



Japan Academy of Personal Finance

パーソナルファイナンス学会 第 16 回全国大会

報 告 要 旨

統一論題

パーソナルファイナンスと地域創生

福井大学 産学官連携本部

2015 年 11 月 28 日～29 日

目 次

11 月 28 日（土）

自由論題-①

「わが国の生活組合等による、多重債務者・生活困窮者問題への対処としての個人向け貸付事業について ―4 つの生協と 1 つの一般社団法人の個人向け貸付事業の概観―」
キーワード：多重債務者、生活困窮者、セーフティネット

長谷川 隆（金沢大学） p.

自由論題-②

「日本人のギャンブル依存症分析」

キーワード：ギャンブル依存症、SOGS、国際比較

森 剛志（甲南大学） p.9

【統一論題】 基調講演-Ⅱ

Financial Literacy in New Zealand

Steven Lim Economics Dept University of Waikato New Zealand p.10

日本語訳：「ニュージーランドの金融リテラシー」 p.13

自由論題-③

「高校生・大学生のパーソナルファイナンスに関する概念の習得状況と課題」

キーワード：パーソナルファイナンスリテラシー、パーソナルファイナンス教育、経済教育

阿部信太郎（城西国際大学）、山岡道男（早稲田大学）、

浅野忠克（東京都市大学） p.16

自由論題-④

「家計の金融行動と金融機関経営」

キーワード：家計の金融行動、資産効果、統合リスク管理

前田真一郎（名城大学） p.20

目 次

11 月 29 日（日）

自由論題-⑤

「パーソナルファイナンス・サービスマーケティング」

キーワード：サービスマーケティング、2W1H、オムニチャネル

鷺尾和紀（高千穂大学大学院） p.22

自由論題-⑥

「総量規制が借り手へもたらす影響の属性別分析」

キーワード：総量規制、貸金市場、改正貸金業法

伊藤幸郎、堂下 浩、宗形祐基（東京情報大学） p.26

自由論題-⑦

「海外における日本酒の嗜好と消費者選択 – 香港内のケース –」

キーワード：日本酒、香港、マーケティング

渡部なつ希（東京大学大学院） p.29

自由論題-⑧

「障害者による起業と庶民金融」

キーワード：障害者、起業、頼母子講

中西孝平（大阪市立市民交流センターにしなり） p.31

【統一論題】

「震災復興における地域商業拠点施設（ゆりあげ港朝市）に関する

ファイナンスの取り組み」

キーワード：震災復興、ファンドレイジング、ゆりあげ港朝市

永野 聡（福井大学産学官連携本部） p.35

自由論題②

論題：日本人のギャンブル依存症分析

甲南大学経済学部 森 剛志

（要旨）

日本人のギャンブル依存率が高いという報告（厚生労働科学班 2008 年調査：男性 9.6% 女性 1.6%、厚生労働科学班 2013 年調査：男性 8.8% 女性 1.8% 成人全体 4.8%）がある。日本人のギャンブル依存症の数は、合計で 536 万人（男性 438 万人 女性 98 万人）とも推定されている。ところが、海外での推定結果は、全国民の 1～2% である。こうした推計は SOGS と呼ばれるギャンブル依存症を測る指標に基づいて行われている。

わが国の計測結果が、なぜこれほどまでに高いのか、本稿では国際指標に基づいて、日本人のギャンブル依存症について推定を独自の標本に基づいて行った。

さらに、どのような人が、ギャンブル依存になるのか、プロビット分析により推定した。

結果は、すでに行われている日本人に対する推定結果と同じく、非常に高いギャンブル依存症率であることが判明した。それは、SOGS だけではなく、簡易版 SOGS、Lie & Bet, JGSS でも同様の結果であった。

また、ギャンブル依存症に有意な影響を与えるのは、喫煙習慣、男性、低学歴、年齢（若年）、パチンコ、パチスロ、競馬などのギャンブル経験など幅広いギャンブル経験が影響していることがわかった。

この結果は、日本の環境が大きく関係していると考えられる。つまり、ギャンブル体験が日常化していることや、資金入手が容易であることや、女性への普及も進んでいることなどである。今後、日本人のギャンブル依存の環境改善や規制などを検討する必要があると考えられる。

Financial Literacy in New Zealand

**Steven Lim
Economics Dept
University of Waikato
New Zealand**

This presentation will address the following questions:

1 What are the aims of financial education in NZ?

The New Zealand Government has stated:

‘Building the financial capability of New Zealander’s is a priority for the Government. It will help us improve the wellbeing of our families and communities, reduce hardship, increase investment, and grow the economy.’

Personal financial education is a fairly recent concept in New Zealand, developing only since the mid-1990s. In the early 2000s, research findings (in schools and of the adult population) suggested that some New Zealanders did not have a sufficient level of financial literacy to operate effectively in the financial environment (Feslier, 2006). Thus, momentum grew for improving New Zealanders’ financial literacy. This momentum came from the New Zealand Government, the finance industry, private organisations, regulatory authorities and the central bank.

There is a substantial need for financial education today. New Zealand has adopted relatively light-handed financial sector regulation. We have many and complex financial products, a sophisticated financial market, and a voluntary regime for retirement savings (without tax incentives or compulsion). Personal financial literacy is important in helping our people to navigate a complex financial environment.

2 How do government and private organisations promote financial literacy in NZ?

Aiming to build a financially literate population is a hugely ambitious goal. This outcome cannot be achieved by one organisation alone. The involvement of the public, private and voluntary sectors is necessary for implementation to be successful. Major players include:

- The NZ Government
Eg, The Commission for Financial Capability
(<http://www.cffc.org.nz/the-commission/contact-us/>)
The Retirement Commission (www.sorted.org.nz)
- The New Zealand Bankers' Association
(<http://www.nzba.org.nz/banking-information/financial-literacy>)
- Universities and high schools

All of these organisations promote basic financial literacy, such that in aggregate New Zealanders have access to information and courses that assist them with making better financial choices. For example, The Retirement Commission website aims to improve peoples' understanding of all kinds of financial issues, including saving for retirement. The website 'Sorted' lets users set goals (short- and long-term), budget incomes, plan short- or long-term savings, understand KiwiSaver – the government's main retirement savings vehicle, manage debt, and understand more about mortgages, insurance, investing, trusts and fees.

3 Does financial literacy teaching and information meet the needs of the NZ people?

According to a recent report (PISA 2012), New Zealand's average score in financial literacy (520 points) is above the average score for the 13 OECD countries taking part (500 points). In addition:

- New Zealand had a large proportion of students (19%) with advanced skills and knowledge in financial literacy compared to the OECD average (10%)
- Most New Zealand students (approximately 90 percent) had a bank account, a proportion higher than most participating countries. The difference in achievement in financial literacy between students who held a bank account (543 points) compared to those who did not (437 points) was the largest among all participating countries.
- Relative to students in other participating countries, New Zealand students did better in the money and transactions content area than in planning and managing, risk and reward, and financial landscape.

Overall, some people think that NZ is doing well in financial literacy. But, as we will see, there may be more to be done.

