

Shinkin Central Bank Monthly Review

信金中金月報

第14巻 第2号(通巻507号) 2015.2

金融経済教育に際して注意すべきこと

持続可能なバイオマス利活用への挑戦
—バイオマスを利活用した産業化に向けて—

IT利活用が中小企業にもたらすものは③
—中小卸売・小売・サービス業のIT利活用—

信用金庫論
—制度論としての整理—

第158回全国中小企業景気動向調査
10～12月期業況は小幅の改善
—2014年10～12月期実績・2015年1～3月期見通し—
【特別調査—2015年(平成27年)の経営見通し】

地域・中小企業関連経済金融日誌(12月)

統計



信金中央金庫

SCB

「信金中金月報掲載論文」募集のお知らせ

- 対象分野は、当研究所の研究分野でもある「地域」「中小企業」「協同組織」に関連する金融・経済分野とし、これら分野の研究の奨励を通じて、研究者の育成を図り、もって我が国における当該分野の学術研究振興に寄与することを目的としています。
- かかる目的を効果的に実現するため、本論文募集は、①懸賞論文と異なり、募集期限を設けない随時募集として息の長い取り組みを目指していること、②要改善点を指摘し、加筆修正後の再応募を認める場合があること、を特徴としています。
- 信金中金月報への応募論文の掲載可否は、編集委員会が委嘱する審査員の審査結果に基づき、編集委員会が決定するという、いわゆるレフェリー制を採用しており、本月報に掲載された論文は当研究所ホームページにも掲載することで、広く一般に公表する機会を設けております。詳しくは、当研究所ホームページ (<http://www.scbri.jp/>) に掲載されている募集要項等をご参照ください。

編集委員会 敬称略、順不同

委員長	清水啓典	一橋大学名誉教授
副委員長	藤野次雄	横浜市立大学名誉教授・国際マネジメント研究科客員教授
委員	川波洋一	九州大学大学院 経済学研究院教授
委員	鹿野嘉昭	同志社大学 経済学部教授
委員	首藤 恵	早稲田大学大学院 ファイナンス研究科教授

問い合わせ先

信金中央金庫 地域・中小企業研究所「信金中金月報掲載論文」募集事務局（担当：竹村、品田、中西）

Tel : 03(5202)7671 / Fax : 03(3278)7048

信金中金月報

2015年2月号 目次

	金融経済教育に際して注意すべきこと	2
	信金中金月報掲載論文 編集委員 川波洋一 (九州大学大学院 経済学研究院教授)	
調 査	持続可能なバイオマス利活用への挑戦	4
	—バイオマスを利活用した産業化に向けて—	樋口正吉 藁品和寿
	IT利活用が中小企業にもたらすものは③	20
	—中小卸売・小売・サービス業のIT利活用—	清塚裕瑛 藁品和寿 鉢嶺 実
シリーズ	信用金庫論	34
	—制度論としての整理—	成城大学教授 村本 孜
調 査	第158回全国中小企業景気動向調査 10～12月期業況は小幅の改善	70
	—2014年10～12月期実績・2015年1～3月期見通し— 【特別調査—2015年（平成27年）の経営見通し】	地域・中小企業研究所
	地域・中小企業関連経済金融日誌（12月）	84
信金中金だより	信金中央金庫 地域・中小企業研究所活動記録（12月）	88
統 計	信用金庫統計、金融機関業態別統計	90

金融経済教育に際して注意すべきこと

信金中金月報掲載論文 編集委員

川波洋一

(九州大学大学院 経済学研究院教授)

わが国において金融経済教育の重要性が指摘されるようになってから、ある程度の時間が経過した。わが国における主な動きとしては、次のような取り組みを挙げることができる。2000年には、金融審議会答申において、金融経済教育の重要性に関する提言がなされた。2005年6月の「金融経済教育に関する論点整理」（金融経済教育懇談会）では、右肩上がり経済の終焉や少子高齢化社会の到来、金融商品の多様化やIT化といった環境変化をうけて、金融経済教育の必要性についての時代認識が示された。2012年12月には、消費者教育推進法が施行された。2013年1月の「日本経済再生に向けた金融経済対策」において、家計の安定的な資産形成支援と成長資金の供給拡大の両立を図るために、金融経済教育の推進が盛り込まれた。さらに、2013年4月には、金融庁金融研究センターから『金融経済教育研究会報告書』が出され、金融や金融商品に関する知識・情報を正しく理解し、自らが主体的に判断できる能力としての金融リテラシーを身につける必要性が強調された。

『金融経済教育研究会報告書』では、①生活スキルとしての金融リテラシーの向上の必要性、②金融リテラシーの向上がより良い金融商品の供給につながること、③家計の金融資産の有効活用と成長分野への資金供給の可能性、④身につけるべき金融リテラシーの中身や金融経済教育の進め方、人材の育成等々について、多くの提言がなされている。

海外では、OECDの取り組みとして、2005年7月「金融教育及び意識に関する原則及びグッド・プラクティスの提言」において、個人に対する金融教育の必要性が指摘された。2012年6月には、OECD金融教育に関する国際ネットワーク（International Network on Financial Education: INFE）の構築によって国際間の連携を図ろうとの試みが示された。そのほか、2013年7月の「全英教育カリキュラム：枠組み文書」（教育省）を通じて、正しい金融上の判断を下す力を身に付けさせ、「責任ある市民として社会の一員」を育成するべきとのイギリスの取り組みや、2011年3月のオーストラリア証券投資委員会「国家金融リテラシー戦略」等が有名である。いずれも、変化の激しい経済社会において個人が生きるために金融リテラシーを身につけることの必要性を強調している。

近年の金融経済環境の変化を考慮すれば、個人に対する金融経済教育が重要であることは論を俟たない。ここでは、金融リテラシーの向上という観点から個人に対する教育の必要性を強調する観点からではなく、小中高校といった教育現場において金融経済教育を担う立場の人々にとって注意すべき点についていくつかのポイントをまとめてみたい。

第一のポイントは、金融経済教育に関する実状について知ることの大切さである。国や金融機

関、自治体等の取り組みにより金融経済教育に関する活動や情報提供が行われているので、これらを積極的に活用することが肝要である。教育現場では、平易な内容で生徒が利用しやすい副教材を望む声が多いとの実態調査がある。これらのニーズに対しては、金融広報中央委員会の「知るぽると」というウェブサイトを始め、副教材を含む充実した情報が提供されている。

第二のポイントは、対象者に応じた金融経済教育の必要性である。これを進めるうえで対象者、階層、年齢に応じた教え方、内容を考えることが大切である。小学生、中高校生、大学生、社会人、高齢者等々の階層に応じて異なる金融経済教育があるはずである。その際、年代別にどのように教えるべきかについて、整理・体系化がなされた金融リテラシー・マップの活用が有効であろう。

第三のポイントは、お金や経済に関する教育の大切さを理解させることの必要性である。お金に関することは学校では教えるべきではなく、その意味で金融経済教育は不要であるという考え方もある。それに対して、教える側＝先生方、教わる側＝生徒・学生達が、お金や経済のことを理解することは、その知識が「生きる力」となるうえで大切だという意識を持つことが肝要であろう。

第四のポイントは、金融経済教育はお金儲けのための教育ではないことを教えることが大切である。金融経済教育は、金融経済面の仕組みや働きを理解し、如何に考えながら行動するかを教え、理解することが最も大切なことであり、それは如何に有利にマネーゲームを行うかとはかけ離れた内容である。

第五のポイントは、自ら考え、分析し、判断することの大切さ、そうすることを通じて自己責任を養うことが肝要である。こうした力を養うためには、ウェブサイトなど仮想的な空間のなかで実体験してみることは一定の有効性を持つと言えよう。

第六のポイントは、リスクをとるとはどういうことかを理解することの大切さである。確かに、自ら考え、分析し、判断することは自己責任につながるが、その一方で自らの下した判断が誤りである可能性もある。すなわち、損失を被る可能性があり、逆に、うまく成功する可能性もあるということの認識の大切さである。

第七のポイントは、金融経済教育の効果測定と金融力調査である。これは、第五のポイントとも関係するが、教育の効果があったか否かしたがって金融力がついたかどうかの判定は、益が出たか損が出たかではなく、如何に情報収集をし、よく考えた行動に基づく判断ができたかどうかによると言うべきである。

以上のような意味での金融経済教育の効果を高めるには、金融・経済の専門家や実務家、行政当局、教育機関、金融機関との連携を通じた教育の実践がなされるべきこと、大学生や社会人になってからの情報提供や学習ではなく、小中高校段階からの長期的視野に立った意識の醸成と学習が必要かつ有効だということ、そして経済・金融に強い人材の育成は、経済・金融に強い国の創造につながるということを認識することが肝要であろう。

持続可能なバイオマス利活用への挑戦

ーバイオマスを利用した産業化に向けてー

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

樋口 正吉

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

藁品 和寿

(キーワード) バイオマス、持続可能、地域資源、地方創生、地域特性、地域主導

(視 点)

東日本大震災以降、再生可能エネルギーへの注目度が高まり、なかでもバイオマスエネルギーについては、政府の「エネルギー基本計画」にあるとおり、地域活性化の観点での利活用が期待されている。

バイオマス利活用は、地域活性化の観点から、「地域」での「小規模」な活用が望ましく、地域の特性に合ったバイオマス資源を軸に、地域内で“カネ”を循環させ、既存産業を振興したり新たな産業を創出する仕組みづくりが期待される。

そこで本稿では、産業企業情報26-4「新たな産業創出が期待されるバイオマス産業都市」に続く位置づけで、地域の特性を活かし、“身の丈”に応じたバイオマス利活用に取り組んでいる事例を通して、持続可能なバイオマス利活用とは何かを考察をしたい。

(要 旨)

- バイオマス利活用を検討するにあたっては、まず、地域社会において「地域資源は何か」を見つめ直すことが前提となろう。
- 地域活性化の一助となるバイオマス利活用を、地域社会主導で推進するためには、地域内で合意を形成して機運を醸成し、地元自治体が旗振り役としてしっかり機能することなどがポイントであろう。
- 本稿で取り上げた事例を総括すると、「身の丈に応じた」が最も重要なキーワードとなる。また、「ゴミを宝に」、「副産物利用」、「現場に合わせた設計」等もポイントとなろう。さらに、バイオマスのなかで主流となる木質バイオマスでは、原料となる木材の調達を“肝”となることから、持続可能な森林経営にも着目する必要がある。
- 「地方創生」が叫ばれるなか、地域社会が当事者となり、地域資源を活用したバイオマスの利活用を通じて既存産業や新たな産業創出をするにあたっては、地域社会と共存共栄する信用金庫の果たす役割への期待は大きいだろう。

1. 東日本大震災後に見直されてきたバイオマスエネルギー

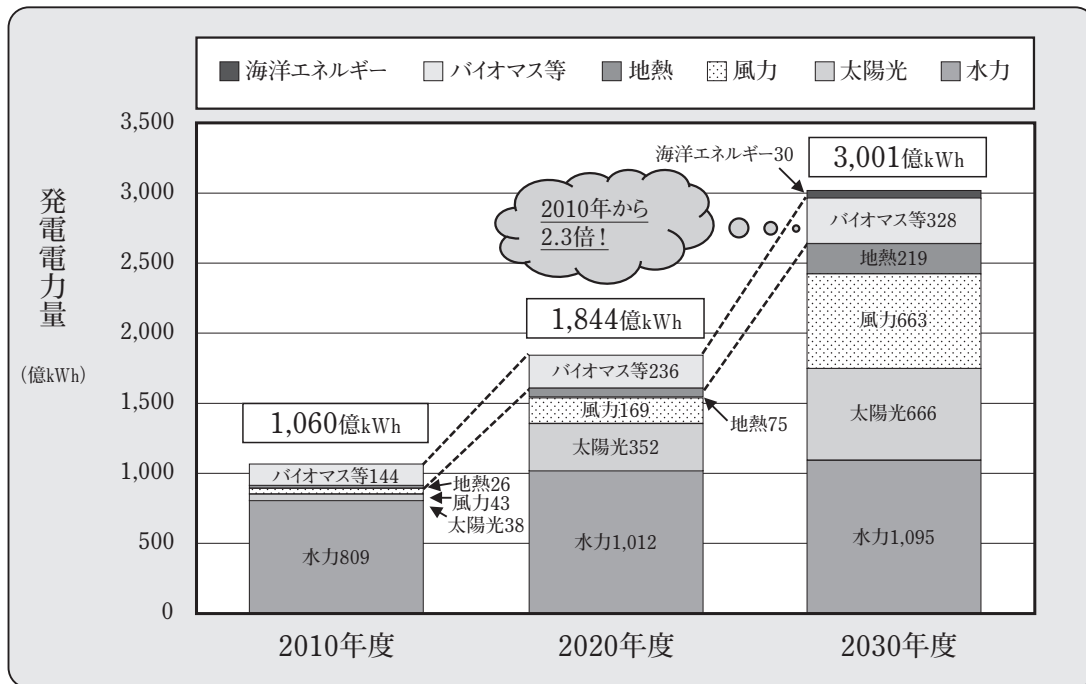
2012年9月、エネルギー・環境会議で決定した「革新的エネルギー・環境戦略」では、再生可能エネルギー^{(注)1}（以下、「再エネ」という。）の発電量における具体的な導入目標が示された（図表1）。

14年4月には、環境省の公表した「第四次環境基本計画^{(注)2}」のなかで、東日本大震災を契機に、“持続可能な社会”を“「低炭素・循環・自然共生・安全」という基盤で確保される社会”と位置づけた。また、同時に閣議

決定した「エネルギー基本計画」では、第2章第2節において再エネの位置づけを前面に打ち出しており、政府全体として、再エネの拡大に前向きに取り組む姿勢が示されている。この姿勢を明確にするため、「エネルギー基本計画」の閣議決定と同時に開催された第1回再生可能エネルギー等関係閣僚会議では、局長級による関係省庁連絡会議を創設するなど省庁間の連携を強化し、第二次安倍政権の重要事項として再エネの拡大、推進に取り組むことを示した^{(注)3}。

このように、再エネは、“地産地消”の観点から^{(注)4}、地域活性化への期待や危機時に

図表1 再エネ導入目標



(備考) 資源エネルギー庁資料をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注) 1. 97年に施行した「新エネルギー利用等の促進に関する特別措置法」で規定された「新エネルギー利用等」の1つに区分されている。(区分は、①再生可能エネルギー、②リサイクルエネルギー、③従来型エネルギーの新利用形態)
 2. 環境基本法第15条に基づき政府が定める環境の保全に関する基本的な計画 (http://www.env.go.jp/policy/kihon_keikaku/)
 3. この議事のなかで、今後の再生可能エネ拡大に向けた各省庁への協力要請の例として、「地域に大きな期待が存在するバイオマス資源の有効活用については、農水省の林業施策や環境省の廃棄物処理施策との連携により、大きな効果を生み出した」と示されている。
 4. 14年5月に施行した「農山漁村再生可能エネルギー法」では、①農山漁村における再生可能エネルギーの発電促進は、地域の活力向上および持続的な発展を図ること、②必要な農林地ならびに漁港および周辺水域の確保、が基本理念となっている。

図表2 バイオマスの有用性

種類	発電方式	評価軸							視点	
		効率性	利便性	供給安定性	安全性	経済性	環境性	社会性	技術成熟度	供給余力
火力	石炭	◎	○	◎	○	◎	×	×	◎	○
	石油	◎	◎	◎	○	△	×	×	◎	△
	LNG	◎	△	◎	△	△	×	○	◎	○
原子力	原子力	◎	△	○	×	○	△	△	△	△
再生可能エネルギー	水力	○	○	○	○	○	○	○	○	△
	地熱	△	○	△	○	△	○	○	○	△
	風力	△	×	×	△	○	○	○	○	△
	太陽光	△	×	×	○	×	○	○	○	△
	太陽熱	△	○	○	○	×	○	○	△	△
	バイオマス専燃	○	○	○	○	△	○	◎	○	○
	バイオマス混燃	○	○	○	○	○	○	◎	○	◎
バイオガス発電	△	○	○	○	△	○	◎	○	○	

(注) 効率性：エネルギー収支比、エネルギー密度、利便性：貯蔵、輸送・移送、物流、供給安定性：供給量・価格変動リスク、安全性：操業リスクと対策、危険物、経済性：ライフサイクルコスト、波及効果、環境性：温室効果ガス削減、副産物・廃棄物処理、社会性：雇用創出
 (備考) 資源エネルギー庁資料をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

一定の電力供給を可能にするものとして「有望視」されている。また、例えばバイオマス発電事業化促進ワーキンググループ^{(注)5}では、エネルギー源を7つの評価軸（効率性、利便性、供給安定性、安全性、経済性、環境性、社会性）で評価し、特にバイオマスの有用性を示している（図表2）。

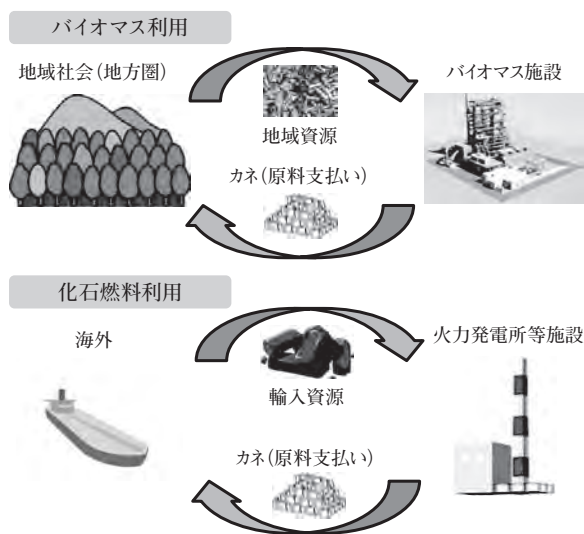
このように、バイオマス利活用では、まず、“自分たちの地域にあるバイオマス資源は何か”、“そのバイオマス資源を利活用するためのインフラ等の基礎が地域内に存在するか”などを再発見・再検討することが大前提となろう。

2. 地域の特性を活かしたバイオマス利活用とは

バイオマス利活用は、再エネのなかで唯一、原料の調達を必要とする。その原料は、近隣地域に存在するもので、かつ有限となる。そのため、持続可能性の観点からは、「地域社会」での「小規模」な活用が望まれる。地域での持続可能なバイオマス資源の調達を前提とすれば、地域社会に産業が生まれ、カネが地域内で循環する仕組みを構築できる（図表3）。また、バイオマス利活用は、活用方法によって需要や付加価値が異なる（図表4）。各地域においては、バイオマス利活

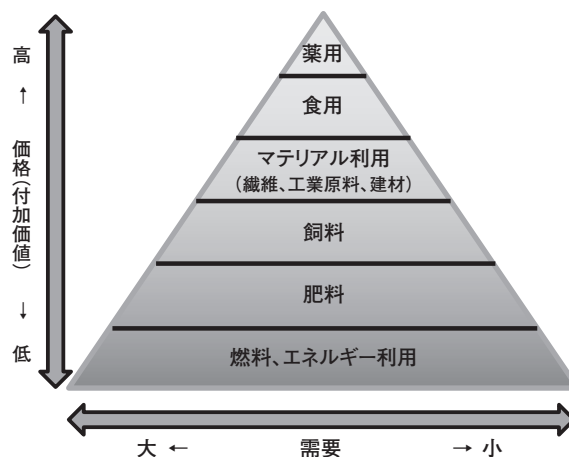
(注)5. 再エネの促進と地域の木質バイオマス発電推進のための活動をしたり政策提言する組織

図表3 バイオマス利用の地域循環のイメージ



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表4 バイオマス利用の有効性



(備考) バイオマス産業社会ネットワーク理事長 泊みゆき 『バイオマス 本当の話ー持続可能な社会に向けてー』(2012年3月、築地書館) 123頁をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

用を、「どの活用方法で、いかにして地域内で富を循環させるか」という観点から、6次産業化による農林水産業の振興や観光振興などの地域づくりに活かす検討が求められるよう。さらに、林野庁が12年6月に公表した「発電利用に供する木質バイオマスの確認のためのガイドライン^{(注)6}」によると、5,000kW規模のバイオマス発電施設を整備すると、年間の売電収入は約12億円、発電施設運営と原料供給事業で60人以上の雇用が創出されると試算され^{(注)7}、地域社会での雇用創出も期待できる。

したがって、地元自治体が、積極的かつ主体的にバイオマスに関わる意味は大きい。

この地域活性化の一助として期待されるバ

イオマスを、地域社会が主体となって推進するためのポイントをまとめると、以下のとおりとなろう。

まず、地域内での合意形成と機運の醸成である。地域社会が主体となる以上、地元をよく知る地域住民を無視した再エネの推進はありえない。つまり、地域住民の間で、住民一人ひとりが当事者意識をもって、「再エネを導入して何をするか」を理解し議論し合うことが極めて重要となる。また、これら合意形成と機運醸成において、地元自治体が旗振り役となり、しっかりと機能することも重要である。そのほか、「エネルギー基本計画」のうち「第2章2節の2」で触れているとおり、熱利用を考慮に入れた熱電併給^{(注)8}（コジェネ

(注)6. http://www.rinya.maff.go.jp/j/riyou/biomass/hatudenriyou_guideline.html

7. 取材等によると、木質バイオマス発電所自体の直接雇用に加え、関連する製材業者、搬送業者など間接雇用を勘案すると、約200名の雇用創出効果があるという試算もある。

8. 熱電併給(コジェネレーション)とは、熱と電力を同時に利用するエネルギー供給システムである。一般に、ガス、灯油、重油を燃やしてタービンやエンジンを回して発電、排熱で暖房や給湯を行うと、熱電併給での総合利用効率は80%になるといわれる。

レーション)は、発電効率が悪い^{(注)9}とされるバイオマス利活用の効率性を高める上でキーワードとなる。

このように、バイオマス利活用は、「地域社会」、「小規模」、「熱利用」等をキーワードに、地元自治体が関与し、地域主導で新たな事業や産業を創出することが求められよう。

次章では、地域の特性を活かし、身の丈に応じたバイオマス事業に取り組んでいる事例を概観する。

3. 持続可能なバイオマス利活用への挑戦

(1) (株)ウッティかわい (岩手県宮古市)

①当社の概要

岩手県宮古市は、三陸海岸に面する本州最東端の地である。人口は5万6,911人(14年11月1日現在)で、名勝・浄土ヶ浜を有し、わかめやあわびなどの海産物は、全国トップクラスの漁獲量を誇っている。また、市域面積の92%を森林が占め、豊富な森林資源を有している(図表5)。

この豊富な森林資源を背景に、当社は、1992年、地元産材の増産を通じた地元林業の振興と地元山村地域の活性化に貢献することを目的に設立された。(有)川井林業(雫石工場)からラミナ(集成材を構成する挽き板)の供給を受け、また、自社でも製材工程からラミナを生産する工場を持つなど、国産材の集成材事業では国内最多の生産量を誇っている。

図表5 当社の概要



当社の概要	
社名	(株)ウッティかわい
代表	澤田 令
本社所在地	岩手県宮古市川井
設立	1992年
従業員数	108名
資本金	4,900万円
業種	木材加工

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

②木質バイオマス発電事業への取組みの経緯

当社は、12年7月の再生可能エネルギー電力固定価格買取制度(FIT: Feed-in Tariff)の開始前から、製材や木材加工により大量に発生するスギやカラマツなどの端材や木屑の有効活用について、各方面からもアドバイスを受けながら検討を重ねてきた。

こうしたなか、11年3月の東日本大震災により、地元の林業業者は壊滅的な被害を受けた。農林水産省は、災害復旧関係資金による利子助成や税制優遇措置などの被災地の林業業者への支援策を打ち出した。(有)川井林業とも協働して、従来取引のない林業業者から原木を買い入れる等、地元林業の復興を支援した。

(注)9. バイオマス発電のなかでも、特に木質バイオマス発電のエネルギー効率は低いとされ、発電効率は20%前後とされている。

また、宮古市では、バイオマスを含む再生可能エネルギーの促進を復興計画に盛り込んだ。

これらが追い風となり、林野庁や宮古市、宮古信用金庫^{(注)10}をはじめとする地域金融機関の協力を得て、14年3月、当社を経営母体とする「木質バイオマス発電事業」が開始された。

③木質バイオマス発電事業の概要

当社の木質バイオマス発電事業は、復興関連事業のなかで唯一のバイオマス発電事業である^{(注)11}。

発電出力は5,800kWh（うち800kWhは施設内電力として使用）であり、一般家庭電力12,000戸分に相当する発電規模である。発電施設の従事者は17名で、4班に分けて24時間体制で運営管理している。なお、発電機は、

図表6 バイオマスボイラー

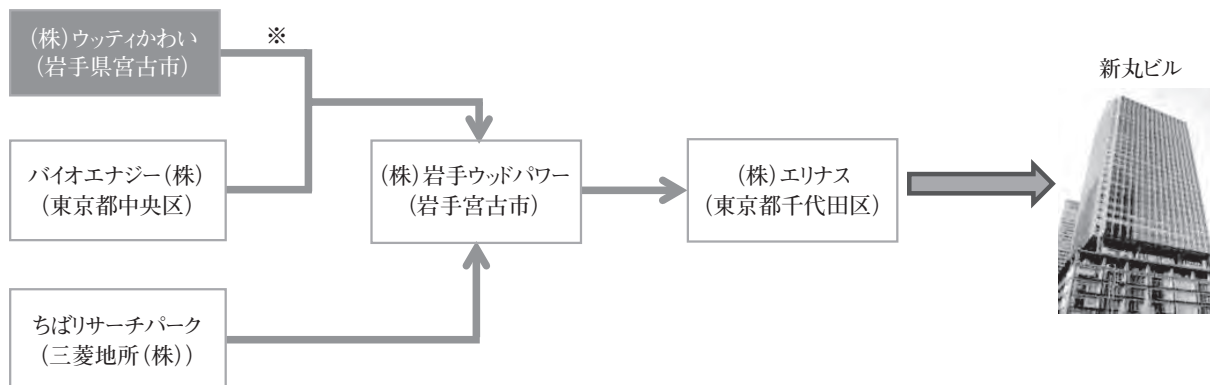


（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

（株）タクマ^{(注)12}製の流動層ボイラーと蒸気タービンを採用している（図表6）。

発電の原料として、（有）川井林業から地元産間伐材や端材等の提供を受け、それを木質チップに加工して利用している。発電した電力は、14年4月から、特定規模電気事業者^{(注)13}

図表7 売電スキーム



→ 再生可能エネルギー売電の流れ

※新丸ビルが日中に使用する電力の約3割を供給

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注)10. 預金量740億円、融資量297億円、店舗数6店舗、常勤役職員数89名（14年3月末現在）

11. 総事業費は約30億円であり、震災復興の促進を図る目的で創設された「木材加工流通施設等復旧対策事業」による補助金交付を受けている。

12. 次章4. (1) 参照

13. 「PPS (Power Producer and Supplier)」とは、工場の余剰電力を活用したり自家発電したりして、電気を安価に供給する電力業界への新規参入事業者である。00年の規制緩和で、大口向けの電力小売りが自由化されたことで登場し、全国に80社ほど設立された。

(以下「PPS」という。)である(株)岩手ウッドパワー、(株)エナリス^{(注)14}を經由して、最終的に、三菱地所の運営する新丸の内ビルディング(通称:新丸ビル)(東京都千代田区丸の内)に供給している(図表7)。

④今後の取組み

14年3月の発電開始から1年未満であるため、今後、潜在的な問題への対処が課題となる。例えば、メンテナンスなどの法定点検による一時的な出力停止時への対応である。また、冬場はマイナス20度にもおよぶ極寒となるため、木材の凍結による燃焼効率への影響についても慎重に対応していくことが求められる。

なお、発電過程で発生する熱利用については、近隣に熱需要のある施設等がなく、また多額の追加設備負担を要することから検討せず、当面、発電事業に特化する。

(2) NPO法人吉里吉里国^{きりきりこく}(岩手県大槌町)

①当法人の概要

岩手県上閉伊郡大槌町吉里吉里は、宮古市と同様、東日本大震災で壊滅的な被害を受けた地区である(図表8)。

11年5月に、ライフラインが停止するなか、岩手県の災害支援チームから、湯を沸かすための「薪ボイラー」が届けられた。地元住民は、燃料となる瓦礫廃材や木片を確保し、それらで暖をとり、沸かした湯で風呂に入っ

図表8 当法人の概要



(注) 写真は、復興事業従事者向け宿泊施設「ホワイトベース大槌」

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

た。こうしたなか、あるボランティアから「この薪は売れるのではないか」という提案を受けたことをきっかけに、地元の有志12名で、「復活の薪」という薪づくり事業を開始し、11年12月には当法人を設立した。

②自伐型林業に向けて

薪の材料とした瓦礫廃材は、復旧が進むにつれてなくなる。そこで考案されたのが、「復活の森」プロジェクトである。この取組みは、当地区の森林^{(注)15}を伐採(間伐)して、木材や薪づくりを行う目的のほか、「里山保全を事業化し、後継者を育成する」という重要な意味を持っている。

漁業を主業とし、かつて副業としていた林

(注) 14. 東京都千代田区に本社を置き、東証マザーズに上場するPPS事業者 (<http://www.eneres.co.jp/index.html>)

15. 吉里吉里地区の里山人工林面積は362ha

業(自伐林家)をやめてきたため、山林所有者をはじめとする地元住民に森林保全のノウハウは蓄積されていない。そこで、林業技術の習得や伝承など、持続可能な林業システムを構築するため、「吉里吉里国林業大学校」を設立し、高知県にある土佐の森救援隊等から技術指導を受けた。また、“自然の恵みを授かる術を身につけるための教室”として、地元の小学生向けに「森林教室」を開催している。子どもが自然の美しさや素晴らしさを学ぶことで、その恵みに感謝する心を育み、ひいては後継者を育成しようとする試みである。

14年6月には、里山保全の事業化や後継者育成を目的として、集落営林組織である「おおつち自伐林業振興会」を立ち上げた。当会は、当法人の薪づくり事業と連携し、“副業的自伐林家”を改めて育成し、“海と協働する林業”を実現していく方針である。

今後、森林ツアーやシンポジウムなどを積極的に企画、開催するなど、その活動の社会認知度を上げることに努め、地元の観光振興に貢献していく。

③木質バイオマスを活用した薪風呂の提供

大槌町は、震災で壊滅的な被害を受けた産業経済基盤の早期復興を最優先課題と位置づけ、官民連携で、第三セクター「復興まちづくり大槌(株)」を設立した。

その事業の一つである「ホワイトベース大槌」は、復興事業従事者向けの宿泊施設^{(注)16}であり、14年4月に、5年間の有期で開業し

(注)16. 短期滞在にも対応している。(http://wb-otsuchi.com/)

図表9 薪ボイラー



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

た。当施設で利用する共同浴場の湯は、11年5月に無償贈与を受けた「薪ボイラー」(図表9)でまかなっている。この薪ボイラーは、震災直後に、地元住民の心と体を温めたボイラーであり、薪ボイラーへの恩返しと復興事業従事者への感謝の意を込めている。この燃料となる薪は、当法人の薪づくり事業から供給している。なお、薪ボイラーの運転に、職員1名を14時から17時まで配置し、ホワイトベース大槌に対して、80℃の湯を1日あたり約3トン供給している。

(3) 長野森林資源利用事業協同組合(長野県長野市)

①当組合の設立経緯

宮澤木材産業(株)は、98年に、未利用木材を含む廃木材処分のため、業界に先駆けて、木材リサイクルセンターを設置した。当時、当社の宮澤政徳専務取締役(現・当組合理事長)は、バブル崩壊後の景気低迷による木材

図表10 当組合の概要



当社の概要	
社名	長野森林資源利用事業協同組合
代表	宮澤 政徳
所在地	長野県長野市
設立	2003年
従業員数	6名
資本金	700万円
業種	素材生産、木製品製造等

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

需要^{(注)17}の減少から、林業衰退への危機感を抱いていた。こうしたなか、英国などのバイオマス利用施設等の海外視察を通じ、廃材を燃料とした木質バイオマス発電の事業化に至った。本事業では、木材リサイクルセンターを発電のための燃料供給施設に転換している。

03年に、同社を核とした5社で、補助金の受け皿として、当組合を立ち上げた(図表10)。04年に、長野県産材供給体制整備事業の補助金交付となり、当組合の木質バイオマス発電所「いいづなお山の発電所」は、RPS認定(経済産業省の新エネルギー等発電事業者認定)を受けるに至った。なお、13年に、FIT認定(固定価格買取制度認定)に移行している。

(注)17. 公共事業の大幅な減少に伴う基礎材への需要の落ち込み等

②木質バイオマス発電事業の概要

当組合の発電施設の立地場所は、長野市北部の中山間地であったため、設置にあたり地元住民との合意形成に問題が生じなかった。また、冬季オリンピック競技会場に近く、高圧線や道路等のインフラが整備されていたため、初期投資を軽減することができたことも、当組合の発電事業にとって大きなメリットであった。

当組合の発電施設(図表11)には、第1発電所と第2発電所がある。第1発電所は、総事業費7.5億円で、05年から、発電出力1,300kWで稼動している。電力のうち、売電は1,100kWhで、残りの200kWhは施設内で利用している。第2発電所は、総事業費9.2億円で、14年から、発電出力1,500kWで稼動している。電力のうち、売電は1,350kWhで、150kWhは施設内で利用している。これら売電量の年間合計2,450万kWhは、一般家庭の年間消費電力に換算すると、6,500世帯分に相当する。なお、売電先は、当初、中部電力であったが、14年7月に、

図表11 当組合の発電施設



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

当組合の組合員で構成する(株)グリーンサークルを設立し、PPSの認可を取得した。これにより、最終ユーザーに売電が可能となったため、地元スキー場等へ電力供給できるようになり、“地産地消”のスキームを確立できた。

燃料となる木材の調達は、長野県内の半径30kmを範囲とし、当組合の組合員企業から、未利用材^{(注)18}を中心に年間4万トンを調達している。また、冬季の燃料確保から“山元(山林所有者)まで取りに行く”積極的な姿勢で備蓄材の囲い込みに努めている。

バイオマスボイラーは、きめ細かいメンテナンスの期待できる(株)よしみね^{(注)19}(大阪府)のボイラー(図表12)を採用した。当組合で

図表12 バイオマスボイラー



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

は、ボイラーの導入にあたり、特に予防保全を重視しており、メンテナンスには惜しみなく費用をかける方針である。また、ボイラーから発生する焼却灰は廃棄処分せず、造粒固化した路盤材^{(注)20}として、林道の補修に活用している。

発電施設の従業員は、現在6名である。全ての職員は、組合員企業からの出向者のため労務管理等組合員が行うことで、発電事業の収益性の向上に寄与している。

③今後の取組み

今後は、行政との連携を図り、地域から発生する年間約3,000トンの刈草の集荷、活用を検討したい。また、長野県では、メーカーと協働で信州型ペレットボイラー^{(注)21}の開発に力を入れるなど、ペレットボイラーの普及に努めていることから、ペレット工場の新設計画も視野に入れている。

