

地域金融における社会貢献

—金融機関のCSRと付加価値の視点から

赤 松 健 治
(商工総合研究所)
主任 研究員

<要 旨>

- 本研究は、地域金融における社会貢献について、金融機関のCSRと付加価値の視点から分析しようとするものである。公共性の高い金融機関の性格からすれば、金融機関の本業自体がすなわち広義の社会貢献としての性格を帯びており、金融機関は、預金・貸出業務などの本業を推進することが社会貢献の実現につながり、その事業活動によって付加価値を生産することで、金融機関自身の価値の向上とともに社会全体の価値を向上させているといえることができる。
- 金融機関の生み出す付加価値は、金融仲介サービスの対価として金利に含まれている利ざやが主である。GDP統計上は、従来は帰属利子という概念を導入して各産業の付加価値に含まれる金利との重複を回避させていたが、現在では、金融仲介サービスを他のサービス業と同様に通常の付加価値を生むサービスの一つとして位置づけ、FISIMという新しい概念を導入している。
- 地域金融機関にとっては、CSRは地域社会に対する責任を全うすることであり、地域金融機関が本業を通じて地域社会に貢献することが、まさに地域における金融機関のCSR、広義の社会貢献であるといえよう。地域金融機関がこうした社会貢献を実現していくためのツールがリレーションシップバンキングである。
- 従来のがわが国におけるCSRは本業以外で地域や社会に貢献すること、というイメージが強かった。金融機関においても、CSRは本業以外で地域や社会に利益を還元することという考え方が多かったようである。しかし、最近のアンケート調査などをみると、徐々にそういった意識が変化しつつある。
- 金融機関は本業がそのまま社会貢献・地域貢献、CSRの実践につながる業界であり、また地域金融機関の生み出す付加価値は企業ひいては地域社会と密接不可分の関係にある。金

融機関の公共性ともあわせて考えれば、金融機関にはCSRの推進と定着に向けて、環境への取組みはもちろんのこと地域社会に存在する課題をともに考え解決していくことが求められている。

目次

- (はじめに)
- 1. 金融機関にとってのCSR（公共性と社会貢献）
- 2. 金融機関の生み出す付加価値
 - 2-1. 金融機関の付加価値とは
 - 2-2. 金融機関の付加価値の大きさ
 - 2-3. 帰属利子とFISIM
 - (1) 「帰属利子」の考え方
 - (2) 「FISIM」の考え方
- 3. 地域金融機関の生み出す付加価値
- 4. 地域金融機関にとってのCSR
 - 4-1. 本業とCSR
 - 4-2. 地域金融機関のリリースシップバンキング
- 5. CSR調査にみる金融機関の意識
 - 5-1. 金融機関のCSRアンケート調査
 - (1) 全体的な取組み状況
 - (2) 個別項目の回答結果
 - (3) CSRを重視した具体的な取組み事例
 - 5-2. ホームページ上での情報発信
- 6. 地域密着型金融のアンケート調査
 - 6-1. 地域密着型金融への利用者の評価
 - 6-2. 金融機関の実務者の意識との比較
 - 6-3. 地域密着型金融とCSR
- (おわりに)

(はじめに)

本研究は、地域金融における社会貢献について、金融機関のCSRと付加価値の視点から分析しようとするものである。一般的に社会貢献という場合には、本業から離れたボランティア活動、あるいはメセナなどの公益活動全般を指すことが多いが、本論ではより幅広い概念で捉え、そもそも公共性の高い金融機関の性格からすれば、金融機関の本業自体がすなわち広義の社会貢献としての性格を帯びていると考える。金融機関は、その事業活動によって付加価値を生産することで、金融機関自身の価値の向上と

ともに社会全体の価値も向上させているということが出来る。それはすなわち、社会貢献の実現につながる。

さらに、わが国においても、CSR（企業の社会的責任）がいわれて久しいが、ここで考える広義の社会貢献は、金融機関にとってのCSRとも密接に関連してくる。金融機関の公共性に鑑みれば、本業はすなわちCSRを実践するものであるということも可能であろう。社会貢献を金融機関の本業を通じて行うものであるとすれば、それはまさに金融機関のCSRそのものである。既に、本業を通じたCSRの実践ということ意識して行動する金融機関も現れてい

る。さらに金融機関のうち地域金融機関について考えた場合には、地域金融機関は地域社会に密着して事業を営んでおり、地域金融におけるCSRとは「地域社会に対する責任」である。つまり、地域金融機関にとってCSRとは地域社会に対する責任を全うすることであり、地域金融機関が本業を通じて地域社会に貢献することが、まさに地域における金融機関のCSR、広義の社会貢献であるということがいえるだろう。そこで、本論では、地域における金融機関の社会貢献を広い意味で捉え、金融機関のCSRと付加価値の視点から分析していくこととしたい。

なお、CSRという場合には、企業統治やコンプライアンス等のように企業自身の経営におけるCSRという観点もあるが、ここではそこまで踏み込まず、主に本業である金融仲介サービスという事業活動において、金融機関が生み出す付加価値との関係から論じることとする。

1. 金融機関にとってのCSR（公共性と社会貢献）

単に社会貢献といった場合、一般的には社会に対する本業以外での貢献という意味合いが強い。それは、本業により得た利益は地域社会から受取った果実であるから、その一部を地域に還元する、それが企業の社会貢献である、という考え方に基づくものである。しかしここでは、地域金融における社会貢献について、それは本業を通じて実現すべきものとする。地域金融機関の社会貢献とは、地域社会に対する責任を全うすることであり、そのためには地域金融機関が本業以外ではなく、まさに本業を通じて地

域社会に貢献することが求められる、それがまさに地域金融機関の社会貢献である、とする。いわば広義の社会貢献を考え、議論を進める。

また、CSRを論じる場合、社会貢献はCSRの具体的な取組みの一つとされるが、ここで想定されているのは、上記のようにボランティア活動やメセナなどの本業以外の活動であることが多い。しかし、上記のように金融機関が本業を通じて行う広い意味での社会貢献を想定すれば、それはCSRの取組みの一つというよりは、CSRの中核あるいは大部分を占める重要な取組みであるということも可能ではないか。繰り返しになるが、公共性の高い金融機関の性格からすれば、金融機関の本業自体がすなわち広義の社会貢献としての性格を帯びており、金融機関は、預金・貸出業務などの本業を推進することが社会貢献の実現につながり、その事業活動によって付加価値を生産することで、金融機関自身の価値の向上とともに社会全体の価値を向上させている。これはまさにCSRを実践していることになる。

元来、企業あるいは法人は、自然人とは異なり、国民から社会で活動することを許された一種架空の人格（法人格）を備えた存在である。国民は、企業が自分たちの社会にとって必要、かつ有益であるとしてその社会における活動を広く認め、さらに「法人」という概念を用いて企業に自然人とほぼ同等の経済活動ができる仮の人格を与えていると考えられよう。その意味からしても、企業はそもそも国民に対して社会的責任を負う存在である。このように法人が社会に対して負う責任を考えれば、CSRとは法人に後から与えられた責任ではなく、法人が生

まれたときから本来負っている責任であるといえる。

さらにその中でも金融機関は、公共性の高い金融事業を営んでいる。一般に、金融機関の公共性という場合、それは金融機関が行う事業が社会に及ぼす影響の大きさや範囲の広さからいわれる。金融機関の業務である預金・貸出などの金融仲介サービスや決済サービスは、重要な社会インフラとしての機能を担っているという趣旨である。経済活動が円滑に行われるためには金融というインフラが必要不可欠であり、そこに金融機関の公共性が存在する。金融機関は社会に対し、その事業の遂行により社会の円滑な経済活動を支える責任を負っているのである。本業以外のCSRを否定するものではないが、その公共性の高さや社会的責任の重さから、金融機関に求められている社会的責任、CSRは本来本業を通じて実践すべきものである。金融機関が経済のインフラ機能という社会的に重要な役割を担っているという性格を有していることからすれば、本業を通じてCSRを実践することにより広義の社会貢献を実現することが要請されているといえよう。

地域金融における社会貢献はすなわち地域貢献である。地域の金融機関が地域社会に貢献しているということは、その金融機関の行動により地域において金融機関が何らかの付加価値を生み出しているはずである。こうした地域の金融機関が生み出す付加価値は、どのように捉えられるのであろうか。金融は人体における血液にもたとえられる。具体的には金融機関による金融仲介サービスがそれである。金融機関が本業により地域経済に必要不可欠な血液であると

ころの金融仲介サービスを提供し、それにより地域経済が活性化すれば、それが金融機関の生み出した付加価値といえるだろう。預金や貸出などに代表される金融取引が活発な地域は、金融仲介サービスが提供されることにより地域の経済活動が促進され、企業が成長発展し、雇用が確保されることを通じて、その地域の金融機関が地域に付加価値をもたらしている、社会に貢献しているといえる。

では、金融機関の生み出す付加価値は国全体、あるいは地域経済を考えたときに、どの程度の規模になっており、国や地方のGDPの中でどの程度のウェイトを占めているのか。以下では、GDPベースでの金融機関の付加価値をみていきたい。

2. 金融機関の生み出す付加価値

2-1. 金融機関の付加価値とは

まず金融機関にとっての付加価値として頭に浮かぶのは「金利」あるいはそれに暗黙に含まれる「利ざや」であるが、そもそも、金融機関が受取る金利は金融機関の付加価値といえるのだろうか。金融機関は、お金を右から左に動かすだけでなんら付加価値の生産には寄与していない、と主張することも可能かもしれない。

しかし、経済と金融は裏腹の関係にあり、金融が発達した現在では金融が存在しなければ経済は動かない。金融は、よく人体における血液にたとえられるように、経済活動を円滑にする働きを持っている。その意味で経済活動に対して一定の寄与、貢献をしているといえるだろう。金融という取引においては、金利は、資金を必

要とする者と資金を運用する者の両者に提供する金融仲介サービスの対価として支払われる。そこに、金融機関が生み出す付加価値が含まれているとっていいだろう。さらに、金融機関は公共性の高い事業を営んでおり、金融仲介サービスにより経済社会の活動を円滑にする責任を負っている。本業により経済社会への貢献という責任を全うすることで金融機関は付加価値を生み出しているということができる。

ところで、金融仲介サービスの対価といえる金利は、誰が生み出す付加価値なのであろうか。それは貸し出す側の金融機関ではなく、その資金を借りてそれを事業活動に用いる企業の側が生み出している付加価値ということはいえないのだろうか。企業の経営分析をする際には、企業の金利支払いはその企業の生み出す付加価値として計測される。そして、GDPのベースとなる付加価値は、企業が保有するヒト、モノ、カネという内部資源を使用して、企業が生産している。この内部資源に該当しないもの、例えば、製造業にとっての原材料仕入れ、商業にとっての商品仕入れは外部資源であり、その企業自身が生み出した付加価値ではない。これらの外部資源は中間投入として控除され、付加価値には算入されない。(算入されると付加価値が二重に計上されてしまう。)しかしながら、カネは外部資源ではなく内部資源とされている。この内部資源としてのヒト、モノ、カネは、それぞれ、ヒトは労働、モノは資本、カネは借入金や自己資本として、企業の付加価値の生産に寄与している。カネ(資金)は、金融機関から企業に融資された時点で企業が付加価値生産のために使う内部資源となる。企業はそれをもと

に原材料や商品を仕入れ、設備を購入し、付加価値を生産する。

このように、資金は、金融機関がその企業に貸さずに保有しているだけ(現金の状態)では、それが付加価値を生むことはなく、企業が金融機関の金融仲介サービスにより資金を借り入れて事業活動に用いることで、はじめて付加価値を生むことになるといえる。逆に企業が金融機関から借りることができなければ、企業はその資金を用いて新たな付加価値を生むことができない。その資金が生み出す付加価値は、誰が生産したと考えるのが妥当であろうか。それはどちらか一方というのではなく、資金を仲介する金融機関と、その資金を事業活動に用いる企業の両者により生み出された付加価値であるとするのが合理的である。借入金とは企業が有する経営資源、企業の内部資源であるが、あくまで金融機関から借りているものであるから、その借入金の使用料ともいべき金利には、金融機関の金融仲介サービスにより生み出された付加価値も含まれている、ということである。

ただ、金利に金融仲介サービスの付加価値が含まれているとはいえ、それがいくらなのかは伝統的に明示されていない。金融機関は、広義のサービス業、金融仲介サービスを提供するサービス業であるが、しかし、他の一般的なサービス業のような明示的な手数料、サービス料金という概念はなく、金融機関は伝統的に資金を貸出する際に金融仲介手数料といった名目の料金を求めてはこなかった。金利としてまとめて受取るのが通常である。一般的なサービス業であれば、その生み出す付加価値はサービス料金で計ることが可能であるが、これに対し金融機

関は、貸出するときに適用する金利に金融仲介の手数料（金融仲介サービス料）やその資金を預金等により調達するのに必要な資金調達原価もすべて含んでおり、これらを一括して金利として受取っている。従って明示的なサービス料はないものの、金利をサービス料金の部分と原価の部分に分けることができれば、金融機関が生み出す付加価値についてサービス料金として計測することができる。金利には金融機関の付加価値も企業の付加価値も含まれているが、そのうち金融仲介サービス料に該当する部分が金融機関の生み出す付加価値であるということになる。これはつまり、利ざやが金融機関の金融仲介サービスにより生み出される付加価値に概ね相当するということである。こうした考え方は、後に述べるが帰属利子あるいはFISIMという概念を用いて、これまで議論されてきている。次にGDP統計で金融機関の付加価値を見る際に、こうした考え方についても触れてみたい。なお、厳密には信用コスト等も勘案した議論が必要であるが、ここでの趣旨からは外れるので捨象する。

2-2. 金融機関の付加価値の大きさ

GDP統計では、概ね利ざやや諸手数料をもとに金融機関の付加価値を算出し、公表している。金融機関が地域経済・社会にどのような貢献をしているか。地域経済の活性化に向けてどの程度の付加価値を生み出しているか。金融機関の生み出す付加価値とは何かを考える際に、GDP統計での金融機関の付加価値の考え方、算出方法は参考になり、また興味深いので、後で詳しく紹介していきたい。

その前に、まず実際の付加価値についてみてみよう。日本（の産業）が1年間に生み出す付加価値の合計がGDPである。金融機関はGDPのうちどの程度の部分を生み出しているかがわかる統計として、GDP統計の中の経済活動別国内総生産という統計がある。これは、GDPを生産の側から見た場合に、どの産業がどれくらいの付加価値を生産しているかを産業別に示したものである。これによれば、平成22年（暦年）の名目GDPは482兆円であったが、このうち民間の産業が424兆円を生み出している。残りは政府サービス生産者が44兆円、民間非営利サービス生産者が10兆円、その他が4兆円である。産業の中で金融・保険業の付加価値は24兆円となっており、これがGDPに占める金融機関の付加価値ということになる。そのシェアは4.9%である。なお、これはFISIM（間接的に計測される金融仲介サービス）という新しい考え方に基づき金融仲介サービスを計測して算出された数値である。

この数字が大きいかわ小さいかは別にして、そもそも金融機関の付加価値の算出はかなり困難であり、平成22年の24兆円という数値も一定の仮定を置いて算出したものである。一般の製造業や商業であれば、実際の売上高や売上原価をもとに付加価値を直接算出できるが、金融機関の場合は、上記に述べたとおり金融仲介サービス料を明示していないため直接算出することが難しく、貸出金利息と預金利息の差額である利ざやと、手数料（役務収益）をベースに付加価値を算出している。

先に述べたとおり金融機関は、広い意味ではサービス業の範疇に含まれるが、一般にサービ

ス業の生み出す付加価値はといえば、顧客に提供したサービスの対価として得た収入であり、その収入の額をもってGDPの計測に用いることが可能である。しかしながら金融機関は、まず預金というサービスについての対価を顧客である預金者から表面的には得ていない。預金者には利息を支払うだけであり、明示的な手数料の受け取りはない。もっとも最近では口座維持手数料として料金を受取るケースもでてきているが、まだ一部の金融機関にとどまり、あまり一般的ではなく、そもそもサービスに見合った料金かどうか、付加価値算出のベースとして耐えられるかの検証も不十分である。このようにお金を預かるというサービス、あるいはATMや窓口での預金口座取引サービスの一部（現金の入出金）などは表面上無料である。一方、貸出というサービスについては、その対価を貸出金の利息として得ているが、その中には預金として資金調達するためのコストも含まれており、純然たる金融仲介サービスの料金ではない。一方、お金を振り込む場合とか、海外に送金する場合とか、明示的に手数料を徴求しているサービスもある。逆に、ビジネス・マッチングとか、経営改善や再建のための相談とか、資産家に対する資金運用の相談など、明らかに付加価値を生み出すサービスを提供しているケースであるにもかかわらず、明示的なサービス料金を徴求していないケースもみられる。もちろん、金融機関の本来の姿に立ち返ってみれば、資金が余っているところから、資金を必要としているところへと、資金を仲介するサービス、これが金融機関の本業であり、預金者や貸出先に付加価値を提供するのが中核的な事業である。そ

れ以外の業務はこれに付随する業務（サービス）と考えるのが妥当である。

金融機関の性格を情報産業であるにとらえ、金融機関が提供する情報に付加価値が存在するという考え方もある。ただこの場合、何をもって情報と捉え、その情報を提供するサービスの対価を誰がいつどのように支払うのか、金融機関の付加価値がいつ発生するのかを確定することは難しい。金融機関が一方向的に情報を提供しているとすれば、そのサービスの対価は相手側に対する無償贈与で終わってしまう。また、誰が受取るかで情報の価値が大きく変動する。いずれにしても、たとえ情報産業として現実にサービスが発生していても、それを付加価値としてGDP統計上に明示することは非常に困難である。ただし、金融機関がこういったお金に換算できないサービスを行うのは、いずれは実際の付加価値の生産につながるからであると考えられることは可能である。つまり、事前にサービスを提供するのは、いずれは貸出需要につながり貸出金利息収入が見込める、あるいは預金の獲得につながるからであり、また、事後的にサービスを提供するのは、過去に発生した貸出金や預金により既にそのサービスの対価を受け取っているからである、という考え方である。このように考えると、金融機関が資金を仲介することにより貸出金利息として受け取る金利収入には、金融機関の生み出す付加価値の多くが集約されているといえる。ビジネス・マッチングなども含め、金融機関が預金・貸出以外で提供するサービスは、最終的には金利などの実際の収入に包括されていると解することも可能である。言い換えると、金融機関の情報提供サービ

