

地方自治体といかに連携するか

～地域振興への次なる取組み～

地域振興の主体

地域産業について考える

まち実践社

代表 村橋 保春

地域の主力ビジネスモデル

チャリンチャリンビジネス。この言葉を若者に理解してもらおうとすると大変である。

まず公衆電話を説明する。街なかにも駅などの公共施設にも数多く設置されていた公衆電話をついぞ見かけることはなくなった。大学入試合格を家族に伝えようと特設の公衆電話に並ぶ光景は時代を語る写真となった。

そのうえで公衆電話の掛け方を説明しなければならぬ。十円玉を入れて電話する。通話時間は十円単位で計られ、通話時間が経過するとつど十円玉が電話の中に吸い込まれていく。その時、チャリンと音がする。長距離通話時には十円玉をいっぱい用意しても、チャリンチャリンと十円玉があつという間に吸い込まれ、肝心なことを伝えられずに十円玉が尽きてしまう。携帯やスマホが当たり前の若者には想像を逞しくしてもらうほかない。

チャリンチャリンビジネスとは課金ビジネスをいい、多額の

設備投資を行い長期にわたり投資回収をするインフラビジネスに想定されるビジネスモデルである。

地域産業界を俯瞰すると建設土木事業が重要な位置を占める。地域特性を活かし独自の産業構造を構築できなかった地域では公共工事が基盤産業となり、建設土木業を通じて経済と雇用を維持する。建設土木業経営者は地域の有力者として影響力を発揮する。

建設土木業のビジネスモデルはどのようなものか。親方分前ビジネスである。経営者の営業力と政治力を背景に事業を受託し、お抱えの下請け業者に業務と利益を割り振る。厳然とした上下ヒエラルキーがあり上位の意思に基づき下位に施しを与える仕組み、トリクルダウン経済システムの一種と捉えればわかりやすい。

地域の主力ビジネスモデルは建設土木業ビジネスモデルである。そしてこのビジネスモデルは旧態依然としており、停滞する地域経済を打開する力を持っていない。

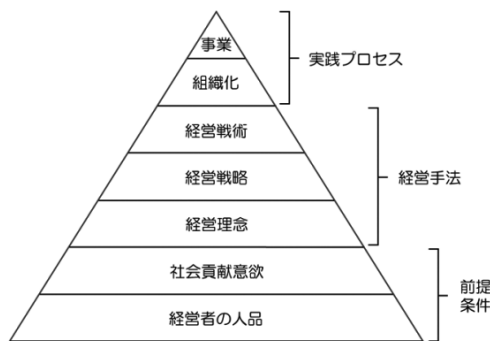
人品が問われる地域事業者

地域産業ヒエラルキーの頂点に立つ建設土木業経営者は地域の人たちからリーダーとして支持されなければならない。創業者は人徳があり、業務と利益の分配に十分な心配りができる。原初的なノブレス・オブリージュと捉えたい。

地域産業の再生は事業経歴と事業規模の観点から建設土木事業者の活躍が重要である。公共事業が減少するなか、新規事業への展開が求められる。主たる課題の一つ目は単純な経済成長を妄信するビジネスモデルであり、二つ目は経営後継者の人品である。

多くの建設土木事業者は新規に地域特産品を活用して地域産業の再生を目指す。農産物生産、食品加工、商品流通など新規事業にはそれぞれふさわしいビジネスモデルがある。これらの事業はフラットなネットワーク組織を志向しているため、ピラミッド型ヒエラルキー組織を前提とする建設土木事業者は根本から事業システムを変革しな

図：事業実践に至る構造



なければならない。
 経営後継者の人品は単に後継者ばかりを責めるわけにはいかない。若い時からチャホヤされ
 自省し研鑽し成長する機会を得られず、中二病を拗らせ癒える
 ことなく体躯ばかり嵩張ってしま
 った。ただし経済環境の厳し
 さが増すなかでは関係者に支持
 されない後継者は自ら退場しな
 ければならない。
 実話である。米どこの地域
 で売り先を失いだぶついた米が
 あった。相手の足元を見てこれ
 を買ったときプレミアム〇〇と

地域振興における金融機関の
 役割について講演し、その後の
 懇親会にも参加した。懇親会で
 はお酒も入りざつくばらんに本
 音の話ができる。地域金融とし
 てどのような課題を抱えている
 か、その悩みの本質と困難さを
 知ることとなる。
 講演で示したパワーポイント
 の図式のうち、上図の内容につ
 いて多くの感想とご意見をいた
 だいた。曰く経営者の人品につ

信用組合が担う経営ノウハ ウ支援

名付けて売り出そうとした後継
 者がいた。「プレミアム」と銘
 打ったのだから相場の倍の価格
 で売れるだろうと流通業者に凄
 んでみせる。智者を自認し満
 悦する。結局米は一粒も売れず
 損失だけが残る。経営者の権能
 は意思決定と責任負担である
 が、後継者は理解できず何事も
 なかったかのように振る舞う。
 事業承継は地域産業の維持発
 展のためには必須課題である。
 しかし地域の再生に害をなす場
 合、後継者であっても摘出しな
 ければならない。悩みは尽きない。

信用組合は地方自治体と連携
 を深めることにより、経営ノウ
 ハウ支援に関わる役割が一層重
 要になる。信用組合は経営手法
 に関し知識を持って対応し、実

いて思い悩まれている。経営理
 念などの経営手法や事業の実践
 プロセスではなく、経営の前提
 条件となる項目であり、地域事
 業に関わる課題の根深さが伝
 わってくる。
 本稿は信用組合が地方自治体
 といかに連携するかをテーマに
 論を進めてきた。地域連携の目
 的は地域振興にあり、地域振興
 の主体は地域産業を担う地域事
 業者である。地域事業者が求め
 る支援は資金支援と経営ノウハ
 ウ支援であり、地方自治体は行
 政施策として補助金、融資、税
 制措置を用い資金支援を行う。
 国や地方自治体もアドバイザー
 制度などを設け経営ノウハウ支
 援も行うが外部専門家を用いた
 表層的な診断助言業務が主であ
 り、地方自治体職員が直接的、
 長期的に支援に関することはほ
 とんどない。経営ノウハウ支援
 は地域金融機関に強く期待され
 る。

信用組合は地方自治体と連携
 を深めることにより、経営ノウ
 ハウ支援に関わる役割が一層重
 要になる。信用組合は経営手法
 に関し知識を持って対応し、実

践プロセスは融資業務の一環と
 して的確に指導することができ
 る。問題は時代変化に即したビ
 ジネスモデルの再構築であり、
 経営者の人品の向上である。協
 同組合組織金融機関として地域
 金融を支える信用組合の真骨頂
 は、地域事業者とのしつかりと
 した信頼関係に基づき、地域社
 会発展という観点から地域事業
 者の事業を見極め、金融を通じ
 て事業をふさわしい方向へと誘
 導することにある。
 地域の特性と実態に合わせて
 望ましいビジネスモデルを組み
 上げ、地域事業者の抱く社会貢
 献意欲をしっかりと捉え、事業
 収益性判断の前に経営者の人品
 を重視して融資の適合性を検討
 する。地方自治体が地域産業を
 推進するうえで最も重要であり
 ながら、自らは判断し実践し得
 ない内容である。これは地域連
 携の構成員である「学」「労」
 「言」のいずれも担うことがで
 きない。
 地方自治体が信用組合との連
 携を期待する理由はここにあり
 だければと考える。