

「温泉地を見れば本気度がわかる」

多胡秀人
2016/11/3

病気で自宅療養になる前は一年のうち半分以上、日本中を回っていました。その時の経験から、「温泉地の実態がその地域の金融機関の姿勢のバロメーター」という思いを持っています。最近では外国人観光客の急増で変化が起こっているようですが、このバロメーターに誤差はないように思います。

地方に行きますと、地元資本の旅館ホテルやゴルフ場などがどうなっているか、必ずヒアリングをします。ファンドや外国資本になった観光施設の話、また技術のある企業が中国資本になった話などに注目します。その過程で地元の金融機関がどのようなスタンスを取ったかを詳しく聞くことで、当該地域の金融機関の地域再生・地域活性化の本気度を判断するのです。

四国の有名温泉地では地元資本のホテル旅館のすべてを地元金融機関がタッグを組んで支えていますし、九州でも著名な観光地において同様の図式が見られます。その一方で東北の某老舗温泉地では、旅館やホテルのほとんどが破綻し、その多くが外国資本やファンドの経営に変わってしまっているとの実態に遭遇し、愕然としました。

また政令都市であっても地元資本のホテルがすべて消滅する一方で、東京の大手金融機関がバブらせて逃げた地元資本のホテルを、地元地銀が見事に再生させた事例もあります。地域金融機関の姿勢、すなわち地域に対する責任感と矜持でかくも大きな違いが生じるのです。

さて、10/21に金融庁が発表した金融行政方針で、金融庁は地域金融機関に対して、「顧客本位の持続可能なビジネスモデル」への転換を強く求めています。

金融庁は地域金融機関との間で「ベスト・プラクティスに向けた対話」をおこない、金融機関に対して「顧客本位の取組みの自主的な開示を求める」こととなります。筆者はここが今回の金融行政方針のキモの部分だと考えています。

金融機関は、いままでのような「地域のために」云々という薄っぺらな美辞麗句ではなく、中身のある組織的で継続的な取組み(それも数値=ベンチマークに裏付けられた)の地域への発信が求められるでしょう。

地域の顧客(=金融サービスの利用者)は、開示された「顧客本位の取組み」をチェックすることで、取引金融機関を選ぶことになるのです。そして自己中心の金融機関は、顧客からそっぽを向かれて捨てられるのです。

金融庁の役割は、地域利用者からのパブリックプレッシャーのためのインフラづくりです。金融庁は黒子ということですね。

地元温泉地の苦戦を見ても傍観者的態度を取り続け、業況が悪くなったらさっさと融資の回収に入るような金融機関は、地域顧客から総スカンになります。多くの雇用を抱えながらも不振を極める地元企業に事業再生の支援もせず、隣県の優良企業や都市部の大企業への融資にだけ熱心な金融機関は、地元で預金も集まらなくなるでしょう。

「これからは金融庁を見るのではなく、地域のお客様の方をしっかりと見てください。」

先月の地域銀行のトップの集まりでの金融庁の幹部の言葉です。頭取たちはどういう思いで聞いたのでしょうか。

(了)

★ 追伸:

筆者の論考、

「地域金融機関に強く変革を迫る『金融行政方針』」

が週刊金融財政事情の11月7日号に掲載されております。