

Shinkin Central Bank Monthly Review

# 信金中金月報

第16巻 第2号(通巻534号) 2017.2

マイナス金利政策をどう考えるべきか

第166回全国中小企業景気動向調査  
10～12月期業況は2四半期続けて改善  
—2016年10～12月期実績・2017年1～3月期見通し—  
【特別調査—2017年(平成29年)の経営見通し】

到来するIoT社会と中小企業④  
—地域の課題解決に活用される「IoT」—

急速に脚光浴びる「フィンテック」⑤  
—利用者本位の「フィンテック」に向けて—

コンテンツツーリズムによる魅力溢れる地域づくり  
—「大河ドラマ」、「アニメ」、「ロケ誘致」の事例からの示唆—

政府系株主と政府系取締役が銀行の業績に与える影響

地域・中小企業研究所が  
「危機管理セミナー」「職域セールスプランニング研修」を開催

地域・中小企業関連経済金融日誌(12月)

統計



信金中央金庫

SCB

## 「信金中金月報掲載論文」募集のお知らせ

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

### 編集委員会 (敬称略、順不同)

委員長	小川英治	一橋大学大学院 商学研究科教授
副委員長	藤野次雄	横浜市立大学名誉教授・国際マネジメント研究科客員教授
委員	勝悦子	明治大学 政治経済学部教授
委員	齋藤一郎	小樽商科大学大学院 商学研究科教授
委員	家森信善	神戸大学 経済経営研究所教授

### 問い合わせ先

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

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

# 信金中金月報

## 2017年2月号 目次

	マイナス金利政策をどう考えるべきか	2
	信金中金月報掲載論文編集委員 勝 悦子 (明治大学 政治経済学部教授)	
調 査	第166回全国中小企業景気動向調査 10～12月期業況は2四半期続けて改善	4
	— 地域・中小企業研究所 — 2016年10～12月期実績・2017年1～3月期見通し— 【特別調査—2017年（平成29年）の経営見通し】	
	到来するIoT社会と中小企業 ④	18
	— 地域の課題解決に活用される「IoT」—	三輪和政 藁品和寿
	急速に脚光浴びる「フィンテック」 ⑤	33
	— 利用者本位の「フィンテック」に向けて—	藁品和寿
	コンテンツツーリズムによる魅力溢れる地域づくり	48
	— 「大河ドラマ」、「アニメ」、「ロケ誘致」の事例からの示唆—	石川浩史 藁品和寿 鉢嶺 実
査読付論文	「信金中金月報掲載論文」募集における査読付論文	72
	政府系株主と政府系取締役が銀行の業績に与える影響	73
	— 株式会社化以降の中国銀行業に関する分析— — 橋大学大学院商学研究科研究補助員 郎 靈	
信金中金だより	地域・中小企業研究所が 「危機管理セミナー」「職域セールスプランニング研修」を開催	87
	地域・中小企業関連経済金融日誌（12月）	89
	信金中央金庫 地域・中小企業研究所活動記録（12月）	96
統 計	信用金庫統計、金融機関業態別統計	98

# マイナス金利政策をどう考えるべきか

信金中金月報掲載論文編集委員

勝悦子

(明治大学 政治経済学部教授)

日本銀行がマイナス金利を導入してから1年が経とうとしている。2016年2月に導入されるや否や円相場は下落し、株価は上昇したが、すぐに反転し、円高と株安が長らく続く展開となった。日本経済が力強さを欠いた状態であったことに加え、外部環境の悪化、特に中国経済減速や6月のBrexitなどに伴い世界経済の不透明性が一段と増大したためである。

しかし、11月8日の米国大統領選挙で大きく環境は変わった。トランプ次期大統領が決まるや否や、減税やインフラ投資など景気刺激策を打ち出すとの期待が高まり、折からのFRBの利上げ観測も加わって、世界同時株高とドル高が示現した。これは日本にとって追い風となり、一転して株高・円安基調となって、黒田日銀総裁就任後QQE政策を導入した当時と同じような市場環境となった。

マイナス金利政策はデンマークで2012年7月に導入され、その後ハンガリーが続き、ECBが2014年6月に、2015年に入りスイス、スウェーデン、ノルウェーが導入した。デンマークの目的は為替切り上げ圧力を緩和することであり、またスイスもECBがマイナス金利を導入したことで自国通貨切り上げ圧力が生じたため、これを緩和することが主な目的であった。これに対しECBはデフレ回避、インフレ期待上昇のアンカーとしての導入であるが、欧州の小国開放経済は、為替相場安定の観点から導入せざるを得なかったのである。

マイナス金利にはそもそもどういった理論的根拠があるのだろうか。まず、ヴィクセルの自然利子率の考え方がある。自然利子率とは投資と貯蓄とを一致させる利子率であり、それと貨幣利子率との差異によってインフレが規定される。したがって潜在成長率が低ければ自然利子率は当然低くなるはずであり、自然利子率がゼロ以下であるとするれば、デフレから脱却するには、貨幣利子率もそれに従いゼロ以下にすべきということになる。

マクロ経済学の観点からは、ケインズ経済学の流動性の罫がある。教科書的には、貨幣市場が流動性の罫に陥った場合、貨幣供給を如何に増大させたとしても金利には非負制約があり、貨幣曲線はゼロ金利近辺でフラットな形状となる。この場合総需要(AD)曲線は潜在産出量を下回る水準で垂直になってしまい、慢性的な総需要不足の状態となる。この状態から脱するためには、積極的財政政策を行うか、あるいは非負制約をはずしてマイナス金利とし、産出量を増大させるよう均衡点をシフトさせるしかない。

マイナス金利政策の導入の効果としては、①貸出金利・預金金利の全般的低下、②イールドカーブの全般的な下方シフトにより、融資の増大、ポートフォリオリバランス効果による株価などの資産価格の上昇、③外債購入による自国通貨安の示現などが想定される。しかし理論とは異なり現実では預金金利は非負制約があるので、金融機関の利鞘は全般的に縮小し、収益に負の影響が出る。また、債券金利の全般的な下方シフトは年金基金や生命保険会社などの機関投資家の運用を困難にさせるといった課題もある。

こうしたマイナス金利による金融機関の収益悪化に配慮して、日本では、3段階の階層構造と呼ばれる新たな準備預金スキームが導入された。第一は「基礎残高」で、日銀当座預金と準備預金の合計から所要準備額を引いた超過準備額の約209兆円（昨年11月末値、全準備の3分の2）の部分に0.1%の金利が付される。第二は「マクロ加算残高」で、所要準備額、貸出支援基金、および被災地支援オペ残高の約73兆円（全準備の24%）で金利は0%である。第三が「政策金利残高」、すなわち基礎残高とマクロ加算残高を上回る部分であり、この部分（2016年11月末約22兆円、全準備の7.4%）にマイナス0.1%が適用されることになる。

今回のマイナス金利政策導入によりコール市場の金利もマイナスとなった（2016年11月平平均値マイナス0.049%）。日本では2008年10月末に補完預金準備制度により過剰準備部分に付利されることになったが、通常この金利がコールレートの下限となる。しかし、当座預金残高全体の7.4%に過ぎないものの、今回「政策金利残高」がマイナス0.1%となったことで、この水準がインターバンク無担保コールレートのコリドーの下限となった。さらにこのマイナス金利部分が国債のイールドカーブ全体を大きく引き下げることとなった。

日本銀行は2016年2月以降、業態別にこの3つのカテゴリーのデータを公表しているが、それによると、都銀はマイナス金利適用の政策金利残高が4月以降ほぼゼロで、また地銀も低水準（総当座預金残高の1%程度）である。一方、外国銀行（同13%程度）、信託銀行（同16%程度）、およびゆうちょ銀行や大手信用金庫などのその他準備預金制度適用先（同17%程度）は、MRFの準備除外措置等があったものの、マイナス金利適用の政策金利残高はむしろ増大している。これは、これら金融機関の運用および融資先がなかなかないことを反映している。

マイナス金利の導入により、当座預金額の枠がある都銀などの主体はマイナス金利でコール市場から資金を調達し、0.1%あるいはゼロ%で預けることで運用益を得たともいわれる。さらにすでに積み上がった基礎残高はリスクフリーで0.1%の利回りが得られるため、今般のマイナス金利は、昨年9月に導入されたイールドカーブコントロールも含め金融機関の収益に大きく配慮したものであるとも言える。

とはいえ金融機関の収益悪化は、保険会社の保険料率引き上げや、銀行の手数料引上げなどをもたらし、むしろ個人消費等にはマイナスに働く。金利体系が全般に低下するなか、リスクマネーが循環するよう、証券化などの金融力を向上させ、需要喚起を行うことが求められる。また、賃金の引上げや消費税再引上げ延期などの需要喚起政策も真剣に考えていくべきだろう。

# 調 査

## 第166回全国中小企業景気動向調査 (2016年10～12月期実績・2017年1～3月期見通し)

### 10～12月期業況は2四半期続けて改善 【特別調査－2017年（平成29年）の経営見通し】

信金中央金庫  
地域・中小企業研究所

#### 調査の概要

1. 調査時点：2016年12月1日～7日
2. 調査方法：全国各地の信用金庫営業店の調査員による、共通の調査表に基づく「聴取り」調査
3. 標本数：15,792企業（有効回答数 14,245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71.8%
4. 分析方法：各質問項目について、「増加」（良い）－「減少」（悪い）の構成比の差＝判断D.I.に基づく分析

#### 概況

1. 16年10～12月期（今期）の業況判断D.I.は△6.0と、前期に比べ4.1ポイントの改善となった。収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△6.7と前期比1.5ポイント改善、収益の判断D.I.は△8.2と同1.0ポイント改善した。販売価格判断D.I.はプラス1.5と、同2.9ポイント上昇した。人手過不足判断D.I.は△21.4と、マイナス幅が同3.8ポイント拡大し、前期に引き続き人手不足感が強まった。業種別の業況判断D.I.は、6業種すべてで改善した。地域別でも、11地域すべてで改善した。
2. 17年1～3月期（来期）の予想業況判断D.I.は△10.7、今期実績比4.7ポイントの低下見通しである。業種別には、6業種すべてで、地域別には11地域中、首都圏を除く10地域で低下する見通しにある。

#### 業種別天気図

時期 業種名	2016年 7～9月	2016年 10～12月	2017年 1～3月 (見通し)
総合			
製造業			
卸売業			
小売業			
サービス業			
建設業			
不動産業			

#### 地域別天気図（今期分）

地域 業種名	北海道	東北	関東	首都圏	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州北部	南九州
総合											
製造業											
卸売業											
小売業											
サービス業											
建設業											
不動産業											

(この天気図は、過去1年間の景気指標を総合的に判断して作成したものです。)

好調 ← → 低調

# 1. 全業種総合

## ○業況は改善

16年10～12月期（今期）の業況判断D.I.は△6.0と、前期と比べ4.1ポイントの改善となった（図表1）。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△6.7と前期比1.5ポイント改善、同収益判断D.I.が△8.2と同1.0ポイントの改善となった。なお、前期比売上額判断D.I.はプラス2.9、同収益判断D.I.は△1.1と、それぞれ前期比6.8ポイント、同5.6ポイントの改善となった。

販売価格判断D.I.は1.5とプラス水準に転じ、前期比2.9ポイントの上昇となり、販売価格を「上昇」と回答した企業の割合が増加した（図表2）。また、仕入価格判断D.I.は、プラス15.7、同4.7ポイントの上昇と、仕入価格を「上昇」と回答した企業の割合が増加した。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△21.4（マイナスは人手「不足」超、前期は△17.6）と、マイナス幅が前期比3.8ポイント拡大し、前期に引き続き人手不足感が強まった（図表3）。

資金繰り判断D.I.は△7.7と、前期比0.8ポイントの改善となり、2四半期ぶりの改善となった。

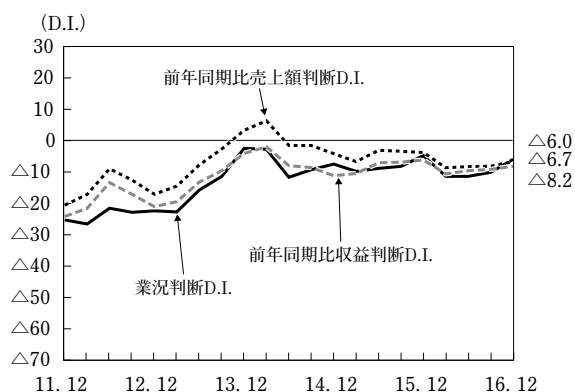
設備投資実施企業割合は前期比0.1ポイント減少の21.3%となった。

業種別の業況判断D.I.は、6業種すべてで改善した。とりわけ、製造業、卸売業、建設業の3業種では、前期比5ポイントを超える

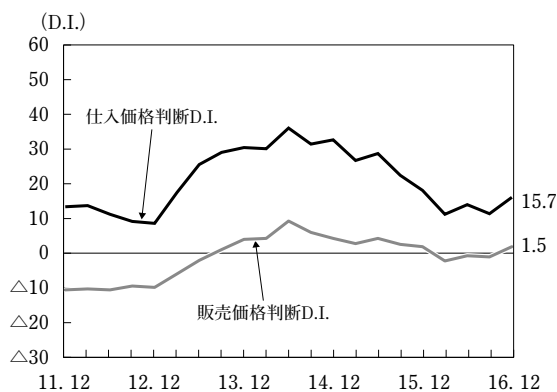
大きな改善幅となっている。

地域別の業況判断D.I.は、11地域すべてで改善となった。なかでも、東北と近畿は、前期比7ポイントを超える改善をみせ、大幅な改善となった。

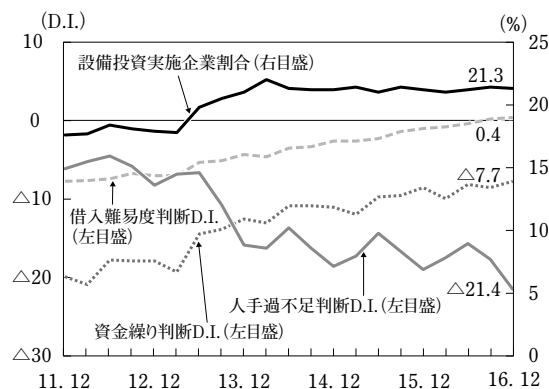
図表1 主要判断D.I.の推移



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



### ○業況は低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△10.7と、今期実績比4.7ポイントの低下見通しとなっている。なお、今回の予想低下幅は、過去10年の平均（6.2ポイントの低下見通し）より小さくなっている。

業種別の予想業況判断D.I.は、6業種すべてで低下する見通しである。なお、建設業と不動産業は今期に引き続きプラス水準を維持する見通しとなった。地域別では、首都圏を除く10地域で低下を見込んでいる。

## 2. 製造業

### ○業況は3四半期続けて改善

今期の業況判断D.I.は△3.9、前期比6.4ポイントの改善となった（図表4）。今回の改善幅は、前回調査時における今期見通し（6.3ポイントの改善見通し）を若干ながら上回った。なお、改善は3四半期連続である。

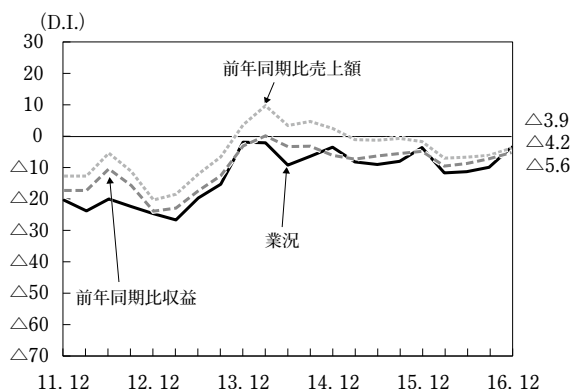
前年同期比売上額判断D.I.は△4.2と、前期比2.3ポイントの改善、同収益判断D.I.は△5.6と、同2.0ポイントの改善となった。なお、前期比売上額判断D.I.は、前期比9.8ポイント改善のプラス6.3、同収益判断D.I.は、同7.9ポイント改善のプラス1.2と、ともに4四半期ぶりのプラス転換となった。

### ○2四半期続けて人手不足感が強まる

設備投資実施企業割合は24.4%と、前期に比べ0.2ポイントの小幅低下となった。

人手過不足判断D.I.は△19.6（前期は△15.1）と、2四半期続けて人手不足感が大幅

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



に強まった。

残業時間判断D.I.はプラス1.5（前期は△3.3）とプラス転換し、残業時間を「増加」と回答した企業が増加した。

原材料（仕入）価格判断D.I.はプラス14.5と、前期比5.4ポイント上昇し、価格を「上昇」と回答した企業が増加した。一方、販売価格判断D.I.はプラス0.2と、前期比2.8ポイント上昇し、4四半期ぶりのプラス転換（「上昇」という回答が「下降」を上回る）となった。

なお、資金繰り判断D.I.は△7.0と、前期比1.4ポイントの改善となった。

### ○全22業種のうち17業種で改善

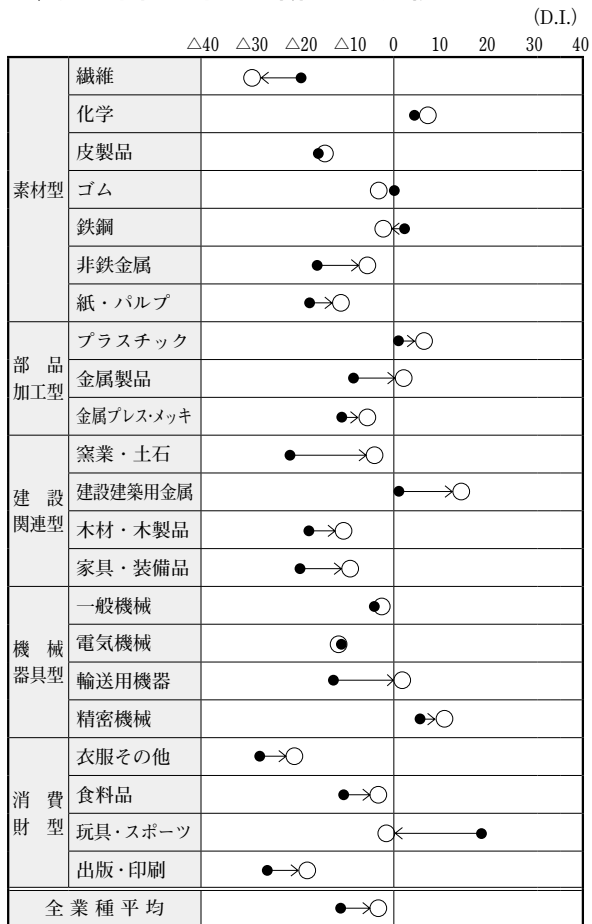
業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、改善17業種、低下5業種と、改善業種の数が増えた（図表5）。

素材型業種は、全7業種中、改善4業種、低下3業種とまちまちだった。なお、非鉄金属は10ポイント超の大幅な改善となった。

部品加工型業種は、3業種すべてで改善し、プラスチックに続いて金属製品もプラス水準に転じた。



図表5 業種別業況判断D.I.の推移



●前期（2016年7～9月期） ○今期（2016年10～12月期）

建設関連型業種は、4業種すべてで改善した。とりわけ、木材以外の3業種は10ポイント超の大幅改善となった。

機械器具型業種は、全4業種中、電気機械を除く3業種で改善した。なかでも、輸送用機器は10ポイント超の改善で8四半期ぶりのプラス転換となった。

消費財型業種では、全4業種中、玩具・スポーツを除く3業種で改善した。

#### ○輸出主力型が2四半期ぶりにプラス転換

販売先形態別の業況判断D.I.は、すべての形態で改善した。とりわけ、大メーカー型は

前期比5.5ポイント改善し、2四半期続けてプラス水準を維持（1.2→6.7）した。

輸出主力型の業況判断D.I.は前期比8.7ポイント改善してプラス4.7と、2四半期ぶりにプラス水準に転じた。一方、内需主力型は同5.8ポイント改善の△3.7となった。

従業員規模別の業況判断D.I.は、すべての階層で改善した。その結果、従業員50人以上の階層では前期に引き続きプラス水準（50～99人11.0、100人以上9.5）を維持した。

#### ○北陸、近畿、四国が大幅改善

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、関東で小幅低下したものの、それ以外の10地域では改善した（図表6）。とりわけ、北陸、近畿、四国では前期比10ポイント超の大幅改善となった。

なお、業況判断D.I.の水準面では、全11地域中、北海道、近畿、四国、九州北部、南九州の5地域がプラス水準に転じた。

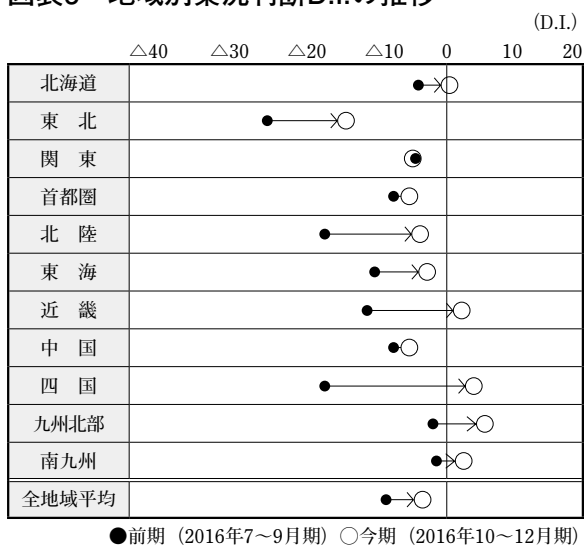
#### ○全般に低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△9.0と、今期実績比5.1ポイントの低下を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、改善見通しは7業種にとどまり、2業種で横ばい見通しのほか、13業種で低下見通しとなっている。

地域別には、全11地域中、小幅改善見通しの首都圏を除く10地域で低下の見通しとなっている。ただ、九州北部の低下幅は小幅にとどまり、全11地域中で唯一、プラス水準を維持する見通しとなっている。

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



### 3. 卸売業

#### ○業況は2四半期ぶりの改善

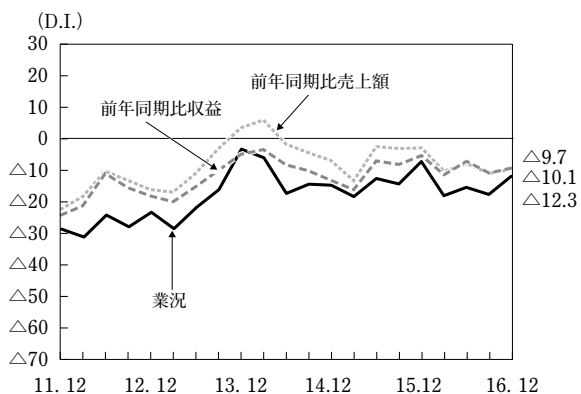
今期の業況判断D.I.は△12.3、前期比5.7ポイントの改善と、2四半期ぶりの改善となった(図表7)。

また、前年同期比売上額判断D.I.は△10.1、同収益判断D.I.は△9.7と、それぞれ前期比1.3ポイント、同1.6ポイント改善した。

#### ○東北、東海、中国で大幅改善

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、玩

図表7 卸売業 主要判断D.I.の推移



具、紙製品、化学を除く12業種で改善した。とりわけ、再生資源、鉱物燃料、家具は前期比10ポイント超の大幅改善となった。一方、地域別には、全11地域で改善した。とりわけ、東北、東海、中国では前期比10ポイント超の大幅改善となった。

#### ○総じて低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△19.7と、今期実績比7.4ポイントの低下を見込んでいる。業種別には、全15業種のうち、改善を見込んでいるのは化学など5業種にとどまっている。また、地域別には、全11地域中、横ばい見通しの首都圏を除く10地域で低下を見込んでいる。

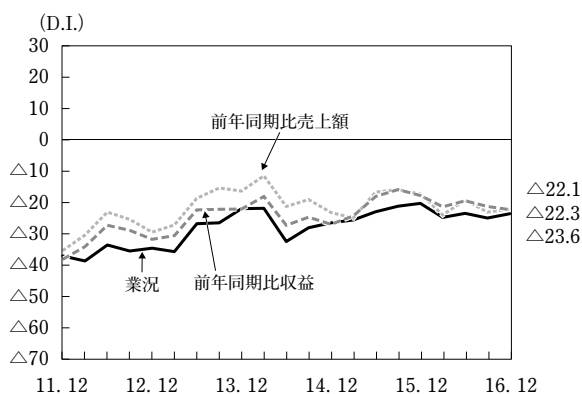
### 4. 小売業

#### ○業況は改善

今期の業況判断D.I.は△23.6と前期比1.4ポイントの改善となった(図表8)。

なお、前年同期比売上高判断D.I.は△22.1、前期比1.0ポイントの改善、同収益判断D.I.は△22.3、同1.0ポイント低下した。

図表8 小売業 主要判断D.I.の推移



### ○全11地域中9地域で改善

業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、8業種で横ばいないし改善となった。なかでも、燃料と書籍・文具、カメラ・時計・メガネでは10ポイント超の大幅改善となった。地域別では、全11地域中、首都圏、南九州を除く9地域で改善した。

### ○総じて低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△24.7と、今期実績比1.1ポイントの低下を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、7業種で低下の見通しとなっている。また、地域別では、全11地域中、関東、首都圏、東海、九州北部を除く7地域で低下の見通しとなっている。

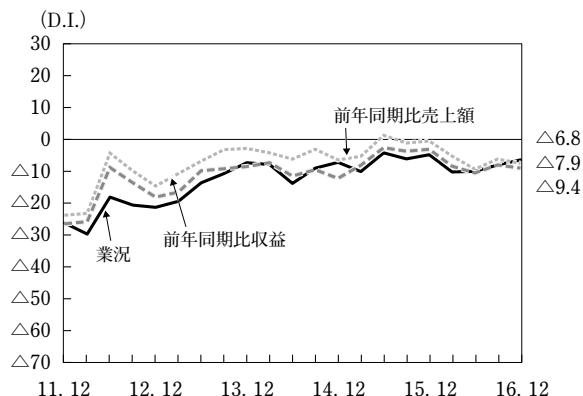
## 5. サービス業

### ○業況は改善

今期の業況判断D.I.は△6.8と、前期比1.6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△7.9、前期比1.3ポイントの低下、同収益判断D.I.は△9.4と、同1.0ポイント低下した。

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



### ○全8業種中、6業種で改善

業種別の業況判断D.I.は、全8業種中、6業種で改善となった。なかでも、物品賃貸業と自動車整備は10ポイント超の大幅改善となった。

地域別では、全11地域中、東北、関東、北陸、中国を除く7地域で横ばいないし改善した。とりわけ、南九州は、全11地域中、唯一のプラス水準となった。

### ○業種別・地域別にまちまちの見通し

来期の予想業況判断D.I.は△10.4と、今期実績比3.6ポイントの低下を見込んでいる。業種別では、全8業種中、物品賃貸業、ホテル、洗濯・理容・浴場など4業種で低下が見込まれている。

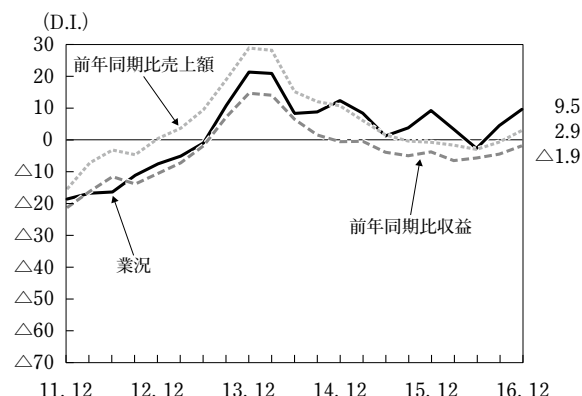
地域別には全11地域中、7地域で低下が見込まれている。

## 6. 建設業

### ○業況は2四半期続けて改善

今期の業況判断D.I.はプラス9.5と、前期比5.1ポイント改善となった（図表10）。

図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



前年同期比売上額判断D.I.は前期比3.6ポイント改善のプラス2.9となった。また、同収益判断D.I.は同2.6ポイント改善の△1.9となった。

#### ○全11地域中9地域で改善

業況判断D.I.を請負先別でみると、4請負先すべてで改善となった。特に官公庁は前期比8.9ポイント改善となった。

地域別では、11地域中9地域で改善となり、四国を除く10地域でプラス水準となった。

#### ○総じて低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比8.3ポイント低下のプラス1.2を見込む。

請負先別と地域別では、4請負先、11地域すべてで低下の見通しである。なかでも地域別では、北海道、東北、関東で20ポイント超の大幅低下を見込む。

## 7. 不動産業

#### ○業況は小幅改善

今期の業況判断D.I.は、前期比0.1ポイント改善のプラス5.9となった（図表11）。

前年同期比売上額判断D.I.は前期比0.5ポイント低下のプラス6.2、同収益判断D.I.は同0.4ポイント改善のプラス4.8となった。

#### ○全11地域中6地域で改善

業況判断D.I.を業種別でみると、全5業種中、貸事務所、仲介などの3業種で横ばいないし改善となった。

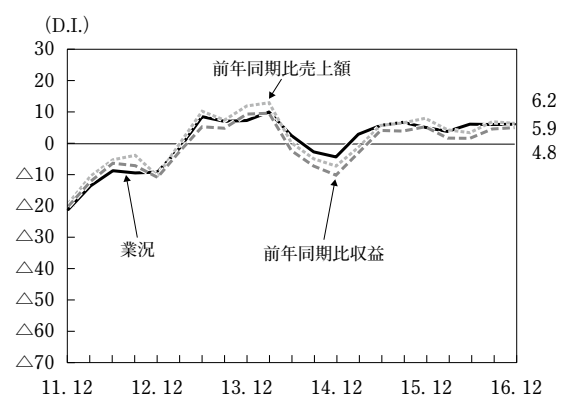
地域別では、全11地域中、6地域で改善した。なかでも、北陸は10.8ポイント改善と、最も大きな改善幅となった。

#### ○総じて低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比1.2ポイント低下のプラス4.7を見込む。

業種別では、全5業種中、貸事務所、建売など3業種で低下を見込む。一方、地域別では全11地域中、6地域で低下の見通しである。

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



## 特別調査 2017年（平成29年）の経営見通し

○景気見通しは全体的にやや低下

2017年の我が国の景気見通しについては、「良い」（「非常に良い」・「良い」・「やや良い」の合計）と回答する割合が11.7%、「悪い」（「やや悪い」・「悪い」・「非常に悪い」の合計）が44.5%となった。この結果、「良い（A）－悪い

（B）」は△32.8と、1年前の調査（△24.8）と比べ、8.0ポイントの低下となった（図表12）。

地域別では、東北、四国で△40を下回り、やや慎重な見方となっている。また、従業員規模別にみると、規模が大きいほど我が国の景気見通しに強気であることがうかがえる。業種別で

図表12 我が国の景気見通し

(単位：%)

	良い (A)				普通	悪い (B)				(A) - (B)	
	非常に良い	良い	やや良い	やや悪い		悪い	非常に悪い				
全体	2017年見通し	11.7	0.2	1.6	9.9	43.8	44.5	34.2	9.3	1.1	△ 32.8
	2016年見通し	15.1	0.2	1.8	13.0	45.1	39.9	31.2	7.7	1.0	△ 24.8
	2015年見通し	13.7	0.2	1.8	11.6	36.0	50.3	37.5	11.3	1.5	△ 36.6
	2014年見通し	30.7	0.4	4.0	26.3	39.8	29.5	21.9	6.5	1.0	1.2
	2013年見通し	5.2	0.1	0.6	4.5	16.6	78.2	42.9	29.7	5.6	△ 73.0
	2012年見通し	4.3	0.1	0.5	3.7	14.0	81.7	42.8	32.5	6.4	△ 77.4
地域別	北海道	10.6	0.1	1.8	8.7	44.7	44.8	35.5	8.2	1.1	△ 34.2
	東北	9.7	0.1	0.8	8.9	37.8	52.5	38.5	12.2	1.8	△ 42.7
	関東	12.1	0.0	1.0	11.1	41.3	46.7	35.3	10.5	0.8	△ 34.6
	首都圏	10.6	0.4	1.5	8.7	44.4	45.0	33.2	10.6	1.3	△ 34.4
	北陸	10.7	0.1	1.5	9.1	45.3	44.0	35.2	8.2	0.6	△ 33.3
	東海	11.8	0.4	1.3	10.2	44.7	43.4	34.5	8.0	0.9	△ 31.6
	近畿	15.9	0.2	2.4	13.2	41.1	43.0	34.0	8.2	0.9	△ 27.2
	中国	10.7	0.0	1.3	9.4	45.9	43.4	34.3	8.0	1.1	△ 32.8
	四国	7.6	0.0	2.1	5.5	43.5	49.0	39.6	8.7	0.7	△ 41.4
九州北部	12.1	0.2	1.5	10.5	53.0	34.9	27.5	6.2	1.1	△ 22.8	
南九州	10.4	0.4	1.7	8.2	47.9	41.7	31.3	9.9	0.4	△ 31.3	
規模別	1～4人	7.9	0.3	1.0	6.6	42.1	50.0	35.3	13.2	1.5	△ 42.1
	5～9人	11.3	0.3	1.6	9.4	43.0	45.7	34.9	9.6	1.2	△ 34.4
	10～19人	13.7	0.1	2.2	11.4	44.5	41.8	33.1	8.1	0.6	△ 28.1
	20～29人	14.4	0.2	2.3	11.9	45.7	39.9	32.8	6.5	0.5	△ 25.5
	30～39人	15.8	0.0	1.8	13.9	43.1	41.1	36.0	4.1	1.1	△ 25.4
	40～49人	14.8	0.5	1.5	12.9	45.6	39.6	33.0	6.1	0.5	△ 24.8
	50～99人	17.0	0.4	2.4	14.2	44.6	38.4	33.2	4.7	0.5	△ 21.4
	100～199人	15.6	0.0	1.9	13.6	51.8	32.7	30.0	1.9	0.8	△ 17.1
	200～300人	14.2	0.0	1.8	12.4	59.3	26.5	24.8	0.9	0.9	△ 12.4
業種別	製造業	11.4	0.2	1.7	9.5	45.1	43.4	33.7	8.9	0.8	△ 32.0
	卸売業	11.8	0.2	1.6	10.0	41.2	47.1	36.9	8.9	1.2	△ 35.3
	小売業	7.3	0.2	0.7	6.3	37.8	54.9	38.8	14.4	1.7	△ 47.6
	サービス業	10.5	0.2	1.4	8.9	44.7	44.8	34.5	9.2	1.1	△ 34.4
	建設業	16.6	0.2	2.3	14.1	48.0	35.4	28.2	6.2	1.0	△ 18.8
	不動産業	15.2	0.5	2.0	12.7	46.0	38.9	32.7	5.9	0.4	△ 23.7

は、昨年に引き続き小売業で慎重な見方が根強い一方で、建設業と不動産業などでは強気な見通しもみられた。

### ○業況見通しもわずかに低下

2017年の自社の業況見通しを「良い (A) - 悪い (B)」でみると、1年前の調査に比べて3.2ポイント低下し、△20.3となった (図表13)。わが国の景気見通しと同様、若干ではあるが慎重

な見通しが広がっている。

地域別では、東北が△30を下回り、とりわけ慎重な見方が強くなっている。また、従業員規模別では、規模の大きい企業ほど強気であり、とりわけ100人以上の企業ではプラスとなった。業種別では、小売業で慎重な見方が根強い一方で、建設業と不動産業でやや強気な見通しがみられた。

図表13 自社の業況見通し

(単位：%)

	良い (A)	良い (A)			普通	悪い (B)	悪い (B)			(A) - (B)	
		非常に良い	良い	やや良い			やや悪い	悪い	非常に悪い		
全体	2017年見通し	14.7	0.2	2.4	12.2	50.2	35.1	27.7	6.5	0.9	△ 20.3
	2016年見通し	16.8	0.3	2.4	14.2	49.2	33.9	26.5	6.3	1.1	△ 17.1
	2015年見通し	15.3	0.2	2.3	12.7	44.9	39.9	30.4	8.1	1.4	△ 24.6
	2014年見通し	21.7	0.4	2.8	18.5	46.8	31.5	24.0	6.5	1.0	△ 9.8
	2013年見通し	9.7	0.2	1.3	8.2	35.0	55.3	37.1	15.4	2.8	△ 45.7
	2012年見通し	9.1	0.1	1.2	7.8	31.6	59.3	40.0	16.1	3.2	△ 50.2
地域別	北海道	13.3	0.2	1.6	11.5	51.2	35.6	28.6	5.9	1.2	△ 22.3
	東北	11.2	0.2	1.8	9.2	41.9	47.0	35.7	9.4	1.9	△ 35.8
	関東	16.1	0.2	1.6	14.3	45.2	38.7	31.0	7.1	0.6	△ 22.6
	首都圏	12.8	0.1	2.1	10.5	53.3	33.9	25.7	7.3	0.9	△ 21.1
	北陸	13.7	0.0	2.0	11.7	49.2	37.1	31.1	5.7	0.3	△ 23.4
	東海	15.6	0.3	2.3	12.9	48.1	36.3	29.7	5.4	1.2	△ 20.7
	近畿	19.5	0.3	3.3	15.8	48.2	32.3	26.3	5.2	0.8	△ 12.9
	中国	14.9	0.0	3.0	11.9	50.5	34.6	26.9	6.7	0.9	△ 19.7
	四国	12.6	0.2	3.4	8.9	52.5	34.9	27.6	6.6	0.7	△ 22.4
九州北部	14.6	0.2	2.6	11.8	58.4	27.0	21.3	4.9	0.8	△ 12.5	
南九州	14.9	0.0	2.8	12.1	51.8	33.3	25.7	7.1	0.4	△ 18.4	
規模別	1～4人	9.4	0.2	1.4	7.8	48.8	41.7	30.5	9.7	1.5	△ 32.3
	5～9人	13.6	0.1	2.4	11.1	51.2	35.2	28.1	6.0	1.0	△ 21.6
	10～19人	17.1	0.2	3.1	13.9	50.2	32.7	26.6	5.5	0.6	△ 15.6
	20～29人	19.7	0.5	3.0	16.2	50.2	30.1	25.3	4.3	0.5	△ 10.4
	30～39人	18.7	0.1	3.1	15.5	51.0	30.3	26.9	2.8	0.7	△ 11.5
	40～49人	17.8	0.3	2.5	15.0	52.6	29.6	24.4	4.8	0.5	△ 11.8
	50～99人	23.3	0.3	3.9	19.2	49.5	27.1	24.4	2.7	0.0	△ 3.8
	100～199人	25.6	0.0	3.1	22.5	49.2	25.2	22.9	1.6	0.8	0.4
	200～300人	23.0	0.0	1.8	21.2	65.5	11.5	10.6	0.9	0.0	11.5
業種別	製造業	16.6	0.2	2.4	14.0	49.2	34.2	27.5	6.0	0.8	△ 17.7
	卸売業	13.2	0.0	1.8	11.5	47.9	38.9	30.9	7.0	1.0	△ 25.6
	小売業	9.2	0.1	1.4	7.7	44.7	46.1	34.7	9.8	1.6	△ 36.9
	サービス業	12.3	0.2	2.7	9.4	52.5	35.1	26.7	7.2	1.3	△ 22.8
	建設業	18.9	0.4	3.2	15.4	54.0	27.1	22.1	4.4	0.6	△ 8.2
	不動産業	17.7	0.3	3.3	14.0	59.3	23.0	19.9	3.0	0.2	△ 5.4

○売上は2年連続で増加見通しが減少を上回る

2017年の自社の売上額見通し（伸び率）を「増加（A）－減少（B）」で見ると、1年前の調査に比べて2.5ポイント低下したもののプラス1.5となり、2年連続のプラスとなった（図表14）。

地域別では、6地区でプラスとなった。とりわけ近畿はプラス10を上回り、他地区と比較して強気の見通しとなっている。一方、東北は△10を下回り、慎重な見通しとなった。

従業員規模別では、4人以下でマイナスとなる一方、5人以上の階層では軒並みプラスとなった。また、規模が大きいほど強気の傾向がみられた。業種別では、不動産業を筆頭に4業種でプラスとなった。

