

日本公庫つなぐ

vol.09
2017 SPRING



特集

日本公庫総合研究所



表紙のはなし

「みあげれば がれきの上に こいのぼり」。東日本大震災の年のこどもの日。いつもうつむいていた中学生が、「顔を上げなくちゃ」と空を見上げたら、誰かが揚げた鯉のぼりが泳いでいたという句です。悲しみ、喪失感、そしてその先に見えてきた希望。復興への願いを込めて、元気に泳ぐ鯉のぼりを描きました。

イラスト：たなかみか

題字：園元伸子（日本公庫 危機対応等円滑化業務部）

日本公庫つなぐ

vol.09

2017 SPRING

3

炉辺談話

「より短く、より易しく、より静かに」 村尾信尚

4

大臣寄稿

日本公庫への期待 農林水産大臣 山本有二

5 特集

日本公庫総合研究所

寄稿

「独自性ある高い水準の研究成果を広く発信」

慶應義塾大学商学部教授 樋口美雄

統計的価値を有する中小企業の景況調査

寄稿

「新規開業に関する研究で独自の地位を確立」

慶應義塾大学商学部教授 山本勲

寄稿

「東日本大震災関連融資の経済効果を定量化」

成城大学経済学部教授 中田真佐男

日本公庫シンポジウムを訪ねて

寄稿

「強みの中小企業分野で我が国の経済分析・政策研究に貢献」

内閣府経済社会総合研究所長 前川守

寄稿

「実務経験に基づく知見 実証研究の成果に厚みを加える」

経済産業研究所ファカルティフェロー 一橋大学経済研究所教授 植杉威一郎

Topics

18 創造力、無限大 高校生ビジネスプラン・グランプリ

「ファイナリスト・アナザーストーリー」

政策金融あれこれ 第9回

22 3事業が一体となった総合力 宮城大学名誉教授 大泉一貫

23 動く支店 熊本支店

シリーズ まちから、むらから 宮城県女川町

24 「小さな町で躍動する若き力」

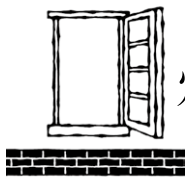
27 ご意見・ご感想 編集後記

【ワ】ン【ポ】イ【ン】ト【解】説 中小企業の定義

「中小企業基本法」は、中小企業の範囲を表のとおり定義している。資本金または出資総額と常時使用する従業員数のいずれかが上限以内であることが条件だ。また同法では、従業員数20人以下（卸売業・小売業・サービス業は同5人以下）の企業を小規模企業と規定している。『2016年版中小企業白書』（中小企業庁）によると、わが国の民営企業（農業など一次産業を除く）のうち、企業数で99.7%を中小企業が占める。小規模企業に限ってみても、企業数で85.1%を占めている。

2014年には、小規模企業の持続的な発展に向けた施策体系を構築するため、「小規模企業振興基本法」が成立した。地域の雇用を守り、経済成長を実現する上で、中小企業や小規模企業に向けられた期待は大きい。

	資本金の額 または 出資の総額	常時使用する 従業員の数
製造業 その他	3億円以下	300人以下
卸売業	1億円以下	100人以下
小売業	5,000万円以下	50人以下
サービス業	5,000万円以下	100人以下



炉辺談話

「より短く、より易しく、より静かに」

ニュースキャスター 村尾 信尚

51歳で日本テレビ系列「NEWS ZERO」のメインキャスターを始めて10年が過ぎました。未だに初々しいとか、アクセントがおかしいとか、いろいろ言われる私ですが、ようやく私なりにキャスターとしての話し方の心得が分かってきたように思います。

その一は、しゃべりすぎないこと。テレビニュースの大きな制約は時間です。一つのニュースに私がコメントする時間は平均して30秒から1分程度。事柄の本質を見つけ出し、それを短くまとめなければいけません。これが大変で、今でも悪戦苦闘の日々が続いています。以前、桂文珍さんに「テレビで話すコツは、インパクトのあることをコンパクトに話すことですよ」と教えられましたが、その通りだと思えます。ところで、言葉を



村尾 信尚（むらお のぶたか）

岐阜県高山市出身。1978年一橋大学経済学部卒業後、大蔵省（現財務省）に入省。2003年関西学院大学教授、06年から「NEWS ZERO」メインキャスター。『役所は変わる。もしあなたが望むなら』（淡交社）など著書多数

省く作業を重ねるなかで見えてきたのが水墨画の魅力。少ない墨でいかに表現するか、その筆のタッチに思わず目が行きます。

その二は、易しい言葉で話すこと。ニュースで「地方交付税交付金が増額される」と聞いて、何人の視聴者が理解できるでしょうか。例えば「国から市町村などの自治体に、使い道を決めないで渡されるお金が増えますよ」と言い換えることが必要でしょう。「視聴者ファースト」を目指すのであれば、キャスターには専門用語を易しい言葉に翻訳する能力が求められます。その翻訳能力は、語句の意味するところをきちんと理解しているかどうかにかかっています。皇室典範、AI（人工知能）……日々勉強です。

その三は、静かに話すこと。私も時々

熱が入りホットに語ってしまうのですが、そんな時ほど私の意が伝わらず空振りしたと感ずることが少なくありません。こちらが押せば押すほど、相手は引いてしまいます。一つのニュースに感情を抱くことは自然ですし大切なことですが、その感情を表に出すことには慎重であるべきです。「深い川は静かに流れる」、静かに語ってこそ多くの思いは伝わる、そんなことを心がけています。

以上、「より短く、より易しく、より静かに」。このことを自分に言い聞かせているのですが、残念ながら「今日はうまくできた!」と思った日は一日もありません。反省と後悔の日々のなか、「明日は明日の風が吹く」と気を取り直して、月曜から金曜まで毎晩トライを続けています。



日本公庫への期待

農林水産大臣 山本有二

我が国農業は、生産者の高齢化や耕作放棄地の増大等の課題が山積しており、農業の活性化は待ったなしの状況です。このため、農林水産省は、農業の生産性向上や高付加価値化により農業の成長産業化を図り、農業者の所得向上を実現するための取組を一丸となって進めています。

私は、農林水産業こそ、経営意識を持った創意工夫により飛躍的に成長することができる、夢ある産業であると確信しております。そのためにも、農業者が自由に経営展開できる環境を整備するとともに、農業者の努力では解決できない構造的な問題を解決することが重要だと考えています。

こうした観点から、私は、昨年11月に「農業競争力強化プログラム」をとりまとめました。具体的には、このプログラムにおいては、生産

資材価格の引下げや流通・加工構造の改革、生乳流通改革のほか、土地改良制度の見直し、収入保険制度の導入といった改革を盛り込んでいます。現在は、これらの改革を確実にしていくための施策の実現に取り組んでいるところです。

このような中で、日本公庫では、農業経営の規模拡大、6次産業化の推進、新規就農・農業参入等に対して、2016年度も、4500億円を超える融資を実行していただいたところ です。特に、認定農業者が経営改善のために広く活用できるスーパーL資金の貸付については、約2500億円と対前年度で400億円以上の増加となるなど、大きく増加しています。また、昨年の熊本地震や度重なる台風などの災害時においても、農林漁業者等の個別の実情に寄り添い、適時適切な貸出等の対応に努

めていただいているところです。こうした日本公庫の皆様のご尽力に心より感謝申し上げます。

今後とも日本公庫には、長期低利資金の円滑な融通のみならず、各都道府県段階に整備されている法人化推進体制に参画し、農業者に必要なアドバイスを行うなど、日本公庫が持つ経営改善の知見を活用し、新しいチャレンジを行おうとする農林漁業者や中小事業者を幅広く支援することを通じて、地方創生に大いに貢献していただきたいと考えています。

特に、日本公庫の職員の皆様におかれましては、これまで以上に現場に赴き、新たな認定農業者の方々を開拓し、担い手農業者の経営発展を力強く後押ししていただきたいと考えています。



Special Report

日本公庫 総合研究所

日本公庫総合研究所は、わが国の中小企業の約4分の1にあたる90万社以上をお客さまとする日本公庫の強みを生かし、全国のさまざまな中小企業を広く研究対象とする総合的な研究機関だ。専門性・独自性・先進性の追求をモットーに、学術分野に貢献することはもちろん、研究成果を中小企業・小企業経営者をはじめとする一般の方々に広くわかりやすくお伝えすることにも力を注ぐ。研究所の活動を追った。

独自性ある高い水準の 研究成果を広く発信



慶應義塾大学商学部教授
樋口 美雄

専門は労働経済学・計量経済学。商学博士。1980年慶應義塾大学大学院商学研究科博士課程修了、91年より現職。2009年～13年同大学商学部長。日本公庫総合研究所顧問。現在は、厚生労働省労働政策審議会会長、内閣官房まち・ひと・しごと創生会議構成員、働き方改革実現会議構成員など公職多数。2016年秋紫綬褒章を受章。

中小企業の多様性に光を当てる

日本公庫総合研究所は、わが国の中小企業の現状と課題を調査・研究し、政策提言を行う研究機関である。今さら言うまでもないが、日本経済において中小企業が果たす役割は極めて大きい。中小企業庁によると、2014年にあった民営非一次産業の企業382万社のうち381万社、実に99・7%

が中小企業に分類される。同じく常用雇用者4061万人のうち2647万人、65・2%が中小企業で働いている。

ただ、ここで忘れてはならないのは、381万社の中小企業が決して一様な存在ではないということである。一口に中小企業と言っても、老夫婦が経営する個人商店から300人近い従業員が働く工場まで、実にさまざまな企業が存在する。企業の規模や業種、成長性の高いベンチャービジネスか、すでに市場が成熟した伝統的ビジネスかなどにより、生産性向上のための課題は当然異なってくるし、たとえ同じ課題であっても、対応策は異なるはずである。

経営者と家族だけで稼働するような生業的で零細な企業を例にとると、規模の経済性が働きにくく、あまり大きな生産性の向上は望めない。しかし、終身雇用の崩壊で大企業による雇用吸収が不安定になるなか、われわれの身近に多数存在する小さな企業が、地域の雇用の創出に一定の役割を果たしていること、大企業の中では難しい、柔軟な働き方ができる場所として重要であることも、また事実である。

今、私が委員を務めている政府の働き方改革実現会議では、長時間労働の是正、同一労働同一賃金の実現などと並び、働き方の多様化が議論の大きな柱になっている。具体的には、短時間勤務、在宅勤務、兼業・副業、育児・介護休業などの拡充を図ることである。

