

「金融仲介機能のベンチマーク」の導入と地方都市におけるまちづくりに対する影響について

前都市研究センター研究主幹

吉田 英一

1. はじめに

平成 28(2016)年 9 月 15 日、金融庁は、金融機関における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(「金融仲介機能のベンチマーク」)を策定・公表した。

金融庁の報道発表資料「金融仲介機能のベンチマークについて～自己点検・評価、開示、対話のツールとして～」には、この「金融仲介機能のベンチマーク」策定の趣旨について、次のように記載されている。

多くの金融機関は、その経営理念や事業戦略等において、金融仲介機能を発揮し、取引先企業のニーズや課題に応じた融資やソリューション(解決策)の提供等を行うことにより、取引先企業の成長や地域経済の活性化等に貢献していく方針を掲げている。

他方、企業からは、「金融機関は、相変わらず担保・保証に依存しているなど対応は変わっていない」といった声が依然として聞かれる。昨事務年度に実施した企業ヒアリングでは、多くの企業が、金融機関に対して、事業の理解に基づく融資や経営改善等に向けた支援を求めていることが明らかとなった。

また、監督・検査を通じて、金融機関によって金融仲介の取組みの内容や成果に相当の差があること、また、企業か

ら評価される金融機関は、取引先企業のニーズ・課題の把握や経営改善等の支援を組織的・継続的に実施することにより、自身の経営の安定にもつなげていることなどが確認された。

金融機関が、自身の経営理念や事業戦略等にも掲げている金融仲介の質を一層高めていくためには、自身の取組みの進捗状況や課題等について客観的に自己評価することが重要である。(以下略)

この「金融仲介機能のベンチマーク」の導入が、どのような効果を発揮し、影響を及ぼしていくのかは、現在の低金利が続く金融情勢の下、依然として厳しい経済社会状況にある地方都市における有効かつ持続可能なまちづくりにとっても重要と思われる。

このため、本稿においては、この「金融仲介機能のベンチマーク」の内容を紹介するとともに、その導入による地方都市におけるまちづくりに対する影響について、若干の考察を加えることとする。

なお、本稿内容中の意見は、筆者個人に属するものである。

2. 新たな「金融仲介機能のベンチマーク」導入の背景

金融行政においては、平成 14 (2002) 年 10 月の「金融再生プログラム」において、中小・地域金融機関の不良債権処理については、主要行とは異なる特性を有する「リレーションシップバンキング」のあり方を多面的な尺度から検討することとされるなど、これまでもリレーションシップバンキングの機能を強化し、中小企業の再生と地域経済の活性化を図るため各種の取組みが進められてきたところである（金融仲介の改善に向けた検討会議（第 1 回）配付資料 資料 3 「これまでの金融行政における取組みについて」平成 27 年 12 月 21 日）。

このような状況の下、平成 27 (2015) 年 6 月 30 日に閣議決定された「日本再興戦略 改訂 2015」の「日本産業再興プラン」においては、産業の新陳代謝の促進のために新たに講ずべき具体的施策の一つとして、「攻めの経営」の促進が掲げられ、「企業の経営改善や事業再生を促進する観点から、企業の事業性を重視した融資や、関係者の連携による融資先の経営改善・生産性向上・体質強化支援等の取組が十分なされるよう、金融機関は、企業の本業支援や産業の再生支援等に必要な機能や態勢及び経営体力の一層の強化を図る必要がある」とされた。

また、同じ産業の新陳代謝の促進のために新たに講ずべき具体的施策の一つとして掲げられた「サービス産業の活性化・生産性向上」として、「地域金融機関は（中略）事業性評価に基づく融資・コンサルティング機能の発揮を一層推進するとともに、地域のサービス産業の活性化・生産性向上が図られるよう自治体による地方版総合戦略の策定や実行の支援をはじめとした取組を

推進する」とされた。

これを受けて、金融庁は、平成 27 (2015) 年 9 月に公表した「平成 27 事務年度金融行政方針」において、金融仲介機能の十分な発揮と健全な金融システムの確保のための具体的重点施策の一つとして、「企業の価値向上、経済の持続的成長と地方創生に貢献する金融業の実現」を掲げ、具体的な取組として、次のように定めている。

①金融仲介機能の質の改善に向けた取組み（企業ヒアリング等）

融資先企業へのヒアリング（1,000 社程度）により、取引金融機関に対する顧客の評価（優越的地位の濫用を含む）を把握し、それを基に金融機関との対話を進め、金融仲介機能の質の改善を目指していく。

また、金融機関のガバナンスの検証を重点的に実施し、その改善を促す。

上記の取組と並行し、外部有識者を含めた「金融仲介の改善に向けた検討会議（仮称）」を開催し、担保・保証依存の融資姿勢からの転換、産業・企業の生産性向上への金融仲介のあるべき姿等を議論していく。