○業況は二極化が続く

自社の業況が上向き転換点については、「すでに上向いている」とする回答割合が0.9ポイント

図表14 自社の売上額伸び率の見通し

(単位：%)

	増加 (A)					変化 なし	減少 (B)					(A)－(B)	
		30%以上	20～29%	10～19%	10%未満			10%未満	10～19%	20～29%	30%以上		
全 体	2017年見通し	28.1	0.6	1.2	6.7	19.6	45.3	26.6	19.2	5.4	1.1	0.8	1.5
	2016年見通し	29.9	0.9	1.2	7.1	20.7	44.3	25.9	18.8	5.1	1.2	0.8	4.0
	2015年見通し	27.9	0.7	1.5	6.6	19.2	42.3	29.8	21.6	5.8	1.4	0.9	△ 1.8
	2014年見通し	34.3	1.0	1.8	8.8	22.8	41.7	24.0	17.2	4.9	1.1	0.8	10.3
	2013年見通し	22.5	0.6	1.1	5.1	15.7	37.4	40.0	27.1	9.4	2.4	1.2	△ 17.5
	2012年見通し	22.8	0.7	1.5	5.5	15.2	34.6	42.5	28.2	10.0	2.6	1.7	△ 19.7
地 域 別	北 海 道	24.3	0.6	1.1	4.0	18.6	45.2	30.5	22.2	6.0	1.6	0.7	△ 6.1
	東 北	23.0	0.3	0.9	5.4	16.4	39.8	37.2	24.6	9.9	1.9	0.9	△ 14.2
	関 東	31.0	0.6	1.2	5.9	23.3	41.6	27.3	18.2	6.9	1.7	0.6	3.7
	首 都 圏	24.3	0.4	1.1	6.2	16.6	51.4	24.3	18.1	4.8	0.9	0.6	△ 0.0
	北 陸	29.6	0.6	1.0	6.7	21.3	39.5	30.9	23.8	5.5	1.2	0.4	△ 1.3
	東 海	30.6	0.6	1.0	7.2	21.8	41.6	27.8	19.7	5.8	1.1	1.1	2.9
	近 畿	33.5	1.0	1.7	8.3	22.6	43.0	23.5	17.4	4.4	1.0	0.6	10.1
	中 国	34.3	1.4	1.4	8.2	23.3	38.8	26.9	17.6	6.0	1.4	1.9	7.4
	四 国	23.8	1.4	0.7	7.1	14.6	46.5	29.7	24.0	4.3	0.7	0.7	△ 5.9
九 州 北 部	29.5	0.7	1.1	7.5	20.2	47.9	22.6	17.0	3.8	1.0	0.8	6.9	
南 九 州	28.9	0.4	0.7	7.8	20.0	47.7	23.4	16.3	5.4	0.9	0.9	5.4	
規 模 別	1 ～ 4 人	17.9	0.6	0.8	4.4	12.1	50.0	32.1	22.8	6.9	1.4	1.1	△ 14.2
	5 ～ 9 人	26.8	0.9	1.5	6.5	17.9	46.7	26.5	19.4	5.2	1.4	0.5	0.3
	10 ～ 19 人	32.0	0.5	1.1	8.0	22.4	44.0	24.0	17.0	5.2	1.1	0.7	8.0
	20 ～ 29 人	34.1	0.9	1.9	7.7	23.6	44.0	21.9	15.7	4.5	0.7	1.0	12.2
	30 ～ 39 人	39.3	0.5	1.2	9.3	28.3	37.1	23.7	17.6	4.5	0.8	0.8	15.6
	40 ～ 49 人	38.2	0.5	0.9	7.7	29.1	38.2	23.6	17.7	4.3	1.3	0.3	14.5
	50 ～ 99 人	42.4	0.3	1.3	10.2	30.6	36.9	20.7	15.6	4.4	0.4	0.3	21.6
	100 ～ 199 人	44.4	1.2	2.7	8.2	32.3	37.7	17.9	16.7	0.8	0.4	0.0	26.5
	200 ～ 300 人	47.8	0.9	0.0	10.6	36.3	43.4	8.8	8.0	0.9	0.0	0.0	38.9
業 種 別	製 造 業	30.8	0.6	1.3	7.2	21.7	43.9	25.3	18.4	5.2	1.0	0.7	5.5
	卸 売 業	30.1	0.6	1.1	6.2	22.1	42.0	28.0	21.1	5.1	1.0	0.7	2.1
	小 売 業	20.3	0.2	0.6	4.0	15.5	45.5	34.2	25.5	6.7	1.3	0.7	△ 13.8
	サ ー ビ ス 業	26.3	0.5	0.9	5.6	19.4	46.9	26.8	20.4	4.9	0.8	0.7	△ 0.5
	建 設 業	30.1	1.1	1.5	9.0	18.6	46.3	23.6	14.9	5.9	1.6	1.1	6.5
	不 動 産 業	30.0	1.3	2.1	8.7	17.9	52.0	18.1	12.0	4.4	1.1	0.6	11.9

ト低下したものの、14.0%と4年連続で2ケタとなった(図表15)。

一方、「業況改善の見通しは立たない」とする回答割合は、前年から0.8ポイント増加し、31.6%と3年連続で全体の3割以上を占めた。

従業員規模別にみると、従業員40人以上の階層では、軒並み「すでに上向き」が「業況改善の見通しは立たない」を上回っているものの、29人以下の階層では正反対の結果となっ

ている。業況改善は、規模による二極化の様子が大きいといえよう。

○マイナス金利の影響は業種によりまちまち

日本銀行が実施しているマイナス金利から受ける影響については、「良い」(「良い影響」・「やや良い影響」の合計)と回答する割合が12.1%、「悪い」(「悪い影響」・「やや悪い影響」の合計)が7.0%となり、「良い」が「悪い」を

図表15 自社の業況が上向く転換点

(単位：%)

		すでに上向き	6か月以内	1年後	2年後	3年後	3年超	業況改善の見通しなし
全 体	2017年見通し	14.0	8.9	15.0	10.5	10.3	9.6	31.6
	2016年見通し	14.9	9.1	14.5	9.8	10.5	10.3	30.8
	2015年見通し	14.1	8.9	14.6	10.7	9.9	10.2	31.6
	2014年見通し	14.2	9.7	16.4	11.0	11.2	9.7	27.9
	2013年見通し	9.2	8.9	15.2	11.3	11.9	12.2	31.3
	2012年見通し	9.2	8.7	14.9	12.2	12.9	12.9	29.3
地 域 別	北海道	11.8	6.7	12.8	9.9	10.7	12.6	35.4
	東北	14.7	8.6	11.4	10.6	10.3	8.8	35.7
	関東	15.5	10.5	16.2	11.7	9.4	7.7	28.9
	首都圏	11.0	7.8	14.2	10.1	10.7	11.8	34.4
	北陸	12.0	9.6	18.2	11.8	11.7	7.0	29.7
	東海	15.6	9.9	17.5	11.6	9.5	7.6	28.2
	近畿	18.2	11.5	17.3	10.8	9.7	6.9	25.5
	中国	15.5	10.0	14.4	10.4	11.0	9.4	29.3
	四国	12.5	6.3	10.9	8.6	9.5	10.0	42.4
九州北部	九州北部	14.2	4.7	16.2	10.0	12.4	11.0	31.6
	南九州	14.4	10.3	11.1	9.8	8.5	10.9	34.9
規 模 別	1～4人	7.8	6.2	10.9	9.1	9.6	10.7	45.6
	5～9人	13.6	8.9	14.9	10.7	10.3	10.1	31.6
	10～19人	15.7	10.4	17.4	10.6	11.2	9.0	25.6
	20～29人	19.1	9.4	18.6	11.5	10.2	9.1	22.0
	30～39人	19.3	8.9	19.6	11.9	10.9	10.1	19.3
	40～49人	19.6	12.0	19.0	12.7	8.9	8.9	19.0
	50～99人	22.2	15.5	15.2	12.9	12.3	5.9	16.0
	100～199人	25.0	11.3	22.3	10.5	11.7	6.3	12.9
	200～300人	23.6	10.9	20.9	13.6	9.1	7.3	14.5
業 種 別	製造業	15.4	10.1	16.1	11.2	10.5	9.2	27.6
	卸売業	11.4	9.4	16.1	10.4	11.8	9.7	31.3
	小売業	8.1	6.7	11.6	9.7	9.7	10.0	44.3
	サービス業	12.2	8.0	14.5	10.2	10.5	9.7	35.0
	建設業	19.8	8.5	16.0	10.9	9.1	9.5	26.2
不動産業	17.2	10.8	15.6	10.0	10.4	10.1	25.8	



やや上回った。ただし、「どちらともいえない」が52.8%、「よくわからない」が28.0%と、合わせて8割の企業で、マイナス金利の影響を判断しかねている結果となった（図表16）。

従業員規模別にみると、従業員数50人以上の階層で「良い」が2割を超えるなど、おおむ

ね規模が大きいほどマイナス金利から良い影響を受けているとの回答が目立つ。また、業種別では、不動産業で「良い」が24.8%と高い一方、小売業では6.8%にとどまっている。マイナス金利から受ける影響は、業種によりまちまちといえよう。

図表16 マイナス金利から受けている影響

(単位：%)

	良い	良い影響	やや良い影響	どちらともいえない	悪い	やや悪い影響	悪い影響	よくわからない	
全体	12.1	2.6	9.5	52.8	7.0	5.0	2.0	28.0	
地域別	北海道	10.0	1.4	8.6	55.1	8.1	5.7	2.4	26.8
	東北	11.3	2.1	9.2	49.6	6.6	3.8	2.8	32.6
	関東	14.6	3.2	11.4	52.2	6.1	4.1	2.0	27.0
	首都圏	8.1	1.3	6.8	53.8	9.2	6.5	2.7	28.9
	北陸	12.7	2.8	9.9	51.8	6.6	4.1	2.5	28.9
	東海	16.5	4.6	11.9	52.4	5.9	4.6	1.3	25.2
	近畿	15.7	3.5	12.2	54.1	5.9	4.5	1.4	24.3
	中国	17.1	4.1	13.0	49.8	5.2	4.1	1.1	27.9
	四国	12.0	3.2	8.8	47.9	6.9	3.7	3.2	33.2
九州北部	10.3	2.0	8.4	53.5	4.9	4.3	0.7	31.2	
南九州	10.2	3.2	6.9	47.9	4.3	3.2	1.1	37.6	
規模別	1～4人	6.6	1.4	5.2	47.5	8.6	5.8	2.8	37.3
	5～9人	9.9	1.8	8.1	53.0	6.5	4.7	1.8	30.6
	10～19人	12.7	2.8	9.9	55.4	6.8	5.0	1.8	25.0
	20～29人	16.5	3.6	12.9	55.9	6.6	4.9	1.7	21.0
	30～39人	17.9	4.5	13.4	57.3	6.3	4.6	1.7	18.4
	40～49人	18.5	3.2	15.4	59.7	5.2	3.8	1.5	16.5
	50～99人	23.5	5.2	18.3	56.6	5.1	4.4	0.7	14.8
	100～199人	28.0	5.8	22.2	58.0	4.7	3.1	1.6	9.3
200～300人	33.3	13.2	20.2	51.8	5.3	1.8	3.5	9.6	
業種別	製造業	11.4	2.6	8.7	55.4	6.1	4.2	1.9	27.2
	卸売業	13.3	2.4	10.9	52.0	8.0	6.3	1.7	26.7
	小売業	6.8	1.5	5.3	49.0	9.0	6.1	2.9	35.2
	サービス業	9.3	1.7	7.6	52.2	7.6	5.6	2.0	30.9
	建設業	14.9	2.8	12.1	53.9	6.2	4.5	1.6	25.1
不動産業	24.8	6.3	18.4	50.3	6.0	3.8	2.1	19.0	

## 「調査員のコメント」から

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

### (1) 今後を見据えた対応

- ・高齢者夫婦で経営しており、ニッチな分野で専門性が高いことから、事業承継を視野に検討をしている。  
(シール印刷 北海道)
- ・中国向け製品製造に関する機械部品の受注が増えているため、自己資金で設備投資をする予定である。  
(一般機械器具 広島県)
- ・販路も広がり受注も伸びているなか、「ものづくり補助金」を活用して3DCADプリンターを導入した。  
(木型製造 佐賀県)
- ・資金繰りは厳しいものの、設備の老朽化にともない機械購入を検討したい。  
(導線加工 宮崎県)
- ・省エネ補助金を活用して、節電を目的に、年末年始にかけて電気炉を導入する予定である。  
(水上バルブ製造 愛知県)
- ・2年前から個人向けネット通販に注力したことで、売上が増加している。  
(干物・海産物加工 熊本県)
- ・展示会等イベントを積極的に開催し、外国人旅行者での売上を伸ばしている。  
(呉服販売 兵庫県)
- ・スマホの普及やコンビニでの写真現像の普及などで逆風は吹いているものの、写真サークルを作るなど販路拡大を図っている。  
(写真業 兵庫県)
- ・今後の業況を見据えて、建設業から不動産賃貸業に事業の軸足を移している。  
(建設業 北海道)
- ・人手不足によりベトナム等外国人労働者の活用を前向きに進めている。  
(一般土木 北海道)
- ・新たな分譲地をホームページに掲載するなどの工夫で、申込み件数が増加する見込みである。  
(宅地開発 岩手県)

### (2) 直面する困難、試練

- ・適当な後継者がいないものの、代表者には特段の問題意識がない。  
(木材・木製品製造 北海道)
- ・各スーパーが自社製品を製作していたことから、納品数の減少や価格競争の激化にともない、今後も売上が伸び悩むことが予想される。  
(もち米・食品加工 山形県)
- ・夫婦2名で経営しており、年齢上の都合により本年度中に廃業する予定である。  
(ヘアブラシ製造 大分県)
- ・海外子会社を中国とタイに配置しているが、とりわけタイでは国王逝去にともなう混乱で業況が厳しくなっている。  
(自動車部品製造 静岡県)
- ・取引先においてファクタリングやでんさいネットへの切替が進み、受取手形の回収に苦慮している。  
(耐火炉製造 大阪府)
- ・若手従業員が不足するなかで従業員の高齢化が進み、製造技術の承継が喫緊の課題となっている。  
( casting業 千葉県)
- ・取引先に小規模な小売店（店主が高齢化）が多く、納品業者も撤退している。  
(菓子販売 岩手県)
- ・野菜価格の高騰により鮮魚品の売上げ増加が見込めると思っていたが、期待はずれとなり、売上は横ばいとなった。  
(水産物販売 静岡県)
- ・台風の影響にともない全国的に青果が品薄で価格高騰しており、商品確保に苦慮している。  
(青果販売 北海道)
- ・取引先（中小製造業）での受注増加の反動の影響を受けて、2016年夏以降、急速に需要が落ち込み売上が低迷している。  
(機械工具・備品販売 神奈川県)
- ・商圏の過疎化、高齢化にともない、顧客の減少を懸念している。  
(自動車修理 兵庫県)
- ・パチンコ台を大幅に減少させスロット台を導入したものの売上高の減少に歯止めがかからない。  
(パチンコ 広島県)
- ・人手不足が深刻で、求人広告、ハローワークなどを活用して募集しても応募がない。  
(スポーツ関連サービス 三重県)
- ・人件費圧縮のためパートを多く採用していたため、今後、正社員の高齢化にともなう人材確保が課題である。  
(ビル清掃 山形県)

### (3) 特別調査のテーマ (2017年 (平成29年) の経営見通し)

- ・ マイナス金利政策は、借入金利の低下につながり、好意的に捉えている。 (プラント工事 北海道)
- ・ マイナス金利政策にともない金融商品の利回りが悪化し、悪影響が出ている。 (自動車用検査治具 静岡県)
- ・ マイナス金利の影響より、消費増税による影響を懸念している。 (クリーニング 岩手県)
- ・ マイナス金利政策の影響にともない、不動産売買にかかる相談件数が増加している。  
(不動産売買・賃貸 岩手県)
- ・ マイナス金利政策にともない住宅ローン金利が低下しているため、住宅購入者にとっては明るい材料となっているものの、商品物件の流通が乏しく不動産価格が高まる案件が増えている。 (不動産仲介 兵庫県)
- ・ マイナス金利政策の影響で住宅販売にはプラスであるが、大手事業者の進出で土地仕入れ価格が上昇傾向にある。  
(建売販売 兵庫県)
- ・ マイナス金利政策の影響により住宅ローン金利が低下していることから、不動産の流動性が高まっている。  
(不動産業 大分県)

### (4) その他

- ・ 第2東名高速道路の御殿場以東の工事が本格的に始まるため、今後受注の増加が見込まれる。  
(砕石業 静岡県)
- ・ 先日、M&Aを実施し、今後の成長が期待できる。  
(金属部品加工 広島県)
- ・ アマゾンによるネット販売が好調のため、スーパーへの卸売からネット販売へ事業の柱をシフトする。  
(豆・菓子製造 佐賀県)
- ・ 次期米国大統領にトランプ氏が選出されたことで、わが国の自動車産業の先行きは不安である。  
(自動車用検査治具 静岡県)
- ・ 後継者が不在で、設備導入等は一切考えていない。  
(金型製造 静岡県)
- ・ 東京オリンピック・パラリンピック開催までは、インフラ整備事業は増加する見込みである。  
(住宅資材 群馬県)
- ・ パラボラアンテナ関連の受注増で、直近で売上が好調であった。  
(機械部品製造 神奈川県)
- ・ 熊本地震の影響により取引先の廃業が発生して業況が厳しい。  
(食料品卸売 熊本県)
- ・ 住宅向け資材販売は不振であるが、太陽光発電工事などで引き合いがあり売上を確保している。  
(住宅設備機器販売 滋賀県)
- ・ 熊本地震の影響が一巡し、売上は例年並みに回復している。  
(コンビニエンスストア 大分県)
- ・ ネット販売の開始にともない売上が安定している。  
(かばん販売 神奈川県)
- ・ 取扱商品の半数以上が輸入品のため、米国大統領選の結果を受けた円安により、仕入れ価格が高騰する見込みである。  
(生活雑貨・インテリア販売 岡山県)
- ・ 大手スーパーの度重なる進出にともない売上は厳しいものの、取り扱う鮮魚や惣菜の人气が衰えないことから、固定客を維持できている。  
(鮮魚販売 静岡県)
- ・ 熊本地震の影響が薄れ、2016年夏以降、急激に集客が回復し、年末の予約状況を含めて好調である。  
(ビジネスホテル 大分県)
- ・ 大河ドラマの影響で集客は好調であるが、放映終了後、売上減少を予想している。  
(旅館業 長野県)
- ・ 東日本大震災関連の特需が一服し、今後、同業者間の競争激化が予想される。  
(産業廃棄物処理 愛知県)
- ・ 「九州ふっこう割クーポン」の取扱い終了後の売上の動向を懸念している。  
(旅館業 大分県)
- ・ 東日本大震災復興関連の受注増加にともない福島県内に事務所を開設した。  
(土木業 徳島県)
- ・ 熊本地震の影響により、一時的に売上が減少したものの、復興工事の受注により売上が回復している。  
(電気工事 熊本県)
- ・ 暖冬であった昨年と比べ、今シーズンは大雪が予想されるため、除雪作業での収入増加に期待している。  
(住宅・アパート建築 青森県)
- ・ 熊本地震の影響で土地の売却にかかる相続案件が増加している。  
(不動産売買・仲介 熊本県)

※本稿の地域区分のうち、関東は茨城、栃木、群馬、新潟、山梨、長野の6県。首都圏は埼玉、千葉、東京、神奈川の1都3県。東海は岐阜、静岡、愛知、三重の4県。九州北部は福岡、佐賀、長崎の3県。南九州は熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄の5県。

## 到来するIoT社会と中小企業 ④

### －地域の課題解決に活用される「IoT」－

信金中央金庫 地域・中小企業研究所研究員

三輪 和政

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) IoT、地域、課題解決、小規模事業者、小さなIoT

(視 点)

産業企業情報「到来するIoT社会と中小企業」シリーズでは、過去3回にわたり、IoTを巡る動向を概観したうえで、IoTに取り組む地域（中小ものづくり集積地など）や企業などを事例紹介してきた。

本稿では、「IoT」が地域課題の解決に活かすことができるということで社会的に大きな注目を浴びつつある現状を踏まえ、「IoT」を活用して地域課題の解決に取り組もうと奮闘する中小企業等の事例を紹介する。

(要 旨)

- 経済産業省から2016年4月に公表された「新産業構造ビジョン」では、IoTを活用することで、これまで実現不可能と思われていた社会の実現が可能となり、産業構造や就業構造が劇的に変わる可能性が指摘されている。IoTは、様々な分野で変革する可能性を持ち、その可能性は少子高齢化や人口減少といった、地域社会の課題解決にも有効であると期待されている。
- 地方では、農業や観光などさまざまな産業分野で、新しい価値の提案において「IoT」が鍵を握りつつあり、付加価値を生むツールの一つとして普及が進みつつある。「地方×IoT」は、わが国経済を成長させる重要なキーワードの一つに位置付けられよう。
- 「IoT」というと、大企業が取り組むような“大きなIoT”ばかりに注目が集まるが、本稿で紹介した事例にみられるとおり、中小企業や商店街などでもできる“小さなIoT”、すなわち、身の丈に合わせた手の届く範囲での「IoT」は、今後、わが国で「IoT」が本格的に普及していくうえでの鍵を握るのではないだろうか。

# 1. 地域の課題解決に活かされる「IoT」

産業企業情報「到来するIoT社会と中小企業」シリーズでは、過去3回にわたり、IoTを巡る動向を概観したうえで、IoTに取り組む地域（中小ものづくり集積地など）や企業などを事例紹介してきた。

首相官邸の高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部が、2015年6月に打ち出した「地方創生IT利活用促進プラン」<sup>(注1)</sup>では、地方公共団体等が、ITの効率的な導入を通じて、「地域産業の活性化」（ひと・しごとをつくる）、「住みやすさの向上」（まちをつくる）、「地方公共団体業務の効率化」（まち・ひと・しごとを支える）という課題を解決し、地方創生に向けた好循環を確保すること

を目標にしている。また、2015年7月には、総務省から、同年1月から検討を重ねてきた結果が『「クラウド等を活用した地域ICT投資の促進に関する検討会」報告書』として公表され<sup>(注2)</sup>、地域産業の活性化で鍵を握る小規模事業者および個人事業者がICTを利活用することにより生産性・収益性の向上を達成するための具体策が示されている。2016年4月には、経済産業省から公表された「新産業構造ビジョン」において、IoTを活用することで、これまで実現不可能と思われていた社会の実現が可能となり、産業構造や就業構造が劇的に変わる可能性が指摘されている（図表1）。IoTは、ものづくり革新・産業保安・流通・交通・小売、自動走行・モビリティ、金融、健康・医療・介護、スマートハウス・スマート

図表1 「IoT」が主要産業に及ぼす影響



(備考) 経済産業省『IoT時代に対応したデータ経営2.0の促進のための論点について』（2015年2月）より引用

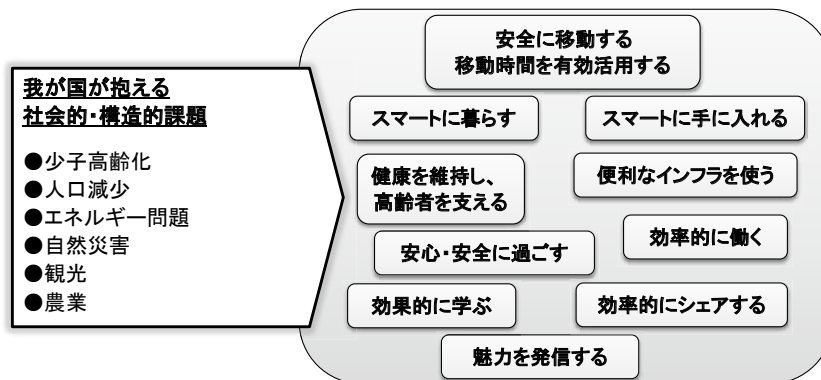
(注) 1. <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/kettei/pdf/20150630/siryou4.pdf>参照  
 2. クラウド等を活用した地域ICT投資の促進に関する検討会は、2016年1月から、総務副大臣が主催し、村井純慶應義塾大学環境情報学部学部長を座長として開催された。

コミュニティ・エネルギー、教育、農業、観光に至るまで様々な分野で変革する可能性を持っており、その可能性は少子高齢化や人口減少といった、社会的課題解決にも有効であるとされている（図表2）。さらに、2016年6月には、経済産業省が「地方版IoT推進ラボ<sup>(注3)</sup>」で対象団体、企業の募集を開始した。この取組みでは、地域課題を解決して地域の経済発展を推進していくうえで、

IoT、ビッグデータ、AIなどの活用を加速することが必要であるとの認識の下、地域企業にIoT導入プロジェクトへの対応を促している<sup>(注4)</sup>。

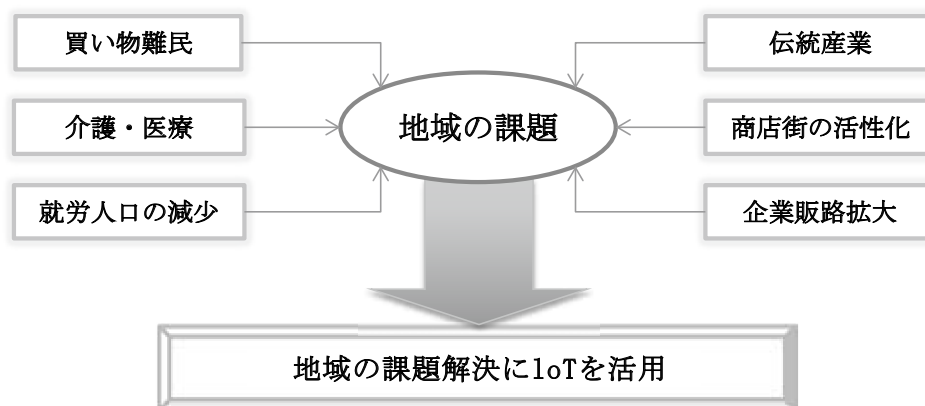
このように、「地方×IoT」は、わが国経済を成長させる重要なキーワードの一つに位置付けられている。例えば、ドローンを活用した林業の取組み、Webカメラを活用したトマト栽培<sup>(注5)</sup>など第一次産業でのIoT活用の

図表2 社会的課題解決に活かされる「IoT」



(備考) 経済産業省『新産業構造ビジョン』（2016年4月）をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表3 地域の課題解決に活かされる「IoT」



(備考) 総務省『新たな情報通信技術戦略の在り方』（2016年7月）をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注)3. [http://www.meti.go.jp/policy/it\\_policy/local\\_iiot-lab/](http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/local_iiot-lab/)参照  
 4. 2016年6月に政府から公表された「日本再興戦略2016－第4次産業革命に向けて」でも、「IoT」は「戦後最大の名目GDP600兆円」の実現を目指していくうえでのキーワードの一つと位置付けられており、IoTがもたらす社会変革への期待が強まっている。  
 5. [https://www.ihico.jp/var/ezwebin\\_site/storage/original/application/b46dca96e05e1c7afc7b6b6326a6312a.pdf](https://www.ihico.jp/var/ezwebin_site/storage/original/application/b46dca96e05e1c7afc7b6b6326a6312a.pdf)参照

みならず、旅行者が手軽に電動バイクを使用できる“瀬戸内カレン<sup>(注6)</sup>”やGPSと連動してナビゲートする音声ガイド付き自転車「ナビチャリ<sup>(注7)</sup>」など、第三次産業でもIoTの活用が進んでいる。このように、地方でも、新しい価値の提案においてIoTが鍵を握りつつあり、付加価値を生むツールの一つとして普及が進みつつある。

「IoT」は、地域課題の解決にも活かすことができるということから、改めて注目を浴びている(図表3)。そこで以下では、「IoT」を活用して地域課題の解決に取り組もうと奮闘する中小企業等の事例を紹介する。

## 2. 地域の課題解決に「IoT」を活用する中小企業の挑戦

### (1) 株式会社オートスナック(栃木県鹿沼市)

#### イ. 会社の概要

同社は、1973年11月に設立され、栃木県鹿沼市を中心に、社員5名で、大手飲料メーカーの特約代理店として、自動販売機の保守・オペレーション業務を行っている(図表4)。

取材に応じていただいた三品浩文代表取締役社長は、創業から2008年ごろまでの35年ほどで業況を堅調に拡大してきた。しかし、この頃から、役所などの公共施設への自動販売機設置に入札制が導入されるようになったことをきっかけに<sup>(注8)</sup>、大手

図表4 株式会社オートスナック概要



同社の概要	
法人名	株式会社オートスナック
代表	三品 浩文
本部所在地	栃木県鹿沼市
設立	1973年11月
事業内容	清涼飲料水販売・自動販売機の管理運営業務

(備考) 1. 写真は取材に応じていただいた三品浩文代表取締役社長  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

の自動販売機設置事業者が収益を度外視した応札で落札をするようになったため、地元の中小自動販売機設置事業者は徐々にビジネスの機会を失うようになり、同社も同様であった。役所など公共施設での自動販売機の売上は、集客力の観点からみると、街道沿いの自動販売機などに比べて高く、このビジネス機会の喪失は、同社にとって痛手であった。

こうしたなか、三品社長の“ピンチをチャンスに変える”という意気込みで、地元・鹿沼商工会議所の担当者からの提案に応じて、「地域振興」という想いにもつな

(注)6. <https://www.setouchi-karen.com/>参照

7. 青森県のITベンチャーである(株)フォルテ(<http://www.forte-inc.jp/>)が手がけている。

8. 行政保有施設における自動販売機については、行政保有財産の有効活用によって歳入の確保等を図る目的で、公募によって設置事業者を選定し、行政財産の賃貸借契約により設置させる制度となっている。

がる自動販売機を活用した新たなビジネスに取り組むことになった。

## ロ. 事業の概要

自動販売機を「地域振興」の想いで活用した新たなビジネスは、ご当地自動販売機「フリーポン」である（図表5）。

「フリーポン」の開発に取り組んだのは2010年4月ごろであり、PNCネットワークサポート株式会社<sup>(注9)</sup>の担当者から、「自動販売機は、設置台数が多いにも関わらず飲料の販売にしか使われていない。他に活用方法はないのだろうか？例えば、携帯で読込みのできるQRコードを飲料缶に貼り付けて、地元企業の広告事業をできないだろうか？」といった問いかけを受けた。三

品社長としては、この問いかけに対する回答をすぐには持ち合わせていなかったが、これは「地域振興」という自らの想いを実現できるビジネスチャンスになるとの確信の下、鹿沼商工会議所の担当者からのアドバイスを受けながら、問いかけへの回答を模索し始めた。

まずは、PNCネットワークサポート社の担当者からの提案で、携帯で読込みのできるQRコードを飲料缶に貼付することを検討したが、大手飲料メーカーから、シールの貼付は飲料缶のデザイン変更になるうえ、自動販売機の故障につながりかねないという懸念が示された。結局、飲料缶へのシール貼付が自動販売機の故障の原因になるかどうかのテストが厳しかったことから、この案は実現不可能となり、先行きに暗雲が立ち込めた。

それでも、「自動販売機の“地域振興”での活用」という想いを諦め切れない三品社長は、「せっかくのチャンスを無駄にしたくない」とさらに模索を続けていたところ、偶然、宇都宮市内のコインパーキングの現金収納機で領収書を手にする利用者の姿を目にしたことで、「自動販売機からクーポンを発券すればよいのではないか」と閃き、ここに「フリーポン」の原型といえるアイデアが生まれた。この自動販売機から印刷物をプリントアウトする案に対しては、大手飲料メーカーから、取扱う飲料缶とは関係ないということで理解を得るこ

図表5 道の駅しもつけに設置された「フリーポン」



(備考) 同社提供

(注)9. 栃木県宇都宮市に本店を置くIT企業で、システムの導入から運用までをトータルサポートしている。(http://www.pncns.com/)



とができた。まさに、ご当地自動販売機「フリーポン」が生まれた瞬間であった。

そこで、自動販売機から印刷物をプリントアウトする技術開発にとりかかった。自動販売機にはジャーナル機能があるため、もともと「自動販売機+プリンター」の技術は存在していた。しかし、当時のジャーナル機能は、速度が遅いなどの機能面で、「フリーポン」として応用するには不十分であった。このプリンター機能の性能アップのため、大手プリンターメーカーを含めてさまざま問い合わせた結果、ようやく、インターネット検索で探し当てた大手企業の下請けプリンター会社にアプローチし、先方から「できそうだ」という快い回答を得ることができ、まずは1台単体を同社に出荷してもらうことができた。自動販売機にプリンターを取り付けるにあたって、自動販売機の改造にあたるため、大手飲料メーカーは難色を示したものの、同社からの説得が奏功し、一定の理解を得ることができた。

こうして開発にあたっての一定の条件が整い、2000年前後に製造された旧式の自動販売機（カウンター機能がデジタルではなく機械式）の電圧をチェックしてパソコンにつなげられることが確認できたところで、PNCネットワークサービス社においてソフト開発に取り組み始めた。プリン

ターの製造にあたっては、近隣の工場を借りるなど、地元の中小企業の協力を得ることができた。こうして、パソコン、プリンター、配線の技術を組み合わせた「フリーポン」の仕組みの原型が作られることになった。

「フリーポン」は、自動販売機で飲料を購入すると、広告付きのクーポンが発券されるわが国初の情報配信サービスである。地元の商店はわずかな費用負担で、クーポン券への広告の掲載と自動販売機に搭載の液晶ディスプレイによる動画CMの配信を行うことができる<sup>(注10)</sup>。また、消費者は、自動販売機で飲料を購入して発行されたクーポン券をクーポン利用可能店舗に提示すると割引などの特典を享受できる。このクーポンには地元企業のPR、イベント告知、割引・特典サービスなどのお得な情報が掲載されており、「フリーポン」での飲料購入者の目に留まることが多いため、プリントアウトされたクーポンは販売促進ツールとして有効である。こうして、“地元ならではの広告”で、三品社長の「地域振興での自動販売機の活用」という想いが実現するに至った。

「フリーポン」が「IoT」の活用事例として注目されたきっかけは、同社が「IT経営実践企業<sup>(注11)</sup>」の認定を受けたことである。これにより、ITコーディネーターからのア

(注)10. クーポンの広告主は、当初、鹿沼商工会議所を通じて募集した。複数社から応募を得ることができ、なかにはシダックスのカラオケの割引クーポンなど大手企業のものも含まれるなど一定の成果を得た。

11. 経済産業省の「中小企業IT経営力大賞2014」のなかで、「業務全般にITが活用され、そこから得られたデータを経営上の判断に利用し、企業内最適化又は企業間最適化が図られていると認められる企業」として認定された108件の1社となった。  
([http://www.meti.go.jp/policy/it\\_policy/it-keiei/award/2014/announcement.html](http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/it-keiei/award/2014/announcement.html))

図表6 集中管理システムの画面イメージ

自販機コード	自販機名	稼働状態	用紙状態	オンライン状態	設置先住所	端末ID	更新日時	管理
ft01	フィールドテスト用01	停止中	紙あり	オフライン		160400...	2016/11/04 17:05	詳細
ft02	テナントから削除 9/...	停止中	紙あり	オフライン	検証中	160400...	2016/11/04 17:05	詳細
ft03	栃木県立県産産業技術...	稼働中	紙切れ	オンライン	検証中	160400...	2016/11/18 18:17	詳細
ft05	株式会社スキット メ...	稼働中	紙あり	オンライン	輔スキット メインオ...	160400...	2016/11/18 18:17	詳細
ft06	鹿沼商工会議所 (左...	稼働中	紙あり	オンライン	鹿沼商工会議所 左	160400...	2016/11/18 18:16	詳細
ft07	栃木県立博物館 正面...	稼働中	紙あり	オンライン	県立博物館	160400...	2016/11/18 18:16	詳細
ft08	テナントから削除 9/...	停止中	紙あり	オフライン		160400...	2016/11/04 17:05	詳細
ft09	リパーク宇都宮池上町...	稼働中	紙あり	オフライン	撤去済	160400...	2016/11/04 17:05	詳細
ft10	下野新聞本社 通用口	稼働中	紙あり	オンライン	オートスナック検証中	160400...	2016/11/18 18:16	詳細
ft12	セツカートン(株)宇...	稼働中	紙あり	オンライン	検証中	160400...	2016/11/18 18:16	詳細

(備考) 同社提供

ドバイスを受けて、ものづくり補助金により「フリーポン」のソフト開発に取り組むことができた。さらに、自動販売機を地域活性化のためのツールとして位置付け、実際に地産池消を促進させている点が評価され、「グッドデザイン賞2016」を受賞した。ソフト開発では、通信機能を装着したフリーポン端末（自動販売機）とクラウドシステムをインターネットでつなぎ、3G通信回線<sup>(注12)</sup>でリアルタイムに集中管理できるシステムを開発した（図表6）。このソフト開発により、「フリーポン」ごとにさまざまな設定（発信する地域情報の更新を含むコンテンツの更新など）が可能になり<sup>(注13)</sup>、広告主の要望に応じてリアルタイムかつ新鮮な情報の発信ができるようになった。

## ハ. 今後の展望

現在、「フリーポン」には人感センサーが付いており、「フリーポン」の前を通りかかった人をカウントできる。また、これらセンサーで獲得したデータを、40秒に1回の頻度でクラウド経由で集中的にデータ管理できるようになっている。この集中管理により、クーポンの内容を変更できたり、音量調整なども一括操作できる。

一方、8GB規模の比較的大きなデータ蓄積ができるものの、これらビッグデータの活用方法は今後の検討課題となっている。例えば、温度センサーを取り付けて、気温の変化によって飲料の売上がどのように変わるかを分析するなど、具体的な活かし方を検討していきたい。さらに近い将来、蓄

(注)12. 携帯の通信網でハイスピードでの通信を特長とする。

13. 同社社員あるいは協力先社員がコンテンツの入替えのために「フリーポン」設置場所を周回する必要がなくなるなど、現地作業の大幅な削減につながり、作業効率の向上につながった。

積している売上管理データなどとデータ連携させて、在庫管理ができる仕組みも構築したいという。

三品社長は、「鹿沼の地域振興」という当初の想いはるかに飛び越え、「フリーポン」が各地の地域振興のツールの一つとして役立つことができるよう、日々邁進している。

## (2) 株式会社ころ (静岡県浜松市)

### イ. 会社の概要

同社は、2004年6月に創業して2007年8月に開業した外食IT企業である(図表7)。主力事業である外食事業では、静岡県内に、直営の「居酒屋ダイニング てんくら」を11店舗、業務委託で「しゃぶしゃぶ 但馬屋」を2店舗展開している。

取材に応じていただいた同社の渡邊一博代表取締役社長と佐藤充晃副社長は、ともに理系出身かつ大手IT企業での在籍経験があったことから、創業時は、IT事業を軸にECモールの運営を主力事業とした<sup>(注14)</sup>。大学の同級生で気心の知れた仲間であり、創業時の社名は、お互いの趣味であるサーフィンから由来して「サーフプランニング」とし、2人で共同出資して事業を立ち上げた。立地した静岡県浜松市は、政令指定都市でありながら割安な不動産賃料など事業環境に恵まれているうえ、2人の趣味であるサーフィンができることが魅

図表7 株式会社ころ概要



同社の概要	
法人名	株式会社ころ
代表	渡邊 一博 佐藤 充晃
本部所在地	静岡県浜松市
設立	2004年8月
事業内容	外食事業：業態開発/店舗展開および運営 IT事業：外食クラウドサービス/外食オムニチャンネル

(備考) 1. 写真は取材に応じていただいた渡邊一博代表取締役社長(左)、佐藤充晃取締役副社長(右)  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

力であった。家族の理解を得て大手企業を退職し移住してまで創業した背景には、お互いに、学生時代に経験した居酒屋でのアルバイト経験で、“お客様の笑顔の近いところで仕事をする楽しさ”を知り、社会人経験を積むなかで、“お客様の笑顔の近いところで仕事をしたい”想いが日増しに強まってきたことが挙げられる。

