



Japan Academy of Personal Finance

パーソナルファイナンス学会 第 17 回全国大会

報 告 要 旨

統一論題

これからのパーソナルファイナンス研究

桜美林大学

2016 年 11 月 12 日 ~ 13 日

目次

11月12日(土)

15周年プロジェクト研究発表 【制度設計】①

「貸金業法の政策決定プロセスに関する調査研究」

堂下浩(東京情報大学)5

15周年プロジェクト研究発表 【制度設計】②

「パーソナルファイナンス関連法制における経済合理性の検証」

飯田隆雄(札幌大学)9

自由論題①

「シェアリング・エコノミーに見るビジネス・エコシステムの構築

ーUber, Etsy, Lyft, Airbnbの成長戦略を事例にー」

井上葉子(日本大学)11

自由論題②

「中国におけるパーソナルファイナンスの発展

ー『民間貸借』の新形態ソーシャルレンディング(P2P)ー」

陳玉雄(麗澤大学)12

【統一論題】基調講演①

「パーソナルファイナンスの国際展開の展望」

岸本寿生(富山大学)16

【統一論題】基調講演②

「会計検査からみた個人情報の保護と利用」

小林麻理(会計検査院検査官)

【統一論題】基調講演③

「これからの金融教育について」

岡崎竜子(金融広報中央委員会事務局 金融教育プラザリーダー)

(敬称略)

目次

11月13日(日)

自由論題③

「障害者の創業と生活保護制度」

中西孝平(四国大学、京都華頂大学)20

自由論題④

「地域資源を基点とした中山間地域での担い手育成支援に関する研究」

永野聡(三重大学)22

自由論題⑤

「六次産業化の資金調達—北海道の小規模ワイナリーの課題—」

武者加苗(札幌大学)26

15周年プロジェクト研究発表 【金融教育】①

「金融経済教育の手法と展開について—行動経済学の知見の実践」

竹本拓治(福井大学)30

15周年プロジェクト研究発表 【金融教育】②

「日本の中等教育における金融教育の課題とその解決に関する研究

—学校教育における金融教育の体系化—」

大谷和海(関西大学高等部)34

15周年プロジェクト研究発表 【金融教育】③

「学校における金融教育のあり方—中学校教科書にみる金融の扱いと方向性—」

杉江雅彦(同志社大学名誉教授)40

15周年プロジェクト研究発表 【グローバリゼーション】①

「アジアにおける消費者金融ビジネス・モデルの研究」

山本崇雄(神奈川大学)44

(敬称略)

目次

11月13日(日)

15周年プロジェクト研究発表 【イノベーション】① 「パーソナルファイナンスにおけるイノベーション ーマーケットプレイスレンディングの可能性」 藤原七重(千葉商科大学)	47
15周年プロジェクト研究発表 【イノベーション】② 「パーソナルファイナンスにおけるビッグデータの活用」 李立栄(野村資本市場研究所)	52
15周年プロジェクト研究発表 【イノベーション】③ 「パーソナルファイナンスにおける、マイクロファイナンスの役割と地域産業の育成」 加藤晃(北海道教育大学)	54
15周年プロジェクト研究発表 【イノベーション】④ 「小売業のアジア市場進出における金融サービス事業とその有効性」 土井一生(九州産業大学)	56
15周年プロジェクト研究発表 【制度設計】③ 「パーソナルファイナンスの主体を巡る与信・決済・運用のモデル像と債権法改正・倒産法 改正・特別法改正の在り方の視点 ーフィンテック・クラウド時代の金融グループの内部 統制とコンプライアンスの枠組みの将来像」 田中幸弘(新潟大学)	58

(敬称略)

貸金業法の政策決定プロセスに関する調査研究（要旨）

堂下 浩
東京情報大学・教授

1. はじめに

政府はいわゆる「多重債務者」の数を抑制することを目的として貸金業法を 2006 年 12 月 20 日に改正した。本稿では、2006 年貸金業法改正時のプロセスにおいて法案が具体化する局面ごとに整理しながら、当時法改正に携わった国会議員を含めた関係者へのヒアリング調査を通して貸金業法の立法プロセスを検証する。

2. 貸金業法改正までのプロセス（05 年 3 月～06 年 12 月）

2005 年 3 月より金融庁総務企画局長の私的諮問機関として「貸金業制度等に関する懇談会」が設置された。懇談会では 2006 年 8 月までの全 19 回に渡り貸金業制度の在り方について議論された。開始当初は出資法上限金利の引下げに関する議論だけでなく、海外における金銭カウンセリングの先行事例に関する討議など 2005 年 12 月に開催された第 8 回懇談会までは吉野直行座長（慶應義塾大学・教授）による中立的でテーマの幅を広げた議論姿勢が貫かれ、賛否両論の意見を聞きながら冷静な審議が続けられた。この頃までは懇談会を傍聴するマスコミ関係者も極めて僅かであり、委員の出席率も総じて高かった。

しかしながら懇談会における議論のトーンが大きく変わったのが、2006 年 1 月 27 日に開催された第 9 回懇談会からである。第 8 回と第 9 回懇談会の狭間である 2006 年 1 月 13 日に最高裁判所で「任意による支払いの有効性」を否定した判決が下され、貸金業規制+法による「みなし弁済」が実質的に無効となった。このため、これ以降「最高裁でグレーゾーン金利は違法であると判断された」という解釈から、本議論においては出資法上限金利の引き下げは既定路線とする空気が広がり、以後の議論で金利規制の強化に論点が大きく傾斜した。貸金業のあり方という世論が沸騰しやすい政策を、当初は世論との距離を保ちながら冷静に議論してきた金融庁懇談会も、第 9 回懇談会からは逆にマスコミを通して世論を煽る場となりながら、4 月 21 日に「懇談会におけるこれまでの議論（座長としての中間整理）」（以下、「骨子 1」とする）の公表をもって実質的に終息した。これ以降、改正法議論の場は懇談会から自民党と公明党の小委員会に移った。

2006 年 5 月 11 日に自民党における金融調査会・財務金融部会による合同会議が開催され、金融調査会の下に「貸金業制度等に関する小委員会(委員長・増原義剛 衆議院議員)」が設けられた。併せて同年 6 月から公明党も金融問題調査委員会（委員長・上田勇 衆議院議員）が中心となり検討を始めた。

このように自民党と公明党はそれぞれの委員会で行って貸金業を巡り検討を進め、2006 年 7 月 5 日の夜に自民党と公明党の財金部門の幹部は都内ホテルで会合を開き、自民党側が法改正の基本方針を公明党に伝えた。公明党は自民党案に概ね了承する格好で翌 6

日に与党の法改正指針として「貸金業制度等に関する基本的な考え方」（以下、「骨子 2」とする）は発表された。併せて関係省庁に対し同年 8 月末を期限として本指針に基づき実務的現実性を考慮した上で、提案を行うよう指示がなされた。その後も、国会は夏休みを迎える一方で与党間の政策協議は 8 月から断続的に行われ、その協議内容は逐次金融庁側に伝えられ、法改正の基本方針は徐々に具体的内容へと固められていった。

臨時国会の開催と自民党及び公明党の党首選を控えた 2006 年 9 月 5 日に金融庁と法務省は「『貸金業制度等の改革に関する基本的な考え』に基づく、具体的検討内容」（以下、「骨子 3」とする）を公表した。これを受けて自民党では、これまでの金融調査会の下部組織としての小委員会ではなく、「金融調査会・財務金融部会・法務部会・金融調査会 貸金業制度等に関する小委員会」の合同会議として開催することとなった。

当初、自民党の小委員会はフルオープン形式で開催されたため、加熱したマスコミ報道を背景に異様な審議模様が野党の政党新聞に大々的に報じられるなど、自民党側による広報体制の拙さが党内幹部からも指摘される事態となった。

9 月 11 日に合同会議が開かれ、事務局より「貸金業制度等の改革の骨子 (案)」（自民党金融調査会貸金業制度等に関する小委員会）（以下、「骨子 4」とする）が提出されたが、その後の議論は、上限金利引下げの慎重派・強硬派が入り乱れての論争となった。

そして 9 月 15 日の合同会議での結論を受け、9 月 19 日に開催された自民党政調審議会、総務会で改正骨子が承認され、同日に自民党政務調査会 金融調査会・財務金融部会・法務部会・金融調査会貸金業制度等に関する小委員会名で「貸金業法の抜本改正の骨子 ー新たな多重債務者ゼロ作戦、ヤミ金融の撲滅ー」（以下、「骨子 5」とする）が公表され、改正法は骨子 5 に基づき策定される筈であった。少なくとも骨子 5 を決めた自民党側から公明党側には本骨子の内容に沿って早々に国会に上程する旨の説明がなされていた。

しかしながら、一旦加熱した世論は特例金利を温存した自民党の結論に対して厳しい目を注いだこともあり、自民党は 10 月 25 日に合同会議を開催し、貸金業規制法改正案の骨子となる「貸金業の規制等に関する法律等の一部を改正する法律案要綱」（以下、「骨子 6」とする）を公表した。これは一段と規制強化へと舵を切った内容であり、党内審議に収拾がつかなくなった自民党側が公明党側を押し切り与党間での最終合意にたどり着いたと言われる。そしてこの要綱案をもって貸金業法は 2009 年 12 月に改正された。

3. 改正プロセスにおける規制強化の変遷

貸金業法における「金利規制」、「少額短期特例貸付」、「量的規制（総量規制）」、「日賦金融業者の特例」、そして「見直し規定」といった主要制度は議論が進むとともに規制は一方的に強化されていった。そこで、これら制度変更が決定されるまでの変遷プロセスを骨子 1～6 が発表された段階別に時系列で整理すると表-1 の通り。

4. 内閣府規制改革会議による貸金業法に関する調査（08年6月～09年7月）

貸金業法は2007年12月から部分施行（いわゆる2条施行）されたが、2008年6月に内閣府の規制改革会議は貸金業法による厳格な規制が資金需要者に悪影響を及ぼすという観点から法律の実効性について同会議内の生活基盤タスクフォース（主査：中条潮・慶應義塾大学教授）が中心となり調査を開始した。しかし2009年7月の総選挙により政権が自民党・公明党から民主党に移行したことで規制改革会議の機能自体が停止した。結果として同タスクフォースは積極的に調査を行っていたものの、その作業は完全に停止した。なお、2006年における金融庁の懇談会では市場における一般的な資金需要者からヒアリングすることはほぼ行われなかったが、生活基盤タスクフォースの会合ではこれら市場参加者からも有識者として聴取を行い、議論のバランスに配慮しながら会合が進められた。

5. 貸金業法再改正の必要性

民主党政権下にあった2010年春、金融庁は貸金業法の見直しの必要性が見当たらないとして、貸金業法を予定通り2010年6月に完全施行することを発表した。しかしながら、その後も再見直しの必要性は政府や国会内で繰り返し提起された。

そもそも貸金業という世論が沸騰しがちなテーマは世論との距離の置き方を冷静に考えて対応すべきであった。実際、1983年に制定された貸金業規制法は慎重な審議過程を経て立法化された経緯を当時の資料から窺い知ることができる。一方で2006年当時の立法担当者は多重債務者救済という社会問題に縛られて、小口金融の問題を金融システムの大局から捉える機会を失ってしまった。それ故に、あまりにも問題性の大きい制度変更が社会実験として実施されたこととなった。今後とも、貸金業法を再見直しの必要性は国会や学界の場でも引き続き提起されていくだろう。

参考資料

- 石川和男「抜本的な貸金業改革を」『月刊公明』公明党機関紙委員会、2006年6月号、49-55ページ。
伊藤幸郎、堂下浩「総量規制の導入経緯と問題点」、パーソナルファイナンス研究 No.2、2015年12月、13-26ページ。
河野太郎「変更した施策の効果を検証する責任がある」『CREDIT AGE』日本消費者金融協会、2010年8月号、10-11ページ。
消費者金融連絡会「TAPALS 白書 2007」、2008年3月、148-201ページ。
生活基盤タスクフォース「規制改革推進のための第3次答申－規制の集中改革プログラム－」内閣府規制改革会議、2008年12月22日、229-230ページ。
津田武寛「貸金業制度改革の行方(2)」日興シティグループ証券株式会社、2006年10月10日
堂下浩「貸金業法が零細事業主に与えた悪影響」、パーソナルファイナンス研究 No.2、2015年12月、41-52ページ。
西村晴天「大阪府の取り組みが示唆する庶民金融市場の健全化への処方箋」早稲田大学クレジットビジネス研究所 (No. IRCB13-002)、2013年9月、1-14ページ。
藤田章夫「3度目の正直となるか!? 貸金業“再々改正案”の行方」週刊ダイヤモンド、2014年8月9-18日合併号、110-112ページ。
増原 義剛「『弱者』はなぜ救われないのか -貸金業法改正に見る政治の失敗」きんざい、2012年8月
水澤潤「2010年6月の月、500万人が夜逃げする」講談社、2010年4月

表-1 貸金業法における主要制度の変更が決定されるまでの変遷プロセス

	骨子1： 座長としての 中間整理 (4/12/2006)	骨子2： 自民・公明党の 基本的考え方 (7/6/2006)	骨子3： 金融庁・法務省の 具体的検討内容 (9/5/2006)	骨子4： 改革の骨子 (9/11/2006)	骨子5： 抜本改革の骨子 (9/19/2006)	骨子6： 法律案要綱 (10/25/2006)
①金利規制	・ゲージの扱いは両論併記 ・利息制限法の制限金利は引き下げ、又は市場金利への連動	・ゲージは廃止 ・利息制限法の制限金利は、20%に一本化、刻み金額の見直し、又は現状維持	・利息制限法の制限金利は現状維持 ・出資法の上限金利は20%に引き下げ			(決定)
②少額短期特例貸付	(記載なし)	・認めるべきではない ・認めるとしても、暫定措置	・特例金利は28% ・適用期間は5年程度 ・消費者向けは、「50万円・1年以内」、又は「30万円・半年以内」 ・事業者向けは、「500万円・3ヶ月程度」	・適用期間は5年間 ・消費者向けは、「50万円・1年以内」 ・事業者向けは、「500万円・3ヶ月以内」	・特例金利は25.5% ・適用期間は2年間 ・消費者向けは、「30万円・1年以内」	・導入見送り。(決定)
③量的規制 (総量規制)	・借り手の返済能力を超えた場合には行政処分を可能とする	・目安としての量的基準を設け、その基準を超えて貸し付ける場合には返済能力確認を義務付け	・年収の3分の1を超えることとなる金額の貸付については、返済能力が十分に客観的に明らかでない場合又は貸金業者によって示される場合を除き、禁止。			・年収の3分の1を超えることとなる貸付を原則禁止 (決定)
④日賦金融業者の特例	・特例金利(54.75%)を見直す	・一定の経過期間の下に廃止	・出資法上の上限金利の引下げ時に廃止			(決定)
⑤見直し規定	(記載なし)	(記載なし)	(記載なし)	(記載なし)	(記載なし)	貸金業制度、出資法及び利息制限法の金利規制のあり方について、法律施行後2年6月以内に検討結果に応じて所要の見直しを行う (決定)

注意：図中の黒枠線の項目は各制度の最終案が決まった時点を示す。

パーソナルファイナンス関連法制における経済合理性の検証（要旨）

飯田隆雄（札幌大学）

藤田哲雄（日本総合研究所）

佐伯隆博（アコム）

渡部なつ希（東京大学大学院）

1. はじめに

パーソナルファイナンスにかんする法制の中でも、特に、改正貸金業法における上限金利規制、総量規制、多重債務問題等の中心的な法制度を中心に、その経済合理性を、資金提供側と資金利用側から、さらには日本経済全体から分析することを目的とする。また、アジアの国々とも比較検討することを目的とする。

2. 日本とアジア各国の法制の違い

日本と同様、アジア各国でも、消費者金融に関する法制度が存在するが、その整備状況は様々である。これらをまとめたものを当日報告する¹。

以下これらを説明する。

2-1. 外国資本規制

2-2. 貸金業法

貸金業法については、台湾以外は全ての国に存在する。台湾は公司法 15 条によって、貸金そのものが禁止されているため貸金業の営業が出来ないことになっている。

2-3. 登録の必要性和場所

2-4. 資本規制

2-5. 返済能力調査義務

2-6. 上限金利規制

2-7. 書面の交付義務

2-8. 取立行為規制

2-9. 監督官庁

2-10. 信用情報機関

3. 上限金利規制

¹ これらの基礎資料の提供は（株）SMCB コンシューマファイナンス・プロミス、（株）アコムからいただいた資料を基に、筆者が加筆修正した。資料提供いただいた上記企業に謹んでお礼申し上げます。

4. 返済能力調査義務

4-1. 総量規制

4-2. 多重債務防止義務

4-3. 信用情報機関

5. 経済合理性の分析

5-1. 国際条約（TPP等）の規制と国内規制の障壁について

5-2. 戦略ゲームからの目標（パレート最適への条件）

5-3. シミュレーションによる事例研究

6. むすびにかえて、

6-1. 国際条約からの規制と国内規制から、国内規制の方法には、その国の歴史文化に適合した方法の模索と適応が必要となる。で

6-2. 競争状態を維持することが、社会的厚生を極大にするという、一般的な経済の原則に従う限り、各国間で無駄な作業やコストが削減されるので、規制はなるべく統一された方が望ましい。

