の取組み事例

ここでは、景況調査を含めた地域情報の還元に積極的な信用金庫等の事例として、鶴岡信用金庫、静岡県西部地域しんきん経済研究所（遠州信用金庫、浜松信用金庫）、おかしん総研（岡崎信用金庫）、大阪信用金庫の取組みを紹介したい。

#### (1) 鶴岡信用金庫

##### イ. 金庫の概要

当金庫は山形県鶴岡市に本店を構え、山形県の日本海沿岸部にある庄内地方を主な営業区域としている。

地域振興の一環として、信用金庫のネットワークを利用した観光客の招致に注力しており、07年以降の招致実績は1万人を超えている。その活動が認められ、金融機関としては初となる「東北観光博サポーター」の認定を受けた。

##### ロ. 景況調査への取組み

当金庫では、庄内地区の取引先中小企業約

図表5 鶴岡信用金庫本店



当金庫の概要	
信用金庫名	鶴岡信用金庫
創立	1926年（大正15年）
立地	山形県鶴岡市
会員数	24,167人
預金量	1,653億円
融資量	812億円
職員数	218人

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

180社を景況調査の対象先としており、金庫職員が直接足を運び、面接聞き取り調査を行っている。なお、景況調査のとりまとめは、営業統括部の職員とパートタイマーの2人が担当している。

毎回の景況調査の結果は、当金庫発行の「中小企業の景気動向」に掲載している（図表6）。当レポートの発行部数は約700部であり、各営業店の総代、地方公共団体、商工会議所などへ配布している。また、営業店職員が取引先企業に持参し、経営者との対話の糸口とするなど営業ツールとしても活用されている。

#### ハ. 地域情報還元への取組みとその効果

「中小企業の景気動向」には景況調査の結果のみならず、参考資料として地域の経済デー

図表6 鶴岡信金景況レポート



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

タ（新車販売台数、有効求人倍率など）の推移をまとめた図表も掲載しており、地元の経済動向を把握するための情報が豊富に盛り込まれている。また、表紙に東北観光博のロゴマークが掲載されているほか、自金庫に関する情報（店舗案内や定期預金キャンペーン、相談プラザなど）も紹介されており、金庫のPR誌としての性格も有している。

当金庫で景況調査のとりまとめを担当している営業統括部職員からは、「業況判断D.I.などの推移から、鶴岡地区（城下町）と酒田地区（商人の町）の企業経営者のマインドの違いを再確認することができ、営業戦略の策定などに際し参考としている。」「営業店職員には景況調査を通じて取引先企業の経営者との

コミュニケーションを深め、より一層懐に飛び込んでもらいたい。同時に、そのなかから企業のニーズをつかんでももらいたい。」「面接聞き取り調査で借入の予定や設備投資の実施予定を尋ねた際に、資金ニーズがあることが明らかとなり、ビジネスにつながったケースもある。」などの意見、体験談が聞かれた。

取引先のなかにも、景況調査の結果から読み取れる業界動向を参考に商談を進めるなど、「中小企業の景気動向」を営業ツールとして活用しているところがある。また、掲載データについて問合せしてくるなど熱心な読者もいる。

## 二. 今後の方向性

当金庫では、景況調査の結果をレポートにまとめる際に、「どうしたら取引先企業の声を反映させられるか」を重視している。数字だけでは読み取れないメッセージ等をうまく還元することを課題と捉えており、「調査員のコメント」は調査担当者自身が必ず記入し、その充実に努めている。もっとも、職員によって情報収集能力には差があることから、様々な指導を行うことでレベルアップを図っている。

予算、人手などの面で制約はあるが、他の信用金庫が作成している地域レポートに関する情報の収集に努め、「中小企業の景気動向」の内容をさらに充実させていく意向である。

(2) 特定非営利活動法人静岡県西部地域しんきん経済研究所（遠州信用金庫、浜松信用金庫）

イ. 研究所の概要

特定非営利活動法人 静岡県西部地域しんきん経済研究所（以下「しんきん経済研究所」という。）は、ともに静岡県浜松市に本店を置く遠州信用金庫と浜松信用金庫が共同で設立したシンクタンクであり、静岡県西部地域（7市1町）を対象とした情報・資料の収集および提供、各種出版物の発行、地方公共団体・各種機関からの受託調査などを主な業務としている。

