

中小企業が金融機関に望むことについてのメインバンク別分析

－第161回全国中小企業景気動向調査（特別調査）より－

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

品田 雄志

(キーワード) 中小企業 メインバンク 業歴 営業体制 支援サービス

(視 点)

今後、人口減少が進んでいくなかで、信用金庫は地域を活性化し、地域から活力をもらうという好循環を達成していく必要がある。そのためには、主要顧客である中小企業が地域金融機関に対してどのような要望を抱いているかを的確に把握する必要がある。

そこで本稿では、中小企業の地域金融機関へのニーズについてまとめるため、信金中央金庫地域・中小企業研究所が全国の信用金庫の協力を得て取りまとめている「全国中小企業景気動向調査」の2015年7～9月期調査（9月上旬実施）結果をもとに、「中小企業が金融機関に望むこと」（特別調査）についてデータを整理することとした。

(要 旨)

- 今回の調査では、全体の75.7%が信用金庫をメインバンクとしており、残りの24.3%は信用金庫以外の金融機関（うち、都市銀行が6.6%、地銀・第二地銀が15.9%、信組・農協・その他が1.0%、政府系金融機関が0.8%）をメインバンクとしている。
- さらに、メインバンクに加えて取引期間を20年以上か未満かで区切り、中小企業を以下の4タイプ（信用金庫長期取引層（55.5%）、信用金庫中短期取引層（20.2%）、他機関長期取引層（17.5%）、他機関中短期取引層（6.9%））に分解した。
- 信用金庫長期取引層は、経営者が高齢で業歴の長い企業が多い。全体平均と比較すると、「担当者の頻繁な人事異動がないこと」を望んでいる割合が高い。
- 信用金庫中短期取引層は、経営者が比較的若く、業歴の短い企業が多い。全体平均と比較すると、信用金庫長期取引層と同様に「担当者の頻繁な人事異動がないこと」を望んでいる割合が高い。
- 他機関長期取引層は、経営者が高齢で業歴の長い企業が多い。全体平均と比較すると、「要望に対する迅速な対応」を望んでおり、また、「補助金、助成金の紹介・相談」や「ビジネスマッチング」をサービスとして期待している割合が高い。
- 他機関中短期取引層は、経営者が比較的若く、業歴の短い企業が多い。全体平均と比較すると、「要望に対する迅速な対応」を望んでいる割合が高い。

はじめに

2014年9月11日に金融庁から公表された「平成26事務年度 金融モニタリング基本方針（監督・検査基本方針）」では、基本的な考え方として、「経済の成長や国民生活の安定に寄与することが、ひいては、金融機関自身の安定的な収益にもつながっていくような『好循環』の実現を目指す必要がある。」とされている。また、同様に2015年9月18日公表された「平成27事務年度 金融行政方針」では、具体的な重点施策として「企業の価値向上、経済の持続的成長と地方創生に貢献する金融業の実現」を挙げている。信用金庫は、これまでも行ってきたことであるが、中小企業への価値提供を続けていくことが、地方創生の実現のためにも、また、信用金庫自身が金融機関同士の競争から勝ち残っていくためにも必要なこととなろう。

そこで、中小企業の地域金融機関へのニーズを調査するため、地域・中小企業研究所が全国の信用金庫の協力を得て2015年9月上旬に実施した特別調査「中小企業が地域金融機関に望むこと」をもとに、中小企業が地域金融機関に対して体制面で望むことや期待する支援サービスについて、あらためてデータを整理した。

なお、今般の特別調査の設問については、当レポートの稿末（44ページ）に掲載している。また、集計結果の一覧については、2015年9月29日発刊の「速報版 中小企業景況レポー

ト^(注1)」を参照されたい。

1. 本調査で対象となった中小企業の属性と分類

本調査では、全国各地の信用金庫営業店の調査員による、取引先中小企業を対象とした聴取り調査である。このため、一般的な中小企業と比較して、信用金庫と取引の深い中小企業が対象となっている。

まず、本調査に回答した中小企業のメインバンクとその取引期間を整理し、本調査対象の中小企業をグループ分けする。

(1) メインバンクと取引期間別の中小企業の分類

今回の調査では、信用金庫をメインバンクとする中小企業が全体の75.7%（うち、本調査担当の信用金庫が70.7%、それ以外の信用金庫が4.9%）となった。対して、信用金庫以外の金融機関（うち、都市銀行が6.6%、地銀・第二地銀が15.9%、信組・農協・その他が1.0%、政府系金融機関が0.8%）をメインバンクとする中小企業は24.3%となった。

