

金融高度化セミナー

「地域創生に向けた創業支援への取組み」

—金融高度化センター創設10周年記念—

(2015年6月4日開催)における講演等要旨

2015年7月

日本銀行金融機構局

金融高度化センター

【開会の挨拶】

日本銀行 金融機構局 金融高度化センター長
岩下 直行



- 金融高度化センターは、2005年7月に創設され、来月に10周年を迎える。今回のセミナーは、創設10周年を記念して開催するものである。
- 近年、金融高度化センターでは、金融機関のリスク管理の高度化に加え、顧客支援に焦点を当ててセミナーを開催してきた。本日のテーマである「創業支援」は、これまで取り上げた「事業再生」、「事業承継」と合わせ、金融機関の法人事業基盤維持のために必要な3本柱であり、今回が3部作の完結編に当たる。
- 創業支援は、地域の活動や金融機関の取引基盤維持にとって重要な取組みである一方、リスクリターンが厳しいビジネスである。現在、金融環境が落ち着いていることもあり、金融界では、創業支援に関する機運は高まっている。再び金融環境が厳しい局面を迎えた場合でも、創業支援のような短期的に収益に結び付きにくい取組みを維持できるかは、地域の事業を支える金融機関のスピリットにかかっている。
- 本日は、創業支援の具体的な取組みへの理解に加え、講演者、パネリストの皆様の熱い思い、スピリットを持ち帰っていただきたい。

【祝辞】

一般財団法人
キヤノングローバル戦略研究所
理事長 福井 俊彦 氏
(金融高度化センター設立時の日本銀行総裁)



(金融高度化センター設立10周年について)

- 10年前の2005年を思い起こすと、不良債権処理に一応の目途がつき、ペイオフが解禁された時期で、金融機関もリスク回避一本槍では使命を果たせないというのが共通認識であった。
- また、経済のグローバル化や情報通信革命が進展し、企業、家計に対して、新しいファイナンシャル・サポートができるかが金融機関の課題となった。
- こうした中、日本銀行も信用秩序維持政策の体制を整え、考査とオフサイトモニタリングという2つの仕組みに加え、時代を先取りし、新しい考え方を金融機関と共有しようという意図を持って金融高度化センターを設立した。今日まで、活動分野、内容を広げながら、順調に機能を発揮していると聞いて、大変感慨深い。皆様方のお力添えに厚くお礼申し上げたい。

(パラダイムの変化を迎える時代におけるイノベーションの必要性)

- 現下の経済情勢をみると、先進国も新興国も潜在成長率が落ちる中、イノベーションを起して潜在成長率を高める必要がある。こうした潜在成長力の低下は、18世紀半ばに起きた産業革命以降の、大量生産、大量流通、大量消費という大きなメカニズムが、成熟段階に達したためである。新たなパラダイムは何かを模索する時代にある。
- 世界に先駆けて人口構造の変化に直面している日本は、これを克服し、成長に向けたイノベーションを起さなければならない。
- 最近のベンチャー・ビジネスは知識創造型になっている。様々なファイナンス・サポートを受けて飛躍し、既存の企業とのマッチングで新しいビジネスモデルが創出されている。既存のビジネスも、この影響を受けて、企業カルチャーを変えていくプロセスが必要である。
- これをサポートする金融システムも従来のままではいられない。スタートアップ企業のリスクを取るファンドと、金融機能を高度化させた金融機関によるサポートが必要である。
- 今回のセミナーでもそうした議論が展開されることを期待している。

【講演】金融機関における創業支援の現状と課題

日本銀行 金融機構局 金融高度化センター
副センター長 山口 省藏



- 日本の開業率は欧米主要国の半分程度と低い。その背景として、他国に比べ起業の社会的な位置づけが低いほか、事業に失敗した際の負債の返済に対する不安が根強いことがあげられる。
- しかし、創業支援の機運は確実に高まっており、特に国や地方自治体など公的機関による補助金・融資制度等の支援策は充実している。
- ベンチャー投資の出口はIPOに限定する必要はない。M&A件数もこのところ回復しており、投資による支援の出口は広がっている。
- 金融機関は創業のステップに応じた様々な支援を前向きに行っているが、創業者の立場からみると充分ではない点が課題である。
- 本日のセミナーの論点として、①創業者の掘り起し、②公的支援が充実している中での「民間金融機関の役割」と「関係機関との連携」、③創業支援体制の整備、に向けた課題等について取り上げたい。

【講演】京都信用金庫の創業支援

京都信用金庫 理事長 増田 寿幸 氏



（創業支援推進の契機と手応え）

- 8年前に創業支援専用の融資商品「ここから、はじまる」の取扱いを開始し、創業支援に注力してきた。それから暫くは、目立った成果が出なかったが、この2年間で相当手応えを感じている。
- 当初6年間、成果が出なかったのは、担保がなく事業実績もない融資に職員が慎重であったことに加え、現場の理解や共感を得られていなかったことが背景。そこで2年前、後戻りできないようにするため、「創業・開業のご相談は京信へ」と明示したポスターを全店に貼った。
- また、「成熟経済社会に向かう我が国にとって、リスクに挑戦する起業家は社会の宝物であり、金融機関はこれを全力で支援する責務を負う」というメッセージを発信し、創業支援に取り組む意義を明確に伝えた。
- 創業支援融資の件数は、当初は毎年50件弱で推移していたが、平成25年度は154件、26年度は251件に増加。この2年間の取組みにより、今年度はそれまでの10倍の500件近い水準を見込んでいる。

(創業支援融資の採算性)

