

# 千葉商大論叢

第60巻 第2号

2022年11月

## 論 説

- 近年における政策金融の役割  
 ー日本政策金融公庫の活動を中心としてー ..... 齊 藤 壽 彦 ( 1 )
- ハワイ文化体験に対する日本人観光客の支払い意思額の検証  
 ー観光地経済の持続可能性の観点からの考察ー ..... 安 藤 和 代 ( 57 )
- ブランド・コミュニティへの参加に関する探索的研究  
 ..... 宮 澤 薫 ( 79 )  
 ..... 松 本 大 吾
- 千葉商科大学の共通入門科目はどうあるべきか ..... 田 中 信 一 郎 ( 101 )
- 地方における日本版 MaaS に関する一考察 ..... 仲 野 友 樹 ( 119 )
- 個人旅行客の受け入れを主とした農泊の特徴と課題  
 ー日本とイタリアの農泊の比較を通してー ..... 山 田 耕 生 ( 143 )
- 金融商品に係る減損によるプロシクリカリティへの影響  
 ー先行研究における議論を手掛かりとしてー ..... 根 岸 亮 平 ( 155 )
- 『地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加, 暮らしの政策に関する NPO 調査』結果の概要  
 ー首都に所在する NPO 法人の存立・行動様式を探るー  
 ..... 戸 川 和 成 ( 165 )
- フランスの再興へ向けたイギリス外交, 1940~1945 年  
 ーウィンストン・チャーチルの役割に着目してー ..... 中 村 優 介 ( 189 )
- 第一生命営業職員詐欺事件の事例研究 ..... 樋 口 晴 彦 ( 203 )

千葉商科大学国府台学会

(通巻195号)

## 執筆者紹介

齊藤 壽彦	金融論	千葉商科大学	名誉教授
安藤 和代	マーケティング	サービス創造学部	教授
松本 大吾	マーケティング・コミュニケーション, 広告	サービス創造学部	教授
宮澤 薫	マーケティング, 消費者行動	サービス創造学部	教授
田中 信一郎	公共政策	基盤教育機構	准教授
仲野 友樹	経営情報論	サービス創造学部	准教授
山田 耕生	観光学	サービス創造学部	准教授
根岸 亮平	会計学	商経学部	専任講師
戸川 和成	政治学	政策情報学部	助教
中村 優介	国際政治学, 国際政治史	国際教養学部	助教
樋口 晴彦	経営学 (経営倫理, リスク管理論)	警察庁長官官房人事課 (警察大学校兼務)	人事総合研究官

〔論 説〕

## 近年における政策金融の役割

### —日本政策金融公庫の活動を中心として—

齊 藤 壽 彦

#### 目 次

##### はじめに

#### I 財政投融资と政策金融

- 1 財政投融资
- 2 政策金融
- 3 財政投融资改革・政策金融改革と財政投融资・政策金融の変遷
- 4 政策金融の役割に関する近年の評価

#### II 日本政策金融公庫の業務

- 1 目的, 営業の基本方針, 業務の概要
- 2 課題別業務
- 3 事業別業務 (事業本部別業務)
- 4 指定金融機関に対する資金供給を通ずる業務 (危機対応等円滑化業務)

#### III 日本政策金融公庫の経営の現況

- 1 資金調達
- 2 収支状況
- 3 信用リスク管理

#### IV 政策コスト分析

- 1 政策コストの算定
- 2 政策金融の経済的・社会的便益
- 3 過剰債務問題

##### むすび

#### はじめに

本論文においては、近年において日本の政策金融、政府系金融機関の果たしている役割を、日本政策金融公庫の活動についての考察を中心として検討する。

日本の政策金融は、2000年代に入ってから政策金融改革によって縮小したが、日本の金融危機、リーマン・ショック (世界的金融危機)、コロナ危機という大規模な経済・金融的困難に直面するとその役割が増大した。

この政策金融が今日どのような役割を果たしているのかについてはいまだ定説が存在していない。政策金融、政府系金融機関の役割に対する評価は、「肯定的なものとの間で大きく振幅」している<sup>(1)</sup>。植杉威一郎 (2019・7) によれば、肯定的な見方の第一は、政府系金融機関は民間金融機関よりも積極的に企業の信用リスクを引き受ける

というものである。第二は、政府系金融機関は、民間金融機関にはない審査機能を提供するというものである。一方で、政府系金融機関は民間金融機関よりも非効率的な資金配分しかできないとする否定的な見方も存在する。この見方の第一は、エイジェンシー問題に注目するもので、政府が社会全体の厚生最大化を図ろうとしても、その代理人である政府系金融機関が自らの利益を最大化するという目的を持つ場合には、その貸出は非効率なものとなるとみるものである。第二は、政府系金融機関が政治的なつながりに基づいて貸出を行うことによって経済的な効率性が損なわれるとみるものである<sup>(2)</sup>。その他にもさまざまな論争がある。

政府系金融機関は、それが中小企業、小規模事業者（小規模事業、小規模企業）の経営や雇用の維持を支えていると積極的に評価できるのか、それとも民間金融を圧迫し、非効率な経営を維持させていると批判されるべきものなのか、政策金融は民間金融とは唇齒輔車の関係にあるとみなせるものなのか。

この問題は理論だけでは解明できず、実証的考察が必要となる。この研究がないわけではない。植杉威一郎（2019・7）は政府系金融機関の貸出が企業や地域や民間金融機関に及ぼす影響に関する従来の実証研究の結果を紹介している<sup>(3)</sup>。丹羽明（1990）はバブル期以前の公的金融の経済成長への影響に関する実証研究を行った<sup>(4)</sup>。植杉威一郎（2019・7）は政府系金融機関と民間金融機関との関係に関する実証研究を行っている<sup>(5)</sup>。だが日本の公的金融に関する実証研究は数少なく、これによって公的金融の役割についての結論が出ているとはいえない。

近年、政策金融のうちで特に大きな役割を果たしているのは、日本経済を支えている中小企業・小規模事業者を対象として金融活動を行っている株式会社日本政策金融公庫の融資・信用保険業務等の業務である。本論文では、同公庫の活動を総合的かつ詳細に考察することによって、日本の政策金融の果たしている役割を明らかにしたい。

本論文では、政策金融の変遷過程の中に同公庫を位置づける。また、同公庫設立以後の動向の業務の変遷を概観する。同公庫の果たしている役割の全体像を課題別に明らかにする。さらに事業別に立ち入って検討する。近年の同公庫の業務内容を明らかにするだけでなく、同公庫の経営内容をも考察する。同公庫それ自体を考察するだけでなく、同公庫と民間金融機関との関係にも言及する。さらに同公庫の経済・雇用に及ぼす影響についても検討する。こうして近年（日本政策金融公庫設立以降、とくに新型コロナウイルス感染症発生以降）の政策金融が果たしている役割を解明することとする。

## I 財政投融資と政策金融

### 1 財政投融資

政策金融は財政投融資の一環として実施されている。そこでまず、財政投融資について略述しておきたい。

財務省のホームページによれば、財政投融資とは、① 租税負担に拠ることなく、独立採算で、② 財投債（国債）の発行などにより調達した資金を財源として、③ 政策的な必要性があるものの、民間では対応が困難な長期・固定・低利の資金供給や大規模・超長期プロジェクトの実施を可能とするための投融資活動（資金の融資、出資）である。

財政投融資の機能は、資源配分の調整機能、経済の安定化機能の2つである。

財政投融資の特徴は、租税負担の抑制、事業の効率的な実施、受益者負担の実施の3つである。

財政投融資の活動分野は、中小企業金融や教育・福祉・医療など、民間金融機関では適切な資金供給が行えない分野である。

財政融資等は国民・企業・地域等に対して行われる。

## 2 政策金融

次に政策金融について略述する。政策金融とは、公益性が高いもの、リスクの適切な評価が困難な場合や、深いリスクテイクをすることが必要な場合など、民間金融機関のみでは適切な対応が十分できない分野において、融資や投資、信用保証・信用保険などの金融的手法によって国家目的を達成する政策手段である。財務省政策金融課長の片桐聡氏は、「政策金融は、創業支援、事業再生、海外展開支援、新技術の導入、災害対応、リスクマネーの供給など、公共性が高く、民間金融機関のみでは適切な対応が困難な分野において、融資、投資、保証などの金融的手法によって、特定の政策目的を達成する政策実現手段である」と述べている<sup>(6)</sup>。

政策金融の担い手は、政府の出資を受けて設立された政府系金融機関である。現在、政府系金融機関には、株式会社日本政策金融公庫（貸付残高 28.8 兆円、信用保険引受残高 42.0 兆円）、株式会社国際協力銀行（貸付残高 14.8 兆円）、沖縄振興開発金融公庫（貸付残高 1.0 兆円）、株式会社日本政策投資銀行（貸付残高 14.4 兆円）、株式会社商工組合中央金庫（貸付残高 9.6 兆円）の5機関がある<sup>(7)</sup>。その規模が最も大きいのは日本政策金融公庫である。

## 3 財政投融資改革・政策金融改革と財政投融資・政策金融の変遷

### (1) 財政投融資改革

近年における政策金融の位置づけを明確にするために、財政投融資改革、政策金融改革以後の財政投融資、政策金融の変遷について述べることにしよう<sup>(8)</sup>。

財政投融資改革が2001年度（平成13年度）に行われた。財政投融資の資金調達については、郵便貯金、年金積立金の資金運用部への全額預託義務を廃止し、郵貯、年金積立金は全額自主運用されることとなった。資金運用部特別会計は財政融資資金特別会計に改組され、同会計が財投債（国債）を発行して真に必要な資金を調達して金融市場から資金を調達してこれを財投機関に貸し付ける。各財投機関は財投機関債（政府保証債等）の発行により金融市場から資金調達を行うこともできる。こうして市場原理ののりとした資金調達が行われることとなったのである<sup>(9)</sup>。財政投融資対象事業は民業補完の観点から見直された。

また、政策コスト分析の導入により、財政投融資事業について、将来、補助金等の政策コストがどの程度生じるかを明らかにすることで、事業の妥当性や健全性を反映する材料が提供されることとなった<sup>(10)</sup>。

## (2) 政策金融改革

我が国において2005年11月29日に経済財政諮問会議が「政策金融改革の基本方針」を打ち出した。これ以降、資金の流れを「官から民」へ改革し、経済全体の活性化につなげていくために、「民間にできることは民間に」委ねるとの観点から、政策金融の抜本的改革を行い、2008年度(平成20年度)に政策金融機関を改編することとなった<sup>(11)</sup>。

上記の基本方針においては、基本原則として、(1)政策金融は3つの機能(①中小零細企業・個人の資金調達支援、②国策上重要な海外資源確保、国際競争力確保に不可欠な金融、③円借款)に限定し、それ以外は撤退、(2)「小さくて効率的な政府」実現に向け政策金融を半減、(3)民間金融機関も活用した危機(災害・テロ、金融危機)対応体制を整備、(4)効率的な政策金融機関運営を追求ということが挙げられた。

2005年12月24日に「行政改革の重要方針」が閣議決定された。これは上記基本原則を確認するとともに、政策金融の各機能を、(1)政策金融から撤退するもの、(2)政策金融として必要であり、残すもの、(3)当面必要だが将来的には撤退するもの、に分類した。政策金融として残すものは5機関を統合し一つの金融機関とすることが基本とされた<sup>(12)</sup>。

2006年(平成18年)6月27日に5年12月24日に政府の政策金融改革推進本部および行政改革推進本部が「政策金融改革に係る制度設計」を決定した。これは、「官から民へ」の観点から、民業補完に徹し、①政策金融として必要な機能に限定し、これを残したうえで、政策金融機関を再編し、政策金融の貸付残高の対GDP比を半減するとともに、②

民間金融機関も活用した危機対応を整備し、③効率的な政策金融機関経営を追求する、との基本原則を掲げた。新政策金融機関についての構想とともに、商工組合中央金庫および日本政策投資銀行の完全民営化、公営企業金融公庫の廃止、危機対応体制の整備についての構想についても述べられた。

こうした提言を受けて、2007年5~6月の通常国会において政策金融改革関連法が制定された。

かくして、2008年(平成20年)10月に政策金融は新体制に移行した<sup>(13)</sup>。

国民生活金融公庫、中小企業金融公庫、農林漁業金融公庫、国際協力銀行の4機関が統合されて株式会社日本政策金融公庫が、2008年10月に設立された。沖縄振興開発金融公庫は統合されなかった。国際協力銀行は2012年4月に日本政策金融公庫から分離、独立した(財務省「政府系金融機関の組織変遷」)。日本政策投資銀行は株式会社日本政策投資銀行となり、商工組合中央金庫は株式会社商工組合中央金庫となった。公営企業金融公庫は廃止され、地方公営企業等金融機構が新設された。

こうして株式会社日本政策金融公庫を中心とする政策金融機構が成立したのである。

同公庫は、政策金融の的確な実施と効率的な事業運営の両立、明確な経営責任と透明性の確保、統合効果の発揮と利用者の利便性の向上、民間補完に徹しながら業務の必要性を不断に見直すことが期待されていた。

## (3) 政策金融改革後の政策金融の推移

政策金融機関と民間金融機関の貸出の伸び率の関係をみると、バブル崩壊やアジア通貨危機の時期には政策金融の伸び率が民間金融機関の伸び率を上回っていたが、危機後に政策金融の伸び率は低下した。政策金融の規模および機能等を縮小する方針が示された時期

には、政策金融の伸び率は民間金融機関の伸び率を下回った。

だが、2008年9月に発生したリーマン・ショック後の景気低迷期や2020年1月の新型コロナウイルス感染症の発生と蔓延によるコロナ危機の時期には政策金融の伸び率は急増し（2020年）、民間金融機関の伸び率をはるかに上回った<sup>(14)</sup>。危機時には民間金融機関の貸出が減少する一方で、政策金融機関の貸出が増大し、政策金融機関が中小企業・小規模事業者の資金不足を補い、一定のセーフティネットの機能を果たしていたのである。

片桐聡（2018）によれば、2011年度から2016年度にかけて、民間金融機関および日本政策金融機関の貸出残高は、前者が499億円から561兆円へと増加する一方、後者は21兆円から18兆円へと減少しており、貸出残高の伸び率は、対2011年度比で、前者が12.3%の増加する一方、後者はマイナス15.5%へと低下している。政策金融機関と民間金融機関における貸出残高の推移をみると、2013年度から2019年度にかけて、民間金融機関の貸出残高が521兆円から597兆円に増加している一方で、政策金融機関の貸出残高は58兆円から52兆円となっており、ほぼ横ばいで推移している。そのため、政策金融機関の貸出残高が全体に占める割合は、約10%から約8%にまで漸減している。

平時には政策金融機関の貸出残高や官民金融機関貸出残高に占めるその構成比率が減少しているということは、政策金融が民間金融の補完的役割を果たしていたということになる。もっとも、平時には、政策金融機関と民間金融機関の貸出の伸び率が必ずしも逆相関していないこともあり、民間金融機関の補完機能を果たすことに必ずしも徹底していなかった可能性があるという指摘もある<sup>(15)</sup>。

新型コロナウイルス感染症が蔓延した2020年度には、民間金融機関の貸出残高が627兆円であるの対して、政策金融機関の貸出残高は68兆円となっており、政策金融機関の貸出残高が貸出全体に占める割合は9.8%に増加している<sup>(16)</sup>。

日本政策金融公庫の活動は政策金融の中核を占めるから、上記の政策の推移は同公庫の推移を示しているといえる。

同公庫の融資残高は、国際協力銀行を除けば、2008年度の17兆円がリーマン・ショック発生後の2009年度に21兆円へと増大している<sup>(17)</sup>。東日本大震災勃発後の2011年度には融資額は微増しているが、2010年度から2013年度にかけて融資残高は21兆円台を維持していた<sup>(18)</sup>。

民間金融機関の貸出金残高が増大する一方で、日本政策金融公庫の貸出残高は2013年度の21兆円から2019年度の17兆円へと減少している。日本政策金融公庫と民間金融機関の貸出残高の伸び率を対2011年度比で見ると、2018年度まで、民間金融機関の貸出残高の伸び率は増加傾向をたどり、2018年度には14.9%となっているが、政策金融公庫の貸出残高の伸び率は低下傾向をたどり、2018年度にはマイナス19.5%となっている<sup>(19)</sup>。

コロナウイルス感染性が蔓延し、日本企業の経営環境が悪化し、民間金融機関では資金需要に対応しきれなくなった2020年度には、政策金融公庫の貸出残高は29兆円に増加している<sup>(20)</sup>。

このように日本政策金融公庫は、民間金融が資金授業に十分に対応できない危機時には貸出を増大させ、民間金融機関が資金需要への対応が容易となった平時には貸出を増大させ、我が国において民間金融を補完する役割を果たしてきたといえるのである。

政策金融と民間金融との競合が回避されただけでなく、多くの民間金融機関が日本政策

金融公庫と連携を図るようになってきている。その協調融資の実績は、2015年度から2018年度にかけて、件数で1万5130件から3万768件へ、金額で6071億円から1万2929億円へと増加しているのである<sup>(21)</sup>。

政策金融に問題がなかったわけではない。株式会社商工組合中央金庫（「商工中金」）については2016年に危機対応業務に係る不正融資問題が発覚し、そのあり方が厳しく問われた。同公庫は、日本政策金融公庫からの融資や損失補填に依存しつつ、業況を悪く見せかけた危機対応融資を行ったのである<sup>(22)</sup>。

#### 4 政策金融の役割に関する近年の評価

##### (1) 政府系金融機関と民間金融機関との競合問題

政策金融には民間金融機関などから全体としては依然として必ずしも「民業補完」の原則が徹底されているとは言い難いという指摘がなされており、政府系金融機関と民間金融機関との競争事例についても数多く報告されている。民間金融機関が本来手掛けることのできる分野に対し、政策金融機関によって民間金融機関の金利や市場レートとは大きく乖離した低い金利が適用されているという政策金融の民業圧迫論がある<sup>(23)</sup>。

このような民業圧迫論に対する反論も行われている。これについて立ち入って述べてみよう。

日本政策金融公庫の国民生活事業本部の貸出先は民間金融機関の融資対象とはなりにくい小規模事業者である<sup>(24)</sup>。日本政策金融公庫の取引先は、非取引先に比べて経営状態が悪く、経営環境が悪くなる民間金融機関から厳しい対応を受ける。民間金融機関、特に銀行が貸出対象としない小規模事業者に対する公庫融資は民間金融との競合問題は生じにくい。

政府系金融機関と民間金融機関の貸出（フロー）の伸び率の関係をみると、バブル崩壊やリーマン・ショックといった金融危機時において、政府系金融機関の貸出しが伸びている一方で民間金融機関の貸出は減少しており、両者は逆相関の関係にある。したがって、政府系金融機関は、信用収縮により市場の流動性が枯渇するような危機時において、一定のセーフティネット機能を果たしてきたことが窺える<sup>(25)</sup>。家森信善氏などが2013年2月～3月に実施した「金融機関に対する中小企業の意識調査」の結果に基づく報告書では、政策金融はセーフティネット機能を果たしていることが指摘されている<sup>(26)</sup>。

上記のアンケート調査に基づいて家森信善（2016）は、企業全体としては公庫の中小企業貸出を得た企業では民間金融機関への貸出需要が減少しており、民間金融機関への貸出需要が公庫貸出によって代替されたことを認めている。だが企業年齢が若い企業では政府系金融機関による貸出が民間金融機関による貸出を誘発する効果（カウベル効果）があることも認めている<sup>(27)</sup>。

植杉成一郎（2019・7）で述べられているように、公庫中小事業では、民間金融機関がすでに貸し出している企業への貸出に際しては、公庫中小企業事業による貸出が民間のメインバンクによるものを上回ることはないように努めている<sup>(28)</sup>。

同公庫の中小企業事業融資は長期貸出として行われるから、長短貸出を行う民間金融融資と競合するとはただちにいけない。公庫融資を利用しているほとんどの企業は、同時に民間金融機関の融資も利用しているが、民間金融機関からは4～5年程度の中期融資を、公庫からはそれよりも長期の資金を調達するといった形で、両者を利用している。また、



「雇用を維持する」という点ではメインバンクとの関係が弱い企業で公庫借入の効果が顕著である<sup>(29)</sup>。

公庫の利用理由として「低金利」や「長期安定的資金」を挙げる企業が多い。同時に、公庫の融資姿勢—固定金利型の長期資金を景気変動にぶれずに融資している姿勢—根の信頼感が公庫への信頼感を高めている。そのために企業の独自の判断で公庫を利用している例が多い。民間金融機関が厳しい対応をとるので、公庫との取引を開始・拡大している企業も多い<sup>(30)</sup>。

前述の家森信善氏などのアンケート調査によれば、リーマン・ショック後のメインバンクおよび政府系金融機関への企業の満足度は、政府系金融機関に対する方がメインバンクに対するよりも高かった<sup>(31)</sup>。

だが同公庫の貸出先は、地域金融機関の貸出先と重なることが多く、競合が問題となる可能性はある<sup>(32)</sup>。

植杉威一郎・内田浩史・水杉裕太（2016）は次のようなことを明らかにしている。政策金融公庫中小企業事業は、収益力があり、信用度（creditworthiness）の高い企業に資金供給している。そのために内部格付を算出して、これを貸出判断に活用している。中小企業事業本部は、収益性や成長性、減預金比率が高く比較的規模が大きい中小企業に貸し出す傾向がある。こうした貸出姿勢は民間金融機関と共通するものである、ということ（239, 258 ページ）。このことが同事業の、資金調達が困難な中小企業・小規模事業者のための公的金融としての役割の後退、民間金融との競合をもたらした可能性はある。

とはいえ、2008 年秋以降に日本経済が低迷していた時期においては、公庫が利益率や売上高成長率の高い企業に対して貸出をする傾向が弱まっていることも植杉威一郎・内田浩史・水杉裕太（2016）は認めている（259 ページ）。

公庫が中小企業に対して設定する金利体系が 2008 年 8 月に変更された。従来は公庫の中小企業事業の貸出金利は企業の信用リスクにかかわらず一定であったが、信用リスクが低い企業には低く、リスクが高い企業には低くするというリスク対応金利制度が導入された。リスクに見合った金利を設定することとなったのは、リスクの高い分野への融資を可能にするということを目指したものであった。この制度改革は政策金融機関の民間金融機関化としての一面を有する。高格付企業への公庫融資の金利が引き下げられて、高格付企業の公庫融資への依存が増加し、一方、低格付企業へ金利が引き上げられた<sup>(33)</sup>。これは政策金融機関の低格付企業への融資が抑制されることとなる可能性があった。植杉威一郎（2022）は中小企業事業が信用力の高いところに貸出す傾向があることを指摘している（202, 235 ページ）。金利面におけるリスク対応という市場原理の導入は資金調達の困難な企業への融資という本来の政策金融の役割の後退の一面を有していたといえよう。

この制度改革によって民間金融が公的金融によって抑制されるようになったといえるであろうか。これについては、全国地方銀行協会からは、政府系金融機関が高格付先に対して、民間金融機関よりも大幅に低利な融資を実施して、地方銀行のメインターゲット企業に対して積極的な対応を行っているとの指摘がなされた<sup>(34)</sup>。一方、公庫融資の貸出金利は他の金融機関よりも低いが、公庫融資の支払い金利が高付企業で低下するという制度変更があっても、それ以外の支払い金利はそれに追従して低下していない、高格付先への民間貸出が公庫融資によって代替されるという現象は起きていないという実証研究があ

る<sup>(35)</sup>。

政策金融機関が民間金融機関の補完的な役割を果たしているかを検証するためには、両者の貸出額に注目するだけではなく、両者の貸出手法を比較して異同を明らかにすることも重要である。貸出手法が似通っているのであれば、政策金融機関が民間金融機関の補完となる余地は小さく、両者が異なっているほど、政策金融機関が民間の行わない貸出を補完する余地が大きくなると考えることができる。この点について、民間金融機関は、企業の収益性や安全性、代表者の資質、取引年数、企業や経営者の資産力、保証人の弁済力といったことを重視している一方で、政策金融機関は、事業計画や工場・店舗等の現場視察といった項目を重視しており、両者において、融資時に重視する項目に一定の差異があるとの研究結果がある<sup>(36)</sup>。

このような議論を踏まえると、公的金融が民間金融を補完するという役割は基本的に維持されていたとみなすことができよう。

なお、公庫貸出の効果については、植杉威一郎等(2016)の調査では、公庫貸出には借り手企業の資金アベイラビリティ改善効果があるが、他の金融機関による貸出を誘発するというカウベル効果は一時期のみでしか観察できず、それが利益率などの企業業績の改善効果についての明確な結果はえられないとされている(238, 240, 259ページ)<sup>(37)</sup>。

## (2) 政府系金融機関と民間金融機関の協調・連携

近年では地域における金融機能の高度化や成長資金の供給促進を図り、起業・経済の持続的成長を促進するなどという視点から、政策金融機関と民間金融機関との協調・連携が進展している<sup>(38)</sup>。たとえば、日本政策金融公庫においては、同公庫が持つノウハウを活用しつつ、「創業・新事業支援」、「海外展開支援」、「早期事業再生支援」、「事業承継支援」、「証券化支援」、「経営相談支援」、「人材育成協力」等の分野において、民間金融機関と連携し、中小企業者の金融円滑化に取り組むこととしており、数多くの金融機関が同公庫と業務提携に関する覚書を締結している。こうした動きに伴い、協調融資の実績も増加傾向にあり、2017年度の実績件数は23,080件(前年度比14.8%の増加)、同金額は7,505億円(前年度比2.4%の増加)となっており、協調融資の裾野が広がってきている<sup>(39)</sup>。

日本政策金融公庫は、全国ネットワークを生かしたイベントの開催や情報提供等による支援、政策金融機関から民間側への優良顧客(創業者)の紹介、勉強会等を通じた民間金融機関職員のノウハウや融資スキルの向上、協調融資によってリスクの分散が図れること等による、民間金融機関だけでは支援が困難な先への支援の実施、協調融資商品の設計等による、より顧客のニーズに沿った提案の実施などを実施している<sup>(40)</sup>。

今日では政府系金融機関と民間金融機関の関係を協調・連携という観点からもとらえなければならなくなっているのである。

## (3) 企業の政策金融への期待

中小企業・小規模事業者は政策金融に何を期待したのであろうか。

金融庁の委託に基づき帝国データバンクが2018年2月~3月に実施したアンケート調査の結果報告書である「金融機関の取組みの評価に関する企業アンケート調査」によれば、企業の政府系金融機関との取引理由として、「民間金融機関も支援してくれたが、政府系

金融機関の萌芽，借入条件がよかった」がアンケート調査先の回答の57%と特に多かった<sup>(41)</sup>。

次に回答が多かったのが「多様化を図りたい」であった(44%)。その理由として、「融資以外での有益な提案や支援を受けることを期待しているから」が最も多かった。融資以外の支援についても相応のニーズがあったのである。

また、「借入先の多様化を図りたい理由として，アンケート先の48%の企業が「より良い融資条件での融資を期待しているから」としている。政策金融機関からの借入に当たって，有利な融資条件への期待が特に強かったのである。

顧客企業が政府系金融機関と民間金融機関との連携について期待する理由としては、「融資条件に関する期待(26%)」，「新規事業・設備投資，プロジェクト等新たな投資支援に関する期待(13%)」が多く挙げられていた。

このように，中小企業・小規模事業者には政策金融に対する期待が存在していたのである。

## II 日本政策金融公庫の業務

### 1 目的，営業の基本方針，業務の概要

#### (1) 目的，営業の基本方針

近年の政策金融の果たしている役割を明確に把握するために，日本政策金融公庫の活動について立ち入って考察しよう。

株式会社日本政策金融公庫法において、「一般の金融機関が行う金融を補完することを旨としつつ，国民一般，中小企業者及び農林水産業者の資金調達を支援するための金融の機能を担うとともに，内外の金融秩序の混乱又は大規模な災害，テロリズム若しくは感染症等による被害に対処するために必要な金融を行うほか，当該必要な金融が銀行その他の金融機関により迅速かつ円滑に行われることを可能とし，もって国民生活の向上に寄与することを目的とする」とされている。

日本政策金融公庫は，同公庫の基本理念のもとに，危険や損害の最小化を図るセーフティネット機能の発揮（自然災害，経済・金融情勢の悪化，感染症の流行などによる企業経営悪化への対策），中小企業，小規模事業者への資金の安定供給を通じた日本経済成長・発展への貢献，企業のライフステージに応じた事業者の資金繰り支援（創業・新事業，海外展開，事業再編，事業再生など）を国家の成長戦略のもとに展開し，また地方自治体，地域関係機関との連携を通じた地域活性化への貢献に努めている。これが同公庫の営業の基本方針である。

#### (2) 業務の概要

日本政策金融公庫の融資構造をみると，2020年3月末時点において，同公庫（国民生活事業・中小企業事業）の融資残高は，日本の中小企業・小規模事業向け融資残高の4.0%となっている<sup>(42)</sup>。

近年では，日本政策金融公庫は，セーフティネット機能の発揮に関して，新型コロナウイルス感染症への対応を重視している。

資金の安定供給に関しては，成長戦略分野等への資金支援を実施している。

地域との連携に関しては、地方版総合戦略等の積極的な参画、顧客や地域のニーズに合致したサービスの提供（商談会の開催等）、地域関係機関を繋ぐ役割の発揮を行っている。

日本政策金融公庫の組織は、総裁のもとに、企画管理本部と事業本部が置かれている。事業本部は、同公庫の発足の経過を反映して、取引先種類別に国民生活事業本部、農林水産事業本部、中小企業事業本部からなっている。このほかに副総裁のもとに危機対応等円滑化業務部が設置されている。

日本政策金融公庫の総融資実績は、2008、2009年度に増加し、2009年には10兆3362億円に達していたが、その後、減少傾向をたどり、2019年度には3兆9599億円にすぎなくなっていた。だが2020年度には17兆9841億円に激増した<sup>(43)</sup>。

事業本部別総融資残高を比較すると、国民生活事業が最も多い。次いで中小企業事業（融資業務）となり、農林水産事業がそれらよりも少ない。

日本政策金融公庫の2021年度末の総融資残高は29兆1515億円に達している。そのうち国民生活事業融資が12兆6962億円と、最も多い。次いで中小企業事業（融資業務）融資が8兆4326億円となっている。危機対応円滑化業務4兆3599億円がこれに次いでいる。農林水産事業は3兆5517億円と他の事業本部や危機対応等円滑化業務部よりも融資額は少ない。特定事業等促進円滑化業務はわずか1108億円にとどまっていた<sup>(44)</sup>。

総融資額の中では国民生活事業融資が最もウエイトが高いといえるのである。

だが、日本政策金融公庫の業務を融資だけで見ることはできない。中小企業事業本部は信用保険事業も取り扱っている。この額は後述するようにきわめて巨額である。これを考慮すれば、中小企業事業業務が国民生活事業と並ぶ重要な役割を果たしていたということができよう。

危機対応円滑化業務の融資実績は、後述のように2009年度中に激増し、国民事業や中小事業の融資実績を上回った。2010年度にその融資実績は激減した。東日本大震災が発生した2011年度にその融資実績は再び増大した。だが、2012年度以降に減少傾向をたどっている。それでも危機対応円滑化業務の融資残高は2009年度～2013年度末には国民事業や中小事業の融資残高にかなり近い額を維持していた。危機対応のために非弁済額の一部補填を行う損害担保取引を考慮すれば、危機対応円滑化業務は国民事業や中小事業と並ぶ重要な役割を果たしていた。とはいえ、2014年度～2019年度末にはその融資残高は国民事業や中小事業の融資残高と比べてかなり少なくなった。損害担保取引も減少した。

中小企業、小規模事業者向け貸出残高の伸び率（前年同期比）をみると、日本政策金融公庫（国民生活事業・中小企業事業）の貸出残高の伸び率は、リーマン・ショックや東日本大震災や新型コロナウイルス感染症が生じた企業経営環境悪化期には国内銀行（中小企業向け事業資金貸出残高）の貸出残高の伸び率を上回っているが、2013年度～2019年度にはそれを下回っている。このことは、同行が政策金融機関として民間金融を補完するという役割を果たしていたことを物語るものである。

## 2 課題別業務

### (1) 新型コロナウイルス禍の下での資金繰り支援

日本政策金融公庫の業務を、まず課題別に論述することとする。政策金融の果たす重要な役割の一つが、経済環境の大きな変化や大規模な災害などの危機時におけるセーフティ

ネット機能である。

同公庫のセーフティネット関連融資（災害復旧貸付，東日本大震災復興特別貸付，熊本地震特別貸付，経営環境変化対応資金，金融環境変化対応資金，農林漁業セーフティ資金ネット資金など）は，リーマン・ショック後の2009年度には5兆1288億円に達していた。

だが，それはその後減少傾向をたどり，2019年度には4491億円にすぎなくなった<sup>(45)</sup>。

しかし，同行のセーフティネット関連融資は，2020年度には13兆2410億円へと激増している。これをもたらしたのは新型コロナウイルス関連融資である。同公庫の新型コロナウイルス関連融資を金融機関の新型コロナウイルス関連融資全体のなかに位置づけて詳しく考察することとしよう。

新型コロナウイルス感染症によって影響を受けた事業者に対しては，日本銀行は「新型コロナウイルス対応資金繰りプログラム」と総称される膨大な額の支援を行った。新型コロナ特別オペは，日銀当座預金への付利といったインセンティブが奏功し，貸出残高はピークで86兆円（2022年3月末）に膨らんだ<sup>(46)</sup>。

また政府・政府関係機関は，経営相談，資金繰り支援，給付金支給，設備投資・販路開拓支援，経営環境整備，税・社会保険・公共料金特例を通じて支援した<sup>(47)</sup>。

2020年には，8月以前に以下のような資金繰り支援を実施している。

経済産業省は新型コロナウイルス感染症の影響により，事業者の資金繰りに重大な支障が生じることがないように，政府系金融機関や信用保証協会連合会に対して配慮を要請した。日本政策金融公庫は新型コロナウイルス感染症に関する融資制度の拡充を図り，2020年3月に「新型コロナウイルス感染症特別貸付」を創設した。これは新型コロナウイルス感染症の影響を受けて一時的な業況悪化をきたした事業者であって，かつ中長期的に業況が回復し，発展することが見込まれる者に対して，信用力や担保によらず一律金利を適用し，融資後の3年間は基準金利よりも0.9%低い金利で貸し付けるものであった<sup>(48)</sup>。中小企業が支払った利子について，中小企業基盤整備機構から利子補給を受けることで，顧客の負担する利子が実質的に無利子となった。既往債務の借換えも可能であった。

3月には日本政策金融公庫の「マル経融資（小規模授業者経営改善資金）」の拡充も図られた。すなわち「新型コロナウイルス対策マル経融資」が創設された。新型コロナウイルス感染症の影響を受けて売り上げが減少した小規模授業者に対する融資額の引き上げや利率の引き下げ等の措置が実施された。

日本政策金融公庫は「セーフティネット貸付」の条件緩和も行った。セーフティネット貸付とは，外的要因により，一時的に売り上げの減少など業況が悪化しているが，中期的にはその業績が回復し，かつ発展することが見込まれる中小企業を支援する融資制度である。新型コロナウイルス対応特例措置として，その貸付条件が2月に緩和され，「売上高が5%以上減少」といった数値要件にかかわらず，今後の影響が見込まれる事業者も含めて融資対象となった。

日本政策金融公庫は，商工組合中央金庫および日本政策投資銀行という指定金融機関への貸付および利子補給等を通じて危機に直面した事業者を支援する「危機対応円滑化業務融資」も行った。日本政策金融公庫からの融資をうけて，商工組合中央金庫および日本政策投資銀行が新型コロナウイルス感染症対策のための「危機対応融資」を行った。

商工組合中央金庫は3月に新型コロナウイルス感染症による影響を受けて業況が悪化し

た事業者に対し、「危機対応融資」による資金繰り支援を開始した。当初の3年間は基準金利よりも0.9%低い金利で貸し出され、中小企業基盤整備機構の特別利子補給制度を併用すれば実質的に無利子となった。

日本政策投資銀行も「危機対応融資」を行った<sup>(49)</sup>。

『日本経済新聞』(2020年9月8日付)によれば、政府系金融機関によるコロナ関連融資は、日本政策金融公庫が10.1兆円、日本政策投資銀行が1.8兆円、商工組合中央金庫が1.3兆円となっている。

信用保証協会による支援も行われた<sup>(50)</sup>。これは日本政策金融公庫の信用保険引受を伴った。信用保証協会はセーフティネット保証4号(100%保証)、セーフティネット保証5号(80%保証)により、一般保証と別枠(上限2.8億円)の保証をおこなった。その実績は、2020年3月から2022年3月までの累計で、4号が91万件、15兆7646億円、5号が22万件、3兆8952億円となっていた<sup>(51)</sup>。

さらに民間金融機関の資金繰り支援も実施された。民間金融機関は都道府県の補助を受けつつ、実質無利子・無担保融資を行った。これは2020年5月に経済産業省が信用保証制度を都道府県等の制度融資(地方自治体が利子補填)への補助を開始したことに支えられていた。

このようにさまざまな新型コロナウイルス感染症対策が大規模に講じられたのであった。日本政策金融公庫融資は民間金融機関融資などと協調して、低利で、新型コロナウイルス感染症対策に努めたのである。

コロナ禍における中小企業向け貸出は政府系金融機関や信用保証付き融資により大きく増加した。2020年度の中小企業向け融資残高の対前年同月比は官民金融機関合計で増加しているが、信用保証を伴わない民間プロパー融資は減少しているのである<sup>(52)</sup>。信用保証協会の信用保証は政策金融公庫の信用保険に支えられていた。こうしたことから政策金融機関はコロナ禍のもとにおいて民間金融補完機能を果たしていたということができるのである。

日本政策金融公庫の新型コロナウイルス感染症関連直接融資は、2022年3月末時点で、累計102万1578件、17兆3199億円が決定していた。同公庫のコロナ関連融資は、リーマン・ショック時のセーフティネット融資実績を超えていたのである。同融資金額構成比(2020年1月29日~2022年3月末の件数)は、500万円以下が39%、500万超1000万円以下が24%と、小口資金が大半を占めていた。

2020年8月から、新型コロナ対策資本金劣後ローンの取り扱いが開始された。民間金融機関の債務者評価で資本とみなせる資本金劣後ローンは、コロナ対策の一環として、日本政策金融公庫、商工組合中央金庫(危機対応業務)等において実施された。2020年8月~2022年3月で、約6500件、約9200億円の実績があった。これは民間金融機関との協調案件が基本であった<sup>(53)</sup>。

以上については日本政策金融公庫『ディスクロージャー誌』2022年版、17-19ページも参照されたい。

日本政策金融公庫は、追加の融資や据置金融機関の延長などの条件変更の相談にも柔軟に対応した<sup>(54)</sup>。

信用保証協会が行う信用保証について同公庫は信用保険を引き受けた。

新型コロナウイルス禍で業績が悪化した中小企業の資金繰りを支えた「実質無利子・無担保融資（ゼロゼロ融資）は2020年3月に始まった。当初は日本政策金融公庫や商工組合中央金庫などの政府系金融機関が手掛け、同年5月からは民間金融機関も融資できるようになった。日本政策金融公庫は2022年6月までに93.5万件、15.6兆円の融資を実行した。商工中金は3.6万円、2.6兆円の融資を実行した<sup>(55)</sup>。「ゼロゼロ融資」は、民間金融機関は2022年3月末に受付を終了し、政府系金融機関も同年9月に終了することとなった。コロナ資金繰り支援策としての実質無利子・無担保融資の実績は、2020年3月から2022年3月末までの累計で、政府系金融機関で94万件、17.6兆円（政策金融公庫90万件、15兆1141億円、商工中金危機対応融資4万件、2兆5708億円）となっている。民間金融機関を含む合計額は約56兆円に及んだのである<sup>(56)</sup>。

このように新型コロナウイルス禍という危機的状況下において、日本政策金融公庫は日本銀行や民間金融機関とともに新型コロナウイルス対応貸付を行い、その特別貸付は巨額の規模に達し、同公庫は信用保険によっても巨額の信用保証を支え、官民融資額の増加率は民間金融機関のプロパー融資増加率を上回り、同公庫は危機対応融資をも支え、かくして民間金融を補完したのである。

日本政策金融公庫は同公庫の当初の計画通りの実績を達成できたといえるのであろうか。

日本政策金融公庫 評価・審査委員会は『業績評価報告書』を作成し、この中で、5段階評価（「S 特に優れている」、「A 優れている」、「B 標準」、「C 標準を下回る」、「D 標準をかなり下回る」）で同公庫の計画に対する業績を評価している。その2020年度版は、同公庫のコロナ禍において影響をうけた顧客への支援が計画に対して「S 特に優れた」業績であったと評価しているのである（15-20ページ）。

## （2）新型コロナウイルス感染症対策以外のセーフティネット機能の発揮

### 1）災害関連融資—東日本大震災関連融資—

地震、台風、豪雨などの自然災害が発生した場合には、一般の融資よりも返済期間や元金の据置期間がながいなど、返済条件が有利な災害貸付を政府系金融機関が行って、被災中小企業・小規模事業者を支援することが求められる。

日本政策金融公庫は東日本大震災、台風などの自然災害、経済情勢による経営環境の変化などの影響を受けている中小企業・小規模事業者や農林漁業者等に対して、顧客のニーズに対応した。

2011年3月11日に東日本大震災が発生すると、震災関連融資が激増した。同月14日には日本政策金融公庫および商工組合中央金庫が「災害復旧特別貸付」という特別貸付を実施することとなった。政府系金融機関は第震災関連の「セーフティネット貸付」も実施した。5月23日から「東日本大震災復興特別貸付」制度が創設された。これは東日本大震災により直接または間接被害を受けた中小企業・小規模事業者に、事業の復旧に必要な設備資金・運転資金を長期・固定で融資する制度である。「災害復旧特別貸付」および大震災関連の「セーフティネット貸付」は「東日本大震災復興特別貸付」に統合された。日本政策金融公庫および商工組合中央金庫を通ずるこの貸付は2011年5月23日以降同年12月30日までの累計で15万1479件、3兆2893億円に及んでいる。日本政策金融公庫の震災関連の融資実績は、2011年3月11日から同年12月までの累計で2兆3236億円、

2022年3月末までの累計で2兆7691億円となっている。2011年度の震災関連融資実績のうち国民生活事業は1兆4432億円、中小企業事業は1兆2155億円であった<sup>(57)</sup>。2013年1月4日までの東日本大震災復興特別貸付の累計額は5兆1441億円に達している<sup>(58)</sup>。

2011年度の日本政策金融公庫の震災関連融資実績は、震災関連直接融資総額2兆7691億円のうち、国民生活事業が52.1%、中小企業事業が43.9%となっており、国民生活事業において同事業融資総額の57.6%、中小企業事業において同事業融資総額の59.4%を占めていた<sup>(59)</sup>。東日本大震災発生後はこれに関連する融資が日本政策金融公庫の中小企業、国民生活事業においてもっとも大きな比重を占めることとなったのである。

2012年度には政策金融公庫の大震災関連融資実績は8420億円と前年度と比べて大きく減少したが、それでもその実績は8420億円もあった。2013年度には震災関連融資実績は2209億円とさらに減少し、2014年度は1899億円、2015年度には1835億円、2016年度には1292億円となって、東日本大震災関連融資は続いている。公庫の東日本大震災関連融資の被災地3件（岩手、宮城、福島）における2017年度末までの累計融資実績は1兆485億円となっている。国民生活事業においては2012年3月末から2019年3月末にかけて東日本大震災関連融資の累計額は増加傾向をたどっている。中小企業事業においてもこの間に大震災関連復興融資が実施されている<sup>(60)</sup>。

日本政策金融公庫の震災関連融資は後述のように大きな雇用維持効果や付加価値維持効果を発揮した。

東日本大震災の発生によりこれに関連する融資が増大したのであるが、これを含むセーフティネット関連融資実績は2010年度以降、2019年度にかけて国民生活事業において低下傾向をたどっていた<sup>(61)</sup>。中小企業事業においても、東日本大震災復興融資実績は、2012年度には2950億円（融資実績総額に占める構成比率14.1%）あったが、2013年度は728億円（3.8%）、2014年度は565億円（3.2%）、2015年度には458億円（2.7%）、2016年度には547億円（3.5%）、2017年度には259億円（1.7%）と減少傾向をたどり、2018年度には84億円にとどまり、2020年度には14億円にすぎなくなった<sup>(61-1)</sup>。自然災害関連融資実績は、東日本大震災からの復興が進むとともに大きく減少していったのである。

東日本大震災の後も、災害が生ずると、「平成28年熊本地震」、「令和元年台風第19号」「令和2年7月豪雨」などに対する復旧支援を政策金融公庫は行っている。2016年4月に熊本地震が発生すると日本政策金融公庫はそれからの復興を支援した。その融資実績は、2018年3月末までの累計で2050億円となっている。「平成30年7月豪雨」融資実績は2018年7月から2019年3月までの実績で179億円、「令和元年台風第19号」関連の融資実績は2019年度に214億円となっている<sup>(61-2)</sup>。

だがその融資額も復興にしたがって減少していった。日本政策金融公庫の災害関連融資額は中小企業事業において2020年度の融資実績が50億円にすぎなくなったのである。

このように災害関連融資は災害の発生とその復興状況に規定されていたのである。

## 2) セーフティネット貸付

リーマン・ショック後の経営環境・金融環境の悪化に伴い、政策金融公庫の「セーフティネット貸付」（経営環境や金融環境の悪化等に伴い資金繰りに影響を受けた中小企業・小規模事業者を支援する貸付）は激増した。2009年度におけるセーフティネット貸付実績は5兆1000億円（国内3



事業合計）となり、前年度（2兆1000億円）に比べ、2.4倍の伸びとなった<sup>(62)</sup>。2010年度の3事業のセーフネット貸付実績は4兆3038億円となり、同公庫発足以降、2011年3月末までの累計額は10兆8238億円となっていた。それは国民生活事業融資総額2兆7980億円の74.8%、中小企業事業融資総額2兆6722億円の82.5%（2兆2038億円）を占めていた<sup>(63)</sup>。リーマン・ショック後には「セーフティネット貸付」が日本政策金融公庫融資において最も大きな役割を果たしていたのである。セーフティネット貸付利率（固定金利）の引下げによる支援（一定の要件を満たす場合は基準金利よりも低利で貸付）も行われた。

その後、日本政策金融公庫の「セーフティネット貸付」は後退した。リーマン・ショック後の時のような深刻な経営環境の悪化が後退すればセーフティネット貸付が減額されるのは当然であった。

だがその貸付規模は依然として多かった。国民生活事業におけるセーフティネット貸付の融資実績は、東日本大震災関連貸付を除いて、2015年度は1兆2370億円、2017年度は1兆1493億円となっており、2017年度のその融資額は48.6%も占めていた<sup>(64)</sup>。

中小企業事業におけるセーフティネット貸付は2011年度には4046億円と融資実績の19.8%に低下している。これには震災関連のセーフティネット貸付が東日本大震災復興特別貸付に含まれることとなったことが影響しているであろう<sup>(65)</sup>。それでも中小企業事業におけるセーフティネット貸付は2012年度には1兆1547億円（東日本大震災復興貸付2950億円を含まない）に達し、それは中小企業事業融資実績総額の55.1%を占めていた。2015年度も1兆283億円、2017年度には8007億円のセーフティネット貸付が中小企業事業で行われておりセーフネット貸付は2017年度中小企業融資総額の52.9%も占めていた。中小企業事業において依然としてセーフティネット貸付が大きなウエイトを占めていたのである。

こうしたことは中小企業・小規模事業者の厳しい経営環境をしたものであると考えられる。

だが2018年度には政策金融公庫のセーフティネット貸付は激減した。国民生活事業におけるセーフティネット貸付（東日本大震災関連を除く）はわずか1983億円にすぎなくなった。また中小企業事業においても4144億円と前年に比べて半額となった。2019年度においては、国民事業においては前期比で21%増となったものの、中小企業事業においては融資実績は前年度の半額近くにまで減少した。

このようなセーフティセーフネット貸付の激減は、中小企業の資金繰りが改善傾向にあるほか、民間金融機関の貸出姿勢が積極化して、政府系金融機関への顧客ニーズが減少したためである<sup>(66)</sup>。

『日本経済新聞』（2018年10月19日付）の「中小向け融資 リスク恐れず 保証付き、バブル並み低水準 危うさ指摘の声も」と題する記事は、金融機関が中小企業への融資に積極的になっていることを明らかにしている<sup>(66-1)</sup>。不況業種に融資額の100%を保証する制度は「不振企業の延命」につながると批判され、2018年4月に不況業種向けの保証割合が縮小され、「脱信用保証」が進んだ背景には、中小企業の業績改善や融資競争があった。中小企業の経常利益は2017年度に約24兆円と過去最高の水準となり、倒産件数は減り、金融機関が融資しやすい環境になった。

日銀『金融システムレポート』2018年10月発行号は、金融緩和環境の強まりと景気改

善を背景に、金融機関の中小企業向け貸出が増加し、一方で収益率や利払い能力が低い低収益企業の銀行借入れ依存度が高まる傾向が出ており、地域金融機関では競合激化でこれらの先への低利融資が増えており、貸出比率が全体の3~4割超に達するケースもある、と記している(16, 21, 36-37, 52-54ページ)。

民間金融機関の貸出の積極化には2014年以降金融庁が重視するようになった地域金融機関の事業性評価融資が浸透してきたことも関係していると思われる<sup>(66-2)</sup>。

2020年度にはセーフティネット貸付実績は、国民生活事業において37億円、中小企業事業においては646億円にすぎなくなった<sup>(67)</sup>。

政策金融においてはセーフティネット機能が重視される。だが常に「セーフティネット貸付」が日本政策金融公庫の融資において大きなウエイトを占めていたわけではなかったことに注目すべきである。

セーフティネット関連貸付(災害復旧貸付やセーフティネット貸付)は自然災害や経済情勢の悪化という企業を取り巻く環境の変化によって大きく変化する。企業経営の安定化のために必要が生ずればそれは増額され、その必要がなくなればその額は減額される。民間金融機関の貸出態度が積極化すれば政策金融機関は貸出を抑制した。そのために政策金融が民間金融を圧迫するという事態は回避されていたといえることができるであろう。

### 3) 危機対応等円滑化業務

危機対応円滑化業務はリーマン・ショック後の2009年度に激増し、融資実績は3兆8693億円に及んだ<sup>(68)</sup>。

東日本大震災が発生すると、日本政策金融公庫からの融資を受けて、商工組合中央金庫および日本政策投資銀行が危機対応円滑化業務を実施した。この業務として日本政策金融公庫は2011年度に1兆1534億円のツーステップ・ローンを実施している。前年度は4052億円であった<sup>(69)</sup>。

危機対応円滑化業務は危機が生ずると増額された。長期貸出のためにその融資残高は危機が去った後も容易に減少するということはなかった。

だが危機対応等円滑化業務は危機が去れば新規貸付が抑制されるものであり、2014年度から2019年度にかけてツーステップ・ローンの融資残高は減少傾向をたどっている(『事業評価報告書』2020年度版, 6ページ)。危機対応等円滑化業務は恒常的にその規模が維持されるものではなく、民間金融補完としての意義を有していたのである。

新型コロナウイルス感染症が発生するとこの業務は再び激増した。

#### (3) 民間金融機関から資金の融通を受けることが困難な中小企業・小規模事業者への円滑な資金供給, 民間金融機関との連携

##### 1) 中小企業・小規模事業者へのタイムリーかつ円滑な資金供給

日本政策金融公庫は、経営基盤が脆弱で民間金融機関から資金の融通を受けることが困難な小規模事業者等へ必要な事業資金等の円滑な供給事業の進行に必要な長期資金であって、民間金融機関から資金を調達することが難しい中小企業への資金供給を行った。

国民生活事業融資は民間金融機関と協調融資を行いつつ、顧客にタイムリーかつ円滑に資金を供給した。経営基盤が脆弱で担保力の乏しい小規模事業者の資金、ニーズに応える

ために、担保・保証人を不要とする融資を推進した。

中小企業事業においても民間金融機関と協調融資を行いつつ、タイムリーかつ円滑に資金供給を行った。経営者保証に依存しない融資を推進した。中小企業事業においては民間金融だけでは資金調達に困難な長期資金だけを貸し付けて民間金融を補完した。

この中小企業・小規模事業者への長期・安定的な資金供給による民間金融補完は国家の中小企業・小規模事業政策、雇用・社会政策の目的に応じたものである。この政策金融の意義については事業本部ごとに詳細に後述する。

日本政策金融公庫に関する『業績評価報告書』2020年度版は、顧客からのタイムリーかつ円滑な資金供給については、計画に対して期待通りの「標準の」業績であったと評価している（26、28ページ）。

## 2) 民間金融機関との連携

日本政策金融公庫を始めとする政府系金融機関は、財務省によれば、民間金融機関と連携・協調しつつ、地域を支える事業者に対して資金供給やそれと一体となった様々な支援を行って行くことで、地域経済の好循環を実現することを目指している。両者の連携は、成長資金の供給促進を図り、企業・経済の持続的成長等に貢献するという観点からも重要である<sup>(69-1)</sup>。

日本政策金融公庫は、民間金融機関の補完を旨としつつ、顧客の利便性の向上を図るために、民間金融機関との連携に取り組んだ<sup>(69-2)</sup>。

地域金融機関にとっても、政策金融公庫との連携は次のようなメリットがあったのである。① 公庫の全国ネットワークを生かしたイベントの開催や情報提供による支援、② 勉強会等を通じた、職員のノウハウや融資スキルの向上。③ 協調融資によってリスクの分散が図られること等による、単独支援が困難な先への支援の実施、④ 協調融資商品の創設等による、より顧客のニーズに沿った提案の実施<sup>(70)</sup>。

大塚悠貴他（2018）は地域金融機関の日本公庫との連携のメリットとして次のような点を挙げている。① 創業者の発掘（創業希望者の情報、セミナーの集客など）、② 創業支援ツールや事業策定計画支援について日本公庫のアドバイス、③ 日本公庫から地域金融機関への優良顧客（創業者）等の紹介、④ リスク分散による、顧客の希望に沿った融資条件（金利引き下げ、無担保等）の設定、⑤ 融資審査ノウハウの習得による、地域企業の事業内容に対する「目利き力」の向上<sup>(70-1)</sup>。

日本政策金融公庫の協調融資の実績は、2015年度の1万5130件から2016年の1万9671件、2017年度の2万3080件、2018年度の3万768件と堅調に伸びている。日本政策金融公庫と民間金融機関との業務提携・協力に係る覚書締結状況は、2019年3月末時点で95%に及んでいる。同公庫は、2021年3月末までに、484の民間金融機関と業務提携・協力にかかる覚書を締結した。2021年3月末までに288の民間金融機関と協調融資商品を創設した。2020年度の民間金融機関との協調融資実績は1兆6847億円に及んだ。日本政策金融公庫は2020年度に民間金融機関に対して5266件の顧客紹介を行った。一方で、同公庫は2020年度に民間金融機関から2万9091件の顧客紹介を受けている。同公庫はまた民間金融機関と緊密な情報交換を行い、海外展開・事業承継セミナーの共催などにも取り組んでいる。

日本政策金融公庫の『業績評価報告書』2020年度版は、同行はこれまで民間金融機関との連携を推進し、特に2018年以降は、「新たなステージ」における民間金融機関連携を最重要課題として取り組んだことで、①同公庫の役割、機能に対する理解の浸透、②協調融資実績等の向上、③協調融資商品の創設など、民間金融機関との連携は大きく進展したと述べている。同報告は、同公庫と民間金融機関との連携は、計画に対して期待を上回る「優れた」業績であったと評価している(29-30ページ)。

政策金融と民間金融は競合という段階を超えて協調という段階に入っているのである。

#### (4) 成長戦略分野等への重点的な資金供給

日本政策金融公庫は、日本経済の成長・発展を念頭に、国の成長政策に基づき、リスクテイク機能を適切に発揮し、新企業育成貸付、企業活力強化(事業承継、ソーシャルビジネス支援、海外展開支援等)、環境・エネルギー対策、企業再生、および農林水産業の新たな展開などのための特別資金を貸付けた。日本政策金融公庫は、同公庫の「経営方針」にあるように、「国の政策に基づき」、日本経済成長・発展への貢献を図ったのであって、この点が民間金融機関と異なる点である。このために国が経済成長等のために重要と認める特定の分野への、企業のライフステージに応じた特別貸付を行ったのである。

2018年度には、国民生活事業融資実績において、セーフティネット貸付が融資実績総額の8.1%を占めるに過ぎなくなる一方、その他特別貸付は融資総額の25.4%を占めるに至っている。中小企業事業融資の実績においては、特別貸付制度に基づくものを含めて、新企業育成が3705億円(30.1%)、企業活力強化が2366億円(19.2%)、企業再生が1919億円(12.3%)、資源エネルギー対策が512億円(4.2%)、これらの合計額が8102億円(中小企業事業総融資総額の65.7%)となる<sup>(71)</sup>。

セーフティネット関連融資減退においては、創業支援、企業活力強化、企業再生などの成長戦略分野等への融資の比重が増大したのである。セーフティネット関連融資の減退は日本政策金融公庫の存在意義がなくなったことを意味しないのである。

新型コロナウイルス感染症対策の下では公庫融資に占める「成長戦略分野等への重点的な資金供給」の比率は大きく低下している。だがそのことは同公庫にとっての成長戦略分野等への支援の意義の喪失を意味しないのである。同公庫の「業務運営計画(2022年度から2024年度)」のなかでは、コロナ禍終息後のセーフティネット機能の低下を考慮して、「ポストコロナも見据えた」、「創業・新事業、事業再生、事業承継、ソーシャルビジネス、海外展開、農林水産業の新たな展開、DXの推進及び脱炭素などの環境・エネルギー対策等への支援」という成長戦略分野等への重点的な資金供給が掲げられているのである(『ディスクロージャー誌』2022年度版、8ページ)。

#### (5) 地域活性化への貢献

地方創生、地方経済活性化は国家戦略となっている。政府は2014年12月に「まち・ひと・しごと・創生総合戦略」を閣議決定した。これは人口減少と地域経済縮小という危機的な課題を克服するためのものであった。この地方創生、地方経済活性化という政策目的を実現する手段として政策金融が活用された。政策金融機関は地域活性化への貢献という政策的意義をもつものでもあった。

日本政策金融公庫は、地方創生事業に取り組んだ<sup>(72)</sup>。このような活動として同公庫は、第1に、地方版総合戦略等への積極的な参画などによる地方自治体との連携の強化を図った。

第2に、顧客や地域のニーズに合致した有益なサービスを提供した。その事例として、全国152支店のネットワークを活用してビジネスマッチング支援や商談会・セミナーを開催したことがあげられる。

第3に、地域の関係機関（地方自治体、民間金融機関、商工会議所・商工会、専門家）を繋ぐ役割を發揮した。その事例として、地域が抱える課題解決のためのシンポジウムを開催したことがあげられる<sup>(73)</sup>。

日本政策金融公庫はこのような活動を通じて地域活性化という公的役割を果たしたのである。

### 3 事業別業務（事業本部別業務）

#### (1) 国民生活事業（国民一般向け業務）

同公庫の報告書では国民生活事業、農林水産事業、中小企業事業の順に業務が述べられているが、本節では貸出ウエイトの高い国民生活事業本部、中小企業事業本部の事業を中心に述べてみたい。事業本部は様々な業務を行っているが、ここではこの事業本部別考察は融資額に基づいて行うこととする。貸出は事業本部によって融資枠や貸出条件などに違いがあった。

#### 1) 国民生活事業の支援先

国民生活事業本部は、個人や個人企業・小規模企業を融資対象としている。

小規模事業者は日本経済の活力の源泉であり、多くの人を雇用し、地域経済を支えている。2021年度の日本政策金融公庫の国民生活事業の融資先は119万先であり、実に全国の中小企業・小規模事業者の約3割に貸し出している<sup>(73-1)</sup>。

民間金融機関から資金の融通を受けることが困難な小規模事業者等へ必要な事業資金等の円滑な供給を行っている。国民生活事業融資は、業歴が短く、規模が小さく、業績（収益性、安全性、資金調達力）が相対的に劣る事業者に融資する傾向が強い。すなわち、信用リスクが大きく、民間金融では対応が容易ではなく、政策金融に対する期待が大きな分野である。

