

リレバン・レポート'14

～未来を変える挑戦は「現場」から～

平成27年2月

青 森 県

「リレバン・レポート'14」の発行にあたって

県内の景気は、緩やかに持ち直しているところですが、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動や原材料費の高騰等、景気を下押しするリスクの影響から、先行きは不透明な状況です。

一方、県内の企業倒産状況は、依然低水準ではあるものの下げ止まっているなど、今後については予断を許さない状況であり、経営改善に向けたより一層の取組が求められているもの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7号となる今年度の「リレバン・レポート」は、リレバン推進の課題の一つである金融機関による「質の高いコンサルティング機能の提供」に焦点を当て、中小企業者側からみた支援機関の評価や活用状況を調査し、支援対応の課題を浮き彫りにできたものと考えています。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27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。

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(総合満足度属性別) | |
| III 中小企業者の資金調達の現状 | 6 |
| 1 融資や条件変更の謝絶経験割合 | |
| 2 謝絶理由 | |
| 3 謝絶時における金融機関からのフォローの状況 | |
| 4 謝絶された後の行動及び結果 | |
| IV 中小企業の経営課題解決への取組 | 10 |
| 1 中小企業者の経営課題 | |
| 2 経営課題に対する対応状況 | |
| 3 中小企業者による主な支援機関の評価 | |
| V 未来を変える挑戦は現場から | 14 |
| VI 金融機関における多様な資金供給の状況 | 16 |
| 1 金融機関における資金供給の現状 | |
| 2 金融機関における多様な資金供給の状況 | |
| 3 経営改善支援への取組 | |
| 4 セミナー・研修会・勉強会の開催 | |
| 5 ビジネスマッチング支援 | |
| VII 「リレバン推進プラン」に基づく取組の評価 | 20 |

I アンケート調査の概要

1 調査対象

県内に事業所を有する中小企業者

2 調査方法

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

3 調査時期

平成26年11月10日～平成26年12月11日

4 サンプルプロフィール

調査票配布数 2,500社

総回収数 1,647社(回収率65.9%)

有効サンプル数 1,462社(対総回収数比88.8%)

(有効サンプル内訳)

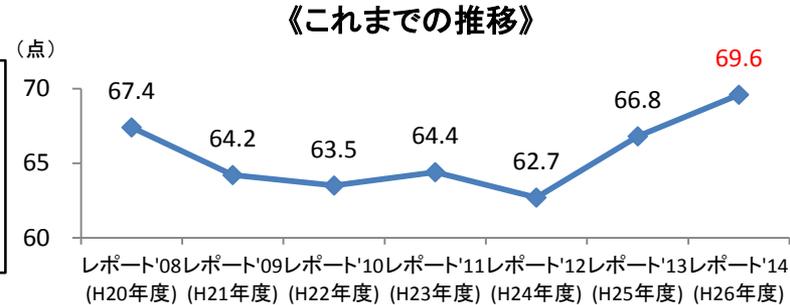
- 業種別 建設業332社、製造業140社、卸小売業563社、サービス業336社、その他91社
- 従業員数別 「20名以下」 1,316社、「21～50名」 93社、「51～100名」 29社、「101名以上」 24社

Ⅱ 中小企業者の金融機関に対する満足度

1 総合満足度

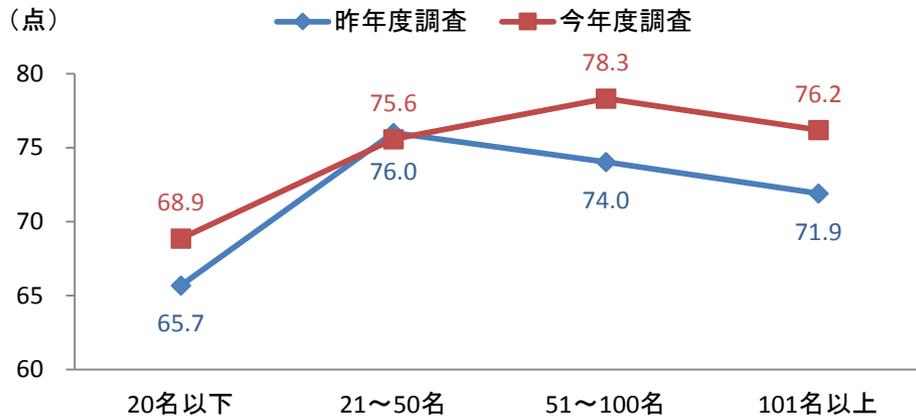
中小企業者の金融機関に対する総合満足度

69.6点 (昨年度: 66.8点)

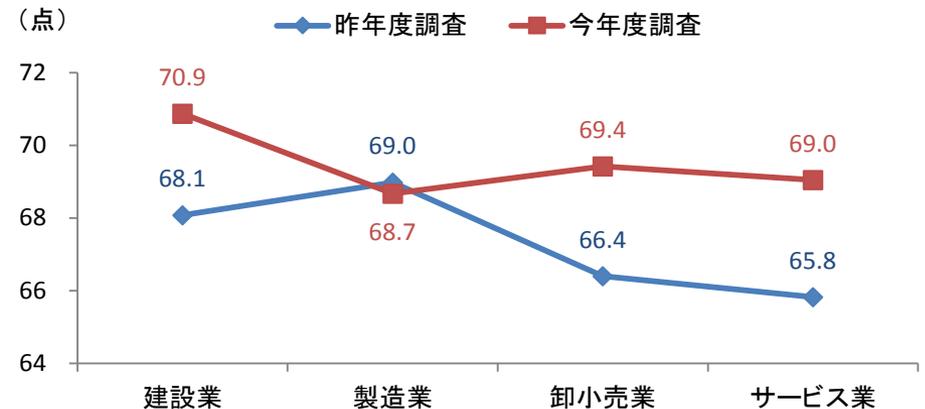


- 総合満足度は、昨年度より2.8点上回った。
- 従業員規模別では、昨年度同様、従業員20名以下の小規模企業の満足度が低い状況となっている。
- 業種別では、製造業を除く業種の満足度が上昇し、業種間の差異は小さくなっている。