4 Can learning content be modified to better meet the needs of the people?

In NZ schools, personal financial planning (PFP) is mixing with entrepreneurship studies. This is a welcome development. Traditional PFP knowledge and learning focus on *incremental* increases in people's earnings (via increased knowledge of shares, savings, insurance, managing debt, etc). Entrepreneurship can *accelerate* earnings and has the potential to contribute proportionately more to people's finance-related well-being than PFP. NZ is thus doing innovative work in terms of student learning.

But there may be problems:

- The entrepreneurship studies are limiting
Too much time is spent on time-intensive activities that are difficult to scale – eg, students learning how to sell products that they have developed in class. This encourages short project horizons – students need to show their teacher a quick financial return over a few months, but this thinking can harm real wealth creation
- Really innovative approaches to wealth creation are not being taught.

Thus, new topics should be added to the school curriculum - e.g., the A + B framework.

5 What further research should we undertake in NZ regarding financial literacy?

Our review of financial literacy teaching in NZ suggests a number of research priorities to help improve the content and effectiveness of the teaching. In particular, we ask:

- Are there potential conflicts between PFP and entrepreneurship? (Eg, does PFP learning focus too much on risk minimising, which can harm attitudes towards entrepreneurship?)
- Are people making systematic mistakes in their careers, which undermine well-being?
- Does financial literacy content promote a too conservative/cautious approach to managing or creating wealth?

ニュージーランドの金融リテラシー

スティーブン・リム

ニュージーランド

ワイカト大学

経済学部

本プレゼンテーションで議題とする内容は下記の通り：

1. ニュージーランドの金融教育の目的は何か？

ニュージーランド政府は以下のように説明している。

ニュージーランド国民の金融能力を高めることは政府にとって優先課題である。ニュージーランドの世帯や地域社会の福利を向上させ、苦難を減らし、投資を促進、経済成長につながる。

ニュージーランドで個人向けに金融教育を行うというのは、1990年代半ば以降に出てきた比較的新しい考え方である。（学生や成人国民を対象に実施した）2000年代初めの調査結果から、一部のニュージーランド国民は金融活動を効果的に行うための金融リテラシーを十分に備えていないことが分かった（Feslier, 2006）。そのため、ニュージーランド国民の金融リテラシーを向上させようとの気運が高まっている。こうした動きはニュージーランド政府や金融業界、民間団体、規制当局、中央銀行などで出てきている。

現在、金融教育のニーズはかなりある。ニュージーランドは金融分野でそれほど厳しい規制をしない制度を構築してきた。ニュージーランドには数多くの複雑な金融商品、先進的な金融市場、自主性に基づく（税制優遇策や強制性のない）老後貯蓄制度がある。複雑な金融環境にうまく対処できるよう国民を支援するため、金融リテラシーは重要である。

2. 政府と民間団体がニュージーランドの金融リテラシー向上のために取るべき方策はどのようなものか

国民の金融リテラシーを高めるというのは極めて大胆な目標だ。1つの組織だけで達成は望めない。公共、民間、非営利団体の参加が成功に欠かせない。主な参加者には以下のような組織が挙げられる。

- ニュージーランド政府
具体例、金融能力委員会
(<http://www.cffc.org.nz/the-commission/contact-us/>)
老後退職問題委員会 (www.sorted.org.nz)
- ニュージーランド銀行協会
(<http://www.nzba.org.nz/banking-information/financial-literacy>)
- 大学・高校

これらの組織はいずれも基礎的な金融リテラシーの向上を促し、ニュージーランド国民が全体としてより良い金融的選択を行うために役立つ情報や学習機会を提供する。例えば、老後退職問題委員会のウェブサイトは老後に向けた貯蓄など、各種の金融関連問題への人々の理解促進を目指している。ウェブサイト「ソーテッド (Sorted)」では、利用者に（短期と長期の）目標設定、収入の予算立て、短期や長期の貯蓄の計画、主要な公的後貯蓄制度「キウィセーバー (KiwiSaver)」の把握、債務管理、住宅ローンや保険、投資、信託、手数料に関する理解強化を行える。

3. 金融リテラシー強化に向けた教育や情報はニュージーランド国民のニーズに適合しているか？

最近の報告（PISA 2012）によれば、金融リテラシーについてのニュージーランド人の平均得点（520点）は調査に参加した経済協力開発機構（OECD）加盟13カ国の平均得点（500点）を上回っていた。加えて、以下のことが分かった。

- ニュージーランドは OECD 平均と比べて金融に関する優れたスキルや知識を備えた学生の比率が高かった（19%）。
- 大半のニュージーランド学生（約 90%）は銀行口座を保有しており、割合は大半の調査参加国より高かった。銀行口座を持つ学生の金融リテラシーの得点（543 点）と銀行口座を持たない学生の得点（437 点）の格差は、全調査参加国の中で最も大きかった。
- 他の調査参加国の学生と比較し、ニュージーランドの学生は計画と運用、リスクとリターン、金融環境の分野よりも、通貨と取引の分野での成績が高かった。

全体として、ニュージーランドの金融リテラシーは良好だと評価する意見もあった。だが、結果から分かる通り、題として改善すべき余地もある。

4. 学習素材を改善し、人々のニーズにより合致したものにすることは可能か

ニュージーランドの学校では、パーソナルファイナンシャルプランニング（PFP）を起業活動教育と合わせて教育している。これは歓迎すべき取り組みである。従来型のPFP知識と学習は（株式や貯蓄、保険、債務管理などの理解向上を通じて）追加的な資産増を焦点としている。起業活動は所得拡大をもたらし、PEPよりも人々の経済的な幸福度の向上に寄与する可能性を持っている。従って、ニュージーランドは学生への教育で先進的な取り組みを行っていると言える。

だが、以下のような問題点もある。

- 起業活動教育には制約がある
かなりの部分が時間を要する活動に割かれ、その効果を測定するのは難しい。例えば、学生が授業中に開発した商品の売り方を学習するものなどで、学生が教師に数カ月の短期間で経済的収益成果を示す必要があるなど、短期の計画実行を促す。しかし、こうした発想は真の富を創出する妨げになる恐れがある。
- 富を生み出すための本当に創造的なアプローチを教える教育になっていない。

そのため、新たなテーマを教育カリキュラムに盛り込むことが望ましい。例えば、A + Bのフレームワークである。

5. ニュージーランドの金融リテラシーで今後どのような調査を実施すべきか

ニュージーランドの金融リテラシー教育に関する我々の検証から、教育の内容や有効性を向上させるためのいくつかの優先課題が浮かび上がっている。

- PFPと起業活動との間で相反する要素が潜んでいないか（例えば、PEP学習がリスクの最小化に焦点を当てすぎていて、起業家精神を育むことを阻害する恐れがないか）
- 人々がキャリア上で体系的な誤りをおかし、自らの福利を低下させていないか
- 金融リテラシー教育の内容は富の運用や創出について保守的・慎重過ぎるアプローチを奨励していないか

自由論題③

高校生・大学生のパーソナルファイナンスに関する概念の 習得状況と課題

阿部信太郎(城西国際大学) 山岡道男(早稲田大学) 浅野忠克(東京都市大学・非)