今回は、メインバンクに加え、取引期間を20年以上か20年未満かで区切り、以下の4タイプに分類することとした（**図表1**）。

・タイプA…信用金庫長期取引層

信用金庫をメインバンクとしており、かつ20年以上の取引を続けている、長期取引層である。中小企業側は、メインバンクである信用金庫に対し、一定の信頼を置いていると

(注)1. <http://www.scbri.jp/PDF/tyuusyoukigyou/release/release161.pdf>

図表1 本稿における中小企業のカテゴリ

		タイプA：信用金庫長期取引層		タイプB：信用金庫中短期取引層			(単位：%)
メインバンク	取引期間	20年以上	20年未満	5年未満	5年以上 10年未満	10年以上 20年未満	合計
		信用金庫	55.5				
	本調査担当信用金庫	52.7	18.0	1.6	4.1	12.3	70.7
	他の信用金庫	2.8	2.1	0.2	0.6	1.3	4.9
信用金庫以外の金融機関		17.5	6.9	0.8	1.7	4.4	24.3
	都市銀行	4.6	2.1	0.2	0.6	1.3	6.6
	地銀・第二地銀	11.7	4.2	0.5	1.0	2.7	15.9
	信組・農協・その他	0.7	0.3	0.0	0.1	0.2	1.0
	政府系金融機関	0.5	0.3	0.0	0.1	0.2	0.8
合計		73.0	27.0	2.6	6.4	18.0	100.0

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

考えられる。信用金庫にとっては、主要な顧客層と位置づけられよう。全体の55.5%を占める。

・タイプB…信用金庫中短期取引層

信用金庫をメインバンクとしているが、取引期間は20年未満と、タイプAと比較すると浅い。信用金庫にとっては、今後、継続的な取引を続けていくことが目標となろう。全体の20.2%を占める。

・タイプC…他機関長期取引層

他金融機関をメインバンクとしており、かつ20年以上の取引を続けている、長期取引層である。中小企業側は、メインバンクである他金融機関に対し、一定の信頼を置いていると考えられる。メインバンクではない信用金庫にとっては、取引を推進していく対象と

なろうが、中小企業とメインバンクとの取引の長さを考慮すると、食い込むことには困難も予想される。全体の17.5%を占める。

・タイプD…他機関中短期取引層

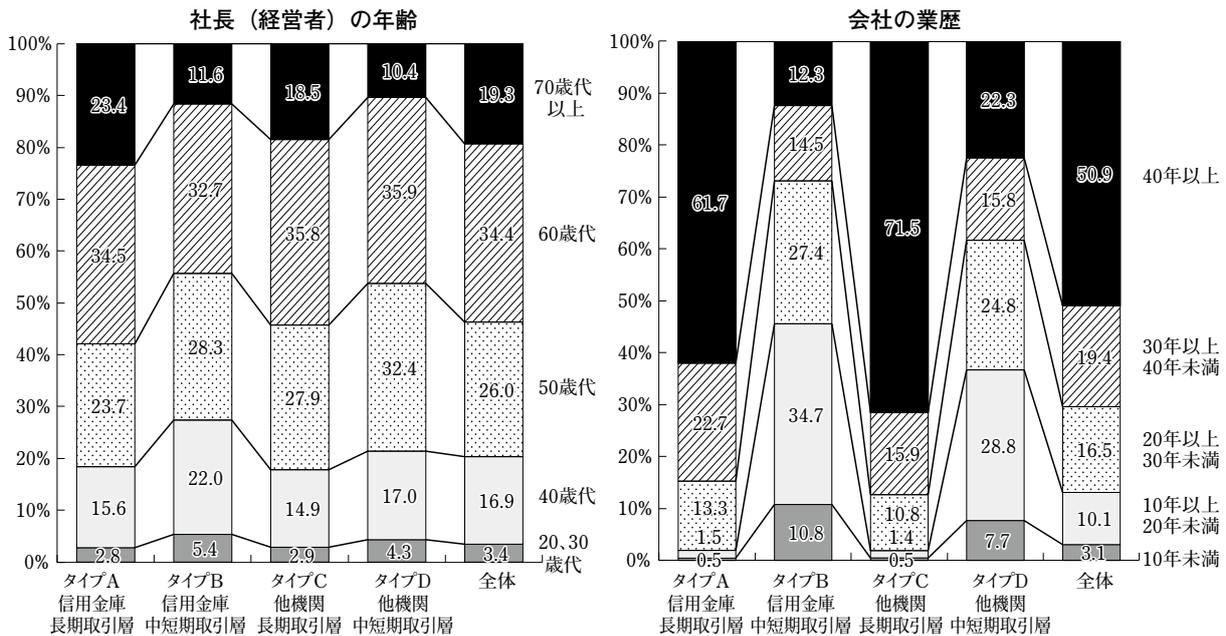
他金融機関をメインバンクとしているが、取引期間は20年未満と、タイプCと比較すると浅い。メインバンクではない信用金庫にとっては、今後、取引を推進していく対象となろう。全体の6.9%を占める。

(2) タイプ別にみた社長（代表者）の年齢と会社の業歴

社長（代表者）の年齢をみると、4タイプすべてで60歳代が最も多く、次に50歳代が続いた（図表2）。全国の社長の平均年齢がおよそ60歳^(注2)であることを踏まえると、本

(注)2. 全国社長の平均年齢について、東京商工リサーチでは60.6歳（『2014年全国社長の年齢調査 社長の5人に1人が70代以上』よりhttps://www.tsr-net.co.jp/news/analysis/20141002_01.html）、帝国データバンクでは59.0歳（『2015年全国社長分析』<https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/p150107.html>）としている。ただし、帝国データバンクの資料では個人事業主は含まない。

