

リレバン・レポート'12

～連携強化によるさらなるリレバンの推進へ～

平成25年2月

青 森 県

「リレバン・レポート'12」の発行にあたって

県内の景気は、持ち直しの動きが一服しており、下振れの傾向がうかがわれるなど先行きに不透明感が増しています。

一方、県内の企業倒産状況は、平成21年12月に施行された中小企業金融円滑化法や震災被害等に対する各種公的金融支援などの効果によって、低水準で推移していますが、同法が今年3月末で終了することなどから、予断を許さない状況であり、中小企業を取り巻く金融環境は引き続き厳しいものであると認識しております。

県では、中小企業金融の円滑化を図るため、リレーションシップ・バンキングを推進していくこととしており、その効率的な推進方策の提示を目的として、平成20年度から「リレバン・レポート」を作成しております。

第5号となる今年度の「リレバン・レポート」は、例年の中小企業へのアンケートのほか、4年ぶりに金融機関融資担当者へのアンケートを実施し、中小企業と金融機関双方の意識ギャップの調査やコンサルティング機能に関するニーズの深掘りを踏まえたリレバンの取組に対する評価、中小企業の情報入手や相談先の把握など、新たな視点による内容についても取りまとめました。本レポートが県内中小企業金融の円滑化の一助となれば幸いです。

最後になりましたが、アンケート調査に御協力いただいた中小企業者及び金融機関の融資担当者の皆様並びに調査票の取りまとめに御尽力いただいた商工団体、金融機関を始め関係各位に御礼申し上げ、発行にあたっての御挨拶といたします。

平成25年2月

青森県商工労働部長 馬場 良夫

(参考)リレバンとは

リレーションシップバンキング(=地域密着型金融)の略

(relationship banking)

地域密着型金融とは、「金融機関が顧客との間で親密な関係を長く維持することにより顧客に関する情報を蓄積し、この情報を基に貸出金等の金融サービスの提供を行うことで展開するビジネスモデル(平成15年3月27日金融審議会報告)」である。

その本質は・・・

- 長期的な取引関係により得られた情報を基に、質の高い対面交渉等を通じて、早い時点で経営改善に取り組むとともに、中小企業金融における貸出機能を強化することにより、金融機関自身の収益向上を図ること。
- ×地域貢献の名の下にコストを無視した取組を金融機関に求める。

目次

| | |
|----------------------------------|----|
| I アンケート調査の概要 | 1 |
| 1 調査対象 | |
| 2 調査方法 | |
| 3 調査時期 | |
| 4 サンプルプロフィール | |
| II 中小企業者の金融機関に対する満足度 | 2 |
| 1 総合満足度 | |
| 2 個別項目満足度 | |
| 3 個別項目満足度(満足度属性別) | |
| 4 総合満足度と個別項目満足度との相関関係 | |
| III 中小企業者の資金調達現状 | 7 |
| 1 融資や条件変更の謝絶経験割合 | |
| 2 謝絶理由 | |
| IV 中小企業と金融機関の相互理解促進への取組状況 | 9 |
| 1 試算表の作成・提出 | |
| 2 資金繰り表の作成・提出 | |
| 3 事業計画の作成・提出 | |
| 4 試算表・資金繰り表・事業計画の作成状況まとめ | |
| 5 決算書の提出 | |
| 6 中小企業者が決算書等を自発的に提出した場合の金融機関側の対応 | |
| V 中小企業と金融機関の意識のギャップ | 16 |
| 1 融資にあたって説明すること・説明してほしいこと | |
| 2 金融機関に対するニーズ・中小企業と金融機関との意識ギャップ | |
| VI 中小企業への効果的なアプローチに向けて | 18 |
| 1 融資に関する情報入手先 | |
| 2 相談分野別の相談先 | |
| 3 商工会議所・商工会の個別項目満足度とニーズ | |
| 4 業績別の企業行動 | |
| VII 「相互信頼」関係の構築へ向けて | 22 |
| 1 業績好調な企業は既に始めている「リレバンの実践」 | |
| 2 連携強化によるさらなるリレバンの推進へ | |
| 3 今後の取組スケジュール | |

I アンケート調査の概要

1 調査対象

- (1) 県内に事業所を有する中小企業者
- (2) 県内に本店を有する金融機関における融資担当者(県内店舗)

2 調査方法

- (1) 県内各商工会議所・商工会、青森県中小企業団体中央会、その他業界団体の協力による調査票の配布・回収
- (2) 県内に本店を有する金融機関の協力による調査票の配布・回収

3 調査時期

平成24年11月12日～平成24年12月13日

4 サンプルプロフィール

(1) 中小企業者向け

| | |
|---------|---------------------|
| 調査票配布数 | 2,500社 |
| 総回収数 | 1,705社(回収率68.2%) |
| 有効サンプル数 | 1,546社(対総回収数比90.7%) |

(有効サンプル内訳)

- 業種別 建設業413社、製造業145社、卸小売業575社、サービス業333社、その他80社
- 従業員数別 「20名以下」 1,398社、「21～50名」 94社、「51～100名」 30社、「101名以上」 24社

(2) 金融機関融資担当者向け

| | |
|---------|-----------------|
| 調査票配布数 | 848 |
| 総回収数 | 696(回収率82.1%) |
| 有効サンプル数 | 696(対総回収数比100%) |

(有効サンプル内訳)

- 組織別 銀行517、信金・信組179

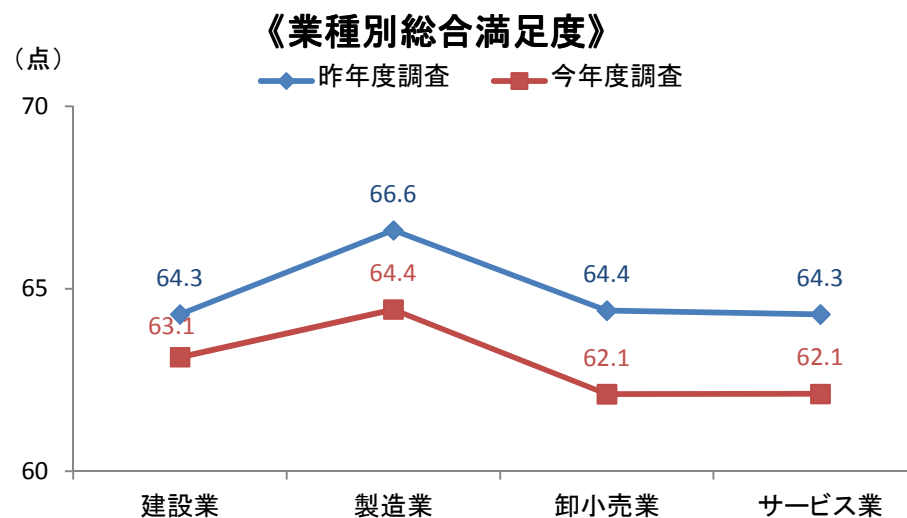
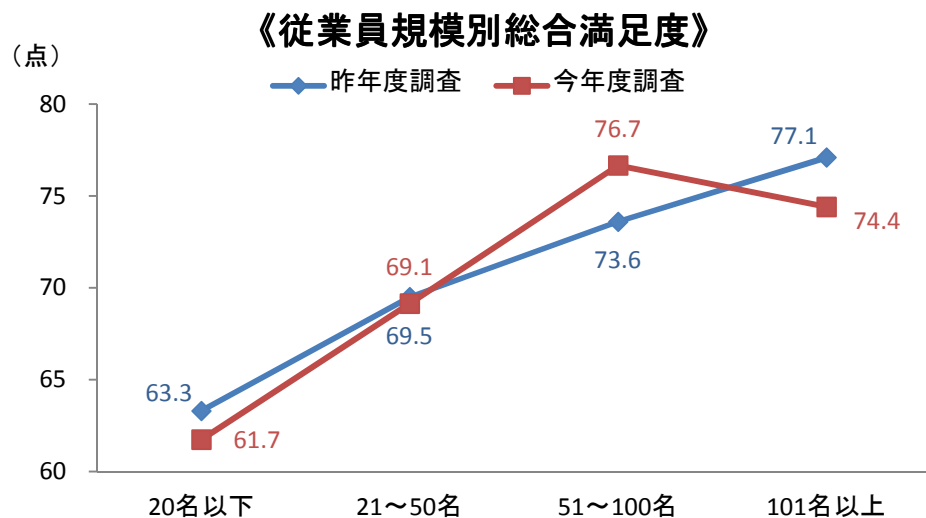
Ⅱ 中小企業者の金融機関に対する満足度

1 総合満足度

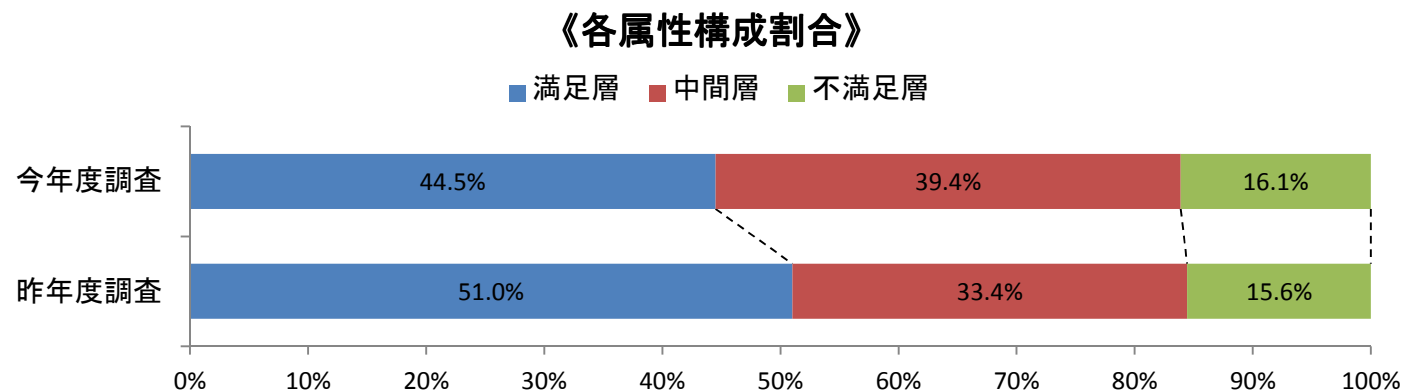
中小企業者の金融機関に対する総合満足度

62.7点 (昨年度:64.4点)

- 昨年度より1.7点下回る結果となった。
- 昨年度同様、従業員20名以下の小規模企業の満足度が低い状況。中規模企業においては、今年度調査での満足度が昨年度を若干上回っている。
- 業種による差違はあまり見られず、昨年度と比べて総じて低下している。