2021年度末の1先あたりの平均融資残高は信用金庫が4278万円、国内銀行が1億257万円であるのに対し、日本政策金融公庫国民生活事業は980万円であった。融資先の約9割が従業員9人以下の零細事業者であり、約半数が個人企業である<sup>(74)</sup>。

国民生活事業では短期の運転資金も取り扱い可能である。

政策金融公庫国民生活事業本部は市場メカニズムによる資金調達が容易ではない数多くの小規模事業者に小口資金を融資して、この融資においてリスクテイクを行って、公的金融機関として民間金融補完機能を果たし、国民経済と雇用を支える小規模事業を支援しているのである。それは経済政策的意義にとどまらず、生活基盤としての雇用の確保という社会政策的意義を持つものである。

国民生活事業本部はこのほか教育資金も融資している。

## 2) 融資業務

### ① 年度中の融資実績、年度末の融資残高

国民生活事業融資実績は2020年度中に激増し、9兆1640億円にのぼった(2019年度は2兆1463億円)。同事業の2020年度末(2021年3月末)の総融資残高は29兆2387億円に達しているが、そのうち国民生活事業融資が12兆8428億円と、最も多かった。これは同公庫が発足した2008年度以降、最大の規模であった。

国民生活事業本部の貸出はほとんどすべてが事業資金貸出であった。教育貸付残高は7.5%にとどまっていた。

### ② 担保・保証

日本政策金融公庫は経営基盤が脆弱で担保力の乏しい小規模事業者に融資した。国民生活事業資金融資の多くは無担保であった。国民生活事業においては、小規模事業者の経営をバックアップするために、1973年から、商工会議所の推薦に基づき、無担保・無保証人の融資(「小規模事業者経営改善資金」貸付、マル経融資)を行ってきた<sup>(74-1)</sup>。2001年に創設された新創業融資制度も無担保・無保証であった。

2010年度においては国民生活事業における無担保融資の割合は77.0%であった。その後、無担保融資の割合は高まった。2015年度においてはその比率は80%を超え、2018年度は無担保融資が86.7%となり、2020年度は99.2%、2021年度融資件数の98.2%となった。こうして国民生活事業における貸付はほとんどすべて無担保となったのである。

2010年度においては不動産担保融資が国民生活事業融資の21.7%あったが、2019年度にはその比率は12.7%にまで減少し、2020年度にはその比率はわずか0.8%を占めるにすぎなくなった<sup>(75)</sup>。こうして不動産担保融資はほとんどなるに至ったのである。

無担保融資は利用者が望むものであった。日本政策金融公庫は、政策金融機関として、無担保融資を通じて小規模事業者を支援することとなったのである。

経営者保証を中小企業・小規模事業者についてみよう<sup>(75-1)</sup>。民間金融機関において無保証貸出が増加しており、新規融資において民間金融機関が経営者保証を求めなかった割合(件数)は2017年度には16.5%にすぎなかったが、これが2021年度には29.9%まで上昇している。代表者交代時の保証徴求割合の推移をみると、民間金融機関が前経営者と新経営者の両方から保証を求める二重の保証徴求の割合は2017年度に36.9%あったが、それは2021年度には4.2%にまで低下している。それでも、2021年度には後継者保証ありが49.0%、前経営者保証ありが37.3%を占めており、保証なしは9.5%にすぎなかった<sup>(76)</sup>。民間金融機関には保証を重視する傾向が根強く残っている。

担保・保証は借り手の返済がなされなかった場合の金融機関の損失回避のためだけでなく借り手の放漫経営を抑制するためにも必要とされた。地域銀行が考える経営者保証ガイドラインの活用促進によるデメリットとしては、経営者の規律付の低下につながるものが5割、金融機関の信用リスクの増加につながるものが3割あった<sup>(77)</sup>。

経営者保証ガイドラインでは、経営者保証に依存しない新規融資のためには、①法人と経営者の明確な分離(法人・個人の資産分離)、②法人のみの資産や収益力で返済が可能(財務基盤の強化)、③金融機関に対する適時適切な財務情報開示(経営の透明性の確保)という3要件が必要とされていた。

政府系金融機関の場合は、2021年度の無保証人融資の割合は、商工組合中央金庫が7割、日本政策金融公庫が4割となっており、民間金融機関の平均（新規融資の場合29.9%、代表者交代の場合9.5%）を上回っている<sup>(78)</sup>。

国民生活事業においては、担保・保証の優遇措置を通じて公的金融として小規模事業者支援を行っているのである。

小規模事業者には経営者保証をなくすることへの要望が強い。2021年の企業の後継者不在率は58.6%に達する（友田信男（2022）19ページ）。廃業を抑制し、起業を促進する方策として経営者保証をできるだけなくすることが考えられる。女性、若者、シニアの者、廃業履歴等があり創業に再チャレンジする者への「新規開業資金貸付」を促進するためにも経営者無保証を促進することが求められる。中小企業庁では経営者保証に依存しない融資慣行の確立を現在求めている。政策金融公庫（国民生活事業・中小企業事業）では、経営者無保証への対応が求められており、経営者保証を徴求しない定量基準を設定している<sup>(79)</sup>。

日本政策金融公庫国民生活事業では、公的金融機関として、経営者保証なしの融資をさらに推進することが求められているのである。

### ③ 時代の要請に応じた政策性の高い分野等への重点的な資金供給

#### ア セーフティネット関連の特別貸付

国民生活事業の一つの重要な資金運用形態として政策性の高い特別貸付があげられる。特別貸付は、セーフティネット機能の発揮、災害復興支援、新事業創設支援、企業活力強化、企業再生支援など政策性の高い分野に特別に資金を供給して政策誘導を行うために設けられているものである。そのための特別の融資制度も設けられている。

国民生活事業は単に特定の政策目的のための借り手を誘導するものではなかった。新型コロナウイルス感染症対策が実施される前の2018年度の融資実績においては、一般貸付が最も構成比率が高かった。とはいえ、それ以前においては特別貸付が国民生活事業融資の中心をなしており、それは2017年度において国民生活事業融資実績全体の68.4%を占めていた。

国民生活事業における特別貸付には、現在、新型コロナ関連、災害関連、セーフティネット貸付がある<sup>(80)</sup>。

特別貸付には中小企業事業における特別貸付と同じ名称のものがあるが、融資限度額は国民生活事業と中小企業事業とで異なっている。中小企業事業の方が融資限度額が多い。

#### 新型コロナウイルス感染症関連融資

特別貸付の代表例としては経営の安全のためのセーフティネット機能を果たすセーフティネット関連貸付を挙げることができる。近年ではこの中で新型コロナウイルス感染症による影響を受けた小規模事業者に対する支援が大きな役割を果たしており、売上が減少した小規模事業者などに対しては実質無利子・無担保の「新型コロナウイルス感染症特別貸付」や「新型コロナ対策資本金劣後ローン」で支援している。国民生活事業の「新型コロナウイルス感染症特別貸付」は別枠で8000万円とされた。国民生活事業におけるコロナ関連特別融資は2020年1月29日から2022年3月末までの累計で95万400件、11兆269億円が決定していた。この額は、リーマン・ショックの影響を受けた時期の融資（2

兆8038億円)や東日本大震災関連融資(2兆2583億円)を大幅に上回っていた。国民生活事業本部の新型コロナウイルス感染症関連の貸付実績は2020年度実績で8兆7547億円に達し、2008年の日本政策金融公庫発足以降、最大規模となったのである<sup>(81)</sup>。

#### 災害復興支援

日本政策金融公庫は災害発生時の融資や返済条件の緩和などの相談にも応じている。同公庫の災害関連特別融資には、「東日本大震災復興特別融資」、「令和元年台風第19号等特別貸付」、「令和2年7月豪雨特別貸付」などがある。2020年度、2021年度には災害対策融資実績は存在しなかった。

#### セーフティネット貸付

国民生活事業の「セーフティネット貸付」には、「経営環境変化対応資金」貸付(社会的、経済的環境の変化などにより、一時的に売り上げの減少等業況の悪化をきたしているが、中長期的にはその業況が回復することが見込まれるものへの貸付)、「取引企業倒産対応資金」貸付(関連企業の倒産により経営に困難をきたしているものへの貸付)があった。

リーマン・ショック後には多額のセーフティネット貸付がなされ、その後も多額のセーフティネット貸付が行われたが、現在ではその規模は縮小している。

### イ 成長戦略分野等への特別貸付

日本政策金融公庫国民生活事業はセーフティネット関連貸付以外の特別貸付も実施している。国の成長戦略に対応した特定の分野等も支援した。企業のライフステージに応じて創業・新事業支援、事業再生支援、事業承継支援、ソーシャルビジネス支援、海外展開支援などを行った。

2018年度の融資実績において特別貸付は国民生活事業融資の33.5%を占めているが、セーフティネット関連融資以外の特別貸付実績は融資実績総額の25.4%を占めていた<sup>(82)</sup>。

#### 創業・新事業支援

日本政策金融公庫は国の政策目的に従った特定の成長戦略分野への資金供給の一環として創業支援を実施した。新事業への融資はリスクの高い分野であり、政策性の高い特別貸付であった<sup>(83)</sup>。創業支援は地域活性化のためにも必要とされた(大塚悠貴他(2018)8ページ)。

2001年度に小泉内閣が「新創業融資制度」を創設した。創設当時は国民生活金融公庫がこれを取り扱っていたが、日本政策金融公庫が創設されて以降は同公庫の「国民生活事業」がこれを引き継いだ。この制度は創業前および創業後税務申告を2期終えていないものを対象とする無担保・無保証人貸付であった。融資限度額は3000万円であった。この制度は小規模事業者・中小企業の起業向け公的制度の代表的なものであった。制度創設後、その融資額は増大し、特に2014年に額が大幅に増大し、その後も残高は2017年度までを見る限り増大傾向をたどっている<sup>(84)</sup>。創業前および創業後1年以内の企業に対する融資額とセーフティネット関連融資とを比較すると、2014年から2019年にかけて、前者の伸び率が後者の伸び率を上回っていた(『業績評価報告書』2020年版、5ページ)。

日本政策金融公庫は、経営多角化、事業転換などにより第二創業等を図るものへの「新事業活動促進資金」貸付も行った。これには国民生活事業として実施されるものと中小企業事業として実施されるものとの2種類あった。国民生活事業では融資限度額は7200万円であった。



新創業制度貸付以外にも、公的部門が企業の資金調達を助ける融資制度は多岐にわたる。公的金融機関、地方自治体、信用保証協会などが企業を金融面で支えていた。

民間金融機関も創業時に資金を提供していたが、中小企業・小規模事業者の創業融資市場において公的金融機関。公的制度が主たる資金の出し手となっていた。だが創業時に最も融資を受けやすい融資は公的金融機関・公的制度であった。

また、創業時において公的金融機関が先行し、民間金融機関がそれに追随するという構造が存在した。日本政策金融公庫総合研究所が同公庫国民生活事業の融資を受けて2011年に開業したと想定される企業に対して実施したアンケート踏査の結果報告書（2016年作成）によれば、創業時において借入残高の76.5%を公庫が占めるのに対し、民間金融機関は21.2%を占めるにすぎなかった。その後徐々に民間金融機関の融資額は増加するが、民間金融機関の融資額が公庫を上回るのは創業から4年以上が経過してからである<sup>(85)</sup>。

こうして国民生活事業は小規模事業者の創業・新事業への進出を助長したのである。

日本政策金融公庫総合研究所が2021年7月に、国民生活事業から借り入れている新規借入企業に対して実施した「2021年度新規開業実態調査～アンケート結果の概要～」によれば、開業時に苦労したことは、「資金繰り、資金調達」が57.6%と最も比率が高く、現在苦労していることでは「資金繰り、資金調達」が34.6%を占めていた。政策金融公庫の新創業制度貸付は新規開業促進効果を有していたといえるのである。

創業支援は雇用創出効果をもっていた。

#### 企業活力強化

企業活力強化特別貸付も行われている。これには、まず、事業拡大・生産性向上等を図る者への融資として、「企業活力強化資金」貸付（事業拡大・生産性向上等を図るものへの融資）、「観光産業等生産性向上資金」貸付（観光業を営み、生産性向上に取り組む者への融資）、「働き方改革推進支援資金」貸付がある。また、「事業承継・集約・活性化支援資金」貸付、「ソーシャルビジネス支援資金」貸付、「海外展開・事業再編資金」貸付もある<sup>(86)</sup>。

企業活力強化資金貸付は、企業の合理化に伴う設備投資、ものづくり基盤技術の促進、下請け中小企業の振興、空き屋店舗の解消のために使う資金を貸し付けるものである。

事業承継支援は、経営者の高齢化が進む状況下における我が国の大きな課題であった。中小企業者、小規模事業者が培ってきた技術・ノウハウ等の貴重な経営資源や雇用を喪失させないよう、政策金融機関として、日本政策金融公庫は、事業承継の円滑化を資金・情報の両面から支援した。事業承継・集約・活性化支援貸付は、地域経済の産業活動の維持・発展という政策目的に対応するものでもあった。同公庫は事業承継・M&Aに取り組む者への融資を行った。また、小規模事業者の承継先確保の支援のために、後継者不在の小規模事業者等と創業者等を引き合わせる「事業承継マッチング支援」を全国で行った。経営者の事業承継意識喚起のためのセミナーも開催した。

ソーシャルビジネスとは高齢者や障害者の介護・福祉、子育て支援、地域活性化、環境保護など、地域や社会が抱える課題にとり組むビジネスのことである。社会的課題の解決を目的とする融資実績は、2021年度に1万2465件、1137億円あった。

「海外展開・事業再編資金」貸付は、1. 経済の構造的変化等に適応するために海外展開することが経営上必要であり、かつ（1）海外展開事業が本邦内事業の延長と認められる

規模であり、(2) 本邦内の事業活動拠点(本社)が存続し、(3) 海外取引の必要性が認められるものであるか、2. 海外における経済の構造変化等に適応するために、(1) 海外展開事業を再編することが経営上必要であり、(2) 本邦内の事業活動の継続・発展が見込まれるか、3. 海外展開事業の業況悪化などにより本邦内における事業活動が影響を受けているか、のいずれかに該当する者に対して認められた。日本政策金融公庫は、海外展開を図るものに融資を行った。また全国152店に設置している「海外展開サポートデスク」において、海外展開に取り組む顧客の相談に応じた。

#### 環境・エネルギー対策

環境対策の促進を図るための「環境・エネルギー対策資金」貸付も実施された。これは非化石エネルギーの導入、省エネルギーの促進などに必要な資金を貸し付けるものであった。

#### 企業再建(再生)支援

小規模事業名の中には事業継続に苦しむ者もいる。国民生活事業では経営改善計画書の策定などを通じて経営の立て直しを図る小規模事業者に対して「企業再建資金貸付」を行った。

また、経営の立て直しと財務基盤の強化を図るために「資本性ローン」貸付(挑戦支援資本強化特別貸付)<sup>(87)</sup>も実施した。

国民生活事業では、このような特別貸付を通じて経済成長等の促進を図ったのである。

#### ④ 特別貸付以外の貸付

国民生活事業においては特別貸付以外の融資も行われている。

これにはまず「一般貸付」がある。これは事業を営むほとんどの業種の者を対象とするものである。2018年度国民生活事業融資実績においては一般貸付が融資実績総額の41.6%を占めている。同年度の国民生活事業においては一般貸付が融資実績のなかで最も多かった。

新型コロナウイルス感染症貸付が行われるようになると、一般貸付は激減する。

日本政策金融公庫は商工会議所や商工会などの経営指導を受けている小規模事業に対して経営改善に必要な資金を無担保。無保証で貸し付ける「マル経融資」(「小規模事業者経営改善資金」貸付)も行っている。「経営改善貸付」は同年度末国民生活事業貸付実績の5.5%を占めている。

国民生活事業においては生活衛生関係の事業を営む者への貸付も行われている。これには「生活衛生貸付」(一般貸付)と「振興事業貸付」(振興計画を受けている生活衛生同業組合の組合員を対象)とがあった。これに関する貸付が2021年度国民生活事業融資実績の2.6%を占めている。

事業資金貸付以外に「教育貸付」も行われている。国民生活事業本部は、教育に関する家庭の経済的負担の軽減と教育の機会均等を図るため、入学時、在学に必要な資金を貸し出した。2021年度に教育貸付は融資実績の5.9%を占めている。

国民生活事業においては時代の要請に応じた政策性の高い特別貸付にとどまらず、一般的な国民生活改善のための融資も行われているのである。

## (2) 中小企業事業（中小企業事業者向け業務）

### 1) 中小企業事業の支援先

日本政策金融公庫中小企業事業部の行う中小企業事業は、中小企業・小規模事業者の振興に必要な長期資金であって、民間金融機関が供給することが難しい資金を安定的に供給すること等によって、我が国経済の活性化に寄与することが期待される活力ある中小企業・小規模事業者や、地域経済を担う中小企業・小規模事業者を支援するものである。

中小企業庁の『2022年度版 中小企業白書』によれば、わが国では、中小企業・小規模事業者は全企業357万先の99%を占め、日本経済や雇用を支えている。日本政策金融公庫中小企業事業本部は、融資、信用保険、証券化支援といった金融手段を活用して中小企業・小規模事業者を支援している。

同公庫の2021年度中小企業事業の資金繰り支援先は中小企業・小規模事業者約164万先となっており、中小企業・小規模事業者総数の実に約46%を占めている。同公庫は中小企業・小規模事業者の資金繰りの円滑化に貢献している。その内訳は、直接融資が6.2万先、全体の約2%、信用保険が158万先、全体の約44%となっている。同年度の中小企業・小規模事業者向け貸出残高は327兆円であるが、そのうちの約16%は同公庫が占めている。その内訳は、中小企業事業融資が8.4兆円、全体の約3%、中小企業事業信用保険が42.0兆円、全体の約13%となっている<sup>(88)</sup>。

2021年度の中小企業事業の直接貸付の平均像をみると、1企業あたり平均融資額は1億600万円、平均融資期間は10年5ヵ月、平均従業員数は79人となっている。融資残高の約80%が従業員20人以上となっているから、同本部の融資は小規模事業者（製造業20人以下、商業・サービス業5人以下）を中心とするものではない。中小企業事業の主たる融資対象は国民生活事業の対象とする中小企業・小規模事業者よりも規模の大きな中小企業である<sup>(89)</sup>。中小企業事業の平均融資額は国民事業融資よりも多い。

日本政策金融公庫中小企業事業は日本経済と雇用を支えている中小企業を公的金融として支援しているのである。

### 2) 融資業務

#### ① 年度中の融資実績、年度末の融資残高

中小企業事業の融資実績は2019年度中の1兆1474億円から2020年度中の4兆5648億円へと激増した。その融資残高は2021年度末に8兆4326億円となっている。

#### ② 担保・保証

中小企業事業の無担保貸付の融資実績は、2008年度26.0%にとどまっていた。その後、中小企業事業無担保融資（直接貸付）実績額は融資全体の半分以上を占めるようになった。特に2020年度には融資実績全体に占めるその比率は前年度中の61.3%から95.8%と飛躍的に高まっている<sup>(90)</sup>。

中小企業事業は担保面において中小企業を支援するようになっているのである。

信用保証については、政策金融公庫中小企業の貸出においては、伝統的に保証人付き融資が行われてきた。金融庁は2003年3月に「リレーションシップバンキングの機能強化に関するアクションプログラム」を策定し、担保や保証人に過度に依存しない貸し出しを

推進するよう金融機関に要請した。これを受けて、公庫中小企業において2004年度以降、無担保・無保証貸出の導入が行われた<sup>(91)</sup>。

保証人に依存しない融資については、2014年2月に「経営者保証に関するガイドライン」の適用が開始されたことを受けて、融資実績に占めるその比率は、金額ベースで2013年度に13.4%であったものが2014年度に39.0%、2015年度に47.4%へと高まった。

2014年2月に、保証人徴求を免除する代わりに追加される金利が変更されることとなった。変更前は一律0.3%上乗せであったが、変更後は公庫内部の格付けによって変更されることとなった。これは優良な借り手に便宜を与えるものであった。優良な借り手企業では無保証人による金利上乗せはなくなった<sup>(92)</sup>。

公庫中小企業事業の無保証人融資の比率は2016年度には95.8%と飛躍的に上昇し、2020年度には99.1%（件数では2015年度の45.5%から2020年度の99.3%へと増加）と、日本政策金融公庫の中小企業貸付はほとんど保証人に依存しないものとなるに至っている<sup>(93)</sup>。

日本政策金融公庫は経営者保証なしの融資を行うことを通じて中小企業事業者を支援しているのである。

### ③ 長期資金の安定供給

政策金融公庫中小企業事業本部の前身である中小企業金融公庫は、民業補完の立場から、長期資金の供給等により中小企業の経営安定化を支援していた。中小企業は自己資本が少なく、また、資本市場から資金調達をすることが困難であるため、長期資金に対するニーズが強かった。だが、民間金融機関の融資の大半が期間5年以下であった。2006年度において、期間5年以内の貸付が民間金融機関貸付の79%を占めていた。中小企業金融公庫の融資は64%が期間5年超（平均貸付期間約8年）であった<sup>(94)</sup>。政策金融公庫中小企業事業は中小企業金融公庫の長期資金貸出方針を継承した。

日本政策金融公庫は長期資金の安定供給により民間の中小企業・小規模事業者金融を質と量で補完している<sup>(95)</sup>。日本商工会議所の政府系金融機関に関するアンケート調査結果（2005年10月6日）によれば、政府系金融機関の機能としては、安定的な資金供給機能を求めるものの比率が53.6%と最も高かった<sup>(96)</sup>。

日本政策金融公庫中小企業事業は長期資金を専門的に取り扱っており、短期の運転資金は取り扱わなかった。中小企業者が円滑に成長・発展していくには、適宜的確な設備投資の実施と継続的な財務体質の強化が必要であり、このためには長期資金の安定的な調達が不可欠である。しかし、一般的に中小企業者は大企業と比較して資本市場からの資金調達が困難であるなど、資金調達の手段が限られている。

同公庫の中小企業事業融資の過半が期間5年超の長期資金であって、2021年度貸出の79.5%が5年超となっており、すべて償還計画が立てやすい固定金利となっている。中小企業事業は、民間金融機関を補完し、我が国経済にとって重要な役割を担う中小企業者の長期資金ニーズに応えている<sup>(97)</sup>。

同公庫は事業資金を安定的に供給している。中小企業事業の融資の伸びは、リーマン・ショック後の景気低迷期などには高く、逆に景気回復期には低下している<sup>(98)</sup>。これは同公庫が民間金融補完の役割を果たしていることを示すものである。

融資残高の用途別内訳をみると、2018年度末には運転資金が3兆135億円（56.6%）、投資資金が2兆3128億円（43.4%）貸し出されている<sup>(99)</sup>。

借り手企業の情報力は民間金融機関が政府系金融機関を上回っているが、設備資金の貸出については政府系金融機関の方が民間金融機関を上回っているといわれている<sup>(100)</sup>。金融公庫融資はそれによる設備投資促進効果を持つものであった<sup>(101)</sup>。

政策金融公庫はこのように長期資金の安定供給によって民間金融を補完しているのである。

もっとも、民間金融機関は短期のみならず長期金融も行っているから、政策金融公庫が長期貸出を行っているということだけでは同公庫と民間金融機関との競合の可能性を排除できない。

地域活性化や技術革新のために、公的金融機関である同公庫が、事業性評価を適切に行いつつ、リスクをとって無担保で貸出を行うことを推進することが検討されてよい。長期貸出を行う同公庫が経営上のアドバイスを行うことによって借り手企業の経営改善を進め、債権を確保することも期待できよう。

#### ④ 時代の要請に応じた政策性の高い分野への重点的な資金供給

##### ア セーフティネット関連の特別貸付

日本政策金融公庫の中小企業事業融資は時代の要請に応じて政策性の高い融資として実施されている。この点で借入目的を限定しない一般貸付も行う国民生活事業とは性格が異なっている。中小企業事業融資が政策性の強い融資であるということに民間金融との違いがある。一般的な貸付を行わないことによって政策金融公庫は民間金融機関との競合を回避し、民間金融の補完機能を果たそうとしたとすることができる。

政府系金融機関の中小企業事業は、戦後、1960年代の輸出製造向け貸付、1970年代の近代化促進貸付、1980年代の国際経済調整対策等特別貸付、消費税導入円滑化貸付、1990年代の災害復旧貸付、2000年代のIT活用促進資金、地域活性化・雇用促進資金、新事業活動促進資金、セーフティネット資金の貸付、2010年代のセーフティネット資金の貸付、東日本大震災災害復興特別貸付、2020年代の新型コロナウイルス感染症特別貸付などの特別貸付を行ってきた<sup>(102)</sup>。

日本政策金融公庫中小企業事業本部の前身である中小企業金融公庫は、民業補完の立場から、政策性の高い特別貸付を実施していた。同公庫の特別貸付は2006年度には前貸付の9割に及んだ。その内訳は経営環境変化対応資金（33.5%）、金融環境変化対応資金（12.1%）、取引企業倒産対応資金（0.1%）からなるセーフティネット貸付（45.7%）、新企業育成貸付（24.1%）、企業活力強化貸付（24.3%）、企業再生貸付（3.4%）、環境対策貸付（2.6%）となっていた<sup>(103)</sup>。

日本政策金融公庫中小企業事業もこの特別貸付重視の方針を継承した。特別の貸付のために特別貸付制度が設けられた。

特別貸付としては、まずセーフティネット関連融資を挙げることができる。セーフティネット関連融資はリーマン・ショック後に増大した後減少していたが、新型コロナウイルスが蔓延すると再びこれが増大した。

##### 新型コロナウイルス感染症関連融資

日本政策金融公庫中小企業融資業務は融資実績で2019年度の1兆1474億円から2020

年の4兆5648億円へと激増したが、これは「新型コロナウイルス感染症特別貸付」の激増によるところが大きかった。中小企業事業の場合、この特別貸付の融資限度額は国民生活事業融資限度額よりも多く、直接貸付が6億円であった。

2020年8月からコロナ禍の下で財務体質強化を図るための「新型コロナウイルス感染症対策挑戦支援資本強化特別貸付（新型コロナ対策資本金劣後ローン）」が開始された。この貸付実績は2020年度に3464億円あった。

日本政策金融公庫の中小企業事業の2021年度融資実績において、新型コロナウイルス感染症貸付が全体の54.0%、新型コロナウイルス感染症対策挑戦支援資本強化（劣後ローン供給）が全体の22.9%となっており、同年度の中小企業事業融資の76.9%はコロナウイルス関連のものであったのである。

#### 災害復興支援

日本政策金融公庫は災害復興支援も行った。主な災害復興支援の貸付状況は次の通りであった。1995年、阪神・淡路大震災、貸付実績1748億円、2004年中越地震、37億円、2011年、東日本大震災、1兆7874億円、2016年、熊本地震、515億円、2018年、平成30年7月豪雨、37億円、2018年、北海道胆振東部地震、3億円、2019年、令和元年台風第19号、第20号、第21号、92億円、2020年、令和2年7月豪雨、15億円<sup>(104)</sup>。

だが、2020、2021年度には災害対策融資実績はほとんど存在しなかった。

#### セーフティネット貸付

中小企業事業の「セーフティネット貸付」には「経営環境変化対応資金」貸付、「金融環境変化対応資金」貸付（金融機関との取引状況の変化により、資金繰りに根拠をきたしているものへの貸付）、「取引企業倒産対応資金」貸付があった。

2009年度には中小企業事業の「セーフティネット貸付」の融資実績は2.8兆円もあり、同年度中小企業事業融資実績総額の87.8%も占めていた<sup>(105)</sup>。

その後その額は減少し、とくに2018年度以後減額が顕著となった。

政策金融公庫中小企業事業は企業環境が厳しいときに、セーフティネット関連貸付を通じて経済、経営の安定化を図ったのである。

### イ 成長戦略分野等への特別貸付

#### 創業・新事業支援

日本政策金融公庫は中小企業事業において時代の要請に応じて成長戦略分野等を重点的に支援し、そのための特別の貸付（特別貸付制度を含む）を行った。

2009年度には同公庫の中小企業事業においては、セーフティネット関連以外の融資実績は3906億円あり、それは融資実績総額の12.1%を占めていた。

その後成長戦略分野等への融資は増加した。2018年度には、同公庫の中小企業事業においては、セーフティネット関連以外の融資実績は8105億円となり、それは融資実績総額の65.7%を占めていた。

成長戦略分野等への特別融資として、まず創業・新事業支援をあげることができる。

新事業への投資は経済的に必要とされるがリスクの大きなものであり、民間金融だけでこれに対応することは困難であり、政策金融による補完が求められた。新事業支援のために中小企業事業において「新事業育成資金」特別貸付が2000年2月にスタートした。こ

これは日本の産業活動の活力を維持し、持続的な経済成長および雇用の創出に資するため、新しい技術の活用、特色ある財、サービスの提供などにより市場を創出・開拓し、高い成長性が見込まれる中小企業を支援するものであった。融資限度額は7億2000万円であった。担保は相談の上決められた。2016年度における「新事業育成資金」の融資実績は1641先、996億円であった。この制度が発足してからの累計実績は1万5138先、7261億円に上っている（2022年3月末時点）<sup>(106)</sup>。

高い成長性が認められる新たな事業を行うものに対するこの融資制度において、担保の有無・担保の種類は公庫と借り手との相談の上決められることとなっている。だがリスクが高いが日本経済の活力を維持するために必要な事業を育成するためには、政策金融機関がリスクを負担し、政府系金融機関として、事業性評価を適切に行って、無担保・無経営者保証で貸出す制度を導入することが検討されてよい。

中小企業事業として、中小企業者に対する「新事業活動促進資金」の貸付も行った。中小企業事業においては、融資限度額は直接貸付の場合、7億2000万円であった。

2016年度における中小企業事業の新企業育成貸付は2380億円に上った。それは同年度の中小企業事業融資額の16.0%となり、セーフティネット関連貸付額に次いで多かった。2018年度において中小企業事業における新企業育成のための貸付額3705億円は同年度の融資額の30.1%を占め、セーフティネット貸付（33.2%）に近い規模となった。2012年度においては、新企業育成貸付982億円は同年度融資額の4.7%を占めるにとどまっていたが、その後、新企業育成貸付新型コロナウイルス感染症発生前において大きな役割を果たすようになったのである。

#### 企業活力強化

中小企業事業においては企業活力強化のための資金も貸し出した。中小企業事業融資においては2021年度融資実績において企業活力強化資金融資が1693億円（融資実績総額の10.0%）と、コロナ関連融資実績について多かった。それは同年度において新企業育成貸付をも上回るようになっている。

企業活力強化貸付は、2022年4月1日現在、企業活力強化資金（合理化のための設備投資資金等の貸付）、IT活用促進資金、観光産業等生産性向上資金、働き方改革推進支援資金、事業承継・集約・活性化支援資金、地域活性化・雇用促進資金、海外展開・事業再編資金の貸付を含んでいる<sup>(107)</sup>。

#### 資源・エネルギー対策

資源・エネルギー対策のために2021年度に中小企業事情資金として405億円（全体の2.4%）が融資された。

#### 企業再生支援

企業再生のための融資実績は2021年度に280億円（全体の1.7%）であった。

このように、政策金融公庫中小企業事業本部は、創業・新事業支援、企業活力強化などのための重点的な資金供給を実施し、中小企業を支援したのである。

### 3) 信用保険業務

日本政策金融公庫は信用保険を引き受け、信用保証制度と一体となり、中小企業・小規模事業者の事業資金の円滑な調達を支えている<sup>(108)</sup>。

担保力や信用力の乏しい中小企業・小規模事業者は信用保証協会からの信用保証を得て金融機関から資金調達を行う。借入金（または社債）の返済不能に備えて、信用保証協会は日本政策金融公庫中小企業事業本部と信用保険契約（包括保険契約）を締結する。中小企業事業本部は保険責任を引き受け、その対価として信用保証協会から保険料の支払いを受ける。借入金（または社債の償還）の返済ができなくなって信用保証協会が金融機関に対して代位弁済を行うこととなった際に、政策金融公庫中小企業事業本部が保険金を支払う。保険金の支払額は代位弁済額の70%、80%、または90%である。代位弁済が行われた後、信用保証協会は借入金を借り手から回収して、回収金を日本政策金融公庫中小企業事業本部に納付する。保険料率は填補率70%の普通保険については0.25%~1.69%であった<sup>(109)</sup>。

2008年10月末に「緊急保証」（2010年2月に「景気対応緊急保証」に変更）が実施されると信用保険引受額は同年度に実績が18兆6629億円に達した。信用保険引受残高は前年度の29兆7397億円から34兆5787億円へと増大した。その後、信用保険引受額は低下傾向をたどり、2014年度には8兆4859億円、2017年度には7兆6355億円となった。

信用保険引受額は2017年度が7.6兆円、2018年度が7.7兆円、2019年度が8.3兆円であった。

2018年度末における信用保険引き受け残高は21兆2640億円であった。

信用保険の引受状況を政策金融公庫のホームページにより制度別にみると、2010年度には一般関係保険が40.0%、特例保険が60.0%と特例保険の方が多かった。特例保険の比率はその後減少傾向をたどり、2014年度には一般関係保険は90.0%、特例保険が10.0%と、一般関係保険が大部分を占めるようになっている。

2014年度の業種別保険引受状をみると、総額8兆4859億円のうち、製造業が19.8%、建設業が25.9%、物品販売業が27.8%、不動産業4.8%、運輸・倉庫業が4.7%、サービス業が15.8%となっていた。同年度の金融機関業態別保険引受状況をみると、都市銀行が13.7%、地方銀行が36.0%、第二地方銀行が16.7%、信用金庫が29.0%、信用組が3.7%となっていた<sup>(109-1)</sup>。近年については日本政策金融公庫「中小保険」を参照されたい。

一般会計からの出資金は、同公庫の『事業報告』によれば、2018年度に同公庫受入額1713億円中信用保険等業務が1004億円と最も多くを受け入れている。2019年度は1922億円中639億円と中小向け融資業務の681億円に次いで受け入れている。

2020年度における信用保険業務は次のようなものであった。利用先数は155万先、1企業あたりの平均保険引受額は2800万円、平均保険期間は7年9ヵ月、平均従業員数は8人（保険引受残高の約75%が従業員20人以下）であった（『ディスクロージャー誌』2021年版、49ページ）。政策金融公庫は引き続き災害関係保証に係る保険を引き受けた。また、経営安定関連保証や借換保証等に係る保険を引き受けた。特に、コロナ禍において影響を受けた中小企業・小規模事業者の支援については、経営安定関連保証や危機関連保証に係る保険を引き受けた（『事業報告』2020年度版、5-6ページ）。

こうして政策金融公庫は、厳しい経営環境にある中小企業者・小規模事業者の資金繰り支援を、信用保険を通じて行い、セーフティネット機能を発揮したのである。

成長戦略分野等への対応については、引き続き、創業関連特例等を通じた創業支援、経営力強化保証に係る保険引き受けなどを通じた経営支援、事業再生計画実施関連特例等を



通じた再生支援および特定経営承継関連特例等を通じた事業承継支援に努めた。こうして成長戦略分野への資金供給を、保険引受を通じて支援したのである<sup>(110)</sup>。

これらにより、信用保険の引受実績は2019年度の8.3兆円から2020年度の33.2兆円へと激増した。2020年度の信用保険引受額は33兆2106億円に上った。そのうちセーフティネット関連が28兆6225億円と大部分を占めるようになっている（『業務報告書』2020年度版、28ページ）。信用保険の引受残高はこの間に21.3兆円から42.4兆円へと激増している（『ディスクロージャー誌』2021年版、95ページ）。

信用保険事業の収支状況をもてみると、その収支は1998年度以降、慢性的な赤字となっていた。その原因は、政策的に抑えられた保険料水準や、求償件に対する回収率の低下である。特に、特別保証、緊急保証などの特別措置が採用されて以降は、保険収支が大幅に悪化している。2014年度における日本政策金融公庫の保険収支総計は1602億円の赤字となっている。

かくして、毎年度、政府から信用保険事業に対して、政府から多額の出資金が措置されている<sup>(109-1)</sup>。2009年度には2兆1598億円、2011年度には1兆1775億円、2014年度には1275億円の予算措置が講じられた。

その後の信用保険の状況は次の通りである。日本政策金融公庫の信用保険に関する同行のホームページ掲載資料（「保険収支の状況」）により信用保険収支（保険料+回収金-保険金）をみると、2017年度～2019年度には600億円を超える赤字となっていたのが2020年度には384億円の黒字となっている（保険料収入1852億円、回収金650億円、保険金2117億円）。これは保険料収入の増大と保険金支払いの減少によるものである。だが将来の保険金支払いに備えた保険契約準備金繰入のために経常収支は赤字となったのである。

2020年度に経常損失は7188億円に達している<sup>(111)</sup>。2020年度には信用保険等業務は同公庫の一般会計からの出資金受入額4兆1176億円で、国民一般向け業務の1兆7740億円に次ぐ1兆4517億円を受け入れている。中小企業向け融資等業務の受入額は8430億円であった。出資金は将来の保険金支払等の原資となるものであった。

保険契約準備金は2018年度末の8884億円から2020年度末の1兆5369億円へと激増している。政策金融公庫はこれによって、増大すると予想される信用保険の支払いに対応しようとしたのである。

2021年には保険引実績は8.7兆円へと激減した。その額はコロナ禍の水準に戻っている。同年度に同公庫が受け入れた一般会計からの出資金6兆9452億円で、信用保険等業務が国民一般向け業務に次いで2兆3227億円を受け入れている。中小企業向け融資等業務は1兆3730億円を受け入れていた。

信用保険業務はきわめて大規模に行われた。信用保険の対象先の膨大さや一般会計からの出資金受入額をあわせて考えると、政策金融公庫の業務において果たした信用保険業務の重要性が認識されるべきである。

この信用保険業務が中小企業・小規模事業者の円滑な、資金調達を支え、その経営の安定と事業の成長・発展に貢献するものとなったのである。その意義はきわめて大きかったということができよう。

#### 4) 証券化支援業務

日本政策金融公庫中小企業事業本部は中小企業者への無担保資金の円滑な供給を支援することとした。このための手法として証券化の手法を活用した。これは中小企業向け貸付債権等の証券化を図るものである。

証券化支援の手法には買取型と保証型とがあった。買取型は、民間金融機関等の中小企業向け無担保債権等を譲り受け、またはCDS(クレジット・デフォルト・スワップ)契約を活用し証券化する業務である。保証型は、民間金融機関等が自ら証券化する中小企業者向け無担保債権等の部分保証や証券化商品の保証や一部買取を行う業務である<sup>(112)</sup>。

日本政策金融公庫中小企業事業本部は、証券化支援業務では、買取型、保証型の手法を活用し、2004年の7月の業務開始から2022年3月末までの累計で延べ302の金融機関と連携して、延べ1万6065先の中小企業者に対する4029億円の無担保資金の供給を支援した<sup>(113)</sup>。

#### (3) 農林水産事業 (農林水産業者向け業務)

日本政策金融公庫農林水産事業本部は、農林漁業者や食品の製造業の事業を営む者に対し、農林漁業の持続的かつ健全な発展または食料の安定供給の確保に資する事業について、一般の金融機関が行う金融を補完することを旨としつつ、長期かつ低利の資金を供給した。

同公庫の農林水産事業については紙面の都合上略述するにとどめる。

同公庫の農林水産事業は農林分野、林業分野、漁業分野、加工流通分野の4つの分野において行われた。

農業分野においては、日本政策金融公庫農業林水産事業本部は、「食料・農業・農村基本法及び基本計画」の政策展開に沿った資金供給を通じ、農業者の意欲と創意工夫を活かす経営改善尾取組みを支援している。農業の担い手を長期資金の融資により支援した。

林業においては、「森林・林業基本法及び基本計画」の政策展開に沿った資金供給を通じ、多面的機能を有する森林や国産材の供給・加工体制の整備を支援している。資本回収が長期に及ぶ林業者への融資を行った。

漁業分野においては「水産基本法及び基本計画」の政策展開に沿った資金供給を通じ、水産物の安定供給や水産資源の持続的利用を確保するための取組みを支援している。漁業の担い手を支援した。

加工流通分野においては、国産農林水産物を取り扱う加工流通分野への資金供給を通じ、原材料の安定供給と付加価値向上を図るための取組みを支援している。国産農林水産物の利用促進を図った<sup>(114)</sup>。

2020年度に日本政策金融公庫農業林水産事業部門は以下のような業務を行った<sup>(115)</sup>。

日本政策金融公庫農林水産業務部門は、国の農林水産業における施策を受けて、ニーズおよび地域・業界の実態を把握し、民間金融業者などと連携しながら業務を遂行した。

特に、農業の構造改革の進展にともなう担い手農業者の急激な規模拡大や新たな事業の開始、大規模な農業参入などに対して、その事業性を積極的に評価して円滑な資金供給につとめるとともに、コロナ禍や自然災害の影響を受けた農林漁業者への支援などセーフティネット機能を発揮した。

成長戦略分野等への対応については、地域の中心経営体と定められた農業者や国産材の

安定供給・利用、水産業の生産体制強化の取組みを支援するとともに、農林漁業者が加工・販売へ進出して事業の多角化および高度化に取り組む6次産業化に対して関係機関と連携し支援を行った。また、新規就者支援、農業事業支援、農業の海外展開支援を行った。

#### 4 指定金融機関に対する資金供給を通ずる業務（危機対応等円滑化業務）

##### (1) 危機対応円滑化業務

日本政策金融公庫は危機対応等円滑化業務も行っており、この業務は同公庫副総裁の下に置かれた危機対応等円滑化業務部が主管している。

この業務には危機対応円滑化業務と特定事業等促進円滑化業務とがあり、前者が中心となっている。

危機対応等円滑化業務は、株式会社日本政策金融公庫の設立と同時に業務が開始された。これは政府から資金の貸付、政府保証、出資、補給金交付を受けた日本政策金融公庫が、指定金融機関に対して貸付、危機対応円滑化業務における非弁済額の一部補填（損害担保取引）、利子補給を行い、これを受けた指定金融機関が事業者に対して貸付け、低利資金の貸付を行う業務である。日本政策金融公庫が直接事業者に対して貸し付けるわけではない。指定金融機関を通じて貸し出す貸付はツーステップ・ローンと呼ばれる。

内外の金融秩序の混乱、大規模災害等の危機発生時において、一般に事業者の信用リスクが上昇するために民間金融機関による資金供給が十分になされないという事態が生じることが想定される。危機対応円滑化業務は、このような事態に対処するために設けられた業務である。この業務は公的性格がきわめて強い業務である。

この業務において主務大臣から指定金融機関として指定されたのは商工組合中央金庫と日本政策投資銀行であった。

危機対応円滑化業務はツーステップ・ローンと損害担保取引を中心としていた。2008年下期から2021年度にかけては、2008年下期、2009年度、2010年度については、ツーステップ・ローンの実績が損害担保取引の実績を上回っていた。

2008年9月にアメリカの有力投資銀行（金融機関）であるリーマン・ブラザーズ証券が破綻し、それを契機として世界的な株価下落、金融不安（危機）、同時不況というリーマン・ショックが発生し、我が国においても景気後退、中小企業における金融環境の悪化が生じた。2008年度下期には指定金融機関に対する貸付実績は1兆4301億円、この貸付等に係る損害担保取引が3451億円あった。2009年度には3兆8693億円もの危機対応円滑化ツーステップ・ローンが実施された。損害担保取引は1兆8119億円に達した。2009年度の危機対応円滑化業務の融資残高は前年度と比べて大幅に増加した。利子補給は行われていない。

2010年度には貸付金額は4052億円に減少したが、損害担保取引は1兆8933億円と前年度とほぼ同じ金額を維持していた。利子補給は3億円であった<sup>(116)</sup>。2010年度における危機対応円滑化業務のツーステップ・ローン残高は4兆7369億円であり、前年度と同程度であった（『ディスクロージャー誌』2011年版、4ページ）。

2008年10月から2010年3月までの危機対応業務の実績については、ツーステップローン5兆2994億円のうち、日本政策投資銀行向けが3兆8394億円、商工中金向けが1兆4600億円となっており、また損害担保取引2兆1571億円のうち、日本政策投資銀行向けが2635億円、商工中金向けが1兆8935億円となっていた（『ディスクロージャー誌』

2010年版, 91ページ)。

東日本大震災が発生した2011年度には貸付金額が増大し、1兆1534億円のツーステップ・ローンが行われている。損害担保取引は1兆7398億円であった。利子補給は24億円にとどまった。同年度の危機対応円滑化業務のツーステップ・ローン残高は前年度と比べて増大し、その残高は5兆円を超えた。

2012年度の日本政策金融公庫の総融資残高は21兆8268億円(国際協力銀4行出融資残高8兆1927億円を差し引いた金額)で、国民生活事業残高が7兆3408億円(33.6%)、中小企業事業が(融資業務)が6兆4396億円(29.5%)となっている。危機対応円滑化業務融資残高5兆3942億円は総融資残高の24.7%を占めており、危機対応円滑化業務の2011年度末損害担保引受残高3兆3796億円を考慮すれば、当時、危機対応円滑化業務は国民生活事業、中小企業事業と並ぶ重要な役割を果たしていたといえる<sup>(116-1)</sup>。

その後、貸付金額実績は2012年度には7337億円、2013年度には5593億円と減少し、2014年度にはツーステップ・ローン貸付実績は激減した。東日本大震災以後も危機対応円滑化融資残高は2013年度まで5兆円台を維持していたが、2014年度にはこの額を割り込み、以後減少降をたどり、2019年度末残高は1兆3277億円にまで減少している。

損害担保取引は危機が去った後にも生じてくるもので、2012年度以降もツーステップ・ローンほどには減少しなかった。損害担保取引実績は2015年度には1兆775億円あった。だがそれも2016年度以降、激減している。

2018年度にはツーステップ・ローン実績はみられなくなった。損害担保取引は10億円にすぎなくなった。利子補給は49億円あったが、その額は多いとはいえない<sup>(117)</sup>。危機対応円滑化業務のツーステップ・ローン残高は各事業本部の融資残高よりもはるかに少なくなった。

だが新型コロナウイルス感染症が発生して経営環境が悪化した2020年度には危機対応円滑化ツーステップ・ローンが激増した。同年度のその融資実績は3兆5494億円に及んでいる。指定金融機関が行う貸付等に係る損害担保取引が2兆3645億円、指定金融機関に対する利子補給が46億円となっている。危機対応円滑化業務は、2020年度は単年度で過去最大の実績となった<sup>(118)</sup>。

2021年度には貸付実績は2912億円に激減し、損害担保取引も5931億円に減少した。だが利子補給金は182億円に増加した。2021年度末の危機対応円滑化業務の融資残高は4兆3599億円に達している。

このように危機対応円滑化業は危機の状況に応じて変動していたのである。

## (2) 特定事業等促進円滑化業務

特定事業促進円滑化業務は、主務大臣が認定した特定事業を実施しようとする事業者に対して指定金融機関が行う貸付に必要な資金を日本政策金融公庫が貸付けるものである。

この業務には、特定事業促進、事業再編促進、事業適応促進、開発供給等促進、事業基盤強化促進、導入促進の円滑化業務がある。

特定事業等促進円滑化業務は事業本部業務や危機対応円滑化業務と比べて各年度とも融資額がきわめて少なかった。2015年度から2018年度までを見てもその融資実績は皆無といえるものであった、2018年度における融資残高は447億円にすぎなかった。2019年度

には特定事業等促進円滑化業務の中の事業再編促進円滑化業務のために1000億円のツーステップ・ローンが行われている。だが2020年度には特定事業等促進円滑化業務における貸付の実績はなかった。2021年度末の特定事業等促進円滑化業務の総融資残高は1108億円にとどまっている<sup>(119)</sup>。

### Ⅲ 日本政策金融公庫の経営の現況

#### 1 資金調達

日本政策金融公庫の経営の現況について考察しよう。

日本政策金融公庫の活動を支えた同公庫の資金調達の構造はどのようなものであったのであろうか。

2019年度調達額の実績額3兆6492億円の内訳は次のとおりである。財政融資資金借入金等3兆2070億円（財政融資資金借入金，産業投資借入金，および農林漁業信用基金からの寄託金），政府保証債450億円，政府出資金1922億円，財投機関債2050億円。国の制度による調達額が3兆4442億円と外部資金調達額のほとんどすべて（94%）を占めていた<sup>(120)</sup>。

2020年度資金調達額の実績額18兆8931億円の内訳は次のとおりである。財政融資資金借入金等14兆3154億円，政府保証債2000億円，政府出資金4兆1176億円，財投機関債2600億円。国の制度による調達額が18兆6331億円と外部資金調達額のほとんどすべて（99%）を占めている<sup>(121)</sup>。資金調達額の中心を占めたのが財政投融資特別会計からの借入金であった。政府出資金はほとんどすべてが一般会計出資金であった<sup>(122)</sup>。

政策金融公庫の2020年度末の「貸借対照表」によれば，同公庫の資金源（外部資金）の中心は借入金であった。その残高は23兆7138億円であった。社債残高は1兆5756億円であった。資本金は一般会計出資金を大部分とする政府出資金で，資本金残高は6兆9902億円であった<sup>(123)</sup>。

このような構成で日本政策金融公庫の主要な資金源が外部資金としての財投資金や政府出資金から成っていたのである。このような公的資金に依存して政策金融公庫は政策金融を展開することができたのである。

このほかの資金源としては，内部資金として，保険契約準備金1兆5368万円や資本剰余金があった<sup>(124)</sup>。

#### 2 収支状況

次に日本政策金融公庫の収益状況を考察しよう。

同公庫は2017年度には1178億円，2018年度は765億円の純利益をあげていたが，2019年度には296億円の純損失を計上するようになった。2020年には経常損失，純損失は1兆372億円に達した<sup>(125)</sup>。

日本政策金融公庫の会計は，国民一般向け業務，農林水産業者向け業務，中小企業者向け融資・証券化支援保証業務，中小企業者向け証券化支援買取業務，信用保険等業務，危機対応円滑化業務および特定事業等促進円滑化業務の7勘定に区分して経理されている。

2020年度の同公庫の損益状況を業務勘定別に考察すると，国民一般向け業務は1546億

円の純損失、中小企業者向け融資・証券化支援保証業務は1523億円の純損失、信用保険業務は7188億円の純損失。危機対応円滑化業務は116億円の純損失、中小企業者向け証券化支援買取業務、特定事業等促進円滑化業務、農林水産業者向け業務はいずれも損益なしとなっていた。2020年度の損失は主として信用保険等業務から発生していた<sup>(126)</sup>。純損失の大部分は保険契約準備金繰入によるものであった(7637億円)。保険料収入を主とする経常収益は2016億円、保険金支払い、保険契約準備金繰入などによる経常費用は9204億円であった(会計検査院『決算検査報告』2020年度版、870ページ)。

2021年度と同公庫損益計算書によれば、経常費用の中で金額が多いのは貸倒引当金繰入額2913億円、保険契約準備金繰入額2008億円である<sup>(127)</sup>。

日本政策金融公庫は貸倒れが発生するのをある程度覚悟のうえで貸し出し、また信用保証協会が金融機関に代位弁済した時に信用保険金を請求してくることに備えようとしていたのである。また将来の支払いに備えて一般会計から多額の出資が行われたのである。損失を覚悟のうえでリスクをとって融資や信用保険引受引受けを行い、中小企業、小規模事業者を支えようとした政策金融公庫の公的性格がここにかがえるのである。

### 3 信用リスク管理

日本政策金融公庫の信用リスク管理はどのような状況であったのであろうか。

同公庫の日本政策金融公庫の貸出しは不良債権を伴っていた。2020年度末の日本政策金融公庫の国民一般向け業務勘定において、貸出金残高12兆7205億円のうち5101億円がリスク管理債権(不良債権)であった<sup>(128)</sup>。破綻先債権は42億円、延滞債権は1163億円、3か月以上延滞債権は1億円、貸出条件緩和債権は3896億円となっていた。リスク管理債権比率は4%となり、貸倒引当金が2825億円計上されていた。同年度末の中小企業者向け融資・証券化支援保証業務勘定において、貸出金等残高8兆1165億円のうち7948億円がリスク管理債権であった。破綻先債権は38億円、延滞債権は6811億円、貸出条件緩和債権は1099億円となっていた。リスク管理債権比率は9.8%となり、貸倒引当金が4741億円計上されていた。2018年度～2020年度には中小企業事業の方がリスク管理債権の比率が高かった<sup>(129)</sup>。

2021年3月期の国内107銀行のリスク管理債権の貸出金に占める比率は1.33%であった<sup>(130)</sup>。これと比較すると、日本政策金融公庫の不良債権比率がかなり高かったといえる。日本政策金融公庫はリスクをとって貸出を行い、また信用保険を引き受けていたのである<sup>(131)</sup>。

日本政策金融公庫にはガバナンス態勢が構築されており、国による統制、取締役会、監査役会、評価・審査委員会による統制が行われている。総裁のもとにコーポレート・ガバナンス委員会が設置されており、同委員会は6つの重点分野(コンプライアンス、リスク管理、情報資産の管理、緊急時対策その他の危機管理、顧客サービスの向上、職場環境の向上)の一つとしてリスク管理を行っている。各事業本部には審査部門が設けられており、同部門が貸出審査を行っている。同公庫にはこのようにしてリスク管理態勢が構築されている。内部監査も行われている。リスク管理の対象は信用リスク、信用保険引受リスク、流動性リスク、オペレーショナル・リスクである<sup>(132)</sup>。

日本政策金融公庫のリスク管理態勢は、特に優れているとは言えないが、大きな問題があっ

たということは指摘されていない。日本政策金融公庫評価・審査委員会『2020年度業績評価報告書』は、同公庫の「信用リスクの適切な管理」について、計画に対する期待通りの「標準」の業績を上げた（B）と評価している（49-51ページ）<sup>(133)</sup>。

信用リスクの適切な管理については、国民生活事業においては、コロナ禍の影響を受けた顧客からの資金需要に対してセーフティネット機能を最大限に発揮しつつ、信用リスクの適切な管理及び与信ポートフォリオの健全性維持に努めた。また中小企業事業においても、延滞倒産の発生状況や初期デフォルト率など、既存のモニタリング項目に加えて、「取引先の平均財務の変化」や「債務者区分構成の変化」等、新たなモニタリング項目を適時追加した。業種別や既往・新規取引先別に細分化して要因分析を行うなど、より広範なモニタリングを、リスク管理部が実施した。保険業務においても、保険引き受けリスク管理態勢の充実・強化を図るとともに、信用保険引き受けリスク状況について、コーポレート・ガバナンス委員会への報告を適切に実施した。中小企業事業においては、リスク管理プログラムに基づき、「①審査能力向上に資する施策の実施、②適切な債権管理に資する施策の実施、および③信用保険引受リスク管理を、概ね、計画通りに行った」<sup>(134)</sup>。

このように政策金融公庫のリスク管理は適切に行われていたといえる。リスク管理債権の発生の多さは政策金融公庫の放漫経営の結果ではなくて、同公庫が政策金融機関としてリスクをとって貸し出した結果であるとみなすことができよう。

もっとも、リスク管理態勢について全く問題がなかったとはいえない。前述の『業績評価報告書』は同公庫の信用リスク管理を「特に優れている」(S)や「優れている」(A)とは評価していない。同公庫の「業務運営計画（2021年度～2023年度）」における「事業運営政策」の中には「信用リスクの適切な管理」が指摘されている。すなわち、適切な与信管理の実施、適切な信用コストの管理、保険引受リスク管理態勢の充実・強化、損害担保取引に係る信用リスク管理態勢の整備が挙げられていたのである<sup>(135)</sup>。

## IV 政策コスト分析

### 1 政策コストの算定

財政投融资の対象となっている事業の妥当性や健全性を判断する材料として「政策コスト」が算定されている。これは国の支出から国の収入を引いたものに国からの出資金等の機会費用を加えて算出したものであり、現在価値に換算される。

2021年度財政投融资計画（当初）に基づく政策コスト分析は25機関を対象に試算され、政策コストの合計は3兆6946億円と試算され、これはコロナウイルスの影響4.7兆円を含んでいた<sup>(136)</sup>。

日本政策金融公庫の融資額の増大は同公庫の政策コストの増大をもたらすものであった。日本政策金融公庫の融資における政策コスト見込み額は、2020年度財投計画策定期から2021年度策定期にかけて、3361億円から4兆8919億円へと激増した。

これを事業別にみると、国民一般向け業務において306億円から7194億円（補助金等の国の支出は800億円、出資金等の機会費用は6394億円へ、中小企業者向け融資・証券化支援保証業務において91兆円から5855億円（国の支出は1079億円、機会費用は4776億円）へ、危機対応円滑化業務において2142億円から3兆4864億円（国の支出は17億円、

機会費用は3兆4817億円)へと激増している。その政策コスト見込み額増大は主としては危機対応円滑化業務勘定によるものであった。これはコロナ関連の損害担保の事業規模増加による保証金支払いの見込額の増加等によるものであり、実績に比してその見込み額は過大であったといえるのであるが、政策コストは主として機会費用から生じるとされていた<sup>(137)</sup>。

財務省の日本政策金融公庫の資本コスト分析においては、融資業務のみを対象とし、信用保険業務は検討の対象外となっている。信用保険業務勘定には2020年度には一般会計から1兆4517億円が出資されていた。また2021年度には一般会計から2兆3227億円が出資されている。

2021年度財投計画における政策コストの発生要因をみると、国民生活事業においては繰り上げ償還が441億円、貸倒れが1兆2032億円、その他(利ざや等)が△5279億円、中小企業事業においては繰り上げ償還が1674億円、貸倒れが8816億円、その他(利ざや等)が△4635億円となっており、直接融資における政策コストは貸倒れや利ざや等から発生すると見込まれていた。危機対応円滑化業務においては損害担保引受等から政策コストが発生すると見込まれていた。

信用保険事業においては信用保険金の支払いに対応するために一般会計からの出資が行われた。

実際に受け入れられた一般会計からの出資状況を見ると、日本政策金融公庫は2020年度に4兆1176億円を受け入れた。このうち国民一般向け業務勘定が1兆7740億円と最も受入額が多かった。次いで信用保険等業務勘定が1兆4517億円を受け入れた。中小企業者向け融資・証券化支援保証業務勘定が8426億円を受け入れた。危機対応円滑化業務勘定は財政投融资特別会計から多額の借入れを行っており、出資金は264億円を受け入れるにとどまった。農林水産業者向け業務勘定は224億円を受け入れている<sup>(138)</sup>。

2021年度においては、政策金融公庫は一般会計から6兆9450億円の出資を受け入れた<sup>(139)</sup>。

日本政策金融公庫の業務はこのような一般会計からの出資金によって支えられていたのである。

## 2 政策金融の経済的・社会的便益

政策コストの増大は財政負担の増大をもたらすものである。政策を評価するには資本コストを超える効果を得られたかを検証する必要がある。資金繰り支援の実施が望ましいのは、放置しておく社会的に望ましい新陳代謝域を超えた、過剰な企業の退出(倒産・廃業)が発生する恐れがある場合である。資金繰り支援の問題点として、企業の新陳代謝の阻害により相対的に生産性の低い企業が維持されることが指摘されている<sup>(140)</sup>。

本稿で論述してきたように、日本政策金融公庫は、民間金融機関から資金の融通を受けることが困難な小規模事業者にも、また長期資金が必要な中小企業者にも、さらに環境の変化のために資金調達が必要となった中小企業・小規模事業者にも、長期・低利の資金を提供し(国民生活事業においては短期資金も提供)、中小企業・小規模事業者を支援した。これは雇用の維持にもつながった。同行はセーフティネット機能を発揮するとともに、日本経済の発展等に寄与する分野に重点的に資金を供給して民間金融を補完して、日本経済の発



展と雇用の維持に貢献した。

財務省の「財政投融资対象事業に関する政策コスト分析（令和4年度）」は日本政策金融公庫の国民一般向け業務について以下のように評価している。

国民生活事業は小規模企業の経営安定・成長に寄与している、融資先企業の総従業者数は総就業者数の約10%を占めており、これにより企業の従業者の生活安定に寄与している、公庫の融資がなければ創業できなかった企業は約6500社となり、これらの企業が操業したことによって雇用が創出されたことによる便益は約164億円と推計される。公庫の融資によって廃業を回避できた企業は約4万2200社となり、これら企業の雇用創出を防止したことによる便益は、約1965億円と推計される。教育貸付は教育水準の向上にも寄与している、と。

