

[掲載紙] 上毛新聞「点描ぐんま経済」

[掲載日] 2015年3月27日

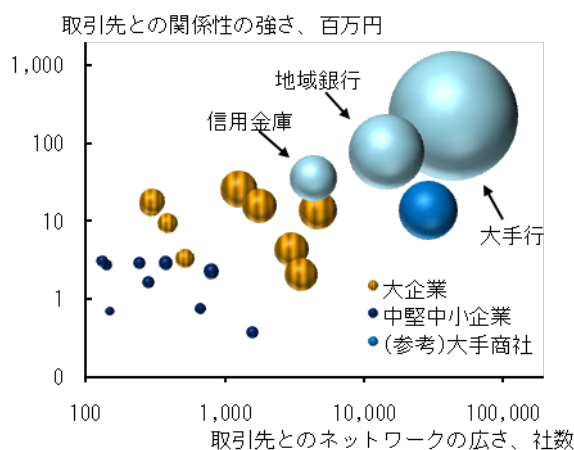
[テーマ] 企業つなぐ金融機関—地方の取引コスト補う—

桐生は訪れるたびに魅力が増す街の一つだ。先日も、大正モダニズムを今に伝える桐生倶楽部会館を隅々までじっくりと見学させてもらった。案内していただいたのは地元信用金庫の理事長。欧米のそうそうたる美術館・百貨店から受注が相次いでいる桐生市内のネットメーカーの活躍ぶりなど、活力のある地元企業をめぐる話題も尽きることがない。

銀行や信金など県内各金融機関のトップの方々からうかがう地元事情にはいつも感銘を受ける。多くの顧客企業の経済活動をきめ細かく把握しているからこそ、地元事情に精通できるのであろう。

金融業は情報産業であり、金融機関が持つ顧客ネットワークは大きい。金融機関の取引先数は数千社から数万社にのぼる。大手商社にほぼ匹敵する規模であり、他のさまざまな業種の手元企業を明らかに上回っている。企業が新たな販路や調達先、提携先を見いだす際、その顧客ネットワークは大きな役割を果たしてくれるはずだ。金融機関が持つ信用という側面も忘れてはならない。「金融機関の仲介であれば新規に取引する先でも安心である」との声はよく聞く。

■企業、金融機関の顧客ネットワーク



(資料) 帝国データバンク「SPECIA」、日本銀行

(注) 「取引先との関係性の強さ」(縦軸)は取引先1社当たりの信用取引額の平均値。
「取引先とのネットワークの広さ」(横軸)は1社当たりの取引先企業数の平均値。
円の面積は1社当たりの平均信用額を示す。
取引先は、企業については仕入先と販売先、金融機関については貸出先。
大手商社は資本金が10億円以上で取引先企業数が1万社以上。

残念ながら大都市に比べ地方の生産性は低いですが、これは個々の企業の経営努力の問題だけではなかろう。人口密度や産業集積度によって生産性が異なってくることは知られているが、新たな取引相手を探すコスト、いわゆる「取引コスト」の一つが企業の生産性に影響を及ぼす重要な要素の一つであることも間違いない。企業が集積する大都市と地方では取引相手を探すコストにどうしても差が出てくる。それを補う機能を担えるのは地元の金融機関ではないか。期待も込めながらそのように思っている。

地方の生産性が低いままの単なる地方分散ではわが国全体の生産性低下につながる。地方の生産性の向上は、それぞれの地方にとっても、わが国全体にとっても大事な視点だ。地方において、生産性が高まる、雇用者所得が増える、人口が流入する、といった前向きな循環が生まれることを期待したい。地元金融機関の強みを生かす、そうした発想が当地の活性化につながっていくことを強く願っている。

〔 日本銀行前橋支店長
富田 淳 〕