

RIETI Discussion Paper Series 22-J-033

地域金融機関の創業支援が地域の創業に与える影響

家森 信善経済産業研究所

永田 邦和 長野県立大学

近藤 万峰 愛知学院大学

奥田 真之 愛知産業大学



地域金融機関の創業支援が地域の創業に与える影響1

家森信善(経済産業研究所、神戸大学) 永田邦和(長野県立大学) 近藤万峰(愛知学院大学) 奥田真之(愛知産業大学)

要旨

本稿は、2つのアンケートの回答結果を用いて、地域金融機関の創業支援が地域の創業に貢献しているかどうかと、どのような取り組みが創業支援に有効であるかを検証する。「金融機関による創業支援に対する企業の意識調査」(2020年12月)の回答結果を用いた分析では、地域金融機関の創業支援に対する企業側の評価が高い都道府県ほど、地域の創業が活発になり、開業率が上昇することが示された。また、創業の意欲の強い金融機関は、担保や保証に頼らず融資できる力や事業内容や将来性を理解する力の評価も高い。「現場からみた地方創生に向けた地域金融の現状と課題に関する実態調査」(2017年1月)の回答結果と比較した分析では、金融機関の支店長が融資判断において担保や保証を重視する傾向が強い都道府県では、金融機関の融資関係の能力のみならず、様々な支援能力の(企業側からみた)評価が低くなることが示された。創業支援に意欲的な金融機関ほど、融資判断において経営者の資質・やる気を重視する傾向が強く、創業支援においては、事業性評価や目利き力の向上が必要になることが示された。

キーワード:地域金融機関、 創業支援、 地域経済

JEL classification: G21, R51, L26

RIETI ディスカッション・ペーパーは、専門論文の形式でまとめられた研究成果を公開し、活発な議論を喚起することを目的としています。論文に述べられている見解は執筆者個人の責任で発表するものであり、所属する組織及び(独)経済産業研究所としての見解を示すものではありません。

¹本稿は、独立行政法人経済産業研究所 (RIETI) におけるプロジェクト「ポストコロナの地域経済と地域金融の役割」及び日本学術振興会科学研究費補助金・基盤研究 (B) (一般) 「地域の期待に応える地域金融モデルの構築―災害耐性、人口減少、フィンテック」(研究代表者:家森信善神戸大学教授)の研究成果の一部である。本稿では、経済産業研究所から提供を受けて、プロジェクト「地方創生に向けて地域金融に期待される役割―地域経済での雇用の質向上に貢献するための金融を目指して一」の「現場からみた地方創生に向けた地域金融の現状と課題に関する実態調査」のアンケート結果を利用した。また、本稿の原案に対して、経済産業研究所ディスカッション・ペーパー検討会の方々から多くの有益なコメントを頂いた。ここに記して、感謝の意を表したい。

1. はじめに

「経済財政運営と改革の基本方針 2022 新しい資本主義へ~課題解決を成長のエンジンに変え、持続可能な経済を実現~」(骨太方針 2022) (2022 年 6 月) において、「スタートアップが新たに生まれ、飛躍を遂げることができる環境を整備することにより、戦後の日本の創業期に次ぐ『第二創業期』の実現を目指す」とされているように、創業企業を増やすことは重要な政策的課題である。創業企業が成長し、新しい産業が誕生すると、雇用も増え、経済も成長する。また、コロナ禍で企業の倒産・廃業が相次ぐ心配が強まり、コロナ後の雇用を確保するためにも、新しい企業の誕生が必要である。家森(2019)によると、創業期に信用保証を利用した企業では、信用保証利用後の数年で雇用を 1.7 倍に増やしたとの結果を得ている。現在の日本において、創業企業を増やすことは重要な政策的課題である。

創業を増やすための支援は、政府や自治体だけが行うものではなく、地域金融機関による創業支援も期待されている。地域金融機関は、政府や自治体と異なり、収益性を重視して支援先を選んでいる。地域金融機関の支援を受けた創業企業は、収益性が高く、大きく成長する可能性がある。地域金融機関が創業支援に積極的に取り組むことで、地域に新しい企業や産業が生まれて、雇用が増加することが期待されている。

地域金融機関は様々な創業支援を行っているが、これらが地域の創業を増やすことに貢献しているならば、地域金融機関に創業支援を促す政策が必要になる。そのためには、地域金融機関の創業支援が地域の創業の増加に貢献しているかどうかを検証する必要がある。さらに、地域金融機関は様々な取り組みをしているが、どのような取り組みが創業支援に効果的であるかを明らかにできれば、地域金融機関の創業支援が効果的になる環境を整備できる。本稿は、地域金融機関の創業支援が地域の創業に与える影響と、どのような取り組みが創業支援に効果的であるかを検証する。

地域金融機関が創業支援に積極的であると創業が増えるかどうかを検証するためには、地域金融機関の創業支援の指標が必要になる。本稿では、2020年12月に実施した「金融機関による創業支援に対する企業の意識調査」(以下、企業アンケート)の回答結果を利用する。企業アンケートは、創業間もない企業を対象としており、地域金融機関の創業支援に対する利用者(企業)側からの評価になる。本稿では、回答結果を都道府県ごとにまとめて、地域金融機関の創業支援を様々な角度から分析する。具体的には、回答結果を都道府県ごとに集計し、回答間の相関係数を導出する。相関係数から、地域金融機関の創業支援と地域の状況の関係、創業支援に意欲的な金融機関の特徴を明らかにする。さらに、地域金融機関の創業支援に対する評価が開業率に影響しているかどうかを回帰分析する。

地域金融機関の地方創生や創業支援に対する企業側の評価が低くても、地域金融機関は熱心に取り組んでいる可能性がある。この場合、地域金融機関にはさらなる努力が求められるかもしれないし、何らかの政策的な支援が必要になるかもしれない。地域金融機関の支援姿勢と地域の創業や経営の持続性等の関係を考察するためには、地域金融機関の取り組みに対する自己評価と企業側の評価の関係を調査する必要がある。

2017年1月に、経済産業研究所が実施した「現場からみた地方創生に向けた地域金融の現状と課題に関する実態調査」(以下、支店長アンケート)では、支店長へのアンケートを通じて、地域金融機関の事業性評価や地方創生への取り組みに対する自己評価を調査した。本稿では、企業アンケートと支店長アンケートの回答結果を比較して、地域金融機関の自己評価(自己認識)を企業側の評価から裏付けてみる。これにより、地域金融機関の取り組みが、企業側からみて、金融機関の融資や創業支援等の能力を向上させているかと、どのような取り組みが金融機関の能力の向上や創業支援に有効であるかを明らかにできる。具体的には、都道府県別に二つのアンケートの回答結果を整理し、相関係数を導出する。相関係数から、地域金融機関の自己評価と企業の評価の乖離と、地域金融機関の取り組みと創業支援の関係を考察する。

金融機関の活動に対するアンケート調査は複数存在しているが、これまでの研究は、金融機関側のみのアンケートか、利用者(企業)側のアンケートのみに基づいている。本稿では、金融機関と企業の両方のアンケートに基づいて分析する。この分析は、改善の余地はあるが、新しい試みである。本稿では、企業アンケートや支店長アンケートの結果を都道府県ごとに集計する。これは、個別の金融機関の自己評価と企業の評価の関係ではないが、各都道府県の特徴を捉えることができる。本稿は、今後の地域金融の研究や政策の基礎になる研究である。

日本の都道府県や市町村別の創業・開業を分析した研究には、吉村(2002)や土屋(2003)、小林(2003)、岡室・小林(2005)、黒瀬・大塚(2007)がある¹。土屋(2003)と小林(2003)、岡室・小林(2005)、黒瀬・大塚(2007)は、地域の創業に与える要因を分析しているが、地域の金融市場や金融機関を取り上げていない。地域金融と創業を取り上げた研究には、式見(2012)や播摩谷・尾崎(2017)、杉山(2018)、播摩谷・尾崎(2019)、Rogers (2012)等がある²。これらの研究は競争環境や組織形態、銀行の規模等が地域の創業に与える影響を考察している。本稿は、先行研究と異なり、地域金融機関の創業支援の取り組みの効果を取り上げている。

本稿の考察から得られた主要な結果は、以下の通りである。企業アンケートの分析では、地域金融機関の創業支援に対する企業側の評価の高い都道府県の開業率が高いことから、地域金融機関の創業支援は地域の創業に貢献していることが示されている。地域金融機関が他の組織・団体(地方自治体や政府系金融機関、信用保証協会、商工会議所等)と連携することで、より効果的な支援ができるという結果も得られている。

創業支援に意欲的な地域金融機関の特徴は、担保や保証に頼らず融資できる力と、事業内容 や将来性を理解する力、有益な情報の提供等に対する評価が高いことである。創業企業は、担保 になるような資産を保有していないことが多いので、創業企業に融資をする際には、事業性評価の 定着と目利き力の向上が必要になる。また、創業企業は販売拡大に努めようとすることが多いので、 創業支援においては、融資のみならず、販売拡大に必要な有益な情報(新規顧客の紹介等)の提供 等も必要になる。

¹ 本庄(2002)は、製造業の新規参入を検証している。

² 土屋(2004)は、都道府県の貸出残高の変化率と事業所数変化率の関係を考察している。

企業アンケートと支店長アンケートの2つを用いた分析では、支店長が融資判断において担保や保証を重視する傾向が強いと、金融機関の融資関係の能力のみならず、融資以外の支援能力や顧客への姿勢等についての評価が低くなることが示されている。金融機関が、健全性を維持するために、担保や保証を利用することには問題はない。しかし、企業は、自社の事業を理解している金融機関との取引を望むので、金融機関が担保や保証を重視しすぎると、そのような金融機関から顧客が離れていく恐れがある。担保や保証に過度に依存すると、金融機関が経営を維持できなくなる可能性がある。

一方で、事業性評価や目利き力向上の取り組みの(金融機関の支店長の)自己評価が高く、融資判断時に経営者の資質・やる気を重視する傾向が強くても、(企業側からみた)融資関係の能力が向上することは示されていない。この理由としては、金融機関の自己評価が過大なのか、あるいは、顧客が観察できない等の可能性が考えられる。また、事業性評価の定着には顧客への頻繁な訪問が重要であることも示されている。

創業支援の意欲のある金融機関ほど、担保や保証ではなく、経営者の資質・やる気を重視しているという結果も得られている。創業時には担保になるような資産を保有していないので、創業支援に意欲的な金融機関では、支店長が融資判断において経営者の資質・やる気を重視している。中小企業庁中小企業政策審議会金融小委員会が 2022 年 6 月にまとめた報告書では、「起業家が経営者保証を提供せず資金調達が可能となる道を拓くべく、信用保証協会においては、経営者による個人保証を徴求しない新しい創業時の信用保証制度を創設することが必要である」と指摘している。創業時における保証の問題は政策的に問題視されており、本稿の分析結果はそうした政策的な問題意識を裏付けているともいえる。

創業支援に対する企業側の評価が高い金融機関では、目利き力向上への取り組みや姿勢に対する支店長の自己評価も高い。創業支援においては、担保や保証に頼らずに融資できるように、 事業性評価の定着や目利き力を向上させる取り組み等が重要になる。