国民生活事業の貸付は、2020年頃には、約25万人の雇用創出の防止に寄与したと推計されている<sup>(141)</sup>。

政策金融公庫は無担保、無経営者保証の貸付を通じて中小企業・小規模事業者を支援した。

信用保険は、信用保証制度は158万先の中小企業・小規模事業者利用されている。中小企業の44%が信用保険制度を利用して資金調達を行っており、これを信用保険によって支えることが中小企業・小規模事業者の経営の安定と事業の発展に貢献しているといえる<sup>(142)</sup>。

セーフティネット機能に関しては、日本政策金融公庫は、震災の被害を受けた全国の中小企業等に対して、金利や融資条件を優遇した震災関連融資を実施した。震災発生から2012年3月までの約1年間に行った震災関連融資について、雇用維持効果が60万1887人、売上高い維持効果が7兆3603億円、付加価値維持効果が1兆7111億円あった。震災特別融資は経済的な効果をもたらした。その付加価値維持効果は、同公庫に係る2011年度補正予算額4869億円を上回っていた<sup>(143)</sup>。

コロナ禍のもとにおいて中小企業庁に設置された中小企業政策審議会の金融小委員会の『中間取りまとめ』（2022年6月6日）においては次のようなことが述べられている。コロナ禍での官民金融機関による実質無利子・無担保融資については、制度開始以降、2022年3月末時点までに約56兆円と、過去の危機時を大きく上回る規模の融資を実行しており、資本金劣後ローンについても、同時点までに約9200億円と、平時の約10倍もの融資を実行してきた、信用保証を活用した民間金融機関および政府系金融機関による支援の結果、資金繰りDIが改善し、倒産件数も低水準で推移するなど、中小企業の事業継続に一定の効果を上げてきた、特に、資本金劣後ローンは、超長期も可能な融資であり、法的倒産時にはすべての債務に劣後することから、民間金融機関にとってはリスクの高い仕組みであるところ、政府系金融機関は、財務状況が悪いが故に事業再構築など前向きな取組を躊躇している中小企業に対して、民間金融機関と協調しつつ、長期的視点に立って融資するなど、効果的な支援を実施した、と。

金融庁が2021年4月に実施したアンケート調査の結果（金融庁「企業アンケート調査の結果」2021年8月31日）によれば、コロナ発生後と2021年4月現在とを比較して、すべての地域において資金繰りが「安定している」と回答した割合が1~2割以上増加した。（もっとも、2021年4月現在、卸売り業や不動産業では8割強の企業が「安定している」

と回答したが、観光業では6割弱、運輸業では7割強にとどまった。)

コロナ禍の下で中小企業向け官民金融機関による融資残高は大きく増加したが、その増加の大半は政府系金融や保証付き融資によるものであった。政策金融公庫を含む官民金融機関の中小企業向け融資残高の対前年同月比は、緊急事態宣言の出た2020年4月から2021年3月にかけて、2%から10%へと増加している。一方、信用保証に依存しない民間プロパー融資は2020年4月の2%から2021年5月のマイナス4%へと低落している<sup>(144)</sup>。信用保証が信用保険によって支えられていたとすれば、日本政策金融公庫はセーフティネット機能を発揮したといえよう。

日本政策金融公庫を始めとする新型コロナウイルス感染症対策のための金融支援は企業を取り巻く環境変化の変化によって生ずる企業倒産や失業の発生を回避させることに寄与するものとなった。新型コロナウイルスの感染症は観光業界、飲食店などを直撃し、経営体力に乏しい中小企業で倒産が相次ぐとみられていた。2020年に始まったコロナ禍は、リーマン・ショックや東日本大震災以上の経済的インパクトをもたらした。コロナ禍で倒産は大幅に減少した。2021年の倒産件数(負債額1000万円以上)は6030件と57年ぶりの低水準にとどまり、コロナ関連倒産は1668件にすぎなかった。2022年上半期には倒産件数は前年上半期と比べてわずかに増加し、コロナ関連倒産も1015件と前年同期比で32.3%増加したが、倒産件数は低水準にとどまった。この背景には多くの企業関係機関による中小企業への迅速な対応(いわゆるゼロゼロ融資)や日銀のコロナ資金繰り対策(いわゆるコロナオペ)などによる資金繰り資金が供給されたことによるところが大きい<sup>(145)</sup>。東京商工リサーチ「2022年上半期(1-6月)の全国企業倒産3,060件」2022年7月。リーマン・ショック以後の倒産件数は少なく、2008年9月~2009年9月は月平均1321件、2009年12月~2013年3月は月平均1052件、2014年4月~2020年1月は月平均742件となっていたが、新型コロナウイルス感染禍が生じた時期(2020年2月~2022年7月)には月平均倒産件数は552件とさらに減少しているのである<sup>(146)</sup>。

『朝日新聞』(2022年10月5日付)社説は、国内の雇用の約7割を抱える中小企業が事業を続け、日本経済の底割れを回避できたという面で、ゼロゼロ融資は効果があったと評している。

前記財務省資料によれば、日本政策金融公庫は、2022年度に向けての政策コストの推計が新型コロナウイルス感染症対応にともない高い水準となったのは、小規模事業者に対して安定的な資金供給を行うために必要なものであると自己評価している。

日本政策金融公庫の新型コロナウイルスの感染症関連融資は企業を取り巻く環境の変化の下で、必要とされたものであり、それは企業倒産や失業の抑制などに寄与したといえよう。

危機対応円滑化業務における政策コストは、2021度のツーステップ・ローンや損害担保取引実績が前年度に比して激減したために、同年度財投計画策定におけるそのコストが過大に評価されていたこととはなったが、日本政策金融公庫は危機対応円滑化業務のための政策コストは業務の実施に必要なコストであると自己評価している<sup>(147)</sup>。

2021年度の国民生活事業の創業支援融資(創業前および創業後1年以内の企業への融資)の融資実績は2万6000先であった。1先あたりの平均従業員数を3.2人とすれば、この融資により、8万3200人の雇用が創出されたことになる<sup>(148)</sup>。

財務省の前記資料は、中小企業者向け融資業務について、次のように評価している。公

庫の2020年度の設備資金貸付は3141億円であり、これを利用した設備投資の総額は6303億円であり、これにより1.3兆円の生産および6.6万人の雇用が誘発されこととなる、新型コロナウイルス感染症関連貸付は257万人の雇用喪失防止に寄与している、セーフティネット貸付は5万人の雇用喪失の防止に寄与している、と。

政策金融公庫は地域活性化も図った。

上記のことを考慮すれば、日本政策金融公庫の活動が政策効果を発揮するためには政策コストの増大は必要なものであって、同公庫は財政負担の増大に見合った経済的・社会的便益をもたらしていたと評価してよいであろう。

### 3 過剰債務問題

政策金融には企業の新陳代謝を阻害するという問題があることが指摘されている。社会的環境の変化の下で困難に陥った中小企業事業者を支援することは是認されるであろうが、金融は借入金の返済を条件としているから、借り手がこの返済が可能であるかどうか、これが困難なものにまでも金融機関が貸し付けてはいないか、経営的に困難に直面して企業がどのようにすれば借入金を返済することができるようになるのか、ということが検討されなければならない。

中小企業政策審議会の金融小委員会が2022年6月に策定した報告書（『中間取りまとめ』）によれば、その当時、中小企業の多くは財務状況・返済能力が大きく悪化しているという状況にはなかった（3ページ）。

コロナ融資の返済状況をみると、2021年12月末現在、日本政策金融公庫の借入先の半数以上が元金の返済を開始していた（約40万先、56.7%）<sup>(149)</sup>。

また、帝国データバンクの2022年2月のアンケート調査によると、コロナ関連融資を借りている者のうち、「融資条件通り、全額返済できる」と回答したものが、81%に上っていた。条件緩和を受けないと返済は難しいなど、返済に不安がある者は9%にとどまっていた<sup>(150)</sup>。

日本政策金融公庫のコロナ特別貸付は基本的に中長期貸付であった。

したがって、環境の激変に対応した政策金融公庫の新型コロナウイルス感染症特別貸付が不良債権問題を直ちに引き起こすものではなかったといえよう。

だがそのことはコロナ禍で企業財務の不健全化が進行していなかったことを意味するものではない。2021年3月末現在、リーマン・ショック期の2009年3月期の67行を上回る過去最多の87行の銀行が貸倒引当金を積んでいた。2022年3月期には71行の銀行が総額4兆3341億円の貸倒引当金を積んでいた（前年比18.9%増）。信用保証協会の代位弁済件数は2021年9月から増加に転じた。貸付条件の条件変更の実績を見ると、2020年3月10日から2022年7月までに、政府系金融機関は27万7096件、民間銀行188行は88万355件を実行していた。東京商工リサーチの2022年2月のアンケート調査によれば、中小企業の32.6%がコロナ発生後も「過剰債務」であることを認識していた<sup>(151)</sup>。同社の2022年8月のアンケート調査によれば、「借入の返済見通し」に現在も「懸念あり」と回答した中小企業は15.7%あった。コロナ禍直前から懸念があると回答したもの4.5%、コロナ禍直前は返済に問題はなかったが現在は懸念があると回答したもの11.3%。負債1000万円未満を含むコロナ関連破綻は2020年2月から9月1日までで累計4195件発生

した<sup>(152)</sup>。

東京商工リサーチの調査によれば、新型コロナウイルス関連破綻（負債1000万円以上）は2020年2月～12月に843件、2021年1月～12月に1718件、2022年1月～8月31日に1400件あった<sup>(153)</sup>。帝国データバンクの調査によれば、2021年11月時点で7.65%の企業が利払い不能となっている。2021年12月時点ではコロナ制度融資に加えて元本返済据置き（リスクという借入条件の変更の1つ）などの手厚い金融支援が続いていたために倒産は低水準となっていたが、経済の正常化が進めば企業財務の健全化が求められ、企業の稼ぐ力をはるかに上回る過剰債務を抱えた「継続困難企業」が続出し、中長期的に倒産の増加が顕在化する可能性が強い。帝国データバンクは破綻懸念企業が将来30万社超に達すると推測している<sup>(154)</sup>。

このような事情を考慮すると、日本政策金融公庫の融資、信用保険、損失補償活動が過剰債務問題を生じさせた可能性を否定することはできない。日本政策金融公庫は、前述のように国民一般向け業務勘定や中小企業向け業務勘定において民間銀行よりも高い不良債権比率を有していた。上述のような中小企業・小規模事業者の過剰債務問題がコロナ禍終息後において日本政策金融公庫の不良債権を拡大させる恐れがある。

このことは同公庫も認識している。同公庫は、2021度末において、国民一般向け業務勘定において貸倒引当金3069億円、中小企業者向け融資・証券化支援保証業務勘定において貸倒引当金6546億円、信用保険等業務勘定において保険契約準備金1兆7377億円、危機対応円滑化業務勘定において補償損失引当金260億円を計上している<sup>(155)</sup>。日本政策金融公庫の活動は貸倒れや貸倒れ損失補償などのリスクをかかえていたのである<sup>(156)</sup>。

2022年8月の東京商工リサーチのアンケート調査によれば、過剰債務が事業再構築の足かせとなっている企業は、大企業で21.4%、中小企業で33.4%に上っていた<sup>(157)</sup>。

「過剰債務」を示す一つの指標として営業利益が支払利息を下回るケースを挙げることができる。東京リサーチの調査によれば、資本金1億円未満の中小企業では、2021年3月期決算で、1期が16.37%、2期連続が6.92%、3期連続が11.53%、合計34.82%あった。3期連続はゾンビ企業とみなせるもので、41万社に相当した。資本金1億円以上の9.35%が3期連続で営業利益が支払利息を下回っていた<sup>(158)</sup>。コロナ前から立ち行かなくなっていた企業が、ゼロゼロ融資で「延命」できていた場合もあるという指摘もある<sup>(159)</sup>。

このような状況のもとでは政策金融庫が中小企業事業者の活性化、事業再生のための経営支援活動が同行にとっての今後の大きな課題となる。企業退出が必要な場合も生じてこよう。これらの問題の検討は紙面の都合上別稿に譲りたい。

## むすび

本論文では、今日の日本の政策金融、政府系金融機関の果たしている役割を、日本政策金融公庫の活動についての考察を中心として検討した。同公庫設立以後の業務の変化を検討するとともに、特に新型コロナウイルス感染症発生以後の業務構造を詳細に分析した。

我が国では2001年に財政投融资改革が実施され、財政投融资に市場が導入され、これを前提として2008年に政策金融改革が実施され、資金の「官から民へ」の移動の観点から政策金融の民間金融補完的役割の徹底が期せられた。政府系金融機関が再編成され、4

つの政府系金融機関が日本政策金融公庫に統合された。日本政策金融公庫が政策金融の中核的担い手として、民間金融のみでは適切な対応が困難な分野において、政策目的を、金融的手段を用いながら達成することとなった。

政策金融にはセーフティネット機能を果たすこと、中小企業・小規模事業者への円滑な資本供給を行うこと、成長戦略分野等へ重点手に資金供給することなどの役割がある。

本論文ではこれらの役割を政策金融公庫全体の課題別考察と公庫の事業本部、業務部別考察とに分けて分析した。

政策金融公庫融資には大きな変化がある。リーマン・ショック後の中小企業経営危機、東日本大震災、新型コロナウイルス感染症が発生した際にはそれらに対応するセーフティネット関連貸付が激増し、それらが各時点での公庫融資の中心となったことを明らかにした。これによって、危機の時期には政策金融は民間金融を上回る伸びを示し、危機が収束した後は政策金融の伸び率は低下し、政策金融が民間金融補完するという役割を果たしたことを論証した。セーフティネット関連融資については事業別考察の章でも述べている。

円滑な資金供給については、民間からの資金調達が困難な小規模事業者への資金供給や長期資金の中小企業への安定的な資金供給を政策公庫が民間金融機関と連携しながら行ったこと、公庫が民間金融との競合を回避して民間金融補完を行って、民間金融機関との協調の段階にまで進んだことを指摘した。

成長戦略分野等への重点的な資金供給については、国の特定の政策に基づきこの融資が実施されるとともに、セーフネット減退したときにこの貸出が伸びていることを指摘した。

事業別考察では、公庫の業務を国民生活事業、中小企業事業、農林水産事業、危機対応等円滑化業務の4部門に分けて考察し、国民生活事業、中小企業事業、危機対応円滑化の業務内容を詳細に検討した。

国民生活事業では、資金調達が市場のメカニズムのもとでは容易に達成できない小規模事業者への小口融資が行われ、無担保・無保証人貸付が進められ、セーフネット関連の特別貸付や成長分野等への特別貸付が行われており、特別の政策目的に基づかない融資も行われている、ということが明らかとなった。

中小企業事業では、国民生活事業の対象先よりも規模の大きな中小企業を融資対象として、長期資金調達が困難な中小企業へ長期資金が融資され、無担保・無保証人貸付が進められている、セーフネット関連の特別貸付や成長分野等への特別貸付が行われており、これ以外の特別の政策目的に基づかない融資は行われていない、信用保険業務が重要な役割を果たしている、ということが明らかとなった。中小企業事業は民間金融と競合する可能性がないわけではないので融資を長期融資に限定し、また融資を特定の政策目的に合った活動に限定する必要があったと考えられる。

このようなことから政策金融公庫、政策金融がさまざまな局面において民間金融補完機能を果たし、中小企業、小規模事業者の発展に寄与したといえよう。

農林水産事業については略述するにとどめた。

危機対応円滑化業務についてはその変遷について論述した。このことも政策金融の民間金融補完的機能を明らかにするものである。

本論文では日本政策金融公庫の経営的考察も行った。まず、資金調達について分析し、財政投融资および一般会計出資に依存していることを明らかにした。

次いでコロナウイルス禍のもとでの日本政策金融公庫の収支状況を分析した。同公庫は2020年度に多額の赤字を計上した。純損失の大部分は貸倒引当金や保険契約準備金繰入から発生していた。同公庫は公的金融機関としてリスクをとって貸し出し、また信用保険を引き受けていたのである。

信用リスク管理について考察すると、政策金融機関は多額のリス管理債権を保持していた、これは同公庫が放漫経営を行っていたためではなく、経済と雇用の安定のために政策金融機関としてリスクをとって業務を行っていたことを示すものである。

財政投融资の対象となっている事業の妥当性や健全性を判断する材料として「政策コスト分析」が行われている。2021年度向け財政投融资計画においては多額の政策コストが計上されていた。この政策を評価するためには資本コストを超える効果が得られたかを検証する必要がある。

本稿においては政策金融公庫の融資によって経済的、社会的便益がどの程度もたらされたのかということを検討した。同行の融資によって企業経営の安定が図られ、多数の雇用が創出されたことについてのさまざまな指摘を例示した。日本政策金融公庫の融資、政策金融が中小企業、小規模事業の生産、流通活動の維持と雇用の維持、拡大効果を持っていると考えてよいであろう。日本政策公庫の活動が政策効果を発揮するためには政策コストの増大は必要なものであって、政策コストは財政負担の増大にみあった経済的効果をもたらしたといえよう。

かくして本論文では日本政策金融公庫を中心とする政策金融が、今日、国家目的を金融手段を通じて果たすものとして、状況の変化に応じて、多面的に大きな役割を果たしていることを、資料に基づいて総合的に明らかにしたのである。

なお、中小企業事業に市場メカニズムが導入されたことが格付けの低い中小企業・小規模事業者の資金調達にどのような影響を及ぼしたかということについては、本論文では十分な考察を行っていない。

新型コロナウイルス感染症対策のための金融支援は企業倒産や失業の発生を回避するものとなった。これが不良債権問題を直ちに引き起こすものではなかった。だがそれが過剰債務問題を惹起した可能性はある。この問題の検討は今後の課題としたい。

#### 〔注〕

- (1) 植杉・内田・水杉 (2014) 3 ページ。政策金融の意義については田部真史 (2010) 15-24 ページ等を参照されたい。
- (2) 金融調査研究会 (2019・7) 第3章, 50-51 ページ。小川光 (2019・7) は、公的金融が民間金融機関の活動を阻害しているとすれば、それは金融機関の収益を低下させるのみならず、民間金融機関の融資行動が歪められることを通じて、他の資金需要者や資金供給者、ひいては財政負担などを通じて国民にも悪影響が生じることが懸念される、また、官民分担がうまくなされないことが、投資されるべきではない事業に投資されたり、投資されるべき案件に資金が回らないなど、産業の成長や経済成長に悪影響を及ぼす可能性があることを指摘している (32 ページ)。
- (3) 金融調査研究会 (2019・7) 第3章, 54-57 ページ。

- (4) 丹羽明 (1990) 145 ページ。金融調査研究会 (2019・7) 第 2 章, 47 ページ。
- (5) 金融調査研究会 (2019・7) 第 3 章, 57 ページ。
- (6) 片桐聡 (2018) 2 ページ。政策金融と日本の経済政策との関係については齊藤壽彦 (1979), 齊藤壽彦 (1983) 等を参照されたい。
- (7) ( ) 内は 2022 年 3 月末時点 (財務省「政府関係金融機関」による)。
- (8) 財政投融资改革前の財政投融资については齊藤壽彦 (1997) 等を参照されたい。
- (9) 財務省「財政投融资改革関連資料」財務省のホームページに掲載。「財政融資資金特別会計」は 2008 年度からは「財政投融资特別会計財政融資資金勘定」となった。
- (10) 政策コストは①補助金等の国の支出—②国庫納付金等の国の収入+③国からの出資金等の機会費用として推計される (財務省「政策コスト分析の解説」)。
- (11) 財務省「政策金融改革」財務省のホームページに掲載。
- (12) 政府系金融機関の問題点等の検証については参議院調査室 (2006) 等を参照されたい。
- (13) 行政改革推進本部事務局「政策金融改革について」2008 年 11 月 11 日。
- (14) 財務省大臣官房政策金融課「政策金融機関の現状について」2019 年 12 月, 1 ページ。財務省ホームページ掲載「政府関係金融機関」掲載の「政策金融機関と民間金融機関の貸出の伸び率」。
- (15) 金融調査研究会 (2019・3) 19 ページ。
- (16) 前掲「政策金融機関の現状について」1 ページ, 財務省ホームページ掲載「政府関係金融機関」掲載の「政策金融機関と民間金融機関の貸出の伸び率」。
- (17) 日本政策金融公庫『ディスクロージャー誌』(以下『ディスクロージャー誌』と略する) 2012 年版, 72 ページ。
- (18) 『ディスクロージャー誌』2015 年版, 86 ページ。政策金融公庫の東日本大震災関連融資については齊藤壽彦 (2013) 134-138 ページ, 齊藤壽彦 (2014) 12-14, 16-22 ページ, 等を参照されたい。
- (19) 前掲「政策金融機関の現状について」2 ページ。
- (20) 前掲「政策金融機関の現状について」2 ページ, 前掲「政府関係金融機関」掲載の「政策金融機関と民間金融機関の貸出残高〈推移〉」。
- (21) 財務省, 前掲「政策金融機関の現状について」15 ページ。
- (22) この問題については, 株式会社商工組合中央金庫『調査報告書』2017 年 10 月 25 日, 全国地方銀行協会「商工中金の在り方について」2017 年 12 月 1 日, 商工中金の在り方検討会「提言 (中間取りまとめ)」2018 年 1 月 11 日, 柿沼重志・東田慎平「商工中金問題—在り方検討会中間取りまとめの概要と主な論点—」参議院調査室『立法と調査』第 398 号, 2018 年 3 月, 27-45 ページ, 尾藤憲和「商工中金問題をどう考えるか」(報告レジュメ) 金融・労働研究ネットワークのホームページに掲載, 2018 年 11 月 24 日, 金融調査研究会 (2019・3) 8-13 ページ, 等を参照されたい。
- (23) 全国銀行協会等「政策金融のあり方について」2018 年 3 月 29 日。同「政策金融のあり方に関する最近の取組みを踏まえた私どもの考え方について」2020 年 1 月 24 日。
- (24) 植杉威一郎 (2022) 234 ページ。
- (25) 金融調査研究会 (2019・3) 18-19 ページ。
- (26) 家森信善他 (2014)。

- (27) 家森信善他 (2016) 1 ページ。
- (28) 金融調査研究会 (2019・7) 第3章, 57 ページ。
- (29) 家森信善他 (2014)。
- (30) 同上。
- (31) 同上。
- (32) 植杉威一郎 (2022) 234 ページ。
- (33) 同上書, 234-235 ページ。
- (34) 金融調査研究会 (2019・3) 19 ページ。
- (35) 植杉威一郎・内田浩・岩木宏道 (2020)。植杉威一郎 (2022) 235-236 ページ。
- (36) 金融調査研究会 (2019・3) 20 ページ。同 (2019・7) 第3章, 58 ページ。
- (37) 植杉威一郎 (2022) 209, 203 ページも参照。
- (38) 日本政策投資銀行や日本政策金融公庫と民間金融機関との連携については財務省大臣官房政策金融課「政策金融機関の現状について」2019年12月, 9-19 ページ, 片桐聡 (2018) 4-5 ページ, 等を参照。
- (39) 金融調査研究会 (2019・3) 20 ページ。財務省大臣官房政策金融課「地域金融機関と日本政策金融公庫等との連携状況」2019年6月。
- (40) 財務省政策金融課「地域金融機関と日本政策金融公庫との連携」2018年1月, 片桐聡 (2018) 4-5 ページ。
- (41) この報告書は金融庁のホームページに2018年9月26日に掲載されている。
- (42) 『ディスクロージャー誌』2020年版, 16 ページ。
- (43) 日本政策金融公庫 評価・審査委員会『業績評価報告書』(以下『業績評価報告書』と略称) 2020年度版, 6 ページ。
- (44) 『ディスクロージャー誌』2022年版, 4 ページ。
- (45) 同上書, 2019年版, 19 ページ, 2020年版, 9 ページ。
- (46) 齊藤壽彦 (2020) 8-9 ページ。「日銀 コロナオベ残 54兆円減」『ニッキン』2022年9月9日付)。2022年度からは日銀はその制度規模を縮小し, 同年8月末残高は32兆円とピークから54兆円も減少した。日本銀行の金融政策の力点が「コロナ危機対応」から「物価安定」に大きく移っていった。日銀コロナオベは2023年3月末に終了することになっている。
- (47) 経済産業省『新型コロナウイルス感染症で影響を受ける事業者の皆様へ』2020年8月, 2022年8月。
- (48) 融資枠は, 公庫中小企業事業が6億円, 国民事業が8000万円, 商工中金危機対応が6億円であった。基準金利は, 2022年5月1日時点で, 貸付期間5年の場合, 政策金融公庫中小企業事業が1.06%, 国民一般事業が1.21%, 商工中金危機対応が1.06%であった。融資期間は20年以内, うち据置期間は5年以内であった。
- (49) 以上については齊藤壽彦 (2020) 9-10 ページ, 経済産業省, 前掲資料等を参照。
- (50) 齊藤壽彦 (2020) 10 ページ。
- (51) 中小企業庁 (2022) 2 ページ。
- (52) 中小企業庁 (2022) 3 ページ。
- (53) 中小企業庁 (2022) 5 ページ。政策金融公庫の新型コロナ対策資本金劣後ローンは,



- 2022年3月末の融資決定では、5800先、7860億円となっていた『ディスクロージャー誌』2022年版、19ページ。
- (54) 『中小企業家新聞』2022年8月15日付。
- (55) 『日本経済新聞』2022年9月9日付。
- (56) 中小企業庁（2022）2ページ、友田信男（2022）10ページ。なお、『朝日新聞』（2022年10月5日付）は、ゼロゼロ融資実績は6月末時点で234万件に対し計42兆円、うち民間分が23兆円に及ぶと記している。『ニッキン』（2022年9月30日付）も日本金融公庫によるゼロゼロ融資の実績は、6月末時点で15兆6055億円、2021年3月末に終了した民間分は23兆円に上ると記している。
- (57) 『ディスクロージャー誌』2012年版、10、21、80ページ。「東日本大震災復興特別貸付」の貸付限度額は、①地震・津波等により直接被害を受けた中小企業者、原発事故の警戒地域内の中小企業・小規模事業者（直接被害者）、②これらの事業者と一定の取引のある中小企業・小規模事業者（関係被害者）について、中小事業が3億円（別枠）、国民事業が6000万円（上乘せ）、③その他の理由（風評被害を含む）により業況が悪化している中小企業・小規模事業者について、中小事業が7.2億円（別枠）、国民事業が4800万円（別枠）であった（①、②の関係者は本措置も利用可能）。政策金融公庫は間接被害者を福島に事業所を有し事業活動を行う者とした。貸付金利は基準金利よりも低かった。
- (58) 齊藤壽彦（2014）16-22ページ。同上書、2012年版、10ページ。東日本大震災関連の政策金融・信用保証については齊藤壽彦（2014）9-38ページを参照されたい。
- (59) 前掲『ディスクロージャー誌』2012年版、10、21、32、80ページ。
- (60) 同上書、2013年版、10、21、80ページ、2014年版、16ページ、2015年版、16年版、16ページ、2017年版、16ページ、2018年版、19ページ、2019年版、35ページ。
- (61) 同上書、20ページ。
- (61-1) 同上書、2013年版、80ページ、2014年版、90ページ、2015年版、94ページ、2016年版、88ページ、2017年版、88ページ、2018年版、90ページ、2019年版、90ページ、2021年版、92ページ。
- (61-2) 同上書、2018年版、20ページ、2019年版、19ページ。
- (62) 同上書、2010年版、11、18、30、33ページ。セーフティネット貸付には「経営環境変化対応資金」、「金融環境変化対応資金」、「取引企業倒産対応資金」の貸付があった。リーマンショック時の中心をなす「経営環境変化対応資金貸付」は、社会的、経済環境等の外的要因により、一時的に売上げの減少等業況悪化をきたしているが、中長期的にはその業況が回復し発展することが見込まれる者に貸付けるものである。その貸付限度額は国民生活事業では4800万円、中小企業事業では7億2000万円であった。
- (63) 同上書、2011年版、11、78、85ページ。
- (64) 『業績評価報告書』18ページ。『ディスクロージャー誌』2018年度版、83ページ。
- (65) 齊藤壽彦（2014）17ページ。
- (66) 『業務評価報告書』2018年度版、19ページ。2019年度版、19、21ページ。
- (66-1) 同記事では、企業が債務を返済できなくなった時に肩代わりする信用保証協会の保証を付けた融資は、バブル期の1991年度以来の低水準であり、一方、銀行による設

- 備資金融資は2008年のリーマン危機後の2010年度を底にはほぼ右肩上がりで増えている、マイナス金利や景況感の改善を背景に、貸し倒れのリスクを恐れずに融資していると記している。
- (66-2) 某銀行における貸出残高は、2010年度を100とした場合に、事業性融資対象先は2017年度上期に122と増大している(金澤一広他(2018)10ページ)。もっとも、積極的貸出には事業性の評価に基づいて積極的にミドルリスクを取る例と、貸出先に困り十分に実態を把握しないまま過度なリスクを取る例の両方があった(『日本経済新聞』2018年10月19日付)。
- (67) 同上書、2020年度版、24-25ページ。
- (68) 『ディスクロージャー誌』2010年版、43ページ。
- (69) 同上書、2012年版、38ページ。
- (69-1) 片桐聡(2018)4-5ページ。小林由佳他(2019)33ページ。
- (69-2) 日本政策金融公庫のホームページでは、「民間金融機関との連携の取り組み」について、「民間金融機関との連携の目的」として、「お客様の利便性向上」(資金調達手段尾多様化、安定化、有益な情報提供やサービスの向上)を挙げている。
- (70) 小林由佳等(2019)33-39ページ。日本政策金融公庫と地域金融機関との具体的な連携状況については、財務大臣官房政策金融課「地域金融機関と日本政策金融公庫等との連携状況」2020年6月、『ディスクロージャー誌』2021年版、20-21ページ、等を参照。商工組合中央金庫や日本政策金融公庫と民間金融機関との協調については片桐聡(2018)5ページを参照。
- (70-1) 大塚悠貴他(2018)9-13ページ。
- (71) 『ディスクロージャー誌』2019年版、83、90ページ。
- (72) 地域金融機関も地方創生活動に取り組んでいる。地域密着型金融推進政策については齊藤壽彦(2012)21-39ページ、地域金融機関の地方創生活動については東京商工リサーチ本社・市場調査部(齊藤壽彦稿)(2015)1-9ページ、齊藤壽彦(2016・9)38-44ページ、等を参照されたい。
- (73) 以上については『ディスクロージャー誌』2022年版、28ページを参照されたい。
- (73-1) 日本政策金融公庫『国民生活事業のご案内』2022年版、5ページ
- (74) ディスクロージャー誌、2022年版、39ページ。日本政策金融公庫『国民生活事業のご案内』2022年度版、2022年、6ページ。日本政策金融公庫による小規模事業者向け融資の効果の分析については村上義昭(2018)を参照されたい。
- (74-1) マル経融資は、融資限度額が2000万円、返済期限が運転資金7年以内、設備資金10年以内、融資対象が従業員20人以下の法人、個人事業主、金利が固定金利であった。
- (75) 『ディスクロージャー誌』2010年、76ページ。2019年版、86ページ、2022年版、90ページ。
- (75-1) 経営者保証については齊藤壽彦(2019)22-23ページ等を参照されたい。
- (76) 「外せるか経営者保証」上『ニッキン』2022年8月5日付。
- (77) 中小企業庁(2022)22ページ。
- (78) 「外せるか経営者保証」上『ニッキン』2022年8月5日付。中小企業庁のホームページによれば、経営者保証に依存しない新規融資の割合(件数)は2021年度において、

- 民間金融機関平均が29%（16.0万件）であるのに対して政府系金融機関は47%（8.1万件）となっている。
- (79) これは経営者保証を徴求しないための3要件の一つである財務基盤の強化に関して、①直近期において債務超過、②貯金2期において連続して減価償却前経常赤字、③償還条件変更先、④延滞先、のいずれにも該当しない先が経営者無保証の対象となる（中小企業庁（2020）30ページ）。
- (80) 国民生活事業の特別貸付一覧については日本政策金融公庫国民生活事業「令和4年度版 融資のご案内」を参照。
- (81) 『ディスクロージャー誌』2022年版、39ページ、日本政策金融公庫『事業報告』（以下『事業報告』と略称）2020年度版、3ページ、『業績評価報告書』2020年度版、18ページ。
- (82) 『ディスクロージャー誌』2019年版、20-23、34、83ページ。もっとも、コロナ関連融資激増の下で国民生活事業における成長戦略支援等の特別貸付は激減している。
- (83) 『業績評価報告書』2020年度版、32-33ページ。
- (84) 長田健（2019・7）金融調査研究会（2019）第4章、68-69ページ。
- (85) 長田健、上掲論文、70-71ページ。日本政策金融公庫総合研究所「『新規開業パネル調査』～アンケート結果の概要～」2016年12月28日、10ページ。
- (86) 日本政策金融公庫国民生活事業「融資のご案内」2022年度版。
- (87) 日本政策金融公庫『国民生活事業のご案内』2022年版、14ページ。
- (88) 『ディスクロージャー誌』2022年版、51ページ。
- (89) 同上。
- (90) 『中小企業事業のご案内』2022年版、21ページ。
- (91) 金融調査研究会（2019・7）第3章、60ページ。
- (92) 同上書、60-61ページ。
- (93) 日本政策金融公庫『中小企業事業のご案内』2022年版、21ページ。
- (94) 中小企業庁「中小企業金融公庫の民業補完について」2018年1月31日。
- (95) 日本政策金融公庫『中小企業事業のご案内』2022年版、7ページ。
- (96) 中小企業庁、前掲「中小企業金融公庫の民業補完について」。
- (97) 『ディスクロージャー誌』2022年版、52、97ページ。
- (98) 同上、52ページ。
- (99) 同上、95ページ。
- (100) 植杉威一郎（2022）135ページ。
- (101) 同上書、227、229ページ。
- (102) 日本政策金融公庫『中小企業事業のご案内』2022年版、8ページ。
- (103) 中小企業庁、前掲「中小企業金融公庫の民業補完について」。
- (104) 日本政策金融公庫、『中小企業事業のご案内』2022年版、13ページ。
- (105) 『ディスクロージャー誌』2010年版、30、33ページ。
- (106) 『ディスクロージャー誌』2019年版、49ページ、2022年版、53ページ。
- (107) 前掲『中小企業事業のご案内』2022年版、33ページ。事業再生・企業再建支援資金（企業再建・経営改善支援関連）貸付は、地域経済の産業活力維持のため、経営改善、

- 経営再建などに取り組む必要が生じている者の自助努力による企業再建を支援するものであった。
- (108) 我が国の信用補完制度については齊藤壽彦 (2016・6) 24-54 ページ等を参照されたい。
- (109) 前掲『中小企業事業のご案内』2022年版, 37-38 ページ。日本政策金融公庫「信用保険業務 (制度一覧)」同公庫ホームページ。
- (109-1) 以上については齊藤壽彦 (2016・6) 33-35 ページを参照されたい。
- (110) 『事業報告』2020年度版, 5-6 ページ。
- (111) 『事業報告』2020年度版, 2021年, 5-6 ページ。『ディスクロージャー誌』2021年版, 157-158 ページ, 2022年版, 97 ページ。
- (112) 『ディスクロージャー誌』2022年版, 55 ページ。
- (113) 前掲『中小企業事業のご案内』2022年版, 22 ページ。
- (114) 『ディスクロージャー誌』2022年版, 45 ページ。
- (115) 『事業報告』2020年度版, 4 ページ。
- (116) 『ディスクロージャー誌』2012年版, 38 ページ。
- (116-1) 『ディスクロージャー誌』2012年版, 4, 38 ページ。
- (117) 『ディスクロージャー誌』2019年版, 52 ページ。
- (118) 『業績評価報告書』2020年度版, 12 ページ。
- (119) 『ディスクロージャー誌』2022年版, 4, 57 ページ。
- (120) 同上書, 2020年版, 31-32 ページ。
- (121) 同上書, 2021年版, 33-34 ページ。
- (122) 『事業報告』2020年度版, 11-13 ページ。
- (123) 『ディスクロージャー誌』2021年版, 97 ページ。
- (124) 同上。
- (125) 同公庫の2021年度損益計算書によれば, 経常収益は4371億円, 経常費用は8244億円で, 経常損失は3873億円, 特別損失を含めた純損失は3875億円となっている。前年度と比較しての損失の減少は主として信用保険等業務勘定における損失が減少したことによるものである (『ディスクロージャー誌』2022年版, 33, 100 ページ)。
- (126) 『事業報告』2020年度版, 9 ページ。
- (127) 『ディスクロージャー誌』2022年版, 100 ページ。
- (128) 会計検査院『決算検査報告』2020年度版, 866 ページ。
- (129) 同上書, 869 ページ。リスク管理債権比率は, 国民生活事業において2018年度に7.30%, 2019年度に7.45%, 中小企業事業において2018年度に9.78%, 2019年度に10.35%となっていた (『業績評価報告書』2020年度版, 49-50 ページ)。
- (130) 東京商工リサーチ「国内107銀行『リスク管理債権状況』調査 (2021年3月期単独決算)」。
- (131) 同じ時期の日本政策金融公庫の信用保険等業務勘定において, 保険金支払いが2117億円, (回収金が651億円), 保険契約準備金繰入額が7188億円となっていた (会計検査院『決算検査報告』2020年度版, 870 ページ)。
- (132) 日本政策金融公庫『ディスクロージャー誌』2022年版, 62-67 ページ。「金融ナビ」

- の「基礎知識」(2022年6月30日付)によれば、日本政策金融公庫が審査に対して重視したポイントは、借り手の自己資本、事業計画書の内容(創業の動機、経営者の経歴、商品・サービス取引先、取引関係等、借入状況、必要な資金と調達方法、事業の見通し)、返済能力、面談であった([https://financenavi.jp/basic-knowledge/credit\\_assessment](https://financenavi.jp/basic-knowledge/credit_assessment))。
- (133) 財務省が作成した「令和2年度財務省政策評価書」においては、「政府関係金融機関等の適性かつ効率的な運営の確保」という政策目標については、「S 目標達成」ではなかったが「A 相当程度進展あり」と評価されていた(4ページ)。
- (134) 『業績評価報告書』2020年度版, 49-50, 66ページ。
- (135) 『ディスクロージャー誌』2021年版, 11ページ。
- (136) 財務省「財政投融资対象事業に関する政策コスト分析」2021年度向け, 財務省ホームページ掲載。
- (137) 同上資料, 2021年向け, 2022年向け。
- (138) 『業務報告』2020年度版, 13ページ。
- (139) 同上書, 2021年度版, 13ページ。
- (140) 小倉義明(2022)40-41ページ等参照。政策金融には、構造不況業種や自力回復力を失った企業への融資により構造転換を阻害するという批判があった(田部真史(2010)20ページ)。翁百合氏は、中小企業に対する政府系金融機関のサポートが時として、信用保証制度などとともに本来退出すべき企業を温存する方向に働きがちである、政府系金融機関も企業の将来のキャッシュフローを予測し、対象企業の信用力を大きく逸脱しない、市場を歪めないプライシングが求められる、と述べている(翁百合「地方創生と金融の役割」『金融ジャーナル』2015年1月号、11ページ)。
- (141) 68万1010社(新規開業貸付を除く融資企業数)×6.2%(日本政策金融公庫総合研究所のアンケート調査で「公庫の融資がなければ廃業していた」と回答した企業の割合)×5.9人(小企業における1企業当たりの平均従業員数)から推計(『業績評価報告書』2020年度, 26ページ)。
- (142) 『ディスクロージャー誌』2022年版, 55ページ。
- (143) 深沼光他(2013)1-23ページ。
- (144) 中小企業庁(2022)3ページ。
- (145) 帝国データバンク「コロナ禍での大幅減、企業倒産『歴史的低水準』背景は」2021年12月8日。東京商工リサーチ「2021年(令和3年)の全国企業倒産6030件」2022年1月。
- (146) 友田信男(2022)2ページ。
- (147) 財務省「財政投融资対象事業に関する政策コスト分析」2021年度向け, 2022年度向け, を参照されたい。
- (148) 『ディスクロージャー誌』2022年版, 40ページ。
- (149) 中小企業政策審議会金融小委員会(2022)3ページ。友田信男(2022)10ページ。
- (150) その内訳は、条件緩和を受けないと返済が難しいが3.5%、返済が遅れる恐れがあるが3.1%、返済のめどが立たず、事業を継続できるが1.7%、返済のめどが立たず、事業を継続できなくなる恐れがあるが0.7%であった(帝国データバンク「コロナ関連融資、企業の52.6%が活用」2022年3月17日)。

- (151) コロナ前から過剰債務感があったものが13.7%、コロナ発生後に過剰となったものが8.9%あった。
- (152) 友田信男 (2022) 6, 10, 12, 13, 24, 28 ページ。民間銀行のゼロゼロ融資の一部には申請手続きの不正もあった(『ニッキン』2022年9月30日付, 10月21日付)。
- (153) 友田信男 (2022) 6 ページ。東京商工リサーチが10月11日発表した全国の4~9月の倒産件数は3年ぶりに増えた。新型コロナウイルス関連融資の返済が始まったところに燃料や減材料高が直撃し、運輸や兼摂業で行き詰まる企業が増加し、円安が引き金となった倒産も発生した。今後コロナ融資の返済が本格化すれば、倒産の増勢が強まる恐れがある(「企業倒産、3年ぶり増」『日本経済新聞』2022年10月12日付)。
- (154) 帝国データバンク「コロナ禍での大幅減、企業倒産『歴史的低水準』背景は 倒産リスクはリーマン・ショック並みの水準に」、『破たん懸念企業』全国30万社に上る可能性」2021年12月8日。『朝日新聞』(2022年10月10日付)は「『ゼロゼロ融資』焦げ付き懸念」と題する記事の中で、利払いが順次始まる来春に向けて企業の返済が本格化する見通しだが、コロナの影響が長引くなどして倒産は増加傾向にある、と記している。
- (155) 『ディスクロージャー誌』2022年版, 119, 141, 162, 170 ページ。日本政策金融公庫は、2018年度末において、国民一般向け業務勘定において貸倒引当金1098億円、中小企業者向け融資・証券化支援保証業務勘定において貸倒引当金2777億円、信用保険等業務勘定において保険契約準備金8384億円、危機対応円滑化業務勘定において補償損失引当金292億円を計上していた『ディスクロージャー誌』2019年版, 111, 131, 150, 158 ページ。
- (156) 信用保証協会がゼロゼロ融資を含めて返済の肩代わりをした額は、2022年8月には前年同月よりも26%多い266億円であり、前年同月を上回るのは12か月連続であった(『朝日新聞』2022年10月10日付)。このかなりの額が信用保険金請求をもたらず。信用保証協会が貸付金を回収できない場合、協会が被った損失の約8割は日本政策金融公庫が負担する。原資は保険料である。それで足りない場合は一般会計の出資金で穴埋めされる(国民負担)こととなる。
- (157) 東京商工リサーチ「『過剰債務』の中小企業、約3割が『事業再構築の意向なし』」2022年8月16日。
- (158) 友田信男 (2022) 25 ページ。
- (159) 社説「コロナ融資終了 銀行の真価が問われる」『朝日新聞』2022年10月5日付。

#### [参考文献]

- 植杉威一郎・内田浩史・水杉裕太 (2014) 「日本政策金融公庫との取引関係が企業パフォーマンスに与える効果の検証」経済産業研究所『RIETI Discussion Paper Series』14-J-045、9月。
- 植杉威一郎・内田浩史・水杉裕太 (2016) 「日本政策金融公庫との取引関係が企業パフォーマンスに与える効果の検証」『経済研究』第67巻第3号。
- 植杉威一郎 (2019・7) 「中小企業金融における政府系金融機関の役割」金融調査研究会

(2019・7) 第3章。

植杉威一郎 (2022) 『中小企業金融の経済学 金融機関の役割 政府の役割』株式会社日経BP、日本経済出版。

植杉威一郎・内田浩史・水杉裕太 (2016) 「日本政策金融公庫との取引関係が企業パフォーマンスに与える効果の検証」一橋大学経済研究所『経済研究』第67巻第3号、7月。

植杉威一郎・内田浩・岩木宏道 (2020) 「政府系金融機関による金利設定が他金融機関の借入金利・貸出額に及ぼす影響」『経済研究』Vol. 71 No. 4、10月。

大塚悠貴・矢野智史・比留間邦宏 (2018) 「日本政策金融公庫と地域金融機関との連携状況について～創業を中心として～」『ファイナンス』第54巻第2号、5月。

小川光 (2019・7) 「公的金融のシェアと経済成長」金融調査研究会 (2019・7) 第2章。

小倉義明 (2022) 「コロナ禍の中小企業支援策 資金繰り支援の『功罪』雇用維持と新陳代謝の阻害」『週刊エコノミスト』8月16日号。

長田健 (2019・7) 金融調査研究会 (2019・7) 第4章。

片桐聡 (2018) 「政策金融の意義について」財務省編『ファイナンス』第54巻第2号。5月。

金澤一浩・富田尚子・稲葉誠・稲田正樹・清水祥行 (2018) 「金融機関による事業性評価の定着に向けた採算化にかかる分析・考察」金融庁金融研究センター『FSA Institute Discussion Paper Series』DP 2018-4、9月。

金融調査研究会 (2019・3) 『政策金融機関と民間金融機関の関係の在り方』(提言)、同研究会、3月。

金融調査研究会 (2019・7) 『政策金融機関と民間金融機関の関係の在り方』(報告書)、同研究会、7月。

小林由佳・今拓久真・屋敷貴那 (2019) 「政府系金融機関と地域金融機関との連携状況について」『ファイナンス』6月。

齊藤壽彦 (1979) 「金融政策—政策金融を中心として—」北田芳治・相田利雄編『現代日本の経済政策 上巻』大月書店。

齊藤壽彦 (1983) 「国際産業調整と政策金融」北田芳治・相田利雄編『貿易摩擦と経済政策』大月書店。

齊藤壽彦 (1997) 『国営・非営利事業としての郵便貯金の果たしている機能・役割—郵便貯金資金運用の機能と改革の方向—』貯蓄経済研究センター。

齊藤壽彦 (2012) 「地域密着型金融推進政策」『千葉商大論叢』第49巻第2号、3月。

齊藤壽彦 (2013) 「大震災後の金融機関の業務継続と被災中小企業への金融支援」柴健次・太田三郎・本間基照『大震災後に考えるリスク管理とディスクロージャー』同文館出版。

齊藤壽彦 (2014) 「東日本大震災と被災中小企業支援金融—政策金融と信用保証を中心として—」千葉商科大学経済研究所『国府台経済研究』中小企業支援策研究特集号、第24巻第2号、3月。

齊藤壽彦 (2016・6) 「日本の公的信用補完制度の現状と課題」地方金融史研究会『地方金融史研究』第47号、6月。

齊藤壽彦 (2016・9) 「地方創生における地域金融機関の役割と課題」千葉商科大学経済研究所『CUC View & Vision』第42号、9月。

齊藤壽彦 (2017) 「中小企業金融の現状と課題」千葉商科大学経済研究所『中小企業支援

研究』第4号、3月。

齊藤壽彦 (2019) 「地域金融機関の事業性評価融資推進の背景 (1) —金融環境および金融機関業務の変化を中心として—」『千葉商大論叢』第57巻第1号、7月。

齊藤壽彦 (2020) 「新型コロナウイルス感染と金融機関の事業に対する金融支援」公益財団法人政治経済研究所『政経研究時報』No. 23-2、10月。

参議院調査室 (2006) 『経済のプリズム』第26号 (特集 政策金融の検証)、7月。

田部真史 (2010) 「政策金融について (総論)」『ファイナンス』第46巻第4号、7月。

中小企業庁 (2022) 「ウィズコロナ・ポストコロナの間接金融のあり方について」(下記委員会参考資料) 6月6日。

中小企業庁中小企業政策審議会 金融小委員会 (2022) 『中間取りまとめ』中小企業庁、6月6日。

東京商工リサーチ本社・市場調査部 (齊藤壽彦稿) (2015) 「地域密着型金融の動向」東京商工リサーチ『産業動向レポート』NO3157、9月。

友田信男 (東京商工リサーチ常務取締役・情報本部長) (2022) 「混迷の時代における中小企業の持続的成長への道」公益財団法人政治経済研究所中小企業問題研究室セミナー報告資料、東京商工リサーチ、9月10日。

日本政策金融公庫 (2009、2010、2011、2012、2013、2014、2015、2016、2017、2018、2019、2020、2021、2022) 『ディスクロージャー誌』各年版、同公庫。

日本政策金融公庫 (2021) 『事業報告』2021年度版、同公庫。

日本政策金融公庫 評価・審査委員会 (2021) 『業績評価報告書』2020年度版、同公庫。

丹羽明 (1990) 「公的金融と経済成長」『関西大学経済論集』第39巻第6号。

深沼光・石原裕・松井雄史・太田智之 (2013) 「日本政策金融公庫による中小企業向け震災関連融資の経済効果測定に関する一考察」『日本政策金融公庫論集』第20号、8月。

村上義昭 (2018) 「日本政策金融公庫による小規模事業者向け融資の特徴と融資効果に関する分析」日本政策金融公庫総合研究所『日本政策金融公庫論集』第39号、1月。

家森信善・内田浩史・植杉威一郎・小倉義明・高久賢也・富村圭・根本忠宣・渡部和孝 (2014) 「中小企業金融の環境変化のもとでの政策金融の役割の変化と課題—「金融機関に対する中小企業の意識調査」の結果をもとに—」名古屋大学大学院経済学研究科附属国際経済政策研究センター『調査と資料』第119号、3月。

家森信善 (2016) 「民間金融機関および政府系金融機関の活動に対する中小企業の評価—企業年齢による差異はあるか?—」RITI Discussion Paper Series 16-J-021。

(2022.9.26 受稿, 2022.11.16 受理)



〔抄 録〕

今日の日本の政策金融，政府系金融機関の果たしている役割を，日本政策金融公庫の活動についての考察を中心として検討した。

政策金融改革とその後の政策金融の変化について略述した。政策金融の評価についての議論も紹介した。

日本政策金融公庫の活動の実態を詳細に考察した。同公庫設立後の同公庫の活動の推移を考察し，そのうえで，現在の同公庫の果たしている役割を検討した。

本稿では同公庫の活動を総合的に詳細に考察した。すなわち，課題別，事業別に業務内容とその変化を明らかにするとともに，経営内容をも分析した。

同公庫が社会のニーズに対応し，セーフティネット貸付，災害関係貸付，新型コロナウイルス感染症貸付を通じてセーフティネット機能を発揮するとともに，特定の政策目的に対応して日本経済の成長・発展，雇用の創出への貢献を行ったことも具体的に論述した。

同公庫が資金調達困難な小規模事業者に対して資金を補完し，民間金融機関から十分にできない長期資金を中小企業に対して安定的に供給し，民間金融を補完し，中小企業者・小規模事業者を支援していることを確認した。公庫が間接的に危機対応円滑化業務を行ったことについても検討した。

日本政策金融公庫の資金調達，収支状況，信用リスク管理についても検討し，同公庫が国家の資金に依存しつつ，政策金融機関としてリスクを引き受けて活動を行ったことを明らかにした。公庫の業務の経済的・社会的効果が大きいことについても明示した。

かくして本論文では日本政策金融公庫を中心とする政策金融が，今日，国家目的を金融手段を通じて果たすものとして，状況の変化に応じて，多面的に大きな役割を果たしていることを，資料に基づいて明らかにしたのである。

〔論 説〕

## ハワイ文化体験に対する日本人観光客の支払い意思額の検証 —観光地経済の持続可能性の観点からの考察—

安 藤 和 代

1. はじめに
2. ハワイの観光業と日本人観光客の位置づけ
3. オーバーツーリズムと住民感情
4. 持続可能な観光開発
5. 支払い意思額に関する先行研究と仮説の設定
6. 調査概要と測定尺度
7. 調査結果と仮説検証
8. おわりに

### 1. はじめに

#### 1-1. 本研究の背景

第二次世界大戦後、観光業は成長を続け、1970年代以降に飛躍的な発展を遂げた。世界規模の市場を形成することに成功し、戦略的基盤産業とみなされるまでになった (Yan, Shah, Sharma, Chopra, Fareed, and Shahzad 2022)。国連世界観光機関 (United Nations World Tourism Organization, 以下 UNWTO) の発表によれば、COVID-19 感染拡大前の国際観光客数は、2018年度には14.13億人 (前年比5.5%増)、2019年度には14.65億人 (前年比3.7%増) を数え、それぞれ過去最高を記録した。伸び率はやや鈍化したものの UNWTO の予測どおりの健全な伸びを示していた。世界経済が減速する中、国際観光収入は継続して増加し、2019年度には1兆4,830億ドル (前年比3.1%増) まで増大した (UNWTO ホームページ)。

好ましい経済的成果を生み出す一方で、観光業が地域社会にもたらす負の課題も顕在化し始めている。観光地に人があふれることで発生する街の混雑や交通渋滞、ごみ、騒音、大気や自然への負の影響、物価や不動産価格の高騰などである。住民の基本的な生活を侵害しかねないこれら課題は、オーバーリズムに起因すると考えられ、観光業界団体や行政機関も問題視している。オーバーツーリズムとは、特定の観光地の訪問客が著しく増加することによって、住民生活や景観等が損なわれたり、旅行者の満足度を大幅に低下させたりするような状況のことを指す。オーバーツーリズムに伴う問題がバルセロナ、ベネチア、ローマ (スペイン)、ボラカイ島 (フィリピン)、ソウル (韓国)、京都 (日本) など複数の有名観光地で報告されている (崔 2020)。米国を代表するリゾート観光地であるハワイも例外ではない。

2019年、ハワイでは過去最高の訪問客数を記録した。1,000万人を超える人々がハワイ

を訪れた結果、観光客が街やビーチにあふれ、長い待ち時間やスペースの不足、道路の渋滞を招いた。過剰な訪問客の到来がもたらすこうした現象は、観光客の満足を低下させ、再訪問意向の低下につながった可能性がある (Agrusa, Linnes, Lema, Min, Henthorne, Itoga, and Lee 2021)。またハワイのような観光客と住民が混在する都市エリアでは、観光客にとっての不満足要因は、住民にもネガティブな影響をもたらす。ハワイ州のビジネス・経済開発&観光局 (Department of Business, Economic Development & Tourism, 以下 DBEDT) が発表した「Resident Sentiment Survey (住民感情調査) 2021」では、住民の観光に対する肯定的な感情が以前と比較して低下している。ハワイの観光業が住民にもたらす恩恵が十分でない、と受け止められていることが示された (DBEDT 2022)。

各所で報告されるオーバーツーリズムとその課題を踏まえ、UNWTO は関係者に対して、持続可能な観光を念頭に置いた事業の開発や管理、展開を求めている。ここでいう持続可能な観光とは、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に配慮し、観光客、産業、環境、ホストコミュニティのニーズに対応する観光のことである。経済的成果だけでなく社会や環境への影響を理解し適切な対応をとることや、ステークホルダーのニーズを把握しそれらに即した観光事業を開発することを求めている。従来の観光事業では経済的成果が過度に追求されていたとの認識と反省を踏まえた提言である (Liu 2003)。

## 1-2. 本研究の目的

持続可能な観光が目指す課題は観光業にのみ起因するものではなく、観光事業を中止すれば解決するものでもない。当該コンセプトはより未来志向で、能動的な取り組みである。観光事業を通して社会的課題の解決につなげることが目指される。例えば、社会的・文化的・自然環境の保護および強化に取り組むとき多くのステークホルダーが存在するが、旅行をとおして課題に対する理解を促進し、行動変容の契機とする。また活動にかかる資金を調達する必要があるが、多くの国や地域でこうした取り組みに投じられる公的資金は頭打ちである。むしろ減少している (Eagles, McCool, and Haynes 2002)。不足する資金をどのように調達するかは常に懸案事項である (Reynisdottir, Song, and Agrusa 2008)。持続可能な観光では、それら財源の一部を負担してもなお訪れたいと思う観光地の魅力を創出することが目指される。旅行者の需要を創造し、安定的な資金を確保することで、持続可能な社会を実現させる試みである。

持続可能な観光は供給依存であると同時に需要依存でもある。観光目的地ごとに旅行者のニーズや取り組むべき社会課題は異なるため、それぞれの観光目的地に適合した施策が検討されるべきである。しかしそうした点について、十分な注意が払われていないとの指摘がある (Lui 2003)。そこで本研究ではオーバーツーリズムの課題を抱える観光目的地の1つである「ハワイ」と、ステークホルダーである観光客、中でも「日本人観光客」に注目する。旅行目的地ハワイに対する日本人のニーズや、ハワイの自然や社会的・文化的資源に対する認識や関心、文化資源保護を目的とする持続可能な観光商品に対するプレミアム価格の支払い意思について、調査・分析する。調査の実施にあたり、米国本土居住者を対象に持続可能な観光事業に対する支払い意思額を調査した先行研究を参照した (例えば Andrade, Itoga, Linnes, Agrusa, and Lema 2021)。調査結果を比較することで、対象が自国か異国かでの旅行者の意識や行動の違いを明らかにすることが可能になると考え

ている。また持続可能な観光事業に対するプレミアム価格の支払い意思と、支払い意思額に影響を与える変数を明らかにすることで、持続可能な観光研究に貢献する。

以下の構成は次の通りである。第2章ではハワイ観光業の現状と、ハワイ観光業における日本人観光客の位置づけを確認する。第3章ではオーバーツーリズム、第4章では持続可能な観光開発について、先行研究での議論内容を整理しつつ、リサーチクエスチョンを設定する。第5章では旅行者の支払い意思額に関する先行研究を概観し、仮説を設定する。第6章・第7章では調査概要と調査結果を示し、仮説を検証する。最後に、本研究の成果と課題、今後の研究の方向性を示すことで、まとめとする。

## 2. ハワイの観光業と日本人観光客の位置づけ

世界で最も人気のある観光地の1つとしてしばしば評価されるハワイは（Mak 2008年）、米国で唯一の島で構成された州である。正式に米国の50番目の州になった1959年以降、観光部門が雇用と収益を創出し、州の成長を支えてきた（Yan et al. 2022）。そしてCOVID-19感染拡大の影響が生じる前の時点まで、ハワイを訪れる観光客数は継続して増加し続けていた。

2019年には訪問者数が1,000万人を超え、過去最高を記録した。ハワイ政府観光局（Hawaii Tourism Authority）が発表した年次報告書（2019 Annual Visitor Research Report）によれば、訪問者数は10,386,673人（前年比5.0%増）、訪問者の支出金額は1人当たり196\$（前年比1.1%減）、訪問者支出総額は178.4億ドル（前年比1.1%増）であった。訪問客数および総支出金額の増加は8年連続であった。また初めてハワイを訪れた旅行者は3,261,599人で、前年度から1.5%増加した。初めての訪問者はリピーターより支出金額が大きい。また、ハワイでは繰り返し訪れる訪問者が多いことを念頭におくと、新規訪問者を開拓できていることの意義は大きい。

ハワイにおいて、日本人訪問者はどのような位置づけにあるのか。海外旅行が自由化された1964年以降、ハワイは日本人の海外旅行をけん引する目的地であり、今もなお、主要な渡航先の一つである。2018年には1,489,778人（前年比2.3%減）、2019年には1,576,205人（前年比5.8%増）の日本人がハワイを訪れており、米国本土を除くと最大である。3位のカナダの訪問者数は、2018年では548,702人（前年比6.5%増）、2019年では540,103人（前年比1.6%減）であったことと比較すると、日本人訪問客がいかに多いかがわかる。

