

Shinkin Central Bank Monthly Review

信金中金月報

第15巻 第9号(通巻527号) 2016.8

支援の効果を高めるために必要な専門家との協働

第164回全国中小企業景気動向調査

4～6月期業況は横ばい

—2016年4～6月期実績・2016年7～9月期見通し—

【特別調査—中小企業における事業上の情報収集・発信について】

到来するIoT社会と中小企業 ①

—「日本再興戦略 2016」の実効性の鍵を握る「IoT」—

地域銀行における事業所内保育施設の開設動向について

長野信用金庫が実現した地中熱利用ヒートポンプの導入

—地域の資源と強みを活かす新たな再生可能エネルギーの取組み—

地域・中小企業関連経済金融日誌(6月)

統計



信金中央金庫

「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	小川英治	一橋大学大学院 商学研究科教授
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	勝悦子	明治大学 政治経済学部教授
委員	齋藤一朗	小樽商科大学大学院 商学研究科教授
委員	家森信善	神戸大学 経済経営研究所教授

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：住元、中西）

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

信金中金月報

2016年8月号 目次

	支援の効果を高めるために必要な専門家との協働	2
	信金中金月報掲載論文編集委員 家森信善 (神戸大学 経済経営研究所教授)	
調 査	第164回全国中小企業景気動向調査 4～6月期業況は横ばい	4
	—2016年4～6月期実績・2016年7～9月期見通し— 【特別調査—中小企業における事業上の情報収集・発信について】	
	到来するIoT社会と中小企業 ①	18
	—「日本再興戦略2016」の実効性の鍵を握る「IoT」— 吉野 瞳 藁品和寿 鉢嶺 実	
	地域銀行における事業所内保育施設の開設動向について	34
	刀禰和之	
	長野信用金庫が実現した地中熱利用ヒートポンプの導入	43
	—地域の資源と強みを活かす新たな再生可能エネルギーの取組み— 中西雅明	
信金中金だより	地域・中小企業関連経済金融日誌 (6月)	56
	信金中央金庫 地域・中小企業研究所活動記録 (6月)	59
統 計	信用金庫統計、金融機関業態別統計	60

2016

8

支援の効果を高めるために必要な専門家との協働

信金中金月報掲載論文編集委員
家森 信善
(神戸大学 経済経営研究所教授)

「まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成26年12月）」では、地方における雇用の質の確保・向上に焦点があたっている。ここで、雇用の質とは、「相応の賃金」+「安定した雇用形態」+「やりがいのあるしごと」といった要件を満たす雇用のことである。地方圏で質の高い雇用を提供していくには、地方経済の担い手である中小企業の付加価値や生産性を継続的に向上させていくことが不可欠である。逆に言えば、中小企業が生産性が低迷して、質の高い雇用を提供できなくなっていることが、地方経済を苦境に陥れているのである。

中小企業が生産性向上のために、信用金庫の多くの職員が懸命に取引先を支援しており、経営支援は融資と並ぶ信用金庫の主要業務だとの認識が普通になってきた。今や焦点は、経営支援をするかどうかではなく、経営支援の効果をどう高めるかである。その点で、『平成27事務年度 金融行政方針』でも指摘されているように、経営支援に際して、外部専門家を活用したり、外部機関と連携したりすることが有効であると考えられている。

ここで、改めて金融機関が他の専門家等と協働することの重要性を三つの観点で確認しておこう（詳しくは、名古屋中小企業支援研究会他編著『中小企業再生・支援の新たなスキーム-金融機関と会計・法律専門家の効果的な協働を目指して-』（中央経済社 2016年6月）所収の拙稿論文「金融機関と専門家の協働の重要性とその課題」を参照して欲しい）。

第一に、提供する情報の範囲を拡大できることである。たとえば、顧客企業に対して新しい取引先を紹介することができれば顧客の売上げ拡大が期待できる。そこで、連携先の金融機関や外部専門家の顧客をマッチングの対象に加えれば、新しい取引先を見つけられる可能性が高まるのは想像に難くない。他の金融機関等との連携は、事業承継先を探す際にも有効である。

第二に、提供する情報の質を改善できることである。顧客企業の直面する問題を解決するには、様々な分野の専門知識が必要となっており、外部の専門家の力を借りるべきである。本欄3月号で紹介したような知財の専門家との連携がその一つの例である。

第三に、タイムリーな支援が可能になることである。小規模企業に対しても面倒見の良いのが信用金庫の特徴ではあるが、全ての顧客についていつでも十分な目配りができるわけではな

い。筆者が2012年に愛知県の中小企業に対して実施した調査によると、資金調達・財務に関する有益なアドバイスをメインバンクから受けたことがある企業の比率は、従業員100人超の企業では36.0%であったが、従業員5人以下の企業では11.4%、従業員6～10人の企業でも15.6%にとどまっていた（家森信善編『地域連携と中小企業の競争力』中央経済社 2014年）。そこで、日頃から企業と接触のある顧問税理士が異変を察知し、信用金庫と連携しながら早期に経営改善を働きかけるような態勢が整えば、多くの企業が「手遅れ」にならずに回復のきっかけをつかめるのではないだろうか。

金融機関と専門家の協働の課題を調べるために、筆者はこの2月にアンケート調査を実施し、税理士、公認会計士、弁護士700人から回答を得た。（詳細は、家森信善・米田耕士「地方創生と地域金融機関との協働に関する会計・法律専門家の取り組みの現状と課題-2016年調査結果の概要-」（神戸大学経済経営研究所 DP2016-J05 2016年5月）を参照）。

「顧問をしている中小企業のメインバンクの渉外担当者のうち、中小企業に的確な助言ができる力量を持っていると思う割合」を尋ねてみたところ、「わからない」という回答者（202人）を除くと、「40%以上～60%未満」という回答者が31.1%、「20%以上～40%未満」が25.7%、「20%未満」が24.9%となっており、金融機関職員の能力に対する懐疑的な見方が非常に強いことがわかった。専門家との協働が実を結ぶためにはお互いの信頼関係が不可欠であるが、残念ながら現状では十分な信頼関係が構築されている例は少ないようである。

顧問先企業のメインバンクと協働する上で、これまでに経験した障害について尋ねたところ、「わからない」という回答者（119人）を除くと、「複数の金融機関が絡むために、調整が難しい」と「同じ金融機関でも支店や担当者によって支援への熱意が異なる」が26.7%で最も多く、「金融機関の意思決定が遅い」（18.9%）、「金融機関に対する不信感がある」（16.9%）の順となっていた。「支店や担当者によって支援への熱意が異なる」や「金融機関の意思決定が遅い」との回答が多いことは、多くの金融機関で社内態勢に課題があることを示している。

さらに、このアンケート調査では、主要な顧客企業のメインバンクの支店長を知っているかを尋ねているので、それを使って、「金融機関に対する不信感がある」の選択率を、「支店長を知っている」という回答者と「簡単に連絡を取るのには難しい」という回答者との間で比較してみたところ、13.3%と23.3%であった。つまり、支店長をよく知らない回答者の方が金融機関に対する不信感が強いという結果となっている。担当者に関しても同様の結果である。

そこで提案なのであるが、地域の専門家との人的なネットワークを構築・強化するため、さらに、経営支援が金庫の本業であることを職員に意識付けするために、支店長が先導して支店レベルで地域の専門家との定期的な企業支援の勉強会などを実施してみてもどうか。

調 査

第164回全国中小企業景気動向調査 (2016年4～6月期実績・2016年7～9月期見通し)

4～6月期業況は横ばい

【特別調査－中小企業における事業上の情報収集・発信について】

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：2016年6月1日～7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：15,917企業（有効回答数 14,106企業・回答率 88.6%）
 ※1 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72.1%
 ※2 今回は、熊本県の一部企業については調査を実施していない。
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. 16年4～6月期（今期）の業況判断D.I.は△11.4と、前期と変わらず横ばいとなった。
 収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△8.3と前期比0.4ポイント改善、収益の判断D.I.は△9.6と同1.0ポイント改善した。販売価格判断D.I.は△1.1と、同1.5ポイント上昇した。人手過不足判断D.I.は△15.6と、マイナス幅が同1.8ポイント縮小し人手不足感が2四半期連続して弱まった。業種別の業況判断D.I.は建築業を除く5業種で改善した。地域別では、11地域中、北海道、東北、首都圏、近畿、中国、四国の6地域で改善した。
2. 16年7～9月期（来期）の予想業況判断D.I.は△9.5、今期実績比1.9ポイントの改善見通しである。業種別には、小売業と不動産業を除く4業種で、地域別には11地域中、近畿、中国、四国を除く8地域で改善する見通しにある。

業種別天気図

時期 業種名	2016年 1月～3月	2016年 4月～6月	2016年 7月～9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

○業況は前期と変わらず横ばい

16年4～6月期(今期)の業況判断D.I.は△11.4と、前期と変わらず横ばいとなった(図表1)。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△8.3と前期比0.4ポイント改善、同収益判断D.I.が△9.6と同1.0ポイントの改善となった。なお、前期比売上額判断D.I.は△6.0、同収益判断D.I.は△8.5と、それぞれ前期比6.1ポイント、同5.0ポイントの改善となった。

販売価格判断D.I.は△1.1、前期比1.5ポイントの上昇となり、販売価格を「下降」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13.6、同2.8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が増加した。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△15.6(マイナスは人手「不足」超、前期は△17.4)と、マイナス幅が前期比1.8ポイント縮小し、2四半期連続して人手不足感が弱まった(図表3)。

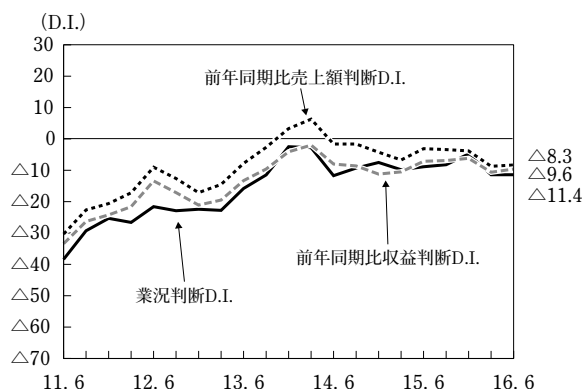
資金繰り判断D.I.は△8.1と、前期比1.8ポイントの改善となった。

設備投資実施企業割合は前期比0.2ポイント上昇の21.2%となった。

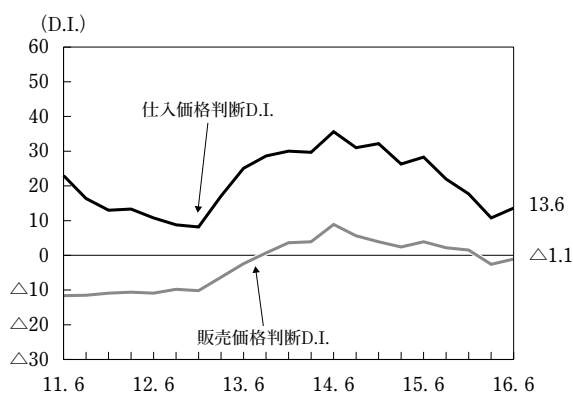
業種別の業況判断D.I.は、建設業を除く5業種で改善し、なかでも卸売業が前期比2.6ポイント改善と最も大きな改善幅となった。一方、建設業は、前期比6.0ポイント低下の△2.7となり、12四半期ぶりにマイナス水準に転じた。

地域別の業況判断D.I.は、11地域中、北海道、東北、首都圏、近畿、中国、四国の6地域で改善となった。特に、北海道では、9.0ポイントの改善と、最も大きな改善幅となった。一方、南九州は、前期比9.4ポイント低下と、低下幅が最も大きかった。

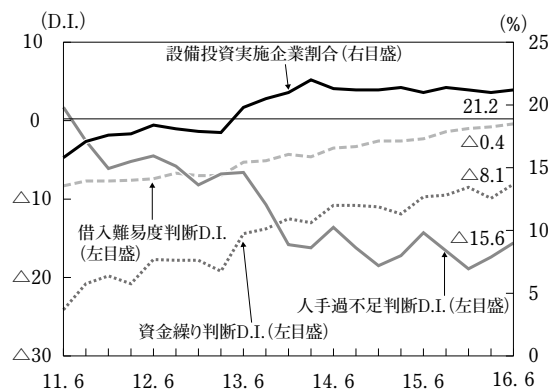
図表1 主要判断D.I.の推移



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



○おおむね改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△9.5と、今期実績比1.9ポイントの改善見通しとなっている。なお、今回の予想改善幅は、過去10年の平均（2.6ポイントの改善見通し）より小さくなっている。

業種別の予想業況判断D.I.は、小売業と不動産業を除く4業種で改善する見通しとなっている。一方、建設業は12四半期ぶりのマイナス水準から再びプラス水準に転じる見通しとなった。地域別では、近畿、中国、四国を除く8地域で改善を見込んでいる。

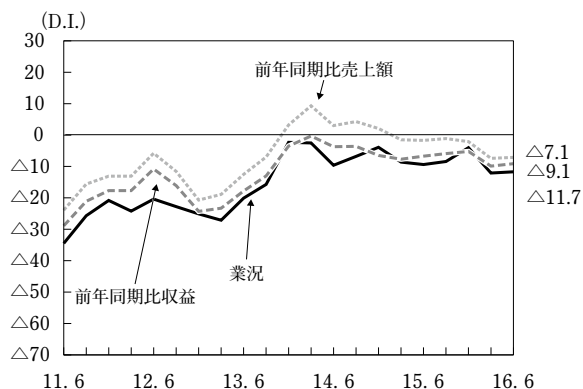
2. 製造業

○業況は小幅改善

今期の業況判断D.I.は△11.7、前期比0.4ポイントの小幅改善となった（図表4）。今回の改善幅は、前回調査時における今期見通し（2.4ポイントの改善見通し）に比べて小幅にとどまった。なお、改善は2四半期ぶりである。

前年同期比売上額判断D.I.は△7.1と、前期比0.3ポイントの改善、同収益判断D.I.は△9.1と、同0.8ポイントの改善となった。な

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



お、前期比売上額判断D.I.は、前期比7.6ポイント改善の△4.7、同収益判断D.I.は、同7.0ポイント改善の△7.5と、ともに季節的要因もあって大幅な改善となった。

○人手不足感が2四半期続けて緩和

設備投資実施企業割合は23.8%と、前期に比べ0.4ポイントの小幅低下となった。

人手過不足判断D.I.は△12.6（前期は△14.0）と、2四半期続けて人手不足感がやや緩和した。

残業時間判断D.I.は△4.9（前期は△2.7）とマイナス幅が拡大し、残業時間「減少」企業が一段と増加した。

原材料（仕入）価格判断D.I.は、プラス10.5と、前期比1.5ポイントの上昇となった。一方、販売価格判断D.I.は同0.3ポイント上昇の△2.6と、3四半期ぶりに小幅上昇に転じたとはいえ、販売価格を「下降」と回答した企業の割合が2四半期続けて「上昇」を上回った。

資金繰り判断D.I.は、前期比2.9ポイント改善して△8.4と、2四半期ぶりに改善した。

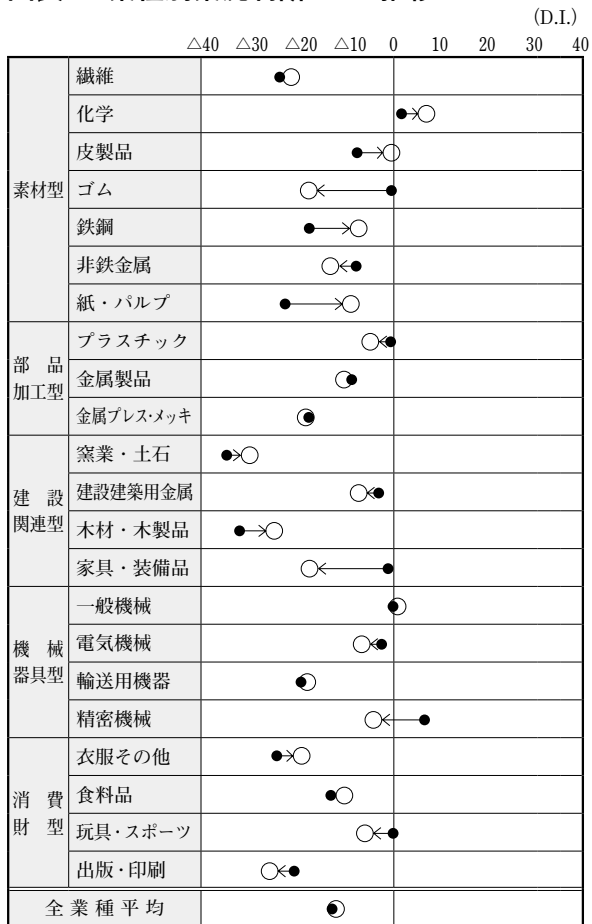
○改善・低下まちまち

業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、改善11業種、低下10業種のほか、横ばい1業種と、まちまちだった（図表5）。

素材型業種は、全7業種中、ゴムと非鉄金属以外の5業種で改善した。とりわけ、紙・パルプと鉄鋼は10ポイント超の大幅改善となった。

部品加工型業種は、金属プレスで小幅改善したものの、プラスチックと金属製品は

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



●前期（2016年1～3月期） ○今期（2016年4～6月期）

低下した。

建設関連型業種は、改善・低下ともに2業種とまちまちだった。

機械器具型業種は、全4業種中、電気機械と精密機械で低下した。なかでも、精密機械は10ポイント超の大幅低下でマイナス水準に転じた。

消費財型業種では、改善・低下2業種ずつと、まちまちだった。

○輸出主力型がプラス水準に転じる

販売先形態別の業況判断D.I.は、中小メーカー型と小売業者型で小幅低下したものの、

それ以外の3形態では改善した。

輸出主力型の業況判断D.I.は前期比11.3ポイント改善してプラス3.7と、2四半期ぶりにプラス水準に転じた。一方、内需主力型は同0.4ポイントの小幅改善で△12.0となった。

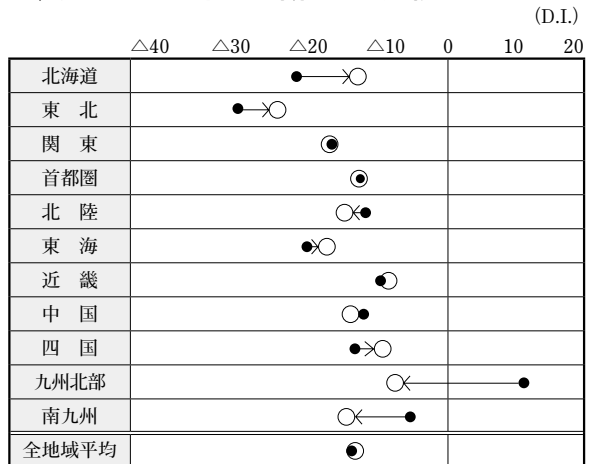
従業員規模別の業況判断D.I.は、1～19人の階層で前期比1.2ポイント低下して△16.0となった一方で、100人以上の階層では同4.0ポイント改善してプラス2.5と、二極化を示すような動きが見られた。

○地域別にも改善・低下まちまち

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、改善・低下それぞれ5地域、横ばい1地域とまちまちだった（図表6）。

ちなみに、九州北部では前期比20ポイント近い大幅低下で△6.5、南九州は同10ポイント近い大幅低下で△13.1となったのが目立った。なお、前期唯一のプラス水準（12.1）だった九州北部の業況が大幅低下した結果、全11地域がマイナス水準となった。

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



●前期（2016年1～3月期） ○今期（2016年4～6月期）

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△8.5と、今期実績比3.2ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、改善見通し15業種、横ばい見通し2業種、低下見通し5業種となっている。

地域別には、全11地域中、北海道や関東など6地域で改善が見込まれているものの、北陸や九州北部など5地域では低下の見通しとなっている。

3. 卸売業

○業況は2四半期ぶりの改善

今期の業況判断D.I.は△15.8、前期比2.6ポイントの改善と、2四半期ぶりの改善となった(図表7)。

また、前年同期比売上額判断D.I.は△8.3、同収益判断D.I.は△7.6と、それぞれ前期比2.4ポイント、同4.2ポイント改善した。

○全15業種中、9業種で改善

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、化学や貴金属など6業種で低下がみられたもの

の、飲食料品など9業種では改善した。また、地域別には、全11地域中、首都圏、北陸、東海で小幅低下したものの、それ以外の8地域では改善した。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△12.9と、今期実績比2.9ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全15業種のうち、玩具や医薬・化粧品など7業種で改善を見込む。また、地域別には、全11地域中、九州北部と中国を除く9地域で改善を見込んでいる。

4. 小売業

○業況は改善

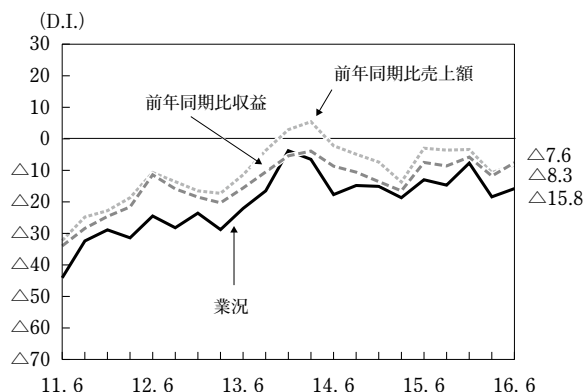
今期の業況判断D.I.は△23.5と前期比1.3ポイントの改善となった(図表8)。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△19.2、前期比4.8ポイントの改善、同収益判断D.I.は△19.5、同1.9ポイント改善した。

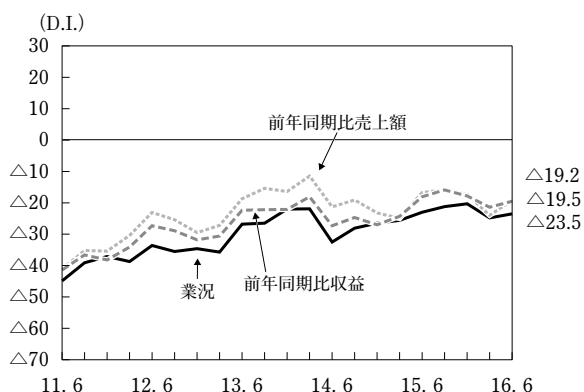
○全13業種中、9業種で改善

業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、9

図表7 卸売業 主要判断D.I.の推移



図表8 小売業 主要判断D.I.の推移



業種で改善となった。とりわけ、木材・建築材料と衣服は10ポイント超の改善となった。一方、地域別では、全11地域中、6地域で低下した。なかでも、関東と東海は10ポイント以上低下した。

○総じて低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△24.9と、今期実績比1.4ポイントの低下を見込んでいる。業種別には、全13業種中、10業種で低下の見通しとなっている。また、地域別では、全11地域中、東北と関東を除く9地域で低下の見通しとなっている。

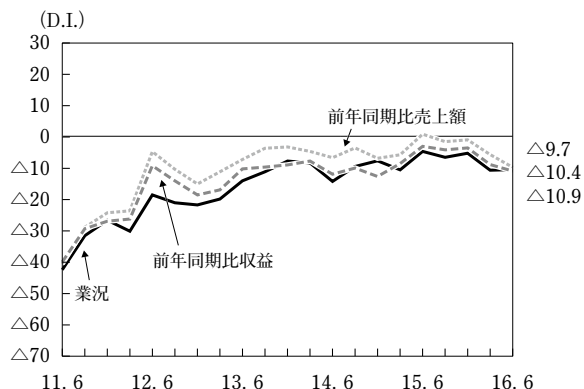
5. サービス業

○業況は改善だが収益面では低下

今期の業況判断D.I.は△10.4と、前期比0.2ポイントの改善となった（図表9）。

収益面の指標をみると、前年同期比売上額判断D.I.は△9.7、前期比4.1ポイントの低下、同収益判断D.I.は△10.9と、同2.1ポイント低下した。

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



○全8業種中、5業種で低下

業種別の業況判断D.I.は、全8業種中、5業種で低下となった。とりわけ、旅館・ホテルは10ポイント以上の大幅低下となった。

地域別では、全11地域中、6地域で低下した。なかでも、南九州では10ポイント超の大幅低下となった。

○小幅改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△9.8と、今期実績比0.6ポイントの改善を見込んでいる。業種別では、全8業種中、物品賃貸業、洗濯・理容・浴場、自動車整備・駐車場を除く5業種で改善が見込まれている。

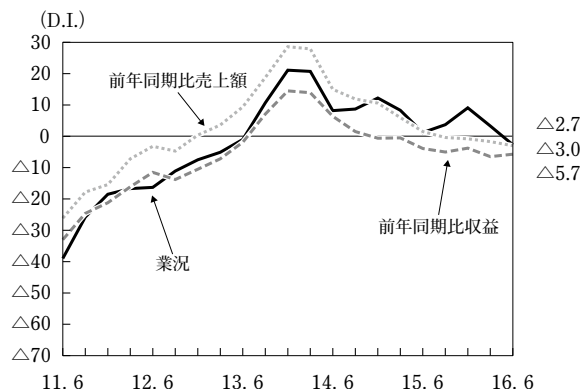
地域別には5地域で横ばいないし改善、6地域で低下が見込まれている。

6. 建設業

○業況は12四半期ぶりのマイナス水準

今期の業況判断D.I.は△2.7と、前期比6.0ポイント低下した。2四半期続けての低下となり、12四半期ぶりにマイナス水準となった（図表10）。

図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



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△3.0となった。また、同収益判断D.I.は同0.8ポイント改善の△5.7となった。

○全4請負先中、3請負先で低下

業況判断D.I.を請負先別で見ると、全4請負先中、3請負先で低下となった。特に大企業では前期比12.3ポイント低下し、プラス11.2となった。

地域別では、全11地域中、北海道、東北を除く9地域で低下した。

○再びプラス転換の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比5.5ポイント改善のプラス2.8を見込む。請負先別では、全4請負先で改善の見通しである。地域別では、全11地域中8地域で改善の見通しである。なかでも北海道、北陸、九州北部では10ポイント以上の改善を見込む。

7. 不動産業

○業況は改善

今期の業況判断D.I.は、前期比2.3ポイント改善のプラス5.9となった（図表11）。

前年同期比売上額判断D.I.は前期比0.9ポイ

ント低下のプラス3.2、同収益判断D.I.は同0.1ポイント低下のプラス1.4となった。

○全11地域中、5地域で改善

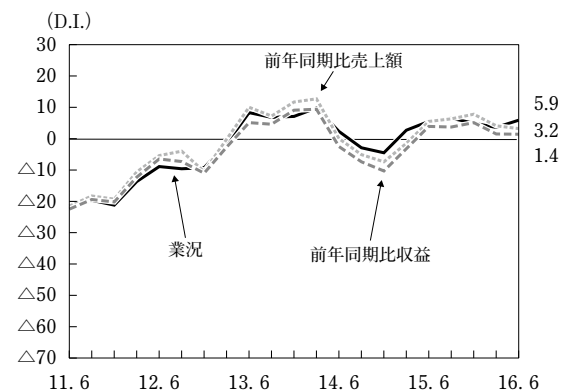
業況判断D.I.を業種別で見ると、全5業種が改善し、すべての業種がプラス水準となった。

