

特別企画：新潟県内企業「メインバンク満足度／対応状況」調査

## 新潟県内 533 社へのアンケート メインバンク満足度、評価点は 7.26 点

～担当者の訪問回数、信金・信組が全体を牽引、  
経営上の課題は「人材育成」がトップに～

### はじめに

2021 年 1 月、第四銀行と北越銀行の県内上位 2 行が合併し、圧倒的なシェアを持つ第四北越銀行が誕生した。全国でも都道府県別でシェアトップ金融機関の存在感は高まる傾向が続いている。もう一つの地銀大光銀行は、この状況を好機と捉えシェア拡大を推し進めているほか、県外行では八十二銀行が県内進出を加速させるなど県内の金融機関の勢力図はめまぐるしく変化している。

足もとではコロナ禍が企業業績に与える影響に加え、後継者を含めた人材育成、DX（デジタルトランスフォーメーション）や脱炭素社会への対応など、資金繰り以外の企業経営の課題も表面化している。これら企業の抱える課題に寄り添うことが取り引き金融機関の大きな役割になっている。帝国データバンク新潟支店は、新潟県内に本社がある企業 533 社に対して、メインバンク満足度およびメインバンクの対応状況などを調査した。

※調査対象 533 社（協力を得られた新潟県内企業）

※調査時期・方法＝2021 年 11 月 1 日から 2022 年 2 月 10 日（面談によるアンケート調査）

### 調査結果（要旨）

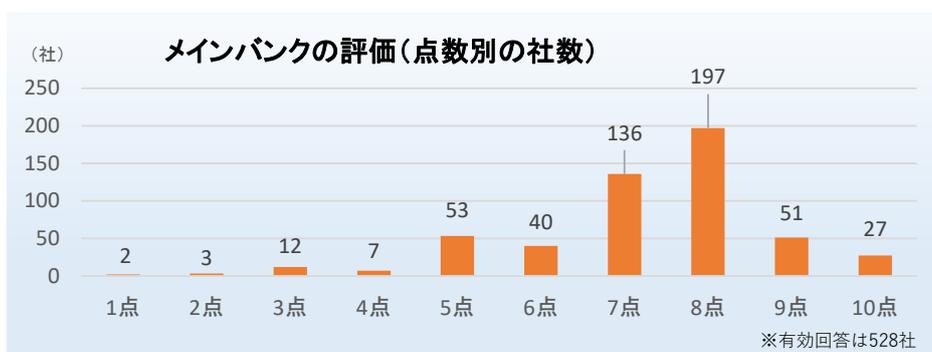
1. メインバンクの満足度を総合的に評価した点数、平均は 7.26 点（10 点満点）。ボリュームゾーンは 8 点で全体の 3 分の 1 を占める。信金・信組の評価点数が高い傾向に
2. メインバンク担当者の企業訪問は「月 1 回」（44.7%）が最多。「月 2 回以上」（31.8%）とあわせた「月 1 回以上」（76.5%）が 4 分の 3 を占める。信金・信組に着目すると、「月 1 回以上」は 8 割超で全体を上回る
3. 自社の経営上の課題、「人材育成」をあげた企業が全体の 4 割超を占める
4. 第四北越銀行の合併後の対応変化、「変わらない」が全体の 8 割超を占める

## 1. メインバンクについて

### 評価点（満足度）

#### 平均は 7.26 点（10 点満点）

県内企業 533 社に対して、現在のメインバンクの対応（満足度）を総合的に評価（※評価を判断する観点参照）すると何点（10 点満点）になるか尋ねたところ、平均点は 7.26 点だった。ボリュームゾーンは 8 点（197 社）で 3 社に 1 社が回答した。次いで 7 点（136 社）、5 点（53 社）と続いた。なお、5 点以下とする企業は 77 社にのぼり全体の 14%強を占めた。低評価の判断の背景について「メインバンク担当者とのコミュニケーション量が少ない」「担当者の裁量が小さく、決済などに時間がかかる」との声があった。



