

Core Business Support by a Regional Bank to Small business:
Based on the Benchmarks of Financial Intermediation Function

地方銀行における中小企業への本業支援の取組状況 —「金融仲介機能のベンチマーク」を対象にして—

犬田 剛 (東京農業大学大学院博士後期課程)

Takeshi INUTA (Graduate School, Tokyo University of Agriculture)

Abstract

The purpose of this paper is to examine the Core Business Support by a Regional Bank to Small Business. In this article, we are concerned with the Benchmarks of Financial Intermediation Function. The main points are as follows: First, I clarified the actual situation of Regional Banks which worked on Core Business Support and made clear that all Core Business Support worked on Regional Banks. Second, it is that an action of Core Business Support does not show an effect for business results of Regional Banks. This point, remains as a matter to be discussed further.

Keywords: Regional Bank, Small Business, Core Business support, Benchmarks of Financial Intermediation Function

1. はじめに

日本再興戦略(2014年6月)において、地域経済の構造改革を図るために、地域金融機関が目利き能力やコンサルティング機能を発揮し、専門的な人材を活用しつつ、中堅・中小企業等や小規模事業者にきめ細かい支援を行うことの重要性が明記された。

その後、改訂された日本再興戦略(2016年6月)において、事業性評価に基づく融資や本業支援等を通じて産業・企業の課題解決に資する質の高い金融仲介機能を発揮することを推進することが決定されるなど、金融機関にはこれまで以上の本業支援の取り組みが求められている。本業支援の本質は、ビジネスマッチングや販路開拓支援だけでなく、企業のライフステージごとの経営課題の解決に向けた支援活動を行うことである。

こうした中、金融庁は金融仲介機能の発揮状況を客観的に評価できる多様な指標として、「金融仲介機能のベンチマーク」(以下、「ベンチマーク」という)

を策定・公表し、中小企業等が自らのニーズや課題解決に応じてくれる金融機関を主体的に選択できる情報をベンチマークとして積極的に開示するように求めている¹⁾。

2. 既往研究と課題設定

2.1 主な既往研究

金融機関が中小企業の経営改善支援を行う際の課題として、齊藤(2017;pp.2-9)は、金融機関と中小企業の関係性強化や金融機関職員の能力向上の必要性を指摘している。また、佐々木(2018;pp.47-66)は、金融機関に課題を相談している中小企業とそれ以外の企業を比較した結果、財務指標の改善効果に差がないことを明らかにし、金融機関による継続的な経営サポートの必要性を指摘している。

一方で、ベンチマークを対象とした研究成果も蓄積されている。谷地(2017; pp.33-65)は、ベンチマークを企業が自らのニーズ・課題解決に応じてくれ

る金融機関を探し、選ぶために活用することが望ましいこと、現在のベンチマークの公表方法・形式などが統一されておらず、中小企業等からみて金融機関を選択する際の指標として十分な役割を發揮していない点を課題として指摘している。また、荻野・海野(2018; pp.39-45)は、信用金庫のベンチマークの開示状況を整理し、34.8%の信用金庫がベンチマークを開示していることを明らかにしている。

2.2 地域金融機関と中小企業等の関係

次に地域金融機関と中小企業との関係性にふれておきたい。一般的に企業規模が大きくなるとともに人材や経営資源を多く保有することができる。例えば、営業専門の職員や人事・総務といった間接部門に専属の人間を配置することも可能となり、経営者はマネジメントに専念した上で、自社の経営課題解決に取り組むことができる。また、外部の経営コンサルタント等からの助言を受けるだけの経営体力(資金力)や受けた助言を実行に移せる組織力を有しているといえる。

