

地域金融機関の経営指導能力の測定指標について

京都大学大学院生 吉原清嗣

本論は地域金融機関の中小企業を開発・育成する能力を測定しようとするのが目的である。

今日の地域金融機関は、中小企業の育成資金供給者としての役割にとどまらず、長期的な取引関係を通じてコンサルティング機能を発揮し、顧客企業の事業拡大や経営改善等を支援していくことが求められている

このような考え方に立脚するならば、地域金融機関の「評価」は顧客企業の発展にどれだけ貢献したかによって行われるのが自然である。地域金融機関は、自らの存在意義を、顧客である中小企業の業績が長期的にどのように改善していったかによって示すことができるはずであり、このような目的と合致した評価指標を活用することが望ましいはずである。

つまり、どの金融機関が資金提供したかによって企業の成長が左右されるという考え方なのである。地域金融機関は、単なる資金供給者ではなく、顧客企業のガバナンスの一翼を担う存在として、経営アドバイスやリスクマネジメントを支援することで、そうではない場合と比べて顧客企業の成長可能性を高めることが期待されているのである。しかし、現状の主要評価指標には、このような考え方を反映したものが含まれていない。

整理すると、貸出先を選別する力を有するものと貸出先を育成する力を有するものの二つに分かれる。どちらも企業に資金を提供する活動であるがその内容と効果は全く違う。

新指標とは、当該金融機関の担当する中小企業の経営指標の平均値と全国の中小企業の経営指標の平均の差分と定義付けられている。これは全国平均との差異の強弱で、かつ上方へ導いている金融機関の評価するものである。

つまり、今まで目に見えにくかった活動の成果物を表すのが地域金融機関の新指標のベースとなる。新指標の概念は金融機関自身から発信されたものではなく、担当する企業の業績指標の改善の度合いでもって、その金融機関を評価するところに特徴がある。極めてシンプルで、単なるツール（道具）ではなく主体的に使いこなせると考える。従来の指標の問題点は担当企業への貢献については間接的にしか見ることができないと考える。

地域金融機関と中小企業発展とは実は大いに関係していたのかもしれない。その効果の測定と利用法が不明確であったのかもしれない。これをはっきりさせるのが目的である。

最大のメリットは得られた数値を従来の指標に加えて公表することにより利用者に対し今以上の信頼関係と活動の品質保証が可能となる。

営利株式会社金融機関と非営利協同組織金融機関、大型広域金融機関と小型狭域金融機関の評価方法にも平等な評価が可能となる。メガバンクの中小企業部門との比較も可能となる。特に協同組織金融機関については税制優遇の裏付けとなる。