地域別では、全11地域中、5地域で改善した。水準面では、全11地域中、南九州を除く10地域でプラス水準となっている。

○小幅低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比3.0ポイント低下のプラス2.9と小幅低下を見込む。業種別では、全5業種中、4業種で低下を見込む。一方、地域別では全11地域中、8地域で低下の見通しである。

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



特別調査

中小企業における事業上の情報収集・発信について

○インターネット、メールとも利用は拡大
事業上におけるインターネットの利用状況については、「利用している」が75.2%と、2006年6月時点の67.3%から上昇した。とりわけ、自社のホームページを開設している企業は、前回の32.2%から49.2%へと上昇した(図表12)。

地域や企業規模、業種を問わず利用割合は上昇しており、自社ホームページの活用を含めてインターネットの利用は拡大しているといえよう。

また、事業上における電子メールの利用状況については、「利用している」が70.1%と、2006年6月時点の50.9%から上昇した。イン

図表12 インターネットと電子メールの利用状況

(単位：%)

	インターネットの利用						電子メールの利用				
	利用している			利用していない			利用している	利用していない			
	自社HP 開設している	自社HP 開設していない		利用意向 あり	利用意向 なし	利用意向 あり		利用意向 なし			
全 体	75.2	49.2	26.1	24.8	7.5	17.3	70.1	29.9	10.2	19.7	
地 域 別	北 海 道	79.3	44.2	35.1	20.7	6.8	13.9	73.1	26.9	9.2	17.7
	東 北 道	80.0	50.7	29.2	20.0	7.1	12.9	71.1	28.9	9.6	19.2
	関 東 道	82.1	59.9	22.2	17.9	5.4	12.5	75.1	24.9	11.0	13.9
	首 都 圏	64.0	40.1	23.9	36.0	9.8	26.2	61.2	38.8	11.9	26.9
	北 陸 道	80.7	54.9	25.8	19.3	6.9	12.4	73.8	26.2	9.9	16.2
	東 海 道	86.9	61.5	25.4	13.1	4.0	9.1	81.9	18.1	7.0	11.1
	近 畿 道	81.7	56.8	24.9	18.3	6.3	12.1	79.1	20.9	8.1	12.8
	中 国 道	80.5	51.3	29.2	19.5	4.7	14.9	80.4	19.6	5.4	14.2
	四 国 道	68.4	42.2	26.2	31.6	9.2	22.3	55.6	44.4	12.3	32.1
九 州 北 部	75.6	47.4	28.2	24.4	8.6	15.8	69.0	31.0	11.4	19.6	
	南 九 州	66.5	38.9	27.6	33.5	11.2	22.3	50.2	49.8	17.6	32.2
規 模 別	1 ～ 4 人	55.8	26.0	29.8	44.2	11.0	33.3	48.2	51.8	13.5	38.3
	5 ～ 9 人	76.2	43.7	32.5	23.8	8.5	15.3	70.0	30.0	12.6	17.4
	10 ～ 19 人	82.5	52.8	29.7	17.5	6.7	10.9	79.6	20.4	8.6	11.8
	20 ～ 29 人	88.2	66.7	21.5	11.8	4.8	7.0	85.8	14.2	7.8	6.4
	30 ～ 39 人	92.8	75.0	17.8	7.2	3.0	4.1	87.8	12.2	6.7	5.4
	40 ～ 49 人	96.5	85.4	11.2	3.5	1.8	1.6	92.7	7.3	4.2	3.1
	50 ～ 99 人	95.4	86.0	9.4	4.6	2.9	1.8	94.1	5.9	3.4	2.5
	100 ～ 199 人	97.8	92.7	5.1	2.2	1.1	1.1	94.7	5.3	3.0	2.3
	200 ～ 300 人	99.2	94.9	4.2	0.8	0.8	0.0	99.1	0.9	0.9	0.0
業 種 別	製 造 業	77.4	51.8	25.5	22.6	7.3	15.3	75.7	24.3	8.7	15.6
	卸 売 業	74.7	47.1	27.6	25.3	8.2	17.1	71.2	28.8	10.7	18.2
	小 売 業	62.7	37.7	25.0	37.3	9.5	27.8	50.8	49.2	13.8	35.4
	サ ー ビ ス 業	76.3	54.2	22.0	23.8	7.4	16.3	65.8	34.2	12.7	21.4
	建 設 業	80.0	46.5	33.6	20.0	6.4	13.6	80.2	19.8	7.1	12.7
不 動 産 業	83.6	63.9	19.6	16.4	5.0	11.5	74.7	25.3	9.4	15.9	

<参考> 前回 (2006年4～6月期) 調査時

(単位：%)

	インターネットの利用						電子メールの利用			
	利用している			利用していない			利用している	利用していない		
	自社HP 開設している	自社HP 開設していない		利用意向 あり	利用意向 なし	利用意向 あり		利用意向 なし		
全 体	67.3	32.2	35.1	32.8	13.4	19.4	50.9	49.1	21.8	27.2

ターネットと同様、地域や企業規模、業種を問わず利用割合は上昇した。

○ソーシャルメディアの利用が4年で倍増

事業上の情報収集・発信にソーシャルメディア（SNS、ブログなど、インターネットを利用してコミュニケーションを促進するサービス）を利用している企業は19.4%と、

2012年9月調査の9.3%から4年足らずで倍増した（図表13）。

内訳としては、「SNS（フェイスブックなど）」が12.7%と、前回（3.5%）から大幅に増加した。以下、「ブログ（アメイバブログなど）」が3.2%（前回3.1%）、「動画共有サイト（ユーチューブなど）」が1.6%（前回0.9%）と続いた。

図表13 ソーシャルメディアの事業上の情報収集・発信への利用状況

(単位：%)

	利用している（最も利用している媒体）						利用していない（今後の方針）						
	SNS 利用	ブログ 利用	ミニブログ 利用	動画共有 サイト利用	その他 利用		利用開始 予定	利用 検討中	どちらとも いえない	あまり利用 したくない	今後も利 用しない		
全 体	19.4	12.7	3.2	0.8	1.6	1.1	80.6	2.8	16.6	31.2	8.4	21.7	
地 域 別	北 海 道	18.2	11.9	2.1	0.6	2.3	1.3	81.8	2.6	16.8	32.5	8.6	21.3
	東 北 関 東	18.7	10.6	4.2	1.0	1.8	1.0	81.3	4.1	15.4	35.2	6.8	19.8
	首 都 圏	22.6	14.8	3.8	1.0	1.3	1.7	77.4	2.2	17.3	32.0	7.8	18.0
	北 陸	14.6	9.3	2.2	0.7	1.5	0.9	85.4	2.9	16.3	29.7	9.4	27.2
	東 海	21.1	14.9	4.2	0.5	0.8	0.8	78.9	3.1	20.8	33.7	7.4	14.0
	近 畿	21.8	13.1	4.3	0.8	1.9	1.7	78.2	3.0	14.4	35.1	7.3	18.5
	中 国	22.1	14.8	3.6	0.9	1.8	1.1	77.9	2.6	17.9	30.5	9.2	17.7
	四 国	22.0	13.9	4.9	1.0	1.2	1.0	78.0	2.0	12.8	29.4	7.4	26.4
	九 州 北 部	21.9	14.4	4.1	2.2	1.0	0.2	78.1	1.0	13.1	29.4	9.7	24.8
南 九 州	23.7	17.1	3.3	0.8	1.0	1.5	76.3	2.5	18.7	32.7	7.3	15.1	
規 模 別	1 ～ 4 人	23.4	18.6	2.7	0.7	1.2	0.3	76.6	3.2	18.8	24.6	6.0	24.1
	5 ～ 9 人	13.6	8.8	2.0	0.6	1.3	0.9	86.4	2.2	13.9	27.1	10.4	32.8
	10 ～ 19 人	19.2	12.7	3.2	0.9	1.5	0.9	80.8	3.1	18.6	31.1	8.4	19.5
	20 ～ 29 人	20.1	12.9	3.8	1.0	1.4	1.0	79.9	2.8	18.4	34.2	7.9	16.6
	30 ～ 39 人	22.7	15.6	4.2	0.5	1.3	1.2	77.3	3.3	18.8	34.2	6.8	14.2
	40 ～ 49 人	25.3	16.8	3.5	1.4	2.4	1.3	74.7	2.9	16.6	32.0	7.8	15.4
	50 ～ 99 人	32.2	20.7	6.0	1.1	2.5	2.0	67.8	2.6	16.2	33.0	5.7	10.3
	100 ～ 199 人	25.0	17.3	3.6	0.7	2.3	1.1	75.0	4.3	18.2	36.2	5.2	11.1
200 ～ 300 人	23.1	13.6	4.4	0.7	1.8	2.6	76.9	2.2	13.2	40.3	4.8	16.5	
業 種 別	27.6	19.8	1.7	0.0	2.6	3.4	72.4	3.4	14.7	33.6	6.9	13.8	
	製 造 業	16.1	10.7	2.0	0.7	1.7	0.9	83.9	2.7	16.7	33.8	9.0	21.8
	卸 売 業	15.5	10.4	2.5	0.5	1.3	0.7	84.5	2.9	19.3	32.0	8.7	21.5
	小 売 業	21.4	14.2	3.4	0.9	1.6	1.4	78.6	3.0	15.6	25.8	7.5	26.6
	サ ー ビ ス 業	25.6	18.0	3.5	1.2	1.6	1.3	74.4	2.7	16.1	27.4	8.3	19.8
建 設 業	18.1	10.1	4.7	0.9	1.3	1.1	81.9	2.5	14.6	35.6	8.4	20.8	
不 動 産 業	27.6	18.1	5.5	1.0	1.8	1.1	72.4	3.1	18.4	28.4	7.4	15.1	

<参考> 前回（2012年7～9月期）調査時

(単位：%)

	利用している（最も利用している媒体）						利用していない（今後の方針）					
	SNS 利用	ブログ 利用	ミニブログ 利用	動画共有 サイト利用	その他 利用		利用開始 予定	利用 検討中	どちらとも いえない	あまり利用 したくない	今後も利 用しない	
全 体	9.3	3.5	3.1	0.9	0.9	0.8	90.7	2.3	16.7	34.6	5.7	31.4

一方で、利用していない企業は80.6%と、前回(90.7%)から10.1ポイント低下した。内訳としては、「今後も利用しない(21.7%)」が前回(31.4%)から低下した。

○情報収集は販売・仕入れ先が最多

事業展開上(市場動向把握、各種経営情報の取得など)の情報収集にあたって活用する媒

体や機関については、「販売・仕入れ先(52.8%、2012年9月調査では52.1%)」が最も多く、以下、「新聞・雑誌(45.0%、同47.2%)」、「インターネット(39.5%、同36.0%)」が続いた(図表14)。

業種別にみると、卸売業では「販売・仕入れ先」、建設業では「国・自治体等行政機関」、不動産業では「インターネット」との回答が全体平均より高かった。

図表14 事業展開上の情報収集の媒体および機関

(単位：%)

	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌	インターネット	国・自治体等行政機関	金融機関	販売・仕入れ先	税理士、技術士等の専門家	組合や商議所等	その他	特になし	
全体	22.3	45.0	39.5	11.8	18.4	52.8	15.9	19.8	1.7	6.5	
地域別	北海道	22.0	55.2	40.0	16.2	14.8	55.9	12.6	20.5	2.5	4.6
	東北	19.8	47.6	42.5	16.0	18.2	53.6	18.3	21.5	2.1	4.6
	関東	20.5	48.5	43.3	16.5	18.8	55.6	14.8	20.3	2.0	3.9
	首都圏	25.2	43.5	35.0	8.0	18.5	48.1	14.4	16.4	0.9	9.8
	北陸	21.1	45.5	38.2	11.8	18.0	55.7	15.0	21.7	1.8	6.4
	東海	19.2	44.0	44.8	12.6	23.5	54.1	17.9	19.3	2.2	4.0
	近畿	19.6	43.9	42.2	11.3	18.1	58.4	19.7	22.5	2.0	4.5
	中国	21.8	43.2	43.2	13.6	18.3	54.6	16.3	21.3	1.8	4.9
	四国	21.3	40.8	34.5	10.9	15.9	55.3	14.5	23.4	1.7	7.2
九州北部	25.2	46.0	39.2	13.6	20.2	51.2	12.9	19.0	1.3	6.0	
南九州	27.7	38.6	38.3	14.2	14.9	42.6	14.4	22.6	1.3	10.4	
規模別	1～4人	27.0	42.2	32.0	5.8	13.3	49.9	11.3	18.0	1.6	11.6
	5～9人	22.8	44.2	41.2	10.9	18.0	54.3	15.3	20.2	1.6	5.8
	10～19人	18.6	44.1	40.7	13.7	20.7	56.0	18.7	22.1	1.7	4.4
	20～29人	19.5	49.5	44.8	16.7	21.1	53.3	18.4	22.4	1.7	3.0
	30～39人	18.1	49.2	47.3	18.4	23.5	53.1	18.1	19.8	1.7	1.2
	40～49人	20.1	47.1	49.1	18.6	23.6	51.8	24.9	18.1	2.5	2.1
	50～99人	17.1	52.0	46.5	20.0	25.5	51.5	20.1	21.3	1.5	2.2
	100～199人	14.0	52.9	44.5	21.7	25.0	58.5	19.1	13.2	1.8	3.7
200～300人	22.9	50.8	49.2	19.5	31.4	55.9	18.6	18.6	0.8	0.0	
業種別	製造業	20.3	45.3	38.2	10.0	20.4	59.1	16.6	17.4	1.2	6.1
	卸売業	21.7	47.5	39.2	6.1	17.4	67.1	14.0	19.6	1.3	5.1
	小売業	29.9	45.1	36.5	4.6	11.8	55.4	12.6	19.7	1.8	8.5
	サービス業	24.8	43.1	44.4	13.2	16.3	36.0	19.5	22.3	2.0	8.4
	建設業	18.3	43.9	37.1	28.5	20.6	44.4	16.6	22.7	1.4	5.6
	不動産業	19.0	44.9	49.6	9.2	26.3	40.0	15.7	19.8	3.8	4.9

(備考) 最大3つまで複数回答

<参考>前回(2012年7～9月期)調査時

(単位：%)

	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌	インターネット	国・自治体等行政機関	金融機関	販売・仕入れ先	税理士、技術士等の専門家	組合や商議所等	その他	特になし
全体	24.7	47.2	36.0	9.3	14.9	52.1	11.5	18.0	2.0	8.8

○情報発信は総じて活発化

取引推進上（広告・宣伝、販売チャネルなど）活用している情報発信媒体については、「自社ホームページ（ブログ含む）（33.5%、2012年9月調査では29.7%）」が最も多く、以下、「新聞・雑誌（広告含む）（24.2%、同22.0%）」、「インターネット（ホームページ以外）（16.9%、同15.5%）」が続いた（図表15）。

一方、「特になし（29.7%、同35.5%）」は、

比較的規模の小さい企業で多くみられた。

業種別では、不動産業で情報発信に積極的な企業が相対的に多くみられた。

○情報発信による新規顧客獲得に期待大

取引推進上、活用している情報発信媒体に対する期待については、「新規顧客の獲得（44.7%、2012年9月調査では42.6%）」が他の選択肢を引き離れた（図表16）。以下、

図表15 取引推進上の情報発信媒体の活用状況

(単位：%)

	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌 (広告含む)	看板・ポスター	コミュニティ誌 等地域発行物	自社HP (ブログ含む)	インターネット (HP以外)	ダイレクト メール	電話・ ファクシミリ	その他	特になし	
全 体	9.8	24.2	16.6	12.2	33.5	16.9	8.7	10.3	3.2	29.7	
地 域 別	北 海 道	9.3	34.4	14.8	15.6	27.8	16.6	10.4	9.7	3.6	30.0
	東 北	12.0	31.0	18.7	12.9	33.9	14.8	10.5	9.9	3.5	26.7
	関 東	9.2	26.7	15.7	13.3	44.4	17.7	11.2	10.9	4.1	24.3
	首 都 圏	8.8	17.5	16.0	12.0	27.2	15.8	6.2	11.4	2.6	34.1
	北 陸	16.2	29.3	15.8	11.4	38.5	16.5	10.9	8.3	3.6	24.2
	東 海	8.9	24.3	15.5	10.6	43.7	18.7	9.8	10.9	3.5	26.6
	近 畿	6.9	24.4	15.3	10.1	39.6	18.5	10.3	10.5	3.4	27.7
	中 国	10.6	26.1	17.7	9.4	36.9	16.0	9.8	9.1	4.0	30.0
	四 国	10.7	24.1	19.2	14.8	25.3	15.6	8.5	7.1	2.2	35.0
九 州 北 部	14.2	26.0	22.1	15.5	30.2	15.4	7.9	8.6	2.8	27.6	
南 九 州	15.7	30.2	22.1	16.2	20.3	19.6	5.3	9.2	1.8	30.4	
規 模 別	1 ～ 4 人	9.2	21.1	18.0	12.5	16.7	14.5	7.1	9.7	2.6	39.9
	5 ～ 9 人	8.7	23.9	17.0	12.9	29.2	16.7	9.3	11.0	2.9	30.9
	10 ～ 19 人	7.6	23.8	15.4	12.4	36.4	17.1	9.5	12.1	3.5	28.3
	20 ～ 29 人	11.2	26.0	13.5	11.2	46.7	19.4	9.5	11.3	4.0	21.4
	30 ～ 39 人	9.3	25.9	14.7	11.9	50.8	20.8	8.5	10.0	2.6	19.4
	40 ～ 49 人	16.5	34.8	17.5	11.1	58.1	21.6	12.8	7.7	3.6	14.3
	50 ～ 99 人	11.3	26.6	15.4	11.7	63.4	19.8	10.2	10.5	4.4	14.2
	100 ～ 199 人	13.6	29.8	15.1	9.9	64.7	14.7	6.3	5.5	4.4	15.8
	200 ～ 300 人	23.1	34.2	19.7	9.4	63.2	17.9	3.4	4.3	4.3	10.3
業 種 別	製 造 業	8.5	17.1	9.8	9.5	36.5	15.6	5.8	11.1	3.4	34.0
	卸 売 業	7.5	19.1	11.4	9.9	30.8	16.3	9.1	14.6	3.3	33.0
	小 売 業	12.8	33.0	23.0	16.2	23.3	15.4	15.1	8.5	3.0	25.2
	サ ー ビ ス 業	11.9	26.0	20.4	13.3	37.2	20.0	12.2	8.8	3.2	23.6
	建 設 業	8.8	24.5	14.5	12.6	32.5	12.7	6.6	9.7	2.5	35.7
	不 動 産 業	10.6	40.7	38.0	16.7	43.6	30.1	4.0	7.4	3.4	13.4

(備考) 最大3つまで複数回答

<参考>前回（2012年7～9月期）調査時

(単位：%)

	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌 (広告含む)	看板・ポスター	コミュニティ誌 等地域発行物	自社HP (ブログ含む)	インターネット (HP以外)	ダイレクト メール	電話・ ファクシミリ	その他	特になし
全 体	8.3	22.0	16.2	10.5	29.7	15.5	8.1	8.1	3.0	35.5

「知名度・信用力の向上（15.9%、同15.3%）」、「既存取引先との取引拡大・深耕（15.0%、同14.5%）」となり、ともに前回調査からは若干ながら上昇した。一方、「情報発信を行っていない（24.0%、同27.2%）」は低下した。

効果の実現状況については、「期待以上に実現（1.4%）」と「おおむね実現（25.6%）」

の合計は27.0%となり、前回の26.4%から増加した。一方、「あまり実現せず（14.6%）」と「実現せず（5.6%）」の合計は20.2%と、前回の24.6%から減少した。企業規模別にみると、規模が大きいほど「実現している」との回答が多い。業種別では、不動産業で「実現している」との回答が多かった。

図表16 情報発信媒体の効果への期待と実現状況

(単位：%)

	期待する効果					効果の実現状況					
	新規顧客獲得	既存取引先との取引拡大・深耕	知名度・信用力向上	その他	情報発信を行っていない	期待以上に実現	おおむね実現	どちらともいえず	あまり実現せず	実現せず	
全 体	44.7	15.0	15.9	0.4	24.0	1.4	25.6	52.9	14.6	5.6	
地 域 別	北 海 道	37.8	17.0	19.3	0.2	25.7	0.8	25.2	55.2	14.3	4.5
	東 北	42.4	14.8	19.2	0.5	23.1	2.0	30.4	47.5	15.4	4.7
	関 東	47.6	14.1	18.0	0.3	20.0	0.8	31.7	48.5	15.2	3.8
	首 都 圏	43.4	15.4	11.9	0.5	28.8	1.4	19.2	55.2	16.2	8.0
	北 陸	43.1	15.6	21.2	0.3	19.8	0.6	29.4	52.5	14.3	3.2
	東 海	46.2	12.9	19.5	0.3	21.1	1.0	28.3	51.2	14.5	4.8
	近 畿	48.7	14.9	16.8	0.4	19.3	1.4	29.4	52.3	12.8	4.1
	中 国	43.5	15.5	15.7	0.4	25.0	1.7	24.6	51.9	17.1	4.6
	四 国	40.7	15.9	15.1	0.0	28.3	0.8	24.4	53.0	12.4	9.4
規 模 別	九 州 北 部	48.5	12.6	15.0	0.3	23.6	2.5	23.6	55.6	13.5	4.7
	南 九 州	47.1	15.7	14.6	0.5	22.0	3.1	26.3	53.5	10.8	6.3
規 模 別	1 ～ 4 人	38.9	15.2	11.4	0.3	34.2	1.2	21.3	51.1	17.4	9.0
	5 ～ 9 人	47.0	15.4	13.5	0.2	23.9	1.8	24.6	53.2	14.7	5.7
	10 ～ 19 人	44.7	15.1	17.0	0.6	22.7	1.3	26.8	53.3	14.2	4.4
	20 ～ 29 人	48.6	15.5	19.1	0.7	16.1	1.2	26.6	56.2	12.9	3.2
	30 ～ 39 人	49.4	12.9	22.3	0.3	15.2	2.1	27.5	51.8	14.5	4.1
	40 ～ 49 人	52.7	13.3	23.1	0.8	10.1	2.0	30.0	53.1	12.3	2.6
	50 ～ 99 人	52.1	15.9	20.6	0.6	10.9	0.9	31.4	53.0	11.5	3.2
	100 ～ 199 人	45.8	11.7	29.9	0.0	12.5	0.9	32.3	53.8	10.3	2.7
業 種 別	200 ～ 300 人	36.0	14.0	41.2	0.0	8.8	0.0	38.1	56.2	4.8	1.0
	製 造 業	41.3	16.4	15.2	0.4	26.7	1.5	23.3	53.1	15.5	6.5
	卸 売 業	40.7	18.4	15.1	0.3	25.5	1.1	24.3	52.7	15.0	6.9
	小 売 業	47.6	15.1	14.0	0.4	22.9	1.4	25.7	52.2	15.6	5.2
	サ ー ビ ス 業	52.2	11.5	16.4	0.3	19.6	1.4	26.6	51.8	15.2	5.0
業 種 別	建 設 業	36.7	14.7	20.1	0.5	28.0	1.1	22.6	57.3	13.3	5.7
	不 動 産 業	61.8	9.4	15.9	0.4	12.5	1.9	38.3	47.7	10.2	1.8

<参考>前回（2012年7～9月期）調査時

(単位：%)

	期待する効果					効果の実現状況				
	新規顧客獲得	既存取引先との取引拡大・深耕	知名度・信用力向上	その他	情報発信を行っていない	期待以上に実現	おおむね実現	どちらともいえず	あまり実現せず	実現せず
全 体	42.6	14.5	15.3	0.4	27.2	1.4	25.0	49.0	17.5	7.1

「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

- ・信用金庫のビジネスマッチングの機会等を利用して、販路拡大に努めていく。
(金属プレス・金型製造 大阪府)
- ・铸造炉更新にあたり、省エネ補助金の活用を検討中である。
(バルブ製造 愛知県)
- ・顧客の大半が地元の飲食店など固定しているため、今後、大手チェーンやホテルなどへの営業活動をしたい。
(食料品卸売 鹿児島県)
- ・同業者との競合はあるものの、高付加価値商品の取扱いで差別化を図るとともに、社員教育を充実させてCS向上に努めている。
(外国車販売 愛知県)
- ・自社ホームページに加えて旅行情報サイト等を通じた情報発信に努め、安定した売上を確保している。
(旅館業 長野県)
- ・同業者との競合はあるものの新規参入の可能性は低いため、定期的に建物・機械設備の更新を行い売上を維持していきたい。
(宿泊業 愛知県)
- ・今後は設備投資を積極化するとともに、コスト面の削減を目指していく。
(パチンコ業 鹿児島県)
- ・ラジオ、テレビなどマスコミとタイアップして、広告・宣伝に力を入れていく。
(旅館業 兵庫県)
- ・財務内容は健全であるものの、後継者不在のため、M&Aを検討している。
(総合工事業 新潟県)

(2) 直面する困難、試練

- ・熊本地震の影響で、大手自動車メーカーのライン生産の稼働率が低下し、直近の売上減少につながっている。
(自動車部品製造 三重県)
- ・熊本地震の影響を徐々に受けており、今夏以降の業績に不安を抱えている。
(自動車部品製造 静岡県)
- ・国産航空機MRJの本格的な量産開始時までに、組立人員の確保および育成が課題である。
(航空機部品製造 三重県)
- ・顧客の高齢化により既存取引先数が減少し、新規顧客の獲得が大きな課題である。
(洋菓子製造 青森県)
- ・熊本地震の被害により印刷機の買換えを検討していたが、印刷機の利用頻度などを勘案して見送った。
(オフセット印刷 大分県)
- ・県内の各スーパーが自社製品を作りはじめたことによる納品数の減少などにより、売上が低迷している。
(もち米加工 山形県)
- ・官公庁関連の受注が減少し、今後の業況に不安を抱えている。
(コンクリート製造 茨城県)
- ・大手自動車関連の取引割合が高いため、エアバックのリコール問題等の影響を受けて売上が減少している。
(四輪・二輪プレス製造 静岡県)
- ・ミャンマー民主化の影響で、海老価格が高騰し、収益を圧迫している。
(海産物卸売 千葉県)
- ・輸出が好調で商品不足となり、商品納入までに時間を要している。
(ばんこ焼き陶磁器卸売 三重県)
- ・地元の地場産業の低迷で、鮮魚の仕入れ価格が上昇傾向となっている。
(生鮮小売 静岡県)
- ・熊本地震の影響で、別府や湯布院などの旅館・ホテルへの納入が停滞している。
(精肉販売 大分県)
- ・収益が厳しいなかで、深刻な設備老朽化に対して修繕によりなんとか乗り切っている。
(産業廃棄物処理 愛知県)
- ・御柱祭にともない旅行客は増えたものの、開催日が限られているため、業績への影響は軽微であった。
(旅館業 長野県)
- ・代表者の高齢化にともない、事業承継を当面の課題と捉えている。
(焼き肉店 静岡県)
- ・大手業者との競合にともない、適正な価格での仕入れに苦戦している。
(建売住宅販売 埼玉県)
- ・販売用不動産の在庫が極めて少なく、競売物件も良好なものが少ない。
(不動産販売 広島県)

