

Shinkin Central Bank Monthly Review

信金中金月報

第21巻 第8号(通巻598号) 2022.8

個人型確定拠出年金の運用商品メニューを見る

ポスト・コロナを見据えた「脱炭素」の実現に向けて①
—「脱炭素」の潮流—

第188回全国中小企業景気動向調査
4～6月期業況は2四半期ぶりの改善
—2022年4～6月期実績・2022年7～9月期見通し—
【特別調査—混迷する経済社会情勢と中小企業経営】

脱「価格競争」を実現する
中小企業の「価値創造」とは(問題提起編)
—付加価値額の確保・増大へ向けて中小企業はいかに「価値創造」へ取り組むべきなのか—

脱「価格競争」を実現する
中小企業の「価値創造」とは①(製造業編)
—技術力やブランド力による「価値創造」が収益力向上へのキーワード—

地域・中小企業関連経済金融日誌(6月)

統計



信金中央金庫

SCB

「信金中金月報掲載論文」募集のお知らせ

- 対象分野は、当研究所の研究分野でもある「地域」「中小企業」「協同組織」に関連する金融・経済分野とし、これら分野の研究の奨励を通じて、研究者の育成を図り、もって我が国における当該分野の学術研究振興に寄与することを目的としています。
- かかる目的を効果的に実現するため、本論文募集は、①懸賞論文と異なり、募集期限を設けない随時募集として息の長い取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 (<https://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 | 地主 敏樹 | 関西大学 総合情報学部教授 |
| 副委員長 | 藤野 次雄 | 横浜市立大学名誉教授 |
| 委員 | 打田委千弘 | 愛知大学 経済学部教授 |
| 委員 | 永田 邦和 | 長野県立大学 グローバルマネジメント学部教授 |
| 委員 | 村上 恵子 | 県立広島大学 地域創生学部教授 |

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：奥津、品田)

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

	個人型確定拠出年金の運用商品メニューを見る	2
	信金中金月報掲載論文編集委員 村上恵子 (県立広島大学 地域創生学部教授)	
調 査	ポスト・コロナを見据えた「脱炭素」の実現に向けて①	4
	— 「脱炭素」の潮流 —	
	第188回全国中小企業景気動向調査 4～6月期業況は2四半期ぶりの改善	15
	— 2022年4～6月期実績・2022年7～9月期見通し — 【特別調査— 混迷する経済社会情勢と中小企業経営】	
	地域・中小企業研究所	
	脱「価格競争」を実現する 中小企業の「価値創造」とは(問題提起編)	29
	— 付加価値額の確保・増大へ向けて中小企業はいかに「価値創造」へ取り組むべきなのか —	
	鉢嶺 実	
	脱「価格競争」を実現する 中小企業の「価値創造」とは①(製造業編)	37
	— 技術力やブランド力による「価値創造」が収益力向上へのキーワード —	
	中地紗生 鉢嶺 実	
経済金融日誌	地域・中小企業関連経済金融日誌(6月)	59
信金中金だより	信金中央金庫 地域・中小企業研究所活動記録(6月)	64
統 計	信用金庫統計、金融機関業態別統計	66

個人型確定拠出年金の運用商品メニューを見る

信金中金月報掲載論文編集委員

村上 恵子

(県立広島大学 地域創生学部教授)

2019年6月、金融庁から金融審議会市場ワーキング・グループの報告書「高齢社会における資産形成・管理」が公表された。そこには、2017年の「家計調査」のデータに基づく試算として、平均的な高齢夫婦無職世帯の毎月の赤字額は約5万円であること、この毎月の赤字額を自身が保有する金融資産から補填しようとする、20年で約1,300万円、30年で約2,000万円の取崩しが必要になることが述べられていた。2,000万円という金額の捉え方やこの金額の算出方法の妥当性については様々な意見や考え方があり、ここでそれらについて議論することはしない。しかし、この報告書の公表とそれを受けた各種メディアの報道が、多くの国民に退職後の生活費を意識させるきっかけとなったことは事実であろう。

このような中、公的年金給付の上乗せ役や公的年金給付までのつなぎ役、つまり退職後の生活費を支える手段の1つとして注目されているのが、個人型確定拠出年金(以下、iDeCo)である。近年、iDeCoは「働き方の多様化等に対応し、確定拠出年金制度の普及・拡大を図るとともに、老後に向けた個人の継続的な自助努力を支援」(厚生労働省HPより引用)できる制度にすべく、制度の見直しが頻繁に行われている。例えば、2017年1月にiDeCoの加入対象者が第3号被保険者や公務員等共済加入者まで拡大されたことや、2018年5月に企業年金を実施していない中小企業の従業員を対象にiDeCoに加入する従業員の掛金に事業主が掛金を追加拠出できる「iDeCo+(中小事業主掛金納付制度)」が創設されたことは記憶に新しい。

これら制度改正や退職後に備える意識の高まりと同時に、iDeCoの認知度は上昇している。投資信託協会の「投資信託に関するアンケート調査報告書(NISA、iDeCo等制度に関する調査)」によると、調査結果が確認できる2016年以降、iDeCoの認知率(名前も制度の内容も知っている者と名前は知っているが制度の内容はよく分からない者の割合)は上昇し続け、2021年の認知率は62.9%に達している。iDeCo加入者数もまた増加し続けており、国民年金基金連合会によると2022年4月現在のiDeCo加入者数は2,424,294人にのぼっている。運営管理機関連絡協議会の「確定拠出年金統計資料(2021年3月末)」を見ると、加入者数の増加が特に顕著であったのは2016年度と2017年度であり、2011年度から2014年度まで20%未満

であった iDeCo 加入者数の対前年増加率は、2015年度に 21.1%、2016年度74.6%、2017年度92.2%、2018年度39.7%となっている。その後も 2020年6月に「年金制度の機能強化のための国民年金法等の一部を改正する法律」が公布されるなど、iDeCo をより活用しやすい制度とするための見直しは続き、2019年度以降の iDeCo 加入者数の対前年増加率も 20%台を維持している。

加入者数が増加し続ける確定拠出年金に関して、筆者は「確定拠出年金で提供されている運用商品メニューは真に加入者の利益を考えて選定されているのか」という問題意識のもと、2011年以降、共同研究者らとともに確定拠出年金の運用商品メニューに関する研究に取り組んできた。我々は当初、確定拠出年金のガバナンスの観点から、運用商品メニューがウェブサイトなどで公開され、加入者が自由に運営管理機関を選択できる iDeCo よりも、事業主によって提示された運用商品の範囲内での運用を求められ、メニューの公開も進んでいない企業型確定拠出年金の運用メニューに関心を寄せていた。このため、我々の研究は企業型確定拠出年金の運用商品メニューの分析に偏っている。しかし、西村佳子・村上恵子(2018)「確定拠出年金の運用資産メニューと求められる金融知識」『個人金融』では 2017年10月時点のデータを用いて iDeCo の運用商品メニューの特徴を分析し、信用金庫や都市銀行等の業態に分類される運営管理機関では元本確保型の金融商品を多くそろえている一方で、証券会社や投信会社に分類される運営管理機関では元本確保型の金融商品は1種類のみ等、運営管理機関の業態(銀行、証券、生損保)によってメニューに違いがあることを明らかにしている。また、同じ投資カテゴリー内ではより信託報酬の低い投資信託が選ばれているものの、バランス型投資信託の割合が高く、信託報酬の高い商品が一部含まれることも確認した。

近年の制度改正を受け、現在の iDeCo の金融商品メニューは 2017年当時から大きく変化していることも予想されるため、最新のデータに基づく継続した観察・分析は必要である。しかしながら、この論文を発表した当時は、メニューが公開されている iDeCo の運用商品にも課題がある可能性が確認されたのである。

iDeCo への加入を考える者は、多くの運営管理機関の中から自らのニーズに合った運営管理機関を選択し、その上でさらにメニューに並ぶ金融商品から適切な商品を選択しなければならない。このため、iDeCo への加入を考える者や iDeCo 加入者は、金融や投資について学び続けることが求められる。政府や我々研究者も、金融知識に乏しい者への情報提供のあり方や十分な金融知識を持たない者へのサポートの方法等、より多くの国民が安心して利用できる制度について考察し続けなければならない。そして、運営管理機関もまた、加入者の利益を考えた最善の金融商品メニューについて検討を続ける必要があるだろう。

ポスト・コロナを見据えた「脱炭素」の実現に向けて①

－「脱炭素」の潮流－

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

藁品 和寿

(キーワード) 脱炭素、ポスト・コロナ、パリ協定、2050年カーボンニュートラル宣言、2030年46%削減目標、温室効果ガス、グリーン成長戦略

(視 点)

2020年10月26日に開会した臨時国会において、菅総理大臣(当時)が、就任後初の所信表明演説で、2050年までに温室効果ガスの排出を「実質ゼロ」にする方針を表明した。これが大きなきっかけの一つとなり、企業経営にとって、急速に「脱炭素」の重要性が高まっている。企業単位の温室効果ガスの排出量だけでなく、調達、製造、物流、販売、廃棄などサプライチェーン全体での排出量の削減を目指す中で、「脱炭素」は、中小企業経営にとっても重要なキーワードになりつつある。こうした中、信用金庫ならびに中小企業は、どのように対処していけばよいのだろうか。

「脱炭素」の機運の高まりを踏まえ、本稿を皮切りに、信用金庫および中小企業の視点から、今後、「脱炭素」をテーマとした調査レポートをシリーズとして掲載していく予定である。まず、第1弾となる本稿では、「脱炭素」への注目度が高まってきた背景について、平易にまとめてみた。

(要 旨)

- 「カーボンニュートラル」とは、温室効果ガス(主に二酸化炭素)排出削減の努力をした結果、どうしても削減しきれなかった分を森林保全活動や植林による吸収量で差し引き、排出量を実質ゼロにすることを目指す考え方・取組みである。この取組みの結果、排出量が実質ゼロになった状態が「脱炭素」であり、それが実現した社会を「脱炭素社会」と呼んでいる。
- 「脱炭素」の歴史を振り返ると、わが国におけるターニングポイントとして、2015年11月のCOP21(第21回国連気候変動枠組条約締結国会合、開催国：フランス・パリ)で採択された「パリ協定」、2020年10月26日に菅総理大臣(当時)が所信表明した、長期目標といわれる「2050年カーボンニュートラル宣言」、そして2021年4月にオンライン形式で開催された米国主催の気候サミットで表明された、中期目標といわれる「2030年46%削減目標」の3つが挙げられる。
- 「2050年カーボンニュートラル宣言」を境に、わが国が、国内外に向けて「脱炭素」への積極的なコミットを表明した以上、「脱炭素」の潮流は「逆流」しないであろう。「平時」と「危機時」に対応できるようエネルギー政策を再調整しつつ、行動経済学で用いられる「ナッジ」(そっと後押しする)の活用による企業と人の行動変容に期待しながら、今後も、ポスト・コロナ時代を見据えて、「脱炭素」に向けてアクセルは踏み続けられていくだろう。

はじめに

2020年10月26日に開会した臨時国会において、菅総理大臣（当時）が、就任後初の所信表明演説で、2050年までに温室効果ガスの排出を「実質ゼロ」にする方針を表明し（以下「2050年カーボンニュートラル宣言」という。）、内外に好イメージをアピールしたことは記憶に新しい。

本稿でテーマとして取り上げる「脱炭素」（以下1で詳述）は、「2050年カーボンニュートラル宣言」を契機にメディアで取り上げられる機会が増え、突然、脚光を浴びたように見えるが、地球温暖化対策の文脈の中で再び注目されるようになった「古くて新しい問題」である。

「古くて」と記したところで、1970年代まで歴史を遡ると、わが国を含めた先進国を中心に、「経済成長」と「環境保全」を二者択一の問題として捉えつつ「経済成長」が優先されてきた結果、公害を含む環境悪化が社会問題としてクローズアップされ、「経済優先」の考え方を見直す機運が高まった。こうした中、1979年に、世界気象機関（WMO：World Meteorological Organization）による第1回世界気候会議（開催地：スイス・ジュネーブ）が開催され、気候変動に関する研究の推進が提言されるとともに、「気候変動に関する政府間パネル（IPCC：Intergovernmental Panel on Climate

Change）」を設置することが決定した^(注1)。

1990年に開催された第2回世界気候会議では、「気候変動に関する国際連合枠組条約（UNFCCC：United Nations Framework Convention on Climate Change）」（以下「気候変動枠組条約」という。）を作成することが決議され、1992年の国連環境開発会議（地球サミット、開催地：ブラジル・リオデジャネイロ）での採択を経て、1994年に発効した。この気候変動枠組条約に基づき、COP（Conference of the Parties、国連気候変動枠組条約締結国会合、以下「締結国会合」という。）が、原則毎年^(注2)、開催されており、2021年10月から11月に、COP26^(注3)（第26回締結国会合、開催地：英国・グラスゴー）が開催されたところである。このCOP26の首脳級会合「世界リーダーズサミット」において、岸田総理は、2030年までの期間を「勝負の10年」と位置づけ、すべての国に野心的な気候変動対策を呼びかける等、多くの参加国・機関から高い評価と歓迎の意を示された^(注4)。

こうした「脱炭素」の機運の高まりを踏まえ、本稿を皮切りに、今後、「脱炭素」をテーマとした調査レポートをシリーズとして掲載していく予定である。まず、第1弾となる本稿では、「脱炭素」への注目度が高まってきた背景について、平易にまとめることとしたい。

なお、気候変動枠組条約が決議された1990

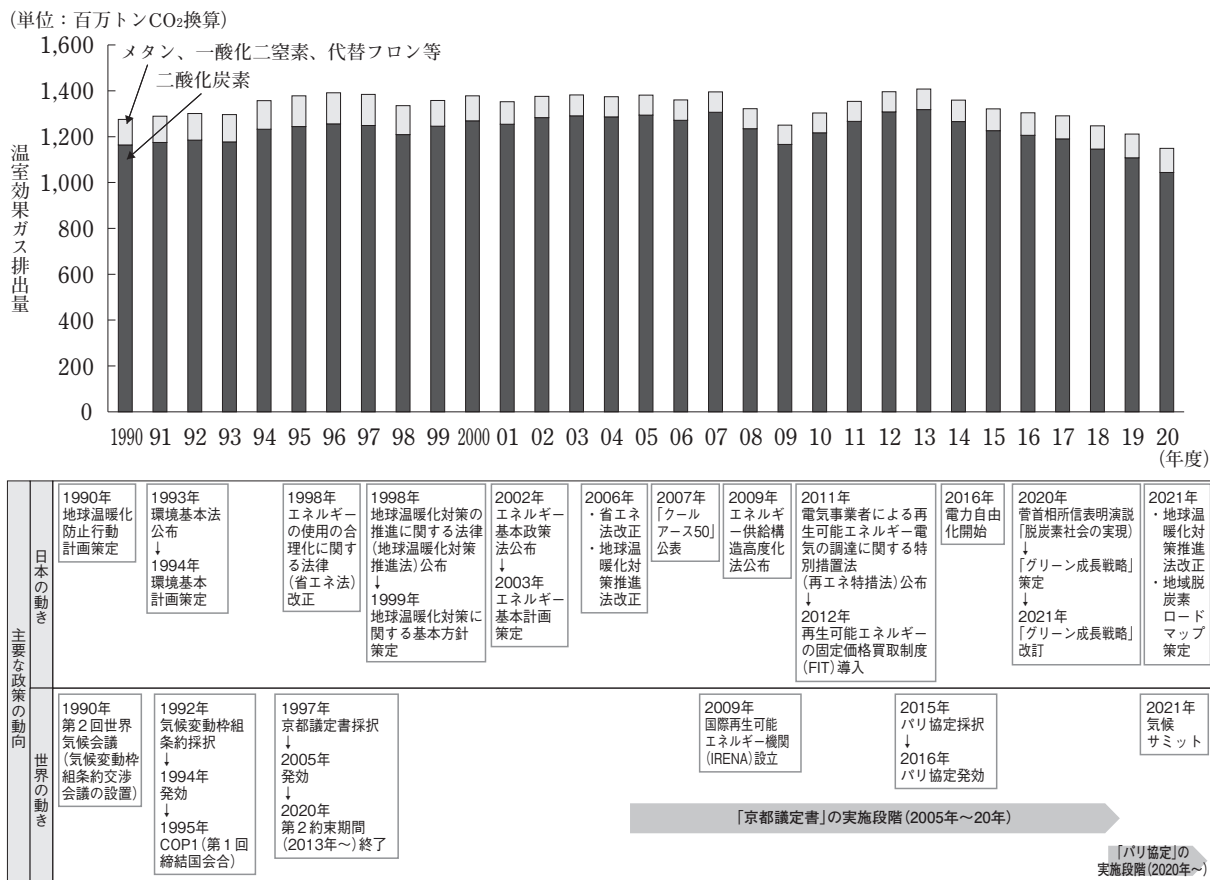
(注)1. 1988年に、WMOと国連環境計画の下に設置された。

2. 国際条約に基づいて開催される締結国会合のこと。

3. 2020年11月に開催予定であったが、コロナ禍で、初めて延期となった。

4. 外務省ホームページ（https://www.mofa.go.jp/mofaj/ic/ch/page24_001540.html）を参照

図表1 温室効果ガス排出量の推移および「脱炭素」を巡る政策の動向



(備考) 環境省ホームページ、全国地球温暖化防止活動推進センターホームページ等を基に信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

年以降のわが国の温室効果ガス排出量^(注5) (以下1で詳述) の推移および主要な政策の動向をまとめたので、参考にしていただきたい(図表1)。

1. 「脱炭素」とは

環境省の「脱炭素ポータル^(注6)」には、「カーボンニュートラルとは、温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させることを意味します」と記されている。すなわち、「カーボンニュートラル」とは、温室効果ガス (主に二

酸化炭素) 排出削減の努力をした結果、どうしても削減しきれなかった分を森林保全活動や植林による吸収量で差し引き、排出量を実質ゼロにすることを目指す考え方・取組みである。この取組みの結果、排出量が実質ゼロになった状態が「脱炭素」であり、それが実現した社会を「脱炭素社会」と呼んでいる。

経済産業省資源エネルギー庁が公表する「スペシャルコンテンツ^(注7)」には、カーボンニュートラルについて、「第一に着目すべきは、「温室効果ガス」というワード」とある。

(注)5. 排出量の算定方法については、国立研究開発法人国立環境研究所ホームページ (<https://www.nies.go.jp/gio/faq/faq2.html>) を参照。

6. 環境省ホームページ (https://ondankataisaku.env.go.jp/carbon_neutral/about/) 参照

7. 経済産業省ホームページ (https://www.enecho.meti.go.jp/about/special/johoteikyoo/carbon_neutral_01.html) 参照

この点を踏まえ、以下では「温室効果ガス」について、気象庁が平易にまとめている「地球温暖化に関する知識」を引用しながら簡単に紹介する。

主な温室効果ガスは、二酸化炭素、メタン、一酸化二窒素、フロンガスである^(注8)。温室効果ガスの総排出量のうち65%強を占めるのが二酸化炭素であるため、「地球温暖化防止≒二酸化炭素排出量の削減」と捉えられている。

温室効果ガスは、赤外線を吸収し、再び放出する性質がある。このため、太陽からの光で暖められた地球の表面から地球の外に向かう赤外線の多くが、熱として大気に蓄積され、再び地球の表面に戻ってくる。戻ってきた赤外線が、地球の表面付近の大気を暖めることを「温室効果」と呼んでいる（図表2）。

2. 「脱炭素」の潮流

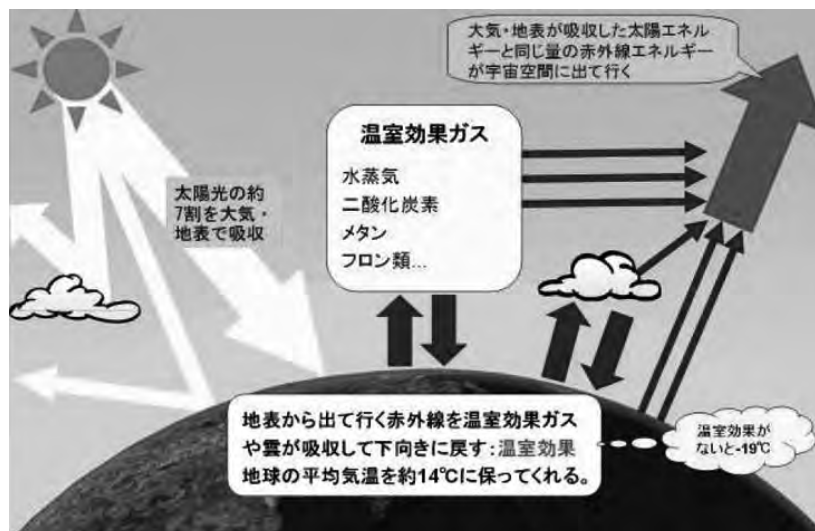
「はじめに」において簡単に触れた「脱炭素」の歴史の中で、わが国におけるターニングポイントと言えるものは、「パリ協定」、長期目標といわれる「2050年カーボンニュートラル宣言」、そして2021年4月にオンライン形式で開催された米国主催の気候サミット^(注9)で表明された、中期目標といわれる「2030年46%削減目標」であろう。

そこで、以下では、3つのターニングポイントについて触れつつ、「脱炭素」の潮流を概観することとしたい。

(1) パリ協定

まず、パリ協定の前身であり、COP3（開催地：日本・京都）で採択された「京都議定

図表2 温室効果とは



(出所)「地球温暖化に関する知識」p.3

(注)8. 地球温暖化対策の推進に関する法律（温対法）では、温室効果ガスとして、二酸化炭素、メタン、一酸化二窒素、ハイドロフルオロカーボン類、パーフルオロカーボン類、六フッ化硫黄、三フッ化窒素の7種類を定めている。

9. 外務省ホームページ（https://www.mofa.go.jp/mofaj/ic/ch/page6_000548.html）を参照

書^(注10)」に着目する。本議定書は、2008年から2012年までの第一約束期間といわれる5年間の取組みに関するルールであるが、2005年から、2013年以降の取組みの検討を開始することが明記されていた。これに基づき、2005年から「京都議定書改正に関する特別作業部会（AWG-KP）」を皮切りに議論が始まったが、その後の議論が紛糾し、2012年12月のCOP16（第16回締結国会合、開催地：カタール・ドーハ）で、ようやく京都議定書の改正案^(注11)が採択された。しかし、この議定書改正案は、発効に必要な締約国（192か国）の4分の3（144か国）の批准が得られなかった。この結果、気候変動枠組条約は、2013年以降のルールがない状態に陥り、事実上、京都議定書が機能停止に陥ることになる。

こうした危機のなか、2015年11月のCOP21（第21回締結国会合、開催地：フランス・パリ）で採択されたパリ協定が、京都議定書の後継として登場する。パリ協定では、京都議定書で合意できなかった2013年から2020年までの第二約束期間については触れないまま、2020年以降の新たなルールが決定された^(注12)。また、歴史上初めて、すべての国が参加する公平な合意であり、発展途上国にも先進国と

同様に温室効果ガスの排出削減が求められ、産業革命前からの世界の平均気温上昇を「2℃未満」に抑えることが目標とされている。

このパリ協定を受けて、わが国では、2019年6月に、「パリ協定に基づく成長戦略としての長期戦略」を策定し、国連に提出した。2021年10月には、2050年カーボンニュートラルに向けた基本的な考え方等を示す「パリ協定に基づく成長戦略としての長期戦略」を閣議決定し、国連へ提出している。また、京都議定書が採択されたことを受けて1998年に成立した「地球温暖化対策の推進に関する法律」（地球温暖化対策推進法）を2021年5月に一部改正するにあたっては、パリ協定の趣旨を踏まえて、2050年までに脱炭素社会を実現することが基本理念として掲げられている^(注13)。

「はじめに」で述べた岸田総理のCOP26での発言に「野心的」という表現があったとおり、わが国政府の「脱炭素」への取組み意欲は、パリ協定をきっかけに、最近よく耳にする「低炭素」から「脱炭素」へと大きく高まったといえよう。

(2) 2050年カーボンニュートラル宣言

2020年10月26日の菅首相による所信表明演説での「2050年カーボンニュートラル宣

(注)10. 京都議定書では、先進国に対し「2008年から2012年の第一約束期間の5年間に、温室効果ガスを少なくとも5%削減する」ことを目標として掲げた。さらに、先進国は各国毎に削減目標を決め、1990年比で、わが国は6%、米国は7%、EUは8%と定めた。一方、「歴史的に排出してきた責任のある先進国が最初に削減対策を行うべき」という気候変動枠組条約の合意が反映され、発展途上国に対して温室効果ガス排出削減の義務を課していない。

11. 2013年から2020年までの8年間で第二約束期間とすること、二酸化炭素排出量を1990年比18%削減すること、温室効果ガスに三フッ化窒素（NF3）を追加すること等が盛り込まれていた。

12. 外務省ホームページによると、当時の安倍総理が首脳会合に出席し、わが国からは2020年に現状の1.3倍となる約1.3兆円の途上国向け資金支援を発表した。先進国全体で2020年までに年間1,000億ドルという資金支援目標の達成に向け取り組むことを約束し、この合意に向けた交渉を後押しした。その後も、わが国は積極的に気候変動交渉に参加し、2018年12月のCOP24（第24回締結国会合、開催地：ポーランド・カトヴィツェ）におけるパリ協定の実施指針（ルールブック）採択に貢献した。

13. 環境省大臣官房環境計画課 澁谷潤（2021）「改正地球温暖化対策推進法について」を参照

言」については、河原林（2021）が「別の次元（パラダイム）に突入」と表現しているとおり、「脱炭素」への転換に向けてアクセルを大きく踏み込んだものといえよう。

この「2050年カーボンニュートラル宣言」を踏まえて登場したのが、「グリーン成長戦略」である。経済産業省では、グリーン成長戦略において、

温暖化への対応を、経済成長の制約やコストとする時代は終わり、国際的にも、成長の機会と捉える時代に突入。

→従来の発想を転換し、積極的に対策を行うことが、産業構造や社会経済の変革をもたらし、次なる大きな成長に繋がっていく。こうした「経済と環境の好循環を作っていく産業政策 = グリーン成長戦略」

国として、可能な限り具体的な見通しを示し、高い目標を掲げて、民間企業が挑戦しやすい環境を作る必要。

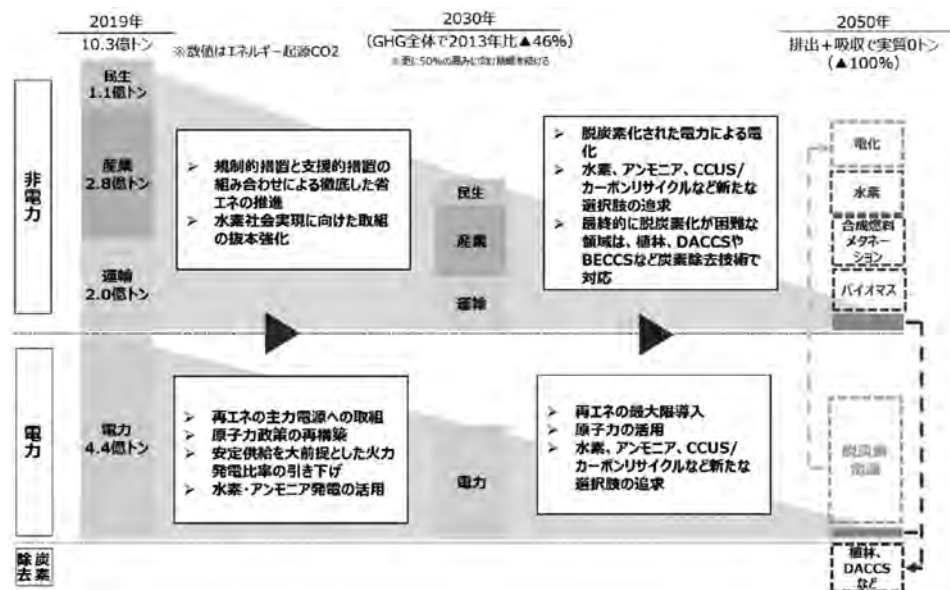
→産業政策の観点から、成長が期待される分野・産業を見いだすためにも、まずは、2050年カーボンニュートラルを実現するためのエネルギー政策及びエネルギー需給の絵姿を示すことが必要。

→こうして導き出された成長が期待される産業（14分野）において、高い目標を設定し、あらゆる政策を総動員。

といった考えを表明している。

こうした考え方の下、電力部門の「脱炭素」を大前提に、電力部門と非電力部門それぞれにおける二酸化炭素排出の削減手段等を記したカーボンニュートラルの実現に向けたイメージが示されるとともに（図表3）、国内外の民間資金やESG投資^(注14)資金を、国内

図表3 2050年カーボンニュートラルへの転換



(出所) 「2050年カーボンニュートラルに伴うグリーン成長戦略」 p.5

(注) 14. 企業価値評価において、定量的な財務分析に加えて、非財務情報である「環境 (Environment)、社会 (Social)、企業統治 (Governance)」を考慮する投資活動