一方で、中小企業等は人材・資源が限られ、代表者がプレイングマネージャーとして、製造現場や営業、経営管理等の多岐にわたる業務を担当していることも多い。特に外部環境がめまぐるしく変化する時代においては、中小企業等の内部資源だけでは様々な経営課題を解決することは困難な場合が多い。このため、地域の産業や企業の実情等を把握している金融機関が、中小企業等の経営課題を解決のために助言・支援を行う本業支援が重要となっている。また、本業支援に取り組むことで、中小企業等の企業価値を向上することは、結果として金融機関の経営基盤を安定化にもつながる。

しかし、中小企業庁(2016; pp.310-311)によれば、中小企業等の経営課題について、金融機関が「十分に把握しているか」と回答した企業は1割程度に留まっており、特に企業の成長段階が「起業段階」と「衰退段階」において低い傾向にあることが明らかになっている。

また、金融庁(2017; pp.11-12)は、約3万社(回

収率約3割)を対象としたアンケート調査を実施し、「金融機関と企業のコミュニケーション」の状況について、債務者区分が下位になるほど、中小企業等の経営上の課題や悩みを聞いていないことや経営上の課題分析結果の共有が図られていない傾向にあることを指摘している。

一方で、「金融機関によるサービス提供の効果」について、債務者区分が下位になるほど金融機関からのサービス提供の効果(財務内容の改善)が高い傾向にあることが指摘されている。これは、債務者区分が下位の先については、経営課題の解決に活用できる人材・資源等が限られている中で、金融機関の支援が効果を発揮するためと考えられる。

金融庁(2016b; pp.18-19)は、こうした状況を踏まえた上で、「顧客との『共通価値の創造』を「平成28事務年度金融行政方針」(2016年10月)に掲げている²⁾。同方針には、「企業と日常から密に対話し、企業価値の向上に努めている金融機関は、地域の企業・産業の活性化に貢献するとともに、自らの顧客基盤の強化を実現している」という金融庁の考えを示している。

2.3 ベンチマークの概要

金融庁は、2016年にすべての金融機関が金融仲介の取り組みの進捗状況や課題等を客観的に自己評価するための多様な指標をベンチマークとして策定・公表した。

ベンチマークを策定した目的は、リレーションシップバンキングや事業再生のための活動へ積極的に取り組む金融機関の共通項について、客観的に見て取れるデータを取り、それをベースに金融機関と対話をしていくことであり、全ての金融機関が金融仲介の取り組みの進捗状況や課題等を客観的に評価するために活用するための「共通ベンチマーク」(3項目・5ベンチマーク)と金融機関が自身の事業戦略やビジネスモデル等を踏まえて選択できる「選択ベンチマーク」(14項目・50ベンチマーク)を策定・公表している(表1)。

このベンチマークは、「①自己点検・評価、②自主

表1 金融仲介機能のベンチマークと地方銀行の公表状況

	項目	BM数	公表行数(割合)
共通	(1) 取引先企業の経営改善や成長力の強化	1	59行 (92.2%)
	(2) 取引先企業の抜本的事業再生等による生産性の向上	3	63行 (98.4%)
	(3) 担保・保証依存の融資姿勢からの転換	1	60行 (93.8%)
選択	(1) 地域へのコミットメント・地域企業とのリレーション	4	44行 (68.8%)
	(2) 事業性評価に基づく融資等、担保・保証に過度に依存しない融資	7	57行 (89.1%)
	(3) 本業(企業価値の向上) 支援・企業のライフステージに応じたソリューションの提供	16	63行 (98.4%)
	(4) 経営人材支援	2	10行 (15.6%)
	(5) 迅速なサービス提供等顧客ニーズに基づいたサービスの提供	4	8行 (12.5%)
	(6) 業務推進体制	2	10行 (15.6%)
	(7) 支店の業績評価	1	6行 (9.4%)
	(8) 個人の業績評価	2	2行 (3.1%)
	(9) 人材育成	1	32行 (50.0%)
	(10) 外部専門家の活用	2	17行 (26.6%)
	(11) 他の金融機関及び中小企業支援策との連携	3	43行 (67.2%)
	(12) 収益管理態勢	1	1行 (1.6%)
	(13) 事業戦略における位置づけ	2	2行 (3.1%)
	(14) ガバナンスの発揮	3	2行 (3.1%)

