

I. 経緯

<平成 15~18 年度>

I. リレーションシップバンキングの機能強化に関するアクションプログラム (平成 15 年 3 月)

II. 地域密着型金融の機能強化の推進に関するアクションプログラム (平成 17 年 3 月)

平成 15~16 年度の 2 年間 (集中改善期間) 及び平成 17~18 年度の 2 年間 (重点強化期間) において、中小企業の再生と地域経済の活性化を図るための取組みを推進することにより、不良債権問題も解決しつつ、地域密着型金融の推進を図る。

地域密着型金融の推進を時限プログラムから恒久的な枠組みへ

<平成 19~22 年度>

・金融審議会 金融分科会 第二部会報告書 (平成 19 年 4 月 5 日)

○ 地域金融機関には、地域密着型金融のビジネスモデルの確立・深化が必要

○ 地域金融機関に共通して求める内容は、以下の 3 分野

- ① ライフサイクルに応じた取引先企業の支援の一層の強化
- ② 事業価値を見極める融資手法をはじめ中小企業に適した資金供給手法の徹底
- ③ 地域の情報集積を活用した持続可能な地域経済への貢献

○ 地域密着型金融の推進に当たっては、金融機関の自由な競争、自己責任に基づく経営判断の尊重、地域の利用者の目を通じたガバナンスを基本

⇒ 監督指針に盛り込み、恒久化 (平成 19 年 8 月 監督指針の改正)

II. 課題及び改善の方向性

1. 地域密着型金融の推進は、顧客企業との長期的な取引関係を前提とした取組みであり、その成果を短期間で金融機関の財務の健全性や収益力の向上に結びつけることは難しい場合が多い。

⇒ 経営陣が主導性を発揮し、地域密着型金融を「顧客基盤の維持・拡大、収益力・財務の健全性の向上に不可欠なビジネスモデル」として明確に位置づけ、「中長期的な視点に立って」「組織全体として」「継続的に」推進していくことが重要

2. 金融機関の営業店の業績管理が短期間で行われていることもあって、営業現場では、「短期的」な「量」重視に偏りやすくなっている。金融機関は、当局に対する取組み実績の報告や開示を意識するあまり、網羅的な実績作りに陥りがちな面がある

⇒ 地道な企業訪問や経営相談・指導等、短期的な効果の測定が必ずしも容易でない継続的な取組みに関する姿勢や活動を評価・推進していくための工夫が必要

また、行政の関与についても、地域金融機関による自主性・創造性を発揮した取組みを促進するための工夫が必要

3. 地域金融機関は、人材やノウハウの面から、顧客企業に対し十分なソリューションを必ずしも提案できていない。各業種に関する知識の吸収等ノウハウの底上げが必要

一方、顧客企業の創業、成長、経営改善・再建のためには、まずは、当該企業の経営者自身が明確なビジョンをもって自ら主体的に取り組むことが重要

⇒ 専門的人材の育成 (目利き能力、ソリューション提案力の向上)、本部による営業店支援、外部専門家・外部機関等との効果的な連携を図ることにより、顧客企業のライフステージに応じたコンサルティング機能を具体化していくことが重要