(3) 特別調査のテーマ（中小企業における事業上の情報収集・発信について）

- ・新規取引先獲得では、ネット等より取引先からの紹介など口コミで安定確保している。
(金属プレス加工 神奈川県、型枠工事業 茨城県)
- ・広告・宣伝については、社長自ら、主にメディアやSNSを活用している。(食肉加工販売 兵庫県)
- ・ネットの口コミや評判に左右されやすいため、情報発信よりも情報収集に注力している。
(惣菜製造 北海道)
- ・売上が季節に左右されるため、今後、インターネット等での情報発信に努めたい。(タイヤ卸売 愛知県)
- ・ネット等での情報収集・発信は考えておらず、今後とも地元での知名度を活かした対面販売に徹したい。
(木製品卸売 茨城県)
- ・アマゾンを活用したネット販売により、売上が好調である。(靴卸売 兵庫県)
- ・事業展開におけるインターネット利用を検討したいものの、時間的・資金的な問題から着手できていない。
(婦人服卸売 大阪府)
- ・地元が過疎化するなか、ホームページやSNSの活用により、商圏が大きく広がっている。
(衣料品販売 兵庫県)
- ・事業縮小を検討しているため、そもそも広告・宣伝等を検討していない。(文具・事務機販売 青森県)
- ・中小企業においてインターネットを有効活用することは、管理面、資金面あるいは費用対効果の観点から難しいと考えている。
(理美容業 愛知県)
- ・従来から、従業員個々人にもSNSを活用した営業活動を推奨している。(分譲住宅販売 愛知県)

(4) その他

- ・東京近郊での東京オリンピック・パラリンピック向けの大型建物建設が活発なため、受注が増加している。
(めっき製造 群馬県)
- ・本年秋発売予定のiPhone7関連コネクタ部品の受注増加により、売上および収益が大幅に増加している。
(携帯電話関連部品製造 長野県)
- ・NHK大河ドラマ「真田丸」の効果で、許諾設定商品の売上が好調である。(菓子製造 長野県)
- ・東京オリンピック・パラリンピックに向けた道路建設、耐震工事を含む鉄道補修、リニア新幹線の建設など今後の受注見込みは大きく、外部環境の動向を常に注視している。(コンクリート製造 静岡県)
- ・現在ファックスでやりとりしている請求書事務を、IT活用で簡素化したい。(農業機械製造 千葉県)
- ・代表取締役の急死にともない配偶者(妻)が後継者予定であるが、業況の先行きが不透明で廃業を検討している。
(製紙加工 兵庫県)
- ・消費税率アップへの対策としてグループ会社の統合を予定していたが、先送りすることにした。
(生鮮食品卸売 山形県)
- ・姫路城への団体観光客が好調を維持しており、旅行会社からの予約が好調である。(飲食業 兵庫県)
- ・消費者の動向として、消費マインド自体は低下していないものの、お金を使うところとお金をかけないところを選別しているように感じる。
(衣料品販売 静岡県)
- ・大河ドラマ「真田丸」の影響で、2016年2月あたりから売上が好調である。(うなぎ料理 長野県)
- ・サミット開催期間中、警察官の宿泊で満室となり、一時的に売上が増加した。(旅館業 三重県)
- ・テレビ取材などにより知名度が上がり、今後、東京への進出を検討している。(スポーツジム 静岡県)
- ・東日本大震災復興支援活動による売上が大きく、業況は順調に推移している。(旅館業 福島県)
- ・燃料価格の下落にともない資金繰りが改善し、業況は良好に推移している。(タクシー業 福島県)
- ・顧客の葬儀に対する考え方が多様化しており、単価が下落傾向である。(葬祭請負業 千葉県)
- ・大手自動車メーカーの燃費計測不正問題の影響で、新車販売の動きが鈍い。(自動車販売・整備 静岡県)
- ・住宅ローン金利の低下にともない建築受注が増加している。(総合工事業 群馬県)
- ・住宅ローン金利は低下しているものの、商品不動産の販売には変化はみられない。
(建売住宅販売 三重県)

※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。

到来するIoT社会と中小企業 ①

— 「日本再興戦略2016」の実効性の鍵を握る「IoT」 —

信金中央金庫 地域・中小企業研究所 研究員

吉野 瞳

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) IoT、日本再興戦略2016、インダストリアル・インターネット、インダストリー4.0、中小企業

(視 点)

2016年6月2日に公表された「日本再興戦略2016 —第4次産業革命に向けて—」では、戦後最大の名目GDP600兆円の実現を目指していくうえでのキーワードの一つとして、「IoT」が挙げられている。また、「第4次産業革命」に向けて、中堅・中小企業の果たす役割への期待も高まっている。

そこで本稿では、今回より数回にわたって、今後の経済成長の鍵を握る「IoT」に着目し、中小企業にとって「IoT」の利活用がもたらす可能性について考察をしていきたい。

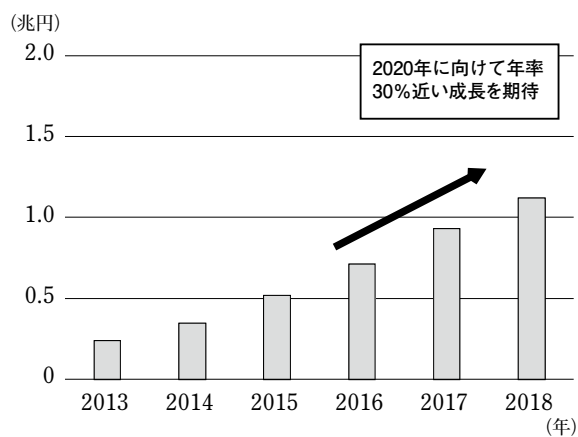
(要 旨)

- 「IoT」とは「Internet of Things：モノのインターネット」の略で、ありとあらゆるモノがセンサーや無線通信などを介してインターネットにつながり、それを通じて収集したビッグデータをロボットやAI（人工知能）を使って分析し、“新たな付加価値”を生み出す仕組みである。
- 「IoT」への取り組みでは、米国のGE社が牽引する「インダストリアル・インターネット」とドイツの産学官連携での「インダストリー4.0」が比較されることが多い。前者は、バーチャル（インターネット）にリアル（ものづくり）をつなげるという発想で、製造業に捉われない幅広い産業を対象にしているのに対し、後者は、リアル（ものづくり）にバーチャル（インターネット）をつなげるという発想で、とりわけ製造業に重点が置かれている。
- 「IoT」は、従来のビジネスの延長線上で単に生産性向上や新事業開発に取り組むなどといった「進歩」では不十分であり、“新たな付加価値”を生むような非連続な「イノベーション」を起こして新たなビジネスに取り組む絶好のチャンスであろう。「IoT」に取り組む中小企業では、やみくもにデータを収集、解析するのではなく、データを取捨選択したうえで、そのビッグデータをどのように活かすのか、そしてなにより「IoT」を活用し“つながった先で何をしたいのか”をしっかりと定義することが重要であろう。

はじめに

「IoT (Internet of Things ;モノのインターネット)」という言葉は、「クラウド元年」といわれる2010年から徐々に使われてきた。タブレット端末やスマートフォンなどの普及にともない、センサーや無線通信を介して“いつでも、どこでも、何でも、誰でも”ネットワークにつながる「ユビキタスネットワーク社会」の構築が、最近、「IoT」と表現されるようになったともいわれる^(注1)。例えば日経BP社が2014年10月に「IoT Japan 2014」^(注2)を開催するなど、各種イベントや報道などで「IoT」という言葉を見ないときがないほど、注目を浴びている。また、野村総合研究所の試算では、IoT市場は、2020年に向けて年率30%近い成長率が期待され、将来有望な市場の一つとして位置づけされている(図表1)。

図表1 IoT市場の動向予測



(備考) 野村総合研究所『2030年のIoT』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

2016年6月2日に公表された「日本再興戦略2016 -第4次産業革命に向けて- (以下、「成長戦略」という。)」でも、「今後の生産性革命を主導する最大の鍵は、IoT (Internet of Things)、ビッグデータ、人工知能、ロボット・センサーの技術的ブレークスルーを活用する『第4次産業革命』である。」と強調され、「IoT」は「戦後最大の名目GDP600兆円」の実現を目指していくうえでのキーワードとなっている。また、成長戦略のなかでは、「第4次産業革命を我が国全体に普及させる鍵は、**中堅・中小企業**である。中堅・中小企業の現場ニーズ、現場目線でITやロボット導入を進めていくことが重要である。」ことも強調されている。

そこで本稿では、このように注目を集める「IoT」に対して、信用金庫の主な取引先である中小企業がどのような姿勢で取り組んでいくことが望ましいのかについて探ってみたい。

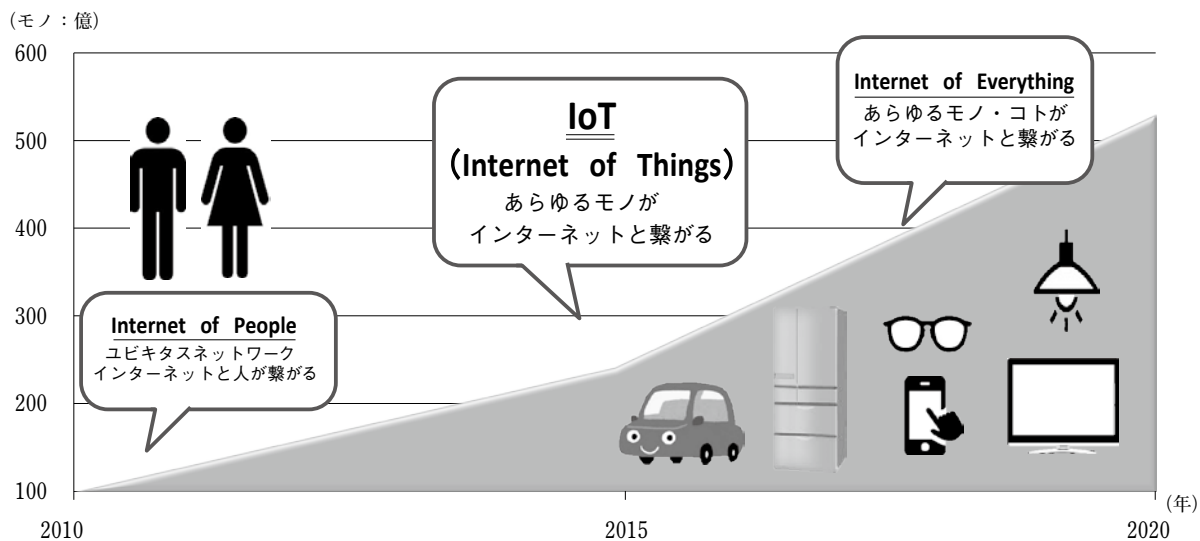
1. 到来するIoT社会とその動向

「IoT」とは、繰り返しになるが「Internet of Things ;モノのインターネット」の略であり、ありとあらゆるモノがセンサーや無線通信などを介してインターネットでつながり、モノ同士あるいはモノとヒトで相互に通信しあう仕組みである。最近では、モノだけでなくサービスを含めたあらゆるモノ・コトが幅広くつながった「IoE (Internet of Everything)」と

(注) 1. 『平成27年版 情報通信白書』第2部第4節を参照

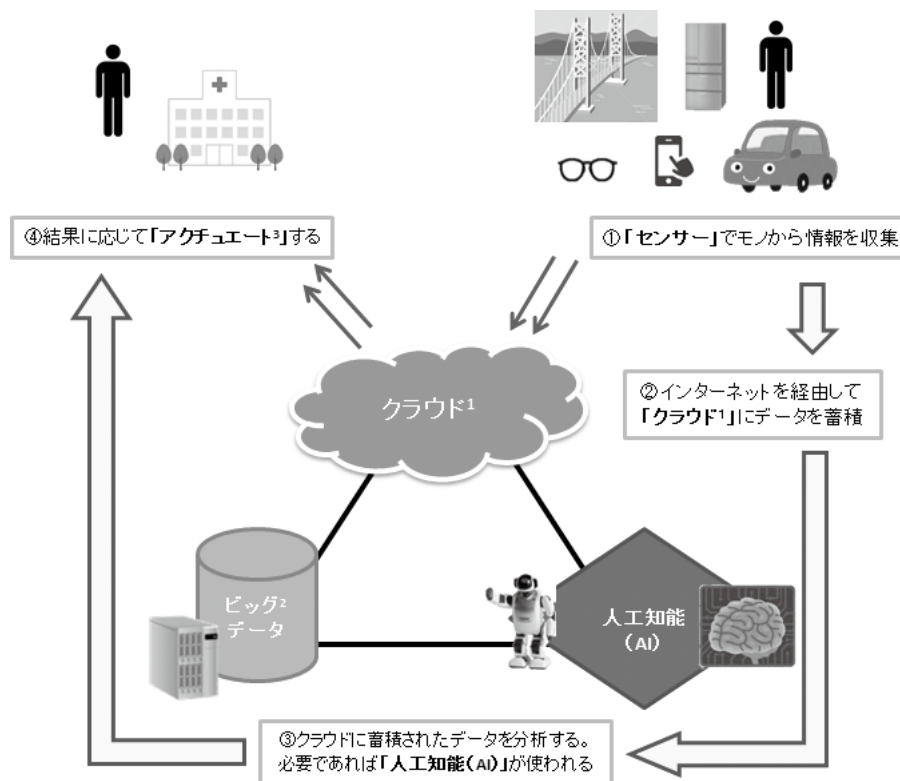
2. <http://itpro.nikkeibp.co.jp/expo/2014/iot/>参照

図表2 インターネットに繋がるモノ・コトの範囲



(備考) 1. 縦軸は、インターネットに繋がるモノの単位 (推定)。
 2. 野村総合研究所『ITロードマップセミナー-AUTUMN2012』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表3 IoTのキーワードと全体像



(備考) 1. 従来は自前のコンピュータ・サーバーで管理・利用していたソフトウェアやデータなどをインターネットを介して利用する”クラウドサービス”において、ソフトウェアやデータのありか(インターネット上のサーバー群)を”雲”に見立ててクラウドと呼んでいる。
 2. ビッグデータとは、インターネットの普及や、コンピュータの処理速度の向上等に伴い生成される、大容量のデジタルデータを指す。
 3. アクチュエートとは、動かす、作動させるという意味。
 4. IoT NEWS『2時間でわかる図解IoTビジネス入門』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

という言葉が使われることもある^(注3) (図表2)。「IoT」では、ビッグデータ (膨大なデータ) を収集してロボットやAI (人工知能) などで分析し、その結果を活用することで“新たな付加価値”を生み出す (図表3)。すなわち、「IoT」は、単にITを活用してある作業工程の効率化を図るなど“点”の取組みをいうのではなく、工場同士あるいは異業種企業同士をつなぐなど“面”の取組みであり、さらに“新たな付加価値 (ビジネス)”を創出するものといえる。

こうした「IoT」に先行して取り組んでいるのは米国とドイツである。米国では、2012年に、GE社 (ゼネラル・エレクトリック社) が経営戦略の中核に据えて打ち出したことで「インダストリアル・インターネット」というコンセプトに注目が集まった。この「インダストリアル・インターネット」は、社会全体を変革するという観点で、「第3の波」といわれ、18世紀から20世紀までの産業革命を「第1の波」、20世紀後半の「インターネット革命」を「第2の波」とすると、それに次ぐものと位置付けられる。代表的な事例として、GE社が自社製エンジンや飛行データにアクセスして、これら航空機の運航にかかるビッグデータを収集、解析して航空会社の経営改善の提案につなげていることが取り上げられることが多い。

一方、ドイツでは、政府主導の下、2011年前後から、IoTを活用した製造業の高度化

のための産官学連携プロジェクトとして「インダストリー 4.0」が打ち立てられ、注目を浴びている。このプロジェクトは、1つの企業の枠組みを超えて工場あるいは機械をインターネットでつなげて1つのシステムにすることで、生産システムの最適化を図る取組みである。ドイツでは、米国での自動運転技術などが世界的に注目を浴びるなかで自国の自動車産業の競争力が低下するのではないかとの危機感が、プロジェクトを後押ししているといわれる。

「IoT」の活用において米国とドイツを比較すると、米国が、バーチャル (インターネット) にリアル (ものづくり) をつなげるという発想で、製造業に捉われない幅広い産業を対象にしているのに対し、ドイツでは、リアル (ものづくり) にバーチャル (インターネット) をつなげるという発想で、とりわけ製造業に重点が置かれているという点に差異を見出すことができる (図表4)。

こうした海外の動きのなかで、わが国でも (株) 小松製作所 (コマツ) が自社の建設機械の稼働状況などのビッグデータを収集、分析して取引先のコスト削減などにつなげるサービスを提供するなど「IoT」への取組みは民間主導で行われてきており、必ずしも技術面で欧米に劣後しているわけではない。また、経済産業省では、「IoT」によるGDP押し上げ効果は、自動車産業を中心に約13兆円という試算をまとめているうえ^(注4)、「IoT」

(注)3. 「IoS (Internet of Service)」など、さまざまな造語が生まれている。

4. <https://www.nikkan.co.jp/articles/view/00385246>参照

図表4 「インダストリー 4.0」 と 「インダストリアル・インターネット」 の比較

	インダストリー4.0	インダストリアル・インターネット
国	ドイツ	アメリカ
組織	産官学共同（政府主導） ドイツ工学アカデミー	企業連合（企業主導） インダストリアル・インターネット・コンソーシアム (IIC) ¹
企業	中小企業にフォーカス 大企業が支援	大企業が主導（GE社等）
コンセプト	工場中心の発想 Smart Factory（つながる工場）の実現	機械（モノのデータ）中心の発想 ハードウェアとソフトウェア/サイバーとの実現
狙い	ドイツの製造業を世界標準にすること ICT技術は標準化とSmart Factory（つながる工場）の実現化	製造業だけにとられない幅広い産業を対象としている （製造業、ヘルスケア、運輸物流、インフラ、エネルギーなど）

(備考) 1. ゼネラル・エレクトリック社（GE社：世界最大のコングロマリット）、インテル社（半導体大手）、シスコシステムズ社（ネットワーク大手）、IBM社（IT大手）、AT&T社（通信大手）の5社で創立した。
2. NECビジネス運用サイトWISDOM「インダストリー4.0の最新動向、日独米それぞれの取組を比較・考察する」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

の導入効果を明らかにする目的で、同省ホームページにおいて「IoT活用度自己診断ツール・IoT投資効果算定ツール^(注5)」を提供して

図表5 第4次産業革命とは



(備考) 経済産業省「新産業構造ビジョン～第4次産業革命をリードする日本の戦略～」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

いる。さらに、本稿の「はじめに」でも述べたとおり、成長戦略では「第4次産業革命（図表5）」に向けたキーワードの一つとして「IoT」が挙げられている。

2015年に入り、「IoT」あるいは「インダストリー 4.0」、「インダストリアル・インターネット」など、言葉だけが独り歩きしているように見える。しかし、「平成27年版 情報通信白書」によると、「IoT」の成長の鍵を握るインターネットにつながるデバイスは、2013年の158億個から2020年には約530億個にまで増大すると予測されている^(注6)。したがって、「IoT」を単なる“ブーム”としてみるのではなく、社会的な背景など産業社会を支える底流をしっかりと把握していくことが求められよう。

次章では、IoTの活用や推進に挑む中小企業の経営事例として、IoTロジスティック（物流）に取り組む天野運送（株）（東京都品

(注)5. http://www.meti.go.jp/report/whitepaper/mono/2016/iot_tool.html参照
6. 『平成27年版 情報通信白書』第2部 第4節 第5章1を参照

川区)、中小企業向けに技術コンサルティングに取り組むリンクウィズ(株)(静岡県浜松市)、ビックデータ解析やAI(人工知能)活用のアドバイスに取り組む(株)IGPIビジネスアナリティクス&インテリジェンス(東京都千代田区)の事例を取り上げる。

2. 「IoT」企業の挑戦

(1) 天野運送(株)(東京都品川区)

イ. 会社の概要

同社は、大手中華料理店や有名洋菓子店など冷蔵、冷凍食品輸送に強みをもつ一般貨物運送事業者である(図表6)。

2003年から、輸送の安全の確保に積極的に取り組んでいる事業所の証である「安全性優良事業所^(注7)」に連続して認定され、04年からは、東京都品川区から、環境にとくに配慮している事業所の証である「エコパワーカンパニー事業所」にも連続して認定されている。こうした認証を取得しながら、06年には、東京都トラック協会主催のグリーンエコプロジェクトに参加したり、国土交通省の運輸安全マネジメント制度^(注8)を導入して自主的かつ積極的に輸送の安全に取り組んできた。

同社の「輸送の安全」に対する意識は高く、社方針にも表象されている。同社の社方針は、天野智義代表取締役社長によるトップダウンで「HTIVSS (High-quality Transport

Information Value Service System)」、すなわち「高品質な輸送をするため、価値ある情報を収集し、お客様に奉仕できるシステムを創ること」とした。この社方針を実行するため「行動五原則^(注9)」を掲げ、さらに細かい

図表6 天野運送株式会社の概要



同社の概要	
法人名	天野運送株式会社
代表	天野 智義
本部所在地	東京都品川区西五反田
設立	1953年4月
事業内容	一般貨物運送事業、貨物運送取扱事業、不動産賃貸業、各種イベント企画実施業

(備考) 1. 写真(上)は同社社員一同(中央は天野智義代表取締役社長)、写真(下)は取材に応じていただいた天野照義常務取締役
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注)7. 国土交通省全国貨物自動車運送適正化実施機関である(公社)全日本トラック協会が、運送事業者の交通安全対策などへの取り組みを評価し、一定の基準をクリアした事業所を「安全性優良事業所」として認定している。(http://www.jta.or.jp/gmark/gmark.html参照)

8. http://www.mlit.go.jp/unyuanzen/outline.html参照

9. I. お客様の企業特性を十分理解すること、II. お客様の希望する目的地に安全、確実、かつ経済的な地理に精通すること、III. お客様に依頼された貨物の取扱いならびに保管、仕分け、入出庫の受渡し条件に精通すること、IV. 良い作業環境を作り和をもって働き良い職場にすることと同時にZD運動(事故ゼロへの取り組み)の参加意識の高揚に努めること、V. 運送業として恥じない車両管理および備品管理の徹底を図り、常に安全な車両によって輸送すること、を掲げている。

「輸送の安全に対する基本的な方針」や「プロドライバーとして備える要件」を定めている。こうした意識の下、例えば、同社の保有車両は4トン以下と中・小型トラックであるが、8トン以上の大型トラックに義務付けられているドライブレコーダー（映像・音声などを記録する車載装置）を全車に導入したり、安全運転管理者資格をもつ社員が全国各地の同業者やタクシー会社で運転指導を行うなど、とりわけ「輸送の安全」に対しては高い意識で臨んでいる。

ロ. 事業の概要

同社は、2013年から、「輸送の安全」をさらに徹底するため、事故防止を目的とした思い切ったIT投資に踏み切っている。計装機器大手システム会社や運輸業向けシステム開発業者の協力の下、交通情報システム、ドコモ携帯通信網無線^(注10)、デジタルタコグラフ（安全運転記録）、自動温度計センサーなどを連動させることにより、毎日の作業内容、運転速度、運転距離、荷台温度などをパソコン画面で一元管理し、これらをもとに安全運転分析や経済運転分析をして1日の総合評価を記した「安全運転日報」を出力できるシステムを構築した（図表7）。各種機器から収集したデータを一元管理、分析して、ドライバーにとっても取引先にとってもメリットのある「輸送の安全」という付加価値を生み出している点で、まさに同社は「IoT」を実践

図表7 輸送の安全のためのITシステム



（備考） 同社提供

しているといえよう。

本システムの導入当初は、出発から帰車までのすべての運行記録が自動追跡されることから、一部のドライバーから反発の声もあったものの、経営陣が根気よく導入目的を説明するなかで反発の声はなくなった^(注11)。また、本システム導入により、ドライバーは出力された「安全運転日報」をチェックして自筆サインするだけの手続きに簡素化されるとともに、運行管理者の事務負担が大幅に削減できている。

こうしたIT投資と並行して、事故ゼロを

(注)10. ドコモのFOMAエリアを全域カバーする全国どこでも通信可能な携帯無線システムのこと。

11. 本システムでは、ドライバーが配達先でスイッチを押す操作を必要としている。導入当初は、この操作を失念するドライバーが散見され、「安全運転日報」の自動作成に一部支障は出たが、現在はこうした支障は一切ない。

目指すZD（ゼロ・ディフェクト）運動にも積極的に取り組んでいる。約30名のドライバーのなかからリーダーを決め、4～5名を1グループとして、グループごとに「安全運転日報」で表示される運転評価点^(注12)で競わせている^(注13)。各グループで、「輸送の安全」のための目標を設定し、それを全員で達成することで、ドライバー全員の意識高揚が図られている。こうした常日頃のグループでのドライバー同士のコミュニケーションを通じて、同社では“風通しのよい”社風を実現している。また、仮にドライバーが事故を発生させた場合、毎月のグループ会議で反省点を協議して再発防止策を検討し、その再発防止策をZD委員会で検討審議して決定するなど、「輸送の安全」への取組みを継続的に改善している。グループ対抗ドライバーコンテスト（運転競技、日常点検競技、重量当て競技）も実施し、社方針の実践のため、常にドライバー全員のさらなる底上げを図っている。ドライバー各人も、自身の健康管理、睡眠時間、懇親会等での酒量管理など自己管理を自発的に徹底しており、安全運転に対する意識は高い。

さらに、「高品質な輸送」のため、品物を運ぶドライバーにおしぼりを配布し、常に清潔な配送作業を心がけている。まさに取引先に対する“おもてなし”といえよう。

ハ. 今後の展望

導入したシステムについては、現在、ドライブレコーダーに連動していないため、近い将来、リアルタイムで動態管理できるようにするため、ドライブレコーダーとの連動を実現したいとのことであった。また、ETC2.0^(注14)を導入検討し、本システムにETCやGPS（全地球測位システム）を連動させるとともに、取引先への請求書を自動作成できる仕組みを早期に実現したいとしている。

本業では、配送における温度センサー管理に強みをもつため、現在、メインとしている食品などに加えて医薬品の配送にチャレンジしたいと意気込む。

同社では、今後とも、IT投資でハード面の充実を図りZD運動でソフト面のレベルアップに努めながら、社方針「HTIVSS」の完全達成に向けてまい進していきたいとしている。

(2) リンクウイズ(株)（静岡県浜松市）

イ. 会社の概要

同社は、2015年3月、カメラと組み合わせた産業用ロボットを成業するソフトウェアの開発を事業の柱とし、メンバー3名で設立された（図表8）。取材に対応していただいた代表取締役の吹野氏（以下、「吹野代表」という。）は、地元企業に就職して3次元ソフトウェア開発のノウハウを習得後、システム