1. はじめに

パーソナルファイナンス教育は、経済教育・消費者教育・金融教育が融合した分野の教育である。特に現在の米国では、経済教育と消費者教育の中でパーソナルファイナンス教育のウエイトが高まっている。これは、金融の自由化が進み、金融に関する意思決定に自己責任が求められる一方で、自己破産の増加が社会問題化したことが背景にある。

こうした状況の下、筆者らの海外共同研究者である Walstad (ネブラスカ大学) と Rebeck (セントクラウド州立大学) は、2003 年にパーソナルファイナンス・リテラシーを調査する目的で Financial Fitness for Life Themes Test (以下、FFFL テストとする。)を作成し¹⁾、アメリカ経済教育協議会(NCEE: National Council on Economic Education)が同年、米国で調査を実施した。そのテストの内容が興味深く金融を扱う教材としても優れているので、筆者らは FFFL テストを原作者の許諾を得て翻訳・翻案し、「パーソナルファイナンス基礎テスト(第6回生活経済テスト)」を作成した。²⁾

そして 2015 年には、主にパーソナルファイナンス学会会員が指導をする日本の高校生・大学生を対象に「パーソナルファイナンス基礎テスト」を実施するために、本学会会員に協力要請をする機会を得た。

日本でもパーソナルファイナンス教育の現代的な意義が自覚されつつあり、その認知度も徐々に高まってきている。しかし、パーソナルファイナンスが小中高等学校の段階では教科・科目になっていないのはもちろん、既存の教科(例えば、社会科・公民科・家庭科・技術家庭科等)においても意識的に取り扱われていないのが現状である。そこで本報告は、調査結果に基づいて日本の高校生・大学生のパーソナルファイナンスに関する概念の習得状況と課題について分析するものである。

2. 研究の目的と方法

本研究の目的は、高校生と大学生のパーソナルファイナンスの基礎的な概念についての知識・理解・応用能力の程度を測定し、その現状と課題を明らかにすることである。

本研究では、米国の FFFL テストを翻訳・翻案した「パーソナルファイナンス基礎テスト」を用いることを方法とした。「パーソナルファイナンス基礎テスト」は FFFL テストに則して、4つの選択肢から正答を1つ選ぶ形式の50の設問から構成されている。50の設問は、10問ずつ以下の5つのパーソナルファイナンスの内容分野に分類されている。すなわち、

- (1) 経済についての基本的な考え方：合理的な意思決定
- (2) 所得を得ること：教育は自分への投資
- (3) 貯蓄：明るい未来のために
- (4) 支出とクレジット：クレジットは借金
- (5) 金銭管理：家計とリスク・マネジメント、である。

各設問にはパーソナルファイナンスの概念が含まれているので、それぞれの設問の正答率によって、その概念に対する生徒・学生の理解度を知ることができる。なお、「パーソナルファイナンス基礎テスト」の原版である FFFL テストは、Jump\$tart Coalition for Personal Financial Literacy が 2002 年に作成した、パーソナルファイナンス教育のスタンダードの 4 つの上位概念と、さらにその下位にある 26 の概念に基づいて作成されている。³⁾

FFFLL テストは米国で開発されたものではあるが、パーソナルファイナンスや経済の概念はどの国にも共通するものなので、日本語に翻訳をしてもほとんどが違和感なく使うことができた。ただし若干、米国の社会経済制度を背景にした設問もあったため、それらは設問の趣旨を変えない範囲で、日本の事情に合わせて翻案した設問もある。

3. パーソナルファイナンス・リテラシー調査の概要と結果

(1) サンプルの概要

今回のテストに参加したのは、高等学校 4 校、247 名と大学 8 校、474 名である。なお、高等学校のうち 1 校は高等専門学校であるが、実施学年と教科が高等学校に相当するので、高等学校のうちに含めている。

本テストは高等学校では公民科の授業で実施され、大学では経済学・経営学・商学関連の学部を中心に、主に経済学・経営学・商学担当の教員によってその講義の中で実施された。

(2) 全体的な結果

全体的な平均正答率は、高校生が 46.6%、大学生が 64.4% である。これら平均正答率について χ^2 検定を行ったところ、1% 水準で有意差が見られた。高校生・大学生ともに全体的な正答率は高いとは言えない。また、個々の概念を見ると正答率の高いものから低いものまである。正答率の低い概念については、今後の教育内容・方法の改善の必要なことを示していると言えよう。

4. 課題のある概念

内容分野別に高校生と大学生の理解度が低い経済概念とパーソナルファイナンスの概念など課題のある概念について概要を指摘する。

(1) 経済についての基本的な考え方：合理的な意思決定

この内容分野は、パーソナルファイナンスに関わりの深い経済概念である、希少性、選択、生産資源、意思決定、限界分析が含まれている。高校生と大学生に共通して理解度が低かった概念は、機会費用と意思決定のプロセスであり、課題がある

と考えられる。

(2) 所得を得ること：教育は自分への投資

この内容分野の概念については相当数の大学生・高校生ができています。

(3) 貯蓄：明るい未来のために

この内容分野には、理解度の低い概念が多く見られた。これらは貯蓄、特に金融や利子率に関する基本的な概念を問う問題である。高校生と大学生に共通して理解度が低かった概念は、複利、流動性、実質利回りであり、課題があると考えられる。

金融に関する経済概念の理解度の低いことは、筆者らのこれまでの調査研究（経済リテラシーテストを用いた調査）でも指摘してきたことである。⁴⁾

(4) 支出とクレジット：クレジットは借金

この内容分野には、主にローンやクレジットに関する制度的なパーソナルファイナンスの概念が含まれている。高校生と大学生に共通して理解度が低かった概念は、個人信用情報機関、クレジットカードの利用、返済期間と返済金額であり、課題があると考えられる。

(5) 金銭管理：家計とリスク・マネジメント

この内容分野は、家計とリスク・マネジメントに関するパーソナルファイナンスの概念が含まれている。高校生と大学生に共通して理解度が低かった概念は、可処分所得、デビットカード、リスク・マネジメントとしての保険に関わる、自賠責保険、保険の免責であり、課題があると考えられる。

5. まとめ

パーソナルファイナンスの基礎的な概念は、高校生・大学生がこれからの変化の激しい社会で生き抜いていくために必要なものである。パーソナルファイナンス基礎テストの設問とそこに含まれている概念を見ると、改めて次のようなことを認識できる。

(1) 金銭や金融についての意思決定をする際に必要となる基礎的・基本的な概念である。

(2) パーソナルファイナンス教育において金利計算、金融商品、金融機関などの概念を身近な例で習得すると、マクロ経済学や金融論の理解が深まる。

現代社会に生きる人間は、個人としては金融や経済についての自己決定・自己責任が求められ、市民としては一層の社会参画を求められている。こうした状況においては、パーソナルファイナンスや経済に関する知識と理解が必要不可欠である。

しかし、今回の調査により判明したのは、高校生・大学生のこれらの概念についての修得がまだ不十分であり課題があることである。このことは、学校教育の段階でパーソナルファイナンスについて学習する機会が少ないことを反映している。