図表2 社長（経営者）の年齢と会社の業歴



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

調査の対象企業は、全国と大きなズレはないといえる。

ただし、タイプA（信用金庫長期取引層）については、70歳代以上の割合が平均より高くなっており、信用金庫取引先の高齢化を反映しているといえよう。また、タイプB（信用金庫中短期取引層）では40歳代が、タイプD（他機関中短期取引層）では50歳代がそれぞれ平均より高くなっており、比較的若年層が多いといえる。

次に会社の業歴をみると、タイプA（信用金庫長期取引層）とタイプC（他機関長期取引層）では、当然のことながら40年以上が大半を占めた。ただし、図表2で示したように、タイプA、Cともに4割以上が社長（代表者）の年齢を50歳代未満と回答している。これらの企業は、事業承継を経験した2代目以降の社長が経営をしているものと推察できる。

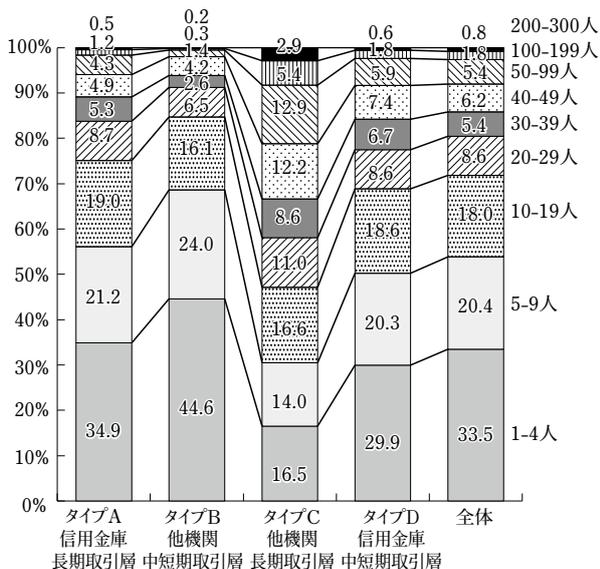
一方、タイプB（信用金庫中短期取引層）とタイプD（他機関中短期取引層）は、ともに10年以上20年未満との回答が最も多かった。社長の年齢を考慮すると、タイプB、Dともに相対的に若い創業者が経営をしているケースが多いと考えられる。

(3) タイプ別にみた従業員規模

従業員規模別にみると、4タイプで大きな差がみられる。まず、信用金庫取引層（タイプA、タイプB）は、他機関取引層（タイプC、タイプD）と比較して、企業規模の小さい企業が多い。中小企業専門金融機関である信用金庫は、銀行と比較して規模の小さい企業との取引が相対的に多いことが調査結果からも現れている（図表3）。

また、メインバンクとの取引期間が比較的短い（20年未満）の企業（タイプB、タイプ

図表3 タイプ別の規模階層



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

D) は、長期取引 (20年以上) の企業 (タイプA、タイプC) と比較して、企業規模の小さい企業が多い。これは、前述した業況の短さが企業規模の小ささとなって現れているものと考えられる。

ここまでは、調査対象となる中小企業を4タイプに分け、それぞれの属性を整理した。次章以降では、タイプ別に、地域金融機関に体制面で望むことや、期待するサービスについてまとめる。また、タイプC (他機関長期取引層) とタイプD (他機関中短期取引層) については、適宜、都市銀行や地銀・第二地銀などメインバンク別に細かく分類することとする。

2. 地域金融機関の体制面で望むこと

地域金融機関が中小企業との関係を深めるためには、中小企業の金融機関への要望を把

握するとともにそれに対応することが欠かせない。また、「平成27事務年度 金融行政方針について」でも、金融機関に対し、「取引先企業との深度ある対話を行うための関係構築^(注3)」を確認することとしている。

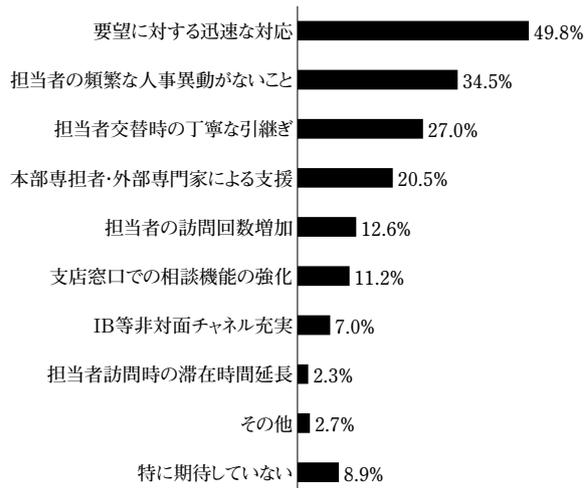
これを踏まえ、本章では、中小企業が地域金融機関に対し、体制面で望んでいることについての調査結果をまとめる。

(1) 「要望に対する迅速な対応」がトップ

地域金融機関に体制面で望むことについては、「要望に対する迅速な対応 (49.8%)」が他の選択肢を大きく引き離れた。企業側がとりわけ迅速な対応を求めていると言えよう (図表4)。

次に、「担当者の頻繁な人事異動がないこと (34.5%)」、「担当者交代時の丁寧な引継ぎ (27.0%)」と、担当者の変更と関わる回答が上位を占めた。「地域金融機関の担当者

