

中小企業動向 トピックス

米国の中小企業金融の動向と リレーションシップ・バンキングの位置づけ

中小公庫総合研究所は、米国銀行の中小企業向け融資戦略を探るとともに、特に、銀行規模の大小を問わず重要視されているリレーションシップ・バンキングの実態に着眼したレポート「米国銀行の中小企業向け融資戦略の実態」をとりまとめた。

本トピックスでは、このなかから①米国の中小企業金融の動向、②リレーションシップ・バンキングの融資戦略における位置づけ及び③リレーションシップ構築のポイントを紹介する。

米国の中小企業金融の動向 ～米国銀行の特徴及び中小企業金融の概況～

(1) わが国に比べ平均的規模が小さい米国銀行

米国では資産規模10億ドル（約1,200億円）未満の銀行が、全体数の9割を超えている（図表1）。一方、資産規模では、機関数で上位1%強の銀行が75%のシェアを占めており、ごく少数の上位銀行への資産の偏が進んでいる。これに対して、日本では、信用金庫を例にとっても、資産規模1,000億円以下の機関数は、わずか23%にとどまる。

また、米国銀行においては、資産規模1億ドルから10億ドルまでの層の平均資産金額は約2億9,400万ドル（約353億円）と、同規模程度の区分の邦銀（平均807億円）、信用金庫（同693億円）に比較して規模が小さい。なお、日本においては、100億円以下の資産規模の銀行、信用金庫は存在しない。

（図表1）金融機関の資産（預金）規模別の数、資産金額、平均資産（預金）金額

<米国>

資産規模		総計	1億ドル未満	1億ドル～10億ドル	10億ドル～100億ドル	100億ドル以上
銀行	機関数	8,743 100%	3,730 43%	4,369 50%	524 6%	120 1%
	資産金額 (10億ドル)	11,758 (1,411兆円) 100%	194 (23兆円) 2%	1,284 (154兆円) 11%	1,429 (171兆円) 12%	8,851 (1,062兆円) 75%
	1行平均 (100万ドル)	1,345 (1,614億円)	52 (62億円)	294 (353億円)	2,727 (3,272億円)	73,761 (88,513億円)

（資料）FDIC, Quarterly Banking Profile Third Quarter 2006, 全国銀行協会「平成17年度末決算」、信金中金「平成17年度全国信用金庫概況」

<日本>

資産（預金）規模		総計	～100億円	100億円～1000億円	1000億円～1兆円	1兆円以上
銀行	機関数	126 100%	0	1 1%	34 27%	91 72%
	平均資産金額(億円)	60,863	-	807	5,996	82,022
信用金庫	機関数	292 100%	0	68 23%	200 68%	24 8%
	平均預金残高(億円)	3,740	-	693	3,209	16,801

（注）銀行には、都市銀行、地方銀行、第二地方銀行、信託銀行、新生銀行、あおぞら銀行を含む

(2) 規模に関係なく非金利収入の割合が高い米国銀行

邦銀における非金利収入の割合は、都市銀行で（図表2）米国銀行の資産規模別の非金利収入の内訳

約3割、地銀・第二地銀クラスでは1割程度となっている。一方、米国では、資産規模1億ドル以下の小銀行でも、非金利収入は2割を超えており、総じて非金利収入の割合が高い（図表2）。

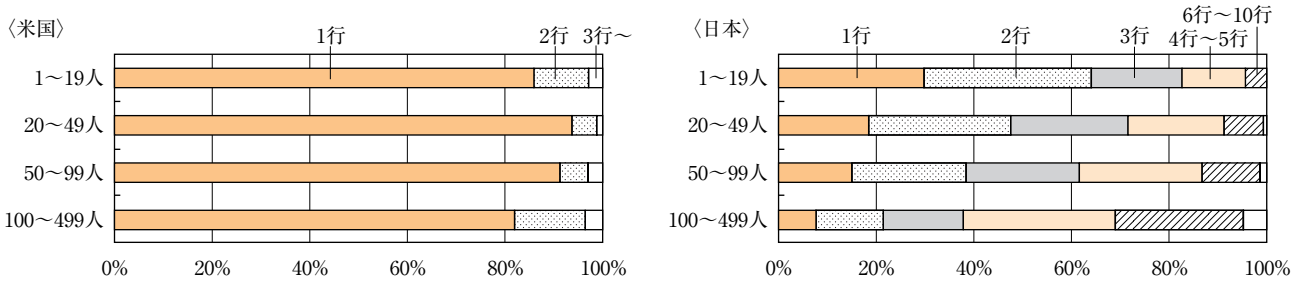
	全体	10億ドル以上	1-10億ドル	1億ドル未満
純金利収入	57.2	54.6	75.0	79.8
非金利収入	42.8	45.4	25.0	20.2