※評価を判断する観点＝融資対応、経営アドバイス、行員の知識や礼儀、地域社会への貢献

金融機関別に評価点を見ると、トップは協栄信組で 8.20 点となった。次いで新潟信金（7.67 点）、新潟県信組（7.60 点）が続いた。総じて信組や信金の評価点が上位を占める傾向がみられた。企業とのコミュニケーション量が評価点を引き上げる傾向が見て取れる。

#### メインバンク（上位7行）と評価点

	社数	構成比	評価点
第四北越	383	71.9%	7.17
大光	51	9.6%	7.37
三条信金	17	3.2%	7.35
協栄信組	15	2.8%	8.20
新潟県信組	15	2.8%	7.60
新潟信金	9	1.7%	7.67
八十二	6	1.1%	7.17

### メインバンク社数

#### 第四北越銀行をメインバンクにあげる企業が7割

取り引き金融機関（最大5行とメインバンク）を尋ねたところ、383 社（構成比 71.9%）が「第四北越銀行」をメインバンクと回答した。次いで「大光銀行」（51 社、同 9.6%）が続いた。

メインバンクとの融資取引の有無について、全体の 85.4%が融資取引を行っていた。

※ 帝国データバンクの企業データベース（新潟県内約3万1000社）を利用した同様の調査（「新潟県内企業 メインバンク 動向調査 2021年」帝国データバンク新潟支店）と比較してトップ行の構成比が高く表れた。今回の調査は面談形式（企業訪問時）。事業規模で中規模以上の企業が多く含まれたため、トップ行の構成比が高まる傾向にあった。

## 2. メインバンク担当者の訪問回数 月1回が4割超

メインバンク担当者（支店長含む、以下同じ）の訪問状況について質問したところ、「月1回」（構成比44.7%）が最多となった。次いで「月2回以上」（同31.8%）と続き、この2項目をあわせた「月1回以上」は76.5%にのぼった。

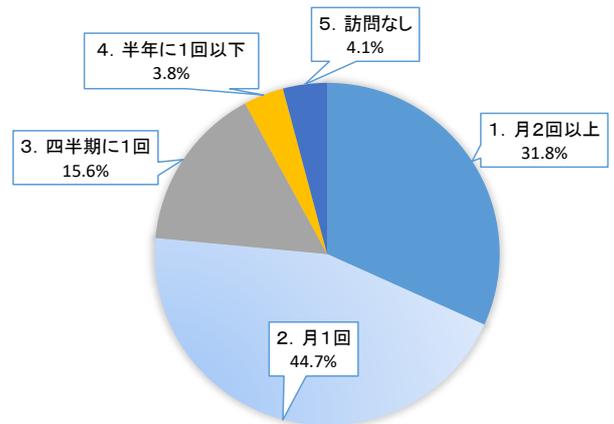
他方、「訪問なし」（構成比4.1%）の企業に着目すると、メインバンクとの融資取引がない企業（59.1%）が6割近くにのぼった。企業の資金繰りや経営状況のヒアリングなど、融資取引を通じ、コミュニケーションが高まる状況がうかがえる。

メインバンクの業態別で信用金庫と信用組合の訪問回数に着目すると、「月2回以上」（構成比39.0%）が全体を7ポイント以上、「月1回」（同45.5%）についても全体を上回った。この2項目をあわせた「月1回以上」（同84.5%）は全体（同76.5%）を大きく上回り、信金・信組の地域密着の状況が確認できた。

