

Staff Paper Series '13-02 January 2014

金融で地域を支えられるか 金融で地域を振興できるか
—2013年度前期「現代経済学特講Ⅱ」講義録—

西山巨章
(信州大学経済学部)

Faculty of Economics
Shinshu University

3-1-1 Asahi, Matsumoto, Nagano
390-8621, Japan

Phone: +81-(0)263-35-4600

Fax: +81-(0)263-37-2344

【要旨】

「金融で地域を支えることが出来るか、金融で地域を振興することが出来るか」

本稿は、2013年4～7月に信州大学経済学部で開講された「現代経済学特講Ⅱ」の講義記録である。講義の中で、金融機関からは、地域に貢献したいという熱い思いが語られたが、これらに対し、金融機関利用者や公的部門からは、一部金融機関を評価する声も聞かれたが、更なる地域貢献を期待する声の方が多かった。

金融機関に求められている役割は、単にお金を貸し借りすることだけではなく、地域経済に精通している地域金融機関のアドバイスやコーディネートといったソリューション機能である。講義で話されたグリーンファンドの組成や証券会社のアレンジメント機能はそのヒントになるものであり、「金融のつなぐ力」や「住民・企業・行政の間の歯車」の話も非常に含蓄のある提言であった。

今の時代は、従来の経済・金融構造の延長線上の議論ではなく、斬新で抜本的な構造改革の発想が強く求められているのではないだろうか。

【Abstract】

"Can you support the region by finance or can develop the region by finance? "

This paper is lecture record of "Topics in Contemporary Economics II" of the Faculty of Economics, Shinshu University, a course of was opened by the theme in 2013 April ~ July.

Although the ardent desire to contribute to the region from a financial institution was expressed in the lecture, the voice which evaluates a financial institution in part was also heard from the financial institution user or the public sector to these, but there was more voice which expects the further local contribution.

The role for which the financial institution is asked is a solution function called advice and a coordination of the regional financial institution well versed not only in lent and borrowing money but regional economy. The composition of a green fund and the financial arrangement by a securities company in which it talked at the lecture become the hint, and it was a proposal in which the talk of "the power which finance connects" and "the gear among a resident, a company, and administration" also has an implication very much.

Probably, the present time is called on not for the argument on the extension of conventional economy structure and financial architecture but for the way of thinking of fresh and radical structural reform.

はじめに

本稿は、「金融で地域を支えることが出来るか 金融で地域を振興することが出来るか」をテーマに 2013 年 4~7 月に開講された信州大学経済学部の 2013 年度前期科目「現代経済学特講II」(以下、「本講義」という)の講義記録である。

「現代経済学特講II」という講座は、従前から金融体系の理解を深めるため継続的に開講されているものであるが、2013 年度については、新たな試みとして、担当教員である筆者が、初回に金融と地域振興の関わりについての基本的な理論を講義した後、金融機関を利用する立場、金融機関自身、公的部門の 3 者を代表する方々を外部講師としてお招きし、地域経済の現場におけるそれぞれの取組みについてお話いただいた。

また、最終回には、外部講師のうちの数名の方にパネラーとして再登場していただき、受講生である学部生も混じえてパネルディスカッションを開催し、金融機能を使った地域貢献について、有意義な意見交換を行った。

本講義の最終的な成果を確認するため、受講生に「自らが考える地域振興策」を期末課題として出題したが、学生らしい自由で新鮮なアイデアが飛び出し、本講義が金融機能を利用した地域振興策の考察に一定の役割を果たしたものと自負している。

具体的な講義内容は、以下のとおりである。

〔第一グループ〕金融機関利用者等

- (1) 4/16 長野県の経済情勢と課題
(長野経済研究所 小澤吉則調査部長)
- (2) 4/23 グリーン・ファンドからの地域振興策
(おひさま進歩エネルギー 原亮弘社長)
- (3) 5/14 金融機関利用者の声
(松本商工会議所 野畑吉永中小企業振興部副部長)
(つれてってカード協同組合 桐生肇副理事長)
(長野県中小企業団体中央会中信事務所 緩詰哲男所長)

〔第二グループ〕金融機関サイド

- (1) 5/21 地域金融機関の役割
(八十二銀行 小松哲夫常務取締役)
- (2) 6/4 協同組織金融機関としての地域振興策
(松本信用金庫業務部 横山俊一業務推進兼業務企画課長他)
(長野県労働金庫 市川育雄専務理事他)
- (3) 6/11 地元証券会社としての地域振興策
(野村証券 廣川隆雄松本支店長)
- (4) 6/18 農業に対する地域振興策
(松本ハイランド農業協同組合 高山拓郎専務理事)
- (5) 7/2 地元政策金融機関としての地域振興策
(日本政策金融公庫 石井邦明松本支店国民生活事業統轄)
(商工中金 池田達哉松本支店長(現監査部))

〔第三グループ〕 公的サイド

- (1) 4/30 中央銀行としての役割
(日本銀行 松下顕松本支店長)
- (2) 5/28 中小企業再生機関の役割
(中小企業再生支援全国本部 野田勝也プロジェクトマネージャー)
- (3) 6/25 金融監督当局からの観点
(関東財務局理財部 北川真金融監督官)
- (4) 7/9 長野県の地域振興策
(日本経済研究所地域未来研究センター 大西達也副局長)
- (5) 7/16 地方公共団体としての地域振興策
(長野県 太田寛商工労働部長)

〔パネル・ディスカッション〕

- (1) 7/23 パネラー
(中村聡志日本政策投資銀行地域企画部企画審議役)
(原亮弘社長)
(小松哲夫常務取締役)
(廣川隆雄松本支店長)
(信州大学経済学部経済学科 宮澤友一郎)
(信州大学経済学部システム法学科 清滝葵)
- コーディネーター
(信州大学経済学部教授 西山巨章)

外部講師は上記の方々であったが、講師就任にあたっては、本講義の趣旨にご賛同いただき、それぞれの業務について、受講生に対し、かなり踏み込んでお話しいただいたことを深く感謝する。

今後、地域振興を考える上で、本講義が最終到達点となるものではなく、逆にこれがきっかけとなって、金融機能を活用した地域振興に対する考察が更に深まり、従来型の行政主導の金融システムではなく、地域主導の新たな金融の姿が見出されることを期待したい。

目 次

序 章 金融と地域振興	1
第2章 金融機関利用者からの側面	4
(1) 長野県の経済情勢と課題～進むべき方向性を考える～	4
(2) 市民の意志あるお金で取り組む自然エネルギーの普及促進	16
(3) 創業支援に取り組む松本商工会議所	26
(4) 地域の枠を超えて～私の街の電子なサイフ～地域貢献型商店街カードシステム	31
第3章 金融機関としての側面	33
(1) 地域金融機関の役割～金融を使った地域振興策について～	33
(2) 信用金庫の役割と最近の取組み	41
(3) 長野ろうきんの取組状況	47
(4) 野村證券の地域活性化に関する取組み	51
(5) 人と自然の夢あわせ	60
(6) 地元政策金融機関としての地域振興策～日本政策金融公庫の役割	69
(7) 商工中金の地域振興策	76
第4章 公的部門としての側面	81
(1) 中央銀行としての役割	81
(2) 中小企業の再生と各機関の役割	82
(3) 金融監督当局からの観点	87
(4) 地域を見る眼～地域の実態を把握し資源を見出す～	97
(5) 地方公共団体としての地域振興策	109
第5章 パネルディスカッション	126
(1) 金融で地域を支えることが出来るか 金融で地域を振興することが出来るか	126
終 章 まとめ	137

序章 金融と地域振興

本講義は、「金融で地域を支えることができるか 金融で地域を振興することができるか」をテーマに、2013年4月から7月にかけて開講された。

金融で地域にどのような貢献が出来るかについて考える場合、そもそも地域経済とは何かについて考察する必要があるが、堀江(2008)では、地域経済を「特定の地理的・行政的な条件下に置かれたエリアに存在する企業・家計及び公的機関の経済的な側面をまとめた概念」としており、「いわゆる共同体的な性格を強く持つ場合が多く、長期・持続的な繁栄(利益を含む)を目指す」と定義されている。

我が国における第2次世界大戦以降の社会経済情勢の変化を見た場合、戦後の復興、高度成長、バブル経済とその崩壊、その後の失われた15年(20年という説もある)、リーマンショック、東日本大震災を経て、現在があると考えられる。一方、地域経済の変遷に関しては、共同体的な性格か否かについて詳細な検討が必要であるものの、上記の堀江の定義を前提にした場合、我が国全体における経済・社会情勢の変化に対応して、地域経済も大きな影響を受けていると考えられる。

それは、経済産業省(当初は通商産業省)の地域産業政策の変遷を見れば明らかであり、戦後の復興過程から高度成長期前半まで、我が国では経済発展が最優先課題とされ、既存の臨海工業地帯の基盤整備に重点が置かれていた結果、農村部から都市部への人口流入が増大するとともに、地域間の所得格差が拡大した。このため、高度成長期から1990年頃までの地域産業政策については、諸機能の大都市からの分散、地方展開により地域振興を促す政策が主流であった。

しかし、バブル経済崩壊後の経済低迷下では、工場立地自体が減少し、また、グローバル経済の進展に伴う国内産業の空洞化が懸念されたため、大都市から地方への工場移転政策から脱却し、地域の資源を活かして内発的に産業育成する政策に移行していたところに、2008年のリーマンショックが発生した。更に2011年の東日本大震災や円高を経験して、被災地の東北地方だけではなく、全国的に産業空洞化の動きが出たため、現在では、世界に通用する地域産業・企業の発展を支援(地域産業の発展基盤の整備)する政策に移行している。

上記の社会経済情勢の変化と併行して、金融行政(当初は大蔵省、現在は金融庁)についても、戦後の混乱期を除いて、護送船団方式が長く続いた後、日米構造協議や金融ビッグバンを背景とした金融自由化、バブルの崩壊をきっかけとした金融機関の相次ぐ破綻に対する処理、そして現在のリレーションシップバンキングの態勢と、大きく変化している。

リレーションシップバンキング(地域密着型金融)の概念については、2003年の金融審議会第二部会報告により、「金融機関が顧客との間で親密な関係を長く維持することにより顧客に関する情報を蓄積し、この情報を基に貸出等の金融サービスの提供を行うことで展開するビジネスモデルを指すのが一般的である」とされており、本稿のメインテーマである地域金融については、1990年2月の金融制度調査会金融制度第一部会報告において、「地域

（国内のある限られた圏域）の住民、地元企業及び地方公共団体等のニーズに対する金融サービス」ととらえ、「地域の住民等の種々の金融ニーズにきめ細かに対応するリーテイル中心の機能及び地域開発プロジェクトに参画し地域開発に貢献する機能」を有するとともに、「地域の資金を地域に還元し、あるいは外部の資金を導入し地域に投入する役割を果たしている」と定義されており、地域金融機関とは、「一定の地域を主たる営業基盤として、主として地域の住民、地元企業及び地方公共団体等に対して金融サービスを提供する金融機関」で、「その地域を離れては営業が成り立たない、いわば地域と運命共同体的な関係にある金融機関や効率性、収益性のある程度犠牲にしても地域住民等のニーズに応ずる性格を有する金融機関」とされている。

この定義が正しいとすれば、地域金融機関が地域経済を支え、地域の振興に貢献していくこととなるが、本当に地域経済を支える力が金融にあり、地域金融機関が実際にそのような機能を発揮しているのであろうか。この疑問を解くために、本講義では、「金融機関利用者からの側面」「金融機関としての側面」「公的部門としての側面」の3部構成として、各代表者から現場の取組みについて話を伺い、最終回ではパネルディスカッションを行って、各代表者に学生も混じえ、地域振興に関する意見交換を行った。

東日本大震災から3年近く経ち、2012年に発足した安倍内閣のアベノミクスの効果もあって、3大都市圏を中心に景気回復の動きも見られるが、最近の地域経済情勢をみると、預貸率の低下に伴う金融仲介機能の低下、為替相場の乱高下を避けた生産拠点の海外シフト、原油価格・原材料価格・穀物価格の上昇等から、いまだ地域経済の状況は厳しいと見られている。

このため、地域経済社会を取り巻く課題としては、①若年層の失業・就職難、過疎化の進行といった成熟経済のジレンマ（閉塞経済、景気の悪循環）、②少子高齢化の進展と生産年齢人口の減少、③企業の海外進出に伴う空洞化（工場立地の減少）や地方商店街のシャッター通り化に見られる地場産業の不振、④零細農家の保護政策（高関税・減反政策・米買取制度・所得補償）の限界に直面する農業政策の挫折、⑤都会への集中に伴う地域の衰退と都会の環境悪化といった合成の誤謬に代表される都市と地域の格差、⑥技術文化継承の困難性、行政の限界（財政難）、家族と行政の中間ゾーンにあるコミュニティーの崩壊によってつながりが薄れる社会、などが挙げられる。

2002年10月に策定・公表された「金融再生プログラム」において、中小・地域金融機関の不良債権処理については、主要行とは異なる特性を有するリレーションシップバンキングのあり方を多面的な尺度から検討することとされ、2003年3月には、金融審議会は「リレーションシップバンキングの機能強化に向けて」を発表して、中小企業において特に深刻となる情報の非対称性の問題を緩和することを提言した。

同時に、金融庁は「リレーションシップバンキングの機能強化に関するアクションプログラム」（以下、「アクションプログラム」という。）を作成し、2003～2004年度の2年間で集中改善期間とし、その間にリレーションシップバンキングの機能強化を確実に図ること

とされ、①定量化されにくい情報、地域の実態に根ざした情報の有効活用、②地域の中小企業への金融円滑化、③貸し手・借り手双方の健全性の確保を図ることにより、中小企業の再生、地域経済の活性化を目指した。

アクションプログラムでは、問題解決型サービスの提供等として、①創業・新事業支援機能等の強化、②経営相談・支援機能等の強化、③事業再生に向けた積極的取組み、④新しい中小企業金融への取組みの強化を挙げている（金融庁は、その後、2005～2006年度に実施する新しいアクションプログラムを策定）が、本当にこれらによって地域経済を巡る上記の課題を解決出来るのであろうか。

このため、第2～4章では、外部講師の講義録を立場ごとに分類して掲載することにより、金融機能を活用した地域振興の可能性を考察した。特に、新しい中小企業金融への取組みとして、先行研究等では、以下のような信用補完手段が挙げられており、現実には、これらを効果的に組み合わせることで、課題解決に対する有効度が増すと考えられるため、本講義でもいくつか取り上げていただいた。

[信用補完手段の類型]

1. ファイナンス型
プロジェクトファイナンス、リスクファイナンス、メザニンファイナンス、知的財産担保融資、ABL、住民参加型市場公募債
2. ファンド型
ご当地ファンド、社会投資ファンド、地域（事業）再生ファンド
3. 農業・環境型
アグリ金融、環境ファイナンス、環境定期預金、カーボン・オフセット預金、環境ファンド
4. アウト・ソーシング型
PFI、PPP、NPOバンク
5. ビジネスモデル型
ビジネスマッチング、産業クラスター、地域通貨、地域カード

また、第5章では、講義の成果確認のために行った期末課題の回答から、受講生の代表的な地域振興策を掲載するとともに、本講義の中で行われた質疑応答から、重視すべき地域振興の取組みについて抽出し、金融機関側が思考している方向性と金融機関外部者が望んでいる事項のマッチングについての考察を行い、今後の地域金融のあり方について言及した。

第2章 金融機関利用者からの側面

(1) 「長野県の経済情勢と課題～進むべき方向性を考える～」(25年4月16日)

長野経済研究所 小澤調査部長

1. はじめに

長野経済研究所の小澤と申します。

長野経済研究所は八十二銀行の100%出資のシンクタンクで、企業、自治体の課題解決など、銀行ビジネスではカバーしきれない事案について活動している。具体的には、調査研究、コンサル、研修、経済講演など、情報発信と課題解決の2つを軸に業務を行っている。

本日は、学生の皆さんに長野経済をよく知って貰い、長野県で働いてみたい、若しくは、卒業後も長野県に残ってみたいと欲していただけのような講義になればいいと思っている。

長野県は、世界或いは日本の中でどの辺の位置にあるか、長野県経済の現状とこれまでの趨勢や課題は何か、人口減少・高齢化の波の把握、進むべき方向をどう考えるか、アベノミクスでのデフレ脱却の動向、そして成長戦略にも盛り込まれている新産業の創造について皆さんと考えてみたい。

2. 地方の回復なくして、日本経済の回復なし・長野県経済の位置づけ

日本は大体GDP500兆円の国で、3大都市圏の景気がアベノミクスによって持ち上がっているが、せいぜい半分くらいのシェア(首都圏31.8%、近畿圏13.8%、中部圏6.6%)であって、半分は地方からなる。

長野県は、リーマンショックの時よりも苦しいというのが実態であり、アベノミクスは、地方の景気回復が見られて初めて成功だと言えると思う。＝

長野県は、2009年だと、7.9兆円の名目GDPで、全国第16位、実質だと9.7兆円で第14位である。

名目と実質の違いは物価を織り込んでいるかどうかで、名目の方が低いということは物価が下がっているということであり、実質と名目で2位も差がある長野県は、デフレの度合いが全国の中でも深刻なレベルにあると考えられる。

また、世界各国の中の経済的位置づけをみると、日本は世界第3位。都道府県でみるなら、愛知県が第33位、埼玉県が第39位、7.9兆円の長野県が第57位で、スロバキアや少し前のベトナムとほぼ同じ規模である。

グローバル化もいいが、日本市場は地方に至るまで巨大だ。にもかかわらず足元の商売を掘り起こしきれていない。韓国では内需が極めて小さく、CDは日本のものが非常に人気で売れている。それゆえに韓流スターが日本に来るという構図だ。もっと足元をよく見た方がいいのではないだろうか。

3. 経済の変遷から読む近年の課題

ずっと右肩上がりであった日本経済や長野県経済は、1991年にバブルが崩壊し、1997年のアジア金融危機以後、不況とデフレに陥ったため、長野県の名目GDPは8兆円からほとんど成長しなくなった。それを脱却しようとしてアベノミクスが始まったとみることができる。

東西の壁が崩れ、東側諸国が工業化に成功するまで、日本、欧州、米国を以って世界経済の3極を形成してきた。その中でも、我が国は、世界の工場「日本」として、石油や鉄鉱石などの原材料を世界で最も安く手に入れ、得意なロボット技術を以って、安いコストで製品を大量に売り、右肩上がりの経済状況を達成してきた。

ところが1989年にベルリンの壁が崩壊し、2年後にソ連が消滅して冷戦時代が終焉したが、同時にそれまで資本主義的に働かない国だった東側諸国が働く国として、世界経済に加わることとなった。これら新興国の給料はよく言われるように日本の1/20位であったことから、日本よりさらに安いものを大量に作り、日本の立場は新興国に代わっていった。

世界の工場は中国になり、日本は量産型から次なるステージに移り、中国やアジア諸国など新興国に作れないものを作るべきだったのに、それをやってこなかった。そのため、相変わらずの大量安売りビジネスの中、新興国に負けていくというのが失われた20年の大きな要因である。

いいものをより安く売ることは正義であるという、松下幸之助の「水道理論」は通用しない世界に入ったのだと思う。いいものを作って、高く売らないといけないのに、安くしか売れない。今世紀初頭の日米欧の売上高営業利益率を見ると、2004年から07年辺りは米国・欧州は二桁台であるのに対し、日本は5~6%と非常に低い。

2002年からリーマンショックまで景気回復期にあり、中国や東南アジアが急成長を果たし、それゆえ、世界中で資源・エネルギーが必要となり、金余りと相まって、資源・石油・食糧などが金融商品化してしまった。

そのため、先進国は、資源を輸入して工業製品を輸出するという産業構造を持つが、2000年に入ってから安く輸入していたはずの石油や鉄鉱石が、大変な勢いで値上がりを始めた。

日本以外の米国や欧州、アジアなどは、資源価格が上がった分だけ値上げが出来たが、何故か日本だけは競争力がなくなって、安売りのビジネスモデルの中で、値上げが出来ずに、上がる輸入物価指数と上がらない輸出物価指数の間が開いてしまい、いわゆるワニ口のような状態となり、交易損失が広がった。

石油代がジャブジャブ出ていき、例えば2008年に輸出で27兆円儲かったが、交易損失も26兆円になっている。儲けた分がほとんど石油や資源代で流出してしまった。

現在も原発が止まって、大量の石油やLNGを輸入しているので、2011年と2012年に2兆円とか7兆円の貿易赤字を出している。

今後、ワニ口がどんどん広がっていくので、我々はエネルギー問題を何とかするか、強い輸出物品を作って高く売っていかないと、日本経済は立ち行かなくなってくる。

4. 長野県経済の現状と課題

地方はより厳しい。

長野県は、7～8兆円の経済規模であるが、製造業が28.8%を占めており、全国平均が約2割であるから、如何に製造業で食べさせて貰っているかということが分かる。

よきにつけ、悪きにつけ、製造業が頑張らないと、長野県は貧困に向けまっしぐらとなる。

次に多いのがサービス業で、その中にはあらゆるものが入っているが、長野県は、アルプスを初めとした素晴らしい自然資源を持っているため特に観光業が強い。その次に、建設・不動産業が強い。

この3つの主要産業が疲弊してきている。

図1 製造業を大きな牽引役とする長野県経済

稼ぎ頭の製造業は、加工組立業が得意であったこともあり、2000年にITバブルを経験して7兆円に達したが、2001年にITバブルが崩壊して5.3兆円となり、2兆円位が吹っ飛んだ。

その後、中国、ロシア、ブラジル、アジア諸国等新興国がリーマンショックまでに急激にV字回復し、そこへの輸出を基軸に長野県も7兆円位まで戻した。しかし、長野県の全国製造業における出荷額割合（存在感）はV字回復とはいかず、2007年以降はV字型ではなく、ズルズルと落ちている。

長野県は下請けが多かったり、加工組立型が多く、新興国でも作れるものを作っていたため、価格競争で仕事を取られ、また、工場も他県に比較し多くが海外移転し、実質的な空洞化が進んだものと思われる。

図2 全国に占める長野県の製造品出荷額の割合

長野県製造業を少々詳しく説明しておきたい。加工組立型には、情報機械、電子部品、生産用機械、輸送機械、電気機械、汎用機械業務用機械があり、製造品出荷額に占める割合は67.8%と、全国有数だ。

電気機械関連業種には強いが、今はデジタル化が進んだため、製造業は「モジュール化」といって標準規格にあった部品さえ揃えば、プラモデルのようにどこの国でも作れる構造となっている。そのため、そうした原理で作られる多くの電化製品は、どんどん値段が落ちてくる。

長野県では、医療、宇宙、航空などの成長産業にどうやって軸足を移していくかという構想をようやく始めたところであり、加工組立型産業は、強みでもあり、弱みでもある。

海外展開については、1985年にプラザ合意があり、その当時ドルが高すぎたことから政

治的な要因で 247 円から 3 年で 128 円と、今以上の円高に襲われた。その後、長野県の企業は、円高になる度に工場を海外に展開させていった。

2010 年末で、長野県には従業者 10 人以上の製造業事業所が 3,255 あるが、海外に拠点を持つ事業所が 986 もあり、長野県企業のグローバル化展開は他県よりも進んでいると考えられる。

特に製造拠点の海外展開が進んでおり、55.2%を占めている。海外のうち中国と香港で 40.2%、アジア全体では 75.7%と、多くの企業がアジアに向けて海外展開を進めている。

長野県の 4 人以上の製造業事業所数は、バブルが崩壊した 1991 年に 1 万社あったのが、2010 年には 5.5 千社と半分になり、製造業に強い長野であったが、アジアの勃興で勝ち戦の方程式が見え辛くなり、苦しんでいる。

しかし、現在、世界の経済は、欧米の経済からアジアの経済になったと言われる位、アジアの力が強い。アジアは日本にとって脅威という見方もあるが、地理的に距離が近いので実はチャンスと見るのが適当であり、近い距離を活かして、アジアの成長パワーをいかに取り入れていくのか。長野県製造業は問われている。

観光業については、1998 年の長野オリンピックを境に観光消費額が大きく減り、長野県全体でいろんな事業が悪くなった。

その理由としては、長野県はオリンピックと同時に新幹線や高速網が出来たため、宿泊客が減って日帰り客が増え、お金が長野県に落ちる仕組みを造りえなかったために、観光消費額も減少しているという点が考えられる。

図 3 長野県の観光客延利用者数・観光消費額推移

観光業の筆頭スキー産業においても、1992 年を境にスキーブームが終わり、スキー客は 1992 年度の 21 百万人から 2010 年度には 6.6 百万人まで減ってしまった。理由は、スキーがリゾート産業として生まれ変わることができなかったからと考えられる。

これからは、例えば高齢の方がリフトに乗って山頂まで行き、そこでワインを飲んで本まで読めるというようなリゾートとして生まれ変わる必要がある。

日本で代表的なリゾート地といえば、長野、京都、東京、沖縄、北海道と 5 つあると私は考えているが、JTB のアンケートによると、長野県での観光消費額は平均すると 34,800 円と 5 都道府県の中で最も少ない。

消費額を伸ばすためには、泊まって貰うのが一番であるが、宿泊業界では、宿泊、食事、お土産代などをどう使っていただくかが悩みの種で、最近、午前 5 時からお坊さんがお数珠頂戴などをしてくれる善光寺のお朝事の試みが宿泊客を創造する成功事例として知られている。他にも辰野のホテルなども泊まらなくては見られないので、工夫次第で宿泊客が増えると考えられる。

長野県は全国〔世界〕で 1 番の長寿県であるが、長野県の長寿の秘密を観光プランに組

み込めると面白いと思う。どう、食べて、泊まってもらおうのかという構想が必要だ。

建設業は、1998年の長野オリンピックに向けて膨大な公共設備投資を行い、1995年には1兆円の投資に上ったが、2010年には7割減って3千億円となった。また、工場などの民間設備投資も2010年には3,400億円まで減少した。

個人の住宅についても、1996年に消費増税の駆け込み着工として3万戸となったが、1997年の消費税増税に伴い、その反動減として3割減って2万戸となり、更に2008年のリーマンショックなどを経て1万戸を割り込みそうな水準まで減った。

今後、アベノミクスで円安になって輸出企業が儲かっても、安定的に推移して数量的にも増え、長野県内の下請企業の受注が増え、給料が上がって、地域で使うお金が増えないと地域経済の成長はおぼつかない。しかし、1985年を100とした場合の給与水準の推移をみると、今世紀に入ってから、全国はまあまあ上がってきているが、一方における長野県の給料は逆に下がってきている。繰り返すが、給料が上がらないと地域経済は成長しない。

図4 長野県の個人所得額（課税対象所得額）の減少

なるとなれば、地域経済が成長する仕組みは、県外から稼いで、そのお金が給料を通じて県内で使われることによりなされるが、建設業、観光業、製造業、農業といった外から稼ぐ産業から入ってくるお金が減り、個人消費がすっかり落ち込んだのが、ここ20年の動きだ。外から稼ぐお金を如何に増やし、増やしたお金を如何に外に出さずに、地域で再投資していくかが重要である。

5. 大きく変わる長野県民の形

次に人口問題であるが、藻谷浩介さんの「デフレの正体」でも言われているように、人口が減少して、今後更に高齢化が進んでいくことは経済に甚大な影響を与える。全国でも同じ傾向ではあるが、215万人の長野県民は2030年には13.7%減少して186万人となり、65歳以上の高齢化率は4人に1人から3人に1人に増加する。

図5 大きく変わる長野県民の形

人口ピラミッドを見てみると、図6はそのピラミッドを右側に倒した形になっているが、高度成長期の右肩下がりの形が現在では壺のような形になっている。2010年には60～64歳と35～39歳で、団塊世代と団塊ジュニアという大きな二つのコブがあり、20～24歳は少ないのが見て取れる。

既に55歳以上のシェアが41%となっているが、2030年にはこの大きな二つのコブが80～84歳と55～59歳になり、55歳以上が半分に急増する。

図6 人口ピラミッドをみてみると、55歳以上は既に4割

最近の若者は覇気がなく車に乗らないので車が売れないというが、実際には若者の人数が減っており、かつ若者の給料が減っているというのが本当の理由だ。

次に、世帯の形であるが、世帯には①両親と子供世帯、②両親と子供、祖父、祖母等のその他世帯、③夫婦のみ世帯、④ひとり親と子供世帯、⑤ひとり暮らし世帯の5形態がある。2010年では「両親と子供世帯」の割合が最大で約26%だったのが、現在は「ひとり暮らし世帯」がだいたい27%ぐらいと最も多い世帯の形となっている。そのため、コンビニでも高齢者ひとり向けの惣菜が良く売れている。

大雑把にだが、課題を整理すると、東西の壁が崩れてグローバル化が本格化し、国内においては人口減少や高齢化への対応が必要であったが、長野県は、構造変化の遅れ、つまり、変化するニーズに応えるような産業構造に変わってこなかった。このため、低収益構造が長野県経済の課題となっている。

6. 進むべき方向性を考える

(1) デフレからの脱却

その結果、低収益構造がもたらすデフレ経済から、どうやって新しい産業構造に変化していくのが今世紀に入ってから日本、長野県経済の大きな課題である。

そこで、アベノミクスが出てくるのだが、3本の矢である①金融緩和、②財政出動、③成長戦略である。金融緩和によりマネーが増えて、円安ドル高で輸出企業の業績が回復し、それが経済全体に波及し、従業員の給与を上げ、新産業を興し、日本の競争力が高まり、新たな需要が生まれ、その結果、2%の成長となり、デフレは脱却する。モノは高く売ることができ、企業収益も上がるから財政再建の道筋も立ち、日本・長野県は成長路線に乗ることができる。これがアベノミクスが描く日本経済再生のシナリオだ。

実際、円安で1ドルが80円から100円になり、輸出企業は増収となっており、うまく行けばアベノミクスは成功する。

しかし、新しい産業や事業が興らなければ、輸入価格や物価が上がる一方で、企業業績も回復せず、給与は上がらないため、生活は一層苦しくなり、財政再建の道筋も立たず、アベノミクスは失敗する。

円安と株高で作ってもらったこのチャンスの時期に、新しい産業を作り上げていくしかない。

今ここにいる学生の皆さんも、社会人になったら新人の時から、会社が如何に利益を上げているかよく見て、さらに利益を上げるにはどうしたらいいのか考えなくてはいけない。

(2) ニーズに合致した新産業の創造

今後、長野県が、如何に時代のニーズに対応した新産業を創造していくかが大事であり、そのためには、①産業の高付加価値化を目指したブランド戦略として、a. 長野県の優れたポテンシャルの掘り起こし（優れた商品・サービスの開発と発信）、b. 信州ブランド戦略、

②グローバル化・高齢化を見据えた成長分野への転換として、a. 健康医療・環境エネルギー・次世代交通への転換、b. 農業への再生、c. シニアマーケットの開拓による新産業創出、などが必要となる。

①産業の高付加価値化を目指したブランド戦略から話したい。まず、a. 長野県の優れたポテンシャルだが、日本総合研究所の研究「日本でいちばんいい県～都道府県幸福度ランキング」では、長野県の優れたポテンシャルが認められ、長野県が東京都を抑えて総合ランキング第1位となっている。

また、地方が崩壊すると食料をどうするのかという問題にぶち当たる。長野県の農産物は全国でシェア1, 2位を占めており、課題に立ち向かうべく、大きなチャンスが目の前にあると考えたい。戦前は製糸業が全国第1位で、日本最大のグローバル企業を有するような長野県であったが、ナイロンの発明により蚕や繭を製造している企業や農家が没落するという経験を65年前に経験した。

しかし、その後、長野県は、製糸の技術を利用して、精密機械、電気・電子分野への産業転換に成功し、今後の成長分野である健康・医療などへの展開も可能であると期待されている。

パナソニックのような大きな企業でも一時存続の危機が叫ばれるような今日、経済産業省が発表した「元気なモノづくり中小企業300社」では、県内の中小企業が気を吐いている。例えば、

飯田市の多摩川精機では、ハイブリッド自動車のシングルシンというセンサーを作っており、動力源のモーターとエンジンを切り替えていく際に働くセンサーのシェアが世界第1位である。

伊那市の伊那食品工業は、47年間、寒天を中心とした製品の開発・製造・販売で毎年増収増益を続けており、採用数十人の募集に数千人という人が集まる位の人気を博している。「良い会社をつくりましょう」というのが企業理念で、工場周辺の緑地一体を「かんとんぱぱガーデン」という芝生や赤松が整備されたきれいな憩いの空間にしている。

佐久市の樫山工業は、油を使わないドライ真空ポンプを作っており、世界第2位のシェアを占めている。国産初のスノーマシンを開発した企業としても有名だ。

このほか、長野県には、部品・ユニットその他の企業で、世界シェア1, 2位の企業が非常に多いので、皆さんも就職に当たっては、名前だけで大手に行かない方がいい。

次に、b. 信州ブランド戦略について紹介したい。

良いものだから高く売れるのではなくて、良いものを高く売る努力が必要であり、長野県では、「しあわせ信州」というコンセプトでブランド戦略を進めている最中であり、私も信州ブランド研究会のメンバーになっているが、資料にあるように、おやきのポスターに「しあわせ信州」のロゴを入れるなどの活用で、統一ブランドの発信を企図している。良いものを高く売るために、ブランド戦略は欠かせない。

次いで、②グローバル化・高齢化を見据えた成長分野への転換としての、a. 健康医療・

環境エネルギー・次世代交通への転換を説明する。

長野県は日本第 1 位の長寿県であり、長野経済研究所で行ったアンケートでも、グローバル化・高齢化を見据えた成長分野への転換として、環境、エネルギー、医療、自動車交通が上位を占め、国が目指す方向と同様の傾向がうかがえる。

長野県は、「長野県ものづくり産業振興戦略プラン」を作り、国と同様に健康・医療、環境・エネルギー、次世代交通などに転換し、八ヶ岳型に産業構造を広げていくための支援をしている。

信州大学医学部では、先般、信州メディカルシーズ育成拠点を開設したが、大学病院という場での患者のニーズを信州メディカル産業振興会所属の企業に情報として伝え、コーディネーターが双方を結び付けて医療機械を作るという仕組みを、本校と同じ敷地内で出来るようになっている。

これにより、指をかざすだけで血糖値が分かる機械や、無呼吸症候群を治すマットを作るなどの成果が出ている。

いずれにしても、これからの長野県の再生には、信州大学がかなりの部分で拠点とならないといけない。

b. 農業の再生だが、

長野県内の市町村を対象に、自らの地域が発展するために望ましいと考える産業についてもアンケートを取ったが、第 1 位が農林水産業で 76.5%あり、工場誘致が 1 位ではなかった。量産型の多くが中国に進出する今日工場誘致は既に主流ではなく、山と田んぼをルーツとし、強みとする長野県は農業を活かし、地域を再生すべき、とするのが多くの市町村長の発想のようだ。

具体的には、ここ 10 年間で農業生産法人が 1.5 倍の 762 に増え、大きな動きとなっている。近年、6 次産業化(1+2+3、or、1×2×3)が農林水産省の最重点課題となっており、長野県でも力を入れていることから、補助金や融資も受けやすく、長野県内でも 58 件が認定を受けている。

例えば、農家が作った牛乳を卸・小売に出すと、どんなに美味しい牛乳でもほとんど同じ値段にされてしまうが、軽井沢では、農家が自ら餌を考えて脂肪率を高めた牛乳を売っており、美味しい牛乳をフローゼン・ヨーグルトにして売ることによって、利益が 10 倍になった事例もある。

最後に、c. シニアマーケットの開拓による新産業創出について。

お金を一番持っているのは 55 歳以上だが、「高齢者の求める商品やサービスを企業が開拓することがデフレ脱却に寄与する。シニア層は消費の主役になりつつあるが、企業の主なターゲットは若者中心で高齢者の好みに合わない。」と、日銀が昨年 8 月のレポートで異例の注文を出しており、企業が高齢化の変化に十分対応できていないことが問題としている。

シニア層には、旅行などの余暇活動や衣料品で年間 6 兆円超の需要が眠っているという

試算もある。三菱総研の調査では、65歳以上を対象に1ヶ月の被服費として「使ってもよい金額」を聞いたところ、実際に使っている7千円程度の倍近い金額を答えた。

高齢者が好むデザインや体形に合う服はまだ少ない。ニーズを満たせば、倍のお金を使ってくれる。冗談を交えて言うのなら、65歳以上の人でも、30歳に見える洋服などを企画・開発すればいい（笑）。

日本には、個人金融資産（貯金、保険、株式など）が、GDP500兆円の3倍に当たる約1,500兆円もあるので、1,000兆円の財政赤字があってもやっていけている。1,500兆円のうち55歳以上が8割を占めており、現役世代はバブル期以降給料が激減しているため、経済が成長するためには、海外か55歳以上の人にお金を使って貰うしかないのに、シニア向けの商品づくり・まちづくりができていない。

しかし、そうした中においても、県内では新たなシニアビジネスが動き出している。2-3紹介すると、寝たきり予防や健やかな老後のため、高原のホテルが始めたサービスがある。最新の機器で科学的な健康づくりを行う大学と連携して、都会の高齢者が健康になるためのトレーニングやサービスを提供し、同時に、長寿化の秘訣として、長野県人の食べている食べ物を食べて貰いポール・ウォーキングして貰うなどの事業である。

また、座ったままでも使えるシステム・キッチンや1人では歩けない高齢者の歩行をサポートする新型歩行器を開発したメーカーなど、今後に期待できるシニアビジネスが始まっている。

7. 新産業創出は「困った」の解決から

原発問題にしても、例えばその汚染土壌の処理として、フレコンパックを作る会社や最終処分場を作るゼネコンには多くの仕事が生まれている。新潟県では、無人で放射能の被ばく量を調べる飛行機が売れている。

このように、困ったに対して解決すべき事業が必ずあり、そこに目を付けた企業が大きく成長している。不況の時に、人がやらないことに目を付けた企業が三井や三菱などの財閥になったのである。

困ったを事業にするためには、まず、自社の強みや売りは何かを知ることが大事だ。自社や自分の強みは何かを思い起こし、整理してみると、世の中が必要とするものをわが社の事業として提供でき、新たな販路や新たな産業となる。

ドラッカーも、自らの著書で、「自らの強みに集中せよ。」と言っており、それで創造されるのが新たな顧客である。「企業活動の目的は顧客の創造である」というのはドラッカーの名言だと思う。

私は、毎月最終日曜日に「明日を造れ！ものづくりナガノ」というテレビ番組で県内のモノづくり企業を紹介、応援しているが、そこに登場いただいた東御市の産業用プリンターを開発・製造する(株)ミマキエンジニアリングという会社では、あらゆるものをインクジェットプリントに変えられるのではないかという発想で、常に新しい顧客を創造してい

る。ワクワクしてくる話ではないか。

皆さんも、世の中のニーズを捉えて、ビジネスとできるような有能な社会人になってほしい。

(質問) 個人金融資産が約 1,500 兆円あるとのことだが、その中には不動産や日本国債も含まれているか。

(回答) 土地は入っていない。株や保険は入っている。もの凄く単純化して考えるなら、1,500 兆円のうち、日本国債が 1000 兆円あるが、まだ残り 510 兆円ある。GDP を 2%成長させるとすれば、500 兆円の 2%で 10 兆円余計に使えば済む。

(質問) 金融で地域経済を元気にするためには何が課題か。

(回答) 長野県内の金融機関が各地域で集めた預金を、長野地域で使うことが我々の責務であるが、地域から工場を建てたいという需資が出てこない。現状はそれが出来ないで国債を買っている。

金融機関も、単に預金を貸すのではなく、商社のように、お客さんと共に、新しい資金需要を作っていくということをしていかないと、折角、他地域で集めたお金が地域で生きることが出来ないと思う。

図1 製造業を大きな牽引役とする長野県経済

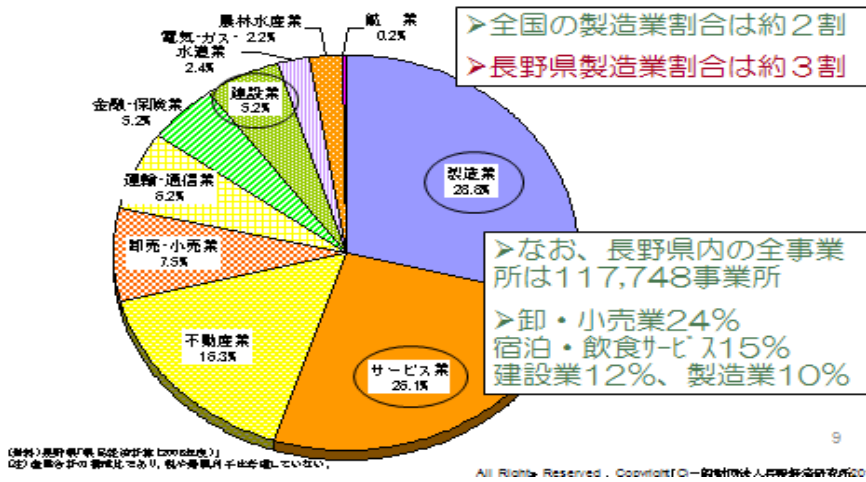


図2 全国に占める長野県の製造品出荷額の割合

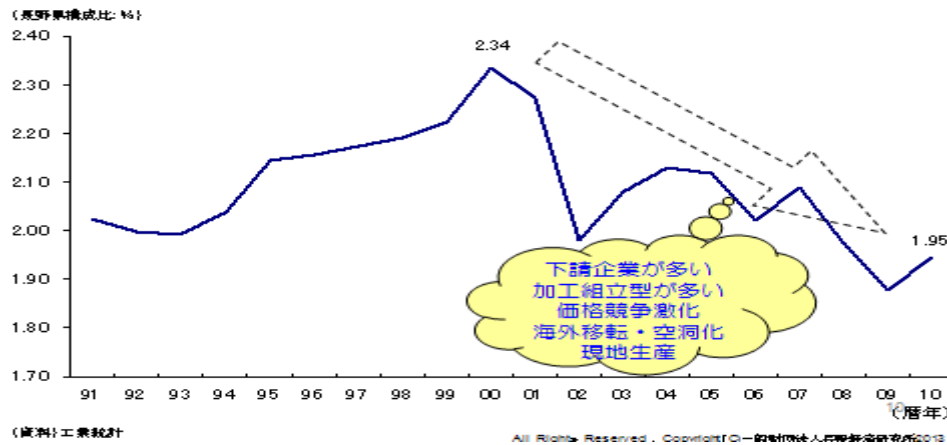


図3 長野県の観光客延利用者数・観光消費額推移

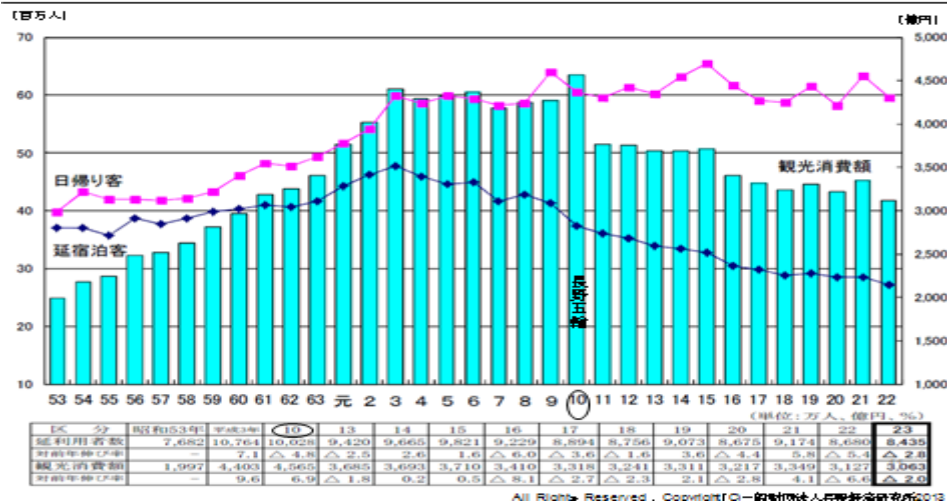


図4 長野県の個人所得額（課税対象所得額）の減少

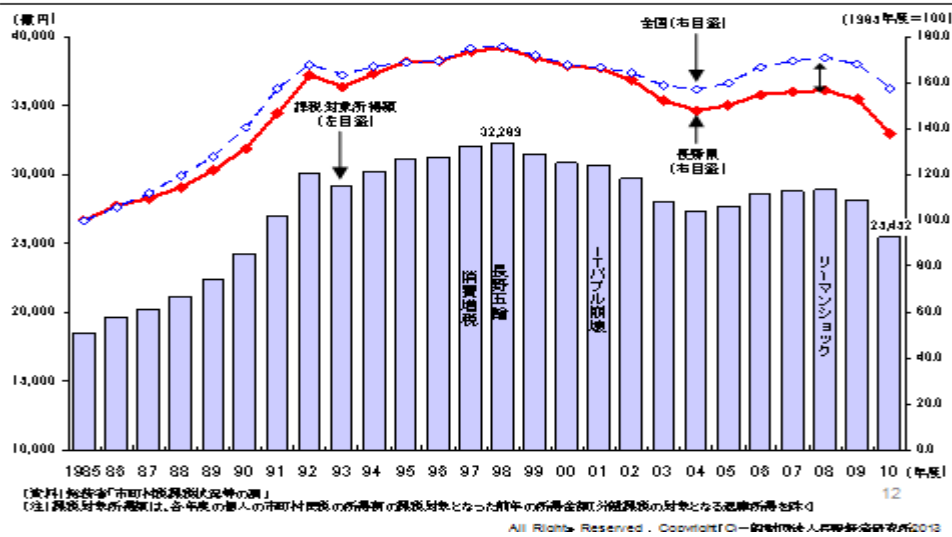


図5 大きく変わる長野県民の形

- 長野県の場合、20年で約29.7万人（13.7%）が減少
- 高齢者は4人に1人から3人に1人

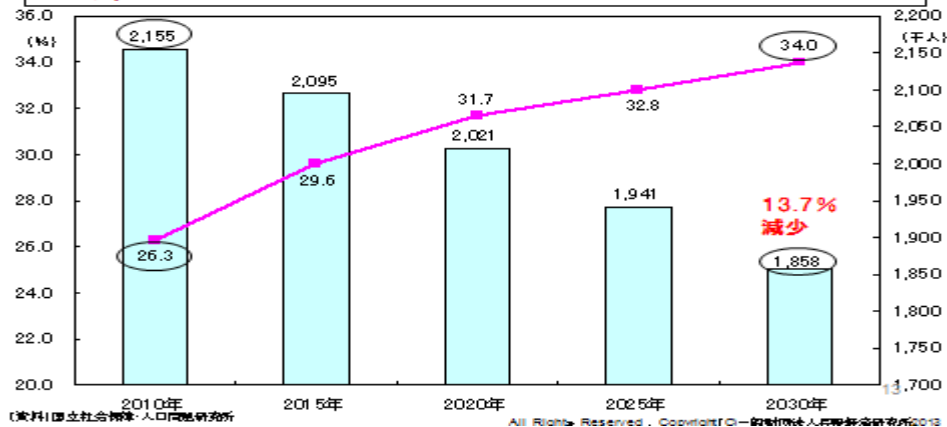
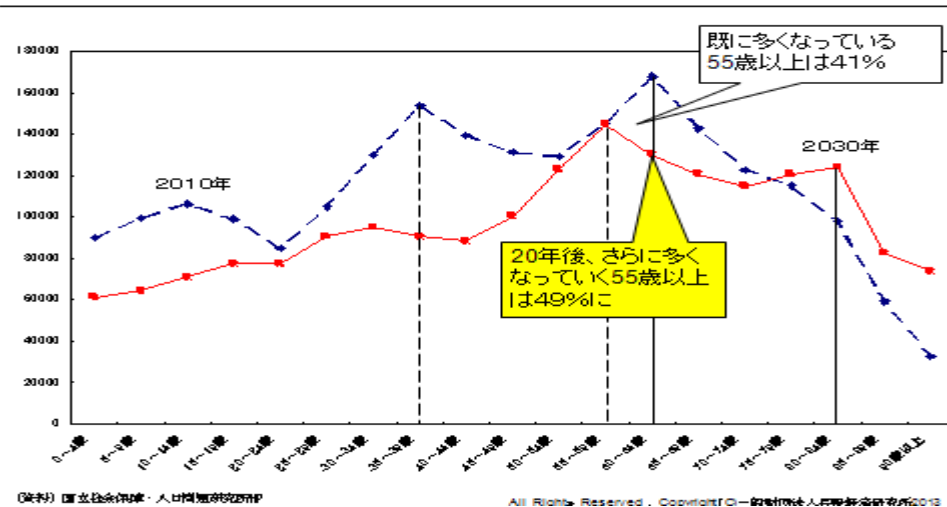


図6 人口ピラミッドをみると、55歳以上は既に4割



(2) 「市民の意志あるお金で取り組む自然エネルギーの普及促進」(25年4月23日)