6-3. 各国間の文化的背景を大切にする前提では、工夫が必要です。

6-4. 日本から見れば、一種の金融の自由化的な事柄になるが、信用保証を何所で担保するか？という問題に、工夫が必要となる。

第17回全国大会自由論題

名前：井上葉子
所属：日本大学商学部
資格：准教授
専門：国際ビジネス

テーマ

シェアリング・エコノミーに見るビジネス・エコシステムの構築
Uber, Etsy, Lyft, Airbnb の成長戦略を事例に

本研究では、シェアリング・エコノミーのビジネス・エコシステムの構築における戦略ロジック及びそのプロセスに関する実証的検証と要因分析を行う。

実証研究に当たっては、以下の4つの企業を対象とする。

1. Airbnb：同社は空室の貸主と借主を繋ぐプラットフォーム(コミュニティ)を提供している。
2. Uber：同社は自動車の空席に乗りたい人を乗せるビジネスサービスを提供している。
3. Lyft：同社もUberと同様のコンセプトでサービスを提供しており、両社は競合関係にある。
4. Etsy：同社は手芸品の販売者と購入者を繋ぐプラットフォームを提供している。

1. 4社の設立の背景
2. 4社の初期の顧客ベース獲得戦略
3. 成長のためのグロースハック戦略
4. 成長のためのグローバル戦略

以上、シェアリング・エコノミーのパイオニア企業で、これらの企業の創業、最初のアーリーアダプターを獲得するための戦略、そして成熟を目指したグロースハック戦略について要因分析を行う。

中国におけるパーソナルファイナスの発展 ——「民間貸借」の新形態ソーシャルレンディング(P2P)——

麗澤大学 陳玉雄

本研究は、伝統的な「民間貸借」とそのネット化産物であるソーシャルレンディングの生成・発展過程を通じて、中国の金融制度の成立における「下からの変革」の側面を追究する。

1. 「民間貸借」の復活と発展

「民間貸借」は、政府によって公式に認められていない「民間」における貸借関係を指す。「民間貸借」は、大きく各種の金融仲介業者を介する「間接貸借」と仲介業者を介さない「直接貸借」との二つに分けることができる。そのうち、直接貸借も、知り合いの範囲内における相対方式のもの他に、個人あるいは紹介業者を通じて行われるものを含む(陳玉雄 2009、3 頁)。以下は、「民間貸借」の復活と発展の過程を見る。

(1) 個人間の直接貸借

計画経済期の中国政府は、基本的に生産に直接貢献しない消費者金融を否定し、「他人の労働成果を搾取する」利息を全面的に禁止してきた。また、経済の計画化に伴い金融部門全体が消滅した中、唯一個人への救済的な貸出が認められていた(陳玉雄 2009、3 頁)。この中で、冠婚葬祭などの消費資金の調達を目的とする個人間貸借が復活した。

(2) 事業資金の調達と紹介業者

次に、改革開放後に族生した「個人・私営企業」が事業資金の調達のため「民間貸借」を利用するようになり、これを機に紹介業者が生まれた。これらの貸借は個人間貸借と「銀背」、「銭中」などと呼ばれる「紹介業者」を介したものを含むが、資金調達はあくまでも親友関係などの単一の人的ネットワークに依存して行うものである(陳玉雄 2009、3-4 頁)。

(3) 貸金業者の仲介

さらに、「紹介業者」の一部は資金を借入れて貸し出し、貸金業者の「銭荘」となった。「銭荘」は自らの資金調達を預金業務ではなく、借入(正当な「民間貸借」)であると主張する。しかし、一部には地域の有力者から資金を借り入れる場合もあるが、その業務は基本的に常時に利率を提示し、資金を「不特定多数」から受け入れるものであり、実質的に預金業務であると考えられる。また、その一部は自らを社会主義原則に合致する協同組合組織だと主張し、「農村合作基金会」、「金融服務(サービス)社」あるいは「城市信用合作社」に乗っていた。「民間貸借」(広義)の規模について、中国共産党政策研究室と中国農業部(日本の省)の共同調査によると、1980年代半ばから2000年代半ばまで農家の資金調達の7割前後(陳玉雄 2010、23 頁)、2003年フォーマルな金融機関の貸出の28.7%(李建軍 2005、80 頁)に達した。

2. ソーシャルレンディング

(1) ソーシャルレンディングとは

ソーシャルレンディング(Social Lending)は、インターネットなどで借手と貸手とをマッチングすることによって成立した貸借関係を指す。日本では、マネオ、Aqush、SBIソーシャルレンディングの3業者が貸借双方に情報を提供し「紹介」するが、保証を付けずあくまでも自己責任である。但し、法的規制があり「仲介」の形を取り、貸金業者として借手とは金銭消費貸借契約、また匿名組合営業者として貸手とは匿名組合契約を結ぶことになる(妹尾 2012、29-31 頁)。中国では、情報の仲介、即ち「紹介」を基本或いは理想にしながら、ソーシャルレンディング業者或いは保証会社などの保証があるものは主流となっている。以下は、ソーシャルレンディングを P2P 貸借という。

表1 P2P貸借の成長

年	通常営業社数	新規社数	取引金額 (億元)	前年比 (倍)	年末貸出残高 (億元)	前年比 (倍)	借手数 (万人)	前年比 (倍)	貸手数 (万人)	前年比 (倍)
2007	2	2								
2008	3	1								
2009	10	7					0.2		0.3	
2010	25	16	13.7		2.2		1.0	5.0	2.1	7.0
2011	52	34	84.2	6.1	14.1	6.5	3.0	3.0	4.4	2.1
2012	142	101	228.6	2.7	53.3	3.8	4.3	1.4	11.0	2.5
2013	573	531	1100.0	4.8	248.5	4.7	22.0	5.1	51.0	4.6
2014	1701	1537	3058.2	2.8	1096.1	4.4	80.0	3.6	230.0	4.5
2015	1748	1624	9750.0	2.3	4253.0	3.9	280.0	3.5	720.0	3.1
16上半期	2349				6212.6	1.5				

出所：年末社数、借手数、貸手数は零壹財經(2016、53-頁)。年間取引金額、年末貸出残高は2009年を除き黄国平ほか(2015、8頁、10頁)。2016年上半期のデータは中国銀行業監督管理委員会のホームページ。

注：別のものによる統計であるため、後述のデータとの不一致がある。

(2) 中国におけるソーシャルレンディングの発展

2007年7月、国内初のP2Pプラットフォーム「拍拍貸」が上海で正式に営業を開始した。その後の業界は模索しながら、表1に示されるように成長し続けている。以下は3段階でP2P貸借の発展過程を見る。

- ① 模索段階(2007年～2011年)：上海、深圳などの大都市でIT従業経験者借手を中心。
- ② 急成長段階(2012年～2014年)：比較的使いやすいかつ低価格のP2Pプラットフォームのソフトが開発されたこともあり、金融業従業経験があるものが多く参入した。
- ③ 調整段階(2015年～)：2014年、とりわけ第4四半期に入ってから、デフォルトなどの問題が急増した。

(3) 中国におけるソーシャルレンディングの特徴

中国のP2P貸借は、法的な空白を利用し、一般商工業として急速に発展したが、その内実が非常に複雑になった。表2に示される3つの金融方式は②元本保証形態が主流となっている。諸外国のP2P貸借に比べると、信用環境の影響もあり中国のP2P貸借は活発なオフライン活動と元本保証などの特徴がある。

3. 政府態度の変化

(1) 消極的な容認

改革開放以降、中国政府は金融機関と制度の整備に乗り出したが、そのサービスの対象があくまでも国有企業である。そのため、雇用対策などで容認・促進された個人・私営企業による自力での資金調達を容認せざるを得なかった。

(2) 取締りと取り込み

その後国有商業銀行を巻き込んだ事件が多く発生したため、政府は金融秩序を維持するため90年代に入ってから取締りを強化した。しかし、その効果が乏しく2000年代半ばから取り込みも始まった。このなかで、高利貸しと預金業務に対する取締りが一貫して行われてきた。

(3) 積極的な傍観と限定

P2P 貸借に対しては、監督当局は全体的に、様子を見ながら理解を深めようとしているが、時期的に最初の模索に対する容認・促進から変化した形態に対する慎重な制限に変化し、最終的に P2P 貸借の原型である「紹介形態」に復帰させる方針を取っている。このような態度は、「積極的な傍観」と名付ける。最終的には、2016年8月17日中国銀行業監督管理委員会などの4省庁が共同で、「ネットワーク借貸情報仲介機構業務活動管理弁法(インターネット借貸情報仲介機関の業務・活動に対する管理条例)」を公布し、P2P 貸借を情報提供を中心とする貸借双方の「紹介」機関に復帰させようとしている。

終わりに

中国の「民間貸借」は「個人間貸借」から出発し、紹介者を介したもの、さらには仲介者を介したものへ、最後には情報ネットワークのプラットフォームを介するようになった。その主要目的は、救済から互助、さらには営利へと拡張してきた。この中で、政府がこれまで「積極的な傍観」に徹し、業者は中心的な役割を果たしてきた。P2P 業者は営利を目的にしながら、ファイナンシャルインクルージョン(金融包摂)を理念に掲げる。

主要参考文献

妹尾賢俊(2012)『みんなと幸せになるお金の使い方:「ソーシャルレンディング」という新しい投資のカタチ』

角川学芸出版

陳玉雄(2009)「中国の『民間貸借』—インフォーマル的なパーソナルファイナンス—」『パーソナルファイナンス学会年報』No.10

——(2010)『中国のインフォーマル金融と市場化』麗澤大学出版会

陳益青(2014)「行業演變中我国 P2P 網絡借貸平台的法律性質認定」岳彩申 総主編『互聯網与民間融資法律問題研究』法律出版社

黄国平、伍旭川、胡志浩、王去非(2015)『中国網絡信貸行業發展報告(2014～2015):P2P 網貸平台風險評級与分析』社会科学文献出版社

零壹研究院(2016)『中国 P2P 借貸服務行業白皮書—2016—』東方出版社

張翔(2016)『民間金融合約的信息機制—来自改革後温台地区民間金融市場的証拠』社会科学文献出版社

表2 「民間貸借」の発展と形態別特徴

名称	個人間貸借	民間自由貸借	貸金業者の仲介	ソーシャルレンディング(P2P貸借)
時期	計画経済期	1970年代末から急増	1980年代前半から	2007年以降
資金用途	基本的に衣食などの生活資金	一般的な消費資金、一部には企業の事業資金	事業資金が主。一部には個人の大型消費資金にも	ほとんど事業資金
貸借範囲	借手の人的ネットワークに限定	紹介業者の人的ネットワークに拡大	貸出先は地域に広がるが、借入と貸出先に関する情報は自らの人的ネットワークに依存	全国すべての情報ネットワーク利用者
リスク負担者	貸手	貸手	「銭荘」などの仲介業者	①貸手 ②P2P貸借業者或いは信用保証業者 ③P2P貸借業者
政府対応	消極的な容認。銀行貸出金利の4倍を超えないことを条件に保護。	最初は事業資金の調達と業者を介したものを禁じたが、後に一部を除き容認。	積極的な規制。金融秩序をみたすものとして禁止したが、特定の地域における個別な「暫定的な存在」として一時期容認したことがある。	積極的な傍観。全体的に様子見ながら理解を深めようとしているが、促進から慎重な制限に変化し、最終的に「紹介形態」に復帰させる方針。 ①紹介形態を保護・促進。 ②P2P貸借業者による保証の禁止 ③証券化形態の禁止。
金融方式	親友などによる救済或いは互助を目的とする直接貸借	「銀背」などの紹介業者を介するものを含め、基本的に貸借双方の自己責任による直接貸借	「銭荘」などがリスクを取り、貸し手から資金を調達し、自らの責任で融資する間接貸借。なお、前期の「民間自由貸借」が引き続き盛況を呈している	①紹介形態:情報の検証・提供を中心に、貸借双方をマッチングする。情報技術を利用した「民間直接貸借」 ②元本保証形態:業者がオフラインで審査し情報を貸手に提供。直接貸借であるが、業者が自ら元本を保証した場合、金融仲介とされる可能性がある。 ③証券化形態:貸出債権を証券化し、元本保証を提供し貸手(投資者)に販売する。「民間貸借」でなくなった。

出所:筆者作成。

パーソナルファイナンスの国際展開の展望

富山大学 岸本寿生

本報告は、日本の消費者金融会社（JCFC: Japan Consumer Finance Company）の国際展開のプロセスを捉え、今後の研究課題を考察するものである。

日本における個人向け無担保・無保証の小口ローン市場は、1970年代頃から急成長し、個人情報センターが設立され、消費者金融のビジネスモデルが確立されつつあった。その一方、多重債務や高金利等が社会問題として注目され、1983年の貸金業規制法と改正出資法など規制が強化されると、中小の業者が淘汰された。しかし、80年代後半バブル期になると、大手を中心に国内市場は飛躍的な成長を遂げた。

日本の消費者金融の国際化を考える際に、まず、外資の参入が考えられる。70年～80年代にかけて、10社以上の参入があったがブランドの浸透やスコアリングシステムが日本の実情に合わず撤退を余儀なくされた。その中でも、80年代に、中小のJCFCを買収した外資は日本市場に参入することができた。ただし、その後の経済環境の変化で、撤退をしている。それに対し、90年代になると、JCFCは外国での起債等を通じて資金調達をする会社や対外直接投資で海外進出を行う会社が登場した。

最初に消費者金融ビジネスを海外で展開したのは、1992年のプロミス香港である。その後、アコムとプロミスがタイに参入している。これらの背景には、国内市場の成熟化や少子高齢化、新規市場の開拓等の目的があったと思われる。貸金業は各地に存在するが、香港は、既に消費者金融市場が存在しており、貸金業法も情報センターもあった。プロミスは、台湾で債権管理、回収のビジネスを行っていたが、消費者金融は香港を選んだ。アコムは、タイで、消費者金融ではなく割賦販売から参入し、のちに消費者金融事業を行っている。1990年代から2000年代前半にかけてのJCFCの海外進出は、拠点作りを目的に、日本の消費者金融ビジネスモデルを現地で適応させる場であったと思われる。

2000年代半ばから、プロミスは香港とタイ、アコムはタイで、事業内容も現地向けの消費者金融業に集中していく。いずれのビジネスも、規模こそ大きくないが、現地で定着していく。その背景には、日本型のビジネスモデルが移転・適応し、さらに現地特有のマーケティングや営業、人材育成の制度が行われるようになったからである。香港やタイの拠点は、それが定着するにしたがって、周辺国への橋頭堡となるように思われる。この時期、周辺国の中国やベトナム、インドネシアへの進出や事務所の設置が行われた。

サブプライムローン、リーマンショック、そして貸金業法、出資法改正、過払い金問題など国内外の問題から、海外事業の拡大は停滞するが、既に進出している事業は順調であり、定着したと言える。

2010年になると、JCFCの海外事業に動きが出る。プロミスは、2007年に中国・深圳に進出したのを契機に、それ以降、中国本土に8拠点に進出し、消費者金融事業を展開、貸付残高を順調に伸ばし、タイの規模に匹敵している。2016年の海外事業の貸付残高は1000億円を超える勢いがあり（「ニッキン」2016年1月8日9面）、日本の規模の10分の1の

規模まで成長してきている。

アコムは、2011年にインドネシアで消費者金融事業を開始し、2014年にはベトナムで事業参入に向けたライセンス申請を行っている。メインの海外事業であるタイ Easy Buy は、「Umay+」ブランドのキャッシュカードによるリボルビングサービスを開始し、その普及と共に業績を拡大させ、タイのノンバンク市場の23%以上のシェアを占めている（同上）。2016年9月で海外事業の営業債権残高は日本の4分の1の規模であり、営業収益も日本の3分の1、全体の2割に近い。

アイフルは、2014年にタイで合弁会社を設立し、15年11月に事業を開始している。

今日のJCFCの海外事業は、主要事業部門としての存在となっている。過払い金問題の終了と共に、投資の継続的拡大が予想され、今までの拠点設立から点から線、そして面となる展開が期待できる。そして、海外事業は、国内市場が成熟化、労働人口が急速に減少する中、国内事業の補完的的事业であり、資金調達網と絡めて、国際ネットワーク構築の可能性を秘めている。

プロミスの海外進出から25年が経ち、JCFCの海外進出にはいくつかの特徴が見られる。まず、急速に展開することなく進出国を限定し漸進的に展開してきた。出資形態は独資、合弁の形態が見られるが、日本の出資比率が100%もしくは過半数出資となっている。また、進出に当たって、日本固有のシステムの移転が試みられている。与信システムについて、日本で構築されたスコアリングを移転した。実際、現地に適応するには数年の経験を要している。その他、債権管理や回収、コンサルティングに関するシステムも移転されており、日本的なビジネスモデルが移転されているといっても過言でない。なお、無人契約機は移転されていない。

次に、JCFCの今後の国際展開を展望するに当たっての課題を考察する。まず第一に人材の問題である。既存の拠点の運営は人数は減っているものの日本人による経営がなされている。消費者金融のビジネスモデルの運営には日本国内での経験が重要である。今後、さらに海外展開を行う場合に、日本国内の海外派遣者の育成と現地従業員のマネジメント能力の育成が必須である。現地オペレーションを現地のスタッフで運営できるか、また、周辺地域に進出する場合に、どこの国の従業員を派遣するのか、海外事業を考慮した人事システムが求められる。