実は、零細な事業主の中には、例えば、親の介護のために大企業での就業を辞め、自宅で労働時間の自由度が高いインターネット通販業を始めたり、家族の事情で転勤が難しいため、大企業での経験を活かして経営コンサルタント事務所を立ち上げるなど、事業を始めることで自らが働く場をつくる「自己雇用」タイプの起業家が増えている。こうした小さな企業の集まりがいわば層となっており、多様な働き方を提供する場となると言える。そして、彼らは、従業員を増やして事業を拡大することよりも、少額でもよいから当座の開業資金を調達し自分らしい働き方、生き方を手に入れることを目指している。しかし、こうした実態は、あまり広く知られていない。

フィールドワークこそ価値の源泉

このことから分かるように、多種多様な中小企業への施策を考える上では、さまざまな企業の実態をつぶさに調べ、企業の属性により異なる政策ニーズをきめ細かく把握することが欠かせない。

日本公庫総合研究所は、08年の政府系金融機関再編に伴い、中小企業の中でもより規模の小さい「小企業」を研究対象としてきた旧国民生活金融公庫の研究所と、中小企業の中でも比較的規模の大きな企業を研究してきた旧中小企業金融公庫の研究所が、両者の特徴を堅持しつつ、中小企業全域を

■ 総合研究所の景況関連調査

- ・全国中小企業動向調査(四半期)
- ・中小企業景況調査(月次)
- ・全国小企業月次動向調査(月次)
- ・中小製造業設備投資動向調査(半期)

■ 最近の主なテーマ別研究

【中小企業の構造問題に関する研究】

- ・新規開業実態調査(2016年度)
- ・新規開業パネル調査(第3コーホート)
- ・起業と起業意識に関する調査(2016年度)
- ・中小企業の外国人材活用に関する調査
- ・日本のソーシャルビジネス

【中小企業の経営問題に関する研究】

- ・事業承継で生まれ変わる小企業の経営
- ・東日本大震災と中小企業

【内外の産業動向に関する研究】

- ・M&Aに取り組む中小企業の実態と課題
- ・クールジャパンに取り組む中小企業
- ・輸出への取り組みを契機とした中小企業の変革
- ・中小商業・サービス業の現状と課題

■ 総合研究所の刊行物

【書籍(新刊)】

- 「2016年版新規開業白書」
- 「地域経済の振興と中小企業」
- 「逆風下の訪問・通所介護ビジネス」
- 「人口減少時代を生き抜く中小企業」

【定期刊行物】

- 「日本政策金融公庫論集」(季刊)
- 「調査月報」(月刊)
- 「日本公庫総研レポート」(随時発行)



カバーする研究機関に発展したものである。この研究所の何よりの強みは、実際に日本公庫自身が融資する90万社以上の企業を調査対象としている点である。日頃から取引のある企業に調査票を送付することもあつてか、アンケート調査への協力度度は高い。ヒアリング調査にも丁寧に対応していただいている。私は長年大学や政府の仕事でいろ

いろな調査に携わってきたが、一般的にヒアリング先の選定自体が容易ではないし、唐突に企業を訪ねてもなかなか本音の話は聞けないものである。しかし、融資を受けている公庫のスタッフならば、安心してざつぱらんな話を聞かせてくれる。企業の生の声を多数集めるフィールドワークこそ、この研究所が生み出す価値の源泉となっている。

政策性に立脚した独自の研究

調査対象の広範さ、調査手法の充実度に加え、注目すべきは研究内容の独自性である。日本公庫が、市場原理にのみ依拠していたのでは十分に資金が供給されない、政策的分野の融資を行う金融機関であることに由来してその独自性は導かれている。その1つの例が新規開業企業に関する調査研究である。日本公庫は、わが国で1年間に創業する企業約18万社のうち約2万6000社に融資する創業支援のパイオニアである。これだけの数の調査対象企業を有する機関は、世界的にも稀有である。私は日本公庫総合研究所の顧問として、調査サンプルを固定し、創業から5年間の追跡調査する「新規開業パネル調査」の立ち上げに関わったが、この豊富な調査データは、研究者にとって垂涎のものとなっている。この調査により、開業後成長拡大していく企業と、すぐに撤退していく企業の特徴や戦略を知ることができる。独自性のもう1つの例が、災害時の対応

についてである。日本公庫は東日本大震災に関連して累計26万件を超える融資を実施した。日本公庫総合研究所は統計的手法を駆使し、公庫融資の効果によって震災後1年間に全国で約60万人の雇用と約7兆円の中小企業売上高が失われずに済んだと分析している。

3つ目の例は、顧客との広いネットワークを活用した景況関連調査の分野である。多数の企業から集めたデータを駆使し、企業の景況感をタイムリーに把握する調査結果は、多くの外部研究者に活用されている。

さらに注目すべきは、こうした研究成果を学術研究の世界にとどめるのではなく、より分かりやすい形で広く世の中に発信し、政策立案に活かしていることである。日本公庫総合研究所は、創業支援、事業承継、海外展開などその時々タイムリーなテーマを選定し、実際の中小企業経営者によるパネルディスカッションなどを交えた「日本公庫シンポジウム」を毎年開催している。過去8回のシンポジウムはいずれも大盛況であった。

わが国の中小企業研究において学術的貢献を果たすと同時に、中小企業の経営者や従業員の方々、官公庁や金融機関、商工会議所・商工会など中小企業を支援する立場にある方々からも頼りにされる日本公庫総合研究所が今後ますます研究水準と対外発信力を高め、その成果が政策に反映されることを期待してやまない。

統計的価値を有する 中小企業の景況調査

日本公庫総合研究所では、月次、四半期、半期など決まった周期で景況関連の調査を実施している。いずれも日本公庫発足前から数十年にわたって継続しているもので、中小企業や小企業の景況感をタイムリーにつかむことができる統計データとして、行政機関や研究者などの間で活用されている。

わが国の企業の99%以上を占める中小企業。その動向が景気に与える影響は小さくない。日本公庫総合研究所では、対象先の協力を得て、中小企業の景況を読む材料となる4つの調査を実施している。概要や特徴を順に説明しよう。

景況感を示す4つの調査

❶「全国中小企業動向調査」 四半期ごとに行うアンケート調査で、設問は業況判断や売上、採算状況など多岐にわたる。特徴の1つが、調査対象の幅の広さだ。個人企業を含む従業員20人未満の企業を対象とする小企業編と、従業員20人以上の企業を対象とする中小企業編からなり、双方を見れば中小企業全般の景況感をつかむことができる。

業種や地域も広くカバーしており、多角的な分析が可能だ。日本公庫総合研究所ではこれをメインの景況調査と位置付け、結果を踏まえて基調判断を行っている。なお、データの一部は、東京大学社会科学研究所附属社会調査・データアーカイブ研究センターを通じて学術目的での二次的な利用にも提供されている。

❷「中小企業景況調査」 3大都市圏の中小企業900社を対象に毎月実施しているもので、売上高や利益額の増減などについて尋ねている。注目すべきは景気への先行性である。調査対象の約7割を製造業が占める。商品の取引経路の川上に位置する製造業は、景気の先行きを予測し生産計画を立てるため、景気の動きに敏感に反応しやすい。なかでも今後3カ月の動向を尋ねる売上げ見通しDIは、内閣府が「景気動向指数」の先行系列を算出するための経済指標にも採用されている。

❸「全国小企業月次動向調査」 個人企業を含む小企業1500社を対象に毎月実施しているもので、四半期ごとの調査では捉えきれない足元の動きを確認する補完的な調査だ。売上や採算など調査項目を絞り、電話による聞き取りの手法を採用するなど、「中小企業景況調査」と同様に速報性を重視している。

❹「中小製造業設備投資動向調査」 経済産業省「工業統計調査」の調査名簿に掲載され

総合研究所の景況関連調査

調査名	全国中小企業動向調査		中小企業 景況調査	全国小企業 月次動向調査	中小製造業 設備投資動向調査
	小企業編	中小企業編			
調査開始年	1980年	1959年	1963年	1993年	1959年
調査対象	従業者数20人未満の小企業1万社	従業員数20人以上の中小企業約1万3,000社	3大都市圏にある、比較規模の大きい中小企業900社	全国の小企業1,500社	従業員数20～299人の中小製造業3万社
公表時期	1・4・7・10月		毎月	毎月	6・10月
主な調査項目	業況判断、売上、採算など		売上げ、今後3カ月の売上げ見通しなど	売上、採算など	設備投資額(実績・計画)、内容、目的など
	上記に加え、旬のトピックに合わせた特別調査を実施(随時) 例:「中小企業の雇用・賃金に関する調査」など				

た従業員20人以上300人未満の中小製造業者から3万社を抽出し、毎年4月と9月の2回実施しているもので、中小製造業の設備投資に関する調査としては、国内最大級の規模を誇る。調査結果を基に、わが国の中小企業全体の投資額を推計しているのが特徴だ。

景況調査の統計的価値の裏付け

それぞれ特色を持つ4つの景況調査にも、いくつかの共通点がある。第一は客観性である。景況感自体は形のない主観的な概念だ

が、一律かつシンプルに尋ね、かつ数百、数千という単位の企業の回答を得ることで定量化し、分析に耐えうる客観性や統計としての信頼性を備えさせている。

第二は網羅性である。景気を捉える材料には官公庁や業界団体などが公表する各種の経済統計もあるが、中小企業全体、あるいは日本経済全体の動向を大づかみするには適さないものも多い。例えば、自動車販売は伸び、飲食店の売上は減っていた場合に、中小企業の景況がどうかと聞かれても答えるのは難しい。前述した4つの景況調査では、幅広い層の対象企業群に対し景況感などを尋ねるため、これを見るだけで中小企業全体の実態や動向を直感的に捉えることができる。

第三は継続性である。いずれの調査も、長い歴史を持つ。最も新しい「全国小企業月次動向調査」は93年から、「全国中小企業動向調査（中小企業編）」や「中小製造業設備投資動向調査」に至っては59年から半世紀以上続いてきた。日本銀行「全国企業短期経済観測調査」（短観）の前身の調査開始が57年だから、それに匹敵するデータの蓄積があるわけだ。

客観性、網羅性、継続性に裏付けられた統計的価値を持つ、日本公庫総合研究所の景況調査。政策を立案する行政機関や実証分析に取り組む研究者から、景気の動きをつかむ手がかりとして評価されている。

