



大阪府

資料 No. 168

平成 30 年 3 月

## 府内中小企業における非財務項目の認識

- 「事業性評価」のさらなる発展のために -

大阪府商工労働部

**orcie** 大阪産業経済リサーチセンター  
Osaka Research Center for Industry and the Economy



## まえがき

バブル経済の崩壊後の経済の長期低迷、不良債権処理に伴う「貸し渋り」「貸し剥がし」、さらにはリーマン・ショック、東日本大震災等による混乱を経て、ようやく中小企業金融も「平時」を取り戻しました。このような経済環境の変化を受けて、金融庁は平成27年以降、金融機関に対し、事業性評価の推進を求めています。

本調査は、大阪府内における事業性評価の現状について把握するため、府内中小企業を対象としてアンケート調査を実施した結果です。事業性評価の実態のみならず、非財務項目と業績との関連性、企業・金融機関間における情報ギャップの実態解明も試みています。

本報告書が商工労働施策の新たな展開へのきっかけづくりとして活用されることはもとより、大阪府内の経済および企業の活性化の一助になることを願っております。

最後に本書の作成にあたりまして、ご多忙中にもかかわらず、多大なご協力を賜りました方々に厚く御礼を申し上げます。

なお、本調査は、当センター主任研究員 田中宏昌、同副主査 山田麻由が担当いたしました。また、本調査にさきかけて、包括連携協定先である大阪大学大学院経済学研究科 臼井正樹先生から、貴重なご助言を賜りました。重ねて厚く御礼を申し上げます。

平成30年3月

大阪府商工労働部

大阪産業経済リサーチセンター

センター長 小林 伸生



## 【目次】

要約	1
第1章 中小企業金融の現状	2
1. 全国の中小企業向け貸出残高の推移	2
2. 中小企業の資金調達構造	2
第2章 事業性評価	4
1. リレーションシップ・バンキングから地域密着型金融、さらには事業性評価へ —金融行政のこれまでの歩み—	4
2. 事業性評価の本質	4
3. 米国銀行の中小企業向けの融資戦略	5
第3章 非財務項目に関する評価のあり方と中小企業経営に関するアンケート調査結果	7
1. 製造業	7
(1) 回答企業の概要	7
(2) 戦略・経営上の課題	8
(3) 事業性評価について	9
(4) 非財務項目の評価について	10
(5) 売上傾向別差異	13
(6) 利益傾向別差異	15
(7) 小括	18
2. 卸売業	19
(1) 回答企業の概要	19
(2) 戦略・経営上の課題	20
(3) 事業性評価について	20
(4) 非財務項目の評価について	22
(5) 売上傾向別差異	24
(6) 利益傾向別差異	27
(7) 小括	29
3. 小売業	30
(1) 回答企業の概要	30
(2) 戦略・経営上の課題	31
(3) 事業性評価について	31
(4) 非財務項目の評価について	33
(5) 売上傾向別差異	35
(6) 利益傾向別差異	37
(7) 小括	38
4. サービス業	39
(1) 回答企業の概要	39
(2) 戦略・経営上の課題	40
(3) 事業性評価について	40
(4) 非財務項目の評価について	42
(5) 売上傾向別差異	44
(6) 利益傾向別差異	46
(7) 小括	49
5. 業種間比較	50
(1) 回答企業の概要	50
(2) 戦略・経営上の課題	50
(3) 事業性評価等について	51
(4) 非財務項目の評価について	52
(5) 小括	55

6. 規模間比較	56
(1) 製造業	56
(2) 卸売業	60
(3) 小括	63
<b>第4章 結語</b>	<b>64</b>
1. 金融機関が取り組むべき課題	64
(1) 事業性評価を通じた企業とのコミュニケーション促進	64
(2) 企業による開示資料の有効活用	64
(3) 非財務項目評価のデータとしての蓄積	65
(4) 「事業性評価2.0」への対応	66
2. 中小企業が取り組むべき課題	66
(1) 非財務情報の適性開示	66
(2) 財務リテラシーの向上	67
3. 行政などの支援機関が取り組むべき課題	67
4. おわりに	67
参考文献	68
参考 アンケート調査票	69

## 【要約】

中小企業向け貸出残高ならびに企業の資金調達構造の推移を概観すると、今後は景気の回復とあいまって企業の資金需要が伸びるものの、企業の財務構造が変化し、従来のような「資金需要＝金融機関からの借入需要」という構図が成り立つとは限らず、中小企業向け貸出残高の今後の推移については不透明といわざるを得ない。

リレーションシップ・バンキングから地域密着型金融、さらには事業性評価と変遷した金融行政の歩みをレビューすると、「再生」か「成長」か、時代背景によってトーンに濃淡はあるもののリレーションシップ・バンキングから地域密着型金融、さらには事業性評価の根底に流れる思想は「過去の成績である財務だけに依存して『一時点のみで』企業を評価し『短視眼的な』企業取引を考えるべきではない」のであり、その本質は変わらない。しかし事業性評価の実践に際しては、これまでの担保偏重主義からの脱却が必要であり、そのためには「デフォルト損失額」だけではなく「デフォルト確率」をより考慮する必要がある。米国の金融機関が審査やモニタリングにかかるコストを低下させ、リスクを事前に低減させるべく、5C(Cash flow, Character, Capital, Conditions, Collateral)を重要視しつつリレーションシップを構築していることは参考となる。

各非財務項目に関する府内中小企業の認識は、

- ・業種間で多少の差はあれど「事業性評価」という言葉の認知度はそれほど高くなかった。
- ・各非財務項目については、自身で認識している業績への貢献度よりも金融機関からの評価は業界を問わず概して低かった。
- ・また、総じて開示の程度も高くはなく、特に従業員関連項目においては低位であった。
- ・売上高あるいは経常利益額の増加傾向企業と減少傾向企業とを比較すると、概して増加企業の平均値は高く、減少企業で低かった。
- ・製造業は収益性や財務健全性を堅持しつつ技術・ノウハウ、品質による競争優位確立を指向しつつも原材料価格の上昇と設備の老朽化、技能承継を課題としており、金融機関に対し「設備投資資金支援(融資)」「海外展開支援」の要望が高い。非財務項目については、「社内の仕組み(ISO取得の有無等)」について他業種と比較して業績に高く貢献していると認識しており、開示の程度も高い。売上傾向別でも利益傾向別でも4割の回答企業が「ビジネスマッチング」を求めている。
- ・卸売業は「従業員の確保難」「同業他社との競争激化」を経営課題に挙げる回答企業が6割弱あり、金融機関に対しては「運転資金融資」のほか、5割弱の回答企業が「ビジネスマッチング」を求めている。非財務項目については、「仕入先との関係」が業績に貢献しているとの認識が強く、開示の程度、金融機関から評価されているとの認識も他業種と比較して高かった。
- ・小売業は人件費の増加、人材の確保難、定着難に大きな課題意識を有している。それゆえ金融機関に対しては「運転資金融資」を求める声のほか、「人材確保支援」を要望する声が全体の4割に迫っていた。特に売上・利益ともに減少傾向企業では「人材の定着難」を指摘する声が多い。しかしながら非財務項目について、情報開示は概して消極的である。回答企業の多くは「経営者のリーダーシップ」や「仕入先との関係」が業績に貢献するにも関わらず金融機関から評価されていないと認識している。
- ・サービス業も小売業以上に人件費の増加、人材の確保難、定着難に大きな課題意識を有しており、経営上の課題として「従業員の確保難」を挙げる回答企業が8割強あり、「人件費の増加」と回答する企業も6割に迫った。特に売上高が減少傾向にある企業は全て「従業員の確保難」を課題として挙げていた。金融機関に対しては、過半数が「運転資金融資」を求め、4割強が「人材確保支援」、さらに3割強が「販路拡大支援・ビジネスマッチング」を求めている。各非財務項目に関する業績への貢献、情報開示の程度、金融機関からの評価についての企業の認識については、総じて「業績への貢献」よりも「金融機関からの評価」が総じて低く、他の業種と比較しても「金融機関から評価されていない」と認識している企業が多かった。「人材評価システム」が業績に貢献しているとの認識が他業種に比べ高いものの、それが金融機関から評価されているとの認識は高くなかった。

これらから、金融機関が取り組むべき課題は「事業性評価を通じた企業とのコミュニケーション促進」「企業による開示資料の有効活用」「非財務項目評価のデータとしての蓄積」「『事業性評価 2.0』への対応」、中小企業が取り組むべき課題は「非財務情報の適性開示」「財務リテラシーの向上」、そして行政などの支援機関が取り組むべき課題は「事業性評価を通じた地方創生を具現するための整備」であると指摘できる。

事業性評価の狙いは金融機関と顧客企業との長期的な取引関係、質の高いコミュニケーションを通じて、相互の理解・信頼関係を高め、それぞれの健全性・収益性を向上させていくことにあり、その延長線上に地域活性化あるいは地方創生がある。そのためには金融機関、企業、あるいは行政などの支援機関が一体となり、それぞれの課題を解決していく努力が不可欠である。金融機関、企業、行政などの支援機関それぞれが地域経済を担う一員としての当事者意識を持ちつつ、地域活性化あるいは地方創生に積極的に関与する姿勢が望まれる。

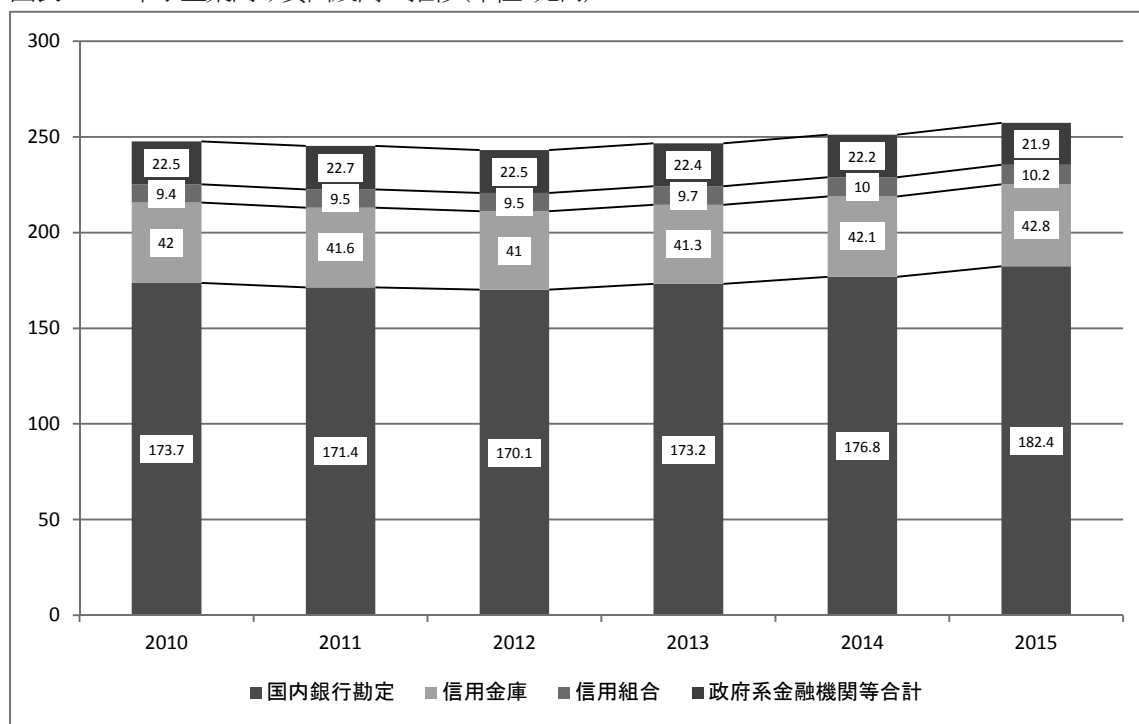
## 第1章 中小企業金融の現状

まず本章では、中小企業金融の現状を統計データに基づいて把握することとする。

### 1. 全国の中小企業向け貸出残高の推移

図表 1-1 は全国の中小企業向け貸出残高の推移である。平成 23 (2011) 年の東日本大震災により、翌 24 (2012) 年の中小企業向け貸出残高は前年比で 2 兆円のマイナスとなったものの、その後回復し、27 (2015) 年には約 257 兆 3 千億円となっている。

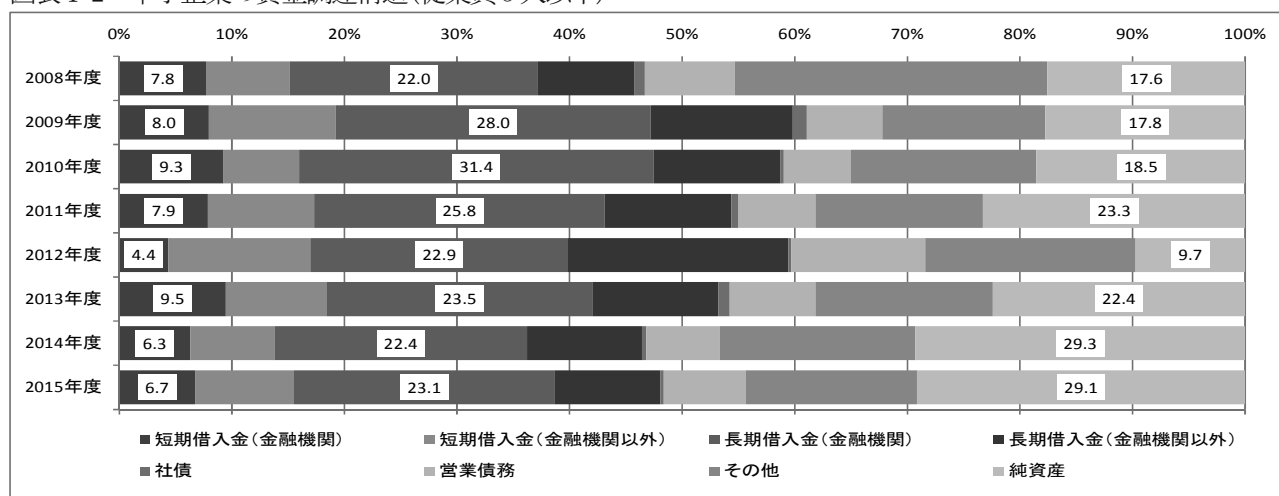
図表 1-1 中小企業向け貸出残高の推移(単位:兆円)



出所 中小企業庁『2016年版中小企業白書』。

### 2. 中小企業の資金調達構造

図表 1-2 中小企業の資金調達構造(従業員 5 人以下)

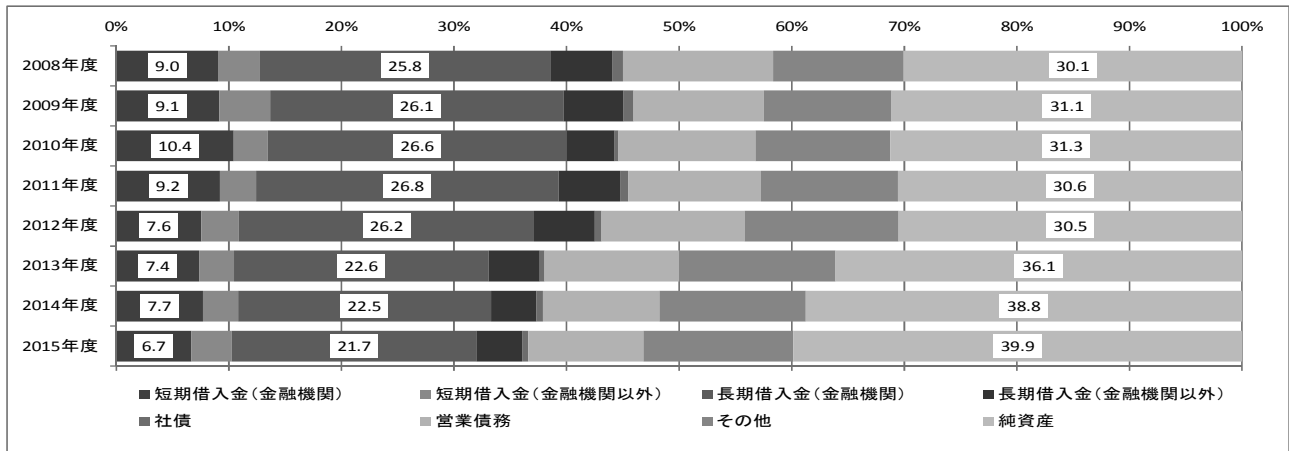


出所 中小企業庁編『中小企業白書各年版』(原資料: 中小企業庁「中小企業実態基本調査」各年版)を加工。



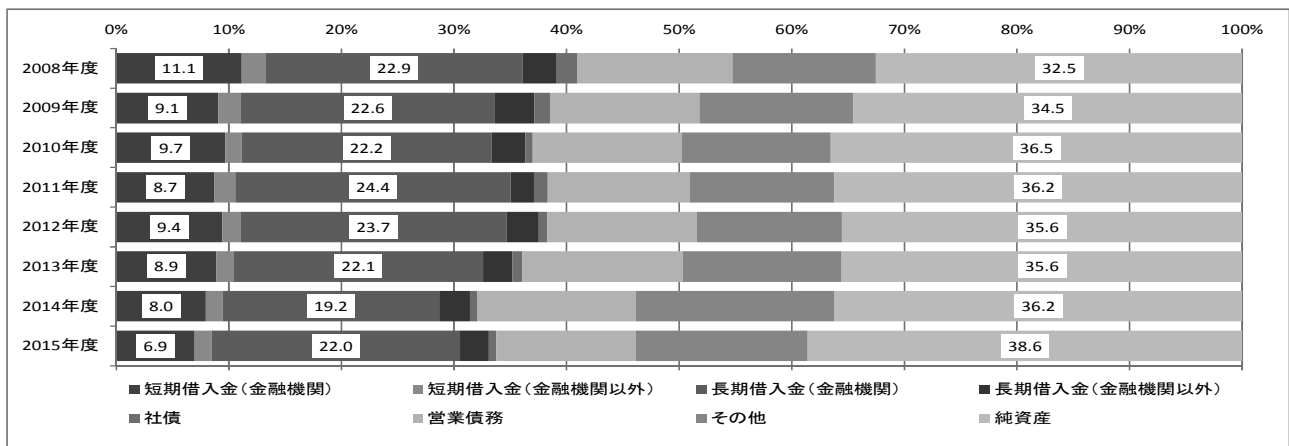
図表 1-2～5 は各年の中小企業実態基本調査の推計結果に基づく、従業員規模別にみた企業資金調達構造の推移である。従業員 5 人以下の企業については東日本大震災後の政府の緊急保証制度等により借入金比率が大きく上昇したものの、平成 27(2015)年度には震災以前の水準に戻っている。従業員 6 名以上の企業ではどの従業員規模においても 24(2012)年以降、純資産のウェイトが高まり、借入金は短期・長期とも減少基調にある。

図表 1-3 中小企業の資金調達構造(従業員 6～20 人)



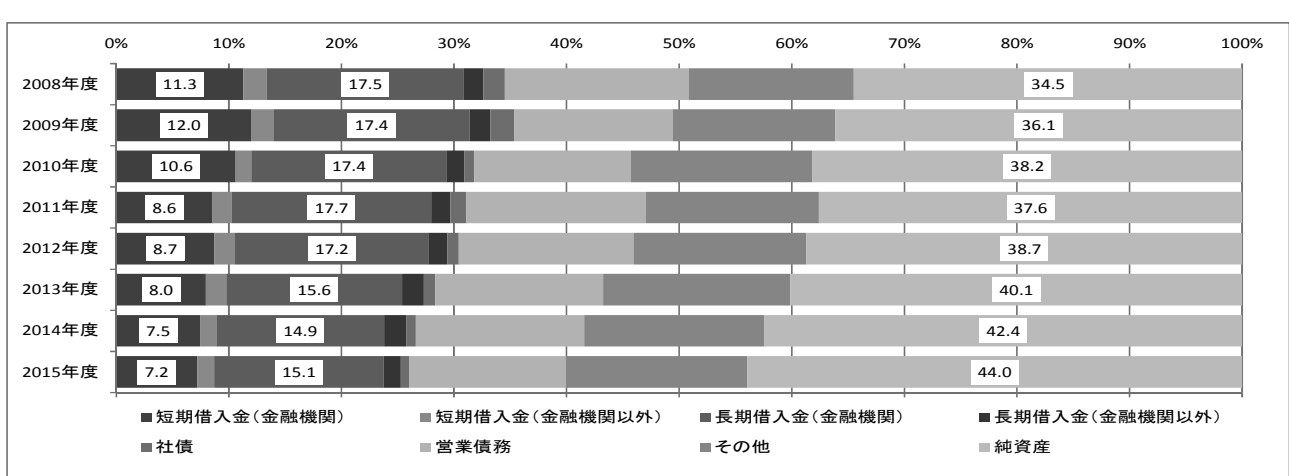
出所)図表 1-1 に同じ。

図表 1-4 中小企業の資金調達構造(従業員 21～50 人)



出所)図表 1-1 に同じ。

図表 1-5 中小企業の資金調達構造(従業員 51 人以上)



出所)図表 1-1 に同じ。

## 第2章 事業性評価

前章でみたとおり、中小企業向け貸出残高は東日本大震災直後の一時的な減少から回復基調にあるものの、企業の資金調達構造をみると純資産のウエイトが高まり、借入金も短期・長期とも減少基調にある。今後は景気の回復とあいまって企業の資金需要が伸びるものの、企業の財務構造が変化し、従来のような「資金需要=金融機関からの借入需要」という構図が成り立つとは限らず、中小企業向け貸出残高の今後の推移については不透明といわざるを得ない。

このようななか、金融庁は2014年9月に「平成26事務年度 金融モニタリング基本方針」を公表し、このなかで金融機関に対し「事業性評価に基づく融資等の推進」を盛り込んだ。

ここではどのような経緯で事業性評価という方針が打ち出されてきたのか、事業性評価の本質とは何か、そして事業性評価を実践する上で参考となる米国銀行の中小企業向けの融資戦略、について概観する。

### 1. リレーションシップ・バンキングから地域密着型金融、さらには事業性評価へ ―金融行政のこれまでの歩み―

2002年10月に公表された「金融再生プログラム」は、バブル経済崩壊後、不良債権処理にあえぐ金融機関に対し、①資産査定厳格化、②大口債権者の債権者区分統一、③銀行による自己査定健全化、④必要に応じた公的資金の注入、⑤繰延税金資産査定の適正化、⑥経営健全化計画未達金融機関に対する業務改善命令を柱とする不良債権処理プログラムであり、04年度末には主要行の不良債権比率を02年度末(8.4%)の半分程度に低下させ、市場から信頼され構造改革を支えるような金融システムの構築を目指した。ここで地域金融機関の不良債権処理については、主要行とは異なるアプローチの検討がなされた。翌年3月には金融庁から「リレーションシップバンキングの機能強化に関するアクションプログラム」が公表され、主要行とは異なる特性を有するリレーションシップバンキングのあり方の検討がなされた。具体的には、04年までの2年間を地域金融に関する「集中改善期間」とした上で、中小・地域金融機関がリレーションシップバンキング(長期継続する関係の中から借り手企業の経営者の資質や事業の将来性等)についての情報を得て、融資を実行するビジネスモデルの機能を強化し、中小企業の再生と地域経済の活性化を図るための各種の取組みを薦めることによって、不良債権問題も同時に解決していく姿勢を示した。

不良債権問題に目処が立った後も、金融庁は監督指針への位置付け等を通じて、地域金融機関が目指すべきビジネスモデルとして、地域に根ざし、地域の中小企業とともに支えあいながら発展していく地域密着型金融を推進した。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であり、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にある」としている。地域密着型金融は、リレーションシップバンキングとは意図するところは変わらないものの、「業績不振企業の再生」といった時限プログラムから「企業の経営改善・事業拡大支援や地域の面的再生」という恒久的な枠組みへとそのトーンに変化がみられる。

その後、2008年のリーマンショック、2011年の東日本大震災による苦難を乗り越え、ようやく平時を取り戻した2014年、6月24日に閣議決定された『日本再興戦略』改訂2014にて、「日本産業再興プラン」の具体策の一つとして「地域金融機関等による事業性を評価する融資の促進等」が盛り込まれたことを受け、同年、金融庁が「平成26事務年度 金融モニタリング基本方針」を公表した。そして同方針の中で「金融機関は、財務データや担保・保証に必要以上に依存することなく、借り手企業の事業の内容や成長可能性などを適切に評価し(「事業性評価」)、融資や助言を行い、企業や産業の成長を支援していくことが求められる。」と明記された。中小企業金融を取り巻く環境がようやく「平時」に戻ったことを受け、事業性評価はリレーションシップバンキングや地域密着型金融と比較して企業や地域の「再生」というトーンよりも「成長」がより強調されている。しかしながら「過去の成績である財務だけに依存して『一時点のみで』企業を評価し『短視眼的な』企業取引を考えるべきではない」という本質は変わらない。

### 2. 事業性評価の本質

事業性評価が「財務データや担保・保証に必要以上に依存することなく、借り手企業の事業の内容や成長可能性などを適切に評価すること」であることは上述の通りである。では、事業性評価融資はどうあるべきか。究極的な答えは「ノン・リコース・ローン」であろう。ノン・リコース・ローンとは「個人や法人などが保有する特定の事業や資産(責任財産)から生ずる収益(キャッシュフロー)のみを返済原資とする非遡及型のローン(融資)」を指す。つまり金融機関は事業に対して融資を行い、その返済原資を事業収益のみに限定するものである。これは金融機関にとってみれば、これまでの貸出に対する考え方を一変させなければならない。担保・保証人に依存してきたこれまでの

貸出では金融機関は「当該事業が行き詰まり借手が返済不能になっても、担保を処分すれば、あるいは保証人が保証してくれれば、融資金は回収できる」と考えた。つまり融資に際し金融機関は「デフォルト損失額」を考慮すればよかった。しかしノン・リコース・ローンは『「当該事業でどの程度の収益が、どの程度の期間見込めるか』『事業成功の確率はどの程度か』を見極め、当該事業が頓挫してしまう可能性はどの程度か』を検討せざるを得ない。つまり金融機関は「デフォルト確率」を検討せざるを得ないのである。その際、決算財務数値をベースとした「信用格付け」のみで「デフォルト確率」を算出することは、①事業の巧拙の鍵を握る事業内容や、事業を実現するための無形の資産(知的資産)は財務諸表には現出しない、②そもそも財務決算数値が十分信用に足るものかも疑問、等を鑑みれば、かえって危険である。したがってこの「デフォルト確率」検討に際しては、財務のみならず非財務情報の収集・分析が不可欠である。取引先全てにノン・リコース・ローンを施すべく事業性評価を行うことはコスト・労力の観点から非現実的であるが、事業性評価を従前の担保偏重主義の延長線上で考えるべきではないことは指摘しておく。

### 3. 米国銀行の中小企業向けの融資戦略

ここでリレーションシップ・レンディングを实践する米国中堅・中小銀行の中小企業向けの融資戦略をみる。図表2-1のように、銀行規模によって企業規模別対応方針は異なっている。このうち中堅銀行・中小銀行は、小企業・中小企業向けに対しては「リレーションシップを重視した総合取引」を戦略の柱としている。そして顧客との緊密なリレーションシップを構築する鍵は「リレーションシップ・マネジャー」にあり、中堅銀行・中小銀行ともその育成に注力し、リレーションシップ構築を通して審査やモニタリングにかかるコストを低下させながら、リスクを事前に低減させる形での収益確保を目指している<sup>1</sup>。

また、米国金融機関においては融資審査の際、いわゆる 5C=キャッシュ・フロー(Cash flow)、キャラクター(Character)、資金(Capital)、経営状態(Conditions)、担保(Collateral)が重要視されていると言われ、その際のポイントは「経営者自身の誠実さ(integrity)」と多くのリレーションシップ・マネジャーが指摘している<sup>2</sup>。

図表 2-1 銀行規模と企業規模別対応方針

	小企業 (Small Business)	中小企業 (Middle Market)	大企業 (Large/Corporate)
大手銀行	クレジット・スコアリングを活用した融資を展開	企業とのリレーションシップを重視した総合的取引 (スケールメリットや情報投資を活かした幅広い商品提供)	トランザクション・バンキング シンジケートローン (金利など条件次第)
中堅銀行	企業とのリレーションシップを重視した総合的取引 (大手行に準じたフルラインアップ型商品提供への努力、中小銀行が展開している密接なコミュニケーションとのバランスをとる) (特定分野への営業に特化した戦略)		トランザクション・バンキング シンジケートローン (金利など条件次第)
中小銀行	企業とのリレーションシップを重視した総合的取引 (リレーションシップ・マネジャーと顧客との極めて密接なコミュニケーションに基づく深みのあるリレーションシップの構築)		シンジケートローン (1企業に対する融資制限枠)

出所) 日本政策金融公庫総合研究所(2007)「米国銀行の中小企業向け融資戦略の実態」, p51.

米国においてはもちろん、全ての小企業・中小企業向けに「リレーションシップを重視した総合取引」を行っているわけではない。また、米国中小企業の8割以上が「一行取引」といった取引慣行の違いもある<sup>3</sup>。しかし廃業率がわが国と比較して2倍以上の米国<sup>4</sup>において「リレーションシップ構築が審査やモニタリングにかかるコストを低下させ、リスクを事前に低減させ」ているのであれば、トランザクション・バンキングに慣れ「事業内容や企業の強み・弱みはおろか、財務数値すら読めない職員が増えた」と嘆く金融機関にとっては教育に一時的なコストがかかるものの、米国中堅・中小銀行の取り組みを参考にする意義はあろう。

また、融資審査の際の重要視項目である5Cについて、米国においても「担保(Collateral)」が否定されているわ

<sup>1</sup>日本政策金融公庫総合研究所(2014)「米国銀行における中小企業金融の実態」, p118~119.

<sup>2</sup>同上, p124~126.

<sup>3</sup>同上, p95.

<sup>4</sup>2011年における日本の廃業率は3.9%なのに対して米国は10.0%である。中小企業庁「2017年版中小企業白書」, p103.

けではない。米国の実態からの示唆は「バランスの是正」であり、事業性評価の実践にあたっては、これまでの「担保偏重主義」の是正、すなわちキャッシュ・フロー(Cash flow)、キャラクター(Character)、資金(Capital)、経営状態(Conditions)といった、担保を除いた4C、特に「最も重視する」という声が強かった「キャラクター」や「経営者自身の誠実さ(integrity)」の融資審査における重視ウエイトの引き上げであろう。

しかし、これら「キャラクター」や「経営者自身の誠実さ」といった非財務定性項目は評価が難しい。

では、企業自身は、各非財務項目がどの程度業績に貢献していると認識しているのだろうか。また、自身の各非財務項目を、金融機関はどう評価していると認識しているのだろうか。また、各非財務項目を、企業自身はどの程度開示しているのだろうか。戦略の重視度合いや経営課題とともに、各非財務項目に関する認識について、府内中小企業向けにアンケートを行った。次章ではそのアンケート結果の分析を行う。

### 第3章 非財務項目に関する評価のあり方と中小企業経営に関するアンケート調査結果

本調査では、大阪府内の中小企業に対する事業性評価の現状及び大阪府内の中小企業における非財務項目と業績との関連性を探るため、アンケート調査を実施した。まずは本調査の実施方法や回答企業の概要について示す。

図表 3-0-1 アンケート調査の実施概要

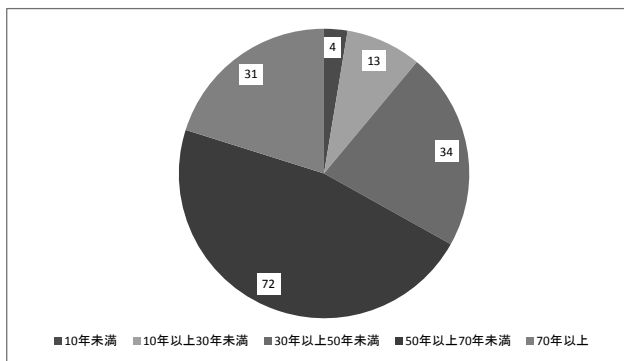
調査対象	大阪府内に存在する企業で、日本標準産業分類に掲げる製造業、情報通信業、卸売業、小売業及びサービス業（他に分類されないもの）に属する企業常用雇用者数30人以上299人以下の企業
対象を抽出した母集団及びその数	総務省統計局が整備する「経済センサス平成28年次フレーム（速報）」、8,003社
対象の抽出方法	層化無作為抽出
調査対象数【有効発送数】	2,000社【1,985社】
調査方法	郵送調査法（自記式）
調査票配布日	平成29年11月24日
有効回答数【有効回答率】	305社【有効回答率：15.4%】

#### 1. 製造業

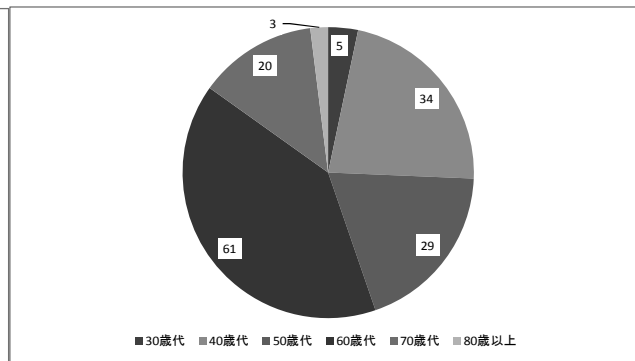
##### (1) 回答企業の概要

製造業における概要は以下の通りである（図表中の数値は回答者数、以下同様）。

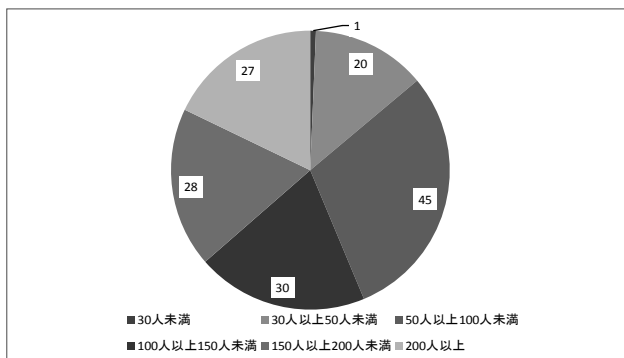
図表 3-1-1 法人設立経過年数



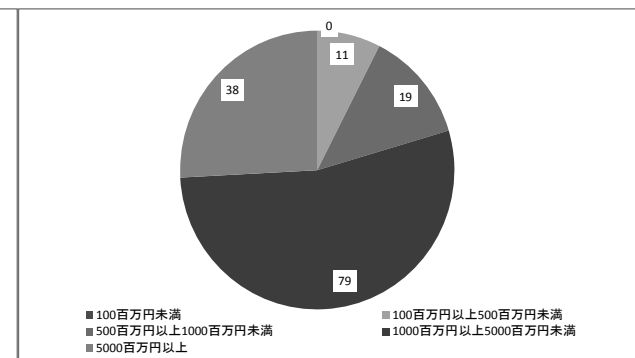
図表 3-1-2 経営者の年齢



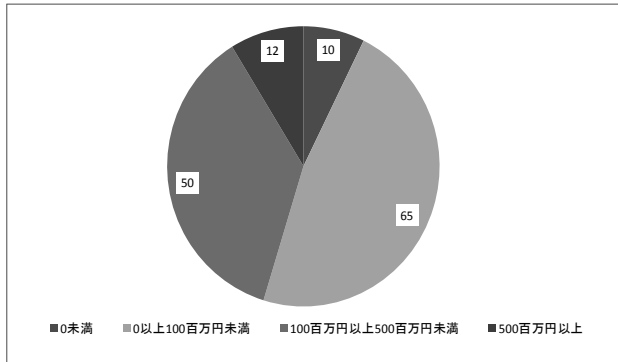
図表 3-1-3 従業員数(経営者、常勤役員、常勤パート含む)



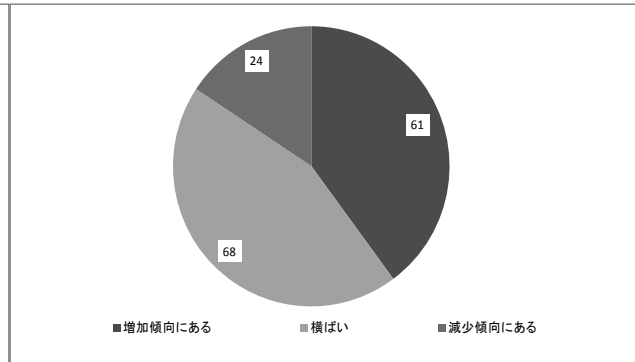
図表 3-1-4 売上高(年商)



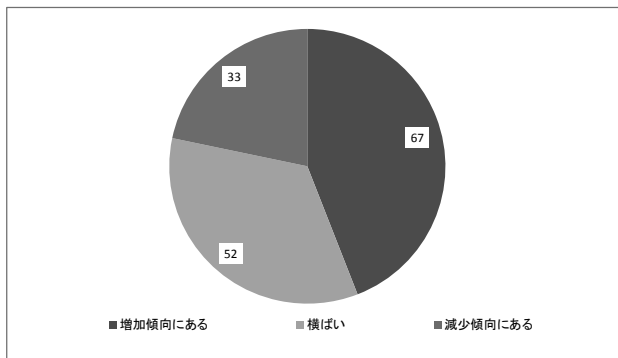
図表 3-1-5 経常利益額



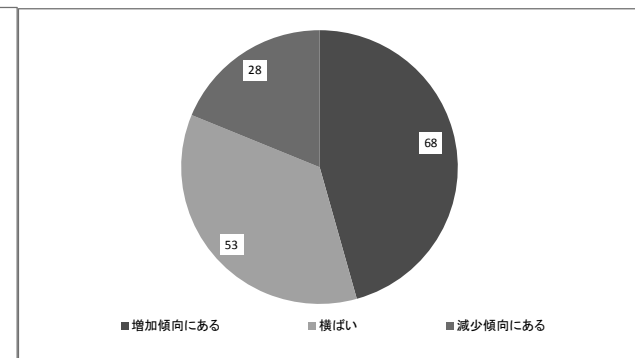
図表 3-1-6 従業員数の傾向



図表 3-1-7 売上高(年商)の傾向



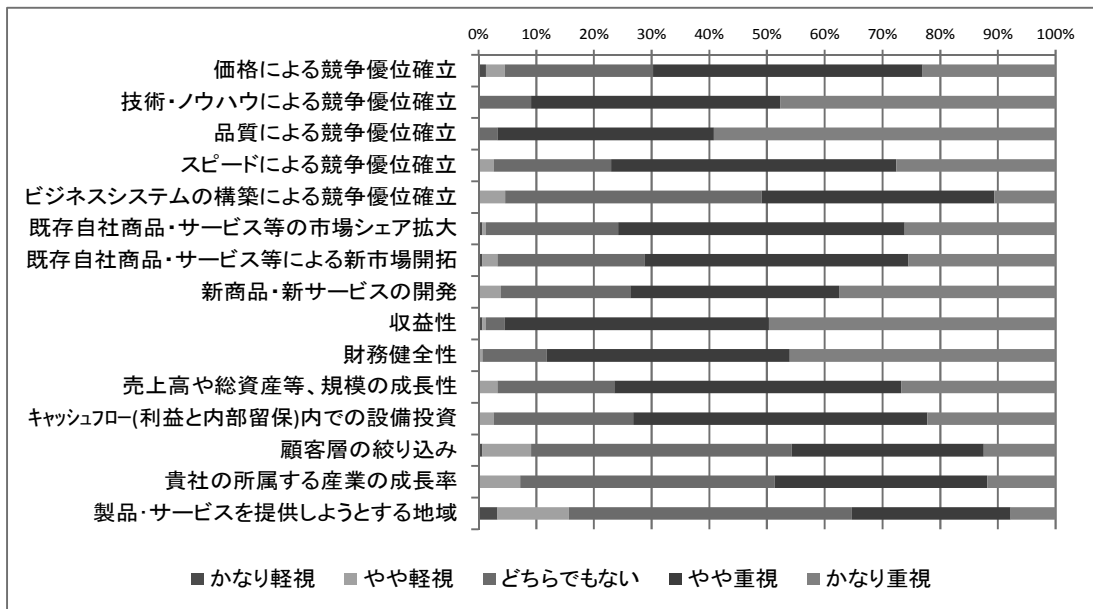
図表 3-1-8 経常利益額の傾向



(2)戦略・経営上の課題

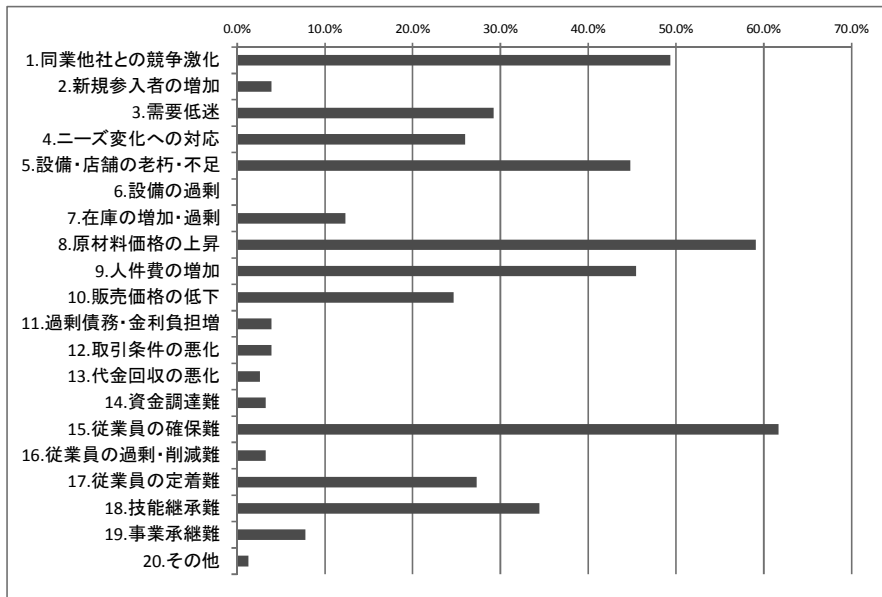
製造業における戦略の重視度をみると「品質」「収益性」「技術・ノウハウ」「財務健全性」の順に重視していることがわかる。逆に「地域」にこだわりのない回答企業が最も多かった。