例えば、2009年改訂の現行学習指導要領の高等学校公民科では、改訂の要点とし

て、「経済に関する学習では、金融、消費者、私法に関する内容の充実を図ることとした」としている（文部科学省『高等学校学習指導要領解説 公民編』教育出版、2010年、3頁）。さらに、2012年に制定された消費者教育推進法においては第12条で「国及び地方公共団体は、大学等(略)において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする」と規定している。こうした動きがまだ、パーソナルファイナンス教育の後押しになっていないのが現状である。

高等学校公民科「現代社会」「政治・経済」の金融の項目は、いまだにマクロ経済中心で、生徒の理解もあまり深まっているとは言えない。そこで例えば、金融の項目については、マクロ経済またはパーソナルファイナンスのどちらかを選択して学習するというくらいの大胆な提案が必要ではないかと考える。

注

- 1) Walstad, William B., and Ken Rebeck, *Financial Fitness for Life: High School Test Examiner's Manual, Grades 9-12*, National Council on Economic Education (NCEE), 2005.
- 2) ウィリアム・ウォルスタッド、ケン・レベック、山岡道男、浅野忠克、阿部信太郎 [編著]『消費者・市民のためのパーソナルファイナンス入門』早稲田大学経済教育総合研究所、2005年。
- 3) Jump\$tart Coalition for Personal Financial Literacy, *National Standards in Personal Finance with Benchmarks, Applications and Glossary for K-12 Classrooms*, 2002. なお、Jump\$tartによるパーソナルファイナンス教育のスタンダードは2007年に改訂された。
- 4) 例えば、阿部信太郎・山岡道男・浅野忠克・新井明・猪瀬武則・栗原久・保立雅紀・宮原悟・山田幸俊・赤峰信・山根栄次「日本とアメリカの高校生・大学生の経済リテラシーの現状と比較—Test of Economic Literacy 3rd ed.の結果分析—」『経済教育』第21号、2002年、21－26頁。

参考文献

- [1] 山岡道男、浅野忠克、阿部信太郎、ウィリアム・ウォルスタッド、ケン・レベック [編著]『現代パーソナルファイナンス教育論入門』早稲田大学教育総合研究所パーソナルファイナンス部会、2013年。
- [2] 山岡道男、浅野忠克、阿部信太郎 [編著]『現代経済リテラシー：標準テストによる学習効果の測定 —生活経済テスト問題集（第1回から第10回）—』早稲田大学アジア太平洋研究センター経済教育研究部会、2012年。

自由論題④

家計の金融行動と金融機関経営

The Financial Activities of Household and Financial Institutions

前田真一郎（名城大学）

< 課題と視角 >

家計を対象とした金融の広がり、金融の不安定性を増大させているのであろうか。

不特定多数の家計・個人を対象とした金融業は、取引単位当たりのコストは高いものの小口リスク分散が働くことから、金融機関の安定的な収益源へと発展してきた。しかし、2008 年前後には、米国のみならず世界の大手金融機関が業績を大幅に悪化させ、金融市場が混乱におちいるなど金融危機が発生した。この世界的な金融危機の発端となったのが、米国のサブプライム住宅ローンである。住宅ローンは、家計・個人に対する貸付であり、米国商業銀行は 1930 年代頃から貸付を進めてきた。また住宅ローンの証券化も 1970 年代以降進められており、今に始まったことではない。家計に対する金融の広がり、金融機関の家計・個人に対する経営手法の発展や技術革新にともなうところが大きい。その一方で、金融機関の技術革新とあいまって、家計の金融行動が変わってきたことも考えられる。米国におけるサブプライム住宅ローンに端を発する金融危機は、歴史的に見て特殊な出来事であったのか、それとも構造的な要因があったのか。

本報告では、現代における金融危機の発生を踏まえ、米国を中心とした家計の金融行動の変化とその規模の拡大が、金融機関の経営にどのような影響を与えたかを分析する。米国における家計の金融取引の増大が、金融機関の経営に与える影響を分析することにより、現代における家計と金融機関経営の関係を明らかにしたいと考えている。

< 目次 >

1 はじめに－課題と視角－

2 米国家計の金融行動

2.1 米国家計から見た資金循環

2.2 資金調達者としての家計

2.3 資産保有者としての家計

2.4 家計の資産保有と金融行動

3 家計と金融機関経営

3.1 家計と米国商業銀行

3.2 銀行貸付と資金調達

3.3 金融機関の利益変動

4 おわりに

<米国家計の金融行動について>

現代において家計・個人は、資産を多く保有するようになっている。2014 年において米国家計は、有形資産 29 兆ドル、金融資産 68 兆ドルの合計 97 兆ドルの資産を保有している。米国家計が保有する資産の代表的なものは、住宅と株式である。2014 年において米国家計の保有する不動産は 20.6 兆ドル、株式は 13.4 兆ドル、投資信託は 7.8 兆ドルに達する。米国家計の保有する有形資産の大部分は、住宅を中心とした不動産である。また米国家計の保有する株式・投資信託の合計額 21.2 兆ドルは、家計の保有する預金（MMF を含む）10.2 兆ドルを上回っている。

現代において特徴的なことの一つは、この家計の資産保有と消費活動が密接に結びつくようになったということである。その具体的な例が、ホーム・エクイティ・ローンの拡大である。ホーム・エクイティ・ローンは、あくまでも住宅を担保としているため、統計上は住宅モーゲージ貸付の一つとして捉えられ、消費者信用とは区別される。しかし、ホーム・エクイティ・ローンの資金使途は、住宅の購入ではなく消費である。また米国では早くから証券担保ローンが利用されてきた。消費者信用が、家計・個人の異時点間の消費選択を可能にしているという点に注目すると、ホーム・エクイティ・ローンや証券担保ローンは現代における広い意味での消費者信用の一つであると捉えられる。現代において消費者信用は、その形式を変化させながら拡大してきたのである。

<家計と金融機関経営について>

米国金融機関の経営において、家計との金融取引の比重は高まってきた。例えば、米国商業銀行の貸付残高構成比では、個人向けの貸付（住宅モーゲージ貸付と消費者信用の合計）が法人向けの貸付を上回っている。商業銀行が個人向けの貸付を増加させていく過程においては、証券化が多用された。証券化を多用した結果、米国住宅モーゲージ貸付残高のうち商業銀行が保有しているのは全体の 25%程度に過ぎない。しかし、2008 年前後の金融危機発生時に米国商業銀行は、多額の貸倒費用計上を余儀なくされた。貸倒れの発生は、住宅モーゲージ貸付のみではなく、特にクレジットカードで多く見られた。

家計が金融取引を拡大する中で、金融機関の経営は家計の金融行動に、より影響を受けるようになっている。金融機関のリスク管理は、従来の金融商品別や事業部門別に行うだけでは、不十分となっているのではないか。この点の考察は、家計・個人の資産・負債の両方を見て金融サービスを提供することの意義を再考することにつながると思われる。