なお、しんきん経済研究所が所在する浜松市は、銀行の本店が所在しない地方都市としては人口規模が国内最大である。

図表7 静岡県西部地域しんきん経済研究所



しんきん経済研究所の概要

研 究 所 名	特定非営利活動法人 静岡県西部地域しんきん研究所
設 立 年 代	2007年
立 地	静岡県浜松市

(備考) 1. しんきん経済研究所は、浜松商工会議所会館（写真）の9階に事務所を構えている。  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表8 景況レポート、しんきんパートナー



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

ロ. 景況調査への取組み

しんきん経済研究所の景況調査は、遠州信用金庫、浜松信用金庫に委託する形で実施しており、両金庫の取引先企業約630社を調査対象とする。なお、調査結果のとりまとめはしんきん経済研究所の職員2人で行っている。

調査結果は、しんきん経済研究所が発行する「景況レポート」(図表8)に掲載している。当レポートの毎回の発行部数は5,500部程度で、遠州、浜松両金庫の営業店、取引先企業のほか、静岡県西部の地方公共団体、商工会議所、保証協会等へ配布している。

なお、当レポートでは、製造業全体の判断D.I.等だけではなく、二輪車、自動車、機械、楽器、繊維それぞれの別にも数値が掲載されている。いずれの業種も浜松地域の主力産業ないしは伝統的な地場産業であり、取引先中小企業の関心も高い。遠州、浜松の両金庫、そして取引先に対し有用な情報を提供するための工夫が凝らされているといえよう。

また、地元での認知度を高めるべく、「景況レポート」作成後には地元記者クラブにて

プレス発表を行っており、中日新聞や静岡新聞などに記事が掲載されている。

#### ハ. 地元情報還元への取組みとその効果

当研究所では「景況レポート」に加え、情報誌「しんきんパートナー」を四半期に1度発行している。当レポートには、「経営者インタビュー」、地元企業の関心が高いテーマに関する「事例紹介」、有識者へのヒアリング内容をまとめた「特集」のほか、静岡県西部地域の主要な経済指標の推移などを掲載している。ちなみに、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成の調査レポートのダイジェスト版も毎号に掲載されている。

また、10年4月に冊子「遠州の地場産業」(図表9)を発行したところ、地元の小学校や教育委員会から大きな反響があった。このほか、静岡新聞に隔週で「目で見える浜松経済」と題したコラム(浜松地域の統計データの分析結果をまとめたもの)を連載している。

浜松市に地方銀行の本店がないこともあり、信用金庫およびしんきん経済研究所に対する地元からの期待は大きい。所長を含めメンバーは4人と限られているが、大学教授、関東経済産業局OB等の有識者を客員研究員として招き、①地元中小企業経営者にとって参考となるような情報の還元、②地公体や商工会議所からの調査業務の受託などに継続的に取り組んだことが功を奏し、地域でのプレゼンスは着実に向上している。ちなみに、しんきん経済研究所の業務に占める受託調査のウエイトは、いまや半分以上となっている。

図表9 遠州の地場産業



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

最近取り組んだテーマとしては、「自動車産業の動向」「サービスロボットの将来性」などがあげられる。

上記のように、しんきん経済研究所では、様々な媒体等を活用し、地元情報を積極的に地域へ還元している。また、地公体や地域機関との連携を着実に深めている。

#### 二. 今後の方向性

しんきん経済研究所では、景況調査のなかで最も重要な調査項目として調査員のコメントをあげている。「中小企業経営者にとっては、業況判断D.I.などの定量的な情報もさることながら、他の企業の取組み事例といった定性情報も参考となる部分が多い」との考えから、委託先の両金庫に対しては、調査員に