のグリーン成長分野に充てることを第一義に捉え、具体的に成長が期待される産業として14分野（図表4）を設定した上で、分野ごとにロードマップも示されている。

また、経済産業省が2021年3月12日に公表したニュースリリース「グリーンイノベーション基金事業の基本方針を策定しました」のとおり、グリーン成長戦略の「4.分野横断的な主要政策ツール（1）予算」の中で示されたグリーンイノベーション基金事業（2兆円基金）の基本方針が示された。本事業は、経済産業省産業技術環境局が責任主体となり、産業構造審議会グリーンイノベーションプロジェクト部会が分野別資金配分方針を作成し、同部会の下に設けられたワーキンググループで研究開発・社会実装計画を作成する。その実施主体は、新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）である。この基本方針を踏まえ、翌

4月には、同基金で組成される18のプロジェクト（図表5）も示され^{（注15）}、図表4で示した14分野と関連付けがなされながら、全体として、産業の構造転換が図られることが期待されている。

さらに、2020年12月に設置された官邸主導の「国・地方脱炭素実現会議」から、2021年6月に、「地域脱炭素ロードマップ」が示された。副題には「地方からはじまる、次の時代への移行戦略」とあり、その内容は、「地域課題を解決し、地域の魅力と質を向上させる地方創生に資する脱炭素に国全体で取り組み、さらに世界へと広げるために、特に2030年までに集中して行う取組・施策を中心に、地域の成長戦略ともなる地域脱炭素の行程と具体策を示すもの」である。具体策として、2030年度までに、国内100か所以上の地域を脱炭素化するため、地域住民の行動変

図表4 成長が期待される14分野



（出所）「2050年カーボンニュートラルに伴うグリーン成長戦略」 p.29

（注）15. 詳細は、経済産業省ホームページ（https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/gifund/index.html）を参照

図表5 2021年度に組成された18のプロジェクト

①洋上風力発電の低コスト化： 浮体式洋上風力発電の低コスト化等に向けた要素技術（風車部品、浮体、ケーブル等）を開発し、一体設計・運用を実証。	WG1 グリーン電力の 普及促進分野
②次世代型太陽電池の開発： ペロブスカイトをはじめとした、壁面等に設置可能な次世代型太陽電池の低コスト化等に向けた開発・実証。	
③大規模水素サプライチェーンの構築： 水素の供給能力拡大・低コスト化に向けた製造・発電等に関わる技術を開発・実証。	
④再エネ等由来の電力を活用した水電解による水素製造：水素を製造する水電解装置の低コスト化等に向けた開発・実証。	WG2 エネルギー 構造転換分野
⑤製鉄プロセスにおける水素活用：石炭ではなく水素によって鉄を製造する技術（水素還元製鉄技術）の開発・実証。	
⑥燃料アンモニアサプライチェーンの構築： アンモニアの供給能力拡大・低コスト化に向けた製造・発電等に関わる技術を開発・実証。	
⑦CO ₂ 等を用いたプラスチック原料製造技術開発：CO ₂ や廃プラスチック、廃ゴム等からプラスチック原料を製造する技術を開発。	
⑧CO ₂ 等を用いた燃料製造技術開発：自動車燃料・ジェット燃料・家庭・工業用ガス等向けの燃料をCO ₂ 等を用いて製造する技術を開発。	
⑨CO ₂ を用いたコンクリート等製造技術開発：CO ₂ を吸収して製造されるコンクリートの低コスト化・耐久性向上等に向けた開発。	
⑩CO ₂ の分離回収等技術開発：CO ₂ の排出規模・濃度に合わせ、CO ₂ を分離・回収する様々な技術方式を比較検討しつつ開発。	WG3 産業 構造転換分野
⑪産業物・資源循環分野におけるカーボンニュートラル実現：焼却炉証からカーボンニュートラル型廃棄物処理プロセスへの転換技術。	
⑫次世代蓄電池・次世代モーターの開発： 電気自動車やドローン、農業機械等に必要となる蓄電池やモーターの部材・生産プロセス・リサイクル技術等を開発。	
⑬電動車等省エネ化のための車載コンピューティング・シミュレーション技術の開発： 自動運転等の高度情報処理を車内で完結させる車載コンピューティング技術とシミュレーション性能評価基盤等を開発。	
⑭スマートモビリティ社会の構築：旅客・物流における電動車の利用促進に向けた自動走行・デジタル技術等の開発・実証。	
⑮次世代デジタルインフラの構築：データセンタやパワー半導体の省エネ化等に向けた技術を開発。	
⑯次世代航空機の開発：水素航空機・航空機電動化に必要なエンジン・燃料タンク・燃料供給システム等の要素技術を開発。	
⑰次世代船舶の開発：水素燃料船・アンモニア燃料船等に必要となるエンジン・燃料タンク・燃料供給システム等の要素技術を開発。	
⑱食料・農林水産業のCO ₂ 等削減・吸収技術の開発：農林水産部門において市場性が見込まれるCO ₂ 等削減・吸収技術を開発。	

(注) ⑪は準備中

(出所)「グリーンイノベーション基金事業の今後の進め方について」p.27

容を、環境省を中心とした国が積極的に支援することが示される等、地域脱炭素が、地域の成長戦略となり、地域の課題解決に貢献することが期待されている。

なお、「2050年カーボンニュートラル」の根拠となっているのは、IPCC（気候変動に関する政府間パネル）が2018年10月に公表した「1.5℃特別報告書^(注16)」である。本報告書は、2015年のCOP21（第21回締結国会合、開催地：フランス・パリ）において、いわゆる「1.5℃努力目標^(注17)」に関する科学的知見の不足が指摘されたことから、2050年までにカーボンニュートラルが必要であることの科学的根拠を示したものである。

(3) 2030年46%削減目標

上記(2)は長期目標であるが、中期目標も示されている。2021年4月に開催された米国主催の気候サミットにおいて、菅総理（当時）は、「2050年カーボンニュートラル」の達成に向けて、2030年度において温室効果ガスの2013年度からの46%削減を目指す^(注18)ことを表明した^(注19)。なお、気候サミットで示された主要各国の削減目標と気候変動政策は、図表6のとおりである。

この「2030年46%削減目標」を受けて、エネルギー基本政策法第12条に基づき、第6次エネルギー計画が策定された^(注20)。策定にあたっての重要なテーマとして、以下の2つ

(注)16. 環境省ホームページ (https://www.env.go.jp/earth/ipcc/6th/ar6/ar6_sr1.5_overview_presentation.pdf) を参照

17. 世界共通の長期目標として、世界の平均気温上昇を産業革命以前に比べて2℃より十分低く保ち、1.5℃に抑える努力を追求すること。

18. 外務省ホームページ (https://www.mofa.go.jp/mofaj/ic/ch/page6_000548.html) を参照。

19. 電力中央研究所や英調査会社ウッドマッケンジーが具体的な数値による予測を示して、達成は困難とする意見を公表している。(異(2021) p.72-73)

20. 経済産業省ホームページ (<https://www.meti.go.jp/press/2021/10/20211022005/20211022005.html>) を参照

図表6 主要各国の削減目標と気候変動対策

	2030目標	カーボンニュートラル 目標	各国の気候変動政策への取り組み
日本	▲46% 2013年比 ＜気候変動サミット等での表明 (2021年4月)＞	2050年 カーボンニュートラル ＜長期所信演説(2020年10月)＞	成長戦略の柱に経済と環境の好循環を掲げ、グリーン社会の実現に最大限注力（中略）もはや、温暖化への対応は経済成長の制約ではありません。積極的に温暖化対策を行うことが、産業構造や経済社会の変革をもたらす、大きな成長につながるという発想の転換が必要です。 ＜第203回総務所信演説(2020年10月)＞
米国	▲50-52% 2005年比 ＜NDC再提出(2021年4月)＞	2050年 カーボンニュートラル ＜2020年7月バイデン氏の公約＞	高収入の雇用と公平なグリーンエネルギーの未来を創造し、近代的で持続可能なインフラを構築し、連邦政府全体で科学的完全性と証拠に基づいた政策立案を回復しながら、国内外の気候変動対策に取り組む。気候への配慮を外交政策と国家安全保障の不可欠な要素に位置付け。 ＜気候変動対策、雇用創出、科学野手性の回復のための行政行動に関するホワイトシート（2021年1月）＞
EU	▲55% 1990年比 ＜NDC再提出(2020年12月)＞	2050年 カーボンニュートラル ＜長期戦略提出(2020年3月)＞	欧州グリーンディールは、公正で繁栄した社会に変えることを目的とした新たな成長戦略であり、2050年に温室効果ガスのネット排出がなく、経済成長が資源の使用から切り離された、近代的で資源効率の高い競争力のある経済。 ＜The European Green Deal（2019年12月）＞
英国	▲68% 1990年比 ＜NDC再提出(2020年12月)＞	2050年 カーボンニュートラル ＜気候変動法改定(2019年6月)＞	2世紀前、英国は世界初の産業革命を主導した。（中略）英国は、クリーンテクノロジー（風力、放棄回収、水素など）に投資することで世界を新しいグリーン産業革命に導く。 ＜The Ten Point Plan for a Green Industrial Revolution（2020年12月）＞
中国	2030年ピークアウト GDPあたりGHG排出 ▲65%（2005年比） ＜気候変動一帯一路計画(2020年9月)＞ ＜気候野心が2021(2020年12月)＞	2060年 カーボンニュートラル ＜長期計画一般討論(2020年9月)＞	エネルギー革命を推進しデジタル化の発展を加速。経済社会全体の全面的グリーンモダリティ、グリーン低炭素の発展の推進を加速。 ＜第14次五年計画 草案(2020年11月)＞
韓国	▲24.4% 2017年比 ＜NDC再提出(2020年12月)＞	2050年 カーボンニュートラル ＜長期戦略提出(2020年12月)＞	カーボンニュートラル戦略を将来の成長の推進力として利用 将来世代の生存と持続可能な未来のために、GHG排出量を削減するという課題は守らなければならない国際的な課題であり、この課題は将来の成長の機会と見なされるべき。 ＜韓国の長期低排出発展戦略（2020年12月）＞

（出所）経済産業省 環境政策課長 中原廣道「2050年カーボンニュートラルに向けた政策動向」p.9

が挙げられており、ここでも「2050年カーボンニュートラル」の達成への強い意思が感じられる。

1. 昨年10月に表明された「2050年カーボンニュートラル」や今年4月に表明された新たな温室効果ガス排出削減目標の実現に向けたエネルギー政策の道筋を示すこと
2. 気候変動対策を進めながら、日本のエネルギー需給構造が抱える課題の克服に向け、安全性の確保を大前提に安定供給の確保やエネルギーコストの低減に向けた取組を示すこと

最後に、上述の動きに歩調を合わせた金融

庁の「脱炭素」を巡る動向について簡単に触れる。2020年12月25日に設置されたサステナブルファイナンス有識者会議は、パリ協定を受けて広がり始めたサステナブルファイナンス^(注21)の推進に関する今後の大きな方向性を示すものとして、2021年6月、報告書「持続可能な社会を支える金融システムの構築」を公表した^(注22)。また、2021年3月3日に設置されたソーシャルボンド検討会議は、同年10月に、ソーシャルボンド^(注23)発行に向けた実務指針として、「ソーシャルボンドガイドライン」を公表している^(注24)。このように、「2050年カーボンニュートラル宣言」に伴って、グ

(注) 21. 株式会社日本総合研究所によると、サステナブルファイナンスとは、「環境・社会課題解決の促進を金融面から誘導する手法や活動」を指し、その誘導形態には、①環境・社会課題解決の促進を目的や成果とする活動の資金調達コストを低減する、②与信リスクや企業価値評価に環境面・社会面のリスクや事業機会を加味する、③金融市場を通じて環境・社会価値の格付を行う、④環境負荷や社会価値に応じて保険の補償可否や料率を決める等がある。

22. 金融庁ホームページ (https://www.fsa.go.jp/singi/sustainable_finance/index.html) を参照

23. 国際資本市場協会 (ICMA) が策定したソーシャルボンド原則によると、調達資金のすべてが新規または既存の適切なソーシャルプロジェクト (社会的課題への対処・軽減、ポジティブな社会的成果の達成を目指すプロジェクト) の一部または全部の初期投資またはリファイナンスのみに充当される債券と定義されている。

24. 金融庁ホームページ (<https://www.fsa.go.jp/news/r3/singi/20211026-2.html>) を参照

リーン関連の事業活動を支援するファイナンス面での枠組みの議論が活発になっている。

金融庁の中島淳一長官は、2021年9月4日開催の日本FP学会第22回大会において、サステナブルファイナンスの推進について、「…日本としては、グリーンかブラウンかの二元論というよりも脱炭素という目標に向かってどういうふうに移行していくのか、その移行について、しっかり資金を回せるような、そういった環境を作っていくということ、今、議論をしているところです。…」と発言しており、今後、金融機関にとって、「脱炭素」へ対応しやすい環境づくりが期待されることである。

なお、「脱炭素」に関する金融分野の動向については、次回以降で、より詳しく触れていくこととしたい。

おわりに

2022年2月24日から始まったロシアによるウクライナへの軍事作戦（以下「ウクライナ紛争」という。）で「エネルギー安全保障」の確保が喫緊の課題となっている。とりわけ「脱炭素」を主導してきた欧州では、石炭火力発電から再生可能エネルギー、そしてその調整電源としてロシア産天然ガスへの依存を高めてきた中で、ロシア産天然ガスに代わるエネルギー源を短期的にカバーするのは難しく、間接的に「脱炭素」の推進に暗雲が漂い始めていると言われる。しかし、発想を前向

きに転換すると、ウクライナ紛争は、エネルギー供給を巡るさまざまなリスクに対応できるように複数のシナリオを想定しながら、長期的に「脱炭素」の達成を目指しつつ、特定のエネルギー源に偏重しないよう、エネルギー政策の再調整を検討するきっかけを与えたともいえるだろう。

「脱炭素」に向けた対応が、経済成長を促すとの期待感は大きい。国際エネルギー機関（IEA）の試算によると、パリ協定の実現には、世界で最大8,000兆円が必要とされている^(注25)。「グリーン成長戦略」でも、国内のグリーン成長分野への資金の取込みが期待されており、「脱炭素」は、ポスト・コロナ時代の有効な景気刺激策の一つになるのではないだろうか。

また、巽（2021）は、「脱炭素」の推進にあたって、企業と人の行動変容を促すため、行動経済学で用いられる「ナッジ」（そっと後押しする）の活用への期待に触れている^(注26)。環境省も、2022年度の新規の重点施策^(注27)の一つに、国民一人ひとりの自主的な意識変革・行動変容の促進を通じて脱炭素型のライフスタイルへの転換を実現することを目的とした、「ナッジ×デジタルによる脱炭素型ライフスタイル転換促進事業」を挙げている。「グリーン成長戦略」をはじめとした各種施策がきっかけとなり、企業と人の自発的な行動変容につながることを期待されよう。

「2050年カーボンニュートラル宣言」を境

(注) 25. 環境省（2021年6月18日）「2050年カーボンニュートラルに伴うグリーン成長戦略」p.12

26. 巽（2021）p.60-63

27. 環境省ホームページ（<http://www.env.go.jp/guide/budget/r04/4.html>）を参照

に、わが国が、国内外に向けて「脱炭素」への積極的なコミットを表明した以上、「脱炭素」の潮流は「逆流」しないであろう。「平時」と「危機時」に対応できるようエネルギー政策を再調整しつつ、「ナッジ」の活用による企業と人の行動変容に期待しながら、今後も、ポスト・コロナ時代を見据えながら、「脱炭素」に向けてアクセルは踏み続け

られていくだろう。

本稿では、「脱炭素」シリーズの第一弾として、「なぜ「脱炭素」への注目度が高まっているか」について、国内外の政策の動向を交えた「脱炭素」の潮流を概観することで確認した。次回以降では、信用金庫および中小企業の視点から、「脱炭素」を読み解いていくこととしたい。

〈参考文献〉

- ・閣議決定（2021.10.22）「パリ協定に基づく成長戦略としての長期戦略」
- ・河原林孝由基（2021.3）「気候変動を巡る情勢と脱炭素化に向けた政策動向 ―温室効果ガス実質ゼロ宣言のインパクト―」農林中金総合研究所
- ・環境省 地球環境局地球温暖化対策課（2021.12）「地球温暖化対策計画の改訂について」
- ・環境省大臣官房環境計画課 澁谷潤（2021.10）「改正地球温暖化対策推進法について」
- ・環境省（2019.7）「IPCC「1.5℃特別報告書」の概要」
- ・気象庁（2021.10）「地球温暖化に関する知識」
- ・経済産業省（2022.3.18）「グリーンイノベーション基金事業の今後の進め方について」
- ・経済産業省 環境政策課長 中原廣道（2021.7）「2050年カーボンニュートラルに向けた政策動向」
- ・公益財団法人地球環境戦略研究機関（IGES）（2021.7）「IEA（国際エネルギー機関）による2050年ネットゼロに向けたロードマップの解説」IGES CEウェビナーシリーズ気候変動トラック第6回
- ・内閣官房、経済産業省、内閣府、金融庁、総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、国土交通省、環境省（2021.6.18）「2050年カーボンニュートラルに伴うグリーン成長戦略」
- ・中島淳一（2021）「大会報告（講演録）金融行政の当面の課題と方針」日本FP学会 ファイナンシャル・プランニング研究No.21
- ・巽直樹（2021）『カーボンニュートラル もうひとつの“新しい日常”への挑戦』
- ・外務省、環境省、株式会社日本総合研究所、国立研究開発法人国立環境研究所、全国地球温暖化防止活動推進センターの各ホームページ

調 査

第188回全国中小企業景気動向調査 (2022年4～6月期実績・2022年7～9月期見通し)

4～6月期業況は2四半期ぶりの改善

【特別調査－混迷する経済社会情勢と中小企業経営】

信金中央金庫
地域・中小企業研究所

調査の概要

- 調査時点：2022年6月1日～7日
- 調査方法：原則として、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
- 標本数：15,252企業（有効回答数 13,770企業・回答率 90.2%）
※有効回答数のうち従業員数20人未満の企業が占める割合は 71.6%
- 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

- 22年4～6月期（今期）の業況判断D.I.は△19.9、前期比7.7ポイント改善と、2四半期ぶりに改善した。
収益面では、前年同期比売上額判断D.I.がプラス0.8と前期比13.6ポイント改善、同収益判断D.I.は△11.8と同8.6ポイント改善した。販売価格判断D.I.はプラス23.5と前期比11.0ポイントの急上昇となった。人手過不足判断D.I.は△19.8と人手不足感はやや強まった。設備投資実施企業割合は19.5%と前期比で小幅上昇した。業種別の業況判断D.I.は全6業種中、建設業を除く5業種で、また、地域別では全11地域で、それぞれ改善した。
- 22年7～9月期（来期）の予想業況判断D.I.は△18.9、今期実績比1.0ポイントの小幅改善を見込んでいる。業種別には全6業種中、不動産業と卸売業を除く4業種で、地域別には全11地域中7地域で、それぞれ改善見通しにある。

業種別天気図

時期 業種名	2022年 1～3月	2022年 4～6月	2022年 7～9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

全業種総合

○2四半期ぶりの業況改善

22年4～6月期（今期）の業況判断D.I.は△19.9、前期比7.7ポイントの改善と、2四半期ぶりの業況改善となった（図表1）。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が3年ぶりのプラス転換でプラス0.8、前期比では13.6ポイントの改善、同収益判断D.I.が△11.8、同8.6ポイントの改善となった。また、前期比売上額判断D.I.は△4.1、前期比17.8ポイント改善、同収益判断D.I.は△14.7、同12.2ポイント改善と、季節的な要因もありともに大幅な改善となった。

販売価格判断D.I.はプラス23.5、前期比11.0ポイントの急上昇で、1990年以来、およそ30年ぶりの水準のなかで一段と上昇した。一方、仕入価格判断D.I.はプラス60.1と、こちらも同10.8ポイントの急上昇で、直近のピーク（2008年4～6月期プラス53.8）を超えて調査開始以来の最高水準となった（図表2）。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△19.8（マイナスは人手「不足」超、前期は△19.4）と、2四半期ぶりに人手不足感が若干強まった（図表3）。

資金繰り判断D.I.は△9.6、前期比2.4ポイントの改善と、2四半期ぶりに改善した。

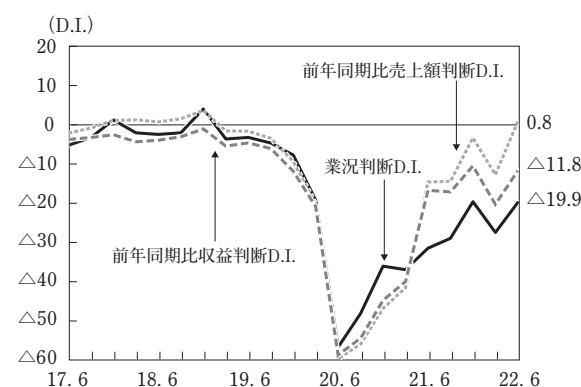
なお、設備投資実施企業割合は19.5%と、前期比0.2ポイントの小幅上昇となった。

業種別の業況判断D.I.は、全6業種中、小幅悪化となった建設業を除く5業種で改善した。最も改善幅が大きかったのはサービス業

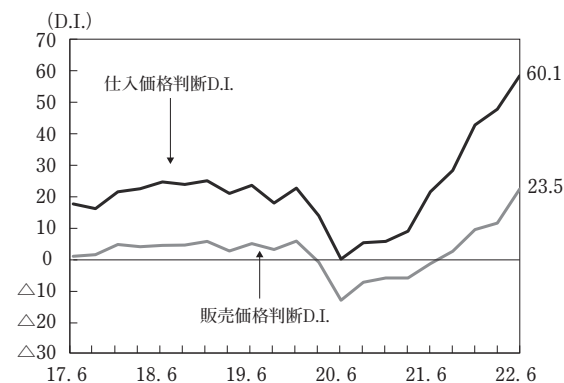
（15.0ポイント）で、次いで卸売業（11.9ポイント）、小売業（11.0ポイント）の順となった。

一方、地域別の業況判断D.I.は、全11地域で改善した。最も改善幅が大きかったのは、北陸（19.3ポイント）で、次いで北海道（14.6ポイント）、中国（11.8ポイント）、東北（9.4ポイント）の順となった。

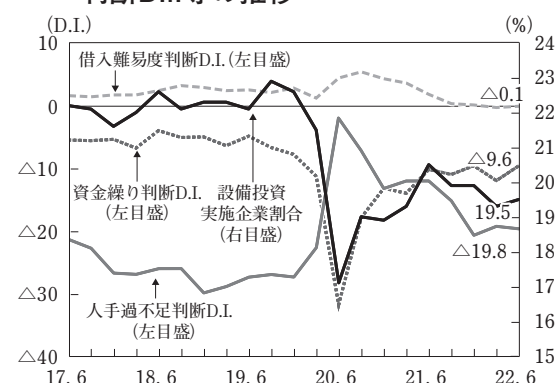
図表1 主要判断D.I.の推移



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



○小幅な改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△18.9、今期実績比1.0ポイントの小幅な改善見通しとなっている。

業種別の予想業況判断D.I.は、全6業種中、小幅な悪化を見込む不動産業と横ばい見通しの卸売業を除く4業種で改善を見込んでいる。一方、地域別では、全11地域中、近畿、中国、四国、九州北部を除く7地域で改善見通しとなっている。

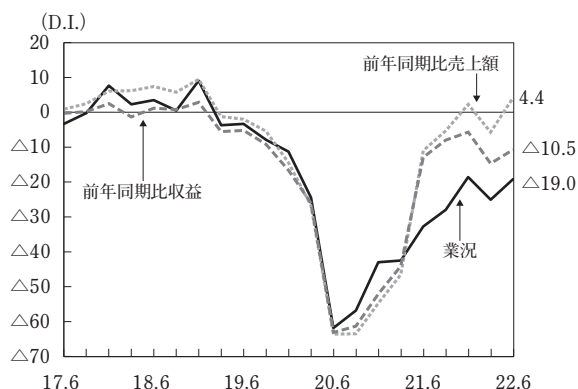
製造業

○2四半期ぶりの改善

今期の業況判断D.I.は△19.0、前期比5.9ポイントの改善と、2四半期ぶりの改善となった(図表4)。

前年同期比売上額判断D.I.は3年半ぶりのプラス転換でプラス4.4、前期比では9.9ポイントの改善、同収益判断D.I.は△10.5、同4.0ポイントの改善となった。また、前期比売上額判断D.I.は前期比16.2ポイント改善して△2.8、同収益判断D.I.は同9.1ポイント改善して△15.4と、ともに大幅に改善した。

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



○販売価格・仕入価格の判断D.I.が急上昇

設備投資実施企業割合は22.3%、前期比0.3ポイント上昇と、4四半期ぶりの小幅上昇となった。

人手過不足判断D.I.は△18.5(前期は△19.3)と、業況改善のなかで人手不足感は若干緩和した。

販売価格判断D.I.はプラス25.7と、前期比13.1ポイントの急上昇で、8四半期続けたの上昇となった。一方、原材料(仕入)価格判断D.I.はプラス70.1と、こちらも前期比11.3ポイントの急上昇となった。

なお、資金繰り判断D.I.は△10.2、前期比1.1ポイントの改善となった。

○製造業全22業種中、13業種で改善

業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、13業種で改善した(図表5)。

素材型では、全7業種中、化学で横ばいのほか、改善・悪化それぞれ3業種とまちまちだった。ちなみに、紙・パルプは大幅改善、ゴムは大幅悪化だった。

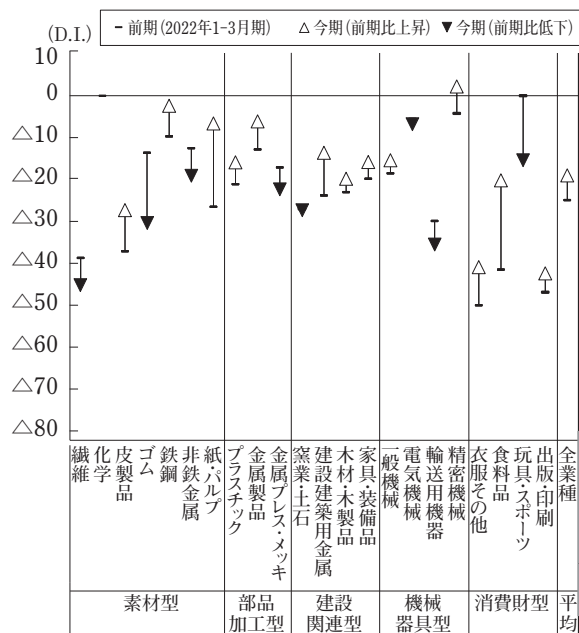
部品加工型は、金属プレスが悪化したものの、それ以外の2業種では改善した。

建設関連型は窯業・土石が小幅悪化したものの、それ以外の3業種では改善した。

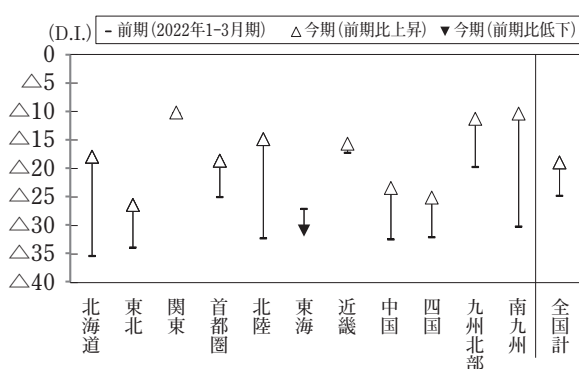
機械器具型は、全4業種中、改善・悪化2業種ずつで、前期に引き続き全般に小動きだった。

消費財型では、4業種中、玩具を除く3業種で改善した。とりわけ、食料品は20ポイント超の大幅改善となった。

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



図表6 地域別業況判断D.I.の推移



域では改善した。最も改善幅が大きかったのは南九州（19.9ポイント）で、次いで北海道と北陸（いずれも17.5ポイント）、中国（9.1ポイント）の順だった（図表6）。D.I.の水準に着目すると、東海が△31.0と最も厳しい水準となったほか、東北（△26.5）、四国（△25.2）中国（△23.5）などが相対的に厳しい水準にある

○販売先形態別では改善幅にバラつき

販売先形態別の業況判断D.I.は、5形態すべてで改善したが、改善幅最大は最終需要型の13.4ポイント、最小は大メーカー型0.7ポイントと、バラつきがみられた。

また、輸出主力型の業況判断D.I.は△3.9、前期比2.8ポイントの改善、内需主力型は△19.3、同6.2ポイントの改善と、そろって改善した。

従業員規模別の業況判断D.I.は、横ばいとどまった20～49人の階層を除く3つの階層で改善した。ちなみに、階層別の改善幅は、1～19人で8.4ポイント、50～99人で5.6ポイント、100人以上で2.3ポイントだった。