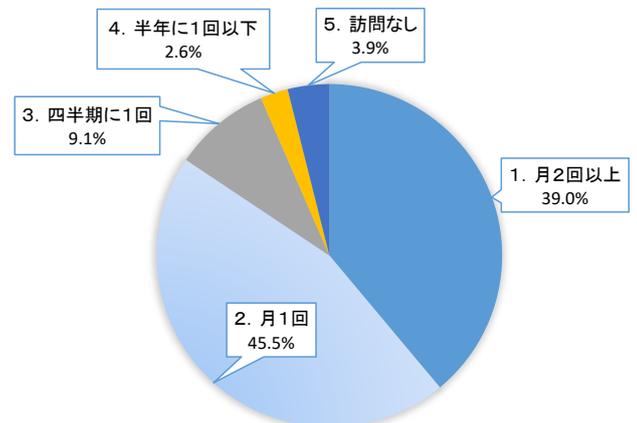
### 訪問回数の変化

訪問回数が1年前と比較して変化したか尋ねたところ「以前と変わらない」が81.4%と大半を占めた。「増えた」「すこし増えた」の合計（構成比10.9%）は「減った」「すこし減った」の合計（同7.7%）を上回った。

メインバンク担当者の訪問状況（全体）



メインバンク担当者の訪問状況（信金・信組）



訪問回数＝1年前と比較した変化（全体）

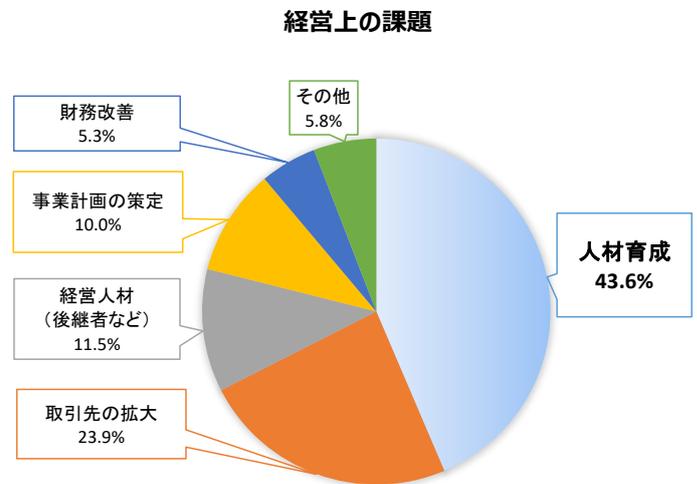


### 3. 経営上の課題

#### (1) 4割超の企業が「人材育成」をあげる

自社の経営上の課題（選択肢 6 つ、最上位を回答、有効回答は 532 社）を質問したところ、「人材育成」と回答した企業が 232 社（構成比 43.6%）で、全体の 4 割超を占めた。次いで「取引先の拡大」（同 23.9%）、「経営人材（後継者など）」（同 11.5%）が続いた。

後継者、企業経営層を含めた人材の確保・育成が過半数を占めた。

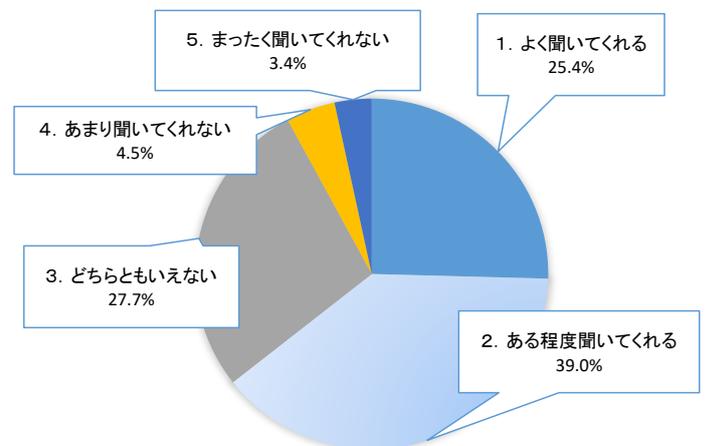


#### (2) 経営上の課題「よく聞いてくれる」「ある程度聞いてくれる」が6割以上

「メインバンク担当者は経営上の課題を聞いてくれるか」と尋ねたところ、「ある程度聞いてくれる」が全体の 39.0%を占めた。「よく聞いてくれる」「ある程度聞いてくれる」をあわせ、6割以上の企業は、メインバンク担当者が経営上の課題について、耳を傾けている。

