



地方創生特集

トップインタビュー

意欲と熱意のある地方を
全力で支援

～ 地方創生に求められる『自助の精神』～

内閣府特命担当大臣
山本 幸三



光と影の「ありのまま」を発信し、
「ふくしま プライド。」で復興を目指す

福島県知事 内堀 雅雄

クローズアップ

変わる金融行政

事業性評価と地域金融機関の目指すべき姿

金融庁監督局長 遠藤 俊英

意欲と熱意のある地方を全力で支援 ～ 地方創生に求められる『自助の精神』～

内閣府特命担当大臣 **山本 幸三 氏**

聞き手：リッキービジネスソリューション株式会社 代表取締役 **澁谷 耕一**

1 地方創生について

澁谷：地方創生を進めるに当たっての大臣の基本的なお考え・理念等についてお聞かせください。

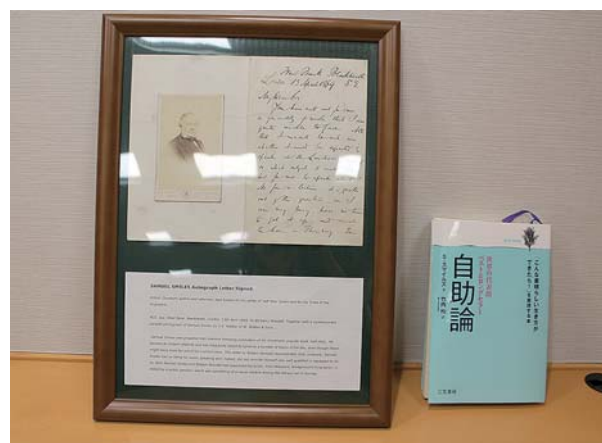
山本大臣：地方創生はいよいよ本格的な事業展開の段階に入って参りました。各地方公共団体の地方創生に関する計画の策定もほぼ完了しており、もうこれからは成果が問われる段階です。そのような意味で、この大事なときに今一度地方創生の理念について再確認していただき、そして積極的な取り組みをしていただきたいと思います。

皆さんには、地方創生を「地方の平均所得を上げること」と簡単に定義して、一生懸命取り組んでいただきたいと思います。様々な要素があると思いますが、稼がなければ持続はしません。稼ぐことが必要条件です。ぜひ稼ぐ取り組みをしてほしいと思います。また、それには「自助の精神」が必要だと考えています。トップを含めた地域住民全体が「自分たちの地域に関することは自分たちの力で取り組むのだ」という思いを持つことが重要です。

サミュエル・スマイルズの『Self-Help』を啓蒙思想家の中村正直さんが翻訳した『自助論』という本があります。彼は明治維新の時にイギリスに留学をいたします。当時はイギリスが世界を制覇していたわけでした、中村正直さんは問題意識として、「あの小国イギリスがなぜ世界を制覇することができるのか。何かそこには隠された秘密がある

のではないかと。それを知ることができれば、これからの日本の生き方を指し示すことができるのではないかと」考えてイギリスに渡ったわけです。その答えはなかなか見つかりませんでした。二年の留学期間が終わる直前になって、あるイギリスの政治家から一冊の本を手渡されて、「中村さん、あなたが探していることはこの本に書いてあるのではないかと」言われました。その渡された本が、サミュエル・スマイルズの『Self-Help』という本でした。

彼の翻訳した『自助論』は、明治時代の2大ベストセラーの1つです。当時、人口が約3,500万人しかいなかった



サミュエル・スマイルズ直筆の手紙（左）と『自助論』（中村正直：翻訳）（大臣室にて）



山本 幸三（やまもと こうそう）

1948年福岡県生まれ。東京大学経済学部卒業。米国コーネル大学経営学修士(MBA)取得。1971年に大蔵省(現財務省)入省。国際金融局、銀行局、ハーバード大学国際問題研究所客員研究員、福岡国税局、大蔵大臣秘書官などを経て退官。1993年衆議院議員初当選。2006年、第1次安倍内閣で経済産業副大臣。自民党政務調査会副会長や観光立国調査会長、衆議院地方創生特別委員長などを歴任。金融緩和によるデフレ脱却を主張し、アベノミクスの仕掛人とされる。昨年8月、第三次安倍再改造内閣で地方創生・規制改革など内閣府特命担当大臣に任命され初入閣。

た日本で、イギリスの4倍の100万部が売れたそうです。もう1つのベストセラーは、福沢諭吉の「学問のすゝめ」で、当時の日本人は皆、この2冊を読んでいました。『自助論』には、「他人に頼ってはいけない」「自分自身の努力でしか道は開けない」といったことが、様々な事例を用いて書かれています。中村正直さんは、明治維新という大変革のあと、生き方の指針を定めかねていた日本人に対し、「自助の精神」の重要性を唱えたのであり、私はこの「自助の精神」こそが明治維新後の日本を強くした原動力だったと思っています。私は地方創生にも、この「自助の精神」を取り戻すことが重要だと考えています。極端に言えば、精神論になるのかもしれませんが、「自助の精神」を取り戻すことが地方創生には欠かせないのです。したがって、地方創生が進んでいないという地域に関しては、その地域のトップが悪いと思っています。トップが「自助の精神」を持って取り組んでいないため、地方創生が進んでいないのです。

澁 谷：地方創生には、自分たちの地域経済は自分たちでなんとかするという「自助の精神」が必要ということですね。

「地方創生版三本の矢」

澁 谷：意欲のある自治体への国の支援策についてお聞かせください。

山本大臣：私たちは、意欲と熱意のある地域の取組みを「情報」「人材」「財政」の三つの側面から「地方創生版三本の矢」として支援しています。情報面では、リーサス(RESAS)という地域経済分析システムを使って、各地域に情報を提供しています。リーサスから得られるデータによって、各地域がどのような状況にあるのかを把握することができるのです。データを分析し、各地域の強みや弱みを見つけ、各地域でどのように取り組むべきかを考えさせるようにしています。

そして、人材支援では、役人や学者などが欲しいという

地方公共団体に、地方創生人材支援制度という形で、人を送り込んでいます。トップのサポーターとして、様々な地方創生の取組みに携わっていただくなど、実際の取組みをリードできるような人材支援を行っています。また、人材支援をさらに拡充するために、昨年12月には「地方創生カレッジ」という事業を立ち上げました。地方創生カレッジでは、地方創生のノウハウを身につけ、実践に活かしてもらうために、自治体の職員や一般企業に勤務しているサラリーマン、地域のNPOリーダーなど、地方創生に関心のある方を対象に、e-ラーニングの講座を開講しています。

さらに、プロフェッショナル人材事業により、地方の中小企業への人材支援策も行っています。各道府県に設けたプロフェッショナル人材センターで、過去に企業経営等を経験した方々にセンター長としてご活躍いただいています。その方々が、地方の中小企業のニーズを調べ、経営者と会って、成長に必要なプロフェッショナル人材の採用をサポートします。また、地方企業の経営者から、東京の大企業と提携できないだろうかなどの相談もあります。既に相談企業延べ11,000社以上、プロフェッショナル人材の地方還流実績は800件を超えています。

澁谷：中小企業の経営者にとって、良き相談相手ができる良い仕組みですね。

山本大臣：この仕組みの良い点は、企業経営等を経験した人が、中小企業の経営者と話をすることで、中小企業において新たな発見が生まれる点です。中小企業の経営には、経営者の思い込みが存在することがよくあります。例えば、中小企業の経営者から「私の会社は良い技術を持っているので、問題は商品のデザインにある。工業デザイナーとなる人材がほしい」というケースがありました。それに対し、企業経営の経験者は「御社には技術力があっても、品質管理ができていない」と回答したのです。「デザインに問題がある」と思っていた中小企業に対して、「品質管理にもっとしっかり取り組まないといけない」とアドバイスする人が現れたことで、その企業の業績は瞬く間に良くなったそうです。

澁谷：それは、非常に面白い事例ですね。確かに、企業経営の中には、経営者の思い込みによる部分があると思います。しかし、その思い込みを社内の人間が指摘するのは、現実的に難しいことも考えられますので、外部から来た人に指摘していただければ、非常に効果的ですね。

山本大臣：最後は財政支援、つまり交付金です。当初予算1,000億円、補正予算900億円ですが、これらの予算を活用して、稼ぐ取組みをしている地域には全面的に支援す



るように指示しています。政府が「人口ビジョン」と「総合戦略」を掲げ、昨年度から各地域で地方版総合戦略がつくられ、今年から実際に動き出し、地域によってはその成果が出始めていると思います。