○全11地域中、10地域で改善

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、東海で小幅悪化したものの、それ以外の10地

○小幅改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△18.8と、今期実績比0.2ポイントの小幅改善を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、改善・悪化それぞれ10業種、横ばい2業種とまちまちを見込んでいる。また、地域別にも、改善6地域、悪化5地域と、まちまちの見通しとなっている。

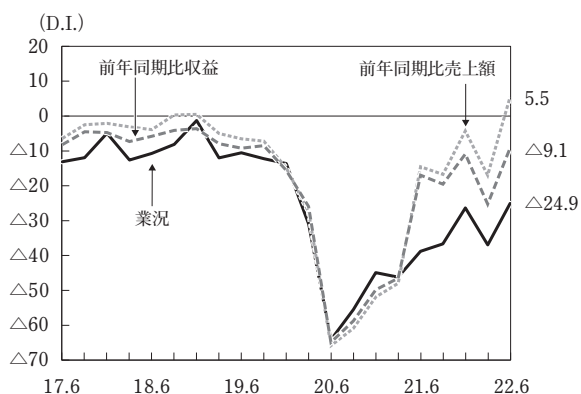
卸売業

○2四半期ぶりの改善

今期の業況判断D.I.は△24.9、前期比11.9ポイントの改善と、2四半期ぶりの改善となった（図表7）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.はプラス

図表7 卸売業 主要判断D.I.の推移



5.5、前期比22.3ポイントの改善、同収益判断D.I.は△9.1、同16.0ポイントの改善となった。

○全15業種で改善

業種別の業況判断D.I.は、全15業種で改善した。とりわけ、貴金属と農・水・畜産物では30ポイント超の大幅改善となった。一方、地域別では、全11地域中、九州北部を除く10地域で改善した。

○横ばいの見通し

来期の予想業況判断D.I.は△24.9、今期実績比横ばいを見込んでいる。業種別には、全15業種中、改善6業種、横ばい2業種、悪化7業種とまちまちの見通しとなっている。また、地域別にも、全11地域中、改善5地域、悪化6地域とまちまちとなっている。

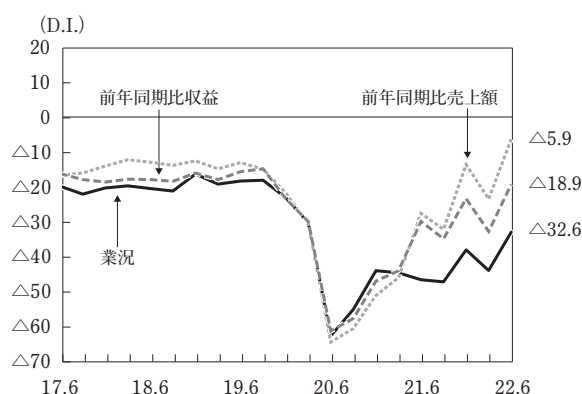
小売業

○業況は改善

今期の業況判断D.I.は△32.6、前期比11.0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△5.9、

図表8 小売業 主要判断D.I.の推移



前期比17.2ポイントの改善、同収益判断D.I.は△18.9、同13.5ポイントの改善となった。

○全11地域で改善

業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、8業種で改善した。中でも、家電は23.2ポイント改善し、△19.5となった。また、地域別では全11地域で改善となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△30.6、今期実績比2.0ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、飲食店や家電など6業種で改善の見通しとなっている。また、地域別では全11地域中、7地域で改善、3地域で悪化、1地域で横ばいの見通しとなっている。

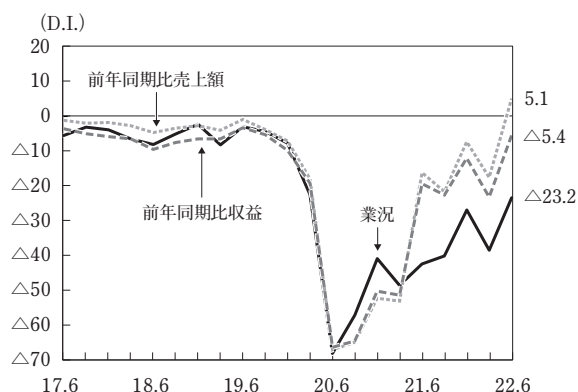
サービス業

○業況は改善

今期の業況判断D.I.は△23.2、前期比15.0ポイントの改善となった（図表9）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.はプラス

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



5.1、前期比22.5ポイントの改善、同収益判断D.I.は△5.4、同17.6ポイントの改善となった。

○全8業種中、7業種で改善

業種別の業況判断D.I.は、全8業種中、物品賃貸を除く7業種で改善した。中でも、ホテル・旅館は、前期比50ポイント超改善し△36.9となった。地域別では全11地域中、九州北部を除く10地域で改善となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△21.3、今期実績比1.9ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、ホテル・旅館など6業種で改善の見通しとなっている。また、地域別では全11地域中、7地域で改善、3地域で悪化、1地域で横ばいの見通しとなっている。

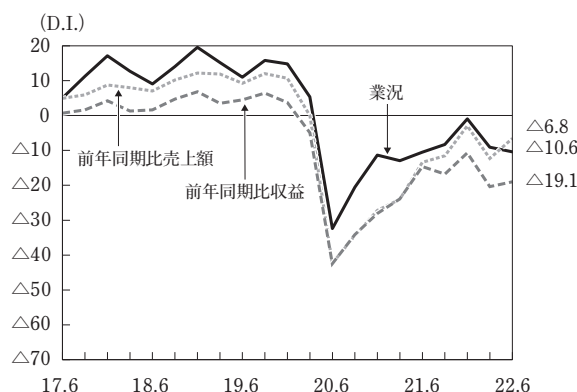
建設業

○業況は悪化

今期の業況判断D.I.は△10.6、前期比1.3ポイントの悪化となった(図表10)。

一方で、前年同期比売上額判断D.I.は

図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



△6.8、前期比5.7ポイント改善し、同収益判断D.I.は△19.1、同1.4ポイントの改善となった。

○全11地域中、7地域で悪化

業況判断D.I.を請負先別で見ると、全4請負先中、2請負先で悪化となった。

地域別では全11地域中、北陸などを除く7地域で悪化となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△6.3と、今期実績比4.3ポイントの改善を見込んでいる。

請負先別では、官公庁を除く3請負先で改善、地域別には全11地域中、9地域で改善の見通しとなっている。

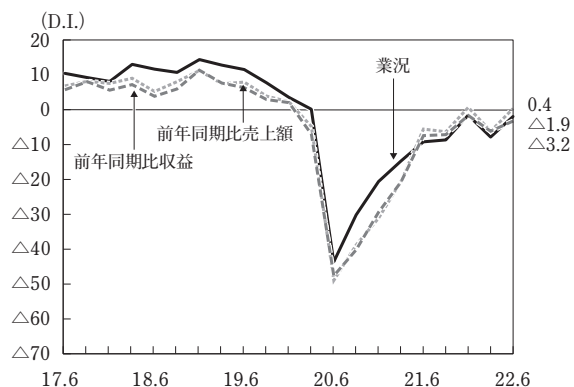
不動産業

○業況は改善

今期の業況判断D.I.は△1.9、前期比5.9ポイントの改善となった(図表11)。

なお、前年同期比売上額判断D.I.はプラス0.4、前期比6.5ポイントの改善、同収益判断D.I.は△3.2、同2.9ポイントの改善となった。

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



○全11地域中、8地域で改善

業況判断D.I.を業種別で見ると、全5業種中、4業種で改善した。中でも、建売は、前

期比13.3ポイント改善し、プラス6.8となった。

地域別では、全11地域中、8地域で改善となった。

○悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、△6.3と今期実績比4.4ポイントの悪化を見込んでいる。業種別には、貸事務所を除く、4業種で悪化を見込んでいる。

地域別には、全11地域中、関東で改善、南九州で横ばい、9地域で悪化を見込んでいる。

特別調査

混迷する経済社会情勢と中小企業経営

—コロナ、原材料価格高騰、海外情勢の緊迫化を受けて—

○原材料価格高騰に懸念 格上昇に関する回答が多くを占めた。また、最近の経済社会情勢について特に懸念していることについては、「原油・天然ガスなどのエネルギーの価格高騰」が53.4%、「エネルギー以外の価格高騰」が46.1%と、原材料価格上昇に関する回答が多くを占めた。また、「コロナ長期化による需要急減」が30.7%、「原材料の仕入れ不可能」が25.8%と続いた（図表12）。業種別、規模別にみると、すべての業種と

図表12 最近の経済社会情勢について特に懸念していること

(単位：%)

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
		原油・天然ガス等のエネルギーの価格高騰	エネルギー以外の価格高騰	原材料の仕入れ不可能	コロナ長期化による需要急減	人手不足、人件費上昇	日本と諸外国との関係	米中貿易摩擦	戦争、紛争等がもたらす社会不安	その他	特に懸念しているものはない
全 体		53.4	46.1	25.8	30.7	23.5	6.8	2.2	16.6	0.9	6.4
地域別	北海道	65.3	54.7	23.6	28.1	32.3	7.1	1.7	15.5	0.6	3.2
	東北	67.6	57.0	21.8	35.0	25.7	7.0	1.7	15.6	0.8	2.6
	関東	61.6	50.7	25.6	28.5	25.6	6.2	2.5	17.3	1.6	5.2
	首都圏	40.9	38.1	26.6	28.3	18.0	6.1	2.2	14.5	0.7	10.6
	北陸	57.7	48.5	24.3	34.1	23.9	6.1	1.6	16.3	1.7	3.3
	東海	59.8	49.1	25.7	28.8	27.8	7.2	2.9	20.4	1.0	3.7
	近畿	57.0	48.8	30.0	32.5	24.3	8.8	2.6	19.7	1.5	4.1
	中国	53.3	48.4	24.6	35.0	27.1	5.7	1.8	13.8	1.0	6.3
	四国	54.9	48.7	24.1	35.4	21.3	5.1	2.3	14.9	0.0	5.4
九州	九州北部	48.2	42.3	25.2	25.2	21.8	6.2	2.2	14.0	0.2	8.5
	九州南部	43.7	34.9	20.3	38.7	18.3	5.9	1.1	16.1	0.5	11.8
規模別	1～4人	44.2	39.5	22.0	35.7	13.1	6.5	2.0	16.9	1.0	11.5
	5～9人	52.6	46.2	26.6	32.5	22.2	6.7	1.8	16.6	0.8	5.0
	10～19人	56.4	48.7	28.8	29.6	29.7	7.7	2.0	16.5	0.9	3.5
	20～29人	60.0	50.8	27.6	24.5	32.9	6.7	2.5	16.1	1.1	3.6
	30～39人	63.1	50.9	26.1	23.9	33.9	7.6	3.7	15.5	0.7	3.3
	40～49人	64.9	49.0	23.7	27.7	37.3	5.6	2.4	14.8	1.2	2.7
	50～99人	62.2	58.2	32.9	22.4	30.0	6.5	3.5	18.1	1.0	1.8
	100～199人	72.6	57.5	34.4	20.1	32.0	7.3	2.3	17.8	0.4	1.5
	200～300人	81.1	53.2	30.6	16.2	27.9	8.1	1.8	17.1	1.8	0.9
業種別	製造業	57.8	51.6	30.1	27.8	22.6	7.2	2.8	17.3	1.0	4.3
	卸売業	60.0	50.5	26.4	33.2	15.9	8.0	3.4	17.6	0.9	4.0
	小売業	47.6	40.7	19.0	39.6	18.6	7.5	1.5	17.4	1.3	8.4
	サービス業	52.5	34.6	13.6	34.6	30.9	5.6	1.4	14.0	0.7	8.2
	建設業	57.0	50.3	35.4	21.3	36.8	5.2	1.0	12.3	0.5	3.9
不動産業	31.9	38.0	22.8	32.1	11.5	6.9	2.9	22.6	1.3	16.4	

(備考) 最大3つまで複数回答

規模階層で上位2つの原材料価格上昇に関する選択肢に回答が集まっており、原材料価格上昇への懸念は、中小企業全体に共通するものであるといえよう。

○エネルギー価格上昇で幅広く悪影響

最近のエネルギー価格の上昇による収益への

の影響については、「危機的な悪影響がある」が1.8%、「かなり悪影響がある」が21.5%、「多少悪影響がある」が54.2%と、合計で77.6%の企業が悪影響があると回答した。対して、「ほとんど影響はない」が15.3%、「わからない」が6.8%となった(図表13)。

業種別にみると、製造業、卸売業、建設業で

図表13 最近のエネルギー価格の上昇による収益への影響と省エネ設備投資の実施予定の有無

(単位：%)

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9
		収益への影響							省エネ設備投資	
		危機的な悪影響がある	かなり悪影響がある	多少悪影響がある	ほとんど影響はない	むしろ好影響がある	わからない	その他	実施予定がある	実施予定はない
全 体		1.8	21.5	54.2	15.3	0.2	6.8	0.1	7.4	92.6
地域別	北海道	1.5	29.1	57.7	8.0	0.2	3.5	0.0	5.5	94.5
	東北	4.1	28.9	52.8	10.2	0.2	3.8	0.0	7.7	92.3
	関東	2.0	27.7	54.0	12.2	0.3	3.5	0.3	10.8	89.2
	首都圏	1.0	15.4	51.1	22.3	0.2	9.8	0.1	5.8	94.2
	北陸	2.1	22.7	56.2	11.6	0.3	7.1	0.0	7.8	92.2
	東海	2.4	25.5	55.0	11.7	0.1	5.2	0.2	10.6	89.4
	近畿	1.9	21.5	57.9	13.4	0.2	5.1	0.1	8.9	91.1
	中国	2.6	20.3	54.2	16.1	0.0	6.8	0.2	6.6	93.4
	四国	2.6	30.0	52.8	9.2	0.3	4.9	0.3	6.2	93.8
九州	九州北部	0.6	16.5	53.4	19.1	0.0	10.3	0.2	5.7	94.3
	九州南部	1.5	15.1	52.5	18.3	0.0	12.2	0.4	4.8	95.2
規模別	1～4人	1.6	16.3	49.7	21.0	0.1	11.1	0.2	3.8	96.2
	5～9人	1.7	20.8	55.6	15.4	0.3	6.2	0.0	5.1	94.9
	10～19人	2.2	23.7	57.5	11.5	0.2	4.6	0.3	7.3	92.7
	20～29人	2.2	25.6	56.8	11.0	0.2	4.1	0.2	9.5	90.5
	30～39人	1.7	26.0	57.8	10.4	0.6	3.5	0.1	11.9	88.1
	40～49人	1.9	29.6	53.0	12.3	0.0	3.0	0.1	14.3	85.7
	50～99人	1.9	26.8	59.5	8.7	0.1	3.0	0.0	14.3	85.7
	100～199人	1.9	26.9	58.8	9.6	0.0	2.7	0.0	26.3	73.7
200～300人	0.0	31.8	58.2	8.2	0.0	1.8	0.0	27.0	73.0	
業種別	製造業	2.1	25.6	56.0	10.6	0.3	5.4	0.1	9.6	90.4
	卸売業	1.8	21.8	59.0	11.3	0.2	5.8	0.1	6.6	93.4
	小売業	1.8	19.5	51.5	17.5	0.2	9.2	0.3	6.0	94.0
	サービス業	2.7	22.1	46.1	20.7	0.1	8.0	0.3	7.1	92.9
	建設業	1.1	21.3	61.6	10.4	0.1	5.4	0.1	6.6	93.4
	不動産業	0.7	8.9	43.7	36.6	0.0	9.9	0.1	5.4	94.6

悪影響があるとの回答が比較的多くみられた。

省エネ設備投資の実施予定については、「実施予定がある」は7.4%にとどまり、92.6%が「実施予定はない」と回答した。

○サイバーセキュリティの態勢は道半ば

サイバー攻撃については、「攻撃を受けて被害があった」が1.3%、「攻撃を受けたが被害はなかった」は5.9%となり、「攻撃を受けたことはない」が92.8%となった。比較規模の大きい企業を中心に、被害経験が多くみられた（図表14）。

サイバーセキュリティ確保のための人材の確保・態勢の整備については、「できている」は21.3%にとどまった。対して、「できていない」が36.0%、「わからない」が

「わからない」が36.0%、「わからない」が

図表14 サイバー攻撃による被害とサイバーセキュリティのための人材確保や態勢整備

(単位：%)

選択肢		1	2	3	4	5	6	7
		サイバー攻撃による被害			サイバーセキュリティの態勢整備			
		攻撃を受けて被害があった	攻撃を受けたが被害はなかった	攻撃を受けたことはない	できている	できていない	わからない	当社には関係ない
全 体		1.3	5.9	92.8	21.3	36.0	22.3	20.3
地域別	北海道	1.3	4.7	94.0	16.6	43.4	22.5	17.5
	東北	0.8	6.9	92.4	24.5	39.8	21.1	14.6
	関東	2.2	8.7	89.0	23.3	41.4	18.0	17.3
	首都圏	0.9	4.1	95.0	21.4	28.8	22.3	27.5
	北陸	2.1	6.8	91.1	20.4	39.1	23.0	17.5
	東海	2.2	8.8	89.0	23.3	39.6	22.4	14.7
	近畿	1.5	6.6	91.9	22.2	39.4	22.6	15.8
	中国	1.4	7.4	91.3	19.2	39.7	22.6	18.5
	四国	1.3	4.9	93.8	18.5	34.7	24.0	22.7
規模別	九州北部	1.2	3.5	95.2	21.5	30.8	26.5	21.2
	九州南部	0.3	3.2	96.5	18.3	29.8	23.0	28.9
	1～4人	0.6	3.0	96.4	16.6	24.8	21.9	36.6
	5～9人	1.0	5.6	93.4	19.0	38.1	25.1	17.8
	10～19人	1.5	5.6	92.9	23.7	42.0	22.1	12.2
	20～29人	1.0	7.3	91.8	23.4	43.5	22.8	10.3
	30～39人	1.9	8.9	89.2	24.1	47.1	21.8	7.0
	40～49人	3.4	9.3	87.3	28.8	46.9	17.9	6.5
	50～99人	2.8	12.7	84.5	29.1	43.9	22.0	4.9
業種別	100～199人	4.7	14.3	81.0	34.9	44.6	19.0	1.6
	200～300人	3.6	16.4	80.0	42.3	33.3	21.6	2.7
	製造業	1.4	6.8	91.8	22.6	39.1	22.8	15.4
	卸売業	1.5	6.0	92.6	23.0	34.8	23.2	18.9
	小売業	1.0	3.6	95.5	18.6	29.4	21.1	30.9
	サービス業	0.8	4.7	94.5	21.9	34.6	20.6	23.0
業種別	建設業	2.1	7.5	90.4	19.5	41.9	23.4	15.2
	不動産業	1.2	5.4	93.4	21.6	30.7	22.2	25.5

22.3%、「当社には関係がない」が20.3%となった。規模別にみると、規模の大きい企業では「できている」「できていない」とも回答が多く、小さい企業では「当社には関係ない」との回答が多い傾向がみられた。

○約3割が今春に賃上げを実施

今春の賃上げについては、31.8%が実施し

た、68.2%が実施しなかったと回答した（図表15）。

31.8%の賃上げした企業について、その理由は、「従業員の待遇改善」が20.3%と過半数を占めた。次に「自社の業績改善を反映（5.7%）」が続いた。対して、68.2%の賃上げしなかった企業について、その理由は、「景気見通しが不透明（22.2%）」、「自社の業

図表15 今春、賃上げを実施したか否かとその理由

(単位：%)

選択肢		賃上げを実施した					賃上げを実施しなかった						
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0		
		政府の賃上げ要請	自社の業績改善を反映	同業他社、地域他社の賃上げ	従業員の待遇改善	その他	これまでに賃上げを実施済み	景気見通しが不透明	自社の業績状況	賃上げを検討していない	その他		
全 体		31.8	2.8	5.7	2.1	20.3	1.0	68.2	8.3	22.2	22.1	13.8	1.7
地域別	北海道	39.8	4.0	5.0	1.9	27.5	1.4	60.2	9.2	20.5	20.9	8.5	1.2
	東北	38.7	4.1	5.0	2.0	26.7	1.0	61.3	9.3	16.7	25.3	6.8	3.2
	関東	37.1	1.6	7.5	2.0	24.6	1.4	62.9	7.5	21.6	21.7	10.7	1.5
	首都圏	21.8	2.3	4.6	2.1	12.1	0.6	78.2	6.9	26.1	24.0	20.1	1.2
	北陸	32.3	2.5	4.9	1.9	21.6	1.4	67.7	8.5	19.1	26.0	13.1	1.1
	東海	42.5	4.2	6.7	2.4	27.8	1.4	57.5	8.4	18.9	16.8	11.0	2.5
	近畿	37.2	2.5	7.6	1.8	24.1	1.2	62.8	9.2	21.5	20.7	9.8	1.5
	中国	34.9	3.2	5.9	2.4	22.2	1.2	65.1	10.7	18.0	24.1	10.4	1.8
	四国	28.4	1.8	5.4	3.6	16.2	1.3	71.6	10.6	19.3	22.2	17.3	2.3
九州	九州北部	21.7	2.0	3.0	1.9	14.1	0.8	78.3	9.4	26.9	22.5	17.7	1.9
	九州南部	20.9	1.8	4.7	2.1	11.7	0.6	79.1	6.1	26.7	21.4	22.3	2.5
規模別	1～4人	15.0	2.2	2.4	1.3	8.6	0.5	85.0	6.1	22.3	26.4	27.6	2.6
	5～9人	28.7	2.7	4.6	1.7	18.6	1.1	71.3	8.5	25.1	25.9	10.6	1.2
	10～19人	38.5	2.6	6.8	2.3	25.8	1.0	61.5	9.9	22.9	21.5	6.3	0.8
	20～29人	41.9	3.2	7.3	2.5	27.8	1.1	58.1	9.9	23.4	17.9	5.7	1.2
	30～39人	48.6	2.6	11.7	3.3	29.2	1.7	51.4	10.2	22.3	14.6	3.2	1.1
	40～49人	52.1	4.0	8.5	2.6	34.7	2.3	47.9	10.8	16.6	15.5	3.8	1.2
	50～99人	57.2	4.3	11.8	3.6	35.3	2.1	42.8	9.2	17.7	10.3	3.0	2.6
	100～199人	60.9	5.0	10.9	5.0	38.4	1.6	39.1	9.3	14.0	11.2	3.5	1.2
200～300人	65.5	5.5	12.7	5.5	41.8	0.0	34.5	8.2	13.6	10.9	0.9	0.9	
業種別	製造業	38.2	3.0	7.3	2.1	24.6	1.1	61.8	7.9	22.3	20.6	9.7	1.3
	卸売業	31.7	2.4	6.3	2.1	19.6	1.3	68.3	8.0	22.1	25.7	11.1	1.5
	小売業	23.1	3.2	3.5	2.0	13.7	0.7	76.9	7.1	21.3	24.6	21.9	1.9
	サービス業	26.4	2.4	2.9	1.9	18.0	1.1	73.6	8.0	23.9	24.4	15.0	2.4
	建設業	37.4	3.1	6.8	2.5	24.0	1.1	62.6	10.9	22.5	18.2	9.7	1.2
不動産業	22.6	1.5	4.9	1.5	14.0	0.6	77.4	8.7	20.7	20.6	24.3	3.2	

績状況（22.1%）」が上位を占めた。

業種別にみると、製造業や建設業で賃上げした企業が多い。規模別にみると、規模が大きいほど賃上げした企業が多くみられた。

○一部企業で事業承継の方向性に变化も

コロナ禍を受けての事業承継（M&Aを含む。）の考え方については、「事業承継の方法に変更はない」が51.9%、「事業承継について考えたことがない」が33.8%となった。対

して、「事業承継の検討を始めた」が7.2%、「事業承継の時期を遅くする」「事業承継の時期を早める」がともに1.2%と、コロナ禍を受けて事業承継の方向性に变化があった企業もみられる。また、小規模企業を中心に「事業承継予定だったが、廃業を検討する（0.9%）」との回答もあり、事業継続に不安を感じる企業も現れているという結果となった（図表16）。

図表16 コロナ禍を受けての事業承継（M&Aを含む。）についての考え方の変化

（単位：%）

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
		事業承継の方法に変更はない	事業承継の検討を始めた	事業承継の時期を早める	事業承継の時期を遅くする	事業承継の後継者を変更する	事業承継予定だったが、廃業を検討する	事業承継予定だったが、予定を白紙に戻した	廃業予定だったが、事業を継続する	その他	事業承継について考えたことがない
全 体		51.9	7.2	1.2	1.2	0.3	0.9	0.6	0.2	2.6	33.8
地域別	北海道	54.6	7.1	1.9	0.8	0.4	1.2	0.5	0.4	3.7	29.3
	東北	55.4	7.2	1.5	1.7	0.6	1.3	0.9	0.1	3.2	28.2
	関東	57.5	7.7	1.1	1.1	0.2	0.6	0.8	0.0	3.7	27.3
	首都圏	47.2	8.0	1.0	1.3	0.3	0.7	0.3	0.2	2.0	39.1
	北陸	54.0	5.8	1.3	1.6	0.0	0.7	0.4	0.2	2.5	33.5
	東海	55.9	7.0	1.2	0.7	0.3	0.5	0.7	0.3	2.6	30.9
	近畿	56.2	6.7	1.3	1.1	0.4	1.0	0.9	0.4	2.7	29.2
	中国	52.9	6.5	0.9	1.7	0.3	0.6	0.8	0.0	3.9	32.4
	四国	49.6	6.3	1.6	1.6	0.3	0.8	0.5	0.0	1.8	37.6
九州北部	九州	44.5	6.9	0.3	1.4	0.3	0.9	0.3	0.0	2.0	43.4
	九州	41.6	7.7	1.7	1.2	0.6	1.4	0.4	0.8	1.5	43.1
規模別	1～4人	39.7	6.1	0.9	1.4	0.3	1.9	0.9	0.5	2.4	46.0
	5～9人	51.7	8.8	1.6	1.5	0.4	0.7	0.7	0.2	3.0	31.5
	10～19人	56.1	8.2	1.7	1.1	0.4	0.2	0.6	0.1	3.2	28.3
	20～29人	58.9	8.2	1.2	1.0	0.5	0.3	0.2	0.1	2.8	27.0
	30～39人	61.9	8.0	1.4	1.1	0.1	0.3	0.0	0.0	1.8	25.4
	40～49人	67.0	5.7	0.9	0.5	0.2	0.0	0.1	0.1	2.5	23.1
	50～99人	69.3	5.9	0.9	0.5	0.4	0.0	0.4	0.0	2.0	20.6
	100～199人	67.2	7.3	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1	21.6
200～300人	80.0	0.9	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	16.4	
業種別	製造業	53.9	7.7	1.5	1.1	0.3	0.7	0.6	0.3	2.8	31.2
	卸売業	54.3	6.0	1.7	1.4	0.2	0.9	0.7	0.3	2.8	31.8
	小売業	47.1	7.4	0.8	1.3	0.5	1.4	0.6	0.3	2.3	38.3
	サービス業	46.2	7.2	0.8	1.5	0.3	1.0	0.3	0.3	2.8	39.6
	建設業	56.1	7.2	1.1	1.0	0.2	0.6	0.6	0.1	2.8	30.2
不動産業	51.0	6.6	0.8	1.4	0.6	0.5	0.8	0.0	2.0	36.3	

「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) 新しい取り組み

- 商店街の衰退の影響を受けている。フラワーアレンジメントに注力し、高い評判を得ている。
(園芸用品小売 北海道)
- 小ロットでの販売ができるよう、設備投資用の補助金を申請中である。
(みそだれ製造 北海道)
- 後期高齢者講習事業や、ドローン研修など、新たな収益の柱を立てるべく活動している。
(自動車教習 青森県)
- 新たに高付加価値サービスの提供を開始。印刷業にとらわれない展開を模索している。
(印刷業 山形県)
- SDGsへの取り組みによる販路拡大および販管費削減に注力している。
(ねじ卸売 埼玉県)
- 今後、物件の内覧をリモートで実施したり、電子契約に移行するなどIT化を進める。
(不動産仲介 神奈川県)
- 消費者の魚離れが深刻であり、おいしい食べ方や商品の見せ方、販売チャネルの開拓など様々な試行錯誤が行われている。
(鮮魚小売 神奈川県)
- 同業他分野への進出のためにM&Aを検討している。経営者が若く、事業の多角化に意欲的である。
(ボールねじ製造 千葉県)
- Web予約開始を受け、新規顧客を多数獲得した。
(石油製品小売 新潟県)
- 人手不足が慢性的になっており、機械化や自動化を進めることで生産性を上げるよう努めている。
(精密板金 長野県)
- サプライチェーン補助金を活用し、工場を増設予定である。
(半導体製造装置用金属加工 長野県)
- 今後、カーボンニュートラルやSDGs等の取り組みを進めていく。
(工作機械メンテナンス 愛知県)
- インスタグラムやその他SNSを活用し、商品紹介をライブ中継で行うなど新たな取り組みも行っている。
(衣料品販売 愛媛県)