おひさま進歩エネルギー 原亮弘代表取締役

1. はじめに

今、ご紹介いただきました、おひさま進歩エネルギーの原と申します。

私は飯田市を中心にした南信州で、CO₂を削減しようという温暖化防止の活動を始めた。何故、飯田市で始めたかという、飯田市は1996年に市民会議を開き、21世紀に向けて、第4次基本構想を作成したが、その中に環境プランがあり、キーワードが「環境文化都市」ということになった。環境文化都市として、飯田市はいろんな取組みをしたが、太陽光発電に国が補助金を出し始めたので、飯田市もそれに加えて補助金を出すとか、ごみの有料化に取り組んだりした。

ソフト的には、子供たちと一緒に環境を学ぶ「環境チェッカー制度」、或いは、大人も一緒に環境について学ぼうという「環境アドバイザー制度」を進めて来た。それらは限定的であったが、市民の立場から出来ることがあるだろう、或いは、市民でない出来ないことがあるのではないかということで立ち上げたのが、このNPOであり、先程言ったように温暖化防止が大きなテーマであるということになる。温暖化防止ということは、温室効果ガスの削減ということになるが、温室効果ガスが生まれる原因はエネルギーの使い方にあるということなので、エネルギーの地産地消で循環型社会を作っていこうということで取組み、その1つがBDFというてんぷら油をもう一度エネルギーとして利用しようという取組みであった。

長野県は非常に日照時間が多く、日射量が豊富だということが分かっていたし、飯田市も太陽光発電の補助金を出してきたが、地産地消の大事なところは、地域にあるものを地域で使っていく、地域の特性を活かしていくということだと思っているので、非常に天気の良い松本市、上田市、飯田市で、それを活かしていく1つの方法として太陽光発電があるということである。

気象庁のHPに、いろんな地域の日照時間だとか、データが入っており、これを見ると、飯田市が比較的安定して日照時間があるということが分かる。逆に日本海側の東北地方は日照時間が少ないということになる。内陸部で日射量が一番豊富なのは、松本辺りだとデータの的にも見える。こんな地域特性があるので、太陽光発電で一番重要なのが日射量であり、エネルギーがどれ位来て、それをどれ位変換するかというだけの話なので、そういう意味では、長野県は太陽光発電に非常に適したところであると言える。

2. 第1号おひさま発電所

そんなことで立ち上げたNPOで、もう1つ取り組んだのが市民共同発電で、市民の力で太陽光を増やしていこうということだが、当時は寄付型で、市民や会員の寄付や会費で、補助金を貰いながら、太陽光発電を普及させていく。太陽光発電そのものを普及させるこ

とも大事だが、NPOの一番の目標は温暖化防止活動の輪を広げることなので、この太陽光発電を活かして子供たち、或いは、地域の人たちの温暖化防止活動につなげていくことが重要な役割になる。この時は、そういう意味で波及効果が大きいであろうと思われる保育園に設置した。実は、既に京都の「グリーン・ファンド」、或いは、東京都江戸川区の「足温ネット」というNPOがあって、それらが保育園や幼稚園、お寺の屋根に太陽光発電を皆で付けようという取組みを始めていたので、そういったものを参考にして、この飯田市で出来ることをやろうとした。

この時は、皆さんの家庭でも太陽光発電を付けている所があると思うが、大体4kW前後のものが付いていて、4人家族だと大体その家庭で使う電力は賄える。もちろん、昼間発電した電力を一旦電力会社に預けて、夜また返して貰うという形を取っているが、家庭の電力を賄うにはちょうどいい位、或いは、ちょっと足りない位という規模である。それでもこの当時は、まけて貰って168万円だった。

それを付けて、もちろん、発電時のCO2排出量は減るが、もう1つ本来の目的である温暖化防止活動を広げるということである。そのために考えたのが見える化（可視化）で、ここに通ってくる保育園児たちは太陽光発電が付いたと言っても、何のことだかよく分からない。それを見える化しようということで、うちのキャラクターの「さんぼちゃん」を5つ並べて表示盤を作り、メーカーが用意してくれる表示パネルで、今何W発電しているとか、累計で何KW/h発電したということが分かるが、数字だと子供たちによく分からないということで表示盤にした。

発電量に応じて、天気の良い日は「さんぼちゃん」がたくさん光り、天気の悪い日は少ししか光らない。パネルから電気の信号を取って、付けたり消したりさせることは技術的には可能であるが、この時メーカーに相談したら、「オーダー・メイドなので100万円近くかかる。」と言われた。それなら、自分たちで作ろうということで、10年前から飯田市にあるLEDを作っている会社をお願いをして、消費電力の少ないLEDで発電量に応じてスイッチを入れて貰うシステムで、保育園の先生にお願いした。

保育園の先生は、本当にお忙しい中で、いい返事をしてくれたが、保育園の先生が忙しくてスイッチを付けるのを忘れることもあり、子供たちが気付くようになった。「さんぼちゃん」がたくさん光っていると、「外で太陽光発電が頑張ってる、電気を作ってくれているんだよ。」ということ子供たちにも伝えてあるので、外で遊んでいる子供たちが部屋に戻ると天気がいい時なのに「さんぼちゃん」が付いていないことに気付く。それで、先生を呼んで来て、先生もそれに気付いてスイッチを付けるということで、子供たちと太陽光発電が近いものになるという効果が生まれた。

合わせて、私どもは保育園で先生と一緒に「水の出しっ放しや電気の付けっ放しはもったいないよ。」という話をしてきた。そうすると、子供たちは素直なので、家に帰って、今まで出しっ放し、付けっ放しにしていたものを止める、消すといった行動が見られるようになり、それを連絡帳等で保護者の方が書いてくれた。これをすると当然、電気やガスや

水道の使用量を削減するので CO2 が減る。

もう1つ出てきたことが、電気やガスや水道の領収書を見て、経済的にも得になるということに家庭で気が付くようになったということで、その分を1年間貯めて、子供たちのお小遣いを増やそうとか、或いは、皆で一緒に食事に行こうということが生まれる。或いは、うちでも太陽光発電を付けてみるかというようなことも広がっていく。「お風呂の電気まで消そう。」と子供が言い出して大変困ったが、ペットボトルにロウソクを入れてお風呂に入ったら、癒しのお風呂になったというエピソードもある。

ただ、残念ながら寄付は集まらない。寄付が集まる時はどんな時かという、実は明確にその寄付が貢献することが分かる時であり、例えば、震災復興のように自分のお金が役に立つと思う時である。飯田市でも5、6年前に小さなお子さんが心臓病にかかったが、その病気は移植をしないと助からないもので、当時は子供への心臓移植は日本では出来なかった。海外へ行かないと出来ないし、保険もきかない上に、渡航費用や滞在費用で1~2億円もかかる。そのことに対する是非論もちろんあるが、それで目の前の子どもが助かると親や身内が考え、何としてでも助けたいが、そのお金がない時には、寄付を募ることが時々ある。そうすると、飯田市周辺でも、自分のお金が親御さんや子供のためにちょっとでも助けになればと皆さんが考えるから1億数千万というお金が半年位で集まった。

3. おひさま進歩エネルギー（有）の設立

そういう場合は寄付でもお金は集まるが、10年前に「温暖化防止のために太陽光発電を付けるので寄付をしてください。」と言っても、なかなか集まらないのが現状だった。

NPO がスタートだとすると、環境省が募集する環境文化都市としての事業に、飯田市が手を挙げたことにより、新たなステージに入った。まほろば事業と言っているが、それが「環境と経済の好循環の街モデル事業」で、温室効果ガスを減らしながら経済的にも循環し、街づくりにもつながるといふ事業を環境省が募集した。飯田市は環境文化都市として手を挙げ、採択を受けたが、どのような事業モデルで応募したかという、市民共同発電を寄付ではなく出資を行い、事業を運営していくなかで返すというモデルで申請をして採択をされた。その事業主体をどうしようかといろんな議論があり、「2億円の事業規模で市民出資を集めてそれを運用する会社でやろう。」と言ったが、「そんなお金は集まらないよ。」とか、「自然エネルギーでお金を運用するなんてそもそも事業として成り立たない。」といった意見もたくさんあった。手厚い補助金が出ていることもあり、何とか成立するだろうということで事業計画を立てることが出来、私どもが中心となっておひさま進歩エネルギーという有限会社を立ち上げ、この会社が飯田市の受けた事業の再委託先としてスタートすることになったのが、2004年の12月だった。この時は、まほろば事業に特化した会社としてやっていく方法とモデルを深めているいろんなことをやっていくという方法があったが、結局、後者の方法でやることになった。

具体的には、まず「南信州おひさまファンド」というファンドを作った。ファンドと聞

くと何となく怪しいと感じるかもしれないが、分かりやすさ優先でこの名前を付けることにし、基金を作り、A号出資、B号出資という形態を作った。A号は運用開始後10年でお返しする形で、一口10万円を1,500口、1億5千万円、B号は同じく運用開始後15~20年で返し一口50万円を103口、5,150万円、合わせて2億150万円のファンドを組成して、募集を始めた。それで集めたお金と、環境省が出す補助金とで、CO2を減らす事業を始めたが、CO2を減らすのに一番大事なことは、出来るだけエネルギーを使わずに仕事をしていく省エネで、これに投資した。

必要なエネルギーは再生可能エネルギー（太陽光発電）で作り、それによって、CO2を減らすという事業で、そのための設備に投資すると、エネルギーを作る事業とエネルギーを省く事業が動き出す。この2つの事業が、運用段階になると、太陽光発電では電気、省エネではコストの削減という新しい価値が生まれて来るので、その価値を現金に換えて出資者にお返しする仕組みになっている。

A号、B号には優先劣後があり、A号が優先、B号が劣後で、この事業で生まれるキャッシュはまずA号に分配し、A号に分配し終えたら、B号に分配し、計画通りに進めば全員に分配されるが、何かトラブルがあった時は分配されないというリスクがB号にはある。その代わりに、事業で生まれた利益は、リスクを取った方に多くあげることになるが、この時はA号には2%、B号には3.3%の予定だった。このようにして出資を募集したが、こういった事業についての経験が全くなく、いろいろな人の知見を貰いながら事業を始めたが、果たして飯田市で2億円が集まるのかという不安を抱えながらのスタートであった。

この時、地元の金融機関にも話に行ったが、決算書もない会社なので、そんなに簡単には貸して貰えなかった。RPS法により、電力会社が一定の自然エネルギーを使うことを義務付けられ、太陽光発電は中部電力が買ってくれるという制度があったが、22円/kWhと低い評価で、事業としては厳しいものがあった。

おひさまファンドの太陽光発電事業については、集めたお金と補助金で飯田市が所有する建物の屋根に太陽光発電を設置し、ここで生まれた電気はその建物に供給するために飯田市に買って貰い、余った電気は電力会社に売って貰う形になる。

電力会社に売る単価と太陽光発電の電気の単価をほぼ同じ位にすれば、飯田市はランニングコストがほぼ変わらない。支払う相手は2ヶ所になるが、コスト的には飯田市は増えないことになり、その代わりに20年間この契約を続けていき、売った電気の料金が出資者の方に返るといった仕組みになっている。

合わせて太陽光発電で作った電気は環境的に価値があるとされており、欧州では排出権取引に使われるが、日本では市場がうまくいっていないので、2000年にグリーン電力という考え方が生まれ、グリーン電力証書を発行して、その価値を切り離していろいろな所に売っていくというもので、そのグリーン電力の収入も出資者への分配の原資になる。

松本でもNPO法人が家庭の環境価値を集めて売り、利益を再分配するというところがあるが、いくつか気を付ける必要があって、1つは建物自体が太陽光発電の負荷に耐えられ

るかということ、1つはきちんと発電してくれる場所かどうかということ、それからもう1つが、大学のように、高電圧の電気を変圧する設備がある建物ではなく、家庭のような小規模な設備であるかということで、併せて子供たちと一緒に学ぶということにも取り組んできた。

この事業は比較的うまくいって、今の日本のモデルになったと思っているが、何故これがうまくいったかということ、1民間会社が飯田市の所有する建物を借りて発電事業をするため、屋根に勝手に付ける訳にはいかない。公民館にしても保育園にしても、行政財産はそれぞれ目的を持って作られており、そこに国や市の税金が投入されているので、そこで事業をするためには目的外使用の許可を得なければならない。例えば、大学や市役所の自動販売機は業者が入れているので、業者の方は大学や市役所の許可を得て設置している。

行政との契約は、ほとんどが単年度契約のため、毎年更新をしなければならない。先程20年で契約すると言ったが、B号の方は15~20年で返すという契約になっている。これを飯田市にお願いしたところ、飯田市は建物の屋根を20年間貸し続けるという決断をしてくれたが、これは大変なことで、今ではこれが前例となって普通になった。出資者が、この会社が10年、20年続くのかという不安を持った時に、行政がきちんと絡んでいるとアピールすることが出来、しかも行政から一定のチェックが入ることが見えてくるとファンドの信頼性を高める役割をしてくれることになり、出資者からするとリスクを減らすことが出来る。

今、新しい公共という言葉があるが、正にその1つのあり方であり、行政はお金を出すだけでなく、FITのように、制度や仕組みで事業を支えることが出来るということで、心配していた2億円の募集も、3カ月足らずで日本中から集めることが出来た。この事業を始める時、私たちには知見がなかったし、自然エネルギーに詳しい人もいなかったし、ファンドという金融商品に詳しい人もいなかったが、それらは経験を持った人に教えて貰った。「日本中に、自然エネルギーに関心のある人、温暖化に関心のある人はいるよ。」と、その人たちが言ってくれ、募集をしたら案の定そうだった。

出資してくれた人たちの気持ちも、寄付してくれた人たちの気持ちと一緒に、そんなにリターンがある訳でもないし、当時、銀行金利もほぼ0%だったが、銀行には1千万円の保証があるが、ファンドは出資法上そのような約束は出来ない中で出資をしてくれた。

アンケートの中では、「自分のお金が社会の課題を解決するのに役に立って貰いたい。」、或いは、「自分の子供や孫のために自分のお金が役に立つなら。」と言ってくれる人たちが多かった。これを私は「お金の見える化」と呼んでおり、金融機関に預けると、安全確実に運用してくれるが、その運用先をこちらが決めることは出来ないが、ファンドなら自分のお金を何のために使いたいのかという選択が出来るので、自分のお金がどう使われるかが見える。

温暖化、高齢化、少子化、教育、震災復興、そういう問題に自分の意志を持ってお金を出すことが出来る。最近はそのようなクラウド・ファンドなども流行り始めているが、いず

れも自分の意志でお金を出している。

NHKの「クローズアップ現代」という番組で、私たちの取組みを紹介して貰った時に、そこでコメントしていた先生が、「お金に意志」という言葉を仰っていたので、それを使わせて貰い、これが大体160件位広がり、たった3KWで始めたのが1,300KW位に広がった。

4. おひさま0円システム

次のステップとして、FITに先駆けて、家庭用の太陽光発電のうち余った電力は、1KW当たり48円で買い取るという制度が、2009年の麻生政権の時に決まったが、選挙で政権が民主党に変わり、翌年4月からこの制度が始まると思っていたのが、すぐに始まった。

私たちは、翌年4月に合わせて、一般家庭が1円もお金を出さなくても太陽光発電を設置することが出来るシステムである「おひさま0円システム」を開発していたが、11月に制度が始まってしまい、金融庁の許可を得たりなどしないといけなかったため、ファンドの組成が間に合わなかった。

この時は5,000万円程必要だったので、飯田市信用金庫に行ってお願いをしたら、信用金庫がすぐにお金を貸してくれたので、この「おひさま0円システム」がスタートすることが出来た。何故これ考えたかという、家庭で付けようとする200万円位かかり、補助金を貰っても百数十万円位かかるため、太陽光発電がなかなか普及しないからである。

温暖化防止のために自分が負担してもいいという人はいたが、なかなか付けないのが普通で、太陽光発電そのものに否定的な人もいた。100人いれば100人賛成なんてことは滅多になく、お金があれば付けてもいいという人はいたので、手を挙げて貰えば太陽光発電が付くシステムにすればいいというのがこの「おひさま0円システム」である。

モノを売る会社であればローンやクレジットという仕組みがあり、どれだけ発電しようが関係ないが、私たちは、事業者が資金を調達し、家庭の屋根に太陽光発電を付けて、そこで出来た電気を買ってくださいとお願いするサービス業なので、ここできちんと発電をしてくれないと困る。9年契約で付けて貰っているのに、モニタリングやメンテナンスが大きな役割で、全体のサービスに対して一定額を払って貰うので、物販とは少し違う。もちろん地域の共同事業だということも大事なことで、FITが始まってからは、大きな資本が大きな土地を使って、ドーンと発電して儲けるといことが盛んに行われているが、私たちは、エネルギーの地産地消を行って地域に利益が還元されることが仕事だと思っているので、いろんな地域の人たちと関わっていくことも大事だと思っている。

5. メガさんぽおひさま発電所プロジェクト

更に、新しいステージとして、昨年7月に、太陽光だけではなくて、水力、風力、バイオマスなどのエネルギーを一定額で全量買い取る制度がスタートしたが、これは、自然エネルギー普及のため国が作った制度である。全量買取制度（FIT）にも、例えば、再生可能エネルギーの場合はそれなりの運用リスクがあり、修繕引当金も出さなくてはならない等

のいろんな課題や問題点があるが、この FIT を活用出来る仕組みを作っていきたいと考えた。

今は、修繕引当金は課税されるが、再生可能エネルギーに引き当てる場合は課税をしないということを提案しているが・・・ そんな中で始めたのがこのメガさんぽで、1,000KW 級の太陽光発電を普及させようという仕組みで、分散型である。1ヶ所に付ける訳ではなく、地域の事業所や地方自治体の協力を受け、それらが持っている建物の屋根や土地を提供して貰って、私たちが太陽光発電を設置する。そして、発電した電気は一旦電力会社に売り、得た収入を返済の原資にして、屋根を提供してくれた人たちにも一部を分配する。

25年度は 1,000KW を目途に、3億 4千万円位集まっているが、大きい所ではオムロンなど 15ヶ所で急ピッチに設置が行われており、これまでのものを合わせると 2,600KW 程の設備になっている。

6. ファンド募集の実績

私たちが組成してきたファンドが、2月に締め切った 6 番目のファンドまであり、比較的金額の大きい 4 億円位のファンドがあれば、7,500 万円位のファンドもある。募集の度に、事業計画を作って皆さんにお願いをしてきたが、12 億円位出資をして頂いている。事業としては、ここに補助金や金融機関の融資が入って来るので、20 億円弱になると思うが、そのお金が、地域で省エネ事業や再生可能エネルギー事業をしている人に直接経済効果を与えている。

もう一つの特徴は、1 個 1 個のファンドが会社になって、それぞれ全てが別会計になっており、それぞれのファンドが影響し合わない仕組みで運用している。昨年 3 月までの事業成果として、268ヶ所に太陽光発電を設置し、2,600KW を超える設備になっている。

母体となる NPO と、運用会社であるおひさま進歩エネルギーと、SPC と言われるスタッフのいない資産保有会社があるが、運用等はここから委託を受けてやる形になっている。

そして、もう一つ、広く一般からお金を集めるためには第 2 種金融商品取引業の資格が必要なので、私どもはこれを持っている。それから、NPO 的な話になるが、事業の見える化とお金の見える化で、出資者たちとのつながりを単なるお金のつながりだけではなくて、その人たちがどんなところで事業をやっているのか、或いは、どんな風に運用されているのかを、出資者にチェックして貰う「出資者ツアー」を年に 1 回行っており、大体 2, 30 人の方に来て頂いて、自分たちの出したお金がこういう風に地域で活きているんだと見て貰っている。

7. 分散型エネルギー事業

そのようにして、太陽光発電、省エネ、木質バイオマス事業もやってきたが、エネルギーというのは電力以外に熱や動力など、いろんなエネルギーが必要で、その中で熱を作る事業もやってきた。自分たちの住む地域でのエネルギーの地産地消は出来ないのではない

かという意見もあったが、よく見るといっぱいある。私たちが住む飯田市は、東に南アルプスがあり、西には中央アルプスがあり、山に囲まれた大きな谷になっており、こんな地域はここにしかなく、山では雪や雨が降るが、それらは確実にこの南北に延びる天竜川に流れ、高い所から低い所に流れて来るので力を得る。小水力発電をする場所はいっぱいあり、見渡す限り山で、山そのものは炭素を蓄えており、それも全てエネルギーである。

もちろん、炭素を固定化するには木材を長く使っていくことが1つの方法であるが、間伐した時に間伐材は残念ながら捨てられている。山の中で朽ち果てるのかエネルギーとして使われ得るのかどちらがいいのかという話であるが、いずれにしても山の資源は豊富にあるし、地熱もあるので、そういったものを多様化していけば、この地域でエネルギーを作り出すのは可能だと思う。

もちろん、課題はいっぱいあり、小水力で言えば、水利権はどうするのか、災害に対するリスク・ヘッジはどうするのか、どうしても落差が必要であるが、落差には地すべりや崩落などいろんなことがリスクとして考えられるため、それらをどうヘッジするのか、山で言えばどうやって材料を出してくるのかなどである。

課題の解決は、制度でやることもあるし、市民或いは団体などと協力する方法もあり、時間はかかるかもしれないが可能であり、特に森林の利活用というのは大きい。

太陽光発電が何故進んでいるかという点、1つは技術が安定していること、それから、風力は音の問題などがあるが、迷惑施設にならず、環境アセスメントが比較的簡単で、地質調査、水量調査、風力調査などが要らないので設置期間が短い。ただ、運用段階に入ると雇用効果が小さい。ところが、バイオマスは流通が複雑なので、建物として有用な木材を作りながら、そのために間伐した木材も、地域の中で循環するような仕組みにしていく。

それも、材料として使う部分とエネルギーとして使う部分とがあるが、これらが出来ると、それぞれの場所で継続的な雇用が生まれ、そうして得たお金がまた山に戻って行けば、経済的効果や雇用効果は非常に大きいと言える。

それをエネルギーの観点から言うと、まず一次エネルギーが設備に入って来て、設備を通して電気や熱に変わって行き、その原料となるものの1つは再生可能エネルギーで、もう1つが化石燃料に代表されるものであり、その特徴は非常に使いやすいことであるが、日本には余りないので、外国から買って来なくてはならない。

再生可能エネルギーはほとんどがタダであり、再生可能エネルギーの方が設備が高いという議論はあるが、設備に必要なお金は償却と運用で、再生可能エネルギーから見ると費用がかかるのは設備のみで安定している。化石燃料は明日の価格も分からないし、なくなるかもしれない。しかも、産油国は高く買ってくれるところに売りたいとなると、こちらはうんと不安定になるので、それではどちらを使うのかという話だと思う。

飯田市は、再生可能エネルギーは地域のものであるということを日本で初めて条例にし、それを地域の人たちと一緒に使っていこうと考えた。私たちは、エネルギーの地産地消を目指してやっており、必ず地域が元気になる。飯田市は人口減少に歯止めがかから

ず、山から人がいなくなって山がますます荒れていくが、そうではなくて、先程、言ったようなことをすることで、山が再生して里も活き活きとし、伝統文化もつながっていく。それから、先程言ったお金の流れをちょっと変えてやると、社会そのものが変わっていく。

20年後、30年後、50年後に社会はどうあるべきか、エネルギーの姿はどうあるべきかというバックキャストイングを皆で考え、それに向かって進めて行きたい。私どものキャラクターは「さんぼちゃん」で、一歩が出ないと二歩目も三歩目も出ないので、是非その一歩を踏み出してほしいという風に考えており、少しでも参考になればいいと思っている。

(質問) FITについて詳しく説明してほしい。

(回答) 再生可能エネルギーを一定額(種類・規模別)で評価して、20年間買い続けるという制度である。言い換えれば、再生可能エネルギーを爆発的に普及させるために、20年後の収入を約束し、確実に儲かる制度である。

昨年、国から太陽光発電の設備認定を受け、電力会社との協議が終わったところについて、20年間、消費税込みで42円/KWhで再生可能エネルギーを買い続けてくれる制度であり、メンテナンスをして発電量さえ確保すれば、収入が確実に入ってくる。

具体的には、1KWの設備容量で、100万KWh以上の発電をすれば、運用コストや税金を払う必要があるが、10年で4億2千万円回収出来る計算になる。

(質問) 20年間は固定価格で普段よりも高い価格で電気を買って貰っていると思うが、もっと長期的に考えると20年で終わってしまう。固定価格というのは段階的に下げられていくので、どんどん利鞘は減っていく。20年後にそれがなくなって、そこから持続可能であるかと考えた時に、そこまでのビジョンを持っているか教えてほしい。

(回答) 1つは、事業として20年買い取るという制度だから、20年で完結させることになっているが、太陽光発電そのものは20年で使えなくなるものではないので、太陽光発電が使えるのであれば、メンテナンスをしながら発電をし続けて貰う。事業としては完了しているので、それを設置してくれた建物や土地の所有者にお渡しする。

もう1つは、再生可能エネルギーとして、今は太陽光発電が先頭を走っているが、ずっとそういう訳にはいかないし、他のエネルギーも多様に使っていけないと偏りが出来てしまう。これからは小水力発電とかバイオマス、場所によっては地熱発電を取り入れていく、その第一歩が太陽光だと思っている。

(質問) ファンドによっては募集金額が満額の応募のところもあれば、そこまで満たない応募もあるが、その違いなどについて説明してほしい。

(回答) 例えば「おひさまエネルギーファンド」は、3,000万円程足りないが、飯田市信用金庫が融資をしてくれた。それから、「おひさまグリッド」は半分位しか集まらなかったの

で、集めるのを止め、事業自体を半分に縮小し、この資金だけで事業を行った。

お金の調達を市民出資だけでやるのは限界があると思う。全国から集めているという意味では地域の価値が外に出ていくので、出来るだけ市民出資は地域の中だけで集めながら、地域の金融機関の資金を使っていくことも重要なことかなと思う。

(質問) 講義の中で新たな出資者を探すという説明がなかったが、何か新たな開拓をするといった取組みをしていれば教えてほしい。

(回答) ファンドの募集はその都度やっているのだから、新たな出資者の募集になっている。もちろん、同じ人が何度もというケースも少なくはないが、裾野は広がりつつある。ただ、こういうものは、これからいろんな所で使われてくると思うので、限界が出てくるのかなというところもある。これからは工夫が必要ではないかと思う。

(質問) 現在の石油などのエネルギーが枯渇し、自然エネルギーで100%代替出来るようになるのは何時か。また、今はどれ位の割合を代替しているか。

(回答) かなりチャレンジが必要だと思う。今は大型の水力を含めると10%位になっているが、それを除くと1%位の極々小さい割合である。ドイツが大体20%位になっており、最新のデータだと、ドイツの再生可能エネルギーの発電規模は50%を超えたそうである。

何より大事なことは、私たちは2050年には全てのエネルギーを再生可能エネルギーで賄える社会にしていきたいということである。日本の場合は、森林もあるし、周りは全て海なので、エネルギーは非常に豊富で、未開発のものがいっぱいあるので量としては他の国が羨ましがれる程十分にあり、技術もある。今までは、そちらにお金が行かなかっただけである。

もう1つは、農業との親和性が非常にあるということが、再生可能エネルギーの特質として大事なことかなと思っている。

(質問) 金融機関に望むことがあれば、それを聞かせてほしい。

(回答) 金融機関は地域からお金を集めているが、その使い所がないというのが現状だと聞いている。そのお金が投資に向かえば地域で生かされるし、そこで得た利益が預金者に戻ってくるという循環になって行けばいいと思う。飯田市信用金庫は、プロジェクトと一緒に関わってくれているし、八十二銀行でも、一緒に地域の中で金融を考えていこうというタスクフォースが始まっている。

(3) 「創業支援に取り組む松本商工会議所」(25年5月14日)

松本商工会議所中小企業振興部 野畑吉永副部長

1. はじめに

商工会議所制度は、渋沢栄一が東京商工会議所を作った明治11年頃から始まる。松本商工会議所は、明治41年6月6日に、松本商業会議所として今井五介初代会頭を始めとする先覚者により創設された。商工会議所は地区内における商工業の発展に努めるとともに、地域の商工業者の世論を代表する公的な性格を持つ地域総合経済団体で、「商工会議所法」という法律で組織運営されている。個人、法人企業を中心とした中小企業のための経済団体として存在している。

中小企業基本法は、大企業と中小企業の格差の是正を政策目標として、昭和38年7月に制定された。この中で、「小規模企業者に対してこうした政策を講ずるに際し、小規模企業者の経営の改善、発達に努め、その従事者が他の企業の従事者と均衡する生活ができるよう金融、税制その他の事項に必要な考慮を払う施策を体系的に整備」ということで、経営改善普及事業というものが規定されている。

経済団体としての行政に対する意見具申だとか、自らが行うイベントや復興事業とかをやる中で、国の施策を支援する実施機関として、商工会、商工会議所が中小企業団体に位置付けられ、中小企業支援に当たるという規定が、昭和30年代に一つの形として入った。

経営改善普及事業については、従来の金融制度に見られなかった低金利で無担保無保証という画期的な融資制度が、実効性を確保するために小企業等経営改善融資制度(以下、「マルケイ融資制度」という)として、この中で生まれた。昭和48年に発足して現在でも商工会議所の中に配置されている経営指導員が、この経営改善普及事業に当たっている。金利は1.75%位で、最優遇金利(プライムレート)より0.03%高いだけであり、日本政策金融公庫がこの融資制度(上限1500万円)ののところを受けている。

2. 中小企業基本法の全面的な改正

中小企業基本法が出来てから、全面的な改正が平成11年にあった。重点政策の転換ということで非常に大きな転換期だった。廃業率が開業率を上回ったことで、日本の国そのものがこれから廃業へ向かって行ってしまうのではないかという将来への危機感が政策課題として出来上がった。

東京オリンピックの後に一気に不況が来て、その後、立ち直る前にいろんなことが起きた。この中で、私どもが一番関わって来たのが、大店法が施行された昭和47~50年頃で、八百屋や魚屋、自転車屋などが消えて行き、肉屋やお菓子屋などの小さなお店も廃業して行った。後継者がいないということもあった。

平成8~11年に、廃業率が5.9%となっているが、平成の不況の時、山一証券や三洋証券が破綻した大きな過渡期だった。このため、平成11年に中小企業基本法が全面的に改正

された。

こういう時に何があったかをマルケイ融資制度の推移で見ると、平成7年には169件で5億3,820万円まで融資があったが、平成24年には19件で6,990万円まで減少している。この主体は小さな企業。例えばそういう時にどういった資金需要があったかという、皆さんが靴を買いに行く時は、スーパーや靴の大型量販店などに行くと思うが、昔は普通のように街の中に靴屋さんがあった。そうすると、靴屋さんも在庫（ストック）を揃えなくてはいけない。そういう時にサイズ、色、紳士物、婦人物ということでシーズンが変わる毎に、季節在庫を持たなくてはならない。また、昔は盆暮れ勘定と言って、決済資金を持たなくてはいけないので、8月それから12月位になってくると手形の決済だとかいろんなことに資金需要があった。

街を歩くと分かるが、今、街の中の商店には従業員がほとんどいない。昔はどんな小さな商店にも従業員がいて、そこに人件費などの資金需要があったが、小さな商店が1軒消える毎に在庫への投資が必要なくなり、人件費の需要もなくなる。

といったことから、資金需要というものがどんどん減り、施策的には無担保無保証、低金利だが、借りる側の企業数がどんどん減っているのが現在の状況である。これは、一般の金融機関の小規模企業向け融資でも同じような状況である。

それと、いわゆる流通形態が変化してきており、今はメーカーが直接大型店に流しているため、仲卸しが減り、卸売業が激減している。そこでも、ストックが必要なくなっているから、ますます資金需要がない。

要するに、皆さんがこれから就職する先、或いは、これから選ぶ先にしても、どういうビジネスモデルでこの企業が成り立っているかということにきっと思い至らせる中で、自分たちが何で稼いで行かなければならないかということを考える必要がある。今は、IT企業がどんどん伸張しているおり、こういった変革も進んでいる。

3. 中小企業白書

(1) 過去50年を振り返って

このような流れをどうやって説明しようかと資料を探していたら、4月に出たばかりの平成25年版の中小企業白書が見つかった。もう読んだ方もいると思うが、50年を振り返るというページがあり、昭和39年に第1回の中小企業白書が出て、それから年代毎にこういった流れがあったということが書いてある。（本記載部分については西暦表示）

1960年代は、「格差や労働力事情を背景とする中小企業問題への対応」ということである。それで1964年に東京オリンピックがあったが、その前の1963年に中小企業基本法が制定され、近代化設備の導入とか経営の合理化等の方向が示された。

1970年代になると、カラーテレビやステレオとかの消費需要が高く、上向きの時代だったが、このとき大商社であった安宅産業の倒産（その後伊藤忠に吸収される）があって、今後も倒産が続くのではないかと不安視され、連鎖倒産が非常に増えた。こういうことに

対して、リスク・ヘッジをしようということで、金融セーフティー共済という制度が生まれた。また、1980年代に入る直前の1979年になると、「ジャパンアズナンバーワン」すなわち、日本が一番だという時代があった。

1980年代に入ると、家庭用ゲーム機やビデオデッキなど、エレクトロニクス技術の進展ということで、まだまだ伸張していた。

1980年代の後半・1990年代の前半では、1986年から1991年までバブルが入って来る。

1990年代の後半になると、CDプレイヤーになって来る。また、バブル崩壊後の厳しい経済情勢から、中小企業のダイナミズムというものが失われるという懸念が高まってきた。この時に、中心市街地の活性化とか、町づくりとか、コミュニティ・ビジネスの発展といった話が出てきた。どうやって日本を活性化していくか、都市型産業の集積が必要ではないかということが言われてきた。

そして、1999年以降、多様な経営課題の対応ということで、中小企業基本法の改正につながっていった。こういった流れがある中で、本講義の命題に入ってくる。どうやって金融が貢献してきたかということが、いろいろな講師から、後々説明されると思う。

(2) 具体的施策

平成25年版の中小企業白書(第2章)で、かなりコアでボリュームのある具体的政策が、起業・創業に関して触れられている。この中で、地域に身近な事業展開を目指す起業・創業と全国・海外市場を目指す起業・創業という大きな2つのカテゴリーに支援があるべきであると説明されている。

各種手続に関しては、中小企業・小規模事業者や企業を目指す者と専門家が参画して、自由に起業に関する情報交換とか相談ができるITシステムの構築(クラウド)としており、創業・起業のバックボーンになる各種手続もあるべきではないかとしている。資金調達についても、日本政策金融公庫による融資や信用保証協会による信用保証ということで、ここにも触れている。海外進出についても、産業革新機構、政策投資銀行や、商工中金の活用等、リスクマネーの供給の強化といった施策が挙げられている。これはどういうことかということ、海外に出た時には、海外支店の労務費はほとんど現地の通貨で決済されるが、実際に中小企業が外に出ていっても、現地の金融機関で資金調達が出来ない。現地で資金調達するには、日本国内で資金調達を支援しなくてはならないという課題が出されている。いろんな施策を改善しながら効果的にやって行こうということが、今、言われている。最後に、起業環境として、規制改革や公的分野との連携等により、新市場の開拓や高付加価値サービスの創出の促進という施策の中で協力とされている。

(3) 企業形態の分類

企業形態の分類について、地域需要創出型とグローバル成長型があるが、三菱リサーチ&コンサルティングのアンケートによると、3年後程度でマーケットを考えたときに、規模

を拡大したい企業は 27.2%、事業の安定継続をしたい企業が 69.9%となっている。その中身を分類していくと、後者はマーケットのターゲットが同一市町村や同一都道府県内の企業が 58.7%であるのに対し、前者は全国や海外を目指して行こうという企業が 62%であった。全国や海外に向けて視野を持って行こうという企業は、よく見て支援して行こうと白書に載っている。

これでなにが言いたいかというと、起業形態別スタートアップ企業の所在地ということで、どこで起業したのかということに、地域需要創出型は三大都市圏中心市が所在しない道県というのが 62.5%、三大都市圏中心市が所在する都府県というのが 37.5%となっている。グローバル成長型になると、三大都市圏中心市が所在する都府県というのが 63.2%と逆転している。ここで、三大都市圏中心市が所在する都府県とは、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県を指している。

次に、対個人消費者向けに、起業が地域社会に与えた影響ということで説明が加えられている。地域で生活する人々の生活の充足や質の向上ということで、地域需要創出型とグローバル成長型の企業では、やりがいのある就業機会の提供はグローバル成長型の方が多い。事業利益の地域への還元については、意外とグローバル企業型の方が考えており、地域産業の発展に貢献する財、サービス・ノウハウの提供についても、グローバル産業の方が上回る。地域コミュニティづくりや伝統文化の継承は同率位である。地域の安心安全、福祉医療の充実は地域需要創出型の方が優れている。地域における起業の影響は、このように分けられる。地域を振興するということは、こういう意味で付加価値が出るということが言いたかった。

4. 松本商工会議所の創業支援

商工会議所が何をやっているかというと、平成 11 年の政策転換のあと、平成 12 年から創業支援を頑張ってきた。平成 12 年から平成 24 年迄で 598 企業を創業させている。

この間、平成 12 年に、脱ダム宣言や公共事業削減を行った田中康夫が長野県知事に、平成 13 年には小泉政権が発足し、公共事業を抑制する構造改革で、企業を取り巻く環境がガラリと変わった。平成の大合併で地方財政も厳しくなり、現在に至っている。松本市も、平成 17 年 4 月に、梓川村、四賀村、奈川村、安曇村の 4 村（平成 22 年に波田町とも）と合併して、広域になった。（この結果、松本市にスキー場が誕生。）松本商工会議所も、平成 19 年 4 月に、梓川・四賀・奈川・安曇の旧 4 村商工会と組織統合を行った。

地方都市の起業・創業に関しては、地域と密着しており、少子高齢化が非常に顕著である。業種別には、松本では、サービス業が 37.6%で突出している。その次に飲食業 25.9%と続いている。流通構造の変革も起こっており、中古リサイクル業なども出て来ているが、製造業は今厳しい。

創業形態としては、圧倒的に個人が多くて 82%、株式会社も 15.6%あり、創業者の年齢は、圧倒的に 40 歳未満が多くて 69.5%、40 歳以上 60 歳未満が 29.5%。定年退職後 60 歳

以上で創業する人は少ないが、あることはある。創業者の性別では、女性も 21.8%あるが、女性の起業は美容、施術業、飲食業などが多く、市場が狭くて、マーケットは激化している。

業種別平均家賃は、飲食業は 16.3 万、小売業は 12.8 万、卸売業は 13.6 万、サービス業は 11.9 万が相場である。地域環境は㎡単価で見ると分かりやすく、松本は、飲食業が 1,984 円、小売業で 1,951 円となっている。

業種別平均借入額は、飲食業が 537 万で、次いで小売業が 399 万円となっている。飲食業は、厨房機器やテーブル、内装、看板などの設備投資が必要なために創業資金としては突出して高く、小売業も、ストックや壁の装飾が必要なために高い。

平成 24 年の長野県創業支援資金は、運転資金が 2,186 万円、設備資金が 8,344 万円、創業資金全体で 1 億 530 万円であり、創業には自己資金も必要だが、借入金も結構多い。小資本でやるには、カウンター厨房（対面型）が一番安い。

商工会議所は、このように地域振興のための起業・創業支援で、地域振興に積極的にかかわっている。

（質問）飲食業で借入金 0 円の店があるが、こういう企業については、どのような形で商工会議所として関わっているのか。

（回答）創業支援というのはお金だけではない。創業計画書を作るところから始まっている。自分の夢をどうやって実現していくのか、売上計画、投資計画、総資金運営の計画などを作る必要もある。創業者は全ての判断を自分で行わなければならないため、非常に孤独である。何か決断する時や、創業計画書を作る時などで、背中を押してあげることが必要である。

自己資金を貯めていたから、借入金がゼロなのである。自己資金があるから借りない人もいるし、身内からお金の支援を受ける人もいるが、空手形では信頼されず、月掛預金とか郵便貯金とか、自己資金をしっかりと貯めている人が信頼される。

（質問）地域振興のために地域金融機関に望むことは何か。

（回答）地域金融機関には、信金、地銀（八十二銀行）、第 2 地銀（長野銀行）、県信、農協などがあるが、信金はエリアがあり、外に出られない。地方銀行は外に出られる。その他に都市銀行があるが、非常にドライである。都市銀行は投資と回収ということで、企業が窮地になった時に引合いにかけるのが一番早い。ノウハウ的に高いのは八十二銀行で、エリアも広いし、資金量も多い。金融機関に求めることは、なるべく中小企業の側に立って判断してほしいということである。昔は不動産を持っていると評価されたが、最近ではどんどん地盤沈下しているから、不動産の担保があっても評価されない。銀行には企業を見る目を養って、スキルを上げて行ってほしい。

(4) 「地域の枠を超えて～私の街の電子なサイフ～地域貢献型商店街カードシステム」

(25年5月14日)

つれてってカード協同組合 桐生肇副理事長

1. はじめに

「つれてってカード」とは、15年前に作られた、**pasmo** や **nanako** のようなチャージの出来る地域のカードである。以前から既にスタンプカードは存在していたが、平成5年に駒ヶ根市内初の大型ショッピングセンターが出店したため、当該大型店に対抗するため、平成8年10月に第1期カードシステムをスタートし、平成10年に駒ヶ根スタンプ組合と飯島町スタンプ組合が合併して、つれてってカード協同組合を立ち上げ、平成12年には中川村スタンプ組合とも合併して、どんどん減少していく松本以南の3市町村の街中の商店が集結した。(同時に市町村合併の話も進んでいたが、呼称問題で紛糾して決裂した。)

カード発行枚数は17,000枚と少ないが、総世帯数と同じくらいの数を発行している。小売店加入率は69%で、組合員はバスや市役所の窓口など協力機関も含んで107店舗、端末機は173台ある。隣の伊那市でも相互利用出来るので、併せると271店舗で使える。

平成19年2月には、第3期カードシステムをスタートさせているが、市役所とも連携して住基カードを組み込み、平成20年に家電エコポイント、平成21年に住宅エコポイントにも対応している。

2. 第1期カードシステム

平成8年に第1期カードシステムを作ったが、地元信用金庫や商工会議所を巻き込んだ事業だった。まず、最初は駒ヶ根市だけでスタートしたが、平成10年、平成12年に地域を広げた。これは地元信用金庫の協力が大きかった。長野県の信用金庫は、自分の地域以外に支店を出さないという不文律があり、当時駒ヶ根市を担当していた旧赤穂信用金庫が自らの営業地域(飯島町、中川村)まで広げてくれた。

このカードを作るに当たって、小さな商店街だけでは大型店に対抗できないことが最初から予想されていたので、なるべく広域で多くの事業に広げたかった。このため、本店が近い信用金庫や商工会議所に協力を頼んだが、駒ヶ根市役所も協力してくれた。当時はカード自体も高かったが、信用金庫や市役所がバックにいたため、信頼を得て普及した。

第1期としてICカードがスタートした時点では、キャッシュカード併用型と単独型の2種類のカードを作った。この時に地元信用金庫にお世話になった。地元信用金庫が当時使っていたキャッシュカードを、全て「つれてってカード」に変えてくれたので、立上げ当時に2万枚以上出た。併用型のカードだと、振込、入金をATMで出来るというメリットがあった。当時は自治省(現総務省)とか大蔵省(現金融庁)への説明で苦労した。今でこそクレジットカードは珍しくないが、15年前は、市役所窓口での手数料などの電子支払いは、とても珍しかった。とにかく信用金庫にお世話になった。酒屋さんとか灯油屋さんの

ために、携帯用端末も出来るようにした。

3. 第2期カードシステム

平成14年3月に、第2期として、端末やサーバーの老朽化のためのリニューアルを行ったが、中身自体は余り変わっていない。この時にタッチパネルを導入したが、1億円もかかった。近隣の店が増えたのは、行政の力も強くて、市役所は地域貢献にとっても協力的だった。説得しに行く時には、信用金庫と市役所が付いて来てくれた。こういったカードを継続するのは資金的に難しい。しかし、大型店のカードに入ると取り込まれてしまうから、対抗していかなくてはならない。

4. 第3期カードシステム

平成19年の第3期に切り替わる時に、全信協統一カードとの関係で信用金庫とは離れてしまった。このため、第3期からは、住民基本台帳カードと提携する。プリペイド入金の際に、先にプレミアム（1万円で50円分のポイント）を付ける。今は、信用金庫にプレミアムの方の協力をして貰っている。平成15年7月に信用金庫が合併し、アルプス中央信用金庫として広域化したため、関係が薄れてしまっていたが、平成20年に伊那市の「い〜なちゃんカード」と提携して、協力して貰っている。「つれてってカード」は、ポイント支援で信用金庫、人的な支援で市役所、運営支援で商工会と商工会議所にお世話になっている（事務局も商工会議所内に設置）上、伊那市のコミュニティカードにも協力して貰っている。これが「つれてってカード」がうまくいっている要因である。

（質問）今でこそ電子マネーが浸透してきているが、1996年に電子マネーやプリペイドに着目した理由は何か。

（回答）当時スタンプカードは始めていたので、その時にICチップでやるのは、大変冒険だった。1枚1千円のカード（補助金4千万円）を、地域のカードとして、自分たちの地域のお客様にポイントをつけて返すだけでなく、まず、ICチップによって顧客情報を貰う。それを販促などに使ってお客様のニーズに応えるために、コストは高かったが、ICチップのカードにした。反対する人もいたが、スタート当時に、カードに詳しい人がいたのも、事業を継続出来た理由である。

（質問）地域振興のために地域金融機関に望むこととは何か。

（回答）金融機関から資金を借りたくても、貸してくれないことが多い。伸びていく企業でも、前年度決算が赤字だと借りられない。本当は赤字なので借りたいのだが。金融機関の収益環境が厳しく、不良債権を作りたくないのは分かるが、昔のように、地域の企業を伸びさせるために、一緒になって取り組んで行こうということが少ない。大型店は、地域金融機関ではなく、都市銀行から資金を全て借りているため、地域企業が滅びると、その地域の銀行も滅びてしまう。協力的な心が大事だと思う。

第3章 金融機関としての側面

(1) 「地域金融機関の役割～金融を使った地域振興策について～」(25年5月21日)

八十二銀行 小松哲夫常務取締役

1. はじめに

今、ご紹介にあずかりました八十二銀行の小松と申します。

三菱UFJ銀行、みずほ銀行、三井住友銀行のような大きな銀行は、メガバンク、または、都市銀行と呼ばれており、地域金融機関というのは、エリアは県単位とは限らないが、長野県では、八十二銀行があり、松本市を拠点としている長野銀行がある。それから、各地区に信用金庫や信用組合、農協(JAバンク)等があり、そういったものを総称して地域金融機関と呼んでおり、それらの地域金融機関がどのような役割を果たしているのかを考えることが、この講義の内容になる。

皆さんにとって、銀行で馴染みが深い業務と言え、自分の口座を作って、仕送りやアルバイト代を振り込んで貰ったり、携帯電話の代金を落とすといったことだと思うが、皆さんからお金を預かり、そのお金を地域の皆さんにお貸しすることが一番大事な仕事になっている。近年では、その枠にとらわれず、幅広い仕事を行っており、例えば、昔は保険会社しかやっていた生命保険や、自動車保険・火災保険などの損害保険も取り扱っている。また、いろんな金融商品に投資している投資信託も銀行の窓口で販売している。

預金や融資だけではなく、そういった商品も取り扱ったり、海外へ出るための様々なお手伝い、例えば、出て行く先の国の規制や税制について相談に乗るといった仕事も行っている。

2. 最近の経済情勢

マクロの経済情勢であるが、簡単に世界がどう動いているかを説明すると、2008年の秋にリーマン・ブラザーズというアメリカの大きな金融機関が破綻したのに、アメリカ政府はそれをあまり助けなかったのが、世界経済全体の信用を失墜させ、世界中の株や商品など全てが大暴落した。その後、アメリカの方はかなり復活してきたが、問題はユーロ圏で、ギリシャの財政破綻がイタリアに行き、スペインに行き、ポルトガルに行き、地中海、南ヨーロッパ全体に波及して、全体的にヨーロッパの経済は非常に弱くなっている。

日本だけの特徴として、リーマン・ショックの時は、他の国々に比べて最も悪く、何とか立ち直ってきたところで、2年前に東日本大震災でまた大暴落したが、民主党から自民党に替わり、アベノミクスの効果で何となく今は上がり調子である。

先進国以外の国ではどうかというと、アジアの中では、特に中国が高い経済成長をしており、インドも下降傾向になりながらも6%台の経済成長を示しているほか、ブラジルもこれからオリンピックやワールド・カップも開催されるし、ロシアは資源大国、特に石油やガスが採れるので、高い経済成長を上げており、新興国は先進国よりも高い成長率を上げ