図表 3-1-9 戦略の重視度



また、経営上の課題については「従業員の確保難」「原材料価格の上昇」を挙げる回答企業が約6割あり、「同業他社との競争激化」と回答する企業も半数に迫った。

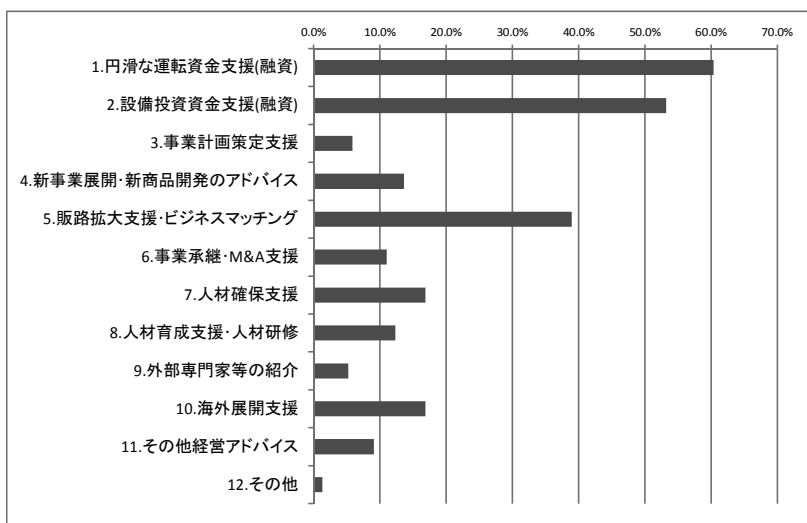
図表 3-1-10 経営上の課題(複数回答)



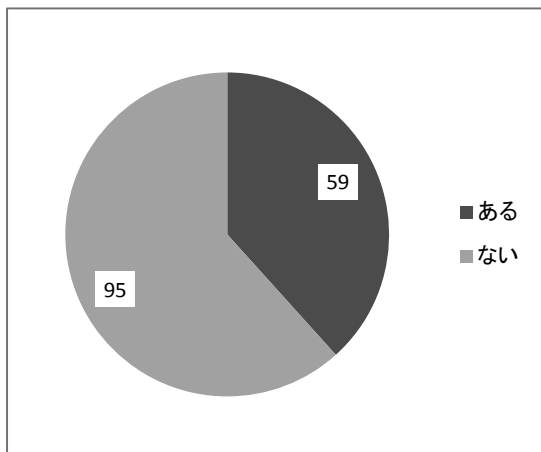
(3) 事業性評価について

金融機関に対し取引で求めることについて聞いたところ、下記の結果となった。「運転資金融資」「設備資金融資」がいずれも半数を超えたほか、4割の回答企業が「ビジネスマッチング」を求めている。

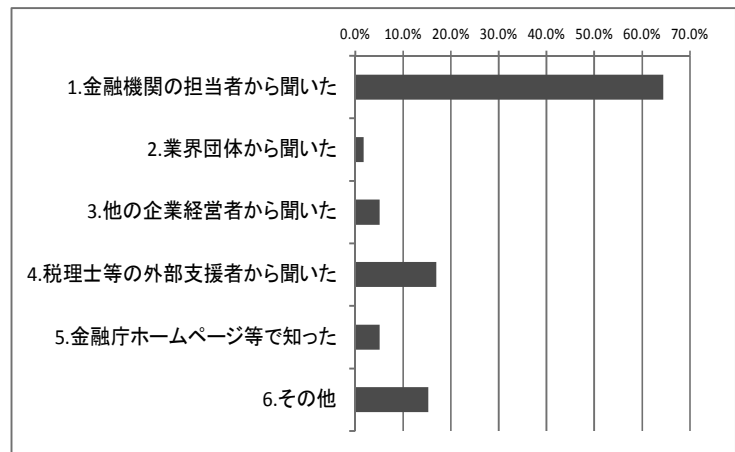
図表 3-1-11 金融機関との取引で求めること(複数回答)



図表 3-1-12 「事業性評価」を聞いたことがあるか



図表 3-1-13 事業性評価を知った経緯

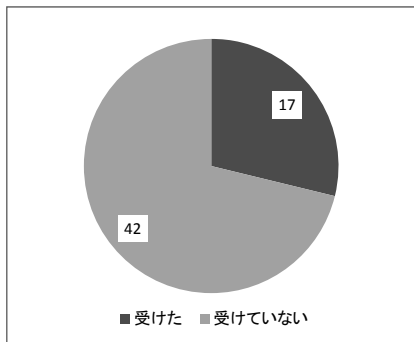


事業性評価について聞いたことがあるか否かについては4割弱の企業が「ある」と回答し、そのうち6割強が「金融機関の担当者から」聞いている。

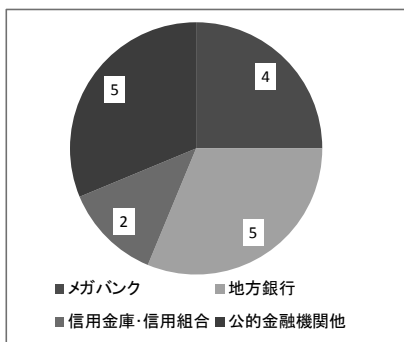
さらにこのうち、実際に事業性評価を金融機関から受けた企業は約3割であり、事業性評価を受けた金融機関も多様であり、しかもメイン先に限定されているわけではない。

事業性評価を受ける際には自社の強み・弱みについての説明や財務以外の資料提出等を行い、無担保・無保証人融資を受けることが出来たとする回答があったものの、半数は「何の変化もない」であった。

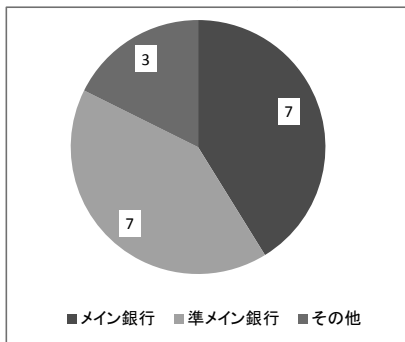
図表 3-1-14 事業性評価実施の有無



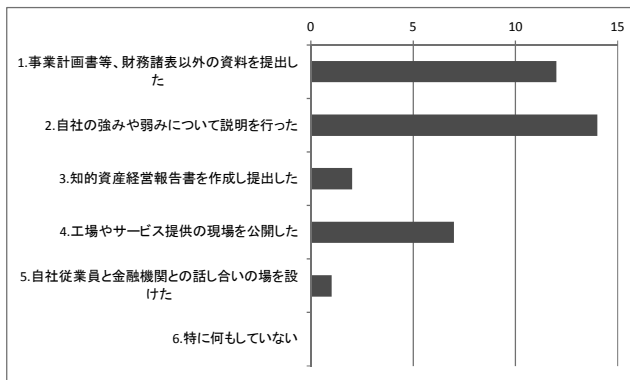
図表 3-1-15 実施金融機関



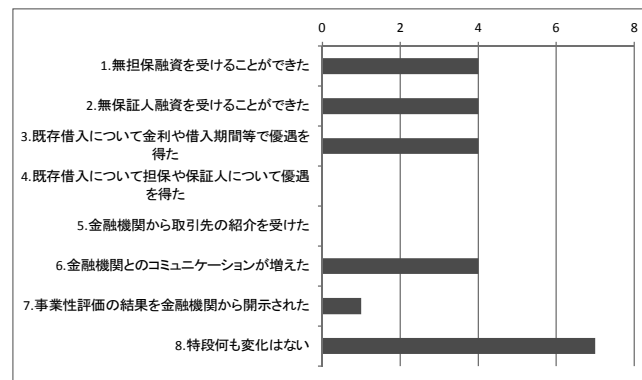
図表 3-1-16 金融機関の位置付け



図表 3-1-17 事業性評価実施時の対応



図表 3-1-18 事業性評価実施後の金融機関取引の変化

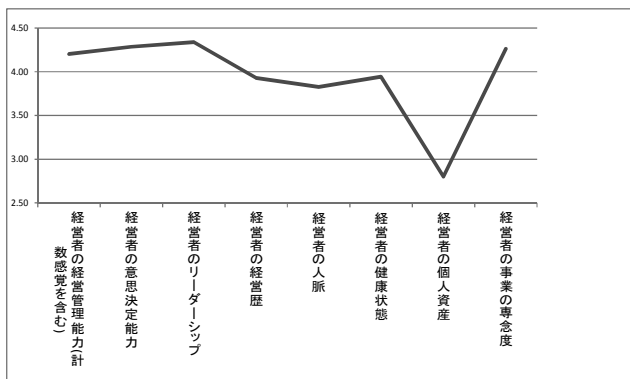


#### (4) 非財務項目の評価について

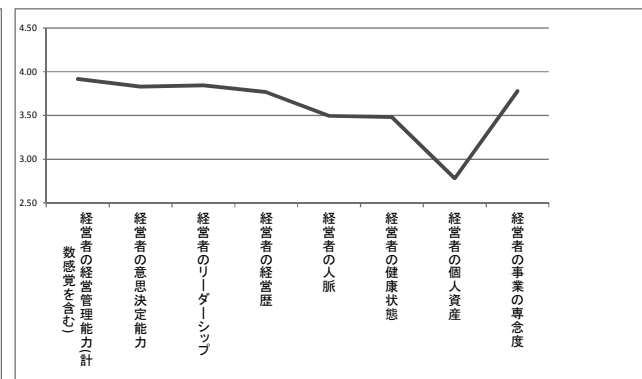
ここでは各非財務項目に関して、業績への貢献、情報開示の程度、金融機関からの評価について、どのように認識しているかを問うた。業績への貢献については「5 多大な貢献がある」から「1 全く貢献はない」、情報開示の程度については「5 かなり開示している」から「1 全く開示していない」、金融機関からの評価については「5 かなり評価されている」から「1 全く評価されていない」の、それぞれ5段階で評価してもらった。以下の図表は各項目における平均値である。

##### ① 経営者関連項目

図表 3-1-19 業績への貢献-経営者関連項目

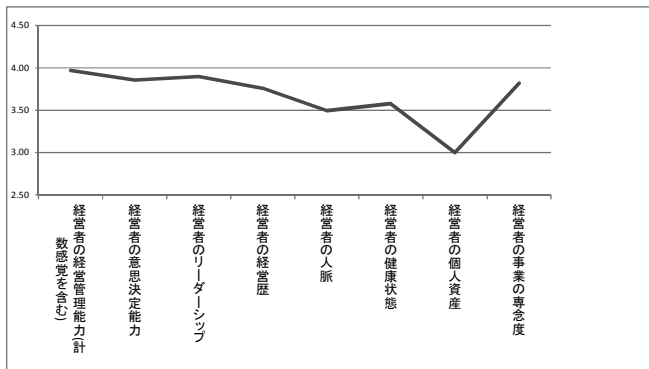


図表 3-1-20 情報開示の程度-経営者関連項目





図表 3-1-21 金融機関からの評価-経営者関連項目

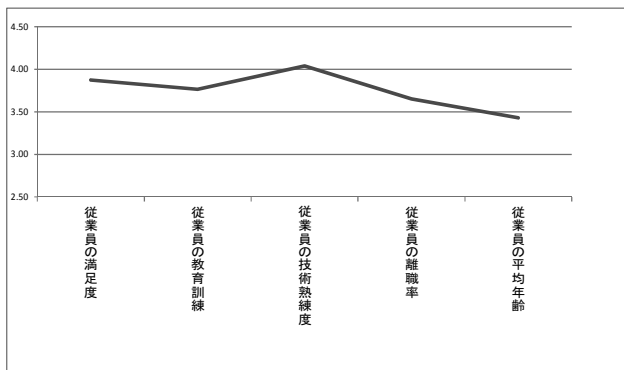


経営者関連項目については、上図の通りである。「業績への貢献」よりも「金融機関からの評価」が総じて低い。また、「経営者のリーダーシップ」「経営者の意思決定能力」「経営者の経営管理能力(計数感覚を含む)」が業績に強く関連しているとの認識がみとれる。

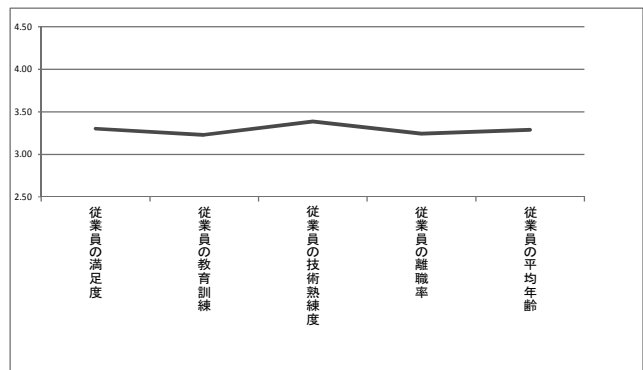
②従業員関連項目

従業員関連項目については、下図の通りである。「技術熟練度」が従業員関連項目のうち最も高いものの、経営者関連項目と比較して、概して平均値が低い。また情報開示の程度は一律に低位である。

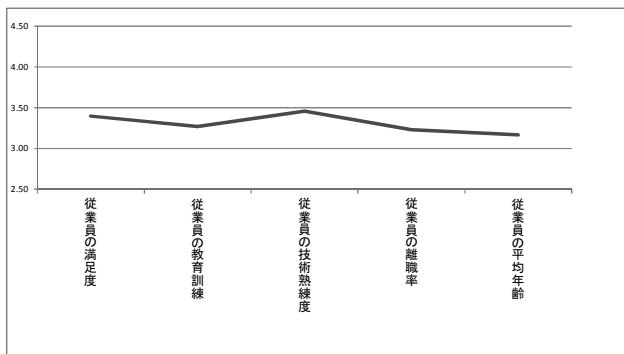
図表 3-1-22 業績への貢献-従業員関連項目



図表 3-1-23 情報開示の程度-従業員関連項目



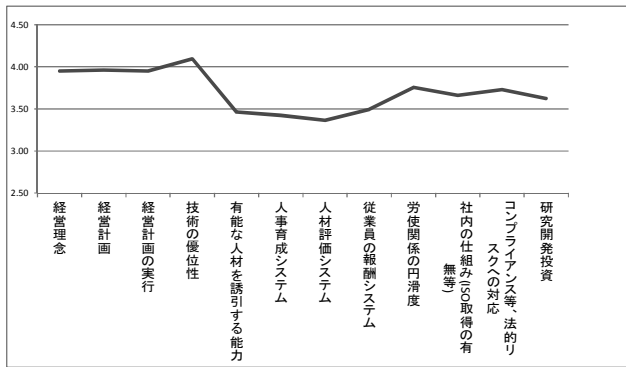
図表 3-1-24 金融機関からの評価-従業員関連項目



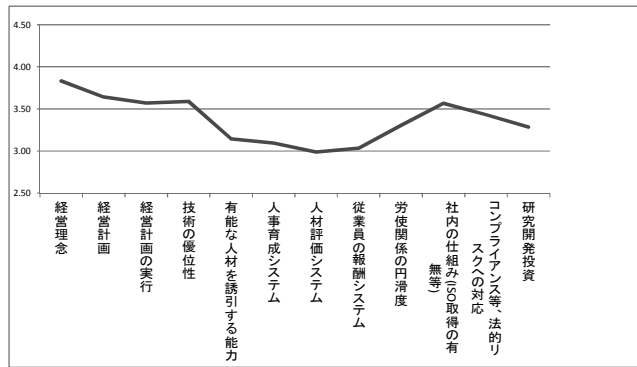
③組織関連項目

組織関連項目については、次頁の通りである。回答企業は「技術の優位性」「経営理念」「経営計画」「経営計画の実行」が業績への貢献が大きいと認識しているものの、それが金融機関からの評価に必ずしも結びついていないと考えている。また情報開示については「経営理念」のほか「技術の優位性」や「社内の仕組み(ISO取得の有無等)」等、「技術・品質」に関連する項目についての開示に積極的である。

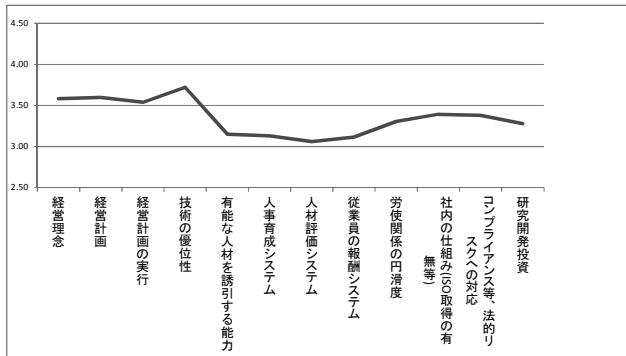
図表 3-1-25 業績への貢献-組織関連項目



図表 3-1-26 情報開示の程度-組織関連項目



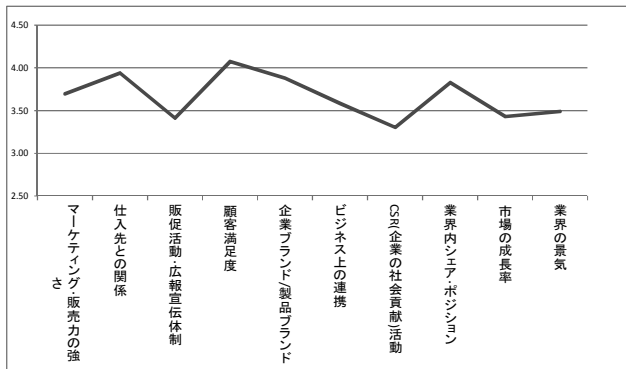
図表 3-1-27 金融機関からの評価-組織関連項目



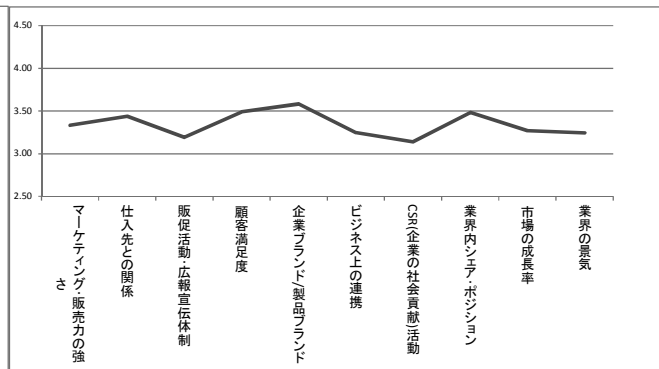
④顧客・市場関連項目

顧客・市場関連項目については、下図の通りである。回答企業は業績への寄与が最も高い項目として「顧客満足度」を挙げているものの、むしろ「ブランド」を積極的に開示し、金融機関からの評価もそれに呼応しているようだと認識している。

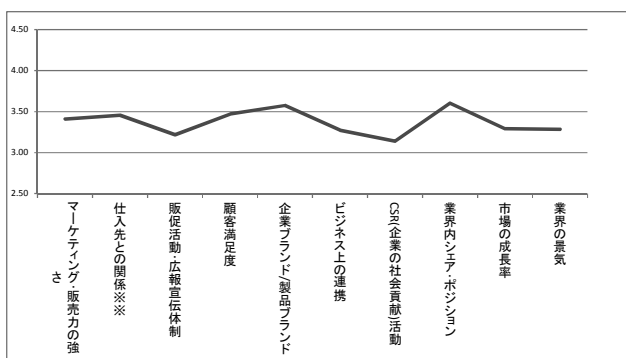
図表 3-1-28 業績への貢献-顧客・市場関連項目



図表 3-1-29 情報開示の程度-顧客・市場関連項目



図表 3-1-30 金融機関からの評価-顧客・市場関連項目



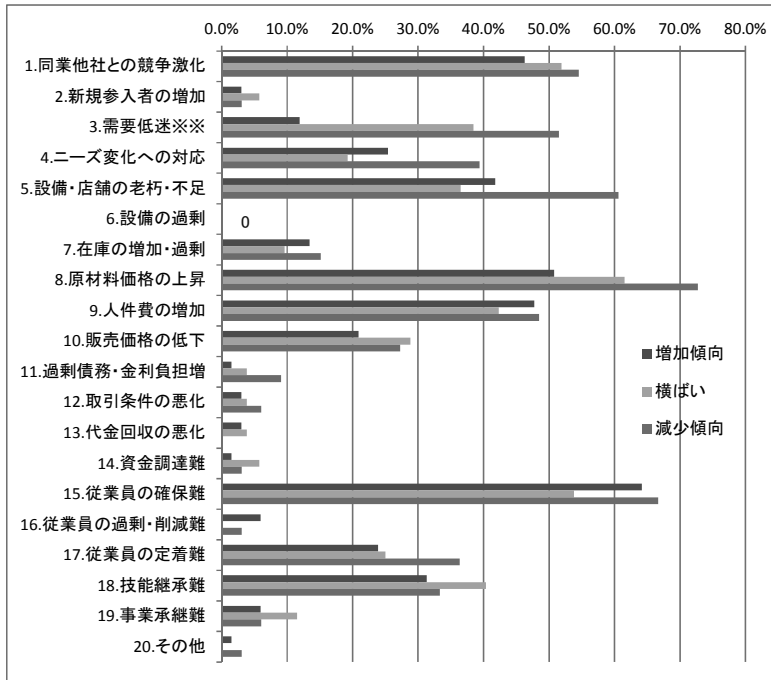
(5) 売上傾向別差異

ここでは売上高(年商)における「増加傾向企業」「横ばい企業」「減少傾向企業」別の統計的差異を示す。3 群間で戦略や課題、金融取引の要望、さらには非財務項目の重要度に対する認識の違いがあるか否か等を検証する。

① 戦略の重視度・経営課題

戦略の重視度について、上記3 群で差異があるか否かについて一元配置分散分析を行ったが、統計的差異は確認できなかった。また、経営課題についても上記3 群で差異があるか否かについてカイ二乗検定を行ったところ、差異が確認できたのは「需要低迷」のみであった(※は5%水準、※※は1%水準で有意、以下同様)。

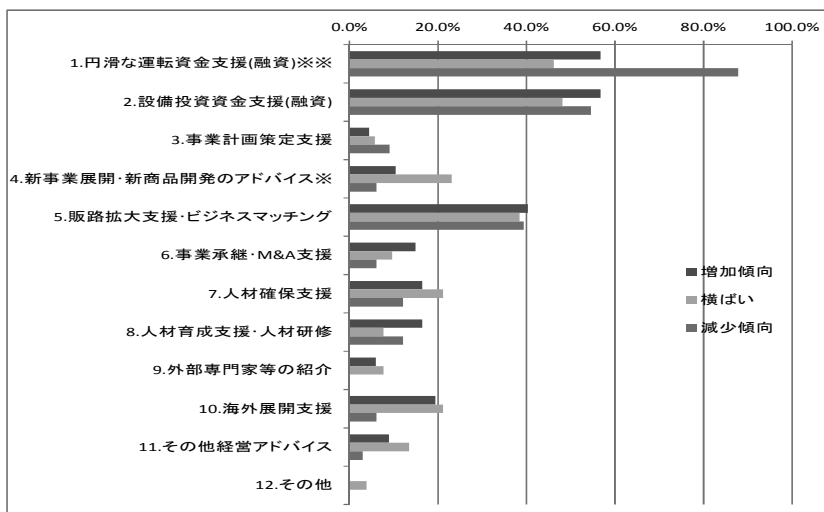
図表 3-1-31 売上傾向別経営課題



② 金融取引に関して

金融機関に対しては売上高が減少傾向にある企業(以下「減少企業」)が突出して「円滑な運転資金支援(融資)」を要望しているのが確認できたほか、横ばい企業において「新事業展開・新商品開発のアドバイス」の割合が高かったが、事業性評価を知っているか否か、事業性評価を受けたか否か、等については3 群間の統計的な差異は見出せなかった(なお、一元配置分散分析については、どの群とどの群に平均値で差があるのかをみるための Bonferroni 多重比較も行っている)。

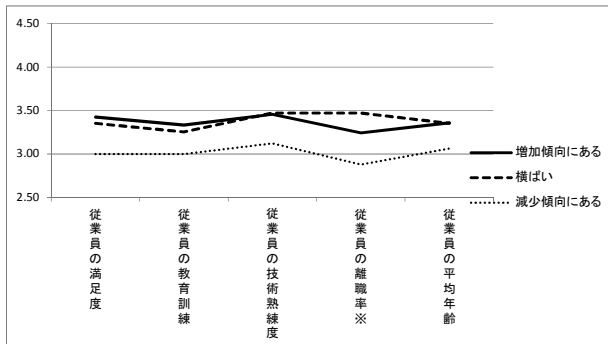
図表 3-1-32 売上傾向別金融機関への要望



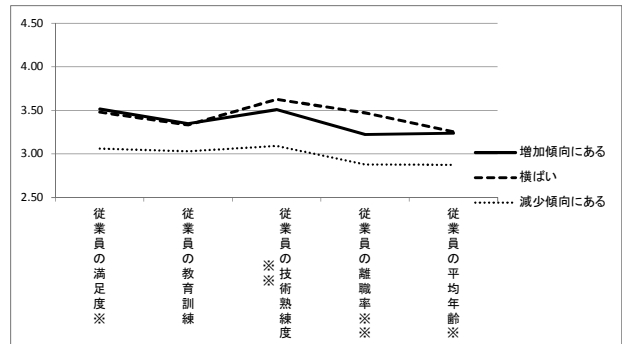
③非財務項目評価について

非財務項目の評価について一元配置分散分析を行ったところ、経営者関連項目では統計的に差異が確認されず、従業員関連項目では開示について「離職率」、金融機関評価について「従業員の満足度」「従業員の技術熟練度」「従業員の離職率」「従業員の平均年齢」が、いずれも減少企業において有意に低かった。

図表 3-1-33 売上傾向別従業員関連非財務-開示程度

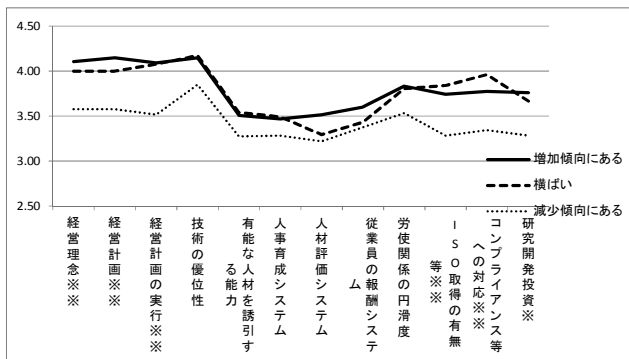


図表 3-1-34 売上傾向別従業員関連非財務-金融機関評価

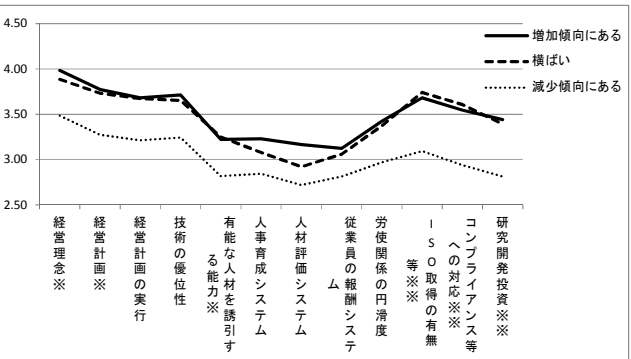


一方、組織関連項目では業績への貢献について「経営理念」「経営計画」「経営計画の実行」「ISO 取得の有無等」「コンプライアンス等への対応」「研究開発投資」が、いずれも減少企業において有意に低く、開示についても「経営理念」「経営計画」「有能な人材を誘引する能力」「ISO 取得の有無等」「コンプライアンス等への対応」「研究開発投資」が、いずれも減少企業において有意に低かった。さらに金融機関評価については「ISO 取得の有無等」を除く全項目が、減少企業において有意に低かった。

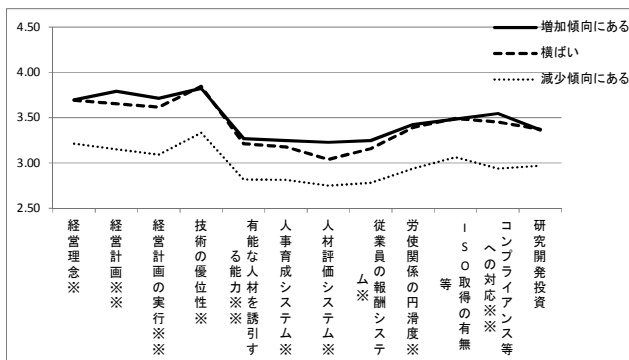
図表 3-1-35 売上傾向別組織関連非財務-業績への貢献



図表 3-1-36 売上傾向別組織関連非財務-開示程度

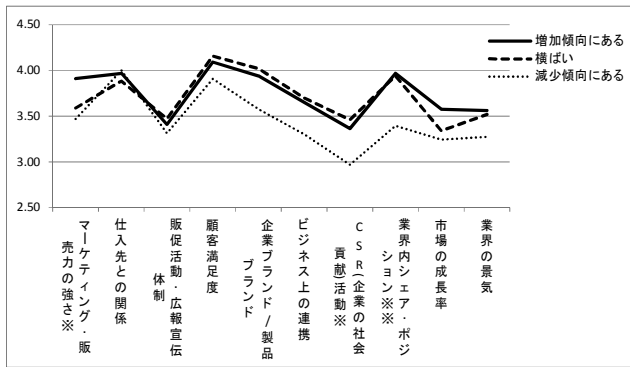


図表 3-1-37 売上傾向別組織関連非財務-金融機関評価

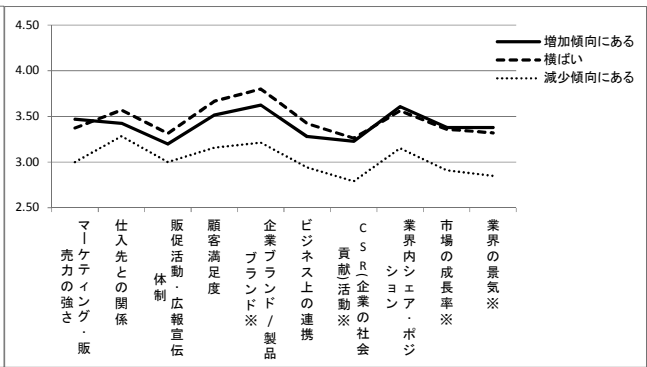


他方、顧客・市場関連項目では業績への貢献について、売上高が増加傾向にある企業(以下「増加企業」)における「マーケティング・販売力の強さ」の平均値が有意に高く、逆に減少企業における「CSR(企業の社会貢献)活動」「業界内シェア・ポジション」の平均値が有意に低かった。また、開示について「企業ブランド/製品ブランド」「CSR(企業の社会貢献)活動」「市場の成長率」「業界の景気」が、金融機関評価については「仕入先との関係」「販促活動・広報宣伝体制」を除く全ての項目において減少企業が有意に低かった。

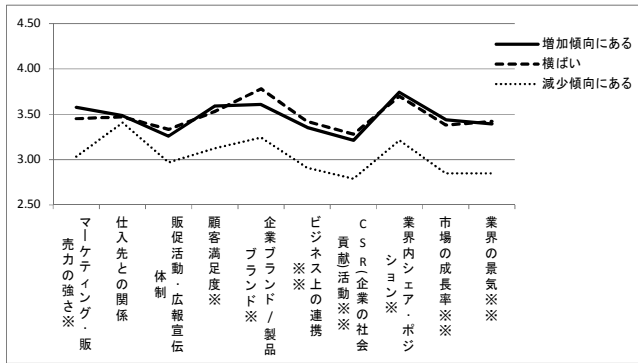
図表 3-1-38 売上傾向別顧客関連非財務-業績への貢献



図表 3-1-39 売上傾向別組顧客連非財務-開示程度



図表 3-1-40 売上傾向別顧客関連非財務-金融機関評価



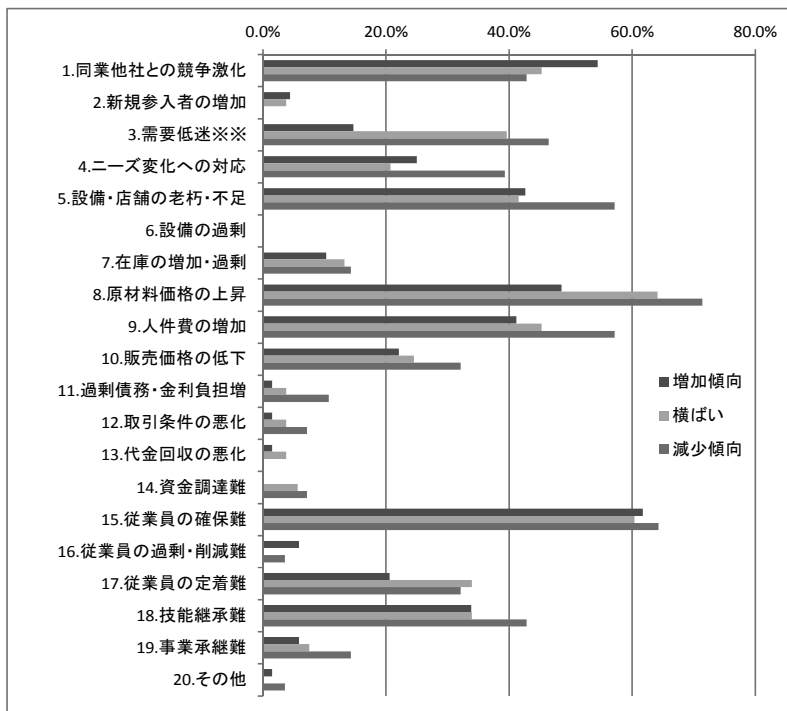
(6)利益傾向別差異

ここでは経常利益における、過去3年間の推移別、具体的には「増加傾向」「横ばい」「減少傾向」別の、統計的差異を示す。

①戦略の重視度・経営課題

戦略の重視度について一元配置分散分析を行ったが、統計的差異は確認できなかった。また、経営課題についてカイ二乗検定を行ったところ、差異が確認できたのは「需要低迷」のみであった。

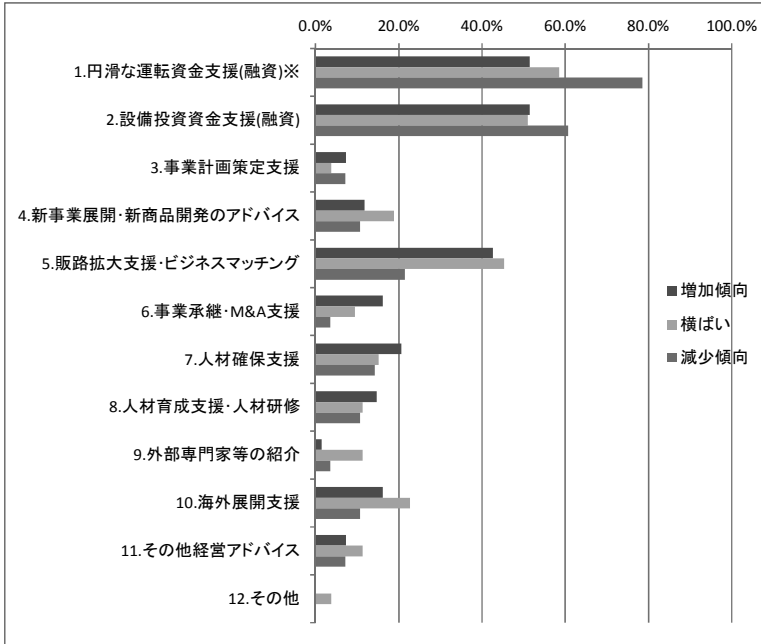
図表 3-1-41 利益傾向別経営課題



②金融取引に関して

金融機関に対しては減少企業が突出して「円滑な運転資金支援(融資)」を要望しているのが確認できたが、事業性評価を知っているか否か、事業性評価を受けたか否か、等については3者間の統計的な差異は見出せなかった。

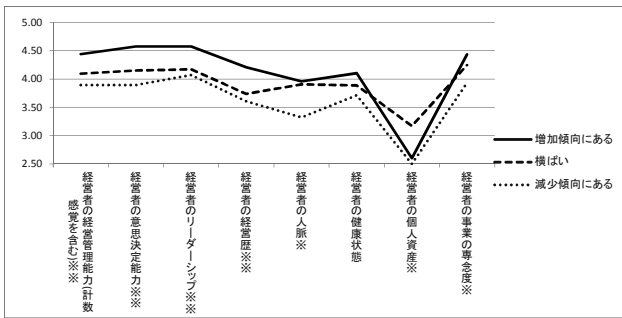
図表 3-1-42 利益傾向別金融機関への要望



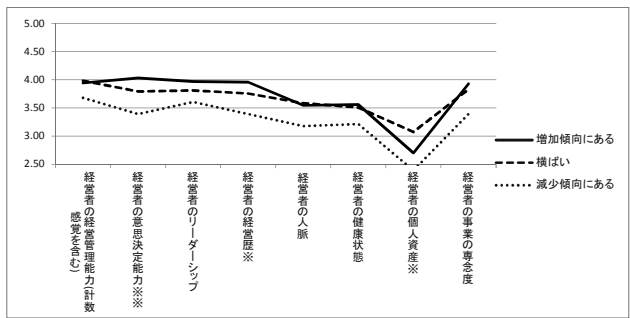
③非財務項目評価について

非財務項目の評価について一元配置分散分析を行ったところ、経営者関連項目では業績への貢献についてほぼ全てにおいて統計的差異が確認できた。概して増加企業の平均値は高く、減少企業のそれは低い。また、開示については「経営者の意思決定能力」「経営者の経営歴」「経営者の個人資産」が、金融機関評価については「経営者の経営管理能力(計数感覚を含む)」「経営者の意思決定能力」「経営者のリーダーシップ」「経営者の経営歴」「経営者の人脈」「経営者の事業の専念度」が、いずれも減少企業で有意に低かった。

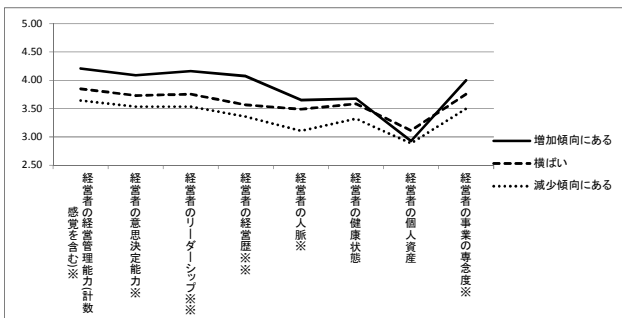
図表 3-1-43 利益傾向別経営者関連非財務-業績への貢献



図表 3-1-44 利益傾向別経営者関連非財務-開示程度

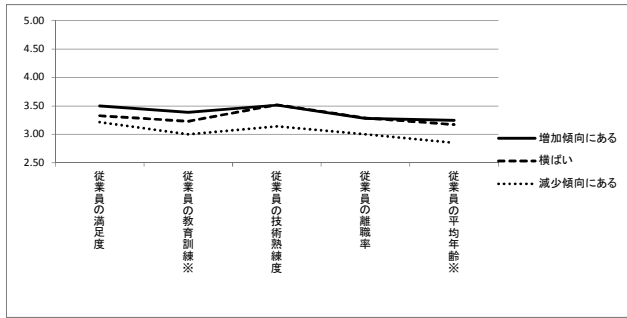


図表 3-1-44 利益傾向別経営者関連非財務-金融機関評価



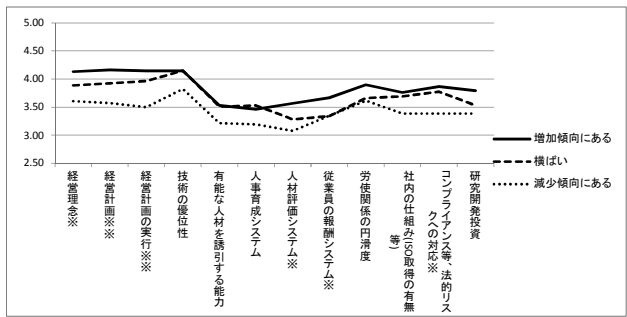
従業員関連項目では業績への貢献ならびに開示については統計的な差異は確認できず、金融機関評価について「従業員の教育訓練」「従業員の平均年齢」が、いずれも減少企業において有意に低かった。

図表 3-1-45 利益傾向別従業員関連非財務-金融機関評価

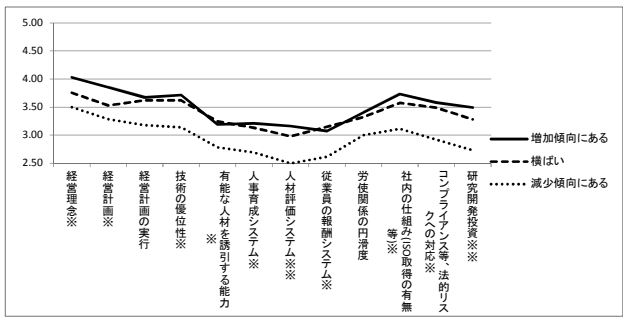


一方、組織関連項目では業績への貢献について「経営理念」「経営計画」「経営計画の実行」「人材評価システム」「従業員の報酬システム」「コンプライアンス等への対応」で、開示についても「経営理念」「経営計画」「技術の優位性」「有能な人材を誘引する能力」「人事育成システム」「人材評価システム」「従業員の報酬システム」「ISO取得の有無等」「コンプライアンス等への対応」「研究開発投資」で、さらに金融機関評価については「経営計画」「経営計画の実行」「技術の優位性」「有能な人材を誘引する能力」「人事育成システム」「人材評価システム」「従業員の報酬システム」「ISO取得の有無等」「コンプライアンス等への対応」「研究開発投資」で、それぞれ差異が確認された。