「全国中小企業動向調査」から小企業の景況を読む

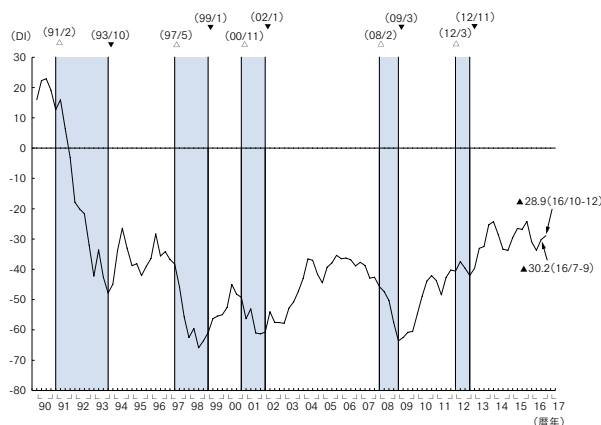
景況調査の結果は、日本公庫のホームページで公表している。その読み方について、「全国中小企業動向調査（小企業編）」を例にとって解説する。

どんな景況調査にも、メインの指標がある。同調査であれば、業況判断DIがそれだ。DIとはDiffusion Indexの略で、ある対象の状態を集め、その判断の広がり具合を集約し、指数化したものである。業況判断DIであれば、業況が「良い」と回答した企業の割合から「悪い」と回答した企業の割合を差し引いて求める。

直近の2016年10－12月期、小企業の業況判断DIは－28.9だった。「良い」と回答した企業よりも「悪い」と回答した企業のほうが多いため、マイナスとなっている。前期の2016年7－9月期は－30.2だったので、そこからは上向いたことになる。もっとも、景気を読む上では、1期ごとの動きだけを追うのではなく、数年のスパンで動きを捉えたほうがよい。起点の目安は景気の山谷だ。内閣府が「景気動向指数」の動きを基に定めるもので、2012年11月が直近の景気の谷に当たる。グラフを見ると、上がり下がりを繰り返しながらも、谷から緩やかに上向いてきた様子が見て取れる。小企業の景況は持ち直しの途上にあると言える。

なお、DIは長期にわたってマイナスが続いている。小企業の経営状況の厳しさを物語るデータである。それでも1990年代後半から2010年頃までと比べれば、水準は高い。当時は日本経済が「失われた20年」などと呼ばれた時代に重なる。このように、DIを中長期的に追うと、時代の流れに沿った大きな動きを捉えることもできる。

業況判断DIの推移（小企業・全業種計）



資料：日本政策金融公庫総合研究所「全国中小企業動向調査（小企業編）」
 (注) 1 DIは、調査対象企業の業況が「良い」と回答した企業割合から「悪い」と回答した企業割合を差し引いた値。
 2 △は景気の山、▼は景気の谷、シャド部分は景気後退期を示す。

新規開業に関する研究で 独自の地位を確立



慶應義塾大学商学部教授

山本 勲

ブラウン大学博士（経済学）。日本銀行企画役などを経て2014年から現職。専門は応用ミクロ経済学。主な著作として『労働時間の経済分析』（共著、日本経済新聞出版社、2014年）、『実証分析のための計量経済学』（中央経済社、2015年）など。

少子高齢化やグローバル化、人工知能などの新しい技術の開発・普及といった環境変化が進むなか、産業構造がスムーズに転換できるか、市場で新たなイノベーションがもたらされるか、雇用の創出がなされるか、といった課題が日本経済にはある。これらの課題の解決に貢献しうるものとして注目されるのが、新規開業である。

経済が新陳代謝を起こし、環境変化に敏

感に適応するためには、起業家による活発な新規開業が望まれる。そのためには、新規開業の実態を把握し、どのような要因が開業や起業意識に寄与しているのか、新規開業後の成功・失敗要因にはどのようなものがあるのか、新規開業が経済に対してどのような役割を果たしているのか、といったことを明らかにしなければならない。

日本公庫総合研究所は、こうした課題に取り組む日本の中心的な研究拠点として確固たる地位を確立しており、新規開業に関する数多くの研究成果を出すとともに、研究・政策・実務の基盤的情報となる統計調査を実施・公表し続けている。

日本公庫総合研究所の新規開業に関する調査・研究は、69年度の「小零細企業新規開業実態調査」、70年度の「都市型新規開業実態調査」を嚆矢とする。当時は大企業と中小企業の二重構造論が主流で、新規開業への関心は低かったが、日本公庫総合研究所は新規開業の社会的な意義を積極的に評価するための実態調査を先駆けて実施していた。

その後、バブル崩壊後の「失われた20年」と言われる長い経済低迷期に新規開業の重要性が広く認識されるようになり、99年には中小企業基本法が改正され、起業・創業の促進が中小企業政策の大きな柱に据えられた。

このような時代背景のもと、日本公庫総合研究所による新規開業に関する3つの調査は注目に値する。いずれも異なる調査手法

を駆使し、多面的に日本の新規開業の実態を捉えるものである。

開始から四半世紀を迎えた 「新規開業実態調査」

「新規開業実態調査」は91年度以降、毎年実施されている調査である。調査対象は日本公庫が融資した開業前または開業後1年以内の企業であり、毎回2000件弱のサンプルを確保している。調査は定例調査と特別調査に分かれる。定例調査では、新規開業者の属性や開業費用などを把握しており、新規開業の実態を時系列で比較することができる。特別調査では、開業の担い手（女性、若者、シニア等）や開業形態（少額開業、連続開業等）などのテーマを選定しており、時代を先取りした問題意識に沿った新規開業の実態を把握できる。調査結果は集計値を公表するだけでなく、東京大学社会科学研究所附属社会調査・データアーカイブ研究センターに個票データを寄託しており、研究者が利用できる。

「新規開業実態調査」が多くのサンプルを確保できるのは、毎年2万件を超える創業融資を行ってきた日本公庫ならではの成果である。その結果は『新規開業白書』として毎年刊行しているほか、『中小企業白書』（中小企業庁）などでも数多く引用されている。「新規開業実態調査」は新規開業の実態を詳細に解明した価値の高い調査と評価できる。

動態分析の視点を持ち込んだ 「新規開業パネル調査」

「新規開業パネル調査」は、調査対象企業を毎年追跡して経年的な変化を捉える「パネル手法」を用いた調査であり、新規開業企業の存廃状況や成長の実態を追跡したのが国初のパネル調査である。5年を1サイクル

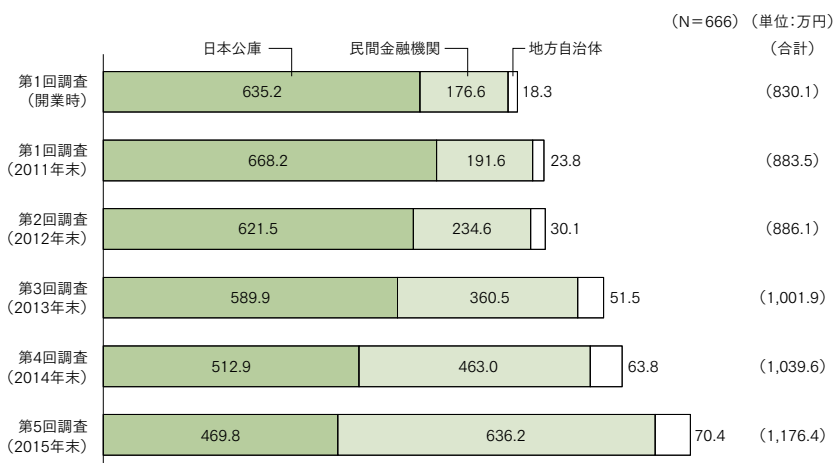
創業融資の呼び水効果

「新規開業パネル調査」より

新規開業企業の借入残高の推移を見ると、2つの特徴が浮かび上がる。1つは、業歴が長くなるにつれて残高の総額が増加していること。もう1つは、日本公庫からの借入残高が徐々に減少している一方で、民間金融機関からの借入残高は増加を続け、最終的には両者が逆転していることである。

このことから、日本公庫の融資が企業の成長につながり、それがいわば「呼び水」となって、民間金融機関の融資の機会が新たに生まれたことがうかがえる。

新規開業企業の金融機関等からの借入残高（1企業当たり）



資料：日本政策金融公庫総合研究所「新規開業パネル調査」(第3コーホート)
(注) 第1回調査から第5回調査まで借入残高をすべて回答した企業を集計対象とした。

ルとし、01年、06年、11年のそれぞれに開業した企業に対する調査を実施してきた。現在は16年開業企業を対象とした調査が継続中である。調査対象は日本公庫が融資した開業企業で、各調査とも3000件程度のサンプルを確保している。調査結果は集計値を公表するとともに、慶應義塾大学パネルデータ設計・解析センターに個票データを

寄託しており、研究者が利用できる。

「新規開業パネル調査」は、同じ企業を追跡して調査するため、毎年異なる企業を対象とする「新規開業実態調査」では捉えられない存続・廃業の状況や雇用・売上・利益の開業後の経年変化などを明らかにすることができる。その点で両調査は相互補完的な関係にあり、新規開業の実態を調査・研究する上で欠かせないデータとなっている。これまでの研究成果は「新規開業企業の成長と撤退」(07年)、「新規開業企業の軌跡」(12年)として出版しており、2冊とも、(財)商工総合研究所が実施する中小企業研究奨励賞を受賞するなど、高い評価を受けている。

既存調査の空白を埋めた 「起業と起業意識に関する調査」

「起業と起業意識に関する調査」は、全国の男女を対象としたインターネットを用いたアンケート調査であり、13年度以降、毎年実施している。「新規開業実態調査」や「新規開業パネル調査」では、日本公庫から融資を受けた企業以外の実態を把握することができない。このため、それらを補完する目的で「起業前後に融資を受けなかった人」や「まだ起業していない人」などにも焦点を当て、起業に関心のある人の割合や、まだ起業していない理由などを明らかにしている。新規開業に至るまでのメカニズムを解明できる点で、貴重な調査と言える。

東日本大震災関連融資の 経済効果を定量化



成城大学経済学部教授
中田 真佐男

1973年生まれ。慶應義塾大学大学院博士課程修了(博士(経済学))。財務省財務総合政策研究所主任研究官、九州大学大学院准教授を経て2011年より現職。専門は電子決済・政策金融。著書に『動学マクロ経済学に必要な数学』(日本評論社)、編著書に『日本経済の課題と針路』(慶應義塾大学出版会)がある。

政策金融が持つ セーフティネット機能の重要性

大規模な自然災害や経済環境の急激な変化等が発生した際、被害からの復旧・復興を後押ししたり資金繰りの悪化を防いだりする上で、金融機関の果たす役割は大きい。しかしながら、混乱した経済情勢下で、災害等の被害により業績や財務内容が悪化した企

業が資金を調達することは、必ずしも容易ではない。

一時的な悪化要因で資金が不足し、多くの企業が倒産を余儀なくされることになれば、地域経済にとって看過できない損失となる。日本公庫は、こうした事態に対して迅速に相談態勢を整え、融資や返済の相談にきめ細かく対応している。これが政策金融のセーフティネット機能である。