ている。

日本はリーマン・ショックと東日本大震災を除けば、まあまあのプラス成長であるが、伸びが低調であり、モノを売っても利益が上がらず、特に円高の影響で輸出が低調な状況が続いてきている。しかし、アベノミクス効果でその底上げが起きている。

今後の経済を、心理的に見てよくなるか悪くなるかということを示したものが DI と言われるもので、50 がちょうど均衡状態を指すが、リーマンや東日本大震災の時は気持ちの問題でよくないという結果が出ている。実体経済というより、景気の「気」は気持ちの「気」で、気持ちがよくないと、経済は上がらない。最近では、DI の数値が上昇傾向にあり、経済は明るくなると考える人が増えてきている。

次は、長野県の経済情勢であるが、長野県の DI を見ると、長野県で働いている人が長野県経済をどのように見ているかが分かるが、ずっとマイナス傾向で、日本全体と比較すると、長野県の方がどちらかという悲観的に見ているようである。長野県の GDP の 3 割が製造業のため、円高の影響でマインド的には低いが、徐々に上昇してきており、最近では、非製造業である小売業や卸業が上振れしてきている。何故かと言うと、長野県は完成品を作っている企業は少なく、エプソンはプリンター製品を作っているが、大体は第一次 (Tier 1) や第二次 (Tier 2) の下請会社なので、完成品メーカーの影響を受ける傾向がある。

アベノミクスについて、1 つ目は金融政策で、日銀の黒田総裁が大胆な金融政策を行い、お金を世の中にジャブジャブに出して金利を下げ、皆さんがお金を借りる時に、安い金利で借りられるようにして、モノを買ったり生産して貰って経済を浮揚させようという政策である。2 つ目は、機動的な財政政策で、国の大規模な予算をつけて、皆さんの税金を公共工事や成長産業に振り当てようという政策である。3 つ目は、民間投資を喚起する成長戦略で、内容はまだ決まっていないが、安倍政権はこのような政策で成長戦略を図るのだろうという記事が新聞には出ており、6 月頃には発表されると思う。

リーマン・ショックで対ドル 110 円から 90 円近くに下落し、今後円高方向に進むと、輸出が多いので外貨の受取時に目減りすることから日本経済も弱くなるだろうということで、日本の平均株価が下落する。それで何とか復活しようとしたが、2011 年 3 月に東日本大震災の影響を受け、70 円台後半～85 円台位迄ずっと円高で推移し、株価も大体 8,000 円～9,000 円で推移して厳しい状況が続いたのが、丁度、民主党政権の頃だった。

3. アベノミクスについて

政権交代して、安倍内閣が誕生した後、アベノミクスが発表され、一気にマインドがよくなり、お金も世の中に増えて来て期待が上昇すると、株価が上がり、ドル円も同様に 80 円台から 102 円位まで上がり、安倍政権になってから、株価は 7 割近く上がった。また、ドル円についても、大体 20 円、25% 近く上昇した。非常に好循環を産み出しており、日経平均株価と為替は連動性が高いことを見ておく必要がある。

デフレからの脱却のアベノミクスのシナリオについて、第 1 の矢は金融緩和であるが、

これは金利を引き下げるということで、例えば、「金利が高い銀行と低い銀行ではどちらに預金するか。」と聞いたら、金利の高い方の銀行に預金し、金利が低い銀行には預けない。これは通貨でも同じで、金利が安い国に対してはお金を投資しないので、この金融緩和によって、お金を世の中に大量に流し始めると、需要と供給の関係で金利が下がるので、通貨は安くなる。従って、世の中のお金の供給量を増やせば、金利は引き下がって、円安方向に進み、円安方向に行くと株価は上がる傾向にある。どの国に対しても当てはまる訳ではないが、日本の場合には、輸出産業が非常に強く、連動性が高いので、輸出が増える。

更に、第2の矢である財政出動により、我々が払っている税金をいろんな事業に投資すると、公共事業が増え、建設業やコンクリート業などの橋や道路を作っている会社にどんどんお金が回る。

金利も安くなり、円安になり、株価も上がり、財政出動もしますと、いいことづくめであるが、必ず毒があるので、これをいつまでもやる訳にはいかない。この間に、第三の矢で日本が成長戦略を練っておかないと本物にはならないが、これがうまくいくと、最終的に安倍さんが言っているように、物価上昇率が2%位上がり、デフレも解消し、新しい産業も出て企業業績がよくなり、サラリーマンの給料も上がるといったいい循環になってくる筈である。

うまくいくかどうかは問題であり、世の中にどんどんお金を流すと言っても、日本銀行がいつまでもお金を刷る訳にはいかないし、公共投資を増やすとしても、税収が上がらないと日本は借金だらけの国になり、実現出来なくなってしまう。円安、株高という作られた時間の中で、生産性を向上させたり、新しい産業を興すことが出来なかった場合、企業業績は頭打ちになり、その結果、買い手の多くである外国人の保有株価は暴落し、安定的な税収も見込めず、長期金利の高騰、財政破綻の可能性もある。

アベノミクスが5年も10年も続く訳はなく、大体この半年位の間に、この第3の矢が軌道に乗って来ないと駄目だっていう人もいれば、2年間でやることをやれば日本経済は復活するという人もいるが、いずれにしても、成果が出て来なかった場合には、日本は大きな禍根を残すことになる。

日本は、先進国の中でも、圧倒的な借金を抱えている国であり、日本の個人が持っている金融資産は1,500兆円あるのに対し、国の現在の借金は1,000兆円なので、まだ日本国内の貯金で借金を賄っているが、公共事業でどんどん国内にお金を回したら、借金がどんどん増えるだけで、税収は増えない。今後、国の借金が1,500兆円を超えれば、世界から見ると、日本のカントリー・リスクが増し、国債金利が上がり、悪い方に行ってしまう。逆に、アベノミクスがうまく行けば、2015年頃には日本経済が本格回復するのではないかとされている。世界の中では、アベノミクスは大きな実験であると言われており、成功すれば画期的な成果となる。

4. 目指すこれからのお客様支援

次に、国策に対して、地域金融機関として何を行っていくかであるが、そのように大量に供給された資金を地元経済の発展のために積極的に回していきたい。企業の資金というのは、二つあって、材料の購入などに充てる運転資金と工場機械などに充てる設備資金があり、その両方に資金を回していきたい。

円安に伴う輸出強化も手伝っていかなければならず、成長著しいアジアのダイナミズムを取り込んでいくお手伝いしていく必要がある。しかも、今回第3の矢で行う規制緩和によって、新しい産業が出て来るので、そういったものを支援・育成していくのも地方銀行の役目だと思う。グローバル経済では、新興国の割合が非常に増えてきており、昔は先進国が7か国集まってG7だったが、それにロシアが加わりG8になり、現在では先進国だけでは回らないということで、新興国を含めたG20になった。

1986～1990年位までバブルというものがあつたが、非常に前から長野県の企業は海外進出していた。1995年には71事業所、2003年には69事業所と、時期によって波があるが、急激な円高になると海外進出するようで、海外進出は為替に大きな影響を受けていることが分かる。八十二銀行の顧客の企業も同様にたくさん海外進出しており、八十二銀行も、1986年に香港に拠点を立ち上げた。

地域別に示すと、アジアが圧倒的に大多数を占めており、八十二銀行の取引先だけでも、1,700社が既に海外に出ているが、そのうち、1,300社がアジアに進出している。北米、ヨーロッパもあるが、圧倒的にアジアが多く、中国が31%、香港が9%と、中国と香港だけで4割占めており、タイも14%と人気で、アジアのデトロイトと呼ばれて自動車産業のメッカとなっている。また、インドネシアも増えてきて大体40社位で、ベトナムも30社位が出ている。為替が円安になって来ていると言っても、海外生産を早めているのが実情で、出ている企業の圧倒的多数は製造業で大体770社位、販売は500社位である。

八十二銀行の貸出しについては、個人の方へ4兆3千億円出ており、そのうち、長野県内で2兆3千億円、長野県外で2兆円であり、県外では、群馬、埼玉、東京、愛知、大阪に多く支店を出している。預金については、5兆6千億円あり、長野県内の方から預かっている割合が多くて5兆2千億円で、残りの4千億円が長野県外の方となっている。長野県内のシェアで見ると、貸出金が約4割、預金が約3割を占めている。

デリバティブとは派生業務のことを指し、例えば、海外から原料を輸入しているお客さんが、将来円安になったら支払額が増えて困るので、今のうちに長期的な契約を結びたいというニーズがあり、それに応えるための為替、金利などの金融商品を、銀行が作って提供している。

それから、1つの銀行だけではなくて、複数の銀行で1つの企業にお金を貸し出すシンジケートローンや、売掛金を早めに集めて現金化するファクタリング業務もある。手形・小切手を一々出さずに、PC1つで商売の権利も義務も電子化する電子債権も、本年2月から出来るようになった。個人向けの住宅ローンや車のローン、教育ローン、リフォームローンで大体1兆円あるほか、国債、県債、ミニ公募債（市債）といった公共債もあり、

投資信託や外貨預金などもある。

銀行は預金と貸出金だけではなく、様々な支援をして行かないといけない。お金は命の次に大事なものであり、企業のお金に関わることと言えば商売であるが、そのいろいろな場面でお手伝いして参りたいと思っている。銀行として、企業の発展過程である事業立上げ、経営管理、技術開発や市場開拓、M&A、経営相談、事業承継、人材育成や組織体制に対してのお手伝いもしており、お客さんの付加価値を高め、潜在ニーズを教えるのも銀行の仕事である。

銀行だけ、或いは、行政だけでは出来ないことについては連携してやっており、長野県中小企業振興センターとか、産業人材育成センターとか、信州大学の産学官連携研究推進機構や地域共同研究センターと、いろいろ連携しながら業務を行っている。

八十二銀行が、今、支援申し上げているのは、一番の本業である資金供給や、貿易・海外進出への取組み、自分のいい商品をもっと売りたいので買いたい人を探したり、自分の技術を輸出したいという人のためにビジネスマッチングという仕事もしている。また、企業を売りたい買いたい、或いは、1部門だけ売りたい買いたいという、M&Aのお手伝いもしている。環境分野、農業分野の2つは、アベノミクスの柱として、かなり力を入れており、介護の分野でも、かなり企業支援を行っている。

長野市や上田市から新幹線で東京に行く場合には、沿線に支店が多いが、皆さんは、中央線やバスで松本から東京に行くことの方が多いと思う。その沿線には八十二銀行の支店が八王子と新宿にあったが、更に本年2月に三鷹に新支店を作った。

環境分野では、企業による太陽光パネルなどの再生エネルギー事業を支援しており、これを個人に導入して売電による環境ビジネスを普及させようとしている。今後の成長産業として期待している。

また、会社は大きくなったけど、自分の後継者の問題を抱えている経営者の方も多し。その悩みを解決する事業承継の支援も120件に上り、重要な役割だと考えている。

個人の方々に対して、地域金融機関として何が出来るかについては、長野県の人口は213万人程であるが、そのうち、共働きの人が非常に多いので、24時間365日、いつでもインターネットで手数料も安く全ての取引が出来るようになり、スマホでも大抵の取引が出来るようになったので、大体利用者が30万人おり、1年後には50万になると見ている。これもまた銀行が個人のために出来ることだと思う。

また、昨年6月に中国の人民元の投信積立を始めたが、国内銀行の中では初めての取扱いである。自動車保険もインターネットで出来るようになっている。

65歳以上のシニアの方が増えてきており、それに対応するのも銀行の役割で、土日も窓口を開く店舗も26ヶ所に増えているが、将来お孫さんにお金を残すにはどうすればいいかというライフプランの相談にも乗っており、家や土地などの財産の相続をどうするかという遺言信託、遺産整理についての相談もある。

銀行では株式そのものは扱えないので、八十二証券という子会社と協働してやっている

が、地元の証券会社を買収して 5 年位でやっと黒字になってきた。八十二グループ全体では、そういった要望にも応えられるようになっている。

海外拠点数が 5 拠点と、地方銀行の中では一番多く、中国の大連、上海、香港、バンコク、シンガポールに支店または事務所がある。お客さんが海外に出たいと言った時に、各地の支店で全て完結するような体制になって来ている。フィリピンやミャンマーについては、完璧にはカバー出来ないが、地元の金融機関と連携してサービスを受けられるようになっている。また、大連・デュッセルドルフは三菱銀行、インドのムンバイは JETRO、シンガポールはみずほ銀行、バンコクはカシコン銀行（タイで 3 番目の銀行）に人を派遣している。また、昨年 3 月には、インドネシアの銀行と提携した。

海外拠点では、例えば、香港がアジア支店というような感じで、国内の支店と同じような動きを行っており、先程のビジネスマッチングに当たる商談会を開いている。上海や大連、香港、シンガポールでも開いている。

後継ぎがないことを理由に会社をなくすのは、地域にとっても非常に大きな損失なので、出来るだけ早い段階から事業承継の相談に乗って、企業が存続できるようにご指南しており、M&A の仲介、例えばコアでない事業部門の買収・売却なども行っている。

シンクタンクである長野経済研究所、保険部門の昭和商事、不動産部門の長栄、システム開発、ファンドの組成をする八十二キャピタルなどの関連会社、外部の専門機関、税理士、公認会計士、司法書士、弁護士ともチームを組んで、お客さんの様々なニーズにお応えしている。

農業に関しては、アベノミクスの第 3 の矢である成長戦略の大きな目玉になっているが、これは TPP の推進と関係しており、TPP は環太平洋の国々で経済協力関係を作っておこうというもので、7 月から交渉が開始されたが、それに大反対しているのが農業関連団体であり、外国産の安いものが関税なしに日本国内に入ってきたら、日本の農業は立ち行かなくなる。770% の関税を付けて日本のコメを保護しているが、今回の TPP に参加すると、確実に日本の農業関連の方々に大打撃を与えることになる。長野県の農家数は全国トップで、農業産出額も 4 位、シェア一番の農作物も、レタス、セロリ、パセリ、エノキダケ、ブルーベリー、カーネーションなど大いにあるので、地域金融機関として全力で支援して行かないといけないと思っている。また、20～30 歳代の若い農家の方々は、会社組織として頑張っているのも、そういう人たちも支援して行きたいと思っている。1 次産業（農業）、2 次産業（加工）、3 次産業（販売）を全て一緒にして儲けましょうという 6 次産業化についても、しっかりお手伝いしたい。台湾、香港、シンガポールなどの海外にも日本の農産物が売れるように販路を拡大するため、銀行自身が働きかける努力も行っている。

医療分野も重要であり、医者だけではなく、老人ホームや特養施設も含めて支援出来るよう、地域医療チームを作っている。

（質問）アベノミクスについて、日銀の黒田総裁がインフレ率を 2 年後までに 2% に目標を

設定するとしているが、その目標について説明願いたい。

(回答) 2年で物価上昇率を上げようと、何故言ったかという、日本はデフレで、いくらモノを作っても値段が下がって行く。つまり、需要と供給でいうと、供給の方が多過ぎて、需要が少なかった。これでは、生産は上がって来ない。

景気がよくなるためには、モノを作って売る際に、少しでも高く売れるというように、物価がある程度上がってくるのが一番いい形で、買う人がたくさんいると供給に需要が追い付いてくる、或いは、需要が供給を上回ると、値段が上がって、生産も活発になり、個人消費も上がって来る。生産と個人消費で、GDPのうちの8割を占めているので、ここが上がれば、個々の力も上がるという訳で、2年で2%というのは、何か根拠があって言っているのではない。2%というのは、先進国が世界の緩やかなインフレを容認するときのパーセンテージで、アメリカ、イギリス、ドイツもそうで、何故1%や3%が駄目なのかは分からないが、大体2%位が、大きな負担をかけない、痛みの少ない、ちょうどいい感じの経済成長だということではないか。

黒田さんは、国際派で、フィリピンにあるアジア開発銀行(ADB)の総裁をやられていて、その前は大蔵省で為替を担当していました。国際感覚が優れていて、世界の人たちとのネットワークを持っていた。今回、中央銀行の総裁に就いて、世界の常識から見て、2年で2%が分かりやすく、他の先進国の中央銀行も使った指標ということで適当だと判断されたと思う。

(質問) 八十二銀行として、様々な業務を行っていると思うが、地域に元気を付けるために特に力を入れたい業務は何か？

(回答) 日本全体もそうだと思うが、やはり製造業である。メーカーのモノが売れてくるというのが一番重要だと思う。長野県内や東京の企業をいくつも回って、「半年経って、アベノミクスの影響はどうか。」と聞いても、まだ実感がないようである。これは無理のないことで、安倍総理や黒田総裁が何かしたところで、急には経済がよくなるのが普通だと思う。為替が80円から100円と、20円も円安になって、輸出産業はいいだろうと思うが、それが実際のメーカーの生産向上につながるには、どうしてもタイム・ラグがある。

決算が3月決算の上場企業が多く、前年度決算が出尽くしたが、非常にいい決算が出ている。何故いい決算かという、モノがうんと売れた訳ではなく、輸出をしているので、外貨、或いは、外貨で在庫を持っていると、今まで1ドルあたり80円だった売上げが、円安の影響で20円上乗せされ100円になる。このため、決算ではすごくいい結果が出て来るが、これはモノが売れた結果ではなく、あくまで為替の評価益である。モノが実際に売れて生産が増えると利益が出、利益が出たら、従業員に給料でお返し、従業員はその給料で消費を増やす。消費が増えた分、企業は生産を増やす。これが経済の好循環である。

これが出来るためには、まずは、モノが動いてメーカーが元気になるというのが一番で、そのために地域金融機関として、メーカーの販路を拡大して上げるとか、いい設備を導入

するためにお金を融資するとか、企業からの経営相談に乗って上げたりしている。
メーカーが元気になれば、長野県も元気になると思う。

(2) 「信用金庫の役割と最近の取組み」(25年6月4日)

松本信用金庫 横澤達郎理事総合企画部長

横山俊一業務推進課長兼業務企画課長

山田智之業務部業務推進課主任

1. はじめに

ご紹介いただきました松本信用金庫の総合企画部の横澤と申します。

「金融で地域を支えることはできるか、金融で地域を振興することができるか」をテーマにした授業をしたいので協力していただきたいとお誘いをいただいた。

私たち松本信用金庫は、本年2月で創立91周年を迎えたが、この間、松本市を中心に長野県の中信地区を営業基盤とする地域金融機関として、地域の皆様と共に歩んできたが、本日のテーマは私たちの最も得意とする分野である。

現在、松本信用金庫は310名超の職員がいるが、そのうち男性10名、女性2名の合計12名が信州大学の出身者であり、たまたま、私のいる総合企画部に2名おり、1名は資金運用の担当者として、もう1名が経営企画の担当者として、極めて重要な任務を背負って活躍していただいている。本日、私たちの話を聞いて、興味を持った方は、是非、私たちの仲間になり、地域経済発展の担い手となって活躍していただきたい。

2. 信用金庫の役割と使命

業務部業務推進課に所属している山田と申します。

日頃は松本信用金庫本店で、預金や融資の企画推進、セミナーや講演会の企画・運営等を行っているが、本日は信用金庫とはどういった金融機関で、他の金融機関との違いや特徴、その特徴を活かした各種事業について、説明したい。

金融機関の種類はたくさんあり、まず私たちのような信用金庫、都市銀行、ゆうちょ銀行がある。また、普通銀行の中に第一地方銀行と第二地方銀行がある。続いて、信託銀行、農業協同組合、信用組合、労働金庫がある。ちなみに、長野県内には6つの信用金庫があり、松本のほかに、長野、上田、諏訪、アルプス、飯田信用金庫がある。

ここに挙げた金融機関の違いや特徴について、松本市で見えていくと、松本市には松本信用金庫、長野県信用組合、都市銀行にはみずほ銀行やりそな銀行がある。そして第一地方銀行の八十二銀行、第二地方銀行の長野銀行がある。

これらの金融機関の違いや特徴を、組織形態、営業地区、取引資格の3つで見えていく、最初に組織形態では、信用金庫・信用組合というのは協同組織の金融機関という形態になり、銀行と名の付くところは株式会社組織の金融機関になる。協同組織の金融機関というのは聞き慣れないと思うが、相互扶助を理念として活動する非営利法人である。これに対して、銀行は株式会社なので、株主の利益を追求する営利法人である。

非営利法人の信用金庫は利益を出さなくてもいいのかというと、そうではなく、お客様

から預かっている預金には利息を付けてお返ししなければならないし、我々従業員の給料も捻出しなければならないということで、適正な活動により、適切な利益を出すことを企業である以上求められているが、利益を追求することが第一ではないということである。支援することを理念として活動していることで、信用金庫は協同組織という特徴を持った金融機関であると言える。

営業地区については、信用金庫・信用組合は活動するエリアを営業地区として指定しなければならないと法律で決められているが、銀行はエリアの指定をしなくても活動出来る。松本信用金庫は、北は白馬から麻績村、南は木曾郡までを営業エリアにして、地元で預かったお金を地元で必要としている人に貸し出すことで、地元で暮らす人や企業を専門的に支援しているが、銀行はそういった縛りがないので、地元で預かったお金を県外、海外に貸し出すことも出来る。この違いから言えることは、信用金庫は地元から離れることが出来ず、地元と運命共同体であり、地元の景気が悪いからといって、東京や名古屋に行って活動することは許されないということである。何故ならば、地元で暮らす企業や人々を専門的に支援することを目的として作られた金融機関だからで、信用金庫は、地元の発展や育成・支援を理念に活動している地域性という特徴を持った地元金融機関であると言える。

取引資格については、信用金庫・信用組合と取引する場合は制限を受けるが、銀行と取引する場合は制限はない。信用金庫が企業と取引する時は、従業員の数が300人以上かつ資本金の額が9億円を超える大企業とは取引をしてはいけないと法律で決められているが、銀行にはそういった縛りがない。一見、大企業と取引が出来ない信用金庫が不利ではないかと思われるかもしれないが、日本に存在する99.7%が中小零細企業で、残りの0.03%が大企業になるので、日本に存在するほとんど全てである中小零細企業を専門的に支援するのが信用金庫ということになる。信用金庫というのは、協同組織性という特徴を持った非営利法人であり、地元の支援のために専門的に作られた地域金融機関で、中小零細企業を専門的に支援するために作られた金融機関であるということになる。

それでは、同じ協同組織金融機関の中での違いは何かということになるが、協同組織金融機関は、組合員の組合員による組合員のための組合という組合員優先の原則を基に営業活動をしており、組合員としか取引をしてはいけないということになっているが、信用金庫に限っては、組合員以外からも預金をお預かりしてもいいということになっており、融資についても一部規制を受けるが、組合員以外にもお金を貸してもいいということになっている。

このことから、信用金庫は協同組織の中でも、より公共性の高い金融機関ということが言え、信用金庫が、どのような使命を基にどのような役割を担っているのかということであるが、それについては、信用金庫法や経営ビジョンに明記されており、中小企業・国民大衆の金融の円滑化及び貯蓄増強に努めなさいといった使命を担っている。この中の「金融の円滑化」という言葉は、車を買いたい、住宅を建てたいという人にお金を貸したり、お金を振り込みたい、貯金したいという人にサービスを提供することであり、貯蓄増強に

努めるといった使命も担っている。その使命の下に、豊かな国民生活の実現、中小企業の健全な発展、地域社会繁栄への奉仕という役割を担っているのが信用金庫である。

この経営ビジョンや役割を念頭に置いて、商品企画や各種セミナーや講演会の企画運営を行っている。

そんな信用金庫が、全国的にどの位支持を受けているかという、日本で一番預金を多く預かっているのが都市銀行で 275 兆円、シェアにして 26.7%、続いては、長野県でいう八十二銀行のグループである地方銀行で 220 兆円、22.6%のシェア、続いて、ゆうちょ銀行で 175 兆円、17.9%のシェア、信用金庫が全国で 122 兆円、12.5%のシェアで預金を預かっている。貸出金については、日本で一番貸し出しているのが都市銀行で 179 兆円、シェアにして 36.5%で、第一地方銀行が 161 兆円、32.8%のシェア、信用金庫のグループが 63 兆円、12.8%のシェアということになる。この数字から見ても、信用金庫は全国のお客様から支持を受け、支援を行っていることが分かると思う。

また、様々な金融機関の中で、一番の金融機関数と店舗数を日本に配置して、きめ細かな活動をしているのが信用金庫で、北は北海道から南は沖縄まで、全国で 271 の信用金庫があり、7,584 の店舗を配置して活動している。これだけ多くの店舗を配置しているということで、「近くて便利」な店舗配置、face to face による「良好な関係づくり」に注力できる、「きめ細かで親切」な対応、そして全国のネットワークを活かしての支援が出来る。これらの強みを活かして、地域社会、地域経済の発展への貢献を進めているのが信用金庫である。

ここまでは全国の数字を見てきたが、長野県内の 9 つの金融機関で見ると、預金量では、6 つの信用金庫が 2 兆 4,000 億円、八十二銀行が 5 兆 1,000 億円、長野銀行が 9,400 億円、長野県信用組合が 8,500 億円で、貸出金では、信用金庫が 1 兆 1,000 億円、八十二銀行が 2 兆 2,000 億円、長野銀行が 5,400 億円、長野県信用組合が 2,500 億円ということで、この中では 2 番目の規模として、長野県内 6 つの信用金庫で、お客様からお金を預かり、お客様を支援しているということになる。

店舗数に関しては、全国と同じように 161 店舗を配置してきめ細かな活動をしている。他の金融機関は 1 つの金融機関で長野県 1 つを見ているが、信用金庫だけは 6 つに分かれており、これは何故かという、1 つで 1 つのモノを見るより、6 つに分けた方が、きめ細かな活動が出来るからである。例えば、長野市出身の人が飯田市に行ってもよく分からないが、信用金庫で働いている従業員は地元の人間なので、地元のことがよく分かっているということも信用金庫の特徴である。

また、業務内容についても、預金・融資・為替業務が基本業務であり、その他に付随業務として、保険商品や投資信託を窓口で売るなど、様々な業務を行っている。

3. 松本信用金庫としての特徴的な商品や活動

信用金庫らしい商品も扱っており、特徴的なものとして、エコ・カラフル通帳がある。

それまでは強度を増すために表紙に布を織り込んでいたため、再利用が出来なかったが、表紙を 100%紙にすることで、再利用出来るようになった。

通帳の中を開くと、上の方に松本城など当金庫の営業エリアの名所・旧跡を印刷しており、地域の宣伝にもなっている。従来、通帳というと単に記帳するための道具に過ぎなかったが、これらにより、エコで、人を楽しませ、地域振興も図れ、非常に好評であった。長野県内では、松本信用金庫が初めて導入したが、今ではアルプス信用金庫を除く 4 金庫でも採用され、地域振興を図っている。

復興支援商品というものもあり、東日本大震災後 3 年目になるが、地域振興というよりは、相互扶助を理念としている信用金庫として、同じ日本国民が困っているのを支援するというものである。少し高めの金利を設定し、そのうち 0.01%を、日本赤十字を通じて被災地の支援に充てている。

1 年目の寄付は 200 万円、2 年目は 120 万円、今年も、9 月頃には日本赤十字社を通じて寄付を行いたいと思っている。

融資についても、「地震災害復旧ローン」ということで、2 年前の商品だが、23 年 6 月 30 日に松本市内で大きな地震があり、営業エリア内で 5,000 戸近くの被害があったため、家を建て直したり、瓦が落ちて壊れた自動車を直してもらうための低利ローンを 23 年 7 月 12 日から始めた。

また、消費者金融や他の金融機関から多額の借金をして自殺するケースが社会問題になり、全国の信用金庫にも、「多重債務問題に支援しなさい。」というお達しが出て、いくつかの借入れを 1 本にまとめて日々の返済額の軽減を図る「おまとめローン」の取扱いを、長野県内の信用金庫で同時に始めた。

金融商品を作る時は、先ほど述べた、松本信用金庫としての 3 つの特徴（組織形態、営業地区、取引資格）や経営理念に沿ったものを企画して、販売するよう心掛けており、お客様を楽しませたり、地域振興が図れたらいいなと考えている。

次に、地域経済活性化事業であるが、地域経済を元気にするため、いろんなセミナーや講演会、イベントを企画しようと、信用金庫内で、本部から私を含め 3 名と支店から若手職員 10 名を集めて、平成 22 年にプロジェクトを立ち上げた。

平成 20 年のサブプライム問題をきっかけに、米国のバブルがはじけて、世界の金融市場が混乱したリーマン・ショックがあり、日本でも多くの企業が潰れ、松本市でも会社が倒産したり、生き残っても売上げが半分位になる企業がたくさんあった。

冷え込んだ経済を何とかしようと、「起業セミナー」を行った。起業するとなぜ地域を活性化するかというと、例えば、飲食店を起業したいと思ったら、店舗を作り、キッチンを揃え、従業員も要るので雇用も生まれ、給料を支払い、給料を貰った人はそれを使うことで経済が循環し、経済が活性化する。長野県内で「起業セミナー」を行っている民間金融機関は信用金庫だけで、松本信用金庫は、毎年 4 月に行っており、今年で 3 年目である。

「経営セミナー」は、既存の企業経営者が、販路拡大、宣伝、販売手法を学べるもので

あり、丁度来週も、交友会と共同で、「人の5倍売る技術」というテーマで講師を招いてセミナーを開催する。「経営セミナー」は、年に1, 2回継続的に開催している。

また、昨年は「松本山雅スイーツフェスタ」を開催した。松本市には、松本山雅 FC という J2 に所属するサッカークラブがあり、平均動員数 1 万人と、J2 の中でもトップ 3 に入るほど地域で圧倒的な人気があり、地域活性化をもたらしているクラブで、この力を経済にも役立てられないかということで、松本山雅 FC とも相談して、このフェスタを開催した。

このフェスタでは、松本信用金庫と松本山雅 FC だけではなく、一般に広く周知するために、松本山雅 FC のスポンサーであり、松本地区で最大の店舗数を配置し、1 日の延べ人数で 1 店舗当たり 1 千人の動員力があるセブン-イレブン・ジャパンを連携先に加えた。セブン-イレブン・ジャパンが、競争相手である地元の菓子店と連携するのは日本で初めてであり、OK を貰うのに苦労したが、何とか一緒にやることが出来た。

松本信用金庫と取引のある菓子店にスイーツの募集を出したところ、20 店舗から 40 個ほどのケーキが出てきたが、その中から 5 つの菓子店のケーキを選んだ。最優秀賞を選ぶためにアルウィンで最終審査を行ったが、多くの方が来場して当日は大混乱し、松本山雅 FC のサポーターの力を改めて実感した。この結果、「安曇野リンゴのガンズくん」が最優秀になったとアルウィンで紹介された。

その後、最終審査に残った 5 つの菓子店舗とセブン-イレブンで、お菓子の買い物をしてレシートを集めると、松本信用金庫からプレートをプレゼントするというので、「デザートレシートキャンペーン」を行ったが、好評で、1 か月の予定が 2 週間足らずでプレートがなくなった。今年も 9 月 3 日から 11 月までキャンペーンを予定している。この企画に参加した菓子店に 2 千人近いサポーターが買い物に行き、販路の拡大や宣伝にもなったということで菓子店から感謝され、最優秀賞の菓子店である「パティスリーミルティエユ」は、信濃毎日新聞でも大きく取り上げられた。

タウン情報に「今季最終戦 ぬくもり広がる」という記事が載った。スイーツフェスタに障害者支援施設の方から 2 件応募があったが、プロの菓子店に負け、第 1 次審査で落選した。申し訳ないと思ったが、障害者支援施設の方からは、「応募の目的は、最優秀賞を取ることではなく、社会進出になることが目的で、第 1 次審査に出られただけでもよかった。」との話があった。これで終わらせたくないとの思いから、松本山雅 FC にお願いして、その 2 施設にアルウィンで販売する許可を得、販売させて貰った。用意した商品が完売し、障害者施設の方から「完売したのは初めて。」と喜んでいただいた。非常にぬくもりのある体験で、フェスタをやってよかったと感じた。

4. その他の地域振興策

業務部の横山と申します。

金融機関は、お客様からお金を預かって融資をするのが本業であるが、その他にも地域への振興に取り組んでおり、若い皆さんの力が生きる領域である。

若い経営者の方への情報発信として、「みらい創設経営塾」という後継者向けの事業も行っており、今年度の特徴的なものとしては、諏訪地域の後継者の方々との交流を図ることであり、販路拡大を目的として、既に 50 数社から申込みをいただいている。

また、健康に関する取組みであるが、日本人の 2 人に 1 人ががんにかかり、3 人に 1 人ががんで亡くなっており、若い人には現実的ではないかもしれないが、何か取組みが出来ないかと考え、松本市と取決めをした。どれだけ重要か松本市の皆様にも知っていただきたいと思い、取引先にアンケートを行い、松本市に提供するとともに、一緒になって市民に伝えた。

昨年度は、がんの問題を少しでも多く知って貰いたいということで、山田邦子さんを市民芸術館に呼んでセミナーを開催し、1,500 人程の市民を招待したので、その様子を最後にご覧いただきたい。

～DVD 放映～

(質問) 最近よく地域の疲弊ということが話題になっていて、資金を貸す先がどんどん少なくなっていると思うが、その現状と解決策を教えてください。

(回答) 融資を出す先が減ってきており、24 年 3 月期決算で 50%あった預貸率が、25 年 3 月期で 49%台に低下した。

松本信用金庫は、関東財務局に監督されているが、何年かに 1 回検査に来る。検査事務年度は 7 月から 6 月なので、今は 24 検査事務年度に当たるが、年度途中の 4 月に、金融庁から 25 年度の検査・監督方針の改正通達が来た。その中で、各金融機関が新規融資を増やすためにどのように考えているかを検査するということが記載されてあった。

地域経済が衰退して貸出先がないのに、どうやって融資を増やしていくのかということが問われている。既存先に融資をしていくことはもちろんだが、アベノミクスの成長戦略として、①環境・エネルギー問題、②医療・介護、③農業の 6 次産業化が挙げられているが、新しい貸出先をどうやって探して融資を増やしていくかが課題であり、成長産業に対して如何に融資していくかについて、地域金融機関だけではなく、金融機関全てに対して求められている。これに向けて、いろんな施策を打ったり、商品開発をしたりしている。

(質問) 松本信用金庫として、今後地域を元気にするために重視していききたいことは何か。

(回答) 後継者である若い人たちの力を、如何に施策として打って出られるかであると思う。経営が苦しくて廃業される人もいるし、M&A に活路を見いだす人もいるが、社会に企業の存在意義を示せるよう力を付けてくれれば、それに越したことはない。我々もそのお手伝いをしたいし、我々の組織も含め、若い人たちも一緒になって力を発揮してほしい。

(3)「長野ろうきんの取組状況」(25年6月4日)

長野県労働金庫 市川育雄専務理事
西澤順一執行役員営業統括部長
北村英介営業統括部次長

1. はじめに

長野県労働金庫(以下「長野労金」という)の市川でございます。

協同組織金融機関としての地域振興策というテーマで、労働金庫についてお話しする。

来年4月からの採用試験面接で、7~8名の信州大学生に対して、「労働金庫を初めて知ったのはいつか。」と質問したところ、一番多かったのが「就職活動で知った。」で半分、次に多かったのが『カーローン車天狗』のTVコマーシャルで知った。」で、その次が「親が使っていた。」ということで、まだ認知度が低いですが、最近少しずつ知れ渡って来ていると思う。信州大学の卒業生が17~18名おり、今年も2名の内定を出した。松本地区では、松本支店と南松本出張所の2ヶ所で営業を行っている。

長野労金の地域振興策については、施策としては出していないが、我々の事業の対象者は地域で働いている人なので、少しでも金融商品を通じて生活の応援が出来れば、その結果として、地域に役立てるのではないかと考え、事業を行っているし、勤労者の目線で商品や施策を考えて行こうとしている。

長野労金の運営等については、協同組織金融機関なので、主に労働組合、生活協同組合、互助会など、働いている人が作った組織を通じて事業を展開しているが、営利を目的とせず、平等の原則があって、総会においては、1会員ごとに1票の議決権がある。

事業における収益については、営利を目的としないと言いつつも、事業を継続するにはある程度の収益が必要であり、利用者には、収益の中から利用配当金という形で還元することを原則としている組織である。

2. 長野労金の組織と業務運営について

第2次世界大戦後の混乱の中では、個人からの預金を集めて、戦後復興のために電力・鉄鋼など国の基幹産業に資金を提供していくことが金融機関の使命であったため、なかなか銀行が一般の庶民にはお金を貸してくれない時代だった。

そのような中で、家を建てたり、生活資金をどうするかといった時に、自分たちがお金を出し合って出資し、預金を集め、必要な人に貸出しをしたいということで、1953年に労働者の経済的地位の向上を目指すことを定める労働金庫法が成立し、全国の都道府県に労働金庫が設立され、事業が展開されてきた。

現在、地域合併により全国13の労働金庫となり、全部で17兆円の資金量で横浜銀行程度の規模がある。貸出金も11.5兆円あるが、企業融資の分野は限られているため、勤労者の預金をお預かりして、その方が家を建てたり、車を買ったりする時の資金の融通をして

いる。事業性資金や投機資金は扱っていないので、face to face で働いている方のニーズに合ったものを提供していかないと、利用して貰えなくなる。

3. 事業内容について

特に力を入れている事業が、勤労者財産形成促進法に基づく財形貯蓄で、勤労者の財産を形成するというものであり、契約件数も貯蓄残高も日本一である。

現在、長野県下 22 ヶ所に営業店があるが、長野県全体の預金残高は 5,500 億円で、融資残高は 3,100 億円と、それなりの力をいただいている。団体会員数は約 2 千団体で、間接構成員数は約 23 万人となっている。

現在、力を入れているのが、我々の事業計画である「意思のあるお金の循環」で、もちろんお金に意思がある訳ではないが、その使い方によってはお金が意思を持つてくる。黙って労働金庫に預金を預けていても、株高・円安などで寝ている間に 1 人で働いてくれるが、これは意思のあるお金ではない。我々は、働く皆さんからお預けいただいている預金を社会に役立つ、特に働いている方の生活に役立つ意思のあるお金にしたいということで、お金の循環を創り出し、事業の基本にしている。

地域の多くの働く方や労働組合・生活協同組合・NPO 等への融資を通じて、その方々が少しでも安心して暮らせることになれば、お金が意思を持って働いていくことになるのではないかとということで事業を展開している。

具体的には、リーマン・ショック以降経済状況が悪化して、企業でもリストラや賃金カットなどが起こってきており、住宅ローンなど各種ローンを借りている方は返済が大変だという事態になっている。勤労者の生活を応援して行こうということで、返済額の見直し等も含め、お金に関するいろいろな悩みの相談を受けるべく、労働組合も含めて、職場・地域で定期的な相談会を実施している。

その中で特に取り組んでいるのが多重債務問題である。かつてサラリーマン金融の被害が社会問題になった時にも、いち早く労働金庫が立ち上がって、全国的にサラリーマン金融の被害者に救いの手を差し伸べ、これ以上の被害を食い止めるため、融資をまとめたり、弁護士・司法書士の方々と一緒になって、利息の返還なども含めた取組みをし、一定の評価を得た。今も、このような方々が多くいるので、色々な団体や長野県と連携しながら、多重債務の未然防止や支援の取組みを一層強めており、多くの方々から感謝されている。

消費者セミナーなどの消費者教育も行っており、先生方の了解を得て、2010~2012 年で 20 校ほどの長野県内の高校で、特に 3 年生を対象に、お金の使い方や特にカードの使い方に力を入れて、セミナーを行っている。高等学校学習指導要領に適合するというので、今年もいくつかの高校でこの取組みを行っていきたい。

また、今、働いている人の一番の興味は子育てと介護ではないかと思う。教育・子育て世代応援ローンということで、長野労金住宅ローン利用者の子育て中の方に、例えば、育児のために車を買うとか、育児費用がかかるため生活資金が必要だという時に、1%ある

いは1%を切る非常に低利な商品を提供して支援していこうというローンを作っている。

4. 地域に根ざした様々な取組み

一定の収益の中からお返しするということで、長野労金奨学会では、奨学金制度を持っており、利用者のお子さんが大学、短大、高校などに行く時に、例えば、大学生であれば月3万円をまとめて無利子でお貸しして、卒業してからお返しいただいております、既に5千人以上の利用がある。これも一つの社会貢献である。

長野労金として何かに役立てればと、ピンクリボン運動に支援するハートフル・キャッシュポイント・プロジェクトを行っており、最近、女性の乳がん発症率が高いということで、日本対がん協会の「乳がんをなくほほえみ基金」に、長野労金とセブン銀行のATM1回の利用につき1円を寄付している。

東日本大震災の支援の取組みについても、特に津波遺児の方々に支援しようということで、あしなが育英会「東日本大地震・津波遺児募金」に支援を行った。

NPO・ボランティア団体への支援に長野県や各団体も力を入れているが、今年から各企業・団体から寄付を募り、NPOの立上げ・育成・活動に対する補助を行っていく「長野県みらい基金」が発足した。長野労金も今年で61年になるが、50周年事業の時からNPO・ボランティア資金の助成を10年以上続けており、多くのNPO・ボランティア団体に最高20万円支援していたが、長野県全体で行っている「長野県みらい基金」と合体し、第1号としてここを支援していくことにした。

金融機関は今非常に揺れており、運用面で厳しい時期が続いているが、内部で消化しながら、協同組織金融機関として働く人たちの生活を如何に応援するという役割を發揮していくか、この一点で事業を展開していく必要があると思っている。

長野労金の職員は非常にやる気を持って働いており、特に女性は200名位いるが、結婚して出産しても、ほとんど全員が継続して勤めている。今後、世の中で女性の働き方が大切になっていくと思うが、定年まで働ける環境を作っていくことも企業の社会的な役割の一つであり、育児休暇は現在20数名が取得し、子供が小学校に上がるまでの育児時間ということで、1日80分の遅出・早帰りをほとんどが利用している。

地域の企業・団体といった利用者の方々や地域社会を支える勤労者に、金融サービスを通じて応援することを唯一の事業目的として、地域社会に貢献出来ればいいと思っている。

(質問) 財形貯蓄の内容と長野労金がなぜ特に力を入れているのかについて説明願いたい。

(回答) 営業統括部の北村と申します。

勤労者の皆さんの資産形成に役立てる預金商品で、企業と金融機関が契約を結び、企業で働く従業員の皆さんが給料天引きで自動積立が出来る計画的な制度である。種類は一般財形と、財形年金、財形住宅の3種類があり、計画的に貯蓄できるので、勤労者の皆さん

に必要なものとしてご利用いただいている商品である。

財形貯蓄自体は、他の金融機関でも扱っているが、労働金庫は勤労者のための金融機関なので、特に力を入れている。

(質問) 最近よく地域の疲弊ということが話題になっていて、資金を貸す先がどんどん少なくなっていると思うが、その現状と解決策を教えてください。

(回答) 営業統括部の西澤と申します。

長野県も人口がピークアウトして減ってきており、特に生産年齢人口が減ってきていることが大きな問題であると考えている。高齢化が進み、働く人が減ってくると、労働金庫は働く人が主要なお客様なので、資金を貸す先も減ってきて、非常に影響が大きい。我々が働く人の暮らしを豊かにするためには、労金本来の役割をしっかりと果たしていくことが重要だと考えており、長野県内でもオーバーバンキングと呼ばれているが、それぞれの金融機関が持っている特徴を活かして、独自性を発揮していきたい。

(質問) 長野労金として、今後地域を元気にするために重視していきたいことは何か。

(回答) 地域で一番多い、働いている人の暮らしが安定しないと地域が元気にならない。財政状態とか今の時代背景から見ると難しいところがあるが、働く人たちを如何にして応援できるか。収入が増えない、企業も厳しい。労働金庫と全労済で契約しているが、可処分所得を増やすため、保険掛け金が安くてより有利なものにするとか、安いローンを借りられるようにするとか、カードを分割払いにすると金利が高くなるので無駄な金利をなくすようにするなど、働いている方に、個別にお金の使い方やライフプランのセミナーなどを行っており、少々の波ではへこたれない安定した暮らしのお手伝いをやり続けるしかない。安心して子育てや介護を続けられる社会を作るため、生活協同組合などの団体と手を取り合って、少しでも働く人に元気になっていただけるようにしていきたい。

(4)「野村證券の地域活性化に関する取り組み」(25年6月11日)

野村證券松本支店 廣川隆雄支店長

1. 証券会社の役割

地域活性化ということについて、そもそも証券会社が何をしているかということから紹介する。証券会社は金融機関であり、金融というのは「余裕のある人から、必要とする人へ資金を融通すること」を言うが、要はお金の貸し借りである。金融には2つ種類があり、1つが間接金融と言って、皆さん銀行に口座を持っていると思うが、預金者は、銀行にお金を貸していることになっていて、銀行はその預金者から借りたお金を、国や企業のお金が足りないところに貸し付けるという関係になっている。銀行は、企業にお金を貸して、そこから利息を貰っている訳だが、そこで貰う利息と、預金者に支払う利息との鞘で利益を得ている。この関係が間接金融のモデルである。

もう1つが直接金融であるが、こちらは、預金者ではなく投資家が対象になり、投資家が証券市場を通じて国や企業にお金を融通する。その代わりに、国や企業は、例えば、債券や株式を発行し、投資家に債券や株式を渡す。債券は償還期限までに返さなければいけないが、株式は自己資本になるので返さなくてもいい。債券や株式は、その見返りとして、利息や配当を支払うことになる。

何が違うのかというと、間接金融は、預金者である皆さんが銀行に預金しているとき、そのお金が、どこに貸し付けられているかということを実感出来ない。これは、銀行が銀行の判断により、誰かにお金を貸していることになっている。よって、与信リスクは、銀行が全て負っていることになり、どこに貸すかにより、その企業が倒産するかもしれないリスクは全て銀行が負うことになる。

直接金融は、投資家が誰に貸すかは分かっている。例えば、ソニーという会社が社債を発行している時、投資家はソニーという企業の債券を買うことになるので、リスクは投資家が負うことになる。そして、その部分でお手伝いをしているのが証券会社になる。証券会社は何をしているかというと、銀行の場合は、お金を預かって貸すという役割が明確であるが、証券会社は投資家の方々が、国や企業の証券を購入する際に、仲介したり引き受けしたりする。証券会社はお金を預かっている訳ではなく、発行された証券を投資家の方々に紹介・仲介する業務をしていて、銀行とはそもそも役割が違う。紹介・仲介するためには、発行する会社、先程の例でいうと、ソニーという会社の財務状況や安全性等を調査して、その情報を投資家の方に提供している。

一方で、証券会社の中にはインベストメント・バンキング (IB) という部署があり、国や企業に対し、借金をした方がいいのか、或いは、株式を発行して自己資本を強化した方がいいのかといった資金調達についてのアドバイスをしたり、会社が成長するために、この会社と合併した方がいいとか、買収した方がいいといった M&A についてのアドバイスをする。

投資家側に立つと、リテールやホールセールと呼ばれる営業があり、例えば、リテールとは、「ソニーの社債は、今回こんな金利がついていて、こういう年限の預金よりメリットがある」と言って、投資を勧めるといったように、個人の投資家にアドバイスする営業のことである。

ホールセールというのは、例えば、ソニーはお金が足りない時は社債を発行するが、お金が余っている時はそのお金を運用する際に、別の営業担当が有利な資金運用についてのアドバイスをする営業のことであり、企業や金融機関や外国人や機関投資家と言われる方々にアドバイスをします。

発行会社、投資家、お金が必要な人、お金が余っている人に対して、いろんな形で証券会社は接点があるという訳である。こういったネットワーク機能を活用し、いろいろな地域に貢献していくことが、野村証券が取り組んでいることである。

株式会社は発行市場を通じて資金を調達するが、上場とは、株式市場に株式を上場して、日常的に売ったり買ったり出来るような状態にあることであり、例えば、松本市を含む中南信地区でいうと、キッセイ薬品は株式を上場している。諏訪にあるエプソンや地元の長野銀行も株式を上場している。こういった会社は、株式を発行して投資家に株式を買って貰うことでお金を調達し、それを自己資本として事業を継続している。松本支店は中南信地区が外交エリアになるが、松本、諏訪、飯田、伊那等で成長しそうな会社を見つけてきたら、その会社の株式上場をサポートし、その会社が株式を発行してお金を調達するお手伝いをするということも大事な仕事である。成長余力のある会社がお金を調達出来れば、成長の機会にお金を使い、儲かってくれば株式の価値が上がるので投資家にも喜んで貰える。そのような会社を各地域で見つけて、上場まで持っていくことでその会社にお金が流れる仕組みを作るお手伝いをするのが我々の本業の部分である。

一方で、上場した株式については、証券取引所を通じて売買の仲介(ブローカー業務)をする。個人のお金が日本中に1,500兆円あり、このうち55%が預金になっていて、株式では個人の金融資産が100兆円しかない。成長企業にお金を流すというのが国の課題なので、投資家に、預金の運用以外にもリスクを取って株式の運用をしていただくといった運用の幅を広げるアドバイスも行っている。