○ 総合満足度については、満足層が減少した分、中間層が増加した。



「満足層」、「中間層」、「不満足層」とは

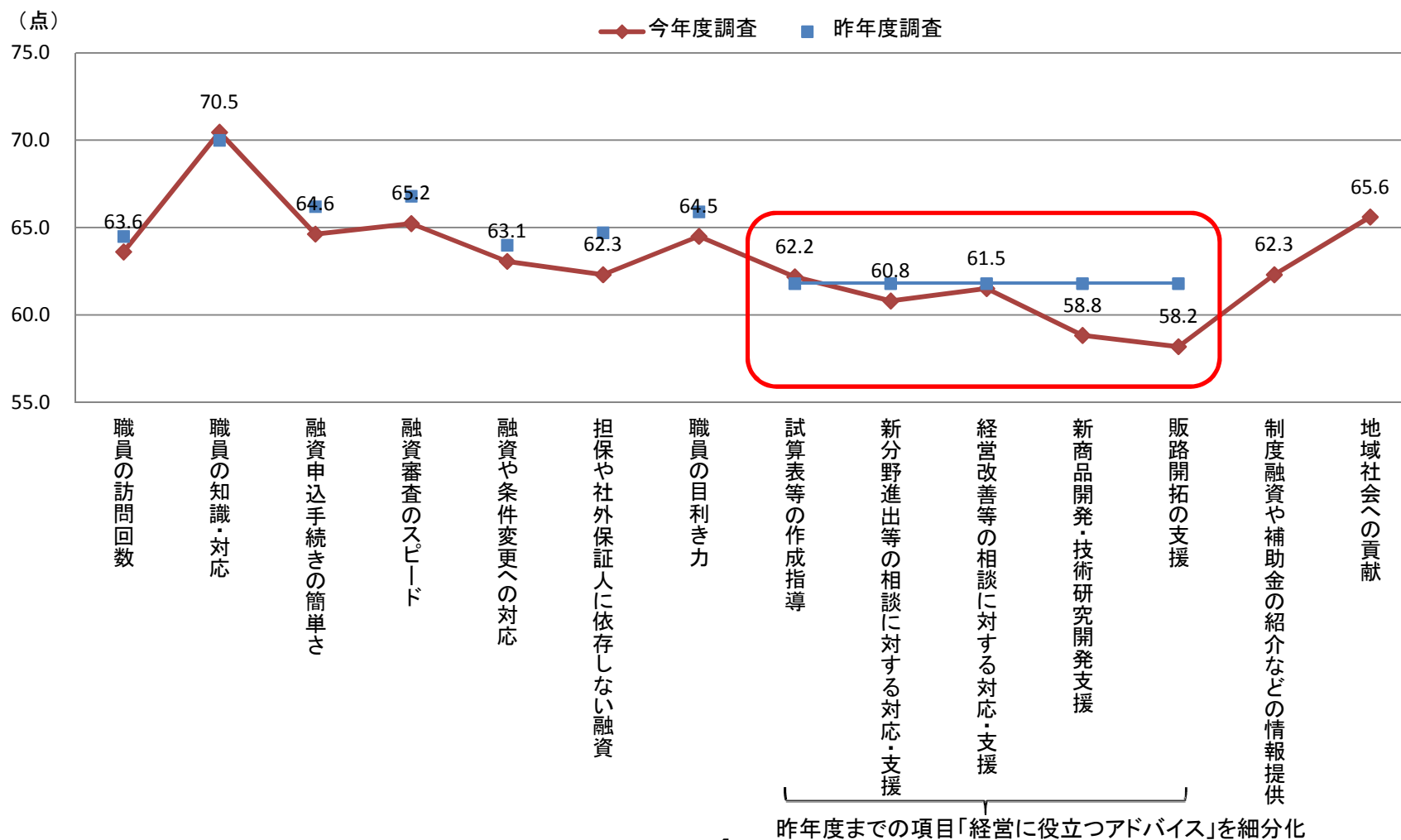
今回実施したアンケート調査の中で、メインバンクの総合的な満足度を調査し、その回答により、回答者を3つに分類したもの。具体的には、以下のとおり。

メインバンクの総合的な満足度について。

| | | |
|---------|------|--------------------|
| 1 大変満足 | 満足層 | サンプル数688(構成比44.5%) |
| 2 かなり満足 | | |
| 3 まあ満足 | | |
| 4 普通 | 中間層 | サンプル数609(構成比39.4%) |
| 5 やや不満 | | |
| 6 かなり不満 | 不満足層 | サンプル数249(構成比16.1%) |
| 7 大変不満 | | |

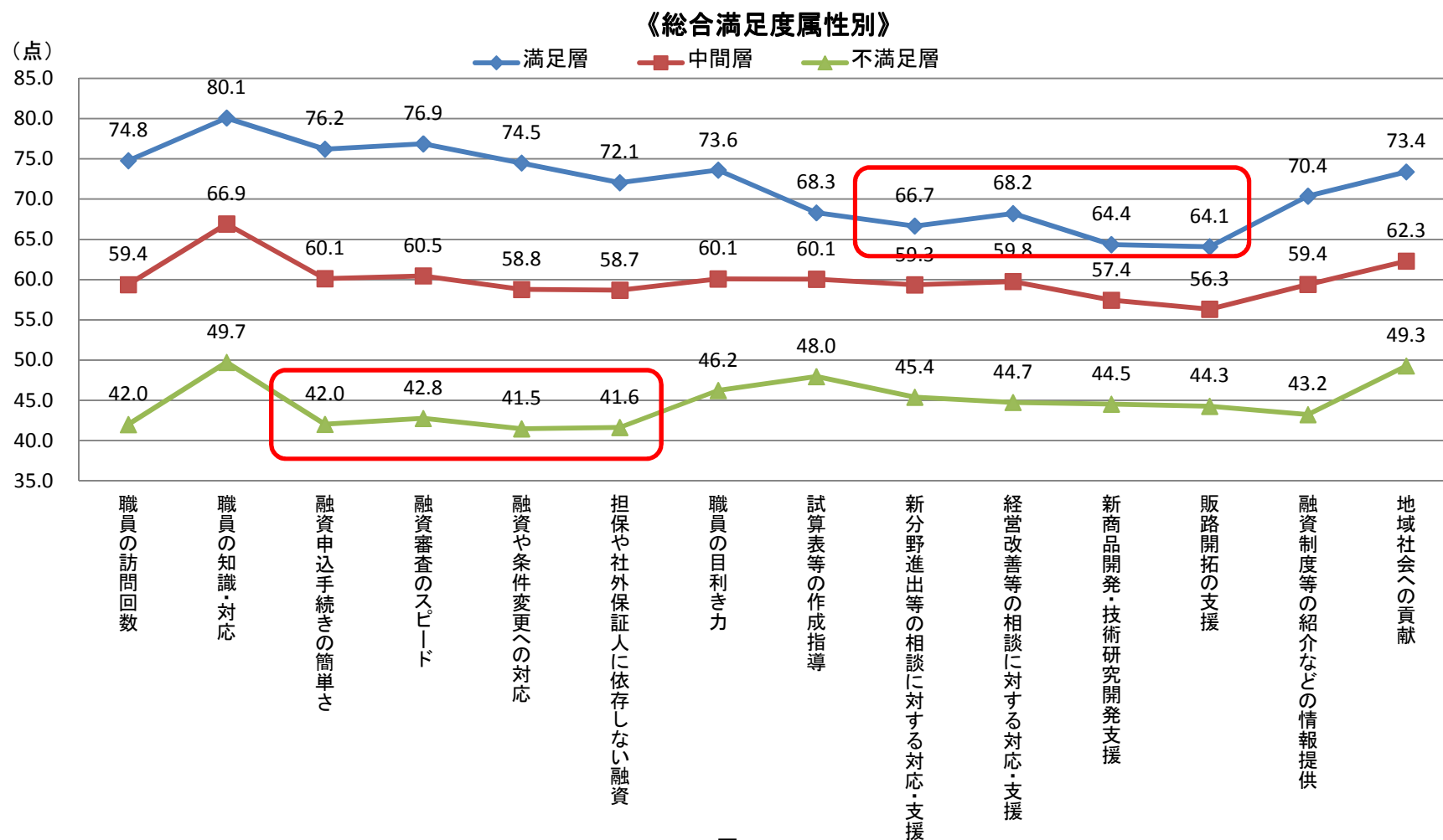
2 個別項目満足度

- 項目間の比較では、「職員の知識・対応」「地域社会への貢献」に関する項目の満足度が高い一方で、「新商品開発・技術研究開発支援」や「販路開拓の支援」など経営支援に関する項目で低い傾向がみられる。



3 個別項目満足度(満足度属性別)

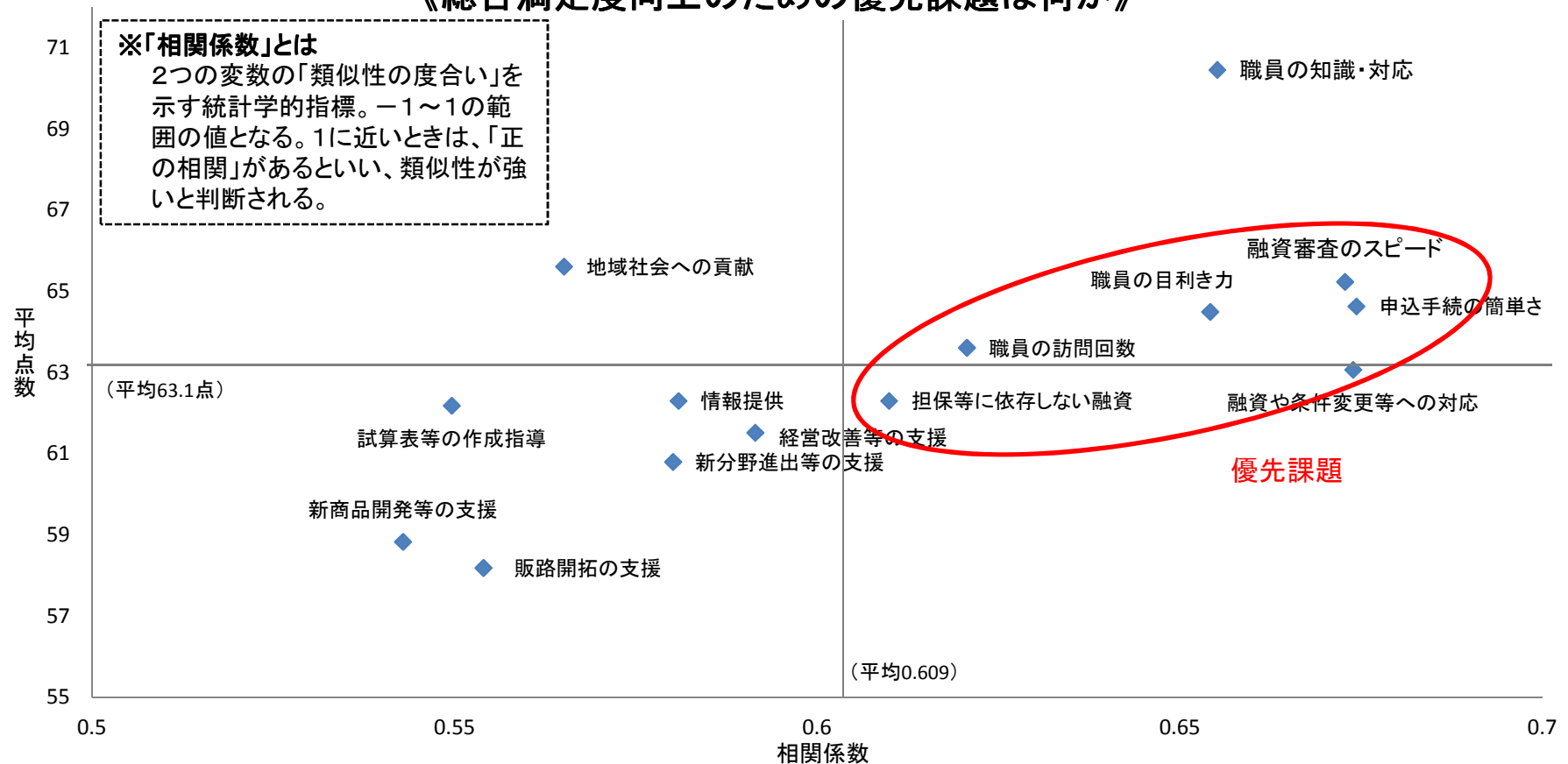
- 満足層においては、「新分野進出等の相談に対する対応・支援」等の経営支援に関連する項目の満足度が他項目と比べて低い傾向が見られる。
- 不満足層においては、「融資や条件変更への対応」など、融資関連項目の満足度が他項目と比べて低い傾向が見られる。