出所) 金融庁(2016a)「金融仲介機能のベンチマーク」及び地方銀行の公表資料から集計。

注:「BM数」は項目ごとのベンチマークの数を表している。独自ベンチマークは30行(46.9%)が公表している。

的開示、③対話の実施のために活用することを想定³⁾している。①は、金融機関自身が金融仲介機能を発揮しているか点検・評価するために活用すること、②は、ベンチマークを公表することで、企業(顧客などの利害関係者)が金融機関を選択する判断材料として活用すること、③は、金融庁と金融機関の対話のツールとして活用することである。

ベンチマークについて、谷地(2017; pp.58-59)は、公表方法・形式などが金融機関ごとに異なることに触れ、「金融機関の自己点検・評価や金融機関と金融庁の対話に活用することの2つが金融仲介機能のベンチマーク策定の目的であるなら、公表の仕方はどのような形式であってもよいし、極端に言えば公表の必要すらないのかもしれない。しかし、公表されたベンチマーク指標を見て、企業が自らのニーズや課題解決に応じてくれる金融機関を主体的に選択することができるようにするというもう1つの目的からすると、現在の公表の仕方は企業などの利用者側にとって優しい形でなされているとはいえない」と指摘している。

2.4 本稿の目的と課題

ベンチマークには、中小企業の経営課題を解決するための本業支援の取り組みについて、各金融機関

がどのように取り組んでいるのかを対外的に示し、中小企業と金融機関の対話を深化させることが求められているが、地域金融機関のベンチマーク策定実態や本業支援の取り組み状況については明らかになっていない。

そこで、本稿では、事業性評価に基づく融資や本業支援の取り組みについて各金融機関が公表しているベンチマークの実態を明らかにすることで、金融機関がどのような取り組みに力を入れているのか解明するとともに、本業支援に取り組む金融機関の特徴を明らかにし、どのような金融機関が本業支援の取り組みを積極的に実践しているのか解明する。本稿によって本業支援に取り組む金融機関の特徴やベンチマークの課題について明らかにすることで、今後中小企業と金融機関の対話のツールとしてベンチマークを有効に活用することができるとともに、金融機関による本業支援の取り組みの推進、改善につながることを期待される。

3. 地域金融機関におけるベンチマークの公表実態と本業支援の取り組み

3.1 分析対象の選定と範囲

本稿では、(一社)全国地方銀行協会に所属する64

表2 選択ベンチマークの公表有無と経営指標の関係（重回帰分析）

BMの項目	業務利益（億円）		貸出額（兆円）		預金額（兆円）		中小企等貸付比率		リスク管理債権比率		
	係数	t	係数	t	係数	t	係数	t	係数	t	
選択（1）	-52.3	-1.1	-1.71	-0.7	-1.8	-0.6	-0.01	-0.1	-0.009	-1.4	
選択（2）	219.4	3.0	**	-0.09	-0.1	-0.4	-0.2	0.05	0.8	0.005	1.5
選択（3）	-482.4	-3.0	**	-0.23	-0.3	-0.2	-0.2	0.01	0.4	-0.001	-0.8
選択（4）	60.3	0.9		3.50	3.3	**	4.2	3.2	**	0.01	0.2
選択（5）	-101.6	-1.3		-0.10	-0.0		0.0	0.0		-0.25	-2.4
選択（6）	73.7	1.2		1.40	1.5		1.6	1.4		-0.04	-0.9
選択（7）	-121.4	-1.5		-2.01	-2.0	*	-2.1	-1.7	+	-0.09	-1.9
選択（8）	-	-		0.65	0.8		0.8	0.8		-0.01	-0.3
選択（9）	-87.7	-2.0		-1.59	-1.4		-1.8	-1.3		-0.01	-0.3
選択（10）	41.7	0.8		4.72	1.8	+	5.1	1.6		0.24	1.9
選択（11）	-110.6	-2.3	*	-1.09	-1.8	+	-1.4	-1.8	+	-0.01	-0.5
選択（12）	-184.2	-0.6		0.65	0.9		1.0	1.1		0.04	1.3
選択（13）	-135.1	-0.8		-1.43	-2.2	*	-1.7	-2.0	*	-0.04	-1.1
選択（14）	472.6	1.9	+	-0.96	-0.3		-0.9	-0.2		-0.29	-2.0
切片	579.6	3.4	**	3.21	1.0		3.9	1.0		0.93	6.2
										**	0.019
											2.2
											*