《従業員規模別総合満足度》

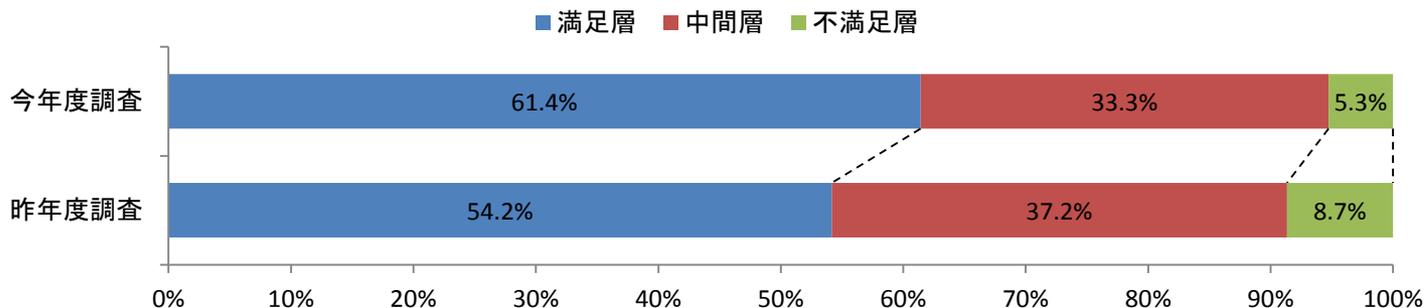


《業種別総合満足度》



- 総合満足度の属性別では、満足層が増加し、その分、中間層及び不満足層の割合が減少している。

《各属性構成割合》



「満足層」、「中間層」、「不満足層」とは

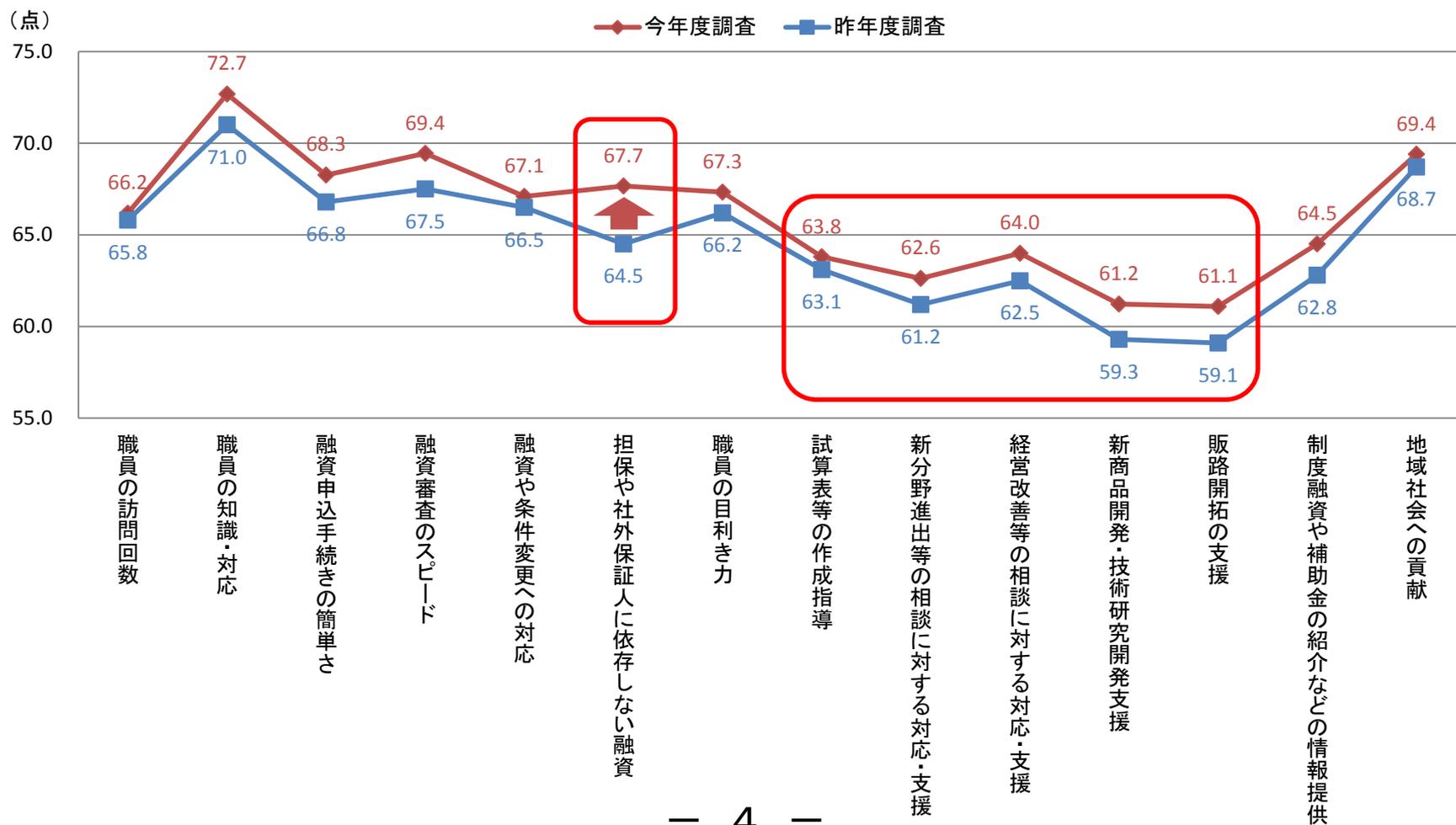
今回実施したアンケート調査の中で、メインバンクの総合的な満足度を調査し、その回答により、回答者を3つに分類したもの。具体的には、以下のとおり。

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898(構成比61.4%) |
| 2 かなり満足 | | | |
| 3 まあ満足 | | | |
| 4 普通 | } | 中間層 | サンプル数487(構成比33.3%) |
| 5 やや不満 | | | |
| 6 かなり不満 | } | 不満足層 | サンプル数 77(構成比 5.3%) |
| 7 大変不満 | | | |

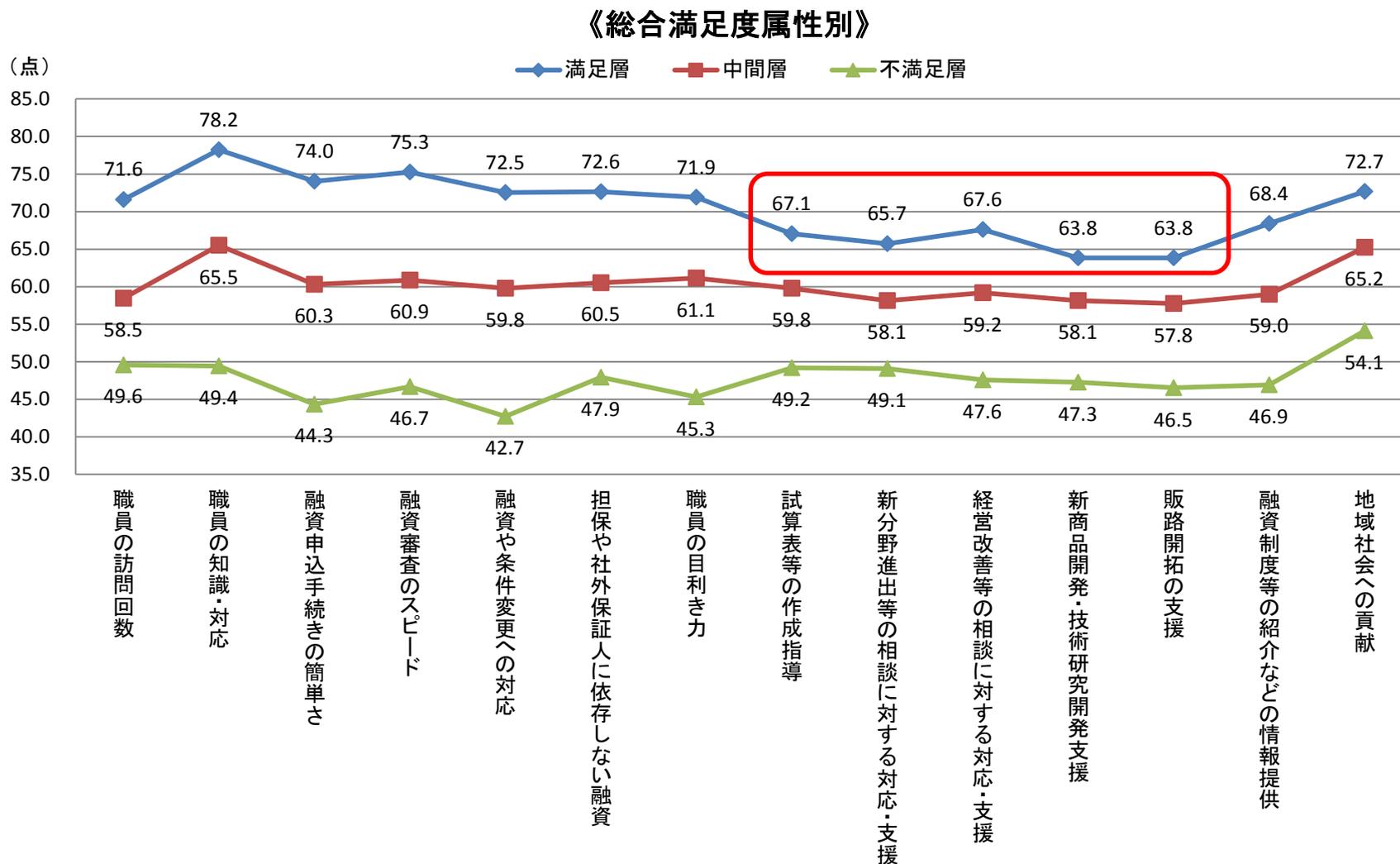
2 個別項目満足度

- 各項目とも総じて昨年度より上昇している。
 - 特に、「担保や社外保証人に依存しない融資」が上昇している。ABL(動産・売掛金担保融資)の活用や「経営者保証に関するガイドライン」の適用開始(H26.2)など、担保等に依存しない融資に対する金融機関の前向きな対応がうかがわれる。
- 「販路開拓の支援」「新商品開発・技術研究開発支援」をはじめ経営支援に関する項目で引き続き、満足度が低い傾向がみられる。



3 個別項目満足度(総合満足度属性別)

- 満足層においては、「新商品開発・技術研究開発支援」「販路開拓の支援」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みられる。