（中略）

②地方創生に向けた金融仲介の取組みに関する評価に係る多様なベンチマークの検討

金融機関との間で、事業性評価に基づく融資やコンサルティング機能の発揮についてより深度ある対話を行うためには、各金融機関の果たしている金融仲介機能について客観的な評価目線を策定し、金融機関と共通の目線で議論を行っていく必要がある。こうした

観点から、上述の企業ヒアリングの結果や外部有識者の知見等を活用して、地方創生に向けた金融仲介の取組みについて評価を行うための多様なベンチマーク（地域における取引企業数の推移、支店の業績評価等、金融機関ごとの比較を可能とする計数等）を検討する。（以下略）

これらの取組の一環として、平成 27（2015）年 12 月、金融庁は、外部有識者により構成される「金融仲介の改善に向けた検討会議」を設置し、金融仲介のあるべき姿等について議論してきた。

この検討会議において、融資先企業の取引金融機関に対する評価に関する企業ヒアリング・アンケート調査の結果が報告されている（金融仲介の改善に向けた検討会議（第 4 回）配付資料 資料 1 企業ヒアリング・アンケート調査の結果について～融資先企業の取引金融機関に対する評価～平成 28（2016）年 5 月 23 日）。

この調査結果においては、次のように、融資先企業の取引金融機関に対する厳しい評価も明らかにされている。

「企業と金融機関の信頼関係」については、「企業ヒアリングでは、約 3 割の企業が「全く相談したことがない」と回答。その理由は、「アドバイスや情報が期待できない」が最多。」とされ、また、「アンケート調査では、「日常的に相談している」の割合が企業ヒアリングと比べて半減する一方、「全く相談したことがない」との回答が最多となった。その理由は、「他に相談相手がいるから」が「アドバイスや情報が期待できない」と同程度の回答数となった。」とさ

れている。

また、「情報のギャップ」については、「企業が「提供して欲しい情報」と金融機関から実際に「提供を受けている情報」との間には、ギャップが存在。」とされ、「企業は「業界動向」「取引先の業界動向」「公的支援策に関する情報」等、自社の事業に直結する情報を求めているが、金融機関は「経済・金融・国際情勢」等一般的な情報や、「金融商品に関する情報」等プロダクト情報を提供。」とされている。

さらに、「自由意見・要望（定量化）（アンケート調査のみ）」については、「各項目（※）ともに厳しい声の方が多い。中でも、融資スタンス（担保・保証に依存しない融資等）に対する厳しい声が圧倒的に多い。」とされている。

※「各項目」

- ・融資スタンス（担保・保証に依存しない融資等）
- ・顧客や事業に対する理解
- ・有益な情報提供、経営支援やアドバイスといった融資以外の各種サービス
- ・日頃のコミュニケーション
- ・経営者保証ガイドラインへの対応
- ・担当者の異動等による信頼関係
- ・短期継続融資について
- ・対応のスピード感
- ・金融庁へのご意見
- ・その他

また、平成 28（2016）年 4 月に閣議決定された「2016 年版 中小企業白書 第 5 章：中小企業の成長を支える金融」においても、金融機関の企業の経営課題についての理解度、中小企業と金融機関の日常の接点及び金融機関が企業の投資計画への融資を断る理由について記述されている。

まず、「企業の経営課題についての理解度」については、金融機関が自社の経営課題を「十分に把握している」と回答してい

る企業は1割程度にとどまっており、「ある程度把握している」までを含めれば、5～6割の企業が経営課題を金融機関に理解されていると感じており、「ほとんど把握していない」又は「把握していない」と回答している企業の割合は、起業段階と衰退段階の企業が高くなっているとされている。

次に、「中小企業と金融機関の日常の接点」については、「地方銀行・第二地方銀行」をメインバンクにしている企業が最も多く、その割合は企業の売上規模が変化しても大きく変わっておらず、売上規模が大きくなるにつれて、「都市銀行」をメインバンクにしている企業が増えていく一方で、「信用金庫・信用組合」をメインバンクにしている企業が減少していくことが分かるとされている。

「金融機関が企業の投資計画への融資を断る理由」については、全体の15.8%の企業が金融機関からの融資を断られた経験があると回答しており、その理由を見ると、「会社の収支状況が悪い」が56.7%、「既存借入の過多」が42.3%と、既存事業の状況を理由に支援を断られた企業が多く、「新事業の採算が見込めない」が12.3%、「新事業のノウハウがなく、計画達成できない」が3.1%となっており、新規事業の内容を理由に融資を断られた企業は少ないことが分かり、このことから、金融機関が企業の新規投資への融資を審査判断する際、新規事業の投資計画の内容よりも既存事業の収支状況や財務状況を重視していることが分かるため、優れたアイデアをもとにした投資計画であっても、企業の収支状況や財務状況が悪ければ、金融機関より融資を受けることが難しい状況であることが分かると