本稿の構成は、以下の通りである。第2節では、企業アンケートの概要を説明し、企業アンケートの回答結果を用いた分析を行う。第3節では、支店長アンケートの概要を説明し、支店長アンケートと企業アンケートの回答結果を用いた分析を行う。第4節では、本稿の考察をまとめる。

2. 「金融機関による創業支援に対する企業の意識調査」による分析

2.1.「金融機関による創業支援に対する企業の意識調査」の概要と分析方法

この節では、「金融機関による創業支援に対する企業の意識調査」(企業アンケート)の回答結果を利用して、地域金融機関の創業支援と地域の状況の関係、どのような取り組みが創業支援と強い関係があるかを明らかにする3。企業アンケートは、2020年12月3日から23日に

^{3 「}金融機関による創業支援に対する企業の意識調査」の概要と回答結果は、家森他(2021)に まとめられている。

Web 調査で実施した。調査対象の企業の社歴は 30 年以内である。回答者は、これらの企業の役員クラス (自営業者を含む) である。企業アンケートでは、各都道府県の回答数が 70 になるようにした (回答数が 70 に達した都道府県は、それ以降のアンケートの回収を打ち切っている)。総回答数は、 $47 \times 70 = 3290$ である。回答者の企業の社歴は、以下の通りである。約 45%が社歴 10 年以内である。

表 1 回答企業の社歴	(企業アンケート)
-------------	-----------

2年以内	2年超5年以内	5年超10年以内	10 年超 20 年以内	20 年超 30 年以内
10.1%	13.6%	21.2%	32.1%	23.0%

本稿で利用する企業アンケートの質問は、表 2 の通りである。問 3 は、回答者の企業のメインバンクの強みに対する評価の質問である。以下の 15 項目について、回答者は、「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほとんど評価できない」、「全く評価できない」の 5 段階で評価している。問 3 の評価項目は、①「融資決定の速さ」、②「提示する金利の低さ」、③「融資可能額の多さ」、④「担保や保証に頼らず融資できる力」、⑤「顧客の事業内容や将来性を理解する力」、⑥「融資以外の幅広い企業支援の力」、⑦「有益な情報の提供」、⑧「顧客への訪問頻度」、⑨「顧客に寄り添う姿勢」、⑩「顧客が窮状になった時の支援姿勢」、⑪「行員・職員の能力」、⑫「店舗網」、⑬「地方自治体や専門家等との連携関係」、⑭「地域に新産業・事業を興そうとする姿勢」、⑮「地域経済全体の利益を考える姿勢」の 15 項目である。①から⑤がメインバンクの融資に対する評価である。⑥と⑦がメインバンクの融資以外の企業支援に対する評価であり、⑧から⑩がメインバンクの顧客に対する姿勢の評価である。⑪と⑫がメインバンクの融資や支援能力以外の能力(以下、その他の能力)に対する評価であり、⑬から⑯は、メインバンクの地域に対する姿勢への評価である。

問 5 は、回答者の企業の地元地域(都道府県レベル)の貸出市場の競争の程度に関する質問である。問 5 では、①「金融機関の間での貸出競争が激しい」、②「他の地域に比べて貸出金利が低い」、③「必要に応じて借入金融機関を変えることが容易」、④「取引のない金融機関が盛んに営業してくる」の 4 つの項目について、どの程度当てはまっているかを質問している。回答は、「非常に当てはまる」、「やや当てはまる」、「どちらでもない」、「やや当てはまらない」、「全く当てはまらない」の 5 段階である。

問6から問9は、回答者の地元地域の創業・経済環境についての質問である4。問6と問7は、それぞれ、地元地域における「創業の活発さ」と「経済活動の活発さ」を質問している。 どちらも、「非常に活発」、「やや活発」、「どちらともいえない」、「やや不活発」、「非常に不活発」 の5段階で評価する。問8は、「地元地域の将来についての考え」を質問し、「非常に明るい」、

5

⁴ 企業アンケートはコロナ禍に実施したので、調査時点とコロナ禍以前の時期で状況が大きく変わっている可能性がある。そこで、問 6 から問 9 では、「コロナ禍の影響を受けるまでの最近の期間の状況についてお答えください」と注記を付けている。

表2-1 使用する質問・回答(企業アンケート)(1)

	, , ,	
	質問內容	選択肢
	・ 一	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
T)C[H]	ケイノハノノの油の・触見がたの添ら	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
©CBB	・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
) S [H]	メイノベノンの油や・焼べりの掛付うがある	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
600		5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
© C[⊞]	イノンノンの強や・質真に形象の多の	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
CBB	メインバンクの強み:担保や保証に頼らず融	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
#) C [III]	資できる力	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
3 C BB	メインバンクの強み:顧客の事業内容や将来	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
© C □ □	性を理解する力	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
9088	メインバンクの強み:融資以外の幅広い企業	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
000	支援の力	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
(C) C BB	7 7、7、7 7 7 7 7 7 4 7 4 7 7 7 7 7 7 7 7	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
) C[イノンノンの強や・自使な信報の焼気	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
(O) C (B) B)	ンスンジンケの沿力・配分への計画指布	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
000	イインング語や・観音への別回須返	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
@6EE	インジンクの法2.・語を一歩に汚ん次熱	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
<u>е</u> С[н]	イイン・プログラ・関付で可じがし女男	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
OF C BB	メインバンクの強み:顧客が窮状になった時	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
OT C [H	の支援姿勢	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
EB 2 (1)	一年の日本・日本の一年の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
TT C [H	•	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
图3亿	メインジンク ひ 治 2,・ 下 往 細	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
(ZT) C [H]	フィンンフェク・プロ語を	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
	-	

表2-2 使用する質問・回答(企業アンケート) (2)

	質問內容	選択肢
EH 2/13	メインバンクの強み:地方自治体や専門家等	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
(H)	の連携関係	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
門の何	メインバンクの強み:地域に新産業・事業を	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
HJ O [H]	興そうとする姿勢	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
3) C EE	メインバンクの強み:地域経済全体の利益を	5段階評価(「高く評価できる」、「ある程度評価できる」、「少しは評価できる」、「ほと
(P) (C) (D)	考える姿勢	んど評価できない」、「全く評価できない」、「わからない」から選択)
(F) Z) B B	貸出市場の競争の程度:金融機関の間での貸	5段階評価 (「非常に当てはまる」、「やや当てはまる」、「どちらでもない」、「やや当て
T)C[H]	出競争が激しい	はまらない」、「全く当てはまらない」、「わからない」から選択)
	貸出市場の競争の程度:他の地域に比べて貸	5段階評価 (「非常に当てはまる」、「やや当てはまる」、「どちらでもない」、「やや当て
) 2 2 1	出金利が低い	はまらない」、「全く当てはまらない」、「わからない」から選択)
© 188	貸出市場の競争の程度:必要に応じて借入金	5段階評価 (「非常に当てはまる」、「やや当てはまる」、「どちらでもない」、「やや当て
(h)	融機関を変えることが容易	はまらない」、「全く当てはまらない」、「わからない」から選択)
	貸出市場の競争の程度:取引のない金融機関	5段階評価 (「非常に当てはまる」、「やや当てはまる」、「どちらでもない」、「やや当て
р (т)	が盛んに営業してくる	はまらない」、「全く当てはまらない」、「わからない」から選択)
S E	・ 後式 少無 同 ケギュ 二 世 年 土 井 二 井 土 土	5段階評価(「非常に活発」、「やや活発」、「どちらともいえない」、「やや不活発」、
O [H]	ルビノしょじょういる 引来 シノロガ ら	「非常に不活発」、「わからない」から選択)
四7	本学子 (単一 大) と) が	5段階評価(「非常に活発」、「やや活発」、「どちらともいえない」、「やや不活発」、
/ [H]	♪じノしょじょみい 43 V) る ハセエ ノ月 /口当∫ ^ノ /口 プヒ C	「非常に不活発」、「わからない」から選択)
ŏ Ei	~ 杯 ライン フリサダラ 草 幸 川 幸	5段階評価 (「非常に明るい」、「やや明るい」、「どちらともいえない」、「やや暗い」、
O H	がいたできないなく	「非常に暗い」、「わからない」から選択)
		5段階評価(「非常に多く(8割以上)が地元企業に就職している」、「多く(6割以上8割未
	地元地域における若者の地元企業への就職状	満)が地元企業に就職している」、「半分ほど(4割以上6割未満)が地元企業に就職してい
H]	说	る」、「少し(2割以上4割未満)が地元企業に就職している」、「地元企業に就職する若者
		は非常に少ない (2割未満) 」、「わからない」から選択)

表2-3 使用する質問・回答(企業アンケート) (3)

	質問內容	選択肢
图10亿		5段階評価 (「非常に高い」、「やや高い」、「どちらともいえない」、「やや低い」、「非
T) T [H]	元に忠弘田暦(3月)の記末入坂に入りのお氏	常に低い」、「わからない」から選択)
PB100	十字 千片 一	5段階評価 (「非常に高い」、「やや高い」、「どちらともいえない」、「やや低い」、「非
) 0 T[=	地元忠弘忠開徳武の引来文域に対する彫力	常に低い」、「わからない」から選択)
图103	本子子は一番子様 の画機関の側端子は一番子様	5段階評価 (「非常に高い」、「やや高い」、「どちらともいえない」、「やや低い」、「非
) 0 T [H]	4675631111211111111111111111111111111111111	常に低い」、「わからない」から選択)
四12年	地域の都道府県自治体(外郭団体含む)の創	5段階評価(「非常に熱心」、「やや熱心」、「どちらともいえない」、「やや不熱心」、
T) T [H]	業支援に対する姿勢	「非常に不熱心」、「わからない」から選択)
PB1 2/0	地域の市町村自治体(外郭団体含む)の創業	5段階評価(「非常に熱心」、「やや熱心」、「どちらともいえない」、「やや不熱心」、
) C T [H]	支援に対する姿勢	「非常に不熱心」、「わからない」から選択)
图13②	地域の政府系金融機関(日本政策金融公庫	5段階評価(「非常に熱心」、「やや熱心」、「どちらともいえない」、「やや不熱心」、
рут 1 д	等)の創業支援に対する姿勢	「非常に不熱心」、「わからない」から選択)
图120		5段階評価(「非常に熱心」、「やや熱心」、「どちらともいえない」、「やや不熱心」、
H]104	心炎の同用体部間など創末人扱い対する女劣	「非常に不熱心」、「わからない」から選択)
图12周	地域の商工会議所・商工会の創業支援に対す	5段階評価(「非常に熱心」、「やや熱心」、「どちらともいえない」、「やや不熱心」、
) 1 H	3姿勢	「非常に不熱心」、「わからない」から選択)

「やや明るい」、「どちらともいえない」、「やや暗い」、「非常に暗い」の5段階で回答する。問9は、地元地域における「若者の地元企業への就職状況」への質問であり、若者が地元企業に就職する割合を5段階で選択する。回答は、「非常に多く(8割以上)が地元企業に就職している」、「多く(6割以上8割未満)が地元企業に就職している」、「半分ほど(4割以上6割未満)が地元企業に就職している」、「少し(2割以上4割未満)が地元企業に就職している」、「地元企業に就職する若者は非常に少ない(2割未満)」の5段階である。