できるだけコメントを記入するよう依頼している。

浜松地域では企業の海外進出の動きが活発化しており、地元の信用金庫や商工会議所は、現地情報の提供、現地の会計士やコンサルタントの紹介、海外セミナーの実施などに取り組みサポート体制を強化している。その一方で、自動車や楽器に代わる新産業の創出に産学官連携で取り組んでおり、現在は宇宙開発技術や医療関係技術のイノベーションが注目されている。しんきん経済研究所では、こうした現状を踏まえつつ、引き続き有用な情報の提供に努めていく意向である。

### (3) 株式会社おかしん総研（岡崎信用金庫）

#### イ. 当金庫の概要

当金庫は愛知県岡崎市に本店を構え、愛知県全域と静岡県の一部を営業区域とする。

当金庫の景況調査のとりまとめを担当する(株)おかしん総研は、1961年（昭和36年）に設立された子会社で、産業動向調査を主な業務としている。

#### ロ. 景況調査への取組み

当金庫では、取引先約970社を対象に、郵送および面談方式により景況調査を実施しており、回収率は90%程度となっている。また、経営者自身にコメント欄へ意見等を記入してもらっている。実際にコメントが記入されて戻ってくる調査表は約100枚にも及ぶ。

毎回の景況調査の結果は、当金庫が発刊している「調査月報」(図表11)の2、5、8、11

図表10 岡崎信用金庫本店



当金庫の概要	
信用金庫名	岡崎信用金庫
創立	1924年（大正13年）
立地	愛知県岡崎市
会員数	131,623人
預金量	2兆4,733億円
融資量	1兆4,638億円
職員数	2,095人

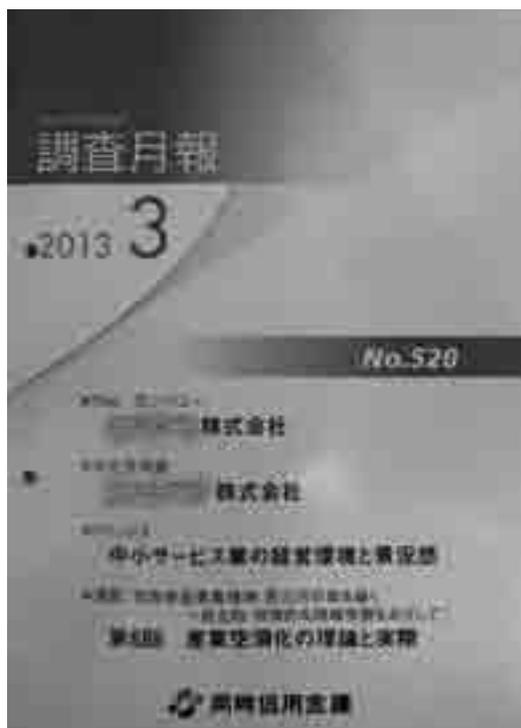
(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

月号に掲載している。発行部数は約5,000部で、取引先企業や金庫の営業店、地方公共団体などに送付している。

①製造業全体に加え、その内訳を構成する8業種(自動車部品、機械器具部品、金属製品、窯業・土石、木材・木製品、繊維製品、印刷、食料品)の別にも業況判断D.I.等の推移を示している、②経営者からのコメントを「お客様から寄せられた声」のコーナーに業種別に整理して掲載するなど、随所で、地元の読み手(取引先中小企業)にとって有用度の高い情報を還元するための工夫が凝らされている。

このほか、毎回の景況調査の結果を地元の記者クラブでプレス発表しており、中日新聞などの地元紙に掲載されることも多い。

図表11 調査月報



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表12 あいちの地場産業



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

## ハ. 地域情報還元への取組みとその効果

「調査月報」には景況調査以外にも、取引先企業の紹介、おかしん総研が独自に実施した調査（地域データの解説、サラリーマンを対象としたボーナスアンケートの結果など）、大学教授からの寄稿論文、信金中央金庫 地域・中小企業研究所が作成したレポートの抜粋などを掲載しており、地域構成員にとって有用な情報を幅広く還元している。