学生時代のアルバイト先などからアドバイスをいただいたり、2人が自ら飲食店などで改めてアルバイト経験を積みながら、2人の憧れであってもともとやりたいと強く想っていた外食産業に参入する目処が立ったことをきっかけに、2007年8月、社

(注)14. 渡邊社長と佐藤副社長は、お互いに入社5年目から、週末起業の形でECモールを運営していた。創業後は、ECサイトにて、親戚の事業で取り扱っていた和菓子を取り扱ったり、趣味のサーフィンを目的にする旅行を紹介していた。

名を「こころ」に変更して新たなスタートを切った。社名には、2人が学生時代のアルバイト経験で強くした「お客様のこころを満ちし、従業員のこころを育てるこころに笑顔を送らせる」という熱い想いを込めている。同社では、社員一丸となって、「人と食のハブとなり、価値の提供と笑顔を創造します」というモットーの実現に向けて、日々邁進している。

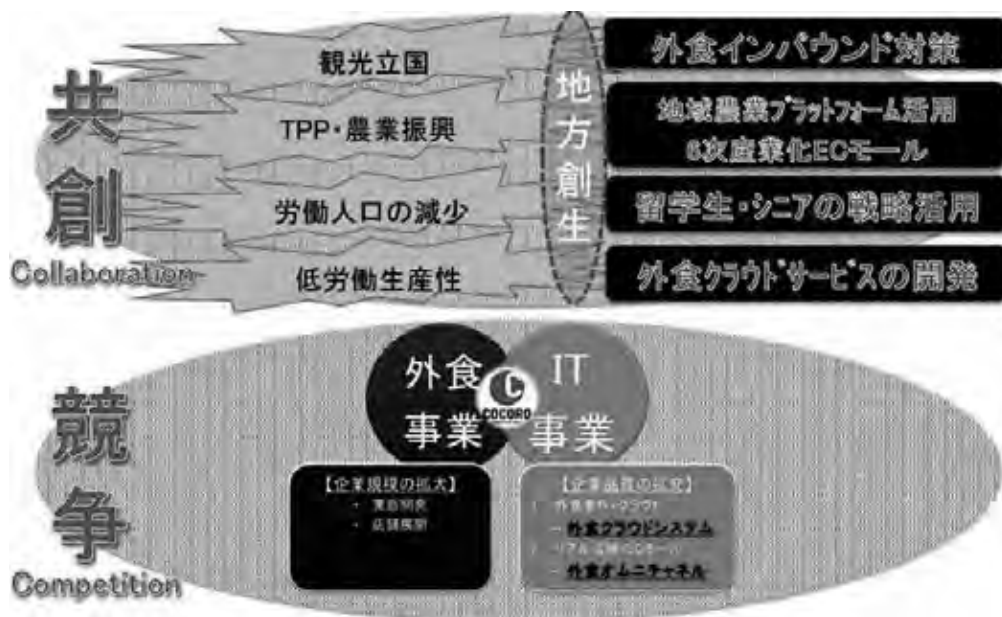
ら難しいと気づいたことから、大手総合飲食チェーン店のビジネスモデルを参考にしながら、地方都市でキーワードとなる「おしゃレ」、「割安」、「個室」などに配慮して店舗設計に取り組み始めた。店舗設計では建築士やデザイナーとの協働で「デザイン品質×空間快適性×オペレーション効率性×収益性」を追求し、お客様にとって快適で居心地の良い空間づくりを演出するよう努めている。

### ロ. 事業の概要

2007年8月に初出店した「情熱厨房てっぱん」では、漁協の仲買人などの協力を得ながら仕入れを充実させ、2人の想いを反映して「お客様とお友達になる」をコンセプトに運営した。しかし、こうした商売手法は、“店主・店員（ヒト）に過度に依存する”スタイルであり持続可能性の観点か

この店舗展開にあたっては、お客様満足度を強く意識して、外食産業の経営指針として採用されることの多い「QSCA（クオリティ（品質）・サービス・クリーンネス（衛生管理）・アトモスフィア（雰囲気）」をバランス良く取り入れ、強い外食事業本部の確立に向けて邁進している。併せて、“ヒトに過度に依存しない”スタイルの確立

図表8 同社の描く地方創生の課題への挑戦



(備考) 同社提供

にも取り組み、アルバイトであってもオペレーションできる体制を構築している。そのなかで、同社の強みであるIT事業を活かし、例えば独自開発システムによるPOSシステム（販売時点情報管理）と連動したオンライン予約システムを導入したり、外国人来店者向けにメニューの翻訳クラウドサービス「グルメニ」を導入している。さらに、飲食店経営のノウハウを活かして、新店舗出店計画書作成システムの開発も実現した。

サービス面では、大手総合飲食チェーン店との差別化として、地元産品を活かした「地産地消メニュー」を採用している。例えば、有限会社長谷川農産（静岡県富士市）が生産する高品質マッシュルームを活かしたメニュー、焼津港直送の天然マグロ、菊川産あかでみトマトを生かしたメ

ニュー、静岡県産釜揚げしらすなどが挙げられる。

そのほか、同社は、「外食×IT」をコンセプトに、「FaceToFace（店舗での接客）×オンライン・プロモーション（インターネットでのPR）」に取り組み、一般的に外食産業につきまとう良くないイメージを払拭して“企業品質の拡充”に取り組むとともに、静岡県内の農業者や漁業者の取り組む六次産業化などの地方創生の課題に対しても挑戦している（図表8）。代表的な取り組みとしては、生産者と消費者の双方向コミュニケーションを可能にする「生産者と消費者をつなぐ地域農業プラットフォーム」（図表9）の実現に向けた「COCOROチャンネル」や静岡特化型6次産業ECモール「しずも」が挙げられる。この「生産者と消費者をつなぐ地域農業プラットフォーム

図表9 同社の描く地方創生の課題への挑戦



(備考) 同社提供

ム」の構築では、地元のIT企業である株式会社エムスクエア・ラボ (m2Labo)<sup>(注15)</sup> (静岡県菊川市) と連携し、今後はフェイスブック等のSNSの活用も検討している。「COCOROチャンネル」では、地元のIT企業である株式会社はまぞう (HamaZo)<sup>(注16)</sup> (静岡県浜松市) と協業し、フェイスブック、ユーチューブ、ツイッターなどを活用しながら同社の“本音”をPRしている。また、ECモール「しずも」では、楽天やAmazonなどの広域ECモールでは実現できない「地域性 (静岡特化)」と「6次産業」を切り口に、地元の生産者とのコミュニケーションを密にして関係性を強化しながら、静岡県産の農畜水産物やその加工品をラインアップしている (図表10)。中小零細の農業事業者にとっても、宣伝強化につながると好評である。

図表10 ECモール「しずも」



(備考) 同社提供

(注) 15. 2009年10月に設立した農業支援を事業とする中小企業 (<http://m2-labo.jp/>)

16. 2013年10月に設立した中小IT企業 (<http://hamazo.co.jp/>)

17. 店舗ごとに売上集計や損益管理、人員管理などのできるシステム

## ハ. 今後の展望

同社は、居酒屋経営を通じて飲食店という「現場」を持ちながらIT事業を展開していることから、自社で独自開発したシステムを現場ですぐに実証できる“強み”をもつ。例えば、自社で独自開発した外食統合管理システム<sup>(注17)</sup>や飲食店向けメニュー翻訳クラウドサービス「グルメニ」は、自社店舗での実証後、他社展開を進めている。これら自社で独自開発したシステムを業界横断的にサービス提供することで、将来、自社システムが外食産業における「スタンダードフレーム」になればと積極展開を図る。

また、将来、構築した「生産者と消費者をつなぐ地域農業プラットフォーム」を活かして、詰め合わせた地場野菜を「地場野菜パック」として郵送販売したり、ECモール「しずも」を海外展開するとともに消費者向けの“BtoC”に加えて卸売業者向けの“BtoB”にも活用していきたいとしている。さらに、訪日外国人客の増加などの社会背景を踏まえ、消費者が生産者を実際に訪問できる体験型のグリーンツーリズムにも挑戦したいと意気込む。

### (3) 株式会社クレシア (広島県呉市)

#### イ. 会社の概要

同社は、2014年2月、ソフトウェア開発やシステム構築などを主な事業とする社員

図表11 株式会社クレシア概要



同社の概要	
法人名	株式会社クレシア
代表	金子 俊介
本部所在地	広島県呉市
設立	2014年2月
事業内容	ソフトウェア開発・システム構築

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

3名（取締役3名）の小規模事業者である（図表11）。社名の“クレシア”には、「生まれ育った呉（クレ）から幸せ（シア）を届けることができる会社になりたい」という熱い想いが込められている。

取材に応じていただいた金子俊介代表取締役社長は、地元のシステムベンダーにて役員まで務めた後、“おもしろい仕事をやりたい”、“縛られず楽しく仕事をしたい”との日増しに募る想いから、51歳で早期退職して、同社を起業するに至った。起業にあたっては、行政書士やコンサルタントなどの専門家には頼らず、定款の作成から経理事務までのすべてを自らで取り組んだ。そのため、金子社長は、会社設立についてコ

ンサルティングをできるほど詳しくなったという。

現在、創業から3年近くになるなか、金子社長自身が前職で培ったITノウハウを活かしたサービスを、地元・呉から発信し、地元だけでなく社会全体を元気にしたいという壮大な理念を持って事業に取り組んでいる。

## ロ. 事業の概要

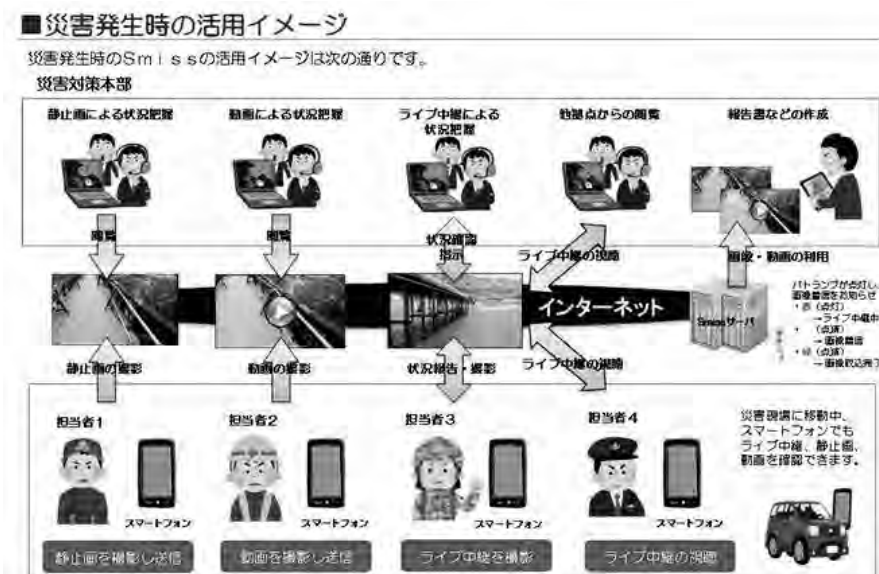
同社の主力商品は、遠隔地での状況を音声、映像、画像でタイムリーに伝えることのできる画像共有システム「Smisss（エスマミス）」（図表12）である。

「Smisss」は、前職で長い間懇意にしていた知人の設立した株式会社リネイル<sup>(注18)</sup>（群馬県前橋市）が既に開発、提供している画像共有システム「Reiss（リース）」をベースにしている。同社は、リネイル社に対して、「Reiss」の特殊な機能を削除するなどしたうえで、一般向けに販売するために同社のブランド「Smisss」として製品化を依頼し販売している。

一般的に、遠隔地の状況を映像や画像で把握するためには、高価な撮影機器や特殊な装置の購入が必要であるといわれている。一方、「Smisss」では、これらを不要としている。スマートフォンで簡単に撮影（簡単切替えでライブ中継、動画、静止画が可能）ができるうえ、撮影した映像は操

(注) 18. 群馬県前橋市に本社を置き、地域社会に根ざしてICT技術を駆使したシステム提案やネットワーク構築を事業とする中小IT企業 (<http://www.reneil.jp/>)

図表12 「Smiss」活用イメージ



(備考) 同社提供

作不要で自動的にサーバにアップロードされる。撮影した映像は、スマートフォンに残らないためセキュリティ上の問題はない。また、インターネットに接続できる機器であればパソコンでもスマートフォン、タブレットでもどこからでも画像の閲覧が可能で、複数拠点から同時に閲覧できるうえ、複数の現場のライブ中継を簡単切替えて閲覧できる。ライブ中継は録画でき、GPS機能により撮影場所を地図表示できる。さらに、画像は、利用者の必要に応じて所定の報告書様式に貼り付けることができるため、手間なく自動的に報告書を作成できるようになっている。このように「誰でも」、「どこでも」、「いつでも」、「簡単に」を実現した画像共有システムは画期的で、大手メーカーやITベンダーから、「ありそ

うでなかったシステム」、「過去に比類のないシステム」と高い評価を受けている。

「Smiss」は、遠隔地の状況をリアルタイムに共有したい場面があれば、業種や業態を問わず、あらゆるシーンで活用できるため、販路は無限である。例えば、行政は、災害状況の把握、災害復旧状況の確認、避難場所の確認など災害時に活用したり、電気、ガス、水道、鉄道、道路などの公共サービス事業者は、各種施設の遠隔保守などに活用できる。病院では遠隔医療に、金融機関では災害時において支店や取引先の状況把握などに活用できる<sup>(注19)</sup>。そのため、販売パートナーも、広島県内13社のほか全国各地60社に広がっており、営業エリアが拡大している。

(注)19. 山口フィナンシャルグループは、熊本地震発生時、北九州銀行熊本支店において、災害現場の状況把握で「Smiss」を活用している。なお、販売パートナーと連携し「Smiss」の貸出は無償で行っている。



## ハ. 今後の展望

現在、自宅を本社として経営をしているが、同社の主力商品である「Smis」の事業が軌道に乗り、全国に販路が広がっていることから、近い将来、営業所を開設したうえで、営業担当や技術担当などを採用して事業の拡大を図りたいと考えている。

また、利用者の要望に応じて「Smis」の機能を高めていきながら、既存の販売パートナーとの関係を深め、新たな販売パートナーを発掘して販売の多様化に努めていきたいとしている。さらに、山口フィナンシャルグループや呉信用金庫<sup>(注20)</sup>など地元の金融機関や(公財)くれ産業振興センターが開催するビジネスマッチングなどに出展するなど、今後も、地元・呉に根ざした営業活動に積極的に参加していく意向である。

## 3. “草の根”での普及が鍵を握る「IoT」

前章では、中小企業が主体となって地域のさまざまな課題解決に向けて「IoT」に取り組む事例を紹介してきた。とりわけ、事例で紹介した(株)オートスナック(栃木県鹿沼市)や(株)こころ(静岡県浜松市)では、「地域振興」を切り口とした取組みを展開している。ここで、商店街が主体となって面的に「IoT」に取り組む事例として、『信金中金月報』(2015.2)で既に事例紹介した経堂農大通り商店街振興組合(図表13)での取組みを簡単に振り返りたい。

経堂農大通り商店街は、小田急線経堂駅南口から東京農業大学のキャンパスに向かう通りに位置し、200店舗以上の商店数を誇る。1日あたり23,000人前後が通行する世田谷区内で有数の商店街である。毎年夏に2日間で開催される「経堂まつり」は、6万人の来場者が訪れ、同商店街のシンボリックなイベントと

図表13 経堂農大通り商店街



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

(備考) 1. 写真は取材に応じていただいた経堂農大通り商店街振興組合川村昌敏理事長  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表14 経堂農大通り商店街で活用しているビーコン



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

(注)20. 呉信用金庫が2016年4月に発刊した『くれしん地域企業応援ガイドブック 創刊号』で、同社の「Smis」は紹介されている。

なっている。同商店街では、2014年10月から株式会社アプリックス（東京都新宿区）の開発、提供する位置情報発信装置Beacon（ビーコン）（図表14）を導入している。同組合では「商店街情報をいかに低価格で維持コストをかけずに外部に発信するか」という課題解決を常に模索しており、ビーコンの導入が同組合の意向と合致したためである。導入当初は試験的に9店舗に導入していたが、現在は60店舗に設置されている。また、2016年4月には、東京農業大学の新生ガイダンスにおいて、同商店街のビーコンを紹介したところ、ダウンロード数が前月比で急増し、ビーコン専用アプリのダウンロード数を安定的に増やしている。また、2020年に開催予定の東京オリンピック・パラリンピックでは、近所の馬事公苑が馬術種目の競技会場に予定されており、外国人客の集客が見込めることから、40か国以上への自動翻訳に対応した専用

アプリ「hubea<sup>®</sup>」（ヒュービー）のダウンロード方法を記載したチラシを外国語で作成したりツイッターを活用して、外国人向けにもPRに努めている。同組合では、今後も、ビーコンという“下地”を活かしながら、商店街にもともとある人情を大切にしたいと意気込む。

「IoT」というと、大企業が取り組むような“大きなIoT”ばかりに注目が集まるが、本稿で紹介した（株）オートスナック（栃木県鹿沼市）、（株）こころ（静岡県浜松市）、（株）クレシア（広島県呉市）そして経堂農大通り商店街振興組合（東京都世田谷区）の事例にみられるとおり、中小企業や商店街などでもできる“小さなIoT”、すなわち、身の丈に合わせた手の届く範囲での「IoT」は、今後、わが国で「IoT」が本格的に普及していくうえでの鍵を握るのではないだろうか。

## 〈参考文献〉

- ・経済産業省『新産業構造ビジョン～第4次産業革命をリードする日本の戦略～』（2016年4月27日）
- ・首相官邸『地方創生IT活用促進プラン』高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部（2015年6月30日）
- ・総務省『「新たな情報通信技術戦略の在り方」（平成26年諮問第22号）に関する情報通信審議会からの第2次中間答申』（2016年7月7日）

## 急速に脚光浴びる「フィンテック」⑤

### －利用者本位の「フィンテック」に向けて－

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) フィンテック、全国中小企業景気動向調査、特別調査、クラウド、プラットフォーム、家計簿アプリ、利用者本位

(視 点)

信金中央金庫 地域・中小企業研究所では、信用金庫取引先の中小企業が最近話題の「フィンテック」に対してどのような意識をもっているのかについて、2016年9月に実施した第165回全国中小企業景気動向調査に付随した特別調査「金融サービスにおけるIT利活用と中小企業」を実施した。

本稿では、この調査結果を概観するとともに、中小企業や個人向けに利便性の高いフィンテックサービスの提供にチャレンジする(株)ミロク情報サービス(東京都新宿区)とスマートアイデア(株)(東京都港区)の事例を紹介しながら、利用者本位の「フィンテック」について考察した。

(要 旨)

- 信金中央金庫 地域・中小企業研究所が実施した第165回全国中小企業景気動向調査に付随した特別調査の結果をみると、中小企業では、総じて“金融機関取引のIT化”そのものに対しては肯定的に捉えていることが浮き彫りとなった。しかし、“金融機関取引のIT化”を「フィンテック」という言葉に置き換えた瞬間、「フィンテック≒よく分からないもの」と認識されてしまい、信用金庫の取引先である中小企業においては、まだまだ「フィンテック」は浸透していないようである。
- 利用者に広く受け入れられるフィンテックサービスを提供するためには、スマホという限られた処理能力のなかでソフトウェアを開発しメンテナンスできる高い「技術力」に加えて「デザイン力」が鍵を握るだろう。すなわち、「フィンテックサービス≒技術力×デザイン力」と言い換えることができ、フィンテックサービスの開発では、スマホ専門のアプリケーション技術者とともにデザイナーの果たす役割もますます大きくなるのではなかろうか。

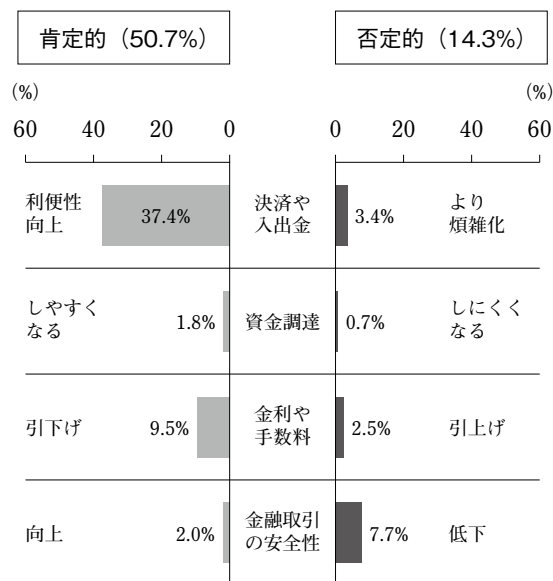
## 1. 全国中小企業景気動向調査からみる 中小企業の「フィンテック」への期待

信金中央金庫 地域・中小企業研究所では、「第165回全国中小企業景気動向調査（2016年7～9月期実績・2016年10～12月期見通し）」<sup>(注1)</sup>のなかの特別調査にて、「金融サービスにおけるIT利活用と中小企業」と題して、全国14,485企業<sup>(注2)</sup>の中小企業を対象に「フィンテック」に対する意識調査を実施した（調査票については巻末参照）。

中小企業では、“金融機関取引のIT化”に対して、「決済や入出金の利便性が高まる」（回答割合37.4%）ことへの期待を筆頭に、全体の過半数である50.7%が肯定的な見方をしている一方、否定的な見方は全体の14.3%にとどまった（図表1）。中小企業では、総じて“金融機関取引のIT化”に対して肯定的に捉えていることが浮き彫りとなった。

しかし、「フィンテック」という言葉自体への認知度は高くない。中小企業における「フィンテック」の認知度は（図表2-①左図）、「内容は認識している（「内容は認識、利用済み」と「内容は認識、未利用」の回答割合の合計）」の回答割合が23.4%である一方、「内容は認識していない（「言葉だけ聞いたことあり」と「知らない、聞いたことはない」の回答割合の合計）」の回答割合は76.7%に上る。また、中小企業における「フィンテック」

図表1 中小企業における「金融機関取引のIT化」への期待



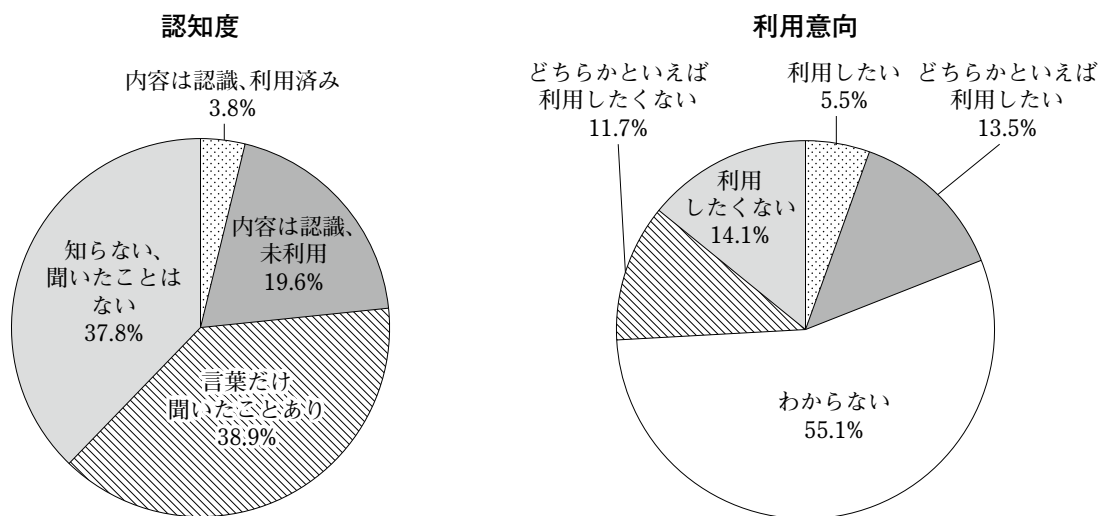
（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所（2016年9月29日）『第165回全国中小企業景気動向調査 特別調査 金融サービスにおけるIT利活用と中小企業』から引用

ク」の利用意向をみると（図表2-①右図）、「利用したい（「利用したい」と「どちらかといえば利用したい」の回答割合の合計）」の回答割合が19.0%である一方、「利用したくない（「どちらかといえば利用したくない」と「利用したくない」の回答割合の合計）」の回答割合は25.8%、「わからない」の回答割合は55.1%と過半数に上る。すなわち、中小企業の多くは、金融サービスがIT化していくことに対しては利便性の観点から肯定的に捉えているものの、“金融機関取引のIT化”を「フィンテック」という言葉に置き換えた瞬間、「フィンテック≒よく分からないもの」と認識してしまうようである。さらに、「フィ

(注)1. 調査結果については、信金中央金庫 地域・中小企業研究所ホームページのうち、<http://www.scbri.jp/PDFtyuusyoukigyou/release/release165.pdf>を参照

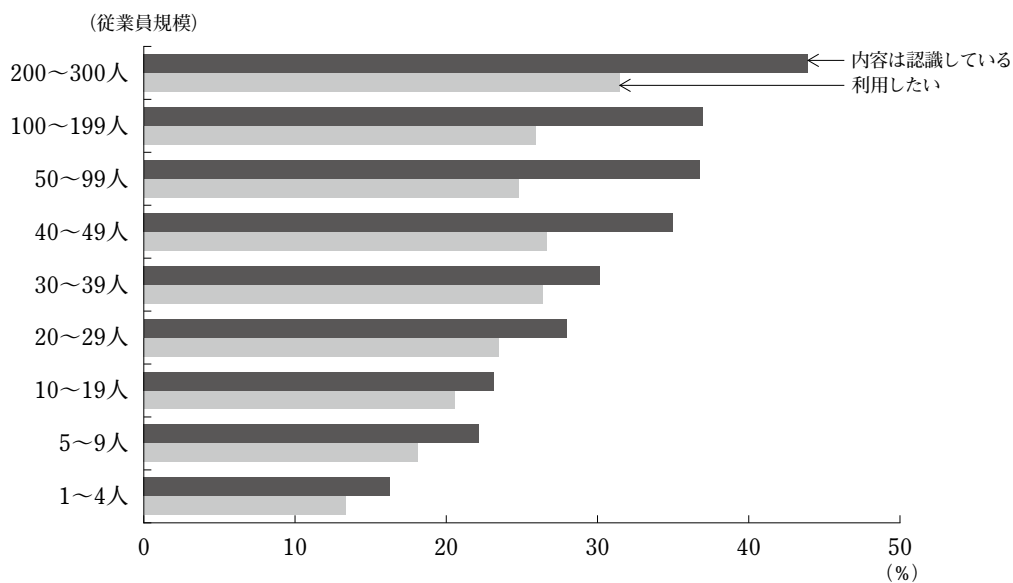
2. 標本数15,848企業のうち有効回答数。回答率は91.4%である。調査方法は、全国各地の信用金庫営業店の調査員による「聴取り」調査である。

図表2-① 中小企業における「フィンテック」への認知度合いと利用意向



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所 (2016年9月29日) 『第165回全国中小企業景気動向調査 特別調査 金融サービスにおけるIT活用と中小企業』から引用

図表2-② 従業員規模別でみた中小企業における「フィンテック」の認知度合いと利用意向



(注1) 「内容を知っている」は、「内容を知っていて、既に利用している」と「内容を知っているが、利用していない」の回答割合の合計である。

(注2) 「利用したい」は、「利用したい」と「どちらかといえば利用したい」の回答割合の合計である。

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所 (2016年9月29日) 『第165回全国中小企業景気動向調査 特別調査 金融サービスにおけるIT活用と中小企業』をもとに作成

ンテック」について「内容は認識している」、「利用したい」と回答した中小企業を従業員規模別にみると(図表2-②)、従業員規模が大きい中小企業ほど「フィンテック」の内容を認識し、利用意向が高まる傾向がみられ

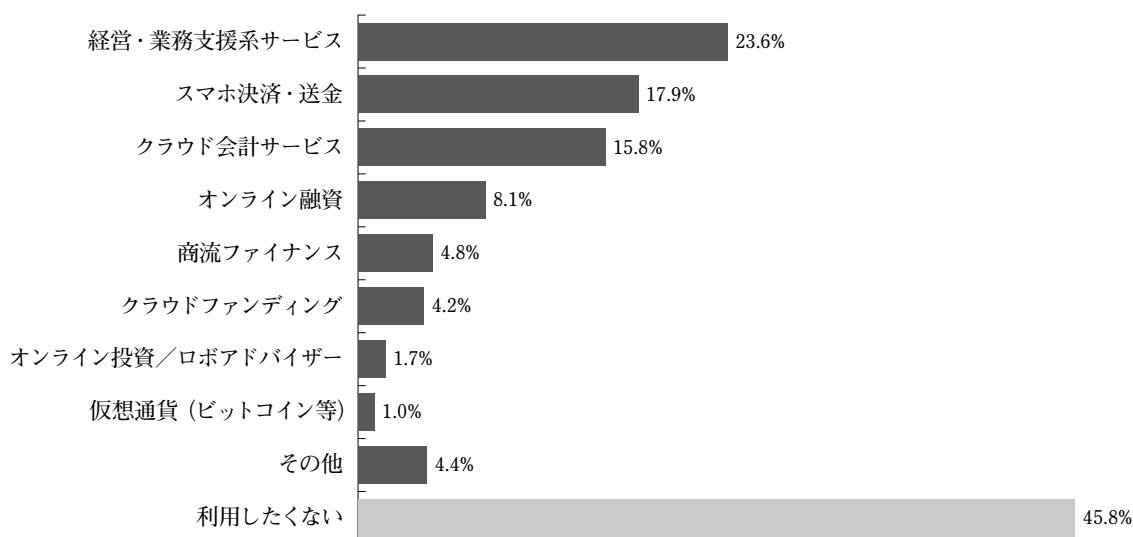
る。したがって、今後、信用金庫を含む金融機関がフィンテックサービスを提供していくにあたっては、とりわけ規模が小さい取引先に対しては親切で丁寧な説明をしていくことが求められるのだろう。

中小企業が、事業上で利用している（あるいは利用したい）フィンテックサービスをみると（図表3）、「フィンテック」への認知度や利用意向が全般的に高くないことから、「利用したくない」の回答割合が45.8%と半数近くに上る。一方、「利用している（あるいは利用したい）」と回答した中小企業では、「経営・業務支援系サービス<sup>(注3)</sup>」（23.6%）、「スマホ決済・送金」（17.9%）、「クラウド会計サービス<sup>(注4)</sup>」（15.8%）に対するニーズがある。金融業界で大きな話題となっている「オンライン投資／ロボアドバイザー<sup>(注5)</sup>」や「仮想通貨<sup>(注6)</sup>（ビットコイン等）」に対しては、中小企業での関心は決して高いとはいえないようである。金融サービスを提供する金

融機関側と、利用する中小企業側との間には、フィンテックサービスへの興味・関心にギャップが存在している可能性がある。フィンテックサービスを企画、検討するにあたって、金融機関本位ではなくお客様本位での視点が求められているのかもしれない。

最後に、中小企業が社長個人（家族を含む）として利用している（あるいは利用したい）フィンテックサービスをみると（図表4）、「利用したくない」の回答割合は、事業上で「利用したくない」の回答割合（45.8%）を上回る54.8%に上る。この理由は、今回の特別調査を通じて得られたコメントから垣間見ることができる。具体的に寄せられた関連する主なコメントは次のとおりである。

図表3 中小企業における「フィンテック」に対するニーズ



（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所（2016年9月29日）『第165回全国中小企業景気動向調査 特別調査 金融サービスにおけるIT利用と中小企業』から引用

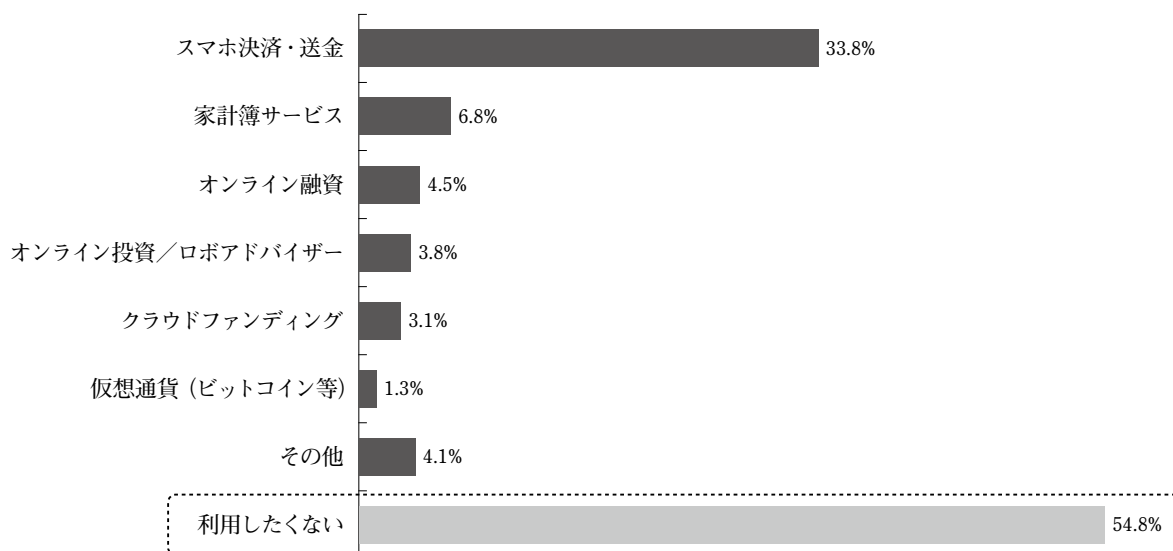
（注）3. 『急速に脚光浴びる「フィンテック」④—FinTechエコシステムの形成に向けて—』（2016年9月1日付け）のなかで事例紹介したメリービズ（株）（東京都港区）が提供する経理入力代行のようなサービスをいう。（<http://www.scbri.jp/PDFkinyuchousa/scb79h28s14.pdf>）

4. 従来の会計ソフトで入力作業していたものを、オンライン上で売上や入金などを自動入力する仕組みであり、会計情報を“見える化”するサービスのこと。

5. 利用者から与えられた情報を基に独自のアルゴリズムで計算を行い自動的に最適な投資ポートフォリオを提案・運用する資産運用サービスのこと。

6. インターネット上のみで通貨的な機能を有する財産的価値が認識される情報のこと。

図表4 中小企業における個人（もしくは家族）としての「フィンテック」に対するニーズ



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所 (2016年9月29日) 『第165回全国中小企業景気動向調査 特別調査 金融サービスにおけるIT活用と中小企業』から引用

主なコメント

- ・信用金庫職員による定期的な訪問を受けているため、金融サービスのIT化の必要性を感じていない。  
(自動車用検査機器製造 静岡県、  
食品加工 和歌山県)
- ・インターネットバンキングすら利用したことはなく、今までどおりの金融サービスの継続を希望している。  
(木材・木製品製造 北海道)
- ・金融機関店舗が近隣にあるため、金融サービスのIT化には関心がない。  
(建築資材卸売 埼玉県)
- ・取引金融機関のインターネットバンキングを利用しているが、利便性を感じない。  
(家電販売 岡山県)
- ・サイバーテロ等を懸念し、「フィンテック」を消極的に捉えている。  
(塗装工事 北海道)
- ・スマホ決済にはセキュリティ面での不安を感じている。  
(不動産賃貸・仲介 群馬県)

これらコメントをみる限り、中小企業ひいてはその社長、家族は、金融機関職員による“FaceToFace (対面)”での定期的な訪問や既存の金融取引 (店舗が近いため来店での取引など) に不満を抱えておらず、かつセキュリティ面で信頼、信用されている姿が浮かび上がる。これら実態は、一見、FinTech企業が成長していくための環境 (FinTechエコシステム) の形成等を進める政府の動き<sup>(注7)</sup>に相反するように見える。しかし、そのほかのコメントとして、「メガバンクなどでは「フィンテック」を利用できる環境であるため、信用金庫でも「フィンテック」を利用できないと不便である (家庭用金物卸売 愛媛県)」、「「フィンテック」への対応について、取引金融機関からの説明がほしい (自動車部品製造 長野県)」なども寄せられており、中小企

(注)7. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所ホームページに掲載の『急速に脚光浴びる「フィンテック」④-FinTechエコシステムの形成に向けて-』 (<http://www.scbri.jp/PDFkinyuchousa/scb79h28s14.pdf>) を参照

業にとって「フィンテック」に対する正確な情報が不足していることも懸念される。

したがって、大手行や地方銀行等を中心にフィンテックサービスの提供が徐々に進んでいくなかで、今後、信用金庫には、取引先である中小企業とその社長、家族に対して、まずは正確に「フィンテック」に関する情報提供をしていくことが求められてくるだろう。

以上、信用金庫の取引先である中小企業とその社長、家族の間では、まだまだ「フィンテック」は浸透していないようである。とはいえ、**図表2-②**で示したとおり、規模の大きな中小企業ほど、メガバンクや地方銀行などから提案されていることもあって、「フィンテック」への理解度合いは高く、実際に利用も進んでいることも明らかになっている。中小企業とその社長、家族が「フィンテック」を正しく理解して利用するようになれば、政府のいうFinTech企業が成長していくシナリオは現実味を帯びてくるだろう。

そこで本稿では、中小企業向けに振込代行などのクラウドプラットフォームでのサービス提供に挑戦する(株)ミロク情報サービス(東京都新宿区)の事例を紹介する。併せて、中小企業の社長個人あるいは家族などを含む個人が気軽に楽しく利用できる家計簿アプリを提供するスマートアイデア(株)(東京都港区)の事例も紹介する。

## 2. フィンテックサービスの利便性向上への挑戦

### (1) 株式会社ミロク情報サービス(東京都新宿区)

#### イ. 会社の概要

同社は、1977年に設立され、会計事務所(税理士・公認会計士事務所)ならびに中堅・中小企業を主な対象として財務・会計システムや経営情報サービスを開発、提供する東証一部上場企業である(図表5)。7社のグループ会社<sup>(注8)</sup>を有し、設立以来、会計事務所との強固なパートナーシップを構築・維持することにより、中小企業を支

図表5 株式会社ミロク情報サービスの概要



同社の概要	
法人名	株式会社ミロク情報サービス
代表	是枝 周樹
本部所在地	東京都新宿区
設立	1977年11月
事業内容	税理士・公認会計士事務所およびその顧問先企業向けの業務用アプリケーションソフトの開発・販売など

(備考) 1. 写真は取材に応じていただいた製品開発・サポート本部bizsky事業部 岩田悟部長(中央)、和田淳市部長(右)、森岡智直課長(左)  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注)8. (株)エヌ・テー・シー(NTC)、(株)エム・エス・アイ(MSI)、リード(株)、MJS M&A パートナーズ、クラウドインボイス(株)、Miroku Webcash International(株)、(株)ビズオーシャンの7社である。



援することを使命としている。

その中長期経営ビジョンでは、「ミロク情報サービスグループは、インターネット等の技術革新や経営環境の変化に適応して、お客様の視点に立ち、お客様に喜んで頂ける新しい価値を提供し、お客様の経営イノベーションを推進します。～中小企業のIT化を支援し、中小企業を元気にします～」と掲げている。すなわち、同社は、一貫して中小企業の支援につながる事業展開<sup>(注9)</sup>を図っている。

同社は、今後も会計事務所とのパートナーシップを強化しながら、わが国経済の基盤を担う中小企業が抱えるさまざまな経営課題を解決するための新しい価値（経営システム・経営ノウハウ・経営情報）を提