次に、ブランディングである。消費者金融のマーケティングの要は、社名もしくは商品の認知度が重要である。広告戦略、店舗の立地など現地に即したマーケティングメソッドを学習する必要がある。

第三は、海外進出を考える際のタイミングである。現在のところ、先行者優位である。消費者金融は、規制と顧客ニーズと現地のライバル企業との関係を推し量る必要がある。進出に関する事前調査のあり方を追究することが有用である。

第四は、持続的優位性もしくはグローバル統合による優位性の構築の研究である。現在のところ、海外進出の成果は総和的であり、スケールメリットなどが十分得られていない。多国的展開をすることによる優位性の構築が今後の国際展開の動機付けになる。

最後に、日本型消費者金融のビジネスモデルが、個人ローンのグローバルスタンダードになる方途を考える必要がある。新興国、発展途上国への進出が期待されるが、既存のマイクロファイナンスとは異なる、日本型消費者金融のビジネスモデルの有用性が試される。

統一論題「これからのパーソナルファイナンス研究」①

「パーソナルファイナンスの国際展開の展望」

富山大学 岸本寿生
2016年11月12日

INDEX

- 消費者金融の国際化とは
- 日本の消費者金融会社 (JCFC) の海外進出の黎明期
- JCFCの海外事業の定着期
- JCFCの海外事業の成長・拡張
- JCFCの海外展開の現況
- JCFCの海外進出の特徴
- JCFCの海外展開に関するこれからの研究課題

消費者金融の国際化とは

- 外資金融機関の日本参入 ⇔ 日本の消費者金融の海外進出

表1 近年の外資系金融機関のM&A

年	M & A元	M&Aの対象会社	内容
1998	GEキャピタル	コーエークレジット	100%子会社化
	アソシエイツ	ディックファイナンス	100%子会社化
	GEキャピタル	レイク	100%子会社化※
2000	アイク	日専	100%子会社化
	シティグループ	アソシエイツ	100%子会社化
	アソシエイツ	ユニマツライフ	51%株式所有
2002	ING銀行(蘭)	ナイス	35%株式所有筆頭株主現在アエル系
	シティグループ	タイハイ	MOB方式で株式買取り、子会社化
	シティグループ	マルフク	営業債権と営業資産の譲受し子会社化

注: アイクは、アソシエイツの100%出資により1979年2月に設立
データ出典: 消費者金融連合会(2002)等より作成

外資系の消費者金融は現在ほぼ撤退(整理)、日系金融機関に吸収

※レイクは現在新生銀行

表2 日本の消費者金融会社 (JCFC) の海外進出の黎明期

年	社名	進出国	事業・出資比率
1989	プロミス	台湾	良京實業股份有限公司 債権管理回収業 100%
1992	プロミス	香港	PROMISE (HONG KONG) (邦民日本財務(香港)) 消費者金融業 100%
1996	アコム	タイ	SIAM A&C 割賦販売 合併
2002	プロミス	台湾	プロミス顧問 現地金融機関の一般消費者向け小口ローンの与 信評価・分析業務等 合併(のち100%)※
2003	アコム	タイ	SIAM A&C 消費者金融業
2004	プロミス	タイ	PROMISE (THAILAND) 消費者金融業 100%

データ出所: 各社ホームページ
※2006年解散

日本の消費者金融会社 (JCFC) の海外進出の黎明期
- 既存研究から①

- 1970年代から社会問題として取り上げられつつも市場は成長
 - 外資導入
 - 個人信用情報センター整備
- 国内市場における国際競争
 - 米系金融機関の日本進出: 1970年代10社以上進出 - 撤退
 - 外資系金融機関の買収
 - JCFCの外国市場からの資金調達
- JCFC大手2社の海外進出
 - 国内市場の成熟化、少子高齢化
 - 新規市場の開拓
 - 日本のビジネスモデルのパッケージ化
 - 現地適応
 - 拠点作り

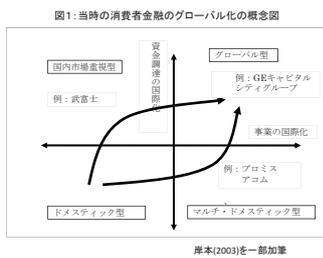


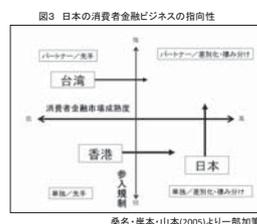
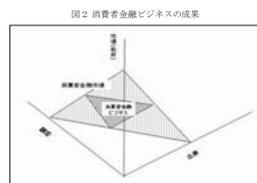
表3 JCFCの海外事業の定着期

年	社名	進出国	事業
2005	アコム	タイ	EASY BUYに商号変更、公開会社へ 2006年リボルディングローン (Umay+) を販売
2005	アコム	中国	北京大学アコム金融情報研究所設立※
2006	アコム	ベトナム	ホーチミン駐在事務所開設
2006	アコム	中国	北京駐在員事務所開設
2007	アコム	インドネシア	バンク・ヌサンタラ・バラヒヤンガン (BNP) 買収 約75.4%(三菱東京UFJと共同)
2007	プロミス	中国・深圳	PROMISE (SHENZHEN) (深圳普羅米斯小額貸款 消費者金融業 100%)

データ出所: 各社ホームページ
※2010年解散

JCFCの海外事業の定着期
- 既存研究から②

- 選別、集中
 - 進出国の選別
 - 香港、タイに集中
 - 事業の集中
 - 消費者金融事業への集中
- 香港、タイの事業の定着、成長
 - 日本型ビジネスモデルの移転
 - 現地適応
 - マーケティング
 - 営業
 - 人材育成
 - 海外進出の橋頭堡
- サプライズゾーン、リーマンショック
- 貸金業法、利息制限法改正
- 過払い金問題



JCFCの海外事業の定着のポイント
~ヒアリング調査から

- 日本的システムの移転
 - 与信スコアカード
 - 債権管理、回収
- 出資形態
 - 独資か合併
- 出店戦略
- 人事制度
- 資金調達

表4 JCFCの海外事業の成長・拡張

年	社名	進出国	事業
2010	プロミス	中国・瀋陽	PROMISE (SHENYANG) (瀋陽金融商貿開發区普羅米斯小額貸款) 消費者金融業 100% (香港プロミス)
2011	アコム	インドネシア	BNPの消費者金融開始
2015	アイフル	中国・上海	SAISHU Finance Corporation (上海三秀融資租) リース業100%
2012	アコム	タイ	EASY BUY 外国人ビジネスライセンス取得 現在出資比率71%
2012	プロミス	中国・深圳	Promise Consulting Service (Shenzhen) 深圳市普羅米斯諮詢服務 業務受託・システム開発/運用 100% (香港プロミス)
2012	プロミス	中国・天津	PROMISE (TIANJIN) 天津普羅米斯小額貸款 消費者金融業 100% (香港プロミス)
2013	プロミス	中国・重慶 中国・成都 中国・武漢	消費者金融業 100% (香港プロミス)
2014	プロミス	中国・上海	消費者金融業 100% (香港プロミス)
2014	アコム	ベトナム	事業参入に向けたライセンス申請
2014	アイフル	タイ	AIRA & AIFUL 消費者金融業 合併

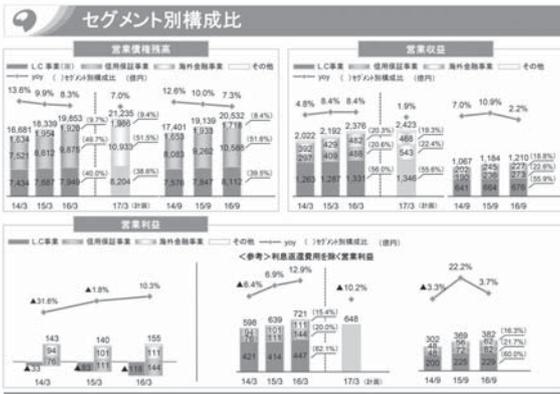
データ出所:各社ホームページ

JCFCの海外展開の現況

- ・アコム・タイでシェア23%、
 - ・タイ:「EASY BUY」(15年9月末の営業債権残高1333億円)
 - ・20周年を迎えるタイでは「Umay +」(ユメプラス)のブランドで営業、ノンバンク市場の23%以上のシェアを占める
 - ・インドネシア:では現地の組織業者など中小企業向け融資を軸とする銀行「BNP」(同600億円)を三菱東京UFJ銀行と合併で運営する。
 - ・両国合計の営業収益(15年9月末243億円)はアコム全体の20%を占めるまで成長。
- ・SMBCCFは残高1000億円へ
 - ・15年度にタイで消費者金融業に進出してから10周年、香港は16年度に25周年を迎える。
 - ・10年に進出した中国本土では、天津、上海など7都市に拡大。与信ノウハウなどを各国に合わせて発揮、15年9月末の海外での営業貸付金残高は767億円と、13年3月期から倍以上に成長。16年度中にも1000億円を超える勢いだ。
 - ・海外の支店・ブースなどは合計153拠点、人員は1800人(15年9月末)に増えており、人材育成の強化が課題。今後はWEB取引などを推進。顧客数拡大と収益力強化に結びつけ、「今後の成長ドライバー」と力を込める。
- ・アイフルは15年11月にタイで消費者金融業「AIRA&AIFUL(アいら・アンド・アイフル)」を開始。今後3年間で、営業貸付金残高150億円を目指す。

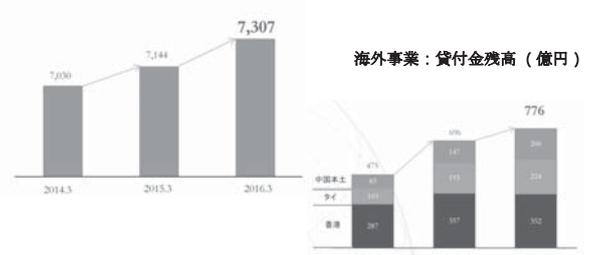
「ニッキン」2016年1月8日 9面
「特集 アジアに羽ばたくノンバンク、知見生かして存在感高める」より(一部加筆)

アコムの海外事業の占める規模



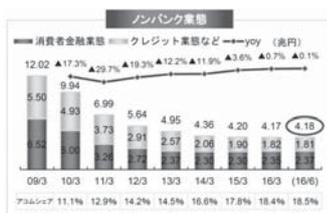
プロミスの海外事業の占める規模

営業貸付金残高(プロミス単体)(億円)



JCFCの海外事業の意味

- ・規模的成長
 - 投資の継続的拡大:点から線へ、さらに面へ
 - 戦略的部門から海外事業が主要事業部門に成長
- ・国内市場の成熟化
 - 国内市場の補完的的事业
 - 国際ネットワークの可能性



アコム2017年3月期第2四半期決算プレゼンテーション資料(アコムホームページ)より

JCFCの海外進出の特徴

- ① 漸進的展開—香港、タイ、中国
- ② 出資形態—独資、合併
- ③ 競争優位性—資源の移転—日本の固有のシステム
 - ・与信システム—与信スコアリング
 - ・営業
 - ・業務システム—債権管理、回収、カウンセリング
- ④ 移転可能性
 - ・無人契約機

JCFCの海外展開に関するこれからの研究課題

- ① 人材育成
 - ・経営スタッフの現地化
 - ・海外派遣者の育成
 - ・現地従業員の育成
- ②ブランディング
 - ・広告戦略
 - ・立地戦略
- ③ 国際展開
 - ・拡張戦略—ファースト・ムーバーズ・アドバンテージ(先行者利益)
- ④ 持続的優位性の構築
 - ・グローバル統合
 - ・ダイナミック・ケイパビリティ・アプローチ
- ⑤ 日本型消費者金融のスタンダード化

参考文献

- ・樋口大輔(2005)「タイの消費者信用市場」『2005年消費者金融サービス研究会年報』No. 6, pp. 29-42.
- ・藤田哲雄(2014)「インドネシアの中小零細企業金融の成功要因について— 営利目的マイクロファイナンスの可能性 —」『パーソナルファイナンス研究』 No. 1 pp. 17-30.
- ・岸本寿生(2003)「消費者金融の国際化」『富大経済論集』第48巻第3号pp. 133-152.
- ・桑名義晴、岸本寿生(2009)「日本の消費者金融企業のアジア進出戦略の課題—香港、台湾、タイを中心にして」『パーソナルファイナンス学会年報』No. 9, pp. 40-50.
- ・桑名義晴、岸本寿生、山本崇雄(2006)「台湾と香港における消費者金融サービスの業の現状と特徴—日本の消費者金融企業の進出に向けて—」『2006年消費者金融サービス研究会年報』 No. 5 pp. 40-52.
- ・佐藤直樹、竹本拓治(2014)「最低賃金値上げ以降のタイ日系消費者金融企業における人材開発の必要性— 経営現地化モデルと「求められる人材像」 —」『パーソナルファイナンス研究』 No. 1 pp. 41-54.
- ・D. J. Teece著、谷口和弘ほか訳(2013)『ダイナミック・ケイパビリティ戦略—イノベーションを創出し、成長を加速させる力』ダイヤモンド社 (Teece, David J. (2009) *Dynamic Capabilities and Strategic Management*, Oxford Univ Pr on Demand)

パーソナルファイナンス学会報告要旨 「障害者の創業と生活保護制度」

四国大学 創業支援クリエイター

京都華頂大学 非常勤講師

中西孝平

本報告は、障害者の創業を生活保護制度との関係において検討することを通して、障害者が創業するうえでの課題について明らかにすることを目的としている。

筆者は昨年 11 月に福井大学で開催されたパーソナルファイナンス学会第 16 回大会において初めて「障害者の創業」に関する研究成果を発表して以降、以下に示すとおり、研究の方向性を探ってきた。

- 研究発表「障害者による起業と庶民金融」（於：パーソナルファイナンス学会第 16 回大会）、2015 年 11 月
- 論文「障害者の自立と起業」『福井大学大学院工学研究科研究報告』第 64 号、2016 年 3 月
- 研究発表「障害者による起業と無職女性の地域就業」（於：日本比較経営学会第 41 回大会）、2016 年 5 月
- 論文「障害者の一般就業と無職女性の地域就業」『四国大学紀要：人文・社会科学編』第 46 号、2016 年 6 月
- 研究発表「障害者の創業と家計」（於：パーソナルファイナンス学会西日本部会）、2016 年 7 月

このような試行錯誤の結果、研究の方向性を次の三点に定めた。

- (1) 障害者の創業を障害者雇用の一形態として捉え、障害者が創業する（自ら仕事を生み出す）ことのできる社会について検討する。
- (2) その仕事は生業が中心になること。
- (3) 障害者の創業を障害者のファイナンシャルプランとの関係において見ていく。

近年、障害者を取り巻く雇用環境は大幅に改善し、障害者の一般就業は急速に進展しているが、それでもなお企業に雇用されている障害者の割合は障害者全体の 1 割に満たず、その勤続年数は短い。

また、支援学校を卒業した生徒の 6 割は福祉的就労にあるが、福祉的就労は障害者にとって就業訓練の場となっている一方で、労働基準面でのグレーゾーンが存在するなど、克服すべき課題が山積している。

そこで、本報告では、障害者の一般就労や福祉的就労に次ぐ第三の方策として、障害者が自ら仕事を生み出す「障害者の創業」を提起し、障害者のファイナンシャルプランとの関係において捉える。

とりわけ、障害者の多くは所得が低く、生活保護受給者であることから、障害者の創業を生活保護制度との関係において検討したい。

生活保護受給者は生活保護の本来の目的の範囲内の貯金を除き、原則として貯金は禁止されている。当然、借金することも許されない。それゆえ、生活保護受給者が創業することは難しい。そこで、筆者は生業扶助に焦点を当てる。

生業扶助は、生業に必要な資金、器具や資料を購入する費用、技能を習得するための費用、就労のための費用を必要とする範囲内において行われ、支給の対象として、小規模事業を営むのに必要な設備資金や運転資金が想定されている。

生業扶助は、収入を増加させ、または自立を助長することのできる見込みのある場合に限定され、月額も 4.5 万円と少額であるが、近年はワークフェアの流れの中で、職業訓練に用いる資金として活用されている。

また、生活保護からの脱却後は、不安定な生活を支えるために、就労自立給付金が支給されると同時に、生活福祉資金貸付制度により生業費や技能修得費として、580 万円以内を限度とする資金（償還期間 20 年）が融資される。

つまり、生活保護受給者は原則として貯金も借金も許されないため、創業するのに十分な資金を調達することはできないが、生活保護状態からの脱却の過程において、公的な資金支援制度をうまく組み合わせることによって、脱却後に生業を起こすことができる。

福祉国家が危殆に瀕して以降、「福祉から就労へ」というワークフェアが世界的な潮流となっているが、「障害者が自らの生活スタイルを前提に自ら仕事を生み出し自立を図っていく」という本研究の方向性はこの潮流に沿ったものである。

地域資源を基点とした中山間地域での担い手育成支援に関する研究

永野 聡
Satoshi Nagano

三重大学地域創発センター，講師，博士（建築学）（nagano.satoshi@mie-u.ac.jp）

キーワード：地域資源、中山間地域、担い手育成支援

1. 背景と目的

織物の一大産地であった十日町において、「からむし（和苧）」は地域由来の歴史的素材である。近年、「からむし」は織物以外での活用方法（食品、芸術作品、等）に関して注目度を増している。それは「からむし」が、地域資源として地域内外の人々に浸透してきている事を意味している。そこで、「からむし」を地域資源としてより一層発展させるためにも、地域産業化を推進して行きたい。その地域産業の担い手は次世代にあると捉えている。