問 10 は、回答者の地元地域金融機関の創業支援に対する評価を問うており、①意欲、②能力、③体制の 3 項目について、「非常に高い」、「やや高い」、「どちらともいえない」、「やや低い」、「非常に低い」の 5 段階で評価する。問 10 の回答結果が、本稿の分析で用いる地域金融機関の創業支援の指標になる。

問 13 は、地域金融機関以外の地元地域の組織・団体の創業支援の姿勢についての質問である。対象の組織・団体は、①都道府県自治体(外郭団体含む)、②市町村自治体(外郭団体含む)、③政府系金融機関(日本政策金融公庫等)、④信用保証協会、⑤商工会議所・商工会であり、どの程度熱心であるかを 5 段階で評価している。選択肢は、「非常に熱心」、「やや熱心」、「どちらともいえない」、「やや不熱心」、「非常に不熱心」の 5 つである。

本稿では、以下のように、回答結果を都道府県別に集計する。例えば、都道府県 X の問 10 の回答結果が、表 3 のようであるとする。

	非常に高い	やや高い	どちらとも	やや低い	非常に低い	わからない
			いえない			
X 県	<i>x</i> ₅	x_4	x_3	x_2	x_1	x_0

表3 回答例(企業アンケート)

ここで、 x_i は各回答を選んだ人数であり、企業アンケートでは x_5 から x_0 までの合計が x_0 である。都道府県ごとの指標は、

$$\frac{5 \times x_5 + 4 \times x_4 + 3 \times x_3 + 2 \times x_2 + 1 \times x_1}{x_5 + x_4 + x_3 + x_2 + x_1}$$

のように作成する。分子は、「非常に高い」から順に5から1の数値を掛けて、足し合わせている。この合計を「非常に高い」から「非常に低い」までの回答数(x_5 から x_1 までの合計)で割る。企業側が地元の地域金融機関の創業支援を高く評価すると、「非常に高い」や「やや高い」の回答が多くなり、「やや低い」や「非常に低い」の回答は少なくなる。したがって、企業側の評価の高い都道府県ほど、この指標は大きくなる。問10以外の質問への回答もすべて5段階であるので、上式と同様の指標を作成する。

本稿で利用するデータは、都道府県の開業率と、一人あたり県内総生産、県内総生産成長率、 都道府県の人口(自然対数値)、人口の成長率である。都道府県の開業率は、『雇用保険事業年 報』に示されている「新規成立事務所」の「適用事業所数(前年度末)」に対する比率である。これは『中小企業白書』の定義である。県内総生産と人口の出所は、それぞれ『県民経済計算』と『住民基本台帳』である。一人あたり県内総生産は、各都道府県の県内総生産を人口で割ったものであり、単位は百万円である。人口は『住民基本台帳』の人数の自然対数値である。開業率と人口は、コロナ禍前の 2011 年度から 19 年度を用いているが、県内総生産は 2011 年度から 18 年度である。

2.2. 地域金融機関の創業支援と地域の状況

表 4 は、各都道府県の地域金融機関の創業支援の評価(問 10)と、都道府県内の貸出市場の 競争状態(問 5)、経済状況(問 6 から問 9)、他の組織・団体の創業支援(問 13)との間の相 関係数を示している。

地域金融機関の創業支援の評価(問 10)によると、創業支援の意欲と能力、体制の3つの企業側の評価の間には、相互に 1%水準で有意な正の相関関係がある。創業支援の意欲が高いと評価される金融機関の多い都道府県では、能力や体制に対する評価も高くなる。また、創業支援の能力と体制の評価の相関係数は1に近く、創業支援の能力と体制は非常に強く相関している。創業支援の体制が整備されていないと、高い能力を発揮できないことや、創業支援の能力のある金融機関ほど、体制も整備していることが示されている。

貸出市場の競争の程度(問 5)と創業支援の評価(問 10)の間には正の相関がある。問 5① 「貸出競争の激しさ」は、創業支援の能力と体制の評価と、それぞれ 1%水準と 5%水準で有意であり、問 5②「地域の金利の低さ」は、1%水準ではないが、創業支援の 3 項目の評価と有意な正の相関がある。問 5④「営業攻勢」は、創業支援の意欲と能力の評価と 10%水準で有意な相関がある。競争が激しい都道府県ほど、企業側は、地域金融機関は創業支援に意欲的であり、能力も高く、体制も整備されていると評価している。

貸出市場の競争と創業支援については、2つの仮説がある5。一つは、貸出市場の競争が激しい地域ほど、銀行が創業支援に積極的になるという仮説であり、金融機関間の競争が激しくなると、トランザクション貸出の収益性がより大きく低下するため、リレーションシップ貸出が促されるという理論(Boot and Thakor(2000))に基づいている。もう一つは、競争が激しい地域では、創業企業が成長した後にライバル銀行に奪われるという可能性が高まり、銀行は創業支援に消極的になるという仮説である。この仮説は、寡占的な地域金融市場の社歴の短い企業は、将来的に他の金融機関へスイッチしにくく、金融機関が情報生産にかかるコストを回収できる可能性が高まるため、借り入れが行いやすいという考え(Petersen and Rajan(1995))に基づいている。本稿の企業アンケートの回答結果は、前者の仮説(貸出市場の競争が激しくな

⁵ 式見(2012)や播摩谷・尾崎(2017)、杉山(2018)は、金融機関の競争状況と開業率(創業)について検証している。Rogers (2012) や播摩谷・尾崎(2019)は、それぞれ、銀行市場の市場構造の違いや組織再編の影響を検証している。

表4 地域金融機関の創業支援と地域の状況

		問10①	問10②	問10③
		創業支援意欲	創業支援能力	創業支援体制
問10①	創業支援意欲	1.0000		
問10②	創業支援能力	0.8260***	1.0000	
問10③	創業支援体制	0.8462***	0.9243***	1.0000
問5①	貸出競争の激しさ	0.2154	0.3783***	0.3212**
問5②	地域の金利の低さ	0.2625*	0.2804*	0.3058**
問5③	借入金融機関の変更の容易さ	0.1299	0.1188	0.1487
問5④	取引のない金融機関の営業攻勢	0.2705*	0.2508*	0.2053
問6	地域の創業の活発さ	0.4542***	0.4761***	0.4535***
問7	地域の経済の活発さ	0.2841*	0.3974***	0.3290**
問8	地域の将来についての考え	0.3616**	0.4290***	0.3839***
問9	若者の地元地域への就職状況	0.3678**	0.3594**	0.4323***
問13①	都道府県創業支援	0.4987***	0.2771*	0.2809*
問13②	市町村創業支援	0.5138***	0.3788***	0.3779***
問13③	政府系金融機関創業支援	0.4184***	0.2713*	0.3081**
問13④	信用保証協会創業支援	0.5219***	0.4886***	0.4311***
問13⑤	商工会議所創業支援	0.4323***	0.2060	0.2157
都道府県開業率(平均)		0.2283	0.2883**	0.1796
一人あたり県内総生産(平均)		0.1122	0.2707*	0.2839*
県内総生産成長率(平均)		0.3499**	0.2260	0.1792
都道府県	人口(自然対数値,平均)	0.0419	0.2162	0.1963
都道府県	人口成長率(平均)	0.2596*	0.3603**	0.3243**

^{***、**、*}は、それぞれ1%水準、5%水準、10%水準で有意であることを示している。都道府県開業率と都道府県人口(自然対数値)、都道府県人口成長率は、各都道府県の2011年度から2019年度の平均値。一人あたり県内総生産(単位:百万円)と県内総生産成長率は、各都道府県の2011年度から2018年度の平均値。

ると、創業支援に積極的になる)と整合的であることが確認された。

創業支援の評価(問 10)は、都道府県の経済状況(問 6~問 9)とも有意な正の相関がある。問 6「地域の創業の活発さ」は、創業支援の意欲と能力、体制と 1%水準で有意な正の相関がある。地域金融機関の創業支援に対する企業側の評価が高い都道府県ほど、創業が活発であると企業から評価されているので、地域金融機関の創業支援の取り組みが地域の創業に貢献している可能性が示されている。問 7「地域の経済の活発さ」と問 8「地域の将来についての考え」、問 9「若者の地元企業への就職状況」も、創業支援の意欲と能力、体制と有意な正の相関がある。地域金融機関の創業支援に対する企業側の評価の高い都道府県ほど、経済活動も活発であり、地域の将来も明るいと考えられ、多くの若者が地元企業に就職していることがわかる。

表 4 の最後の 5 行は、創業支援の評価(問 10)と実際の統計指標との相関係数を導出したものである。企業側からの地域金融機関の創業支援の意欲、能力、体制の評価は、都道府県の開業率と正の相関をしており、創業支援の能力の評価は 5%水準で有意である。さらに、一人あたりの県内総生産や県内総生産成長率も創業支援の評価との間に正の相関があり、1%水準ではないが有意なものもある。地域金融機関の創業支援の意欲、能力、体制を高く評価している企業が多い都道府県ほど、企業は、創業や経済が活発であるとの印象を持っているが、実際の開業率や経済活動の指標からも、各都道府県の地域金融機関の創業支援と創業や経済活動との間に正の相関があることが確認できる。

都道府県の人口成長率は、地域金融機関の創業支援の意欲、能力、体制の評価と有意な正の相関がある。人口成長率の高い都道府県では、地域金融機関の創業支援に対する企業側の評価も高い傾向にある。一方、都道府県の人口(自然対数値)は、創業支援の評価と有意な相関がない。人口の多い都道府県は大都市圏に分類されることが多いが、本稿の考察結果は、大都市圏の地域金融機関が、地方の金融機関よりも、創業支援において、必ずしも企業から高く評価されているわけではないことを示している。

地域金融機関の創業支援(間 10) と他の組織・団体の創業支援の姿勢(間 13) の間にも正の相関がある。地域金融機関の創業支援の評価が高い都道府県は、他の組織・団体(都道府県、市町村、政府系金融機関、信用保証協会、商工会議所)の創業支援の姿勢も熱心であると評価されている。特に、地域金融機関の創業支援の意欲の評価は、すべての組織・団体の創業支援の姿勢の評価と 1%水準で有意に正の相関関係にある。地域金融機関が創業支援に意欲的な都道府県では、他の組織や団体も熱心に支援をしていることがわかる。信用保証協会の創業支援に対する評価は、地域金融機関の創業支援の能力と体制とも1%水準で有意な正の相関がある。創業間もない企業は保証付き借り入れをすることが多いので、地域金融機関のみならず、信用保証協会からも支援も受けることが多い。地域金融機関と信用保証協会がより連携することで、両者の創業支援がより効果的になる可能性がある。創業支援において、それぞれの組織・団体には得意な分野がある。本稿の考察結果は、地域金融機関は、様々な組織と連携することで、より効果的に支援できる可能性を示している。

2.3. 開業率への影響の推定

表 4 で示されているように、地域金融機関の創業支援に対する企業側の評価と都道府県の開業率との間には正の相関がある。以下では、地域金融機関の創業支援の影響を厳密に確認するために、地域の創業に影響する要因をコントロールしながら、地域金融機関の創業支援が開業率に与える影響を回帰分析する。

