

第9回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず<企画シート作成上の注意>をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ) オオサカケイザイホウカダイガク	フリガナ) ケイザイガクブ	フリガナ) ビーエルピートクハツエンシユウ
大阪経済法科大学	経済学部	BLP 特別演習

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ) アイスカフェオーレ	フリガナ) コバヤシ トモキ	3
アイスカフェオーレ	小林 睦希	

研究テーマ（発表タイトル）

企業と銀行をつなぐ“WIN-WIN”のリレーション

1. 研究概要（目的・狙いなど）

私たちの所属しているゼミでは、昨年リレーションシップバンキングについて研究活動をしていたチームがあり、私たちアイスカフェオーレはその内容を引き継ぎ、本研究を行った。

リレーションシップバンキングとは金融機関が顧客との間で親密な関係を長く維持することによって顧客の情報を蓄積し、それを基に金融サービスの提供を行うことで展開するビジネスモデル（石川,2012,P.42）であり、金融庁では「長期継続する関係の中から、借り手企業の経営者の資質や事業の将来性等についての情報を得て、融資を実行するビジネスモデル」と定義づけされている。昨年の研究チームはその実態を明らかにするために2行の地方銀行に赴き、ヒアリング調査を行った。

その内容を踏まえ、企業目線からリレーションシップバンキングについて調査を行い、銀行がリレーションシップバンキングによって企業にどのような影響を与えているのかを明らかにすることを目的としている。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

論文からリレーションシップバンキングについて調査し、借入条件が緩和されるというメリットがあり具体的には以下の2つである。

- 借入金利の低下

銀行との取引期間が長くなれば、その分借入に必要な金利が低くなる。

- 無担保の融資

銀行との取引期間が長くなれば、担保が必要になる確率が下がっている。

担保については、情報の非対称性に起因した借り手のインセンティブ問題を解決するために用いられる契約上の仕組みととらえられているため、リレーションシップバンキングによって企業の情報が蓄積されると必要なくなると考えられる。

しかし、リレーションシップバンキングが企業に与える影響は良いものだけではなく、金融機関に借り手の情報が独占され他の金融機関と取引しづらくなる『ホールドアップ問題』が起こる可能性があるのではないかとわれている（神戸大学 井上 貴文「2009-11 金融機関における貸出手法の決定要因」より）。

3. 研究テーマの課題

私たちは本研究を通してリレーションシップバンキングが企業にどのような影響を与えているのかを解明したいと考えている。そのため中小企業にアンケートを実施し、中小企業にリレーションシップバンキングがどれほど浸透しているのかどうかを調査しそこから「借

入条件の緩和」と「ホールドアップ問題」が事実かどうかを明らかにする。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

- 中小企業へのアンケート

対象：リレーションシップバンキングを積極的に行っている銀行（鹿児島銀行、百五銀行）と取引している企業 86 社

質問内容

1. 現在利用しているメインバンク
2. リレーションシップバンキングに対するイメージ
3. リレーションシップバンキングへの関心度
4. メインバンクのリレーションシップバンキングの取り組み度
5. メインバンクに対する満足度
6. メインバンクと長期的な関係を築くメリット

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

- 昨年度の研究内容

2017 年 6 月にチーム「STONE」を結成し、「銀行のリレーションシップバンキング業務の実態を明らかにする」というテーマのもと研究を開始し、そのために 2 行の地方銀行（鹿児島銀行、百五銀行）へ訪問しヒアリング調査を行った。

それらの活動を通して、「リレーションシップバンキングは地方銀行の本質であり、必要不可欠なものである」という結論に至った。

- 本研究の内容

昨年行った地方銀行への訪問調査で「企業と銀行が WIN-WIN の関係にならなければいけない」という意見をいただいた。銀行がリレーションシップバンキングを行うことで企業と銀行が上記の関係になるのであれば、積極的にリレーションシップバンキングに取り組んでいる銀行と取引をしている企業には良い影響があるのではないかと考えた。そこで、実際にリレーションシップバンキングが企業にどのような影響を与えているのか論文や書籍から調査し、鹿児島銀行と取引をしている企業 34 社と、百五銀行と取引をしている企業 52 社、合計 86 社にリレーションシップバンキングに関するアンケートを実施した。その結果をもとに、論文や文献から得た情報が正しいのか否かを検証した。