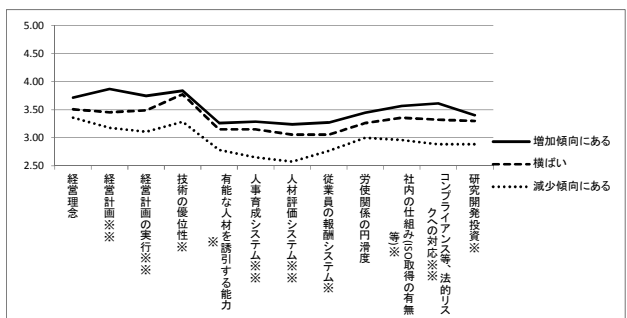
図表 3-1-46 利益傾向別組織関連非財務-業績への貢献



図表 3-1-47 利益傾向別組織関連非財務-開示程度

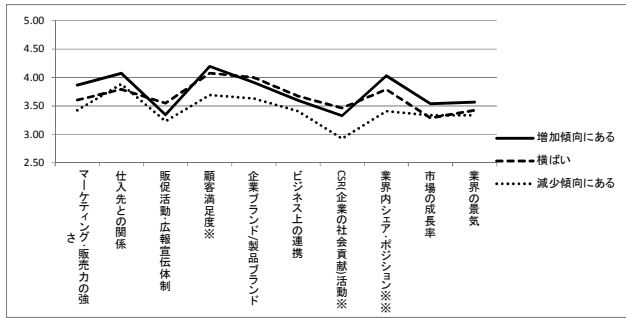


図表 3-1-48 利益傾向別組織関連非財務-金融機関評価

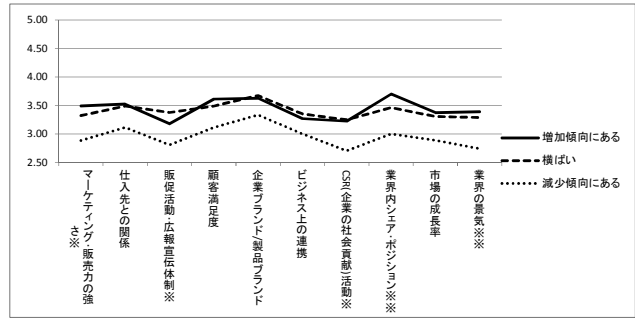


他方、顧客・市場関連項目では業績への貢献について「顧客満足度」「CSR(企業の社会貢献)活動」「業界内シェア・ポジション」で、開示について「マーケティング・販売力の強さ」「販促活動・広報宣伝体制」「CSR(企業の社会貢献)活動」「業界内シェア・ポジション」「業界の景気」で、金融機関評価については「マーケティング・販売力の強さ」「販促活動・広報宣伝体制」「顧客満足度」「CSR(企業の社会貢献)活動」「業界内シェア・ポジション」「市場の成長率」で、それぞれ差異が確認された。

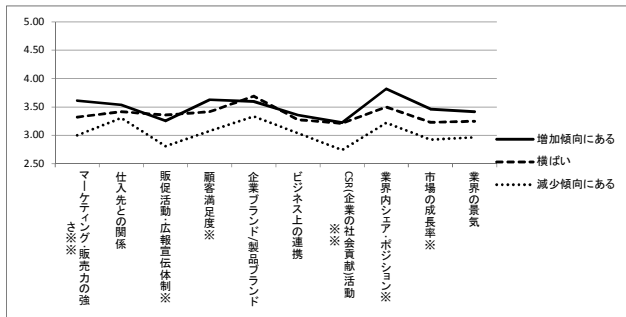
図表 3-1-49 利益傾向別顧客関連非財務-業績への貢献



図表 3-1-50 利益傾向別組顧客連非財務-開示程度



図表 3-1-51 利益傾向別顧客関連非財務-金融機関評価



(7)小括

製造業における戦略の重視度をみると「品質」「収益性」「技術・ノウハウ」「財務健全性」の順に重視しており、売上傾向、利益傾向で差異はそれぞれ確認できなかった。

経営上の課題については「従業員の確保難」「原材料価格の上昇」を挙げる回答企業が約6割あり、「同業他社との競争激化」と回答する企業も半数に迫った。また売上傾向、利益傾向別ではともに減少企業において「需要低迷」を課題に挙げる企業割合が有意に高かった。

金融機関に対し取引で求めることについては「運転資金融資」「設備資金融資」がいずれも半数を超え、特に売上傾向別でも利益傾向別でも減少企業がより強く「運転資金融資」を求めているという結果となった。そのほか、4割の回答企業が「ビジネスマッチング」を求めている。

事業性評価について聞いたことがあるか否かについては4割弱の企業が「ある」と回答し、そのうち6割強が「金融機関の担当者から」その存在を知らされていた。さらにこのうち、実際に事業性評価を金融機関から受けた企業は約3割であり、事業性評価を受けた金融機関も多様であり、しかもメイン先に限定されているわけではなかった。事業性評価を受ける際には自社の強み・弱みについての説明や財務以外の資料提出等を行い、無担保・無保証人融資を受けることが出来たとする回答があったものの、半数は「何の変化もない」であった。

各非財務項目に関する業績への貢献、情報開示の程度、金融機関からの評価についての企業の認識については、「業績への貢献」よりも「金融機関からの評価」が総じて低く、経営者関連項目では「経営者のリーダーシップ」「経営者の意思決定能力」「経営者の経営管理能力(計数感覚を含む)」が業績に強く関連しているとの認識がみとれた。また業績への貢献について利益傾向別ではほぼ全てにおいて統計的差異が確認でき、概して増加企業の平均値は高く、減少企業で低かった。開示については「経営者の意思決定能力」「経営者の経営歴」「経営者の個人資産」が、金融機関評価については「経営者の経営管理能力(計数感覚を含む)」「経営者の意思決定能力」「経営者のリーダーシップ」「経営者の経営歴」「経営者の人脈」「経営者の事業の専念度」が、いずれも減少企業で有意に低かった。

従業員関連項目については概して平均値が低く、また情報開示の程度は一律に低位であった。

組織関連項目について、回答企業は「技術の優位性」「経営理念」「経営計画」「経営計画の実行」が業績への貢献が大きいと認識しているものの、それが金融機関からの評価に必ずしも結びついていないと考えている。また情報開示については「経営理念」のほか「技術の優位性」や「社内の仕組み(ISO取得の有無等)」等、「技術・品質」に関連する項目についての開示に積極的である。

顧客・市場関連項目について、回答企業は業績への貢献が最も高い項目として「顧客満足度」を挙げているものの、むしろ「ブランド」を積極的に開示し、金融機関からの評価もそれに呼応しているようだとの認識していた。

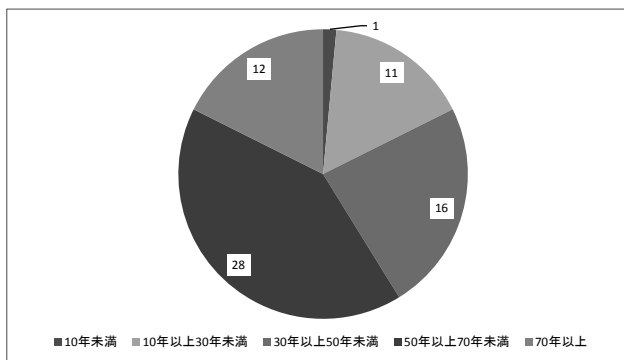


## 2. 卸売業

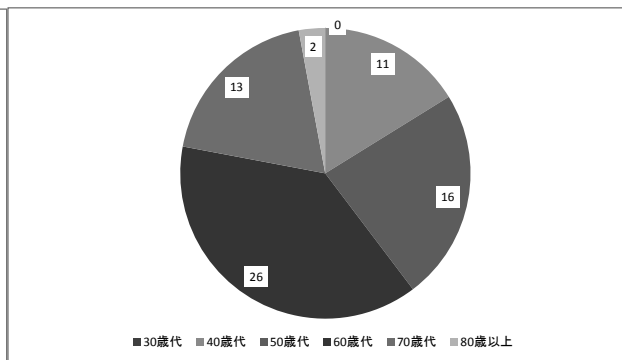
### (1) 回答企業の概要

卸売業における概要は以下の通りである。

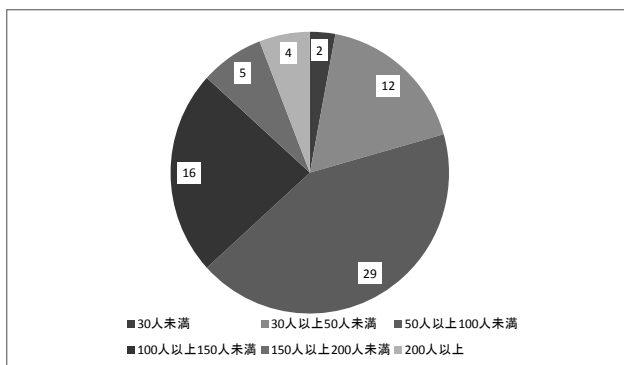
図表 3-2-1 法人設立経過年数



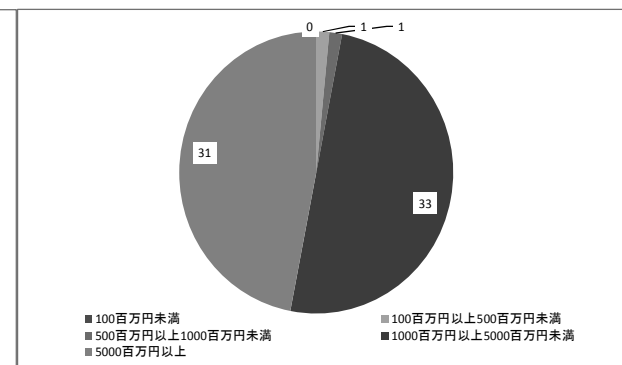
図表 3-2-2 経営者の年齢



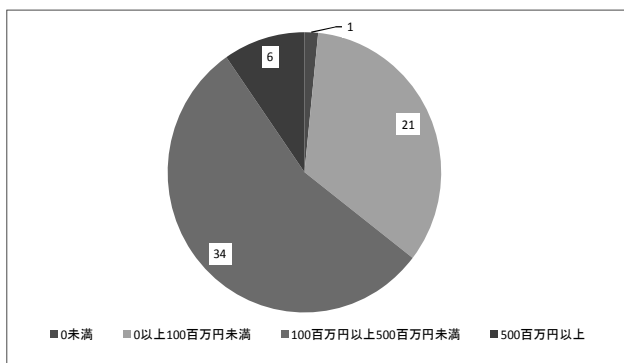
図表 3-2-3 従業員数(経営者、常勤役員、常勤パート含む)



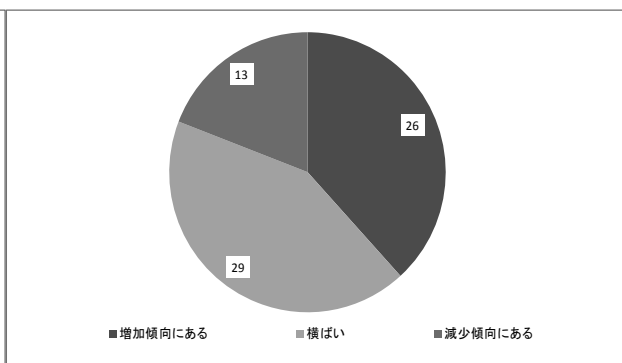
図表 3-2-4 売上高(年商)



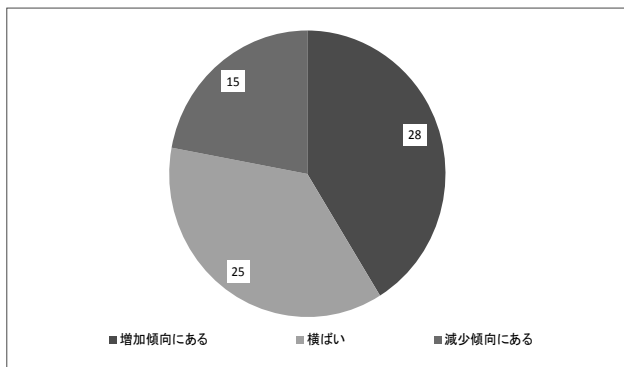
図表 3-2-5 経常利益額



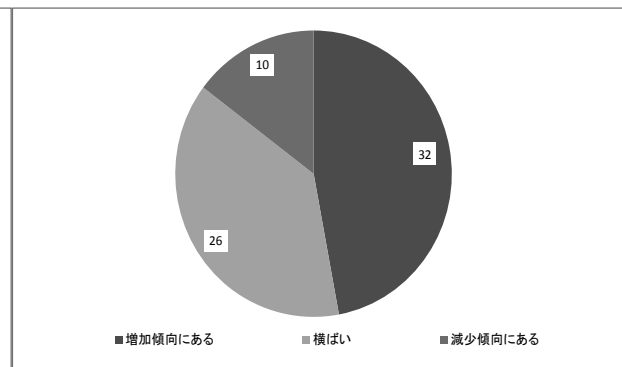
図表 3-2-6 従業員数の傾向



図表 3-2-7 売上高(年商)の傾向



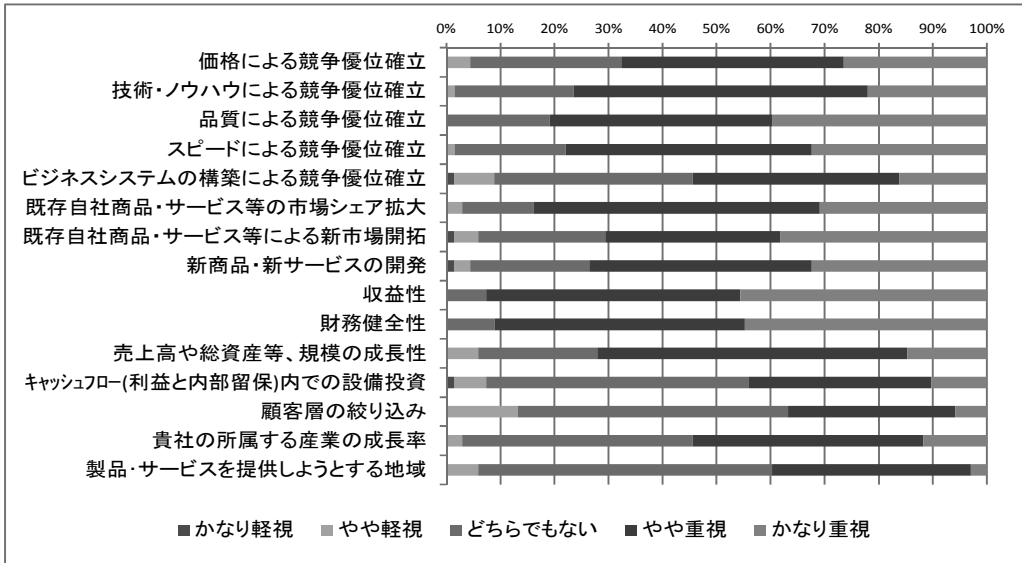
図表 3-2-8 経常利益額の傾向



(2) 戦略・経営上の課題

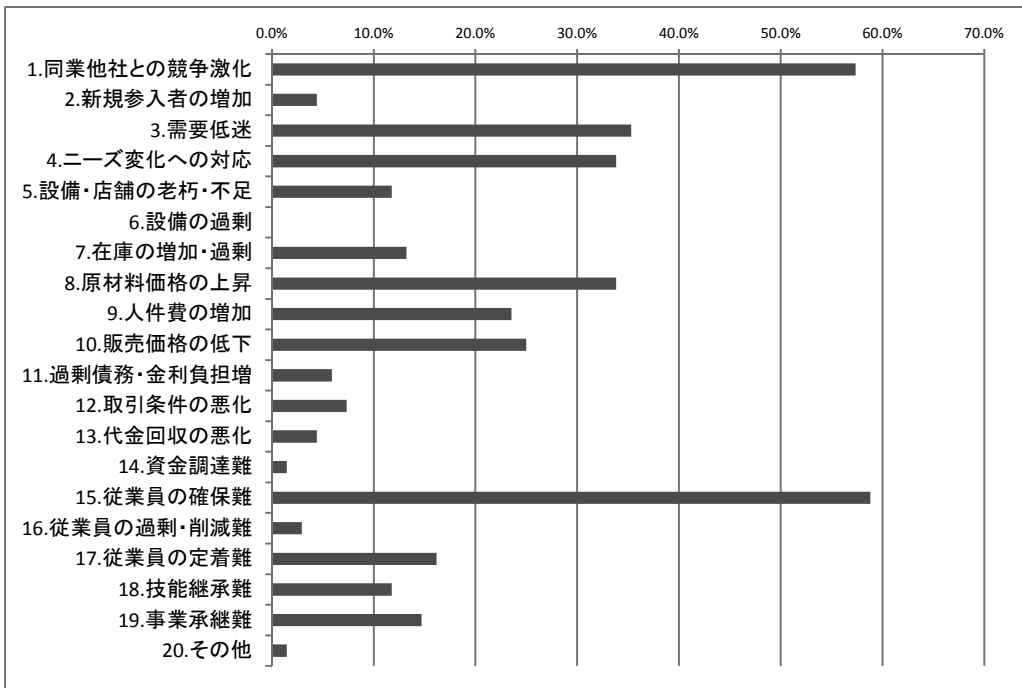
卸売業における戦略の重視度をみると「収益性」「財務健全性」「品質」の順に重視していることがわかる。逆に「顧客層の絞り込み」にこだわりのないとする回答企業が最も多かった。

図表 3-2-9 戦略の重視度



また、経営上の課題については「従業員の確保難」「同業他社との競争激化」を挙げる回答企業が6割弱あった。

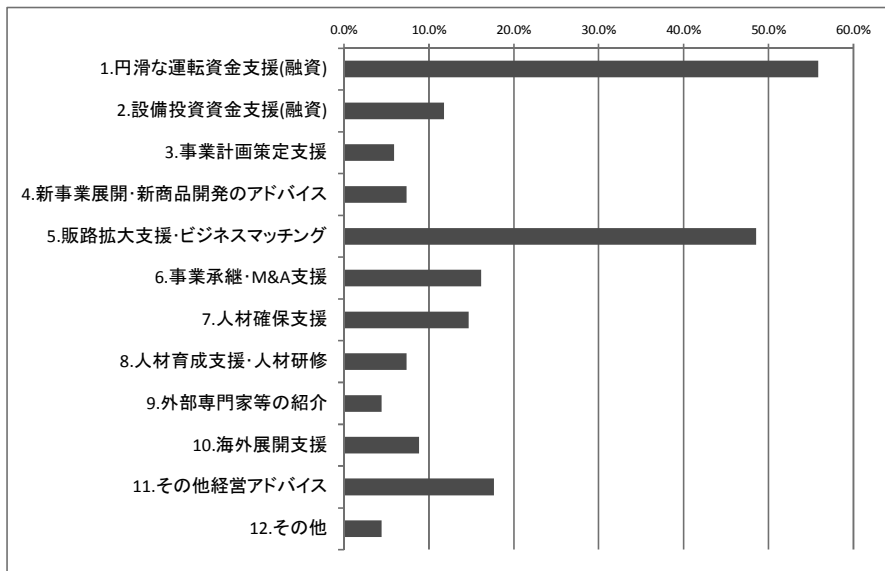
図表 3-2-10 経営上の課題(複数回答)



(3) 事業性評価について

金融機関に対し取引で求めることについて聞いたところ、次頁の結果となった。「運転資金融資」が半数を超えたほか、5割弱の回答企業が「ビジネスマッチング」を求めている。

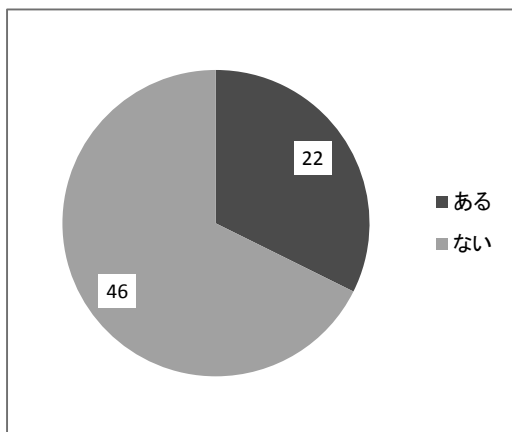
図表 3-2-11 金融機関との取引で求めること(複数回答)



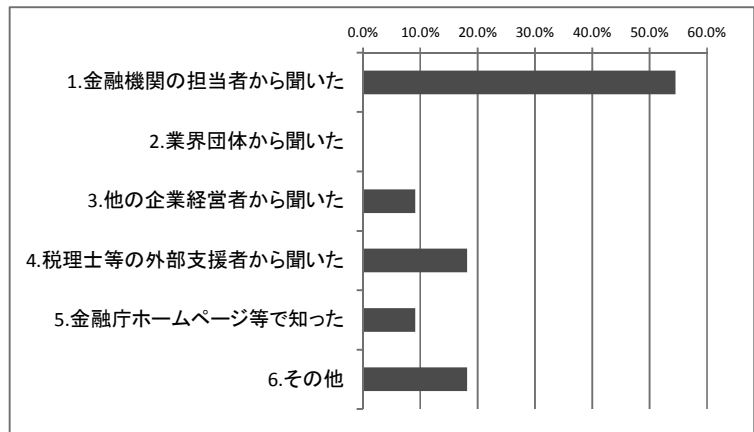
事業性評価について聞いたことがあるか否かについては約3割の企業が「ある」と回答し、そのうち5割強が「金融機関の担当者から」聞いている。

しかしこのうち、実際に事業性評価を金融機関から受けた企業は3社にとどまった。3社はいずれも事業性評価を受ける際には自社の強み・弱みについての説明や財務以外の資料提出等を行い、「無担保・無保証人融資を受けることが出来た」とする回答があった一方、「何の変化もない」と回答した企業もあった。

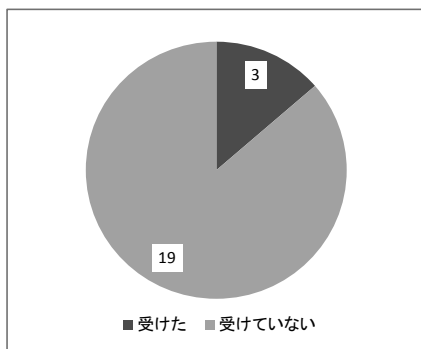
図表 3-2-12 「事業性評価」を聞いたことがあるか



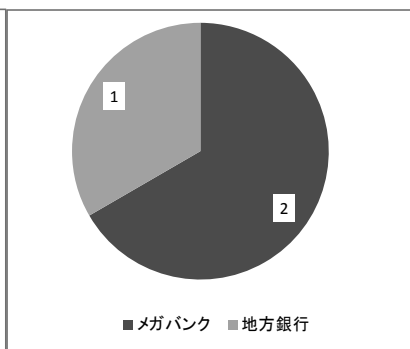
図表 3-2-13 事業性評価を知った経緯



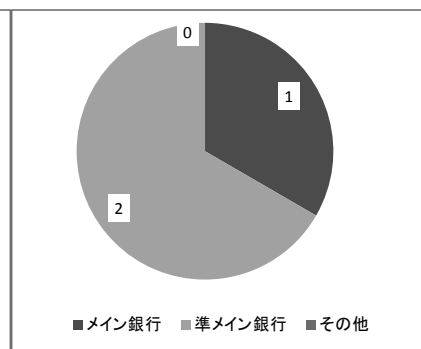
図表 3-2-14 事業性評価実施の有無



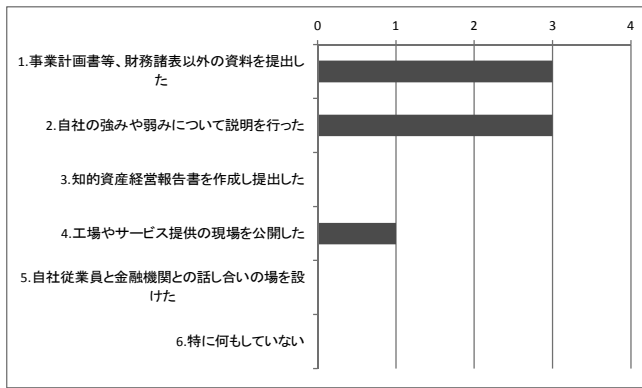
図表 3-2-15 実施金融機関



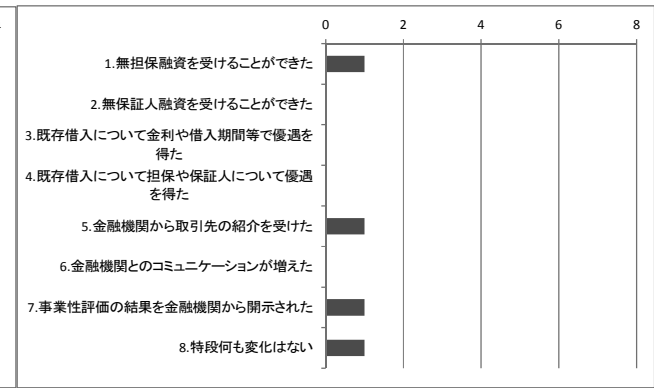
図表 3-2-16 金融機関の位置付け



図表 3-2-17 事業性評価実施時の対応



図表 3-2-18 事業性評価実施後の金融機関取引の変化



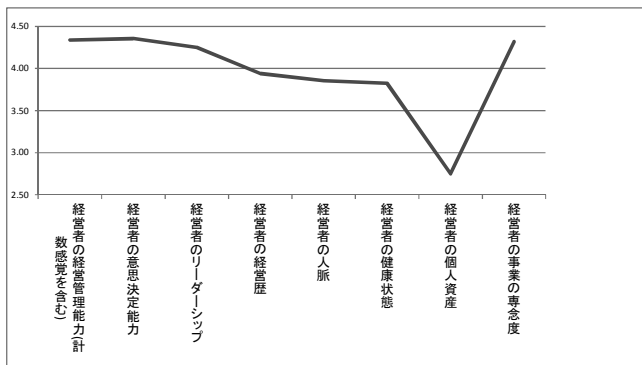
(4)非財務項目の評価について

ここでは各非財務項目に関して、業績への貢献、情報開示の程度、金融機関からの評価について、どのように認識しているかを問うた。業績への貢献については「5 多大な貢献がある」から「1 全く貢献はない」、情報開示の程度については「5 かなり開示している」から「1 全く開示していない」、金融機関からの評価については「5 かなり評価されている」から「1 全く評価されていない」の、それぞれ5段階で評価してもらった。以下の図表は各項目における平均値である。

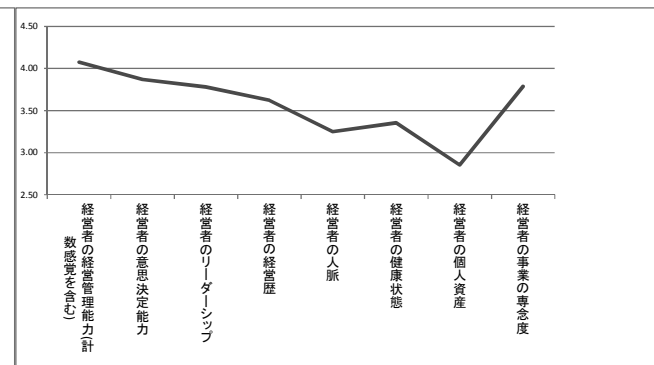
①経営者関連項目

経営者関連項目については、以下の通りである。「業績への貢献」よりも「金融機関からの評価」が「経営者の個人資産」を除いて低い。また、平均値をみるかぎり、卸売業においては「経営者のリーダーシップ」よりも「経営者の意思決定能力」が業績に寄与していると認識している回答企業が多いようである。

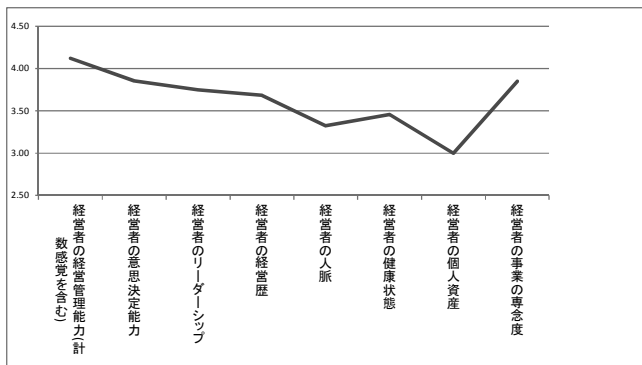
図表 3-2-19 業績への貢献-経営者関連項目



図表 3-21-20 情報開示の程度-経営者関連項目



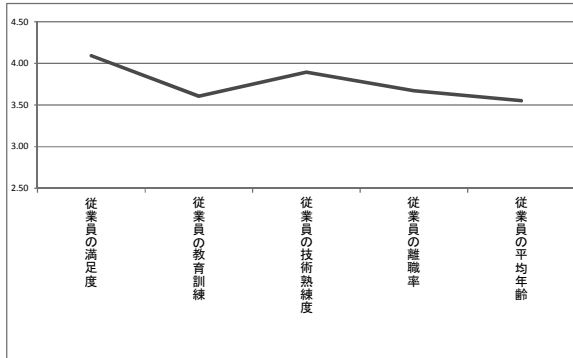
図表 3-2-21 金融機関からの評価-経営者関連項目



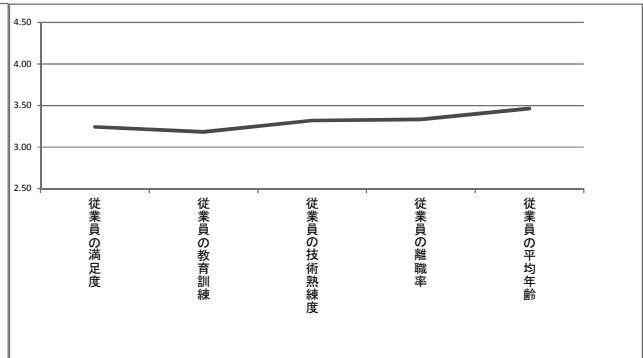
### ②従業員関連項目

従業員関連項目については、次頁の通りである。「技術熟練度」が従業員関連項目のうち最も高いものの、経営者関連項目と比較して、概して平均値が低い。また情報開示の程度は一律に低位である。

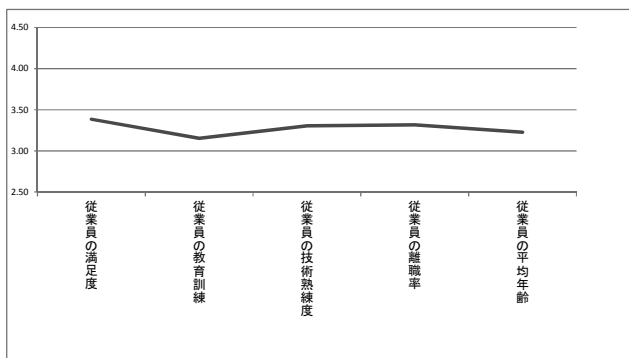
図表 3-2-22 業績への貢献-従業員関連項目



図表 3-2-23 情報開示の程度-従業員関連項目

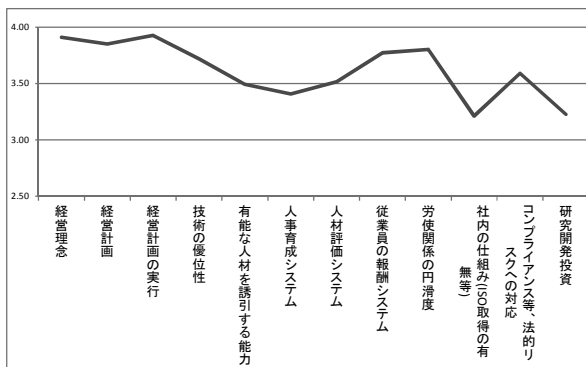


図表 3-2-24 金融機関からの評価-従業員関連項目

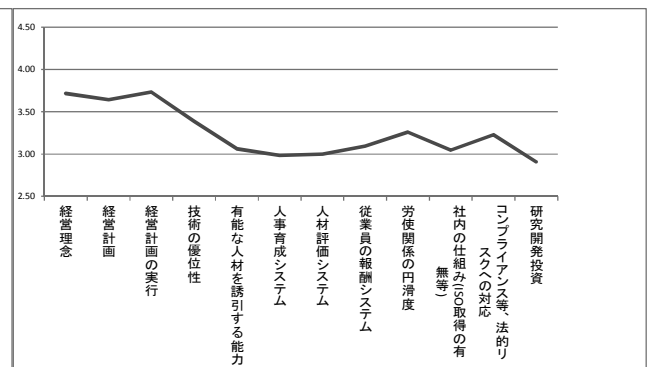


### ③組織関連項目

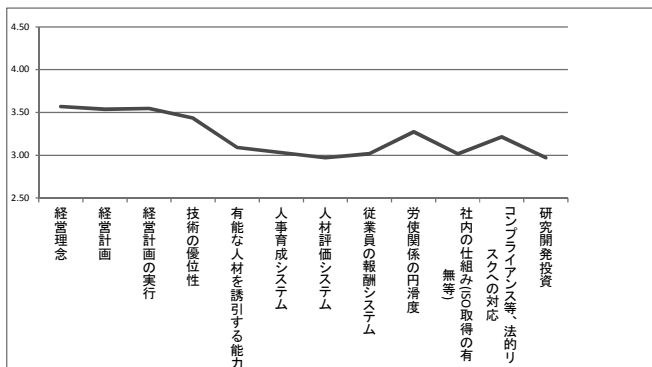
図表 3-2-25 業績への貢献-組織関連項目



図表 3-2-26 情報開示の程度-組織関連項目



図表 3-2-27 金融機関からの評価-組織関連項目

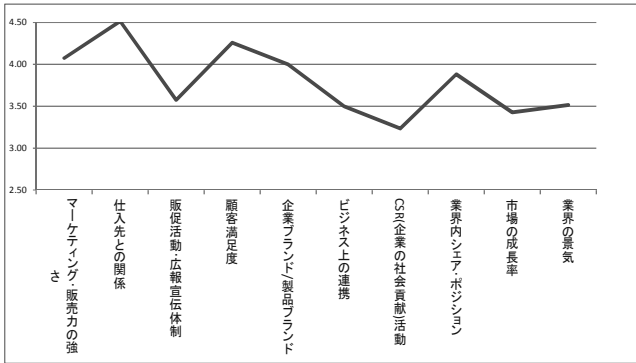


組織関連項目については、前頁の通りである。回答企業は「経営計画の実行」の業績への貢献が大きいと認識しているものの、それが金融機関からの評価に必ずしも結びついていないと考えている。

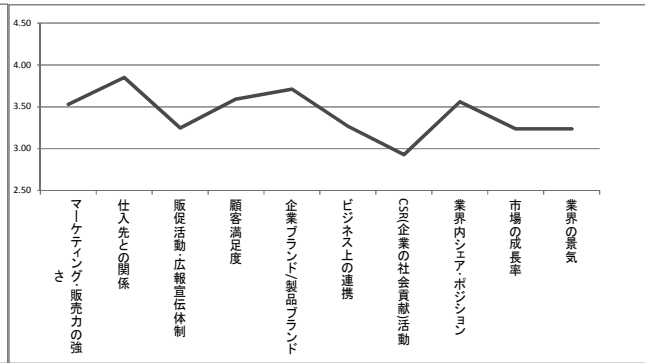
④顧客・市場関連項目

顧客・市場関連項目については、下図の通りである。回答企業は業績への貢献が最も高い項目として「仕入先の確保」を挙げており、当該項目について最も積極的に開示し、金融機関からの評価も得ていると認識している。

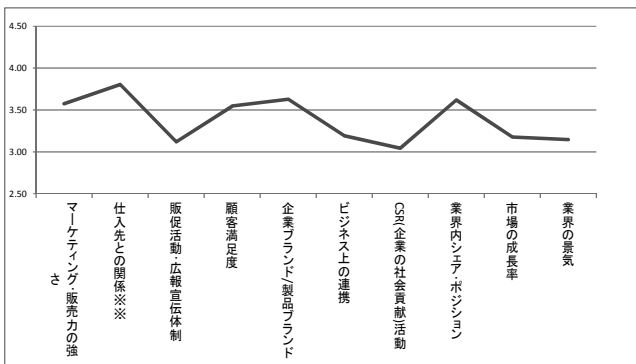
図表 3-2-28 業績への貢献-顧客・市場関連項目



図表 3-2-29 情報開示の程度-顧客・市場関連項目



図表 3-2-30 金融機関からの評価-顧客・市場関連項目



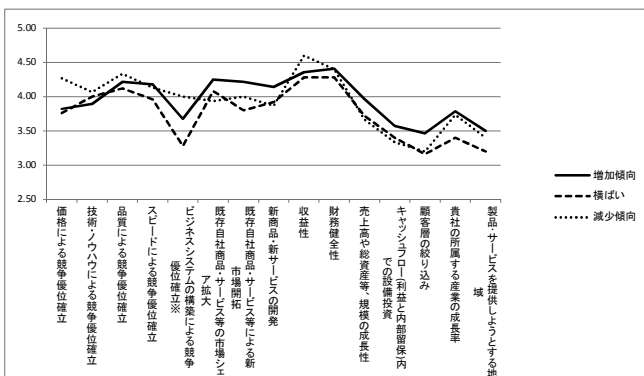
(5) 売上傾向別差異

ここでは売上高(年商)における、過去3年間の推移別、具体的には「増加傾向」「横ばい」「減少傾向」別の、統計的差異を示す。

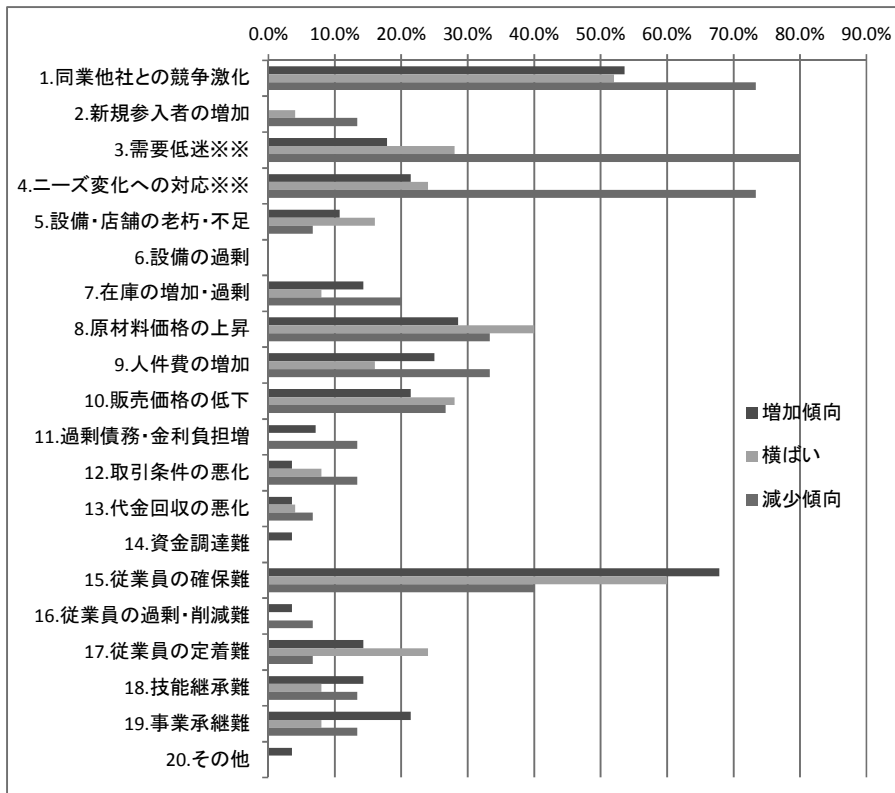
①戦略の重視度・経営課題

戦略の重視度について一元配置分散分析を行ったところ「ビジネスシステムの構築による競争優位確立」で統計的差異が確認できた。また、経営課題についてカイ二乗検定を行ったところ、差異が確認できたのは「需要低迷」「ニーズ変化への対応」であった。いずれも減少企業で突出して回答割合が多かった。

図表 3-2-31 売上傾向別戦略の重視度



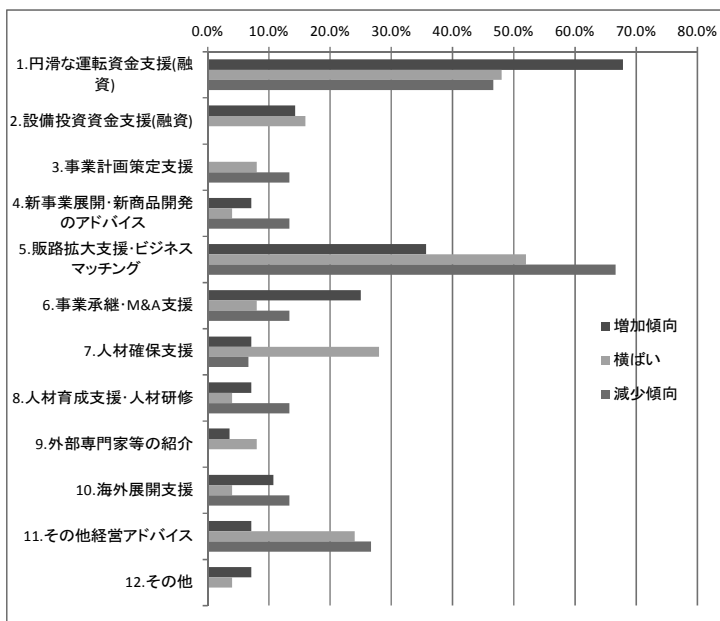
図表 3-2-32 売上傾向別経営課題



②金融取引に関して

金融機関に対する要望については、卸売業に関しては統計的差異が確認できなかったものの、増加企業において「運転資金融資」、減少企業において「販路拡大支援・ビジネスマッチング」の要望割合が高かった。また、事業性評価を知っているか否か、事業性評価を受けたか否か、等については増加企業、横ばい企業、減少企業の3者間の統計的な差異は見出せなかった。

図表 3-2-33 売上傾向別金融機関への要望



③非財務項目評価について

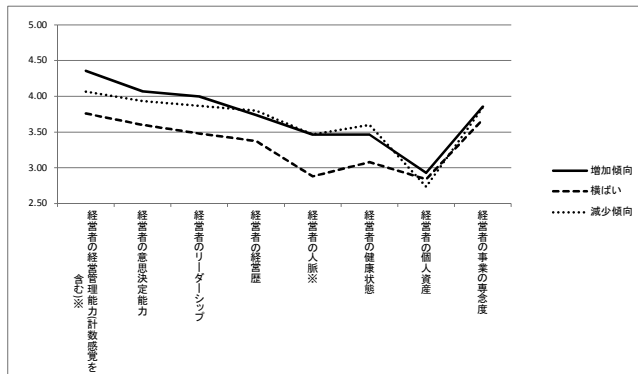
非財務項目の評価について一元配置分散分析を行ったところ、経営者関連項目では開示について「経営者の経営管理能力(計数感覚を含む)」「経営者の人脈」で、また従業員関連項目では開示について「従業員の満足度」で、そ