されている。

さらに、平成28(2016)年9月15日に金融庁から公表された「平成27事務年度金融レポート」によれば、金融仲介機能の十分な発揮と健全な金融システムの確保に関し、地域金融機関（地域銀行（地方銀行（全国地方銀行協会に加盟する銀行をいう。）、第二地方銀行（第二地方銀行協会に加盟する銀行をいう。）及び埼玉りそな銀行をいう。以下同じ。）、信用金庫及び信用組合をいう。以下同じ。）について、①「地域銀行の2016年3月期決算を見ると、株式等売却益の増加等により、当期純利益は高水準となっている」一方で、「資金利益は、貸出金利回りの低下を貸出残高の単純な増加による収益増では補えないことを主因に低迷」しており、「現状、地域銀行の健全性は総じて確保されているものの、経営環境の厳しさは増している」こと、②「今後、人口減少等により借入需要の減少が予想される中、顧客のニーズを捉えた特徴のあるビジネスモデルを志向することなく、従来のように、担保・保証等で保全がなされている先や、信用力に問題のない大企業等を中心に、単純に貸出残高を積み上げることにより収益を拡大することは、更に困難となるおそれがある」こと、③「一般的に、中小金融機関ほど営業経費等で規模の利益が働きにくいこと」から、「早期に自らのビジネスモデルの持続可能性について真剣な検討が必要である」ことが指摘されている。

また、同レポートにおいては、中小企業貸出先メイン比率等いくつかの観点から貸出先の動向に特徴のある地域銀行を抽出し、その中に貸出金利回り低下幅が比較的緩やかな地域銀行がどの程度含まれるかの分析

を踏まえ、「i 地元の中小企業等の顧客基盤を中心に小口分散化した融資サービスを提供する。ii 地元顧客を良く理解することで、経営状況が悪化した企業に対して有効な経営支援を行い取引先企業の突発破綻も未然に防ぐ。iii これらにより、貸出金利回りの低下を抑えつつ、相応の収益を確保する。といった特徴を持つ地域銀行の方が、市場金利低下の影響を相対的に受けにくく、より安定的な経営を実現している姿が窺える」とされている。

さらに、同レポートによれば、上記のような顧客密着型のビジネスモデルを追求しようとしている銀行からヒアリングしたところ、次のような取組みを組織的・継続的に実施することにより、企業側のニーズや課題に沿ったサービス提供に努めているという、共通する特徴が認められたとされている。

- i 顧客ニーズや経営課題の把握において、企業経営者との直接の対話、ヒアリング項目の策定、IT の活用による本部・営業店での情報共有等、独自の仕組みを構築している。
- ii 金融機関が分析した企業の事業性の評価等を顧客に開示しながら、経営課題の背景・根拠の分析結果や経営改善に向けたポイントを説明する等、顧客との課題共有のための対話を実施している。
- iii 顧客への経営支援について、経営陣・本部が個々の進捗状況を確認し、具体的な指示を行う等、営業店任せではなく本部が積極的にサポートしている。

また、同レポートにおいては、「企業の事業性に関する目利き力や企業に対する提案力の向上を図るための人材育成に取り組む

銀行や、経営・指導の取組みの質を行員の業績評価に反映させることにより、企業のニーズ・課題に即したサービス提供に取り組んでいる銀行も見られた」とされている。

さらには、このような取組みを組織的・継続的に行っていくためには、金融機関の経営管理（ガバナンス）が確立され、十分機能していることが重要であり、経営管理機能の発揮状況に着目して、複数の地域銀行からヒアリングしたところ、次のような特徴が認められ、こうした事例からは、ビジネスモデルの転換に取り組んでいこうとする組織文化の存在が、持続可能なビジネスモデル構築のための重要な要素であることが窺えるとされている。

- i 経営陣が、自行を取り巻く環境を正確に理解し、自らのビジネスモデルの持続可能性に強い危機意識を抱いて、その転換を目指している。
- ii 経営陣が、ビジネスモデルの転換の方向性を経営理念として明確化し、組織文化として根付かせるため、行内への浸透に腐心している。
- iii アイデアを具現化するミドル層が存在し、かつ、経営陣が権限委譲または全面的な支援をする形で、行内の士気を高めている。
- iv 外部の専門人材について、ビジネスモデル策定のプロセスにも参画を求める等、主体的な活用姿勢が窺える。
- v 執行と監督の役割分担の明確化や社外取締役の活用等、取締役会運営上の工夫が見られる。

今般の金融庁による新たな「金融仲介機能のベンチマーク」の導入の背景としては、これまでの金融行政における取組の流れの

中での上記のような金融機関と企業との関係及び金融機関の経営管理の現状がある。

取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可能な5つの「共通ベンチマーク」と、②各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することができる50の「選択ベンチマーク」が提示されている(図表)。