出所）表1及び（一社）全国地方銀行協会（2017）「地方銀行の決算の状況」より作成。

注）**は1%、*は5%、+は10%の有意水準で有意である。

説明変数はダミー変数とし、BMの各項目を公表している地方銀行は「1」、公表していない地方銀行は「0」を用いた。

「共通ベンチマーク」は多くの地方銀行が公表していることから、「選択ベンチマーク」のみで重回帰分析を実施した。

銀行⁴⁾（以下、「地方銀行」という）を分析対象とする。地方銀行は、地域における預金・貸出シェアがおおむね一番高いことや全国で最も店舗数、職員数を有しており、中小企業等のメインバンクとして中心的な地位を占めているため分析対象とした⁵⁾。

なお、地方銀行のベンチマークは、ホームページに掲載されているディスクロージャー等の公表資料より、2017年3月末の実績について集計した。

3.2 地方銀行におけるベンチマークの公表実態

地方銀行のディスクロージャー等の公表資料を確認したところ、全ての地方銀行（64行）がベンチマークを1つ以上公表していた⁶⁾。

表1のとおり、ベンチマークで最も多く公表されている項目は、63行が公表していた「共通ベンチマーク」の項目（2）と「選択ベンチマーク」の項目（3）である。

次に「共通ベンチマーク」については、全ての項目で9割以上地方銀行がベンチマークを公表していた。一方で、「選択ベンチマーク」は、項目（2）や（3）が8割超の地方銀行が公表している一方、項目（8）や（12）、（13）、（14）は1～2行のみが公表し

ているなどの項目によって差が大きい。

この公表実態の差が大きい選択ベンチマークについて、地方銀行の経営指標（業務利益等）を目的変数とし、公表実態を説明変数（ダミー変数）とした重回帰分析を実施した（表2）。5%の有意水準で、業務利益の係数は、「選択ベンチマーク」の項目（2）で有意に正、項目（3）と（11）で有意に負、貸出額の係数は、項目（4）で有意に正、項目（7）と（13）で有意に負、預金額の係数は、項目（4）で有意に正、項目（13）で有意に負、中小企等貸付比率の係数は、項目（5）と（14）で有意に負、リスク管理債権比率の係数は、項目（6）で有意に負であった。

3.3 地方銀行における本業支援に関するベンチマークの取り組み

（1）本業支援に関するベンチマークの公表実態

次に本業支援に関連するベンチマークの公表状況等について説明する。ベンチマークは全17項目（共通3項目、選択14項目）で構成されているが、本稿の本業支援の取り組みは「選択ベンチマーク」の項目（3）と項目（10）の2項目とする⁷⁾。