ただし、私たちが常々申し上げているのは、KPIを自ら設定して、運用・見直しのサイクルを徹底してほしいということです。

地方創生に取り組む自治体の成功事例

山本大臣：私は大臣就任以来、1月までに54市町村、126施設を見てきましたが、地方創生に意欲のある地域では、地方創生が結構進んでいると感じています。頑張っている地域はいっぱいあります。「自分たちでできるようなものではない」と泣き言を言う地域もありますが、それに対して、私は「冗談ではない、島根県の手取町を見てもらなさい」とお話しています。離島にある人口2,400人という小さな町でも、町長がリーダーシップを発揮し、職員と一緒に頑張ってお金を生み出しているのです。

澁谷：そうですね、人口が少ない町や小さな町でも、地方創生に積極的に取り組んでいるところはたくさんありますよね。地方創生に取り組む自治体の成功事例などをお聞かせください。

山本大臣：手取町では、特殊な冷凍装置を使用することで、東京の市場へも牡蠣やイカなどが次から次へと良い値段で売れるようになり、結果として漁民の生活が安定しています。そして、漁民の生活が安定すれば、「次は教育だ」と



いう話になって、町に塾ができています。また、地元の高校と協力して、単なる勉強だけではなく、「自分たちの町の問題は何であるのか」を考えさせ、フィールドワークや外部との意見交換をさせたりしています。

例えば、一橋大学の大学生を交えて意見交換をさせることで、地元の子どもの意識が高まるだけではなく、一橋大学の大学生も海士町に興味を持ち、大学卒業後に海士町でナマコの養殖などを行っています。さらに、海士町では、現在本土からの「島留学」を実施しています。その結果、町内の高校生の人数は倍になっているそうです。

また、宮崎県日南市にある「油津商店街」は、漁港の商店街として廃れてしまっていたのですが、市長が「プロに頼んで、再生しよう」ということで募集をかけ、応募者 300 人の中から 1 人を選んで再生を目指しました。公募条件となる月額給料は 90 万円と、かなりの金額がかかったわけですが、その代わりに「4 年間で最低 20 店舗を埋めてくれ」とお願いしたそうです。採用された人もプロですの

で、商店街に人が集まるような様々な仕掛けを施した結果、今年 1 月には目標を達成し 20 店舗が埋まったそうです。

地方ならではの魅力を引き出し、人を呼び込む

澁谷：今後の地方創生の方向性についても教えていただけますか。

山本大臣：昨年 12 月には、総合戦略の改訂版が出ました。

改訂版にて、私は「仕事をつくることで空き店舗などの遊休資産をなくせ」と強調しています。空き店舗や空き地、耕作放棄地などをなくそうと、号令をかけて取り組んでいるのです。

その他には、景気が良くなったことも要因の一つかもしれないですが、東京一極集中がどんどん進んでいます。2012 年以降、4 年連続で転入超過数が増加し、2015 年には約 12 万人の転入超過となっています。2016 年には、5 年ぶりに転入超過数は若干減少しましたが、その多くを占める進学・就職を控えた若年層（15～24 歳）は、むしろ増加しています。東京一極集中を是正するため、「地方大学の魅力を引き出そう」「地方に就職する学生は、奨学金を返さなくてよい」といったことや、東京 23 区における大学の新設・増設を抑制するようなことを検討しています。

また、インターンシップなどを活用して、学生と地方企業との関係をしっかり構築し、就職に役立てたいと考えています。「働き方やライフスタイルを見直しましょう」とか「地方の生活の良さ、地方の文化や伝統、コミュニティの温かさなど、地方の良さを見い出して、郷土に誇りを持つような取組みを考えましょう」といった働きかけを行っています。

澁谷：地方にも、魅力のある地域はたくさんあると思いますが、東京には本当に多くの人が集まっていますよね。例えば、徳島県はインターネット環境を整えることで、IT 企業を上手に誘致できていますよね。

山本大臣：徳島県には、神山町と美波町という町があり、神山町は山の中に、美波町は海の側に、数多くの IT 企業がサテライトオフィスをつくっています。IT 企業に勤めている方々は、毎日長時間パソコンと向き合っているため、頭がパンクして、鬱病になったりする方が多いそうです。そこで、IT 企業の社長が「これは困ったな」ということで、自然環境の良い美波町で、古民家を改修してサテライトオフィスをつくったところ、社員の病気が治ったらしいのです。IT 企業の方たちはどこにいても仕事ができますので、美波町でも不自由なことはありません。

美波町は、サーフィンが好きな方にはたまらないようです。休日だけでなく、仕事終わりにサーフィンができ、そのうち近所の漁師から「今度、魚を取りに来いよ」と言われて漁師のもとへ行くと、そこでも歓待され、最終的には漁船を一隻いただいたということもあるようです。

また、ある企業は本社も徳島県に移して、東京よりも徳島県の方が人材を確保できると言います。神山町や美波町

であれば、求人広告を新聞にも掲載できるので、とても優秀な人間が採用できたというお話もお聞きました。

そして、地元には世話好きな方がいて、都会から来た若者と地元の人たちの交流を積極的にもたせようとする動きも見られます。そのような関わりの中で、「人生というのは、もっと人間同士の付き合いをすることが大切」であるとか、「歴史を勉強して、楽しくのんびり過ごす生活も魅力的ではないか」といったことを、都会から来た若者たちが学ぶそうです。

地方への移住や定住がうまくいくコツは、そのようなコ

ミュニケーションにあります。地元の人たちとの交流がうまくできなければ、都会から来た方たちが「せっかく来たのに、なんだ」ということになってチャンスを逃すことになります。

澁谷：そうですね。そのように、世話をしてくれる地元の方がいることは、いいことですよね。

山本大臣：昔は、お見合いなどを企画する世話好きな方が多くいました。そのような方は、移住者や定住者との交流をはかれる貴重な存在といえますが、最近は少なくなっています。

2 地方創生における地域金融機関の役割

澁谷：地方創生に関して、地元の金融機関は地域経済を担う存在として、非常に責任が重い立場にあると思います。大臣が地方銀行や信用金庫などの地域金融機関に期待するところ、或いは足りないと感じるところはどのようなことでしょうか。

山本大臣：先日、「地方創生に資する金融機関等の『特徴的な取組事例』」として、34の金融機関の取組事例を取り上げ、表彰しました。都市銀行から地方銀行、信用金庫など、各金融機関が様々な業種で、非常に面白い取組みをしていました。

例えば、大阪シティ信用金庫では「シティ信金商店街PLUS事業」として、延べ2,000を超える地方の事業者や公共団体、信用金庫などとネットワークを形成し、商店街にある空き店舗の出店誘致、有効活用をする取組みをしていました。また、山陰合同銀行では、障害者の芸術的才能を上手に活かした取組みをしていました。障害者の中にも、芸術的才能を持った方は多くいらっしゃいます。銀行が支援して、それらの芸術作品で使用料収入を得ることができる仕組みにしたのです。障害者の芸術作品を事業化することで、税金を使用せずとも障害者の雇用を生み出すことができた好事例です。

リスクを取らない金融機関に存在価値はあるのか

山本大臣：リーサス（RESAS：地域経済分析システム）を活用して地域を元気にする「地方創生☆政策アイデアコンテスト2016」では、「金融機関はお金を貸してくれない」

「金融機関が提供するベンチャーファンドはあまりリスクをとってくれない」という不満の声が聞こえました。私は「金融機関もリスクをとってほしい」とお願いしたいです。そのうえで、大阪シティ信用金庫や山陰合同銀行のように、単に融資や投資といった考え方だけではなく、地域の良さを活かして事業化を助けるような取組みまでしていただければ、非常に有り難いと思っています。

地方銀行をはじめとした地域金融機関というのは、その地域でのリーダー的存在です。地域金融機関が、本気で地方創生に取り組んでいただければ、地域経済は良い方向に向かっていくと思います。最初は、慈善事業のように感じることもあるかもしれませんが、後に事業として大きく発展するかもしれません。小さいながらも、少しずつ事業が育ち、地域経済が活性化してくることが大切です。ぜひ地域金融機関には、積極的に地方創生に参加してもらい、リスクをとった行動をしてほしいと思います。

澁谷：地域金融機関は、もっとリスクをとって事業化を支援することが大切ということですね。

山本大臣：極端に言えば、「リスクを取らない金融機関に存在価値はあるのか」と思ってしまうほどです。金融庁の森長官が担保主義ではなく、事業性評価に基づいた支援をするべきだと仰っている通りです。ぜひ各地域の金融機関には「地域に愛される」、そして「地方創生をリードする」金融機関になっていただきたいと思っています。