日本公庫総合研究所では、このセーフティネット機能の有効性を検証する調査研究も手掛けている。その一例が、12年に実施した「東日本大震災の中小企業への影響に関するアンケート」と、その結果を分析した論文「日本政策金融公庫による中小企業向け震災関連融資の経済効果測定に関する一考察」(13年)である。

この研究の定量的な推計により、東日本大震災発生後約1年間の日本公庫による被災企業向け融資には、全国で60万人超の雇用、7兆円超の売上高、1兆7千億円余りの付加価値額を維持する効果があることが示された。公庫融資のセーフティネット機能の重要性を確認できる有意義な学術成果と言える。

また、11年に開業した企業に対するアンケート調査の結果にケーススタディを交えた論文「東日本大震災が開業行動に与えた影響―震災をきっかけとした開業を中心に―」(14年)では、震災により開業が遅れた企

業がある一方で、震災をきっかけに開業した企業が少なからず存在することが明らかにされ、非常に興味深い。

震災により、多くの既存企業が廃業や休業に追い込まれた。原材料や部品の供給網は寸断され、地域の住民の生活になくてはならない商品やサービスの供給も滞ってしまった。そうした事態を打開したいとの思いが、開業の動機となった事実をこの論文は示している。こうした企業は、震災で職を失った人々の雇用の受け皿にもなり、被災地の復興を支える大きな力となった。

政策効果を高めるための 2つのプロセス

政策金融を語る上で忘れてはならないのは、その資金は有限であるという点である。資金を必要とする分野は広範に及ぶが、財源を考慮すれば、それらすべてに手当するわけにもいかない。そこで希少な資金を的確に供給していくためには、2つのプロセスが欠かせない。

1つは、支援対象に関する事前の調査・分析である。中小事業者を取り巻く経済環境や産業構造、経営状況などを明らかにすることにより、変化する資金ニーズを的確に捉え、効果的な資金の供給を実現することが可能となる。

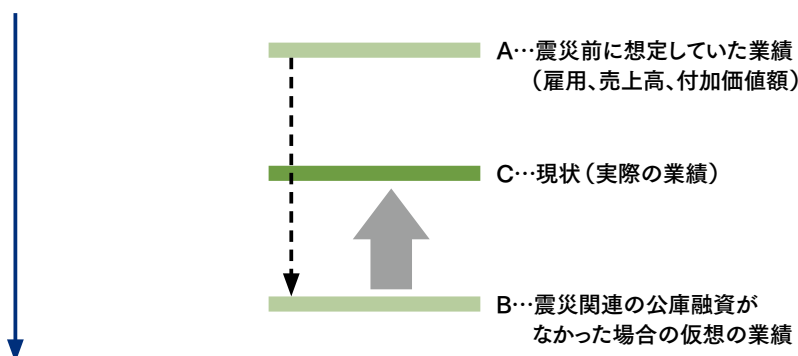
もう1つは、政策の効果に関する事後の検証である。実施した融資が支援対象にど

東日本大震災関連融資の効果

「東日本大震災の中小企業への影響に関するアンケート」より

■ 効果測定の手法

- ① A～Cのデータをアンケートで収集
- ② 事業を中断した企業と、事業は継続しているが震災の影響があった企業に分けて、CとBの差を算出



公庫融資の効果 (公庫融資がなかった場合の影響)

- ・雇用維持効果：公庫融資がなかった場合に失われる雇用
- ・売上高維持効果：公庫融資がなかった場合に失われる売上高
- ・付加価値額維持効果：公庫融資がなかった場合に失われる付加価値額

■ 推計結果

[失われる雇用＝雇用維持効果]

被災県	10万7,349人	(被災県雇用 477万6,000人の2.2%)
被災県以外	49万4,538人	(被災県以外雇用 5,816万6,000人の0.9%)
全国	60万1,887人	(全国雇用 6,294万2,000人の1.0%)

[失われる売上高＝売上高維持効果]

被災県	1兆2,055億円	(被災県産出額 65兆1,947億円の1.8%)
被災県以外	6兆1,548億円	(被災県以外産出額 864兆2,496億円の0.7%)
全国	7兆3,603億円	(全国産出額 929兆4,443億円の0.8%)

[失われる付加価値額＝付加価値額維持効果]

被災県	2,679億円	(被災県総生産 34兆9,318億円の0.8%)
被災県以外	1兆4,432億円	(被災県以外総生産 460兆7,059億円の0.3%)
全国	1兆7,111億円	(国内総生産 495兆6,377億円の0.3%)

資料：推計値は日本政策金融公庫総合研究所「東日本大震災の中小企業への影響に関するアンケート」(2012年6月)等のデータにより積算。
マクロデータは、総務省「労働力調査」(2011年度)の「推計就業者数」、内閣府「県民経済計算」(2010年度)の「産出額」及び「国内(県内)総生産」。

のような行動を促し、経済においてどのような効果を生んだのかを質的あるいは量的に確認することで、将来の政策の質をさらに高めていく糸口になる。

これら2つのプロセスに対し、日本公庫総合研究所は、学術的な見地から接近を試み

ている。その代表的な例が、先に紹介した調査や論文だ。成果は国内外の学会や研究会などでも発表され、中小企業や金融、経済をはじめとする多様な専門分野の研究者たちの関心を集めている。

中小企業経営の現場の声を丹念に積み上

げたものであるからこそ、ほかにはない説得力を持つのだろう。学術的・理論的バックボーンと、鮮度の高い豊富なデータを基に、中小企業分野の調査研究に挑む日本公庫総合研究所の調査・研究のさらなる充実を期待している。

日本公庫シンポジウムを訪ねて

2008年に日本公庫が発足して以来、日本公庫総合研究所が毎年開催している「日本公庫シンポジウム」。昨年12月に開催された第8回「輸出で外需開拓に取り組む中小企業」の様様を中心に、シンポジウムの概要や取り組みをレポートする。



中小企業が直面する経営課題 実証的研究の成果を分かりやすく

日本公庫総合研究所は、08年の日本公庫発足の翌年から、中小企業・小企業が抱える課題についての学術的研究の成果を、一般の人に分かりやすい形で発信し、利用してもらうことを目的として「日本公庫シンポジウム」を毎年開催している。

海外展開や事業承継など毎回時宜にかなったテーマを選定し、研究報告をはじめ、中小企業の経営者によるパネルディスカッションなど充実した内容で、参加者の好評を博している。また、同総研ではシンポジウムで得た参加者の反応や率直な評価を、その後の研究活動に生かしている。

外需開拓における現状と課題

16年12月1日、東京・大手町フィナンシャルシティで行われた第8回のテーマは、「輸出で外需開拓に取り組む中小企業」。人口減少を背景に国内市場の縮小が見込まれるなか、新たな市場開拓のため海外進出を目指す中小企業は多く、定員300席は予約の参加者でほぼ満員の盛況ぶり。冒頭、

細川興一総裁の開会挨拶で始まり、第1部では主席研究員の丹下英明、竹内英二による研究報告が行われた。

最初に登壇した丹下主席研究員は、「輸出に取り組む中小企業の現状と課題」について発表した。アンケートやヒアリングによる調査結果を基に、「日本製品への需要拡大」や「円安の進展」などを背景に、中小企業の輸出を取り巻く環境が好転していることを報告。課題はあるものの、多くの企業で業績向上のほか、企業や製品の評判・イメージアップ、従業員の士気向上などプラスの変化をもたらしている状況を伝えた。

続いて、竹内主席研究員が「越境ECの可能性とリスク」についての研究報告を行った。越境ECとは、インターネットを使って海外の企業や消費者に直接商品を販売する電子商取引のこと。海外に出店する場合や代理店・商社を通じての輸出に比べて経費が少額で、商圏も格段に広がる利点がある。その反面、商品の不着や破損、代金の回収不能、損額賠償訴

日本公庫シンポジウムの足跡

2009年 (第1回)	「地域活性化と中小企業の役割」
2010年 (第2回)	「中小企業の事業承継」 ～後継者の育成と第二創業の重要性～
2011年 (第3回)	「環境・エネルギー問題と中小企業」
2012年 (第4回)	「進む中小企業の海外展開」 ～国内事業とともに成長するグローバル戦略～
2013年 (第5回)	「中小企業による『新事業戦略』の展開」 ～長期にわたる経済の低迷を乗り越えた成長企業に学ぶ～
2014年 (第6回)	「中小企業の人材確保と育成」 ～若い力を伸ばす組織と経営～
2015年 (第7回)	「地域の活力を生み出す創業企業」 ～新規開業企業の成長と課題～
2016年 (第8回)	「輸出で外需開拓に取り組む中小企業」

訟、商標権の侵害などのリスクがあることなどを伝えた。

丹下、竹内の両主席研究員による発表を受け、東洋大学経済学部のア田武彦教授が、「輸出する中小企業」の再興」と題して、第1部の研究報告の総括を行った。

パネリストが語る成功の秘訣

第2部は、輸出によって外需開拓に成功した中小企業の経営者3人を

Panelists

㈱金子製作所
代表取締役社長
金子 晴房 氏

父親が創業した同社を1993年に承継。金属、セラミックなど精密機器部品の切削加工業を営む。リーマンショック後の受注減を機に、海外の展示会に積極的に出展。米国、欧州、アジアに取引先を拡大。輸出の割合は売り上げ全体の約10%。

㈱南部美人
代表取締役社長
久慈 浩介 氏

1997年から輸出に取り組む。米国で和食レストラン関係者を招いて試飲会を開催するほか、展示会に出展。名刺交換した相手を個別に訪問することで受注を獲得した。現在は世界28カ国に輸出。総生産量の20%を輸出で占める。

㈱細尾
代表取締役社長
細尾 真生 氏

1688年から続く西陣織の老舗。2005年から輸出に取り組み、社員60人のうち12人が輸出関連業務に従事。40cmの生地幅を150cmに広げる技術革新に成功し、新市場を獲得。近年は世界中のクリエーター等とコラボを展開中。

招いてのパネルディスカッション。
最初の発言は、㈱金子製作所（埼玉県さいたま市）の代表取締役社長、金子晴房氏だ。リーマンショックで業績が落ち込んだことから、10年に医療機器部品の輸出に乗り出した。「英語を話せる人材もおらず、何も分からないなかでの挑戦だった」と当時を振り返る。右も左も分からない状況で、JETRO（日本貿易振興機構）や経済産業省の支援を受けながら、6年間で23回に及ぶ海外展示会への出展を実施。現在は内視鏡など医療機器部品を米国、ドイツ、中東、東南アジアに向けて輸出している。