(2) 仕入の困難化、価格高騰

- 中国の台頭もあり、原料調達が困難になっている。卸業者からの値上げ通知もあり、一部商品を販売停止などしている。
(ラムジンギスカン販売 北海道)
- 原材料価格高騰を受け、見積もり価格との差が生じており、再見積もりなどの手間が増えている。
(木造建築 山形県)
- 電気代や資材関連が高騰しているが、既存商品の値上げは困難であり、来年の酒税法改正時に値上げを実施予定。
(ワイン製造 岩手県)
- 半導体不足により、IHキッチンや給湯器の設置が遅れ、仕事に悪影響が出ている。
(新築、リフォーム 群馬県)
- 部品が納入されず、受注できない状況。各金融機関に相談し、資金繰りの安定化を図っている。
(塗装設備設計施工 埼玉県)
- 原材料費、包装費など上昇しているが、販売価格の値上げについては慎重に対応する考え。
(梅干し、イカ塩辛製造 神奈川県)
- 競争が激しい中、原材料の価格高騰と品薄を受け、事業継続も厳しい。
(建設機械卸 新潟県)
- 木材不足や価格高騰を受け、市内建設業者の動きが鈍くなったため、不動産の動きも鈍くなっている。
(不動産取引仲介 新潟県)
- 仕入先からの値上げ要請が相次ぎ、経営者が価格交渉で多忙になっている。
(段ボール製造 静岡県)
- 新電力の電気代が2.5倍になった。
(食品小売 静岡県)
- 材料価格高騰により、受注が減少。売上回収条件も悪化しており、資金繰りが繁忙となっている。
(屋外広告設計施工 岡山県)

(3) 人手の不足、人件費高

- 職人不足により今後の事業継続に懸念がある。(建築工事 北海道)
- 職員の高齢化や退職に伴い、人材不足となっている。即戦力の人材を求めているが、見つからない。(電気通信工事 岩手県)
- 施工管理の人材が不足している。給与を上げないと獲得できないが、既存の従業員との兼ね合いもあり難しい。(土木工事 茨城県)
- 人材の離職が多く、社内の労働環境の改善が課題。(自動車、オートバイ部品製造 静岡県)
- 最低賃金引上げによる人件費の増加を受け、新規雇用ができなくなっている。(生鮮食品小売 静岡県)
- 営業担当が1人退職し、人員不足にある。(段ボール箱製造 静岡県)
- ベテラン従業員から若手への技術移転が進んでいない。(産業用ロボット部品製造 岐阜県)
- コロナの影響で外国人実習生が来日できず、生産量の減少など大きな痛手となっている。(自動車シート縫製 愛知県)
- 従業員の高齢化が深刻であり、人材確保が必要である。(建築資材運送 三重県)
- 発注依頼はあるが、人手不足で受注ができない。人材確保が急務。(住宅用フレーム製造 滋賀県)
- 現場人員や専門部署の人手不足が課題、働きやすい職場環境を整備し、ESを高める。(輸入車販売 滋賀県)
- 受注は安定しているが、人材不足によりこなせていない。従業員の能力強化が必要。(機械部品、金型製造 大阪府)
- 人材不足に伴い社長の負担が大きく、配送や現場管理のできる従業員確保が急務である。(木材販売 鳥取県)
- 従業員が高齢化していく中で、若手従業員が採用できていない。(配管部品製造 愛媛県)
- 若手の人材確保が難しい。これ以上の賃上げは困難である。(土木工事 大分県)

(4) 海外情勢（ロシア・ウクライナ情勢、中国ロックダウン等）

- ウッドショックやウクライナ情勢を受け、材木不足が続いている。当社は在庫を多く抱えていたことから、注文が殺到した。(木材等卸 埼玉県)
- ウクライナ情勢を受けて小麦価格が高騰し、卸先に交渉をしている。12月の価格上昇率がわからず、先行き不透明。(麺類製造 千葉県)
- ロシア産の木材が入手困難となっている。代替品として北欧産の木材を扱っているが、コスト高となった。(土木建築材料卸 静岡県)
- 取引先から、原材料にロシア産が含まれていない旨の証明書を提出させられた。(ポリプロピレン、スフ織物製造 愛知県)
- ロシア方面からのサケ、いくら、カニなどの水産物が仕入困難となっている。その他の水産物も仕入価格が上がっている。(水産物卸売 滋賀県)
- ロシア産の海産物の仕入れ量が減っており、大きな被害を受けている。(明太子製造 福岡県)
- 中国のロックダウンにより輸出入が滞っている。(身欠きにしん、数の子製造 北海道)
- 上海のロックダウンの影響で大手メーカーの工場が停止し、仕入が困難な状態。(住宅機器卸 埼玉県)
- 中国のロックダウンを受け、医療用マスクやガウンの仕入れが不安定になり、業況を左右している。(梱包資材卸 静岡県)
- 中国のロックダウンによるプラスチック材の輸入量減少に伴い、受注が減少している。今後、稼働時間短縮により経費節減を図る。(自動車、家電、建材製造 静岡県)
- 金属価格上昇と中国のロックダウンによる輸入の不安定化で、利益が減少中。今後、新製品販売時に価格を見直す方針。(バケツ、バーベキューコンロ製造 兵庫県)

※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。

脱「価格競争」を実現する中小企業の「価値創造」とは (問題提起編)

－付加価値額の確保・増大へ向けて中小企業はいかに「価値創造」へ取り組むべきなのか－

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

鉢嶺 実

(キーワード) 価値創造、収益改善、労働生産性、付加価値額、価格競争、価格転嫁、
価格改定

(視 点)

2020年春以降、2年以上にわたって続いてきた新型コロナウイルス禍の出口を見据え、わが国の中小企業においても、今後はその立直しへ向けた収益改善の重要性が一段と高まっていく方向にある。しかしその一方で、①中小企業と大企業との労働生産性の格差は依然として解消されていない、②近年の資源・エネルギー価格高騰や円安などに起因するコストアップの価格への転嫁は思うように進んでいない、など、今後の収益改善を展望するなかで解消していくべき構造問題も少なくない。

こうしたなかで、信金中央金庫 地域・中小企業研究所では、こうした構造問題を解消していくための取組みとしての脱「価格競争」に着目、その実現へ向けての重要なポイントとなる中小企業の「価値創造」を2022年度の年間調査テーマのひとつに掲げ、その在り方を探っていくこととした。その皮切りとなる本稿では、なぜいま「価値創造」が求められるのか、などについてあらためて問題提起を試みた。

(要 旨)

- 長引くコロナ禍の出口を見据え、中小企業が今後の収益改善を目指していくうえでは、大企業との格差が指摘されることの多い労働生産性の向上へも留意したい。
- 労働生産性の向上を目指すにあたっては、労働投入量（分母）を減らしていくことも大切ではあるが、今後は付加価値額（分子）の増大にも注力すべきと思われる。
- 付加価値額の増大へ向けては、脱「価格競争」へ発想を転換していく必要もあるとみられるが、そのためには独自の「価値創造」への取組みが不可欠といえる。
- 近年の資源・エネルギー価格高騰や円安などによるコストアップ局面を乗り越えていくうえでも、脱「価格競争」の発想と「価値創造」への取組みがカギとなろう。
- 2022年度は年間調査テーマのひとつにこの「価値創造」を掲げる。脱「価格競争」を実践し、付加価値額の確保・増大を実現している中小企業へヒアリング調査を進めることで、その「価値創造」の源泉を探っていくこととしたい。

はじめに

2020年春以降、2年以上にわたって続いてきた新型コロナウイルス禍も、ここへきて「アフターコロナ」あるいは「ウイズコロナ」などを念頭に、今後どのようにして収益回復を目指していくかという方向性が本格的に議論され始めようとしている。しかし、コロナ禍とはまったく別次元で、わが国中小企業が克服すべき構造的な問題は引き続き存在している。例えば、中小企業と大企業の労働生産性の格差の問題は、依然として解消されていない。また近年では、資源・エネルギー価格高騰や円安などに起因するコストアップの価格への転嫁を思うように進めることができないなど、取引条件などにかかる構造的な問題も、コロナ禍とは全く別の次元で、各方面から指摘されている状況にある。特に後者の価格転嫁の問題については、約30年にわたって続いてきたデフレ経済下での行き過ぎた価格競争に起因するものでもあり、前者で指摘した労働生産性の格差是正を阻む要因ともなっているのではないかと考えられた。

そこで、信金中央金庫 地域・中小企業研究所では、アフターコロナの時代も見据えながら、こうした構造問題を克服していくうえでの取組みの一つとして脱「価格競争」に着目、それを実現していくうえで新たな競争力の源泉となりうる中小企業の「価値創造」を2022年度の年間調査テーマのひとつに掲げ、その神髄を探っていくこととした。

今後は、本稿（問題提起編）を皮切りとし

て、脱「価格競争」を実現している中小企業の「価値創造」にかかるヒアリング調査などを進め、その取組事例なども交えた調査レポートを順次、発信していく所存である。

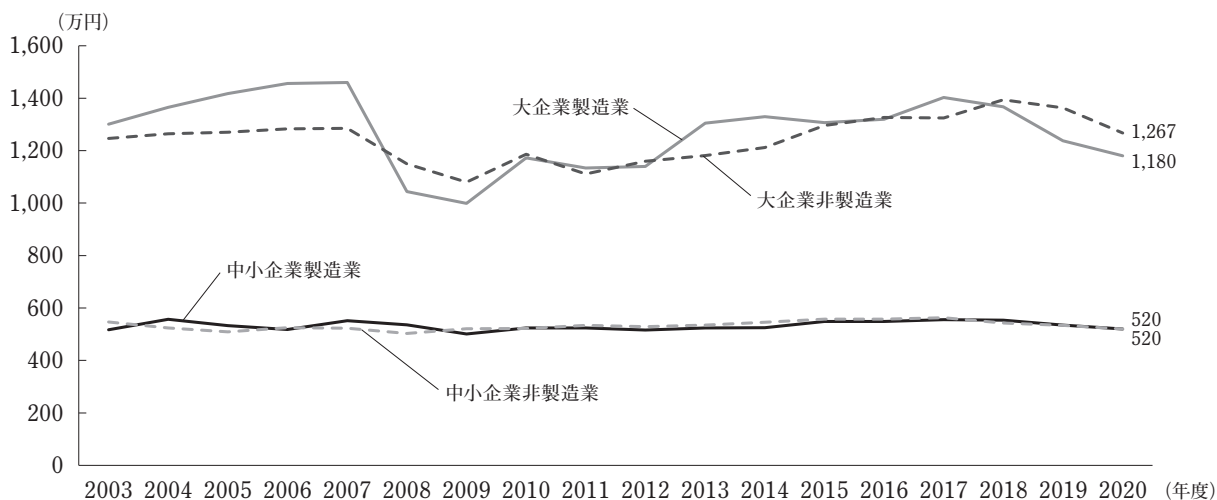
1. コロナ禍の出口も見据えた収益改善へ向けて重要なカギを握る「価値創造」

(1) 今後の収益改善を目指すうえで一段と重要性が高まる労働生産性の向上

長引くコロナ禍によって苦戦の続いてきた中小企業ではあるが、近年では、さらにその先の出口を見据え収益改善を目指すことの重要性が高まっている。こうしたなかで、中小企業が経営の健全性を取り戻しながら収益改善を模索していくうえでは、大企業との格差が指摘されることの多い「労働生産性」の向上を目指していくことが、今後は一段と重要になっていくものと考えられる（図表1）。

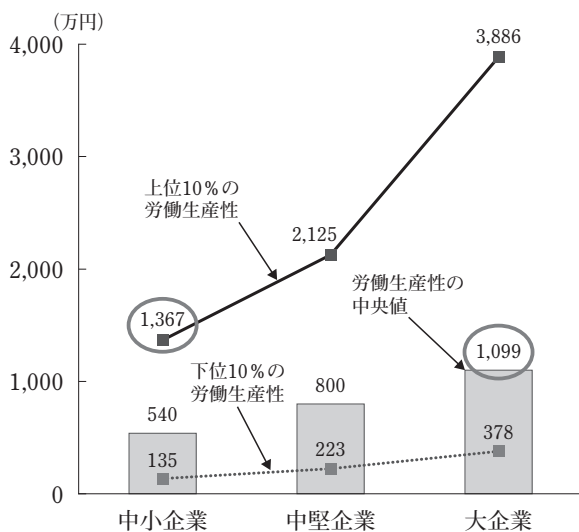
一般に、中小企業と大企業の労働生産性の格差の原因については、企業規模の大小で説明されることも少なくないが、必ずしもそればかりではない面もある。例えば、労働生産性の高い中小企業の上位10%の水準は、大企業の労働生産性の中央値を上回っている状況にあり、「規模が小さい企業なので労働生産性も低い」という指摘がそのまま当てはまらないケースも少なくない（図表2）。中小企業においても、個別にみればその経営の舵取りによって、大企業をも上回るような高い労働生産性を実現している企業が少なからず存在していることの証左といえよう。

図表1 企業規模別にみた従業員一人当たり付加価値額（労働生産性）の推移



- (備考) 1. ここでいう大企業とは資本金10億円以上、中小企業とは1億円未満の企業とする。
 2. 財務省「法人企業統計調査年報」のデータをもとに、2006年度調査以前は付加価値額＝営業純益（営業利益－支払利息等）＋役員賞与＋従業員給与＋福利厚生費＋支払利息等＋動産・不動産賃借料＋租税公課とし、2007年度調査以降はこれに役員賞与及び従業員賞与を加えたものとする。
 3. 中小企業庁『中小企業白書（2022年版）』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表2 企業規模別の労働生産性の水準比較



- (備考) 1. 財務省「2020年度法人企業統計調査年報」の非一次産業を集計対象に中小企業庁が再編加工
 2. ここでいう大企業とは資本金10億円以上、中堅企業とは資本金1億円以上10億円未満、中小企業とは資本金1億円未満の企業とする。
 3. 中小企業庁『中小企業白書（2022年版）』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(2) 労働生産性の向上へ向けて目指すべきは
 “分子（付加価値額）の増大”

ところで、労働生産性は「労働者1人当たり（労働投入量当たり）の付加価値額」として認識されることが多いが、労働生産性の向上へ向けての議論となると、「いかに労働投入量（労働者数や労働時間）を少なくしていくか（＝いかに「分母」を小さくしていくか）」という方向になりがちである。また、こうした議論の方向性は、ともすると「効率の善し悪し」を切り口とした人員削減や経費節減などといった、ポジティブとはいえない展開へとなりがちなのが実情となっている。IT（情報技術）を活用した合理化・省力化投資などポジティブな側面を持つ議論もあるが、企業現場の士気向上にもつながるような健全な労働生産性の向上を目指していくうえでは、「いかに分母を小さくするか」という切り口

ばかりではなく、「いかに「分子」を大きくしていくか」、すなわち、いかにして付加価値額を増大していくか、という切り口からも検討を進めていくべきではないかと考えられる（図表3）。

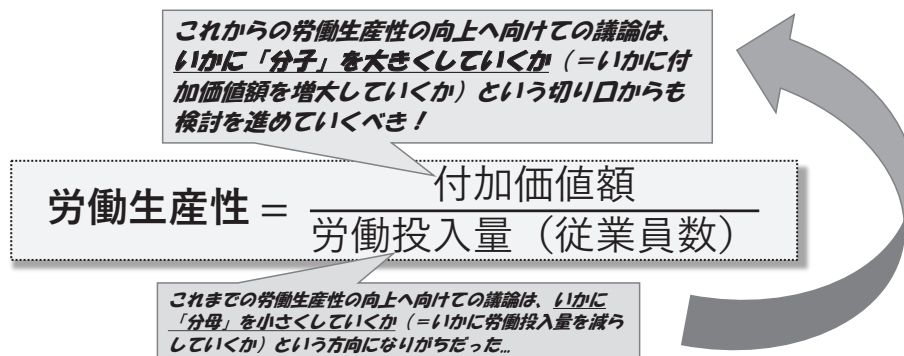
(3) 脱「価格競争」による価格引上げは付加価値額の増大へもストレートに貢献

いかにして付加価値額の増大を実現していくかは、いうまでもなく企業経営にとっては永遠の課題である。こうしたなかで、今般、信金中央金庫 地域・中小企業研究所では、2022年度の年間調査テーマのひとつとして

「適正な付加価値額の確保」を実現していくための脱「価格競争」と、それを実現するための「価値創造」の取組みの重要性に着目してみた。

例えば、付加価値額の増大を目指していくという観点では、前出の労働生産性の算定式において、仮に分母（労働投入量）が変わらないという状況の中で「価格の引上げ（端的に言えば“値上げ”）」だけを実施するケースを考えてみよう（図表4）。仮に、売上が100の企業A社において、価格引上げ前の売上原価率が80.0%、売上高販管費比率が15.0%だったと仮定しよう。この場合、売上原価は80、販管費は15なので、P/L（損益計算書）上、

図表3 労働生産性の向上へ向けての検討の方向性



（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表4 値上げによる利益増大のイメージ（A社の損益計算書）

	100	5%の値上げを実施!	
売上高	100	105	5%UP!
売上原価	▲80	▲80	仮に不変とすると...
売上総利益 (売上総利益率)	20 20.00%	25 23.81%	25%UP!
販管費	▲15	▲15	仮に不変とすると...
営業利益 (営業利益率)	5 5.00%	10 9.52%	倍増!

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

売上総利益は20、営業利益は5と計算されるが、仮にこのA社が労働投入量（分母）を変えずに5%の「価格引上げ」を実施できたとすれば、売上高は105（5%増）となる。このとき、売上原価や販管費の絶対額が価格引上げとは直接関係がないとすれば、それぞれ80と15のままであり、その結果、損益計算書上の売上総利益は25、営業利益は10となる。すなわち、5%の価格引上げが利益率の大幅向上（営業利益に至っては倍増）という好結果をもたらし、これが付加価値額の増大を通じてA社の労働生産性の向上にも大きく寄与していくことが理解できよう。

もちろん、これはすべて仮定の話であり、実際に5%の価格引上げを実施していく過程では、価格競争力低下（買控えなど）に伴う販売数量減や、それをカバーしていくための販促費用増などに起因する売上原価や販管費の増加なども見込まれるため、理屈通りの数字にはなり得ないのが現実であろう。しかし、ここで着目すべきなのは、価格引上げが売上総利益率や営業利益率の改善にストレートに貢献し、結果、付加価値額の増大を通じて労働生産性の向上にも大きく貢献するというメカニズムそのものである。筆者の経験上も、損益計算書の時系列分析における売上総利益率の改善（上昇）要因として、価格引上げが挙げられるケースは少なくなかったように思われる。

コロナ禍の出口を見据えながら収益改善を目指していくうえで、価格引上げは、労働生産性の向上にストレートに貢献するものであ

ることにあらためて注目すべきと考える。競合他社との低価格競争とは一線を画し、あえて価格引上げを成し遂げられるような脱「価格競争」を実現することが、今後の労働生産性の向上を通じた収益改善を目指すうえで、重要なカギを握ることは間違いないとみられる。

（4）最強のキーワード「価値創造」で脱「価格競争」を実現へ

一方で、価格引上げを実施するまでもなく、常に高い粗利益率をキープしながら付加価値額をしっかりと確保し続けているような、脱「価格競争」をすでに実践しているような中小企業が一定数存在していることもまた、多くの人が実感しているところであろう。こうした中小企業は、独自の「価値創造」に磨きをかけながら、価格引下げに起因する付加価値額が目減りとは次元を異にしつつ、独自に創り出すその「価値」を価格として顧客に許容してもらえていることで、相応の付加価値額を確保しているというケースが多いとみられる。こうした脱「価格競争」の局面において競争力の源泉となっている独自の「価値創造」への取組みは、前述の価格引上げの実施を目指すうえでも重要なポイントとなっていくものであるが、今後の付加価値額の確保・増大を通じた収益改善を目指す多くの中小企業にとって、今後はこの「価値創造」こそが、さまざまな要素を超越した最強のキーワードとなっていく可能性を秘めているものと考えられる。

2. では、今日の中小企業が目指すべき「価値創造」とは何なのか

(1) 多くの中小企業が直面するコストアップ要因の“価格転嫁”に苦戦中

2022年に入り、半導体や木材など一部商材の需給逼迫や、ロシア・ウクライナ情勢の混乱などを背景とした世界的な資源・エネルギー価格の高騰、欧米との金融政策の方向性の違いなどに起因する急速な円安などにより、大幅なコストアップに見舞われている中小企業が急増している。コロナ禍の出口を見据えながら付加価値額の確保・増大を目指そうというわが国の企業活動は、ここへきて強い逆風にさらされている。

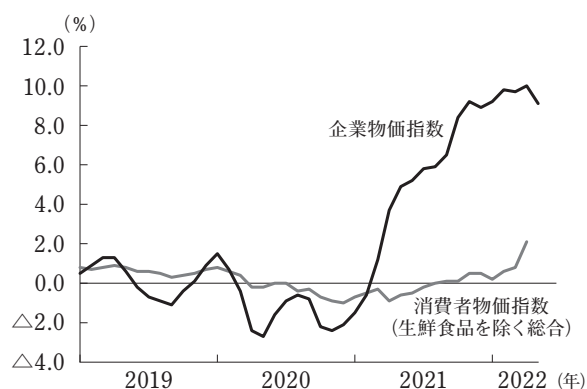
こうしたなかで、原材料関連など商流の“川上”に近いBtoBを主体とするような企業では、すでにコストアップ分を販売価格へ転嫁するような動きが先行して広がり始めている。さらに、最終消費者向けなど商流の“川下”に近いBtoCを主体とするような企業においても、前述の“川上”での価格転嫁の動きを受けて、食料品や日用品、衣料品などの生活必需品を中心に値上げの動きが急速に広がりつつあり、インフレ到来をも想起させるかのような“物価高騰”あるいは“値上げラッシュ”のような状況に見舞われている。

しかし、バブル崩壊以降、過去30年にもわたってデフレ経済下に置かれてきた消費者の値上げに対する抵抗感も依然として根強く、値上げによって顧客離れをもたらすのではないかという経営サイドのリスク（恐怖）は依

然として払拭されていない。実際にマクロ関連の指標を見ても、BtoBのイメージに近い企業間取引の価格動向を示す「企業物価指数」が2021年初頭から急激に上昇傾向をみせているのに対し、BtoCのイメージに近い「消費者物価指数」の上昇の動きは鈍く、“川下”に近いほど価格転嫁に苦戦している様子をうかがい知ることができる（図表5）。

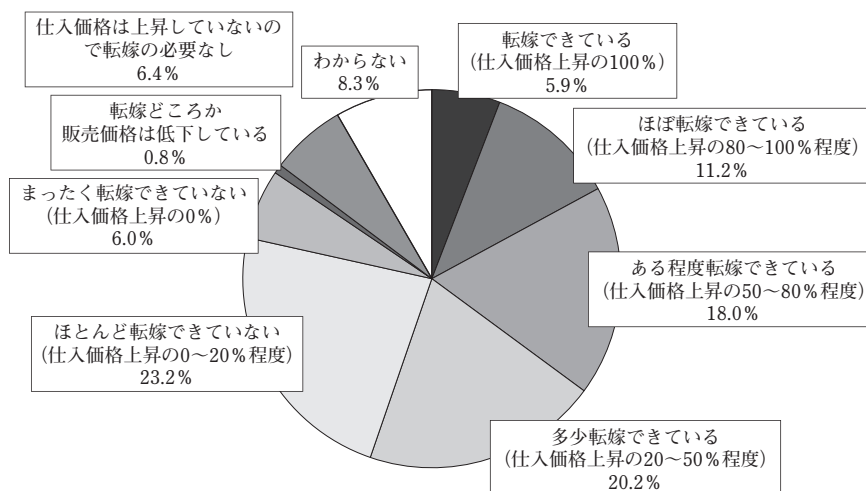
また、大手顧客との力関係で弱い立場にあることの多い中小企業においては、“川下”に近い企業のみならず、“川上”に近い企業でも、コストアップ分を十分に販売価格に転嫁できていないという実態もある。例えば、信金中央金庫 地域・中小企業研究所が全国の信用金庫の協力を得て四半期ごとに実施している「全国中小企業景気動向調査」の特別調査「原材料・仕入価格の上昇による中小企業への影響について（2022年1～3月期）」の結果をみても、コストアップ分の価格転嫁で

図表5 企業物価指数と消費者物価指数の前年同月比上昇率の推移



(備考) 1. 企業物価指数は2015年基準の総平均の前年同月比 (出所: 日本銀行)
2. 消費者物価指数は、生鮮食料品を除く総合指数の前年同月比 (出所: 総務省)
3. 日本銀行、総務省のデータをもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表6 原材料・仕入価格の上昇のうち販売価格に転嫁できている割合 (n=13,628)



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所「全国中小企業景気動向調査」(2022年1~3月期特別調査「原材料・仕入価格の上昇による中小企業への影響について」)をもとに作成

苦戦している中小企業の実態をうかがい知ることができる (図表6)。

(2) 発想の転換としての脱「価格競争」につながる「価値創造」とは

こうしたコストアップ要因の先行と価格転嫁困難という厳しい状況の中で、中小企業が収益改善を実現していくためには、付加価値額が目減りに直結しがちな低価格競争とは決別し、これからは取引価格の持直しを目指す脱「価格競争」へ舵を切るといった発想の転換が求められよう。また、その実現のためには、価格とは別の次元で独自の「価値創造」を目指していくことが必須となるばかりでなく、不断の努力でその価値に磨きをかけ続け、顧客の理解を促していくような取組み(その価格が適正であると認めてもらえるような取組み)の重要性が、今後ますます高まっていくものと思われる。

なお、価値観の多様化が進展している今日

において、顧客にとっての価値もさまざまであろう。代替のきかない唯一無二の技術力や対応力などはもちろんのこと、多様化・高度化する顧客のニーズにきめ細かく適合した製品・商品・サービス、小回りが効くことを活かした利便性、ターゲットを徹底的に絞り込むことによる高い専門性や希少性など、思いもよらないような「価値創造」の可能性は、もともと有していた強みを最大限に活かしていくという観点も含めて、身近なところでも広がっているものと考えられる。

もちろん、脱「価格競争」を展開するための「価値創造」が容易でないことはいうまでもない。しかし、それが困難だからといって、今後も低価格競争に甘んじることは、中長期的にも労働生産性のますますの低下を招く要因ともなりかねない。ここではできる、できないにかかわらず、発想の転換としての脱「価格競争」を念頭に、自社の将来を見据えた中長期的なスパンからの自社なりの「価値

創造」を模索していくようなスタンスが求められよう。

おわりに

信金中央金庫 地域・中小企業研究所では、2022年度の年間調査テーマのひとつにこの「価値創造」を掲げ、脱「価格競争」を実践しているとみられる中小企業などにヒアリン

グ調査を実施し、それぞれの「価値創造」につながっているものは何なのか、という観点からクローズアップしていきたいと考えている。長引くコロナ禍の出口を見据えながら収益改善を目指す全国の中小企業の経営に対して、何らかの示唆を与えられるようなものを示すことができれば幸いである。

〈参考資料〉

- ・入江仁之『OODAループ思考 [入門] —日本人のための世界最速思考マニュアル』（ダイヤモンド社、2019年9月）
- ・坂本光司『もう価格で闘わない 非価格経営を実現した24社の取り組み』（株あさ出版、2021年4月）
- ・柴田彰＋岡部雅仁／加藤守和『VUCA 変化の時代を生き抜く7つの条件』（日本経済新聞出版社、2019年11月）
- ・中小企業庁『中小企業白書』『小規模企業白書』（各年版）
- ・デービッド・アトキンソン（David Atkinson）『国運の分岐点 中小企業改革で再び輝くか、中国の属国になるか』（株講談社、2019年9月）
- ・中藤玲『安いニッポン「価格」が示す停滞』（日経BP・日本経済新聞出版本部、2021年3月）
- ・リー・コールドウェル（Leigh Caldwell）著、武田玲子訳『価格の心理学』（株日本実業出版社、2013年2月）
- ・渡辺努『物価とは何か』（株講談社、2022年1月）

脱「価格競争」を実現する中小企業の「価値創造」とは①（製造業編）

－技術力やブランド力による「価値創造」が収益力向上へのキーワード－

信金中央金庫 地域・中小企業研究所研究員

中地 紗生

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

鉢嶺 実

（キーワード） 価値創造、製造業、下請事業者、価格競争、価格転嫁、ブランド力、
知覚品質

（視 点）

新型コロナウイルス禍の出口を見据え、わが国の中小企業においても、今後はその立て直しへ向けた収益改善の重要性が一段と高まっていく方向にある。しかしその一方で、労働生産性の向上、近年の資源・エネルギー価格高騰や円安などに起因するコストアップの販売価格への転嫁など、克服すべき構造問題も少なくない。

そこで本稿では、年間調査テーマ『脱「価格競争」を実現する中小企業の「価値創造』』を掲げながら、前掲の「問題提起編」に引き続き、製造業の「価値創造」に焦点を当て、実際に「価値創造」に取り組んでいる企業の事例なども含めてとりまとめた。