本業支援に関するベンチマークのうち、地方銀行

表3 本業支援に関連するベンチマークの項目・内容と地方銀行の公表状況

項目	選択ベンチマーク	公表行数(割合)	
(3) 本業支援・企業のライフステージに応じたソリューションの提供	12.本業（企業価値の向上）支援先、および、全取引先に占める割合	27行 (42.2%)	
	13.本業支援先のうち、経営改善が見られた先数	14行 (21.9%)	
	14.ソリューション提案先数及び融資額、及び、全取引先数及び融資額に占める割合	36行 (56.3%)	
	15.メイン取引先のうち、経営改善提案を行っている先の割合	11行 (17.2%)	
	16.創業支援先数（支援内容別）	46行 (71.9%)	
	17.地元への企業誘致支援件数	16行 (25.0%)	
	18.販路開拓支援を行った先数（地元・地元外・海外）	53行 (82.8%)	
	19.M&A 支援先数	55行 (85.9%)	
	20.ファンドの活用件数	25行 (39.1%)	
	21.事業承継支援先数	57行 (89.1%)	
	22.転廃業支援先数	12行 (18.8%)	
	23.事業再生支援先における実抜計画策定先数、及び、同計画策定先のうち未達先の割合	21行 (32.8%)	
	24.事業再生先における DES・DDS・債権放棄を行った先数、及び、実施金額	11行 (17.2%)	
	25.破綻懸念先の平均滞留年数	2行 (3.1%)	
	26.事業清算に伴う債権放棄先数、及び、債権放棄額	3行 (4.7%)	
	27.リスク管理債権額（地域別）	0行 (0.0%)	
	(10) 外部専門家の活用	40.外部専門家を活用して本業支援を行った取引先数	17行 (26.6%)
		41.取引先の本業支援に関する外部人材の登用数、及び、出向者受入れ数	2行 (3.1%)

出所) 表1に同じ。

注：いずれかのベンチマークを（3）は63行、（10）は17行が公表している。

表4 本業支援公表行と未公表行の比較

	公表行(27行)			未公表行(37行)		
	平均値	中央値	変動係数	平均値	中央値	変動係数
貸出額	2.9兆円	1.8兆円	0.75	3.1兆円	2.8兆円	0.68
預金額	3.8兆円	2.4兆円	0.70	4.1兆円	3.9兆円	0.62
業務利益	141億円	77億円	1.00	177億円	28億円	1.05
中小企業等貸付比率	70.9%	70.2%	0.16	69.5%	68.6%	0.14
リスク管理債権比率	1.7%	1.8%	0.29	1.9%	2.0%	0.28

出所) 表2に同じ。

注：平均の差について、カイ2乗検定を用いて検定したが、有意差(p>0.05)は認められなかった。

が公表している具体的ベンチマークは表3の通りである。本業支援の取り組みとして、地方銀行が公表しているベンチマークは、「21.事業承継支援先数」が57行と最も多く、次いで、「19.M&A 支援先数」55行、「18.販路開拓支援を行った先数」53行の順番となっている。

一方で、「12. 本業（企業価値の向上）支援先、および、全取引先に占める割合」を公表している地方銀行は27行であり、「13.本業支援先のうち、経営改善が見られた先数」を公表しているのは14行に留まっている。

(2) 本業支援に関するベンチマークの公表有無による比較

本稿では、本業支援に関するベンチマークの公表状況について、「選択ベンチマーク」の項目（3）のうち、「12. 本業（企業価値の向上）支援先、および、

全取引先に占める割合」の公表実態から比較・検討する。このベンチマークは、金融機関が中小企業の本業支援（企業価値）を向上する取組みをどの程度実施したのか、支援先数や金融機関の取引先に占める割合を定量的に表しており、中小企業の本業支援にどれだけ取り組んでいるのかを示すものである。

この中で、「12. 本業（企業価値の向上）支援先、および、全取引先に占める割合」を公表している地方銀行27行（以下、「本業支援公表行」という）を対象に、同指標を公表していない他の地方銀行37行（以下、「本業支援未公表行」という）の比較をしたのが表4である。