スは、それにより経済活動が活発化して資金の動きも活発となり、金融機関の金融仲介サービスの需要が高まることで、成り立っているといえる。

それでは、金融機関の付加価値として金利をどのように扱うのか、またこれに関連して金融機関は誰に対して金融仲介サービスを提供することで付加価値を得ているのであろうか。この問題については、GDP統計をつくる上でこれまで様々な議論がなされてきているので、以下でその経緯を追ってみることとする。

2-3. 帰属利子とFISIM

通常、企業の生み出す付加価値を計測するときには、支払金利は企業の付加価値に含まれる。GDP統計においても各産業の付加価値に含まれるものとして計測されている。このため、金融機関の付加価値については、役務収益である手数料収入などは別として、付加価値の中核となる金利収入が他産業の付加価値と重複して計上されてしまうという問題がある。そのため、金融機関が生み出す付加価値の概念や計測方法については、これまでいろいろと検討がなされてきた。しかし、いまだに決定的な結論といえるものがなく、現在でも議論が続けられている。

具体的に、国民経済計算、GDPの測定に当たっては、金融機関の付加価値はこれまで帰属利子の概念を導入することにより重複を回避して計測されてきた。また最近では、FISIM（間接的に計測される金融仲介サービス）という概念の導入が進められている。これも決定的な結論ではないものの、ある程度の概念の整理はなされている。

(1) 「帰属利子」の考え方

GDP統計の「帰属利子」とは、内閣府によれば、金融業の生産額を定義するための特殊な帰属計算項目であり、金融業の受取利子・配当と支払利子の差額をさす。それが金融機関の生み出す付加価値であるとするものである。これはほぼ利ざやに等しい。ところで、これらの利子は主として他の製造業などの産業が生み出す付加価値から支払われており、これを金融業の生産額としても計上すると、付加価値の二重計上となってしまう。この二重計上を回避するため、GDP統計では付加価値などを計算するときに、金融機関の付加価値（の一部）として帰属利子を計上するが、その帰属利子は産業全体の付加価値を合計するときに控除し、各産業が外部資源として中間投入するものとして扱われていた。このとき、帰属利子を各産業部門に分割して控除していくことが困難なため、ダミー産業を設けてこの産業が全ての帰属利子を一括して中間消費するものとしていた。こうすれば産業全体として付加価値を合計した場合に、GDPが帰属利子分だけ過大になることが回避できる。金融機関が生み出した付加価値のうち帰属利子で算出される部分は全額が企業の中間消費として扱われることになるので、GDP全体では産業が生み出した付加価値は変化せず、付加価値の二重計上が避けられる。

なお、金融機関の生み出す付加価値として、手数料などの役務収益以外に、貸出金利と預金金利の差額である利ざやも該当するという考え方は古くからあったものである。過去の「帰属利子」（現在の帰属利子とは異なる）の考え方では、これを預金者に提供するサービスとして

とらえた。預金者は、まず「貸出金利」相当額を全額、金融機関から受取ると想定し、その上で利ざや相当分について金融機関が預金者に提供する預金サービスの対価として受取るものとした（あくまで仮であり実際には利ざや相当分のやりとりはなされない）。結果的に、金融機関は付加価値としての利ざや相当分を受取り、預金者は預金金利を受取る、という考え方である。その次に、現在のGDP統計（国民経済計算体系、93SNA）の前（同、68SNA）に採用されていた考え方は、同じく利ざやを付加価値とするものであったが、金融機関がサービスを提供する（付加価値を生み出す）相手は預金者ではなく、貸出先である企業であるとし、企業に対するサービスの対価が利ざやであるとする考え方となった。付加価値が利ざやであることは同じだが、その相手は預金者から貸出先が変わっている。GDP統計の世界共通の基準を策定している国連ではこれを「帰属サービス料」としたが、日本のGDP統計では従来の「帰属利子」という用語を引き続き用いてきた。そして現在では、「帰属利子」から、預金者と貸出先の両方に対するサービスの対価である「FISIM」という概念に移行している。

(2) 「FISIM」の考え方

FISIMは、「間接的に計測される金融仲介サービス（Financial Intermediation Services Indirectly Measured, FISIM）」の略称である。前述の通り、金融部門の付加価値は従来、帰属利子による推計方式（68SNA）により推計されていたが、新しい93SNAでは、金融機関の行う金融仲介サービスについて、これを

「間接的に計測される金融仲介サービス（FISIM）」として、他のサービス業と同様に通常の付加価値を生むサービスの一つとして位置づけ、導入することを提唱している。

なお、SNAとは、System of National Accountsの略称で、「国民経済計算」とか、「国民経済計算体系」と訳されている。国連では、世界各国で計測されるGDPについて、その国際比較可能性を担保するため、共通の基準を策定して各国に勧告している。93SNAは、1993年（平成5年）に国連が加盟各国にその導入を勧告した国民経済計算の体系の名称である。その一つ前の基準は68SNAであるが、日本ではこれを1978年から採用してきた。国連が1993年（平成5年）に新たな基準を示したのは、経済社会のグローバリゼーションや情報化の進展、さらには金融機関や金融市場の多様化・複雑化など、68SNAの勧告当時は想定していなかった環境の変化の進展等がみられるようになってきたためである。金融機関の金融仲介サービスが生み出す付加価値を測定する「FISIM」は、国連の新たな基準である93SNAにおいて各国で導入されるべき課題とされたが、推計上の問題があったため、わが国では参考としての試算にとどまっていた。その後、国の統計委員会での議論が進められ、推計方法の改善が図られたこともあり、GDPが平成17年基準で改定されるタイミングに合わせて、本体系に導入されることとなった。具体的には、平成17年基準に改定された平成23年12月に、正式にFISIMを導入した推計値が公表されている。

このFISIMは以下のような考え方に基づいている。

金融仲介機関は、借り手と貸し手に対して異なる金利を提示し適用することにより、明示的には料金を課さずに金融仲介サービスを提供することができる。この場合、金融仲介機関は、預金者には低い金利を支払い、企業などの借入者にはより高い金利を適用するが、金融仲介サービス料がいくらであるかは預金者に対しても企業に対しても明示しない。こうした金融仲介機関による明示的には料金を課さないサービスの価額について、間接的な測定方法を用いて推計したものが、「FISIM」である。

実際の預金・貸出業務に即して考えると、FISIMは以下のようなものであるといえる。

まず、企業や預金者が資金を調達したり運用したりする際のコストを考える。預金者が資金を自ら運用しようとするときに、金融市場において資金を必要としている者、事業資金を借りたい企業を直接探し、貸出する相手を見つけようとする相当のコストがかかり、探し方もわからない。また仮に貸出先が見つかったとしても、実際に貸出を行う際には貸倒れリスクが発生するが、そのリスクに見合った収入を合理的に算定するには相当のコストが必要であり、また現実的に預金者自身がコストを算定するのは無理である。一方、企業においても、直接金融により市場から資金調達するには相応のコストがかかる。直接金融市場では社債という手段があるが、ある程度の高い信用力があり、かつまとまった金額の調達を行う大企業ならともかく、中小企業ではコストに見合わないことが多く、信用力から発行が困難な場合もある。従って、預金者も企業も、実際には銀行など金融仲介事業を営んでいる金融機関の金融仲介サービスを利

用して、資金の運用や調達を行うのが合理的である。

そうすると、金融機関の金融仲介サービスは、企業や預金者に以下のサービスを提供するものであるといえる。預金者へは、預金者が直接資金を運用しようとした場合のコストやリスクを金融機関が引き受けるが、その際には市場の金利より低い金利で資金を預かる。企業へは、直接金融により市場から資金を独自に調達しようとした場合のコスト等を金融機関が引き受けるが、その際には市場の金利より高い金利で資金を貸し付ける。つまり、金融機関は企業や預金者が金融市場で直接資金を運用したり調達したりする際に発生する様々なコストやリスクをかわって引き受けるというサービス＝金融仲介サービスを提供している、と考えることができる。金融機関はこうした金融仲介サービスを企業や預金者に提供することにより、付加価値を生み出している、その対価が金利に含まれている、という考え方である。これに基づけば、金融機関が金融仲介サービスにより生み出す付加価値は、金融市場での金利と資金運用者（預金者）に支払う預金金利との差と、金融市場での金利と資金調達者（企業）から受取る貸出金利との差の、両者を合計したものとなる。それぞれの差額が、企業や預金者が金融機関から金融仲介サービスを購入するときに支払う対価であり、金融機関にとっての付加価値である。これはほぼ実際の利ざやに近い概念である。なお、算出の基準となる金融市場での金利のことを「参照利子率」と呼ぶ。参照利子率を実際にどう定義するかについては、様々な議論がなされてきているが、わが国のGDP統計では、金融機関の

付加価値を算出する際に金融機関同士の預金・貸出の平均利回りを参照利子率としている。

このFISIMの考え方を図示したものが**図表1**である。わが国では、預金が貸出よりも多いので、貸出<預金のケースで考える。このほかに、貸出=預金と貸出>預金のケースがあり得る。

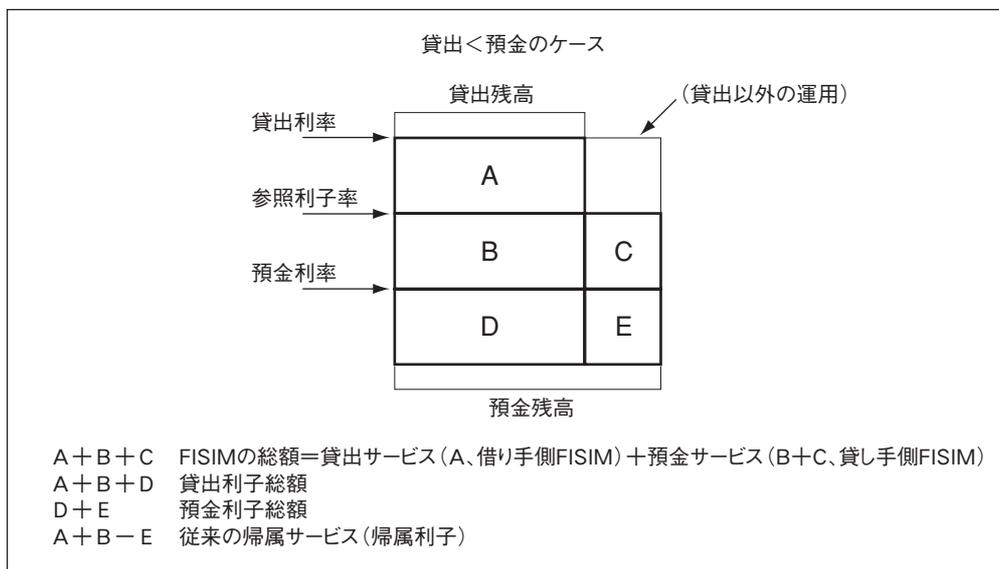
- ①預金、貸出とも、まず参照利子率で取引されたと仮定する。金融機関は預金者に対しては預金全額について参照利子率により計算した利息としてB+C+D+Eを支払う。貸出先からは同様に貸出全額について参照利子率により計算した利息としてB+Dを受取る。
- ②金融機関は、預金者と貸出先の両方から、金融仲介サービスの対価としてのFISIMを受取る。貸出サービスの対価はA、預金サービスの対価はB+Cである。FISIMの総額はA+B+Cとなる。
- ③以上の取引の結果、金融機関はA+B-Eを

受取る。一方、預金者はD+Eを受取る。これは実際の預金利子に等しい。貸出先はA+B+Dを支払う。これは実際の貸出利子に等しい。

この、預金者と貸出先の双方にサービスを提供し、付加価値を両方から得ている、というFISIMの考え方は興味深い。利ざやは、「参照利子率」から下半分が預金者へのサービスの対価、上半分が貸出先へのサービスの対価とするものということになる。この考え方からすれば、金融機関の金融仲介サービスは、貸出先と預金者の両者に対するサービスの対価であり、金融機関が生み出す付加価値は、貸出先と預金者の双方へのサービスの提供、地域金融機関で考えれば地域社会全体に対するサービスの提供により生み出されたものであるということになる。

新しいGDP統計（平成17年基準）では、金融機関の付加価値はFISIMで計測された数値

(図表1) FISIMの考え方



(内閣府統計委員会 国民経済計算部会資料を参考に作成)

に移行している。具体的には平成23年7-9月期のGDP速報の発表時から正式な統計値として導入された。なお通常、わが国のように金融機関における預金残高が貸出残高を上回っている場合には、FISIMと帰属利子を比較すると、FISIMの方が大きくなる。先ほどのケースでは、FISIMは $A + B + C$ 、帰属利子は $A + B - E$ である。しかしFISIMによる計測では、帰属利子で計測された場合よりも、金額が（金融機関の付加価値が）減少している。内閣府では、帰属利子とFISIMの両方式について平成21年（暦年）の名目GDPを比較している（「間接的に計測される金融仲介サービスの導入による国民経済計算体系への影響について」内閣府経済社会総合研究所国民経済計算部分配所得課）が、これによると従来の帰属利子方式では名目GDP470.9兆円（平成12年基準）のうち、民間の産業が423.2兆円、金融・保険業は27.4兆円となっており、GDPに占めるシェアは5.7%である。これに対し新しいFISIM方式では、名目GDP478.7兆円のうち、民間の産業が410.7兆円、金融・保険業は24.0兆円となり、やや少ない。シェアも5.1%と0.6ポイント低下する。これは、FISIMについて、その対象が限定されたことによるものであると内閣府では説明している。一般的に預金が貸出より多いわが国の金融機関のようなケースでは、FISIMは帰属利子の方式よりも大きな金額となるはずであるが、FISIMの対象となる範囲が帰属利子の計測方式よりも狭くなっているため、FISIMのほうが小さくなるという結果となったものである。帰属利子の計測範囲は、金融仲介機関（保険会社と年金基金を除く）の貸付、預金、その

他の債権（株式を除く）の利息・配当となっている。一方、FISIMは金融仲介機関が金利を自己で設定できる商品のみを対象としている。

上記の考え方は、金融機関の生み出す付加価値について、伝統的な預金・貸出業務の利ざやをもとに測定するものである。これについては、以下のような問題が指摘されているが、ここで述べる地域金融機関のCSR、社会貢献の視点からはややずれるので、問題の指摘にとどめておく。

①信用コストの測定の問題がある。貸出金利から資金調達の前価を控除したものが利ざやであるとすると、利ざやには貸出先が倒産し回収不能となった場合のコスト、信用コストも含まれている。また、倒産には至らなくとも、経営再建途上の企業への貸出においては、再建支援のために投入されるコストを勘案すると、利ざやが十分といえず、適用している貸出金利では理論上採算が取れないケースがある。企業の再建を支援するべく、金融機関が理論上の金利よりも低い金利で貸している場合である。

②金融情勢の影響を受けるという問題がある。金融機関が本業から生み出す付加価値は参照利子率を基準に算出されるが、その時の金融政策の影響を受けやすい。金融機関の付加価値自体が、金融緩和で金利水準が低下することで減少する可能性があるが、それは、金融機関が金融仲介サービスで提供する付加価値が減少することと同義ではない。金融機関が全く同じ金融仲介サービスを提供しても、その時点における金融情勢により測定される付加価値が変動してしまう可能性がある。これ

は、参照利子率をどう設定するか、という問題にもつながる。

3. 地域金融機関の生み出す付加価値

以上が、わが国全体の金融機関が生み出す付加価値の状況である。金融機関は、貸出業務などの企業等に対する金融仲介サービスの提供によって企業とともに新たな付加価値を生み出しており、その企業が支払う金利のうち利ざや部分が金融機関の付加価値となる。いってみれば、金融機関は企業と共同して付加価値を生み出しているといえ、企業が借り入れた資金を資源として活用し付加価値を生み出すことで金融機関も付加価値を生み出すことができる、金融機関の金融仲介サービスとはそういう性格を有するものといえよう。つまり、金融機関の付加価値は地域社会やそこに存在する企業（の経済活動）なしには実現しない。金融機関は金融という事業を通じて企業ひいては地域社会に貢献することではじめて付加価値を生み出す。では地域金融機関は、その地域にどの程度の付加価値をもたらしているのだろうか。付加価値を生み出しているのはこれまで述べてきたように本業である。本業以外のメセナ活動や寄付等といった地域貢献、社会貢献は、地域に貢献する活動ではあるが、それらは付加価値の再分配といえ、新たに付加価値を生み出すものではない。（目に見えない福祉という付加価値を生み出しているという考え方もあるが、これは別の機会に譲りたい。）地域金融機関の生み出す付加価値は、本業を通じたCSRの大きさを示す指標の一つであるといえる。