この地域は製造業が多いが、後継者が結構不足しているという声を耳にする。従業員の雇用を守る必要があるし、地域から会社がなくなると税収も入って来なくなる。会社が継続するために、会社の買収先を斡旋したり、合併先を探したりするM&A業務も行っており、たとえ会社の名前が変わっても、事業が継続されるお手伝いをしている。

このような業務以外にも、いろんな仕事をして地域のお手伝いをしている。野村証券は、全国47都道府県に179ヶ店の支店があるが、支店営業は野村証券の屋台骨を支える大切な基盤であり、支店営業の業績が野村証券の業績を左右する。ただ、各支店の業績は地域経済の浮沈とほぼ同様の動きとなり、地域に成長する会社が出て来ないと、我々の業務は成り立たない。地域が活性化しないと、証券会社の仕事もなくなってしまう。したがって、

野村證券にとって、地域経済の活性化に取り組むことは当然のことであり、地域経済の発展は、今アベノミクスをやっているが、日本経済の発展そのものである。

我々の会社の創業者は野村徳七であるが、『証券報国』を實踐していくことが野村證券の使命」という言葉を残しており、社是となっている。こういうことから、地域の発展のための仕事をオール野村で対応していきたい。

本業以外の話であるが、例えば、ソニーは東京に本社があるが、東京は家賃が高いので、工場は安曇野にあるように、過去は東京本社の会社が地方に工場を作り、地方は工場を誘致してくることが地域活性化の重要な戦略であった。それによって 100 人の仕事生まれれば、100 人分の給料が出て、それが消費・投資に回る。人が 100 人増えれば、その周りに家やスーパーマーケットも出来るし、それらを建設する場合には、建設会社も必要になってくるというように経済が大きくなっていくので、地域は誘致を頑張った。

もう 1 つの地域活性化の方法として、逃げない産業を作るということがある。工場誘致がどうなっているかという、以前は、地方で安い賃金で働き手を雇えたが、日本は物価水準が上がってきているので、例えば中国とか、タイやベトナムといったアセアンに工場が出て行っている。洋服などを見ると、メイドイン・チャイナとか、メイドイン・タイとかメイドイン・ベトナムとかが多くなっている。

今は、地方より海外に工場を出すという動きになっている。製造業は人件費などのコストが安い所に出て行ってしまう。工場はそういう選択をするので、海外へ出ていくのを止められない。日本は人口が減り、経済圏が小さくなっており、反対に人口が増えている国は、例えば、中国とかアセアンとかインドであり、経済圏が大きくなっている所以、そのそばで工場を作った方が効率的である。

製造業は地域から逃げる産業なので、逃げない産業を作ろうというのが地域活性化の 1 つのポイントである。逃げない産業としては観光があり、上高地は長野以外に持っていけないので逃げない資源である。日本は島国なので独自の風土を持っており、西洋の人にとって、日本は観光地としての魅力があるが、受入態勢がうまく出来ていないので、もっと観光立国にしていけば、それに絡めて地域活性化が出来るのではないかとされている。

農業や医療もその地域に根差している所以、そこにないといけなし、採れ立てのトマトは付加価値が高い。しかし、作り立てのネジはどこでもよく、農業は地域に密着しているが、製造業は密着していない。証券会社は、そういったもののお手伝いをして、地域を元気にする役割がある。

2. 野村アグリプランニング&アドバイザーの取組み

野村證券は、農業のアドバイザーとして、コンサルタント業務を行う「野村アグリプランニング&アドバイザー」という会社を別に作って、地域から逃げない産業のお手伝いをして、地域の雇用や新たな消費などを作っている。

国や県や大学などに出入りしていく中で情報も蓄積されているので、我々が全国の成功事例などの情報を農業従事者に提供していくとお役に立てる。野村證券は証券会社なので、農業にアドバイスをしても机上の空論と言われることがあるので、千葉と北海道に農場を作って、トマトやアスパラガスなどを作っている。自分たちで実践しながら、説得力を持って話ができるようにしている。

農業は、生産者の段階では市場規模が 8 兆円しかないが、卸売市場に出ると 9 兆円となり、食品製造業に回れば 33 兆円になるが、それが仲卸業者を通じ小売りなどに回ると 56 兆円、外食に回ると 24 兆円、さらに消費者までいくとマーケット規模が 80 兆円になる。最初の 1 次産業段階では小さい規模だが、それが加工して流通に至るまでに大きな市場になっていく。

アグリビジネスの考え方は、作るだけでは付加価値がつかないので、医療・健康ビジネス、観光ビジネス、環境ビジネス、水資源ビジネスなど、日本が抱えているテーマを掛け合わせていくと大きなビジネスチャンスが出てくるのではないかとということであり、様々な取組みを行っている。

この考え方が 6 次産業化であり、1 次産業が生産、2 次産業が製造、3 次産業が流通ということで、全部を足したり、掛けたりすると 6 次産業になる。一気に通貫で農業を活性化させると 6 次産業となり、儲かる仕事になる。こういうことをやるのが、野村アグリプランニング&アドバイザーという会社の役割である。

農業のアドバイスもしているが、特徴的なビジネスもあり、マイクロ水力発電機という事業を進めている。農業はたくさん水を使うが、長野県などは水資源が豊富で、山から水を流して農業用水として整備している。野村證券は、栃木県で小水力発電を行っており、出来た電気を電力会社に買い取って貰って、農家の副収入にするという話を進めている。

今までの小水力発電は補助金に頼っていたが、補助金がなくなった時点で事業も終わるため、自分たちで事業を行い、その儲けた資金で再投資をする自立モデルを野村アグリプランニング&アドバイザーが作った。SPC という特別目的会社を作って、それを事業体として小水力発電をやろうということだが、いろんな人が関わっており、地方銀行から融資を受け、地域の投資家が出資し、小水力発電機は発電メーカーや地元の企業(発電機メーカー等)がメンテナンスをするが、発電機が壊れることもあるので、損害保険会社がリスクを負い、地域の電力会社が買取契約をする。

「農林漁業成長産業化ファンド」は、国が一生懸命やっているが、お金をつけて 6 次産業化に取り込む事業者を活性化していくというものである。国やいろんな関係者が出資をして「(株)農林漁業成長産業化支援機構」を設立し、機構と地域関係者(LP)が半分ずつ出資して作ったサブファンド(地域ファンド)は、1 ファンド 20 億円位の小さな塊で全国に 18 あるが、地域で事業を伸ばしていきたい会社に出資する。全国に分散しているが、長野県でも八十二銀行がお金を出したサブファンドが新聞に載っていた。

1 次産業を行っている地域の農林漁業者と、2 次とか 3 次産業事業者がやっているパート

ナー企業が一緒になって、農林漁業成長産業化事業者という合弁会社を作り、この新しい会社が6次産業化に取り組むので、この会社に対してサブファンドのお金をつける。皆で儲かる会社の仕組みを作り、それが実際に儲かると認定されたらお金がついてくるし、その会社が一生懸命事業をして利益がついてくると、利益の果実がファンドに行き、ファンドは出資してくれた人にそれを返す。お金が回り出すので、どんどん付加価値がついてくる。儲かる会社なので、大きくなって地域々々で雇用や所得が増える。そういうことを目指して、「農林漁業成長産業化ファンド」がスタートした。

野村證券は、調査をしてどこの会社が伸びそうか目利きをしており、こういう事業ならニーズがあるとか、競合会社があるから伸びないとかのアドバイスをサブファンドに対して行っている。また、地域関係者は地方銀行なので、金融のプロである銀行の目で、その出資が正しいかを見ている。農業の補助金では目利きは行わないが、このファンドについて事業がうまく行くか、いろんな人の目が光っており、このような形で産業を元気にしていこうとしている。

このファンドの理念は、地域に新たな雇用とGDPを創出する地域活性化である。その戦略が地域ファンドで、戦術が合弁事業体である。儲かってくれば、地域が元気になる。合弁会社のミソは、作っている人だけではなく、それを加工したり、流通させる人達の知恵がいろいろ集まって、かけ合わさったりしていることである。

6次産業ファンドのセミナーなどを全国で行っているが、その設営なども野村アグリプログラミング&アドバイザーが行い、地域のお役に立とうとしている。

3. 栃木モデル

栃木プロジェクトと言って、栃木県が中心となって地元企業を支援する「『食と農』企業支援プロジェクト」という取組みがある。具体的には、大学の研究の中で生まれたシーズが民間企業の事業活動にうまく活用されていないので、大学と地元企業をつないで活性化させていくものである。

大学に支援を希望する企業を募って、地元企業から6社を選定し、宇都宮大学の研究所が事業化を目指している企業にいろいろアドバイスをし、宇都宮大学だけではサポートしきれない場合には他の大学にアウトソーシング（外部委託）している。既に6社のうち1社が大学のシーズを基に商品化して売り出しており、もう1社は今年の夏に大学と一緒に発売する製品を作り出したと聞いている。大学にあるいろんな知財も、地域にとって重要な資源なので活用していく。

野村證券は、栃木県と足利銀行と宇都宮大学との連携をバックアップしたり、地域経済活性化研究会の一員となったりしている。我々は、いろんな所に出入りし、情報を蓄積していろんな機能を持っており、ネットワークを使っていろんな関係者を結び合わせたり、いろんな絵を描いたりしている。しかも、地域だけではなく、本社機能を使って全国とも結び付けて、事業拡大の支援を行っている。

4. 三重プロジェクト

三重県でも、三重大学が中心となって、地域の課題を解決する取組みを行っている。このため、「地域戦略センター」という地域シンクタンクを設立し、大学が持っている知見を買い取って貰い、情報を提供する企業からお金を貰う。有料で14プロジェクトのアドバイスをを行い、5,000万円を受託しており、大学が出した知財を基にして連携企業が活性化事業を行っていく。

特産物を活用した過疎地域の活性化や、中心市街地の活性化、地元経営者が新しく会社を作った時のように新しい事業を創造する第2創業の情報提供や海外調査のお手伝いも行っている。また、栃木県のような新事業支援については、三重大学でも行っている。

地域金融機関が地域々々にシンクタンクを持っているが、大学と全く重なっている訳ではなく、相互補完出来る部分や連携出来る部分もあるので、それぞれの強みを生かした形で、一緒にやっている。野村は、仕組みのアイデア段階から絵を描いたり、県と地方銀行と大学の連携のバックアップを行い、正に黒子の役割に徹して、裏方の仕事をしている。

昔の地域活性化は工場誘致であったが、今は消費地が中国やインドなど海外なので、海外で製品を作った方が人件費などのコストが安く済むことから、日本の企業はどんどん海外に工場を出している。長野県にあった工場も、閉鎖して中国やタイに出たものが結構あり、工場が出て行くと、雇用も出て行くし、所得も減るので税金も減少し、消費が冷えて地域の経済が縮小してしまう。

どうしようもないのが時代の流れで、海外に出て行かないと会社がなくなってしまう。工場がなくなっても、本社がある地域で資金は循環するという形にしないと、地元の企業が生き残っていけないので、三重県の企業が海外に進出していくお手伝いを行うのが、「三重県アセアンビジネスサポートデスク」であり、三重県の産業発展のため、今までと別の形の連携ということで三重県に依頼されて野村証券がタイデスクを運営している。

具体的には、タイの野村総研バンコク支所がアセアン側の窓口で、三重県側は津支店が窓口になっており、三重県の会社から相談を受けたら、タイに投げて動いて貰っている。三重県は中国デスクも作っており、そちらは別の金融機関がデスクを運営しており、三重県自身はネットワークがないので、それぞれネットワークがあるところに任せている。

5. 産業連携への取組み

大学の中にあるシーズにはいいものがたくさんあり、地域々々で活躍している企業と結び付けていくことが重要であるため、野村グループのネットワーク機能をフル活用してつないでいる。

そもそも大学のシーズを基に大学内ベンチャーを作り、それが伸びたら株式会社化して、上場して貰うお手伝いをしたり、その研究が成長していく段階で、目利きをしながら、地域の金融機関から20~30億円を資金調達して貰ったり、ベンチャーキャピタルとつないだ

り、研究事業の M&B のお手伝いをしたり、埋もれている大学の知財を日本のために活用するお手伝いをしている。

事業化出来そうなシーズを持つ大学が、文部科学省に申請して、お金を出して貰うプロジェクト (START) があり、目利きをする事業プロモーターに野村証券を含め 11 社になって、大学に眠っている技術の発掘に取り組んでいる。事業プロモーターが選んだシーズを基にベンチャー企業を作って、民間の資金が入るように支援を行っている。

プロジェクトに乗らなくとも、野村証券として独自に支援することもやっている。「イノベーション・ジャパン」と言って、野村証券が特別協賛している見本市があり、大学の知財が一堂 (東京国際フォーラム) に集まって、そこへ企業の人たちも集まり、自分たちが商品化したい知財を探している企業と大学をマッチングさせて、大学に眠っている技術を企業に役立てて貰う。

また、「野村イノベーションクラブ」というメルマガを毎日発信しており、信州大学にも入って貰っているが、例えば、「信州大学でこういう研究をしており、こういう成果を出しているのだから、こういう企業で活用出来るのではないか。」といった情報を全国の企業に発信しており、関心のある企業には大学に連絡をして貰い、それが事業化出来ないか検討して貰う。大学側も、事業化出来るとお金が入ってくるので、更にそれで研究が出来、企業もそれで魅力的な商品が売り出せれば儲かるので、地域の活性化になっていく。

6. 福島県の復興に向けた取組み

野村証券も、東日本大震災の復興に取り組んでおり、福島大学と「東日本大震災復興に関する連携協力協定」を締結することで、いろいろな提案をさせて貰っている。

会津地域の復興策ということで、福島県の地震と原発の問題があつて海岸線(中通り、浜通り)に放射能が残っているが、会津はほとんど原発の影響を受けていないのにも拘らず、福島県ということで観光等に悪影響が出てきている。

風評被害の会津の観光業や農林業を活性化することにより、福島県全体が元気になるのではないかとということで、提案をさせていただいている。会津にはこういう資源があるのか、こういうアイデアがあるのか、近隣の県とも連携して波及効果を広げていけるのではないかと提言している。

野村証券は、観光再生、農業再生、新ものづくり推進、商工連携推進をプロジェクトとして進めていこうと提案しており、例えば、観光では、シンボリック・プロジェクトとして、数多くの温泉地、歴史・文化に根差した町並み、伝統工芸品など多様な観光資源を有している日光地域と会津地域が連携し、両地域で人が流れていく回遊性のようなものが作れないかといった形の提言をしている。これには、野村総研の調査機能も借りながらやっている。

7. 野村ヘルスケアサポート&アドバイザーの取組み

地域に密着して逃げない産業としては、農業以外に医療もあり、サポートしていかないといけない。

経営者が高齢で後継者がいない病院が結構あり、その病院が閉鎖してしまうと周辺に住んでいる住民が 10 kmも先の病院に行かなければならなくなるので、「野村ヘルスケアサポート&アドバイザー」という会社が、医業を継続してくれる第三者に買って貰ったらいいのではないかとといった事業承継のお手伝いを行っている。また、相続税は高く評価されて大変なので、医療に専念して貰えるように税金のアドバイスもしており、医療の仕事が継続出来るような形で地域をサポートしている。

具体的な業務としては、親族への承継、第 3 者への承継・譲渡、拡大・買収 (M&A)、病院建替・土地活用、経営アドバイスなどに取り組んでいる。

8. 金融・経済教育の普及

日本には、個人の金融資産が 1,500 兆円あるが、日本の個人は株式とか債券は買わない。欧米の個人は、結構、株式を持っているが、日本では株式は 7%位しか持っていない。その理由は、欧米では、小さい時からお金に働いて貰って、どうやっての果実を得るかといった教育を受けているのでリスクも取れるが、日本ではそのような教育を受けていないからである。教育をしっかりとっておかないと、証券機能の活用もうまくいかないので、小学校、中学校、高校、大学で金融教育のお手伝いもしている。

また、生涯教育でも野村証券が講座を作っているし、今日のお話もその一環であり、教師向けの金融研修も各支店でやっている。

9. その他信州での取組み

長野県では、いろんな形で地道に地域を元気にするためのお手伝いをしており、長野支店が駅前のいい場所にあるので、長野県のお酒（長野県原産地呼称管理制度）の展示やスキー発祥 100 周年などのポスターの掲示など、ショーウインドウを活用して長野県の紹介を行うことにより、地域活性化のお手伝いをしており、以前は味噌なども展示して、地域と連携している。

松本支店では、「地域シニア層向けセミナー」を開催し、企業にとっては大事なお客さんであるお金を持っているシニアの方々（投資家）と地域の企業を結び付けていくために、自分たちの生活を豊かにする情報を提供している。仕事世代の 60 歳代の方々は、余り趣味を持っておらず、今後のライフプランを考えるための情報を欲しがっているので、長野県の企業情報(健康、食、相続)を提供し、企業と投資家を結び付けている。

また、野村グループは、ドクターヘリ活動の趣旨に賛同して、全国各地のドクターヘリ事業を支援しており、長野県で野村が寄付したドクターヘリは野村のロゴを付けて飛んでいる。

「1. 証券会社の役割」は本業で直接の収益(手数料)となるところ、「2. 野村アグリプラ

ニング&アドバイザーの取組み」以降はほとんど赤字のところというか、一生懸命お手伝いをして、地域が活性化され、産業や雇用が生まれると、所得が増えてきて野村證券を使って貰えるという思いで取り組んでいるところである。地域が元気にならなければ、野村證券の将来がないというということで、先の長い地域振興のお手伝いをしている。

(質問) 地域振興のために、今後、一番重視していきたいことは何か。

(回答) 地域で成長して上場出来そうな企業を見つけ、いろいろな形で事業の拡大や資金調達のアドバイスを行っていきたい。

(5) 「人と自然の夢あわせ」(25年6月18日)

松本ハイランド農業協同組合 高山拓郎専務理事

1. はじめに

JA 松本ハイランドの専務理事をしております高山と申します。

JA 松本ハイランドは、松本地域を中心に農業協同組合として事業や活動を積極的に展開しています。

JA 松本ハイランドは、1992年9月1日、松本平、波田町、山形村の3JAが合併してできたが、その後、川手、四賀村、筑北、信濃朝日各JAを合併して、今の形になった。松本ハイランドという名前になってから、昨年で丁度20周年を迎え、その記念のビデオを作成したので、見ていただきます。

～DVD 放映～

2. 協同組合とは～協同組合がよりよい社会を築きます

ビデオをご覧いただいたので、JA というのはどのような活動をしているかを、概念上はお分かりいただけたかと思う。松本ハイランドは、20周年ということだが、去年は、国際連合が定めた国際協同組合年という年で、何回もビデオで「地域」というキーワードが出てきたが、協同組合というのは、一定の地域において出資者と利用者が同一で、それを組合員と言っている。皆さんも大学生協の組合員だと思うが、同様に非営利組織という位置付けになっており、暮らしの向上を目的に、金融、共済、福祉或いは、物品の販売を行う。生協だとか、森林組合、漁業協同組合等、様々な協同組合があり、国際連合が、それらの活動を評価したことで、昨年、2012国際協同組合年として、様々な取り組みがあった。

協同組合というのは、弱肉強食の社会ではなく、地域で暮らす人たちが、よりよい地域社会を築くということに活動の主体を置いている。世界に協同組合はたくさんあるが、特に発達しているのが、我が国であったり、イタリアであったりということが言われている。特に、JAの役割というのが、地域の中で非常に大きなものがあり、絆という言葉で表現されているが、一昨年の東日本大震災では、緊急の生活物資の供給もJAなしには語ることができないと思っている。

世界の国々を見ると、情勢も刻々と変化し、まだ各地で紛争が起こって、毎日何人もの尊い命が失われているが、お金儲けのためではなく、よりよい地域を作っていこうという共通の思いを持った人が集まっているのが協同組合であり、このうち、農業というものを軸として協同活動すすめる組合が、農業協同組合として位置付けられると思う。そんな理解をしておけば、皆さんもどこかで協同組合に関わることが出てくると思う。

協同組合には、国際協同組合連盟(ICA)が決めた、7つの原則があるが、特に、第1の原則である「加入脱退は一人一人の自由」ということで、個人の思いが尊重される。地域の皆さんが農業をやっているからと言って、強制的に参加しろという訳ではなく、いわゆ

る開かれた自主的な組織である。それから第3の原則の、「公平に出資し剰余金はみんなのために活用する」ということだが、JAは出資1口5千円で、2000口まで出資可能ということになっている。株式会社の場合は、株数に応じて、株主に議決権が与えられるが、協同組合の場合は、1人1票ということで、平等な決議になり、必要なお金を皆で出し合っ、そのお金で事業を運営していこうというものである。

今、組合員の皆さんから、JA松本ハイランドがお預かりしている出資金が約62億円で、会社に例えた規模としては、資本金が60億円を超えるJAということになる。第7の原則に、「環境を守り暮らしやすい地域を作る」というものがあるが、地域を離れて机上の空論だけでは、協同組合は有り得ない訳である。

他の原則は、第2「平等な議決権と主体的な参加」、第4「他に依存して従属してはならない」、第5「学びあう場としての協同組合」、第6「協同組合として手を結ぼう」であるが、これらの7原則のうち、1つでも協同組合に関わる人の認識が欠けると、協同組合としては成り立たないということ、参考までにお話した。

3. 農業としての多面的機能と世界の食料需給

農業についてだが、日本学術会議でも5点の多面的機能という評価を受けており、特に、「洪水防止機能」、皆さん松本にお住まいでしょうが、もう今の時期は田んぼに水がいっぱい溜まっている。灌水機能とも言い、ダムの役割を果たす。これをなしにしてダムを作れば、3兆5千億円のお金がかかる。あと、「土砂崩壊防止機能」、「土地浸食防止機能」、「河川流況安定機能」、「地下水涵養機能」があるが、全体としては、非常に大きな8兆円以上の機能があると言われている。もう一つ頭に入れておきたいのが、世界の食糧自給とこととであり、世界の人口は70億人を突破して、20年後には90億人というようなことも言われている。が、栄養不足の人口は世界に10億人弱もいる。

穀物価格が非常に高くなっているということだが、耕地面積は40年前とほぼ同じ面積しかなく、急に広げられないので、人口1人当たりの農地面積は半分に減少していることになる。それから、中国やインドなどが成長して、特に中国が牛肉を食べるようになると、1キロの牛肉を作るのに8キロの餌（トウモロコシや大豆等）が必要になるので、国の発展に応じてそれらの需要も高まる。このため、人間と食糧生産のための餌の取り合いということになるのではないのかと懸念されている。

外国に依存する食糧供給ということだが、食糧自給率については、カロリーベースで39%なので、皆さんの体の4割が日本の農産物、6割が海外の農産物で構成されているということになる。

日本は世界最大の農産物輸入国であり、食生活のありようが懸念されており、食べ残しを含め食品由来の廃棄物が年間1,900万トンと、全食料の2割が捨てられている。腐っても食べるという話ではないが、まだまだ無駄が多いのではないかと。皆さんはそうでもないかもしれないが、我々の様な組織がパーティー等をする時、非常に多くの食べ残しが発生

し、それを再利用する訳にはいかないのです、捨てるを得ない。農業の多面的機能と、食糧状況を巡る入口の部分のところをお話した。それを前提とした上で、これからのお話を聞いていただきたい。

4. JA 松本ハイランドの概要

DVD でも見ていただいたように、平成 24 年度の直近のデータでは、3 万 1,386 人が、JA 松本ハイランドの組合員である。戸数では 2 万 2,282 戸なので、1 戸につき、1.4 人の組合員数となる。農業協同組合法（農協法）の基準に基づいて、農業をやっている方は正組合員と呼ばれ、その他に、貯金や自動車ローンなど様々なサービスを利用する准組合員という仕組みがあり、大体 7 割が正組合員、3 割が准組合員ということになっている。

また、平成 24 年度末 862 名の職員がおり、前年から比べると 50 名程職員を減らしているが、皆さんの先輩もいるので、是非チャレンジしてほしい。

JA の事業実績については、組合員の皆さんから農産物を預かって、市場或いは量販店などで販売していく販売事業は、総合計で 189 億 5,500 万という金額になる。

その次に、購買事業であるが、農業をするための生産資材を約 51 億円、組合員が JA から買っているほか、農業機械を 9 億円、暮らしに関わる食品だとか、ガソリン、灯油等を 73 億円、合計 133 億円分の商品を、組合員が JA から購入しているということになる。

それから、今日の主なテーマである金融事業では、組合員の貯金残高が 2,480 億円で、大きな金融機関に比べれば微々たるものだが、組合員戸数、約 2 万 2000 戸からすれば、1 戸当たり 1 千万円の貯金があるということになる。

家や自動車のローンは 600 億円程で、預金のうち、JA が運用し切れない分を上部団体の農林中金や県信連に預けるが、そこでは 1,800 億円余りを運用しており、それが JA の様々な活動の役に立っている。

共済事業としては、JA はあらゆる共済すなわち保険を扱っており、組合員すべてが事故にあっても、1 兆円のサポートが出来るという長期補償も行っている。

以上が、松本ハイランドの概要である。

5. 第 4 次長期構想

先程の DVD でも紹介されていたが、6 か年ずつの長期構想を第 1 次、第 2 次、第 3 次と実践してきており、今年度から第 4 次長期構想の実践がスタートした。長期構想の前半 3 か年は中期計画も兼ねている。地域に密着して、共に成長していく姿が JA の強さであり、そのためにどんな姿勢で臨んでいくかということが、この長期構想に込められている。

JA が目指す将来の姿を、ビジョン（めざす姿）として、組合員はもとより、地域、職員に表明しているが、「食と農を育み、笑顔のあふれる地域をみんなで実現します」ということになる。地域の農業協同組合が、こういう地域社会を作りたいといった思いでやっているのだと理解していただきたい。競争優位という社会ではなく、皆で実現して行こうとい

うことが、JAのアイデンティティであり、また、求められているものでもある。

「挑戦」、「信頼」、「改革」、「創造」、「協働」と5つのキーワードで、JAの基本理念が支えられているが、特に、最後の「協働」は、複数の主体が何らかの目標を共有し、共に力を合わせて活動していくことであり、分かりやすく言えば、個人では達成不可能なことを他の人との「協働」によって実現していこうということである。皆さん、今はピンと来ないかもしれないが、将来家庭を築いていく中で、実感していくのではないかと思う。

「人と自然が共生する地域と農業の未来づくり」、「食とくらしを結ぶ豊かなコミュニティーづくり」、「活き活きとした協同活動による満足度の高いJAづくり」の3つは、JAが今後どのような価値を社会に向かって提供していくかということを示している。そういう考え方で、貯金を預かったり、共済を広く展開したり、農業を指導したり、安全安心な食品を提供したりしている。

次に、「農業づくり」、「くらしづくり」、「JAづくり」を基本目標としており、特に「農業づくり」については、農家の力をアップしていくという点に重点を置いている。農家の高齢化、耕作放棄地の増加、鹿や猪や猿に作物を食べられてしまう等、農業の課題は多いが、これらを克服していかなければならない。

よく農業は過保護だと言われるが、そうだったら、農業はもっと儲かって後継者も多いはずだが、欧米に比べて日本の農業の支援額はとても低い。アメリカはまさに農業保護一色の国であるが、彼らはPRが上手で、日本が農業は過保護という世論を作っている。

70代後半～80代の人たちは戦後から高度経済成長の中、中核的な役割を持って農業を引っ張ってきたが、次々リタイアして行って、今の農家は、一般企業に勤めたり、公務員であったり、夜は地域に帰って暮らしている。そこに暮らす人たちに何を提供していくかというのが、我々の大きな役割と考えている。経済や産業はいろいろ変わってきているが、JAはそれらに惑わされずに、きちっと地域の農業振興、あるいは地域づくりをやりたいというのが大きな目標である。

農業で生きて行こうとしている人たちにアンケート調査をしているが、これを見ると、JAへの期待・要望は強いということが分かる。特に、「もっとも期待するJAの活動」として、農業資材の低価格化と品質維持、農産物の安定価格での販売、営農指導の向上ということで、最終的に自分たちの暮らしの質を上げていきたいと思っており、それを実現するために、JAが頑張っているということになる。

一般の組合員へのアンケートでは、組合員、地域、JAの関係を強化するための取組みで何が大切で、より高い満足感を得られるJA事業へと変革するためには何が必要か等について、いろいろ答えが出てきている。こういう思いに答えていくことが、我々にとって重要だと思う。

JAは事業ごとに、松本市、東筑摩郡山形村、朝日村等、安曇野の一部といったエリアが定められており、エリアを超えて活動することは出来ない。非常に狭い範囲での事業体であり、地域社会の中でしか生きられない組織ということになる。金融機関で言えば、信用

金庫の様な地域共生型のサービス事業だと言える。従って、地域経済等の影響を受けやすいというのも事実であり、高齢化が今後も進んで行く地域であるが、そういう中で、JAは農業に付加価値を付けていかなければならない。

農業づくりの基本目標が定められて、JAがそれをサポートするために、5つの主要方針があるが、重要なのは、食と農、いのちと暮らしを守ることをきちっとやっていかなければということであり、そのためにはTPP等についての情報発信をして行く必要がある。

夢のある農業にするためには、担い手を育成することが一番大変なことで、若くても1~2千万円位稼いでいる人はいっぱいいる。夢のある農業を実践する担い手の育成というのが、農業協同組合に課せられた一番大切な仕事だと思うが、これがうまくいかないと、経済もうまく回っていかない。

JA松本ハイランドは比較的平らなところも多いし、いろんな特徴のある農産物もあり、後継者は比較的多く、JAには青年部活動もあって、500人もの若い人たちが農業に取り組んでいるので、若い人の感性も取り入れて、今までのように物をただ流していくような農産物の販売方法も見直さなければならぬ。経営を農業法人化する方もいるので、その人たちを全面的に支援している。

次に、「くらしづくり」として、金融事業についても、「農業、暮らし、地域に貢献する金融機関」という部分が、JAと他の金融機関との違いである。利用者選ばれて成長して行く金融店舗を目指し、1戸の農家の皆さんが1つの家庭を持っていれば、いろんなものが全て農協で間に合い、その中で農協が定期貯金、共済事業をやることによって、日々の経済が元気よくなって来る。

一般の中小企業への融資が伸びない中で、農業へも目を向けざるを得なくなって来ているというのが地域金融機関の全体の流れであるが、ここはJAの得意分野であり、農家が元気だったら、地域経済も元気になるはずで、農業経営体からの相談や研修の機能も高めていきたいと考えている。

経営指導の取組みも総合的に進めているほか、土地等の資産管理の仕事もしており、松本市の市街化区域にある農地を、JAがその事務局を担う土地区画整理組合というものを作って、田んぼを住宅地にし、道や公園を作り、住宅が建つように整備して、最後は分譲して行く。

また、相続対策など、幅広い取組みもあり、「くらしづくり」というのがJAのキーワードにもなっているが、生活文化、健康を守る仕事もやっており、健康診断などもJAの仕事としてやっている。同じ組合員同士で、介護が必要になった人たちを助け合おうという組織で、皆の暮らしの質を高めて行こうという取組みも実践している。

「くらしづくり」の基本目標は、一番はこの地域をどんな地域にしていきたいかということであり、家族農業は、地域との関わりを無視しては出来ないものなので、そこにどの様に農協がお手伝い出来るかということがキーになって来るので、とてもやりがいのある仕事だと思う。1人ひとりの組合員の皆さんとしっかり向き合えるということがJAの強み

であり、組合員みんなの顔を知っているし、名前も知っているという中で、経済、あるいは暮らし、金融、全てを動かしていく。やはり、こういう仕事は信頼を得ないと続けていけないと思う。

JAはいろんなところに関わって来ているが、サービス力だけでは駄目で、非営利組織と言っても、一定の利益を出して行かないと次の経営に繋がらない。農業振興のための付加価値を高めるためには、農業振興に使うお金がないと出来ないの、そこに付加価値が付いて、それが集まって資金になり、次の地域づくりや農業振興に繋がって行く。

地域に暮らす一人ひとりの顔を思い浮かべながら仕事をしていくというところにJAの一番のよさがあるということで、やはり、地域の中で存在感を示すとすれば、農業をきちんと発展させて、農家の経済力を強めていくことがいい循環になって、地域の経済が活性化する。昔は農村にお米のお金が入ると、松本の町は非常に賑わったと聞いており、この様に農村が元気だったので、松本の商店街も栄えたと言われている。今は、農産物価格の輸入の問題もあって、農家の経済が向上してこないという悩みがあるが、地域全体で30万人以上の人口がある中で、JAの存在感という観点からみると、3万人程の組合員しかいないので、まだまだポジションは高いとは言えないと思う。

6. 新しい時代を協同の力で

最初にICAが定めた7つの協同組合の原則に触れたが、1980年にICAの世界大会があり、カナダの協同組合のレイドロー会長が新しい世紀に向けて、協同組合は何をしなければならぬかという「レイドロー報告」を提起した。ここで提起されたことは、「食糧問題への取り組み」を協同組合としてしっかり対応しなければならない。やがて飢餓の時代が来るという警告。それと、「人間的で有意義な仕事の場づくり」「脱浪費社会に向けた協働の再構築」と、「協同組合型の地域社会の建設」ということで、今日よりよい明日を作っていこうというもので、およそ35年前に2000年に向けて提起された。今でも大きな課題であり、カビ臭くはないことはおわかりだと思う。

「食糧問題への取り組み」については、発展途上国の人口は増え続け、飢餓人口も今では10億人にもなり、飢餓で毎日何千人もの人たちが亡くなっているが、新宿や、日比谷公園で暮らしている人が亡くなったという話は聞いたことがなく、それだけ日本が豊かな国だということである。

それから、「人間的で有意義な仕事の場づくり」については、この当時は失業者が溢れていたもので、雇用問題が益々重要になっていくという警告をしているが、これは労働者の協同組合を作ろうという思いがその裏側にあると理解している。

「脱浪費社会に向けた協働の再構築」については、何でも使い捨てる時代で、どんどん捨てることによって消費が進むということではなく、消費者ニーズが非常に多様化してきたということで、例えば、こういう車が出たらいいねというのを消費者ニーズと言っているが、様々なメーカーが提案して、それが消費者にいいねと思わせたら、それが、消費者

ニーズに適合したという結論になる。

「協同組合地域社会の建設」については、JA 松本ハイランドの活動だけでは限界があるので、協同組合同士が連帯して取り組んでいかなければならないということである。

今日の話は、皆さんにとっては余り身近に感じられなかったかもしれないが、JA の事業のエリアというのは限定的であるがゆえに、そこに暮らす人たちと共に生きていかなければならないという宿命がある。こういう事業体はそうはないと思う。儲からなければ工場を閉鎖してバイバイということはよくある話だが、JA も店舗を閉鎖して同じことが出来るかと言ったら、そうではない。そこに大きな違いがある訳で、そうは言っても、地域の皆さんから「本当に必要でない組織」と言われたら滅亡してしまうので、そこで存在価値を示していくことが重要だと考えている。地域に必要とされるから、いろんな事業に取り組んでいるということになる。

我々の仕事には、組合員への「教育」という原則があり、一緒に学習して、地域の問題、社会の問題、もっと細かな問題を含めて、皆で悩んで解決していくことが大事であると思う。これからの世紀は、人との関わりを自ら絶つという風潮がなきにしも非ずという風に思うが、人との関わり抜きには JA は語れないので、もう少し地域の人と色々な話をして、色々な体験をしていくのも大事であり、よろしかったら、インターンシップも受け入れているので、是非おいでいただきたいと思う。

7. TPP について

最後に、TPP について。TPP に参加して農業を強くするという論調が非常に多いが、それは矛盾した話だが、我が国は農産物にかかる関税が世界の中で最も低く、EU は 25%程だが、日本に海外から入ってくる農産物の関税は平均すると、EU の半分位で、約 12%に過ぎない。

アメリカは自分たちより関税の低いものは輸入しないが、情報操作が得意なので、農業をターゲットにして、農業団体が反対するから経済も駄目なんだという話にされている。既得権益の保護ではなくて、「どんな社会を目指すのか」、「本当の幸福とは何なのか」という価値観の選択である。競争より、共生の社会を目指す JA だから言えることだが、23 分野に及ぶ TPP で農業はその 1 分野に過ぎない訳で、「いろんなことをアメリカの様にすればよくなりますよ。」と言っているが、アメリカがよくなるだけではないかと思う。

1 つの例が BSE で、日本は BSE の原因がないか全頭検査をするため、アメリカから若い牛しか輸入できなかった。BSE の危険もあるのに、「TPP に入るのなら、アメリカの牛肉をフリーで通せ」と言い、それを認めさせた。残留農薬基準も日本は世界で一番厳しいが、「その基準を下げろ」と言っている。それから、大豆やトウモロコシといった遺伝子組換えの食品についても、例えば、日本では、納豆に、「非遺伝子組換え」と表示しなければならないが、アメリカは「これをなくせ」と言っており、多分表示はなくなるのではないか。

そういうことも含めて、いろんな情報が出て来ない。TPP で本当に世界中が豊かな国になればいいが、どうも違うのではないかという部分が多いので、「TPP はもう一度考え直してください」というのが、我々の意見である。人々の暮らしや命に関わる問題なので、そういう意味で TPP に疑問を投げ掛けている人もおり、議論のすり替えにならなければいいと思っている。

先程から何度も述べているが、我々の役割は、今日よりよい明日を創っていくということである。JA 松本ハイランドは、今後も様々な情報発信をして行く。来年の採用計画について興味のある方は、エントリーしていただければ、しっかりと説明させていただきたい。

これで私の話は終わりにさせていただきます。

(質問) TPP というのは 10 数か国を合わせて作る貿易協定だと思うが、なぜアメリカだけがルール作りをしていると考えているのか。

(回答) 質問の趣旨は、私がアメリカの話しかしなかったということだと思う。TPP 交渉については、議論の中身を公表しないというのがルールになっているので、情報が全く入らない。先程、私が言った、残留農薬や BSE の問題は、アメリカがこういうことを要求して来ているということであり、日本に対して二国間協議をしているということであった。

今年の 2 月に BSE 問題は決着したが、それは二国間の協定があったからで、アメリカの BSE 検査は抽出検査で、我が国の検査は全頭検査だったため、そのルールを日本と同じにしてくださいという要求をしていたが、アメリカは逆に日本の非関税障壁として月齢制限撤廃を飲ませた。それならば日本が TPP 交渉に入ることにについて、アメリカの議会で「説得できますよ。」ということだった。

自動車についても、アメリカは自動車に関税をかけており、「15 年位はこのままの関税で行きます」とアメリカが言っている。このことは、TPP でも語られていると言われている。

BSE や農薬問題については、アメリカは、以前から「日本は、非関税障壁がきつ過ぎる。」と言っているので、TPP の会議になれば、アメリカ主導でそういう話になると思う。

内外価格差については、和牛は高いが、希少価値があり、霜降りもある。皆、美味しいと思って食べているが、オーギービーフは少し硬くて安い。その価値を内外価格差と言われているが、それは価値の差であって、日本が貿易をシャットアウトしているから価格差がある訳ではなく、生産性が低いからという訳でもない。オーストラリアと日本の農地の広さの差は歴然なので、価格面だけでは勝負にならない。安倍総理は「この条件で勝負しろ」と言っているように思えるが、この件については、農業政策として考えるのではなく、社会政策の話として考えるべきではないかと思う。

(質問) 農事組合法人は農業を行う会社の様なものなのか。個人の農家でも 1 千万円以上の利益は上げられるのか。また、多くの利益の出る農産物は何か。

(回答) 株式会社も土地を借りれば農業は出来るが、農業生産法人の中に株式生産会社と

農事組合法人とがあり、農事組合法人については、農協法のカテゴリーに入り、農業者が5人以上出資して設立することになっており、全員が農業者でないといけない。農事組合法人というやり方よりも、会社法の規制で出来る農業生産法人の方が、会社の設立も簡単に過半数が農業者であればよいので足縛りが緩い。

農事組合法人は農協法の範囲だが、やっていることは会社法とほとんど同じであり、最終的には税法上の扱いが変わって来る。

松本で頑張れば儲かる農業は、リンゴやスイカなどたくさんあり、稲作農家も30ha位でやっている人たちは元気がよく、個人経営でも立派に儲けているのではないかな。

土地を借りて、人を雇って、面積を増やして、国の助成金もうまく利用して、その分で豊かな暮らしをしている。やはり、面積がある程度ないと駄目で、ジャムやジュースを作るなどにより付加価値を高めていくことも必要であるが、単に農作物を作って売るだけでは夢がないので、店舗やレストランを運営していくのも夢があるのではないかなと思う。

(質問) 地元のJAとして、今後、地域振興のために最も重視したいことは何か。

(回答) 農業者の暮らしが一番大切である。そのためにも強い農業を作っていくお手伝いをしていきたい。

(6)「地元政策金融機関としての地域振興策～日本政策金融公庫の役割」(25年7月2日)

日本政策金融公庫松本支店 石井邦明国民生活事業統轄

1. 日本政策金融公庫の概要

日本政策金融公庫国民生活事業統轄の石井です。

平成20年9月までは4つの金融機関だったが、同年10月に統合して日本政策金融公庫が誕生した。24年4月に国際協力銀行が分離したため、今は、国民政策金融公庫、農林漁業金融公庫、中小企業金融公庫の業務を引き継いだ機関となっている。

沖縄以外の全都道府県に152の支店があり、長野県内では松本支店以外に長野支店、小諸支店、伊那支店の3支店がある。国民生活事業の総融資残高は7兆3,408億円であり、松本支店のシェアは0.5%程度なので、152支店のうち、中規模支店の中では融資残高は小さい方の支店である。

日本政策金融公庫の業務の概要は、小企業及び創業企業向け融資を行う国民生活事業、農林水産事業者向け融資を行う農林水産事業、中小企業向け融資を行う中小企業事業があり、各事業がそれぞれの専門性を活かして、お互いの情報や仕事を共有し、シナジー（相乗）効果を発揮している。また、災害とか経済危機の場合、指定金融機関に対して一定の信用供与を行う「危機対応等円滑化業務」を担っています。

日本政策金融公庫の1つ目の特徴は政策金融機関であるということで、政策金融機関とは何かと言うと、民間の金融機関だけでは対応が困難な分野において、多様な金融手法を用いて資金供給を行うことにより、国の施策を達成するものである。例えば、国が経済政策で自動車販売を進めたいとか、環境政策で環境対応自動車（エコカー）を導入したいと政策で挙げても、「今、車を買って替える時期ではないとか、エコカーは高い。」ということで、国民は単純には動かないが、エコカー補助金とかエコカー減税といった一定のインセンティブを付けると、「じゃあこの時期に買おう。」と国民が動くようになる。

我々は金融機関なので、特定の資金について、低利とか、長期の融資が出来るということでインセンティブを付けて、国の施策を政策金融という形で進める。

2つ目の特徴は公共性の高い株式会社であるということであり、日本政策金融公庫は特別の法律に基づいて作られた機関であり、株は全額政府が持っている。統合して民営化したということではなく、政府が関与する金融機関であり、予算の国会議決や決算の国会提出など、国の関与の下に健全な事業運営と政策金融の的確な実施を行っている。

一方で、株式会社のいいところであるが、ガバナンスの仕組みを活用して、企業会計原則や会計監査人による会計監査を受けて、透明性の高いディスクロージャーを推進することで事業運営を行っている。

3つ目の特徴は幅広いサービスを提供しているということで、日本政策金融公庫は3つの公庫が合併しており、それぞれの専門性を活かしてノウハウを共有し、ビジネスマッチングとか農商工連携の推進とか、中小企業のグローバル化支援ということを行っている。

日本政策金融公庫の基本理念は、施策金融を的確に実施するということとガバナンスを重視することであり、活動指針は、①お客様サービスの向上、②東日本大震災からの復興支援、③日本経済発展への貢献、④システム最適化計画の推進、⑤効率的な働きがいのある職場づくりの5点である。

2. 日本政策金融公庫の取組み

平成23年3月11日に東日本大震災が発生したため、日本政策金融公庫は、震災発生当日に「東日本大震災に関する特別相談窓口」を設置し、3月だけで約2万件、1年間で約26万1千件を超える相談を受け付けた。甚大な被害を受けた地域では、お客さんの相談に、きめ細かく迅速に対応するため、全国各地の本支店から延べ300人を超える職員の応援を行った。

現地の商工会議所、JAと連携し、約1,500回の相談会を開催した。石巻支店が震災による津波にのまれたが、幸いにも職員に被害はなかった。約2ヶ月間使えない状態だったため、こういう時にこそ事業者を支援する必要があると考え、隣の仙台支店で石巻支店の営業を続け、1日1千人以上の相談に対応した。仙台支店の50~60人の職員では対応出来ないため、全国から職員の応援を頼んだ。震災関連の融資は、件数で16万7,661件、金額で2兆7,691億円だったが、政策金融機関の役割の1つであるセーフティネットの機能を果たした事例である。

また、日本経済の発展に貢献するというこで、国の政策に基づいた各事業を行うこととしており、国民生活事業、農林水産事業、中小企業事業を展開している。企業は、今の時期が厳しいので、新たな融資を行うだけではなく、既存の返済条件を変え、毎月の返済額を減らすとか、返済を据え置くということが企業に対する支援の1つであり、民間金融機関と協調して積極的に対応している。

総合力の発揮ということで、地域活性化の取組み支援とネットワークの融合がある。街づくりや地場産業の活性化、農業の6次産業化など地域の課題に地方公共団体等と連携して地域活性化の取組み支援の対応行っている。日本政策金融公庫と地元自治体が連携して、撤退した百貨店ビルを再生した「MAXふくしま」という事例がある。中小企業事業で事業体全体に融資し、国民生活事業で店子の個別店舗に融資して支援した。東日本大震災でも影響を受けたが、翌日から食品スーパーを開店して地域の支援を行った。

ネットワークの融合としては、3つの事業が連携し、セミナーや商談会を全国規模で開催しているほか、先日、長野県内で八十二銀行が主催する「6次産業化セミナー」を後援するなど、独自のセミナーの開催や、民間金融機関や地方公共団体が主催するセミナーの後援なども行っている。

3. 国民生活事業の役割

国民生活事業の主な役割は、小企業金融の担い手、創業支援、国の教育ローンがある。

小企業への融資の特徴は、融資先企業数が全国で 98 万企業あり、日本全国の企業数の 1/4 に相当するということである。全国 271 の信用金庫で 116 万企業、全国 144 の国内銀行で 208 万企業に融資しており、融資単価はそれぞれ、3,560 万円、8,276 万円であるが、日本政策金融公庫の融資単価が 651 万円であり、公庫の融資単価は小口である。1 件当たりの融資コストは、100 万円と 1,000 万円ではそれほど変わらないが、利息収入は 10 倍も違うので、小口金融は採算面から民間金融機関ではなかなか入りにくい分野である。

公庫の融資先は小企業が中心で、約 9 割が従業員 9 人以下の企業であり、帳簿が揃っていないかったり、担保等が不足したりしているため、融資する側としてはリスクがある。無担保融資が 77.2%、そのうち、無担保・無保証が約 3 割ということで、小口の融資先で、かつ無担保ということが特徴である。

今、日本は廃業率が創業率を上回る状況が続いており、毎年、事業所数が減少している。事業所数が減少すると、競争が低迷して経済活力も低下し、雇用機会も減少して失業が増加する。リーマンショック以降、特に創業が減って、廃業が増えてきている。創業によって企業を生み出し、雇用を増やすことが経済の重要な課題であり、そのうちの創業支援を国民生活事業が担っている。創業企業は信用力が不足しているため、リスクが多く、民間金融機関ではなかなか踏み込めない部分であり、年間の創業企業が約 9.6 万社あるが、国民生活事業で 6 社中 1 社を支援している。

上場企業の約 1 割が国民生活事業の卒業生であり、ソニーや京セラ、ビッグカメラ、人材派遣のテンプスタッフも、創業当時は国民生活事業の資金を利用して、その後、伸びた企業である。国民生活事業の創業者への 1 年間の融資実績（平成 23 年度）は、約 1 万 6,465 社であり、1 社当たり平均従業者数を 3.9 人とすると、約 6 万 4 千人の雇用の創出効果があったと言える。支援した創業企業が成長していくことで更なる雇用を創出している。

国の教育ローンは消費資金の 1 つであるが、昭和 54 年に教育に関する家庭の経済的負担の軽減と教育機会の機会均等ということで創出され、利用件数は 1 年間で約 12 万件、そのうち約 1 万 7 千件が母子家庭の方の利用である。

国民生活事業と民間金融機関の教育ローンの利用者の収入の構成比を比べると、国民生活事業では対象者の収入に上限を設けているので、民間金融機関を利用している人の方が、収入の高い人が多い。

4. 農林水産事業の役割

農林水産事業の主な役割は、食のトータルサポート、経営支援サービス、民間金融支援の 3 つである。農業は投資回収が長期で、天候の影響を受けるので、民間金融機関で支援することが難しい、リスク評価が困難な分野であると位置付けられている。このため、農林水産事業が、個別経営体向け資金を 6,145 先に貸し付けている。その内訳は、土地の購入とか、鶏舎の建設とか、野菜のビニールハウスとか、数百万円から数億円の事業規模まで、多種多様な用途に利用いただいている。また、新しく融資するだけでなく、今、利