（要 旨）

- 中小製造業の価格転嫁力は弱いとされ、特に下請型の中小製造業の価格転嫁実現の成否は、元請企業との価格協議に大きく左右されるという実態がある。
- 下請事業者の支援を巡っては、政府も「下請Gメン」の増員や「パートナーシップ構築宣言」の周知強化などの新たな動きを強めているが、中小企業の側からも独自の「価値創造」に取り組むことが、今後の価格転嫁の成否のカギを握ると思われる。
- 中小製造業は「差別化戦略」あるいは「差別化集中戦略」に活路を見出し、品質の向上やブランド力の確立・強化などに取り組むことが、脱「価格競争」実現のための「価値創造」へ向けた重要なポイントとなると考えられる。
- 顧客が認識する「知覚品質」を高めることがブランド力構築に繋がるとともに、その取り組み自体が自社にとっての「価値創造」の源泉ともなり得よう。
- 本稿に掲載した企業事例における「価値創造」への取り組みでは、他社との差別化を通じて各社が脱「価格競争」を実現し、さらにその先の事業展開も促すことで、収益力向上にも繋げていた点が特筆された。

はじめに

新型コロナウイルス禍の出口を見据え、わが国の中小企業においても、今後はその立て直しへ向けた収益改善の重要性が一段と高まっていく方向にある。しかしその一方で、労働生産性の向上、近年の資源・エネルギー価格高騰や円安などに起因するコストアップの販売価格への転嫁など、克服すべき構造問題も少なくない。

そこで本稿では、年間調査テーマ『脱「価格競争」を実現する中小企業の「価値創造」』を掲げながら、前掲の「問題提起編」に引き続き、製造業の「価値創造」に焦点を当て、実際に「価値創造」に取り組んでいる企業の事例なども含めてとりまとめた。

まず、冒頭の第1章において、中小製造業の価格転嫁力について考察する。続く第2章では、脱「価格競争」を実現するための一手段として“ブランド力”構築に焦点を当て、中小製造業が“ブランド力”を確立・強化するための取組みについて言及する。さらに第3章では、独自の「価値」づくりに注力した経営を行っている中小製造業の「価値創造」の事例について、ヒアリング調査の内容等を紹介したうえで、最終章でこれらの事例が示唆するものについて若干の考察を加えてみた。

本稿が、新型コロナウイルス禍の出口を見据えて収益改善を模索する中小企業やその経

営者の一助となれば幸いである。

1. 中小製造業を取り巻く価格転嫁の実態

(1) 中小製造業における価格転嫁の難しさ

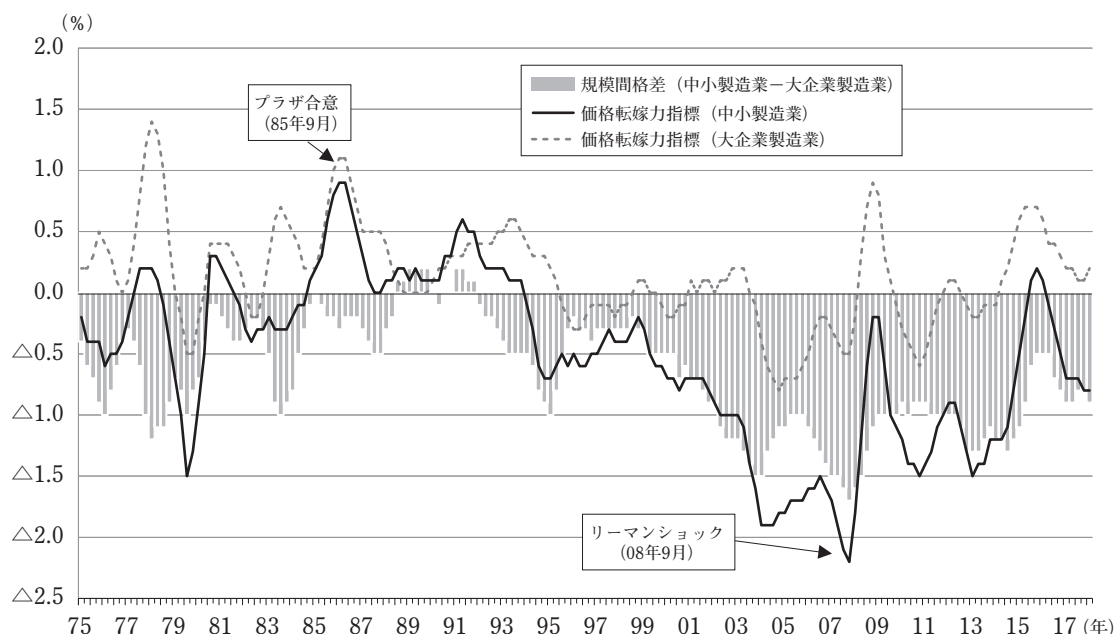
製造業におけるサプライチェーンの中で、中小製造業はしばしば、大手メーカーの下請事業者^(注1)として位置づけられることが多い。このような下請型の中小製造業にとって、「価値創造」を通して乗り越えなければならぬ課題の一つに、元請企業との取引条件（取引価格）の問題がある。すなわち、元請企業との取引の中で収益力向上を目指すには、価格協議によってコストアップ分を販売価格に転嫁する“価格転嫁力”が求められるが、中小製造業の価格転嫁力は大企業に比べて弱いという現実がある。中小製造業の価格転嫁力指標^(注2)は、バブル期を除けば大企業製造業に比べてほぼ一貫して低く、さらにバブル崩壊以降、大企業との格差は広がる傾向にあり、リーマンショック近辺でそのピークを迎えている（図表1）。

また、信金中央金庫 地域・中小企業研究所が全国の信用金庫の協力を得て取りまとめている「全国中小企業景気動向調査」の結果を見ても、製造業で仕入価格の上昇を100%販売価格に転嫁できている企業はわずか4.9%にとどまり、50%以下しか転嫁できていない企業が約半数、全く転嫁できていない企

(注)1. 下請事業者とは、下請中小企業振興法、下請代金支払遅延等防止法において、当該事業者より資本金規模の大きな親事業者からその業務を委託された事業者と定義されている。

2. 価格転嫁力指標とは、販売価格の上昇率と仕入価格の上昇率の違いから、仕入価格の上昇分をどの程度販売価格に転嫁できているか（＝価格転嫁力）を数値化したもの。なお、価格転嫁力の詳細については、2014年版中小企業白書（p34～）を参照のこと。

図表1 企業規模別に見た、価格転嫁力指標の推移（製造業）



(備考) 1. 資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」、「企業物価指数」
 2. 2014年版中小企業白書における分析を基に作成。価格転嫁力指標については、資本金2千万以上1億円未満を中小企業、資本金10億円以上を大企業としている。
 3. 中小企業庁『中小企業白書（2020年版）』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表2 原材料・仕入価格の上昇のうち販売価格に転嫁できている割合

	仕入価格 上昇の 100%	仕入価格 上昇の 80~100%程度	仕入価格 上昇の 50~80%程度	仕入価格 上昇の 20~50%程度	仕入価格 上昇の 0~20%程度	仕入価格 上昇の 0%	転嫁どころ か販売価格 は低下して いる	仕入価格は 上昇していな いので転嫁の 必要なし	わからない
全体	5.9%	11.2%	18.0%	20.2%	23.2%	6.0%	0.8%	6.4%	8.3%
製造業	4.9%	10.4%	19.3%	22.2%	26.5%	6.9%	0.6%	3.2%	5.9%
卸売業	8.0%	16.5%	21.6%	20.5%	18.9%	3.2%	0.7%	4.4%	6.3%
小売業	7.1%	11.9%	17.1%	17.5%	22.6%	6.6%	1.1%	8.0%	8.2%
サービス業	5.9%	6.8%	9.9%	13.5%	26.4%	10.6%	1.0%	12.9%	12.9%
建設業	4.0%	12.4%	21.6%	26.2%	22.3%	3.4%	0.7%	2.6%	6.8%
不動産業	7.1%	9.3%	14.6%	15.8%	15.1%	3.3%	0.7%	16.8%	17.4%

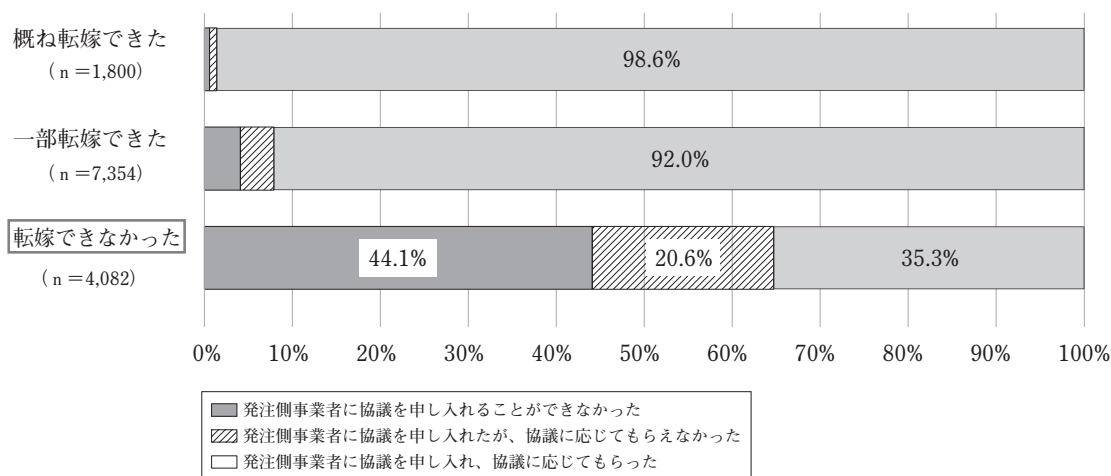
(備考) 全国中小企業景気動向調査（2022年1~3月期特別調査）をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

業も6.9%存在することが分かる（図表2）。

このような中小製造業の価格転嫁力の弱さは、一つに元請企業との価格協議の困難性に起因するといった側面も考えられる。中小企業庁の調査によれば、価格転嫁できなかった中小製造業の20.6%は、発注側事業者に価格

転嫁に向けての協議に応じてもらえなかったとし、44.1%に至っては協議の申し入れすらできていないという状況にある。一方で価格転嫁できている企業の回答を見ると、発注側事業者に協議を申し入れ、協議に応じてもらったとする割合が高く、下請事業者の価

図表3 価格転嫁の状況別に見た、発注側事業者に対する協議の申入状況（受注事業者）



- (備考) 1. 資料：(株)帝国データバンク「取引条件改善状況調査」
 2. 受注側事業者に対するアンケート結果を集計したもの。
 3. 発注側事業者への協議の申し入れにおける質問で、「発注側事業者に協議を申し入れる必要が無かった」、「その他」と回答したものを除き集計している。
 4. 中小企業庁『中小企業白書（2020年版）』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表4 全国中小企業景気動向調査における中小製造業のコメント



(備考) 全国中小企業景気動向調査（2022年1～3月期、4～6月期）をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

格転嫁実現の成否は、元請事業者との協議に大きく左右されてしまうといった実情が読み取れる（図表3）。足元の原材料や資源・エネルギーの価格高騰によるコストアップの局面においても、全国の中小製造業からは厳しい声が多く寄せられており、下請事業者としての立場の弱さが依然として窺える（図表4）。こうした事態の打開へ向けては、何らかの形で持てる強みを活かしたような「価値

創造」への取組みも、一つのカギを握るものと思われる。

(2) 政府の価格転嫁支援策「下請Gメン」と「パートナーシップ構築宣言」

下請事業者の支援を巡っては、長引くコロナ禍や、目下の急激な原材料や資源・エネルギーの価格高騰に政府も危機感を募らせ、新たな動きを強めている。2021年12月に政府

が「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」として、下請事業者が原材料費や労務費の上昇分を適切に価格転嫁できる環境整備に向けた各種施策を取りまとめた。これを受けて中小企業庁でも、「下請Gメン^(注3)」をこれまでの2倍となる248人に増員し、受発注間の取引適正化の体制増強に動いている（図表5）。さらに政府は3月と9月を「価格交渉促進月間」と定め、月間終了後の2022年4月以降、下請事業者約15万社を対象に下請Gメンによる大規模な聞き取り調査を行っている。結果を基に発注側企業を順位付けし、下位の企業には行政指導にも踏み切るとしている。

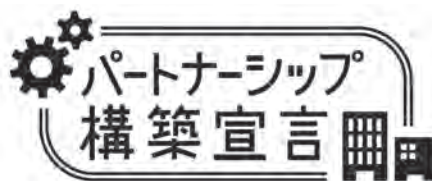
他にも、政府による下請け取引適正化の取組みとして「パートナーシップ構築宣言^(注4)」が挙げられる（図表6）。2020年7月の登録受付開始以来、現在約8,000社の企業がこの宣言に参加しているが、当初は中小企業に比べて大企業の参加が少ないという課題があっ

図表5 下請Gメンの活動



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表6 「パートナーシップ構築宣言」のロゴ



(備考) 中小企業庁HPから引用

た。こうした状況を受けて、政府が価格転嫁政策重視の姿勢を強め、経済界への周知強化を進めたことで大企業の宣言数も相対的に増加したものの、その数と実態が即していないのではないかと指摘もある。例えば、宣言企業を対象にした中小企業庁のフォローアップ調査を見ても、下請企業からの価格協議の申入れがあっても協議を実施していなかったり、手形の支払サイトを60日以内にする予定がないなど、宣言をしながらその振興基準を遵守していない大企業も一部に存在することが明らかとなっている。政府には今後も制度の実効性を一段と高めるような施策が期待されるが、受発注企業間の取引を良好なものにしていくには、「下請企業は事業を支えるパートナー（協力会社）である」という元請企業側の意識の醸成がこれまで以上に求められよう。それと同時に、元請企業を支える中小企業の側においても、価格協議におけるイニシアティブとなりうる高い技術力や対応力などの独自の「価値創造」に積極的に取り組むことが、今後の価格転嫁の成否

(注)3. 下請Gメンとは、2017年1月より中小企業庁に配置された、受発注企業間の取引問題を専門的に扱う調査員で、秘密保持を前提に下請等中小企業にヒアリングを行い、その内容から各種ガイドラインや自主行動計画等の改定に反映させるほか、複数の下請企業から指摘された発注企業に対し注意喚起も行う。

4. パートナーシップ構築宣言とは、サプライチェーン全体での付加価値向上を目的として、下請企業への「取引条件のしわ寄せ」防止とともに、下請取引の適正化の取組みについて、独自の振興基準の下で発注側の企業に自主的に対応してもらおう制度で、宣言した企業はポータルサイトで公表されるほか、企業の広報活動に当制度のロゴマークを使用できる。

のカギを握るものと考えられる。

2. 脱「価格競争」のための“ブランド力”

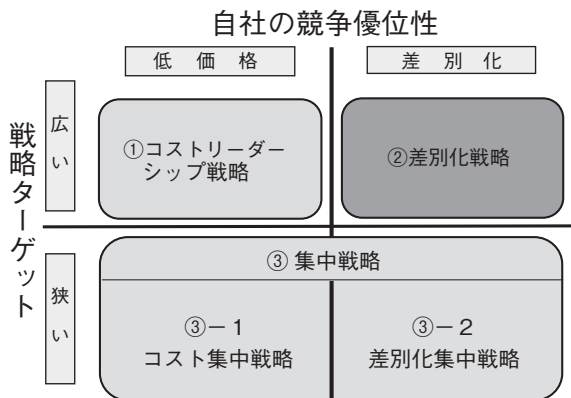
(1) 脱「価格競争」に向けた「差別化戦略」

「価値創造」のための具体的取組みとして、自社の強みを活かした独自ブランドの構築によって競合他社との差別化を図り、付加価値増大を目指すという方法もある。

例えば、競争戦略の提唱などで知られるマイケル・ポーター^(注5)によれば、企業の競争戦略は、ターゲットとする市場を「広くする」か「狭くする」か、自社の競争優位性を「価格面での優位性（低価格）」あるいは「競合他社にはない独自性（差別化）」のいずれで確保するかによって、「①コストリーダーシップ戦略（低価格によって競合他社への優位性を築く）」、「②差別化戦略（価格面以外の強みによって競合他社への優位性を築く）」、「③集中戦略（特定の狭い市場や顧客に向けて資源を投入する）」、という3つのパターンに類型化でき、そのうち「③集中戦略」は、さらに「③-1 コスト集中戦略」と「③-2 差別化集中戦略」に分けられるとされている（図表7）。

このうち、大企業と比べ資本力や人員数等の経営資源に乏しい中小企業が、「①コストリーダーシップ戦略」で生き残っていくのは困難とみられる。一方で、中小企業庁の調査によれば、過去の利益が増加傾向にある小規模企業の3割程度が「製品・サービスの質の

図表7 マイケル・ポーターの競争戦略



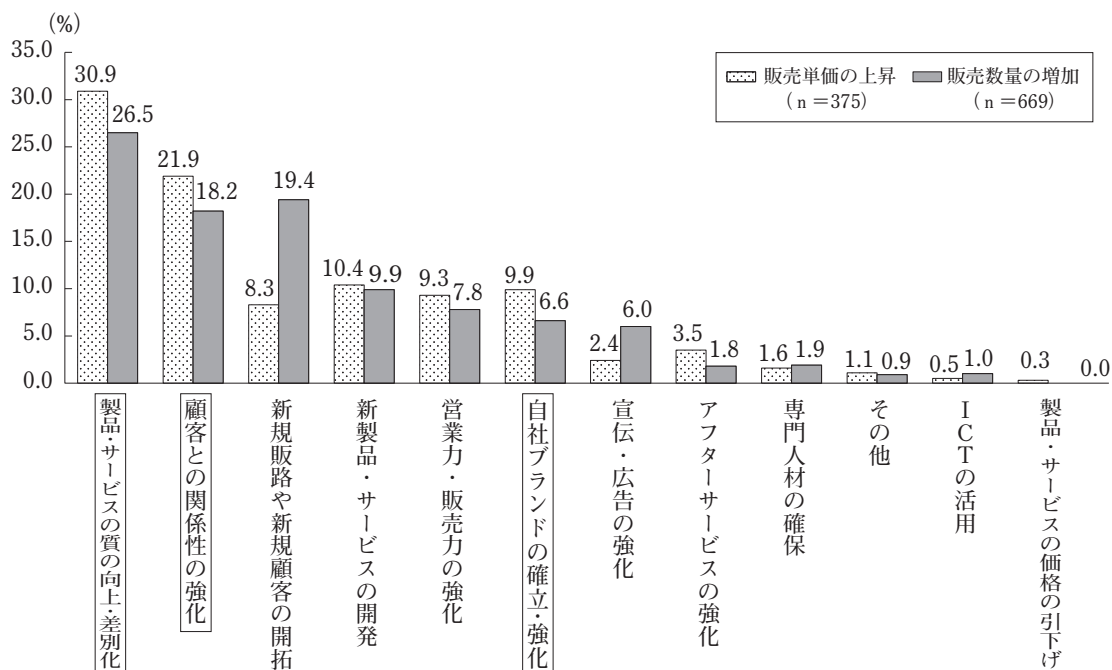
(備考) 各種資料をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

向上・差別化」に取り組んでいる（図表8）。これをポーターの競争戦略になぞらえれば「②差別化戦略」、特に比較的市場規模の小さい中小企業の場合は「③-2 差別化集中戦略」に活路を見出す方向にあると考えられる。

こうした方向性で中小製造業が脱「価格競争」を実現させていくうえでは、まさに「値上げ」や「価格転嫁」といった、販売単価の引き上げに端を発した生産性向上が重要だと言える。図表8を改めてみると、「販売価格の上昇」の実現を目指した企業群の方が「販売数量の増加」を目指した企業群よりも回答割合が高い具体的取組みとして、「製品・サービスの質の向上・差別化」に次いで「顧客との関係性の強化」や「自社ブランドの確立・強化」であることが見て取れる。このことから、特に自社の製品を通して価値を提供する中小製造業にとっては、顧客の理解の下、その技術力による品質の向上や自社製品のブランド力の確立・強化などに取り組むこ

(注)5. マイケル・ポーター（1947～）は米国ハーバード大学の経営学者。企業戦略や国際競争など、競争戦略に関する研究の第一人者として知られる。

図表8 「販売数量の増加」と「販売単価の上昇」それぞれを実現するために、過去5年間の利益が増加傾向にある小規模事業者が、最も注力してきた具体的取組み



(備考) 1. 資料：みずほ情報総研㈱「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」
 2. 中小企業庁『小規模企業白書（2020年版）』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

とが、脱「価格競争」実現のための「価値創造」へ向けてのカギを握っているものと考えられる。

(2) 「価値創造」の源泉となる“ブランド力”

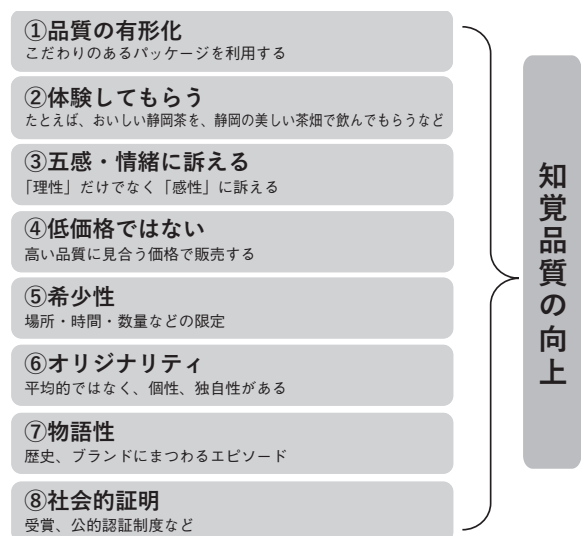
わが国の中小製造業が有する技術力の水準は、世界的に見ても総じて高く、国内の産業を裾野から支えるような革新的な技術力が内包されていることも少なくないといわれている。しかしながら、そのような高い技術力を持ち合わせているにも関わらず、売上増加や利益確保に苦戦を強いられる企業が多いというのがわが国の中小製造業の現状でもある。そのギャップを埋めるキーワードの一つが“ブランド力”であると考えられる。

静岡県立大学教授の岩崎邦彦氏によると、

「売り手が認識する品質」と「買い手が認識する品質」は必ずしもイコールではないという。どんなに自社製品の品質が高いとしても、顧客にそれが伝わっていなければ、結局は売れないということである。反対に、自社製品の品質が顧客に上手く伝わり、その価値が認識されれば、その顧客はリピーターとなり、その製品は「良いブランド」として確立する。顧客に自社製品の品質を伝える力、それこそが“ブランド力”だと言えよう。

前出の岩崎教授は、この顧客が認識する品質のことを「知覚品質」と呼び、良いブランドを作るには知覚品質を高めることが重要であると指摘している。なお、知覚品質を高める要素としては (図表9)、①品質の有形化、②体験してもらう、③五感・情緒に訴える、

図表9 「知覚品質」を高める要素



(備考) 岩崎邦彦(静岡県立大学教授)『小さな会社を強くする ブランドづくりの教科書』(2013年9月)をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

④低価格ではない、⑤希少性、⑥オリジナリティ、⑦物語性、⑧社会的証明、という8項目があり、特に④の「低価格ではない」という要素については、「低価格戦略をとると、

安かろう悪かろうの心理メカニズムが働き、知覚品質を下げる懸念がある」としている。脱「価格競争」を実現するためのブランド力強化と販売単価上昇とは強い正の相関関係にあると理解できよう。つまり、ブランド力強化のためには品質に見合った相応の価格設定も必要であり、反対に、ブランド力強化の取組み(すなわち「価値創造」)が販売単価上昇の一助ともなり得るといった相乗効果を期待することができよう。

このように、中小製造業にとってブランド力の構築は、付加価値増大にも大きく寄与すると考えられる。ちなみに、中小企業庁の調査(図表10)によれば、ブランドが取引価格に大きく寄与していると認識している企業が、ブランドの構築・維持のために取り組んでいる内容を見ると、「顧客や社会へのブラ

図表10 ブランドの取引価格への寄与別に見た、ブランドの構築・維持のための取組み内容(複数回答)

	大いに寄与している (n=208)	ある程度寄与している (n=854)	どちらともいえない (n=515)	あまり寄与していない (n=215)	ほとんど寄与していない (n=101)
顧客や社会へのブランドメッセージの発信	57.2%	47.3%	51.3%	43.7%	42.6%
自社ブランドの立ち位置の把握	56.3%	44.8%	36.5%	34.9%	32.7%
ブランドコンセプト(ターゲットや提供価値)の明確化	46.6%	38.9%	36.5%	35.8%	26.7%
従業員へのブランドコンセプトの浸透	46.2%	38.8%	32.4%	30.2%	28.7%
ブランドコンセプトに基づく商品・サービスの開発	36.1%	31.4%	28.0%	27.9%	23.8%
自社のブランド価値の評価・分析	32.7%	26.3%	20.2%	27.0%	19.8%
自社ブランドの見直し・再構築	19.7%	21.4%	21.0%	20.0%	21.8%
その他	1.4%	1.9%	1.2%	1.9%	5.0%

(備考) 1. 資料: ㈱東京商工リサーチ「中小企業の経営理念・経営戦略に関するアンケート」
2. ブランドの構築・維持のための取組みの有無について、「取り組んでいる」と回答した企業に聞いている。
3. 中小企業庁『中小企業白書(2022年版)』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

ンドメッセージの発信」という回答が57.2%と最も多い。また、ブランドが取引価格に寄与していると回答した企業とそうでない企業との間で大きく差のついている取組み内容として、「自社ブランドの立ち位置の把握」や「ブランドコンセプト(ターゲットや提供価値)の明確化」などの項目が挙げられ、ブランド力を価格に反映させる過程において、上記取組みの重要度が高いことが窺える。

以上のように、中小製造業におけるブランド力構築の取組みは、自社の「価値創造」の源泉ともなり、その先にある価格転嫁、収益力向上を目指す上での重要な要因となると言えよう。

3. 脱「価格競争」を実現している中小製造業の「価値創造」事例

以下では、脱「価格競争」を実現している中小製造業の「価値創造」事例として、5件の取組みを紹介する。「価値」の基準は各社さまざまではあるが、脱「価格競争」を実現するための製造業の「価値創造」への取り組み方を考察する上で、それぞれ示唆に富む部分も多く、参考になろう。

(1) 筑波鉄工株式会社(東京都大田区 創業：1950年)

①会社の概要

筑波鉄工株式会社は、東京の中小ものづくり企業の集積地・大田区に本社を構え、高いパイプ曲げ加工技術を持つ中小金属加工業者である(図表11)。主に大型重機の油圧配管を製造しており、長年大手建機メーカーの協

力会社としてその地位を確立している。現社長・小柳雅彦氏(55)の祖父が1950年に当時勤務していた別の協力企業から独立する形で同社を設立、現在の小柳社長は三代目にあたる。

創業当初はいわゆる板金加工業として板金の曲げや溶接がメインだったが、板曲げ加工は競合他社が多いことからパイプ加工の取扱いをメイン化し、現在に至っている。2018年には茨城県常総市に常総工場を立ち上げ2拠点体制となり、材料購入から切断・三次元曲げ(1D極小R曲げ)・溶接・リン酸亜鉛皮膜処理・塗装までの一貫生産体制を確立している。

図表11 筑波鉄工株式会社の概要



同社の概要	
会社名	筑波鉄工株式会社
代表	小柳雅彦
所在地	東京都大田区
創業	1950年(昭和25年)
従業員数	50名
事業内容	パイプ曲げ加工業

(備考) 1. 写真は小柳雅彦社長
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

②同社の『価値創造』の取組み

同社の『価値』は正にパイプ曲げ加工の技術力にある。従来多く見られるパイプの加工は、湾曲している部分を別途調達し、直線のパイプを溶接して繋ぎ合わせる製造方法であるのに対し、同社は「1D加工」といって、一つのパイプを曲げ加工のみで同じ形状に加工できる技術を有している（図表12）。従来の溶接による加工技術では溶接部分からの内容物の漏れが発生しやすかったが、「1D加工」ではその懸念は少なく、特段品質を重視される元請企業からの受注にも応えられる高品質のパイプ部品を製造することが可能である。また「1D加工」では、それまでは難しかった直径の太いパイプ材や厚みの薄いパイプ材も高精度で曲げ加工を行うことができ、その技術力によって競合他社との差別化が十分に図られている。

元請企業との取引価格については、同社の技術力等を背景に原材料市況の変動がある程度織り込まれていることから、条件面でおおむね安定している。原価低減の交渉等は小柳社長の方から提案し、一緒に話し合いをして

図表12 1D加工

多様化するニーズに対応できる
高品質なパイプ加工製品

溶接箇所
✓ 溶接箇所漏れ
✓ 溶接箇所腐食
✓ 溶接箇所変形

1D曲げとは…

従来の加工は溶接部分からの漏れが発生しやすかったが、1D加工は一つのパイプを曲げ加工のみで同じ形状に加工できる。

1D曲げを行うと…

溶接箇所
✓ 溶接箇所漏れ
✓ 溶接箇所腐食
✓ 溶接箇所変形

1D加工のみで同じ製品を作成できる。

1D加工は、従来の溶接加工に比べて、溶接部分からの漏れが発生しにくく、溶接部分の腐食や変形も抑えられます。また、溶接部分の強度も高く、製品の信頼性を向上させることができます。