当初、金子氏は輸出に乗り気ではなかったが、「現地はオープンな雰囲気
気で、様々な声を聞いたことで考え方が180度変わった」と話す。海外のニーズに応えようと、国内の大学と連携したり、ソフトウェアの開発にも着手するなど輸出がもたらす効果についても触れた。
続いては、日本酒を製造する㈱南部美人（岩手県三戸市）の代表取締役社長、久慈浩介氏。業界に先駆けて日本酒の輸出に取り組んだ。久慈氏は23歳で入社してすぐ、若手の蔵元に呼びかけて日本酒輸出協会を設立。海外で試飲会を行い、名刺交換をした相手の和食レストランを1カ月後に個別訪問する手法で市場の開拓に成功した。輸出に際して商品の味は変えなかったが、現地の人に馴染んで

もらえるように、「南部美人」を「サザンビューティー」という名称に変えたという。

また、海外展開においては「父親（前社長）がかなりの抵抗勢力だった」という久慈氏。「飛行機代やホテル代の経費はいつ元がとれるんだ」と問い詰められ、「あなたのゴルフの経費はいつ戻ってくるんだと言いつ返し」というエピソードに、会場が笑い声に包まれる一幕も。「南部美人が海外で飲まれるようになり、地元の人や酒米の生産農家の人たちが誇りに感じてくれるようになった」と、輸出の効果も語った。

3人目は、㈱細尾（京都府京都市）の代表取締役社長、細尾真生氏。1688年創業の西陣織の老舗である同社は、国内市場の縮小に直面し、05年から輸出に取り組むも、当初は海外の展示会に出展してもさっぱり売れなかった。その原因の一つが、生地の幅だった。西陣織は伝統的に40cm幅だが、海外の多様な需要に応えるにはもっと大きなサイズが必要と言われ、150cmに広げる機械の開発に着手した。「利益が上がらない時期が5、6年続き、社内で反対の声も上がった」という。

そんな苦労の末、ついに世界で同

社にしか織れない西陣織が完成。「クリスチャン・ディオール全店舗の内装に採用されたのをきっかけに、取引が一気に広がった」と報告した。

来場者の9割が「よかった」

質疑応答では来場者が「他の会社とコラボをしたのか」「展示会の費用対効果は？」と熱心に質問する姿も見られるなど大盛況のなかで進み、皆川博美副総裁の挨拶をもって3時間、及ぶシンポジウムは閉会。アンケートでは9割が「よかった」と回答し、「実際に輸出に取り組む社長の体験談が参考になった」「自分も挑戦しよう」と決意を新たにしたりなどの感想が寄せられ、確かな手応えが感じられるシンポジウムとなった。



パネルディスカッションでは、3人の経営者が海外で市場を得るまでの苦労話や意外な効果について率直に語った。

強みの中小企業分野で 我が国の経済分析・政策研究に貢献

経

済社会総合研究所（ESRI）は、かつての経済企画庁経済研究所の機能を拡充し、01年の中央省庁改革の一環として発足した内閣府のシンクタンクである。政策研究機関として、広く国内外の経済・社会に関わる理論研究・実証研究を通じて、理論と政策の橋渡しを行うことなどを目的としている。また、我が国の経済政策の議論に欠かすことのできないGDPや景気動向指数などの統計も作成している。

このうち、景気動向指数は景気に敏感な様々な経済指標を統合することによって景気の現状等を把握するための指標で、景気変動の大きさやテンポ（量感）を示すCIと、景気変動の各経済部門への波及度合を示す

DIがある。ともに、景気に先行して動く先行指数、ほぼ一致して動く一致指数、遅れて動く遅行指数の3種類に分かれる。

先行指数は、新規求人数、機械受注、株価など景気の動きをいち早く映す11の経済指標からなり、その1つに日本公庫総合研究所が毎月実施している「中小企業景況調査」の中小企業売上げ見通しDIがある。日本公庫の融資先企業に対し、今後3カ月の売上げが増加するか減少するかの見通しを尋ねたアンケート調査の結果である。

中小企業の経営者は、生産活動や商取引の現場で景気の先行きを肌で感じ取り、売上げの見通しを立てるため、鉱工業生産指数、商業販売額といった現時点の企業活動実績を示す

一致指数で採用している経済指標に比べると、先行して変化する特性があるわけだ。

「中小企業景況調査」は、日本公庫の融資先のうち3大都市圏にある900社が対象であり、約7割を製造業が占め、為替相場や原油・素材価格に敏感に反応する企業が多い。調査開始から50年以上にわたり、毎月中小企業の現場の景況感を追ってきた価値ある資料である。こうした特徴に注目し、04年11月から景気動向指数の先行系列に採用させてもらっている。

企業の景況感を把握するには、継続したアンケート調査が有効であるが、多数の企業に長年にわたって協力を仰ぐのは容易なことではない。この点で、全国90万社以上の中小企



内閣府経済社会総合研究所長

前川 守

東京大学文学部社会学科卒。1982年経済企画庁入庁。内閣官房長官秘書官、内閣府人事課長、総括審議官、経済社会総合研究所次長、経済財政運営担当政策統括官等を経て、現職。

業を取引先に持つ日本公庫の調査データは、頼もしい存在である。そうした調査を半世紀以上も継続実施し、データを蓄積しているご努力には、敬意を表したい。

その他にも日本公庫総合研究所は、経営者やその家族だけで稼働する自営業主から株式上場を目指す成長性の高い企業まで、幅広い中小企業を対象に、創業、事業承継、人材確保、資金調達、海外展開など様々なテーマをタイムリーに取り上げ、アンケート調査やヒアリング調査に基づいた興味深い研究論文を多数公表しており、ESRIの政策研究活動にも、大いに参考にさせてもらっている。

日本公庫らしい、独自性の高い調査研究活動に、これからもぜひ磨きをかけてもらいたいと期待している。

実務経験に基づく知見 実証研究の成果に厚みを加える

日

本公庫総合研究所は、自らの調査分析を行うだけでなく、他の機関とも連携して、政策立案や政策評価につながる研究に貢献する特色ある研究機関である。私は、独立行政法人経済産業研究所（RIETI）において中小企業や銀行行動に関する研究プロジェクトを運営しており、深い交流がある。

日本公庫のような政府系金融機関による貸出、民間金融機関が行う貸出への信用保証、経営者保証に関するガイドライン、世界的な金融危機時に制定された金融円滑化法など、日本には中小企業金融を円滑にするための政策が数多くある。私が運営する研究プロジェクトでは、これらの政策がどのような中小企業に使われ

ているのか、人口減少や高齢化が進展する日本経済に活力を取り戻すためにはどのような政策が効果を持つのか、副作用はないのかといった内容を、企業や金融機関から得られる大規模なデータを用いて客観的に解明している。

この研究プロジェクトにおいて、日本公庫総合研究所は大きな役割を果たしている。研究者がデータから得た結果や経済理論に基づいて示す解

釈に対して、数多くの中小企業や金融機関と現場でやり取りしてきた実務経験に基づき、他にはない視点を提供している。こうした視点は、特に私たちが大規模な企業向けアンケート調査を実施する際に重要だ。アンケート調査は回答者の貴重な時間を割いていただくもので、限られた

スペースに、こちらの意図を理解してもらった上で質問を配置する必要がある。その際に、日本公庫総合研究所の研究員の知見は力になる。

また、集計段階で想定外の結果が得られることもある。この場合には日本公庫総合研究所のネットワークを活かし、中小企業や金融機関など意見交換を繰り返して結果の原因を突き止める。

実際、金融円滑化法実施に伴い、日本全体で数百万件に上った貸出条件変更の実態を把握するべく14年秋にRIETIが行った大規模なアンケート調査は、日本公庫総合研究所の研究員からも多大な協力を得て、その結果は金融庁や中小企業庁からも注目されるものとなった。

日本公庫総合研究所は、外国政府



経済産業研究所ファカルティフェロー
一橋大学経済研究所教授

植杉 威一郎

1993年東京大学経済学部卒業、同年通商産業省（現経済産業省）入省、2000年カリフォルニア大学サンディエゴ校Ph.D.(Economics)、2011年一橋大学経済研究所准教授、2015年より現職。

や国際機関との中小企業金融に関する研究交流にも注力している。マレーシア、タイ、ベトナム、台湾といったアジア各国・地域、アジア太平洋経済協力（APEC）やアジア開発銀行（ADB）といった国際機関では、広い産業の裾野を創出するために中小企業の育成に力を入れている。これらの国・地域では、経済発展をいち早く達成した日本の中小企業政策について知りたいという要望が強くある。これにこたえるべく、日本公庫総合研究所の研究員が海外で積極的に中小企業金融や中小企業経営に関する研究交流活動を実施している。

これからも、日本公庫総合研究所と日本の中小企業が発展するための方策と一緒に議論できればと考えている。

Topics

創造力、無限大∞ 高校生ビジネスプラン・グランプリ

「ファイナリスト・アナザーストーリー」

日本公庫が2013年度から開催している「高校生ビジネスプラン・グランプリ」。今年1月8日の最終審査会に出場したファイナリストのうち、優秀賞に選ばれた2組にスポットを当て、ビジネスプラン作成の裏に隠された高校生たちのアナザーストーリーを紹介する。



全国324校が頂点を目指した 第4回高校生ビジネスプラン・グランプリ

実社会で求められる「自ら考え、行動する力」を育む起業教育の推進を目的として、日本公庫が2013年度から開催している「高校生ビジネスプラン・グランプリ」。プランの準備段階においては職員が高校を訪問してビジネスプラン作成に関するアドバイスをを行う「出張授業」を開催したり、オンライン講座を無料提供するなど、様々な活動を通じて高校生のビジネス意識醸成を支援している。

第4回となるビジネスプラン・グランプリには、全国324校から2662プランの応募があり、厳正なる審査の結果、ファイナリストに選ばれた10校が、17年1月8日に東京大学本郷キャンパスで開催された最終審査会に臨んだ。ステージに上がった10組の高校生たちは、スライドを使ったり、演技を交えたりしながら熱のこもったプレゼンテーションを展開。審査の結果、大阪府立三國丘高等学校の「ビックく安全な蚊除け商品開発プランど〜」がグランプリを獲得したが、いずれのプランも甲乙つけがたく、年々コンテストの質が上がっていることを実感する大会となった。

高校生ビジネスプラン・グランプリの歩み

「活力ある日本を創り、地域を活性化するためには、次世代を担う若者の力が必要」とのコンセプトで、2013年度から始まった「創造力、無限大∞ 高校生ビジネスプラン・グランプリ」。第1回：1546件（151校）、第2回：1717件（207校）、第3回：2333件（264校）、第4回：2662件（324校）と、着実に応募数が増加。近年では、このコンテストをキャリア教育の一環として取り入れる高校も増えている。

