

## 金融機関との関係構築が中小企業の業績に与える効果

日本政策金融公庫総合研究所 深沼 光  
日本政策金融公庫総合研究所 藤田 一郎

本研究では、金融機関とのリレーションシップの構築が中小企業の業績にどのような効果を与えているのかについて実証分析を行った。具体的には、「10年前」から「現在」にかけての金融機関への相談頻度の変化をリレーションシップの強さを示す指標と捉え、業績の傾向との関係を探った。

分析ではまず、最近10年の間にどのような中小企業が金融機関への相談頻度を高めたのかを検証した。もともと業績のよい企業に対して金融機関がアプローチを行った結果、相談頻度が高まった可能性も否定できないためである。そのうえで、金融機関への相談頻度が現在の業績の傾向にどのような効果をもたらしているかを検証した。分析の結果明らかになったのは以下の3点である。

第一に、「10年前」の業績の傾向と、「10年前」から「現在」にかけての金融機関への相談頻度の変化に有意な関係は観察されなかった。もともと業績が好調だった企業もそうでない企業も、金融機関への相談頻度が高まった企業が一定数存在する。これは、本研究における「相談」が、必ずしも金融機関から業績好調の企業に対して持ちかけられたものではないということの意味する。

第二に、「10年前」の時点で金融機関を除く外部支援機関の多くに経営の相談を行っていた企業ほど、「現在」にかけて金融機関への相談頻度が高まっているという傾向が確認された。この10年の間に、企業からみた金融機関の位置付けが変化し、単なる資金供給元ではなく経営課題の相談先としての存在感が高まってきていることを示唆している。

第三に、この10年の間に金融機関への相談頻度が高まった企業はそうでない企業に比べて、「現在」の業績の傾向が良好にあるということがわかった。特に、「10年前」の業績の傾向が良くなかった企業において、この傾向が強く観察された。リレーションシップバンキングの推進は、金融機関との関係構築が企業の立て直しにおいてより効果的であった可能性がある。

リレーションシップの構築は企業にメリットをもたらす。特に中小企業の業績を立て直すうえで、金融機関の果たす役割は大きい。こうした事実を金融機関、企業双方が認識し、今後ますますリレーションシップを深化させていくことが期待される。