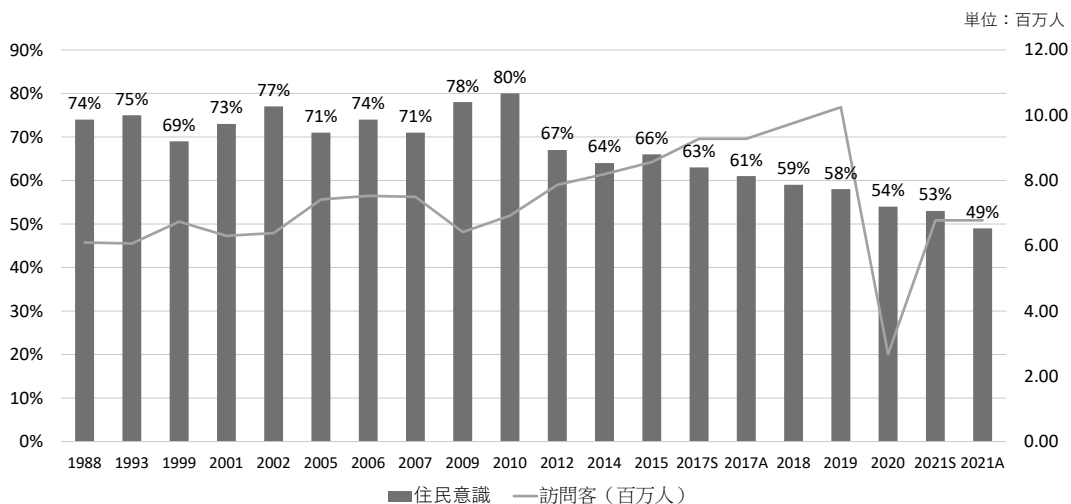
特筆すべき日本人観光客の特徴は、訪問者数だけでなく、支出金額が大きいことである。1日あたりの支出金額は2018年では241\$（前年比0.4%増）、2019年では242\$（前年比0.4%増）であった。総訪問者の平均は2018年で198\$、2019年の196\$であった。中でもショッピングに費やす金額が他国より大きい。2019年実績では日本人は1日あたり65\$を支出した。総訪問者の平均26\$、米国西部17\$、米国東部19\$、カナダ14\$と比較すると、全体平均の2.5倍、カナダの4.6倍である。こうした数字から日本人観光客のハワイ観光業に対する経済的貢献度の高さが理解できる（ハワイ政府観光局ホームページ）。

### 3. オーバーツーリズムと住民感情

オーバーツーリズムの弊害は、自然環境や生活環境の悪化といった形で現れる（崔 2020）。例えば、ボラカイ島では、モラルの低い観光客によるビーチでの飲食やたき火が増えたり、観光客を対象に新設されたホテルや飲食店による排水が適切に処理されなかったりしたことで、海の水や浜辺の砂が汚染された。都市部の観光地では、交通渋滞、観光スポットや施設の混雑、騒音やゴミ、物価の上昇、民泊の増加やそれに伴う不法物件の増加が起きている（バルセロナ、京都）。住居環境の悪化により自ら転居を選択するケースもあれば、オーバーツーリズムの影響で生じたマンション価格や賃借料の高騰により望まない形で移転に追い込まれるケースもある。特に深刻なのは、都市部観光地に近接する低所得層居住地エリアの地価上昇である。店舗運営者や住民が家賃高騰により住めなくなり、移転を余儀なくされる現象も起きている（ソウル）。

ハワイにおいても、同様の問題が起きている（Agrusa et al. 2021）。地元のビーチを観光客が埋め尽くし、トレッキングスポットに長蛇の列を作った。自然環境への負担や汚染が問題となっている。ハワイでは居住区と観光エリアが隣接するため交通渋滞、店舗や施設の混雑は住民の生活環境の悪化に直結する。住居費用の高騰も社会問題化している。冒頭でも触れたとおり、住民の不満はハワイ州 DBEDT が発表した「Resident Sentiment Survey (住民感情調査) 2021」の結果からも明らかだ。同調査で「観光業は問題よりも恩恵をもたらす」との問いに対する 10 段階評価において、6 - 10 を選択した回答者が 2010 年には 80% を占めていたが、その年をピークに低下し、2019 年には 58%、2020 年には 54%、2021 年春には 53%、2021 年秋には 49% であった。年間の訪問客数の増加と反比例していることがグラフからも見て取れる（図 1）。

図 1 観光業に対する住民意識（左）とハワイ訪問客数（右）の推移



筆者作成。データ出典：“Resident Sentiment Survey Fall 2021 Highlights” 2022年1月  
State Department of Business, Economic Development & Tourism

「観光業があなたやあなたの家族に与える影響」を問う質問に対して、ポジティブな影響があると考える回答者が1999年には58%、2001年には56%であったが、多少の上下を繰り返しながら2019年には41%、2020年には34%と大きく低下している。選択肢「とてもネガティブな影響：1 - とてもポジティブな影響：10」に対して7 - 10点をつけた回答者の割合である。

#### 4. 持続可能な観光開発

オーバーツーリズムによる弊害が報告されていることも要因となり、観光客と地域住民の生活の両面に配慮した持続可能な観光への要請が高まっている。しかし、継続可能な観光といった概念はオーバーツーリズムが問題視される以前より議論が始まっている。決して新しいものではない。1980年代後半にはすでに注目される研究分野となり、幅広い視点で議論が進められてきた(Lui 2003)。2005年に国連環境計画(United Nations Environment Program, UNEP)とUNWOTが発表した*Making Tourism More Sustainable A guide for Policy Maker*には、すでに、環境、経済、社会、文化、それぞれに配慮し、バランスを欠かない観光開発の重要性が指摘されている。そして考慮すべきこととして次の4つの点があげられている。

1つ目は、観光開発において重要な要素である環境資源を適切に利用し、生態系の維持や、自然遺産と生物の多様性の保全に寄与すること。次に、長期的な視点で経済活動を行い、ステークホルダーに社会的・経済的な便益を公平に配分、提供すること。さらには、観光客の満足度を高く保ち、有意義な体験を保証すること、同時に、観光客の持続可能な観光に対する意識や行動を促進すること、最後は、観光開発には、関連する全てのステークホルダーの情報の収集と合意形成への参加、それを実現するリーダーシップが求められる。継続する観光事業のプロセスを常に監視し、随時、課題に対処することである。

これらは、エコやサステナブルをうたった特別な旅行商品だけでなく、一般の旅行商品を含めて求められている視点である。旅行商品の資源とみなされている観光目的地固有の伝統的な文化や社会環境、自然環境の維持や保護を目的とした活動には一定のコストがかかる。それを観光サービスの代金に転嫁することに対して旅行者はどのような態度を示すのか、消費者の意識や行動意向はどのようなものなのか、マーケティング施策の決定前に理解しておく必要がある。そこで、本研究では観光目的地ハワイの持続可能な観光商品に対する日本人の支払い意思額を検証する。その際、類似する問題意識を持ち米国本土居住者を対象に調査を行ったAndrade et al.(2021)を参照し、ハワイの伝統的文化の保全を目的とする持続可能な観光商品を対象とする。そして、次のリサーチクエスチョンを設定する。

RQ1：日本人は旅行目的地ハワイの文化や文化体験に関心をもっているのか

RQ2：日本人はハワイ文化の保護を目的とする持続可能な観光商品にプレミアム価格(通常より高い価格)を支払う意思があるのか

RQ3：ハワイ文化の保護を目的とする持続可能な観光商品にプレミアム価格を支払う意思を、次の変数が調整するのか。

RQ3-1：当該地域が自国か(米国人)異国か(日本人)で、支払い意思に差が生じるのか

- RQ3-2: ハワイ文化にまつわる経験の違いで、支払い意思に差が生じるのか  
 RQ3-3: ハワイ文化にまつわる知識や関心の違いで、支払い意思に差が生じるのか  
 RQ3-4: 全般的な文化保護に対する意識の違いで、支払い意思に差が生じるのか

## 5. 支払い意思額に関する先行研究と仮説の設定

支払い意思額 (Willingness to pay, 以下 WTP) とは、顧客が特定の製品またはサービスに費やすことをいとわない最大価格を指す。経済学者は、WTP を予約価格と呼ぶように、人が消費または使用体験に割り当てる価値を貨幣価値で表したものであり、収益に直結する重要な要素である (Homburg, Koschate, and Hoyer 2005)。伝統的な経済理論では、価格が高ければ高いほど、それを支払う意思のある人の数は少なくなることが仮定されるため、多様な観光サービスにおいて、特に環境保全等を目的に施設やサービスの利用料を値上げしたり、新規導入したりする際に、人々の支払い意思やその金額が調査されている。そして先行研究では、利用料の導入または値上げは許容されやすく、劇的な需要の減少が起きることはないことが指摘されている (Eagles, McCool, and Haynes 2002; Fedler and Miles 1989; Krannich, Eisenhauer, Field, Pratt, and Luloff 1999; Schroeder and Louviere 1999)。

観光目的の訪問者への課金に対する日本人の意識を調べた複数の研究においても、同様に、利用者負担に対する抵抗は小さいことが報告されている (内閣府・環境庁 2013; 五木田・愛甲 2019; 武・飯田 2016; 山本・秋葉 2011)。例えば、国立公園の維持管理の費用について、五木田・愛甲 (2019) の調査では、75.8%の回答者が「利用者が負担すべき」と回答した。また内閣府と観光庁 (2013) の調査では、50.8%が「利用者が全額負担すべき」、22.9%が「一部を国や地方自治体が負担したうえで利用者が負担すべき」を選択し、合わせて 75.2%が容認する姿勢を示した。旅行の魅力の源泉となる資源を持続するためにかかる費用負担について、日本人観光客は許容する姿勢が示されていることから、RQ2 のハワイ文化の保護を目的とする持続可能な観光商品にプレミアム価格 (通常より高い価格) を支払うことを、日本人は許容すると仮定する。

旅行者の支払い意思額はどのような要因によって調整されるのか。先行研究では、性別、年齢、学歴、収入といったデモグラフィック特性の影響が調べられているが、一致した結果は得られていない (More and Stevens 2000; Reiling, Cheng, and Trott 1992)。例えば、包括的な調査を行った Reynisdottir, Song, and Agrusa (2008) では、収入、教育による正の影響と、年齢による負の影響がわずかながら認められた。日本人を対象とした五木田・愛甲 (2019) でも年齢の負の影響が認められたが、収入については逆 (負) の影響が確認された。Boronat-Navarro and Pérez-Aranda (2020) では、年齢、性別、収入、国籍の影響は確認されなかった。そうした結果を受けて、デモグラフィック特性は、特段注目すべき影響要因ではないと述べている。

文化に注目し影響を確認した研究もある。ホエールウィッチングの参加者を対象に調査を行った Davis and Tisdell (1998) は、国籍により WTP に差があることを指摘した。具体的には日本人観光客は欧米の観光客より WTP が低かったと報告している。しかし同調査については、サンプル数が少ないなどの課題が指摘されている (Reynisdottir, Song,

and Agrusa 2008)。旅行者にとって対象目的地が自国か異国かで WTP に差が生じるのかを調査する研究もあるが、ここでも一致する結果は得られていない (Boronat-Navarro and Pérez-Aranda 2020)。

他方で、対象目的地の訪問経験の有無や、旅行目的地に関する知識や関心、環境保護に対する知識や関心といった回答者属性が、WTP に正の影響を与えることが確認されている (Carlsson and Johansson-Stenman 2000; Kazeminia, Hultman, and Mostaghel 2016)。Boronat-Navarro and Pérez-Aranda (2020) は、持続可能な観光を標榜する宿泊施設に対する WTP を調査し、「関連情報の検索行動」「持続可能な観光に配慮したホテルであることを示す認証に対する知覚重要性」「持続可能な観光に配慮したホテルの宿泊経験」が、WTP に正の影響を与えることを確認した。したがって、ハワイ文化に対する関心や情報量、文化保護に対する意識は、日本人においても、WTP に正の影響を与えると仮定する (RQ3-4)。さらには、対象目的地に関する知識や態度が WTP に正の影響を与えるならば、異国より自国の場合に WTP が高くなることが仮定される。異国の回答者と比較して自国の回答者は一般的に、目的地に対する知識が多く、関心が高くなることが推察されるためである。したがって日本人は米国本土居住者より、支払い意思額が低くなることを仮定する (RQ3-1)。知識や関心の正の影響を前提とするならば、対象目的地にまつわる経験を持つ回答者は、経験のない回答者よりも知識も関心も高いことが推察される。ハワイ文化にまつわる経験は WTP に正の影響を与えると仮定する (RQ3-2・3)。

## 6. 調査概要と測定尺度

調査は株式会社 Yahoo! Japan クラウドソーシングに登録している 18 才以上の一般消費者を対象に、5 月 26 日から 6 月 1 日の間、「旅行目的地“ハワイ”に対する意識調査」として実施した。リクルーティングに際して「年に 1 回以上、レジャー目的の宿泊旅行をしていること」を条件とした。調査票の作成にあたっては、米国人と日本人の意識の違いを確認することを研究目的の 1 つとしているため、米国本土居住者を対象に持続可能なハワイ観光事業への支払い意思額を調べた Andrade et al. (2021) を参照した。同研究に倣い、最初に旅行目的地ハワイに対するイメージや特徴、それらに対する重要度を質問した。具体的には、旅行目的地ハワイから思い浮かぶ特徴やイメージを次の 11 の項目から 3 つを選択するよう依頼した。11 の項目とは「文化体験」「ハワイの文化・歴史」「アウトドア体験」「ショッピング」「結婚式や新婚旅行・記念旅行」「フレンドリーな現地の人々」「米国本土から離れた牧歌的な島」「物価 (の高さ)」「ビーチ」「自然・野生動物」「料理・地産の食べ物」である。次に、ハワイ旅行における前述の 11 の項目の重要度を「全く重要ではない：1 - とても重要である：5」の 5 件法で回答するよう求めた。そして、持続可能な観光事業のプレミアム価格に対する支払い意思を質問した。本研究では、観光研究、経済学やマーケティングの先行研究で用いられている仮想評価法 (CVM: Contingent Valuation Method) を採用した。具体的には、「観光客として、ハワイの文化保護活動 (食文化や農家) を支援するために、文化体験ツアー (地産食品) に高い費用を支出しても構わないですか」と尋ね、「はい - いいえ」の 2 件法で回答を求めた。はいと応えた回答者には許容できる支出増加率を尋ねた。「取り組みのため、支出をどの程度増やしても構わ



ないですか」と尋ね、「5%程度まで」「6-10%」「11-15%」「16-25%」「26-50%」「51-75%」「76%以上」の選択肢から1つを選択するよう依頼した。

続いて、ハワイ文化に関する経験や知識、関心、文化保護に関する関心について尋ねた。ハワイ文化に関する経験については、ハワイ訪問経験と、フラダンスやハワイアンミュージックなどハワイ文化に関連する趣味の有無を尋ねた。知識は「ハワイの文化や歴史について詳しいほうだ」「ハワイについて人に聞かれることが多い」の2項目、関心は「ハワイ先住民が企画・運営する観光事業に参加したい」「滞在中に地元の方々と交流したい」「ハワイの文化を体験したい」の3項目、文化保護に関する関心は「旅行者の私にも環境に対して責任があると思う」「私は文化的環境に配慮できる人間だと思う」「旅行先を選ぶ際、持続可能な観光手法がとられているか確認する」の3項目について、「まったくそうではない：1—まったくそのとおり：5」の5件法での回答を求めた。最後に回答者の性別、年代、ハワイに対する態度を質問した。

本調査では、516名（うち男性206名）の有効回答を得た。年代の内訳は18-40才が178名、41-59才が278名、60才以上が62名であった。回答者のうちハワイ渡航経験者が36.2%を占めた。そのうちの45%が2回以上の渡航経験があると回答した。米国本土居住者を対象に調査を行った Andrade et al.(2021)では、ハワイ渡航経験者は全体の36.0%であり、本調査の結果とほぼ同じであった。いずれもランダムサンプリングで調査を実施している。日本人にとってハワイは海外であるにもかかわらず、米国本土居住者と同程度に身近な旅行目的地であるということができそうである。

訪問経験について、属性別にみると、性別による統計的な有意差は認められなかった。男性は33.5%、非男性は38.9%であった ( $V=.055$ ,  $p=.221$ )。年代別にみると、18-40才は30.1%、41-59才は38.1%、60才以上は45.2%であった。年代があがるほど訪問経験者は多かった ( $V=.096$ ,  $p=.098$ )。但し、年齢があがるほど対象期間が増えることや、ここ数年のCOVID-19が渡航経験に与えた影響は若年層により大きく表われるであろうことを念頭においてこの結果を見る必要があるだろう。

## 7. 調査結果と仮説検証

### 7-1. 日本人の旅行目的地ハワイへの関心

RQ1「日本人は旅行目的地ハワイの文化や文化体験に関心をもっているのか」を確認する。ハワイから連想するイメージや特徴として最も多くの回答者が選択したのは「ビーチ」、そして「ショッピング」「料理・地産の食べ物」「結婚式など記念旅行」といった項目であった。「ハワイの文化・歴史 (5.8%)」「文化体験 (9.3%)」の選択率は、上位項目に比べても、米国本土居住者を対象に調査した Andrade et al.(2021)と比較しても、圧倒的に少なかった(図2)。米国本土居住者の場合、トップは「ビーチ」で日本人の回答と変わらないが、次に多かったのは「ハワイの文化・歴史 (54.1%)」、そして「アウトドア体験 (52.3%)」「文化体験 (24%)」と続いた。

これら11の項目の重要度を尋ねたところ、最も高かったのは「料理・地産の食べ物」、次に「ビーチ」「自然・野生動物」「物価(の高さ)」「ショッピング」と続いた。Andradeらの調査結果では、トップは「ビーチ」、次に「料理・地産の食べ物」「ハワイの文化・歴

史」「フレンドリーな現地の人々」「アウトドア体験」と続いた。両者で大きな差がみられたのは、日本人が重視する「ショッピング」（日本人 3.7, 米国人 2.7），米国人が重視する「ハワイの文化・歴史」（米国人 3.9, 日本人 3.0），「文化体験」（米国人 3.7, 日本人 3.0）であった（図 3）。以上のことから、日本人のハワイの文化や歴史、あるいは文化体験への関心は、他の項目との比較、あるいは米国土土居住者との比較において、高くないこと

図 2 観光目的地ハワイの特徴やイメージ—日米比較

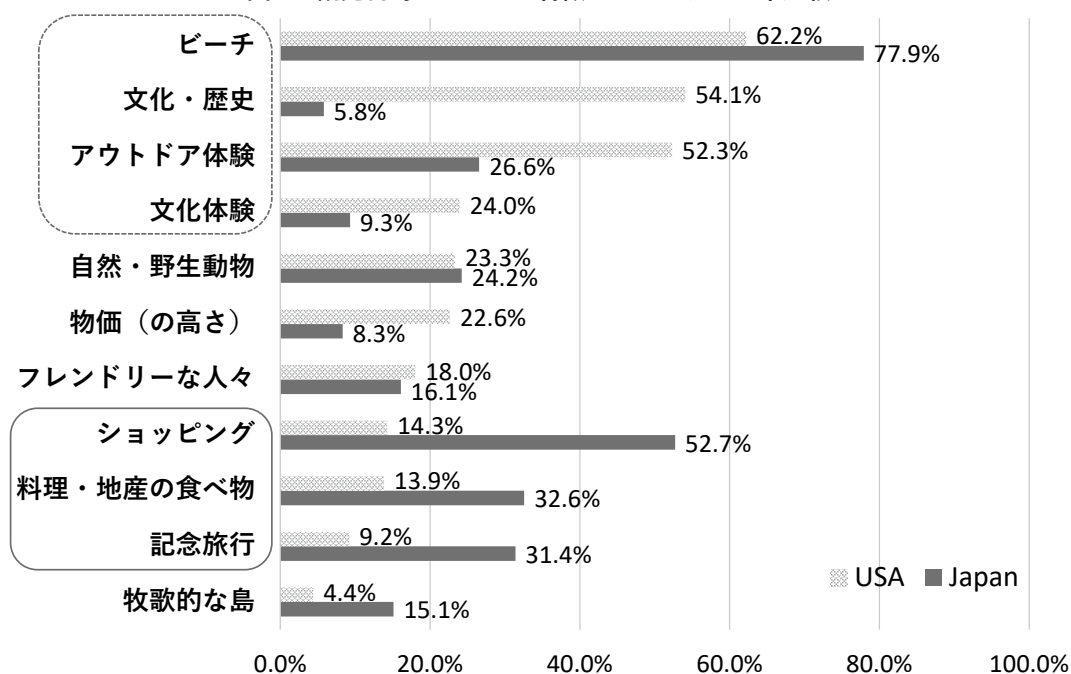
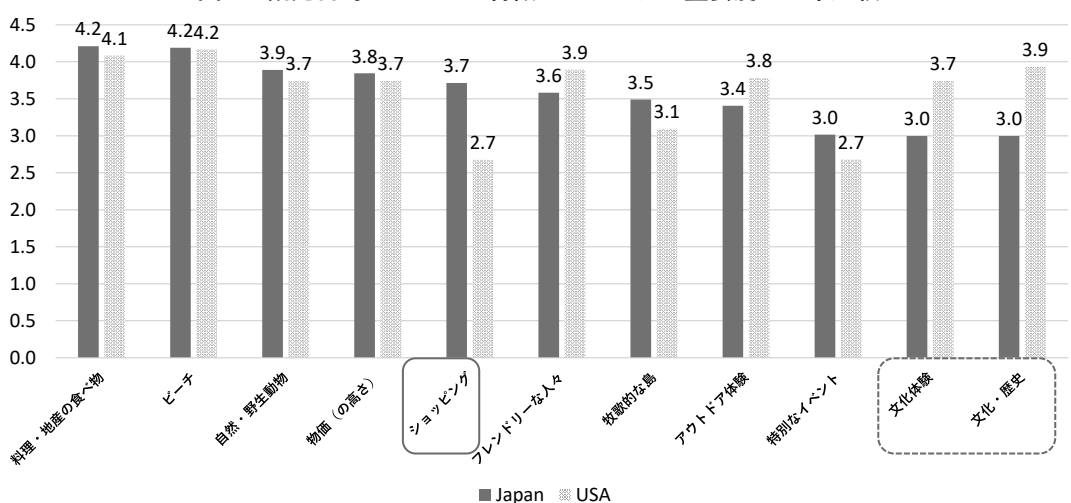


図 3 観光目的地ハワイの特徴やイメージの重要度—日米比較



がわかった。

## 7-2. ハワイ文化保護に対する支払い意図

次にRQ2「日本人はハワイ文化の保護を目的とする持続可能な観光商品にプレミアム価格（通常より高い価格）を支払う意思があるのか」を検証する。ランダムに選んだ半数の回答者に「観光客として、ハワイの文化保護活動を支援するために、文化体験ツアーに高い費用を支払っても構わないですか」と尋ねたところ、33.6%がはい、66.4%がいいえと回答した（図4）。「支出をどの程度増やしても構わないですか」との問いに対して、はいと回答した人のうちの47.6%が「5%未満」、36.6%が「6 - 10%」、13.4%が「11 - 15%」、2.4%が「16 - 25%」を選択した。

米国本土居住者を対象に調査を行った Andrade et al. (2021) では76.3%がはい、23.7%がいいえと回答した。日米の支払い意図に統計的な有意差が認められた ( $p=0.000$ )。そして、容認できる増額率について、はいと回答した人のうちの41.5%が「5%未満」、23.1%が「6 - 10%」、16.7%が「11 - 15%」、10.8%が「16 - 25%」、さらに4.8%が「26 - 50%」、1.3%が「51 - 75%」、1.8%が「75%<」を選択した。両国の回答を比較すると、その内容にかなりの差が見られた。上で述べたとおり、米国本土居住者の回答者はハワイの歴史や文化体験への関心が高かった。支援意向に影響している可能性が推察される。

Andrade et al. (2021) に倣い、本研究では、「食文化、地産食品」を支援対象の文化として特定し、同様の質問を行った。具体的には、上の質問に答えていない半数の回答者に「観光客として、ハワイの食文化や農家を支援するために、地産食品に高い費用を支出しても構わないですか」と尋ね、はい・いいえの2件法での回答と、許容できる増額率を選択肢から選択するよう求めた。その結果、49.7%がはい、50.3%がいいえと回答した（図5）。「支出をどの程度増やしても構わないですか」との問いに対して、はいと回答した人のうちの61.8%が「5%未満」、26.7%が「6 - 10%」、7.6%が「11 - 15%」、3.1%が「16 - 25%」、0.8%が「25 - 50%」を選

図4 文化保護支援への支払い意思一日米比較

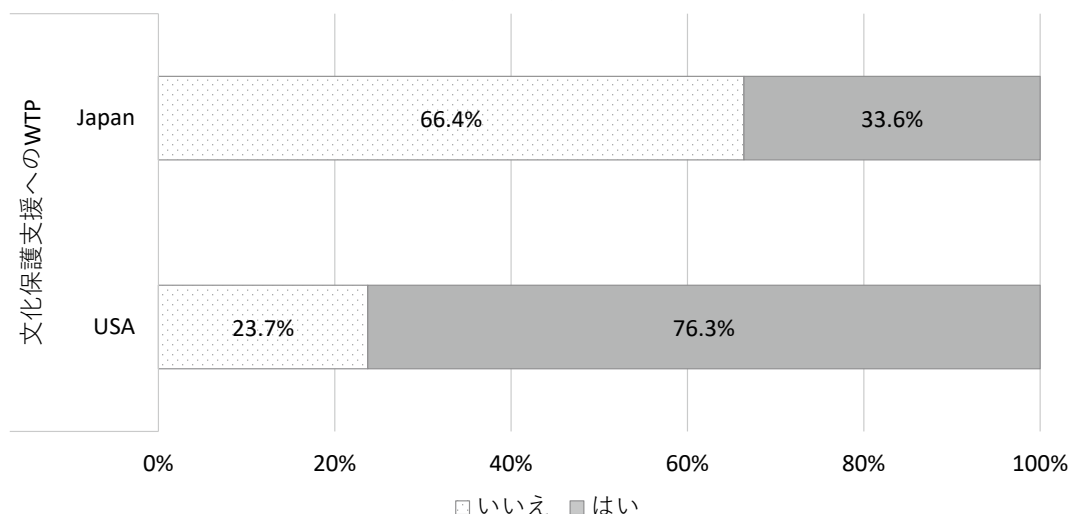
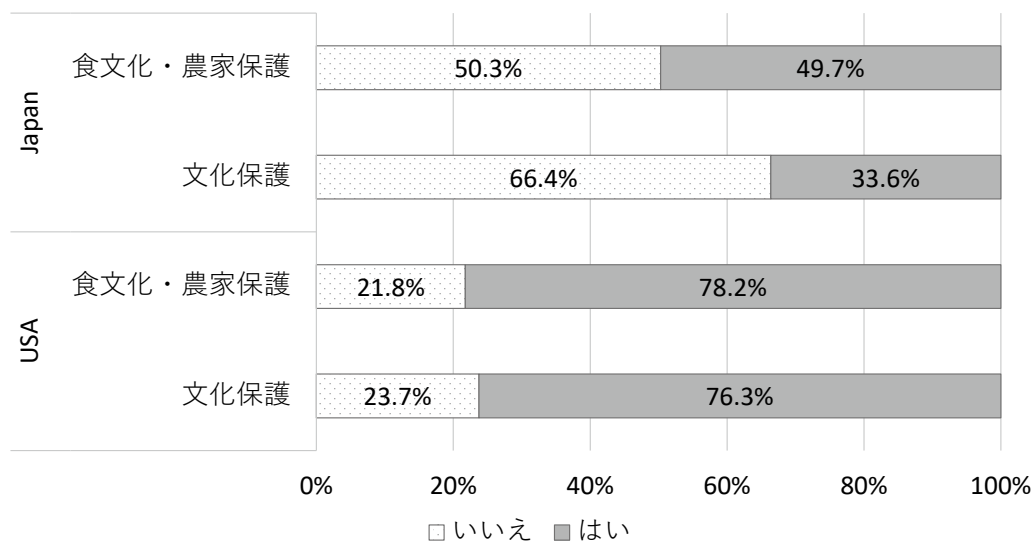


図5 「文化保護」「食文化・農家保護」支援への支払い意思一日米比較



択した。

米国本土居住者を対象とする Andrade et al. (2021) では、78.2%がはい、21.8%がいいえと回答した。日米の支払い意図に統計的な有意差が認められた ( $p=0.000$ ) として、許容できる増額率について、はいと回答した人のうち 39.5%が「5%未満」、23.1%が「6 - 10%」、16.5%が「11 - 15%」、9.9%が「16 - 25%」、さらに 7.9%が「26 - 50%」、1.1%が「51 - 75%」、2.0%が「75%<」を選択した。以上のことから、RQ3-1「当該地域が自国か(米国人) 異国か(日本人) で、支払い意思に差が生じるのか」については、統計的に有意な差があることがわかった。異国より自国の場合に支払い意思は高まることが確認された。

RQ2「日本人はハワイ文化の保護を目的とする持続可能な観光商品にプレミアム価格(通常より高い価格)を支払う意思があるのか」については、約3割の回答者がプレミアム価格の支払い意思があると回答した。ハワイの食文化や農家支援のためのプレミアム価格の支払い意思を尋ねた場合には、支払い意思があると回答した人の割合はおよそ5割に達した。ハワイ文化保護へのWTPと、特定領域(食文化・農家)に絞った文化支援へのWTPを比較するため $\chi^2$ 検定を行ったところ、有意な差が認められた ( $V=0.177, p<0.001$ )。本調査の結果から、差が生じた要因を明確に論じることはできないが、具体的な領域が提示されたことの影響、あるいは日米回答者ともに「料理・地産の食べ物」の重要度を高く評価したことを踏まえると、提示された文化領域に対する回答者の関心(重要度)の正の影響、領域のみならず支援対象者(農家)を明示することの正の影響などが仮定できる。

次節では、回答者のハワイ文化に対する知識や関心、文化保護に対する意識がWTPに与える影響について確認する。

## 7-3. RQ3-2/RQ3-4

RQ3-3「ハワイの文化にまつわる知識や関心の違いで、支払い意思に差が生じるのか」と、RQ3-4「全般的な文化保護に対する意識の違いで、支払い意思に差が生じるのか」について検証する。ハワイ文化に関する知識は「ハワイの文化や歴史について詳しいほうだ (M=1.97, SD=.903)」「ハワイについて人に聞かれることが多い (M=1.88, SD=1.01)」の2項目 (固有値 1.58, 1 因子で全分散を説明する割合 78.9%,  $\alpha = .731$ )、ハワイ文化に対する関心は「ハワイ先住民が企画・運営する観光事業に参加したい (M = 2.97, SD=.986)」「滞在中に地元の方々と交流したい (M=3.16, SD=.968)」「ハワイの文化を体験したい (M=3.50, SD=.925)」の3項目 (固有値 2.04, 1 因子で全分散を説明する割合 67.9%,  $\alpha = .763$ )、文化保護に対する意識は「私は文化的環境に配慮できる人間だと思う (M=3.47, SD=.738)」の1項目を用いて測定する。文化保護に対する意識について、「旅行者の私にも環境に対して責任があると思う (M=4.07, SD=.715)」「旅行先を選ぶ際、持続可能な観光手法がとられているか確認する (M=3.01, SD=.895)」を含めた3項目で因子分析を行ったが、後者2項目の負荷量がいずれも .164 と基準に充たなかったため削除した。

支払い意思の回答を独立変数、ハワイ文化に関する知識、ハワイ文化に対する関心、文化保護に対する意識を従属変数とする2項ロジスティック回帰分析を行ったところ、3つの項目の有意な正の影響が確認された ( $\chi^2(3) = 47.486, p < .001$ )。各項目のパラメータは次のとおりである。 $\beta$  知識 = .368, Wald  $\chi^2(1) = 10.263, p = .001$ ;  $\beta$  関心 = .543, Wald  $\chi^2(1) = 15.328, p < .001$ ;  $\beta$  文化保護意識 = .245, Wald  $\chi^2 = 3.132, p = .077$ 。ハワイ文化への関心や知識がWTPに比較的大きな正の影響を与えることが確認できた。

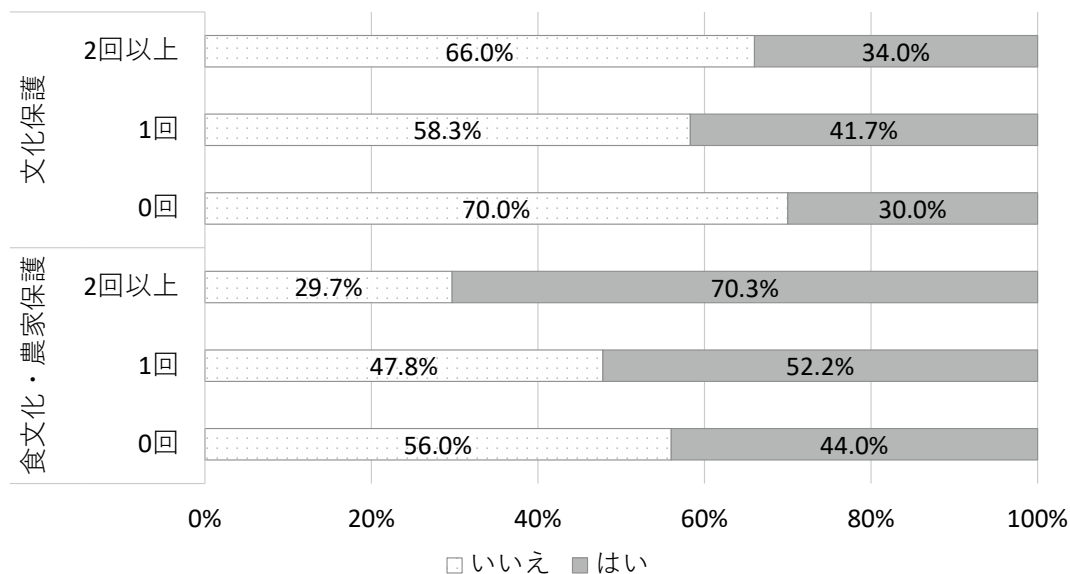
## 7-4. ハワイ文化の体験の影響

RQ3-2「ハワイの文化にまつわる経験の違いで、支払い意思に差が生じるのか」を検証する。最初にハワイの訪問経験およびその回数の違いでWTPに差が生じるのか、全体データを用いて $\chi^2$ 検定を行ったところ、統計的に有意な差が確認された ( $V=.122, p=.022$ )。支払い意図を問う質問に対して、はいと回答した人の割合は、訪問無しの人では36.8% (121人)であったのに対して、1回の訪問経験ありの人は48.5% (50人)、2回以上の訪問経験ありの人は50% (42人)で、訪問経験が支払い意図に正の影響を与えていることが確認できた。

WTP対象を「ハワイ文化の保護」とした場合と「ハワイ食文化や農家の保護」とした場合に分けて分析したところ、後者でのみ、有意な差が確認された (文化保護  $V=.087, p=.384$ ; 食文化・農家保護:  $V=.180, p=.014$ )。回答結果は図6の通りである。

ハワイの文化保護活動に対するWTPを尋ねた場合、はいと回答した人の割合は、訪問無しの人では30.0% (51人)であったのに対して、1回の訪問経験ありの人は41.7% (15人)、2回以上の訪問経験ありの人は34.0% (16人)であった。他方で、食文化・農家保護活動に対するWTPを尋ねた場合、はいと回答した人の割合は、訪問無しの人では44.0% (70人)であったのに対して、1回の訪問経験ありの人は52.2% (35人)、2回以上の訪問経験ありの人は70.3% (26人)で、訪問回数がWTPにもたらす明確な正の影響が確認された。2回目以上の訪問経験のある人のWTPは、米国本土居住者のWTP意図 (78%)と変わらない水準まで高まった。そこで訪問回数2回以上の回答者と米国本土居

図6 「文化保護」と「食文化・農家保護」支援への支払い意思  
ーハワイ訪問経験による比較



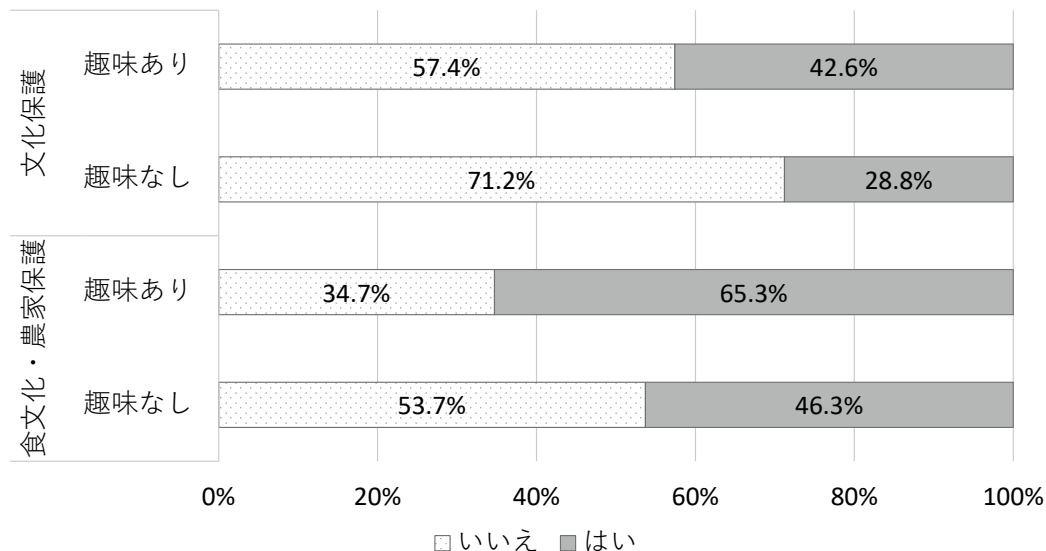
住者の回答割合に差があるのか、 $\chi^2$  検定を用いて検証したところ、両者の回答割合に統計的な有意差は認められなかった ( $p=.263$ )。

日常的なハワイ文化体験として、ハワイにまつわる趣味の有無に注目した。調査協力者の25% (127人) がハワイにまつわる趣味を有しており、具体的には、ハワイアンミュージック 47人、サーフィン 30人、フラダンス 17人、ハワイアンキルト 13人などであった。趣味の有無で WTP に差が生じるのか、全体データを用いて  $\chi^2$  検定を行ったところ、統計的に有意な差が確認された ( $V=.124, p=.006$ )。支払い意図を問う質問に対して、はいと回答した人の割合は、趣味の非保有者では 38% (148人) であったのに対して、保有者では 52.7% (58人) で、趣味の保有が支払い意図に正の影響を与えていることが確認できた。

WTP の対象を「ハワイの文化保護」とした場合と「ハワイの食文化や農家の保護」とした場合と分けて分析した場合においても、有意差が確認された (文化保護  $V=.128, p=.045$ ; 食文化・農家保護:  $V=.150, p=.017$ )。回答結果は図7の通りである。

ハワイの文化保護に対する WTP を尋ねた場合、はいと回答した人の割合は、趣味の非保有者では 28.8% (53人) であったのに対して、保有者では 42.6% (26人) であった。他方で、食文化・農家保護に対する WTP を尋ねた場合、はいと回答した人の割合は、趣味の非保有者では 46.3% (95人) であったのに対して、保有者では 65.3% (32人) で、趣味の保有が WTP にもたらす正の影響が確認された。趣味を保有することで、訪問経験と同様、米国本土居住者の WTP (78%) に近い水準まで高まることがわかったため、両者の回答割合に差があるのか、 $\chi^2$  検定を用いて検証したところ、趣味保有者と米国本土居住者の回答割合に統計的な有意差が認められた ( $p=.040$ )。趣味保有者は米国本土居住者と同水準の WTP を有するという事はできないが、文化体験を持つことで WTP が高まる

図7 「文化保護」と「食文化・農家保護」支援への支払い意思  
—ハワイ関連の趣味保有による比較



ことが確認された。

## 8. おわりに

### 8-1. 本研究の成果と課題

近年の観光業の成長が、世界中の多くの人気観光地に対して持続可能な開発を求める要請につながっている (Agrusa et al. 2021)。住民環境の悪化、自然破壊や環境汚染、真正性の高い伝統文化の保全といった事象への社会的関心が高まる中、旅行関係者はこれまでの慣行を再評価し、環境的・社会的・文化的な事象に配慮した観光事業の展開が求められている。こうした社会の要請に対する理解を深め、多様な環境への懸念に理解を示し、保全活動に貢献することは、サービス提供企業に競争上の優位性をもたらしうると、Philip Kotler は 2011 年に発行された *Journal of Marketing* 75 周年記念号への寄稿論文に記している。

本研究では、持続可能な観光をとおして旅行目的地の社会的・環境的・文化的資源の保全や維持あるいは関連する課題解決の責任を、旅行事業のステークホルダーとして、旅行者自身が負う意思があるのか、条件付評価法 (CVM) を用いて検証した。目的地や旅行者の特性を明確にして検証することの必要性が指摘されているため、ハワイならびにハワイの伝統文化の保全・維持を目的とする持続可能な観光事業に注目し、日本人を対象に調査した。ハワイは旅行目的地として成功を収めており、それ故、課題が露呈しはじめている。日本人旅行者は、米国本土からの旅行者に次いで数が多く、彼らの滞在中の消費金額は他国の旅行者と比較して、最も大きい。ハワイ観光業にとって日本人は重要な顧客であるため、調査対象にふさわしいと考えた。旅行者の支払い意思を問うことで、ハワイの文

化保護を目的とする持続可能な観光商品の需要を調べた。

その結果、本研究の日本人回答者のうち32%が「ハワイ文化」の保護を目的とする持続可能な観光商品にプレミアム価格を支払う意思があると回答した。その割合は、先行研究で示された米国本土居住者のWTP(76%)と比較して低かった。次に日・米の観光客ともに関心の高い「ハワイの食文化」の保護を目的とする観光商品を対象にWTPを問うたところ、本研究の回答者の50%がプレミアム価格の支払い意思があると回答した。その割合は「ハワイ文化」の保護を目的とする観光商品へのWTPと比較して18%増加したが、米国本土居住者のWTP(78%)と比較すると低かった。統計的な検証の結果、ハワイの文化あるいは食文化、いずれの保護目的とする観光商品であっても、日米の回答割合には有意な差が確認された。日本人は米国本土居住者より、ハワイ文化保護を目的とする観光事業に対するWTPが有意に低いことが明らかになった。

本研究の調査では、異国より自国で実施される持続可能な観光事業に対して、より多くの方が支払い意思を示すことが確認できた。しかし過去の研究では、自国か異国かによるWTPの差について、一致する結果は得られていない。その原因はWTPを左右する他の要因の影響との交絡にあることが推察される。WTPを高める他の要因との関連を丹念に調査することが必要であろう。本研究では「ハワイやハワイ文化に対する関心」や「ハワイやハワイ文化に関する知識」、「文化保護に対する意識」がWTPに正の影響をもたらすと仮定し、二項ロジスティック回帰分析を用いて検証したところ、支持する結果が得られた。中でも「ハワイやハワイ文化に対する関心」はWTPに大きな正の影響をもたらし、次いで「ハワイやハワイ文化に対する知識」も同様の影響をもたらすことが確認された。本研究では、米国本土居住者を対象に調査を行っていないため、回帰分析モデルに「本国・異国」の項目を組み入れることはできなかったが、そうした分析により各要素の影響の強弱や交絡の有無を確認することが可能である。今後の研究での取り組みが期待される。

次に、本研究では、観光目的に関連する文化体験がWTPに正の影響を与えることが明らかになった。まず先行研究で示されている訪問経験のWTPに与える正の影響が、本調査でも確認できた。さらに本研究では、ハワイに関連する趣味を通じた文化体験がWTPにもたらす影響を検証したところ、正の影響が確認された。ハワイの食文化・農家の保護を目的とする観光事業へのWTPは、ハワイ訪問経験が2回以上の回答者に絞った場合には70%、関連する趣味の保有者に絞った場合には63%にまで高まった。訪問経験が2回以上の回答者のWTPは、米国本土居住者のそれと同水準であることが統計的に確認された。持続可能な観光事業の対象者の選定や、マーケティングコミュニケーション計画の策定に示唆を与える結果である。

これら結果は、ハワイの訪問や趣味の保有が、ハワイ文化への関心や知識を高めた結果、WTPに正の影響が及んだ可能性を示している。あるいはハワイ文化への関心の高さや知識の深まりが、ハワイ訪問や趣味の保有につながった可能性も否定できない。両者の間に有意な相関関係が確認されており（訪問経験と文化への関心： $r = .127, p = .004$ ; 訪問経験と文化の知識： $r = .501, p < .001$ ; 趣味の保有と文化への関心： $r = .215, p < .001$ ; 趣味の保有と文化の知識： $r = .238, p < .001$ ）、今後の研究でより精緻な検証が望まれる。



## 8-2. 今後の研究の方向性

今後の研究の方向性として2点をあげたい。1点目は、観光研究が他分野の理論を適用することによって発展させてきたように (Gross and Brown 2005), 異分野で取り組まれてきた WTP 研究の成果を持続可能な観光事業に適用し発展させることである。関連する研究には、慈善事業へのチャリティおよび寄付行為に関する研究や、公共政策に対する費用負担の研究、環境配慮商品に対するプレミアム価格の支払い意思の研究などがある。経済学、環境経済学、社会心理学、生物心理学、マーケティングなど幅広い分野で取り組まれている。本研究では観光分野の先行研究知見を踏まえて議論を進めたが、他の研究領域での研究知見を参照することで研究の発展が見込める。

例えば、経済学では、寄付やチャリティ支援の主たる動機の1つは、利他的動機 (Altruism) であると考えられている (レビュー論文 Camerer 2003)。そして利他的な動機には、受け手の福祉に関心を持ち、彼らへの支援に動機づけられる純粋な利他的動機に加えて、父権主義的利他的動機が確認されている。父権主義的利他的動機とは、受け手の福祉の観点から寄付者は支援を動機づけられているが、その際、受け手より自分自身のほうが正しい判断ができると考え、支援内容を管理することを望み、それが適う場合に支援がより強く動機づけられることを指している。例えば、独裁者ゲームを用いて糖尿病患者の禁煙プログラムへの支援金額を調べた Jacobsson, Johannesson, and Borgquist (2007) では、現金支給の場合より現物支給 (禁煙パッチ) の場合に、実験参加者はより多くの支援金を拠出した。具体的には、現金支給の場合は平均で29%であったのに対して、現物支給の場合は平均で41%の分配を申し出た。本研究においても「文化の保護」の場合と比較して、支援対象をより明確にした「食文化の保護・農家の支援」の場合に、多くの回答者がプレミアム価格の支払い意図を示した。父権的利他的な動機が影響したことが推察されるが、本調査の結果から結論づけることはできない。より精緻な検証を行うことで研究を発展させられると考えている。

Jacobsson らの研究で行われた複数の実験の1つでは、支援対象を「糖尿病患者」から「学生」に変更して禁煙プログラム (現金支給) に対する WTP が調べられた。上で記したように、糖尿病患者への現金支給では平均29%の分配であったが、学生への現金支給では平均18%の分配となり、支援金額は統計的に有意に減少した。同研究ではその理由について議論されていない。どのような支援対象のときに支援意向が高まるのか、研究課題の1つであろう。経済学分野の研究では慈善事業への寄付動機についても幅広く研究されている。例えば Bekkers and Wiepking (2011) は、さまざまな分野のジャーナルに掲載された500以上の文献レビューに基づいて、慈善寄付の動機を8つに分類している。「利他的」以外にも、「必要性の認識 (awareness of need)」「要請 (solicitation)」「費用と便益 (costs and benefits)」「評判 (reputation)」「心理的利益 (psychological benefits)」「価値 (values)」「有効性 (efficacy)」をあげている。こうした動機から考察することが可能であると考えている。

2点目は、WTP の意思決定の背景にある心理メカニズムを明らかにすることである。寄付やチャリティ、公共施設への費用負担等の意思決定に関する複数の研究が、心理的要因や要素間の関連についての考察や検証が十分でない指摘している (例えば Chui, Liaukonyte, Gómez, and Kaiser 2017)。また属性やパーソナリティといった個人特性や

状況要因の調整効果も考慮する必要があるだろう。心理メカニズムが解明されるならば、知見を一般化することができるため、国内外の観光目的地における持続可能な観光事業の開発や海外旅行者に対するマーケティング施策に活用することも可能である。

例として、消費者の旅行目的地に対する感情がWTPにどのように影響するのかといったアプローチをあげたい。特定の場所と人の間には、動的で、複雑な関係が存在するが、相互作用を通じて意味を与えられた物理的な場所に対して個人に形成される感情的なつながりや絆が存在する (Milligan 1998)。プレイス・アタッチメント (place attachment) と呼ばれており、個人と特定の場所との間に存在するポジティブな心理的連結のこととして理解されている (Giuliani and Feldman 1993)。

本研究の調査において、人々のハワイ文化に対する関心や情報、あるいは訪問経験や趣味の保有がWTPに正の影響を与えることが確認された。これら対象観光地との相互作用をとおして得られた、個人が有する認知的・情緒的な蓄積が、心理的連結を醸成したと考えることは可能であろう。先行研究において、訪問経験やレジャーへの関与がプレイス・アタッチメントに正の影響を与えることが指摘されている (Gross and Brown 2005; Williams, Patterson, Roggenbuck, and Watson 1992)。マーケティング研究において、ブランドに対するアタッチメントがWTPに正の影響をもたらすことが確認されている (Thomson, MacInnis, and Park 2005)。これら先行研究をふまえると、プレイス・アタッチメントを媒介してWTPに正の影響が及んだと仮定することができる。今後の研究課題としてあげておきたい。

## 謝辞

本研究はJSPS 科研費基盤研究C (21K01743) の助成を受けたものです。

## [参考文献]

- Agrusa, Jerome, Cathrine Linnes, Joseph Lema, Jihye (Ellie) Min, Tony Henthorne, Holly Itoga, and Harold Lee (2021), "Tourism Well-Being and Transitioning Island Destinations for Sustainable Development," *Journal of Risk and Financial Management*, 14 (1), 32.
- Andrade, Gabriella, Holly Itoga, Cathrine Linnes, Jerome Agrusa, and Joseph Lema (2021), "The Economic Sustainability of Culture in Hawai'i: Tourists' Willingness to Pay for Hawaiian Cultural Experiences," *Journal of Risk and Financial Management*, 14 (9), 420.
- Bekkers, René and Pamala Wiepking (2011), "A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms that Drive Charitable Giving," *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40 (5), 924-973.
- Boronat-Navarro, Montserrat and José A. Pérez-Aranda (2020), "Analyzing Willingness to Pay More to Stay in a Sustainable Hotel," *Sustainability (Switzerland)*, 12 (9), 3730.
- Camerer, Colin F. (2003), *Behavioral Game Theory*, Princeton: Princeton University

- Press.
- Carlsson, Fredrik and Olof Johansson-Stenman (2000), "Willingness to Pay for Improved Air Quality in Sweden," *Applied Economics*, 32 (6), 661-669.
- Chui, Leslie J. Verteramo, Jura Liaukonyte, Miguel I. Gómez, and Harry M. Kaiser (2017), "Socially Responsible Products: What Motivates Consumers to Pay a Premium?," *Applied Economics*, 49 (19), 1833-1846.
- Davis, Derrin and C. A. Tisdell (1999), "Tourist Levies and Willingness to Pay for a Whale Shark Experience," *Tourism Economics*, 5 (2), 161-174.
- Eagles, Paul F. J., Stephen F. McCool, and Christopher D. Haynes (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management*. No.8, Iucn.
- Fedler, Anthony J. and Ann F. Miles (1989), "Paying for Backcountry Recreation: Understanding the Acceptability of Use Fees," *Journal of Park and Recreation Administration*, 7. (2), 35-46.
- Giuliani, M Vittoria and Roberta Feldmant (1993), "Place Attachment in a Developmental and Cultural Context," *Journal of Environmental Psychology*, 13, 267-274.
- Gross, Michael J. and Graham Brown (2008), "An Empirical Structural Model of Tourists and Places: Progressing Involvement and Place Attachment into Tourism," *Tourism Management*, 29 (6), 1141-1151.
- Hawaii Tourism Authority (ハワイ政府観光局) ホームページ "Annual Visitor Research Reports" <https://www.hawaii-tourism-authority.org/research/annual-visitor-research-reports/> (2022年8月19日アクセス)
- Jacobsson, Fredric, Magnus Johannesson, Lars Borgquist, Linda Gunnarsson, Christina Jonsson, Karin Lindahl, Hans Lingfors, Sven Lundberg, Per Nilsson, Lars-Göran Persson, and Marie Wikvist (2007), "Is Altruism Paternalistic?" *The Economic Journal*, 117 (520), 761-781.
- Kazeminia, Azadeh, Magnus Hultman, and Rana Mostaghel (2016), "Why Pay More for Sustainable Services? The Case of Ecotourism," *Journal of Business Research*, 69 (11), 4992-4997.
- Kotler, Philip (2011), "Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative," *Journal of Marketing*, 75 (4), 132-135.
- Krannich, Richard S., Brian W. Eisenhauer, Donald R. Field, Cristuna Pratt, and A. E. Luloff (1999), "Implications of the National Park Service Recreation Fee Demonstration Program for Park Operations and Management: Perceptions of NPS Managers," *Journal of Park and Recreation Administration*, 17 (3), 35-52.
- Liu, Zhenhua (2003), "Sustainable Tourism Development: A Critique," *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (6), 459-475.
- Mak, James (2008), *Developing a Dream Destination: Tourism Policy Planning in Hawaii*, University of Hawaii Press.
- Milligan, Melinda J. (1998), "Interactional Past and Potential: The Social Construction

- Of Place Attachment,” *Symbolic Interaction*, 21 (1), 1-33.
- More, Thomas and Thomas Stevens (2000), “Do User Fees Exclude Low-Income People from Resource-Based Recreation?,” *Journal of Leisure Research*, 32 (3), 341-357.
- Reiling, Stephen D., Hsiang - Tai Cheng, and Cheryl Trott (1992) “Measuring the Discriminatory Impact Associated with Higher Recreational Fees,” *Leisure Sciences*, 14 (2), 121-137.
- Reynisdottir, Maria, Haiyan Song, and Jerome Agrusa (2008), “Willingness to Pay Entrance Fees to Natural Attractions: An Icelandic Case Study,” *Tourism Management*, 29 (6), 1076-1083.
- Schroeder, Herbert W. and Jordan Louviere (1999), “Stated Choice Models for Predicting the Impact of User Fees at Public Recreation Sites,” *Journal of Leisure Research*, 31 (3), 300-324.
- State Department of Business, Economic Development & Tourism ホームページ “Resident Sentiment Survey Fall 2021 Highlights” <https://www.hawaiitourismauthority.org/media/7436/hta-resident-sentiment-spring-2021-board-presentation-062421-final.pdf>, (2022年8月19日アクセス)
- Thomson, Matthew, Deborah J. MacInnis, and C. Whan Park (2005), “The Ties That Bind: Measuring the Strength of Consumers’ Attachments to Brands,” *Journal of Consumer Psychology*, 15 (1), 77-91.
- United Nation World Tourism Organization ホームページ “Global and Regional Tourism Performance” <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-perfortibmance>, (2022年8月19日アクセス)
- Williams, Daniel R., Michael E. Patterson, Joseph W. Roggenbuck, and Alan E. Watson (1992), “Beyond the Commodity Metaphor: Examining Emotional and Symbolic Attachment to Place,” *Leisure Sciences*, 14 (1), 29-46.
- Yan, Yong, Muhammad Ibrahim Shah, Gagan Deep Sharma, Ritika Chopra, Zeeshan Fareed, and Umer Shahzad (2022), “Can Tourism Sustain Itself through the Pandemic: Nexus between Tourism, COVID-19 Cases and Air Quality Spread in the ‘Pineapple State’ Hawaii,” *Current Issues in Tourism*, 25 (3), 421-440.
- 愛甲哲也 (2015) 「国立公園の有料化に対する利用者の意識－アメリカ有料化実証実験と大雪山における意識調査から」『観光文化』226, 9-14.
- 五木田玲子・愛甲哲也 (2019) 「観光地における入域料等の支払い抵抗感と資源タイプ及び徴収方法との関連性」『ランドスケープ研究』82 (5), 579-582.
- 武田正憲・飯田晶子 (2016) 「自然観光地における観光者の環境負担金に対する支払い意思と貢献実感の関係」『ランドスケープ研究』79 (5), 495-500.
- 崔載弦 (2020) 「オーバーツーリズムの発生と持続可能な観光発展の課題」『九州国際大学国際・経済論集』5, 193-206.
- 内閣府・環境省ホームページ (2013) 「国立公園に関する世論調査」 <https://survey.gov->

[online.go.jp/h25/h25-kouen/index.html](http://online.go.jp/h25/h25-kouen/index.html), (2022年8月19日アクセス)

山本清龍・秋葉圭太 (2011) 「青木ヶ原樹海のイメージと環境保全協力金制度への賛否に関する研究」『富士山研究』5, 7-13.