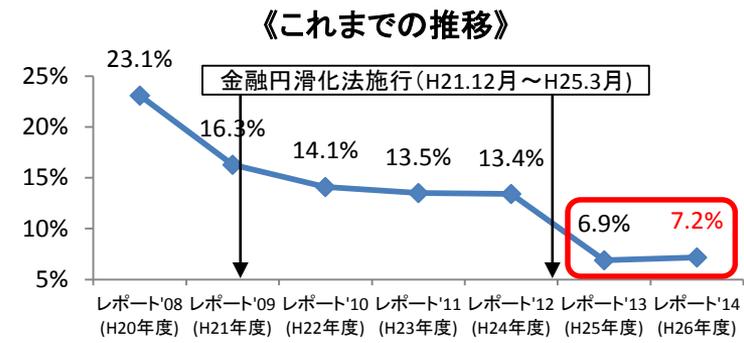
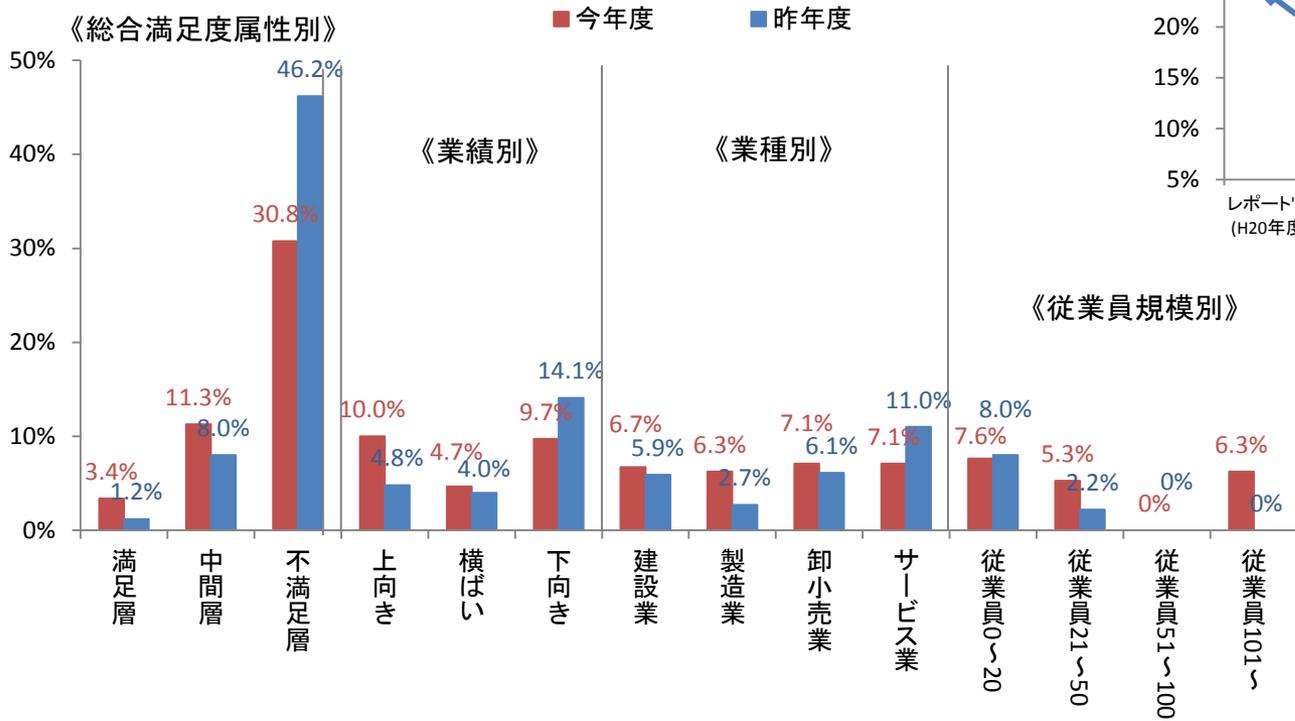


Ⅲ 中小企業者の資金調達の現状

1 融資や条件変更の謝絶経験割合（アンケート回答時期までの1年間における謝絶経験）

（今年度） **7.2%** ← （昨年度） **6.9%**

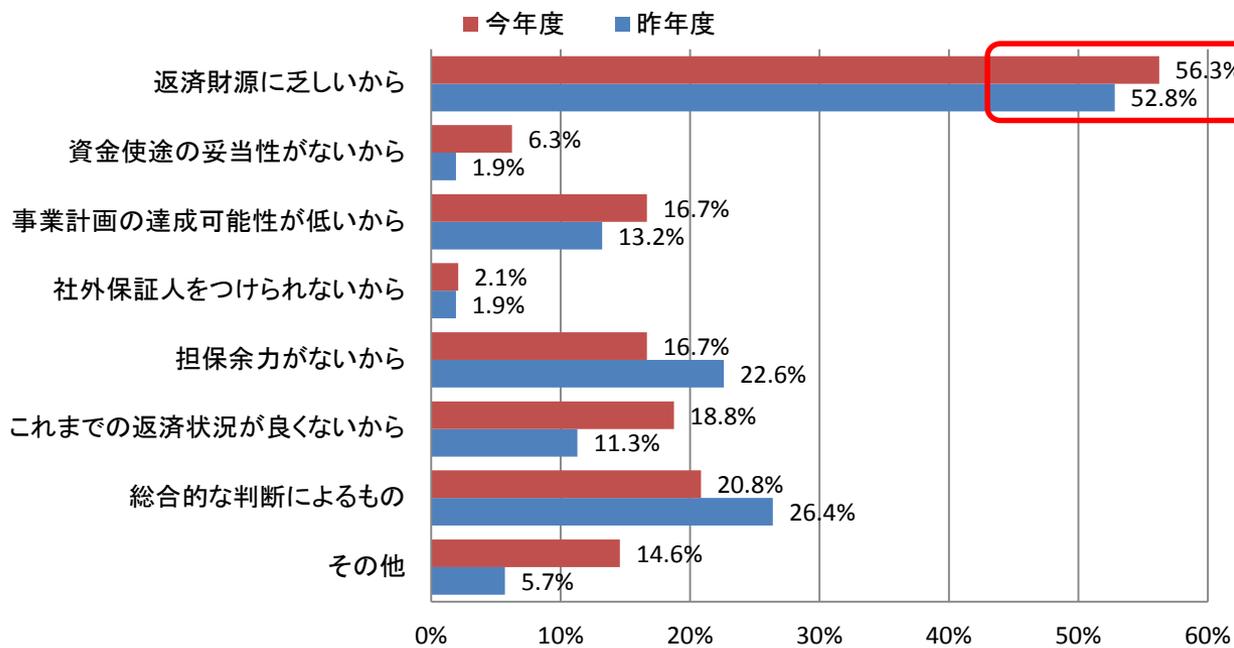
- 謝絶経験率は、昨年度と比べて横ばいとなった。中小企業金融円滑化法終了後も金融機関による融資や条件変更等の前向きな対応がうかがわれる。
- 不満足層や業績下向きの属性で謝絶経験率が減少した一方、満足層や業績上向きの属性での割合は増加している。



2 謝絶理由（複数回答、回答数／該当者数：サンプル数48）

- 昨年度と同様、「返済財源に乏しいから」の回答が最多となっている。
- その他では、「総合的な判断によるもの」「これまでの返済状況が良くないから」「事業計画の達成可能性が低いから」「担保余力がないから」の順となっている。

《融資や条件変更申込の謝絶理由》

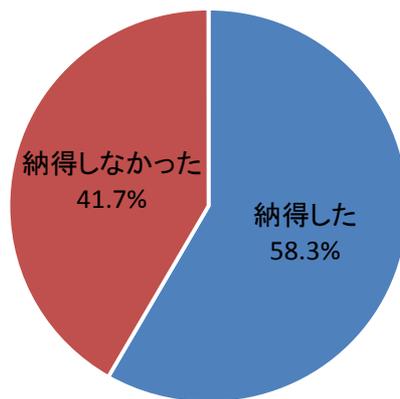
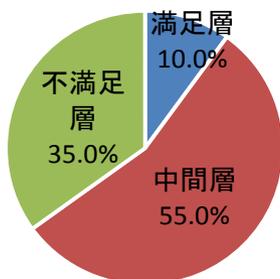


3 謝絶時における金融機関からのフォローの状況 (サンプル数48)

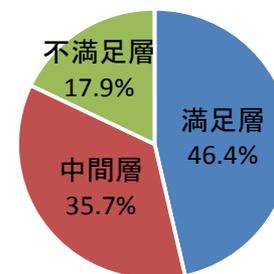
- 謝絶理由の説明に対して「納得した」が過半数となっている一方で、謝絶後のフォローは半数に満たなかった。
- 謝絶理由の説明に対する納得度合が、満足度に影響している。