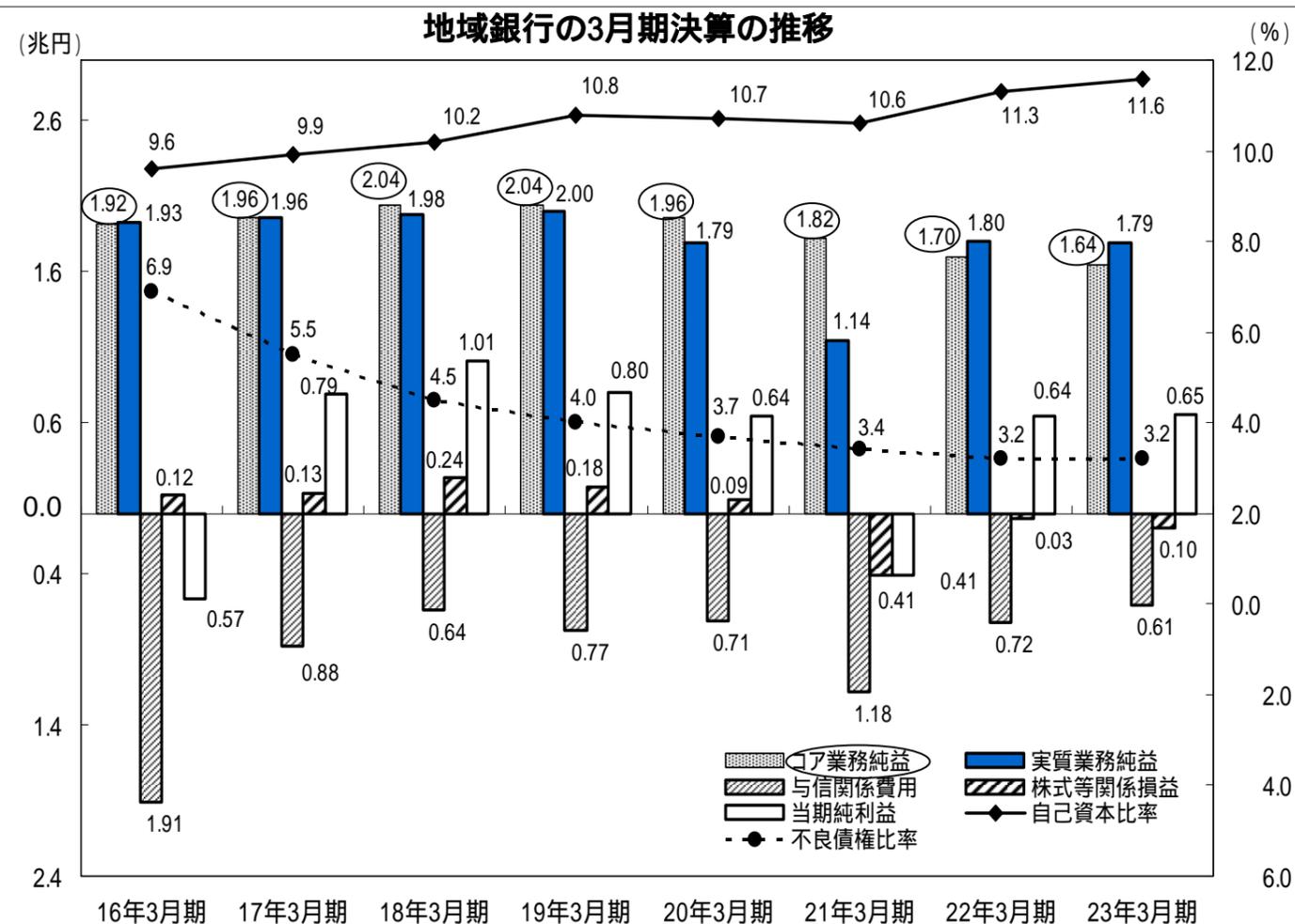
⇒ その際、顧客企業の経営者による課題認識と主体的な取組みを促すとともに、ソリューションの策定に際し顧客企業と認識の共有を図ることも必要