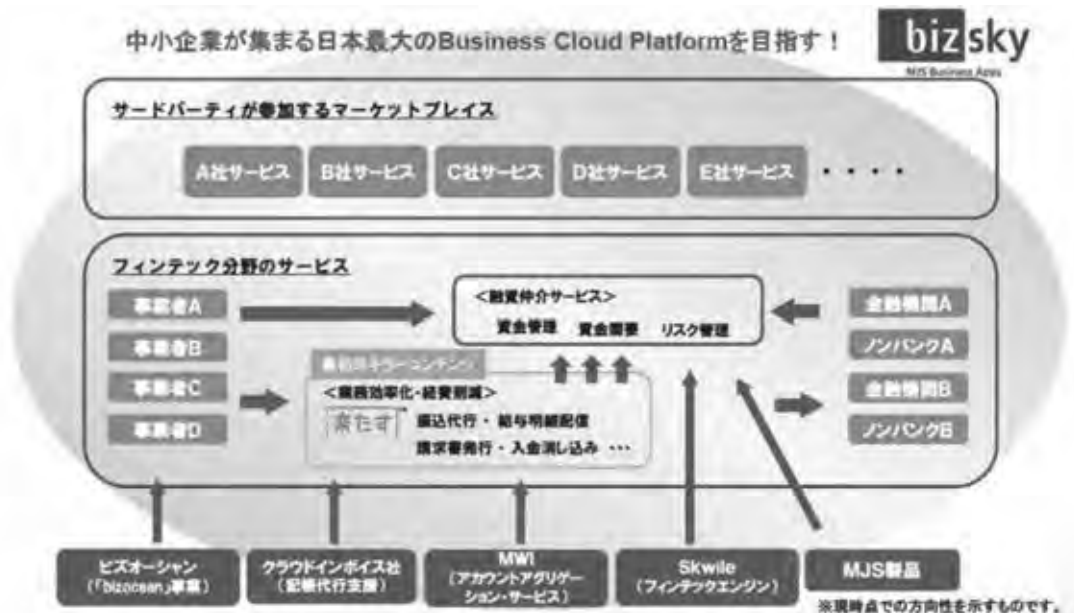
供していく方針である。

## ロ. 取組みの概要

同社は、前述した中長期ビジョンに基づき、中小企業を支援する新しい価値創出を目的として、約3年前から「bizsky事業」の構想をスタートした。

同事業では、中小企業が抱える経費削減、業務効率化、資金調達などのさまざまな経営課題に対するソリューションを企画・提供することを目指している。その基盤となるのが、“BtoB”クラウドプラットフォーム「bizsky」の構築である（図表6）。「bizsky」は、中小企業の根源的な経営課題を解決するためのコンテンツ・サービスを取り揃えたマーケットプレイス機能

図表6 クラウドプラットフォーム「bizsky（ビズスカイ）」の目指すスキーム



(備考) 同社提供

(注)9. 中堅・中小企業向け製品ラインアップとして、「Galileopt NX-I」（中堅企業向けERPシステム〈効率的な経営スタイルを実現するソフトウェア〉）、「MJS LINK NX-I」（中小企業向けERPパッケージシステム）、「ACELINK NX-CE」（中小企業・小規模事業者向け業務パッケージ）、「iCompass NX」（小規模企業・個人事業者向けパッケージソフト）などをサービス提供している。

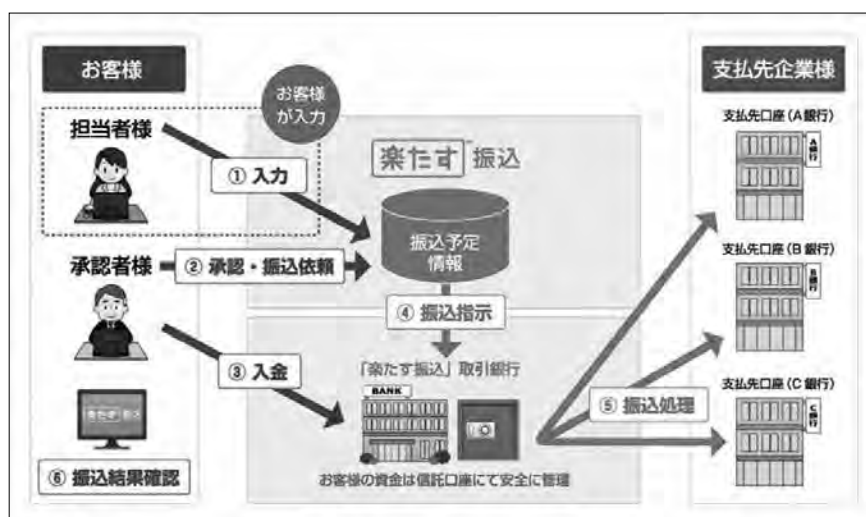
を持つクラウドプラットフォームである。本プラットフォームは、2016年9月6日に本格始動し、その上で稼動する最初のクラウドサービスとして、「楽たす振込」の提供を開始した（図表7）。

今後、同社が開発・提供する『楽たす』シリーズとして、給与振込、請求書発行、

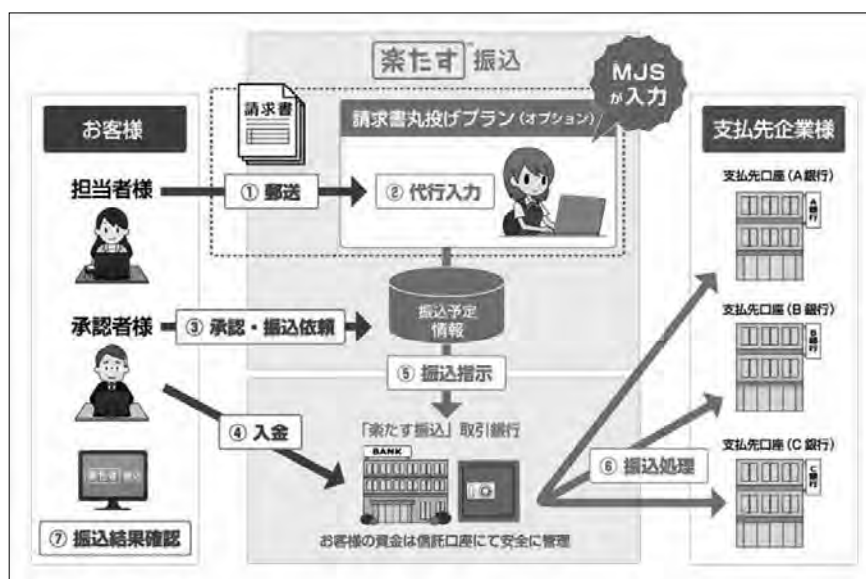
資金繰り管理、アカウントアグリゲーション機能<sup>(注10)</sup>などのクラウドサービスを順次提供すると同時に、中小企業向けのクラウドサービスや各種コンテンツを提供するITベンチャー等のビジネスの場として、マーケットプレイス機能を拡充することにより、中小企業が集まるわが国最大の「ビジ

図表7 「楽たす振込み」サービスの概要（イメージ）

①振込処理



②請求書丸投げプラン



(備考) 同社提供

(注) 10. ウェブスクレイピング (対象となるウェブサイトの画面情報を取得して、そこから情報を抽出する方法のこと)

ネス・クラウド・プラットフォーム」を目指したいという。また、こういったクラウドサービスを開発・提供し、新たにフィンテック分野へも参入する。

『楽たす』シリーズのコンセプトは、「中小企業や個人事業主が気軽に利用でき、かつ業務効率化や収益拡大などにつながること」である。「楽たす」という名称には、「楽（容易）」と“楽しさ”を仕事に“たす（足す）”という意味を込めており、同社の同事業に対する熱い想いが反映されている。

クラウドサービス「楽たす振込」は、「コスト削減」、「業務効率化」、「安心・安全」の3つを特長としている。「コスト削減」では、初期費用・月額基本料を0円、振込手数料は1件あたり一律310円（税込）と格安に設定している。「業務効率化」では、利用者は同社に請求書をそのまま送付するだけで、同社が振込予定情報を代行入力するオプションサービス「請求書丸投げプラン」（別料金）も提供し、利用者の手間を大きく省くことに貢献している。「安心・安全」では、振込資金を同社財産とは分別管理された信託口座で守るとともに、通信でも同社の高度な暗号化技術により第三者からの不正アクセスやデータ改ざんを防いでいる。本サービスには、同社が創業以来40年にわたり蓄積してきた財務・会計システムのノウハウが凝縮されているといえよう。

## ハ. 今後の展望

今後、同社オリジナルのクラウドサービス『楽たす』シリーズを拡充させると同時に、提携先の会計事務所およびその顧問先企業、各種業界団体などに対して本サービスを紹介することにより、多くの中小企業に利用いただけるよう努めていきたいとしている。

長期的なスパンでは、「bizsky」にさまざまな金融取引のビッグデータを蓄積し、本プラットフォーム上で融資仲介サービス（トランザクションレンディング）を提供したいという意向がある。この融資仲介サービスを進めていく上では、さまざまな金融機関からの意見を取り入れながら、お互いにWin-Winの関係になれるよう協業体制を構築していくとともに、本プラットフォーム全体が、利用する中小企業、連携する金融機関、ITベンダーすべての関係者にとってオープンで使い勝手のよいものになるよう設計していきたい方針である。

## (2) スマートアイデア株式会社（東京都港区）

### イ. 会社の概要

同社は、家計簿アプリの開発、運営を事業とし、MUFG Fintechアクセラレータ<sup>(注11)</sup>に採択されたフィンテックベンチャー企業である（図表8）。社員は10名で、ベトナム・ハノイには現地社員7名の開発拠点も有する<sup>(注12)</sup>。

(注) 11. 三菱東京UFJ銀行が、金融サービスに変革をもたらす熱意を持った企業家やベンチャー企業とともに、革新的なビジネスの立ち上げを目指すプログラムのこと（<http://www.bk.mufg.jp/innovation/accelerator/>）。

12. スマホ向けアプリ開発専門のエンジニアは国内では不足しているため、優秀なエンジニアの採用が容易なベトナムに開発拠点を設置した。

図表8 スマートアイデア株式会社の概要



同社の概要	
法人名	スマートアイデア株式会社
代表	江尻尚平
本部所在地	東京都港区
設立	2012年5月
事業内容	家計簿アプリ「おカネレコ」の開発・運営など

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

江尻社長は、国内大学の理系学部を卒業後に、大手の外資系携帯電話会社に就職した。この時期はガラケー<sup>(注13)</sup>が流行しており、江尻社長自身、モバイルの可能性に大きな期待を抱くとともに、当時携わっていたプロダクトマーケティング<sup>(注14)</sup>の経験からマーケティングに強い関心を抱くことになった。こうしたなか、江尻社長は、一念発起し、勤務先を退職して国内MBAコースでマーケティングを専攻しながら、同社の前身にあたる(株)モバイルマーケティ

ング・ジャパンを起業した。この会社では、モバイル(主にガラケー)を活用して消費者行動などの市場調査をできるサービスを提供、展開し、事業を軌道に乗せた。しかし、起業後4、5年ほどで、モバイル市場の主役がガラケーからスマートフォンに切り替わっていくなか、事業の先行きが見通せなくなった。そこで、「スマホを活かして社会を便利にするサービスを創りたい」という江尻社長の熱い想いの下、“新たな気持ちで切り換えて事業をスタートする”との意味を込めて、新たに同社を立ち上げるに至った。

#### ロ. 取組みの概要

同社で事業を立ち上げるにあたり、江尻社長は、まず、自らも家計簿アプリを利用することで、使い勝手のよい家計簿アプリのサービスが提供されていない実態に注目をした。そこで、「時間がかかる」、「わかりにくい」、「面倒くさい」の3つを解決して、利用者が飽きずに家計簿への入力続ける(習慣化する)ことができるサービス設計を検討した。その結果、2012年8月にリリースしたサービスが、家計簿アプリ「おカネレコ」(図表9)である。このアプリのインターフェイス(初期画面)は、誰でも使ったことがあり親しみのある電卓をモチーフにした。リリース後、めざましテレビ(フジテレビ)などのテレビ番組や各

(注)13. 日本独自に技術進歩したガラバゴス携帯(2つ折り携帯電話)の略。

14. 製品開発、ブランディング、販売促進ツールの作成など、製品やサービス別に幅広く行うマーケティングのこと。

(図表9) 家計簿アプリ「おカネレコ」

①画面イメージ



②金融機関との連携イメージ



(備考) 同社提供

種新聞・雑誌で取り上げられたことで、2016年8月末現在、ダウンロード数で380万を突破するに至った。

同社のアンケート調査によると、家計簿アプリ「おカネレコ」の利用者属性は、性別でみると7割が女性である。年齢別では、20歳代が42%、30歳代が25%、40歳代が17%と続く。職業別では、会社員が51%、主婦・パートが23%、学生が16%と続いている。最近では、口コミを通じて、学生や40歳代以上の利用者も増加傾向に

あるという。利用期間では、利用者の65%が6か月以上、そのうち36.5%は1年以上利用しており、利用者が家計簿アプリ「おカネレコ」に入力することが生活上の習慣になるよう、今後もサービス内容を改善していきたいと意気込む。

消費者目線のサービス提供を徹底するにあたり、マーケティング活動にも工夫を加えている。具体的には、質的調査として、「ユーザーインタビュー」を3、4か月に1回の頻度で、各回5名前後を対象に、気楽

に話しのできる喫茶店の談話室などを活用して、直接、利用者の声を真摯に聴いている。併せて、量的調査として、前身である(株) モバイルマーケティング・ジャパンでのノウハウを活かして、随時「Webアンケート」も実施している。質・量の両面からマーケティングをすることで、多くの利用者の声をサービスに取り入れようと日々努力している。

こうしたマーケティング活動を通じて、「おカネの悩み」を抱えている利用者が多いことが明らかになった。これを受けて、江尻社長は、「おカネの悩みを解決できないか」、「おカネをより身近に感じてもらうことはできないか」など課題意識を抱くなか、タイミングよく、MUFG Fintechアクセラレータに参加することができた。アクセラレータでは、4か月間、三菱東京UFJ銀行の内部メンター（アドバイザー）やVC（ベンチャーキャピタル）などからさまざまなアドバイスを受けることができた。

このアクセラレータを通じて、2016年8月、金融教育アプリ「おカネNavi」が生まれた（図表10）。この「おカネNavi」では、20～30歳代の女性を主なターゲットとし、若い女性に好まれる「イケメンと対話できる」をコンセプトに、恋愛シミュレーションゲームを取り入れた。「イケメンとの対話を通じたストーリーとクイズで楽しくおカネの知識をつけられる」ことをコンセプトに、利用者の金融リテラシーを高めることを目指している。この恋愛シミュレーションゲームを取り入れた結果、20歳代女性では7割強、30歳代女性では5割程度が金融アプリ「おカネNavi」を継続利用しており、今後も、アプリ利用の習慣化に取り組んでいきたいとしている。なお、この「おカネNavi」では、独自のキャラクターに変更することができるうえ、オリジナルクイズを設定でき、金融商品の説明にも活用できるカスタマイズ版も提供できるという。

（図表10）金融教育アプリ「おカネNavi」



（備考） 同社提供

## ハ. 今後の展望

現在、2016年中を目処に、“おカネに関わる相談を気軽にできる”をコンセプトに、AI（人工知能）を活用したアプリ「オンライン接客アシスタント」の開発に取り組んでいる（図表11）。LINE形式のインターフェースで自然対話できるよう技術開発に努めている。

このアプリが提供できるようになれば、今後、金融機関と連携してポータルアプリを設計し、そのポータル上に「家計簿」、「金融教育」、「接客アシスタント」のそれぞれのアプリを乗せるサービスを提供していきたい意向である（図表12）。

同社では、培ってきた“マーケティング力”という強みを活かして、金融教育を通

（図表11）「オンライン接客アシスタント」の画面



（備考） 同社提供

図表12 次世代接客プラットフォーム構築への挑戦



（備考） 同社提供

じて、金融機関と利用者との「橋渡し役」(利用者を金融機関に近づける役割)を果たしながら、今後も利用者層を広げていきたいとしている。

### 3. 利用者本位の「フィンテック」に向けて

本稿で紹介した(株)ミロク情報サービスならびにスマートアイデア(株)ともに共通していることとして、利用者が気軽に使える、楽しく使える、簡単に使える、使いたいサービスを選べるなど、画面のデザインなどを含むインターフェイスを工夫しながら、利用者の“痒いところに手が届く”サービスを提供していることが挙げられよう。また、さまざまなフィンテック企業への取材等を通じてわかったこととして、例えば「家計簿アプリ」という同じサービスであっても、画面のデザインや色合い、かわいらしさなどの違いによって利用者属性や利用継続率などが大きく異なっている。これらを踏まえると、利用者に広く受け入れられるフィンテックサービスを提供するためには、スマホという限られた処理能力のなかでソフトウェアを開発しメンテナンスできる高い「技術力」に加えて「デザイン力」が鍵を握るだろう。すなわち、「フィンテックサービス≒技術力×デザ

イン力」と言い換えることができ、フィンテックサービスの開発では、スマホ専門のアプリケーション技術者とともにデザイナーの果たす役割もますます大きくなるのではなからうか。

信金中央金庫 地域・中小企業研究所が実施した第165回全国中小企業景気動向調査の特別調査結果のなかで指摘したとおり、中小企業の多くは、金融サービスがIT化していくことに対しては利便性の観点から肯定的に捉えているものの、“金融機関取引のIT化”を“フィンテック”という言葉に置き換えた瞬間、「フィンテック≒よく分からないもの」と認識してしまう。すなわち、中小企業を含む利用者は、「フィンテック」であるから利用しているのではなく、提供されているフィンテックサービスに従来の金融サービスとは異なる便利さや面白さなどを体験できるから利用しているといえよう。

したがって、信用金庫を含む金融機関が「フィンテック」に向き合うにあたっては、「フィンテック」に取り組むこと自体を“目的”にするのではなく、視点を利用者に置き換えたうえで、あくまで“手段”の一つに過ぎないことを改めて意識し直すことが求められるのではなからうか。

#### 〈参考文献〉

・信金中央金庫 地域・中小企業研究所 (2016年9月29日)『第165回全国中小企業景気動向調査 【特別調査 金融サービスにおけるIT活用と中小企業】』



(巻末資料)

特別調査

「金融サービスにおけるIT活用と中小企業」

問1. 貴社では、現状の金融機関取引がIT化していくことで、どのような変化が起こると考えていますか。下記のなかから**もっともあてはまるものを1つ**選んでお答えください。

- 1. 決済や入出金の利便性が高まる
- 2. 資金調達（借入等）がしやすくなる
- 3. 金利や手数料の引下げが期待される
- 4. 金融取引にかかる安全性が向上する
- 5. 決済や入出金の煩雑性が増える
- 6. 資金調達（借入等）が難しくなる
- 7. 金利や手数料の引上げが懸念される
- 8. 金融取引にかかる安全性が低下する
- 9. 変わらない
- 0. わからない

回答欄

1. ~0.

(66)

∫

(70)

問2. 最近、IT化の進展にともない、ITを活用した金融サービスを提供する金融機関が始めていますが、貴社では、問3・問4の回答項目に挙げるような金融サービスを提供する「金融とITの融合（フィンテック）」をご存知でしたか。また、こうしたITを活用した金融サービスを貴社の事業上で利用したいとお考えですか。下記のなかから**それぞれ1つずつ**選んでお答えください。

回答欄

金融とITの融合（フィンテック）の認知度

- 1. 内容を知っていて、既に利用している
- 2. 内容を知っているが、利用していない
- 3. 言葉だけ聞いたことがある
- 4. 知らない、聞いたことはない

金融ITサービスの利用意向

- 5. 利用したい
- 6. どちらかといえば利用したい
- 7. わからない
- 8. どちらかといえば利用したくない
- 9. 利用したくない

認知度 1. ~4.

(71)

∫

利用意向 5. ~9.

(75)

問3. 貴社が**組織(事業)**としてITを活用した金融サービスを利用している(あるいは利用したいと考えている)サービスはございますか。下記のなかから**3つ以内**で選んでお答えください。

- 1. スマホ決済・送金
- 2. 不特定多数からのインターネットを通じた資金調達（クラウドファンディング）
- 3. インターネット技術を活用した会計ソフト（クラウド会計サービス）
- 4. インターネット上での自動投資サービス（オンライン投資/ロボアドバイザー）
- 5. インターネット上での借入れ（オンライン融資）
- 6. 仮想通貨（ビットコインなど）
- 7. リアルタイムで取引状況等をみた借入れ（商流ファイナンス）
- 8. インターネット技術を活用した経営・業務支援系サービス（事務処理など）
- 9. 利用したくない
- 0. その他（ ）

回答欄

1. ~0.

(76)

∫

(80)

問4. 社長ならびに家族が**個人として**ITを活用した金融サービスを利用している(あるいは利用したいと考えている)サービスはございますか。下記のなかから**3つ以内**で選んでお答えください。

- 1. スマホ決済・送金
- 2. クラウドファンディング
- 3. 家計簿サービス
- 4. オンライン投資/ロボアドバイザー
- 5. オンライン融資
- 6. 仮想通貨（ビットコインなど）
- 7. 利用したくない
- 8. その他（ ）

回答欄

1. ~8.

(81)

∫

(85)

問5. **取引金融機関**から貴社に対して、事業上でITを活用した金融サービスの利用を勧奨されたことがありますか。下記のなかから、特に強く提案してきた取引金融機関および特に強く勧奨されたサービスを**それぞれ1つ**選んでお答えください。

提案してきた取引金融機関

- 1. メガバンク
- 2. 地方銀行・第二地方銀行
- 3. 信用金庫
- 4. 信用組合・JA等
- 5. なし

取引金融機関から提案されたサービス

- 6. スマホ決済・送金
- 7. クラウドファンディング
- 8. クラウド会計サービス
- 9. その他（ ）
- 0. なし

回答欄

取引金融機関 1. ~5.

(86)

∫

提案サービス 6. ~0.

(90)

調査員のコメント


お忙しいところご協力いただきましてありがとうございました。

# コンテンツツーリズムによる魅力溢れる地域づくり

## －「大河ドラマ」、「アニメ」、「ロケ誘致」の事例からの示唆－

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

石川 浩史

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

藁品 和寿

信金中央金庫 地域・中小企業研究所上席主任研究員

鉢嶺 実

(キーワード) コンテンツツーリズム、大河ドラマ、アニメ、ロケ地、観光振興、聖地巡礼、  
フィルムコミッション

(視 点)

2015年夏、2017年のNHK大河ドラマで静岡県浜松市ゆかりの人物・井伊直虎を主人公とした「おんな城主 直虎」の放映が決定し、地元浜松市では地域を挙げて盛り上がりを見せている。また、2016年の「ユーキャン新語・流行語大賞」のトップ10のなかに「聖地巡礼」が入るなど、最近、全国各地で、NHK大河ドラマやアニメを中心に「コンテンツ」を活用した地域づくりへの注目が改めて高まっている。

本稿では、「コンテンツ」を活用した観光振興の取組みである「コンテンツツーリズム」で魅力溢れる地域づくりに挑戦する事例に注目し、コンテンツを「NHK大河ドラマ」、「アニメ」、「ロケ誘致」に大別したうえで、事例からみた地域社会に与える効果を考えてみたい。

(要 旨)

- NHK大河ドラマ効果は、社会的な注目度が高いゆえに放映中の観光誘客効果は大きいが一過性で終わることが多く、“大河ドラマ”を一つのきっかけとした持続的な観光需要創出が課題となっている。アニメ効果では、必ずしもどの地域でも成功するものではないものの、地域社会にとって“起爆剤”となっているケースも散見され、最近、自治体や観光関連業者の一部で、国内客のみならず外国人客を取り込もうという動きも活発になっている。ロケ誘致効果では、ロケ誘致をタイミングよく活かすことにより、観光客の少ない閑散期に観光客誘致を図って観光客の集客の平準化を図ることなどが期待できる。
- 「ツーリズム（観光）」にかかわる4つの要素として、一般的に「観光動機」、「観光客」、「観光資源」、「観光基盤」が挙げられることが多い。本稿で取り上げた事例（和歌山県中小企業団体中央会、静岡県浜松市、茨城県大洗町、栃木県・栃木県鹿沼市）からみれば、観光客が、観光資源である「大河ドラマ」、「アニメ」、「ロケ誘致」の現場に“行ってみたい！”と心を動かし、実際に現地を訪れた観光客が、観光資源に触れたうえで、観光基盤（観光インフラ）である地元の“おもてなし”の心に触れ、現地の鉄道やバスなどの交通機関を利用して旅館などの宿泊施設に赴くことにより“楽しい！”あるいは“心地よい！”と実感する。このことで、その現場は「観光地」として強く認識される。こうした体験をした観光客がリピーターとなり、さらに広がる口コミで、その現場が「観光地」としてますます脚光を浴びるという好循環が生まれるのではないだろうか。

## 1. コンテンツツーリズムとは

コンテンツツーリズム (Contents tourism) という言葉 (概念) が、近年、急速に脚光を浴びている。

2004年に成立した「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律<sup>(注1)</sup>」によれば、「コンテンツ」とは、「映画、音楽、演劇、文芸、写真、漫画、アニメーション、コンピュータゲームその他の文字、図形、色彩、音声、動作若しくは映像若しくはこれらを組み合わせたもの又はこれらに係る情報を電子計算機を介して提供するためのプログラム (電子計算機に対する指令であって、一の結果を得ることができるように組み合わせたものをいう。) であって、人間の創造的活動により生み出されるもののうち、教養又は娯楽の範囲に属するもの」(第二条) と定義されている。岡本健編著 (2015年) 『コンテンツツーリズム研究』では、コンテンツの定義はさまざまあるなかで、「情報が何らかの形で創造、編集されたものであり、それ自体を体験、消費することで楽しさを得られる情報内容」が「コンテンツ」とされている。

2003年7月に、政府の観光立国関係閣僚会議で策定された「観光立国行動計画」では、「観光立国」、「一地域一観光」に向けて、地域の魅力あるコンテンツを生み出す活動の振興とその活用が触れられ、2004年5月に経済産業省が公表した「新産業創造戦略」のなかでは、「コンテンツ」は「先端的な新産業分

野」の一つに位置付けられた。また、2016年の「ユーキャン新語・流行語大賞」のトップ10のなかに、アニメや漫画などの作品において、その舞台やモデルとなったゆかりの場所 (すなわち“聖地”) を実際に訪問するという意味での「聖地巡礼」が入るなど、最近、「コンテンツ」への注目が改めて高まっている。

これら「コンテンツ」を活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズムが「コンテンツツーリズム」である。国土交通省総合政策局が2005年に公表した「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書」のなかで、「コンテンツツーリズムの根幹は、地域に「コンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ」としての「物語性」「テーマ性」を付加し、その物語性を観光資源として活用すること」と記述されている。岡本健編著 (2015年) 『コンテンツツーリズム研究』のなかで「コンテンツツーリズム」をわかりやすく定義付けしているので引用すると、「コンテンツツーリズム」とは、「「コンテンツ」を動機とした観光・旅行行動や、「コンテンツ」を活用した観光・地域振興を指す語」である。

このように“地域再生の産業分野”として重視された「コンテンツ」について、前述の国土交通省による「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書」のなかでは、コンテンツに着目し

(注)1. 詳細の条文は、<http://law.e-gov.go.jp/htmldata/H16/H16H0081.html>を参照

て観光振興を図っていくうえでの方向性が示されている（図表1）。具体的には、「コンテンツを活かした観光資源の創出」、「住民の理解、共感の促進」、「コンテンツを活かした観光プロモーション」、「推進体制の確立」といった課題に対応する必要があると指摘している。これら課題に対応し、「コンテンツ」を通じて地域の魅力を高めることができれば、観光誘致などによる経済効果に加えて住民の“地域愛”の向上など、さまざまな効果を生むことが期待できる（図表2）。

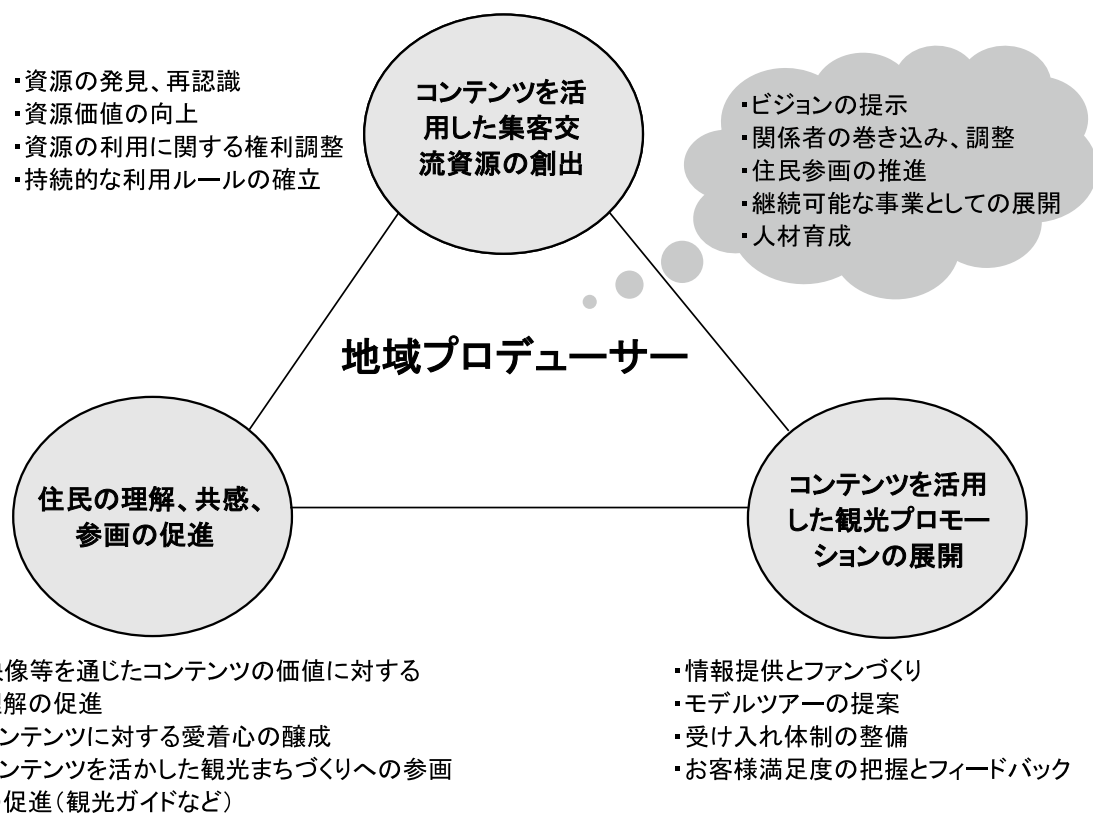
本稿では、この「コンテンツツーリズム」を活用した魅力溢れる地域づくりに挑戦する

事例に注目し、コンテンツのうち「NHK大河ドラマ」、「アニメ」、「ロケ誘致」に着目したうえで、それぞれの地域社会に与える効果について簡単に触れる。

### (1) NHK大河ドラマ効果

NHK大河ドラマは、1963年の放映開始以来、50年以上にわたり歴史ドラマとして根強い人気を誇っている。1年間を通して放送1回あたり45分、年間の放送回数は50回前後におよぶ大型の時代劇であり、最近の視聴率はやや低調ではあるが、15～20%の平均視聴率<sup>(注2)</sup>を維持し、社会への影響度合いは強い。

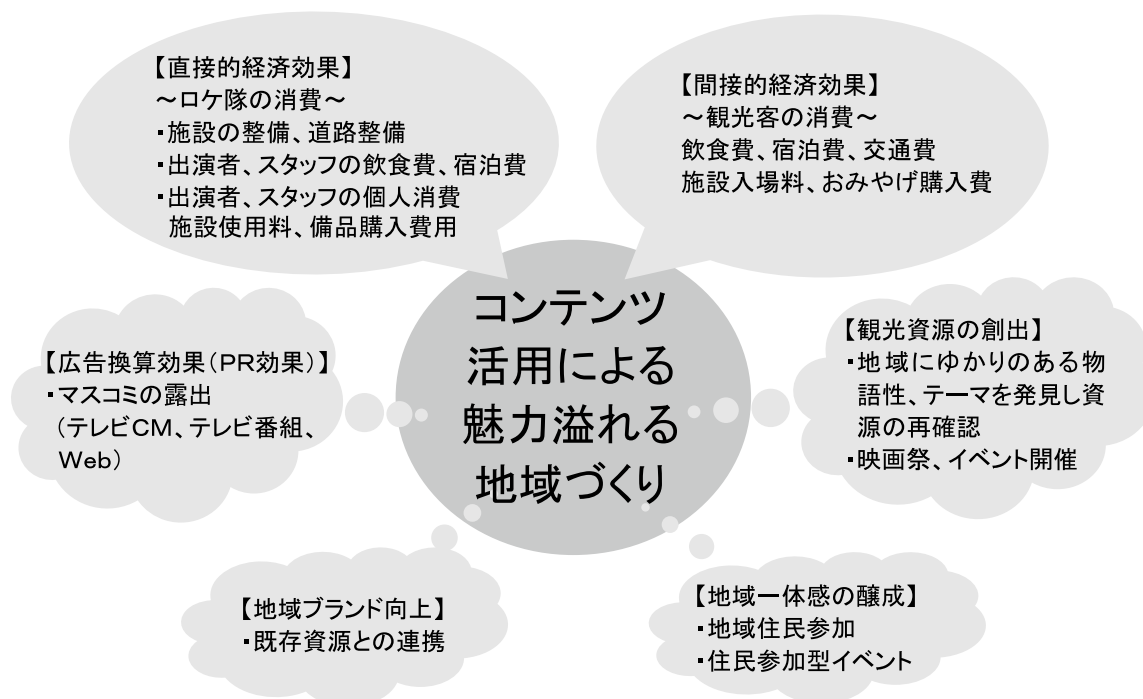
図表1 コンテンツツーリズム推進の方向性



(備考) 国土交通省総合政策局観光地域振興課『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査』(2005年3月)をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注)2. ビデオリサーチホームページ (<http://www.videor.co.jp/data/ratedata/program/03taiga.htm>) 参照

図表2 コンテンツを活用した魅力ある地域づくりによる効果



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

日本政策投資銀行北陸支店が2000年12月に公表したレポート「大河ドラマを活かした観光活性化策」では、「特定の人物ないし時代がテーマとなることから、当該テーマにゆかりのある地域では大河ドラマ推進組織を設置し、観光キャンペーン等を実施している。仮設のロケセットを観光客向けに公開するなど観光拠点の整備を行う一方、イベントが放映期間中に連続して開催され、マスコミ等により短期的に大量の情報が発信されるため、集客効果が大きい。」と指摘し、これによる著しい経済効果を「大河ドラマ効果」と称している。実際に、観光客の増加にともなう宿泊ニーズの高まりや大河ドラマ放映にともなう関連グッズや土産品の売上の増加などにより、日本銀行各支店などによる推計では、大

河ドラマ効果は、数百億円規模に上るともいわれている(図表3)。

一方、大河ドラマ放映終了後は、マスコミや視聴者の関心が次回作品に移っていくことから、急速に当該地域の印象は薄れ、観光需要の低下をもたらすことが多い。これが、一般的に「大河ドラマ効果は一過性」といわれることが多い所以だろう。ちなみに、前述の日本政策投資銀行北陸支店によるレポート「大河ドラマを活かした観光活性化策」では、「持続的な観光需要創出の鍵は、ひとえに大河ドラマを契機とした観光活性化推進を通じ、意識して持続的な活動に繋がる芽を育て、放映終了後も継続していくかにかかっている。」と締めくくられている。

図表3 NHK大河ドラマが地域に与える経済波及効果

放送年	番組タイトル	主なご当地	主演	経済波及効果	調査機関
2004	新撰組!	京都府	香取慎吾	203億円	日本銀行京都支店
2005	義経	山口県	滝沢秀明	179億円	日本銀行下関支店
2006	功名が辻	高知県	仲間由紀恵	135億円	「巧名が辻」高知県推進協議会
2007	風林火山	長野県	内野聖陽	109億円	日本銀行松本支店
2008	篤姫	鹿児島県	宮崎あおい	262億円	鹿児島地域経済研究所
2009	天地人	新潟市	妻夫木聡	204億円	日本銀行新潟支店
2010	龍馬伝	高知県	福山雅治	535億円	日本銀行高知支店
		長崎市		276億円	日本銀行長崎支店
2011	江～姫たちの戦国～	滋賀県	上野樹里	162億円	滋賀県
2012	平清盛	兵庫県	松山ケンイチ	150億円	日本銀行神戸支店
		広島県		202億円	中国電力
2013	八重の桜	福島県	綾瀬はるか	113億円	日本銀行福島支店
2014	軍師官兵衛	兵庫県	岡田准一	243億円	兵庫県立大学政策科学研究所
		福岡県		280億円	九州経済調査協会
2015	花燃ゆ	山口県	井上真央	138億円	日本銀行下関支店
		群馬県		39億円 (前橋市のみ)	前橋市議会
2016	真田丸	長野県	堺雅人	200億円	日本銀行松本支店 (予測)
2017	おんな城主 直虎	静岡県	柴咲コウ	179億円	日本銀行静岡支店 (予測)

(備考) 浜松商工会議所受領資料をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

## (2) アニメ効果

2016年の「ユーキャン新語・流行語大賞」のトップ10にランクインした「聖地巡礼」は、主にアニメファンが、アニメの風景モデルとなったロケ地、登場人物のゆかりの地、制作会社の所在地など、ファンにとってはある種の“聖性”をもった場所<sup>(注3)</sup>を訪問する旅行行動である。2016年9月に設立された(一社)アニメツーリズム協会では、この「聖地巡礼」が観光立国とわが国の地域活性化に資するため、観光資源を掘り起こして訪日観光

客を地方圏へ誘客することを目的に、日本人に加えて外国人からも「アニメ聖地投票」を公募し、2017年1月までには『「アニメ聖地」88か所』を選定するとしている(図表4)。

特に最近では、インターネットの普及にともない、ファンが、アニメ作品の背景となっている風景モデルを見つけ出してSNS(フェイスブック等)で広めることにより、アニメの舞台現場が特定されやすくなっている<sup>(注4)</sup>。多くのアニメファンは、アニメに登場した背景と同じアングルで写真撮影をするなど、そ

(注)3. 酒井亨著(2016年)『アニメが地方を救う!?「聖地巡礼」の経済効果を考える』26頁では、アニメ聖地巡礼で先駆的研究者である北海道大学観光学高等研究センターの山村高淑教授の著書から引用し、「[ファンにとってキャラクターはある意味、神聖な存在]だからこそ、「自然にそういう(聖地巡礼)呼称が定着するということは、そこに『聖性』を感じているからにほかならない」と指摘する。」と、「聖地巡礼」について触れている。

4. 2016年8月から公開となり大ヒットとなった東宝のアニメ映画「君の名は。」では、実際に舞台となった“聖地”とされる岐阜県飛騨市を訪れた人のツイートをもとに、次々と映画を鑑賞したファンを中心に“聖地”への訪問が急増しているという。こうしたファンに対応するため、16年10月から、濃飛バス(岐阜県高山市)は、聖地巡礼タクシーの運行を開始した。

図表4 アニメの聖地88ヶ所（第3回中間発表、2016年11月30日現在）

順位	作品名	舞台	放送時期
1	ラブライブ!	東京都千代田区秋葉原	2014年4年～
2	氷菓	岐阜県高山市	2012年4月～
3	ガールズ&パンツァー	茨城県東茨城郡大洗町	2012年10月～
4	文豪ストレイドッグス	神奈川県横浜市	2016年4月～
5	けいおん!	京都府京都市	2009年4月～
6	たまゆら	広島県竹原市	2011年10月～
7	あの日見た花の名前を 僕達はまだ知らない。	埼玉県秩父市	2011年4月～
8	らき☆すた	埼玉県久喜市	2007年4月～
9	Free!	鳥取県岩美郡岩美町	2013年7月～
10	デュラララ!!	東京都豊島区池袋	2010年1月～

(備考) (一社)アニメツーリズム協会ニュースリリース「[アニメ聖地投票]第3回中間発表」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

の現場に行くことでしか味わえない体験をするため、アニメの登場人物が過ごした街を訪れる。アニメファンのなかには、リピーターになるケースが多いともいわれている。

酒井亨著『アニメが地方を救う!?「聖地巡礼」の経済効果を考える』によると、アニメによる経済効果について、NHK「クローズアップ現代」（2012年3月7日放送）では、「アニメ聖地巡礼者を全国で100万人と推定していることを基に、旅行費用284億円～2,272億円、経済効果1,136億円～9,088億円、雇用効果5,700人～45,000人、税収57億円～450億円」と紹介されたという。アニメ作品の質や制作会社の判断などで、アニメツーリズムは、必ずしもどの地域でも成功するものではないが、地域社会にとって“起爆剤”になる可能性を秘めている。