（資料）FDIC “Statistics on Depository Institutions”

(3) 「一行取引」が基本である米国の中小企業金融

日本では、複数行取引が一般的であることに対し、米国では8割以上の中小企業が一行取引を基本としている。特に、日本では企業規模（従業員数）が大きくなるに従って、金融機関数が増加し資金調達先が広がっているが、米国の場合は、従業員数が増加しても一行取引を継続している（図表3）。

(図表3) 米国と日本の中小企業の取引金融機関数比較



注1.日本は、直近決算で取引がある都市銀行、長期信用銀行、信託銀行、地方銀行、第二地方銀行、信用金庫、信用組合の合計
 注2.米国は、クレジットラインによる借入のある企業が対象、FRB"1998 Survey of Small Business Finances"
 (資料) 中小企業庁『中小企業白書 2005年版』

(4) 銀行規模による棲み分けがなされている米国の中小企業金融

銀行規模別に中小企業向け融資の比率（融資全体に占める中小企業向け融資比率）をみると、日本では融資比率の低い都市銀行においても60.3%とかなりのウェイトを占めている。米国においては資産規模100億ドル以上の銀行における中小企業向け融資の比率は、わずか24.1%にとどまり、大手銀行では中小企業向け融資にそれほど比重を置いていないことがうかがえる（図表4）。

(図表4) 銀行資産規模別の中小企業向け融資の比率

〈日本〉 (%)				〈米国〉 (%)				
(年度)	96	99	02	(年度)	96	99	02	05
第二地方銀行	83.0	81.1	82.0	1億ドル未満	94.9	92.8	91.0	87.1
地方銀行	72.4	71.1	74.0	1～5億ドル未満	78.5	76.9	71.6	67.0
都市銀行	65.9	59.3	60.3	5～10億ドル未満	61.8	59.0	56.1	51.9
				10～100億ドル未満	38.6	39.7	40.5	38.3
				100億ドル以上	19.8	19.9	24.0	24.1

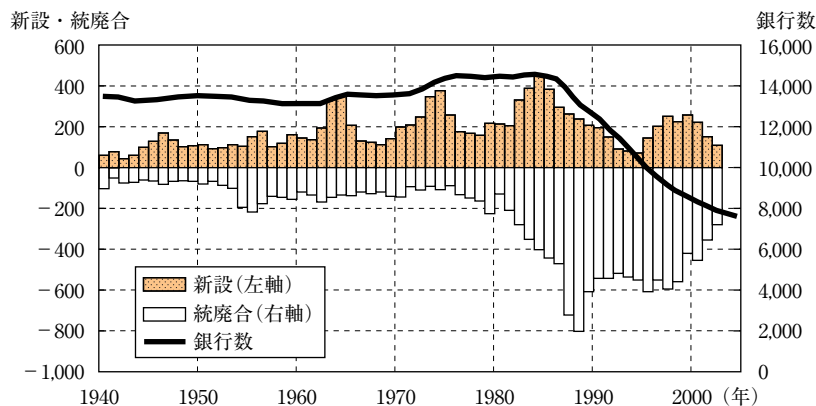
(資料) 中小企業庁『中小企業白書 2005年版』

米国の中小企業金融の動向 ～米国銀行の再編統合と中小企業金融の動向～

(1) 再編統合が進む米国銀行

連邦預金保険公社（FDIC）による2006年9月末現在の商業銀行数は7,630行と、80年代後半より急激に減少した結果、ピーク時の半数程度となっている（図表5）。また、同時期においては、統廃合によって全体の銀行数が減少しつつも、常に統廃合の1/3から1/4程度の数の銀行が新設されている。