《謝絶理由の説明に対して》

納得しなかった《総合満足度別》

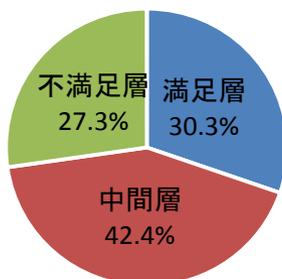


納得したと回答《総合満足度別》

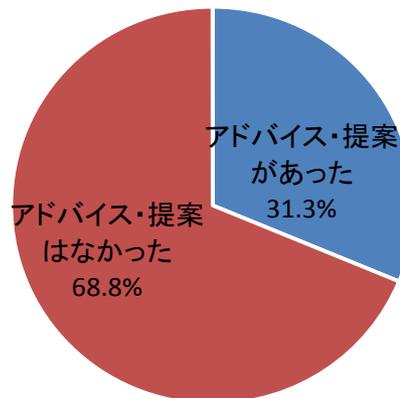


《謝絶後におけるフォロー》

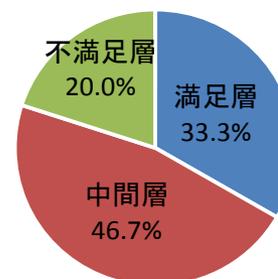
アドバイス・提案がなかったと回答《総合満足度別》



(今後に向けたアドバイス等の有無)



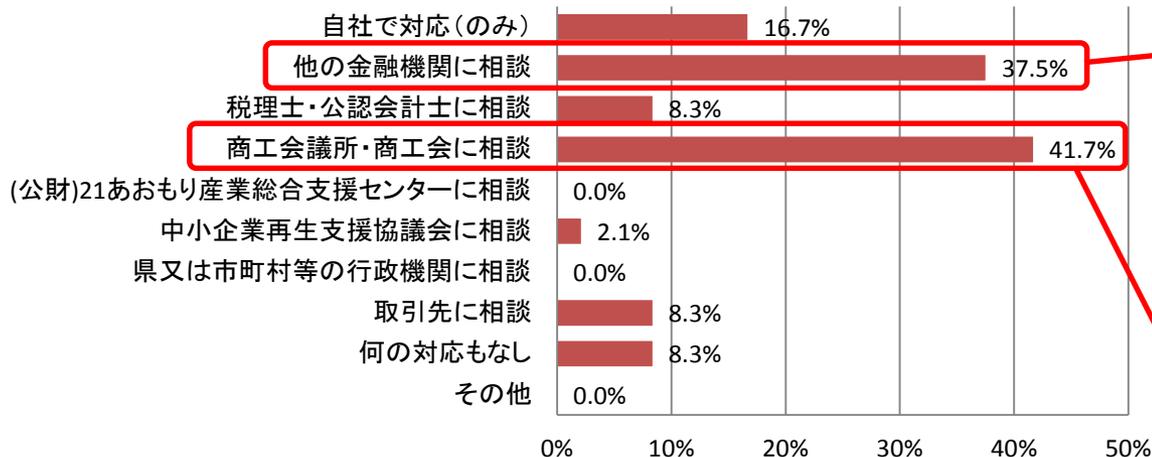
アドバイス・提案があったと回答《総合満足度別》



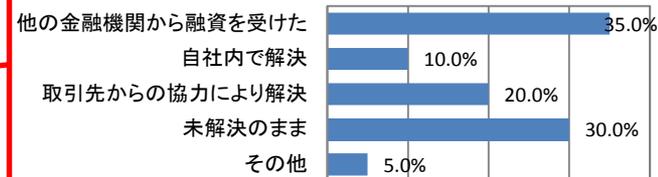
4 謝絶された後の行動及び結果 (複数回答、回答数/該当者数: サンプル数48)

- 「商工会議所・商工会に相談」「他の金融機関に相談」の回答が高い割合となっている。
 - どちらも最終結果では「他の金融機関から融資を受けた」割合が高い。
- 最終結果では、「他の機関から融資を受けた」等、解決した割合が多かった一方、「未解決のまま」も3割を超えている。

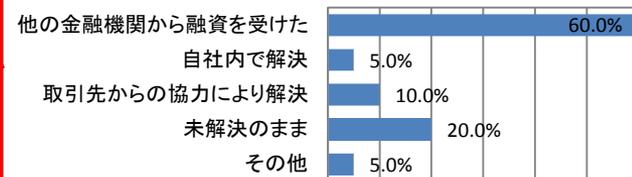
《謝絶された後の行動》



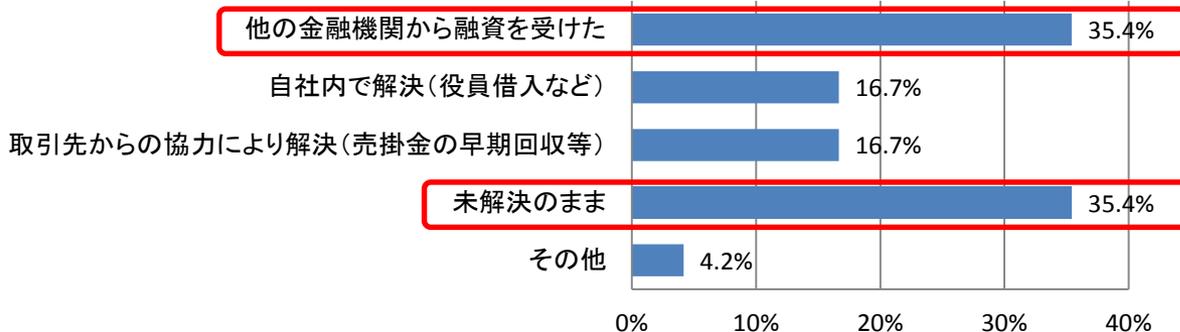
《謝絶後の最終結果》(他の金融機関に相談)



《謝絶後の最終結果》(商工会議所・商工会に相談)