(2022.9.20 受稿, 2022.11.11 受理)

〔抄 録〕

観光業の成長は地域社会に経済的な成果をもたらす一方で、当該地の自然や社会、文化的環境に負の影響を与えることが顕在化し始めている。それが持続可能な観光事業の開発要請を強める要因となっている。持続可能な観光は供給依存であると同時に需要依存であるため、本研究では観光事業のステークホルダーとして旅行者自身が、目的地の文化的資源の保全や関連課題解決の責任を負う意思があるのか、持続可能な観光商品に対する支払い意思額（WTP）を調べた。目的地や旅行者の特性を考慮した検証の必要性が指摘されているため、旅行目的地ハワイに注目し、日本人を対象に調査した。その結果、プレミアム価格の支払い意思を示した回答者は「ハワイ文化の保護」を対象とする場合に約3割であった。対象が自国である場合のWTPが約7割であることが報告されている。自国と比べて異国の場合、WTPは抑制的であることが確認された。また本研究において、対象を具体化し「食文化と農家の保護」とした場合には約5割、そのうち訪問経験2回以上の回答者では7割まで高まった。また目的地の知識や関心、文化保護への関心、観光地関連体験がWTPに正の影響を与えることがわかった。観光目的地の文化的資産への関心を高める情報発信や、ハワイ文化体験の促進をとおしてWTPに対する肯定的な態度の醸成させられる可能性があることを確認した。

〔論 説〕

## ブランド・コミュニティへの参加に関する探索的研究

宮 澤 薫 松 本 大 吾

1. はじめに
2. ブランド・コミュニティ研究の系譜
3. ブランド・コミュニティの変化とブランド・コミュニティへの参加
4. 調査概要
5. 分析概要と結果
6. 考察
7. 本研究の貢献と今後の課題

### 1. はじめに

Muniz and O'Guinn (2001) が、ブランド・コミュニティ研究を本格的にスタートさせてから20年以上が経過した。インターネット環境の変化に影響を受けながらも、ブランド・コミュニティは現在も企業にとって重要なマーケティング施策の一つとして活用され続けている。

例えばテレビ番組「ガイアの夜明け」で最近取り上げられた有楽製菓株式会社の「ブラックサンダー黒い広報室」もその一つだろう<sup>(1)</sup>。当該コミュニティは、企業が運営するコミュニティであり、ブラックサンダー好きを集めTwitterを通じてその魅力をメンバーと共に発信することを目的としている<sup>(2)</sup>。企業側の運営者を室長、メンバーを広報員と設定し、室長からの特別ミッションやオンラインミーティングなどにより広報員の積極的な参加を後押ししている。一方で、2000名にのぼる広報員に対し継続的な参加を促すことは簡単ではなく、広報員の参加モチベーションを維持、強化することは当該コミュニティの運営上の課題の一つとなっている。

ブランド・コミュニティへの参加は、研究においても強い関心が寄せられてきた<sup>(3)</sup>。初期の研究では、消費者主導型のブランド・コミュニティを中心に議論がなされてきたが、インターネットの出現により企業主導によるコミュニティの構築が可能になったこと、ブランド・コミュニティがリレーションシップ・マーケティングの一方策として注目されるようになったことで、企業主宰型ブランド・コミュニティへの関心が高まっていった(山本2009)。そういった中で、企業がブランド・コミュニティを構築しようとするならまず

---

(1) 2022年2月18日テレビ東京ガイアの夜明け「熱烈ファンをつかめ」にて放送(1002回放送)。

(2) 当該コミュニティの内容は、2022年4月21日に有楽製菓株式会社牧宏郎氏、鈴木達也氏により書面でご回答いただいた内容を参考に作成している。ただし、本ケースに関する文責はすべて筆者にある。

(3) Hook et al. (2018) は、ブランド・コミュニティへの参加に関する研究は2006年頃から進められるようになったが、2010年以降に、より安定的に発表されるようになったとしている。

メンバーに参加してもらわなくてはならないといった主張が見られるようになり (e.g., Woisetschlager et al. 2008; Tsai et al. 2012), 消費者はなぜコミュニティに参加するのか, 参加の結果何が起るのかを特定するための研究が多く見られるようになった (Hook et al. 2018)。中でも Tsai et al. (2012) は, ブランド・コミュニティへの参加概念を改めて規定し, それを測定するための多次元尺度を独自に作成するなど, 当該概念を丁寧に取り上げた重要な研究の一つだと考えられる。一方で, 彼らの対象としたコミュニティは対面を中心とした親密度の高いコミュニティであり, 最近増加しているオンライン上やソーシャルネットワーク上に存在するブランド・コミュニティへの参加とは一致しない点があるかもしれない。

そこで, 本研究ではオンライン上やソーシャルネットワーク上に存在するブランド・コミュニティへの参加内容がどういったものなのか, Tsai et al. (2012) の示した参加の内容とどのような違いがあるのかを探索的に確認することを目的とする。以下では, ブランド・コミュニティ研究の系譜を概観した上で, ブランド・コミュニティの変化と先行研究における参加概念を照らし合わせリサーチクエスチョンを示す。そして, インターネット調査により収集した自由記述回答に対し計量テキスト分析を行い, 最後に考察と今後の課題について述べる。

## 2. ブランド・コミュニティ研究の系譜

### 2-1. ブランド・コミュニティ概念とその特徴

ブランド・コミュニティ概念は Muniz and O'Guinn (1996) によって提唱され, その後 Muniz and O'Guinn (2001) によって詳しい定義が示された。Muniz and O'Guinn (2001) は, エスノグラフィとコンピューター上のデータ分析という二つの調査をもとに, ブランド・コミュニティの存在を明確化すると同時に, その特徴を明らかにした<sup>(4)</sup>。そしてブランド・コミュニティを「当該ブランドを慕う人々の社会的関係から成り立つ, 地理的な制約を受けない, 特殊なコミュニティ」と定義した。

Muniz and O'Guinn (2001) は, ブランド・コミュニティの特徴として, 社会学で議論されてきた従来のコミュニティと同様, 同類意識, 儀式と伝統, 道徳的責任の感覚という3つの中核要素が備わっているとしている。同類意識とは, メンバーが互いに感じている本質的な結びつきであり, 意識の共有, 類似性の認識であると同時に所属意識の共有である。儀式と伝統は, コミュニティで共有された歴史や文化, そして意識の永続を指す。道徳的責任の感覚は, コミュニティとメンバーに対する義務や恩義であり, コミュニティの脅威に対して集団的な行動を生じさせる。

一方で, ブランド・コミュニティには独自の特徴もあるという。ブランド・コミュニティは, 多くの商品やサービスを囲んで形成されるのではなく, ある特定のブランドを囲んだ社会集団であり, そこには強い絆が存在する。また, 伝統的な「消費者-ブランド」の二者間関係から発展した「消費者-ブランド-消費者」の三者間関係が確認できるという。そ

---

(4) 本研究で対象とされたのは Saab, Macintosh, Ford Bronco の3つのコミュニティである。



して、ブランド・コミュニティを、ブランドにコミットした、情熱を持った積極的なロイヤリストの集まりであり、非常に高いロイヤルティ（hyper-loyalty）を生み出す可能性を持つとし、リレーションシップ・マーケティングを具現化する重要なステップであると結論付けた。

Muniz and O'Guinn (2001) の定義した概念をさらに発展させたものに McAlexander et al. (2002) がある。彼らは、「消費者-ブランド-消費者」という三者間関係はブランド・コミュニティを構成する他の要因を見過しているとして、新たに「顧客-製品」「顧客-メーカー」という関係を想定した。そして顧客を中心にブランド、他の顧客、製品、メーカーの4つが配置される顧客中心型ブランド・コミュニティ・モデルを示した。当該研究ではハーレーダビッドソンの所有者、ジープの所有者を対象に、ブランドが開催するブランドフェスト等<sup>(5)</sup>でのエスノグラフィやインタビュー調査、またブランドフェストの参加者に対して、量的調査を実施している。

彼らの対象としたブランド・コミュニティは時間的、地理的に集中したコミュニティであり、参加者は密度の高いインタラクションによって特別な消費経験を共有することができる。そのため、ブランド・コミュニティにおける経験は、ユーザー間の紐帯を強め、製品、ブランド、メーカーの評価を高める結果になったと分析している。また、量的調査では、ブランド・コミュニティの統合度（integration in a brand community=IBC）というブランド・ロイヤルティに類似した意味を持つ概念が「顧客-製品」「顧客-ブランド」「顧客-メーカー」「顧客-顧客」という4つの関係で構成されること、ブランドフェストでの消費経験がこれら4つの関係とIBCに影響を及ぼすことが明らかにされた。

このように初期の研究では、エスノグラフィなどの質的調査を中心に、ブランド・コミュニティ概念の規定やその特徴が整理された。また、ブランド・コミュニティのメンバー間では、ブランドの使用を助けたり、ブランドの歴史や秘話を共有するなどの相互作用が見られ、そのことがブランド・ロイヤルティに影響を及ぼす可能性が示唆されている。

これらの概念研究をもとに、その後もブランド・コミュニティの特徴に目を向ける研究は進められていった。例えば、山本 (2009) は、ブランド・コミュニティを消費者主導型、企業主宰型に分類し、後者の研究蓄積の必要性を指摘した上で、「トゥギャザーネスレ<sup>(6)</sup>」のケースを分析し、企業がブランド・コミュニティを主宰する上での方向性を示した。また、Fournier and Lee (2009) はブランド・コミュニティの帰属形態にはプール型、ウェブ型、ハブ型の3つがあるとした上で、これまでのブランド・コミュニティの多くは共通の目標や価値観によって緩やかに結びつくプール型であると述べた。そして、ブランドの考え方に賛同しコミュニティに帰属しても、人間関係によって補完されないとメンバーはコミュニティから離れる恐れがあると指摘し、安定的なブランド・コミュニティをつくるには、コミュニティの中心人物とメンバーが結びつくハブ型、メンバー間に一対一の関係

---

(5) McAlexander et al. (2002) はブランドフェストについて、ブランドの顧客と潜在顧客などを招き行うイベントであり、オフロード体験や、商品関連の数々のアクティビティが催されると説明している。

(6) 山本 (2009) はトゥギャザーネスレについて、ネスレ日本株式会社が運営するインスタントコーヒーブランド「ネスカフェ」愛飲者向けのコミュニケーション活動であり、会員組織を持って行われる活動と説明している。

が構築されるウェブ型を活用して、ブランド・コミュニティを強化・拡大する必要があるとしている。

## 2-2. ブランド・コミュニティの成果

McAlexander et al. (2002) が「顧客-マーケター」の関係を含んだ顧客中心型ブランド・コミュニティ・モデルを提示したことで、ブランド・コミュニティの成果に対する企業の関心は高まり (Algesheimer et al. 2005), その成果を消費者の意識や行動の側面から把握しようとする研究が増えていった。

例えば, Algesheimer et al. (2005) は, 社会心理学における社会的同一性理論を背景としたブランド・コミュニティ同一化概念<sup>(7)</sup>に注目し, それがエンゲージメントというポジティブな変数と, 規範的プレッシャーというネガティブな変数の両方に影響を及ぼすことを想定した概念モデルを検討した<sup>(8)</sup>。

調査は, ヨーロッパの101のカークラブに所属する529名を対象に行われた。対象となったカークラブは企業によってサポートされており, イベントへの参加, 定期的な会合, メールによる頻繁な意見交換など, コミュニティの活動に積極的に参加するメンバーで構成される。調査の結果, 概念モデルは支持され, ブランド・コミュニティ同一化はエンゲージメントに影響を及ぼし, その結果, メンバースHIP継続意向, コミュニティ推奨意向等のポジティブな態度に繋がることが確認された。一方で, 同一化は規範的プレッシャーを介して, 消費者のネガティブな態度に影響を及ぼす可能性も示唆された。これらの結果は, ブランド知識の高いメンバーで, また50名以上のメンバーがいるコミュニティ<sup>(9)</sup>でより顕著に表れた。

Bagozzi and Dholakia (2006) もまた, ブランド・コミュニティ同一化に注目し, メンバーの同一化の高まりが参加欲求, 社会的意図 (活動への参加意図), グループ行動を介してブランド関連行動 (ディーラー訪問, 購買) へと影響を及ぼすことを検証した。彼らが対象としたのは, メンバーが高頻度で対面交流している10名程度の活動的な小集団であり, インターネット上で相互作用が行われる社会的関係の薄いネットワーク上のコミュニティとは対照的だとしている<sup>(10)</sup>。

これらの研究はともにブランド・コミュニティ同一化の内集団ひいきという性質に注目した研究である。一方で外集団差別, つまり競合ブランドに対して否定的になり, 対抗的ロイヤルティ (oppositional loyalty) が生じるという特徴に注目した研究もある。

Thompson and Shinha (2008) は, Intel と AMD (PC のパーツ), ATI と NVIDIA (3D

(7) ブランド・コミュニティ同一化は, 社会心理学における社会的同一性理論を基盤とした概念であり, 消費者とコミュニティの関係の強さであり, 当該ブランド・コミュニティのメンバー, もしくはそこに所属しているという消費者自身の認識と説明されている。

(8) エンゲージメントは, メンバー間の交流や協力という顧客の本質的なモチベーション, 規範的プレッシャーは, コミュニティ内で交流や協力を行うよう外から要求されることに対する消費者の知覚であると, それぞれ定義されている。

(9) 彼らが調査対象としたブランド・コミュニティは12名~100名程度で構成されたものである。

(10) Bagozzi and Dholakia (2006) では, 掲示板やチャットルームなどで相互作用が行われるコミュニティをネットワーク上のコミュニティと捉えている。

ビデオカード)のユーザー・アカウントに基づくフォーラム情報を3か月にわたり収集、分析した。その結果、IntelとAMD両方のブランドの新製品が入手可能というケースでのみ、メンバーの社会的アイデンティティが顕現化し、内集団ひいき、外集団差別がロイヤルティと対抗的ロイヤルティとなって表れることが示された。一方で、NVIDIA一社の新製品しか入手できないケースでは、そのような影響は確認されなかった。

### 2-3. ブランド・コミュニティへの参加

ブランド・コミュニティの成果が研究される中で、徐々に注目を集めるようになった概念がブランド・コミュニティへの参加である。Tsai et al. (2012)は、ブランド・コミュニティの長期にわたる存続は、メンバーの参加に大きく依存しているが、先行研究では参加の先行要因にはあまり関心が持たれてこなかったと指摘した。彼らは、ブランド・コミュニティへの参加を、メンバーが積極的にコミュニティ活動に関わり他のメンバーと積極的に交流することと定義し、メンバーとの相互作用と活動への関与という2つの要素から構成されるとした。そして、先行要因として個人レベル(外向性、所属のニーズ)、グループレベル(同一化、クリティカル・マスの知覚<sup>(11)</sup>)、関係レベル(リレーションシップの信頼、リレーションシップ満足)という3つの要因の検証を行った。

彼らは台湾の10の車のブランド・コミュニティ<sup>(12)</sup>を対象にインタビュー調査と量的調査を行った。インタビュー調査では、コミュニティへの参加内容とその背景に関する情報を収集した。メンバーは定期的に顔を合わせ、メールやブログで連絡を取り、年間を通じて様々なイベントに参加していることが確認された。また、対象者は車を購入したあとコミュニティに入っており、消費者とブランドとの関係がコミュニティへの参加の要因であること、ブランド・コミュニティ同一化がコミュニティへの参加にポジティブな影響を及ぼすことも確認された。

これをもとに量的調査を実施し、ブランド・コミュニティへの参加の先行要因について検証を行った。その結果、ブランド・リレーションシップ満足以外の要因は、全て参加に大きな影響を与える結果となった。ブランド・リレーションシップ満足が影響しないという結果について、欧米と台湾との文化的な違いをその理由として挙げた上で、台湾のブランド・コミュニティの場合、ブランドのファンや満足度の高い顧客だけでなく、最近そのブランドを購入した人など、より幅広い顧客層を獲得する必要があると述べている。

Woisetschlager et al. (2008)もまた、企業がブランド・コミュニティを構築しようとするならば、まずコミュニティのメンバーに参加してもらう必要があるとし、ブランド・コミュニティへの参加の先行要因と結果を説明する概念モデルの構築と検証を行った。彼らは社会的同一性理論に加え、心理的コミュニティ感覚(psychological sense of community=PSOC)を取り入れ検討を行った。Woisetschlager et al. (2008)は心理的

---

(11) Tsai et al. (2012)はクリティカル・マスの知覚を、消費者がコミュニティの参加者がある基準値より大きいと認識する度合いと説明している。メンバーが、当該コミュニティに必要なと感じるメンバー数を越えたと知覚した時、コミュニティの価値が高まり、参加意欲が高まると述べている。

(12) 会員数は40~350名であり、それぞれのコミュニティは専用のオンライン・フォーラムを運営している。これらのコミュニティはメーカーやディーラーから支援を受けている。

コミュニティ感覚を、他者との同類感覚であり、協力、友情、信頼、支援などによって相互作用の持続を求め、信頼でき安定した構造体の一部であるという感覚と定義している。それに基づき、参加の先行要因としてコミュニティ同一化、コミュニティ満足、コミュニティに対する影響力の程度という3つを、参加の結果としてクチコミ、ブランド・イメージ、コミュニティ・ロイヤルティの3つを設定した。また、今後企業はバーチャルのブランド・コミュニティの増加に直面するとし、調査対象としてドイツで最も大規模なフットボールスタジアムを運営する企業のインターネット上のバーチャル・ブランド・コミュニティを選択した<sup>(13)</sup>。

調査の結果、参加の先行要因、結果ともに有意な結果が得られた。それを踏まえ、バーチャル・ブランド・コミュニティを運営する時、メンバーのコミュニティ同一化を高めること、ユーザーに対し相互作用を提供すること、ユーザーがコンテンツに関わりやすくなるよう開かれたプラットフォームにすることが必要だと述べている。

最近ではHook et al. (2018) が、ブランド・コミュニティへの参加に注目した先行研究のレビューを行い、ブランド・コミュニティへの参加の先行要因と結果を再整理している。彼らは、まず複数のデータベースを使用し幅広い分野から先行研究を収集した。それらをいくつかの基準で絞り込み<sup>(14)</sup>、最終的にはブランド・コミュニティ概念の定義や説明があること、ブランド・コミュニティ参加の先行要因と結果を分析していることという条件で41の文献を研究対象とした。

これらの文献をもとに、ブランド・コミュニティへの参加の先行要因として、自己に関連した要因<sup>(15)</sup>、社会に関連した要因<sup>(16)</sup>、情報に関連した要因、エンターテイメントに関連した要因、テクノロジーに関連した要因という5つのカテゴリーを挙げ、特に自己、社会、情報の重要性が高いとしている。彼らは、情報に関連した先行要因の多くはオンライン上のブランド・コミュニティで発見されているとしており、当該要因は対面のコミュニティよりオンライン上のコミュニティで特に重要視されているとしている。

一方、ブランド・コミュニティへの参加の結果としては、ブランドに関連した結果、ブランド・コミュニティに関連した結果、社会的関係の結果という3つのカテゴリーが挙げられている。ブランドに関連した結果としてブランド・ロイヤルティ、ブランド・コミュニティに関連した結果としてコミュニティ・ロイヤルティやコミュニティ・コミットメント、社会的関係の結果として、ブランドやコミュニティについてのクチコミなどの変数が検証されてきたとしている。Hook et al. (2018) は以上の整理を行った上で、先行研究で検討されてきた先行要因と結果にはいくつかの見方があり、視点によってはある変数が先行要因にも結果にもなり得るため、混乱を招いていると指摘した。

(13) 当該コミュニティには8361名が登録しており、調査はその中の1025名に対して行われた。

(14) JSTOR, ProQuest, Science Directなどのデータベースから収集した文献を①記事が査読された、②英語で公開された、③全文がダウンロード可能であった、④学術雑誌に公開された、という基準で絞り込んだ。

(15) 自己に関連した要因とは、個人がブランド・コミュニティとの関連についてどのように知覚しているか、参加によって得られる個人的な便益を示しており、ブランド・コミュニティ同一化に関連すると述べられている。

(16) 社会に関連した要因とは、コミュニティ内に生じる個人間の関係性、メンバーがコミュニティに求める社会的便益、社会的ニーズのことを示すと説明されている。

## 2-4. ブランド・コミュニティの新たな形態

### 2-4-1. 相互作用のないブランド・コミュニティ

ブランド・コミュニティへの参加が議論される一方で、対象となるブランド・コミュニティの形態にも関心が向けられるようになっていった。これまで概観してきた先行研究からもわかるように、初期に対象とされたコミュニティは、対面の活動や頻繁な相互作用が確認できる比較的小規模な形態が中心であった。しかし、その後インターネットの急速な発展もあり、研究の対象とされるブランド・コミュニティは広がりを見せていった。

例えば、Carlson et al. (2008)、美馬 (2014) は、メンバー間に相互作用がなくても同じブランドを称賛する他者との間にコミュニティの感覚を認識していれば、従来のブランド・コミュニティと同じような効果が期待できると主張した。

Carlson et al. (2008) は、従来のブランド・コミュニティを社会的ブランド・コミュニティと捉えた上で、新たに心理的ブランド・コミュニティという考え方を提示した。当該研究では心理的ブランド・コミュニティは、メンバーシップを持たず、社会的相互作用はないが、同じブランドを称賛する他者との間にコミュニティの感覚を認識している集団と説明される。そして、心理的ブランド・コミュニティにも、社会的ブランド・コミュニティと同様にブランド・コミュニティの心理的感覚 (PSBC) が存在すると仮定した。ここでは PSBC を、他のブランド・ユーザーとの関係性や絆を個人々が認識する程度と定義している。

Carlson et al. (2008) は、PSBC を中核に据えた仮説モデルを構築し、米国のテーマパークのオンライン・グループに所属するメンバーと、グループには所属しないユーザーそれぞれに対し、量的調査を行った。その結果、メンバーとの相互作用の有無に関わらず、PSBC はブランド・コミットメントを介してブランド選好、イベントへの参加意向などの成果にプラスの影響を及ぼすことが確認された。一方で、社会的ブランド・コミュニティの場合は、グループとの同一化が PSBC に強い影響を及ぼす先行要因になっているのに対し、心理的ブランド・コミュニティの場合、ブランドとの同一化の影響が強いという違いも確認された。

美馬 (2014) もまた、心理的ブランド・コミュニティに注目し、Carlson et al. (2008) の追試を行っている。彼は Carlson et al. (2008) の研究結果に対し、ブランド・コミュニティ意識がブランド消費にプラスの影響を及ぼすのは、社会的存在感が高い心理的ブランド・コミュニティの場合のみではないかと考えた。社会的存在感とは、ある媒体や環境において消費者が他者を心理的に存在・意識する程度であり、社会的存在感はブランドの購買意欲やロイヤルティに影響を及ぼすという (美馬 2014)。社会的存在感が高いブランドとしてユニバーサル・スタジオ・ジャパン (USJ)、一方低いブランドとしてマクドナルドを設定し、それぞれのサービス経験者に対し調査を行った。その結果、仮説通りモデルは USJ のみで支持された。この結果について、テーマパークはイベントへの参加やアトラクションの利用に際し他者と視線を交わすなど他者を意識しやすい状況であり、これは先行研究における消費経験の共有に近い状況だと説明している。

### 2-4-2. ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティ

インターネットの発展によるコミュニティの特徴の変化に注目した研究もある。水越・及川・日高・太駄 (2012) は、ソーシャルネットワーク上に形成されるブランド・コミュ

ニティは、従来のブランド・コミュニティに近い性格が見られる一方で、参加ハードルの低さも手伝い大衆化しているとした上で、ケース分析をもとにその特徴を整理している。

彼らは、Schau et al. (2009) のブランド・コミュニティにおける価値創造の過程を示した概念図を基に、「ハム係長」という公式キャラクターを活用した食品メーカー伊藤ハムのコミュニティ、化粧品会社のドクターシーラボのコミュニティを分析し以下の特徴を示した。第一に、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティでは企業のプレゼンスが高まるという点である。伊藤ハムのケースでは、企業側であるハム係長とユーザーとの相互作用が中心で、ユーザー同士のコミュニケーションはその周辺でサブ・コミュニティ的に見られるにとどまる。

第二に、これまでコミュニティの成立が難しいとされてきた低関与カテゴリーでのコミュニティ形成の可能性である。コミュニティへの気軽な参加は、ブランド・ロイヤルティの高くないメンバーの増加につながる事が懸念される。一方で、間口の広がりによって、低関与カテゴリーであっても企業の取り組み次第でコミュニティ形成の可能性が高まるとしている。

第三に、異なる形態のコミュニティの共存である。ドクターシーラボでは、自社のウェブサイト上、ソーシャルメディア上でコミュニティを運営している。これらのコミュニティにはそれぞれ異なる特徴があるが、同社ではそれをうまく利用し共存させている。

水越他 (2012) は、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティの大衆化や消費者間の相互作用の希薄化といった特徴をネガティブに捉えるのではなく、むしろ企業主導のブランド・コミュニティ形成の機会と結論付けている。

ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティに関する議論はさらに発展していく。Arvidsson, and Caliandro (2015) は、ブランド・コミュニティ概念に対して、ブランド・パブリックという新たな概念を提示した。彼らは、ブランド・コミュニティとブランド・パブリックを以下のように比較している。第一に、ブランド・コミュニティは相互作用によって維持されているが、ブランド・パブリックでは相互作用はほとんど行われずハッシュタグのような媒介デバイスを通じて形成される。第二に、ブランド・コミュニティへの参加には他のメンバーとの議論や意見交換などのコミュニケーションを伴うが、ブランド・パブリックの場合は、自分の考えや経験を共有するために参加する。第三に、ブランド・コミュニティではブランドに関する共感や意味の共有を通じてメンバーに共通したアイデンティティの感覚を与えるが、ブランド・パブリックではブランドを中心とした集合的なアイデンティティが明確化されることはない。彼らは、Louis Vuitton のケースを取り上げ、そこに彼らの示したブランド・パブリックのコンセプトに合致する特徴が確認できるとしている。

麻里 (2020) は、ソーシャルネットワークの登場によるコミュニティ変容に対する理解はブランド・コミュニティ研究にとっても重要な問題であるとした上で、ネットグラフィの手法を用いて企業公式 Facebook ページを分析することで、そこにブランド・コミュニティとブランド・パブリックの性格がどのように存在するのかを確認した。具体的には、日本コカ・コーラ社が運営する公式 Facebook ページを対象に4つのブランド・コミュニティの条件 (相互作用, コミュニティの核<sup>(17)</sup>, 地理的な制約からの解放, ブランド・コミュ

(17) 麻里 (2020) は、コミュニティの核について、ブランドを称賛する人々によって集団的なアイデンティティが明示されることであると説明している。

ニティの3つの識別要素<sup>(18)</sup>と、4つのブランド・パブリックの条件（持続的な相互作用の欠如・仲介による維持，議論や審議の欠如，集団的アイデンティティの欠如，個人的アイデンティティの発現）が確認できるかを調査した。調査結果を踏まえ、当該企業のFacebook ページにはブランド・コミュニティとブランド・パブリックの特性が同時に観察可能であり両者は二項対立の概念ではないこと、ソーシャルネットワークのプラットフォームの特性によってコミュニティとパブリックのどちらの特性がより顕著に出現するかが左右されるため、今後はプラットフォームの特性にも目を向けるべきだと述べている。

このように、研究対象となるコミュニティが徐々に多様化していく中で、ブランド・パブリックという新たな概念が登場したことによって、ブランド・コミュニティ独自の特徴が、改めて明確になったとも考えられる。Arvidsson, and Caliandro (2015) は、ブランド・コミュニティを特徴づけるのは、社会的関係とアイデンティティの共有だとしている。これらはメンバー間、メンバーと企業との相互作用によって構築されるとし、たとえメンバー全員が参加しなくても、頻度がそれほど多くなくても、相互作用に参加するメンバーがいるという事実がコミュニティ内に共通のアイデンティティを作り出すと述べている。

### 3. ブランド・コミュニティの変化とブランド・コミュニティへの参加

これまで見てきたように、ブランド・コミュニティ研究は、消費者主導型のコミュニティを対象としてスタートしたが、徐々に消費者が中心であっても企業側の関与があるコミュニティや、企業主宰型のコミュニティへと関心に変化していることが確認できる。そして、企業がブランド・コミュニティを構築しようとするならば、まずコミュニティのメンバーに参加してもらう必要がある、といった主張が見られるようになり (e.g., Woisetschlager et al. 2008), 消費者はなぜコミュニティに参加するのか、参加の結果何が起こるのかを特定するための研究が多く見られるようになった (Hook et al. 2018)。一方で、研究対象とされるコミュニティの形態に変化が見られるようになったことで、先行研究で議論されてきたコミュニティへの参加とは、参加の内容において異なる面が生じている可能性もある。そこで、本節ではブランド・コミュニティへの参加概念を概観した上で、オンライン上やソーシャルネットワーク上に存在するブランド・コミュニティへの参加の内容がどういったものなのかを探索的に確認するため、リサーチクエスションを提示する。

そもそもブランド・コミュニティへの参加とはどのような概念として捉えられてきたのだろうか。ブランド・コミュニティへの参加は、初期の研究ではブランド・コミュニティ同一化など中核概念の結果変数の一つとして設定されていたこともあり、明確な定義を確認できない場合もある。そこで、当該概念の測定尺度に目を向けてみると、いくつかの特徴が確認できる (表1)。

まず、活動への参加である。Algesheimer et al. (2005) や Carlson et al. (2008) がそれにあたるだろう。次に、参加をメンバーとの相互作用と捉える Woisetschlager et al. (2008) のような場合である。

(18) ブランド・コミュニティの3つの識別要素には、同類意識、儀式と伝統、道徳的責任の感覚が含まれる (麻里 2020)。

表1：ブランド・コミュニティへの参加の測定尺度例

研究者名	年		測定尺度
Algesheimer et al.	2005	参加意図	私は、ブランド・コミュニティの活動に積極的に参加するつもりである
		参加行動	10週間以内に、このブランドコミュニティの活動にどれくらいの頻度で参加したか？
Bagozzi and Dholakia	2006	社会的意図	今後1ヶ月の間に、ツーリングやミーティングなどの活動にメンバーと一緒に参加するつもりである
			私たちは今後1ヶ月の間に、ツーリングやミーティングなどの活動に参加するつもりである
Carlson et al.	2008	ブランド・イベントへの参加意向	もし機会があれば、そのテーマパークが開催するイベントに参加したい
Woisetschlagler et al.	2008	参加	そのコミュニティのメンバーは互いに助け合っている
			アドバイスを探している時、そのコミュニティで支援してくれる人を見つけることができる
			コミュニティに入った結果、新しい友人を見つけることができた
			コミュニティでの友情は私にとって重要だ
			社会的接触と友情はコミュニティが提供する相互作用の機会によって支えられている
Tsai et al.	2012	コミュニティへの参加 (メンバーとの相互作用)	他のコミュニティ・メンバーとよく交流している
			他のコミュニティ・メンバーと双方向のコミュニケーションがとれている
			他のコミュニティ・メンバーと協力している
		コミュニティへの参加 (活動への関与)	ブランド・コミュニティの活動に積極的に参加している
			ブランド・コミュニティの活動に多くの時間を費やしている
			ブランド・コミュニティの活動への参加に関係した意見はコミュニティのウェブサイトを提供している

また、上述の両方を含む定義も確認できる。Tsai et al. (2012) は、コミュニティへの参加をメンバーが積極的にコミュニティ活動に関わり他のメンバーと積極的に交流する程度と定義し、メンバーとの相互作用とメンバーの活動への関与という2つの要素から構成されるとしている。メンバーとの相互作用とは個人間の頻繁なやりとり、双方向のコミュニケーション、相互の助け合いを通して、コミュニティのメンバーが互いに相互交流を行っていることを示すもの、メンバーの活動への関与とはメンバーが活発にブランド・コミュ



ニティの活動に参加する程度を指すと説明している。Bagozzi and Dholakia (2006) の設定する参加も活動への参加と相互作用の両方を含んでいると思われる。彼らは、参加意図を示す概念として社会的意図を設定し、集団行動（ツーリング、ミーティング、イベント、食事会など）を行うための消費者の共有化された意図だと定義している。活動への参加を示す一方で、それを他のメンバーと一緒にいう相互作用の面も含まれていると捉えることができるだろう。Hook et al. (2018) は参加に関する先行研究をもとに、当該概念にはアクティビティへの参加と援助行動などの相互作用が含まれるとしている。また、参加を測定するために、参加意図を使用することがあることも指摘し、特にオンラインを利用したブランド・コミュニティの場合、参加の可視化が難しい場合もあるため、参加意図で測定することは有効だとしている。

このように、ブランド・コミュニティへの参加は、活動への参加、メンバーとの相互作用という2つの要素を含んでいると捉えることができそうである。特に Tsai et al. (2012) の研究は、この2点を考慮し参加概念を定義しており、参加の測定にあたり2次元の独自の尺度を作成するなど、当該研究領域の中でも参加概念を丁寧に扱った重要な研究だと考えられる<sup>(19)</sup>。一方で、彼らの対象としたコミュニティは、メンバー数が40名~350名であり、定期的な顔合わせ、イベントへの参加、メールやブログで連絡を取り合うといったかなり親密度の高いコミュニティである。そこで、最近増加しているオンライン上やソーシャルネットワーク上に存在するブランド・コミュニティの特徴と照らし合わせながら、改めて Tsai et al. (2012) の参加概念を見ていく。

まず、メンバーとの相互作用についてである。水越他 (2012) はソーシャルネットワーク上のコミュニティの特徴について、消費者が気軽に参加できることによる大衆化、いいねボタンの活用による発言への責任低下などにより参加のハードルが下がりメンバーの裾野が広がる一方で、ブランド・ロイヤルティの高くないメンバーの増加や、メンバーとの相互作用に希薄さが生じるとしている。また、ソーシャルネットワーク上のコミュニティには既存研究が強調してきた消費者間の広い相互作用はそれほど見ることはできない（麻里 2020）、社会的絆の形成にはあまり貢献していない（Arvidsson, and Caliendo 2015）などの指摘もある。一方で、オンライン上のコミュニティでは企業と消費者の相互作用は頻繁に確認されている<sup>(20)</sup> (e.g., 水越他 2012; 麻里 2020)。Tsai et al. (2012) で対象としているのは、企業から支援のあるコミュニティであるが、企業との相互作用は想定されていない。また、Woisetschlager et al. (2008) はオンライン上で企業が主宰するコミュニティを対象としているが、同様に企業との相互作用は想定されていない。しかし、先行研究を踏まえると、彼らの想定しなかった企業との相互作用はオンライン上やソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティでは重要な役割を果たす可能性があるのではないかと考えられる。そこで、以下のリサーチクエスチョンを示す。

---

(19) Tsai et al. (2012) は、参加に関わる重要な研究として羽藤 (2016a) や Hook et al. (2018) といったその後の研究にも引用されており、研究の重要性が確認できる。

(20) この点について水越他 (2012) は、企業が主宰するオンライン上のブランド・コミュニティにはロイヤルティの高いユーザーも多く見られるためではないかと分析している。

RQ1. オンライン上, ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティでは, メンバーとの相互作用だけでなく企業との相互作用も行われているのではないか。

次に, 活動についてである。水越他 (2012) では, 商品開発や商品改良といったユーザー参加型のイベントをコミュニティでの重要な活動の一つとして捉えている。企業の主宰するイベントは一見, 企業とメンバー間の二者間の相互作用にも見えるが, ドクターシーラボのケースでは, こういったイベントを通じてメンバー間のやりとりが促進され, その結果コミュニティの活性化につながったという。そういった意味で, 企業主宰のイベントへの参加は活動として重要だと思われる。

また, 情報収集, 情報交換に関わる活動を想定する先行研究もある。Hook et al. (2018) は, オンライン上のコミュニティではブランドに関する情報交換の重要性が指摘されてきたとしている。羽藤 (2016b) は, メンバーがブランド・コミュニティに参加する動機は当該ブランドに関する情報収集, 相互作用自体を楽しむという, 2つだとしている。Tsai et al. (2012) は, 活動への参加をメンバーの活動への関与として捉えているが, 具体的な内容は想定されていない。しかし, 先行研究を見ると, 活動には少なくとも企画・イベント参加と情報収集が含まれると言えそうだ。そこで以下のリサーチクエスチョンを示す。

RQ2. オンライン上, ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティでの活動には, 企業の主宰する企画やイベントへの参加が含まれるのではないか。

RQ3. オンライン上, ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティでの活動には, 情報収集が含まれるのではないか。

#### 4. 調査概要

リサーチクエスチョンを確認するために, オンライン上, ソーシャルネットワーク上における企業主宰のブランド・コミュニティに関する消費者調査を実施した。

調査票では, 本研究が対象とする企業主宰のブランド・コミュニティの定義に関する説明文を提示した。本研究における企業主宰のブランド・コミュニティの定義は「企業が単独で運営する, 特定の企業や特定の商品・サービスのブランドを囲みメンバーが集うコミュニティであり, Facebook, Instagram, twitterなどで企業が公式に運営するコミュニティ, 企業の公式ホームページ内のコミュニティ, またはインターネット上のコミュニティと対面での交流を組み合わせたコミュニティなどが含まれる」とした。そのうえで, 企業が主宰するブランド・コミュニティに参加しているかどうかを尋ねた<sup>(21)</sup>。参加していると回答した場合は, 回答者が最も関心を持ち, 高い頻度で参加しているコミュニティの名称と運営企業名を尋ねた。

---

(21) なお, この質問文に続けて, 該当するコミュニティをイメージできるように対象となるコミュニティの事例を複数提示した。また, スポーツチーム・劇団・タレントのファンクラブ, いくつかの企業やブランドを横断したコミュニティは含まないことを明示した。

本研究の目的は、対象とするブランド・コミュニティにおける参加内容を確認することである。したがって、普段はほとんど活動していないメンバーを排除する必要がある。そこで、調査対象者のスクリーニング条件として、回答者が最も関心を持ち、高い頻度で参加しているコミュニティにおいて「1か月に1回以上、投稿や情報を見に行く」<sup>(22)</sup> ことに加えて、「1か月に1回以上、投稿にいいねを押す」こと、および「1か月に1回以上、メッセージを投稿する」ことのいずれか、または両方を行っていることとした。

コミュニティにおける参加内容については、回答者が最も関心を持ち、高い頻度で参加しているブランド・コミュニティにおける普段の活動を自由記述によって回答させた。

調査はインターネット調査であり、データの回収は市場調査会社の楽天インサイトに依頼した。調査実施時期は2022年2月24日～3月11日である。結果として2200サンプルの回答を得た。しかし、回答を確認したところ、本研究が定義した企業主宰のブランド・コミュニティに該当しないものが多数含まれていた。そこで、不適切な回答<sup>(23)</sup>を排除するためにクリーニング作業を実施した。

データのクリーニング作業では、まず、マーケティングを専攻している学生4名に対して、上記定義に該当しないコミュニティの回答を選別するように依頼した。選別作業のためにマニュアルを作成した。作業を依頼した学生4名に対して、マニュアルに基づき事前に作業の詳細を説明し、その後、選別作業の練習を実施した。学生4名が実施した選別作業の結果について、本研究の研究メンバー2名が再度、全ての回答について確認し、本研究の定義に該当する回答かどうかを確定した。以上の作業の結果、得られた回答数は557サンプルであった。

回答者には、最も関心を持ち、高い頻度で参加しているブランド・コミュニティの形態についても尋ねていた。その内訳は表2の通りである。本研究では、オンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティを対象としている。したがって、557サ

表2：参加している企業主宰のブランド・コミュニティの形態に対する回答

参加している企業主催のブランド・コミュニティの形態	度数	%
SNS (Facebook, Instagram, Twitter 等) のみのコミュニティ	242	43.4
企業の公式ホームページのみのコミュニティ	138	24.8
対面のみのコミュニティ	9	1.6
SNS と対面の2つを組み合わせたコミュニティ	24	4.3
企業の公式ホームページと対面の2つを組み合わせたコミュニティ	21	3.8
SNS と企業の公式ホームページの2つを組み合わせたコミュニティ	84	15.1
SNS, 企業の公式ホームページ, 対面の3つを組み合わせたコミュニティ	36	6.5
その他	3	0.5
合計	557	100.0

(22) 当初は、「1か月に4回以上、投稿や情報を見に行く」ことを条件としていたが、回答者の出現率が低かったため、最終的に条件を緩和した。

(23) 不適切な回答には、ファンクラブや製品・サービスのカテゴリーを対象とするコミュニティを示す回答、Facebook, Instagram, twitter など SNS 全体を示す回答、特定の企業や特定の商品・サービスのブランドを対象としているが個人が主宰・運営するブランド・コミュニティを示す回答、自治体が主宰・運営する地域コミュニティを示す回答、個人が主宰・運営する地域コミュニティを示す回答が含まれていた。

ンプルのうち、ブランド・コミュニティの形態として、「対面のみのコミュニティ」と回答したもの（9サンプル）を対象外とした。結果として、最終的に分析に使用するデータは548サンプルであった<sup>(24)</sup>。

## 5. 分析概要と結果

### 5-1. 分析方法

オンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティにおける参加内容に関する自由記述回答データ（548サンプル）に基づき、計量テキスト分析を実施した。分析には計量テキスト分析のフリー・ソフトウェアであるKH Coderの共起ネットワークを使用した。共起ネットワークとは「よく一緒に使われている語同士を、線で結んだネットワーク」のことであり、線でつながっている語同士は、よく一緒に使われる（共起が多い）組み合わせであることから、同じ話題の中で使われがちであると推測できる（樋口・中村・周, 2022）。共起ネットワーク内の語のまとまりを見ることによって、回答中の主な話題（トピック）が何かを把握することができる。

共起ネットワークを生成する際、548サンプルの自由記述回答（全回答に含まれる文書数は612）において、最低でも10回以上出現し、かつ最低でも10個以上の文書数に表れる語を対象とした<sup>(25)</sup>。共起ネットワーク内の語のまとまりの検出には、サブグラフ検出を使用した。これは「比較的強くお互いに結びついている部分を自動的に検出してグループ分けを行い、その結果を色分けによって示す」というものである（樋口, 2020）。検出の方法は、modularityにもとづく方法を選択した。

### 5-2. 話題の解釈

生成された共起ネットワークにおいて7つのサブグラフが検出された。各サブグラフについて、中心的话题が何かを、各サブグラフに含まれる語と、その語が自由記述回答の中でどのような文脈で使われているのかを確認しながら解釈した。その結果に基づき、各サブグラフの話題の命名を行った。当該作業は本研究メンバー2名による議論を通じて実施した。

話題の解釈は、ブランド・コミュニティのメンバーである回答者が普段の活動として、①誰との相互作用を想定しているのか、②どのような活動内容であるのか、という2つの視点から行った。

①は相互作用の対象者を意味し、RQで設定した、A. ブランド・コミュニティを主宰

(24) 「その他」の回答については、形態についての自由記述回答を確認したところ、全て（3サンプル）がオンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティに該当したため、分析対象とした。

(25) KH Coderでは、共起ネットワークで利用される語の数がおよそ75語になるように、最小出現数と最小文書数が自動設定される（樋口・中村・周, 2022）。本研究で使用したデータに対して、当初の自動設定では、最小出現数：5、最小文書数：1であり、利用される語数が74であった。ただ、548サンプルの回答に対して5回の出現数、612の文書数に対して1個の文書数は少ないと判断したこと、いずれも10に設定したほうが生成された共起ネットワークを解釈しやすいことから、利用される語の数が減るものの（37語）、そのように設定した。

する企業（ブランド、製品を含む）と、B. ブランド・コミュニティ内の他のメンバーの2者のいずれが（あるいは両方が）想定されているかを確認した。

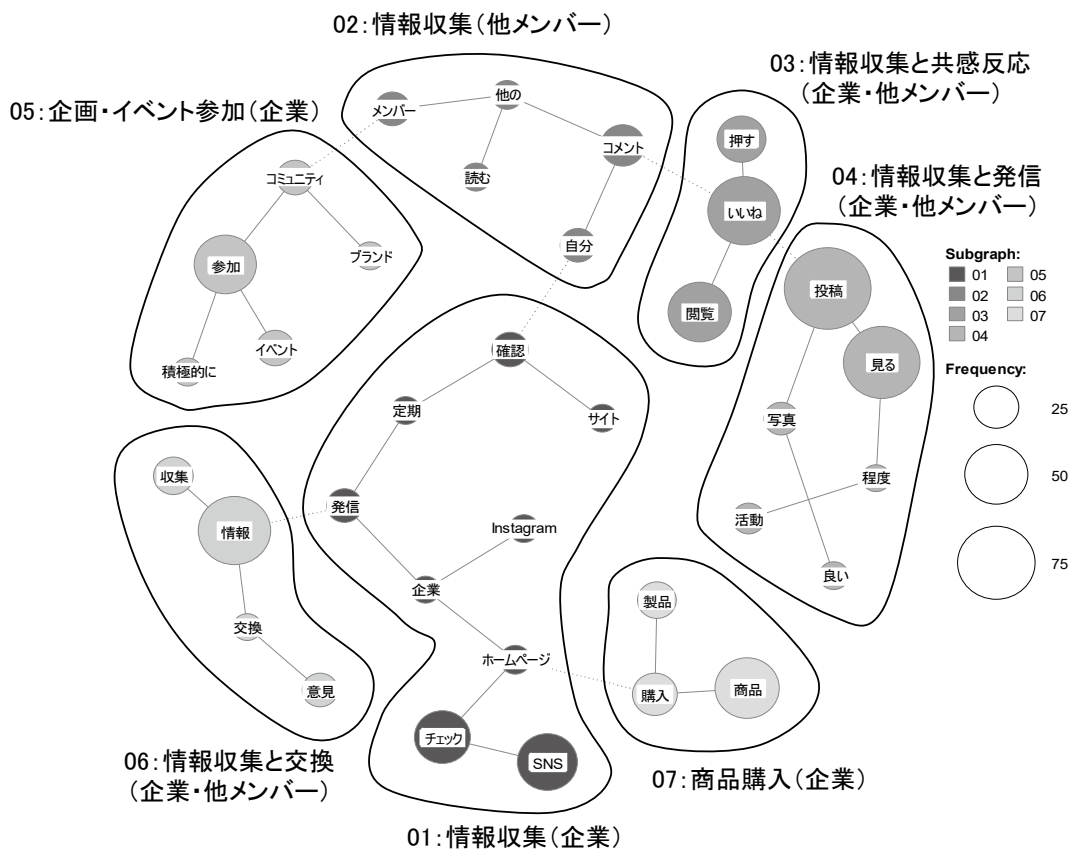
②はブランド・コミュニティ内の具体的な活動内容を意味し、RQで設定した、A. 企業の主宰する企画・イベントへの参加、B. 情報収集が想定されているかを確認した。なお、②活動内容については、RQの設定以外の内容が現れる可能性もある。その際は、RQで設定した活動内容にとらわれずに解釈を加えることとした。

以上の視点に基づき、各サブグラフを命名した。なお、命名は、活動内容を先に記し、その後のカッコ内に相互作用の対象者を示す形式にした。その結果をまとめたのが図1である。以下、各サブグラフの特徴について説明する。

### 5-3. 結果

サブグラフ1は「情報収集（企業）」と命名した。サブグラフ内には「企業」「Instagram」「ホームページ」「SNS」といったブランド・コミュニティの場所を表す語が含まれていた。加えて、「チェック」「確認」といった情報収集行動を表す言葉が含まれていた。「発信」は「定期的にサイトを見て、企業から発信される情報を確認している。」「そのブランドが

図1：参加内容に関する共起ネットワーク



発信している情報をいち早くキャッチしている。」という文脈で使用されていた<sup>(26)</sup>。このサブグラフの話題は、企業やブランドによって発信された情報を収集する行動であると解釈した。

サブグラフ2は「情報収集（他メンバー）」と命名した。「他の」「メンバー」という語のつながりからは、このサブグラフが他のメンバーを想定した話題であると解釈できる。また、「読む」といった語は「他のメンバーの投稿を読み、自分の生活に取り入れられることは実践しています」「他のメンバーの投稿を読む」という文脈で使用されている。以上のことから、他のメンバーによって投稿された情報を収集する行動であると解釈した。

サブグラフ3は「情報収集と共感反応（企業・他メンバー）」と命名した。「いいね」と「押す」という語のつながりからはソーシャルネットワーク上の投稿に対して共感した際に、その気持ちを投稿者に対して伝えるという行動が見て取れる。例えば、「気に入った商品にいいねを押す」「Instagramでいいねを押す」という回答からもそうした様子が伺える。また、「閲覧といいねのみ」「閲覧専門でたまにいいねをするくらいです。」「週2回程度サイトを閲覧し、共感したものにはいいねをする」という具合に、情報を得るために閲覧し、結果として「いいね」という反応をするという行動の流れが見られる。一方で、相互作用の対象者については、「公式 SNS 投稿の閲覧といいね。」や「コミュニティのメンバー意見への共感があればいいねを送る」「他の方が投稿しているものを見て、いいなと思ったらコメントしたりいいねしたりする。」という具合に企業、他のメンバーのいずれも想定されている。ただ、多くの回答では両者を特に区別せず、双方の投稿に対する情報収集と反応という行動が想定されていた。

サブグラフ4は、「情報収集と発信（企業・他のメンバー）」と命名した。このサブグラフの頻出語は「投稿」と「見る」である。これらの語のつながりからは2つの行動パターンが解釈できる。ひとつは、「Facebookの投稿を見る」「他の人の投稿を見ている。」「メンバーの投稿を見る。」のように、情報収集のための投稿の閲覧である。もうひとつは、「記事を見て興味があれば投稿する」「一応、サイトを見るだけで終わっているが、近いうちに投稿したい」のように、閲覧後の投稿である。「投稿をしたり、情報を見に行ったりを多くする」という回答もあり、情報収集と情報発信が行動として関連していることが分かる。相互作用の対象者としては、「他の人」や「メンバー」という回答から他のメンバーを想定したものが挙がっている一方で、「Facebook」や「サイト」など主宰企業と他のメンバーを特に区別せず、全体として捉えている回答もあった。

サブグラフ5は、「企画・イベント参加（企業）」と命名した。「参加」という語を中心に「イベント」「コミュニティ」「積極的に」という語が繋がっている。これらの語のつながりからはコミュニティにおけるイベントに対して積極的に参加するという行動が読み取れる。「参加」を含む回答にはオンラインイベント、キャンペーン、モニター、アンケートといった語が含まれており、主宰企業が呼びかける企画やイベントに参加する行動であると解釈した。

サブグラフ6は、「情報収集と交換（企業・他のメンバー）」と命名した。最も頻出して

(26) カッコ内は実際の自由記述回答からの引用である。文法的に間違いのある文章も含まれるが、原文のまま引用している。以下、サブグラフの解釈では同様の方法で引用している。

いる「情報」という語に「収集」と「交換」がつながっている。また「意見」という語が「交換」につながっている。これらの語のつながりからは、情報収集と情報や意見の交換という行動が読み取れる。相互作用の対象者としては、多くの回答が主宰企業と他のメンバーを区別せず、全体として捉えていた。サブグラフ4と非常に近い話題であった。

サブグラフ7は、「商品購入（企業）」と命名した。「購入」という語に「商品」と「製品」がつながっている。これらの語のつながりから、主宰企業の商品を購入することを、参加活動として認識していることが分かる。なお、「新商品が出るとすぐに購入して評価している」「このブランドの公式ホームページを閲覧し、新しい商品でお気に入りの物を見つけた時には、ネットで購入したり、実際に手に触れてみたいものは、店舗まで足を運びます。」「購入した商品の紹介」というように商品購入とコミュニティでの活動（商品評価、情報収集、商品紹介）が連続した行動として認識している回答もあった。

以上の結果に基づき、本研究のリサーチクエスチョンを確認する。まず、RQ1では、相互作用の対象者として、メンバー間だけではなく、主宰企業も想定されている可能性を指摘した。結果として、特にサブグラフ1に表れているように、主宰企業によって発信された情報を収集するという具合に、明確に主宰企業との相互作用が確認された。加えて、特にサブグラフ2に表れているように、メンバーとの相互作用の存在も確認できた。

RQ2では、活動の具体的内容として主宰企業による企画やイベントへの参加が含まれる可能性を指摘した。結果として、特にサブグラフ5に表れているように、企業によるオンラインイベント、キャンペーン、モニター、アンケートなどへの参加が確認できた。

RQ3では、活動の具体的内容として情報収集が含まれる可能性を指摘した。結果として、複数のサブグラフにおいて情報収集行動が確認された。情報収集行動には共感反応、情報発信、情報交換といった関連行動が伴うことも明らかになった。

## 6. 考察

本研究の結果からは、Tsai et al. (2012) では想定されていないブランド・コミュニティへの参加形態が存在することが明らかになった。具体的には、Tsai et al. (2012) では「メンバーとの相互作用」と「活動への参加」が想定されていた。しかし、本研究の結果では、オンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティには、メンバーとの相互作用だけでなく、ブランド・コミュニティの主宰企業との相互作用も存在することが分かった。また、活動内容について、企画・イベント参加、情報収集および情報収集の関連行動（共感反応、情報発信、情報交換）、商品購入が存在することが分かった。Tsai et al. (2012) では活動への参加として、積極性や時間、意見の提供に触れている。意見の提供は、本研究の結果における情報発信や情報交換に類似しているが、情報収集や共感反応は想定されていない。また製品購入も想定されていない。

こうした違いは、本研究が対象にしたオンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティが、Tsai et al. (2012) の対象としたブランド・コミュニティに比べメンバー間の関係が密ではないことに起因していると考えられる。先行研究によれば、こういった形態のコミュニティでは、活性化を目指し企業側の関与が高まる可能性があるからである (e.g., 水越他 2012)。このように、現在、主流になりつつあるオンライン上、ソー

シャルネットワーク上のブランド・コミュニティにおける参加を捉えるためには、Tsai et al. (2012) による参加尺度を発展させた、新たな尺度の開発を検討する必要があるだろう。

本研究の結果からは、上述したように、オンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティには、主宰企業との相互作用が存在することが分かった。このことから、コミュニティにおいてメンバーによる参加を促進するには、主宰企業の働きかけが有効であることが示唆された。こういった取り組みは、前述した「ブラックサンダー黒い広報室」でも確認できる。このような事例を研究し、運営の実態を把握していくことは、オンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティにおけるメンバーの参加促進の要因をより深く知るうえで示唆に富むだろう。

商品購入について、本研究では、コミュニティへの参加における具体的活動内容として認識されていた。しかし、先行研究の中には、ブランド購買、あるいはブランド行動といった類似した概念が、ブランド・コミュニティの参加によって結果的に生じる行動として位置付けるものもあった (e.g., Algesheimer et al. 2005; Bagozzi and Dholakia 2006)。商品購入をブランド・コミュニティへの参加の概念に含まれる活動として位置付けるか、あるいは、参加によって結果的に生じる行動として位置付けるかは、先行研究と本研究の違いを確認しながら、慎重に検討すべきだろう。

## 7. 本研究の貢献と今後の課題

本研究では、オンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティに注目し、それらにおけるコミュニティ・メンバーの参加がどのような活動内容であるのかを探索的に確認した。回答者が最も参加していると認識しているオンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティにおいて、普段どのような活動をしているのかを尋ねた自由記述回答に基づき、計量テキスト分析の手法を用いて分析した。

その結果、オンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティでは、①メンバーとの相互作用だけではなく、企業との相互作用も行われていること、②活動の具体的内容として、企業主宰の企画・イベント参加、情報収集行動および関連行動、商品購入が含まれることが明らかとなった。これまで、ブランド・コミュニティへの参加を概念として扱ってきた先行研究では、主にメンバー間の相互作用が対面で行われる親密度の高いブランド・コミュニティを対象にしていた。それに対して、本研究ではオンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティという、メンバー間の関係がそれほど密ではないブランド・コミュニティを対象にした。こうした違いが、相互作用の対象者や活動内容の差異につながったのだと推察できる。以上のように、対象とするブランド・コミュニティの質の違いが、コミュニティへの参加の具体的内容の違いにつながる可能性を確認できたことは本研究の学術的貢献であると言える。

また、水越他 (2012) はケース分析を用いて、企業側のマーケティング戦略の視点から、オンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティの運営における主宰企業の努力や工夫の必要性を主張している。それに対し、本研究では実際の参加者の自由記述回答に基づく計量テキスト分析を用いて、消費者行動の視点から水越他 (2012) の主



張を確認できた点で意義があると考ええる。

次に、実務的な貢献について述べる。コミュニティ・メンバーは情報収集・交換のために日常的・定期的にコミュニティを閲覧している。その際に得たい情報はメンバー間によるものだけでなく、主宰企業によるものも含まれている。主宰企業が積極的にコミュニティに参加することが、結果的にコミュニティ・メンバーの参加を促すことにつながる可能性がある。企業がオンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティを運営しようとする場合には、単にそうした場を設置し、コミュニティ活性化をメンバー間に委ねるのではなく、主宰企業自身が積極的に参加する姿勢が求められるだろう。

本研究にはいくつかの限界がある。第一に、ブランド・コミュニティの形態を厳密に区別できていない点である。本研究では、企業主宰であり、特定の企業や特定の商品・サービスのブランドを囲みメンバーが集うコミュニティを対象とした。また、対面のみコミュニティは対象外とした。これらの点については明確に基準を設け、複数回のデータクリーニング作業を通じて厳密に対象となるデータを抽出した。一方で、オンライン上のブランド・コミュニティとソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティの区別、企業ブランドと製品・サービスブランドの区別、製品・サービスの財の特性による区別、ブランド・コミュニティの規模による区別はしていない。例えば、企業ホームページとソーシャルネットワークでは操作性や投稿に関する機能の違いが存在する可能性があり、そうしたプラットフォームの違いがコミュニティにおける参加内容に影響する可能性は否定できない (e.g., 麻里 2020)。ブランド種別やコミュニティの規模も同様である。主宰企業およびメンバー間の関係が密ではないブランド・コミュニティという点においては厳密にデータを抽出しているため、本研究の結果が大きく揺らぐことはないが、上記のような、より詳細なコミュニティの形態の違いに注目する場合にはさらなるデータの選別が必要となる。

第二に、消費者調査によるデータ収集の難しさについてである。本研究は、消費者を対象とする意識調査の回答に基づいて、企業主宰のブランド・コミュニティに関するデータを収集した。当初、全部で2200サンプルの回答を収集したものの、データのクリーニング作業の結果、有効回答が548サンプルに留まった。その大きな原因のひとつは、回答者が企業主宰かどうかを明確に認識していないことであった。また、ブランド・コミュニティの特定に必要なデータとして、自由記述回答によって主宰企業名とブランド・コミュニティ名を尋ねたが、曖昧な記述によって特定が不可能な回答も多く含まれていた。こうした回答傾向になる要因には、ブランド・コミュニティの形態が多様であり、消費者の意識として共通理解が構築されていない状況が挙げられる。今後に向けて、調査票上の回答方法を再度検討する必要がある。第一の限界にも通じるが、より厳密に、企業主宰のブランド・コミュニティに関するデータを収集するためには、特定企業の協力のもと、当該企業の主宰するブランド・コミュニティの参加者を対象に調査を実施することも検討していきたい。

第三に、消費者調査におけるスクリーニング条件の影響についてである。本研究の調査では、普段はほとんど活動していないメンバーを回答者から除外する必要があった。そのためのスクリーニング用の設問にコミュニティへの参加を想起させる具体的行動が含まれていた。スクリーニング用の設問と、コミュニティへの参加内容を問う自由記述回答は設問順序として離れているため影響は軽微であると判断するものの、それが回答者によるコミュニティへの参加についての自由記述回答の傾向に影響した可能性は否定できない。こ

の点においても、調査票上の工夫が求められるだろう。

考察でも触れたように、オンライン上、ソーシャルネットワーク上のブランド・コミュニティを対象にした場合、そのコミュニティへの参加は、既存の尺度では測定しきれない可能性がある。新たな尺度の開発も今後は検討する必要があるだろう。本研究の結果および考察で触れたように、主宰企業による積極的なコミュニティへの参加が、コミュニティ全体の活性化につながる可能性が示唆された。このことから、主宰企業がどのような努力や工夫をするべきかについては検討する必要があるだろう。特に、成功しているブランド・コミュニティを主宰する企業に対してインタビューなどを実施し、その実態を把握することも重要だと考える。

## 謝辞

本研究は2021年度千葉商科大学学術研究助成を受けたものである。また、本稿で取り上げた「ブラックサンダー黒い広報室」のケースについては、有楽製菓株式会社マーケティング部牧宏郎氏、鈴木達也氏に書面回答の形で協力をいただいた。ここに記して感謝申し上げたい。

## 〔参考文献〕

- Algesheimer, Rene, Utpal M. Dholakia, and Andreas Herrmann (2005), "The Social Influence of Brand Community: Evidence from European Car Clubs," *Journal of Marketing*, Vol. 69, No. 3, pp. 19-34 (宮澤薫訳「ブランド・コミュニティの社会的影響—ヨーロッパ人・カークラブの実証研究に基づいて—」『季刊マーケティングジャーナル』第26巻、第3号、日本マーケティング協会、95-105頁、2007年)。
- Arvidsson, Adam and Alessandro Caliendo (2016), "Brand Public," *Journal of Consumer Research*, Vol. 42, No. 5, pp. 727-748
- Bagozzi, Richard P. and Utpal M. Dholakia (2006), "Antecedents and Purchase Consequences of Customer Participation in Small Group Brand Communities," *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 23, No. 1, pp. 45-61.
- Carlson, Brad D., Tracy A. Suter, and Tom J. Brown (2008), "Social versus Psychological Brand Community : The Role of Psychological Sense of Community," *Journal of Business Research*, Vol. 61, No. 4, pp. 284-291.
- Fournier, Susan and Lala Lee (2009) "Getting Brand Communities Right," *Harvard Business Review*, Vol. 87, No. 4, pp. 105-111.
- 羽藤雅彦(2016a)「ブランド・コミュニティへの参加を促す要因に関する研究」『流通研究』第19巻、第1号、日本商業学会、25-37頁。
- 羽藤雅彦(2016b)「ブランド・コミュニティへの参加がブランド・コミットメントに及ぼす影響」『消費者行動研究』第23巻、第1号、日本消費者行動研究学会、1-22頁。
- 樋口耕一(2020)『社会調査のための計量テキスト分析 第2版：内容分析の継承と発展を目指して』ナカニシヤ出版。

- 樋口耕一・中村康則・周景龍 (2022) 『動かして学ぶ！はじめてのテキストマイニング：フリー・ソフトウェアを用いた自由記述の計量テキスト分析』ナカニシヤ出版。
- Hook, Margurite, Stacey Baxter, and Alicia Kulczynski (2018), “Antecedents and Consequences of Participation in Brand Communities: a Literature Review,” *Journal of Brand Management*, Vol. 25, No. 4, pp. 277-292.
- McAlexander, James H., John W. Schouten, and Harold F. Koenig (2002), “Building Brand Community,” *Journal of Marketing*, Vol. 66, No. 1, pp. 38-54.
- 麻里久 (2020) 「ソーシャルネットワークはブランドコミュニティか、ブランドパブリックか？—企業公式 Facebook ページの分析—」『マーケティングジャーナル』第 39 巻、第 3 号、日本マーケティング学会、104-115 頁。
- 美馬亘 (2014) 「ブランド・コミュニティ意識とブランド消費の関係：サービスにおける社会的存在感に注目して」『商品研究』第 59 巻、第 1・2 号、日本商品学会、1-14 頁。
- 水越康介・及川直彦・日高靖・太駄健司 (2012) 「新しいブランドコミュニティとしてのソーシャルメディア—コミュニティ・マネジャーの可能性—」『季刊マーケティングジャーナル』第 32 巻、第 2 号、日本マーケティング協会、64-83 頁。
- Muniz, Albert M. Jr. and Thomas C. O’Guinn (1996), “Brand Community and the Sociology of Brands,” *Advances in Consumer Research*, Vol. 23, p. 265.
- Muniz, Albert M. Jr. and Thomas C. O’Guinn (2001), “Brand Community,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 27, No. 4, pp. 412-432.
- Schau, Hope Jensen, Albert M. Muniz Jr., and Eric J. Arnould (2009), “How Brand Community Practices Create Value,” *Journal of Marketing*, Vol. 73, No. 5, pp. 30-51.
- Tsai Hsien-Tung, Heng-Chiang Huang, and Ya-Ling Chiu (2012), “Brand Community Participation in Taiwan: Examining the Roles of Individual-, Group-, and Relationship-Level Antecedents,” *Journal of Business Research*, Vol. 65, No. 5, pp. 676-684.
- Thompson Scott A. and Rajiv K. Sinha (2008), “Brand Communities and New Product Adoption: The influence and Limits of Oppositional Loyalty,” *Journal of Marketing*, Vol. 72, No. 6, pp. 65-80 (宮澤薫訳「ブランド・コミュニティと新製品の採用—対抗的ロイヤルティの影響と限界—」『季刊マーケティングジャーナル』第 29 巻、第 3 号、日本マーケティング協会、90-101 頁、2010 年)。
- Woisetschlager David M., Vivian Hartleb, and Markus Blut (2008), “How to Make Brand Communities Work: Antecedents and Consequences of Consumer Participation,” *Journal of Relationship Marketing*, Vol. 7, No. 3, pp. 237-256.
- 山本奈央 (2009) 「企業主宰型ブランドコミュニティに関する考察」『産研論集』第 36 号、関西学院大学産業研究所、71-80 頁。