澁谷：「地方創生をリードする」金融機関はいいですね。

③ これからの地域経済を担う若手への期待

澁谷：地方創生をはじめ、これからの地域経済を担う若手の地方公務員や労働者、銀行員に対する期待についてお聞かせください。

山本大臣：地方創生は、若手が担ってくれないと成功しないと思っています。また、トップに就く方々は、その若手の活力をいかに生かすかどうにかかっています。例えば、リーサス（RESAS：地域経済分析システム）などのシステムは、若手の方が上手に使いこなします。その場合、トップが彼らをしっかりと評価しなければなりません。

先日、東京や大阪、福岡などの各市町村長とお会いし、基本的理念である「自助の精神」を発揮してもらい、僻地を耕してほしいというお話をしました。その際にも「リーサスを活用して、自分たちの地域の実態をしっかりと分析し、根拠に基づいた政策を策定しなければならない」とお伝えしたのです。今日まで、各地域のトップの方々は、自身の経験と勘、さらには思いつきで政策を実行してきたかもしれませんが、もはやそれでは間に合わない状況です。しっかりとした根拠に基づいた政策決定を行うには、リーサスなどの統計データやインターネットを駆使できる若手を上手に活用しなければなりません。

各自治体が、そのような根拠に基づいた分析や定義づけをしっかりと行い、ベンチャー的な精神で取り組んでもらうことが大切です。「自助の精神」に基づいた開拓地の精神は、若手だからこそ活かされるのです。それを「銀行員だから」「役場の職員だから」「会社の一社員だから」というようにして、殻に閉じこもってはいけません。先程述べた金融機関の取組事例を見ても、非常に頑張っている金融機関職員はたくさんいます。金融機関が開催する研究会や異業種交流会などの参加者にも若い方が多くいますの

で、その方々にはぜひ頑張っていただきたいと思います。地方創生は、まさに若手の皆さんにかかっているのです。次から次へと新しい形のアイデアを出し、新しい視点から取り組んでいただきたいと思います。

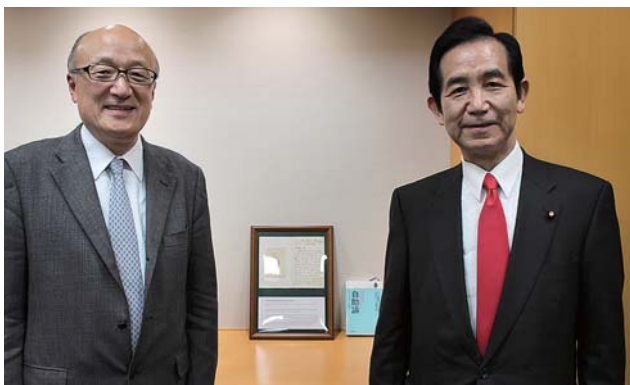
規制改革は地方創生のエンジン

澁谷：大臣は、国家戦略特区など規制改革と地方創生は、結びついているとお考えですか。

山本大臣：兵庫県養父市のように、高齢な市長でも、開拓精神が若者に負けないぐらい大いにある自治体も存在します。養父市は中山間地にある農業地帯ですが、平地はほとんど存在しませんでした。そのような地域でも、農業を行うために「とにかく制度を変えてほしい」という市長の強い思いから、養父市は国家戦略特区の第一号認定となりました。そして、特区制度を活用して、農業委員会の農地の権利移動許可関係事務を市が行うようにし、さらには、昨年11月末には、日本で初めて株式会社が農地を所有するということになりました。私は日本の農業は将来的に株式会社として法人化としなければダメだと考えています。若い人に給料が出て、休みが取れるという形にしないかぎり農業従事者は確保できないと思っています。また個人では大きな設備投資はなかなかできませんが、法人も賃借ではなく自分の土地だったら設備投資をやるかという話になりますので、今回の株式会社の農地保有は画期的であり、これからの日本の農業を担う取組みと言えます。中山間地の急峻な傾斜地にある耕作放棄地や遊休農地をこのような会社が農業で再生していくのです。

国家戦略特区というのは、地方創生の一番大きな目玉です。規制改革が、地方創生のエンジンになるよう積極的に活用してほしいと思っています。また、国家戦略特区に限らず、他にも構造改革特区などもありますので、ぜひアイデアをいっぱい出していただきたいと思います。或いは、規制改革に対する意見や、地方分権に対する意見も出していただければ、我々はそれらの意見を持って役所と交渉し、できる限り皆さんの意向に沿うようにしていくつもりです。特に若手の皆さんには「できることはなんでもやる」という思いを持って、決起していただきたいと思います。

澁谷：若手に対する力強いメッセージをありがとうございました。





光と影の「ありのまま」を発信し、 「ふくしま プライド。」で 復興を目指す

福島県知事 **内堀 雅雄 氏**

聞き手：リッキービジネスソリューション株式会社 代表取締役 **澁谷 耕一**

復興に対する知事の『想い』

澁谷：昨年12月23日（金）に開催された「ふくしま大交流フェア」に行ってきました。トークショーにて、知事が田部井淳子さんの「一步一步を続けることで、必ず頂上にたどりつける」というお言葉を紹介され、福島県の復興には「挑戦」と「継続」が大切であると伝えられたメッセージには、非常に感銘を受けました。改めて、知事の東日本大震災の復興に対する『想い』について、お聞かせください。

内堀知事：東日本大震災から間もなく6年を迎えようとしています。国内外の多くの方々からたくさんの応援を頂いていることで、福島県は着実に復興の歩みを進めています。例えば、インフラの復旧や、福島県土を縦断・横断する道路網、環境、医療分野における新たな拠点施設の整備が進展しています。また、出生率や経済指標の回復、県内観光地の賑わい、県産品の国内外での高い評価など明るいニュースが増えてきています。

一方で今もお8万人近い方々が避難生活を続けています。被災者の生活再建や福島第一原発の廃炉作業、汚染水対策、産業の振興など、課題が山積みで復興は未だ途上にあることも、福島県の厳しい現実です。私たちが最優先で取り組む課題は、避難地域の復興です。一人でも多くの被災者に帰還したいと思っていただけるように、これからも各自治体の復興拠点の整備を前に進め、医療・介護の提供体制の再構築、商業機能の再生、イノベーション・コースト構想を核とした

産業や雇用の回復、地域公共交通の確保など、広域的に推進すべき課題に取り組んでいきます。

また、風評が根強く残っている一方で、時間の経過とともに風化も進んでいます。風評と風化というのは本来であれば、矛盾する概念のはずです。しかし、福島県の場合は、それが同居しているという辛い現実があります。そのため、福島県の復興の現状を、正確な情報として丁寧に発信し続け、県産品の販路開拓や観光誘客の促進、教育旅行の回復など、風評・風化対策を強化していきます。復興にはまだまだ長い時間が必要ですが、私たちは「諦めることなく、一步一步着実に積み重ねていくこと」が大切だと考えています。未だ多くの課題がありますが、これからも果敢にチャレンジして、福島県の復興を前に進めていきます。

澁谷：「ふくしま大交流フェア」のトークショーで、知事は福島県の「ありのまま」を伝えていくことも大切であり、「ありのまま」というのは福島県の現実から目を背けないことだと仰っていました。

内堀知事：その通りです。ただ、気をつけないといけないことがあります。私は「光と影」という表現をよく使いますが、例えば「明るいニュースだけを発信したい」と思うと、課題が取り残され、それは嘘になってしまいます。一方で「大変だ、大変だ」と言って、課題だけを発信することも違うと思っています。福島県には、非常に前向きな話があるのも事実です。明るいニュースと厳しい現実の課題の両方を発信することが、「ありのまま」だと思っています。両方を伝えることにとても複雑な思いもありますが、そのどちらかを外してし



内堀 雅雄（うちぼり まさお）

福島県知事。東京大学経済学部卒業。昭和 61 年自治省入省。平成 13 年総務省自治財政局地方債課理事官から福島県生活環境部次長、生活環境部長、企画調整部長を経て平成 18 年 12 月から平成 26 年 9 月まで副知事。同年 11 月から現職。

まえば、嘘になってしまいますので、両方を発信していくことが、今の福島県にとっては重要なのです。

トップセールスで情熱を伝える

澁谷：風評対策の一環として、知事が精力的にトップセールスに取り組まれているとお伺いしましたが、どのように取り組まれているのかお聞かせください。

内堀知事：昨日は、東京に行ってきました。先週は、ドイツのデュッセルドルフやボーフムなどに行ってきました。毎日、色々なところに出向いています。

放射性物質の吸収を抑える栽培管理を始め、福島県の生産者はたゆまぬ努力を続けています。今年度、お米や野菜、果物、畜産物、栽培きのこなど、生産者の皆さんが誇りをもって育ててきた福島県産の農作物から、放射性物質の基準値を超えるものは 1 件も出ていません。また、モニタリング検査やお米の全量全袋検査などを徹底し、安全なもののみを出荷する体制を確立しています。モニタリング検査の結果は県のホームページをはじめ、様々な媒体を通して公表し、周知をしています。

