

**「攻め」のスマートSMEの実現に向けた
金融機関による本業支援について
(スマートSME研究会 討議用資料)**

平成31年4月24日

中小企業庁

前回（第1回）の議論の概要

- （中小企業のデジタル化・Fintech活用における課題）中小企業のFintech活用は、サービスの存在を知らないこと、知っても相談する相手がいないことに最初のハードルがある。ただし、「スマホ」であれば、中小企業でも十分導入可能。
- （政府保有データの活用）中小企業がFintechの恩恵を享受するためには、公的機関による積極的な保有データの提供（米国のようなB2G2B型プラットフォームの構築）が有効。EBPMにおいても、e-Tax等の既存データを活用すべき。ただし、その活用可能性や活用コストについて検証が必要。
- （金融・行政インフラの電子化）中小企業のデジタル化には、金融・行政インフラのデジタル化は必須。例えば、請求・決済業務の電子化にあたっては、中小企業・小規模事業者へのインターネットバンキングの普及が必要。電子申請利用率やネットバンキング利用率、銀行APIの契約数等の実利用数をKPIとして追いかけるべき。
- （支援機関の役割）地域金融機関が地域のIT導入のプロモーターとなる流れを更に広げていく必要がある。そのためには、政策金融公庫等の政策金融機関がそういった取組を率先して始めるべき。そして、商工会議所等の地域の支援機関を巻き込むべき。
- （中小企業のデジタル化支援の方策）技術から入るのではなく、個々の企業の経営課題に応じたソリューションを提案すべき。地域の中小企業が集まる既存のプラットフォームを活用し、導入の背景事情も含めて優良事例の横展開を行うことが有効。財務省・財務局も協力する。「スマートSME」というコンセプトのブランディングを行ってみてはどうか。

1. 議論の狙い：スマートSMEの「攻め」姿とそのための本業支援

- デジタル技術の発展により、中小企業の業務プロセスの効率化・低コスト化による生産性向上を後押しする効率的なツールが広く普及。
- 他方、その効果を最大化し、「攻め」の成長を実現するためには、地域の特色や所在する事業者の具体的な課題解決や成長に必要な組織づくり、地域のステークホルダーの関係構築につながるものであることが必要ではないか。

【乗り越えるべき2つの壁】IT導入における課題の要因分解（第1回事務局資料より）

～爆発的普及には「費用対効果」と「リテラシー」の2つの壁を乗り越えることが必要～

IT導入における課題



AI・IoT導入における課題



(参考) 地域金融機関の課題 (金融行政方針より)

事業性評価

- 地域金融機関は、**地域の経済・産業の現状及び課題を適切に認識・分析するとともに、こうした分析結果を活用し、様々なライフステージにある企業の事業の内容や成長可能性などを適切に評価**（「**事業性評価**」）した上で、**それを踏まえた解決策を検討・提案し、必要な支援等を行っていくことが重要**である。

【平成26事務年度 金融モニタリング基本方針（監督・検査基本方針）】

- また、担保・保証に依存する融資姿勢を改め、**取引先企業の事業の内容や成長可能性等を適切に評価**（**事業性評価**）し、**融資や本業支援等を通じて、地域産業・企業の生産性向上や円滑な新陳代謝の促進を図り、地方創生に貢献していくことが期待される。**

【平成27事務年度 金融行政方針】

日本型金融排除

- 金融機関が、企業の事業内容を深く理解することなく、「十分な担保・保証があるか」、「高い信用力があるか」等の企業の財務指標を中心とした**定型的な融資基準により与信判断・融資実行をすること**で、そうした**基準に適う一部の企業に対して融資拡大への過当競争が行われているのではないか**、との指摘もある。
- **十分な担保・保証のある先や高い信用力のある先以外に対する金融機関の取組みが十分でないために、企業価値の向上が実現できず、金融機関自身もビジネスチャンスを逃している状況**（「**日本型金融排除**」）が生じていないか