図表4 中小企業が地域金融機関に望んでいること



(備考) 1. 最大3つまで複数回答可
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注)3. 例として、「金融機関のビジネス上重要な取引企業や主たる相談相手としての役割が期待されている取引先企業について、経営状況や課題、ニーズを具体的に把握するための定期的な訪問や短期継続融資のモニタリング等を通じた関係構築」が挙げられている。

は頻繁に変わらないほうがありがたい（管工事業 北海道）」とのコメント^(注4)に代表されるように、担当者の変更の際には企業から不満が出やすく、特にきめ細かい対応が必要であることがうかがえる。続く「外部専担者・外部専門家による支援（20.5%）」は、規模の大きな企業での回答が多かった。

(2) タイプ別にみた金融機関への要望

タイプ別に金融機関への要望をみたところ、いずれのタイプでも順位に大きな変動はなかった（図表5）。

以下では、上位項目を中心に、タイプ別でみたときに注目すべき点をまとめる。

① 「迅速な対応」は地銀・第二地銀を中心とした他機関・長期取引の企業が多い

「要望に対する迅速な対応」についてタイプ別にみると、他機関をメインバンクとする

タイプC（57.1%）、タイプD（53.7%）が、信用金庫をメインバンクとするタイプA（48.4%）、タイプB（46.0%）を上回った。特に地銀・第二地銀をメインバンクとする企業では、割合が高かった。また、取引期間別にみると、長期（20年以上）取引のタイプA、タイプCが、20年未満のタイプB、タイプDをそれぞれ上回った。

これらの結果から、他機関、特に地銀・第二地銀をメインバンクにしている企業や、長期取引の企業で「要望に対する迅速な対応」にかかるニーズが相対的に高い可能性が指摘できる。

② 「担当者の変更」に関する要望は信用金庫取引先企業が多い

「担当者の頻繁な人事異動がないこと」については、信用金庫をメインバンクとするタイプA（36.4%）、タイプB（34.2%）が、他機

図表5 中小企業が地域金融機関に望んでいること（タイプ別）

（単位：％）

タイプ	要望に対する迅速な対応	担当者の頻繁な人事異動がないこと	担当者の交替時の丁寧な引継ぎ	本部専担者・外部専門家による支援	担当者の訪問回数増加	支店窓口での相談機能の強化	IB等非対面チャネル充実	担当者訪問時の滞在時間延長	その他	特に期待していない
A（信用金庫長期取引層）	48.4	36.4	27.0	19.9	11.3	11.2	6.3	2.2	3.2	9.2
B（信用金庫中短期取引層）	46.0	34.2	26.8	19.6	14.6	12.6	7.7	3.5	1.7	7.9
C（他機関長期取引層）	57.1	31.4	27.2	22.5	13.3	9.8	8.4	1.1	2.5	8.5
うち都市銀行	54.7	31.7	27.6	20.8	12.5	9.1	10.2	1.1	2.2	7.4
うち地銀・第二地銀	57.5	30.7	27.9	22.9	13.7	10.0	7.6	1.1	2.7	8.9
D（他機関中短期取引層）	53.7	29.3	27.8	22.5	14.9	10.8	7.3	2.5	1.7	10.2
うち都市銀行	52.0	29.5	25.2	20.8	14.4	10.4	10.4	3.0	1.3	11.7
うち地銀・第二地銀	55.6	29.6	28.2	24.3	14.6	11.0	5.6	2.2	1.8	9.6
全体	49.8	34.5	27.0	20.5	12.6	11.2	7.0	2.3	2.7	8.9

（備考）1. 最大3つまで複数回答可
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

（注）4. 地域・中小企業研究所が全国の信用金庫の協力の下で取りまとめている全国中小企業景気動向調査には、「調査員のコメント」という自由記入欄があり、聴取り調査を行っている調査員がその企業の特記事項についてまとめている。以下、本稿ではこれらのコメントを随時引用する。

関をメインバンクとするタイプC (31.4%)、タイプD (29.3%) を上回った。特に長期取引のタイプAでは割合が高くなる傾向が出た。

“Face to Face”を標榜する信用金庫業界では、他業態と比較して営業担当者と企業経営者との間で、人と人との付き合いになることが多いと思われる。このことから、企業側からすると、担当者を頻繁に異動してほしくないとの要望が高くなった可能性がある。信用金庫としては、担当者を変更する際は、特にきめ細かい対応が必要となろう。

3. 地域金融機関に期待する支援サービス (金融取引以外)

「今までの預金・融資業務以外の情報を強く求められている (静岡県 配電盤製造業、愛知県 工作機械製造業)」とのコメントに代表されるように、近年の地域金融機関には、幅広い支援サービスが求められつつある。また、「平成27事務年度 金融行政方針について」でも、金融機関に対し、「取引先企業に対し、財務面だけでなく、売上げ増加や事業承継等の様々な経営課題の解決に資する融資やコンサルティングのタイムリーな提供」ができていないか確認することとしている。