対象企業は日経テレコンの企業検索サービスを用いて検索し、鹿児島銀行もしくは百五銀行と取引をしており、そのうえで取引銀行が 3 行以下の企業を選定した。

6. 結果や今後の取り組み

アンケートを行った 86 社のうち、34 社（鹿児島県：14 社、三重県：20 社）の企業から回答が得られた。

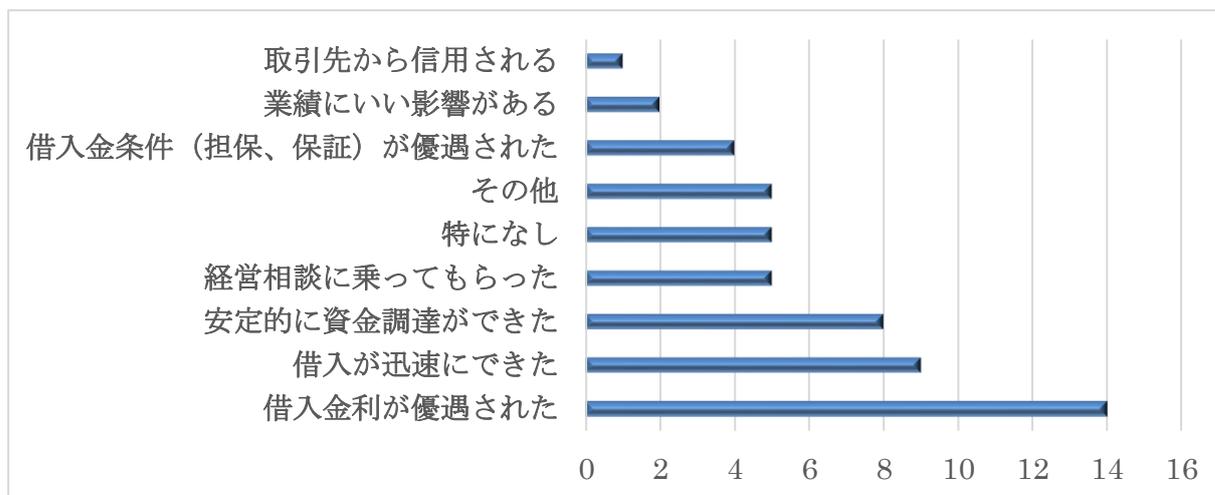
有効回答数：33 社

- アンケートの回答

1. 34 社のうち 26 社が鹿児島銀行・百五銀行をメインバンクとしている
このことから対象企業と取引銀行との間でリレーションシップバンキングが行われていると考えられる。
2. 過半数がリレーションシップバンキングを知らなかった
リレーションシップバンキングにイメージを尋ねたところ、その言葉を本アンケートで初めて知ったという回答が多かった。
つまり中小企業にはリレーションシップバンキングがあまり浸透していないと考えられる。
3. 56%がリレーションシップバンキングに関心を持っている
問 2. で「リレーションシップバンキングという言葉を知った」と回答した企業が過半数を超えていたが知らなかったというだけで関心はあるということがわかる。
4. 27%がメインバンクのリレーションシップバンキングの取り組みが十分であると回答している
問 1. から積極的にリレーションシップバンキングが行われていると考えたが、上記の結果から企業がそれを実感していないことが分かる。
5. 79%が現在のメインバンクに満足している

リレーションシップバンキングの効果を実感してはいないがメインバンクへの満足度が高いことから、企業が効果を実感しなくても銀行がリレーションシップバンキングに積極的に取り組みれば企業の満足度を高めることができるのではないかと考えられる。

6. メインバンクと長期的な関係を築くことで様々なメリットがある



（出所）本研究実施のアンケートより

アンケートの結果からリレーションシップバンキングによって、借入金利や担保が優遇されることが分かった。さらにホールドアップ問題について、現在はそのようなことはなくメインバンクとは良好な関係を築けているとのことだった。そのためメインバンクへの満足度も高く、中小企業にメリットが多いことが分かる。しかし、企業のコメントとして多かったのは「メインバンクには金利や担保の優遇よりもパートナーとして企業の成長を手助けしてほしい」というものだった。そのためには銀行からの働きかけよりも企業側からの歩み寄りが重要であり、そのために積極的に情報開示を行っていると考えられる。

以上の研究結果から、銀行がリレーションシップバンキングを行うことで企業の態度に関わらず、企業はそのメリットを受けることができるが、パートナーとしての強い関係を銀行に求めるのであれば、企業からの歩み寄りが重要であるということが言える。企業は銀行へ積極的に情報を開示し、銀行は企業のパートナーとなり、融資だけではなく様々なサポートをしていくことでさらに強い関係（リレーション）が築くことができる。それこそが企業と銀行の“WIN-WIN”の関係であり、リレーションシップバンキングの本来の姿である。

7. 参考文献

- 神戸大学 井上 貴文 「2009-11 金融機関における貸出手法の決定要因」
- 日本政策金融公庫総合研究所主席研究員 深沼 光 日本政策総合研究所研究員 藤田 一郎
「リレーションシップバンキングが中小企業に与える効果」（2016-8）
- 中央大学 藤波 大三郎「銀行の法人取引とイノベーション」（2014-3）
- みずほ総研論集 政策調査部 上席主任研究員 小野有人 経済調査部 主任研究員 西山珠子
「米国におけるリレーションシップバンキング 担保・保証の役割を中心に」（2004）
- 名古屋大学 家森 信善
「企業が望む金融サービスと中小企業金融の課題 - 関西地域の企業金融に関する企業意識調査を中心に -」（2006-1）
- 社団法人 中小企業診断協会 石川支部 「リレーションシップバンキングの進展に関する調査研究」（2007-1）
- 金融庁 リレーションシップバンキングに機能強化に関するアクションプログラム（閲覧日：2018年11月11日）
<https://www.fsa.go.jp/news/newsj/14/ginkou/f-20030328-2/02.pdf>

● パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

●発表時に使用する成果物（例、商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

【企画シート作成上の注意】※「第9回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、翌年3月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。
- ・本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ・本企画シートは、作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ・商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、著作権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。
- ・書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただく場合がございます。
- ・電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。