(4) 石川県金沢市(推計人口(14年12月1日現在):464,827人)

以上(1)から(3)までは、事業者等の取組み事例を紹介した。(4)では、地方自治体の取組み事例として、13年12月から、西部環境エネルギーセンター(図表13)において、林地残材を活かしたバイオマス発電に取り組む金沢市の事例を取り上げる。

(注)18. FIT認定後、従来の「木質廃棄物：未利用材=7:3」の割合を見直し、未利用材の調達割合を増やしている。

19. <http://www.yoshimine.co.jp/>

20. セメント、水、結合材等を練り混ぜて水分調整しながら固化した道路整備のための砂利

21. <http://www.pref.nagano.lg.jp/mokuzai/sangyo/ringyo/kensanzai/seihin/pelletstove.html>

図表13 当センターの外観



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

①森林行政

木質バイオマス発電事業では、その資源となる「森林」のあり方を捉えることが重要なポイントとなる。そこで、当市における森林施策を概観する。

当市の市域面積のうち、約6割を森林(28,148ha)が占めており、当市にとって森林行政は重要な施策の一つである。当市(農林局)は、「金沢産木材の活用」を通じた林業振興をコンセプトに、03年3月に、「金沢市森づくり条例」を制定し、森林施策の基本理念^{(注)22}を明らかにした。09年4月から、「金沢林業大進校事業^{(注)23}」に取り組み、現在までに43

名の研修生(受講生含む)を輩出している。また、金沢産木材の利用を促進する目的で、市内の小学校の教室の床や壁を、金沢産木材に張り替える「ぬくもりの教室^{(注)24}」の整備に努めたり、金沢産木材による住宅建築に対して奨励金を支給する「木の家奨励事業^{(注)25}」等に取り組んでいる。

②林地残材を活かしたバイオマス発電事業への取組み

当市は、11年3月11日に発生した東日本大震災を契機に、同年8月、再生可能エネルギー導入等研究会を設置した。当研究会は、12年11月に、「再生可能エネルギー導入等についてー現状の総括と提言ー」を公表し、このなかで「森林資源を生かしたバイオマスの利活用」をモデル事業として掲げた。

図表14 当センターの中央制御室



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

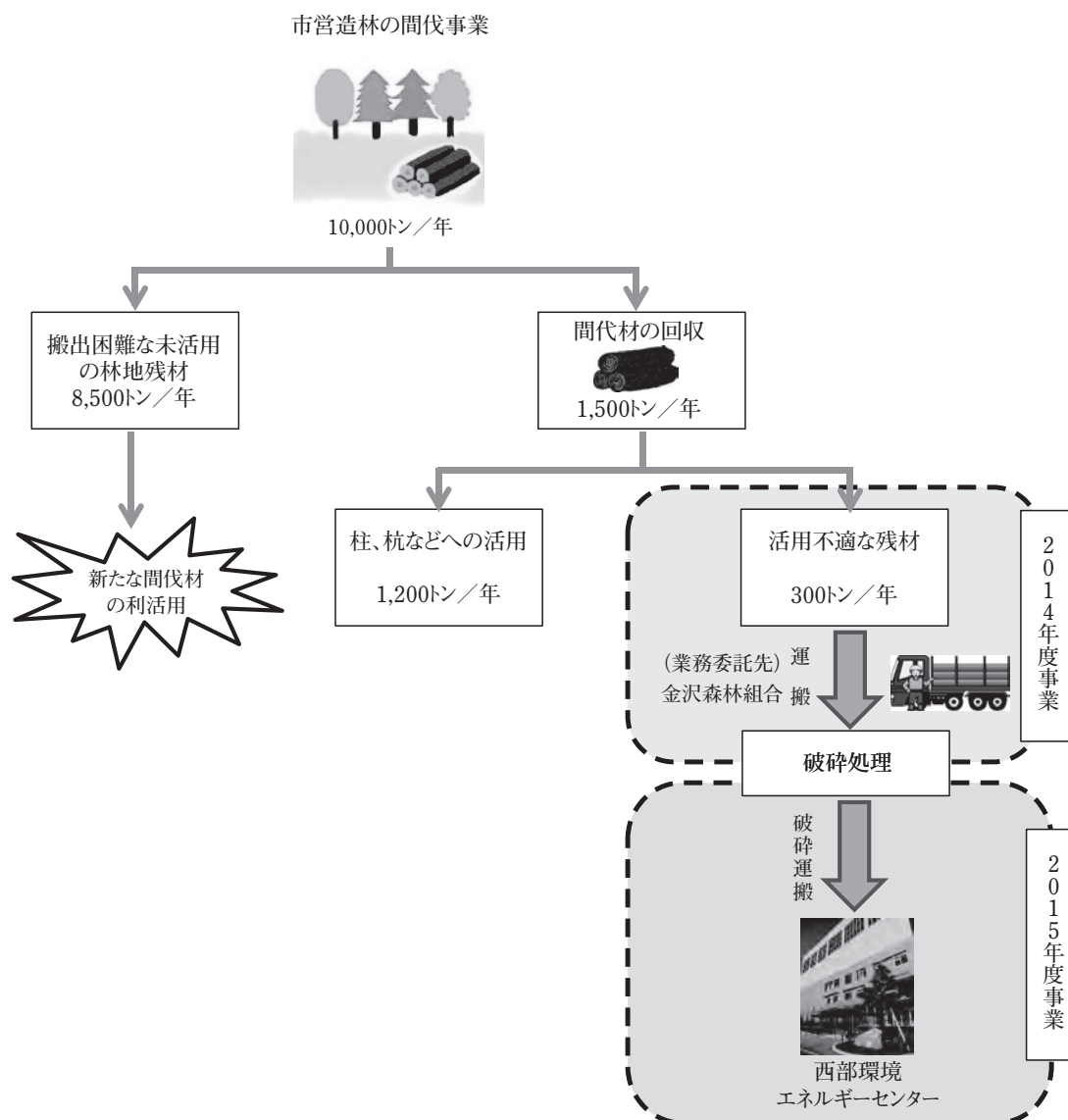
(注)22. 本条例のなかで、「Ⅰ 森林を育てる」、「Ⅱ 森林に親しむ」、「Ⅲ 木を活かす」、「Ⅳ 地域の絆を強める」を「森づくり4つの基本方針」としている。

23. 研修期間は2年間(年間約40日間)で、対象者は、研修終了後に金沢市内で林業に従事する意欲のある18歳以上65歳以下である。

24. 14年度末までに、累計26の小学校で張替え予定

25. 例えば、スギ柱50本以上の利用に対して、1本当たり2,800円(上限25万円)を支給している。なお、13年度の支給実績は、151件、累計1,380件に上る。

図表15 林地残材混焼発電事業フロー（14年度）



(備考) 金沢市資料をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

これを受けて、市営造林の間伐事業で活用できずに放置されていた林地残材^{(注)26}を有効活用する観点から、発電機能を有するごみ焼却施設である西部環境エネルギーセンター(図表14)において、林地残材を可燃ごみとともに混焼するバイオマス発電事業(図表15)を企画し、13年12月より試験的に実施

している。使用する焼却炉は、全連続燃焼式ストーカ炉^{(注)27}であり、当該設備の発電効率は17%台から19%台で、混焼後も安定している。発電した電力^{(注)28}は、当センターのほか隣接する西部衛生センター等で利用し、残り約4分の3を、固定価格買取制度(FIT)の「一般廃棄物(その他バイオマス)」での認定

(注)26. 13年度に500トン、14年度に300トンの合計800トンを受集

27. 12年3月に竣工し、総事業費133億円

28. 13年度のバイオマス発電による発電量は約31万kWh/年

の下、PPS^{(注)29}に売電している。

また、余熱利用も行っており、当センター近隣の西部市民体育会館、西部市民憩いの家等の公共施設へも熱供給している。

③その他バイオマス利活用への取組み

当市（環境局）は、環境省の方針に沿い、木質バイオマスストーブ（ペレットストーブ等）の普及促進に努めている。

現在、「木質ペレットストーブ設置費補助制度」を設け、木質ペレットストーブの購入費および設置工事費に対して補助金^{(注)30}を支給している。13年度の支給実績は32台であり、14年度末には、累計100台を上回る見込みである。

4. “地域産業”としてのバイオマス利活用の可能性

(1) バイオマス利活用で重要となるボイラー技術導入

バイオマス発電事業では、燃焼効率など、その事業を支えるボイラー技術が重要となる。そこで、発電出力5,000kW以上の市場で納入件数を伸ばしているボイラーメーカーとして、上記事例で取り上げた(株)ウッチェかわい、金沢市西部環境エネルギーセンターで導入したボイラーの製造元である(株)タクマ（図表16）の事例を取り上げる。また、中小企業同士の連携で非常用小規模バイオマスボイラーの開発に取り組む(株)萬盛^{ばんせい}ズスキ（図表17）の事例も紹介する。

図表16 (株)タクマの概要



当社の概要	
社名	(株)タクマ
代表	加藤 隆昭
所在地	兵庫県尼崎市
設立	1938年
従業員数	782名（単体）
資本金	133億6,745万円
業種	各種ボイラ、機械設備、公害防止プラント、環境設備プラント、冷暖房ならびに給排水衛生設備の設計、施工および監理、土木建築、その他工事の設計、施工および監理

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(株)タクマは、創業者の田熊常吉氏が独自開発した「タクマ式汽罐^{きかん(注)31}」で有名な大手ボイラーメーカーである。ごみ焼却技術で国内他社に先行し、時流に合わせて、水処理技術やバイオマス技術で独自の開発に取り組んできた。バイオマスボイラー技術の開発では、木材加工業、製糖業等の工程に必要な蒸気源としての利用を軸に、国内はもとより、東南アジアを中心とした海外にも展開し、ボイラー技術を磨いてきた。こうしたなか、化石燃料の価格上昇を受けた代替燃料としてバイオマスに注目が集まり、12年7月のFIT（固定価格買取制

(注)29. 14年7月以降の売電先を公開入札で決めている。

30. 購入費および設置工事費の合計額の2分の1以内の額で上限10万円（一建物あたり一回限り）

31. 汽罐とはボイラーのこと

図表17 (株)萬盛スズキの概要



当社の概要		
社名	(株)萬盛スズキ	
代表	鈴木 陸夫	
所在地	兵庫県神戸市	
設立	1950年	
従業員数	15名	
資本金	1,000万円	
業種	合成樹脂接着剤、合成樹脂製品、キャンドルアート等	

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

度) 開始も追い風となって、国内でのバイオマスボイラーの需要が高まってきた。こうした背景の下、当社への国内受注は増え始め、バイオマスボイラー市場では住友重機械工業(株)と並ぶトップメーカーとなっている。受注案件は、発電出力5,000kW以上の大規模なバイオマスプラントである。顧客へのメンテナンスは、北海道札幌市、東京都中央区、兵庫県尼崎市、福岡県福岡市の4拠点を中心に、アフターサービス専門部門がきめ細かく対応している。

(株)萬盛スズキは、合成樹脂接着剤OSCの製造、販売を手始めに、キャンドル資材の開発にともないNHKのゆく年くる年で横濱開港150周年をキャンドルで表現し夢希望をキャンドルで託した。キャンドルイベント用資材提供し、各地観光組合などが行うことで

地域活性につながるツールを提供し幅広く事業展開を行っている。

当社の事業コンセプトは、「しかけづくり・ことづくり・ものづくり」であり、このなかでマイクロ蒸気発電機の開発に取り組んでいる。開発のきっかけは、11年の東北大地震で、95年の阪神・淡路大地震直後、電力がなく、炊き出しもできない困窮状況に陥った経験を思い出させたからである。この開発は、中小企業庁の「ものづくり中小企業・小規模事業試作開発等支援補助金」を受けて取り組み、その後、兵庫県内外の中小企業との“産産連携”を図りながら試作品の製作段階にまで至った。この試作機は、「いつでも、どこでも、蒸気があれば」をコンセプトに、2気圧未満の圧力鍋にタービンと発電機を取り付けた簡易な設計である。低圧・低温蒸気のため、ボイラー技士免許がなくても誰でも使用でき、投入する燃料は薪や木質がれきなど、特に制限はない。また、持ち運び可能な重さにすることで、災害等の非常時に炊き出しと同じ条件で容易に発電もできるよう配慮している。

(2) 地域での持続的なバイオマス利活用に向けて

本稿で取り上げたバイオマス利活用の事例を総括すると、「身の丈に応じた」が最も重要なキーワードとなろう。それぞれの取材先で、「利益が出るからという理由だけで、追加の設備投資により現在の発電規模を拡大することはしない。」「今まで費用をかけて処分していた廃材等を有効活用しているだけである。」な

どといった発言が出た。すなわち、「ゴミを宝に」、「副産物利用」がポイントとなる。

例えば、金沢市のように、従来は放置されていた林地残材を、処分ゴミではなく資源として活用できないか“発想の転換”を図ることで、費用が利益に転換する可能性がある。キノコ産地で有名な新潟県十日町市でも、従来廃棄していた菌床をペレット化して一般家庭にペレットボイラーを普及する取組みがある^{(注)32}など、今後、地元で気づいていない地域資源を“発想の転換”で見つめ直すことは重要になるだろう。また、(株)ウッティかわいや長野森林資源利用事業協同組合の事例のように、製材業あるいは製紙業を主業とする民間企業がバイオマス事業の主体となり、製造過程で継続的に発生する端材等の副産物を収益源と捉え有効活用することも重要だろう。民間企業が主体となり事業として成り立たせるために、両者の事例にあったとおり、公的な補助金等を積極的に活用することも重要である。さらに、バイオマス事業は、わが国でノウハウの蓄積が浅いため、バイオマスボイラーの導入を含め、現場の実態に合わせた設計をすることも重要となろう。

バイオマスのなかで主流となる木質バイオマスでは、原料となる木材の調達が“肝”となることから、持続可能な森林経営にも着目する必要がある。NPO法人吉里吉里国が実施する「吉里吉里国林業大学校」や金沢市が実施する「金沢林業大学校事業」等にあったとお

り、森林所有者や林業関係者が森林の生態サイクルを理解し、伐採や伐採後の造林などの知識・ノウハウを得ることが求められよう。

おわりに

14年6月に資源エネルギー庁が公表した「エネルギー白書2014^{(注)33}」では、①電力の化石燃料依存度88%（過去最高）、②エネルギー自給率6%（震災前20%）、③化石燃料輸入高27兆円、④CO₂排出量およそ13億トン（増加中）など、わが国のエネルギーシステムは、総じて脆弱化しているといえよう。

一方、ローカル・アベノミクスのなかでは、新たに「地方創生」がキーワードとなり、前面に打ち出されている。

この「エネルギー政策」と「地方創生」という点でみると、地域活性化で期待されるバイオマス利活用は、モデル事業のひとつになりうるだろう。

地域社会が当事者となり、地域資源を活用したバイオマスの利活用を通じて既存産業や新たな産業創出をするにあたっては、取材先からの発言などがあったとおり、地域社会と共存共栄する信用金庫の果たす役割への期待は大きい。特に木質バイオマス事業では、事業の継続性や採算性等のみえない案件が散見されることから、信用金庫には、“良いバイオマス”と“悪いバイオマス”を見極め、地域におけるバイオマス事業に対してアドバイスすることも求められてくるのではないだろうか。

(注)32. 木質ペレット推進協議会ホームページ (http://www.woodpellet.jp/web/site/report_20121112.asp) および城南総合研究所調査報告書No.14 (http://www.jsbank.co.jp/pdf/1-38_14.pdf)

33. <http://www.enecho.meti.go.jp/about/whitepaper/2014pdf/>

〈参考文献〉

- ・NPO法人バイオマス産業社会ネットワーク編（2014年）『バイオマス白書2014ーダイジェスト版ー』
- ・泊みゆき（バイオマス産業社会ネットワーク理事長）（2012年）『バイオマス本当の話 持続可能な社会に向けて』
- ・農都地域部会・バイオマス発電事業化促進ワーキンググループ・ホームページ

IT利活用が中小企業にもたらすものは③

—中小卸売・小売・サービス業のIT利活用—

信金中央金庫 地域・中小企業研究所研究員

清塚 裕瑛

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

藁品 和寿

信金中央金庫 地域・中小企業研究所上席主任研究員

鉢嶺 実

(キーワード) インターネット、EC (eコマース)、モバイルコマース (MC)、ホームページ、フェイスブック、ビーコン、オムニチャネル戦略

(視 点)

IT化に伴い、わが国の流通・消費構造も大きな変化を遂げている。こうした状況の中で、これらに携わる中小規模の卸売・小売・サービス業においても、取引相手の対応いかんでは、自らもIT利活用によるビジネスモデルへの変革が急務となっているケースは少なくない。

一方、こうしたなかで、IT化による取引構造の変革をひとつのビジネスチャンスと捉え、的確なIT利活用を進めることによって、新たな価値を創造しながら、将来の事業基盤を固めている中小規模の卸売・小売・サービス業者も全国各地で見受けられる。

そこで本稿では、全国各地の事例も紹介しながら、IT利活用がこれらの中小規模の卸売・小売・サービス業にもたらす効果などについて考察していきたい。

(要 旨)

- 中小規模の卸売・小売・サービス業における事業環境は、情報通信技術の高度化に伴う電子商取引 (EC) が著しい普及拡大を見せている。
- 拡大するEC市場において、特に著しく市場拡大しているのが、スマートフォンなどのモバイル機器を利用したモバイルコマース市場である。
- 中小企業では業種により、IT導入への取組み姿勢に温度差がある。現場に合わせたITツールと、そのもたらす効果を理解することが求められる。
- 中小規模の卸売・小売・サービス業にとって、自社の強みを把握し、ホームページ、SNS、ブログ、カタログそれぞれのツールを組み合わせ、新たな商品・サービスを創造して環境変化に対応していく、すなわち「オムニチャネル戦略」が、今後、ますます重要となる。

1. IT活用で広がる商取引拡大への期待

(1) 拡大が続くEC市場

近年、卸売・小売・サービス業を取り巻く事業環境は、インターネットなど情報通信ネットワークを利用して商取引を行う電子商取引(EC、エレクトロニック・コマースあるいはeコマース、以下「EC」という。)の普及拡大によって、著しい変化を遂げている。特に、企業間での電子商取引である「B to B (Business to Business)」だけでなく(図表1)、ネットショッピングに代表される、一般の消費者を対象とした電子商取引である「B to C (Business to Consumer)」が急速に拡大している(図表2)。

このEC市場拡大の背景として、インターネット普及率の上昇やスマートフォンやタブレット端末の普及といった通信インフラの改善に加え、増加する高齢者を含む単独世帯や共働き世帯の利用率が高まっていることが挙

げられる。

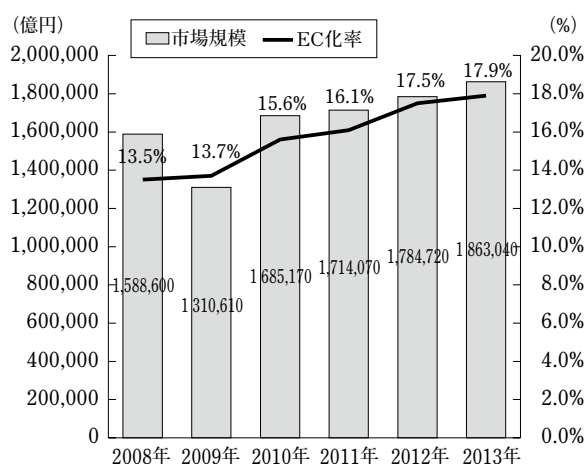
(2) 台頭が著しいモバイルコマース市場

EC市場の拡大を後押ししているのがモバイルコマース(以下、「MC」という。)である。MCとは、スマートフォンやタブレット端末などの移動体(モバイル)機器を利用した電子商取引のことである。

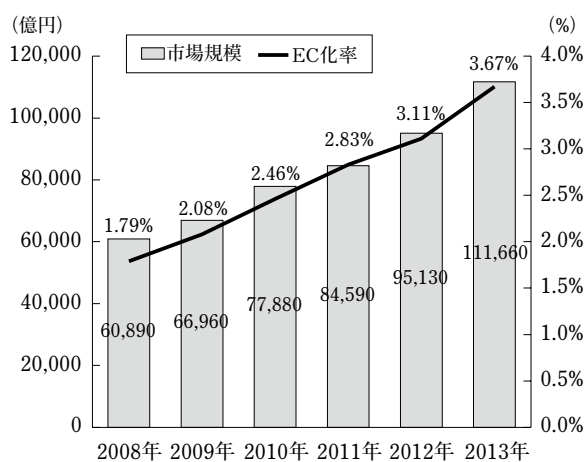
このMC市場の規模は、スマートフォンやタブレット端末の普及とともに急速に拡大し、12年には1兆4,997億円と、前年比28.0%の増加となった(図表3)。MC市場拡大のきっかけは、NTTドコモが、99年に、iモードサービスのなかで、課金サービスとして着信メロディや待ち受け画像などのダウンロード・サービスを開始したことといわれている。その後、楽天やアマゾン(Amazon)など大手EC事業者が本格的に事業展開している。

通信インフラの進歩を背景に、「国内外を問わず」、「誰もが」、「いつでも」、「好きなも

図表1 BtoB市場規模とEC化率の推移

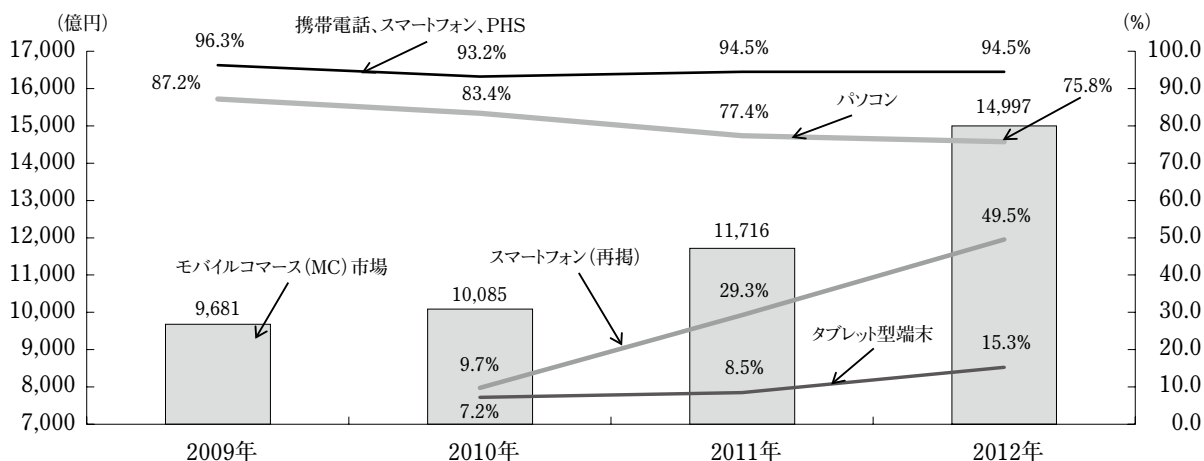


図表2 BtoC市場規模とEC化率の推移



(備考) 1. 経済産業省『平成25年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
 2. EC化率とは、全ての商取引における、ECによる取引の割合(図表2も同じ)。

図表3 モバイルコマース（MC）市場規模と情報通信機器の世帯保有状況の推移



(備考) 総務省『モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果 (平成24年)』および『平成25年通信利用動向調査』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

のを」、「どこにいても」買い物をできるIT環境が、MC市場の急速な拡大に貢献した。今後のMC市場のさらなる拡大は、地方の過疎化や高齢化等の社会問題をも解決していく可能性を秘めているものといえよう。

2. 中小企業のIT利活用

(1) 卸売業ではインターネット、小売業とサービス業ではSNSの利用が先行

信金中央金庫 地域・中小企業研究所が実施した「全国中小企業景気動向調査」の2014年4～6月特別調査のうち、中小企業における事業上のインターネットおよびソーシャル・ネットワーキング・サービス^{(注)1} (以下、「SNS」という。)の利用状況をみると(図表4)、卸売業ではインターネットが、小売業とサービス業ではSNSが比較的に利用されている。卸売業のなかでも、機械器具卸売業や建築材料卸売業でインターネットが比較的

利用されており、小売業やサービス業では、自動車・自転車小売業、家庭用機械・電気機械器具小売業、旅館・その他の宿泊所、情報サービス・調査・広告業で、業種平均を上回るSNS利用率となった。

小売・サービス業で活用されるSNSのなかで、フェイスブックの利用が比較的進んでいる。フェイスブックとは、米Facebook社が提供する、アクティブユーザー数が全世界で10億人を超える世界最大のSNSである。その特徴は、実名登録したユーザーがインターネット上でつながり、現実(リアル)だけでなく仮想(バーチャル)でも交流できる点である。

企業でのフェイスブックの活用を例示すると(図表5)、ある企業の発信した情報にAさんが共感しフェイスブックページの中の「いいね!」ボタンをクリックすると、Aさんがつながっている「友達」にその企業情報が一斉に発信される。このAさんの押した「いい

(注)1. インターネット上の交流を通して、人と人とのつながりを促進・サポートするコミュニティ型のウェブサイト

図表4 中小企業のインターネットおよびSNSの利活用状況

(%)	インターネットを活用している	販売・受注・見積もり受託等	メールマガジンによる宣伝広告	自社HPによる宣伝効果	SNSを利用している	Facebook (フェイスブック)	Twitter (ツイッター)	LINE (ライン)	mixi (ミクシィ)	その他
全体	71.8	43.6	2.2	25.4	10.7	7.9	0.8	1.5	0.0	0.4
製造業	73.4	48.3	1.2	23.8	8.7	6.7	0.5	1.3	0.0	0.3
卸売業	73.6	50.1	1.3	18.7	8.7	6.1	0.5	1.3	0.1	0.7
小売業	59.6	33.3	3.0	18.9	12.1	9.1	1.1	1.4	0.1	0.5
サービス業	70.8	34.6	5.0	34.3	16.6	13.0	1.3	1.9	0.1	0.3
建設業	77.5	51.0	0.8	24.0	8.9	5.8	0.7	1.9	0.0	0.6
不動産業	80.8	35.7	4.1	46.3	12.6	8.8	1.4	1.6	0.0	0.8

(%)	インターネットを活用している	販売・受注・見積もり受託等	メールマガジンによる宣伝広告	自社HPによる宣伝効果	SNSを利用している	Facebook (フェイスブック)	Twitter (ツイッター)	LINE (ライン)	mixi (ミクシィ)	その他
卸売業	73.6	50.1	1.3	18.7	8.7	6.1	0.5	1.3	0.1	0.7
衣服・身のまわり品	72.6	46.8	2.4	20.2	12.5	9.2	0.8	0.8	0.0	1.7
農畜産物・水産物	64.5	38.5	1.9	16.4	8.1	5.0	0.4	1.5	0.0	1.2
食料・飲料	70.6	50.3	1.9	20.6	10.1	7.5	1.0	1.0	0.3	0.3
機械器具	78.4	56.1	0.0	17.0	9.5	6.5	0.0	1.8	0.0	1.2
建築材料	74.3	53.0	1.1	16.8	6.0	4.2	0.4	1.5	0.0	0.0
小売業	59.6	33.3	3.0	18.9	12.1	9.1	1.1	1.4	0.1	0.5
織物・衣服・身のまわり品	50.2	23.9	4.2	17.5	13.1	10.5	0.7	0.7	0.7	0.7
飲食料品	50.4	25.6	2.6	16.1	10.0	7.3	1.0	1.1	0.0	0.6
飲食店	44.3	14.3	4.3	24.8	12.7	10.2	0.5	2.0	0.0	0.0
自動車・自転車	82.2	52.3	1.7	27.0	15.5	13.8	0.0	0.6	0.0	1.1
家庭用機械・電気機械器具	77.9	59.6	3.7	10.3	13.4	11.2	0.7	1.5	0.0	0.0
医薬品・化粧品	64.5	30.8	2.8	15.9	8.4	6.5	0.9	0.9	0.0	0.0
燃料	66.1	38.7	2.7	15.1	8.6	7.0	0.0	1.6	0.0	0.0
書籍・文房具	67.3	45.1	0.9	15.9	10.7	3.6	2.7	3.6	0.0	0.9
サービス業	70.8	34.6	5.0	34.3	16.6	13.0	1.3	1.9	0.1	0.3
旅館、その他の宿泊所	86.5	38.6	9.9	68.2	35.5	31.8	1.8	1.8	0.0	0.0
洗濯・理容・浴場業	34.5	10.4	3.6	16.8	11.2	7.5	0.8	1.7	0.3	0.8
自動車整備および駐車場業	71.4	47.9	2.4	14.5	8.0	5.2	0.7	1.7	0.0	0.3
情報サービス・調査・広告業	86.0	51.5	5.1	36.8	21.1	16.5	3.8	0.8	0.0	0.0

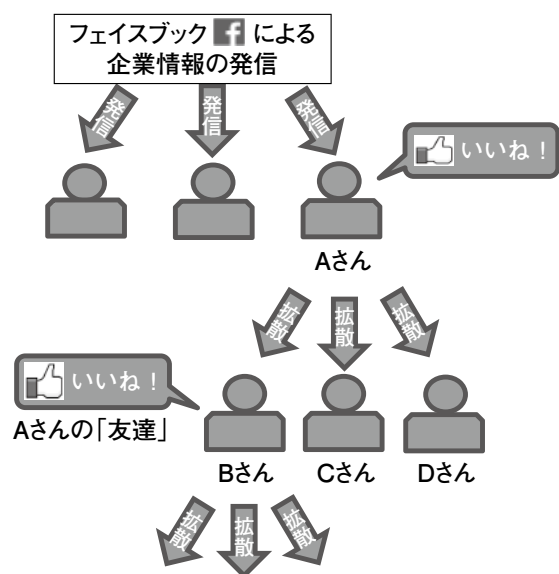
(備考) 信金中央金庫『全国中小企業景気動向調査 (2014年7~9月期特別調査)』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

ね！」に共感したAさんの友達のBさんがその企業情報に「いいね！」を押すと、さらにBさんの友達にもその企業情報が“拡散”されていく。

この“口コミ”に似たフェイスブック独特の情報伝達の仕組みの手軽さから、中小企業では、PR効果の高い情報発信の有効なツールであるとの認識が着実に広まっている。な

お、中小企業がフェイスブックを利活用するメリットとして、①初期投資が不要である、②“拡散”によってターゲットを絞った口コミ的な広告効果が見込める、③フェイスブックに登録していない人でも閲覧可能なページがある、④ユーザーが日々投稿した内容もグーグル (Google) やヤフー (Yahoo!) などの検索エンジンの対象になるなどが挙げられる。

図表5 フェイスブック拡散イメージ図



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(2) 多様なITツールの使い分けや組み合わせが重要なポイントに

ホームページやSNSを活用した情報発信では、各ツールの特長を使い分け、それぞれを組み合わせることで相乗効果を指向していくことが肝要である (図表6)。

ホームページは、グーグルやヤフーなどの検索エンジンから、ユーザーが興味関心のあ

るキーワードで自ら検索しアクセスする“プル型”である。ユーザーのニーズに合った対応をできれば、新規顧客・潜在顧客の獲得につなげることができる。

SNSは、上記 (1) のとおり、情報の拡散性に優れているため、キャンペーンやクーポンなどのタイムリーな情報発信、既存顧客のフォロー、潜在顧客の掘り起こしなどに効果的である。また、自社やユーザーによる写真の投稿などを通じ、新たなユーザーの“共感”を誘い込み、ユーザーの間でのつながりをさらに強めることもできる。

ブログは、SNSの側面と、“プル型”というホームページの側面を併せ持つ。いわゆる、SNSの拡散性とホームページの情報発信力を合わせた“伝える+つながる”ツールといえる。

卸売・小売・サービス業では、それぞれのツールの良し悪しを正確に理解し、使い分けや組み合わせを工夫しながら、最終顧客との接点の拡大や取引深耕を図っていくことが重要であろう。

図表6 ホームページ、SNS、ブログの役割

	ホームページ	SNS (Facebookなど)	ブログ
情報発信者	企業	企業・ユーザー	企業・ユーザー
発信スタイル	プル型 (受動型)	プッシュ型 (能動型)	プル型 (受動型)
情報発信形式	一方方向型	共有・拡散型	共有・拡散型
ターゲット	興味関心のある顧客	既存・潜在顧客	既存・潜在顧客
アクセス経路	検索エンジン	検索エンジン+“口コミ”	検索エンジン+“口コミ”
期待する効果	問合せ・売上向上	認知度・信頼度向上	認知度・信頼度向上
役割	会社概要や製品などの更新頻度の低い情報	キャンペーンなどのタイムリーな情報	ホームページより深く、魅力的な情報や舞台裏
係わり	“伝える”	“つながる”	“伝える+つながる”

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

3. 全国各地で活躍する中小IT企業の経営事例

本章では、ホームページやSNSの活用、IT企業との連携などに取り組む、全国各地における中小規模の卸売・小売・サービス業のIT利活用事例を紹介する。

(1) ホームページとSNSの連携：有限会社黒田養蜂園（栃木県鹿沼市）

イ. 当社の概要

当社は、1920年の創業以来、栃木県鹿沼市で3代続く養蜂業者である（図表7）。栃木県を中心に約20の蜂場において、ピーク時で約700万匹のミツバチを育て、天然はちみつを自家採集している。無添加・無精製、非

図表7 有限会社黒田養蜂園



当社の概要

社名	有限会社黒田養蜂園
代表	黒田 雄一
所在地	栃木県鹿沼市
設立	1994年
従業員数	3名
資本金	3,000千円
業種	養蜂業

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表8 (有)黒田養蜂園 販売商品



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

加熱、非濃縮の「ホンモノ」のはちみつ作りにこだわり、本社併設の直売店では生ローヤルゼリー、プロポリス、はちのこ、プロハーブ化粧品などの関連商品も販売している（図表8）。さらに、2013年にオープンしたカフェ「Honey B」では、はちみつを使用した自家製ジェラートが、ネット上での“拡散”で人気メニューとなっている。

ロ. IT利活用・導入状況

当社は、創業以来100年近く地域に根差した養蜂業を営んできたが、当社の天然はちみつを直接買い求める近隣住民が多かったことから、誰もが気軽に来店し、一人ひとりに合ったはちみつが提供できる場所として、2004年に直売店を開設した。2006年以降、ホームページ開設の効果もあって、近隣住民のみならず、栃木県全域や県外からも多くの来店がある。こうしたなか、“4代目”と目される現・専務取締役の黒田和宏氏は、事業多角化として、天然はちみつを使用したカ

フェの開設と宣伝媒体としてのフェイスブックの導入に取り組んだ。『フェイスブックは、会社名だけでなく、団体名、商品名なども登録ができ、情報の“拡散”が早く、ほとんどおカネのかからない割にはターゲットを絞り込んだ広告が容易にできる。(黒田専務)』という点に着目した。とりわけ、おしゃれな店内や商品の写真は、視覚にアピールでき、ホームページとの相乗効果で、直売店やカフェへの集客にもつながっている。