用している分の条件変更などでも支援している。

チャレンジ支援とは、6次産業化を含め、新たな作物や新技術の導入、加工や販売を始める場合等、チャレンジ性に富んだ事業について融資を行う。代表的な融資商品であるスーパーL資金とは、地域の担い手として市町村の認定を受けている認定農業者向け融資であるが、法人では約39%が利用している。現在、農業を営んでいる方が、規模を拡大する時には新しい資金が必要となるので、そういった融資にも積極的に取り組んでいる。

食品産業向け融資については、コンビニやスーパーで弁当や惣菜を売っているが、それらを製造する食品製造業者がいて、そこに原料を供給する農林水産業者がいる。原料を生産する農林水産業者から、それを加工する食品製造業者、更にそれを販売する流通販売業者を通じて皆さんの食卓に運ばれるまでの川上から川下まで金融面でサポートするのが、食のトータルサポートである。

例えば、肉用牛の肥育を行う農業生産法人 F 社が牛肉の未利用部位の再利用を考え、食品産業事業者 G 社が新しい製造商品を増やして地域に貢献し、自分の企業も成長させられないかと考え、その2つの企業が連携することにより、県の農商工連携事業計画の認定を受けた。そこで、農林水産事業が、G社に対して、牛肉100%ソーセージの製造工場の建設資金を融資することによって、F社にとっては、余った部位を活用出来、G社は新しい商品の取扱いが出来るようになった。このように生産者、加工流通業者双方が経営発展していくような融資を行うのが、農林水産事業の特徴である。

次に、林業融資についてである。林業のイメージは、木を伐採して製材することだと思われるかもしれないが、もっと前から林業は始まっており、木を植えて、その木を育てるために山の中に林道を整備し、木を成長させるために雑草を払ったり、陽がよく当たるように枝打ちをしたり、よりよい樹木にするために間引きをしたり、伐採してから出荷するまでに非常に多くの手間と費用がかかる。植林から出荷するまでだと30~50年、長いものだと70~80年かかるのが林業経営の実態である。

自分の代だけではなくて、子や孫の代まで、民間金融機関ではなかなか取り組みにくい分野である。民間金融機関では5年以内の融資が中心であるが、農林水産事業においては、償還期間最長55年の超長期資金融資もあり、民間からの資金調達が困難な分野を公庫が補完している。

日本の国土の2/3が環境にとって大切な森林であり、水資源かん養、土砂の流失防止等の森林の持つ多面的機能への貢献がある。農林水産事業が融資する森林面積がどのような効果を持つか試算すると、CO2吸収は年間511万tで車にすると約255万台の年間排出量であり、1年間に2.8億m³で東京ドーム約220個分の土砂流失防止効果を産んでいる。森林は、年間92億m³、黒部ダムだと約46個分に当たる水を貯めているので、水資源の確保により水害防止に役立っている。これらを金額に換算すると1.9兆円位になり、林業は地球環境にとって非常に重要な役割を担っているが、民間金融機関ではリスクがあって支援が難しいところを扱っている。

続いて漁業分野であるが、日本は四方海に囲まれている島国であるため、昔から海から戴く資源の恩恵を多大に受けてきた。日本の排他的経済水域は、国土と比較して非常に広く、世界に比較しても上位にあり、国民 1 人当たりの魚介類の消費量も日本が世界一である。

中国における魚の消費量が増加していることもあって、現在、新興国も含め、世界的に需要量が増加しており、水産資源が枯渇するという問題が生じている。このような中で、需給バランスを調整して水産資源の持続的利用の確保を目指すために、世界的な議論も行なっている。

日本においても、水産資源の持続的利用の確保のための政策が作られており、農林水産事業では、その政策に沿って漁業者を支援するため、漁船の融資を行っているが、漁業も農業、林業と同様に、自然が相手で漁獲量が天候に左右され、遠洋漁業は長期に航海に出るので、民間金融機関からするとリスクが高い分野となるため、農林水産事業で対応している。

漁業者と地域が一体となって、漁獲から製品・出荷に至る生産体制を改革して収益性の向上を図る G プロ（漁業構造改革推進集中プロジェクト）にも、農林水産事業は積極的に参画している。農林水産事業の資金を利用した漁業者の漁獲量は、海面漁業漁獲量の 29% に当たり、沖合・遠洋漁業に限った場合は 40% になることから、国内の漁業生産においても大きな役割を果たしている。

平成 18 年から、毎年、アグリフード EXPO を東京・大阪で開催してビジネスマッチングを推進しており、今年の 8 月にも東京で開催するなど、農林水産事業の経営トータルサポートを行っている。

外部ネットワークとの連携では、~~お金の~~融資だけではなく、今は情報やアドバイスなどが欲しいというお客さんが多いので、それに対応するため、公庫内外の農林水産事業経営アドバイザーの資格を農林水産事業で作っており、外部だと税理士や公認会計士、八十二銀行の職員も取っているが、農林水産事業内部だけでも 145 人が資格を取っており、外部も入れるとかなりの数が資格を取っている。

また、民間金融とのパートナーシップということで、農林水産のリスク評価に関する情報提供や証券化支援を通じて民間金融機関が第 1 次産業分野に積極的に融資出来るよう整備しており、情報連絡等に関して業務協力を締結している機関は、農林中央金庫や系統金融機関を始めとして 256 機関に達している。

5. 中小企業事業の役割

中小企業事業の主な役割としては、融資・信用保険業務、イノベーション支援・海外展開支援・再生支援、顧客支援サービスの 3 つがある。中小企業の定義は中小企業基本法で定められており、資本金と従業員数の 2 つの指標で判断する。国民生活事業を含めた支援先は、例えば、製造業の場合、資本金 3 億円以下、もしくは、従業員数 300 人以下のどち

らかの基準に当てはまれば、中小企業と判断されて融資対象となる。

日本の企業数の99%が中小企業であり、従業員数は2,834万人(66%)である。中小企業420万社のうち、中小企業事業の支援先は160万社(約4割)であり、中小企業向け貸付残高237兆円のうち、中小企業事業の支援先は約41兆円(17%)である。融資業務の利用先数は4.6万社、平均融資金額は105百万円、平均資本金は50百万、平均従業員数は77人である。

信用保証協会が各都道府県、大都市にあるが、民間金融機関の融資を保証する信用保証協会の最終的な保証を日本政策金融公庫で引き受けている。全国の利用先は154万社、平均保険引受額は19百万円である。

融資業務は直接金融、信用保険業務は間接金融と言えるが、小企業は信用保険業務でカバーしており、それ以上の企業は直接の融資でカバーしているということになる。ほとんどが長期資金で、返済期間が5年超の企業が公庫では半分以上あるが、民間金融機関の方は22%に留まっており、長期になるとリスクが高くなるので、長期・固定金利の融資は中小企業事業で扱っている。

中小企業事業の融資の伸び率と、国内銀行の融資の伸び率と対照的になっている。我々公庫はセーフティネット機能があるので、民間金融機関が積極的に融資に出にくい時期に、政策機能を発揮して融資する。民間金融機関の伸び率が高い時は、公庫の融資は低い伸び率であるが、リーマンショックとか金融危機があると、民間金融機関の伸び率が減るので、公庫がセーフティネット機能を発揮して融資が伸びることになる。中小企業事業は、景気などの影響から融資姿勢の変動を余儀なくされる民間金融機関の活動を補完するという見地から、中小企業に対し安定的に事業資金を供給しています。

中小企業事業の特徴は国の政策の紐が付いているということで、新しいサービスを持った事業を育成する新企業育成貸付、企業活力強化貸付、環境・エネルギー対策貸付、セーフティネット貸付、企業再生貸付、東日本大震災復興特別貸付などがあるが、全て「貸付」という文字を取ると国の政策が紐付いたメニューになる。

時代に応じて、国の政策も変わるし、それぞれの企業のニーズも変わる。成長戦略で掲げているのは、イノベーション、再生支援、海外展開支援であり、イノベーション支援については、ベンチャー企業など高い成長性が見込まれる新事業に取り組む企業を支援するものであり、担保力は乏しいが、技術がある中小企業に融資するスキームである。中小企業と大学・研究支援機関が共同開発して技術力が高くても、資本力・資金力がないと、民間金融機関はなかなか支援しにくいいため、借入れであるが資本として計算される「資本性ローン(劣後ローン)」を中小企業事業が融資して、債務超過が資産超過になり、民間金融機関が支援しやすくする。

中小企業の取引先で海外展開しているところが多いので、国内の親会社に融資することにより、海外子会社に転貸するとか、出資するとか、国内企業が買った設備を貸与することで、間接的に海外子会社を支援することがある。また、スタンドバイ・クレジットによ

り、海外子会社について、日本政策金融公庫が海外金融機関に対し信用状を発行することは、公庫が保証をしていることになるので、海外子会社はタンドバイ・クレジットがあることによって、海外金融機関から融資が受けやすくなる。これも間接金融の1つであり、こういった形で海外展開支援を行っている。企業はつまずいたり、破綻したりする時もあるが、条件変更だけではなく、民間金融機関が融資しやすくなるような体制を整えることも、公庫の政策である。

融資だけではなく、中小企業に対する情報提供を含め、取引先の情報をずっと過去からデータとして蓄積すること(RIPシステム)で、同様の事例を紹介するとか、経営改善を指導するとかといった顧客支援サービスも行っている。

株式公開企業 3,376 社のうち、中小企業事業と取引歴を有する企業は 587 社 (17.4%) あるが、平成元年以降に公開した企業の割合がかなり多い。日本政策金融公庫の融資により、国内だけではなく、海外でも有名になっている企業が多い。

3 事業それぞれの業務を取り扱うだけではなく、ノウハウを共有してマッチングさせ、シナジー（相乗）効果を出し、民間金融機関ではやりにくいような企業をカバーしていくことが、日本政策金融公庫の業務である。

（質問）無担保・無保証の融資をたくさんしているということだが、誰に貸し付けるかの審査はあるのか。

（回答）補助金や支援金のように、一定の条件に当てはまったら融資するというものではないので、申込企業から話を聞き、創業企業については決算書がないので、経験とか、どういう技術を積んだとか、自己資金というものもポイントになる。

学生でも起業している人がいるかもしれないが、経験が大切で、お金の蓄積も見る。企業というものは、1つ1つ各種各様で全部違い、10の企業があれば10の判断があるので、個別に見ていくしかない。目利きという言葉があるが、多くの企業や業種を見て、目利き能力を身に付けていくことになる。

（質問）日本政策金融公庫として、今後地域を元気にしていくために、どういうことに力を入れていきたいか。

（回答）如何に企業支援していくかである。以前は条件変更をしたり、一度倒産した企業に融資することが難しかったが、今はそういう時代ではなくなった。経営が厳しくなった企業でも、資本金ローンとか企業再建支援資金とか、企業を支援するための融資に取り組んでいる。

ここ数年、真水の融資だけではなく、中小企業への経営改善アドバイス等を含め、企業支援にも力を入れている。公庫が取り組んでいる金融イコール新たな融資だけではないということも理解いただきたい。

(7)「商工中金の地域振興策」(25年7月2日)

商工中金松本支店 池田達哉支店長(現本店監査部)

1. はじめに

商工中金松本支店の池田でございます。

商工中金は、昭和11年に設立された中小企業専門の金融機関である。国内店舗は、北海道から沖縄まで全都道府県に最低1店舗は設置されており、全部で100店舗ある。長野県内では長野支店、諏訪支店、それから松本郵便局の向かいに松本支店があり、海外にはニューヨーク支店のほか、香港、上海、バンコクに駐在員事務所を設置している。

株主数は27,065で、全国の中小企業組合(株主組合の組合員数は推定約300万社)のネットワークとなっている。

昭和11年当時は金融が非常にタイトな時代で、中小企業は民間金融機関からなかなか融資を受けられない状況だった。「それなら、自分たちの銀行を作ろうではないか。」という機運が高まり、自動車部品製造業の組合とか、電子部品の卸組合、伝統工芸品の組合、工業団地、商業団地などの組合といった中小企業が組織する事業協同組合が共同で出資し、それでも資金が足りないということで、政府に陳情して、5割民間、5割政府の出資で設立されたのが商工中金で、半官半民の政府系金融機関と言われた時代もあった。

融資対象は、商工中金に出資している組合、及び、その構成員である中小企業に限定しており、メンバーシップの金融機関と言える。中小企業による中小企業のための金融機関である商工中金にとって、お客様の成長こそが自分たちの成長である。そういった意味で、中小企業の「金融の共同の場」という位置付けである。

経営において、株主総会以外にも、取引先の代表者から構成する経営諮問委員会を設置して、取締役会に意見・助言を貰ったり、全国11地区で中小企業の皆様のニーズや意見を聞かせて貰う地区懇談会を開催するなど、中小企業の「金融の共同の場」としての機能を保っている。

2. 商工中金の機能

資金の調達・運用の中身であるが、中小企業への融資の原資は預金・債券などで、全て市場から自己調達したうえで融資している機関である。どの辺が官の部分かということ、危機対応業務が挙げられ、リーマンショックや東日本大震災、日系企業に多大の損害を与えたタイの水害、円高、デフレなどで、大きな影響を受けた中小企業・中堅企業を対象とした融資を担う指定金融機関になっている。

また、万一貸出先が倒産した場合には、貸出金の回収に努め、最終的な損失が出た金額について、中小企業については8割、中堅企業については7割といったように、一定の割合について国の損失補償を受けられるスキームである。また、貸出金も、通常のリスクマネーであれば、高い金利水準を設定するが、雇用の確保や経営改善計画の策定など一定の

要件を満たせば、国から 0.2～0.6%の利子補給が受けられ、実質的な中小企業の負担が軽減される措置が講じられている。

一方で、民の部分は、普通預金、通知預金、定期預金に加え、企業の通常の決済資金口座である当座預金も開設でき、外為等の国際業務、保険商品の取扱い、信託代理業務、それから、融資も長期資金だけに留まらず、短期の手形貸付、手形割引、当座貸越、電子記録債権を活用したでんさい貸付・でんさい割引なども利用出来る。

また、独自の総合支援策も用意しており、70年以上の中小企業金融のノウハウを活かして、企業の経営ニーズに的確に対応出来るよう体制を整えている。

このように、商工中金は、官の政策性と民の機動性の両方を兼ね備えたフルバンキング機能を持った金融機関と言える。

3. 具体的な事例

大阪支店の取引先のプラスチック成型製品製造業者で、情報機器、OA機器、家電、自動車関連と幅広い分野に機能・デザイン性に優れた高品質のプラスチック成型製品を供給し、中国、タイ、マレーシアに事業展開している会社である。平成17年にタイに現地法人を作り、タイ中部のアユタヤに工場を造った。その後、平成19年にウェルグロー工場、平成22年にロジャーナ工場と、順調に業容を拡大していた。

しかし、平成23年10月にタイの洪水に襲われ、アユタヤ工場とロジャーナ工場がそれぞれ2m程度浸水に見舞われ、日本製の高価な金型や主要な生産設備の大半が使用不能となった。商工中金では、洪水発生以来、現地に職員を派遣するなどお客様の被害状況を日々把握し、相談に応じてきた。その間に、当社の主要取引先であるニコンやソニーがタイでの生産継続を決定したので、商工中金がタイ洪水被害に対してセーフティ機能を發揮して、「経営環境変化対応資金（タイ洪水被害）」を利用し、具体的には、工場の改築、新たな機械購入に充てられた事例である。

次に、宇都宮支店の取引先の（歯科・外科用）医療機械器具製造業の会社であるが、当社は技術面では高いノウハウを持っていたが、労働集約型のビジネスをしているということで、生産コストの低減を目的に、平成18年にベトナムに現地法人を設立した。

世界の医療機器市場の規模は20兆円と言われ、中でも、使いやすく、耐久性に優れた日本企業の製品は非常に競争力があるということで引合いが多く、当社の主力販売先からも「是非ともベトナム工場を増産してほしい。」という要請を受けていた。

そこで、商工中金は、平成22年7月に「成長戦略総合支援プログラム」を創設し、このニーズに対応した。このプログラムは成長企業をお手伝いするスキームであり、環境・エネルギー事業（1,763億円）、アジア諸国等における投資・事業展開（715億円）、医療・介護・健康関連事業（476億円）といった分野で成長マネーのお手伝いをした。

4. 成長戦略支援プログラム（現 成長・創業支援プログラム）

融資してから返済までに7年、10年、15年とかかるが、その間にいろいろな経営課題が出てくる場合があるので、商工中金でソリューションを提供するというスキームである。ソリューションメニューを具体的に示して、課題解決につなげている。

M&Aは企業の合併支援であるが、商工中金は5つの強みを持っており、具体的には、①7万社に及ぶ取引先を活用出来ること、②株主には300万社のネットワークという充実した基盤があること、③北海道から沖縄まで100店舗の支店を有しているので広域内エリアでの相談に対応出来ること、④M&A専門の弁護士、会計士とも連携していること、⑤年間200件以上の相談を本店ソリューション事業部という専門セクションを中心に対応し、M&Aの相談から譲渡・引渡しまでフルサポートしていることである。

事業承継対策は、中小企業の後継者問題で、後継者が不在の場合はM&Aのアドバイザーになって支援し、後継者がいる場合は分散している株式の集約や株式の移転に必要な資金の融資を行い、商工中金が安定株主となるよう、その企業の株式を取得する。株式上場の相談を受けた場合は、株式上場支援のお手伝いも行う。

ビジネスマッチングでは、商談会も含め、例えば、北海道のA社が長野県内で取引先を探している場合に松本支店の取引先であるB社を紹介するなどのマッチングもしている。

資本政策等支援、為替のリスクヘッジ、ABL（商流担保融資、Asset Based Lending）も行っており、歴史的には、金融の保全の主役は不動産担保融資であり、倒産後の資産管理の立場に立ったものであるが、ABLは事業継続を前提とした担保の考え方で、原材料の仕入れを行って、半製品にし、完成品（製品）にするという生産活動を行い、製品が売れると売掛金になる。売掛金が期間を終え、現金で振り込まれてくるといいが、そうでない場合には手形になり、3ヶ月後とか6ヶ月後といった手形期日に現金化出来るが、6ヶ月も待てない場合には、銀行が手形割引するという事で現金化し、その現金でまた原材料の仕入れを行う。これらの流れを商流というが、これら全てを集合担保という形で預かるスキームがABLである。

シンジケートローンは、多額の設備投資に取引銀行が協調して同一条件で支援するスキームであり、債権流動化は、売掛債権を証券化して、特別目的会社に譲渡して資金調達する方法である。

商工中金のグループ企業紹介においては、リース、コンサル、カード、不動産などのお手伝いを通じ、ソリューションを提供している。

5. ソリューションの事例

静岡支店の取引先である自動車部品製造業の会社であるが、自動車のスズキを主力販売先とする部品メーカーであり、平成11年にインドに現地法人を設立して海外展開している。12億人の人口を抱えるインドは、経済成長が著しく、消費ビジネスの拡大が非常に期待出来るので、スズキの方からも業容拡大の要請があり、当社としては工場増設のための土地の取得を決定した。

ところが、土地の取得については外国の銀行からの融資を制限する規制があり、インド現地法人では現地の銀行とのパイプが十分に取れていなかった。このため、商工中金では、提携先の1つである香港上海銀行（HSBC）のニューデリー支店を紹介し、商工中金が銀行保証するから融資をしてほしいという形で、土地購入資金を調達した。

次に、東日本大震災関連の事例であるが、仙台支店の取引先で、イクラやワカメを取り扱っている水産物加工会社が、津波の影響で気仙沼市、陸前高田市の当社事務所・工場・冷蔵冷凍倉庫の大半が流失または全壊した。幸いにも従業員が全員無事で、被害を受けなかった在庫もあったことから、残された経営資源を活用して事業再開を決定した。事業再建のためには、数十億円にもものぼる設備資金が必要だったが、地元金融機関と商工中金が協調してお手伝いした。

また、同地区には加工工場を有する同業者が多くいて、単独で事業を再開することは困難ということであったが、協同組合を作って、組合が当社と連携して、共同施設の建設・共同利用、共同の開発を行って、再建された。

次に、福島支店の取引先である温浴業の会社であるが、いわき市、那珂市で健康センターを運営しており、東日本大震災発生時に100~200人程度のお客様と従業員がいたが、1人もけが人が出なかった。震災当時、いわき市の水道は断水していたが、当初より地下水を汲み上げて営業しており、備蓄タンクも設置していたということで、そのタンクを利用したの炊き出し、入浴料の大幅値下げ、洗濯サービスの実施により、被災者を支援した。当社の被災状況に鑑み、商工中金は設備資金を融資して、風呂のバリエーションの拡充や大衆演劇場の新設などのお手伝いを行った。

次に、大阪支店の取引先である産業廃棄物処理業の会社であるが、阪神・淡路大震災の災害廃棄物除去業務を請け負った経験を東日本大震災に活かし、東北の自治体と連携して、災害廃棄物処理の基本方針に協力した。また、大船渡市と陸前高田市で地元企業との協業体制を確立し、災害廃棄物処理に向けて取り組んだ。特に災害廃棄物の早期処理で重要なことは、多量の塩分を如何に取り除くかということで、除塩プラントを建設することを決定したが、総額15億円を大阪及び岩手の地域金融機関と商工中金がシンジケートローンで組んで融資した。

6. 松本平での取組み

松本支店の取引先の4つの事例を紹介する。

1つ目は、上高地などの景勝地にある案内板とか河童橋をイメージするといいが、木の橋や木製階段、遊歩道などを手がけている木材製品販売会社であるが、腐食防止加工をしたカラマツ材など丸太材の販売強化に「成長戦略総合支援プログラム」を活用した。

角材向けの腐食防止機械は従来からあったが、丸太材向けの機械は世の中に存在していなかったもので、木材加工業者とタイアップして機械を開発した。これにより、丸太材の耐用年数が5年程延び、環境に非常にやさしいということで、行政それから民間の土木工事、

景観対策の事業に役立てている。

次に、家具の生産販売をする会社についての事例で、カップ麺の容器や食品トレーなどの発泡スチロールを再利用した木目調の造り付け家具を開発したが、森林資源の保護とか地球環境の保全に取り組む企業としてのイメージアップを同時に狙い、商工中金の「成長戦略総合支援プログラム」を活用して新事業を立ち上げた。当然、水に強く腐らないので、保育園や学校、病院の施設などの水の使用頻度の高い厨房とか、プール周り、脱衣場、下足箱入れ、掃除道具入れ、浴室デッキ、公園のベンチ・デッキなどに活用されている。

次は、光学器械メーカーが一眼レフの丸い筒の部分（カム管）の工程を自動化した事例で、通常は内側と外側を別々に削った上で穴を開けるという 5 つの工程に分解されるが、刃物の材料や切削角度、プログラムなどを工夫して、1 台の切削機械により、1 工程で生産出来るようにした。これにより 5 工程の手待ちや、人的ミスの削減、人員の削減、精度アップなどの効果が出た。

最後は、住宅建材の運送業者であるが、改正高齢者雇用安定法に対応すべく、農業分野に進出して事業を多角化した事例である。この法律は、企業で定年後も働きたい従業員を全員雇用することを義務付けるもので、運送会社で 60 歳を超えるドライバーの雇用確保が非常に重要な課題になっている。当社の社長は、稲作を事業化できないか検討を始め、休耕地を借り入れて、土地の所有者である農家の指導も受けられるということで、事業化に踏み切り、トラクターやコンバインなどの機械の購入資金に商工中金の融資制度を活用した。

これらの事例に興味を持った方は、是非、商工中金の HP を見てほしい。

（質問）商工中金として、今後地域を元気にしていくために、どういうことに力を入れていきたいか。

（回答）これまで培ってきた中小企業のノウハウをベースに、今後も目利きを活かし、中小企業の商品・サービスの競争力や生存分野など、強みと弱みをしっかり分析して地域活性化に貢献していきたい。

経営者とシッカリとコミュニケーションを図り、リレーションシップ・バンキングを重視して、経営者の経験、経営陣のまとまりなどあらゆる角度から分析しつつ、寄り添いながら、「こういう方向性で行きましょう。」と同じベクトルを向きながら融資をするのが一番だと考えている。

第4章 公的部門としての側面

(1) 「中央銀行としての役割」(25年4月30日)

日本銀行 松下顕支店長

○ 以下の三部構成で説明。

① 日本銀行の組織と機能

- - 歴史的沿革
- - 3つの機能（発券銀行、銀行の銀行、政府の銀行）と金融政策
- - 政策委員会と執行部
- - 中央銀行の独立性と説明責任

② 日本経済の構造問題

- - 成長率の趨勢的低下の背景（人口動態、経済の対外開放度、成長分野と公的規制）
- - 財政の構造改革

③ 日本銀行の政策対応

- - 金利政策の限界と非伝統的な金融政策
- - 「量的・質的金融緩和」について
- - 日本銀行の施策と地域経済

(2) 「中小企業の再生と各機関の役割」(25年5月28日)

中小企業再生支援全国本部 野田勝也プロジェクトマネージャー

1. はじめに

中小企業再生支援全国本部の野田です。

ほとんどの中小企業は、メガバンク、地方銀行、信用金庫、信用組合、JAからお金を借りて商売をしている。我々がやっている中小企業の再生は、そのような金融機関から、経営が厳しくなった中小企業が、再びお金を借りられるようになって貰うのが仕事である。

本講義全体の流れのテーマは金融と地域貢献である。中小企業金融円滑化法というのが一つのキーワードで、この3月に終わった。いろんな施策が金融庁、経済産業省から出て来ている。

中小企業基本法に基づく日本の中小企業数は、統計上421万社であり、日本全体の99.7%が中小企業という実態である。日本の大多数を占めている中小企業を再生させるために、我々プロがどんな手法を使っているかなどを説明する。

2. 中小企業金融円滑化法とその効果、必要性

中小企業金融円滑化法とは平成21年12月に施行され、中小企業から借金の返済猶予の申込みがあった時には、金融機関は応諾しろということから始まったものである。当初、亀井金融担当大臣が言っていたモラトリアムとは違い、リスケジュール(返済猶予)というのが実態である。

実際には、9割以上が応諾しており、中小企業の約1割、30~40万社に相当する。

中小企業金融円滑化法は今年3月で終わり、これからは返済猶予などがなくなるのではないかと、給料を払えなくなるのではないかとといった不安があるが、その不安を払拭するために様々な施策がなされつつある。

リスケジュールに応じたうち、特に事業再生等が必要な企業は5~6万社ある。

中小企業金融円滑化法には光と影があるが、光の面としては倒産実績が例に上がる。東京商工リサーチによると、リーマンショック以前は年間1万4000~6000社だったが、今は年間1万2000社ほどと、この3年間で1万社近くが、倒産せずに済んでいるという計算ができる。

影としては、余りにも多くの返済猶予申込みが来たため、銀行側は中身をほとんど審査しなくなったこと、企業側もお金がなくなれば銀行に行けばよいというモラルハザードの風潮が広がり、改善努力をしにくくなった企業が増えたことなどが挙げられる。

助かるべき企業が助からなかったら困るので、そのため、銀行や取引先など、様々な関係者それぞれの利害調整が必要となる。市場で負けた企業が退出しないと市場全体が停滞するのではないかと、ライバル企業を助けると、頑張っている企業が気の毒ではないかと思

うのは普通であるが、価値のある事業の散逸を防ぐことや連鎖倒産が起きないようにするために事業再生が必要となる。

守るべきは事業であって、企業ではない。例えば、1つの島に2つのスーパーがあり、1つのスーパーが倒れると、他のスーパーは安売りしなくなる。全く市場メカニズムに任せると逆に競争がなくなるため、政策的にもう1つのスーパーも残す必要が出てくる。パチンコ屋でも同じである。単純に経済合理性だけで片付けられない問題もある。

3. 事業再生の手続き

事業再生の手続きは、大きく分けると法的整理、私的整理の2つがあり、それぞれ清算型、再建型に分かれている。法的整理の中で、清算型は破産、特別清算などを行い事業、企業を終わらせてしまう。再建型は何とか事業を再生しようと、民事再生法、会社更生法などを適用し、再生に向かう。

我々は私的整理の方を行っているが、私的整理の中でも、再建型と清算型に分かれている。再建型か清算型かを選ぶ基準は、事業に収益性、将来性があるなど、事業価値があるかどうかであり、それによって再建の可能性を検討する。

例えば、1億円のマンションがあったとして、借金の金利が年間2%（年間200万円）で、家賃収入が年間100万円しかないとすれば、債権者は清算を望むが、店子が入って年間300万円の家賃収入になれば、存続させてもいいという判断になる。

法的整理と私的整理の違いは、まず機密性であり、法的整理は情報などが公開されることになっているが、私的整理では、名前が公開されて信用不安などが起きたら困るので、原則非公開となっている。また、法的整理は、債権者が全て均等に扱われるので、売掛金でも債権放棄を要請されるが、私的整理であれば、仕入先を保護することが出来る。

私的整理のスキームは、整理回収機構であったり、中小企業再生支援協議会であったり、いろいろある。

4. 不良債権とは

金融機関の自己査定においては、債権分類基準で、融資先を「破綻先」「実質破綻先」「破綻懸念先」「要注意先(要管理先、その他)」「正常先」など5つのカテゴリーに分類している。この中で不良債権と呼ばれているのが、破綻先、実質破綻先、破綻懸念先と要注意先のうち要管理先の4つである。

銀行の資産を分母に、不良債権を分子にして出されるのが不良債権比率であり、銀行の不良債権比率が高くなると、銀行自体が怪しいと思われ、心配される。無担保でお金を貸した時、貸した先が破綻先、実質破綻先になってしまうと、担保がないと貸したお金が戻ってこないので全額損失となる。例えば1億円融資していたとすると、1億円全額について、引当金を積み立てる必要が出てくる。つまり、1億円の損失が出る。

このような制度があるため、銀行は融資がしにくいし、会社も苦しいのではないかと

うことで、金融庁は不良債権に該当しない要件をかなり変えた。

平成 20 年 11 月以降、中小企業の場合、実質債務超過解消が 5 年以内であったものを 10 年以内に緩和し、更に 21 年 12 月には、経営再建計画の策定は 1 年以内でもいと緩和した。

リーマンショックが起きたのが平成 20 年秋で、そこから不良債権比率は上昇すると思われたが、先程述べたように、不良債権のルールを緩くしたため、不良債権の上昇を防ぐことができた。主要行等は、日本のルールが適用できないので、逆に不良債権比率が上昇しているが、地域金融機関についても、いつかは正常なルールに戻す必要がある。

中小企業再生のための実際の流れとしては、最初に決算書を実態的にチェックしていく必要があり、最終的には実質債務超過がいくらあるかを導き出すことになる。中小企業は、厳格な決算書を作成していないから、我々がチェックしていく。

この実質債務超過を何年で解消して行けるかがポイントとなるため、実態収益力を調べ、何年で債務を返せるかを導き出す。大まかに言うと、借入金から、短期運転資金等を差し引いた要償還債務のうち、年間の償還財源の 10 倍を除いた分を過剰債務とし、場合によっては、銀行に債権放棄をして貰う。

企業には、自己診断シートによって、債務償還年数が 10～15 年であれば健康、20～30 年であれば病気として、債務を減らす努力をして貰うことにしている。

5. 中小企業再生の考え方

中小企業再生の考え方としては、事業面の再生と B/S 面の再生の両方がある。まず、事業面の再生ということでは、会社に自助努力を促してどれだけ利益をあげられるような体質になるか、キャッシュフローの最大化などを精一杯やっていただく。

B/S 面の再生では、要らない資産を売却、圧縮していただく。銀行には、それを前提に、「ここまで頑張ったから差額は免除してくれ。このまま会社が潰れるより、債権を放棄する額の方が少ないから得ではないか。」とお願いし、不良債権ではないゾーンまで持って行き、再生へと進んでいく。当事者ではなく、第三者である我々が言った方が効果的である。

金融機関から企業への貸出金が順調に返済されていれば問題はないが、返済が出来ずに計画が狂い、リスケジュールして今の基準を超えてしまった場合、不良債権になってしまうので、まず原因をチェックする。チェックの結果、問題が軽微であれば、商売を見直して、改善計画の修正を行い、金融機関に返済猶予を申請すれば、債務超過解消を 10 年以内出来るので、合意をして貰える。

ただ、問題が重症であった場合、早期に再生の可能性を模索する必要があり、可能性があるのなら外部専門家を含め抜本的な対策を検討し、例えば債権放棄などを金融機関に要請すれば済む。可能性がないのなら破産などに持って行くしかない。

一番難しいのは、原因のチェックを誰がするのか、早期発見が出来るか、出来なかった時にどうするのか、追加貸出しをすれば問題が解決するのかなどである。原因のチェック

をいかに早くするのが企業再生の 1 番のポイントであり、早期発見が出来れば、リスクジュールや DDS、DES などの私的再生が可能となるが、発見が遅れるにつれ、破産など法的な処理になるリスクが高くなる。

同じ破産でも、早期の破産なら労働債権は守られるが、破産が遅れてしまうと労働債権が守られなくなってしまう。そういったことを見極める力をつけたり、専門家を増やすということを、我々は今行っている。本当は、銀行がそれを出来ればいいのだが、どこまで出来るかが最大の課題となっている。

現在、世の中では、返済猶予対象企業が約 30 万～40 万社あり、これらの中小企業に金融機関だけで本当に対応出来るのか、更に地域の利害関係者を含め、一体となった仕組みが作れないのかということがテーマとして進んでおり、補正予算も大幅に付いている。

先程述べた原因のチェックが出来る専門家を 1 人でも増やすことや、利害関係者の理解を少しでも得ようという政策を取ろうとしている。全体的にマクロ政策で金融緩和などの金融政策を行うことも重要だが、99.7%を占める中小企業 1 社 1 社が、事業価値を高めながら成長していかないと、経済の成長にはつながらない。

6. 今後の政策

今後、中小企業などに対する経営支援の強化として行う政策は、独力では経営改善計画の策定が困難な小さな中小企業・小規模事業者に、全国の認定支援機関（税理士、弁護士等）が計画策定を支援するということだが、中小企業は会計士やコンサルなどを自分で契約する資金がないため、事業の価値を高めるのに貢献してくれる専門家を我々に登録して貰い、中小企業小規模事業者の経営改善計画策定に関し、1つは研修を実施するという予算を 15 億円、2つ目に認定支援機関が行う計画策定支援やフォローアップにかかる費用を補助するという事で 405 億円の予算を付けた。これにより、税理士、弁護士等への研修を 5 月から全国で延べ 500 回行っている。

年間数千件程度の再生計画策定支援のために、中小企業再生支援協議会の機能を図るということで、41 億円の予算も付いている。更に企業再生支援機構を地域活性化支援機構に改組・機能拡充し、直接の事業再生支援に加え、地域の再生現場や地域活性化に資する支援のための機能を追加する予算が 30 億円付いている。加えて、全都道府県に中小企業支援ネットワークを構築し、参加機関が連携して中小企業・小規模事業者の経営改善・事業再生を支援しようということで、定期的な情報交換会や研修会による経営改善・事業再生ノウハウの向上などを行うことになっている。このネットワークは、信用保証協会を中心に、商工会議所、税理士、法務・会計の専門家、地域金融機関、政府系金融機関、地方公共団体、財務局、経産局などで構成されている。

社長というのは、自分で意思決定をしなくてはならず、孤独な存在であるが、アドバイスしてくれる専門家がどの位いるかで再生が決まるし、中小企業は、オーナーのバイタリティやベンチャー精神でやってきているが、管理面や客観的な財政のアドバイスを聞く場

がない。利害関係者のために企業を再生していけるようなアドバイスがあれば、潰れなくてもいい企業が潰されることはない。

今年の3月で中小企業金融円滑化法は終わったが、銀行はスタンスを変えないと言っている。本来の企業と金融機関の関係を崩さないようにあるべき姿にしていきたい。金融庁は人材確保を進めていく施策を取っており、学生の皆さんには、就職して金融機関に入るかどうかは別として、再生制度や企業の中身の見方を学んで貰いたい。

経験や知識を積み重ねることが重要であり、社会の動きや制度の変化を知り、事業を見極めていく目が大事である。また、マクロ政策とミクロ政策の両方の観点から物事を見ていくことも大事であると思う。

(質問) 企業再生で実際に成功した例と、基準を乗り越えて支援を受けたのに失敗してしまった例を詳しく教えてほしい。

(回答) 成功例としては、利害関係者に納得して貰うことが大事であり、ポイントとしては、1番は社長にやる気を出そうというような意識を持って貰い、それに加えて、周囲の人がそれを応援していく姿勢を出すこと、チェックを出来るような計画の作成がなされ、金融機関がモニタリングをしっかりと行い、チェックをしていくことが必要である。こんな仕組み(Plan do check)がしっかりしたケースは、うまくいく例といえるのではないかな。

逆の場合は、社長がその気になっておらず、計画も右肩上がりの甘いものになっていると、どうしても失敗が多い。計画は必ず狂うものなので、それが狂った時、如何に早く修正するか、狂ったかどうか分かるようなアラーム・システム(例えば月次の試算表)を作っておくというのが重要である。

(質問) 中小企業再生支援全国本部の簡単な説明をお願いしたい。

(回答) 経済産業省の予算で出来ているもので、全国本部に30名位の弁護士・公認会計士・税理士・中小企業診断士・元銀行員・元経営者などがおり、47都道府県各地に再生支援協議会があるが、そこの人たちのサポートをしたり、難しい案件があつて現地では出来ないといった時、応援に行き、一緒に仕上げたり、利害関係者の目線を合わせるために、例えばプロラタ方式などといったものさし(それぞれが納得するルール)を作ったりしている。メンバーは皆プロであり、1年契約で国と契約し、1年毎に契約更新をしている。

(質問) 今の地域金融機関に望むことは何か。

(回答) 銀行の人たちが忙しいのは分かるが、もうちょっと勉強してほしい。何度も経営者などと会って、中小企業のことを理解できるような銀行員にならないと、企業再生は難しい。逆に、会社の社長も、銀行に自分の会社の商売を説明しに行かないといけない。お互いに理解できないまま、スコアリング・シートや点数方式でお金の貸し借りをしてもうまく行かないので、お互いに理解し合うよう、出来るだけ歩み寄りをして貰いたい。

(3) 「金融監督当局からの観点」(25年6月25日)

関東財務局理財部 北川真金融監督官

1. はじめに

関東財務局の北川と申します。

今日は金融監督当局からの観点から金融で「地域を振興することができるか」という非常に難しいテーマをいただいた。まず、「金融とは」ということで、金融庁の仕事などの話をする。2点目は「最近の金融情勢」である。3点目、ここからが本題で「地域とのかかわり」ということで、「金融機能強化法」、「中小企業金融円滑化法」について、金融監督当局から見たときの地域とのかかわりの話をし、最後に私論を話したい。

金融庁長官が、地方の民間金融機関の検査・監督に関する権限を各地方の財務局長に委任し、金融庁から委任された仕事を財務局がやっている。財務局は財務省の地方支分部局なので、財務局は金融庁と財務省両方の仕事をしている組織と言える。埼玉に関東財務局、長野に財務事務所があり、地方銀行とか信用金庫、信用組合の監督をやっている現場の組織である。

金融庁はメガバンクを見て、地域銀行は私たちが見るという分担になっている。金融行政の機構について話をすると、平成10年位までは大蔵省という組織に全部あったが、その後、大蔵省と金融監督庁という組織に分かれた。この時は、法律を作る部門は大蔵省に残って、監督するところだけ移ったので「金融監督庁」という名前でスタートした。次に破綻処理制度を担当する大臣官房信用機構課だけが残って、他は全部金融監督庁に移ったので、監督が取れて「金融庁」になった。その後は省庁の再編で「財務省」とい名前になったのと、「金融庁」の上級官庁が「内閣府」になったという組織の流れがある。金融庁の担当である金融担当大臣と財務大臣の両方とも麻生太郎さんが兼務をしているが、内閣府の所管大臣は内閣総理大臣なので、内閣総理大臣が一番トップということになり、私たちのいろんな法律は内閣総理大臣の名前で執行されるという組織になっている。

2. 「金融」とは～金融庁の任務、金融監督の評価基準等

金融機関の機能には、金融仲介機能・信用創造機能・決済機能があって、全部重要なインフラであるということは習っていると思う。地域経済の活性化に金融が如何に絡めるかという話なので、金融仲介機能が一番のテーマになるが、金融監督ということを考えるに当たっては、他の機能も見ておかないといけないので、簡単に復習しておく。金融機関には信用創造機能があって、預けられたお金から預金通貨が作られる訳であるが、今、現金通貨が80兆円弱あって、その6倍位の預金通貨がある。決済システムは、例えば、皆さんがBさんにお金を払おうと思うと自分の銀行(X銀行)へ行行って「100万円Bさんに払いたい。」と言うと、X銀行では、まず皆さんから預かった100万円を自分の銀行の口座へ入れ、受取人の銀行(Y銀行)に「代わりに受取人に払っておいて。」という振込指図をする。

そうすると Y 銀行は自分のところから自腹で B さんのところへ払い込み、ここで貸し借りが出てくるので、最後は日本銀行の口座の中でチャラにするという仕組みが決済システムであるが、1 日 500 万件に上っている。ここで預金が現金のように支払いに使われているが、決済システムは、預金が支払いに使えるということと、きちんと決済がされているという 2 つの信用がないと、この仕組みは成り立たない。もっと分かりやすく言うと、最近ネットバンキングのように通帳を出さずに、パソコンの画面に記載されている金額を見て確認をするが、「こんなの信用できない」となると、たちまちこういったシステムは成り立たなくなるので、私たちの第一の仕事は信用秩序を守ることである。

次に、お金の貸し借りである金融仲介機能の話をする。「銀行」というのは、産業振興のための資金を貸すために出来た仕組みであり、言わばこれが本来の業務である。金融機関からの借入れと自己資本との割合を見ていくと、小さい規模の企業は金融機関の借入れが大きくて自己資本が小さいが、段々大きくなっていくと、金融機関の借入れは小さいけれど自己資本が大きくなっていく。やはり小さい企業は金融機関からお金を借りないとやっていけないということで、金融機関の役割は大きく、金融機関がしっかりお金を貸すという仕組みがないと経済が成り立たない。

金融機関には、都市銀行（いわゆるメガバンク）、ネット銀行、地域銀行（地方銀行と第二地方銀行）、信用金庫、信用組合、ゆうちょ銀行といったところが主なものであるが、預（貯）金取扱金融機関としては、他にも、労働金庫、農業協同組合などがある。

なお、長野県内に本店を置く金融機関であるが、銀行では、八十二銀行、長野銀行の 2 行がある。八十二銀行は名前の通り、いわゆる「ナンバーズバンク」（「国立銀行」には、第一（今は第一勧業銀行からみずほ銀行になっている）から第百五十三まで数が振られていたことから）の 1 つである。十三銀行と六十九銀行が合併したもので、 $13+69=82$ になったと言われているが、公式に HP には出てきません。それから、長野銀行は元々は信用組合だったが、銀行に転換したところである。信用金庫は長野県内に 6 つあり、大学（経済学部）が所在する松本市には松本信用金庫がある。信用組合も 2 つある。規模でいくと、八十二銀行が一番大きいですが、長野県信用組合は預金量 8,000 億円と信用組合の中では全国でも 2 番目に大きい規模である。

次に業態別に、預金と貸出金で、全国でどれ位占めているのかを見ると、全国的には都市銀行が預金で 3 割、貸出で 4 割を占めている。東京では都市銀行が 7~8 割方占めているが、長野県は都市銀行のシェアが少なく、地域銀行が圧倒的に大きく、地域の金融機関が頑張っている土地柄である。

金融庁の仕事の話をする。金融庁設置法第 3 条で、「金融の機能の安定を確保し、預金者、保険契約者、有価証券の投資者保護を図るとともに、金融の円滑化を図ることを任務とする。」ということで、最初は金融機能の安定ということで決済機能をしっかりやっていると同時に、金融の円滑化を図ることが入ってくる。私たちの仕事は、金融機関の財務の健全性は大丈夫かということを見つめていくことと、金融の円滑化のため、きちんと

お金を貸しているかという両方を見ている。

金融監督行政であるが、銀行法の冒頭に金融監督の目的が書いてあって、ここにも先ほどの「任務」と同様、「信用秩序の維持、預金者保護の確保、金融の円滑を図る」とある。他に、私たちが仕事を進める上でどのような視点で監督を行うかを定めている「監督指針」があり、経営管理(ガバナンス)が働いているか、財務の健全性が維持されているか、そのほかに、コンプライアンス(法令等順守)や窓口の方々が伝票処理だとか、お金を間違っただくさん渡したりしていないかという事務リスク、システムリスクなどを見ている。その次に出てくるのが金融仲介機能であるが、地域密着型金融の推進や将来の成長可能性を重視した融資といったところにも出てくる。

次に、金融検査であるが、1つは金融機関が持っているリスクがどうコントロールされているかを見ている。例えば、みんながみんなきちんと貸したお金を返してくれるという訳ではないので、返してくれないというリスクをどういう風にコントロールするか(ゼロにするということではない)ということがリスク管理で、それをどう見ているかを検査でチェックする。5~6人の検査官が検査班という集団で金融機関に2ヶ月くらいお邪魔して、面接してチェックしている。もう1つは、検査でも、金融機関がきちんと金融仲介機能を果たしているかを見ている。

3. 最近の金融情勢

銀行と信用金庫は、どちらも預金は伸びているが、なかなか貸出しが伸びない。銀行は預貸率が1回上がっているが、リーマン・ショックの後からまた下がった。信用金庫はずっと貸出しが減ってきているというのが最近の状況である。このため、もっとお金を貸せるのではないかという話になっている。次に、資産の中で不良債権がどれ位占めているかという不良債権比率であるが、バブル後に積み上がった不良債権が問題になったのが平成10年~15年で、この不良債権を15%から半減しようということから始まり、段々と処理して大分下がった。この頃はそういう状態だったので、お金を貸そうという議論はなく、この不良債権を少しでも減らして金融機関の健全性をよくしようとしてきた。そのために信用収縮で景気が悪くなったという見方もあるが、いずれにせよ、不良債権比率は下がってきており、ここ数年は金融仲介機能をもっと発揮すべきではないかという議論がかなり強くなっていて、私たちの仕事もそちらへ軸足を移している。

次が自己資本比率で、これも健全性を見る指標で、ここ3年右肩上がりである。自己資本比率規制とは、単純な概念で、金融機関の財務の健全性を確保するための規制である。バランスシートを単純化して、貸出し100として、皆さんから預かった預金を90とすると、自己資本と預金で貸出しに回している。貸出金がもし毀損すると、自己資本までは返せるが、貸出金をもっと削られてしまうと預金が返せなくなるので、そういうことにならないように、自己資本をどれ位厚く持つておくかということが自己資本比率規制である。自己資本と損失の発生額の見途となる指標を一定の比率にしようということで、計算

式として、自己資本が分子にきて、リスク・アセット（銀行が抱えるリスクの大きさ）にどれ位の割合の自己資本を持っていようかという規制である。特に国際統一基準行 8%というのは海外に支店のある金融機関で、長野県では八十二銀行だけである。

4. 地域との関わり～地域密着型金融

金融で地域を支えることが出来るかという地域からの観点の話をする。「地域密着型金融」についてであるが、中小企業・小規模事業者は、金融機関からお金を借りる必要性が高いし、地域の実態に根差した情報の活用が必要なので、金融機関との間における長期的なリレーションシップの構築・維持が有効ということで、リレーションシップバンキングに対するニーズが高いということになる。リレーションシップバンキングを和訳するような形で地域密着型金融という言葉が出てきた。要するに、金融機関と借り手との間の長い関係を通じて、貸せる、貸せないを考えていきましょうという話である。これが借り手側から見た話である。

次に貸し手である地域金融機関から見たらどうかというと、営業地域が限られているので、顧客との間に長いお付き合いが必要であり、しかも、それが容易であるということで、結局は長期的に継続するリレーションシップが起きる。リレーションシップバンキングは、長期的に継続するリレーションから得られる定量化が困難な情報を活用した取引で、一方で個々の取引毎の採算性を重視するトランザクションバンキングとは対極にある。財務諸表などを見て格付けを行い、ここの信用はどれ位だろうかということを経験的にはじき出したものを使って取引するのではなくて、長い付き合いの中での、この人は何を考えているのか、どういうニーズがあるのか、何に困っているのかを引き出して取引していこうというのがリレーションシップバンキングである。地域金融機関というのは、元々こういう役割だという風に整理してしまうとその通りであるが、元々は不良債権を何とか処理しなければいけないというところからリレーションシップバンキングがスタートしている。メガバンクのような大きな銀行は、不良債権を処理しようと思ったら、自分の持っている債権をよそへ売り払ってオフバランス化して処理出来るが、地域銀行とか信用金庫はそれをやると、金融機関は助かってもそれまで取引していた中小企業の人たちがたちまち困ってしまう。そこで、本来からやっているリレーションシップバンキングというお客さんとの付き合いを深めて、徐々に不良債権を少なくしていこうというのが元々の発想である。それがリレーションシップバンキングという横文字から 7 文字の地域密着型金融になり、平成 19 年になって、恒久化していこうという流れになった。目指すべき方向として、顧客企業とのリレーションシップの強化や地域自体をもっと元気にしていくという観点も必要だということが入っている。