なお本研究を進めるにあたり、パーソナルファイナンス学会 2013 年度研究助成を頂きました。関係各位に感謝いたします。

自由論題⑤

パーソナルファイナンス・サービスマーケティング

鷲尾 和紀

1. このテーマを選んだ理由,このテーマを研究する必要性

日本の社会は,企業社会といわれるほど,企業が自社社員（自社従業員）のために,社内預金,提携住宅ローン,社宅,保険,企業年金,その他各種の福利厚生事業を行ってきた。特に一部の大手企業はまさに家族の一員のように丸かかえで入社から退職まで上記のような社内制度を充実させて処遇してきた。

ところが,近年,企業の社員に対する処遇が変化し,企業は,例えば企業年金基金制度の廃止,社宅制度の縮小,福利厚生の見直しなどを実施してきており,これに伴って,社員も自らの収支状況を分析,管理し,自分のライフプランに応じた資産の形成,家族構成員の教育資金の準備,適切な資金配分,退職に備えた蓄え等といったパーソナルファイナンスを自ら行わなければならなくなった。

しかしながら社員が個人として,このような資産の形成,資金の運用等のためには,金融商品を含め,今日個人に提供される金融商品を含むファイナンシャルサービスがますます多様化,複雑化している中で,どのようなファイナンシャルサービスを選択するのは難しい問題となっている。これは企業に勤める社員限らず,自営業を含め,社会で生活するほとんどすべての個人にとって共通の問題である。

個人は上記のようなパーソナルファイナンスにどのように取り組み,どのように問題解決を図っていけばよいか,自分のライフプランに適応した選択と行動が求められており,また個人のそのような対応ニーズが生じている。

そこで本研究では,まず個人に向けられるパーソナルファイナンシャル・サービスとはどのような領域で,それはモノと比較してどのような特有的物質をもっているのかを明らかにした上で,このようなパーソナルファイナンシャル・サービス提供企業が個人のライフプランに応じて,どのような顧客層にどのような顧客ニーズに適応し,どのような手法を用いて,個人顧客に対応し,ファイナンシャルサービスを提供すべきか,そのマーケティング戦略モデルの構築について論ずるものである。

なお,サービスマーケティング一般論について先行研究はいくつかみられるが,パーソナルファイナンシャル・サービスに関わるマーケティングに関する先行研究は,我が国ではほとんど見られない。

2. パーソナルファイナンシャル・サービスとパーソナルファイナンシャルサービスマーケティングの定義

パーソナルファイナンシャル・サービスについて,学問的な固有の定義はみられないが,本研究では,個人（広くは家計(生計を一にする家族構成員からなる組織)）におけるパーソナルファイナンスの領域に向けられたファイナンシャルサービスであると定義する。

パーソナルファイナンスに関する領域には,さまざまなものが含まれるが,具体的には以下に掲げる領域が主たるものだといえる。

- (1) 銀行取引(預金,クレジット,銀行ローンなど)
- (2) 保険(生命保険,損害保険など)
- (3) 株式投資(株式,債券,投資信託など)
- (4) キャッシュフロー計画(収入と支出のフローの計画と分析など)
- (5) 資産購入(自動車も含む)・管理(住宅(マイホーム)の購入と管理など)
- (6) リタイアメント(年金など)
- (7) その他のファイナンス(税金対応,相続設計,家族の教育と扶養の準備資金など)
- (8) その他月々に支払うもの(無形物を対象として)で生活やキャッシュフロー計画に影響を及ぼすもの(光熱費・通信代など)

つまり,上記のようなパーソナルファイナンスにかかわる領域をカバーするファイナンシャルサービスがパーソナルファイナンシャル・サービスであるといえる。

3. ファイナンシャル・サービス・マーケティングの領域

1) 3つの役割(2W1H)

ファイナンシャル・サービス・マーケティングは,ファイナンシャル・サービスというサービスを対象としたマーケティングといえる。それは事業(ビジネス)として見た場合どのような領域かを明確にしなければならない。ここでエーベル(Abell(1980))の提唱した事業の定理(Defining of Business)を基に考えてみる。

エーベルは,事業の定義を顧客層・顧客機能および代替技術という3次元の観点から事業の定義の概念化を行っている。すなわち,どのような顧客層(Who)に対して,どのような顧客層ニーズに対応した商品・サービスによって何を(What)を満たし,顧客ニーズがどのように(How),つまりどのような代替方法(技術)で満たされているか,という3つの次元の観点から,事業の定義の概念化を行っている。

ファイナンシャル・サービス・マーケティングの領域はファイナンシャル・サービス・プロバイダーが①誰に(Who)どのような顧客層(顧客セグメント)に対してファイナンシャル・サービス受益者に対して,②何を(What)どのような顧客ニーズの充足をファイナンシャル・サービスの供給によるニーズの充足を,③(How)どのような方法・アプローチで一定の顧客の特定のニーズに適合する独自のマーケティング手法を用いて提供する,というように概念化することができる。

4. パーソナルファイナンシャル・サービスのビジネスモデル

1) マルチチャネルからオムニチャネルへ

マルチチャネルは複数の販売チャネルの多様化からクロスチャネルへと移っていったが,クロスチャネルは顧客の購買意欲を意識したチャネル戦略よりも商品やサービスを中心とした企業側の販売管理の構成をチャネル化した戦略とみられていた。チャネルは現在でも縦割りになっており,積極的な相互の顧客学習が進んでいないのが現状である。これには組織構造や伝統的なビジネスモデルが変化を阻害している。したがって顧客の意見を反映させないかぎりマーケティング戦略の再構築は進まないであろう。しかし,顧客が最も利用するチャネル取引をメインに今後のチャネル移行の計画を考えることは危険であり,個々のチャネル接点での不具合を特定

する分析の仕組みを構築し、顧客の望むチャンネルで、望むサービスを提供することが新たなビジネスモデルへと発展するだろう。

顧客にとってみれば、問題意識から購入後の行動までスムーズにチャンネル間を移動して何のストレスもなく購買までたどり着けることが重要である。オンライン上で自身の契約内容にリアルタイムでアクセスをして、何かあればコールセンターや SNS を含む複数のインタラクションを通じて保険会社とつながることが望ましいと考えている。そして企業側は複数のチャンネル間を移動する顧客が残した情報や既存契約の情報を一元管理し、チャンネル共通で活用できる詳細な顧客情報データベースを再構築することである。このためには顧客と企業との間に存在していた商品とチャンネル間の縦の関係をシームレスな形で連携を行い、すべての販売チャンネルを統合させ、顧客に最も合う形で問題意識から購入後の行動までを再構築させる戦略が必要となってきた。

オムニチャンネルを可能とさせたのはモバイル通信によるスマートフォン、タブレット PC 等の携帯端末の普及である。これらは消費者の購入過程と販売店との顧客接点を大きく変化させた。今日においては、携帯端末を所有している人の個々の日常生活において手放せないものとなっている。また ICT によって情報管理が一括できるようになったことも一つの要因としてあげられる。本研究では、保険会社を基としたオムニチャンネルのイメージを示している。このチャンネルは保険会社のみならず金融機関にも同様のチャンネル構築が求められている。シームレスな提携をより強化するために顧客の接点を強化し、収集する顧客情報を最大化にして情報を分析し、それに基づいて顧客一人一人に最適な提案と相談対応をすることにより、顧客の取引活性化とロイヤルティ向上へとつながるのである。