- 一般的に創業支援融資はハイリスクと言われるが、現時点の当金庫の実績では、倒産確率は概ね1%を切る水準である。理屈的には資金調達コストに1%強のリスクプレミアムを上乗せすれば持ち出しにはならない。10年後に状況がどう変わっているか定かではないが、創業支援融資がそこまでハイリスクであるとは思っていない。
- 創業支援融資は貸出残高の伸長率が高い。例えば、平成25年度の融資先の当初貸出額に対し、26年度末の貸出残高は2.7倍に増えている。
- 創業支援融資の採算性を検証するには相当の年数のデータが必要であり、現時点では誰も把握できていない。儲かるか儲からないか、やってみなければ分からないからこそ、やってみるべきである。

(「聞き上手」の育成)

- 創業時の事業者は「話し下手」である。歴史のある中堅企業の経営者は、自社の事業内容について上手く話せるが、説明に慣れていない創業者の場合、話を理解して、内部で報告するには負担がかなり大きい。
- 創業支援を推進するためには、職員が「聞き上手」になる必要があり、現場が「聞き上手」であふれたら、信用金庫の業績は確実にアップする。

(知識創造型ビジネスとの出会い)

- 創業支援の取組みを通じて出会った知識創造型のビジネスの事例として、地魚のみを取扱う卸売業者を紹介したい。
- 漁港に水揚げされた魚のうち、漁協に買取ってもらえず、仕方なく捨てたり漁師が食べている魚が相応にある。そうした市場に出ない地魚に目を付け、自ら漁港を巡り、漁師から直接安く仕入れる。また、近年、居酒屋や寿司屋などでは、普段目にしない魚を求める消費者が増えている。こうしたニーズに応えるかたちで地魚を流通させている事業で、利幅はかなり大きいと聞いている。
- これからの社会が豊かに発展していくためには、このような知識創造型の新しいビジネスを増やしていく必要がある。

(女性起業家への期待)

- 今年から「女性起業家サロン」を開催している。人生の満足度調査によれば、日本では男性起業家に比べ女性起業家の満足度が明らかに高いことから、女性起業家の方が成功する確率が高いと考えられる。現在、創業支援の相談に占める女性の割合は2割程度であるが、当面は女性起業家をより積極的に支援していくつもりである。

【講演】日本政策金融公庫の創業支援
～経験と統計データで語る創業支援のポイント～

株式会社 日本政策金融公庫 国民生活事業本部
創業支援部 創業支援グループ グループリーダー
奥田 展久 氏



(国民生活事業の特徴)

- 融資先企業数は93万社。従業員9人以下の小企業が9割を占め、創業期の企業など小ロットで採算に乗りにくい案件が中心である。
- 無担保融資が全体の76.1%を占めるほか、第三者や経営者保証を徴求しない「丸裸融資」で、大きなリスクをとっている。

(創業支援の現状)

- 創業支援融資先は年間26千社、約10万人の雇用を創出している。平成26年度は、過去10年間で最高を記録しており、シニアや女性を中心に創業の市場規模は拡大傾向にある。
- 成長して民間金融機関から資金を調達できるようになった企業にとって、公庫は忘れ去られる存在。しかし、上場企業の12～13%が創業前後に公庫を利用しており、今でも創業当時の恩義を口にする上場企業が存在している。

(主な活動事例)

- 創業支援は、以下の3ステージに分け、特徴ある活動を展開している。

①創業前

- 地方公共団体、商工会、金融機関等との連携による創業者の発掘。
- 創業者の知識習得のため、団体連携先とのセミナー共催。
- 創業に関する動向などのプレス発表を通じたパブリシティ。少ない店舗網をカバーするため、HPやメールマガジン等のITも活用。

②具体化

- ビジネスの成功率を高めるため、経験豊富な職員が創業計画をブラッシュアップした上で融資を実行。創業1年以内の廃業は殆どなし。

③創業後

- 融資先の追跡調査を実施。問題点の早期解決をサポートするとともに、問題の内容を検証することで公庫としてもノウハウを蓄積。

(創業支援体制)

- 全国152カ店に「創業サポートデスク」を設けているほか、パブリシティを専門に行う「創業支援センター」を15カ所、顧客のインバウンド対応を行う「ビジネスサポートプラザ」を6カ所設置。専門スタッフが融資制度・創業計画の相談に応じるホットダイヤルでは、年間16千件もの相談がある。

（「資本性ローン」の優位性）

- 公庫が取扱っている「資本性ローン」は、疑似的な自己資本の強化により信用力の向上が可能なほか、期限一括償還のため資金繰りが安定する。民間金融機関が融資しやすくなる「呼び水効果」も期待できる。

（創業支援に対する金融機関の役割）

- 創業費用は減少傾向にあるが、創業資金に占める自己資金割合は拡大していない。創業資金を金融機関に頼る傾向が現れている。金融機関からの調達割合が6割、自己資金2.5割、その他調達1割という割合は、創業時としてはバランスが良いことが立証されている。
- 金融機関からの調達割合が高いほど、創業後の売上が増加する傾向がある。創業では、5割以上を金融機関から調達することが望ましい。
- 創業時に必要な資金を調達したにもかかわらず、約3割が、創業1年後も資金調達に苦労している。運転資金の見込み違いなど資金繰り面で問題があり、この点に関する金融機関のサポートが必要である。
- 創業企業の4年後の存続率は86.8%。存続先はリスク要因を織り込んだ売上計画を立てるが、廃業先は希望的な計画を立てる傾向がある。金融機関のリスク分析の強みを、創業計画のブラッシュアップに活かすべきである。