

府内中小企業における非財務項目の認識

—「事業性評価」のさらなる発展のために—

大阪産業経済リサーチセンター 主任研究員 田中 宏昌

1.はじめに

バブル経済の崩壊後の経済の長期低迷、不良債権処理に伴う「貸し渋り」「貸し剥がし」、さらにはリーマン・ショック、東日本大震災等による混乱を経て、ようやく中小企業金融も「平時」を取り戻しました。このような経済環境の変化を受けて、金融庁は平成27年以降、金融機関に対し、事業性評価の推進を求めています。

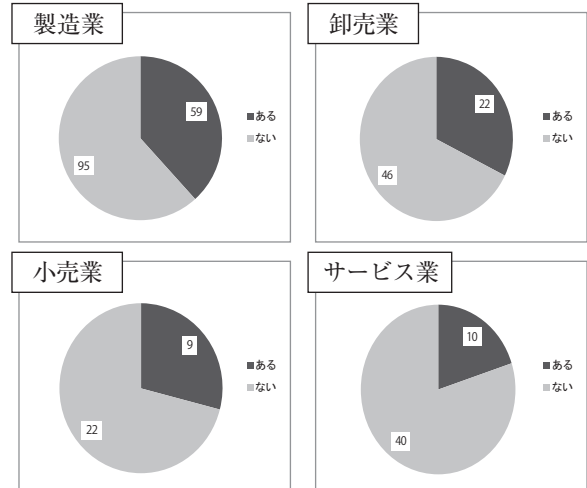
そこで大阪府内における事業性評価の現状、非財務情報に関する認識等を把握するため、府内中小企業を対象として調査を実施しました。

2.中小企業金融の現状と事業性評価

中小企業向け貸出残高ならびに企業の資金調達構造の推移を概観すると、今後は景気の回復とあいまって企業の資金需要が伸びるものの、企業の財務構造が変化し、従来のような「資金需要=金融機関からの借入需要」という構図が成り立つとは限らず、中小企業向け貸出残高の今後の推移については不透明といわざるを得ません。

リレーションシップ・バンキングから地域密着型金融、さらには事業性評価と変遷した金融行政の歩みをレビューすると、「再生」か「成長」か、時代背景によってトーンに濃淡はあるものの一連の政策展開の根底に流れる思想は「過去の成績である財務だけに依存して『一時点のみで』企業を評価し『短視眼的な』企業取引を考えるべきではない」という方向性が読み取れます。しかし残念ながら事業性評価についての企業の認知度は業種を問わずさほど高くはありませんでした(図表1)。