《謝絶後の最終結果》

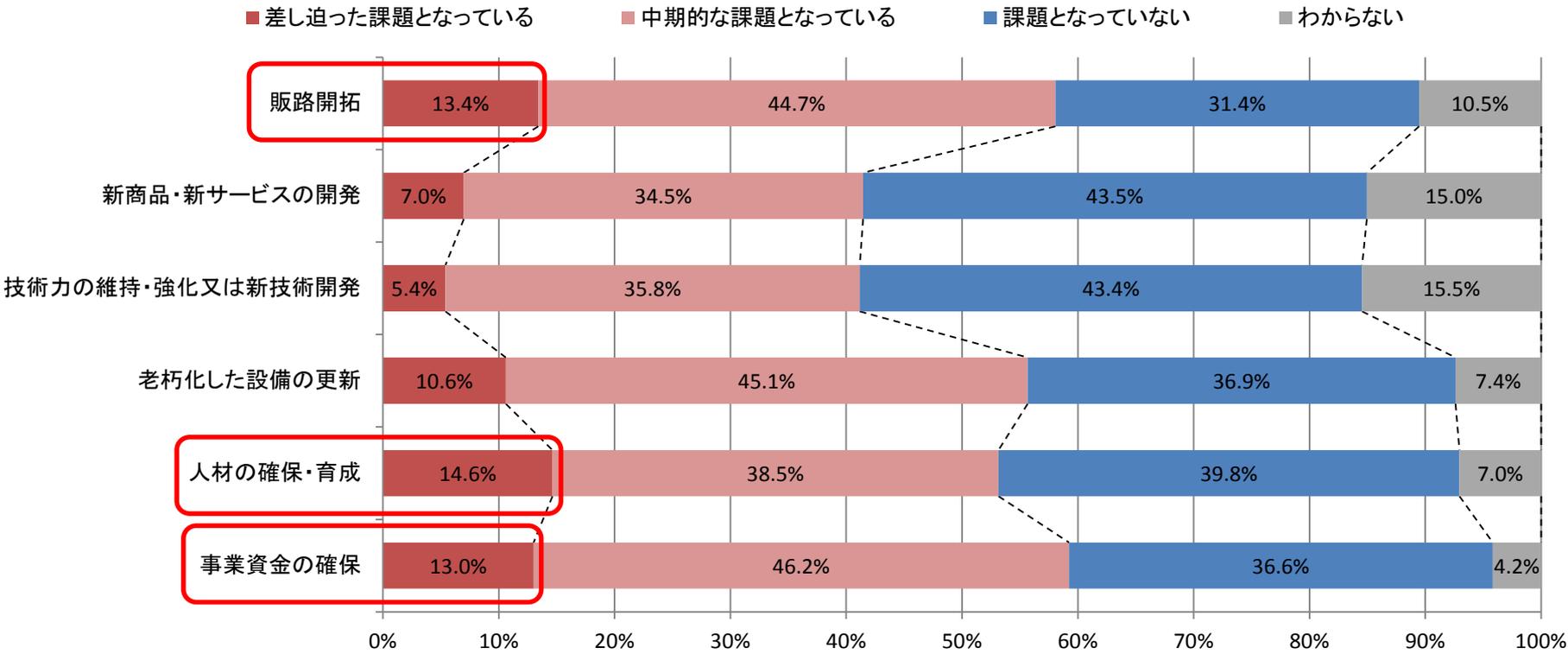


IV 中小企業者の経営課題解決への取組

1 中小企業者の経営課題

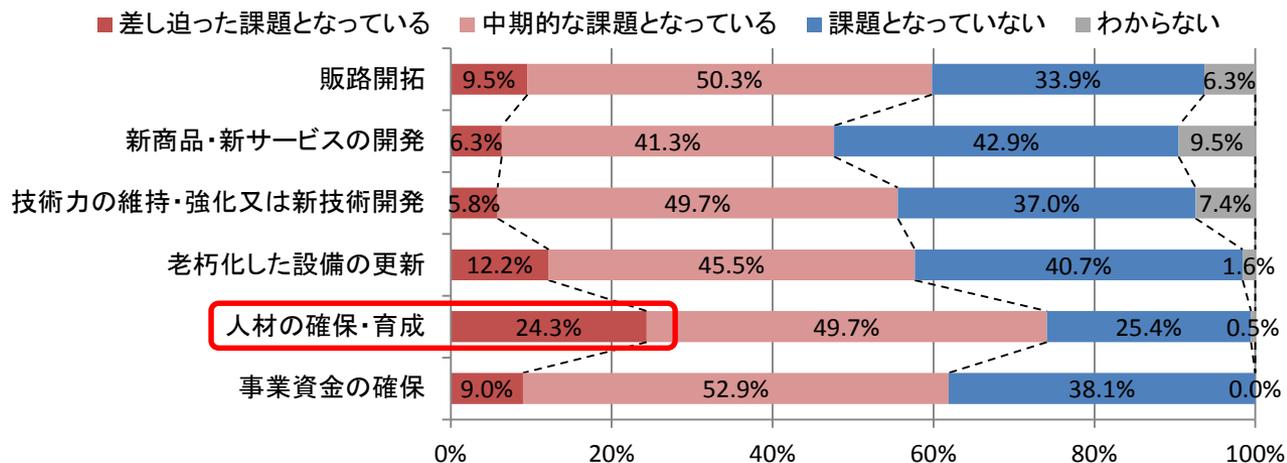
- 「差し迫った課題」は、①「人材の確保・育成」②「販路開拓」③「事業資金の確保」の順となっている。
- 「中期的な課題」まで含めると、①「事業資金の確保」②「販路開拓」③「老朽化した設備の更新」④「人材の確保・育成」の順に、過半数を超えている。

《中小企業者の経営課題(全サンプル)》

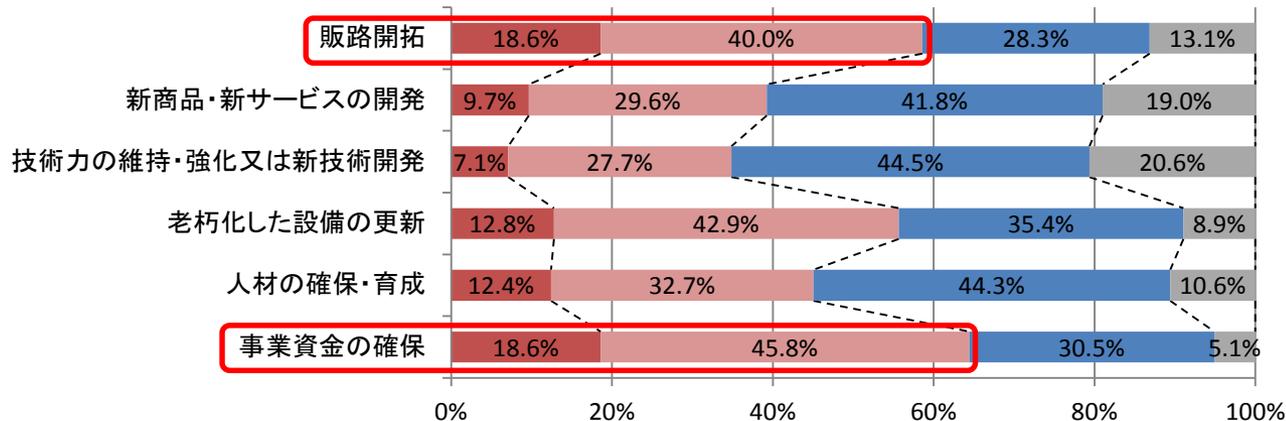


- 業績が上向きの企業においては、特に、「人材の確保・育成」が喫緊の課題となっている。
- 業績が下向きの企業においては、「事業資金の確保」及び「販路開拓」が経営課題となっていることがうかがわれる。

《中小企業者の経営課題(直近の業績が上向きの企業)》



《中小企業者の経営課題(直近の業績が下向きの企業)》



2 経営課題に対する対応状況

- 経営課題の相談先としては、「商工会議所・商工会」が全ての課題で上位となっている。
 - 金融機関は、「事業資金の確保」「老朽化した設備の更新」で上位となり、資金面に対する相談先として認知されている。
 - 21あおもり産業総合支援センター及び県産業技術センター等の支援機関は、「新商品・新サービスの開発」「技術力の維持・強化又は新技術開発」で上位となり、技術面の強化に向けた相談先となっている。
 - 県又は市町村等の行政機関は、「人材の確保・育成」において、一定割合の企業から相談先とみられている。

《経営課題に対する対応状況》

| | | 販路開拓 | 新商品・新サービスの開発 | 技術力の維持・強化 又は新技術開発 | 老朽化した 設備の更新 | 人材の確保・育成 | 事業資金の確保 |
|---------|----|-----------|-----------------------|-----------------------|----------------|-----------|-----------|
| 自社のみで対応 | | 52.4% | 47.4% | 54.5% | 35.7% | 57.9% | 12.8% |
| 関係機関に相談 | | 43.9% | 44.7% | 37.5% | 56.4% | 36.2% | 84.6% |
| （相談先） | 1位 | 商工会議所・商工会 | 取引先 | 取引先 | 商工会議所・商工会 | 商工会議所・商工会 | 金融機関 |
| | 2位 | 取引先 | 商工会議所・商工会 | 商工会議所・商工会 | 金融機関 | 取引先 | 商工会議所・商工会 |
| | 3位 | 税理士・公認会計士 | 21あおもり・県産業 技術センター等 | 21あおもり・県産業 技術センター等 | 税理士・公認会計士 | 県・市町村等 | 税理士・公認会計士 |
| 対応していない | | 3.7% | 7.9% | 8.0% | 7.9% | 5.9% | 2.5% |

3 中小企業者による主な支援機関の評価

＜評価方法＞

(項目)「具体的な提案能力」・「スピード感のある対応」・「豊富な専門知識・ノウハウ」
「幅広い人脈やネットワーク」・「課題解決までの継続的な支援」

上記の5項目について、中小企業者に各機関の支援対応を5段階で評価してもらい、当該結果を点数化して順位付けを行った。

- 金融機関は、「スピード感のある対応」への評価が高いが、「幅広い人脈やネットワーク」に対する評価が低い。
- 商工会議所・商工会は、「スピード感のある対応」への評価が高いが、「具体的な提案能力」「豊富な専門知識・ノウハウ」に対する評価が低い。
- 21あおもり産業総合支援センターは、「豊富な専門知識・ノウハウ」「具体的な提案能力」などのコンサルティング機能に対する評価が高い。

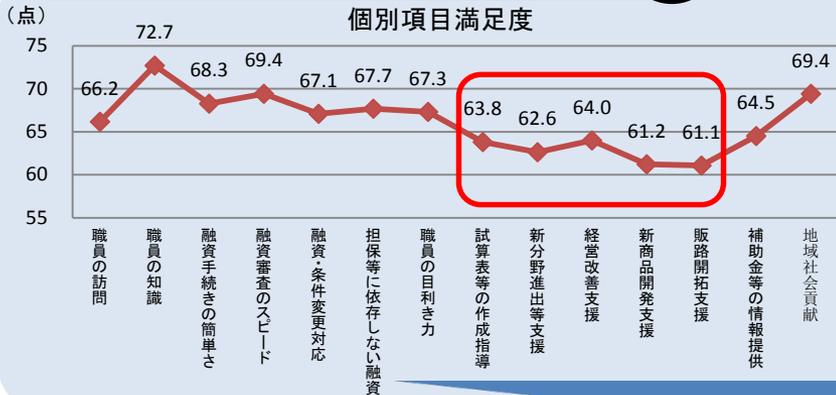
| (相対的評価) | | 金融機関 | 商工会議所・商工会 | 行政機関 (県又は市町村等) | 21あおもり産業 総合支援センター |
|--|----|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| 高評価  低評価 | 1位 | スピード感のある 対応 | スピード感のある 対応 | 幅広い人脈や ネットワーク | 豊富な専門知識 ・ノウハウ |
| | 2位 | 豊富な専門知識 ・ノウハウ | 課題解決までの 継続的な支援 | 豊富な専門知識 ・ノウハウ | 具体的な提案能力 |
| | 3位 | 具体的な提案能力 | 幅広い人脈や ネットワーク | 課題解決までの 継続的な支援 | スピード感のある 対応 |
| | 4位 | 課題解決までの 継続的な支援 | 具体的な提案能力 | 具体的な提案能力 | 幅広い人脈や ネットワーク |
| | 5位 | 幅広い人脈や ネットワーク | 豊富な専門知識 ・ノウハウ | スピード感のある 対応 | 課題解決までの 継続的な支援 |