なお、金融機関が生み出す付加価値の計測については、なかなか決め手がなくこれまで試行錯誤が繰り返されてきたことは前述した通りだが、利用者（預金者や貸出先）に対して金融仲介サービスを提供することで付加価値を生み出している、というのが基本的な考え方であり、その考え方を基にGDPが推計されている。そこで、地域金融機関の生み出す付加価値は預金者と貸出先の両方、つまりは地域全体に対する金融仲介サービスの提供によるものであるということ踏まえた上で、金融機関が本業を通じたCSR、つまり金融仲介サービスにより地域の経済社会にどのような寄与をしているのかをみることにする。それがみられる統計として、上記のGDP統計の中の経済活動別国内総生産について、その各県版ともいえる経済活動別県内総生産が公表されている。ただ、県内総生産の統計は、まだFISIMの方式に移行しておらず、従来の帰属サービス（帰属利子）の概念に基づいて算出されている。しかしながら、いずれの方式も金融機関の利ざやが基礎となっており、根本的に付加価値の対象として捉える範囲が変わった訳ではない。FISIMの方式のほうが金額的にやや小さくなるという点を念頭においておけば、帰属利子の方式で見ていくことで差し支えない。

まず、平成24年3月現在で、平成21年度までの経済活動別県内総生産が公表されているが、これによれば平成21年度の県内総生産は全体で483.2兆円（うち産業が生み出した付加価値は442.7兆円）、金融保険業は29.0兆円となっており、そのシェアは6.0%である。過去からの推移を追っていくと、金融機関の付加価値

は、概ねわが国全体の景気動向に従って増減してきている（図表2）。特に、不良債権問題からわが国が金融システム不安の中にあった1998年度（平成10年度）や、リーマンショックが起きた2008年度（平成20年度）には付加価値が大きく落ち込んだ。また、2009年度（平成21年度）も減少している。

実際には、金融機関の付加価値はリーマンショックが起きた2008年度（平成20年度）に前年度比▲18.4%と大きく落ち込み、そのシェアも2007年度（平成19年度）の6.9%から大きく低下し、5.9%となった。2009年度（平成21年度）も連続して減少したが、シェアは6.0%とほぼ横ばいであった。5年前、景気が拡大していた2004年度（平成16年度）においては、県内総生産は510.8兆円、うち金融保険業は34.6兆円、シェアは6.8%であり、2000年代は概ね7%前後で推移していたが、リーマンショック

下で金融機関のシェアは2008年度（平成20年度）から大きく落ち込んでいる。

金融機関のシェアを都道府県別にみると、東京都を除けば各道府県ともに4-6%程度の水準である。東京都は経済規模が突出して大きいことやメガバンクの本店があることもあり金融機関のシェアは2009年度（平成21年度）で12.8%と突出して高くなっている。2000年代の推移をみると、リーマンショックにより落ち込む以前は、東京都は概ね14-15%、その他の道府県は5-7%で推移してきた。その結果、シェアは2000年代（2000年度-2009年度）の平均では全都道府県で6.7%であったが、東京都は14.0%となっており、その他の道府県は概ね4-6%台である（図表3）。これが、地域における金融機関の付加価値の生産の割合であり、地域社会への貢献度を示す一つの指標といえる¹。

（図表2）金融・保険業の付加価値

（百万円、%）

全都道府県	県内総生産	金融・保険業	伸び率	シェア
1996年度（平成8）	523,119,440	34,669,120		6.6%
1997（9）	522,531,917	33,450,009	-3.5%	6.4%
1998（10）	520,319,398	31,093,812	-7.0%	6.0%
1999（11）	515,594,803	32,596,870	4.8%	6.3%
2000（12）	522,368,383	31,930,539	-2.0%	6.1%
2001（13）	509,779,468	33,566,603	5.1%	6.6%
2002（14）	506,293,641	35,014,263	4.3%	6.9%
2003（15）	507,013,853	35,888,881	2.5%	7.1%
2004（16）	510,818,972	34,619,868	-3.5%	6.8%
2005（17）	516,677,894	37,280,707	7.7%	7.2%
2006（18）	522,580,991	37,176,099	-0.3%	7.1%
2007（19）	525,083,279	36,326,235	-2.3%	6.9%
2008（20）	502,710,058	29,639,504	-18.4%	5.9%
2009（21）	483,216,482	28,986,962	-2.2%	6.0%

（資料）内閣府「県民経済計算」

（注）伸び率は、金融・保険業の前年度比

シェアは、県内総生産に占める金融保険業の比率

¹ なお、シェアの水準は産業構造の違いや金利競争の度合いなどにも影響される。

また、金融保険業の付加価値の多い都道府県をみると、2000年代の平均では1位は当然東京で12.7兆円と、金融保険業全体の37.2%を占め

る(図表3)。次いで2位大阪、3位愛知、4位神奈川、5位埼玉、の順となっており、6位の兵庫県までが1兆円を超えている。また、下位5

(図表3) 金融保険業の都道府県別付加価値額 (百万円,%)

		付加価値額				
		2000年代平均	構成比	(シェア順)		
				シェア	シェア	
1	東京都	12,673,804	37.2%	1	東京都	14.0%
2	大阪府	2,516,319	7.4%	2	奈良県	6.7%
3	愛知県	1,624,183	4.8%	3	大阪府	6.6%
4	神奈川県	1,467,670	4.3%	4	広島県	6.4%
5	埼玉県	1,036,924	3.0%	5	香川県	6.3%
6	兵庫県	1,022,380	3.0%	6	和歌山県	6.1%
7	福岡県	958,823	2.8%	7	高知県	6.0%
8	千葉県	918,029	2.7%	8	愛媛県	5.9%
9	北海道	873,904	2.6%	9	京都府	5.7%
10	静岡県	840,580	2.5%	10	鹿児島県	5.6%
11	広島県	728,958	2.1%	11	徳島県	5.5%
12	京都府	561,919	1.7%	12	福岡県	5.4%
13	茨城県	465,094	1.4%	13	兵庫県	5.3%
14	長野県	433,091	1.3%	14	石川県	5.3%
15	三重県	395,238	1.2%	15	富山県	5.3%
16	岐阜県	390,527	1.1%	16	三重県	5.3%
17	新潟県	386,793	1.1%	17	岐阜県	5.3%
18	宮城県	377,085	1.1%	18	長野県	5.2%
19	群馬県	362,050	1.1%	19	鳥取県	5.2%
20	岡山県	341,737	1.0%	20	静岡県	5.1%
21	栃木県	329,064	1.0%	21	福井県	5.1%
22	福島県	328,182	1.0%	22	岩手県	5.1%
23	鹿児島県	303,756	0.9%	23	埼玉県	5.0%
24	愛媛県	291,749	0.9%	24	山形県	5.0%
25	熊本県	252,369	0.7%	25	島根県	4.8%
26	奈良県	250,826	0.7%	26	群馬県	4.8%
27	石川県	249,369	0.7%	27	千葉県	4.8%
28	富山県	247,128	0.7%	28	長崎県	4.8%
29	山口県	244,968	0.7%	29	山梨県	4.7%
30	香川県	236,251	0.7%	30	愛知県	4.7%
31	岩手県	231,816	0.7%	31	神奈川県	4.7%
32	滋賀県	223,198	0.7%	32	岡山県	4.7%
33	長崎県	211,590	0.6%	33	沖縄県	4.6%
34	和歌山県	206,919	0.6%	34	大分県	4.6%
35	大分県	204,345	0.6%	35	北海道	4.5%
36	青森県	202,717	0.6%	36	青森県	4.5%
37	山形県	201,111	0.6%	37	宮城県	4.5%
38	秋田県	170,057	0.5%	38	熊本県	4.5%
39	福井県	167,190	0.5%	39	佐賀県	4.4%
40	沖縄県	166,863	0.5%	40	秋田県	4.4%
41	徳島県	154,396	0.5%	41	山口県	4.2%
42	宮崎県	151,425	0.4%	42	新潟県	4.2%
43	山梨県	147,166	0.4%	43	福島県	4.2%
44	高知県	139,483	0.4%	44	宮崎県	4.2%
45	佐賀県	127,625	0.4%	45	茨城県	4.2%
46	島根県	120,740	0.4%	46	栃木県	4.0%
47	鳥取県	107,554	0.3%	47	滋賀県	3.7%
	全都道府県	34,042,966	100.0%		全都道府県	6.7%

(資料) 内閣府「県民経済計算」

(注) シェアは、各都道府県の県内総生産に占める金融保険業の比率

県は、鳥取、島根、佐賀、高知、山梨であり、最下位の鳥取はほぼ1千億円強である。金融保険業の付加価値はほぼ都道府県全体の経済規模に従った順位となっている。

一方、県内総生産に占めるシェアで見ると、1位は上述のように東京が突出して高く14.0%と1割以上を占めているが、以下、2位奈良、3位大阪、4位広島、5位香川となっており、上記の付加価値の実額とは顔ぶれがかなり異なる。また、下位5県は、滋賀、栃木、茨城、宮崎、福島である。各都道府県のシェアの差を見ると、東京を除けば2位の奈良県6.7%に対し最下位の滋賀県3.7%となっており、付加価値の実額ほどの大きな格差はない。上位の都道府県は金融保険業の地位が相対的には高いといえるものの、下位県において関東周辺の県が多いのは製造業等、その県を代表する産業の存在が大きいため金融保険業の地位が相対的に低くなっている等の事情も影響しているものと思われる。各府県のシェアの差をみる限りでは、金融保険業の各地域におけるプレゼンスにはさほどの差はないのではないと思われる。

ところで、各産業が生み出す付加価値を測定する際に、この統計ではまだFISIMではなく帰属利子方式を採用している。帰属利子方式では、金融機関の生み出す付加価値のうち貸出預金業務の利ざや部分は、一旦他の産業と重複して計算され、各産業を合計した付加価値から帰属利子として控除されて、最終的な県内総生産が算出される。従って、この帰属利子部分のデータを使えば、金融機関の付加価値を、帰属利子で表される利ざや相当部分の付加価値とそれ以外の役務サービス等の付加価値とに便宜的に

分解することが可能である。こうして分解してみると、平成21年度には全都道府県の金融機関の付加価値は29.0兆円であったが、このうち利ざや部分（帰属利子）が18.4兆円、その他部分（役務サービス等）が10.5兆円で、ほぼ6：4の比率となった。もっとも、その他部分についてはメガバンクのある東京都が突出して高い。東京都では平成21年度の金融機関の付加価値は10.9兆円あるが、そのうち利ざや部分が5.1兆円、その他部分の付加価値が5.8兆円で、利ざや以外のほうが多くなっている。これに対し、東京以外の地域では、各府県ともに付加価値やシェアの大小にかかわらず利ざや部分とその他部分が概ね3：1の割合となっている。過去の推移をみると若干の変動はあるが概ね安定しており、この3：1という比率が、地域における金融機関の付加価値の実態といていいだろう。各地域における金融機関の付加価値は、その多くが金融仲介サービス（預金・貸出業務）から生み出されているといえる。

4. 地域金融機関にとってのCSR

4-1. 本業とCSR

これまで、金融機関の付加価値という観点から、地域経済や企業との関係を見てきた。金融機関の付加価値は、貸出業務などの企業等に対する金融仲介サービスの提供によって企業と共同して生み出される。その企業が支払う金利のうち利ざや部分が金融機関の付加価値となる。いってみれば、金融機関は企業と共同して付加価値を生み出しているといえ、企業が借り入れた資金を資源として活用し付加価値を生み出す

ことで金融機関も付加価値を生み出すことができる、金融機関の金融仲介サービスとはそういう性格を有するものと考えてきた。つまり、金融機関の付加価値は地域社会やそこに存在する企業なしには実現しない。金融機関は金融という事業を通じて企業ひいては地域社会に貢献することではじめて付加価値を生み出す。一方で、金融という機能は社会インフラであり、地域社会・企業の経済活動には必要不可欠である。金融機関が、その事業の性格や社会に及ぼす影響の大きさ等に鑑み、高い公共性を有すると言われているのはそこにある。金融業界は、公共的性格を他の産業よりも色濃く有する業界である。このように考えていくと、本業とCSRとの関係がみえてくる。

地域金融機関が本業を通じて地域社会に貢献することが社会貢献であり、金融機関のCSRの実践につながる、ということは前に述べたとおりである。これはつまり、金融機関は本業を通じてCSRを実践しやすい業界、実践できる業界である、とはいえないだろうか。金融機関の公共性や、金融仲介サービスを通じて地域の企業全体に及ぼす影響などに鑑みれば、金融機関にとっては、通常の業務を推進すること、貸出や預金などの本業を推進することが、そのままCSRを実践することにつながる。特に、借入依存度の高い地域の中小企業にとっては、金融機関がその中小企業を金融仲介サービスにより支援していくことが、そのまま金融機関にとってのCSRの実践となっているのではないか。地域金融機関にとって、本業により地域の企業等と共同して付加価値を生み出すことと、金融機関としてのCSRを実践する（地域に対する

責任を果たす）ことは、ほとんど同義であるといっている。

また、金融機関は、その地域の中小企業のなかでも、CSRを意識して環境や社会に貢献している中小企業に対する貸出を推進する、金融仲介サービスを提供する、という本業によって、地域社会において中小企業などがCSRを推進することを側面から支援する、あるいは誘導できる立場にある。金融仲介サービスそのものがCSRであると同時に、本業を通じてその地域社会で活動する企業のCSRの推進にもつなげることができるということになる。実際に、地域金融機関は、地域社会とのかかわりの中で中小企業を支援し、ひいては地域経済の活性化につながる行動をとってきた。

ただ、金融機関は本業を実践しているだけでそれがCSRそのものである、という考え方もありうるが、その公共性を考えれば本業といっても儲け主義に走ることや、バブルをもたらすような過剰な金融仲介サービスの提供に偏ることは、金融機関本来の姿ではないだろう。金融機関が、地域における諸課題を金融仲介サービスの提供という本業を通じて解決していく、そのために金融というツールを地域の中小企業に提供する、こうした地域経済・社会の課題の解決までを視野に入れた行動が、金融機関にとってのCSRの実現であるといえる。またそれは、地域金融における社会貢献、ということになる。地域の金融機関は、地域における課題解決＝地域経済の活性化＝地域の発展、までを見据えた課題解決のツールとして、金融仲介サービスを提供することが求められている。

地域金融機関がこうした本業やCSRについて

て、実際にはどのように考えているのか。金融機関のホームページで、金融機関としてのCSR、あるいは地域貢献について、どう公表しているのかを見ていくと、現状では本業以外での社会貢献・地域貢献をホームページで紹介しているものが多い（後述）。他方、CSRについて説明しているところは少ない。一般的に、社会貢献はまだ本業以外での貢献を意味して用いられていることが多く、地域金融機関においてもそのような意味で社会貢献・地域貢献を行っているケースが多いように思われる。例えば、地域社会の環境保護活動に参加（ボランティアとして）したり、地域の文化・芸術・スポーツの振興を支援、補助したり、もっと身近なところでは、寄付、清掃、金融教育など、金融機関の本業から離れて地域社会に何らかの貢献をする行動である。なお、こうした金融機関の本業以外での地域貢献、社会貢献の活動は、金融機関自身の企業価値の向上に向けた戦略の一環であるとも考えられることから、それらはいずれ本業とも関連しつつ地域に貢献するものであると評価することもできよう。

また、公表している地域金融機関の中で、本業である金融サービスの提供、貸出や預金業務などが銀行本来のCSRであるとして、宣言している銀行も出てきている。本論では社会貢献を広義で捉え、社会に貢献する活動を広く含むものとしてきたが、金融機関の本業である金融仲介（預金・貸出業務）を行うにあたり、その業務が地域の経済・社会に貢献するという目的意識をもち、実際に貢献の成果があがる行動が広義の社会貢献である、あるいはCSRであるとして、それを意識している金融機関が現れて

きている。

こうした金融機関のCSRについて、金融庁による金融機関のCSR実態調査がこれまでに2回実施され、その結果が公表されている。その2回目の調査では、金融機関の本業である金融仲介業務、貸出を挙げる金融機関が1回目よりも増加しており、金融機関のCSRについて、そもそも本業がCSRであるとの認識が広まりつつあることを示唆している。このアンケート調査についてみる前に、ここではまず、地域金融機関が本業を通じたCSRを実践するための重要なツールとしての、リレーションシップバンキングについてみていきたい。

4-2. 地域金融機関のリレーションシップバンキング

地域金融機関が本業を通じたCSRを実践し、社会貢献を実現していくためのツールとして、リレーションシップバンキングがある。リレーションシップバンキングは、地域金融機関が本業である金融仲介サービスを地域の顧客に提供する際に中核となるツールであるが、そこに地域金融機関による本業を通じたCSRの実践の姿を見ることができる。

リレーションシップバンキングとは、金融機関と顧客との間にリレーションシップ（親密な関係）を構築し、それにより得られる顧客に関する情報を基にして、金融仲介サービスを提供することであり、そのためには中長期的な関係を維持することが必要である。金融機関がその本業である金融仲介サービスを通じてCSRを実践していくためには、このリレーションシップバンキングにより金融機関が中長期的な取引

の中で得てきた地域の企業等の情報の活用が不可欠である。

リレーションシップバンキングが大きく取り上げられるようになってきたのは、金融システム不安の頃である。わが国がバブル崩壊後の不良債権処理に手間取り、やがて大手金融機関の破綻をきっかけに金融システム不安を引き起こしたとき、金融行政は大手金融機関の不良債権の半減という目標を立てたが、一方で地域・中小企業金融機関にはリレーションシップバンキングという手法を提示した。ただし、あくまでも金融機関のリレーションシップバンキング機能の強化であって、リレーションシップバンキングの開始や導入ではない。リレーションシップバンキングは、そこからはじめられたものではなく、従来からあった地域金融機関等のリレーションシップバンキングの機能を、改めて確認し、強化するものであった。このように、リレーションシップバンキングは、わが国が金融システム不安に陥り不良債権処理を加速させた時期に、行政から地域金融機関に対してその強化を求めたことからよく知られるようになってきたものであるが、その内容は従来から金融機関が実践してきたものである。この地域金融機関によるリレーションシップバンキングは、「地域密着型金融」として引き継がれ、現在では、地域金融機関による地域密着型金融の取組みとして継続している。金融庁では、地域密着型金融をリレーションシップバンキングと同義とし、以下のような説明を加えている。