それぞれ統計的に差異が確認できた。

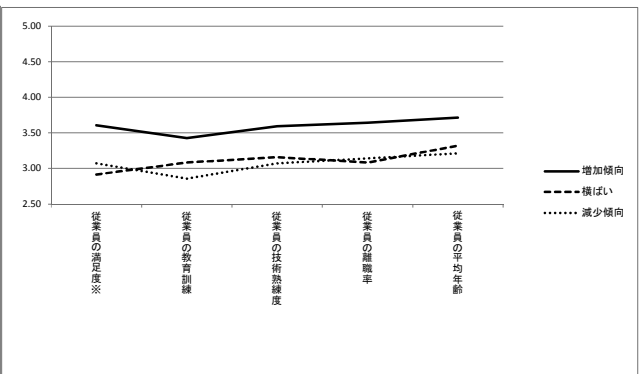
一方、組織関連項目では開示ならびに金融機関評価について「技術の優位性」で差異が確認された。

他方、顧客・市場関連項目では業績への貢献ならびに開示について「販促活動・広報宣伝体制」で差異が確認され、金融機関評価については「販促活動・広報宣伝体制」に加え「市場の成長率」で差異が確認された。

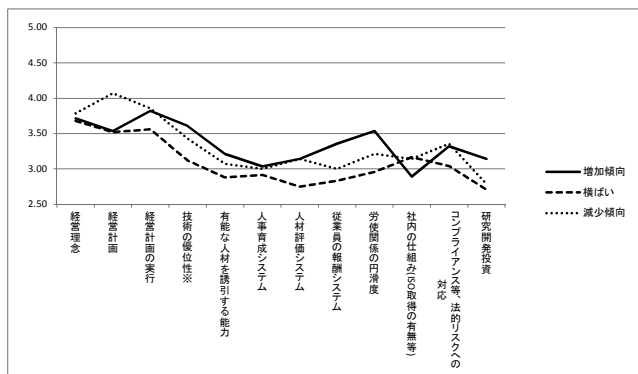
図表 3-2-34 売上傾向別経営者関連非財務開示程度



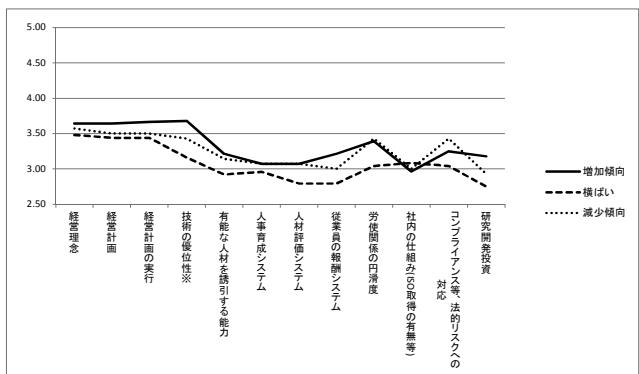
図表 3-2-35 売上傾向別従業員関連非財務開示程度



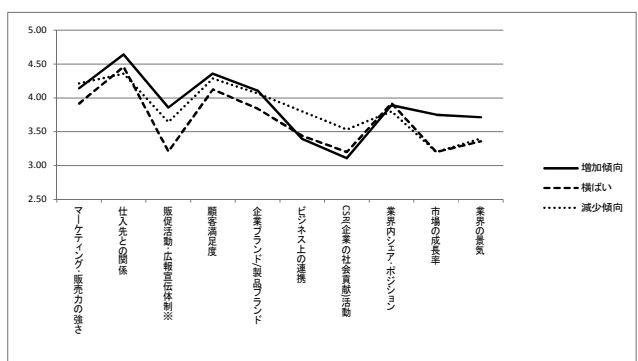
図表 3-2-36 売上傾向別組織関連非財務開示程度



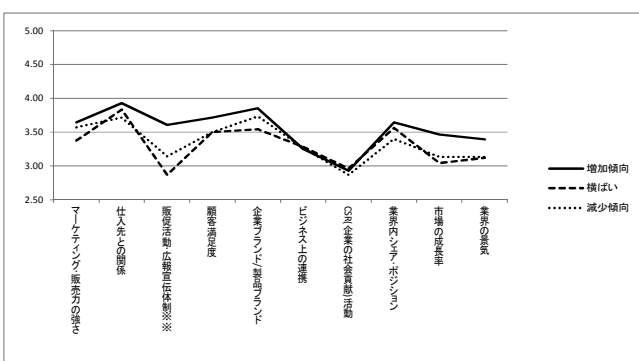
図表 3-2-37 売上傾向別組織関連非財務金融機関評価



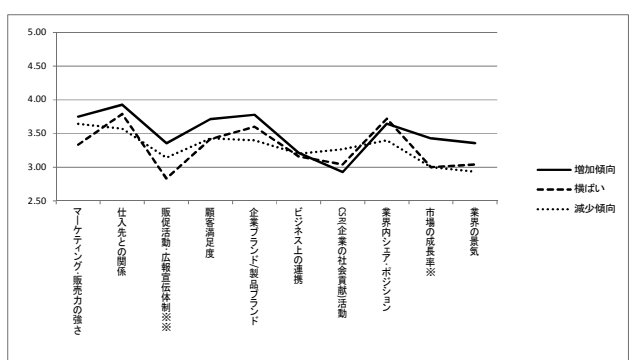
図表 3-2-38 売上傾向別顧客関連非財務業績への貢献



図表 3-2-39 売上傾向別組織顧客連非財務開示程度



図表 3-2-40 売上傾向別顧客関連非財務金融機関評価





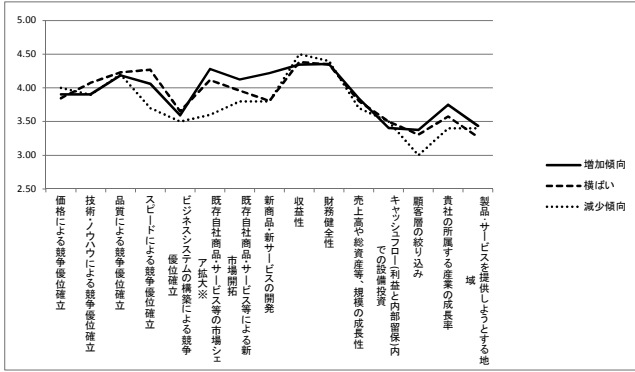
(6)利益傾向別差異

ここでは経常利益における、過去3年間の推移別、具体的には「増加傾向」「横ばい」「減少傾向」別の、統計的差異を示す。

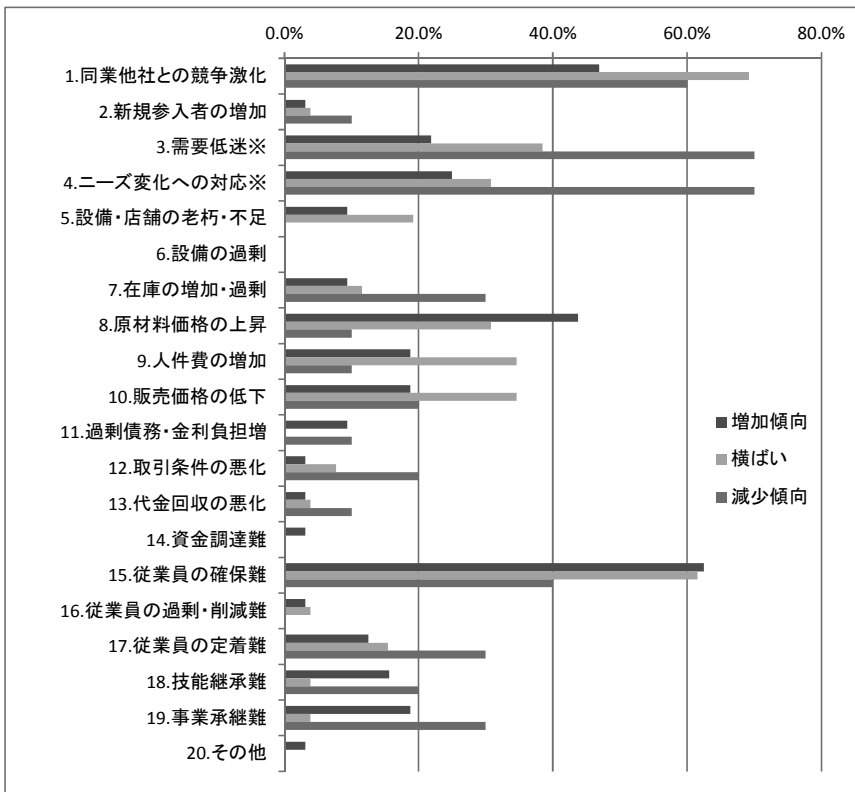
①戦略の重視度・経営課題

戦略の重視度について一元配置分散分析を行ったところ「既存自社商品・サービス等の市場シェア拡大」のみ統計的差異が確認できた。また、経営課題についてカイ二乗検定を行ったところ、差異が確認できたのは「需要低迷」「ニーズ変化への対応」であった。

図表 3-2-41 利益傾向別戦略の重視度



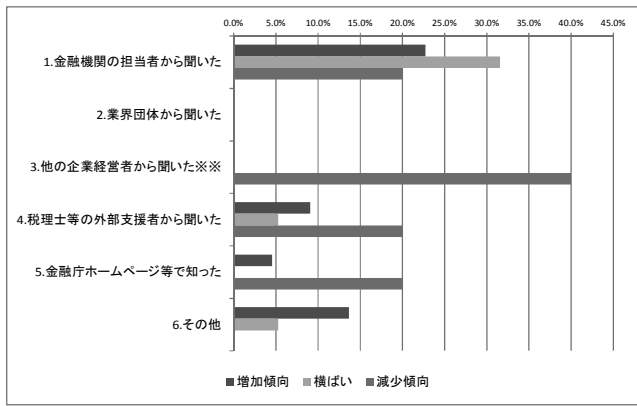
図表 3-2-42 利益傾向別経営課題



②金融取引に関して

金融機関に対する要望、事業性評価を知っているか否か、事業性評価を受けたか否か、等については3者間の統計的な差異は見出せなかったが、事業性評価を知った経緯については差異が確認でき、減少企業の4割が「他の企業経営者から聞いた」と回答した。

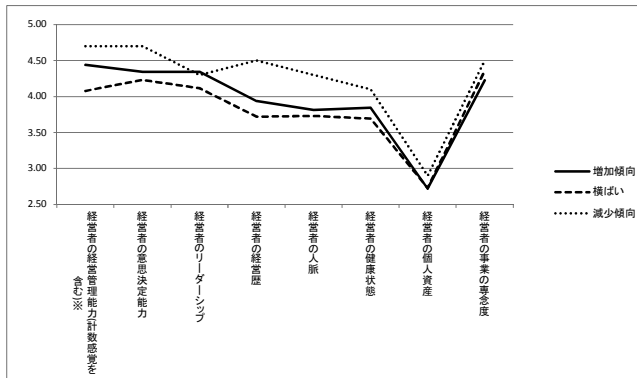
図表 3-2-43 利益傾向別事業性評価を知った経緯



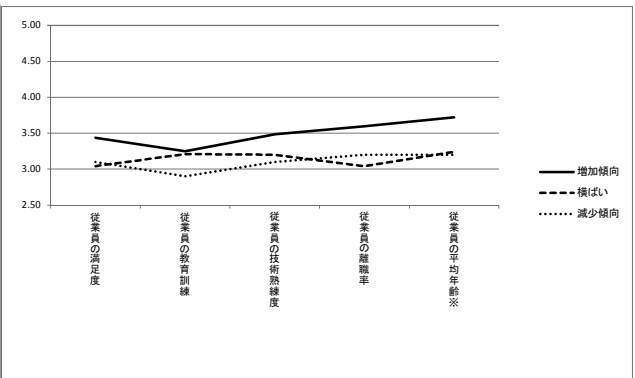
③非財務項目評価について

非財務項目の評価について一元配置分散分析を行ったところ、経営者関連項目では業績への貢献について「経営者の経営管理能力(計数感覚を含む)」で、従業員関連項目では開示程度について「従業員の平均年齢」で、それぞれ統計的差異が確認できた。なお、業績への貢献での「経営者の経営管理能力(計数感覚を含む)」での有意差は、Bonferroni 多重比較の結果、横ばい企業と減少企業との間のみ確認された。

図表 3-2-44 利益傾向別経営者関連非財務-業績への貢献

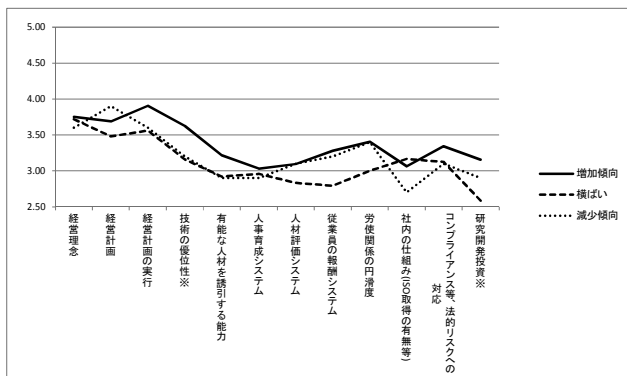


図表 3-2-45 利益傾向別従業員関連非財務-開示程度

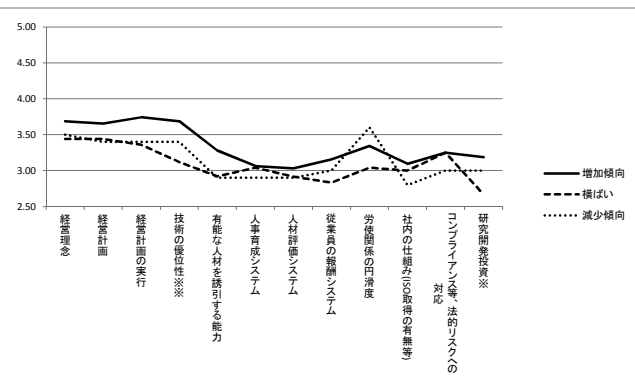


一方、組織関連項目では開示の程度、金融機関評価ともに「技術の優位性」「研究開発投資」で、それぞれ統計的差異が確認された。いずれも増加企業の平均値が有意に高かった。

図表 3-2-46 利益傾向別組織関連非財務-開示程度

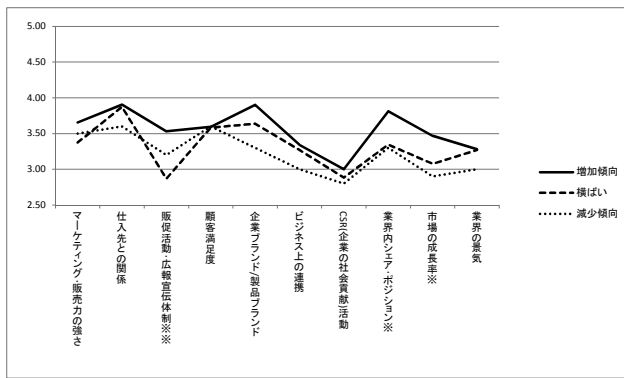


図表 3-2-47 利益傾向別組織関連非財務-金融機関評価

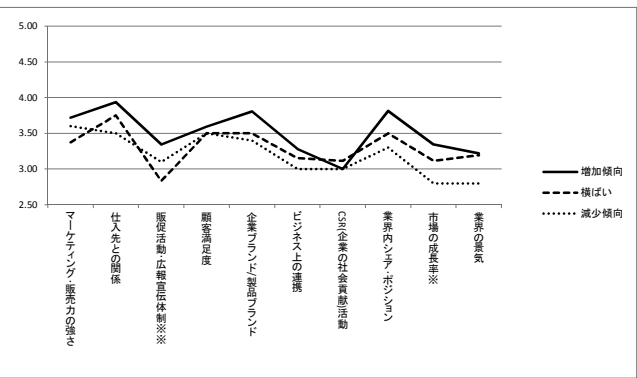


他方、顧客・市場関連項目では開示について「販促活動・広報宣伝体制」「業界内シェア・ポジション」「市場の成長率」で、金融機関評価については「販促活動・広報宣伝体制」「市場の成長率」で、それぞれ差異が確認された。増加企業では有意に業界内シェア・ポジションを開示し、減少企業は有意に市場の成長率に対して金融機関からの評価を受けていないと認識しているようである。

図表 3-2-48 利益傾向別顧客関連非財務開示程度



図表 3-2-49 利益傾向別組顧客連非財務金融機関評価



(7)小括

卸売業における戦略の重視度をみると「収益性」「財務健全性」「品質」の順に重視し、逆に「顧客層の絞込み」にこだわりのないとする回答企業が最も多かった。利益傾向別でみると「既存自社商品・サービス等の市場シェア拡大」のみ統計的差異が確認でき、減少企業での平均値が有意に低かった。

また、経営上の課題については「従業員の確保難」「同業他社との競争激化」を挙げる回答企業が6割弱あった。また、経営課題についてカイ二乗検定を行ったところ、売上傾向別ならびに利益傾向別でみると「需要低迷」「ニーズ変化への対応」で統計的に有意に差異があり、いずれも減少企業で突出して回答割合が多かった。

金融機関に対し取引で求めることについて聞いたところ、下記の結果となった。「運転資金融資」が半数を超えたほか、5割弱の回答企業が「ビジネスマッチング」を求めている。

事業性評価について聞いたことがあるか否かについては約3割の企業が「ある」と回答し、そのうち5割強が「金融機関の担当者から」聞いていたが、このうち、実際に事業性評価を金融機関から受けた企業は3社にとどまっていた。

非財務項目の評価のうち、経営者関連項目については「業績への貢献」よりも「金融機関からの評価」が総じて低く、また、平均値をみるかぎり、卸売業においては「経営者のリーダーシップ」よりも「経営者の意思決定能力」が業績に寄与していると認識している回答企業が多くみられた。また売上傾向別でみると開示について「経営者の経営管理能力(計数感覚を含む)」で増加企業の平均値が有意に高かった。

従業員関連項目については「技術熟練度」が従業員関連項目のうち最も高いものの、経営者関連項目と比較して、概して平均値が低かった。また情報開示の程度は一律に低位であった。売上傾向別で見ると開示について「従業員の満足度」で増加企業の平均値が有意に高かった。

組織関連項目について回答企業は「経営計画の実行」の業績への貢献が大きいと認識しているものの、それが金融機関からの評価に必ずしも結びついていないと考えていた。利益傾向別でみると開示の程度、金融機関評価ともに「技術の優位性」「研究開発投資」で、それぞれ統計的差異が確認され、いずれも増加企業の平均値が有意に高かった。

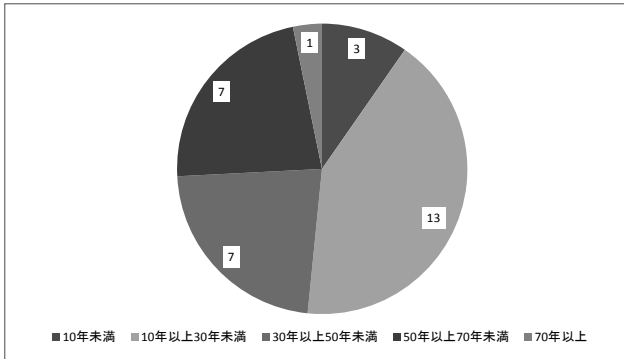
顧客・市場関連項目について回答企業は業績への貢献が最も高い項目として「仕入先の確保」を挙げており、当該項目について最も積極的に開示し、金融機関からの評価も得ていると認識していた。売上傾向別でみると業績への貢献ならびに開示について「販促活動・広報宣伝体制」で差異が確認され、金融機関評価については「販促活動・広報宣伝体制」に加え「市場の成長率」で差異が確認され、いずれも増加企業の平均値が横ばい企業、減少企業と比較して高かった。他方、利益傾向別でみると開示について「販促活動・広報宣伝体制」「業界内シェア・ポジション」「市場の成長率」で、金融機関評価については「販促活動・広報宣伝体制」「市場の成長率」でそれぞれ差異が確認でき、いずれも増加企業の平均値が高かった。

### 3. 小売業

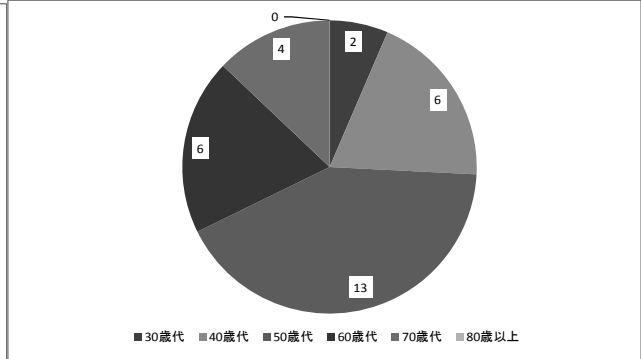
#### (1) 回答企業の概要

小売業における概要は以下の通りである。

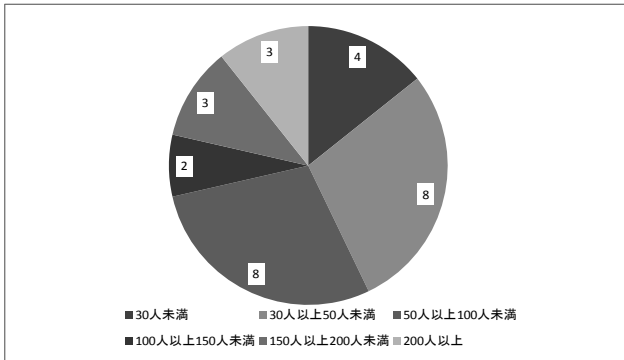
図表 3-3-1 法人設立経過年数



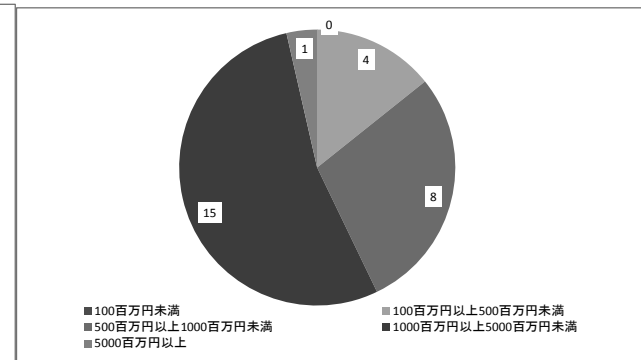
図表 3-3-2 経営者の年齢



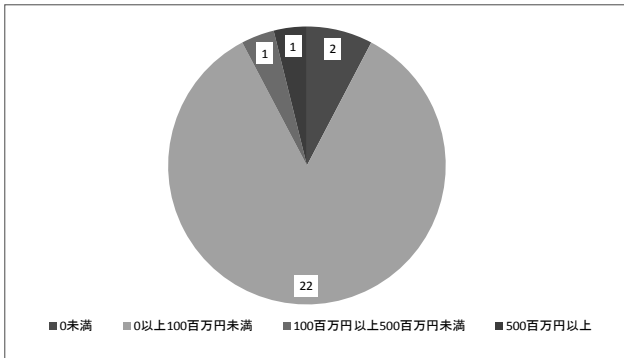
図表 3-3-3 従業員数(経営者、常勤役員、常勤パート含む)



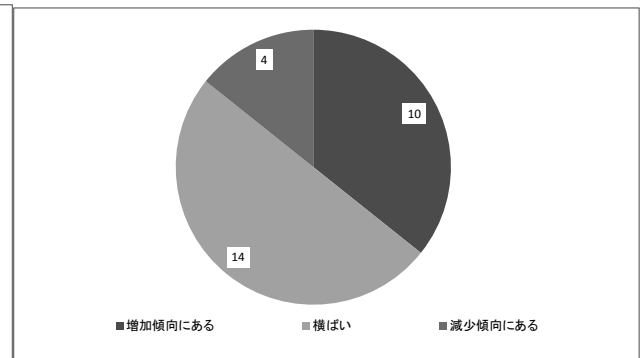
図表 3-3-4 売上高(年商)



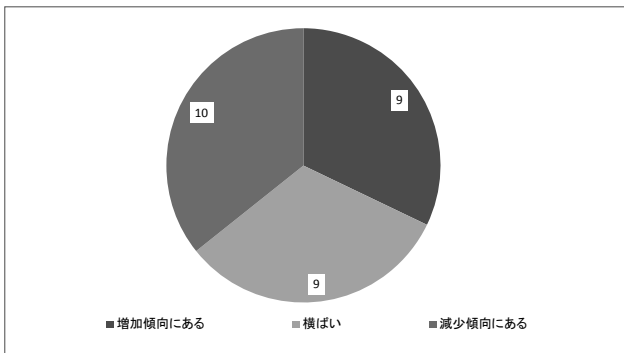
図表 3-3-5 経常利益額



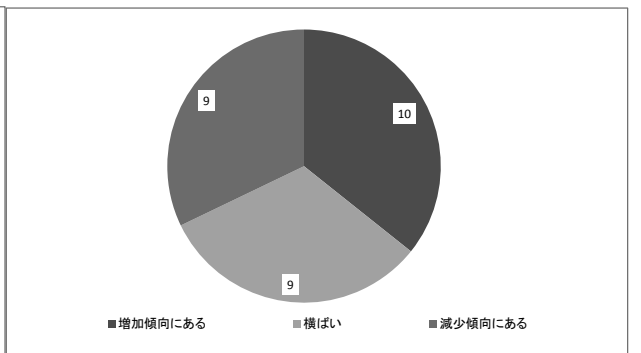
図表 3-3-6 従業員数の傾向



図表 3-3-7 売上高(年商)の傾向



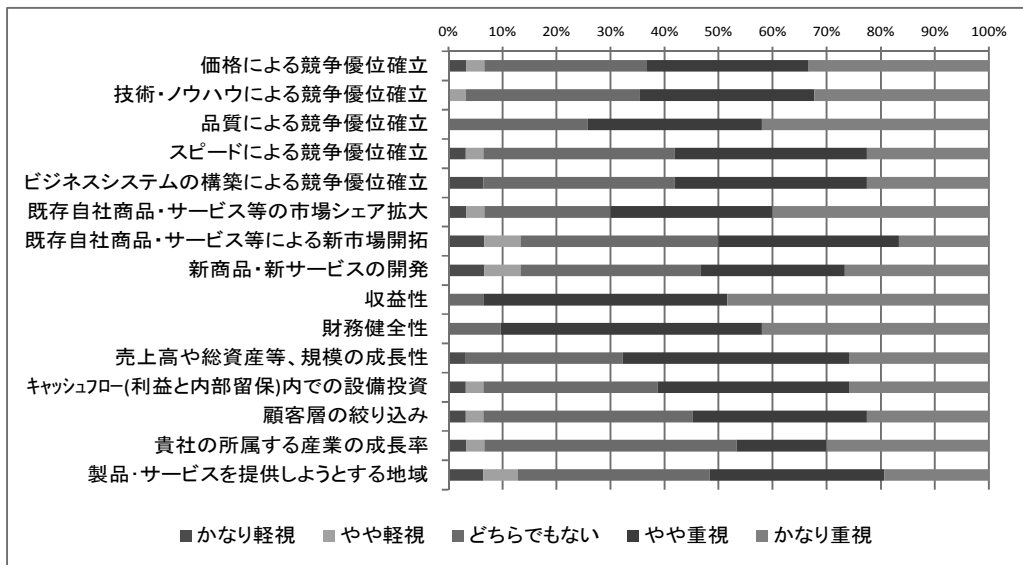
図表 3-3-8 経常利益額の傾向



## (2) 戦略・経営上の課題

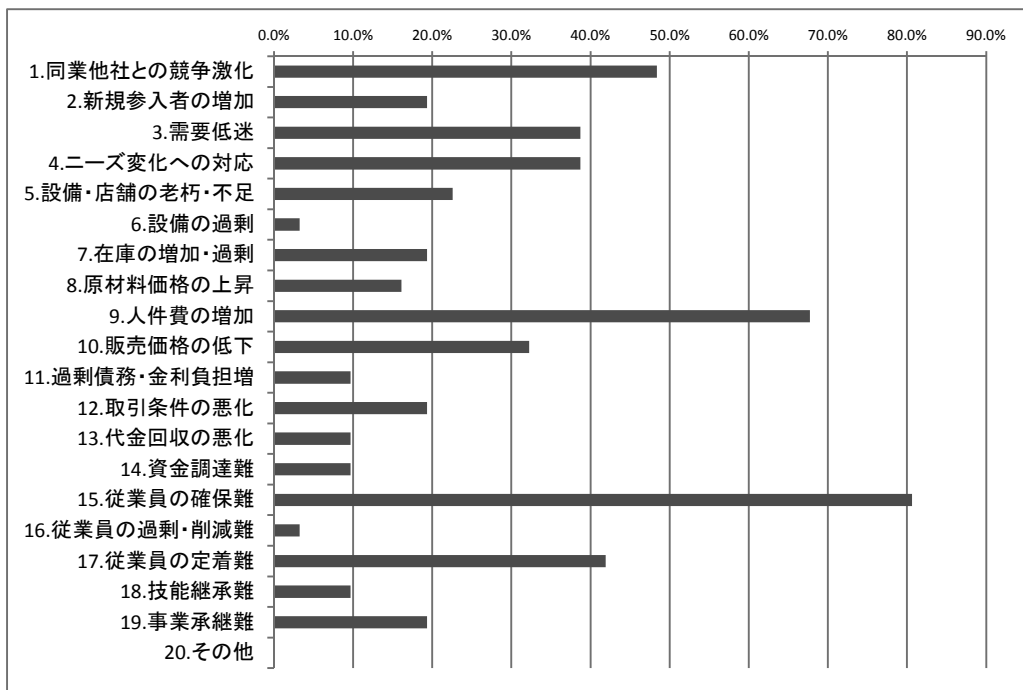
小売業における戦略の重視度をみると「収益性」「財務健全性」「品質」「既存自社商品・サービス等の市場シェア拡大」の順に重視していることがわかる。逆に「新市場開拓」「新商品・新サービス開発」等を重視しないとする回答企業が多かった。

図表 3-3-9 戦略の重視度



また、経営上の課題については「従業員の確保難」を挙げる回答企業が8割を超え、「人件費の増加」を訴える企業も7割弱あった。

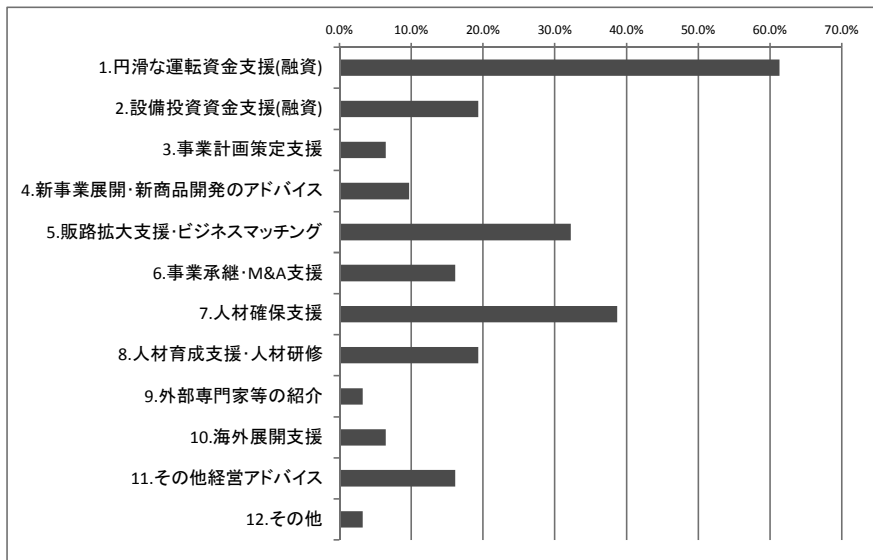
図表 3-3-10 経営上の課題(複数回答)



## (3) 事業性評価について

金融機関に対し取引で求めることについて聞いたところ、下記の結果となった。「運転資金融資」を求める声が6割に達し、「人材確保支援」を要望する声も4割に迫っている。

図表 3-3-11 金融機関との取引で求めること(複数回答)

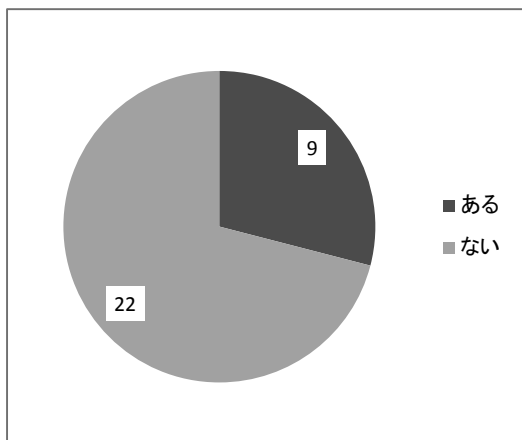


事業性評価について聞いたことがあるか否かについては3割弱の企業が「ある」と回答し、そのうち約半数が「金融機関の担当者から」聞いている。

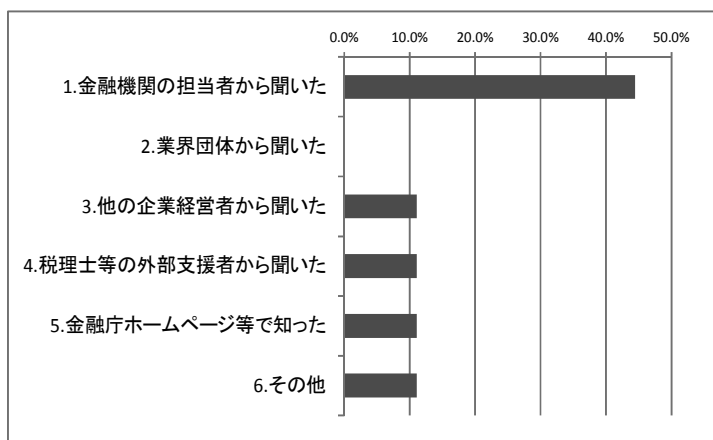
さらにこのうち、実際に事業性評価を金融機関から受けた企業は約3割であり、事業性評価を受けた金融機関もメインの公的金融機関と回答した企業が過半数であった。

事業性評価を受ける際には自社の強み・弱みについての説明や財務以外の資料提出等を行い、無担保・無保証人融資を受けることが出来たとする企業があった一方、「何もしなかった」とする企業も複数あった。また5社のうち3社は「無担保融資を受けることができた」。

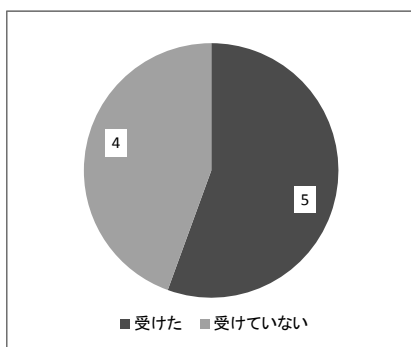
図表 3-3-12 「事業性評価」を聞いたことがあるか



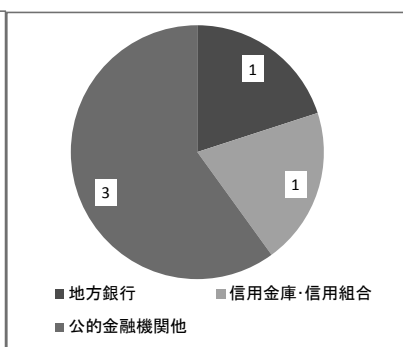
図表 3-3-13 事業性評価を知った経緯



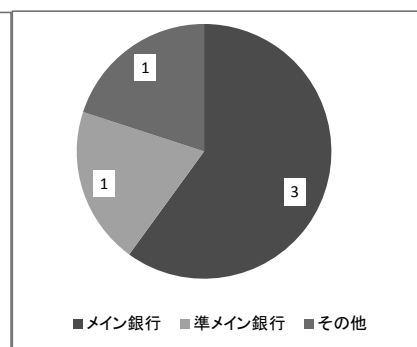
図表 3-3-14 事業性評価実施の有無



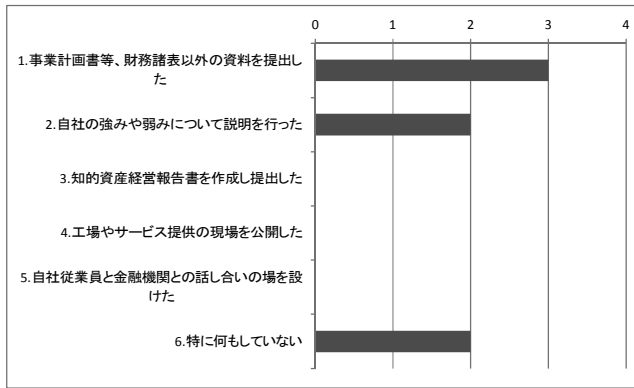
図表 3-3-15 実施金融機関



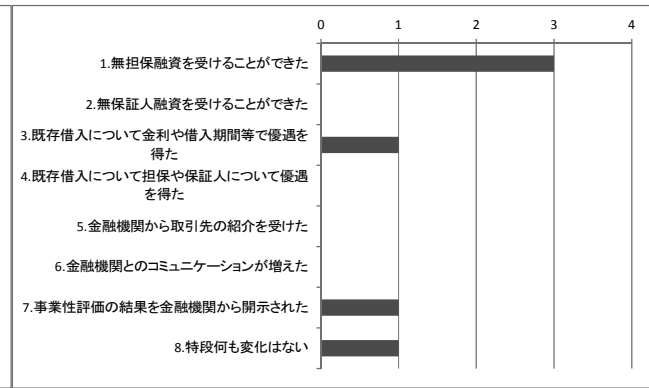
図表 3-3-16 金融機関の位置付け



図表 3-3-17 事業性評価実施時の対応



図表 3-3-18 事業性評価実施後の金融機関取引の変化



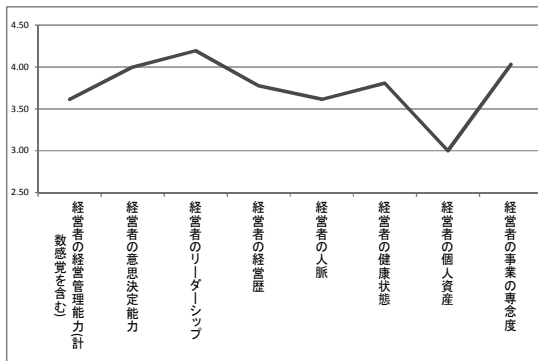
(4) 非財務項目の評価について

ここでは各非財務項目に関して、業績への貢献、情報開示の程度、金融機関からの評価について、どのように認識しているかを問うた。業績への貢献については「5 多大な貢献がある」から「1 全く貢献はない」、情報開示の程度については「5 かなり開示している」から「1 全く開示していない」、金融機関からの評価については「5 かなり評価されている」から「1 全く評価されていない」の、それぞれ5段階で評価してもらった。以下の図表は各項目における平均値である。

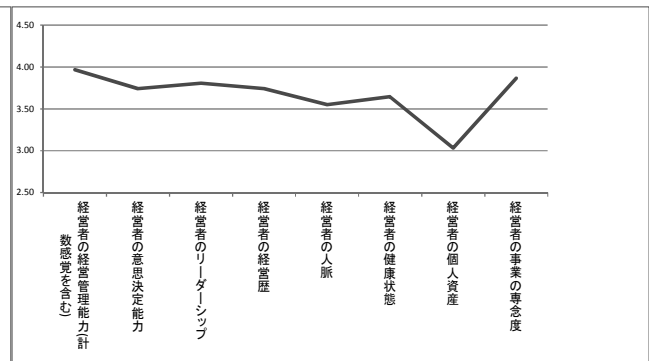
① 経営者関連項目

経営者関連項目については、以下の通りである。「業績への貢献」よりも「金融機関からの評価」が顕著に低い。「経営者のリーダーシップ」をはじめとして「経営者の資質・能力が金融機関に評価されていない」との認識がみとれる。

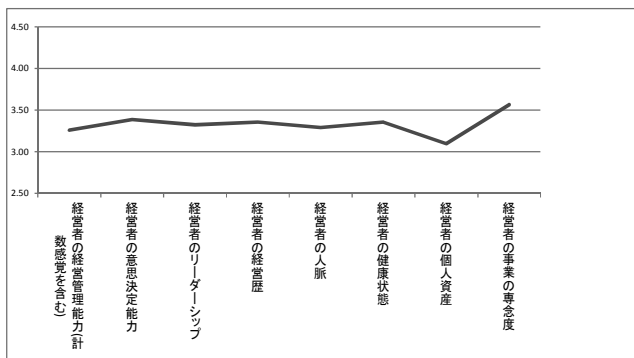
図表 3-3-19 業績への貢献-経営者関連項目



図表 3-3-20 情報開示の程度-経営者関連項目



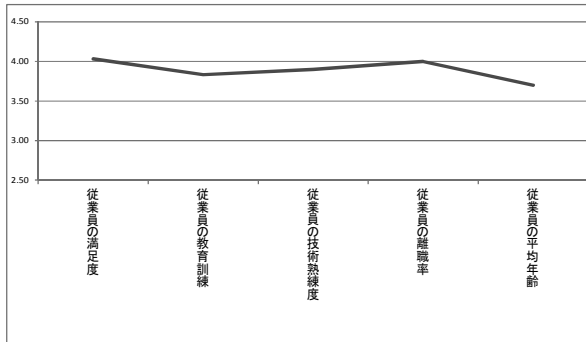
図表 3-3-21 金融機関からの評価-経営者関連項目



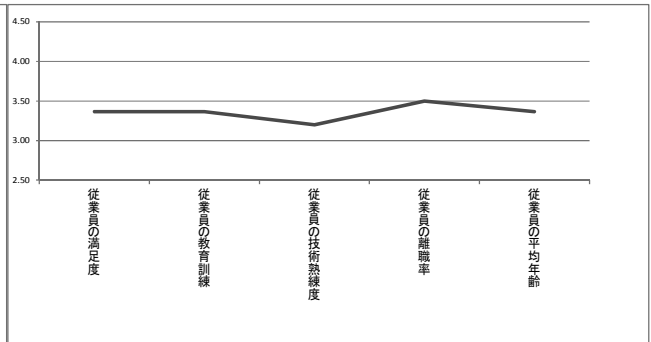
## ②従業員関連項目

従業員関連項目については、以下の通りである。「従業員の離職率」が従業員関連項目のうち最も高いものの、経営者関連項目と比較して、概して平均値が低い。また情報開示の程度は一様に低位である。