※ 金融機関は、「老朽化した設備の更新」及び「事業資金の確保」の本業関連の相談がほとんどであることに留意。

V 未来を変える挑戦は「現場」から

金融機関の現場

経営支援機能に対する評価 **低**



経営支援機関としての認知度 **低**

経営課題に対する相談状況 (関係機関への相談先)

| | | 販路開拓 | 新商品・新サービスの開発 | 技術力維持・強化又は新技術開発 | 老朽化した設備の更新 | 人材の確保・育成 | 事業資金の確保 |
|-------|----|-----------|-------------------|-------------------|------------|-----------|-----------|
| (相談先) | 1位 | 商工会議所・商工会 | 取引先 | 取引先 | 商工会議所・商工会 | 商工会議所・商工会 | 金融機関 |
| | 2位 | 取引先 | 商工会議所・商工会 | 商工会議所・商工会 | 金融機関 | 取引先 | 商工会議所・商工会 |
| | 3位 | 税理士・公認会計士 | 21あおもり・県産業技術センター等 | 21あおもり・県産業技術センター等 | 税理士・公認会計士 | 県・市町村等 | 税理士・公認会計士 |

未来を変えるのは、日常、企業と接している

各営業店・渉外担当

現場力

「現場力」を強化せよ

質的強化

- ・目利き能力の向上 (個の力)
- ・コーディネート力の向上 (連携の力)

量的強化

- ・企業への積極的なアプローチ (脱・受身)
- ・ニーズの深掘り

現場力(各営業店・渉外担当)強化に向けた挑戦が、**地域産業**の未来を変える

<番外編>

商工会議所・商工会の現場

経営支援機関としての認知度 **高**

中小企業の身近な相談役＝「町医者」

| | | 販路開拓 | 新商品・新サービスの開発 | 技術力維持・強化又は新技術開発 | 老朽化した設備の更新 | 人材の確保・育成 | 事業資金の確保 |
|-------|----|-----------|------------------|------------------|------------|-----------|-----------|
| （相談先） | 1位 | 商工会議所・商工会 | 取引先 | 取引先 | 商工会議所・商工会 | 商工会議所・商工会 | 金融機関 |
| | 2位 | 取引先 | 商工会議所・商工会 | 商工会議所・商工会 | 金融機関 | 取引先 | 商工会議所・商工会 |
| | 3位 | 税理士・公認会計士 | 21あおり・県産業技術センター等 | 21あおり・県産業技術センター等 | 税理士・公認会計士 | 県・市町村等 | 税理士・公認会計士 |

経営支援機能に対する評価

「豊富な専門知識・ノウハウ」「具体的な提案能力」の評価が相対的に低い

| （相対的評価） | | 商工会議所・商工会 | |
|----------------------|----|---------------|--|
| 高評価 ↑ ↓ 低評価 | 1位 | スピード感のある対応 | |
| | 2位 | 課題解決までの継続的な支援 | |
| | 3位 | 幅広い人脈やネットワーク | |
| | 4位 | 具体的な提案能力 | |
| | 5位 | 豊富な専門知識・ノウハウ | |

未来を変えるのは、日常、企業と接している

経営指導員

現場力

「現場力」を強化せよ

質的強化

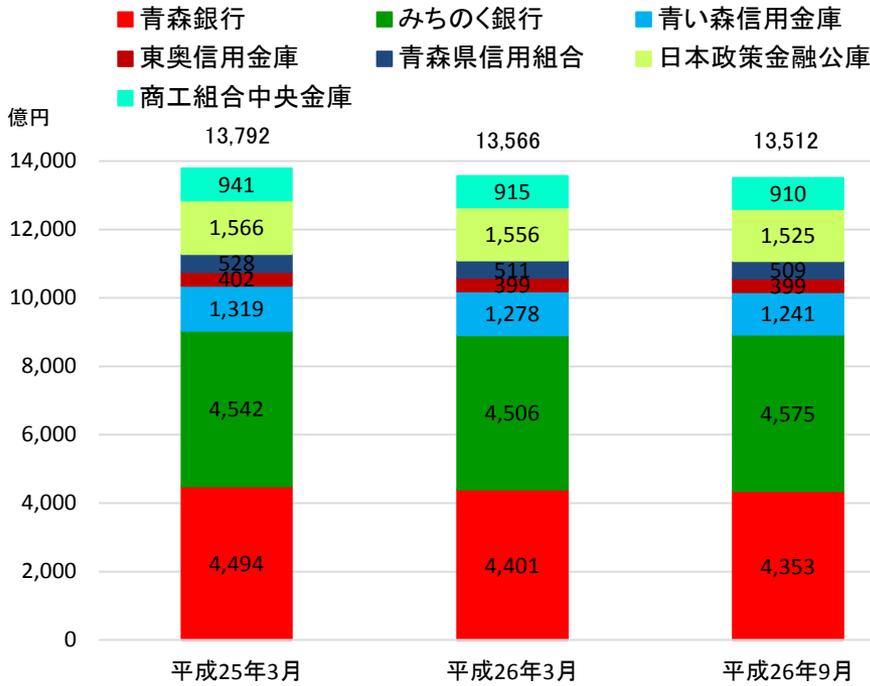
・目利き能力の向上（個の力）・コーディネート力の向上（連携の力）

VI 金融機関における資金供給の状況

1 金融機関における資金供給の現状 【リレバン推進プラン課題2関連】

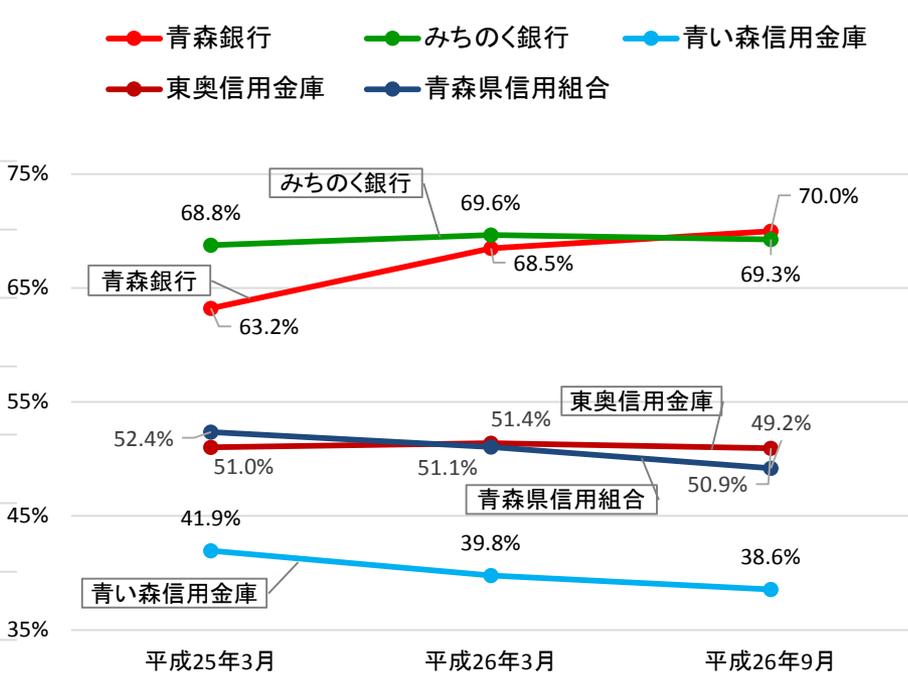
- 県内金融機関における中小企業向け貸出残高は、全体でやや減少して推移している。
- 県内に本店を有する金融機関における預貸率は、銀行では上昇もしくは横ばい、信金・信組ではやや低下して推移している。