ハ. 将来の展望

当社は、あたかも海外にいる雰囲気を感じられるはちみつの“テーマパーク”を目指すことで、はちみつの魅力をインターネットやフェイスブックで発信していきたいと考えている。今後も「鹿沼市に来たら寄りなくてはいけない、寄りたい」と言ってもらえる笑顔溢れる観光スポットを目指し、「はちみつのある生活」を提案していく意向である。

(2) ホームページ検索対策：月岡青果株式会社（東京都目黒区）

イ. 会社の概要

当社は、「安心・安全・高品質」にこだわった、新鮮野菜・果物・乾物を、毎晩、大田市場や築地市場より仕入れ、翌朝に都内ホテルやレストランに業務用の食材として配送する青果卸売業者（図表9）である。

顧客の品質・価格に対するニーズが多様化していく中で、青果店時代から仕入取引のある全国各地の農家との付き合いも大切にしつ

図表9 月岡青果株式会社



当社の概要	
社名	月岡青果株式会社
代表	月岡 剛
所在地	東京都目黒区
設立	1958年1月
従業員数	4名
年商	約1.3億円
業種	青果卸売業

(備考) 月岡青果(株)HPより引用

図表10 月岡青果(株) 倉庫



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

つ、低価格路線とは一線を画し、あくまで「安心・安全・高品質」の信念にこだわり、これを貫き通している（図表10）。

ロ. IT活用・導入状況

当社は、現社長の祖父が1931年に開業した青果店が発祥で、以後、まちなかの青果店とし

て地域に根差した商売を続けてきた。しかし、時代の流れとともに売行きは伸び悩み、80年代後半に、ホテルやレストランなどの外食産業向けの青果卸売業に業態転換することを決断し、これを実行して現在に至っている。

ただ、現在の主要顧客である外食産業は、景気変動や時代背景の変化の影響を受けやすい。これらに起因した業績不振を打開すべく、当社では、2013年末より、東京商工会議所から紹介されたコンサルタントの指導のもと、「会社の顔」と言えるホームページの活用促進を念頭に、①既存のホームページを全面刷新しつつ、②これとは別に売上拡大に結びつけることを主眼にしたもうひとつのホームページを作成し、③2つのホームページを相互にリンクさせてそれぞれのホームページを参照できるシステムを構築した。また、「東京」、「青果」、「卸し」などでキーワード検索した場合、当社が検索結果の上位に表示されるための対策（SEO対策^(注)2)）を積極的に講じた。検索キーワードは、「Google検索エンジン最適化スターターガイド」を参考に、外食業者やシェフが検索することを想像しながら選定した。その結果、ホームページ刷新直後から「東京で新たに開業する予定のホテルに九州産野菜の納品は可能か」などの話がコンサルタントに入ってくるようになった。ちなみに、この時の検索キーワードは「東京・青果・卸し」で、検索対策が功を奏したことを実感することができた。現在でも月間に10件以上の引き

合い等があり、「安心・安全・高品質」というコンセプトと合致する先を中心に顧客基盤の“質的向上”につなげている。

ハ. 将来の展望

当社は、今後も良質な食材にこだわりながら、これまで以上に顧客(シェフなど)のニーズに合わせた対応をしていく。また、IT利活用の面では、ユーチューブ(YouTube)による動画配信も組み合わせながら、SEO対策にさらに注力していく意向である。

(3) アニメーション作品とITのミックス： 山音・湯涌温泉観光協会（石川県金沢市）

イ. 当館の概要

山音は、1941年の創業以来、「金沢の奥座敷」と言われる石川県金沢市の湯涌温泉街にて、脚色せず、ありのままの雰囲気を利用者に味わってもらえるよう取り組んでいる老舗旅館である(図表11)。湯涌温泉街では、東洋一とまでいわれた「白雲楼ホテル」の廃業(1999年)など厳しい環境変化に見舞われてきた時期もあったが、当館ではこうした危機も乗り越えつつ、変わらぬたまたまいで湯涌の四季折々の味を提供し続けている。なお、湯涌温泉街は、近年、アニメーション作品「花咲くいろは」のモデルとして脚光を浴びつつあるが、当館では水面下で中心となってこれを支えてきた経緯もあり、温泉街全体の活性化に多大なる貢献を果たしている。

(注)2. SEOは、Search Engine Optimizationの略。SEO対策とは、検索エンジン(インターネットで公開されている情報をキーワードなどを使って検索できるWEBサイトのこと)の検索結果のページの表示順の上位に自らのWebサイトが表示されるように工夫すること

図表11 金沢・湯涌「山音」



当館の概要

旅館名	山音
代表	吉田 康晴
所在地	石川県金沢市
設立	1941年
従業員数	10名
年商	約8,000万円
業種	旅館業

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

口. IT活用・導入状況

当館では、2010年ごろより、旅館コンサルタントの指導の下、本格的にインターネットを活用した集客活動を始めている。従来のホームページを改良し、同業者のネット集客ノウハウ（ホームページ上の写真掲載方法や写真の選定、料金プランの改定など）を蓄積した独自のホームページを作成し、「じゃらんネット」や「楽天トラベル」など既存の旅行サイトも活用しながら、着実に効果を発揮しつつある（図表12）。

一方、ホームページ改良と同時に、富山県南砺市のアニメーション作品企画制作企業の知人から、「湯涌温泉街を舞台としたアニメーション作品の制作を仕掛けたいと考えているのだが、協力してもらえるか」との打診

図表12 囲炉裏ダイニング



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

を受けた。当館では、温泉街の中核を担う旅館としてこれを内諾し、湯涌温泉観光協会や地元の有力企業、行政（金沢市）などと連携してアニメーション作品の制作に水面下で協力してきた。

2011年4月には、石川県にあるとされる架空の温泉街「湯乃鷺温泉街」（湯涌温泉街をモデルとしたもの）を舞台としたアニメーション作品「花咲くいろは」がスタートしたことを機に、湯涌温泉街の若手を中心メンバーとして組成した「花いろ旅館組合」を中核に、バーチャルとリアルをミックスさせた戦略を本格化させている。例えば、アニメーション上の架空の神事「ぼんぼり祭り」を湯涌観光協会主催の「湯涌ぼんぼり祭り」としてリアルで再現した（図表13）。本年で4回目を迎えた「湯涌ぼんぼり祭り」は、1日でアニメファンなど約2万人を集客する一大イベントとして定着しつつある。

また、実地（湯涌温泉街および近隣の鉄道沿線）とスマートフォンのアプリを連動させ

図表13 湯涌ぼんぼり祭りパンフレット



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

た「花いろ旅あるき」など、ITツールを活用して来街客を広域で回遊させる仕掛けも展開し、一定の成果をあげている。当館が、こうした温泉街とアニメをミックスさせた取組みの前面に出ることはないものの、吉田支配人は“影のキーマン”として湯涌温泉街の来街者増に大きく貢献している。

ハ. 将来の展望

吉田支配人は、今後も“湯涌温泉街×アニメーション×IT”の組み合わせで、当旅館と湯涌温泉街の持つ魅力を発信し、インターネットによる“情報拡散”の効果を巧みに演出しながら、新たな価値を創出していくことに注力していく意向である。

(4) 商店街によるITツールの活用：経堂農大通り商店街（振）（東京都世田谷区）

イ. 当商店街の概要

経堂農大通り商店街は、小田急線経堂駅南口から東京農業大学のキャンパスに向かう通りに位置し、商店数200店舗以上、1日あたり約2万3,000人が通行する、世田谷区内でも有数の商店街である（図表14）。

2000年に経堂駅付近の線路が高架化され、人々の往来が一段とスムーズとなったことも追い風となり、活気に溢れた「ハートフル」な街となった。

毎年夏場には「経堂まつり」が開催され、2日間で6万人もの来場者が訪れる、当商店街のシンボリックなイベントとなっている。

ロ. IT利活用・導入状況

当商店街振興組合では、かねてより「商店街情報をいかに低価格でランニングコストを

図表14 経堂農大通り商店街



当商店街振興組合の概要

名称	経堂農大通り商店街振興組合
理事長	川村 昌敏
所在地	東京都世田谷区経堂

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表15 (株)アプリックス

当社の概要	
社名	株式会社アプリックス
代表	郡山 龍
所在地	東京都新宿区
設立	1986年2月
従業員数	185名
業種	ソフトウェア開発業

(備考) (株)アプリックスHPより引用

かけずに、消費者に向けて情報発信するか」を模索してきた^{(注)3}。こうしたなか、(株)アプリックス(図表15)の開発、提供する位置情報発信装置Beacon(ビーコン)と訪日外国人対応アプリ「hubea(ヒュービー)®」を知り、当組合のニーズである「低イニシャルコスト・低ランニングコスト・多言語対応」に合致したことから、これらを活用した新たな商店街情報の発信に取り組んでいる。なお、各商店がビーコンを設置する費用は当商店街振興組合が負担し、また本取組みにあわせてホームページもスマートフォン対応とした。

アプリックスのビーコンでは、Bluetooth Low Energy^{(注)4}を使った近距離通信技術を用

いている。40か国語^{(注)5}への自動翻訳に対応した専用アプリ「hubea®」をダウンロードしたスマートフォンがビーコン設置場所に近づくと、ビーコンの発する電波を受けて「hubea®」が連動し、商店街や設置店舗の情報^{(注)6}が手元のスマートフォンに通知^{(注)7}される(図表16)。

2014年10月に経堂農大通り商店街でビーコンを導入して以降、ホームページ自体のページビュー数(アクセス数)、セッション数(訪問数)はともに増加傾向であり、今後期待を寄せている。

ハ. 将来の展望

当初、9店舗にて試験的に導入したビーコンは、商店主の間でビーコンに対する理解が広がったことから、60店舗にまで導入が拡大している。今後も、当組合の役員を中心に周知を図り、80店舗以上への導入を目指している(図表17)。

また、アプリックスのビーコンを活用した仕組みは、利用者が専用アプリ「hubea®」をダウンロードすることを前提にしているため、周辺に居住する外国人を含め、いかに「hubea®」をPRしていくかが今後の優先課題の一つである。当商店街振興組合では、「hubea®」のダウンロード方法を記載したチラシを、5か国語で1,500部作成し、商店街内

(注)3. 14年に入り、表示灯(株)の提供するデジタルサイネージを導入したり、商店街マップを2万冊作成する等活発な取組みを行っている。

4. 近距離無線通信技術Bluetoothの拡張仕様の一つで、極低電力で通信が可能なもの

5. iOS(iPhoneやiPodなどに搭載される組込OS)8.0での対応言語数

6. 商店街や商店のホームページは、スマートフォン対応をしていることが前提となる。なお、当商店街および各商店のホームページは既にスマートフォン対応となっている。

7. システム側が外部のサーバーと連携して能動的に情報を取得してユーザーに通知するプッシュ通知方式

図表16 経堂農大通り商店街で採用されたアプリックス社のBeaconおよびサービスイメージ図



(備考) アプリックスIPホールディングス(株)発表のプレスリリースをもとに、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

の飲食店の店頭等に設置している。引き続き、より効果的なPRを模索していく。

図表17 経堂農大通り商店街に設置されたアプリックスのBeacon



(備考) アプリックスIRホールディングス(株)提供

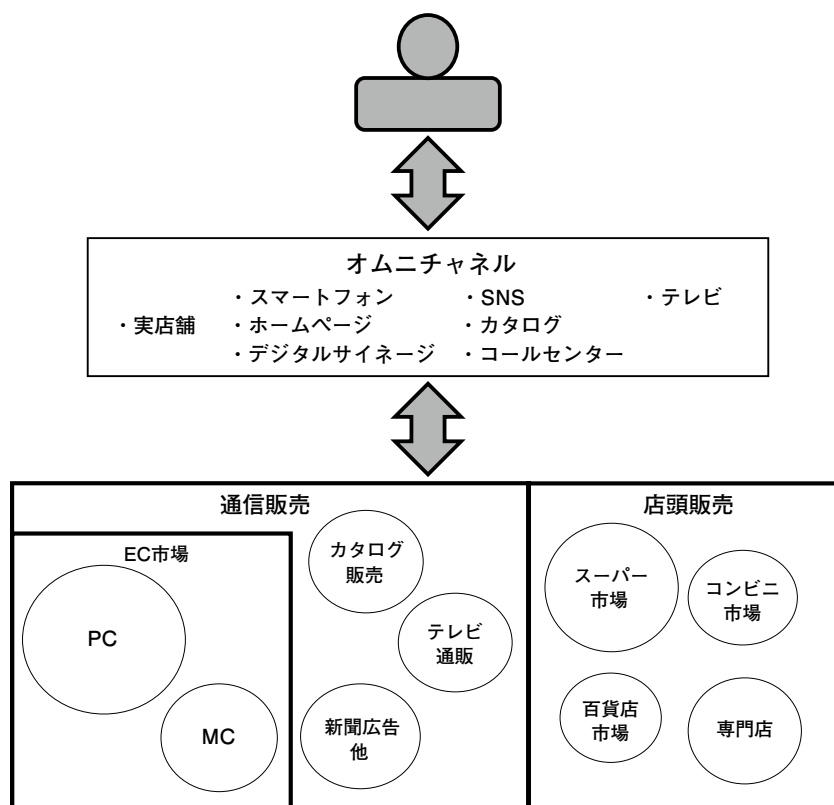
さらに今後、当商店街振興組合と各商店がツイッター（Twitter）投稿を増やすことで、当商店街ホームページへのアクセス数を増やすなど、ホームページ、ツイッター、ビーコンを連携させた「^{オーツオー}O2O戦略^{(注)8}」を実施していく方針である。

4. IT利活用が卸売・小売・サービス業にもたらすものは

顧客は、電話やパソコンのみならず、代表的なモバイル端末であるスマートフォンやタブレット端末を使って情報を仕入れ、最適なアクセス手段で商品・サービスを購入する(図表18)。したがって、卸売・小売・サービス業では、こうした顧客の購買行動の変化

(注)8. ネット上（オンライン）から、ネット外の実地（オフライン）での行動へと促す施策や、オンラインでの情報接触行動をもってオフラインでの購買行動に影響を与えるような戦略

図表18 顧客の購買行動



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

に対応することが求められる。

このなかで、2 (2) で触れたホームページ、SNS、ブログなどのITツールの積極的な活用がますます重要となっていこう。とりわけ、経営資源の限られている中小規模の卸売・小売・サービス業では、より効果的な宣伝が必須である。そのため、(有)黒田養蜂園のように、SNSを効果的に活用して、既存顧客・潜在顧客へ向けた情報を発信し、手軽に自社商品のPRと集客につなげていくことが肝要だろう。

また、月岡青果(株)のように、商工会議所など外部専門機関の支援の下、ホームページを充実させたり検索エンジン上位表示対策をし、成果を上げた事例もある。必要に応じて

外部専門機関と連携しITのノウハウを得ることで、顧客が求めている情報に的確に応えるとともに、潜在的な顧客の確保につなげていくことも重要だろう。

さらに、金沢・湯涌 山音のように、ITとアニメを組み合わせたり地域間を結ぶことで新たな価値を創造し、顧客の潜在的な関心を喚起することも有効である。新しい時代にふさわしい中小企業ならではのIT利活用のあり方といえよう。

そのほか、経堂農大通り商店街の事例のとおり、地域コミュニティとIT企業が連携し、地元活性化につなげる動きもある。アベノミクスにおいて「地域創生」の実現が最優先課題となり、地域コミュニティに情報発信力が求

められるなか、こうした「IT×地域」で相乗効果を生み出す取組みは注目に値するだろう。

中小規模の卸売・小売・サービス業にとって、自社の強みを把握し、ホームページ、SNS、ブログそれぞれのツールを組み合わせ、新たな商品・サービスを創造して環境変化に対応していくこと、すなわち「オムニチャネル戦略」が、今後、ますます重要になっていくだろう。

おわりに

中小規模の卸売・小売・サービス業にとって、ITツールは、単なる売上増加や収益向

上あるいは在庫管理のみならず、サービス価値の創造、販売・サービス機会の拡大など多岐にわたった活用方法を検討できる手段である。中小企業の専門金融機関を自負する信用金庫は、取引先の中小企業に対して、IT利活用に踏み出す「きっかけ」づくりを手伝うことが求められよう。これが、取引先の事業拡大につながり、ひいては地元経済の活性化に結びつき、信用金庫の使命である“地域・中小企業との共存共栄”を実現する一つの方策になるのではないだろうか。

〈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』（各年版）
- ・オンサイト『無料ではじめる！売れる ネットショップの作り方～出店・運営・集客～』（2014.8）
- ・経済産業省『平成25年度（2013年度）我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）』（2014年8月）
- ・総務省『情報通信白書』（各年版）
- ・総務省『モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果（2012年）』（2013年7月）
- ・総務省『平成25年（2013年）通信利用動向調査』（2014年6月）
- ・高橋暁子 イイヅカアキラ『図解 一目でわかるITプラットフォーム』（2012.12）
- ・高橋浩子 田井中友香『小さな会社のための成功するFacebookマーケティング』（2013.6）
- ・東洋経済新報社『会社四季報 業界地図 2014年版』（2013.8）
- ・野村総合研究所『ITナビゲーター（2012年版）』（2011.12）
- ・JBCCホールディングス株式会社『2020年ITがひろげる未来の可能性』（2014.6）

信用金庫論

－ 制度論としての整理 －

成城大学教授

村本 孜

【第3部】 信用金庫の特徴

8. 信用金庫のガバナンス

[8.1] 相互会社のガバナンス －エージェンシー問題－

(1) コーポレート・ガバナンス

〔コーポレート・ガバナンス〕

〔株式組織のコーポレート・ガバナンス〕

〔協同組織のコーポレート・ガバナンス〕

〔利害対立の回避〕

(2) 相互会社のガバナンス構造 －外部からのチェック－

(3) ステークホルダー間の利害衝突問題－相互組織対株式組織－

〔生命保険会社のステークホルダー〕

〔エージェンシー問題 －相互組織形態と株式組織形態－〕

(4) 相互組織の株式会社化との関連

〔株式組織と有配当保険〕

〔ステークホルダーの相対的位置〕

[8.2] 協同組織でのコーポレート・ガバナンス

(1) 外部からのチェック

(2) ステークホルダー間の利害衝突問題

(3) 信用金庫の内部統制

[8.3] 協同組織金融とライン型資本主義

(1) ヨーロッパの協同組織金融機関

(2) ライン型資本主義

(3) ポラニー『大転換』と協同組織金融

〔ポラニー『大転換』〕

〔ポラニーの伝統的社会と自己調整的市場社会〕

〔協同組織金融との関係〕

[8.4] 家森 [2008] の所論

(1) 信用金庫の存在意義

(2) 信用金庫の課題

(3) ガバナンスの問題

(4) 信用金庫の再編

(5) 家森説へのコメント

9. 信用金庫の地区

[9.1] 事業地区の制限

- (1) 地区制限
- (2) 歴史的側面
- (3) 行政監督上の必要性
- (4) 中小企業金融の円滑化

[9.2] 地区に関する議論

(1) 神吉 [2006] の所論

〔協同組織金融機関の地区〕

〔協同組織金融機関と銀行の地区の違い〕

〔協同組織金融機関の地区の必要性〕

〔協同組織金融機関の地区：人的結合、メリット・デメリット〕

〔地区を定めることの必要性の消滅〕

(2) 神吉説への若干の疑義

8. 信用金庫のガバナンス

[8.1] 相互会社のガバナンス—エージェンシー問題—

(1) コーポレート・ガバナンス

[コーポレート・ガバナンス]

一般にコーポレート・ガバナンスというのは利害関係者（主体。ステークホルダー）が自己の利益（利害）に基づき、企業（組織）に対して影響力を行使（手段）することと理解されるが、

- ・企業に対する外部からのチェック（牽制機能）
- ・ステークホルダー間の利害衝突問題

という2つの側面がある。さらに、企業（組織）内の内部統制やリスク管理に対する経営陣の対応も重要な視点とされる。

従来、日本型システムでは持ち合いによる株式の安定保有という特徴的な構造があり、コーポレート・ガバナンスの機能が歪められているないし健全に機能していないと議論される一方で、日本型システムでのコーポレート・ガバナンスは、一般企業の場合に統治・監視する主体が、株主（株式持ち合い）と資金調達先の金融機関（メインバンク）であり、メインバンクの監視機能が重要であったと整理されてきた^{(注)76}。

これに対し、金融機関のコーポレート・ガバナンスは、株主は持ち合いという点で一般

企業と同じであるが、資金調達源（債権者）は預金者や保険加入者であり、一般企業と異なり有力な経営監視主体（大口債権者）が存在しないという意味でステークホルダー間の利害衝突問題は一般企業と相違する。とくに、相互会社形態・協同組織形態の場合には社員（保険会社）・会員（信用金庫）・組合員（信用組合・農協等・労働金庫）が企業の所有者となり、株式会社の株主とは異なる役割を果たしているため、ステークホルダー間の利害衝突問題は発生しないか、ないしは少ないと考えられる。

[株式組織のコーポレート・ガバナンス]

株式組織は、株主が企業に出資することによって、株主総会での経営参加権と保有株式の市場売却権という2つの権利が生じる。経営参加権というのは、株主総会での議決権によって、配当の分配請求権、役員任命権、残余財産請求権などを行使して、企業経営に影響を与えることが可能となり、これを株主権という。コーポレート・ガバナンスとしては、株価の動向や株主総会などによって企業経営者にその経営に関する規律付けが行なわれることになる。株価が下がれば、株主利益の喪失になり、株主からのクレームが経営者に規律を与えることになる。株式上場は、公開市場での取引であり、敵対的買収（乗っ取り）の問題もある。

(注)76. 日本型企業システムとして、①企業がある程度利益を犠牲にしても、正社員の長期安定的な雇用と年功に応じた収入を保証する終身雇用システム、②企業が1つないし少数の銀行と、株式の持ち合いや借入れなどの取引関係を長期的に結び、経営が困難になった場合に支援を受けようとする「メインバンク」システム、③企業間取引においても、外部の企業と長期的な取引関係（一部に株式の持ち合いを含む）を結んで企業グループを形成する「企業系列」システムがあるほか、資本市場・労働市場などの企業が活動する市場で文書化された契約や文書化されなくとも関係者が当然のこととして受け止めている暗黙の契約、取引慣行に支えられているものと理解される。深尾 [1999] pp.195~196。

また、経営の失敗や企業戦略に問題があれば、株主総会での質問が先鋭化し、経営者は窮地に陥るので、できるだけ日常の経営に配慮するインセンティブが発生する。日常的に、外部からのチェックを有効にするには、委員会等設置会社のように報酬委員会・役員指名委員会などを組成し、社外からの監視を強めることが重要である。

[協同組織のコーポレート・ガバナンス]

これに対して、協同組織への出資は、その協同組織の利用権の確保である。いわば、ゴルフ・クラブやスポーツ・クラブの会員になるときに出席して、そのメンバーになることと同じであり、出席してメンバーになれば、そのクラブが利用可能となるのである。出資者であるから、クラブの経営に関与できるが、その権利は1人1票で、出資額が多くても権利は小さい。そもそもの協同組織は、出席した仲間しかメンバーはおらず、その仲間の中から経営者を選び、かつクラブの利用をするという、出資者＝経営者＝利用者、というものである。

協同組織金融機関というのは、資金の相互融通から始まったもので、何人かが資金を出し合って、それを必要な人に貸して、事業活動に活用してもらい、返済を受けて、次の人に貸すという仕組みである。したがって、経営者といっても、今度はこの人に、次はあの人に使ってもらおうという交通整理と、返済の監視をしていたに過ぎないのであろう。利害の衝突ないし対立というコーポレート・ガ

バナンス的問題はなかったのである。

しかし、協同組織も市場メカニズムの中に組み込まれ、メンバーが増大したり、メンバー以外の利用が増えたりすると、メンバー間の利害衝突・対立が発生する。そこで、専門的な経営者の必要性が生じて、この経営者にいかにコーポレート・ガバナンスの視点からの影響を与えるかという問題が生じる。

[利害対立の回避]

協同組織の利害関係者は、出資者・経営者・利用者・従業員などである。問題は、出資者・利用者の利害がいかに関に経営に反映されるかである。そのため、出資総会が開かれるが、出資者が多いとこれが開催不能となる。そこで、出資者総会に代わって、総代を出資者から選び、総代会で経営問題を議することになる。この総代の選出方法が、経営者よりであれば、総代会は経営者の意向通りで、余り機能しているとはいえない。また、出資証券は上場されないの、株価の動向のような規律付けが経営者に働くわけではないし、敵対的買収に遭うこともない。このような意味で、協同組織は株式組織に比して、経営者に対する規律付けは少ないのである。コーポレート・ガバナンス的には弱いという指摘もある。

コーポレート・ガバナンスというのは、外部からの規律付けだけが問題になるわけではない。コーポレート・ガバナンスの目的は、企業経営が公正・信義誠実に行なわれ、ステークホルダーにとって満足のいくことが肝要である。とくに、経営者と出資者（株

主)、出資者と債権者などの間には利害対立が生じやすい。株主総会对策などの形で問題化するコーポレート・ガバナンスは、株式組織には避けられないものであるが、協同組織では出資者＝経営者ということになるので、利害対立は発生せず、コーポレート・ガバナンス的には問題回避の良い手段となっているともいえよう。

(2) 相互会社のガバナンス構造－外部からのチェック－

相互会社は、保険業法によって保険事業を営む場合に限って認められる特殊な法人であり、営利法人でもなく、公益法人でもない、という意味で「中間法人」と呼ばれることもある^{(注)77}。生命保険会社の企業性については、村本・小平 [1997] で整理したことがあり、またコーポレート・ガバナンスから見た生命保険会社の組織形態については、村本 [1999] で検討したことがあるので、それらを参照されたいが、一般的に生命保険会社は、保険業法で保険会社にのみ認められた相互会社組織を採るものと、株式会社組織を採るものがある。日本では大手生保会社は相互会社であり、株式会社組織のものは小規模ないし企業保険に特化したものであった（相互会社組織生保で、新契約高（個人保険）の約8割、保有契約高（個人保険）・保険料収入・総資産ベースでは夫々9割を占める）。日本でも多くの生保会社は株式会社で出発し

たが、1947年に金融機関再建整備法により相互会社に転換した経緯がある。生命保険事業が保険加入者相互の扶助的性格・共益追求という目的を有し、生保事業から生ずる剰余は加入者に分配されるべきとのコンセプトがあったからである。

コーポレート・ガバナンス的には、保険契約者が社員としての地位を有することから、株式会社の場合のように会社の所有者である株主と保険契約者による利害の対立は存在しないものと理解される^{(注)78}。相互会社は社員の社員による社員のための会社であり、最高意思決定機関は社員総会にあることになっており、社員自治による経営チェック機能の充実が重要とされている。

生命保険会社が相互会社として運営されることは、「社員自治と実費主義の原則に基づいて可及的に安い費用で保険事業を運営し、より多くの成果を保険契約者に還元することができることをその最大の特徴」とするもので、「同時に、この特徴こそが相互会社の存在意義であると言われてきた」。しかし、「その反面で、株式会社と比較した場合に、相互会社の経営チェック機能は構造的に劣っているのではないかという批判や、社員（保険契約者）からの拠出のみによって資産を形成しているが故の資金調達における機動性の不足に対する不安等」も存在している、といわれる^{(注)79}。

すなわち、相互会社形態の場合、外部からのチェック機能は総代制度によって遂行され

(注)77. 刀禰・北野 [1993] p.168.

78. 米田 [1996] p.4.

79. 米田 [1996] p.4.

るが、株主総会の役割（監視機能）に比べて総代会制度の経営監視機能は劣後していると指摘されるのである。これは、株価のような経営者に対する規律付けの装置がないこと、社員総代の選出が経営者の意向を反映する可能性が高いこと（総代に対する信任投票を契約者が行なうというチェックはある）などによるからとされる。しかし、株式会社であっても持ち合い構造から株主によるガバナンスが不十分であるともいわれるように（サイレント株主）、生保相互会社に対するガバナンスが格段に劣っているわけではないとの評価もあるほか、株主のいない生保相互会社ではかつて従業員代表の労働組合が経営者に対する一定の牽制機能を果たしたことがあったというが、現状では十分な監視者がいないとの評価もある^{(注)80}。

このため、生保相互会社は総代会の活性化のほか、外部からのチェックが有効になるように、契約者懇談会、外部識者による評議員会などの仕組みを構築している。総代会の機能強化には、保険問題研究会報告『相互会社制度運営の改善について』（1989年5月）にあるように、総代の選出に当って、立候補制度、無作為選出や、直接選挙、推薦制、一定数の団体年金の代表者などの選任なども考慮する必要があるし、新保険業法で整備された社員代表訴訟制度の活用なども重要である。一部の生保相互会社では立候補制度を導入している。

(3) ステークホルダー間の利害衝突問題

－相互組織対株式組織－

〔生命保険会社のステークホルダー〕

金融機関という企業組織の場合、三隅[2000(a)]が指摘するように、所有者・債権者・経営者というステークホルダーが存在するので、これを手がかりに考察しよう。保険会社の場合に、保険加入者がある保険会社の保険に入るのとは、一義的には保険契約の履行が安全に行なわれること、そしてできれば剰余金の配当を受け取ることという動機であり、これは債権者としての立場と考えられる。ところが、生保相互会社の場合、契約加入者はその生保相互会社の社員となるというもう1つの側面がある。社員というのは、その生保相互会社の所有者となることを意味し、剰余財産請求権、議決権などを有することになる。つまり、相互会社の場合には、保険加入者は債権者であると同時に、所有者なのである。

したがって、生保相互会社の場合には、保険契約者（保険加入者）、経営者、従業員（コアとその他）というステークホルダーが存在することになる。他方、生保株式会社の場合には契約者、債権者、経営者、従業員（コアとその他）、外部株主（＝所有者）というステークホルダーが存在する^{(注)81}。

生命保険会社のステークホルダーを、所有者・保険契約者・経営者という3者に単純化し、その利害関係を見ることとしよう^{(注)82}。

(注)80. 橘木・深尾・ニッセイ基礎研 (A) [1999.6] p.6.