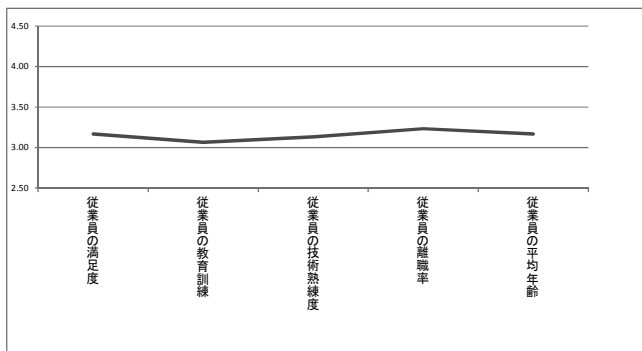
図表 3-3-22 業績への貢献-従業員関連項目



図表 3-3-23 情報開示の程度-従業員関連項目

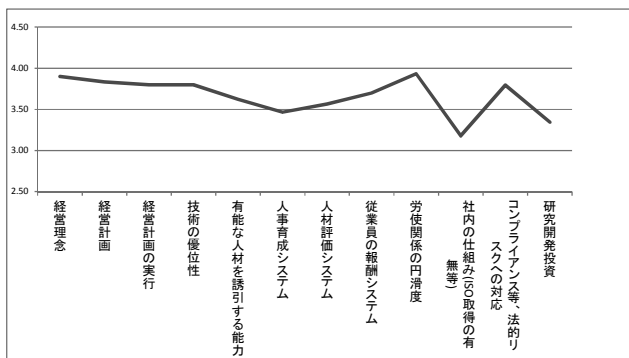


図表 3-3-24 金融機関からの評価-従業員関連項目

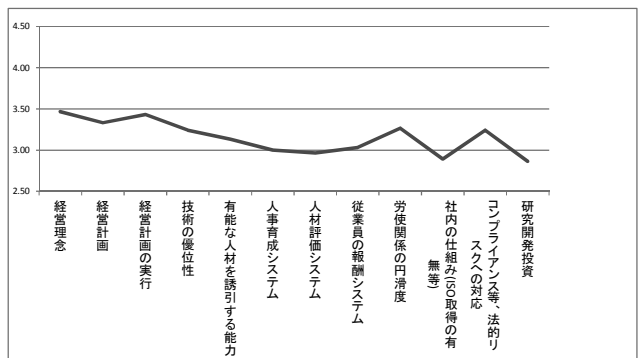


## ③組織関連項目

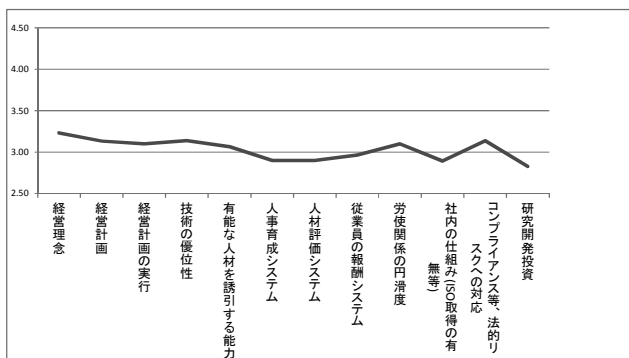
図表 3-3-25 業績への貢献-組織関連項目



図表 3-3-26 情報開示の程度-組織関連項目



図表 3-3-27 金融機関からの評価-組織関連項目



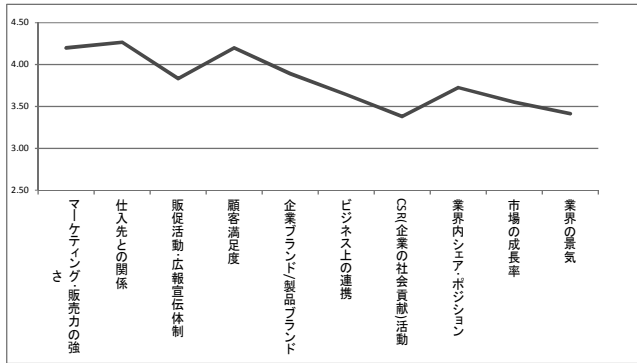


組織関連項目については、前頁の通りである。回答企業が業績への貢献が大きいと認識しているのは「労使関係の円滑度」である。しかしそれが金融機関からの評価に必ずしも結びついていないとも認識している。情報開示については概して消極的である。

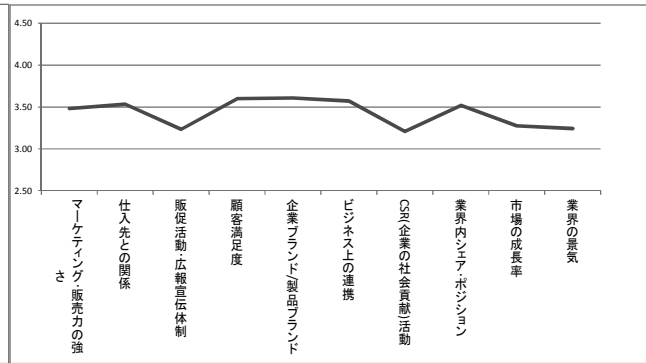
#### ④顧客・市場関連項目

顧客・市場関連項目については、以下の通りである。回答企業は業績への貢献が最も高い項目として「仕入先の確保」「顧客満足度」を挙げているものの、それらは金融機関から評価されていないと認識しており、それらよりはむしろ「業界内シェア・ポジション」が評価されていると認識している。

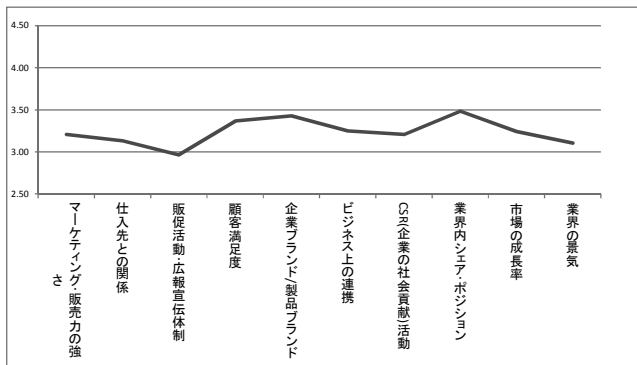
図表 3-3-28 業績への貢献-顧客・市場関連項目



図表 3-3-29 情報開示の程度-顧客・市場関連項目



図表 3-3-30 金融機関からの評価-顧客・市場関連項目

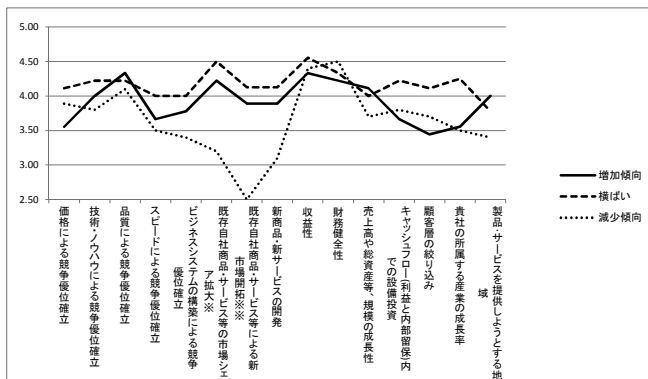


#### (5) 売上傾向別差異

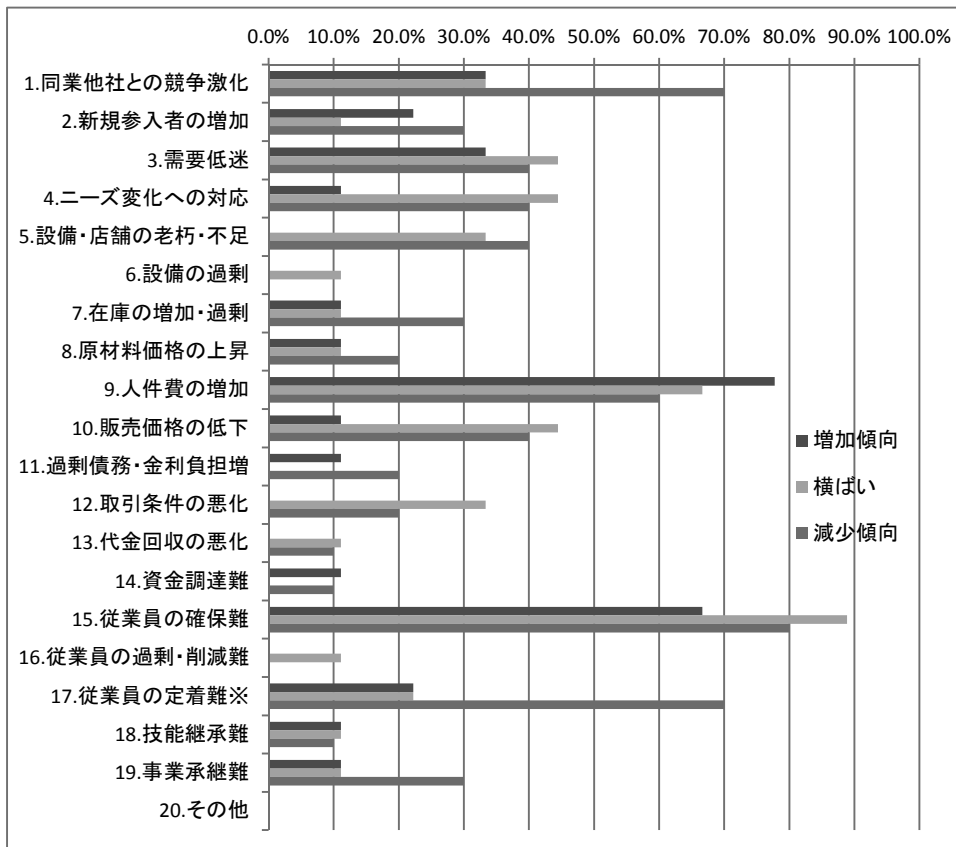
ここでは売上高(年商)における、過去3年間の推移別、具体的には「増加傾向」「横ばい」「減少傾向」別の、統計的差異を示す。

##### ①戦略の重視度・経営課題

図表 3-3-31 売上傾向別戦略の重視度



図表 3-3-32 売上傾向別経営課題



戦略の重視度について一元配置分散分析を行ったところ「既存自社商品・サービス等の市場シェア拡大」「既存自社商品・サービス等による新市場開拓」で統計的の差異が確認できた。いずれも減少企業の平均値が顕著に低かった。また経営課題についてカイ二乗検定を行ったところ「従業員の定着難」で差異が確認でき、減少企業が突出していた。

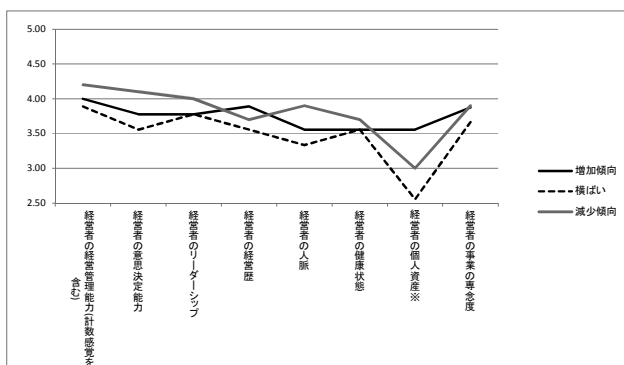
②金融取引に関して

金融機関に対する要望、事業性評価を知っているか否か、事業性評価を受けたか否か、等について3者間の統計的の差異は見出せなかった。

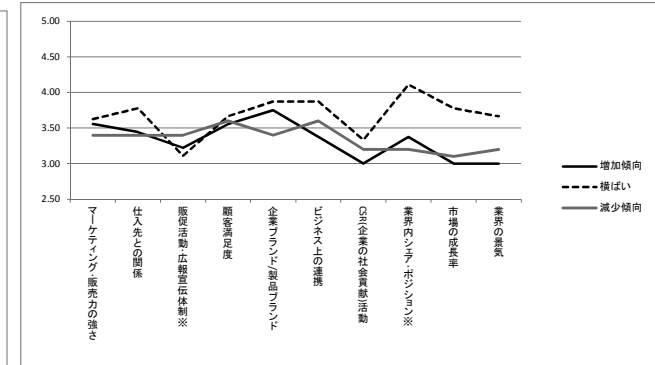
③非財務項目評価について

非財務項目の評価について一元配置分散分析を行ったところ、経営者関連項目での「個人資産」の開示、顧客・市場関連項目での「業界内シェア・ポジション」の開示でそれぞれ統計的に差異が確認された。

図表 3-3-33 売上傾向別経営者関連非財務開示程度



図表 3-3-34 売上傾向別顧客関連非財務開示程度



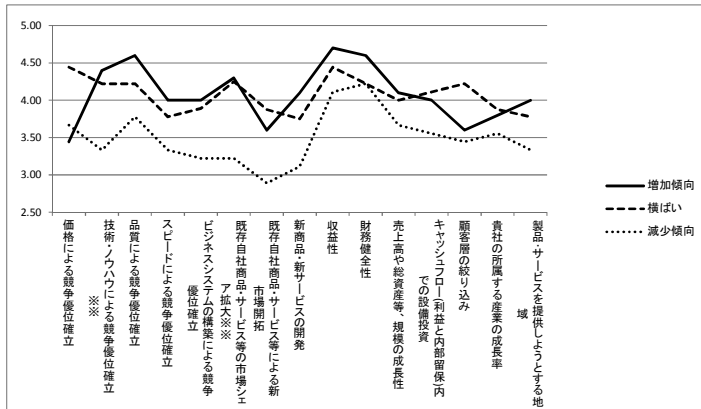
(6)利益傾向別差異

ここでは経常利益における、過去3年間の推移別、具体的には「増加傾向」「横ばい」「減少傾向」別の、統計的差異を示す。

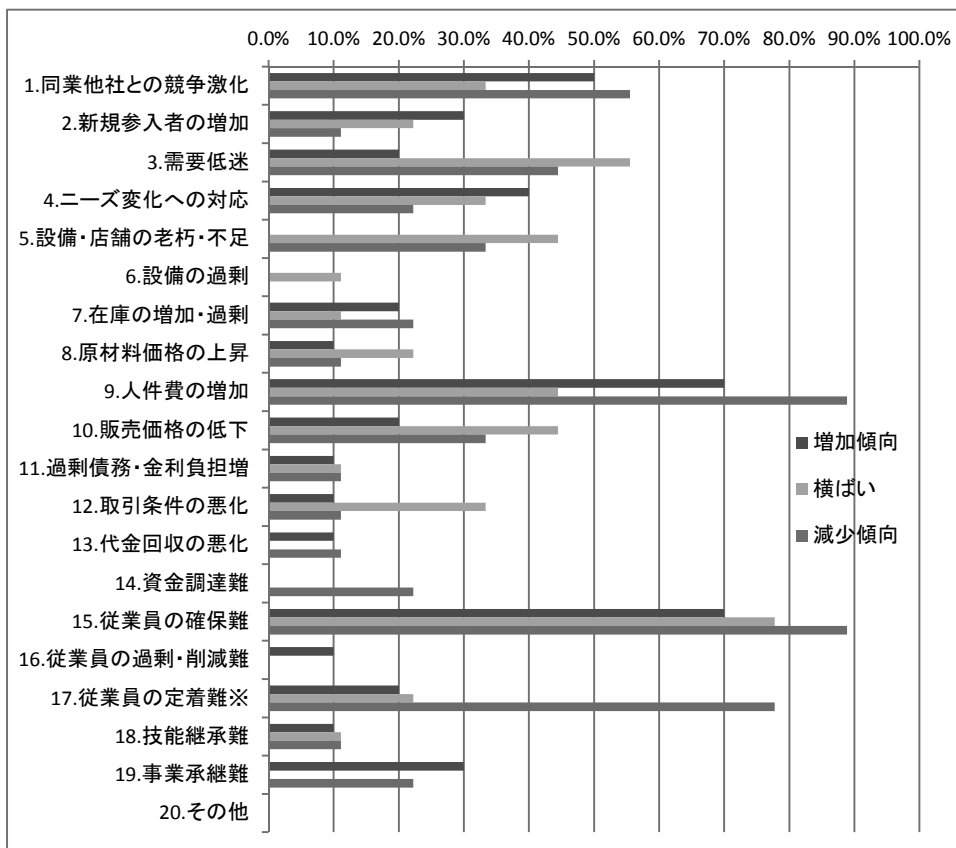
①戦略の重視度・経営課題

戦略の重視度について一元配置分散分析を行ったところ「技術・ノウハウによる競争優位確立」「既存自社商品・サービス等の市場シェア拡大」で統計的差異が確認できた。いずれも減少企業の平均値が顕著に低かった。また経営課題についてカイ二乗検定を行ったところ「従業員の定着難」で差異が確認でき、減少企業が突出していた。

図表 3-3-35 利益傾向別戦略の重視度



図表 3-3-36 利益傾向別経営課題



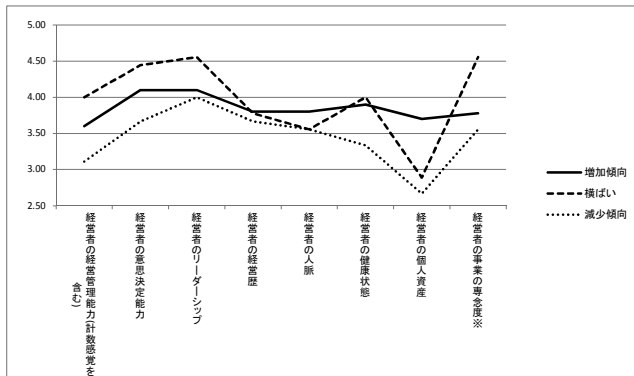
②金融取引に関して

金融機関に対する要望、事業性評価を知っているか否か、事業性評価を受けたか否か、等について3者間の統計的な差異は見出せなかった。

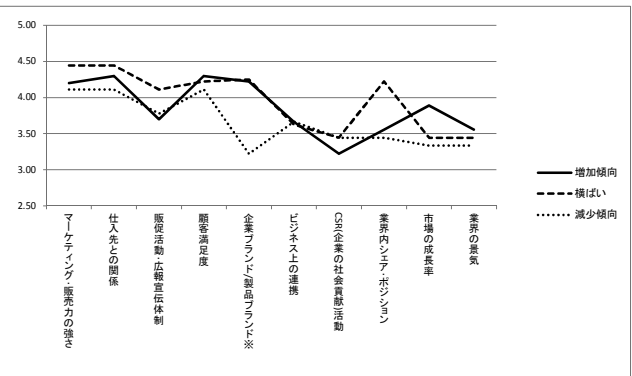
### ③非財務項目評価について

非財務項目の評価について一元配置分散分析を行ったところ、経営者関連項目で「経営者の事業の専念度」、ならびに顧客・市場関連項目で「企業ブランド/製品ブランド」に関する業績への貢献について、それぞれ統計的差異が確認できた。

図表 3-3-43 利益傾向別経営者関連非財務-業績への貢献



図表 3-3-44 利益傾向別顧客関連非財務-業績への貢献



### (7)小括

小売業における戦略の重視度をみると「収益性」「財務健全性」「品質」「既存自社商品・サービス等の市場シェア拡大」の順に重視していた。売上傾向別、利益傾向別にみると「既存自社商品・サービス等の市場シェア拡大」については減少企業の平均値がともに顕著に低かった。

また、経営上の課題については「従業員の確保難」「人件費の増加」を訴える企業が多かった。また売上・利益ともに芳しくない企業群では「人材の定着難」を指摘する声が多い。さらに、金融機関に対しては「運転資金融資」を求める声のほか、「人材確保支援」を要望する声が全体の4割に迫るなど、人材に関して課題が大きいことがわかった。

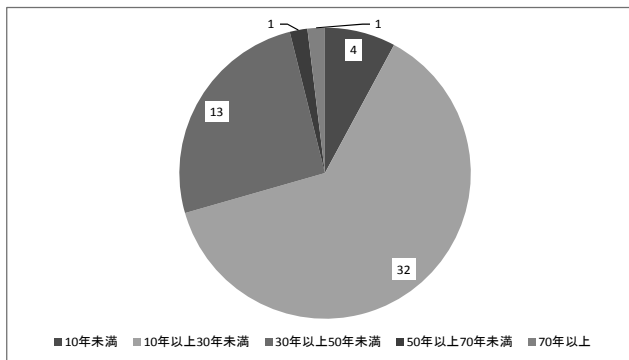
非財務項目について、情報開示は概して消極的である。回答企業の多くは「経営者のリーダーシップ」や「仕入先との関係」が業績に貢献するにも関わらず金融機関から評価されていないと認識している。金融機関からはむしろ「業界内シェア・ポジション」が評価されていると認識している。

#### 4. サービス業

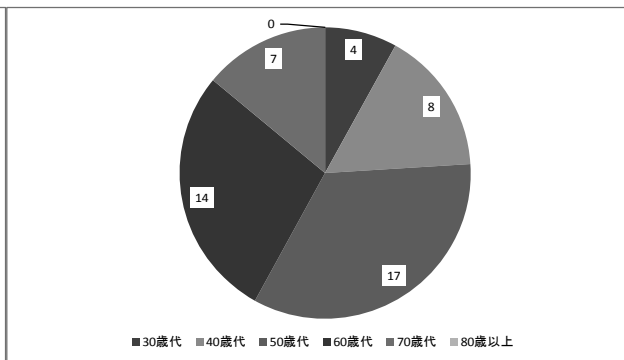
##### (1) 回答企業の概要

サービス業における概要は以下の通りである。

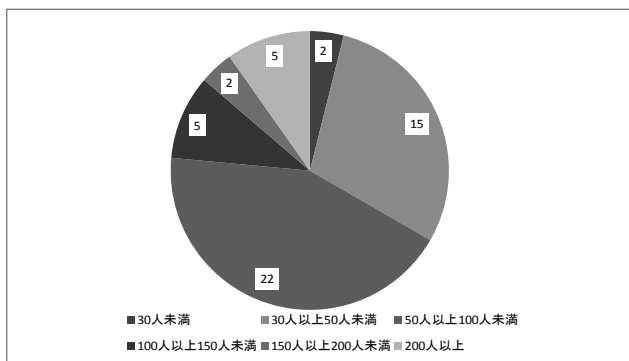
図表 3-4-1 法人設立経過年数



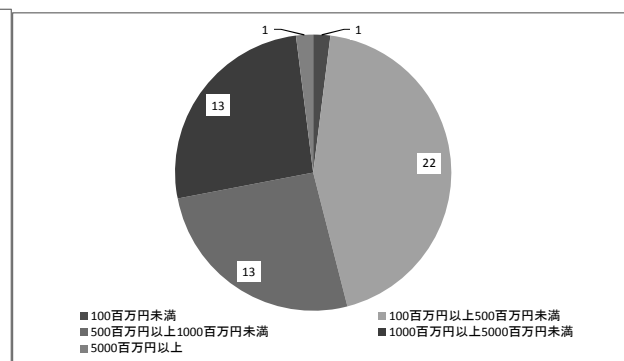
図表 3-4-2 経営者の年齢



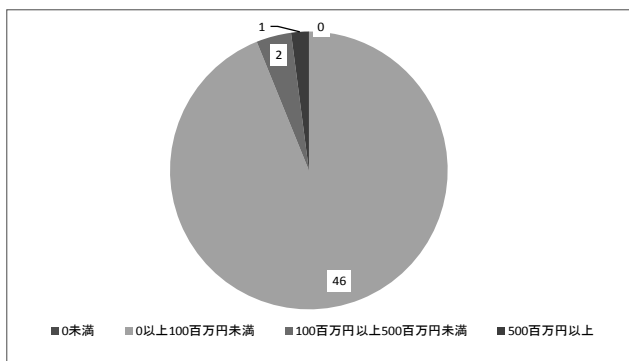
図表 3-4-3 従業員数(経営者、常勤役員、常勤パート含む)



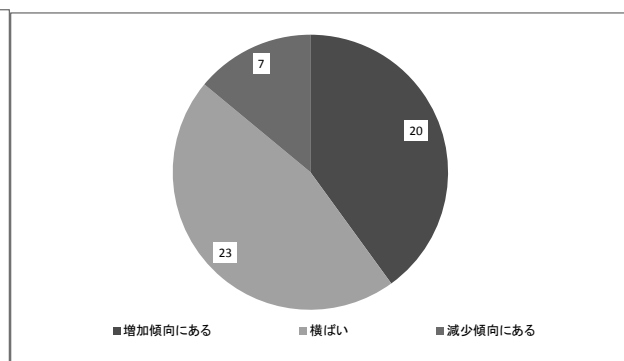
図表 3-4-4 売上高(年商)



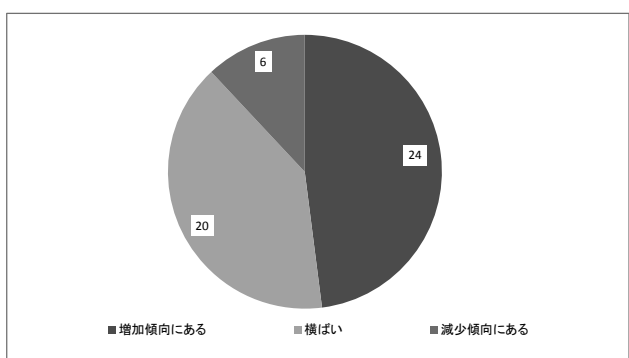
図表 3-4-5 経常利益額



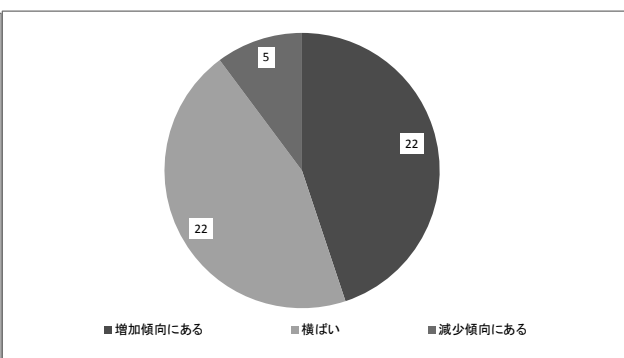
図表 3-4-6 従業員数の傾向



図表 3-4-7 売上高(年商)の傾向



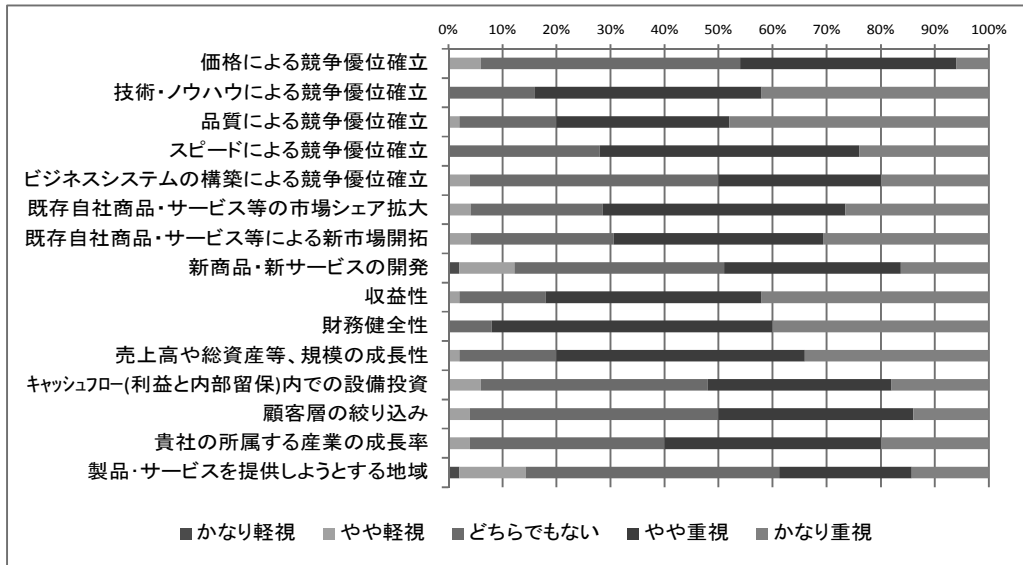
図表 3-4-8 経常利益額の傾向



## (2) 戦略・経営上の課題

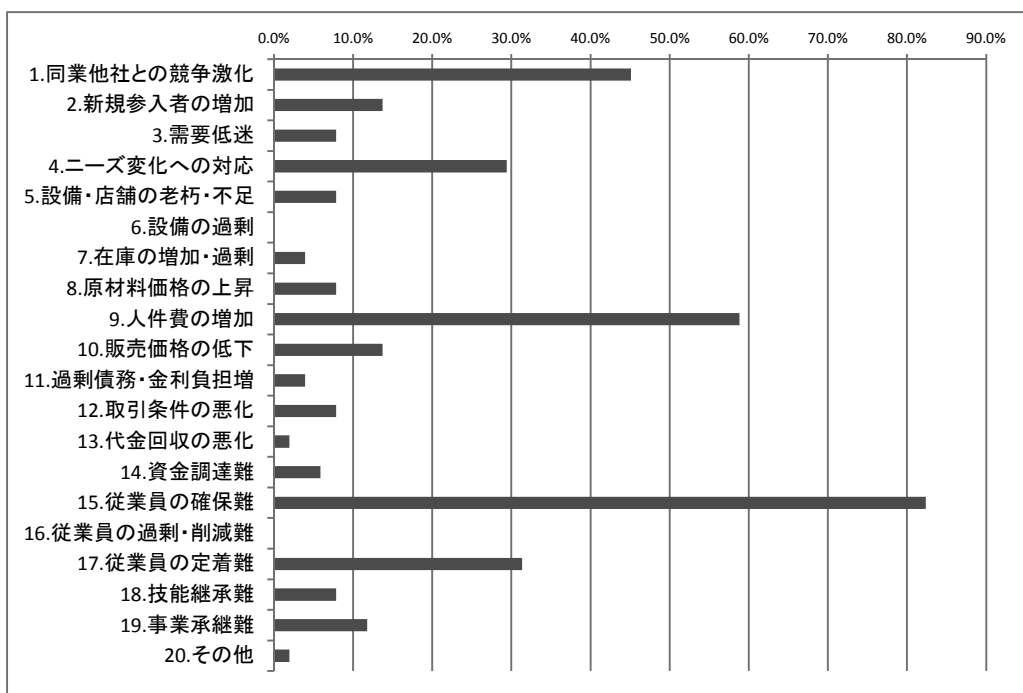
サービス業における戦略の重視度をみると「品質」「技術・ノウハウ」「収益性」「財務健全性」等を重視していることがわかる。逆に「地域」にこだわりのない回答企業が最も多かった。

図表 3-4-9 戦略の重視度



また、経営上の課題については「従業員の確保難」を挙げる回答企業が8割強あり、「人件費の増加」と回答する企業も6割に迫った。

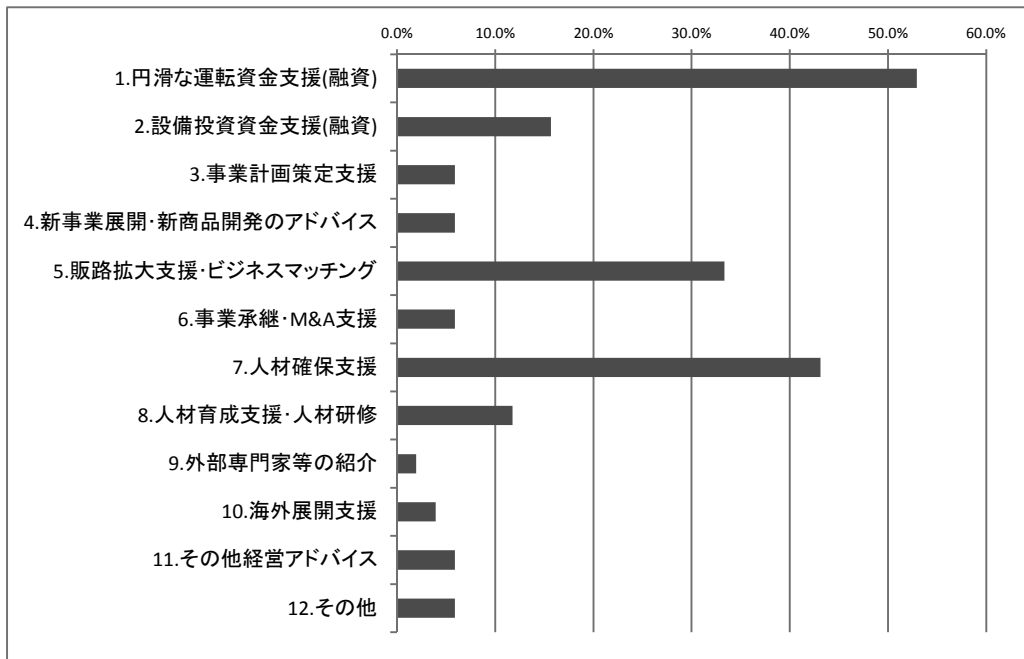
図表 3-4-10 経営上の課題(複数回答)



## (3) 事業性評価について

金融機関に対し取引で求めることについて聞いたところ、次頁の結果となった。「運転資金融資」が半数を超えたほか、4割強が「人材確保支援」、さらに3割強が「販路拡大支援・ビジネスマッチング」を求めている。

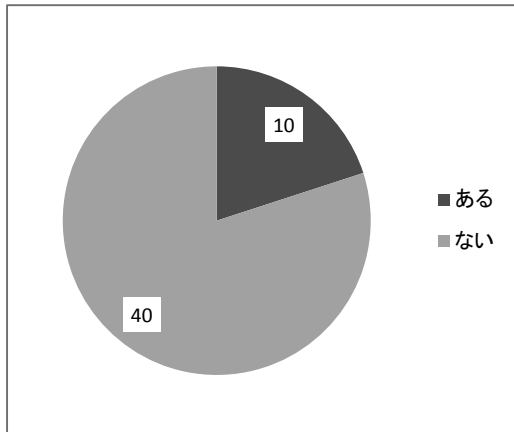
図表 3-4-11 金融機関との取引で求めること(複数回答)



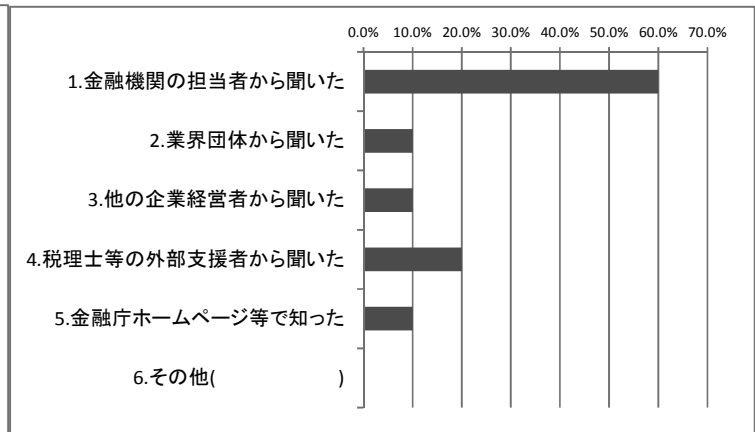
事業性評価について聞いたことがあるか否かについては2割の企業が「ある」と回答し、そのうち6割が「金融機関の担当者から」聞いている。さらにこのうち半数が実際に事業性評価を金融機関から受け、事業性評価を受けた金融機関はメガバンク:地域金融機関、メイン:準メインの比率はそれぞれ1:1であった。

事業性評価を受ける際には自社の強み・弱みについての説明や財務以外の資料提出等を行った結果、無担保・無保証人融資を受けることが出来たとする企業があった一方、何の変化もなかった企業もあった。

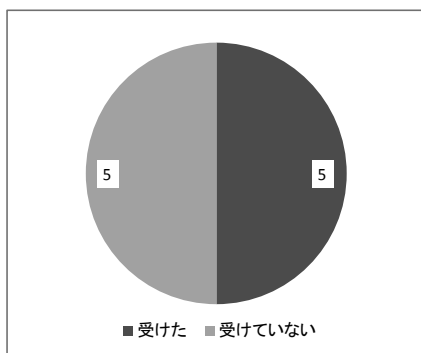
図表 3-4-12 「事業性評価」を聞いたことがあるか



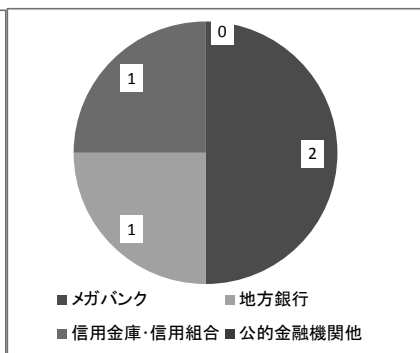
図表 3-4-13 事業性評価を知った経緯



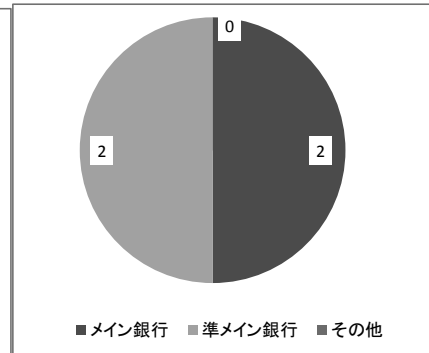
図表 3-4-14 事業性評価実施の有無



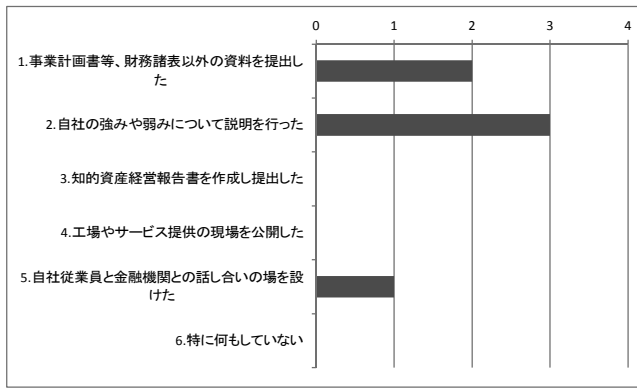
図表 3-4-15 実施金融機関



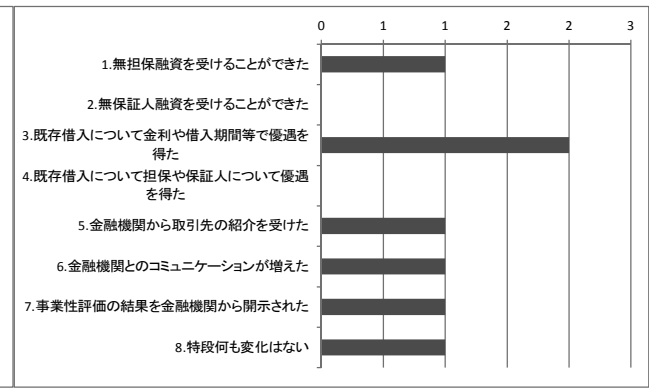
図表 3-4-16 金融機関の位置付け



図表 3-4-17 事業性評価実施時の対応



図表 3-4-18 事業性評価実施後の金融機関取引の変化



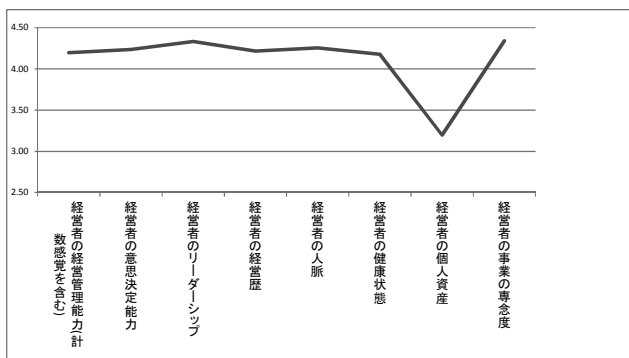
(4) 非財務項目の評価について

ここでは各非財務項目に関して、業績への貢献、情報開示の程度、金融機関からの評価について、どのように認識しているかを問うた。業績への貢献については「5 多大な貢献がある」から「1 全く貢献はない」、情報開示の程度については「5 かなり開示している」から「1 全く開示していない」、金融機関からの評価については「5 かなり評価されている」から「1 全く評価されていない」の、それぞれ5段階で評価してもらった。以下の図表は各項目における平均値である。

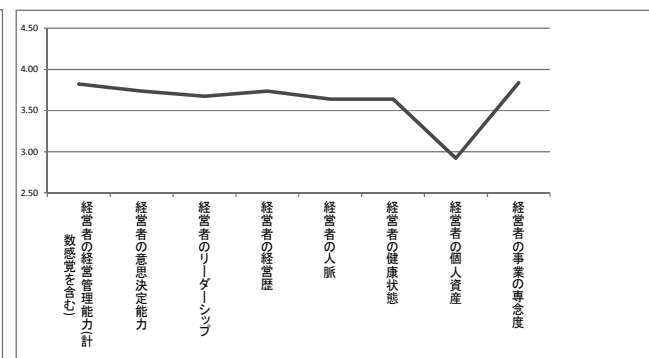
① 経営者関連項目

経営者関連項目については、以下の通りである。業績への貢献の各項目の平均値は概して高く、「業績への貢献」よりも「金融機関からの評価」が総じて低い。

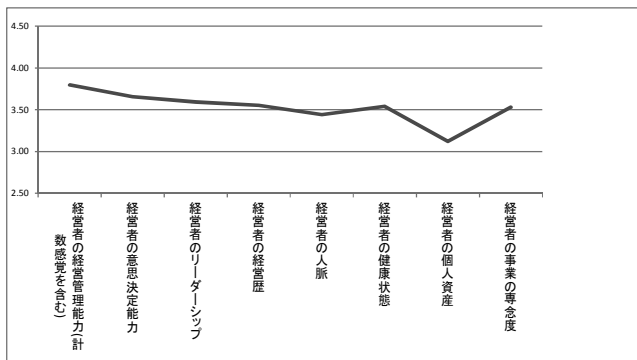
図表 3-4-19 業績への貢献-経営者関連項目



図表 3-4-20 情報開示の程度-経営者関連項目



図表 3-4-21 金融機関からの評価-経営者関連項目

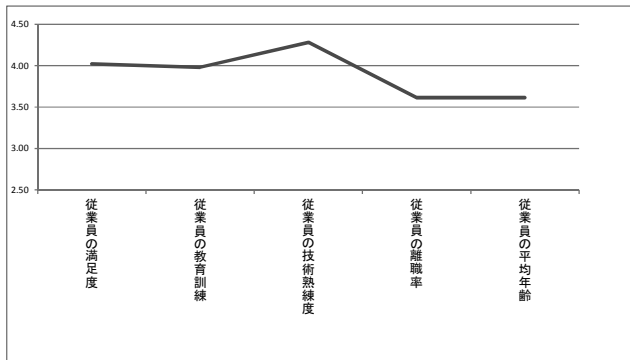


② 従業員関連項目

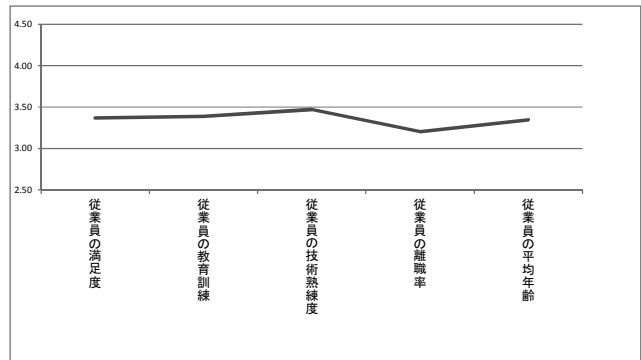
従業員関連項目については、次頁の通りである。「技術熟練度」が従業員関連項目のうち最も高いものの、経営者関連項目と比較して、概して平均値が低い。また金融機関からの評価は一様に低位である。