4 総合満足度と個別項目満足度との相関関係

- 高相関(その項目の個別満足度が高ければ総合満足度が高くなる)・低満足度(実際の満足度が低い)の項目が総合満足度を効率的に上げるための優先課題である。
- 優先課題の解決は、金融機関の努力だけでは困難であり、企業側の協力が不可欠である点も多い。(例:担保等に依存しない融資の実現は、中小企業の経営実態を踏まえた事業計画が必要)

《総合満足度向上のための優先課題は何か》

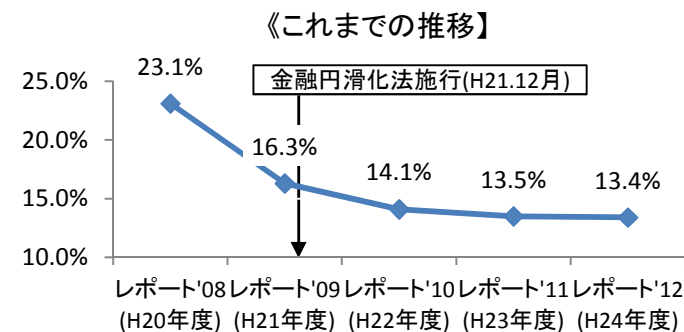
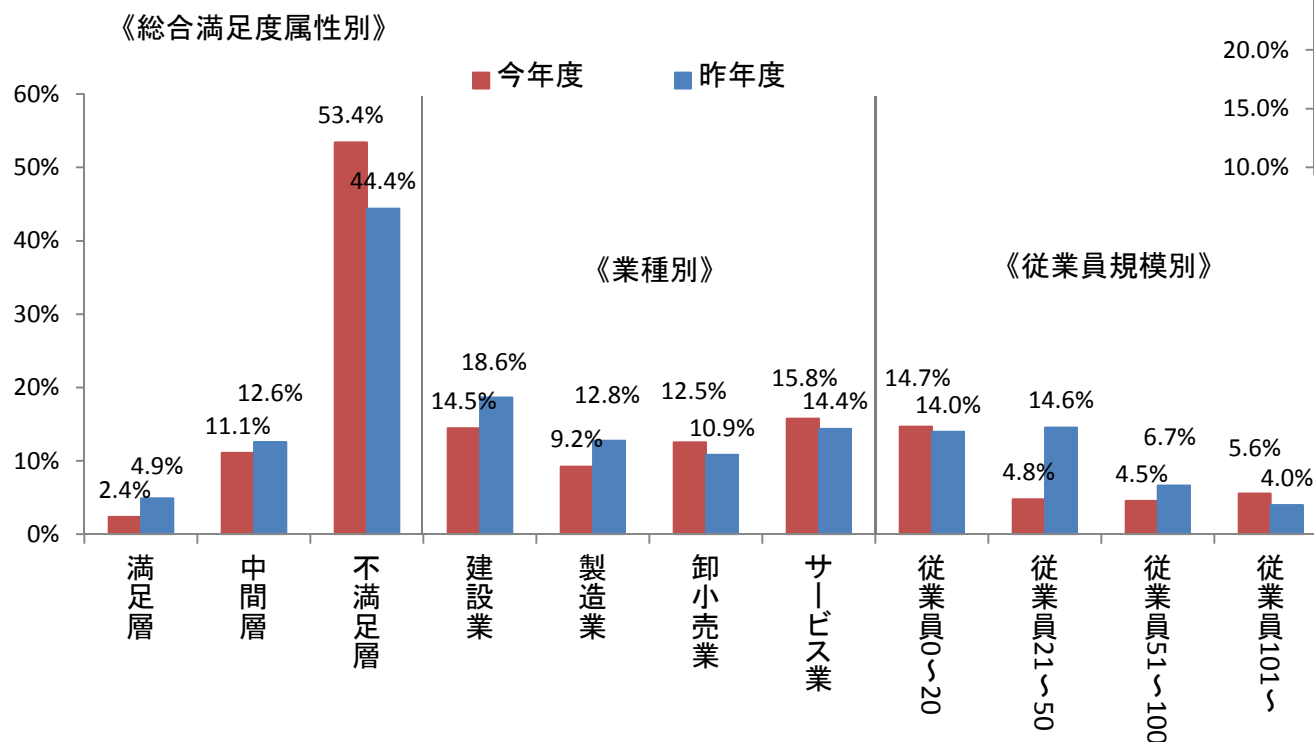


Ⅲ 中小企業者の資金調達の現状

1 融資や条件変更の謝絶経験割合(全サンプル数に占める「謝絶あり」の割合)

(今年度) **13.4%** ← (昨年度) **13.5%** ← (一昨年) 14.1%

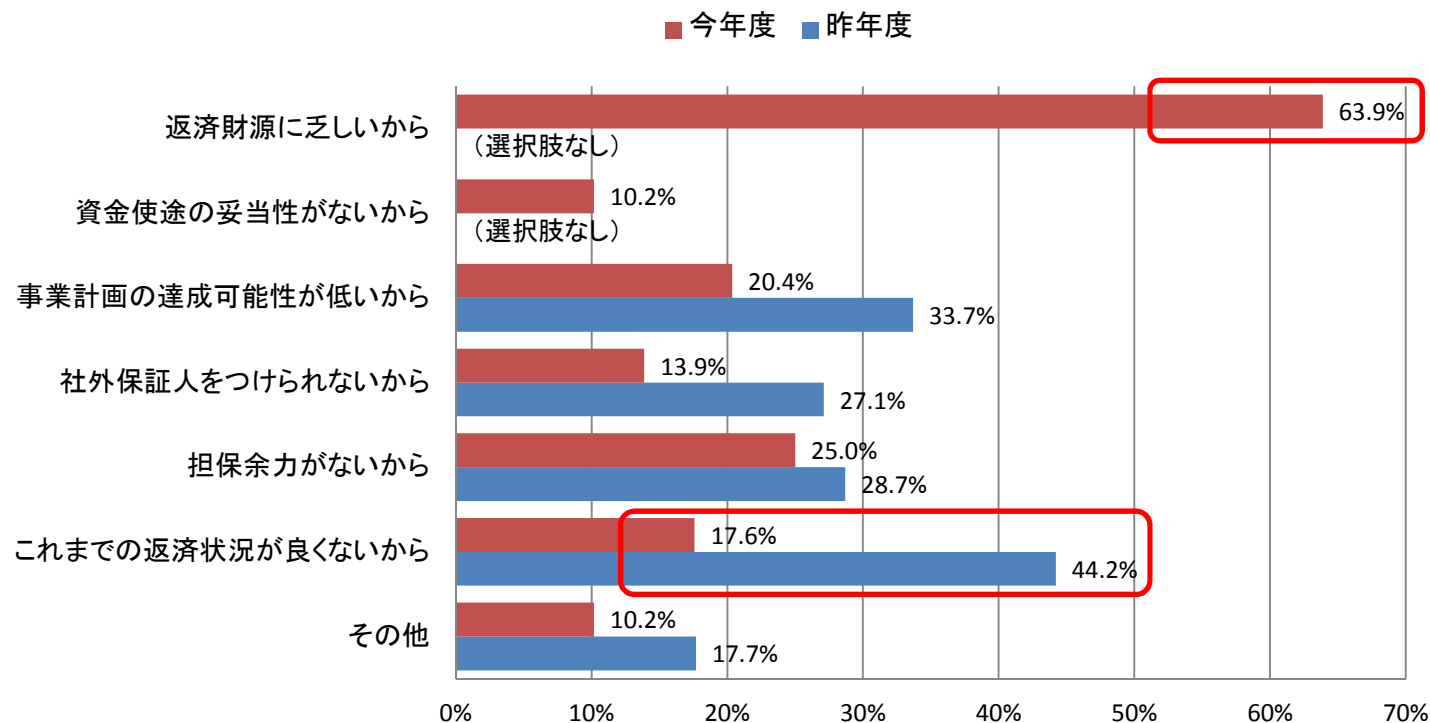
- 謝絶経験率は、昨年度とほぼ変わらなかった。中小企業金融円滑化法施行以降、一定の割合となっていることがわかる。
- 昨年度と比べて、不満足層において増加が見られる。業種別では業種毎、規模別では規模毎に、増減にばらつきが見られる。



2 謝絶理由(複数回答、回答数/該当者数(%))

- 今年度は、新たに選択肢を設けた「返済財源に乏しいから」の回答が最多となった。昨年度回答が多かった「これまでの返済状況が良くないから」は大幅に減少した。

《融資や条件変更申込の謝絶理由》



IV 中小企業と金融機関の相互理解促進への取組状況

(「リレバン・レポート'11」より)

中小企業は、自社の経営状況を把握する基礎資料ともいべき試算表等の作成の意識や率は低く、金融機関へのアプローチが不足

→ 試算表、資金繰り表、事業計画の重要性を啓発し、作成の推進へ

金融機関による積極的対応の増加は見られるが、満足度が低い経営支援への更なる取組が必要

→ 金融と経営支援一体によるコンサルティング機能の発揮で、信頼関係の構築と強化へ

(リレバン推進ワーキンググループの議論より)

- 総合対策プランの評価ツールとしての機能充実を図ることが重要。
- 金融機関融資担当者へのアンケートを実施することにより、相互理解を促進。
- 金融機関に求められる経営支援機能について詳細な調査を行う必要性あり。
- 経営支援は金融機関単独では対応しきれないのが現状であり、他機関との連携が必要。



上記を踏まえ、相互理解促進に向けた、中小企業、金融機関のほか商工団体などが取り組むべき課題を探ることとした。

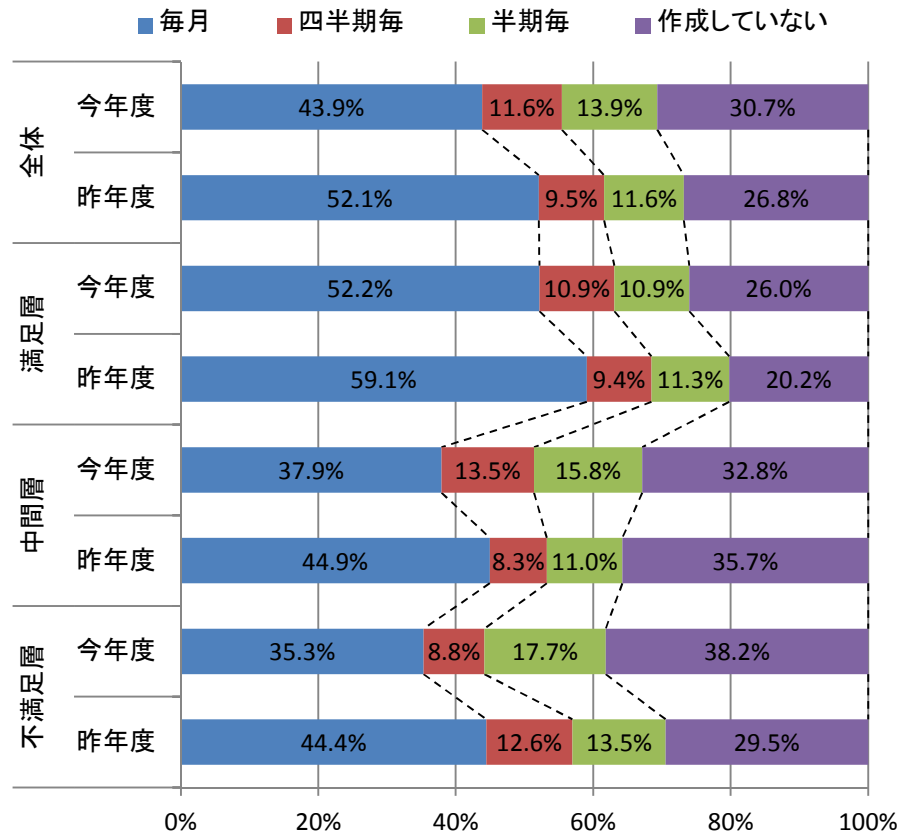
以下のポイントにより、アンケートを実施

- ① リレバンの取組に対する評価機能の強化として、コンサルティング機能に関するニーズの深堀りや商工会議所・商工会の取組に対する評価の把握(総合対策プラン改訂に向けて活用)
- ② 中小企業と金融機関の相互理解促進のために、双方の意識のギャップを把握
- ③ 実情を踏まえた中小企業への効果的なアプローチに向けて、融資に関する情報入手ルートや分野別の相談先を把握
- ④ 業績別に企業行動における差異及び相関関係を分析