(2022.9.20 受稿, 2022.11.7 受理)

[抄 録]

ブランド・コミュニティ研究は、消費者主導型のコミュニティを対象としてスタートしたが、徐々に消費者が中心であっても企業側の関与があるコミュニティや、企業が主宰するコミュニティへと関心が変化してきた。それに伴い、コミュニティへの参加の要因や結果を特定しようとする研究が増え、ブランド・コミュニティへの参加概念に対する注目は高まっていった。中でも Tsai et al. (2012) は、当該概念の再規定や測定尺度の検討などブランド・コミュニティへの参加概念を丁寧に取り上げた重要な研究の一つだと考えられる。一方で、彼らが対象としたのは対面での交流を中心とした親密度の高いコミュニティであり、近年増加しているオンライン上やソーシャルネットワーク上に存在するブランド・コミュニティとはやや性質が異なる。そこで、本研究ではオンライン上やソーシャルネットワーク上に存在するブランド・コミュニティへの参加内容がどういったものなのか、Tsai et al. (2012) の示した参加内容とどのような違いがあるのかを探索的に確認することを目的とする。具体的にはインターネット調査により収集した自由記述回答に対して計量テキスト分析を実施し、生成された共起ネットワークに基づいてコミュニティへの参加内容を確認した。その結果、Tsai et al. (2012) では想定されていない参加内容が含まれることが分かった。

〔論 説〕

## 千葉商科大学の共通入門科目はどうあるべきか

田 中 信一郎

### 1. はじめに

2021年12月20日、学校法人千葉学園理事会（以下「理事会」という。）は、同法人の経営改革本部長に対し「学部・学科及び定員の見直し等に関する検討（第三次諮問）」を諮問した。これは「未来志向で全学的な教学改革を実行する必要性」があるとの認識に基づき、理事会が「すべての教職員の参加による全学的な議論」を求めたものである<sup>(1)</sup>。

理事会は、議論の前提として3つの認識と2つの方向性を示した。認識の第一は「社会・外部環境による影響」である。日本全体での大学志願者数が頭打ちとなり、減少傾向になるとしている。認識の第二は「財務状況」である。入学定員充足率が1.0倍を下回る状況が続けば、中長期的に見て事業継続が難しくなるとしている。認識の第三は「これまでの教育改革」である。2014年度から2018年度までの中期経営計画が成果を上げたと示されている。方向性の第一は「商経学部の分割・再編方針等の経緯及び学部の現況と今後」である。商経学部を中心とした大学運営から、同学部を含む複数の学部を柱とする大学運営への転換を行うとしている。方向性の第二は「今後の学園の方向性について」である。「CUC Vision 100」を2028年（創立100周年）の将来構想（あるべき姿）とし、そのために2019年度からの第二期中期経営計画において「IST戦略」を推進するとしている<sup>(2)</sup>。

将来構想の「CUC Vision 100」とは、千葉商科大学（以下「本学」という。）のあるべき姿を6項目で具体的に示したものである。第一に「社会科学の総合大学」となることである。第二に「日本で一番、会社とつながっている大学となる」ことである。第三に「日本で一番、地域、市民に役立つ大学となる」ことである。第四に「アジアの発展を支える人材を送り出す大学となる」ことである。第五に「社会をリードする経営者、起業家を輩出する大学となる」ことである。第六に「経営基盤が強固で意思決定が迅速に行われる大学となる」ことである。

第二期中期経営計画における「IST戦略」とは、情報（Information）、持続可能性（Sustainability）、信頼（Trust）を重視する戦略である。第一に、デジタル・情報社会に対応した「カリキュラム改革、教育環境の整備及びサポート体制の充実等」を行うとしている。第二に「持続可能な社会の構築に貢献する」「教育研究活動を行う」としている。第三に「学生・生徒、保護者、企業及び地域等に信頼される大学」を目指して「時代の変

---

(1) 学校法人千葉学園理事会「学部・学科及び定員の見直し等に関する検討（第三次諮問）」2021年12月20日。

(2) 人口減少が大学経営に与える影響及び具体的な事例については、次の研究が詳細を示している。ジェレミー・ブレーデン／ロジャー・グッドマン『日本の私立大学はなぜ生き残るのか—人口減少社会と同族経営：1992-2030』中央公論新社、2021年。

化に柔軟に対応した教育・研究を推進」するとしている。

以上の認識と方向性を踏まえ、基盤教育に関して次の5つの論点が示されている。つまり、理事会はこれらを具体化することを経営改革本部の課題としている。

- ① 全学共通教育としての役割をさらに強化・明確にすること。
- ② 基盤教育機構の教養教育について、一年次を中心に卒業要件単位数に対し1/4程度とすること。
- ③ 従来の一般教養の枠を超えた多面的で実学的な面を含む新しい概念の教養教育を行うこと。
- ④ 教養教育について「本学の建学の趣旨・精神を学ぶ基礎となる分野」「倫理観やSDGs、情報化対応を含めた幅広い教養を身につけるための分野」「多様性を理解しコミュニケーション力を養うための三言語の分野」「健康管理や金融リテラシーなどの人生100年時代を豊かにするための基礎的知識としての分野」の4分野とすること。
- ⑤ 先進的で柔軟性のある全学共通教育プログラムを設けること。

以上の論点提示に先立ち、第二次諮問に基づいて経営改革本部から教養教育のあり方について検討依頼を受けた基盤教育機構教授会は、2021年9月28日までに次のとおり案を取りまとめた<sup>(3)</sup>。

- ① 基盤教育機構での卒業要件単位数を28とする。
- ② カテゴリーをいずれも仮称の「共通教養」「CUC ベーシック」「三言語」「生涯ケア」とする。
- ③ 「共通教養」を「自然科学」「社会科学」「人文科学」「倫理・SDGs」の4分野とし、各分野の選択必修単位数を2（合計8）とする。
- ④ 「CUC ベーシック」を「実学への招待」「実学入門Ⅰ」「実学入門Ⅱ」の3科目とし、必修（全5単位）とする。
- ⑤ 「三言語」を「自然言語」「情報言語」「会計言語」の3分野とし、それぞれの必修単位数を2（合計6）とする。
- ⑥ 「生涯ケア」を「キャリア」「体育（健康管理）」の2分野とし、「金融リテラシー」科目の1単位を必修、「生涯ケア」としての選択必修単位数を2とする。
- ⑦ 以上の他、基盤教育機構の設置科目から6単位を選択必修とする。

また、基盤教育機構教授会は、各分野の具体化について関係する分科会において検討することとし、関係する分科会のない「CUC ベーシック」についてワーキングチームを設けて検討することとした。「CUC ベーシック」を検討するワーキングチームは、同機構副機構長の寺野隆雄教授をリーダーとし、共通教養分科会リーダーの田中信一郎准教授（執筆者）と同サブリーダーの柘岡大輔准教授を構成員としている。柘岡准教授が「実学への招待」の検討を担当し、田中准教授が「実学入門Ⅰ」「実学入門Ⅱ」の検討を担当している。

そこで、本稿は「実学入門Ⅰ」「実学入門Ⅱ」（以下「共通入門科目」という。）の検討担当者として、その考え方を明らかにし、全学的な議論に資することを目的とする。理事

---

(3) 学校法人千葉学園経営改革本部資料 2021年9月28日付資料。

会の諮問を踏まえれば、建学の理念や時代状況、学部との関係性、高校教育との接続等を勘案して検討することが求められると理解できるからである。他大学の類似の講義等を参考にして、類似の案を作成するのではなく、本学の必要性から発して白紙ベースで検討するのであれば、案を作成する担当者の認識や考え方から問われることは疑いない。本稿は、その「担当者の認識や考え方」を示し、議論の参考とすることを旨とする。

具体的には、本学の共通入門科目がどうあるべきか、検討担当者としての考え方を明らかにする。その際、第三次諮問の認識や論点を前提とする。また、学部のあり方を踏まえて論じるべきではあるが、同時並行の検討となっているため、本稿においては第三次諮問を踏まえつつ、不明の点については独自の仮定を立てる。

なお、本稿は私論及び試論であり、執筆者の組織を代表するものでなく、何らの組織的な決定を意味するものでない。

## 2. 「新しい概念の教養教育」とは何か

共通入門科目を検討するに当たり、第三次諮問が示す「新しい概念の教養教育」について、最初に一定の解釈を示さなければならない。第三次諮問は「本学の学生に等しく備えさせるべき共通の素養」として「従来的一般教養の枠を超えた多面的で実学的な面を含む、時代に相応しい新しい概念の教養教育を行うこと」と、論点を示している。これに基づいて具体的な科目を検討するには、少なくとも「多面的で実学的な面を含む、時代に相応しい」という文について、具体的な認識を共有する必要がある。

そこで、第三次諮問、学生、学部、社会の4方向から「新しい概念の教養教育」を解釈する。

第一に、経営改革本部に置かれた教学改革タスクフォースの文書では、本学が目指す人間像である「治道家」について「自立のできる人材」と規定している。具体的には「問題をしっかりと捉える情報収集力と解析力、解決策を探索し選択する力。そして、解決策を実行するには人を動かし共に活動できるコミュニケーション力と、多様性を理解できる豊かな人間性が必要」と説明している。また「治道家」については「大局的見地に立ち、時代の変化を捉え、社会の諸問題を解決する、高い倫理観を備えた指導者」と定義している<sup>(4)</sup>。

同文書は、基盤教育において「幅広い教養と高い倫理観」を身につけるとしている。その文書で「幅広い教養」は「実社会の変化に即応し、多様な人々との協働に必要な豊かな人間性を形成するための普遍的な知識とコミュニケーション力」と定義されている。また「高い倫理観」は「実社会における諸課題を発見し、その解決に主体的能動的に取り組む使命感とモラル」と定義されている。

よって、教学改革タスクフォースの文書から第三次諮問の「新しい概念の教養教育」を解釈すれば、社会の課題を発見し、解決策を考え、それを他者と協働して実行するための能力を涵養する教育となる。文書が示した社会問題の受信力、問題発見力、分析力、解決策の企画力、実行力、他者と協働するためのコミュニケーション力、他者を理解するため

---

(4) 千葉商科大学教学改革タスクフォース「千葉商科大学教育の理念」2021年7月21日。

の知識力、寛容な姿勢、倫理的な姿勢、積極的な姿勢が「多面的で実学的な面を含む、時代に相応しい」教養教育で涵養すべきことと解される。

第二に、学生の視点から「新しい概念の教養教育」を解釈する必要がある。なぜならば、2025年度から新しい学習指導要領に基づいた教育を受けた学生が入学してくるからである。従来と異なる教育課程を受けた学生に対し、従来の教育課程を受けた学生を想定するのでは、少なくとも「新しい概念の教養教育」といえないだろう。

新しい学習指導要領における高等学校学習指導要領は、従来の教育内容を踏襲しつつ「主体的・対話的で深い学び」を重視するものとなっている。具体的には「各教科・科目等の特質に応じた見方・考え方を働かせながら、知識を相互に関連付けてより深く理解したり、情報を精査して考えを形成したり、問題を見いだして解決策を考えたり、思いや考えを基に創造したりすることに向かう過程を重視した学習の充実が必要」とされている。また「全ての教科等を、①知識及び技能、②思考力、判断力、表現力等、③学びに向かう力、人間性等の3つの柱で再整理」した。「言語能力」「道徳教育」「主権者教育」「情報教育」についても充実させるとしている<sup>(5)</sup>。

これは、本学の教学改革タスクフォースが示す「新しい概念の教養教育」と多くの共通性を有する。とりわけ「問題を見いだして解決策を考え」ることや「情報を精査して考えを形成」することは、教学改革タスクフォースの「問題をしっかりと捉える情報収集力と解析力、解決策を探索し選択する力」と同じである。

それでは、2025年度以降に入学する学生について、新しい学習指導要領に基づく教育によって、本学のいう「新しい概念の教養教育」が身につけている理解すればいいのだろうか。すなわち、従来の学部での入門科目よりも高いレベルで、教育を行えばいいのだろうか。

ここでは、そうでなく、むしろそれらの能力が不十分な学生が入学してくるとの仮説を立てる。なぜならば、新しい学習指導要領が涵養しようとする能力は、これまで重視されてきた知識よりも、客観的に測ることが困難で、学生の理解が十分でないおそれがある。また、学校教員の多忙による教育の質低下が社会問題化しており、知識よりもきめ細かい指導・支援が求められるこれらの能力の向上に、十分な資源を振り向けられる高校はそれほど多くないと考えられる<sup>(6)</sup>。

学生が高校までの教育内容を十分に理解しないまま、本学に入学してくると考えられることが、この仮説を補強する。「政治学入門」のアンケート結果が、その傍証となる。この科目では、最終講義において独自のアンケートを学生に対して行っている。その結果、約6割の学生が「しっかりと腹に落ちて理解できた」と回答した。だが、この科目は高校の「政治・経済」科目の内容を超えるものでなく、一部は中学校の「公民」科目と共通し、それらの内容を政治学の初学者向けに再構成したものである。それでも次のコメントを学

(5) 文部科学省「高等学校学習指導要領の改訂のポイント」文部科学省ホームページ(2022年5月4日閲覧)

(6) 本田由紀は、新しい学習指導要領等で求める能力について「ハイパーメリトクラシー」と呼び、若者により困難をもたらす危険性を指摘している。本田由紀『教育は何を評価してきたのか』岩波書店、2020年。内田良は、部活動等による教員の多忙化が教育内容の質低下を招いていると指摘している。内田良『教育という病—子どもと先生を苦しめる「教育リスク」』光文社、2015年。



生から受けている<sup>(7)</sup>。

- ・講義を受講する以前からある程度政治についての関心や理解があったのだが、今回のこの政治学入門の講義を受けて、改めて政治についての関心や理解が更に高いレベルになったように感じました。また、少しでも多く若者に政治への関心を抱いて欲しいとも感じました。(1年)
- ・高校でも政治について学んだけど学ぶだけで政治について実際に考えることが少なかったけど、今回政治学入門を受けて政治の重要性を学ぶことができた。また、18歳になり主権者になった今主権者として行動を心掛けようと思うようになりました。(1年)
- ・私はこの講義を受けて、政治というものを身近なものであると感じることが出来ました。それまでは政治に関心はなく、どこか遠い存在に思っていました。講義を終えてからは政治をする意味を理解することができ、私も積極的に政治に参加しなくてはならないと感じました。(1年)
- ・今までは、政治について知る機会が少なく、選挙の重要性をあまり感じていなかった。しかし、現代の社会問題を、先生が図や統計資料を添付して下さっていたので、問題の深刻さに気付かされるが多かった。今年の夏に参議院選挙があるので、本授業で学んだことを踏まえて選挙に参加していきたい。(1年)
- ・内閣や行政についてなど、中高で学んだ事を改めて、より詳しく学ぶ事ができ、理解を深める事が出来た。一番関心を持ったのは日本の選挙投票率についてで、外国と比較した詳しいデータを見る事で、その問題の深刻さがよくわかった。(2年)
- ・政治についての考え方がこの授業を通して変わった。この授業を受ける前は政治の仕組みや政治で出てくるような単語を知っているだけで政治をすることの重要性は知らなかったが、この授業を受けた後では政治がなぜ重要なのかどうして政治に参加するのかについて知り、考えることができるようになった。(2年)
- ・講義を受ける前は高校などで学んだ知識があるだけで政治に関して特に大きな関心はなかったが、講義を受け無関心でいるのではなく得た知識を活用して政治に参加していくことが大切であると思いました。また、以前よりも政治のニュースに関心を持ちどのような活動をしているのかを調べたりしました。(2年)
- ・政治学は身近な学問であり、これからの社会を支えていくために、本講義での学びを活かして行きたいものと感じている。また、選挙制度、国会の仕組み等、高校生の時に履修していた現代社会という科目の時以来の復習にもなり、知識の定着が進んだ。(3年)
- ・社会問題は解決することが簡単ではない。だからといって自分は何も行動しないのではなく、選挙の時は投票するといった行動で何かは変わるのかもしれないと感じた。一番大切なのは何もしないのではなく、小さなことかもしれないが行動することが大切なのを学んだ。(4年)

これらのコメント（波線は筆者による）から、本学の学生にとって、高校までの学びが「知っている」とどまり、「理解している」に達していないと考えられる。このように、社会科学を学びに入学してくる学生が、中学と高校で学ぶ社会科学の基本的な事項について「知っている」とどまるのであれば、国語や英語、情報など他の科目についても、大半の学生は「知っている」とどまり、「理解している」に達していないと考えられる。

これは、学生の潜在力の大きさも示している。なぜならば、高校までの多くの教育内容を十分に理解していないにもかかわらず、本学に進学できたということは、大学において理解を深めることで、学生自身の持つ力が引き出されることを意味するからである。

要するに、学生の視点に立てば、高校での教育内容との重複を取って忌避することなく、「新しい概念の教養教育」の必要性に基づき、丁寧な教育を実施することが求められる。むしろ、学生が高校時代に十分な理解に達していないという前提で、科目内容を検討する必要がある。それは「全学共通教育」として求められることにも合致する。

(7) 「政治学入門」は2021年度の春学期に1コマ、秋学期に2コマをすべてオンライン（オンデマンド）で実施した。アンケートに回答した学生217名のうち、132名（60.8%）が「しっかりと腹に落ちて理解できた」と回答し、58名（26.7%）が「おおむね理解できたが、多少の疑問が残る」と回答し、27名（12.4%）が「半分くらいは理解できたが、説明に難しい点もあった」と回答した。「説明が難しく、ほとんど理解できなかった」「講義をほとんど見ない・聞かない（早送り等）で済ませた」と回答した者は0名であった。

第三に、学部との関係から「新しい概念の教養教育」を解釈する必要がある。第三次諮問は、基盤教育と学部教育を「二本足で行う」とし、学部教育について「10～15年先に本学が社会に貢献すべき分野を、既存の学部・学科組織の枠組みにとらわれず検討」するとの前提を示している。

第三次諮問は、学部教育について専門的な知見の体系的な修得ができるよう、検討すべきと述べている。具体的には「基盤教育機構における教育を基礎に、高い倫理観を備えた人間力、そして確かな専門力を身に付ける」こと、並びに「主に二年次以降で行うこととし、本学の教育方針である実学教育をさらに深め、学生が社会における諸課題を発見し、解決するために求められる専門的な知識・技能を、体系的かつ段階的に身に付ける教育を行う」こととしている。

これらを総合的に見れば、基盤教育と学部教育は、教育理念等を一つの目標として、対比的・二元的な教育手法を実践しつつ、相補的な関係を持つ役割分担と解される。以下は、それを筆者独自に解釈し直したものである。

- 学部が「専門性を身につける方法を身につける＋専門家に準じる知見を習得する」役割とすれば、基盤は「普遍的な思考の方法を身につける＋幅広い知見への感覚を習得する」役割となる。
- 学部が「顔見知りの人たちと行動し、仲間・友人で励まし合う関係」の形成を重視するとすれば、基盤は「一人で行動しつつ、目的を共有する関係の薄い人々との協力関係」の形成を重視する。
- 学部が「ゼミと専門的な科目を充実させる」のであれば、基盤は「より高大接続の役割を重視し、高校と学部教育の間に新たな学びのステップを設ける」役割を担う。
- 学部が「教員の研究と個性を重視した独自の教育手法」を磨くのであれば、基盤は「教員の集合知を重視した共通で質の高い教育手法」を磨く。

つまり、学部がスペシャリストに向かう方法・能力を教育するとすれば、基盤はゼネラリストに向かう方法・能力を教育する。具体的には、学部において少人数による能動的な教育を推進するならば、基盤は高校教育と学部教育をつなぐことに加え、学部の教育手法で伸ばしにくい能力を伸ばし、学部の教育手法に馴染めない学生を引き受ける役割が求められる。ゼネラリストとしての能力は、学部や社会で身につけた専門性が時代の変化で陳腐化しても、食わず嫌いせず（幅広い知見への感覚）に新たな知見を獲得し、別の分野のスペシャリストとなる道も切り拓く。

よって、学部との関係で見る「新しい概念の教養教育」とは、ゼネラリストに向かう能力を育てることを意味する。その結果、すべての学生が、スペシャリストとゼネラリストの両面の基礎的な能力を備えて、卒業することになる。

第四に、社会を静的と見るか、動的と見るかで「新しい概念の教養教育」への解釈は変わってくる。第三次諮問は、社会を動的、それも急激な変化の最中にあるとの認識に立っているため、どのような変化となるかの認識が検討に際して重要となる。だが、あえて静的との視点での解釈も示しておく。

社会を静的と見ることは、大学のステークホルダーの多数派と考えられる。すなわち、1年後も10年後も50年後も、偏差値に基づく入学試験が行われ、高校生から切れ目なく（せいぜい1～2年の浪人生活を経て）、就職活動を行い、4年後に社会人となる（就職・

就社する) 見方である。入試方法や就職活動のあり方等、マイナーチェンジは行われつつも、大枠は変化しないという見方は、学校歴が重視される社会のあり方が変わらない限り、変わりそうもないからである。

そうした支配的な見方を前提とすれば、教養教育に求められることは、学生をスムーズに学部教育に引き継ぐこととなる。言い換えれば、基本的なスキルをしっかり身につけさせることでなく、意欲の低い学生に基準を置き、できる限り単位を落とさせず、高い評価をつけることである。その内容は、国の定めた基準に則ってさえいけば議論する必要もなく、評価に留意する以外、担当教員にすべてを委ねる方式が望ましい。

しかし、今後の社会が大きく変化する場合、このような見方に基づく教養教育が学生の将来に何らかの影響を及ぼすことは、ほぼありえない。従来のマスプロダクツ的な教育方法を是認し、社会の変化に対応する普遍的な能力を涵養しないからである。学部教育で専門的な知見を身につける能力を伸ばすのであれば、なおさらである。

要するに、社会を静的と見て教養教育を論じることは、社会が大きく変化しないことにすべてを賭ける博打であり、学生の将来に対して誠実な姿勢でない。しかも、その結果は学生自身が引き受けるのであり、大学が引き受けるのでない。

それでは、社会が動的であり、変化するとすれば、どのように変化するのか。客観的には、少なくとも次の3つの転換が起きつつある<sup>(8)</sup>。

- 人口増加社会から人口減少社会への転換
- 経済成長時代から経済成熟時代への転換
- 垂直統合型社会から分散ネットワーク型社会への転換

戦前と戦後ともに、日本は急激な人口増加に対応することを中心的な政策課題としてきた。その解決策について、戦前は海外植民地等に求め、戦後は経済成長と国内開発に求めた。そのため、大学や企業を含むあらゆる社会システムが人口増加を前提に構築されている。様々な修正が「改革」の名の下で行われてきたが、抜本的に前提を転換するまでには至っていない。

高度経済成長期から、日本の社会は経済成長を前提として運営されてきた。経済成長が滞ると、企業を通じて確保してきた福祉機能が低下するため、景気回復をすることが常に政府の中心的な政策課題となってきた。実際、1970年代のオイルショック以降、バブル経済の数年間を除き、政府は50年間にわたって景気対策を打ち続けてきた。同時に、企業活動の制約を緩和する「改革」も実施されてきた。けれども、現在に至るまで内発的な経済成長を十分に実現できていない。

産業革命から始まった、生産から販売までを少数の巨大資本で管理する垂直統合型社会は、情報通信技術の発達、分散型エネルギーの普及、モビリティの多様化等によって、大きく揺らぎ始めている。気候変動による再生可能エネルギーへの転換の要請が、それを強く加速させている。産業革命が、人々の居住地を農山村から都市へ移し、時間や働き方の概念を変革し、生活のあり方を一変させたように、分散ネットワーク型社会への転換によって、多様な変化が起きると指摘されている。

---

(8) 田中信一郎『政権交代が必要なのは、総理が嫌だからじゃない—私たちが人口減少、経済成熟、気候変動に対応するために』現代書館、2020年。本節の以降の記述は本書に基づく。

変化した社会で個人に求められる能力は、従来の社会と大きく異なると考えられる。なぜならば、前述した転換が、社会とあらゆる組織に対して次のような条件を加えるからである。

- 意思決定の分権化
- 前例の効力低下
- 社会課題の増加と解決資源の減少

よって、変化した社会で求められる「新しい概念の教養教育」とは、自ら考えて意思決定すること、前例に捉われずに思考できること、社会の課題を工夫して解決する能力を高めることとなる。特に、社会的な課題を自分の視点で発見し、解決方法を学習や対話、論理的な思考を通じて見出し、それを実行して、結果を次の思考にフィードバックさせることと言えるだろう。なぜならば、それが前例に基づかず、効率的かつ効果的に課題を解決できる普遍的な方法だからである。

以上のとおり、第三次諮問、学生、学部、社会の4方向から考察した「新しい概念の教養教育」とは、専門的な分野に捉われない幅広い分野での学びと、問題発見・解決能力の育成について、高校までに修得できていないとの前提で、丁寧に行うこととなる。特に、専門的な分野に関して表面的に多くの知識を覚えることよりも、幅広い分野に関して少ない知識であっても深く理解することが求められる。これに付随して、知識を深く理解するための技法を修得することも必要となる。

### 3. 共通入門科目に求められる要素は何か

「新しい概念の教養教育」において、すべての学生が一年次に履修する共通入門科目に求められる要素は何か。検討に際しては、教養科目や語学科目、情報科目等の基盤教育における他の科目の存在を前提とし、求められるすべての要素を盛り込むのではなく、共通入門科目として担うべき要素に限定する。

まず、前節で検討した「新しい概念の教養教育」の解釈から、演繹的に検討する。すなわち「専門的な分野に捉われない幅広い分野での学びと、問題発見・解決能力の育成について、高校までに修得できていないとの前提で、丁寧に行うこと」であり、とりわけ「専門的な分野に関して表面的に多くの知識を覚えることよりも、幅広い分野に関して少ない知識であっても深く理解すること」と「知識を深く理解するための技法を修得すること」から導く。

その中で、共通入門科目として担うべき要素は、問題発見・解決能力となる。なぜならば「専門的な分野に捉われない幅広い分野での学び」については、様々な知識を教授する教養科目が担う領域と考えるのが妥当だからである。すると「問題発見・解決能力の育成について、高校までに修得できていないとの前提で、丁寧に行うこと」が共通入門科目の領域となる。

また、そこで求められる知識修得の技法について、語学科目や情報科目等との役割を分担しつつ、それらを含む基盤教育全体を結合する要素が、共通入門科目に求められる。なぜならば、知識修得の技法を身につけるには、学んだ知見や関係科目の技法を実際に活用することが有効だからである。

それでは、問題発見・解決能力、とりわけ知識修得の技法を身につけるために、具体的に何を修得すべきか。その手掛かりとして、文部科学省の全国学生調査「大学教育を通じて、次のような知識や能力が身に付いたと思いますか。」における質問項目を見る。以下は、2020年度に行った「全国学生調査（試行実施）」を踏まえた第2回試行実施（予定）のものである<sup>(9)</sup>。

- ① 専門分野に関する知識・理解
- ② 将来の仕事につながるような知識・技能
- ③ 文献・資料を収集・分析する力
- ④ 論理的に文章を書く力
- ⑤ 人に分かりやすく話す力
- ⑥ 外国語を使う力
- ⑦ 統計などデータサイエンスの知識・技能
- ⑧ 問題を見つけて解決方法を考える力
- ⑨ 答えのない問題を自分の頭で考え抜く力
- ⑩ 多様な人々の理解を得ながら協働する力
- ⑪ 幅広い知識、ものの見方
- ⑫ 異なる文化に関する知識・理解

これらのうち、共通入門科目で直接的に担うべきと考えられる要素は、③④⑤⑧⑨⑩の6項目（波線）と考えられる。もちろん、共通入門科目や基盤教育にかかわらず、大学のあらゆる科目が複数の要素を含みうるため、共通入門科目に専属の要素というわけではない。

また、すべての要素について、最終的には卒業論文等の作成を通じて身につけるため、それを指導する学部教育との分担を考えれば、これら6項目の基礎を共通入門科目が担うことになる。その場合、前節で考察したとおり、高校までの教育と重複する部分もあるが、本学の場合、高校までに完全には修得できていないとの前提に立つ必要がある。

そこで、これら6項目を技法にまで掘り下げて考察する。これらは依然として曖昧な点を含み、科目の内容をデザインするためには、技法を明らかにしなければならないからである。

第一に「文献・資料を収集・分析する力」とは何か。ここには、情報を探索する技法、情報の信頼性を見極める技法、情報の内容を理解する技法、情報を多角的に見る技法、複数の情報を組み合わせて解釈する技法と、少なくとも5つの技法が含まれている。

これらの要は、情報の内容を理解する技法、すなわち読解力と考えられる。なぜならば、どれだけ他の技法を修得したとしても、その内容を正しく理解できなければ、すべてが無効となるからである。情報を内容（大半は文章と考えられる）に即して理解することは「文献・資料を収集・分析する力」の基礎を構成する。

第二に「論理的に文章を書く力」とは何か。ここには、根拠（ファクトやデータ等）に基づく技法、筋道立てて考える技法、文法・ルールに則った文章を書く技法、条件・制約

---

(9) 文部科学省「全国学生調査」に関する有識者会議第5回（2022年1月13日）資料令和3年度「全国学生調査（第2回試行実施）」質問項目（最終案）」の問3「大学教育を通じて、次のような知識や能力が身に付いたと思いますか。」の選択肢。

に応じた書き分けをする技法と、少なくとも4つの技法が含まれている。

これらの要は、筋道立てて考える技法、すなわち論理的な思考(ロジカル・シンキング)と考えられる。なぜならば、論理的な思考ができなければ、他の要素を無効としてしまうからである。逆に、論理的な思考さえできれば、他者の助言や修正によって補える。思考は本人以外に代替できない。

第三に「人に分かりやすく話す力」とは何か。ここには、伝える内容を構成する技法、口頭によって伝える技法、口頭伝達を補う技法、相手の口頭伝達を理解する技法と、少なくとも4つの技法が含まれている。

これらの要は、伝える内容を構成する技法、すなわち文章構成力と考えられる。なぜならば、滑らかで聞きやすい口調や分かりやすいプレゼンテーション資料があっても、内容が空虚であれば、それらも空虚となる。また、自らの考えを構成できれば、相手の口頭伝達を十分に理解できなくても、やり取りを通じてフィードバックを得て、修正できる。

第四に「問題を見つけて解決方法を考える力」とは何か。ここには、問題点に着眼する技法、解決された問題と未解決の問題を見分ける技法、問題の真因を探る技法、解決の方向性を見出す技法、解決方法の仮説を立てる技法、仮説の精度を高める技法と、少なくとも6つの技法が含まれている。

これらはすべて要であり、大学卒業までにすべての技法を身につけることが求められるが、最初に身につけるべきは問題点に着眼する技法、すなわち問いを立てることである。これらを総合したものが卒業論文であり、一つを欠いても論文を書き上げることはできない。そして、学生が思いついた問いを先行研究の読み込みで深め、さらに問いを鋭くしていくことが求められる。よって問いを立てることは有効な出発点となる。

第五の「答えのない問題を自分の頭で考え抜く力」は「問題を見つけて解決方法を考える力」のバリエーションであり、実質的に重複しているため、検討を省略する。強いていえば、社会における問題のほとんどが「答えのない問題」であることを、学生に認識させることと考えられる。

第六に「多様な人々の理解を得ながら協働する力」とは何か。ここには、他者との関係を構築する技法、他者に説明する技法、他者のフィードバックを受ける技法、仮説を実行する技法、仮説と実行の結果の差を測る技法、その差の原因を追究する技法、その原因を元の仮説に反映する技法と、少なくとも7つの技法が含まれている。

これらもすべて要であり、大学卒業までにすべての技法について、一定の経験を積むことが求められるが、最初に身につけるべきは他者との関係を構築する技法、すなわち家族・友人以外の他者との協働である。なぜならば、これらは大学の教育課程だけでなく、課外活動等の任意のプログラムによって経験を積むことが技法を身につける有効な方法であり、とりわけ共同体的な関係を有さない他者との協力関係の構築が、大学入学時の最初の課題となるからである。

したがって、共通入門科目で担うべき必須の要素を技法として抽出すれば、読解力、論理的な思考、文章構成力、問いを立てること、他者との協働の5つとなる。実際には、これらの技法に加え、情報を探索する技法、情報の信頼性を見極める技法、情報を多角的に見る技法、複数の情報を組み合わせて解釈する技法、根拠に基づく技法、文法・ルールに則った文章を書く技法、条件・制約に応じた書き分けをする技法、口頭によって伝える技

法、口頭伝達を補う技法、相手の口頭伝達を理解する技法、解決された問題と未解決の問題を見分ける技法、問題の真因を探る技法、解決の方向性を見出す技法、解決方法の仮説を立てる技法、仮説の精度を高める技法、他者に説明する技法、他者のフィードバックを受ける技法、仮説を実行する技法、仮説と実行の結果の差を測る技法、その差の原因を追究する技法、その原因を元の仮説に反映する技法も求められるが、これらの優先順位は先の5つの技法よりも劣後する。

次に、これらの要素に加えて、どのような要素が必要とされるのか、先行研究に基づいて検討する。先に示した要素についても、先行研究で否定的に捉えられている場合は、検討対象とする。

社会科学系の大学教育に対する評価については、本田由紀らによる研究がまとまったものとして存在する。これは、社会科学系の大学教育が仕事で「役に立たない」という一般的な言説を受けて、大学教育が「役立っている」のではないかと、「役立ちうる」のではないかと、どのような「役立ち方」なのか等について、データ等で分析した研究である<sup>(10)</sup>。

ここでいう大学教育とは、企業での業務スキルに寄せた教育でなく、従来の一般的な社会科学系の大学教育を指している。すなわち、経済学や社会学、法律学等、いわゆる社会科学系の学部を中心とした大学教育である。

研究の結論から見ると、社会科学系の大学教育が仕事に「役立ちうる」と示唆されている。具体的には「[大学教育は(仕事に対しても)]「役に立っている」面が少なからずある」という方向に向けて芽を伸ばしているようにみえる」と結論づけている。

この研究から示唆される、カギとなる要素は次のとおりである<sup>(11)</sup>。

第一の要素は、方法的双方向性と職業的レリバンスである。職業的レリバンスとは「教育内容が学生の将来にとってどれほど関連のあるものとして感じられるように設計されているか」ということである。これらが、学生のスキル形成に対して「少なからず影響を及ぼしている」と明らかにされた。

第二の要素は、ラーニング・ブリッジング態度である。これは「大学の個々の授業と授業の間、さらには授業と授業外の諸活動とを結びつけようとする学習態度」である。この態度が「大学教育の仕事での活用度にプラスの効果」をもたらすという。

第三の要素は、職業資格の取得である。職業資格とは「簿記や教員免許、秘書検定、ファイナンシャルプランナー」等の資格である。資格取得によって「自己啓発の実施」での「正の効果」が見られ、「卒業後の継続的なスキル形成」に「役立っている」という。

また、データ分析でなく20名の社会人へのインタビュー調査によるが、ゼミや講義で得たことが仕事で役立っているとの回答を、研究は示している。ここでのゼミや講義で得たこととは「文章を書くスキル、発表技法、専門知識、文献調査、学習方法、社会関心、学習観の転換」等を指す。

この研究から示唆されるのは、従来の大学教育について、丁寧に意図・設計・実施することの重要性と社会的意義である。すなわち、大学教育の内容を強引に「仕事」へ寄せる

(10) 本田由紀編『文系大学教育は仕事の役に立つのか—職業的レリバンスの検討』ナカニシヤ出版、2018年。本田を含む8名の研究者による共同研究を取りまとめたもの。

(11) 本田2018前掲。13-17頁。

必要もなければ、大学教育は「役立つなくていい」と強弁する必要もない。大学の提供する様々な講義とプログラム等を適切に結びつけ、内容を研究の知見を考慮してデザインし、その社会的意義を大学と教員が明確に認識することが重要となる。

そして、共通入門科目への重要な要素を導くならば、職業的レリバンスとラーニング・ブリッジングである。すべての学生が受講する共通入門科目において、大学教育が「学生の将来にとってどれほど関連のあるものとして」「設計されているか」を丁寧に伝えること（職業的レリバンス）と、講義と講義の関連性並びに講義とプログラムの関連性を詳しく説明すること（ラーニング・ブリッジング）が重要となる。

以上のとおり、「新しい概念の教養教育」において共通入門科目に求められる要素は、学びのための基本的な技法（読解力、論理的な思考、文章構成力、先行研究の読み込み、他者との協働）とその意味合い（職業的レリバンス、ラーニング・ブリッジング）となる。これらに加えて、様々な要素を入れることはできる限り行うべきである一方、これらを一つでも外すことは行うべきでないと考えられる。

#### 4. 共通入門科目の社会における意味合いとは何か

それでは、前節までに必要性を明らかにした学びのための基本的な技法は、社会においてどのような意味合いを有するのか。言い換えるならば、共通入門科目で実施すべきと考えられる「読解力、論理的な思考、文章構成力、先行研究の読み込み、他者との協働」等の技法は、社会でどのように「役立つ」のか。

その補助線となるのが、行動科学である。行動科学とは「人間行動の一般法則を体系的に究明しようとする新しい科学分野」である。心理学の研究成果を学際的に他の分野に応用し、従来とは異なる観点から研究している。近年では、経済学に応用した行動経済学が注目を集めている。政治学や経営学など社会科学全般にも様々な影響を及ぼしている<sup>(12)</sup>。

行動科学の知見から明らかになりつつあることの一つは、現代社会の様々な課題を生み出し、解決を阻んでいる要素の一つが、人々の認知にあるということである。例えば、2001年9月11日のアメリカにおける同時多発テロについて、アメリカ中央情報局（CIA）が事前に十分な情報を得ていながら、それを予期し、防止できなかったのは、分析者と意思決定者のいずれもが、同じ認知的枠組みを有していたことにあると指摘されている。すなわち「白人、男性、アングロサクソン系、プロテスタント」「金銭的な苦境も、迫害も、過激思想に触れることも、その他諜報活動に知見をもたらし得る経験をほぼしていない」という認知的枠組みである。そのため、集められた情報を分析対象の視点から解釈できなかった。同じ認知的枠組みの人だけで意思決定することは、日本でも政府をはじめとする様々な企業・組織で起きていると、容易に推測できる<sup>(13)</sup>。

組織や人々の固定化された認知を改め、課題を解決するより良い意思決定を導くカギは

(12) 「ブリタニカ国際大百科事典小項目事典」<https://kotobank.jp/dictionary/britannica/>（2022年6月18日閲覧）

(13) マシュー・サイド『多様性の科学—画一的で凋落する組織、複数の視点で問題を解決する組織』ディスカヴァー・トゥエンティワン、2021年。12-58頁。



「失敗」と「多様性」にある。認知の固定化は、課題や現実、人々の求めとかい離した意思決定をもたらし、組織や人々のパフォーマンスを下げることに加えて、関係する人々のストレスを高め、最終的には課題解決の失敗や精神的な疾病を含む様々な課題を新たに生み出す。しかも、第一節で論じたとおり、社会の様々な前提条件が真逆に変わりつつあり、認知の固定化がさらに大きな問題となりうる。

第一のカギとなる「失敗」とは、事前の想定と異なる結果が生じた際に検証して、原因を究明し、次の行動・判断に反映させ、個人も組織もより良い行動・判断ができるように進歩するプロセスである。人や組織が成長するために欠かせず、研究者には当然のこと（研究プロセスそのもの）であるが、一般的にはそうでない。子どもの行動に関する研究では、事前の想定と異なる結果が生じた際、「こういうのはもともと苦手なんだ」と「失敗を自分の知性のせい」にする「固定型マインドセット」の子どもと、「取り組み方を改善」して「困難なタスクに対して、より洗練された方法を自分たちで考え出した」「成長型マインドセット」の子どもが見られた。別の研究では、同様の二分化が企業組織にも見られた<sup>(14)</sup>。

この「失敗」については、日本の企業・行政において一般的な「PDCA サイクル」と言い換えられる。これは、Plan（計画）、Do（実行）、Check（検証）、Action（改善）のプロセスを意味し、企業等の個人・組織に求められる基本的な行動様式である。一方、多くの企業等においてプロセスの形骸化が進み、実効性を失っている。その原因の一つとして、Check について「事象の因果と真理を読み、成功則を導き出す」「学習」として捉えられていないこと、Action について「組織に潜む課題を炙り出し、解決していく行動」と捉えられていないことにあるとの指摘がある。すなわち、多くの PDCA サイクルが本来の目的と違って「失敗」を受け止めるプロセスになっていない<sup>(15)</sup>。

第二のカギとなる「多様性」とは、自らとは異なる視点の知見を受け入れ、集合知を発揮するための個人の姿勢及び組織文化である。この「多様性」において留意すべきことは「対処する問題と密接に関連し、かつ相乗効果を生み出す視点を持った人々」で構成することにある。多様性を確保するためとはいえ、大学生が議論する場に、小学生や共通の言語を有さない人を加えても意味はない（課題によっては意味を持つかもしれない）。課題となる領域や空間を共有しつつ、異なる視点を持って対話し、集合知を構築できる人々が集まることに意味がある。お飾りやアクセントのように、属性の多様性を示しても意味はない<sup>(16)</sup>。

つまり、失敗から絶え間なく謙虚に学び、多様な考えを有する他者と協働できる人々が、社会で広く求められるようになっていく。少なくとも、社会の前提条件が揺らぐほど、そうした人々が求められ、課題を解決していくと考えられる。

共通入門科目で実施すべきと考えられる「読解力、論理的な思考、文章構成力、問いを立てること、他者との協働」等の技法は、こうした人々の育成に直結する。なぜならば、バイアスに捉われないで自らの行動の結果や他者の意見、様々な情報を理解し（読解力／

(14) マシュー・サイド『失敗の科学—失敗から学習する組織、学習できない組織』ディスカヴァー・トゥエンティワン、2016年。294-296頁。

(15) 稲田将人『PDCA マネジメント』日本経済新聞出版、2020年。6-7頁。

(16) サイド 2021 前掲。91-93頁。

問いを立てること)、思い込みでなく冷静かつ論理的に考えを組み立て(論理的な思考/文章構成力)、考えや属性の異なる他者と共に課題解決に取り組む(他者との協働)は、文字どおり「失敗から絶え間なく謙虚に学び、多様な考えを有する他者と協働」の基本的なトレーニングとなるからである。

「失敗」と「多様性」が機能する組織・場のつくり方を学ぶことも重要である。多様な人々で構成され、失敗から学ぶことを重視している組織でも、それらがしばしば機能しないからである。その条件となるのが「心理的安全性 (Psychological Safety)」である。組織ヒエラルキーや権威、その他の要因によって「心理的安全性」が損なわれている場合、航空機のcockpitや病院の手術室であっても、必要な発言がなされず、結果的に人命が失われることもある。一方、この確保が、組織として学習・イノベーションを促進する条件となる<sup>(17)</sup>。

これら基本的な技能は、自らの考えを根拠でもって表明し、他者の協力を得たり、他者に協力をしたりできるようになることを意味するため、社会における「適応」と「抵抗」両方の能力を高め、結果として「役立つ」ことになる。本田は、教育の職業的意義として「適応」と「抵抗」の能力を高めることにあると論じている。本田によると、前者は「自分を変えて環境に合わせてゆく」もので「仕事の世界からの要請」に対して、しなやかに応じることであり、後者は「自分が正しいと考える状態へと環境を変えてゆく」もので「法律や交渉などの適切な手段を通じて」対抗することである。それによって「自分の身を守ると同時に働き方そのものを変えてゆく」ことができる<sup>(18)</sup>。

要するに、大学生として身につけるべき基本的な技法は、失敗から絶え間なく謙虚に学び、多様な考えを有する他者と協働できる能力の形成として、社会において「役立つ」のであり、それを「役立つ」と学生に繰り返し伝えることが、共通入門科目で必要とされる。その際、場のつくり方を含め、講義や他のカリキュラムの丁寧な設計と社会における「役立つ方」を伝えることが、職業的レリバンスとラーニング・ブリッジングを確保し、学生のモチベーション確保につながる。

## 5. おわりに

ここまで、本学の基盤教育機構における共通入門科目がどうあるべきか、という問いについて、検討を行ってきた。その狙いは、案を作成する担当者の認識や考え方を示すことにあった。

第一節では、共通入門科目を検討する際の前提となる「新しい概念の教養教育」につい

(17) エイミー・C・エドモンドソン『恐れのない組織—「心理的安全性」が学習・イノベーション・成長をもたらす』英治出版、2021年。

(18) 本田由紀『教育の職業的意義—若者、学校、社会をつなぐ』筑摩書房、2009年。11頁、22頁、183頁。本田はあわせて「柔軟な専門制 (flexspeciality)」の必要性についても強調している。これは「特定の専門分野の学習を端緒・入り口・足場として、隣接する分野、より広い分野に応用・発展・展開してゆく可能性を組み込んだ教育課程のデザイン」で、「特定の専門分野に関する教育は、過度に狭い範囲に固定的に限定されたものであってはならない」(193頁)としている。この議論は、学部教育を論じるに際して重要な示唆と考えられるが、本稿では学部教育の議論を範囲としていないため、本文に含めていない。

て、第三次諮問、学生、学部、社会の4方向から検討し、専門的な分野に捉われない幅広い分野での学びと、問題発見・解決能力の育成について、高校までに修得できていないとの前提で、丁寧に行うことと解釈した。とりわけ、理解を重視した教育とそのための技法の修得を重視する必要がある。

第二節では、共通入門科目に求められる要素について検討し、学びのための基本的な技法とその意味合いが求められるとの認識を示した。学びのための基本的な技法とは、読解力、論理的な思考、文章構成力、問いを立てること、他者との協働のことである。学びのための意味合いとは、職業的レリバンスとラーニング・ブリッジングのことである。

第三節では、学びのための基本的な技法の社会での意味合いについて、行動科学を補助線として考察し、失敗から絶え間なく謙虚に学び、多様な考えを有する他者と協働できる能力の形成として、社会で「役立つ」ことを明らかにした。共通入門科目では、講義や他のカリキュラムの丁寧な設計と社会における「役立ち方」を伝えることが求められる。

以上から、共通入門科目は、学びのための基本的な技法について、高校までに修得できていないとの前提で丁寧に教育すると共に、その社会における意味合いを伝える講義とすべきと考える。すなわち、学部教育の基礎を担うと同時に、社会で活動するための基礎と生涯を通じて学び続けるための基礎を形成し、そのことを理解する講義とすることが、共通入門科目に求められる。

それでは、この考え方を踏まえて、共通入門科目をどのようにデザインすべきかが、今後の課題となる。様々な制約をどのように乗り越え、質の高い講義を安定的に提供できるか。検討に際しては、講義に盛り込む技法を検討する段階と、具体的な講義のデザインを検討する段階とに少なくとも分けられるだろう。

最後に、本稿に対して寺野隆雄、柘岡大輔の両氏から有益なコメントをいただいた。この場を借りて感謝申し上げます。

(2022.8.3 受稿, 2022.8.27 受理)

〔抄 録〕

千葉商科大学の基盤教育機構における共通入門科目がどうあるべきか、という問いについて、検討を行う。

第一に、検討の前提となる「新しい概念の教養教育」について、第三次諮問、学生、学部、社会の4方向から検討する。専門的な分野に捉われない幅広い分野での学びと、問題発見・解決能力の育成について、高校までに修得できていないとの前提で、丁寧に行うことと解釈している。

第二に、共通入門科目に求められる要素について検討する。学びのための基本的な技法とその意味合いが求められるとの認識を示している。前者は、読解力、論理的な思考、文章構成力、問いを立てること、他者との協働のことである。後者は、職業的レリバンスとラーニング・ブリッジングのことである。

第三に、学びのための基本的な技法の社会での意味合いについて、行動科学を補助線として考察する。学びのための基本的な技法は、失敗から絶え間なく謙虚に学び、多様な考えを有する他者と協働できる能力の形成として、社会で「役立つ」ことを明らかにした。共通入門科目では、講義や他のカリキュラムの丁寧な設計と社会における「役立ち方」を伝えることが求められる。

—Abstract—

This research paper explains what the common academic discipline of basic technique of Chiba University of Commerce should be. The agenda is examined from three angles. The first angle is the new concept of liberal arts education, which is discussed on the idea of the administrative board of the university, the students, the faculties, and Japanese society. The second is factors required for the common academic discipline, including reading comprehension ability, logical thinking, ability to form words, questioning and way of cooperating. The third is social meaning considered with behavioral science, including to learn by mistake. Accordingly, this paper conclude that the academic discipline should be a class for research methodology and social meaning in a careful way. The aims of the class are building basic skill for faculties and to keep on learning throughout one's lives.

〔論 説〕

## 地方における日本版 MaaS に関する一考察

仲 野 友 樹

### 目次

1. 研究の背景
2. 先行研究
3. 研究の手法と仮説
4. 分析
5. 結論

### 1. 研究の背景

フィンランドにおいて2014年に提唱された概念であるMaaS（マース：Mobility as a Service）は、日本においても導入のための実証実験が継続されている。MaaSとは、マイカー中心の生活から、さまざまな交通手段を利用することで実現していた移動を、アプリケーションを用いてサービスといった形で、一括して提供することを目的とした概念である。国土交通省による日本版MaaSの実証実験も4年目となり、MaaSの本格運用を開始した自治体も存在している。

欧州でのMaaSでは、マイカーに依存をしていた移動から、公共交通の活用へとシフトすることを主要な目的としているが、日本版MaaSでは、地方におけるモビリティサービスの提供が期待されている。つまり、欧州でのMaaSのように、ある程度の人口があり、公共交通の選択肢が残されている都市でのモビリティの最適化ではなく、日本版MaaSでは、人口が減少しており、公共交通も衰退しつつある地方におけるモビリティサービスの提供について考える必要がある。

MaaSで活用されることの多いデマンド型交通は、MaaSの概念が提唱されるよりも前から地方における公共交通の担い手として運行がされている。MaaS以前のデマンド型交通は、タクシーのように、電話で予約を受けたオペレータが配車を行うことで運行が実施されていた。MaaSでは、利用者がスマートフォンのアプリケーションから予約を行い、AIなどの高度なシステムによって運行計画を作成し、配車を行うことによって運行をしている。

このように、MaaSによるデマンド型交通を実現するためには、高度なITの活用が求められることになる。しかしながら、高度なITを活用するためには、高額なシステムに関連したコストが必要となる。それは地方、なかでも過疎地域の自治体にとっては重たい負担である。

MaaSの目的は、定義上のMaaSの実現を目指すのではなく、モビリティサービスを提供することにある。日本版MaaSにおいては、衰退しつつある地方での公共交通を補い、モビリティサービスの提供を実現することである。

そこで本研究では、地方におけるモビリティサービスの提供をするためには、高度なITを活用したMaaSだけではなく、ITを活用しない形での低コストのMaaSなど、さまざまなレベルでのデマンド型交通の選択肢も考慮に入れる必要があるのではないかと考える。それをデマンド型交通とMaaSの事例を用いてコストの面などから明らかにすることを目的とする。

## 2. 先行研究

### 2.1. MaaSの定義

近年、日本においてもモビリティを変革するものとしてMaaSが注目をされている。このMaaSとは、提唱をしたフィンランドのHeikkilä (2014) の定義によると、「競合するモビリティオペレータ市場において、モビリティサービスを個別かつ、柔軟なサービスとして提供する組織はMobility as a Service (MaaS) と呼ばれる。MaaSは、モビリティオペレータがモビリティサービスを包括的に提供する状況を指す。モビリティオペレータが提供するさまざまなサービスは、あらゆる移動の需要を満たすため、自動車を持有する必要性が低くなる。」ものであるとしている [1]。この定義では、自動車による移動からモビリティサービスを活用することによる移動へとシフトすることを目的としている。Heikkiläの提唱したMaaSの概念は、さまざまな組織によってより具体的な定義がなされている。

UITP (国際公共交通連合) の定義では、「MaaSとは、稼働中のモビリティと効率的な公共交通システムを基盤に、さまざまな交通サービス (公共交通機関、ライドシェア、カーシェア、自転車シェア、スクーターシェア、タクシー、レンタカー、ライドヘイリングなど) を統合し、単一のデジタル化したモビリティサービスとして利用することである。このオーダーメイドのサービスは、ユーザの移動の需要に基づいて最適な解決策を提案する。MaaSはいつでも利用可能であり、計画、予約、決済から乗換案内までを提供することで、自動車を持たなくても、簡単に移動し、生活することができるようになる。」としている [2]。UITPの定義でも、公共交通を中心として利用することで、自動車がなくても移動が確保され、生活をするようになることをMaaSの目的としている。

また、ERTICO (欧州ITS (高度道路交通システム) 推進のための官民連帯組織) によって設立されたMaaSアライアンスは「MaaSとは、さまざまな形態の交通サービスを統合し、オンデマンドでアクセス可能な単一のモビリティサービスとして提供することにある。ユーザにとってMaaSの価値は、複数のチケット発券や支払いの操作の代わりに、アプリケーションを通じた単一の支払いチャネルで、モビリティへのアクセスを提供することである。MaaSの目的は、自動車所有への依存に代わる、便利で柔軟、かつ信頼性が高く、より安価な移動手段を提供することである。」と定義をしている [3]。ERTICOの定義では、前述の定義と同様の目的に加え、単一のモビリティサービスとして提供をするために、アプリケーションの活用が重要であることを指摘している。

これらの欧米でのMaaSの定義に引き続いて、日本におけるMaaSの定義について考える。総務省による定義では「電車やバス、飛行機など複数の交通手段を乗り継いで移動する際、それらを跨いだ移動ルートは検索可能となりましたが、予約や運賃の支払いは、各

事業者に対して個別に行う必要があります。このような仕組みを、手元のスマートフォン等から検索～予約～支払を一度に行えるように改めて、ユーザーの利便性を大幅に高めたり、また移動の効率化により都市部での交通渋滞や環境問題、地方での交通弱者対策などの問題の解決に役立てようとする考え方の上に立っているサービスが MaaS です。」となっている [4]。総務省の定義においても、これまでの欧米での MaaS の定義と概ね同様のものとなっているが、地方におけるモビリティの確保に言及されている点が日本における MaaS の定義の特徴といえる。

さらに、日本における MaaS の推進事業を実施している国土交通省の日本版 MaaS の定義では、「都市と地方、高齢者・障がい者等を含む全ての地域、全ての人が、どのような時でも利用できる仕組みの構築が必要である。特に MaaS は、多様な MaaS 相互の連携等による「ユニバーサル MaaS」を目指すべきである。併せて、移動と多様なサービスの連携による高付加価値化や交通結節点の整備等まちづくりとの連携も、移動円滑化や外出機会の創出等の観点から重要である。このように、「MaaS 相互の連携によるユニバーサル化」と「移動の高付加価値化」が、望ましいまちづくりの実現に資する形で位置づけられた MaaS が「日本版 MaaS」であり、その早期実現を目指して取り組むべきである。」としている [5]。

国土交通省の日本版 MaaS の定義では、利用のしやすいモビリティサービスの提供という点では、これまでの MaaS の定義と同様である。それに加えて、単に快適な移動ができるというだけでなく、地方や社会的弱者の移動ができるようにするといった点に言及している点が異なっている。地方におけるモビリティサービスの提供は、社会的弱者のモビリティの確保に直結する観点である。この地方におけるモビリティサービスの提供が日本版 MaaS の特徴を表しているといえることができる。

ここで、MaaS を実現するために求められる条件について検討をする。日高 = 牧村 = 井上 = 井上 (2018) は、「地方でも都市部ならば、まがりなりにも公共交通はある。特に政令市はそれなりに公共交通が発達しているので、MaaS の実装により、マイカーから公共交通、その他の交通手段へとシフトさせることが可能だ。それなりに公共交通が整備されているのにマイカー依存率が高いというエリアに MaaS は向いているので、地方の政令市は MaaS 導入の適地だ。」としている [6]。

同様に、MaaS の第一人者である、Sampo Hietanen 氏も、「MaaS にとって一番大事なのは、すべての移動ニーズに応えることです。そのためには十分な量と種類のモビリティサービスの供給がなければいけません。そうなるには十分な人口が必要で、欧州の場合、それは 50 万人規模くらいではないでしょうか。」とインタビューに回答をしている [7]。

また、仲野 (2022) は、「MaaS は公共交通の衰えた地方都市のモビリティを救う魔法の杖ではなく、MaaS を成立させるためには、複数の交通手段の選択肢がまだ存在しているような規模の人口が地域に残されていることが必要であることが分かる。つまりは、利用者も少なく、交通手段の選択肢のない過疎地域での MaaS の成立は難しいといえることができる。」と MaaS の成立条件についてまとめている [8]。

総務省や国土交通省による日本版の MaaS の定義では、地方におけるモビリティサービスの提供を重要視している。しかしながら、欧米などの既に MaaS の進展している事例をもとにして考察をすると、MaaS を実現するためには地方の政令指定都市など、ある程度



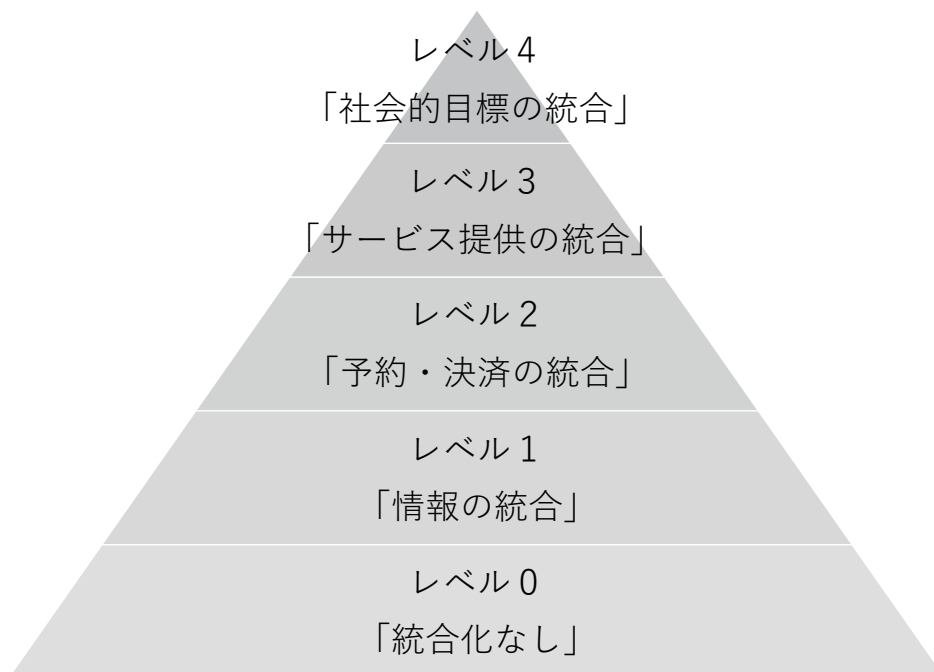
以上の人口が求められているということが理解できる。

また、MaaSを実現するためには公共交通を活用する必要がある。家田 = 小嶋 (2021) が「モータリゼーションが先に進捗した欧米の経験から明らかになったことだが、鉄道やバス等の公共交通は、通常の営利事業としては長期的に持続不可能な場合がほとんどである。快適で安全な公共交通機関の運行を維持するには非常に多数の利用がなければならず、この条件を満たすところは世界中でもそれほど多くない。日本の首都圏および関西圏の一部はこの条件を満たす水準で鉄道・バスの利用者が多いが、これは世界的に見て特異な状況である。」としているように、公共交通が民間企業によって成立している日本は、世界的にも珍しい状況にある [9]。つまり、既にMaaSの進展している欧米とは異なり、日本においてMaaSを進展させるためには、公共交通を担っている複数の民間企業と関わる必要があるといえる。