そこで本研究では、地域学習を通じた担い手育成の活動を実施し、その結果を分析する事を目的とする。加えて、担い手育成の活動を地域外より支援する側の課題も提示する事を目的とする。

2. 研究対象地域：十日町市伊達地区・水沢地区（図1）

十日町市の中心部から南方 4～5km に位置したところに対象地域である伊達地区・水沢地区（図1：丸で囲んだエリア）がある。地形的特徴としては、河岸段丘の中腹（魚沼丘陵と信濃川の狭間）にあり、豊かな農業空間が広がっている。最寄りの駅は JR 飯山線の土市駅、関越自動車の道塩沢石打 IC から車で 30 分のエリアである。



図1:事業対象地域（水沢地区・伊達地区）の特徴

3. 地域資源である「からむし」の地域内外での啓発活動

地域資源である「からむし」の啓発活動として、地域内外の人々を対象とした「地域資源を再発見するワークショップ」を開催する。特に、地域産業の担い手育成の観点より、十日町市の伊達地区・水沢地区に在住する小中学生（保護者の参加も可）を対象として、「地域学習ワークショップ」と題して地域学習の場を提供する。

4. 研究活動の実施体制とスキーム

本研究は、「新潟県からむしネットワーク」をプラットフォームとして、地域内外の多様な主体を有機的につなぎ合わせ、地域資源「からむし」のさらなる飛躍を目指す「多主体連携型によるプロジェクト連動型事業」と位置づけている。（図2）

また、定期的に地域の会合や行事に参加し、地元との交流を深め、地域内での協力者の確保する活動を実施している「まちづくりユニットドーヴ (doobu)」が、中心的役割を果たしている。

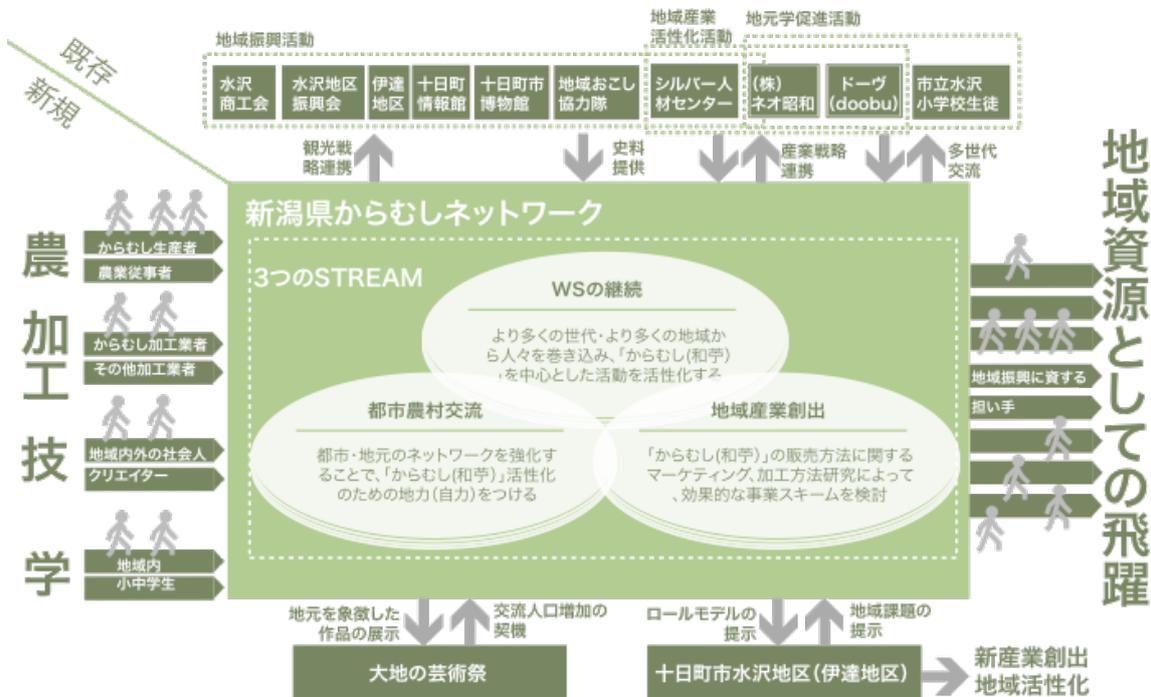


図2: 多主体連携によるプロジェクト連動型事業

5. 地域の担い手育成に関する取組み

5.1 地域資源を再発見するワークショップの開催

地域資源を再発見するワークショップは2012年より継続して実施している。2015年度は、地域内外より参加を得て実施する事が出来た^{注1)}。その結果、2012年度に実施した「からむし染めワークショップ」を発展させ、「草木染めワークショップ」として実施する事で、地域住民に対してより身近な地域資源を知るきっかけを創出した。

5.2 地域学習ワークショップの開催

2015年度、十日町市立水沢小学校の3年生を対象とした「総合的な学習の時間」を活用して、地域資源である「からむし」に対する理解を深める活動（地域学習ワークショップ）を実施した^{注2)}。また、その事前学習として、小学生に「からむし」と十日町の歴史的な繋がり等を理解させる取組みを実施した。2016年2月には、水沢小学校主催で地域学習に関する発表会を実施した。水沢小学校の全面的な協力を得て、地域資源である「からむし」を取り上げられた事は、地域学習や地域産業の担い手育成の関連からも大きな意義を持っている。

5.3 担い手育成活動を地域外より支援する側の活動資金に関して

本研究活動は6年間継続して実施している。そこで、図3にこれまでの費用（活動費）をまとめた。

当初はボランティアベースで3年間(2009年から2011年)実施していた。2012年に入り「大地の芸術祭越後妻有アートトリエンナーレ2012」への正式出展が決まり、50万円の

活動助成金を大地の芸術祭実行員会より得た。しかしながら、資金が不足し、150万円の自己資金を補填した。2013年は、ボランティアベースでの活動を実施した。2014年、2015年は（一社）北陸地域づくり協会より年間50万円の活動資金を得た。また、2015年は「大地の芸術祭越後妻有アートトリエンナーレ2015」への継続出展が決まり、50万円の活動助成金を大地の芸術祭実行員会より得た。

以上の事より、地域の担い手支援を目的として実施している活動ではあるが、地域側より金銭的な支援を全く受けていない構図となっている事がわかった。この事より、地域課題を解決するために取組んでいるこれらの活動が、地域にとって必要とされているのか疑問や新たな課題が生じている事（シーズとニーズのミスマッチ）がわかった。しかしながら、地域側からは金銭面以外での各種支援（宿泊場所や食事の提供、除雪、等）を得ている。少なからず、これらの活動に関して、理解を示している地域住民もいるのは事実である。そこで、金銭では計れない支援の形をどう可視化するか（新しいパラメータの設定、等）が次の課題となる。

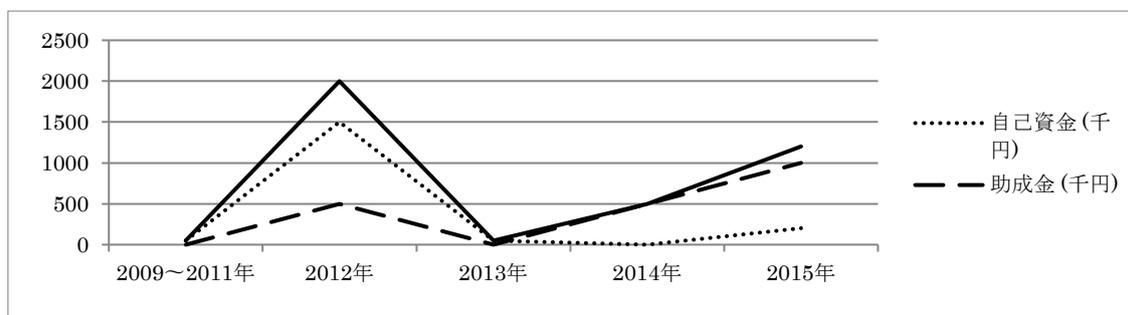


図3:費用（活動費）における6年間の推移

6. まとめと展望

本研究では、地域学習を通じた担い手育成の活動を実施し、地域資源である「からむし」は地域に根ざしたものへと発展を遂げてきた事がわかった。特に、地域産業の担い手として期待される小学生に理解を深めてもらった事は、本研究活動の大きな成果と言える。しかしながら、「からむし」への理解は深まったが、「からむし」を通じた仕事の像を提示する事は必ずしも出来ていない。そこで、「からむし」を地域産業へと発展させる必要がある。地域産業へと発展させるには、「からむし」の地域ブランド化を検討する必要がある。地域ブランドの確立に際しては、行政機関（十日町市）との協働を一層図っていきたい。また、FSとして、ファンドレイジング等の金融手法を用いて、マーケティングを実施する事も想定される。加えて、これまで構築してきた地域住民との連携をより密に行い、地域に還元できる仕組みをより一層構築したい。

そして、担い手育成の活動を地域外より支援する側は、継続性という大きな壁に直面している事がわかった。今後も継続するためには、各種助成金に頼るという構図も想定される。しかしながら、自立的な活動とは言い難い。そこで、真に地域に必要とされている存在であるのか棚卸しの必要性と、仮にも必要であると判断された場合、専門的知識の供与という課金モデルを提示する事も必要と考える。また、金銭的な指標で計れない地域からの各種支援をどう可視化し、意味付けるかも重要な課題である。

本研究の対象地域である新潟県十日町市は、中山間地域に固有の課題を抱えている。地域課題を解決する事を目的とした本研究が、ある一定の成果を創出できれば、他地域へのモデル（普遍的価値の創出）を提示する事となる。

注釈：

注1) 全8回実施したワークショップ内容を以下に記す。

○第1回ワークショップ

開催日時：5月9日（土） 13:00～17:00

開催場所：東京都杉並区某所

参加人数：8人（スタッフ3人、都内からの参加者5名）

開催概要：東京在住の染色に興味がある参加者（大学生、大学院生、社会人）に対して、「からむし（和苧）」の普及啓発と染色方法の指導を行った。はじめて「からむし（和苧）」に触れる参加者が多く、伝統素材を通じた地域を知る機会を創出した。また、7月より9月まで開催される「大地の芸術祭越後妻有アートトリエンナーレ2015」への参加告知も実施し、実際に数名の参加を得る事となった。

○第2回ワークショップ

開催日時：6月7日（日） 13:00～17:00

開催場所：新潟県十日町市伊達公会堂

参加人数：12人（スタッフ4人、地元参加者5人、都内からの参加者3名）

開催概要：十日町市の在住者を対象とした「地域学習に関するワークショップ・草木染めワークショップ」を開催するにあたり、前日開催された「伊達つつじ原祭り」で採取した「つつじ」と自生している「シソ」を新たな染料として表現方法を模索した。「からむし染め」を「草木染め」へと発展させ、地域に根付いた素材を活用する試験的取組みを実施した。

○第3・4・5・6回ワークショップ

開催日時：8月2日（日）23日（日）9月13日（日） 全日 13:00～15:00

開催場所：新潟県十日町市伊達地区「からむしの部屋project」

参加人数：延べ30人（スタッフ5人、来訪者25人）

開催概要：大地の芸術祭越後妻有アートトリエンナーレ2015への来訪者を対象に、「からむし（和苧）」で作られた作品展示空間とともに「からむし（和苧）」の知識の指導と、染色の指導を行った。

○第7回ワークショップ

開催日時：9月20日（日） 13:00～17:00

開催場所：新潟県十日町市産業文化発信館

参加人数：20人（スタッフ3人、来訪者17人）

開催概要：他団体の「野良キャンプ実行委員会」主催の「たからさがしカーニバル」にて、染色の技術講師として草木染めワークショップを開催した。ウコン・シソを用いて祭参加者に対して「からむし（和苧）」の啓発を実施した。

○第8回ワークショップ兼新しい地域資源の材料検討会

開催日時：3月6日（日） 13:00～15:00

開催場所：新潟県十日町市伊達地区

参加人数：6人（スタッフ2名、地元参加者3名、都内からの参加者1名）

開催概要：伊達地区の小学生と都内で芸術活動を行うデザイナーを対象に、「からむし（和苧）」とキハダを染料として、「地域学習に関するワークショップ・草木染めワークショップ」を開催した。また、ワークショップ後には地元協力者との会合に参加し、染色技術をもとに次年度以降の活動内容について提案を行い、「からむし（和苧）」のみならず活用できる地域資源の材料検討会を行った。

注2) ワークショップ内容を以下に記す。

開催日時：7月4日（土） 10:00～12:00

開催場所：十日町市市立水沢小学校

参加人数：53人（スタッフ10人、水沢小学校3年生33人、教諭・保護者20名）

六次産業化の資金調達—北海道の小規模ワイナリーの課題—

札幌大学

武者 加苗

1. はじめに

2010 年度に公布された「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」（いわゆる六次産業化法）を追い風に、日本全国でワイナリーの設立が急増している。ワイン産業が六次産業化と結びつけられる理由として、生産されたブドウ（一次産業）がワインに醸造され（二次産業）、ワイナリーで販売されるか併設のレストランやオーベルジュで提供される（三次産業）ことが、ワイン大国とされるヨーロッパやカリフォルニアで盛んであることがあげられる。鮮度が落ちやすいブドウは収穫してすぐ醸造する必要がある、一次産業と二次産業が極めて近くに立地する必要がある。また、ブドウを作る地域特性であるテロワールがワイン生産には重要であり、愛好家は生産された土地を訪れることを好む。これを利用したワインツーリズムは、人口減少に悩む農村部の貴重な観光資源でもあり、地域の雇用創出にもつながる。この流れは、2014 年に公布された「まち・ひと・しごと創生法」（いわゆる地方創生法）にも通じており注目が高まっている。

日本では、これまでも何回かのワイン消費量が増えるワインブームはあったものの、それはあくまで需要側の動きであり、輸入ワインもしくは輸入果汁でその需要は満たされてきた。2012 年ごろからのワインブームは供給側に新しい動きがあり、原料の原産地へのこだわりを持つ生産者が増加しているという特徴がある。全国で酒造免許（試験製造及び期限付免許を除く）を持つワイナリーは 2009 年に 155 者、2011 年に 154 者と横ばいであったが、2014 年には 176 者と 3 年間で 14%増加している。北海道に限定しても、国税庁認可ベースで 2011 年に同 7 者であったが 2014 年には同 9 者と増加している。試験製造などの製造や開業予定のワイナリーを含めると、その数はさらに上乘せされる。これらの動きはワイン特区を取得した余市地区では特に盛んである。日本で酒類醸造免許の取得には、最低醸造キロ数が果実酒で 6kl という壁がある。ワイン特区はこれを果実酒の場合 2kl に引き下げたものであり、小規模ワイナリーの参入を促すことを目的としている。とはいえ、ワイナリーを新規設立する際には最低でも 1000 万円以上の資金が必要となり、異業種参入やコネクションのない者にとっては、資金調達面での工夫が必須である。

そこで、本報告では北海道のワイナリーの 2016 年度までの状況を整理したうえで、そ

の特色を明らかにする。さらに、ワイナリー設立に欠かせない資金調達の具体的事例をあげながら紹介する。

2. 北海道のワイナリーの特徴

北海道の新規参入ワイナリーの特徴として①資金源の確保、②協力体制の2点をあげる。

①の資金源については、ワイナリーの新規設立には中古を活用した簡素な設備でも1000万円超、レストランなどの付帯設備を持つと1億円以上が必要である。したがって、農家の後継者でもない限り突如の新規参入は困難である。開業ができたとしてもすぐに現金収入が得られるわけではない。一般的に農業は年1回の収穫時期がキャッシュの回収時期であるが、ワイン用ブドウはブドウを収穫してから最低でも半年、通常は1-2年は熟成させる必要がある同じ年度内での収入が得られない。したがってワイナリー設立から数年は近隣農家から果実を買い付けてシードルなどの果実酒やジュースで現金収入を得るところが多い。もしくは、野菜農園を併設し、単年度でキャッシュを得られる工夫がされている。

外部から資金を調達するワイナリーも少数派であるが存在する。農林水産省と地元金融機関の合同ファンドから六次産業化の予算を得て参入した例や、クラウド・ファンディングを利用して資金調達を行っているワイナリーもある。

このように、ワイナリー単体で黒字化かつ高い収益を確保するのは容易でない。そこで、親会社との資本関係を有するワイナリーも多い。ワインとはまったく異なる別産業（不動産業、エンターテインメント業など）の資金提供を受けている場合もある。また、運営主体が地方自治体の一部もしくは自治体の協力があるワイナリーもある。

②の協力関係は主にワイン製造の技術やワイナリー運営のノウハウに必要とされる。

①では主に資金面での協力関係を述べたが、資金力があるゆえにワイナリーとして成功するわけではない。寺谷（2015）によると、北海道のワイナリーには最大生産量を持つ北海道ワイン社出身者が多く、インキュベーターとなっている。また、先行するワイナリーが新規参入希望者を実習生として受け入れ、有給の職員として作業を分担しながら、ワイナリー運営を指導していく実習制度を活用した事例も多い。独立してもすぐには自社ワイナリーを持っていない場合や自社製造と異なる風味のワインを醸造したい場合などに、実習先で醸造を行うといった協力関係も維持しやすい。北海道には日本初のカスタムクラッシュワイナリーである10Rワイナリーが立地しており、酒造免許の許認可条件を満たせない小規模ヴィンヤードが参入しやすい環境が整っている。