地域密着型金融を私たちがどうやって進めているかを説明する。地域密着型金融の推進に関する監督指針の改正があり、どういう考え方で金融機関に接するかということが整理されている。3 段階に分かれており、日常的・継続的な接触で経営の悩みを相談できる関係

作りからスタートして、次に、相談を聞いたら、お客さんは今どんな状況にあるのか、創業段階にあるのか、成長過程にあるのか、経営改善や事業再生をしないといけないのか、見込みがないので撤退をしなければいけないのか、次の世代へどう引き継ぐのかといったライフステージに分け、そして、それによっていろんな対応をしようということである。

この対応については、経営の段階(ライフステージ)によって、例えばビジネスマッチングであるとか、貸付条件の変更であるとかといったそういった対応を例示している。それぞれの段階に応じて外部専門家との連携もやってくださいということも入れている。これが、私たちが地域密着型金融を金融機関にお願いするに当たっての考え方の整理である。

いろいろな金融機関の方がやっていることであるが、一番古いナンバーズバンクになる第四銀行を例に取り上げてみると、新潟県の「農業・食品」、「環境」、「健康」、「観光」を一括したプロジェクトでやろうということで、新潟県の地域経済を金融面で支援して、底上げして元気にしていこうという取組みを行っている。面白いのは第四銀行の東京支店で、1・2階に新潟県のアンテナ・ショップが入っていて、新潟県のPRをしている。他に温泉地・観光地を活性化するための新事業で、自分たちで旅行会社を作って温泉に対する支援を行っている。

次が、東京東信用金庫で、「産学官連携スキーム」で大学や自治体、業界などと連携しており、いろんなアイデアがあった時には大学に見て貰ったり、その一環で深海調査船を作ることに協力したりしている。

個々のお客さんに対するコンサルティング機能を細かく発揮するに当たって、このようにいろんなところと連携しながら取り組んだり、第四銀行は、地域の面的な再生をどうするかということに目を向け、温泉の支援は経営改善・事業再生を考える中で行っている取組みである。これらが地域密着型金融という考え方で、あまり聞き慣れない言葉だと思うが、こういう考え方があるということは知っておいてほしい。

5. 金融機能強化法

国が金融機関に出資することで金融機関の体力を高めていこうというのが金融機能強化法で、自己資本がしっかりしていないと金融機関がお金を貸し辛いので、資本参加して金融機能の強化をしていきたいと思いますということである。これも地域における経済の活性化が図られるようにという意図が入っている。平成16年以前も資本注入の法律はあったが、どちらかというと金融機能の強化ではなく、金融機関を健全にしようという法律だった。

金融機能の強化や目的についてであるが、申請期限が24年3月末から29年3月末に延び、申請基準の中でも信用供与の円滑化等地域経済の活性化に資する方策を入れなさいということになっていて、審査基準でも、金融の円滑化等が見込まれることとなっていて、資本を入れて貰うなら、その分貸しなさいという法律である。

平成15年以降、不良債権処理が一息ついてきて、仲介機能をもっと見ていこうという流れの中で、きちんと金融機関が中小企業向けの融資を増やしているかどうかを事後チェッ

クでも見るという法律になっている。

6. 中小企業金融円滑化法

次は、中小企業金融円滑化法であるが、これは平成 21 年に当時の亀井大臣の意向が反映されたものであり、一部には「借金棒引き」、「平成の徳政令」などと言われたが、そんな話ではなくて、貸出条件を変更しなさいという話である。

当初は 23 年 3 月末までで、1 年 4 ヶ月の法律だったが、震災があつたりして、その後 2 回延長した。金融機関は、中小企業または住宅ローンの借り手から申込みがあつた場合には、貸付条件の変更等を行うよう努めるといふ努力義務規定がある法律で、返す期間を延ばすとか、利息を下げて貸付条件の変更をして貰い、少しでも中小企業の資金繰りを楽にしましょうという法律である。

平成 21 年の 1 年前がリーマンショックで、世界的な信用収縮になりかかつた時期だった。中小企業にとっては、原材料や原油高も重なって、資金繰りがかなり厳しくなつていたことを受け、資金繰りを楽にして、その間に何とか中小企業の皆さんの経営改善、事業再生を図っていこうということ出来たものである。

去年の 9 月の数字だが、「条件変更してほしい。」という申し出に対して、金融機関は 97.4%、まで応じてきている。「応じなさい。」ということをお私達も言ってきたし、金融機関もそれに応じてきているので、大方定着はしてきたということである。他方、条件変更の申し出の回数が、2 回目以上の借り手が約 8 割あり、企業をよくしていく計画が作れないままで、「貸付期間を延ばしてよ。利率を下げてよ。」と流れていって、自主努力が減退するといった法律の弊害も出てきたことから、金融円滑化法は期限通りに今年の 3 月末で終了することになり、今年の 4 月以降は、条件変更だけではなく実質的な経営改善につながる支援に軸足を移すことになった。

実際には、30 万～40 万社位の企業がこの金融円滑化法を利用していると言われており、日本全国で中小企業が 400 万社位あるうち 10 分の 1 程が使つており、その中でも特に 5～6 万社が何度も条件変更を繰り返していると推計されている。割合から見ると 1～2%位で、ごく僅かであるが、数としては、5～6 万社は大変大きな数であり、もっと企業を元気にしていく必要がある。

中小企業・小規模事業者を支援し、以前と変わらず条件変更もするが、それ以外に企業をよくしていこうという計画を立てるお手伝いをするとか、資金繰りをもっと支援していくといった施策をやっていくので、「困つたことがあつたら財務局にもご相談ください。」というチラシを作つて企業の方にも説明している。

具体的にどのように支援していくのかというと、条件変更の要請が中小企業から金融機関にあつたら、金融機関同士が連携して条件変更を行うというのはこれまでと変わらない。

それから中小企業の状況に応じた本格的な経営改善支援を行うことになるが、ここでも出てくるのが新設の地域経済活性化支援機構で、ここは事業再生支援を行い、事業再生ファ

ンドを作って出融資を行う。また、再生支援協議会が事業再生支援をする。それから、税理士や地域金融機関が「認定支援機関」として支援する。

また、各県に、金融機関だけでなく、弁護士・会計士・税理士・商工会などいろんな関係者が集まった中小企業支援ネットワークを組織し、中小企業の経営改善支援の応援団として情報提供をしていく。その他に、政府系金融機関や信用保証協会が資金繰り支援をし、財務局・財務事務所・経済産業局は相談対応をし、金融庁は情報提供をするほか、検査マニュアル等を変えて、検査監督で金融機関をチェックし、モニタリング会議を作ってモニタリングし、それから定期的な公表をさせることで国民の監視に晒すパブリック・プレッシャーという取組みをやっていくということである。

7. 最近の動きーデフレ脱却、日本経済再生に向けた動き

次に、先ほど出てきた「地域経済活性化支援機構」の概要であるが、元々は「企業再生支援機構」、JAL や WILLCOM のような大きな企業を支援していたというイメージがあると思うが、ここが名前を変え、健全な企業群の形成であるとか、地域経済の活性化を図るといふことも新たな機能に加え新しい機構になった。

「企業再生支援機構」は、事業再生の難易度が高く、地域の中核的な存在で、雇用面や他の事業の広がりからも影響のある企業を重点的に再生支援するというを前からやっていたが、以前は支援先企業を公表する必要があったが、その必要をなくし、また、支援期間も延長するなどの改正を加えて新たに「地域経済活性化支援機構」としてスタートした。それに加えて、地域の再生現場の強化のための中小企業支援に対する取組みへの支援、もう1つは前向きな地域活性化に着目した支援の2つを新しくやっていくということになっている。これは、金融機関やファンドへ専門家を出して、お金を付け、事業再生を目指す企業や地域活性化の事業展開を目指す企業に対して支援をし、健全な企業群を形成して雇用を確立し、地域を元気にしていこうというところまでを見据えた壮大なプランでもある。

スタートしたばかりなので、どこまで機能するか分かりにくく、例えば、地域の新たな主要産業となることが期待される事業を創業する企業ということで、金融機関や投資専門子会社が出資して運営する地域活性化ファンドにあらかじめお金をプールしておいて、株式を引き受けて、投資・コンサルをするという形で企業を支援していく。お金と知恵と両方を出すというのが支援の枠組みの基本パターンであり、いくつか例を示すと、有機 EL 照明に関する事業が地域の新たな主要産業になることが期待されるということで行った事業、魚の養殖業者に金融機関が地域活性化ファンドを通じてお金を出し、投資専門子会社が運営で知恵を出し、そこに地域経済活性化支援機構もお金と人を出すというもの、医療型高齢者専用賃貸住宅を開発する企業、建設業だけでは厳しいので、しいたけ栽培をしている企業、駅前・商店街の再開発に関与する企業、太陽光を活用する企業、複数の観光施設を一体的に再生する事業、少し複雑な再生パターンであるが、民間企業と第三セクターの2つの企業をまず統合して、そこを悪いところとよいところに分類（第2会社方式）して、

よいところだけ残したところと他の 2 つのところを 1 つの会社にして支援するというスキームを作り、温泉旅館を一体的に再生するというもの。こういったいろんな支援をやっていこうというのが地域経済活性化支援機構である。

新しい施策が、金融機関による新規融資の取組みの促進で、今年の 4 月 30 日に監督方針等を変え、金融機関における顧客企業の経営改善、事業再生、育成・成長につながる新規融資に関する取組み状況について重点的に検証していくということで、次のような着眼点で金融機関と接していくことにしている。一つ目が、資金需要の高まりが期待できる事業分野や地域をきちんと分析し、それに対する戦略・方針を考えているか、資金需要の掘り起しに当たっての工夫をしているかといったところから新規融資を促していこうというものである。

背景として 4 月 4 日の日本銀行による「量的・質的金融緩和」があり、これまでの金融政策が変わって、信用創造の元となるマネタリーベースを増やし、市中にふんだんにお金を流しましょうという政策を始めた。それと同じ流れではあるが、これまでの流れを変えようということである。これまでの不良債権処理を進めている過程では、銀行がリスクを取らないで企業への貸出しに消極的だったので、企業活動が低下していったのではないかと、これで貸出先が減少して銀行の収益が低下していくと益々貸せなくなるのではないかと、金融面だけで見ても縮小均衡メカニズムだった。この流れを変えて、銀行がリスクを取って貸し出し、それで企業が成長して、銀行の収益力が上がるようにといういい循環に変えていく必要がある。デフレ下での縮小均衡メカニズムから物価安定下での拡大均衡メカニズムへの転換ということで、デフレはいい現象ではないのでそれを脱却するために、何とか金融機関が円滑な資金供給が出来るようにする必要がある。

このために、監督指針等で金融機関に新規融資の促進をお願いするだけではなく、他に「資本金借入金」や ABL で金融機関がお金を貸しやすいようにする取組みも行っている。「資本金借入金」とはいわゆる「DDS」で、借金を資本とみなすことにより債務超過でなくなるという発想で、融資しやすくするもの。ABL は不動産担保以外の動産・売掛金を担保にした融資である。

最近の取組みでは、金融機関によるリスクマネー供給力の強化等を通じた中小企業金融の向上とか、高齢化社会に対応した金融サービスの向上をどうするかを、役所と業界団体が集まって話し合っているのが、昨年金融庁が作った「官民ラウンドテーブル」である。その中で、今年の 5 月には 1 回目の取りまとめが出来、更に次の議論として、地域における新産業等の育成と金融の役割をどうしていこうかという本講義と同じテーマを「官民ラウンドテーブル」で議論している。第 2 回目では、例えば、「中小企業金融の向上」作業部会では、目利き能力の向上のための取組みや、情報・ノウハウの共有のあり方などの報告が出てきている。

また、金融担当大臣の諮問機関として金融審議会があり、法律を変える時にあらかじめ審議会にかけて、いろんな検討をして貰うが、その中で「新規・成長企業へのリスクマネー

一の供給のあり方を考えてください。」と先日お願いしたばかりである。新規・成長企業に対するリスクマネーの供給について、研究・技術開発から事業化をして上場するまでの流れで、上場の直前になると、ベンチャー・キャピタルやグリーンシートという制度があるが、使い勝手が悪いので検討することになっている。また、研究や技術開発を事業化して商品にして売り出す時に、例えば、「全国の会社に見本を送りたいので、見本を作る資金を貸してください。」と話すと、突然お金が集まらなくなる「死の谷（デス・バレー）」と言われる問題が出てくる。そこを何とかしようということで、エンジェル税制があるが、広くインターネットを通じてお金を集めるためのクラウド・ファンディングという仕組みをどう作るかについて議論することが、金融審議会の諮問内容になっている。金融機関が如何に仲介機能を発揮するかとは少し別の次元であるが、直接金融の世界での資金供給の話も、議論がスタートしている状況である。

8. 私論

最後は、金融で地域を支えることが出来るかに対する私の考えである。金融庁が本年 2 月に中小企業の業況等に関するアンケート調査を行っているが、資金繰り（D.I.）とは、「資金繰りがいい。」と言ったところから「悪い。」と言ったところを引いた割合で、「資金繰りが悪い。」と言っているところの方が多いが、それでもだんだんよくなってきているが、悪いと判断した要因は、販売不振や在庫が長期化しているということが一番に挙げられ、金融機関が余り貸してくれないという声は少ない。地域を作っている中小企業の声としては、金融というより、金融だけではなく、売上げを増やしていくために知恵をどうやって出していくかということである。次に、人口がデフレの原因かどうかということはいろいろ議論があるので、そこに入るつもりはないが、長野県の人口構成比は、まず生産年齢人口が減って、お年寄りの割合が増えて、人口総数もここ数年減少に転じてきているということが 1 つある。

次に、長野県の HP を見て驚いたが、長野県はこれだけ広い県で、これだけの地区に分けて行政を進めているので、地域を元気にしていくという時の地域ってどこかということで、人口がずっと増えているときは、それでも過疎化だとか東京に一極集中だとかいろいろ議論はあったが、人口が全県で減っていく中で、一体どこに着目してこの地域を元気にしていこうというのか。長野県内だけ見てもそうであるが、日本全国でも、一体どこを見て地域と言うのかという問題がある。

もっと身近な例では、駅前の商店街が寂れてしまって困っているということがよくあるが、駅前の商店街と郊外の店舗とどちらを元気にしていくか、動く人は限られるので、全部が全部、一斉に元気にしていくのはなかなか難しい時代になってきており、どういう風にして、どこの地域に着目して元気にしていくのかということが、今後難しいのではないかということを経験して一言言っておきたい。例えば、長野県の将来推計人口でいくと 2010 年を 100 にすると 2040 年に 77.5 になり、23%も人が減るだろうと言われていて、全国平

均が83.8なのでそれを上回っているのが箕輪町より上だけで、長野県の平均が77.5なので、県庁所在地である長野市が結構低く、長野県内でも人がかなり減っていくだろうと言われているので、それをまとめてどうやって地域として捉えていくかをはっきりさせないと難しいところがある。

参考に、総務省も地域経済イノベーションサイクルの全国展開をやっているということも紹介しておく。

また、長野財務事務所でも、長野県の特徴とか、長野県内の自治体の状況をPRするものをHPに載せて、少しでも地域の自治体の発展に寄与出来るような取組みを行っているということも付け加えて終わりにする。

(質問) 財務局の財務専門官は、実際に長野県などの現場に来て長野県の人と働いたりするのか。それとも、財務局の中でデスクワークする方が多いのか。

(回答) 長野県にも長野財務事務所があり、そこで長野県内の仕事をしている。各地方自治体に出向いて話を聞いたり、いろんな仕事を行っている。財政の仕事では、災害査定立会と言って、災害が起きた場合に実際に外に出て行って、どれ位の災害が起きたのかという査定をしたり、予算執行調査でも現場に行って調査をしたりということで、デスクワークばかりではなくて、外に出て行って仕事をしている。国有財産の仕事などは、正に国有地に出て行って仕事をしているし、金融の仕事でも金融機関に出向いて、話を聞いたりしている。

(4)「地域を診る眼～地域の実態を把握し資源を見出す～」(25年7月9日)

一般財団法人日本経済研究所 地域未来研究センター

大西達也副局長

はじめに

皆さんは経済学部なので、おそらく数字を使った分析は得意だと思います。本日は数字を用いて地域を分析する手法についてお話します。

本日の内容は、まず「1. 地域を取り巻く環境変化」について解説します。それから地域の現状を分析する手法である「2. 地域診断による現状分析」を紹介します。さらに、世の中が変化する中で、全国各地で実践されている「3. 環境変化に対応した地域振興策」の具体例を紹介し、「4. 地域の未来を変えるのが誰か」についてお話します。

「地域社会における協働モデル」を紹介します。地域社会においては、行政、住民、企業の3つ主体がそれぞれ歯車のように活動しています。松本市や長野市、諏訪市、下諏訪町といった地方自治体を例に考えると、行政、企業、住民がそれぞれの目的に向かって活動しているが、その目的が異なっているのです。分かりやすく言えば、企業の目的は利潤の追求、儲けることであり、行政の目的は公共の利益で、住民のために働いている。また、議会や国で決まった政策を遂行するのも行政である。そして、住民は自分や家族、親戚などの利益のために活動している。このように3つの主体の目的が異なっているために、場合によってはぶつかり合うことがあります。具体的には、行政が企業の活動を規制、制限しようとする、企業は反発します。行政と住民の関係で、住民が、「9時から5時までは仕事があり役場に行けないので夜間に窓口を開けて欲しい」と望んでも、行政は「コストがかかるから出来ない」といった例があげられる。住民と企業の間での対立で最近では少なくなったものの、代表的な例が公害です。騒音や煙が出る、悪臭などについて争ってきたのです。このように、ほとんどの地域社会(各市町村)において、3つの主体の動きがうまく噛み合っていないのです。東京都でも松本市でも、いろいろなところでいろいろな問題が起きている。本日の講義では、全ての主体を共通の目的に向かって動かしていくにはどうすればよいのか、誰が何をすればよいのかについて考えてみてください。

まず、各主体それぞれが歩み寄りという考えがあります。歯車の距離を近づけていくのですが、企業と住民とでは歯車の大きさが異なります。企業の大きな歯車と住民の小さな歯車がぶつかりると火花が飛んで、まず間違いなく小さい方が壊れてしまいます。そうするとこの2つの歯車は二度と近づかなくなり、噛み合うこともなくなるでしょう。そういうことが実際に起きているのです。歯車は大きさも回る速度も違うので、ただ単に近づければいいというものではないのです。

1. 地域を取り巻く環境変化

ここでは、現在の日本社会が直面する4つの環境変化についてお話します。

これらの課題は過去 10 数年間でもほとんど状況は変わっていません。まずは、少子化と高齢化、そして大都市圏との格差の問題です。例えば、松本と新宿のような人口格差に加えて、大都市と地方ではさまざまな局面で格差がみられるのです。

3つ目は、経済のグローバル化で、これも突き詰めれば地域間格差の原因になります。仮に現在は企業が立地していても、その企業が未来永劫あるとは限りません。さまざまな理由で長年操業してきた地域から撤収してしまうケースが増えています。例えば、全国に 6 つある工場を 2 か所に集約する場合に、選ばれた地域はいいのですが、撤退が決まった地域では工場が消えるだけでなく、雇用が消えて、そこで働いて生活していた人たちの消費が消えるのです。そうすると、住民を相手にしていた商店なども消えるのです。そのような波及をもたらすのが経済のグローバル化なのです。

4つ目は、政府部門の財政逼迫です。国にお金がないために地方にお金が回ってこないということです。

以上の 4 つの環境変化を地方都市に当てはめてみると、地域経済の疲弊・雇用の喪失、地域の賑わい・魅力の減退、そして若者を中心とした地域の担い手が域外に流出する、といった悪循環につながっているのです。分かりやすく言うと、国にお金がなければ地方に回している交付税や補助金が減り、それらの資金を基に道路や橋を、公共施設を作ることができなくなります。そうすると、地方における建設会社やその資材を扱っている企業、人材を派遣している企業で雇用がなくなるのです。そして、地域にお金が落ちなくなるのです。地域社会にとって最も重要な課題は、現役世代が流出することです。現役世代という言葉は、私の造語で辞書には載っていません。その地域で働き、お金を稼いで税金を納める、あるいはお金を消費している世代のことを指しています。行政の世界では 15 歳～64 歳を「生産年齢人口」と呼んでいますが、実際に日本では 15 歳～22 歳の多くは学生で、社会人となってはじめて、お金を稼いで、消費し、納税をするようになるので、私は 20 歳～60 歳くらいを現役世代と呼んでいるのです。この現役世代が地元に残っている地域はよいのですが、流出してしまった地域は大変です。子供はたくさん生まれても、大学を出て就職を機にどこかへ出て行ってしまって戻って来ない地域がたくさんあります。東京、首都圏に近くなればなるほどその傾向が強いのです。地域によって状況は異なりますが、実際に現役世代の流出で地域経済が疲弊し、雇用が喪失すると、地域の賑わいや魅力がなくなり、若者を中心にますます域外へ出て行ってしまいうということが起きているのです。

松本市と長野市を比較してみると、県庁所在地は長野市ですが、松本も十分に大きな街です。交通の便を考えると、長野市には長野新幹線がありますが、松本には特急あずさしかありません。つまり同じように東京とつながっている場合でも、つながり方によって流出度合には差がみられるのです。

1884 年～2050 年の日本の人口増減(2010 年までは 5 年毎の国勢調査実績値、その後は国立社会保障・人口問題研究所予測値)を見ると、2010 年まで日本の人口は増え続けていて、その中で 1940 年～1945 年だけが太平洋戦争中で人口がほとんど増えなかった 5 年間です。

戦争が終わった直後には日本の歴史上もっとも多くの子供が生まれて人口が急激に増えていきます。戦争が終わった 1945 年の日本の人口は約 7 千万人でしたが、その後 60 年間で 5 千 5 百万人も増加して、1 億 2 千 8 百万人に達し後は、ピークを越えて、そして今後は一方的に日本の人口は減っていくのです。過去の人口増加局面では、土地や建物、道路などを増やすことがまちづくりの至上命題でした。住むところを増やさなければ増加した人口を吸収できないので、山を削り海を埋め立てて、住む場所を造ってきたのが日本のまちづくりでした。しかし 2010 年以降は人口が減り続けるので、もう住むところを増やす必要はないのです。それどころか住む家も余ってきているのです。このようなことから、日本では半世紀振りにまちづくりの方向転換が必要となっているのです。

次に、日本の人口を 15 歳～64 歳の生産年齢人口のグループ、生産年齢人口に属さない 14 歳以下のグループと 65 歳以上の人口のグループの 3 つに分けてみると、現在では生産年齢人口が一番多いのですが、過去はそうではなかったのです。昔は子供の数が多かったのですが、今後は生産年齢人口が半減し、65 歳以上の人口とほぼ同数に近づいていて、子供の数は一方的に減っていくのです。このように 3 つのグループの割合がどんどん変わってきているのです。戦後 50 年間は生産年齢人口が増えたため、消費量も拡大しました。子供が 2 人、3 人いる家族が増え、住宅や車がどんどん売れるようになった時代でした。しかし現在は、生産年齢人口の減少に伴い、物の消費がどんどん減っていて、一方で、増加している高齢者は何をしているかと言うと、不安な老後に備えてお金を使わず貯蓄に走っている状況なのです。

次に、1940 年～2035 年の日本の人口ピラミッドを見ていただきます。70 年前の 1940 年の特徴は、ひとことで言うと、子供が多く、高齢者がほとんどいなかった時代です。

では、60 年前はどうか。戦後のこの時期に生まれた人たちを団塊の世代と呼んでいます。日本で最も数が多い世代、これまでの日本を支えてきた世代です。この 10 年間で現役世代、すなわち働く人が 540 万人増えていて、1 年間では 50 万人増の計算になります。働く人が増加することで、お金を稼ぐ人が増え、税金を納める人、お金を使う人が増えたので、日本がどんどん豊かになっていった時代なのです。

更に 50 年前、1960 年代は、働く人が 10 年間で 900 万人も増加、日本経済の成長に加速がついてきたのもこの頃です。

大阪万博が開催された 40 年前、1970 年代は、現役世代が 10 年間で 1,100 万人、1 年間で 100 万人も増えたということで、日本が最も勢いのあった時代でした。

30 年前の 1980 年代を見ると、10 年間で 750 万人増となり、現役世代人口の増加のペースが少し落ちたものの、日本は安定成長期に入っていました。

20 年前、1990 年代は、皆さんが生まれた頃ですが、1940 年からの 50 年間で高齢者数が 5 倍になっています。また、現役世代も 10 年間で 300 万人しか増えない時代になっていました。

日本の現役世代人口のピークは 15 年前の 1995 年でした。10 年前の 2000 年代には、人

口増加ペースは更に鈍化しているものの、辛うじて10年間で185万人増加しています。

ほぼ現在の2010年になると初めて現役世代の20歳～59歳人口が580万人減少したのです。私たちは日本のこの状況を「景気が悪い」のひとことで「景気」のせいにしてはいますが、働いてお金を稼ぐ人、税金を納める人、お金を使う人が減少しているのですから当然の結果なのです。更に、70歳以上が2,119万人となり、10年後には2,800万人に増えていきます。

25年後には、2010年との比較で現役世代が1,500万人減り、高齢者は800万人増えていきます。このような時代が想定されるのですから、私たちは今から、その状態に備えておく必要があるのです。

「では、皆さんならどうするか」について尋ねた際に、「日本から出ます」という回答が出たことがあります。それではどこに行けばよいのか。勢いのありそうな先進国、アメリカ、中国に行けばよいのか。実は、日本が最も急速に高齢化しているのですが、他の国も高齢化してきており、実はどこに行っても余り状況は変わらず、高齢化社会は避けられないというのが私の意見です。

ここまでをまとめると、日本人は60代、70代の高齢者が激増する一方で、日本の経済成長を担うべき現役世代が減っていくのです。それでは外国人を受け入れればよいのでしょうか？これまでに見たように、今より多少多くの外国人を受け入れたとしても、100万人単位での減少には全く追いつかないのです。出生率の向上も同様で、根本的な解決策にはならないのです。現役世代が減るということは、労働力が減るのではなく、お金を使う消費者が減ることを意味するのです。今の製造現場、工場などではほとんど人がいなくて、機械化されているので、現役世代人口が減っても生産能力が落ちることはないのです。問題はお金を使う人、消費が減ることなのです。例えば、信州大学の学生数が半分になると、隣接するコンビニエンスストアは商売が成り立たなくなるでしょう。また、大学の周りにある学生マンションなども経営が成り立たなくなるでしょう。日本全体でも同じことで、「消費不況」は今後も避けられないのです。そのため、国内企業はどんどん輸出をして海外市場に目を向けているのです。車を筆頭に家電製品などを、国内市場ではなくて、人口が増加している国や地域に重心を置きながら売っていくのが、現在の日本の状況なのです。

2. 地域診断による現状分析

日本全体の話はここまでにして、ここからは地域間格差の話をしていきます。日本全体が同じペースで人口が減っているのではなく、場所によってまだまだ人口がえている地域もあります。2005年～2010年、2000年代後半で、人口減少が著しいのは、秋田県、青森県、それから高知県です。この期間の人口増加は9都県のみで、増加率で1番が東京、2番神奈川県、3番千葉、そして4番が沖縄なのです。沖縄県と首都圏、東京の人口の増やし方は全く異なっているのです。人口が増える要因には2つあり、1つは生んで増やす、そしてもう1つは他地域からの転入で増やすことです。沖縄は前者、東京は後者であり、これは大き

な違いなのです。人口増減とは、自然増減+社会増減です。自然増減とは、出生数-死亡者数のことで、自然増を実現するためには、子供を生んで増やすほかにも、亡くなる人を減らすことでも貢献できるのです。社会増減は地域間での格差の話にかかわっています。地方自治体が行うべき人口増加策（あるいは人口維持策）としては、子供を増やす、亡くなる人を減らす、そして他地域から人が入って来るようにする、他地域へ人が出て行かないようにする、といった4つを組み合わせて実施する必要があります。

ここでは長野県 77 市町村に的を当てて話をしましょう。2000 年代前半には、長野県内にもまだ人口が増えていた自治体があったのですが、2000 年代後半になると、自然増減・社会増減ともに増えた自治体は、南箕輪村のみになっています。

長野県 77 市町村の人口動態は、2000 年代前半で4つのグループに分類すると、自然増かつ社会増で人口増加の「勝ち組」グループが 9 市町村で、その対極に位置する亡くなる人も転出も多いグループには、77 市町村のうち 40 市町村が入ってしまっているというのが 2000 年代前半の長野県の実態でした。

これが 2000 年代後半になると、勝ち組グループは、南箕輪村だけになってしまいました。この村だけが出生超過・転入超過なのです。そして、対極の死亡超過・転出超過のグループが 53 市町村に増えています。つまり、前県レベルで人口減少モードに進んでいるというのが現在の長野県の人口動態なのです。

このような現状に対して、何をすればよいのか。今すぐに子供の数を大幅に増やすことは難しい。しかし、自然減少だが社会増加というグループに動かすことは今日からでも可能なのです。人口は「取られたら取り返す」ことが出来るのです。職場や学校、家庭の事情などが原因で、人は居住地を変えることとなります。そのため、自らの努力次第で、社会減少を社会増加に転じることは可能なのです。しかし、反対に他地域の努力によっては、自分の地域から更に出て行く人が増えて社会減少が進むこともあるのです。つまり、社会増減は非常に流動的であると言えます。

次に、長野県内主要 5 都市の「地元定着度」を見ていただきます。長野市、松本市、飯田市、諏訪市、佐久市のそれぞれで、現在 100 人の子供が生まれた場合、その子供が 69 歳になるまでにどの位地元に残っているかを試算すると、最も「歩留り」の高い、多く残るのが佐久市です。その佐久市においても、学生の頃に流出が見られるため、進学には不利なところのようで、佐久市民は地元で進学しない傾向がみられるのです。逆に松本市は学生世代の人口が増加するものの、その後は横ばいになっています。佐久市では他の都市と異なって、県内主要都市で唯一、年を取るとともに人口が増えているのは、転入してくる人がいるということなのです。20 代後半から 40 代までの人々が、おそらくは家を買う時に移り住んで来ているとみられます。そして県内で 2 番目に人が残っている松本市だけが大学生など学生の進学期に人口が増えています。そのほか、長野市は大学進学時点で流出し、就職時点で少し戻るものの、その後は横ばい。諏訪市も同様ですが、就職時点での戻りが少なく、その後は徐々に流出しています。飯田市は高校生までは地元にいるものの、進学

時点で行って、就職時点での戻りはあるものの、常に低位で推移しています。

このように「地元定着度」といった数字でみると、県庁所在地である長野市よりも松本市の方が定着度が高いのは何故なのか疑問を持たれるのではないのでしょうか。更に周辺の地域を入れた数値で見ると、松本と松本周辺の町村、つまり昼間だけ通勤・通学で松本にきている人たちが住むベッドタウンも含めると、松本市の定着度は長野県内で1番高くなるのです。松本は市内に加えて周辺自治体の人口も多いからです。松本市内に住まないのは、おそらく土地や家賃が安いなどの理由もあるのに加えて、生活環境など暮らしやすいもその要因の一つかと考えられます。

3. 環境変化に対応した地域振興策

ここからは日本を取り巻く世の中の環境変化に対応した地域振興策についてお話しします。最初に説明した3つの歯車である行政・企業・住民だけに任せておくと、なかなかみ合わず、地域社会がうまく回って行かない。そのため、真ん中の位置に柔軟な、相手によって形が変えられる歯車を入れてみます。この役割を担える主体は様々で、まず、非営利団体のNPOなどは、例えば、子育て支援や高齢者の介護、あるいは地域の安全安心などいろいろな目的のために活動しており、3つの主体間の調整役になっているケースがみられます。それから、地元の金融機関は、行政も企業も住民も重要な顧客ですので、皆に対して頭を下げなければいけないので、なかなか先頭に立って旗を振るのが難しい立場ですが、皆の懐具合や内部事情など豊富に情報を持っているので、後ろから有力者の背中を押すなど後方支援を行っているケース。それから、よそから来た「よその」にも可能性があります。最近が高知県を舞台にした「地域興し協力隊」のテレビドラマがありましたが、よその人が地域に入り込んで、住民や企業や行政をうまくつないでいるケースが実際に起きています。その他に「若者」が中心に入ることもあります。ここでいう住民とは、主に地域に残された高齢者です。若者が流出してしまった地域では、高齢者にとって、自分の子供や孫はなかなか帰って来ないのに、毎年他地域から若者が来てくれて農作業の手伝いをしてくれることは非常に有り難がられます。行政も若者を応援するのは立派な施策になります。企業もイメージの向上になるので若者の活動をサポートする。このように、若者が入ることで地域が変わっていくケースは全国でも数多くみられるようになっています。

このように、地域社会を共通の目的に向かって動かしていく存在が必要なのです。これがないと、各主体がいつまでもバラバラな活動を続けることになります。人口増加で経済が右肩上がりの時代はそれでもよかったのですが、人口が減り、行政改革、財政改革で行政にも力がなくなり、企業も事業所再編や海外移転で地域からいなくなったり、住民も年を取っていくという状況では、ますます歯車が小さくなっていくので、このままでは地域社会が成り立たなくなるのです。これまでの地域づくりというのは、行政や大企業が主体となり、そして地方財政、国からの交付金、補助金をあてにしていました。住民レベ

ルでも、子供がたくさんいた時代は学校区など住んでいる地域の集まりが重要だったのが、子供を含めて地域の人口が減ってくると、こういう関係が希薄になってくるのです。

そのため、これからの地域づくりでは、住民が主体とならざるを得ないのです。住民が企業や行政に頼らず、資金も税金だけではなく、自分たちのお金を集めて決められた目的のものに投資をするということも考えていく必要があるのです。例えば、地元で作っている酒を皆で応援したいということで、寄付あるいは投資という形でお金を入れる。地元出身のミュージシャンを応援したいということで、その人の活動費に投資することもある。社会的意義を持った目的、NPOがそうであるが、住んでいるところではなく、目的で人や資金が集まるということが全国各地で少しずつ起きています。このように、今までの主体・手法ではなく、住民参加がこれからの地域づくりの主流になっていくと考えています。

住民主導の地域振興を行っていく際に、全国各地で注目されているのが、「内発型振興策」です。今までの地域振興策は、自治体が域外から工場などを誘致してくるのが中心でした。しかし、現在では、企業や工場は国内での立地を減らしているし、仮に呼んできても出て行ってしまう可能性もあります。それならば地元にあるものを使って産業を興そう、地元のものを使って人を呼び込もうということが全国で行われるようになっていきます。私はこのような事業を「集客交流産業」と呼んでいます。単なる観光ではなく、音楽祭のように何かの目的のために人が集まり、ホテルが潤い、人を運ぶ交通機関にもお金が落ちる。もちろん、飲食やお土産物の売上にもつながります。このような動きによって地域を盛り上げていく形が全国でも主流になりつつあるのです。

4. 地域の未来を変えるのは誰か

現在、日本の地方都市で効果的な集客交流を行っている事例が3つあります。

1つ目は、古い町並みや歴史的資源など、古いものが残っている地域。松本では、城・酒蔵・町家などでしょうか。最近では若者だけでなく、高齢者の中にも、パッケージツアーではなく、自分の足で歩いて、しっかり地域を見たいという人が増えています。そのため、古いものが残っている地域は、それらを活用するのが効果的なのです。

2つ目は、地元独自の資源です。主に食べ物ですが、首都圏近郊では、群馬や栃木、茨城辺りで農産物直売所、道の駅などで何億円も売り上げているところが出ています。「朝採れ野菜」「泥・土の付いたままの野菜」など、とにかく地元のを地元のものらしく販売している。それを都会の人が車でわざわざ買いに来る。どの地域でも、地元のを売ること、そしてその売り方にもっと注目すべきであると考えています。

それから3つ目は、都市・農村の交流促進です。長野県内の飯田市を中心とした南信州地域が得意のようです。首都圏と長野県は近過ぎず遠過ぎず、宿泊するには「丁度いい距離感」ということも重要な要素なのですが、首都圏の人たちがグリーン・ツーリズムやワーキングホリデーなど農作業をするためにわざわざ遠方にやって来るのです。また、こういう行き来、交流を繰り返していると、そのうち何人かは試しに住んでみようかと思う人

が出てくるようです。最初は通いで、それが何度も通っていると自分でも家を借りて住んでみようとか、あるいは夏の間だけ来るとか、「体験から2地域居住へ」という流れが実際に実現しているのです。長野県では南信州の他にも、茅野市や原村などで首都圏住民の二地域居住が増えているそうです。

そのほかにも、地域ブランドや農商工連携などがキーワードです。地元の野菜を売る場合にも、野菜は野菜であり、ただの野菜であればそんなに高く売れる訳がない。しかし、他との違いを明確にして、しっかりブランド化すると、それを求めてわざわざ遠方から来る人たちがいるのです。一番有名な例が「京野菜」です。ふつうの野菜と京野菜では全然値段が違います。最近では、石川県金沢辺りでも「加賀野菜」、「能登野菜」などのブランド野菜戦略を進めています。

それから、皆さんは、旅行商品（ツアー）は旅行会社が作るものと思っているかもしれませんが、今や地元の人たちが自らの資源を組み合わせるオリジナルのツアーを作っているのです。松本であれば、松本に住んでいる人たちが街歩きのガイドをしたり、コースを組んだりといったことが主流になりつつあります。そういう地域のオリジナルを求めて客が集まる時代になってきているのです。

これらのことを、地域社会における各主体が連携して取り組んでいくことで、他地域との差別化が可能になるのです。

5. 先行事例の紹介

(1) 交流促進（長野県飯田市・南信州地域）

飯田市は人口10万人で、地元定着度が県内主要都市の間でも下の方であったように、人口が流出してしまっているところでは、大学がないので高校生までと高齢者しか残らない地域であり、地元では現役世代を何とか呼び込みたいと考えているのですが、いきなり現役世代を呼び込むのは難しいので、ここではグリーン・ツーリズムをきっかけに中学生や高校生に飯田市での生活に触れてもらい、慣れ親しんでもらおうとしています。私自身は、この分野では国内で最も成功している事例であると評価しています。

他の事例をご紹介する前に、一度まとめとして、「地域の未来を変えるのは何か」について話をします。

世の中には、人口減少や高齢化などさまざまな課題がありますが、地域を変えて行くためのキーワードを6つ紹介します。1つ目は、「住民の参加促進」。行政だけが頑張っても、住民がついてこない取り組みは長続きしません。行政はお仕事として取り組んでいるので、予算がなくなれば終わりなのです。しかし、逆に住民だけが頑張っているだけでも限界があるので、「官民のパートナーシップ」が必要なのです。また、お金に余裕がある地域では、東京の有名なコンサルタントなどを呼び、立派なキャラクターやブランドを作ってもらうことができます。お金さえ払えば大手の広告代理店などがツアーも作ってくれて、「人がたくさん来る観光地になりたい」といった要望にも応えてくれます。しかし、それはお金を払っ

ているからお仕事としてやってくれるのであって、1年で契約が終われば、2年目からは来てくれない。折角いいものを作ってもらっても、地元だけでは使いこなせなければ終わりです。「地元の人材」がそれを使いこなせるかどうか重要なのです。

そして、「地域資源の活用」については当たり前であるが、地元の何を使うのか、何が資源なのかを誰が考えるのか。それから、地方に行けば行くほど有効なのが「外部評価」です。簡単に言うと、マスコミの力です。例えば、ニュースや新聞には、長野県内版、関東甲信越版、全国版とあるように、県内版のニュースで扱われただけでは、県内の人しか知り得ないのですが、全国版のニュースに出ると、全国から人が来る可能性があるのです。つまり同じような活動をしていても、それをどこに対して発信できるのかが重要なのです。これら5つのキーワードを全部含めて、地域社会で誰が、どのように地域を動かしていくのかが「地域経営戦略」です。

実際に他地域から人が集まってきている地域には共通点があります。その1つが「本物の地域資源」と「生活文化」が存在するかどうかです。生活文化とはその地域の人々が普段行っていることです。よく長野県の人には虫を食べると言われていますが、それも生活文化の一部なのです。それを「売り」にするかどうかは別の問題ですが、他と違う「個性」があることが重要であって、地域住民がそれを守っているかどうかも重要なのです。その地域のスーパーに行ったら必ず「蜂の子」を売っているというようなことも、生活文化を守っている住民の姿なのです。それがなければ、他の地域と違いはなくなるので、わざわざ行く価値はなくなるのです。

生活文化を含めて、住民が地域のことを知るためにはステップがあります。まず、地元の人が地元のことを学んでいるかどうか。地元の人には意外と地元のことを意識していないのです。例えば松本に住んでいる人が皆松本城の由来をガイドできるかという話です。松本の住民にとって、生まれる前から存在している松本城について関心を持ってもらうためには何が必要なのか。郷土愛は、学びを通じて醸成されるのです。私は自らが学んだことを人に伝えたくなる（知識を自慢したくなる）というのは人間の本性だと思います。住民が来訪者に地域の魅力を伝えることから交流が始まるのです。例えば他の地域に行き、最初に地元の方と話をした時、それがタクシーの運転手であったとして、その地域の名物などを聞いても「全然美味しいものなどないですね」などと言われるとがっかりします。それをうまくやっているのは、観光立県と称されている長崎です。長崎のタクシー運転手はきちんとトレーニングされていて、愛想もよく、1を聞くと10の答えが返ってきます。地元のことをきちんと知っていて、PRしようという意識が根付いていることの証なのです。

次に、「地域のファン」、リピーターを増やすことができるかどうか重要です。先ほどの飯田市のように、グリーン・ツーリズムで行政も頑張っていますが、この取り組みを支えているのは地元農家のおばさんたちなのです。農家が自分の家に4～5人ずつ子供を泊めて、普段出している料理を食べさせ、普段している仕事をさせる。それを思い出として子供たちは持って帰るのです。今の子供たち、特に都心の子供たちは田んぼを知らなかつ

たり、ましてや自分がそこに裸足で足を踏み入れるなどの経験がないため、そういう体験ができる場所は、非日常空間なのです。これらの体験がその地域への愛着にもつながるのです。実際に飯田市では南信州の広域連携で、体験コースで1年中通じて人が来るように、牧草地の草刈り、柿の実を取ったり、林檎の授粉をしたりといったさまざまなメニューを商品化していて、中には天竜川下りやバーベキューのような遊びの要素も含めて、現在 200 種類を超えるプログラムが構築されています。

(2) 賑わい再生、人材育成

何も目新しい資源がなくても、新たなイベントを開催して人を呼ぶことも可能です。外から地域に関心を抱いてもらうために、特に食やアートをテーマにしたイベントが効果を上げています。その中に函館市で始まり、現在全国 100 ヶ所以上で流行している「バル街」という飲み歩きのイベントは、があります。「バル街」は、例えば 3,500 円で 5 枚つづりのチケットを買い、一晩で 5 軒お店を飲み歩くイベントで、1 枚のチケット 700 円で飲み物 1 杯とおつまみ 1 皿がついてきます。ただそれだけのことですが、函館ではこのイベントの日は人が街に溢れているのです。函館は観光地ではありますが、住民が少ない旧市街地では普段はほとんど人がいないので、このようなイベントを行うことによって旧市街地の魅力を再発見してもらい、人（客）を呼び戻そうという地元向けのイベントに遠方からも集客が起こっている事例です。

集客ということでは、先にも述べた町屋や古い町並みが残っている地域は、例えば町家の中で雛人形や骨董品を飾ってみたり、あるいは骨董市を行ったり、それらをうまく使って地域に来る人を呼び込んでいる地域もあります。新潟県村上市の「黒塀プロジェクト」のように、町屋を再生するだけでなく、ブロック塀の何の変哲もない町並みを、もともとの城下町の時代にあった黒塀で囲まれた町並みに変えていくということを市民参加で行っているような、自分たちで町を変えるという取組みもあります。

また、地元の資源・食材を使うという点では、三重県の「高校生レストラン」があります。少し前にもテレビドラマにもなりましたが、地元の高校生がレストラン「まごの店」を経営しており、実際にこのレストランの食事を目的に多くの人が遠方から車でやって来ています。このレストランは生徒たちの課外活動なので、学校が休みの日しか開店しておらず、ランチは 1,300 円位と結構なお値段にもかかわらず、それでも開店前には行列ができています。この学校は実際に料理だけではなく、店の会計や仕入れなどを全部高校生が行っており、そのため、高校を卒業すると即戦力になる人材が育っているのです。板前になる人ばかりでなく、地元のスーパーや飲食業界からスカウトされる人材もいるそうです。また、地元企業から新たな商品開発への協力要請や、地元のスーパーの中にある卒業生のお店「せんばいの店」に後輩が就職するといった流れもできています。

現代アートをテーマとした賑わい再生の事例として、「越後妻有アートトリエンナーレ」があります。廃校になった校舎などで、国内外のアーティストを呼んできて芸術作品を制

作・展示したり、田んぼの中にカラフルな垂れ幕を流してそれをアートとして集客しているイベントです。3年に1回の開催で現在までに5回実施していますが、何の変哲もない山や田んぼだけの地域に本物のアーティストが住み込んで作品を作り、地元の住民がそれを手伝っています。このイベントは全国にも波及していて、瀬戸内海の島々でも実施されています。

(3) ブランド化

最後のステップは、先ほども出たブランド化です。地元のをPRするには、「これがいいですよ」と言っているだけでは駄目で、他との差別化を図る必要があるのです。そして来訪者だけでなく、地元住民向けにもきちんとPRしなければならない。その例として「B級グルメ」があります。宇都宮や浜松は餃子で売り出していますが、実際に餃子を食べにその土地に行き、出会った人に餃子の話をした時に、地元の人たちが確かに皆餃子を食べっていて、「この店がおいしい」、「あのお店がおいしい」などと言われると、本当にこの街は餃子で賑わっているのだなと思うのですが、地域によっては全く地域に根付いていないところもたくさんあります。例えばおでんでアピールしている地域に行くと、「ここのおでんを食べに来ました」と言っても、「そんなものは知らない」とか、「地元では全然有名ではないよ」というようなことを言われることもあります。これでは逆効果です。やはり地元の人たちにもPRしておくことが必要なのです。

地域のブランド化の事例としては、最近テレビにもよく取り上げられている島根県海士町、日本海の離島があります。本日お話ししたキーワードの全てがこの島に詰まっているとも言えます。海士町はピーク時には約5,000人の人口がどんどん減ってきて、現在では2,600人ほどに半減しています。島外から人を呼んで来なければこの島はなくなってしまうという危機感から、島では行政、地元企業、住民の目的が一致していて、それぞれの主体(=歯車)が一緒になって同じ方向に動いているのです。その中で、行政である海士町は人を呼ぼうにもお金がなかったため、財源を捻出すべく、町長以下町役場の職員たちがまず自分たちの給料を削ることにしました。海産物が獲れ、島には田んぼもあるため、食べるものは手に入るのに、現金収入は少し位減ってもいいと給料を減らし、それを財源に島外から人を呼んで来るための予算を作りました。地元企業は地域の資源を使って製品を作ることにしました。この島にあるものといえば、海、塩、それから潮風。逆に言うとこれらしかない。彼らは、肉が入っていない「島じゃ常識さざえカレー」を作ったのです。島ではサザエは腐るほど取れるため、地元の人たちは普段からカレーにサザエを入れて食べていました。それを商品化すると爆発的に売れました。それから本物の塩作りにも取り組みました。海の水を汲んで砂場に撒き、水分を飛ばして塩を取るという昔ながらの製法にこだわって、非常に粒が粗くてとても美味しい塩を作っています。そして牛肉。「島生まれ、島育ち、隠岐牛」というキャッチフレーズで、潮風に当たりながら放牧されて美味しい海藻などを食べている牛の肉です。高価過ぎて地元の人には食べられないのですが、本当に質

の高い肉を生産しています。その他にも、生食の牡蠣、イカなど、地元企業が保存技術を開発し、地元のブランドに育て上げています。では、住民たちは何をしているか。実はこの島には、島外から 218 世帯 330 人が移住して来ています。住宅などは町役場が作っているが、住民たちは移住者たちを受け入れるため、島での生活指南をして定着するのに協力している。海士町には現在も移住者が入ってきており、更に、隠岐高校へ島留学という形で島外から高校生を呼び込んでいる点でも、先進的な事例として話題になっています。