(図表5) 米国商業銀行の銀行数と新設・統廃合



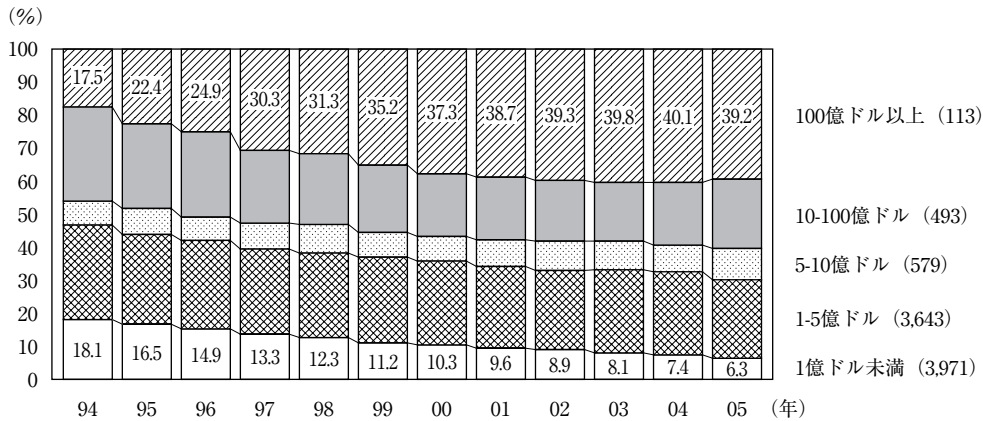
(資料) FDIC, "Historical Statistics on Banking" より作成

(2) 大手銀行の中小企業向け融資シェアが拡大

大手銀行における中小企業向け融資の比率は、図表4でみたように必ずしも高くはないが、その比率は明らかな上昇傾向にある。それに加えて、図表6のとおり、中小企業向け融資全体における大手銀行のシェアは年々拡大している。

この背景には、統合再編による小規模銀行の吸収と同時に、金融技術の進歩によるスコアリングを活用した融資手法（クレジット・スコアリング融資）の急拡大がある。

(図表6) 中小企業向け融資（融資額100万ドル未満）における銀行資産規模別の残高シェア



(注) 中小企業向け貸出は貸出額100万ドル未満のもの。()内は2005年の銀行数。
 (資料) SBA "The Small Business Economy", "Small Business and Micro Business Lending in the United States"

リレーションシップ・バンキングの融資戦略における位置づけ

財務諸表などに表れる企業の外形的・定量的な情報に基づき、一時点かつ個々の取引の採算性を重視した銀行取引の形態は、トランザクション・バンキングと呼ばれており、統計的手法を適用したクレジット・スコアリングは、トランザクション・バンキングの一形態とされる。

これに対して、経営者の資質（性格や信頼性等）といった数量化が困難な定性的な情報を活用するのがリレーションシップ・バンキングである。先行研究においては、「情報の非対称性」が存在する下で「顧客固有の私的情報の独占的入手に向けた投資活動」を行い、「長期継続的かつ複数の金融商品の提供を伴う取引関係」を通して、これらの投資活動（リレーションシップ構築）の収益性を判断する金融サービス活動とされている。

今次調査では、図表7の銀行を対象として、インタビュー調査を行った。その結果、どの規模の銀行においても、前述した「複数の金融商品の提供」という活動が見られた。つまり、これらの銀行は、融資だけでなく顧客との複数種類の取引を通じたトータル面での収益性の確保を重視している。