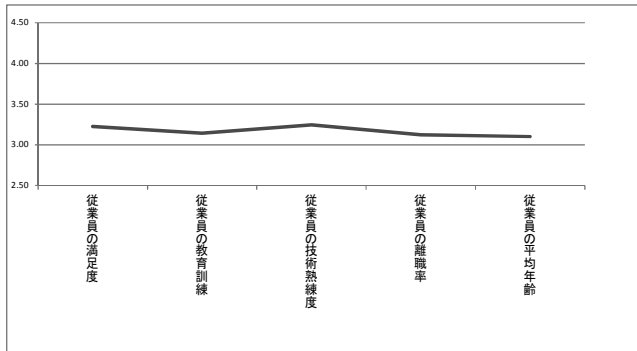
図表 3-4-22 業績への貢献-従業員関連項目



図表 3-4-23 情報開示の程度-従業員関連項目

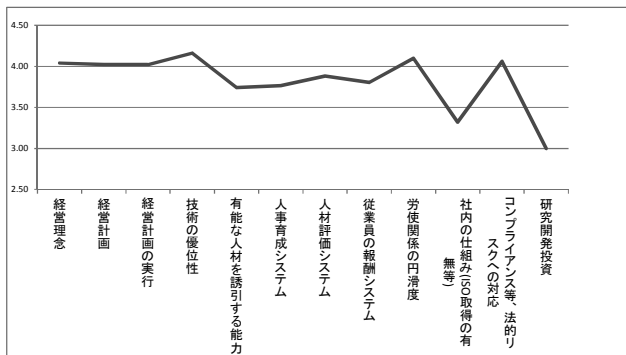


図表 3-4-24 金融機関からの評価-従業員関連項目

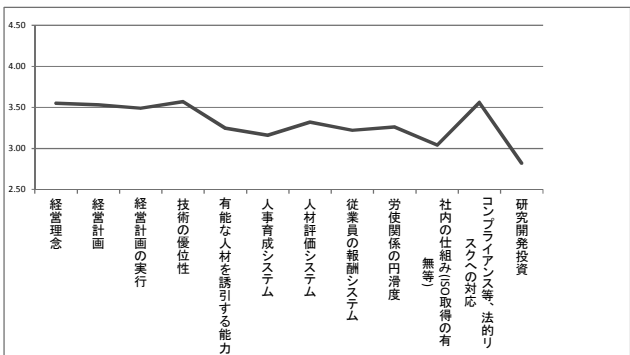


③組織関連項目

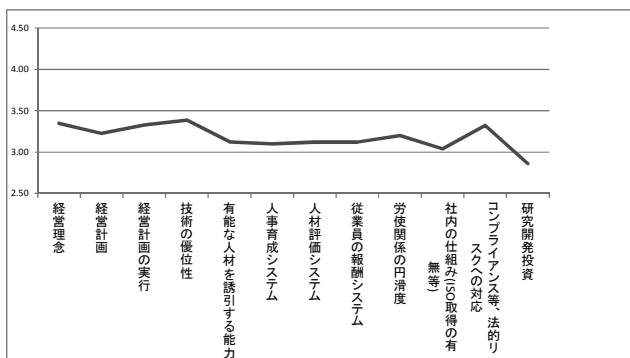
図表 3-4-25 業績への貢献-組織関連項目



図表 3-4-26 情報開示の程度-組織関連項目



図表 3-4-27 金融機関からの評価-組織関連項目



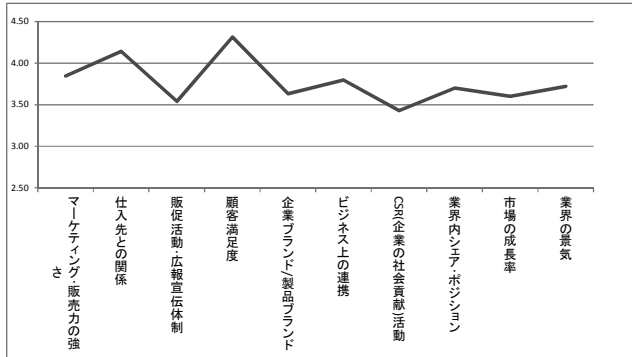
組織関連項目については、上記の通りである。回答企業は「技術の優位性」「労使関係の円滑度」「コンプライアンス等、法的リスクへの対応」が業績への貢献が大きいと認識し、それに呼応するように開示しているものの、金

融機関からの評価に必ずしも結びついていないと認識している。

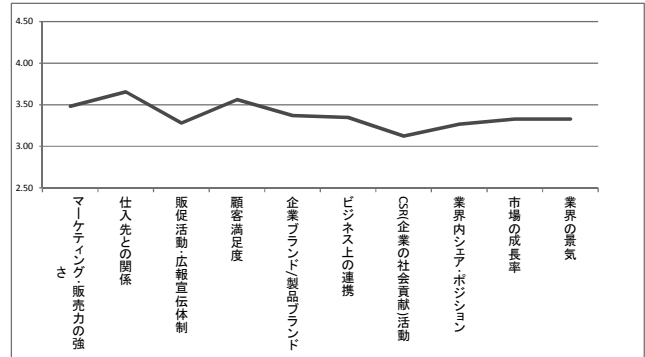
④顧客・市場関連項目

顧客・市場関連項目については、以下の通りである。回答企業は業績への貢献が最も高い項目として「顧客満足度」を挙げているものの、金融機関からはさほど評価されていないと認識している。

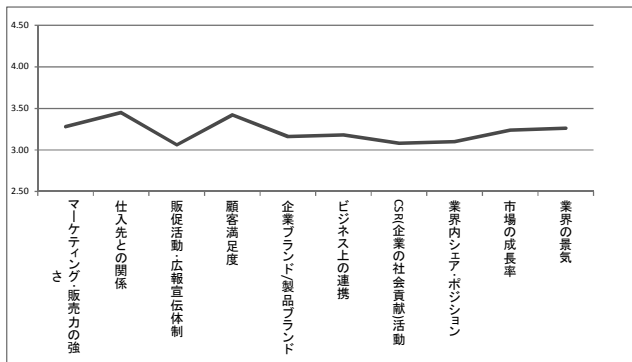
図表 3-4-28 業績への貢献-顧客・市場関連項目



図表 3-4-29 情報開示の程度-顧客・市場関連項目



図表 3-4-30 金融機関からの評価-顧客・市場関連項目



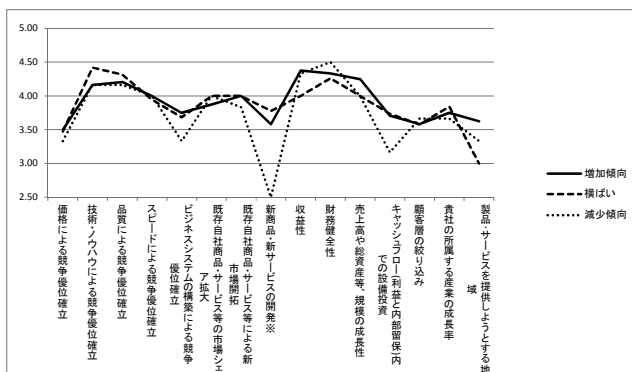
(5)売上傾向別差異

ここでは売上高(年商)における、過去3年間の推移別、具体的には「増加傾向」「横ばい」「減少傾向」別の、統計的差異を示す。

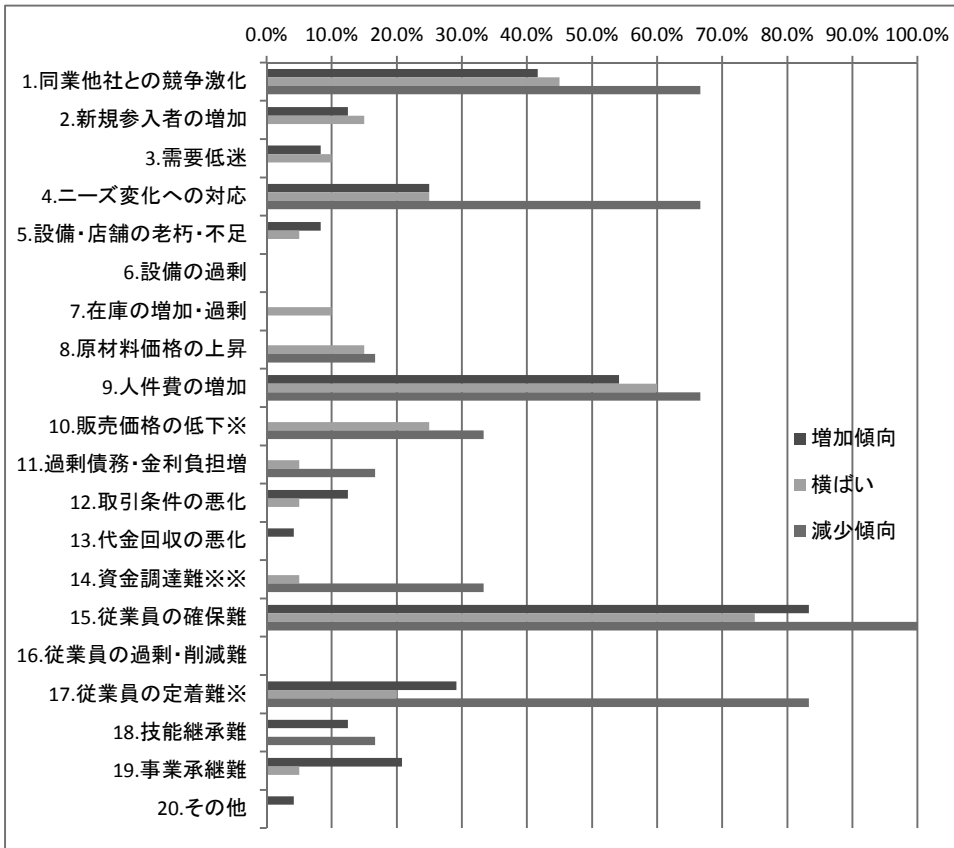
①戦略の重視度・経営課題

戦略の重視度について一元配置分散分析を行ったところ「新商品・新サービスの開発」で統計的差異が確認できた。また、経営課題についてカイ二乗検定を行ったところ、差異が確認できたのは「販売価格の低下」「資金調達難」「従業員の定着難」であり、いずれも減少企業における割合が有意に高かった。また全ての減少企業において「従業員の確保難」を指摘していた。

図表 3-4-31 売上傾向別戦略の重視度



図表 3-4-32 売上傾向別経営課題



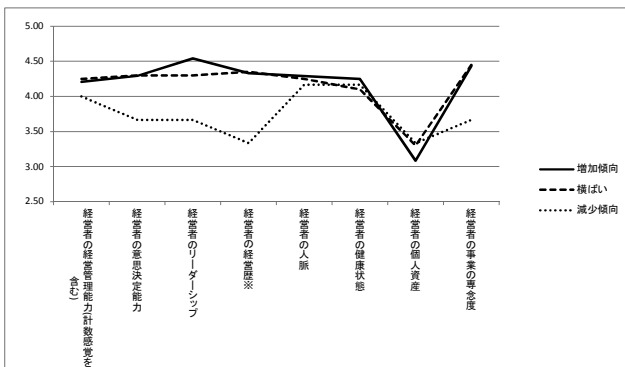
②金融取引に関して

金融機関に対する要望、事業性評価を知っているか否か、事業性評価を受けたか否か、等について3者間の統計的な差異は見出せなかった。

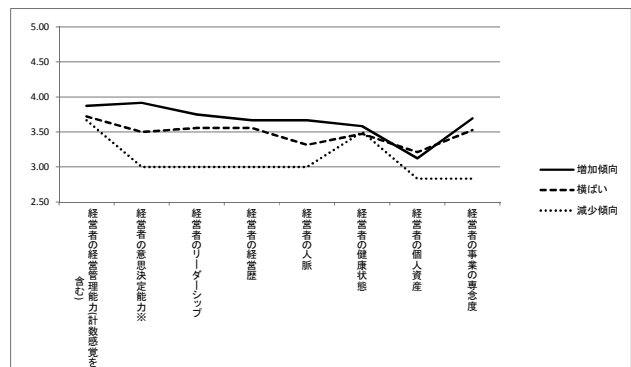
③財務項目評価について

非財務項目の評価について一元配置分散分析を行ったところ、経営者関連項目では業績への貢献で「経営者の経営歴」、金融機関評価で「経営者の意思決定能力」において、それぞれ統計的に差異が確認された。前者については減少企業が突出して平均値が低く、後者については増加企業と減少企業の間で差異があった。従業員関連項目では金融機関評価について「従業員の教育訓練」で、統計的な差異が検出された。

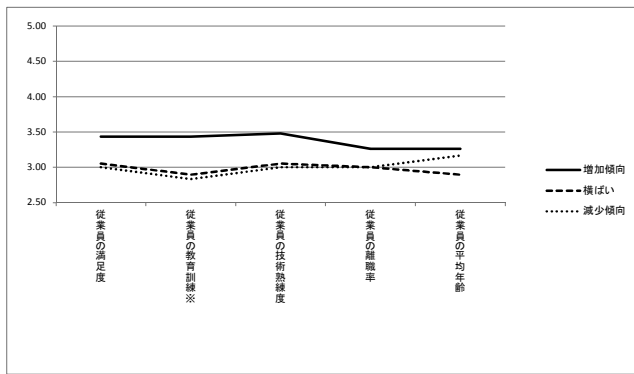
図表 3-4-33 売上傾向別経営者関連非財務-業績への貢献



図表 3-4-34 売上傾向別経営者関連非財務-金融機関評価

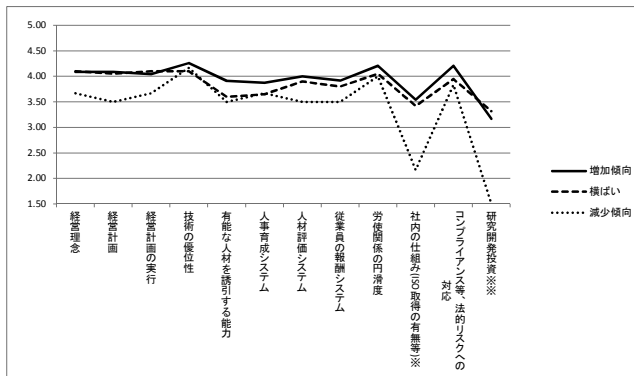


図表 3-4-35 売上傾向別従業員関連非財務-金融機関評価

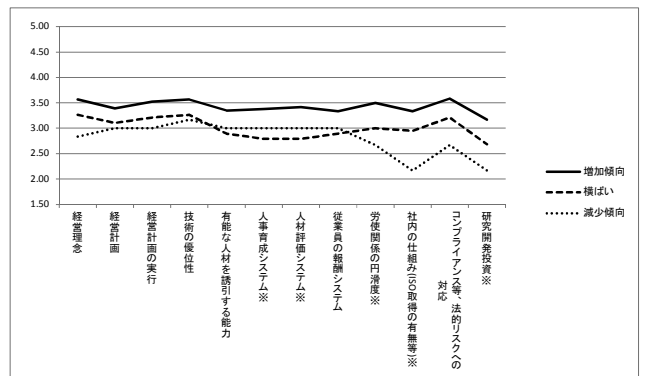


一方、組織関連項目では業績への貢献について「社内の仕組み(ISO 取得の有無等)」「研究開発投資」が、いずれも減少企業において有意に低く、金融機関評価については「人事育成システム」「人材評価システム」「労使関係の円滑度」「社内の仕組み(ISO 取得の有無等)」「研究開発投資」で統計的差異を検出した。

図表 3-4-36 売上傾向別組織関連非財務-業績への貢献

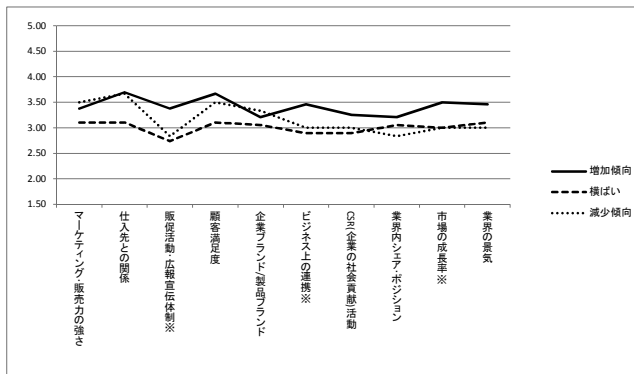


図表 3-4-37 売上傾向別組織関連非財務-金融機関評価



他方、顧客・市場関連項目では金融機関評価について、増加企業における「販促活動・広報宣伝体制」「ビジネス上の連携」「市場の成長率」の平均値が、それぞれ有意に高かった。

図表 3-4-38 売上傾向別顧客関連非財務-金融機関評価



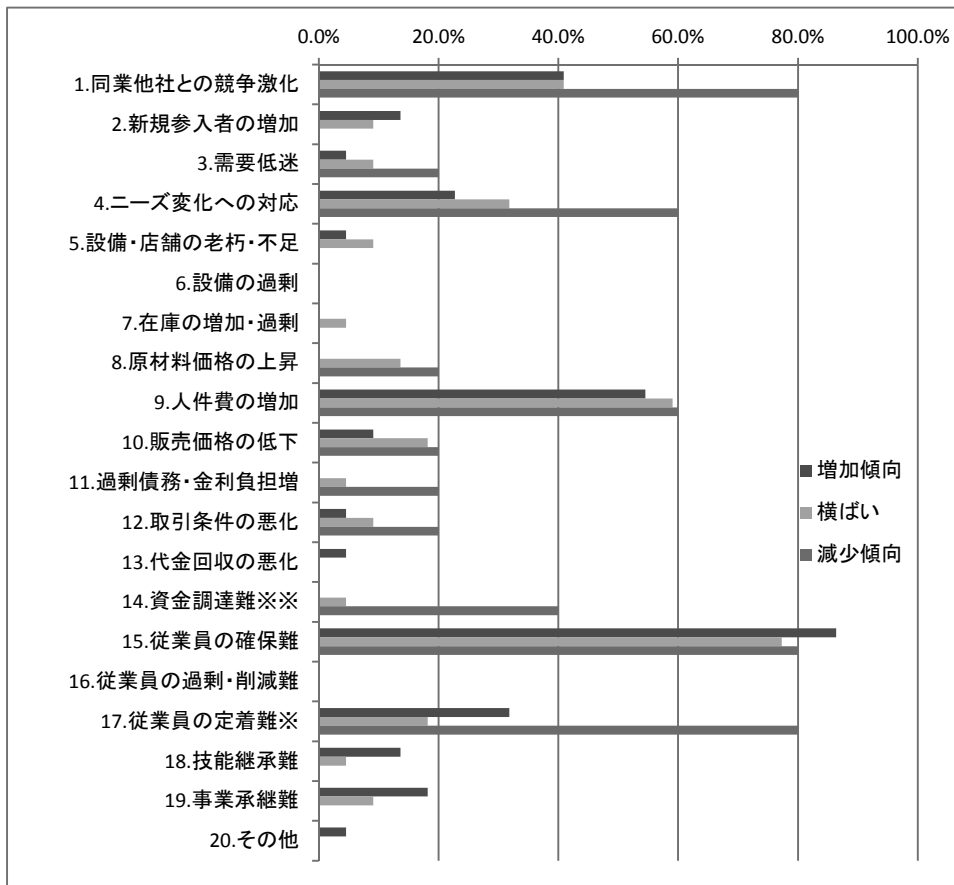
(6)利益傾向別差異

ここでは経常利益における、過去3年間の推移別、具体的には「増加傾向」「横ばい」「減少傾向」別の、統計的差異を示す。

①戦略の重視度・経営課題

戦略の重視度について一元配置分散分析を行ったが、統計的差異は確認できなかった。また、経営課題についてカイ二乗検定を行ったところ、差異が確認できたのは「資金調達難」「従業員確保難」であった。いずれも減少企業において突出して多かった。

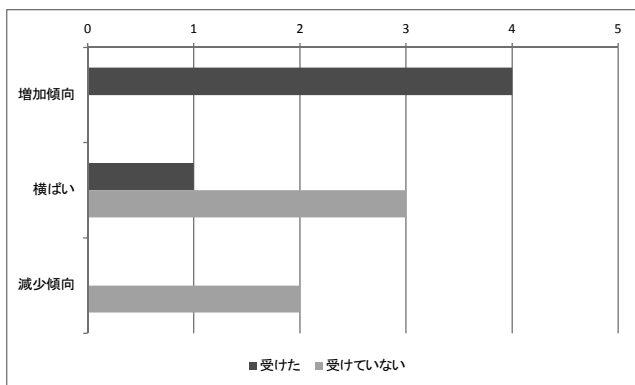
図表 3-4-41 利益傾向別経営課題



②金融取引に関して

金融機関取引に対する要望、事業性評価を知っているか否かについては3者間の統計的な差異は見出せなかったが、事業性評価を受けたか否かについては差異が確認できた。減少企業で事業性評価を受けたケースはなかった。

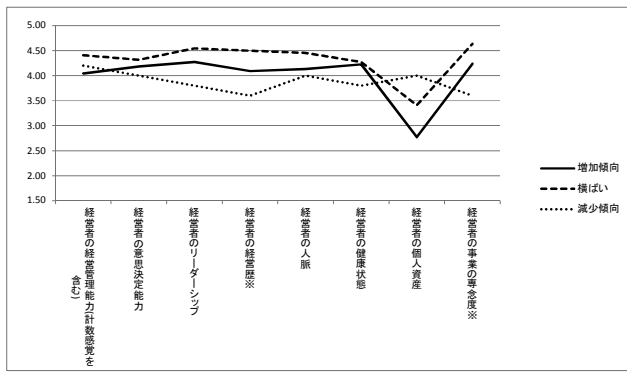
図表 3-4-42 利益傾向別事業性評価を受けたか否か



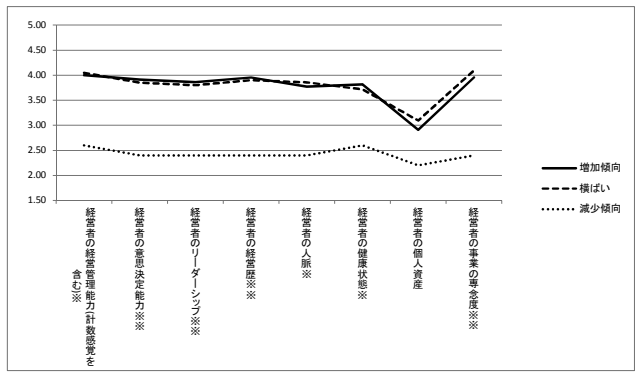
③非財務項目評価について

非財務項目の評価について一元配置分散分析を行ったところ、経営者関連項目では業績への貢献について「経営者の経営歴」「経営者の事業の専念度」で統計的差異が確認できた。減少企業の平均値が有意に低かった。また、開示については「経営者の個人資産」を除く全ての項目で、いずれも減少企業で有意に低かった。

図表 3-4-43 利益傾向別経営者関連非財務-業績への貢献

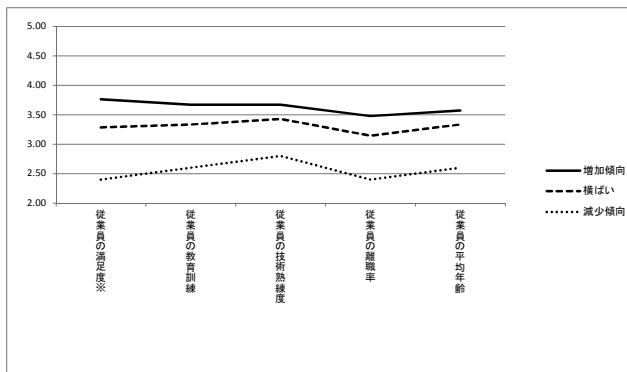


図表 3-4-44 利益傾向別経営者関連非財務-開示程度

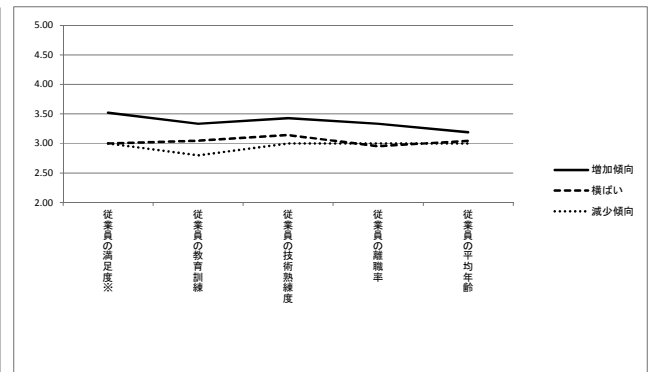


従業員関連項目では業績への貢献については統計的な差異は確認できず、開示ならびに金融機関評価について「従業員満足度」で、統計的差異を確認できた。

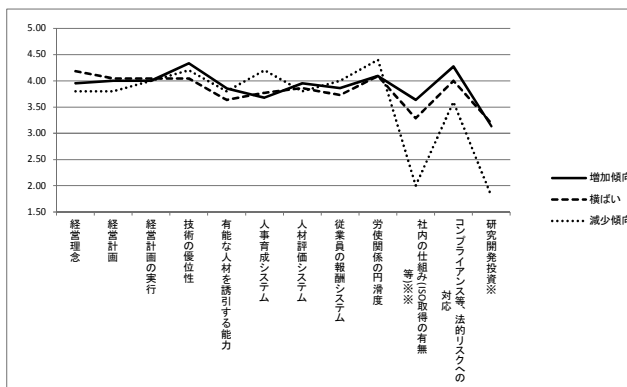
図表 3-4-45 利益傾向別従業員関連非財務-開示程度



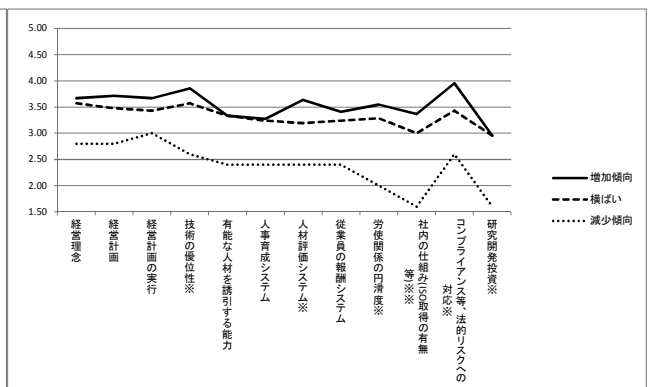
図表 3-4-46 利益傾向別従業員関連非財務-金融機関評価



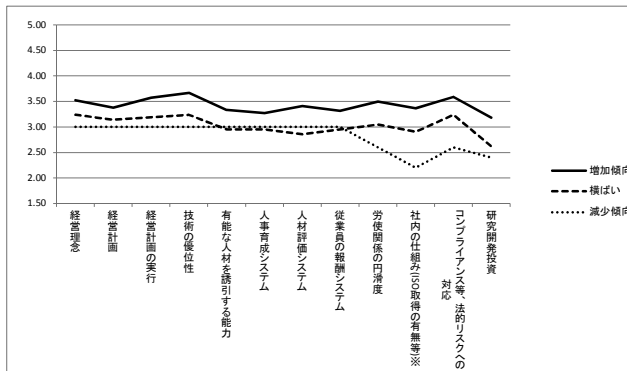
図表 3-4-47 利益傾向別組織関連非財務-業績への貢献



図表 3-4-48 利益傾向別組織関連非財務-開示程度



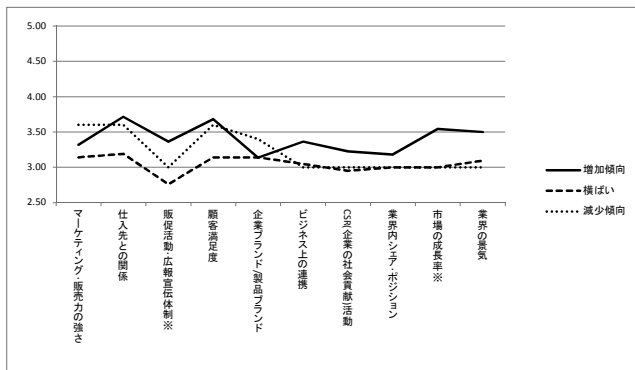
図表 3-4-49 利益傾向別組織関連非財務-金融機関評価



一方、組織関連項目では業績への貢献について「社内の仕組み(ISO取得の有無等)」「研究開発投資」で、開示についても「技術の優位性」「人材評価システム」「労使関係の円滑度」「社内の仕組み(ISO取得の有無等)」「コンプライアンス等への対応」「研究開発投資」で、さらに金融機関評価については「社内の仕組み(ISO取得の有無等)」で、それぞれ差異が確認された。いずれも減少企業の平均値が有意に低い。

他方、顧客・市場関連項目では金融機関評価については「販促活動・広報宣伝体制」「市場の成長率」で、それぞれ差異が確認された。

図表 3-4-50 利益傾向別顧客関連非財務-金融機関評価



### (7)小括

サービス業における戦略の重視度をみると「品質」「技術・ノウハウ」「収益性」「財務健全性」等を重視し、売上高が減少傾向にある企業の「新商品・新サービスの開発」の平均値が有意に低かった。

また、経営上の課題については「従業員の確保難」を挙げる回答企業が8割強あり、「人件費の増加」と回答する企業も6割に迫った。特に売上高が減少傾向にある企業は全て「従業員の確保難」を課題として挙げていた。

金融機関に対しサービス業の過半数は「運転資金融資」を求め、4割強が「人材確保支援」、さらに3割強が「販路拡大支援・ビジネスマッチング」を求めている。なお、売上傾向別、利益傾向別で回答に統計的差異は見出せなかった。また事業性評価について聞いたことがあるか否かについては2割の企業が「ある」と回答していたが、事業性評価を受ける際の対応、受けた後の取引の変化についてはまちまちであった。

各非財務項目に関する業績への貢献、情報開示の程度、金融機関からの評価についての企業の認識については、「業績への貢献」よりも「金融機関からの評価」が総じて低く、他の業種と比較しても「金融機関から評価されていない」と認識している企業が多かった。

5. 業種間比較

ここでは製造業、卸売業、小売業、サービス業の回答を比較し、各々の業種の特徴を抽出する。

(1) 回答企業の概要

企業概要について、一元配置分散分析で差異が確認できたのは以下の項目である。

図表 3-5-1 業種間比較-法人設立経過年数

	度数	平均値	標準偏差
製造業	154	54.49	19.378
卸売業	68	52.35	20.398
小売業	31	29.81	19.842
サービス業	51	25.39	13.992

図表 3-5-2 業種間比較-総資産額

	度数	平均値	標準偏差
製造業	136	4183.49	4440.377
卸売業	60	4773.17	6654.561
小売業	25	691.08	886.356
サービス業	49	518.78	914.946

図表 3-5-3 業種間比較-自己資本額

	度数	平均値	標準偏差
製造業	141	1995.67	3466.730
卸売業	60	1842.15	4844.087
小売業	26	295.73	690.856
サービス業	50	225.86	428.792

図表 3-5-4 業種間比較-借入金額

	度数	平均値	標準偏差
製造業	140	1036.64	1282.124
卸売業	62	1201.18	1544.967
小売業	26	290.38	399.570
サービス業	50	150.74	361.729

図表 3-5-5 業種間比較-売上高(年商)

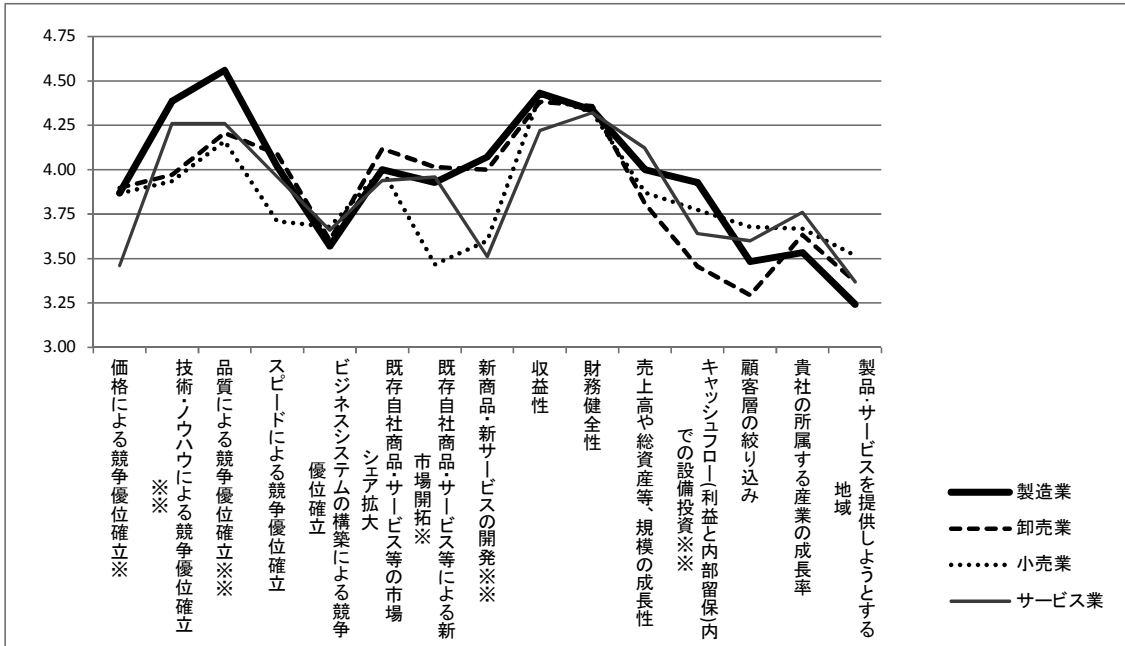
	度数	平均値	標準偏差
製造業	147	3896.54	4160.969
卸売業	66	7201.58	8218.369
小売業	28	1841.50	1758.948
サービス業	50	1268.40	3565.224

図表 3-5-6 業種間比較-経常利益額

	度数	平均値	標準偏差
製造業	137	201.09	392.425
卸売業	62	228.37	277.756
小売業	26	61.96	184.609
サービス業	49	43.69	116.765

(2) 戦略・経営上の課題

図表 3-5-7 業種間比較-戦略の重視度



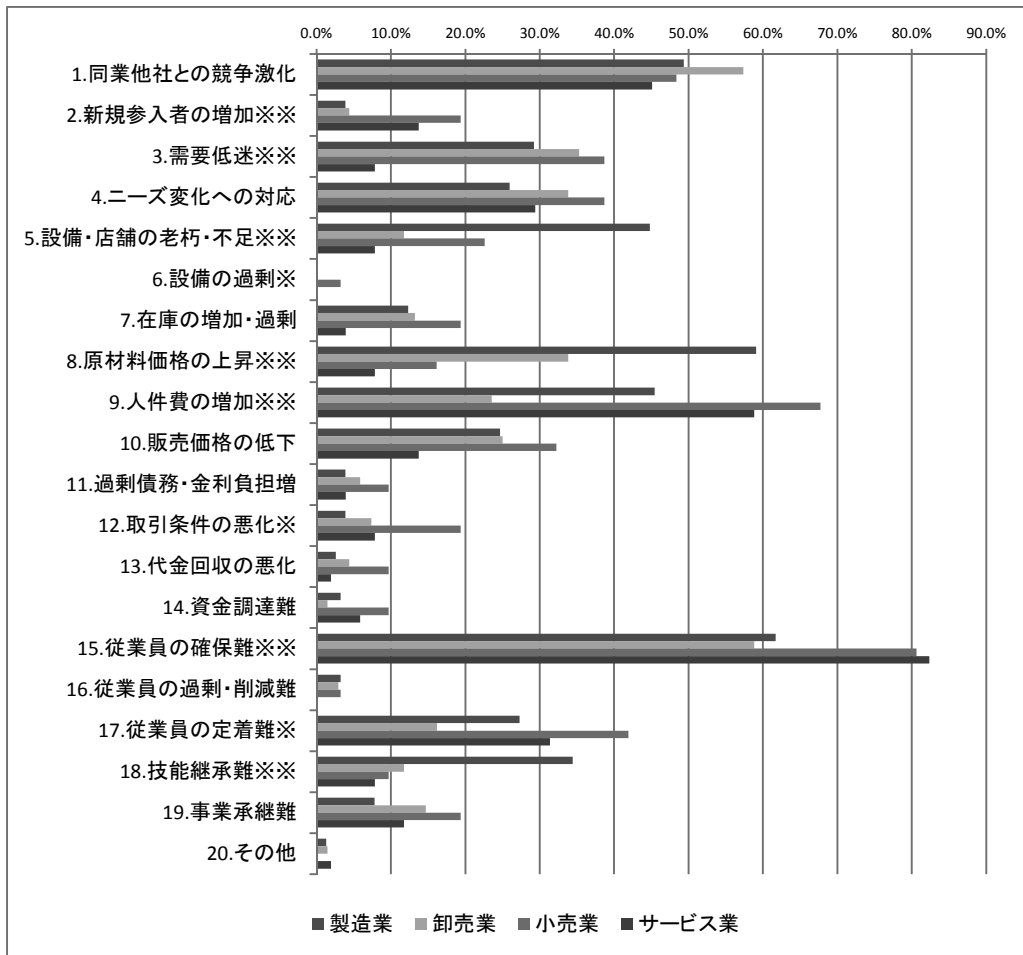
戦略の重視度について、一元配置分散分析で差異が確認できたのは図表 3-5-7 の通りである。Bonferroni 多重比較の結果、「価格による競争優位確立」は製造業-サービス業で、「技術・ノウハウによる競争優位確立」は製造-卸売業-小売業で、「品質による競争優位確立」は製造業とその他の業種で、「既存自社商品・サービス等による新



市場開拓」は卸売業－小売業で、「新商品・新サービスの開発」は製造業－サービス業で「キャッシュフロー(利益と内部留保)内での設備投資」は製造業－卸売業で、それぞれ平均値に有意差があった。

また、経営上の課題についてカイ二乗検定を行ったところ、「新規参入者の増加」「需要低迷」「設備・店舗の老朽・不足」「設備の過剰」「原材料価格の上昇」「人件費の増加」「取引条件の悪化」「従業員の定着難」「従業員の定着難」「技能継承難」で差異が確認できた。製造業では「設備・店舗の老朽・不足」「原材料価格の上昇」「技能継承難」が業種特有の課題といえる。また、特に小売業、サービス業では「人件費の増加」「従業員の定着難」「従業員の定着難」等、人材関連が業界の大きな課題といえる。

図表 3-5-8 業種間比較-経営上の問題点・課題

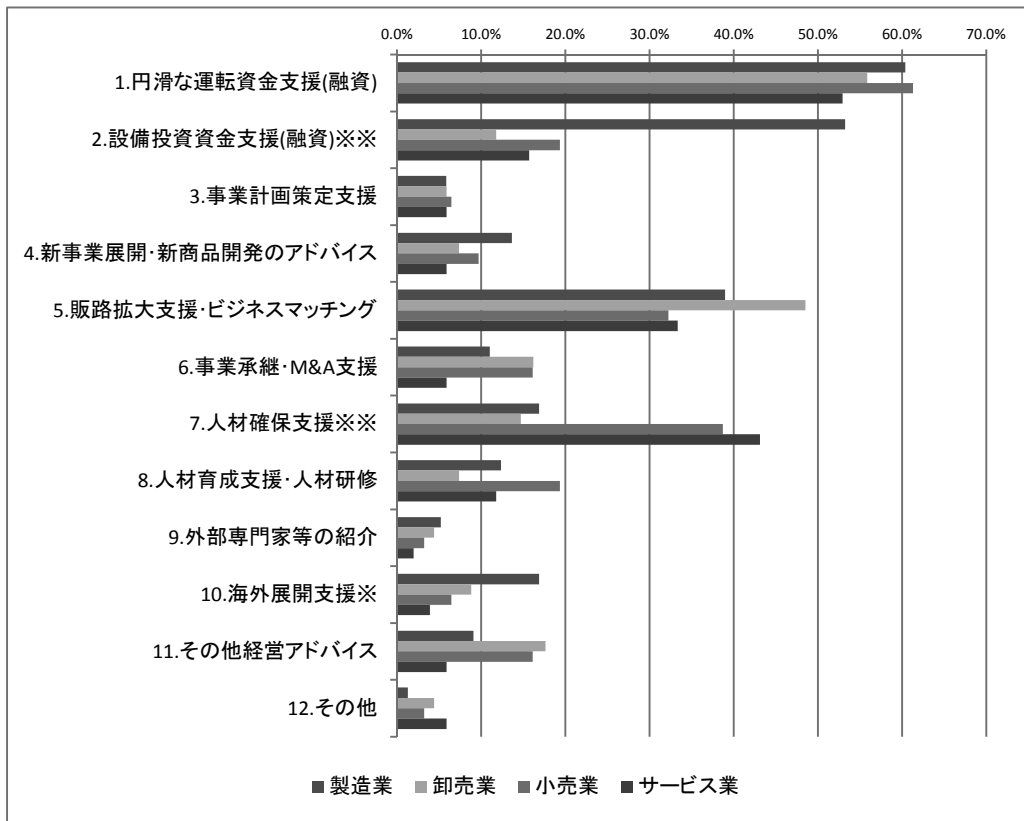


(3) 事業性評価等について

金融機関との取引で求めることについては「設備投資資金支援(融資)」「人材確保支援」「海外展開支援」で業種間に差があった。製造業で「設備投資資金支援(融資)」「海外展開支援」に対する要望が高かった一方、小売業、サービス業で「人材確保支援」に対する要望が高かった。

なお、「事業性評価」という言葉を聞いたことがあるか否か、どのような経緯で事業性評価を知ったか、実際に「事業性評価」を受けたか否かについては、業種間で統計的差異はなかった。