(注) 12. なお、運転評価点の低いドライバーに対しては、同社の指導担当者（ベテラン運転手）が指導研修する体制を構築している。

13. 毎月25日の朝礼時に、目標を達成できたグループに報奨金で表彰している。表彰グループの決定は、同社内に設置しているZD委員会で審議、決定される。

14. いままでのETCで可能であった高速道路利用料金収受に加えて、渋滞回避や安全運転支援などのドライバーにとって有益な情報を提供するサービスのこと。（<https://www.go-etc.jp/etc2/etc2/service.html>参照）

図表8 リンクウィズ株式会社の概要



同社の概要

法人名	リンクウィズ株式会社
代表	吹野 豪
本部所在地	静岡県浜松市北区
設立	2015年3月
事業内容	ロボットシステムインテグレーション事業、 インテリジェントロボットソリューション事業、 技術コンサルティング事業

(備考) 1. 写真は取材に応じていただいた吹野豪代表取締役社長
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

開発会社取締役経験（3年）をもつ。そのほか、メンバーとして、三次元スキャナ開発、販売会社マネージャー経験（5年）をもつ村松氏が販売取締役、溶接トーチ、溶接システム開発担当経験（14年）をもつ鈴木氏を技術取締役とする技術者を軸にした少数精鋭のマネジメントチームである。吹野代表は、「無機質なロボットをヒトに身近に感じてもらう」ことを強く意識し、「皆が使える統合型ロボットシステムで、最高のモノづくりに貢献する」を同社の経営理念として掲げている。

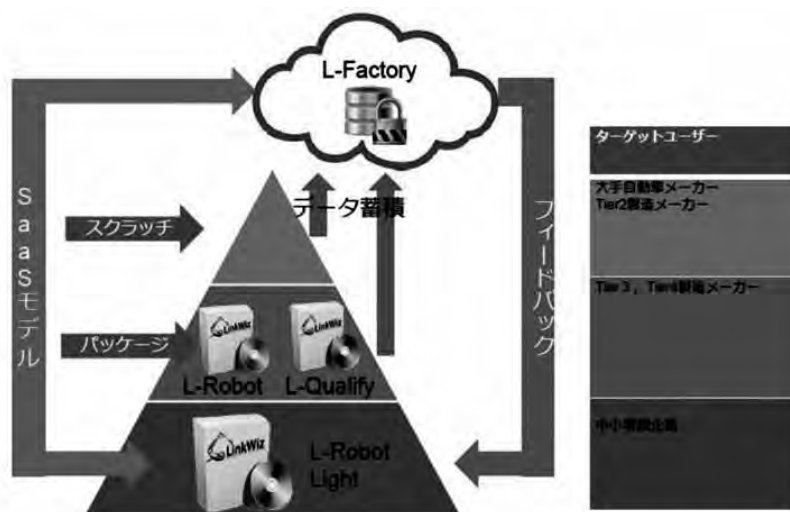
安倍政権の「日本再興戦略」（いわゆる「成長戦略」）にも掲げられているとおり、ロボット市場は2020年までに年率10%を超える成長が見込まれており、そのなかで熟練オペ

レーター不足が指摘されている。このオペレーター育成は容易ではなく別のアプローチでの課題解決が急務である。加えて、吹野代表の過去の職務経験から、生産、検査、データ管理までを一連で可能にするロボット統合システムは未開発領域であるという知見を得たことから、同社を立ち上げ、既存の産業用ロボットに後付けできるスマートロボティクスシステム「L-Lobot」、「L-Qualify」の開発、提供に至った。

ロ. 事業の概要

同社の主力商品は、スマートロボティクスシステム「L-Robot」、「L-Qualify」である（図表9）。「L-Robot」は、既存のどのメーカーの産業用ロボットにも後付けできる特長をもち、ロボットに「眼」と「頭」を搭載することでティーチング（産業用ロボットのプログラム作成方法）を自動生成できるシステムである。これにより、ロボットを単に盲目的に同じ作業を繰り返す生産機械から情報収集ツールに変えるとともに、人間がティーチングをオペレーションせずにロボットを動かすことができる。とりわけ、少量多品種生産現場でのティーチング作業を軽減したり、どんな現場環境であってもロボット本来の性能を発揮させる効果がある。同社の目指す「町工場で簡単に使えるロボティクス」の想いから、中小零細企業向けには「L-Robot light」がラインアップされている。これは、ロボット加工の設定を自動的に提案するなどロボットの動作環境の最適条件をレコメンドできる

図表11 同社の製品「L-Robot」・「L-Qualify」・「L-Factory」のポジションイメージ



(備考) 同社資料より引用

貢献できる。なお、同社のそれぞれの商品の位置づけは図表11のとおりである。

同社では、上記システムを“武器”にコンサルティングも行っている。コンサルティングにおける軸は“人間の不得意分野をロボットに任せる（単純作業ではなく、溶接など難易度の高い作業の高度化のためにロボット導入）”であり、依頼先企業と一緒にあって同じ立場で考えることにより、依頼先企業にとって無駄な投資にならないよう大きな配慮をしている。

同社は、経済産業省の人材育成事業「始動ネクストイノベーター2015」^(注15)の派遣メンバーに選抜されたり、浜松信用金庫（静岡県浜松市）のビジネスプランコンテスト「第3回はましんチャレンジゲート」で最優秀賞を受賞するなどの経験がある。こうした経験か

ら、システムの販売では、ベンチャー企業でありながら大手企業へのアクセスが比較的容易であるため、直接大手企業を対象に営業活動を行いながら、その下請け中小企業にアプローチをしている。また、同社と同居している（株）アメリオ（浜松市北区）や（株）安川電機ロボット事業部浜松営業所（浜松市中区）とも協働して、同社のシステムのPRを含む知名度向上に取り組んでいる。

ハ. 今後の展望

高性能な次世代型産業用ロボットの分野でのプレイヤーは少なく、（株）MUJIN^(注16)（東京都文京区）や（株）三次元メディア^(注17)（滋賀県草津市）などが代表的である。こうしたなか、今後さらに知名度を上げて、新規を含むIT技術者の採用を進めながら、従業員規

(注) 15. 安倍政権が打ち出した「シリコンバレーと日本の架け橋プロジェクト」の一つであり、同社を含む選抜者20名が、2015年10月に米国シリコンバレーへ派遣された。

16. <http://mujin.co.jp/>参照

17. <http://www.3dmedia.co.jp/>参照

模を20人以上に拡大していきたいと考えている。

また、同社のようなパッケージソフトウェアは、販売において、現物を見せないと納得性が上がらない側面がある。したがって、近い将来、ショールーム（レクチャールーム）を設置して、さらに販売実績を積み上げていきたいとしている。

(3) (株) IGPIビジネスアナリティクス&インテリジェンス（東京都千代田区）

イ. 会社の概要

同社は、東京大学大学院 松尾豊准教授^(注18)と取り組んできたビッグデータ・AI（人工知能）の領域における企業支援をさらに発展させるため、2015年10月、(株)経営共創基盤^(注19)（以下、「IGPI」という。）から独立した専門子会社として設立された（図表12）。

取材に応じていただいた代表取締役CEOの川上登福氏は、大手商社や米国GEでの勤務経験にて培った営業・マーケティング、企業再生、創業支援、M&Aなど企業支援における幅広い知識とノウハウを活かしてIGPIに転職し、最近ではデータ解析、アルゴリズム開発、データ活用戦略策定などに従事し、国立研究開発法人 新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）の次世代ロボット中核技術開発/次世代人工知能技術分野採択審査委員等を兼務するなど、企業の保有するデー

図表12 IGPIビジネスアナリティクス&インテリジェンス株式会社の概要



同社の概要	
法人名	株式会社IGPIビジネスアナリティクス&インテリジェンス
代表	川上 登福
本部所在地	東京都千代田区
設立	2015年10月
事業内容	企業の保有するデータの解析・戦略的活用支援、AIを活用した事業創造・事業変革支援、ビッグデータ・AIに関するスタートアップベンチャー支援

(備考) 1. 写真は取材に応じていただいた川上登福代表取締役社長
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

タの解析や戦略的活用支援では第一線で活躍している。

同社では、進化の速いAIや解析技術の最先端の知見とIGPIが“強み”とする企業・事業支援のノウハウを融合させながら、企業における戦略的なデータ活用からAIへの対応に至るまで、専門的かつ実践的な支援を行っている。こうしたなか、設立後まもない2016年1月には、第一生命保険(株)が、他業態と連携しながら推進する「InsTech」^(注20)の取組みへの一部支援を行っている。

(注) 18. 東京大学で、現在、主に人工知能に活用されるディープラーニング技術の研究に注力し、国内では人工知能学会を中心に、海外ではWWW国際会議や米人工知能学会などを中心に論文を発表するなど活躍している。

19. <https://www.igpi.co.jp/>参照。同社は、富山和彦氏が代表取締役CEOを務め、長期的・持続的な企業価値・事業価値の向上を目的に企業の再生支援や経営支援に取り組む。

20. 「Insurance（保険）」と「Technology（技術）」を掛けあわせた造語

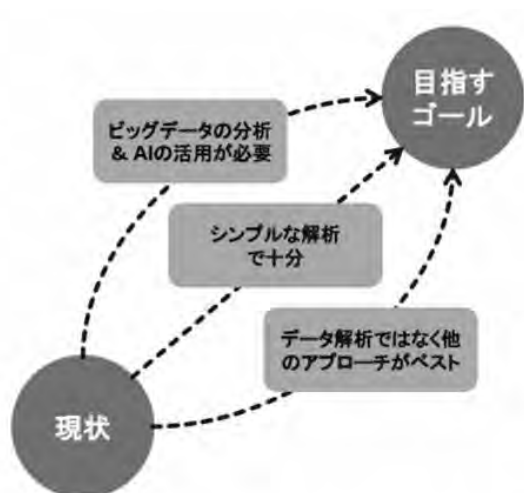
ロ. 事業の概要

同社は、常にビジネス視点（事業における目的）から発想し、“企業の保有するデータとAIから企業経営を捉えなおす”という信条の下、「短期」と「長期」のそれぞれの視点から戦略提案を行っている。具体的には、「どのようなデータ活用をすべきか」、「データ解析でアプローチするのがベストか」、「多大なシステム投資を本当にすべきか」、「どのような解析技術を活用すべきか」など依頼企業の多様な悩みに対して最適なアプローチを提案している（図表13）。

同社の主力事業は「ビジネスアナリティクス(BA)」で、本事業の2本柱は「戦略的データ活用支援」と「AIアルゴリズム開発支援」である。依頼企業のビックデータを解析し、そこから導き出された結果をビジネスに活用し、事業の更なる進化の支援に注力している。

昨今のAIブームで相談の多い「AIコンサルティング(AI)」事業では、AIが各産業・

図表13 同社のビジネスモデル



(備考) 同社資料より引用

各企業に与える影響を考え、各企業がなすべきことは何かという戦略検討から、長期的な視野に立ったAIを活用した製品開発・事業開発の支援をしている。同社は、常にビジネス視点で固有解・最適解を考えており、仮に依頼企業がAIの活用を要望したとしても、AI化しなくてよいケースについてはよりシンプルな方法を提案するなど、依頼企業本位での提案に努めている。

そのほか、「ビジネスインキュベーション(BI)」では、AIやビッグデータの領域で新たな事業創造を目指すアリーステージの有望な起業家に対して、当該起業家が健全に独立していけるよう、出資するだけでなく経営アドバイスを行うなど多面的な支援に取り組んでいる。

ハ. 今後の展望

同社ではビッグデータ解析・AI活用をアドバイスするにあたり、「AIはあくまでテクノロジー（技術）であり、万能を期待してはいけない」ことを前提に、個別の事業の特性・実態に合わせて、ビッグデータ解析・AIを具体的にどのように活かすのかを重要視している。

わが国企業で、データの価値・AI技術をしっかりと理解し、活用を考えられる企業は少ない。各企業は自社の戦略的なデータ活用のレベルを上げ（短期）、かつ本格的なAI活用時代に備える必要がある。

同社は、ビッグデータ・AI時代における日本企業の成長を促進すべく、企業の戦略的

なデータ活用（ビジネスアナリティクス）と将来に向けたAI活用（AIコンサルティング）のノウハウをさらに培い、企業経営の進化に向けた支援を加速させる予定である。

3. 中小企業にとっての「IoT」

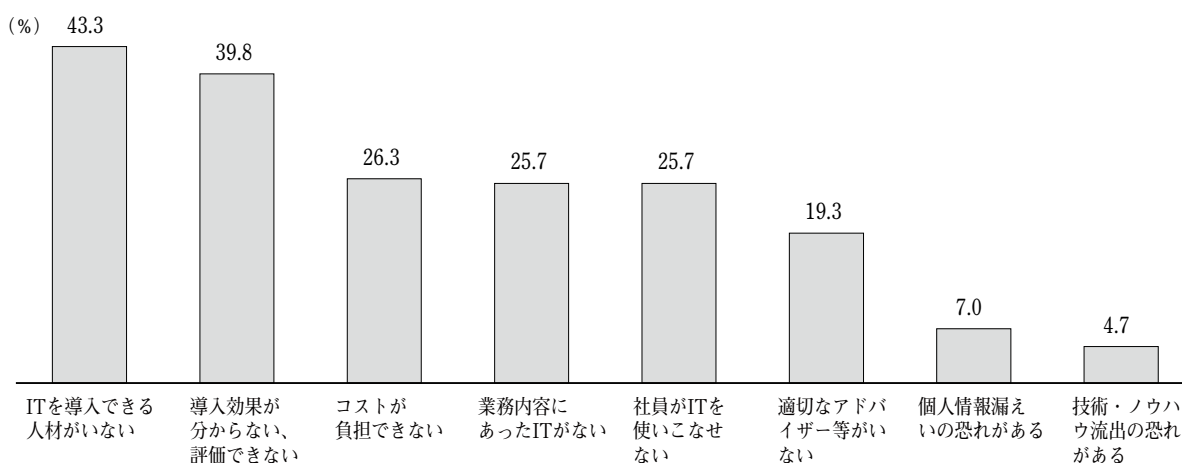
「はじめに」でも述べたとおり、成長戦略における生産性革命を主導する最大の鍵の一つは「IoT」であり、かつ、成長戦略で普及を目指す「第4次産業革命」では「中堅・中小企業」が鍵を握るとされており、「Ⅱ.日本再興戦略2016における鍵となる施策」のうち「1-2：ローカルアベノミクスの深化」の「(7) 中堅・中小企業・小規模事業社の革新」のなかで、「③ IT利活用をはじめとする中堅企業・中小企業・小規模事業者の生産性支援」が具体的施策として挙げられている。

2016年4月に中小企業庁調査室から公表された『2016年版 中小企業白書概要』^(注21)を

みると、中小企業のIT投資では自社ホームページの開設は行われているものの、電子商取引（BtoB）や作業の自動化・アシスト化をはじめ経営にITを活用できていない実態がみられる。そのIT投資を行わない理由をみると、「ITを導入できる人材がない（43.3%）」、「導入の効果が分からない、評価できない（39.8%）」、「コストが負担できない（26.3%）」などの理由が主に挙げられている（図表14）。

また、大手企業であっても、大手企業のCIO（最高情報責任者）を主な対象とした野村総合研究所の調べ^(注22)をみると（図表15）、必ずしも「IoT」への取組みは十分ではない。自社の建設機械の稼働状況などのビッグデータを収集、分析して取引先のコスト削減などにつなげるサービスを提供する（株）小松製作所（コマツ）や、業務用空調機器に取り付けたセンサーからリアルタイムデータを

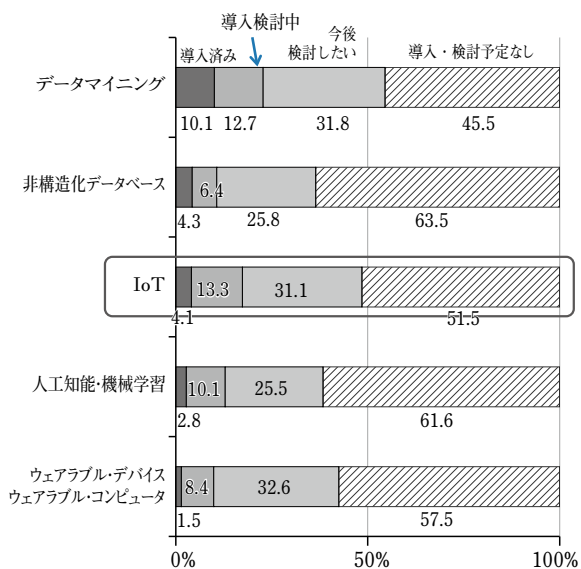
図表14 中小企業がIT投資を行わない理由



(備考) 中小企業庁『中小企業白書平成28年版』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注) 21. 中小企業庁『中小企業白書概要平成28年版』頁9を参照
22. http://www.nri.com/Home/jp/news/2016/160316_1.aspx参照

図表15 わが国企業における主な新技術への導入状況



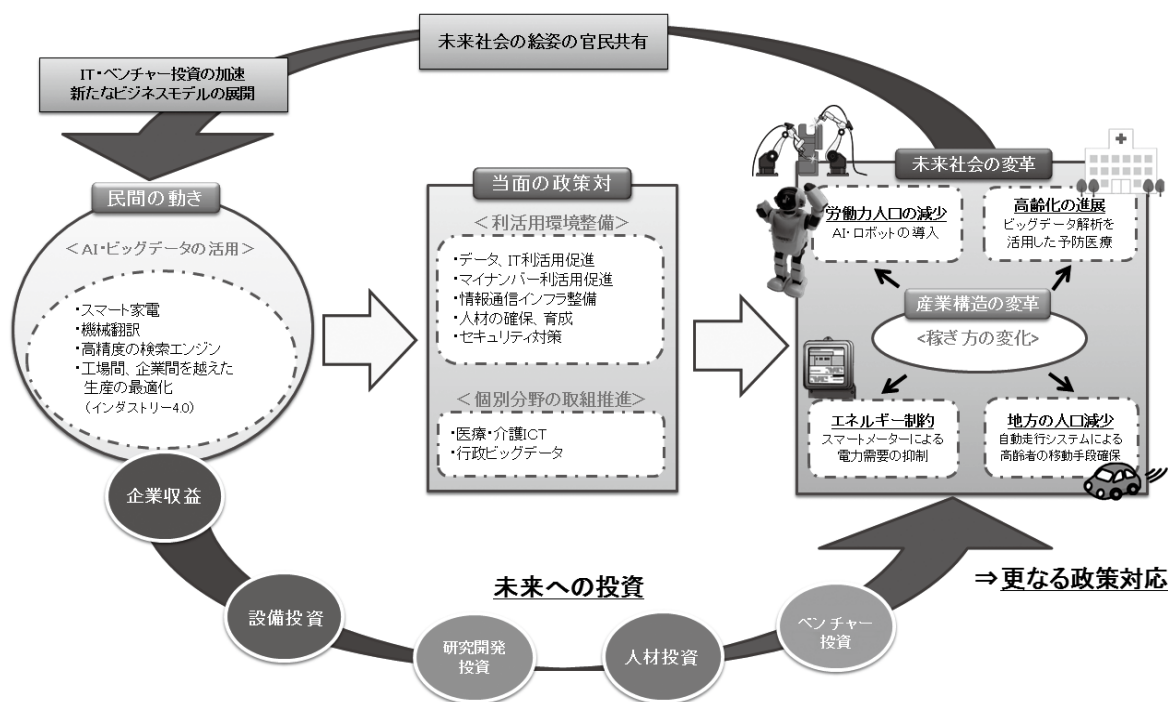
(備考) 野村総合研究所 (2016年3月16日) 『「ユーザー企業のIT活用実態調査」(2015年)を実施』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

取得、診断して故障を予知するサービスを提供するダイキン工業(株) など、「IoT」への

取組みで先行事例もあるものの、「技術的には欧米に遅れをとっているわけではなく、昔からFA (ファクトリー・オートメーション) などに取り組んでいる」などと本質を見誤った考えを持っていると、世界的な潮流から取り残されてしまう可能性があるだろう。

2015年6月30日に公表された『「日本再興戦略」改訂2015 -未来への投資・生産性革命-』では、世界的な変革の流れに乗り遅れば国際競争力を失う一方、新たなビジネスに取り組む絶好のチャンスとして、「IoT・ビッグデータ・人工知能による大変革時代に対応した民間投資と政策対応を加速する官民共有の羅針盤として、産業構造及び就業構造への影響や官民に求められる対応等について、早急に検討を進める。」ことが示された(図表16)。「IoT」は、従来のビジネスの延

図表16 IoTがもたらす未来社会



(備考) 内閣官房 日本経済再生総合事務局『日本再興戦略 改訂2015』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

長線上で単に生産性向上や新事業開発に取り組むなどといった「進歩」にとどまらず、“新たな付加価値”を生むような非連続な「イノベーション」を起こして新たなビジネスに取り組む絶好のチャンスといえよう。

「IoT」の活用では、今まで感覚でしかわかっていなかった見えないものを“見える化”できるという意味で価値はあるものの、これら収集しているビッグデータを有効活用できなければ、ただの“数字遊び”で終わってしまうことも懸念される。そのため、「IoT」に取り組む中小企業では、やみくもにデータを収集、解析するのではなく、データを取捨選択したうえでそのビッグデータをどのように活かすのか、そしてなにより「IoT」を活用し“つながった先で何をしたいのか”をしっかりと定義することが重要であろう。

おわりに

現在、わが国の「IoT」は、“新たな付加価値”を生む好循環にまでは至っておらず、

センサーなどでビッグデータを収集して解析をしているステップであると主張する有識者がいる。また、工場内あるいは自社、自社グループ内だけで完結してしまい、生活者目線も含めた「IoT」本来の“面的な”活用ができていない実態もみられる。

こうした現状を鑑みると、今後、「IoT」に対して、“まずは小規模ながらも正確に”を取組みの基本姿勢とし、徐々に取組み規模を拡大していくやり方が望ましいのではなかろうか。

また、信用金庫には、IT投資に躊躇する中小企業に対して、“なぜIT投資へ踏み切れないのか”など経営者の意見に耳を傾けて一緒に改善策を考え、IoT社会の動向を的確に把握したうえで、あらゆる業種の中小企業が、これからのIoT社会に対し、それぞれの立場から対応していくためのアドバイスが求められるだろう。

〈参考文献〉

- ・IoTNEWS代表 小泉耕二『図解 IoTビジネス入門』あさ出版（2016年）
- ・加藤文昭『MDBトレンドレポート IoT/M2M』（株）日本能率協会研究所（2015年4月）
- ・首相官邸『日本再興戦略 -第4次産業革命に向けて-』（2016年6月2日）
- ・総務省『情報通信白書平成27年版』（2015年7月）
- ・中小企業庁『中小企業白書概要平成28年版』（2016年4月）
- ・一般社団法人日本OMG 代表理事 吉野晃生『標準化と品質管理No.10 産業用IoTとIICの取組み』（一財）日本規格協会（2015年10月）
- ・野村総合研究所 桑津浩太郎『2030年のIoT』東洋経済新報社（2015年）
- ・株式会社フロンティアワン 代表取締役 鍋野敬一郎『IoT社会が変える可能性と未来』地銀協月報（2016年）



地域銀行における事業所内保育施設の開設動向について

信金中央金庫 地域・中小企業研究所上席調査役

とね かずゆき
刀襦 和之

(キーワード) 女性活躍推進法、事業所内保育施設、ダイバーシティ経営、福利厚生

(視 点)

平成27年8月28日、「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(女性活躍推進法)が参議院本会議で可決、成立した。同法の成立を後押しに、地域金融機関でも女性従業員の活躍推進策の拡充が図られている。こうしたなか近年、事業所内保育施設の開設に注目が集まっている。女性が働きやすい環境を整備することで、出産・育児を理由とする退職者の抑制やモチベーション・帰属意識の向上などが期待される。

そこで本稿では、すでに事業所内保育施設を開設済みの地域銀行などに対するヒアリング内容をもとに最近の動向を取りまとめた。

(要 旨)

- 近年の女性活躍推進を追い風に、事業所内保育施設を開設する地域銀行が増えつつある。
- 事業所内保育施設とは、事業所またはその近辺に用意された、育児中の従業員向けの保育施設のことである。大きく、直接運営方式と委託運営方式とに分かれるほか、単独開設型と共同開設型とがある。
- 開設にあたっての検討項目は、①ニーズの確認、②支援制度全体における優先順位付け、③保育料の設定、④立地や設備等、⑤委託先などとなる。
- 特徴的な取組み事例として、北都銀行(ほっくんキッズハウス)、東邦銀行(とうほう・みんなのキッズらんど)を取り上げる。

はじめに

地域金融機関の間で女性の活躍推進が成長戦略のキーワードの一つとなっている。中長期的な生産年齢人口の減少から従業員の採用難は避けられず、また地域経済の縮小も予想される。限られた経営資源を最大限に活用し生産性を高めるためには、女性従業員の活躍が不可欠で、渉外担当や融資担当への積極的な配置、管理職への登用などが盛んである。こうしたなか地域銀行では、ダイバーシティ経営の一環として女性従業員の働きやすい環境整備に取り組んでおり、その具体策として事業所内保育施設を設置する動きがみられる。今後、信用金庫においても同施設の開設についての検討が進展する可能性もある。

そこで本稿では、地域銀行の事業所内保育施設の開設動向について、すでに開設済みの地域銀行などへのヒアリング内容をもとに取り上げる。

1. 地域銀行の取組み

(1) 事業所内保育施設の開設

地方銀行64行は、頭取参加のもと「輝く女性の活躍を加速する地銀頭取の会」を平成26年11月に発足し、女性活躍推進に向けた「行動宣言」を策定・公表した。また、女性活躍推進法に基づき、労働者301人以上の大企業は、女性の活躍促進に向けた行動計画の策定などが28年4月から義務付けられている。こうしたなか、事業所内保育施設を開設する地域銀行がみられる（図表1）。

(2) 地域銀行にとってのメリット

地域銀行が事業所内保育施設を開設するメリットは、①女性従業員の離職防止、②優秀な女性の獲得、③CSR・ダイバーシティ経営の実現などである。

① 女性従業員の離職防止

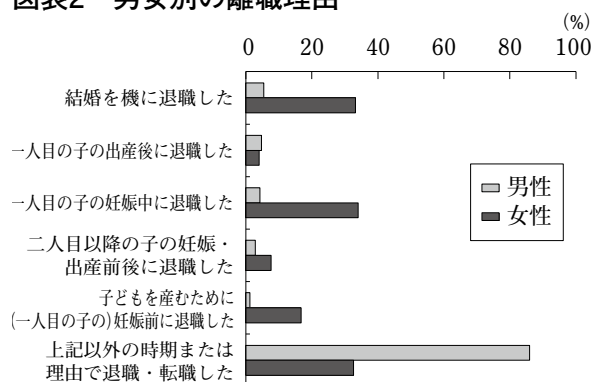
出産・育児は女性の退職理由の大きな割合を占める（図表2）。また、育児休業後の復

図表1 事業所内保育施設の開設状況（最近の例）

開設時期	金融機関名	名称
22年 7月	静岡銀行	森のほいくえん（静岡ガス、静岡鉄道との共同）
23年 4月	北都銀行	ほっくんキッズハウス
26年10月	東邦銀行	とうほう・みんなのキッズランド
27年 3月	千葉銀行	千葉工大ひまわり保育園（千葉工業大学との共同）
27年 4月	肥後銀行	ひごっ子の森保育園
28年 3月	広島銀行	イクちゃんち（広島県との共同）
28年 4月	十六銀行	じゅうろくスマイルルーム
28年 7月	みちのく銀行	みちぎんどリームキッズはうす
29年 4月予定	伊予銀行	未定