※第4回大会の結果は、下記をご覧ください。

高校生ビジネスプラン・グランプリ

検索



北海道大谷室蘭高等学校(北海道)

かつて「鉄の町」と呼ばれた室蘭は、製鉄・鉄鋼生産の衰退とともに経済が低迷し、ピーク時に約18万人だった人口は9万人に半減。廃れていく町の様子に、多くの市民はため息をつくばかりだった。

しかし、北海道大谷室蘭高等学校に通う高校生たちは諦めていなかった。「室蘭が大好き。この町の魅力を実感したい」という思いのもと、高校3年生の男女6人が集まった。「U-18 おもてなし室蘭」のメンバーだ。「小さい頃から通っていたデパートが閉店し、好きなお店がつぶれていくのが辛くて……。大好きな室蘭のために何かしたかった」と西村妃香さんは参加した理由を話す。



上／室蘭港で観光客に取材するメンバーたち
下／6人の日程をやりくりして準備に取り組んだ

北海道大谷室蘭高等学校は、リサーチやディスカッション、プレゼンテーションを取り入れた進路指導を行うなどキャリア教育に力を入れており、生徒のビジネスに対する意識が高い。進路指導部の藤田真理子先生は「ビジネスプラン・グランプリに参加したい人いますか」と聞いたら、「私やりたい」と多くの生徒が手を挙げてくれました。私たちが背中を押さなくても、自ら率先してプランづくりに取り組む姿に感心しました」と話す。

地元を巻き込み室蘭を変える

最初に集まったとき、窪田理央さんは「このメンバーで大丈夫かな」と不安に思ったという。人前で話すのが苦手だったり、部活動や生徒会が忙しかったり。しかもクラスはバラバラだ。「一番の苦労はスケジューリングでした。部活や生徒会が忙しくて全員集まれる日がほとんどなくて。『いつ空いてる?』『この日はどう?』って、聞きまくって予定を組みました」と川嶋桃花さんは苦労話を聞かせてくれた。

ビジネスプラン作成にあたり、観光客が室蘭をどう見ているのかを調査



リーダー・プレゼン担当
外崎 結杜くん



プレゼン担当
窪田 理央さん



調査担当
栗栖 岬さん



プレゼン担当
島下 ほのかさん



調査担当
川嶋 桃花さん



企画・プレゼン指導
西村 妃香さん

することになった。栗栖岬さんと島下ほのかさん、川嶋さんの3人は、大型客船で室蘭港に着いた外国人観光客に突撃取材を敢行。「寒い港での立ち話なのに、30分以上話してくれる人がたくさんいました。そのとき、外国の方は地元の人と交流しがっていることに気付いたのです」と島下さん。さらに、市役所の観光課や港湾部を取材して室蘭の現状を把握した。調査結果をもとに生まれたのが、「旅人と地元民の心をつなぐ『おもてなしサロン』へようこそ」というプランだ。

これは室蘭港に寄港する大型客船やフェリーの観光客に、室蘭の魅力を満喫してもらいながら、地元の人と交流するツアーを提供するというもの。ポイントは、地元の人たちがボランティアで参加していることだ。「調査の結果、衰退する室蘭の現状を受け入れ、諦めている大人が多いことが最大の課題だと気づきました。この意識を変えない限り室蘭は変わらないと考え、町の人を巻き込むプランを立ち上げたのです」とリーダーの外崎結杜くんは話す。

創造力、無限大∞ 高校生ビジネスプラン・グランプリ 「ファイナリスト・アナザーストーリー」

大会参加の反響は全国へ

「最初は、料金の決め方とか全然分からなかったけど、意見を出し合ううちに、どうすれば利益が出るのか理解できるようになりました」と栗栖さん。

「1つのツアーでも、たくさんの方の協力と支えがないと成り立たないことを学びました」と話すのは川嶋さんだ。こうしてつくりあげたプランをまとめ、グランプリに応募した。

12月初旬、ファイナリスト進出の通知が届く。「前年度に参加した先輩たちが成し遂げられなかったトップ10入りを達成できてうれしかった」と外崎くん。「私たちのプランは書類だけでは伝えきれないので、思いを伝えるチャンスを得られたことが一番うれしかった」と西村さんは喜びを話す。

最終審査会では、外崎くん、窪田さん、島下さんが壇上でプレゼンを実施した。グランプリは逃したものの、来賓の山本有二農林水産大臣から、「室蘭の魅力に気づき、諦めていない君たちはすごい」と高く評価されたことは、外崎くんにとって忘れ



ビジネスプラン・グランプリへの挑戦は、自分たちの将来を見つめる機会にもなった



進路指導部 部長
藤田 真理子 先生



進路指導部
本岡 泰斗 先生

られない思い出となった。

大会参加の反響は、道内にとどまらず全国へ広がった。新聞社の取材、地元中学校からのプレゼンの依頼、陸運局や大手海運会社の人たちも話を聞きに室蘭を訪れた。「私たちのプラン、本当に実現しちゃうかも」と、西村さんはちょっと誇らしげに笑う。

大会への参加は、メンバーの未来も変えた。窪田さんは、「町づくりにかわる仕事に就きたいので、北海道教育大学へ進学して地域政策を専攻することにしました。将来は室蘭市に勤めて、この町の活性化に貢献したいと思っています」と将来の夢を話す。

地元愛から生まれたビジネスプランは、今、室蘭の町とメンバーの未来さえも変えようとしている。

相生学院高等学校明石校（兵庫県）

最終審査会の壇上でスポットライトを浴びているのは、絵本の主人公「ベンチくん」の着ぐるみを着た大橋央夢くんとリーダーの永江春輝くん、溝口薫乃さん、そして舞台袖では石井翔吾くんが3人を見守る。永江くんの堂々とした発表の音がホールに響く。溝口さんの美しい朗読の音が来場者の心を打つ。大橋くんのポーズが会場を和ませる。その姿を会場の最後列で見守っていた尾池良一校長は、「彼らがこの舞台に立っていること自体が奇跡です」と、あふれる涙を拭いた。

相生学院高等学校は、私立の通信制高等学校。2016年4月、高校生ビジネスプラン・グランプリの存在を知った3年生の永江くんが「挑戦したい」と尾池校長に相談したことが、奇跡の始まりだった。相談の結果、15年に出版し、地域での朗読ライブなどに活用してきた相生学院高等学校明石校のオリジナル創作絵本『ベンチくん、どうしたの?』をテーマに、プランを制作することが決まった。

永江くんが後輩の石井くんを誘う。「僕は中学で不登校になり、ずっと自分を変えたかったのに変われなかつ



明石校の生徒による朗読ライブ。右は、オリジナル創作絵本『ベンチくん、どうしたの?』



た。でも、これがきっかけになるかもしれないと思って参加しました」（石井くん）。さらに、1年生の大橋くんと、絵と朗読が得意な1年生の溝口さんが加わり、プロジェクトが動き出した。

家族の絆を深める創作絵本

メンバーたちは、日本公庫の出張授業や外部のセミナーに参加して、学びながらプランをつくりあげた。そんな努力の末に生まれたのが、絵本を読む子供とその家族が登場する、セミオーダー形式の絵本のアイデアだ。「親が共働きのため、子供だけで食事をする孤食が社会問題になって



朗読担当
溝口 薫乃 さん



リーダー・プレゼン担当
永江 春輝 くん



演技担当
大橋 央夢 くん



全体統括担当
石井 翔吾 くん

います。家族の絆を深めるための絵本を使い、この問題を解決したいと考えました」と永江くん。溝口さんは、「私も親が働いていて孤食になることが多いのですが、そんなときに自分の家族が登場する絵本があれば寂しさを埋められると思いました」と実体験を話す。

さらに石井くんのアイデアが絵本のコンセプトを強化する。「僕の弟は心臓が弱くて障がい者手帳を持っているので、障がいについて考えていたとき、思いついたんです。視覚障がいのある子も、家族で絵本が楽しめたらいいな」と。このアイデアを生かし、当初は予定していなかった点字と、絵を立体的にして触って楽しめる触図を取り入れた。

夏になり、日本公庫に連絡して4



尾池 良一 校長

回目の出張授業を依頼し、そこで受けたアドバイスをもとに改善を重ねた。「もっと良いプランにできるんじゃないかと考え、何度も何度も練り直しました」と永江くん。秋を迎える頃には、暗くなるまで作業をする機会が増えた。学校に来られないことの多い大橋くんと溝口さんは、自宅で作業に取り組んだ。離れていても心は一つだった。そして10月、メンバーの思いを込めたプラン、「世界ベンチ家族物語」こそ絵本で家族をつなぐ！」が完成した。

自分が変わり芽生えた自信

12月初旬、ファイナリストに選ばれたとの吉報が届く。この日から特訓が始まった。大橋くんは着ぐるみでの演技、永江くんはメリハリを利かせた発表方法、溝口さんは大舞台でのプレゼンと朗読を練習。石井くんは裏方として、限られた時間内に効果的なプレゼンができるよう全員を指導した。大橋くんと溝口さんは体調を

崩しやすく、最終審査会に参加できない可能性があるため、石井くんは代役ができるよう朗読や着ぐるみでの演技の練習もした。本番が間近に迫った最後の出張授業には、大橋くんと溝口さんは参加できなかった。

不安を抱えたまま迎えた大会当日。新幹線のホームに溝口さんの姿はない。乗り物酔いがひどい溝口さんは、母親に同行してもらい、遅れて新幹線に乗ったが、東京の会場まで着ける自信はなかった。尾池校長は、「10カ月間、この日のために力を合わせてきた全員をステージに立たせてあげたい」と悲痛な思いで祈り続けた。全員の祈りが通じたのか、ギリギリで溝口さんが会場に滑り込む。

グランプリには届かなかったが、4人はこの10カ月間で多くのものを手に入れた。石井くんは、「小中学校の



上／日本公庫職員による出張授業で、何度もプランを練り直した。右／英語点訳活動の様子

頃、僕は自分から友達に話しかけられなかったんです。でも、プランづくりを通して、『そこは違うと思う』とか『これじゃ伝わらないよ』とか、自分から意見を言えるようになりました」と自らの成長を話す。「私も家の外では積極的に話しかけられなかったのに、プランを良くするために発言できるようになり、すごく鍛えられました。それと、インターネットで見たというフランスの人から『朗読が素晴らしい』って褒められたのが、すごくうれしかったし自信になりました」と溝口さん。