3. 外部資金調達の事例と課題

北海道のワイナリーにかかる資金調達として、農林水産省と地元金融機関の合同ファンドが六次産業化の予算を得た例をあげる。このファンドは「農林漁業成長産業化支援機構」が母体となり、各地の地方銀行などと個別に共同出資して全国にファンドを設立しており、20 超の地域ファンドがある。この適用第一号となったのは余市町のオチガビ・ワイナリーである。オチガビ・ワイナリー専務の落希一郎氏は新潟県でカーブドッチ・ワイナリーを成功させた人物であり、余市地区への参入以前よりワイナリー経営の経験値は高かった。その能力・経営計画が見込まれ、ファンドから 7600 万円を出資されている。

オチガビ・ワイナリーは地域ファンドから大口の資金出資を受けるだけでなく、個人向けの小口の資金提供を受け、ファン層を広げるといった取り組みも行っている。1 口 1 万円を出資すると 9 年間毎年、販売されるワイン（1 本 2000-3000 円）を引き取る権利が与えられる。このオーナー制度に出資して会員になると、ワイン以外に秋のブドウ収穫体験への参加やワイナリーの見学が可能になるなどの特典もつけられている。このような個人会員は日本全国に分布しており、ワインツーリズムとして現地を訪れる観光客も多い。

一方で、このような資金調達を受けないワイナリーは生産量を増やさず、そのワインはほとんど市場に出回らないといった現象が起きている。小規模でブティック的なワイン生産者たちは生産量の増大をよしとしない。むしろ、自分たちのテロワールが含まれた生産物は地元で味わってほしい、生産量を増やすと質が落ちてしまうと主張する。彼らのワインを入手するには、各ワイナリーの信念を理解する特定のレストランのみに卸し、そこへ行けば味わえるようにするという解決策が取られているが、全ての需要には応えられていない。ワイン産業に追い風が吹く環境下ではあるが、それをあえて利用しない生産者も多いといった現状がみられる。

4. 今後の展望

北海道では今後も年数件のワイナリーの新規参入がみこまれているが、いつまでも右肩あがりの状況が続くわけではない。量の勝負ではなくなり、各ワイナリーの質が問われるようになることから、淘汰が始まると思われる。ただし、北海道全体では相対的にブドウ用農地の余裕があり新規参入者の受け入れ余地があること、温暖化によってこれまで育たなかった新しい品種の開発が可能になるというプラスの側面もある。

ワイナリーボランティアを募集し、生産過程にかかわってもらうことで付加価値を高め

る工夫もされている。特にブドウ収穫の時期の収穫祭は短期間で大量に労働力が必要なこともあり、多くのワイン愛好家が道内・道外から駆け付け、ワイナリーと一体化している。これらはミクロでは地域に対する愛着を深めることでもある。大規模化による生産性の向上といった通常の施策は難しいが、個性を持つ質の高いワイナリーの立地が増えれば地域全体での生産額は増加する。地域創生政策が叫ばれる中、地方におけるワイン産業は、農業の高付加価値化、六次化の好例であり、人口減少下の日本で注目すべき状況が続くであろう。

主要参考文献

鹿取みゆき (2016) 「日本ワイン 北海道」 虹有社.

寺谷良司 (2015) 「北海道におけるワイン産業の新動向」『愛媛大学法文学部論集』第 39 巻 pp.39-69.

Kanae Musha (2015) " Economic Analysis of the Accumulation of the Japanese Wine in Hokkaido " 14th International Conference of the Japan Economic Policy Association, at Toyo University

1. はじめに

カーネマン(Kahneman)とトベルスキー(Tversky)が 1979 年に提唱したプロスペクト理論では、人はリスクを伴う意思決定では価値の評価として利益より損失に重きを置くこと、損失に関しては極めて高い回避性をもつという行動を示した。損失回避に関し、競馬では最終レースでは大穴に賭ける、株式や FX（外国為替証拠金取引）にて時価が購入額に対し損失を生み出している場合は、より大きなリスクを冒すという行動は、確かに日常の金融行動で見られる。また個人のそのような行動が、社会に大きな影響を与えた例として、1995 年に発覚した大和銀行ニューヨーク支店巨額損失事件が挙げられる。取引担当者の度重なる損失回避を試みた行動が、大和銀行の約 1100 億円の損失となり、同行はアメリカに対し約 350 億円の罰金を支払った上、アメリカから撤退させられた。

現代社会では、取引の規模も大きく、内容も複雑になり、個人の金融リテラシーを無視することはできない。社会に影響を及ぼす行動自体を正しい知識の教授で改善することに限界があることは、既出のカーネマン、トベルスキーの他、シュライファー (Shleifer) やセイラー (Thaler) らが示してきた。また行動経済学の知見が人のファイナンス行動に深く関わっており親和性が高いことは既に知られている。一方で日本におけるこれまでの金融教育は、貯蓄や投資運用、基本的な金融システムに関する学びが中心であり、伝統的なファイナンスの考え方、つまり合理的な判断にもとづく意思決定が前提となってきた。

ファイナンス行動に関しては、キヨサキがキャッシュフロー・クワドラント（収入の四象限分類）を提唱している。これまでのお金の正しい使い方や投資の方法とは異なり、収入の考え方に重点を置いている点、また知識のみならず、収入を変える行動変容に重きを置いている点が特徴である。

そこで本発表では、行動経済学の知見ならびに収入形態の行動変容の考え方をもとに、人のファイナンス行動を変える教育手法について述べる。教育の対象は、高校生、大学生から社会人とした。

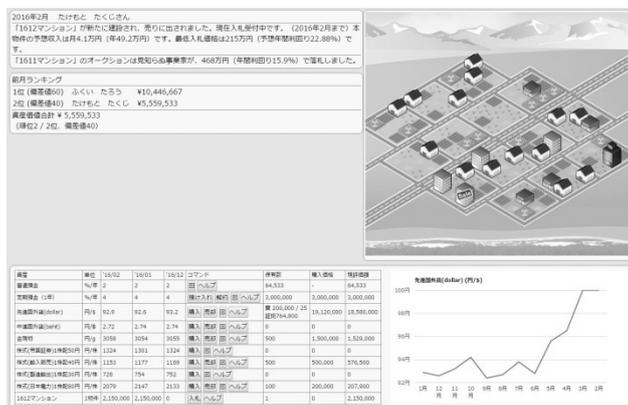
2. 行動経済学の知見の実践

行動経済学の応用に関しては、人のファイナンス行動におけるバイアス（偏り）に注目した。金融広報委員会の報告「行動経済学の金融教育への応用による消費者の学習促進と行動改善」（2013 年 11 月）によると、消費者の主な行動バイアスとして、①情報過多、②現状維持バイアス、③自信過剰傾向、④損失回避傾向、⑤フレーミング効果を挙げている。それぞれに、消費者と金融行動の関係、金融教育学習との関係をまとめている。金融教育への応用のプロセスとして、①学習行動の喚起・促進、②学習意欲の向上、③学習結果に基づく行

動改善としている。

本発表では、上記の行動改善を実現する手法として、発表者が作成した金融取引ゲームを紹介する。ゲームという行動改善の①と②を根本的に変えるコンテンツに加え、操作者の行動ログを分析し操作者にフィードバックすることにより、操作者が自らの行動バイアスに気付くという③を実現した。行動バイアスの存在については、これまで定性的な結論は述べられてきたものの、本研究では金融取引ゲームに「分析システム、分析方法及び分析プログラム」(特願 2011-206072, 竹本拓治, 出願人福井大学)の機能を実装することにより、定量的な分析を可能とした。

本ゲームは、主に三角関数などの基礎的な数学により、景気変動を実現した。また景気変動だけではなく、企業レベル、世界のマクロ経済レベルのイベントを30秒標準の1ヵ月ごとに一定確率で起こるように設定した。その景気変動やイベント発生が、本ゲームで設定している複数の金融商品に影響する。



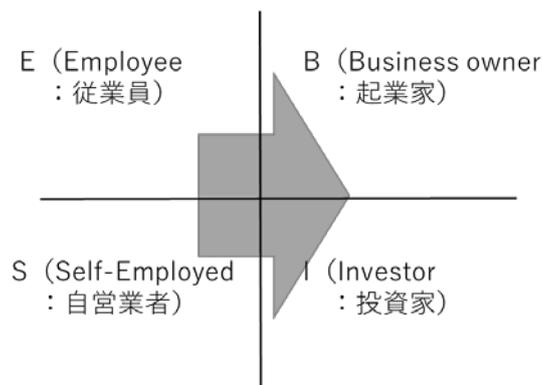
(作成したゲームの画面)

ゲーム終了後は、操作者の行動ログを分析し、評価を出力する。評価は、①資産運用基礎点、②リスク診断点、③資産保有指数点、④効率行動割合からなり、操作者の行動バイアスを定量的に明示化する。

本ゲームでは他のプレイヤーの存在や、景気変動がランダムで起こることから、基本的に定石が存在せず、回を重ねるごとに操作者自身の行動と上記の診断点を比べることで、合理的な金融行動の向上を図ることが可能になる。

3. 収入形態の行動変容の実践

収入を変える行動変容に関して、キヨサキは収入形態を E (Employee : 従業員)、B (Business owner : 起業家)、S (Self-Employed : 自営業者)、I (Investor : 投資家) に区分し、2×2 のマトリクスに分類した。行動変容としては、マトリクスの右側象限への移動を目指している。行動変容を促すための心構えとして、目標とする人物像に対して、① Be : どんな心構え、人柄か、② Have : どんな特性を持つか、③ Do : どんな行動をしているか、の順を示している。



(キヨサキが提唱する収入形態の4象限)

そのうえで、この実践を学ぶ手段として、同氏はキャッシュフローを学ぶボードゲームを推奨する。このボードゲームは、「ラットレース」と「ファーストトラック」の2つから構成され、給料のために働く「ラットレース」からの抜けること、つまり4象限の右側に移ることをゲームで学ぶ仕組みになっている。



(キャッシュフローゲームの盤面、出所：公式サイトより)

同氏が提唱するゲームは、ボードは別にキャッシュのストックとフローを計算するシートがついており、ゲームを行いながら、収入の考え方と行動変容を促す仕組みになっている。

4. おわりに

行動バイアスは、認知バイアス (Cognitive Bias) と感情バイアス (Emotional Bias) に分けるとされる。認知バイアスは、情報を分析する際の間違い (記憶ミスなども含む) によって、感情バイアスは、人の感情によって、それぞれ合理的な思考を妨げ、判断を誤ったものになるとされる。これらは、人のファイナンス行動では常に存在し、それが冒頭の社会的な大事件に発展するリスクを有する。そのため人が正しい知識を学ぶだけでなく、自身もつ行動バイアスを正確に把握することは、未然に事件を防ぐ可能性を有する。

① 限定合理性 (Bounded Rationality)

金融取引ゲームでは30秒を1ヵ月とし、その30秒以内に敢えて「複雑」と操作者が考えるような取引項目を設定した。つまり単純な株式売買ゲームではなく、情報に対し様々な選択肢から何を選択すれば合理的かを考えさせるため、レバレッジ効果をもつものや、金利

や為替、その他の有事と関係を持つ金融商品を用意した。人は多くの情報を処理することのできるコンピュータのような能力を持たないため、例えば 60 分、つまり 120 ターンの間には、何度も計算を諦めたり、投機的な行動にでることになる。

② サンクコスト効果(Sunk Costs Effect)

損失（投資）した費用や時間に影響を受け、合理的な判断ができなくなることをサンクコスト効果という。人が行動バイアスを持ち合わせていることを知ることで、社会への悪影響を抑えるという教育効果を狙った。

本ゲームでは、操作者の取引の結果としての資産の増減をグラフで示した。常に順調にゲームをすすめる操作者とそうでないものが存在するが、後者に対し自身の投資行動を結果として見直すことで、自身のサンクコスト効果の行動バイアスを確認できる。

③ リスク選好度

ゲームにおいてどの商品がリスク性のものであるか、またゲームの結果を見て、リスクを取ったことでのリターンの変化を知ることが目的とした。例えば、リスクをとらずに最後まで安全資産を中心に運用した操作者は、ゲーム終了後にリスクを取った操作者の結果との差異を知ることができる。

このようにリスク性の商品の存在を学ぶこと、そしてリスクを取った（または取らなかった）場合の結果と比較することで、新たな気づきを得ることが可能になる。本ゲームでは、操作者のリスク選好度を評価することが可能であり、そのような点で自身の傾向を掴むことが可能である。

④ その他に想定される行動経済学に関する効果

本ゲームにおいて評価としては出力されないものの、以下のような教育効果の可能性も附記する。金融取引ゲームにおいて、その資産の増減はゲームを操作している間、連続的に結果を確認することができる。しかし自分が決定した判断に対し、正しかったか間違いであったかというのは、その後の資産の増減でおおよそ理解できるものの、判断の正確性はある程度、曖昧にすることも可能である。本ゲームでは、実際に操作者が下した決断についての、正答率も示した。この効果は「認知不協和」といわれる人の行動に焦点を当てたものである。経済取引において、金額の大きな買い物をした後、敢えて他のセールの金額を確認しながらないような行動に関係する。

また株式の銘柄を 4 つ設置することで、特定の数字に影響を受けるカーネマンとトヴェルスキーが実験した係留効果についても気付く可能性がある。金融取引において、各社の株価は業務内容、業績等が別のものであるから、単純比較できないにもかかわらず、ゲームで設定した複数の銘柄を見比べ数値の大小だけで売買の意思決定を行うかもしれない。

発表者が作成した金融取引ゲームで考察、紹介する行動バイアスは以上の通りであるが、今後、本ゲームに限らず、キヨサキが提唱したゲームのように行動変容を促すゲームを分析し、さらに実践的な教育方法を提案していく所存である。

近年の経済社会環境の変化の中で、私たちはさまざまな金融商品やサービス等の内容を十分理解したうえで、自らの責任と判断のもとに選択を行うことが求められている。特に1997（平成9）年の金融制度改革による個人に対する影響の一つとして、自己責任が求められるようになる中で、こうした政策的背景による個人の金融トラブル件数も増加している。金融トラブルに関してみれば、法整備などで規制を強化することによる効果があるかも知れないが、それは対症療法的なものであり、根本的には国民一人ひとりが健全・適正な家計管理を行うことが重要である。

政府・日銀は2005（平成17）年度を「金融教育元年」と位置づけ、2008（平成20）年公示の中学校社会科の学習指導要領及び2009（平成21）年公示の高等学校公民科の学習指導要領において「金融」に関する文言が明記されたことで、国民の金融リテラシー（Financial Literacy）の水準向上をめざして、金融教育の普及に向けた取り組みが進められてきた。

日本における金融教育は、教育環境が整っており、かつその必要性が指摘されているにも関わらず、金融経済教育を推進する研究会がまとめた「中学校・高等学校における金融経済教育の実態調査報告書」（平成26年4月）における教科書の金融経済教育に関する記述や授業時間が不十分との報告などからみても、十分に成果をあげてきているとは言いがたい。実際、十分な学習もせず、儲かるかも知れないという期待のもとに、平然と投資して損失を出してしまうケースも見受けられる。そうなってしまえばギャンブルのようなものであり、学校現場における金融教育が批判される一要因となっている。

特に金融教育が必要とされると考えるのは、金融に関する知識や技能は「教えないでも身につくようなものではない」からである。極端ないい方をすれば、教えないうちに悪い癖がついてしまったならば、それを修正することは難しく、そのためにも早い段階から少しずつレベルアップしていくように丁寧に教育していくことが必要である。このような状況を勘案しながら、この分野の先進国である英米の例から学ぶだけでなく、東南アジア諸国における導入状況の調査研究も実施してきた。本報告においては、東南アジアでの調査研究の成果等を参考に、初等教育や高等教育の研究者との連携を取ることから、日本の中等教育における金融教育の課題を明らかにし、適切な金融教育の実施に向けた方策を明らかにしていきたい。

ところで、次代を担う青少年には、ひとりひとりがそのもてる力を最大限発揮して、経済社会の活力向上に寄与することが求められている。そこでは自由度や選択肢が広がる一方で、生活や財産等に関する不確実性も高まっている。そのため、各個人がリスクをしっかりと認識し、判断に必要な情報を収集して、自己の責任で的確に意思決定していくことが求められており、生活スキ

ルとしての金融リテラシー育成のための教育が必要である。

金融教育については、OECDの金融教育に関する国際ネットワーク（International Network on Financial Education）が述べているように、利用者側の金融リテラシーを向上させ、利用者の金融行動を改善することが重要であるとの認識がG20などの国際的な議論において共有されている。このように、適切な金融教育の実施は、国際的な課題とされ、我が国では金融経済教育推進会議が2014（平成26）年に「金融リテラシーマップ」において、最低限修得すべき金融リテラシーとして「家計管理」、「生活設計」、「金融知識及び金融経済事情の理解と適切な金融商品の利用選択」、「外部の知見の適切な活用」の4分野15項目からなる年齢別のスタンダードを公表した。本報告においては、「金融リテラシーマップ」の高校生以下のスタンダードを参考に留意点などを示したい。また、2016（平成28）年に全面改定された「金融教育プログラム」においては200項目を超える教育目標が整理されているが、これらの項目を全て学校教育の中で網羅するのは困難なため、それらの優先順位が必要になってくると考える。そのうえで、特に中等教育における金融教育の体系化について、教育実践者の立場から、校種接続を含めた体系的なカリキュラムについての提案を行いたい。