回帰分析のサンプル期間は、2011 から 19 年度である。ただし、1 期のラグをとっている説明変数があるので、推定期間は 2012 から 19 年度である。企業アンケートの回答の約 75%の社歴が 5 年を超えている(2014 年以前に創業されている)。もし回答者が自分の経験に基づいて回答していると、回答結果に、創業後の最近の状況があまり反映されていない可能性もある。頑健性を確認するために、直近 5 年間(2015 から 19 年度)のサンプルでの推定も行う。

本稿の推定式は、以下の通りである。

$$Start = \alpha + \beta_1 POP + \beta_2 GDP + \beta_3 SUPPORT + prefecture + year + \varepsilon$$

左辺の Start は、各都道府県の開業率である。右辺の POP は人口(自然対数値)であり、GDP は一人あたりの県内総生産である。POP (人口)と GDP (一人あたり県内総生産)はコントロール変数であり、1 期前の値を用いている。人口が多い都道府県ほど、需要が多くなるので、将来の需要を見込んで創業が増えると予想できる。POP の係数はプラスになると思われる。一人あたりの県内総生産が大きい都道府県は、経済が活発であり、将来の需要が見込めるので、創業が増えると予想できる。GDP の係数はプラスになると思われる。しかし、一人あたりの県内総生産の小さい都道府県では、給与の高い就業機会が少ないので、自ら就業機会を増やすために、創業に積極的になる可能性もある。この場合、GDP の係数はマイナスになる。GDP の係数の符号は事前に予想できない。SUPPORT は、企業側からみた地域金融機関の創業支援に対する都道府県ごとの評価である。地域金融機関の創業支援が都道府県の開業率を増やすならば、SUPPORT の係数は有意にプラスになる。prefecture と year は、それぞれ個別効果と年次ダミーである。

本稿では、上記の式をパネル分析により推定する。各都道府県の SUPPORT の値はサンプル期間を通じて変化しないので、固定効果モデルでは推定できない。本稿では、変量効果モデルで推定する。標準誤差は、不均一分散修正標準誤差を利用している。データの記述統計量は、表5の通りである。

表6は推定結果を示している。列(1)から(3)が、2012 年度から 19 年度のサンプルの推定結果であり、それぞれ、創業支援の意欲の評価、能力の評価、体制の評価を説明変数に用いている。創業支援の意欲と能力、体制に対する企業側の評価の係数は有意にプラスであり、都道府県ごとの地域金融機関の創業支援の意欲や能力、体制に対する企業側の評価が高くなると、都道府県の開業率も高くなる。表6 からも、地域金融機関の創業支援が地域の創業に貢献していることが示されている。

表5 記述統計量

変数	サンプル数	平均	標準偏差	最小値	最大値
創業支援意欲	47	2.810	0.145	2.353	3.070
創業支援能力	47	2.733	0.154	2.408	3.047
創業支援体制	47	2.720	0.168	2.260	3.047
都道府県開業率					
2011~19年度	423	4.488	1.043	2.451	9.477
2014~19年度	282	4.508	1.127	2.451	9.477
人口 (自然対数値)					
2011~19年度	423	14.480	0.764	13.246	16.436
2014~19年度	282	14.477	0.769	13.246	16.436
一人あたり県内総生産	(単位:百万円)				
2011~18年度	376	3.701	0.787	2.460	7.939
2014~19年度	235	3.754	0.777	2.468	7.806

表6 推定結果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(2)	(9)
	2	2012~19年度	₩ ∀	2	2015~19年度	押以
	1.032***	0.991***	1.021***	***988.0	0.851***	0.865***
人口(目然对致恒,1期间)	(0.140)	(0.139)	(0.142)	(0.117)	(0.118)	(0.113)
	-0.628***	-0.653***	-0.653***	-0.129	-0.146	-0.120
一人のたり宗乃於王庠(1男問)	(0.217)	(0.233)	(0.227)	(0.116)	(0.114)	(0.117)
令 苯十十四十二	1.565*			1.372		
削未又按原飲	(0.834)			(0.969)		
		1.522**			1.239**	
引来又按能力		(0.637)			(0.594)	
			0.914*			0.615
剧来又 按冲则			(0.541)			(0.564)
業=°C / +	703	703	703	235	235	235
XX.///	51	67	t 0	200	200	507
Within R-squared	0.489	0.490	0.490	0.676	0.676	0.676
Between R-squared	0.416	0.412	0.378	0.487	0.483	0.457
Overall R-squared	0.430	0.427	0.401	0.533	0.530	0.511

括弧内は標準誤差。標準誤差は不均一分散修正標準誤差である。***、**、*は、それぞれ1%水準、5% 被説明変数は,都道府県の開業率。一人あたり県内総生産と人口(自然対数値)は1期前の値である。 水準、10%水準で有意であることを示している。年次ダミーと定数項は省略している。 列(4)から(6)が、2015 年度から 19 年度のサンプルの推定結果である。創業支援の能力の評価の係数のみが有意にプラスである。創業支援の意欲や体制の係数は有意でないので、これらの影響が弱くなりつつあることが示されている。創業支援の意欲があり、体制を整備しても、能力が高くないと、開業率が増えない可能性を指摘できる。また、約75%の回答は社歴が5年を超えている(2014年以前に創業)ので、回答者が自分の経験に基づいて回答していると、最近の創業支援の取り組みが回答結果にあまり反映されていない可能性もある。そのため、最近のサンプルでは、創業支援の評価が開業率に対して有意でないことも考えられる。

コントロール変数では、POP (人口) の係数は有意にプラスであり、GDP (一人あたり県内総生産) の係数は有意にマイナスである。人口が多く、一人あたり県内総生産が低い都道府県ほど、開業率が高い。人口が多いと、創業後の需要が見込めるので、人口が多い都道府県ほど、創業が活発になる。一人あたり県内総生産が小さいと、給与の高い就業機会が少ないため、自ら就労機会を作ろうとする意欲が高くなる。一人あたり県内総生産が小さい都道府県ほど、開業率が高くなる。

2.4.メインバンクの強みと創業支援の関係

表 7 は、メインバンクの強みに関する問 3 の 15 項目の回答結果を都道府県ごとに集計し、項目間の相関係数を示したものである。問 3 ⑭は「地域に新産業・事業を興そうとする姿勢」に対する評価である。この評価を、メインバンクの創業支援の意欲に対する評価とみなし、他の項目の回答結果との相関係数を導出する。これにより、創業支援に意欲的な金融機関は、どのような強みと強い関係があるのかを明らかにできる。⑭「地域に新産業・事業を興そうとする姿勢」は、他の項目の回答結果のほとんどと、1%水準で有意に正の相関がある。

問 3①から⑤がメインバンクの融資に対する都道府県ごとの評価であるが、相関係数が大きいのは、④「担保や保証に頼らず融資できる力」と⑤「事業内容や将来性を理解する力」である。創業企業は、担保になるような資産を保有していないので、地域金融機関は、事業内容や将来性を十分に理解して、融資や支援をする必要がある。新産業や事業を興そうとする意欲のある金融機関が多い都道府県ほど、担保や保証に頼らず融資できる力や事業内容や将来性を理解する力に対する企業側の評価が高くなる。

問 3⑥と⑦がメインバンクの融資以外の企業支援に対する評価であるが、⑦「有益な情報の提供」の相関係数は約 0.7 であり、大きい。新産業や事業を興そうとする意欲のある金融機関が多い都道府県ほど、有益な情報の提供に対する企業側の評価が高い。家森(2019)によると、創業企業は、資金繰りが悪化したときに、自分や家族の資金を追加投入するか、販売拡大の努力をすることが多い。新産業や事業を興そうとする意欲のある金融機関が有益な情報の提供において高く評価されているのは、金融機関が創業企業に販売拡大に必要な情報(新規顧客の紹介等)を提供して、創業企業を支援しているからだと考えられる。

問3®から⑩がメインバンクの顧客に対する姿勢の評価であるが、⑨「顧客に寄り添う姿勢」、 ⑩「顧客が窮状になった時の支援姿勢」との相関係数が大きい。創業期には、経営者も不安を

表7 メインバンクの強みと創業支援の意欲

		問3⑭
		新産業・事業を興そうとする姿勢
問3①	融資決定の速さ	0.6239***
問3②	提示する金利の低さ	0.5258***
問3③	融資可能額の多さ	0.6079***
問3④	担保や保証に頼らず融資できる力	0.6823***
問3⑤	顧客の事業内容や将来性を理解する力	0.7047***
問3⑥	融資以外の幅広い企業支援の力	0.6218***
問3⑦	有益な情報の提供	0.6903***
問3⑧	顧客への訪問頻度	0.4666***
問3⑨	顧客に寄り添う姿勢	0.7005***
問3⑩	顧客が窮状になった時の支援姿勢	0.6988***
問3⑪	行員・職員の能力	0.5478***
問312	店舗網	0.3647**
問313	地方自治体や専門家等の連携関係	0.8084***
問315	地域経済全体の利益を考える姿勢	0.8803***
		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·

^{***、**、*}は、それぞれ1%水準、5%水準、10%水準で有意であることを示している。

感じているし、多くの困難も経験する。新産業や事業を興そうとする姿勢に対する評価の高い金融機関は、顧客に寄り添い、窮状時にも支援するので、これらの項目の評価が高くなると考えられる。問 3⑪と⑫がメインバンクの融資や支援能力以外の能力に対する評価である。⑪「行員・職員の能力」と⑫「店舗網」の相関係数も有意であるが、係数の値は大きくない。

問 3[®]から[®]は、メインバンクの地域に対する姿勢への評価であるが、[®]「地方自治体や専門家等との連携関係」と[®]「地域経済全体の利益を考える姿勢」の相関係数は 0.8 を超えて大きい。新産業や事業を興そうとする姿勢の評価の高い金融機関は、自治体や専門家等との連携に積極的であり、地域経済を考える姿勢に対する評価も高い。表 4 の分析結果を踏まえると、他の組織・団体の創業支援の姿勢が熱心であれば、創業支援に意欲的な地域金融機関は、自治体や専門家等の他の組織や団体との連携に積極的になり、創業支援の能力や体制等の評価を向上させていく可能性が示唆される。

2.5.企業アンケートの分析のまとめ

この節では、企業アンケートの回答結果を都道府県ごとに集計して、地域金融機関の創業支援が地域の創業や経済に与える影響と、創業支援の評価の高い金融機関の特徴を考察した。地域金融機関の創業支援の意欲、能力、体制を高く評価している企業が多い都道府県ほど、企業は、創業や経済が活発であるとの印象を持ち、開業率も高い。さらに、回帰分析の結果からも、地域金融機関の創業支援の評価が高いと、実際の開業率が高くなることが確認された。本節の分析から、地域金融機関の創業支援は地域の創業に貢献していることが示された。

地域金融機関の創業支援に対する企業側の評価が高い都道府県ほど、他の組織・団体(都道府県、市町村、政府系金融機関、信用保証協会、商工会議所)の創業支援の姿勢も熱心であると評価されている。創業支援において、それぞれの組織・団体には得意な分野があるので、地域金融機関が他の組織・団体と連携することで、より効果的に支援できる可能性がある。本稿の考察結果は、その可能性を強く支持している。

