

顧客の評価を確認する金融庁「20年企業アンケート調査」の要点

非メインバンクによる事業者理解はプラスサムの経済成長に寄与

金融庁 監督局 地域金融企画室長 日下 智晴
係員 森 顕子

金融庁では、金融行政の効果の確認と地域金融機関との持続可能なビジネスモデルの構築に向けた対話におけるツールの一つとして、顧客企業の評価を確認するアンケート調査(企業アンケート)を実施している。地域銀行をメインバンクとする中小・小規模企業を中心としたこの調査において、各地域金融機関の金融仲介機能の発揮状況の実態を把握し、それに基づく対話を行うことで金融仲介機能の質の向上を目指している。

20年アンケートは非メインバンクにも注目

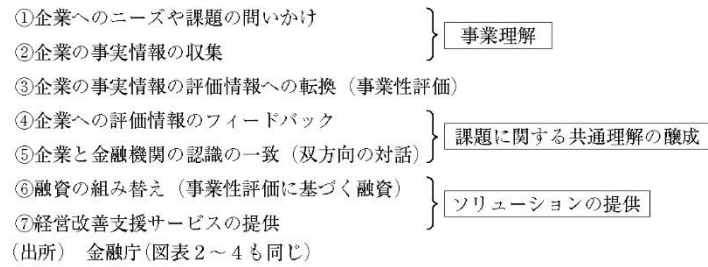
地域金融機関は、事業性評価¹を通じ、顧客企業が抱える真の経営課題を的確に把握することが求められる。その上で、そうした課題の解決に資する方策の策定、実行に必要なアドバイス、資金使途に応じた適切なファイナンスの提供、必要に応じた経営人材の確保といった支援を組織的・継続的に実践する必要がある。地域金融機関には、このような金融仲介機能を十分に発揮し、顧客企業の生産性向上を図って地域経済の発展に貢献することが求められており、これは結果的にその金融機関自身にとっても継続的な経営基盤の確保につながる。こうした顧客企業との「共通価値の創造」の重要性は、すでに多くの金融機関で認識されているものの、実際の現場の取り組みの深度にはバラツキがある。

金融庁では、取引金融機関に対する顧客企業の評価を確認することにより、地域金融機関の取り組み状況を把握するとともに、金融仲介機能のさらなる発揮を促すことを目的とし、企業アンケートを実施している。

企業アンケート調査は2016年から毎年春に実施しており、今回で5回目となる。過去4回の調査では、主にメインバンクの金融仲介プロセス(図表1)に対する顧客評価を確認してきたところであり、今回は、メインバンクの取り組み状況を定点観測的に確認するための調査項目に加え、金融仲介の全体像をつかむため、非メインバンクに焦点を当てた調査項目も設定した。なお、今回のアンケート結果の分析には、コロナ禍の影響は勘案していない。

¹ 企業の財務データや担保・保証に必要以上に依存することなく、事業内容や成長可能性なども適切に評価すること。

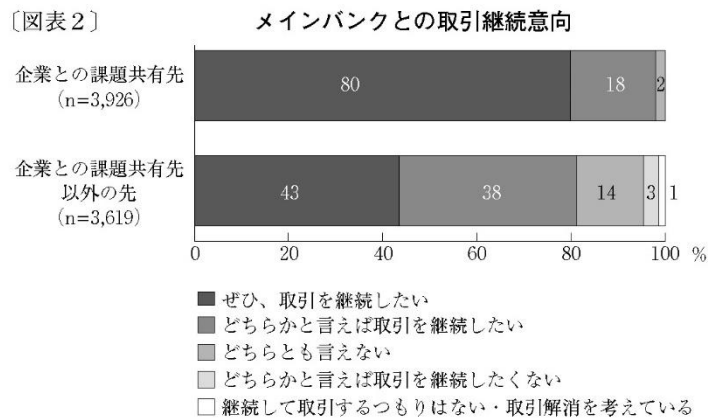
〔図表1〕 地域金融機関による顧客本位の金融仲介プロセス



経営改善支援は融資に匹敵する評価

今回の企業アンケートでは、「経営上の課題や悩みの把握」「経営上の課題に関する分析結果の共有」「伝えられた経営課題や評価に対する納得感」という質問に対し、メインバンクが「聞いてくれる」「伝えてくれる」「納得感がある」と回答した企業を、「企業との課題共有先」²と定義付けた。こうした企業は全体の52%であり、うち80%の企業が現在のメインバンクとの取引継続を強く希望しているとの結果となった。また、取引の解消を考えている企業がゼロ社であったことが特徴として挙げられる。