地域密着型金融（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り顧客に関する情

報を蓄積し、この情報を基に貸出等の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」を指す。

これを地域経済の活性化の視点からみると、例えば、地域の中小企業等に対し情報をつないで商取引の拡大、ひいては地域経済の活性化を図るビジネス・マッチングというサービスを多くの地域金融機関が提供し、PRしている。この事業と地域金融機関のリレーションシップバンキングとは密接につながっており、リレーションシップバンキングで得た情報自体が、地域の財・サービス取引を拡大し、地域の中小企業の発展を支援するツールとなる。ビジネス・マッチングによる直接の商取引の成立に伴う金融仲介サービスの実現や、さらにそれらにより地域の経済活動が活発になることにより地域における金融取引の活発化につながっていく。こうした形で、金融機関の本来業務である金融仲介サービス（預金、貸出）は、地域における財・サービス取引の裏側で、経済活動を支える役割を果たしている。

リレーションシップバンキングは、そもそも従来から地域金融機関が行ってきた金融仲介サービスの機能として備わっていたものであるといえる。その性格は、いわゆる銀行業務と証券業務を対比すると明確になる。銀行業務の代表である貸出業務は、それが企業に融資された後も返済が終了するまでは継続する性格を持っている。証券取引のような1回限りで終わってしまう取引ではない。つまり地域金融機関と取引先である企業、中小企業との間の中長期的な関係性、リレーションシップは、貸出という業務にははじめから備わっているものである。それ

は具体的に、貸出から返済されるまでモニタリング等を行っているという、貸出の実行から返済までの一連の業務を追えば一目瞭然である。

これを地域金融機関のCSRという観点から見ると、金融機関のモニタリング機能は、金融機関のCSRにとって重要な機能であるともいえる。地域金融機関と地域の中小企業の普段の取引の中から貸出需要が生まれ、金融仲介サービスが実現し、そうした金融仲介サービスが地域経済に拡大していくことで地域貢献・社会貢献へとつながっていく。それは金融機関に求められてきた公共性でもあり、本業を通じたCSRであろう。

金融機関は、本業である預金・貸出業務において、預金を預かっている期間中、あるいは貸出してから返済されるまでの間、金利を支払いまた受取っている。これはその期間中は一貫して金融機関が金融仲介サービスを提供していることに他ならない。金融機関の付加価値は、預金を預かった一時点、貸出を実行した一時点だけで生み出されているのではなく、返済されるまで付加価値を生産し続けている。それが金融仲介サービスの対価としての利ざやである。金融機関は顧客との継続的な関係の中で付加価値を生み出していくという性格を本来有しているといえる。このように考えれば、金融機関がリレーションシップバンキングにより顧客との関係を構築していくときに、モニタリング機能も継続的に付加価値の源泉となる重要な機能と位置づけることができる。

5. CSR調査にみる金融機関の意識

5-1. 金融機関のCSRアンケート調査

次に、CSRアンケート調査についてみることにする。わが国の金融機関のCSRというと、これまではどちらかといえば本業以外で地域や社会に貢献すること、というイメージが強く、金融機関においてもCSRは本業以外で地域や社会に利益を還元することという考えが多かったように思われる。しかし、海外の金融機関ではかなり以前から本業におけるCSRを志向してきているといわれており、わが国でも最近のアンケートなどをみると、徐々にそういった意識は変化し、金融機関のCSRとは本業を通じて行うものという考え方が多くなってきているように思われる。わが国の金融機関においても欧州等の本業を通じたCSRという考え方に追いついてきたのではないか。以下ではわが国のこうした動きについて、金融庁のアンケート調査から探っていきたい。

金融庁では、金融機関のCSRについての調査を行っており、これまでに平成18年、平成21年と2回実施している。近年、企業と社会との相互関係が多様化・複雑化する中で、CSRに対する企業の関心が高まっており、金融機関においても様々な形でCSRを重視した取組みが行われるようになってきていることから、こうした状況を踏まえて、銀行や信用金庫・信用組合などの預金取扱金融機関や、保険、証券などの金融機関に対して具体的なCSRの取組みの実態調査を行ったものである。このアンケート調査の結果をみていくと、平成18年調査では本業以外の行動が多かったのに対し、平成21年調査では環境関連融資や融資に付随した業務など、やや環境に偏っているきらいはあるものの、本業におけるCSRをより強く意識するよ

うになってきている、という結果が出ている。以下、具体的にアンケート調査結果をみていく。

(1) 全体的な取組み状況

このアンケート調査では、最初に全体的な取組み状況をきいている。CSRを重視した具体的な取組みを行っている金融機関は、平成21年には全体の72.0%（貸金業者を除く）で、多くの金融機関がCSRを意識した業務運営を行っており、平成18年の66.6%よりも上昇している（図表4-1）。これを預金取扱金融機関で見ると、同様に平成18年の78.1%から平成21年には86.5%に上昇しており、そのうち地域金融機関（地域銀行と信金・信組・労金、以下同じ）は79.4%から87.3%に上昇した。地域銀行は平成21年には100%と全行が取り組んでいる。信金・信組・労金も上昇しており、地域金融機関は総じて高い比率となっている。また、平成21年には、CSRの中でも特に環境に留意した取組みを行っているかどうかを質問してい

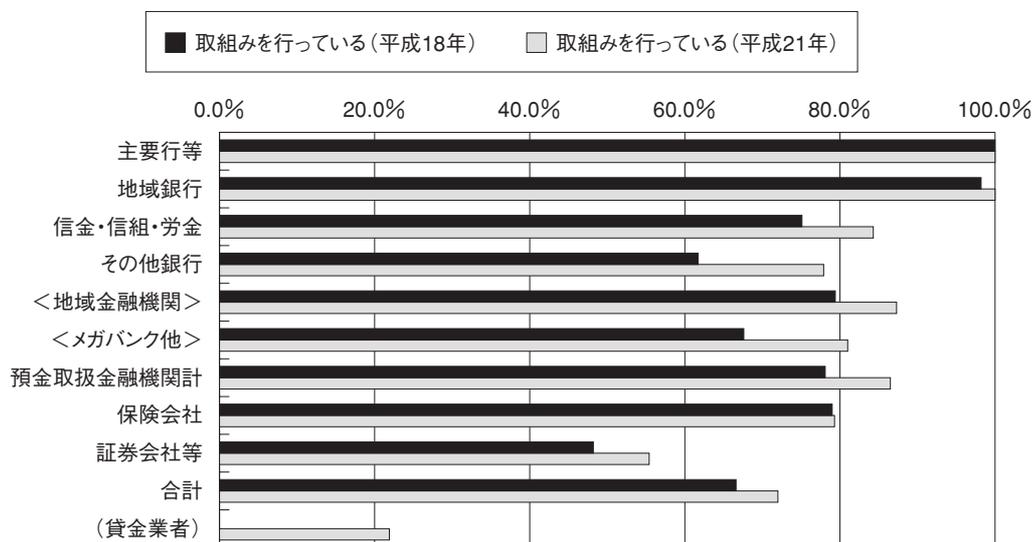
るが、取り組んでいる金融機関は全体で60.2%（同）であった。このうち、預金取扱金融機関では75.7%、うち地域金融機関は76.5%である。CSRを意識した業務運営が浸透していること、および環境というキーワードを意識している様子がみられる。

(2) 個別項目の回答結果

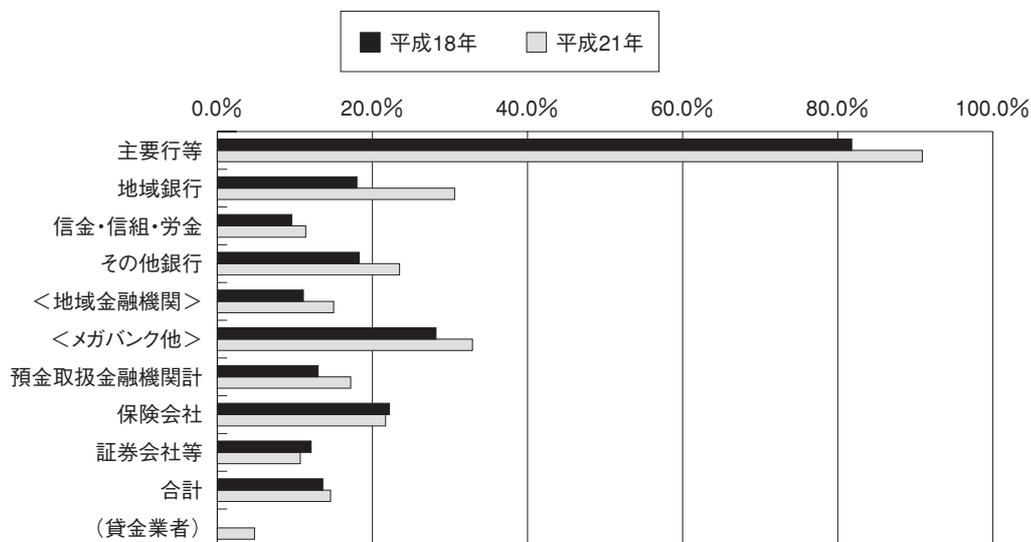
次に、個別のCSRに関する項目をみていく。ここではまず、平成18年、平成21年と連続して調査した項目についてみることにする。

第一に、CSRを専門に担当する組織又は機関があるかどうか、という質問をしているが、平成21年には全体で14.6%となり、平成18年の13.6%より若干上昇した（図表4-2）。預金取扱金融機関では平成18年の13.0%から平成21年には17.2%に上昇、うち地域金融機関は11.1%から15.0%に上昇している。地域金融機関では専担部署の設置割合が比較的低いが、これは相対的に規模の小さい金融機関であること

(図表4-1) CSRを重視した具体的な取組みの実施状況



(図表4-2) CSR専担部署の設置



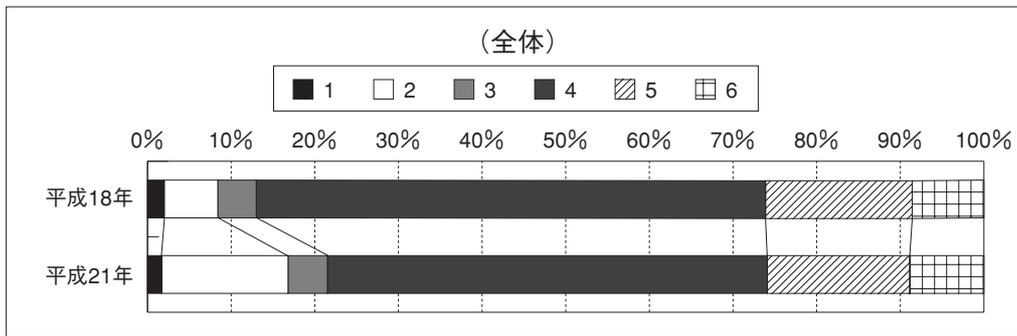
によるものであろう。

第二に、CSRを重視した取組みを行う主な理由としては、平成18年、平成21年ともに「地域との共存共栄」をあげる金融機関が最も多く、全体では平成18年60.4%、平成21年は52.6%であった(図表4-3)。このうち預金取扱金融機関は平成18年80.1%、平成21年72.8%、うち地域金融機関は平成18年85.5%、平成21年78.7%である。平成21年にはやや低下したもののその水準は高く、特に地域金融機関の比率が高くなっており、地域金融機関が地元の地域を意識して業務運営している様子がはっきりと現われている。なお、地域金融機関以外のメガバンクや、保険会社などをみると、「取扱う事業の公共性に鑑みて」の比率がやや高くなっている。これは、全国を対象とする金融機関と各地域を対象とする金融機関との意識の違いが現われているものであろう。いいかえれば、地域金融機関にとっては、地域との関係においてその公共性が問われており、地域金融機関はそ

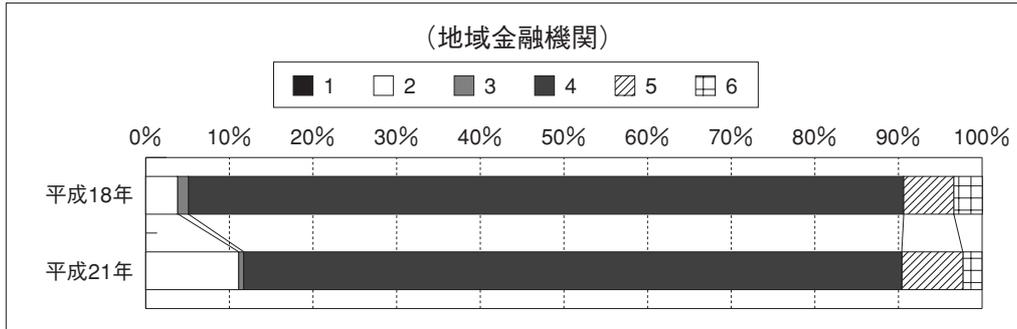
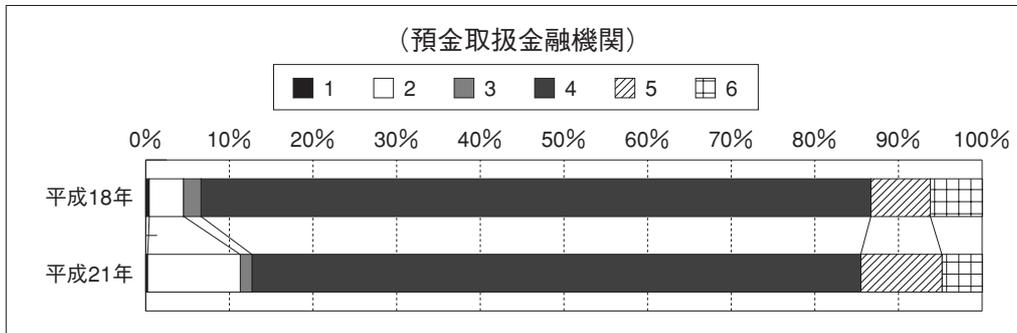
のことを明確に意識して業務運営しているということである。

第三に、CSRに係る情報開示を行っている金融機関は、平成18年で79.6%、平成21年で77.9%となっており、多くの金融機関が何らかの形でCSRに係る情報開示を行っている(図表4-4)。そのうち預金取扱金融機関は平成21年95.2%、地域金融機関は同99.0%であり、地域金融機関が情報開示に熱心である様子がみられる。情報開示の方法としては、ディスクロージャー誌への掲載や、自社ホームページでの発表が多く、またその比率は上昇している。一方、CSR報告書まで作成している金融機関はまだ少なく、実際に発行しているのは全体が平成18年5.8%、平成21年でも8.7%であった。このうち預金取扱金融機関は平成18年2.7%、平成21年で6.6%であり、地域金融機関は平成18年0.9%から平成21年3.8%となっている。まだ比率自体は低いものの地域金融機関では平成18年から着実に増加しており、実数では平成18

(図表4-3) CSRを重視した取組みを行う主な理由



- 1 株主価値の向上・市場での資金調達に有利
- 2 一般へのイメージアップ
- 3 社会的リスクの回避・軽減
- 4 地域との共存共栄
- 5 取扱う事業の公共性に鑑みて
- 6 その他



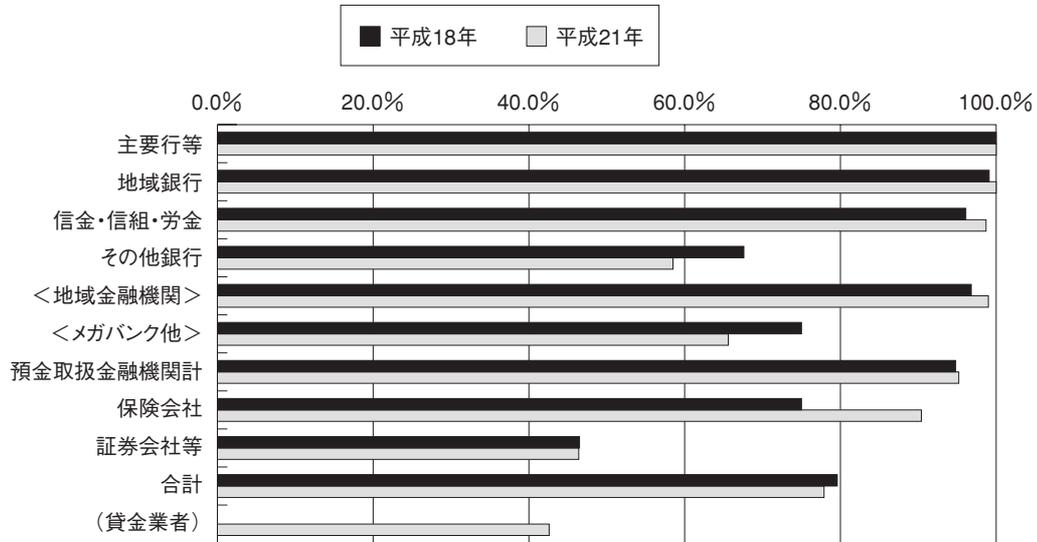
年の4機関から平成21年には19機関となった。ディスクロージャー誌やホームページでの開示で十分と考えている地域金融機関がこれまで多かったものの、一部の地域金融機関では専門の報告書を作成するまでに意識が高まり、先を行こうとする姿勢もみられるようになってきている。