81. 村本 [1999] 参照。生保相互会社の株式会社化の場合には、外部株主（＝所有者）と保険契約者との間、株主契約者（＝所有者）と非株主契約者との間に利害対立（利益相反）が起る。

82. 以下は基本的には三隅 [2000 (a) (b)] に依拠している。

まず、それぞれの目的関数は、

a) 所有者の行動

自ら供給する資金が効率的に利用され、企業が利益最大化するように行動することを要求する。有限責任制では残余請求権の行使上、企業経営の成功の果実を最大化するよう企業に期待する（企業にリスクテイキングを期待。株主利益最大化）、

b) 保険契約者の行動

保険事故の際に保険金の確実な受け取りを可能にするように、企業が利益の安定的獲得をすることを期待する（企業にリスク回避を期待）^{(注)83}、

c) 経営者の行動

企業の利潤最大化による経営者個人の利益最大化を期待する、
となろう。

このように、この3者の利害には不一致が見られるが、より具体的には、

①経営者対所有者

企業利益よりも個人的利益を優先させる経営者と、企業利益の優先を請求する所有者との間に発生する利害の衝突（経営者が自分の利益を追求すると、所有者の利益が毀損され、企業行動は非効率となる）、

②所有者対保険契約者（債権者）

企業にリスクテイキングを期待する所有者と、企業にリスク回避を期待する保険契約者との間に発生する利害の衝突（所有者が保険契約者の犠牲の下に自らの利益を追

求すると、企業行動は非効率となる）、
という2つの利害衝突（エージェンシー問題）が発生する。

〔エージェンシー問題－相互組織形態と株式組織形態－〕

相互組織形態では、保険契約者はその相互会社の社員（所有者）であり、所有者＝保険契約者なので（保険契約者は債権者と同等の機能を有するので、債権者とも置き換えられる）、②のエージェンシー問題は発生しないと考えられる。相互会社組織は所有者と保険契約者との間に発生するエージェンシー問題に適した企業形態なのである。しかし、①の所有者と経営者のエージェンシー問題は、社員総代制度により、総代会という決議機関の意思決定が経営者に規律を与えることを通じて対応されることになる^{(注)84}。ところが、相互会社では株式発行がないので、株式売却権の行使という方法による経営者への規律付けはない。総代会が強ければ、利潤安定を期待する保険契約者に有利となる一方、経営者が規律付けのないことを活用すれば経営者の利益追求となって、いずれも効率性の追求は軽視される可能性がある。すなわち、相互会社形態では所有者と経営者の間のエージェンシー問題の解決には制約がある。

株式組織形態では、株主総会での経営参加権と保有株式の市場売却権という2つの権利が株主（所有者）に付与されているので、①

(注)83. 債権者の行動：企業利潤の大きさに関係なく、一定額の返済が行なわれることを前提に企業に資金提供しているので、企業利益の安定を期待する。保険契約者の行動とほぼ類似と考えられる。

84. 社員総代制度の問題については、村本〔1999〕参照。

のエージェンシー問題は解決される。株式会社形態は、所有者と経営者との間に発生するエージェンシー問題の解決に適した企業形態なのである。しかし、外部株主（所有者）と保険契約者（債権者も）とが同一主体ではないので、所有者（外部株主）と保険契約者間の②のエージェンシー問題には対応できない（予め企業行動を制約する制限条項を締結することはありうるが、これは株式組織に固有といえない）。いわゆる、利益相反の問題である（これは債権者と所有者との間にも発生する）。その結果として、利潤最大化を期待する所有者に有利となる可能性が高くなり、経営の安定性が阻害される可能性も存在する。すなわち、株式会社形態では所有者と保険契約者との間のエージェンシー問題はクリアできない。

さらに、相互会社の株式会社化の場合には、寄与分に応じて株式の割当てが行なわれる結果、株主契約者（＝所有者）と非株主契約者（債権者も）が生まれ、この両者の間にエージェンシー問題が発生する。加えて、株主契約者と外部株主の間にもエージェンシー問題が存在し、企業に期待するリスクテイキングの度合いは外部株主の方が強いであろう（後述）。

このように相互組織であっても、株式組織であっても、コーポレート・ガバナンス面で発生するエージェンシー問題（利害の衝突）は完全には解決できない。

（4）相互組織の株式会社化との関連

〔株式組織と有配当保険〕

株式組織の下で、所有者（外部株主）と保険

契約者との間に生じるエージェンシー問題、いわゆる利益相反の発生を解決できないとした。この点について、三隅[2000(b)]は、有配当保険が保険契約者に配当という形で残余（財産分配）請求権の一部を付与するので、所有者（外部株主）と保険契約者との機能が部分的に統合される、と主張する。この統合が、契約者の犠牲の下に自らの利益を上げようとする生保株式会社の所有者の誘因を部分的に抑制することが可能になる、とするのである。

この三隅の主張は、もともと株式組織であった生保会社については妥当するといえよう。しかし、相互会社が株式会社に転換する場合には、事態はやや異なる。株式会社化に伴い、保険契約者は株主になり（とくに大口契約者については、端株株主・端株未満株主になる契約者は現金支給で補填されれば株主ではなくなる）、所有者となるので、所有者＝保険契約者の関係は維持され、両者間のエージェンシー問題は、株主保険契約者としての側面だけは部分的に解決される（外部株主と株主保険契約者の間の利害は一致しない可能性がある）。

したがって、解決されないのは、外部株主と保険契約者との間のエージェンシー問題である。より正確には、

- ・外部株主と株主保険契約者、
- ・外部株主と、非株主化した小口保険契約者と株式会社化後に加入した保険契約者との間、
- ・株主保険契約者と非株主保険契約者との間、

にエージェンシー問題が生ずるかもしれない。この非株主保険契約者についての有配当保険部分が三隅の主張のようになると考えられる。したがって、有配当保険のもつコーポレート・ガバナンス機能は限定的であろう。

ところで、株式会社化に伴う有配当保険契約者の権利を確保するには、アメリカ・カナダ型の閉鎖勘定方式、イギリスの有配当ファンド、オーストラリアの分配基準などの方式がある。契約者配当が有配当保険勘定から支払われ、他方株主配当が株主勘定から支払われれば、一応両者の利益相反は回避できる。

無論、株式会社化しても、有配当保険勘定が契約者配当に充当され、無配当保険勘定が株主勘定になるので、利益相反は回避されるとしても、その規模は部分的かもしれない。所有者の利益が優先され、有配当勘定を限定的にする経営が行なわれる可能性があるからである。しかし、株式会社化によって、無配当保険に傾斜する経営に移行すれば、所有者と保険契約者（既契約）の間の利益相反が顕在化することになる。すなわち、株式会社化は生保相互会社にとって経営スタンスを変更し、その提供する保険商品の性格も変更することになる。

[ステークホルダーの相対的位置]

深尾 [1999] は、日米のコーポレート・ガバナンスにつき、企業の総資産に対する、広い意味での会社の利害関係者が保有する持分の相対的位置付けを、

日本：債権者>コアの従業員>経営陣>株

主（実現された配当可能利益についてのみ）>その他の従業員

アメリカ：経営陣>債権者>ごく少数の従業員>株主（利益および払込資本の大部分）>大多数の従業員

と整理している。さらに、アメリカでは企業は株主主権で貫かれているという通説は正しくないとしている。日本では株主が総会の議決で自由に払い出し可能なのは配当可能利益だけで、会社の自己資本がすべて株主のものではなく、資本金・資本準備金を含む法定準備金は債権者や従業員に対する保証金の役割があり、株主が使うには種々の制約がある。アメリカでは資本準備金相当分も株主の自由になる点で日本よりも株主の地位は強い一方で、取締役会の議決だけで経営陣の報酬も決められるし、敵対的買収の対抗策の決定権を持ち、経営を乗っ取られた経営陣でもゴールデン・パラシュートという多額の解雇手当も株主総会の了承なしに受け取れる、といった具合に株主の権利はオールマイティではない。

深尾にしたがって生保会社の各種の組織形態毎に権利を整理すると、

・生保相互会社：契約者（・債権者）>コアの従業員>経営陣>社員（契約者）>その他の従業員

・生保株式会社化：契約者・債権者>コアの従業員>経営陣>株主（外部・契約者）>その他の従業員

・持株相互会社：契約者>債権者>コアの従業員>経営陣>株主（社員>外部）

となろう^{(注)85}。したがって、相互会社形態がもっとも保険契約者にとって権利が大きいですが、もし各種の必要から組織変更するとすれば、長期的には持株相互会社が優れているといえよう。コーポレート・ガバナンス的には、外部株主の存在しない場合の生保株式会社となろうが、これは現実的ではない。外部株主が存在すれば利益相反の程度に依存しよう。

[8.2] 協同組織でのコーポレート・ガバナンス

(1) 外部からのチェック

協同組織金融機関のコーポレート・ガバナンスには、通常の企業と同様の側面があるが、組織形態としては相互会社のそれと類似する。信用金庫の場合には、「会員のための経営の監視とその経営を牽制する仕組み」で、会員等のステークホルダーによる規律付けと整理される。より具体的には、

- ・信用金庫に対して意見を陳述することによる改善の要求（発言。voice）、
- ・その信用金庫の会員を辞めて、他の金融機関を利用することにより、その信金に抗議し変革を促す行為（退出。exit）、

という形態によるガバナンス機能の発揮がある。

voiceには、会員等の意見を経営に反映する取組み、会員等への情報提供の充実、会員等の意見を反映した適性な金庫経営の仕組みとそのチェックの仕組み、がその内容であるが、総代会制度の機能向上が重要である。この点は、相互会社の総代会制度の改革と同様

であり、

- ・総代の選任対象の拡大（非会員からの選出、非金庫利用者からの選出、立候補制度等）
- ・総代候補者に対する信任投票の導入、総代の定年制・重任制限、総代の選考基準の見直し
- ・総代会の傍聴制度

等が重要となる。さらに、評議員会や出資者懇談会なども必要な仕組みとなる。

(2) ステークホルダー間の利害衝突問題

協同組織形態の金融機関の場合にも、相互組織形態の場合とコーポレート・ガバナンスの状況は同じであると考えられる。協同組合の場合組合員となるというのは、出資を行なうのでその組合の所有者になることである一方で、預金をすれば預金者という債権者になることになるので、結果として所有者＝債権者の関係となるのである。欧米では、出資者が預金者になっているので、預金 (deposit) といわずに出資金 (share) という表現で預金を表していることがある（アメリカの credit union）。さらに、組合員の代表が経営者にもなることが多いので、一般的には所有者対経営者の間のエージェンシー問題は発生しないことが予想される。無論、専門的な経営者が存在することもあるので、所有者対経営者のエージェンシー問題の発生の可能性はある。

同じ協同組織形態でも信用金庫の場合に

(注) 85. 生保株式会社には、旧保険法では先取特権があり (32条)、相互会社の社員は一般債権者よりも後順位 (75条) だったが、改正法ではこの規定が廃止され、株式会社、相互会社を問わず、一般債権者と同順位 (181条) になった。

は、ややコーポレート・ガバナンスが異なるかもしれない。というのは、信用金庫の債権者である預金者は銀行と同じで受入れ先について制約がなく、広く一般から受入れることが可能である（他の協同組織金融機関の場合には員外預金は20%の制約がある）。信用金庫の負債サイドには協同組織性が存在しない。信用金庫の協同組織性はもっぱら資産サイドに存在し、会員制度という融資を受けるときにその信用金庫の会員（出資者）になるというのがそれである。もっとも、信用金庫設立当初は、出資のみの会員が存在したであろう。また、預金金利よりも高い配当率を期待して会員になる場合もありえよう。

ということは、信用金庫のコーポレート・ガバナンスにおいて、所有者（出資者）・会員でない預金者（債権者）・経営者という3者がステークホルダーになる。会員（出資者）は通常預金者になるので、所有者＝債権者となっており、所有者たる会員と債権者たる会員の利害の衝突はなくなる。しかも、会員外の預金者という債権者の存在は、信用金庫にリスク回避を要求するので、預金を保有している会員である債権者と会員外預金者という債権者の間の利害対立は基本的には存在しない。もし、会員が預金を保有せず、もっぱら融資を受けるのみで、リスクの高い融資を迫ることになると（リスクテイキング行動を経

営者に迫る）、会員対会員外預金者という債権者の間にエージェンシー問題が発生することになる。

信用金庫経営が出資者のリスクテイキングの意思を強く反映すると、そもそも解決可能であった所有者対債権者のエージェンシー問題が解決できないことになる。反対に、経営者に対して出資者が持つ総代会での議決権行使が正当に活用されれば、所有者対経営者のエージェンシー問題は解決されよう。ただし、もし総代会が経営サイドの都合で運営されれば、その限りではなく、所有者対債権者のエージェンシー問題も解決できない可能性があつて、信用金庫のコーポレート・ガバナンスは脆弱なものになってしまう^{(注)86}。

(3) 信用金庫の内部統制

ガバナンスには、組織のステークホルダーが経営者に対する規律付けを行なうシステムであるほか、適切な経営管理すなわち健全な内部環境の整備・運営（リスク管理、内部統制）の側面もある。この外部からのチェックこそ、株主組織における株主総会に替わる総代会ないし総会の機能そのものであるが、このほかに地域での評判（レピュテーション）も重要である。協同組織には、株価に相当するものがないが、これは出資証券の上場問題と絡む課題かもしれない。最近、格付け会

(注)86. 非会員の利益とは、預金のデフォルトがないことであるが、これは会員利益でもあり、両者に共通する利益である。さらに非会員の中には意識的ないし無意識的に自らの預金が地域に還元されることを期待する者もあり、これも非会員利益である。会員預金のみで信金の事業が成り立つ場合には、会員利益最大化で問題はないが、非会員預金者の預金の多寡によっては非会員利益の追求が重要となる。ただし、デフォルト回避であれば、自助を促しても自立できない会員は排除されることになるはずであるが、もし会員の利益を経営者が重視すると自立しない会員が蔓延し、いわゆるソフトバジェット問題が発生し、不良な会員の温存となるという意味での課題を提起する。

図表18 協同組織と株式組織のガバナンスの相違

	協同組織（信用金庫）	株式会社
会員・株主の位置付け	会員＝所有者＝利用者	株主＝所有者≠利用者
会員（非会員）・株主の関心	①配当（とくに、借入のない会員）	①配当
	②事業利用価値の向上（会員利益の最大化〔自助を促すこと、継続的な借入が可能なこと〕）	②株主価値の向上（株価の上昇）
	③非会員の利益とは、預金のデフォルトがないこと（会員利益でもある）、やや迂遠だが自分の預金が地域に還元されること。 ⇒会員預金のみで事業が成り立っていれば、会員利益最大化で問題はないが、非会員預金者の預金の多寡によっては非会員利益の追求が重要となる。自助を促しても自立できない会員のソフトバジェット問題が課題となる。	
運営方法	総代会で決定（会員（総代）から経営を委託された経営陣が理事会で決定）。 ⇒信金法第33条に基づき、経営陣が決定することは可能だが、会員の声を反映することから理事会で決定することになる。利用者が会員制度から脱退すると、利用者としての地位も失い、資本が不安定になる。	株主総会で決定（株主から経営を委託されている経営陣が決定）。 ⇒株主≠利用者なので、株主の経営への介入は協同組織より希薄。

社が信用金庫の格付けも行っており、これも規律付けに機能する。

適切な経営管理すなわち健全な内部環境の整備・運営（リスク管理、内部統制）は、組織体であれば当然のことであり、特段の措置は必要ないはずであるが、コンプライアンスの徹底など体制整備とそのチェック体制こそ

が課題である。この点で、協同組織固有の問題はない。

しかし、デフォルトを発生させないという会員・非会員に共通の利益追求は、内部環境の整備・運営（リスク管理、内部統制）によって達成されることになり、会員と非会員間の利益衝突は発生しない。会員と非会員

図表19 ガバナンス・システム

上場株式銀行	監督当局	株主総会	社外取締役・監査役	格付	株価	預金者・借入者
非上場株式銀行	監督当局	株主総会	監査役・(社外取締役)	格付	地域の reputation	預金者・借入者
協同組織金融機関	監督当局	総会・総代会	非常勤理事・監事	格付 (Fitch-rating等)	地域の reputation	預金者・借入者 (会員・組合員)

の利害衝突が発生する場合にはガバナンスの機能不十分という状況である。これこそが信用金庫の内部環境の整備・運営（リスク管理、内部統制）の要諦となる。

[8.3] 協同組織金融とライン型資本主義

(1) ヨーロッパの協同組織金融機関

協同組織金融機関が金融システムで大きなプレゼンスを示しているのがEU諸国である。EU諸国の資本主義観がライン型資本主義であることを考えると、その基本的考え方が協同組織金融機関を意味あるものとしているといえよう。ヨーロッパ諸国では、協同組織金融機関のプレゼンスが大きく、ドイツ、フランス、イタリア、フィンランド、オーストリア、オランダなどでそのシェアが高い。とくに、ライン型資本主義諸国でその傾向が強い。

図表20のように、ドイツでは協同組織金融機関が統合し、DZBankグループとなっているが、預金シェアで2割弱である。フランスは農業系、中小企業系、個人系の3つの協同組織金融機関のグループが並存するが、その預金シェアは5割を超える。オランダのRabobankも預金シェアは4割である。フィンランドやオーストリアの協同組織金融機関の預金シェアは35%である。

このようにヨーロッパ諸国で協同組織金融機関のプレゼンスは大きいのであるが、その理由は金融システムの経路依存性に基づく。

その背景には市場メカニズムによらない金融システムの必要性があると考えられる。もともと市場メカニズムから排除された層が作り出したのが協同組織金融機関であり、その存在はライン型資本主義に依拠するといえよう。

反対に、アングロアメリカン型の金融システムでは、協同組織金融機関のプレゼンスは大きいものではない。イギリスやアメリカではcredit unionが存在するが、そのシェアは低い。協同組織金融機関の代わりに相互組織の金融機関がイギリスの住宅金融組合（building society）、アメリカの貯蓄貸付組合（S&L）として存在するが、グローバル資本主義の展開したこの20～30年の間に株式組織に転換してきた経緯もある^{(注)87}。

このようなヨーロッパ諸国での高い協同組織金融機関の大きいプレゼンスは、ライン型資本主義に由来するものと理解できる。

(2) ライン型資本主義

ライン型資本主義については、別に論じたことがあるので（村本[2010]第7章）、ここではその詳細は省略するが、『資本主義対資本主義』（1991年）の中でアルベールは、ライン型資本主義の意義を明らかにした。ライン型資本主義のエッセンスは、コンセンサス重視、企業に所属している共同心理、自社愛、共同責任などの長期的契約と協調関係にある

(注)87. アメリカには農業系銀行も存在するが、プレゼンスは大きいものではない。アメリカのcredit unionは、法人税非課税で、2007年に8,396組合存在し（1982年19,897組合、2000年10,684組合）、07年に総資産7,766億ドル（66兆円）、1組合当たり平均資産9,250万ドルで、最大のNavyFederalCreditUnionの資産は200億ドルであり、預金100万ドル未満は800組合以上ある一方、10億ドル以上は127組合である。credit unionが預金金融機関の資産に占めるシェアは5.6%程度である。貯蓄金融機関のシェアは13.5%。内田 [2009] 参照。

図表20 ヨーロッパ諸国の協同組織金融機関（2007年末）

国名	協同組合銀行グループ	預金 (百万ユーロ)	貸出 (百万ユーロ)	シェア		従業員数	顧客数	機関数	支店数	会員数
				預金	貸出					
ドイツ	BVR/DZ BANK	573,771	514,801	18.3%	16.0%	186,848	30,000,000	1,232	13,625	16,100,000
フランス	Crédit Agricole	485,140	643,100	29.0%	25.0%	163,126	44,000,000	39	11,000	6,000,000
	Crédit Mutuel	469,000	258,600	17.3%	12.7%	59,450	14,900,000	18	5,149	7,100,000
	Banques Populaires	167,900	122,700	6.7%	7.6%	40,855	7,800,000	20	2,938	3,300,000
イタリア	Assoc. Nazionale fra le Banche Popolari	220,900	319,200	24.6%	22.5%	80,300	9,150,000	97	8,988	1,021,500
	FEDERCASSE	121,416	105,715	9.1%	7.0%	29,066	5,100,000	442	3,926	884,858
スペイン	Unión Nacional de Cooperativas de Crédito	91,293	89,905	5.0%	5.2%	20,368	10,346,538	82	5,006	2,008,074
オランダ	Rabobank Nederland	249,515	355,973	41.0%	28.0%	54,737	9,000,000	174	1,159	1,638,000
ベルギー	Crédit Professionnel	3,107	2,222	—	—	—	—	8	162	—
スウェーデン	Landshypotek	—	4,123	—	—	100	69,216	10	—	57,606
オーストリア	Österreichische Raiffeisenbanken	132,046	144,909	27.8%	23.8%	32,000	3,600,000	548	1,746	1,700,000
	Österreichischer Genossenschaftsverband	62,666	52,773	8.0%	7.5%	13,637	1,500,000	80	1,054	674,000
ポーランド	Krajowy Związek Banków Spółdzielczych	10,740	8,146	8.8%	6.5%	30,105	10,500,000	584	4,021	2,500,000
デンマーク	Sammenslutningen Danske Andelskasser	1,285	1,146	—	—	580	122,000	23	80	64,000
ギリシャ	Association of Cooperative Banks of Greece	2,135	1,935	0.8%	1.0%	974	175,541	15	104	175,541
フィンランド	OP-Pohjola Group	31,224	44,776	32.3%	31.1%	12,471	4,086,000	229	630	1,202,000
ポルトガル	Crédito Agrícola	9,158	7,188	5.5%	3.2%	4,166	1,888,866	100	627	284,995
ハンガリー	National Federation of Savings Co-operatives	4,317	2,232	9.1%	3.1%	7,789	1,100,000	143	1,599	250,000
ルーマニア	Creditcoop	25,800	39,600	1.0%	0.7%	2,562	1,103,851	124	—	760,000
ルクセンブルク	Banque Raiffeisen	3,417	2,439	10.0%	10.0%	450	100,000	13	51	5,000
スロベニア	Dezelna Banka Slovenije d.d.	627	528	1.8%	1.7%	417	85,215	1	1	374
ブルガリア	Central Co-operative Bank	679	335	2.6%	2.4%	1,661	881,318	—	251	5,796
リトアニア	Association of Lithuanian credit unions	146	129	1.4%	0.8%	371	81,888	59	152	81,188

(出所) EACB資料（ベルギー、スウェーデン、デンマーク、ギリシャ、ルーマニア、ブルガリアは2006年末）

が、一面で銀行型資本主義ともいわれる^{(注)88}。

アルベールは、このような銀行型資本主義の長所を次のように列挙する。

- ①取引先企業の長期的発展に配慮する。
- ②安定的な大口株主の存在が、非友好的な乗っ取りから会社を防衛している。
- ③経営は、相互の納得の上で、相互に面識があり、頻繁に会合を持っている少数の

人々が動かしている。

これは「永いつきあい」ないしリレーションシップによって共存共栄を図ろうとする意図があり、それを支援する政策がライン型資本主義にはあった。このような「永いつきあい」ないしリレーションシップこそ、協同組織金融機関の人的紐帯（人縁・地縁）を重視する経営と平仄を合わせるものである。

(注)88. Albert [1991] 邦訳 p.145~156。

このような企業と企業、金融と企業がその長期に亘る関係（リレーション）を重視し、その信頼関係の構築に基づくのがライン型資本主義なのである。アルベールは、ライン型資本主義のほうにネオアメリカ型よりも「相対的にずっと競争力がある」にも関わらず、ネオアメリカ型資本主義のイメージ面・メディア活用面などが、資本市場の活用による一攫千金性などをアピールしたことを指摘し、優位性を持ったとしている^{(注)89}。

このようにライン型資本主義は、「つながり力」「つなぐ力」ないしリレーションを重視するもので、協同組織の理念はこの範疇に入るという点で、ライン型資本主義の理念の具体化でもある。協同組織金融機関こそライン型資本主義を特色付けるものなのである。

(3) ポラニー『大転換』と協同組織金融 〔ポラニー『大転換』〕

カール・ポラニー（Polanyi, K.）のGreat Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time, Farrar & Rinehart, 1944. の2001年版 Foreword by Joseph Stiglitz and Introduction by Fred Block, Boston, Beacon Press, 2001. が、新訳として09年に刊行された。何故、新訳なのかについては、同翻訳書の「訳者あとがき」に詳しい。この経済史ないし経済人類学では標準的な古典として定着していた文献が、2001年にペーパーバック

版（1957年）の再版として刊行されたのかは、1990年代の世界金融危機との関連など国際金融の分野での評価とグローバル資本主義への懸念があるからであろう。

ポラニーの『大転換』は、19世紀までにヨーロッパで成立した自己調節的市場社会が世界恐慌とファシズムの台頭のなかで崩壊するまでを描いたもので、自己調節的市場社会は普遍的な存在ではなく、特殊な歴史状況で生まれたものであり、適切な政府の介入がなければ存続し得ない、という論旨である。

国際金融の分野では、Eichengreen [1996]、Soros [1998] や Helleiner [2000] などが、1990年代以降のグローバリゼーションの中で国際資本移動や為替レート変動の激化などの国際金融システムの混乱をポラニーの所説と関連付けて議論したことが知られている。すなわち、ポラニーは19世紀文明を、バランス・オブ・パワー・システム、国際金本位制、自己調整的市場、自由主義的国家の4つの制度から成り立つことを示し、「金本位制は、その崩壊が直接の原因であったという意味で決定的なものであった」と指摘した点に関心が向けられるからであろう^{(注)90}。

さらに、2001年版にはスティグリッツの序文とブロックによるイントロダクションが追加され、現代的意義を明らかにしていることもポラニーの現代的評価として重要であろう。

スティグリッツ [2000] は、自身が世界銀

(注)89. 前掲書 p.237~262。

90. Polanyi [1944, 2001] 邦訳 p.5. ブロックはイントロダクションの中で、「各国社会およびグローバル・エコノミーは自己調整的市場によって組織できるし、また組織されねばならないという市場自由主義の信条に対して、これまででもっとも強力な批判を提供している」（前掲書 p.xxii）、「ポラニーの主張はグローバリゼーションをめぐる現代の論争にとってきわめて重要である」（前掲書 p.xxxviii）と指摘した。

行に勤務していたときの経験を基に、グローバル化が発展途上国とくにその国の貧困層に与える破壊的な影響を目の当たりにしたことから、グローバル化の負の側面を解明して、その弊害を指摘し、自由化・民営化・均衡財政を求める市場原理主義への批判を展開した。ワシントンコンセンサスといわれるIMFの解決策・処方箋がアメリカのグローバリズムの帰結であるとスティグリッツは主張しているのであるが、現代の世界が直面している問題の根源がポラニーのいう自己調整的市場の限界にあることを認識している。スティグリッツはポラニーの描出した19世紀文明の転換が、現代の発展途上国の直面する転換に類似していることや、「ごく最近の世界的な金融危機は、現世代の人々に、彼らの祖父母が世界大恐慌で学んだ教訓、すなわち、自己調整的市場は、その支持者たちがわれわれに信じさせたがっているように、いつも機能するとは限らないという教訓を思い出させてくれた」と指摘して、市場メカニズムの限界をも指摘している^{(注)91}。

〔ポラニーの伝統的社会と自己調整的市場社会〕

ポラニーは、『大転換』の冒頭で「19世紀文明は崩壊した」とし、その崩壊がもたらした世界的な変革を「大転換」と表現した。ポラニーは、19世紀文明をバランス・オブ・パワー・システム、国際金本位制、自己調整的市場 (self-regulating market)、自由主義的国家から成るとしたが、「この体制の源泉であり母体であったものは、自己調整的市場であった。ある独特の文明の勃興をもたらしたのは、この画期的発明である」^{(注)92}とした。とくに、金本位制は国内市場システムを国際的に拡大するものに過ぎないこと、バランス・オブ・パワー・システムは金本位制の上部構造であること、自由主義的国家はそれ自身が自己調整的市場から生み出されたものであることから、「19世紀の制度的システムを構成する鍵は、市場経済を支配する法則にあった」とし、市場が根幹であると認識した。しかし、「自己調整的市場という考えはまったくのユートピアであったということ、これがわれわれの主張する命題である」として、市場の限界を論じたことがポイントである^{(注)93}。

19世紀文明・19世紀社会の根幹が市場(自

(注)91. 野口・柘原訳 [2009] p.ix. スティグリッツは、「さらにポラニーは、自己調整的経済に特有な欠陥を強調し、それがようやく最近になって、また議論されてきている。その欠陥とは、経済と社会との関係にかかわるもので、経済体制や改革が人間一人ひとりの相互関係の在り方に、いかなる影響を及ぼすのかということである」(p.xi)とも記している。「商業階級は、労働者の肉体的能力の搾取、家庭生活の破壊、近隣の荒廃、森林の喪失、河川の汚染、技能水準の低下、習俗の紊乱、また住宅と技術、および利潤にかかわりをもたない私的、公的な無数の生活形態を含む人間環境の全体的な悪化から生ずるさまざまな記念について、それを感じる何の器官ももっていなかった」(前掲書 p.241)、「金本位制の最終的な破綻は、市場経済の最終的な破綻でもあった」(前掲書 p.360)、「(19世紀文明の) 解体は自己調整的市場の作用に対し、それによつては壊滅的な打撃を受けまいとして社会が採用した措置によつてもたらされた」(前掲書 p.452)、「市場経済の消滅は、これまでになかった自由の時代の幕開けとなる」(前掲書 p.462)、「市場ユートピアを放棄することによって、われわれは社会の現実とまともに向き合うことになる」(前掲書 p.465)、などの指摘は市場経済の限界を指摘したものである。

92. 前掲書 pp.5~6。

93. 前掲書 p.6. 「社会的な大変動の源泉は、自己調整的な市場システムを打ち立てようとした経済的自由主義のユートピア的な試みにあった…このような命題は、自己調整的市場システムにはほとんど神話的な力量を賦与するように見える…それはバランス・オブ・パワー、金本位制、そして自由主義的国家という19世紀文明の基本要素が、最終的には、まさに1つの共通の基盤、すなわち自己調整的市場においてかたちづけられていた」(前掲書 p.49)。

己調整的市場)にあるとして、その対比にあるのがそれ以前の伝統的諸社会である。社会的諸関係とは独立した自己完結的存在が市場で、人間の諸関係から経済を独立させ、経済が最優先されるのに対し、経済が人間の社会的諸関係に組み込まれているのが伝統的社会である。その組み込まれた状況ないし市場の存在しない「自然で生来的な伝統的諸社会」は、互酬、再分配、家政、交換である。この社会は、society、communityの意味で、とくに地縁的組織・血縁的組織のことを意味する。互酬は、血縁的組織や隣人・友人関係や共同体の中で、相互間で贈与的な物資・サービスを慣例的にやり取りする関係を意味する。互助に基づく農作業などの労働、冠婚葬祭の儀式、慣習に基づく儀礼的で贈与的な物資のやり取りなどが具体的である。いわゆる相互扶助である。この互酬こそ協同組織の理念であり、市場の成立以前の社会で重要なものであった^{(注)94}。

市場社会(自己調整的市場社会)では交換が行動原理で、私的な物質的利益を自由な交換によって獲得しようとする主体の集合体であり、参入・退出が自由な価格の決定市場で物・サービスの需要・供給を行なう。市場では人間の固定・相互依存的な関係を支えてきた伝統的な組織や制度は溶解することになる^{(注)95}。ポラニーの大転換はこの市場自由主義の台頭(第一の大転換)であり、さらに世界大恐慌

を導いた経済体制の崩壊を第二の大転換とする(ファシズムの台頭)。第二の大転換は、第一の大転換で実現した市場自由主義を基盤としたグローバル・エコノミーを組織化しようとした試みの結果なのである^{(注)96}。

協同組織金融は相互扶助を実現するシステムであるが、これはポラニーの互酬を実現する仕組みである。別言すれば、協同組織金融は市場とは馴染まない分野・方向で形成されるシステムであること、市場が機能するとしてもその補完を担当し、市場の失敗・欠陥を解決するシステムとして機能することがそのミッションと整理できる。

〔協同組織金融との関係〕

ポラニーは、市場の存在しない(交換が限定的な)社会と市場メカニズムが機能する社会を対比させて考察したが、現在の市場メカニズムを基本とする資本主義社会でもポラニーの伝統的社会的要素は大きい。特に、「互酬」を「相互扶助」として読み替えれば、協同組織金融の分野になるし、それ以外の市場メカニズムと大きな関わりを持つとしても完全には市場メカニズムに組み込まれない主体は多いし、そのタイプは多様化しつつある。市場経済と公共部門の他に別の大きな分野が存在する。そのすべてを協同組織金融が担うわけではないが、協同組織金融が基本とする

(注)94. 再分配は、社会組織が中心性を持つ場合に機能するもので、共同体の成員の生産物は一旦中心に位置する人物に集められて貯蔵され、さまざまな機会に再び成員に分配される。具体的には、居住地域の拡大や外敵を排除するための軍事活動の組織化、公的な施設・設備の建造・維持・修理、司法や行政・外交などにかかわる人員の任命と報酬の支払い、共同体の安全のための食料調達・備蓄など。家政は自らが使用するための生産を行なう閉鎖的集団(家族、村落、荘園など)の自給自足の単位で機能する。交換は古くから人類とともにあるが、社会の経済活動としては大きな影響は持たず、市場も普遍的な制度ではなかった。自己調整的市場社会では交換が主たる行動原理となる。(前掲書 pp.537~538)

95. 前掲書 pp.538~539。

96. 前掲書 pp.xxvi~xxvii。

相互扶助は、その発足当初のメンバー間の相互扶助から、その協同組織金融を利用する者の相互扶助としても把握可能になる。

信用金庫であれば、その会員(出資者)がメンバーであり、このメンバー間の相互扶助が一義的である。ところが、信金の場合、資金調達の預金者は預金をするだけではメンバーになるわけではない。融資を受けるために出資をして会員になることで、メンバーになる。そこで、預金者という信金の債権者をいかにメンバーとして組み込むかも重要な観点である。信金の預金者の相互扶助をいかに実現するかも検討されるべき課題である。無論、信金の預金者の過半は出資者すなわち会員で融資を受けている者であると考えられるが、理論的には非会員の預金者が過半ということもありえるので、実態とは区別して整理すべきであろう。他方、信用組合は、員外部分を除けば、出資者=借入者=預金者であるので、信金のような非組合員預金者は基本的には存在しない。

いずれにしても、協同組織金融は、原初的にはポラニーの伝統的社会の互酬を基本にしているが、資本主義経済の発展の中で、市場メカニズムに完全には組み込まれない分野を対象にそのミッションを実現しようとしている。その切り口がソーシャル・イノベーションといえよう。

[8.4] 家森 [2008] の所論

家森信善は、信用金庫の諸課題について、独自のアンケート調査などを用いて、ガバナンス等について所論を纏めているが、以下では2008年5月30日の金融審議会協金WGにおけるプレゼンテーションに基づき整理しておきたい^{(注)97}。

(1) 信用金庫の存在意義

経済のグローバル化が進み、国境すら意味を持たない時代になって、経済が完全に統合されれば、地域として問題は生じない。なぜなら、不況地域の労働者は好況地域に移住すればよいからである。しかし、実際には地域によって経済活動の水準が異なり、平準化は困難である。調整はゆっくりとしか進まないのが現実であり、「地域」特有の経済問題が残るからである。ITが発達して金融取引において距離が問題にならなくなったことから、地域の問題は解決されたともいえるが、誤解である。実際には、中小企業においては、情報の非対称性の問題があり、全国の公開市場で資金調達が可能にはならない。中小企業にとっては、物理的に近くにある金融機関に頼らざるを得ないのである^{(注)98}。

さらに、地域経済にとって、協同組織金融機関の経営は大きな影響を与えることを示し

(注)97. http://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/dai2/siryoyou/20080530-2/01.pdf

98. Stiglitz and Greenwald, *Toward a New Paradigm, Monetary Economics*, Cambridge University Press, 2003. (内藤純一・家森信善訳『新しい金融論—信用と情報の経済学—』東京大学出版会、2003年)によると「信用は非常に個別的であり、信用供与のための情報は非常に特定化されたものである。こうした情報を入手する支出はほとんどがサンクコストであり、また、情報の多くは簡単に移転したり、「市場化」したりできない。一言で言えば、市場における企業数はどうあれ、信用市場は非常に不完全な競争によって特徴付けられる。」とされる。

Degryse and Ongena (2004) が引用した研究によると、アメリカでは、企業と金融機関の平均距離は8キロメートル(1998年調査)、ベルギーでは2キロメートル強(1997年調査)である。多和田・家森(2005, 2008)の企業アンケートでも、30分以内で、直接面談が重要という回答であった。

た。家森・打田[2007]は、信用金庫の経営指標とその本店立地の市町村の経済パフォーマンスを分析し（2001年度・2002年度を分析対象）、

- ・信用金庫の経営方針は、市町村の実体経済活動に大きな影響を与えている、
- ・信用金庫の機能不全（貸し渋り）が地域経済にマイナスの影響を与えたという仮説は否定される、
- ・信用金庫が慎重な貸出態度をとっている地域では経済活動が抑制されていた、

ことを指摘した。

信用金庫の同質化問題に関して、株式会社である銀行は収益を重視するのに対して、非営利の協同組織金融機関では収益の最大化が本来的な目的ではないことから業務の同質化が進む中で、行動が同質化してきているか、すなわち本来の目的が追求されなくなっている可能性があるか、という点について以下のように論じた。各業態の店舗展開を見ると、家森[2003]では、1999年3月末の愛知県内の各市町村（名古屋市は区単位）の金融機関の店舗数を使って、人口密度別に各業態の店舗数を計算し、人口密度の高い地域では銀行、中程度の人口密度の地域では信用金庫、低人口密度の地域ではJAや郵便局が、（相対的に）重点的に展開しているとして、棲み分けを提示した。また、家森・齋藤[2008]は東京商工リサーチ社の退出企業データ（2006年、4万社）を用い、2005年に存在していたが2006年に存在しなくなった企業からメインバンク業態ごとに退出理由を整理した（母数は約80万

社）。そこから、メインバンクごとの退出発生率を、2005年の売上高利益率で区分し、

- ・倒産発生率は、信用組合や信用金庫で高い。都銀、地銀とはかなりの差がある
 - ・逆に、解散、廃業、休業の発生率（早期処理）は、協同組織金融機関で低い
 - ・合併発生率は、都市銀行と他業態で大きな格差がある。協同組織金融機関は低い、
- から、
- ・協同組織金融機関はぎりぎりまで支えようとする、
 - ・支えきれなくなったときには、倒産以外の方策がなくなっている、
 - ・合併では、適当な相手を探し、交渉をまとめるなどの総合力が必要で、また、解散・廃業・休業の早期処理でも経営者に対する説得が必要になるが、こうした点で、十分ではないために、ぎりぎりまで支えている面もあり、協同組織金融機関の力量アップが必要なこと、
 - ・悪いところを支え続けるという誤りを犯す可能性が協同組織金融機関は高く、支援決定の際の目利き力を高める必要が他業態以上に求められること、

を提示した。

リレーションシップ・バンキングについても、中小企業が取引金融機関が少ないこと、財務諸表の精度低いこと、本業のリスク分散が難しいこと、また情報の非対称性が大きいことから新しい金融機関との取引を始めるのは難しく、直接金融も難しいので、小企業ほど地域金融機関への依存度が大きく、長期的関係の

