

新しい時代の金融機関の選び方、利用の仕方

経済評論家・作家 荒 和雄

(1) 相手を知り、己をよく知ること

昔から「彼（相手）を知り己（自分）を知れば百戦危うからず」という戦法がある。時代のテンポが一段と速くなり、グローバル化している今日でもこの言葉は「金融機関の選び方や利用の仕方」に十分通用する。こうした視点に立って、まず金融機関側の環境の激変を列挙してその問題点を整理しておこう。

(2) 金融環境の激変

金融の自由化、国際化が急ピッチに広がり、海外、特に米国や欧州、あるいは中国や新興国の政治、経済情勢に大きく影響されるようになった。

アベノミクス下の大胆な金融緩和の中の円高から円安に進行したり、東京マーケットのほぼ65%以上の株式の保有が外国系資本（ファンド等）に占められたりするようになったのも、一段と経営環境を厳しくした。

日銀の国債の大胆な市中からの買い取りの実施により、金融機関は国債運用の収益体質からの脱却を迫られているのも激変の一環だ。

また昨年秋には、反社会的な勢力への融資を行った「みずほ銀行事件」も大きな社会的な関心事となった。こうした環境の激変の中、どう金融機関を選び、かつ上手な取引を進めるかが企業や一般の人たちにとって大切なテーマとなってきた。

(3) 金融機関の選び方

①ディスクロージャーに熱心なところ

金融機関は、信頼産業の最たるものだが、相手を知るには窓口に必ず置いてあるディスクロージャー誌を手に入れ、その経営内容をよく知ることだ。特に今年は自己資本比率（分母〈総資産〉分子〈自己資本プラス利益等〉）が高く求められ、また経営のガバナンス（透明性）が一層求められる。よく見極めるポイントとしたい。

②地域の再生・発展に熱心なところ

メガバンクは国際取引が活発、地域金融機関（地銀・第二地銀・信用金庫・信用組合）は地域の発展や住民の生活改善や向上がその使命。単に預貸金業務だけでなく、地域事情に通じた「情報サービス」が不可欠。インターネットサービスの提供もよいが、やはり人と人との触れ合いの中でこそ、その存在価値がある。少子化対策には、待機児童のための地域情報、また高齢化対策には医療、介護、老人ホームへの積極的な融資やその利用の紹介、例えば「取引金融機関からの紹介」等となると、相手も利用を大切にしてくれるであろう。

③利用者の立場に立った商品のあっせん

金融の自由化によって、どこの金融機関も「投資信託」や生保・損保の保険販売に熱心である。アベノミクスの実施の中でも、まだ積極的な設備投資は活発化していない。したがって金融機関側は「儲け」をあげるには、「手数料収入」に依存せざるを得ない。しかしここに利用者にとって大きな落とし穴がある。手数料収入は、金融機関にとっては事務手数料がその購入時に大きく入る。日本は現在、高齢者を中心に年金受給に不安があり、そこを狙って毎月分配型の投資信託の販売が盛んである。しかしこの分配型は、購入時期によって海外の為替相場や経済情勢に大きく左右される。ハイリスク・ハイリターンの商品であることを自覚して取引を進めたい。心ある金融機関や節度ある支店長は、目先の「利益」にとらわれずにこの商品の販売を中止したり、慎重になったりしている。投資信託を売ったら最後、後は運用会社任せのメガバンクを中心としての荒稼ぎには十分注意したいものだ。絶えず、購入時と時価、そして分配金の合計とをチェックして、毎月入る分配金にのみに目を奪われてはならない。

④地元企業（地場産業）育成に熱心なところ

地域金融機関は、地域の再生の力となるのが地場産業（その中心は世襲型）、そこの育成に熱心でなければならぬ。もちろん新しいベンチャー企業の誕生への支援も大事である。しかし地場産業は、地方の独特の文化や

技能を引き継いでいるので、その育成には「再生ファンド」の設置だけでなく、ヒト、情報の提供を行政と一体となって熱心にやっているところがあり、そうした金融機関を選びたい。

⑤いざという時の緊急融資を積極的に行うところ

「晴れた時には傘を貸し、雨が降った時には傘を貸さない」という悪い評価の金融機関もあるが、いざ資金が必要な時に、進んで貸してくれる金融機関を日頃から選び、親しくしておくことだ。例えば、好業績で無借金のときでも、決算報告をきちんと行うような姿勢は、計数面では表れない「よい体質」を持った企業とみられ、いざという時に最大の味方になることも多い。日頃の信用、近所付き合い、企業も住民も忘れてはならない。地域金融機関の多くは、支店長始め行員や職員は地元やその近隣の出身者が多い。したがって親身に相談に乗ってくれる人が多いのも魅力といえる。

⑥株主や出資者になるのも有効

上場会社の場合は、株主になって株主総会に出席したり、地域金融機関の場合は、出資者の一員になって総代会等に出席、直接業績動向や営業方針を聞いたり、ケースによっては質問をするのも新しい時代の流れであろう。

⑦「企業規模」に合い、住宅の近くにある金融機関

そうした意味で、中小企業は地銀、第二地銀、信金、信組がよい。時には感情のもつれなどで取引が中断することもあるため、複数行と取引するのも必要なことである。メガバンクから海外情報、地域金融機関から地域情報を収集するのも上手な金融機関の選択の仕方だ。しかし大切なことは「情報はその人のレベル以上は入らない」という事実。インターネットの普及で情報が氾濫している今日、どう見極めるかが大事だ。「自己責任」時代の到来を金融機関との取引でもしっかりと考えて行動したいものだ。

筆者紹介



荒和雄（あら・かずお）

早稲田大学法学部卒。東京都民銀行支店長などを経て独立。経済評論家・作家として講演やテレビのコメンテーターなどで幅広く活躍。金融経済・中小企業経営関係の著書は「日本縦断2000回の旅 ちょっといい話」（中経出版）。近著は挑戦する若き金融マンを描いた経済小説「白い猿」「その後の白い猿たち」が話題となっている。著書は167冊を超える。

公式HPは<http://www.arakazuo.com>



7つの
間違
探し

*右の絵と左の絵には相違点が7か所あります。見つかりますかな？
(答えは6頁にあります)

[作者紹介]

神谷一郎（かみや・いちろう） イラストレーター、デジタルイメージ会員、日本出版美術家連盟会員など。専修大法学部卒後、漫画プロダクションを経て漫画家に。現在はフリーランスのイラストレーターとして、雑誌・広告・WEB等で活躍中。第35回集英社YJ新人賞、第51回講談社漫画賞などを受賞。第4回デジタルアートコンテスト佳作。著作に「マニアックサイバー」（グラフィック社刊）。