(備考) 同社提供

図表13 曲げ加工を施したパイプ



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表14 工場での作業風景



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

決めていくといった良好な関係であるという。主要なパイプ素材である鉄については、元請企業と大手素材メーカーとの間で価格決定されているため、同社のような協力企業にとっては、原材料が高騰しても販売価格にある程度反映されるような仕組みとなっている。なお、周辺の付属部品については、同社で独自に中国や韓国等から仕入れているため市況変動の影響は免れないが、データ等での実態を合理的に示せばある程度の価格転嫁は可能とのことであった。

図表15 同社外観



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

③今後の展望

リーマンショックまでは同社の売上のほとんどを特定の元請企業が占めていたが、リーマンショック以降、その他の販路も拡大したことから、その売上構成比は現在75%程度となっている。建機部品は出荷量の増減が激しいため、小柳社長としては安定した収益確保のために建機以外の販路も確実に開拓したいとの考えがあり、残りの25%はその他の建機メーカーのほか、道路の車止めフェンスや、産業機械、エンジン部品の製造等、着実に他方面にも幅を広げている。新規の販路開拓には、長年大手建機メーカーの協力会社として経営を続けているという信頼度もさることながら、人脈を活かした営業人材の再雇用を積極的に行い、同社の強みをアピールできる営業力を確保したことも奏功している。

同社の今後の事業展開としては、建機部品の製造は現状を保ちながら、より付加価値の高い製品を作っていきたいという小柳社長の思いがある。具体的には、長年培ってきた技術力を活かし、先述したような他製品の製造

にも注力するほか、鉄以外のステンレスやアルミ等の加工にも積極的に取り組み、目下需要の旺盛な半導体業界の製造機械への応用等にも意欲的だ。また小ロットにも柔軟に対応し、付加価値の高い研究開発の試作品の受注等にも繋げたいと考えている。

小柳社長の経営への取組みは「50名いる社員を幸せにしたい」との思いに尽きる。大手建機メーカーの協力会社としての地位に甘んじることなく、将来を見据えて新たな販路を開拓し、自社の付加価値を追求していかうとする同社の今後の更なる躍進が期待されよう。

(2) 株式会社山崎製作所（静岡県静岡市

創業：1967年）

①会社の概要

株式会社山崎製作所は、静岡県静岡市清水区に立地する板金加工業者である（図表16）。主に工作機械の部品やカバーの板金加工を行っているが、他方で自社ブランド「三代目板金屋」を手掛け、インテリア雑貨やヘアアクセサリといったB to Cの高付加価値製品の販売にも力を入れる、ブランディング経営に長けた企業であるという点が特徴的である。

②同社の『価値創造』の取組み

二代目社長の山崎かおり氏（58）は、先代である父親の後を継ぐまで、自社の事業や経営について全く関わってこなかったため、当初は年配男性が多い職人たちとは、女性ということもあって上手く馴染めなかったという。そうした中で、知人の誘いで参加した中

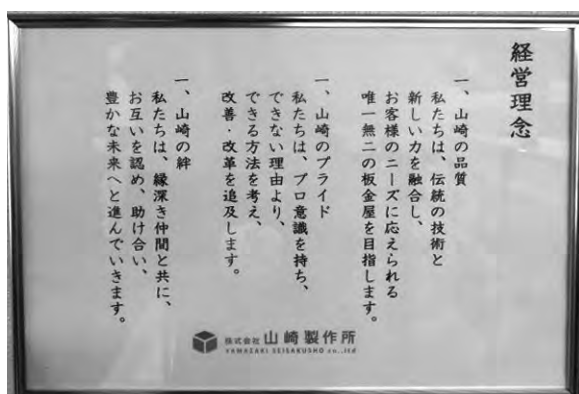
図表16 株式会社山崎製作所の概要



同社の概要	
会社名	株式会社山崎製作所
代表	山崎かおり
所在地	静岡県静岡市
創業	1967年(昭和42年)
従業員数	26名
事業内容	板金加工業

(備考) 1. 写真は山崎かおり社長(右)と娘の瑠璃氏(左)
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表17 同社の経営理念



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

小企業経営者の勉強会において経営について学んでいくうちに、会社の存在意義そのものの必要性を認識したことで、それまで同社に存在しなかった経営理念の策定に取り掛かった。試行錯誤する中、経営理念は社員全員で作るものだという考えに至り、全社員で話し合って経営理念を策定(図表17)、その過程で社員たちとの距離も縮まった。あ

る日の話し合いの中で熟練職人の口から出た、「自分たちはお客さんの奴隷のようなもの」、「自分が板金屋だとは恥ずかしくて親戚に言えない」という言葉に山崎社長は衝撃を受け、現場の職人から自分の仕事に対する誇りやプライドが失われていることを痛感、「脱・下請」「自社で働くことを誇りに思っしてほしい」との思いから、自社製品の開発に着手し、2015年には「三代目板金屋」というブランドを立ち上げた(図表18)。

「三代目板金屋」というブランド名には、二代目である山崎社長が“次の世代”に技術や伝統を繋いでいきたいという思いや、敢えて板金を名乗ることで、「この製品も板金なのか」という消費者の気付きから、板金業自体の地位向上に繋がりたいとの思いが込められている。現在は山崎社長の娘である瑠璃氏(29、企画営業部部長/デザイナー)が責任者となり、女性4名のチームでブランドを運営している。同社ブランドの代表的製品である「KANZASHI」は、静岡市周辺が駿府と呼ばれていた江戸時代に、全国から鋳職人た

図表18 自社ブランド「三代目板金屋」



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表19 「KANZASHI」



(備考) 同社提供

ちが集められ、それが今日の板金業の始まりとなっているというルーツに着目、静岡と板金を繋ぐストーリー性と、女性ならではの感性、精密な職人技が相まって、高価ながら人気商品となっている(図表19)。オンラインショップや百貨店でも取り扱っているが、百貨店に対してはかつて2倍程の値上げ交渉に成功しており、「職人の技術にきちんと対価を払ってもらい、職人の誇りを取り戻したい」という「三代目板金屋」のブランドポリシーが実を結んでいる。

③今後の展望

山崎社長の活動は自社だけにはとどまらない。「静岡のものづくり自体をブランディングしたい」という思いから始めた静岡特産品を扱うECサイト「しずパレ」の運営や、静

岡県内の他企業との協同組合である「SPメディカル」で医療機器部品の生産に携わる等、多岐にわたる活動を展開している。更なる事業展開を見据え、地元・静岡信用金庫の資金的な協力も得て2022年度中には本社工場の移転・拡張も計画 중이다。現在1階と2階に分かれている工場を1フロアに集約して効率アップを図ることに加え、オープンファクトリーとして体験ブースやワークショップスペース等を併設し、ただの社屋ではなく訪れる人の「体験」が付加価値となるような複合的な施設にしていきたい狙いがある。今後は売上構成比として「三代目板金屋」と医療機器部品をそれぞれ30%程度まで高め、高付加価値製品の製造に注力していきたいとのことであった。

山崎社長は、自社の『価値』の源泉は提案力であると語る。「三代目板金屋」が多くのメディアで取り上げられたことで、本業の販路も拡大し、特にコロナ禍では開発案件の相談が増加した。そのような提案型の販売においては価格決定の主導権を握ることができ、

図表20 同社外観



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

より付加価値の高い取引ができるという。こうした価値創造のために、今後は提案力・開発力のある人材の育成や組織づくりに注力していくとの考えだ。いかに顧客が満足いくものを作り出せるか、いかに新たな価値を提案できるかということを社員一人一人が創意工夫して追求していける、ピラミッド型ではない「みんなの会社」を目指していきたいという山崎社長の言葉には、自社や社員に対する母親のような深い愛情と、静岡のものづくりを次世代に残したいという強い情熱が溢れている。独自の進化を遂げる同社の更なる躍進が期待される。

(3) 宇都醸造有限会社（鹿児島県霧島市

創業：1982年）

①会社の概要

宇都醸造有限会社は、錦江湾（鹿児島湾）を望む鹿児島県霧島市福山に立地する黒酢製造業者である（図表21）。薩摩・福山は日照時間が長く、平均気温も高い温暖な気候であることから「福山の黒酢」と呼ばれるほど全国でも有名な黒酢の産地であり、同社の黒酢もその一つである。三代目である現社長の武元明吉氏（75）は、1982年の創業時から同社の現場で黒酢製造に携わっており、現在は5年前に同社に入社した息子で専務取締役の武元勝氏（49）が中心となって、昔ながらの伝統的な黒酢製法を守り継いでいる。

図表21 宇都醸造有限会社の概要



同社の概要	
会社名	宇都醸造有限会社
代表	武元明吉
所在地	鹿児島県霧島市
創業	1982年（昭和57年）
従業員数	15名
事業内容	黒酢製造業

(備考) 1. 写真は武元勝専務取締役
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表22 黒酢の甕壺



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

②同社の『価値創造』の取組み

同社の黒酢は200年続く伝統的な「甕壺製法」にこだわっている（図表22）。大手米酢メーカー等は機械で攪拌して強制的に発酵を促す製法であるのに対し、甕壺製法では静置発酵といって屋外にアマン壺と呼ばれる甕壺を置き、自然に発酵するのを待つという非常に手間のかかるやり方で黒酢を製造している。甕壺の中に麴、蒸米、水を入れ、その上から更に麴で蓋をするという伝統的なやり方で作られる同社の黒酢は、それが酢になるまでまず10カ月、その後2～5年ほど熟成してやっと黒酢として完成する。

材料にもこだわっており、原料米は国産玄米を使用、水も福山の地下水を海から離れた自社のタンクで汲み上げて使用している。また、同じ福山の黒酢製造業者でも麴を自動で作る事業者が多い中、同社では麴を室（むろ）で4日間寝かせる等、徹底して手作りの製法にこだわっているのが特徴だ。醸造に欠かせない甕壺についても、10年ほど前に外

国製のものから国産の信楽焼^(注6)に変更した。信楽焼はその厚みが均等で黒酢の甕壺ごとの個体差が出にくく、更に軽くて持ち運びが容易であるというメリットから生産効率の上昇に繋がった。このようなこだわりから、同社の黒酢は有名黒酢サプリメントの主原料にも採用されている。

販路としては、同社の黒酢製品のブランド「福山のふくず」の会社店頭やインターネット上の自社サイト等で販売しているほか、上記したサプリメントや加工食品等の原料としての卸売りも行っている。今後は利益率の高い個人消費者向け製品の売上を伸ばしていきたいとの武元専務の意向から、専務入社後の4年前からインターネット販売を本格化させている。ギフト用にやや高単価のフルーツ黒酢（図表23）も開発する等、個人をターゲットにした販路構築に力を入れている。

原料卸売りについては、最近では特に利益率の低かった販売先に対して武元専務自ら値上げ交渉を行い、開始期間延期等の条件付き

図表23 同社の黒酢製品



(備考) 同社提供

図表24 同社外観



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

(注)6. 信楽焼は滋賀県甲賀市信楽を中心に作られる陶器である。

で承諾を得ることができたとのことであった。黒酢の醸造所は福山だけでも複数存在するが、やはり原料や製法によって味が異なるため、加工食品の原料としては急に他社に乗り換えることは難しく、代わりがきかない唯一の味を持つという点は正に同社の一つの強みであると言えよう。

③今後の展望

同社の『価値』について、武元専務はその製法と成分にあると語る。受け継がれてきた伝統的な手法を守り、自然に黒酢が発酵していくのを待つというその製法の神秘性と、甕壺製法によってしか生み出されない希少成分が、同社を含めた福山の黒酢のブランドとなっている。かつて健康意識の高まりから黒酢ブームとなった際はアミノ酸に注目が集まっていたが、アミノ酸以外の希少成分を前面に押し出し、黒酢のブランド力を見直したいと武元専務は考えている。現在は大学や他業界の企業との黒酢研究にも着手している中でその独特の発酵の特性に注目し、食品だけでなくそれ以外の素材にも応用できないか等、新しい黒酢の分野を探求中だ。今後の事業展開においてもその研究を活かし、原料卸売りの販売先数を増やしてリスク分散に繋げるべく、食品以外の販路も積極的に開拓していきたいとのことだ。

福山の黒酢という伝統を大切に守り抜き、更にそれを現代に昇華させたいという同社の挑戦は今後も続いていくことになるだろう。

(4) 株式会社大新（鹿児島県指宿市 創業：1995年）

①会社の概要

株式会社大新は、薩摩半島の最南端・鹿児島県指宿市に本社を構える鰻の加工販売業者である（図表25）。現社長の中村智氏（66）が1995年に独立して同社を設立した。当時の業界では国内産・海外産、加工方法の違いによる鰻の区別が今日ほど厳格でなかったため、同社も初めはシラスウナギを仕入れて加工品の製造地に卸す卸売業をメインで行っていた。その後、シラスウナギの漁獲量が年々減少し、原産地管理の厳格化と共に国産鰻の希少価値が高まっていったことにより、「美味しい鰻を安定的に消費者に届けたい」との思いから、養鰻量日本一を誇る鹿児島県産の鰻の加工に邁進することとなった。「鹿児島産の鰻にこだわり品質と風味を吟味し真心込

図表25 株式会社大新の概要



同社の概要	
会社名	株式会社大新
代表	中村 智
所在地	鹿児島県指宿市
創業	1995年（平成7年）
従業員数	38名
事業内容	鰻の加工販売業

（備考）写真は中村智社長（同社提供）

めて焼き上げました」と掲げている。

なお、2018年には養鰻場である株式会社日鰻（本社：鹿児島県志布志市、従業員8名）を子会社に擁したことで、鰻の養殖から加工販売までをグループで一貫して行うことができる企業へと発展した。徹底した「おいしさの追求」により、業界の中でも先進的な経営を行っている。

②同社の『価値創造』の取組み

中村社長は「鰻を育てることは水をつくること」だと語り、鰻が育つ養鰻場の生け簀の水質には徹底的にこだわっている。業界初の高濃度酸素装置を導入し、水質を作り上げる微生物が育つよう、科学的理論に基づき鰻を美味しくする技術を追究している。鰻は子会社の「日鰻」のほか、すべて鹿児島県内の養鰻場から仕入れている。タレや山椒の原材料にもこだわり、品質追求への余念がない。

また、加工過程における設備投資にも注力しており、10数年にわたって継続的に設備更改を行っている。鰻にも個体差があり、品質にバラつきが生じてしまうものだが、中村社長は「美味しい鰻を安定的に消費者に届けたい」との思いから、独自の工夫を凝らした特注の加工ラインを導入する等の対応を行ってきた。焼き工程のレーンを一般的な設備より長くすることで、じっくりと丁寧に焼き上げ、余分な脂を落としてタレが染み込みやすくなり、どれを食べてもおいしい蒲焼きを実現した。同社の鰻の蒲焼きブランド「じっくり焼き」の所以だ（**図表26**）。

図表26 同社の鰻「じっくり焼き」



(備考) 同社提供

更に2019年にはこちらも特注で大規模な蒸しラインを導入する等、品質向上のための設備投資を惜しまない。また、こうした加工ラインを始めとする各作業場では、毎日最低1時間以上の清掃活動が欠かせないという。

このような徹底した品質向上への取組みによって、食品安全における国際的な規格であるFSCC22000認証（ISO22000認証の内容を包含する上位規格）を取得している。取引先も大手コンビニエンスストアを筆頭に県内外の大手企業に販路を確保。百貨店や大手スーパーでの販売のほか、コンビニエンスストアのPB商品にも採用される等、その品質は広く認められている。

「徹底したおいしさへのこだわり」が当社の『価値』であることは言うまでもないが、その価値向上のため、消費者の購買ルートの研究にも注力している。コロナ禍の2020年には取締役の中村豪士氏（36）が中心となって自社通販サイトを立ち上げた。サイトに寄せられる購入者の口コミを特に大切にしており、積極的に商品の品質改善に取り入れ

図表27 同社外観



(備考) 同社提供

ているという。おいしさの追求のために拡張した設備によって、生産量の増加にも繋がっており、先見的な設備投資がコロナ禍においても多面的に効果を発揮している。

③今後の展望

一部で絶滅危惧種にも指定されている鰻。完全養殖に向けて行政や大学等もその研究に力を入れている中、同社も産学官連携でシラスウナギの完全養殖や、養鰻における水づくりの研究の一端を担っている。鰻の生態については未だ謎が多く、完全養殖は現状では困難だと言われているが、同社では2018年に独自に研究を開始し、鰻の誘発採卵に成功する等、業界の中でも最前線で鰻研究に取り組んでいる。今後の事業展開としては、これまでの研究の蓄積を新たな発想から鰻以外の分野にも活かし、事業の幅を広げていきたいと中村社長は考えている。

「コロナ禍において、家で鰻を食べるという新たな需要を掘り起こし、発想の転換を後押ししてくれた」と中村社長は語る。消費者

がもう一度食べたいと思うことがブランド化であり、そのブランド力を強化することが自社の成長の道であると中村社長は考えている。より高い品質へのこだわりを持ちながら、ブランド力構築に向けた努力も怠らない同社の事業展開は、今後ますます注目されていくことになるだろう。

(5) 有限会社新喜皮革（兵庫県姫路市 創業：1951年）

①会社の概要

有限会社新喜皮革は、兵庫県姫路市に立地するタンナー（製革業者）である（図表28）。姫路市の製革業は地場産業として全国的にも有名であり、特に同社のある花田町高木地区は多くの製革業者が集積しているが、牛革を扱うタンナーが多い中、同社は

図表28 有限会社新喜皮革の概要



同社の概要

会社名	有限会社新喜皮革
代表	新田芳希
所在地	兵庫県姫路市
創業	1951年（昭和26年）
従業員数	16名
事業内容	製革業

(備考) 1. 写真は新田芳希社長
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

1951年の創業当初から馬革を専門に扱い、中でも高品質な「コードバン」を全国で唯一、一貫生産する世界屈指のタンナーである。現会長の新田常喜氏が「高級な馬革を開発したい」との思いから1970年頃よりコードバンの製造に本格着手した。息子である現社長・新田芳希氏（51）はその情熱を脈々と受け継ぎ、事業を発展させ現在に至っている。

②同社の『価値創造』の取り組み

コードバンとは、馬の臀部にしかない緻密な繊維構造を持つ皮革である（図表29）。その希少性と、加工に高い技術を要することから「革の王様」「革のダイヤモンド」とも称される。強度も強く、その独特の艶や使い込むほどに深みを増す色合いなどから、長年愛用するファンも多い。製造工程にも手間を要し、革として完成するまでに10カ月ほどかかるため、在庫を抱えるリスクや年間を通した品質の均質化が困難であるといった点か

図表29 コードバン



（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表30 コードバンの加工工程



（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

ら、世界でも鞣し^{なめ}（注7）から製品化までを一貫して行うタンナーは類を見ない。2014年には経済産業省が認定する「グローバルニッチトップ企業100選」の素材/化学部門の一社にも選定されている。

新田社長は大学卒業後、フランスの皮革専門学校で2年間製革について学んだのち、26歳で同社に入社した。以前は同社で鞣しまでを行い、同業者へ売る下地売りが多かったが、新田社長は本場ヨーロッパでの経験から、「今後は提案型の経営をしていく必要がある」と自社で製品化まで行うことに思い至った。試行錯誤の中、あるきっかけで元々顧客であった革小物デザイナーの米田浩氏（現株コードバン常務取締役）と手を組み、米田氏のブランド「The Warmthcrafts-Manufacture（ジ・ウォームスクラフツ マニュファクチャー）」を同社で生産することとなった（図表31）。2010年には自社製品の製造・販売に特化した株式会社コードバン（本社同一、従業員35名）を設立し、大阪・中之島

（注）7. 鞣し^{なめ}とは、原皮を腐らない“革”にすることであり、クロムやタンニンといった鞣し剤に漬け込み、繊維と結合させる工程を指す。

図表31 「The Warmthcrafts-Manufacture」の製品



(備考) 同社提供

バンクスの旗艦店をはじめ東京の大手百貨店にも売り場を構える等、現在全国で直営9店舗を展開する人気革小物ブランドとなっている。一貫生産であればこそその品質に見合う高価格帯に設定しており、ヨーロッパのラグジュアリーブランド^(注8)と同程度の価格帯ながら、若者から年配層まで幅広い世代に人気を博しており、特に弁護士等の士業にもファンが多いという。高品質な同社製品の価値は十分に顧客に伝わっていると言える。

③今後の展望

同社の『価値』はまさに「唯一無二の技術」にあると言えるが、その技術力を武器に、同社は近年また新たな取組みを行っている。それがブラックバスと近大マグロの皮を使った製品の製造販売だ(図表32)。釣りが趣味である新田社長が、琵琶湖のブラックバスは食用にされ、その時に捨てられてしまっていた皮に着目した。また新田社長自身が近畿大学出身でもあることから、完全養殖で有

名な近大マグロにも興味を持ち、入手に成功した。鱗の独特な模様や色合いが、釣り好きの人や女性客からも人気の製品となっている。

この食用魚の余った皮を革小物にするという試みは大きな話題を呼び、海産物を扱う大企業や、ふるさと納税の返礼品にしたいという行政等から様々なオファーが舞い込んでいる。昨今のSDGsの観点からも、新田社長は魚の皮の利用に大きな可能性を感じており、将来的には日本の食文化とも併せて世界に発信していきたいと考えている。

姫路では平安時代から製革業が営まれてきたと言われているが、今日でも「3K(きつい・汚い・危険)」とあって、革作りに良い

図表32 鞣したブラックバスの皮とその製品



(備考) 写真(上) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影、写真(下) 同社提供

(注)8. 欧米の高級既製服や服飾雑貨を製造・販売する小売業態の総称。歴史が深く、ブランドのアイデンティティや独創的な想像力を武器に独自の価値を高めている。ブランド哲学や絶対的品質を持ち、価格を下げることなく他ブランドとの差別化を図っている。

イメージを持たない人は地元でさえ多いと新田社長は話す。新田社長が製革を学んだヨーロッパでは世界的に有名なラグジュアリーブランドも多くあることから、製革業の地位は高い。新田社長には姫路の革作りのイメージを変え、ヨーロッパのように人々に尊敬される仕事に押し上げたいという大きな目標がある。同時に、皮は人間が肉を食べた後の副産物であり、我々にはそこに再び命を吹き込む役目があるという強い使命感も持っている。誇りを持って姫路の地場産業を世界に発信していく同社の挑戦は今後も続いていくことになる。

4. 収益力向上に繋がる「価値創造」

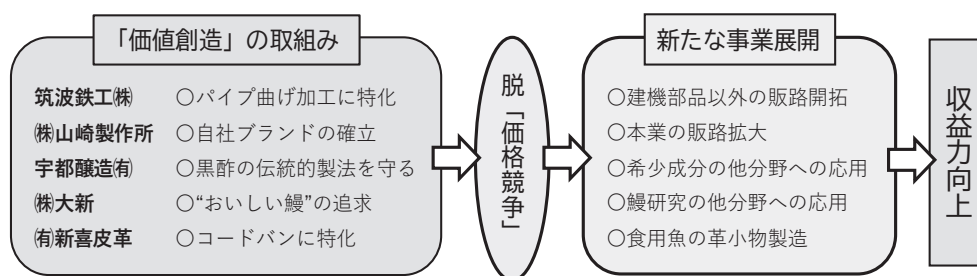
本稿では、脱「価格競争」を実現する中小製造業の「価値創造」の取組みについて取り上げてきた。5件の事例いずれからも、各社が独自の「価値創造」に取り組んでいることが確認できた。具体的には、①筑波鉄工(株)では、パイプ曲げ加工に特化しその技術力を突き詰めていた、②(株)山崎製作所では、本業の強みを展開して自社ブランドを確立していた、③宇都醸造(有)では、黒酢の伝統的製法を守り

継いでいた、④(株)大新では、徹底的に鰻のおいしさを追求する経営を行っていた、⑤(有)新喜皮革では、コードバンに特化した一貫生産体制を確立し、自社ブランドを構えていた、といった「価値創造」の取組みがあった。

その取組み内容は様々ではあったものの、各社とも競合他社との差別化が図れていることで脱「価格競争」を実現できていると思われた。さらに、その先には販路拡大などの新たな事業展開も見据えられており、最終的には収益力向上に確実に繋がっていると考えられた(図表33)。

本稿前半で述べてきたように、現在の原材料や資源・エネルギー価格高騰によるコストアップの局面においても、中小製造業の価格転嫁は困難な状況が続いている。このような時代において収益力向上を目指していくには、低価格競争からいち早く脱却し、事例に登場した各社のように、自社の強みを最大限に活かした「価値創造」に取り組む、脱「価格競争」へ舵を切ることが、企業の成長にとって今後ますます重要な選択となってくるといえるだろう。

図表33 ヒアリング企業にみる「価値創造」に基づいた収益力向上への取組みフロー



(備考) 企業へのヒアリングをもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

〈参考資料〉

- ・ 信金中央金庫 地域・中小企業研究所『全国中小企業景気動向調査』（各回版）
- ・ 岩崎邦彦『小さな会社を強くする ブランドづくりの教科書』（2013年9月、日経BP 日本経済新聞出版本部）
- ・ 江口政宏『中小製造業の競争力向上戦略』（2021年1月、（一財）商工総合研究所）
- ・ 坂本光司『もう価格で闘わない』（2021年4月、(株)あさ出版）
- ・ 中小企業庁『中小企業白書』『小規模企業白書』（各年版）
- ・ デービッド・アトキンソン『国運の分岐点』（2019年9月、(株)講談社）
- ・ 富山和彦・木村尚敬・沼田俊介・浜村信二『「競争力×稼ぐ力」を強くする生産性革命』（2019年5月、生産性出版）
- ・ 中藤玲『安いニッポン「価格」が示す停滞』（2021年3月、日経BP 日本経済新聞出版本部）
- ・ 西村克己『1分間マイケル・ポーター』（2013年3月、ソフトバンククリエイティブ(株)）

地域・中小企業関連経済金融日誌(2022年6月)

- 2日 ● 内閣府、地域経済動向（令和4年6月）を公表 資料1
- 3日 ● 金融庁、地域銀行の令和4年3月期決算の概要を公表 資料2
- 16日 ○ 中小企業庁、令和元年度補正予算・令和3年度補正予算「IT導入補助金」の「通常枠（A類型・B類型）：1次締切」および「デジタル化基盤導入枠（デジタル化基盤導入類型）：2次締切」の補助事業者採択について公表（令和元年度補正サービス等生産性向上IT導入支援事業 1次締切分 A類型 交付決定事業者に備北信用金庫も採択）
- 17日 ● 金融庁、主要行等の令和4年3月期決算の概要を公表 資料3
- 20日 ○ 金融庁、相続の開始を期限の利益喪失事由とするカードローン契約等における規定の検証について預金取扱金融機関に対し要請
- 21日 ● 日本銀行、地域経済報告－さくらレポート－（別冊シリーズ）「地域の企業における気候変動を巡る取り組みと課題」を公表 資料4
- 22日 ○ 中小企業庁、「パートナーシップ構築宣言」宣言企業数の10,000社突破について公表（2021年10月18日時点の19信用金庫から新たに尼崎、上田、北おおさか、京都中央、松本の5信用金庫が加わり、合計24信用金庫に。）
- 23日 ● 金融庁、「経営者保証に関するガイドライン」における廃業時の保証債務整理に関する参考事例について公表 資料5
- 24日 ○ 中小企業庁、令和4年度「地域中小企業人材確保支援等事業（中核人材確保支援能力向上事業：実証機関）」に係る事業者の決定について公表（京都北都信用金庫が人材ニュース株式会社を幹事とする事業者に決定）
 - 中小企業庁、令和元年度補正予算中小企業生産性革命推進事業「共同・協業販路開拓支援補助金」の第5回公募の採択事業者決定について公表（催事販売型で富士宮信用金庫も採択事業者に決定）
- 29日 ● 中小企業庁と独立行政法人 中小企業基盤整備機構、第168回中小企業景況調査（2022年4-6月期）の結果を公表 資料6
- 30日 ● 金融庁、「投資信託等の販売会社による顧客本位の業務運営のモニタリング結果について（令和3事務年度）」を公表 資料7
 - 金融庁、「金融機関のITガバナンス等に関する調査結果レポート」および「金融機関のシステム障害に関する分析レポート」を公表 資料8
 - 金融庁、「企業アンケート調査の結果」を公表
 - 金融庁、「金融仲介機能の発揮に向けたプログレスレポート」を公表

※「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)

内閣府、地域経済動向（令和4年6月）を公表（6月2日）

今回調査（2022年6月）では、前回調査（2022年3月）から、景況判断を甲信越において横ばいとし、東北、北関東、南関東において下方修正した。残る8地域（北海道、東海、北陸、近

畿、中国、四国、九州、沖縄)においては、上方修正した。

分野別にみると、前回調査(2022年3月)と比較して、鉱工業生産については、判断を甲信越、東海、北陸、中国において横ばいとし、東北、北関東、南関東において下方修正した。残る5地域においては上方修正した。個人消費と雇用情勢については、全12地域において判断を上方修正した。