次に、平成18年調査でのみ聞いている項目

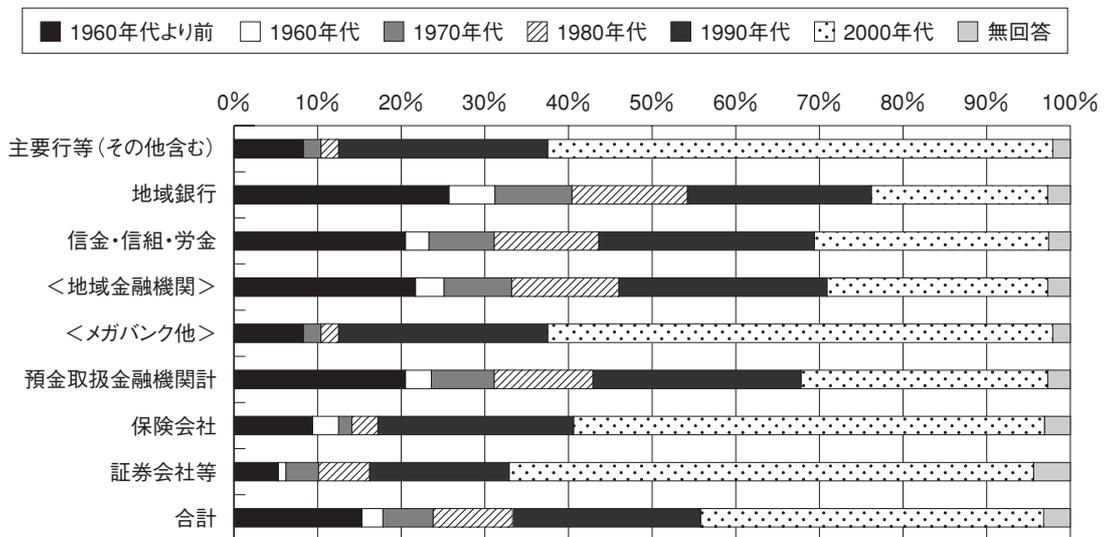
についてみていこう。

第一に、CSRへの取組みを経営として意思決定し、取組みを開始した時期をきいているが、これによると、CSRに取り組んでいる金融機関のうち、開始時期が「2000年代」が41.0%で最も多く、次いで「1990年代」22.5%が多かった(図表4-5)。一方、「1960年代より前」とした金融機関は15.3%であった。このように全

(図表4-4) CSRに係る情報開示を行っている



(図表4-5) CSRの開始時期



体では比較的最近になってはじめて金融機関が多いのに対し、預金取扱金融機関では、「2000年代」が29.5%と最も多いものの比率は相対的に低く、一方「1960年代より前」は20.5%と逆にやや高くなっている。また、その中でも地域金融機関では「1960年代より前」が21.7%であり、地域銀行では同じく25.7%とかなり高くなっている。地域金融機関、特に地域銀行に

おいては、地域密着型の金融という業務の特性もあり、比較的古くから（明示的ではないにせよ）実質的な意味でCSRを意識した経営を行ってきているものと思われる。

第二に、次の(3)で述べるCSRへの取組み事例の中で特に意識するステークホルダー（利害関係者）をきいているが、全体の約半分で「地域住民」が挙げられている（図表4-6）。特

(図表4-6) 特に意識するステークホルダー(利害関係者)

	取組み事例の全体数	株主(投資家)、出資者	政府・行政	NPO、NGO	マスメディア	業界団体	調達先・取引先	労働組合・従業員	顧客・消費者	地域住民	その他
主要行等(その他含む)	127	3.1%	5.5%	2.4%	0.0%	1.6%	1.6%	11.8%	27.6%	26.8%	16.5%
地域銀行	327	0.3%	0.9%	1.8%	0.3%	0.3%	2.1%	4.0%	26.3%	61.8%	2.1%
信金・信組・労金	827	2.8%	1.6%	3.0%	0.0%	0.5%	3.0%	1.9%	21.8%	61.9%	2.8%
<地域金融機関>	1154	2.1%	1.4%	2.7%	0.1%	0.4%	2.8%	2.5%	23.1%	61.9%	2.6%
<メガバンク他>	127	3.1%	5.5%	2.4%	0.0%	1.6%	1.6%	11.8%	27.6%	26.8%	16.5%
預金取扱金融機関計	1281	2.2%	1.8%	2.7%	0.1%	0.5%	2.7%	3.4%	23.5%	58.4%	4.0%
保険会社	185	0.5%	0.5%	5.4%	0.0%	0.5%	0.5%	11.4%	37.3%	33.5%	9.7%
証券会社等	414	8.2%	1.2%	5.3%	0.2%	2.2%	0.5%	6.8%	40.3%	25.6%	8.5%
合計	1880	3.4%	1.5%	3.5%	0.1%	0.9%	2.0%	4.9%	28.6%	48.7%	5.5%

に、地域銀行、信金・信組などでは約6割が「地域住民」を挙げている。地域金融機関がCSRを意識する際には、その対象としてまず地域社会を念頭においていることを物語っている。なお、この調査項目は、金融機関のCSRへの取組み全般において意識するステークホルダーとして聞いたものではない。

(3) CSRを重視した具体的な取組み事例

このアンケート調査では、CSRを重視した具体的な取組み事例を聞いている。それらの事例について、平成18年調査では「経済」、「環境」、「社会」の3分野、平成21年調査では「経済・社会」、「環境」の2分野に分類し、公表している。この分類では、平成18年には「社会」の取組みの割合が61.1%、「環境」が20.4%、「経済」が17.7%であった。これが平成21年調査では、「環境」が48.0%と2倍以上の割合に増え、「経済・社会」は52.0%となっている。なお、平成18年調査では1機関5つ以内の取組みを調査し、全体で1,880事例の回答が寄せられており、これに対して平成21年調査では1機関

3つ以内に限定して、各金融機関に各業態において特に先進的であり、普及が望ましいと考える事例を選定してきており、全体で456事例の回答となっている。このため、厳密にはこの2回の事例を比較できないが、傾向的に金融機関の意識がどのように変化してきているのか、ということ把握するのは可能であると考えられる。

これによれば、平成18年調査では、取組み事例の類型としては、全体的に社会貢献・地域貢献の割合が大きい一方、地域銀行や信金・信組などにおいてはコンプライアンスに関する取組みは比較的少ない。なお、全体的な傾向として社会貢献・地域貢献の内容は本業以外の事例がほとんどを占めている。これが平成21年調査では、地域・社会貢献が引き続き最も多いが、次いで環境保全、環境関連融資の順となっており、本業におけるCSRを志向する動きが目立つようになってきている。地域金融機関においては環境関連融資の割合はさらに高い。

また、平成18年の調査において、事例として挙げられているなか、金融機関の本業とし

てCSRをとらえ、あるいはCSRは金融機関の本業そのものであるという認識を持っている金融機関があることを示唆する事例もある。それは、以下のようなコメントにみられる。

まず、地域銀行では以下のような事例がみられる。

- ・「本業での地域貢献」に取り組んでいる。その目的は銀行業の特性を活かした地域貢献である。地域への資金供給、地域振興への貢献、地域サービスの充実に努めている。
- ・「地域活性化の支援」に取り組んでいる。その目的は地域活性化であるが、まずは、本業において地域経済発展の役に立つことが地域社会への貢献の基本であると考え、金融商品・サービスの充実、お客様の利便性の向上、経営支援等に努めている。
- ・「地域への金融サービスの提供」に取り組んでいる。その目的は地域金融の円滑化への貢献である。具体的には地元企業の資金ニーズに積極的に対応するとともに、ニーズ対応のためのサポート体制を整備し、ビジネス・マッチング、創業支援の推進、大学との連携、経営改善・事業再生、海外進出支援、先端金融スキーム等を提供している。
- ・「地域振興活動」に取り組んでいる。その目的は地域経済活性化であり、具体的には経営情報の提供、商談会、農家向けローンの取り扱いなどを行っている。
- ・「取引先企業に対する経営相談・支援機能の強化」に取り組んでいる。その目的は地域経済の活性化であり、具体的には経営改善支援や創業・新事業支援の機能強化のために審査体制の強化などを行っている。
- ・「地域経済活性化」に取り組んでいる。その目的は地域金融機関として地域経済活性化を図ることであり、具体的には地元大学との産学連携プロジェクトの推進、近隣他行との共同によるビジネス商談会の開催やM & Aソリューションの提供などを行っている。
- ・特に取組み名はつけていないが、CSRを行う目的として「金融機関の本業による地域社会への貢献」を挙げている例もある。
次に、信用金庫・信用組合・労働金庫では、以下のような事例がある。
- ・「地域社会の活性化」に取り組み、創業の目的から、当金庫が存在し存続すること自体がCSRと考えとし、中小企業への支援・育成において、金銭的な支援のみならず各種経営サポートを実施している。
- ・「地域の中小・零細企業等への貸出」に取り組んでいる。その目的は地域経済への貢献であり、営業エリア内の中小・零細企業や個人への融資を通じて地域の繁栄に貢献している。
- ・「企業支援」に取り組んでいる。内容として、企業の経営支援を挙げている。
- ・CSRの取組み内容として、単一的な取組みではなく、企業活動そのものがCSRに根ざしたものであることが重要と認識している。
- ・「地域との共存共栄」に取り組んでいる。その目的は地域社会の発展に貢献し、地域との共存共栄を期することであり、地域で調達した資金を、お客様の様々な資金ニーズに応え、地域活性化に資するために、円滑な資金供給を行う形でお客様や社会に還元している。
- ・「地域貢献活動・地域経済活動」に取り組んでいる。その目的は「地域の一員としての社会

貢献と、預貸業務を通じた経済活動」であり、預金・融資業務を通じて地域経済の円滑化に勤めてきている。

- ・「企業の経済的責任」に取り組んでいる。その目的は地域の経済的発展に寄与すると同時に、社会的な貢献を図ることである。経済的責任として、茨城県内でお預かりした預金（資金）は茨城県内で融資（運用）するという協同組織金融機関の基本姿勢のもと、地域社会の血流としての役割を果たしている。
- ・「信用組合事業を通じた地域貢献」に取り組んでいる。その目的は、経営方針に基づく信用組合事業を通じた、地域貢献活動への取り組みである。当該信用組合では、「力を合わせて豊かな暮らし」を経営理念として掲げ、いかなる情勢にあっても、利用者の経営し甲斐、職員の働き甲斐のある信用組合を目指して、信用組合の本業である金融サービスの提供を通じた地域貢献活動に取り組んでいる。
- ・「地域経済の発展に貢献」することに取り組んでいる。地域金融機関としての使命を果たすため、地域の中小零細業者向けの貸出商品を開発し積極的に推進している。
- ・「地域の中小企業への金融円滑化等支援活動」に取り組んでいる。
- ・CSRに取り組む目的として、地域の発展と当組合との共栄を挙げている。具体的には地域中小事業者への金融サービスの提供をしている。

このように、平成18年の調査で既に、貸出、預金などの本業におけるCSRを挙げるものがみられ、地域銀行で86事例、信金・信組・労金で126事例にのぼる。その多くは環境関連融

資やエコ定期など、環境に関連した商品であるが、中には、上記のように、特に環境に限定せずに本業によるCSRをうたっている金融機関もある。さらに、随所に金融機関の本業を通じたCSRという意識が根底にあると思われるような記載をしている事例も見られる。これらはまさに、金融機関はそもそもその業務自体に公共性を有しており、本業を推進することこそが金融機関という企業に与えられた使命、社会的責任を果たすことであるとの認識に立っているものであろう。地域金融機関においては、平成18年には既にCSRは本業と一体である、あるいは本業を通じて行うものであるという認識を持ち始めていたといえるのではないか。

次に平成21年調査の事例の内容を個別にみていくと、まず環境関連では、「環境関連融資」の事例が58件あるが、このうち預金取扱金融機関が53件、うち地域金融機関が41件となっている。また、「エコファンド」の事例が24件（預金取扱金融機関6件、地域金融機関4件）あり、「その他環境保全」においても、預金等の本業を事例としてあげている事例が35件（預金取扱金融機関28件、地域金融機関25件）ある。環境関連全体の219件中、上記3つの本業の事例の合計は117件とほぼ半数を占める。預金取扱金融機関については、経済・社会の事例においても、「地域・社会貢献」や「高齢者向けの取り組み」、「顧客・消費者向け取り組み」などで15件が本業に関連する事例として挙げられている。

この結果から見る限り、本業を通じたCSRの実践という認識について、平成21年調査では、平成18年調査のような本業全般をCSRで

あるとする事例はあまり見られなくなっている。ただしこれは、アンケートの内容が、平成18年調査ではCSRを重視した具体的な取組みの詳細について1機関5つ以内で回答を求めたのに対し、平成21年調査では、「特に先進的であり、普及が望ましいと考える事例」を各金融機関が選定し、3つ以内に限定して記入する、という項目になったことが影響している可能性がある。金融機関にとってCSRとは本業と表裏一体である、本業を通じて行うものである、というような抽象的な回答よりも、より具体的・先進的な金融サービスの事例を回答する金融機関が多くなったのではないか、あるいは事例の対象を絞込み、より具体的な事例を求めたことで、本業の具体的な内容に踏み込んだ、環境関連融資や同ファンドの事例が目立ち、逆に、本業によるCSRという表現がみられなくなったのではないか、ということである。この結果を好意的に考えれば、CSRは本業を通じて行うものという意識が金融機関の間に浸透し、あえて特に本業全般について挙げる必要はないと判断されたとも思える。いずれにしても、金融機関の本業としての環境関連の融資がCSRの事例として多く寄せられていることから、環境に偏っているとはいえ本業を通じたCSRという認識が広がってきていることは指摘できる。

このように、具体的な取組み事例の調査方法が平成18年と平成21年では若干異なっているという事情はあるが、平成18年調査で既に本業に関連した取組み事例が散見されていたことや、平成21年調査では環境に偏っているとはいえ本業を通じたCSRの実践といえるような事例がかなりのウェイトを占めるに至っている

ことからすれば、金融機関の間にCSRは本業を通じて行うものであるという認識が広がっているということはいえるのではないか。そしてそれを実現するために、アンケートで随所に地域との関係が出てくることに見られるように、地域の顧客との間で親密な関係を長く維持することにより情報を蓄積し、この情報を基に貸出等の金融サービスを提供していく、まさにリレーションシップバンキングを重要なツールと考えていることが推測される。

5-2. ホームページ上での情報発信

このアンケート調査では、多くの金融機関が何らかの形でCSRに係る情報開示を行っており、中でも地域金融機関は情報開示に熱心である様子がみられた。また、情報開示の方法としては、ディスクロージャー誌への掲載や、自社ホームページでの発表が多く、その比率は上昇していたが、実際にCSRについて地域金融機関はどのように情報発信をしているのだろうか。現在の地域金融機関のCSRの開示状況を各ホームページで実際に確認してみた。具体的には、地域金融機関の各協会のホームページからリンクされている協会加盟金融機関のホームページを辿り、CSRに関する説明を探したところ、以下のような状況であった。なお、利用したのは、地方銀行協会、第二地方銀行協会、全国信用金庫協会、全国信用組合中央協会のそれぞれのホームページである。

その結果、CSRだけの専門のページを設けている金融機関は、地銀で31銀行、第二地銀で9銀行、信用金庫で17金庫、信用組合で0組合であった(図表5)。うち、トップページから

CSRのページにリンクされ、自社のCSRがすぐに関覧できるようにしてある（どこにあるのか、いちいち探さなくてもよいように案内している）金融機関は、地銀10銀行、第二地銀1銀行、信金0金庫、信組0組合であった。一方、直接CSRを実践しているとの表現はホームページ上には見当たらないものの、地域貢献や社会貢献について専門のページを設けている金融機関はかなり多く、地銀16銀行、第二地銀16銀行、信金126金庫、信組45組合であり（いずれも上記CSRのページがある金融機関を除く）、地域貢献・社会貢献については多くの地域金融機関が積極的に開示していると思われる。CSRと地域貢献・社会貢献とを合計すると、地銀47銀行、第二地銀25銀行、信用金庫143金庫、信用組合45組合となる。一方、CSRや地域貢献・社会貢献のためのページを設けていない、CSRや地域貢献を明示していない金融機関は地銀17、第二地銀17、信金128、信組113であった。

なお、ここではあくまでホームページにCSRや地域貢献などのページがあり、検索できるものだけをピックアップしている。従ってトップページからリンクされているディスクロージャー誌のPDFファイル等を開くとその中にCSR等が掲載されているというものや、CSR等の

ページがない金融機関は除外している。このため、ホームページのどこかでCSRや地域貢献について触れている、という金融機関は含まれない。（これらをすべて含めれば金融機関数はもっと増えると思われる。）

地域金融機関のCSRのページの内容をみていくと、本業以外の地域への貢献を述べているものが多い。しかし中には、CSRの活動とは本業そのものである、本業を通じての社会責任、地域貢献がCSRである、ということを宣言している金融機関、つまりホームページ上でCSRが「本業」であることをはっきりと明示している金融機関がある。

例えば、北海道銀行のホームページでは、「北海道銀行のCSR活動」というページがあり、そこを開くと最初に、以下のような宣言をしている。

「北海道銀行は、北海道を主たる営業基盤とする金融機関として、道内企業、道民のみなさまへの円滑な資金供給と質の高い金融商品・サービスのご提供を安定的かつ継続して行うことが最も大事なCSR（企業の社会的責任）であると考えております。すなわち、本業を通じて地域のみなさまのお役に立ち北海道経済の発展に貢献することが北海道銀行の社会的責任にほかなりません。」

(図表5) CSRの発信(ホームページ)

	地方銀行	第二地方銀行	信用金庫	信用組合
CSRのページを設けている	31	9	17	0
地域貢献・社会貢献のページを設けている	16	16	126	45
CSRや地域貢献・社会貢献のページを設けていない	17	17	128	113
全体	64	42	271	158

また、多くの金融機関で、CSRとして「本業を通じた地域貢献」と「本業以外の地域貢献」を並べている。例えば広島銀行では、「本業を通じて地域社会の発展に貢献することはもちろんのこと、環境保全、社会貢献といった、あらゆるCSR（企業の社会的責任）の面で積極的な取組みを推進しております。」としている。

一方、CSR自体のページは設けていないものの、地域貢献や社会貢献の活動についてのページを設け、そこで資金供給をはじめとする金融仲介サービスの提供が金融機関にとっての地域貢献であると明示するなど、CSRの考え方に通ずる内容を掲載している金融機関もある。