しかし、お米や野菜、桃、牛肉など、農林水産物の価格は

未だに原発事故前の水準に回復していないという厳しい現実があります。安心は「心の問題」だと思います。科学的に正確な情報をもとに、流通事業者や消費者の皆さんに納得していただき、安心していただくことが必要だと考えています。知事に就任して以来、自らが率先して現場に出向き、生産者の皆さんの声をきめ細かく伺うようにしてきました。また、あらゆる機会を捉えて、国内はもちろんのこと、海外にも出向いて多くの方々にお会いし、本日のように直接顔を合わせながら、福島県の正確な情報や県産品の魅力をお伝えするよう努めてきました。例えば、国内だと首都圏や大阪の市場で県産品のトップセールスを行っています。

経営者の方々には「県産品の取扱いの拡大をお願いします」と働きかけています。昨日、東京に行ったのもそのためです。流通事業者や販売事業者の幹部の方々 120 名ほどに、東京のホテルに集まっていただき、福島県の美味しい農産物や加工品、日本酒を並べ、実際に試食していただきました。安全安心は当然のこととして、美味しさや魅力だけではなく、「生産者がものすごく気持ちを込めて作っています」という熱い情熱をお伝えしてきました。

そのような取組のなかで、全国展開する量販店から、次年度以降も販売促進フェアを継続的に実施したいというお話をいただきました。また、海外は先週ドイツを訪問しましたが、この 2 年間でヨーロッパや東南アジア、アメリカを訪問してきました。その結果、一昨年 EU が福島県から輸入する一部の食品に対する規制措置を見直してくれました。また、昨年は 20 トンを超える県産桃のタイへの輸出が実現するなど、これまでの取組が確実に芽吹いています。

タイに関しては、私自身がタイに出向いて「20 トンを超える桃の輸入をしましょう」というお話をしました。20 トンという量は、タイ全体で輸入する桃のほとんどを占めるぐらいの規模です。「桃といえば福島」というぐらい輸入していただくことができました。一玉 300 ～ 500 円ぐらいで比較的高額な桃ですが、美味しさを伝え、試食をしていただくと、現地の方がすぐに納得され、「ぜひ輸入したい」という話になりました。今では福島県から輸入した桃はあっという間に売り切れるそうです。そのような経験をしていますので、トップセールスを続けていくことが非常に重要だと考えています。

澁谷：「トップセールスに手応え有り」ということですね。知事自身が、生産者の元に直接出向いていくことが大切なのですね。

内堀知事：その通りです。そして、自分が情熱を持っていないといけません。昨年の秋、喜多方の小学生と一緒に、私自身 40 年ぶりに稲刈りをしました。喜多方のある小学校で「全



国のコンテストで、トップの賞をとる美味しいお米を作っている」というお話を伺ったため、その小学校に「稲刈りに私も参加させてほしい」とお伝えしたことがきっかけでした。喜多方の小学校5年生、6年生の子どもたちと一緒に、小雨が降るなか、汗だくで泥だらけになって稲刈りをしました。そこで、農業に携わる皆さんがこのように汗水垂らして、美味しいお米を一生懸命作っているのだということを感じると、東京や海外でのトップセールスにもすごく気持ちが入るのです。

1月は首相官邸に行き、安倍総理に直接「あんぼ柿」をお渡ししました。昨年12月には、小池都知事に直接「あんぼ柿」「りんご」「天のつぶ」の3点セットをお渡ししました。また、先週の日曜日には、両国国技館に行き、大相撲初場所で開催された横綱に昇進を決められた稀勢の里関に「天のつぶ」や「福島県産の野菜の目録」をお渡ししました。私が、両国国技館で「天のつぶ1トンを贈呈します」と言うと、周囲の観客が「おー！」とどよめき立ち、「福島頑張れ」という応援の声もいただきました。

風評払拭の情報発信を、より目に見える形で進めていくことが大切だと考えています。このような一つ一つの地道な積み重ねによって、福島県の理解や共感の輪が着実に広がってきています。消費者や流通関係者の方々からも、福島県産の農産物に対して、より好意的な感触をいただけるようになったと、私自身が実感しています。これからも生産者の方々からお伺いした熱い想い、情熱を、多くの消費者や流通関係者の方々にお伝えすることが大切であり、私自身が仲介者として、福島県産のものをとにかく手に取っていただく、取り扱っていただくきっかけ作りをしていきたいと思っています。

さらに、新年度においては、「食の安全を『守り』、高い品質で『攻める』“ふくしま プライド。”」をキャッチフレーズに、攻守一体の取組をしたいと考えています。震災や原発事故以

降は守ることで精一杯でしたが、これからは攻守一体で生産から流通、消費に至るまで、総合的な風評対策に取り組んでいきたいと考えています。

具体的には、安全や環境配慮を徹底した生産管理、いわゆるGAPの取組を強化し、量販店において棚を確保します。「福島県産のものが置いてある」という、まずはその棚を確保することが大切です。また、オンラインストアでの販路開拓もします。新たな取組として、ポイント制による販売促進など、消費者の方々への戦略的なプロモーションを展開していきたいと考えています。

澁谷：安心は「心の問題」だということ、そして「情熱を伝えることが大切」だという知事の想いが、非常によく伝わりました。「安全」という守りと、「品質」と「情熱」という攻めの攻守一体で取り組んでいくことが大切なのですね。

自慢の県産品「ふくしまイレブン」

澁谷：今「ふくしま プライド。」というキャッチフレーズをお話いただきましたが、その「ふくしま プライド。」として代表される福島県自慢の食材について、お聞かせください。

内堀知事：「ふくしま プライド。」という言葉にそのまま表現されていますが、福島県では安全安心はもとより、高い品質と美味しさの追求にたゆまぬ「努力」と「愛情」を注いでいます。その生産者の誇りを「ふくしま プライド。」という言葉に込めて、全国に発信しているのです。

「ふくしま プライド。」とは別に「ふくしまイレブン」という言葉があります。福島県は全国47都道府県のなかでも、北海道、岩手県に続き、3番目に広い面積を持っています。その広大な県土から、気候条件や自然条件はものすごく変化に富んでいますので、「福島県でとれない農作物はない」と言われるぐらい多彩な農作物が生産されます。そのような中、

「福島県の顔」と言えるような 11 品目を「ふくしまイレブン」と名付けています。本日はその 11 品目のうちの 5 品目と、あんぽ柿、日本酒を含めた 7 品目についてお話したいと思います。

1 つ目は桃です。福島県の代表品目といえば桃です。桃は全国の生産量の約 2 割を占めています。主要品種として「あかつき」があります。「あかつき」は昭和 27 年に、国の試験場で育成されました。当時、福島県だけではなく、複数の県で試作が行われました。「肉質が緻密」「甘さが強い」「極上の食味」など良い点はたくさんある一方で、玉が小さいという欠点がありました。小玉であることから「これはダメだ、使い物にならない」ということで、他県は育成を諦めました。しかし、福島県は粘り強い県民性から「この美味しい桃を消費者に届けたい」という想いを原動力に試行錯誤を重ね、最終的には 20 年もの歳月をかけて「あかつき」を大玉化する栽培技術を確立しました。福島県の 20 年がかりの情熱が生んだ大玉の桃は、福島市の信夫山で行われる「信夫三山眺まいり」というネーミングにちなんで、昭和 54 年に「あかつき」と名付けられました。

2 つ目はきゅうりです。夏秋時期は全国でも多くの野菜が出荷される時期ですが、福島県の夏秋きゅうりは生産量が日本一です。適度な降雨と、夏から秋にかけての福島県内の気温が、きゅうりの生育に非常に適しているのです。パリッとした歯触りとみずみずしい香りをぜひ味わっていただきたいと思います。

3 つ目はトマトです。トマトも夏秋時期を代表する品目ですが、多様な気候条件を活かした栽培が各地で実施されており、各地で美味しさが異なるのが特徴です。同じトマトですが、味が全く違います。例えば、南会津の「南郷トマト」は有名ですが、「甘み」と「酸味」のバランスが絶妙な完熟型のトマトです。特に南会津は、夜になると気温がどんどん下がりますので、秋頃にものすごく甘みが濃い、美味しいトマトができます。一方で、日照時間の長いいわき市で生産され

