

「内製化の規制緩和を求める前にやることもある」

多胡秀人
2018/2/15

金融機関が自身の保有する遊休不動産の活用の観点から不動産賃貸業務をおこなうという規制緩和の議論が熱を帯びています。

収益環境の厳しい状況下、ここから、さらに踏み込んで、「地域内の他業種への参入」という規制緩和を切望する動きが、一部の地域金融機関にあるとの話も聞こえてきます。

かつて葬祭事業に参入しようと真剣に検討した(行政に打診した?) 協同組織金融機関があったという話(都市伝説?)もあります。「農協が葬祭事業を取り扱えられて、同じ協同組合組織なのに我々はなんでできないの?」といった論点だったようです。

地域金融機関が地域内で他業に参入することは、率直な物言いをさせてもらえば、地元の他業種の商売の機会を収奪することに他なりません。

金融機関の本店建物内に美味しい食堂や喫茶店があると従業員が外に出なくなり、近隣の飲食店が潰れるということをよく聞きます。

公共施設である某区役所(豪勢な建物です)の展望付きの食堂が美味しくて外からたくさんの方がくるという話は、民業圧迫としか思えません。こういう趣旨のテレビ報道を見て、如何なものかと思いました。

某温泉地の有名旅館が遊興施設などをすべて内製化したため、温泉街の遊興施設や軽食業者が閑古鳥状態になって困ったという話も、根底にあるものは同じです。

その一方で、

グローバル企業であるコマツの創業の地・小松市にある研修所内には、宿泊も食事の設備もなく、研修や会議のために研修所を訪れた人達は周辺のホテルや飲食店や地元のケイタリングサービスを利用するとのことでした。

また、昨年 3 月、関東財務局主催のリレバンシンポジウムでパネリストとして登壇した、株式会社ひびき・日疋好春社長は以下の通り、発言しました。

「金融機関からは 10%の経常利益を出せるでしようと言われるが、8%で頑張っている意味を理解して欲しい。実際の仕入先などもみてもらいたい。ボールペン 1 本買うにしても、地元の企業を優先するという、地方創生を考えた利益の出し方を地元の企業はしなければならないし、金融機関もそういう見方になれば、地域を支える金融機関と地域を支える企業の関係になれるのではないかと考える。」(関東財務局の HP より)

コマツも(株)ひびきも、地元事業者との「共通価値の創造」(creating shared value)を重視していることは明快です。

さらに、日疋社長の主張は「地域金融機関もこういう考え方を徹底すべきではないか」というものです。異論をはさむ余地はありません。昨年 3 月の当該シンポジウムの聴衆の大宗は地域金融機関の関係者でしたが、日疋社長の発言に会場が静まり返ったことを思い出します。

これらの話から導き出されることは、

他業種の事業を内製化するような規制緩和を求める前にやるべきことがあるということです。

「金融機関がリレーションシップバンキングの機能の一環として行うコンサルティング業務等取引先への支援業務が付随業務に該当することを明確化するとともに、その際、中小企業等顧客保護や法令等遵守の観点から図るべき態勢整備の内容を規定した。」

これは、2003 年 6 月の金融庁が発表した「預金取扱い金融機関のガイドラインの変更」の骨格となる部分(原文通り)です。これは当時としても、かなり踏み込んだ実質的な規制緩和です。

この時の経緯は橋本卓典さんの「捨てられる銀行」(講談社新書、2016 年)に詳しく書かれています。

このガイドライン変更があるからこそ、金融機関はコンサルティングなどの本業支援が大手を振って行えるようになり、南日本銀行(鹿児島)や豊和銀行

(大分) のように取引先の商品やサービスの販路拡大の支援に注力できるのです。

顧客の取り扱う商品サービスの販路拡大を支援することで、当該顧客の売り上げが増えれば、増加運転資金ニーズが創出されますし、設備の更新から設備資金ニーズにもつながるでしょう。販売手数料を受領することもできます。当該顧客が業況の厳しい先であれば、売り上げ増加による債務者区分のランクアップで貸倒引当金が戻入できる(金融機関にとっては利益) かもしれません。顧客と金融機関との「共通価値の創造」です。

ブラジルや南アフリカの経済を勉強して地元の顧客に外債を売るのは勝手ですが、それよりも顧客の商品サービスを勉強し(事業性評価の基本です)、その販路拡大の手伝いをする方が、はるかに顧客本位ではないでしょうか。

外債販売や投資信託などの販売で、証券会社との「共通価値の創造」(手数料の山分け)を目指すのも勝手ですが、地域顧客との「共通価値の創造」の方をもっと真剣に考えるべきと思うのですが、いかがでしょうか。

遺憾ながら、ほとんどの地域金融機関は投資信託や保険商品などの販売には熱心なものの、顧客の商品サービスの販売支援となると、片手間(イベント型の商談会でアリバイ作りなど)でしかやっていません。

それでいて、他業種の領域に参入して内製化しようとの規制緩和を求めるのだとしたら、眉をひそめざるを得ません。

地域顧客との「共通価値の創造」よりも、丸抱えの「内製化」に目が行くようでは、顧客本位の金融機関ではなく、自己中心の金融機関と後ろ指をさされても文句は言えません。

規制緩和の要求を全面否定するつもりはありませんが、その前にやること、やれることがあると言いたいのです。

(了)

無断転載はお断りします。