ただ、多くの金融機関はそのホームページで、CSRや地域貢献、社会貢献を掲載するに際して、まだ本業以外の活動の紹介にとどまっている。あるいは、地域貢献活動としてまず地域との交流（文化活動、スポーツ等）を紹介し、最後の方に地域経済との関係として融資や預金などを掲載している金融機関もある。印象としては、地域経済の活性化など本業を通じての活動もCSR、地域貢献につながるものと認識しているものの、CSRとしてホームページに掲載する際の優先順位が、まず文化活動など地域にアピールするもの、あるいは理解しやすい事例、というのが考え方の根本となっているように思われる。好意的に見れば、地域金融機関においては地域への貢献、地域経済の活性化が自社の責務であるという印象を受けるようなホームページの作り方になっているが、もっと本業を通じた貢献をアピールしてもよいのではないだろうか。

6. 地域密着型金融のアンケート調査

6-1. 地域密着型金融への利用者の評価

ここまで、地域金融機関の本業を通じたCSRに関連した調査として、直接CSRをとりあげているCSRアンケート調査をみてきたが、これ以外にも、CSRに関連していると考えられる調査として、金融庁による地域密着型金融の取組みに関する調査がある。金融庁ではこの調査を毎年実施してきており、金融機関を利用する側から見たリレーションシップバンキングに対する評価等が時系列的にみられる。以下では、地域金融機関の本業を通じたCSRという観点からその調査結果を見ていきたい。

この調査は、元をたどると、バブル崩壊後に大手金融機関が破綻し、わが国で金融システム不安が起きたところにさかのぼる。金融システム不安の元凶は金融機関の不良債権処理が遅々として進まないことにあるとして、政府では不良債権を半減させるという方針を打ち出した。しかしながら、地域金融機関は多くの中小企業を取引先としてもっており、これらの不良債権処理を急激に進めるのは弊害が大き過ぎるとの指摘があり、この問題に対処すべく提言されたのが、いわゆる「リレーションシップバンキング」の強化であることは先に述べた。金融庁はまず平成15年3月、「リレーションシップバンキングの機能強化に関するアクションプログラム」を公表、地域金融機関に対する利用者等の評価に関するアンケート調査を実施し、金融機関全体の利用者利便の向上を促すとともに行政においても活用することとした。

このように、このアンケート調査は当初、平

成15-16年度の同プログラムに基づく取組みとしてなされたものであったが、平成17-18年度には、第2次のアクションプログラムが作られ、ここで「地域密着型金融の機能強化の推進に関するアクションプログラム」に引き継がれた。さらにその後も金融庁によるアンケート調査は継続して実施された。こうしてリレーションシップバンキングのアンケート調査は、地域密着型金融のアンケート調査として引き継がれ、地域金融機関が行う地域密着型金融に関して、その実績を総合的に取りまとめたものが公表されてきている。その中で、金融機関の具体的な取組み実績とともに、利用者へのアンケート調査も実施している。このアンケート調査で、地域金融機関がどのようにリレーションシップバンキング、地域密着型金融に取り組んできているのかをみていくことができ、それにより地域金融機関の本業を通じたCSRについての利用者の評価などを推測することが可能である。こうした観点から、以下でアンケート調査の内容をみていくことにする。

なお、上記のような経緯からアンケート調査項目は少しずつ変更されてきている。始まったときの平成16年の第1回調査（平成15年度）では個別の取組み（創業支援、事業再生等）に関するアンケートであったが、平成17年の第2回（平成16年度）からは地域密着型金融（リレーションシップバンキング）への取組み全体についての評価も質問に加えられた。その後、平成22年の第7回調査（21年度における取組み状

況）まではほぼ連続した調査項目でアンケートを実施してきたが、平成23年のアンケート調査では調査項目が大幅に見直されている。このため、調査の内容が第7回までと異なり、一部連続性がなく平成22年以前との比較ができない項目もあるものの、CSRの観点からすると、参考となる調査結果が見られるので、平成16年から平成23年までのすべてについて、その結果をみていくこととする²。

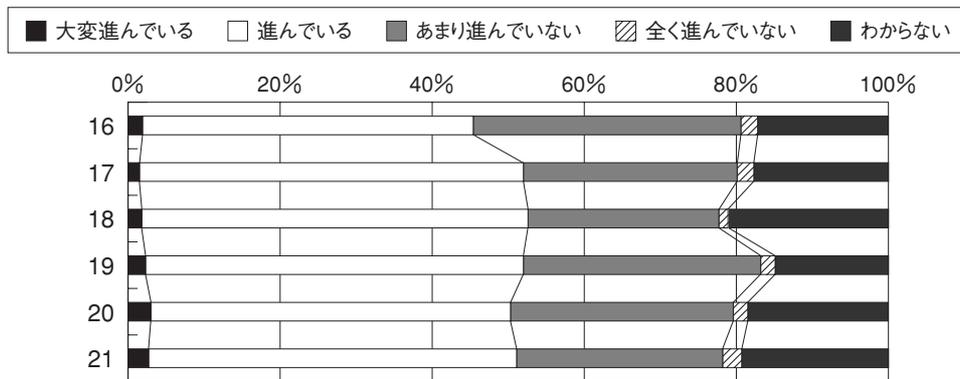
まず、利用者の評価をみていきたい。一連の調査結果は、以下の通りである。

〔設問1〕 地域密着型金融の取組み全体に対する評価

「地域金融機関の地域密着型金融に関する取組みをどのように評価しますか」という設問に対し、積極的評価（「大変進んでいる」と「進んでいる」の合計）は平成16年度には45.4%であったが、平成17年度以降は比率が上昇し、平成21年度では51.1%となっている（**図表6-1**）。これに対し消極的評価（「全く進んでいない」と「あまり進んでいない」の合計）は平成16年度には37.4%であったが、以降はやや低下し、平成21年度では29.6%となった。平成23年調査では評価項目（選択肢）が変更されたが、積極的評価が47.9%であったのに対し消極的評価は18.1%であった（**図表6-2**）。総じて積極的評価が消極的評価をかなり上回る傾向が続いており、地域密着型金融への地域金融機関の取組みについては、全体としては利用者から高い評価を受けていると考えられる。

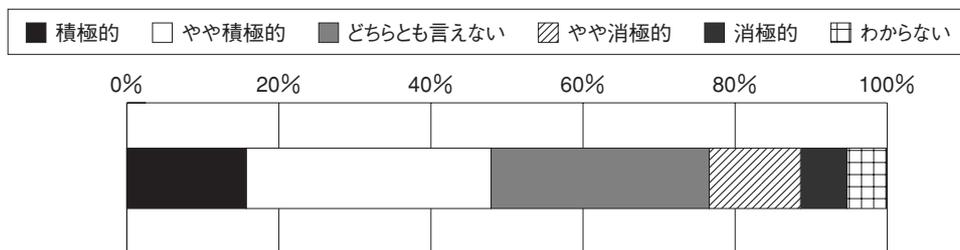
² 金融庁では、平成21年度まで各年度末の2-3月（年度によっては4月まで）に利用者に対するアンケート調査を実施してきた。なお、平成22年2-3月の調査の後、調査項目の内容が見直され、次回調査は平成23年5-6月に実施されている。

(図表6-1) 地域密着型金融の取組み全体に対する評価



(注1) 縦軸はアンケートの実施年度(以下同じ)
 (注2) 積極的評価=「大変進んでいる」+「進んでいる」
 消極的評価=「全く進んでいない」+「あまり進んでいない」
 (以下同じ)

(図表6-2) 地域密着型金融の取組み全体に対する評価(平成23年)



(注) 積極的評価=「積極的」+「やや積極的」
 消極的評価=「消極的」+「やや消極的」
 (以下同じ)

[設問2] 個々の取組みに対する評価

設問1のように、地域金融機関の地域密着型金融への取組みは全体としては高い評価であるが、個々の取組みについては利用者の評価はばらついている。以下で各取組みへの評価についてみていくこととする。

①「創業・新事業支援への取組み」については、平成15年度は積極的評価24.5%に対し消極的評価48.6%であった(図表6-3)。平成21年度には両者の比率が接近し、積極的評価33.9%に対し消極的評価36.1%となり、依然として消極的評価が上回ったもののその差は

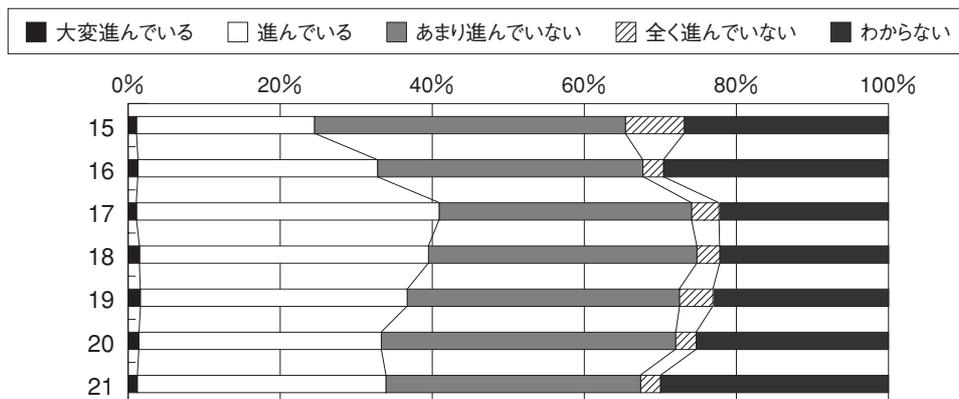
非常に小さくなってきた。平成23年調査では積極的評価29.7%に対し、消極的評価24.9%となり、比率が逆転し、創業等への支援の取り組みについては利用者の評価が高まってきていることを物語っている(図表6-4)。

②「経営改善支援への取組み」については、平成15年度には積極的評価33.5%に対し消極的評価45.5%であった(図表6-5)。以降、積極的評価が大きく上昇し平成18年度には50.7%とほぼ半数を占めるに至った。平成19年度からはやや比率が低下したものの、平成

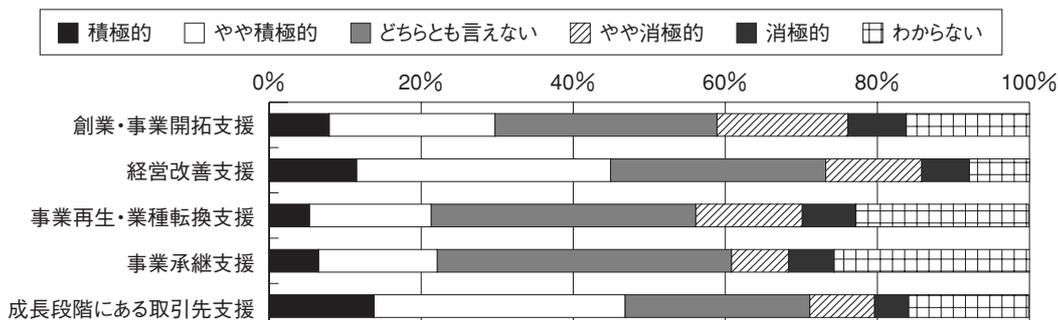
21年度でも積極的評価41.9%に対し消極的評価33.2%であった。平成23年調査では積極的評価44.9%に対し消極的評価18.9%となっ

ている（図表6-4）。経営改善への取り組みについては、利用者は高く評価しているといえる。

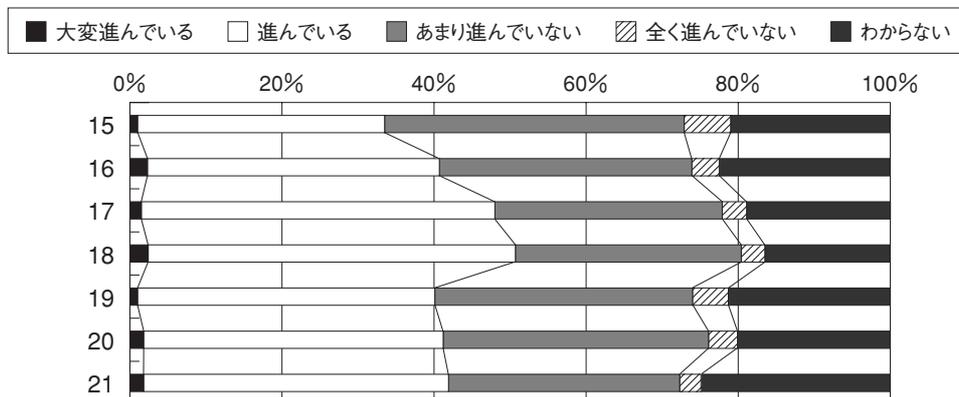
(図表6-3) 創業・新事業支援への取組みに対する評価



(図表6-4) 顧客企業のライフステージの各類型における地域金融機関の取組み姿勢(平成23年)



(図表6-5) 経営改善支援への取組みに対する評価

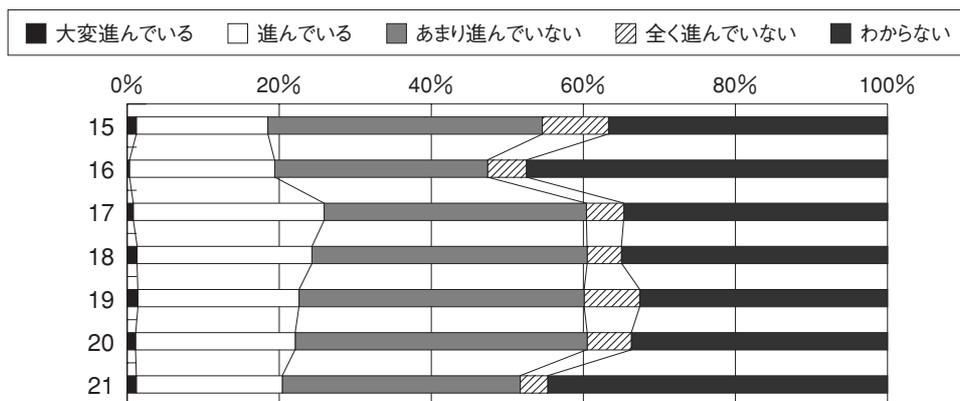


③「事業再生支援への取組み」については、平成15年度には積極的評価18.5%に対し消極的評価44.8%であった（図表6-6）。以降は積極的評価がやや上昇したものの、平成21年度でも積極的評価20.4%に対し消極的評価34.9%となっている。平成23年調査では、積極的評価21.3%に対し消極的評価21.0%と、ようやく両者が拮抗してきた（図表6-4）。事業再生への取組みは総じてあまり評価されていない状況といえるが、一方で「わからない」、あるいは「どちらともいえない」という回答の比率が他の設問と比較してかなり高い。これらから推測すると、事業再生の具体的な事例が少ないために、評価自体ができない利用者が多いことが影響していると考えら

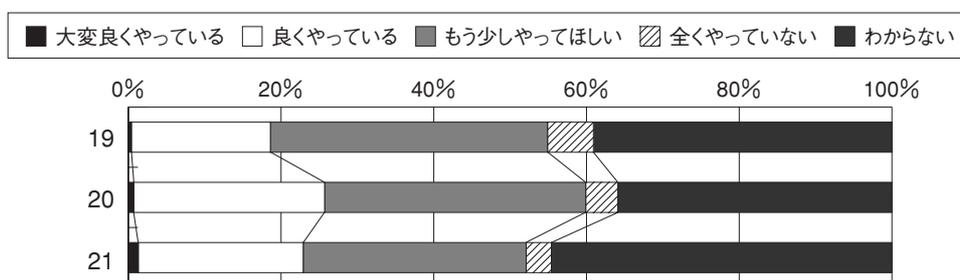
れ、少ないながらも積極的評価が2割を占めていることは前向きな評価ができると思われる。

④「事業承継支援への取組み」については、平成19年度には積極的評価19.2%に対し消極的評価42.3%であった（図表6-7）。平成21年度も積極的評価22.9%に対し消極的評価32.5%となっている。平成23年調査では積極的評価22.1%に対し消極的評価13.5%と比率は逆転したものの、比率自体はかなり低いままである（図表6-4）。事業承継も事業再生と同様に「わからない」、「どちらともいえない」の比率が非常に高い。これも具体的な事例の少なさが評価に表れているものと思われる。ただ、積極的評価と消極的評価の比率が逆転したことは評価できるものとする。

（図表6-6）事業再生支援への取組みに対する評価



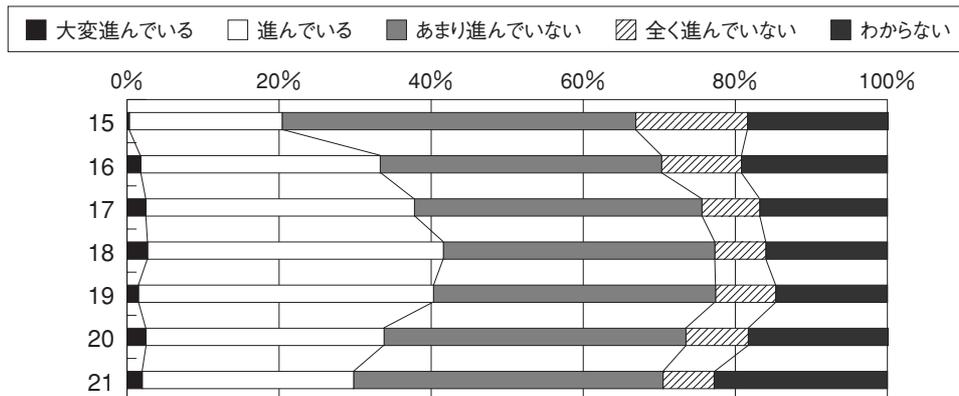
（図表6-7）事業承継支援への取組みに対する評価



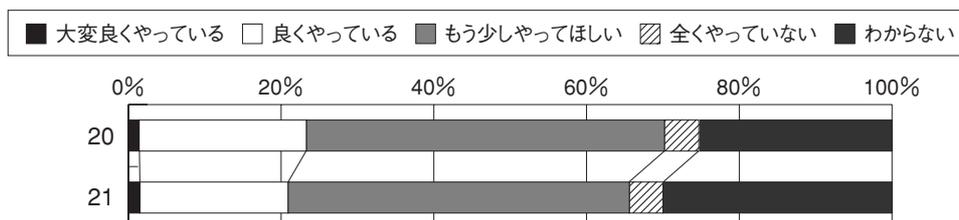
⑤「担保・保証に過度に依存しない融資等への取組み」については、平成15年度には積極的評価20.4%に対し消極的評価61.2%と極端に消極的評価が多かった（図表6-8）。以降、徐々に積極的評価が高まり、平成18年度には積極的評価41.6%、消極的評価42.4%と、ほぼ拮抗するところまできた。しかし平成20年度以降は積極的評価が低下してきており、平成21年度は積極的評価29.8%に対し消極的評価47.4%と格差が大きく拡大している。23年調査では項目がないため最近の評価は不明だが、リーマンショック以降の景気の悪化の影響とも考えられ、地域金融機関の融資姿勢がやや厳しくなっている可能性がある。利用者の利便性とリスク管理のバランスが求められよう。