（備考）各行ニュースリリースより作成

図表2 男女別の離職理由



(備考) 1. 平成21年調査
2. 厚生労働省『子育て期の男女への仕事と子育ての両立に関するアンケート調査』より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

職に際して地域の待機児童問題は大きな影響を与える。結果的に入園が難しく、復職を見送るケースもあるようだ。

そこで、自前の事業所内保育施設を開設し、女性従業員が働きやすい環境を整備する動きがある。これによって、女性従業員の退職を防ぎ、離職率を低下させる狙いがある。また、自行の運営する施設のため、女性従業員の安心感も高まると考えられる。

② 優秀な女性の獲得

事業所内保育施設の開設は、優秀な女性を採用するうえでのPRポイントとなる。子育てと仕事を両立しながら、長く働きたいと考える女子学生が増えている現在、手厚い子育て支援制度は、女子学生が企業を選ぶ際のプラス要因となり得る。また、同施設の利用対象をパート職員などに拡大すれば、パート職員の確保面でも追い風となるし、女性の働きやすい職場は男性にとっても働きやすい職場とされるため、性別に関係なく優秀な従業員等の獲得につながるとされる。

③ CSR・ダイバーシティ経営の実現

女性の活躍拡大を支援することは、採用分野での自行PRだけでなく、CSR・ダイバーシティ経営の実現にもつながる。地域銀行は、地域においてリーダーシップを発揮する役割を求められるので、率先して事業所内保育施設を整備する意味合いは大きいといえる。

また、同施設の開設は、地域における待機児童の解消や子育て環境の改善、さらには出生率向上に資する取組みでもあるので、広い意味での地域貢献や地域活性化の取組みと位置付けられる。

2. 事業所内保育施設の概要

(1) 概要

事業所内保育施設とは、企業が事業所またはその近辺に用意した、従業員の子どものための保育施設のことである。グループ会社従業員の子どもを含むことも可能である。育児中の従業員向けの福利厚生策の一環として、開設される施設となる。

同施設の位置付けは、これまでは認可外保育施設に該当したが、平成27年4月以降は区市町村の認可を受けて開設・運営することも可能となった。

同施設の運営は、大きく①直接運営方式と、②委託運営方式とがある(図表3)。前者は自行で保育士を直接雇用し同施設を運営するスタイルで、後者は施設の運営そのものを専門業者に委託するスタイルとなる。一般に地域銀行においては、専門業者に運営を委託する委託運営方式が主流とみられる。

図表3 運営方式の比較（相対評価）

直接運営方式のメリット	委託運営方式のメリット
<ul style="list-style-type: none"> ・ 自行の意向に合わせた柔軟な保育サービスを提供可能である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施設の維持・管理や保育士の採用等にかかる労力を削減できる。 ・ 利用者数の増減に合わせた保育士の配置が可能となる。

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

加えて、①自行単独で同施設を開設する単独開設型と、②複数の企業などで開設する共同開設型にも分かれる。現状、想定される利用者数や初期投資・運営費などを勘案し、単独で開設する地域銀行と、共同で開設する地域銀行とがある。ただし、銀行法上の他業禁止の観点から同施設を一般向けに開放することは難しいようである。

（2）助成金等

地域銀行が事業所内保育施設を開設する場合、（仮に無認可保育施設であっても）設備や保育内容、保育士の配置などに関する基準があるほか、食品衛生法や消防法などの規制も存在する。ただし地域銀行は、地元における社会的立場などから、認可の有無にかかわらず認可保育施設に準じる設備が求められるようだ。そのため、異業種の事業所内保育施設に比べ、地域銀行の施設は比較的高コストでの開設・運営がなされている可能性もある。

一方、深刻な待機児童問題の解消を目的に、同施設の開設について各種の補助金や助成制度が拡充されている。28年6月2日に閣

議決定された「ニッポン一億総活躍プラン」においても、子育て環境の整備が掲げられており、今後の支援強化が期待されている。

3. 開設時の検討項目

女性の活躍推進は信用金庫においても喫緊の経営課題の一つである。女性が家庭と仕事とを両立させ、高い意識を持って業務に取り組んでもらうための一施策として事業所内保育施設の開設に関する検討が加速する可能性もあろう。

そこで今後、信用金庫が同施設の開設を検討する際の項目をあげると、①ニーズの確認、②支援制度全体における優先順位付け、③保育料の設定、④立地・設備等、⑤委託先などがある（図表4）。

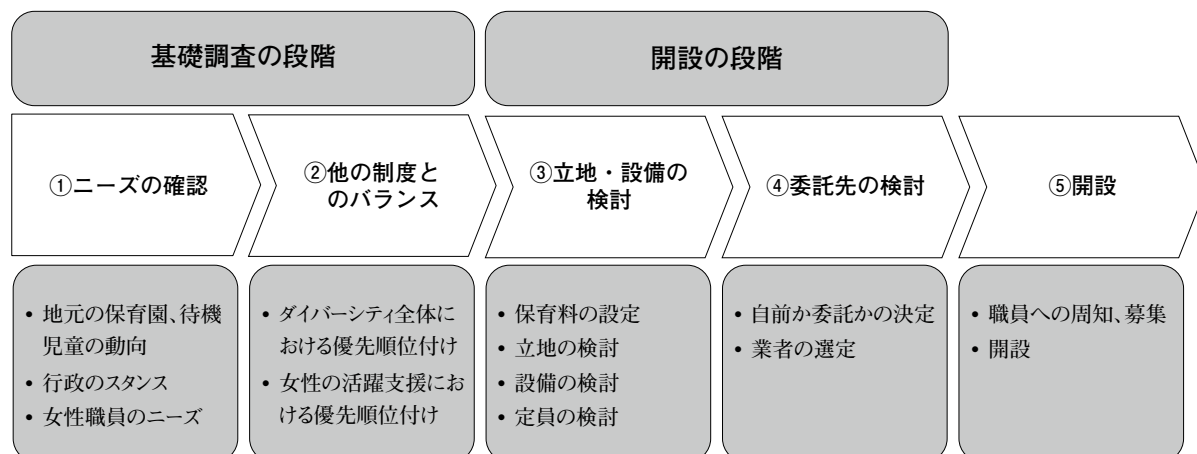
（1）ニーズの確認

開設の検討に際しては、女性職員に対するニーズ調査の実施が不可欠となる。調査を通じて、そもそも女性職員の間で事業所内保育施設の利用ニーズがあるのか、それとも他の支援策を求めているのかなどを把握する。また、地域の保育施設数や待機児童の状況なども合わせて調査しておく必要がある。

（2）支援制度全体における優先順位付け

事業所内保育施設の開設には数百～数千万円の初期投資がかかるとされる。信用金庫にとって、ダイバーシティ経営の対象は女性に限らず高齢者や障がい者などを含む。また、女性職員の活躍拡大の支援策は、事業所内保育施設の開設以外に育児休業・時短制度の充実や自己

図表4 事業所内保育施設の開設までの手順（例）



（備考） 1. ③と④を逆に検討するのも現実的な選択である。
 2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

啓発の支援など多岐に亘る。限られた経費を最大限に活用するため、自金庫のダイバーシティ経営における優先順位付けは不可欠となろう。

（3）保育料の設定

事業所内保育施設は福利厚生の一環での開設となる。自金庫として負担できるコストに限界があるうえ、同施設を利用できない（したくない）職員と公平を期す必要もある。そのため、保育料の設定では慎重な決定が求められるよう。すでに同施設を開設済みの地域銀行へのヒアリングでは、受益者負担を原則としつつ地元の保育園などの保育料を参考に利用料金を決定しているとのことであった。

（4）立地・設備等

事業所内保育施設の開設に消極的な意見に『金融機関は、本店・本部以外に支店網を有するので、仮に本店・本部に事業所内保育施設を開設しても、全員が利用できず不公平であ

る』がある。実際、全ての女性職員のニーズに応えられるような施設の開設は難しい。この点について先行する地域銀行にヒアリングしたところ、先ずは最大公約数のニーズに適する場所への施設設置からはじめたとのことである。

同施設の規模や設備水準については、想定する定員や費用を勘案して決定する必要がある。一部の地域銀行が採用している共同開設型を選択するのも一案であろう。

（5）委託先

外部の専門業者に運営を委託する場合、業者を選定する。その際、重視するのは実績や信頼性に加えて、保育士の確保問題がある。近年、全国的に保育士不足が深刻化しているので、自金庫で採用活動を行うのではなく、専門業者に運営委託した方が無難であろう。先ずは委託先を決定した後、具体的な立地や設備投資を検討するのも現実的な選択である。

4. 特徴的な取組み事例

本稿では、すでに事業所内保育施設を運営している地域銀行のうち、北都銀行（秋田県）と東邦銀行（福島県）の事例を紹介する。

(1) 北都銀行の企業内保育施設「ほっくんキッズハウス」

- 北都銀行は、平成23年4月、秋田県内の金融機関初となる企業内保育施設「ほっくんキッズハウス」を開設した。
- 同施設は、同行従業員等の子や孫を対象とし、平日の7時30分から18時30分まで保育を行っている。
- 同行は、24年7月に女性活躍推進にかかる数値目標である「Plan30」を制定するなど、女性の活躍促進・ダイバーシティ経営に積極的である。
- 27年4月現在、19人の子どもが在籍しており、女性従業員等の活躍拡大を側面から支援している。

① 経緯

秋田県に本店を置く北都銀行^(注1)は、『女性の活躍なしには当行の成長はない』との考えのもと、女性の能力開発とキャリア形成の促進、女性が働きやすい環境づくりに熱心に取り組んでいる。平成24年7月には女性活躍推進にかかる数値目標「Plan30」を制定し、女性管理職比率を30年3月31日までに30%に

引き上げる経営方針を打ち出した。また、26年7月には人事部内に女性活躍推進室を開設するなどしている。

同行は、個人リテール分野において、インスタブランチ（ISB）およびバンカシュアランス（銀行と保険の融合）を2本柱とする経営戦略を掲げる。これらは女性のパワーを存分に発揮できる分野であり、同行の業容拡大の牽引役となっている。

② ほっくんキッズハウスの開設

女性従業員等が働きやすい環境整備の一環として、同行は23年4月、秋田県内の金融機関では初となる企業内保育施設「ほっくんキッズハウス」を本店に隣接する別館の敷地に開設した（図表5）。

図表5 ほっくんキッズハウス



概要	
名称	ほっくんキッズハウス
開設	平成23年4月
立地	本店別館の敷地内 延べ床面積165.62㎡
利用対象	同行およびグループ会社の従業員等の子どもまたは孫
定員	20人
時間	平日7時30分～18時30分
委託先	社会福祉法人 雄人会

(出所) 北都銀行ホームページ

(注)1. 平成27年3月末の同行の概要は次のとおりである。本店所在地：秋田県秋田市、創業：明治28年5月、預金量：1兆1,992億円、貸出量：8,010億円、店舗数：83店舗

同施設の利用対象は、同行およびグループ会社の従業員等の子どもまたは孫であること。保育時間は7時30分から18時30分までである。子どもまたは孫を預ける従業員等の負担軽減のため、同施設で給食を調理・提供することにした。なお、同施設の委託先は地元社会福祉法人「雄人会」であり、同法人が運営する他の保育園と合同でイベントを開催することもある。

③ 評価

27年4月現在、同施設には1～5才まで19人の子どもが在籍し、女性従業員等の活躍を側面から支援している。同施設を利用する従業員等からの評価も高い。

同施設の開設を含む支援策の拡充により、20年4月に7.0%だった女性管理職比率は27年4月時点で28.3%となり、Plan30の最終年度を待たず目標を達成する勢いである。女性支店長についてもこの間、3人から17人にまで増加した。

これらの取組みが評価され同行は27年1月、内閣府による「女性が輝く先進企業」内閣総理大臣賞を受賞した。

(2) 東邦銀行の事業所内保育施設「とうほう・みんなのキッズらんど」

- 東邦銀行は、働き方改革・ダイバーシティ実現の一環として、平成26年10月に事業所内保育施設「とうほう・みんなのキッズらんど」を開設した。

- 同施設は福島駅近くのローンプラザ内に立地する。外部専門業者に運営を委託しており、保育時間は最長で7時から20時となる。

- 27年7月現在、11人の同施設利用者がいる。同行では、従業員等が利用しやすいよう、食事や着替えを持参する手間を省くなどの工夫を凝らしている。

- 同施設を利用する従業員等の満足度は高く今後の利用希望者も多いことから、同行では将来的な同施設の定員増や他地区への展開を検討していく考えである。

① 「とうほう・みんなのキッズらんど」の開設

福島県に本店を置く東邦銀行^(注2)は、ワーク・ライフ・バランス支援に向けた継続的な取組みの一環として、平成26年10月に事業所内保育施設「とうほう・みんなのキッズらんど」を開設した。同行および同行グループ会社等の従業員、パートナー^(注3)など（以下「従業員等」という。）が安心して子供を預け、仕事と家庭を両立できる環境の整備が目的である。

直接のきっかけは、女性プロジェクトチーム「ハートフルスマイル」(21年4月発足)による提言である。25年12月に開設を機関決定し、26年10月の開設に至った。

開設にあたっては、福島駅に近いローンプラザ内とした。本店・本部とも近く、駐車場

(注)2. 平成27年3月末の同行の概要は次のとおりである。本店所在地：福島県福島市、設立：昭和16年11月、預金量：5兆5,617億円、貸出金量：2兆6,667億円、店舗数：115店舗

(注)3. パートタイム勤務者のこと

図表6 とうほう・みんなのキッズらんど



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所 撮影

が広いことなどから選定した。全ての従業員等が利用できる施設開設が理想だが、現実的な対応策としてニーズの高い地域から着手した形である。

② 施設の概要

「とうほう・みんなのキッズらんど」は、26年10月に開設した事業所内保育施設である(図表6)。ローンプラザ内に立地し、総面積は約100㎡である。開設にあたり、新たに調理室や床暖房、デッキなどを整備した。

同施設の定員(当初)は10人である。利用は従業員等の子供に限定されるが、同施設の利用については任意である。同施設の運営は、土・日・祝祭日などを除く月～金曜日までである。基本保育時間は7時30分～18時30分までで、7時～7時30分、18時30分～20時までの延長保育がある。保育料は、地元の保育所の水準を参考に決定した。

施設の運営は、外部専門業者のピジョンハーツ(株)に委託している。同社は事業所内保育施設の運営実績が豊富なおうえ、(イ)保育士の確保面で安心できる、(ロ)行政への報告事務等のフォロー態勢がしっかりしていることなどから選定した。

現在、常勤保育士4人、非常勤保育士1人、調理師1人の6人体制である。

③ 利用拡大への工夫

同施設を利用する従業員等の負担を軽減するため、施設内に調理室を設け、弁当などを不要としているほか、同施設で使用する衣類は事前に預かっておき、必要に応じて保育士が洗濯する。

また、延長保育などの利用では、ピジョンハーツ(株)と連携し極力柔軟に対応している。

④ 評価

27年7月現在、当初の定員を上回る11人の同施設利用者がいる^(注4)。同施設を利用する従業員等の満足度は高く、また今後の利用希望者も多い。

同行では、事業所内保育施設の開設・運営は、働き方改革・ダイバーシティの必要経費と位置付けている。今後は同施設の定員増や他地区への展開を検討していく考えである^(注5)。現状、同施設の外部開放は考えていない。これは、イ)すでに従業員等で定員に達しているうえ、ロ)外部開放となると銀行法上の他業禁止に抵触する恐れがあることなどによる。

おわりに

今回、事例で紹介した2行を含む複数の地域金融機関にヒアリングを行った。地域銀行にとって女性の活躍拡大が優先課題の一つとなっている現在、働きやすい環境の整備は採用面でも有効な施策となり得る。同施設を開設する動きは今後も続こう。

女性職員の活躍拡大の重要性は信用金庫においても同様である。むしろ狭域で経営している信用金庫の方が事業所内保育施設を運営しやすいとの見方もあるので、信用金庫においても同施設の開設を検討する動きが高まる可能性がある。

〈参考文献〉

- ・内閣府『男女共同参画白書』
- ・厚生労働省『事業所内保育施設設置・運営等支援助成金のご案内』他
- ・愛知県『事業所内保育施設先進事例集』
- ・地方銀行、第二地銀各行のニュースリリース

(注)4. 定員を増員済み

5. 28年1月に「とうほう・みんなのキッズらんど郡山」を開設している。

長野信用金庫が実現した地中熱利用ヒートポンプの導入

— 地域の資源と強みを活かす新たな再生可能エネルギーの取組み —

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

中西 雅明

(キーワード) 信用金庫、地中熱利用ヒートポンプ、中小企業

(視 点)

日本では、固定価格買取制度（FIT）が2012年に施行され、太陽光発電を中心として普及が進んだことから、再生可能エネルギーといえば「発電」が連想される。しかしながら、海外においては、太陽熱、バイオマス熱利用、地中熱ヒートポンプ熱利用など「熱利用」が主体となっている国が多く、今後、発電と熱利用がバランスよく導入されることが重要である。

なかでも地中熱利用ヒートポンプは、日本では普及が進んでいないものの、アメリカ、中国、スウェーデン、ノルウェーなど海外での普及が進んでおり、ほぼ24時間安定的に稼働できることから、効率的なエネルギー利用設備として有力な選択肢といえる。

そこで本稿では、地域の特性を活かし、他の地域に先駆けて、地中熱利用ヒートポンプを本店敷地内に導入した長野信用金庫を取り上げる。地中熱利用ヒートポンプ導入の経緯について確認することで、円滑な導入とその後の定着に向けたヒントを探る。さらに、地域の資源を持続的に活かす施策に取り組む長野県庁や長野市役所の推進事例を紹介することで、今後の考察を試みた。

(要 旨)

- 地中熱とは、地下約150mの深さままでに存在する熱エネルギーである。地中の温度は、1年間を通じてその土地の平均気温とほぼ同じであり、夏は外気温度よりも地中温度が低く、冬は外気温度よりも地中温度が高くなる。地中熱利用とは、この温度差を利用して効率的な冷暖房などを行うことである。
- ヒートポンプとは、熱を移動するしくみであり、家庭のエアコンや冷蔵庫は一般的にこの技術を用いて空気との間で熱のやりとりを行っている。1824年、フランスの物理学者サディ・カルノーは「逆カルノーサイクル」（動力から熱エネルギーに変換）と呼ばれる最も熱効率のいい熱機関を考え出した。ヒートポンプは逆カルノーサイクルの原理をその後発展させたものである。
- 地中熱利用ヒートポンプは、オイルショック後の1970年代後半から80年代にかけて、アメリカで導入が積極的に進められ、当初は地方の電力会社を中心として小規模に導入が進められた。その後、アメリカは日本と比べ電力需給が不安定という社会的な背景があったため、全国の電力会社が消費者側の省エネルギーの手段として注目し、本格的に普及に乗り出した。さらに、国の優遇税制がとられ、爆発的に普及した。
- 長野信用金庫は、「健全経営に徹し、豊かな地域社会づくりに貢献する」という経営理念のもと、地域社会の発展のために役立つ金融機関を目指している。冷暖房設備の更新に対し、長野県の導入ポテンシャルが全国でも高く、山間地や冷寒地で積極的に導入が図られている地中熱利用ヒートポンプを導入することで、年間の空調コストを約50%削減する見込みである。

はじめに

再生可能エネルギー固定価格買取制度（通称 FIT [Feed-in Tariff]、以下「FIT」という。）が2012年に施行され、日本では、太陽光発電を主として、再生可能エネルギーの導入が全国で図られた。これまでの信金中金月報（2015年4月号、2016年2月増刊号。2016年6月号）においては、信用金庫と地域の中小企業が取り組んだ地熱（温泉バイナリー）発電や小水力発電について光をあててきた。

ところで、日本ではFITが先行したため、再生可能エネルギーというと「発電」が連想されるが、実は、海外では太陽熱、バイオマス熱利用、地中熱ヒートポンプ熱利用など「熱利用」が主体となっている国が多い。

そこで、本稿では、地域の特性を活かし、他の地域に先駆けて、地中熱利用ヒートポンプを本店敷地内に導入した長野信用金庫を取り上げる。それとともに、地中熱ヒートポンプの導入を積極的に図る地方公共団体の取組

みにも光をあて、地域の資源を活かすヒントを探っていく。

1. 地中熱利用ヒートポンプとは

(1) 地中熱利用ヒートポンプのあゆみ

地中熱利用ヒートポンプについて理解を深めるため、この節では、地中熱およびヒートポンプの基本的事項について整理していくこととする。

火山周辺の地下にある高温の熱エネルギーを利用する地熱とは異なり、**地中熱**は、地下約150mの深さまでに存在する熱エネルギーである。エネルギー源をたどると地球深部からの熱はわずかで、ほとんどが地球に降り注ぐ太陽の熱となっている。

地中の温度は、1年間を通じてその土地の平均気温とほぼ同じであり、夏は外気温度よりも地中温度が低く、冬は外気温度よりも地中温度が高くなる（**図表2**）。地中熱利用とは、この温度差を利用して効率的な冷暖房などを行うことである。

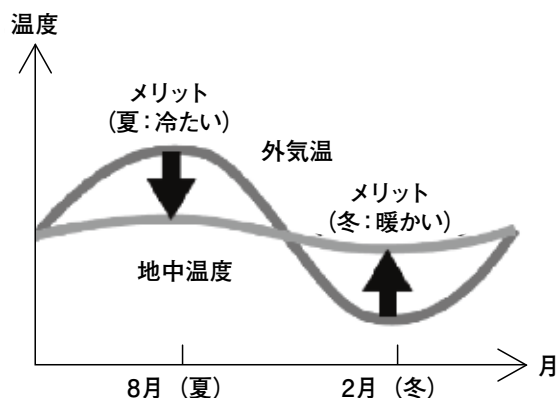
これに対し、ヒートポンプとは水や不凍液

図表1 再生可能エネルギーの一覧

1次エネルギー源	自然エネルギー	エネルギー変換		2次エネルギー
		自然界	技術	
太陽	バイオマス	バイオマス生産	コージェネ、転換設備	熱、電気、燃料
	水力	蒸発、降水、融解	水力発電設備	電気
	風力	大気の変動	風力タービン	電気
		波の動き	波力発電設備	電気
	太陽光線	海の潮流	潮流発電設備	電気
		地表や大気の熱	ヒートポンプ	熱
			海洋熱発電設備	電気
		太陽光線	光分解	燃料
			太陽電池	電気
太陽熱設備	熱			
月	引力	汐の干満	潮汐発電設備	電気
地球	放射性元素の破壊	地熱	地熱コージェネ設備	熱、電気

- (備考) 1. ドイツ環境省『Renewable Energies』(2011年12月) および一般財団法人ヒートポンプ・蓄熱センターウェブサイトより信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
2. シャドーは当研究所のレポートとして取り上げたことがあるテーマ

図表2 地中の温度（イメージ）



(出典) 環境省『地中熱利用にあたってのガイドライン 改訂版』(2015年3月)

図表3 ヒートポンプのあゆみ

年	事項
1824年	サディ・カルノー（フランス）が冷凍サイクル理論を発表
1834年	パーキンス（アメリカ）がエチルエーテルを冷媒とした圧縮式冷凍機を開発
1855年ごろ	アメリカで冷凍機による人工氷の製造開始
1870年	日本に初めて冷凍機が登場
1902年	キャリア（アメリカ）が空調装置を発明
1920年ごろ	アメリカで冷凍機が普及
1930年	アメリカGE社が初の家庭用のエアコンを開発
1935年	日本で空調調和機の生産が始まる。
1950年代	量産が始まり、空調調和機の名称がルームクーラーに変更
1960年代	除湿機能が搭載されたエアコンが家庭に普及

(備考) 特定非営利活動法人 地中熱利用促進協会『地中熱利用ヒートポンプの基本がわかる本』(2013年12月)より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

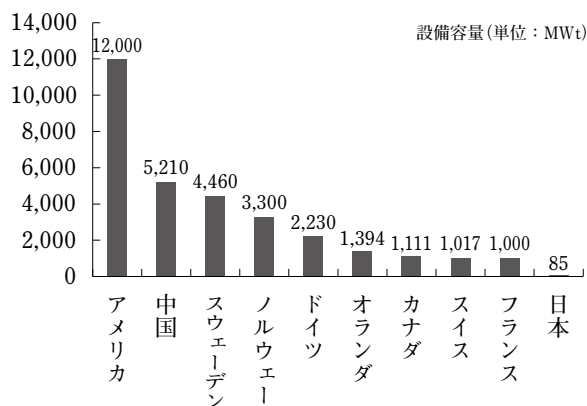
などの熱媒体を循環させて高い温度の物体（空気、水、地中など）から熱を奪い、低い温度の物体（空気、水、地中など）に伝える装置のことをいう。

ヒートポンプの歴史については、1824年までさかのぼることができる（図表3）。当時、ヨーロッパは産業革命のさなかであり、

蒸気機関の進展とともに、フランスの物理学者サディ・カルノーは「カルノーサイクル」（熱エネルギーから動力への変換）と「逆カルノーサイクル」（動力から熱エネルギーに変換）と呼ばれる最も熱効率のいい熱機関を考え出した。ヒートポンプは逆カルノーサイクルの原理をその後発展させたものである。まず、冷蔵・冷凍への開発が行われ、1834年にアメリカのパーキンスが初めて圧縮式冷凍機を開発した。その後、欧米や日本などで、ヒートポンプは冷蔵、冷房用、暖房用にも使われるようになった。日本では、1960年代半ばに、冷房機能だけでなく暖房機能や除湿機能も搭載されたエアコンが、業務用だけでなく一般家庭でも使用されるようになり、本格的に普及した。

では、地中熱利用ヒートポンプの普及状況についてみてみよう。設備容量ベースではアメリカが12,000MWt^(注1)と日本（85MWt）の約140倍となっており、普及が進んでいると