以 上

(質問) 地域を元気にするため、金融機関に望むことは。

(回答) 地域社会のさまざまな情報を一番多く持っているのが地元の金融機関なので、地域づくりの現場で頑張っている企業、団体、個人について、発掘と PR (光を当てること) に努め、金融機関の”お墨付き”により、行政(市町村や県、場合によっては国)や有力企業との縁結びをすることが何よりの支援になるので、是非そのような活動を積極的に行っていたいただければ地域はもっとよくなります。

(5) 「地方公共団体としての地域振興策」(25年7月16日)

長野県 太田寛商工労働部長

1. はじめに

長野県庁に産業振興と雇用と労働条件等の安定と向上を目指す商工労働部があり、そこで部長をしております太田と申します。

本日は、「信州」がキーワードということで、「地方公共団体としての地域振興策」について話したい。受講生の中には、長野県歌「信濃の国」を歌える方はほとんどいないようであるが、後でその話をする。

県外出身の方が多数を占めているようだが、今皆さんが学んでいる信州大学の経済学部は松本市ということで、長野県のちょうど中心部にある。長野県は北から南まで約200キロあり、県庁はその北の方の長野市にある。私自身は松本の隣の安曇野市出身で、高校も松本市だったので、松本に非常に親近感があり、普段の活動の場も松本市の方が多い。

2. 長野県の特徴

長野県は全国で4番目に面積が広く、そして中京圏、関西圏、首都圏という3つの都市圏から近接とまではいかなくとも、遠隔地というほどではない距離にある。

昨年発表された厚生労働省の統計では、220万人弱の人口の長野県の平均寿命は男性80.88歳、女性は87.18歳でいずれも全国1位で、日本の平均寿命は基本的に世界1位であるため、長野県は世界で最も平均寿命が高い地域であるということが言える。この理由についてはいろいろな説があり、食べ物の問題のほか、地域医療の活動というのがよく言われている。医師だけではなく、保健師や、あるいは行政の中の様々なボランティア的な役職の方が、地域の中で住民に対し健康問題についての話をし、基本的に真面目だと言われている長野県の方がそれを自分の生活に反映させていることが原因だろうとも言う人もいる。

また、長野県は坂が多く、その坂があることによって心肺機能が向上しているとも言われているが、最近の移動は自動車であるため、必ずしもそうとは言えないと思っている。

もう1つ長野県の特徴は高齢者である。人口的に高齢者が多いことのほか、高齢者の就業率を見ても、65歳以上で働いている方の率が26.7%で全国1位。高齢者の1/4強の方が働いているということである。また、女性の就業率も約半数の49.5%で全国3位。全体的な長野県の就業率が58.9%で全国1位という状況である。それに関連し、昨年暮れに日本総合研究所(住友系のシンクタンク)が出した「日本でいちばんいい県 都道府県別幸福度ランキング」という本に、住みやすい県、幸福度が高い県という資料があり、長野県がトップとなっている。このような生活環境や就労状況等を使ったランキングにはいろいろな資料があり、多くは長野県を始めとして、北陸などのいわゆる田舎の県が有利になっていると言われている。それは、持家比率や通勤時間の短さといったものが大きな要因であ

るためと言われているが、2位に東京都、7位に神奈川県が入っており、必ずしもいわゆる田舎の県が有利な事象ではないと私は評価している。

このように長野県は健康長寿、そして幸福度が高いということで、移住交流の推進というものに取り組んでいる。当該地域出身の学生が都市圏に行った後、就職の際にその県に戻ることをUターンと言うが、Iターンという言葉もあり、出身者に限らず、都市部にいる方が地方の都道府県に就職して帰る、あるいは第二の人生でそこに根差すことをIターンと呼んでいるが、1990年代に長野県庁が作った言葉で、今では全国的に認知されている。長野県では今、東京、大阪、名古屋にそれぞれ移住交流のためのセンターを設け、相談に乗っているが、なかなか数字は伸びてこない。長野県で職を見つけて実際にやって来た方は非常に多くはなっているが、全体の数字からいうと、まだまだ社会的流出の方が多い県である。社会的流出の多い県である一つの理由は、高校生が卒業した後、都市部の大学に行ってしまうということが非常に多くあり、高校生が地元の大学に残る率が全国で一番低い部類である。そのため、現在長野県では、新しく県立短期大学四年制化などを検討している。

3. 長野県の産業・経済

このような状況下で、長野県がどのように経済的に、あるいは地域振興という意味で力を尽くしていくかということこれから説明したい。

長野県の産業・経済についてであるが、長野県というと、どうしてもりんごや米、あるいは様々な高原野菜などの食料といった農業関係が盛んであると思われるがちで、他県の方に聞くと、長野県は農業県というイメージが非常に強いが、実際に総生産の中で占める比率は製造業が一番高い。製造品出荷額で言えば、5兆2,500億円、全国19位と、中位の上位であるが、長野県全体の経済構造からいけば、製造業の占める割合が最も高くなっている。農業の産出額は2,268億円で、製造業の1/25位の状況であり、製造業が長野県経済の根幹を成している。ただし、製造業の出荷額5兆2,500億円という水準は、リーマンショックで非常に減った水準ではあるが、過去約30年間でもほとんど伸びていない。これは長野県ばかりではなく、日本全体でもほぼ同様であり、ほぼ20年間にわたって長野県および日本の製造業というのはほとんど伸びていない状況である。これについては、海外移転という非常に大きな問題があり、長野県の企業で現在海外に駐在員事務所あるいは工場を持っているところが大体延べで1,000社あるが、そのうち約6割が工場である。工場が海外に出るということは、基本的に労働集約的な、人手を使う工場であることからすると、長野県内の雇用はその分海外に逸失していると言える。

ただし、リーマンショックの後、長野県経済も若干持ち直してきて健闘している。実は長野県は明治30年代では、製造品出荷額は全国で1番多い県であった。それは、製糸業で蚕から生糸を取り、国内向けではなく、ほとんどが横浜から海外へ出荷していた。長野県の企業は今でも長野県で作ったものを間接あるいは直接的に海外に出して行くことによ

って、お金を稼いでいるという、基本的な構造は明治 30 年代に既に海外の市場に向けた生産として確立されたものが今に続いているということである。ただし、製糸業は昭和の初めに大きく減退したが、第二次世界大戦の最中に、国策により首都圏にあった多くの機械系の工場が長野県に疎開工場として来た。今長野県で活躍している主な企業は、ほとんどがその時の疎開工場である。例えば今長野県で一番大きな製造業であるセイコーエプソンは、かつて諏訪精工舎という会社が第二次世界大戦の末期に長野県諏訪市に疎開してきて、それが戦後も残って別会社になり、諏訪精工舎、そして今のセイコーエプソンとなった訳である。そういった企業が長野県にはいくつもあり、長野県の現在の製造業を支えているのは、そういった疎開企業が長野県に定着し、大きくなっていった企業と、そういった企業の取引先、あるいはかつての製糸業の企業が業種転換をして別の形で製造しているといった企業である。

製糸業から始まった長野県において、現在では情報通信機器や電子・電気を扱う企業が多いが、これに至る間に、疎開系の企業がまず最初に精密工業に移った。昔は教科書にも載っていたが、よく諏訪は「東洋のスイス」と呼ばれており、時計を始めとする精密工業が、疎開した企業やそこからスピアウトとした企業によって諏訪地域に移転し、よく言われるのが、水が豊富できれいで、空気がよく、基本的に真面目な長野県の従業員が精密工業の労働集約的な組立てに合っていたということである。ところが、そういった精密機械の需要が伸びなくなってきた。皆さんの中で腕時計をはめている方はほとんどいないか。今は携帯電話など様々なものがあり、個人が腕時計を持つ数が非常に少なくなっている。そんなことも含めて、精密から今度はどこに行ったかという、電気・電子、特にコンピュータ関係である。コンピュータやその関係であるプリンター、こういった分野で長野県の企業は伸びた。そして、次にそれをどうしたかという、電気部品や電子部品が自動車に搭載される部品として伸びてきた。今長野県では、大手メーカーでいえばトヨタの関係の直接取引、間接取引を含めた非常に多くの企業が中南信地域を中心に立地している。昨年 9 月以降、長野県の経済は若干落ち込んだ。その一番大きな理由は、トヨタの中国における減産である。これが長野県の経済に大きく影響している状況である。ただ、先ほど述べたように、製糸業から疎開企業を経て精密、そして電子、そして、自動車部品という形で、次々と長野県の製造業はシフトをしているのである。このシフトをしてきた過程を見ると、長野県の製造業は、少し先の成長産業を読み、自分の会社が作るものはこの 10 年、20 年先何か、ということを考え、それを目指して業種転換、あるいはラインの変更をしてきたことが分かる。

長野県の製造業の全国上位を占める部品については、小型モーター、それから時計用を除く水晶振動子、あるいはスイッチングやリレー、そういった電子・電気関係の部品が全国 1 位あるいは 2 位になっている。それから、高度な製造技術を有する長野県の事例として、いくつか企業の実名を上げると、ほとんどが中小企業であるが、それぞれの分野でおそらく日本一、あるいは世界一の部品や技術を持っている企業である。多摩川精機、ダイ

ヤ精機製作所、サイベックコーポレーション、いずれもその分野では非常に有名な企業であるが、最終的な最終消費材、例えば携帯電話や様々な電気製品などを直接作っているところではないため、メディアで CM をすることがあまりない会社である。従って、この企業名を聞いてもすぐには何の会社か分からないが、実は非常に高い技術を持っている。このような企業が、ここでは一部を挙げただけであるが、おそらく 50~80 位は長野県の中に存在している。

長野県の食品産業の中で、特にブランドと言えるものは味噌で、全国シェアが 40%、寒天の全国シェアが 74%、凍り豆腐あるいは高野豆腐とも言うが、これが 100%である。その他、乾そばは全国 1 位、ジュースが同 2 位、チーズが同 3 位、それから果実酒がある。これにはワインも入ると思うが、最近では地球温暖化の関係で、山梨県よりも長野県のぶどうの方がワインに適するというので、塩尻を中心にワインの生産とその評価が非常に高くなっている。あと、長野県の食品産業に関連して水があり、長野県の水はいくつか名水として百選に入っていたり、様々な評価を受けたところである。

長野県の農業について、金額的には製造業の 1/25 であるが、それぞれの分野においてはレタスやセロリ、あるいは加工用トマト、果物ではブルーベリーやプルーンなど、それぞれの分野において全国 1 位である。りんごは青森に次いで 2 位、ぶどうは山梨に次いで同じく 2 位というような状況であり、それぞれの品種で見ると、野菜も果物も質・量ともに日本一を誇るものが多い。

農政部を中心とした「おいしい信州ふーど(風土)」という長野県のキャンペーンがあり、プレミアム、オリジナル、ヘリテイジとあるように、長野県の持っている食の遺産、それから現在の食に関連する農産物、こういったものを高めていき、ブランドとして日本全国あるいは海外に売っていかうというものである。

先ほど長野県は農業県と見られると述べたが、もうひとつ、観光県とも見られる。長野県には様々な観光地がある。海はないが、山や湖、松本城に代表されるような様々な歴史的遺産があることにより、宿泊者数の全国比較の数字では、長野県は現在 6 位となっている。東京、北海道は特別で、特に北海道は観光で行く方はほぼ 100%宿泊せざるを得ないという地理的条件にある。長野県の場合は冒頭述べたように、3 大都市圏からそここの距離にあり、場合によっては日帰りも可能なため、観光客の入込みが、直接宿泊者数とリンクしないという非常に大きな問題がある。かつて長野県が陸の孤島と呼ばれたときには逆に、長野県に来た時には泊まらざるを得なかったのが、宿泊者数というのはそこそこあったが、現在は新幹線や高速道の整備により、日帰りで十分に来られるところになったということである。観光客が消費する金額というのはやはり、日帰りと一泊するのでは 3 倍位違うため、長野県としては、どのように魅力を高めて、宿泊するお客さんを増やすかということが大きな目標である。

エネルギー問題については、東北の大震災以降、自然エネルギーへの転換ということが言われている。長野県の松本、上田、諏訪といった地域は日照時間が非常に長いため、ソ

ーラーパネルによる太陽光発電に非常に向いているということで、長野県も富士見町にある産業団地をシャープに貸し、メガソーラーの太陽光発電所を運営して貰っている。これから始まるものであるが、おそらく内陸部では日本でも最大級の太陽光発電所だと考えている。それからもうひとつ、その下にF・POWERプロジェクトというのがある。Fというのはフォレストとフューチャーとファクトリーを表している。塩尻市の東山と呼ばれる地域では、間伐しなければならぬ林がたくさんあり、その間伐材を製材し、端材をバイオマス発電に回し、バイオマス発電で得た電力を供給するとともに、出た熱を周辺の農業施設のハウス栽培等に使うという、大きな構想がある。これはようやく緒についたところで、これからまだ数年かけて現実化するところであるが、そこでは約 400 人の雇用が生まれるという非常に大きなプロジェクトで、国の基金からも 20 億円単位の話が来ている。

4. しあわせ信州創造プラン

今後、長野県の中で産業・地域振興をし、より幸福になるようにしていくということを考えている。その観点で、「しあわせ信州創造プラン」というものがある。これは長野県の総合5か年計画である。長野県だけでなく、全国の都道府県、あるいは市町村は大体5か年をひとつの目安として、中期計画あるいは総合計画といった名前の計画を作り、住民にPRし、そして産業振興や福祉の向上や地域振興などを図っている。この、「しあわせ信州創造プラン」という長野県総合5か年計画は丁度今年の3月に作成されたもので、これについて説明したい。この前の長野県の総合5か年計画が平成24年度までとなっており、一昨年の夏頃から約1年半かけて、新しい長野県総合5か年計画を定めた。地方自治体というのは1年ごとに予算があり、その中で税金等収入と支出、そういったものを予算で管理している。しかし、例えば道や橋などの大きなインフラストラクチャー、あるいは産業振興といったものは、実際には1年間の予算では賄い切れない中長期的なものが多い。また、福祉や教育といったものは、現在対象となる人、そして今後その教育や福祉の恩恵に預かる人といった点から考えると、単年度の予算では、将来像がなかなか描けないということがある。一方、10年計画としてしまうと、社会状況の変化や経済状況の変化の予測がつかないため、中長期計画としては少し長過ぎるということになり、大体5か年というのが一つの目安になっている。このような点から、「しあわせ信州創造プラン」というニックネームがついた総合5か年計画というものを作ったところである。今回の基本目標は「確かな暮らしが営まれる美しい信州」としている。とかく行政の計画というのは、行政が何らかのお題目をいい、それにぶら下げた様々なプランを、予算の中で体系化していくことが多いが、企業、NPO、学生、そして一般住民の方など、長野県に住んでいる県民の皆さんと一緒に県づくりをしていこうということで、このような基本目標を作った。その中で、「世界に貢献する信州」、「健康長寿世界一の信州」、「『豊かな』ライフスタイルを実現する信州」、「一人ひとりの力を引き出す教育県信州」、「誰にでも居場所と出番がある信州」という5つの長野県の姿を目指しており、語尾にすべて信州という言葉がつく。この5つの長野県の

姿を目指すに当たって、大きく3つの基本方針を掲げている。基本方針の1番目が『貢献』と『自立』の経済構造への転換である。貢献と自立とは、非常に高慢かつ抽象的な言葉かもしれないが、そこには、信州の強みに立脚した貢献と自立という意味がある。

信州の強みとは、製造業で言えば、長い間培ってきた技術の集積、あるいは海外進出への意欲といったものが1つ挙げられる。それから農業関係で言えば、様々な分野で日本一の生産高を誇る野菜や果実のような生産品目がある。あるいは、水という大きな資源があり、環境エネルギーは太陽光が多いので、ソーラーパネル等で自然エネルギーの普及拡大に役立つことができるし、水は水力発電として非常に大きなポテンシャルを持っている。こういったプロジェクトを通じて長野県自身が自立し、成長し、あるいは幸福度を高めるだけではなく、信州を通じて国あるいは世界へ貢献できるような経済構造へ転換していこうというのが、この目標である。

それから2番目に「豊かさが実感できる暮らしの実現」とある。既に長野県については日本で一番幸福度が高い県と言われているが、実際にまだまだ伸びていかなければいけないところは随分あると思っている。そこで、その中に3つのプロジェクトがあり、その1つが「健康づくり・医療充実プロジェクト」である。県民の皆様、「自分の健康は自分で作るという意識を持ち、生活習慣病の早期発見・治療のため定期的に検診を受診しましょう。」と呼びかけている。

長野県は癌の発生率が全国的に低い方であるが、特に肺癌の発生率が低いということが男性の平均寿命を延ばしている大きな理由の1つであると思われる。その理由についてはいくつかあるが、1つは空気が綺麗であるということが考えられている。汚染されている空気を吸うよりはるかに呼吸器に対していい影響を与えることは間違いない。そのほかにも、例えば食品で日本一の生産量と述べたが、味噌の生産及び消費が高く、味噌に含まれている要素が、肺癌の発生する要因を縮小させるという研究もある。このように、健康づくりというのは、自分で健康に意識するとともにさまざまな検診を受けるということと、食生活の関係、さらに食生活を越えた医療体制の充実ということがあろうかと思われる。そこで、心の健康を含めたハードとソフトの部分のものを含めて、長野県民の健康づくりのための整備をしていくというのがこのプロジェクトである。

次に「雇用・社会参加促進プロジェクト」についてであるが、女性の就業率は全国3位、就業率全体は全国1位、高齢者の就業率も全国1位であるが、実際に女性が、企業や私どもの組織などで管理職あるいはトップに就いている率という観点では、例えば長野県の教員は、校長教頭という管理職に占める女性の割合がおそらく全国で最も低い部類である。教育学部で勉強する女性は必ずしも少なくないが、実際に教員に採用された後、管理職になるのは長野県の場合非常に少ないことが長野県教育の大きな欠点と言われている。また、企業でトップや重役、取締役等に就いている方はもちろんいるが、そのような方をカウントすることが出来る位少ないというのが現状である。これからは女性が活躍する企業、組織でないと伸びていけないというのは当然のことだと思っている。これに関しては様々な

要素があり、例えば女性の就業についてはM字カーブというものがある。高校あるいは大学を卒業し就職するときは就業率が非常に高いが、結婚時に若干下がり、そして出産時にその就業率がさらに下がる。大体第2子が小学校に入った頃からもう1回カーブが急上昇する。そのかたちが丁度Mの字を表すようになっているため、M字カーブというが、全国に比べるとやや緩やかではあるものの、これが長野県にも当てはまる。このM字カーブの特に後半部分の2つ目の山を大きくすることが大きな課題だと思っている。そのためには最近、ワークライフバランスという言い方をし、仕事と家庭の両立について、育児や家事を女性だけでなく男性もすることによって、女性が働きやすい社会を目指すということを行っている。

それから、「人生二毛作社会の仕組みづくり」というのがある。今年の4月に新しい法律が出来、定年が60歳から65歳に引き上げられ、本人が希望する限り、会社側は65歳まで就業の場を提供することが義務付けられた。男性の平均寿命が約80歳、女性の平均寿命が85歳であるため、65歳で仮に職場をリタイヤしたとしても、男性の場合は15年、女性の場合は20年が十分に活動出来る余地がある。もちろん健康寿命はそれより数年減るが、それでも10年ないし15年間は社会人として活動できる人材が65歳の段階で職を失うということになる。そういう意味で、一期目はそれぞれ何かをつくり、二期目は別のものを目指すということで、今年から私ども商工労働部と健康福祉部が長寿対策として一緒に「人生二毛作社会のための研究会」を始めた。これは65歳で一線をリタイヤする方が、例えば趣味の世界に走るのではなく、就業の希望がある場合にはそれまでに培った経験や知識や技術といったものを活かせる場を提供できる仕組みが作れないかといったことを行っている。これは日本全体でも大きな問題になると思うが、特に長寿日本一の長野県において、そのモデルになるような人生二毛作社会の具現化を目指した取組みを始めているところである。

また、「障害者の社会参加と雇用促進」も非常に重要である。障害者の法定雇用率が今年の4月から引き上げられ、2%となった。100人の企業であれば、障害のある方を2人雇うということであり、公的部門も民間部門も一緒に引き上げられた。昨年10月に長野で技能五輪とともにアビリンピックという障害者の技能五輪が行われ、そこに知的障害の方、あるいは心身障害の方が参加された。障害者の持っている雇用能力を正當に評価し、社会への参加を増やすことが競技大会の目的であり、長野県としてはそういった競技大会を一過性のイベントにするのではなく、社会に根付くための努力を行わなければならないということで、今年から力を入れている。

また、「多様で安心できる働き方の検討」については、先ほど述べたワークライフバランスとも関係するが、例えば在宅勤務であるとか、短時間勤務であるとか、こういったものを試験的に取り入れようということが始まっている。

「誇りある暮らし実現プロジェクト」については、地域全体の今あるところをもっとよくしようと様々な分野から考えている。例えば、「農山村の活性化支援」、「地域づくり人材の確保・育成」、あるいは景観、自然環境、文化芸術といったことで、そこでは必ずしも生

産性を上げなくても、心のゆとりや安らぎといったものを活かしていくための要素を守ろうというものである。

それから、基本方針の3番目の「『人』と『知』の基盤づくり」は移住交流についてであり、生産活動人口の増加は非常に大事である。長野県の人口は、かつては220万を超えていたが、現在は212万人、最終的には今後25年間で170万人程度に減るのではないかとされている。これは日本全体のことであり、出生率を増やさない限り、全体的な人口が減ることはやむを得ないが、最近若い方の結婚年齢が非常に高齢化している。その中で1つは結婚しやすい環境づくり。結婚した後も、子どもが生まれた後も、社会参加をするための子育てを支える環境づくりをすること。そしてもう1つは長野県外からの移住交流。長野県への移住希望者は北海道と並びいつも全国トップの水準であるが、実際に移住してくれるように様々な環境整備を進めることにより、生産活動人口を増やしたいというのがこれである。

それから、日本総合研究所の幸福度の調査の話をしたが、その中で長野県が一番低い評価だったのが教育である。信州教育という言葉があり、長野県はいつも教育県と言われていた。ところが実態は、長野県の教育は現在それが維持されているとは言えず、非常に残念であるが、結構低い状況であると認識しなければならない。その中で、長野県で生まれ育って大きくなっていく人のためにどのような教育が出来るかということで、「教育再生プロジェクト」と名付けた様々な試みをしていこうとしている。これはまさしく5年で終わる話ではなく、20年位かけて行わなくてはならない話だと思っている。

これまでに述べたようなことを中心として、「信州」の価値向上と発信ということで今、信州ブランドの確立ということをやっている。緑色のハートマークが今の長野県のシンボルマークで、先ほどの5か年計画の名前である「しあわせ信州創造プラン」と併せて、「しあわせ信州」というブランドで展開を始めたところである。

5. 長野県産業イノベーション推進本部

産業についていくつか述べたいと思うが、今、国ではアベノミクスということで、特に規制緩和や経済政策などの様々な形で新しい経済対策をやろうとしている。その中で長野県もそれを肯定し、長野県産業イノベーション推進本部を立ち上げた。長野県の各部局が協力し、製造業ばかりではなく、農業や観光、その他サービス産業といった長野県の産業分野に機動的に対応し、産業振興していこうというのがこの組織である。そこでは検討分野として大きく3つの分野を挙げている。

分野1は「信州産業の再生」で、長野県の製造業は最高で7兆円までいったが、今は大体5兆円プラスアルファのところまで停滞している。障害になっている規制があればそれを緩和していくことを考えよう、それから、研究開発を非常に重視していこうということである。

それから、「次世代産業の創出」というのが分野2である。「長野県ものづくり産業振興

戦略プラン」というものがあり、この中では大きく3つの分野について、長野県の既存の技術を活かし、開発を進めていこうということである。1つは「健康・医療」関係、特に長野県と信州大学医学部との協力により、新しいプロジェクトが始まろうとしている。2つ目が「次世代交通」、特に航空宇宙産業の育成集積支援ということである。長野県は松本に飛行場もあるがあまり大きくはなく、宇宙というのはちょっと遠い存在であるかもしれないが、一昨年来 NASA が打ち上げた火星探査機の「キュリオシティ」の中には、長野県の企業の技術が2つ、直接供給されている。1つは飯田の多摩川精機が持っている安定性を保つための機械。もう1つは公にされていないが、ギヤの関係である。こういった技術の集積が既に始まっているが、これを手助けしたいということで、私どもは新たに宇宙開発のための特区を提案しようと準備している。それから3つ目は「環境・エネルギー」で、先に述べた自然エネルギーの代替的な活用もそうであるが、長野県の製造業の技術の中では特に省エネの技術というのが優れているので、それを活かした産業振興というものを図っていくということである。

それから、農業の6次産業化で、1次産業である長野県の農産物を使って加工する2次産業の役割、そしてそれを販売するという3次産業の役割というように、1次産業、2次産業、3次産業を併せて、6次産業とする。6次産業化というのは、農林水産省の言葉で、ほぼ同じことを経済産業省は、農商工連携(農業と商業と工業の連携)という言葉で言っているが、中身はほとんど同じである。例えば、トマト1個を生で売ると、それを加工してトマトジュースあるいはケチャップで売るとでは単価が違う。そして、トマトケチャップを使って料理を売ると、もっと高くなる。このように1次、2次、3次といったものが連携することによって、単なる青果を生で売るだけではなく、それを通年、しかも高付加価で売ることが出来るので、それを目指そうとするのが6次産業化である。

それから、分野3は「長野県国際戦略の拡充」ということで、長野県は昭和37年に香港に駐在員事務所を設けて以来、一時は香港、バンコク、ロサンゼルス、デュッセルドルフと4つの海外駐在員事務所があった。その後様々な関係でそれが縮小され、また一部変更になり、現在はシンガポールと上海に長野県の駐在員がおり、県の職員がそこで働いている。そこでの仕事の1つは、農林水産物の海外展開支援である。様々な農産物は海外へ持っていくと非常に高上がりであった。かつてから東南アジアでも売ろうとしていたが、なかなか売れなかった。しかし、アセアン地域というのが非常に消費者として成長してきて、一般国民の経済状況も非常に上がってきた中で、長野県の農産物を直接アセアンに売ろうというプロジェクトが大きな要素としてあるということで、農政部を中心として、私どもが積極的にお手伝いをしている。

元々この分野については、長野県の製造業が海外進出をすることによって生き延びているという状況がある。長野県の延べ1,000の企業が海外に事業所を持ち、その約6割が工場である。中小企業庁の統計によると、長野県のみならず日本の場合、海外に工場を設けた企業の方が、最終的に国内での生産と雇用を伸ばしているという統計がある。市場に近接するこ

と、それから大手企業の海外進出にあわせて海外で直接その大手企業へ部品を供給することにより、日本にある親元の企業自身が伸びていくというのが大きな流れである。そういう意味において、海外進出そのものは、長野県の中の雇用が逸失するという状況ではあるが、企業全体の振興ということを考えた場合には、これを大いに応援していきたいと思っている。中国はこの10年間非常に伸びてきたが、昨年来少し減っており、新たに進出する国としては、アセアンの特にインドネシア、そして最近ではカンボジア、ベトナムが増えている。タイには昔から進出しており、それからシンガポールはやはり駐在員の拠点とか販売拠点として伸びている。そういった中で、私どものシンガポールにいる駐在員は様々なお手伝いをしている。また、地元の銀行である八十二銀行も東南アジアの主な国に支店あるいは駐在員事務所を持って、それぞれの長野県企業の海外進出を応援しているといった状況である。このようなことから、国際戦略を一層拡充していこうということで、市場としてのアセアン、更に、将来的にはインドまで視野に含めた市場近接型の進出を考えていこうとしている。産業振興の方向としては、医療や環境といった高度技術については、ヨーロッパやアメリカの企業との連携、あるいは市場戦略というものを応援していこうということである。

長野県の企業というのは電気、電子といったものが主流を占めている。例えば電気、電子関係の分野が駄目になった時に、一斉に駄目になってしまうということがあるため、富士山を今の一点集中型の経済構造に捉えたならば、将来的には八ヶ岳的な構造にしたいということで、電気、電子に加えて新しい成長分野である健康・医療や宇宙を始めとする次世代交通について1つずつ山を作っていきたいと言っている。

具体的なターゲットのイメージとしては、携帯型の医療機器、健康モニタリング機器があり、既に県内の3企業位に増えている。それから機能性食品の開発。食料はただ体力の維持のためではなく、味覚を追及するだけでもなく、食べることによって健康に寄与する機能性の食品というのが今後大きな主流になっている。再来年の4月には、私どもの工業技術総合センターの中に機能性食品の開発研究を目指す「しあわせ信州食品開発センター」という部門を立ち上げることにしている。それから省エネについては、長野県の省エネ技術を活かすことにより、消費電力の削減にも役立つということである。

また、超長期的には、ガソリン車から電気自動車に向かうと思われるため、電気自動車の開発や部品の供給、あるいは小型航空機、そして将来的にはその延長線上に宇宙があるが、小型航空機の需要が非常に伸びると見込まれているため、そういったものの中に参入できる長野県の企業を増やしていこうということがある。それには、いくつかプロジェクトがあり、今まで言ってきたことと重複するが、その中で特に「国際的産学官連携による次世代リーディング産業の創出支援」というものがある。現在、信州大学と長野県、もちろん国の予算も含め、いくつか展開している事例があるので簡単に説明したい。

信州大学工学部の中で、今まで培ってきたナノカーボン技術を活かし、新しい技術シーズも活用して、国際的なイノベーションの拠点にしようという事業があり、文部科学省の公募に対し、信州大学と長野県、そして東レ、昭和電工による共同提案によって「世界の

水を守るエコ・ナノカーボン研究拠点」という名称で応募したものである。全国から相当数の応募があり、最終的には15が選ばれたが、信州大学はその中のトップで通っている。これは遠藤先生を始めとする信州大学工学部の持っていた技術と、東レあるいは昭和電工といった大手企業が持っている技術を合わせ、水の浄化にこの非常に微細な繊維であるエコ・ナノカーボンを使おうというものである。アセアンを含め、アジア、アフリカ全体において今後も人口の増加が見込まれ、飲用に適したきれいな水の不足が考えられる中、その状況に応用できるということで、世界への貢献という点を1つのテーマとして採択を受けたものである。事業費は採択されたプランの中で最も金額が多く、ハードの整備ということで64億円をかけ、工学部のキャンパスの中に産学官研究拠点である「信州科学技術総合振興センター（仮称）」が出来る。また、翌年度には、これに関わるソフトの補助金ということで、国のお金もつくということである。

また、水の浄化により、水の循環システムを作り、水をもっと利用出来る形での世界貢献を行うための「センター・オブ・イノベーション (COI)」という研究ソフト分野もある。

健康・医療分野には、長野県の製造業が目指す新しい成長分野として力を入れている2つの拠点があり、信州大学の医学部と数年来一緒にやってきている。1つが平成23年4月に出来た「信州メディカルシーズ育成拠点」で、医学部のキャンパス内にある。この中には、様々な実証・評価機器が整備され、今後、長野県を始めとする様々な企業に貸し出す予定である。同じく今年の5月に設けた「信州地域技術メディカル展開センター」には、共同研究を行うためのレンタル研究室あるいは交流スペースがあり、医療分野と工学の連携ということから、医工連携研究棟と言っている。先ほどの「信州メディカルシーズ育成拠点」が文部科学省の関係団体である科学技術振興機構の補助金、そして「信州地域技術メディカル展開センター」は経済産業省の産業振興という観点からの補助金によって整備されており、2つが共同して進めるようになっている。それに合わせ、産学官金が連携し、長野県の第3セクターである長野県テクノ財団を設け、企業と医療関係者のつなぎということを行っているほか、海外を含めて様々な展示会に出展をするお手伝いをしている。

「信州メディカル産業振興会」については、信州大学医学部の中に事務局がある。これは平成22年5月に結成され、全国で90社、うち県内企業79社が集まり、信州大学医学部との共同により、新たに医療関係に進出する企業や、既に医療には進出しているが更に高度化を目指したい企業などの様々なニーズを実際に製品化するため、研究会、交流会により盛んな開発をしている。

これとは別に、研究のソフト部分でいうと、信州大学医学部と長野県テクノ財団により「地域イノベーション戦略支援プログラム」というものを、既に3年位進めている。昨年1年間だけでも特許の出願件数が45件と、非常に研究が進んでいる。これについても、国からの補助金が大体年間1億2,000万円ついている。これまでに述べた拠点とか研究会等は、「信州メディカルシーズ育成拠点」、「信州地域技術メディカル展開センター」、「テクノ財団メディカル産業支援センター」、「信州メディカル産業振興会」の4つを組み合わせ、

新しい分野での一層の研究開発と製品化を目指している。

6. 中核的産業支援機関

長野県の商工労働部の関係で言うと、本当に様々なお手伝いをしている。基本的には大きく3つの組織がある。1つは長野県の中の組織の1つである「長野県工業技術総合センター」で、企業の研究開発や試験、試作といったものに対してお手伝いをする。その中に、「長野県地域資源製品開発支援センター」が松本市にあり、組織としては「長野県工業技術総合センター」の環境情報技術部門というところに置かれている。そこでは、セイコーエプソンでデザイナーのトップを務めた方を招聘して、長野県の様々な地域資源を活用して商品化したいという企業に対し、製品開発それからパッケージといったものについて、デザインを含めたブランド展開のお手伝いをしている。

安養寺ラーメンに始まり、結構食品が多いが、その他にも地場産品を活かした様々なもの、あるいは省エネになるもの、そういったものを製品化するお手伝いをしており、2012年3月現在で114件あるが、1年間で数十件増えており、今では多分160件位の様々な製品の開発をお手伝いしている。学生さんの中で、自分たちで何かやりたいという希望があれば、創業という観点からお手伝いすることも可能であるので、活用いただければと思っている。それが工業技術の地域資源製品開発支援センターの役割である。

先ほど大きく3つの組織があると言ったもう1つは、医療関係のところで何回か名前を出している長野県テクノ財団で、昭和62年から既に20数年間様々な産学官連携を進めている。現在、財団の基本基金は58億円で、そのうちの20数億円が長野県の企業からの出損金である。これによって、産業と学術と公的部門、そして金融機関の連携のお手伝いをするということで、様々な分野での研究会、交流会や展示会などを行っているほか、研究開発の助成も行っているところである。

実は、もう20数年前になるが、当時の通産省(現経済産業省)が行った、産業と学術と住機能を備えた新たな地域拠点である「テクノポリス」という産業政策があった。全国で28ヶ所が指定を受け、長野県では「浅野テクノポリス」といって、上田地域を中心にした地域が指定を受けた。しかし、その後「テクノポリス」という法律もなくなり、そのとき作った財団がほとんど雨散霧消した中で、長野県はその財団を全県の産学官連携を行う財団に衣替えし、「長野県テクノ財団」として、現在に至るまで活発な活動を行っている。特にここは新産業創出の分野への進出、それから海外市場への進出のお手伝いを中心にやっている。

そして、大きな組織の3つ目は、この表の窓口にいくつか出ている「長野県中小企業振興センター」である。これは正に中小企業の振興のための機関であり、製品開発の助成金や、先ほど述べた技術デザインといったもののお手伝いした後、実際にそれを売るといいう作業を行う機関で、ここに「マーケティング支援センター」という部門があり、国際展開と国内での商談で、長野県の企業のを、一般消費者に直接売るといよりは、食品

卸や製造業の会社へ売るビジネス対ビジネス（B to B）の役割の中で、マーケティングの支援をしていくことが目的である。

もう一つ、「ながの創業サポートオフィス」を「長野県中小企業振興センター」の中に設けており、日本で一番創業しやすい環境づくりを目的に、創業支援に力を入れている。この「長野創業サポートオフィス」は、創業したいという方がワンストップでご相談いただける最初の窓口となっており、ここの分室が月に1回か2回、信州大学工学部にオフィスを設けて出張することになっている。

それから、金融面では、長野県は中小企業向けに融資制度資金という資金施策がある。これは、金融機関に一定の長野県のお金を預け、それを原資として安い金利で中小企業にお貸しする一方で、信用保証協会という県の関係の組織があって、そこが信用保証料という形で金融機関に対して保証を行うというものである。通常この信用保証料は借り手が負担するものであるが、長野県の場合は多くの部分を長野県とその企業の地元である市町村が負担することによって、結果的に金利を引き下げると同じ役目をしている。この中に創業のための資金というのがあり、今、長野県では、最大1千万円を無担保で操業を行う方に貸すことができる制度を金融機関、信用保証協会と一緒にやっている。もし皆さんの中で創業をしたいという希望がある方は、是非この「サポートオフィス」に県の制度資金である創業資金というのを使いたいというご相談をいただきたい。1千万円というのは最大限であり、その事業計画の内容によってそれが100万円であり500万円となることもあるが、基本的に1千万円以内の場合は無担保というのがこの制度資金の売りである。このような形でいくつかの新しい企業家が生まれることが、産業全体の活性化につながると思っている。

特に、技術系の方が中心になるものであるが、先ほど説明した「工業技術総合センター」の長野と松本と岡谷の部分については、「創業支援センター」という形で、インキュベーションの部屋を貸している。また、医学部の中にも共同ラボがあると言ったが、こちらは創業のための部屋を貸すということで、基本的に光熱水費は別として無料である。これらは随時募集をしているので、研究や新たな事業の立上げのスペースが必要だという方はご相談いただければと思う。長野県商工労働部と、その中にある「工業技術総合センター」、「テクノ財団」、「中小企業振興センター」が3本の矢のように長野県の産業支援を行っている。

当然、長野県内企業の拡大、内発的進行は重要であるが、それに加えて、県外からの企業誘致を行っている。特に私どもが欲しがっているのは研究部門であり、もし製造部門が労働集約型を目指して長野県に来た場合には、東南アジアなど他の新興国との競合になり、将来的に亘って存続する保証はない。しかし、研究開発の中心となる部分は、将来的にも国内に残ることが見込まれるものである。安曇野市にあるソニーの会社では、バイオというパソコンを、最初の研究開発から最後の製品化まで一貫して行っている。このように、研究部門の移転まで含めた長野県での立地というものを目指している。全国の自治体のどこでもやっていることであるが、投資規模あるいは雇用の規模によって一定利率の助成金、

つまり補助金を出そうということで、インセンティブを差し上げるということも行っている。

7. 交通ネットワーク

交通ネットワークについて、長野県では、30年前と比べて高速道の整備が進み、長野新幹線も出来、松本空港のジェット化も進んだとは言いながらも、県土が広いため、まだまだプロジェクトがいくつもある。その1つは、飯田地域を東京から名古屋へ横断する中で、駅を設けることになっている「リニア中央新幹線」で、JR東海が自分のところのお金で賄うということになっている。それから高速道があと2つあり、1つは「中部縦貫自動車道」で、松本を起点に上高地、岐阜の高山を経て最終的には福井までつながるものである。なかなか長野県内の方が進んでおらず、いつも岐阜県の方から「急いでくれ」と言われている。事業主体が国であるためどうしても難しいところがあるが、この15年位の間に何とかしないといけない。それからもう1つが「中央横断自動車道」で、建設が進んでおり、東信地域の佐久から南下して中央道の長坂インターの周辺に合流し、中央道の一部使った後、今度は葦崎から分岐して、最終的には清水まで日本列島をちょうど南下して行くというものである。これもやはり30年前位からプロジェクトを行っているが、最初はそれぞれの青年会議所が、こういう道があればいいなあと随分運動をしたものである。当時静岡県清水の青年会議所がPRの主体になっており、「君は太平洋を見たいか、僕は日本海が見たい」というキャンペーンでプロジェクトをやっていた。それから、今長野まで来ている新幹線。これは北陸か長野か名前が若干変わるかもしれないが、再来年の春までに北陸新幹線が金沢まで進むことになっている。これにより、金沢と長野の時間的距離が大体3分の1に縮まるという。もちろん長野にとっては望ましいことであるが、気を付けなければいけないことは、東京と金沢の時間的距離が陸路でものすごく短くなるために、長野が通過地点にならないかということである。今、観光部等が中心となり、富山県とも連携して、長野県で途中下車し、長野県で事業活動を行う県にしたいと運動している。

8. 道州制について

最後になるが、今回の選挙の争点にもなっている道州制という言葉がある。これは全国を8つなどの道・州に分け、都道府県を廃止して国の権限をそれぞれの同州に移し、地方分権を進めようという考え方である。これは特に関西圏、大阪辺りがこれを積極的に推進しようとしている。長野県は2つの案があり、1つは北関東州として、茨城・栃木・群馬などと州を形成する案、もう1つは中京州として、三重、岐阜、静岡、愛知、場合によっては福井も入るかそれはちょっと微妙だが、それらと一緒にするというもの。

ただ、長野県は南北に広く、かつ文化的にもばらばらであり、例えば飯田、下伊那や木曾は圧倒的に中京圏と近接している。諏訪地域では東京への近接性が顕著である。長野県を2つの案のどちらかに持っていくにしても、長野県全体の考え方としてはちょっと違う

のではないかというのが主たる考えではないかと思う。

長野県の地図をそのまま関西圏に移動させると、長野県の面積は関西圏の 6 つの府県の約半分であり、関西圏の中心となるべき 6 つの府県の府庁・県庁所在地（大阪、京都、奈良、神戸、和歌山）が長野県と同じ大きさの中にすっぽり入るほど広大である。既に信州という言葉があるが、長野県そのものがひとつの道・州に匹敵する位の大きさを持っており、人口的には少ないが、必ずしも広域化することによるメリットを享受できないところがある。

そういう意味で、今議論されている道州制は、私どもの知事も必ずしも賛成ではないということを全国知事会の中でも表明しているところであるし、長野県庁としては、道州制に対しては慎重論である。また、全国町村会という町村の集まりがあり、南佐久郡の川上村の藤原村長が会長に就いているが、全国町村会は明確に道州制について反対の立場を明らかにしている。

9. 未来年表

未来年表ということで、2013 年を始めとして、これから長野県、そして日本、世界で中長期的にどんなことが起きていくかということを経ると、オリンピックの開催地は、7 年前に決まるため、2020 年の東京五輪の開催については今年の秋に決まる。長野でも冬季五輪が 1998 年 2 月 7 日から 22 日までの 16 日間行われた。場所は長野、軽井沢、白馬、野沢温泉、それから志賀高原であった。私は 1993 年にアメリカから帰って来た後 5 年間長野オリンピックの組織委員会で働いており、最後は広報課長に就いていたので、当時のことは明確に覚えているが、少なくとも県民、あるいは広く言えば国民に夢が与えられたプロジェクトであった。もし東京オリンピックが開催することになれば、少なくともこの 7 年間は東京オリンピックという 1 つの目標あるいは夢に向けて、国民が 1 つになって進むことが出来る大きなプロジェクトだと思っており、個人的にもこの東京五輪は是非実現させていただきたいと思っている。

また、冒頭に話した長野県歌「信濃の国」については、ご存じない方が非常に多かったが、もし将来長野県庁に就職を希望されている方がいるとすれば、長野県庁では 1 月 1 日に君が代ではなく長野県歌「信濃の国」を歌うため、是非、「信濃の国」を覚えておくといいと思う。ちなみに皆さんの先輩で、今、長野県庁で働いている方は随分と多く、部長級の間でも、信州大学経済学部出身の方が 2 人、課長級は多数である。是非、就職先の希望の 1 つとして長野県庁を考慮していただければ、私どもも幸いである。

10. 最後に

私も長野県の職員になってから 34 年になるが、様々な地域振興に関係してきた。その中で、1 つだけ申し上げたいのは、例えば、今、長野県を代表する食は何かといった時に、長野県外の方からは「おやき」という回答がよく出る。「おやき」というのは長野県の特に

長野市の西の地域、通称西山地域と呼ばれるところの郷土食だったが、私自身は米所である安曇野出身であったため、食べたことがなかった。「おやき」とは、お米が取れない地域で、小麦粉等の雑穀米、雑穀そばであったり、昔はひえ、あわといったものを使って、おまんじゅうみたいなものを作って、中に具を入れて食べるということを主食にしていた。「おやき」はおやつではなくて、主食だった。なぜ今のような長野県を代表するお土産に育ったかという、今から 20 数年前に西山地域の小川村に権田さんという方がおり、土産物の卸しをずっとやっていた。自分で商売を始めようと思った時に、あの「おやき」を売れないかと思い、周りの人に相談したら、大反対を受けた。なぜかと言うと、「おやき」というものは彼らの普段食べているもので決して商品にならないであろうということが 1 つ、それから 2 つ目は、米がない地域の商品ということで、自分たちの恥みたいなものを晒すのではないかということで反対された。20 数年前に、権田さんは仲間を 5 人集めて株を募り、「小川の荘おやき村」という会社を始め、今は年商 8 億円となった。1 個の「おやき」は 120 円～150 円で、1 個 120 円のおやきを 8 億円売る会社になった。しかも、高齢者の社会参加を先取りして定年がなく、大体いつも 60 歳を過ぎた方を雇っている。例えば、80 歳の方がもう 1 年やりたいと言え、定年を 1 歳延長して 81 歳にするので、事実上定年のない会社である。これにより、いつの間にか「おやき」というのが長野県を代表する食品となった。何が言いたいかという、そこに住んでいる人は、「おやき」という資源が商品になることに気が付かなかったが、1 回外に出て、流通の経路に携わって内に帰ってみると、都会の人とか長野県の中でも「おやき」を食べたことのない人に売れるのではないかというアイデアがあった。私がいつも言っているのは、地域振興をするには地元に住んでいる方が、自分たちの持っている資源には何があるかをもう 1 回他者の目を持ってチェックする必要があるということである。観光でも、食でもそうであるが、例えば、木曾に「とうじそば」というそばがあり、これは開田地域や松本市の奈川地域でしか食べないそばであるが、手打ちそばではなくて、手で売った蕎麦をもう一回沸騰した出汁が入っている鍋につけて、ちょうどしゃぶしゃぶのようにして食べる。これは地元では普通に食べている食べ方であるが、我々が木曾に行くと非常に珍しいのに、なかなか商品にならなかった。私は一時期、木曾地方事務所長という行政機関の長をやり、地元の方とも話して、観光キャンペーンなどに利用し、長野県の観光パンフレットに必ずその「とうじそば」が入るようになった。これも、自分たちの資源をもう 1 回見直すことで、商品にならないと思われていたものが地域振興の核になるという事例である。今後、皆さんの立場で、市町村とか地域の振興に携わるチャンスがあった場合には、是非、他者として、その地域の持っている資源を第三者の目でもう 1 回評価して、その評価を、地元でこれから地域振興に携わろうとしている人に伝えていただきたい。

正直言って、皆さんはまだ社会経験も乏しいので、なかなかすぐの実戦力にはならないと思うが、第三者の評価という意味で言えば、長野県のそれぞれの地域にとって非常に貴重な戦力になり得ると思っているので、今後、そういう機会があったら是非活用していた

だきたい。

(質問) 今回の説明で、本当にいろいろなプロジェクトを同時にたくさんやっているという印象を受けたが、商工労働部がこれから特に力を入れたいプロジェクトを 1 つあげるとすれば何か教えてほしい。

(回答) 商工労働部が主管となる長野県イノベーション推進本部という組織を立ち上げた。産業振興戦略ビジョンの中で 3 つの大きな分野と申し上げたが、長野県は製造業ばかりでなく、農業も、サービス業、観光といった総合的な分野で、国内や世界の潮流にマッチし、それらに先行する産業振興が必要であり、各部横断的に、新しい取組みや規制緩和を行おうと思っている。そういう意味で、規制緩和であるとか、長野県庁の縦割りを取っ払って、例えば、製造業と農業を併せた振興、6 次産業的なものを含めた振興を行うイノベーション推進本部の推進が最大の課題だと思っている。

(質問) 「金融」と「地域振興」というキーワードに関連して、金融機関の方に望むことはあるか。

(回答) 月に 1 回、日銀の松本支店長を始め、県内各金融機関のトップの方と話す機会がある。その中で、意見交換を行っているが、最近の長野県の金融機関は、産学官に加えて金融機関が資金面でバックアップすることにより、新しい産業興しとか、これから成長しようとしている企業に対する資金供給という面で非常に大きな役割を果たしている。八十二銀行は、海外に支店や駐在員事務所を設け、工場進出や市場展開といった長野県企業の海外進出のお手伝いをしている。それから、もう 1 つ、金融機関で大事なのが情報量であるが、金融機関独自の情報を是非そういった地域振興とか、具体的には企業の振興に活用していただきたいと思っているし、長野県の金融機関も、そういったことに対して、積極的に取り組んでいただいていると思っている。

第5章 パネルディスカッション

(1) 「金融で地域を支えることが出来るか、金融で地域を振興することが出来るか」

(25年7月23日)

(パネラー) 日本政策投資銀行地域企画部	中村 聡志企画審議役
おひさま進歩エネルギー	原 亮弘代表取締役
八十二銀行	小松 哲夫常務取締役
野村証券松本支店	廣川 隆雄支店長
信州大学経済学部経済学科	宮澤 友一郎
信州大学経済学部システム法学科	清滝 葵
(コーディネーター) 信州大学経済学部教授	西山 巨章