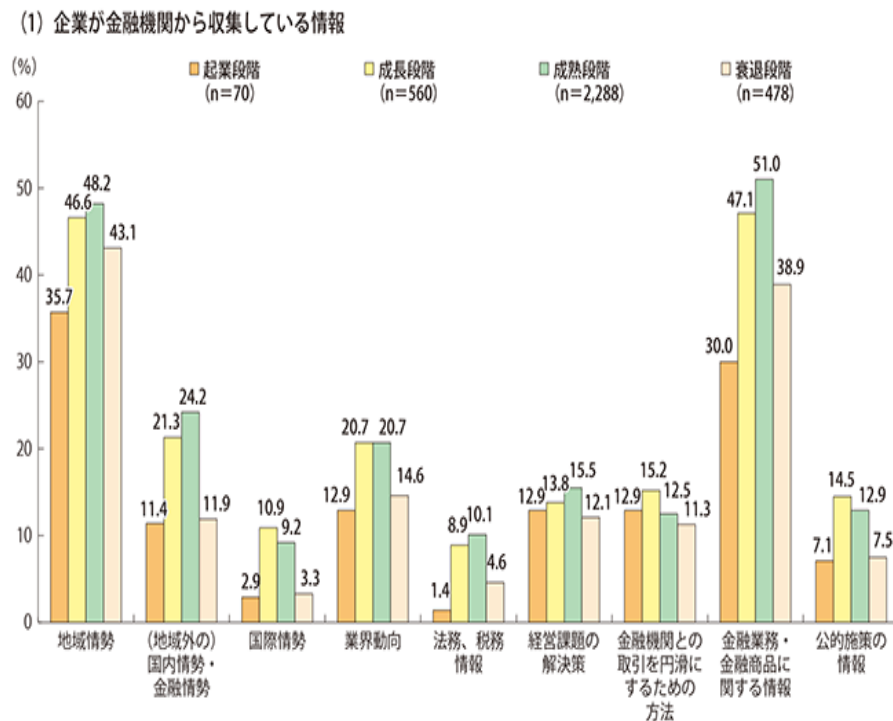
【平成28事務年度 金融行政方針】

2. 中小企業に最も密接な支援者としての金融機関

- 無借金経営層を除く約65%（※）中小企業が、金融機関からの融資を受けて事業を実施。企業と金融機関との間では幅広い情報がやりとりされる。

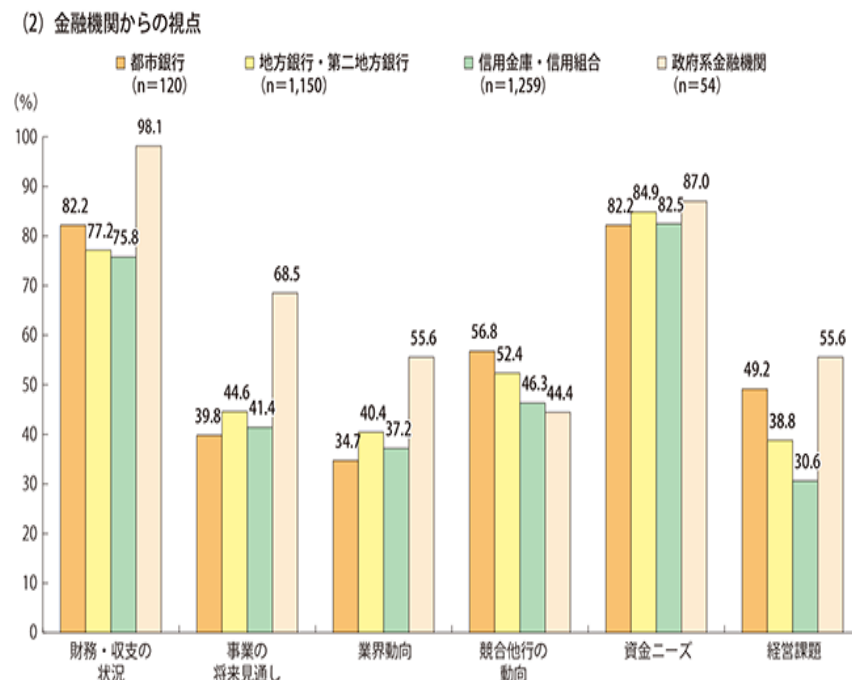
（2016年度版 中小企業白書）

第2-5-44図 企業が金融機関から収集している情報



資料：中小企業庁委託「中小企業の資金調達に関する調査」（2015年12月、みずほ総合研究所（株））
 （注）複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