学習指導要領の記述から勘案すると、金融に関する学習内容は、中学校の社会科、高等学校の公民科、家庭科が中心になって扱うことになる。つまり金融教育は、教科性が高く、また実際の科目の位置づけからすると、金融教育は、あくまでも経済に関する学習の一部にしか過ぎないことになる。また、他教科との関連や学年配当など、個々の教員の努力だけでは解決できないカリキュラムの制限を含んでいることから、金融リテラシー育成のための教育実践は、そう簡単には解決できない問題をはらんでいる。実際、さまざまな形で金融教育に関する教材や情報が提供されているが、それらは十分に活用されているとはいえないことからみても、まずは教育課程の編成から、実施、評価、改善の一連のカリキュラムマネジメントを定着させていくことが、学校教育における金融教育の体系化にとって必要であると考えられる。

現在の金融教育は、訪問販売を巡る消費者を想定したものから、金融の自由化を受けて自己責任をうたってきた傾向に変化してきている。これは、社会構造の変化を受けたものであり、こうした変化に対応するためには環境整備が必要である。

ところで近年では、お金に関する知識や活用能力として、金融リテラシー（Financial Literacy）という用語ではなく、金融教育の先進国であるイギリスやアメリカなどでは金融ケイパビリティ（Financial Capability）という用語が使われてきている。Literacyが意味するものは処理能力や知識だけではないのだが、OECDのコンセプトを受けて活用するための適切な行動が重要であるという視点からすると、今後はより適切であろうCapabilityという用語が広がっていくと考えるが、本報告においては金融リテラシーという表現で統一しておきたい。

金融教育の実施にあたっては、伊藤宏一氏が「金融ケイパビリティの地平」（ファイナンシャルプランニング研究、2012）において、OECD加盟国として、金融教育を国家戦略として推進すべきであり、その際に金融教育を消費者教育の一環として改めて位置づけるべきであると

提言している。しかし、先に示したとおり現場の教員の間においては、経済に関する学習の一部であるとの認識が強く、このことは容易には実現が難しいのではないかと考える。

そこで、現実的な結論として金融教育に携わる教員への継続的な教育・研修の実施が必要であると考える。そこでは、まず経済学という学問内容に教員が触れる必要が大切である。現行の教育職員免許法においては、社会科及び公民科の免許取得に際しては、「社会学または経済学」の単位修得が必要であり、家庭科の免許取得に際しては「家庭経営学」の単位修得が必要である。

つまり、これまで金融教育における大きなウェイトを担ってきた社会科及び公民科の教員の中には、「経済学」を学んでこなかった多くの教員がいるということが推測されることから、まずはこうした状況を回避するためにも、現行の教育職員免許法の施行規則の科目区分「社会学、経済学」において経済学を選択必修ではなく、必修とすることを提案したい。加えて、教育職員免許更新制度において選択必修領域に金融教育の内容を設定することも提案したい。

こうすることで、実際に金融教育を実践する学校現場の教員への継続的な教育・研修が可能になってくると考える。そして、このような経験を積んだ教員が養成されることで、中等教育の各教科内で金融教育を効果的に実施するにあたって、「何を学ぶのか」、「どのように学ぶのか」、「何ができるようになるのか」ということに焦点を当てて、学習評価を含めたカリキュラムマネジメントも含めた金融教育の体系化が構築されていくのではないかと考える。

日本の中等教育における金融教育の課題とその解決

ー 学校教育における金融教育の体系化 ー

関西大学 中・高等部
大谷 和 海
E-mail : k-otani@kansai-u.ac.jp
2016年11月13日

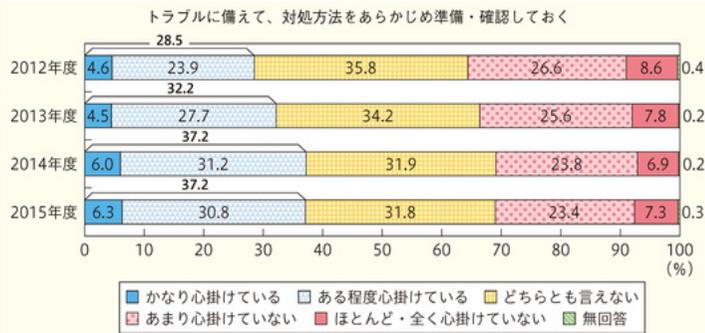
1

1. 目的

- 金融知識が乏しいためのトラブル
↓・・・法整備で対応
一定の成果・・・対症療法的である
- 金融リテラシーの獲得
↓・・・教育で対応
本質的な解消
- そのための方策を探る・・・目的

2

消費者として心掛けている行動



(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2015年度)により作成。
2. 「あなたは、消費者として、以下の行動をどの程度心掛けていますか。」との問に対する回答。
3. 回答者数は2012年度は6,690人、2013年度は6,528人、2014年度は6,449人、2015年度は6,513人。
4. 四捨五入のため合計は必ずしも一致しない。

「消費者白書28年版」より

3

2. 中等教育における金融教育の現状

- 学習指導要領の基本的な考え方
金融制度改革(1997)を受ける
↓・・・金融教育元年(2005)
中学校(2008公示)、高等学校(2009公示)で「金融」に関する具体的文言
- 教科書から捉えた金融教育
社会(公民)科・・・金融システムの説明
家庭科・・・消費行動の基礎や契約の説明

4

3. 中等教育における金融教育の必要性

- 家庭教育との関係性

制限要因・・・生活スタイルの変化など

- 学校教育の重要性

自学自習の困難さ → **受け皿＝学校**

- 諸外国の取り組みにみる必要性

英米などの先進事例を参考

→ 学習指導要領の効果的な活用

4. 日本の金融教育の課題

- 学校教育をすすめるための課題

- ・ **カリキュラム**の制限

- ・ **一単元**に過ぎない・・・**時間数**の制限

- ・ **教員**の問題・・・教える側の知識・理解

- ※ **量的**にも**質的**にも不十分

- 教育評価における課題

- ・ 何をどう評価するのか

- ※ 適切な**評価基準**が必要

5. 課題解消のための視点

- **カリキュラム・マネジメント**の必要性

- ・ 教育目標の達成

金融リテラシーマップ → 内容の精選

- 教員養成と教員研修

教育職員免許法と免許更新制度

- **施策としての位置づけ**の明確化

国家戦略として推進すべき(伊藤、2012)

金融リテラシーマップ(中・高生)

分野	家計管理	生活設計	金融知識及び金融経済事情の理解と適切な金融商品の利用選択				外部の知見の適切な活用	
分類	家計管理	生活設計	金融取引の基本としての素養	金融分野共通	保険商品	ローン・クレジット	資産形成型商品	外部の知見の適切な活用
中学生 将来の自立に向けた基本的な力を養う時期	家計の収入・支出について理解を深め、学校活動等を通じて収支管理を実践する	勤労に関する理解を深めるとともに、生活設計の必要性を理解し、自分の価値観に基づいて生活設計を立ててみる	契約の基本を理解し、那賃商法等を見分け、被害に遭わないようにする	お金や金融・経済の基本的な役割を理解する	リスクを予測して行動するとともに、人を負傷させたり、人の物を壊した場合には弁償しなければならぬことを理解する 事故や病気のリスクや負担を軽減させる手段のひとつとして保険があることを理解する	ローン等の仕組みや留意点について理解する	リスクとリターンの関係について理解し、金利計算(複利)を理解し、継続して貯蓄・運用に取り組む態度を身に付ける	トラブルに遭ったときの相談窓口、必要に応じて連絡する方法を身に付ける
高校生 社会人としての自立するための基礎的な能力を養う時期	自分のために支払われている費用を知り、家計算対を意識しながらよりよい選択・意思決定ができる	職業選択と生活設計を関連付けて考え、陣の終始内容を理解して生活設計を立てる	契約および契約に伴う責任に関する理解を深めるとともに、自ら情報を収集し消費生活に活用できる技能を身に付ける	お金や金融・経済の機能・役割を把握するとともに、預金・株式、保険などの基本的な金融商品の内容を理解する	リスクを予測・制御して行動するとともに、加害事故を起こした場合には、責任や負債問題が生じることがあることを理解する 社会保険と民間保険の補完関係を理解する	貸与型の奨学金などローンの商品の特徴と仕組みを理解し、返済方法やリスクとの関係について理解し、自己責任で金融商品を選択する必要があることを理解する 各種カードの機能や使用上の留意点を理解し、適切に行動法や定期的な貯蓄・運用し続けることの大切さを理解する	基本的な金融商品の特徴とリスクとリターンの関係について理解し、自己責任で金融商品を選択する必要があることを理解する リスク管理の方法や定期的な貯蓄・運用し続けることの大切さを理解する	トラブルに対処できる具体的な方法を学び、実際に行使できる技能を身に付ける

教育職員免許法施行規則科目区分

	免許法施行規則科目区分	履修方法
中学校1種 社会	社会学、経済学経済学	必修
高校1種 公民	社会学、経済学経済学(国際経済を含む。)	必修
中学校1種 家庭	家庭経営学(家族関係学及び家庭経済学を含む。)	必修
高校1種 家庭	家庭経営学(家族関係学及び家庭経済学を含む。)	必修

9

6. 課題解決のための提案

- 政策としての金融教育
 - 新テストでの導入
 - 行政が主導的立場を取る
 - 教育内容・時間数確保・教員免許の関連事項 ※ システムづくり
- 教育評価の明確化
 - 教育内容の体系化の構築
 - カリキュラム・マネジメントの定着

10

学校における金融教育のあり方
—中学校教科書にみる金融の扱いと方向性—

杉江雅彦

1 学校における金融教育

1-1 金融教育とは何か

金融教育を一言で定義するのは困難であるが、家計管理における意思決定から始まって、貯蓄・投資・借入れなどについての知識や金融トラブルに巻き込まれない方法など、生活者として社会で生きていく力を身につける教育という、かなり幅広い領域を対象としている。お金に関する実務的な教育を金銭教育と呼ぶこともあるが、金融教育は経済全体との関係が深い内容を含んでいると考えてよからう。

1-2 学校における金融教育の必要性

上述したように、金融教育を「社会で生きる力を身につける教育」と定義すると、それなら金融教育は大人になってからでよいのではないか、との疑念が生じるかもしれない。もちろん、社会教育（生涯学習）として成人してから必要に応じて金融リテラシー（知識）を深めるのは個人の自由ではあるが、成人に達するまでに学校において行う金融教育は、小学校から大学までの教育課程で基本から始めて段階的に高度化する体系的教育であり、児童・生徒・学生は年齢を重ねるにつれて金融リテラシーを豊富にすることができるというメリットがある。

1-3 中学校における金融教育の必然性

なかでも中学校は、学校における金融教育の中心となるべきであると考えられる。その理由は、中学校は義務教育の最終段階に位置し、中学校を卒業すれば社会人として生活者になる者も現れるからである。もっとも近年は、中学校を卒業してすぐ社会に飛び立つ者はすくなくなり、高校や大学まで進学を続ける比率が高まってはいるが、その場合は中学校より一段と高度な金融教育やキャリア教育を受けることができる。しかも中学生という年齢は知識欲が旺盛になり、思考能力も高まる時期にあたる。したがって、この段階で基本的な金融知識を身につけることが、将来社会人になり、生活者として生きる重要な動機づけになるといえよう。

2 中学校教科書にみる金融の内容

2-1 学習指導要領に基づく教科書検定

中学校に限らず小学校から高等学校までの教科書は、すべて学校教育法施行規則に基づいて文部科学省が作成した学習指導要領によって規制されており、もちろん金融の項目を記述している社会科公民的分野の教科書もその例外ではない。学習指導要領は各教科ごとに目標と内容を詳細に定めていて、これを元に各教科書会社は教科書を制作し、文部科学省の検定を受けるといった手続きが取られている。この検定に合格した教科書が検定教科書として学校で使用されることになる。しかし、学習指導要領の内容指示は相当に具体的であり、教科書会社の編集自由度は限られているとの印象が強い。その中から代表的な 2 社の教科書をえらび、金融項目の内容を検討する。

2-2 社会科公民的分野の教科書の内容検討 (1)

一東京書籍 『新編新しい社会・公民』

公民的分野で扱う範囲は政治・憲法・人権・経済・国際問題などきわめて広く、その中で金融の項目にはわずかに 10 ページしか充てられていない。教科書本文全体の 20 分の 1 以下にすぎない。その中に貨幣の価値や金融の働き、金融機関、日本銀行、景気と金融政策などを詰め込んでいるため、たんに制度や仕組みの説明に終始し、あとはグラフやイラストを使って本文を補足するだけで、終わってしまっている。いくら学習指導要領に縛られているとはいえ、もう少し編集に工夫を凝らすことはできないものか。とはいえ、紙幣の説明には執着心が強く、1 万円札の偽造防止策を載せたりして一貫性に乏しい。

2-3 社会科公民的分野の教科書の内容検討 (2)

一日本文教出版 『中学社会・公民的分野』

日本文教出版の教科書も金融には 8 ページしか割り当てておらず、本文全体の 27 分の 1 しかない。しかしその前の単元の中で、「消費生活と経済のしくみ」に関連して「お金を借りるといふこと」というコラムを設け、消費者金融の利息が銀行の利息よりもはるかに高く設定されていることに注意を促している。まだ金融の仕組みも教える前に、どうして唐突に消費者金融の悪いイメージを強調するのか、理解に苦しむところである。その一方で、他の教科書会社がまったく触れていないリスクとリターンを解説し、「株式投資をしてみよう」というタイトルのコラムを設けているのは、金融リテラシーの普及という金融教育の観点から言えばのぞましい試みではある。いずれにせよ、この教科書の編集も一貫性に欠けていると言わざるを得ない。

3 中学校における金融教育の課題

3-1 社会科公民的分野の教科書の課題

上に述べた 2 社の社会科公民的分野の教科書（追加的にそれら以外の複数の教科書も含めて）を検討した結果、現在中学校で使用中の教科書の欠陥が明らかになったため、是正す

べき事項を次の 3 点に集約しておきたい。第 1 に、教科書の本文とその周りに配置されているコラム欄やグラフ、写真、イラストなどとの間に一貫性がみられない。憶測すると本文とコラムやイラストなど本文の補足部分を別々の担当者が書いているのではないかとも思われる。この両者間の意志疎通を密にする必要がある。第 2 に、教科書の中心部分である本文が金融に関する制度や仕組みの平板的な解説に終始している。この点を改め、時には文学作品からの引用も含めたストーリー性のある文章にすれば、生徒の興味を誘うことができる。さらに第 3 に、たとえば銀行の役割の説明にしても、生徒が銀行に行って窓口の行員の対応や ATM の役割などを観察している風景を現せるような、行動論的アプローチが必要であろう。

3-2 小中一貫教育と金融教育の小中連係

近年、全国的に小中一貫教育への取り組みが進展しており、多様な教育への模索が続けられているが、2016 年度からは小学校と中学校を統合する 9 年制の義務教育学校も制度化された。それにともない、学習指導要領の改訂作業が中央教育審議会において進められている。今回の改訂では、従来のような児童・生徒が何を覚えるかについての記載が中心だった点を大きく改め、どのような資質や能力を身につけるのか、何ができるようになるのか、つまり「生きる力」をつけることに重点が置かれている。このことは、中学校の金融教育について筆者が主張してきた点とも一致するものと考えられる。小中一貫教育が求められてきた背景には、近年の教育内容の量的・質的充実の要請や児童・生徒の発達の早期化などがあると思われるが、そうであればこそ、とくに小学校高学年と中学校との教育内容の連続性、継続性が重要となり、そのためにも、小学校から身近な金融リテラシーの具体的内容を教えていく必要がある。たとえば預金の利息のちがいや携帯電話やスマホの料金の種類など、児童に正しい知識を持たせるべきである。また、小学校高学年から金融教育を実施するとともに、中学校でも公民科の授業を 1 年生から行うことも考慮しなければならぬ。

3-3 民間機関との協働の必要性

金融教育が学校における教育課程で重視されるべきであることは、これまで述べてきたところであるが、肝心の文部科学省の理解度が低いのにに対して民間機関はこの分野の草分け的存在であることは疑いない。証券業界や銀行業界が積極的に学校に赴いて出前授業を行ってきたことは周知の事実である。その理由は広い意味で業界の広宣事業の一環とみなすこともできるが、金融教育の推進に最も熱心であるのは日本銀行の外郭機関である金融広報中央委員会であろう。これらの金融関連機関は学校で、課外授業を行ったり、教員を対象にしたセミナーを開催している。筆者も中学校での出前授業に参加した経験があるが、学校側は特定の時間帯を提供するにとどまり、公民科の授業内容と関連させながら課外授業を行っているところはすくない。というより皆無に近いのが実情であると言えよう。したがって学校がこのような外部機関と金融教育の内容や授業のすすめ方についても事前に