5. 結び

すでに我々は、生活するにあたって支えられてきたさまざまな制度が廃止、縮小、見直し等され、自らの自助努力によって自分のライフデザインを実現していく個人の意思決定が重要になってきている。顧客がどういった意思決定を持ち、どういったシーンで購入をして、どういったところで購入物が使われ満足するのかは、時代背景もさながらマーケティングにとって永遠のテーマである。筆者は、生まれてから衣食住して死ぬまでの生活リスクをサポートするファイナンシャルサービスを主に論じてきた。ファイナンシャルサービスは必ず欲しいといえるものでもないし、反対に夢をかなえるためのサポートサービスでもあるといえる。これまで確かなファイナンシャルニーズが認識されない誤解があることから、この種のマーケティング戦略はあまり研究されていなかった。

マーケティング戦略の一つのツールとなるデジタル化は、急激に生活スタイルを進化させていくであろう。マーケティング戦略もまたデジタル化に対応した戦略を構築することが求められている。このような時代背景により金融機関においても大規模な再編が求められている。本発表においては、サービスマーケティングからパーソナルファイナンシャルサービスマーケティングの定義付けを行い、主にマーケティング手法の事例として、ファイナンシャル・サービス・マーケティングの領域

とデジタル化に向けたマーケティング手法を提示した。

パーソナルファイナンシャル・サービスの領域は幅広く，商品一つにとっても，顧客セグメント一つにとっても，一概には研究しきれない部分がある。本発表はその序論と一部分にすぎない。今後の研究展望としては，各テーマを一つ一つ紐解いていくことが課題である。

自由論題⑥

総量規制が借り手へもたらす影響の属性別分析

伊藤 幸郎

東京情報大学 大学院博士後期課程

堂下 浩

東京情報大学 教授

宗形 祐基

東京情報大学 大学院

[要旨]

2006 年 12 月に政府は貸金業法を制定し、新たに導入された規制として、①上限金利を年利 29.2%から年利 15~20%へと引き下げる、②政府の指定した信用情報機関が利用者の債務状況を一元管理する、③審査時に源泉徴収等の提出を義務付け、個人年収の 1/3 を超える貸し付けを原則禁止する(総量規制)という 3 点が挙げられる。

貸金業者は上限金利の引き下げを見越し、2006 年秋頃から与信の厳格化を進め、新規成約率を急減させていた。一方総量規制は信用情報機関の設備を必要とするため、早期の導入は見送られ、2010 年 6 月完全施行で導入された。従って、上限金利の引き下げは 2006 年~2008 年、総量規制は 2010 年 6 月以降と、貸金市場の収縮は異なる時期に 2 段階に分かれて起きたといえる。

まず上限金利引き下げが借り手に与えた影響の報告として、(a) 2006 年 6 月 18 日に開催された自民党・貸金業制度等に関する小委員会にて、供給側である貸金業者大手 7 社が、上限金利引き下げにより審査厳格化を進め、貸出しを否認すると想定される借り手を知るために、推計シミュレーションにて属性別調査の結果を報告している。その結果は断片的にしか発表されていないが、属性別で性別「女性」、年齢「60 代以上」、住居別「賃貸住居」、勤続年数「3 年未満」、就業形態「パート・アルバイト」に該当する借り手は上限金利が 20%以下になると契約を否認される可能性が高くなると推計された。また(b)審査厳格化後における借り手側の属性別による融資諾否の調査が報告されている。まず貸金業法が改正された直後に消費者金融申込者にアンケート調査を行った堂下(2007)¹によると、貸し手による審査厳格化により最も影響を受けた属性が就労先であり、職業別に「経営者・役員」、「自営業者」が否認される傾向が高いと報告している。さらに堂下ら(2009)²は、2007 年と 2008 年における貸金業者利用者を属性別に分け、借り手の財務残高推移を調査している。その結果から「自営業」、「派遣社員」、「パート・アルバイト」の属性で融資残高を顕著に減少させていると報告した。上記(a)(b)は、上限金利が引き下がることで貸金業者からの契約を否認され、貸金市場から締め出しを余儀なくされる借り手の属性を貸し手側面と借り手側面の両側面から明らかにした。

¹堂下浩「消費者ローン利用者の行動分析」地銀協月報、2007 年 10 月。

²堂下浩・内田治「消費者ローン現在利用者の時系列変化に関する分析」パーソナルファイナンス学会年報 No.9

次に総量規制が借り手に対して与えた影響は、伊藤(2014)³が定量的な分析を行っている。総量規制導入前の12ヶ月間(2009年6月～2010年5月末まで)と総量規制導入後の12ヶ月間(2010年6月～2011年5月末まで)、つまり合計24か月に及ぶ借り手の返済に関するデータを大手貸金業者5社から収集し、総量規制の導入が借り手の返済行動に及ぼした影響を分析した。分析の結果として、第1に総量規制により借入を制限された借り手の総量規制導入前における返済能力が低いという事実は認められなかった。第2に、総量規制に抵触した借り手の信用力は総量規制導入前において相対的に高かったにも拘わらず、総量規制導入後では延滞を引き起こす割合を高めて信用力を低下させる傾向も確認された。つまり総量規制によって、延滞のあった借り手と延滞のなかった借り手に対して一律の借入規制を課すことで、以上のような傾向を生起させた可能性を示唆した。

総量規制導入前においては信用力の高かった借り手も総量規制導入後では信用力を低める事態が起こる要因として、貸金業者側の審査プロセスにある。つまり、新規申込時の新規審査と、融資実行後に返済行動をモニターしながら信用力を補正する途上審査(途上与信)である。

そもそも総量規制導入前における借り手の信用は途上審査により補正されていた。例えば、新規審査には通りやすい「30代公務員」であっても、ギャンブル癖や消費癖があったなら、信用はマイナスに補正され借入が制限されることもあったであろう。一方、「零細事業主」であっても借入用途が経営資金であり、返済を滞りなく行っているならば、その後の途上与信により信用はプラスに補正されていた。しかしながら総量規制は借り手の補正された信用力とは関係なく借入制限を行った施策であったため、借入困難となった借り手は延滞を引き起こし、結果的に信用力を低めたと考えることができる。

ところで、先述した上限金利引き下げの影響により借り手が借入困難に陥った属性は先行研究により既に報告されている。一方で、総量規制の影響に関する借り手の債務行動分析は上記に示した伊藤(2014)による先行研究が唯一であり、とりわけ貸金業法が完全施行されてから5年を経過した今日においても、総量規制の影響で借入困難に陥り返済困難となった借り手の属性分析の結果は報告されていない。

そこで今回の報告では、総量規制の影響により返済困難に陥った借り手属性を把握するため、借り手の総量規制導入後での延滞回数の差を属性別に比較した。今回、総量規制に抵触したグループのうち過去に延滞歴のないサンプルを抽出し、総量規制導入後に「延滞を発生したグループ」と「引き続き延滞のないグループ」に分けて、その両グループを比較分析した。

