



信金中央金庫
SHINKIN CENTRAL BANK

地域・中小企業研究所
ニュース&トピックス
(2015.4.16)

〒103-0028 東京都中央区八重洲 1-3-7 TEL.03-5202-7671 FAX.03-3278-7048
URL http://www.scbrj.jp e-mail : s1000790@FaceToFace.ne.jp

淡路信用金庫における“地域・取引先をより深く知る”取組み

- 全国中小企業景気動向調査の活用事例 -

藁品 和寿

ポイント

- 信用金庫が全国中小企業景気動向調査をそれぞれの地域で戦略的に活用していくためには、経営陣の理解、担当部署・担当者の明確化、関係部署間（本部間、本部・営業店間）での連携は重要なポイントとなる。
- 淡路信用金庫（兵庫県）では、“日常業務に忙殺されない”、“経営陣に直接かつ迅速に情報提供できる”などの条件を満たす総合企画部を景況調査担当の主管部署とし、当部内に当事者意識を持つ担当者を配置するなど、抜本的に景況調査の取組み体制を見直した。また、調査結果の分析・解釈では、経営トップを含めて組織横断的に議論した。さらに、当金庫で初めて発刊した「わたしたちのまちの景況レポート」を、神戸新聞社、地元自治体、商工会議所等にリリースすることで、地元でのPR活動を積極化している。

はじめに

信金中央金庫 地域・中小企業研究所（以下、「当研究所」という。）では、年4回（3、6、9、12月）原則、信用金庫職員による「面接聴き取り方式」により、全国中小企業景気動向調査¹（以下「景況調査」という。）をとりまとめている。

当調査の内容は、「景気動向調査」と「特別調査」で構成される。「景気動向調査」では、総合的な景況感を問う「業況」の項目に加え、「売上額」「収益」「人手過不足」「資金繰り」など約20の項目について実績と見通しを四半期ごとに尋ねている。一方、「特別調査」では、信用金庫、中小企業に関わるタイムリーなテーマについて尋ねており、直近では「「まち・ひと・しごと創生」と中小企業」をテーマとして取り上げた。

5～10年後を見据えた中長期の経営戦略の策定が求められるなか、地域金融機関である信用金庫において、経営・営業戦略の策定や貸出推進等を図るうえで、地元経済や取引先の動向

（図表1）淡路信用金庫の概要



| 当金庫の概要 | |
|--------|---------|
| 信用金庫名 | 淡路信用金庫 |
| 理事 長 | 嶋田 武司 |
| 本店所在地 | 兵庫県洲本市 |
| 設立 | 1937年 |
| 役員数 | 488名 |
| 預金量 | 5,503億円 |
| 貸出量 | 1,754億円 |

（備考）15年3月末現在

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

をより深く理解することは極めて有効であろう。同時に、信用金庫が景況調査を独自にとりまとめ、PRとして地元還元することも、地元での存在感をさらに高めるだろう。

そこで本稿では、本年に入り、景況調査の活

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

用方法を抜本的に見直し、戦略的かつ実効性のある活用を始めた事例として、淡路信用金庫（兵庫県）（図表1）の取組みを紹介する。

1. 抜本的に見直した景況調査の取組み態勢

当金庫では、従来、当研究所からの景況調査依頼に基づき、審査部を主管部署として、51先を対象に、営業店渉外担当者が調査員となっており、景況調査に取り組んでいた。景況調査には、人手と時間がかかることから、営業成績を上げなければいけないなか、調査にかかる負担感ばかりが前面に出て、片手間での定例作業に終始していた。

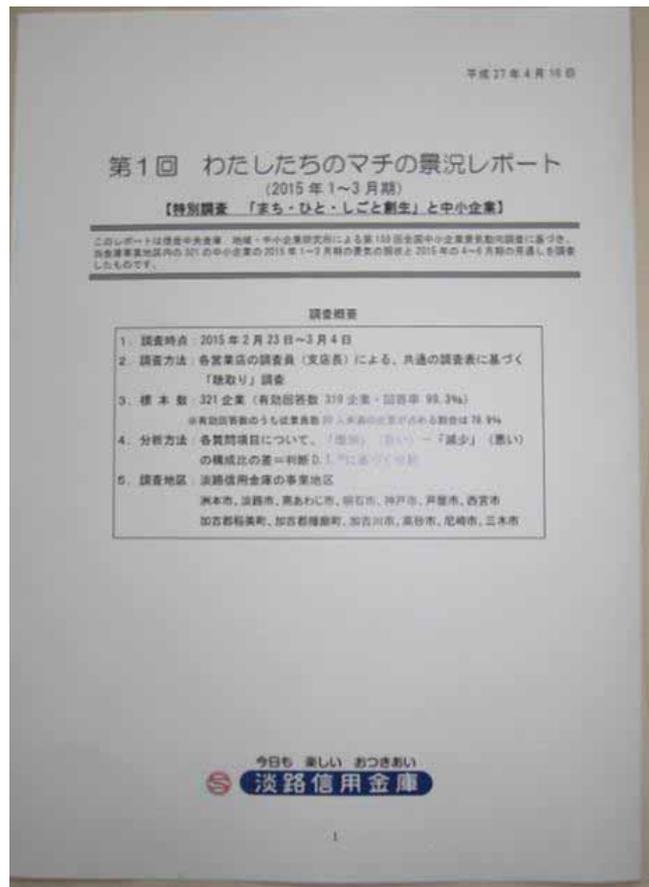
こうしたなか、2015年1月、当研究所担当者が当金庫関連部署（総合企画部、審査部、業務部）の担当者を対象に、景況調査の活用について勉強会を行った。これを踏まえ、日常業務に忙殺されず、経営陣に直接かつ迅速に情報提供できるなどの条件を勘案し、主管部門を審査部から総合企画部に変更した。総合企画部内には、当事者意識を持つ担当者を決め、集計作業²等業務の繁忙に応じて関連部署間で協力する体制とした。また、景況調査に対する営業店の理解は“肝”となることから、同年2月、支店長会で、総合企画部からすべての支店長に対して景況調査の重要性を周知徹底し³、本部と営業店の間での意識共有を図った。併せて、当金庫で初めてとなる独自の景況レポートを発刊することを念頭に、各営業店で調査対象先を追加選定し、従来の51先から321先に増やした。調査員は、景況調査の戦略的な位置づけから、渉外担当者ではなく支店長とした。