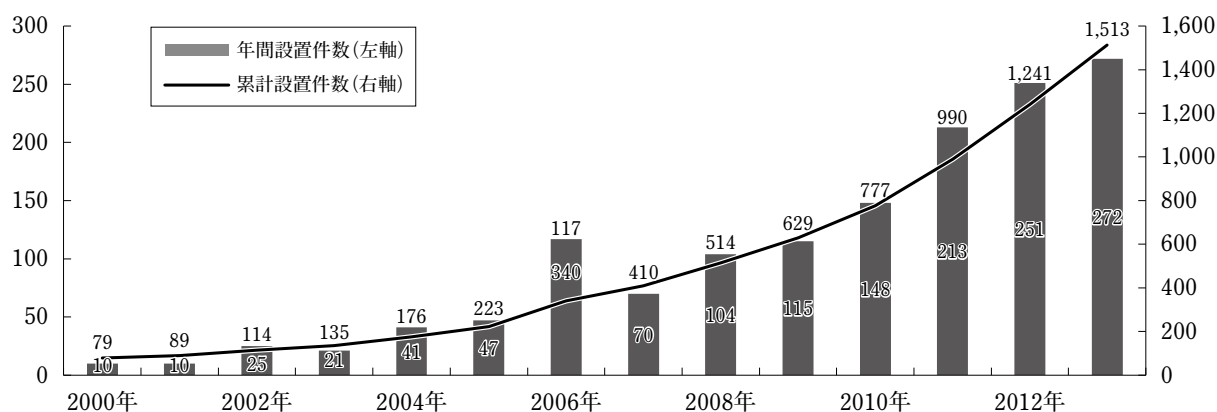
図表4 海外の地中熱利用ヒートポンプ設備容量



(備考) 環境省『地中熱利用ヒートポンプシステムの設置状況調査の結果について』(2015年1月)より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注)1. MWt (メガワットサーマル)：熱利用設備の容量を表す単位

図表5 国内の地中熱利用ヒートポンプ設置件数



(備考) 環境省『地中熱利用ヒートポンプシステムの設置状況調査の結果について』(2015年1月)より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

いえる(図表4)。

歴史的な背景としては、オイルショック後の1970年代後半から80年代にかけて、アメリカでは地中熱利用ヒートポンプ技術が積極的に進められ、当初は地方の電力会社を中心として小規模に導入が進められた。その後、アメリカは日本と比べ電力需給が不安定(≒停電しやすい)という社会的な背景があったため、全国の電力会社が省電力の手段として注目し、本格的に普及に乗り出した。さらに、国の優遇税制がとられ、爆発的に普及した。なお、中国でも近年国策として導入を進めており、設備容量では世界2位となっている。

欧米や中国と比較し、日本はヒートポンプ導入が極端に少ない。その原因としては、まず地中熱に対する知名度が低いことがあげられる。地中熱は非常に身近であるものの、その利用方法がよく知られていないため、省エネ設備としての導入が遅れていた。さらに、導入時のインシヤルコスト(掘削工事など)が高いことや、国・地方公共団体の政策が太陽光発電や風力発電と比較してはっきりして

いなかったことがあげられる。

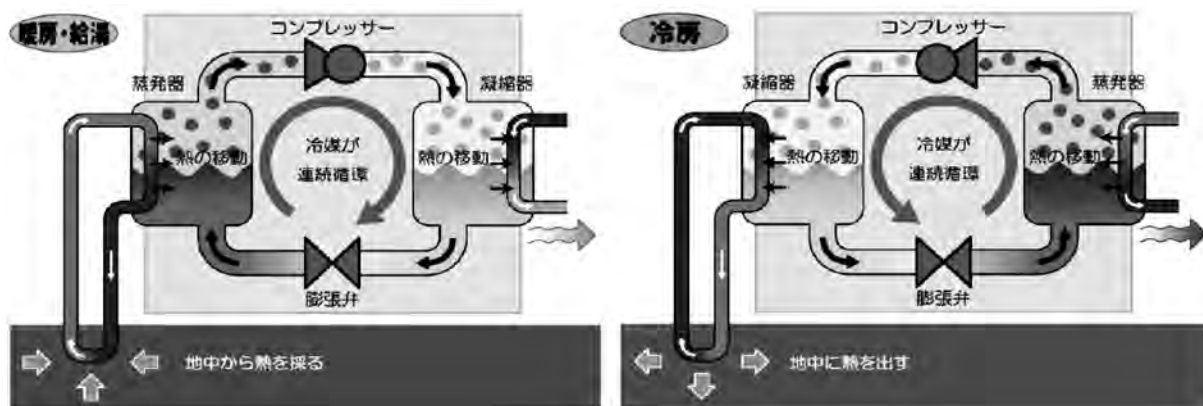
しかしながら、2010年のエネルギー基本計画において、地中熱の利用促進が明記され、国の政策が明確になってきたことに加え、導入時のインシヤルコストに対する補助金が導入されたこともあり、近年、本格的な普及が始まりつつある(図表5)。

(2) 地中熱利用ヒートポンプのしくみ

前節で述べたように、ヒートポンプとは熱を移動するしくみであり、家庭のエアコンや冷蔵庫は一般的にこの技術を用いて空気との間で熱のやりとりを行っている。地中熱利用ヒートポンプは地中との間で熱交換を行う点が異なるものの、技術的には同じものである。図表6以外にも、蒸発器または凝縮器の部分在地中に配管して直接熱交換を行う直膨式のヒートポンプもある。

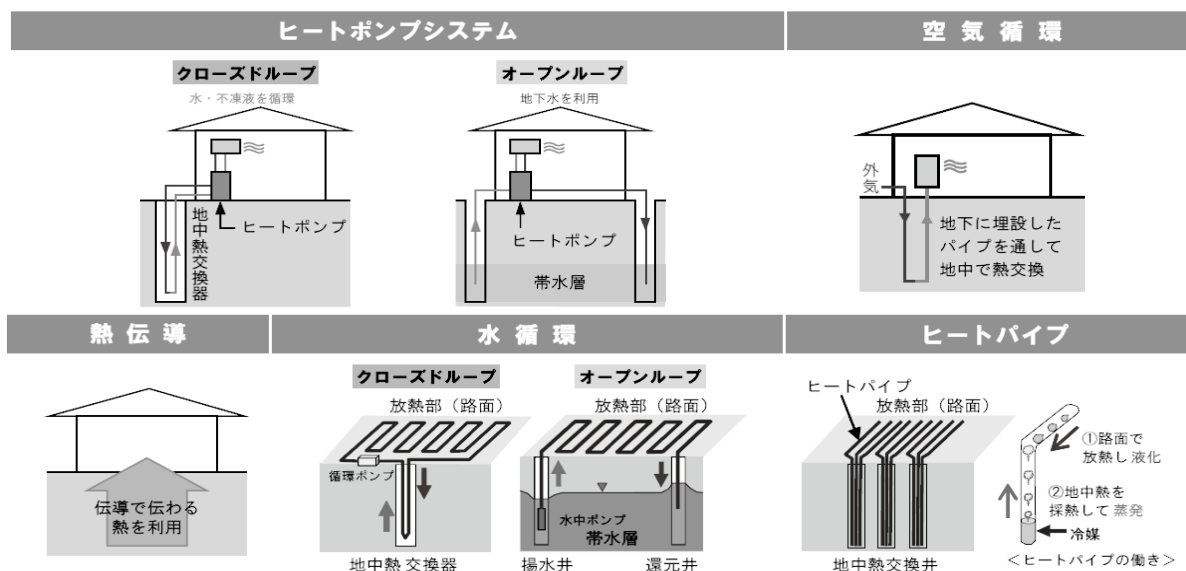
主な地中熱利用方式としては、①ヒートポンプシステム、②空気循環、③熱伝導、④水循環、⑤ヒートパイプの5つがあげられる。さらに、ヒートポンプシステムについては、

図表6 ヒートポンプで地中と熱をやりとりするしくみ



(出典) 環境省『地中熱利用にあたってのガイドライン 改訂版』(2015年3月)

図表7 主な地中熱利用方式



(出典) 環境省『地中熱利用にあたってのガイドライン 改訂版』(2015年3月)

水・不凍液を循環させるクロースドループ方式と、地下水を利用するオープループ方式に分けられる。

クロースドループ方式は、深度100m程度までの地中熱交換器に不凍液などを循環させ、ヒートポンプで熱交換させるもので、原則として設置場所は問わない。一方、オープ

ンループ方式では、井戸から揚水した地下水をヒートポンプで熱交換させるもので、水質が良く、地下水障害^(注2)のない場合に適用できる。ちなみに、熱交換の効率がよい地下水を使用するため、オープループ方式のほうが掘削工事も少なく、効率も高い。

なお、ヒートポンプシステムは、住宅・ビ

(注)2. 地下水位の異常な変動に起因して発生する、地下水利用や社会生活に不都合をおよぼす障害のこと。例えば、地下水位の異常低下、地盤沈下、地下水の塩水化、水質悪化などがあげられる。

ルなどの冷暖房・給湯、プール・温浴施設の加温、農業施設の空調、路面の融雪・凍結防止など様々な用途に活用できる。

2. 地域の資源を活かす地中熱利用ヒートポンプの導入

(1) 長野信用金庫が展開する地中熱利用ヒートポンプの導入

長野信用金庫は、長野県長野市に本店を置き、「健全経営に徹し、豊かな地域社会づくりに貢献する」という経営理念のもと、「お客さまのために」の姿勢を基本に、協同組織金融機関の地域性、専門性といった特性を十分考慮して、バランスと使命感を強く意識した事業展開により、地域社会の発展のために役立つ金融機関を目指している（図表8）。

当金庫は本店敷地内に営業棟（図表8左の低層建物）および本部棟（図表8右の高層建物）があり、営業棟には本店営業部および本部の一部、本部棟には大部分の本部と関連団体などが入居している。

地中熱利用ヒートポンプについては2014年から導入が図られた。従前の冷暖房設備は、熱源であるガス吸収式冷温水発生機の設置から16年、空調機の設置から約35年が経過していた。そのため、メンテナンスコストが多額であったほか、CO₂を過大に排出してしまうなど、環境保全や省エネへの対応が困難な状況にあったため、新たな冷暖房設備の導入を検討していた。

新規の冷暖房設備導入に対し、長野県の導

図表8 長野信用金庫



信用金庫の概要

信用金庫名	長野信用金庫
理事長	市川 公一
所在地	長野市居町133番地1
創立	1923年（大正12年）9月
預金	7,452億円
貸出金	3,288億円
常勤役員数	628人

（2015年3月末現在）

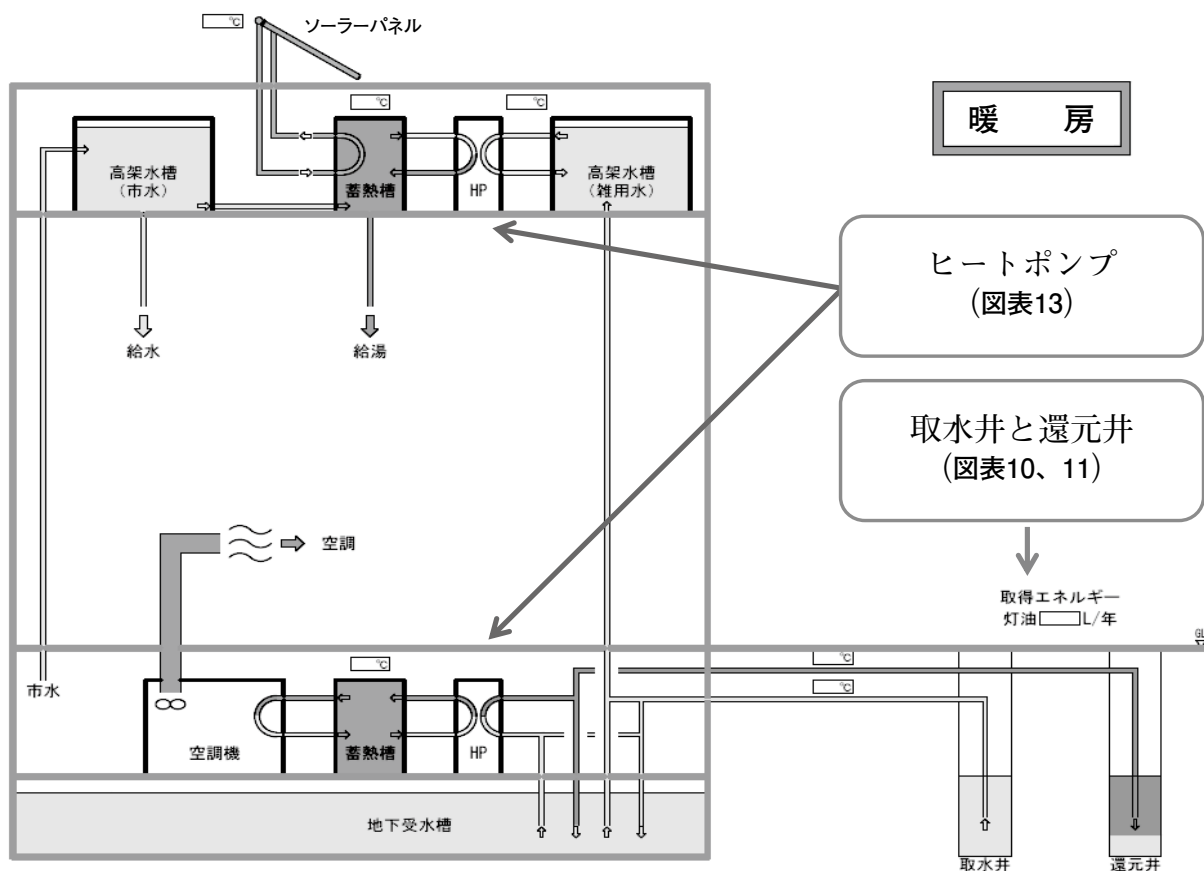
（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

入ポテンシャルが全国でも高く^(注3)、山間地や冷寒地で積極的に導入が図られている地中熱利用に注目し、さまざまな検討を行なった。

その際、①長野信用金庫の本店敷地内にある井戸の水質は非常によく、地中熱設備に使用した後の水は全ての項目で水質基準を下回っており、オープンループ式が適用できる最適な立地であること、②地中熱利用ヒートポンプは地中の温度を活用するため、冬季の暖房、夏季の冷房を同じ設備で行えること、③国の補助金（一般社団法人 新エネルギー導入促進協議会）の補助率が50%であり、一般的な冷暖房設備を導入するよりも安価での購入が可能なこと、④年間のランニングコストは738万円（2013年度）から約半額の

(注)3. 環境省『平成25年度再生可能エネルギーに関するゾーニング基礎情報整備報告書』（2014年8月）

図表9 地中熱利用ヒートポンプ概略図（暖房の場合）



（備考）株式会社HOXOH（ホクソー）提供資料より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

391万6千円を見込んでおり経済性が高いことなどが決め手となり、地中熱利用ヒートポンプ設備導入を決定した。

ヒートポンプ設備の概要は、175kW×4台＝700kWと52kW×2台＝104kW、米国Water Furnace（ウォーターファーンネス）社製である。設置会社は当金庫の取引先である株式会社HOXOH（ホクソー）、地中熱用ヒートポンプ専用の受変電設備は株式会社トーエネック（中部電力の子会社、東証1部上場）である。なお、熱源設備導入にかかるコスト（約2億8千万円）の約半額が当該補助金によりまかなわれている。

ヒートポンプ設備の稼働状況については、

長野信用金庫本部棟地下1階にて常時モニター管理している（図表12）。今後は稼働モニターを連結させて、一般向けに本店営業部にモニターを設置し、環境問題に取り組む姿勢をアピールする予定である。

ちなみに、当金庫の井戸から出る湧水は地中熱に利用後も飲用可能であり、今後、ろ過設備を設置し、大規模災害時にも非常用飲料水として活用する予定である。ろ過設備設置後は非常用備品としての飲料水ペットボトルの常時設置が不要となり、保管管理・場所が不要となるため、メリットは大きい。また、地中熱利用後の水は地下に還元しており、半永続的に利用できるシステムを構築している。

(2) 地域の資源を活かす株式会社HOXOH (ホクソー)

株式会社HOXOH（ホクソー）は、長野信用金庫南支店の取引先であり、当社は40年近く再生可能エネルギーに取り組んでいる。取り組んでいる分野は、主に太陽熱、太陽光、地中熱などである。

長野信用金庫が導入した地中熱利用ヒートポンプについては、井戸の水質に鉄やマンガンの物質がほとんど含まれておらず、地

図表10 取水井2本と還元井2本



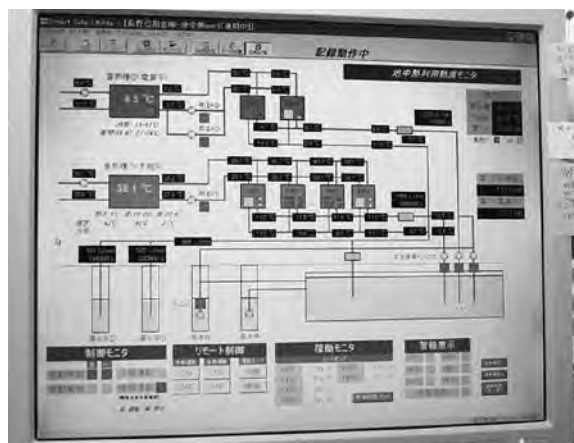
(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表11 井戸内部



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表12 地中熱稼働モニター



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

下水を利用するオープンループ式に非常に適している立地であることが当社の調査で判明した。長野信用金庫の隣には国土交通省の事務所があるが、ここにも井戸が設置されており、水質は非常によく、さらに以前はこの付近で地下水を利用した豆腐屋があったこともプラス要因となった。

なお、地中熱に利用する深度100メートルまでに、地中は4層にわかれており、利用する水は4層目からくみ上げている。4層目には大きな水だまりを確認しており、水が枯れてしまうといったリスクはほとんどないと分析している。ちなみに、湧水は、毎分1~1.5トンの水量を維持しており、豊富な水源といえよう。

また、当社では、再生可能エネルギーの補助金申請にかかるコンサルティング業務も行っており、地中熱利用ヒートポンプ設備導入とあわせて対応した。

地中熱利用ヒートポンプ設備の稼働率は60~70%程度であり、他の再生可能エネルギー設備（太陽光発電設備など）と一概には

図表13 地中熱利用ヒートポンプ(上:表側、下:裏側)



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

比較できないものの、稼働率は高いといえる。米国Water Furnace（ウォーターファーンネス）社のヒートポンプは高効率かつ小型化に成功しており、従来のボイラーの代替としてコンパクトに設置することができた。

ちなみに、屋上にヒートパイプ型太陽熱集熱機を5枚設置しており、こちらを併用することにより、さらなる効率化が可能となっている。

3. 地中熱利用ヒートポンプの持続的発展に向けた地方公共団体の取組み

(1) 長野県庁

長野県の地中熱利用ヒートポンプへの取組みは他の地域より先行しており、2009年度

には総務省の「緑の分権革命推進事業」を活用し、再生可能エネルギー導入可能性調査（地下熱利用）を公表している。その際には、「長野県地下熱等利用システム研究会」を設置するとともに、地中熱導入可能性について、長野市役所、(独)国立病院機構 長野病院、佐久総合病院の3先で実証調査を行った。こうした施策が、後述する長野市役所の地中熱導入への後押しとなった。

長野県の地球温暖化・環境エネルギー政策のあゆみを紐解くと、この時期は「着手期」に該当し、2011年から「転換期」をむかえる。東日本大震災などをへて、2011年には、温暖化対策課を新設し、2012年には環境エネルギー戦略～第三次地球温暖化防止県民計画を策定、さらに2013年度は環境エネルギー戦略計画開始年度となった。2014年度からは「実行期」に移行し、環境エネルギー課へ課名を変更するとともに、改正地球温暖化対策条例を施行した。

長野県では、2000年度と2008年度を比較

図表14 長野県庁



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表15 長野県の地球温暖化対策・環境エネルギー政策のあゆみ

	年	事項
着手期	2003年	地球温暖化防止県民計画 策定
	2006年	地球温暖化対策条例 制定
	2008年	地球温暖化防止県民計画 改定
転換期	2011年	環境部に温暖化対策課を新設
		地球温暖化対策戦略検討会提言書
	2012年	環境エネルギー戦略 ～第三次地球温暖化防止県民計画～策定
		地球温暖化対策条例 改正
実行期	2013年	環境エネルギー戦略 計画開始年度
	2014年	環境エネルギー課へ課名変更
		改正地球温暖化対策条例 施行
	2015年	改正地球温暖化対策条例 完全施行
	2017年	環境エネルギー戦略 見直し予定年度
2020年	環境エネルギー戦略 計画最終年度	

(備考) 長野県 環境部 環境エネルギー課 提供資料より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

し、一人当たりの県民所得（3,131千円→2,731千円）は低下しているにもかかわらず、1世帯当たりの光熱費（200,628円→294,816円）は約50%も増加しており、長野県から海外への資金流出は県下の主要産業（建設業）の生産額に匹敵することから、光熱費への対策が喫緊の課題となっていた。その解決方法の一つとして、再生可能エネルギーと省エネルギーを推進している。

地中熱関連の支援事業として主なものとしては次の4事業があげられる。

①地域主導型自然エネルギー創出支援事業：市町村や民間事業者が地中熱・温泉熱・太陽熱などを利用した地域などへの熱供給・

図表16 長野県 地中熱関連事業

地域の事業主体による自然エネルギー熱利用 2016年度予算額2,475万円

(地域主導型自然エネルギー創出支援事業)

対象は、市町村・民間事業者が行う太陽熱・温泉熱・地中熱・雪氷熱・木質バイオマスなどを利用した地域などへの熱供給・熱利用事業（発電事業および実証事業は対象外）

①ソフト事業（計画策定・可能性調査・設計など）

補助率 1/2以内、限度額 500万円

②ハード事業（機器設備導入など）

補助率 1/2以内（市町村）、1/3以内（民間事業者）、限度額 500万円

（ただし、①、②とも地域の避難所などとして位置づけられた施設への設備導入は1/2以内、上限 750万円）

③自然エネルギーなどを活用した地域づくり計画策定に対する助成

補助率 1/2

市町村・民間による自然エネルギーの防災活用

(長野県グリーンニューディール基金事業) 2016年度予算額3億1,567万円

市町村向け

防災拠点施設などへ自然エネルギーなど（**地中熱も対象**）を導入する市町村へ補助（冬季の暖房や通信手段の確保などの地域防災拠点機能強化、地域の多種多様なエネルギー活用などの視点から事業を選定）

補助率 10/10以内

自然エネルギー人材バンク・情報データベース (http://www.database.shin-ene.net)

①自然エネルギー事業にかかる人材バンク

事業の立ち上がりから事業実施・維持管理まで段階別の技術的、経営的見地を有する人材の情報提供（※登録者への相談について、相談料金が生じる場合がある。個別に登録者との調整が必要）

②自然エネルギーに関する制度など情報データベース

自然エネルギー事業の立ち上がりから事業実施・維持管理までに関連する法令および補助事業などの情報提供

1村1自然エネルギープロジェクト

地域の資源、人、資金による地域主導の自然エネルギー事業を拡大するため県内の先進事例を全県で共有し、県内事業者などの自然エネルギーエネルギー事業の取組みに役立てる。

登録状況 105件（2015年9月現在）うち、**地中熱関連プロジェクト12件**

(備考) 長野県 環境部 環境エネルギー課 提供資料より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

熱事業に対して補助を行うもの。②長野県グリーンニューディール基金事業：環境省の政策を活用し、防災拠点施設などへ地中熱などの自然エネルギーを導入する市町村（補助率100%）への補助を実施するもの。③自然エネルギー人材バンク・情報データベース：再生可能エネルギー事業の立ち上がりから事業実施・維持管理などにかかる人材や制度面などの情報提供を行う。④1村1自然エネルギープロジェクト：県内の先進事例を全県で共有し、県内事業者などの再生可能エネルギー事業に役立てるためにつくられ、2015年9月現在105件の登録（うち地中熱関連プロジェクトは12件）がある。

さらに、県民に対して、地中熱などの性能を周知するべく「建築物環境エネルギー性能・自然エネルギー導入検討制度」を2015年4月から施行し、建築依頼主に対し建築会社は再生可能エネルギーなどの情報を提供することを義務化した。

このように、長野県においては再生可能エネルギーによる地産地消と省エネルギー設備投資を推進することにより、資金を地域内で還元させ、地域活性化につなげるように積極的に対応しており、今後、長野県ではさらなる地中熱関連事業の普及が期待される。

(2) 長野市役所

長野市では、1997年3月に長野市環境基本条例を制定し、環境の現状と取組みをまとめた「環境白書」を年1回作成・発行するな

図表17 長野市役所



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

ど、環境に対して積極的に取り組んでいる。「環境白書」では、再生可能エネルギーの活用についても触れており、日射条件に優れた太陽光や地中熱など、自然エネルギー資源が豊かである地域特性を活かすため、さまざまな施策を実施している。

本稿のテーマである地中熱については、今般、建てかえられた長野市役所第一庁舎に、導入が図られる予定である。

ここで、長野市役所の地中熱導入に向けた経緯について確認してみよう。長野市役所では、2006年に実施した耐震診断の結果をきっかけとして、2007年から第一庁舎などの建てかえの計画が始まった。その際、新庁舎のあり方として「22世紀の市民につなぐ“環境・みらい・あんしん”庁舎」を基本理念とし、できるだけ化石燃料の使用を抑制し、太陽光発電・地中熱利用など再生可能エネルギーを活用した庁舎建設を推進した。さらに、前述の長野県が実施した再生可能エネルギー導入可能性調査（地下熱利用）にも参加

図表18 地中熱利用設備工事施工状況

(掘削作業)



(地中熱交換器挿入 [100m])



(出典) 長野市ウェブサイト <https://www.city.nagano.nagano.jp/site/sintyoku/100169.html>

し、実証調査に取り組むことにより、地中熱利用ヒートポンプの導入実現化に向けて前進した。

2014年7月には地中熱利用設備工事^(注4)の施工会社を決定し、12月には地中熱利用設備の本工事に先立ち、サーマルレスポンス試験^(注5)(熱応答試験)を実施している。今後については、地中熱利用導入の補助金の交付継続が決定次第、工事を進める予定である。

長野市では、民間事業者などの地中熱利用ヒートポンプ導入促進に前向きに取り組んでいる。一例として、長野市中小企業振興資金融資制度では、地中熱など、温室効果ガス排出量を削減するための設備を導入する場合は「環境対策資金(最大1億円、貸付利率1.90%、

設備資金:返済期間10年、運転資金:返済期間5年)」を利用することができ、長野県信用保証協会に支払う保証料は長野市が一部又は全額を補給している。本制度は、長野信用金庫のほか長野県内の金融機関(三井住友銀行、八十二銀行、北陸銀行、長野銀行、長野県信用組合、商工組合中央金庫)で利用できるため、今後、長野市ではさらなる地中熱利用ヒートポンプの普及が期待される。

おわりに

本稿では、地中熱利用ヒートポンプを本店施設内に導入した長野信用金庫を取材し、メンテナンスコストやCO₂の削減につながった成果を中心に取りまとめた。また、長野信用

(注)4. 入札条件(当初)は、クローズドループ方式 地中熱交換器設置(地中熱交換井100m×20本)、熱源機器費(水冷式ヒートポンプチラー84.5kW×1台ほか)であり、落札価格は1億1,800万円であった。その後協議の結果、地中熱交換井100m×18本(2016年2月には観測用の井戸1本が完成しており、残り17本は2016年に掘削予定)、熱源機器を136.5kWに変更している。