県内金融機関における中小企業向け貸出残高の推移



資料：各金融機関ディスクロージャー誌等

県内金融機関における預貸率の推移



資料：各金融機関ディスクロージャー誌等

2 金融機関における多様な資金供給の状況【リレバン推進プラン課題2関連】

○ 多様な資金供給の状況として、ABLや私募債等の手法による資金供給の取扱いが進んでいる。

| 種類 | 活用のメリット | 直近(平成25年度～26年度上半期)の実績※ |
|--------------------------------------|---|--|
| ABL (動産・売掛金担保融資) | <ul style="list-style-type: none"> ・借り手にとっては、これまで担保としてあまり活用されてこなかった動産・売掛金担保を活用することにより、円滑な資金調達に資することが期待される。 ・金融機関にとっては、企業の動産・売掛金担保などを継続的にモニタリングすることを通じて、企業の経営実態をより深く把握することが可能となり、信用リスク管理の強化が期待される。 | 24年度 20件 33億円 25年度 39件 76億円 26年度上半期 32件 61億円 担保動産：機械設備、重機・工作機械、製造機械、太陽光発電設備、木材・木質チップ、水産加工品、肉用牛、肉豚 等 ・今後においても、担保の多様化や取扱金融機関の増加が見込まれる。 |
| 私募債 (少数・特定の投資家を対象に発行される社債) | <ul style="list-style-type: none"> ・企業にとっては、資金調達の多様化が図られるとともに、固定金利の長期安定資金を調達できるほか、毎月の返済がない(一括償還)場合もあり、返済計画に余裕が持てる、企業のイメージアップ、発行手続きが簡単などといったメリットがある。 | 24年度 56件 42億円 25年度 45件 40億円 26年度上半期 23件 21億円 |
| ファンド を通じた出資 | <ul style="list-style-type: none"> ・企業にとっては、資金調達の手段として重要な選択肢の一つであり、(融資のような)担保や返済期限、利息の支払いがなく、ファンドの設立目的(創業、成長支援、新事業展開、事業再生等)達成に向けた経営上の支援も期待できる、などといったメリットがある。 | 平成25年度では「とうほくのみらい応援ファンドファンド」、平成26年度上半期では「青函活性化ファンド」に新たに出資しているほか、以下のファンドで出資が行われている。 (あおもりクリエイティブファンド、あおもり農商工連携ファンド、あおぎん応援ファンド、東日本大震災復興支援ファンド、あおもり地域再生ファンド 等) |

※県内に本店を有する金融機関の実績

3 経営改善支援の取組【リレバン推進プラン課題3関連】

○ 経営課題を有する取引先企業を経営改善支援先と位置づけ、解決に向けて取り組まれている。

| | 期初債務者数 | うち経営改善支援取組先数 α | うち期末に債務者区分がランクアップした先数β (ランクアップ率 β/α) | うち再生計画策定先数 |
|----------|--------|-------------------|--------------------------------------|------------|
| 平成25年度実績 | 24,978 | 1,346 | 107(7.9%) | 556 |

※県内に本店を有する金融機関の実績

4 セミナー・研修会・勉強会の開催【リレバン推進プラン課題1,3関連】

○ 県内の商工団体及び金融機関等において、企業の経営力強化及び自社財務状況把握のためのスキルアップ等に向けて、経営や金融、関連法、税制、創業、事業承継等の各分野をテーマとした勉強会・研修会・セミナー等が開催されている。

| 実施機関 | セミナー等の内容(タイトル) | 実施機関 | セミナー等の内容(タイトル) |
|---------------|---|---------------|--|
| 青森 商工協議所 | 消費税がアップしても売上を2倍にする4つの法則とは？ | 黒石 商工会議所 | 消費増税に伴う売上確保と価格転嫁の秘策 |
| | 消費税引き上げを機に、経営体質強化を目指す ココが知りたかった！価格の心理学 | | 絶対に失敗しないクレーム解決術 |
| | キャッチコピーでずば抜けるっ！ | | 持続するまちづくりとは 3Dプリンタ体験セミナー |
| | よくわかる銀行融資セミナー ニーズの2歩先でファン顧客を3倍にする方法 | | 個人事業主のためのエンディングノート作成講座 |
| 弘前 商工会議所 | FAX1枚で売上を上げる法 | 十和田 商工会議所 | 中堅職員「実践力」習得セミナー(経営セミナー) |
| | 会社の上手な譲り方と譲り受け方 | | コンビニのノウハウに学ぶ！人が集まるお店の演出と効果(経営セミナー) |
| | 人事・労務・福利厚生 関連の税務処理 | | 設けた利益はどこへ消えたのか？(経営セミナー) |
| | 経営者・人事労務担当者向けリスクマネジメントセミナー「労働安全衛生から見たメンタルヘルス」 経営計画作成セミナー | | 顧客を夢中にさせる接客術(経営セミナー) |
| 五所川原 商工会議所 | 商談・取引の際に役立つ 相手の心理の見抜き方 | むつ 商工会議所 | 新春講演会2015「健康は笑いから」笑顔で商売繁盛(経営セミナー) |
| | コストを下げて成果を出す！ソーシャルメディアの有効活用法 | | 0円で8割をリピーターにする集客術 |
| | 若手社員レベルアップセミナー「楽しくやって結果も出せるヤル気のスイッチを入れるには！」 | | ソーシャルメディアを有効に活用しビジネスに繋げる秘訣 |
| | ストレスに強くなる！心と体のメンタルヨガ | | 消費税率変更に伴う確定申告のための実務効果のポイント |
| 各商工会議所 | “FAX”1枚で売上を上げる ドル箱営業法 | 中小企業 団体中央会 | 簿記講習会 |
| | なぜ東京デイズリーリゾートはリピーターが増え続けているのか？ | | 商談・取引の際に役立つ 相手の心理の見抜き方 |
| | ～元銀行マンがやさしく教える借り入れのポイント！～よくわかる銀行融資 | | コストを下げて成果を出す！ソーシャルメディアの有効活用法 |
| | 中小企業経営セミナー『専門化が教える！！資金調達に有利な経営計画の作り方』 | | 増税でも満足度を上げる顧客生涯価値の高め方 |
| 八戸 商工会議所 | 消費増税でもお客様の支持を得る！顧客を夢中にさせる接客術 | 青森銀行 | 消費税率引き上げに伴う実務ポイント |
| | お客様の「欲しい！」をみえる化！！知って得する、マーケティングの活かし方 | | 新人社員研修(新人社員教育セミナー) |
| | 明日からできる手作り販促講座 POP1枚でこんなに売れるの？！ | | 問題解決の基本セミナー |
| | 誰でも出来る！付加価値をつけるアイデアの出し方 ビジネスチャンスを探る発想力の高め方 | | ブラックボードPOPづくり講習会 |
| 黒石 商工会議所 | いきなりでも大丈夫！明日からでも経理ができる、経理入門セミナー | みちのく銀行 | 経理実務講習会(青森市・弘前市・八戸市) |
| | お客様の本音を聞け！！～顧客を本当に納得させる営業が成功する～ | | ブラックボードPOPづくり講習会 |
| | ～3,000件越の創業支援実績から導き出したセオリー～“起業(ゆめ)”を“事業(かたち)”にするための心構え | | 後継者塾(五戸町) |
| | ～即営業で使える実践手法～“FAX”1枚で売上を上げるドル箱営業法 | | 創業塾(南部町) |
| 東奥信用金庫 | ～消費増税に負けない経営戦略を持つ～「逆境に負けない！不死鳥経営」 | 再生支援協議会 | 店力・街力向上支援事業(つがる市)(全4回) |
| | ～価格と価値をどうとらえるか～「ココが知りたかった！価格の心理学」 | | お客さま おもてなしセミナー |
| | ～決算・確定申告に備える！～「経理業務のよくある“疑問”」 | | 太陽光発電活用セミナー |
| | ～増税後の販促ポイント～「消費者の購買心理と店舗演出の工夫」 | | 医療承継セミナー～平成26年度税制改正を踏まえた医療承継対策とは～ |
| 東奥信用金庫 | ～元刑事が教える！商談・交渉に役立つ～「顧客の心理の見抜き方」 | 東奥信用金庫 | 医療・介護セミナー(人事制度改革セミナー) |
| | ～なぜ飯面タワーは朝の8時から放送されるのか？～「増税後の販促対策！マーケティング講座」 | | 海外ビジネス支援セミナー |
| | 「個人が持つ技術・技能」から「会社の技術・技能」へ～有効な技術・技能の伝承で事業を維持！！ | | M&Aセミナー |
| | 「経営の“病”にかかっていますか？」～健全経営に向けた体質改善・強化講座～ | | アグリパートナーセミナー～実現！『事業者間連携』でステージアップ～ |
| 東奥信用金庫 | 「ブラックボード手書きPOP講習会」 | 東奥信用金庫 | 中小企業支援セミナー「プロテオグリカンを巡る最近の動向」 |
| | 経営計画作成セミナー(全5回) | | 企業支援セミナー「プロテオグリカンの現状と販売戦略」 |
| | 経営者保証に関するガイドラインセミナー | | 医療セミナー |
| | 経営計画作成セミナー(全5回) | | ASEAN展望セミナー |
| 東奥信用金庫 | 経営計画作成セミナー(全5回) | 東奥信用金庫 | 中小企業財務セミナー(経営に活かす「中小会計要領」～中小企業の経営に役立つ会計ルール～) |
| | 経営計画作成セミナー(全5回) | | 再生支援協議会 |
| | 経営計画作成セミナー(全5回) | | 中小企業支援セミナー |
| | 経営計画作成セミナー(全5回) | | 中小企業支援セミナー |