その結果、男女別では「女性」、職種別では「個人事業主」、「パート・アルバイト」、住居別では、「賃貸住宅」、年代別では「20代未満」、「60代以上」、勤続年数別では「3年未満」、といった属性の借り手は総量規制導入後において顕著に延滞を発生させる可能性が高い点が確認された。なお今回のデータ分析では複数の大手貸金業者より提供されたデータを用いた。以上の総量規制抵触有無と属性別による延滞回数

³伊藤幸郎・堂下浩・樋口大輔・内田治「総量規制がもたらす貸金市場への影響分析—改正貸金業法は適切な政府介入なのか—」法と経済学研究、2014年、No. ZR14-13。

の差についてはすべて有意性の判定を確認している。

本分析によって示された、総量規制導入後において延滞を発生させる傾向を高めた借り手の属性は、先行研究で示されていた上限金利引き下げを受けて貸金業者が新規審査において与信厳格化を進めた属性とほぼ一致している。

前述したように貸金市場の残高は一連の法改正に伴う制度変更により、第 1 段階となる上限金利の引き下げ、第 2 段階となる総量規制の導入という、段階的に 2 つの過程を経て収縮した。このプロセスから鑑みると、今回の分析結果は総量規制抵触者の債務行動を以下のように解釈することができる。

総量規制抵触者のうち延滞なく返済してきた借り手は総量規制が導入される以前まで、途上審査により信用が補正されたことで、新規審査の段階と比べて相対的に高い信用力が得られていた。途上審査は新規審査では計れない借り手の信用力を段階的に補正していくことで、借り手の信用力を評価していた。しかしながら総量規制が導入されたことにより、途上与信で補正されていた信用とは関係なく一律に借り手は借入額を制限された。この結果、従前より借入残高を有していた貸金業者に融資を頼ることは不可能となり、当該総量規制抵触者は新規借り入れの選択肢として総量規制対象外である銀行カードローンを選択せざるを得ない。つまり当該総量規制抵触者は、第 1 段階の上限金利引き下げ時では契約(継続・新規含む)を容認され借入れを行うことが可能であったが、第 2 段階の総量規制が導入されたことで借入れ困難となったと論定できる。

総量規制抵触者は、上限金利引き下げ時に貸金業者から契約を容認されている借り手であるため、銀行カードローンの借入れも行うことができると考えるのが一般的である。しかしながら実際には、長期継続的な取引下で貸金業者から途上審査により相対的に高い信用力を得ていた借り手の場合、上限金利引き下げで法改正前は新規審査が通っても、法改正後にはリスクが高いと判断された借り手は、総量規制対象外であっても銀行カードローンの新規審査を通る可能性は低くなる。すなわち本研究にて示された総量規制導入後に延滞の可能性を高めた属性は、銀行カードローンからの借入れを行うことができなかつたため、延滞を発生させたと考えることができる。一方で、新規審査を通りやすい属性(例えば、官舎に住む公務員など)の総量規制抵触者は貸金業者でなく銀行から求めることが可能なため、総量規制導入後も延滞発生を避けることができたと推測できる。

以上

海外における日本酒の嗜好と消費者選択

-香港内のケース-

渡部 なつ希

本研究の目的は、香港における日本酒の流通実態調査から、日本国内における流通傾向と異なる点を香港の経済的背景や生活環境を踏まえて、今後の日本酒販売のニーズを分析するものである。2012年時点で香港が海外から輸入する醸造酒の最大取引国は日本である。¹しかし調査レポートなどでは、実データを用いた現地消費者の購入傾向が明らかにされていないのが現状である。対象調査地の香港は、外資系スーパーではなく現地住民向けグロサリースーパーやコンビニエンスストアでも日本酒取扱のある世界でも珍しい国のひとつである。2013年JETROの調査では、香港内で約1000軒の日本食レストランが存在し、5年前と比較して40%日本酒の取扱量が通関ベースで増えている。また、小規模ながらワインセラーや日系スーパーマーケットのイベントとして日本酒セミナーを開催し、日本酒の知識や温度、異なるグラスで飲む楽しみ方を周知する取り組みも行われている。

先行研究では、日本酒ブームに潜む問題点が販売管理に依存する事が判明した。Cella Masumi Asia Ltd.の協力のもと2015年4月、日系高級スーパーマーケットCity Super (Tsim Sha Tsui), Yata (Sha Tin) 現地調査を行った。その結果、以下の3点の問題が浮上した。

- 1・温度管理の不適切。(冷やし過ぎの問題)
- 2・提供の方法。(グラスとの相性)
- 3・飲食店の保存期間と店内における紫外線の影響問題。(多くの日本酒は瓶詰めしてから3ヵ月以内に提供する事が望ましい。)

特に、小売店(スーパーマーケットも入る)や飲食店が高級食品を取り扱うか? 低価格な大衆向け食品を取り扱うか? により、上記問題点の差も顕著であった。

地区別の経済状況・在住者の所得内訳と小売り販売実績及び、上記問題点の解決度合いを調査し、その相関関係を分析した結果、高級食品を取り扱う小売店や高級日本食レストランほど、問題点が少ない事が明らかになった。結果として、販売管理費用を多く捻出できる販売店ほど販売に関わる問題点が少ない事が明らかになった。しかしながら酒類に関する統計の内訳と Publish Data が非常に少なく、学術面での先行研究が少ない為、サンプルデータが限られており、香港での日本酒購入傾向

¹ Sake hand book in Hong Kong (2013). Retrived May 15, 2015 from http://www.jetro.go.jp/jfile/report/07001520/sake_hk2.pdf

の学術研究も前例も乏しかった。

今回の研究では、香港内最大手のワイン小売会社である **Watoson's Wine** の協力の元、当社の日本酒販売データを参考に以下 2 点を中心に明らかにする。

- ① 香港における日本酒の売上結果を、商品の属性・特徴・価格帯別に集計し、地区別による売上傾向や居住地区ごとの特徴を見いだす。
- ② 2015年6月のヒアリング調査（**Watoson's Wine Sales** 担当 MS, Amy WO氏）では、香港島の金融街1km圏内（**IFC Mall, 8 Finance Street, Central,**）は日本酒の取扱い数が多い。逆に中国国境に近い店舗（上水 **Sheung Shui, New Territories,**）では日本酒の取り扱いは僅かであることが判明した。2015年8月中に香港新界地区での実地調査を行い、各店舗の販売データと分析を行う。結果から日本酒取り扱いが少ない背景を明示し、今後の解決策を見いだす。

自由論題⑧

障害者による起業と庶民金融

大阪市立市民交流センターにしなり 非常勤職員
(元福井大学研究員) 中西孝平

筆者は障害者の雇用問題について研究している。

障害者問題に対するアプローチには「医療モデル」と「社会モデル」の二つがある。

障害とは障害者が社会にうまく合わせられないことを指すが、「医療モデル」とは、障害者が社会にうまく合わせられるように障害者自身に努力を求める考え方である。これに対して、「社会モデル」とは、社会が障害者がうまく合わせられるものへとなるように社会の側に努力を求める考え方である。