る「サンシャイントマト」は太陽の恵みをいっぱいを受けて真っ赤に育ち、旨味成分が豊富な実の引きしまったトマトになります。

4 つ目はあんぽ柿です。あんぽ柿は干し柿の一種で、福島の冬を代表する特産物です。皮を剥いた果実を硫黄で燻蒸させた後に乾燥させ、美しい橙色のあんぽ柿が仕上がります。干し柿といえば、表面の灰色がかかったものが多いと思いますが、福島県のあんぽ柿は極めて美しい橙色をしているのが特徴です。この独特の美しさに仕上げる技術が開発されたのは、大正 11 年にまで遡ります。当時、カリフォルニアで干しぶどうの乾燥に用いていた技術を、伊達市の梁川町で応用したのが始まりです。干しぶどうの乾燥技術を応用し、試行錯誤を繰り返した結果、市場に出せるまで 2～3 年かかったそうです。そのようにしてできたあんぽ柿は、とにかく皮が柔らかく、中身がトロッと熟していて、上品で独特な甘みを持っています。そのため、全国にはたくさんのファンがいます。震災後は、あんぽ柿が作れない時期が数年ありました。当時「あんぽ柿を食べたいから早く出荷してくれ」という声が、福島県に数多く寄せられました。私が北海道へトップセールスに行ったときには、市場関係者から「桃は売るから、大丈夫だ。それより、あんぽ柿はどうした」と怒られることもありました。そこで「待っている人がいっぱいいるんだ、早く生産回復してくれ」と叱咤激励されたことが、非常に私たちの勇気に繋がったと思っています。

5 つ目はお米です。お米は主力品種である「コシヒカリ」「ひとめぼれ」に加えて、福島県のオリジナル品種「天のつぶ」があります。平成 27 年産の食味ランキングでは、会津の「コシヒカリ」と「ひとめぼれ」、中通りの「コシヒカリ」が特 A 評価を受け、福島県は高品質のお米が安定して産出される県として、高い評価を受けました。

6 つ目はヒラメです。震災前、非常に高い品質を誇っていた「常磐物」です。常磐物というのは、築地で非常に高い評価を受けています。その常磐物の代表がヒラメです。ヒラメは、震災後に出荷制限を受けていましたが、その制限が昨年 6 月に解除され、9 月より試験操業の対象魚種として漁が再開されました。福島県での資源管理型の漁業、つまり作り育てる漁業の代表であるため、漁業協同組合によって全長 50 センチ未満のヒラメの漁獲を禁止しています。福島県沖は黒潮と親潮が混じり合う栄養豊かな海であり、秋から冬にかけて獲れる寒ひらめは非常に美味しいのです。

7 つ目は日本酒です。福島県日本酒は、昨年の全国新酒鑑評会において、都道府県別の金賞受賞数で 4 年連続日本一に輝きました。この 4 年間というのは、震災や原発事故以降の話です。私たちが一番苦しんでいるときに 4 年連続日本一





左から「玄幸」「一生青春」「穂」「会津ほまれ」

を獲得するというのは、まさに「ふくしま プライド。」そのものです。逆境を乗り越えて達成できた快挙が、この4年連続日本一です。これは福島県民に大きな「自信」と「誇り」、まさに「ふくしま プライド。」をもたらしてくれました。

また、イギリスのロンドンで開催された世界最大級のワインの品評会では、インターナショナル・ワイン・チャレンジ2015の日本酒部門で、福島県の日本酒が最高賞を受賞しました。「チャンピオン・サケ」として、福島県喜多方市の「ほまれ酒造」が受賞したのです。喜多方市が世界一のお酒を作っているのです。福島県の日本酒は、それぐらい国内外で高い評価を受けています。美味しいお酒をつくるためには、「清らかな水」「良質なお米」だけではなく、何よりも造り手の「高い技術と真心」が必要です。その三拍子が揃って初めて美味しいお酒ができます。

日本酒の5年連続日本一に向けて

内堀知事：福島県では、人材育成にも力を入れています。県の研究機関が指導している清酒アカデミーでは、本来はライバルである造り手たちが切磋琢磨しながら、技術力の向上に努めています。「風評に負けない」「福島県の日本酒をもっと高みに上げるのだ」という彼らの情熱が、美味しいお酒をつくる原動力になっています。

福島県の酒蔵は浜通り、中通り、会津と地域によって、それぞれ違った顔、美味しさを持っています。「味」「香り」「深み」のそれぞれが味わい深く、ぜひ飲み比べて楽しんでいただきたいと思います。福島県の蔵元は「次なる目標は、5年連続日本一」だと言って、今まさに5年連続日本一に向けた新酒の仕込みをしています。県として、これからもこの造り手の熱い魂のこもった、日本一のお酒の魅力を国内外に力強く、発信していきたいと考えています。

まだまだ震災前に比べると厳しい状態にはありますが、流通関係者の方々には、このような取組を知っていただき、魅

力ある福島県産品を積極的に取り扱っていただければ有り難いと思っています。

澁 谷：私も福島県の日本酒は色々飲みますが、本当に美味しいですね。

内堀知事：東京の方々には日本橋にある「MIDETTE（ミデット）」という福島県のアンテナショップに、ぜひ行っていただきたいです。MIDETTEには県産日本酒の“飲み比べ”試し飲みができるコーナーがあります。そこで、日本酒を飲みながら、それぞれの違いを楽しんでいただきたい。以前、マツコ・デラックスさんにも来ていただき、非常に楽しんでいただきました。このようなところで「本当に美味しいんだ」「知事の言っていたことは本当なんだ」と思っただけると幸いです。MIDETTEには、福島県内でも買えないようなたくさんの種類のお酒が並んでいます。“飲み比べ”の料金もリーズナブルですので、ぜひテイスティングしたうえで、納得した味のお酒を手にとっていただければと思います。福島県のお酒は「リーズナブルで美味しい」、それが自慢です。

内堀知事：あの日本酒コーナーには、非常にレベルの高い日本酒がいっぱいあったんですよ。ワンショットずつ程よい感じで飲めるのが、非常に良かったですよね。

地域産業6次化の「熱意」と「努力」

澁 谷：本日、インタビュー前に、弊社主催の「地方銀行フードセレクション」にご出店いただいている、「栗本陣」で有名なニューキムラヤさんに行ってきました。ニューキムラヤさんは県の補助金を使って商品開発をしているそうで「内堀知事には非常に感謝している」と仰っていました。

内堀知事：有名なお菓子屋さんですね。そう言ってもらえることが嬉しいです。

澁 谷：ニューキムラヤさんは商品開発に積極的に取り組んでおられ、地方銀行フードセレクションにも4年連続でご出店いただいています。商談では、大手百貨店などと次々と成約に至っているそうですが、今度新たにあんぱ柿を使用した「あんぱ柿本陣」を開発したそうです。これも県の地域産業6次化の支援で商品開発に取り組むことができているそうですが、地域産業6次化について、県の戦略や取組内容を教えてください。

内堀知事：福島県では、様々な方々が相互に連携しながら、地域産業6次化による活性化を進めています。「人づくり」「絆づくり」「仕事づくり」の3つを戦略の柱にして、意欲のあ

る事業者の方々の熟度に応じた支援を行っています。例えば、人材育成や交流会、商談会などの異業種交流、あるいは県産農林水産物を活かした新しい商品作りから販路開拓に至るまでの支援などを行っています。

私自身も、昨年10月に開催された食の商談会に参加し、たくさんの事業者の方々と懇談しました。そこで懇談した事業者の方々はキラキラと輝き、「美味しいものを作ろう」という情熱に溢れていると感じました。この輝きはまさに「熱意」と「努力」の表れです。これからも、そのような人たちが増えるように、支援をしていきたいと考えています。

また、地域産業6次化として、先進的なビジネスモデルも出てきています。例えば、昨年5月には、いわき市においてワンダーファームがグランドオープンしました。隣接する2.5ヘクタールの広い敷地に温室ハウスを作り、通年で収穫できるトマトを中心に地元の野菜をセールスポイントにしたレストランや直売所を設けています。さらには、トマトの加工品製造や摘み取り体験もできるなど、「農業」と「食」の融合体験施設になっており、観光面も含めて地域活性化に貢献しています。

その他にも、新しい流通の仕組み作りとして、6次化商品の開発に取り組むグループが出てきています。例えば、「復興応援キリン絆プロジェクト」の一環として、こだわりの農産物や6次化商品を詰め合わせた農園ギフト商品をお届けする「福島魁-プロジェクト」が立ち上がっています。6人の若手が、地元の豚肉と白菜を交互にしたミルフィーユ鍋をお届けするなど、創意工夫のある取組が県内各地で出てきています。

将来を担う人材、若手の育成も大切だと考えています。今、県内の高校生が非常に元気なことが自慢です。高校生ならではの視点で、県産食材を使用した6次化商品の開発や、大手コンビニエンスストアと提携したオリジナル弁当の開発をしています。先日も、高校生が県庁に来て、私に美味しいお弁当を食べさせてくれました。そのような素晴らしい商品を開発する高校生は、地域で愛される存在です。例えば、高校生