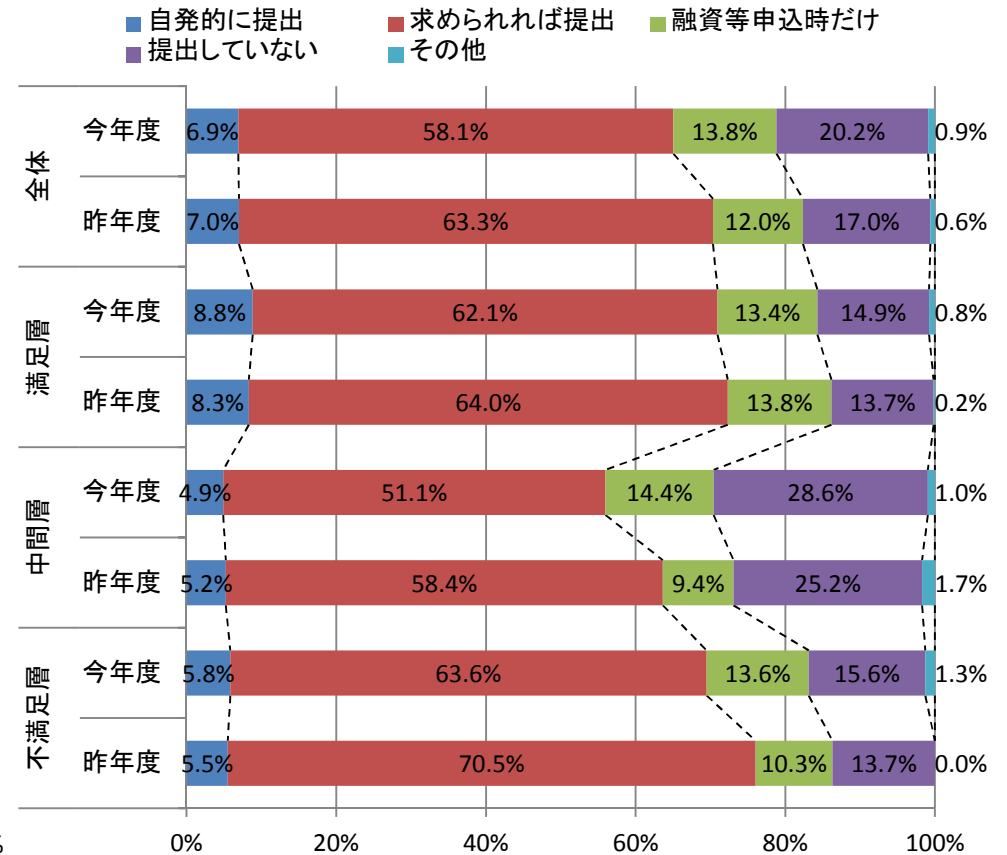
1 試算表の作成・提出

- 作成状況は、「毎月作成」が各層とも減少している。（一昨年前とほぼ同水準）
 - 作成していない企業は、3割程度存在する。
 - 作成率は、中間層が不満足層を逆転し、満足層>中間層>不満足層の順となった。
- 提出状況は昨年度とほぼ同様で、金融機関へ自発的に提出している企業は1割に満たない。
 - 不満足層は金融機関から提出を求められる層と見られ、提出している割合は中間層より高い。

《試算表作成の有無》



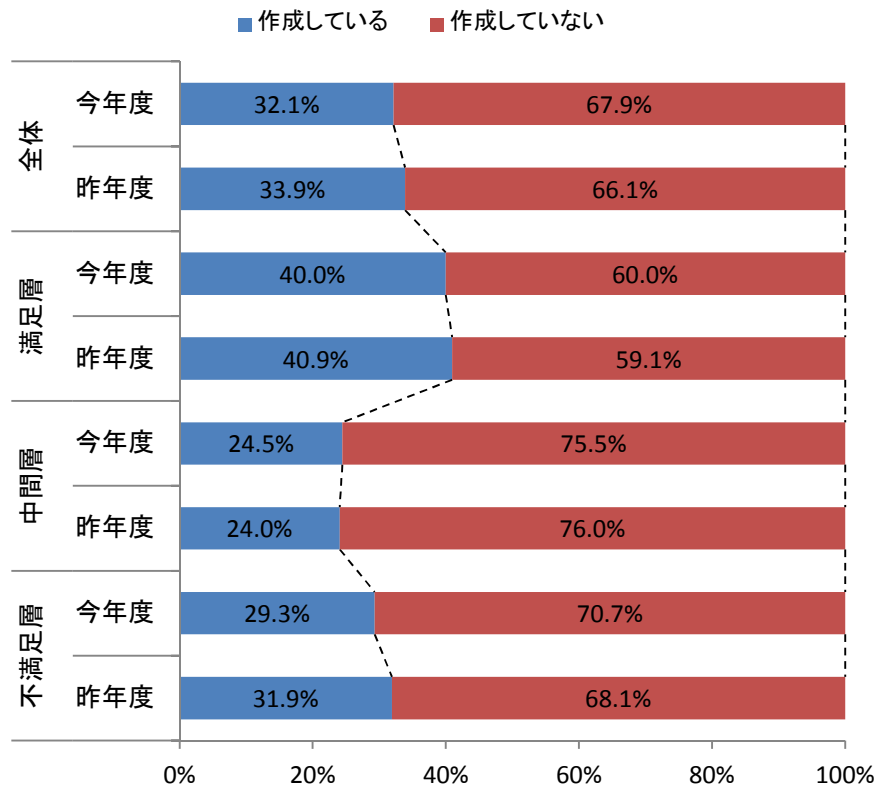
《試算表の提出状況》



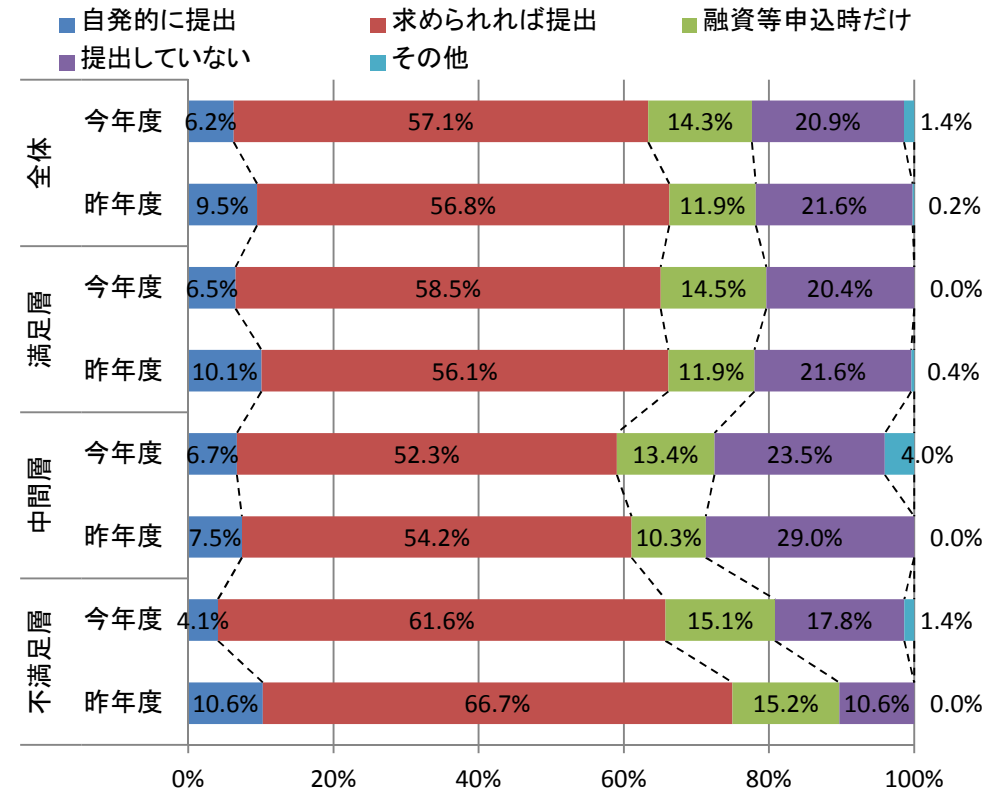
2 資金繰り表の作成・提出

- 作成状況は昨年度とほぼ同様の傾向を示している。
 - 約3分の2の企業が作成していない。
 - 作成率は満足層>不満足層>中間層の順で変わらない。
- 提出状況では、金融機関へ自発的に提出している企業は、昨年度同様1割に満たない。
 - 自発的に提出している割合は、各層ともに低下している。
 - 不満足層は金融機関から提出を求められる層と見られ、提出している割合は他の層より高い。