冒頭にコーディネーターより、これまでの講義内容の概要を報告した後、自由討議を行った。以下、便宜上「コーディネーター」を「司会」と記載する。(敬称略)

(司会) これまでの講義(14回)の感想を述べてほしい。

(清滝) 私は経済学部であったが、システム法学科で主に法学を勉強しているので、経済に関する知識が少なかった。金融機関といえば銀行しか思いつかず、お金を貸す働き位かと思っていたが、今回講義を受けた金融機関にも銀行や信用金庫、労働金庫などいろいろあり、それぞれ活動しているエリアが違うこと、お金を貸すだけではなく様々なプロジェクトをしていることなど、たくさんの知識を得た。

将来、社会人になった時に今回得た知識を活かし、いろいろなプロジェクトとかをどうすれば地域が活性化するかなど、1人の社会人として考えていけたらいいなと思った。

(宮澤) 地域振興と一口で言っても、農業だったり、環境問題だったり、分野が多岐に亘ることに強く関心を持った。また、長野県出身なので、地域の様々な取組みを知ることが出来てよかった。

地域密着型金融は、貸し手と借り手が密接な関係になるということで、情報の不完全性が緩和されるなど、その果たす役割はとても大きいものだと思った。

(司会) 先程の報告内容を聞いた感想をお願いしたい。

(廣川) 私の講義では、証券会社が出来ることについて話したが、(皆さんの講義から)利用者の視点や他の金融機関が考えていることについて興味深く聞いた。

長野県には、非常にいい人材、観光資源、事業を行っている経営者の方々、またお金もまだあるし、様々な資源もあると思っているので、そこをうまく結び付けていけるよう、微力ながら、我々(野村証券)の力も使って貰いたい。

また、長野県や地元企業、地元金融機関、大学等と連携しながら、我々はそのサポート

役として、裏方でいろいろな役割を果たしていきたいと改めて感じた。

(小松) いろいろな企業、事業会社、金融機関から様々な話があった。そのサマライズしたものが先程の報告ということである。我々自身も、更に参考にして、地域活性化に役立てていかなければならないと改めて思った。

金融とは、預金を集めてそれを貸し出すことだが、それだけではなく、お金は命の次に大切な資産なので大事に扱うのは当然だが、そこに知恵、情報、他業態との連携などいろいろなものを、お客さんの考えを補完する意味で披露したり、活用して貰い、事業や計画を進めていく役割が非常に重要だと思っている。

我々のメインフィールドは長野県なので、最後にあった「金融機関に対して望む事項」については、銀行も頑張らなければいけないと思った。これをきっかけにして、地域貢献をこれからもしっかりしていきたいと思っている。

(原) 地域を活性化し、地域や社会の課題を解決するには、モノや仕組みが必要だが、何よりもお金が必要であり、そこでの金融機関、あるいはお金をどう捻出するかが大きな問題となってくる。

今の金融では、運用についてはどうしても金融機関側に任せられるところが多い。その中で少しリスクがあっても、例えば、自分がどういう社会の課題を解決したいのか、あるいは地域の活性化のために何をしたいのか。そして、それに賛同する人から、そのために必要なお金を調達してくるということが、これからどんどん増えてきてもいいのではないかと考えている。我々は、そういうことに少し取り組んでいて、市民出資という形でお金を調達し、地域の課題、地球温暖化、エネルギーという問題を解決するために使わせて貰っている。

これからの金融機関は、預かる時に目的を明確にしたお金の使い方、例えば、エコマネー貯金などといったものが増えていったらいいと思っている。

(中村) 前回までの講義には参加していないので、今回が初めての参加である。これまでの地域活性化と金融関係の話を、地域活性化という観点からもう一度整理して話したい。

地域活性化とは、100人いれば100通りの答えがあるような話で、何が本当に地域活性化なのか言葉では決められないのが実態である。地域という概念自体が人によってそれぞれ違うし、その時の話し方によっても違うのでよく分からないところがあるが、都市部とか地方とか関係なく、ある地域に住んでいる人が、経済的にも社会的にもずっとそこで生活出来るように、少しでも生活の質を高めることが地域活性化ではないかと私は考える。

結論から言うと、地域活性化とは凄く幅の広い話で、生活のかなり広いいろいろな面をカバーしている話だと思う。基本的には以下のような3つの面がある。

第1に、経済でお金の循環をどう回していくかである。お金はまず自分たちが生活し消費するために必要である。その一部は税金に回って公共サービスとして提供されることも必要になるし、そのエリア内だけでは足りないから外からもお金を取ってこないといけない。この循環がうまく回らないと、血液と同様に地域は続かなくなってしまう。

第 2 に、住んでいる生活空間、まち、地域、環境が住みやすいかである。住みやすくなければ、地域は続いていかない。

第 3 に、そこに住んでいる人々が元気であるかどうかである。経済や企業がある地域は町もきれいであるが、住んでいる人にとって住みにくい町だと、地域は元気がなくなる。住んでいる人が元気でなければいけない。

この 3 点を考えていくと、やらなければならないことには、いろいろな側面があることが分かる。様々な側面を持って、多様な取組みがあちこち並行して、また絡み合いながら進展することが地域活性化の取組みの実態だと思う。いろいろな人が、同時にいろいろなことをやっている。地域に密着しながら、それを長い間に亘って行っていくということが、実際に必要になってくる。

地域活性化は、経済の問題と密接に絡むし、B 級グルメのようにマーケットに売り込んで、マーケットと話がつながって行かないと出来ない部分もある。それにより、地域の内外のいろいろな人が関わり合うということが地域活性化の取組みの現状であり、特徴でもある。

これを動かしていくことがとても大事なことであり、様々な人が様々なことをやってくし、その間をつないでいくことがどうしても必要になってくる。つなぎ方にはいろいろあると思うが、そのつなぐ役割として金融が出て来ると思う。

先程の感想で、「金融は単にお金を貸すだけではない」、「人材と資源をどう結び付けていけばいいのか」、「その結び付けについて」の話があったが、金融がその結び付けの役割として、地域の中で働いていく必要があるのではないかと思う。

資金需要と資金供給のマッチングという話があったが、それは金融機関の一番基本的な話である。単なる融資だけではなく、事業再生のように、少しでも今後再生していく可能性を見つけ出して資金供給と結び付けるのも一種のマッチングであり、そういうことをやれるのも金融機関の役割ではないかと思う。

そのほか、「機会と機会のマッチング」、「情報と情報のマッチング」など、様々なマッチングがあるが、多分それだけでも収まらないものがあるのではないかと思う。

1 つの事例として、岡山県西栗倉村の話をしたい。

西栗倉村は、鳥取県と岡山県の境目の山の中にある村で、人口 1,500 人で林業中心の地域である。山中にある杉林が村の資産であり、一方で人口がどんどん減少して高齢化している。この森林をどう守り、次の 100 年につなげていくかを西栗倉村の方々は真剣に考えた。特に道上村長がリーダーシップを発揮して、その結果考えたことが「百年の森林事業」である。

金融が絡むため複雑であるが、大雑把に言えば、3 つの内容から出来ている。

1 つ目は、西栗倉村役場が、森を守るのが手一杯の森林所有者と管理委託の契約を結び、森林所有者は村に森の管理を頼み、村はそのための特別会計を組んだり、森林組合に作業を委託する。要は個人が持っている森林を村が代わりに管理し、森林組合が実質的に管理を行うという話である。

2つ目は、やはりお金が足りなくなり、森林組合もお金がなく、村も特別会計を組んでいるが、お金が足りない。ここで出てくるのが、目的をしっかりと持ったファンドである。全国区で活躍しているミュージック・セキュリティーズ(昔はミュージシャンへの投資を行っていたが、今は地域環境整備に対する投資などを行う会社)などがそういうところに出資し、また、志を持った人々に小口のお金を出資して貰って、1つのファンドを作る。このファンドが作業用機械の購入などの初期投資を行い、その機械を森林組合に貸して作業が出来るという仕組みになっている。

3つ目は、直接ここからお金が行っている訳ではないが、「森の学校プロジェクト」ということで、森の杉材を使ったいろいろな新しい製品を作ってみたり、いろいろと都市農村交流事業を行ったりしている。地元の製材会社や大工さんに頼んで、この木を発注して家を作ったりしている。

本件を金融の観点で見ると、そもそもの資金需要と供給をマッチングさせるという話があるのは当然である。しかし、それだけではなく、志のある人の志を具体的な事業につなげ、正に資金だけではなく、活動のマッチングもする。

また、トビムシ(株)は、出資した人に対し、「西栗倉村に来てください」という形で呼びかけ、呼びかけられた人は、その森に行きファンになり、本当に人と人がつながる。大体投資家というのは、東京都とか大都市圏の人が多く、このように人を呼んでくることで空間と空間をつなげ、都市と山間部をつなげるというところにおいてマッチングするのである。当然、全体として「森の学校」などもPRされる訳で、製品もマッチングされるなど、多面に亘るマッチングというのが、金融機能を使って行われている事例である。

これから地域振興を行いたいという時、人を巻き込まないといけないので、そういう意味で金融のつなぐ力をどう巻き込むか、金融機関はどううまくその中に入っていけるかということを考えなければならない。

金融機関も商売を行っているので、言われたら何でもやれる訳ではないが、やれることとやれないことを見極める力があるはずなので、その目利き力とかネットワーク力が、そういうところで試されるだろうと思う。もう1つ、余り出来ている訳ではないが、ネットワーク力とかマッチングする力があるのであれば、みんなの知恵を集めて、それをイノベーションにつなげるようなことまで金融機関は出来るのではないかという話がある。

宣伝になるが、私どものところ(日本政策投資銀行)でも、そういうイノベーションをどうやって行ったらいいか、そういう場所作り、イノベーションハブというようなことを東京でやっているが、それをもう少し広げられないかということを考えている。我々がやれることは限られているが、つなぐ場を作るといったことが、これから金融機関に問われるのではないかと思うし、また、地域振興、地域活性化に関わる方々は、それをうまく巻き込めるようにいろいろ組んでいくことがポイントではないかと思う。

(司会) 中村さんから、いろいろマッチング、つなぐ力、結びつけるといった視野に富む話

があったが、ご意見はあるか。

(小松) つなぐ力というものになると、金融機関といっても、証券会社、銀行、政府系金融機関、信用金庫、労働金庫など様々な金融機関があり、また、金融機関の中にもいろいろな業態がある訳で、また、金融機関以外にも信州大学、長野県、長野市、松本市などの市町村、いろいろな業界、あるいは得意技を持っている団体があるので、これらをどうやってコーディネートしていくか。

1つには、普通の企業が商売をやっていくための運転資金、設備資金であれば、通常の金融機関でいいのだが、地域を活性化していくようなプロジェクト、例えば太陽光、水の力で小さなダムを作って電気を作る小水力、メガソーラーのようなドデカイものを作ろうというプロジェクトなどがある。我々も、最近、長野市の温泉施設で、今まで行政だけで行っていたものを金融機関の力、あるいは第三者の力を入れて一緒になってそのプロジェクトを完成させた PFI 等も実施している。

環境関係、あるいは公的なことに資するような事業については、1つの業態だけではなかなか難しいものがある。法律的なこともあるし、本当にこの事業に採算があるのかといった時に、1つの金融機関だけではなかなか分からないところがあるので、いろいろなプロジェクトに興味がある方々が出て来て、皆で連携しながら1つのプロジェクトを行っていく、金融自体をつなげていく、あるいは金融外の方々とつなげていく、こういう力も金融の方にはあるので、まさしくそれらを行っていくのが地域に資するようなプロジェクトには必要なことだと思う。

(原) つなぐという意味では、今、事例を出していただいたが、我々も地方と都市部をつなぐことは重要だと思う。具体的には、毎年出資者ツアーを行っており、大きなお金ではないが、地域の課題を解決するために出したお金が、どんなところで、どう使われているのかを見て貰うということを行っている。

もちろん金融商品取引業者として、年1回事業報告することは当然の義務であるが、出資者の方々に来ていただき、その場所を知って貰い、南信州ファンになって貰うということを行っている。都市部では再生可能エネルギーで電気や熱を作ることはなかなか難しいが、自分はそこに少し参加しているという気持ちを持って貰うことによりつながるということも、我々は大事にしている。

(廣川) 我々証券会社は、投資のアドバイス等を行う際に、各業種や各企業について社内のアナリストが調査しており、様々な業種や企業の知識・情報が相当蓄積されている。

つなぐという話で言うと、そういう情報を提供することで地域々々の企業や産業活性化の役に立てることは結構あると思う。各地域に支店があるので、それぞれの地域でどういふことが行われているかの情報も会社内に蓄積されている。

そこで大事なのが現場力である。松本であれば、松本支店でお客さんに接している我々が、地域に起こっている問題とか課題に対して、野村証券の中にある情報を如何にコーディネートして、皆さんに提供出来るかといった部分が非常に重要であると実感しており、

頑張っていきたいところである。

(宮澤) 質問であるが、地域活性化において、都市に出て行った若者の U ターンが地域振興策や地域活性化の要因の 1 つとして挙げられると思うが、そのために金融のつなぐ力はどのように使われていくのか。

(中村) 金融機関が直接 U ターン事業を行うということではないと思うが、地元で企業が存続すること、成長すること、新たな会社を作ることをお手伝いする。業態を問わず、金融機関の一番の基本中の基本の部分を生懸命行うのが第一である。魅力的な事業機会があれば、U ターンしようと思う人がいるだろうし、つなげる力の話は、これを基本にして、もっと広げた感じで考えていけばいいと思う。

先ほどの出資者ツアーなども、改めて自分が出資した地域が持っている魅力とか力などをダイレクトに知ることが出来ると思うので、最初はそういうお金を通じたつながりでもいいと思う。そういうつながりが、ある時気が付けば、自分が空間を超えてその土地に行ってみようという話になるかもしれないし、住んでみようかと思うかもしれない。自分を投資してみようと思うきっかけを作るという点では、出資というのはとても魅力的な機会ではないかと思う。

そういう意味で、いろいろなレベルで、いろいろな形で組み合わせることが U ターンとか、I ターンを生むのではないかと思う。

(清滝) 金融がつなぐ力であるということが、とても印象に残った。

地域を活性化していくというと、つついどう他の地域との差別化を図るかの方針を考えがちだが、例えば、ある地域で外からお客さんを呼ぶためにイベントを行ったとしても、イベントを 1 回行っただけだとそれで終わってしまうが、同時多発的にいろいろなところで同時にイベントを行えば、それがつながってお客さんがどんどん回ったりして、地域に落ちるお金の量がどんどん多くなったりすると思うので、つながるということを重点に考えると、1 つのイベントが持続可能なプロジェクト的なものになるのではないかと思う。そのためには、金融というお金の流れの力が必要なのではないかと思った。

また、理学部や医学部の人々が地域で事業をしている企業と研究などを行っているという話がとても印象に残ったが、経済学部でも何か出来ないかと思った。学生は長野県内だけではなく県外出身者も多いし、未熟な面もあるが、新しい見方も出来るのではないかと思うので、大学生の立場を活かして、金融でとまでは言えなくても、地域のために出来ることがあれば是非やりたいと思った。

(中村) 経済学部でというのはなかなか難しいが、イベントを同時多発的に行うという意見は本当だと思う。最近、観光でも、単発でやっても仕方がないので、ルートを作って地域間連携を行う広域観光が必要だということがお題目のように出てきている。

それをつなぐのは、多分、金融の力だけではないと思う。金融の力も、その役割の一環を担うが、広域連携というのは金融以外の人を巻き込んでいかないといけない問題である

と思うし、物事が動き出して、皆の支持・共感を集めると、お金が増えてくることもあると思うので、いろいろな役割やバックグラウンドを持った人たちが集まって行うフォーメーションを作る方が先ではないかと思う。

地域活性化の中心人物は、地元の住民、企業、団体と様々な人がおり、その人たちを引っ張って行くキーパーソンがいる。キーパーソンというのは、芝居・映画で言えばプロデューサーであり、シナリオライター、ディレクターである。1人が全部を兼ねる必要はないが、そういうキーパーソンがいて、その周りにいろいろな知恵者がいたりする。特に地域外の人材・知恵の活用に関して、企業経営的発想導入という意味で、企業でビジネスを行っている人たちをどう巻き込んでいくかの話だと思う。

このように中心となって推進する動きが来ると、それを徐々に広げていき、隣の地域でこういう活動体があれば、そういうところと自然と結び付いてネットワークになっていく。実際にはそう簡単にはいかないが、金融機関は、ビジネス的な発想とか外部の発想というところに入り込められると思うので、その中にうまく巻き込んでいければいいと思っている。

経済学部というと、昔はベンチャー講座とかがあった時代もあったが、なかなかうまくいかなかった。どういう形がいいかと考えると、経済学部といった縦割り自体に意味がなくなってくるのではないかと思う。

つながると言うとおひさまファンドや震災の時もそうであったが、自分がボランティアに行って現地で行ったり、出資をすることで協力するというやり方もあり、今はこれらのやり方が広がってきている。信州大学の学生も、そういうことをやっている人はたくさんいると思うので、そういう人たちの活動を見ながら、自分なりのつながり方を見つけることが出来ればいいのではないかと思う。

(小松) ボランティアは、当然被災地だけではなく、この辺りでもかなりいろいろな企業が行っており、インターンシップも別にある訳で、銀行だけではなく、エプソンとか、いろいろなところでそういう制度があれば、数日間、あるいは1日だけでも、実際の企業とは、どうやって何で活動しているのかといった生の経済の動きを見ることがとても重要だと思う。

当然、私企業であるから、収益を上げなければならない。収益を上げるだけでは道德なき経済になって破綻してしまうので、倫理観、道德観を持ちながら、収益を上げていくのが企業である。

100社あれば、100社の中にそれぞれ1つの企業理念を持ちながら社会に貢献しており、しかも収益を上げて、その収益をまた再投資することにより、地域あるいは従業員のためになっているという生の姿を、会社自体に入って、何を作っているか、海外拠点はどこか、売上はどこから出ているか、従業員は何人か、決算書を調べて売上や利益はどれ位か、といった事前の調査・勉強をして、実際にそこで質問するということが一番生きた勉強になると思う。出来れば工場を見せて貰うのが一番いいし、是非そういう機会があればいいと

思う。

(フロアの聴講者) 経済学部の学生の受入れは、学生のアルバイトを生きた教材としていけばいいと思う。大学で理論経済だけではなく、生の実践的な経済活動を勉強させれば、金融だけではなく、金融を含めた経済全体でかなり学生としては役に立つことがあるのではないか。

新聞を見ていると、学生が外に行って手伝いをしたり、作品や料理を作ったりしている大学もあるが、こういうのも1つの地域活性化、あるいはリレーションというか、つなぐ中の1つになるのではないか。

金融機関への質問であるが、実際にサラリーマンの世界で転勤がある中で、本当に地域に密着出来るか、その状態になっていけるのか心配している。私も中小企業にいて2~3年で転勤になるという中で、本当に長野県のために結びつくことが出来るのかということを考えるが、金融機関としても少し工夫・研究していただきたい。

私の経験だが、金融機関と中小企業の社長、株主の関係がよくないとなかなか溝が埋まらない。医師と患者のような関係になればいいのだが、中小企業のオーナー経営者となると非常に難しいものがある。金融機関が、勇気を持って、そういうところに切り込んでいくことが非常に大切ではないかと思う。

(廣川) 私も転勤族である。今まで埼玉、静岡、大阪などを転々としており、松本に来て2年3ヶ月である。言われることはもつともで、そこに長くいれば愛着も湧くし、思いも強くなる。私が感じるのは、地域に対する思いは、その場その場でみんなが強く思っていれば、その人がその地域を離れても、そういう思いがある人から次の人にバトンタッチされる。そうなれば、地域に密着し、地域貢献するという思いがつながっていくと思うので、会社の中で地域貢献の理念をしっかりと作っていくことが大事だと考えている。

そういう意味では、転勤はデメリットもあるが、そこにいれば、そこしか見えなくて思いつかないことも、比較したり、客観視することで、他の地域でこういうアイデアがあっただけでこういうことが出来たから、今度はここでもそれがまた実現出来るというような情報がぐるぐる回っていくというメリットもあると思うので、デメリットは出来るだけ小さくして、メリットを大きくする工夫をしていけば良いと思う。

松本支店での我々の仕事は、この中南信地域が豊かになっていかないと、どんどん先細りになってしまう。地域が盛り上がっていかないと、我々の業自体がなくなってしまうというところもあるので、そういう意味では本当に地域とともにあると考えている。

地域貢献は本業に近く、本業を守っていくために必要不可欠なことだと考えている。

(原) 私どもの会社は、男性5名、女性3名と小さいが、そのうち男性3名はIターンの地域外、女性1名も地域外と、外から来てくれている人である。

その人たちに「ここで骨を埋めてくれるか」と質問したことがある。もちろんそう思っている人もいるが、逆に「ここで積んだ経験を自分の住んでいたところ、あるいは別のと

ころで活かしたい」と明確に言ってくれる人もおり、私はそれでいいと思っている。1つの会社の中で転勤というイメージもあるだろうが、別の地域に行き、またその経験を活かして地域貢献をしていく。また、別の人が来て、私どものところで学んでいく、または一緒にやっていくということがあってもいいのかなと考えている。

(小松) 先ほどの質問は仰るとおりで、心配されるのはよく分かる。転勤をしようがしまいが、地域密着型が本当に出来るかどうかは永遠の課題である。

金融機関側には転勤というものがあるので、頼りにされたり、可愛がっていただいたのに、転勤で疎遠になってしまうということの繰り返しであり、それを出来るだけそういうことのないようにするにはどうしたらいいか常々考えている。ずっと勤めるということは無理なのでご勘弁願いたい、昔と違って個人々々で積み上げた情報や経験は出来るだけ引き継ぐということになる。人間の性格とか好き嫌いとかはあるかもしれないが、それを抜きにすれば、お客さんとのコミュニケーションの中から出てきた形のない資産・情報などは引き継ぐようになってきていると思う。

逆に転勤のよさもあって、違うところへ行くと、今までの自分の経験が活かせることがあり、例えば、こういう話があれば前の店のあの方と1回会ってみてはどうかとか、1度経験した事象が起きれば同じようなアドバイスが出来る。1ヶ所よりも数ヶ所回って来る、あるいはそれと比例して何十倍もの人と親しくなっているということは、金融機関に身を置く者としては非常に重要な財産だと思う。リスクもあるが、原意も結構あるということで、積み重ねをしっかりとやりながら、積み上げてきたものを出来るだけ地域の方々に還元していくことが我々の役目ではないかと思う。

社長、オーナー会社との関係が難しいというのは仰るとおりであり、昔は金融機関と企業との距離感はかなり狭かった。親戚付き合いとまではいかないまでも、何かにつけて、例えばご子息へのお嫁さんの紹介まで相談に乗ったりしてきたが、だんだん世の中が変わり、個人情報その他の難しい問題も出てきて、なかなか全て出来る訳ではなくなった。

出来れば、町医者的な、何かあったら、あの支店、あの支店長、あの課長に聞いてみるということが、1社でも2社でも増えてくれば、金融機関にとっても大きな財産になるし、お役に立てるかなと思っている。その努力は人材育成も含めて永遠の課題であると認識しており、これからも努力して参りたいと考えている。

(司会) 最後に、地域振興についての思いを一言ずつお願いしたい。

(清滝) 今回、多くの方からお話が聞けて、本当に参考になった。

転勤があるということもあって、地域密着は本当に大変なことだと思ったが、それを次の人にバトンタッチしていくとかの方法で密着が保てるのではないかと思った。また、私も長野県だけで生活するとは限らないのだと今更実感したが、ここで活かした経験などを、どんな土地に行ってもいろんな人とコミュニケーションを図ってつながっていくことで、地域にも何かしら貢献出来るのではないかと思った。

(宮澤) 本日は大勢の方から大変貴重なお話をいただき、とても参考になった。

若い世代だと、地域振興についてピンと来ないと遠い目線から見ている人が多いと思うが、自分も将来、どのような形であれ、地域振興に参加したいと思うし、そういった仕事につけたらいいと思っている。

(廣川) 今回の講義のお話をいただき、自分自身が今までやってきたことを振り返ったり、社内で、他の地域でどんなことをやっているのかなどをヒヤリングしたりと非常に勉強になった。長野県でもこのようなことが出来るのかなども知ることができ、この機会をいただけたことを非常に感謝している。

地域振興とは、1つのパターンがどこにも当てはまるという訳ではなくて、地域々々にあるいろいろな特色だとか資源は違うので、それに合わせて我々が出来ることをしっかりやっていくということだと思う。そのためには、地域をよく知らないといけないので、転勤というのは阻害要因にもなると思うが、それ以上に地域をよくするという思いを次の人に伝えていかなければならないと再度認識させられたので、しっかりやっていきたいと思う。

(小松) 最終的には、ふるさとが好きだという郷土愛だと思う。私も長野県の間人だが、転勤で海外を含め各地に行ったが、最終的に長野県が好きであり、長野県が好きでないと金融が出来ない。

長野県の企業もかなり海外に出ており、八十二銀行のお客さんだけでも海外に 1,700 の拠点があり、そのうち 1,400 の拠点はアジアに出ており、そちらの手伝いもしている。その企業が長野県に投資してくれれば、雇用も伸びるし、経済の活性化にもなるが、企業というのは生き物であって、為替の影響などいろいろな要素やマーケットのこともあり、海外に出ざるを得ない。あるいは、海外に出なくても長野県から外に出て行かないといけない。

郷土というのは長野県の県境の話ではなくて、ここに本拠地を持った企業やここで生まれた方たちが、県外で、あるいは世界で活躍して、それをまたふる里に還元して貰うことが重要であると思う。余り内向きになってはいけないし、だからと言って外の方ばかりお手伝いしてもいけないので、必ず長野県に戻って来て貰う、あるいは海外で儲けてもそれを配当の形でこちらに戻して貰うという努力を行って、よりグローバルな中でも長野県の発展が出てくるのかなと感じている。

今回のいろいろな講義、今日のパネルの中でいろいろ勉強させて貰った。

(原) 私も、小松常務に負けない位、地域が好きであり、飯田市が好き、もっと言うと住んでいる鼎上茶屋というたった 400 人程の地域が大好きである。

自分たちが住んでいるところを少しでもよくでき、その中で自分が出ることは何だろうかと考えながらやっていきたい。もう 64 歳で、あと何年出来るか分からないが、出来る限りやっていきたいと思っている。

(中村) いろいろ考えることのきっかけを与えていただいたいい機会だったと思う。先ほど指摘があったとおり、総論で考えると、どうしても地域振興の話はきれいごとになってし

まうので、やはり各論ベースでやっていかないといけないと思った。

郷土愛の話が出たが、私自身は東京 23 区出身で、故郷を捨てて流れ流れている流れ者である。しかし、つながり方というのは、郷土愛のつながり方もあるが、私がいろいろな土地を回っているうちに出来たそれぞれの土地とのつながりは、細々としながらもいまだにつながっている。そういう意味では、つながりのあり方は本当に様々になってきたので、それぞれ自分たちがやれる方法でつながるということを、これから一緒に考えていければと思う。今回もそのいい機会だったと思う。

終章 まとめ

1. 金融機能を利用した地域振興策について

第2～5章のとおり、外部講師の方々の熱心なお話やパネルディスカッションを通じて本講義のテーマである「金融で地域を支えることができるか 金融で地域を振興することができるか」について、有意義な考察を行うことが出来た。

また、本講義の受講生に対しては、講義の成果を確認するため、期末課題という形で、自らが考える金融機能を使った地域振興策についての考察を求めた。通常、大学講義の期末課題という、それまでの講義内容の把握状況の確認を行うことが多く、講義内容を踏まえて自由な発想で考えるということに慣れていないことから、受講生においては、かなり悪戦苦闘したように見受けられるが、結果的には、学生らしい新鮮で自由な地域振興策が出てきた。

その中から、評価に値するものとして、その一部を以下のとおり紹介する。

(1) 信州大学経済学部3年 塩入 麻柚子

地域の振興には、横並びではない地域を住民の意思で作り出すという熱意と努力が必要不可欠である。では、地域住民の意思や参加のある地域振興事業を行いやすくするためにはどのようにすればいいだろうか。そのためには長野県で行われている「長野県元気づくり支援金」のような住民とともに行う振興事業に対して与えられる支援金という区分を、地方金融機関に共通して設置するという事業を提案したい。

例えば、「住民と行う地域づくり支援金」という名前にするとしたら、「〇×銀行さんに融資をお願いしてみよう」ではなくて、「銀行に『住民と行う地域づくり支援金』で援助して貰おう」になるのである。

「長野県元気づくり支援金」の場合、支援金を出すのは長野県ということになるが、その場合、支援出来る金額に限りがある。しかし、地方金融機関が共通した支援金(融資)区分を設置すれば、金額に広がりが出る。明確な目的のある区分であるから、支援のお願いもしやすいし、共通していれば、馴染みのある金融機関に融資して貰うこともでき、活動にも広がりが出るかもしれない。

もちろん、金融機関も企業である以上、将来性のない事業に対して融資することは出来ないだろう。しかし、現在でも、八十二銀行や信用金庫など、多くの金融機関が様々な分野に関するセミナーを開催する事業を行っており、住民や自治体が知識を得る機会は確立されているように思える。これを活かせば、金融機関の知識に基づいた専門性のある事業への発展を期待出来るのではないだろうか。

(2) 信州大学経済学部3年 東 拓見

地域を振興するには、以前は公共事業や建設業が挙げられていたが、現在では、それに加えて、ニーズのキャッチやグローバル化への対応が必要だと考えられる。すなわち、シニアマーケットの開拓、産業の成長期待分野への展開、および海外進出である。第2次お

よび第3次産業の発展の上で、第1次産業(農業、水産業)の発展があるので、優先順序として、地場産業、成長産業育成を掲げる。これらの地盤を強固にして、「逃げない産業」へとつなげることが長期的に見た地域振興であると考えている。

そこで、「ビルドアップ・プロジェクト(仮)」を地域振興として提案したい。現在の長野県には、北信・中信・南信のあちこちに超微細・精密加工技術を持つ中小企業があるが、いずれも小規模である。そこで行政のネットワークと金融の力でこれらの企業を連携ないしは合併を進め、シナジー効果で新しい産業分野を創設し、更に産業連携と医療分野における事業を展開する。合併、M&Aによって、資金力・競争力が上がり、金融と行政のバックアップの下でグローバル展開を進めるのである。つまり、小さくて細い企業を、大きくて筋肉質な企業へとビルドアップさせるプロジェクトである。

このプロジェクトには、もちろん多くの課題が挙げられるであろうが、強い産業こそが地域振興のカギであり、ガソリンとしての金融、エンジンとしての産業、メンテナンスとしての行政が協力していくことが大前提なのである。課題としては、産業の育成に加え、シニア世代に合わせたまちづくりや、外国人に来て貰えるようレストランのメニューに英語を載せるといった、外国人に受け入れられるまちづくりも必要であろう。現時点でこれらのニーズに長野県が応えられているとは考えられない。

また、研究・技術開発が事業化出来ない「死の谷問題」が起こらないように、リスクマネーの供給も必要であろう。そのためには、何が成長分野で、どれだけ儲かるのか、銀行や行政は見る目を鍛える必要がある。「ビルドアップ・プロジェクト(仮)」を以上の課題の解決とともに進めていけば、きっと地域は振興すると考える。

(3) 信州大学経済学部3年 古宿 雄介

複数企業の融合による高齢層向けテーマパークの建設を、地域振興策として考える。本講義のパネルディスカッションを受講して思いついたのだが、それぞれの分野に精通している企業同士が、1つのものを作り上げ運営していくものである。

長野県の観光客は減少しているが、日帰り客は依然多いままである。日帰りで訪れる場所と言えば松本城などがメインであるが、そこから推察すると年齢層は高いはずである。高い年齢層のニーズに応えることができ、注目されるべき革新的な内容であれば、高齢化が急速に進む全国から人を集めることが出来る。今、考えているのは温泉をメインにした施設で、多くの種類の温泉を作り、何度も足を運びたくなるようなものにしなければならない。また、施設内では、おひさまファンドの利用や食堂での長野県内産の野菜を提供・販売するといったこともいいと考える。環境を気遣い、人々を楽しませるような施設を、観光名所に隣接することは有効ではないだろうか。

(4) 信州大学経済学部3年 プレブスレン ガンチメグ

生産の動きに対し、現状では、パート、アルバイトや派遣社員などの非正規雇用者の割合が上昇を続けている。そのため、非正規雇用者に対する保険制度を導入し、出資者から資金を調達(非正規雇用者からの保険料)し、それで年金、福祉が行われるような保険の仕

組みにする。要するに保険部門を民営化する。

65 歳以上の高齢者向けビジネスを育成するために、実際に金融機関が市場に参入・支援して、低金利の貸出しを提供する。長野県の人口が大きく減少し、2030 年には、65 歳以上の高齢化率が 3 人に 1 人になると予想されることから成長する可能性が高いと思われるので、銀行から融資することが必要である。

民間銀行は、担保なしでは融資出来ないということで、低所得者層にはお金が回らない状態が発生しているため、社会の低所得者に向けて、マイクロファイナンスとなるソーシャルビジネスを開始する金融機関を創設する。長野県の農業生産性が高いことから、その機関は、比較的低金利の無担保融資を、主に農村部に行うことが適切であると思う。これにより、社会的課題の解決と同時に新たな産業、雇用の創出にもつながって行って、社会貢献の役割を果たすであろう。

地域の住民が持っている遊休貨幣資本を、金融市場で回すための取組みが必要であり、株式、証券に興味を持つようにするため、大勢の住民を集めて、セミナーや株式の売買ゲームなどの活動をすれば、証券会社と協力して再生の必要がある中小企業へ、投資家として投資する人が増える。

(5) 信州大学理学部 3 年 中村 純也

地域振興にとって最も大事なものは、その街が如何に活性化し、賑わっているかであると考えている。そのため、その街での人の流れが大事であり、県外からの観光客にも分かりやすい特色が重要である。横浜の中華街といったように、飲食目的の観光地があるだけで十分集客効果があると思う。

その街の一角にグルメタウンがあるのは、全国的に見てもまれな例ではないので、いっそのこと、松本市全体をグルメタウンに発展させればよいと考える。長野県内で見ても、松本市は昼夜問わず、飲食店が盛んな街であるので、松本市の住民も食に敏感な人が多いと聞く。その中で 1 つのグルメタウンにするのは、決して非現実的な話ではない。

例えば、松本市は電車を利用するサラリーマンも多いので、駅前に居酒屋を含めた飲み屋街の一角を設け、それに隣接して、終電を逃した人のための格安ホテルを建造する。また、駅から少し離れた住宅街には、昼食のための喫茶店、CAFÉ 等、主婦層に受ける店を設け、家族連れでも入りやすい、広いスペースを確保出来る店を作る。他県から来る観光客には、長野県の食文化を一度に堪能できる空間を設け、中華街のようなグルメタウンを作り集客する。

しかし、これらの策を実行するのに地域の企業の協力が欠かせない。飲食店は個人主が多く、従業員も少ないので起業するのが難しく、競争が激しくつぶれる店も多い。そこで、地域の金融機関からの協力を得て、八十二銀行が行っている事業資金提供、商工中金が行っている規模を大きくしたい飲食企業への資金調達のノウハウ提供等、事業展開したい事業主に対する地域金融の支援を存分に与えることで、事業の活性化が見込まれると考える。また、地域振興及びまちづくりには地域住民の活性化が大事であり、子供のいる家庭では、

長野労金の教育・子育て世代応援ローンを使って、家庭にかかる負担を抑えることで外に使うお金も増える。

長野県は農林業の問題もあるので、それに対応するため、JAを通して松本市の各飲食店に長野県の農産物を卸し、使うことで地産地消にもなり、飲食店の発展とともに長野県の発展にもつながると考える。新しく飲食店及び飲食街を作る際、長野県の木材など日本の国産材を使うことにより、外材の輸入で苦しんでいる日本の林業の発展にもなり、木材の需要も高まると考える。これにより、松本市は飲食サービスの街だけではなく、国産材で建てられた飲食街が集う街として他県にはない木材の街を築き上げることが出来ると思う。長野県は、山や森の多い県であり、木材と飲食の街が出来れば、地域としての特色も生まれ、集客効果が見込めると思う。

ここまで述べたことを実行するには、地域金融による資金調達が必要であるほか、地元の金融機関と事業主とのつながりや、住民、企業、行政が、それぞれ、街をよくし、発展させる気持ちを持つことが大事であると思う。

以上が、受講生が考えた主な地域振興策であるが、「住民と行う地域づくり支援金」や「ビルドアップ・プロジェクト」、高年齢層向けテーマパークの建設、非正規雇用者向け保険制度、松本市グルメタウン構想などユニークなものばかりであり、実現性については更なる検討が必要であるものの、地域振興策を考えるきっかけには十分なり得ると考える。

金融機能を使うと言った場合、資金源という意味ではあらゆる経済活動に関係するが、上記のうち、金融機関を主体とした「住民と行う地域づくり支援金」や非正規雇用者向け保険制度は金融機能を効果的にその仕組みに組み込ませており、本講義のメインテーマである「金融による地域振興策」と直結するし、「ビルドアップ・プロジェクト」は「経済の血液」である金融を「ガソリン」として捉えているところがユニークである。高年齢層向けテーマパークの建設や松本市グルメタウン構想は、単なるテーマパークでは一過性に終わる可能性が多いが、地域の特性を加味して構想しており、一考に値する。

なお、上記以外にも、地元球団の創設や林業の活性化策など、学生らしい大胆な発想の地域振興策があったことを付言したい。

2. 地域のために重視する事項

本講義にご登壇頂いた外部講師の方々におかれては、皆、共通して、地域振興に対する熱い思いを持っており、長野県内において、それらの努力が一部結実したものもあることが判明した。

しかし、結果としての長野県経済を見ると、1998年の長野オリンピックを頂点として地域経済は停滞しており、今後取り組むべき課題は多いと考える。このため、本講義の質疑応答時に、金融関係の外部講師に対しては「地域振興に関し、金融機関として最も重視することは何か」、金融機関以外の外部講師に対しては「地域振興に関し、金融機関に対して

最も望むことは何か」を共通に質問した。

それらに対する金融機関サイドの回答は以下のとおりであった。

・日本全体もそうだと思うが、やはり製造業である。メーカーのモノが売れてくるというのが一番重要だと思う。長野県内や東京の企業をいくつも回って、アベノミクスの影響を聞いても、まだ実感がないようである。為替が円安になって、輸出産業はいいと思うが、それが実際のメーカーの生産向上につながるにはタイム・ラグがある。決算ではいい結果が出て来るが、これは、あくまで為替の評価益である。モノが実際に売れて生産が増えると、経済が好循環になるが、そのために地域金融機関として、メーカーの販路拡大や設備導入のための融資、経営相談などで協力している。メーカーが元気になれば、長野県も元気になると思う。

・経営が苦しくて廃業される人もいるし、M&Aに活路を見いだす人もいるが、企業の存在意義を示せるよう力を付けてくれれば、それに越したことはない。我々もそのお手伝いをしたいし、我々の組織も含め、後継者である若い人たちも一緒になって力を発揮してほしい。

・働いている人の暮らしが安定しないと地域が元気にならない。保険掛け金が安くてより有利なものにするとか、安いローンを借りられるようにするなど、個別にお金の使い方やライフプランのセミナーなどを行っており、少々の波ではへこたれない安定した暮らしのお手伝いをやり続けるしかない。安心して子育てや介護を続けられる社会を作り、少しでも働く人に元気になっていただけるようにしていきたい。

・地域で伸びそうな企業を見つけて、いろいろな形で事業の拡大や資金調達のアドバイスを行っていきたい。

・農業者の暮らしが一番大切である。そのためにも強い農業を作っていくためのお手伝いをしていきたい。

・以前は条件変更を行ったり、一度倒産した企業に融資することが難しかったが、今は経営が厳しくなった企業でも、資本金ローンとか企業再建支援資金とか、企業を支援するための融資に取り組んでいる。ここ数年、真水の融資だけではなく、中小企業への経営改善アドバイス等を含め、企業支援にも力を入れている。金融イコール新たな融資だけではない。

・これまで培ってきた中小企業のノウハウをベースに、今後も目利きを活かし、中小企業の商品・サービスの競争力や生存分野など、強みと弱みをしっかり分析して地域活性化に貢献していきたい。

経営者とシッカリとコミュニケーションを図り、リレーションシップ・バンキングを重視して、経営者の経験、経営陣のまとまりなどあらゆる角度から分析しつつ、寄り添いながら、「こういう方向性で行きましょう。」と同じベクトルを向きながら融資をするのが一番だと考えている。

といった内容で、地域振興や地域経済をよくしようという熱い思いが伝わってきたが、これらに対し、金融機関利用者からは、以下のような声が聞かれた。

- ・長野県内の金融機関が各地域で集めた預金を、長野地域で使うことが金融機関の責務であるが、地域から工場を建てたいという需資が出てこない。現状はそれが出来ないで国債を買っている。金融機関も、単に預金を貸すのではなく、商社のように、お客さんと共に、新しい資金需要を作っていくことをしていかないと、折角、他地域で集めたお金が地域で生きることが出来ないと思う。

- ・金融機関は地域からお金を集めているが、その使い所がないというのが現状だと聞いている。そのお金が投資に向かえば地域で生かされるし、そこで得た利益が預金者に戻ってくるという循環になって行けばいいと思う。地元信用金庫は、プロジェクトと一緒に関わってくれているし、八十二銀行でも、一緒に地域の中で金融を考えていこうというタスクフォースが始まっている。

- ・金融機関から資金を借りたくても、貸してくれないことが多い。伸びていく企業でも、前年度決算が赤字だと（本当は赤字なので借りたいのだが）借りられない。金融機関の収益環境が厳しく、不良債権を作りたくないのは分かるが、昔のように、地域の企業を伸びさせるために、一緒になって取り組んで行こうということが少ない。地域企業が減びると、その地域の銀行も減びてしまう。協力的な心が大事だと思う。

- ・地域金融機関には、地方銀行、第2地方銀行、信用金庫、信用組合、農協などがあるが、信用金庫はエリアがあり、外に出られない。地方銀行は外に出られる。その他に都市銀行があるが、非常にドライである。都市銀行は投資と回収ということで、企業が窮地になった時に引合いにかけるのが一番早い。ノウハウ的に高いのは八十二銀行で、エリアも広いし、資金量も多い。金融機関に求めることは、なるべく中小企業の側に立って判断してほしいということである。昔は不動産を持っていると評価されたが、最近ではどんどん地盤沈下しているから、不動産の担保があっても評価されない。銀行には企業を見る目を養って、スキルを上げて行ってほしい。

このように、金融機関利用者からは、一部金融機関を評価する声も聞かれたが、太宗としては、まだ物足りないと感じているように見受けられた。

また、公的サイドからは、

- ・新規の貸出先がないという話をよく聞くが、貸出しが増えないと景気の活性化は起こりようがないので、少しでも将来性がある企業なり、プロジェクトというものを発掘していくという役割が、従来以上に地方の金融機関に期待されている。

長野県は大きな県なので、1つの金融機関で出来ることは限られているので、従来は必ず

しも接点のなかった金融機関同士がタイアップするとか、地域中心の金融機関であっても、他の地域に目を向けるというようないい意味での間口の広さというものを取り入れていくことで、貸出先を更に掘り起こさないと、どんどん縮小均衡に入ってしまうのではないかと感じる。

・銀行の人たちが忙しいのは分かるが、もうちょっと勉強してほしい。何度も経営者などと会って、中小企業のことを理解できるような銀行員にならないと、企業再生は難しい。逆に、会社の社長も、銀行に自分の会社の商売を説明しに行かないといけない。お互いに理解できないまま、スコアリング・シートや点数方式でお金の貸し借りをしても、うまく行かないので、お互いに理解し合うよう、出来るだけ歩み寄りをしていって貰いたい。

・地域社会のさまざまな情報を一番多く持っているのが地元の金融機関なので、地域づくりの現場で頑張っている企業、団体、個人について、発掘とPR（光を当てること）に努め、金融機関の”お墨付き”により、行政（市町村や県、場合によっては国）や有力企業との縁結びをすることが何よりの支援になるので、そのような活動を積極的に行っていただければ地域はもっとよくなる。

・最近の長野県の金融機関は、産学官に加えて金融機関が資金面でバックアップすることにより、新しい産業興しとか、これから成長しようとしている企業に対する資金供給という面で非常に大きな役割を果たしている。八十二銀行は、海外に支店や駐在員事務所を設け、工場進出や市場展開といった長野県企業の海外進出の手伝いをしている。金融機関独自の情報を企業の振興などに活用していただきたいし、長野県の金融機関も、そういったことに対して、積極的に取り組んでいただいている。

ということで、地元金融機関を評価する声があったものの、更なる地域貢献を期待する声の方が多かった。

金融庁も、リレーションシップバンキング行政の恒久化ということで、2007年10月に「中小・地域金融機関向けの総合的な監督指針」（以下、「監督指針」という）を公表し、①地域貢献：中小・地域金融機関は、地元企業への資金供給のみならず、地域内の資金循環ネットワークの要として情報や人材等の提供で貢献、②地域密着型金融：真のリレバンを実施するには、目利き機能向上のための人材育成・活用、地域ニーズに対応しうる金融手法の開発・活用、という2点を打ち出し、直近の監督指針においても、その方針を堅持している。

岩佐〔2009〕は、①リレーションシップバンキングとは、「地元の中小企業に密着し、企業を取り巻く当該地域において集積された情報を広く深く厚く収集し、個々の企業主に関する個人的で定性的な情報（私的情報）ないしソフト情報を長期継続的な、また総合的な取引関係の中で地道に採取し、金融機関及び地域の中小企業双方が利益を得る共存共栄のための手法」である。②真のリレバンとは、「現実社会における情報の非対称性を克服し、可能な限り効率性や経済合理性を追求するもの」であるとして、真のリレーションシップ

バンキングの推進の必要性を主張している。

また、堀内〔1999〕は、地域住民がよい意味で企業的経営感覚を持ち、生活者意識と市民意識の下に活動する住民主体の地域事業、地域コミュニティを起点にして、住民が主体になり、顔の見える関係の中で営まれるコミュニティ・ビジネスが大事であるとしており、堀江〔2009〕でも、実際に地域の人々が求めているのは、地域産業等の活性化や商店街振興等の支援であるとしている。

このように、金融機関に求められている役割は、単にお金を貸し借りすることだけではなく、地域経済に熟知し、専門的知識も有する地域金融機関が、大所高所の立場からアドバイスを行ったり、各種取組のコーディネートを行うといったソリューション機能を求めているのではないかと考える。

そういう意味では、本講義内で話されたグリーンファンドの組成や証券会社のアレンジメント機能はそのヒントになるものであり、日本政策投資銀行の中村氏や日本経済研究所の大西氏が話された「金融のつなぐ力」や「住民・企業・行政の間の歯車」の話は非常に含蓄のある提言であったと考える。

以前、リーマンショック後の経済対策で「金を出さずに知恵を出せ」というキャッチフレーズがあったが、正にアイデアや知恵が求められる時代であり、従来の経済・金融構造の延長線上の議論ではなく、斬新で抜本的な構造改革の発想が強く求められているのではないだろうか。

【参考文献】

- 岩佐代市〔2009〕『地域金融システムの分析』中央経済社
- おひさま進歩エネルギー株式会社編著〔2012〕『みんなの力で自然エネルギーを～市民出資による「おひさま」革命』
- 甲斐良隆編〔2012〕『心とお金を繋ぐ地域金融』関西学院大学出版会
- 筒井義郎〔2007〕『地域金融の活性化に向けて―課題と展望』筒井義郎・植村修一編「リレーションシップと地域金融」終章 日本経済新聞出版社
- 長野経済研究所〔2005〕『創生長野経済』信濃毎日新聞社
- 長野経済研究所〔2009〕『危機を生き抜く企業力～オンリーワン企業に学ぶ15の知恵』信濃毎日新聞社
- 日本政策投資銀行地域企画チーム編著〔2010〕『実践！地域再生の経営戦略【改訂版】―全国36のケースに学ぶ“地域経営”』金融財政事情研究会
- 堀内昭義〔1999〕『日本における金融構造の基礎：展望』大蔵省財政金融研究所
- 堀江康照〔2008〕『地域金融機関の経営行動：経済構造変化への対応』勁草書房
- 堀江康照編〔2009〕『地域金融と企業の再生』中央経済社
- 家森信善〔2004〕『地域金融システムの危機と中小企業金融』千倉書房
- 吉野直行、藤田康範編〔2007〕「中小企業金融と金融環境の変化」『信金中央金庫寄付講座 中小企業金融論』第3巻 慶応義塾大学出版会
- 金融審議会金融分科会第二部会報告〔2003〕『リレーションシップバンキングの機能強化に向けて』
- 金融庁〔2013〕『中小・地域金融機関向けの総合的な監督指針』