おかしん総研では、取引先企業の紹介記事を作成するに当たり、読み手にその企業のイメージがクリアに浮かび上がるような書きぶりにすることを心がけている。掲載された企業のなかには「調査月報」を自社の営業ツールとして使いたいとして、まとまった部数を希

望する企業もあり、200～300部を渡すケースもある。こうした企業の対応は、結果として当金庫の認知度向上にもつながっている。また、数年前に、地域・中小企業研究所が作成した活力ある中小小売業に関するレポート<sup>(注)1</sup>のダイジェスト版を掲載したところ、ある地公体の市長から問い合わせがあり、「調査月報」に対する行政の興味関心の高さを再認識した経験もある。

このほか、愛知県内の製造業や、個別の農水産品等を紹介する「あいちの地場産業」(図表12)を作成し、1万2,000部程度を発行している。地元の大学の就職課や小中学校の先生方から反響があるほか、全国ネットのテレビ局から地元ならではの製品の記述内容につい

(注)1. 産業企業情報22-5「“活力ある中小小売業者”とは—苦境の中でも勝ち残る中小小売業者の秘訣を探る—」(10年9月)

て問い合わせがあったこともある。また、愛知県警が青少年を更生する一環で、就職先として地場産業を紹介するためのツールとして使用しているとの話も聞かれた。

当金庫へのヒアリングを通じ、地域レポート等にまとめて還元している情報は、取引先中小企業だけでなく、地元の多様な構成員にとっても活用余地が大きいものであることがあらためて確認された。

## 二. 今後の方向性

当金庫では、景況調査についてまだまだ改善の余地があると考えている。現在の回収率は90%程度となっているが、近隣の信用金庫のように限りなく100%へ近づけることを目標としている。また、経営者からのコメントに基づき、より深みのある分析を行うことも課題と捉えている。

おかしん総研職員からは、「地域金融機関が営業戦略を策定するに際し、地元の分析は必要不可欠だと考えている。また、全国的なデータからは読み取れない部分について分析し、地域構成員にとって有用な情報を提供することが我々の使命である。」といったコメントが聞かれた。引き続き、当金庫ならではの調査を行い、「調査月報」の発行などを通じて地元へ情報還元していく意向である。

### (4) 大阪信用金庫

#### イ. 金庫の概要

当金庫は大阪市天王寺区に本店を構え、大阪府内の33市4町と兵庫県、和歌山県の一部

を営業区域とする。

預金、貸出金残高を着実に増加させるなど、営業活動を通じての地域貢献を進めている。なお、本年4月には(株)だいしん総合研究所を設立しており、地域のために、より広範かつキメ細やかな活動を展開していく予定である。

#### ロ. 景気動向調査への取組み

当金庫の景況調査では、営業店がリストアップした約1,800社を調査対象としており、調査表を郵送した後、営業担当者が回収する方式をとっている。回答企業は1,200~1,300社であり、回収率は70%程度となっている。なお、調査のとりまとめは、経営企画部の職員とパートタイマーの2人が担当している。

図表13 大阪信用金庫本店

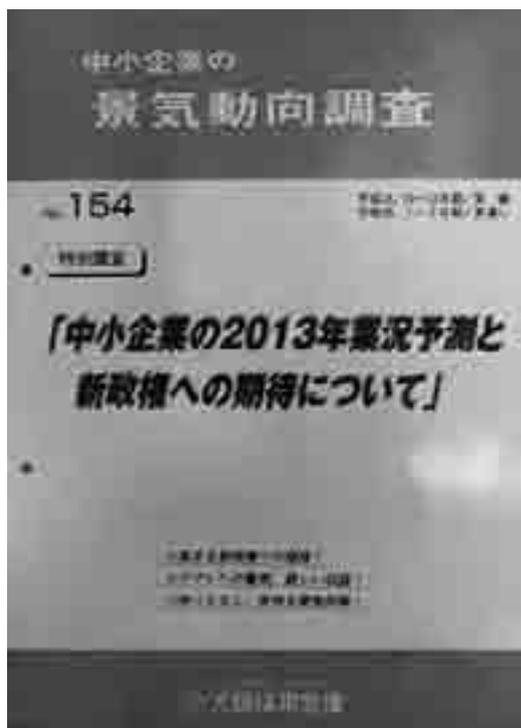


当金庫の概要

信用金庫名	大阪信用金庫
創立	1920年（大正9年）
地	大阪府大阪市天王寺区
会員数	102,911人
預金量	1兆5,313億円
融資量	9,543億円
職員数	1,266人