《資金繰り表の作成の有無》



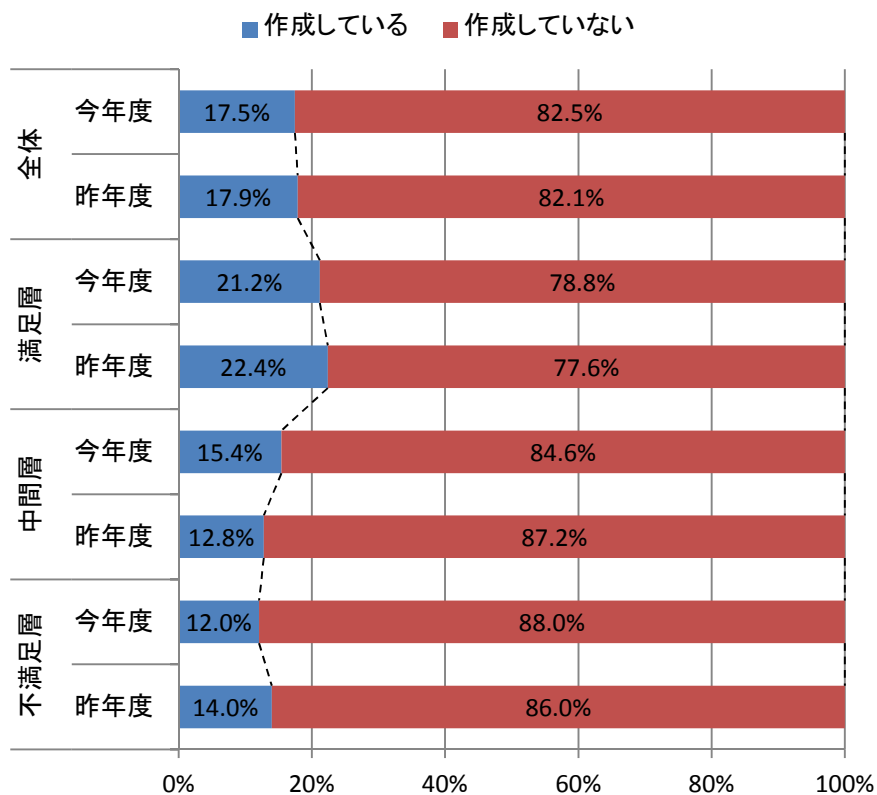
《資金繰り表の提出状況》



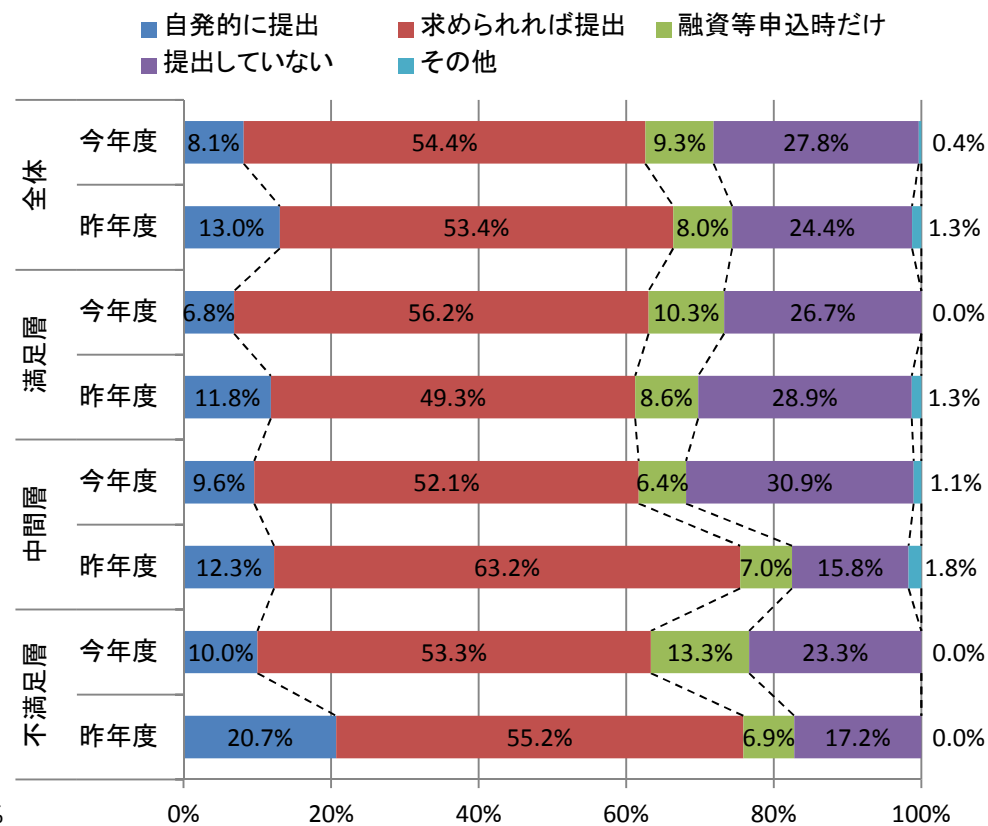
3 事業計画(3年程度先までの中期事業計画)の作成・提出

- 作成状況は昨年度とほぼ同様の傾向を示している。
- 作成している企業のうち、提出していない企業割合が昨年度より増加した。
 - 満足層が減少したものの、中間層・不満足層で増加した。
- なお、作成している企業のうち、約3分の2が進捗状況をチェックしている。

《事業計画書の作成の有無》



《事業計画書の提出状況》



4 試算表・資金繰り表・事業計画の作成状況まとめ

試算表・資金繰り表・事業計画書の全てを作成している企業は、全体の13.9% 昨年度14.7%

試算表・資金繰り表・事業計画書の全てを作成していない企業は、全体の29.2% 昨年度25.5%

- 試算表を作成していない企業(全体の30.7%)のほとんどが、資金繰り表や事業計画書も作成していない。(全体の29.2%)
 - 資金繰り表の不作成については、試算表の不作成により、それを基にした資金繰り表も作成できないことが考えられる。
 - また、試算表、資金繰り表による現状・短期見通しが把握できていないことにより、中長期の事業計画を作成できないと考えられる。
- なお、試算表・資金繰り表のいずれも作成している企業(全体の31.0%)でも、そのうちの55.1%が事業計画書を作成しておらず、**事業計画書の作成は定着していない**。
 - 不作成理由として、頭の中にある、先行きを見通せない、3年先までの計画は立てられない、下請け業務・公共事業受注が主であり計画の主導権がない、実行・達成できない、時間がない等

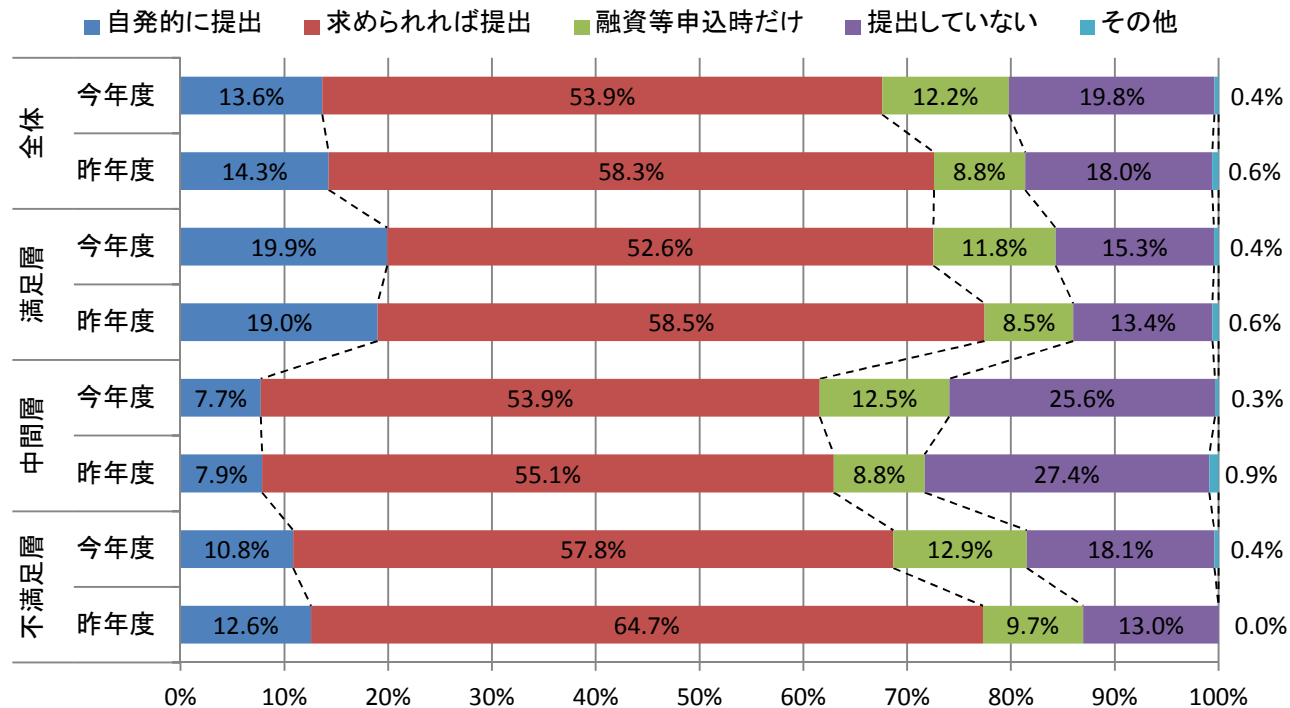
試算表**作成の必要性を感じていない企業は、全体の19.5%** 昨年度20.7%

- 試算表等の**不作成企業の約3分の2が、作成しない理由を「必要性を感じないから」としている**。
 - 全ての満足層において共通しており、特定の層が「必要性を感じていない」という傾向は見られない。
- **昨年度と比べて作成状況に悪化の傾向**が見られ、試算表等の作成の必要性の周知について、取組の強化が必要と考えられる。

5 決算書の提出

- 金融機関へ自発的に提出している企業は昨年度同様、2割に満たない。
- 自発的に提出している割合は、中間層では1割未満、不満足層は1割程度に止まり、金融機関への情報提供が少ない。
- 不満足層については、金融機関より提出を求められているためか、中間層より提出している割合が高い。

《決算書の提出状況》



6 中小企業者が決算書等^(※)を自発的に提出した場合の金融機関側の対応

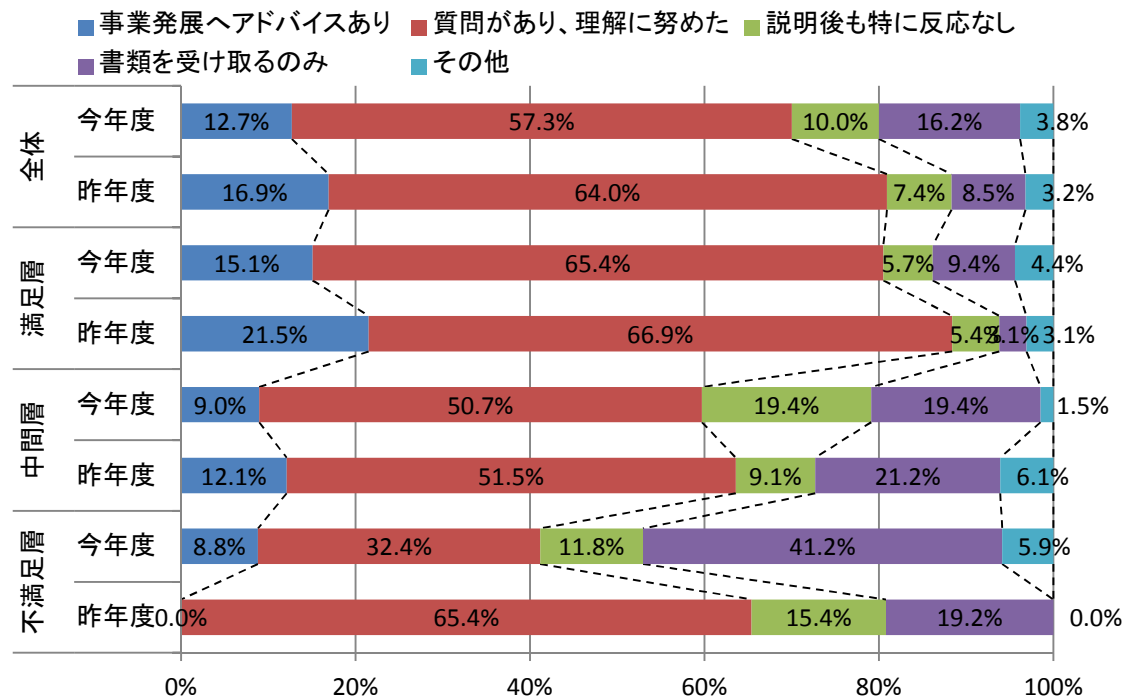
※決算書等：決算書、試算表、資金繰り表、事業計画（中小企業者側からの回答）

- 全体では、前向きな対応（「アドバイスあり」「理解に努めた」）が7割と、昨年度と比べて1割低下している。満足層別では、満足層8割に対して、中間層6割、不満足層4割と低くなる傾向。
- 「書類を受け取るだけ」「説明を受けただけ」の対応も2割見られ、満足度が低い層ほど高くなる傾向。
- 試算表等の作成・提出による中小企業の取組に対して、金融機関は適切に評価・対応していく必要があると思われる。