メインバンクの強みに関する回答結果からは、創業支援に意欲的な金融機関の多い都道府県ほど、担保や保証に頼らず融資できる力と、事業内容や将来性を理解する力、有益な情報の提供に対する評価が高くなることが示された。創業企業は、担保になるような資産を保有していないので、地域金融機関が融資をする際には、担保や保証に頼らず、事業内容や将来性を理解する必要がある。創業支援においては、事業内容や将来性を理解することが必要になり、そのためには、事業性評価の定着や目利き力の向上が必要になる。創業企業は、資金繰りが悪化したときに販売拡大に努めることが多いので、創業支援に意欲的な金融機関ほど、販売拡大に必要な情報(新規顧客の紹介等)を提供していることが示された。さらに、創業支援に意欲的な金融機関ほど、自治体等との連携に積極的である。

- 3. 「現場からみた地方創生に向けた地域金融の現状と課題に関する実態調査」と「金融機関による創業支援に対する企業の意識調査」による分析
- 3.1.「現場からみた地方創生に向けた地域金融の現状と課題に関する実態調査」の概要と分析方法

この節では、経済産業研究所が実施した「現場からみた地方創生に向けた地域金融の現状と 課題に関する実態調査」(支店長アンケート)と企業アンケート(「金融機関による創業支援に 対する企業の意識調査」)の回答結果を比較して、地域金融機関の自己評価(自己認識)を企業 側の評価から裏付けてみる 6。これにより、地域金融機関の取り組みが、企業側からみて、金 融機関の融資や創業支援等の能力を向上させているかと、どのような取り組みが金融機関の能 力の向上や創業支援に有効であるかを明らかにできる。金融機関の活動に対するアンケート調 査を用いた先行研究は、金融機関側のアンケートか利用者(企業)側のアンケートのどちらか のみを用いている。本稿は、先行研究と異なり、金融機関と企業の両方のアンケートに基づい て分析する。これは、改善の余地はあるが、新しい試みである。さらに、都道府県ごとに整理 することで、各都道府県の特徴を捉えることができる。

支店長アンケートは、地域金融機関の事業性評価や目利き力、企業支援、地方創生への取り組みに対する自己評価を調査するために、2017年1月20日(発送)から2月22日まで実施した(2月22日到着分までを集計した)。調査対象は、地域金融機関の営業店舗の支店長であり、回答者数は2,858人(回収率41%)である。回答者の所属する業態は、以下の通りである。

 地方銀行
 第二地方銀行
 信用金庫
 信用組合

 22.1%
 11.9%
 52.4%
 13.8%

表 8 回答者の業態の割合(支店長アンケート)

本稿で利用する支店長アンケートの質問は、表 9 の通りである。問 13 ④は、事業性評価に対する自己評価であり、「貴支店が事業性評価にしっかりと取り組めている」が、どの程度あてはまるかを質問している。回答は、「強くあてはまる」、「ある程度あてはまる」、「ほとんどあてはまらない」、「全くあてはまらない」の 4 段階である。

問 15 は、支店の法人営業担当者に対する支店長の評価である。問 15 (1) は、「職員の能力の変化状況 (3 年前と比べた貴社内での変化)」に対する 5 段階の評価であり、「かなり向上」、「やや向上」、「横ばい」、「やや悪化」、「かなり悪化」から選択する質問である。問 15 (3) は、職員の目利き力を向上させるための取り組みや姿勢に関する質問であり、8 項目から該当するものを選択する。本稿では、⑦「目利き力は、個々の職員の個人評価において重要な項目としている」を用いる。ほとんどの地域金融機関は目利き力を重視しており、上司による個別指導

^{6 「}現場からみた地方創生に向けた地域金融の現状と課題に関する実態調査」の概要と回答結果は、家森他(2017)にまとめられている。

表9 使用する質問・回答(支店長アンケート)

	質問內容	選択肢
問134	貴支店は事業性評価にしっかりと取り組めている	4段階評価(「強くあてはまる」、「ある程度あてはまる」、「ほとんどあてはまらない」、「全くあてはまらない」、「わからない」から選択)
周15 (1)	職員の能力の変化状況 (3年前と比べた貴社内での変化)	5段階評価(「かなり向上」、「やや向上」、「横ばい」、「やや悪化」、「かなり悪化」から選択)
周15 (3) ⑦	職員の目利き力向上の取り組みや姿勢	8項目の中から選択(⑦「目利き力は、個々の職員の個人評価において重要な項目としている」)
周18②	融資判断における重視度:経営者の資質・やる気	5段階評価(「非常に重視する」、「重視する」、「少しは重視する」、「ほとんど考慮しない」、「考慮しない」、「わからない」から選択)
周187	融資判断における重視度:提供された保証・担保 の質	5段階評価(「非常に重視する」、「重視する」、「少しは重視する」、「ほとんど考慮しない」、「考慮しない」、「わからない」から選択)
問28 (1) ①	行員の業績評価のウエイトの状況:既存企業向け 貸出額及びその伸び	4段階評価(「非常に重要」、「ある程度重要」、「考慮するが参考程度」、「ほとんどゼロ」、「わからない」から選択)
周28 (1) ②	行員の業績評価のウエイトの状況:新規貸出先の 獲得及び新規先への貸出額	4段階評価(「非常に重要」、「ある程度重要」、「考慮するが参考程度」、「ほとんどゼロ」、「わからない」から選択)
周28 (1) ③	行員の業績評価のウエイトの状況:既存企業に対する経営支援への取り組み	4段階評価(「非常に重要」、「ある程度重要」、「考慮するが参考程度」、「ほとんどゼロ」、「わからない」から選択)
開35①	様々な考え方に対する共感:経営に問題を抱えた 企業を支えるのは金融機関の使命である	4段階評価(「強く共感(同意)」、「ある程度共感」、「ほとんど共感しない」、「全く共感しない」、「わからない」から選択)
開354	様々な考え方に対する共感:営業現場で事業性評 価の考え方は定着してきた	4段階評価(「強く共感(同意)」、「ある程度共感」、「ほとんど共感しない」、「全く共感しない」、「わからない」から選択)
開35⑨	様々な考え方に対する共感:金融機関は地方創生 に貢献すべきである	4段階評価(「強く共感(同意)」、「ある程度共感」、「ほとんど共感しない」、「全く共感しない」、「わからない」から選択)

や社内研修を行っている(回答者の75%以上が、これらの項目を選択している)。一方、目利き力を職員の個人評価における重要な項目としている金融機関は27.3%であり、それほど多くない。本稿では、目利き力向上のために熱心に取り組んでいることを表す指標として、⑦「目利き力は、個々の職員の個人評価において重要な項目としている」を選択した割合を用いる。

問 18 は、融資判断において、取引先の状況に関する 10 項目をどの程度重視しているかについての質問であり、「非常に重視する」、「重視する」、「少しは重視する」、「ほとんど考慮しない」、「考慮しない」の 5 段階で選択する。本稿では、10 項目のうち、②「経営者の資質・やる気」と、⑦「提供された保証・担保の質」を利用する。問 13④「貴支店が事業性評価にしっかりと取り組めている」で自己評価の高い(「強くあてはまる」や「ある程度あてはまる」を選んでいる)支店長ほど、問 18 では②「経営者の資質・やる気」を「非常に重視する」を選んでいた。一方、自己評価の低い(「全くあてはまらない」を選んでいる)支店長ほど、⑦「提供された保証・担保の質」を「非常に重視する」を選んでいた。問 18②「経営者の資質・やる気」と⑦「提供された保証・担保の質」の回答は、事業性評価の取り組みに対する自己評価でもある。

問 28 は、一般職員・行員の業績評価についての質問であり、(1) は 8 項目のウェイト状況を尋ねている。回答は、「非常に重要」、「ある程度重要」、「考慮するが参考程度」、「ほとんどゼロ」の 4 段階である。本稿で利用する項目は、①「既存企業向けの貸出額及びその伸び」、②「新規貸出先の獲得及び新規先への貸出額」、③「既存企業に対する経営支援への取り組み」の3 項目である。金融機関が組織として重視する項目は、一般職員・行員の業績評価の項目でも重視されるので、①から③の回答結果から、これらの項目を地域金融機関がどの程度重視しているかを判断できる。

問35は、金融機関に対する様々な考え方についての共感を尋ねた質問であり、「強く共感(同意)」、「ある程度共感」、「ほとんど共感しない」、「全く共感しない」の4段階で回答する。本稿では、10の考え方のうち、①「経営に問題を抱えた企業を支えるのは金融機関の使命である」と、④「営業現場で事業性評価の考え方は定着してきた」、⑨「金融機関は地方創生に貢献すべきである」の3項目を利用する。

本稿では、企業アンケートと同様の方法で、支店長アンケートの回答結果も都道府県別に集計する。都道府県Xの問 13④「貴支店は事業性評価にしっかりと取り組めている」の回答結果が、表 10 のようであるとする。

X県	χ_4	Х3	χ_2	<i>X</i> ₁	x_0
	る	はまる	はまらない	らない	
	強くあてはま	ある程度あて	ほとんどあて	全くあてはま	わからない

表 10 回答例(支店長アンケート)

ここで、xiは各回答を選んだ人数である。都道府県ごとの指標は、

$\frac{4 \times x_4 + 3 \times x_3 + 2 \times x_2 + 1 \times x_1}{x_4 + x_3 + x_2 + x_1}$

のように作成する。分子は、「強くあてはまる」と「ある程度あてはまる」、「ほとんどあてはまらない」、「全くあてはまらない」に、それぞれ、4 から 1 までの数値を掛けて、足し合わせている。この合計を「強くあてはまる」から「全くあてはまらない」までの回答数 $(x_4$ から x_1 までの合計)で割る。支店長が「事業性評価にしっかりと取り組めている」と考えていれば、「強くあてはまる」や「ある程度あてはまる」の回答が多くなり、「ほとんどあてはまらない」や「全くあてはまらない」の回答は少なくなる。事業性評価の取り組みに対する地域金融機関の支店長の自己評価が高い都道府県ほど、この指標は大きくなる。間 28 「個人の業績評価のウェイトの状況」と間 35 「様々な考え方に対する共感」も 4 段階での評価であるので、同様の方法で指標を作成する。間 15 (1) と間 18②と⑦の回答は 5 段階であるので、企業アンケートと同様に、最高評価に 5 点を掛けて、導出する。間 15 (3) ⑦は、⑦「目利き力は、個々の職員の個人評価において重要な項目としている」を選択した回答の都道府県ごとの割合である。これらの指標が大きい都道府県ほど、その都道府県の支店長の自己評価が高いことを意味している。

