

## “60秒でサッと読めます” 貸し手の側からの借り手への支援



( 会計の工夫 49 )

平成 25 年 2 月 13 日 (水)

2003 年 3 月に発表され、10 年目を迎えた地域密着型金融(リレーションシップバンキング)が、今一つ効果があげられないのは、貸し手(地域金融機関)と借り手(企業)の間に存在する**相互の視点**、即ち**目的の不一致**にあるのが一番の原因ではないか。この点を解決しなければ金融と企業が真に**地域産業の育成に寄与**することはできないと思う。それには、金融機関は、**誰が顧客であるか**をはっきりと認識し、**顧客(企業)**のために金融機関の果たすべき役割が何であるかの理解を更に促進することが必要ということである。

### 地域金融機関の視点と役割

**①貸出債権の保全**  
(担保、保証人に頼らない融資)

目的とするところ

**③真の経営改善の支援**  
(コンサルティング機能強化)

### 企業の視点と役割

**②本業の活性化**  
(他者依存でなく自立的に)

目的とするところ

**審査の早期化**  
有効、適切な融資 ①と②の乖離を③で埋める  
企業支援の必要性

マーケティング、顧客の創造など、企業の本業の活性化と必要性の充足のために真剣に取り組むことが、金融機関の役割であり、金融機関自体の**将来に渡った繁栄**につながることを理解する。

- (1) 地域金融機関は、①を実現するために、②の支援を行うべきであるが、そのための目標と方策である③へ進んでいない。
- (2) ②は、貸し手が抽象的に、机上で考えられるようなことではない。机上の空論、かけ声だけで、実行性、現場性に欠け、担保・保証に依存する融資から真に脱却する必要がある。
- (3) ③へ進むには、従来の金融機関的な発想(担保・保証)ではダメで、抜本的に金融機関の発想を変える必要がある。

銀行業等の固有業務から生まれる金融の三大機能である(1)金融仲介、(2)決済機能、(3)信用創造の外に、いっそのこと(4)産業創成が加わったほどの**認識の变革**があるのではないかとまで考えた。