※ ただし、サンプル数が以下のとおり少数であることに注意

| | 満足層 | 中間層 | 不満足層 | 全体 |
|--------------|-----|-----|------|-----|
| 事業発展へアドバイスあり | 24 | 6 | 3 | 33 |
| 質問があり、理解に努めた | 104 | 34 | 11 | 149 |
| 説明後も特に反応なし | 9 | 13 | 4 | 26 |
| 書類を受け取るのみ | 15 | 13 | 14 | 42 |
| その他 | 7 | 1 | 2 | 10 |
| 合計 | 159 | 67 | 34 | 260 |

《満足度別の金融機関側の対応》

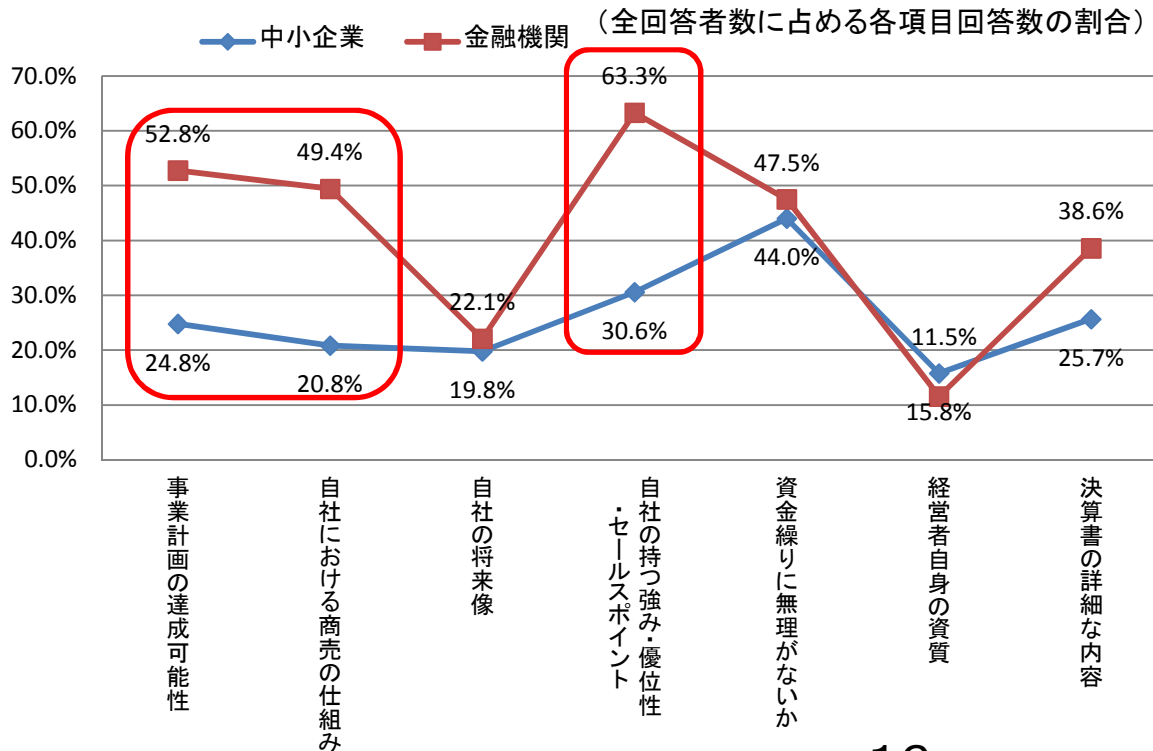


V 中小企業と金融機関の意識のギャップ

1 融資にあたって説明すること・説明してほしいこと

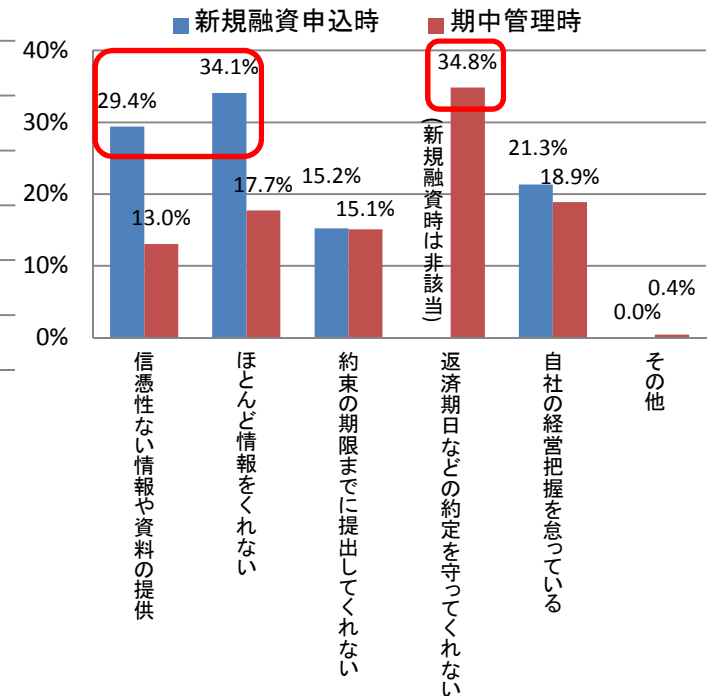
- 金融機関から重点的に説明してほしい上位3項目「自社の持つ強み・優位性・セールスポイント」「事業計画の達成可能性」「自社における商売の仕組み」は、中小企業では相対的に高くない。一方、中小企業では「資金繰りに無理がないか」が最も高い割合となっている。
- 説明にあたり、中小企業が確実な返済に重きを置くのに対し、金融機関は、企業に対してもっと自社の持つ強み・優位性等の説明を求めていることがうかがわれる。
- 信頼関係を築くために、金融機関では、新規融資申込時には信頼性や確実な情報提供を、期中管理時には返済期日の遵守を重要視している。

《特に重点を置いて説明すること(中小企業)・説明してほしいこと(金融機関)》



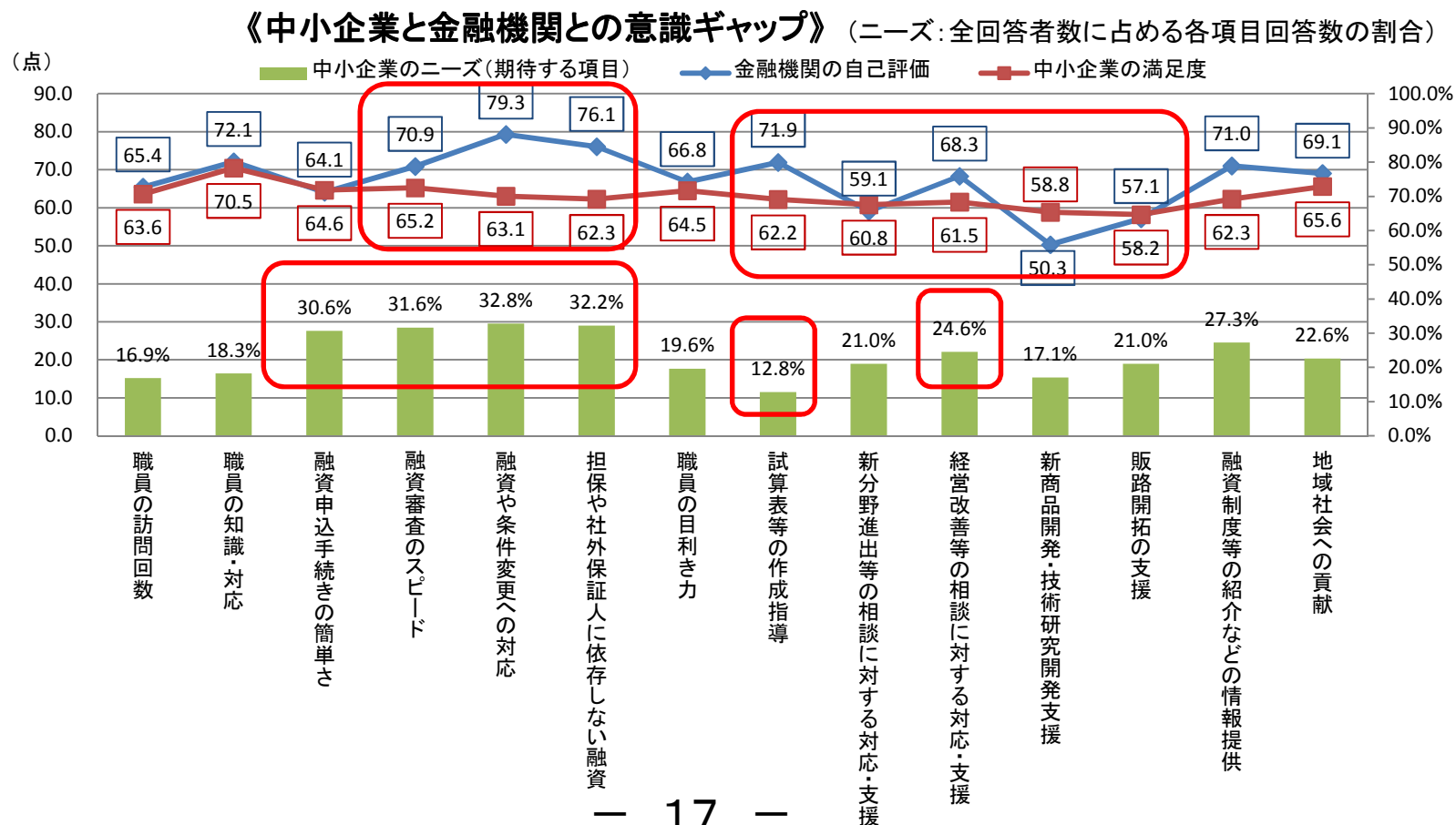
《これだけはやってほしくない点(金融機関)》

(全回答者数に占める各項目回答数の割合)



2 金融機関に対するニーズ・中小企業と金融機関との意識ギャップ

- 金融機関に対する中小企業の満足度と金融機関による自己評価を比較すると、「融資や条件変更への対応」をはじめ融資に関連する項目において乖離が大きい。
- 経営支援に関連する項目においては、金融機関では項目毎に評価の高低が大きい反面、中小企業ではほぼ一律の満足度となっている。
- 期待する項目(ニーズ)では、融資関連項目や経営改善等への支援の回答が多い一方で、「試算表の作成指導」への期待が最も低い。