3.2. 支店長の自己評価と融資に対する企業側の評価

表 11 と表 12 は、支店長アンケートと企業アンケートの回答結果を都道府県ごとに集計した指標の相関係数である。表 11 と表 12 は、ある金融機関の支店長の自己評価と、その金融機関の融資先企業の評価の間の相関係数ではなく、ある都道府県の金融機関の支店長の自己評価(の平均値)と、その都道府県の企業の評価(の平均値)の相関係数を示している。支店長アンケートは、事業性評価や目利き力、地方創生等に対する地域金融機関の自己評価である。企業アンケートは、地域金融機関の取り組みに対する企業の評価である。両者を比較することで、地域金融機関の自己評価(自己認識)を企業側の評価から裏付けることができる。金融機関の活動に対するアンケート調査は複数存在しているが、これまでの研究では、金融機関側のみのアンケートか、利用者(企業)側のアンケートのみに基づいている。本稿では、金融機関と企業の両方のアンケートに基づいた分析をする。これは、新しい試みである。さらに、都道府県ごとに整理することで、各都道府県の特徴を捉えることができる。

表 11 は、企業アンケートの問 3「メインバンクの強み」と支店長アンケートとの相関係数を示している。表 11-1 は、企業アンケートのメインバンクの融資に対する評価(問 3①~⑤)と支店長アンケートの回答の相関係数である。回答間に正の相関(負の相関)があることは、ある都道府県の金融機関の支店長の自己評価(の平均値)が高い項目に対して、その都道府県の企業側の評価(の平均値)が高い(低い)傾向にあることを示している。

支店長アンケートの問 18⑦「融資判断時の重視度:保証・担保の質」は、企業アンケートの融資関係の評価(問 3①~⑤)と負の相関があり、ほとんどが 1%水準で有意である。ある都道府県の金融機関の支店長が融資判断時に提供された保証・担保の質を重視する傾向が強いほど、その都道府県の地域金融機関の問 3④「担保や保証に頼らず融資できる力」や⑤「事業内容や

表11-1 支店長の自己評価と融資に対する企業側の評価

		開3①	問3②	開3③	開34	開3多
		融資決定の速	提示する金利	融資可能額の	担保や保証に哲学は	事業内容や将サーは発生
		10	の低さ	10 M	関の多融画でおる力	米性を埋葬する力
周134	事業性評価の取り組み	0.0104	0.0799	-0.0079	-0.0240	0.0628
周15 (1)	職員の能力の変化	0.2205	0.0972	0.2581*	0.1019	0.1172
[周15 (3) ⑦	目利き力向上の取り組み・姿勢	0.0275	-0.0272	-0.0945	0.0075	-0.1115
周18②	融資判断時の重視度:経営者の資質・やる気	0.1713	0.2001	0.1856	0.1475	0.2137
周187	融資判断時の重視度:保証・担保の質	-0.2613*	-0.4875***	-0.4614***	-0.4178***	**6098.0-
周28 (1) ①	業績評価における既存企業向け貸出のウェイト	-0.1811	-0.1103	-0.2762*	-0.1876	-0.1911
開28 (1) ②	業績評価における新規貸出のウェイト	-0.0496	-0.1010	-0.0782	-0.1040	-0.2126
開28 (1) ③	業績評価における経営支援のウェイト	0.0698	0.0333	0.0842	0.0148	0.0136
開35①	経営支援の使命感への共感	-0.0102	0.1263	0.0719	0.1390	0.1516
開354	事業性評価の定着への同意	0.2060	0.0805	0.1515	0.0492	0.0464
開35@	地方創生への貢献への共感	0.1199	0.1231	0.1067	0.1781	0.0677

***、**、*は、それぞれ1%水準、5%水準、10%水準で有意であることを示している。

将来性を理解する力」に対する企業側の評価は低くなる。地域金融機関が収益性や健全性を確保するためには、融資判断の際に保証や担保を重視する必要があるが、その傾向が強くなりすぎると、融資関係の能力に対する企業側の評価が低くなることが強く示されている 7。

また、金融機関の支店長が融資判断時に提供された保証・担保の質を重視する傾向が強いほど、問3①「融資決定の速さ」と②「提示する金利の低さ」、③「融資可能額の多さ」の評価も低くなる。担保や保証が付いていれば、金利が低下し、多額の資金を借りられると思われるが、融資判断時に担保や保証を重視していても、金利や融資可能額に対する企業側の評価は低い。金融機関の支店長が担保や保証を重視すると、「担保や保証に頼らず融資できる力」や「事業内容や将来性を理解する力」だけでなく、融資関係の多くの項目の評価が下がるという結果が得られている。

問 18②「融資判断時の重視度:経営者の資質・やる気」は、融資関係の評価項目と正の相関があるが、相関係数の大きさは 0.1~0.2 であり、有意ではない。ある都道府県の金融機関の支店長の融資判断において経営者の資質・やる気を重視していても、その都道府県の金融機関の融資関係の能力に対する企業側の評価が高くなることは強く示されない。また、問 13④「事業性評価の取り組み」や問 15 (3) ⑦「目利き力向上の取り組み・姿勢」、問 35①「事業性評価の定着への同意」の回答も、企業アンケートの融資関係能力(問 3①~⑤)と有意な相関がない。金融機関側の事業性評価や目利き力向上への取り組みに対する企業側の評価について明確なことはいえないが、少なくとも高いとはいえない。

事業性評価や目利き力、融資判断における経営者の資質・やる気の重視は、創業支援において重要な項目になるが、本稿の考察から、地域金融機関のこれらの取り組みが融資関係の能力の企業側からの評価を高めることは示されていない。この理由としては、金融機関の取り組みが不十分であることが考えられるが、保証や担保に比べると、金融機関側の能力や取り組みを企業側が観察しにくかったり、客観的に評価できなかったりすることも考えられる。仮に金融機関の自己認識が金融機関の実態を正しく反映しているとすれば、良く取り組んでいる金融機関を企業が評価しやすいような評価指標を提供することが必要である。2016年に金融庁が制定した「金融仲介機能のベンチマーク」等の効果的な活用が考えられる。

問15(1)「職員の能力の変化」と問28(1)①「業績評価における既存企業向け貸出のウェイト」が問3③「融資可能額の多さ」と有意な関係にあるが、10%水準である。その他の質問については、企業側からみた融資関係の評価と有意な相関はない。

3.3.支店長の自己評価と融資以外の企業支援と顧客への姿勢に対する企業側の評価

表 11-2 は、支店長アンケートと企業アンケートのメインバンクの融資以外の企業支援に対 する評価(問 3⑥、⑦)との相関係数と、支店長アンケートと企業アンケートのメインバンク

⁷ あるいは、融資関係の能力に対する評価が高い金融機関でなければ、融資判断において保証 や担保の質を重視せざるを得ないとも考えられる。

支店長の自己評価と融資以外の企業支援と顧客への姿勢に対する企業側の評価 表11-2

_
7
アン
洲
Ä

			開3億	周3(7)	開38	周3@	開3⑩
			融資以外の幅	右米六連報の	間キランツ盟	闘多1-実11米	新年の報光認
			たい 企業 も接	の禁門や角甲	一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一	受い 同い 中国	がたいよう メルタ
			は、 よる り 力	提供	頻度	う姿勢	紫
ш <u></u>	開134	事業性評価の取り組み	0.1286	6980.0-	0.1310	0.0785	0.0798
╫	開15 (1)	職員の能力の変化	0.1609	0.0931	0.1833	0.0841	0.1113
•	開15 (3) ⑦	目利き力向上の取り組み・姿勢	0.0687	-0.0657	-0.0950	-0.2538*	-0.1024
	開18②	融資判断時の重視度:経営者の資質・やる気	0.3462**	0.3731***	*90520	0.2726*	0.2753*
	開18⑦	融資判断時の重視度:保証・担保の質	-0.3994***	-0.2118	-0.3520**	-0.2997**	-0.3687**
	開28 (1) ①) 業績評価における既存企業向け貸出のウェイト	-0.0697	0.0665	0.1292	-0.2659*	-0.1176
/	開28 (1) ②) 業績評価における新規貸出のウェイト	0.0845	-0.0614	0.0166	-0.2613*	-0.2441*
	開28 (1) ③) 業績評価における経営支援のウェイト	0.2852*	0.0084	0.2665*	0.0149	0.0294
	開35①	経営支援の使命感への共感	0.2090	0.2227	0.2610*	0.3098**	0.3559**
	開354	事業性評価の定着への同意	0.2280	-0.0825	0.2614*	0.0690	0.1267
<u> </u>	開35@	地方創生への貢献への共感	0.2324	0.2451*	6260.0	0.1411	0.1581
l ¹	44 444	7 + 1 + 1 + 1 + 200		1			

**、*は、それぞれ1%水準、5%水準、10%水準で有意であることを示している。

の顧客に対する姿勢についての評価(問3⑧~⑩)との相関係数である。

支店長アンケートの問 18②「融資判断時の重視度:経営者の資質・やる気」は、企業アンケートの融資以外の企業支援に対する評価(問 3⑥と⑦)と 1%水準で有意な正の相関関係があり、係数の大きさも 0.35 と 0.37 である。金融機関の支店長が融資判断において経営者の資質・やる気を重視する傾向が強い都道府県ほど、融資以外の支援力(有益な情報の提供も含む)に対する企業側の評価が高くなる。融資判断時に経営者の資質とやる気を重視している金融機関は、事業計画書の不備等で融資できない企業であっても、融資以外の様々な面から支援していると考えられる。

問 18⑦「融資判断時の重視度:担保・保証の質」は、問 3⑥「融資以外の企業支援の力」と 1%水準で有意な負の相関がある。融資判断において保証や担保の質を重視する傾向が強い都道 府県では、金融機関の融資関係の能力のみならず、融資以外の企業支援力の評価も低くなる。 この結果は、担保や保証が付いている場合、金融機関はリスクを負担しないので、融資判断において担保や保証を重視する金融機関ほど、融資以外の企業支援にも消極的になる傾向があることを示唆している。

問 13④「事業性評価の取り組み」と問 15 (3) ⑦「目利き力向上の取り組み・姿勢」、問35④「事業性評価の定着への同意」は、融資以外の企業支援の評価と有意な相関がない。問 28 (1) ③「業績評価における経営支援のウェイト」と問 35⑨「金融機関は地方創生に貢献するべきであるという意見への共感」は、それぞれ、問 3⑥「融資以外の支援力」と問 3⑦「有益な情報の提供」と有意であるが、有意水準は 10%である。それ以外の支店長アンケートの質問には有意な相関がない。

支店長アンケートの問 18⑦「融資判断時の重視度:担保・保証の質」は、問 3⑧「顧客への訪問頻度」や⑨「顧客に寄り添う姿勢」、⑩「窮状時の支援姿勢」と 5%水準で有意な負の相関がある。金融機関の支店長が融資判断時に担保や保証を重視する傾向が強い都道府県では、金融機関の顧客への姿勢に対する企業側の評価も低い。担保や保証が付いていると、金融機関はリスクを負担しないので、顧客の状態を把握するために頻繁に訪問することや、親身な対応、窮状時の支援に消極的になっている可能性がある。

問 18②「融資判断時の重視度:経営者の資質・やる気」は、顧客に対する姿勢の評価(問 3 ⑧~⑩)と、有意な正の相関がある。有意水準は 10%水準であるが、融資判断において経営者の資質・やる気を重視している金融機関は、頻繁に顧客を訪問し、親身に対応し、窮状時にも支援しようとする傾向が示されている。

