

第18回さいたま活性化サロン テーマ「地域活性化と地域金融機関の役割」

◇ 平成29年10月30日開催

◇ ゲストスピーカー 多胡 秀人 一般社団法人 地域の魅力研究所代表理事

「地域活性化と地域金融機関の役割」発表概要

- 2003年からリレーションシップバンキングという考え方はあったが、単に金融商品売るだけのような自己中心的な金融機関もあったため、金融庁は2015年に金融行政の大転換を図り、地域企業の価値向上、地域経済の持続的成長と地方創生に貢献する顧客本位の金融機関の実現を目指すことを明確にした。
- 金融機関が行うべきは「本業支援」。BtoCである小売業や食品加工業などでは、売上増強のための支援が本業支援であり、金融機関は自らの都合で投資信託や保険を売る前に、顧客の商品やサービスを売るための支援を優先すべき。BtoBである製造業の支援は難易度が高いが、社内規程作りやコンプライアンスのための組織体制作りなど、経営管理面での支援から始めてみてはどうか。
- 金融機関は地域の資金需要がないというが、本業支援で資金需要を作り出すことを考えていないからであり、傍観者の発言と言わざるを得ない。
- これまで、自己中心の金融機関も生き残ってはいたが、今やAIやフィンテックが広がりつつあり、そのままでは生き残れない。やはり、保有する人材・情報・ネットワークを駆使して顧客ニーズに合致するリレバン・ビジネスモデルをとるべき。
- リレバンはどこ金融機関もやっていると言うが、決してそうではない。そのほとんどが単発的で属人的であるため、組織的継続的(担当者が変わろうが、支店長が変わろうが、均一のサービスが受けられるように)にするべき。
- 2016年の金融行政方針では、金融機関が顧客本位の良質な金融商品・サービスの提供を競う環境の整備をするのが金融庁の役割と明記。顧客本位の金融機関か自己中心の金融機関かを判断するのは行政ではなく顧客。主役は顧客であり、金融機関がいかに関与するために役立っているかを示して、対話して顧客に選んでもらう時代にしようとしている。そこで、行政はこれまで金融機関を介して顧客の状況を聞いていたが、2015年から直接顧客にアンケートをとり、直接ヒアリングを行うことで、金融機関の顧客に対する営業姿勢が見えてきた。
- 業況の厳しい先に積んだ引当金について、金融機関が顧客と一緒に頑張って業況が改善した結果で減る場合は「善玉」、金融機関が手を差し伸べず業況が悪化したことによって融資を引き上げた結果で減るのは「悪玉」。後者は典型的な日本型金融排除。
- 債務者区分と融資判断は別物。財務内容よりも顧客の事業性評価を踏まえ、雇用、地域商流、地域インフラに繋がれば、融資すべき。
- 融資の実態として、企業の借入金の長期資金漬けがある。長期借入金の金利自体は高くないが、約定弁済額の負担が重くなり、本業採算がプラスなのに借入金の返済で赤字となっている例が多くある。したがって、借入金を本来の資金用途に戻し、運転資金と設備資金に組み替えれば、黒字になる会社も出てくる。
- 事業承継・後継者問題については、地域金融機関が担い手となるべきだが、経営者保証ガイドラインの活用が問題となる。
- 事業再生は、地方創生の第一歩。自己中心の金融機関ばかりの地域は事業者がその地域から出て行ってしまい、顧客本位の金融機関がある地域には事業者が集まってくる。そこで、顧客本位の金融機関が面的に展開すると地方創生に繋がる。