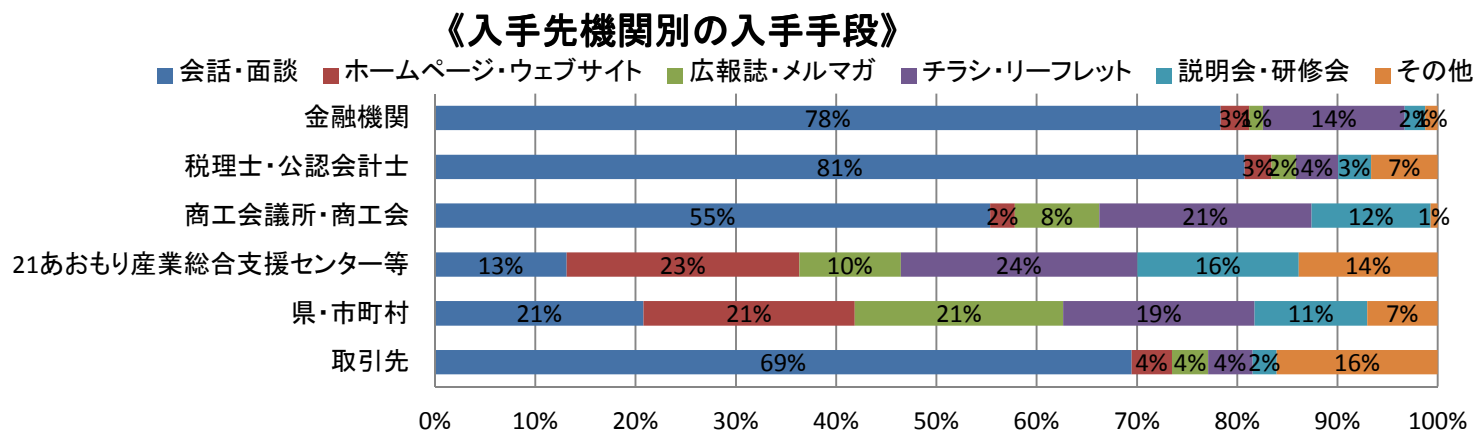
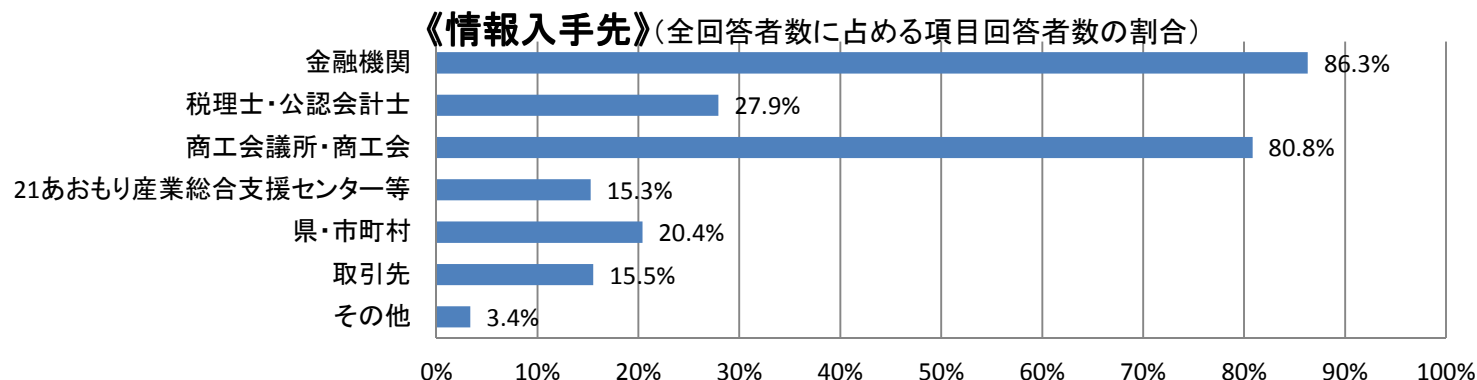


VI 中小企業への効果的なアプローチに向けて

1 融資に関する情報入手先

- 入手先は金融機関や商工会議所・商工会が圧倒的に多い一方で、県・市町村からの情報入手は少ない。
- 入手手段(媒体)は、金融機関や税理士等と回答した企業の8割が「会話・面談」から情報を得ている。が県・市町村や21あおもり産業総合支援センター等(※)は「ホームページ・ウェブサイト」からの入手が比較的高い割合となっている。

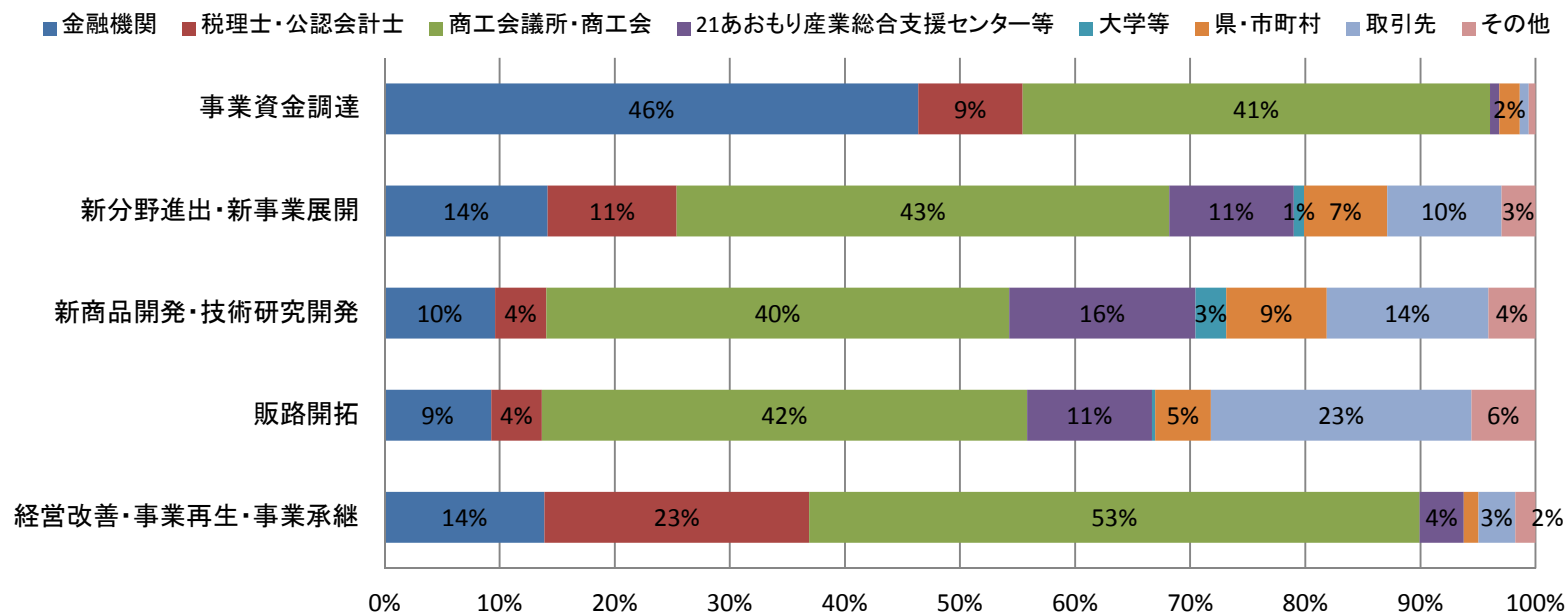
(※ 21あおもり産業総合支援センター、青森県産業技術センター等の支援機関)



2 相談分野別の相談先

- 全ての分野において、商工会議所・商工会の割合が高い。
- 商工会議所・商工会以外では、経営改善・事業再生等においては税理士・公認会計士が高い割合となっている。

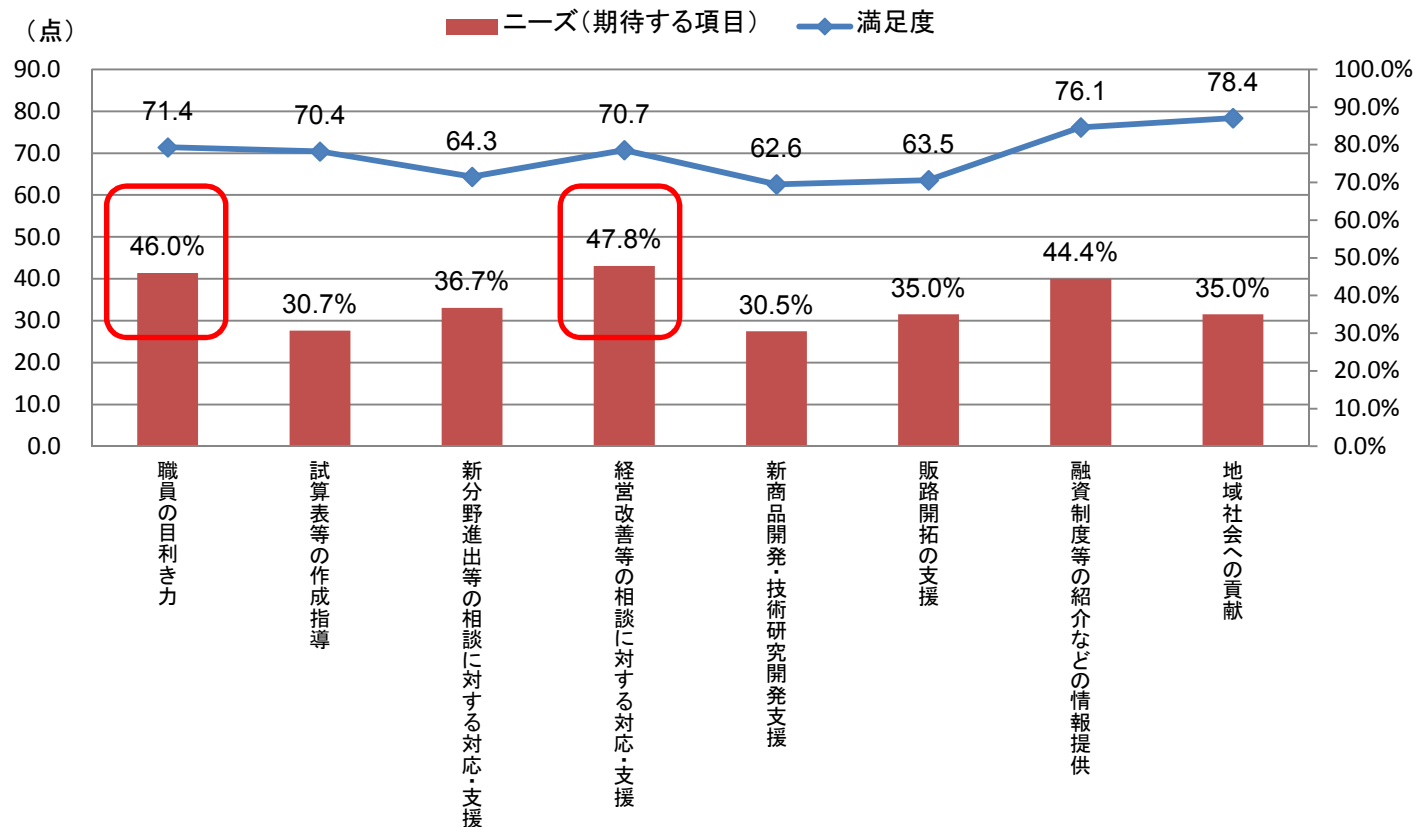
《資金調達や経営相談分野別における相談先》(分野別の割合)



3 商工会議所・商工会の個別項目満足度とニーズ

- 商工会議所・商工会に対する満足度は、「地域社会への貢献」「融資制度等の紹介などの情報提供」の項目が高い一方で、経営支援に関する項目の満足度は相対的に高くない傾向となっている。
- 期待する項目(ニーズ)としては、「経営改善等の相談に対する対応・支援」、「職員の目利き力」の順に高くなっており、経営支援関連の中でも、経営改善・安定化を図るステージにおいて必要となる項目が高くなっている。

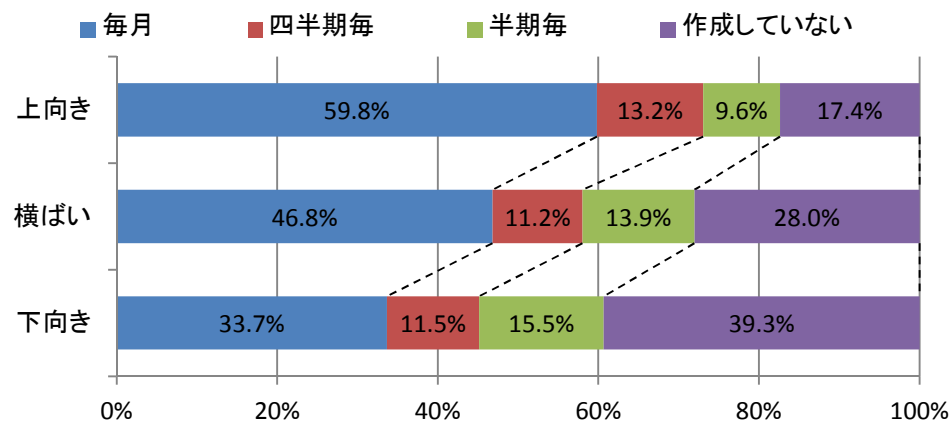
《商工団体に対する満足度とニーズ》(ニーズ:全回答者数に占める各項目回答数の割合)