問 13④「事業性評価の取り組み」と問 15 (3) ⑦「目利き力向上の取り組み・姿勢」、問 35 ①「事業性評価の定着への同意」の中では、問 35①「事業性評価の定着への同意」が問 38「顧客への訪問頻度」と、10%水準で有意な正の相関がある。問 3®「顧客への訪問頻度」はリレーションシップバンキングの指標に使われることが多く、訪問頻度が高いほど、リレバンへの取り組みが熱心であると評価される。支店長が事業性評価の定着に強く同意している都道府県ほど、金融機関の訪問頻度に対する企業側の評価が高くなることは、事業性評価の定着には頻繁

な訪問(リレバン)が必要であることを示している。また、企業アンケートの問 3®「顧客への訪問頻度」は、支店長アンケートの問 28(1)③「業績評価における経営支援のウェイト」と問 35①「経営支援の使命感への共感」とも、10%水準であるが、有意な正の関係がある。リレバンに熱心に取り組んでいる金融機関が多い都道府県ほど、事業性評価や経営支援に熱心に取り組み、保証や担保を過度に重視しない金融機関が多いことがわかる。

問 35①「経営に問題を抱える企業を支えるのは金融機関の使命であることへの共感」は、問 3⑨「顧客に寄り添う姿勢」と⑩「窮状時の支援姿勢」と、5%水準で有意な正の相関がある。現場の責任者である支店長の経営支援の意欲が高い都道府県では、金融機関の寄り添う姿勢や窮状時の支援姿勢に対する企業側の評価も高くなる。

問 28 (1) ①「業績評価における既存企業向け貸出のウェイト」と②「業績評価における新規貸出のウェイト」は、どちらも、問 3⑨「顧客に寄り添う姿勢」と、有意な負の相関がある。 10%水準であるが、金融機関が行員や職員に既存企業向けの貸出を重視させるインセンティブを与えていても、そのような金融機関の多い都道府県の企業は金融機関の寄り添う姿勢や窮状時の支援姿勢に高い評価を与えていない。問 28 (1) ②「業績評価における新規貸出のウェイト」は、問 3⑩「窮状時の支援姿勢」とも、10%水準であるが、有意な負の相関がある。金融機関が行員や職員に新規貸出を増やすようなインセンティブを与えていると、企業は、経営が悪化したときに支援を受けられないのではないかと不安を感じている可能性がある。

3.4.支店長の自己評価とその他の能力や地域への姿勢に対する企業側の評価

表 11-3 は、支店長アンケートの回答結果と、メインバンクの融資と企業支援以外の能力(その他の能力)に対する企業側の評価(問 3 ①、⑫)、地域に対する姿勢への評価(問 3 ③~⑤)との相関係数である。その他の能力(問 3 ①、⑫)と有意な相関のある支店長アンケートの回答は、問 15 (1)「職員の能力の変化」のみである。

支店長アンケート問 18②「融資判断時の重視度:経営者の資質・やる気」は、メインバンクの地域への姿勢に対する評価(問 3⑬~⑮)のすべてと有意に正の相関をしている。有意水準も 1%と 5%であり、相関係数も 0.3 を超えている。問 18⑦「融資判断時の重視度:担保・保証の質」が問 3億「新産業・事業を興そうとする意欲」と有意な負の相関関係にあることから、金融機関の地域に新産業・事業を興そうとする姿勢に対する企業側の評価の高い都道府県ほど、地域金融機関の支店長は、融資判断において、担保や保証ではなく、経営者の資質・やる気を重視する傾向が強く示されている。

問35⑨「金融機関は地方創生に貢献するべきであるという意見への共感」の回答は、地域に対する姿勢(問3⑬~⑮)と、10%水準であるが、有意な正の相関があり、相関係数も0.3に近い値である。地方創生に貢献するべきであるという意見に共感している支店長が多い都道府県ほど、金融機関が自治体等との連携や新産業・事業を興すことに積極的になり、地域経済の利益を考えて活動するので、金融機関の地域への姿勢に対する企業側の評価が高くなる。

問 35①「経営に問題を抱える企業を支えるのは金融機関の使命であることへの共感」も、企

表11-3 支店長の自己評価とその他の能力や地域への姿勢に対する企業側の評価

企業アンケート

			開3⑴	開3億	問3個	開3低	開3億
			分。维,。以		地方自治体や	新産業・事業	地域経済全体
			1] 具 . 無	店舗網	専門家等の連	を興そうとす	の利益を考え
			HE / J		携関係	る姿勢	る姿勢
	問134	事業性評価の取り組み	0.1573	0.0668	0.0320	-0.0133	0.0160
+	周15 (1)	職員の能力の変化	0.1954	*0.2680	0.2546*	0.0536	0.1597
	周15 (3) ⑦) 目利き力向上の取り組み・姿勢	-0.0165	0.2196	0.0867	0.0056	-0.0016
<u> П</u>	開18②	融資判断時の重視度:経営者の資質・やる気	0.1669	0.1367	0.3008**	0.3102**	0.4301***
K 1-	開18⑦	融資判断時の重視度:保証・担保の質	-0.1401	0.1182	-0.1952	-0.2513*	-0.2262
•	開28 (1) ①) 業績評価における既存企業向け貸出のウェイト	-0.2221	-0.0959	-0.1635	-0.1403	-0.1716
/ F	開28 (1) ②) 業績評価における新規貸出のウェイト	-0.1422	0.0534	9660.0-	-0.2450*	-0.2635*
	開28 (1) ③) 業績評価における経営支援のウェイト	0.0548	0.0191	0.0201	-0.1440	-0.0735
/	間35①	経営支援の使命感への共感	0.0828	0.1132	0.1928	0.2562*	0.2737*
	開35年	事業性評価の定着への同意	0.2087	0.0962	0.0927	0.0006	0.0662
	⑥98間	地方創生への貢献への共感	-0.1060	0.1505	0.2815*	0.2854*	0.2835*
		7 4 7 4 7 7 7 7 1 7 1 7 1 7 1 7 1 7 1 7		1			

***、**、*は、それぞれ1%水準、5%水準、10%水準で有意であることを示している。

業アンケートの問 3個「新産業・事業を興そうとする姿勢」や問 3個「地域経済全体の利益を考える姿勢」と、10%水準で有意な正の相関がある。創業期の企業は多くの困難に直面するので、取引を始めた企業を支援することに意欲的な支店長が多い都道府県では、金融機関の地域に新産業・事業を興そうとする姿勢に対する企業側の評価も高くなる。また、問題のある企業を簡単に切り捨てるのではなく、支えようとする金融機関の多い都道府県では、金融機関は、地域経済のことを考えていると評価されている。

事業性評価の取り組みと定着(問 13④、問 35①) や目利き力向上の取り組み(問 15 (3) ⑦) は、すべての項目と有意でなく、相関係数の値も 0 に近い。問 28 (1) ②「業績評価における新規貸出のウェイト」は、問 3④「地域に新産業・事業を興そうとする姿勢」と⑤「地域経済全体の利益を考える姿勢」と 10%水準で有意な負の相関がある。この結果は、金融機関が行員や職員に新規の貸出先を開拓するインセンティブを与えると、行員や職員は、新しい企業を育てるよりも、競合先の顧客を奪うことに注力しており、金融機関の新産業・事業を興そうとする姿勢や地域経済を考える姿勢に対する企業側の評価が低くなることを示唆している。

3.5. 支店長の自己評価と創業支援に対する企業側の評価

表 12 は、支店長アンケートと企業アンケートの創業支援の評価(問 10①~③)の相関係数である。支店長アンケートの問 18②「融資判断時の重視度:経営者の資質・やる気」は、創業支援に対する企業側の評価(問 10)と正の相関関係にある。特に、創業支援の意欲(問 10①)と体制(問 10③)の評価とは、5%水準で有意であり、係数の大きさも 0.3 を超えている。企業側からみて金融機関が創業支援に意欲的に取り組んでいる都道府県ほど、金融機関の支店長が融資判断において経営者の資質・やる気を重視する傾向がある。

ただし、創業支援の能力(問 10②)は、問 18⑦「融資判断時の重視度:担保・保証の質」と、10%水準であるが、有意な正の相関がある。内田・郭(2019)によると、創業企業の創業資金には自己資金が多く、運転資金には保証・担保付き融資が多い。この結果(担保・保証の重視と創業支援の能力の間の正の相関関係)は、この事実を反映している可能性がある8。

創業支援の能力(問 10②)は、支店長アンケート問 15 (3) ⑦「目利き力向上の取り組み・姿勢」と、10%であるが、有意な正の相関関係にある。支店長の目利き力向上への取り組みの自己評価が高い都道府県ほど、金融機関の創業支援の能力に対する企業側の評価も高い。第 2節の企業アンケートの分析結果(表 7)では、創業支援においては、事業内容や将来性を理解することが重要であり、そのためには、事業性評価の定着や目利き力の向上が必要になることが示されている。本節の支店長アンケートと企業アンケートの二つを用いた分析からも、創業支援において事業性評価や目利き力が必要になるという結果が得られている。

問 35⑨「金融機関は地方創生に貢献すべきであるという意見への共感」の回答は、創業支援

⁸ 保証・担保による債権の保全確保(問 18⑦)と既存顧客のモニタリング(問 28 (1) ①) は融資業務の基本といわれている。行員・職員が融資業務の基本をしっかりと身に付けている金融機関ほど、創業支援の能力も高くなっている可能性もある。

支店長の自己評価と創業支援に対する企業側の評価

			開10①	開10②	開10③	_
			創業支援意欲	創業支援能力	創業支援体制	_
	開134	事業性評価の取り組み	-0.1271	0.0808	0.0659	
#	開15 (1)	職員の能力の変化	0.0491	0.1075	0.1079	
X H	開15 (3) (2)	目利き力の向上の取り組み・姿勢	0.1208	0.2507*	0.1513	
П П	開18②	融資判断時の重視度:経営者の資質・やる気	0.3322**	0.2426	0.3440**	
K 1-	, 開18⑦	融資判断時の重視度:保証・担保の質	0.2384	0.2509*	0.2372	
` `	周28 (1) ①	業績評価における既存企業向け貸出のウェイト	0.1333	0.2859*	0.1611	
/ {	周28 (1) ②	業績評価における新規貸出のウェイト	-0.1136	-0.0064	0.0270	
	開28 (1) ③	業績評価における経営支援のウェイト	-0.0453	-0.0763	0.0054	
/	開35①	経営支援の使命感への共感	0.1823	0.0709	0.1239	
<u>-</u>	開354	事業性評価の定着への同意	-0.1947	-0.1398	-0.0853	
	開350	地方創生への貢献への共感	0.2503*	0.0825	0.1296	
		#				

***、**、*は、それぞれ1%水準、5%水準、10%水準で有意であることを示している。

の意欲(問 10①)と、10%水準であるが、有意な正の相関関係にある。表 11-3 と同様に、地方 創生に貢献するべきであると考える支店長が多い都道府県ほど、金融機関は創業支援に意欲的 であると企業側は評価している。創業支援に意欲的な金融機関ほど、現場の支店長も地方創生 に貢献するべきであると考えている傾向がある。