これを踏まえ、本章では、中小企業が地域金融機関に対し、金融取引以外でどのような支援サービスを期待しているかについての調査結果をまとめる。

(1) 「補助金、助成金の紹介・相談」がトップ

地域金融機関に期待する金融取引以外の

支援サービスについては、「補助金、助成金の紹介・相談 (39.6%)」が最も高かった。「各種補助金や助成金にかかる情報提供を望んでいる。(プラスチック金型製造業 静岡県、事務用家具製造業 神奈川県、理容業 三重県、総合建設業 岡山県など)」とのコメントは全国から寄せられており、ニーズが高いといえる (図表6)。

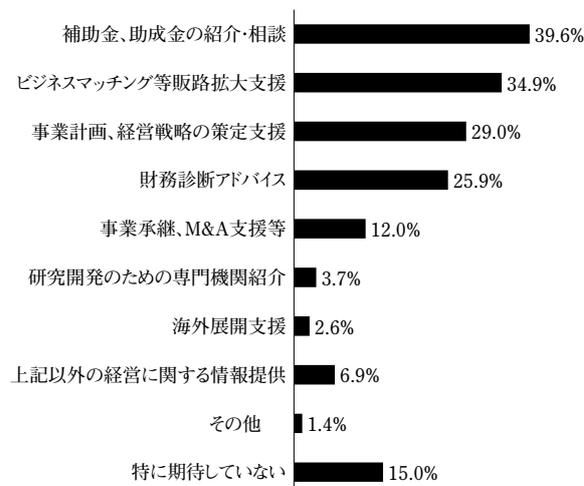
以下、「ビジネスマッチング等販路拡大支援 (34.9%)」、「事業計画、経営戦略等の策定支援 (29.0%)」、「財務診断アドバイス (25.9%)」が続いた。

特定の選択肢に集中することなく、回答が比較的ばらついていることから、地域金融機関に期待されている支援は、その企業の状況によってまちまちであることがうかがえる。

(2) タイプ別にみた金融機関への期待

タイプ別に金融機関への要望をみたところ

図表6 地域金融機関に期待する金融取引以外の支援サービス



(備考) 1. 最大3つまで複数回答可
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

ろ、信用金庫取引層であるタイプA、Bと他機関長期取引層であるタイプCでは全体と順位に変動はなかったものの、タイプD（他機関中短期取引層）では、「ビジネスマッチング等販路拡大支援（37.1%）」が「補助金、助成金の紹介・相談（35.4%）」を抑えて最も多くの回答を集めた（図表7）。

以下では、上位項目を中心に、タイプ別でみたときに注目すべき点をまとめる。

①「補助金、助成金の紹介・相談」は長期取引の企業が多い

「要望に対する迅速な対応」についてタイプ別にみると、長期（20年以上）取引のタイプA（40.0%）、タイプC（43.8%）が、20年未満のタイプB（36.5%）、タイプD（35.4%）をそれぞれ上回った。長期取引層の企業は、前述の通り業歴も長いため、補助金や助成金に対して利用実績がある割合が高いと思われる。また、規模の大きい企業ほど、補助金や助成金についてのニーズが多いことも、今回

の結果につながった可能性がある。

②「ビジネスマッチング」は他機関をメインとする企業に多い

「ビジネスマッチング等販路拡大支援」についてタイプ別にみると、他機関取引層であるタイプC（43.8%）、タイプD（37.1%）が、信用金庫取引層であるタイプA（32.8%）、タイプB（34.8%）を上回った。ビジネスマッチングに期待する企業は、比較的規模の大きいケースが多いことから、他機関取引層で回答が多くなったものと考えられる。

おわりに

本稿では、地域・中小企業研究所が全国の信用金庫の協力により取りまとめた「全国中小企業景気動向調査」の結果について、データを使って一段と深掘りする形で、中小企業の地域金融機関への期待を探った。

結果、そのメインバンクやその取引期間によって、中小企業が地域金融機関に対して望

図表7 地域金融機関に期待する金融取引以外の支援サービス（タイプ別）

（単位：%）

タイプ	補助金、助成金の紹介・相談	ビジネスマッチング等販路拡大支援	事業計画、経営戦略の策定支援	財務診断アドバイス	事業承継、M&A支援等	研究開発のための専門機関紹介	海外展開支援	左記以外の経営に関する情報提供	その他	特に期待していない
A（信用金庫長期取引層）	40.0	32.8	29.3	26.2	12.7	3.6	2.1	7.1	1.7	15.4
B（信用金庫中短期取引層）	36.5	34.8	31.5	28.4	9.4	3.2	2.2	5.2	1.1	14.1
C（他機関長期取引層）	43.8	40.9	24.8	23.0	13.3	4.8	4.2	8.0	1.1	13.3
うち都市銀行	40.2	37.5	21.8	18.5	12.6	5.5	5.1	7.2	0.8	17.0
うち地銀・第二地銀	45.1	42.8	25.3	24.8	13.6	4.4	3.6	8.4	1.0	11.8
D（他機関中短期取引層）	35.4	37.1	30.4	24.3	11.2	4.1	3.5	6.7	0.8	18.1
うち都市銀行	32.1	36.8	31.4	21.6	11.8	4.7	4.4	4.7	0.7	21.3
うち地銀・第二地銀	34.4	35.8	30.7	24.8	10.3	4.0	3.3	5.9	0.8	17.4
全体	39.6	34.9	29.0	25.9	12.0	3.7	2.6	6.9	1.4	15.0