協議することにより、効果も向上するものと思われる。学校の授業と外部機関との関係が何よりも必要であることを強調しておきたい。

「アジアにおける消費者金融ビジネス・モデルの研究」

山本崇雄（神奈川大学）

竹之内秀行（上智大学）

佐藤幸志（拓殖大学）

1. はじめに

国際ビジネス論の既存研究によれば、海外進出する企業は、「外国企業であることの劣位 (liability of foreignness)」を相殺できるだけの所有特殊の優位、すなわち自社の強みを持っていなければならない (Hymer, 1976; Zaheer, 1995)。日本企業の海外展開を鑑みても、自動車メーカーをはじめとするメーカーの海外展開において、リーン生産方式をはじめとする「ものづくり」の強みを起点とする海外展開はまさにこれに相当するといえよう。

しかし、新興国企業の台頭や新興国市場の経済発展に伴い、その様相は大きく変化しつつある。新興国企業のなかには、自らの優位性は乏しいにもかかわらず、先進国企業の優位性を獲得するために海外展開を図ろうとする企業も出現してきている。さらには、最先端のナレッジが世界中に分散するようになったため、海外に進出することによって初めて獲得しうるナレッジも存在しており、自社の優位性とそうしたナレッジをいかに結合し、全社的に共有を図るかが重要であるとする議論もなされている (メタナショナル・モデル; Doz et al., 1997)

では、パーソナル・ファイナンス (PF) 業界における海外展開はどのように行われてきたのであろうか。日本の PF 企業が本国で蓄積された優位性をどのように海外に展開しているのか、あるいは海外における立地特殊の優位性をどのように活用しているのかというテーマについては、ほとんど研究がなされていないと言ってもよいであろう。

そこで本研究では、日本の PF 関連企業がどのように海外事業を展開しているのか、そしてそのビジネス・モデルをどのように構築しているのかについて焦点をあてる。なかでも、PF 関連企業が展開しているアジアに焦点をあてることとしたい。

2. アジア諸国における日系 PF 企業のビジネス環境

日本市場における少子高齢化やコストの高止まりといったビジネス環境を受け、多くの日本企業がアジアの「中間層」市場に目を向けてきている。そのトレンドは PF 関連企業においても同様であり、新たにアジア市場に進出する PF 関連企業が増加している。消費者金融の専門企業だけでなく、クレジットカード会社が東南アジアに積極的な事業展開を行っている。その際、現地の銀行や小売企業と戦略的提携を締結し、ローン事業を近年スタートさせていたり (たとえば、クレディ・セゾンによるベトナムおよびインドネシアへの進

出)、マイクロローンやオートローンといった耐久消費財向けへのローン事業を新たに展開する企業もみられる（ジャックスやセディナなど）。このように中間層市場の発展は、クレジットカードの普及やPF需要の拡大にプラスの影響を与えられと考えられる。

しかし、新興国市場では、先進国と同じような優れた制度的環境が整っているわけではなく、法制度などの制度面における不備というマイナス面が存在する。こうした「制度のすきま (institutional void; Khananna and Palepu, 1997)」をいかに克服できるかが新興国市場における海外展開では重要な要素となってくる。制度のすきまとは、具体的には市場を機能させる仲介者が存在していなかったり、関連する法制度が未整備であるといったことが挙げられるが、PF関連業界でいえば上限金利関連の法整備や信用情報機関の整備状況が関連してくるであろう。こうした先進国とは大きく異なるビジネス環境において、日本のPF関連企業はどのように海外展開を図っているのか、に着目する。

3. ケーススタディ

本研究の方法については、定性的な分析（ケーススタディ）を採用した。その理由としては、ノンバンク業界全体でも日本企業の海外展開は製造業と比較してそれほど以前から行われておらず、定量的分析を行うだけのデータが入手できないという理由である。

ケースとして取り上げる企業は、PF関連業界において比較的早期から海外展開を図ってきた企業3社であり、アコム、SMBCコンシューマファイナンス（以下SMBCCF）、イオンフィナンシャルサービスである。ヒアリング調査については、以下の通り実施した。アコムについては、本社（2016年9月）および海外子会社（タイ；2016年8月）にヒアリング調査を実施した。SMBCCFについては本社（2016年2月）にヒアリング調査を行った。また、15周年プロジェクトにおけるもう1つのグローバル化の研究グループとも連携を図り、アコム、SMBCCFに関する意見・情報交換を行った。また、3社とも二次資料の収集も行っている。

本研究発表では、主にアコムのタイにおけるEASYBUYの事例と、SMBCCFにおける香港、中国における事例に焦点をあて報告を行う。その詳細については、大会報告時に論じることとしたい。

【参考文献】

- Chan, C.M., S. Makino, and T. Isobe (2010) “Interdependent Behavior in Foreign Direct Investment: The Multi-level Effects of Prior Entry and Prior Exit on Foreign Market Entry”, *Journal of International Business Studies*, 37(5): 642-665.
- Doz, Y.L., J. Santos & P. Williamson (2001) *From Global to Metanational : How companies win in the knowledge economy*, Harvard Business School Press.
- Ghemawat, P., (2001) “Distance Still Matters,” *Harvard Business Review*, September – October: 2-12.

- Hymer, S.H. (1976) *The international operations of national firms: A study of direct investment*, MIT Press.
- Khanna, T. and K. Palepu, (1997) 'Why Focused Strategies May Be Wrong for Emerging Markets,' *Harvard Business Review*, July – August: 40-51.
- みずほ総合研究所(2010)『中間層を核に拡大する ASEAN 消費市場』みずほレポート、2010年6月9日。
- 清水勝彦 (2013)「EASY BUY —タイ初の無担保ローン事業の展開—」慶應義塾大学ビジネススクール ケース・スタディ。
- Zaheer, S. (1995) “Overcoming the Liability of Foreignness,” *Academy of Management Journal*, Vol. 38, No. 2, pp. 341-363.

パーソナルファイナンスにおけるイノベーション —マーケットプレイスレンディングの可能性

千葉商科大学 藤原 七重

本報告の目的は Fintech の一分野であるマーケットプレイスレンディングの概況とその成長要因を明らかにすることにある。その上で我が国におけるマーケットプレイスレンディング市場の課題と可能性を考察する。

1. Fintech におけるマーケットプレイスレンディングの位置づけ

近年、Fintech (Financial Technology) と呼ばれる情報通信技術をバックグラウンドとしたイノベティブな金融サービスが注目を集めている。これまでも金融業界は情報通信技術を利用してイノベーションを実現してきたが、従来の金融サービスにおけるそれは従来業務の効率化にとどまっていたという点で持続的イノベーションに過ぎなかった。対して、Fintech のそれは破壊的イノベーションであると目されている。(淵田 2015) 暗号通貨の bitcoin や、Paypal 等の海外送金サービスなどがその代表的な例である。これらは、長きにわたって金融サービスのメインストリームを歩んできた銀行などの伝統的な金融機関によってではなく、非金融系の小規模なベンチャーによって進められている。業界のマージナルな領域で活動するこれらの Fintech ベンチャーたちは決済や個人の資産管理、融資といった金融機能の一部分に特化することで発展を遂げ、徐々に代替的な存在として頭角を現しつつある。

Fintech がカバーする分野は、家計管理や決済、資産運用、送金、出資、融資など多岐にわたるが、インターネット上のポータルサービスを介して資金需要者と投資家を結びつけて資金調達を実現するクラウドファンディングは最も注目を集める分野だ。資金調達額も増加しており、各国の金融政策やベンチャー政策においても重要視されつつある。

本報告の中心となるマーケットプレイスレンディングはクラウドファンディングの一形態であり、銀行など伝統的な金融機関に代わる個人や小規模零細事業者に対する融資サービスとしての存在感を高めつつある。

2. マーケットプレイスレンディング

クラウドファンディングには、商品やサービスの開発費を事前購入というかたちで募る事前購入型のサービスを提供するポータル(kickstarter など数多くの事業者が存在する) や社会的・文化的プロジェクト実現のための寄付を募るサービスなど様々な形態の事業者が存在する。しかし本稿で焦点を当てるのは融資機能を担うマーケットプレイスレンディングである。クラウドファンディング市場の 3 分の 2 を占めるマーケットプレイスレンディング (Massolution, 2015) はリーマンショックに端を発した金融危機以降、既存の金融機関による個人や中小事業者向けの貸し出しが伸び悩むなかで相対的に低い金利で資金需要者の需要を満たすサービスとして欧米を中心に急成長を遂げてきた。資金提供者にとっても預貯金金利が低下するなかでの新たなアセットクラスとして注目を集めており、個人だけでなく機関投資家や金融機関が出資者として関わり始めている。主要企業としては Lending Club や Prosper、Funding Circle などが存在し、なかには上場を果たす事業者も

見受けられつつある。

マーケットプレイスレンディングではオンライン上で融資プロセスのほとんどが行われるため、物理的な店舗や人員を所有せずに事業を行えるだけでなく、資金を自社内にプールする必要がないため自己資本比率規制など各種規制の対象とならないという長所があった。それゆえ、低金利での融資が可能となり、ローンの借り換え需要を中心として既存の金融機関から顧客を奪ってきた。当初は貸し手による逆オークションなどによって融資の可否や金利が決定されていたため融資までに時間がかかるのが難点であったが、近年では審査の自動化を進めるなど既存の金融サービスと遜色のない利便性を実現しつつある。

3. 日本市場における示唆

我が国においてもマーケットプレイスレンディング事業者は存在する。2008年のmaneoの創業以来、AQUSHやSBIソーシャルレンディング、クラウドバンクなど数社が市場に参入しているが、淵田（2016）によればその規模は2015年時点で430億円と欧米と比較すると限定的なものにとどまっている。

当初、ManeoやAQUSHは、ソーシャル（レンディング）というキーワードと低金利を前面に押し出し、銀行や消費者金融に代わるイノベティブな金融サービスとして自らを位置づけ、個人の借り手や個人投資家にアピールしようとした。しかし現在は中小零細事業者の事業資金や不動産関連事業の資金調達など事業資金としての性格が強まっており、パーソナルローンという側面は失われつつある。

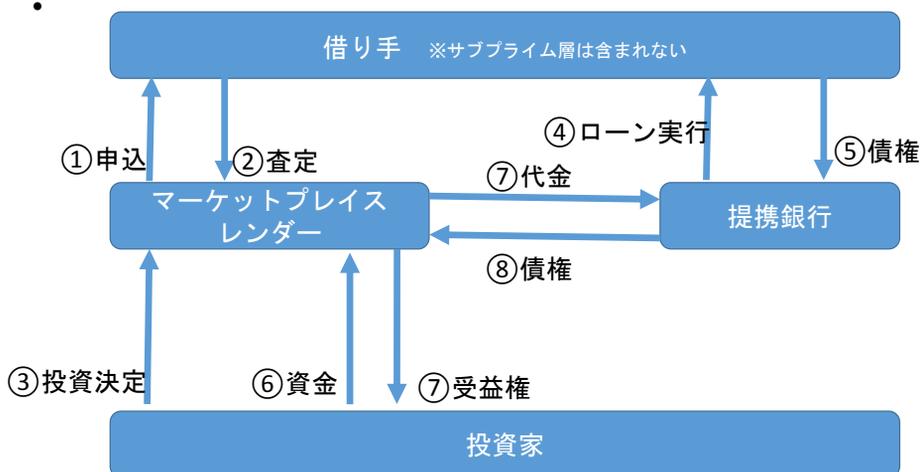
なぜ日本市場は欧米市場のように成長することができなかったのか。たしかに日本市場の当初の課題としては貸金業法や金融商品取引法など各種金融規制に対応したビジネススキームを構築するという難しさが存在した。それでもいくつかの事業者は法的な課題を克服し、事業のローンチにこぎ着けている。（森田，2010）また、我が国にマーケットプレイスレンディングが紹介された際は、ソーシャルレンディングという概念を軸として消費者金融など既存の個人向け金融サービスと異なる新規性の高い金融サービスであるという趣旨の報道が数多く行われ、社会的正当性と認知的正当性を獲得しつつあった。しかし、先行するイメージとうらはらにその成長は限定的なものにとどまっている。それゆえ本報告においては、我が国のマーケットプレイスレンディング市場についての総括を行い、その課題をあらためて考察する。

パーソナルファイナンスにおける イノベーション

ーマーケットプレイスレンディングの可能性ー

千葉商科大学 商経学部
藤原 七重

1. イノベーションとしてのマーケットプレイスレンディング



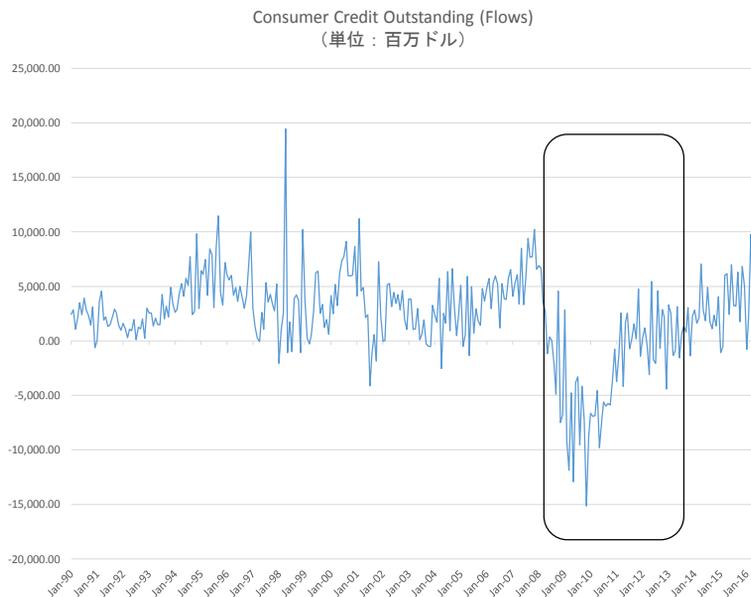
LendingClubの事業プロセス/みずほ銀行作成資料より

- インターネットのプラットフォームを介して資金需要者と資金提供者を結びつける
 - 資金需要者のリストの公開（透明性）
 - 資金提供者（投資家）は返済リスク/金利をもとに投資先を選択することが可能
- 信用情報だけでなく様々な情報を付加して融資モデルを作り上げる
 - 借り手を格付けし、返済リスクに応じた金利を設定する
- プロセスの一部に特化
 - マッチングの場と投資の際の意思決定の材料となるデータの提供
 - それ以外の部分はアウトソース
 - 免許の問題を解消
 - 資本規制の回避
 - オフバランス化（※真の貸し手の問題）
 - オンライン専業
 - 店舗を所有しない
 - 収益基盤は数%の手数料

オーバーヘッドコストを削減することで
 資金需要者にも資金提供者にも競争的な金利を提示
 ・ 借換・債務整理という需要を満たす
 （利用者の7~8割が債務整理）

・ 預貯金金利0.06%<投資利回り6.9%
 ・ クレジットカード金利20.7%>Lending Club借入金利13.8%
 （1016Aug. LendingClub Presentation資料より）

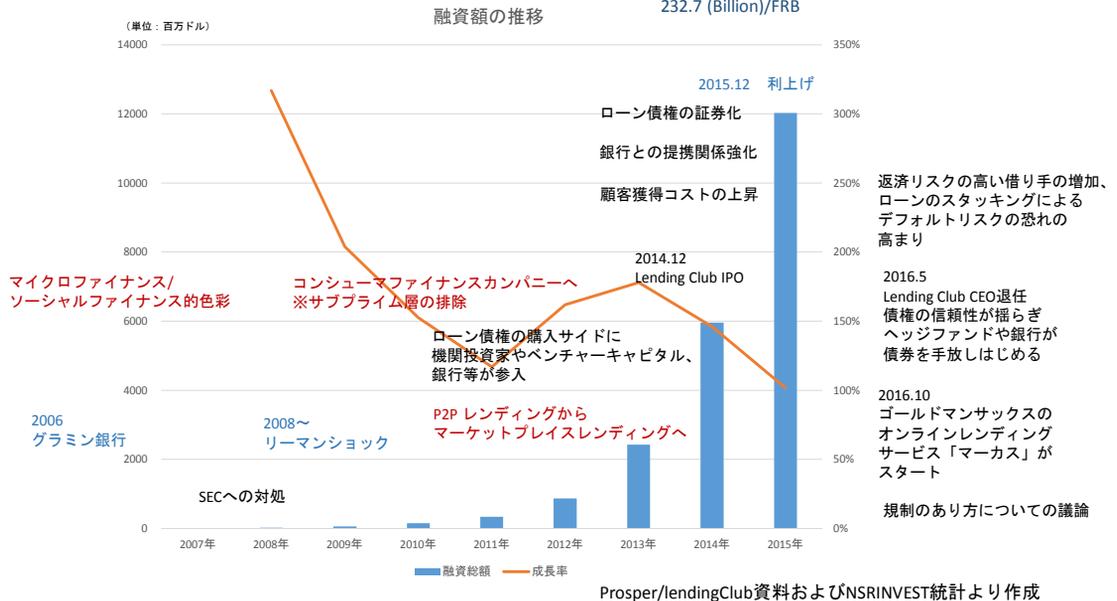
（補）



FRED ECONOMICDATA/FRB

2. US市場の成長要因と課題

消費者信用市場全体と
比較するとニッチ産業である
Consumer Credit Outstanding 2015
232.7 (Billion)/FRB



3. 今後の展望と示唆

- マーケットプレイスレンダーはパーソナルファイナンス分野の Alternative Finance CompanyとしてDisrupterになりうるのか？
- 日本市場への示唆