本業支援公表行は、本業支援未公表行と比較して、多くの項目で変動係数が高く経営規模に差が多い傾向にあることが分かる。

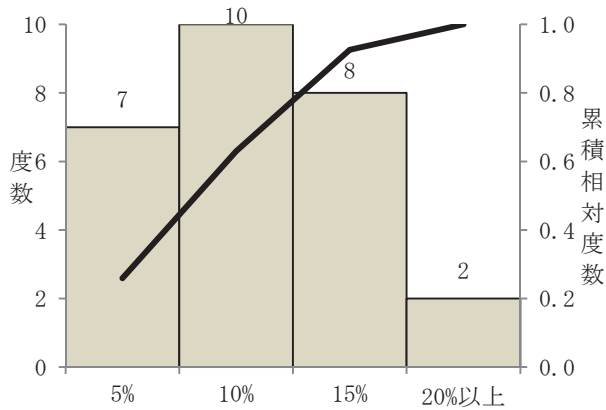


図1 全取引先に占める本業支援先の割合

出所) 表2に同じ。

注: 平均値は9.1%、中央値は7.9%、最大は45.5%である。

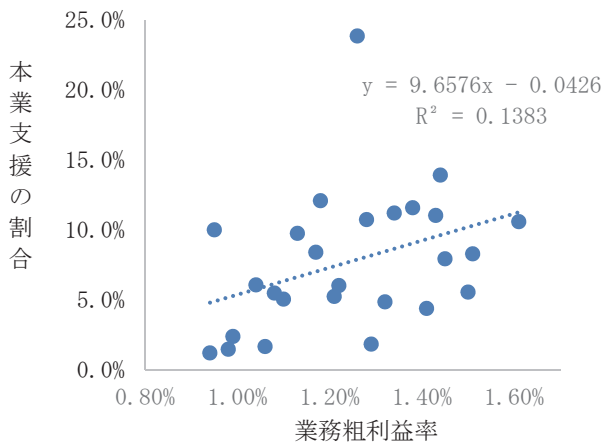


図2 業務粗利益率と本業支援の割合の関係

出所) 表2に同じ。

注: スミルノフ・グラブス検定により有意差($p > 0.01$)が認められた1行を対象から除いている。

(3) 本業支援公表行間の比較

次に本業支援公表行(27行)を対象に比較する。

本業支援公表行では、それぞれ本業支援に取り組んだ中小企業等数や全取引先に占める支援先の割合等を公表している。この指標を活用して、本業支援に取り組む企業数(割合)が多い地方銀行の実態について整理する。

まず、本業支援公表行が、ベンチマークで公表している、全取引先に占める本業支援先の割合をヒストグラムで示した(図1)。図1の分布をみると、多

くの地方銀行が取引先の1割程度の本業支援の取り組みを実施している。

次に本業支援公表行の本業支援に取り組む企業数(割合)と業務粗利益率との関係について分析する。業務粗利益率は、金融機関の基本的な収益の成果を示す指標である。これらの指標から本業支援に積極的に取り組む地方銀行と収益の関係性を解明することを目的として散布図(図2)を作成した。図2のとおり、両指標の相関関係は低いものの、業務粗利益率の高い地方銀行ほど本業支援に取り組む傾向にあることが伺える。

4. 考察

本稿の知見から地方銀行のベンチマークの公表実態と本業支援の取り組み状況について考察する。

4.1 地方銀行のベンチマーク公表実態と特徴

ベンチマークは地方銀行のすべて(100%)が公表しており、信用金庫34.8%(荻野・梅田2018)と比較して、地方銀行がベンチマークを対外的に公表しようという意識が高いことが考えられる。

また、選択ベンチマークは、本業支援に関するベンチマークを98.4%の地方銀行が公表している。これは、多くの地方銀行が本業支援に積極的に取り組む姿勢を広く周知する意識が高いためと考えられる。

さらに、選択ベンチマークの公開実態と経営指標の回帰分析の結果から項目(2)の担保・保証人に依存しない融資の実態を公表している地方銀行の業務利益が高く、項目(4)の経営人材紹介の取り組みを公表している地方銀行が貸出額と預金額が高い。これらの背景には、担保・保証人に依存しない金融機関は一定の金利等を通じて収益を確保していることや経営人材を紹介できる地方銀行は一定の規模を有しているためと考えられる。