3. 新たな「金融仲介機能のベンチマーク」の内容

金融庁が策定・公表した新たな「金融仲介機能のベンチマーク」の具体的項目については、①すべての金融機関が金融仲介の

【図表】金融仲介機能のベンチマーク

1. 共通ベンチマーク	
項目	共通ベンチマーク
(1)取引先企業の経営改善や成長力の強化	1.金融機関がメインバンク(融資残高1位)として取引を行っている企業のうち、経営指標(売上・営業利益率・労働生産性等)の改善や就業者数の増加が見られた先数(先数はグループベース。以下断りがなければ同じ。)、及び、同先に対する融資額の推移
(2)取引先企業の抜本的事業再生等による生産性の向上	2.金融機関が貸付条件の変更を行っている中小企業の経営改善計画の進捗状況
	3.金融機関が関与した創業・第二創業の件数 4.ライフステージ別の与信件数、及び、融資額(先数単体ベース)
(3)担保・保証依存の融資姿勢からの転換	5.金融機関が事業性評価に基づく融資を行っている与信先数及び融資額、及び、全与信先数及び融資額に占める割合(先数単体ベース)
2. 選択ベンチマーク	
項目	選択ベンチマーク
(1)地域へのコミットメント・地域企業とのリレーション	1.全取引先数と地域の取引先数の推移、及び、地域の企業数との比較(先数単体ベース)
	2.メイン取引(融資残高1位)先数の推移、及び、全取引先数に占める割合(先数単体ベース)
	3.法人担当者1人当たりの取引先数
	4.取引先への平均接触頻度、面談時間
(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	5.事業性評価の結果やローカルベンチマークを提示して対話を行っている取引先数、及び、左記のうち、労働生産性向上のための対話を行っている取引先数
	6.事業性評価に基づく融資を行っている与信先の融資金利と全融資金利との差
	7.地元の中小企業与信先のうち、無担保与信先数、及び無担保融資額の割合(先数単体ベース)
	8.地元の中小企業与信先のうち、根抵当権を設定していない与信先の割合(先数単体ベース)
	9.地元の中小企業与信先のうち、無保証のメイン取引先の割合(先数単体ベース)

	10.中小企業向け融資のうち、信用保証協会保証付き融資額の割合、及び、100%保証付き融資額の割合
	11.経営者保証に関するガイドラインの活用先数、及び、全与信先数に占める割合(先数単体ベース)
(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	12.本業(企業価値の向上)支援先数、及び、全取引先数に占める割合
	13.本業支援先のうち、経営改善が見られた先数
	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
	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
	16.創業支援先数(支援内容別)
	17.地元への企業誘致支援件数
	18.販路開拓支援を行った先数(地元・地元外・海外別)
	19.M&A支援先数
	20.ファンド(創業・事業再生・地域活性化等)の活用件数
	21.事業承継支援先数
	22.転廃業支援先数
	23.事業再生支援先における実抜計画策定先、及び、同計画策定先のうち、未達成先の割合
	24.事業再生支援先におけるDES・DDS・債権放棄を行った先数、及び、実施金額(債権放棄額には、サービサー等への債権譲渡における損失額を含む。以下同じ。)
	25.破綻懸念先の平均滞留年数
26.事業清算に伴う債権放棄先数、及び、債権放棄額	
27.リスク管理債権額(地域別)	
(4)経営人材支援	28.中小企業に対する経営人材・経営サポート人材・専門人材の紹介数(人数ベース)
	29.28の支援先に占める経営改善先の割合
(5)迅速なサービスの提供等顧客ニーズに基づいたサービスの提供	30.金融機関の本業支援等の評価に関する顧客へのアンケートに対する有効回答数
	31.融資申込みから実行までの平均日数(債務者区分別、資金使途別)
	32.全与信先に占める金融商品の販売を行っている先の割合、及び、行っていない先の割合(先数単体ベース)
(6)業務推進体制	33.運転資金に占める短期融資の割合
	34.中小企業向け融資や本業支援を主に担当している支店従業員数、及び、全支店従業員数に占める割合
(7)支店の業績評価	35.中小企業向け融資や本業支援を主に担当している本部従業員数、及び、全本部従業員数に占める割合
	36.取引先の本業支援に関連する評価について、支店の業績評価に占める割合
(8)個人の業績評価	37.取引先の本業支援に関連する評価について、個人の業績評価に占める割合
	38.取引先の本業支援に基づき行われる個人表彰者数、及び、全個人表彰者数に占める割合
(9)人材育成	39.取引先の本業支援に関連する研修等の実施数、研修等への参加者数、資格取得者数
(10)外部専門家の活用	40.外部専門家を活用して事業支援を行った取引先数
	41.取引先の本業支援に関連する外部人材の登用数、及び、出向者受入れ数(経営陣も含めた役職別)