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表14 景況レポート



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

景況調査の結果は、当金庫発行のレポート「中小企業の景気動向調査」に掲載している(図表14)。毎回の発行部数は3,500部であり、そのほとんどをアンケートに回答した企業と営業店に還元している。

「中小企業の景気動向調査」では、総合(全業種)のほか、8業種(製造業、卸売業、小売業、飲食業、建設業、サービス業、運輸業、不動産業)の別にも調査結果を掲載しているが、読み手にメッセージが明確に伝わるよう、それぞれの見出しをインパクトのあるものにしてている。例えば、12年10～12月期調査の総合(全業種)には、「先行する期待!景気対策の効果はいつ現れるのか?」という見出しをつけている。また、景況調査を実施する際には、定例の設問のほかに、当金庫で

独自に作成した設問への回答も依頼している。ちなみに、12年10～12月期調査では、冬季賞与支給状況のほか、「中小企業の2013年業況予測と新政権への期待について」をテーマとした独自の特別調査を実施している。

認知度の向上を目的に、景況調査の結果がまとまり次第、地元の記者クラブにてプレス発表を行っている。メディアに取り上げてもらえる可能性を高めるべく、新聞記者が比較的時間に余裕があるとみられる火曜日、水曜日を狙ってプレス発表を行うなどの対応をとっている。同時に、関西のテレビ局にも投げ込みを行っており、東日本大震災発生直後に実施した独自の特別調査の結果がNHKの朝のニュースで紹介されたこともある。

#### ハ. 地域情報還元への取組みとその効果

当金庫では、景況調査の結果がマスメディアに取り上げられることを、取引のない中小企業、個人に当金庫を知ってもらうキッカケになるものにとらえている。なお、景況調査のとりまとめを担当している経営企画部職員からは、「調査結果は地域実態を表すものであり、客観性が高い(宣伝の色彩が薄い)ことから、メディアも取り上げやすいと思われる。」「当金庫の認知度は、特に大阪市内において高いと感じているが、これには景況調査への継続的な取組みが少なからず寄与している。」といったコメントが得られた。

このほか、大阪市などが主催する市民向けのシンポジウムに、当金庫の職員が近畿経済産業局の職員、地元シンクタンク研究員とと

もにパネリストとして参加し、大阪経済・関西経済の展望について議論するなどの活動を展開した実績がある。

当金庫の取組みは、地域情報の還元を通じて地元における認知度、プレゼンスの向上を実現していく際に参考となる部分が多いと考えられる。

## 二. 今後の方向性

新設した(株)だいしん総合研究所では、当面、景況調査のとりまとめや産学官連携、ビジネスマッチングなどが主な業務となる見通しで、より幅広く、キメ細やかな活動ができるものと期待している。

また、「地域分析の一環としてエリアマーケティングに一層力を入れて取り組んでいきたい。」とのコメントも得られた。統計データ、実地調査をもとに、地域の産業動向や競合先の状況について分析を進め、これを営業店に還元することにより、効率的な経営戦略が策定できると期待している。

## 4. 信用金庫による地域情報還元の意味合い

これまでの論点を踏まえ、信用金庫が「地域レポート」を発刊し、景況調査に代表される地域情報を地元へ還元することの意義、有効性などについてあらためて考察する。

### (1) 取引先企業とのリレーション構築

信用金庫への取材を通じ、景況調査およびその結果等をまとめた「地域レポート」は、

取引先中小企業と信用金庫のリレーション構築をもたらすものであることがあらためて確認された。

景況調査は年4回実施しており、調査を行う営業担当者が定期的に取り先企業を訪問するキッカケとなる。また、景況調査の結果等をまとめた「地域レポート」を取り先へ直接持参する対応をとれば、訪問頻度はさらに増すこととなる。そこでの経営者との会話を糸口に、様々なビジネスチャンスが生まれることもあろう。実際、今回訪問した複数の信用金庫から、景況調査への回答内容をもとに資金ニーズを探り出し、貸出の実行に結びつけた経験があるとのコメントが聞かれた。