パーソナルファイナンス学会創設 15 周年記念事業プロジェクト研究

研究代表者 李立栄（野村資本市場研究所）

- ・ 基本テーマ：イノベーション
- ・ 研究課題：「中国のパーソナルファイナンスにおけるビッグデータの活用」

1. 要旨（問題意識と研究の目的）

ビッグデータの活用は IoT や人工知能とともに、多くの産業において今後のイノベーションの重要な鍵として大きな期待を集めている。わが国では電子商取引分野や、ソーシャルメディア等の事例は少なくないものの、金融サービス分野での取り組みは始まったばかりである。また、海外の事例を含めても、金融サービス産業におけるビッグデータ活用事例に関して学術的な日本語文献は少ない。

本研究では、金融分野でのビッグデータ活用の先進例として、中国のパーソナルファイナンスに焦点を当てる。中国を研究対象とするのは、同国がビッグデータ活用に適した環境にあるからである。すなわち、中国はインターネット利用人口が世界最大であることに加え、スマートフォンを利用した個人向けサービスの活用が活発であり、個人のデータ蓄積が他の国より速い。また、巨大なプラットフォームが存在するため、様々な分野のデータを組み合わせることが容易である。そのため、ビッグデータの活用も比較的先進的な取り組みが行われていると言われている。このように、中国のパーソナルファイナンスにおけるビッグデータの活用において調査研究を行う意義は大きいと考えられる。

本研究では、中国のパーソナルファイナンスを中心にビッグデータの活用事例を調査し、金融サービスにおいてビッグデータがどのように位置付けられているのか、期待されている効果とその成果、個人情報問題への対応、などの事実を明らかにする。さらに、金融業に与え得る影響や今後の課題についても言及したい。

ビッグデータの活用は小売業、情報通信業などで先行していることから、それらの分野での議論を参考にしながら、金融サービス分野に応用した場合の影響や問題点について業務や規制の在り方を含めて考察する。

2. 構成

第1部において、ビッグデータとは何か、金融サービスにおける活用は具体的にどのようなものなのか、世界の先進事例を交えながら情報を整理する。

第2部において、中国のパーソナルファイナンスにおけるビッグデータの活用状況を紹

介するとともに、今後の展望（規制監督の方向性）と課題について考察する。

3. 目次

第1部 金融サービスとビッグデータの活用

- (1) ビッグデータとは何か
- (2) 他産業での活用事例
- (3) 人口知能とビッグデータ
- (4) 金融サービス産業での先進事例

第2部 中国のパーソナルファイナンスにおけるビッグデータの活用

- (1) 中国のパーソナルファイナンスの概観
- (2) 中国のビッグデータに関する環境
- (3) 事例紹介
- (4) 規制監督の方向性と今後の課題

以上

パーソナルファイナンスにおける、マイクロファイナンスの役割と地域産業の育成(要旨)

加藤 晃 (北海道教育大学)

藤田哲雄 (日本総合研究所)

飯田隆雄 (札幌大学)

渡部なつ希(東京大学大学院)

1. はじめに

ここでは、地域産業における資金調達方法を、政府補助金、銀行融資、マイクロファイナンス、金融機関を通じた6次化資金の4形態について、シミュレーション分析し、経済波及効果や、雇用効果の大きさによって、それらの政策を考察しようと試みる。

2. シミュレーション分析の結果

以下のようになる。

(Policy1: 政府補助金)

原材料費の30%について土壌改良費を金融機関から借入する。ワインメーカーがホテルとレストランを建設しサービスするために、金融機関を通じて、売上金額まで制度融資を行う。据え置き5年、返済期間は20年。金利4%。政府は、デフォルトしたときの保障と利子補給について最終的に保障する。実施についての監督は融資金額の30%の支払いを受けて指定のコンサルタント会社が行う。制度融資部の内、ホテル・レストランの建設費25%、人件費20%、サービス業37%、金融6%、サービス業(コンサルタント)3%、利潤1%の寄与度があると仮定する。

最終需要額(D) 1.7454億円。最終需要額から推計される原材料($D \times 0.11 =$) 0.192億万円、労務費は最終需要額 $\times 0.2 = 0.349$ 億円、食品加工業の利潤額($D \times 0.05 =$) 0.0872億円、卸部門と流通部門のマージン額($D \times 0.05 =$) 0.0872億円。

GDP換算の経済波及効果1.3205億円、波及倍率0.76、雇用効果額は0.4367億円となる。

(Policy 2: 銀行融資)

(Policy1)と同様のシミュレーションから、GDP換算の経済波及効果は1.3334億円、波及倍率は0.76、雇用効果額は0.4171億円。

(Policy 3: マイクロファイナンスによる投資)

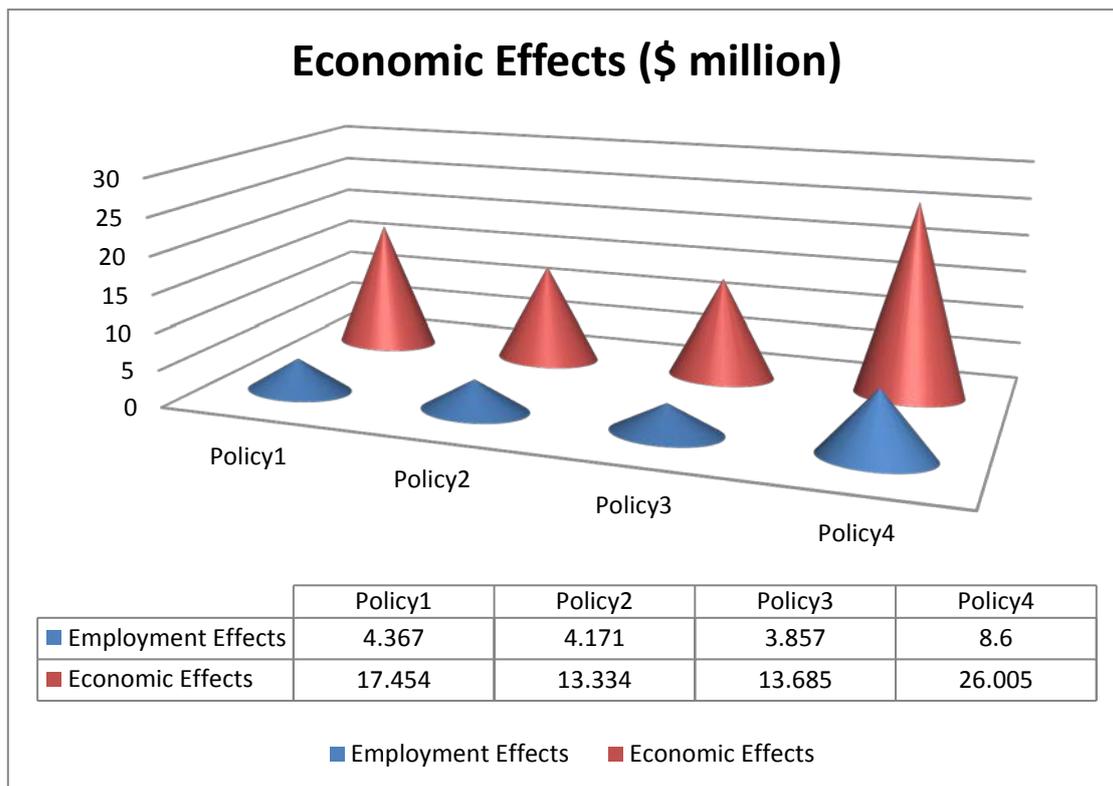
最終需要額はPolicy 1と同じ。投資資金額8.7億円、取扱手数料5.5%、管理手数料1.05%、取られるモノとする。

GDP換算の経済波及効果は1.3685億円、波及倍率は0.78、雇用効果額は\$0.3857億円となる。

(Policy 4:金融機関を通じた補助金的融資:6次化資金)

補助金を考慮した日本酒の製造の6次化の資金の経済効を考察する。最終需要額は Policy 1と同じ。作付け転換の補助金などを利用するモノとする。

GDP 換算の経済波及効果は Economic Effects (amount of gross-value-added induced) is \$2.6005 億円, 波及倍率は 0.76, 雇用効果額は 0.86 億円となる。



3. むすびにかえて

- (1) (Policies 1- 4) An EFFECTIVE : 基本的に裕行と考えられる。
- (2) VERY IMPORTANT : 農業部門や食品加工流通部門に取って特に効果がみられる。
- (3) マイクロファイナンスは中小企業にとって、魅力的な資金調達手段である。また、限界集落などを抱える地域にとっても、必要資金の手当てと顧客獲得が同時に実施可能である。これはふるさと納税の方式に一部類似しているかもしれない。
- (4) 地域の雇用及び、GDP にいずれも貢献するが、第3次産業を資金が通過するように工夫し、1次産業から3次産業に至る、域内での一貫した産業形態の構築が望まれる。

なお、報告当日は上記における詳細を報告の予定である。

「小売業のアジア市場進出における金融サービス事業とその有効性」

研究プロジェクト代表者 土井一生（九州産業大学）

本研究は、金融サービス事業を数ある事業の一つとしてとらえた場合、当該事業が他の事業に及ぼす影響をグループ経営の視点から考察することを目的とする。例えば、国際展開を企図する小売業の多くは、金融サービス事業を重要な関連事業として位置付けている。金融サービス事業の重要性はどこにあるのか。金融サービス事業単体としての収益性にあるのか。それとも他の事業との連動性にそれが存在するのか。

小売業のアジア市場進出に先立って、金融サービス事業の参入が見られる。何故、金融サービス事業からの参入が企図されるのか。さらにその後の小売事業展開にいかなる影響を与えるのか。これらを明らかにすることで、金融サービス事業の他の事業との補完関係や他の事業に先立って用意されるインフラ的役割を素描する。すなわち、本研究は、単独事業としての金融サービスと補完事業としての金融サービスを峻別した場合、後者の側面にフォーカスを当てる。そして、消費者に対する金融サービスの充実が、当該小売業の収益にいかなるインパクトを与えるのか、あるいは、消費者の購買行動にいかん貢献するのかを明らかにすることができれば、小売業と金融サービス事業が相互支援関係にあるという仮説が導出できると考えられる。

本研究では、総合小売業イオンを主たる研究対象として、同社のアセアン展開の中で、小売業態進出に先立って進出した同社の金融サービス事業の活動内容を検討する。現地消費者に向けての金融サービスを開始し、やがて進出する小売事業へのインフラ整備を企図して展開されるサービス内容を検討することとする。それにより、消費活動を喚起するためには、いかなる金融サービスが必要となるのか。また、それはどの程度消費活動を喚起できるのか。あるいは、金融サービスについて、いかなる問題が存在するのかについて考察する。

イオンは同社の中期経営計画（2011～2013）の中で、グループ戦略として、「アジアシフト」「都市シフト」「シニアシフト」そして「デジタルシフト」を掲げ、経営資源の重点配分を行った。そして、第二フェーズである次の中期経営計画（2014～2016）には、「商品本位の改革」を推進するという。その中で、イオンの強みとして、「グローバルの総合力を結集したシナジーの創出」を謳い、小売、デベロッパー、金融、サービスをはじめとする事業群とこれを支える IT や物流等のグループ横断的な共通機能会社から生み出されるシナジー効果が次なる成長を可能にするという（同社 HP による）。

しかし、イオンの収益構造を見てみると、本業の小売事業では赤字が続き、営業収益率で「デベロッパーと金融で稼ぐイオン」という姿が鮮明である。これは、金融サービス事業がそれ自体収益性のある事業である事を意味するのか。はたまた、イオンが掲げるグループシナジーが創出されないという意味で、グループ経営が首尾よく実践されていないとみるべきか。

これまでのインタビュー調査では、アセアン地域に限って言えば、割賦販売事業から入り、審査・回収のノウハウを蓄積した後で、満を持して小売事業が参入するといった市場参入の基本パターンが必ずしも存

在するわけではなく、小売事業から先に市場参入するケースも散見された。これには市場参入にあたって直面する各国の規制の違いが存在し、基本パターンの行使を阻んでいると考えられる。しかしながら、金融事業、小売り事業のいずれかが先に市場参入しても、参入後の事業相互の連動性は、依然として本研究の問題意識の中心にある。

本報告は、資料・文献調査と数回にわたるインタビュー調査の結果を総合し、小売事業と金融サービス事業との連動性に関して、若干のインプリケーションを導出することをその目的とした。

パーソナルファイナンスの主体を巡る与信・決済・運用のモデル像と

債権法改正・倒産法改正・特別法改正の在り方の視点

・・・フィンテック・クラウド時代の金融グループの内部統制とコンプライアンスの枠組みの将来像

新潟大学 田中幸弘

オリコ総合研究所 吉元利行

三井住友信託銀行 茶めぐみ

松尾綜合法律事務所 林恵子

0. 基本的視座

- ① 今後のパーソナルファイナンスのシステムの在り方を考えるにはいわゆるフィンテックの枠組みとクラウドの考え方をどうとらえるかが重要である
- ② いわゆるフィンテックとクラウドを考える際にはその会社法・金融商品取引法の内部統制・コンプライアンスの枠組みとの関係でそれらの枠組みをどう位置づけるかの検証が必要である。
- ③ それらの内部統制・コンプライアンスの枠組みを考える際には、パーソナルファイナンスの主体のみでなく実質支配基準による連結規制の枠組みによる金融グループの内部統制とコンプライアンスの視点が必要である。
- ④ それらの主体の法的枠組みを考える際には、各種業法・民商法・倒産法・消費者関連法の法的枠組みを踏まえた金融グループにおける内部統制とコンプライアンスの体制整備が必須となる。

I. 与信・決済・運用のモデル像と環境の変化

今後のパーソナルファイナンスの枠組みを考えるには既存の金融機関・金融グループの枠組みの変化を検証する必要がある。そして新たな金融の担い手の枠組みとしてのいわゆるフィンテックの枠組みの実情を踏まえた枠組みの検証が必要となる。

1. 総与信規制の枠組みの現在と将来

- (1) 銀行における貸付の現状 マイナス金利の世の中とパーソナルファイナンス
- (2) 貸金業法適用除外領域 住宅ローン・学資ローンの在り方

2. 決済の多様化と法的枠組みの進展

- (1) 割賦販売法の今後 カード決済の多様化
- (2) ビットコインの法的規制 仮想通貨と従来の決済方法・パーソナルファイナンス
- (3) ビットコイン取引所の倒産と法的リスク分析
- (4) ビットコインの法的規制の枠組みの今後
- (5) 資金決済法と仮想通貨と分散型暗号通貨とブロックチェーン

3. データ運用とクラウド

- (1) 全銀システムといわゆるフィンテック
 - ① 「平成 27 事務年度金融行政方針」
 - ② 「金融行政の重点施策」としての FinTech
- (2) 金融会社・銀行とクラウドの今後
 - ① いわゆるレギュラトリー・サンドボックス
 - ② 業務委託先のリスク管理
- (3) パーソナルファイナンスとクラウド

4. 会社法のグループ規制

- (1) 会社法改正によるグループ規制の強化・整序
- (2) 会社法・金融商品取引法関連の認証システムの在り方とフィンテック
- (3) 金融グループの内部統制とコンプライアンスの在り方とフィンテック

5. 認証システムと個人情報の法的枠組みの進展と金融グループのシステム構築

- (1) ブロックチェーンシステムと本人認証の現在
- (2) ブロックチェーンとフィンテックの今後・・・金融グループのシステムの将来

II. 債権法改正・倒産法改正・特別法改正と金融グループ運営

I での検証を踏まえて、今後の各種法的枠組みの変更及び改正の可能性・必要性について検証する必要がある。

1. 民法改正とパーソナルファイナンス

- (1) 民法改正とパーソナルファイナンス
- (2) 金利の考え方の枠組みの変化
- (3) 相殺法理の整序と金融グループ・パーソナルファイナンス

2. 倒産法改正とパーソナルファイナンスと決済の多様化

- (1) フィンテックにおける利用者保護の観点からの法整備と倒産法
- (2) ビットコインの取引所と倒産リスクの考え方
- (3) 倒産法改正の需要とフィンテックの在り方

3. 特別法立法・改正とパーソナルファイナンス

- (1) 消費者契約法改正
- (2) 割賦販売法改正
- (3) 資金決済法改正、その後のビットコイン規制の
- (4) TPP とアクセスコントロール権とクラウドの関係

Ⅲ. 金融グループの内部統制・コンプライアンスの体制のあり方とパーソナルファイナンスの今後の在り方

1. 金融グループの内部統制再構築のためのいわゆるフィンテックの視点
2. 金融グループのコンプライアンス体制再構築のためのレギュラトリー・サンドボックスの視点
3. パーソナルファイナンスとフィンテックとコンプライアンスの視点
4. 新たなるパーソナルファイナンスの在り方と金融グループ規制の在り方
5. 新たなる法制度の在り方

2016年11月12日発行

編集・制作：パーソナルファイナンス学会 大会実行委員会

〒162-0041 東京都新宿区早稲田鶴巻町 518 司ビル 3F

IBI 国際ビジネス研究センター内

TEL : 03-5273-0473 FAX : 03-3203-5964

e-mail: japf@ibi-japan.co.jp

本書の全部または一部の複写・複製・転記載および磁気または光記録媒体への入力等を禁じます。これらの許諾については、お問い合わせください。