このため、自治体、観光関連業者の一部では、アニメや漫画を観光資源として捉え、国内客のみならず外国人客も取り込もうという動きが活発になっている。

### (3) ロケ誘致効果

映画やテレビドラマ、CMなどの「ロケ地」は全国に数多く点在するが、知られていない地域も多い。こうした地域の隠れた魅力を掘り起こして地域振興を図られることを目的に、全国各地にフィルムコミッション（以下、「FC」という。）が設立されている。FCは、ロケ受け入れ窓口の役割を果たし、映画、ドラマ、CMなどさまざまなジャンルのロケ実施を円滑に進めることを支援している。

前述の国土交通省による「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書」では、制作者はFC等に対して、「撮影者が望む魅力的で多彩なロケ地の情報提供」、「撮影許可・届出・申請などの手続き」を強く望んでいることが浮き彫りとなっている。FC等には、組織力の向上や専門担当者の人材育成などの課題があるものの、制作者にとってFC等には高いニーズがあるといえる。

こうしたなか、一部の行政機関や観光協会

等のなかには、組織内部にFCを設立して積極的にロケ班を受け入れる動きがある<sup>(注5)</sup>。その主な理由は、ロケ誘致による地域活性化である(図表5)。ロケ誘致による経済波及効果では、ロケ班(俳優、出演者、スタッフ等)による飲食や宿泊などの消費にともなう直接的経済効果、ロケ後に現地を訪問する観光客による飲食、土産品の購入、宿泊などの消費にともなう間接的経済効果、そして、ロケ地をメディアを通して広くPRすることにともなう広告換算効果<sup>(注6)</sup>などが見込まれる。

このような経済波及効果を期待できるロケ誘致をタイミングよく活かすことができれば、例えば、例年では観光客の少ない閑散期に観

光客誘致を図ることにより、年間を通して観光客の集客の平準化を図ることができよう。

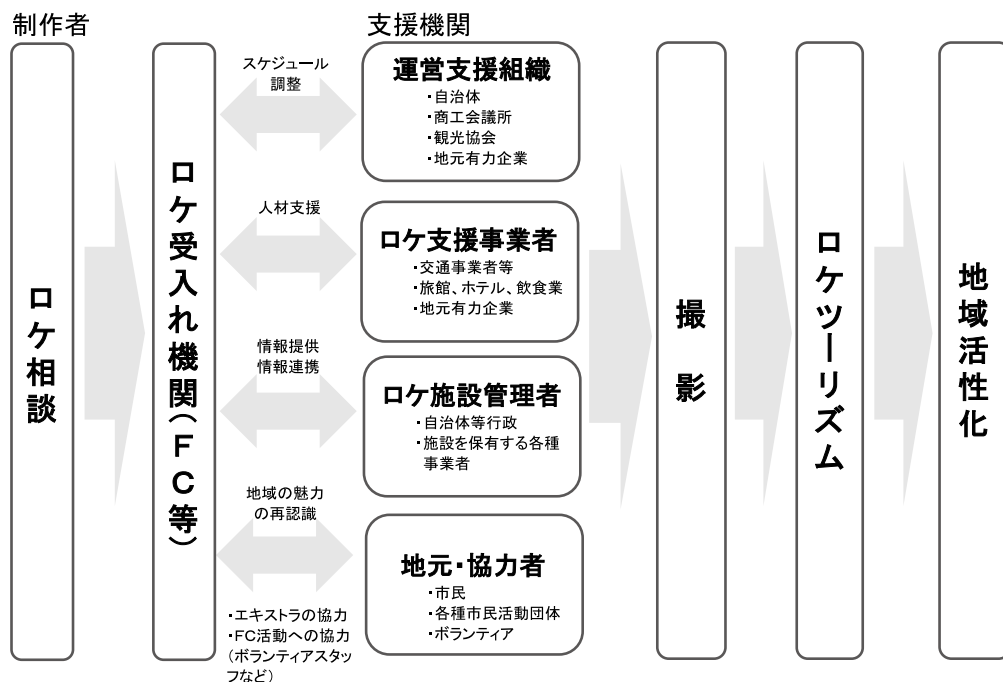
## 2. コンテンツツーリズムへの挑戦

### (1) 和歌山県中小企業団体中央会 -NHK大河ドラマ「真田丸」-

#### ①経緯

NHK大河ドラマ「真田丸」では、2016年9月に放映された第39話で主人公の真田信繁(幸村)とその父・真田昌幸が九度山(和歌山県九度山町)へ幽閉されたことで、ドラマの舞台が長野県や大阪府から和歌山県へ移った。こうしたことを見越して、和歌山県への注目度が高まるタイミングで、大阪シティ信

図表5 ロケ誘致による効果



(備考) 国土交通省総合政策局観光地域振興課『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査』(2005年3月)等をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注)5. 近年、全国各地でFCを立ち上げる動きが活発化しており、特定営利活動法人ジャパン・フィルムコミッションによると、118団体(2016年11月1日現在)が登録している。未登録FCを加えると全国で200以上のFCが存在するといわれている。  
6. 新聞・雑誌などのメディア上で「記事」として取り上げられた際の露出度や認知効果について、同じ枠を広告として購入した場合の広告費に換算し、その金額で評価する、広報・PR業務では標準的な成果測定手法



用金庫<sup>(注7)</sup>(大阪府)が“和歌山の魅力”を発信したい和歌山県中小企業団体中央会<sup>(注8)</sup>(和歌山県和歌山市)(図表6)の熱い想いを、天神橋三丁目商店街振興組合(大阪市北区)に提案し、「日本一長い」といわれる天神橋筋商店街が“和歌山の魅力”を発信する“舞台(「真田丸」に因んで“出城”<sup>でじろ</sup>)”となるに至った。

“和歌山の魅力”を発信する和歌山県の歴史・文化・物産販売事業は、2015年10月から2016年4月まで実施された。その当時のキーパーソンは、天神橋三丁目商店街振興組合、大阪シティ信用金庫企業支援部、和歌山県中小企業団体中央会の山本庄作元専務理事、そして今回の取材に応じていただいた(株)和歌山放送<sup>(注9)</sup>(和歌山放送ラジオ)の元アナウンサーで“紀州へのいざないびと”である藤本喜八郎氏<sup>(注10)</sup>(図表6)である。

なお、大阪シティ信用金庫が組み立てた事

業に対し、和歌山県中小企業団体中央会が和歌山放送に対して本事業への協力を依頼した際、和歌山県を愛し、天神橋筋商店街を知り尽くしているうえ、天神橋筋商店街の賑わいを支える大阪シティ信用金庫の役割をも理解している藤本氏を、同社の中村栄三専務取締役が適任者として推薦したことをきっかけに、藤本氏は本事業に深く関わることになった。

## ②取組みの展開

和歌山県中小企業団体中央会は、2015年10月27日から29日、12月18日から20日にかけて、シティ信金「商店街PLUS」事業として天神橋筋商店街内に情報発信店舗を出店し、和歌山県九度山町や真田幸村の歴史、世界遺産「高野山」に関する情報発信を行った(図表7)。この出店では、藤本氏が“語り部”となり、来店者の都合に合わせて、九度山町の紹介や真田幸村の歴史などを

図表6 取材風景



(備考) 1. 写真(左)は、取材に応じていただいた和歌山県中小企業団体中央会 販路開拓支援センター センター長 西村正己氏、写真(右)は藤本喜八郎氏  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表7 「真田丸の情報発信店舗」



(備考) 大阪シティ信用金庫 企業支援部提供

(注)7. 同金庫では、「シティ信金PLUS事業」の一環で、商店街の賑わい創出を支援する「商店街PLUS」事業を展開している。  
8. 中小企業団体中央会は、中小企業等協同組合法により、中小企業の組合等を会員として設立された団体であり、国や和歌山県の中小企業担当部課と連携して事業に取り組んでいる。  
9. <http://www.wbs.co.jp/>参照  
10. 全国ディスクジョッキーグランプリなどの受賞歴があり、和歌山放送を退職後はテレビ東京やテレビ朝日のワイドショーなどで活躍した。

1分コースから20分コースまで細かくセッティングした話題を提供した。この藤本氏の話りは、アナウンサーとして培った話術により来店者に好評だったという。出店にあたっての「真田丸」のポスター展示などについても、藤本氏がNHKに掛け合って交渉の末、実現している。店舗内のデザインは、「真田丸」にちなんで“赤”を基調とした。次に、商店街内のフリースペースである「天三<sup>てんさん</sup>おかげ館」にも出店し、真田丸の情報発信店舗への来店者を藤本氏の語りで誘導しながら、和歌山県産の特産品<sup>(注11)</sup>を販売した(図表8)。

最終形として、和歌山県中小企業団体中央会は、大阪シティ信用金庫の支援を得て天神橋筋商店街のなかの空き店舗を賃借し、2015年12月から16年4月にかけて、継続的に和歌山県の歴史文化、特産品の販売を行い“和歌山の魅力”の発信に努めた。売上は、

図表8 商店街内空き店舗を活用した「わかやま紀州館」



(備考) 大阪シティ信用金庫 企業支援部提供

「真田丸」効果が加わり、大繁盛とはいかないまでも好調であった。

現在、和歌山県中小企業団体中央会は、東京有楽町の交通会館に2004年に開設したアンテナショップ「わかやま紀州館」でのPR活動を継続するとともに、2014年8月、関西国際空港内に開設した「わかやま紀州館 関西空港店」でのPR活動にも力を入れている。このアンテナショップでは、同会のネットワークで掘り起こした約200社、約900アイテムの和歌山県特産品を取り扱っている。併せて、このアンテナショップへの誘客を図るため、大阪府を中心にキャラバン隊による特産品のPRならびに移動販売<sup>(注12)</sup>にも取り組んでいる。

### ③今後の展開

同会では、大河ドラマ効果は一過性であるとの認識の下、NHK大河ドラマ「真田丸」については、九度山町が舞台になるということで、和歌山県あるいは特産品をPRする“きっかけ”あるいは“チャンス”として活かした。今後も、「真田丸」のように和歌山県をクローズアップしたコンテンツが登場すれば、タイミングを見計らいながらチャンスを活かしたいという。力を入れている「わかやま紀州館 関西空港店」では、関西国際空港が立地する泉州地域の特産品も紹介して泉州市と連携するなど、可能な範囲で外部連携も進めていきたいとしている。

(注) 11. さんまの開き、イカの一夜干し、弁慶の梅干、柿カレー、みかんゼリー等

12. 1回の移動販売に、同会職員2、3名が関わっている。

また、和歌山県は「フルーツ王国」である。同会では、「いちご（冬から春）→桃（初夏）→柿（夏から秋）→みかん（秋から冬）」の繰り返して、和歌山の特産品などを販売していきたいと意気込む。

## (2) 静岡県浜松市 –NHK大河ドラマ「おんな城主 直虎」–

### ①経緯

浜松市は、2015年に開催した「徳川家康公顕彰四百年記念事業<sup>(注13)</sup>」に併せて、静岡市、愛知県岡崎市、そして静岡県との間で組織した「徳川家康公顕彰四百年記念事業推進委員会<sup>(注14)</sup>」の取組みの一環として、NHKに対して徳川家康公を大河ドラマに取り上げてほしいと要望を寄せていた。しかし、実現には至らなかった。

こうしたなか、2015年8月に突如、2017年NHK大河ドラマで浜松市ゆかりの人物・井伊直虎<sup>(注15)</sup>を主人公とした「おんな城主 直虎」の放映が決定した。同市としては、まさに“青天の霹靂”の出来事であった。

### ②取組みの展開

#### イ. 浜松市役所 (図表9)

日本銀行静岡支店が2016年4月に公表し

図表9 取材風景



(備考) 1. 写真(左)は、取材に応じていただいた浜松市産業部 観光・シティプロモーション課 課長補佐 加藤智春氏、写真(右)は直虎統括グループ 明神健太郎氏  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

た試算では、「おんな城主 直虎」による経済波及効果は179億円と推計されている。同市が目標とする観光交流人口は、150万人増<sup>(注16)</sup>の2,100万人であり、この目標達成に向けて、官民連携による浜松地域一丸となった観光客の“おもてなし体制”をつくる目的で、2016年12月に、「いい！直虎プロジェクト」を発足させた。

このプロジェクトでは、官民一体で「「おんな城主 直虎」推進協議会」(官民87機関参画)を設立、運営して、全国へのPRや市民の間での気運の醸成に取り組んでいる。また、ハード面では、放映に併せて、誘客の目玉として、北区細江町に開設予定の大河ドラマ館<sup>(注17)</sup>、同区井伊谷地区に地

(注)13. 2015年は、徳川家康公薨去400年という記念の年であり、家康公が礎を築いた「世界史上例をみない平和国家」で「究極の循環型社会」、また「文化の成熟期」でもあった徳川時代を再考し、その知恵を未来の日本、そして未来の世界へ発信する事業 (<http://www.ieyasu400.com/>参照)

14. 推進委員会(事務局:静岡商工会議所)、企画委員会(事務局:静岡商工会議所)の下に、静岡県部会(静岡県、静岡県商工会議所連合会)、静岡部会(静岡市、静岡商工会議所、久能山東照宮)、浜松部会(浜松市、浜松商工会議所)、岡崎部会(岡崎市、岡崎商工会議所)、広報部会(メディア各社)で構成される。

15. 戦国時代から安土桃山時代にかけての遠江井伊谷(静岡県浜松市北区)の女領主。徳川家康を支えた「徳川四天王」の一人、井伊直政(1561~1602年)の養母とされている。

16. 大河ドラマ館入場者数は50万人を目標にしている。

17. 2016年7月1日から前売入場券の発売を開始している。設置期間は、2017年1月15日から18年1月14日である。

(<http://hamamatsu-daisuki.net/naotora/ticket/>)

域遺産センター、中心市街地（中区旭町）には浜松出世の館<sup>(注18)</sup>を整備している<sup>(注19)</sup>。ソフト面では、井伊直虎ゆかりの地・浜松をPRする統一のロゴマーク（図表10）の活用<sup>(注20)</sup>や、全国から公募して2016年8月に決定したマスコットキャラクター「出世法師直虎ちゃん」の活用を積極的に進めている。さらに、市内の“ゆかりの地”をわかりやすく示した「井伊直虎ガイドブック」も作成した。このガイドブックには、井伊直虎に関する簡単なストーリーや“ゆかりの地”の観光情報などが盛り込まれており、市内の各所で配布している。

そのほか、井伊直虎は、今までのNHK大河ドラマで取り上げられた歴史上の人物のなかでは知名度が決して高いとはいえないことから、市民であっても「直虎」を知らないケースがある。そこで、同市として

は、まずは市民への啓発活動が不可欠であると考えている。例えば、市内の全小・中学生約7万人に対して直虎の人物像を紹介するパンフレットを配布したり、市民講演会を開催したりするなどPR活動に努めている。加えて市外向けには、“ゆかりの地”を巡る観光客の多くが50代、60代で歴史に関心の高い層が中心であることを踏まえたプロモーション活動を展開していきたいとしている。また、若年層をターゲットに戦国バサラと連携して、スマホのアプリを活用したスタンプラリーを企画する取組みも行っている。

「井伊直虎」をきっかけに、浜松地域全体としての魅力を高めるため、サイクリングや舟運など、これまでの観光地域づくりの取組みをさらに磨き上げるほか、静岡県とともに、JR東海、NEXCO中日本とも協力しながら、新幹線や高速道路を活用した観光周遊ルートの整備にも取り組んでいるところである。

図表10 「井伊直虎ゆかりの地浜松」PRロゴマーク



（備考）浜松市産業部 観光・シティプロモーション課提供

#### ロ. 浜松商工会議所（図表11）

同会議所では、急転直下の大河ドラマの決定に併せて、「徳川家康公顕彰四百年記念事業」の一環で取り組んでいた新商品開発プロジェクトを、急遽、「家康、直虎新商品開発プロジェクト<sup>(注21)</sup>」（お土産品造成事業）として再スタートした。井伊家ゆ

(注) 18. 浜松市ホームページ参照 (<https://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp/shise/koho/koho/hodohappyo/h28/10/2706.html>)

19. 補正予算を組み、ハード面の整備（建物、道路）ならびにソフト面の整備を進めている。

20. ロゴマークの使用は使用承認を受けることで無償使用することができる。

21. 入会金5,000円である。

図表11 取材風景



(備考) 1. 写真は、取材に応じていただいた浜松商工会議所 中小企業相談所 経営支援員 産業振興部 商業観光課 課長 伊藤規晃氏  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

かりの商品はもともと存在していたものの、直虎ゆかりの商品はなかったため、ほぼゼロからのスタートとなった。新商品の企画においては、歴史家などの協力を得ながら「歴史的な裏づけのある商品」をコンセプトに取り組んでいる。

本プロジェクトでは、同会議所は、会員企業から新商品の開発の相談があれば専門家を派遣したり<sup>(注22)</sup>、複数の相談員からアドバイスを受けることのできる個別相談会を開催している。また、井伊家家紋データやオリジナルロゴマークなど各種開発にともなうデータを提供するほか、新商品を記者クラブにプレスリリースしたり、ホームページやSNS（フェイスブックやツイッターなど）を活用してPRに取り組んでいる。さらに、会員向けに、各種イベント、

セミナー、展示会、商談会を案内したり、新商品ガイド<sup>(注23)</sup>（「家康公ゆかりの商品案内帖」、「井伊家ゆかりの商品案内帖」）への無料掲載、直虎のぼり旗の無料配布などで支援をしている。

そのほか、同商工会議所は、毎月、広報誌「直虎ゆかりの地」を発行して、市民へPR活動も行っている。また、観光客が周遊できるように、「浜松市全域モデル5コース」、江戸時代の浜松市の地図を現代に重ねた「まちなかまち歩き5コース」を発行して、観光客が江戸時代にタイムスリップしたつもりで市内観光を体験できるような企画も検討している。

### ③今後の展開

過去の経験を踏まえると、大河ドラマの効果は一過性で終わることが多い。そのため、地元の商工会議所、観光協会など観光関係機関や観光事業者、市民と一体となって、浜松市の魅力を伝えていくことが重要であると考えている。

例えば、市内の各種団体では任意で観光事業者、従業員向けの講演会を開催している。人材面では、観光客に浜松市の良さを伝える観光ガイドを育成するため、市民から観光ガイドを募集し、研修会を実施しているほか、大河ドラマ館などで市民ボランティアによるおもてなしを計画するなど、市民参画の

(注) 22. 1社あたり3回程度、2時間まで無料で相談を受け付けている。

23. 同会議所では、大河ドラマ放映を機会に、浜松地域の特産物や様々な地域資源（素材、歴史、文化）を活用した商品のうち“やらまいか精神”で成長の期待できる新商品を地域一丸となって推進するため、「やらまいかブランド」53品目を立ち上げている。新商品ガイドでは、「やらまいかブランド」とは別に、現在、83品目をラインアップしている。この中には、同商工会議所だけでなく奥浜名湖商工会の会員が取扱う商品も含まれている。

図表12 龍潭寺（静岡県浜松市北区）



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

雰囲気醸成を図るとともに、“地域愛”にもつながることを期待している。ハード面では、増える観光客に不愉快な思いをさせないように、井伊家の菩提寺である龍潭寺（図表12）のある井伊谷地区を中心に、臨時駐車場の整備、井伊谷城跡への歩道整備工事を行うなど、受入環境整備が整いつつある。

### (3) 茨城県大洗町 —アニメ「ガールズ&パンツァー」—

#### ①経緯

アニメ「ガールズ&パンツァー<sup>(注24)</sup>（以下、「ガルパン」という。）」を大洗町に認知させたキーパーソンは、(株)Oaraiクリエイティブマネジメント（大洗町）の代表取締役で、とんかつレストラン「クックファン」と「大洗まいわい市場」を運営する常盤良彦氏、ならびに割烹旅館「肴屋本店」(同)を運営する大里明氏であり、彼らの心を動かしたバンダ

イビジュアル(株)（東京都渋谷区）のプロデューサー杉山潔氏（現在、「大洗大使<sup>(注25)</sup>」の一人）である。さらに、彼らの活動を主体的に支えたのは、茨城県議会議員でもある田山東湖氏が会長を務める大洗町商工会であった（図表13、14）。

常盤代表は、茨城空港の滑走路が完成した

図表13 大洗町商工会



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表14 取材風景



(備考) 1. 写真左から順に、取材に応じていただいた大洗町商工会 事務局長 坂本博氏、(株)Oaraiクリエイティブマネジメント/とんかつ レストラン クックファン/大洗まいわい市場代表取締役 常盤良彦氏、割烹旅館肴屋本店 代表 大里明氏  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

(注)24. 2012年10～12月と2013年3月にテレビ放送されたアニメ作品。茨城県大洗町の女子校生が戦車に乗って「戦車道」とよばれる武道に励み、全国大会に挑むというストーリー。2015年11月には劇場版も公開された。

25. 大洗町ホームページ ([http://www.town.oarai.lg.jp/~koushitsu/machi/info-1810-561\\_3.html](http://www.town.oarai.lg.jp/~koushitsu/machi/info-1810-561_3.html)) 参照

2008年ごろから、地元有志とともに“茨城をPRしたい”という熱い想いを語り合うなか、大洗リゾートアウトレットの増床計画のタイミングに合わせて、09年、“地域参加型”をコンセプトとした「大洗まいわい市場」を立ち上げた。しかし、事業が軌道に乗り始めた矢先、2011年3月の東日本大震災で被災し、4か月ほどの休業を余儀なくされた。

この当時、杉山プロデューサーは、東日本大震災後、「自分たちは仕事を通じて被災地のために何ができるだろう」と考えていた。当時、企画中のオリジナルアニメ「ガルパン」の舞台としてふさわしい地方都市を探していた杉山プロデューサーは、2011年10月、大きな港とさまざまなランドマークといった多くの条件を兼ね備えていた大洗町を「ガルパン」の舞台として登場させられないかと考え、そのために町の協力を得るための窓口の役割を常盤代表らに依頼した。杉山プロデューサーは、常盤代表らに対して、「ガルパンのなかで大洗町の風景が何か所か出てくるので、大洗町の許可をとりながら取り組んでいきたい」と希望した。しかし、当時の「ガルパン」は、放映前であるうえ原作のないオリジナルアニメであったため、人気が出るのかどうかもわからないなかで、当然、行政や地元公共機関等に話を持ちかけても理解を得られるまでに相当の時間がかかるであろうと予想された。さらに、常盤代表自身、事業の立て直しに手一杯で、「ガルパンを手伝ってほしい」との依頼には快諾したが、それで地域おこしなど考えることはなかった。

しかし、常盤代表は、杉山プロデューサーが語り草にしている「アニメで地域は興きないけれど、ヒトを元気にはできるかもしれない」という熱い想いに同調し、さらに二人の信頼関係が構築されたことから、出会って半年以上後「ガルパンと地域の結び付け」のために、気ごころしれる極少数のメンバーで動き出した。さらに、大洗町で信頼力のある田山会長には、地元での“パイプ役”を担ってもらうことで、「ガルパン」の取組みは加速することになった。

## ②取組みの展開

### イ. 大洗町商工会

「ガルパン」の取組みは、「大洗あんこう祭（毎年11月開催）」、「<sup>かいらく</sup>海楽フェスタ（毎年3月開催）」などの大きなイベントの一つとしての位置づけでスタートした。当初、「ガルパン」に限らず新規イベント事業自体に商店街をすぐに巻き込むことは時間がかかると思っていたこととイベント開催までにあまりにも時間がなかった理由で少数人数体制での取組みとなった。

まず、2012年11月の大洗あんこう祭の前に、「ガルパンの素材をラッピングした列車やバスを走らせたなら、来場者により楽しんでもらえるのではないか」との想いで、地元の鹿島臨海鉄道(株)ならびに茨城交通(株)との交渉を重ねた結果、それぞれからの好意により1車両ずつを無料でラッピングさせてもらうことができた。

ラッピング1号列車は、多くのボラン

ティアに支えられてラッピングが施され、“手作り”感が溢れていた。「ガルパンとあんこう祭がコラボするイベントの告知」は直前になってしまったにも関わらず、2012年11月の大洗あんこう祭には、例年の3~4万人を大幅に超える6万人もの来場者が訪れ大盛況となった。

次に、常盤代表、大里代表は、(一社)大洗観光協会担当者、宿泊業者を含む5名のメンバーで、「大洗コソコソ作戦本部」を任意団体で立ち上げてイベント企画に取り組み始めた。初めて取り組んだイベントは、翌2013年1月の「ガルパンスタンプラリー」であった。しかし、このスタンプラリーは、スポンサーを集めながらの自費制作だったため、次の原資づくりの仕組みを作り出した。それが、がんばっぺ大洗プロジェクトのなかで自前制作していた缶バッジをガルパンバージョンに変更して販売することであった(図表15)。とりわけ、ガ

ルパン劇場版(2015年11月~)が放映された直後のタイミングでは、ガルパン缶バッジ<sup>(注26)</sup>は制作記録を更新し続けた。さらに、地元商店街の各商店の前に配置してもらうため、ガルパンに登場するキャラクターの等身大パネル54体も制作した。常盤代表の後日談では、この等身大パネルの制作、配置は、地元の商店街を巻き込むターニングポイントとなったという。当時、「ガルパン」は、関東圏視聴は東京メトロポリタンテレビジョン(株)(TOKYO MX)とBS11の放映であったため、地元ではほぼ視聴されておらず、「ガルパン」の周知はあまり進んでいなかった。そこで、大里代表が、等身大パネルの裏面にそれぞれのキャラクターの説明書きを貼付した結果、パネルの配置に協力した店主の理解が高まり、等身大パネルを目的に訪れるガルパンファンと店主とのコミュニケーションが深まることにつながった。まさに、大里代表の工夫がきっかけとなって、地元住民とファンとの間に「共通言語」が生まれた瞬間であった。さらに、茨城県(広報広聴課)が立ち上げた県域インターネット動画サイト「いばキラTV」において、2012年12月から、2週間遅れではあるものの「ガルパン」の放映が決定したことも、地元住民の理解を深める一翼を担ったと推測される。

等身大パネル巡りなどを目的に大洗町を観光するファンのため、レンタサイクルも

図表15 缶バッジ制作現場(大洗町商工会内)



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

(注)26. 現在、ガルパンに登場するキャラクターの誕生日に合わせて、オリジナル缶バッジの制作も行っている。



開始した。貸し出す自転車は黄色で、この計画はもともと大洗町商工会青年部の当時の田山部長が発案したもので、「この黄色い自転車で周回する観光客を見かけたら、地元住民は“おもてなしの心”で接するよう心がけよう」というアイデアのもと企画されたものを、ガルパンバージョンに変更したものである。大洗町を訪れるガルパンファンのマナーの良さも評判として加わり、地元住民の間でのアニメファンに対する理解が深まるとともに、地元の商店街とガルパンファンとの一体感も醸成されている<sup>(注27)</sup>。例えば、2015年9月、“大洗町商工会青年部vsガルパンファン連合チーム”のフットサル交流試合は盛り上がりを見せ、常盤代表、大里代表をはじめ地元住民にとっても印象深いイベントとなった。この盛り上がりを受けて、今後、ゴルフコンペなども企画したいとしている。

現在、同商工会では、毎月2回程度の頻度で、常盤代表、大里代表ならびに常盤代表の経営する(株)Oaraiクリエイティブマネジメントの社員らが相談員となり、「ガルパン相談会」を実施している。地元住民などから寄せられるイベントや商品の企画案に対してアドバイス等を行うことで、今後もさらに「ガルパン」イベントを盛り上げていきたいと意気込む。

## ロ. 鹿島臨海鉄道株式会社

同社は、1969年4月、鹿島臨海工業地帯の生産品および原料の輸送を主目的として、当時の日本国有鉄道(国鉄)、茨城県、進出企業の共同出資により設立された。1984年9月には、地方鉄道事業免許を取得し、翌85年3月から旅客営業<sup>(注28)</sup>を開始した(図表16)。

同社が「ガルパン」と出会ったきっかけは、2012年11月、大洗商工会の田山会長、常盤代表、杉山プロデューサーから、車輛に「ガルパン」をラッピングさせてもらえないかと協力要請を受けたことである。同社は、地元からの要請であることから快く要請を受け入れ、当時19輛保有していた1輛に無料でラッピングを施した<sup>(注29)</sup>。また同時に、イベントを盛り上げるため、「ガー

図表16 取材風景



(備考) 1. 写真は、取材に応じていただいた鹿島臨海鉄道(株)旅客事業部企画課 課長 小松崎明氏  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

(注)27. 店主のなかには、ガルパンファンとの交流が深まりすぎて、ファンと一緒に映画を観覧したり聖地巡りをするなどの例も出始めている。

28. JR東日本水戸駅から鹿島サッカースタジアム駅までの路線53.0kmで営業

29. ただし、同社として制作費は負担していない。

ルズ&パンツァー記念乗車券」を企画、発売した。当時、「ガルパン」の前評判は必ずしも高くなかったことから、同社としては失敗も覚悟したうえでの“英断”であった。

ラッピング1号車は2012年11月に運行を開始した。1号車のラッピングは、常盤代表を中心とする有志で制作したものの、その後の人気の高まりを受けて、2013年11月から運行開始したラッピング2号車はバンダイビジュアル(株)と同社で、2015年11月から運行開始した3号車(図表17)は、水戸信用金庫大洗支店を含む地元商店等46件から協賛を募って制作することができた。2016年8月、車輛の老朽化にともなう1号車引退に併せて1~3号車を連結した特別運行では、募集120名に対して全国各地から700名以上の応募があり、当日は1,000人以上が来客する大盛況のイベントとなった。また、随時企画している「ガールズ&パンツァー記念乗車券」は、2012年10月の第一弾から始まって第七弾まで続けてきた。2016年11月の大洗あんこう祭では、20回目の開催記念のタイミングに合わせて、「ガールズ&パンツァー記念乗車券」第一弾の復刻版を1,000部発行し、たった2日間で完売するほどの人気であった。この記念乗車券の発行のほか、大洗駅入場券へのガルパンキャラクタースタンプ押印サービス<sup>(注30)</sup>を開始し、ガルパンファンの間では入場券ではなく“記念

図表17 鹿島臨海鉄道株式会社ラッピング電車(3号車)



(備考) 水戸信用金庫 地域活性支援部提供

品”として人気を集めている。

同社では、沿線人口の減少で定期旅客が減少するなか、こうしたイベントを通じた乗客が増加するとともに、「ガールズ&パンツァー記念乗車券」などのグッズ販売収入が好調となっており、鈴木哲也代表取締役副社長の「ガルパンファンには大変に感謝している」というコメントは印象的であった。

「ガルパン」への取組みは、バンダイビジュアル(株)、大洗町商工会などが前面に出て中心的役割を果たしていることから、同社としては、今後とも、これらの取組みを積極的に後方支援していきたい方針とのことである。

(注)30. メインキャラクター5人の誕生日には別途オリジナルのスタンプを押印。なお、入場券は170円

### ③今後の展開

「ガルパン」の取組みをきっかけに、大洗町への移住者は、ガルパンファンを含めて30人以上に上っている<sup>(注31)</sup>。また、2015年11月にガルパン劇場版が公開されて以降、ガルパン人気が再燃し、大洗町への観光客の客層は、今までの40歳代中心であったファン層が20代へも拡大している。

一般にシンクタンクなどではアニメによる経済波及効果などを公表していることも多いが、大洗町の関係者の間では、なによりも「ガルパンで楽しませてもらっている」という感覚が強い。取材させていただいた常盤代表が、「「ガルパン」は大洗町の中に“小さい文化”を形成したとされていて、このことを大変嬉しく思っている。」とコメントしていたのは印象深かった。また、「「ガルパン」自体が流行ったのではなく、ガルパンファンと地元住民との間のコミュニケーションが密になることで、地元での「ガルパン」への理解が深まり、地元住民とファンとの交流が生まれる好循環のなかで「ガルパン」が流行ったのではないか。」とのコメントは、この取組み全体の“本質”を表しているものと思われる。

一方で、常盤代表は、「ガルパン」は“コンテンツもの”であるが故に必ず終焉は訪れるとの認識の下、取組み当初から、「ガルパン」を“町おこし”あるいは“地域活性化”といった経済波及効果のために活用する姿勢ではなく、そもそも“楽しいからとことん楽

しもう”、“「ガルパン」に関わった人すべてに楽しんでもらいたい”という発想で取り組んでいる。「ガルパン」放映期間は、これから放映の最終章を含めると10年近くにわたるが、この放映期間中の取組みを今後につなげていけるよう、関係者一同、日々“仕掛けづくり”に努めている。

### (4) 栃木県・栃木県鹿沼市 —各種コンテンツのロケ誘致—

#### ①背景

栃木県は、東京都を中心とする首都圏から、新幹線、高速道路ともにアクセスが良く、自然に恵まれているうえに宇都宮市などの中核都市の風景は大都市の街並みを併せ持つため<sup>(注32)</sup>、コンテンツ制作会社からの撮影相談が多い（図表18）。

図表18 栃木県の位置



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注)31. アニメに登場する曲り松商店街で結成している曲り松応援団のなかにも、移住者のガルパンファンが複数参加している。

32. さらに、栃木県内には、廃校となった学校が当時のまま保存されていることから、学園を題材にした映画やドラマ等のロケ地としても人気が高い。

こうした地理的な優位性を活かして、2006年に栃木県庁内に設置された栃木県フィルムコミッション（以下、「栃木県FC」という。）は、県内各地のロケ受入総合窓口としての役割を担っており、各市町との“パイプ役”を果たしている。栃木県FCでは、映画、テレビドラマ、CMなどのあらゆるジャンルのロケーション撮影の誘致に対応できるように、県内約700か所のロケ地情報を栃木県FCのホームページで公表している。

これら撮影に利用されている場所の一つとして、かねいり有限会社大谷資料館（栃木県宇都宮市）（図表19、20）を紹介したい。栃木県宇都宮市大谷地区には、かつて250か所以上の大谷石<sup>おおやいし</sup>（注33）の採掘場が点在していたが、今日に至るまでに閉鎖される採掘場が相次ぎ、2016年末現在では8か所が存在するのみとなっている。同館は、閉鎖した採掘場の一つを活かした観光施設である。取材に応じ

ていただいた鈴木洋夫館長は、宇都宮観光コンベンション協会でFC事業にかかわり、定年退職のタイミングで、同館館長となった。鈴木館長は、前職でのコンテンツ制作担当者<sup>注34</sup>との人脈を活かし、“同館でしか撮影できない特殊な映像空間”を、原則、撮影上の制限を抑えながら、コンテンツ制作事業者に提供している。コンテンツ制作事業者にとっては、撮影での自由度が高いうえ、特殊な映像が撮影できることなどが評判を呼び、最近では、例えば3代目J Soul Brothers<sup>注35</sup>「S.A.K.U.R.A.」のプロモーションビデオの撮影に使われている。このときには、SNSなどを通じた口コミで、女性ファンを中心に“ロケ地巡り”による来場者が急増した。こうした口コミなどを通じた同館の人気の高まりにより、同館への来場者数は、2011年再オープン時の年間8万人から直近（2016年）では年間33万人と急速に増加している。中

図表19 取材風景



（備考）1. 写真は取材に応じていただいた鈴木洋夫館長  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表20 大谷資料館内の風景



（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

（注）33. 柔らかく加工がしやすいことから、古くから外壁や土蔵などの建材として使用されている。

34. 大半は東京を拠点に置くコンテンツ制作担当者（番組制作プロデューサー等）である。

35. わが国を代表するダンスボーカルユニットで、EXILEの想い・信念を受け継いで活動している。

国や韓国をはじめ東南アジアからの観光客も増えているという。こうした成果の背景には、同館のもともとの魅力はもちろんのこと、鈴木館長の“どんな取材にも応じる”、“マスコミに取り上げられることを拒まない”といった、たゆまぬ努力が挙げられよう。鈴木館長は、仕事の合間に、ブログやツイッターなどに投稿されている同館に対する感想や意見を随時チェックしており、これら投稿に対して改善できることは極力対応することで、今後とも同館の人気を維持することに尽力している。

## ②取組みの展開

### イ. 栃木県フィルムコミッション（栃木県FC）

栃木県FC（図表21）は、自らの役割を「観光客を呼び込むきっかけづくり」と捉えており、映画やドラマなどの撮影後に、ホームページやSNSなどを通して積極的に情報発信を行っている。2007年度からは、栃木県の魅力をPRするため、「とちぎ県ロケ地マップ」（図表22）を随時更新しながら6巻（Vol.6）まで発行し、地元の映画館、道の駅、レンタルビデオショップ、栃木県のアンテナショップなどで配架しているほか、県内の映画館と連携したロケ風景写真展を実施している<sup>(注36)</sup>。こうしたPRなどが奏功して、2015年度のコンテンツ制作事業者からの相談は350件弱、撮影実績は60件以上に上った<sup>(注37)</sup>。また、

図表21 取材風景



(備考) 1. 取材に応じていただいた栃木県FC（栃木県庁）の柴野洋平氏  
2. 栃木県FC提供

図表22 「とちぎ県ロケ地マップ」



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

(注) 36. 著作権元（著作権者）の許可を取得しながら慎重な作成に徹している。

37. ロケによる飲食・宿泊などの直接的な経済効果は1億円を超えると推計されている。

2016年10月、特定非営利活動法人ジャパン・フィルムコミッション主催の「第2回JFCアワード」において、栃木県FCは優秀賞に選定された。受賞作品は、映画『暗殺教室～卒業編～』で、受賞理由は、『観光地に大がかりなセットを組んで撮影を行い、公開時期に合わせて映画の世界観を楽しんでもらえるイベントを開催するなど、著作権元との調整を行い、撮影支援により生まれたチャンスを様々な活用につなげたこと』であったという。最近では、2016年7月に東宝より公開された映画「シン・ゴジラ」の撮影にあたって、栃木県FCは、地元行政、警察、消防、インフラ関係事業者、交通事業者ならびに地元住民への説明などの調整に4か月ほどかけ、FC設立以来初となる道路を封鎖して行なう大規模撮影を成功させるなど、積極的な対応を行っている。

今後は、県内にある11の市町単位のFCとの連携を図りながらロケ地の誘致に引き続き前向きに取り組むとともに、撮影実績を活用し、映像作品を通じた栃木県の魅力発信や、ロケ地への観光誘客に繋げていきたいとしている。

#### ロ. 鹿沼市観光交流課（鹿沼FC）

鹿沼市観光交流課（鹿沼FC）（図表23）では、栃木県FCの設立時期と同時期から、ロケ誘致活動を本格化している<sup>（注38）</sup>。誘致

活動のなかで特にヒットしたものとしては、2007年公開の映画「恋空」のロケが、観覧車などのあるノスタルジックな雰囲気のある遊園地・千手山公園や磯山神社などで行われたことが挙げられる。休日には県外からのロケ地への観光客も多くなり“聖地巡礼”の先駆けといえるような現象が生まれた。

鹿沼FCでは、「ロケを誘致すること（直接的経済効果）」と「ロケ地に観光客を誘致すること（間接的経済効果）」の2つを事業の柱に位置付けている。2012年から、鹿沼市のPRツールの一つとして、鹿沼市を題材にした「鹿沼に行きたくなるショートフィルム」（20分程度）を公募し、採用されたショートフィルムを市内で上映している<sup>（注39）</sup>。市民には、ショートフィルムを通じて鹿沼市の魅力を再認識してもらいたいという思いも持っている。2015年には

図表23 取材風景



（備考）1. 取材に応じていただいた鹿沼FC（栃木県鹿沼市経済部観光交流課）係長の市川佳代子氏  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

（注）38. 鹿沼市で初めてとなる撮影は、1997年に鹿沼市北小学校の木造校舎を背景にしたCM撮影（DDI（現KDDI））とされている。  
39. 2016年10月には、鹿沼ケーブルテレビの番組で、ショートフィルムを放映している。