(11) 他の金融機関及び中小企業支援策との連携	42.地域経済活性化支援機構(REVIC)、中小企業再生支援協議会の活用先数
	43.取引先の本業支援に関連する中小企業支援策の活用を支援した先数
	44.取引先の本業支援に関連する他の金融機関、政府系金融機関との提携・連携先数
(12) 収益管理態勢	45.事業性評価に基づく融資・本業支援に関する収益の実績、及び中期的な見込み
(13) 事業戦略における位置づけ	46.事業計画に記載されている取引先の本業支援に関連する施策の内容
	47.地元への融資に係る信用リスク量と全体の信用リスク量との比較
(14) ガバナンスの発揮	48.取引先の本業支援に関連する施策の達成状況や取組みの改善に関する取締役会における検討頻度
	49.取引先の本業支援に関連する施策の達成状況や取組みの改善に関する社外役員への説明頻度
	50.経営陣における企画業務と法人永劫業務の経験年数(総和の比較)

また、金融庁の報道発表資料においては、これらのベンチマークの活用について、①自己点検・評価、②自主的開示及び③対話の実施の三点が挙げられている。

まず、「自己点検・評価」に関しては、上記のベンチマークの具体的項目に加え、「金融機関において金融仲介の取組みを自己評価する上でより相応しい独自の指標がある場合には、その指標を活用することも歓迎したい」とされ、また、「今後、金融機関との対話等を通じて見直しを行いながら、ベンチマークを関係者にとって納得感のある、より良いものにしていきたい」とされている。

次に、「自主的開示」に関しては、「企業にとっては、自らのニーズや課題解決に役立てくれる金融機関を主体的に選択できるための十分な情報が提供されることが重要であり、金融機関においては、ベンチマークを用い、自身の金融仲介の取組みを積極的かつ具体的に開示し、企業との間の情報の非対称性の解消に努めていただきたい」

とされている。

「対話の実施」に関しては、「金融機関における金融仲介の取組みについては、単一のベストプラクティスがあるわけではなく、それぞれの金融機関が自主的に創意工夫を発揮して、企業の価値向上に資するような取組みを検討・実施していくべきものである」とされ、「監督当局としては、各金融機関における取組みの進捗状況や課題等について、他の金融機関との比較を含め、出来る限り具体的に把握し、それに基づき、各金融機関が金融仲介の質を高めていけるような、効果的な対話を行ってほしい」とされている。

さらに、同報道発表資料においては、「金融仲介機能の改善に向けて」として、「金融機関が、取引先企業の事業の実態をよく理解し、融資やコンサルティングに取り組むことによりそのニーズや課題に適切に応えていくことは、企業の価値向上や生産性向上を通じて我が国経済の持続的成長につながる」とともに、金融機関自身の経営の安定

にも寄与するものである」とされ、また、「金融機関においては、ベンチマークの趣旨や目的をよく理解し、企業の価値向上等に資する金融仲介の取組みの実績を着実に上げていくことを期待している」とされている。

4. 「金融仲介機能のベンチマーク」導入の地方都市におけるまちづくりに対する影響

新たな「金融仲介機能のベンチマーク」に係る事項を見る限りは、金融機関にとって、それらの事項を実行しているにもかかわらず、その取組を公開しないことに特段の利益は認められないと思われることから、選択ベンチマークについても、その多くが金融機関に選択され、公表されることになり、今後、金融機関における取組の態様がより一層明らかになると思われる。

ここでは、地域金融機関の地方都市におけるまちづくりに係わる近年の取組事例を紹介するとともに、「金融仲介機能のベンチマーク」導入による地方都市におけるまちづくりに対する影響について、若干の考察を加えることとする。

(1) 地域金融機関の地方都市におけるまちづくりに係わる近年の取組事例

地方都市におけるまちづくりに関し、近年、地域金融機関において行われている取組の事例としては、次のようなものがある。

なお、以下の取組事例の内容については、それぞれの取組主体による報道発表資料によるものである。

①信金中央金庫、国土交通省及び一般財団法人 民間都市開発推進機構（以下「民都機構」という。）によるまちづくり事業の推進に関するパートナー協定の締結

信金中央金庫は、平成 28（2016）年 7 月、国土交通省及び民都機構との間で、まちづくり事業の推進について、次の事項を主な内容とするパートナー協定を締結した。

ア 国土交通省及び民都機構は、信金中央金庫を通じて、信用金庫又はその顧客に対してまちづくり支援制度等について情報提供すること。

イ 信金中央金庫は、国土交通省及び民都機構に対して、まちづくり支援制度等の活用が見込まれる案件について情報提供すること。

ウ 民都機構は、信用金庫又はその顧客からの要請に応じて、まちづくり事業の事業者に対して専門家の派遣、事業計画についての相談等を行うこと。また、国土交通省は、まちづくり事業に関して、関係機関等に対して協力要請等を行うこと。

エ 三者が定期的な意見交換を行うとともに、まちづくり事業の推進に関し連携した支援のあり方等について検討を行うこと。

信金中央金庫は、本協定の締結を通じて、まちづくり会社等によるまちの賑わい創出や地域の課題解決に資するまちづくりを推進するとともに、こうしたまちづくり事業に対する信用金庫の融資等を通じて地域内の資金循環を促進し、地方創生のさらなる推進を図ることとしている。