（備考）1. 最大3つまで複数回答可
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

むことに差が出るのがわかった。信用金庫においても、営業先の各企業の属性に応じて、アプローチを随時変更していくことが求められよう。

今後とも、毎四半期ごとに実施する特別調

査については、適宜、より詳細なデータ分析を行っていくことで、調査にご協力いただいた中小企業ならびに信用金庫に対してあらためて情報を還元する形でその実態を広く発信していきたいと考えている。

〈参考文献〉

・中小企業景況レポートNo.161（2015年9月29日）『速報版7～9月期業況は引き続き小幅改善（特別調査：中小企業が地域金融機関に望むこと）』信金中央金庫 地域・中小企業研究所

特別調査

中小企業が地域金融機関に望むこと

問1. 貴社の社長(代表者)の年齢について、次の1~5の中から1つ選んでお答えください。
また、貴社の業歴について、次の6~0の中から1つ選んでお答えください。

社長(代表者)の年齢

- 1. 20歳代、30歳代
- 2. 40歳代
- 3. 50歳代
- 4. 60歳代
- 5. 70歳代以上

貴社の業歴

- 6. 10年未満
- 7. 10年以上~20年未満
- 8. 20年以上~30年未満
- 9. 30年以上~40年未満
- 0. 40年以上

回答欄

社長(代表者)の年齢 1.~5.

⑥

貴社の業歴 6.~0.

⑦

問2. 貴社におけるメインバンクについて、次の1~6の中から1つ選んでお答えください。また、メインバンクとの取引期間について、次の7~0の中から1つ選んでお答えください。

メインバンク

- 1. 本調査担当信用金庫
- 2. 他の信用金庫
- 3. 都市銀行
- 4. 地銀・第二地銀
- 5. 信組・農協・その他()
- 6. 政府系金融機関

取引期間

- 7. 5年未満
- 8. 5年以上~10年未満
- 9. 10年以上~20年未満
- 0. 20年以上

回答欄

メインバンク 1.~6.

⑦

取引期間 7.~0.

⑧

問3. 地域金融機関の体制面で望むことについて、次の1~0の中から3つ以内で選んでお答えください。

- 1. 担当者の訪問回数の増加
- 2. 担当者訪問時の滞在時間の延長
- 3. 担当者交代時の丁寧な引継ぎ
- 4. 担当者の頻繁な人事異動がないこと
- 5. 支店窓口での相談機能の強化
- 6. インターネットバンキング等の非対面チャネル充実
- 7. 金融機関の本部専担者・外部専門家による支援
- 8. 要望に対する迅速な対応
- 9. その他()
- 0. 特に期待していない

回答欄

1.~0.

⑧

⑨

⑩

問4. 地域金融機関にどのような金融取引以外の支援サービスを期待しますか。次の1~0の中から3つ以内で選んでお答えください。

- 1. 事業計画、経営戦略の策定支援
- 2. 財務診断アドバイス
- 3. ビジネスマッチング等販路拡大支援
- 4. 補助金、助成金の紹介・相談
- 5. 事業承継、M&A支援等
- 6. 研究開発のための専門機関紹介
- 7. 海外展開支援
- 8. 1.~7.以外の経営に関する情報提供()
- 9. その他()
- 0. 特に期待していない

回答欄

1.~0.

⑪

⑫

⑬

問5. 本調査を担当している信用金庫による貴社への訪問頻度に関し、最もあてはまるものを次の1~3の中から1つ選んでお答えください。また、その他の主な取引金融機関による訪問頻度に関し、最もあてはまるものを次の4~7の中から1つ選んでお答えください。

本調査担当信用金庫の訪問頻度

- 1. 多すぎる
- 2. 満足している
- 3. 少なすぎる

その他の主な取引金融機関の訪問頻度

- 4. 多すぎる
- 5. 満足している
- 6. 少なすぎる
- 7. 本調査担当信用金庫以外取引なし

回答欄

本調査担当信用金庫 1.~3.

⑭

その他金融機関 4.~7.

⑮

調査員のコメント

お忙しいところご協力いただきましてありがとうございました。

備考：「全国中小企業景気動向調査」の概要

本調査は、地域・中小企業研究所が全国の信用金庫の協力の下、四半期ごとに取りまとめを行っている景気動向調査である（図表8）。本調査同様、全国規模で企業の景気動向を定点観測する代表的な調査に、日本銀行の「全国企業短期経済観測調査（以下「日銀短観」という。）」がある。日銀短観が資本金2,000万円以上の企業を対象とした全規模調査なのに対し、本調査は、原則として信用金庫の会員資格を有する従業員数300人以下の中小企業のみを対象とした調査となっている点に特