調査結果の分析・解釈は、同年3月に開催された会長、理事長、理事の役員で構成する業務検討会議で組織横断的に議論された。当会議で、初めて発刊する景況レポートのタイトルを「わたしたちのマチの景況レポート」にすることが提案され、最終的に理事会で報告、決定した（図表2）。

² 集計作業では、ミス回避の観点から、担当者が作業を中断せず集中できるよう配慮している。

³ 支店長会后、総合企画部からすべての本部・営業店に対して事務連絡（周知文書、景況調査の手引き）を発信した。

（図表2）当金庫の景況レポート



（備考）淡路信用金庫 総合企画部提供

同年4月、神戸新聞社に対して調査結果をリリースするとともに、地元市役所（洲本市、淡路市、南あわじ市）および商工会議所等に景況レポートを情報提供した。

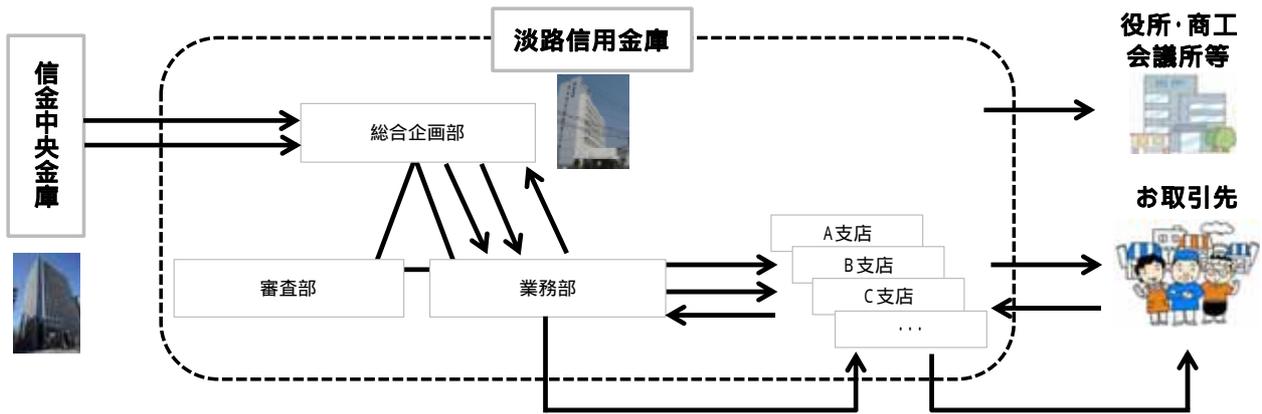
なお、抜本的に見直し後の景況調査の取組み体制は、図表3のとおりである。

2. 今後のさらなる活用方針

当金庫では、2015年3月から景況調査の調査対象先を321先に増やして実施しているため、引き続きデータを蓄積した上で、独自に発刊する景況レポートの精度をさらに高めていく意向である。調査員が聴き取った調査対象先の中小企業の社長の声は、総合企画部でとりまとめ代表役員に報告の上、今後の営業戦略の策定における参考資料としていく。

また、景況レポートを対外用だけでなく庫内用も作成することで、特に営業店役職員における理解をさらに深めて、より実効性のある活用を図っていきたいと考えている。

(図表 3) 景況調査の取組み体制



調査依頼(信金中金 総合企画部 業務部 各営業店)

集計・分析・資料作成(総合企画部)

調査表発送(信金中金 総合企画部 業務部 各営業店)

集計結果の情報共有(総合企画部、業務部、審査部)

調査表にもとづく聴き取り(各営業店 お取引先)

集計結果の情報還元

調査表の回収(お取引先 各営業店)

集計結果の情報還元

・一次チェック

調査表の提出・受付(各営業店 業務部 総合企画部)

リリース等による情報提供

・二次チェック

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

おわりに

信用金庫は、地域社会に根ざしているからこそ、景況調査等で得られる地域独自の情報を地元へ提供していくことの意義は大きいと考える。今後、そのほかの信用金庫でも、景況調査を戦略的に活用する動きが広がっていくことを期待したい。

以 上