②再開発事業検討に関する業務委託契約の締結

福井銀行は、取引先であるホテルから建替えの意向を受けて、同ホテルの建替えを起点とした福井駅西口駅前エリアの活性化を全面的に支援していくこととし、具体的な取組みとして、同ホテル周辺地区のまちづくり状況の調査を行いながら、同ホテルを中心に共同建替えを前提とした「まちづくり」の検討を行うこととした。

この検討に当たっては、東京都心部の再開発や地方都市の再開発で実績のある森ビル都市企画株式会社との業務委託を締結し、技術的助言・指導を受けながら進めることとし、魅力ある持続的なまちづくり、周辺のまち全体への波及、調和にも十分留意しながら、ホテル建替え計画のコンセプトや事業区域を検討していくこととしている。

③瀬戸内地域の観光産業の活性化に関する連携体制の構築

瀬戸内ブランドを確立し、交流人口の拡大による地域経済の活性化の促進と豊かな地域社会の実現を図ることを目的として、瀬戸内海に面する7県（兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県）により、広域連合「瀬戸内ブランド推進連合」が平成 25（2013）年4月に設立された。

平成 27（2015）年5月には、瀬戸内ブランド推進連合と連携して瀬戸内ブランド推進体制（「瀬戸内エリアの価値向上のため、瀬戸内ブランド推進連合、観光

関連事業者、金融機関等が連携する体制」をいう。以下同じ。）を構築するため、瀬戸内地域の地方銀行6行（中国銀行、広島銀行、山口銀行、阿波銀行、百十四銀行、伊予銀行）及び日本政策投資銀行は、「瀬戸内地域の観光産業の活性化に関する協定」を締結し、これら7行が協力し、瀬戸内地域の活性化を企図した観光関連事業者の事業化支援のあり方を検討するため、連携・協力事項として、瀬戸内ブランド推進連合との連携、事業会支援組織推進室の設置等を定めた。

同年7月には、瀬戸内地域の地方銀行1行（みなと銀行）が「瀬戸内地域の観光産業の活性化に関する協定」に新たに参加するとともに、瀬戸内ブランド推進体制を構築するため、瀬戸内ブランド推進連合とこれら8行は、「瀬戸内ブランド推進体制に関する協定」を締結し、連携・協力事項として、瀬戸内ブランド推進体制の構築に向けた戦略・コンセプトの共有等を定めた。

さらに、平成 28（2016）年3月、瀬戸内ブランド推進連合は、地域ブランドを強力に推し進めるためのマネジメント組織として、「一般社団法人 せとうち観光推進機構」へ発展改組され、瀬戸内における観光関連産業の振興、交流人口の拡大による地域経済の活性化の促進及び豊かな地域社会の実現のための取組を行うこととなった。

また、「瀬戸内ブランド推進体制に関する協定」を締結した8行は、瀬戸内地域の観光産業活性化に向けて新法人として設立する「株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション」の取組みに関連し、株式

会社ジェイ・ウィル・アドバンス及び株式会社海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）とともに、総額 90 億円（組成日時点、今後増額を予定）の「せとうち観光活性化ファンド」を組成し、従来の資金調達だけではなく、観光産業において、成長資金の担い手として、観光関連事業者に対して必要な資金支援を行うこととしている。

これらの取組により、①「一般社団法人 せとうち観光推進機構」が瀬戸内全体のコンセプトや目指す姿を掲げ、全体プロモーション等の展開を通じて、瀬戸内をテーマとしたサービスや商品に対する需要を創出するとともに、瀬戸内ブランドのプロダクト（観光関連サービス・地域産品等）の開発を誘導し、②民間事業者は、魅力ある様々なプロダクト（観光関連サービス・地域産品等の供給をビジネスとして確立し、③金融機関は、民間事業者の事業化、事業拡大を支援し、骨太で継続的な事業推進に寄与するという、それぞれが連携した取組を進めることとなった。

④東海・北陸地域における観光産業活性化プロジェクトに関する連携協定の締結

東海・北陸地域の地方銀行 6 行（北國銀行、福井銀行、富山第一銀行、百五銀行、名古屋銀行、十六銀行は）、東海・北陸地域の観光産業活性化及び地方創生を図るべく、互いに連携して観光関連事業者の事業支援のあり方を検討し、協働して支援していくことを目的として、平成 28（2016）年 6 月、観光産業の振興に向けた情報交換会の開催、地方創生に資す

る取組みのあり方の協議・検討、観光関連業者への多様な資金支援の検討、観光関連業者へのノウハウ提供による支援等を連携内容とする（愛称）「六ツ星観光プロジェクト」東海・北陸観光産業活性化プロジェクト連携協定を締結した。