また、銀行規模ごとの戦略については、次のとおりであった。

(図表7) 今次調査対象の銀行名及び規模

規模	銀行名	総資産 (億ドル)	従業員数 (人)	本支店数
大手	バンク・オブ・アメリカ	11,961	164,318	6,061
	JPモルガン・チェース・バンク	11,794	135,543	30,301
	USバンク	2,178	48,155	2,567
中堅	ノース・フォーク・バンク	579	8,280	353
	バンク・オブ・ザ・ウエスト	556	9,735	672
	フィフス・サード・バンク	484	8,512	751
	マーシャル・アンド・イルズリー・バンク	480	4,597	311
中小	ウーリー・アメリカ・バンク	9	220	15
	ノースイースト・バンク	4	73	3
	デボン・バンク	3	114	14
	トランス・パシフィック・ナショナル・バンク	2	42	3
	パシフィック・コマース・バンク	1	25	2

クレジット・スコアリング融資により中小企業向け融資シェアを拡大させている大手銀行においては、小企業に対してクレジット・スコアリングを活用した効率的な融資を拡大させる戦略を展開する一方、中

小企業に対しては、多くの商品提供を行うことで幅広いリレーションシップ構築を重要なものと位置づけている。

こうした大手銀行の戦略に対して中小・中堅銀行では、小企業・中小企業双方に対してリレーションシップ・バンキングによる戦略を重視している。中堅銀行では、幅広い商品提供と密接なリレーションシップのバランスをとる戦略を展開し、中小銀行では、少数の顧客層や限定された地域に特化し、極めて密接なリレーションシップを強みとする融資を展開している。

リレーションシップ構築のポイント

このような戦略を推進するためのリレーションシップ構築には、幾つかのポイントがある。ここでは、(1)実際に顧客と接触するリレーションシップ・マネージャー（営業担当者）の役割、(2)リレーションシップと審査の関わりについてみてみよう。

(1) リレーションシップ・マネージャーの役割

リレーションシップ・マネージャーの役割については、顧客と銀行の間に立ち、双方の利益を最大化するために総合的な複数取引、クロス・セリングを通して収益を確保することが求められている。ただし、銀行のロスを未然に防ぐことが、大前提であり、顧客とのリレーションシップ構築による取引拡大ばかりでなく、日常のモニタリングが重要視されている。

顧客との関係構築のため、例えば中小銀行のリレーションシップ・マネージャーは、多い場合は月に1、2度の訪問、もしくは電話などを通じたコミュニケーションを行い、さらに、定期的に経営者と食事を共にするといった密接なリレーションシップ構築を図るケースもある。また、中小企業の経営者側も、こうした密なコミュニケーションによって、経営者自身や自社のビジネスが十分理解されることの効用を重視している。そのため、自社を担当していたリレーションシップ・マネージャーが別の銀行に転職したとき、顧客も一緒に転職先の銀行に取引を移すケースは少なくない。こうしたことから、優れたリレーションシップ・マネージャーは、ときには、銀行経営者に並ぶ高待遇で迎え入れられるケースもあるという。

(2) 顧客とのリレーションシップと審査の関わり

顧客とのリレーションシップは、審査の精度を高めるためや、将来の不確実な計画等を精査する際に重要視されている。また、キャッシュフローの改善が見られれば審査基準をクリアできるといったケースでは、リレーションシップによる情報が活用されている。例えば、中小銀行においては、融資可否を決定する委員会の場で、リレーションシップ・マネージャーが、経営者の策定する投資計画や改善案の実現性を説明する機会が設けられているケースがある。そして、そこではリレーションシップを通じた定性的な情報も重視されている。しかし、長いリレーションシップがある顧客であっても、融資の審査基準そのものが緩和されるケースはない。

多くの銀行では、顧客とのリレーションシップの強さを、プライシングのスプレッド幅縮小として反映させることや与信管理のモニタリング頻度・顧客側からの報告義務の頻度を減らすこと等に活かしている。ただし、プライシングについては、他行との競合状態を量って競争環境のなかで決定される要素の方が大きく、必ずしもリレーションシップの強弱が影響するとは限らない。

(広瀬 実樹)

「中小企業動向トピックス」に関するご意見・ご要望等ございましたら、本支店窓口までお問い合わせください。

発行：中小企業金融公庫 総合研究所 ホームページ <http://www.jasme.go.jp/>