他方、メインバンクとの共通理解の醸成が進んでいない企業では、取引継続を強く希望している企業は43%と、「企業との課題共有先」との明確な差が見られた。「どちらかといえば取引を継続したい」と回答した企業を含めても81%にとどまっており、残りの企業は今後のメインバンクの取り組み状況によっては取引金融機関を変更する可能性を示唆している(図表2)。

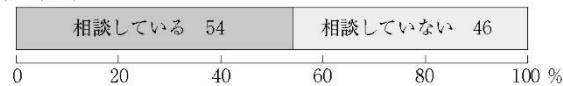


以上から、顧客の経営課題を把握し、企業との間で認識を一致させて共通理解の醸成(図表1の①～⑤まで)を進めていくことが、納得感のある融資・サービスの提案に通じ、より安定的な顧客基盤の確保につながっていくことがうかがえる。

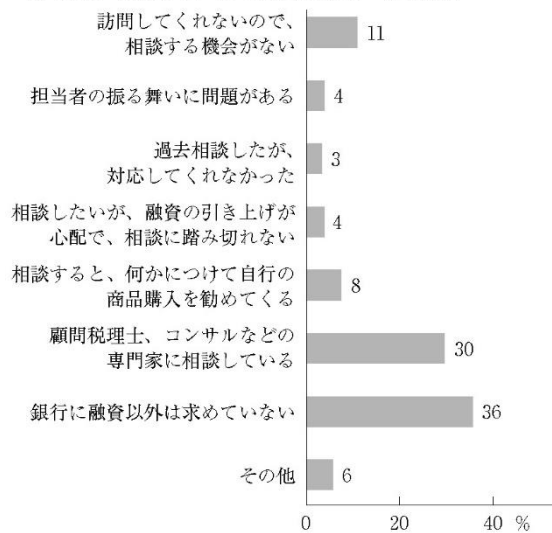
² 「課題を共有することでメインバンクとの共通理解の醸成が進んでいる企業」を指す。

次に、メインバンクへの融資以外の課題の相談状況を見ると、メインバンクに「相談していない」と回答した企業は 46%であった。相談していない理由については、「銀行に融資以外は求めている」との回答が 36%と最も多く、回答企業の一部には、取引金融機関の企業支援機能や提供するサービスが必ずしも十分に認識されていない可能性もうかがえる(図表3)。

〔図表3〕 メインバンクへの融資以外の相談状況
(n=7,928)



(n=6,109) 相談していない理由を最大3つまで選択



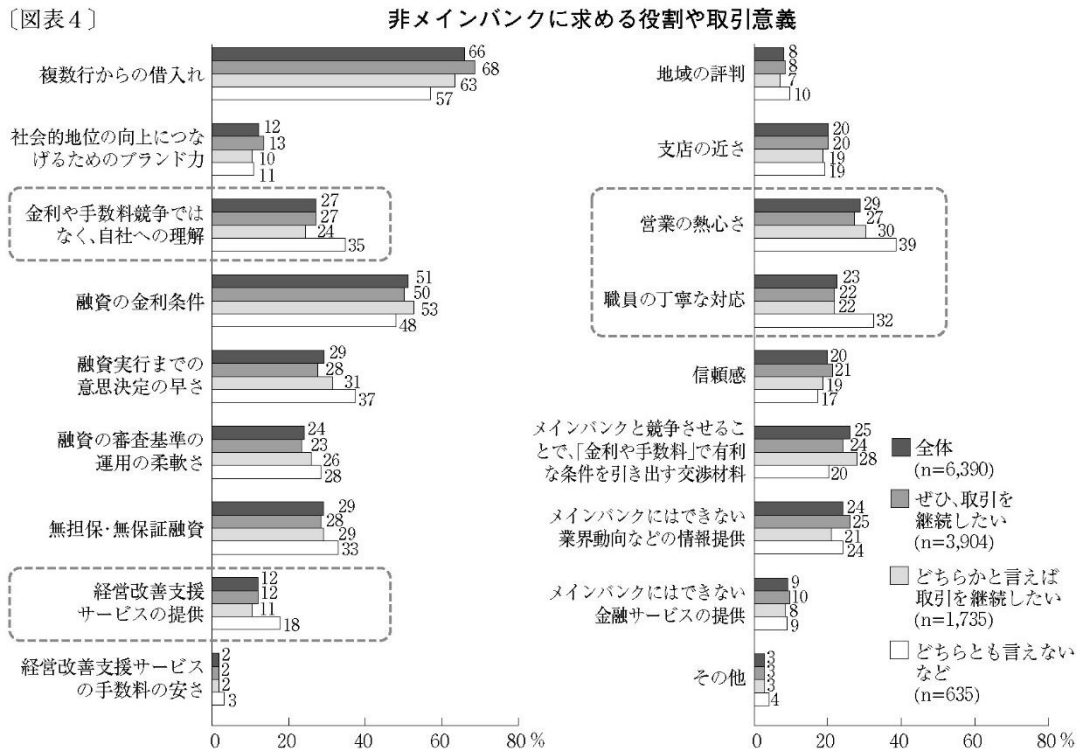
一方、企業の損益への直接的な効果につながったメインバンクからの支援を見ると、「融資」を挙げた企業が 53%と最も多いが、経営改善支援サービスも 45%と、融資に劣らず評価されているとの結果であった。こうしたことから、地域金融機関には、企業の価値向上のため、さらなる経営支援サービスの提案に向けた取り組みの推進を期待したい。