図表21 メインバンクとの長期取引によるメリット

	資本金1000万円以下			1000万円超3000万円以下		
	都市銀行	地域銀行	信金・信組	都市銀行	地域銀行	信金・信組
借入金利が他社よりも優遇された（低い）	23.8%	36.1%	33.6%	33.0%	32.7%	31.3%
借入条件（担保、保証など）が他社よりも優遇された	18.9%	24.7%	33.6%	23.5%	20.4%	28.8%
安定的に資金調達ができた	50.8%	53.6%	68.1%	64.4%	72.4%	57.5%
借入が迅速にできた	40.0%	51.5%	63.7%	46.6%	60.2%	62.5%
経営相談にのってもらえた	7.6%	9.3%	7.1%	11.7%	15.3%	12.5%
取引先から信用され、ステータスが得られた	20.0%	8.2%	2.7%	15.2%	5.1%	7.5%
メインバンクを変更するのが面倒（担保・書類等手続き）であっただけ	14.1%	12.4%	14.2%	9.5%	13.3%	17.5%
特に何もメリットはなかった	13.5%	8.2%	5.3%	4.2%	5.1%	7.5%
回答企業数	185	97	113	264	98	80

（備考）RIETI関西アンケート

図表22 業態別のメインバンクの満足度

	都銀	地銀・II地銀	信金・信組	政府系金融機関
満足	17.6%	28.2%	29.6%	42.1%
やや満足	11.8%	16.8%	21.6%	26.3%
普通	47.4%	39.1%	33.2%	31.6%
やや不満	14.9%	14.1%	12.1%	0.0%
不満	8.3%	1.8%	3.5%	0.0%
企業数	289	220	199	19

（備考）愛知県産業労働部「愛知県に求められる中小企業金融施策の方向に関する調査」（2006年8月）

メリットは価格よりも資金量の確保にあることを指摘した。アンケート調査によれば、中小企業は地元の金融機関に期待しており、業態別にみると、「いざという場合に支援してくれる」という回答が信用金庫では多いという点から、信用金庫の存在意義を明確化した。

（2）信用金庫の課題

信用金庫の経営改善支援について、経営改善支援の取り組み状況を地域金融機関の4業態について比較した分析結果に基づく、「その他要注意先」・「要管理先」および「破綻懸

念先」の合計に関しての経営改善支援率のデータから、信用金庫は地域金融機関の中でも、最も積極的に取引先企業に対する経営改善の支援を続けていること、「要注意先」以下の企業全体での上位遷移率（ランクアップ率。経営改善の取り組みを行った先の内、債務者区分が向上した企業の比率）では、4業態の中で信用金庫が最も悪いこと、上位遷移率という観点で見ると信用金庫の成績が優れているとは言えないこと、を示した。ただし、下位遷移率（経営改善の取り組みを行った先の内、債務者区分が悪化した企業の比率）をみ

ると、協同組織金融機関での下位遷移率が銀行よりも明確に低いことから、信用金庫の経営支援策はこれまでのところ、経営悪化を食い止めることにおいては銀行よりもかなり効果的であったが、経営改善にまで繋がるほどの強力なものではなかった、としている。

企業へのアドバイス提供の能力でみると、企業間のネットワークが弱いために、本業関連の支援機能が弱いこと（「新しい仕入れ先」、「同業他社の動向」など）、地元密着による情報提供は強いこと（「不動産」、制度融資など）、ビジネスマッチングの取り組みは他業態に比べるとやや低調であること、が明らかである。しかし、協同組織金融機関は、信用度の乏しい規模の小さな企業に強みがあるはずで、若い企業では相対的にシェアが高いものの、それでも1割のシェアも確保できていないことがあり、新規顧客を獲得していないとじり貧であるし、社会的な存在感を示せない、としている。

(3) ガバナンスの問題

リレーションシップ・バンキングという金融行政の導入で、信用金庫のガバナンスも強化されたが、たとえば総代会の機能についてはその強化は捗々しいものではないし、実質的な意味で強化されたかを見ると、必ずしも明らかではない。ある信用金庫が公表している「総代の選考基準」として示されているものは、総代として相応しい見識を有している人、良識をもって正しい判断ができる人、地域における信望が厚く、総代として相応しい人、

などの抽象的な「選考基準」が明らかにされているにすぎない。もっとも、総代の選任制度をいくら工夫しても、あるいは、総会制度に変更しても、日常的な経営監視機能を期待するのは難しい。一定規模以上の組織になれば、総代や会員には、経営監視をする動機が弱く、専門知識も乏しいという問題もある。株式会社における取締役会と同様に理事会機能の強化を図ることが現実的であるとしている。

株式会社に関する先行研究によると、規模の大きすぎる取締役会は企業価値にマイナスとなることが通説で、規模が大きすぎると、各取締役が自分は監視しなくても大丈夫というフリーライド問題、意思決定の調整に時間がかかるコーディネーション問題、各取締役の権限や情報が限定されて、CEOに対して「弱い」取締役となる問題などが発生するためである。このような観点での信用金庫の理事会についてはほとんど研究がないが、家森・富村[2007、2008]によると、理事数の全国平均は2000年3月期で10.8人であったが、2005年3月期には10.1人へと5年間で0.7人減少している。一方、2000年から2005年にかけて、信用金庫の平均規模は合併等によって大幅に増加している。近年、信用金庫の役員数（＝理事＋監事）は減少していること、とくに、非常勤役員の数が増加しており、役員数の増加が進んでいること、役員数が全体として減少する中、監事はわずかであるが増加していること、大きな信用金庫ほど非常勤役員が少なく、役員数の増加が進んでいること、を指摘した。

理事会が理事長からどの程度独立的であるかが監視機能の強度を決めるのだが、そのために、株式会社なら社外取締役が重視され、委員会設置会社では法的に必ず社外取締役を設置しなければならないとされる。一方、信用金庫の場合、「社外」理事が法的に要求されていない。むしろ、会員理事が3分の2以上の法定条件となっている。しかし、多くの信用金庫が、金庫外の多数の人物を非常勤理事として任命してきた経緯がある。

非常勤理事は、経営者に対して一定の独立性を持っており、信金経営において社外取締役的な役割を果たしているのではないかどうかをみると、

- ・非常勤理事がゼロという信用金庫もある一方、10人を越えるような信用金庫もある、
- ・1金庫当たりの非常勤理事の平均数は、2000年3月期の3.69人から2005年3月期には3.13人に減少している。理事に占め

図表23 協同組織金融機関の総代会制度の機能強化の状況

	信用金庫			信用組合		
	2004年3月	2005年3月	2007年3月	2004年3月	2005年3月	2007年3月
総代会の仕組みを公表	266	288	283	63	96	129
総代候補者選考基準を公表	232	253	256	26	42	41
総代の選考方法を公表	254	276	279	51	72	94
総代の氏名を公表	286	278	269	79	86	93
金融機関数	306	298	285 (287)	181	175	163 (168)

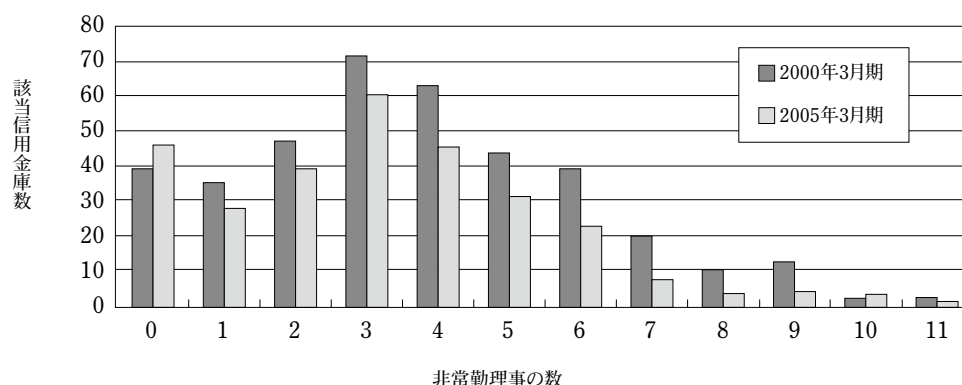
(注) 2004年と2005年については、『リレーションシップバンキングの機能強化計画の進捗状況』(金融庁とりまとめ)に基づく。2007年の値は、全国信用金庫協会および全国信用組合中央協会の開示資料に基づく。2007年の金融機関数は総代会制度をとる機関数(括弧内に全数)である。

図表24 非常勤理事の経歴別の内訳

	非常勤理事						
	①OB理事	社外者理事				⑤不明理事	
		②経営者理事	③専門家理事	④その他理事			
0人	46	228	119	126	271	279	188
1	28	45	31	32	19	12	35
2	39	15	38	38	0		28
3	61	2	42	38	1		9
4	45	1	21	20			17
5	31		21	19			5
6	23		10	11			5
7	7		6	4			1
8	3		1	2			1
9	4		1	0			1
10	3		1	1			1
11	1						
平均値	3.13	0.29	1.89	1.78	0.08	0.04	0.95

(注) 平均値は、1信用金庫あたりの該当理事の人数。その他の表の数字は、該当理事の人数別の信用金庫の数。たとえば、経営者理事が5名いる信用金庫が19あることを示している。

図表25 非常勤理事数の状況



図表26 不良債権の開示とその後の破綻の有無

	1996年3月の開示			1997年3月の開示				
	開示レベル (1: 低い-2: 高い)			開示レベル (1: 低い-4: 高い)				
破綻したか	1	2	合計	1	2	3	4	合計
破綻せず	105	297	402	29	222	5	137	393
破綻した	6	8	14	4	8	0	2	14
合計	111	305	416	33	230	5	139	407

る非常勤理事の比率は、0.34から0.31に低下している、

- ・信用金庫のOB (OB理事) 0.29人、地元企業の経営者 (経営者理事) 1.78人、弁護士、税理士などの専門家 (専門家理事。20の信用金庫で選任されているのが確認できた) 0.08人、その他理事 (判別の難しいもの。たとえば、市町村長や助役) 0.04人、不明理事 (詳しい記載のないもの) 0.95人である、

・社外者理事が1人もいない信用金庫は119で、全体 (291) の41%である、
という状況である。

また、社外者理事のいる信用金庫は、規模が小さく、収益性が低く、自己資本比率が高めで、経費率が高めで、預貸率は低めである

という傾向がある。社外者理事は信用金庫の経営陣に対して保守的な経営を要求しており、金融システムの安定上、望ましい機能を果たしていると評価できる、としている。

そこで、相互扶助から出発した協同組織金融機関のあり方として、会員の代表である企業経営者が非常勤・社外者理事に選任されることを積極的にとらえるべきであるが、現実には、非常勤理事の数も比率も低下している。金融業務が専門化し、経営リスクが高まっているので、企業経営者が信用金庫の理事になることのリスクや負担が増し、適任者を選任することが難しくなっているのではと思われる。適任者を選任し、その社外者理事が期待される役割を果たしうるような権限と責任、およびその報酬のあり方について検討

が必要となっている。

監事機能の強化（員外監事）が、非常勤理事の監視機能を一部代替している。非常勤理事の比率よりも監事の比率の方が近年重要となっており、監事の機能強化が伺えるので、この点の強化も重要である。

バーゼルⅢなどの下で、市場による監視が当局による監視を補完するようになっているが、ディスクロージャーの改善により、利用者の監視という市場の規律付けを強化することが、協同組織金融機関の場合にガバナンス改善策としても有効であろう。信用金庫の不良債権の開示が任意だった時代の開示状況を分析したところ、不良債権問題が深刻なところほど開示に消極的であった。このことから、開示基準の規制は必要と思われる。

(4) 信用金庫の再編

信用金庫業界では、近年、再編による平均規模の拡大が見られる。金融機関の数が減ると平均規模が拡大するのは自然ではある。しかし、大きな信用金庫の拡大スピードが速く、業態内格差が拡大している。この点で、業界内の多様性も考慮に入れておく必要がある。金融機関に規模の経済性があるので、規模拡大には一定の合理性がある。しかし、規模による費用低減効果では、銀行（メガバンクおよび大手地銀）と勝負するのは不可能で、多くの協同組織金融機関にとっては、違う道を選ばねばならない。

ガバナンスが弱い場合、会員価値とは違った経営者の私益のための再編の心配がある。

近年、効率性の改善が信用金庫の合併の重要な目的となっていたことが研究成果で見られ、吸収側の信用金庫の効率性は、合併直後は悪化するが、その後改善して行くことを見出したとしている。平均的にみれば、効率性を改善するような合併が行なわれてきた。また、再編によって企業は従来の金融機関との関係を清算するかもしれない。アンケート調査によると、企業にとって金融機関取引の停止は、メインバンクの統合も1割程度の理由となっている。したがって、信金が大組織化することにより、顧客との密着度が落ちるかもしれないことが懸念される。たとえば、担当者の転勤が広域化・頻繁化すると、顧客の評価は下がることに繋がるのである。

(5) 家森説へのコメント

家森説は、どの論点についても、実証研究に基づくもので、印象的ないし直感的な主張ではない。その点で、反証する材料がないものについては、結論を留保せざるをえないが、多くの論点で異論はない。

ガバナンスについて、総代会の機能向上には時間を要することから、理事会の非常勤理事の活用を論じられることも説得的である。ただ、総代の選出方法などの改善もありえよう。また、地域によっては、専門家が少ないこと、経営者も少ないという課題が残る。したがって、監事機能の強化も説得的であるが、監事会制度も選択肢になりえよう。ただし、員外監事も常勤でないと、日常的な牽制機能を発揮することは困難であろう。

9. 信用金庫の地区

[9.1] 事業地区の制限

(1) 地区制限

信用金庫は、営業地域を制限されている。ある一定地域を営業地域として定め、その地域内で店舗を設置でき、その地域内の会員に融資が可能というものである。しかし、預金については、この制限はなく、地区以外からも受入れ可能である（信用金庫法第53条第1項第1号）^{(注)99}。

この地区制限は、

- ①定款に地区を記載しなければならないこと（信用金庫法第23条第3項第3号）、定款は内閣総理大臣への事業免許申請の際の添付書類であること（同法第29条第2項）、
- ②地区が会員の資格要件であること（同法第10条第1項）、
- ③定款を変更しようとするときは、総（代）会の決議を経た上で、内閣総理大臣の認可（財務局長に委任）が必要であること（同法第31条）、

に拠るもので、③にあるように信用金庫が自由に事業地区を決定・変更することはできない。

このような地区制限は、歴史的な側面、行政監督の必要性、中小企業金融の円滑化と融資審査・管理などによるものである。

この地区（事業地区）は会員構成区域であ

り、信用金庫が協同組織金融機関としての組織を構成し、会員との紐帯を維持するための基盤となっている。すなわち、事業地区内の会員・非会員から預金を受け入れ、それを原資に営業活動を行なうという地域内資金循環を図ることが事業の基本である。地域内の情報を集積し、人的交流を濃密に実施することによって、中小企業との信頼関係が醸成され、景気の波にとらわれずに、中小企業や地域住民等に必要な資金をできるかぎり安定的に供給することを可能にしている。反面、地域と運命共同体を形成し、一定の地域の衰退リスクを回避できず、地域集中リスクを担うので、税制軽減（優遇）がなされる根拠となっているといえよう^{(注)100}。この地区制限は、会員にすると、その地区外に移転すると、それまでの協同組織金融機関と融資取引ができなくなるという地区外取引の制限ともなるので、利用者にとって不便なこともある。

また、地域経済の低迷が続いた結果、信用金庫の経営に困難が生じる恐れがある場合、1989年金融制度調査会報告にあるように（後述）、事業地区の範囲について弾力的な運用は必要になるといえよう。

この地区制度が、信用金庫の営業テリトリーを区分しているため、他の信用金庫が参入しにくい要因となっており、地域の競争を

(注)99. 信用金庫が会員以外の者に対して行う貸付けと手形の割引については、当該信用金庫の貸付けと手形の割引の総額の20%に制限されている（信用金庫法53条第2項、信用金庫法施行令第8条第2項）。

100. 金融制度調査会第一委員会「地域金融のあり方について」報告では、地域金融機関を「その地域を離れては営業が成り立たない、いわば地域と運命共同体的な関係にある金融機関や効率性、収益性のある程度犠牲にしても地域住民等のニーズに応ずる性格を有する金融機関」としている。

制限するとの批判もあるが^{(注)101}、全信用金庫が、他の信用金庫と事業地区が重なっており、また事業地区が2都道府県以上に跨っている信用金庫は134金庫あり、地区制度が信用金庫の競争を阻害しているとはいいいにくい。また、『中小企業白書2008年版』では、ほとんどの地域金融機関が「中小企業向け貸出の競合は厳しい」と認識しているとの分析を行なっている。

(2) 歴史的側面

我が国の協同組合法の原点である産業組合法は、ドイツの協同組合を原点としているが、19世紀のドイツには、2つの近代的な協同組合が創設されていた。1つは商工業者を基盤とするシュルツェ＝ディーリッヒの主導した信用組合であり、もう1つは農民を基盤とするライフアイゼンの主導した協同組合である。シュルツェ＝ディーリッヒの信用組合では、出資は必要である一方、区域の限定を求めたものではなかった。ライフアイゼンの協同組合では、出資は不要であったが、区域は比較的限定されていた。

1900年制定の産業組合法は、ドイツの制度を基礎とするが、数次の法改正を経て、各種の協同組合に対して、定款に「区域」の記載が求められていた。これは、協同組織金融機関が人的結合を基盤とするものであることから、その根拠法にはその人的結合の範囲が

一定の地域に限定されるべきことが、法定されている。

協同組織金融機関のあり方を検討した1989年金融制度調査会第一委員会中間報告では、「第1章 第4節 金融環境等の変化と協同組織金融機関のあり方」の中で、「3. 地域を基盤とする金融機関としては、地方銀行及び相互銀行があるが、協同組織金融機関も、会員又は組合員となりうる者の地域的範囲を限定するため、「地区」を定めることとされており、その意味で、多かれ少なかから、地域を基盤とする金融機関の性格を有している。中でも、信用金庫、地域信用組合及び農林系統金融機関は、その性格が強い。

これらの地域を基盤とする金融機関は、地域から資金を吸収し、それを地域に還元するという役割を担っており、地位経済の活性化・個性化が我が国の重要な課題とされる中、その役割は一層増大していくものと考えられる。」

と指摘し、また、その「第3章第2節 基本的考え方及び検討の方向 2.」において、「組織のあり方に関する具体的事項については、今後、改めて検討を行うこととするが、基本的な検討の方向としては、次のように考えられる。

①人的結合体としての協同組織の基本的性格に照らし、信用金庫、地域信用組合、及び

(注)101. 金融審議会協金WG第3回会合（2008年5月9日）において筒井義郎大阪大学教授は、実証研究の結果を踏まえ、信用金庫の貸出市場は県毎に分断されていること、その結果、高い貸出金利という好ましくない結果を生み出していると主張された。市場集中度の低い地域ほどすなわち行数が少ない県の信金ほど貸出金利が高く、競争度が低い結果であるため、競争を促進するため、地域を越えた参入を促進する必要がある、したがって営業地区の規制を撤廃し、効率性を確保すべきであるとされた。

農林系統金融機関のように地域を基盤とする金融機関の性格が強いのにあつては、地区の範囲は、人的結合体としての結合の基盤を成す同質的な地域経済の圏域の中に限定するのが合理的である。

②地域経済の発展に伴い、地域経済の圏域が拡大していく場合、又は地域経済が構造的停滞下にあり、その地域に地区が限定されているために、経営面で困難が生じているような場合においては、必要性について十分検討した上で、地区の範囲を弾力的に扱うことが適当である。」（下線部：筆者）と記載している。

(3) 行政監督上の必要性

協同組織金融機関は、その利用者が原則として構成員に限定されているので、その運営は組織の自治に委ねるという考え方もあり、行政監督の必要はないという論もありうる。しかし、構成員といっても金銭的な損害を被る可能性があるので、行政上の監督が必要とされている（法令の解釈・適用に関する有権解釈を含む）。

特に、地区に関しては、戦後から最近まで、護送船団方式の下、当局が事前規制・競争制限的な規制を重視していたことから、信用金庫の事業地区はもとより、銀行等の店舗の新設・変更に到るまで認可制で、「箸の上げ下ろしまで規制する」といわれるものであった。規制緩和の中で、2002年度以降、店舗認可制は届出制となり、店舗規制は撤廃されたが、協同組織金融機関の地区制限に関

しては、協同組織性の維持の観点から引き続き規制が必要であるとされている。

信金業界の規制緩和要望に関する行政当局からの回答には、

「① 定款への従たる事務所の記載を廃止することなどについて

協同組織金融機関の定款においては、会員等の相互扶助等を目的とする金融機関としての特性から、商法よりも具体的な記載が要求される。従たる事務所についての記載は、会員が利用する施設を定める意味で、会員資格、地区等と並んで協同組織における基本事項とされてきたものであり、商法と同様の取り扱いとすることについては、定款自治の観点から慎重な検討が必要である。

協同組織金融機関の定款においては、会員等の相互扶助等を目的とする金融機関としての特性から、「従たる事務所」を定款の記載事項として総会の意思決定に委ねたものであり、これを定款記載事項から外すことは、協同組織性の観点から慎重な検討が必要である。

② 業務方法書を認可制から届出制にすることについて

業務方法書は、信用金庫が実際に行う業務についての基本的な内容を定めたものであり、監督の手段として必要不可欠なものであることから、認可制から届出制への変更については慎重な検討を要する。」

というものがあつて、地区重視の姿勢が窺われる。

(4) 中小企業金融の円滑化

協同組織金融機関の事業地区は、中小企業

に対する円滑な資金供給を維持することに繋がる。こうした資金供給は、協同組織金融機関といえども、厳格な融資審査・管理が前提となるが、これらは債務者の定量情報とともに定性情報を加味して運用することが必要になる。こうした運用に当たっては、比較的狭い範囲に事業地区を限定する方が、より厳格になる可能性が高くなる。

この点について、先の1989年金融制度調査会第一委員会報告では、その「第1章第3節 協同組織形態を採ることの意義」において、「中小企業、農林漁業者、個人等の分野を専門とする金融機関が協同組織形態を採ることは、以下の諸点にかんがみ、十分合理性を有するものと考えられる。

①利用者ニーズへの的確かつきめ細かな対応

協同組織金融機関は地縁・人縁を基盤としていることから、利用者である会員・組合員のニーズの把握が容易であり、また非営利の相互扶助組織であって、業務及び組織の運営上、会員・組合員の利益が第一義的に考慮されることから、利用者ニーズに即したきめ細かな金融サービスの提供が可能になる。

②長期的な観点に立った適正な金融仲介機能の発揮

協同組織金融機関にあたっては、資金の借り手は原則として会員又は組合員であり、貸し手である金融機関との間に密着性又は連帯が存在するため、貸出を行う際、長期的な観点から、借り手の立場に立った幅広い与信判

断がなされることが期待される。

なお、中小企業、農林漁業者、個人等の分野を対象とする協同組織形態の専門金融機関にあつては、当該専門分野への他の金融機関の参入が排除されておらず、他方、相互扶助組織として税制の面で一般の金融機関に比べて有利な扱いがなされている。」

と記載している。この記載は、協同組織金融機関が地縁・人縁による情報生産が容易で、その顧客との密着性・連帯による幅広い与信判断が可能になると認識し、地区を意識したものである一方、他の金融機関が参入可能で競争上協同組織金融機関が劣後する可能性があるため、税制面の優遇があるとしているのである。

[9.2] 地区に関する議論

(1) 神吉 [2006] の所論

[協同組織金融機関の地区]

協同組織金融機関の地区制限に対して否定的な論を展開しているのが、神吉 [2006] である。少し長いですが、神吉論文を引用しつつ、その所論を紹介したい。神吉によると、協同組織金融機関の地区は、

「協同組織金融機関の定款には、「地区」を定めなければならない。そして、組合員・会員は、地区内に居住するなど、地区と一定の関わりのある者である必要がある。このように、地区は組合員・会員の資格を制約する要因となり、協同組織金融機関が事業を行う地域を間接的に制約する効果を持つ。また、地域金融機関においては、貸出先が特定の業種

に偏りやすいとの指摘があり、協同組織金融機関が特定の地域を基盤として金融事業を行うことは、経営の健全性維持の観点から潜在的に問題を含むと見ることもできる。本稿では、明治33年に成立した産業組合法に関する文献を手がかりとして、信用組合に地区を定めることが求められた当初の理由を明らかにする。その理由として、(1) 協同組織金融機関としての組織に内在する要請に基づく側面、(2) 行政監督・金融監督の側面の2つを指摘することができる。(1) はさらに、協同組織としての人的結合の確保に関する側面と、融資運営の厳格化に関する側面の2つに分けられる。産業組合法は、信用組合に「区域」を定めることを求めることにより、協同組織としての人的結合の拠り所を地縁に求めるとともに、無担保融資を的確に行うために必要となる定性的な情報を確実に収集することを担保し、融資の事後管理にも万全を期したのである。そして、この理由に照らして、現在の多くの協同組織金融機関にとって、地区を定めることの必要性が消滅していることを主張する。」

とした。すなわち、

「協同組織金融機関は、地方銀行や第二地方銀行とともに、地域金融機関と呼ばれることがある。地域金融機関とは、「一定の地域を主たる営業基盤として、主として地域の住民、地元企業及び地方公共団体等に対して金融サービスを提供する金融機関」であると定義されており（金融制度調査会第一委員会中間報告「地域金融のあり方について」1990

年6月20日第2章第1節3：筆者記）、特定の地域に根ざした金融機関である点に特徴がある。しかし、わが国に「地域金融機関」という業態の専門金融機関が制度として存在するのではない。地域金融機関という呼称は、特定の地域を事業の基盤としているという、あくまでも、これら金融機関の経営の実態に着目したものである。ところが、地域金融機関の中でも、株式会社の形態をとる地方銀行や第二地方銀行の営業区域が各銀行の営業政策によって自由に決定できるのに対して、協同組織金融機関の事業区域は制約される。

協同組織金融機関の事業区域が制約されることの根拠を信用金庫について見てみると、信用金庫の定款に「地区」を記載しなければならないこと（信用金庫法23条2項3号）と、この「地区」が会員の資格を制約する要因となること（同法10条1項）とに求められる。信用金庫の会員としての資格を有する者は、①信用金庫の地区内に住所または居所を有する者、②地区内に事業所を有する者、③地区内において勤労に従事する者であって、定款で定める者である。このように、信用金庫の会員は、信用金庫の「地区」と一定の関わりを持つ者に限定されている。…したがって、信用金庫の事業は、「地区」と密接な関わりを持つこととなる。協同組織金融機関が定款に当初定めた「地区」をその後の地域情勢の変化や経営方針の変更によって柔軟に変更できるのであれば、「地区」を定めることをもって協同組織金融機関の事業活動上の制約と捉えることはできない。しかし、第二次世界大

戦後、長年続いた金融機関に対する競争制限的規制の一つである店舗規制によって、柔軟な「地区」の変更ができなかったのならば、協同組織金融機関が定款に「地区」を定めることは、協同組織金融機関の事業活動にとっての制約であると捉えることができよう。

(中略)

このように、協同組織金融機関は、「地区」を自ら定め、その地区内に居住するなど、地区と一定の関わりのある者を組合員または会員として金融事業を行う。このことから明らかかなように、協同組織金融機関が事業を行う区域は、それぞれの協同組織金融機関法によって直接規制されているのではなく、協同組織金融機関自らが、組合員・会員の資格を制約する効果を伴う「地区」を定めることを通して、間接的に制約を受けることとなる。ところで、協同組織金融機関は金融機関であるから、経営の健全性を維持することが求められ、経営破綻という事態の起こることは極力回避されなければならない。…地域金融機関としての協同組織金融機関は、特定の地域に深く根ざして金融事業を行っているため、その経営は、地域経済の動向の影響を強く受ける。そして、場合によっては、地域経済低迷の深刻な影響を受けることともなる。一例として、新日本製鉄釜石製鉄所の高炉休止と200海里問題が地域経済に壊滅的な打撃を与え、その影響を一因として、結果的に1993年に経営破綻に至った釜石信用金庫の例が挙げられる。地域金融機関においては、貸出先が特定の業種に偏りやすいと指摘されてお

り、協同組織金融機関が特定の地域を基盤として金融事業を行うことは、融資資産のポートフォリオ管理、さらには金融機関としての経営の健全性維持の観点から、潜在的に問題を含むと見ることもできる。」(pp.2~4)と整理して、地区制限が協同組織金融機関の経営上の制約になることを指摘した。

〔協同組織金融機関と銀行の地区の違い〕

そして、産業組合法などの議論を検討した上で、「協同組織金融機関が地区外に店舗を設けることはできないことは疑いないが、地区外で事業活動を行うことはできないのだろうか。

協同組織金融機関法では、相互銀行法648条にみられるように、協同組織金融機関の事業区域を直接規制していない。金融機関の「地区」が制限される場合として、2つの種類があると説明されている。第一は、協同組織金融機関における「地区」であり、第二は特殊の株式会社組織の金融機関の営業区域である。…

このように、協同組織金融機関における「地区」は、歴史的にも制度的にも相互銀行の営業区域とは異なる。したがって、協同組織金融機関の「地区」をもって協同組織金融機関が事業を行う地理的範囲であるとするのは適切ではない。協同組織金融機関が事業を行いうる区域は、協同組織金融機関の「地区」に限定されないと考えるべきである。

このように見てくると、大蔵省銀行局事務官の肩書きで書かれた熊田[1954]にみられる

ように、協同組織金融機関の「地区」を協同組織金融機関の事業区域と解する見解は、協同組織金融機関が「地区」外で事業活動を自由に行えると解した場合に、金融機関に対する店舗規制がしり抜けとなるところから提唱されたものであり、協同組織金融機関に対する金融監督を強化する立場から打ち出された見解なのではないかと考えられる。」(pp.15~16)とした。

〔協同組織金融機関の地区の必要性〕

さらに、『「地区」を定めることが求められる理由として、協同組織金融機関の組織に内在する要請に基づく側面のあることを指摘し、さらにこれを人的結合の確保に関する側面と融資運営の厳格化に関する側面に分けて説明しているので、2つに分けて検討』している。すなわち、
「第一に、人的結合の確保に関する側面について、現在、どう考えるべきか。

産業組合法の下での信用組合においては、協同組織としての人的結合の拠り所を地縁に求めて制度設計がなされたと考えられることはすでに述べた。現在のわが国で、果たして、地縁が人的結合の拠り所となり得るだろうか。わが国全体として見た場合には、むしろ、なり得ないと考えられる。都市部に典型的に見られるように、たとえ隣人であってもほとんど接触がなく、お互いが誰であるのかさえ分からないという状態が多いことは、ここであらためて説明するまでもない。また、地方であっても、明治時代とは比較にならない

いほど、人の移動が活発化している。「地区」を定めることによって、地区内の組合員・会員がお互いに知っている状態を確保するということは、現在では、その実現が非常に困難になっているといえる。また、現行の協同組織金融機関法においては、「地区」を一市町村内に限定するといった、「地区」を比較的狭い範囲に限定することによって組合員・会員がお互いに知っている状態を高めるであろう効果を果たす規定は存在しない。広い地理的範囲に「地区」を定めたとしても、何らかの機会や場がないかぎり、「地区」を定めること自体によって、組合員がお互いに知っているという状態は生じ得ない。

このように、人的結合の確保に関する側面から見た場合、協同組織金融機関が「地区」を定める必要性は、わが国全体としては、消滅していると見ることができる。

第二に、融資運営の厳格化に関する側面について、現在、どう考えるべきか。

まず、現在の金融機関が行う融資判断においては、法人に対する融資を典型として、財務諸表に代表される定量的な情報が欠かせないものとなっている。個人に対する融資においても、納税申告書の写しや源泉徴収票といった一定の書類から得られる定量的な情報を活用して融資判断が行われる。ただし、法人・個人とも、現代の融資判断において、定性的な情報の必要性がなくなっているわけではない。協同組織金融機関が融資対象とする中小企業については、財務諸表に対する信頼性に問題があることと、定量的な情報が乏し

いことが指摘されており、このような中小企業の定量的な情報の抱える問題やその不足を、定性的な情報によって補う必要があるからである。このように、定性的な情報の重要性は否定できないものの、協同組織金融機関が組合員・会員の定量的な情報に現れた重要な問題点を無視して融資判断を行うことは、金融機関としての経営の健全性維持の要請や、協同組織金融機関に対する理事の法的責任の観点から見ても、現在では困難である。相互扶助を理念とする協同組織金融機関であっても、慈善事業として金融事業を行うわけではないから、定量的な情報から返済可能性がないと判断される融資案件を実行することは認められないと考えられるとともに、整理回収機構による破綻金融機関の役員に対する責任追及に関する訴訟に見られるように、金融機関の役員に対する法的責任の追及が実際に行われるようになってきているからである。そして、定量的な情報は、「地区」を定めなくとも、相手方からの書類の提出や協同組織金融機関の独自の調査によって確実に入手することが可能である。

次に、貸出先の業種構成にかなりの広がりが見られる点について、どう考えるべきか。土地との結びつきが極めて濃厚な農業を前提とした場合には、比較的狭い範囲に「地区」を定めることによって、協同組織金融機関が定性的な情報を確実に収集することを担保できよう。しかし、第三次産業のように、そもそも土地との結びつきが希薄な産業の場合、組合員・会員の事業活動の地理的範囲は、協

同組織金融機関の「地区」に限定されることなく広がり得るから、「地区」を定めてみても、定性的な情報を確実に収集することが確実に行えるわけではない。

また、現在の協同組織金融機関において、無担保の融資はむしろ少なくなっている。融資実行の際の担保の徴求は、債務者の信用を補完するための手段として行われる。わが国の金融機関は担保価値の範囲内で融資を行う担保金融会社ではないから、担保提供の見返りとして融資が行われることはない。しかし、無担保融資の際に実施する融資審査と、保全措置が講じられることが予定された融資審査とでは、実施される審査の厳格さに違いがあるのは、むしろ当然である。無担保融資が貸倒となった場合、貸倒損失の発生に直結する可能性が生じるから、無担保融資の融資審査は、担保付の融資審査に比して厳格に行われる。担保の徴求を前提とすれば、融資判断を行うために必要となる情報を確実に収集することを担保するために、組合員の資格を組合の「地区」と結び付けて制限するという方法によらずとも、貸倒損失の発生を回避するということが十分に可能となる。

融資の事後管理のために、組合員の日常生活態度を組合員が相互に監視することを担保する目的について、どう考えるべきか。現在では、組合員・会員の人的結合の拠り所を地縁に求める考え方自体が機能しえなくなっていると考えられるところからすれば、「地区」を定めることによって、このような効果を期待することもできない。したがって、融資の事後

管理のために協同組織金融機関が「地区」を定める必要性も、現在では消滅している。このように、融資運営の厳格化に関する側面から見た場合、協同組織金融機関が「地区」を定める必要性は、現在では、完全に消滅していると見ることができる。」(pp.27~29)として「地区」を定める必要性を否定している。