図表8 「全国中小企業景気動向調査」概要

調査方法	<ul style="list-style-type: none"> ・全国各地の信用金庫営業店の調査員による、共通の調査表に基づく「聴取り」調査 ・景気動向調査（定例調査項目）と併せて、四半期ごとに異なるテーマで特別調査（信用金庫や中小企業に関する調査）を実施
調査回数	<ul style="list-style-type: none"> ・年4回（四半期ごとに実施：3、6、9、12月初旬） ・2015年7～9月期調査で第161回を数える
標本	<ul style="list-style-type: none"> ・信用金庫の顧客約16,000社（毎回の有効回答率約90%） ・従業員数300人未満の企業が対象（うち、約70%が20人未満の企業） ・日本銀行「全国企業短期経済観測調査（日銀短観）」であまりカバーされていない規模の企業が対象
分析方法	<ul style="list-style-type: none"> ・各質問項目について、「増加」（良い）－「減少」（悪い）の構成比の差＝判断D.I.に基づく分析 ・製造業、卸売業、小売業、サービス業、建設業、不動産業の6業種
結果公表	<ul style="list-style-type: none"> ・プレス発表（日銀記者クラブ、内閣府経済研究会） ・「中小企業景況レポート」（発行部数約85,000部） ・信金中金月報（いずれも当研究所HPにて資料を公表）

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

徴がある。調査対象企業数は約16,000社で、中小企業を対象を限定した景気動向調査では国内最大規模のサンプル数を誇る。また、このうち従業員数20人未満の小規模企業がサンプル全体の70%以上を占めている。

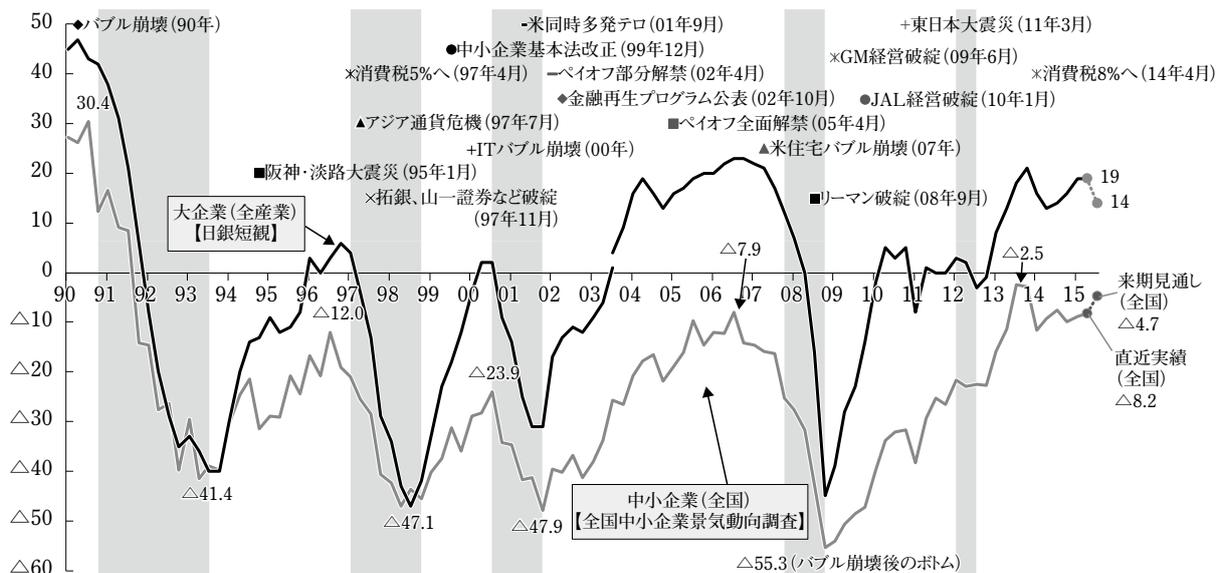
本調査は、信用金庫営業店の職員が調査員となって行う「面接聴取り調査」を基本としており、毎四半期固定した項目で定点観測を行う景気動向調査と、経済金融情勢や社会構造の変化に応じて毎四半期異なるテーマを設定して行う特別調査からなっている。

このうち景気動向調査では、景況感、売上、収益、販売価格、仕入価格、人手、資金繰り、設備投資動向などについて調査しており、なかでも景況感については、中小企業の経営動向を知る上で貴重なツールの1つとなっている（図表9）。

対して、特別調査では、後継者問題やインターネットの活用など、個別企業の状況や課題に関するテーマのほか、デフレや円高、消費税率引上げといった日本経済全般に関わるテーマなどについて、主に中小企業の“経営”を切り口にした設問で調査している。

また、10～12月期においては、翌年の経営見通し等について定点観測を行っている。

図表9 中小企業および大企業の景況感の変遷



(備考) 1. 日本銀行『全国企業短期経済観測調査』および信金中央金庫 地域・中小企業研究所『全国中小企業景気動向調査』等をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
 2. 標本数は約16,000社(回答率は平均約90%)
 3. シェドローは景気後退期。直近の景気の谷は12年10-12月期(暫定)
 4. 日本銀行『全国企業短期経済観測調査』の結果は、震災前後での分割集計前の値