が作ったオリジナル弁当は期間限定の商品でしたが、大好評でコンビニから「もっと売ってくれ」という話があったそうで、販売期間が延長されました。私は、このように地域産業6次化を担う若者が地域に根ざして育っていくことが、福島県自身の復興にも繋がっていくと期待しています。

魅力溢れる福島へ「来て」

澁谷：最後に改めて福島県の魅力についてお聞かせください。

内堀知事：福島県は、春は桜を始め、色とりどりに咲き誇る花々、夏は太陽の恵みを受けて実のなる果物、秋は黄金色に染まった山々、冬はパウダースノーのウインタースポーツなど、四季折々の魅力に溢れています。

花でいえば、日本三大桜の一つである「三春の滝桜」や、日本を代表する写真家、故秋山庄太郎さんが「福島に桃源郷有り」と称え、紹介いただいた「花見山」など、数々の名所があります。4月上旬からゴールデンウィーク後半まで、福島県内の各地で美しい花々が咲き誇っている姿を見ることができます。

食では、全国新酒鑑評会で4年連続日本一を獲得した日本酒や、喜多方、白河のラーメン、喜多方山都、檜枝岐の日本蕎麦に浪江焼きそばなど、ご当地グルメも豊富です。

また、温泉数で全国4位を誇る湯処として、福島県には130を超える温泉があります。なかには、人気温泉地ランキング上位の温泉もあります。例えば、福島市の「高湯温泉」は奥州三高湯に数えられ、じゃらんの人気温泉地ランキングの総合満足度において、日本一を獲得しています。石川町の「母畑温泉」にある「八幡屋」は、2017年の第42回プロ・専門家が選ぶホテル・旅館100選の中で、総合第1位を獲得しています。

さらに福島市にある「土湯温泉」では、若旦那に活気があり、その若旦那が非常にユニークな取組を行っています。夜になると、お互いライバルである若旦那同士が集まって、一緒に「若旦那バー」を経営しているのです。若旦那の取組が非常に面白いということで、彼らを主人公にした漫画が発売されたりするほどです。そのようにして、福島県は積極的にPRを展開しています。福島県の温泉は、泉質や効能、お湯の色も様々です。「仕事で少し疲れたな」「ストレスあるな」と思ったら、ぜひ福島県に来て、温泉に浸かって、仕事や生活の疲れを癒やしていただければと思います。最後に今回のインタビューを通して、福島県の良さを知っていただき、ぜひ福島県に直接「来て」「見て」「触れて」「食べて」「飲んで」「笑顔になって」帰っていただきたいと思います。

取材日：平成29年1月27日



変わる金融行政

事業性評価と地域金融機関の目指すべき姿

金融庁監督局長 **遠藤 俊英 氏**

聞き手：リッキービジネスソリューション株式会社 代表取締役 **澁谷 耕一**

平成 28 事務年度金融行政方針

澁谷：平成 28 事務年度の金融行政方針について、教えてください。

遠藤局長：今回の金融行政方針に掲げた内容は、年度単位で終わるようなものではありません。金融機関が継続的に取り組んでいただくことで、より高いレベルを目指す内容になっています。金融庁にとっても、今、大きな転換期を迎えており、金融行政のあり方そのものを変えていきたいと考えています。現場で資産査定を数だけこなせば良いといった、検査・監督業務のあり方を根本的に見直していくつもりです。

また、金融庁が金融機関に対して、あまりにも強い立場にあることも問題だと考えています。そのため、金融機関は自分たちの顧客を見るのではなく、金融庁を見て仕事をするようになっていきます。金融機関は、金融庁の発言内容や意向をよく気にされますが、金融機関が本来気にしなければならないのは、お客さまであるはずで、金融機関は自分たちの顧客の意向を探り、その意向にあった金融商品をどのように提供できるかを検討することに本来時間を割くべきなのです。金融庁が何を言っているのか、金融行政方針の文言の意味は何であるのかを詮索するのに時間を費やすべきではありません。

澁谷：確かに、金融機関は金融庁を見て動いていると感じることが多いですね。

遠藤局長：金融機関が金融庁を見て動くようになったこと

については、我々金融庁にも責任があると思っています。

そのため、まずは金融庁自身が変わらなければいけないとの思いで、今回の金融行政方針の一番目に「金融当局・金融行政運営の変革」を掲げました。

金融行政方針では、役所用語を使わずに、金融庁の考え方をできるだけわかりやすく説明するよう努めています。昨事務年度の金融レポートでは、図表等を用いて、金融機関や金融市場の実態を公表しています。

金融機関も同様に、わかりやすい情報開示を実施してほしいと考えています。金融機関が情報開示を徹底することで、顧客目線に沿った良い意味での市場競争が生まれてくるものと期待しています。

金融機関を評価するのは、金融庁ではなく、お客さまです。金融庁は、従来のような金融機関に対する直接指導をできるだけ控え、各金融機関が互いに情報開示を行い、競争できる環境作りのサポートに徹したいと考えています。金融機関が互いに競い合い、創意工夫による金融商品・サービスを提供し、顧客に選ばれるような環境を作ることが、今回の行政方針の狙いです。

日本型金融排除

澁谷：日本型金融排除とは、どのようなことなのでしょう。

遠藤局長：近年の金融機関の営業のあり方、融資審査の実態を見ると、格付けがある一定レベル以下の企業に対

しては、初めから融資対象にしていけないのではないかという懸念があります。つまり、金融機関が金利競争してまで融資したい企業とは、担保・保証が十分にある企業か信用力が高い企業に限定され、担保・保証がなかったり、信用力の低い企業は、たとえ将来性が見込まれ、地域における重要性が認められていても、融資対象から排除されている可能性はないかというのが「日本型金融排除」の問題意識です。

リレーションシップバンキングの拡がりの中で推進してきた、担保・保証に依存しない融資とは、企業や経営者のあり様とその将来性を見極めて融資判断をすることです。

信用金庫や信用組合のような金融機関と議論していると、とても工夫して担保・保証に依存しない融資をしていると感ずることがあります。信金信組は協同組織として営業区域が限られ、顧客(=会員)も限られていますが、顧客が属するコミュニティにしっかりと入り込み、顧客からの信頼を勝ち得ています。顧客の信頼を勝ち得ているからこそ、自分たちの目利き力に加え、コミュニティから様々な情報が入るようになります。

例えば、コミュニティの一員から美容院を開設するために融資をしてほしいという相談が信金信組にあったとしましょう。コミュニティの他のメンバーから「借入申込人はかくかくしかじかで、信頼のおける人。彼女の経営する美容院ならぜひ利用したい」といった話を信金信組が聞いたとします。このようなコミュニティ内の話は、極めて信頼性の高い情報ではないでしょうか。

翻って考えてみると、不動産担保は当てになるのでしょうか。不動産はその価格が上がる時もあれば、下がる時もあります。不動産を保有していることは、その人の信用力とは無関係です。人の信用力や経営力というものは、コミュニティ内でその人がどれだけ信頼を勝ち得ているかに端的に表れると思います。もちろん金融機関が地域のコミュニティに入ったからといって、簡単に情報を得られるわけではありません。コミュニティ内で、金融機関が真に信頼を獲得していなければなりません。銀行は、信金信組の取組みを見習うべきだと思います。

澁谷：地方銀行の支店長でも、地域のコミュニティには十分入っていけると思います。実際には、経営者しか入れないコミュニティに、地方銀行の支店長が入って上手に取引しているケースは存在します。しかし、金融機関の支店長や担当者が転勤で頻繁に交代してしまうことも、コミュニティ内でなかなか信頼を得られないことに繋がっているのではないのでしょうか。

遠藤局長：仰る通りです。昨事務年度に実施したヒアリン



遠藤 俊英（えんどう としひで）

昭和 57 年東京大学法学部卒、57 年大蔵省入省。59 年英国ロンドン大学 (LSE) 経済学修士。国税庁や大蔵省の各部署で課長補佐、平成 10 年に国際通貨基金 (IMF) アジア太平洋局審議役を務める。23 年金融庁監督局審議官としてバーゼル基準などに携わる。26 年 7 月より金融庁監督局長 (現職)。

グ調査の結果、「せっかく支店長との間に信頼関係を構築できたのに、すぐに転勤してしまった」という企業の意見が多くありました。このような意見が多数聞かれるのであれば、金融機関も考えるべきです。苦勞して醸成した信頼関係を捨てて、支店長や担当者を転勤させることは、実に勿体ないことです。職員の転勤には、コンプライアンス上の要請があることも理解していますが、地方銀行であれば県内の転勤がほとんどであるはずで、仮に支店長や担当者が転勤したとしても、転勤先から当該顧客を継続担当することや継続支援することが可能ではないかと思っています。人事ローテーションのあり方は、リレーションシップバンキングの観点から、じっくり検討しなければいけない課題の一つです。