(<https://www5.cao.go.jp/keizai3/chiiki/2022/0602chiiki/menu.html>参照)

(資料2)

金融庁、地域銀行の令和4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)

当期純利益は、8,542億円を計上した。前期に比べ、債券等関係損益と株式等関係損益が減少したものの、資金利益と役員取引等利益が増加し、経費と与信関係費用が減少したこと等により、前期比20.6%増加した。

2. 不良債権の状況(銀行単体ベース)

不良債権残高(5.5兆円)は前期比0.2兆円増加し、不良債権比率(1.81%)は前期に比べ0.03ポイント上昇した。

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(11行)の総自己資本比率(13.41%)は、前期に比べ0.66ポイント、普通株式等Tier1比率(12.93%)は、同0.55ポイント低下した。

(2) 国内基準行(2021年3月期90行、2022年3月期89行)の自己資本比率(9.71%)については、前期に比べ0.01ポイント上昇した。

(<https://www.fsa.go.jp/news/r3/ginkou/20220603-2/20220603-2.html>参照)

(資料3)

金融庁、主要行等の令和4年3月期決算の概要を公表(6月17日)

1. 損益の状況(グループ連結ベース)

親会社株主に帰属する当期純利益は、27,023億円を計上した。外債を中心に債券等関係損益が減少し、経費が増加したものの、資金利益、役員取引等利益、株式等関係損益は増加し、与信関係費用は減少したこと等により、前期比28.6%増加した。

2. 不良債権の状況(銀行単体ベース)

不良債権残高は3.4兆円(前期比0.8兆円増)、不良債権比率は0.92%(同0.17ポイント上昇)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（4グループ）の総自己資本比率は15.72%（前期比1.26ポイント低下）、普通株式等Tier1比率は12.35%（同0.70ポイント低下）となった。

(2) 国内基準行（3グループ）の自己資本比率は11.56%（前期比0.13ポイント上昇）となった。

(<https://www.fsa.go.jp/news/r3/ginkou/20220617-3/20220617-3.html>参照)

(資料4)

日本銀行、地域経済報告－さくらレポート－（別冊シリーズ）「地域の企業における気候変動を巡る取り組みと課題」を公表（6月21日）

本レポートの目次は以下のとおり。

要旨

1. はじめに
2. 自社経営への影響についての地域の企業の見方
3. 地域の企業の具体的な取り組み
 - (1) 取り組みの種類
 - (2) 自社のCO2削減に向けた取り組み
 - (2-1) 具体的な取り組み
 - (2-2) 企業が期待する効果
 - (3) 需要の変化に対応する取り組み
4. 取り組みを進めるうえでの課題
5. おわりに

日本銀行各支店等のホームページアドレス

(<https://www.boj.or.jp/research/brp/rer/rerb220621.htm>/参照)

(資料5)

金融庁、「経営者保証に関するガイドライン」における廃業時の保証債務整理に関する参考事例について公表（6月23日）

資料の目次は以下のとおり。なお、事例3として、信用金庫の事例を紹介。

- | | |
|--|--------|
| I. 中小企業再生支援協議会を活用した事例 | 事例1～3 |
| II. REVICの特定支援業務を活用した事例 | 事例4 |
| III. 主債務及び保証人の債務を一体整理した事例 | 事例5～6 |
| IV. その他、保証人のゼロ円弁済を許容し、
関係者の早期再スタートや生活再建に繋げた事例 | 事例7～10 |
| V. リース債権者を含む債務整理を行った事例 | 事例11 |

(<https://www.fsa.go.jp/news/r3/ginkou/20220623-1.html>参照)

(資料6)

中小企業庁と独立行政法人 中小企業基盤整備機構、第168回中小企業景況調査（2022年4-6月期）の結果を公表（6月29日）

2022年4-6月期の全産業の業況判断D.I.は、前期（2022年1-3月期）比で12.2ポイント増加の△14.4となり、2期ぶりに上昇した。産業別にみると製造業D.I.は、同4.9ポイント増加の△12.7となった。非製造業D.I.は、同14.5ポイント増加の△15.1となっている。

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

(資料7)

金融庁、「投資信託等の販売会社による顧客本位の業務運営のモニタリング結果について（令和3事務年度）」を公表（6月30日）

本資料の概要版の内容構成は以下のとおり。

1. 全体のポイント
2. 今後のモニタリング等において重要な点について
3. リスク性金融商品販売等にかかるビジネス概要
4. 販売戦略・態勢整備および課題
5. 取組の「見える化」や情報発信等の現状と課題
6. 個別商品の販売動向と課題

(https://www.fsa.go.jp/news/r3/kokyakuhoni/202206/fd_202206.html参照)

(資料8)

金融庁、「金融機関のITガバナンス等に関する調査結果レポート」および「金融機関のシステム障害に関する分析レポート」を公表（6月30日）

「金融機関のITガバナンス等に関する調査結果レポート」の内容構成は以下のとおり。

1. 本レポートの目的
2. 各論点に対する調査分析の結果
 - 【論点1】「DXに関する取組状況」
 - 【論点2】「IT人材の確保・育成」
 - 【論点3】「共同センターの次世代構想」
3. 地域銀行・信用金庫へのアンケート調査結果
4. 今後の当局の取組み

また、「金融機関のITガバナンスに関する実態把握事例集（参考手引）」も公表し、以下の分野についての事例を紹介している。

- ①経営陣によるリーダーシップ
- ②経営戦略と連携した「IT 戦略」

- ③IT戦略を実現する「IT 組織」
- ④最適化された「IT リソース（資源管理）」
- ⑤企業価値の創出につながる「IT 投資管理プロセス」
- ⑥適切に管理された「ITリスク」
- （その他）共同センターに対する IT ガバナンス
- （その他）グローバルにビジネスを行う金融機関のグローバル IT ガバナンス

「金融機関のシステム障害に関する分析レポート」は、第1部 はじめに、第2部 障害分析概要、第3部 事例集からなる。その「第3部 第2章 事例」は、以下の内容構成となっている。

第1節 システム統合・更改に伴い発生したシステム障害

第2節 プログラム更新、普段と異なる特殊作業等から発生したシステム障害

I 設定ミス・操作ミス等の管理面・人的要因

II ソフトウェアの不具合

第3節 日常の運用・保守等の過程の中で発生したシステム障害

I ハードウェア・回線等の不具合

II 設定ミス・操作ミス等の管理面・人的要因

III サードパーティの提供するサービス等の要因

IV 取引量増加に伴う容量不足等

第4節 サイバー攻撃・不正アクセス等の意図的な要因から発生したシステム障害

(<https://www.fsa.go.jp/news/r3/20220630/20220630.html>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
22.6.2	内外金利・為替見通し	2022-3	日銀は現状の強力な緩和策を継続する見通し	峯岸直輝 鹿庭雄介
22.6.3	産業企業情報	2022-5	ポスト・コロナを見据えた「脱炭素」の実現に向けて③ ー「地域脱炭素」の推進に向けた信用金庫への期待ー	藁品和寿
22.6.3	ニュース&トピックス	2022-16	大和証券株式会社のNPSをドライバーとした営業改革	刀禰和之
22.6.7	ニュース&トピックス	2022-17	「脱炭素」の視点で読み解く「骨太の方針 2022(原案)」の概要	藁品和寿
22.6.9	ニュース&トピックス	2022-21	「脱炭素」・「金融」の視点で読み解く「令和4年版 環境白書」	藁品和寿
22.6.13	ニュース&トピックス	2022-22	2022年5月末の信用金庫の預金・貸出金動向(速報) ー預金は1.6%増、貸出金は9年1か月ぶり減少の0.0%減ー	井上有弘
22.6.15	産業企業情報	2022-6	脱「価格競争」を実現する中小企業の「価値創造」とは (問題提起編)ー付加価値額の確保・増大へ向けて中小企業はいかに「価値創造」へ取り組むべきなのかー	鉢嶺 実
22.6.17	金融調査情報	2022-6	DX人材育成への取組みについて	刀禰和之
22.6.17	金融調査情報	2022-7	人口減少・少子高齢化時代の取引先支援策について	刀禰和之
22.6.22	ニュース&トピックス	2022-24	「脱炭素」の視点で読み解く「デジタル田園都市国家構想基本方針」	藁品和寿
22.6.22	産業企業情報	2022-7	脱「価格競争」を実現する中小企業の「価値創造」とは① (製造業編)ー技術力やブランド力による「価値創造」が収益力向上へのキーワードー	中地紗生 鉢嶺 実
22.6.22	ニュース&トピックス	2022-25	業種別にみた米雇用者数の動き ー娯楽・接客業の回復遅れは低賃金も要因ー	鹿庭雄介
22.6.23	金融調査情報	2022-8	健康管理アプリ導入による健康経営の推進強化策について	刀禰和之
22.6.23	金融調査情報	2022-9	地域銀行の食品ロス削減支援への取組みについて	刀禰和之
22.6.23	ニュース&トピックス	2022-26	城南信用金庫 宮前平寮のリノベーションについて	刀禰和之
22.6.23	ニュース&トピックス	2022-27	高卒新卒社員の定着・育成支援策について	刀禰和之
22.6.24	ニュース&トピックス	2022-28	信用金庫の預貸率(末残)の動向(2021年度末)	刀禰和之
22.6.24	ニュース&トピックス	2022-29	信用金庫の店舗数の動向(2021年度末)	刀禰和之
22.6.24	ニュース&トピックス	2022-30	信用金庫の常勤役員数の動向(2021年度末)	刀禰和之
22.6.24	ニュース&トピックス	2022-31	信用金庫の店外CD・ATM設置台数の動向(2021年度末)	刀禰和之
22.6.27	ニュース&トピックス	2022-33	越境体験プラットフォーム「OpenWorking」について	刀禰和之

22.6.27	ニュース&トピックス	2022-34	グローリー株式会社の『GLORY BRAND SQUARE [東京ショールーム]』	刀禰和之
22.6.27	ニュース&トピックス	2022-35	信用金庫の出資会員数の動向(2021年度末)	刀禰和之
22.6.29	ニュース&トピックス	2022-36	「脱炭素」の実現に向けたグリーン・フィンテックの可能性	藁品和寿

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
22.6.17	講演	コロナ禍における今後の経済展望	第72期通常総代会 記念講演	会津信用金庫	角田 匠
22.6.28	講義	地域における信用金庫業界の取組みについて	企業論特別講義/業界研究(金融)	流通科学大学	大野英明

3. 原稿掲載

発行日	タイトル	掲載紙	発行	執筆者
22.6.1	仕入れ価格の上昇に追いつかず価格転嫁は不十分	戦略経営者	(株)TKC	中地紗生
22.6.10	個人消費は上向くも下振れリスクに要注意	J-MONEY Online	(株)エディット	角田 匠

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 〔一〕 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 地域・中小企業研究所のホームページ (<https://www.scbri.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、常勤役員数の推移

(単位：店、人)

年月末	店 舗 数				会 員 数	常 勤 役 員 数				合 計
	本店 (信用金庫数)	支 店	出張所	合 計		常勤役員	職 員		合 計	
							男 子	女 子		
2018. 3	261	6,832	254	7,347	9,242,088	2,173	66,199	40,103	106,302	108,475
19. 3	259	6,800	235	7,294	9,197,080	2,130	64,108	40,303	104,411	106,541
20. 3	255	6,754	228	7,237	9,137,735	2,110	61,654	40,278	101,932	104,042
20. 9	254	6,743	227	7,224	9,118,050	2,082	62,438	42,520	104,958	107,040
12	254	6,721	225	7,200	9,114,916	2,077	61,839	42,089	103,928	106,005
21. 3	254	6,702	225	7,181	9,094,466	2,069	60,012	40,990	101,002	103,071
21. 5	254	6,696	226	7,176	9,098,625	2,067	61,994	43,922	105,916	107,983
6	254	6,697	225	7,176	9,060,454	2,045	61,565	43,684	105,249	107,294
7	254	6,696	225	7,175	9,046,826	2,046	61,349	43,468	104,817	106,863
8	254	6,693	223	7,170	9,037,518	2,045	61,105	43,281	104,386	106,431
9	254	6,685	223	7,162	9,034,716	2,045	60,739	43,020	103,759	105,804
10	254	6,681	223	7,158	9,029,740	2,042	60,549	42,906	103,455	105,497
11	254	6,668	222	7,144	9,026,018	2,042	60,401	42,808	103,209	105,251
12	254	6,667	217	7,138	9,024,066	2,041	60,066	42,517	102,583	104,624
22. 1	254	6,667	215	7,136	9,021,040	2,040	59,787	42,294	102,081	104,121
2	254	6,663	214	7,131	9,017,695	2,038	59,544	42,136	101,680	103,718
3	254	6,660	215	7,129	8,996,514	2,030	58,226	41,296	99,522	101,552
4	254	6,659	215	7,128	8,997,040	2,027	60,275	43,925	104,200	106,227
5	254	6,659	215	7,128	8,996,834	2,027	60,112	43,841	103,953	105,980

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
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
2017年1月23日	江差	函館	道南うみ街	264	合併
2018年1月1日	札幌	小樽	北海道	262	合併
2018年1月22日	宮崎	都城	宮崎都城	261	合併
2019年1月21日	浜松	磐田	浜松磐田	260	合併
2019年2月25日	桑名	三重	桑名三重	259	合併
2019年6月24日	掛川	島田	島田掛川	258	合併
2019年7月16日	静岡	焼津	しずおか焼津	257	合併
2020年1月20日	宮崎都城	南郷	宮崎第一	256	合併
2020年2月10日	備前	日生	備前日生	255	合併
2020年9月7日	北陸	鶴来	はくさん	254	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	
2018. 3	1,409,771	2.2	571,193	6.2	834,737	△ 0.3	3,840	18.0	1,407,904	2.1	1,007	37.9	
19. 3	1,434,771	1.7	604,369	5.8	826,510	△ 0.9	3,891	1.3	1,433,038	1.7	901	△ 10.5	
20. 3	1,452,678	1.2	637,646	5.5	810,932	△ 1.8	4,099	5.3	1,451,554	1.2	747	△ 17.0	
20. 9	1,556,379	6.9	738,395	18.7	814,167	△ 1.9	3,816	0.1	1,555,582	6.9	732	△ 47.8	
12	1,579,500	7.7	764,819	20.2	811,049	△ 1.8	3,630	△ 2.4	1,578,780	7.7	897	△ 41.7	
21. 3	1,555,959	7.1	755,482	18.4	798,412	△ 1.5	2,064	△ 49.6	1,555,158	7.1	2,058	175.3	
21. 5	1,588,281	6.8	785,154	16.4	801,258	△ 0.7	1,868	△ 47.7	1,587,607	6.9	2,440	147.8	
6	1,597,593	4.9	791,797	11.8	804,285	△ 0.7	1,509	△ 58.9	1,596,966	4.9	2,861	187.8	
7	1,594,303	3.7	786,589	9.5	806,341	△ 1.0	1,372	△ 60.4	1,592,971	3.7	2,916	120.7	
8	1,601,468	3.2	793,265	8.2	806,840	△ 1.0	1,361	△ 61.9	1,600,844	3.2	2,987	146.9	
9	1,597,902	2.6	792,943	7.3	803,645	△ 1.2	1,313	△ 65.5	1,597,081	2.6	2,850	289.0	
10	1,604,483	2.6	801,344	7.2	801,947	△ 1.2	1,190	△ 67.6	1,603,524	2.6	2,640	177.0	
11	1,602,516	2.4	800,680	6.7	800,658	△ 1.2	1,177	△ 67.9	1,601,849	2.4	2,718	165.2	
12	1,610,111	1.9	810,372	5.9	810,372	△ 1.5	1,159	△ 68.0	1,609,384	1.9	2,905	223.6	
22. 1	1,603,150	1.9	803,244	5.8	798,755	△ 1.4	1,150	△ 67.0	1,602,535	1.9	2,682	210.9	
2	1,608,711	1.8	811,868	5.4	795,702	△ 1.4	1,140	△ 56.5	1,608,021	1.8	2,603	48.6	
3	1,588,700	2.1	796,811	5.4	790,813	△ 0.9	1,075	△ 47.9	1,587,787	2.0	2,500	21.5	
4	1,618,559	1.7	826,267	4.6	791,286	△ 1.0	1,006	△ 48.1	1,617,491	1.6	2,763	17.5	
5	1,613,925	1.6	819,458	4.3	793,523	△ 0.9	943	△ 49.5	1,613,298	1.6	2,901	18.8	

(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・手形を差し引いたもの

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	
2018. 3	72,339	1.6	53,875	1.5	248,608	2.1	260,388	1.8	37,599	0.7	300,562	2.3
19. 3	73,306	1.3	54,718	1.5	252,033	1.3	264,586	1.6	37,553	△ 0.1	306,224	1.8
20. 3	74,367	1.4	55,097	0.6	255,090	1.2	268,942	1.6	37,485	△ 0.1	310,542	1.4
20. 9	80,152	7.3	58,758	6.0	276,745	8.5	288,554	7.1	39,481	4.0	326,622	5.3
12	83,580	10.1	59,391	6.4	280,884	9.4	291,810	7.2	39,771	4.4	329,490	5.7
21. 3	80,842	8.7	58,384	5.9	279,418	9.5	287,645	6.9	39,277	4.7	329,627	6.1
21. 5	83,902	7.6	59,241	5.6	282,578	8.2	293,762	6.5	40,001	4.7	333,168	5.1
6	85,271	7.0	59,667	3.6	283,782	6.1	295,737	4.3	40,286	3.3	334,992	3.8
7	84,494	6.1	59,636	3.3	283,574	3.9	294,201	3.2	40,074	2.8	334,317	3.2
8	84,574	5.5	59,938	2.6	284,446	3.2	295,776	2.6	40,233	1.8	336,038	2.7
9	84,437	5.3	60,013	2.1	284,377	2.7	295,149	2.2	40,086	1.5	334,630	2.4
10	84,533	5.4	60,001	2.0	285,840	2.5	296,497	2.3	40,208	1.6	335,874	2.6
11	85,108	5.3	59,834	2.0	285,177	2.2	296,031	2.1	40,090	1.5	335,773	2.7
12	85,987	2.8	60,209	1.3	285,879	1.7	297,504	1.9	40,261	1.2	337,880	2.5
22. 1	84,799	2.5	59,775	1.2	284,561	1.6	296,178	1.8	40,047	1.0	336,839	2.5
2	84,919	2.7	59,851	0.7	285,564	1.5	297,387	1.7	40,274	0.9	337,764	2.2
3	82,563	2.1	59,475	1.8	285,918	2.3	293,211	1.9	39,746	1.1	338,518	2.6
4	86,423	2.8	60,423	1.6	289,515	2.1	299,618	1.6	40,511	1.3	340,426	2.2
5	86,314	2.8	60,205	1.6	288,463	2.0	298,133	1.4	40,564	1.4	341,367	2.4

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	
2018. 3	295,280	3.1	60,096	1.5	27,801	1.9	22,910	2.4	28,505	1.5	1,409,771	2.2
19. 3	302,875	2.5	60,941	1.4	28,317	1.8	23,276	1.5	28,938	1.5	1,434,771	1.7
20. 3	305,232	0.7	61,955	1.6	28,788	1.6	23,804	2.2	29,159	0.7	1,452,678	1.2
20. 9	330,165	7.6	65,670	5.8	30,166	5.5	26,633	10.2	31,028	4.8	1,556,379	6.9
12	336,316	9.1	66,828	6.9	30,490	5.9	27,049	10.2	31,607	6.0	1,579,500	7.7
21. 3	324,479	6.3	66,315	7.0	30,428	5.6	26,012	9.2	31,203	7.0	1,555,959	7.1
21. 5	336,288	8.3	67,233	6.7	30,749	5.6	27,404	9.0	31,605	5.2	1,588,281	6.8
6	337,285	5.6	67,817	4.7	31,012	4.3	27,600	6.0	31,790	3.1	1,597,593	4.9
7	337,792	4.2	67,491	3.9	31,032	3.7	27,557	4.9	31,732	2.9	1,594,303	3.7
8	339,687	3.8	67,734	3.0	31,148	3.3	27,635	4.2	31,857	2.4	1,601,468	3.2
9	338,952	2.6	67,580	2.9	31,068	2.9	27,581	3.5	31,636	1.9	1,597,902	2.6
10	340,409	2.5	68,034	2.6	31,208	2.8	27,766	3.4	31,765	1.5	1,604,483	2.6
11	339,947	2.0	67,798	2.2	31,040	2.6	27,666	3.1	31,651	1.1	1,602,516	2.4
12	340,898	1.3	68,120	1.9	31,265	2.5	27,878	3.0	31,848	0.7	1,610,111	1.9
22. 1	340,269	1.5	67,844	2.0	31,140	2.3	27,635	2.6	31,721	1.0	1,603,150	1.9
2	341,594	1.7	68,229	1.9	31,191	2.0	27,779	2.1	31,817	0.6	1,608,711	1.8
3	330,406	1.8	67,400	1.6	30,946	1.7	26,547	2.0	31,522	1.0	1,588,700	2.1
4	339,163	0.6	68,566	1.5	31,444	1.9	27,954	1.2	32,098	1.0	1,618,559	1.7
5	337,366	0.3	67,991	1.1	31,286	1.7	27,787	1.3	32,040	1.3	1,613,925	1.6

(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
2018. 3	1,409,770	2.2	1,101,996	1.5	409,436	6.1	691,794	△ 0.9	756	38.8
19. 3	1,434,770	1.7	1,115,489	1.2	435,107	6.2	679,608	△ 1.7	765	1.1
20. 3	1,452,677	1.2	1,126,939	1.0	461,939	6.1	664,146	△ 2.2	845	10.4
20. 9	1,556,378	6.9	1,157,743	3.4	498,897	11.9	657,902	△ 2.1	935	4.9
12	1,579,498	7.7	1,172,497	3.5	516,664	11.9	654,852	△ 2.3	972	9.1
21. 3	1,555,958	7.1	1,173,057	4.0	521,921	12.9	650,221	△ 2.0	905	7.1
21. 5	1,588,279	6.8	1,174,295	3.6	526,511	11.6	646,948	△ 1.9	826	△ 2.2
6	1,597,592	4.9	1,184,693	2.7	537,950	9.1	645,953	△ 2.0	779	△ 8.4
7	1,594,302	3.7	1,182,929	2.5	536,710	8.8	645,446	△ 2.1	764	△ 15.5
8	1,601,466	3.2	1,188,977	2.2	543,821	8.3	644,397	△ 2.2	748	△ 16.6
9	1,597,901	2.6	1,184,270	2.2	541,032	8.4	642,499	△ 2.3	730	△ 21.8
10	1,604,481	2.6	1,192,480	2.3	551,565	8.4	640,277	△ 2.3	629	△ 33.4
11	1,602,515	2.4	1,186,714	2.2	547,420	8.4	638,685	△ 2.4	599	△ 37.2
12	1,610,109	1.9	1,197,826	2.1	558,849	8.1	638,383	△ 2.5	585	△ 39.8
22. 1	1,603,148	1.9	1,192,645	2.0	554,748	7.9	637,314	△ 2.5	573	△ 41.3
2	1,608,710	1.8	1,200,940	1.8	564,711	7.3	635,658	△ 2.5	561	△ 42.2
3	1,588,699	2.1	1,195,693	1.9	562,085	7.6	633,098	△ 2.6	501	△ 44.6
4	1,618,558	1.7	1,203,315	1.8	571,777	7.3	631,091	△ 2.6	437	△ 48.8
5	1,613,923	1.6	1,195,099	1.7	565,316	7.3	629,347	△ 2.7	426	△ 48.3

年 月 末	一般法人預金		要求払		定期性		外貨預金等		公金預金	
		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率
2018. 3	253,876	5.6	147,026	8.7	106,424	1.6	418	23.6	43,190	△ 1.1
19. 3	261,951	3.1	154,268	4.9	107,284	0.8	391	△ 6.5	47,217	9.3
20. 3	266,974	1.9	159,010	3.0	107,600	0.2	357	△ 8.7	48,787	3.3
20. 9	320,721	21.4	211,660	36.3	108,680	0.3	373	0.9	65,320	4.6
12	329,087	23.6	219,753	38.3	108,922	1.7	403	16.1	65,655	15.2
21. 3	324,746	21.6	214,315	34.7	110,043	2.2	380	6.5	48,861	0.1
21. 5	334,613	16.6	222,967	23.7	111,288	4.7	350	0.1	68,808	21.1
6	333,018	11.1	221,371	14.9	111,292	4.4	348	△ 1.2	70,373	18.9
7	334,033	9.0	222,045	11.3	111,638	4.7	341	△ 9.0	68,743	6.9
8	329,483	5.4	216,242	5.6	112,884	5.1	349	△ 5.5	73,395	13.5
9	333,313	3.9	219,772	3.8	113,195	4.1	338	△ 9.6	70,759	8.3
10	336,421	3.6	222,318	3.3	113,774	4.2	321	△ 16.6	66,993	8.9
11	333,422	2.8	219,144	2.0	113,941	4.5	330	△ 15.8	72,686	8.9
12	335,910	2.0	222,940	1.4	112,631	3.4	330	△ 18.2	67,723	3.1
22. 1	328,998	0.8	214,376	△ 0.8	114,283	4.2	331	△ 17.5	72,011	9.3
2	326,952	0.7	212,035	△ 1.0	114,573	4.3	337	△ 13.8	70,400	9.7
3	329,622	1.5	213,875	△ 0.2	115,423	4.8	316	△ 16.7	54,752	12.0
4	341,867	1.3	226,165	0.0	115,371	3.8	322	△ 15.1	64,245	4.0
5	334,646	0.0	218,645	△ 1.9	115,659	3.9	334	△ 4.5	74,527	8.3

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		
2018. 3	12,590	△ 15.5	30,597	6.2	0	...	10,703	2.9	0	1,007
19. 3	13,066	3.7	34,148	11.6	0	...	10,108	△ 5.5	0	901
20. 3	14,420	10.3	34,364	0.6	0	...	9,971	△ 1.3	0	747
20. 9	25,852	39.2	39,465	△ 9.9	0	...	12,588	18.1	0	732
12	27,208	87.7	38,444	△ 9.4	0	...	12,254	21.6	0	897
21. 3	17,000	17.8	31,858	△ 7.2	0	...	9,289	△ 6.8	0	2,058
21. 5	33,369	55.4	35,435	0.3	0	...	10,559	11.2	0	2,440
6	30,815	48.2	39,555	3.0	0	...	9,502	△ 7.0	0	2,861
7	26,897	11.8	41,842	3.9	0	...	8,592	△ 29.5	0	2,916
8	31,328	27.6	42,064	4.8	0	...	9,607	△ 22.3	0	2,987
9	30,323	17.2	40,432	2.4	0	*	9,554	△ 24.1	0	2,849
10	26,426	17.8	40,563	3.9	0	*	8,582	△ 24.7	0	2,640
11	31,973	13.2	40,709	5.6	0	510.0	9,688	△ 26.5	0	2,718
12	27,518	1.1	40,201	4.5	0	510.0	8,645	△ 29.4	0	2,905
22. 1	32,211	15.2	39,797	5.0	0	△ 100.0	9,490	△ 21.5	0	2,682
2	32,347	14.2	38,050	6.2	0	△ 100.0	10,413	△ 12.4	0	2,603
3	18,540	9.0	36,209	13.6	0	△ 100.0	8,626	△ 7.1	0	2,500
4	26,936	△ 7.8	37,306	14.6	0	△ 100.0	9,126	△ 10.5	0	2,763
5	33,245	△ 0.3	41,278	16.4	0	△ 100.0	9,646	△ 8.6	0	2,901