筆者は基本的に「社会モデル」に立脚しており、障害者が自身の障害を意識することなく雇用され働き続けることができる社会の構築を目指している。

そのための方法論として、筆者は研究対象に、①障害者のキャリア形成、②障害者の就業問題、③障害者雇用における組織管理、④障害者の起業と金融、の四つを挙げる。

このうち本報告は上記④に該当し、障害者が起業を通じて自ら仕事を生み出すことのできる可能性を金融面から問うことを目的としている。

具体的には、障害者が起業する際に生じる資金面の問題についての解決策を庶民金融の一形態である頼母子講に求める。そして、それをグラミン銀行などのマイクロファイナンスと対比しつつ、障害者が置かれた就業環境に適合的なモデルが構築できるかどうかを検討する。

なお、頼母子講は世界各地に存在し、それぞれにさまざまな名称が付されているが、本稿ではあえて特定のものに焦点を当てることを避けた。

その理由は、頼母子講と同様の庶民金融にも地域ごとにさまざまな形態が存在し、その仕組みは一樣ではないためである。それゆえ、可能な限り多くの形態の頼母子講を調べてその含蓄を得ることを試みた方が研究への貢献が大きいと考えた次第である。

以下、その要旨を述べる。

障害者はその身体的能力や健康管理面での制約から雇用面で不利な立場に置かれがちであるが、近年障害者への理解が深まり、日本企業に CSR 経営が浸透する中で障害者雇用は確実に拡大している。

この傾向は今後も続くものと推測されるが、現実には障害者雇用にまつわる問題は複雑を極め、障害者雇用はまだ不完全な状況にあると言える。

たしかに、従業員 50 人以上の企業における障害者雇用率は確実に上昇しているが、障害者の勤続年数は軒並み短く、退職して一般労働市場から退出して以降は無職であるか福祉事業所などで低賃金で働いている場合が多い。

その原因としては次のようなものが考えられる。例えば、経営者の中には一度は障害者を雇用したものの、その際の経験から「今後は雇用したくない」と考えている者が精神障害者や知的障害者を雇用した場合を中心に相当数存在している。また、障害者は障害年金を受給し贅沢な暮らしを求めさえしなければ十分に生活していけることから、就業へのインセンティブが弱くなってしまう可能性が挙げられる。

しかし、障害者の中には就業に対して強いモチベーションがありながらも様々な制約から就業できずにいる者が数多くおり、その能力が社会のために活用されずにいることは言うまでもない。

このような問題を解決するための研究上のアプローチとして次の二点が考えられる。第一は、一般就労した障害者が長期にわたって雇用されるためにはどのような管理がなされるべきかであり、第二は、支援学校の生徒や未就業の障害者、福祉事業所に勤める障害者が障害の有無に関わりなく企業に就労できるようになるためには何がなされるべきかである。

このうち、後者について、就業の形態として起業が取り上げられることは少なかったように思われる。

そこで、本稿では障害者のさらなる就業機会の拡大の手段として障害者自身による起業を取り上げる。

その際問題になるのは、障害者が創業するに際しての開業資金の調達の問題である。

資金調達の際に問題になるのは貸し手と借り手の間に存在する情報の非対称性である。資金の貸し手や投資者にとって開業資金を必要としている借り手や投資先の情報は明らかでない。そのため、事業実績のない起業者は開業資金を市場から借り入れることができず、その多くを自己資金や親族からの借入に頼ることになる。

ましてや起業者が障害者となると、障害者に対する偏見から資金供給者が障害者の事業遂行に対して不信感を抱きやすい可能性がある。こうしたことから、障害者が資金調達に際して市場から信用を得るのは難しいと考えられる。

そこで活用しうるのがコミュニティである。

わが国の中小企業金融の担い手には相互銀行(現在の第二地方銀行)と信用組合、信用金庫の三つがあるが、これらの金融機関は地域密着型の経営を実践し、コミュニティに内在する情報を活用することで情報の非対称性を克服し、貸出の成功確率を高めている。

つまり、コミュニティをうまく活用すれば、障害者が起業するに際しても資金を調達できる可能性があると言える。

障害者は、身体面や精神面での制約から、生活していく上で家庭や地域と強いつ

ながりをもつことを必要とする。それは雇用に際しても同様であり、彼らは家庭と地域と組織（企業、行政、NPO など）の三者の支援と協働の下で働くのが通例である。

つまり、障害者は強いネットワークの支援の下、かつ自身がそのネットワークを支えることで生活を送っている。それは家庭と地域と企業を結び、かつ家庭同士、企業同士をつなぐネットワークであり、それらが一つのコミュニティを形成していると言える。これは相互信頼に根差した組織であるとみなすことができる。

そのため、筆者は、このコミュニティを活用して起業のための資金を調達する仕組みを作り上げることができれば、障害者による起業を従来よりもスムーズに実現することができるのではないかと考えている。

具体的には、コミュニティの構成員同士が共同して資金を蓄え、コミュニティ内で起業を希望し事業継続を望む者へ相互に融通しあう形をとるものを想定しているが、そのヒントとなるのが頼母子講である。

頼母子講は無尽講とも言い全国各地に見られたが、戦後信用金庫や相互銀行などが制度として整備される中で消滅していったものである。同様の仕組みは世界各地に見られ、現在も庶民金融の一形態として機能している。

ただ、頼母子講はコミュニティの構成員で出し合った資金を蓄え、そこから構成員間で互いに融資をするものである。それは互いの信用に基づいてなされているものの、つねに資金の持ち逃げへの不安と破たんの危険が伴うのも事実である。

また、互いに資金を融通しながら継続的に資金を獲得できるようにすることを思えば、その仕組みがコミュニティの実情を反映したものであったとしても、構成員が大きな金額を融資されることは難しいと考えられる。

近年、グラミン銀行に代表されるマイクロファイナンスが貧困層向けの資金の担い手として社会に大きく貢献しているが、その仕組みは頼母子講に著しく似ているとされ、本報告との関連において示唆に富んでいる。

とりわけ、マイクロファイナンスが借り手の事業の立ち上げには適さず、事業に対する投資資金としては使い勝手が悪いとされる点は重要である。

たしかに、UNDP（国連開発計画）ミャンマーが最貧困層向けに展開するマイクロファイナンスである **Pact** ミャンマーにおいては、農民の中に貧困から脱却し創業する者が現れている。しかし、その事業は牛を数頭購入して牛乳ビジネスを始めるなど極めてささやかなもので、生業の域を出ないものである。

以上から、頼母子講を障害者が創業する際の資金融通の手段として活用するには、次の点が考慮されるべきである。

第一に、コミュニティを活用することで融資先の情報を事前にいかに獲得するか。第二に、コミュニティの構成員が相互に資金を供出する以外に融資資金の供給源をいかに確立するか。第三に、求められる資金は事業の発展段階ごとに異なるが、それに対応してどのような資金供給システムを構築するか。第四に、障害者であることは各課題にどのような影響を与えるか。

このように、課題は数多く存在するが、相互銀行が普通銀行に展開して以来、相

互金融が制度としては残されていないことを思えば、仮にこのような仕組みを作った場合の存立基盤は十分にあるものとする。