問 28 (1) ①「業績評価における既存企業向け貸出のウェイト」も、創業支援の能力(問 10 ②) と、10%水準で有意な正の相関がある。金融機関が、取引を始めた企業への貸出を重視するようなインセンティブを行員や職員に与えたり、既存顧客への融資や支援を通じて蓄積されたノウハウを創業支援にも活かしたりしていると、創業期に困難に直面した企業に対して効果的な支援をするので、創業支援の能力の評価が高くなる可能性もある。

3.6. 支店長アンケートと企業アンケートの分析のまとめ

第3節では、金融機関の支店長の自己評価(自己認識)と企業側の評価を比べることで、地域金融機関の取り組みが、金融機関の融資や融資以外の支援、創業支援等の能力を向上させているかと、どのような取り組みが地域金融機関の能力向上や創業支援に有効であるかを考察した。第3節の考察結果は、以下の通りである。

支店長が融資判断において担保や保証を重視する傾向が強いと、金融機関の「担保や保証に頼らず融資できる力」や「事業内容や将来性を理解する力」等の融資関係の能力だけでなく、融資以外の支援の能力や顧客への姿勢等の評価が低くなる。金融機関が収益性や健全性を確保するためには、融資判断の際に保証や担保を重視することはやむを得ないが、その傾向が強くなりすぎると、様々な能力が低下してしまう。

しかし、事業性評価や目利き力向上の取り組みに対する(金融機関の支店長の)自己評価が高く、融資判断時に経営者の資質・やる気を重視していても、(企業側からみた)融資関係の能力が向上することは示されなかった。この理由としては、金融機関の自己評価が過大であることが考えられるが、保証や担保に比べると、金融機関側の能力や取り組みを企業側が観察しにくかったり、客観的に評価しづらかったりすることも考えられる。もし金融機関の自己認識が実態を反映しているとすれば、良く取り組んでいる金融機関を企業が評価しやすいような評価指標を提供することが必要になる。なお、支店長が融資判断時に経営者の資質・やる気を重視する傾向が強くなると、金融機関の融資以外の能力や、顧客や地域に対する姿勢の評価は高くなる。

支店長が「事業性評価が定着している」に同意している金融機関は、顧客への訪問頻度の評価が高い。顧客への訪問頻度はリレーションシップバンキングの指標として使われることが多いので、リレバンに積極的な金融機関ほど、事業性評価が定着していると考えられる。事業性評価の定着には頻繁な訪問が重要であることを示唆している。

金融機関に対しては、「経営に問題を抱える企業を支えるのは金融機関の使命である」や「金融機関は地方創生に貢献すべきである」という意見がある。これらの意見に共感している支店長が多くなると、企業側は、金融機関は新産業・事業を興すこと(創業支援)に意欲的であり、

地域経済全体の利益を考えていると高く評価している。

創業支援に意欲的な金融機関ほど、融資判断において、担保や保証ではなく、経営者の資質・やる気を重視している。創業時には担保になるような資産を保有していないので、創業支援に意欲的な金融機関では、支店長が融資判断において経営者の資質・やる気を重視している。中小企業庁中小企業政策審議会金融小委員会が 2022 年 6 月にまとめた報告書では、創業時における経営者保証を求める慣行が問題視されているが、本稿の考察結果はそうした政策的な問題意識を裏付けているともいえる。

創業支援に対する企業側の評価が高い金融機関では、目利き力向上への取り組みや姿勢に対する支店長の自己評価も高い。目利き力が高い金融機関は、創業企業の事業内容や将来性を正しく理解できるので、創業支援の能力が高くなる。現状では、創業資金には自己資金が多く、運転資金には保証・担保付き融資が多いという傾向があるが、保証や担保に頼らずに融資できるように、創業支援においても事業性評価の定着や目利き力の向上が必要になる。また、支店長が「金融機関が地方創生に貢献するべきだ」という意見に強く共感していると、金融機関の創業支援の意欲に対する企業側の評価が高くなる。

4. まとめ

本稿は、「金融機関による創業支援に対する企業の意識調査」(2020年12月)の回答結果を利用して、地域金融機関の創業支援が地域の創業に貢献しているかどうかと、創業支援に意欲的な金融機関の特徴を明らかにした。さらに、「現場からみた地方創生に向けた地域金融の現状と課題に関する実態調査」(2017年1月)の回答結果と比較することで、創業支援に必要な取り組みに対する金融機関の自己評価(自己認識)と企業の評価の関係を明らかにして、どのような取り組みが金融機関の能力の向上や創業支援に効果的であるかを明らかにした。

地域金融機関の創業支援に対する企業側の評価の高い都道府県の開業率は高いので、地域金融機関の創業支援は地域の創業に貢献しているという結果が得られた。また、地域金融機関が他の組織・団体(地方自治体や政府系金融機関、信用保証協会、商工会議所等)と連携することで、より効果的な支援ができることも示された。創業企業を増やすためには、地域金融機関が創業支援に力を発揮できる環境を整備したり、他の組織・団体との連携を強化したりするような政策が必要になる。

創業支援に意欲的な地域金融機関の特徴は、担保や保証に頼らず融資できる力と、事業内容 や将来性を理解する力、有益な情報の提供に対する評価が高いことである。創業企業は、担保 になるような資産を保有していないことが多いので、創業企業に融資をする際には、事業性評 価や目利き力が必要になる。また、創業企業は販売拡大に努めようとすることが多いので、創 業支援においては、融資のみならず、販売拡大に必要な有益な情報(新規顧客の紹介等)の提 供等も必要になる。

創業支援においても事業性評価や目利き力が重要になるが、これらの能力を向上させる取り 組みを金融機関も行っている。本稿では、これらの取り組みに対する金融機関(支店長)の自 己評価と企業側の評価を比較する分析も行った。支店長が融資判断において担保や保証を重視する傾向が強いと、金融機関の融資関係の能力のみならず、融資以外の支援能力や顧客への姿勢等の評価が低くなることが示された。

一方で、事業性評価や目利き力向上の取り組みの(金融機関の支店長の)自己評価が高く、融資判断時に経営者の資質・やる気を重視する傾向が強くても、(企業側からみた)融資関係の能力が向上することは示されなかった。もし企業側が金融機関側の能力や取り組みを十分に観察できないのであれば、企業が評価しやすいような評価指標を作成することも必要になる。なお、事業性評価の定着には顧客への頻繁な訪問が重要である。

創業時には担保になるような資産を保有していないので、支店長が、融資判断時に担保や保証の質ではなく、経営者の資質・やる気を重視している金融機関ほど、創業支援に対する企業側の評価が高くなる。

担保や保証に頼らずに創業支援をするためには、事業内容や将来性を正しく理解する必要があるので、目利き力を向上させる必要がある。創業支援に対する企業側の評価が高い金融機関では、目利き力向上への取り組みや姿勢に対する支店長の自己評価も高かった。ただし、事業性評価の取り組みに対する支店長の自己評価と創業支援に対する企業の評価の間には有意な関係がなかった。創業企業を増やすためには、地域金融機関が創業支援に力を発揮できる環境を整備したり、支援したりすることが必要であるが、その中でも、事業性評価の定着や目利き力の向上への支援が重要である。

以上が本稿の主要な結論であるが、本稿の課題は以下の通りである。本稿では、アンケートの回答結果を都道府県別に集計しているので、ある業態のシェアが高い都道府県の評価は、その業態の評価を強く反映している可能性がある。金融機関の顧客や営業地域、業務内容は、業態によって異なっているので、創業支援や事業性評価、目利き力等に対する取り組みも、業態によって異なっている可能性がある。都道府県の特徴が、その都道府県の主要な業態の特徴に偏っている可能性がある。業態別・都道府県別の分析を行うことは、今後の課題である。

また、本稿で用いた企業アンケートは、アンケート時に存続している企業を対象にしているが、金融機関から支援を受けながらも創業できなかった個人や、創業から数年後に倒産した企業を対象にしていない。創業に成功した企業の評価は反映されているが、失敗した企業の評価は反映されていないので、地域金融機関の創業支援に対する評価が高くなる可能性がある。創業を諦めた個人や創業後に倒産した企業の評価を反映させた分析も今後の課題である。

参考文献

内田浩史・郭チャリ(2019)「日本の創業企業と創業金融の実態」、RIETI Discussion Paper Series 19-J-007。

岡室博之・小林伸生(2005)「地域データによる開業率の決定要因分析」、RIETI Discussion Paper Series 05-J-014。

- 黒瀬誠・大塚章弘(2007)「産業別の開業率に対する地域要因の影響―47都道府県データによる製造業とサービス業との比較分析―」、『地域経済研究』(広島大学)第18号、pp19-33。
- 小林伸生(2003)「地域における開業率規定要因に関する一考察」、『経済学論究』(関西学院大学) 第 57 巻、pp.59-86。
- 式見雅代(2012)「企業の創出、規模と銀行間経営」、『地域経済研究』(広島大学) 第 23 号、pp.43-60。
- 杉山敏啓(2018)「地域の金融競争度の評価と事業所活力への影響」、『経済科学論究』(埼玉大学経済学会)第15号、pp.37-50。
- 土屋大二郎 (2003)「開業率低下と事業所数減少の要因に関する統計的考察―クロス・セクション・データ(県別統計)による分析―」、『産業経済研究所紀要』(中部大学)第13号、pp.133-158。
- 土屋大二郎(2004)「わが国の事業所数減少の金融要因に関する考察」、『産業経済研究所紀要』 (中部大学) 第 14 号、pp.95-112。
- 播摩谷浩三・尾崎泰文 (2017)「地域金融機関の競争環境が事業所の開廃業に与える影響」、 RIETI Discussion Paper Series 17-J-047。
- 播摩谷浩三・尾崎泰文 (2019)「地域金融機関の再編が地域経済に与える影響―市区町村レベルの地域銀行の店舗データを用いた検証―」、RIET Discussion Paper Series 19-J-070。
- 本庄裕司(2002)「新規参入と退出の計量分析」、『日本経済研究』第 44 号、pp.106-121。
- 家森信善(2019)『信用保証制度を活用した創業支援―信用保証協会の役割と金融機関連携―』 中央経済社。
- 家森信善・相澤朋子・海野晋悟・小川光・尾﨑泰文・近藤万峰・高久賢也・冨村圭・播磨谷浩三・柳原光芳(2017)「地方創生に対する地域金融機関の営業現場の取り組みの現状と課題—2017年・RIETI 支店長アンケートの結果概要—」、RIETI Discussion Papers Series 17-J-044。
- 家森信善・永田邦和・近藤万峰・奥田真之(2021)「地域金融機関の取り組みは地域の創業を増やせるのか―金融機関による創業支援に対する企業の意識調査―」、RIEB Discussion Paper Series No.DP2021-J06。
- 吉村弘(2000)「都市規模と事業所の開業率・廃業率」、『地域経済研究』(広島大学) 第 11 号、pp.45-62。
- Boot, A. W. A. and Thakor, A. V. (2000) "Can Relationship Banking Survive Competition?" Journal of Finance, Vol.55, pp.679-713.
- Petersen, M. A. and Rajan, R. G. (1995) "The Effect of Credit Market Competition on Lending Relationships," Quarterly Journal of Economics, Vol.110, pp.407-443.
- Rogers, T. M. (2012) "Bank Market Structure and Entrepreneurship," Small Business Economics, Vol.39, pp.909-920.