〔協同組織金融機関の地区：人的結合、メリット・デメリット〕

その上で、「協同組織金融機関に「地区」を定めることが求められるのは、協同組織金融機関としての組織に内在した要請に基づくものであると考えるべきであり、行政監督・金融監督としての側面から捉えるべきでないこと」(p.33)から、「組織に内在する要請に基づく側面については、協同組織としての人的結合の拠り所を何に求めるべきかが重要な問題となる。人的結合の拠り所を地縁に求める考えは、現代社会では現実的ではなく、むしろ職域や業域といった地縁以外の要素をもって人的結合の拠り所とするのが現実的である。このように考えれば、「地区」の概念を廃棄することは可能である。ただし、人的結合の拠り所を地縁以外の要素に求めた上で、なお、人的結合の地理的範囲の限界を画するという、従たる目的のために「地区」を定めておくということは、協同組織金融機関の業態によっては、なおその必要性が認められる場合がある。

融資運営の厳格化に関する側面については、現在、「地区」を定めるという方法によ

らずとも、定量的な情報を融資判断に高度に活用したり、担保の徴求を併用するなどといった他の手段によって目的を達成することが十分に可能である。

このように、「地区」の概念を廃棄したとしても、「地区」を定めることによって達成しようとする目的は、達成可能であると考えられる。そして、「地区」の概念を廃棄してもなお、一定の地理的範囲に協同組織金融機関の事業活動の範囲が集中するかどうかは、各協同組織金融機関の経営方針に関する問題となる。たしかに、定性的な情報を有効に活用することによって、他の金融機関と差別化した事業を展開する協同組織金融機関が存在してよい。定性的な情報の収集と活用の巧拙は、これからの協同組織金融機関の経営の格差につながる重要な問題となろう。定性的な情報を確実かつ濃密に収集することを重視する協同組織金融機関は、事業活動の範囲を比較的狭い地域に集中するであろう。しかし、定性的な情報を協同組織金融機関が確実に収集することを担保するために、協同組織金融機関に「地区」を定めることを求めるということとは、現時点では、協同組織金融機関の経営への過剰な介入である。

「地区」を定めることによって得られるメリットとデメリットについてはどうか。現代のわが国において、協同組織としての人的結合の拠り所を地縁に求めることはできず、融資判断情報も定量的な情報を活用することができると考えれば、協同組織金融機関の事業活動の地理的範囲を地区内に押しとどめてお

くような制度の運営をすることは、金融機関としての経営の健全性維持や、融資資産のポートフォリオ管理の観点から見て、メリットは認められず、むしろデメリットの方が大きいと考えられる。また、インターネットの発達にみられるように、金融事業に活用できる社会システムや高度な金融技術を協同組織金融機関の事業に活用する道を閉ざし、結果的に、協同組織金融機関の経営を時代遅れのものとしてしまう可能性もある。

行政監督・金融監督の側面から「地区」を定めることが必要でないことは、すでに述べた。競争制限的規制のために「地区」を定めることを求める必要性は、なくなっている。このように考え、さらに協同組織としての人的結合の拠り所を地縁以外の何らかの要素に求めることができるのであれば、「地区」の概念を廃棄することは十分に可能である。そして、地縁以外に人的結合の拠り所を見出せない協同組織金融機関は、協同組織性の形骸化によって、もはや協同組織金融機関たりえなくなっていると見ることも可能である。このような協同組織金融機関にあっては、組合員・会員の人的結合を確保するために、何らかの対策を講じるか、「金融機関の合併及び転換に関する法律」に基づいて、業態転換を図ることが検討されてもよいであろう。

ただし、「地区」の概念を廃棄するという、大胆な制度変更を実施することが現実的でないとの反論があるかもしれない。その場合は、次のように考えるべきであろう。相互扶助を目的とする協同組織としての性格を維

持することと、金融機関としての経営の健全性を維持することの二つの目的を実現するために、「地区」について、協同組織金融機関の自主的な判断を尊重するという解決の方向が考えられる。この場合にも、まず、協同組織金融機関の事業活動の地理的範囲が地区内に限定されないことを明確にしておくべきである。地縁が人的結合の拠り所とはなりえなくなっていると考えられる以上、協同組織としての性格を徹底するために、「地区」の範囲を狭く設定することの必要性はなくなっているから、「地区」の広狭は柔軟化して考えることが可能である。そこで、「地区」をどのように設定するかを基本的には協同組織金融機関の自主的な判断に委ね、行政庁による定款変更の認可は、後見的な機能に徹することを原則とするということが考えられる。

また、「地区」について協同組織金融機関の自主的な判断を尊重するとしても、「地区」を定めたり、それを変更することには行政庁の認可を必要とするから、行政庁の認可が円滑に得られなければならない。これに対しては、「地区」を定めたり、それを変更することに行政庁の認可を必要とすることを逆手にとって、「地区」の変更に抑制的な金融監督の態度をとることは、時代錯誤であるとの批判が成り立つ。

さらに、中小企業に対する融資の適正な配分という観点を重視すれば、「地区」の変更を協同組織金融機関の自主的な判断に委ねることに反対があるかもしれない。しかし、協同組織金融機関の自主的な判断を尊重せずに政

策判断を優先させることは、協同組織金融機関に政策遂行の機能を担わせるとともにその責任をも負わせるものであり、適当とは考えられない。協同組織金融機関の「地区」変更の結果、金融機関の空白地域が生じるといった事態については、別途、中小企業向けの公的金融制度を整備・充実するといった方法によって問題を解決すべきである。」(pp.33~35)と指摘した。

〔地区を定めることの必要性の消滅〕

そして協同組織金融機関に地区を定めることの必要性が消滅したとして、「ただし、協同組織金融機関の定款に「地区」を定めることが求められる理由としては、協同組織金融機関としての組織に内在する要請に基づく側面にこそ、その意義が認められるというべきである。

協同組織金融機関の定款に「地区」を定めることが求められる当初の理由に照らして協同組織金融機関の現状を見てみると、現在の多くの協同組織金融機関にとって、「地区」を定めることの必要性は消滅している。とくに、現在のわが国において、地縁に人的結合の拠り所を求めても、わが国全体から見た場合に、意味を持たないと考えられる。人的結合の拠り所を何に求めるかが重要であり、職域や業域などの地縁以外の要素にこれを求めて、「地区」の概念を廃棄することも可能である。ただし、協同組織金融機関の業態によって、置かれた状況はさまざまであり、「地区」を定める必要性が消滅していない業態もある。

「地区」の概念を廃棄することが現実的でないとするなら、今後は、「地区」の範囲の取扱いを弾力化し、「地区」をどのように定めるか、そしてそれをどのように変更するかについて、協同組織金融機関の自主的判断を尊重するということが考えられる。行政庁による定款変更の認可は、後見的な機能に徹することを原則とすべきである。

最後に、残された課題について一言する。本稿では、協同組織金融機関の「地区」について考察したにすぎない。協同組織金融機関の「地区」について考察することは、協同組織金融機関の存在意義や、そのあるべき姿について考察することにつながるが、本稿ではこれらの点について考察していない。とくに、人的結合の拠り所を何に求めるのかが、現在の協同組織金融機関にとって極めて重要な問題である。地縁が協同組織としての人的結合の拠り所とはなり得ないと考えられる現代においては、「地区」を定めること自体によって、協同組織金融機関が協同組織であり続けることはできないのではなからうか。各協同組織金融機関には、地縁以外の何かに人的結合の拠り所を見出すことが求められるといえよう。金融再編が進む中で、今後とも協同組織金融機関の存在意義が問われることとなる。」(pp.36~37)と結論付けている。

(2) 神吉説への若干の疑義

神吉は、「地区」制限の持つ弊害と、人的結合が希薄化していることから、「地区」制

限を否定していると考えられる。ただ、「地区」の制限が相互扶助性といかに関わり、また税制優遇との関連などについてはやや単純化し過ぎている印象がある。

神吉は、「地区」制限の根拠ないし所以を人的結合体と理解し、人的結合が会員・組合員の間で希薄化していることから人的結合が意味をなさなくなっていることを論拠に、地縁・人縁の意義がなくなり、人的結合体の意味はなくなったとする。確かに、会員・組合員の間での人的結合は重要で、協同組織金融機関の融資などに会員・組合員同士の紹介による情報生産も機能しているからである。従って、この人的結合の度合いが低下すると、協同組織金融機関の情報生産機能は弱体化する可能性がある。

しかし、人的結合には、金融機関と借り手・顧客の人的関係も重要である。特に、融資担当者・渉外担当者と借り手・顧客との長期的な関係、取引関係も人的結合である。いわゆるリレーションシップないし関係性が協同組織金融機関にとって重要な情報生産を生み出すのである。この部分が希薄化していれば、「地区」の意義はないかもしれないが、リレーションシップ・バンキング（地域密着型金融）のエッセンスはこのような人的結合である。それ故に、2007年4月5日の金融審議会報告「地域密着型金融の取組みについての評価と今後の対応について ―地域の情報

集積を活用した持続可能なビジネスモデルの確立を―」の「(補論) 協同組織金融機関について」において、

「このような制度的制約の下、地域の小規模事業者を主要な顧客としている協同組織金融機関は、地域密着型金融のビジネスモデルが相対的に当てはまりやすい存在であり、今後とも、小規模事業者を対象とする地域密着型金融の重要な担い手となることが期待される。」と記述したのは、このような顧客と協同組織金融機関との間の人的結合を意識したものである。この意味で、「地区」の意義は失われていない。

また、先の引用の中にある「協同組織金融機関の「地区」変更の結果、金融機関の空白地域が生じるといった事態については、別途、中小企業向けの公的金融制度を整備・充実するといった方法によって問題を解決すべきである。」とする指摘は、「別途、中小企業向けの公的金融制度を整備・充実するといった方法」を提示しないと説得的でない。

税制優遇が、民間金融機関による「中小企業向けの公的金融制度」に代替することの、制度的な保証であり、新たな公的金融制度設立という方法を回避する手段である可能性もあるからである。税制優遇は、地域集中リスクを緩和する効果を有する一方、地域の人的結合を担保する制度であるとも考えられるからである。

調 査

第158回全国中小企業景気動向調査 (2014年10～12月期実績・2015年1～3月期見通し)

10～12月期業況は小幅の改善 【特別調査－2015年(平成27年)の経営見通し】

信金中央金庫
地域・中小企業研究所

調査の概要

1. 調査時点：2014年12月1日～5日
2. 調査方法：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
3. 標本数：15,906企業（有効回答数 14,278企業・回答率 89.8%）
※有効回答数のうち従業員数20人未満の企業が占める割合は71.3%
4. 分析方法：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

(概 況)

1. 14年10～12月期（今期）の業況判断D.I.は△7.5と、前期比1.8ポイントの改善となった。ただ、前回調査時点における今期見通し（△4.2、前期比5.1ポイントの改善見通し）に比べれば、小幅の改善にとどまった。

収益面では、前年同期比売上額および収益の判断D.I.が、それぞれ△4.2、△11.2と、それぞれ2.6ポイント低下した。販売価格判断D.I.は3.9と、1.7ポイント低下した。人手過不足判断D.I.は△18.5と不足感が一段と強まった。業種別の業況判断D.I.は卸売業と不動産業を除く4業種で改善した。地域別には11地域中、北海道と南九州を除く9地域で改善した。

2. 15年1～3月期（来期）の予想業況判断D.I.は△14.5、今期実績比7.0ポイントの低下見通しとなっている。業種別には6業種すべてで、地域別にも11地域すべてで低下する見通しにある。

業種別天気図

時期 業種名	2014年 7月～9月	2014年 10月～12月	2015年 1月～3月 (見通し)
総合			
製造業			
卸売業			
小売業			
サービス業			
建設業			
不動産業			

地域別天気図（今期分）

地域 業種名	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
総合											
製造業											
卸売業											
小売業											
サービス業											
建設業											
不動産業											

(この天気図は、過去1年間の景気指標を総合的に判断して作成したものです。)

好調 ← → 低調

1. 全業種総合

○予想より小幅の改善にとどまる

14年10～12月期（今期）の業況判断D.I.は△7.5と、前期比1.8ポイントの改善となった。ただ、前回調査時点における今期見通し（△4.2、前期比5.1ポイントの改善見通し）に比べれば、今回実績は小幅の改善にとどまった（図表1）。

収益面では、前年同期比の売上額判断D.I.がそれぞれ△4.2、同収益判断D.I.が△11.2と、いずれも前期比2.6ポイントの低下となった。なお、前期比売上額判断D.I.は2.2、同収益判断D.I.は△4.5と、それぞれ前期比2.7ポイント、同2.6ポイントの改善となった。

販売価格判断D.I.はプラス3.9、前期比1.7ポイントの低下と、販売価格を「上昇」と回答した企業の割合が減少した（図表2）。また、仕入価格判断D.I.は、プラス32.2、同1.2ポイントの上昇と、仕入価格を「上昇」と回答した企業の割合は小幅に増加した。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△18.5（マイナスは人手「不足」超、前期は△16.2）と、人手不足感が一段と強まった（図表3）。

資金繰り判断D.I.は△11.0と、前期比0.2ポイントの小幅低下となった。

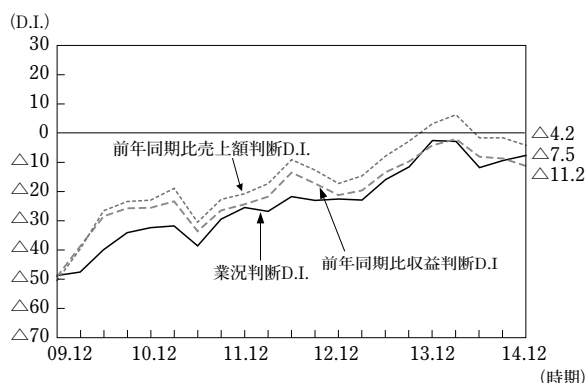
設備投資実施企業割合は前期比横ばいの21.2%となった。

業種別の業況判断D.I.は、卸売業と不動産業を除く4業種で改善した。ただ、改善の動きは全般に小幅で、最も改善幅の大きかった建設業でも、前期比3.5ポイントの改善にと

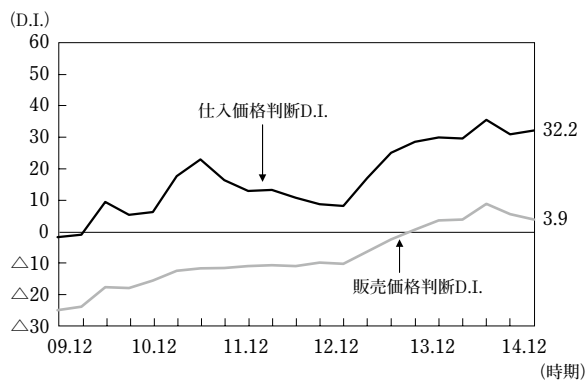
どまった。なお、不動産業は、2四半期連続のマイナス水準（同1.6ポイント低下して△4.5）となった。

地域別の業況判断D.I.は、北海道、南九州を除く9地域で改善となった。なお、北海道

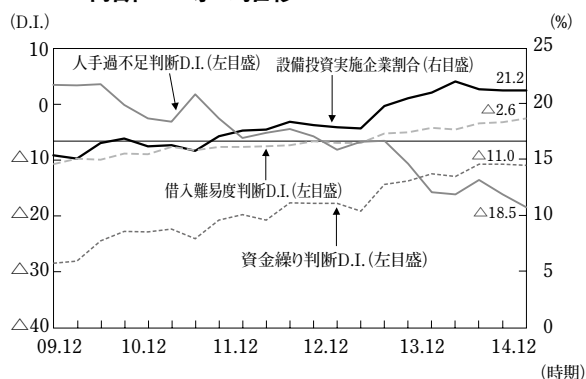
図表1 主要判断D.I.の推移



図表2 販売価格・仕入価格判断D.I.の推移



図表3 設備投資実施企業割合、資金繰り判断D.I.等の推移



は、前期比の大幅改善から一転して、前期比5.2ポイント低下と、11地域のなかで相対的に最も大きな低下幅となった。

○すべての業種・地域で低下見通し

来期の予想業況判断D.I.は△14.5と、今期実績比7.0ポイントの低下見通しとなっている。なお、今回の予想低下幅は、過去10年の平均（6.1ポイントの低下見通し）を若干上回っている。

業種別の予想業況判断D.I.は、6業種すべてで低下する見通しとなっている。最も低下見通し幅が大きいのは建設業で、10.0ポイントの低下を見込んでいる。なお、地域別では、11地域すべてで低下が見込まれている。

2. 製造業

○業況は小幅の改善にとどまる

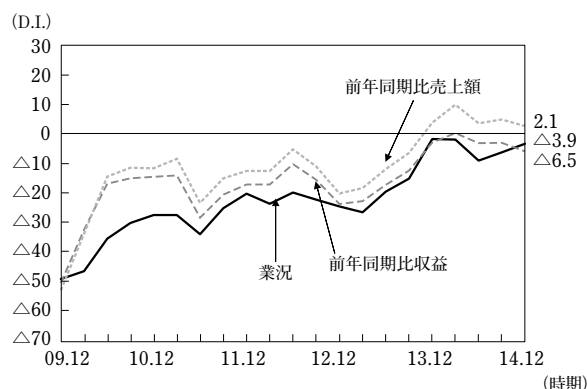
今期の業況判断D.I.は△3.9と、前期比2.9ポイント改善した。なお、前回調査における今期見通し（5.9ポイントの改善見通し）に比べれば小幅な改善にとどまっている（図表4）。

前年同期比売上額判断D.I.は、前期比2.2ポイント低下のプラス2.1、同収益判断D.I.は、同2.9ポイント低下の△6.5となった。なお、前期比売上額判断D.I.は、前期比4.3ポイント改善のプラス6.9、同収益判断D.I.は、同4.6ポイント改善の△1.3となった。

○人手不足感は一段と強まる

設備投資実施企業割合は24.3%と、前期比横ばいだった。

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



人手過不足判断D.I.は、△14.7（前期は△12.8）と、不足感が一段と強まった。11年7～9月期以降、およそ3年半にわたりマイナス（人手「不足」超）という状況が続いている。

残業時間判断D.I.は、プラス5.7（前期はプラス2.9）となり、5四半期連続で残業時間「増加」企業が、残業時間「減少」企業を上回った。

原材料（仕入）価格判断D.I.は、前期比3.7ポイント上昇のプラス37.2と、原材料価格を「上昇」と回答した企業の割合が2四半期ぶりに増加した。一方、販売価格判断D.I.は同0.3ポイント上昇のプラス2.9となった。

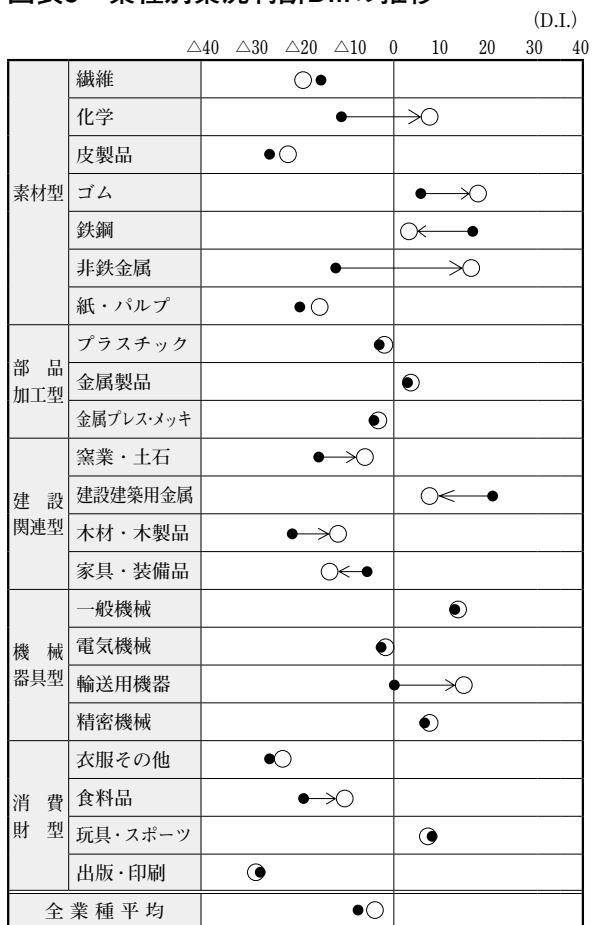
なお、資金繰り判断D.I.は、前期比0.4ポイント改善の△10.5となった。

○全22業種中15業種で改善

業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、15業種で改善した（図表5）。

素材型業種は、繊維と鉄鋼が低下したものの、他の5業種では改善となった。とりわけ、非鉄金属は前期比25ポイント超の大幅改善と

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



●前期 (2014年7~9月期) ○今期 (2014年10~12月期)

なった。

部品加工型業種は、3業種すべてで小幅改善した。

建設関連型業種は、建設建築用金属と家具で低下したものの、木材・木製品と窯業・土石は前期比10ポイント前後の改善となった。

機械器具型業種は、一般機械で横ばいとなったものの、それ以外の3業種では小幅改善した。

消費財型業種では、衣服その他と食料品で改善した一方で、玩具・スポーツと出版・印刷は小幅低下となった。

○輸出主力型がプラス転換

販売先形態別の業況判断D.I.は、大メーカー型と最終需要家型で小幅低下したものの、問屋商社型、中小メーカー型、小売業者型では改善した。

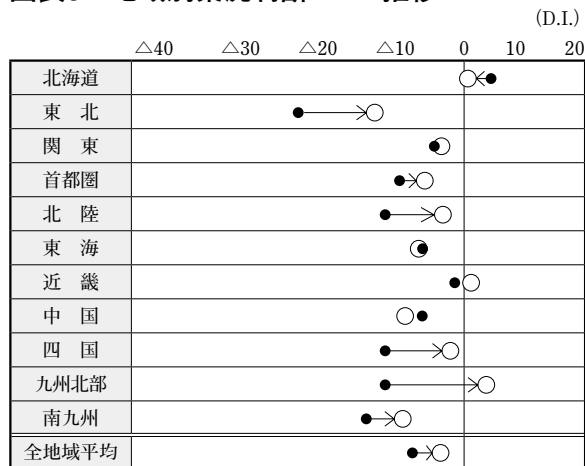
輸出主力型の業況判断D.I.は前期比5.3ポイント改善してプラス3.1となった。内需主力型は前期に引き続きマイナス水準にとどまっているものの、同3.1ポイント改善して△3.6となった。

従業員規模別の業況判断D.I.は、100人以上の階層で小幅低下 (11.9→10.7) したものの、それ以外の階層では改善した。なお、水準面では、従業員20人以上の各階層がプラス水準なのに対し、1~19人の階層ではマイナス水準 (△9.3) となっている。

○全11地域中8地域で改善

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、北海道、東海、中国を除く8地域で改善した。とりわけ、四国と九州北部では、前期比10

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



●前期 (2014年7~9月期) ○今期 (2014年10~12月期)

ポイント超の大幅改善となった（図表6）。

水準面では、北海道、近畿、九州北部の3地域がプラス水準にあり、相対的に改善が進んでいる。一方、東北は大幅改善（ $\Delta 22.1 \rightarrow \Delta 12.4$ ）したものの、水準としては全11地域中、最も厳しい状況にある。

○水準低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は $\Delta 11.7$ と、今期実績比7.8ポイントの水準低下を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、改善を見込む繊維、出版・印刷と、横ばい見通しの皮製品を除く19業種で今期実績比水準低下の見通しとなっている。

地域別には、小幅改善を見込む中国を除く10地域で水準低下の見通しとなっている。

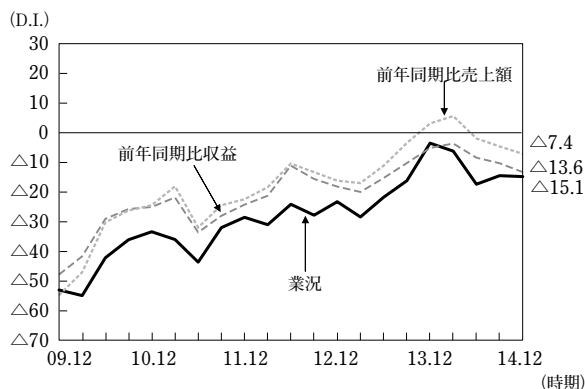
3. 卸売業

○業況は小幅低下

今期の業況判断D.I.は $\Delta 15.1$ と、前期比0.3ポイントの小幅低下となった（図表7）。

また、前年同期比売上額判断D.I.は $\Delta 7.4$ 、同収益判断D.I.は $\Delta 13.6$ と、それぞれ前期比

図表7 卸売業 主要判断D.I.の推移



2.5ポイント、同3.0ポイント低下した。

○全11地域中、改善は4地域

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、6業種で改善したものの、9業種では水準低下した。地域別には、全11地域中、東海など4地域で改善した。なお、業況判断D.I.の水準面では、唯一プラスだった北海道がマイナスに転じたことで、全11地域すべてがマイナス水準となった。

○低下の見通し

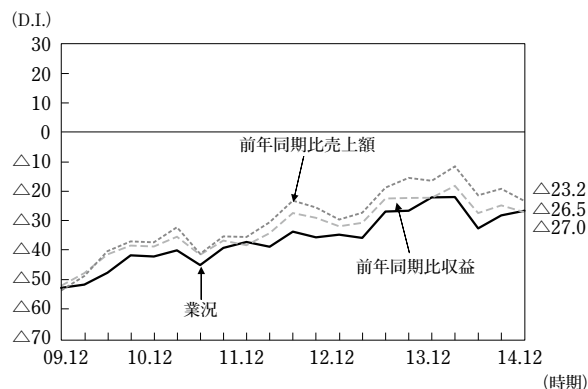
来期の予想業況判断D.I.は $\Delta 23.2$ と、今期実績比8.1ポイントの低下を見込んでいる。業種別には、全15業種のうち改善を見込んでいるのは繊維、化学など3業種にとどまっている。また、地域別には、南九州を除く10地域で低下が見込まれている。

4. 小売業

○業況は若干改善

今期の業況判断D.I.は $\Delta 26.5$ と、前期比1.6ポイントの改善となった（図表8）。

図表8 小売業 主要判断D.I.の推移



しかし、前年同期比売上額判断D.I.は△23.2、同収益判断D.I.は△27.0と、それぞれ前期比4.1ポイント、同2.3ポイント低下した。

○全11地域中9地域で改善

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、9地域で改善し、とくに北陸で10ポイント以上の改善となった。業種別には、全13業種中、10業種で改善した。なかでも、燃料は10ポイント超の改善となった。一方、家電は10ポイント超の低下となった。

○業種別の見通しはまちまち

来期の予想業況判断D.I.は△30.0と、今期実績比3.5ポイントの低下を見込んでいる。地域別には、全11地域中、9地域で低下の見通しとなっている。

一方、業種別にみると、全13業種中、5業種で改善の見通しである。

5. サービス業

○業況は若干改善

今期の業況判断D.I.は△7.6と、前期比1.8

ポイントの改善となった（図表9）。

しかし、前年同期比売上額判断D.I.は△6.8、同収益判断D.I.は△12.6と、それぞれ前期比3.3ポイント、同2.7ポイントの低下となった。

○全8業種中5業種で改善

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、6地域で改善となった。業種別では、全8業種中、5業種で改善となった。特にホテル・旅館（プラス6.6）と情報・調査・広告（プラス14.8）は一段と改善し、2四半期連続のプラス水準となった。

○総じて低下の見通し

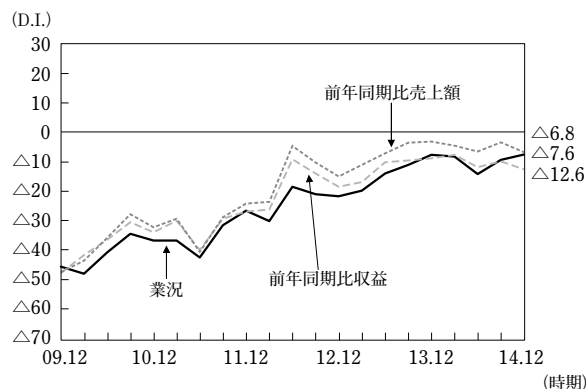
来期の予想業況判断D.I.は△16.1と、今期実績比8.5ポイントの低下を見込んでいる。業種別では、全8業種中、自動車整備のみが2.2ポイントの改善を見込んでいる。一方、地域別には全11地域とも、総じて低下の見通しである。

6. 建設業

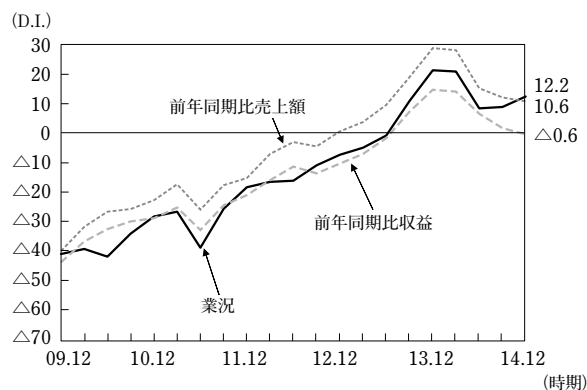
○業況は2四半期連続の改善

今期の業況判断D.I.はプラス12.2と、前期比3.5ポイントの改善となった。業況の改善は2四半期連続となった（図表10）。前年同期比売上額判断D.I.は前期比1.3ポイント低下のプラス10.6となった。また、同収益判断D.I.は前期比2.1ポイント低下の△0.6と、6四半期ぶりにマイナス水準へ転じた。

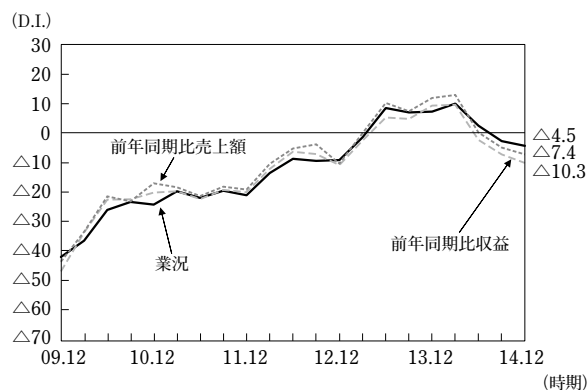
図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



○四国、九州北部、南九州で大幅改善

業況判断D.I.を請負先別で見ると、官公庁、大企業、中小企業で改善となった。個人先では一段とマイナス幅が拡大した。地域別では、2地域で低下したものの、四国、九州北部、南九州などの改善が目立った。なお、中国(△3.3)を除く10地域は依然、プラス水準を維持している。

○総じて低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比10.0ポイント低下の2.2と、大幅低下を見込む。請負先別でも、個人先を含む全先が低下する見通しである。地域別でも、総じて低下する見通しであり、なかでも、北海道は30ポイント超の大幅な低下を見込む。

7. 不動産業

○小幅低下で引き続きマイナス水準

今期の業況判断D.I.は△4.5と、前期比1.6

ポイントの小幅低下となった(図表11)。前年同期比売上額判断D.I.は前期比2.3ポイント低下の△7.4となった。同収益判断D.I.は前期比2.9ポイント低下の△10.3と、引き続きマイナス水準となった。

○四国・中国地域で大幅改善

業況判断D.I.を業種別で見ると、全5業種中、貸事務所と貸家を除く3業種で低下し、マイナス水準となった。地域別では、全11地域中4地域で改善した。なかでも、四国、中国では大幅改善となった。

○全11地域中6地域で改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比1.3ポイント低下の△5.8を見込む。業種別では、貸事務所を除く4業種で低下を見込む。地域別では近畿、四国、南九州など6地域で改善の見通しである。

特別調査 2015年（平成27年）の経営見通し

2015年の我が国の景気見通しについては、「良い」（「非常に良い」・「良い」・「やや良い」の合計）と回答する割合が13.7%、「悪い」（「やや悪い」・「悪い」・「非常に悪い」の合計）が50.3%となった（図表12）。

この結果、「良い(A)－悪い(B)」は△36.6

と、過去最高となった1年前の調査（プラス1.2）と比べ、37.8ポイントの低下となった。1年前は強気な見通しが目立ったが、今回は総じて慎重な見方が広がっている。

地域別では、北海道、東北、四国で△40を下回り、やや慎重な見方が目立った。ま

図表12 我が国の景気見通し

(単位：%)

		良い				普通	悪い				(A) - (B)
		(A)	非常に良い	良い	やや良い		(B)	やや悪い	悪い	非常に悪い	
全 体	2015年見通し	13.7	0.2	1.8	11.6	36.0	50.3	37.5	11.3	1.5	△ 36.6
	2014年見通し	30.7	0.4	4.0	26.3	39.8	29.5	21.9	6.5	1.0	1.2
	2013年見通し	5.2	0.1	0.6	4.5	16.6	78.2	42.9	29.7	5.6	△ 73.0
	2012年見通し	4.3	0.1	0.5	3.7	14.0	81.7	42.8	32.5	6.4	△ 77.4
	2011年見通し	3.5	0.1	0.3	3.1	13.2	83.3	42.1	34.1	7.1	△ 79.8
	2010年見通し	1.9	0.1	0.2	1.6	6.9	91.2	35.2	43.2	12.8	△ 89.4
地 域 別	北 海 道	10.0	0.4	0.6	9.0	33.9	56.1	42.1	12.6	1.5	△ 46.1
	東 北	13.4	0.1	1.4	11.9	29.5	57.1	41.8	13.7	1.6	△ 43.7
	関 東	13.8	0.0	1.8	12.0	34.6	51.6	39.7	11.1	0.7	△ 37.8
	首 都 圏	11.7	0.2	1.7	9.8	37.7	50.6	36.0	12.9	1.7	△ 38.9
	北 陸	14.4	0.0	1.3	13.1	37.5	48.2	37.2	9.9	1.1	△ 33.8
	東 海	15.5	0.1	1.6	13.8	36.0	48.5	37.3	9.5	1.7	△ 33.0
	近 畿	17.6	0.5	2.3	14.8	34.4	48.0	36.6	10.0	1.3	△ 30.4
	中 国	15.2	0.2	2.3	12.7	33.5	51.3	38.6	10.9	1.8	△ 36.1
	四 国	12.5	0.0	1.9	10.6	33.8	53.7	38.3	14.2	1.2	△ 41.1
従 業 員 規 模 別	九州北部	13.7	0.0	3.0	10.7	43.4	42.9	35.4	6.3	1.2	△ 29.2
	南九州	10.7	0.0	2.6	8.2	43.0	46.3	35.7	8.8	1.7	△ 35.5
	1 ～ 4 人	9.1	0.1	1.2	7.8	33.3	57.6	39.0	16.4	2.2	△ 48.5
	5 ～ 9 人	12.9	0.1	1.8	11.0	36.8	50.3	37.7	10.9	1.7	△ 37.4
	10 ～ 19 人	15.1	0.2	2.0	12.9	37.2	47.7	37.3	9.1	1.3	△ 32.6
	20 ～ 29 人	18.1	0.4	2.3	15.4	35.6	46.3	36.6	8.8	1.0	△ 28.2
	30 ～ 39 人	16.6	0.0	2.4	14.2	39.6	43.8	36.5	6.4	0.9	△ 27.2
	40 ～ 49 人	17.8	0.1	2.8	14.9	36.9	45.3	38.3	6.6	0.5	△ 27.5
	50 ～ 99 人	21.6	0.6	2.3	18.7	39.0	39.3	32.3	6.3	0.6	△ 17.7
業 種 別	100 ～ 199 人	19.7	0.0	1.6	18.0	42.2	38.1	32.8	5.3	0.0	△ 18.4
	200 ～ 300 人	19.8	0.8	4.0	15.1	40.5	39.7	34.1	5.6	0.0	△ 19.8
	製 造 業	14.6	0.3	2.1	12.2	36.7	48.7	36.6	10.6	1.4	△ 34.1
	卸 売 業	12.3	0.0	1.2	11.1	35.7	52.1	37.6	12.6	1.8	△ 39.8
	小 売 業	8.4	0.2	0.9	7.3	30.4	61.2	43.1	15.6	2.5	△ 52.9
サ ー ビ ス 業	13.2	0.3	1.6	11.3	35.1	51.7	37.9	12.8	1.0	△ 38.5	
建 設 業	18.4	0.2	2.8	15.4	40.3	41.3	33.5	7.1	0.7	△ 22.9	
不 動 産 業	15.4	0.1	2.0	13.3	40.0	44.6	35.8	7.7	1.0	△ 29.2	