⑥「企業の将来性、技術力を的確に評価できる能力（目利き能力）の発揮」については、平成20年度は積極的評価23.3%に対し消極的評価51.4%であった（図表6-9）。平成21年度も積極的評価20.9%に対し消極的評価49.1%とほぼ同水準である。平成23年調査では「顧客企業の事業価値を見極め経営課題を発見・把握する能力（目利き能力）の発揮」と質問自体をやや変えて聞いているが、積極的評価26.9%に対し消極的評価28.8%と消極的評価が多い（図表6-10）。目利き能力への評価は徐々に高まりつつあるものの、地域金融機関にとってはCSRを実践し地域に貢献するための基礎となるべき能力であり、大きな課題の一つであると思われる。

（図表6-8）担保・保証に過度に依存しない融資等への取組みに対する評価



（図表6-9）企業の将来性、技術力を的確に評価できる能力（目利き能力）の発揮に対する評価

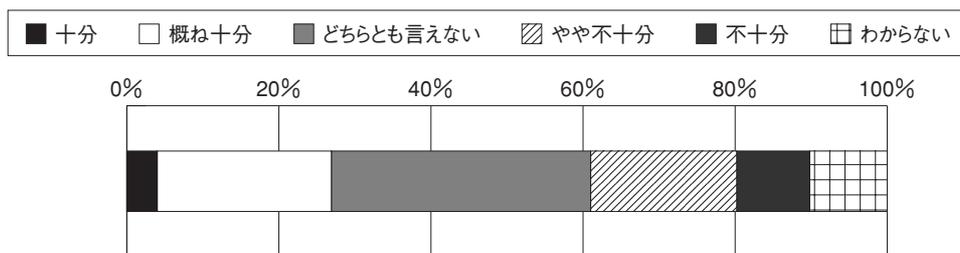


- ⑦「人材育成への取組み」は、平成17年度には積極的評価34.3%、消極的評価33.3%であったのが、平成21年度には積極的評価26.2%、消極的評価34.6%と、評価が低下してきている（図表6-11）。上記の目利き能力とも関連し、利用者の期待の大きさが評価に表れているのではないかと。
- ⑧「地域全体の活性化、持続的な成長を視野に入れた、同時的・一体的な面的再生への取組み」については、平成19年度には積極的評価25.9%に対し消極的評価40.8%であった（図表6-12）。平成21年度は積極的評価28.2%に対し消極的評価36.5%とやや差が縮小した。また、平成23年調査では「地域の面的再生への積極的な参画」として質問しているが、積極的評価34.0%に対し消極的評価

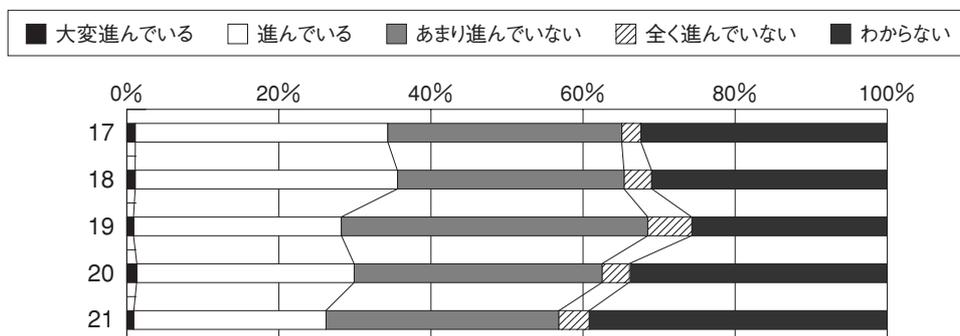
25.1%と逆転している（図表6-13）。これは本業である金融仲介サービスにとどまらない地域への取組みについて聞いているものであるが、積極的評価の理由を見ると、地場産業の育成や産学官連携など、概ね本業に関連した事業活動を評価している。地域金融機関の利用者は本業やその周辺の事業による地域への貢献を期待し、また評価しているものと思われる。

- ⑨「地域活性化につながる多様なサービスの提供」については、消極的評価が積極的評価を上回って推移しており、平成21年度では積極的評価31.9%に対し消極的評価40.7%であった（図表6-14）。これは事業性貸出にとどまらない多様なサービスの提供、つまり本業以外の活動も含んでいるが、利用者はもう少

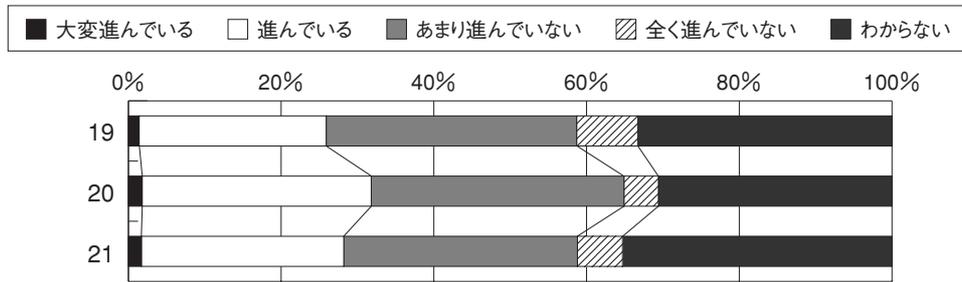
(図表6-10) 顧客企業の事業価値を見極め経営課題を発見・把握する能力(目利き能力) (平成23年)



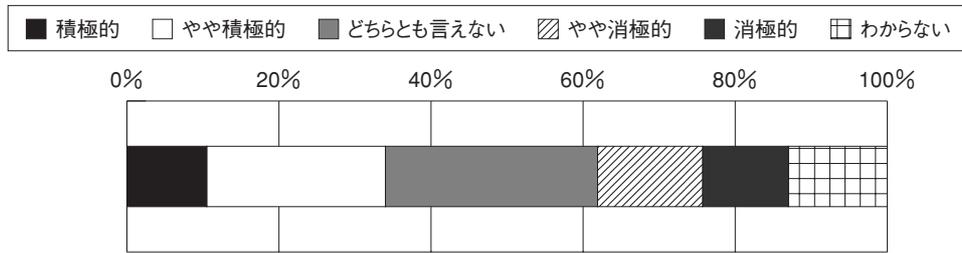
(図表6-11) 人材育成への取組みに対する評価



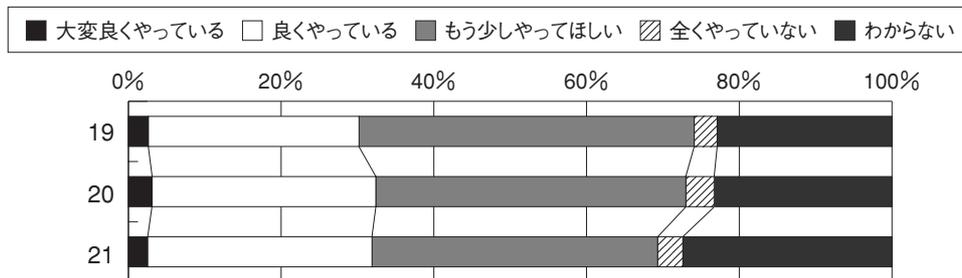
(図表6-12) 地域全体の活性化、持続的な成長を視野に入れた、同時的・一体的な面的再生への取組みに対する評価



(図表6-13) 地域の面的再生への積極的な参画(平成23年)



(図表6-14) 地域活性化につながる多様なサービスの提供に対する評価

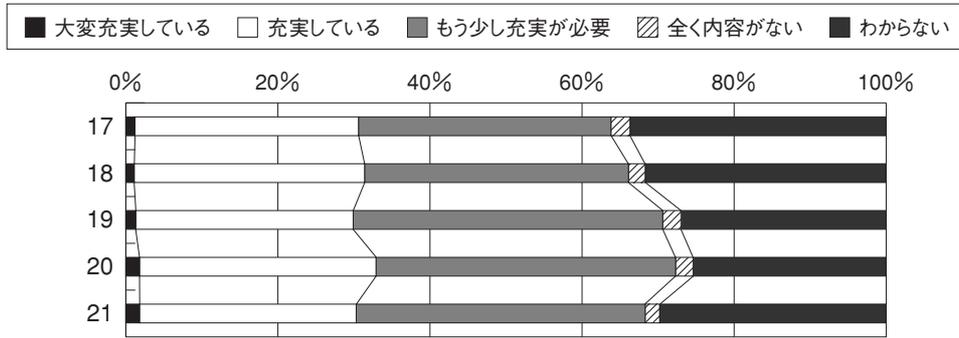


し積極的に取り組んでほしいと考えているようである。

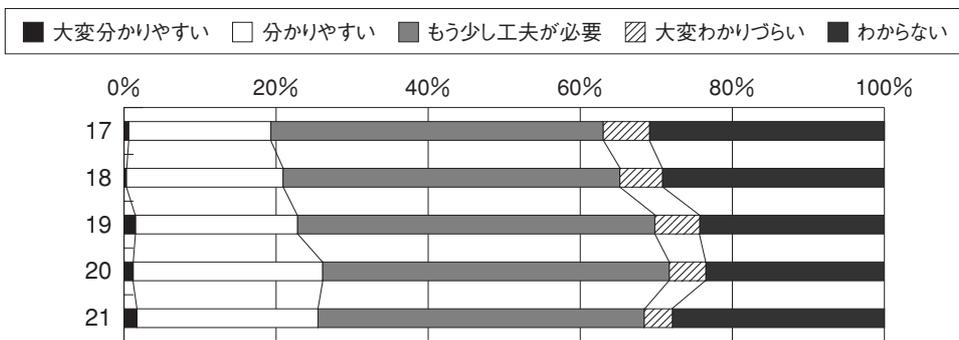
⑩「地域や利用者に対する情報発信」について、平成21年度まではその内容の充実度と分かりやすさについて、平成23年調査では発信の姿勢と内容の理解しやすさについて、それぞれ質問している。これによれば、まず内容の充実度の評価は、平成17年度には積極的評価30.6%に対し消極的評価35.7%であった(図表6-15)。平成21年度には積極

的評価30.3%、消極的評価39.9%となっており、利用者はもっと充実させてほしいと考えている。一方、分かりやすさについては、平成17年度には積極的評価19.3%に対し消極的評価49.8%であった(図表6-16)。平成21年度には積極的評価25.5%に対し消極的評価46.6%となっている。さらに平成23年調査での内容の理解しやすさの評価は、積極的評価が39.4%、消極的評価が14.1%であった(図表6-17)。これらからすると、

(図表6-15) 地域密着型金融の取組みに関する公表内容に対する評価



(図表6-16) 地域密着型金融の取組みに関する公表内容の分かりやすさに対する評価



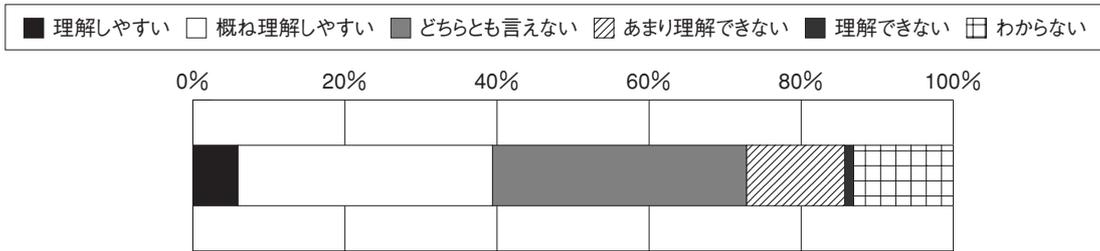
地域金融機関が発信している情報の内容は理解可能だが、分かりやすさについてはより一層の努力が必要である、という評価を利用者はしているものと思われ、地域金融機関には情報発信に工夫が求められている。また、23年調査での情報発信の姿勢については、積極的評価39.3%に対し、消極的評価22.7%であった(図表6-18)。積極的評価が上回ってはいるものの、消極的評価も結構な比率である。地域金融機関には、より一層の地域とのコミュニケーションが求められている。

①上記の設問以外に、平成23年調査では新たに「モニタリング」、「日常の接触」、「外部専門家」の各項目について聞いている。以下、

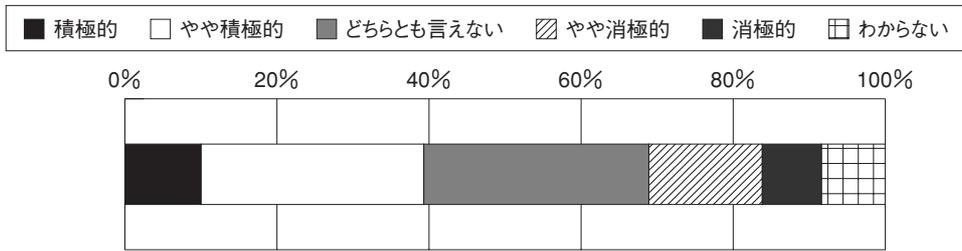
各項目についてみてみよう。

「ソリューション実行後のモニタリングの姿勢」については、積極的評価25.0%に対し消極的評価17.9%であった(図表6-19)。「どちらともいえない」が35.7%もあり、地域金融機関としてはやや物足りない結果である。ただ一方で、「顧客企業との日常的・継続的な接触(顧客企業への訪問等)の姿勢」については、積極的評価が55.0%と過半数を占め、消極的評価は14.9%となっている(図表6-20)。この結果から見ると、顧客に対する新たな提案などのソリューション自体は少ないものの、地域金融機関は地域の顧客(中小企業、個人等)との関係の構築や維持については積極的に推進しているものと思われ

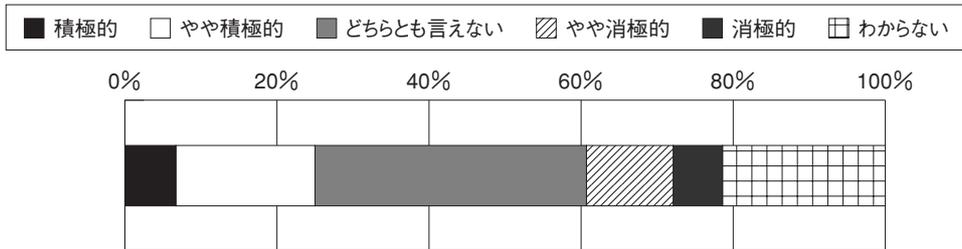
(図表6-17) 情報発信の内容 (平成23年)



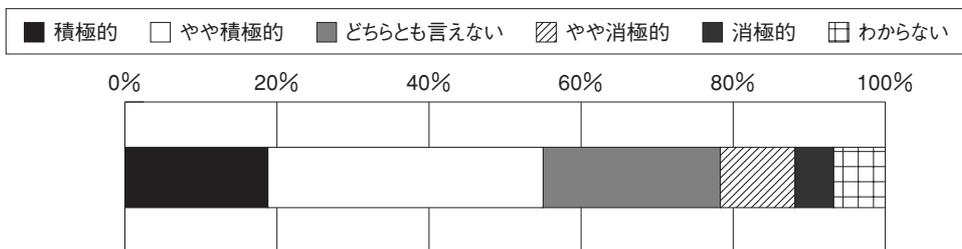
(図表6-18) 地域や利用者に対する情報発信の姿勢 (平成23年)



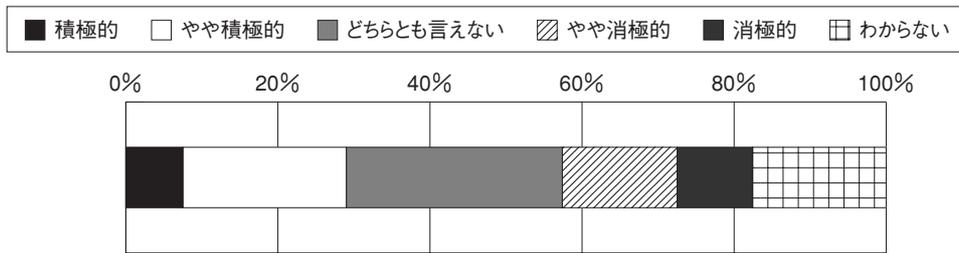
(図表6-19) ソリューション実行後のモニタリングの姿勢 (平成23年)



(図表6-20) 顧客企業との日常的・継続的な接触 (顧客企業への訪問等) の姿勢 (平成23年)



(図表6-21) 外部専門家・外部機関との連携姿勢(平成23年)