5 ビジネスマッチング支援【リレバン推進プラン課題3関連】

- 支援(取引先・経営支援先等)企業の販路開拓等に向けた商談会への出展のフォローアップによるビジネスマッチング支援が、関係機関との連携により実施されている。

県内金融機関等によるビジネスマッチング(主なもの)

| 開催年月日 | 商談会名 | 主催者 | 参加企業数 | うち紹介企業数 |
|----------------------|-----------------------------|-----------------------------------|-------|---------|
| <県内> | | | | |
| H25.6.13 | 2013「青森の正直」商談会 | 青森銀行、みちのく銀行、県商工会議所連合会、県商工会連合会、県ほか | 122 | 75以上 |
| H25.7.2 | 農・商・工 コラボ・マーケット | 県 | 54 | 6 |
| H25.7.10 | はちのへ水産加工品展示会2013 | 八戸商工会議所 | 16 | 16 |
| H26.2.12 | あおもり食産業推進フェア | 県 | 72 | 10 |
| H26.6.25 | はちのへ水産加工品展示商談会2014 | 八戸商工会議所 | 15 | 15 |
| H26.6.26 | 2014「青森の正直」商談会 | 県内5金融機関、県商工会議所連合会、県商工会連合会、県ほか | 111 | 103以上 |
| H26.11.11 | 原子カメンテナンスマッチングフェア2014 | 県中小企業団体中央会、県 | 71 | 37 |
| <県外・海外> | | | | |
| H25.7.8 | 伊藤忠食品株式会社 試飲・試食商談会 | 青森銀行、岩手銀行、秋田銀行 | 43 | 12 |
| H25.9.5-6 | インフォメーションバザール in Tokyo 2013 | 北洋銀行、帯広信用金庫 | 173 | 4 |
| H25.10.21-22 | 地方銀行フードセレクション2013 | 青森銀行ほか(38地方銀行ほか新規参加行) | 640 | 5 |
| H25.11.18-19 | 東北・北海道6次産業化ビジネスフォーラム | 北海道銀行 | 80 | 8 |
| H25.11.7 | ビジネスマッチ東北2013 | (社)東北ニュービジネス協議会(一社)東北地区信用金庫協会ほか | 428 | 28 |
| H26.1.24 | がんばるぞ八戸!物産品商談会 in 東京 | 八戸商工会議所、はちのへ観光復興委員会 | 11 | 11 |
| H26.2.5 | 津軽海峡食景色 青森・函館商談会 | みちのく銀行 | 10 | 10 |
| H26.3.19 | 北東北食品ビジネス商談会 in 香港 | 青森銀行、岩手銀行、秋田銀行 | 16 | 5 |
| H26.7.24 | ものづくりテクノフェア2014 | 北洋銀行 | 196 | 5 |
| H26.9-4-5 | インフォメーションバザールin Tokyo 2014 | 北洋銀行、帯広信用金庫 | 163 | 4 |
| H26.9.19 | Netbix商談会with大和証券 | 青森銀行、岩手銀行、秋田銀行、大和証券(株) | 26 | 8 |

※県内金融機関及び商工団体による紹介数の積上げ

Ⅶ 「リレバン推進プラン」に基づく取組の評価

克服すべき課題

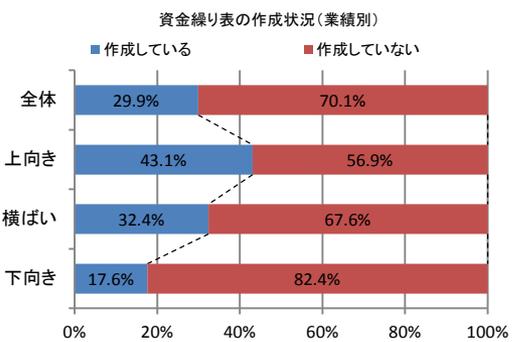
【課題1】 中小企業による的確な情報提供
 中小企業が、金融機関に対して、いかに的確に自社の経営実態等に関する情報を提供するか。

【課題2】 適切な資金供給機能の提供
 金融機関が、中小企業に対して、いかに適切な資金供給機能を提供するか。

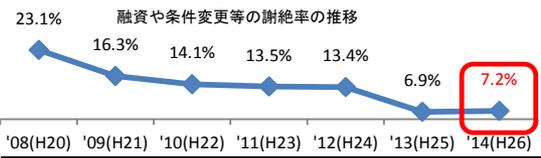
【課題3】 質の高いコンサルティング機能の提供
 金融機関が、中小企業に対して、いかに質の高いコンサルティング機能を提供するか。

現状 (今回のアンケート結果等)

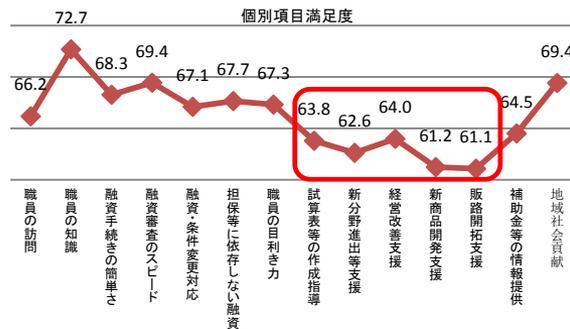
<リレバン・レポート'13より>
□ 資金繰り表の作成状況は高くない



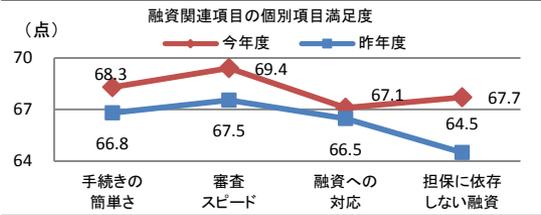
□ 融資や条件変更に対する直近の謝絶割合が低水準



□ メインバンクに対する経営支援関連項目の満足度が低い



□ メインバンクに対する融資関連項目の満足度が上昇



□ 経営課題に対するメインバンクへの相談状況が低い

| | 販路開拓 | 新商品・新サービスの開発 | 技術力維持・強化又は新技術開発 | 老朽化した設備の更新 | 人材の確保・育成 | 事業資金の確保 |
|----|-----------|------------------|------------------|------------|-----------|-----------|
| 1位 | 商工会議所・商工会 | 取引先 | 取引先 | 商工会議所・商工会 | 商工会議所・商工会 | 金融機関 |
| 2位 | 取引先 | 商工会議所・商工会 | 商工会議所・商工会 | 金融機関 | 取引先 | 商工会議所・商工会 |
| 3位 | 税理士・公認会計士 | 21あおもり県産業技術センター等 | 21あおもり県産業技術センター等 | 税理士・公認会計士 | 県・市町村等 | 税理士・公認会計士 |

□ 支援機関において、企業の自社財務状況把握のためのスキルアップに向けた研修会等を実施(P18参照)

□ 金融機関によりABL等の多様な資金供給の取扱いが進む

| 実績 | H24 | H25 | H26上半期 |
|-----|---------|---------|---------|
| ABL | 20件33億円 | 39件76億円 | 32件61億円 |
| 私募債 | 56件42億円 | 45件40億円 | 23件21億円 |

評価

- ① 経営者の意識改革
- ② 中小企業のスキルアップ
- ③ 中小企業の経営実態等の提供に係る情報不足の解消
- ④ 金融機関側の受入体制の強化

取組強化が必要

- ① 不動産担保や個人保証に過度に依存しない資金供給機能の提供
- ② 中小企業のライフステージに応じた適切な資金供給機能の提供
- ③ 多様な資金供給の担い手との連携強化

引き続き取組を

- ① 的確な中小企業ニーズの把握
- ② コンサルティング機能の強化
- ③ 外部機関との連携による質の高いコンサルティング機能の提供
- ④ 企業再生支援体制の強化

取組強化が必要