### (2) 地方公共団体等との連携強化

今回訪問した全ての取材先から「継続して地域情報を地域へ還元していくことが重要」とのコメントを得ている。信用金庫ならではの視点でコンスタントに情報を還元していくことは、信用金庫が取引先企業のみならず、地方公共団体や商工会・商工会議所に代表される地元機関との関係を深めていく、あるいは連携して地域振興策を策定していくうえでの一助ともなる。

前述のとおり、静岡県西部地域しんきん経済研究所は、地公体や商工会議所からの調査業務の受託などに継続的かつ積極的に取り組んできたことが効を奏し、地域における存在感を着実に高めている。また、鶴岡信用金庫は、鶴岡市や鶴岡商工会議所と共同で観光振興や企業誘致などに取り組んでいるが、それ

とともに、互いの中小企業のビジネス・サーベイをもとに意見交換をし、地域の現状認識の共有化を図っている。

### (3) 経営戦略を策定するための参考情報

#### イ. 信用金庫

景況調査のとりまとめ結果や地元の経済データは、信用金庫にとって営業区域の中小企業の状況、経済動向を表す“鏡”といえるものであり、経営戦略や営業戦略を策定していく際の一助となる重要な情報だと考えられる。

業況判断D.I.などの定量情報をみるに当たっては、すでに複数の信用金庫が取り組んでいるところであるが、自金庫取引先の回答の集計結果のみならず、当研究所から還元している全国、11地域のデータなども参照し、業況判断D.I.等の水準、変化の程度などを相対比較して、地元企業のマインドの特徴を把握するのも一案といえよう。また、岡崎信用金庫や静岡県西部地域しんきん経済研究所のように、地元の主力産業の存在を踏まえ、独自に業種分類を設定して状況をみても一案である。

#### ロ. 取引先中小企業

地域に根差した事業を展開している中小企業においても、景気動向調査の結果などを参照することで、自地域の経済動向を把握することができ、経営戦略を策定するうえで参考になると考える。特に景況レポート内において調査員のコメント等が紹介されている場合は、自地域の同業界の他の経営者の生の声を知る