る。こうした日常的な関係はまさに本業を通じたCSRの実践につながるもので、評価できるのではないか。

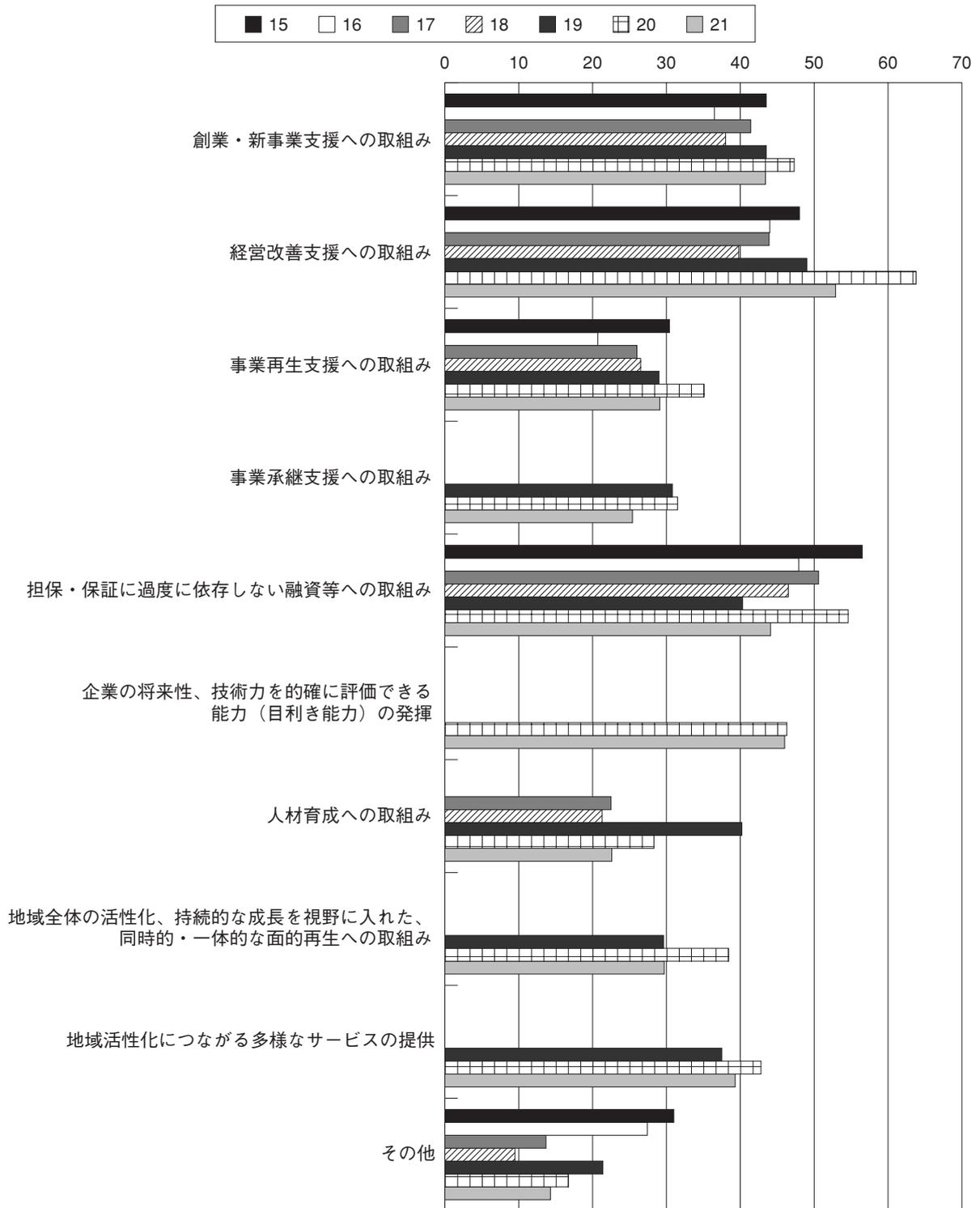
「外部専門家・外部機関との連携姿勢」については、積極的評価29.0%に対し、消極的評価25.0%であった(図表6-21)。

⑫最後に、「中小・地域金融機関に今後期待するもの」について見てみる。これは平成15年度から平成21年度まで質問している。平成15年度に最も多かったのは「担保・保証に過度に依存しない融資等への取組み」56.5%であり、「経営改善支援への取組み」48.0%、「創業・新事業支援への取組み」43.5%と続く(図表6-22)。平成21年度には「経営改善支援への取組み」が52.9%で最高となり、次いで「企業の将来性・技術力を的確に評価できる能力(目利き能力)の発揮」46.0%、「担保・保証に過度に依存しない融資等への取組み」44.1%、「創業・新事業支援への取組み」43.4%、「地域活性化につながる多様なサービスの提供」39.3%の順となっている。地域金融機関に対しては経営改善

支援や目利き能力の発揮が求められているものと思われる。

以上のように、利用者等の評価に関するアンケート調査の結果では、地域密着型金融の取組み全体について、積極的評価が過去から引き続き5割程度となっており、その他の項目についても利用者が相応に評価しているものもある。また、個々の施策の中には、事業再生支援、事業承継支援、企業の将来性・技術力を的確に評価できる能力の発揮など、積極的評価の割合が小さい項目があるが、これらは再生や承継という事態に至るケースが相対的に少ないことや、利用者の期待度が大きいことの裏返しであると思われる。評価の高さや期待度の大きさは、地域社会が地域金融機関にそれだけのものを求めているとの証拠であるともいえ、CSRの観点からみれば、公共性が他の産業に比べてより要請される地域金融機関にとり本業を通じたCSRが非常に重要であるといえよう。評価が低い項目についてはより一層の取組みが必要である。

(図表6-22) 中小・地域金融機関に今後期待するもの(複数回答可)



6-2. 金融機関の実務者の意識との比較

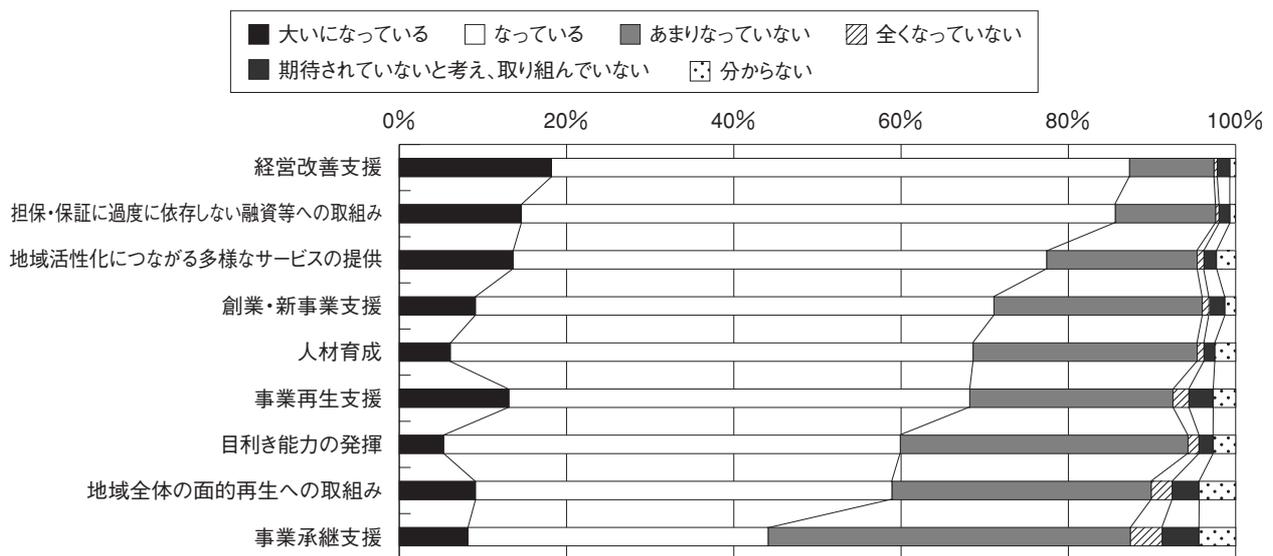
また、平成22年の第7回調査（21年度調査）では、利用者だけでなく、金融機関の実務者にもアンケートを実施し、両者の評価を対比して分析している（「金融機関の実務者に対するアンケート調査」平成22年5-6月実施）。このアンケート調査の結果をみると、「利用者の期待に応えるものになっているか」という質問に対し、「経営改善支援」や「不動産担保・個人保証に過度に依存しない融資等への取組み」では、8割以上が利用者の期待に応えていると回答している（図表7、「大いになっている」と「なっている」の合計）。一方、「事業承継支援」では4割が応えるものとなっていないと回答している（「全くなっていない」と「あまりなっていない」の合計）。金融機関の実務者が応えられていると回答したのも、利用者の評価では取組みがまだ不十分と評価されているものが多く、利用者の評価と金融機関の自己評価には開きがある。

以上の結果をもとに、このアンケート調査では、金融機関の実務者、利用者の両者の評価を比較して、地域金融機関に対して以下のように指摘している。

「地域金融機関においては、今後も引き続き、人材の育成や外部機関の活用等を戦略的に行いつつ、目利き能力の向上やノウハウの蓄積に努め、利用者の期待やニーズに的確に対応するための取組みを組織全体として継続的に進めていくことが重要であると考えられる。また、そうした取組みの成果について、利用者に分かりやすい形で積極的に情報発信していく努力も重要であると考えられる。」

この評価を金融機関のCSRという観点からみると、地域金融機関ではリレーションシップバンキング、地域密着型金融という手法を用い本業を通じた様々な取組みの実績が上がってきており、それは地域金融機関の地域への貢献、CSRの実践であるともいえる。地域金融機関自身も利用者の期待に応えられているとの評価

（図表7）利用者の期待に応えるものになっているか



をしており、地域金融機関の本業を通じたCSRは着実に進められていると思われる。ただ、利用者と金融機関の評価に開きがあることや、金融機関の具体的な取組みが利用者に見えにくいといった点については、地域金融機関が地域密着型金融により地域に貢献し、本業を通じたCSRを実践していくうえで大きな課題である。なお、利用者の具体的なコメントも公表されている。直近の2回の調査（平成21年度、23年）について、積極的評価（評価できる点）と消極的評価（不十分な点）を対比したものを参考として末尾に示した。厳しい評価もあるが、それだけ地域金融機関の地域貢献・社会貢献に対する期待が大きいことを物語っていると考えられる。

6-3. 地域密着型金融とCSR

ここまで、地域密着型金融への取組みに関するアンケート調査の内容をみてきたが、そこでは利用者の厳しい意見ほど、金融機関に期待するもの、つまり金融機関が地域においてどのように付加価値を生み出すべきであるかを如実に物語っているように思える。地域金融機関の利用者である中小企業が地域金融機関に求めているのは、まさに企業と金融機関が共同して新しい付加価値を生み出し、地域経済を活性化していくために必要不可欠な金融仲介サービスであろう。そういう視点でアンケート結果の内容を見ていくと、地域金融における社会貢献が金融機関の本業を通じたCSRであることが明確となる。

昨今の経済・金融環境を振り返ると、中小企業は、わが国がリーマンショックと世界同時不況の勃発以降、不況色が色濃くなる中で、先行

きが以前にも増して不透明な厳しい状況に置かれている。こうした中で、地域金融機関に求められるのは、不況下にある中小企業の経営改善支援や、先行き不透明な中で、企業とともに将来を切り拓いていく能力の発揮であり、これらはいずれも、まさに地域金融機関として本業を通じたCSRを実践し、社会に貢献していくことに他ならない。

（おわりに）

本論では、地域金融における社会貢献について、金融機関のCSRと付加価値の視点から分析してきた。そもそも金融機関が高い公共性を有しているという性格に鑑みれば、金融機関の本業自体がすなわち広義の社会貢献としての性格を帯びており、そして地域金融機関は本業により付加価値を生み、地域に貢献することで、地域金融機関としてのCSRを実践している、ということがいえる。

従来、金融機関におけるCSRというと、コンプライアンスの遵守、あるいはボランティア活動による地域貢献・社会貢献や文化事業への無償の資金提供など、金融機関の本業である金融仲介業以外の活動をもってCSRとしてきた傾向があった。いわば、本業以外の収益を生まないコストとして捉えられてきた。しかし本来、金融機関のCSRは本業を通じて実践されるものであり、それは地域金融機関にとっては主に社会貢献・地域貢献という形で実現されてきているといえる。諸々の調査からみると、はじめは本業以外での資金提供やボランティアなどが金融機関のCSRであるとしてスタートしたも

のが、次第に認識がかわり、本業を通じて社会的責任を果たすことが金融機関にとってのCSRであるという認識が広まりつつある様子が窺われる。

金融機関の付加価値という観点からみれば、金融機関は貸出業務などの企業等に対する金融仲介サービスの提供によって企業と共同して新たな付加価値を生み出しており、その企業が支払う金利のうち利ざや部分が金融機関の付加価値となる。いってみれば、金融機関は企業と共同して付加価値を生み出しているといえ、企業が借り入れた資金を資源として活用し付加価値を生み出すことで金融機関も付加価値を生み出すことができる、金融機関の金融仲介サービスとはそういう性格を有するものといえよう。つまり、金融機関の付加価値は地域社会やそこに存在する企業なしには実現しない。金融機関は金融という事業を通じて企業ひいては地域社会に貢献することではじめて付加価値を生み出す。一方で、金融という機能は社会インフラであり、地域社会・企業の経済活動には必要不可欠である。金融機関が、その事業の性格や社会に及ぼす影響の大きさ等に鑑み、高い公共性を有すると言われているのはそこにある。金融業界は、公共的性格を他の産業よりも色濃く有する業界である。

なお、CSRについて本業以外での活動を否定するつもりはない。CSRを直訳すれば企業の社会に対する責任であるが、企業の社会に対する責任として、本業とは別に取り組む様々な活動は含まれない、と解釈する必要はない。しかし本業以外の活動は、あくまで本業に付随する活動であり、企業の事業活動を円滑に遂行す

るため（地域社会との円滑な関係構築等）、あるいは本業を遂行するヒトの意欲を盛り上げる（従業員のやる気とか生きがい等）ために行うものと考えたべきではないだろうか。あくまで企業においては従たる性格のものであるべきである。本業を通じた社会貢献と本業以外での社会貢献、地域金融機関の社会貢献についても両方あるが、その公共的性格と地域に密着した事業活動からすれば、本業を通じたCSRを中心とするべきである。なお、金融仲介サービスという本業は必然的に地域における社会貢献につながるものであり、逆に地域社会に悪影響を（害を）及ぼすような活動は（仮にあるとしても）地域金融機関が営むべきではない。CSRの観点からはずれる事業活動は、金融仲介サービスの衣をまとっていても本業とはいえないであろう。

2000年代のわが国におけるCSRの機運の盛り上がりは、地球環境問題に後押しされたものといわれている。しかし、きっかけは環境だったとしても、その後の金融機関を巡るCSRの動向をみると、その方向は環境を包括したより広い領域としてのCSRへと移ってきているものと思われる。

地域金融機関にとってのCSRとは、本業を通じて地域社会に貢献することで地域社会に対する責任を果たすことといってもよいだろう。そこにおいてリレーションシップバンキング、あるいは地域密着型金融は、地域金融機関がCSRを実践する際に最も有効であり、中核となる手段である。アンケート調査などをみると、地域金融機関はこの手段を有効に用いて本業を通じたCSRの実践に取組み、着実に成果を挙

げてきており、利用者の評価も決して低いものではなく、金融機関に対する期待度の高さが窺われる結果となっている。ただ、金融機関が社会貢献やCSRをどのように意識して業務を運営しているのかについての、CSR等に関する情報開示は今一步という印象がある。リレーションシップバンキング、地域密着型金融を推進する上でも、情報開示はそれ自体有力なツールとなりうると考えられることから、今後はより戦略的な情報開示（本業に寄与するものとしても）が要請されよう。

地域金融と社会貢献というテーマで論じてきたが、金融機関は本業がそのまま社会貢献・地域貢献、あるいはCSRの実践につながる業界であり、また地域金融機関の生み出す付加価値は企業ひいては地域社会と密接不可分の関係に

ある。金融機関の公共性ともあわせて考えれば、金融機関にはCSRの推進と定着に向けて、環境はもちろんのこと地域社会に存在する課題とともに考え解決していくことが求められていると思われる。繰り返しになるが、金融機関は企業と共同して付加価値を生み出している。金融機関の金融仲介サービスとはそういう性格を有するものであり、金融機関の付加価値は地域社会やそこに存在する企業なしには実現しないのである。

(参考) 地域密着型金融に対する利用者のコメント (省略)

(なお当該図表は当財団のホームページに掲載しています。)

【参考文献等】

- 「国民経済計算（GDP統計）」、「県民経済計算」内閣府経済社会総合研究所
- 「国民経済計算における平成17年基準改定について」内閣府経済社会総合研究所
- 「間接的に計測される金融仲介サービス（FISIM）の導入による国民経済計算体系への影響について」内閣府経済社会総合研究所
- 「名目GDP推計における金融仲介サービスの計測法について」長野哲平（日本銀行金融研究所 金融研究 2002.6）
- 「『間接的に計測される金融仲介サービス』概念の検討」大森徹（日本銀行統計局 Working Paper Series 03-09 2003.7）
- 「国民経済計算と金融サービス」桂昭政（桃山学院大学総合研究所紀要 2006.3）
- 「金融仲介サービスの計測に関する理論的諸問題について」石田和彦（東京外国語大学論集 2010）
- 「金融CSR総覧」経済法令研究会編 2007.1
- 「金融機関の本業におけるCSRを考える」川村雅彦（ニッセイ基礎研究所報 2007）
- 「地域金融システムの分析」岩佐代市（中央経済社 2009.5）
- 「信用金庫の地域貢献」関満博・鈴木真人（新評論 2008.6）
- 「金融機関のCSR調査」金融庁 2006、2009
- 「中小・地域金融機関に対する利用者等の評価に関するアンケート調査」ほか 金融庁 2004～2011