(備考) 日本銀行「預金現金貸入金調査表」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	
2018. 3	709,634	2.5	8,066	7.1	701,568	2.5	37,423	1.6	633,324	2.4	30,819	5.1
19. 3	719,837	1.4	7,747	△ 3.9	712,090	1.4	37,946	1.3	641,717	1.3	32,425	5.2
20. 3	726,752	0.9	6,079	△ 21.5	720,672	1.2	37,438	△ 1.3	649,560	1.2	33,673	3.8
20. 9	773,323	7.4	3,850	△ 37.2	769,472	7.7	32,224	△ 13.6	707,257	9.9	29,990	△ 9.9
12	782,032	7.9	4,471	△ 37.5	777,560	8.3	32,206	△ 16.0	715,670	10.7	29,683	△ 10.2
21. 3	784,373	7.9	3,859	△ 36.5	780,514	8.3	30,479	△ 18.5	721,127	11.0	28,907	△ 14.1
21. 5	784,537	6.1	3,632	△ 39.3	780,904	6.4	28,046	△ 18.0	725,527	8.5	27,330	△ 11.1
6	784,506	4.4	3,714	△ 23.4	780,792	4.5	28,221	△ 15.8	725,214	6.2	27,356	△ 9.3
7	785,340	3.0	4,204	△ 4.4	781,135	3.1	28,535	△ 13.2	725,257	4.3	27,343	△ 7.4
8	783,020	2.0	3,640	△ 7.2	779,379	2.1	28,759	△ 11.0	723,120	3.0	27,499	△ 5.1
9	786,442	1.6	3,860	0.2	782,582	1.7	29,651	△ 7.9	723,708	2.3	29,222	△ 2.5
10	785,143	1.2	4,266	0.4	780,877	1.2	29,629	△ 7.1	723,441	1.7	27,806	△ 3.1
11	783,303	1.0	3,716	0.8	779,587	1.0	29,926	△ 6.3	721,382	1.5	28,278	△ 2.2
12	788,777	0.8	4,569	2.1	784,208	0.8	31,075	△ 3.5	723,668	1.1	29,463	△ 0.7
22. 1	784,333	0.5	3,974	△ 9.3	780,358	0.6	30,774	△ 2.5	720,975	0.7	28,608	△ 0.3
2	783,787	0.3	3,865	△ 9.2	779,921	0.4	31,042	△ 0.3	720,066	0.4	28,812	1.4
3	788,013	0.4	4,067	5.4	783,945	0.4	31,307	2.7	722,721	0.2	29,915	3.4
4	786,114	0.1	4,410	21.6	781,703	0.0	30,254	4.9	723,436	△ 0.2	28,012	1.8
5	784,491	△ 0.0	3,798	4.5	780,693	△ 0.0	29,565	5.4	723,041	△ 0.3	28,085	2.7

地区別貸出金

(単位:億円、%)

年月末	北海道	前年同月比 増減率	東北	前年同月比 増減率	東京	前年同月比 増減率	関東	前年同月比 増減率	北陸	前年同月比 増減率	東海	前年同月比 増減率
2018. 3	31,429	0.9	24,631	3.3	137,489	4.1	128,602	2.4	17,227	0.9	146,120	1.8
19. 3	31,645	0.6	24,973	1.3	140,009	1.8	131,462	2.2	17,153	△ 0.4	147,070	0.6
20. 3	32,110	1.4	24,724	△ 0.9	140,481	0.3	133,416	1.4	17,165	0.0	147,686	0.4
20. 9	33,861	8.5	25,910	5.1	152,247	9.2	141,504	6.9	17,609	2.9	155,881	6.3
12	34,519	8.7	26,054	5.5	154,880	10.4	142,418	7.1	17,677	2.7	157,205	6.7
21. 3	34,901	8.6	26,410	6.8	155,471	10.6	142,466	6.7	17,616	2.6	157,693	6.7
21. 5	34,145	6.1	26,158	4.9	155,977	8.8	142,325	4.9	17,474	1.7	157,554	5.0
6	34,224	4.0	26,117	3.7	155,820	6.7	142,237	3.1	17,448	1.1	157,808	3.5
7	34,343	2.5	26,128	2.6	155,907	4.7	142,479	1.9	17,494	0.3	157,799	2.3
8	34,331	1.7	26,085	1.7	155,164	3.2	142,193	1.1	17,445	△ 0.8	157,521	1.7
9	34,355	1.4	26,289	1.4	155,637	2.2	142,737	0.8	17,489	△ 0.6	158,665	1.7
10	34,282	0.9	26,217	1.5	155,516	1.4	142,485	0.5	17,462	△ 0.7	158,089	1.4
11	34,276	0.8	26,170	1.3	155,070	1.1	142,263	0.5	17,398	△ 0.9	157,802	1.3
12	34,764	0.7	26,303	0.9	155,770	0.5	143,176	0.5	17,421	△ 1.4	159,452	1.4
22. 1	34,249	0.1	26,178	1.0	154,872	0.0	142,565	0.3	17,342	△ 1.5	158,417	1.1
2	34,314	0.2	26,263	1.0	154,610	△ 0.1	142,415	0.2	17,324	△ 1.5	158,308	1.0
3	34,654	△ 0.7	26,557	0.5	155,056	△ 0.2	143,090	0.4	17,401	△ 1.2	159,940	1.4
4	34,125	△ 0.4	26,244	0.5	155,168	△ 0.5	142,776	0.2	17,273	△ 1.2	159,075	0.8
5	33,977	△ 0.4	26,217	0.2	154,551	△ 0.9	142,665	0.2	17,258	△ 1.2	158,847	0.8

年月末	近畿	前年同月比 増減率	中国	前年同月比 増減率	四国	前年同月比 増減率	九州北部	前年同月比 増減率	南九州	前年同月比 増減率	全国計	前年同月比 増減率
2018. 3	151,780	2.8	32,010	2.0	10,540	3.2	12,586	1.5	15,974	0.6	709,634	2.5
19. 3	154,242	1.6	32,335	1.0	10,832	2.7	12,716	1.0	16,033	0.3	719,837	1.4
20. 3	156,792	1.6	32,630	0.9	11,133	2.7	12,939	1.7	16,171	0.8	726,752	0.9
20. 9	168,199	8.4	34,179	5.5	11,657	6.1	13,906	8.5	16,799	4.3	773,323	7.4
12	170,141	8.8	34,713	6.6	11,732	5.7	14,091	8.4	17,011	4.4	782,032	7.9
21. 3	170,806	8.9	34,603	6.0	11,771	5.7	14,058	8.6	16,961	4.8	784,373	7.9
21. 5	171,730	6.8	34,740	5.3	11,833	4.5	14,114	5.9	16,855	2.5	784,537	6.1
6	171,718	5.2	34,699	3.7	11,817	3.5	14,129	3.9	16,851	1.7	784,506	4.4
7	171,976	3.9	34,728	2.6	11,817	2.5	14,175	3.0	16,854	1.0	785,340	3.0
8	171,321	2.7	34,589	1.6	11,780	1.6	14,149	2.3	16,800	0.3	783,020	2.0
9	172,075	2.3	34,698	1.5	11,854	1.6	14,197	2.0	16,804	0.0	786,442	1.6
10	171,987	1.8	34,662	0.6	11,823	1.3	14,200	1.8	16,774	△ 0.4	785,143	1.2
11	171,352	1.5	34,569	0.1	11,818	1.3	14,185	1.7	16,751	△ 0.5	783,303	1.0
12	172,464	1.3	34,727	0.0	11,861	1.0	14,331	1.7	16,854	△ 0.9	788,777	0.8
22. 1	171,662	0.9	34,585	△ 0.1	11,804	0.7	14,201	1.1	16,794	△ 0.9	784,333	0.5
2	171,459	0.6	34,622	△ 0.0	11,799	0.8	14,216	1.1	16,788	△ 0.9	783,787	0.3
3	172,024	0.7	34,683	0.2	11,832	0.5	14,273	1.5	16,795	△ 0.9	788,013	0.4
4	172,269	0.3	34,711	0.1	11,846	0.6	14,253	1.1	16,696	△ 1.2	786,114	0.1
5	171,805	0.0	34,660	△ 0.2	11,881	0.4	14,200	0.6	16,739	△ 0.6	784,491	△ 0.0

(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		構成比		前年同月比		構成比		製造業		建設業	
	増減率				増減率		増減率		増減率		増減率	
2018. 3	709,633	2.5	100.0	452,529	2.9	63.7	61,464	0.0	8.6	50,752	3.2	7.1
19. 3	719,836	1.4	100.0	461,756	2.0	64.1	61,478	0.0	8.5	52,091	2.6	7.2
20. 3	726,750	0.9	100.0	468,462	1.4	64.4	60,907	△ 0.9	8.3	53,114	1.9	7.3
20. 6	751,338	5.1	100.0	493,626	7.9	65.6	64,762	7.3	8.6	56,992	14.5	7.5
9	773,322	7.4	100.0	517,376	11.7	66.9	68,232	11.9	8.8	64,168	23.8	8.2
12	782,030	7.9	100.0	525,702	12.3	67.2	69,391	12.4	8.8	67,342	27.4	8.6
21. 3	784,372	7.9	100.0	527,898	12.6	67.3	69,007	13.2	8.7	68,902	29.7	8.7
6	784,505	4.4	100.0	527,995	6.9	67.3	68,675	6.0	8.7	68,204	19.6	8.6
9	786,441	1.6	100.0	530,957	2.6	67.5	68,718	0.7	8.7	69,339	8.0	8.8
12	788,776	0.8	100.0	533,096	1.4	67.5	69,129	△ 0.3	8.7	70,051	4.0	8.8
22. 3	788,011	0.4	100.0	531,766	0.7	67.4	68,329	△ 0.9	8.6	69,822	1.3	8.8

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		構成比		前年同月比		構成比		前年同月比		構成比		前年同月比		構成比	
	増減率				増減率		増減率		増減率		増減率		増減率		増減率	
2018. 3	28,118	0.8	3.9	25,877	0.1	3.6	162,146	5.3	22.8	59,089	0.9	8.3				
19. 3	28,432	1.1	3.9	25,717	△ 0.6	3.5	168,021	3.6	23.3	58,599	△ 0.8	8.1				
20. 3	28,511	0.2	3.9	25,898	0.7	3.5	170,709	1.5	23.4	57,302	△ 2.2	7.8				
20. 6	30,722	10.0	4.0	28,785	13.4	3.8	172,691	2.5	22.9	56,903	△ 2.5	7.5				
9	32,855	16.1	4.2	30,916	20.0	3.9	173,284	2.2	22.4	56,496	△ 2.6	7.3				
12	33,624	16.8	4.2	31,533	21.8	4.0	172,997	1.7	22.1	56,056	△ 2.9	7.1				
21. 3	33,664	18.0	4.2	31,703	22.4	4.0	172,705	1.1	22.0	55,603	△ 2.9	7.0				
6	33,651	9.5	4.2	31,859	10.6	4.0	172,878	0.1	22.0	55,368	△ 2.6	7.0				
9	33,966	3.3	4.3	31,860	3.0	4.0	173,601	0.1	22.0	55,124	△ 2.4	7.0				
12	34,142	1.5	4.3	31,900	1.1	4.0	174,155	0.6	22.0	54,785	△ 2.2	6.9				
22. 3	33,681	0.0	4.2	31,637	△ 0.2	4.0	175,454	1.5	22.2	55,238	△ 0.6	7.0				

年 月 末	飲食業				宿泊業				医療・福祉				物品賃貸業			
	前年同月比		構成比		前年同月比		構成比		前年同月比		構成比		前年同月比		構成比	
	増減率				増減率		増減率		増減率		増減率		増減率		増減率	
2018. 3	8,720	2.3	1.2	5,884	2.1	0.8	22,371	△ 0.1	3.1	2,905	1.3	0.4				
19. 3	8,784	0.7	1.2	6,012	2.1	0.8	22,139	△ 1.0	3.0	2,865	△ 1.3	0.3				
20. 3	9,053	3.0	1.2	6,114	1.6	0.8	21,934	△ 0.9	3.0	2,899	1.1	0.3				
20. 6	11,706	33.4	1.5	6,558	9.6	0.8	22,838	2.9	3.0	2,946	4.2	0.3				
9	12,868	45.7	1.6	6,740	11.8	0.8	24,042	7.7	3.1	3,052	5.2	0.3				
12	13,274	48.6	1.6	6,805	11.6	0.8	24,424	8.2	3.1	3,026	5.7	0.3				
21. 3	13,712	51.4	1.7	6,733	10.1	0.8	24,279	10.6	3.0	3,020	4.1	0.3				
6	13,971	19.3	1.7	6,705	2.2	0.8	24,309	6.4	3.0	2,988	1.4	0.3				
9	13,889	7.9	1.7	6,667	△ 1.0	0.8	24,183	0.5	3.0	3,060	0.2	0.3				
12	13,800	3.9	1.7	6,677	△ 1.8	0.8	24,258	△ 0.6	3.0	3,029	0.1	0.3				
22. 3	13,668	△ 0.3	1.7	6,607	△ 1.8	0.8	23,686	△ 2.4	3.0	3,066	1.4	0.3				

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		構成比		前年同月比		構成比		前年同月比		構成比		前年同月比		構成比	
	増減率				増減率		増減率		増減率		増減率		増減率		増減率	
2018. 3	50	△ 8.6	0.0	55,511	3.0	7.8	201,592	1.6	28.4	168,597	1.3	23.7				
19. 3	49	△ 2.0	0.0	55,372	△ 0.2	7.6	202,707	0.5	28.1	169,476	0.5	23.5				
20. 3	38	△ 21.2	0.0	53,836	△ 2.7	7.4	204,451	0.8	28.1	171,328	1.0	23.5				
20. 6	38	△ 17.5	0.0	54,541	△ 1.1	7.2	203,171	0.3	27.0	171,239	1.0	22.7				
9	34	△ 22.3	0.0	52,990	△ 0.9	6.8	202,954	△ 0.1	26.2	171,461	0.8	22.1				
12	32	△ 23.9	0.0	52,781	△ 1.0	6.7	203,546	0.0	26.0	172,485	1.1	22.0				
21. 3	31	△ 20.2	0.0	52,933	△ 1.6	6.7	203,540	△ 0.4	25.9	172,463	0.6	21.9				
6	29	△ 22.9	0.0	53,126	△ 2.5	6.7	203,382	0.1	25.9	172,683	0.8	22.0				
9	27	△ 20.4	0.0	51,536	△ 2.7	6.5	203,947	0.4	25.9	173,232	1.0	22.0				
12	27	△ 15.6	0.0	51,127	△ 3.1	6.4	204,553	0.4	25.9	174,193	0.9	22.0				
22. 3	26	△ 13.1	0.0	51,723	△ 2.2	6.5	204,521	0.4	25.9	174,490	1.1	22.1				

(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	商品有価証券		
		うち信金中金預け金										
2018. 3	14,999	365,177	(4.2)	294,345	(3.5)	0	753	0	0	1,794	1,561	56
19. 3	15,131	376,847	(3.1)	300,565	(2.1)	0	483	0	0	2,351	1,736	19
20. 3	15,105	379,640	(0.7)	305,844	(1.7)	0	396	0	0	3,438	1,926	18
20. 9	15,021	454,902	(14.5)	338,902	(5.4)	0	1,026	0	0	4,482	2,167	17
12	15,165	473,966	(19.1)	379,775	(11.1)	0	1,206	0	0	4,598	2,250	16
21. 3	14,868	454,070	(19.6)	326,208	(6.6)	0	650	0	0	5,040	2,234	16
21. 5	13,916	487,989	(22.9)	371,899	(9.5)	0	868	0	0	5,359	2,388	16
6	13,882	500,393	(18.2)	381,321	(7.4)	0	912	0	0	5,619	2,446	16
7	14,834	494,285	(14.0)	375,498	(5.1)	0	714	0	0	5,681	2,465	16
8	13,900	503,530	(11.9)	380,918	(4.5)	0	713	0	0	5,679	2,506	16
9	14,673	499,838	(9.8)	333,832	(△1.4)	0	696	0	0	5,813	2,525	15
10	13,577	501,966	(9.4)	346,127	(△5.9)	0	735	0	0	5,925	2,573	15
11	14,025	500,659	(7.8)	347,002	(△6.7)	0	793	0	0	5,939	2,681	15
12	15,007	501,414	(5.7)	347,051	(△8.6)	0	700	0	0	6,054	2,688	15
22. 1	14,370	492,498	(5.2)	340,408	(△9.0)	0	722	0	0	6,165	2,697	15
2	13,437	494,535	(4.3)	341,343	(△8.8)	0	726	0	0	6,199	2,735	15
3	15,162	473,339	(4.2)	317,772	(△2.5)	0	486	0	0	6,311	2,610	13
4	14,440	497,457	(1.4)	381,151	(1.1)	0	709	0	0	6,389	2,673	14
5	14,076	489,011	(0.2)	375,099	(0.8)	0	751	0	0	6,354	2,692	13

年月末	有価証券	国債						地方債		短期社債	社債			株 式
		国債	地方債	短期社債	社債	公社	公債	債	その他					
2018. 3	425,704	(△0.1)	76,964	(△10.7)	92,215	29	155,710	(△4.2)	69,544	16,126	70,038	9,585		
19. 3	432,763	(1.6)	68,256	(△11.3)	93,313	19	151,570	(△2.6)	65,690	11,102	74,777	9,484		
20. 3	430,760	(△0.4)	64,535	(△5.4)	85,744	19	154,969	(2.2)	59,529	6,855	88,584	8,647		
20. 9	445,324	(5.7)	69,203	(13.0)	85,169	670	157,797	(4.6)	57,749	5,293	94,754	8,098		
12	448,137	(4.1)	69,116	(8.6)	85,092	1,309	158,519	(2.7)	57,102	4,542	96,874	7,748		
21. 3	465,724	(8.1)	77,454	(20.0)	85,387	599	159,262	(2.7)	57,567	3,877	97,818	9,865		
21. 5	461,925	(6.0)	75,430	(15.9)	84,840	1,344	158,675	(1.7)	56,170	3,666	98,839	7,755		
6	459,670	(4.6)	73,296	(9.2)	84,672	1,374	158,591	(1.3)	55,409	3,661	99,520	7,816		
7	460,955	(4.0)	72,388	(5.4)	85,030	1,219	159,122	(0.7)	55,258	3,641	100,223	8,144		
8	463,917	(3.5)	72,976	(2.0)	85,402	1,224	159,614	(1.1)	55,096	3,612	100,904	8,308		
9	466,244	(4.6)	74,299	(7.3)	85,278	764	159,331	(0.9)	54,508	3,598	101,224	8,328		
10	473,655	(5.1)	77,718	(11.0)	85,561	1,079	160,452	(1.0)	54,164	3,548	102,738	8,271		
11	475,710	(5.7)	77,635	(11.1)	85,573	1,219	160,826	(1.5)	53,951	3,490	103,383	8,338		
12	474,347	(5.8)	75,341	(9.0)	85,122	1,199	161,060	(1.6)	53,103	3,507	104,449	8,379		
22. 1	483,803	(6.9)	81,793	(12.6)	85,126	1,179	161,245	(1.7)	53,011	3,498	104,736	8,427		
2	488,830	(6.6)	85,985	(11.6)	85,086	1,159	161,721	(2.0)	52,872	3,497	105,352	8,543		
3	486,875	(4.5)	84,181	(8.6)	83,716	589	161,228	(1.2)	52,365	3,508	105,355	11,343		
4	488,163	(6.3)	85,294	(13.5)	83,362	839	162,021	(2.0)	51,669	3,514	106,838	9,064		
5	491,513	(6.4)	85,531	(13.3)	83,066	759	162,483	(2.3)	51,250	3,509	107,722	8,989		

年月末	信金中金				余資運用資産計(A)	信金中金利用額(B)	預貸率	(A)/預金	預証率	(B)/預金	(B)/(A)	
	貸付信託	投資信託	外国証券	その他の証券								
2018. 3	0	43,160	46,363	1,675	810,046	(1.9)	294,345	50.3	57.4	30.1	20.8	36.3
19. 3	0	47,908	60,316	1,893	829,333	(2.3)	300,565	50.1	57.7	30.1	20.9	36.2
20. 3	0	48,945	65,567	2,329	831,286	(0.2)	305,844	50.0	57.1	29.6	21.0	36.7
20. 9	0	49,631	72,554	2,198	922,941	(10.1)	338,902	49.6	59.2	28.5	21.7	36.7
12	0	50,825	73,268	2,257	945,340	(11.3)	379,775	49.4	59.8	28.3	24.0	40.1
21. 3	0	52,875	77,706	2,572	942,604	(13.3)	326,208	50.3	60.5	29.8	20.9	34.6
21. 5	0	52,472	79,027	2,377	972,463	(14.0)	371,899	49.3	61.1	29.0	23.3	38.2
6	0	52,821	78,747	2,349	982,941	(11.3)	381,321	49.0	61.4	28.7	23.8	38.7
7	0	53,141	79,495	2,413	978,953	(9.0)	375,498	49.1	61.2	28.8	23.5	38.3
8	0	53,345	80,610	2,435	990,263	(7.7)	380,918	48.8	61.7	28.9	23.7	38.4
9	0	53,695	82,093	2,451	989,808	(7.2)	333,832	49.1	61.8	29.1	20.8	33.7
10	0	54,160	83,916	2,494	998,450	(7.2)	346,127	48.8	62.1	29.4	21.5	34.6
11	0	54,621	84,956	2,538	999,825	(6.8)	347,002	48.7	62.2	29.6	21.6	34.7
12	0	55,081	85,592	2,569	1,000,229	(5.8)	347,051	48.9	62.0	29.4	21.5	34.6
22. 1	0	56,154	87,289	2,587	1,000,273	(6.1)	340,408	48.8	62.2	30.1	21.1	34.0
2	0	56,219	87,553	2,560	1,006,480	(5.5)	341,343	48.6	62.4	30.3	21.1	33.9
3	0	55,404	87,532	2,878	984,798	(4.4)	317,772	49.5	61.8	30.5	19.9	32.2
4	0	55,475	89,482	2,622	1,009,847	(3.8)	381,151	48.4	62.2	30.1	23.5	37.7
5	0	56,330	91,722	2,629	1,004,413	(3.2)	375,099	48.5	62.1	30.3	23.1	37.3

(備考) 1. ()内は前年同月比増減率

2. 預貸率=貸出金/預金×100(%)、預証率=有価証券/預金×100(%) (預金には譲渡性預金を含む。)
3. 余資運用資産計は、現金、預け金、買入手形、コールローン、買現先勘定、債券貸借取引支払保証金、買入金銭債権、金銭の信託、商品有価証券、有価証券の合計

2. (1) 業態別預貯金等

(単位:億円、%)

年月末	信用金庫		国内銀行 (債券、信託を含む)		大手銀行 (債券、信託を含む)		うち預金				地方銀行	
	前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		うち都市銀行		前年同月比 増減率	
									前年同月比 増減率			
2018. 3	1,409,771	2.2	9,777,912	3.0	6,489,503	3.2	4,502,834	4.8	3,593,112	4.6	2,620,107	3.0
19. 3	1,434,771	1.7	9,918,647	1.4	6,581,688	1.4	4,592,791	1.9	3,755,950	4.5	2,681,866	2.3
20. 3	1,452,678	1.2	10,070,585	1.5	6,668,723	1.3	4,760,561	3.6	3,929,329	4.6	2,777,707	3.5
20. 9	1,556,379	6.9	10,514,174	6.2	6,913,477	5.3	5,071,382	10.0	4,167,414	10.6	2,934,785	8.0
12	1,579,500	7.7	10,625,669	7.1	6,945,539	6.2	5,084,986	10.0	4,154,038	10.6	3,002,622	8.8
21. 3	1,555,959	7.1	10,977,055	9.0	7,247,489	8.6	5,265,107	10.5	4,332,234	10.2	3,054,406	9.9
21. 5	1,588,281	6.8	11,070,555	6.1	7,300,198	5.9	5,318,286	5.5	4,378,220	4.6	3,104,047	7.2
6	1,597,593	4.9	11,018,502	5.4	7,232,291	5.4	5,247,183	4.3	4,303,082	3.6	3,116,520	6.2
7	1,594,303	3.7	11,001,147	5.3	7,225,013	5.2	5,230,791	3.8	4,283,921	3.5	3,107,988	6.5
8	1,601,468	3.2	11,010,412	4.8	7,236,028	4.9	5,247,689	3.8	4,302,659	3.7	3,107,340	5.7
9	1,597,902	2.6	11,008,363	4.7	7,253,964	4.9	5,250,513	3.5	4,313,300	3.5	3,089,859	5.2
10	1,604,483	2.6	11,037,750	4.9	7,266,222	5.4	5,264,248	4.1	4,321,683	4.3	3,103,499	5.0
11	1,602,516	2.4	11,083,399	4.2	7,300,945	4.3	5,308,092	3.1	4,351,444	3.2	3,115,247	5.0
12	1,610,111	1.9	11,055,350	4.0	7,237,147	4.1	5,262,391	3.4	4,300,795	3.5	3,145,404	4.7
22. 1	1,603,150	1.9	10,949,916	2.6	7,160,820	2.3	5,315,987	3.9	4,359,858	4.1	3,123,134	4.1
2	1,608,711	1.8	10,928,934	1.9	7,126,577	1.4	5,326,102	3.9	4,367,547	4.1	3,134,851	3.7
3	1,588,700	2.1	10,940,229	△ 0.3	7,088,030	△ 2.2	5,427,936	3.0	4,474,944	3.2	3,181,644	4.1
4	1,618,559	1.7	10,980,760	△ 0.4	7,099,135	△ 2.3	5,441,500	2.9	4,475,186	2.7	3,201,936	4.3
5	1,613,925	1.6	11,011,435	△ 0.5	7,137,731	△ 2.2	5,481,704	3.0	4,510,431	3.0	3,198,039	3.0

年月末	第二地銀		郵便貯金		預貯金等合計	
	前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率	
2018. 3	668,302	1.5	1,798,827	0.2	12,986,510	2.5
19. 3	655,093	△ 1.9	1,809,991	0.6	13,163,409	1.3
20. 3	624,155	△ 4.7	1,830,047	1.1	13,353,310	1.4
20. 9	665,912	7.7	1,874,272	3.0	13,944,825	5.8
12	677,508	8.5	1,897,530	3.1	14,102,699	6.6
21. 3	675,160	8.1	1,895,934	3.6	14,428,948	8.0
21. 5	666,310	3.3	—	—	—	—
6	669,691	2.2	1,919,777	2.3	14,535,872	5.0
7	668,146	1.3	—	—	—	—
8	667,044	0.4	—	—	—	—
9	664,540	△ 0.2	1,915,979	2.2	14,522,244	4.1
10	668,029	△ 0.3	—	—	—	—
11	667,207	△ 0.2	—	—	—	—
12	672,799	△ 0.6	1,939,198	2.1	14,604,659	3.5
22. 1	665,962	△ 1.2	—	—	—	—
2	667,506	△ 1.5	—	—	—	—
3	670,555	△ 0.6	1,934,419	2.0	14,463,348	0.2
4	679,689	△ 0.9	—	—	—	—
5	675,665	1.4	—	—	—	—

- (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

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	
2018. 3	709,634	2.5	2,564,273	1.3	1,878,859	△ 1.3	2,003,487	4.0	523,825	3.1	5,801,219	2.5
19. 3	719,837	1.4	2,571,752	0.2	1,992,328	6.0	2,091,002	4.3	521,568	△ 0.4	5,904,159	1.7
20. 3	726,752	0.9	2,612,520	1.5	2,022,244	1.5	2,199,857	5.2	493,282	△ 5.4	6,032,411	2.1
20. 9	773,323	7.4	2,741,453	7.0	2,138,295	7.8	2,276,024	5.3	515,735	6.8	6,306,535	6.4
12	782,032	7.9	2,730,980	6.0	2,122,596	6.6	2,290,291	4.9	523,168	6.8	6,326,471	5.9
21. 3	784,373	7.9	2,752,564	5.3	2,130,042	5.3	2,301,455	4.6	527,174	6.8	6,365,566	5.5
21. 5	784,537	6.1	2,728,008	△ 1.0	2,107,412	△ 2.0	2,317,272	3.3	514,421	2.4	6,344,238	1.6
6	784,506	4.4	2,718,938	△ 2.0	2,098,381	△ 3.2	2,318,567	2.8	515,002	1.1	6,337,013	0.7
7	785,340	3.0	2,710,737	△ 1.6	2,088,097	△ 3.1	2,327,923	2.5	517,057	0.6	6,341,057	0.6
8	783,020	2.0	2,708,946	△ 1.4	2,083,036	△ 2.8	2,324,565	2.1	515,953	0.2	6,332,484	0.4
9	786,442	1.6	2,715,909	△ 0.9	2,086,451	△ 2.4	2,333,700	2.5	517,045	0.2	6,353,096	0.7
10	785,143	1.2	2,706,998	△ 0.7	2,077,075	△ 2.2	2,338,741	2.4	517,244	△ 0.0	6,348,126	0.7
11	783,303	1.0	2,723,889	△ 0.9	2,087,774	△ 2.5	2,342,512	2.7	517,157	△ 0.2	6,366,861	0.6
12	788,777	0.8	2,732,352	0.0	2,094,031	△ 1.3	2,357,289	2.9	521,731	△ 0.2	6,400,149	1.1
22. 1	784,333	0.5	2,723,306	△ 0.2	2,085,247	△ 1.5	2,355,458	2.7	518,983	△ 0.7	6,382,080	0.8
2	783,787	0.3	2,736,068	△ 0.1	2,097,406	△ 1.3	2,361,030	2.6	520,045	△ 0.7	6,400,930	0.8
3	788,013	0.4	2,776,115	0.8	2,130,641	0.0	2,372,635	3.0	523,182	△ 0.7	6,459,945	1.4
4	786,114	0.1	2,766,607	1.0	2,112,595	△ 0.1	2,377,446	3.2	524,312	△ 0.7	6,454,479	1.5
5	784,491	△ 0.0	2,778,099	1.8	2,119,027	0.5	2,382,332	2.8	525,074	2.0	6,469,996	1.9

- (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

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・統計等
- 信用金庫統計
日本語／英語
- 論文募集

【URL】

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



ISSN 1346-9479

信金中金月報

2022年8月1日 発行

2022年8月号 第21巻 第8号(通巻598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