永江くんは、「僕は1年生のときに公立高校から編入しました。公立にいたらこの経験はできなかったのですが、明石校に来て本当によかったと思います。今回、尾池先生をはじめ日本公庫の方々など、たくさんの方に支えていただいたことは僕の財産です。僕も、今度は誰かを支え教えられる側に立ちたいので、将来は教育の道へ進もうと思っています」と、このコンテストを通じて自分の進むべき道を決めた。尾池校長は、「彼らの成長を隣で見続けることができた私は果報者です」と奇跡の物語を伴走した感想を話す。彼らが起こす奇跡はまだ序章に過ぎない。社会に出てからが本当の物語のはじまりだ。

「第9回」

3事業が一体となった総合力

私

の手に、今後10年15年の農家数を予測したペーパーがあります。内容は、

137万戸ほどの農家が、2030年には3割の40万戸に減るというもの。これまでのトレンドを基盤に、統計的にもっとも生じうる確率の高い数値を挙げたものだと思います。

減少するのは販売額300万円未満の規模の小さな農家で、逆に5千万円以上の高額販売農家は増え、彼ら高額販売農家が我が国農業産出額のほとんどを担うようになるという内容になっています。

こうした統計予測を裏付けるように、農村にはビジネス感覚に富む経営者が増加しています。稲作で100ha

規模の農場（約1億円の販売額）が各地に出現しているのはその象徴といつていいでしょう。

100ha以上ともなれば、大型機械、IT環境の整備などが必要になります。特に穀物を貯蔵するサイロの建築に頭を悩ませている農家が多いようです。億単位の投資を必要とし、それを規模の小さいうちに決断しなければならなくなっており、農家はある意味リスクを抱えながら投資を決断することになります。

折しも政府は、13年から成長農業を目指す「攻めの農林水産業」を推進し始めました。農業の成長産業化を目指すには、生産性の高い

農業への転換が必要です。

そのためにはやはりビジネス感覚に富む農業経営者の成長に期待するより他ないでしょう。そのためには前述のような資金需要にいかに対応していくかが大きな課題となります。

つまり、農村にはこれまでとは異なったステージの資金需要が生じており、それを農家がリスクを抱えながら行う状態がますます増えていきます。となると、個々の経営のリスクを目利きしながら支援し、政策目標である成長産業化をサポートする政策金融の役割はますます大きくなっていくと思われます。政策金融には、個人保証に頼ら



大泉 一貫

宮城大学名誉教授

1949年宮城県生まれ。東京大学大学院修了。農学博士。一次産業の成長化を主張、地域経済の活性化の研究に従事。著書に『日本の農業は成長産業に変えられる』（洋泉社）、『希望の日本農業論』（NHK出版）など。日本地域政策学会元会長、「世界の英知を復興へプロジェクト」代表、内閣官房「食と農林漁業の再生実現会議」、「産業競争力会議農業分科会」委員・有識者、農業経営アドバイザー活動推進協議会会長等歴任。

ない事業性に応じた成長資金の供給も求められるでしょう。農業融資のノウハウを構築し、可能な限り、民間金融機関や農業経営アドバイザー等との連携を強化していく課題もあります。

高額販売農家といっても、社会全体から見れば零細中小企業であることに変わりはありません。農業、商工業といった枠にとらわれず、むしろお互いに連携する事業成長も視野に入れるべきでしょう。

また、地方の活性化や経済基盤の強化においても、日本公庫3事業のノウハウ、知見を共有し、連携させた総合的な取り組みが今後特に求められるようになると思います。

肥後銀行と連携した 「防災・女性活躍推進ワークショップ」

2016年4月、最大震度7の地震が2度も熊本を襲い、県内に大きな被害をもたらしました。日本公庫熊本支店では、前震後の翌営業日から熊本地震の特別相談窓口を設置。被災されたお客様のために職員一丸となって対応してきました。

「熊本の復旧・復興のために」 被災体験を元にした意見交換会を開催

地震後の混乱がある程度落ち着きをみせてきた6月上旬、熊本支店の女性活躍推進委員会は^{*}肥後銀行の女性活躍推進室に、「熊本地震からの復旧・復興のために一緒に取り組みたい」と打診しました。打ち合せを進めるなかで、お客様が被災されているのはもちろん、行員・職員も被災者であるため、「自分たちの経験を共有し、生活者である視点からも意見交換を行う場を設けてみよう」ということになり、防災の日である9月1日に防災と女性活躍推進をテーマにしたワークショップ形式の意見交換会を開催することになりました。

肥後銀行は本店及び県内7支店から参加。日本公庫は熊本支店だけでなく、危機管理の所管部署である本店のコーポレート・ガバナンス統括室や福岡支店からも参加しました。さらに、熊本県・熊本市の男女共同参画担当部署にも参加を打診し、行政の意見も取り入

れることにしました。当初は、15名程度の小さな勉強会を予定していましたが、結果的に支店長級管理職から中堅・若手までの幅広い



防災と女性活躍推進をテーマに開催された、ワークショップ形式の意見交換会

ない交流の場を設けることができました。

熊本地震は仕事と生活の両方に大きな影響が及んだため、様々な角度から意見交換を行う必要があると考えました。そこで、「地震の生活への影響」「BCP・被災支店に対する支援の在り方」「被災時の業務工夫」「被災地における金融機関の役割」の4テーマを設けました。グループに分かれて活発な意見交換を行い、被災時に仕事と家庭の両立で苦労した経験や業務量が大幅に増えたことなど、実体験を基にした意見が多く集まりました。

熊本大学へも防災資料として提供 復興に向けて地域と協力

参加者からの感想には、「地震後の繁忙に悩んでいたが、それぞれの立場で震災対応を行い、お客様や県民のために努力していることを感じた」「参加者同士が被災体験や復興に対する考えを共有することで、元気をもら

うことができた」という声がありました。

当日の様子は、新聞や雑誌などメディアにも多数取り上げられました。新聞記事がきっかけで、熊本大学附属図書館より、「ワークショップで使用した資料を熊本地震の記録として残したい」と資料の寄贈依頼もあり、現在、大学図書館ホームページの「熊本地震ライブラリ」で公開されています。今回のワークショップの内容がこのような形で残ること、今後の防災の資料として活用してもらえることを期待しています。

ワークショップ以降も肥後銀行主催の復興セミナーや異業種交流会に日本公庫の職員が参加するなど、交流は続いています。復旧・復興には時間がかかりますが、熊本支店は引き続き地域と協力しながら、熊本の復興のために尽力していきたいと思っています。

(文／熊本支店 松本真祐子)



管理職から中堅・若手まで幅広い階層の35名が参加。様々な角度から意見交換を行った

| Vol. 07 | 宮城県女川町

「小さな町で躍動する若き力」

東日本大震災から6年。津波で壊滅的な被害を受けた宮城県女川町で、若者たちを中心に起業や社会的課題の解決への挑戦が始まっている。町民自ら復興に積極的に取り組み、新しい試みを促す息吹が感じられる。日本全体や世界を視野に入れて、小さな町の大きな実験が進行中である。

宮城県女川町データ

宮城県の東、牡鹿半島基部。北上山地と太平洋が交わるリアス式海岸は天然の良港を形成し、カキやホタテ、銀鮭などの養殖業が盛ん。世界3大漁場の1つである金華山沖漁場が近いことから、魚市場には年間を通じて豊富な魚種が数多く水揚げされる。2011年3月11日の東日本大震災により壊滅的な被害を受けたが、町をあげての総力戦で復興を目指す。

人口：6,686人（2017年2月28日現在）
世帯数：3,136戸（2017年2月28日現在）
主要産業：水産業、観光業



上 / 2015年12月、JR女川駅前から海に続く町有地にオープンした「シーパルピア女川」。
下 / 急ピッチで工事が進められていた2015年2月当時の女川駅前の様子



宮城県牡鹿郡女川町は牡鹿半島の付け根にあり、リアス式海岸に接する中心部は、津波にあらかた破壊された。827人の犠牲（死亡認定者含む）を出し、震災前に約1万人いた人口は、現在約6700人（住民票ベース）に減っている。

女川駅から広がる遊歩道 エレキギター工房に期待

2015年3月に開業したJRR石巻線の女川駅から、海に向かって幅15mのpromナード（遊歩道）が延び、その両側におしゃれな店舗が並ぶ。

第3セクターの女川みらい創造が、同年12月にオープンしたテナント型商業施設「シーパルピア女川」である。昨年12月には、漁港の町らしい「地元市場ハマテラス」が営業を始めた。鮮魚や水産加工品などの販売から多彩な飲食の提供まで揃えて、観光客の集客に努めている。



セッションナブル
梶屋 陽介 代表取締役



アスヘノキボウ
小松 洋介 代表理事

シーパルピア女川の一角に町が期待するエレキギターを製作する工房「GLIDE GARGAGE」がある。昨年3月に開業したばかりだ。水産業の町に異彩を放つ。

経営するセッションナブルの梶屋陽介・代表取締役（33）は、鹿児島県種子島の出身である。大学卒業後、東京・御茶ノ水の楽器店に勤め、起業の夢を実現した。なぜ女川なのか。

「町の空気が素敵だなと思ったからです。皆さん、新しいことに楽しんで挑戦している。水産会社にも、新しい物を作って海外に売ろうとする人がたくさんいます。私もどしどし新しいことをやりたいし、空気感のいいここなら、良い物が作れると直観的に思いました」

目標は大きい。「米国にどんどん売りたいんです。ウェブサイトで直売する準備を進めています。早ければ夏から始めたい」と言う。「米国市場で

1%のシェアを取りたいですね。全米で年間約200万本が販売されているので2万本です。シェアが1%なら認めてもらえるでしょう」

国内市場は年間30万〜40万本と推計する。「シェア1%で3000から4000本ですから、それほど難しくないと」言う。現在の工房は常勤3人で、3月末の初出荷に向けて、当面は月産15本、秋には同30本を目指す。目論見通り行けば、「新たに製造拠点を設けます」と先を考えている。

構想に1年、さらに1年かけて開発したエレキギターを昨年12月に発表した。「QUESTREL」というブランドで、製品名を「SWORD」と付けた。価格は税込み36万7200円で、今までにない音質の革新的な製品だそうだ。

「ギターにおける、いわばアイホンです。手にして初めて、こんな物があったのかと、斬新な価値に気づく。アイホンがそうでしょう」

使う木材を吟味し、陸前高田市の伝統ある「気仙大工」の木工技術を活用し、コバルト合金を部品に使うなど、新機軸を盛り込んだ。さらに工業デザイナーの奥山清行氏にデザインを頼んだ。「求める性能を満たした見た目にも美しい楽器に仕上げるためです」