図表 3-5-9 業種間比較-金融機関との取引で求めること(複数回答)



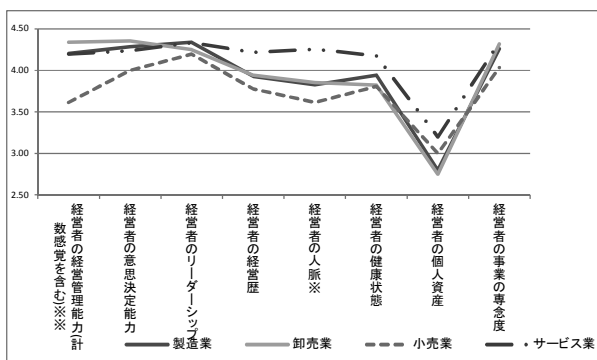
(4)非財務項目の評価について

ここでは各非財務項目に関して、業種別に特徴があるか否かを統計的にみる。

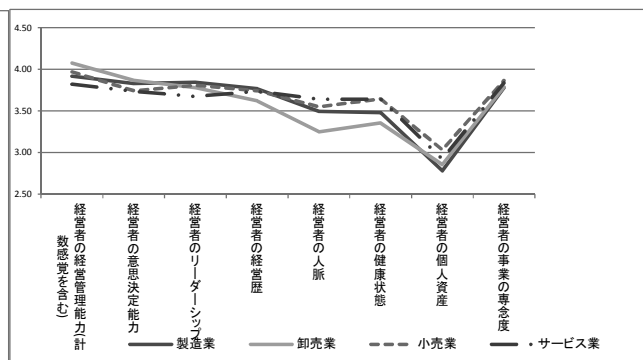
①経営者関連項目

経営者関連項目のうち、業績への貢献では「経営者の経営管理能力(計数感覚を含む)」で差異が確認された。小売業の平均値が他の業種と比較して有意に低かった。また、金融機関からの評価では「経営者の経営管理能力(計数感覚を含む)」「経営者の意思決定能力」「経営者のリーダーシップ」の3項目で差異が確認された。経営者の経営管理能力(計数感覚を含む)」では製造業-小売業、卸売業-小売業間で、「経営者の意思決定能力」「経営者のリーダーシップ」では製造業-小売業間でそれぞれ差異があり、いずれも小売業の平均値が低かった。なお、情報開示の程度において業種間に差異は確認できなかった。

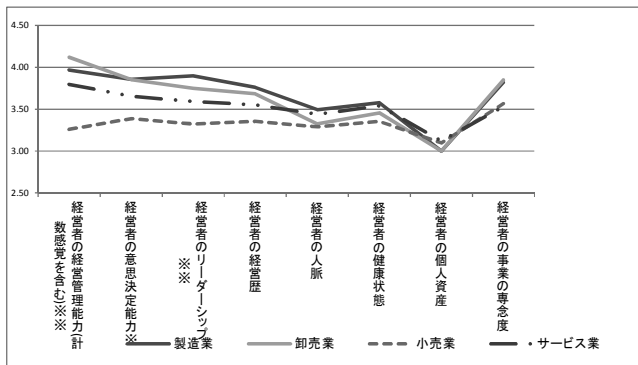
図表 3-5-10 業種間比較-経営者関連-業績への貢献



図表 3-5-11 業種間比較-経営者関連-情報開示の程度



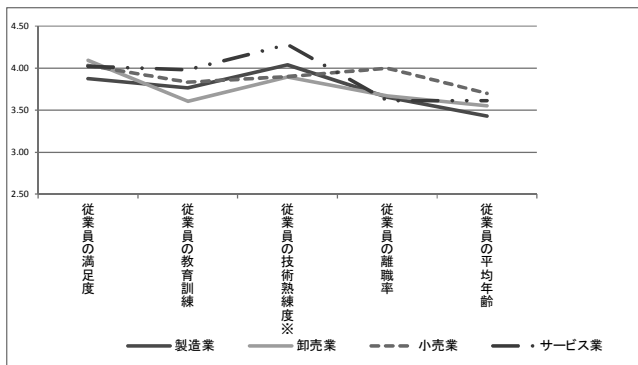
図表 3-5-12 業種間比較 経営者関連・金融機関からの評価



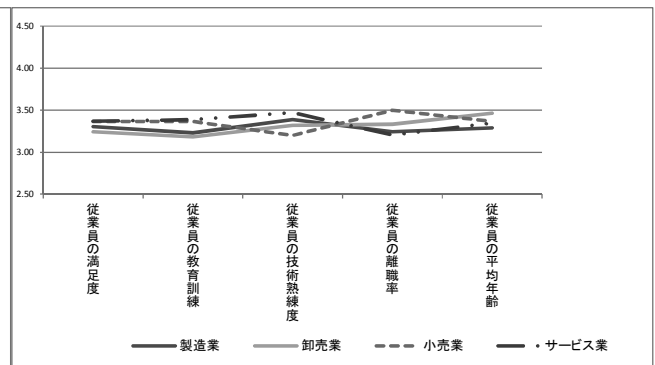
②従業員関連項目

従業員関連項目のうち業績への貢献では「従業員の技術熟練度」において卸売業－サービス業間で差異があった。なお、情報開示の程度、金融機関からの評価ともに業種間での統計的差異は見出せなかった。

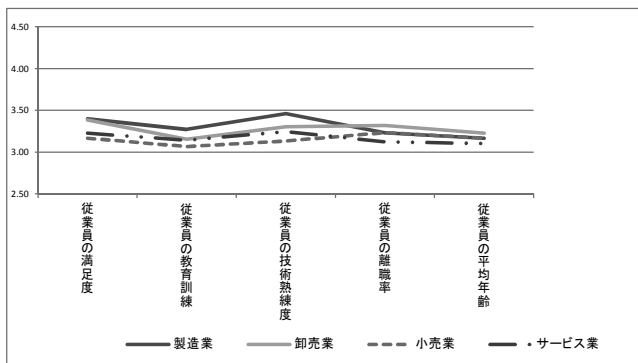
図表 3-5-13 業種間比較 従業員関連・業績への貢献



図表 3-5-14 業種間比較 従業員関連・情報開示の程度



図表 3-5-15 業種間比較 従業員関連・金融機関からの評価



③組織関連項目

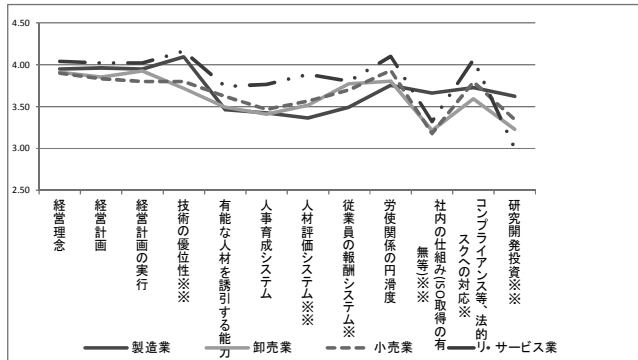
組織関連項目のうち、業績への貢献については「技術の優位性」「人材評価システム」「従業員の報酬システム」「社内の仕組み(ISO 取得の有無等)」「コンプライアンス等、法的リスクへの対応」「研究開発投資」の6項目で業種間に差異がみられた。「技術の優位性」では製造業－卸売業間、卸売業－サービス業間で、「人材評価システム」では製造業－サービス業間で、「社内の仕組み(ISO 取得の有無等)」では製造業－卸売業間で、「研究開発投資」では卸売業－サービス業間で、それぞれ平均値に有意な差があった。

情報開示の程度については「社内の仕組み(ISO 取得の有無等)」「研究開発投資」の2項目で業種間に差異がみられた。「社内の仕組み(ISO 取得の有無等)」では製造業と他の業種間で、「研究開発投資」では製造業－小売業間、製造業－サービス業間で、それぞれ平均値に有意な差があった。

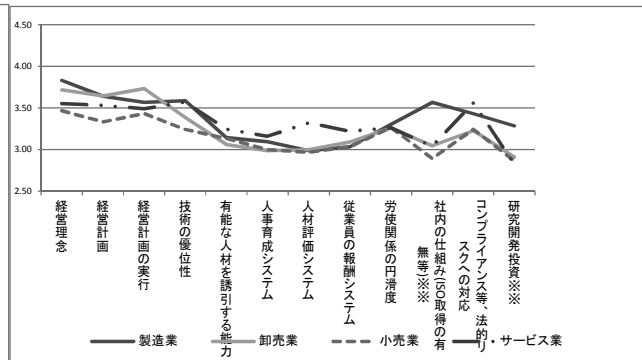
金融機関からの評価については「経営計画」「経営計画の実行」「技術の優位性」「社内の仕組み(ISO 取得の有無等)」「研究開発投資」の5項目で業種間に差異がみられた。「経営計画」では製造業－小売業間、卸売業－サービス

業間で、「技術の優位性」では製造業—小売業間で、「社内の仕組み(ISO 取得の有無等)」では製造業—卸売業間、製造業—小売業間で、「研究開発投資」では製造業—小売業間、製造業—サービス業間で、それぞれ平均値に有意な差があった。

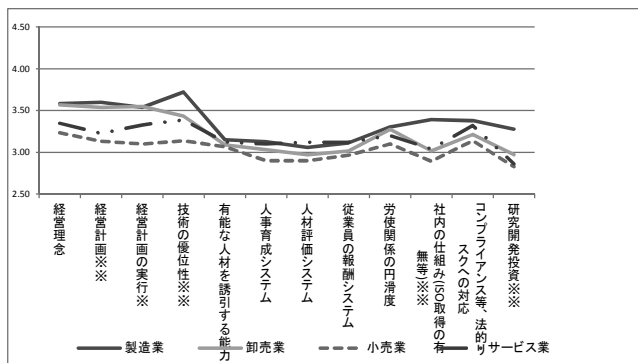
図表 3-5-16 業種間比較-組織関連項目・業績への貢献



図表 3-5-17 業種間比較-組織関連項目・情報開示の程度



図表 3-5-18 業種間比較-組織関連項目・金融機関からの評価



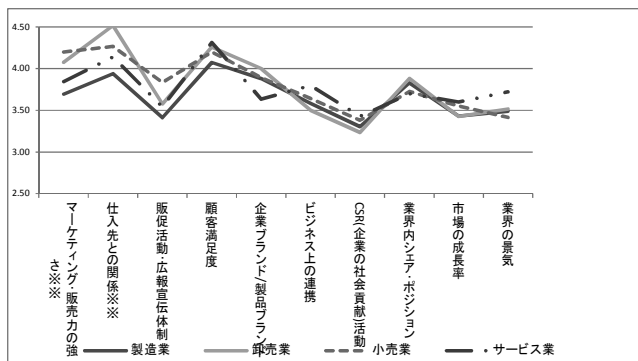
④顧客・市場関連項目

顧客・市場関連項目のうち、業績への貢献については「マーケティング・販売力の強さ」「仕入先との関係」の2項目で業種間に差異がみられた。「マーケティング・販売力の強さ」では製造業—卸売業間、製造業—小売業間で、「仕入先との関係」では製造業—卸売業間、卸売業—サービス業間で、それぞれ平均値に有意な差があった。

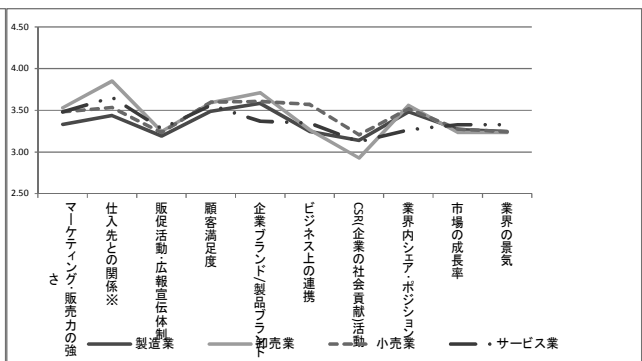
情報開示の程度については仕入先との関係」で製造業—卸売業間に差異がみられた。

金融機関からの評価については「仕入先との関係」「企業ブランド/製品ブランド」「業界内シェア・ポジション」の3項目で業種間に差異がみられた。「仕入先との関係」では製造業—卸売業間、卸売業—小売業間で、「企業ブランド/製品ブランド」では製造業—サービス業間で、「業界内シェア・ポジション」では製造業—サービス業間、卸売業—サービス業間で、それぞれ平均値に有意な差があった。

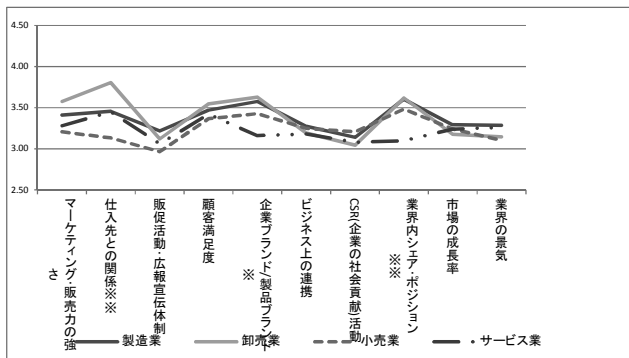
図表 3-5-19 業種間比較-顧客関連項目・業績への貢献



図表 3-5-20 業種間比較-顧客関連項目・情報開示の程度



図表 3-5-21 業種間比較-顧客関連項目・金融機関からの評価



(5)小括

収益性や財務健全性を堅持しつつ技術・ノウハウ、品質による競争優位確立を指向しつつも原材料価格の上昇と設備の老朽化、技能承継を課題とする製造業は金融機関に対し「設備投資資金支援(融資)」「海外展開支援」の要望が高い。「社内の仕組み(ISO取得の有無等)」について他業種と比較して業績に高く貢献していると認識しており、開示の程度も高い。

卸売業は金融機関に対してビジネスマッチングを要望する割合が他の業種に比べ若干高い。「仕入先との関係」が業績に貢献しているとの認識が強く、開示の程度、金融機関から評価されているとの認識も他業種と比較して高い。

人件費の増加、人材の確保難、定着難に大きな課題意識を有している小売業は、金融機関に対しても「人材確保支援」に対する要望が高い。「経営者の経営管理能力(計数感覚を含む)」が業績に貢献しているという認識が他の業種に比べ低く、「経営者のリーダーシップ」とともに金融機関からの評価も高くないと認識している。「経営計画」や「経営計画の実行」をはじめとして、総じて金融機関から評価されているとは認識していない。

小売業同様、人件費の増加、人材の確保難、定着難に大きな課題意識を有しているサービス業は金融機関に対しても「人材確保支援」に対する要望が高い。「人材評価システム」が業績に貢献しているとの認識が他業種に比べ高いものの、それが金融機関から評価されているとの認識は高くはない。また、「企業ブランド/製品ブランド」「業界内シェア・ポジション」については、金融機関から評価されているという認識が、他業種と比較して低い。

## 6. 規模間比較

ここでは製造業、卸売業における、規模間で回答傾向に差異があるか否かを検証する。具体的には回答企業を従業員数100人以上群と100人未満群に区分しt検定ならびにカイ二乗検定を行い、回答に差異があるかを検証した。

### (1) 製造業

#### ① 企業概要

企業概要について、t検定で差異が確認できたのは以下の項目である。

図表 3-6-1 規模間比較-法人設立経過年数

	度数	平均値	標準偏差
100人未満	66	50.76	18.908
100人以上	84	57.07	19.590

図表 3-6-2 規模間比較-総資産額

	度数	平均値	標準偏差
100人未満	60	2065.52	2418.176
100人以上	76	5855.57	4946.579

図表 3-6-3 規模間比較-自己資本額

	度数	平均値	標準偏差
100人未満	61	875.82	1637.099
100人以上	79	2884.48	4205.018

図表 3-6-4 規模間比較-借入金

	度数	平均値	標準偏差
100人未満	62	637.63	759.534
100人以上	78	1353.79	1510.082

図表 3-6-5 規模間比較-売上高(年商)

	度数	平均値	標準偏差
100人未満	65	2142.05	2423.589
100人以上	81	4971.10	3756.778

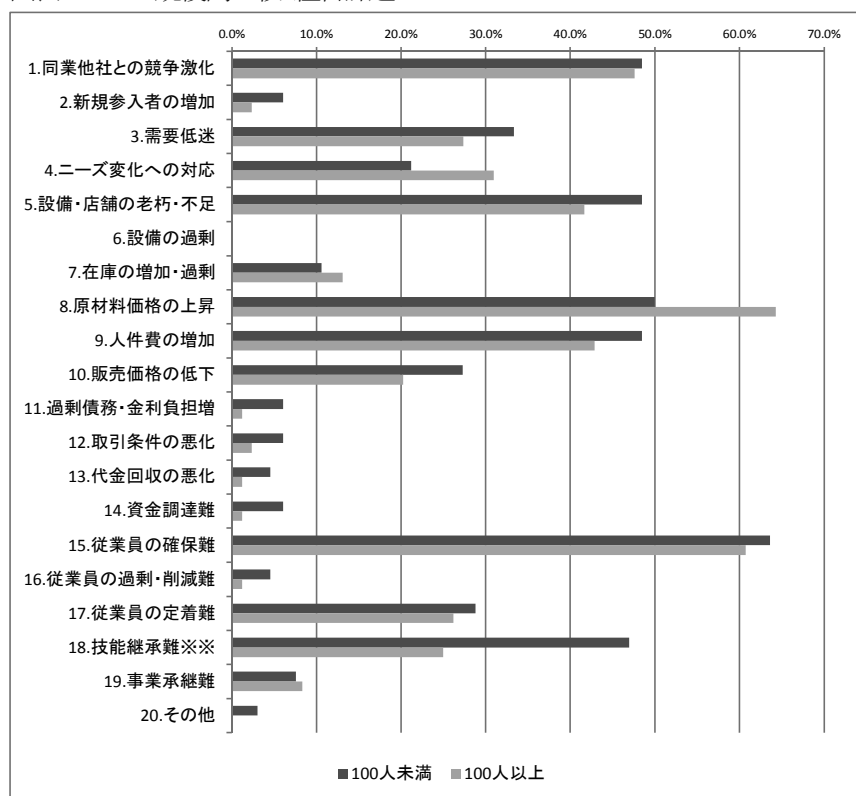
図表 3-6-6 規模間比較-経常利益額

	度数	平均値	標準偏差
100人未満	60	57.23	105.931
100人以上	77	313.19	487.640

#### ② 戦略の重視度・課題

戦略の重視度についてt検定を行ったが、いずれの項目についても差異は確認できなかった。また経営課題についてカイ二乗検定を行ったところ「技能継承難」で差異が確認できた。当該項目を経営課題と認識している割合が従業員100人未満の企業で有意に高かった。

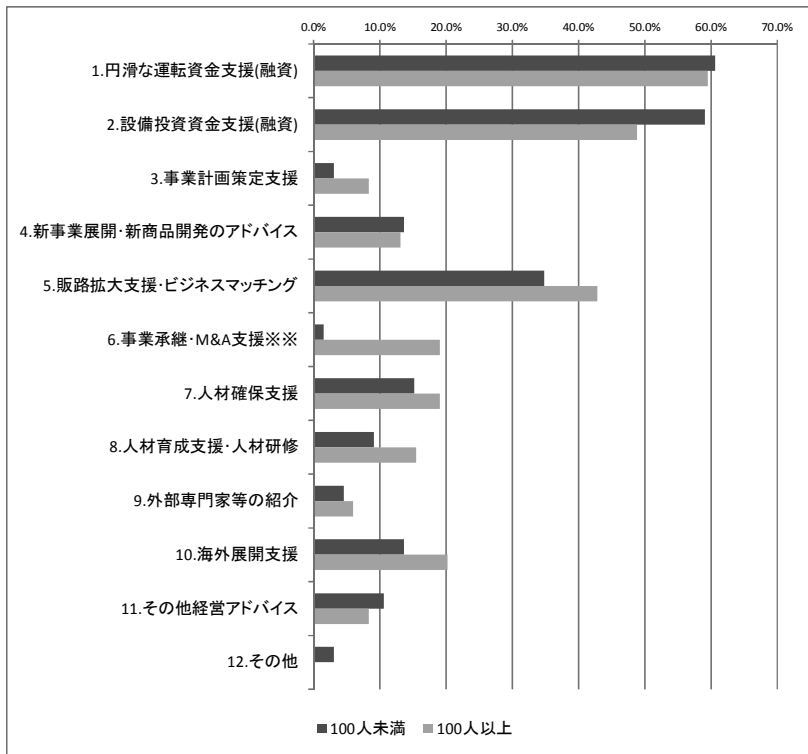
図表 3-6-7 規模間比較-経営課題



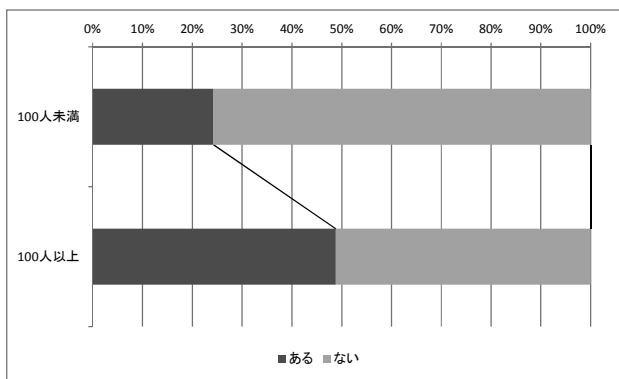
③金融取引に関して

金融機関との取引で求めることについては「事業承継・M&A 支援」で差異が確認できた。従業員 100 人以上の企業で有意に高かった。また、「事業性評価」という言葉を聞いたことがあるか否かについては「聞いたことがある」と回答した企業の割合が従業員 100 人以上の企業で有意に高かった。

図表 3-6-8 規模間比較-金融機関との取引で求めること



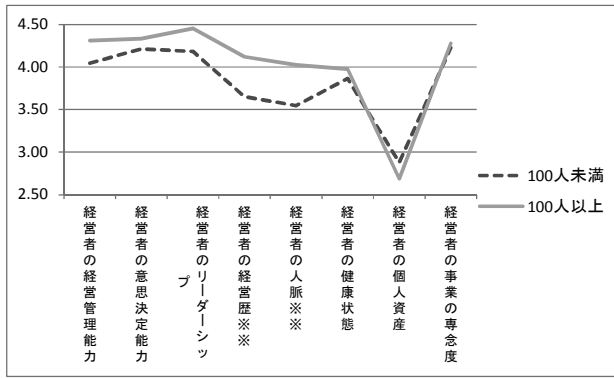
図表 3-6-9 規模間比較-「事業性評価」を聞いたことがあるか



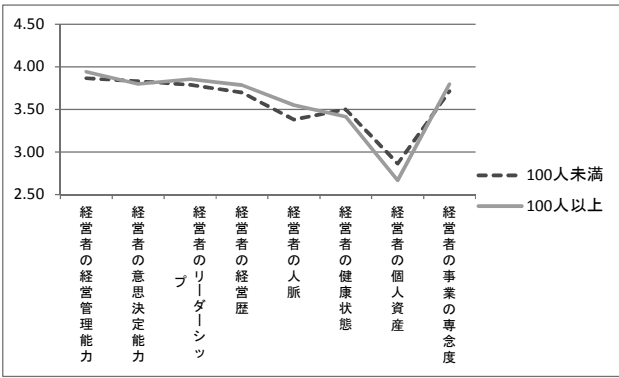
④非財務項目の評価について

経営者関連項目のうち業績への貢献では「経営者の経営歴」「経営者の人脈」の2項目で差異が確認できた。情報開示の程度や金融機関からの評価では規模間で回答に差異は検出できなかった。

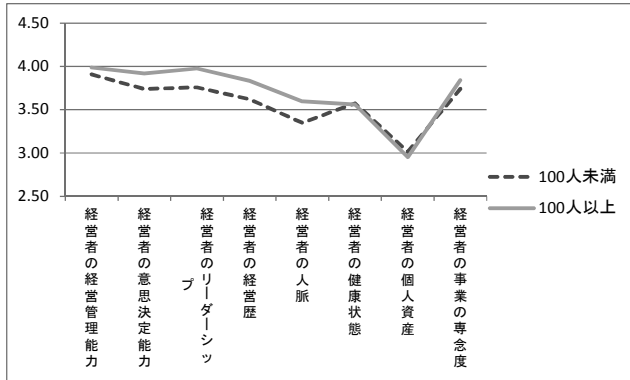
図表 3-6-10 規模間比較-経営者関連項目・業績への貢献



図表 3-6-11 規模間比較-経営者関連項目・情報開示の程度

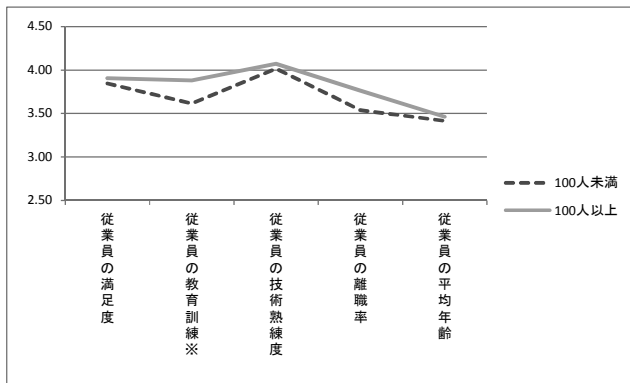


図表 3-6-12 規模間比較-経営者関連項目・金融機関からの評価

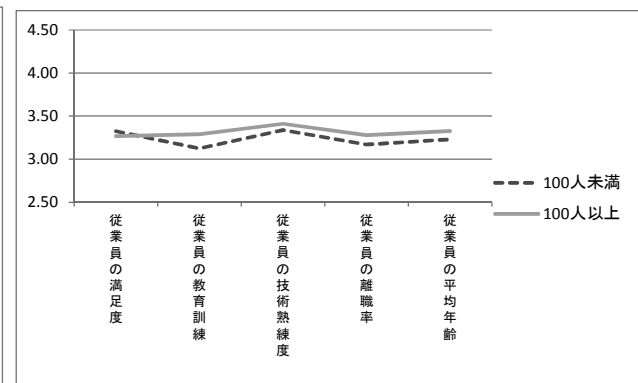


また、従業員関連項目では業績への貢献で「従業員の教育訓練」1項目のみ差異が確認できたが、情報開示の程度や金融機関からの評価では規模間で回答に差異は検出できなかった。

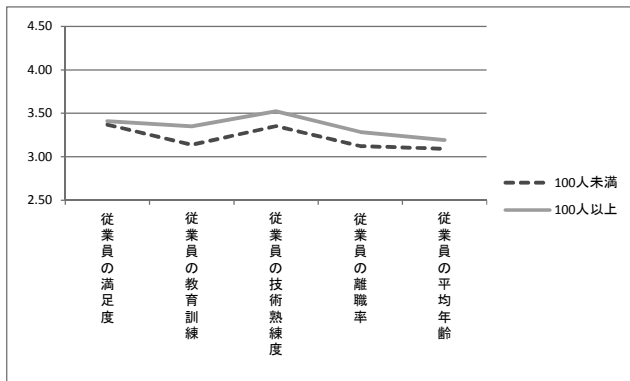
図表 3-6-13 規模間比較-従業員関連項目・業績への貢献



図表 3-6-14 規模間比較-従業員関連項目・情報開示の程度



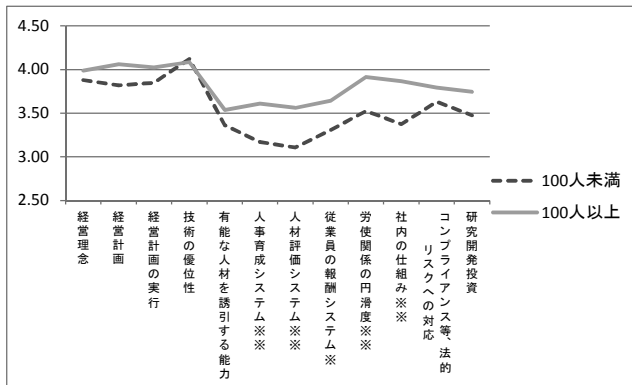
図表 3-6-15 規模間比較-従業員関連項目・金融機関からの評価



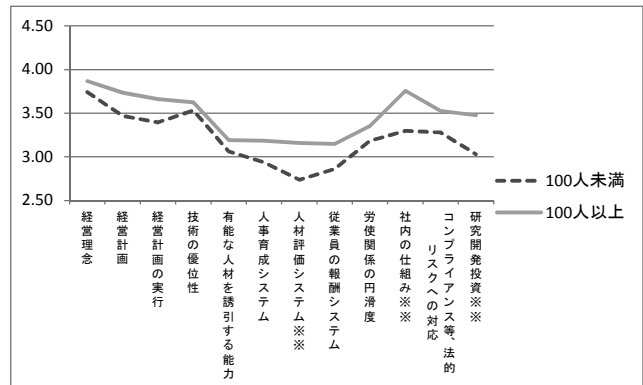


一方、規模間で差異が多数確認できたのは組織関連項目であった。業績への貢献では「人事育成システム」「人材評価システム」「従業員の報酬システム」「労使関係の円滑度」「社内の仕組み」で差異が確認でき、いずれの項目においても100人以上規模の企業で平均値が高かった。「組織運営の仕組み・ルールが業績を左右する」という認識が、100人以上規模の企業でより強いことをうかがわせる結果となった。

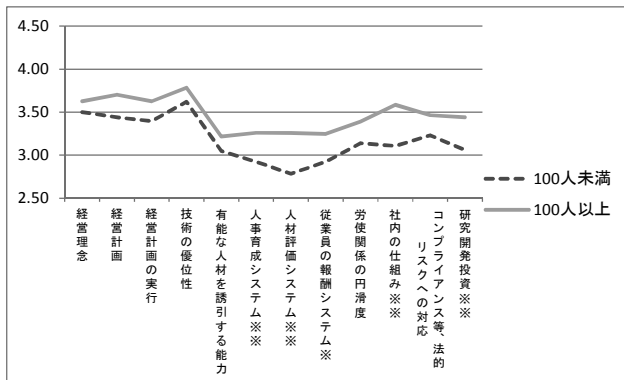
図表 3-6-16 規模間比較 組織関連項目・業績への貢献



図表 3-6-17 規模間比較 組織関連項目・情報開示の程度

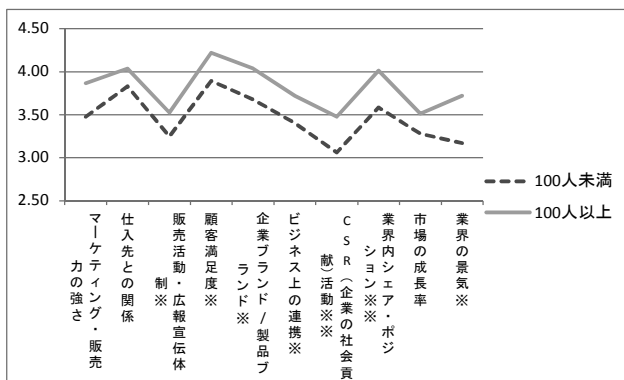


図表 3-6-18 規模間比較 組織関連項目・金融機関からの評価

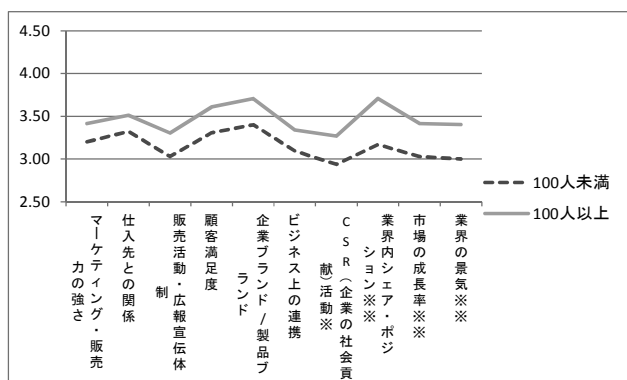


組織関連項目同様、顧客・市場関連項目でも規模間で差異が多数確認できた。業績への貢献では「販売活動・広報宣伝体制」「顧客満足度」「企業ブランド/製品ブランド」「ビジネス上の連携」「CSR（企業の社会貢献）活動」「業界内シェア・ポジション」「業界の景気」の各項目で差異があり、いずれの項目においても100人以上規模の企業で平均値が高かった。

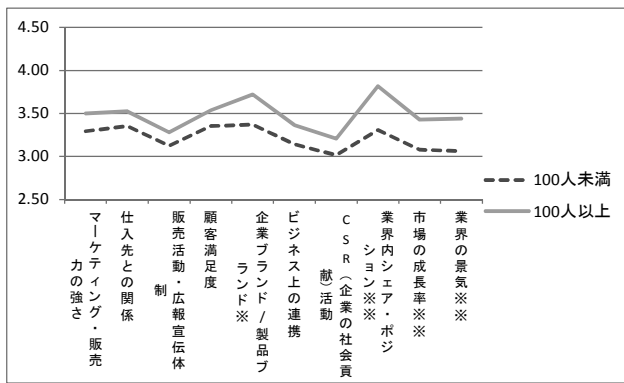
図表 3-6-19 規模間比較 顧客関連項目・業績への貢献



図表 3-6-20 規模間比較 顧客関連項目・情報開示の程度



図表 3-6-21 規模間比較-顧客関連項目・金融機関からの評価



(2)卸売業

①企業概要

企業概要について、t検定で差異が確認できたのは以下の項目である。

図表 3-6-22 規模間比較-総資産額

	度数	平均値	標準偏差
100人未満	38	2945.63	2231.707
100人以上	22	7929.82	9957.756

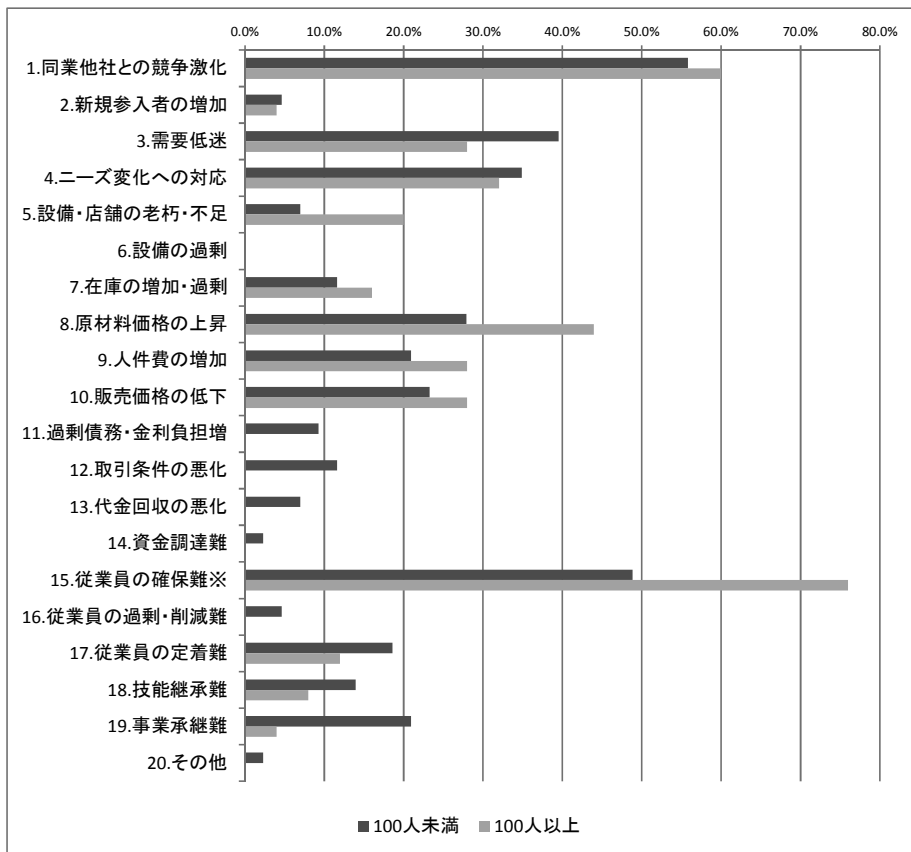
図表 3-6-23 規模間比較-売上高(年商)

	度数	平均値	標準偏差
100人未満	42	5073.38	5128.814
100人以上	24	10925.92	11011.031

②戦略の重視度・課題

戦略の重視度についてt検定を行ったが、いずれの項目についても差異は確認できなかった。また経営課題についてカイ二乗検定を行ったところ「従業員の確保難」で差異が確認できた。当該項目を経営課題と認識している割合が従業員100人未満の企業で有意に高く、従業員100人未満の企業の76%が課題と認識していた。

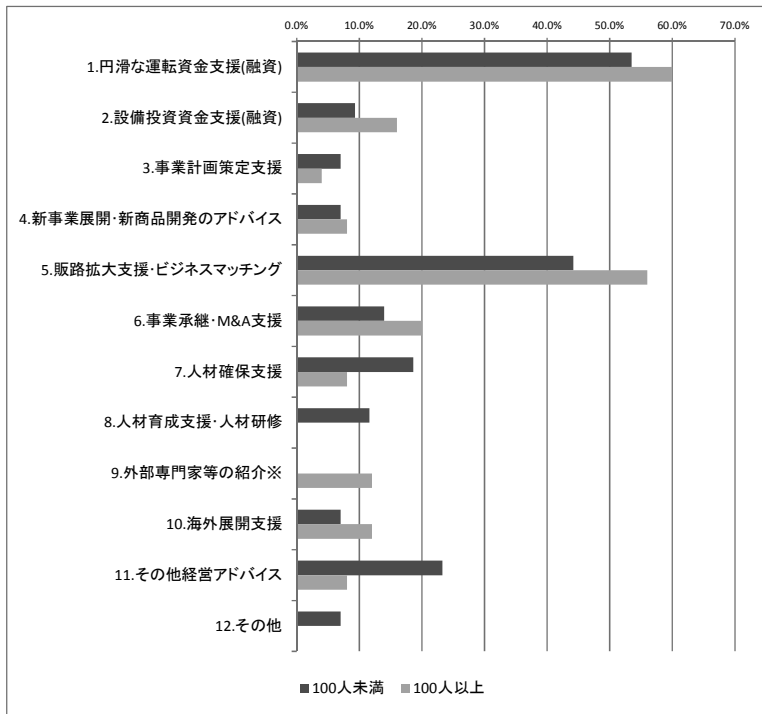
図表 3-6-24 規模間比較-経営課題



### ③金融取引に関して

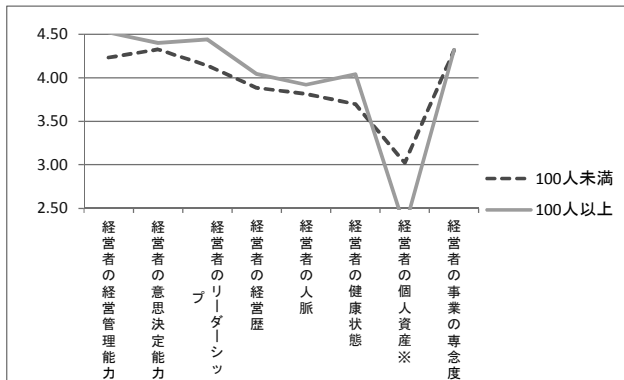
金融機関との取引で求めることについては「外部専門家等の紹介」で差異が確認できた。従業員100人以上の企業で有意に高かった。なお、「事業性評価」という言葉を聞いたことがあるか否か、実際に事業性評価を受けたか否か等について、差異は確認できなかった。

図表 3-6-25 規模間比較-金融機関との取引で求めること

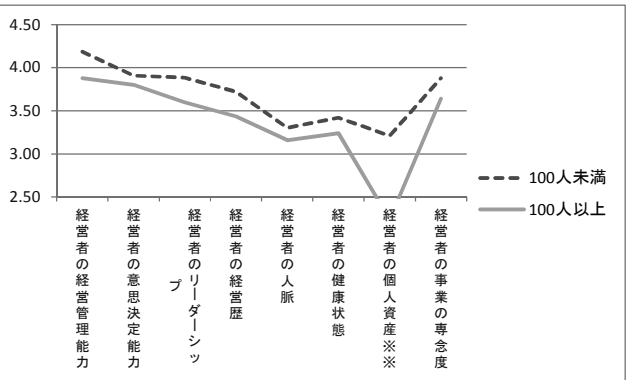


### ④非財務項目の評価について

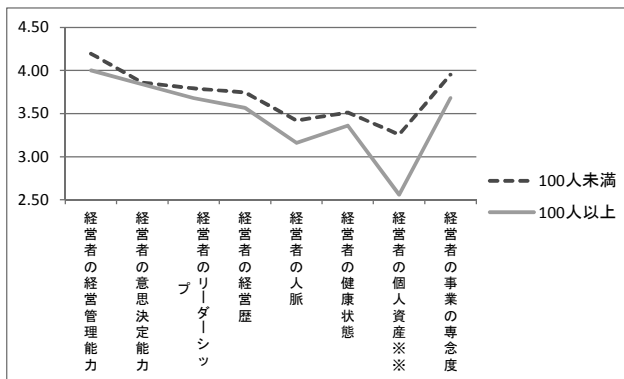
図表 3-6-26 規模間比較-経営者関連項目・業績への貢献



図表 3-6-27 規模間比較-経営者関連項目・情報開示の程度



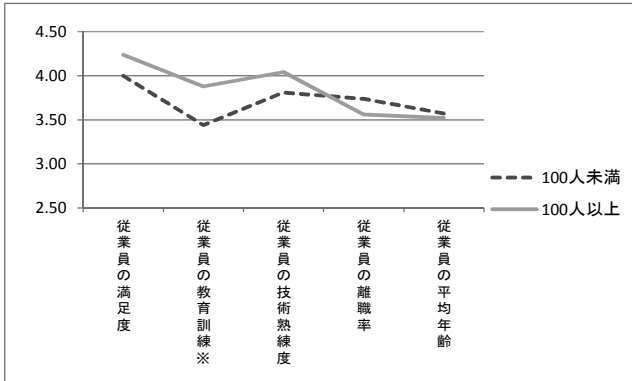
図表 3-6-28 規模間比較-経営者関連項目・金融機関からの評価



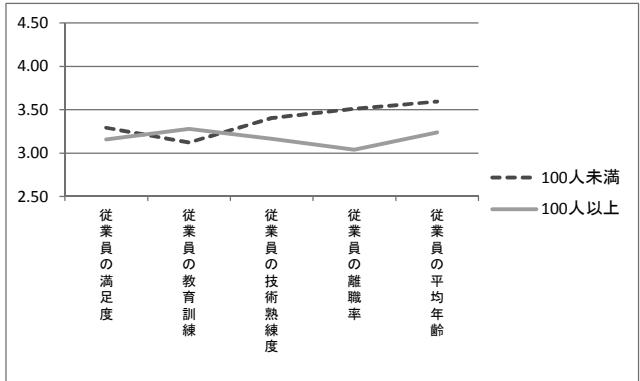
経営者関連項目のうち業績への貢献、開示の程度、金融機関からの評価のいずれにおいても「経営者の個人資産」で差異が確認できた。全て従業員 100 人以上の企業での平均値は有意に低かった。

