

(5) 国内向け貸出の進捗状況

[16年3月期の実績等の状況]

16年3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、国庫向け貸出の減少等を主因に15年3月末対比2兆8,218億円の減少となりましたが、16年3月期の中小企業向け貸出は、各種施策を講じてきた結果、15年3月末比2,619億円の増加と計画を1,919億円上回る実績となりました。

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年度下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、本支店一体となつて最大限努力してまいりました。

特に、「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年度下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16年3月末で184拠点設置し、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16年3月末で48拠点設置し、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年度下期に実施した主な施策 >

推進体制の強化

a. 「法人営業部」の新設

「法人営業部」につきましては、これまで合併に伴う非効率店舗を解消するため拠点を集約してまいりましたが、16年1月、中小・中堅企業向け貸出増強の観点から都市部におきまして、合併後初めて、「法人営業部」を5拠点新設いたしました。

b . 「法人営業所」の設置

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」を設置しておりましたが、15年度下期には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。

c . 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」を設置しております。既存法人拠点の統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年度下期には21拠点設置いたしました。

d . 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年度で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178名の追加人員を投入いたしました。

e . 「中小企業専担部付部長」の追加配置

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ておりましたが、実績面で一定の成果が認められ、お客さまからの評価も良好であることから、15年度下期は6名を追加で配置いたしました。

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年度下期には約2万1,500件、約4,200億円の取組

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り取扱を開始いたしました、新商品「クライアントサポートローン」の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、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、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年度下期で約1兆1,400億円の取組を行うことが出来ました

c. 「SMB C-CLO」の推進

ミドルマーケットを主な対象とした「CLO方式」による資金提供スキーム「SMB C-CLO」は、16年2月には第4回の募集を行い、15年度下期で約400億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」「SMB C-CLO」を中心とした「リスクテイク商品」の15年度下期の取組実績は、約4万4,800件、約1兆6,000億円となりました。

d. その他

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」の15年度下期の取組実績は、約100億円となりました。

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、純資産額1億円以上5億円未満の法人に対する「小口銀行保証付私募債」の15年度下期の取組実績は、約100億円となりました。

さらに、15年12月には東京信用保証協会との提携商品「ニュー定型保証」の取扱を開始いたしました他、大阪府中小企業信用保証協会との提携商品「速効」の取扱も開始いたしました。従いまして、16年3月末迄累計で8地域信用保証協会、10提携商品

を取扱いました結果、これらの提携商品の 15 年度下期の取組実績は約 600 億円となりました。

以上の結果、15 年度下期の中小企業向け貸出は 2,561 億円増加し、15 年度上期の 58 億円と合わせまして、15 年度は 2,619 億円の増加と計画を 1,919 億円上回る実績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。