第2-5-45図 企業が金融機関に提供している情報

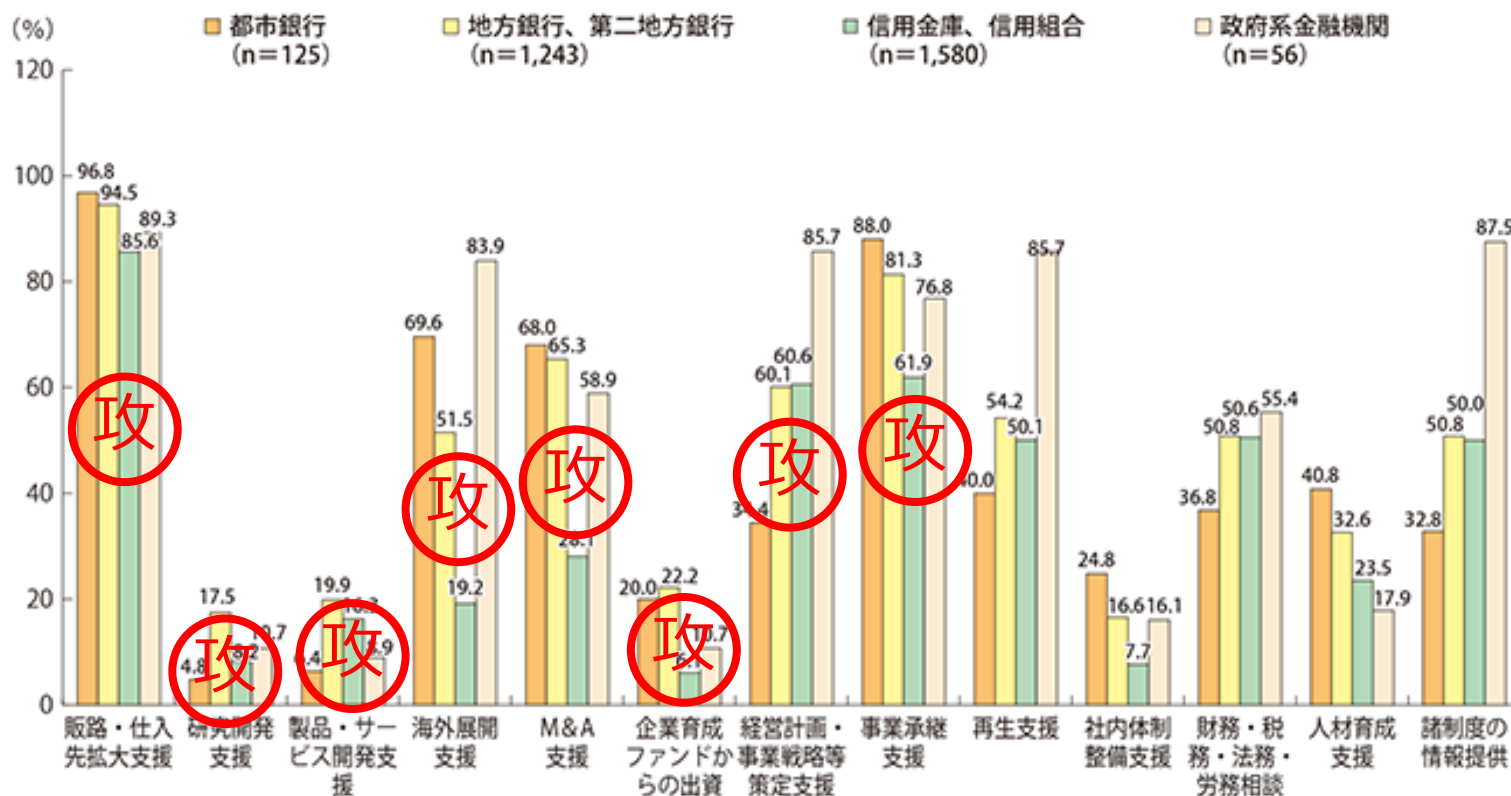


資料：中小企業庁委託「中小企業の資金調達に関する調査」（2015年12月、みずほ総合研究所（株））
 （注）1. 金融機関からの視点は、金融機関が企業と面談する際に確認する情報として、「必ず確認している」と回答したものを集計している。
 2. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

3. 中小企業の「攻め」のアジェンダと金融機関

- 中小企業の様々なライフステージにおける、販路拡大、海外展開、事業承継などの課題は「攻め」のアジェンダ。金融機関も、金融支援に限らない、そうした企業の本業にかかる支援ニーズを認識。

第2-5-79図 取引先から求められていると金融機関が考える経営支援サービス



資料：中小企業庁委託「中小企業の資金調達に関する調査」（2015年12月、みずほ総合研究所（株））
 (注) 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