また、従業員関連項目では業績への貢献で「従業員の教育訓練」1 項目のみ差異が確認できたが、情報開示の程度や金融機関からの評価では規模間で回答に差異は検出できなかった。

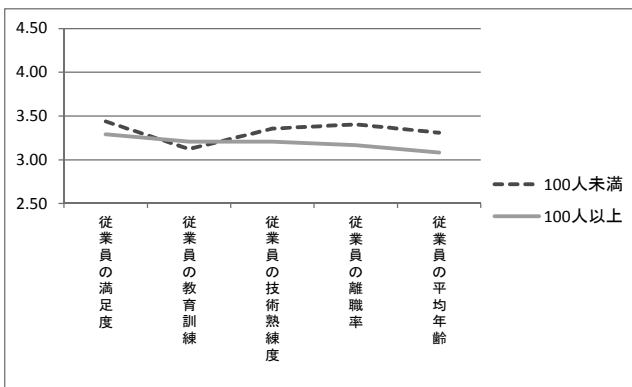
図表 3-6-29 規模間比較-従業員関連項目・業績への貢献



図表 3-6-30 規模間比較-従業員関連項目・情報開示の程度

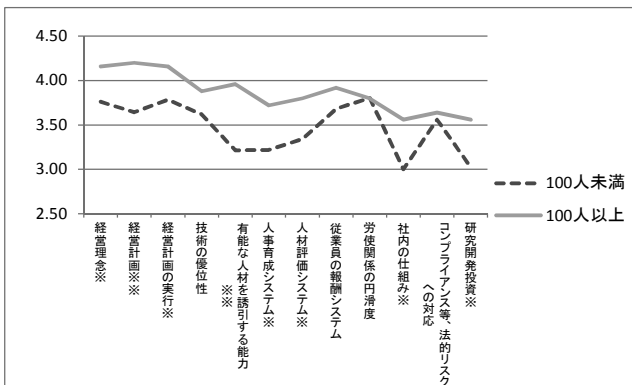


図表 3-6-31 規模間比較-組織関連項目・金融機関からの評価

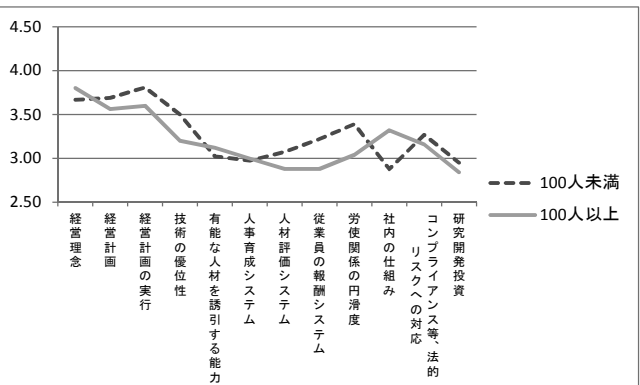


一方、組織関連項目においては業績への貢献で「経営理念」「経営計画」「経営計画の実行」「有能な人材を誘引する能力」「人事育成システム」「人材評価システム」「社内の仕組み」「研究開発投資」の 8 項目で差異が確認された。いずれも従業員 100 人以上の企業で有意に高かった。しかし情報開示の程度、金融機関からの評価について規模間で差異はなく、回答をみるかぎり従業員 100 人以上の卸売業は上記諸項目を業績に多大な貢献があると考えているものの、それらが金融機関に評価されていないと認識している。

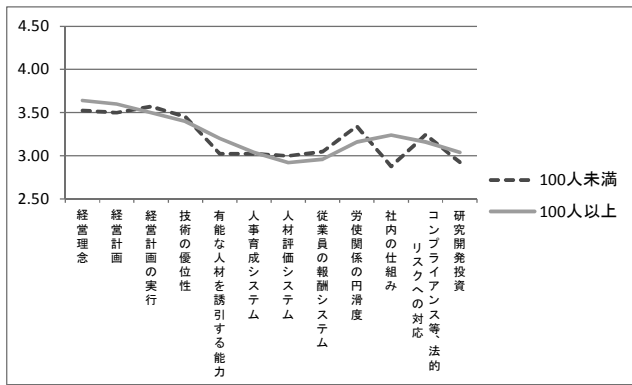
図表 3-6-32 規模間比較-組織関連項目・業績への貢献



図表 3-6-33 規模間比較-組織関連項目・情報開示の程度

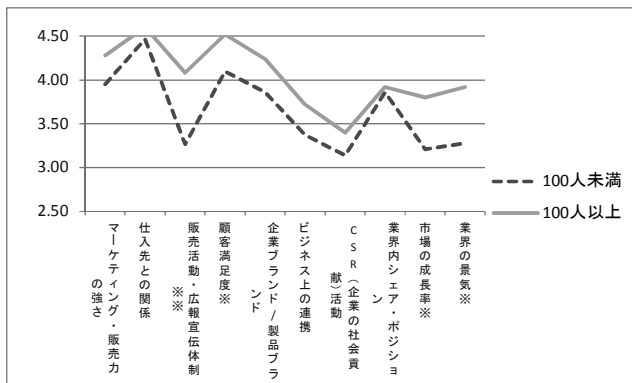


図表 3-6-34 規模間比較-組織関連項目・金融機関からの評価

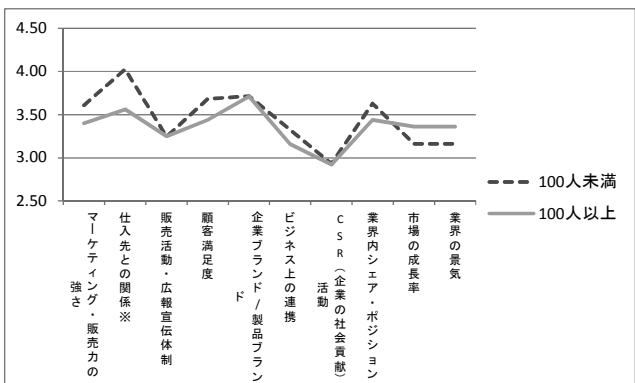


顧客・市場関連項目においても業績への貢献では「販売活動・広報宣伝体制」「顧客満足度」「市場の成長率」「業界の景気」の各項目で差異があり、いずれの項目においても100人以上規模の企業で平均値が高かったものの、特に金融機関からの評価について規模間で差異はなく、回答をみるかぎり従業員100人以上の卸売業は上記諸項目を業績に多大な貢献があると考えているものの、それらが金融機関に評価されていないと認識している。

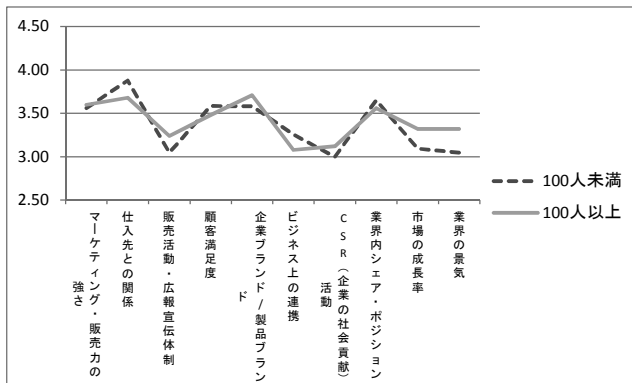
図表 3-6-35 規模間比較-顧客関連項目・業績への貢献



図表 3-6-36 規模間比較-顧客関連項目・情報開示の程度



図表 3-6-37 規模間比較-顧客関連項目・金融機関からの評価



### (3) 小括

100人未満の企業は、製造業では「技能継承難」、卸売業では「人材の確保難」を課題としている一方、100人以上の企業は、製造業では「事業承継・M&A支援」、卸売業では「外部専門家等の紹介」を金融機関に求めている。

また、企業規模の違いによる非財務項目の「業績への貢献」に対する認識差をみると、「従業員の教育訓練」のほか、「人事育成システム」「人材評価システム」「社内の仕組み」「販売活動・広報宣伝体制」等、製造業と卸売業で多少の違いはあれ、組織関連や顧客関連の多くの非財務項目において100人以上規模の企業で平均値が有意に高く、「組織運営の仕組み・ルールが業績を左右する」という認識が100人以上規模の企業でより強いことをうかがわせた。

他方、卸売業では、「金融機関からの評価」において企業規模の違いによって差異はなく、したがって従業員100人以上の卸売業は上記諸項目を業績に多大な貢献があると考えているものの、それらが金融機関に評価されていないと認識していることもうかがえた。

## 第4章 結語

ここまで中小企業金融の現状、事業性評価に至るまでの金融行政の歩み、そして各非財務項目に関する認識についてのアンケート分析結果を示した。ここでは各当事者が取り組むべき課題を整理し、「事業性評価」を通じた中小企業ならびに地域活性化の方向性を提示する。

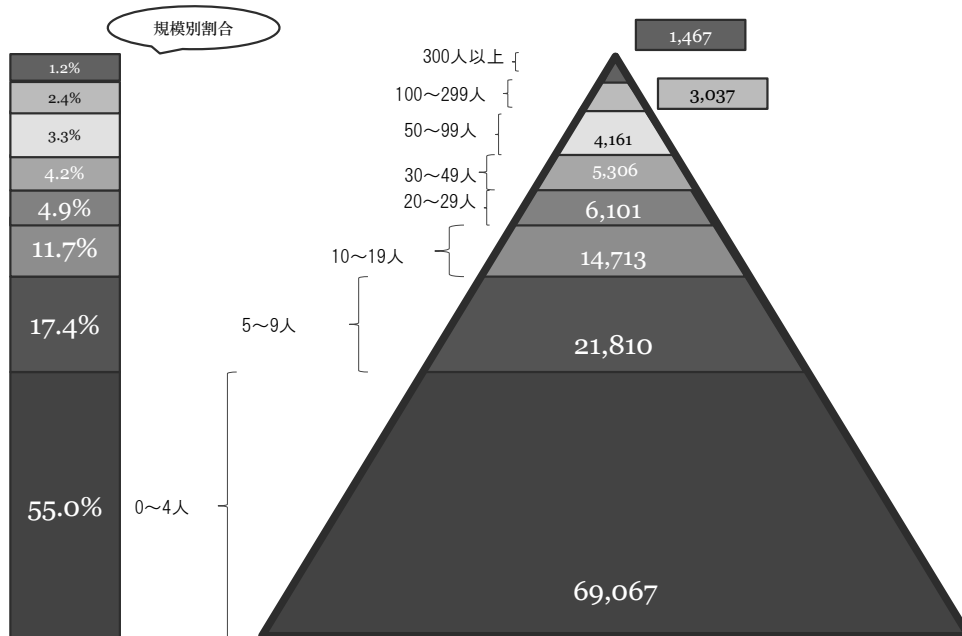
### 1. 金融機関が取り組むべき課題

金融機関が取り組むべき課題は「事業性評価を通じた企業とのコミュニケーション促進」「企業による開示資料の有効活用」「非財務項目評価のデータとしての蓄積」「『事業性評価 2.0』への対応」である。

#### (1) 事業性評価を通じた企業とのコミュニケーション促進

金融庁「平成 27 事務年度金融行政方針」の具体的重点施策は「企業の価値向上、経済の持続的成長と地方創生に貢献する金融業の実現」であり「産業全体や取引先企業の課題・ニーズの的確な把握等を踏まえた事業性評価を実施し、我が国経済の持続的成長や地方創生に貢献することを促す。」と明記されている。これは金融機関が独自で、企業に知られることなく事業性評価を実施し実現するものではなく、企業とコミュニケーションを図りつつ、企業と手を携えながらともに経済の持続的成長や地方創生に貢献する姿勢が期待されている。本調査で行ったアンケートは従業員 30 名以上 299 名以下が対象先であり、これは大阪府内における常用雇用者規模別企業の、300 名以上先を除いた上位 9.9% である。しかし第 3 章でのアンケートをみるかぎり、企業の事業性評価に対する認知度について、バラツキはあるもののいずれの業種においても半数を超えてはいなかった。また業種や経営状況を問わず企業と金融機関との間の認識の乖離(正確には「企業自身が考える認識」と『金融機関はどう認識しているか』という企業の想像)との差がうかがえた。現に金融機関へのインタビューでも「顧客に『事業性評価を行った』という言い方はしていない」という声が多数聞こえてきた。これでは事業性評価が「金融業界内の 이슈」の域を脱することはできない。事業性評価を通じた地域経済の持続的成長や地方創生の実現を図るには積極的に企業を巻き込み、事業性評価を通じコミュニケーションを図りつつ、緊密なリレーションを構築することが望まれる。事業性評価は金融機関のためにのみ行うものではない。

図表 4-1 大阪府における常用雇用者規模別企業数 (平成 28 (2016) 年)



出所) 総務省「平成 28 年経済センサス-活動調査」より作成。

#### (2) 企業による開示資料の有効活用

知的資産経営報告書等を作成するなどして、非財務項目を積極的に開示している企業も見受けられる。しかしこの情報を有効活用しようとする金融機関はそれほど多くない。『デフォルトの可能性』をみたい金融機関に『将来発展可能性』を見せられても・・・』との声が金融機関の融資担当者からよく聞かれる。しかし知的資産経営報告書等の非財務項目に関する開示資料と財務諸表を併せて見ることによって、当該企業に対する新たな疑問が浮かび上が

る。たとえば「知的資産経営報告書であれほど『強み』を訴えているのに、なぜこの財務成績なのだろうか」や「外部の視点での企業の強みと経営者の考えている強みの『ずれ』は、何なのだろうか」などである。それらを掘り下げる過程で当該企業の事業内容や強み・弱み、存立意義等がみえてくる。「開示資料に求める回答が得られないから有用でない」ではなく、そこから金融機関が欲する情報を探求する作業こそが「事業内容を知る」つまり「事業性評価の主要な工程」であることに気づくべきである。

### (3) 非財務項目評価のデータとしての蓄積

金融機関は事業性評価を行うにあたって「ローカルベンチマーク」をベースとして、それぞれの創意に基づいて「事業性評価シート」を作成し、そのシートを完成させることで事業性評価を実践している。「ローカルベンチマーク」は①売上増加率、②営業利益率、③労働生産性、④EBITDA 有利子負債倍率、⑤営業運転資本回転期間、⑥自己資本比率といった財務6指標と①経営者への着目②事業への着目③関係者への着目④内部管理体制といった非財務4項目への着目からなる、評価指標・評価手法である。このうち、非財務4項目については下記の非財務ヒアリングシートに記入するようになっており、各金融機関が独自に作成する「事業性評価シート」もこれに準拠した様式が多い。

図表 4-2 ローカルベンチマーク 非財務ヒアリングシート

■ 基本情報			売上高	
商号	株式会社○○		売上高	〇(千円)
所在地	〇		営業利益	〇(千円)
代表者名	〇〇 〇〇		従業員数	〇(人)
業種 (2桁)	〇			

経営者への着目	経営者自身について ビジョン 経営理念		企業 関係者 への着 目 環 境	市場競争シェア 競合他社との比較	
	後継者の有無			顧客比率 主力取引先企業の推移	
事業への着目	企業文化・経営沿革			従業員定着率 勤怠率 平等給与	
	技術力 販売の強み			取引先顧客満足度その 推移	
	技術力 販売の弱み		内部 管理 体制 への 着 目	組織体制	
	ITの能力 ITベンチャー生み出しているか			経営目標の有無 共有状況	
			社内会議の 実施状況		
			人事育成のやり方 システム		

出所) 経済産業省経済産業政策局産業資金課(2016)「ローカルベンチマークについて」。

しかしこの「非財務ヒアリングシート」あるいはこれに準拠した「事業性評価シート」を蓄積することの「その先」が、金融機関へのインタビューからは見えなかった。5年後、あるいは10年後に、ここに掲載された情報を金融機関はどう活用するつもりなのか。単なる「現時点での当該企業の情報収集」のみであるならば、非財務項目はこれまでと同じく、財務を補完するものの財務との関連性を見出せない、単なる appendix の域を超えない。これでは企業の価値創出の源泉が有形資産から無形資産へとシフトし、ナレッジ型経済へと移行した経済基盤 に対応しているとは言いがたい。非財務項目に関する情報を「将来的に活用可能なデータ」として蓄積する必要があると考える。データを蓄積し「ビッグデータ(Big Data)」とするのである。「ビッグデータ」は従来のデータとは根本的に取り扱い方が異なる。以下が従来との大きな相違点である。

- ① ビッグデータは限りなくすべてのデータを扱う
- ② 量さえあれば精度は重要ではない
- ③ 因果関係ではなく相関関係が重要になる

非財務項目を扱う際に必ず問題視されるのは「精度」の問題である。客観性が乏しく、したがってデータとして

扱うことが困難であった。しかしリッカート=スケールでの数値化に際して「尺度間の距離」さえ統一できていれば、ビッグデータは統計的に分析が可能となる。

他方、長年、知的資産の認識及び測定での研究蓄積が厚い欧州では「利益獲得能力インデックス (Earnings Capability Index (ECI)™)」が開発されている。これは非財務項目を定量化し、ウエイト付けすることによってそれを「Current Earnings (現在の利益獲得能力)」「Competitiveness (競争優位性)」「Ability to Change (変革能力)」と、短期・中期・長期それぞれにおける利益獲得能力を示すことができるものである。財務と非財務の関連性を紐付けたこのモデルを用いれば、たとえば「短期的には利益獲得能力は弱いが中長期的にはある程度の収益獲得が見込まれる」といった企業にも、金融機関は的確なアドバイスと金融商品を提供することが出来る。非財務を定量化し評価モデルに組み込む取組みは、世界では既に実用化されている。

図表 4-3 Earnings Capability Index (ECI)™

Earnings Capability Index (ECI)™ = Forecast on Business Success and Profitability		
<b>Current Earnings</b>		
Cost / Income Ratio		
Value	0,0 %	0
Score	0	
Weight	1	
Cash		
Value	0,0 %	0
Score	0	
Weight	2	
Profitability		
Value	0,0 %	0
Score	0	
Weight	1	
Earnings sustainability		
Value	0,0 %	0
Score	0	
Weight	1	
Weighted Sum		
Weight short term		80 %
Weight mid term		15 %
Weight long term		5 %
Short term EC forecast		0
<b>Competitiveness</b>		
Customer Value		
Value	0,0 %	0
Score	0	
Weight	1	
Market Position		
Value	0,0 %	0
Score	0	
Weight	2	
Quality and Systematic Relational Capital		
Value	0,0 %	0
Score	0	
Weight	2	
Quality and Systematic Structural Capital		
Value	0,0 %	0
Score	0	
Weight	1	
Weighted Sum		
Weight short term		40 %
Weight mid term		40 %
Weight long term		20 %
Mid term EC forecast		0
<b>Ability to Change</b>		
Innovation and Growth Capability		
Value	0,0 %	0
Score	0	
Weight	2	
Payroll Flexibility		
Value	0,0 %	0
Score	0	
Weight	1	
Quality and Systematic Human Capital		
Value	0,0 %	0
Score	0	
Weight	2	
Interdependency Analysis HC, SC and RC		
Value	0,0 %	0
Score	0	
Weight	2	
Weighted Sum		
Weight short term		5 %
Weight mid term		50 %
Weight long term		45 %
Long term EC forecast		0

出所) ECI モデルの開発者 Kivikas 氏より入手。

#### (4) 「事業性評価 2.0」への対応

事業性評価を「地方創生」につなげていくためには「企業に伴走し企業とともに企業の価値向上を実現していく」姿勢が求められる。アンケート結果を見ても企業は高い割合でビジネスマッチングを求めており、既に多くの金融機関がビジネスマッチングの機会を取引先企業に提供している。しかしそれは顧客である企業をよく知ったうえで実践されるべきであり、マッチングの精度を高めるうえでも、上記で指摘した「コミュニケーション促進」「企業による開示資料の有効活用」「非財務項目評価のデータの蓄積」は不可欠であろう。

### 2. 中小企業が取り組むべき課題

一方、中小企業が取り組むべき課題は「非財務情報の適性開示」「財務リテラシーの向上」である。

#### (1) 非財務情報の適性開示

企業は非財務情報に関する適正開示を行うべきである。アンケート結果でも示したとおり、企業は業績に貢献している非財務項目に関してもその開示には概して積極的ではなく、金融機関からの評価が得られなかった要因とも考えられる項目がいくつかあった。そもそも金融機関は「非財務項目を評価することが困難」なことを信用リスク把握の問題点として認識している。情報の非対称性の問題は金融機関のみの一方的な努力だけでは解決しない。アンケート結果が示すとおり、従業員関連項目、あるいは組織関連項目についての開示は進んでいない。アンケート対象層は「経営者の人的資産に依拠した経営」から「従業員の叡智を結集した組織的な経営」を実践していくステ



ージにあると考えられる。したがって、従業員関連項目、あるいは組織関連項目についての、企業による、より一層の開示が求められる。情報開示なきところに、金融機関はおろか、人も企業も寄り付きはしない。

## (2)財務リテラシーの向上

いくら非財務の重要性が高まろうと、それが最終的に財務に帰着しなければ、それは単なる「ポテンシャル」に過ぎない。非財務項目の重要性を認識したうえで、それがどのように財務に反映されるかを、金融機関をはじめとした利害関係者に説明する必要性が高まっている。金融機関側も非財務項目への関心を高め、理解しようと歩みよろうとしている今こそ、中小企業も財務リテラシーを高め、金融機関との「共通言語」を持つ必要がある。

## 3. 行政などの支援機関が取り組むべき課題

また、行政などの支援機関が取り組むべき課題は「事業性評価を通じた地方創生を具現するための整備」である。具体的には「企業や金融機関の取組の後押し」であり、中小企業への「非財務情報の適正開示」「財務リテラシーの向上」に対する支援等、中小企業・金融機関のコミュニケーションを促進することへの支援である。一方、金融機関に対しては、連携のうえ企業の価値向上実現のためのマッチング等が考えられるが、これは既に実施されており、今後も拡充のうえ実施されるべきと考える。

## 4. おわりに

Frey & Osborne (2013)は「AI の進展によってなくなる仕事」の筆頭に「銀行の融資担当者」を挙げている。確かに財務数値だけで融資の可否判断をするなら、今後、そのような仕事はAI が人にとって代わるであろう。非財務の判断はAI が行えるかもしれない。しかしその判断をもとに顧客に寄り添い伴走しながら顧客の価値創造に奔走することはAI にはできない。

事業性評価の狙いは金融機関と顧客企業との長期的な取引関係、質の高いコミュニケーションを通じて、相互の理解・信頼関係を高め、それぞれの健全性・収益性を向上させていくことにあり、その延長線上に地域活性化あるいは地方創生がある。そのためには金融機関、企業、あるいは行政などの支援機関が一体となり、それぞれの課題を解決していく努力が不可欠である。金融機関側の能力向上ならびに企業側の意識および行動の改革を必要とするため、成果の現出には長期間を有するが、金融機関、企業、行政などの支援機関それぞれが地域経済を担う一員としての当事者意識を持ちつつ、地域活性化あるいは地方創生に積極的に関与する姿勢が望まれる。

## 参考文献

- Edvinsson, L., & Kivikas, M. (2007) “Intellectual capital (IC) or Wissensbilanz process: some German Experiences”, *Journal of Intellectual Capital*, 8(3), 376-385.
- Frey, C. B., & Osborne, M. (2013) “The future of employment: How susceptible are jobs to computerization?”
- Greiner, Larry E. (1998) “Evolution and revolution as organizations grow”, *Harvard Business Review*, May-June 1998, 3-11.
- Mavrincac, S. and Siesfeld, T. (1998) “Measures that Matter: An Exploratory Investigation of Investors’ Information Needs and Value Priorities”, OECD.
- MERITUM(2002), “Guidelines for Managing and Reporting on Intangibles” .
- PRISM Project (2003), “WP4: Accounting, financial Analysis and Audit in the Intangible Economy”, Final Report.
- あらた監査法人(経済産業省経済産業政策局企業会計室委託調査研究) (2012)  
「持続的な企業価値創造に資する非財務情報開示のあり方に関する調査報告書」。
- 伊藤邦雄(2006)『無形資産の会計』, 中央経済社。
- 内田恭彦・ヨーラン・ルース(2008)『日本企業の知的資本マネジメント』, 中央経済社。
- 梅本勝博訳(野中郁次郎・竹内弘高著) (1996)『知識創造企業』, 東洋経済新報社。
- 大内修(2015)『財務諸表に依存しない 融資営業の進め方』, 近代セールス社。
- 大阪府金融戦略検討委員会(2006)「中小企業等金融戦略検討報告書」。
- 金融庁(2014)「地域金融機関による事業性評価について」。
- 金融庁(2015)a「これまでの金融行政における取組みについて」。
- 金融庁(2015)b「平成27 事務年度金融行政方針」。
- 金融庁(2016)「今後の金融行政について～地域金融機関に期待される役割等～」。
- 経済産業省(2005)「知的資産経営の開示ガイドライン」。
- 経済産業省経済産業政策局産業資金課(2016)「ローカルベンチマークについて」。
- 経済産業省知的財産政策室・独立行政法人中小企業基盤整備機構(2009)「知的資産経営評価融資の秘訣」。
- 経済産業省知的財産政策室(2013)「地域金融機関と連携した 中小企業の『見えない強み』活用について」。
- 古賀智敏(2012)『知的資産の会計 改訂増補版』, 千倉書房。
- 古賀智敏・榊原茂樹・與三野禎倫(2007)『知的資産ファイナンスの探求』, 中央経済社。
- 小林勇治・筒井恵編著(2017)『「金融仲介機能のベンチマーク」と企業再生支援』, 同友館。
- 斎藤 栄一郎訳(ビクター・マイヤー＝ショーンベルガー・ケネス・クキエ著) (2013)  
『ビッグデータの正体 情報の産業革命が世界のすべてを変える』, 講談社。
- 榊原茂樹・與三野禎倫・Bo Hansson(2005)「株式価値評価における知的資本の重要性: 証券アナリストのパーセプション」, 『国民経済雑誌』, 第191 巻第5号, p1-19。
- 高橋透訳(リーフ・エドビンソン、マイケル・S・マローン著) (1999)  
『インテレクチュアル・キャピタル』, 日本能率協会マネジメントセンター。
- 高橋俊樹(2016)『中小企業の事業性評価と新規融資のタネ』, きんざい。
- 中小企業知的資産経営研究会(2006)「中小企業知的資産経営研究会中間報告書」。
- 中小企業庁『中小企業白書』各年版。
- 寺岡雅頭・樽谷祐一・加藤元弘(2017)『ベテラン融資マンの事業性評価』, 銀行研修社。
- 独立行政法人中小企業基盤整備機構(2007)「中小企業のための知的資産経営マニュアル」。
- 独立行政法人中小企業基盤整備機構(2008)a「中小企業のための知的資産経営実践の指針 『知的資産経営報告書作成支援調査・研究編』」。
- 独立行政法人中小企業基盤整備機構(2008)b「中小企業のための知的資産経営実践の指針 『知的資産ファイナンス調査・研究編』」。
- 独立行政法人中小企業基盤整備機構(2012)「事業価値を高める経営レポート (知的資産経営報告書)作成マニュアル改訂版」。
- 中村中(2017)『事業性評価・ローカルベンチマーク活用事例集』, ビジネス教育出版社。
- 日本経済再生本部(2014)『「日本再興戦略」改訂2014』。
- 日本政策金融公庫総合研究所(2007)「米国銀行の中小企業向け融資戦略の実態」。
- 日本政策金融公庫総合研究所(2014)「米国銀行における中小企業金融の実態」。
- 橋本卓典(2016)『捨てられる銀行』, 講談社現代新書。
- 村本孜(2010)『リレーションシップバンキングと知的資産』, 社団法人金融財政事情研究会。

# 非財務項目に関する評価のあり方と中小企業経営に関する調査

## 調査の主旨と目的、ご記入に当たってのお願い

**【調査の届出】** この調査は、統計法（平成 19 年法律第 53 号）第 24 条第 1 項前段に基づき、総務大臣に届出を行っている統計調査です。調査関係者は、統計法により、調査票の記入内容を他に漏らしたり、統計以外の目的に使用することは固く禁じられています。

**【調査の目的】** この調査は、金融機関の大阪府内中小企業に対する事業性評価の現状、ならびに大阪府内中小企業における非財務項目と業績との関連性を把握し、地方創生に資する事業性評価のあり方について検討するための基礎資料を得ることを目的として実施するものです。

調査結果は、大阪府商工労働部調査報告書作成のために使用され、本府施策推進の重要な資料となります。ご回答いただいた内容は、全てコンピュータで処理し、個別企業の内容を公表したり、他の目的に使用することはありませので、ありのままをご記入いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

なお、調査結果の概要については平成 30 年 5 月頃に、大阪府商工労働部 商工労働総務課 大阪産業経済リサーチセンターのホームページに掲載予定です。

**【ご記入方法】** ご回答は指示のある場合を除き、**平成 29 年 9 月 30 日現在**の状況でご記入ください。ご記入に際しては、特に指示のない限り選択肢の番号を○印で囲んでください。指示のある場合は、それに従ってご記入ください。（ ）内には、具体的な事例をご記入ください。

**【ご提出】** この調査票にご記入いただきましたら、ご面倒ですが来る **12 月 15 日（金）**までに、**同封の返信用封筒またはFAX**にてご返送くださるようお願いいたします。

## お問い合わせ先・ご返送先

(調査主体)

**大阪府商工労働部**

(調査実施機関)

**大阪府商工労働部 商工労働総務課**

**大阪産業経済リサーチセンター**

〒559-8555 大阪市住之江区南港北 1-14-16

大阪府咲洲庁舎 24 階

電話 06-6210-9476

ファックス 06-6210-9940

ホームページ

<http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/index.html>

担当 経済リサーチグループ 田中

--	--	--	--	--

貴 社 名				
貴 社 の 所 在 地	〒			
	電話番号 ( )	FAX 番号 ( )		
ご 記 入 者 の お 名 前		ご 記 入 者 の 部 署 ・ 役 職 名		
業 種	1. 製造業    2. 卸売業    3. 小売業 4. サービス業	具体的な業種		
法人 設 立 経 過 年 数	年	経 営 者 の ご 年 齢	歳	

※ このページを切り離さずに、次ページ以降の設問にご回答ください。

## I 貴社の戦略・経営上の課題について

問1 貴社の経営戦略策定にあたり、以下の諸要因はどの程度重視されていますか。

	かなり重視	やや重視	どちらでもない	やや軽視	かなり軽視
(1) 価格による競争優位確立	5	4	3	2	1
(2) 技術・ノウハウによる競争優位確立	5	4	3	2	1
(3) 品質による競争優位確立	5	4	3	2	1
(4) スピードによる競争優位確立	5	4	3	2	1
(5) ビジネスシステムの構築による競争優位確立	5	4	3	2	1
(6) 既存自社商品・サービス等の市場シェア拡大	5	4	3	2	1
(7) 既存自社商品・サービス等による新市場開拓	5	4	3	2	1
(8) 新商品・新サービスの開発	5	4	3	2	1
(9) 収益性	5	4	3	2	1
(10) 財務健全性	5	4	3	2	1
(11) 売上高や総資産等、規模の成長性	5	4	3	2	1
(12) キャッシュフロー(利益と内部留保)内での設備投資	5	4	3	2	1
(13) 顧客層の絞り込み	5	4	3	2	1
(14) 貴社の所属する産業の成長率	5	4	3	2	1
(15) 製品・サービスを提供しようとする地域	5	4	3	2	1

問2 貴社において、直面している経営上の問題点やお困りの点を、次の中から全てお選びください。

- |                |             |                |                |
|----------------|-------------|----------------|----------------|
| 1. 同業他社との競争激化  | 2. 新規参入者の増加 | 3. 需要低迷        | 4. ニーズ変化への対応   |
| 5. 設備・店舗の老朽・不足 | 6. 設備の過剰    | 7. 在庫の増加・過剰    | 8. 原材料価格の上昇    |
| 9. 人件費の増加      | 10. 販売価格の低下 | 11. 過剰債務・金利負担増 | 12. 取引条件の悪化    |
| 13. 代金回収の悪化    | 14. 資金調達難   | 15. 従業員の確保難    | 16. 従業員の過剰・削減難 |
| 17. 従業員の定着難    | 18. 技能継承難   | 19. 事業承継難      | 20. その他( )     |

## II 事業性評価について

問3 貴社は金融機関との取引でどのようなことを求めますか。当てはまる項目全てに○をつけてください。

- |                      |                     |                |
|----------------------|---------------------|----------------|
| 1. 円滑な運転資金支援(融資)     | 2. 設備投資資金支援(融資)     | 3. 事業計画策定支援    |
| 4. 新事業展開・新商品開発のアドバイス | 5. 販路拡大支援・ビジネスマッチング | 6. 事業承継・M&A 支援 |
| 7. 人材確保支援            | 8. 人材育成支援・人材研修      | 9. 外部専門家等の紹介   |
| 10. 海外展開支援           | 11. その他経営アドバイス      | 12. その他( )     |

問4 事業性評価とは金融機関が財務データや担保・保証に必要以上に依存することなく、借り手企業の事業の内容や成長可能性などを適切に評価することであり、金融機関は「事業性評価」によって融資や助言を行い、企業や産業の成長を支援していくことが求められています。これまでに「事業性評価」という言葉を聞かれたことはありますか。

1. ある ⇒問5へ                      2. ない ⇒問11へ

(問5と問6は、問4で「1. ある」とお答えになった方のみにおたずねします。)

問5 どのような経緯で「事業性評価」をお知りになりましたか。

- |                    |                   |                 |
|--------------------|-------------------|-----------------|
| 1. 金融機関の担当者から聞いた   | 2. 業界団体から聞いた      | 3. 他の企業経営者から聞いた |
| 4. 税理士等の外部支援者から聞いた | 5. 金融庁ホームページ等で知った | 6. その他( )       |

問6 実際に「事業性評価」を受けましたか。

1. 受けた ⇒問7へ                      2. 受けていない ⇒問11へ

(問7から問10までは、問6で「1. 受けた」とお答えになった方のみにおたずねします。)

問7 実際に「事業性評価」を受けた金融機関名をご教示ください。  銀行・信用金庫・信用組合

問8 「事業性評価」を受けた金融機関は貴社にとってどのような存在ですか。

1. メイン銀行    2. 準メイン銀行    3. その他

問9 金融機関に対して、貴社はどう対応されましたか。該当項目全てに○をつけてください。

1. 事業計画書等、財務諸表以外の資料を提出した    2. 自社の強みや弱みについて説明を行った  
 3. 知的資産経営報告書を作成し提出した    4. 工場やサービス提供の現場を公開した  
 5. 自社従業員と金融機関との話し合いの場を設けた    6. 特に何もしていない    7. その他(    )

問10 「事業性評価」後、金融機関との取引に変化がありましたか。該当項目全てに○をつけてください。

1. 無担保融資を受けることができた    2. 無保証人融資を受けることができた  
 3. 既存借入について金利や借入期間等で優遇を得た    4. 既存借入について担保や保証人について優遇を得た  
 5. 金融機関から取引先の紹介を受けた    6. 金融機関とのコミュニケーションが増えた  
 7. 事業性評価の結果を金融機関から開示された    8. 特段何も変化はない    9. その他(    )

### Ⅲ 非財務項目の評価について

問11 以下の経営者関連項目について①貴社の業績にどの程度貢献していると思いますか。②金融機関にどの程度開示していますか。また、③金融機関からどの程度評価されていると思いますか。該当番号に○をつけてください。

(1) 経営者の経営管理能力 (計数感覚を含む)	①業績への貢献	5	4	3	2	1
		多大な貢献があると思う	←	どちらともいえない	→	全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5	4	3	2	1
	かなり開示している	←	どちらともいえない	→	全く開示していない	
	③金融機関からの評価	5	4	3	2	1
	かなり評価されている	←	どちらともいえない	→	全く評価されていない	

(2) 経営者の意思決定能力	①業績への貢献	5	4	3	2	1
		多大な貢献があると思う	←	どちらともいえない	→	全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5	4	3	2	1
	かなり開示している	←	どちらともいえない	→	全く開示していない	
	③金融機関からの評価	5	4	3	2	1
	かなり評価されている	←	どちらともいえない	→	全く評価されていない	

(3) 経営者のリーダーシップ	①業績への貢献	5	4	3	2	1
		多大な貢献があると思う	←	どちらともいえない	→	全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5	4	3	2	1
	かなり開示している	←	どちらともいえない	→	全く開示していない	
	③金融機関からの評価	5	4	3	2	1
	かなり評価されている	←	どちらともいえない	→	全く評価されていない	

(4) 経営者の経営歴	①業績への貢献	5	4	3	2	1
		多大な貢献があると思う	←	どちらともいえない	→	全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5	4	3	2	1
	かなり開示している	←	どちらともいえない	→	全く開示していない	
	③金融機関からの評価	5	4	3	2	1
	かなり評価されている	←	どちらともいえない	→	全く評価されていない	

(5) 経営者の人脈	①業績への貢献	5	4	3	2	1
		多大な貢献があると思う	←	どちらともいえない	→	全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5	4	3	2	1
	かなり開示している	←	どちらともいえない	→	全く開示していない	
	③金融機関からの評価	5	4	3	2	1
	かなり評価されている	←	どちらともいえない	→	全く評価されていない	

(6) 経営者の健康状態	①業績への貢献	5	4	3	2	1
		多大な貢献があると思う	←	どちらともいえない	→	全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5	4	3	2	1
	かなり開示している	←	どちらともいえない	→	全く開示していない	
	③金融機関からの評価	5	4	3	2	1
	かなり評価されている	←	どちらともいえない	→	全く評価されていない	

(7) 経営者の個人資産	①業績への貢献	5	4	3	2	1
		多大な貢献があると思う	←	どちらともいえない	→	全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5	4	3	2	1
	かなり開示している	←	どちらともいえない	→	全く開示していない	
	③金融機関からの評価	5	4	3	2	1
	かなり評価されている	←	どちらともいえない	→	全く評価されていない	

(8) 経営者の事業の専念度	①業績への貢献	5	4	3	2	1
		多大な貢献があると思う	←	どちらともいえない	→	全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5	4	3	2	1
	かなり開示している	←	どちらともいえない	→	全く開示していない	

	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
--	------------	-----------------	---	----------------	---	-----------------

問12 以下の従業員関連項目について①貴社の業績にどの程度貢献していると思いますか。②金融機関にどの程度開示していますか。また、③金融機関からどの程度評価されていると思いますか。該当番号に○をつけてください。

(1) 従業員の満足度	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

(2) 従業員の教育訓練	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

(3) 従業員の技術熟練度	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

(4) 従業員の離職率	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

(5) 従業員の平均年齢	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

問13 以下の組織関連項目について①貴社の業績にどの程度貢献していると思いますか。②金融機関にどの程度開示していますか。また、③金融機関からどの程度評価されていると思いますか。該当番号に○をつけてください。

(1) 経営理念	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

(2) 経営計画	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

(3) 経営計画の実行	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

(4) 技術の優位性	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

(5) 有能な人材を誘引する能力	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

(6) 人事育成システム	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

(7) 人材評価システム	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
(8) 従業員の報酬システム	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
(9) 労使関係の円滑度	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
(10) 社内の仕組み (ISO 取得の有無等)	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
(11) コンプライアンス等、 法的リスクへの対応	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
(12) 研究開発投資	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

問 14 以下の顧客・市場関連項目について①貴社の業績にどの程度貢献していると思いますか。②金融機関にどの程度開示していますか。また、③金融機関からどの程度評価されていると思いますか。該当番号に○をつけてください。

(1) マーケティング・ 販売力の強さ	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
(2) 仕入先との関係	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
(3) 販促活動・広報宣伝体制	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
(4) 顧客満足度	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
(5) 企業ブランド/ 製品ブランド	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

(6) ビジネス上の連携	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
(7) CSR(企業の社会貢献)活動	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
(8) 業界内シェア・ポジション	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
(9) 市場の成長率	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない
(10) 業界の景気	①業績への貢献	5 多大な貢献があると思う	4	3 どちらともいえない	2	1 全く貢献はないと思う
	②情報開示の程度	5 かなり開示している	4	3 どちらともいえない	2	1 全く開示していない
	③金融機関からの評価	5 かなり評価されている	4	3 どちらともいえない	2	1 全く評価されていない

#### IV 貴社の概要について

問15 貴社の直近の決算時における規模・業績をご教示ください。

(1) 従業者数(経営者、常勤役員、常勤パート含む)

					人
--	--	--	--	--	---

(2) 総資産額

					百万円
--	--	--	--	--	-----

(3) 自己資本額

					百万円
--	--	--	--	--	-----

(4) 借入金

					百万円
--	--	--	--	--	-----

(5) 売上高(年商)

					百万円
--	--	--	--	--	-----

(6) 経常利益額

					百万円
--	--	--	--	--	-----

問16 貴社の規模や業績は、過去3年間でどのように推移しましたか。

- |             |            |        |            |
|-------------|------------|--------|------------|
| (1) 従業者数    | 1. 増加傾向にある | 2. 横ばい | 3. 減少傾向にある |
| (2) 総資産額    | 1. 増加傾向にある | 2. 横ばい | 3. 減少傾向にある |
| (3) 自己資本額   | 1. 増加傾向にある | 2. 横ばい | 3. 減少傾向にある |
| (4) 借入金     | 1. 増加傾向にある | 2. 横ばい | 3. 減少傾向にある |
| (5) 売上高(年商) | 1. 増加傾向にある | 2. 横ばい | 3. 減少傾向にある |
| (6) 経常利益額   | 1. 増加傾向にある | 2. 横ばい | 3. 減少傾向にある |

※中小企業への金融に関するご意見等がございましたら、ご記入ください。

ご協力ありがとうございました。







大阪産業経済リサーチセンター 平成 30 年 3 月発行

〒559-8555 大阪市住之江区南港北 1-14-16

咲洲庁舎（さきしまコスモタワー）24 階／電話 06(6210)9476