良いツールとなり得る。また、岡崎信用金庫のように景況レポートの中で企業紹介を行っている場合、ここで取り上げられることは当該企業にとって大きな励みになるであろう。

#### (4) プレゼンス・認知度の向上

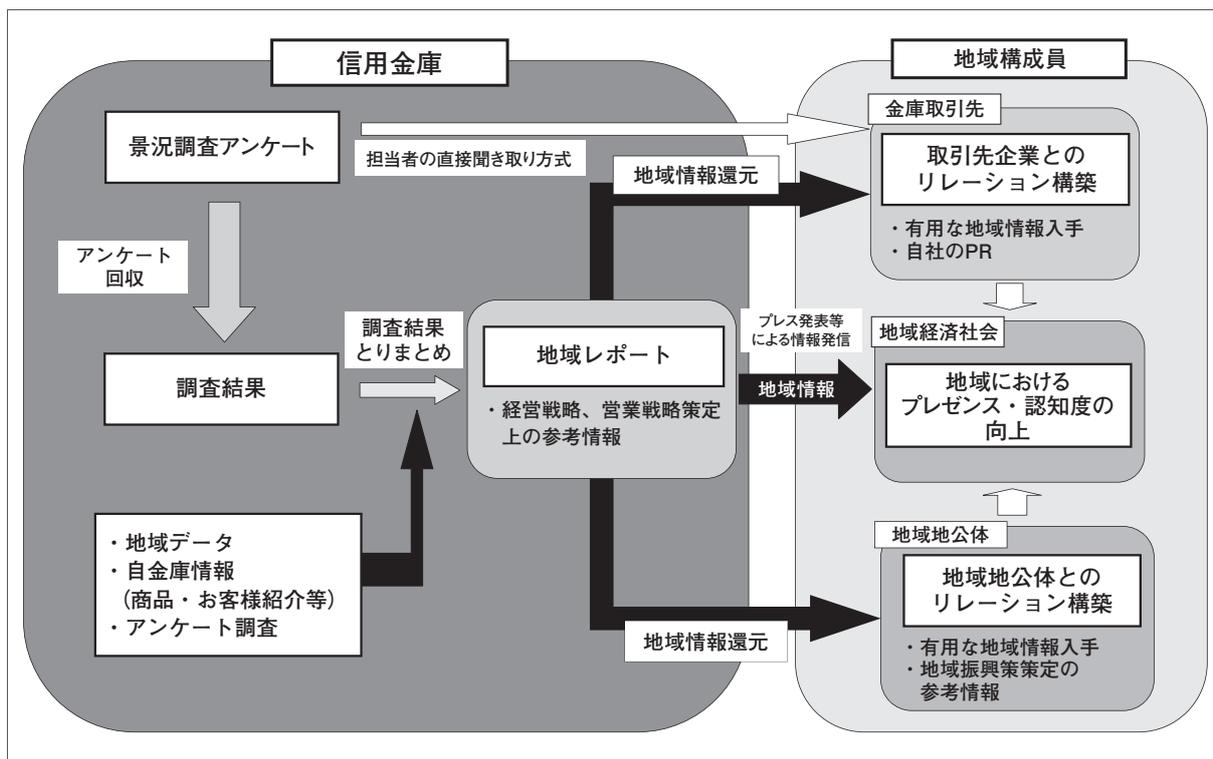
大阪信用金庫などの複数の信用金庫から、景況調査の結果を地元の記者クラブでプレス発表し、地元マスメディアで紹介されているとの話が聞かれた。また、「地域レポート」などの発行物に対する地元からの興味関心は高く、取引先企業のみならず、地方公共団体、教育機関などからも問合せがあることが確認された。信用金庫にとって、地域情報の還元は収益に直結するものではないが、地元における認知度、プレゼンスの向上につながる極めて有用な広報活動といえよう。

#### おわりに

本稿では、景況調査の概要を再確認するとともに、一部の信用金庫による地域情報還元への取組み状況を紹介してきた。

今回取材させていただいた信用金庫の共通点として、「いかにして地域経済社会へ有益な情報を還元するか、いかに興味を持ってもらうか」に常に配意しており、地域レポートの作成に当たっても工夫を凝らし、様々なコンテンツを盛り込んでいることがあげられる。また、「調査結果は公表して終わりというものではなく、地域とのリレーション、連携を深めていくためのキッカケである」と認識していることも確認された。

図表15 信用金庫による地域経済情報還元の有効性



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

現状、景況調査および地域情報還元への取組み姿勢は様々であろうが、地域金融機関として、地域社会に根ざしているからこそ得られる情報を地元へ提供していくことの意義は大きく、さらなる広がり、深化も期待される。

信用金庫と地域経済社会とは切っても切り離せない関係である。地域経済の発展がなければ、当然その地域に根付いている信用金庫の繁栄もありえない。そのためには相互扶助の関係をより推し進め、様々な連携を図って

いくことが必要となってくる。景況調査を通じて互いに地域経済に対する認識を共有し、リレーションを構築することで、地域経済活性化に向けた取組みが可能となるものと考えられる。地域経済が底上げすればひいては日本経済の活性化へとつながるものであろう。

本稿が景況調査など、信用金庫の地域調査に対する認知度を高める一助となれば幸いである。

〈参考文献〉

- ・信金中央金庫 地域・中小企業研究所『全国中小企業景気動向調査』  
URL⇒<http://www.scbri.jp/keikidoukou.htm>
- ・東京都信用金庫協会『中小企業景況調査の手引』（日本経済評論社、1977年）