4. 金融機関とベンチャー企業の提携状況の例

	企業名	サービスの特徴	提携状況
1	Tranzax株式会社	受発注を電子記録債権化することによる受注時点からの債権担保融資を実現するPOファイナンスサービスの提供。	商工組合中央金庫、城南信用金庫、西部信用金庫、大阪シティ信用金庫と業務提携し、POファイナンスサービスを提供。
2	株式会社マネーフォワード	クライアントの様々な課題と向き合い、新たな便利や快適を叶えるサービスを、クライアントとともに作りあげる。	静岡銀行、岡崎信用金庫、住信SBIネット銀行など、20を超える金融機関等と連携。
3	freee株式会社	金融機関とのAPI連携を行い、ユーザーは会計freeeにインターネットバンキングのログインID・パスワードを保存することなく明細データを取得可能。	2019年2月に253の信用金庫とのAPI連携を開始し、連携先が267機関に拡大。
4	株式会社マクアケ	クラウドファンディングサービス。2013年8月のサービス開始より、4,300件以上のプロジェクトを掲載し1,000万円を超える大型の資金調達事例は100件以上。	2018年7月時点で、全国90機関を超える金融機関との連携や提携により、地方の事業者によるプロジェクトの実施事例も増加傾向。
5	READYFOR株式会社	クラウドファンディングサービス。2018年10月時点で掲載プロジェクト数9,000件。達成率75%（業界平均30%）。累計支援総額70億円。	50機関を超える金融機関と連携。 ※北海道銀行、青森銀行、北都銀行、山形銀行、筑波銀行、栃木銀行、他。
6	株式会社Origami	キャッシュレススマホ決済アプリのサービス提供。2018年末時点で100,000店舗で利用可能。	りそな銀行、埼玉りそな銀行、近畿大阪銀行、イオン銀行等と提携。
7	株式会社ビズリーチ	人材領域に新規参入する金融機関を対象に、2018年8月、人材紹介業開業支援サービスを開始。	OKBグループ（株式会社大垣共立銀行、株式会社OKB総研）、広島銀行がサービスを導入。

5. 金融機関の本業支援のスタイルの例

- 融資金利でリターンを得るというビジネスモデル上、低金利の競争下で、本業支援が必ずしも収益に直結しやすいとは言えない「逆風」の環境の中で、金融機関は様々な工夫。

【逆風イメージ】 支援 → 成長（ランクアップ） → 金利引下げ圧力 → 他行の金利攻勢

■ コンサルティング会社型（子会社型）

金融機関が子会社や関連会社を創設し、外部人材も登用しつつ、販路拡大支援、M&Aマッチング、地域商材・特産品の販売などを行い、フィーとして経営支援の対価を得るスタイル。

■ 金融機関本体型

金融機関本体において、プロパー人材を中心にコンサルティングサービスを実施。顧客との長期的関係を生かした事業計画策定、販路拡大（ビジネスマッチング）支援などを行い、支援の対価はフィー又は融資金利に上乗せ等するスタイル。

■ ファンド型

自らGPとして出資を受けつつ高度なハンズオン支援を行う場合や、金融機関を中心に地域活性化ファンド・事業再生ファンドなどにLP出資を行い、出資先への経営支援の対価として、キャピタルゲイン等を得るスタイル。

6. ご議論いただきたい論点

- デジタルツールの活用が、中小企業及び地域経済の本質的課題の解決を実現することで、個々の企業のプロセス単位での低コスト化による「守り」の生産性向上に留まらない、地域・企業の価値の具現化による「攻め」の付加価値向上を実現することができるのではないか。
- デジタル化に関わらず、中小企業の「攻め」の本業支援について、例えば下記のような本質的な課題があるのではないか。
 - ① 地域の中小企業の成長力の源泉として、地元経済の事業性評価を通じてその厚みを増すことが重要ではないか（地産の材料の活用、地元消費の好循環）
 - ② 企業の成長にあわせて、域外市場での事業活動に耐えられる組織づくりの後押しが必要ではないか。事業承継がそうした契機ともなるのではないか。
 - ③ 出資支援は、必ずしもIPOを前提としない、スモールビジネス・事業承継企業・地域で地道に取り組む中小企業へのハンズオン支援も可能となるのではないか。
- 更に、金融機関等支援機関がFintechベンチャー等とも連携して中小企業のデジタル化をあわせて支援していくことは、こうした「攻め」の経営課題解決をより促進する観点で有効となるのではないか。