図表24 旧粟野中学校校舎



(備考) 鹿沼FC提供

「かぬシネマ通信」を発行し、受賞したショートフィルムや過去のロケ作品の一覧などに加えて市民の映画に関する思い出話などを紹介している。

こうしたPR活動が奏功して、現在、コンテンツ制作事業者から寄せられる相談は月10件以上に上る。2016年末までには、同市としてFC事業のシンボルとしたい旧粟野中学校校舎<sup>(注40)</sup>(図表24)が市内で6番目となる国の登録有形文化財になり、同市では、今後もFC事業のランドマークとして建築物の維持、活用を図っていく方針である。さらに、栃木県FCとの連携を強化しながら誘致活動に邁進していきたいとしている。

### ③今後の展開

取材に応じていただいた大谷資料館の鈴木館長は、ロケ誘致活動を進めるうえでのポ

イントとして、①基本的に撮影依頼を拒まない、②インターネット、SNSを活用して誘致活動を実施する、③ロケ地マップ、撮影実績などパンフレットを活用する、④コンテンツ制作事業者やプロデューサーとの人脈づくりをすること、などを挙げた。また、市民を巻き込んでいくという観点からは、(一社)うつのみやシティガイド協会の主催する講習を修了、登録したシティガイドの活躍の場の提供も課題となろう<sup>(注41)</sup>。

本取材を通じて感じたこととして、とりわけ県や市の職員が兼務するFCでは、人事異動により担当者が変更となった場合でも、過去に築いてきたコンテンツ制作事業者とのつながりを継続させていくことができるかどうか大きな「鍵」を握ることになる。

### 3. おわりに ー事例からみるコンテンツ活用の効果とはー

前章では、「大河ドラマ」、「アニメ」、「ロケ誘致」で積極的に地元をPRしている事例を紹介した。

「大河ドラマ」に絡めた地域づくりでは、和歌山県中小企業団体中央会ならびに静岡県浜松市は、今まで取り組んでいた地元のPR活動に、「大河ドラマ」で注目を浴びるといふ大きなチャンスを見逃さず、ベストなタイミングで地元の特産品等を「大河ドラマ」に関連させてPRすることで、地元の知名度アップに一定の成果を上げている。

(注)40. 鹿沼市口栗野1812番地に立地する。ドラマ「南極大陸」、映画「少年H」、「永遠のゼロ」などの撮影現場として使用されている。

41. 大谷資料館では、10名ほどのシティガイドが活躍している。

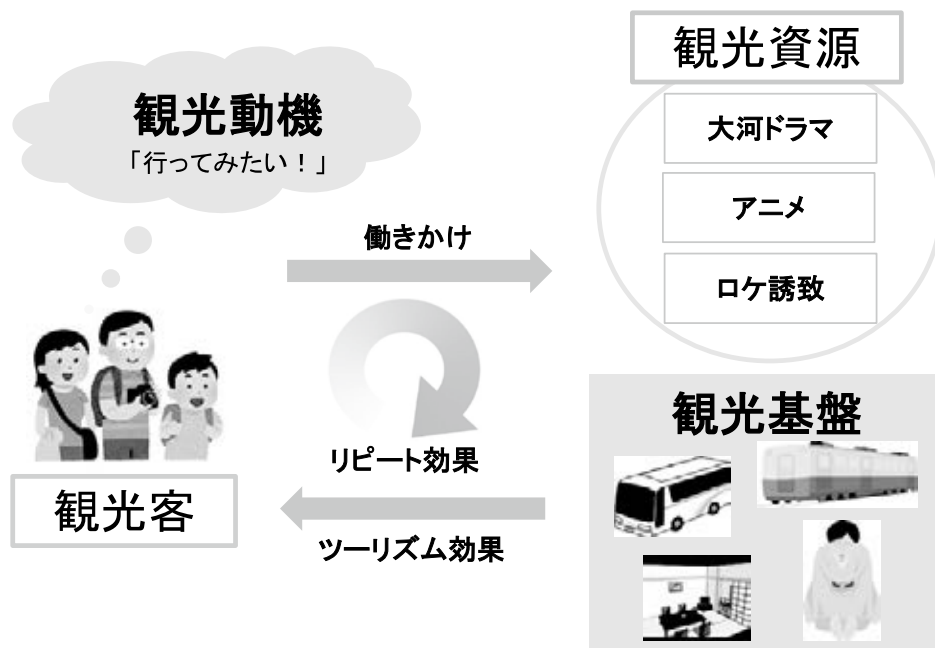
「アニメ」を絡めた地域づくりでは、茨城県大洗町は、経済波及効果などを狙ったビジネスライクではなく、街ぐるみで楽しんでいることが印象的であった。例えば、取材訪問時に入店したある飲食店では、支払い時に、年配女性の店主が「1,250万リラになります！(1,250円になります)」と言っていた。このように、ファンと一緒に楽しくする住民の前向きな姿勢は印象的であった。

「ロケ誘致」を絡めた地域づくりでは、栃木県ならびに鹿沼市は、“役所”の立場で組織内部にFCを設置してロケ班に対応することで、制作者等から、道路利用の許可申請などといった地元の警察、消防などとの調整、あるいは商店や住民などへの周知を迅速かつ円滑に進められることについて一定の評価を

得ているようであった。

本稿の本題である魅力溢れる地域づくりに向けたコンテンツツーリズムを成功させるうえで、とりわけ茨城県大洗町の事例に代表されるとおり、「リピーターを増やす」ことは大きな「鍵」を握るだろう。「ツーリズム(観光)」にかかわる4つの要素として、一般的に「観光動機」、「観光客」、「観光資源」、「観光基盤」が挙げられることが多い(図表25)。本稿の事例でいえば、観光客が、観光資源である「大河ドラマ」、「アニメ」、「ロケ誘致」の現場に“行ってみたい!”と心を動かし、実際に現地を訪れた観光客が、観光資源に触れたうえで、観光基盤(観光インフラ)である地元の“おもてなし”の心に触れ、現地の鉄道やバスなどの交通機関を利用して旅館などの宿泊施設に赴くことにより

図表25 コンテンツツーリズムの誘客スキーム



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成



“楽しい！”あるいは“心地よい！”と実感する。このことで、その現場は「観光地」として強く認識される。こうした体験をした観光客がリピーターとなり、さらに広がる口コ

ミで、その現場が「観光地」としてますます脚光を浴びるといふ好循環が生まれるのではないだろうか。

#### 〈参考文献〉

- ・岡本健編著（2015年）『コンテンツツーリズム研究 情報社会の観光行動と地域振興』福村出版
- ・国土交通省総合政策局観光地域振興課『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査』（2005年3月）
- ・酒井亨著（2016年）『アニメが地方を救う!?「聖地巡礼」の経済効果を考える』（株）ワニ・プラス
- ・日本政策金融公庫総合研究所（2015年6月11日）『地域観光産業における価値向上の取り組みー持続可能な観光資源の創出条件とはー』日本公庫総研レポートNo.2015-2
- ・日本政策投資銀行北陸支店（2000年12月）『大河ドラマを活かした観光活性化策～持続的な観光需要の創出に向けて～』

# 「信金中金月報掲載論文」募集における査読付論文

信金中央金庫

地域・中小企業研究所

ここに掲載した査読付論文は、信金中央金庫 地域・中小企業研究所が、大学に籍を置く学者・大学院生を対象として平成15年11月より募集している「信金中金月報掲載論文」に応募のあった論文で、編集委員会が委嘱した審査員による審査を経て、編集委員会が一定のレベルに達しているものと認め信金中金月報への掲載を決定したものである。

当論文募集の対象分野は、信金中央金庫 地域・中小企業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・経済分野としており、これら分野の研究の奨励を通じて、研究者の育成を図り、もってわ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る。

また、当論文募集は、①懸賞論文と異なり、募集期限を設けない随時募集として息の長い取り組みを目指していること、②要改善点を指摘し、加筆修正後の再応募を認める場合があること、を特徴点としている。

## 【査読付論文に係る留意点】

- ・ 審査員による審査および編集委員会における掲載可否の決定は、信金中央金庫 地域・中小企業研究所および応募論文の関係者等が関与しない形で、独立性、客観性、公平性を確保し厳正に行われている。
- ・ 応募のあった時点から当月報掲載までには一定の時間の経過がある。
- ・ 掲載した論文の文責は執筆者にある。

## (参考) 「信金中金月報掲載論文」募集要項 (一部抜粋)

テーマ	募集する論文の分野は、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、具体的には、当該分野における理論的、実証的、実務的、法制的、歴史的の研究の論文とします。
応募資格	原則として、大学に籍を置く学者・大学院生とします。 なお、応募資格を有する方による共同執筆も可とします。
応募論文の扱い	編集委員会が委嘱する審査員の審査結果に基づき、編集委員会において「信金中金月報」への掲載可否を決定します(審査員の氏名、審査内容に関するお問い合わせには応じません)。また、掲載可とされた論文(以下「掲載論文」という。)は、当研究所ホームページにも掲示します。 なお、掲載論文の著作権は当研究所に帰属します。
編集委員会	編集委員会は次の委員で構成します。(敬称略、順不同) 委員長 小川 英治 一橋大学大学院 商学研究科教授 副委員長 藤野 次雄 横浜市立大学名誉教授・国際マネジメント研究科客員教授 委員 勝 悦子 明治大学 政治経済学部教授 委員 齋藤 一郎 小樽商科大学大学院 商学研究科教授 委員 家森 信善 神戸大学 経済経営研究所教授
募集方法等	締め切りを定めない随時募集

・ 詳しくは、当研究所ホームページ (<http://www.sebri.jp/>) に掲載されている募集要項等を参照

# 政府系株主と政府系取締役が銀行の業績に与える影響

## —株式会社化以降の中国銀行業に関する分析—

一橋大学大学院商学研究科研究補助員

ろう せい  
郎 壺

(キーワード) 政府系株主、政府系取締役、株式会社化、銀行パフォーマンス

(要 旨)

本研究は、中国の36銀行の総資産収益率、自己資本収益率と不良債権比率を考察することにより、政府系株主と政府系取締役の存在が銀行の業績に与える影響を明らかにするものである。2006年から2014年の期間において、政府株式所有比率が上昇すれば不良債権比率は高くなる。政府系取締役比率が上昇すれば自己資本収益率が高く、不良債権比率が低くなる有意な結果が見られた。また、上場銀行は、未上場銀行と比べて政府系取締役比率が上昇すれば総資産収益率がさらに高くなる。株式会社化以降、政府系株主は銀行の健全性を犠牲にしているのに対して、政府系取締役は業績を改善している。

## The Effect of Government-affiliated Shareholders and Board Members on Bank Performance after the Bank Corporatization in China

(Keyword) Government-affiliated Shareholder; Government-affiliated board member; Corporatization; bank performance

(Abstract)

Using the panel data of 36 Chinese banks over the period from 2006 to 2014, we examine the effect of government-affiliated shareholders and board members on ROA, ROE and NPL rate after recent financial restructuring. We find that NPL rate is higher when government ownership grows up, and that ROE is higher and NPL rate is lower when there are numerically strong government-affiliated board members. By comparing the listed banks with the unlisted ones we also find that a larger share of government-affiliated board members makes a further ROA increase. It means that after the bank corporatization the government-affiliated shareholders may destroy the bank's soundness while the government-affiliated board members can improve the bank's performance.

## 1. はじめに

中国における銀行の株式会社化(corporatization)は、金融制度改革(bank restructuring)の重要な要素である。株式会社化とは、共産党委員会、労働組合および職員代表大会が果たしていた銀行の経営管理権限を株主総会、取締役会及び監査役会に移譲して、株式会社の経営形態に移行することである。金融制度改革は、商業銀行の設立、商業銀行の株式会社化および株式会社制銀行の株式上場など三段階に分けられる。金融制度改革の三段階について説明すれば以下の通りである。

1979年に、農業銀行、中国銀行、建設銀行は、いずれも中国人民銀行から分離されて、それぞれ農業への資金供給業務、外国為替業務、インフラ建設への資金供給業務を中心として、さらに預金と貸出業務を加えて商業銀行として発足した。1984年、中国人民銀行の残りの商業銀行部門を分離して工商銀行が設立された。1949年に中国人民銀行の傘下に入れられた交通銀行は、1987年に分離されて独立の株式会社形態の国有銀行として発足した<sup>(注1)</sup>。その後、株式会社制銀行、都市商業銀行と農村商業銀行がそれぞれ設立

された<sup>(注2)</sup>。

1993年に行われた中国共産党第十四回全国代表大会で、株式会社の法律上の正当性が承認された。そして、《会社法》が1994年に、《商業銀行法》が1995年に施行され、株式会社制銀行の設立に対し法的根拠が与えられた。中信銀行など5行の株式会社化は、その前の1987年から1988年の期間において完了した。ほかの株式会社制銀行は1992年から2004年の期間においてそれぞれ株式会社化された。都市商業銀行は1995年以降、農村商業銀行は2005年以降にそれぞれ株式会社化された<sup>(注3)</sup>。4大商業銀行については、中国銀行が1994年、建設銀行が1996年、工商銀行が2005年、農業銀行は2009年にそれぞれ株式会社化された(図表1)。

2003年に、金融機構の国有株の保有を主たる目的とする中央匯金投資有限責任公司(以下「匯金公司」と呼ぶ)が中国人民銀行により設立された<sup>(注4)</sup>。現在、匯金公司是、銀行、証券会社、保険会社計14大手金融会社へ出資し、これらの会社の国有株を保有している。同年、(金融業を除く)国有企業を管理・監督する組織である国有資産管理委員会(以下国資委員会と呼ぶ)が設立され、

(注)1. 上記した建設、工商、交通、中国および農業5行は、国家所有商業銀行であり、略称として大型商業銀行、あるいは五大銀行と呼ばれる。交通銀行の規模は、ほかの4行より小さく、株式会社化が1987年に完了した。そのため、交通銀行は株式会社制銀行として取り扱われる場合もある。そのとき、大型商業銀行は交通銀行を除いて四大銀行と呼ばれる。

2. 株式会社制銀行とは最低登録資本が10億元以上の商業銀行であり、該当銀行は中信、興業、広東発展、招商、深セン発展(現平安銀行)、華夏、光大、民生、浦東発展、浙商、恒豊と渤海など12銀行(交通銀行を含めば13行)である。大型商業銀行、都市商業銀行と農村商業銀行の株式会社化が完了してからは、文字通りの意味ではなく、業態名として株式会社制銀行が中国銀行業監督管理委員会(CBRC)などで使われている。

3. 1997年、農村地域における農業銀行が所有する膨大な農村信用合作社システムは、農業銀行の傘下から独立して農村信用合作社となった。2005年以降、同地域の農村信用合作社は、合併を通じて株式会社形態の農村商業銀行となり発足した。農村信用合作社の数が2006年の19348社から2014年の1596社に減ったのに対して、農村商業銀行の数が2006年の13行から2014年の665行に増やした。

4. 2007年9月、財政部は特別国債を用いて中国人民銀行から匯金公司の全ての株式約3000億株を購入し、匯金公司の株主となっている。

図表1 各銀行の設立、株式会社化及び株式上場の時期

銀行	設立	株式会社化	上海株式市場で上場	香港株式市場で上場
(1) 中国建設銀行	1979.8	1996	2007.9.25	2005.10.27
(2) 中国工商銀行	1984.1.1	2005	2006.10.27	2006.10.27
(3) 中国銀行	1979.3	1994	2006.7.5	2006.6.1
(4) 中国農業銀行	1979.3	2009.1.16	2010.7.15	2010.7.16
(5) 交通銀行	1987.4.1	同左	2007.5.15	2005.6.23
(6) 華夏銀行	1992.10.14	1995	2003.9.12	No
(7) 中信銀行	1987.4	同左	2007.4.27	2007.4.27
(8) 光大銀行	1992.8	1997.1	2010.8.18	No
(9) 民生銀行	1996.1.12	同左	2000.12.19	2009.11.26
(10) 浦東発展銀行	1992.8.28	同左	1999.11.10	No
(11) 浙商銀行	1993	2004.6.30	No	No
(12) 興業銀行	1988.8	2003.3	2007.2.5	No
(13) 広東発展銀行	1988.9	同左	No	No
(14) 招商銀行	1987.4.8	同左	2002.4.9	2006.9.22
(15) 平安銀行	1987.12.28	同左	1988.4.7 (備考)	No
(16) 北京銀行	1996.1.29	同左	2007.9.19	No
(17) 天津銀行	1996.11	同左	No	No
(18) 河北銀行	1996.5.28	同左	No	No
(19) 錦州銀行	1992.8.19	同左	No	No
(20) 大連銀行	1998.3.28	同左	No	No
(21) 上海銀行	1995.12.29	同左	No	No
(22) 江蘇銀行	2007.1.24	同左	No	No
(23) 南京銀行	1996.2.8	同左	2007.7.19	No
(24) 温州銀行	1998.12.17	同左	No	No
(25) 嘉興銀行	1997.12	同左	No	No
(26) 杭州銀行	1996.9.26	同左	No	No
(27) 寧波銀行	1997.4.10	1998.6.2	2007.7.19 (備考)	No
(28) 徽商銀行	1997.4.4	2005.12.28	No	2013.11.12
(29) 重慶銀行	1996.9.18	同左	No	2013.11.6
(30) 成都銀行	1996.12.30	1997	No	No
(31) 北京農商銀行	2005.10.9	同左	No	No
(32) 天津農商銀行	2010.6.30	同左	No	No
(33) 上海農商銀行	2005.8.25	同左	No	No
(34) 広州農商銀行	2009.12.11	同左	No	No
(35) 順徳農商銀行	2009.12.13	同左	No	No
(36) 重慶農商銀行	2008.6	同左	No	2010.12.16

(備考) 平安銀行と寧波銀行はシンセン株式市場で上場している。

図表2 変数定義表

変数名	名称	定義
ROA	総資産収益率	税引前収益/総資産
ROE	自己資本収益率	税引後収益/株主資本
NPL	不良債権比率	不良債権額/総貸出額
LEV	財務レバレッジ比率	総負債/自己資本
LOAN	貸出総資産比率	総貸出額/総資産
INTEREST	利息収益比率	受取利息/手数料収益
GDP	経済成長率	実質国内総生産成長率
LIST	上場ダミー変数	株式上場をしている場合に1、未上場の場合に0
CONCENTRATION	株式保有集中度	上位十大株主の持株比率
GOV	政府株式所有比率	政府による株式所有比率
GOV2	政府株式所有比率2	政府と国有企業による株式所有比率
PRIVATE	民間株式所有比率	民間株主による株式所有比率
FOREIGN	外国人株式所有比率	外国人株主による株式所有比率
DIR_NUM	取締役会規模	取締役の総人数
EXECUTIVE	執行取締役比率	執行取締役の総人数/取締役の総人数
GOV_DIR	政府系取締役比率	政府出身の取締役の人数/取締役の総人数
GOV_DIR2	政府系取締役比率2	政府と国有企業出身の取締役の人数/取締役の総人数
PRIVATE_DIR	民間取締役比率	民間企業出身者の人数/取締役の総人数
FOREIGN_DIR	外国人取締役比率	外国企業在籍経験者の人数/取締役の総人数

2015年現在、国資委員会の傘下にある30の国有企業は、銀行の株式を保有し銀行の上位十大株主となっている。

株式会社化とほぼ同時に、銀行の株式上場が始まった。2000年前に上場した銀行は平安銀行（1988年）と上海浦東発展銀行（1999年）の2行だけであったが、2000年以降上場銀行数は増え、現在20行となった。

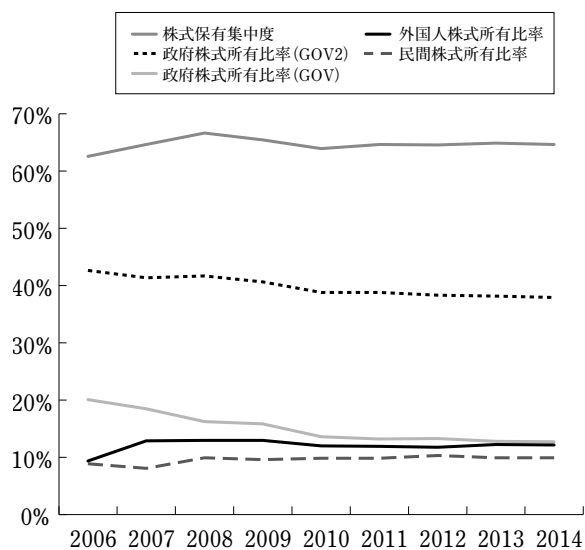
以上のような金融制度改革の結果、2006年から2014年の期間において、ほとんどの銀行が株式会社の形態で経営を行うに至った。しかしながら、株式会社化以降における金融制度改革に関する実証研究は筆者の知る限り数が少なく、金融制度改革の効果はまだ明らかになっていないと言える。

本研究は、新たな株主構成と取締役会構成

が銀行の業績に及ぼす影響を実証的に分析することにより、金融制度改革の効果を明らかにすることを目的とする。また、政府系株主と取締役の存在は、中国の銀行業における重要な特徴である。図表3と4で示されたように、政府および国有企業による株式所有比率は平均的に40%、政府および国有企業出身の取締役比率は平均で50～60%となっている。本研究は、政府系株主と取締役が銀行の収益性と健全性に与える影響に着目し検証するものである。

先行研究は、政府の関与が業績に悪い影響を与えることを提示している。本研究は、2006年から2014年の期間における36銀行を対象に、政府系株主と政府系取締役が収益性と健全性に与える影響を検証した。検証の結

図表3 2006年から2014年の期間における36銀行の株主構成

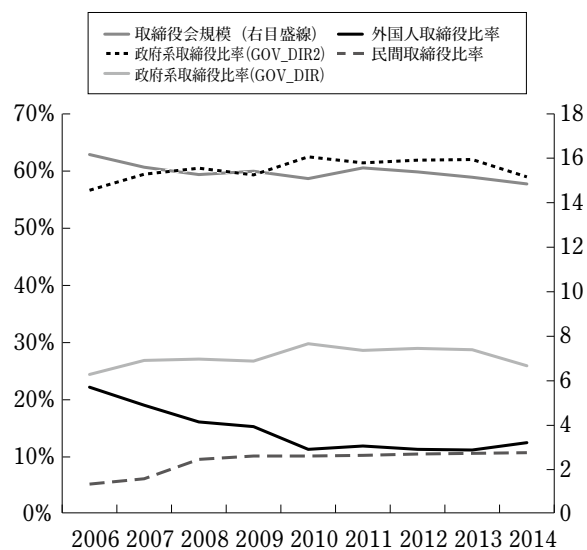


(出所) 銀行年度報告書より筆者作成

果、政府株式所有比率が上昇すれば不良債権比率 (NPL) は高くなる。また政府系取締役比率が上昇すれば自己資本収益率 (ROE) は高く、不良債権比率は低くなる。第一の結果は先行研究と一致しているが、第二の結果は先行研究と異なっている。一見矛盾しているこれらの結果は、政府系株主と政府系取締役に対するインセンティブが違うことを示唆している。

要するに、政府所有の銀行が公的資金を受ける可能性があるため、政府系株主には銀行の健全性を犠牲にする傾向がある。それに対して、業績悪化の責任が政府系取締役に遡及される可能性があり、かつ業績を改善すれば政府系取締役が出世する可能性が高くなるため、政府系取締役には業績を改善する傾向がある。本研究は、政府関与と銀行業績の関係について上記の新たな知見を提供し

図表4 2006年から2014年の期間における36銀行の取締役会構成



(出所) 銀行年度報告書より筆者作成

ている。

続いて、第2節では先行研究を述べ、第3節では仮説を提示する。さらに、第4節では使用データの概要と分析方法を、第5節では検証結果をそれぞれ説明し、そして第6節において結論をまとめる。

## 2. 先行研究

政府が銀行経営に関与する方法は、二つある。1つは、政府系機関が株主 (以下、政府系株主という) になることである。政府系株主が銀行の業績に与える影響に関する実証研究は、政府系株主の持株比率が高いほど銀行の業績が悪くなるという結果を提示している。Micco, Panizza and Yanez (2007) は、1995年から2007年の期間において、179カ国の銀行を対象として、政府持株比率が高いほど銀行の総資産収益率 (ROA) が低いという結果を提示し

た。Cornett, Guo, Khaksari and Tehranian (2010) は、東アジア16ヵ国の銀行を対象に、1997年の金融危機が銀行の収益性に与えた影響を検討し、政府持株比率が高い銀行は、民間の銀行と比べて金融危機後に収益性が大幅に悪化したことを明らかにした。中国の銀行を対象とした研究からは、以下のような結果が出されている。

Ariff and Can (2008) は、1995年から2004年を対象に、(100%政府所有の) 大型商業銀行は (民間経済主体も株式を所有している) 株式会社制銀行と比べて総資産収益率が低いことを明らかにした。同様に、Fu and Heffernan (2007) は、1985年から2002年において、株式会社制銀行に比べて大型商業銀行の効率性が低いことを示した。また、Lin and Zhang (2009) は、1997年から2004年において、大型商業銀行の自己資本収益率が株式会社制銀行と比べて低いことを示した<sup>(注5)</sup>。Herrero, Gavila and Santabarbara (2009) は、(100%政府所有の) 政策銀行が株式会社制銀行と比べて総資産収益率が低く、不良債権比率が高いことを示している (サンプル期間は1997年から2004年)<sup>(注6)</sup>。

政府関与のもう一つの方法は、取締役会に取締役 (以下、政府系取締役と呼ぶ) を派遣することである<sup>(注7)</sup>。中国の銀行に関する研究は、筆者の知る限り、Liang, Xu and Jiraporn

(2013) のみである。この研究では、2003年から2010年の期間を対象として、中国における50の銀行を検証した結果、政府系取締役の比率が高いほど総資産収益率と自己資本収益率が低く、不良債権比率が高くなることが分かった。

株式所有と取締役派遣を通じた政府の関与が銀行のパフォーマンスを悪化させるという上記の実証結果に対して、政府系の株主および取締役が銀行の利益最大化ではなく、政府の目標に従い、社会的利益と政治的利益を追求するために、銀行の収益性と健全性を犠牲にすることが原因であると指摘している<sup>(注8)</sup>。

前節で述べたように、2000年以後、中国における多くの銀行が株式市場への上場を始めた。株式上場をした銀行には、市場における株式売買による価格変動を通じて経営に影響を与える市場規律が働くこととなり、そのパフォーマンスに良い影響が与えられると考えられる。この点は、実証研究によって支持されている。たとえば、Jiang, Yao and Zhang (2009) は、1995年から2005年を対象とした研究において、上場銀行は未上場銀行と比べて効率性が高いことを示している。また、Liang, Xu and Jiraporn (2013) は、上場銀行が未上場銀行と比べて総資産収益率が高く、不良債権比率が低くなることを示している。

(注)5. Lin and Zhang (2009) は、さらに大型商業銀行の総資産収益率が外国銀行より低い結果を提示している。

6. これらの研究の観測期間において、大型商業銀行と政策銀行は、いずれも国有独資であり、株式会社制銀行は、民間資本と外国資本を導入しつつあり、政府所有比率が大幅に低下している。

7. Liang, Xu and Jiraporn (2013) は、政府機関での勤務経歴がある取締役のことを政府系取締役 (politically-connected directors) と定義している。

8. ここで、社会的利益とは、外部性および自然独占などの特性を有する産業において、政府の関与により社会全体に与える利益である。政治的利益とは、賄賂などを通じて政治家に与える利益である。



以上の先行研究の結果に基づいて、本研究では、銀行の株式会社化が完了した2006年以降における中国の銀行を対象に、政府の関与が銀行の業績に与える影響、および株式上場が銀行の業績に有する影響をどのように変化させるのかについて考察する。本研究における仮説については、次節で説明する。

### 3. 仮説

2003年に新設された政府系株主は、株主利益の最大化を重視する姿勢を示している。例えば、匯金公司是「国家の代表として…(政府) 出資者の権利を守り…国の資産を増加させる責務を有する」(匯金公司『匯金公司の目標』<http://www.huijin-inv.cn/>) という内容の目標を公表した。また、国資委員会に関する公文書では「国有資産の増加に関する責任がある」(国務院『国務院機構設置に関する通知』[2008]) という内容が明記されている。設立された直後に匯金公司是大量の不良債権を有する大型商業銀行に資金注入を行った<sup>(注9)</sup>。その後、匯金公司是大型商業銀行の株式会社化を機に取締役を大型商業銀行に派遣した。匯金公司是、銀行に対する監督を強化し、業績の改善を期待している。

ほかの政府系株主についても株主利益の最大化が示されている。例えば、Allen, Qian, Zhang and Zhao (2013) は、中国における地

方政府系株主について、利益を追求する民間企業と似ているものであると指摘した。

しかし、株式会社化以降、政府機関と政府系株主がつながっているため、株主(の経済的)利益の最大化が達成できない可能性がある。例えば、財政部は最終株主として匯金公司の全株を所有している。財政部は、経営難に陥った国有企業への融資を大型商業銀行に依頼する場合に、匯金公司在支配している大型商業銀行は、この依頼を拒否できない可能性がある<sup>(注10)</sup>。ほかの政府系株主にも同様な懸念がある。

また、政府系株主が支配している銀行には存続が保障されている。株式会社化以降、中国において銀行の倒産はない<sup>(注11)</sup>。銀行の業績が悪くなっても(例えば、不良債権比率の上昇)、公的資金の注入で解決される可能性がある。そのために、匯金公司等の政府系株主は一時的に収益性を改善するため健全性を犠牲にする懸念もある。

本研究では、政府系株主が銀行の業績に与える影響に関する上記の考察より導かれた可能性について、帰無仮説として下記の仮説を検証する。

**仮説1、政府株式所有比率は、銀行の業績と無関係である。**

次に政府系取締役が業績にどのような影響を与えるか検討する。政府系取締役の目的は將

(注)9. 2003年12月、匯金公司是、中国人民銀行の外貨準備を用いて、中国銀行と建設銀行にそれぞれ225億ドルと200億ドルの資金注入を行った。その後、匯金公司是、さらに2004年6月交通銀行に、2005年工商銀行にそれぞれ25億人民元(約3億ドル)と150億ドルの資金を注入した。

10. Lin and Li (2008) は、国有企業が政府からの政策的負担を負うために経営難に陥った場合に、政府には銀行を通じて国有企業へ資金を補助する義務があることを指摘した。

11. 1980年以降、中国における銀行の倒産はないが、経営不振に陥った銀行は政府の斡旋を通じて合併されたことがある。例として、シンセン発展銀行(現平安銀行)が平安金融グループにより合併されたケースが挙げられる。

来の出世のために働くことと考えられる<sup>(注12)</sup>。株式会社化の前は、業績悪化の責任は銀行の経営者に遡及されない<sup>(注13)</sup>。政府系取締役の出世は、社会的利益と政治的利益が満たされるか否かに依存している。株式会社化以降、社会的利益と政治的利益が依然として重視されているとすれば、政府系取締役は自身の出世のため銀行の業績を犠牲にする可能性が考えられる。

それに対して、株式会社化以降、経済的利益が重視されるとすれば業績悪化の責任は政府系取締役に遡及される可能性がある。また、政府系取締役は、政府系株主と比べて立場が異なる。公的資金の注入あるいは銀行の合併が行われる場合、業績が悪い銀行の政府系取締役は交代され職務を失う可能性が高い。その時、業績の悪化は政府系取締役の利益と相反するものとなっている。逆に、政府系取締役にとって業績の改善は、出世のため自分の能力と価値をアピールする最善な方法である。そのために、政府系取締役は銀行の業績に良い影響を与える可能性が考えられる。

本研究では、政府系取締役が銀行の業績に与える影響に関する上記の考察より導かれた可能性について、帰無仮説として下記の仮説を検証する。

**仮説2、政府系取締役比率は、銀行の業績と無関係である。**

最後に、政府系の株主と取締役が業績に与える影響に対して、株式上場が与える影響を考える。政府系株主が業績に良い影響を与える場合、株式の上場は市場規律が働くことにより業績に更なる良い影響を与える可能性がある。政府系取締役の場合にも同様な効果が考えられる。よって、株式上場の場合、政府系の株主と取締役がそれぞれ業績に与える良い影響はより一層強くなることに関して下記の仮説を検証する。

**仮説3、政府系株主が業績に良い影響を与える場合、株式上場は業績により一層強い影響を与える。**

**仮説4、政府系取締役が業績に良い影響を与える場合、株式上場は業績により一層強い影響を与える。**

## 4. データと分析方法

本節では、本稿の実証研究におけるサンプル、分析方法および変数について説明する。本研究におけるサンプルは、2006年から2014年の期間における大型商業銀行（4行）、株式会社制商業銀行（11行）、都市商業銀行（15行）および農村商業銀行（6行）の36行であり、実証研究に用いた観測値の数は年-銀行ベースで252である<sup>(注14)</sup>。これら36行の資産は、2014年時点における全銀行の総資産の67%を占めており、本研究の結果が中国に

(注)12. Shleifer (1998) は、政治家に賄賂など違法な利益の交換があると指摘した。政治家と同様に、政府系取締役には賄賂などの動機が考えられる。ただし、本研究では合法的な政治的利益のみ考えている。

13. (注10)を参照。Lin and Li (2008)によれば、政府が国有企業の経営者および銀行の経営者に経営困難の責任を遡及する理由がない。

14. 株式会社制商業銀行は13行存在しているが、渤海銀行および恒豊銀行については、株式保有および取締役に関するデータが入手できなかったため、サンプルから除外した。

おける銀行の動向を表しているとみなしてもさほどの問題はないものと考えている。

本研究の目的は、中国の銀行において、(1) 政府の関与（資本関係を通じた関与および人的関係を通じた関与）が収益性および健全性にどのような影響を与えるか、(2) これらの影響に対して、株式市場への上場はどのような影響を与えるか、の2点を実証的に明らかにすることである。そのため、以下の推定式について最小2乗法（OLS）を用いて推定する。

$$\text{BankPerformance}_{i,t} = \text{constant} + \alpha X_{i,t} + \beta X_{i,t} \times \text{List}_{i,t} + \gamma Z_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

ここで、 $\text{BankPerformance}_{i,t}$  は収益性指標ならびに健全性指標であり、 $X_{i,t}$  は政府の関与の度合いを示す説明変数である。係数

( $\alpha$ ) は、銀行に対する政府の関与の度合いが銀行の収益性・健全性にどのような影響を有するかを示す。また、 $\text{List}_{i,t}$  は、株式上場をしている場合に1、未上場の場合に0をとるダミー変数であり、説明変数との交差項の係数 ( $\beta$ ) は、政府の関与が銀行のパフォーマンスに与える影響の程度が株式市場への上場によってどのような影響を受けるかを示す。最後に、 $Z_{i,t}$  はコントロール変数のベクトルであり、 $\gamma$  はそれぞれのコントロール変数が銀行のパフォーマンスに与える影響度のベクトルである。

被説明変数としては、収益性指標として自己資本収益率と総資産収益率、健全性指標として不良債権比率をとる。ここで、自己資本収益率は税引後利益を株主資本で除した値、

図表5 記述統計表

変数名	標本数	平均値	中央値	標準偏差	最小値	最大値
ROA	252	0.013	0.013	0.003	0.002	0.020
ROE	252	0.168	0.169	0.037	0.037	0.300
NPL	252	0.013	0.010	0.010	0.002	0.086
LEV	252	16.773	15.711	5.313	6.650	44.370
LOAN	252	0.487	0.490	0.069	0.295	0.672
INTEREST	252	13.158	9.744	11.454	1.997	80.149
GDP	252	0.093	0.092	0.019	0.074	0.142
LIST	252	0.556	1	0.498	0	1
CONCENTRATION	252	0.659	0.659	0.197	0.246	1.000
GOV	252	0.157	0.013	0.252	0.000	1.000
GOV2	252	0.400	0.369	0.213	0.000	1.000
PRIVATE	252	0.134	0.153	0.118	0.001	0.406
FOREIGN	252	0.090	0.028	0.137	0.002	0.795
DIR_NUM	252	15.377	15	2.041	10	19
EXECUTIVE	252	0.244	0.235	0.083	0.077	0.667
GOV_DIR	252	0.324	0.333	0.155	0.000	0.636
GOV_DIR2	252	0.602	0.643	0.148	0.077	0.867
PRIVATE_DIR	252	0.103	0.059	0.151	0.000	0.600
FOREIGN_DIR	252	0.159	0.143	0.129	0.000	0.571

総資産収益率は税引前利益を総資産で除した値、不良債権比率は不良債権額を総貸出額で除した値とする。

政府は、株式所有と取締役の派遣の2つの経路を通じて銀行の経営に関与するものと考えられる。そこで本研究では、銀行に対する政府の関与の度合いを政府株式所有比率および政府系取締役比率によって表す。

政府系株主としては、中央政府（財政部、匯金公司および国資委員会）、地方政府（北京市国有資産経営公司等17機関）および国有企業（国有独資企業および政府株式所有比率が50%超になる官民合資企業など232社）の3つがある。ここで、前2者による株式所有は政府による直接保有であり、国有企業による株式保有は間接的な政府所有であると考えられる。

そこで、政府による株式所有の直接的な効果と全体の効果の両者をみるため、本研究では、政府株式所有比率を表す変数として「中央政府および地方政府による株式所有比率（GOV）」と「中央政府、地方政府および国有企業による株式所有比率（GOV2）」の2つを考える<sup>(注15)</sup>。

同様に政府系取締役比率についても、「全取締役に占める中央政府および地方政府出身の取締役の比率（GOV\_DIR）」および「全取締役に占める中央政府、地方政府および国有企業出身者の比率（GOV\_DIR2）」の2つを

考える。

コントロール変数は、レバレッジ比率（LEV、総負債/自己資本）、貸出総資産比率（LOAN、総貸出額/総資産）、利息収益比率（INTEREST、受取利息/手数料収益）、株式保有集中度（CONCENTRATION、上位十大株主の持株比率）、民間株式所有比率（PRIVATE、民間株主による株式所有比率）、外国人株式所有比率（FOREIGN、外国人株主による株式所有比率）、取締役会規模（DIR\_NUM、取締役の総人数）、執行取締役比率（EXECUTIVE、執行取締役の総人数/取締役の総人数）、民間取締役比率（PRIVATE\_DIR、全取締役に占める民間企業出身者の比率）、外国人取締役比率（FOREIGN\_DIR、全取締役に占める外国企業在籍経験者の比率）とする<sup>(注16)</sup>。

これらの変数の定義については図表4、記述統計値については、図表5に示されている。

## 5. 実証結果

### (1) 政府系株主と政府系取締役にに関する記述統計

図表2では、政府系株主、民間株主（個人株主、民間企業および政府株式所有比率が50%未満の官民合資企業など162社）および外国人株主（外国人個人株主および外国企業など62社）の株式所有比率が表されている。

図表3では、全取締役に政府系取締役、民間取締役及び外国人取締役にそれぞれ占める

(注) 15. 個別株主の持ち株数については、上位十大株主についてのデータしか入手することはできないため、ここでの中央政府、地方政府および国有企業は、すべて「上位十大株主に入っているもの」という条件付きのものである。この点は、その他の株式所有比率の算出においても同様である。

16. 執行取締役とは、業務執行と関わる銀行の内部出身者の取締役である。

比率が表されている。取締役会の平均規模は15.4人であり、2006年から2014年の期間において、全取締役は1103人である。外国企業在籍経験者は外国人取締役として、政府機関および国有企業の勤務経験者は政府系取締役として取り扱われる。ただし、外国企業、政府機関および国有企業の勤務経験を全部有する者は外国人取締役として取り扱われる。以上の勤務経験を有していない者は民間取締役と

して取り扱われる。調べた結果、政府機関および国有企業の勤務経験者は841名（中に政府機関勤務経験者は349名）、外国人取締役は156名、残る106名は民間取締役である。