(参考) 業種別、規模別、地域別にみた景況感(業況判断D.I.)の推移

	12. 9	12.12	13. 3	13. 6	13. 9	13.12	14. 3	14. 6	14. 9	14.12	15.3	15.6	15.9	来期見通し	
全体	△22.9	△22.4	△22.8	△15.8	△11.5	△2.5	△2.8	△11.7	△9.3	△7.5	△9.8	△8.9	△8.2	△4.7	
業種別	製造業	△22.8	△25.1	△27.1	△20.1	△15.7	△2.3	△2.5	△9.6	△6.8	△3.9	△8.6	△9.4	△8.4	△3.1
	卸売業	△28.2	△23.6	△28.8	△22.1	△16.5	△3.8	△6.5	△17.7	△14.8	△15.1	△18.7	△13.0	△14.7	△7.4
	小売業	△35.5	△34.6	△35.7	△26.8	△26.5	△22.0	△21.9	△32.5	△28.1	△26.5	△25.6	△23.0	△21.2	△17.8
	サービス業	△21.0	△21.7	△19.8	△14.0	△11.1	△7.7	△8.3	△14.2	△9.4	△7.6	△10.5	△4.6	△6.5	△6.2
	建設業	△11.1	△7.5	△5.1	△1.0	10.7	21.1	20.7	8.2	8.7	12.2	8.3	1.2	3.7	6.5
不動産業	△9.6	△9.3	△1.6	8.3	6.8	7.1	9.8	2.3	△2.9	△4.5	2.7	5.5	6.5	2.3	
規模別	1-4人	△34.9	△35.5	△33.5	△27.1	△25.5	△20.3	△21.2	△26.2	△23.8	△25.2	△23.1	△21.5	△21.7	△19.4
	5-9人	△24.2	△22.0	△22.9	△17.6	△11.3	△2.3	△2.8	△9.6	△8.3	△6.2	△9.4	△8.7	△7.0	△5.2
	10-19人	△18.0	△15.7	△16.3	△11.9	△5.2	8.2	5.9	△5.5	△2.8	△0.1	△2.5	△2.0	△2.5	2.9
	20-29人	△16.2	△12.8	△13.8	△5.1	△4.6	6.6	11.6	△1.7	△2.2	5.1	△1.5	△2.3	△1.1	2.8
	30-39人	△9.1	△11.1	△10.8	△5.2	3.4	11.4	10.8	△1.8	3.2	7.0	1.6	1.5	3.1	9.3
	40-49人	△8.7	△10.3	△14.6	△5.6	△0.9	10.1	11.3	△5.0	4.1	8.9	2.3	4.9	6.2	10.3
	50-99人	△10.0	△10.6	△14.6	2.3	5.4	18.8	17.9	3.2	5.7	7.8	1.7	1.0	4.3	10.3
	100-199人	△5.2	△2.8	△11.6	△6.0	6.4	15.2	22.6	11.2	11.7	15.0	6.7	9.4	4.9	12.4
200-300人	16.4	△13.1	△15.0	△4.1	4.9	23.3	24.6	12.4	18.5	10.3	8.5	13.9	17.2	15.6	
地域別	北海道	△12.8	△12.8	△21.1	△13.1	4.4	9.9	△8.6	△9.9	△0.2	△5.4	△16.3	△10.0	△8.3	△11.0
	東北	△16.1	△12.1	△23.5	△17.1	△11.0	△2.7	△9.5	△19.6	△14.8	△9.9	△19.2	△15.4	△15.6	△11.8
	関東	△22.7	△22.3	△27.6	△18.6	△13.8	1.8	△4.6	△14.1	△10.5	△10.1	△10.8	△11.6	△8.9	△7.5
	首都圏	△25.5	△26.8	△23.5	△18.3	△16.9	△11.7	△10.0	△10.9	△9.7	△8.5	△10.0	△8.6	△9.0	△6.1
	北陸	△25.4	△29.8	△28.3	△17.5	△14.3	△1.9	△2.0	△11.7	△13.8	△8.7	△12.3	△5.6	△7.6	△3.0
	東海	△20.6	△24.7	△24.2	△16.9	△10.6	△0.6	3.0	△15.5	△9.1	△7.0	△7.0	△11.3	△6.5	△1.9
	近畿	△24.5	△23.9	△24.1	△13.9	△10.3	0.1	4.3	△9.5	△7.1	△4.8	△8.3	△7.3	△7.8	△3.1
	中国	△31.3	△23.4	△22.1	△10.4	△12.5	1.1	2.1	△12.8	△13.3	△12.0	△9.0	△10.9	△10.7	△3.3
	四国	△28.3	△26.4	△26.8	△19.3	△18.3	△9.1	△4.5	△12.8	△18.5	△12.2	△13.8	△9.8	△7.6	△4.1
	九州北部	△16.9	△14.1	△13.8	△7.4	△2.8	9.6	11.9	△9.2	△10.8	△0.2	2.3	△2.5	△3.6	0.8
南九州	△24.2	△13.0	△9.9	△12.1	△8.7	4.8	3.9	△7.7	△7.4	△7.6	△3.1	△5.1	△3.2	3.2	

(備考) 1. 『全国中小企業景気動向調査』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
 2. 本稿の地域区分のうち、関東は茨城、栃木、群馬、新潟、山梨、長野の6県、首都圏は埼玉、千葉、東京、神奈川の1都3県、東海は岐阜、静岡、愛知、三重の4県、九州北部は福岡、佐賀、長崎の3県、南九州は熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄の5県である。