た、従業員規模別にみると、規模が大きいほど我が国の景気見通しに強気であることがうかがえる。業種別では、昨年に引き続き小売業で慎重な見方が根強い。

○業況見通しも慎重な見方広がる

2015年の自社の業況見通しを「良い (A) - 悪い (B)」でみると、1年前の調査に比べて14.8ポイント低下の△24.6となり、こちら

も過去最高の1年前と比べて慎重な見方が広がっている (図表13)。

地域別では、北海道、四国で△30を下回る一方、近畿、九州北部では△20を上回り、地域によってやや差がみられた。従業員規模別では、景気見通しと同様、規模が大きいほど総じて強気な見通しを立てている。業種別でも同様に、小売業でやや慎重な見方が根強い。

図表13 自社の業況見通し

(単位：%)

	良い				普通	悪い				(A) - (B)	
	(A)	非常に良い	良い	やや良い		(B)	やや悪い	悪い	非常に悪い		
全 体	2015年見通し	15.3	0.2	2.3	12.7	44.9	39.9	30.4	8.1	1.4	△ 24.6
	2014年見通し	21.7	0.4	2.8	18.5	46.8	31.5	24.0	6.5	1.0	△ 9.8
	2013年見通し	9.7	0.2	1.3	8.2	35.0	55.3	37.1	15.4	2.8	△ 45.7
	2012年見通し	9.1	0.1	1.2	7.8	31.6	59.3	40.0	16.1	3.2	△ 50.2
	2011年見通し	7.5	0.1	1.0	6.4	28.0	64.5	41.2	19.0	4.2	△ 57.0
	2010年見通し	4.2	0.1	0.6	3.6	18.9	76.9	42.4	27.2	7.3	△ 72.7
地 域 別	北 海 道	9.7	0.1	1.1	8.5	43.9	46.4	36.1	8.7	1.6	△ 36.7
	東 北	15.3	0.1	2.8	12.4	39.9	44.8	33.1	10.1	1.6	△ 29.6
	関 東	16.2	0.0	2.4	13.8	42.8	41.0	32.5	7.8	0.6	△ 24.8
	首 都 圏	13.3	0.2	1.9	11.2	45.7	41.0	29.9	9.5	1.7	△ 27.8
	北 陸	15.2	0.0	2.1	13.2	42.1	42.7	34.3	7.2	1.1	△ 27.4
	東 海	17.1	0.3	2.3	14.5	44.7	38.2	28.5	8.0	1.7	△ 21.1
	近 畿	20.9	0.4	3.5	17.1	44.0	35.1	27.5	6.3	1.2	△ 14.2
	中 国	16.3	0.0	2.5	13.9	41.2	42.5	32.7	8.5	1.3	△ 26.1
	四 国	10.7	0.0	2.1	8.6	46.7	42.6	33.6	7.9	1.2	△ 31.9
九 州 北 部	15.9	0.0	2.7	13.2	50.2	33.9	27.4	5.5	1.0	△ 18.1	
南 九 州	9.4	0.2	1.5	7.7	56.0	34.6	27.1	6.0	1.5	△ 25.2	
従 業 員 規 模 別	1 ~ 4 人	8.0	0.1	1.2	6.7	42.6	49.4	34.5	12.7	2.2	△ 41.4
	5 ~ 9 人	15.0	0.1	2.5	12.5	46.0	38.9	30.1	7.3	1.5	△ 23.9
	10 ~ 19 人	17.9	0.2	2.8	15.0	46.0	36.0	29.1	5.9	1.0	△ 18.1
	20 ~ 29 人	21.3	0.7	3.1	17.5	44.3	34.4	28.7	4.7	1.0	△ 13.1
	30 ~ 39 人	22.1	0.1	2.9	19.1	45.0	32.9	27.0	5.1	0.8	△ 10.8
	40 ~ 49 人	21.2	0.5	3.1	17.7	47.3	31.5	25.5	5.5	0.5	△ 10.2
	50 ~ 99 人	23.9	0.4	3.6	19.9	46.7	29.4	24.4	4.4	0.6	△ 5.5
	100 ~ 199 人	25.0	0.0	4.1	20.9	49.2	25.8	22.1	3.3	0.4	△ 0.8
	200 ~ 300 人	22.2	0.0	4.0	18.3	43.7	34.1	32.5	1.6	0.0	△ 11.9
業 種 別	製 造 業	17.5	0.3	2.6	14.7	44.2	38.2	29.1	7.5	1.6	△ 20.7
	卸 売 業	14.7	0.0	1.7	13.0	43.4	41.9	31.8	8.6	1.5	△ 27.2
	小 売 業	8.6	0.1	1.2	7.3	39.4	52.0	37.2	12.5	2.3	△ 43.5
	サ ー ビ ス 業	14.0	0.2	2.3	11.5	45.5	40.6	30.4	9.4	0.7	△ 26.6
	建 設 業	19.1	0.3	3.2	15.7	49.3	31.6	26.3	4.4	0.9	△ 12.5
	不 動 産 業	16.1	0.3	3.1	12.7	53.0	30.9	25.9	4.3	0.7	△ 14.7

○売上額見通しは「減少」が「増加」上回る

2015年の自社の売上額見通し（伸び率）を「増加(A)－減少(B)」で見ると、1年前の調査に比べて12.1ポイント低下の△1.8となり、減少が増加を上回った（図表14）。

地域別では、4地域がプラス、7地域がマイナスとなった。近畿でプラス10を上回る一方で、北海道、東北、四国では△10を下回った。従業員規模別では、従業員10人以

上の階層ではプラス水準で、とりわけ30人以上の階層では軒並み10ポイント以上のプラスである。一方で、4人以下の階層では△20.2と、慎重な見通しが目立つ。業種別では、小売業が△20.0と、他業種と比較して慎重な見通しが目立った。

○業況改善の転換点は引き続き二極化の様相

自社の業況が上向き転換点については、

図表14 自社の売上額伸び率の見通し

(単位：%)

		増加					変化なし	減少(B)	減少					(A) - (B)
		(A)	30%以上	20~29%	10~19%	10%未満			10%未満	10~19%	20~29%	30%以上		
全 体	2015年見通し	27.9	0.7	1.5	6.6	19.2	42.3	29.8	21.6	5.8	1.4	0.9	△ 1.8	
	2014年見通し	34.3	1.0	1.8	8.8	22.8	41.7	24.0	17.2	4.9	1.1	0.8	10.3	
	2013年見通し	22.5	0.6	1.1	5.1	15.7	37.4	40.0	27.1	9.4	2.4	1.2	△ 17.5	
	2012年見通し	22.8	0.7	1.5	5.5	15.2	34.6	42.5	28.2	10.0	2.6	1.7	△ 19.7	
	2011年見通し	21.2	0.9	1.4	4.9	14.1	32.4	46.4	29.8	11.3	3.2	2.1	△ 25.2	
	2010年見通し	15.5	0.9	1.3	3.9	9.4	25.5	59.0	31.6	17.0	6.0	4.3	△ 43.6	
地 域 別	北海道	21.6	0.6	0.8	4.4	15.7	40.7	37.7	26.7	8.2	1.9	1.0	△ 16.2	
	東北	26.5	0.3	1.3	6.0	18.9	35.0	38.5	27.7	7.9	1.2	1.7	△ 11.9	
	関東	30.3	0.2	1.0	7.1	22.0	39.8	29.9	21.3	6.6	1.5	0.5	0.3	
	首都圏	23.6	0.5	1.3	5.7	16.1	47.8	28.6	21.4	5.1	1.2	0.9	△ 5.0	
	北陸	27.3	0.6	1.4	5.5	19.7	40.3	32.4	24.7	5.9	1.3	0.5	△ 5.1	
	東海	32.1	1.1	1.6	7.5	21.9	38.2	29.7	21.0	5.8	1.6	1.4	2.4	
	近畿	36.1	1.3	1.9	9.6	23.3	38.5	25.4	18.5	5.1	1.1	0.6	10.8	
	中国	32.4	1.0	1.8	6.4	23.2	33.5	34.2	22.5	7.7	2.8	1.1	△ 1.8	
	四国	20.4	0.0	1.2	3.6	15.7	47.7	31.8	24.0	5.2	1.4	1.2	△ 11.4	
従 業 員 規 模 別	九州北部	26.6	0.8	2.5	7.2	16.1	48.5	24.9	18.6	4.2	1.5	0.7	1.7	
	南九州	25.0	0.7	1.5	3.4	19.4	49.4	25.6	17.5	5.3	1.4	1.4	△ 0.5	
	1～4人	16.9	0.7	1.0	3.7	11.5	46.0	37.1	25.7	7.9	2.0	1.5	△ 20.2	
	5～9人	26.7	0.7	1.5	7.2	17.3	44.5	28.9	21.0	5.6	1.5	0.9	△ 2.2	
	10～19人	32.4	0.6	1.5	7.5	22.7	41.0	26.6	19.6	5.3	0.9	0.8	5.8	
	20～29人	34.7	1.1	2.0	8.1	23.5	40.2	25.1	19.4	3.9	1.0	0.7	9.6	
	30～39人	36.7	0.9	2.0	8.8	25.0	37.1	26.3	19.5	4.9	1.3	0.6	10.4	
	40～49人	42.0	1.1	2.5	8.6	29.7	36.3	21.7	17.9	3.0	0.6	0.2	20.2	
	50～99人	42.9	0.6	1.4	8.8	32.1	34.0	23.1	17.5	4.3	1.2	0.1	19.8	
100～199人	42.2	0.4	2.5	11.9	27.5	36.1	21.7	18.9	2.5	0.4	0.0	20.5		
業 種 別	200～300人	39.7	0.0	0.8	9.5	29.4	38.9	21.4	16.7	3.2	0.8	0.8	18.3	
	製造業	31.8	0.7	1.6	7.6	21.9	41.2	27.0	19.5	5.2	1.4	0.9	4.8	
	卸売業	28.6	0.3	1.4	5.1	21.8	41.8	29.7	22.7	5.2	1.0	0.7	△ 1.1	
	小売業	19.3	0.3	0.7	4.0	14.2	41.4	39.3	29.3	7.2	1.6	1.3	△ 20.0	
	サービス業	25.8	0.9	1.1	5.6	18.1	44.4	29.8	23.4	4.8	1.0	0.7	△ 4.0	
	建設業	31.9	0.9	2.0	9.0	20.0	41.0	27.1	17.3	6.6	1.9	1.3	4.8	
不動産業	25.8	1.7	2.5	7.3	14.4	48.8	25.4	16.6	6.6	1.5	0.7	0.5		

「すでに上向いている」とする回答割合が前年比ほぼ横ばいの14.1%であった。また、「6か月以内」や「1年後」とする比較的前向きな回答の割合は、前年と比べてそれぞれ0.8ポイント、1.8ポイント低下した。「6か月以内」と「1年後」の回答割合の合計は23.5%となっており、中小企業経営者の4分の1弱は2015年が業況改善の転換点になると認識している（図表15）。

一方、「業況改善の見通しは立たない」と

する回答割合は、前年（27.9%）から3.7ポイント上昇の31.6%と増加した。分野別には、従業員4人以下の階層（45.7%）や小売業（43.6%）で相対的に高い水準となっており、業況改善は前年に引き続き、二極化の様子がうかがえる。

○3分の2が消費税10%時に悪影響見込む

2014年4月に消費税が8%に上がった際の

図表15 自社の業況が上向く転換点

(単位：%)

		すでに上向き	6か月以内	1年後	2年後	3年後	3年超	業況改善の見通しなし
全 体	2015年見通し	14.1	8.9	14.6	10.7	9.9	10.2	31.6
	2014年見通し	14.2	9.7	16.4	11.0	11.2	9.7	27.9
	2013年見通し	9.2	8.9	15.2	11.3	11.9	12.2	31.3
	2012年見通し	9.2	8.7	14.9	12.2	12.9	12.9	29.3
	2011年見通し	7.1	7.0	15.0	14.2	14.3	12.5	29.9
	2010年見通し	4.7	7.1	17.0	17.1	16.2	12.0	25.9
地 域 別	北海道	11.2	6.2	11.4	11.8	10.0	12.1	37.3
	東北	15.8	8.8	14.4	9.4	8.6	9.7	33.4
	関東	14.9	11.6	17.1	10.8	9.0	8.3	28.3
	首都圏	12.0	6.6	13.3	10.5	11.9	12.0	33.6
	北陸	12.4	10.0	15.3	8.6	10.9	11.1	31.6
	東海	17.0	10.6	16.2	11.6	8.1	9.1	27.5
	近畿	18.3	11.9	17.3	11.2	9.2	7.9	24.2
	中国	13.0	9.5	16.2	12.4	7.8	11.0	30.1
	四国	11.2	6.4	10.0	11.0	7.8	9.0	44.5
従 業 員 規 模 別	九州北部	13.5	7.3	13.2	9.8	10.1	10.6	35.5
	南九州	9.5	10.4	12.8	8.8	9.0	9.2	40.2
	1～4人	6.6	6.4	11.4	9.0	9.7	11.2	45.7
	5～9人	13.0	8.3	15.0	10.9	10.1	10.8	31.8
	10～19人	16.5	10.2	15.2	11.0	10.6	10.6	25.9
	20～29人	19.1	9.8	17.5	12.1	10.8	8.3	22.4
	30～39人	22.3	9.1	17.2	12.6	9.8	9.5	19.4
	40～49人	21.2	13.7	18.1	11.6	8.7	8.2	18.4
	50～99人	25.0	13.5	18.2	14.3	7.9	7.9	13.4
業 種 別	100～199人	26.5	14.3	18.9	10.1	8.8	7.1	14.3
	200～300人	26.4	8.8	16.8	10.4	15.2	8.8	13.6
	製造業	15.9	9.3	14.7	11.0	9.8	10.1	29.3
	卸売業	13.0	9.4	16.0	12.2	10.3	9.4	29.6
	小売業	6.8	7.3	12.6	9.0	10.2	10.6	43.6
サービス業	11.4	8.5	14.8	9.7	9.5	11.0	35.1	
建設業	22.2	8.6	14.4	11.1	9.8	9.4	24.4	
不動産業	13.6	11.5	16.7	11.5	10.1	11.5	25.2	

影響については、「悪影響を受けて今も全く回復していない」が15.8%、「悪影響を受けて今は回復途中」が25.4%となり、4割強の企業で悪影響から回復していないと回答した。対して、「あまり影響を受けなかった」が41.3%、「駆け込み需要などで好影響」が6.5%と、半分弱の企業では、悪影響を受けていないと回答した（図表16）。

消費税が10%に上がった場合の影響については、「悪影響を長い期間受ける」が27.1%、「悪影響を一時的に受ける」が38.6%と、約3分の2の企業で悪影響を見込んでいる。8%上昇時には影響を受けなかったと回答した企業でも、10%上昇時には影響を受ける可能性があるという回答している企業もみられ、消費増税への危機感がうかがえる。

図表16 消費税の影響（8%時、10%時）

（単位：％）

		8%に上がった際の影響					10%に上がった場合の影響				
		悪影響で全く回復せず	悪影響で回復途中	悪影響で回復済み	あまり影響なし	好影響（駆け込み需要）	悪影響が長い期間	悪影響が一時的	あまり影響なし	むしろ好影響	わからない
全	体	15.8	25.4	11.1	41.3	6.5	27.1	38.6	18.0	0.8	15.5
地域別	北海道	15.6	24.7	9.9	43.7	6.0	25.9	39.8	18.4	0.7	15.2
	東北	20.5	26.6	9.3	37.1	6.5	34.1	36.9	15.5	0.7	12.8
	関東	15.1	25.2	12.1	40.7	7.0	27.6	41.5	17.6	0.3	13.0
	首都圏	16.6	26.0	12.0	40.3	5.2	25.8	38.8	18.0	0.6	16.8
	北陸	17.0	25.8	8.8	39.6	8.8	29.2	36.7	15.9	0.7	17.5
	東海	13.7	23.3	10.0	44.9	8.2	25.8	38.3	20.4	0.9	14.5
	近畿	13.6	25.1	11.5	42.5	7.4	26.2	38.3	19.4	1.2	14.9
	中国	15.2	23.6	9.9	45.0	6.4	27.8	35.3	21.5	0.8	14.5
	四国	17.3	25.8	12.0	39.0	5.8	27.1	40.9	13.8	1.0	17.2
	九州北部	16.1	27.1	11.2	39.8	5.9	28.5	42.5	14.3	1.0	13.6
	南九州	16.9	26.8	12.3	37.8	6.2	30.5	35.4	13.3	0.9	19.8
従業員規模別	1～4人	22.5	25.7	9.0	38.0	4.8	33.5	34.0	15.2	0.7	16.5
	5～9人	15.6	25.4	10.3	41.4	7.3	27.1	38.8	17.0	0.6	16.5
	10～19人	13.1	25.3	13.4	41.7	6.5	25.6	40.7	17.3	0.8	15.6
	20～29人	10.5	26.0	12.6	43.3	7.7	21.4	43.4	20.3	1.3	13.6
	30～39人	11.2	23.6	11.7	46.9	6.7	22.3	41.4	22.9	0.9	12.4
	40～49人	10.8	26.7	12.2	44.0	6.3	21.5	42.9	21.5	0.7	13.5
	50～99人	8.1	24.0	14.8	43.0	10.0	19.2	42.5	22.6	0.8	14.9
	100～199人	5.9	20.7	10.5	53.6	9.3	13.1	43.2	27.1	1.3	15.3
	200～300人	4.0	25.4	12.7	45.2	12.7	18.7	37.4	30.9	1.6	11.4
業種別	製造業	14.7	23.4	11.4	45.2	5.3	24.2	38.2	20.0	0.6	17.0
	卸売業	16.4	27.9	12.9	36.2	6.6	28.4	40.3	15.8	1.1	14.4
	小売業	24.7	33.0	10.1	27.6	4.6	38.8	37.7	9.6	0.7	13.2
	サービス業	16.7	24.6	10.6	44.3	3.9	28.0	36.5	19.9	0.5	15.1
	建設業	8.3	21.2	11.4	47.5	11.7	19.4	40.4	22.6	1.1	16.5
	不動産業	11.6	21.9	9.1	47.1	10.2	24.5	39.6	19.6	1.3	15.1

「調査員のコメント」から

全国中小企業景気動向調査表には、「調査員のコメント」として自由記入欄を設けている。ここでは、本調査の調査員である全国の信用金庫営業店職員から寄せられた声の一部を紹介する。

(1) 今後を見据えた対応

- ・昨年度からの売上げ増加傾向を受け、本年度、補助金を活用した設備投資を行った。本設備の本格稼働により、来年度以降、さらなる生産性向上に努める。
(小型電動機製造 山形県)
- ・14年2月に新規導入した設備により、受注は増加に転じ、本年末の売上は前期比3割増となる見込みである。今後、販路拡大に向けて、代表者自ら営業活動を行っていく方針である。
(精密加工 岡山県)
- ・過去、外注してきた作業等の内製化を進めている。徹底した設備の整備と併せ、作業効率を上げて、収益性の向上に努める。
(ダンボール製造 岡山県)
- ・人件費等の固定費が上昇しているため、来年からは取引先に対して値上げ交渉を行う予定である。
(衣服・身の回り品卸売 埼玉県)
- ・為替レートの変動の影響を大きく受けるため、今後、人民元での取引を検討していく。
(サンダル・スリッパ・靴卸売 埼玉県)
- ・東京開催のビジネスマッチングイベントや地元のイベントへの積極的な参加を通じて、自社PRに努める。
(茶卸売 静岡県)
- ・新たにIT利用を行い、従来の来店誘致型営業スタイルと併せてオムニチャネル戦略を検討している。
(寝装品 山形県)

(2) 直面する困難、試練

- ・国内産木材の需要の高まりにより、今後、品薄状態になる懸念がある。
(製材加工 北海道)
- ・海外生産へのシフト等により減少した受注は回復せず、同業者間の受注競争はさらに激化している。
(薄型金型加工 埼玉県)
- ・大手メーカーからの要望が厳しくなっており、収益を圧迫しつつある。一方で、新規取引先の獲得に努め、新たな商談の成約が出てきているため、今後、売上げ増加を期待できる。
(耐火物原料製造 岡山県)
- ・原油価格の高騰により、重油等の仕入れ価格が上がり、収益を圧迫している。
(生めん・乾めん製造 岡山県)
- ・円安および消費税率引上げにより経営に悪影響が出た。製造拠点の変更等でコスト削減に努めたものの、さらなる消費税率引上げにより個人消費が落ち込むと、当社の業況は悪化するだろう。
(衣服卸売 大阪府)
- ・業況が改善しないため、社員の給料は据え置いている。消費税率引上げにより、社員の生活は厳しくなっている。
(酒・食品卸売 兵庫県)
- ・インターネット販売を強化してきたものの、海外製品との競合で、売行きは芳しくない。
(綿糸・合繊糸卸売 岡山県)
- ・大口取引はあるものの、通信販売業者との競合が厳しく、売上げが減少している。
(文具・事務機卸売 宮城県)

(3) 特別調査のテーマ（2015年（平成27年）の経営見通し）

- ・取引先の海外受注へのシフト等の影響を一時的に受けたが、業界全般の景気回復により、当社の業況も改善見通しであり、先行きが明るい。
(トラック部品製造 埼玉県)
- ・東京オリンピック開催に向けて、インフラ整備の需要があり、来年以降、増収増益が期待できる。
(上下水道部品製造 愛知県)
- ・ボーイング787の増産等を背景に、航空機部門では、今後1、2年後、さらなる売上増加を期待できる。
(航空機部品製造 愛知県)
- ・来年より、学校給食の麺類の配給が増加する予定であり、売上げ増加が期待できる。
(生めん・乾めん製造 岡山県)
- ・来年は、人手不足の問題があるものの、業界全体が上向くと予想されている。
(土木・総合工事業 岡山県)

(4) その他

- ・自動車産業において、中小零細企業では、業況はいまだ改善していない。
(自動車部品製造 埼玉県)
- ・近隣に競合他店がなく、町内唯一のコンビニエンスストアで、固定客を多く抱えている。
(酒・タバコ・食料小売 北海道)
- ・顧客の高級車志向が高まっており、ハイブリッドカーのニーズは引き続き強い。
(自動車販売 北海道)
- ・商圏人口の高齢化が著しく、消費税率引上げ後に外来患者が減少した。
(病院経営 北海道)
- ・観光バスの料金アップ等により団体のツアー客が減少した。今後、個人に加えて外国人をターゲットに集客を図ることが課題である。
(美術館・レストラン 北海道)
- ・地元で法人会や商工会等の役員を務める等、地元では有力者の地位を確立しており、地元では大口取引先を多く抱えている。
(重機・リース 埼玉県)
- ・現在、客室の稼働率が高めの水準で推移しているため、今後、設備投資を行い事業拡大を図りたい。
(旅館 神奈川県)
- ・業界全体の売上げは減少傾向にあるが、当社では従業員教育に力を入れて売上げ減少を抑える努力をしている。
(CD・DVDレンタル 静岡県)
- ・遊休不動産の活用方法として、太陽光発電システムの設置を検討している。
(自動車販売・修理 兵庫県)
- ・住宅メーカーから、直接、アパート投資への勧誘が盛んに行われている。また、一般住宅の建築需要が下火になっているため、今後、土地そのものの動きの鈍化を警戒している。
(不動産仲介 山形県)
- ・観光客数の増加傾向を背景に、コインパーキング（駐車場）での売上げが順調である。
(テナント・駐車場賃貸 沖縄県)

※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。

地域・中小企業関連経済金融日誌（2014年12月）

- 3日 ○ 経済産業省、消費税の転嫁状況に関する月次モニタリング調査（11月書面調査）の調査結果を公表
- 5日 ● 金融庁、地域銀行の平成26年9月期決算の概要を公表 資料1
● 金融庁、主要行等の平成26年9月期決算の概要を公表 資料2
- 9日 ○ 四国財務局と日本銀行、「12月5日からの大雪にかかる災害に対する金融上の措置について（徳島県）」を公表
- 11日 ○ 経済産業省、「平成26年12月5日からの大雪に係る災害に関して被災中小企業・小規模事業者対策を行う（徳島県）」ことを公表
○ 中小企業庁、自動車産業における「下請適正取引等の推進のためのガイドライン」（「自動車産業適正取引ガイドライン」）を改訂
- 12日 ○ 経済産業省、経済産業分野の「個人情報保護ガイドライン」を改正
- 15日 ● 日本銀行、全国企業短期経済観測調査（短観、2014年12月）を公表 資料3
● 経済産業省、第138回中小企業景況調査（2014年10～12月期）の結果を公表 資料4
- 16日 ○ 経済産業省、平成26年11月末までの消費税転嫁対策の取組状況を公表
- 17日 ○ 九州財務局、高病原性鳥インフルエンザ疑似患畜の発生を踏まえた金融上の対応（宮崎県）について公表
- 19日 ● 金融庁、中小企業の業況等に関するアンケート調査結果の概要を公表 資料5
- 25日 ● 金融庁、「経営者保証に関するガイドライン」の活用に係る参考事例集（平成26年12月改訂版）を公表 資料6
○ 中小企業庁、政府インターネットテレビ「徳光・木佐の知りたいニッポン！」にて、商店街活性化の取組みを紹介
- 26日 ○ 金融庁、貸金業関係資料集を更新

※「地域・中小企業関連経済金融日誌」は、官公庁等の公表資料等をもとに、地域金融や中小企業金融に関連が深い項目について、当研究所が取りまとめたものである。

【●】表示の項目については、解説資料を掲載している。

（資料1）

金融庁、地域銀行の平成26年9月期決算の概要を公表（12月5日）

1. 損益の状況

①実質業務純益は、8,013億円を計上した。役員取引等利益や債券等関係損益が増加したものの、資金利益の減少等により、前年同期に比べ4.2%減少した。

②中間純利益は、5,840億円を計上した。株式等関係損益は減少したものの与信関係費用の減

少等により、前年同期に比べ1.0%増加した。

2. 不良債権の状況

不良債権額（5.9兆円）は前期に比べ減少し、不良債権比率（2.56%）も0.16ポイント低下した。いずれも平成11年3月期の金融再生法に基づく開示以降で最低となった。

3. 自己資本比率の状況

①国際統一基準行（10行）の総自己資本比率（14.35%）は、前期に比べ0.07ポイント上昇したが、普通株式等Tier1比率（12.52%）は、前期に比べ0.07ポイント低下した。

②国内基準行（96行）の自己資本比率（10.96%）は、前期に比べ0.08ポイント低下した。

(<http://www.fsa.go.jp/news/26/ginkou/20141205-5.html>参照)

(資料2)

金融庁、主要行等の平成26年9月期決算の概要を公表（12月5日）

1. 損益の状況

①連結業務純益は、21,844億円を計上した。資金利益やその他業務利益（主に債券等関係損益）が増加したが、海外業務関連経費も増加し、前年同期に比べ1.2%減少した。

②中間純利益は、16,826億円を計上した。与信関係費用の戻入益が増加したものの、株式等関係損益が減少し、前年同期に比べ1.5%減少した。

2. 不良債権の状況

不良債権額（3.5兆円）は前期に比べ減少し、不良債権比率（1.14%）も0.19ポイント低下した。いずれも平成11年3月期の金融再生法に基づく開示以降で最低となった。

3. 自己資本比率の状況

①国際統一基準行（4グループ）の総自己資本比率（15.36%）は、前期に比べ0.18ポイント上昇し、普通株式等Tier1比率（10.36%）も、前期に比べ0.03ポイント上昇した。

②国内基準行（3グループ）の自己資本比率（13.91%）は、前期に比べ0.36ポイント低下した。

(<http://www.fsa.go.jp/news/26/ginkou/20141205-4.html>参照)

(資料3)

日本銀行、全国企業短期経済観測調査（短観、2014年12月）を公表（12月15日）

日本銀行は、全国企業短期経済観測調査（短観、2014年12月）を公表した。中小企業の業況判断D.I.は以下のとおり。

1. 中小企業製造業

中小企業製造業は、前期比2ポイント改善のプラス1となった。改善幅が大きかった業種は、「業務用機械」（12ポイント改善のプラス13）、「はん用機械」（10ポイント改善のプラス8）、「化学」（9ポイント改善のプラス5）など。

2. 中小企業非製造業

中小企業非製造業は、前期比1ポイント悪化のマイナス1となり、3期連続で悪化した。悪化幅が大きかった業種は、「建設」(3ポイント悪化のプラス14)、「不動産」(3ポイント悪化のマイナス3) など。

(<http://www.boj.or.jp/statistics/tk/tankan12a.htm>/参照)

(資料4)

経済産業省、「第138回中小企業景況調査(2014年10～12月期)報告書」を公表(12月15日)

経済産業省は、第138回中小企業景況調査(2014年10～12月期)の結果を公表した。2014年10～12月期の全産業の業況判断D.I.は、前期(7～9月期)比で0.7ポイント悪化の▲19.4となり、マイナス幅が拡大した。産業別に見ると、製造業、非製造業ともマイナス幅が拡大した。

(<http://www.meti.go.jp/press/2014/12/20141215002/20141215002.html>参照)

(資料5)

金融庁、「中小企業の業況等に関するアンケート調査結果の概要(平成26年11月調査)」を公表(12月19日)

金融庁は、2014年11月時点での中小企業の業況等に関するアンケート調査結果の概要を公表した。

現状の業況判断D.I.は、前回(8月調査)比で3ポイント低下の▲29と、悪化した。悪いと判断した場合の要因としては、「需要の低迷による売上げの低迷」の割合が最も大きく、次いで「原油・原材料価格等、仕入原価の上昇、及び販売先との関係による販売価格への転嫁の遅れ」の割合が大きい。先行きについては、▲28と今回現状比1ポイント改善を見込んでいる。

(<http://www.fsa.go.jp/news/26/ginkou/20141219-1.html>参照)

(資料6)

金融庁、「経営者保証に関するガイドライン」の活用に係る参考事例集(平成26年12月改訂版)を公表(12月25日)

〈掲載事例(35事例(26年12月改訂後))〉

本事例集は、「経営者保証に依存しない融資の一層の促進」、「適切な保証金額の設定」、「既存の保証契約の適切な見直し」、「保証債務の整理」の4項目で構成

1. 経営者保証に依存しない融資の一層の促進(19事例)

- 経営者保証を求めなかった事例
- 経営者保証の機能を代替する融資手法を活用した事例

2. 適切な保証金額の設定(4事例)

- 経営者保証以外の手段による保全状況等を考慮して、保証金額の設定、減額を行った事例

3. 既存の保証契約の適切な見直し（7事例）

○保証契約の期限到来に伴い、経営者保証を解除した事例

○経営者の交替に際し、前経営者の保証を解除し、新経営者から保証を求めなかった事例等

4. 保証債務の整理（5事例）

○中小企業再生支援協議会を活用して保証債務を整理した事例

○事業再生ADRを活用して保証債務を整理した事例等

なお、信用金庫が関与している事例が、1について1事例、2について2事例、3について1事例紹介されている。

統 計

1. 信用金庫統計

- (1) 信用金庫の店舗数、合併等……………90
- (2) 信用金庫の預金種類別預金・地区別預金……91
- (3) 信用金庫の預金者別預金……………92
- (4) 信用金庫の科目別貸出金・地区別貸出金……93
- (5) 信用金庫の貸出先別貸出金……………94
- (6) 信用金庫の余裕資金運用状況……95

2. 金融機関業態別統計

- (1) 業態別預貯金等……………96
- (2) 業態別貸出金……………97

統計資料の照会先：
 信金中央金庫 地域・中小企業研究所
 Tel 03-5202-7671 Fax 03-3278-7048

(凡 例)

1. 金額は、単位未満切捨てとした。
 2. 比率は、原則として小数点以下第1位までとし第2位以下切捨てとした。
 3. 記号・符号表示は次のとおり。
 - 〔0〕 ゼロまたは単位未満の計数 〔－〕 該当計数なし 〔△〕 減少または負
 - 〔…〕 不詳または算出不能 〔*〕 1,000%以上の増加率 〔p〕 速報数字
 - 〔r〕 訂正数字 〔b〕 b印までの数字と次期以降との数字は不連続
 4. 地区別統計における地区のうち、関東には山梨、長野、新潟を含む。東海は静岡、愛知、岐阜、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、鹿児島島の4県である。
- ※ 信金中金庫 地域・中小企業研究所のホームページ(<http://www.scbrj.jp/>)よりExcel形式の統計資料をダウンロードすることができます。

1. (1) 信用金庫の店舗数、合併等

信用金庫の店舗数、会員数、常勤役職員数の推移

(単位：店、人)

年月末	店 舗 数				会 員 数	常 勤 役 職 員 数				
	本 店 (信用金庫数)	支 店	出張所	合 計		常勤役員	職 員			合 計
							男 子	女 子	計	
2010. 3	272	7,089	258	7,619	9,317,116	2,271	76,640	36,722	113,362	115,633
11. 3	271	7,052	261	7,584	9,318,325	2,258	75,867	37,835	113,702	115,960
12. 3	271	7,005	259	7,535	9,318,366	2,238	74,678	38,344	113,022	115,260
13. 3	270	6,982	252	7,504	9,305,143	2,238	73,078	38,484	111,562	113,800
6	270	6,984	251	7,505	9,292,314	2,239	74,785	40,676	115,461	117,700
9	270	6,977	244	7,491	9,289,894	2,241	73,960	40,000	113,960	116,201
13.11	268	6,961	242	7,471	9,290,405	2,232	73,616	39,878	113,494	115,726
12	268	6,960	242	7,470	9,292,982	2,230	73,369	39,622	112,991	115,221
14. 1	268	6,953	242	7,463	9,293,399	2,227	73,135	39,461	112,596	114,823
2	267	6,950	240	7,457	9,294,820	2,228	72,936	39,323	112,259	114,487
3	267	6,946	238	7,451	9,282,698	2,220	71,801	38,504	110,305	112,525
4	267	6,944	240	7,451	9,285,004	2,220	74,136	41,077	115,213	117,433
5	267	6,937	240	7,444	9,287,234	2,219	73,963	40,987	114,950	117,169
6	267	6,938	240	7,445	9,283,027	2,230	73,495	40,774	114,269	116,499
7	267	6,936	238	7,441	9,278,062	2,228	73,244	40,575	113,819	116,047
8	267	6,937	237	7,441	9,274,766	2,229	73,029	40,403	113,432	115,661
9	267	6,931	234	7,432	9,276,165	2,227	72,700	40,136	112,836	115,063
10	267	6,924	230	7,421	9,275,654	2,227	72,508	40,039	112,547	114,774
11	267	6,912	232	7,411	9,276,368	2,226	72,363	39,982	112,345	114,571