4.2 地方銀行の本業支援に関するベンチマーク公表実態と特徴

次に本業支援に関連するベンチマークについて、選択ベンチマーク(3)の中で、特に「事業承継支援先数」や「M&A支援先数」、「販路開拓支援を行っ

た先数」を公表している地方銀行が多い傾向にある特徴を有していた。これは、中小企業等の経営者の高齢化に伴う事業承継への対応やM&Aによる支援、販売先とのマッチングや商談会の開催などの販路開拓支援を積極的に行っているためと考えられる。

一方で、「破綻懸念先の平均滞留年数」や「事業清算に伴う債権放棄先数、及び債権放棄額」、「リスク管理債権額」については、公表している地方銀行はほとんどない。これら項目は債務者区分等が下位の顧客に対する地方銀行の対応状況を示すものであり、中小企業等に公表した際のPR効果等が限定的であることから、公表している地方銀行が少ないためと考えられる。

次に本業支援の取り組みを公表している地方銀行と公表していない地方銀行の比較を実施したが、両者に明確な差がないことが示された。

まず本業支援公表行は、経営規模（預金額など）のばらつきが大きい。これは、比較的規模が小さい地方銀行が他社との差別化を図るために積極的に取り組んでいることや比較的規模の大きい地方銀行がスケールメリットを活かした積極的な本業支援の取り組みを実施しているためと考えられる。

一方で、本業支援に取り組んでいる地方銀行の方が業務粗利益率が高い傾向にあることが示唆された。これは業務粗利益率が比較的高い地方銀行が本業支援の取り組みを積極的に行っているためと考えられる。

5. おわりに

地方銀行においてベンチマークをホームページ等で掲載することで、中小企業等に周知する意識が高いことが伺えた。また、ベンチマークの公表状況により、地方銀行の経営指標との関連性に付いても業務利益等で一定の関係性があることが示唆された。

中小企業等にとって、金融機関の本業支援は自身の経営改善につながり、金融機関にとっては、安定的な収益基盤の構築を図ることにつながる重要な取り組みといえる。そのためにもベンチマークを対話

のツールとして活用することが今後重要となる⁸⁾。

なお、今後の研究課題としては、以下の点があげられる。第1にベンチマークの推移等の分析である。ベンチマークは、2016年に公表され、各金融機関で活用を開始したばかりである。ベンチマークの目的である自己点検等に活用するためにも推移を確認した上で、金融機関の経営状況や取り組みを継続的に把握すること必要である。

第2にベンチマーク間の関係性の整理である。ベンチマークの項目は、独立しているものではなく、それぞれの指標が影響を与えているものも多く存在していると考えられる。例えば、本業支援先と経営改善先の関係については、本業支援を積極的に行っている金融機関については、経営改善を果たした経営が多くなることが想定される。こうした、ベンチマーク間の因果関係を整理することで、金融機関の本業支援の取り組みの重要性を明らかにすることが必要である⁹⁾。

金融庁が策定したベンチマークを活用した中小企業等への本業支援の取り組み強化を図る上でも、上記の課題について明らかにすることは重要であることから、これらの課題の解明については他日に期すこととしたい。

—— 注 ——

- 1) 詳細は金融庁 HP (<https://www.fsa.go.jp/news/28/sonota/20160915-3.html>)。
- 2) この方針が示された背景として、金融機関が企業の事業内容を理解することなく、担保・保証の有無や財務指標を中心とした定型的な融資基準により与信判断を行うことで、基準に合う一部企業に対して融資拡大の過当競争が行われているのではないかという金融庁の問題意識をしている。詳細は橋本(2018; pp.64-67)を参照。
- 3) 谷地(2017; pp.55-56)を参照。
- 4) (一社)全国地方銀行協会 HP (http://www.chiginkyo.or.jp/ap/story.php?story_id=84)。
- 5) 中小企業庁(2016; p.314)を参照。
- 6) ベンチマーク専用の資料を作成の上、公表している地方銀行