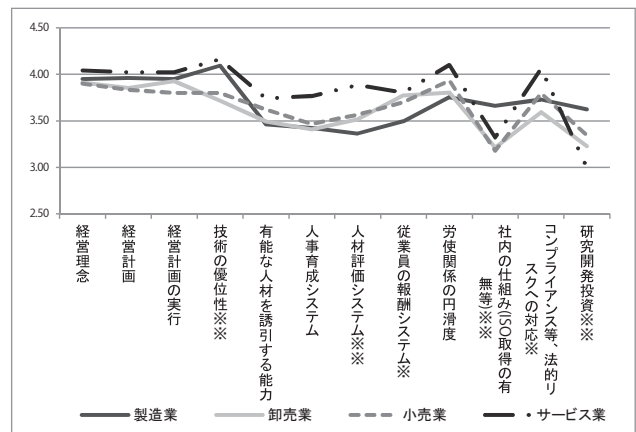
図表1 「事業性評価」を聞いたことがあるか



3.「社内の仕組み」が業績に貢献-製造業

製造業では非財務項目について「社内の仕組み(ISO取得の有無等)」が他業種に比べ業績に高く貢献していると認識していました(図表2)。

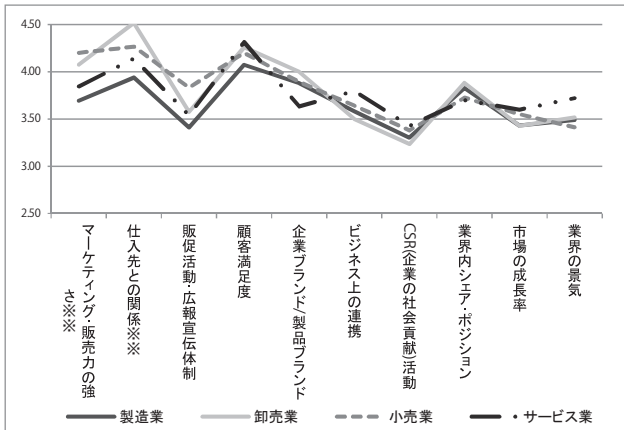
図表2 業種間比較-組織関連項目・業績への貢献



4.「仕入先との関係」が業績に貢献-卸売業

卸売業は非財務項目については、「仕入先との関係」が業績に貢献しているとの認識が強く表れています(図表3)。

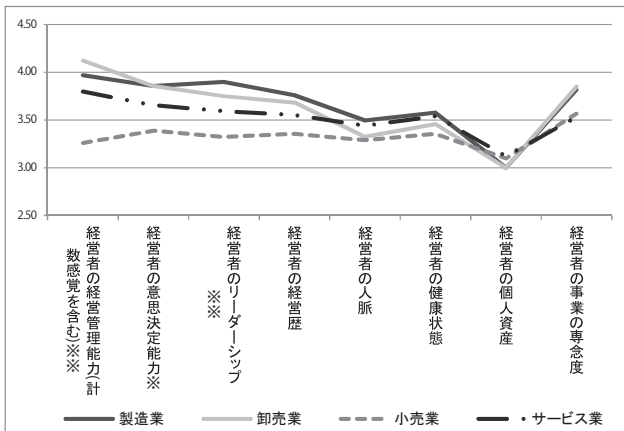
図表3 業種間比較-顧客関連項目・業績への貢献



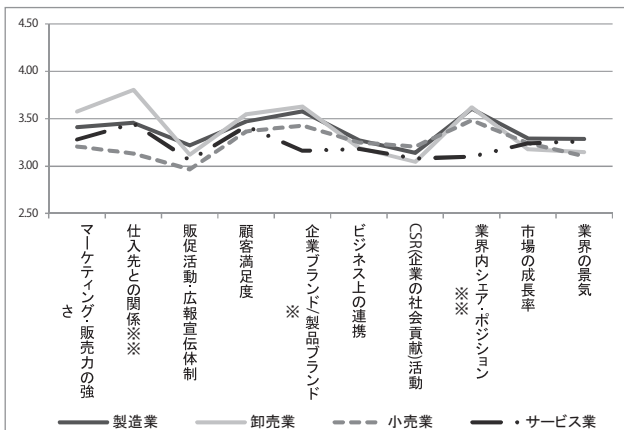
5. 小売業は「経営者のリーダーシップ」等を「金融機関から評価されていない」と認識

小売業は非財務項目について情報開示は概して消極的であり「経営者のリーダーシップ」や「仕入先との関係」が業績に貢献するにも関わらず金融機関から評価されていないと認識しています（図表4、5）。

図表4 業種間比較-経営者関連・金融機関からの評価



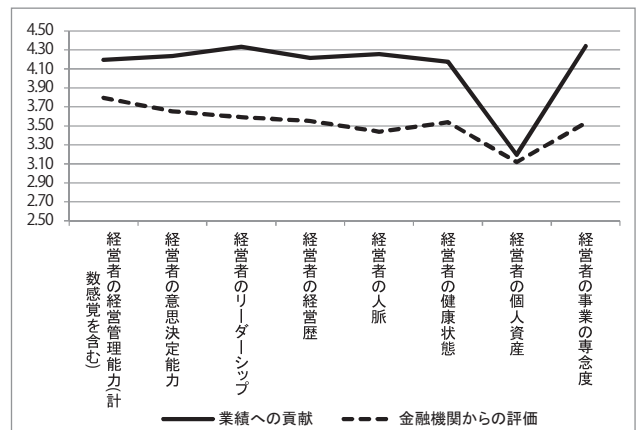
図表5 業種間比較-顧客関連項目・金融機関からの評価



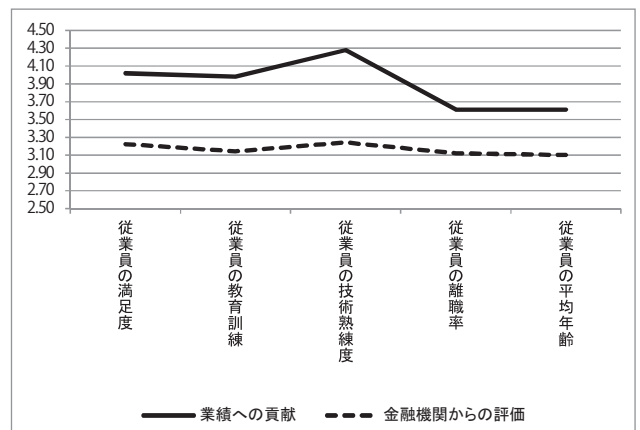
6. サービス業は「金融機関から評価されていない」と認識

サービス業の各非財務項目に関する認識については「業績への貢献」よりも「金融機関からの評価」が総じて低く、他の業種と比較しても「金融機関から評価されていない」と認識している企業が多くみられました（図表6、7）。

図表6 経営者関連項目の評価差(サービス業)



図表7 従業員関連項目の評価差(サービス業)



7. 結語

以上から、金融機関が取り組むべき課題は「事業性評価を通じた企業とのコミュニケーション促進」「企業による開示資料の有効活用」等、中小企業が取り組むべき課題は「非財務情報の適正開示」とであると指摘できます。

※この報告書及び当センターが実施した調査結果は当センターのウェブサイトでご覧いただけます。
<http://www.pref.osaka.jp/aid/sangyou/index.html>。