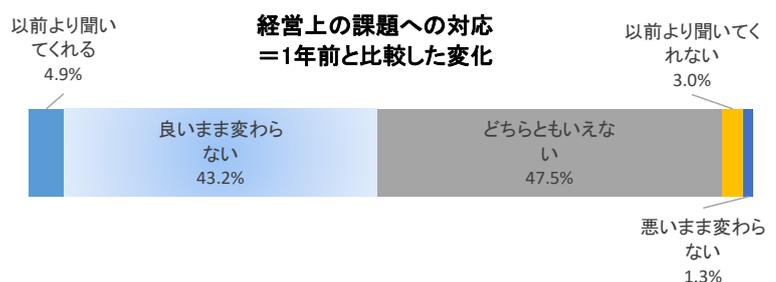
他方、「あまり聞いてくれない」「まったく聞いてくれない」の合計は1割弱。経営上の課題解決に向けて、メインバンク担当者がフォローしきれていない状況もうかがえる。

#### メインバンク担当者＝経営上の課題への対応



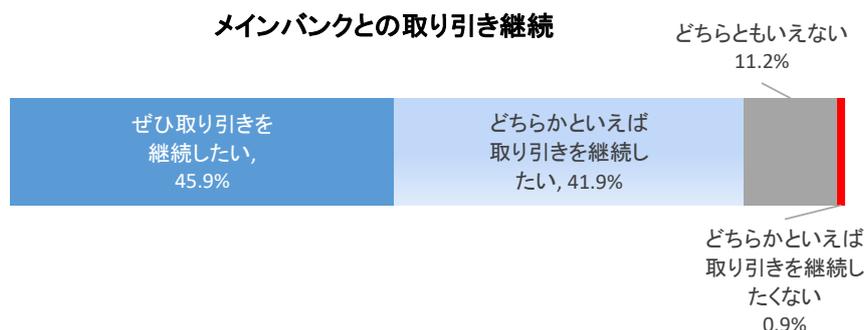
さらに、経営上の課題の聞き取りの改善状況などを確認するため、1年前と比較して変化したか尋ねたところ「どちらともいえない」（47.5%）が最多となった。

また、「良いまま変わらない」「以前より聞いてくれる」の 2 項目を合計すると、全体の半数近くは適切な対応が継続しているとみられる。他方、「以前より聞いてくれない」「悪いまま変わらない」の 2 項目の合計は 5%近くあり、金融機関のフォローが必要となっている。



### 9割の企業が継続取り引きに変化なし

メインバンクとの取り引き継続について尋ねたところ、「ぜひ取り引きを継続したい」「どちらかといえば取り引きを継続したい」をあわせ、87.8%の企業が継続的な取り引きを考えている状況がわかった。他方、「どちらともいえない」（11.2%）が約1割、「どちらかといえば取り引きを継続したくない」（0.9%）もあった。



### 4. 第四北越銀行、合併による対応変化

第四北越銀行と融資取引がある企業（メインバンクが第四北越銀行以外を含む、有効回答は414社）に合併前後の対応の変化を尋ねたところ、「変わらない」（構成比82.9%）が大半を占めた。「良くなった」「やや良くなった」は8.9%。他方、「やや悪くなった」「悪くなった」は8.2%で、対応改善を感じている企業が若干上回った。

なお、第四北越銀行と融資取引がない企業（有効回答44社）に対して、融資取引の開始意向を質問したところ、「開始意向あり」や「検討中」と回答した企業は合計8社だった。



