

(5) 国内向け貸出の進捗状況

[15年9月期の実績等の状況]

15年9月期における国内貸出（インパクトローンを除く実勢ベース）は、15年3月末対比5,177億円の減少となりました。企業規模別では、大企業および中堅企業向け貸出は企業のバランスシート調整や「交付税及び譲与税配付金特別会計」向け貸出の減少等を主因に約8,800億円減少いたしました。中小企業向け貸出は58億円、個人向け貸出は住宅ローンを中心に約3,600億円の増加となりました。

15年9月期の中小企業向け貸出の実績は、財務リストラに伴う有利子負債圧縮の動きが依然として強いことに加え、不良債権の早期処理に向けて問題債権の回収も重要な経営課題として取り組んでいる一方、各種施策を講じた結果、15年3月末比58億円の増加となりました。

なお、早期健全化法に規定されている中小企業向け貸出の趣旨に反するような貸出は含まれておりません。

[15年上期の中小企業向け貸出の増強に向けた取組について]

健全な経営内容の中小企業に対して円滑な資金供給を行うことは、金融機関の社会的責務と認識し、中小企業向け貸出の増強に向けて多様な施策を講じ、本支店一体となって最大限努力いたしました。

特に、昨年度より「融資慣行の見直しとリスクテイク能力の強化」を目的とした「貸出業務改革」に取り組んでおり、資金供給能力の強化に向け、従来の担保依存ではなく、適正利鞘の確保を前提とした原則無担保のポートフォリオ型貸出を「リスクテイク商品」と位置付け、積極的に推進しております。

15年上期の推進体制と主な施策は以下の通りであります。

< 推進体制 >

ミドルマーケット

中堅・中小企業との取引深耕および新規取引先開拓を主たるミッションとする「法人営業部」を15年9月末で179ヶ所設置し、中小企業の資金需要の発掘・資金ニーズへ

の対応に最大限注力してまいりました。

スモールマーケット

中小企業のあらゆるニーズに対応する専門拠点として「ビジネスサポートプラザ」を15年9月末で48ヶ所設置し、信用保証協会保証付貸出やビジネスセレクトローンなどの定型商品を中心に中小企業の資金需要の発掘・対応に注力しております。また、「法人プロモーションオフィス」では、広告等のお問い合わせへの対応といったお客さまの利便性向上の観点からのインバウンド活動に加え、中小企業の資金需要の発掘の観点からの積極的なアウトバウンド活動を行っております。

< 15年上期に実施した主な施策 >

推進体制の強化

a . ビジネスサポートプラザ、法人プロモーションオフィスへの追加人員投入

「ビジネスセレクトローン」等リスクテイク商品の取組強化の観点より、15年上期に、ビジネスサポートプラザ及び法人プロモーションオフィスに合計で182名の追加人員を投入いたしました。

b . 中小企業専担部付部長の追加配置

昨年度、ミドルマーケット等に対してきめ細かく取り組むべく中小企業専担部付部長を配置しましたが、実績面で一定の成果が認められ、またお客さまからの評価も良好であることから、15年上期は28名を追加で配置いたしました。

c . 「法人営業所」の設置

今年度より、当行の拠点が無い店舗空白地における新規マーケットの開拓を目的に、法人専門拠点である「法人営業所」を15年上期に4拠点設置いたしました。「法人営業所」は、グループ会社等との共同店舗の形態で出店することを基本として、預金・為替業務は行わず4~5名程度の少人数体制で「ビジネスセレクトローン」の販売を主とした貸金業務に特化することにより、ローコスト且つ効率的に中小企業向け貸出の拡大を図ることを狙いとしております。

d . 法人営業部・ビジネスサポートプラザの分室の設置

当行の支店はあるものの法人拠点が無い地域に、最寄の法人営業部・ビジネスサポートプラザの出先として分室を設置いたしました。既存法人拠点の統廃合により広域化したマーケットを再分割することで、中小企業のお客さまに対するきめ細かな対応を可能とし、リスクテイク商品の販売を主体に中小企業向け貸出の拡大を図ることを狙いとして、15年上期には10拠点を設置いたしました。

商品の拡充・推進

a . ビジネスセレクトローンの推進

スモールマーケット向けの主力商品である「ビジネスセレクトローン」につきましては、マスメディア等による広告に加え、法人プロモーションオフィスを通じた顧客開拓等、積極的な販売活動を行い、15年上期には、約1万5,600件で約3,100億円の取組実績をあげることが出来ました。また、中小企業のお客さまの様々なニーズに応えるべく、15年8月に日本税理士会連合会との連携による新商品「クライアントサポートローン」の取扱を開始し、販路の拡大に努めてまいりました。

b . 「Nファンド」の創設

ミドルマーケットに対しましては、昨年度より原則無担保のリスクテイク商品である「ミドルファンド」および「ミドルファンド」を主体に、中小企業向け資金供給能力の向上を目指してまいりましたが、今年度はこのノウハウを活用・発展させ、採り上げ基準を標準化・簡素化することにより対象マーケットを更に拡大した新たなリスクテイク商品である「Nファンド」に集約し、積極的に推進いたしました。この結果、「Nファンド」は、15年上期で約8,700億円の投入を行うことが出来ました。

c . 「S M B C - C L O」の推進

ミドルマーケットを主な対象とした「C L O方式」による資金提供スキーム「S M B C - C L O」を昨年度に創設いたしました。15年8月に第3回の募集を行い、15年上期で約800億円の取組をいたしました。

なお、「ビジネスセレクトローン」「Nファンド」「SMBC-CLO」を中心とした「リスクテイク商品」の15年上期の取組は、約3万4千件で約1兆2,600億円の実績となりました。

d. その他

昨年11月、他行競合の厳しい高格付先を対象とした原則無担保・CLO方式による資金供給スキーム「高格付先CLO」を創設いたしました。今年度も引き続き募集を行い、15年上期は約600億円の取組実績となりました。

また、財務内容が良好な中小企業の起債ニーズへ対応を強化すべく、従来の私募債適債基準であります「純資産額5億以上」の条件を充足していない「純資産額1億以上5億未満」の法人に対する「小口銀行保証付私募債」の取扱を昨年12月より開始いたしました。15年上期は約200億円の取組実績となりました。

また、昨年10月の大阪府中小企業信用保証協会との提携以後、信用保証協会との提携商品を拡充しております。15年上期におきましては、4月に東京信用保証協会との提携商品「Only one（オンリーワン）」の取扱を開始しました。他、8月には横浜市信用保証協会との提携を行い、15年上期で8地域信用保証協会との提携商品を取扱しております。これらの提携商品の15年上期実績は、約250億円の取組となりました。

以上の結果、15年上期の中小企業向け貸出は58億円の増加となったものであります。当行といたしましては、引き続き計画達成に向け健全な中小企業に対する円滑な資金供給に、本支店一体となって積極的に取り組んでまいります。