以上から、日本版MaaSにおいて重要視をされている、地方におけるモビリティサービスの提供をするためには、公共交通が十分に残されており、それを利用するだけの人口も有している、といった条件のもとで導入をされている欧米でのMaaSとは異なった形での実現方法を考える必要があるということが出来る。

既にMaaSが進展をしている欧米では、進展状況の基準として、Janaら (2017) によって図表1のようにMaaSの実現レベルが定義されており、MaaSの進展状況を確認する際には、このレベルの定義を活用することが多いということが出来る [10]。

図表1 MaaSのレベルの定義



(出所) Janaら (2017) をもとに筆者作成 [11]

MaaS の実現レベルは、統合化のされていないレベル 0、交通サービスの情報が統合された状態で、情報の検索などの提供までが行われているレベル 1、アプリケーション上での予約や決済までが実現しているレベル 2、サービスの提供までが統合された状態のレベル 3、そして、政策などの社会的目標までが統合されたレベル 4 に分類される。

Jana らによるレベルの定義では、モビリティサービスの予約や決済がアプリケーション上で実行ができるようになっているレベル 2 からが MaaS として認められるということになる。従って、交通サービスの情報が検索可能となっているというレベル 1 の実現では、定義上は MaaS としては認められないということになる。このように、MaaS が実現しているというレベルを満たすためには、交通サービスの情報が検索可能であり、アプリケーション上での予約や決済が行える状態が求められるため、かなりの IT の活用レベルが必要になる。

これらの先行研究をもとにして検討をすると、欧米で導入が進んでいる MaaS は、公共交通が充実し、ある程度の人口が見込める都市において成立している概念であるということが出来る。一方、日本版 MaaS を特徴づけている地方におけるモビリティサービスの提供を実現するためには、欧米での MaaS の概念や実現方法をそのまま日本の地方における MaaS に適用したとしても成立をさせることは難しいと考えられる。

## 2.2. 地方における公共交通

地方における日本版 MaaS の考察をするために、地方での公共交通のあり方の変遷について検討を進める。地方におけるバスの運行は、藤井＝谷口＝松村（2015）が「そもそもバスは、鉄道等が十分に整備されていない郊外部、地方部における主力手段であるが、そんな郊外部、地方部には、買物や病院などの施設はほとんどない。だから郊外部、地方部の人々は、買物等に気軽に「歩いて」出かけることがほとんどできず、結果、出かける際には何らかの「乗り物」が不可欠となる。したがって、もしもそんな地域でバスがなくなってしまうと、「クルマ」が使えない人々、とりわけ「高齢者」は、ほとんど外出することができなくなる。」としている通り、モビリティの主力を担っている [12]。しかしながら、地方における人口の減少とともに、路線バスの維持が難しくなっている地域も増加している。

八木＝日隈（2011）は、「従来、事業者には独立採算制による運営や運行が原則求められており、それが不可能な場合に限って公的補助は行われてきた。しかし、最近では独立採算が非常に困難な主に過疎地域において路線バスがコミュニティバスやデマンドバス（デマンドタクシー）などに形を変え、自治体などが主体となって運営を行い、運行に関してバスやタクシー事業者などが受託する形態が急速に広まりつつある。」としており、路線バスの維持が困難になった過疎地域などでは、コミュニティバスやデマンドタクシーが導入されるようになっていることを報告している [13]。

三重県生活交通確保対策協議会（2012）は、「バス事業者によるサービスが供給されない、あるいはバス事業者が撤退した地域において、市町によるコミュニティバス運行の動きが活発になってきている。コミュニティバスは低廉な運賃で、利用者を多く見込めない地域で運行される場合が多いため、市町の財政負担の増大といった事態を招いている。」としており、路線バスに代わってコミュニティバスが導入された地域では、自治体が公共交通

を担うことによる財政負担の増大という新たな問題も浮き彫りとなっている [14]。

このように地方のなかでも路線バスの維持が困難になった過疎地域などでは、コミュニティバスが導入されるようになってきているが、松尾 (2014) が「路線バス運行が十全でない地域では、市町村等が運営主体となり一般に交通事業者に運行を委託してコミュニティバスの形態で、補完的に交通機能を担っている。元来、人口稠密な都市域では交通事業者が運営する路線バスを運行する条件が満たされている。しかし既存ダイヤの再構築を行わず、既存路線バスの空白地にコミュニティバスを運行する市町村が多い。」としているように、路線バスの通らなくなった地域を走らせるだけのものになってしまっていることも多いと考えられる [15]。また、コミュニティバスは、路線バスの通らなくなった地域からの要望を受けて運行をすることで、路線が長大化する傾向がある。

その結果として、新井 (2013) が「路線長大化後の前後の2002年と2008年を比べると利用者数は22%減少している。これは、1周60 - 90分の片周りという長大かつ複雑な路線が、徐々に市民から支持されなくなり、利用離れが起きた結果であると考える。」と指摘しているように、コミュニティバスを利用しても、目的地に到着するまでに時間がかかるようになってしまう事例が発生している [16]。つまり、モビリティサービスを提供するためのコミュニティバスの路線が、住人の希望に応えることで長大化し、不便になってしまった結果として、利用者が離れるといった状況も引き起こしている。

自治体などによって運行されるコミュニティバスも、漫然と運行されている訳ではない。松尾 (2014) が「市町村運営のコミュニティバスも、住民の利用上の利便性と経営の効率性のために改定を繰り返しているものの、乗車者が少なく営業係数・収支率が悪い。つまり、経営面の困難さを抱えている。」としている通り、収益を上げるために努力はしているものの、利用者が少ないことからコストの問題は常につきまといっている [17]。

このように、自治体によるコミュニティバスの運行が増加しているが、起きているのは利用者の利便性とコストの問題ばかりではない。竹内 = 古田 (2008) は「コミュニティバスの危険性は、公共財源の持出しが無限に拡大する恐れがあることと、路線バス事業の圧迫・不健全化の二つの側面から指摘することができる。」と、コミュニティバスを運行することによる民間企業の担っている既存の路線バスの収益に与える影響について挙げている [18]。モビリティサービスを補うために導入をされているコミュニティバスが、公共交通の衰退を招いているとしたら本末転倒である。

地方、なかでも過疎地域において路線バスやコミュニティバス、タクシーなどの公共交通を維持するためには、多大なコストがかかることになる。そのコストの構造について吉田 = 秋山 (2005) は、「過疎地における公共交通は人件費を中心としたコスト削減への余地が小さく、低密な人口分布のため、発生交通のパイ自体が小さいことから、不採算からの脱却が極めて困難な状況にある。」と分析している [19]。公共交通を担っている自治体としては、コスト削減に取り組みたいと考えてはいるが、人件費以外に削減ができるような対象がないため、その実現は難しい状況にある。

そこで、コミュニティバスに代わり、地方における公共交通として採用が進んでいるのがデマンド型のモビリティサービス (デマンド型交通) である。市川 (2013) が「デマンド型を採用する一部自治体に見られる多額のIT投資は別として、車両を保有してもコミュニティバスより安上がりになるなど初期投資負担が比較的軽く済むとの考えに加え、

交通空白地域の解消や、利用の少ないコミュニティバスなど既存の地域公共交通の再編を含め新たな利用ニーズをもたらす「救世主」になるのではないかと期待されていることが背景にあるとみられる。」としている通り、デマンド型交通には主にコスト面でのメリットと運行の柔軟さが期待されていることが分かる [20]。

デマンド型交通にはさまざまな定義が存在しており、運行方式にもさまざまなものが存在する。本研究では、デマンド型交通とは路線バスとタクシーの間にある、予約をすることのできる乗合タクシーのようなものとする。このデマンド型交通を実施する車両や運行をするための設備や仕組みにも、電話での予約にオペレータが対応をするものから IT を活用するもの、現在では AI を活用するものまで、さまざまなものがある。

簡易的にデマンド型交通を実現するためには、砂田 (2016) による「地元のタクシー事業者へ運行業務を委託しているので、運転手は地元の道路や地理に詳しいほか、これまでにタクシーの利用実績がある利用者ならば、顔や住居を知っている。したがって、運行経路のアドバイスや車載のナビゲーションシステムを必要としない。」といった、地元のタクシー事業者にそのまま委託をするといった事例も存在している [21]。

デマンド型交通を実現するためには、利用者からの予約を処理して、配車をする必要がある。坪内 = 大和 = 稗方 (2009) が「オンデマンドバスは、乗客が予約をして乗車する交通機関であるため、予約を処理する機構が必要である。かつてはオペレータが、①乗客のデマンドを聞き取り、②運行計画を作成し、③車両に運行計画を伝えるという処理を行っていた。」と報告しているように、これまでは IT を活用しない形でのデマンド型交通も導入されてきていたということが出来る [22]。当然のことながら、デマンド型交通の運行方式にはさまざまなものがあるため、MaaS の事例では電話での予約にオペレータが対応をするのではなく、スマートフォンのアプリケーションからの予約など、高度な IT を活用している。

このように多くの自治体でコミュニティバスに代わって導入が推し進められているデマンド型交通ではあるが、コスト削減にはつながっていないといった報告も存在している。平井 (2021) は、「デマンド型乗合タクシーは、予約が無いと運行しないため、経済的に考えられる。しかし、実際には運転手を待機させる必要があり、大きな経費削減が見込めない事例が多い。人口が少なく、居住密度が低い山間地などでは、デマンド型乗合タクシーでも効率性が悪く、一乗車あたりの公的負担が大きくなる傾向がある。」としており、運行方式としてはユーザからの需要に対応して運行するデマンド型交通となっはいるものの、予約を待つ間の運転手の確保が必要となることから、期待をされたようなコスト削減にはあまりつながっていないことを明らかにしている [23]。さらに、人口の少ない地域などでは利用者が少なくデマンド型交通が乗り合いにならなくなってしまうことから、運行のためのコストが多くかかってしまう点を指摘している。

このデマンド型交通がコスト削減につながらない点に関しては、松田 (2021) も同様に「デマンド型交通のメリットは、利用者の予約に応じて運行される点にある。市乗合タクシーもデマンド型交通の一種であり、利用者からの予約があるときのみ運行され、予約がなければ運行されない。確かに、乗客が誰もいないにもかかわらず定時定路線で運行される路線バスなどと比べたら、利用者がいないときには運休される市乗合タクシーは、無駄に走行する必要がないため効率的と言える。しかし、だからといって運休した分、運行経

費が削減できるかという点、浜田市の場合はそうはなっていない。それは、運行委託料が実際の運行状況によらず支払われているからである。」と報告している [24]。

現在では、ITの活用だけではなく、デマンド型交通を実現するためにAIなども活用されている。AIを活用することにより、配車や運行計画が改善されることが期待されている。中島ら(2015)が「従来の公共交通ではタクシーやバスが事業者ごとに管理・運用していたが、全車輛の管理・運用を共通のインフラとして実現するのである。全車輛の管理・運用を共通インフラとすることで、車輛や運行管理システムの運用や維持をより効率化できる。複数事業者の需要の増減を全体として吸収できるので設備費の効率化も期待できる。」としている通り、従来型のデマンド型交通では実現することのできなかつたコスト削減につながる可能性がある [25]。

ITはデマンド型交通を実現する際に活用されるツールであるため、早川(2004)が「市町村の実務担当者は、非在来型輸送サービスが他の市町村で成功しているからといって、そのまま移植するのではなく、当該地域の状況に合わせて手段を選択し、適切にアレンジすることが重要である。例えば、デマンド型乗合タクシーを導入する際には、先進事例と同じように、IT技術を導入する必要は必ずしもないといえる。」としており、デマンド型交通を導入するためには、必ずしもITの導入が必須となるものではないとすることができる [26]。しかしながら、デマンド型交通の需要が増加したり、対応エリアが拡大されたりした場合には、オペレータや運転手が対応するには限界が生じることもある。そのような場合には、需要に対応するためにITの活用が求められることもあると考えられる。また、MaaSでは単一のアプリケーションでの交通サービスの検索や予約、決済が実施できることが条件になっていることから、IT、さらにはAIなどの活用が必然的に求められるようになっていくと考えられる。

### 3. 研究の手法と仮説

先行研究で見てきた通り、過疎が進みつつある日本の地方においては、路線バスの維持が難しくなり、路線バスを代替する形でコスト削減につながるコミュニティバスの導入が進められている。しかしながら、その代替案であるコミュニティバスの維持すら難しくなっている過疎地域も見受けられる。このような公共交通の維持が難しくなった地域において、コミュニティバスに代わって導入が進められているのがデマンド型交通である。

このデマンド型交通には、さまざまな定義が存在しているが、路線バスとタクシーの間にある、予約をすることのできる乗合タクシーのようなものである。デマンド型交通はMaaSよりも前から存在しており、日本でも既に導入をしている地域が存在する。

現在では、モビリティを変革するものとして、日本においてもMaaSの導入が進展している状況にある。国土交通省(2019)によると、令和元年度の日本版MaaS推進・支援事業において選定された19事業のうち、地方都市型が4事業、地方郊外・過疎地型が5事業と地方におけるMaaSの実証実験が9事業と約半数を占めている [27]。

このように、日本版MaaSでは、地方におけるMaaSの導入が重要視されているが、先行研究にもある通り、MaaSを導入するための条件として、複数の公共交通が存続しており、地方の政令指定都市などの50万人程度の人口を有しているといったものが挙げられ

ている。つまり、どちらの条件も満たすことが難しい地方、なかでも過疎地域にとって、定義の通りに MaaS を導入することは非常に難しい条件を突き付けられているということになる。

さらに、MaaS を実現するためには、スマートフォンのアプリケーションによる、検索や予約、決済といった IT の活用が必要になる。加えて MaaS では、配車や運行計画などに AI を活用するなど、これまでのデマンド型交通よりも高度な IT の活用が求められることになる。

現在では、これらの MaaS をはじめとした地方の公共交通を担っているのは自治体となることが多いといえる。自治体と中小企業を同じように考えることはできないが、予算が潤沢ではないという点は共通している。中小企業において、IT を導入する際の課題として中心となるのはコストの面であるということが出来る。

三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング (2018) の中小企業を対象とした調査においても、複数回答のアンケートで「コストが負担できない」が「導入の効果が分からない、評価できない」と並んで約 30% と最も多い回答となっている [28]。同年に三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング (2018) の実施した小規模事業者を対象とした調査においても、複数回答のアンケートで「コストが負担できない」が「導入の効果が分からない、評価できない」と並んで約 40% と最も多い回答となっている。このことから、中小企業にとって IT にかかわるコストが主要な課題となっていることが明らかになった。さらに、中小企業を対象とした調査と比較して、小規模事業者では、コストの問題がさらに大きな課題となっていることが分かる [29]。

これは仲野 (2015) の「中小企業 IT 経営力大賞の分析の結果からは、情報システムを高度に活用するために、PDCA サイクルの実施と情報の活用の実施である高度活用マネジメントを実行している企業は、概して規模の大きい中小企業であることが明らかとなった。このことは、情報システムのマネジメントには、経営資源であるヒト、モノ、カネ、情報のうち、ヒト、カネを多く費やす必要があることが関係していると推測される。」とした報告でも、高度な情報システム、つまり IT を高度に活用するためにはコストがかかるという点を指摘しており、そのコストを多くの中小企業では負担することが難しいという点を逆説的に裏付けている [30]。

このように、中小企業、なかでも小規模事業者にとって IT を導入する際には、コストが大きな課題となっている。このことは、地方、なかでも過疎地域の自治体が MaaS や IT 活用型のデマンド型交通を導入する際の課題と同様のものであるということが出来る。

現在、国を挙げて日本版 MaaS が推進されているが、その本来の目的はスマートフォンのアプリケーションの活用などの定義上の MaaS の活用レベルを満たすことではなく、地方におけるモビリティサービスを提供することである。これは、家田 = 小嶋 (2021) が「公共交通の実際のサービスが貧弱な状態で MaaS を導入することにあまり意味はない。MaaS 導入の前に公共交通のサービスレベルを一定以上に向上させる必要がある。」としていることから明らかである [31]。さらに、早川 (2004) がデマンド型交通を導入する際に、先進事例と同じように、IT 技術を導入する必要は必ずしもないとしているように、導入する地域のデマンド型交通の需要によっては、IT の導入をしない方針で導入を進める可能性も考慮に入れる必要がある [32]。

これまでの MaaS や地方におけるデマンド型交通の実態、デマンド型交通での IT の活用などの検討をもとにして、仮説を導出する。

仮説：

地方における日本版 MaaS では、定義上の MaaS の実現を目指すのではなく、モビリティサービスの提供の面から考えるべきである。

そこで、地方において導入が進んでいるデマンド型交通を対象として、MaaS 以前から存在するデマンド型交通と既に MaaS の実証実験などで導入が進んでいる AI などを活用したデマンド型交通を比較することで、運行をするためのコスト、運行方式と IT の活用などについて分析を実施する。

#### 4. 分析

本研究では、地方における日本版 MaaS のあり方について事例をもとにして分析を実施する。事例の対象となるデマンド型交通は Heikkilä が MaaS の概念を提唱した 2014 年よりも前から存在している。また、利用者からの予約の対応をするのもオペレータが行うものから IT を活用したものまでさまざまなものがある。さらに MaaS の事例では、単なる IT の活用だけではなく、スマートフォンのアプリケーションや AI なども活用されている。このようにデマンド型交通には、さまざまな運行方式が存在している。

これらのデマンド型交通の事例を対象として、運行をするためのコスト、そして運行方式と IT の活用などを調査することで仮説の検証を実施する。

##### 4.1. 従来のデマンド型交通の検討

国土交通省は 2009 年に日本における地方のデマンド型交通について、詳細な調査を実施している。ここでは、国土交通省の「地域公共交通に関する新技術・システムの導入促進に関する調査」をもとにして分析を進める [33]。

デマンド型交通を実現するには、さまざまな運行方式がある。大きく分けて、タクシーのように、電話で予約を受けたオペレータが配車を行う非 IT 型のものと、電話で予約を受けたオペレータが IT を活用することで配車を行う IT 活用型のものである。

非 IT 型のデマンド型交通では、利用者からの予約をすべて人の手によって処理する方式と Excel などの汎用ソフトを利用する方式がある。どちらの運行方式でも、利用者からの予約を受けたのちに運行計画が書かれた配車シートが手渡しをされることでデマンド型交通が運行される。非 IT 型のデマンド型交通は、まったくコンピュータを利用しないか、利用したとしても記録のために Excel などの汎用ソフトウェアの利用をする程度のもので運行されるため、IT に関わるコストがほとんどかからないといった特徴がある。

IT 活用型のデマンド型交通でも、運行計画を IT 化したシステムに登録をするのみで、その他は非 IT 型と同様に、利用者からの予約をオペレータが受けたのちの運行計画が書かれた配車シートが手渡しをされるといった方式と携帯電話回線を用いて運行計画が配信される方式とがある。IT 活用型のデマンド型交通は、非 IT 型と比較して、システムの導

入と運用をする分、コストがかかることになる。また、運行計画の配信などの IT 化したシステムの機能が高度になるにつれて導入と運用のコストも高額になる傾向にある。

国土交通省（2009）の調査をもとにして、実際にデマンド型交通を導入している自治体と運行方式について図表 2 としてまとめる [34]。調査では 13 自治体が事例として挙げられているが、ここでは運行方式を網羅するのと利用者数の範囲をある程度揃えるために 5 自治体を事例として選定した。

図表 2 デマンド型交通の運行方式

自治体名	運行方式	利用システム	備考	
みなべ町	非 IT 型	全て人手 配車シート利用	—	
川西町		汎用ソフト活用 配車シート利用	—	
飯綱町	IT 活用型	配車シート利用	パイオニアナビコム	
斐川町		配車シート利用	システムオリジン	導入費用は 5 年分の 保守費用込み
只見町		配車情報配信	NTT 東日本	

（出所）国土交通省（2009）をもとに筆者作成 [35]

それぞれの自治体における実際のデマンド型交通の運行について「1 日当たりの利用者数」、「導入費用」、「運行費用」、「システム関連費用の割合」、「運行台数」についてまとめたものが図表 3 である。図表 3 をもとにして分析を実施する。

図表 3 デマンド型交通の利用者数とコスト

自治体名	1 日当たりの 利用者数（人）	導入費用 （千円）	運行費用 （千円）	システム関連 費用の割合	運行台数
みなべ町	28.7	—	10,842	—	2 台
川西町	38.1	—	10,800	—	3 台
飯綱町	51.8	11,000	17,900	1.3%	4 台
斐川町	21.2	13,488	9,978	1.5%	4 台
只見町	48.5	13,556	24,807	7.1%	4 台

（出所）国土交通省（2009）をもとに筆者作成 [36]

国土交通省の調査では詳細な項目が挙げられているが、本研究では他の事例との比較のために、1 日当たりの利用者数とコストの面に絞って分析を実施する。

「1 日当たりの利用者数」は、デマンド型交通を運行した日の 1 日当たりの利用者数である。利用者数の差が大きくなるとデマンド型交通を運行するために必要なタクシーの台数なども大きく変わってくるため、1 日当たり 20～50 人程度の利用者のいる事例を選定した。

「導入費用」は、IT 活用型であり、システムを導入した場合の費用である。非 IT 型で



運行しているみなべ町、川西町では導入費用が発生してはいない。IT活用型の飯綱町、斐川町、只見町はそれぞれ異なるメーカーの開発したシステムを利用しているが、各々11,000～13,556千円のコストがかかっている。斐川町に関しては、飯綱町と只見町とは異なり、5年分の保守費用を含んでいるため、導入費用は本来のシステムの導入費用よりも高めになっていると考えられる。

このように、IT活用型でデマンド型交通を運行する際には、システムを運用するための費用が運行費用に上乗せされ、さらに初期費用としてシステムの導入費用が必要となることから、自治体の負担は軽いものではないといえることができる。

「運行費用」は、実際にデマンド型交通を運行する際のコストである。運行費用のなかで高い割合を占めるのが実際にデマンド型交通を運行するタクシー会社などに支払う運行委託費である。運行をするタクシーのサイズなどによってもコストは大きく変わってくるが、「運行台数」の項目も含めて分析をすると、概ね運行する台数に比例してコストがかかっていることになる。斐川町に関しては、システムの保守費用が含まれていないとはいえ、4台のタクシーで運行されているにもかかわらず、非常に安価な運行費用で実施されていることが分かる。

「システム関連費用の割合」は、運行費用のなかに含まれるシステムの運用費用の割合である。飯綱町は1%程度と非常に低い割合といえることができる。前述の通り、斐川町はシステムの保守費用が導入費用に含まれていることから、飯綱町と同様に1%程度と低い割合になっていると考えられる。これらの自治体で採用されているシステムは、IT化しているとはいっても、運行計画をシステムに登録するのみの機能であるため、システムの運用費用が低額で済んでいることが推測される。

それに対して、NTT東日本方式を採用している只見町はシステムの運用費用が7.1%と運行費用のなかで比較的に高い割合を占めている。システムの運用費用を計算すると1,761千円であり、携帯電話回線を用いて運行計画を配信することが可能な高度なシステムには、それなりに高額のシステムの運用費用がかかることが明らかになった。

#### 4.2. NTT 東日本方式の検討

ここでは、従来のデマンド型交通の検討と同様に国土交通省の調査を用いて、只見町で導入されているNTT東日本方式のシステムの導入費用や運行費用などのコストの面について検討をする。対象の自治体は図表4の通りである。

図表4 デマンド型交通の運行方式 (NTT 東日本)

自治体名	運行方式		利用システム	備考
女川町	IT活用型	配車情報配信	NTT 東日本	
南相馬町				
只見町				
酒々井町				

(出所) 国土交通省 (2009) をもとに筆者作成 [37]

まず、図表5にまとめた各自治体の「1日当たりの利用者数」については、全般的に只

見町の事例よりも多く利用をされていることが分かる。

続いて、NTT 東日本方式でのデマンド型交通のコストについて着目をして、「導入費用」と「運行費用」の分析を進める。同じメーカーから同じシステムを導入しても、そのまま利用するのではなく自治体によってカスタマイズなどをする必要があるために差が出ており、「導入費用」は 13,556～20,500 千円となっている。また、「運行費用」に関しては、台数は 4～5 台となつてはいるものの、運行しているタクシーの種類が異なっており、運行をしている地域や事業者、委託のための契約も異なっていることから差が出ているものと考えられる。女川町は 32,160 千円となっているが、これには運行している 5 台がタクシーのみではなく、バスと大型タクシーが含まれていることが要因となっていると推測される。

図表 5 デマンド型交通の利用者数とコスト (NTT 東日本)

自治体名	1日当たりの利用者数 (人)	導入費用 (千円)	運行費用 (千円)	システム関連費用の割合	運行台数
女川町	76.8	15,500	32,160	4.2%	5 台
南相馬町	123.4	17,262	19,677	7.0%	4 台
只見町	48.5	13,556	24,807	7.1%	4 台
酒々井町	65.2	20,500	26,016	7.5%	4 台

(出所) 国土交通省 (2009) をもとに筆者作成 [38]

ここで「システム関連費用の割合」について着目をする。女川町は 4.2% と低い割合を示しているが、それ以外の南相馬町、只見町、酒々井町は 7.0～7.5% のシステム関連費用の割合となっていることが分かる。IT 活用型のデマンド型交通のなかでも、NTT 東日本方式のシステムは、携帯電話回線を用いて運行計画を配信することが可能となっており、高度な機能を持っている。そのことから、他社のシステムと比較してシステム関連費用の割合が高くなっていると考えられる。

このシステム関連費用は、システムの機能が高度になるにつれて高額になる傾向にあるため、MaaS で求められるような高度な機能を有したシステムでは、運行費用のなかでさらに高い割合をシステム関連費用が占めるようになることが予想される。

#### 4.3. 東大オンデマンド交通システムの検討

続いて、国土交通省の調査を用いて、NTT 東日本方式よりも高度なシステムであり、運行計画が自動作成をされる東大オンデマンド交通システムの導入費用や運行費用などについて検討をする。対象の自治体は図表 6 の通りである。

図表 6 デマンド型交通の運行方式 (東大方式)

自治体名	運行方式	利用システム	備考
三條市 生坂村	IT 活用型 運行計画自動作成 配車情報配信	東大オンデマンド 交通システム	

(出所) 国土交通省 (2009) をもとに筆者作成 [39]

東大オンデマンド交通システムは、電話で利用者からの予約を受けたオペレータがシステムに入力するだけでなく、インターネットから利用者が予約をすることも可能となっている。運行計画もこれまでのシステムのようにオペレータが作成するのではなく、システムが最適化したものを自動作成する。三条市や生坂村で実証実験を行った時点では、MaaSという概念はまだ存在していなかったが、その機能としてはMaaSで求められているものに近いものが実装されていたといえることができる。

図表7 デマンド型交通の利用者数とコスト (東大方式)

自治体名	1日当たりの利用者数 (人)	導入費用 (千円)	運行費用 (千円)	システム関連費用の割合	運行台数
三条市	27.2	5,880	37,000	14.8%	5台
生坂村	5.9	1,188	4,200	22.0%	1台

(出所) 国土交通省 (2009) をもとに筆者作成 [40]

図表7をもとにして「導入費用」、「運行費用」、「システム関連費用の割合」について見ていく。「1日当たりの利用者数」は、三条市は27.2人と従来のデマンド型交通の事例での斐川町とみなべ町の間に位置している。それに対し、生坂村では5.9人と他の事例と比較をしても、利用者数がかなり少ないということ分かる。

「運行費用」は、これまでの事例の「運行台数」などをもとにして考えると大きな開きはないと考えられる。生坂村の運行費用は低く抑えられているように見えるが、1日当たりの利用者数も少なく、運行台数も1台であることが要因となっていると推測される。なお、三条市や生坂村の実証実験は1年を通して実施されたものではないため、期間中にかかった運行費用を1年分に計算して求めている。

「導入費用」に関しては、東大オンデマンド交通システムでは、これまでのシステムのように個別にシステムを導入するのではなく、共同のサーバを利用する方式にシステムの仕組みが変更されている。このように、サーバを共同化することで導入費用を削減することが可能となる。その結果、三条市では5,880千円、生坂村では1,188千円とこれまでのIT活用型のシステムより導入費用が低減していることが分かる。

しかしながら、「システム関連費用の割合」を見てみると、NTT東日本方式と比較しても、三条市が14.8%、生坂村が22.0%とシステム関連費用の占める割合が高いものとなっている。このことから、システムが高度化するにつれてシステム関連費用も高額になり、デマンド型交通の運行費用のなかでも高い割合を占めるようになることを裏付ける結果となった。

MaaSでは、スマートフォンのアプリケーションからの交通サービス検索や予約、決済を実施するなど、東大オンデマンド交通システム以上に高度なシステムを構築する必要がある。このような点を考慮すると、MaaSを導入するにあたっては、運行費用のなかに占めるシステム関連費用の割合がかなり高くなることが予想できる。

#### 4.4. AI 運行バスの検討

これまで国土交通省の調査をもとにMaaS以前のデマンド型交通について分析をして

きた。ここからは MaaS におけるデマンド型交通について分析を進める。しかしながら、国土交通省の調査と同様の項目を公表している MaaS のデマンド型交通の事例はほとんど存在しない。そこで、MaaS でのデマンド型交通の導入について、実証実験の段階から本格運用に至るまでの資料が公開されている菰野町を比較分析の対象として選定する。

図表 8 デマンド型交通の運行方式 (AI 運行バス)

自治体名	運行方式		利用システム	備考
菰野町	IT 活用型	AI 運行バス	NTT ドコモ	

(出所) 菰野町ホームページをもとに筆者作成 [41]

菰野町のデマンド型交通では、図表 8 の通り、株式会社 NTT ドコモの AI 運行バスが利用されている。システム名としてはバスと入っているが、このシステムを利用して乗合タクシーを運行することも可能である。AI 運行バスでは、利用者がスマートフォンのアプリケーションから予約を行い、AI が運行計画を作成することで配車を実施する。さらにリアルタイムに発生する乗降のリクエストに対応ができることが特徴である [42]。なお、従来のデマンド型交通と同様に利用者からの電話での予約にも対応している。

AI 運行バスでは、スマートフォンのアプリケーションからの予約となった点が MaaSらしさを表しているが、デマンド型交通を運行するための機能としては東大オンデマンド交通システムと大きな差はないといえることができる。しかし、デマンド型交通を予約する際の乗降場所の選択が、テキストによる入力から GPS を用いた地図からの選択となっている点が MaaS に対応をしたアプリケーションとしての大きな違いである。この変更によって、MaaS の実証実験などでも、あまり使われることのなかったインターネットを経由した予約が、AI 運行バスでは利用しやすくなったのではないかと推測される。

また、MaaS の実現を目的としていることから、乗合タクシーの予約だけではなく、他の公共交通の利用を含めた形での交通サービスの検索ができるようになった点とアプリケーション上で乗合タクシーの料金の決済が可能となった点が、東大オンデマンド交通システムから進化をしていると考えられる。

図表 9 デマンド型交通の利用者数とコスト (AI 運行バス)

自治体名	1日当たりの利用者数 (人)	導入費用 (千円)	運行費用 (千円)	システム関連費用の割合	運行台数
菰野町	24.5	—	43,455	19.2%	3台

(出所) 菰野町、菰野町地域公共交通会議ホームページをもとに筆者作成 [43] [44] [45]

続いて図表 9 をもとにして「1日当たりの利用者数」、「導入費用」、「運行費用」、「システム関連費用の割合」、「運行台数」について分析を進める。菰野町における「1日当たりの利用者数」は、24.5 人と従来のデマンド型交通の事例での斐川町とみなべ町の間に位置している。他の事例と比較をしても、それほど利用者は多くはないといえることができる。

「導入費用」に関しては、AI 運行バスも東大オンデマンド交通システムと同様に、個別にシステムを導入する必要はないと考えられるが、予算では導入費用が切り出されて記載

されていないために明らかにすることができなかった。

「運行費用」は、「1日当たりの利用者数」と「運行台数」をもとに考えてもかなり高額になっていることが分かる。これまでにいくつかの自治体の事例を挙げてきたが、AI運行バスが最も高額な運行費用となっている。この運行費用には、タブレットやサーバ、そしてAI運行バスの利用料が含まれている。

ただし、この運行費用は実証実験などを実施した令和2年度のものであり、AI運行バスの導入などのさまざまなコストが含まれていると考えられる。本格運用が開始された令和3年度の予算では、14,000千円の当初予算から変更され、補正予算で21,000千円となっている[46]。また、令和4年度の予算案でも、令和3年度の当初予算と同様の14,000千円となっていることから、菰野町のMaaSを用いたデマンド型交通は、導入が完了し、本格運用となってからは14,000～21,000千円で運行可能と見込まれているということができる[47]。この運行費用を基準として、他のデマンド型交通の事例と比較をすると、AI運行バスは特別に高額なサービスではないと考えられる。

「システム関連費用の割合」に関しては、東大オンデマンド交通システムと同様に20%程度を占めていることが分かる。MaaSでは、利用者がスマートフォンのアプリケーションから交通サービスの検索や予約を行い、AIがリアルタイムに運行計画を作成し、配信をすることで運行をする。さらにアプリケーション上で運賃の決済も可能となっている。これらの高度な機能を実現するためのシステムには、どうしても高額なコストがかかってしまうということができる。

システム関連費用が高額になっていくことは、デマンド型交通の導入にあたってコストの面が課題となる自治体にとって、非常に悩ましい傾向である。システムが高度化することによって、運行計画を効率化することが可能となるが、その分、システム関連費用が高額になってしまうことになる。このシステムのコストと運行のための全体のコストとのバランスを取ってデマンド型交通の運行方式の検討をすることが、地方におけるデマンド型交通の導入には重要であると考えられる。

#### 4.5. チョイソコの検討

最後に参考として株式会社アイシンの提供するデマンド型交通であるチョイソコについて分析をする。チョイソコは既に32自治体(2022年7月時点)に導入がされているサービスである[48]。チョイソコの大きな特徴としては、地元のさまざまな事業者に協賛を得ることで、運賃による収入だけではなく広告収入も得られる点である。

ここでは、図表10の通り、チョイソコの導入についての経緯や検討内容の資料が公開されている猪名川町を比較分析の対象として選定する。

図表10 デマンド型交通の運行方式(チョイソコ)

自治体名	運行方式		利用システム	備考
猪名川町	IT活用型	チョイソコ	アイシン	

(出所) 株式会社アイシンホームページをもとに筆者作成[49]

図表 11 デマンド型交通の利用者数とコスト（チョイソコ）

自治体名	1日当たりの利用者数（人）	導入費用（千円）	運行費用（千円）	システム関連費用の割合	運行台数
猪名川町	34.7	—	24,000	—	3台

（出所）猪名川町ホームページをもとに筆者作成 [50] [51]

猪名川町では、システムの導入費用やシステム関連費用の詳細については公開されていなかったが、その他の項目についてはデータを得ることができた。図表 11 をもとにして「1日当たりの利用者数」、「運行費用」、「運行台数」について分析を進める。

「1日当たりの利用者数」に関しては、従来のデマンド型交通の事例でのみなべ町と川西町の間に位置している。菰野町と同様に、他の事例と比較をすると、それほど利用者は多くはないといえることができる。

「運行費用」は、コストが高額になりがちな MaaS であることを考えると低めに抑えられていると考えられる。ただし、猪名川町の事例では「運行台数」は3台であるものの、「チョイソコいながわ」の事業主体であるネットヨタ神戸株式会社からミニバンが2台無償貸与され、もう1台のワゴン車についても猪名川町が補助をしている点には注意が必要である。しかしながら、チョイソコでは、この運行費用から運賃収入だけではなく、広告収入も差し引くことができるという点で、これまでのデマンド型交通にはないビジネスモデルを持っているといえることができる。

本研究では、デマンド型交通を運行するにあたってのコストの面に着目をしたが、実際の運行では、導入費用や運行費用といったコストの面だけではなく、無料でデマンド型交通を運行しない限りは利用者からの運賃などの事業収入の面を考える必要がある。国土交通省（2009）の調査では、デマンド型交通の収支率（事業収入／事業支出）は11～43%と、事業収入の比較的が多い自治体の事例でも運賃などによる事業収入は事業支出の半分を満たしてはいない。すべての自治体が赤字で、事業支出の大半を持ち出す状況になっている [52]。このような地方におけるデマンド型交通の収支状況を考えると、広告収入という新たな収入源を得ることが可能となるのは、地方におけるモビリティサービスを提供するためにも重要な変化であるといえることができる。

## 5. 結論

本研究では、地方における日本版 MaaS のあり方について分析をしてきた。そのなかでも、MaaS で活用されているデマンド型交通の事例を対象として、運行をするためのコスト、そして運行方式と IT の活用などを調査することで仮説の検証を実施した。

これまでに分析をした事例のなかから、コストの面での比較のために挙げた NTT 東日本方式と1日当たりの利用者数が20～50人程度に収まっていない事例を除いてまとめたものが図表 12 である。一番下にある株式会社アイシンの提供している猪名川町の事例については、参考として他の事例とは区別をした形で一覧に含めてある。

図表12 デマンド型交通の一覧

自治体名	運行方式	利用システム	1日当たりの 利用者数(人)	運行費用 (千円)	運行台数	システム関連 費用の割合
みなべ町	非IT型	—	28.7	10,842	2台	—
川西町		—	38.1	10,800	3台	—
飯網町	IT活用型	パイオニアナビコム	51.8	17,900	4台	1.3%
斐川町		システムオリジン	21.2	9,978	4台	1.5%
只見町		NTT東日本	48.5	24,807	4台	7.1%
三条市		東大オンデマンド 交通システム	27.2	37,000	5台	14.8%
菰野町		AI運行バス (NTTドコモ)	24.5	43,455	3台	19.2%
猪名川町		チョイソコ (アイシン)	34.7	24,000	3台	—

(出所) 筆者作成

運行するデマンド型交通のタクシーの台数や地域、契約などによって運行費用は大きく異なってくるため、単純には比較をすることが難しいが、概ね活用するIT、つまりシステムの機能が高度になるにつれて運行費用も高額になる傾向にあることが明らかになった。また、活用するITが高度化するにつれて、運行費用のなかに占めるシステム関連費用の割合も高くなることになる。MaaSに対応したシステムを導入した結果、運行費用のうち15～20%程度をシステム関連費用が占めている状況は、運行にかかわるコストを抑えたい自治体にとっては、悩ましい問題である。そのためにも、IT活用型のデマンド型交通を導入する場合には、非IT型を導入した場合と比較をすることによって、費用対効果を検討する必要があると考えられる。

MaaSでは、交通サービス検索や予約、決済をスマートフォンのアプリケーションによって実施するなどの高度なITの活用が求められることになる。そして、高度なITを活用するためには、運行費用に少なくない額のシステム関連費用が含まれることになる。結果としては、デマンド型交通を運行する自治体の負担額が高額になると考えられる。それらを考慮すると、地方における日本版MaaSは、モビリティサービスの提供の面から考えるならば、必ずしも定義上のMaaSを実現するために高額で高度なITを導入するのではなく、地域に合った形のデマンド型交通、場合によっては非IT型のデマンド型交通の導入も検討するべきであると考えられる。

ここで、国土交通省による令和元年度の日本版MaaS推進・支援事業に採択された事業が令和2年度に継続して採択されているかをまとめると図表13の通りとなる[53]。2年間継続して日本版MaaS推進・支援事業に採択されているということは、その地域のMaaS事業に進展が見られたということになる。

図表 13 日本版 MaaS 推進・支援事業の継続率

	採択数	継続数	継続率
観光地型	8	4	50.0%
大都市近郊型	2	2	100.0%
地方都市型	4	3	75.0%
地方郊外・過疎地型	5	2	40.0%
合計	19	11	57.9%

(出所) 国土交通省「MaaSのモデル形成」をもとに筆者作成 [54]

図表 13 から分かる通り、令和元年度に日本版 MaaS 推進・支援事業に採択された事業のうち、令和 2 年度に継続をしたのは観光地型が 50.0%、地方郊外・過疎地型が 40.0%と継続率の平均を下回っている。観光地型に関しては、新型コロナウイルスの影響も小さくはなかったと考えられるが、地方郊外・過疎地型に関しては、地方都市型と比較しても非常に継続率が低いことが分かる。つまり、補助金などによって MaaS の導入費用の負担という問題を解決したとしても、MaaS を導入したのちに、どのようにしてモビリティサービスを維持していくのかについて考えなければならない。実証実験による MaaS の導入のみで終了してしまった場合には、それ以前のモビリティサービスより質、量ともに低下してしまうこともありうると思われる。このことから、地方、なかでも過疎地域におけるモビリティの問題は、MaaS を導入しさえすれば解決するといったものではないということが明らかとなった。

従って「地方における日本版 MaaS の導入 = スマートフォンのアプリケーションや AI による高度な IT を活用したモビリティサービスの提供」を目指すのではなく、自治体や地域の公共交通などの置かれている状況を考慮に入れて、利用者にとって最適な形でのモビリティサービスの提供を考える必要がある。さらには、提供をしたモビリティサービスの将来的な維持についても見通しを立てる必要がある。

以上から、「地方における日本版 MaaS では、定義上の MaaS の実現を目指すのではなく、モビリティサービスの提供の面から考えるべきである。」とした仮説を概ね証明する結果を得ることができた。

しかしながら、地方、なかでも過疎地域における公共交通の衰退は進んでおり、タクシー事業者もその例外ではない。現在は地域を知り尽くしたタクシー事業者に運行を委託することで、比較的にコストを抑えて非 IT 型のデマンド型交通を提供することが可能となっている自治体も存在するが、それがあと何年間継続できるのかは予測ができないといえる。つまり、属人的な経験と技術に支えられたモビリティサービスは、長い目で見れば継続性に課題があるということになる。

そこで、将来を見越して IT 活用型となる MaaS によるデマンド型交通の導入を検討することも重要である。IT を活用することにより、システムの導入費用とシステム関連費用が高額になるが、AI などによって運行計画が作成され、ナビゲーションも行われることで、効率的な運行が期待される。それらの IT の機能を活用することで、地域の交通に精通をしてなくとも、デマンド型交通を提供しやすくなることが推測される。

さらに、現在は日本版 MaaS の実証実験などの公募が行われている。これらの補助金を



活用することにより、システムの導入費用の負担を低く抑えることも可能になる。菰野町の例をみると、MaaSのシステムを導入した年度の予算は43,455千円と高額となっているが、本格運用が行われるようになった年度では14,000~21,000千円とデマンド型交通としてはそれほど高額ではない予算に収まっている。従って、IT活用型のデマンド型交通を導入するだけの予算のある自治体は、MaaSの導入も考慮に入れる余地がある。また、地域にスポンサーとなるような事業者がある場合には、チョイソコなどのサービスも視野に入れることで、地方におけるモビリティサービスの提供の選択肢が広がると考えられる。

その際には、日本版MaaS推進・支援事業の事例にもある通り、実証実験でMaaSを導入するだけで終わるのではなく、実証実験から本格運用に至るまでの綿密な検討を重ねることで、MaaSによって継続してモビリティサービスを提供することが重要である。

このようにして、本研究により、地方における日本版MaaSのあり方について、定義上のMaaSの実現を目指した高度なITの活用したMaaSの導入を追い求めるのではなく、地域に合った形でのさまざまなレベルのMaaSによるモビリティサービスの導入を検討するべきであるとの結果を得ることができた。また、将来的には地方における日本版MaaSに合った形でのIT活用型のデマンド型交通の導入についても検討をすることが重要であるといった示唆も得ることができた。今後は日本におけるMaaSの実態について調査を進めていきたいと考えている。

#### [参考文献]

- [1] Sonja Heikkilä (2014) 「Mobility as a Service – A Proposal for Action for the Public Administration Case Helsinki」, 2022年9月10日閲覧, <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/13133>
- [2] UITP (2019) 「REPORT MOBILITY AS A SERVICE」, 2022年9月10日閲覧, [https://cms.uitp.org/wp/wp-content/uploads/2020/07/Report\\_MaaS\\_final.pdf](https://cms.uitp.org/wp/wp-content/uploads/2020/07/Report_MaaS_final.pdf)
- [3] ERTICO (2018) 「VISION PAPER Mobility as a Service From modes to mobility」, 2022年9月10日閲覧, [https://ertico.com/wp-content/uploads/2018/09/Ertico\\_MaaS-vision-paper-2018\\_www.pdf](https://ertico.com/wp-content/uploads/2018/09/Ertico_MaaS-vision-paper-2018_www.pdf)
- [4] 総務省情報流通行政局 情報通信政策課情報通信経済室 (2018), 「ICTトピック「次世代の交通 MaaS」」, 2022年9月10日閲覧, [https://www.soumu.go.jp/menu\\_news/s-news/02tsushin02\\_04000045.html](https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/02tsushin02_04000045.html)
- [5] 国土交通省 (2019), 「都市と地方の新たなモビリティサービス懇談会 中間とりまとめ」, 2022年9月10日閲覧, <https://www.mlit.go.jp/common/001279833.pdf>
- [6] 日高洋祐 = 牧村和彦 = 井上岳一 = 井上佳三 (2018) 『MaaS モビリティ革命の先にある全産業のゲームチェンジ』, 日経BP。
- [7] 日高洋祐 = 牧村和彦 = 井上岳一 = 井上佳三 (2020) 『Beyond MaaS 日本から始まる新モビリティ革命 —移動と都市の未来—』, 日経BP
- [8] 仲野友樹 (2022), 「日本におけるMaaSの実証実験の取り組みに関する研究」, 千葉商大論叢 第59巻3号, pp. 175-197。
- [9] 家田仁 = 小嶋光信 (監修) (2021) 『地域モビリティの再構築』, 薫風社。

- [10] Jana Sochor<sup>1</sup>, Hans Arby, I.C. MariAnne Karlsson, Steven Sarasini (2017), 「A topological approach to Mobility as a Service: A proposed tool for understanding requirements and effects, and for aiding the integration of societal goals」, 1st International Conference on Mobility as a Service (ICOMaaS)
- [11] Jana Sochor<sup>1</sup>, Hans Arby, I.C. MariAnne Karlsson, Steven Sarasini (2017), 「A topological approach to Mobility as a Service: A proposed tool for understanding requirements and effects, and for aiding the integration of societal goals」, 1st International Conference on Mobility as a Service (ICOMaaS)
- [12] 藤井聡 = 谷口綾子 = 松村暢彦 (2015) 『モビリティをマネジメントする コミュニケーションによる交通戦略』, 学芸出版社。
- [13] 三重県生活交通確保対策協議会 (2012), 「県内バス交通支援調査報告書」, 2022年9月10日閲覧, <https://www.pref.mie.lg.jp/common/content/000087122.pdf>
- [14] 八木秀彰 = 日隈健壬 (2011), 「過疎地域における公共交通 (路線バス) (1) いわゆる交通弱者と民間事業者の限界」, 広島修大論集 第52巻1号, pp. 141-159。
- [15] 松尾容考 (2014), 「過疎地におけるニーズと地域特性に即した生活支援のバス交通」, 専修大学人文論集 第94巻, pp. 107-148。
- [16] 新井祥純 (2013), 「無料コミュニティバスの経済学的研究 ——群馬県伊勢崎市の交通対策を通して——」, 高崎経済大学論集 第55巻2号, pp. 147-160。
- [17] 松尾容考 (2014), 「過疎地におけるニーズと地域特性に即した生活支援のバス交通」, 専修大学人文論集 第94巻, pp. 107-148。
- [18] 竹内伝史 = 古田英隆 (2008), 「コミュニティバス事業の総括の試み —計画における理念と現実, 運行後の実態そして評価—」, 土木計画学研究・論文集 第25巻, pp. 423-430。
- [19] 吉田樹 = 秋山哲男 (2005), 「過疎地域におけるモビリティと公共交通の現状分析」, 総合都市研究 第85巻, pp. 43-55。
- [20] 市川嘉一 (2013), 「全国市区調査からみたコミュニティバス・乗合タクシーの導入・運行・利用の全国的実態に関する考察—「持続可能な生活交通」の視点に着目して—」, 交通学研究 第56巻, pp. 107-114。
- [21] 砂田洋志 (2016), 「山形県川西町のデマンド型交通の調査報告：乗合タクシーの調査報告」, 山形大学紀要・社会科学 第46巻2号, pp. 45-65。
- [22] 坪内孝太 = 大和裕幸 = 稗方和夫 (2009), 「過疎地における時間指定のできるオンデマンドバスシステムの効果」, 日本ロボット学会誌 第27巻1号, pp. 115-121。
- [23] 平井直樹 (2021), 「過疎地域における交通サービス (地方版 MaaS) の現状 —EV車や地域通貨を利用した事例—」, 現代ビジネス研究所紀要 第6巻, pp. 1-17。
- [24] 松田善臣 (2021), 「浜田市予約型乗合タクシーの運行見直し基準についての一検討」, 島根県立大学 総合政策論叢 第41巻, pp. 51-68。
- [25] 中島秀之 = 野田五十樹 = 松原仁 = 平田圭二 = 田柳恵美子 = 白石陽 = 佐野渉二 = 小柴等 = 金森亮 (2015), 「バスとタクシーを融合した新しい公共交通サービスの概念とシステムの実装」, 土木計画学研究・論文集 第32巻, pp. I\_875-I\_888。
- [26] 早川伸二 (2004), 「ルーラルエリアにおける非在来型輸送サービスの現状と課題—

- デマンド型乗合タクシーと自家用車によるボランティア輸送を中心に一」, 交通学研究 第2004年研究年報, pp. 71-80。
- [27] 国土交通省 (2019), 「日本版 MaaS 推進・支援事業 令和元年度 19 事業」, 2022 年 9 月 10 日 閲 覧, <https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/japanmaas/promotion/model/index.html>
- [28] 三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング (2018), 「人手不足下における中小企業の生産性向上に関する調査に係る委託事業 調査報告書」, 2022 年 9 月 10 日 閲 覧, [https://www.meti.go.jp/meti\\_lib/report/H29FY/000254.pdf](https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/H29FY/000254.pdf)
- [29] 三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング (2018), 「小規模事業者等の事業活動に関する調査に係る委託事業 報告書」, 2022 年 9 月 10 日 閲 覧, [https://www.meti.go.jp/meti\\_lib/report/H29FY/000257.pdf](https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/H29FY/000257.pdf)
- [30] 仲野友樹 (2015) 『情報システムの高度活用マネジメントの研究 中小企業における IT 活用をどう促進するか』, 芙蓉書房出版。
- [31] 家田仁 = 小嶋光信 (監修) (2021) 『地域モビリティの再構築』, 薫風社。
- [32] 早川伸二 (2004), 「ルーラルエリアにおける非在来型輸送サービスの現状と課題ーデマンド型乗合タクシーと自家用車によるボランティア輸送を中心にー」, 交通学研究 第2004年研究年報, pp. 71-80。
- [33] 国土交通省 (2009), 「地域公共交通に関する新技術・システムの導入促進に関する調査」, 2022 年 9 月 14 日 閲 覧, [https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/transport/sosei\\_transport\\_fr\\_000037.html](https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/transport/sosei_transport_fr_000037.html)
- [34] 国土交通省 (2009), 「地域公共交通に関する新技術・システムの導入促進に関する調査業務報告書 第1編 デマンド交通」, 2022 年 9 月 14 日 閲 覧, <https://www.mlit.go.jp/common/000050027.pdf>
- [35] 国土交通省 (2009), 「地域公共交通に関する新技術・システムの導入促進に関する調査業務報告書 第1編 デマンド交通」, 2022 年 9 月 14 日 閲 覧, <https://www.mlit.go.jp/common/000050027.pdf>
- [36] 国土交通省 (2009), 「参考資料 (デマンド交通導入事例集1)」, 2022 年 9 月 14 日 閲 覧, <https://www.mlit.go.jp/common/000049061.pdf>
- [37] 国土交通省 (2009), 「地域公共交通に関する新技術・システムの導入促進に関する調査業務報告書 第1編 デマンド交通」, 2022 年 9 月 14 日 閲 覧, <https://www.mlit.go.jp/common/000050027.pdf>
- [38] 国土交通省 (2009), 「参考資料 (デマンド交通導入事例集1)」, 2022 年 9 月 14 日 閲 覧, <https://www.mlit.go.jp/common/000049061.pdf>
- [39] 国土交通省 (2009), 「三条市における実証運行とその結果」, 2022 年 9 月 14 日 閲 覧, <https://www.mlit.go.jp/common/000049064.pdf>
- [40] 国土交通省 (2009), 「三条市における実証運行とその結果」, 2022 年 9 月 14 日 閲 覧, <https://www.mlit.go.jp/common/000049064.pdf>
- [41] 菰野町, 「菰野町 MaaS「おでかけこもの」について」, 2022 年 9 月 14 日 閲 覧, <http://www2.town.komono.mie.jp/www/contents/1568969423110/index.html>
- [42] 株式会社 NTT ドコモ, 「(お知らせ)AI を活用したオンデマンド交通システム「AI 運

- 行バス」提供開始—「AI 運行バス」で移動利便性向上と地域経済活性化をめざす—」, 2022 年 9 月 14 日閲覧, [https://www.docomo.ne.jp/info/news\\_release/2019/03/26\\_00.html](https://www.docomo.ne.jp/info/news_release/2019/03/26_00.html)
- [43] 菰野町, 「菰野町 MaaS 「おでかけこもの」について」, 2022 年 9 月 14 日閲覧, <http://www2.town.komono.mie.jp/www/contents/1568969423110/index.html>
- [44] 菰野町地域公共交通会議, 「令和 3 年度 第 1 回 菰野町地域公共交通会議 (令和 3 年 6 月 28 日開催 資料 1—1)」, 2022 年 9 月 14 日閲覧, <http://www2.town.komono.mie.jp/www/contents/1001000000905/simple/1-1.pdf>
- [45] 菰野町地域公共交通会議, 「令和 3 年度 第 1 回 菰野町地域公共交通会議 (令和 3 年 6 月 28 日開催 資料 3—1)」, 2022 年 9 月 14 日閲覧, <http://www2.town.komono.mie.jp/www/contents/1001000000905/simple/3-1.pdf>
- [46] 菰野町地域公共交通会議, 「令和 3 年度 第 2 回 菰野町地域公共交通会議 (令和 4 年 1 月 19 日開催 資料)」, 2022 年 9 月 14 日閲覧, <http://www2.town.komono.mie.jp/www/contents/1001000000905/simple/shiryō.pdf>
- [47] 菰野町地域公共交通会議, 「令和 3 年度 第 3 回 菰野町地域公共交通会議 (令和 4 年 3 月 28 日開催) 資料」, 2022 年 9 月 14 日閲覧, <http://www2.town.komono.mie.jp/www/contents/1001000000905/simple/siryō.pdf>
- [48] チョイスコ 公式ホームページ, 2022 年 9 月 14 日閲覧, <https://www.choisoko.jp/>
- [49] 株式会社アイシン, 「乗り合い送迎サービス「チョイスコ」がサービスエリア拡大～ネットヨタ神戸株式会社を通じ兵庫県猪名川町で実証開始～」, 2022 年 9 月 14 日閲覧, <https://www.aisin.com/jp/news/2019/001446.html>
- [50] 猪名川町, 「チョイスコいながわの利用状況について」, 2022 年 9 月 14 日閲覧, <https://www.town.inagawa.lg.jp/kurashi/kotsu/choisoko/1660262615043.html>
- [51] 猪名川町, 「令和 4 年度 猪名川町予算説明書」, 2022 年 9 月 14 日閲覧, <https://www.town.inagawa.lg.jp/ikkrwebBrowse/material/files/group/47/R4yosansetumei.pdf>
- [52] 国土交通省 (2009), 「参考資料 (デマンド交通導入事例集 1)」, 2022 年 9 月 14 日閲覧, <https://www.mlit.go.jp/common/000049061.pdf>
- [53] 国土交通省, 「日本版 MaaS 推進・支援事業 MaaS のモデル形成」, 2022 年 9 月 16 日閲覧, <https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/japanmaas/promotion/model/index.html>
- [54] 国土交通省, 「日本版 MaaS 推進・支援事業 MaaS のモデル形成」, 2022 年 9 月 16 日閲覧, <https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/japanmaas/promotion/model/index.html>

(2022.9.20 受稿, 2022.11.7 受理)

〔抄 録〕

地方における日本版 MaaS を導入するためには、高度な IT を活用して定義上の MaaS の実現を目指すのではなく、モビリティサービスの提供の面から考える必要がある。そこで、本研究では、これまでに導入されているデマンド型交通と MaaS の事例を用いて、コストなどの分析から地方における日本版 MaaS のあり方について明らかにすることを目的とした。

高度な IT を活用したデマンド型交通には、運行費用に少なくない額のシステム関連費用が含まれ、自治体の負担額が大きくなると考えられる。そのため、地方における日本版 MaaS は、必ずしも定義上の MaaS を実現するために高額で高度な IT を導入するのではなく、地域に合った形のデマンド型交通、場合によっては非 IT 型のデマンド型交通の導入など、さまざまなレベルでの MaaS を検討するべきであるということを明らかにした。

しかしながら、地方、なかでも過疎地域における公共交通の衰退は進んでおり、タクシー事業者もその例外ではないことから非 IT 型のデマンド型交通の継続性には課題がある。そこで、将来を見越して IT 活用型となる MaaS によるデマンド型交通の導入も検討することも重要であるといえることができる。

〔論 説〕

## 個人旅行客の受け入れを主とした農泊の特徴と課題

### —日本とイタリアの農泊の比較を通して—

山 田 耕 生

#### 1. はじめに

##### 1-1. 問題提起～これまでの農泊の流れから見えてくる課題

日本では1990年以降、グリーンツーリズム政策の導入に伴い、農村地域の観光および宿泊の受け皿として農家が営む民宿、いわゆる農家民宿が注目され、開業が相次いだ。その後2000年代に入り、旅館業法が規制緩和<sup>(1)</sup>され、農家が宿泊業を開業・経営しやすい環境が広まると、旅館業法に基づく「簡易宿泊営業」登録、つまり民宿ではなくとも宿泊業を営むことが可能になり、農家民泊（以下、農泊）が各地で増加した。これまで大分県宇佐市安心院地区、長野県飯田市など多くの宿泊客が農泊を利用する地域も見られるようになった。特に、学校教育の一環としての教育旅行の受け入れで多くの宿泊客を集める地域<sup>(2)</sup>も増加した。しかし、家族や友人などの個人旅行客の受け入れに積極的な経営を行っている農泊は少なく、個人旅行客が農村地域を旅行する際の宿泊施設として定着していないのが現状である。

日本の農泊地域の多くで教育旅行による宿泊が多い要因としては、宿泊する側の学校から農泊に対するニーズの側面と、受け入れ側の農家にとって宿泊業運営のやりやすさの側面の2つが考えられる。日本では農泊の宿泊目的を農業体験や農家との交流に期待する場合が強く、学校が求める教育旅行のニーズに合致し、農泊利用を取り入れるケースが拡大した。一方農家にとっては、学校行事である教育旅行としての農泊は宿泊日程が通常半年以上前から決まっているため、受け入れに向けてスムーズに準備ができる。さらに毎回の宿泊客が小学生や中高生と同じ属性であり、滞在中の行程もほぼ同じケースが多く、マニュアル化しているため、受け入れの負担が少ない点もある。

このように日本での農泊は約30年の間に教育旅行を中心に徐々に広まってきた。しかしながら現時点において農泊が日本に定着している訳ではない。特に、個人旅行客が地方の農山村を旅行する際、宿泊施設として農泊を利用するケースは少ない。政府としても「観光立国推進基本計画」において、農泊をビジネスとして実施できる地域を2020年までに500地域<sup>(3)</sup>にするという目標を掲げており、この点からも農泊の普及拡大の余地があることがわかる。