## 5. まとめ

新潟県内の企業が「融資対応、経営アドバイス、行員の知識や礼儀、地域社会への貢献」などの観点で、メインバンクの対応（満足度）を総合的に評価した点数は平均7.26点（10点満点）となった。合併後1年が経過した第四北越銀行は7.17点だった。全国で地銀の統合や合併が相次ぎ、各都道府県でトップ地銀の存在感は高まる傾向が続いている。こうしたなか、各エリアにおいて、圧倒的なシェアを誇るトップ地銀に対する地元評価は総じて厳しい傾向にあるが、**第四北越銀行に対する評価点（満足度）は、母数を勘案すると及第点とってよかろう。**合併後の同行への期待の表れともとれ、今後、取引先とのコミュニケーションをより深め、ニーズに沿った対応で期待に添えていく必要がある。**なお、メインバンク数で圧倒した第四北越銀行だが、地銀合併で選択肢が減少するなか、消去法的に選択している企業も見受けられた。**メインバンク数で第2位の大光銀行は7.37点と平均をやや上回ったが、県内において第四北越銀行と伍するにはもう一段上の評価を期待したい。県内進出を加速させている八十二銀行については、県外行としてシェア争いで攻勢の側にあるはずだが、メインバンク数は伸び悩んだ感があり、評価点（満足度）もやや物足りなさが残った。

メインバンクが企業へ訪問する回数については、「月1回以上」が全体の4分の3を占めた。信金・信組の訪問回数は全体を上回り、評価点も総じて高位だった。地域企業との円滑なコミュニケーションが総合的な評価点を引き上げている状況がうかがえる。

このほか、企業の抱える課題については、「人材育成」が4割を超えることが判明した。このなかで、金融機関に対して、取引先企業の一部から「課題解決にならない、ニーズに沿わない商品・サービスの提案がある」との厳しい声もあった。金融機関のニーズに沿ったさらなる対応充実が望まれる。

人口減少や市場縮小、人手不足をはじめとして、資金繰り以外の企業の経営課題は山積している。昨今、生産性の向上が注目されるなか、足もとでは燃料や原材料価格、労務費などの上昇が収益性の下押し圧力となっている。後継者問題を含めた人材育成などに加えて、DX（デジタルトランスフォーメーション）や脱炭素社会への対応など、資金繰り以外の企業経営の課題も急速に表面化した。2年におよぶコロナ禍をはじめ、取り巻く経営環境は大きく変動しているほか、個別課題を抱える企業も多い。

このようななか、金融機関には企業に寄りそう伴走型支援が期待されている。コロナ禍で対面型の訪問回数の増加には難航が予想されるが、訪問回数と評価点（満足度）には相関がみられた。訪問回数を顧客コンタクトとすると、手法は訪問以外にも広がる。オンラインなども利用してコミュニケーション量を増やし、取引先企業の声を効率的かつ数多く聞き取る必要がある。地域経済の牽引役として中心的役割を果たす金融機関が選ばれ続けるためには、企業ニーズ、状況にみあった対応をスピーディに実施し、三方よし（買い手よし、売り手よし、世間よし）を実現することが求められている。

## &lt;備考：調査先企業の属性等&gt;

回答者：社長（または会長）65.9%、その他は役員など企業経営層

業種別	社数	構成比
製造	179	33.6%
卸売	139	26.1%
建設	98	18.4%
小売	58	10.9%
サービス	35	6.6%
運輸・通信	11	2.1%
不動産	11	2.1%
その他	2	0.4%
総計	533	100.0%

年商規模別	社数	構成比
1億円未満	49	9.2%
1億-10億円未満	272	51.0%
10億-50億円未満	160	30.0%
50億-100億円未満	29	5.4%
100億-500億円未満	21	3.9%
500億円以上	2	0.4%
総計	533	100.0%

地域別	社数	構成比
上越	43	8.1%
中越	191	35.8%
下越	299	56.1%
総計	533	100.0%

業歴別	社数	構成比
10年未満	12	2.3%
10～30年未満	78	14.6%
30～50年未満	134	25.1%
50～100年未満	247	46.3%
100年以上	62	11.6%
総計	533	100.0%

## 【内容に関する問い合わせ先】

株式会社帝国データバンク 新潟支店 担当：横井

TEL：025-245-5606 FAX：025-241-9019

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。