## (2) 回帰結果

図表6では、政府株式所有比率が1%上昇すれば不良債権比率は0.016%高くなることが示されている。ただし、総資産収益率と自己

図表6 政府株式所有比率に関する回帰結果

	被説明変数		
	ROA	ROE	NPL
GOV	0.001 (0.001)	0.018 (0.021)	<b>0.016***</b> (0.004)
LIST	0.000 (0.001)	-0.006 (0.008)	<b>-0.004**</b> (0.002)
CONCENTRATION	-0.003 (0.002)	-0.019 (0.026)	<b>-0.011**</b> (0.006)
PRIVATE	-0.003 (0.002)	-0.044 (0.032)	-0.001 (0.007)
FOREIGN	<b>0.006**</b> (0.002)	<b>0.079**</b> (0.036)	0.011 (0.008)
LEV	<b>-0.000***</b> (0.000)	<b>0.002***</b> (0.001)	<b>0.001***</b> (0.000)
LOAN	0.003 (0.003)	0.016 (0.042)	-0.015 (0.010)
INTEREST	0.000 (0.000)	0.000 (0.000)	0.000 (0.000)
GDP	-0.009 (0.008)	<b>-0.361***</b> (0.123)	<b>0.152***</b> (0.030)
Constant	<b>0.018***</b> (0.002)	<b>0.157***</b> (0.025)	0.001 (0.006)
LM test for RE	0	0	0
LM test for FE	0.019	0.007	0
Hausman test	0.082	0.88	0.145
推定モデル	Random	Random	Random
標本数	252	252	252
調整済みR <sup>2</sup>	0.356	0.165	0.327

図表7 政府系取締役比率に関する回帰結果

	被説明変数		
	ROA	ROE	NPL
GOV_DIR	0.002 (0.002)	<b>0.045**</b> (0.022)	<b>-0.031***</b> (0.009)
LIST	0.001 (0.001)	-0.001 (0.008)	-0.001 (0.003)
DIR_NUM	0.000 (0.000)	0.002 (0.001)	<b>-0.001***</b> (0.001)
EXECUTIVE	-0.003 (0.003)	-0.043 (0.037)	0.009 (0.012)
PRIVATE_DIR	0.000 (0.002)	-0.006 (0.028)	-0.015 (0.017)
FOREIGN_DIR	0.003 (0.002)	0.040 (0.029)	0.003 (0.010)
LEV	<b>-0.000***</b> (0.000)	<b>0.003***</b> (0.001)	<b>0.001***</b> (0.000)
LOAN	0.002 (0.003)	0.006 (0.043)	<b>-0.041***</b> (0.013)
INTEREST	0.000 (0.000)	0.000 (0.000)	0.000 (0.000)
GDP	-0.011 (0.009)	<b>-0.396***</b> (0.124)	<b>0.191***</b> (0.032)
Constant	<b>0.015***</b> (0.002)	<b>0.111***</b> (0.032)	
LM test for RE	0	0	0
LM test for FE	0.015	0.005	0
Hausman test	0.094	0.082	0
推定モデル	Random	Random	Within
標本数	252	252	252
調整済みR <sup>2</sup>	0.336	0.154	0.340

(備考) \*、\*\*、\*\*\*はそれぞれ有意水準10%、5%と1%を意味している。

資本収益率などの収益性に関して有意な結果は見られない。この結果は、政府系株主が不良債権比率に悪い影響を与えることを示している。収益性に関して**仮説1**は棄却されていないが、健全性に関して**仮説1**は棄却された。

**図表7**から、政府系取締役比率が1%上昇すれば自己資本収益率は0.045%高く、不良債権比率は0.031%低くなることがわかる。この結果は、政府系取締役が自己資本収益率と不良債権比率に良い影響を与えていることを示しており、**仮説2**は棄却された。

上記の結果に基づいて下記の結論が導かれる。

株式会社化以降、政府系株主は経済的利益を重視する姿勢を示しているが、政府の株式所有は銀行の業績に悪い影響を与えている。株式会社化の前を対象とした政府株式所有に関する先行研究では、政府株式所有が収益性と健全性に与える悪い影響を報告しているが、本研究は健全性だけに悪い影響を与えることを示している。

この結果は、政府系株主が健全性を犠牲にして収益性を補填することを意味している(収益性に関して**仮説1**は棄却されていないため、政府の要求に従い損失を被った国有企業への融資を行って収益性に悪い影響を与える仮説は検証されていない)。また、政府株式所有比率が依然として高い中国の銀行システムでは不良債権問題は発生する可能性が示唆される。

株式会社化以降、政府系取締役に業績の悪化による職務の失いと業績の改善による出世

**図表8 株式上場と政府系取締役に関する回帰結果**

	被説明変数		
	ROA	ROE	NPL
GOV_DIR	-0.001 (0.002)	0.020 (0.031)	-0.024** (0.012)
GOV_DIR×LIST	0.006** (0.003)	0.044 (0.040)	-0.012 (0.014)
LIST	-0.001 (0.001)	-0.016 (0.016)	0.004 (0.007)
DIR_NUM	0.000 (0.000)	0.002 (0.001)	-0.001*** (0.001)
EXECUTIVE	-0.003 (0.003)	-0.044 (0.037)	0.010 (0.012)
PRIVATE_DIR	0.001 (0.002)	-0.005 (0.028)	-0.140 (0.017)
FOREIGN_DIR	0.003 (0.002)	0.041 (0.029)	0.001 (0.010)
LEV	-0.000*** (0.000)	0.003*** (0.001)	0.001*** (0.000)
LOAN	0.003 (0.003)	0.012 (0.044)	-0.042*** (0.013)
INTEREST	0.000 (0.000)	0.000 (0.000)	0.000 (0.000)
GDP	-0.009 (0.009)	-0.380*** (0.125)	0.190*** (0.032)
Constant	0.016*** (0.002)	0.113*** (0.031)	
LM test for RE	0	0	0
LM test for FE	0.013	0.004	0
Hausman test	0.137	0.096	0
推定モデル	Random	Random	Within
標本数	252	252	252
調整済みR <sup>2</sup>	0.348	0.156	0.340

(備考) \*, \*\*, \*\*\*はそれぞれ有意水準10%、5%と1%を意味している。

というインセンティブを与えているため、政府系取締役は収益性と健全性に良い影響を与えている。

政府系取締役が業績に与える良い影響は検出されるため、**仮説4**に関する追加検証を行う。**図表8**の交差項の係数によれば、上場銀行は、未上場銀行と比べて政府系取締役比率

が1%上昇すれば総資産収益率が更なる0.006%高くなる。収益性に関して仮説4は支持されている。

大型商業銀行は、全銀行の総資産の40%を占めており、ほかの商業銀行と比べて規模が大きい。結果の頑健性を表明するため、大型商業銀行を除くサブサンプルを用いて検証を行う。

結果、政府株式所有比率が1%上昇すれば不良債権比率は0.016%高くなる。そして政府系取締役比率が1%上昇すれば自己資本収益率は0.047%高く、不良債権比率は0.036%低くなる。最後に上場銀行は、未上場銀行と比べて政府系取締役比率が1%上昇すれば総資産収益率が更なる0.006%高くなる。サブサンプルを用いる検証により結果の頑健性は表明されている<sup>(注17)</sup>。

## 6. おわりに

株式会社化は、銀行の経営形態に大きな影響を与えた。本研究は、政府の株式所有は不

良債権比率に悪い影響を与えていることを明らかにした。この理由として政府所有の銀行が事実上倒産不可能であることが考えられる。本研究によれば、政府株式所有比率が依然として高い中国における銀行の不良債権問題に注目する必要がある。政府系取締役の存在が業績に良い影響を与えている。この理由として業績悪化の責任が政府系取締役に遡及され、一方で業績の改善の時に出世の可能性が高くなることが考えられる。

今後の研究課題として次のことが考えられる。

本研究では、政府系株主と政府系取締役の関係を考えていない<sup>(注18)</sup>。また、政府系取締役が総資産収益率と不良債権比率に与える影響について、本研究の結果は、Liang, Xu and Jiraporn (2013)と対立している。検証期間はそれぞれ2006年から2014年の期間（本研究）と2003年から2010年の期間であるが、今後は分析期間を合わせて検証を行う必要がある。

---

(注) 17. 本研究では政府の株式所有と取締役派遣による全面的な効果を明らかにするために、国有企業所有株と国有企業出身者の取締役がそれぞれ含まれる政府株式所有比率と政府系取締役比率を用いて検証を行った。また支配株主あるいは筆頭株主が政府系株主である銀行の収益性と健全性について検証を行った。最後に政府系取締役が全取締役の過半数を占める銀行の収益性と健全性について検証を行った。すべての結果は頑健性を示している。

18. Lang (2015) は、銀行における政府系の株主と取締役のプリンシパル・エージェント関係を検証した。結果、政府株式所有比率が高い銀行において政府系取締役比率が不良債権比率に与える負の影響が強くなるとしている。

## 〈参考文献〉

- Allen, F., J. Qian, C. Y. Zhang, and M. X. Zhao, *China's Financial System: Opportunities and Challenges*, in Fan, J. and R. Morck, *Capitalizing China*, Chicago: University of Chicago Press, 2013
- Ariff, M. and L. Can, *Cost and profit efficiency of Chinese banks: A non-parametric analysis*, *China Economic Review* 19, 260-273, 2008
- Cornett, M. M., L. Guo, S. Khaksari, and H. Tehranian, *The impact of state ownership on performance differences in privately-owned versus state-owned banks: An international comparison*, *Journal of Financial Intermediation* 19, 74-94, 2010
- Fu, X. Q. and S. Heffernan, *Cost X-efficiency in China's banking sector*, *China Economic Review* 18, 35-53, 2007
- Herrero, A. G., S. Gavila, and D. Santabarbara, *What explains the low profitability of Chinese banks?* *Journal of Banking & Finance* 33, 2080-2092, 2009
- Jiang, C. X., S. J. Yao, and Z. Y. Zhang, *The effects of governance changes on bank efficiency in China: A stochastic distance function approach*, *China Economic Review* 20, 717-731, 2009
- Lang, L., *The Effect of State Ownership and Government-Affiliated Board Members on the Performance of Banks in China*, *Finance* 4, 57-63, 2015
- Liang, Q., P. S. Xu, and P. Jiraporn, *Board characteristics and Chinese bank performance*, *Journal of Banking & Finance* 37, 2953-2968, 2013
- Lin, J. Y. F. and Z. Y. Li, *Policy burden, privatization and soft budget constraint*, *Journal of Comparative Economics* 36, 90-102, 2008
- Lin, X. C., and Y. Zhang, *Bank ownership reform and bank performance in China*, *Journal of Banking & Finance* 33, 20-29, 2009
- Micco, A., U. Panizza, and M. Yanez, *Bank ownership and performance: Does politics matter?* *Journal of Banking & Finance* 31, 219-241, 2007
- Shleifer, A., *State versus Private Ownership*, *Journal of Economic Perspectives* 12, 133-150, 1998



## 地域・中小企業研究所が「危機管理セミナー」を開催

地域・中小企業研究所は、「しんきん実務研修プログラム」の一環として、平成28年11月11日(金)に「危機管理セミナー」を東京で開催しました。

本セミナーは、自然災害などの様々な危機発生時の対応事例を紹介することにより、信用金庫業界における危機管理体制の強化を支援することを目的として開催したもので、133人(105金庫)の信用金庫役職員が参加しました。

はじめに、信金中央金庫の室井稔雄理事が、東日本大震災や熊本地震発生時における信金中央金庫の対応事例、BCPの意義等について基調講演を行いました。

続いて、石巻信用金庫の遠藤正弘理事および同地域貢献部の星澤敬子部長が、それぞれ、矢本支店長(震災時)および事務課長(震災時)の経験を踏まえ、東日本大震災における初動対応について講演を行いました。

また、川崎信用金庫 経営企画部の畑中洋平審査役が、コンティンジェンシープラン、安否確認システムの利用と訓練、浸水対策、BCPの課題等について講演を行いました。

さらに、長野信用金庫 総務部の山口直人副部長が、BCP体制、冬期休日積雪対応など自然災害発生時の緊急対応策、障害等発生時対応事例等について講演を行いました。

参加者から、「東日本大震災の経験を決して風化させてはならないと思った」「危機時に対する備えをコストとしてみるのではなく将来への投資として考えるべきだと認識した」「自然災害に対する具体的な取組事例が参考になった」などの感想が寄せられました。



セミナー風景



基調講演



石巻信用金庫の講演



川崎信用金庫の講演



長野信用金庫の講演

## 地域・中小企業研究所が 「職域セールスプランニング研修」を開催

地域・中小企業研究所は、「しんきん実務研修プログラム」の一環として、平成28年12月9日(金)に「職域セールスプランニング研修」を東京で開催しました。

本研修は、職域セールス制度の導入を予定している信用金庫を対象として、制度導入に向けたプラン作りを支援することを目的として開催したもので、19人（19金庫）の信用金庫役職員が参加しました。

はじめに、信金中央金庫 地域・中小企業研究所の刀禰和之上席調査役が、職域セールス導入金庫における推進上の課題、諸課題解決への留意点等を説明しました。

講師信用金庫による講演では、鹿児島相互信用金庫 人事研修部付の山中浩二調査役が、「鹿児島相互信用金庫の取組みについて」と題して、当金庫を取り巻く経営環境、職域セールスで成果を上げるための取組み等を披露しました。

続いて、参加者が4～5人ずつの4つのグループに分かれて、職域セールス制度導入に向けた現行の企画案をもとに、グループディスカッションを通じて企画のブラッシュアップを行いました。

グループディスカッションの中では、会津信用金庫の真渡智也係長およびさわやか信用金庫の森本龍雄調査役による事例発表も行われました。

参加者からは、「導入の方向性が見えた」「年明けすぐにでも職域セールスを開始して成果に結びつけたい」「同じ企画を検討している信用金庫同士で交流することができて有意義だった」などの感想が寄せられました。



基調報告



鹿児島相互信用金庫の講演



会津信用金庫  
の事例発表



さわやか信用金庫  
の事例発表



グループディスカッションの様子

## 地域・中小企業関連経済金融日誌（2016年12月）

- 2日 ● 金融庁、地域銀行の平成28年9月期決算の概要を公表 資料1  
● 金融庁、主要行等の平成28年9月期決算の概要を公表 資料2
- 5日 ● 中小企業庁、「事業承継ガイドライン」を策定、公表 資料3
- 6日 ○ 金融庁、年末における中小企業・小規模事業者に対する金融の円滑化について要請
- 13日 ● 中小企業庁、第146回中小企業景況調査（2016年10-12月期）の結果を公表 資料4  
● 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局、「地域の課題解決のための地域運営組織に関する有識者会議」の最終報告を公表 資料5
- 14日 ● 日本銀行、全国企業短期経済観測調査（短観、2016年12月）を公表 資料6  
○ 中小企業庁、下請等中小企業の取引条件改善のため、振興基準の改正、通達の見直しを実施、公表
- 16日 ● 中小企業庁、平成29年度税制改正（中小企業・小規模事業者関係）の概要を公表 資料7
- 19日 ○ 北海道財務局、高病原性鳥インフルエンザ疑似患畜の確認を踏まえた金融上の対応について要請
- 20日 ○ 金融庁、株式会社東日本大震災事業者再生支援機構の活用について要請  
○ 九州財務局、高病原性鳥インフルエンザ疑似患畜の確認を踏まえた金融上の対応について要請  
○ 経済産業省と公正取引委員会、下請等中小企業の取引条件の改善に向けて、親事業者等に要請
- 22日 ● 金融庁、平成29年度税制改正大綱における金融庁関係の主要項目について公表 資料8  
○ 総務省、平成29年度地方債計画を公表  
● 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局、「まち・ひと・しごと創生総合戦略2016 改訂版」の閣議決定を公表 資料9  
○ 関東財務局と日本銀行、平成28年新潟県糸魚川市における大規模火災にかかる災害に対する金融上の措置について要請  
○ 経済産業省、平成28年新潟県糸魚川市における大規模火災に関する被災中小企業・小規模事業者対策の実施について公表（28日に追加）
- 26日 ○ 金融庁、貸金業関係資料集を更新
- 27日 ○ 金融庁、南都銀行に対する信託兼営認可について公表  
● 金融庁、金融審議会「金融制度ワーキング・グループ」報告書を公表 資料10  
○ 九州財務局と福岡財務支局、高病原性鳥インフルエンザ疑似患畜の確認を踏まえた金融上の対応について要請（九州財務局は20日に続き再度）

- 経済産業省、消費税の転嫁状況に関する月次モニタリング調査（11月調査）の調査結果を公表
- 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局と内閣府地方創生推進室、RESAS-API機能の拡充およびRESASアプリコンテストで利用可能なデータの追加について公表

※「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）

#### 金融庁、地域銀行の平成 28 年 9 月期決算の概要を公表（12 月 2 日）

##### 1. 損益の状況（銀行単体ベース）

(1) 実質業務純益は、7,672 億円を計上した。資金利益および役務取引等利益が減少したことなどにより、前年同期に比べ 9.3% 減少した。

(2) 中間純利益は、5,861 億円を計上した。株式等関係損益が減少したことなどにより、前年同期に比べ 13.9% 減少した。

##### 2. 不良債権の状況（銀行単体ベース）

不良債権額（5.0 兆円）は前期に比べ減少し、不良債権比率（2.02%）も 0.11 ポイント低下した。いずれも 1999 年 3 月期の金融再生法に基づく開示以降で最低となった。

##### 3. 自己資本比率の状況（銀行単体ベース）

(1) 国際統一基準行（11 行）の総自己資本比率（13.87%）は、前期に比べ 0.23 ポイント、普通株式等 Tier1 比率（13.00%）は、同 0.16 ポイント低下した。

(2) 国内基準行（95 行）の自己資本比率（10.17%）については、前期に比べ 0.03 ポイント低下した。

（<http://www.fsa.go.jp/news/28/ginkou/20161202-4.html> 参照）

### （資料 2）

#### 金融庁、主要行等の平成 28 年 9 月期決算の概要を公表（12 月 2 日）

##### 1. 損益の状況（グループ連結ベース）

中間純利益は、14,435 億円を計上した。債券等関係損益が増加したものの、預貸金利ざやの悪化等により資金利益が減少したことや株式等関係損益、役務取引等利益が減少したことなどにより、前年同期に比べ 10.1% 減少した。

##### 2. 不良債権の状況（銀行単体ベース）

前期に比べて不良債権額（2.9 兆円）は減少し、不良債権比率（0.91%）も 0.06 ポイント低下した。いずれも 1999 年 3 月期の金融再生法に基づく開示以降で最低となった。

### 3. 自己資本比率の状況（グループ連結ベース）

(1) 国際統一基準行（4グループ）の総自己資本比率（16.65%）は、前期に比べ0.48ポイント上昇し、普通株式等 Tier1 比率（11.80%）も、前期に比べ0.42ポイント上昇した。

(2) 国内基準行（3グループ）の自己資本比率（12.74%）は、前期に比べ0.56ポイント低下した。

(<http://www.fsa.go.jp/news/28/ginkou/20161202-5.html> 参照)

#### （資料3）

##### 中小企業庁、「事業承継ガイドライン」を策定、公表（12月5日）

中小企業庁は、中小企業経営者の高齢化の進展等を踏まえ、円滑な事業承継の促進を通じた中小企業の事業活性化を図るため、事業承継に向けた早期・計画的な準備の重要性や課題への対応策、事業承継支援体制の強化の方向性等について取りまとめた「事業承継ガイドライン」を策定した。

本ガイドラインの主な内容は、以下の3点である。

1. 事業承継に向けた早期・計画的な取組みの重要性（事業承継診断の導入）
2. 事業承継に向けた5ステップの提示
3. 地域における事業承継を支援する体制の強化

(<http://www.chusho.meti.go.jp/zaimu/shoukei/2016/161205shoukei.htm> 参照)

#### （資料4）

##### 中小企業庁、第146回中小企業景況調査（2016年10-12月期）の結果を公表（12月13日）

中小企業庁は、第146回中小企業景況調査（2016年10-12月期）の結果を公表した。2016年10-12月期の全産業の業況判断D.I.は、前期（7-9月期）比で0.5ポイント低下の△18.7となり、2期ぶりにやや低下した。産業別に見ると製造業D.I.は、同0.1ポイント上昇の△15.5となり、非製造業D.I.は、同0.6ポイント低下の△19.6となっている。

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

#### （資料5）

##### 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局、「地域の課題解決のための地域運営組織に関する有識者会議」の最終報告を公表（12月13日）

内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局は、「地域の課題解決のための地域運営組織に関する有識者会議」の最終報告「地域の課題解決を目指す地域運営組織—その量的拡大と質的向上に向けて—」を公表した。最終報告の目次は以下の通りとなっている。

##### 1. 中山間地域等における地域の状況

- (1) 地方創生をめぐる現状
- (2) 中山間地域等の状況

## 2. 地域運営組織の実態

- (1) 地域運営組織の定義
- (2) 地域運営組織の現状
- (3) 地域運営組織の分類

## 3. 地域運営組織についての基本的な考え方

### 4. 地域運営組織が目指す取組等

- (1) 「小さな拠点」の形成（集落生活圏の維持）に向けた取組
- (2) 地域運営組織に対する支援

### 5. 地域運営組織の取組を推進する上での課題と解決方向

- (1) 法人化の推進
- (2) 人材の育成・確保（地域づくりの自覚の形成やスキル磨き）
- (3) 資金の確保
- (4) 事業実施のノウハウ等
- (5) 行政の役割、中間支援組織や多様な組織との連携
- (6) 都市部における取組

## 6. おわりに

参考事例

参考資料 1

参考資料 2

(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/> 参照)

### (資料 6)

日本銀行、全国企業短期経済観測調査（短観、2016年12月）を公表（12月14日）

日本銀行は、全国企業短期経済観測調査（短観、2016年12月）を公表した。中小企業の業況判断 D.I. は以下の通り。

#### 1. 中小企業製造業

中小企業製造業は、前期比 4 ポイント改善のプラス 1 となった。改善幅が大きかった業種は、「鉄鋼」（14 ポイント改善のプラス 4）、「窯業・土石製品」（13 ポイント改善のプラス 3）など。

#### 2. 中小企業非製造業

中小企業非製造業は、前期比 1 ポイント改善のプラス 2 となった。改善幅が大きかった業種は、「物品賃貸」（6 ポイント改善のプラス 18）、「不動産」（5 ポイント改善のプラス 13）、「通信」（5 ポイント改善のプラス 16）など。

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

(資料 7)

中小企業庁、平成 29 年度税制改正（中小企業・小規模事業者関係）の概要を公表（12 月 16 日）

中小企業庁は、平成 29 年度税制改正（中小企業・小規模事業者関係）の概要を公表した。主な改正事項は以下の通り。

1. 中小・小規模事業者の「攻めの投資」を支援する税制措置の拡充
  - (1) 固定資産税の特例の拡充
  - (2) 中小企業経営強化税制の創設
  - (3) 中小企業投資促進税制の延長
  - (4) 商業・サービス業・農林水産業活性化税制の延長
2. 所得拡大促進税制の見直し
3. 研究開発税制の拡充
4. 中小企業者等の法人税率の特例の延長
5. 事業承継を促す税制措置の見直し
  - (1) 取引相場のない株式の評価方式に関する見直し
  - (2) 事業承継税制の見直し
  - (3) 個人事業者の事業用資産に係る事業承継時の負担軽減措置の創設等

(<http://www.chusho.meti.go.jp/zaimu/zeisei/2016/161216ZeiseiKaisei.htm> 参照)

(資料 8)

金融庁、平成 29 年度税制改正大綱における金融庁関係の主要項目について公表（12 月 22 日）

金融庁は、平成 29 年度税制改正大綱における金融庁関係の主要項目について公表した。主要項目は以下の通り。

1. 活力ある資本市場と家計の安定的な資産形成の実現
  - 少額からの積立・分散投資の促進のための NISA の改善
  - 金融所得課税の一体化（金融商品に係る損益通算範囲の拡大）
  - 上場株式等の相続税評価の見直し等
2. 金融のグローバル化への対応
  - 外国子会社合算税制（CFC 税制）の抜本的見直し
  - クロスボーダーの債券現先取引（レポ取引）に係る税制の見直し
3. その他の重要項目
  - 企業年金等の積立金に対する特別法人税の撤廃又は課税の停止措置の適用期限の延長
4. その他の要望項目
  - 受取配当等の益金不算入制度の見直し

- 協同組織金融機関に係る一括評価金銭債権の割増特例措置の延長
- 投資法人に係る税制優遇措置の延長
- 生命保険料控除制度の拡充
- 「仮想通貨」に係る消費税の課税関係に関する整理

そのうち、4の中の「受取配当等の益金不参入制度の見直し」では、協同組織金融機関の中央機関に対する普通出資に係る受取配当について、益金不参入割合を現状の20%から50%に引き上げることが盛り込まれた。

また、同じく4の中の「協同組織金融機関に係る一括評価金銭債権の割増特例措置の延長」では、一括評価金銭債権に係る貸倒引当金繰入限度額の割増特例措置について、割増率（現行：12%）を10%に引き下げた上、その適用期限を2年間延長することが盛り込まれた。

(<http://www.fsa.go.jp/news/28/sonota/20161222-1.html> 参照)

#### (資料9)

内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局、「まち・ひと・しごと創生総合戦略2016 改訂版」の閣議決定を公表（12月22日）

内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局は、「まち・ひと・しごと創生総合戦略2016 改訂版」の閣議決定を公表した。改訂版の目次は以下の通り。

#### I. 基本的な考え方

1. 地方創生をめぐる現状認識
2. 人口減少と地域経済縮小の克服
3. まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立
4. 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定と改訂

#### II. 政策の企画・実行に当たっての基本方針

1. 従来の政策の検証
2. まち・ひと・しごとの創生に向けた政策5原則
3. 国と地方の取組体制とPDCAの整備

#### III. 今後の施策の方向

1. 政策の基本目標
2. 「地方創生の更なる深化」のために
3. 政策パッケージ

#### IV. 地方創生に向けた多様な支援－「地方創生版・三本の矢」－

1. 情報支援の矢
2. 人材支援の矢



### 3. 財政支援の矢

4. 国家戦略特区制度、規制改革、社会保障制度改革、地方分権改革等との連携  
おわりに

附属文書 アクションプラン（個別施策工程表）

(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/> 参照)

#### (資料 10)

#### 金融庁、金融審議会「金融制度ワーキング・グループ」報告書を公表（12月27日）

金融庁は、「金融審議会金融制度ワーキング・グループ報告ーオープン・イノベーションに向けた制度整備ついてー」を公表した。目次は以下の通り。

はじめに

#### 第1章 FinTechの進展と対応の方向性

1. FinTechの進展等
2. 対応の基本的方向性

#### 第2章 オープン・イノベーションに向けた環境整備

1. 電子決済等代行業者を巡る状況等
2. オープン・イノベーションの観点からの課題等
  - (1) オープンAPIを巡る状況等
  - (2) オープン・イノベーションの観点からの課題等
3. オープン・イノベーションに向けた環境整備
  - (1) 海外における状況等
  - (2) オープン・イノベーションに向けた制度的枠組みの整備
  - (3) その他の環境整備等
4. 銀行代理業者規制の取扱い
  - (1) 銀行代理業制度の概要等
  - (2) 電子決済等代行業者をめぐる銀行代理業制度上の課題等

おわりに

([http://www.fsa.go.jp/singi/singi\\_kinyu/tosin/20161227-1.html](http://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/tosin/20161227-1.html) 参照)

## 信金中央金庫 地域・中小企業研究所活動記録(12月)

### 1. レポート等の発行

発行日	レポート分類	通巻	タイトル	執筆者
16.12.2	産業企業情報	28-10	長寿企業の“継続力”を考える －円滑な事業承継へ向けてのキーワードは“事業価値”－	鉢嶺 実
16.12.5	内外金利・為替見通し	28-9	円安進行と景気回復期待を受けて日銀による追加緩和は当面見送り	角田 匠 奥津智彦
16.12.9	金融調査情報	28-18	急速に脚光浴びる「フィンテック」⑥ －「APIエコノミー」の形成に向けて－	藁品和寿
16.12.14	内外経済・金融動向	28-5	中国経済を下支えする個人消費と第3次産業 －コト消費の掘り起こしが内需拡大のカギ－	黒岩達也
16.12.16	金融調査情報	28-19	－今、改めて考える信用金庫の源流－ 報徳思想を踏まえた独自の取組みと二宮金次郎像の全国への普及～さがみ信用金庫と愛知県岡崎地区の石工業～	中西雅明
16.12.16	産業企業情報	28-11	到来するIoT社会と中小企業④ －地域の課題解決に活用される「IoT」－	三輪和政 藁品和寿
16.12.16	金融調査情報	28-20	共同化による経費の削減	住元文和
16.12.20	金融調査情報	28-21	信用金庫中堅職員のさらなる活躍に向けて －信用金庫内で補い合える体制の構築がより重要に－	奥津智彦
16.12.21	内外経済・金融動向	28-6	中小企業の財務状況と景気動向 －中小企業の収益性・付加価値分析と中小企業景気動向指数CIの算出－	峯岸直輝
16.12.27	ニュース&トピックス	28-78	信用金庫業界の総資産は150兆円台へ －バランスシート拡大の一方で運用資産の構成は大きく変化－	井上有弘
16.12.29	産業企業情報	28-12	コンテンツツーリズムによる魅力溢れる地域づくり －「大河ドラマ」、「アニメ」、「ロケ誘致」の事例からの示唆－	石川浩史 藁品和寿 鉢嶺 実

### 2. 講座・講演・放送等の実施

実施日	種類	タイトル	講座・講演会・番組名称	主催	講師等
16.12.1	講演	ものづくり補助金等について	ものづくり補助金等にかかる勉強会	川之江信用金庫	井上有弘
16.12.2	講演	中小企業を取り巻く経済環境	経済講演会	蒲郡信用金庫	角田 匠
16.12.2	講演	フィンテックについて	フィンテックにかかる勉強会	呉信用金庫	藁品和寿
16.12.2	講演	フィンテックについて	フィンテックにかかる勉強会	広島信用金庫	藁品和寿

実施日	種類	タイトル	講座・講演会・番組名称	主催	講師等
16.12.6	講演	環境変化に挑む全国の若手経営者の成功事例	よこしん県央地区経営者交流会	横浜信用金庫	鉢嶺 実
16.12.7	講演	国内外の経済情勢と金融市場の展望について	第5回理事長会	群馬県信用金庫協会	角田 匠
16.12.8	講演	経済の見通しについて	第43回地域金融懇談会専門部会	武蔵野銀行	角田 匠
16.12.8 ～9	講座	日本のベンチャー企業における資金調達について	平成28年度 証券ゼミナール大会	全日本証券研究学生連盟	鉢嶺 実
16.12.9	講演	日本および世界の経済情勢と今後の展望	外為信金連絡会	外為信金連絡会	角田 匠
16.12.9	講演	職域セールスの企画について	職域セールスプランニング研修	信金中央金庫	刀禰和之
16.12.21	講演	国内外の経済情勢と今後の展望	第307回ならちゅうしん経営研究会	奈良中央信用金庫	角田 匠
16.12.22	講座	東海経済圏における「ものづくり企業」の影響力	愛知県立愛知総合工科高校専攻科金融講座	西尾信用金庫	奥津智彦
16.12.28	講演	「フィンテック」の動向について	フィンテックにかかる勉強会	甲府信用金庫	松崎英一
16.12.28	講演	「フィンテック」の動向について	フィンテックにかかる勉強会	山梨信用金庫	松崎英一

# 統 計

## 1. 信用金庫統計

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

## 2. 金融機関業態別統計

- (1) 業態別預貯金等
- (2) 業態別貸出金

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

(凡 例)

1. 金額は、単位未満切捨てとした。
  2. 比率は、原則として小数点以下第1位までとし第2位以下切捨てとした。
  3. 記号・符号表示は次のとおり。
    - 〔0〕 ゼロまたは単位未満の計数      〔-〕 該当計数なし      〔△〕 減少または負
    - 〔…〕 不詳または算出不能      〔\*〕 1,000%以上の増加率      〔p〕 速報数字
    - 〔r〕 訂正数字      〔b〕 b印までの数字と次期以降との数字は不連続
  4. 地区別統計における地区のうち、関東には山梨、長野、新潟を含む。東海は静岡、愛知、岐阜、三重の4県、九州北部は福岡、佐賀、長崎の3県、南九州は熊本、大分、宮崎、鹿児島県の4県である。
- ※ 信金中金庫 地域・中小企業研究所のホームページ(<http://www.scbrj.jp/>)よりExcel形式の統計資料をダウンロードすることができます。

### 1. (1) 信用金庫の店舗数、合併等

信用金庫の店舗数、会員数、常勤役員数の推移

(単位：店、人)

年月末	店 舗 数				会 員 数	常 勤 役 員 数				
	本 店 (信用金庫数)	支 店	出張所	合 計		常勤役員	職 員			合 計
							男 子	女 子	計	
2012. 3	271	7,005	259	7,535	9,318,366	2,238	74,678	38,344	113,022	115,260
13. 3	270	6,982	252	7,504	9,305,143	2,238	73,078	38,484	111,562	113,800
14. 3	267	6,946	238	7,451	9,282,698	2,220	71,801	38,504	110,305	112,525
15. 3	267	6,898	233	7,398	9,270,457	2,219	70,496	38,762	109,258	111,477
6	267	6,895	234	7,396	9,280,855	2,219	72,350	41,295	113,645	115,864
9	267	6,894	232	7,393	9,280,129	2,212	71,506	40,621	112,127	114,339
15.11	267	6,881	234	7,382	9,280,536	2,211	71,184	40,468	111,652	113,863
12	267	6,883	234	7,384	9,284,536	2,210	70,946	40,210	111,156	113,366
16. 1	266	6,883	234	7,383	9,284,411	2,205	70,648	40,011	110,659	112,864
2	265	6,883	233	7,381	9,284,199	2,203	70,429	39,876	110,305	112,508
3	265	6,883	231	7,379	9,273,887	2,195	69,126	39,107	108,233	110,428
4	265	6,883	231	7,379	9,278,212	2,191	71,747	42,241	113,988	116,179
5	265	6,884	231	7,380	9,282,229	2,189	71,572	42,143	113,715	115,904
6	265	6,885	230	7,380	9,279,155	2,207	71,081	41,883	112,964	115,171
7	265	6,887	231	7,383	9,273,976	2,212	70,848	41,667	112,515	114,727
8	265	6,886	231	7,382	9,272,672	2,211	70,598	41,483	112,081	114,292
9	265	6,882	231	7,378	9,276,034	2,211	70,243	41,195	111,438	113,649
10	265	6,883	230	7,378	9,275,968	2,212	70,086	41,087	111,173	113,385
11	265	6,865	243	7,373	9,275,753	2,214	69,942	41,004	110,946	113,160

### 信用金庫の合併等

年 月 日	異 動 金 庫 名			新金庫名	金庫数	異動の種類
2009年10月13日	西中国	岩国	(下関市職員信組)	西中国	277	合併
2009年11月9日	八戸	あおもり	下北	青い森	275	合併
2009年11月24日	北見	紋別		北見	274	合併
2010年1月12日	山口	萩		萩山口	273	合併
2010年2月15日	杵島	西九州		九州ひぜん	272	合併
2011年2月14日	富山	上市		富山	271	合併
2012年11月26日	東山口	防府		東山口	270	合併
2013年11月5日	大阪市	大阪東	大福	大阪シティ	268	合併
2014年1月6日	三浦藤沢			かながわ	268	名称変更
2014年2月24日	十三	摂津水都		北おおさか	267	合併
2016年1月12日	大垣	西濃		大垣西濃	266	合併
2016年2月15日	福井	武生		福井	265	合併
2017年1月23日	江差	函館		道南うみ街	264	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				実質預金				譲渡性預金			
	前年同月比増減率	要求払	前年同月比増減率	定期性	前年同月比増減率	外貨預金等	前年同月比増減率	譲渡性預金	前年同月比増減率			
2012. 3	1,225,884	2.3	422,706	5.3	798,587	0.9	4,590	△ 17.7	1,223,269	2.3	498	△ 5.0
13. 3	1,248,763	1.8	437,668	3.5	806,621	1.0	4,472	△ 2.5	1,246,612	1.9	510	2.4
14. 3	1,280,602	2.5	459,125	4.9	817,509	1.3	3,967	△ 11.3	1,279,037	2.6	580	13.7
15. 3	1,319,433	3.0	483,819	5.3	831,514	1.7	4,099	3.3	1,317,889	3.0	625	7.7
6	1,345,197	2.9	499,178	5.5	843,453	1.5	2,566	16.3	1,344,209	2.9	1,053	33.6
9	1,347,370	2.6	497,850	4.8	846,512	1.3	3,007	29.6	1,345,988	2.6	884	28.3
15.11	1,344,460	2.3	498,889	4.3	843,268	1.1	2,302	13.9	1,343,498	2.3	874	4.2
12	1,357,825	2.2	507,247	4.1	848,195	1.1	2,383	3.5	1,356,476	2.3	877	7.2
16. 1	1,348,518	2.3	497,513	4.3	848,589	1.2	2,415	4.0	1,347,068	2.3	954	22.4
2	1,353,247	2.1	503,504	3.6	847,403	1.2	2,339	1.9	1,352,305	2.1	870	34.0
3	1,347,476	2.1	503,730	4.1	840,685	1.1	3,060	△ 25.3	1,345,990	2.1	791	26.4
4	1,362,524	2.3	517,578	4.5	842,666	1.0	2,279	5.4	1,360,947	2.2	794	13.3
5	1,358,855	2.1	511,142	3.8	845,416	1.0	2,295	1.4	1,357,974	2.1	886	△ 13.7
6	1,371,890	1.9	518,977	3.9	850,317	0.8	2,595	1.1	1,370,974	1.9	1,210	14.9
7	1,370,332	2.3	515,081	5.2	852,995	0.6	2,254	△ 5.4	1,368,898	2.3	1,369	22.2
8	1,374,287	2.2	518,851	4.8	853,074	0.6	2,362	0.8	1,373,409	2.2	1,148	△ 15.7
9	1,376,916	2.1	522,579	4.9	851,259	0.5	3,077	2.3	1,375,496	2.1	1,109	25.4
10	1,378,867	2.3	527,314	5.2	849,168	0.6	2,384	10.7	1,377,983	2.4	1,018	20.2
11	1,377,158	2.4	525,474	5.3	849,242	0.7	2,441	6.0	1,376,254	2.4	1,106	26.5

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

## 地区別預金

(単位:億円、%)

年月末	北海道		東北		東京		関東		北陸		東海	
	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	
2012. 3	65,059	2.2	45,660	7.5	223,533	1.9	231,594	2.5	36,003	0.3	248,839	2.4
13. 3	66,143	1.6	47,624	4.3	226,917	1.5	234,385	1.2	35,710	△ 0.8	255,448	2.6
14. 3	67,534	2.1	49,575	4.0	230,689	1.6	240,157	2.4	36,007	0.8	264,641	3.5
15. 3	68,537	1.4	51,440	3.7	234,904	1.8	247,340	2.9	36,664	1.8	276,481	4.4
6	70,569	2.0	52,630	2.6	238,846	1.7	252,358	2.9	37,164	1.7	281,605	4.4
9	70,256	2.0	52,664	2.5	239,209	1.6	251,988	2.3	37,131	1.5	283,577	3.9
15.11	70,385	1.7	52,567	2.1	238,870	1.4	251,474	1.9	36,986	1.3	282,625	3.8
12	71,290	1.6	52,951	1.9	240,703	1.4	253,927	1.9	37,169	1.0	286,221	3.7
16. 1	69,910	1.8	52,482	2.2	239,623	1.5	252,095	1.9	36,914	1.1	284,745	3.8
2	69,863	1.6	52,705	1.8	240,086	1.2	253,072	1.8	37,214	1.3	285,911	3.7
3	69,722	1.7	51,986	1.0	238,874	1.6	251,097	1.5	37,176	1.3	286,050	3.4
4	71,173	2.2	53,114	1.5	241,535	1.8	254,354	1.6	37,407	1.2	287,741	3.7
5	70,875	1.9	52,700	1.2	240,774	1.5	252,950	1.3	37,353	1.5	288,320	3.6
6	71,681	1.5	53,391	1.4	242,276	1.4	255,584	1.2	37,609	1.1	291,298	3.4
7	71,189	1.9	53,265	1.5	242,001	1.8	255,190	1.8	37,472	1.4	290,707	3.5
8	71,267	1.7	53,442	1.4	242,206	1.5	256,399	1.7	37,604	1.1	291,458	3.1
9	71,340	1.5	53,768	2.0	243,037	1.6	256,258	1.6	37,428	0.8	290,476	2.4
10	71,317	2.0	53,645	1.7	243,635	1.6	257,001	1.9	37,537	1.0	291,164	3.0
11	71,743	1.9	53,482	1.7	243,193	1.8	256,504	2.0	37,356	1.0	291,052	2.9