澁谷：これからは、金融機関の人事制度や組織体制も見直していく必要がありそうですね。

遠藤局長：また、若手・中堅行員のやる気を引き出すために、何が必要であるのかも真剣に考える必要があります。銀行業務の基礎を学ばせるために、新入行員は一旦支店に配属するのが常識ですね。もちろん新入行員の時期に内部事務

やビジネスフロー一般を学ばせることは、銀行員の基礎を磨くためにも必要なことです。しかしながら、支店でノルマ営業をさせることによって、「本当に自分はお客さまのための仕事をしているのだろうか」と疑問を抱いて辞めていく若手行員がいるのも事実でしょう。本当にこれでいいのでしょうか。

地元の学校を卒業し、或いは都会からUターンし、地域のための仕事をしたいという情熱をもって、地域金融機関に入ってきた若手を、例えば地方創生部にいきなり配属するのはどうでしょう。喜んで地域企業の訪問にまい進するのではないのでしょうか。金融機関職員がそこで働く面白さを感じることができれば、金融機関全体の業務も好循環に入るでしょう。ヒトがすべてです。職員が生き生きとやりがいをもって働ける組織を作り上げてほしいですね。

事業性評価

澁谷：事業性評価に関して、金融機関から「事業性評価の定義は何であるのか」といった質問がよく出ると思いますが、事業性評価についてお聞かせください。

遠藤局長：業務説明会で各地域を回りました。どこに行っても、例外なく「金融庁は事業性評価をどのように定義づけているのか」といった質問を受けます。私からは「金融庁がお示しする定義はありません。自分の業務の実態にあった事業性評価の定義を自分で決めてください。その定義に基づいて、ベンチマークに掲げられている取組み実績をご報告いただければ結構です」と回答しています。金融機関の自主性、創意工夫を発揮していただくには、金融庁が概念に関する下手な定義づけをしない方がいいと思います。その方が金融機関の負担も少なく、取り組みやすいのではないのでしょうか。

また、金融機関からは事業性評価シートといった分析シートを作成し、数千社の事業性評価を実施したという報告をよく受けますが、事業性評価とは単に事業性評価シートの空欄を埋めることが目的ではありません。金融機関が事業性評価を行った上で、自分たちの顧客と対峙して、企業や経営者の悩みや課題を共有し、それに対する提案を実施していくことが大切です。事業性評価とは、企業の付加価値向上、生産性向上を最終目的とするためのツールに過ぎません。事業性評価シートを何社分作成しましたと報告をしてくる金融機関は単にツールを積み上げただけです。その先を極めてほしいですね。

澁谷：金融庁は事業性評価に関して、金融機関からどのような答えが返ってくることを期待しているのでしょうか。



遠藤局長：金融機関は、事業性評価に対して何がしかの数字を示したいと考えますが、その前に、今なぜ事業性評価が必要とされているのか、そもそも論をもっと考えてほしいと思います。

例えば、「全支店の全取引先、計何社分の事業性評価を行いました」と報告してくる金融機関に対し、我々から「それによって何が変わりましたか」と問いかけると、何も答えられないことがあります。事業性評価の真意が金融機関によく伝わっていないのではないかと心配してしまいます。金融機関には、ぜひ事業性評価の先にあるものを考えていただき、事業性評価はあくまでもツールであるという認識を持ってほしいと思います。金融機関の職員が、高い志をもって、自分たちの顧客と対話することが重要であり、企業の経営者から「支店長と話をすることで、新たにこのようなことができた」と評価されるケースをいくつも作っていきたいですね。

金融仲介機能のベンチマーク

澁谷：金融機関は、金融仲介機能のベンチマークをどのように活用していくべきなのでしょうか。

遠藤局長：各金融機関はベンチマークの中から、自己のビジネスモデルを説明する上で有益なものを選択し、それを活用して自己のビジネスモデルを評価し、積極的に顧客に公表してもらいたいと思っています。自己評価と公表が第一であり、金融庁との対話はその次に来るものです。また、



今回提示した 55 項目のベンチマークの中に、自分たちのビジネスモデルと照らし合わせて合致するベンチマークがない場合は、独自のベンチマークを金融庁に示してほしいと思います。

各金融機関のビジネスモデルを特定のベンチマークの型にはめ込んで、ビジネスモデルはこうにあるべきだと言うつもりはありません。今回提示したベンチマークは、金融機関にとって自己検証のスタート地点と捉え、ビジネスモデルのあり方について色々と考えてほしいと思います。ベンチマークは金融機関にとって有益だけでなく、我々金融庁にとっても金融機関と深い議論をするための有用なツールだと捉えています。金融機関のベンチマークに関する説明はしっかりと聞き、「今回の金融庁との対話は非常に有益だった」と受けとめてもらえるような取組みを目指しています。

澁谷：今回の金融行政方針の転換により、金融庁自身も試される立場にあるということですね。

遠藤局長：その通りです。今、金融機関からの報告に基づいて、ベンチマークの集計をしています。その集計結果をもとに、金融機関とどのような対話ができるのか、内部で検討しています。ベンチマークを材料にした対話するには、我々も十分な知見と見識、バランス感覚などをそなえ、かつ十分な準備の上、臨む必要があります。これまで金融機関へのヒアリングというと、地方の財務局に一任していることが多くありましたが、今回は財務局に一任できるレベルの議論ではないと認識しています。金融機関とは

継続的にお互いにとって有益な対話ができるような組織体制を確立することが重要だと思っています。

地域金融機関の 持続可能なビジネスモデル

澁谷：地域金融機関の持続可能なビジネスモデルについては、どのように考えているのでしょうか。

遠藤局長：今や、金融機関は単純な貸出だけでは十分な収益を確保できません。貸出はプラスαの業務であり、メインの業務は地域企業のコンサルティングというくらいの大きな意識改革が必要です。金融機関が顧客の相談に真剣に向き合い、対価としてコンサルティング手数料を受け取ってもよいのではないのでしょうか。広く事業を展開して金利や各種手数料を得るだけでは、持続可能なビジネスモデルとはいえません。「地域において、いかなる金融機関として存在するのか」という根元的な問題意識を強く持って、ビジネスモデルのあり方の検討を深めてもらいたいと思います。

澁谷：金融機関からは「金融機関が行うコンサルティングは無料だと思っている顧客が多く、手数料は取れない」という答えが返ってきます。金融機関のコンサルティングは無料と捉えられる背景には、金融機関のコンサルティングに対する期待値が低いことがあげられるのではないのでしょうか。

遠藤局長：その通りだと思います。今や、顧客から預金を集め、集めた預金を貸出に回すだけで儲かる時代ではありません。金融機関は自分たちの地域で、いかなる役割を果たしていくべきかをしっかり考えていく必要があります。豊富な人材を活かし、顧客の輪の中に入って様々なアドバイスをを行い、ソリューションを実施していくことが、これからの地域金融機関のコアビジネスになると思います。

澁谷：金融機関が、自分たちの顧客の中に入り込んでいくことが重要なですね。

遠藤局長：最後に一言。地域金融機関は金融庁を見て仕事をするのではなく、顧客を見ていただきたいと申しましたが、さらに他行を見て右に倣えで行動することもおこなうのでしょうか。頭取方にいつも申し上げているのは、周囲の銀行を見て行動するのではなく、自分たちの地域、自分たちの顧客を見据えたビジネスモデルを考えていただきたい。練りあげられた頭取の考え方は、明確な形で行内の職員全員に伝え、共有していただきたい。その上で、組織をあげて様々な施策が実行できるような体制を築いていただくことを強く期待しております。

地方のこだわり食品検索サイト

食品バイヤーズ.COM (食品総合HP)

食品バイヤーズ.COMは地方の食品メーカーとバイヤーを結ぶ情報サイトです。
都道府県の知事インタビュー、食品事業者インタビュー、バイヤーインタビュー、各種食品イベントなどの最新の食品情報を掲載しています。 サイトURL<http://www.food-buyer.com/>