外の人材を温かく迎える スピディーな決断も奏功

梶屋さんを女川に導いたのは、NPO法人アスヘノキボウの代表理事・小松洋介さん（34）である。アスヘノキボウは創業支援など様々な地域活性化のプログラムを担い、小松



「地元市場ハマテラス」。女川町の特産品の販売店や飲食店、手作りオーガニック石鹸の店など、海をコンセプトにした店舗が入居し、週末ともなれば地元住民や観光客でにぎわいを見せる



女川町
須田 善明 町長

さん自身も起業家である。梶屋さんの兄とは友人同士で「弟が起業を考えているのだが」との相談に、「やるなら女川だろう」と助言。早速、梶屋さんを須田善明町長(44)に引き合わせた。

須田町長が語る。「小松君から話があつて、ギター好きを集めました。梶屋君には、まず町長室で話を聞いてから、演奏ができる場所に移動して、『女川でやれよ』と勧めました」。実は、須田町長は高校時代からエレキベースを演奏していたそうだ。梶屋さんが開発した「SWOOD」第1号を注文している。

女川はよそから来た若者を温かく迎え入れ、話も早い。小松さんも仙台市出身である。震災当時、リクルートの札幌支社にいた。新入社員時代に営業に歩いた南三陸、気仙沼、石巻方面の地域の人たちに心を動かされ、「沿岸部は自分が帰るべき場所の1

つだと思っていた」。震災の惨状を見て、毎週末、支援活動に入るうちに、普段の生活に疑問を覚えて退職。トレーラーハウスの宿泊施設の企画を提案して被災地を回った。

女川町商工会を訪ねた時である。職員の青山貴博さんから「先ほど宿泊施設の問題を検討していたところで、トレーラーハウスの案も出た。来週の会議に参加してくれないか」と、いきなり求められた。プランはほとんど拍子で実現した。

いろいろ手伝い、29歳で女川町復興連絡協議会の戦略室のメンバーになる。同協議会は、被災後10日もたたないうちに商工会や観光協会、水産関係団体などが自主的に結成した民間主導の復興推進組織である。黄川田喜蔵室長の言葉が刺激的だった。「新しい町をつくって、新しい社会の仕組みをつくるのだから、ここでの経験は他でも生きる。日本、世界を見ながら、しっかりやれ」

若い力が復興を支える 年長者は若者の弾除け

「復興連絡協議会戦略室の黄川田室長と私の2人で、復興提言書を作りました。実行段階に移り、起業支援を担うために、戦略室をNPO法人のアスヘノキボウにしたのです」。13



女川みらい創造
近江 弘一 代表取締役専務

年4月にアスヘノキボウが発足。代表理事には30歳の小松さんが、黄川田氏は理事に就いた。

経緯を小松さんが語る。「黄川田室長は『オレはやるべきことをやりきった。お前がここで努力して世界に出て行く気があるのなら、代表をやれ。起業をしてみなければ説得力がないから、自分でやって苦労してみろ』と言って、私を代表にしたわけです」

当時、黄川田氏が還暦だったことも背景にあったという。復興連絡協議会を作ろうと呼びかけた高橋正典商工会会長(蒲鉾本舗「高政」社長)はそのとき還暦で、最初にこう切り出した。

「復興事業は長い時間がかかる。将来のある若い者に全て任せよう。我々還暦以上の世代は全員、顧問になり若い者の弾除けになろう」。長老たちも「よくぞ言った」と賛同し、20代、30代、40代が中心になる路線が敷か

れた。

「復興は7合目」 老壮青の協力体制が強み

須田町長は39歳で震災の年の11月に就任した。「若い世代が責任を託されて、『やらなければ』と奮い立ってスタートしました」。町外の人材を積極的に迎えるのも、非常時ならでだ。「小松君や梶屋君など、外からの人材が新しい産業や文化を芽吹かせた。町をつくっていくのに必要なのは、町内外問はずのプレーヤーです」

女川みらい創造のカジを取る代表取締役専務・近江弘一さん(58)は、町長らの依頼で引き受けた。「当時53歳で、『私はどうしましようか』と上の人に聞いたら、『30代、40代が決めたのなら、いいんじゃないか』と。これまでの会社経営や地域貢献での経験を、実際の町づくりに生かしている。

女川は老壮青の役割分担ができている。小松さんは現在、大手企業と予防医療など様々な社会的課題を解決するプロジェクトに取り組んでおり、「人口7000人の町から日本の社会を変えることも可能だと思います」と明るい。「復興は7合目」と須田町長が言う女川には今、新しいものを生み出す何かがあるようだ。

(文/ジャーナリスト 森一夫)

ご意見・ご感想

⑤「ソーシャルビジネス」の特集を拝見し、社会的起業が地域経済に果たす役割を再認識しました。社会貢献度が高くとも、事業性や経営力が問われますので、支援機関がサポートさせていただく場面も増えてくると存じます。記事は先駆者の方々に光を当て、示唆に富んだ構成となっており、支援を進める上で大変参考になりました。

(北海道 釧路商工会議所 経営相談課 情野裕良 様)

⑥第6号の「民間金融機関との連携」の特集記事は、各機関の優れた具体的な取り組み事例であり、弊社グループは同じ地方金融機関としてどの記事も大変興味深く拝読いたしました。貴公庫の多彩なノウハウやネットワークを活用し、官民一体で様々な取り組みにチャレンジしていくことにより、新たな産業や雇用が創出され、被災地復興のさらなる加速に繋がるものと確信しています。これからも創業支援などを中心に、より一層連携を強化していきたいと強く感じました。

(宮城県 七十七キャピタル(株))

片倉弘樹 様)

⑦第6、7号の復興記事を読んで、災害は一瞬にして基盤・財産が失われます

が、その復旧・復興には多大な時間と費用がかかることを改めて感じます。

当社は防災関連のハード対策に携わっておりますが、知事が「創造的復興」を基本方針に掲げておられますように、ハード対策においても災害復旧にとどまらない発想にたつて、新しい技術を取り込んで効率よく投資していくことが復興を早期に実現すると思われま

す。私共も一層の技術革新に研鑽してまいりたいと思います。

(東京都 共生機構(株) 中村徹 様)

⑧第7号特集「ソーシャルビジネスの現場から」を読み浮かんだのは、「ころよく 我にはたらく仕事あれ それを仕遂げて死なむと思ふ」という石川啄木の歌です。障がいがある人に働く場を作り、ビジネスとして成立させたソーシャルワーカーがいました。行政の補助金、ボランティアに頼らない方法は自由度が高く、場を作りあげる人の力が発揮されるので事業の質も上がります。日本公庫から必要資金を調達できたからこそ、実現できたことです。

(東京都 共同防災工業(株) 様)

⑨66歳を前に会社経営委譲を考え、社員から3名の取締役を選出しました。70歳を目標に全権を委譲しようと目論んで、2年が経とうとしています。自分なりに意識して、仕事を整理し引き渡しているつもりですが、7号の「熊本地震からの復興」を読み、自分の甘さにはっとしました。とりわけ有限会

社コウヤマの社長の「のさった(さずかった)人生」という考え方に、感動しました。「もう少し、まだ」と物事を先延ばししている私が恥ずかしくなりました。氏にエールを送ると共に私の「のさった人生」を歩んでいこうと改めて決意しました。ありがとうございました。

(東京都 (株)あぶち 高畑啓子 様)

⑩500円で「セルフ健康チェック」できるビジネスを展開している、ケアプロの企業理念がすばらしい。貧困層の拡大による医療難民の増加という問題。各自治体が試みている無償検診も、保険加入が前提である以上、保険料を負担しきれない生活者には、絵に描いた餅でしかない。保険制度で解決できないなら、違う角度から取り組もうとするこのビジネスが、たちまち、インドにおいて普及し始めているのは、企業理念が、いまさに世界的に求められている社会のテーマに合致しているからだ。社会通念の変革へと、つながってゆく予感がある。

(広島県 末国正志 様)

⑪宮崎県は、産学金労官による「宮崎県企業成長促進プラットフォーム」を組織し、高い志を持ち、地域の中核企業への成長が期待できる企業(成長期待企業)を集中的に支援しています。日本公庫や地域金融機関とも緊密に連携し、地方振興につなげていきたいと思

います。
(宮崎県産業振興機構 宮崎県企業成長促進プラットフォーム事務局 黒木康公 様)

◆ 編集後記

今回、私が高校生ビジネスプラン・グランプリの取材で訪れた室蘭と明石は、ご当地グルメでも全国区で、室蘭はカレーラーメン、明石は明石焼きが有名です。ところで、私の地元、埼玉県にもご紹介したいご当地グルメがあります。その名も……ゼリーフライ! ジャがいも、おからがベースで、衣を付けずに油で揚げたコロッケのような食べ物です(お菓子のゼリーを揚げたものではありません!)。「ゼリーフライ」というネーミングには諸説あるようですが、小判のような形から、「銭(ゼニ)」が訛ったと言われています。「学校帰りによく食べたなあ」と、自分が高校生だった時を思い出し、少し若返った気がしました。(新井)



『日本公庫つなぐ』へのご意見募集

本誌へのご意見・ご感想をお待ちしております。お寄せいただいたご意見などは、『日本公庫つなぐ』に掲載します。誌面の都合上、編集させていただくことがあります。

【FAX送付先】 03-3270-1643

宛 先 日本政策金融公庫 広報部
『日本公庫つなぐ』編集担当

日本公庫ホームページでもご意見・ご感想を承っております。

日本政策金融公庫総合研究所の本

新規開業白書

2016年版



日本政策金融公庫総合研究所 編

A5判 279頁 定価(本体2,315円+税)

2016年版 新規開業白書

- ▶日本公庫総合研究所では、国民生活金融公庫総合研究所の時代から新規開業実態調査に長年取り組んでおり、1992年度から『白書』としてその調査結果を毎年公表している。
- ▶2016年版の白書では、2015年度に実施した調査の結果を基に若者に焦点を当てた分析を行ったほか、開業者はどのような企業から誕生しやすいのかについて2014年度に実施した3つの調査の結果から分析している。

地域経済の 振興と 中小企業

日本政策金融公庫総合研究所 編



A5判 246頁 定価(本体2,300円+税)

地域経済の振興と中小企業

- ▶今求められる地域振興のあり方とは——。本書では、地域経済の現状や地域経済振興への取り組み状況について、中小企業経営者、商工会・商工会議所を対象としたアンケート結果を基に分析。
- ▶併せて、各地の事例を紹介し、中小企業が地域経済振興に果たす役割と取り組みの成功要因を明らかにしている。

お問い合わせ先

日本政策金融公庫総合研究所 小企業研究グループ

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 Tel 03-3270-1687