5. 地中の熱交換量は地層、地下水の影響で場所により異なるため、サーマルレスポンス試験で、その場所の熱交換量を調査する。具体的には、100mの穴を1本掘削し、掘削した穴の中に地中熱交換器を100m挿入し、試験的に加熱した水を循環、熱放出し地中温度変化を測定する。

金庫の協力を得て、導入個所の現地視察および取引先である株式会社HOXOH（ホクソー）からも導入状況についてお話を伺うことができた。

当金庫が採用した地中熱利用ヒートポンプ（オープンループ式）については、クローズドループ方式と比べ、導入費用が少ないメリットがあるものの地下水を活用するため、施行会社の高い技術力と立地条件が必要であり、一筋縄でいくものではない。地下水の状況によっては、調査段階で予定していたオープンループ式からクローズドループ式に変更する判断も必要となってくる。

しかしながら、地中熱利用ヒートポンプは、24時間稼働可能であるうえに、アメリ

カや中国などで爆発的に普及しているように、冷暖房費などの大幅な削減策として大きな潜在力を有している。さらに、信用金庫と中小企業・小規模事業者が取り組める時代がやって来ていることも見逃せない。

再生可能エネルギーといえば、日本では発電ばかりが注目される傾向にあるが、今後は、地中熱利用ヒートポンプのように地域に埋もれている資源に目をつけ、新たなエネルギーとして活かす中小企業が活躍し、資金面において信用金庫を中心とした金融機関からの応援により幅広く定着していくことを期待したい。

〈参考文献〉

- ・一般財団法人ヒートポンプ・蓄熱センター ウェブサイト <http://www.hptcj.or.jp/>
- ・環境省『地中熱利用にあたってのガイドライン 改訂版』(2015年3月)
- ・環境省『地中熱利用ヒートポンプシステムの設置状況調査の結果について』(2015年1月)
- ・環境省『平成25年度再生可能エネルギーに関するゾーニング基礎情報整備報告書』(2014年8月)
- ・経済産業省 資源エネルギー庁『エネルギー白書』(各年版)
- ・ドイツ環境省『Renewable Energies』(2011年12月)
- ・特定非営利活動法人 地中熱利用促進協会 ウェブサイト <http://www.geohpaj.org/>
- ・特定非営利活動法人 地中熱利用促進協会『地中熱利用ヒートポンプの基本がわかる本』(2013年12月)
- ・長野市 ウェブサイト <https://www.city.nagano.nagano.jp/site/sintyoku/100169.html>
- ・長野市『平成27年度 長野市中小企業振興資金融資制度のご案内』

地域・中小企業関連経済金融日誌（2016年6月）

- 3日 ● 金融庁、地域銀行の平成28年3月期決算の概要を公表 資料1
● 金融庁、主要行等の平成28年3月期決算の概要を公表 資料2
○ 経済産業省、熊本地震に関してセーフティーネット保証4号の指定地域を福岡県まで拡大
- 10日 ○ 中小企業庁、下請等中小企業の価格交渉力の強化を支援するため事例集・ハンドブックとセミナー等の開催を公表
○ 中小企業庁、平成28年度予算産業競争力強化法に基づく「創業支援事業者支援事業」の補助事業者（東京東、三条、西尾の3信用金庫を含む）を採択、公表
○ 中小企業庁、平成28年度予算地域創業促進支援事業（創業スクール事業）における実施主体（東京シティ、甲府、浜松、コザ、京都中央の5信用金庫を含む）を採択、公表
○ 総務省、第三セクター等について地方公共団体が有する財政的リスクの状況に関する調査結果を公表
- 20日 ● 金融庁、金融機関向けパンフレット「金融機関による企業の海外進出支援の促進に向けて」を公表 資料3
- 21日 ● 金融庁、金融機関における貸付条件の変更等の状況について公表 資料4
○ 中小企業庁、中小企業技術革新制度（SBIR制度）について～平成28年度特定補助金等に指定予定の事業の事前予告を実施
- 23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（5月調査）の調査結果を公表
- 28日 ● 中小企業庁、第144回中小企業景況調査（2016年4～6月期）の結果を公表 資料5
- 29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28年3月期決算の概要を公表（6月3日）

1. 損益の状況（銀行単体ベース）

- (1) 実質業務純益は、15,905億円を計上した。資金利益の減少等により、前年同期に比べ1.8%減少した。
- (2) 当期純利益は、11,729億円を計上した。与信関係費用が引き続き減少したことや株式等関係損益が増加したこと等により、前年同期に比べ10.3%増加した。

2. 不良債権の状況（銀行単体ベース）

不良債権額（5.2兆円）は前期に比べ減少し、不良債権比率（2.13%）も0.25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（銀行単体ベース）

- (1) 国際統一基準行の総自己資本比率（14.10%）は、前期に比べ0.54ポイント低下する一方、普通株式等Tier1比率（13.16%）は、前期に比べ0.20ポイント上昇した。
- (2) 国内基準行の自己資本比率（10.20%）については、前期に比べ0.30ポイント低下した。

(<http://www.fsa.go.jp/news/27/ginkou/20160603-2.html>参照)

(資料2)

金融庁、主要行等の平成28年3月期決算の概要を公表（6月3日）

1. 損益の状況（グループ連結ベース）

当期純利益は27,240億円を計上した。債券等関係損益が増加したものの、預貸金利回りの悪化等により資金利益が減少したことや与信関係費用が増加したことなどにより、当期純利益は前期に比べ5.4%減少した。

2. 不良債権の状況（銀行単体ベース）

不良債権額（3.1兆円）は前期に比べ減少、不良債権比率（0.97%）も前期に比べ0.13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（グループ連結ベース）

- (1) 国際統一基準行の総自己資本比率（16.17%）も0.54ポイント、普通株式等Tier1比率（11.38%）も0.68ポイント、前期に比べ上昇した。
- (2) 国内基準行の自己資本比率（13.30%）は、公的資金の返済を進めたことに伴い、前期に比べ0.65ポイント低下した。

(<http://www.fsa.go.jp/news/27/ginkou/20160603-1.html>参照)

(資料3)

金融庁、金融機関向けパンフレット「金融機関による企業の海外進出支援の促進に向けて」を公表（6月20日）

〈内容構成〉

1. 海外進出戦略の構築支援	・ 中小機構の専門家紹介を活用した海外進出支援
	・ 中小機構との連携による海外進出計画の策定支援
	・ JETRO との連携による海外事業再編支援
2. 海外進出に係る販路拡大の支援	・ JETRO との商談会の共同開催による海外販路拡大支援
	・ 地方公共団体との連携による海外販路拡大支援（瀬戸信金の声を掲載）
	・ JETRO や専門家との連携による海外輸出支援（玉島信金の声を掲載）
	・ NEXI との連携による海外輸出支援
3. 海外進出に係る顧客の外貨資金調達の支援	・ JBIC との協調融資①
	・ JBIC との協調融資②（浜松信金の声を掲載）
	・ JBIC からのツーステップ・ローンを活用した融資
	・ スタンド・バイ・クレジットの付与による資金供給
4. 海外進出支援ネットワークの強化	・ 損害保険会社との連携による支援体制の強化
	・ 三省庁施策に基づく現地金融機関等への職員派遣
5. 海外進出支援関係機関のお問い合わせ先	

(<http://www.fsa.go.jp/common/about/20160620.html>参照)

(資料4)

金融庁、金融機関における貸付条件の変更等の状況について公表（6月21日）

金融庁は、金融機関における貸付条件の変更等の状況（2009年12月4日から2016年3月末までの実績）についてとりまとめた。

中小企業に対しては、実行件数と謝絶件数の合計に占める実行件数の比率が97.8%（信用金庫は98.0%）、申込件数に占める実行件数の比率が95.1%（同95.3%）となっている。また、住宅ローンについては、実行件数と謝絶件数の合計に占める実行件数の比率が92.1%（信用金庫は94.3%）、申込件数に占める実行件数の比率が82.9%（同87.1%）となっている。

(<http://www.fsa.go.jp/news/27/ginkou/20160621-2.html>参照)

(資料5)

中小企業庁、第144回中小企業景況調査（2016年4－6月期）の結果を公表（6月28日）

中小企業庁は、第144回中小企業景況調査（2016年4－6月期）の結果を公表した。2016年4－6月期の全産業の業況判断D.I.は、前期（1－3月期）比で1.4ポイント低下の△19.5となり、マイナス幅が拡大した。産業別に見ると製造業D.I.は、同0.1ポイント低下の△16.9となり、非製造業D.I.は、同1.6ポイント低下の△20.4となっている。

(<http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/keikyo/index.htm>参照)

信金中央金庫 地域・中小企業研究所活動記録(6月)

1. レポート等の発行

発行日	レポート分類	通巻	タイトル	執筆者
16.6.3	内外金利・為替見直し	28-3	物価の下振れリスクを背景とした追加緩和観測はなお根強い	角田 匠 奥津智彦
16.6.8	ニュース&トピックス	28-12	最近の原油相場の動向	黒岩達也
16.6.9	金融調査情報	28-3	急速に脚光浴びる「フィンテック」① －「フィンテック」を巡る最近の動向－	松崎英一 薬品和寿
16.6.13	産業企業情報	28-2	人材育成が鍵を握る中小企業経営の持続発展－活力を生むモチベーションの創出・持続とスキルアップへの工夫－	藤津勝一
16.6.15	産業企業情報	28-3	到来するIoT社会と中小企業① －「日本再興戦略2016」の実効性の鍵を握る「IoT」－	吉野 瞳 薬品和寿 鉢嶺 実
16.6.30	ニュース&トピックス	28-30	中国の消費を支えるネット通販	黒岩達也
16.6.30	金融調査情報	28-4	－今、改めて考える信用金庫の源流－ 二宮尊徳がつくりあげた報徳思想の実践 ～掛川信用金庫と報徳二宮神社～	住元文和 中西雅明

2. 講座・講演・放送等の実施

実施日	種類	タイトル	講座・講演会・番組名称	主催	講師等
16.6.3	講演	環境変化に挑む若手経営者の取り組み事例	しずしん若手経営者塾「視察研修会2016」	しずおか信用金庫	鉢嶺 実
16.6.6	講演	営業店業務の効率化に向けて	営業店業務の効率化に係る情報交換会	信金中央金庫	刀禰和之
16.6.8	講演	環境変化に挑む！中小企業の経営事例	興産人形町若手の会	興産信用金庫	鉢嶺 実
16.6.9	講演	中小企業を取り巻く経済環境	経済講演会	蒲郡信用金庫	角田 匠
16.6.10	講座	協同組織金融機関(信用金庫)について	教養講座A	明治大学国際日本学部	刀禰和之
16.6.14	講演	作州地域における医療・介護需要の変化－求められるシニアシフト－	第90期通常総代会	津山信用金庫	高田 眞
16.6.24	講座	地域経済と信用金庫	静岡大学連携講座「金融機関窓口からみる地域経済」	静岡大学・(一社) 静岡県信用金庫協会	奥津智彦

統 計

1. 信用金庫統計

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

2. 金融機関業態別統計

- (1) 業態別預貯金等
- (2) 業態別貸出金

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、鹿児島県の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 員	常 勤 役 職 員 数			合 計
	本 店 (信用金庫数)	支 店	出張所	合 計			職 員			
							男 子	女 子	計	
2012. 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
14. 3	267	6,946	238	7,451	9,282,698	2,220	71,801	38,504	110,305	112,525
14. 9	267	6,931	234	7,432	9,276,165	2,227	72,700	40,136	112,836	115,063
12	267	6,911	232	7,410	9,278,669	2,226	72,101	39,727	111,828	114,054
15. 3	267	6,898	233	7,398	9,270,457	2,219	70,496	38,762	109,258	111,477
15. 5	267	6,899	234	7,400	9,278,261	2,218	72,806	41,525	114,331	116,549
6	267	6,895	234	7,396	9,280,855	2,219	72,350	41,295	113,645	115,864
7	267	6,896	233	7,396	9,278,897	2,219	72,118	41,080	113,198	115,417
8	267	6,895	233	7,395	9,277,577	2,218	71,855	40,906	112,761	114,979
9	267	6,894	232	7,393	9,280,129	2,212	71,506	40,621	112,127	114,339
10	267	6,889	235	7,391	9,280,117	2,212	71,332	40,532	111,864	114,076
11	267	6,881	234	7,382	9,280,536	2,211	71,184	40,468	111,652	113,863
12	267	6,883	234	7,384	9,284,536	2,210	70,946	40,210	111,156	113,366
16. 1	266	6,883	234	7,383	9,284,411	2,205	70,648	40,011	110,659	112,864
2	265	6,883	233	7,381	9,284,199	2,203	70,429	39,876	110,305	112,508
3	265	6,883	231	7,379	9,273,887	2,195	69,126	39,107	108,233	110,428
4	265	6,883	231	7,379	9,278,212	2,191	71,747	42,241	113,988	116,179
5	265	6,884	231	7,380	9,282,229	2,189	71,572	42,143	113,715	115,904

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
2016年1月12日	大垣	西濃		大垣西濃	266	合併
2016年2月15日	福井	武生		福井	265	合併

1. (2) 信用金庫の預金種類別預金・地区別預金

預金種類別預金

(単位:億円、%)

年月末	預金計			要求払		定期性		外貨預金等		実質預金		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	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	前年同月比 増減率	前年同月比 増減率	
2012. 3	1,225,884	2.3	422,706	5.3	798,587	0.9	4,590	△ 17.7	1,223,269	2.3	498	△ 5.0	
13. 3	1,248,763	1.8	437,668	3.5	806,621	1.0	4,472	△ 2.5	1,246,612	1.9	510	2.4	
14. 3	1,280,602	2.5	459,125	4.9	817,509	1.3	3,967	△ 11.3	1,279,037	2.6	580	13.7	
14. 9	1,312,556	2.7	474,849	4.5	835,387	1.7	2,320	△ 8.9	1,311,232	2.7	688	△ 9.5	
12	1,327,510	2.7	487,021	4.5	838,187	1.8	2,301	△ 1.5	1,325,815	2.8	818	△ 12.1	
15. 3	1,319,433	3.0	483,819	5.3	831,514	1.7	4,099	3.3	1,317,889	3.0	625	7.7	
15. 5	1,330,890	3.0	492,247	5.6	836,380	1.4	2,262	6.8	1,329,382	3.0	1,026	25.6	
6	1,345,197	2.9	499,178	5.5	843,453	1.5	2,566	16.3	1,344,209	2.9	1,053	33.6	
7	1,338,859	2.8	489,246	5.3	847,227	1.4	2,385	10.8	1,337,878	2.8	1,120	31.2	
8	1,344,587	2.6	494,981	5.0	847,263	1.3	2,342	△ 5.4	1,343,665	2.7	1,363	72.8	
9	1,347,370	2.6	497,850	4.8	846,512	1.3	3,007	29.6	1,345,988	2.6	884	28.3	
10	1,346,850	2.8	500,975	5.4	843,721	1.3	2,153	△ 3.3	1,345,408	2.7	846	22.3	
11	1,344,460	2.3	498,889	4.3	843,268	1.1	2,302	13.9	1,343,498	2.3	874	4.2	
12	1,357,825	2.2	507,247	4.1	848,195	1.1	2,383	3.5	1,356,476	2.3	877	7.2	
16. 1	1,348,518	2.3	497,513	4.3	848,589	1.2	2,415	4.0	1,347,068	2.3	954	22.4	
2	1,353,247	2.1	503,504	3.6	847,403	1.2	2,339	1.9	1,352,305	2.1	870	34.0	
3	1,347,476	2.1	503,730	4.1	840,685	1.1	3,060	△ 25.3	1,345,990	2.1	791	26.4	
4	1,362,524	2.3	517,578	4.5	842,666	1.0	2,279	5.4	1,360,947	2.2	794	13.3	
5	1,358,855	2.1	511,142	3.8	845,416	1.0	2,295	1.4	1,357,974	2.1	886	△ 13.7	

(備考) 1. 預金計には譲渡性預金を含まない。
2. 実質預金は預金計から小切手・手形を差引いたもの

地区別預金

(単位:億円、%)

年月末	北海道		東北		東京		関東		北陸		東海	
	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	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	
2012. 3	65,059	2.2	45,660	7.5	223,533	1.9	231,594	2.5	36,003	0.3	248,839	2.4
13. 3	66,143	1.6	47,624	4.3	226,917	1.5	234,385	1.2	35,710	△ 0.8	255,448	2.6
14. 3	67,534	2.1	49,575	4.0	230,689	1.6	240,157	2.4	36,007	0.8	264,641	3.5
14. 9	68,855	0.9	51,345	3.5	235,415	1.9	246,166	2.5	36,547	1.1	272,717	4.3
12	70,157	1.2	51,915	3.1	237,309	2.0	249,055	2.5	36,765	0.9	275,797	4.1
15. 3	68,537	1.4	51,440	3.7	234,904	1.8	247,340	2.9	36,664	1.8	276,481	4.4
15. 5	69,544	1.8	52,045	2.7	237,111	1.6	249,543	3.1	36,777	1.5	278,118	4.5
6	70,569	2.0	52,630	2.6	238,846	1.7	252,358	2.9	37,164	1.7	281,605	4.4
7	69,821	2.0	52,432	2.8	237,492	1.6	250,517	2.4	36,927	1.5	280,739	4.1
8	70,024	1.8	52,674	2.8	238,528	1.4	252,052	2.3	37,167	1.4	282,505	4.1
9	70,256	2.0	52,664	2.5	239,209	1.6	251,988	2.3	37,131	1.5	283,577	3.9
10	69,905	2.1	52,730	2.6	239,641	1.8	252,201	2.4	37,160	1.7	282,511	4.0
11	70,385	1.7	52,567	2.1	238,870	1.4	251,474	1.9	36,986	1.3	282,625	3.8
12	71,290	1.6	52,951	1.9	240,703	1.4	253,927	1.9	37,169	1.0	286,221	3.7
16. 1	69,910	1.8	52,482	2.2	239,623	1.5	252,095	1.9	36,914	1.1	284,745	3.8
2	69,863	1.6	52,705	1.8	240,086	1.2	253,072	1.8	37,214	1.3	285,911	3.7
3	69,722	1.7	51,986	1.0	238,874	1.6	251,097	1.5	37,176	1.3	286,050	3.4
4	71,173	2.2	53,114	1.5	241,535	1.8	254,354	1.6	37,407	1.2	287,741	3.7
5	70,875	1.9	52,700	1.2	240,774	1.5	252,950	1.3	37,353	1.5	288,320	3.6

年月末	近畿		中国		四国		九州北部		南九州		全国計	
	前年同月比 増減率	前年同月比 増減率	前年同月比 増減率	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	前年同月比 増減率	前年同月比 増減率	
2012. 3	247,833	2.2	55,002	1.0	24,656	3.0	20,595	1.9	25,619	1.7	1,225,884	2.3
13. 3	252,958	2.0	55,866	1.5	25,484	3.3	20,826	1.1	25,889	1.0	1,248,763	1.8
14. 3	259,990	2.7	56,857	1.7	26,047	2.2	21,144	1.5	26,376	1.8	1,280,602	2.5
14. 9	266,341	2.7	58,055	1.5	26,494	2.5	22,059	2.4	26,921	2.2	1,312,556	2.7
12	269,801	3.2	58,564	1.8	26,732	1.9	22,373	2.5	27,430	2.2	1,327,510	2.7
15. 3	269,190	3.5	57,899	1.8	26,720	2.5	21,736	2.8	26,921	2.0	1,319,433	3.0
15. 5	271,359	3.4	58,406	2.1	26,804	2.4	22,326	2.7	27,286	2.0	1,330,890	3.0
6	274,407	3.6	59,060	2.1	27,018	1.9	22,529	2.3	27,439	1.8	1,345,197	2.9
7	273,697	3.6	58,724	2.2	26,917	1.7	22,423	2.3	27,324	1.9	1,338,859	2.8
8	273,739	3.1	59,050	1.8	27,049	1.9	22,571	2.1	27,393	1.6	1,344,587	2.6
9	274,713	3.1	59,074	1.7	27,008	1.9	22,565	2.2	27,346	1.5	1,347,370	2.6
10	274,739	3.4	59,001	1.8	27,050	2.1	22,662	2.7	27,428	1.9	1,346,850	2.8
11	274,385	2.7	58,523	0.9	26,945	1.6	22,552	2.0	27,358	1.6	1,344,460	2.3
12	277,003	2.6	59,054	0.8	27,133	1.4	22,785	1.8	27,800	1.3	1,357,825	2.2
16. 1	275,421	2.6	58,434	0.6	27,027	1.1	22,593	2.1	27,506	1.5	1,348,518	2.3
2	276,376	2.3	58,921	0.9	27,147	1.4	22,666	1.9	27,535	1.2	1,353,247	2.1
3	275,702	2.4	58,513	1.0	27,031	1.1	22,166	1.9	27,394	1.7	1,347,476	2.1
4	278,415	2.5	59,190	1.1	27,163	1.1	22,824	2.0	27,803	1.9	1,362,524	2.3
5	277,890	2.4	58,769	0.6	27,150	1.2	22,573	1.1	27,724	1.6	1,358,855	2.1

(備考) 沖縄地区は全国に含めた。

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	
2012. 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
14. 3	1,280,600	2.5	1,031,824	1.7	332,167	4.3	698,904	0.5	743	△ 19.1
14. 9	1,312,555	2.7	1,043,126	1.9	338,239	4.1	704,206	0.9	671	△ 18.4
12	1,327,509	2.7	1,057,563	2.0	349,004	4.1	707,980	1.0	569	△ 23.4
15. 3	1,319,432	3.0	1,055,295	2.2	348,356	4.8	706,412	1.0	517	△ 30.4
15. 5	1,330,888	3.0	1,057,174	2.2	351,666	5.1	705,015	0.9	483	△ 33.7
6	1,345,196	2.9	1,066,195	2.1	358,392	4.9	707,299	0.8	494	△ 31.6
7	1,338,857	2.8	1,062,693	2.0	352,503	4.8	709,699	0.7	481	△ 33.4
8	1,344,586	2.6	1,068,380	1.8	358,156	4.4	709,722	0.6	492	△ 31.3
9	1,347,368	2.6	1,062,743	1.8	353,657	4.5	708,589	0.6	487	△ 27.3
10	1,346,849	2.8	1,069,360	1.9	362,508	4.8	706,366	0.5	476	△ 31.0
11	1,344,459	2.3	1,063,622	1.6	356,596	3.9	706,537	0.4	478	△ 14.0
12	1,357,824	2.2	1,075,105	1.6	363,279	4.0	711,331	0.4	484	△ 14.8
16. 1	1,348,517	2.3	1,071,002	1.6	358,775	4.1	711,730	0.5	486	△ 15.4
2	1,353,245	2.1	1,076,511	1.4	365,269	3.4	710,731	0.4	501	△ 8.7
3	1,347,474	2.1	1,070,478	1.4	361,319	3.7	708,657	0.3	493	△ 4.6
4	1,362,522	2.3	1,077,226	1.4	370,190	4.1	706,523	0.1	502	△ 1.8
5	1,358,853	2.1	1,069,220	1.1	363,847	3.4	704,860	△ 0.0	503	4.2

年月末	一般法人預金				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			
2012. 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
14. 3	203,425	4.2	112,636	4.9	90,477	3.3	303	△ 6.3	33,989	19.6
14. 9	210,163	4.6	117,579	5.5	92,303	3.5	272	△ 18.2	47,895	12.9
12	215,161	4.9	122,376	5.6	92,439	3.9	337	19.9	43,828	12.7
15. 3	216,197	6.2	120,440	6.9	95,390	5.4	358	17.9	37,711	10.9
15. 5	218,810	6.4	122,160	7.0	96,332	5.6	310	2.5	45,072	5.3
6	216,152	6.5	119,929	7.1	95,904	5.8	311	2.6	52,276	6.6
7	212,754	6.2	116,304	6.6	96,119	5.7	323	9.4	53,229	6.5
8	213,236	4.3	116,424	3.2	96,428	5.4	376	31.8	52,644	13.5
9	222,234	5.7	124,548	5.9	97,303	5.4	374	37.4	51,039	6.5
10	221,891	8.4	123,742	10.8	97,771	5.5	369	21.7	46,013	0.6
11	218,722	3.5	121,408	2.5	96,954	4.8	352	22.4	51,154	13.1
12	225,435	4.7	128,006	4.6	97,060	4.9	361	7.0	46,892	6.9
16. 1	221,319	5.3	123,060	5.4	97,902	5.1	349	△ 0.5	46,172	5.1
2	217,067	2.9	117,834	0.8	98,842	5.4	382	11.1	48,206	14.7
3	227,299	5.1	126,703	5.1	100,212	5.0	376	4.9	39,244	4.0
4	232,615	7.2	131,608	9.3	100,620	4.6	378	8.3	42,621	△ 1.0
5	226,640	3.5	125,116	2.4	101,135	4.9	382	23.2	51,930	15.2

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			
2012. 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
14. 3	12,026	18.6	21,959	20.5	0	△ 100.0	11,357	0.9	0	580
14. 9	16,876	5.2	30,956	17.4	60	269.8	11,365	△ 2.2	0	688
12	14,103	5.5	29,684	16.5	38	18.9	10,952	0.4	0	818
15. 3	12,714	5.7	24,949	13.6	43	...	10,224	△ 9.9	0	625
15. 5	16,850	6.2	28,213	4.7	6	△ 53.8	9,826	△ 3.1	0	1,026
6	18,908	6.1	33,313	7.0	52	△ 24.7	10,568	△ 1.9	0	1,053
7	18,761	5.7	34,402	7.0	63	△ 17.1	10,176	△ 4.1	0	1,120
8	18,577	28.3	34,014	6.8	50	△ 18.1	10,321	△ 1.3	0	1,363
9	17,555	4.0	33,440	8.0	40	△ 33.3	11,347	△ 0.1	0	884
10	13,654	△ 15.0	32,321	9.1	34	△ 24.5	9,580	△ 9.1	0	846
11	18,743	24.1	32,377	7.6	31	△ 11.2	10,956	3.9	0	874
12	14,551	3.1	32,312	8.8	26	△ 30.4	10,386	△ 5.1	0	877
16. 1	14,585	△ 0.7	31,533	8.1	51	△ 19.8	10,018	△ 2.0	0	954
2	18,165	26.2	29,994	8.7	43	27.5	11,456	4.7	0	870
3	13,240	4.1	25,979	4.1	21	△ 51.5	10,448	2.1	0	791
4	14,435	△ 16.4	28,176	9.4	7	△ 74.6	10,055	5.3	0	794
5	20,139	19.5	31,788	12.6	0	△ 99.8	11,058	12.5	0	885

(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. (4) 信用金庫の科目別貸出金・地区別貸出金

科目別貸出金

(単位:億円、%)