これら 6 行は、国が掲げる地方創生において地域金融機関としての役割を果たすために、「観光」をテーマに広域で連携し、地域経済の繁栄に寄与する活動を推進することとしている。

⑤PPP/PFI 事業の普及・促進を目的としたプラットフォームの設立

九州フィナンシャルグループの肥後銀行及び鹿児島銀行は、地域貢献の観点から地元自治体の公共施設老朽化問題等に積極的に取り組むべく、地元における PPP/PFI 事業の普及・促進を目的とし、セミナー等の開催、個別相談に対する情報提供、自治体等への提案活動を活動内容とするプラットフォーム「九州 FG PPP/PFI プラットフォーム」を、平成 27（2015）年 11 月に設立した。

同プラットフォームは、肥後銀行が熊本事務局、鹿児島銀行が鹿児島事務局を務めるもので、地元の業界団体を中心とした民間企業や地方公共団体に対するセミナーや意見交換・事業提案等ができるネットワークを構築していくこととしている。

（2）地方都市におけるまちづくりに対する影響

金融庁の「平成 27 事務年度金融レポー

ト」によれば、預金取扱金融機関（主要行等（みずほ銀行、三菱東京 UFJ 銀行、三井住友銀行、りそな銀行、三菱 UFJ 信託銀行、みずほ信託銀行、三井住友信託銀行、新生銀行及びあおぞら銀行をいう。）、地域銀行及び信用金庫をいう。）の総与信の対 GDP 比率を見ると、トレンドからの大きな乖離は見られないものの、業種別貸出の前年比伸び率を見ると、製造業を含むほぼ全業種向けでプラスとなる中、預金取扱金融機関の不動産向け貸出（アパートローンを含む）が、特に地域銀行で拡大しており、こうした不動産向け貸出の現状については、1980 年代後半及び 2000 年代半ば頃の拡大局面との比較において、高い伸びとなっていないものの、今後の動向について注視が必要であるとされている。

「金融仲介機能のベンチマーク」は、このような状況の下で導入されたものであるが、直接、地方都市におけるまちづくりに対する融資の抑制につながるような指標は含まれていない。

また、前述したような地域金融機関の地方都市におけるまちづくりに係わる近年の取組は、まちづくりの地域密着性や多様な専門家・人材の必要性等から見ると、「金融仲介機能のベンチマーク」においても積極的に評価されることとなる場合が多いように思われる。

さらに、地域産業・企業は、人口減少下においても、地域外や海外といった広域にわたる活発な人の往来や物資の流通、地域のニーズに応える財やサービスの提供を通じて、成長することができ、その成長に伴って、地域にとって有効かつ持続可能なまちづくりも行われていくことから、「金融仲

介機能のベンチマーク」導入により、地域産業・企業の生産性向上等が進み、地域経済の発展と金融機関自らの経営基盤の安定が図られることは、これらのまちづくりの促進にも寄与するものと思われる。

しかしながら、「金融仲介機能のベンチマーク」は、地方都市におけるまちづくりに対する融資を明示して積極的に評価するものでもなく、他の業種に対する取組への偏りが生ずる可能性もあり、また、具体的なまちづくりに対する評価がどのように行われるかは、必ずしも明らかでないことから、その運用については、注視していく必要がある。

5. おわりに

地方都市におけるまちづくりに関する事業は、依然として厳しい環境にある。

「金融仲介機能のベンチマーク」導入が地方都市におけるまちづくりに及ぼす影響は、今般のベンチマーク導入への対応には金融機関による広範な取組が必要となることから、その発現までに一定期間を要すると思われる。

関係者の取組により、「金融仲介機能のベンチマーク」導入が地方都市における有効かつ持続可能なまちづくりの促進に寄与するものとなることを期待したい。

<参考文献等>

・「捨てられる銀行」橋本卓典 講談社現代新書 2371 平成 28 (2016) 年 5 月 株式会社講談社

・「人口減少に立ち向かう地域金融— 地域金融機関の経営環境と課題 —」金融システムレポート別冊シリーズ 平成 27 (2015) 年 5 月 日本銀行金融機構局
(https://www.boj.or.jp/research/brp/fsr/data/fsr_b150529.pdf)

・「地方銀行の資産運用の動向と今後の課題～現状の金融政策とその波及効果が地方銀行に及ぼす影響は?～」平成 26 (2014) 年 11 月 6 日 株式会社大和総研金融調査部 主任研究員 内野逸勢、研究員 菅谷幸一
(http://www.dir.co.jp/research/report/capital-mkt/20141106_009108.pdf)

・首相官邸ホームページ「日本経済再生本部 決定等」
「閣議決定 平成 27 (2015) 年 6 月 30 日 日本再興戦略改訂 2015— 未来への投資・生産性革命 —」
本文 (第一部 総論)
(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/dai1jp.pdf>)
本文 (第二部及び第三部)
(http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/dai2_3jp.pdf)

工程表
(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/kouteihyo.pdf>)