県知事インタビュー



石川県 谷本知事



鳥取県 平井知事

食品事業者インタビュー

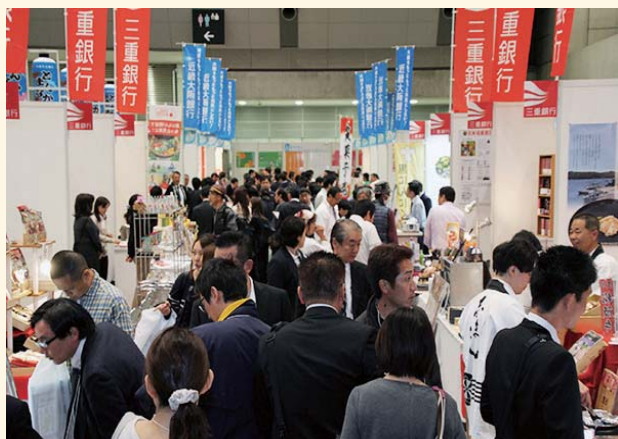


株式会社ワダゲン



渡辺養蜂場

各種食品イベント情報



バイヤーインタビュー

第6回にお話を伺うのは、今年で創立51年を迎える老舗スーパー「京北スーパー」こだわりの地方産品と徹底的に絞ったターゲット層でほかの企業との差別化を図っている。今回は、全国を飛び回ってバイキングをしている代表取締役社長、**下西 琢也** 氏に「京北スーパー」ならではの「商品の選び方・商品開発への思い」についてお伺いします。

株式会社京北スーパー
1967年生まれ。
1989年京北スーパーに事務員として途中入社後、営業担当に異動。
その後店長として現場を統括後、本部長昇任。現在専務取締役。
バイヤーという「専門職の社員が居る日本のスーパー」を目指し、全国を飛び回る職能バイヤーのバイヤーとして活躍中。

下西 琢也 Shimonishi Takuya
「バイキングについて」
百貨店、オンラインショッピング、グルメを発掘している。

深津 真吾 Fukatsu Shingo
1970年生まれ。
1994年入社後、食器売場を担当。その後、酒類等の店舗バイヤーを経て、現在、オンラインショッピング担当に従事し、絶品グルメを追い求め、全国各地を飛び回る。オンラインショッピングでは、バイヤーが全国各地から選りすぐった、いちおしの絶品グルメを紹介するページを担当し、地方の魅力的な商品のストーリーをお伝えしている。

スタッフブログ



絶品！あぐー豚しゃぶしゃぶ「まつもと」
◎ 2016年8月17日 ◎ 0
こんにちは！イベントチームの本橋です。先日、夏休...



静岡県沼津市の「美食倶楽部 蓮」
◎ 2016年8月8日 ◎ 0
こんにちは！イベントチームの鈴木です。先日、静岡...

現在登録バイヤー15,000人

RBSフードプロジェクトチーム



RBSフードプロジェクトチーム
@rickiefoods

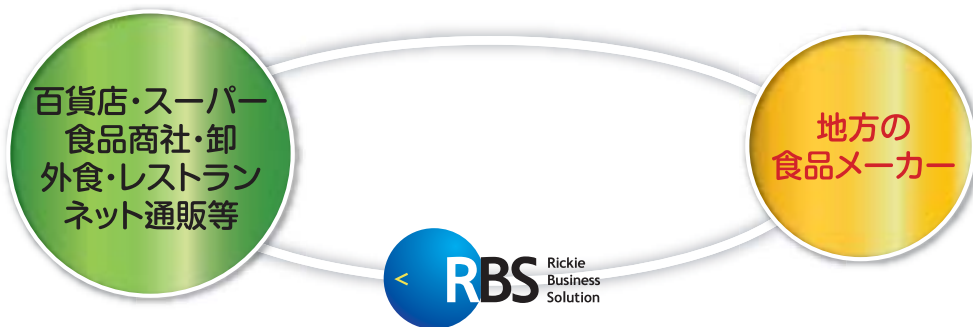
- ホーム
- ページ情報
- 写真
- いいね！
- イベント
- 動画
- 投稿
- サービス



Facebook: <https://www.facebook.com/rickiefoods>

リッキービジネスソリューションの地方創生支援事業

リッキービジネスソリューション(株)は、①地方銀行主催の食品商談会や、②ビジネスマッチングの企画・運営、③Webサイト・カタログによる食品販売支援等を行っております。



弊社の強み

- ①地方銀行の取引先である食品メーカー約1,500社に対する販路支援
- ②全国有数の食品バイヤー15,000人以上とのネットワーク

地方自治体との連携

都道府県や市町村と連携し、県内企業の育成を目的とした「研修」「審査会」「首都圏視察会」や、生産者とバイヤーとの関係構築やメーカーへ食品づくりのヒントを得ることを目的とした「商談会」等を実施しています。

◎長崎県ふるさと企業包括支援事業



個別商談会



視察会

中央官庁との連携

農林水産省、経済産業省等と連携し、地域食材のPRを目的とした「産地視察」や、販路開拓と商品改良を目的とした「商品品評会」「展示商談会」等を実施しています。

◎徳島県 「阿波ふんど」産地視察ツアー



◎とやま 「キトキト」食材ツアー



◎「福岡県産農林水産物マーケティング強化」業務委託



試食会



視察会

◎「佐賀さいこう!」産地視察ツアー



◎地域食材展示商談会



地方銀行連携「地方からの贈り物」プロジェクト

通販カタログ「地方からの贈り物」では、地方の厳選した食品を「地方銀行」を通じて募集し、伝統料理や地域色豊かな食品を普及させ、「地方創生」を推進することを目指します。



参加銀行:20行 270社401商品掲載

食のビジネスマッチング

全国の地方銀行と連携し、「地方銀行フードセレクション」や「地方創生『食の魅力』発見商談会」を開催。各銀行で開催している商談会の企画・運営も行なっております。日本国内における「隠れた地域資源」としての『未発掘な“食”』にスポットを当て、農商工連携や販路拡大の機会の場を提供します。

◎地方銀行フードセレクション



◎地方創生『食の魅力』発見商談会

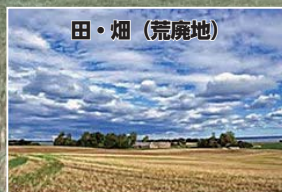


リッキービジネスソリューション株式会社

〒100-0005
東京都千代田区丸の内2-2-1岸本ビル10F
TEL.03-3282-7711 FAX.03-3282-7714

太陽光発電の事業用地を ご紹介ください。

太陽光発電所供給 **No.1** のウェストは、
全国でメガソーラーを続々、建設中！



田・畑（荒廃地）



牧場



ゴルフ場



グラウンド

金融機関様のメリット 《取引深耕のツールとして》

- ▶ 貸借対照表の資産の部（特に土地）が大きいお客様に対して
- ▶ 長い歴史を持つ地域の名士、法人・個人のお客様に対して
- ▶ 資産把握をしたい既存、新規のお客様に対して

お客様のメリット 《相続対策等のきっかけとして》

- ▶ 使い途の無かった土地が生まれ変わります！
- ▶ 雑草対策などの費用及び管理から解放されます！
- ▶ 事業承継や相続問題のきっかけ、対応策として！

メガソーラー用地紹介から事業開始までの流れ

用地紹介	ご連絡	物件確認	条件提示 条件協議	契約締結	手数料支払	事業開始
用地の情報をご提供下さい。 「地図」 「面積」 「土地の形状のわかる資料（写真等）」	担当者より紹介者様へご連絡差し上げます。	書面に物件確認または現地調査を実施します。	地主様へは賃料、または売買代金を提示します。 ご紹介者様へは紹介料を提示します。	ウエストエネルギーソリューションと地主様との間で契約締結します。	ご紹介者へ紹介料をお支払いします。	ウエストエネルギーソリューションが各種手続き、太陽光発電所の建設を行い、事業を開始します。

募集要項

- 面積：3,000m²（約 1,000 坪以上）
極力平坦な土地
- 期間：売電期間 20 年間
- 地代：70 円 / m² まで
（土地の状況によります）

まずはお電話またはメールにてご連絡ください。

広島本社代表

TEL : 082-296-0050

担当：伊藤

katsuhiko.itou@west-gr.co.jp



WEST HOLDINGS

株式会社ウエストエネルギーソリューション

【設立】1981 年

【代表者】代表取締役社長 永島 歳久

【資本金】1 億円

【所在地】東京本社：東京都新宿区西新宿 3-20-2 東京オペラシティビル 31F
広島本社：広島県広島市西区楠木町 1-15-24 ウェスト本社ビル



私共、ウエストグループは、全国 220 ヶ所以上のメガソーラー、自治体協定 105 ヶ所、住宅用 50,000 件以上の施工実績を持つ太陽光発電のリーディングカンパニーです。太陽光発電の全てを手がけ、提案から設計、資材調達、施工、アフターメンテナンス、既存太陽光発電所売買に至るまで、確かな技術と蓄積したノウハウを駆使し、未活用の遊休地を価値ある“資産”へ、一新させます。

弊社は地域金融機関 52 行と太陽光ビジネスマッチング契約を締結しております。ご紹介頂きました地主様と弊社の間で、用地の売買契約又は賃貸借契約が成立した場合、マッチング手数料をお支払いします。