非メインバンクには顧客との丁寧な対話が必要

企業アンケートへの回答企業について、取引金融機関数の分布を見ると、8割強の企業が複数行との取引を行っている。また、非メインバンクに対して、「求める役割や取引意義」に係る質問では、66%の企業が「複数行からの借入れ」と回答するなど、非メインバンクに期待されている主な役割は、借入先の多様化にあると考えられる。

借入先の多様化のほかに非メインバンクに求める役割や取引意義を確認すると、「融資の金利条件」が 51%、「融資実行までの意思決定の早さ」が 29%と、主に融資

面でのメインバンクの補完機能としての役割への期待がうかがえる。ただし、メインバンクとの取引継続意向の有無を加味して分析すると、メインバンクとの取引継続意向が低い傾向にある企業ほど、「経営改善支援サービスの提供」をはじめとして、「自社への理解」「営業の熱心さ」「職員の丁寧な対応」といった金融機関とのリレーション構築に関する役割をより求めている傾向が見られた(図表4)。



次に、回答企業に、非メインバンクに求める役割や取引意義を「最も満たしている非メインバンク」と「最も満たしていない非メインバンク」を設定してもらった上で、当該非メインバンクの訪問時の取り組み内容を確認した。

まず、「最も満たしている非メインバンク」の訪問時の取り組みとしては、「資金繰り、融資の提案」が 65%と最も高く、次いで「事業に関する対話」が 58%、「財務・経営状況に関する対話」が 54%と続く。一方、「最も満たしていない非メインバンク」について同様の項目を見ていくと、「資金繰り、融資の提案」が 30%、「事業に関する対話」が 22%、「財務・経営状況に関する対話」は 26%と、いずれも半分以下の割合にとどまる結果となった。こうしたことから、非メインバンクは、具体的な提案だけでなく、事業などに関する対話を丁寧に行っていくことが重要であり、そうした非メインバンクに対しては、融資以外の本業に関する相談意向も高くなっている。

こうした点を踏まえると、非メインバンクには、特にメインバンクとの取引継続意向の高くない先(≒リレーションが構築できていない先)に対して、対話により顧客理解

を深めながら、非メインバンクとして期待される役割を果たし、顧客の企業価値向上に貢献して欲しい。それがひいては金融機関の持続可能性の確保にもつながっていくものと考えている。

資金繰り支援から経営支援に軸足を

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、地域金融機関の顧客企業の多くが厳しい経済状況下にある中で、地域金融機関同士が顧客を奪い合っているのは互いの経営体力が削られ、金融仲介機能の低下を招き、結果として地域経済の発展を阻害する事態となりかねない。地域金融機関には、コロナ禍における事業者の状況を見極めながら、資金繰り支援に続いて事業者への経営改善や事業再生支援、業態転換支援などに軸足を移し、経済の力強い回復と生産性のさらなる向上に取り組んでいくことが求められる。

地域金融機関においては、メインバンクとして事業者支援に取り組むことに加え、非メインバンクとして取引を行っている場合においても、顧客企業のメインバンクとのリレーションの状況を見極めつつ丁寧に対話を重ねて必要な支援を行うことで、地域金融機関同士のプラスサムの競争をもたらし、持続的な地域経済を形成していくことが望まれる。

金融庁では、地域の関係者(金融機関、地方公共団体、中小企業再生支援協議会、信用保証協会、税理士など)が連携して支援を進めていけるよう、各地域の実情に合わせた関係機関への声掛け・支援等を実施するほか、金融機関の現場の職員同士で、地域・組織を超えて事業者支援のノウハウを共有する場を創設することを検討しており、こうした地域金融機関の取り組みを後押ししていく方針である。

日下 智晴(くさか ともはる)

神戸大学経営学部卒。広島銀行に31年間勤務のあと、15年11月金融庁入庁、地域金融企画室長。18年7月地域金融生産性向上支援室長兼務、19年7月地域課題解決支援室長兼務。

森 顕子(もり あきこ)

九州大学経済学部卒。福岡財務支局で採用され、20年7月金融庁出向。地域金融企画室所属。