信用金庫の合併等

年 月 日	異 動 金 庫 名			新金庫名	金庫数	異動の種類
2009年10月13日	西中国	岩国	(下関市職員信組)	西中国	277	合併
2009年11月9日	八戸	あおもり	下北	青い森	275	合併
2009年11月24日	北見	紋別		北見	274	合併
2010年1月12日	山口	萩		萩山口	273	合併
2010年2月15日	杵島	西九州		九州ひぜん	272	合併
2011年2月14日	富山	上市		富山	271	合併
2012年11月26日	東山口	防府		東山口	270	合併
2013年11月5日	大阪市	大阪東	大福	大阪シティ	268	合併
2014年1月6日	三浦藤沢			かながわ	268	名称変更
2014年2月24日	十三	摂津水都		北おおさか	267	合併

1. (3) 信用金庫の預金者別預金

(単位：億円、%)

年 月 末	預金計		個人預金		要求払		定期性		外貨預金等	
	前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率	
2010. 3	1,173,805	1.6	960,208	1.6	281,284	1.7	678,066	1.6	847	8.9
11. 3	1,197,462	2.0	978,354	1.8	291,020	3.4	686,397	1.2	926	9.3
12. 3	1,225,883	2.3	998,543	2.0	306,106	5.1	691,494	0.7	933	0.7
13. 3	1,248,761	1.8	1,013,971	1.5	318,245	3.9	694,797	0.4	920	△ 1.4
6	1,273,929	2.0	1,025,469	1.6	329,439	4.4	695,127	0.3	893	△ 0.7
9	1,278,021	2.2	1,023,104	1.6	324,717	4.3	697,555	0.4	822	△ 8.9
13.11	1,276,147	2.6	1,025,227	1.8	328,373	5.2	696,070	0.3	774	△ 13.3
12	1,291,362	2.4	1,036,537	1.7	334,999	4.7	700,785	0.4	743	△ 17.3
14. 1	1,278,477	2.4	1,031,014	1.8	329,017	4.7	701,217	0.5	771	△ 16.1
2	1,283,703	2.4	1,037,494	1.8	336,528	4.6	700,204	0.5	752	△ 19.7
3	1,280,600	2.5	1,031,824	1.7	332,167	4.3	698,904	0.5	743	△ 19.1
4	1,295,626	2.5	1,039,061	1.7	339,508	4.2	698,810	0.6	733	△ 14.7
5	1,291,993	2.7	1,033,428	1.9	334,558	4.5	698,131	0.7	729	△ 15.5
6	1,306,074	2.5	1,043,445	1.7	341,559	3.6	701,152	0.8	723	△ 19.0
7	1,301,944	2.6	1,041,149	1.9	336,205	4.2	704,211	0.8	723	△ 14.2
8	1,309,844	2.8	1,048,570	1.9	342,756	4.2	705,086	0.9	717	△ 14.0
9	1,312,555	2.7	1,043,126	1.9	338,239	4.1	704,206	0.9	671	△ 18.4
10	1,309,799	2.6	1,048,933	1.9	345,829	3.9	702,403	1.0	690	△ 15.4
11	1,313,618	2.9	1,046,729	2.0	343,121	4.4	703,042	1.0	557	△ 28.0

年 月 末	一般法人預金		要求払		定期性		外貨預金等		公金預金	
	前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率	
2010. 3	179,509	0.8	94,976	△ 1.1	84,257	3.1	267	12.5	23,233	4.7
11. 3	181,934	1.3	96,853	1.9	84,723	0.5	349	30.5	25,841	11.2
12. 3	189,710	4.2	103,472	6.8	85,908	1.3	322	△ 7.6	26,732	3.4
13. 3	195,132	2.8	107,277	3.6	87,523	1.8	324	0.4	28,403	6.2
6	196,997	3.6	108,781	4.7	87,861	2.4	347	9.1	40,633	6.1
9	200,872	2.8	111,383	2.6	89,147	3.0	333	0.0	42,415	14.5
13.11	201,047	7.2	111,461	10.5	89,281	3.3	296	0.8	39,462	1.3
12	205,051	5.0	115,834	6.4	88,927	3.3	281	△ 6.6	38,864	7.6
14. 1	195,234	4.6	105,121	5.5	89,797	3.5	308	△ 3.0	41,445	8.5
2	195,681	5.1	105,580	6.7	89,796	3.2	296	△ 8.4	39,503	5.9
3	203,425	4.2	112,636	4.9	90,477	3.3	303	△ 6.3	33,989	19.6
4	205,011	5.4	113,398	7.2	91,294	3.3	309	0.5	40,817	13.0
5	205,617	7.1	114,093	10.7	91,214	3.0	302	△ 5.0	42,795	5.8
6	202,841	2.9	111,936	2.9	90,593	3.1	303	△ 12.7	49,008	20.6
7	200,232	4.3	109,018	5.3	90,912	3.2	295	△ 13.5	49,942	14.3
8	204,440	4.8	112,740	5.9	91,407	3.5	285	△ 17.1	46,371	15.1
9	210,163	4.6	117,579	5.5	92,303	3.5	272	△ 18.2	47,895	12.9
10	204,596	4.1	111,656	4.7	92,629	3.3	303	△ 5.5	45,725	13.6
11	211,133	5.0	118,385	6.2	92,452	3.5	287	△ 3.0	45,213	14.5

年 月 末	要求払		定期性		外貨預金等		金融機関預金		政府関係 預り金	譲渡性預金
	前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率			
2010. 3	9,297	△ 0.7	13,154	9.9	778	△ 9.2	10,850	8.4	0	470
11. 3	10,311	10.8	14,471	10.0	1,055	35.6	11,329	4.4	0	525
12. 3	11,120	7.8	15,546	7.4	62	△ 94.0	10,892	△ 3.8	0	498
13. 3	10,135	△ 8.8	18,211	17.1	52	△ 15.6	11,250	3.2	0	510
6	14,165	1.3	26,396	9.0	69	△ 32.1	10,825	3.6	0	810
9	16,033	16.7	26,363	13.6	16	△ 82.9	11,625	5.3	0	762
13.11	13,583	△ 17.9	25,850	15.8	25	△ 58.1	10,406	△ 3.1	0	867
12	13,365	0.3	25,463	12.0	32	△ 43.5	10,904	2.8	0	931
14. 1	16,159	△ 0.7	25,251	15.7	32	△ 63.0	10,779	2.2	0	768
2	16,035	△ 1.7	23,455	12.1	10	△ 78.2	11,021	2.2	0	727
3	12,026	18.6	21,959	20.5	0	△ 100.0	11,357	0.9	0	580
4	17,467	7.0	23,300	17.9	47	△ 20.3	10,732	△ 6.6	0	813
5	15,855	△ 10.5	26,923	18.9	13	△ 82.7	10,147	△ 9.4	0	817
6	17,808	25.7	31,128	17.9	69	△ 0.2	10,775	△ 0.4	0	788
7	17,738	5.8	32,125	19.6	76	△ 6.3	10,615	△ 4.3	0	853
8	14,473	9.7	31,834	17.8	61	△ 3.4	10,458	1.2	0	789
9	16,876	5.2	30,956	17.4	60	269.8	11,365	△ 2.2	0	688
10	16,066	6.4	29,610	17.9	45	150.3	10,540	△ 4.4	0	692
11	15,103	11.1	30,072	16.3	35	40.2	10,538	1.2	0	838

(備考) 日本銀行「預金現金貸出金調査表」より作成。このため、「日計表」による(2)預金種類別・地区別預金の預金計とは一致しない。

1. (5) 信用金庫の貸出先別貸出金

(単位：億円、%)

年 月 末	貸出金計			企業向け計			製造業			建設業		
	前年同月比 増減率	構成比		前年同月比 増減率	構成比		前年同月比 増減率	構成比		前年同月比 増減率	構成比	
2010. 3	641,573	△ 1.1	100.0	420,924	△ 1.4	65.6	73,994	△ 4.6	11.5	54,659	△ 4.9	8.5
11. 3	637,546	△ 0.6	100.0	414,550	△ 1.5	65.0	71,219	△ 3.7	11.1	52,704	△ 3.5	8.2
12. 3	637,886	0.0	100.0	413,127	△ 0.3	64.7	69,475	△ 2.4	10.8	51,095	△ 3.0	8.0
12.12	634,876	△ 0.5	100.0	409,898	△ 1.4	64.5	67,808	△ 4.5	10.6	49,849	△ 4.1	7.8
13. 3	636,874	△ 0.1	100.0	409,200	△ 0.9	64.2	66,469	△ 4.3	10.4	49,254	△ 3.6	7.7
6	631,589	0.1	100.0	403,779	△ 0.6	63.9	64,964	△ 4.2	10.2	46,877	△ 3.7	7.4
9	636,972	0.2	100.0	408,823	△ 0.4	64.1	65,076	△ 4.4	10.2	48,113	△ 3.0	7.5
12	643,202	1.3	100.0	413,187	0.8	64.2	65,553	△ 3.3	10.1	48,771	△ 2.1	7.5
14. 3	644,790	1.2	100.0	412,053	0.6	63.9	64,048	△ 3.6	9.9	48,105	△ 2.3	7.4
6	642,031	1.6	100.0	408,403	1.1	63.6	62,711	△ 3.4	9.7	45,519	△ 2.8	7.0
9	649,747	2.0	100.0	415,766	1.6	63.9	63,808	△ 1.9	9.8	47,411	△ 1.4	7.2

年 月 末	卸売業			小売業			不動産業			個人による 貸家業		
	前年同月比 増減率	構成比		前年同月比 増減率	構成比		前年同月比 増減率	構成比		前年同月比 増減率	構成比	
2010. 3	32,413	△ 1.7	5.0	30,421	△ 4.3	4.7	121,003	2.8	18.8	51,766	-	8.0
11. 3	31,439	△ 3.0	4.9	29,390	△ 3.3	4.6	123,044	1.6	19.2	52,520	1.4	8.2
12. 3	30,997	△ 1.4	4.8	28,329	△ 3.6	4.4	125,807	2.2	19.7	53,357	1.5	8.3
12.12	30,520	△ 4.3	4.8	27,824	△ 3.8	4.3	128,210	2.7	20.1	54,147	1.8	8.5
13. 3	29,793	△ 3.8	4.6	27,275	△ 3.7	4.2	129,357	2.8	20.3	54,519	2.1	8.5
6	29,111	△ 3.4	4.6	26,762	△ 3.5	4.2	129,669	2.9	20.5	54,994	2.2	8.7
9	29,509	△ 3.2	4.6	26,958	△ 3.2	4.2	131,102	2.7	20.5	55,449	2.4	8.7
12	29,878	△ 2.1	4.6	27,008	△ 2.9	4.1	132,279	3.1	20.5	55,686	2.8	8.6
14. 3	29,067	△ 2.4	4.5	26,549	△ 2.6	4.1	133,085	2.8	20.6	55,872	2.4	8.6
6	28,388	△ 2.4	4.4	26,191	△ 2.1	4.0	134,429	3.6	20.9	56,468	2.6	8.7
9	29,010	△ 1.6	4.4	26,549	△ 1.5	4.0	136,246	3.9	20.9	56,888	2.5	8.7

年 月 末	飲食業			宿泊業			医療・福祉			物品賃貸業		
	前年同月比 増減率	構成比		前年同月比 増減率	構成比		前年同月比 増減率	構成比		前年同月比 増減率	構成比	
2010. 3	10,377	0.9	1.6	7,144	△ 2.2	1.1	17,196	4.8	2.6	3,202	1.3	0.4
11. 3	10,042	△ 3.2	1.5	6,750	△ 5.5	1.0	17,687	2.8	2.7	3,078	△ 3.8	0.4
12. 3	9,655	△ 3.8	1.5	6,466	△ 4.2	1.0	18,594	5.1	2.9	3,001	△ 2.5	0.4
12.12	9,350	△ 5.2	1.4	6,320	△ 4.7	0.9	19,213	6.1	3.0	2,882	△ 4.7	0.4
13. 3	9,142	△ 5.3	1.4	6,142	△ 5.0	0.9	19,326	3.9	3.0	2,906	△ 3.1	0.4
6	9,025	△ 5.3	1.4	6,150	△ 4.0	0.9	19,176	3.0	3.0	2,857	△ 1.5	0.4
9	8,974	△ 5.1	1.4	6,075	△ 4.6	0.9	19,637	4.5	3.0	2,877	△ 1.4	0.4
12	8,955	△ 4.2	1.3	6,069	△ 3.9	0.9	20,215	5.2	3.1	2,842	△ 1.3	0.4
14. 3	8,806	△ 3.6	1.3	5,888	△ 4.1	0.9	20,565	6.4	3.1	2,857	△ 1.6	0.4
6	8,709	△ 3.5	1.3	5,868	△ 4.5	0.9	20,675	7.8	3.2	2,790	△ 2.3	0.4
9	8,691	△ 3.1	1.3	5,849	△ 3.7	0.9	20,868	6.2	3.2	2,872	△ 0.1	0.4

年 月 末	海外円借款、国内店名義現地貸			地方公共団体			個人			住宅ローン		
	前年同月比 増減率	構成比		前年同月比 増減率	構成比		前年同月比 増減率	構成比		前年同月比 増減率	構成比	
2010. 3	0	...	0.0	36,815	11.9	5.7	183,833	△ 2.5	28.6	148,755	△ 0.6	23.1
11. 3	0	...	0.0	40,814	10.8	6.4	182,182	△ 0.8	28.5	149,240	0.3	23.4
12. 3	0	...	0.0	42,638	4.4	6.6	182,121	△ 0.0	28.5	150,810	1.0	23.6
12.12	0	...	0.0	42,521	4.4	6.6	182,456	0.3	28.7	152,239	1.0	23.9
13. 3	0	...	0.0	45,157	5.9	7.0	182,516	0.2	28.6	152,154	0.8	23.8
6	2	...	0.0	45,550	7.1	7.2	182,259	0.4	28.8	152,338	0.9	24.1
9	11	...	0.0	44,862	5.9	7.0	183,285	0.6	28.7	153,038	1.0	24.0
12	15	...	0.0	45,844	7.8	7.1	184,169	0.9	28.6	154,078	1.2	23.9
14. 3	21	...	0.0	47,662	5.5	7.3	185,074	1.4	28.7	154,610	1.6	23.9
6	23	698.9	0.0	48,918	7.3	7.6	184,708	1.3	28.7	154,745	1.5	24.1
9	29	150.1	0.0	48,111	7.2	7.4	185,868	1.4	28.6	155,452	1.5	23.9

(備考) 1. 日本銀行「業種別貸出金調査表」より作成。このため、「日計表」による(4)科目別・地区別貸出金の貸出金計とは一致しない。
 2. 2009年6月の日本銀行「業種別貸出金調査表」の分類変更に伴い、不動産業の内訳として「個人による貸家業」が新設された。
 3. 2009年6月のサービス業(各種サービス)の更新停止に伴い、「飲食業」、「宿泊業」、「医療・福祉」、「物品賃貸業」を掲載
 4. 海外円借款、国内店名義現地貸を企業向け計の内訳として掲載

1. (6) 信用金庫の余裕資金運用状況

(単位：億円、%)

年月末	現金	預け金		買入手形	コールローン	買現先勘定	債券貸借取引 支払保証金	買入金銭 債権	金銭の信託	商 品 有価証券
		うち信金中金預け金								
2010. 3	15,872	227,793 (6.2)	190,076 (4.8)	0	3,768	0	150	3,090	1,657	51
11. 3	16,187	258,109 (13.3)	208,325 (9.6)	0	1,631	0	59	2,839	1,898	52
12. 3	15,189	264,639 (2.5)	207,198 (△ 0.5)	0	3,109	0	0	3,289	1,932	44
13. 3	14,501	275,885 (4.2)	211,611 (2.1)	0	2,804	0	0	3,493	2,010	53
6	13,301	294,582 (0.2)	229,333 (0.3)	0	4,646	0	0	2,768	2,285	95
9	14,008	304,340 (6.9)	233,142 (5.6)	0	3,927	0	0	2,221	1,394	50
13.11	13,699	302,161 (8.3)	236,520 (9.5)	0	4,099	0	0	2,128	1,351	44
12	15,703	305,121 (7.2)	237,192 (7.0)	0	4,969	0	0	2,140	1,570	51
14. 1	13,652	302,052 (8.7)	235,832 (8.5)	0	4,394	0	0	2,086	1,524	39
2	12,726	308,193 (8.9)	236,655 (7.9)	0	4,061	0	0	2,128	1,512	36
3	15,048	297,649 (7.8)	227,989 (7.7)	0	1,756	0	0	2,105	1,408	32
4	13,969	313,870 (6.6)	242,876 (6.0)	0	2,762	0	0	2,181	1,539	39
5	13,478	305,692 (8.5)	242,194 (8.6)	0	3,878	0	0	2,263	1,564	42
6	13,148	320,443 (8.7)	249,530 (8.8)	0	3,319	0	0	2,328	1,584	42
7	13,436	315,355 (8.2)	250,452 (9.6)	0	3,459	0	0	2,425	1,578	40
8	13,443	319,574 (7.3)	252,158 (8.6)	0	3,396	0	0	2,484	1,592	48
9	13,915	318,202 (4.5)	249,259 (6.9)	0	2,145	0	0	2,437	1,576	48
10	12,604	317,014 (3.3)	252,249 (6.0)	0	2,912	0	0	2,510	1,599	42
11	13,523	317,779 (5.1)	253,940 (7.3)	0	3,118	0	0	2,516	1,606	44

年月末	有価証券	国債			短期社債	社債			株 式
		国債	地方債	公社公団債		金融債	その他		
2010. 3	343,384 (5.9)	104,547 (7.2)	47,258	21	137,250 (6.0)	45,377	33,622	58,250	6,773
11. 3	344,224 (0.2)	96,241 (△ 7.9)	56,047	21	140,598 (2.4)	48,772	30,269	61,556	6,099
12. 3	370,593 (7.6)	103,325 (7.3)	64,594	26	153,025 (8.8)	54,977	32,015	66,033	5,798
13. 3	390,414 (5.3)	105,777 (2.3)	72,574	211	162,413 (6.1)	60,758	32,407	69,247	6,061
6	395,807 (8.4)	111,107 (17.3)	73,926	352	162,399 (5.6)	61,944	32,185	68,269	5,553
9	386,416 (3.4)	101,855 (2.5)	74,750	169	162,595 (4.1)	62,783	31,630	68,180	5,274
13.11	388,025 (2.4)	99,284 (△ 0.8)	76,403	219	164,544 (3.3)	63,999	31,608	68,935	5,226
12	391,833 (2.4)	101,600 (△ 1.1)	77,292	189	164,531 (3.1)	64,537	31,472	68,522	5,225
14. 1	390,539 (1.2)	99,307 (△ 5.0)	77,569	224	164,426 (2.3)	64,837	31,383	68,205	5,312
2	390,866 (1.0)	98,126 (△ 6.0)	78,309	219	164,902 (2.0)	65,597	31,325	67,979	5,399
3	400,267 (2.5)	101,633 (△ 3.9)	80,324	39	167,223 (2.9)	67,465	31,391	68,366	6,374
4	395,435 (2.8)	99,019 (△ 5.3)	79,778	229	166,179 (3.5)	67,192	31,300	67,686	5,440
5	397,887 (0.8)	98,954 (△ 11.3)	80,001	254	167,404 (3.1)	68,486	31,214	67,703	5,424
6	398,363 (0.6)	98,505 (△ 11.3)	80,587	169	167,078 (2.8)	68,707	31,014	67,356	5,348
7	398,032 (1.2)	96,865 (△ 9.8)	80,773	184	167,170 (2.1)	68,957	31,093	67,119	5,367
8	402,293 (3.0)	98,230 (△ 5.6)	81,447	194	168,375 (2.8)	69,854	31,160	67,360	5,383
9	404,383 (4.6)	98,946 (△ 2.8)	81,739	89	168,954 (3.9)	70,302	31,111	67,541	5,338
10	405,649 (5.4)	97,370 (△ 1.2)	82,783	224	168,944 (3.4)	70,487	30,993	67,462	5,467
11	405,559 (4.5)	95,792 (△ 3.5)	83,776	214	169,470 (2.9)	71,238	31,022	67,210	5,234

年月末	信金中金 利用額				余資運用資産計(A)	信金中金 利用額 (B)	預貸率	(A)／預金	預証率	(B)／預金	(B)／(A)
	貸付信託	投資信託	外国証券	その他の 証 券							
2010. 3	0	6,037	40,327	1,167	595,768 (5.8)	190,076	54.6	50.7	29.2	16.1	31.9
11. 3	0	5,664	38,470	1,080	625,003 (4.9)	208,325	53.2	52.1	28.7	17.3	33.3
12. 3	0	5,747	37,077	998	658,798 (5.4)	207,198	52.0	53.7	30.2	16.8	31.4
13. 3	0	6,701	35,679	993	689,163 (4.6)	211,611	50.9	55.1	31.2	16.9	30.7
6	0	6,232	35,201	1,034	713,487 (4.2)	229,333	49.5	55.9	31.0	17.9	32.1
9	0	6,552	34,194	1,022	712,359 (4.2)	233,142	49.8	55.7	30.2	18.2	32.7
13.11	0	6,752	34,572	1,022	711,510 (4.2)	236,520	49.8	55.7	30.3	18.5	33.2
12	0	7,069	34,911	1,011	721,390 (3.9)	237,192	49.7	55.8	30.3	18.3	32.8
14. 1	0	7,566	35,133	999	714,290 (3.7)	235,832	49.8	55.8	30.5	18.4	33.0
2	0	8,035	34,896	977	719,527 (3.5)	236,655	49.6	56.0	30.4	18.4	32.8
3	0	8,770	34,853	1,048	718,269 (4.2)	227,989	50.3	56.0	31.2	17.7	31.7
4	0	9,078	34,718	990	729,799 (3.8)	242,876	49.3	56.2	30.5	18.7	33.2
5	0	9,670	35,203	974	724,808 (3.6)	242,194	49.6	56.0	30.7	18.7	33.4
6	0	10,168	35,501	1,002	739,229 (3.6)	249,530	49.1	56.5	30.4	19.0	33.7
7	0	10,731	35,937	1,000	734,327 (3.8)	250,452	49.3	56.3	30.5	19.2	34.1
8	0	11,326	36,363	972	742,834 (4.4)	252,158	49.1	56.6	30.6	19.2	33.9
9	0	11,613	36,718	983	742,710 (4.2)	249,259	49.4	56.5	30.7	18.9	33.5
10	0	12,552	37,293	1,012	742,334 (4.0)	252,249	49.3	56.6	30.9	19.2	33.9
11	0	12,375	37,702	992	744,148 (4.5)	253,940	49.4	56.6	30.8	19.3	34.1

(備考) 1. () 内は前年同月比増減率

2. 預貸率=貸出金／預金×100(%)、預証率=有価証券／預金×100(%) (預金には譲渡性預金を含む。)

3. 余資運用資産計は、現金、預け金、買入手形、コールローン、買現先勘定、債券貸借取引支払保証金、買入金銭債権、金銭の信託、商品有価証券、有価証券の合計

2. (1) 業態別預貯金等

(単位：億円、%)

年 月 末	信用金庫		国内銀行 (債券・信託 を含む。)		大手銀行 (債券・信託 を含む。)		うち預金		うち都市銀行		地方銀行	
	前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率	
2010. 3	1,173,806	1.6	7,802,379	1.4	5,162,528	0.6	3,186,534	1.7	2,633,256	2.2	2,072,150	3.4
11. 3	1,197,465	2.0	7,932,679	1.6	5,232,214	1.3	3,292,961	3.3	2,742,676	4.1	2,124,424	2.5
12. 3	1,225,884	2.3	8,036,527	1.3	5,232,263	0.0	3,328,132	1.0	2,758,508	0.5	2,207,560	3.9
13. 3	1,248,763	1.8	8,258,985	2.7	5,376,279	2.7	3,447,339	3.5	2,856,615	3.5	2,282,459	3.3
9	1,273,930	2.0	8,273,479	4.0	5,361,224	4.3	3,457,887	4.8	2,856,093	4.7	2,305,310	4.0
9	1,278,023	2.2	8,288,778	4.1	5,382,192	4.4	3,471,939	4.7	2,858,995	4.2	2,298,025	3.9
13.11	1,276,149	2.6	8,280,276	4.3	5,376,721	4.5	3,457,169	4.7	2,837,682	4.0	2,295,494	4.3
12	1,291,363	2.4	8,333,639	4.5	5,392,743	4.9	3,477,373	4.6	2,848,588	3.9	2,324,220	4.1
14. 1	1,278,479	2.4	8,313,083	4.6	5,406,738	5.1	3,482,222	4.6	2,856,167	4.1	2,298,510	3.8
2	1,283,705	2.4	8,324,455	4.1	5,409,991	4.6	3,481,159	4.1	2,855,414	3.6	2,304,572	3.5
3	1,280,602	2.5	8,531,287	3.2	5,559,296	3.4	3,566,570	3.4	2,942,030	2.9	2,356,986	3.2
4	1,295,628	2.5	8,463,357	3.0	5,485,341	2.9	3,541,372	2.8	2,924,575	2.8	2,361,429	3.5
5	1,291,994	2.7	8,466,082	2.6	5,494,506	2.2	3,537,626	1.8	2,918,207	1.6	2,354,625	3.6
6	1,306,075	2.5	8,503,339	2.7	5,511,509	2.8	3,549,047	2.6	2,923,780	2.3	2,367,835	2.7
7	1,301,945	2.6	8,415,460	2.4	5,456,013	2.3	3,498,937	2.0	2,875,011	1.9	2,338,863	2.5
8	1,309,845	2.8	8,420,512	2.5	5,440,565	2.4	3,492,840	2.4	2,869,191	2.4	2,356,954	2.8
9	1,312,556	2.7	8,502,525	2.5	5,523,310	2.6	3,567,002	2.7	2,938,653	2.7	2,352,975	2.3
10	1,309,801	2.6	8,411,109	2.1	5,447,338	1.9	3,517,745	2.5	2,896,361	2.8	2,341,394	2.7
11	1,313,620	2.9	8,504,544	2.7	5,511,615	2.5	3,585,805	3.7	2,953,929	4.0	2,365,962	3.0

年 月 末	第二地銀		郵便貯金		預貯金等合計	
	前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率	
2010. 3	567,701	1.1	1,757,977	△ 0.9	10,734,162	1.0
11. 3	576,041	1.4	1,746,532	△ 0.6	10,876,676	1.3
12. 3	596,704	3.5	1,756,353	0.5	11,018,764	1.3
13. 3	600,247	0.5	1,760,961	0.2	11,268,709	2.2
6	606,945	1.3	1,773,057	0.3	11,320,466	3.2
9	608,561	2.4	1,764,497	0.3	11,331,298	3.3
13.11	608,061	3.3	—	—	—	—
12	616,676	3.0	1,776,298	0.4	11,401,300	3.6
14. 1	607,835	2.9	—	—	—	—
2	609,892	2.7	—	—	—	—
3	615,005	2.4	1,766,127	0.2	11,578,016	2.7
4	616,587	2.6	—	—	—	—
5	616,951	3.2	—	—	—	—
6	623,995	2.8	1,775,082	0.1	11,584,496	2.3
7	620,584	3.0	—	—	—	—
8	622,993	2.9	—	—	—	—
9	626,240	2.9	1,779,465	0.8	11,594,546	2.3
10	622,377	2.8	—	—	—	—
11	626,967	3.1	—	—	—	—

- (備考) 1. 日本銀行『金融経済統計月報』、ゆうちょ銀行ホームページ等より作成
2. 大手銀行は、国内銀行－(地方銀行＋第二地銀)の計数
3. 国内銀行・大手銀行には、全国内銀行の債券および信託勘定の金銭信託・貸付信託・年金信託・財産形成給付信託を含めた。
4. 郵便貯金は2008年4月より四半期ベースで公表
5. 預貯金等合計は、単位(億円)未満を切り捨てた各業態の預貯金等の残高の合計により算出した。

2. (2) 業態別貸出金

(単位：億円、%)

年 月 末	信用金庫		大手銀行				地方銀行		第二地銀		合 計	
	前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率	都市銀行	前年同月比 増 減 率	前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		
2010. 3	641,574	△ 1.1	2,293,569	△ 4.1	1,846,180	△ 5.4	1,547,663	0.0	434,891	△ 0.2	4,917,697	△ 2.1
11. 3	637,550	△ 0.6	2,238,025	△ 2.4	1,794,237	△ 2.8	1,574,727	1.7	438,766	0.8	4,889,068	△ 0.5
12. 3	637,888	0.0	2,239,295	0.0	1,798,636	0.2	1,616,955	2.6	446,643	1.7	4,940,781	1.0
13. 3	636,876	△ 0.1	2,293,271	2.4	1,822,721	1.3	1,669,855	3.2	451,585	1.1	5,051,587	2.2
6	631,590	0.1	2,288,139	3.4	1,821,122	2.7	1,663,720	3.3	447,000	0.9	5,030,449	2.7
9	636,973	0.2	2,309,314	3.7	1,838,212	3.6	1,686,153	2.8	452,808	1.8	5,085,248	2.8
13.11	636,914	1.2	2,300,519	4.0	1,835,085	4.1	1,690,012	3.7	451,196	2.7	5,078,641	3.4
12	643,203	1.3	2,326,948	3.8	1,854,165	3.8	1,707,608	3.4	456,790	2.4	5,134,549	3.2
14. 1	637,460	1.4	2,316,801	3.6	1,848,451	3.7	1,699,734	3.4	452,687	2.5	5,106,682	3.1
2	637,361	1.5	2,313,019	2.6	1,844,242	2.5	1,703,495	3.5	453,231	2.6	5,107,106	2.7
3	644,791	1.2	2,348,972	2.4	1,865,822	2.3	1,721,433	3.0	461,995	2.3	5,177,191	2.4
4	639,726	1.7	2,320,658	2.3	1,845,076	2.4	1,709,417	3.5	456,024	2.6	5,125,825	2.6
5	642,409	2.1	2,311,209	2.1	1,837,813	2.3	1,722,561	3.9	457,687	3.0	5,133,866	2.8
6	642,032	1.6	2,323,626	1.5	1,849,202	1.5	1,722,138	3.5	458,985	2.6	5,146,781	2.3
7	642,908	1.9	2,307,049	0.9	1,833,182	0.5	1,727,172	3.6	459,098	2.9	5,136,227	2.1
8	644,686	1.8	2,308,319	1.0	1,832,064	0.4	1,734,833	3.6	460,718	3.1	5,148,556	2.1
9	649,748	2.0	2,336,745	1.1	1,849,979	0.6	1,745,880	3.5	466,454	3.0	5,198,827	2.2
10	646,682	1.9	2,330,600	2.0	1,845,560	1.3	1,741,672	3.6	462,720	3.0	5,181,674	2.6
11	649,428	1.9	2,346,069	1.9	1,857,546	1.2	1,751,199	3.6	465,334	3.1	5,212,030	2.6

- (備考) 1. 日本銀行『金融経済統計月報』等より作成
 2. 大手銀行は、国内銀行－(地方銀行＋第二地銀)の計数
 3. 合計は、単位(億円)未満を切り捨てた各業態の貸出金残高の合計により算出した。

MEMO

ホームページのご案内

当研究所のホームページでは、当研究所の調査研究成果である各種レポート、信金中金月報のほか、統計データ等を掲示し、広く一般の方のご利用に供しておりますのでご活用ください。

また、「ご意見・ご要望窓口」を設置しておりますので、当研究所の調査研究や活動等に関しまして広くご意見等をお寄せいただきますよう宜しくお願い申し上げます。

【ホームページの主なコンテンツ】

- 当研究所の概要、活動状況、組織
- 各種レポート
内外経済、中小企業金融、地域金融、
協同組織金融、産業・企業動向等
- 刊行物
信金中金月報、全国信用金庫概況等
- 信用金庫統計
日本語／英語
- アジア主要国との貿易・投資に関する各種情報
海外ビジネス支援
- 論文募集

【URL】

<http://www.scbri.jp/>

Shinkin Central Bank Research Institute | ご利用上の注意 | サイトマップ |

信金中金 地域・中小企業研究所

信用金庫業界のシンクタンクとして、「信用金庫」「信用金庫取引先」「地域」「協同組織」「中小企業」をキーワードに専門性、独自性を発揮した調査研究を行っています。

キーワード検索 (検索条件はこちら)
キーワードを入力し各種レポートを検索します。
[検索]

論文募集 (掲載論文の詳細はこちら)
応募要領 (お形式) のダウンロードはこちら。
[応募用紙ダウンロード]

新着情報 WHAT'S NEW

2015.1.15
「活動記録」ページを更新しました。

2015.1.14
「信金統計」ページを更新しました。

2015.1.14 中小企業景況レポート
10～12月期景況は小幅の改善【特別調査-2015年(平成27年)の経営見通し】(PDF)302KB

2015.1.7 ニュース&トピックス
関係先定された「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」と「まち・ひと・しごと創生総合戦略」のポイント (PDF)300KB

2015.1.5 信金中金月報
2015年1月号(第14巻第1号通巻506号) (PDF)2,800KB

2015.1.5 内外金利・為替見通し
No.26-10 国内金利環境:景気は年度下期に回復基調を取り戻そうか、物価上昇率は一段と鈍化 (PDF)872KB

2014.12.26 産業企業情報
No.26-8 持続可能なバイオマス利用への挑戦 -バイオマスを活用した産業化に向けて- (PDF)645KB

2014.12.26 産業企業情報
No.26-7 IT活用が中小企業にもたらすものは③ ～中小卸売・小売・サービスのIT活用～ (PDF)442KB

2014.12.25 中小企業景況レポート
速報版 10～12月期景況は小幅の改善(特別調査:2015年(平成27年))

ISSN 1346-9479

信金中金月報

2015年(平成27年)2月1日 発行

2015年2月号 第14巻 第2号(通巻507号)

発行 信金中央金庫

編集 信金中央金庫 地域・中小企業研究所

〒103-0028 東京都中央区八重洲1-3-7

TEL 03(5202)7671 FAX 03(3278)7048

<本誌の無断転用、転載を禁じます>