年月末	貸出金計		割引手形		貸付金		手形貸付		証書貸付		当座貸越	
	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	
2012. 3	637,888	0.0	11,473	8.0	626,414	△ 0.0	42,926	△ 5.3	556,522	0.5	26,965	△ 4.2
13. 3	636,876	△ 0.1	10,612	△ 7.5	626,263	△ 0.0	40,848	△ 4.8	558,683	0.3	26,731	△ 0.8
14. 3	644,791	1.2	9,344	△ 11.9	635,447	1.4	39,876	△ 2.3	568,343	1.7	27,227	1.8
14. 9	649,748	2.0	8,834	△ 0.0	640,913	2.0	38,092	△ 3.5	574,800	2.4	28,021	2.2
12	655,858	1.9	10,332	△ 1.3	645,525	2.0	39,161	△ 3.3	578,920	2.3	27,442	2.8
15. 3	658,015	2.0	8,890	△ 4.8	649,125	2.1	38,684	△ 2.9	582,717	2.5	27,723	1.8
15. 5	655,704	2.0	9,289	△ 6.0	646,414	2.1	34,758	△ 3.6	585,811	2.5	25,844	2.4
6	656,034	2.1	8,291	△ 6.2	647,742	2.2	34,893	△ 3.4	586,698	2.6	26,151	2.1
7	657,631	2.2	8,163	△ 6.5	649,468	2.4	35,270	△ 3.1	588,022	2.7	26,175	1.8
8	658,259	2.1	7,892	△ 17.5	650,367	2.4	35,576	△ 3.0	588,431	2.7	26,359	2.9
9	665,343	2.4	8,186	△ 7.3	657,157	2.5	36,876	△ 3.1	591,604	2.9	28,676	2.3
10	664,388	2.7	8,997	2.8	655,391	2.7	36,375	△ 3.0	592,434	3.1	26,580	1.5
11	663,532	2.1	8,025	△ 17.4	655,507	2.4	36,475	△ 3.2	591,947	2.8	27,083	2.8
12	671,982	2.4	9,646	△ 6.6	662,335	2.6	37,766	△ 3.5	596,559	3.0	28,010	2.0
16. 1	668,944	2.5	9,347	△ 5.9	659,597	2.6	36,925	△ 3.6	595,809	3.1	26,861	1.9
2	666,808	2.1	8,036	△ 17.3	658,772	2.4	36,769	△ 3.7	594,909	2.8	27,093	2.7
3	673,201	2.3	8,235	△ 7.3	664,966	2.4	37,085	△ 4.1	599,355	2.8	28,525	2.8
4	670,224	2.6	8,783	4.0	661,440	2.6	34,798	△ 3.2	600,257	3.0	26,385	1.9
5	669,311	2.0	7,648	△ 17.6	661,662	2.3	33,680	△ 3.0	601,379	2.6	26,601	2.9

地区別貸出金

(単位:億円、%)

年月末	北海道		東北		東京		関東		北陸		東海	
	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	
2012. 3	30,445	△ 0.4	22,249	△ 0.0	119,147	△ 0.8	118,145	△ 0.6	17,215	△ 2.3	131,005	2.0
13. 3	30,346	△ 0.3	22,042	△ 0.9	118,533	△ 0.5	117,810	△ 0.2	16,699	△ 2.9	132,174	0.8
14. 3	30,302	△ 0.1	22,117	0.3	119,691	0.9	119,181	1.1	16,441	△ 1.5	134,316	1.6
14. 9	29,754	0.6	22,239	2.0	121,172	1.9	119,495	1.3	16,346	△ 0.4	136,209	2.8
12	30,434	1.1	22,383	1.6	122,506	2.0	120,315	1.0	16,390	△ 0.2	137,237	2.8
15. 3	30,841	1.7	22,399	1.2	122,745	2.5	120,613	1.2	16,356	△ 0.5	137,794	2.5
15. 5	29,738	1.0	22,223	1.1	122,595	2.4	120,421	1.5	16,366	0.3	137,364	2.5
6	29,732	1.0	22,192	1.1	122,770	2.6	120,450	1.6	16,326	0.8	137,525	2.6
7	29,779	1.0	22,249	1.1	123,243	2.8	120,858	1.9	16,328	0.3	137,449	2.4
8	29,875	0.8	22,266	0.7	123,423	2.7	120,901	1.9	16,306	0.0	137,520	2.1
9	30,128	1.2	22,580	1.5	124,733	2.9	121,999	2.0	16,362	0.1	139,437	2.3
10	30,152	1.4	22,522	1.6	124,903	3.3	121,888	2.4	16,317	0.6	138,649	2.5
11	30,075	0.6	22,633	1.8	124,801	2.8	121,655	1.9	16,382	0.7	138,488	2.0
12	30,618	0.6	22,833	2.0	126,309	3.1	123,040	2.2	16,569	1.0	140,519	2.3
16. 1	30,123	0.7	22,817	2.8	125,968	3.3	122,490	2.1	16,582	1.6	139,487	2.4
2	30,052	0.2	22,742	2.3	125,546	3.0	122,005	1.7	16,628	1.9	139,135	1.9
3	30,946	0.3	23,070	2.9	126,759	3.2	122,720	1.7	16,629	1.6	140,749	2.1
4	30,164	0.9	22,724	2.9	126,905	3.8	122,303	2.0	16,552	2.5	139,717	2.2
5	29,885	0.4	22,842	2.7	126,675	3.3	122,225	1.4	16,716	2.1	139,601	1.6

年月末	近畿		中国		四国		九州北部		南九州		全国計	
	前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率	
2012. 3	131,895	0.4	30,055	△ 0.4	10,487	△ 1.8	11,874	0.0	14,310	△ 1.0	637,888	0.0
13. 3	131,931	0.0	29,911	△ 0.4	10,221	△ 2.5	11,722	△ 1.2	14,431	0.8	636,876	△ 0.1
14. 3	135,132	2.4	29,950	0.1	10,044	△ 1.7	11,841	1.0	14,699	1.8	644,791	1.2
14. 9	136,693	2.7	30,015	1.1	10,070	△ 0.1	11,887	2.0	14,795	2.4	649,748	2.0
12	138,298	2.6	30,080	1.4	10,051	△ 0.0	12,011	1.5	15,063	1.6	655,858	1.9
15. 3	138,910	2.7	30,320	1.2	10,049	0.0	11,906	0.5	14,987	1.9	658,015	2.0
15. 5	139,184	2.8	29,898	0.9	10,015	△ 0.1	11,858	0.4	14,935	1.9	655,704	2.0
6	139,289	2.9	29,888	1.0	10,010	0.0	11,844	0.4	14,909	2.1	656,034	2.1
7	139,792	3.1	29,981	1.3	10,015	0.2	11,865	0.4	14,986	2.2	657,631	2.2
8	139,873	2.8	30,071	1.0	10,022	0.2	11,895	0.4	15,020	2.1	658,259	2.1
9	141,315	3.3	30,461	1.4	10,043	△ 0.2	12,029	1.1	15,153	2.4	665,343	2.4
10	141,474	3.8	30,264	1.8	9,991	△ 0.1	11,984	1.3	15,148	2.4	664,388	2.7
11	141,058	2.9	30,190	1.3	9,955	△ 0.7	11,993	0.9	15,199	2.3	663,532	2.1
12	142,862	3.3	30,527	1.4	10,008	△ 0.4	12,152	1.1	15,427	2.4	671,982	2.4
16. 1	142,573	3.3	30,430	1.7	9,973	△ 0.4	12,065	1.3	15,314	2.4	668,944	2.5
2	141,864	2.7	30,411	1.5	9,946	△ 1.0	12,047	1.2	15,305	2.3	666,808	2.1
3	142,964	2.9	30,772	1.4	10,020	△ 0.2	12,075	1.4	15,342	2.3	673,201	2.3
4	143,067	3.3	30,368	1.7	9,989	0.0	12,025	2.1	15,287	2.4	670,224	2.6
5	142,651	2.4	30,254	1.1	10,038	0.2	11,993	1.1	15,291	2.3	669,311	2.0

(備考) 沖縄地区は全国に含めた。

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								
	前年同月比 増 減 率	構成比		前年同月比		前年同月比		製造業		建設業		
				増 減 率	構成比	増 減 率	構成比	増 減 率	構成比	増 減 率	構成比	
2012. 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
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
14. 3	644,790	1.2	100.0	412,056	0.6	63.9	64,047	△ 3.6	9.9	48,105	△ 2.3	7.4
14. 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
12	655,856	1.9	100.0	420,731	1.8	64.1	64,582	△ 1.4	9.8	48,184	△ 1.2	7.3
15. 3	658,014	2.0	100.0	419,282	1.7	63.7	62,996	△ 1.6	9.5	47,942	△ 0.3	7.2
6	656,033	2.1	100.0	415,431	1.7	63.3	61,787	△ 1.4	9.4	45,398	△ 0.2	6.9
9	665,342	2.4	100.0	423,550	1.8	63.6	62,878	△ 1.4	9.4	47,442	0.0	7.1
12	671,981	2.4	100.0	428,464	1.8	63.7	63,589	△ 1.5	9.4	48,217	0.0	7.1
16. 3	673,200	2.3	100.0	427,068	1.8	63.4	62,173	△ 1.3	9.2	47,880	△ 0.1	7.1

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		前年同月比		前年同月比		前年同月比		
				増 減 率	構成比	増 減 率	構成比	増 減 率	構成比	増 減 率	構成比	
2012. 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
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
14. 3	29,067	△ 2.4	4.5	26,549	△ 2.6	4.1	133,088	2.8	20.6	55,872	2.4	8.6
14. 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
12	29,331	△ 1.8	4.4	26,657	△ 1.3	4.0	137,910	4.2	21.0	57,165	2.6	8.7
15. 3	28,612	△ 1.5	4.3	26,255	△ 1.1	3.9	139,233	4.6	21.1	57,371	2.6	8.7
6	27,936	△ 1.5	4.2	25,784	△ 1.5	3.9	140,379	4.4	21.3	57,812	2.3	8.8
9	28,595	△ 1.4	4.2	26,141	△ 1.5	3.9	142,651	4.7	21.4	58,264	2.4	8.7
12	28,894	△ 1.4	4.2	26,176	△ 1.8	3.8	144,279	4.6	21.4	58,411	2.1	8.6
16. 3	28,217	△ 1.3	4.1	25,790	△ 1.7	3.8	145,939	4.8	21.6	57,516	0.2	8.5

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		前年同月比		前年同月比		前年同月比		
				増 減 率	構成比	増 減 率	構成比	増 減 率	構成比	増 減 率	構成比	
2012. 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
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
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
14. 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	2,871	△ 0.1	0.4
12	8,646	△ 3.4	1.3	5,866	△ 3.3	0.8	21,118	4.4	3.2	2,872	1.0	0.4
15. 3	8,526	△ 3.1	1.2	5,797	△ 1.5	0.8	21,280	3.4	3.2	2,874	0.5	0.4
6	8,448	△ 2.9	1.2	5,810	△ 0.9	0.8	21,363	3.3	3.2	2,804	0.4	0.4
9	8,487	△ 2.3	1.2	5,814	△ 0.6	0.8	21,572	3.3	3.2	2,895	0.7	0.4
12	8,497	△ 1.7	1.2	5,775	△ 1.5	0.8	21,959	3.9	3.2	2,868	△ 0.1	0.4
16. 3	8,414	△ 1.3	1.2	5,683	△ 1.9	0.8	21,786	2.3	3.2	2,880	0.2	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		前年同月比		前年同月比		前年同月比		
				増 減 率	構成比	増 減 率	構成比	増 減 率	構成比	増 減 率	構成比	
2012. 3	0	...	0.0	42,638	4.4	6.6	182,121	△ 0.0	28.5	150,810	1.0	23.6
13. 3	0	...	0.0	45,157	5.9	7.0	182,516	0.2	28.6	152,154	0.8	23.8
14. 3	21	...	0.0	47,660	5.5	7.3	185,074	1.4	28.7	154,610	1.6	23.9
14. 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
12	32	105.8	0.0	48,445	5.6	7.3	186,679	1.3	28.4	156,551	1.6	23.8
15. 3	38	73.1	0.0	50,633	6.2	7.6	188,098	1.6	28.5	157,468	1.8	23.9
6	41	79.3	0.0	51,849	5.9	7.9	188,751	2.1	28.7	158,391	2.3	24.1
9	43	46.0	0.0	51,028	6.0	7.6	190,763	2.6	28.6	159,830	2.8	24.0
12	50	53.3	0.0	51,401	6.1	7.6	192,115	2.9	28.5	161,289	3.0	24.0
16. 3	56	49.3	0.0	52,729	4.1	7.8	193,402	2.8	28.7	162,104	2.9	24.0

(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. 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	債券貸借取引 支払保証金	買入金銭債	金銭の信託	商品の有価証券
		うち信金中金預け金								
2012. 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
14. 3	15,048	297,649 (7.8)	227,989 (7.7)	0	1,756	0	0	2,105	1,408	32
14. 9	13,915	318,202 (4.5)	249,259 (6.9)	0	2,145	0	0	2,437	1,576	48
12	15,625	325,143 (6.5)	258,047 (8.7)	0	3,454	0	0	2,597	1,382	41
15. 3	14,662	314,770 (5.7)	246,111 (7.9)	0	1,637	0	0	2,386	1,273	30
15. 5	13,428	321,758 (5.2)	259,967 (7.3)	0	2,965	0	0	2,508	1,646	40
6	13,114	333,008 (3.9)	266,945 (6.9)	0	3,341	0	0	2,533	1,729	41
7	13,316	327,472 (3.8)	264,987 (5.8)	0	3,073	0	0	2,546	1,731	28
8	13,238	334,534 (4.6)	267,211 (5.9)	0	3,768	0	0	2,570	1,734	29
9	14,375	332,177 (4.3)	262,822 (5.4)	0	1,776	0	0	2,431	1,748	27
10	13,095	332,278 (4.8)	265,048 (5.0)	0	2,286	0	0	2,475	1,814	29
11	13,401	330,223 (3.9)	263,133 (3.6)	0	1,893	0	0	2,524	1,839	31
12	15,160	333,749 (2.6)	263,227 (2.0)	0	2,590	0	0	2,575	1,872	31
16. 1	13,850	328,724 (3.9)	269,810 (4.6)	0	2,447	0	0	2,476	1,831	33
2	13,079	336,111 (5.1)	277,425 (7.9)	0	1,219	0	0	2,378	1,751	26
3	14,440	327,585 (4.0)	264,079 (7.3)	0	847	0	0	2,058	1,262	25
4	13,854	345,579 (4.2)	288,018 (10.2)	0	866	0	0	2,003	1,419	29
5	13,428	341,976 (6.2)	285,537 (9.8)	0	700	0	0	1,891	1,494	30

年月末	有価証券	国債					社債					株式
		国債	地方債	短期社債	社債	公社公団債	金融債	その他				
2012. 3	370,593 (7.6)	103,325 (7.3)	64,594 (2.6)	153,025 (8.8)	54,977 (32.015)	66,033 (66.033)	5,798 (5.798)					
13. 3	390,414 (5.3)	105,777 (2.3)	72,574 (211)	162,413 (6.1)	60,758 (60.758)	69,247 (69.247)	6,061 (6.061)					
14. 3	400,267 (2.5)	101,633 (△3.9)	80,324 (39)	167,223 (2.9)	67,465 (67.465)	31,391 (31.391)	6,374 (6.374)					
14. 9	404,383 (4.6)	98,946 (△2.8)	81,739 (89)	168,954 (3.9)	70,302 (70.302)	31,111 (31.111)	5,338 (5.338)					
12	405,734 (3.5)	95,158 (△6.3)	84,065 (164)	168,751 (2.5)	70,804 (70.804)	31,028 (31.028)	5,326 (5.326)					
15. 3	423,234 (5.7)	99,338 (△2.2)	87,450 (74)	171,206 (2.3)	73,756 (73.756)	30,748 (30.748)	5,565 (5.565)					
15. 5	418,329 (5.1)	100,194 (1.2)	87,425 (214)	168,658 (0.7)	72,988 (72.988)	30,638 (30.638)	5,323 (5.323)					
6	421,787 (5.8)	100,907 (2.4)	88,784 (164)	168,643 (0.9)	73,091 (73.091)	30,535 (30.535)	5,416 (5.416)					
7	418,970 (5.2)	98,161 (1.3)	89,098 (139)	167,855 (0.4)	72,947 (72.947)	30,271 (30.271)	5,650 (5.650)					
8	416,592 (3.5)	95,655 (△2.6)	89,202 (149)	166,991 (△0.8)	72,615 (72.615)	30,022 (30.022)	5,826 (5.826)					
9	414,874 (2.5)	93,428 (△5.5)	89,317 (89)	166,865 (△1.2)	72,469 (72.469)	30,114 (30.114)	5,956 (5.956)					
10	415,790 (2.4)	92,585 (△4.9)	89,851 (139)	167,105 (△1.0)	72,892 (72.892)	29,986 (29.986)	6,012 (6.012)					
11	417,207 (2.8)	92,396 (△3.5)	90,633 (129)	167,394 (△1.2)	73,355 (73.355)	29,689 (29.689)	5,980 (5.980)					
12	416,990 (2.7)	90,950 (△4.4)	90,822 (109)	167,159 (△0.9)	73,290 (73.290)	29,386 (29.386)	6,092 (6.092)					
16. 1	416,902 (1.6)	90,169 (△6.8)	91,392 (109)	166,680 (△1.0)	73,205 (73.205)	29,259 (29.259)	6,173 (6.173)					
2	419,045 (1.1)	89,874 (△8.6)	91,921 (109)	166,828 (△1.4)	73,703 (73.703)	28,774 (28.774)	6,292 (6.292)					
3	432,426 (2.1)	93,047 (△6.3)	94,737 (49)	171,054 (△0.0)	76,725 (76.725)	28,370 (28.370)	6,343 (6.343)					
4	417,721 (1.6)	87,468 (△9.3)	91,288 (89)	165,925 (△0.8)	73,453 (73.453)	27,685 (27.685)	6,384 (6.384)					
5	419,353 (0.2)	87,200 (△12.9)	91,345 (99)	165,710 (△1.7)	73,341 (73.341)	27,213 (27.213)	6,441 (6.441)					

年月末	信金中金				余運用資産計(A)	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							
2012. 3	0	5,747	37,077	998	658,798 (5.4)	207,198 (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 (211.611)	50.9	55.1	31.2	16.9	30.7
14. 3	0	8,770	34,853	1,048	718,269 (4.2)	227,989 (227.989)	50.3	56.0	31.2	17.7	31.7
14. 9	0	11,613	36,718	983	742,710 (4.2)	249,259 (249.259)	49.4	56.5	30.7	18.9	33.5
12	0	13,481	37,780	1,005	753,977 (4.5)	258,047 (258.047)	49.3	56.7	30.5	19.4	34.2
15. 3	0	17,754	38,593	1,252	757,995 (5.5)	246,111 (246.111)	49.8	57.4	32.0	18.6	32.4
15. 5	0	17,645	37,851	1,017	760,677 (4.9)	259,967 (259.967)	49.2	57.1	31.4	19.5	34.1
6	0	18,678	38,141	1,050	775,556 (4.9)	266,945 (266.945)	48.7	57.6	31.3	19.8	34.4
7	0	19,329	37,686	1,048	767,138 (4.4)	264,987 (264.987)	49.0	57.2	31.2	19.7	34.5
8	0	20,171	37,528	1,067	772,468 (3.9)	267,211 (267.211)	48.9	57.3	30.9	19.8	34.5
9	0	20,894	37,271	1,049	767,410 (3.3)	262,822 (262.822)	49.3	56.9	30.7	19.4	34.2
10	0	21,320	37,722	1,052	767,771 (3.4)	265,048 (265.048)	49.2	56.9	30.8	19.6	34.5
11	0	21,637	37,964	1,070	767,119 (3.0)	263,133 (263.133)	49.3	57.0	31.0	19.5	34.3
12	0	22,380	38,407	1,067	772,969 (2.5)	263,227 (263.227)	49.4	56.8	30.6	19.3	34.0
16. 1	0	23,053	38,259	1,063	766,264 (2.5)	269,810 (269.810)	49.5	56.7	30.8	19.9	35.2
2	0	23,853	39,077	1,087	773,613 (2.6)	277,425 (277.425)	49.2	57.1	30.9	20.4	35.8
3	0	25,494	39,409	1,289	778,647 (2.7)	264,079 (264.079)	49.9	57.7	32.0	19.5	33.9
4	0	25,928	39,494	1,142	781,473 (2.4)	288,018 (288.018)	49.1	57.3	30.6	21.1	36.8
5	0	27,771	39,628	1,156	778,875 (2.3)	285,537 (285.537)	49.2	57.2	30.8	20.9	36.6

(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				地方銀行	
	前年同月比 増減率	増減率	前年同月比 増減率	増減率	前年同月比 増減率	増減率	うち都市銀行		増減率		前年同月比 増減率	
							前年同月比 増減率	増減率	前年同月比 増減率	増減率		
2012. 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
14. 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
14. 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
12	1,327,510	2.7	8,540,831	2.4	5,517,914	2.3	3,596,436	3.4	2,956,635	3.7	2,388,408	2.7
15. 3	1,319,433	3.0	8,751,970	2.5	5,687,104	2.2	3,713,402	4.1	3,067,377	4.2	2,432,306	3.1
15. 5	1,330,890	3.0	8,745,098	3.2	5,672,094	3.2	3,727,169	5.3	3,072,706	5.2	2,439,564	3.6
6	1,345,197	2.9	8,758,190	2.9	5,667,916	2.8	3,710,191	4.5	3,051,866	4.3	2,449,638	3.4
7	1,338,859	2.8	8,714,195	3.5	5,657,505	3.6	3,695,656	5.6	3,035,946	5.5	2,422,471	3.5
8	1,344,587	2.6	8,729,270	3.6	5,667,128	4.1	3,686,742	5.5	3,028,583	5.5	2,427,893	3.0
9	1,347,370	2.6	8,761,761	3.0	5,697,869	3.1	3,720,200	4.2	3,056,371	4.0	2,424,861	3.0
10	1,346,850	2.8	8,713,790	3.5	5,655,018	3.8	3,686,116	4.7	3,024,885	4.4	2,422,549	3.4
11	1,344,460	2.3	8,780,876	3.2	5,716,429	3.7	3,746,607	4.4	3,078,943	4.2	2,428,394	2.6
12	1,357,825	2.2	8,765,009	2.6	5,668,972	2.7	3,702,627	2.9	3,037,972	2.7	2,450,511	2.6
16. 1	1,348,518	2.3	8,756,289	2.8	5,680,464	3.1	3,713,797	3.4	3,052,490	3.4	2,436,352	2.4
2	1,353,247	2.1	8,868,590	4.0	5,792,790	5.2	3,809,571	5.6	3,131,890	5.7	2,437,704	1.8
3	1,347,476	2.1	9,090,816	3.8	5,965,673	4.8	3,936,531	6.0	3,235,087	5.4	2,482,863	2.0
4	1,362,524	2.3	9,069,429	4.3	5,933,901	5.3	4,023,169	9.0	3,252,802	7.1	2,491,246	2.4
5	1,358,855	2.1	9,071,521	3.7	5,942,017	4.7	4,040,584	8.4	3,289,342	7.0	2,487,350	1.9

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	増減率	前年同月比 増減率	増減率	前年同月比 増減率	増減率
2012. 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
14. 3	615,005	2.4	1,766,127	0.2	11,578,016	2.7
14. 9	626,240	2.9	1,779,465	0.8	11,594,546	2.3
12	634,509	2.8	1,790,687	0.8	11,659,028	2.2
15. 3	632,560	2.8	1,777,107	0.6	11,848,510	2.3
15. 5	633,440	2.6	—	—	—	—
6	640,636	2.6	1,781,218	0.3	11,884,605	2.5
7	634,219	2.1	—	—	—	—
8	634,249	1.8	—	—	—	—
9	639,031	2.0	1,771,310	△ 0.4	11,880,441	2.4
10	636,223	2.2	—	—	—	—
11	636,053	1.4	—	—	—	—
12	645,526	1.7	1,784,062	△ 0.3	11,906,896	2.1
16. 1	639,473	1.9	—	—	—	—
2	638,096	1.1	—	—	—	—
3	642,280	1.5	1,778,719	0.0	12,217,011	3.1
4	644,282	1.9	—	—	—	—
5	642,154	1.3	—	—	—	—

- (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		都市銀行		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		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	
2012. 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
14. 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
14. 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
12	655,858	1.9	2,367,249	1.7	1,870,873	0.9	1,772,509	3.8	471,718	3.2	5,267,334	2.5
15. 3	658,015	2.0	2,391,194	1.7	1,883,529	0.9	1,788,464	3.8	474,984	2.8	5,312,657	2.6
15. 5	655,704	2.0	2,366,394	2.3	1,863,248	1.3	1,786,274	3.6	471,803	3.0	5,280,175	2.8
6	656,034	2.1	2,383,001	2.5	1,876,637	1.4	1,789,011	3.8	475,390	3.5	5,303,436	3.0
7	657,631	2.2	2,388,518	3.5	1,881,691	2.6	1,795,313	3.9	475,242	3.5	5,316,704	3.5
8	658,259	2.1	2,386,252	3.3	1,880,066	2.6	1,797,862	3.6	474,944	3.0	5,317,317	3.2
9	665,343	2.4	2,412,577	3.2	1,894,158	2.3	1,810,533	3.7	481,609	3.2	5,370,062	3.2
10	664,388	2.7	2,398,305	2.9	1,884,145	2.0	1,810,373	3.9	479,176	3.5	5,352,242	3.2
11	663,532	2.1	2,417,710	3.0	1,897,841	2.1	1,815,353	3.6	479,482	3.0	5,376,077	3.1
12	671,982	2.4	2,433,741	2.8	1,905,620	1.8	1,838,138	3.7	487,493	3.3	5,431,354	3.1
16. 1	668,944	2.5	2,429,748	3.5	1,903,452	2.4	1,835,612	3.7	484,644	3.4	5,418,948	3.4
2	666,808	2.1	2,419,116	2.8	1,890,965	1.8	1,831,152	3.1	483,479	3.1	5,400,555	2.8
3	673,201	2.3	2,455,767	2.7	1,908,530	1.3	1,852,563	3.5	492,112	3.6	5,473,643	3.0
4	670,224	2.6	2,419,615	2.4	1,871,995	0.7	1,847,487	3.9	487,286	3.8	5,424,612	3.1
5	669,311	2.0	2,422,044	2.3	1,871,062	0.4	1,850,616	3.6	487,006	3.2	5,428,977	2.8

- (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。

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
- 論文募集

【URL】

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

The screenshot shows the homepage of the Shinkin Central Bank Research Institute. At the top, there is a search bar and a navigation menu. The main content area is divided into two columns. The left column contains a list of links for various reports and statistics. The right column, titled 'WHAT'S NEW', lists recent news items with dates and brief descriptions. The news items include updates to the 'Activity Record' page, the 'Statistics' page, and several research reports on topics like financial investigation information, interest rates, and credit information.

ISSN 1346-9479

信金中金月報

2016年(平成28年)8月1日 発行

2016年8月号 第15巻 第9号(通巻527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>



SCB

信金中央金庫