年月末	近畿		中国		四国		九州北部		南九州		全国計	
	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	前年同月比増減率	
2012. 3	247,833	2.2	55,002	1.0	24,656	3.0	20,595	1.9	25,619	1.7	1,225,884	2.3
13. 3	252,958	2.0	55,866	1.5	25,484	3.3	20,826	1.1	25,889	1.0	1,248,763	1.8
14. 3	259,990	2.7	56,857	1.7	26,047	2.2	21,144	1.5	26,376	1.8	1,280,602	2.5
15. 3	269,190	3.5	57,899	1.8	26,720	2.5	21,736	2.8	26,921	2.0	1,319,433	3.0
6	274,407	3.6	59,060	2.1	27,018	1.9	22,529	2.3	27,439	1.8	1,345,197	2.9
9	274,713	3.1	59,074	1.7	27,008	1.9	22,565	2.2	27,346	1.5	1,347,370	2.6
15.11	274,385	2.7	58,523	0.9	26,945	1.6	22,552	2.0	27,358	1.6	1,344,460	2.3
12	277,003	2.6	59,054	0.8	27,133	1.4	22,785	1.8	27,800	1.3	1,357,825	2.2
16. 1	275,421	2.6	58,434	0.6	27,027	1.1	22,593	2.1	27,506	1.5	1,348,518	2.3
2	276,376	2.3	58,921	0.9	27,147	1.4	22,666	1.9	27,535	1.2	1,353,247	2.1
3	275,702	2.4	58,513	1.0	27,031	1.1	22,166	1.9	27,394	1.7	1,347,476	2.1
4	278,415	2.5	59,190	1.1	27,163	1.1	22,824	2.0	27,803	1.9	1,362,524	2.3
5	277,890	2.4	58,769	0.6	27,150	1.2	22,573	1.1	27,724	1.6	1,358,855	2.1
6	280,544	2.2	59,443	0.6	27,354	1.2	22,791	1.1	28,077	2.3	1,371,890	1.9
7	281,275	2.7	59,275	0.9	27,274	1.3	22,735	1.3	27,970	2.3	1,370,332	2.3
8	282,262	3.1	59,534	0.8	27,232	0.6	22,776	0.9	28,167	2.8	1,374,287	2.2
9	285,211	3.8	59,365	0.4	27,202	0.7	22,740	0.7	28,133	2.8	1,376,916	2.1
10	285,067	3.7	59,351	0.5	27,247	0.7	22,802	0.6	28,180	2.7	1,378,867	2.3
11	284,740	3.7	59,187	1.1	27,161	0.8	22,696	0.6	28,136	2.8	1,377,158	2.4

(備考) 沖縄地区は全国に含めた。

# 1. (3) 信用金庫の預金者別預金

(単位:億円、%)

年月末	預金計		個人預金		要求払		定期性		外貨預金等	
	前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率	
2012. 3	1,225,883	2.3	998,543	2.0	306,106	5.1	691,494	0.7	933	0.7
13. 3	1,248,761	1.8	1,013,971	1.5	318,245	3.9	694,797	0.4	920	△ 1.4
14. 3	1,280,600	2.5	1,031,824	1.7	332,167	4.3	698,904	0.5	743	△ 19.1
15. 3	1,319,432	3.0	1,055,295	2.2	348,356	4.8	706,412	1.0	517	△ 30.4
6	1,345,196	2.9	1,066,195	2.1	358,392	4.9	707,299	0.8	494	△ 31.6
9	1,347,368	2.6	1,062,743	1.8	353,657	4.5	708,589	0.6	487	△ 27.3
15. 11	1,344,459	2.3	1,063,622	1.6	356,596	3.9	706,537	0.4	478	△ 14.0
12	1,357,824	2.2	1,075,105	1.6	363,279	4.0	711,331	0.4	484	△ 14.8
16. 1	1,348,517	2.3	1,071,002	1.6	358,775	4.1	711,730	0.5	486	△ 15.4
2	1,353,245	2.1	1,076,511	1.4	365,269	3.4	710,731	0.4	501	△ 8.7
3	1,347,474	2.1	1,070,478	1.4	361,319	3.7	708,657	0.3	493	△ 4.6
4	1,362,522	2.3	1,077,226	1.4	370,190	4.1	706,523	0.1	502	△ 1.8
5	1,358,853	2.1	1,069,220	1.1	363,847	3.4	704,860	△ 0.0	503	4.2
6	1,371,888	1.9	1,077,676	1.0	373,432	4.1	703,695	△ 0.5	538	9.0
7	1,370,330	2.3	1,076,196	1.2	371,055	5.2	704,602	△ 0.7	529	10.0
8	1,374,286	2.2	1,080,500	1.1	375,610	4.8	704,293	△ 0.7	586	19.1
9	1,376,915	2.1	1,075,701	1.2	371,678	5.0	703,400	△ 0.7	613	25.9
10	1,378,865	2.3	1,081,870	1.1	380,199	4.8	701,059	△ 0.7	602	26.5
11	1,377,157	2.4	1,076,426	1.2	375,592	5.3	700,258	△ 0.8	566	18.2

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	
2012. 3	189,710	4.2	103,472	6.8	85,908	1.3	322	△ 7.6	26,732	3.4
13. 3	195,132	2.8	107,277	3.6	87,523	1.8	324	0.4	28,403	6.2
14. 3	203,425	4.2	112,636	4.9	90,477	3.3	303	△ 6.3	33,989	19.6
15. 3	216,197	6.2	120,440	6.9	95,390	5.4	358	17.9	37,711	10.9
6	216,152	6.5	119,929	7.1	95,904	5.8	311	2.6	52,276	6.6
9	222,234	5.7	124,548	5.9	97,303	5.4	374	37.4	51,039	6.5
15. 11	218,722	3.5	121,408	2.5	96,954	4.8	352	22.4	51,154	13.1
12	225,435	4.7	128,006	4.6	97,060	4.9	361	7.0	46,892	6.9
16. 1	221,319	5.3	123,060	5.4	97,902	5.1	349	△ 0.5	46,172	5.1
2	217,067	2.9	117,834	0.8	98,842	5.4	382	11.1	48,206	14.7
3	227,299	5.1	126,703	5.1	100,212	5.0	376	4.9	39,244	4.0
4	232,615	7.2	131,608	9.3	100,620	4.6	378	8.3	42,621	△ 1.0
5	226,640	3.5	125,116	2.4	101,135	4.9	382	23.2	51,930	15.2
6	227,678	5.3	126,050	5.1	101,221	5.5	398	28.0	55,776	6.6
7	230,117	8.1	128,113	10.1	101,635	5.7	361	12.0	53,824	1.1
8	225,838	5.9	123,520	6.0	101,923	5.6	387	3.0	57,049	8.3
9	235,527	5.9	132,063	6.0	103,064	5.9	392	4.7	53,675	5.1
10	232,915	4.9	128,873	4.1	103,678	6.0	356	△ 3.5	52,794	14.7
11	233,284	6.6	129,501	6.6	103,447	6.6	329	△ 6.6	55,736	8.9

年月末	要求払		定期性		外貨預金等		金融機関預金		政府関係 預り金	譲渡性 預金
	前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率			
2012. 3	11,120	7.8	15,546	7.4	62	△ 94.0	10,892	△ 3.8	0	498
13. 3	10,135	△ 8.8	18,211	17.1	52	△ 15.6	11,250	3.2	0	510
14. 3	12,026	18.6	21,959	20.5	0	△ 100.0	11,357	0.9	0	580
15. 3	12,714	5.7	24,949	13.6	43	...	10,224	△ 9.9	0	625
6	18,908	6.1	33,313	7.0	52	△ 24.7	10,568	△ 1.9	0	1,053
9	17,555	4.0	33,440	8.0	40	△ 33.3	11,347	△ 0.1	0	884
15. 11	18,743	24.1	32,377	7.6	31	△ 11.2	10,956	3.9	0	874
12	14,551	3.1	32,312	8.8	26	△ 30.4	10,386	△ 5.1	0	877
16. 1	14,585	△ 0.7	31,533	8.1	51	△ 19.8	10,018	△ 2.0	0	954
2	18,165	26.2	29,994	8.7	43	27.5	11,456	4.7	0	870
3	13,240	4.1	25,979	4.1	21	△ 51.5	10,448	2.1	0	791
4	14,435	△ 16.4	28,176	9.4	7	△ 74.6	10,055	5.3	0	794
5	20,139	19.5	31,788	12.6	0	△ 99.8	11,058	12.5	0	885
6	17,986	△ 4.8	37,786	13.4	0	△ 99.9	10,753	1.7	0	1,210
7	14,699	△ 21.6	39,122	13.7	0	△ 99.9	10,188	0.1	0	1,369
8	17,943	△ 3.4	39,103	14.9	0	△ 99.9	10,893	5.5	0	1,148
9	16,852	△ 4.0	36,819	10.1	0	△ 99.9	12,006	5.8	0	1,109
10	16,631	21.8	36,159	11.8	0	△ 99.9	11,281	17.7	0	1,018
11	18,510	△ 1.2	37,223	14.9	0	△ 99.9	11,705	6.8	0	1,106

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

## 1. (4) 信用金庫の科目別貸出金・地区別貸出金

### 科目別貸出金

(単位:億円、%)

年 月 末	貸出金計		割引手形		貸付金		手形貸付		証書貸付		当座貸越	
		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率
2012. 3	637,888	0.0	11,473	8.0	626,414	△ 0.0	42,926	△ 5.3	556,522	0.5	26,965	△ 4.2
13. 3	636,876	△ 0.1	10,612	△ 7.5	626,263	△ 0.0	40,848	△ 4.8	558,683	0.3	26,731	△ 0.8
14. 3	644,791	1.2	9,344	△ 11.9	635,447	1.4	39,876	△ 2.3	568,343	1.7	27,227	1.8
15. 3	658,015	2.0	8,890	△ 4.8	649,125	2.1	38,684	△ 2.9	582,717	2.5	27,723	1.8
6	656,034	2.1	8,291	△ 6.2	647,742	2.2	34,893	△ 3.4	586,698	2.6	26,151	2.1
9	665,343	2.4	8,186	△ 7.3	657,157	2.5	36,876	△ 3.1	591,604	2.9	28,676	2.3
15.11	663,532	2.1	8,025	△ 17.4	655,507	2.4	36,475	△ 3.2	591,947	2.8	27,083	2.8
12	671,982	2.4	9,646	△ 6.6	662,335	2.6	37,766	△ 3.5	596,559	3.0	28,010	2.0
16. 1	668,944	2.5	9,347	△ 5.9	659,597	2.6	36,925	△ 3.6	595,809	3.1	26,861	1.9
2	666,808	2.1	8,036	△ 17.3	658,772	2.4	36,769	△ 3.7	594,909	2.8	27,093	2.7
3	673,201	2.3	8,235	△ 7.3	664,966	2.4	37,085	△ 4.1	599,355	2.8	28,525	2.8
4	670,224	2.6	8,783	4.0	661,440	2.6	34,798	△ 3.2	600,257	3.0	26,385	1.9
5	669,311	2.0	7,648	△ 17.6	661,662	2.3	33,680	△ 3.0	601,379	2.6	26,601	2.9
6	671,924	2.4	7,655	△ 7.6	664,268	2.5	33,918	△ 2.7	603,690	2.8	26,658	1.9
7	675,310	2.6	8,396	2.8	666,914	2.6	34,218	△ 2.9	606,081	3.0	26,614	1.6
8	674,517	2.4	7,189	△ 8.9	667,327	2.6	34,427	△ 3.2	605,950	2.9	26,950	2.2
9	681,666	2.4	7,477	△ 8.6	674,189	2.5	35,820	△ 2.8	609,166	2.9	29,202	1.8
10	679,044	2.2	7,257	△ 19.3	671,787	2.5	35,460	△ 2.5	608,996	2.7	27,330	2.8
11	680,296	2.5	7,192	△ 10.3	673,104	2.6	35,762	△ 1.9	609,746	3.0	27,594	1.8

### 地区別貸出金

(単位:億円、%)

年 月 末	北海道		東北		東京		関東		北陸		東海	
		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率
2012. 3	30,445	△ 0.4	22,249	△ 0.0	119,147	△ 0.8	118,145	△ 0.6	17,215	△ 2.3	131,005	2.0
13. 3	30,346	△ 0.3	22,042	△ 0.9	118,533	△ 0.5	117,810	△ 0.2	16,699	△ 2.9	132,174	0.8
14. 3	30,302	△ 0.1	22,117	0.3	119,691	0.9	119,181	1.1	16,441	△ 1.5	134,316	1.6
15. 3	30,841	1.7	22,399	1.2	122,745	2.5	120,613	1.2	16,356	△ 0.5	137,794	2.5
6	29,732	1.0	22,192	1.1	122,770	2.6	120,450	1.6	16,326	0.8	137,525	2.6
9	30,128	1.2	22,580	1.5	124,733	2.9	121,999	2.0	16,362	0.1	139,437	2.3
15.11	30,075	0.6	22,633	1.8	124,801	2.8	121,655	1.9	16,382	0.7	138,488	2.0
12	30,618	0.6	22,833	2.0	126,309	3.1	123,040	2.2	16,569	1.0	140,519	2.3
16. 1	30,123	0.7	22,817	2.8	125,968	3.3	122,490	2.1	16,582	1.6	139,487	2.4
2	30,052	0.2	22,742	2.3	125,546	3.0	122,005	1.7	16,628	1.9	139,135	1.9
3	30,946	0.3	23,070	2.9	126,759	3.2	122,720	1.7	16,629	1.6	140,749	2.1
4	30,164	0.9	22,724	2.9	126,905	3.8	122,303	2.0	16,552	2.5	139,717	2.2
5	29,885	0.4	22,842	2.7	126,675	3.3	122,225	1.4	16,716	2.1	139,601	1.6
6	29,983	0.8	22,817	2.8	127,378	3.7	122,665	1.8	16,721	2.4	139,970	1.7
7	30,104	1.0	22,878	2.8	128,246	4.0	123,159	1.9	16,799	2.8	140,341	2.1
8	30,122	0.8	22,903	2.8	127,877	3.6	123,005	1.7	16,776	2.8	140,364	2.0
9	30,552	1.4	23,183	2.6	129,343	3.6	124,224	1.8	16,883	3.1	141,966	1.8
10	30,420	0.8	23,092	2.5	129,278	3.5	123,769	1.5	16,736	2.5	140,987	1.6
11	30,610	1.7	23,175	2.3	129,739	3.9	123,875	1.8	16,759	2.3	141,064	1.8

年 月 末	近畿		中国		四国		九州北部		南九州		全国計	
		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率		前年同月比 増減率
2012. 3	131,895	0.4	30,055	△ 0.4	10,487	△ 1.8	11,874	0.0	14,310	△ 1.0	637,888	0.0
13. 3	131,931	0.0	29,911	△ 0.4	10,221	△ 2.5	11,722	△ 1.2	14,431	0.8	636,876	△ 0.1
14. 3	135,132	2.4	29,950	0.1	10,044	△ 1.7	11,841	1.0	14,699	1.8	644,791	1.2
15. 3	138,910	2.7	30,320	1.2	10,049	0.0	11,906	0.5	14,987	1.9	658,015	2.0
6	139,289	2.9	29,888	1.0	10,010	0.0	11,844	0.4	14,909	2.1	656,034	2.1
9	141,315	3.3	30,461	1.4	10,043	△ 0.2	12,029	1.1	15,153	2.4	665,343	2.4
15.11	141,058	2.9	30,190	1.3	9,955	△ 0.7	11,993	0.9	15,199	2.3	663,532	2.1
12	142,862	3.3	30,527	1.4	10,008	△ 0.4	12,152	1.1	15,427	2.4	671,982	2.4
16. 1	142,573	3.3	30,430	1.7	9,973	△ 0.4	12,065	1.3	15,314	2.4	668,944	2.5
2	141,864	2.7	30,411	1.5	9,946	△ 1.0	12,047	1.2	15,305	2.3	666,808	2.1
3	142,964	2.9	30,772	1.4	10,020	△ 0.2	12,075	1.4	15,342	2.3	673,201	2.3
4	143,067	3.3	30,368	1.7	9,989	0.0	12,025	2.1	15,287	2.4	670,224	2.6
5	142,651	2.4	30,254	1.1	10,038	0.2	11,993	1.1	15,291	2.3	669,311	2.0
6	143,509	3.0	30,299	1.3	10,036	0.2	12,033	1.5	15,374	3.1	671,924	2.4
7	144,510	3.3	30,460	1.5	10,078	0.6	12,128	2.2	15,462	3.1	675,310	2.6
8	144,150	3.0	30,497	1.4	10,052	0.2	12,140	2.0	15,486	3.0	674,517	2.4
9	145,481	2.9	30,894	1.4	10,141	0.9	12,226	1.6	15,611	3.0	681,666	2.4
10	145,015	2.5	30,638	1.2	10,132	1.4	12,186	1.6	15,636	3.2	679,044	2.2
11	145,156	2.9	30,695	1.6	10,146	1.9	12,219	1.8	15,697	3.2	680,296	2.5

(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									
			製造業				建設業					
	前年同月比 増 減 率	構成比	前年同月比 増 減 率	構成比	前年同月比 増 減 率	構成比	前年同月比 増 減 率	構成比	前年同月比 増 減 率	構成比		
2012. 3	637,886	0.0	100.0	413,127	△ 0.3	64.7	69,475	△ 2.4	10.8	51,095	△ 3.0	8.0
13. 3	636,874	△ 0.1	100.0	409,200	△ 0.9	64.2	66,469	△ 4.3	10.4	49,254	△ 3.6	7.7
14. 3	644,790	1.2	100.0	412,056	0.6	63.9	64,047	△ 3.6	9.9	48,105	△ 2.3	7.4
14. 12	655,856	1.9	100.0	420,731	1.8	64.1	64,582	△ 1.4	9.8	48,184	△ 1.2	7.3
15. 3	658,014	2.0	100.0	419,282	1.7	63.7	62,996	△ 1.6	9.5	47,942	△ 0.3	7.2
6	656,033	2.1	100.0	415,431	1.7	63.3	61,787	△ 1.4	9.4	45,398	△ 0.2	6.9
9	665,342	2.4	100.0	423,550	1.8	63.6	62,878	△ 1.4	9.4	47,442	0.0	7.1
12	671,981	2.4	100.0	428,464	1.8	63.7	63,589	△ 1.5	9.4	48,217	0.0	7.1
16. 3	673,200	2.3	100.0	427,068	1.8	63.4	62,173	△ 1.3	9.2	47,880	△ 0.1	7.1
6	671,922	2.4	100.0	424,268	2.1	63.1	60,960	△ 1.3	9.0	45,718	0.7	6.8
9	681,664	2.4	100.0	433,498	2.3	63.5	61,961	△ 1.4	9.0	47,977	1.1	7.0

年 月 末	卸売業		小売業		不動産業		個人による貸家業					
							前年同月比 増 減 率	構成比				
	前年同月比 増 減 率	構成比	前年同月比 増 減 率	構成比	前年同月比 増 減 率	構成比						
2012. 3	30,997	△ 1.4	4.8	28,329	△ 3.6	4.4	125,807	2.2	19.7	53,357	1.5	8.3
13. 3	29,793	△ 3.8	4.6	27,275	△ 3.7	4.2	129,357	2.8	20.3	54,519	2.1	8.5
14. 3	29,067	△ 2.4	4.5	26,549	△ 2.6	4.1	133,088	2.8	20.6	55,872	2.4	8.6
14. 12	29,331	△ 1.8	4.4	26,657	△ 1.3	4.0	137,910	4.2	21.0	57,165	2.6	8.7
15. 3	28,612	△ 1.5	4.3	26,255	△ 1.1	3.9	139,233	4.6	21.1	57,371	2.6	8.7
6	27,936	△ 1.5	4.2	25,784	△ 1.5	3.9	140,379	4.4	21.3	57,812	2.3	8.8
9	28,595	△ 1.4	4.2	26,141	△ 1.5	3.9	142,651	4.7	21.4	58,264	2.4	8.7
12	28,894	△ 1.4	4.2	26,176	△ 1.8	3.8	144,279	4.6	21.4	58,411	2.1	8.6
16. 3	28,217	△ 1.3	4.1	25,790	△ 1.7	3.8	145,939	4.8	21.6	57,516	0.2	8.5
6	27,540	△ 1.4	4.0	25,407	△ 1.4	3.7	147,533	5.0	21.9	57,806	△ 0.0	8.6
9	28,230	△ 1.2	4.1	25,939	△ 0.7	3.8	149,815	5.0	21.9	58,147	△ 0.2	8.5

年 月 末	飲食業		宿泊業		医療・福祉		物品貸貸業					
							前年同月比 増 減 率	構成比				
	前年同月比 増 減 率	構成比	前年同月比 増 減 率	構成比	前年同月比 増 減 率	構成比						
2012. 3	9,655	△ 3.8	1.5	6,466	△ 4.2	1.0	18,594	5.1	2.9	3,001	△ 2.5	0.4
13. 3	9,142	△ 5.3	1.4	6,142	△ 5.0	0.9	19,326	3.9	3.0	2,906	△ 3.1	0.4
14. 3	8,806	△ 3.6	1.3	5,888	△ 4.1	0.9	20,565	6.4	3.1	2,857	△ 1.6	0.4
14. 12	8,646	△ 3.4	1.3	5,866	△ 3.3	0.8	21,118	4.4	3.2	2,871	1.0	0.4
15. 3	8,526	△ 3.1	1.2	5,797	△ 1.5	0.8	21,280	3.4	3.2	2,874	0.5	0.4
6	8,448	△ 2.9	1.2	5,810	△ 0.9	0.8	21,363	3.3	3.2	2,804	0.4	0.4
9	8,487	△ 2.3	1.2	5,814	△ 0.6	0.8	21,572	3.3	3.2	2,895	0.7	0.4
12	8,497	△ 1.7	1.2	5,775	△ 1.5	0.8	21,959	3.9	3.2	2,868	△ 0.1	0.4
16. 3	8,414	△ 1.3	1.2	5,683	△ 1.9	0.8	21,786	2.3	3.2	2,880	0.2	0.4
6	8,382	△ 0.7	1.2	5,755	△ 0.9	0.8	21,899	2.5	3.2	2,814	0.3	0.4
9	8,452	△ 0.4	1.2	5,814	0.0	0.8	22,180	2.8	3.2	2,878	△ 0.5	0.4

年 月 末	海外円借款、国内店名義現地貸		地方公共団体		個人		住宅ローン					
							前年同月比 増 減 率	構成比				
	前年同月比 増 減 率	構成比	前年同月比 増 減 率	構成比	前年同月比 増 減 率	構成比						
2012. 3	0	...	0.0	42,638	4.4	6.6	182,121	△ 0.0	28.5	150,810	1.0	23.6
13. 3	0	...	0.0	45,157	5.9	7.0	182,516	0.2	28.6	152,154	0.8	23.8
14. 3	21	...	0.0	47,660	5.5	7.3	185,074	1.4	28.7	154,610	1.6	23.9
14. 12	32	105.8	0.0	48,445	5.6	7.3	186,679	1.3	28.4	156,551	1.6	23.8
15. 3	38	73.1	0.0	50,633	6.2	7.6	188,098	1.6	28.5	157,468	1.8	23.9
6	41	79.3	0.0	51,849	5.9	7.9	188,751	2.1	28.7	158,391	2.3	24.1
9	43	46.0	0.0	51,028	6.0	7.6	190,763	2.6	28.6	159,830	2.8	24.0
12	50	53.3	0.0	51,401	6.1	7.6	192,115	2.9	28.5	161,289	3.0	24.0
16. 3	56	49.3	0.0	52,729	4.1	7.8	193,402	2.8	28.7	162,104	2.9	24.0
6	55	34.6	0.0	53,295	2.7	7.9	194,358	2.9	28.9	163,178	3.0	24.2
9	52	21.6	0.0	52,083	2.0	7.6	196,082	2.7	28.7	164,399	2.8	24.1

(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	商品の証券	
		うち信金中金預け金	預け金								
2012. 3	15,189	264,639	(2.5)	207,198	(△0.5)	0	3,109	0	3,289	1,932	44
13. 3	14,501	275,885	(4.2)	211,611	(2.1)	0	2,804	0	3,493	2,010	53
14. 3	15,048	297,649	(7.8)	227,989	(7.7)	0	1,756	0	2,105	1,408	32
15. 3	14,662	314,770	(5.7)	246,111	(7.9)	0	1,637	0	2,386	1,273	30
6	13,114	333,008	(3.9)	266,945	(6.9)	0	3,341	0	2,533	1,729	41
9	14,375	332,177	(4.3)	262,822	(5.4)	0	1,776	0	2,431	1,748	27
15.11	13,401	330,223	(3.9)	263,133	(3.6)	0	1,893	0	2,524	1,839	31
12	15,160	333,749	(2.6)	263,227	(2.0)	0	2,590	0	2,575	1,872	31
16. 1	13,850	328,724	(3.9)	269,810	(4.6)	0	2,447	0	2,476	1,831	33
2	13,079	336,111	(5.1)	277,425	(7.9)	0	1,219	0	2,378	1,751	26
3	14,440	327,585	(4.0)	264,394	(7.4)	0	847	0	2,058	1,262	25
4	13,854	345,579	(4.2)	288,018	(10.2)	0	866	0	2,003	1,419	29
5	13,428	341,976	(6.2)	285,537	(9.8)	0	700	0	1,891	1,494	30
6	12,756	355,753	(6.8)	299,418	(12.1)	0	751	0	1,905	1,533	30
7	13,476	350,595	(7.0)	298,063	(12.4)	0	586	0	1,948	1,557	32
8	13,292	356,031	(6.4)	301,849	(12.9)	0	615	0	1,884	1,644	34
9	14,103	351,513	(5.8)	293,076	(11.5)	0	524	0	1,829	1,629	35
10	13,050	359,623	(8.2)	304,462	(14.8)	0	554	0	1,811	1,703	38
11	13,640	355,549	(7.6)	301,551	(14.6)	0	554	0	1,824	1,730	43

年月末	有価証券	国債	地方債	短期社債	社債	株 式						
						公社債	金融債	その他	株式			
2012. 3	370,593	(7.6)	103,325	(7.3)	64,594	26	153,025	(8.8)	54,977	32,015	66,033	5,798
13. 3	390,414	(5.3)	105,777	(2.3)	72,574	211	162,413	(6.1)	60,758	32,407	69,247	6,061
14. 3	400,267	(2.5)	101,633	(△3.9)	80,324	39	167,223	(2.9)	67,465	31,391	68,366	6,374
15. 3	423,234	(5.7)	99,338	(△2.2)	87,450	74	171,206	(2.3)	73,756	30,748	66,701	7,565
6	421,787	(5.8)	100,907	(2.4)	88,784	164	168,643	(0.9)	73,091	30,535	65,015	5,416
9	414,874	(2.5)	93,428	(△5.5)	89,317	89	166,865	(△1.2)	72,469	30,114	64,280	5,956
15.11	417,207	(2.8)	92,396	(△3.5)	90,633	129	167,394	(△1.2)	73,355	29,689	64,349	5,980
12	416,990	(2.7)	90,950	(△4.4)	90,822	109	167,159	(△0.9)	73,290	29,386	64,481	6,092
16. 1	416,902	(1.6)	90,169	(△6.8)	91,392	109	166,680	(△1.0)	73,205	29,259	64,215	6,173
2	419,045	(1.1)	89,874	(△8.6)	91,921	109	166,828	(△1.4)	73,703	28,774	64,350	6,292
3	432,426	(2.1)	93,047	(△6.3)	94,737	49	171,054	(△0.0)	76,725	28,370	65,958	7,343
4	417,721	(1.6)	87,468	(△9.3)	91,288	89	165,925	(△0.8)	73,453	27,685	64,786	6,384
5	419,353	(0.2)	87,200	(△12.9)	91,345	99	165,710	(△1.7)	73,341	27,213	65,154	6,441
6	418,254	(△0.8)	85,927	(△14.8)	90,590	99	164,937	(△2.1)	72,834	26,764	65,339	6,607
7	419,694	(0.1)	87,046	(△11.3)	90,533	99	164,729	(△1.8)	72,759	26,187	65,783	6,666
8	419,641	(0.7)	86,533	(△9.5)	90,090	79	164,088	(△1.7)	72,417	25,823	65,847	6,730
9	417,184	(0.5)	84,352	(△9.7)	89,668	9	163,416	(△2.0)	71,798	25,328	66,288	6,826
10	418,058	(0.5)	84,977	(△8.2)	89,745	59	162,647	(△2.6)	71,651	24,772	66,224	6,837
11	420,585	(0.8)	86,656	(△6.2)	90,120	59	162,269	(△3.0)	71,636	24,199	66,433	6,602

年月末	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								
2012. 3	0	5,747	37,077	998	658,798	(5.4)	207,198	52.0	53.7	30.2	16.8	31.4
13. 3	0	6,701	35,679	993	689,163	(4.6)	211,611	50.9	55.1	31.2	16.9	30.7
14. 3	0	8,770	34,853	1,048	718,269	(4.2)	227,989	50.3	56.0	31.2	17.7	31.7
15. 3	0	17,754	38,593	1,252	757,995	(5.5)	246,111	49.8	57.4	32.0	18.6	32.4
6	0	18,678	38,141	1,050	775,556	(4.9)	266,945	48.7	57.6	31.3	19.8	34.4
9	0	20,894	37,271	1,049	767,410	(3.3)	262,822	49.3	56.9	30.7	19.4	34.2
15.11	0	21,637	37,964	1,070	767,119	(3.0)	263,133	49.3	57.0	31.0	19.5	34.3
12	0	22,380	38,407	1,067	772,969	(2.5)	263,227	49.4	56.8	30.6	19.3	34.0
16. 1	0	23,053	38,259	1,063	766,264	(2.5)	269,810	49.5	56.7	30.8	19.9	35.2
2	0	23,853	39,077	1,087	773,613	(2.6)	277,425	49.2	57.1	30.9	20.4	35.8
3	0	25,494	39,409	1,289	778,647	(2.7)	264,394	49.9	57.7	32.0	19.6	33.9
4	0	25,928	39,494	1,142	781,473	(2.4)	288,018	49.1	57.3	30.6	21.1	36.8
5	0	27,771	39,628	1,156	778,875	(2.3)	285,537	49.2	57.2	30.8	20.9	36.6
6	0	29,473	39,458	1,159	790,985	(1.9)	299,418	48.9	57.6	30.4	21.8	37.8
7	0	30,567	38,884	1,166	787,891	(2.7)	298,063	49.2	57.4	30.5	21.7	37.8
8	0	31,606	39,331	1,179	793,144	(2.6)	301,849	49.0	57.6	30.5	21.9	38.0
9	0	32,238	39,473	1,199	786,821	(2.5)	293,076	49.4	57.0	30.2	21.2	37.2
10	0	33,092	39,489	1,208	794,840	(3.5)	304,462	49.2	57.6	30.2	22.0	38.3
11	0	33,679	39,975	1,221	793,929	(3.4)	301,551	49.3	57.6	30.5	21.8	37.9

- (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	
2012. 3	1,225,884	2.3	8,036,527	1.3	5,232,263	0.0	3,328,132	1.0	2,758,508	0.5	2,207,560	3.9
13. 3	1,248,763	1.8	8,258,985	2.7	5,376,279	2.7	3,447,339	3.5	2,856,615	3.5	2,282,459	3.3
14. 3	1,280,602	2.5	8,531,287	3.2	5,559,296	3.4	3,566,570	3.4	2,942,030	2.9	2,356,986	3.2
15. 3	1,319,433	3.0	8,751,970	2.5	5,687,104	2.2	3,713,402	4.1	3,067,377	4.2	2,432,306	3.1
6	1,345,197	2.9	8,768,190	2.9	5,667,916	2.8	3,710,191	4.5	3,051,866	4.3	2,449,638	3.4
9	1,347,370	2.6	8,761,761	3.0	5,697,869	3.1	3,720,200	4.2	3,056,371	4.0	2,424,861	3.0
15. 11	1,344,460	2.3	8,780,876	3.2	5,716,429	3.7	3,746,607	4.4	3,078,943	4.2	2,428,394	2.6
12	1,357,825	2.2	8,765,009	2.6	5,668,972	2.7	3,702,627	2.9	3,037,972	2.7	2,450,511	2.6
16. 1	1,348,518	2.3	8,756,289	2.8	5,680,464	3.1	3,713,797	3.4	3,052,490	3.4	2,436,352	2.4
2	1,353,247	2.1	8,868,590	4.0	5,792,790	5.2	3,809,571	5.6	3,131,890	5.7	2,437,704	1.8
3	1,347,476	2.1	9,090,816	3.8	5,965,673	4.8	3,936,531	6.0	3,235,087	5.4	2,482,863	2.0
4	1,362,524	2.3	9,069,429	4.3	5,933,901	5.3	4,023,169	9.0	3,252,802	7.1	2,491,246	2.4
5	1,358,855	2.1	9,071,521	3.7	5,942,017	4.7	4,040,584	8.4	3,289,342	7.0	2,487,350	1.9
6	1,371,890	1.9	9,055,911	3.3	5,911,587	4.2	4,019,152	8.3	3,247,987	6.4	2,495,612	1.8
7	1,370,332	2.3	9,013,064	3.4	5,880,652	3.9	3,995,528	8.1	3,227,988	6.3	2,486,818	2.6
8	1,374,287	2.2	9,021,722	3.3	5,895,521	4.0	4,017,577	8.9	3,247,046	7.2	2,481,037	2.1
9	1,376,916	2.1	9,070,512	3.5	5,946,007	4.3	4,066,675	9.3	3,275,716	7.1	2,474,640	2.0
10	1,378,867	2.3	9,082,100	4.2	5,956,359	5.3	4,099,321	11.2	3,300,066	9.0	2,477,725	2.2
11	1,377,158	2.4	9,180,619	4.5	6,038,705	5.6	4,159,421	11.0	3,359,669	9.1	2,493,530	2.6

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	
2012. 3	596,704	3.5	1,756,353	0.5	11,018,764	1.3
13. 3	600,247	0.5	1,760,961	0.2	11,268,709	2.2
14. 3	615,005	2.4	1,766,127	0.2	11,578,016	2.7
15. 3	632,560	2.8	1,777,107	0.6	11,848,510	2.3
6	640,636	2.6	1,781,218	0.3	11,884,605	2.5
9	639,031	2.0	1,771,310	△ 0.4	11,880,441	2.4
15. 11	636,053	1.4	—	—	—	—
12	645,526	1.7	1,784,062	△ 0.3	11,906,896	2.1
16. 1	639,473	1.9	—	—	—	—
2	638,096	1.1	—	—	—	—
3	642,280	1.5	1,778,719	0.0	12,217,011	3.1
4	644,282	1.9	—	—	—	—
5	642,154	1.3	—	—	—	—
6	648,712	1.2	1,794,290	0.7	12,222,091	2.8
7	645,594	1.7	—	—	—	—
8	645,164	1.7	—	—	—	—
9	649,865	1.6	1,784,565	0.7	12,231,993	2.9
10	648,016	1.8	—	—	—	—
11	648,384	1.9	—	—	—	—

- (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、全国国内銀行の債券および信託勘定の金銭信託・貸付信託・年金信託・財産形成給付信託を含めた。  
 4. 郵便貯金は2008年4月より四半期ベースで公表  
 5. 預貯金等合計は、単位(億円)未満を切り捨てた各業態の預貯金等の残高の合計により算出

## 2. (2) 業態別貸出金

(単位:億円、%)

年 月 末	信用金庫		大手銀行			都市銀行		地方銀行		第二地銀		合 計	
		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率		前年同月比 増 減 率	
2012. 3	637,888	0.0	2,239,295	0.0	1,798,636	0.2	1,616,955	2.6	446,643	1.7	4,940,781	1.0	
13. 3	636,876	△ 0.1	2,293,271	2.4	1,822,721	1.3	1,669,855	3.2	451,585	1.1	5,051,587	2.2	
14. 3	644,791	1.2	2,348,972	2.4	1,865,822	2.3	1,721,433	3.0	461,995	2.3	5,177,191	2.4	
15. 3	658,015	2.0	2,391,194	1.7	1,883,529	0.9	1,788,464	3.8	474,984	2.8	5,312,657	2.6	
6	656,034	2.1	2,383,001	2.5	1,876,637	1.4	1,789,011	3.8	475,390	3.5	5,303,436	3.0	
9	665,343	2.4	2,412,577	3.2	1,894,158	2.3	1,810,533	3.7	481,609	3.2	5,370,062	3.2	
15. 11	663,532	2.1	2,417,710	3.0	1,897,841	2.1	1,815,353	3.6	479,482	3.0	5,376,077	3.1	
12	671,982	2.4	2,433,741	2.8	1,905,620	1.8	1,838,138	3.7	487,493	3.3	5,431,354	3.1	
16. 1	668,944	2.5	2,429,748	3.5	1,903,452	2.4	1,835,612	3.7	484,644	3.4	5,418,948	3.4	
2	666,808	2.1	2,419,116	2.8	1,890,965	1.8	1,831,152	3.1	483,479	3.1	5,400,555	2.8	
3	673,201	2.3	2,455,767	2.7	1,908,530	1.3	1,852,563	3.5	492,112	3.6	5,473,643	3.0	
4	670,224	2.6	2,419,615	2.4	1,871,995	0.7	1,847,487	3.9	487,286	3.8	5,424,612	3.1	
5	669,311	2.0	2,422,044	2.3	1,871,062	0.4	1,850,616	3.6	487,006	3.2	5,428,977	2.8	
6	671,924	2.4	2,435,527	2.2	1,882,436	0.3	1,854,281	3.6	490,249	3.1	5,451,981	2.8	
7	675,310	2.6	2,425,745	1.5	1,868,811	△ 0.6	1,865,827	3.9	491,614	3.4	5,458,496	2.6	
8	674,517	2.4	2,428,732	1.7	1,867,533	△ 0.6	1,869,080	3.9	491,163	3.4	5,463,492	2.7	
9	681,666	2.4	2,453,343	1.6	1,887,170	△ 0.3	1,882,429	3.9	497,850	3.3	5,515,288	2.7	
10	679,044	2.2	2,446,022	1.9	1,875,099	△ 0.4	1,881,266	3.9	495,465	3.3	5,501,797	2.7	
11	680,296	2.5	2,469,854	2.1	1,886,361	△ 0.6	1,889,242	4.0	497,268	3.7	5,536,660	2.9	

- (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】

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

The screenshot shows the homepage of the Shinkin Central Bank Research Institute. The header includes the logo and the title '信金中金 地域・中小企業研究所'. Below the header is a search bar and a navigation menu. The main content area is divided into two columns. The left column contains a 'トップページ' (Home) menu with various sub-items like '分野別新着情報一覧' (List of new information by field), '各種レポート一覧' (List of various reports), '信金中金月報' (Shinkin Chinkin Monthly Report), '信用金庫統計' (Credit Union Statistics), '全国信用金庫概況・統計' (National Credit Union Overview and Statistics), '景気動向調査' (Economic Trend Survey), '活動記録' (Activity Record), '研究所の概要' (Institute Overview), '論文募集のお知らせ' (Notice of Paper Collection), 'ご意見・ご要望窓口' (Opinion and Request Window), 'リンク集' (Link Collection), and 'English Page'. The right column is titled '新着情報' (New Information) and lists several recent publications with their titles and dates, such as '2017.1.11 金融調査情報 No.28-23 信用金庫のカードローンの推進策について - 5~10年後を見据えたビジネスモデル検討シリーズ31 - (PDF)' and '2017.1.10 「活動記録」ページを更新しました。'.

ISSN 1346-9479

## 信金中金月報

2017年(平成29年)2月1日 発行

2017年2月号 第16巻 第2号(通巻534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