4. 顧客企業の発展のためには、地域や広域の活性化策の中に、当該企業や取引先を戦略的に位置づけ支援することが有益

⇒ 地方公共団体・中小企業関係団体等との連携、特に地方公共団体等が主導する計画的で継続的な取組み (地域活性化プランの策定・実施等) への参画・連携が重要

5. 単なる金利の高低では計れない地域密着型金融のメリット (コンサルティング機能の提供等) を地域の利用者に広く理解してもらう必要

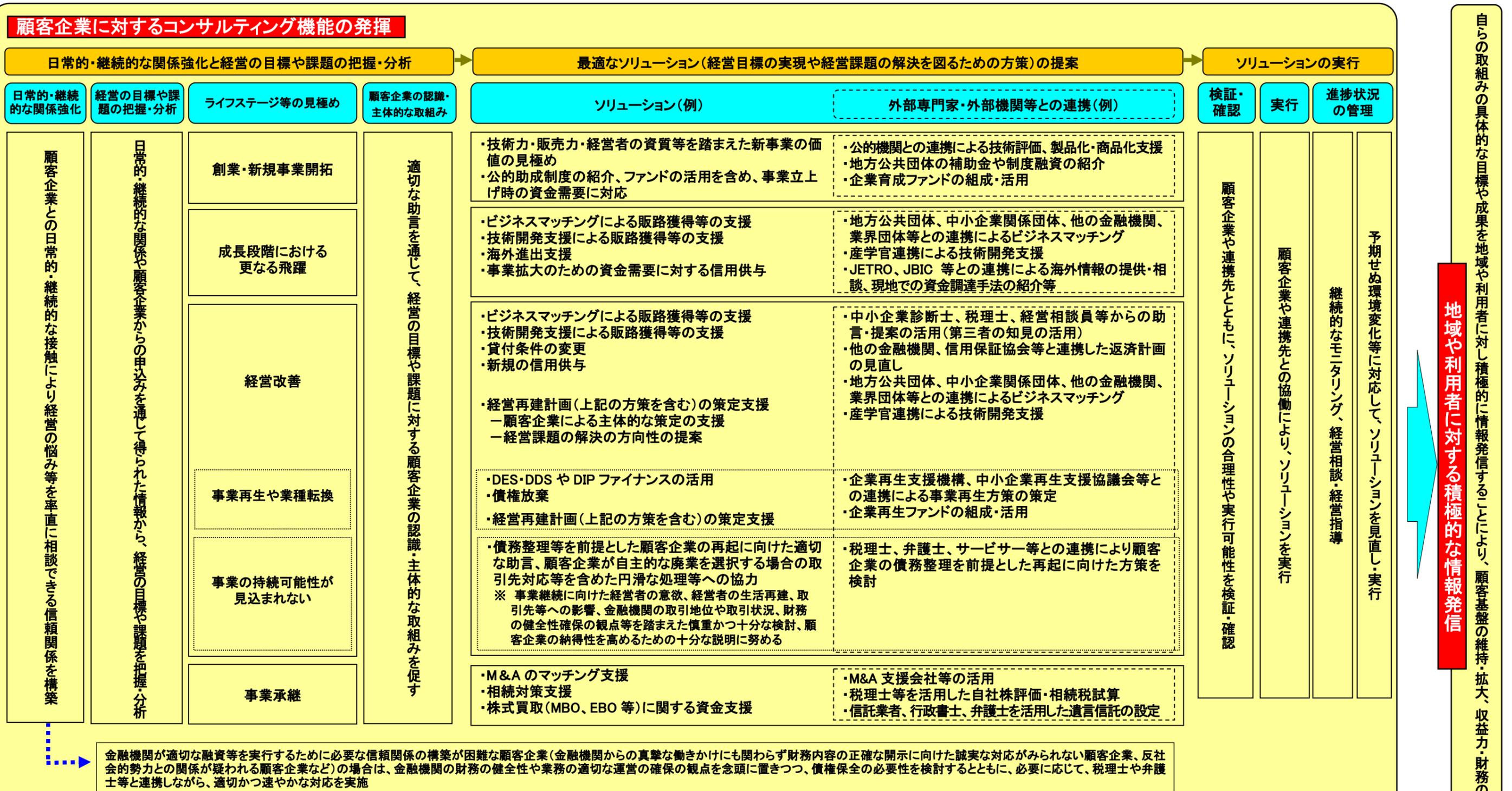
⇒ 地域金融機関による積極的な情報発信・PRが必要。金融機関の創意工夫により、利用者が興味や関心を持てる具体的で分かりやすい内容を発信することが重要



# 地域密着型金融の推進に関する監督指針の改正（平成23年5月16日）

## II. 監督にあたっての基本的考え方 — 地域密着型金融の目指すべき方向

◎ 地域密着型金融をビジネスモデルとして確立 { 自らの規模や特性、利用者の期待やニーズ等を踏まえて自主性・創造性を発揮しつつ、中長期的な視点に立って組織全体として継続的に推進  
 経営陣が主導性を発揮し、推進態勢を整備・充実(本部による営業店支援、外部機関等との連携、職員のモチベーション向上に資する評価、人材育成・ノウハウの蓄積等)



自らの取組みの具体的な目標や成果を地域や利用者に対し積極的に情報発信することにより、顧客基盤の維持・拡大、収益力・財務の健全性の向上につなげる

地域や利用者に対する積極的な情報発信

### 地域の面的再生への積極的な参画 … 成長分野の育成、産業集積による高付加価値化等に向けた地域の取組みへの積極的な参画

- ・利用者や地域の関係機関との日常的・継続的な接触により、地域情報を収集・蓄積
  - ・地域経済の課題や発展の可能性等を把握・分析し、自らが貢献可能な分野や役割を検討
- [地域の面的再生に向けた貢献策の例]
- ・地方公共団体による地域活性化に関するプロジェクトに対し、情報・ノウハウ・人材を提供
  - ・地方公共団体や中小企業関係団体等の関係機関と連携しながら地域的・広域的な活性化プランを策定し、その中に顧客企業を戦略的に位置づけ、支援