改革 2020 プロジェクト・工程表
(http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/kaikaku2020_bessatu.pdf)

・金融庁ホームページ
「金融仲介機能のベンチマークについて～ 自己点検・評価、開示、対話のツールとして～」
平成 28 (2016) 年 9 月 金融庁
(<http://www.fsa.go.jp/news/28/sonota/20160915-3.html>)
「平成 27 事務年度金融レポート」平成 28 (2016) 年 9 月 15 日
(<http://www.fsa.go.jp/news/28/20160915-4/01.pdf>)
「金融再生プログラム— 主要行の不良債権問題解決を通じた経済再生 —」金融庁 平成 14 (2002) 年 10 月 30 日
(<http://www.fsa.go.jp/news/newsi/14/ginkou/f-20021031-1.pdf>)
「平成 27 事務年度金融行政方針」
(<http://www.fsa.go.jp/news/27/20150918-1/01.pdf>)
「金融仲介の改善に向けた検討会議」の設置について
(<http://www.fsa.go.jp/news/27/sonota/20151218-2.html>)
「金融仲介の改善に向けた検討会議」
(<http://www.fsa.go.jp/singi/kinyuchukai/index.html>)

金融仲介の改善に向けた検討会議 (第 1 回) 配付資料 資料 3 「これまでの金融行政における取組みについて」平成 27 (2015) 年 12 月 21 日
(<http://www.fsa.go.jp/singi/kinyuchukai/siryou/20151221/03.pdf>)

・金融仲介の改善に向けた検討会議 (第 2 回) 配付資料 資料 1 「地域のグランドデザインづくりへの参画事例」平成 28 (2016) 年 2 月 22 日
(<http://www.fsa.go.jp/singi/kinyuchukai/siryou/20160222/01.pdf>)

金融仲介の改善に向けた検討会議 (第 4 回) 配付資料 資料 1 「企業ヒアリング・アンケート調査の結果について～融資先企業の取引金融機関に対する評価～」平成 28 (2016) 年 5 月 23 日
(<http://www.fsa.go.jp/singi/kinyuchukai/siryou/20160523/01.pdf>)

・中小企業庁ホームページ「中小企業白書 (2016 年版) 全文」
(http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusy/o/H28/PDF/h28_pdf_mokujityuu.html)

・一般社団法人 全国地方銀行協会ホームページ
(<http://www.chiginkyo.or.jp/>)

・平成 26 年度地域産業の育成・支援に関する調査研究事業 報告書 平成 27 (2015) 年 3 月 一般財団法人地域総合整備財団 (ふるさと財団)
(<http://www.furusato-zaidan.or.jp/houkokuusho%20honpen.pdf>)

・一般財団法人 民間都市開発推進機構「信金中央金庫及び国土交通省とのパートナー協定締結について」
(https://www.fukuibank.co.jp/press/2016/ekimae_kasseika.html)

・福井銀行ニュースリリース「福井駅西口駅前エリアの活性化に向けての森ビル都市企画株式会社との連携について」平成 28 (2016) 年 3 月 1 日
(https://www.fukuibank.co.jp/press/2016/ekimae_kasseika.html)

・日本政策投資銀行ホームページ DBJ News「瀬戸内地域の地方銀行 6 行および日本政策投資銀行による「瀬戸内地域の観光産業の活性化に関する協定」の締結について」平成 27 (2015) 年 5 月 20 日
(http://www.dbj.jp/ja/topics/dbj_news/2015/html/0000019659.html)
「瀬戸内地域の地方銀行 7 行および日本政策投資銀行による「瀬戸内地域の観光産業活性化に関する協定」の覚書締結について」平成 27 (2015) 年 7 月 27 日
(http://www.dbj.jp/ja/topics/dbj_news/2015/html/0000020048.html)
「瀬戸内ブランド推進連合と瀬戸内地域の地方銀行 7 行および日本政策投資銀行による「瀬戸内ブランド推進体制に関する協定」の締結について」平成 27 (2015) 年 7 月 29 日
(http://www.dbj.jp/ja/topics/dbj_news/2015/html/0000020066.html)

・一般社団法人 せとうち観光推進機構ホームページ

(<http://setouchitourism.or.jp/>)

・北國銀行・福井銀行・富山第一銀行・百五銀行・名古屋銀行・十六銀行 ニュースリリース「～地方銀行六行による広域連携～（愛称）『六ツ星観光プロジェクト』「東海・北陸観光産業活性化プロジェクト」連携協定を締結しました」平成 28 年 6 月 13 日

(<https://www.fukuibank.co.jp/press/2016/mutsuuboshi.html>)

・九州フィナンシャルグループ・株式会社肥後銀行・株式会社鹿児島銀行 ニュースリリース「PPP/PFI プラットフォーム設立について」平成 27 (2015) 年 11 月 27 日

(<https://www.kyushu-fg.co.jp/newsrelease/pdf/20151127.pdf>)