行やディスクロージャーの一部にベンチマークが掲載されているなど様々な形式で公表されていた。なお、地方銀行によっては明確にベンチマークという記載がない指標もあったが、ベンチマークの項目と判断できるものは可能な限り集計対象としている。

- 7) 2つの項目を対象とした理由は、両項目が他の項目と比較して、中小企業等の販路開拓や生産性の向上、事業承継、M&Aなどの経営資源の有効な継承など、金融機関が非金融面での支援を通じて、中小企業等の企業価値向上につながる取組みであるためである。また、この2つの項目は、各金融機関が自主的に公表を行う「選択ベンチマーク」に位置付けられており、このベンチマークを公表している金融機関は、積極的に顧客などの企業に取り組み姿勢を示していることが考えられる。なお、独自ベンチマーク等で類似する取組みを公表している地方銀行もあるが、本稿では共通・選択ベンチマークを集計対象としている。
- 8) 金融庁(2018a; p.40)のアンケート調査では、「金融仲介機能のベンチマーク」を活用した金融機関の取組み開示について、「全く知らない」(70.6%)、「内容は知らないが、聞いたことはある」(24.1%)と回答されており、ベンチマークが中小企業等に認知されていないことが見受けられる。
- 9) 金融庁(2018b; pp.79-80)では、各金融機関が金融仲介の質を高めていくために金融機関と金融庁が効果的な対話を行う切り口として、①ベンチマーク間の相互比較、②ベンチマークと企業アンケート調査の結果の比較、③ベンチマークと経営指標との比較を例示している。

——— 参考文献 ———

- あおぞら地域総研株式会社(2016)『地域金融機関による事業性評価と地方創生』(一財)金融財政事情研究会。
- (一社)全国地方銀行協会(2014)「地方銀行の決算の状況」http://www.chiginkyo.or.jp/app/story.php?story_id=687(2018年8月12日取得)。
- (一社)全国地方銀行協会(2017)「地方銀行の決算の状況」http://www.chiginkyo.or.jp/app/story.php?story_id=1212(2018年8月12日取得)。
- 荻野和之・海野尚人(2018)「信用金庫のベンチマークの開示状況—今後のベンチマークの開示・活用にあたって—」『信

金中金月報』17(3)、pp.39-45。

- 金融庁(2016a)「金融仲介機能のベンチマーク」<https://www.fsa.go.jp/news/28/sonota/20160915-3.html>(2018年8月12日取得)。
- 金融庁(2016b)「平成28事務年度金融行政方針」<https://www.fsa.go.jp/news/28/20161021-3.html>(2018年9月20日取得)。
- 金融庁(2017)「企業アンケート調査の結果」<https://www.fsa.go.jp/singi/kinyuchukai/questionnaire/index.html>(2018年8月12日取得)。
- 金融庁(2018a)「金融機関の取組みの評価に関する企業アンケート調査」<https://www.fsa.go.jp/common/about/research/20180926/index.html>(2018年9月26日取得)。
- 金融庁(2018b)「変革期における金融サービスの向上に向けて～金融行政のこれまでの実践と今後の方針～」<https://www.fsa.go.jp/news/30/20180926.html>(2018年9月27日取得)。
- 小林勇治・筒井恵編(2017)『「金融仲介機能のベンチマーク」と企業再生支援』(株)同友館。
- 齊藤壽彦(2017)「中小企業金融の現状と課題」『中小企業支援研究』Vol.4、pp.2-9。
- 佐々木真佑(2018)「金融機関に経営課題を相談した中小企業の特徴と業績の変化」『日本政策金融公庫論集』第41号、pp.47-66。
- 中小企業庁(2016)『中小企業白書』中小企業庁。
- 橋本卓典(2018)『金融排除』幻冬舎新書。
- 谷地宣亮(2017)「地域金融機関による事業性評価と2つのベンチマーク」『日本福祉大学経済論集』第55号、pp.33-65。