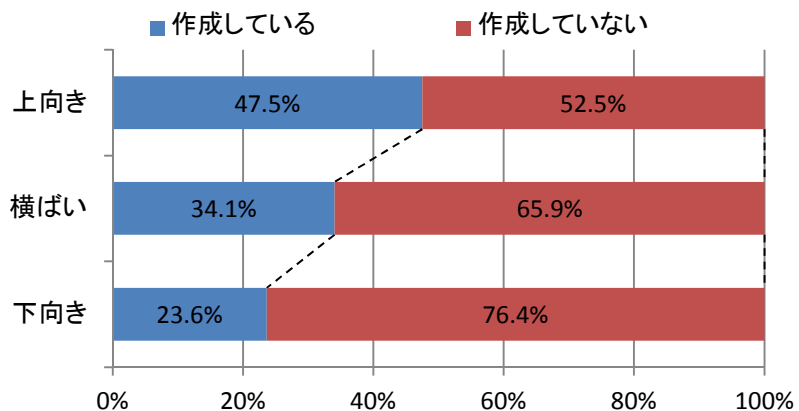
4 業績別の企業行動

- 業績が良好なほど、試算表・資金繰り表・事業計画書の作成割合はいずれも高くなっている。業績が上向きの企業は下向きの企業と比べて、作成割合が2倍となっている。
- 作成を通じた正確な経営状況の把握が、業績に影響を与えていると考えられる。

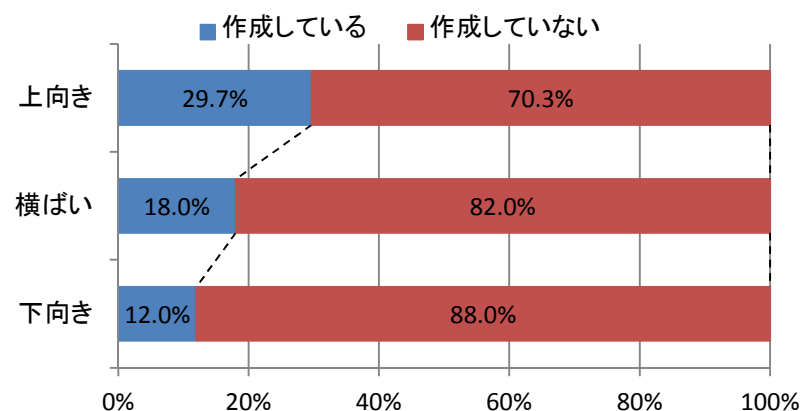
《試算表作成の有無》



《資金繰り表作成の有無》



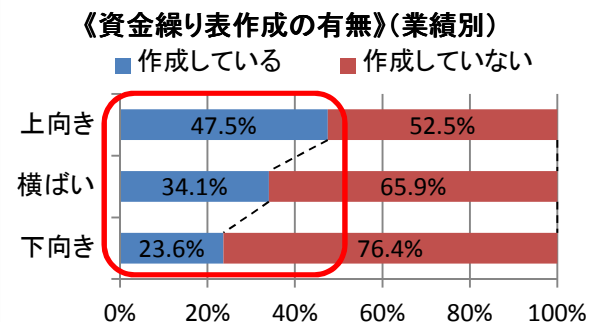
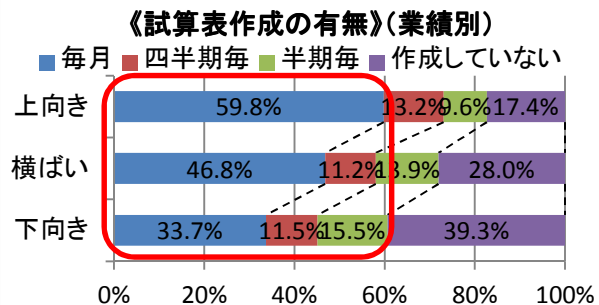
《事業計画書作成の有無》



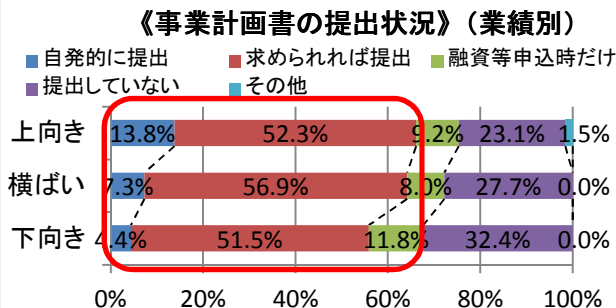
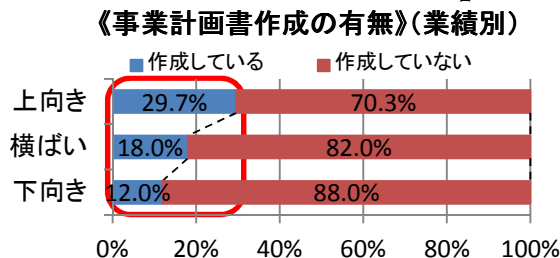
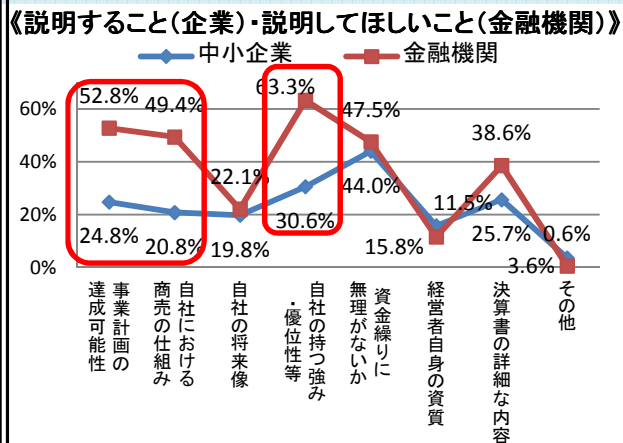
Ⅶ 「相互信頼」関係の構築へ向けて

1 業績好調な企業は既に始めている「リレバンの実践」

①的確に現状を把握しながら

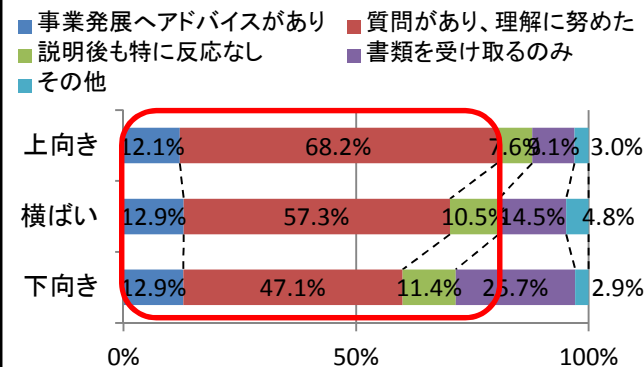


②金融機関の求める情報を提供し



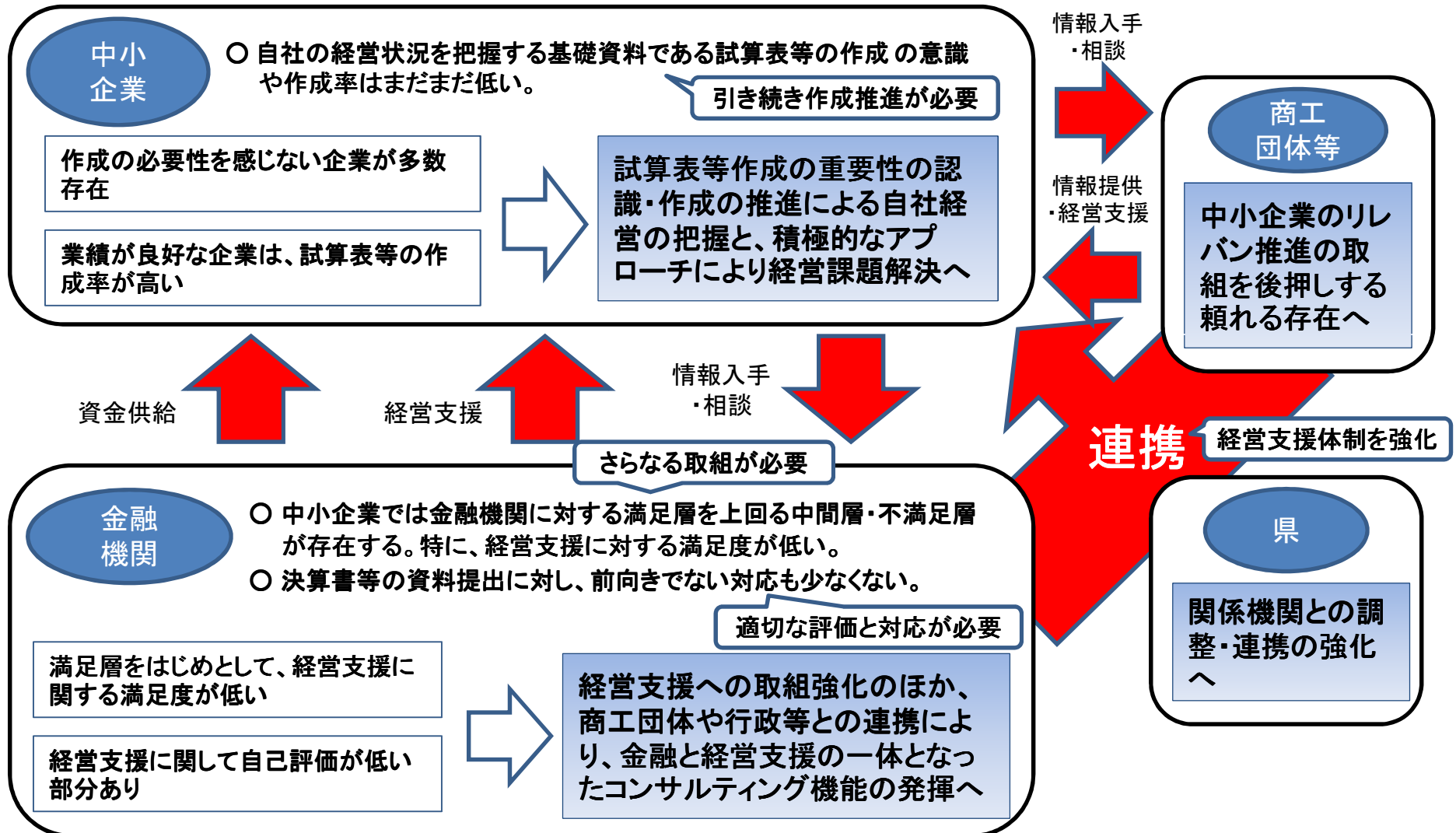
③金融機関の前向きな対応を引き出す

《自発的提出後の金融機関の反応》(業績別)



2 連携強化によるさらなるリレバンの推進へ

①中小企業はさらなる自社の経営状況把握へ、②金融機関は商工団体等との連携により金融と経営支援の一体的推進へ、③中小企業と金融機関の相互信頼関係の構築へ



3 今後の取組スケジュール

