

京都信用金庫「創業支援融資」 インパクト評価報告書(抜粋)

本編は一般公開用に報告書の一部を抜粋したものです。
本レポートに対するお問い合わせ先
info@jpbv.jp

JPBV

THE JAPANESE PRACTITIONERS
FOR BANKING ON VALUES



多摩大学 社会的投資研究所
Center for Social Investment, Tama University

2023年2月28日

インパクト評価の概要

本評価報告は、価値を大切にする金融実践者の会(JPBV)の「インパクト計測モデル事業」の一環として実施した「京都信用金庫 創業支援融資プログラム」の評価報告書である。インパクト計測モデル事業とは、主に地域金融機関の社会・環境インパクト評価モデルの構築を目的にJPBV会員機関の協力を得て実施するものである。2022年度は、京都信用金庫様のご協力を得て、以下の通り実施した。

【概要】

- 対象： 京都信用金庫 創業支援融資プログラム
- 期間： 2022年4月～2023年2月
- 評価者： 多摩大学社会的投資研究所
- 協力： 京都信用金庫 <https://www.kyoto-shinkin.co.jp/>
価値を大切にする金融実践者の会(JPBV)

今回のインパクト評価のロジックモデルと評価指標

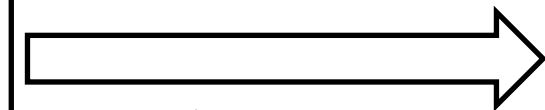
インパクト領域・目標

コミュニティ・バンクとして、創業支援融資を中心とした各種プログラムにより起業家の成長を支援し、起業家同士を繋げることで、持続可能な地域社会の実現と豊かなコミュニティの創造を目指す。

2011年度～2020年度

ターゲット

中小規模の創業者



活動(包括的金融サービス)

- 創業支援融資(「ここから、はじまる」等)
- 京信ジュニア・オーナー・クラブ(JOC)
- 京信・地域の起業家アワード(2013年～)
- ビジネス・マッチング、各種伴走支援

アウトカム(成長)

- 売上高、売上総利益、営業利益の拡大
- 目標達成率



インパクトⅠ(環境・地域)

——実態調査のみ——

- バリューチェーンを通じた社会貢献活動の現状
- SDGs目標との関連

インパクトⅡ(創業者コミュニティ)

- JOCを通じたネットワーク構築
- JOCを通じた学び、成長
- JOCを通じたビジネス機会 等

インパクトⅢ(職員)

- 職員の学び・成長
- 職員の組織・地域に対する意識変化
- 職員にとっての意義

インパクト評価事業を通して

■ 今回のインパクト評価事業の結果から、当金庫の創業者への融資制度設計や本業支援を含めた創業支援の取り組みが、地域の創業者に対し業績のみならず事業に対するインパクトも与えていることが示されました。さらに本評価事業を通じて、創業者の中にはSDGsなどの課題解決に取り組んでいる事業者があり、事業と社会課題解決を繋げた取り組みをしていることが示されました。また、創業者の経営者コミュニティへの参加が、経営者としての学びやネットワークの構築に有効であることが再認識されました。

■ 創業支援の取り組みは、それを実践する当金庫職員自身にも、学びや責任感、やりがいなどの面でインパクトを与えていることが示され、伴走支援型の金融人材を育成することなどにも有効であることが分かりました。

■ 今回の評価事業におけるデータ分析は、分析のためのデータ蓄積方法を考える機会となり、今後の改善点を認識することができました。DX対応なども踏まえ蓄積されたデータを分析し活用していく必要性が増すことをふまえると、それに適合したデータの蓄積方法を認識し検討するにあたってのよい機会となりました。

当事業を通じて伝えたいこと

- 創業支援をお題目にしている金融機関は多くあるが、その多くは実態を伴っていない。それは、金融機関としての地域に対する義務や責任を果たすためのCSR的活動にすぎず、コスト要因としての枠組みという域を抜けていないからであろう。その症状は同じくお題目になりがちな、最近のSDGsや脱炭素への対応と似ている。
- 実際に、創業支援融資は、回収が不確実であるがゆえのリスク管理の視点、手間暇がかかる業務の非効率性、ネット系等経験のない新業態に対する目利き力の不足、担保・保証に依存しない融資への組織文化の転換など、どれをとっても従来の金融機関のパラダイムとコンフリクトを起こすものばかりである。
- 今回調査協力いただいた京都信用金庫も同様にコンフリクトを抱えながらも対話と実践を続けてきた成果が示されており、創業支援に取り組む地域金融機関がどのようにそれ乗り越えていくべきかという「可能性」と「課題」の両面が浮き彫りになっている。
- 「可能性」とは、レポートで多く触れられているとおり「インパクト」を限定された範囲であるが数値化して可視化したことである。それは、創業した事業の成果だけではなく、その先にある地域コミュニティへの貢献や、職員のモチベーションの向上等である。これらは、目に見えにくい、地域の活性化や長期的な地域のブランド価値や、内部の人的資本へと寄与することになる。つまり創業支援への取り組みは、コストではなく、資本としてとらえられということである。
- 実際に最近の別の調査(※)では、地域金融機関の創業支援に対する評価が高い都道府県ほど、創業企業が地元地域の創業や経済が活発であるとの印象を持ち、多くの若者が地元企業に就職し、実際の開業率や県内総生産成長率等も高くなる傾向にあるというデータが示されている。これは、創業支援が長期的に自らの土壌であるマーケットを耕す効果があることを示している。
- 一方で見えてきた「課題」は、創業支援の取り組みは、関連の商品開発や専門部署などの「ハード」を整備するだけでは不十分であり、目に見えにくい「ソフト」である経営理念などの共通価値観を根づかせ組織文化と整合していく必要があるということである
- 自分たちがともに目指す姿である共有ビジョンを明確にし、そこにむかう道筋としてのインパクトを可視化するということは、組織における「ハード」と「ソフト」の整合をとった変革を進めるうえで有効である。
- 創業支援を含む、ソーシャルインパクトの計測とマネジメントは短期的な成果に必ずしも縛られない不断の学習と実践を繰り返すプロセスであり、本レポートもその始まりにすぎない。この報告書が、その一步を踏み出す地域金融機関の契機となることを願う。

JPBV

THE JAPANESE PRACTITIONERS
FOR BANKING ON VALUES



多摩大学 社会的投資研究所
Center for Social Investment, Tama University