この点において欧州の場合、個人旅行客が地方を旅行する際に、農村地域での宿泊は農家民宿に宿泊する旅行形態が一般に広まっている。例えば、イタリアでは1980年代からアグリツーリズム（農家民宿）が政策として導入された。現在では国内各地に約20,000軒以上のアグリツーリズムがあり、地方を旅行する個人旅行客の宿泊の受け皿となっている。筆者は2017年から2018年にかけてイタリアで11軒のアグリツーリズムへのインタ

ビュー調査を実施した<sup>(4)</sup>。そこで感じた日本との大きな違いの一つは、個々のアグリツーリズムが宿泊施設として質が高い点である。各客室には必ずトイレ、シャワーが付帯されているなど、宿泊施設としての農家への積極的な投資あるいは改修が行われている。それによって宿泊客同士または経営者と宿泊客の空間がしっかり分離されており、ストレスフリーな滞在が可能となっている。また宿泊客は農業体験や農家との交流に主眼を置かず、様々な宿泊施設の選択肢の一つとしてアグリツーリズムを選び、周辺観光の拠点として宿泊するのである。一方で、経営者である受入農家にとっては宿泊客との滞在中の関わりは少ないため、農家が負担なく農泊業や農業を行っている。

日本において、衰退が進む農村の活性化策や、農村地域の新たな観光魅力の創出や活用といった面では、農泊の重要性は大きい。特に個人旅行客の受け入れに着目した農泊への取り組みは、今後増大が予想されるインバウンド客（訪日外国人旅行客）の地方観光の受け皿になりうる。そのためにはイタリアのアグリツーリズムのように、宿泊施設としての農泊の質の向上を目指すことが重要であると思われる。本研究においてはこの点に着目し、個人旅行客の受け入れを行っている各地の農泊の経営の現状を明らかにし、宿泊ビジネスとして農泊が普及拡大するためのポイントを考察していく。

## 1-2. 従来の研究

日本の農家民宿に関する研究は、1990年代のグリーンツーリズム政策の注目に伴い、農家民宿の制度的側面や経済効果などに着目した研究が見られた。その後、2000年代後半に農家に宿泊するスタイルの教育旅行が増加するにつれて、教育旅行と関連付けた農泊研究が増加した。鈴木（2009）は教育旅行での農泊による地域への経済効果を考察し、地域活性化に果たす役割を指摘している。若林（2013）は長野県飯田市を事例に教育旅行による地域活性化を明らかにしつつ、政策面での課題を指摘している。教育旅行以外に関するものとしては、河村ら（2017）は農家民宿群を形成して地域一体となって農泊に取り組んでいる石川県能登町「春蘭の里」の事例を考察した。これらの研究では農泊に取り組むことによる地域活性化、とりわけ地域内の人々のネットワークが結ばれる効果や生きがいなどの醸成などが指摘されている。しかしながら個別の農泊の経営に焦点を当てた研究はこれまでのところほとんど見られない。

今後、日本国内で農泊が普及拡大するためには個人客の受け入れを増大させることが欠かせなく、個人客の受け入れに着目した農家民泊の研究の蓄積は一層望まれる。

## 1-3. 研究方法

本研究では前項まで述べた問題意識に立ち、個人旅行客による宿泊利用がみられる農泊へのインタビュー調査を行い、農泊経営や宿泊客、農泊開始時の施設投資の特徴を明らかにしながら、今後の農泊の普及拡大に向けた課題を考察する。

研究の手順としては、次章で日本とイタリアの農泊について概観する。さらに3章では日本国内で個人旅行客を受け入れている農泊18軒に対して行ったインタビュー調査結果を世帯及び農業の特徴、農泊施設の現状、宿泊客の動向に焦点を当てて分析する。なお、日本の農泊については、2017年から2019年にかけて現地視察、インタビュー調査を実施した<sup>(5)</sup>。従って各施設のデータについては調査当時の数値となっている。終章ではこれま

での分析結果をもとに日本の農泊の個人旅行客の普及拡大に向けた提言を行う。

## 2. 日本とイタリアにおける農泊

### 2-1. 日本における農泊の概要

#### 2-1-1. 農林漁業体験民宿数

日本では1994年に「農山漁村滞在型余暇活動のための基盤整備の促進に関する法律（通称：農山漁村余暇法あるいはグリーンツーリズム法）」が施行され、翌1995年に農山漁村体験民宿の登録が開始された。これらの政策により、農家による宿泊ビジネスとしての農泊（当時は農家民宿の呼称が一般的）が新たな観光として注目され、各地で農泊を開始する農家が増加した。政策導入当初から日本の農泊では「農家との交流」や「農業体験（正式には農林漁業体験）」が強調されていることが特徴である。上記の法律に基づき「農林漁業体験民宿」として登録されている農泊施設は2022年2月末時点で約300軒である。これらの農泊では農家でなくても規約に定められた条件をクリアし、登録料を支払えば農泊施設として認定される。そのため一般的に農泊をイメージする農家の外観や経営とは言いえない宿泊施設も「農林漁業体験民宿」になっている。

#### 2-1-2. 農業センサスによる農家民宿数

一方、農林業センサスによる「農家民宿」軒数は2020年1,215軒である（表1）。日本の総農家に占める農家民宿の割合は0.11%であり、農家約1,000軒に1軒が農家民宿を営んでいる計算になり、農泊が普及しているとはいえない。農家民宿の推移をみると、2010年をピークに減少傾向にあり、2010年からの10年間で約800軒の農家民宿が減少している。地域別の農家民宿数では関東・東山地域が279軒と最も多く、次いで東北209軒、九州201軒となっている。中国、沖縄は全体の軒数は上位ではないが、2010年からの10年間をみると増加傾向にある。これらの農家民宿のなかには前項のグリーンツーリズム法に基づく「農林漁業体験民宿」に登録している施設とそうでない施設が混在している。

この統計は農家を対象としたものであるため、農家登録をしていないものの“農泊”として宿泊ビジネスをしているケースもあると予想される。都道府県あるいは市町村レベルの自治体において農業部門を担当している部署で管轄地域内の農泊施設数を把握しているケースもあるが、個人旅行客を対象に宿泊ビジネスを営んでいる農泊施設数は正確には把握できないのが現状である。このような状況の中で言えることは、国内の農家数の減少の中で農泊施設も減少傾向にある点と、依然として農家に占める農泊施設数の割合も低いままであるという点である。

### 2-2. イタリアにおける農泊の概要

イタリアでは1985年にアグリツーリズム法が制定され、農家による宿泊業営業が許可された。これを機にアグリツーリズムと呼ばれる宿泊形態が誕生した。同法には観光収入が農業収入を上回らないという原則があるため、アグリツーリズムは農業なしには観光事業を行うことができない。2006年にアグリツーリズム法が改正され、開業にあたる手続きが簡易になった一方、利用者に提供する食料や飲料の産地が自家農産物あるいは周辺地域



表1 農家民宿数の推移

	農家 民宿数 (戸)	総農家数 に占める 割合 (%)	地域別農家民宿数 (戸)									
			北海道	東北	北陸	関東 ・ 東山	東海	近畿	中国	四国	九州	沖縄
2005年	1,492	0.07	57	224	301	482	57	175	42	21	115	18
2010年	2,006	0.12	255	439	200	440	67	140	72	56	309	28
2015年	1,750	0.12	219	356	122	333	39	124	75	64	356	62
2020年	1,215	0.11	117	209	80	279	46	105	91	47	201	40
2010年から2020年の増減			-138	-230	-120	-161	-21	-35	+19	-9	-108	+12

(農林業センサスより作成)

\*東山は、山梨県と長野県が該当する

産に限定されるなどの規定も加わった。

2013年時点のアグリツーリズム数はイタリア国内で約20,000軒となっており、2003年に比べ約7,000軒増加している。なかでもトスカーナ州はイタリアで最も多くのアグリツーリズムが分布しており、2013年時点で約4,100軒となっている。筆者が行った現地調査をもとにしたアグリツーリズムの特徴を表2に示す。この特徴をもとにして終章では日本の農泊施設との比較を行い、農泊の普及拡大に向けた提言を試みる。

表2 イタリア・トスカーナ州のアグリツーリズムの特徴

	傾向および特徴
家族	夫婦で経営している。男性(夫や息子)が農業、女性(妻、母、娘)がアグリ経営に従事している。
農業	農業経営規模は日本の平均の数倍であるが、オリーブやブドウ(ワイン)が大半の面積、割合を占めるアグリが多い。野菜が主力作物のケースはない。酪農は一定数いる。
農泊施設	2000年代の開業が多い。開業時の年齢は30代~40代が多い。客室タイプはB&Bタイプ、アパートメントタイプの両方がある。部屋数は複数あり、1日に数組の宿泊客を受入れている。多くのアグリでレストラン営業を行っており、宿泊客以外にも料理を提供している。
宿泊客	4月から11月にかけての集客がほとんど。6月から9月がハイシーズン。8月のバカンスシーズンは1週間前後の滞在(特にアパートメントタイプ)であるが、それ以外の時期は週末の1,2泊も多い。6月~9月は家族客が多い。宿泊目的はアグリ周辺の観光が多い。

(出典:山田・藤井(2017)より作成)

### 3. 個人旅行客の受け入れを主とした農泊施設の実態

ここでは、2017年から2019年にかけて調査を実施した個人旅行客の受け入れを行っている農泊施設18軒へのインタビュー調査結果(表3)をもとに、日本の農泊の動向を明らかにした。なお、農泊の立地としては、北海道1、東北3、関東2、北信越4、近畿2、中国1、四国2、九州・沖縄3である。立地条件は平地・集落7、平地・独立3、山間・集落2、山間・独立5、台地・集落1である。

山田耕生：個人旅行客の受け入れを主とした農泊の特徴と課題

表3 インタビュー調査を実施した農泊経営の状況（2017年～2019年）

	A	B	C	D	E	F
立地	所在地 平地, 集落	関東 山間, 独立	北海道 平地, 独立	東北 平地, 集落	中国 山間, 独立	九州・沖縄 山間, 集落
家族	経営者の出身 地元	外部	外部	地元	外部	地元
	従業内容 農業は夫, 宿泊業は妻	農業は夫, 宿泊業は妻	農業は夫, 宿泊業は妻	農業は夫, 宿泊業は妻	農業は夫, 宿泊業は妻	農業, 宿泊業を夫婦で担当
農業	土地 田 20a, 畑 40a	田 15a, 畑・林 85a	畑 42ha	田 3ha, 畑 15a, 果樹 1.6ha	2.74ha (果樹, 自家野菜など)	田 7a, 畑 30a
農泊施設	開業年 2009年	2011年	2015年	1996年	2002年	2007年
	部屋数 アパートメント1施設	アパートメント1施設	B&Bタイプ2部屋, アパートメント1施設	B&Bタイプ1部屋, アパートメントタイプ1施設	アパートメント1施設	アパートメントタイプ2施設
	宿泊空間 母屋から独立した別棟	母屋から独立した別棟	母屋と共同(2部屋), 母屋から独立した別棟	母屋と共同(2部屋), 母屋から独立した別棟	母屋から独立した別棟	母屋から独立した別棟
	料金 2食付 5,500円, 素泊まり 3,000円	2食付 6,700円, 素泊まり 3,500円	2食付 9,000円, 素泊まり 6,000円	2食付 7,000円, 素泊まり 4,000円	2食付 5,500円, 素泊まり 3,000円	2食付 7,000円, 素泊まり 3,500円
宿泊客	年間延宿泊者数 約 300人	70～80人	350人	—	150人	231人
	平均泊数 1泊	1泊が主	—	1泊(リピーターは2泊)	ほとんど1泊	ほとんど1泊
	宿泊客の居住地 首都圏	首都圏が9割	全体の3割インパウンド。日本人の半数は首都圏, 道内1割	関東1/3, インパウンド1割	大阪, 首都圏, 名古屋が多い	福岡県内(福岡市, 北九州市)がほとんど
	リピーター 半分以上	3割程度	—	9割	8～9割	1割弱

	G	H	I	J	K	L
立地	所在地 近畿 山間, 集落	九州・沖縄 平地, 独立	北信越 平地, 集落	四国 山間, 独立	北信越 山間, 独立	近畿 平地, 集落
家族	経営者の出身 地元	外部	地元	地元	外部	地元
	従業内容 農業は父母, 宿泊業は娘	農業は夫, 宿泊業は妻	農業, 宿泊業を夫婦で担当	農業は娘, 宿泊業は母	女性	農業は父, 息子2人, 宿泊業は母
農業	土地 茶畑 6ha	畑 4ha	畑 30a, 果樹 2ha	畑 20a, 果樹 30a	畑 5a	田 6ha, 畑 3ha
農泊施設	開業年 2017年	1999年	2000年	2008年	2008年	2013年
	部屋数 キッチンなしアパートメントタイプ1施設	アパートメントタイプ1施設	B&Bタイプ3部屋, キッチン共同	B&Bタイプ1部屋	B&Bタイプ1部屋	アパートメントタイプ1施設
	宿泊空間 母屋から独立した別棟	母屋から独立した別棟	母屋から独立した別棟	母屋から独立した別棟	母屋と共同(ダイニング), バストイレは別	母屋から独立した別棟
	料金 2食付 12,000円	2食付 8,000円	2食付 7,000円	2食付 6,500円, 素泊まり 4,500円	2食付 13,000円	2食付 7,000円
宿泊客	年間延宿泊者数 約 300人	178人	200人	70～80人	—	約 100人
	平均泊数 1泊が多い	2, 3泊が多い	ほとんど1泊	ほとんど1泊	ほとんど1泊	1泊のみ
	宿泊客の居住地 傾向なし(お茶好きの人)	県外各地	県外9割(関東, 関西)	関東, 関西	愛知県と関東が半々	関西が多い
	リピーター —	半分以上	半分	1割	半分	あまりいない

	M	N	O	P	Q	R
立地	所在地 東北 平地, 独立	北信越 平地, 集落	九州・沖縄 平地, 集落	四国 山間, 独立	東北 平地, 集落	北信越 台地, 集落
家族	経営者の出身 地元	地元	外部	地元	地元	地元
	従業内容 農業は父, 宿泊業は母, 娘	農業は夫, 宿泊業は妻	農業は父, 宿泊業は母, 息子	農業は夫, 宿泊業は妻	農業は父, 母, 宿泊業は娘	農業は夫, 宿泊業は妻
農業	土地 畑 20a	田 80a, 畑 5a	主に果樹 1.7ha	田 20a, 畑 5a	田 2ha, 畑 50a, 果樹 1ha	畑 10ha
農泊施設	開業年 1998年	2009年	2006年	1995年	2001年	1996年
	部屋数 キッチンなしアパートメントタイプ1施設	B & Bタイプ4部屋 (1日1組)	アパートメントタイプ1施設	B&Bタイプ4部屋 (各部屋にトイレ, シャワー付)	B&Bタイプ2部屋 (1日1組)	B&Bタイプ3部屋 (うち2部屋はトイレ, シャワー付)
	宿泊空間 母屋から独立した別棟	母屋と共同	母屋から独立した別棟	母屋から独立した別棟	母屋から独立した別棟	母屋と共同 (1部屋), 母屋から独立した別棟
	料金 2食付 8,000円, 素泊まり 4,000円	2食付 10,000円		2食付 9,000円	1泊朝食 5,000円 (隣接のレストランで夕食)	2食付き 10,800円, 素泊まり 6,000円
宿泊客	年間延宿泊者数 300人	400人	500人	350人	250人~300人	350人~400人
	平均泊数 ほとんど1泊	1泊が多いが, 2泊も増えている	2泊	1泊が多い	1泊多い	1泊多い
	宿泊客の居住地 半分がインバウンド。日本人の8割 関東	インバウンド2割。日本人の半分以上が関東	県内3割, 県外6割, インバウンド1割	関東6割, 関西3割, 県内1割	仙台 (セカンドハウスの利用), 首都圏 (東北旅行のルート上)	首都圏含む都会9割
	リピーター 日本人の半分以上	半分	8割	3分の1	4割	半分以上

(各施設へのインタビュー調査より筆者作成)

### 3-1. 世帯および農業の特徴

経営者の出身は地元(実家)が12人, 外部からの移住が6人である。外部出身は50歳以下が多く, 農泊の開業を意識して, 地域外から移住し農業に従事したケースが多い(農泊B, C, K)。地元出身の場合, 農家で生まれ育ち, 農業以外の仕事に従事し, 定年退職を機に農業を継ぎ, その傍らで農泊を開始するケースがほとんどである。そのため, 経営者の年齢は多くが60歳代以上となっている。農業と宿泊業(農泊)の従業については, 夫婦で農業と宿泊業を分担している場合が多く, 夫(男性)が農業, 妻(女性)が宿泊業を主に行っている。特に食事や接客のほか, 宿泊予約受付, 会計など, 宿泊業の大部分を担当している。夫については, 農業が中心であるものの, 実際には, 宿泊客の送迎や農業体験などを担当するケースも多い。また, 農業の繁忙期には妻が農作業の手伝いをするなど臨機応変な対応がみられる。また, 経営者の子世代がいる場合, 娘が農泊に積極的に関わり, 実質的に農泊の“顔”として従業していることが多い(農泊G, M, Q)。

農業については土地経営規模は最小5aから最大42haまでばらつきがみられるが, いずれも畑を有し, 宿泊客に料理として提供する野菜などの作物を栽培している。また, ミカンやリンゴ, 梅, 栗など果樹栽培を行っている農家が半数ある。生産された作物の販売方法については, 市場出荷しているケースは全体の1/3で, いずれも経営農地面積3ha以上の農家である。それ以外の農家では, 道の駅や宿泊客への販売などの直販によって農

業収入を得ている。なかでもインターネット販売を行っている農家もあり（農泊 C, K, L, O）、農泊のホームページで宿泊案内のほかに農産物の直売について案内を載せている。この点について、直売を行っているのは、市場出荷している農家においても同様で、一定の生産量を市場出荷し、その他の農産物については直売を行っている。また、約半数の農家では農産加工を行い、ジャムや漬物、味噌、ジュースなどの加工品を販売している（農泊 A, B, G, H, J, L, M, O）。

個人旅行客を受け入れる農泊では、農産物の市場出荷に比重を置かず、宿泊客へ料理として自家農産物を提供したり、農産物の直販、加工品の製造や販売などを行う傾向が強い。例えば農泊 K, L では、通常の農業経営を安定させるために、農泊ビジネスを行っている。消費者である宿泊客に農泊をしてもらうなかで、自ら生産した農産物への理解（安心、安全、高品質）を深めてもらい、直売や加工品販売を通して付加価値の高い農業生産の実現を目指している。

### 3-2. 農泊施設の現状

開業年は、1990年代が5軒、2000年代9軒、2010年代4軒である。開業時の年齢で見ると、20代1、30代4、40代3、50代6、60代2、不明2であり、30代～50代であったケースが多い。なかには経営者が親世代から子世代に移行したケース（農泊 M, Q）もあるが、開業から経営者が変わらずに高齢化している場合も多い。

客室のタイプをみると、アパートメントタイプのみ9軒、B & Bタイプのみ7軒、両タイプあり2軒となっている。アパートメントタイプは1つ以上のダイニングまたはリビング（キッチン付き）、1つ以上の寝室、風呂付きが基本の客室である。多くの場合、母屋から独立した別棟を1日1組に提供する場合、このアパートメントタイプに当てはまる。農家の敷地内あるいは周辺にもともと空いていた家屋を改修して農泊施設として提供する場合（農泊 C, E, F, G, H, M, O, Q, R）や、農泊経営をきっかけに宿泊棟を所有する敷地内に新築する場合（農泊 A, D, I, L）もある。アパートメントタイプの場合、母屋から独立しており、通常寝室が2つ以上あるため、小さな子供連れの家族客やグループ客に好まれる傾向にある。キッチン付きのため食事を作ることも可能であり、チェックインしてからチェックアウトまでの滞在期間中、経営者と宿泊客の接点が少ないため、宿泊客にとっては自由度の高い滞在を過ごすことが可能となり、経営者にとっては農泊ビジネスの労働面での負担が軽減されることにつながる。B & Bタイプは日本の場合、寝室1つのみが基本の客室である。農泊 P のように4部屋それぞれにトイレやシャワー（浴室）が併設されている場合もあるが、母屋を改修して農泊を営む際、これまではほとんどの場合、かつての民宿と同様にトイレや浴室を改修せず、他の客と共同利用で提供してきた。そのため、B & Bタイプは宿泊客同士あるいは、宿泊客と経営者とが互いに気を使う場面があり、農泊施設の料理を味わうことや家族との交流などが目的である以外に、一般の旅行者が地方旅行の際の宿泊施設としてB & Bタイプの農泊を選択することは極めて少ないのが現状である。そのような経緯の中、B & Bタイプのみ複数客室を保有するも、1日1組のみ宿泊受入れで経営するケース（農泊 N, Q）や客室にトイレ、シャワーを増築するケース（農泊 R）も見られるようになっている。

宿泊料金は1泊2食付で5,000円～13,000円となっている。朝食や夕食は自家生産した

米や野菜などが提供されるほか、地域の郷土料理や特産品が提供される。1泊2食付での食事、特に夕食時は農家の人と一緒にのケースがほとんどで、料理や食材について会話しながら食事をするパターンとなっている。このように料理が各農泊の売りになっていることが多く、農泊Gは茶農家であるが、すべての料理に自家農園で生産された茶葉をアレンジした創作料理となっている。農泊Nは地域の伝統工芸品の食器を使った自家生産の食材をメインとした創作料理を売りにしており、1泊2食のみで宿泊を受け入れている。一方、素泊まりも対応しているケースもアパートメントタイプを持つ農泊を中心にみられる。宿泊に際し、宿泊料金のほかにも加工品を購入したり、農業等の体験などにより宿泊単価が10,000円前後になる場合もあるという。

経営者にとっては1日1組の受け入れによって宿泊客とのコミュニケーションを大切にしつつ、母屋から独立した離れを客室に提供し、キッチン機能も付帯させることで、宿泊客との間に生じるストレスを軽減しながら農泊を経営している。

### 3-3. 宿泊客の動向

年間の宿泊客数は100人以下が2軒、100人～300人以下が6軒、300人～500人が7軒、500人以上1軒である。いずれも教育旅行の受け入れはなく、子連れの家族客が多い。季節的には夏季の夏休み期間である7月中旬から8月末にかけての稼働率が高く、全体では4月から10月に宿泊客が集中している。また、農産物の収穫の時期である秋季にその食材を使った料理目当ての宿泊が多くなる農泊もある。

平均泊数をみると、年間を通じて1泊が多く、夏季のシーズン以外では週末に宿泊が集中している。インバウンド客の場合は2泊以上もある（農泊N）。また宿泊客の居住地からの距離が遠い場合も2泊以上になるケースもある（農泊O）。1日1組のみ宿泊で、1組あたり約2、3名が宿泊すると仮定した場合、宿泊の稼働日数は年間30日～120日がボリュームゾーンと試算できる。

宿泊客の居住地をみると、農泊が所在する道府県外からの訪問が大半を占める。特に農泊が立地する地方に関わらず、人口が集中する大都市圏である関東、関西からの宿泊客がいずれの農泊でも多い。なかには農泊Gのように宿泊客の居住地の特性に傾向はみられず、茶といった農泊の特徴に関心がある人が訪問、宿泊するというケースもある。インバウンド客の受け入れ実績のある農泊は6軒（農泊C、D、G、M、N、O）ある。いずれの農泊においてもFacebookやTwitter等のSNSで自らの農泊について情報発信しており、それらのコンテンツを通して宿泊申込が入り、実際の宿泊を通してその農泊の良さが口コミで伝わり、新たなインバウンド客の来訪につながっているという。

リピーターについては、宿泊客の半分以上との回答が10軒と過半数を超えている。なかでも8割以上が3軒ある（農泊D、E、O）。農泊D、Eでは開業から15年以上経ち、毎年同じ時期に宿泊する親戚や友人のような関係になった多くの宿泊客によって農泊経営が維持されている。また年間の宿泊客数が多くなるについてリピーター客の比率が高い傾向にあり、年間300人以上の宿泊がある農泊のうち、回答があった農泊を見ると1軒を除いたほか全てでリピーターが半数以上となっている。このように農泊経営においてはリピーターの存在が経営維持のカギの一つと考えられる。

#### 4. 個人旅行者の受け入れによる農泊の特徴と普及拡大に向けた課題—日本とイタリアの農泊の比較を通して

本研究では、個人旅行者の受け入れを行っている農泊へのインタビュー調査をもとに、農泊の動向を明らかにした。イタリアのアグリツーリズムと比較してみると、日本の農泊は施設面や宿泊客の動向で類似する点が多い。例えば以下の通りである。

- ・農泊経営では女性の役割が重要となっており、料理や掃除、接客、予約対応、会計などの宿泊に関する全般にわたって女性に対応している。男性（主人あるいはその父、息子）は基本的に農業に従事し、送迎や農業体験などの必要に応じて宿泊客に対応している。
- ・客室は母屋から独立した別棟に設置されている。多くの場合、使われなくなった家屋を改修して提供している。その場合、キッチンやトイレ、シャワー（浴室）がもともと付帯しており、それを一棟貸し切りにして提供するケースが多い。複数のゲストに提供する場合、寝室のみ（B & Bタイプ）を提供する形であり、トイレやシャワーは他のゲストと共有する。
- ・宿泊客は4月から11月に集中しており、夏季の休暇シーズンは家族客が多い。農産物の収穫時期の秋に目当ての食材や料理を目的に宿泊するケースもある。

最後にイタリアのアグリツーリズムと比較した場合の日本の農泊との違いを述べたうえで、日本の農泊の普及拡大に向けた提言を行う。

##### ①宿泊施設としての質を高める客室への積極的な投資

イタリアのアグリツーリズムでは、すべての客室にトイレとシャワーを付帯させている。アグリツーリズム開業に際して数万ユーロをかけて施設改修を行っているのであり、改修費用はおおむね10年間で返済する計画を立てている。客室の質を高めることで食事、自然環境、建物、空間、もてなしなどを含めると周辺のホテルよりも水準の高い宿泊施設となり、安定した集客を維持している。

##### ②泊食分離の徹底と食事（特に夕食）の料金の商品化

本研究に際し、筆者が調査で訪問したいずれの農泊施設においても食事は素晴らしく、他の飲食店では食べることが出来ない新鮮な食材や料理の数々に感動した。アグリツーリズムも同様であったが、夕食代は相対的に日本の農泊よりも高く、酒（ワイン）代なども別料金で明確に設定している。またアグリツーリズムではレストラン営業を行っているケース多く、夕食を当該施設の宿泊客だけではなく一般客にも提供することで収益をあげている。

##### ③インバウンド客を主とした連泊型の宿泊施設へのシフト

日本の農泊への宿泊客はたいてい1泊であるが、アグリツーリズムへの宿泊客は2、3泊以上が多く夏季には1週間の滞在も珍しくない。しかしこれらの宿泊客の多くはイタリア国外からのインバウンド客である。それらの場合、アパートメントタイプに数泊し、レンタカーあるいは自家用車で周辺の観光を楽しむのが一般的なケースである。

以上の3点が日本の農泊の普及拡大に向けた鍵であるが、これらはそれぞれ関連してい

る。客室の質を高めるべく改修投資し、1日数組を受け入れることで宿泊からの収益を安定させ、食事の料金をアグリツーリズム並みにし、一般客も受け入れるレストラン営業をしたり、自家農産物を使用した加工品を販売することで宿泊以外の収益を確保する。さらにインバウンド客が地方を周遊する時代が近いうちに来ると想定され、そのインバウンド客をターゲットにアパートメントタイプの客室やトイレとシャワーを付帯したB&Bタイプの客室を整備する。それにより地方旅行の際の宿泊施設として農泊が利用され、ひいては農家や農業の持続的な発展につながるといえる。

#### 〔注〕

- (1) 2003年に旅館業法が改正され、農林漁業者に限り、客室延べ床面積が33㎡(宿泊する人数を10人未満とする場合には、1人あたり3.3㎡)に満たない場合でも簡易宿所営業の許可を得られるようになった。
- (2) 例えば、栃木県大田原市では2012年から地域の農家約140軒が農泊に参加し、主に学校等の教育旅行を受け入れており、交流人口は8,351人、農泊者数は3,428人(2016年度)に達し、日本有数の農泊の受け入れ地域になっている。
- (3) 2021年度末の時点で、農泊推進対策の採択地域は全国に599地域となっている。
- (4) イタリアのアグリツーリズムの調査結果をまとめたものとして次の論文がある。山田耕生・藤井大介(2017),日本における農家民泊の普及拡大に向けた考察—イタリア・アグリツーリズム調査結果から、日本観光研究学会第32回全国大会発表論文集
- (5) 調査対象の農泊選定については、「農林漁家民宿おかあさん100選」に選定されている農家民宿、各都道府県のグリーンツーリズム・農家民宿担当部局HP、個々の農家民宿HPを参照に、個人旅行客の受け入れを経営の主眼に置き、口コミ等の評価が高いと思われる農家民宿を選定し、インタビュー調査を実施した。

#### 〔参考文献〕

- 鈴木源太郎 2009, 小中学生の体験教育旅行受け入れによる農村地域活性化. 農林水産政策研究 15: 41-59.
- 若林憲子 2013, グリーンツーリズムの教育旅行による農家民宿・農家民泊受入と農業・農村の展開可能性. 地域政策研究(高崎経済大学地域政策学会) 15: 159-179.
- 河村充起・星野敏・清水夏樹・鬼塚健一郎 2017, 農家民宿群形成と継続の課題に関する研究—石川県能登町「春蘭の里」を事例として—. 農村計画学会誌 36. 229-234.

(2022.9.26 受稿, 2022.11.1 受理)

〔抄 録〕

本研究では個人旅行客の受け入れを行っている各地の農泊の経営の現状を明らかにした。また、イタリアのアグリツーリズムとの比較を通して、宿泊ビジネスとして農泊が普及拡大するためのポイントを考察した。個人旅行客を受け入れる農泊では、農産物の市場出荷に比重を置かず、宿泊客へ料理として自家農産物を提供したり、農産物の直販、加工品の製造や販売などを行う傾向が強い。経営者にとっては1日1組の受け入れによって宿泊客とのコミュニケーションを大切にしつつ、母屋から独立した離れを客室に提供し、キッチン機能も付帯させることで、宿泊客との間に生じるストレスを軽減しながら農泊を営んでいる。また年間の宿泊客数が多くなるについてリピーター客の比率が高い傾向にあり、農泊経営においてはリピーターの存在が経営維持のカギの一つと考えられる。イタリアのアグリツーリズムと比較してみても日本の農泊の普及拡大に向けては①宿泊施設としての質を高める客室への積極的な投資、②泊食分離の徹底と食事（特に夕食）の料金の商品化、③インバウンド客を主とした連泊型の宿泊施設へのシフト、を提示した。



〔論 説〕

## 金融商品に係る減損によるプロシクリカリティへの影響

### —先行研究における議論を手掛かりとして—

根 岸 亮 平

#### 1. はじめに

金融商品会計が金融危機の発生を助長したかどうかについては多くの議論がなされてきた。特に金融商品に係る減損モデルがプロシクリカリティ (pro-cyclicality) をもたらし、金融危機を助長する要因の1つとなっていたと指摘されている (Dugan 2009; Barth and Landsman 2010)。具体的には、発生損失モデルのもとで景気拡張期において損失の過小評価がなされ、景気後退期において損失が一気に計上されるため、「少なすぎるし、遅すぎる (too little, too late)」という批判がなされてきた。その結果、米国財務会計基準審議会 (FASB) および国際会計基準審議会 (IASB) は、それぞれ米国会計基準 ASC326「金融商品 信用損失」およびIFRS第9号「金融商品」を新たに公表し、金融商品に係る減損モデルとして予想損失モデルを採用することとなった。

予想損失モデルでは、合理的で裏付け可能な将来予測的な情報に基づき、将来発生すると予想される信用損失を認識する。ASC326における予想損失モデル (以下、CECLモデルという) は、全期間の予想信用損失を認識するのに対し、IFRS第9号の予想損失モデル (以下、ECLモデルという) は、当初認識時 (ステージ1) については12ヶ月の予想損失、当初認識以降の信用リスクの著しい増大した場合 (ステージ2)、または減損している場合 (ステージ3) については全期間の予想信用損失を認識する。これらCECLモデルとECLモデルには差異はあるものの<sup>(1)</sup>、発生損失モデルよりもフォワードルッキングな損失計上となるため、予想損失モデルはプロシクリカリティを低減すると主張される (Beatty and Liao 2011; Bushman and Williams 2012; Cummings and Durrani 2016)。

しかし、予想損失モデルに関するプロシクリカリティの検証結果については蓄積されつつあるが、先行研究において2つの相反する結論がみられる。1つは、従来の主張通り、予想損失モデルよりも発生損失モデルの方がプロシクリカルであるという結論である (Cohen and Edwards 2017; DeRitis and Zandi 2018; Chae et al. 2019; Loudis and Ranish 2019; Huber 2021)。もう1つは、発生損失モデルよりも予想損失モデルの方がプロシクリカルであるという結論である (Abad and Suarez 2018; Covas and Nelson 2018; Krüger et al. 2018; Buesa et al. 2019; Chen et al. 2022)。

そこで本稿では、いくつかの先行研究を手掛かりとして、なぜ金融商品に係る減損モデルによるプロシクリカリティへの結論が異なるのかという点について根本的な要因を探

---

(1) これらの2つの予想損失モデルの差異については、根岸 (2019) を参照。

る。確かに、予想損失モデルの導入は2018年以降であるため、予想損失モデルに関する大規模なサンプルの実証研究を行うための十分なデータが揃っているとはいえない。しかし、これらの要因を理解することは、金融商品に係る減損会計のあり方を検討を行う上で重要であると考えられる。

本稿の構成は次のとおりである。まず、第2節において議論の焦点となるプロシクリカリティの定義について整理する。次に、第3節では予想損失モデルよりも発生損失モデルの方がプロシクリカルであると主張する文献についてレビューを行う。また、第4節において発生損失モデルよりも予想損失モデルの方がプロシクリカルであると主張する文献についてレビューを行う。最後に、第5節において金融商品に係るプロシクリカリティの研究における課題と今後の展望を述べる。

## 2. プロシクリカリティの定義

金融商品に係る減損の議論では、プロシクリカリティに焦点をあてられている。金融安定化フォーラム (Financial Stability Forum) では、プロシクリカリティを「経済の金融部門と実物部門との間の動的な連動性 (正のフィードバック・メカニズム) のことである。これらの相互補強的な連動性は、景気変動を増幅させ、金融不安を引き起こしたり、悪化させたりする傾向がある。」(FSF (2009), p.8) と定義している。

このプロシクリカリティの定義には、単に「連動性」であることと、その結果として景気循環を「増幅させる / 悪化させる傾向」であることの2つの要素が含まれている。この定義を反映するように、金融商品に係る減損の先行研究においても、プロシクリカリティを、「連動性」として定義する文献 (Abad and Suarez 2018; Chae et al. 2019; Covas and Nelson 2018; DeRitis and Zandi 2018; Krüger et al. 2018; Loudis and Ranish 2019 など)、または「増幅させる / 悪化させる傾向」として定義する文献 (Beatty and Liao 2011; Bushman and Williams 2012 など) に大別される。

ここで重要な点は、金融商品に係る減損のプロシクリカリティに関する議論は広く行われているにもかかわらず、プロシクリカリティという概念が先行研究の中で一貫して定義されていないということである。先行研究において多義的にプロシクリカリティが用いられている場合、異なる研究結果が得られたとしても、前提条件やそれに伴い検証する指標が異なるため、プロシクリカリティに関して誤った結論を導き出す危険性がある。そこで次節以降では、プロシクリカリティを「連動性」と定義する先行研究の中でも、金融商品に係る減損のプロシクリカリティに関して相反する結論を示している文献を取り上げ、それぞれの研究結果をもとに検討を行うこととする。

## 3. 発生損失モデルによるプロシクリカリティ

本節では、予想損失モデルよりも発生損失モデルの方がプロシクリカルであると主張する Chae et al. (2019) および Loudis and Ranish (2019) についてレビューを行う。具体的には、これらの研究が結論に至るまでに依拠した主要な仮定と方法に焦点を当てて整理を行う。

## (1) Chae et al. (2019)

Chae et al.(2019) では、カリフォルニア州で組成された住宅価格のデータを用いて、マクロ経済変数である住宅価格指数（HPI）を予測し、金融危機の間で CECL モデルにおける貸倒引当の金額およびタイミングにどの程度影響を与えるかを検証している。

CECL モデルの貸倒引当金を推計するにあたっては、そのインプットとなるマクロ経済変数の予測に関連する異なる仮定（シナリオ）を設定している。Chae et al.(2019) において議論の出発点となる仮定は「完全な予見（perfect foresight）」であり、実際に観測された過去の HPI の値に基づいて見積もられた CECL モデルである。他には、住宅価格が安定的に成長するという「楽観的予測」、短期的なトレンドの継続を予測する「自己回帰的予測」<sup>(2)</sup>、および6か月間は「完全な予見」に従い、残りの18ヶ月は HPI 予測に戻る「限定的予測」という3つの仮定（不完全な予見）のもとに CECL モデルを算定している。

その結果、Chae et al.(2019) が定義した11のプロシクリカリティ指標（例えば、貸倒引当金と HPI との相関、最も貸倒引当金が最も増加した時期、2008年第1四半期以降の貸倒引当金の増加率など）<sup>(3)</sup>に基づき、検討したすべての仮定において、図表1のとおり CECL モデルは発生損失モデルと比較して損失を早期に認識することを示している。

図表1 Chae et al.(2019) におけるプロシクリカリティ指標

	発生損失モデル	完全予見 CECL	楽観的 CECL	自己回帰 CECL	限定的予測 CECL
HPI との相関	- 76.1%	11.2%	- 8.7%	- 18.3%	- 10.2%
最も減少した時期	2010q1	2011q4	2009q3	2009q3	2009q2
最も増加した時期	2008q4	2006q4	2009q1	2008q1	2007q4
最大額となる時期	2009q1	2008q1	2009q1	2009q1	2008q4
2008q1 の増加率	82%	- 33%	51%	25%	1%

出典：Chae et al.(2019) Table1 より一部抜粋

発生損失モデルにおける貸倒引当金は、2006年に住宅価格が低下し始めても増加せず、2009年に住宅価格が大幅に下落した後に急速に増加する。この貸倒引当金が最大となるのは、景気後退期からおおよそ15か月後である。一方で、「完全予見」の下での CECL モデルでは、貸倒引当金は2006年から増加し、景気後退の始まりである2008年第1四半期と住宅価格の大幅な下落の前に貸倒引当金が最大額に達した。ただし、不完全な予見のもとでの仮定においては「完全予見」ほどの結果は得られず、発生損失モデルにより近い結果を示している<sup>(4)</sup>。

(2) すなわち、景気拡張期には楽観的に、景気後退期には悲観的に予測を行う。

(3) その他に、貸倒引当金の標準偏差、貸倒引当金が最も減少した時期、貸倒引当金が最大となった時期など。

(4) 具体的には、次のとおりである。「楽観的予測」は、発生損失モデルとやや類似しており、HPI が底値に近づいた2008年から2009年にかけて貸倒引当金の積み増しを行っている。「自己回帰予測」は、「楽観的予測」と同様に、実際の HPI に比べて保守的な予想を示したため、貸倒引当金は「完全予見」の水準を下回っている。「限定的予測」では、特に景気後退期に貸倒引当金の急激な増加を示さず、「完全予見」CECL モデルに近い結果となっている。

そのため Chae et al.(2019) は、「不完全な予見」である3つの仮定について、24ヶ月、12ヶ月、6ヶ月、3ヶ月のそれぞれの間隔で予測の調整を行った場合の影響も検証している。その結果、たとえ「不完全な予見」であったとしても、その予測が頻繁に更新されるほど、景気後退のピークで貸倒引当金が過小に計上される度合いが減少するはずであり、よりフォワードルッキングな減損モデルとなると結論づけている。

Chae et al.(2019) の主要なインプリケーションは、CECL モデルは様々な予測のもとで、発生損失モデルよりもプロシクリカルではないということである。さらに、短期的なマクロ経済の動向を予測する能力を有していれば、CECL モデルが様々なプロシクリカリティの尺度のもとで、発生損失モデルよりもフォワードルッキングな貸倒引当金の計上につながることを示唆している。また、Chae et al.(2019) では、住宅価格の予測に基づいて予想損失を算定していたが、CECL モデルの適用にあたってはモデルや価格のみならず、予測の手法や更新頻度も影響を与えていることから、それらの開示についても必要性が認められる。

## (2) Loudis and Ranish (2019)

Loudis and Ranish (2019) では、1998年から2014年までのFR Y-9C レポートをもとに、CECL モデルによる貸倒引当金の変動が米国銀行の当期純利益や自己資本にどのような影響を与えるかを検証している。ここで Loudis and Ranish (2019) では、CECL モデルの導入にあたり銀行の資本規制は変更されていないため、銀行の自己資本比率目標はCECL モデルの影響を受けないと仮定している。したがって、銀行は貸倒引当金が資本比率に与える影響を相殺するために、配当や自社株買いなどの資本配分や貸出行動を変更することになる。これらの仮定のもと、CECL モデルが発生損失モデルよりもプロシクリカルであるかどうかは、それぞれの減損モデルが貸出の伸びの変動を弱めるか強めるかによって判断している。

CECL モデルの貸倒引当金を推計するにあたっては、「高予測」、「低予測」および「中間的予測」という3つの仮定（シナリオ）を設定している。「高予測」では、銀行が予測する予想損失は4年先まで実際の償却率と完全に一致し、その後は償却額の長期平均に直線的に回帰する。「低予測」では、予想損失は直ちにローンの残存期間中の正味償却額の長期平均に回帰する。「中間的予測」は、予想損失に関する情報を株式市場と同じ速度で取り込む<sup>(5)</sup>。結果として、発生損失モデルの貸倒引当金（すなわち、過去の実績値）と比較して、CECL モデルの貸倒引当金は、いずれの仮定においても景気後退期の前に増加している。例えば、「中間的予測」のもとでのCECL モデルの推計では、貸倒引当金の約62%が景気後退前に増加しているのに対し、発生損失モデルではわずか11%であった。

さらに、Loudis and Ranish (2019) では、「中間的予測」のもとで、CECL モデルが銀行の資本および貸出に与える影響を分析している。その結果、CECL モデルが景気循環を抑制する可能性があるとは指摘している。その理由として、CECL モデルのもとでは景気後退期に引当金が急増するため、銀行はストレスのかかる時期に先立ってより多くのデレバ

(5) 具体的には、1年目はかなり良い予測であり、2年目には予測の限界に達し、それ以後の予測は悪い。

レッジを行い、銀行の破綻の頻度を減らす可能性がある。一方で、CECLモデルは、融資実行時の貸倒引当金に比較的大きな影響を与えるため、短期的に資本制約が厳しい銀行では、貸出を抑制される可能性があり、状況によりプロシクリカリティを高める可能性についても言及している。

#### 4. 予想損失モデルによるプロシクリカリティ

本節では、発生損失モデルよりも予想損失モデルの方がプロシクリカルであると主張する Abad and Suarez(2018) および Covas and Nelson(2018) についてレビューを行う。具体的には、第3節と同様にこれらの研究が結論に至るまでに依拠した主要な仮定と方法に焦点を当てて整理を行う。

##### (1) Abad and Suarez(2018)

Abad and Suarez(2018) は、銀行における貸倒引当金の推計のためのベースラインを設定し、発生損失モデル、予想損失モデル(CECLモデル、ECLモデルとその各ステージ)における損失、信用リスクに係る内部格付手法(Internal Ratings-Based: IRB)による予想損失(IRBモデル)について比較を行っている。下記の図表2は、その結果を要約したものである。

図表2 Abad and Suarez(2018) におけるプロシクリカリティ指標

貸倒引当金	平均	標準偏差	条件付平均	
			景気拡張期	景気後退期
発生損失モデル	1.04	0.37	0.87	1.60
IRBモデル	2.00	0.47	1.80	2.69
CECLモデル	4.36	0.58	4.06	5.36
ECLモデル	2.43	0.61	2.14	3.42
ステージ1	0.22	0.05	0.20	0.32
ステージ2	1.17	0.20	1.07	1.51
ステージ3	1.04	0.37	0.87	1.60

出典：Abad and Suarez(2018) Table2 より一部修正のうえ抜粋

Abad and Suarez(2018) によれば、CECLモデルおよびECLモデルにもとづく貸倒引当金は、発生損失モデルおよびIRBモデルよりも大きなボラティリティを示しており、発生損失モデルにおける貸倒引当金が最も変動が少ない。発生損失モデルによる貸倒引当金の変動が少ないのは、信用損失が認識される時期が遅れ、景気後退の初期に損失が急激に増加したことを緩和しているためである。一方で、損失の変動が最も大きいのは、ECLモデルにおける貸倒引当金であり、ステージ2が最も大きな割合を占めていることが影響している。ECLモデルでは、景気後退の到来とともに当初認識以降の信用リスクの著し

い増大が生じ、金融資産がステージ1からステージ2に移行し、認識される予想損失が12ヵ月から全期間に移行することに伴う「断崖効果」を誘発するためである。

さらに、それぞれの減損モデルによる影響、特に予想損失の認識による資本減少への影響を測定するために、発生損失モデル、ECLモデル、CECLモデル、およびIRBモデルについて、景気拡張・後退の状況下における普通株式Tier1 (Common Equity Tier1: CET1) 資本水準と資本の再構成についてシミュレーションを行っている。しかし、いずれの減損モデルにおいても、規制当局によって制限されているため、CET1は大きな変動は生じない。そのため、配当と資本増強の頻度と規模への影響を検証している<sup>(6)</sup>。その結果、配当はCECLモデル、ECLモデル、IRBモデル、発生損失モデルの順で多く支払われている。また、資本増強に関しては、ECLモデルが景気後退期に資本増強が必要となる確率が他のどの減損モデルよりも高い。

Abad and Suarez(2018)は、予想損失モデルのようによりフォワードルッキングな貸倒引当金の計上は、銀行が景気の拡張期から後退期への転換点を事前に十分に予測できない、または景気拡張期に十分な予防措置を取ることができなかつた場合、銀行の規制資本がより急激に減少する可能性を示唆している。そのような場合、銀行は景気拡張期に蓄積した資本バッファを消費する、配当を減額する、または新たに株式を発行することで、こうした影響に対処するかもしれない。しかし、これらの選択を迫られた銀行は、新規融資の抑制、資産の売却、より安全な資産へのリバランスなど、リスクアセット (RWA) の削減を行うことが多い。これらの根拠をもとにAbad and Suarez(2018)は、予想損失モデルがよりプロシクリカルであると結論づけている。

## (2) Covas and Nelson (2018)

Covas and Nelson(2018)では、経済状況が顕著に悪化し始める2年前の2005年第1四半期から、景気後退が終了した2012年第4四半期までCECLモデルによる貸倒引当金の額を推計している。その結果、この金融危機の間にCECLモデルが導入されていたならば、銀行融資の収縮と金融危機の深刻さを増幅させることになり、非常にプロシクリカルであったであろうと結論づけている。

予想損失モデルのプロシクリカルリティに関する先行研究においては、予想損失のインプットにおいて「完全な予見」を前提としている(Chae et al.(2019)など)。しかしながら、Covas and Nelson(2018)では、景気循環の転換点のタイミングや程度を正確に予測することができないという前提に立ち、金融危機の発生当時に利用可能であったマクロ経済予測をもとに損失の予測を行っている。この前提のもとでは、2007年の金融危機の始まりまでは、CECLモデルによる貸倒引当金の水準は、発生損失モデルの下で実際に計上された貸倒引当金の水準よりもわずかに高くなることが示された。その後、18か月にわたってCECLモデルによる引当金が急増し、金融危機の中で最悪のタイミングで銀行の自己資本比率が急低下することになった。さらに、CECLモデルによる貸倒引当金は、景気回復の開始を認識するのが遅かったため、景気後退をオーバーシュートし、長期化させる可

(6) 直感的に、配当は景気拡大期に行われ、資本増強は景気後退期に行われるという前提のもとで検証している。

能性も示唆された。

その結果、Covas and Nelson(2018)では次の2つの示唆を得ている。1つは、景気後退期でなければ、CECLモデルの貸倒引当金と発生損失モデルの貸倒引当金の額に大きな差異はない。もう1つは、景気後退期に入ると、貸倒引当金が急激に増加し、CECLモデルは非常にプロシクリカルなものとなり、2007年から2009年にかけての金融危機による信用供与への影響を悪化させた可能性が高い。その理由として、金融危機前の数年間において入手可能であった住宅価格指数の予測は不正確であったことを挙げている。特に、2006年末まではHPI予測は住宅価格の継続的な上昇を予測していたが、実際にはHPIは低下しており、2007年第1四半期から2009年第2四半期にかけて、HPIは約25%下落した。

また、Covas and Nelson(2018)では、CECLモデルが銀行の資本および貸出の水準に与える影響を検証している。CECLモデルに基づく貸倒引当金は、発生損失モデルに基づく貸倒引当金が増加する6か月前に増加し始め、2006年第1四半期から2008年第4四半期にかけて、CECLモデルに基づく貸倒引当金は発生損失モデルに基づく貸倒引当金よりも多くなっている。その結果、銀行が外部から資本を調達することが困難な場合やそのコストが高い場合には、銀行は融資の抑制を余儀なくされ、経済活動の低下を増幅させる可能性がある。CECLモデルがプロシクリカリティをもたらす主な理由は、景気循環の転換点を予測することが非常に困難なためであり、こうした予測誤差は、特に融資期間が長いポートフォリオに対する貸倒引当金に影響を与えることになる。

## 5. プロシクリカリティ研究の課題と今後の展望

本論文の目的は、金融商品に係る減損モデルのプロシクリカリティに関する研究のレビューを行い、それぞれの結論が異なる要因について検討することにより、今後の課題と展望について考察することであった。第2節で指摘したように、それぞれの研究においてプロシクリカリティが定義されているため、プロシクリカリティに関する研究の比較可能性に注意を払う必要がある。本論文では、そのような比較可能性の問題を解消すべく、プロシクリカリティを「連動性」と定義する先行研究に手掛かりに、結論に至るまでに依拠した主要な仮定と方法整理を行った。

これらの先行研究においては、単一の仮定や極端な仮定だけに依拠することなく、複数の仮定や中間的な仮定にもとづいて予想損失の推計を行ったうえで、それぞれが相反する結論を導き出している。これらの先行研究において相反する結論が導かれる理由として考えられることは、金融商品に係る減損モデルのプロシクリカリティを決定する重要な要因は、予想損失の推計のインプットとして用いられた住宅価格や失業率などのような指数で表現されるようなマクロ経済の状況（または、それらにもとづく仮定やシナリオ）ではなく、先行研究において用いられた予想損失の推計手法である可能性がある。このことは、予想損失モデルを適用する個々の企業においても、予想損失を算定するためのモデルや手法がプロシクリカリティを決定する重要な要因となることを示唆している。

この場合、金融商品に係る減損モデルがプロシクリカリティをもたらす、金融危機を助長する要因の1つとなっていたという議論の出発点自体を改めて見直す必要がある。すな

わち、いずれの減損モデルを選択したとしても、信用損失の計上または当該損失に係る情報開示について個々の企業に裁量の余地があるのであれば、プロシクリカルな状況をもたらしてしまう可能性がある。例えば、先行研究でも指摘されていたように、短期的に厳しい資本状況にある銀行にとっては、ECLモデルにおける12ヵ月の予想損失やCECLモデルの「Day1損失」でさえ、プロシクリカルな行動を助長する可能性がある。予想損失モデルでは、合理的で裏付け可能な将来予測的な情報に基づき、将来発生すると予想される信用損失を認識することになるため、どのような情報をどの程度織り込むかについては裁量の余地が残されている。実際に予想損失モデルを導入した企業がどのように減損モデルを適用し、それに関する情報を開示しているのかについては、金融商品に係る減損モデルのあり方を検討するうえで重要な研究課題となると考えられる。

[参考文献]

- Abad, J. and J. Suarez. 2018. *The procyclicality of expected credit loss provisions*. CEPR Discussion Paper No. DP 13135. Available at: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3244507](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3244507).
- Barth, M. and W. Landsman. 2010. How Did Financial Reporting Contribute to The Financial Crisis? *European Accounting Review*. Vol.19(3), pp.399-423.
- Beatty, A. and S. Liao. 2011. Do delays in expected loss recognition affect banks' willingness to lend? *Journal of Accounting and Economics*. Vol.52, no.1, pp.1-20.
- Bischof, J., C. Laux and C. Leuz. 2021. Accounting for financial stability: bank disclosure and loss recognition in the financial crisis. *Journal of Financial Economics*. Vol.141(3), pp.1188-1217.
- Buesa, A., F. Poblacion, and J. Tarancon. 2019. *Measuring the procyclicality of impairment accounting regimes: A comparison between IFRS 9 and US GAAP*. ECB Working Paper Series No.2347. Available at <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecb.wp2347~35d0728499.en.pdf>.
- Bushman, R., and C. Williams. 2012. Accounting discretion, loan loss provisioning, and discipline of banks' risk taking. *Journal of Accounting and Economics*. vol.54(1), pp.1-18.
- Chae, S., R. Sarama, C. Vojtech, and J. Wang. 2019. *The effect of the current expected credit loss standard (CECL) on the timing and comparability of reserves*. Finance and Economics Discussion Series 2018-20. Available at: <https://www.federalreserve.gov/econres/feds/the-effect-of-the-current-expected-credit-loss-standard-cecl-on-the-timing-and-comparability-of-reserves.htm>.
- Chen, J., Y. Dou, S. Ryan and Y. Zou. 2022. *Does the Current Expected Credit Loss Approach Decrease the Procyclicality of Banks' Lending?* Available at: [https://as.nyu.edu/content/dam/nyu-as/econ/documents/spring\\_2022/CECL%20Lending%20Procyclicality%20CDRZ%2004042022.pdf](https://as.nyu.edu/content/dam/nyu-as/econ/documents/spring_2022/CECL%20Lending%20Procyclicality%20CDRZ%2004042022.pdf).
- Cohen, B., and G. Edwards. 2017. *The new era of expected credit loss provisioning*. BIS



- Quarterly Review. Available at: [https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r\\_qt1703f.htm](https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt1703f.htm)
- Covas, F. and W. Nelson. 2018. *Current expected credit loss: Lessons from 2007-2009*. Bank Policy Institute Staff Working Paper 2018-1. Available at: <https://bpi.com/wp-content/uploads/2018/07/CECL-Lessons-2007-2009-WP-July-12-2018.pdf>.
- Cummings, J R and K J Durrani. 2016. Effect of the Basel Accord capital requirements on the loan-loss provisioning practices of Australian banks. *Journal of Banking & Finance*. vol.67, pp.23-36.
- DeRitis, C. and M. Zandi. 2018. *Gauging CECL Cyclicity*. Moody's Analytics. Available at: <https://www.moodyanalytics.com/-/media/article/2018/Gauging-CECL-Cyclicity.pdf>.
- Dugan, J. 2009. *Loan Loss Provisioning and Pro-cyclicality*. Available at: <http://www.occ.gov/news-issuances/speeches/2009/pub-speech-2009-16.pdf>
- Financial Accounting Standards Board. 2016. *Financial Instruments—Credit Losses (Topic 326): Measurement of Credit Losses on Financial Instruments*. Accounting Standards Update No.2016-13.
- Financial Stability Forum. 2009. *Report of the FSF on addressing procyclicality in the financial system*. Available at: [https://www.fsb.org/wp-content/uploads/r\\_0904a.pdf](https://www.fsb.org/wp-content/uploads/r_0904a.pdf).
- Huber, S. 2021. *Loan loss measurement and bank lending*. Working Paper. Rice University.
- International Accounting Standards Board. 2014. *Financial Instruments*. International Financial Reporting Standard No.9. (企業会計基準委員会・財務会計基準機構監訳。2015.『国際財務報告基準 (IFRS) [特別追補版] 改訂 IFRS 第9号「金融商品」』中央経済社。)
- Krüger, S., D. Rösch and H. Scheule. 2018. The impact of loan loss provisioning on bank capital requirements. *Journal of Financial Stability*. vol.36, pp.114-129.
- Loudis, B. and B. Ranish. 2019. *CECL and the credit cycle*. Federal Reserve Board Finance and Economics Discussion Series 2019-061. Available at: <https://www.federalreserve.gov/econres/feds/cecl-and-the-credit-cycle.htm>.
- 根岸亮平. 2019.「金融商品に係る2つの予想損失モデル」『千葉商大論叢』56巻(3), pp.157-170.

(2022.9.20 受稿, 2022.11.13 受理)

[抄 録]

本論文の目的は、金融商品に係る減損モデルのプロシクリカリティに関する研究のレビューを行い、それぞれの結論が異なる要因について検討することにより、今後の課題と展望について考察することである。予想損失モデルのプロシクリカリティを決定する重要な要因は、予想損失推計のインプットとして用いられたマクロ経済の状況、またはそれらにもとづく仮定やシナリオではなく、先行研究における予想損失の推計手法である可能性があり、それにより先行研究においてプロシクリカリティに関して相反する結論が導き出されてきたと考えることができる。さらに、このことは予想損失モデルを適用する個々の企業においても、予想損失を算定するためのモデルや手法がプロシクリカリティを決定する重要な要因となることを示唆しているため、今後は予想損失モデルを適用した企業における開示についても研究課題とする必要がある。

〔論 説〕

『地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加，暮らしの政策に関する

NPO 調査』結果の概要

—首都に所在する NPO 法人の存立・行動様式を探る—

戸川 和 成

1. はじめに一多様な大都市・東京 23 区の『東京問題』の複雑性

東京は日本の首都として政治・経済・社会の中心である。この「一極集中」とも呼ばれる現象は、世界の主要首都と比較して首位の「過大で過密な人口」状況をもたらしており、数多くの都市問題（以下、東京問題と表記）を発生させている<sup>(1)</sup>。都市は多様な人々が住まうことを可能にするが、背景の異なる外国人を多く迎えるならば、受け入れる準備は行政だけでなく地域住民にも求められる。言語に壁がある中では、地域社会に溶け込めるように、サポートする人々が多く求められる。そして、教育や福祉、医療の現場では公助だけでなく、共助と自助を両立させたしくみがさらに必要になるだろう。

また、960万人以上の過大な人口が定住している住まいの構造も考える必要がある（戸川 2020）。東京 23 区には昔から地形構造と歴史的な発展の経緯に由来する「下町」、「山の手」、「都心」というような、住み方を分けた表現を使う文化がある（戸川 2017）。また、住み慣れた人々を『東京人』と呼ぶなどして、地域を紹介するタウン雑誌があるほどである。このような地形構造を分けて呼称する地域状況と地域公共政策は大きく関わっている。それは暮らしの安心や防災政策の明暗を分けるほどであるほどであり、とりわけ、下町と呼ばれる地域は他地域に比べ低地帯であることを理由に、様々な地形リスクへの対応が求められる。その結果、住民の声かけを基盤とした防災訓練の実施などを欠かすことができない<sup>(2)</sup>。

このような区部の地域構造や多様な人々が住まう状況が隣り合う区によって大きく異なる中で、どのように区部を運営していくことが、住民にとって望ましい地域公共政策に結びつくのだろうか。また、特別区の行政職員の対応だけでは十分ではない様々な課題が山積する現在、地域で活動する団体・組織とどのように連携することで、暮らしやすいまちづくりを行うことができるのか。

(1) 「OECD Regional Statistics」を利用し、内閣府（2014）が推計した「人口最大都市圏の人口が各国総人口に占める割合」は世界都市のバリ（2010年値、18.6%、以下同様）、ロンドン（19.0）、トロント（18.8）、ミラノ（6.7）、ロサンゼルス（5.5）、ミュンヘン（3.5）に比べて東京圏（27.3）のそれは際立っている。

(2) 出所は「東京 23 区の 3 分の 1 が台風高潮で浸水 都が想定発表」、『産経新聞』、2018 年 3 月 30 日 23 時 02 分 HP より引用（<https://www.sankei.com/affairs/news/180330/afr1803300028-n1.html>（アクセス日：2019 年 7 月 14 日））。

本論は以上の問題意識に立って、区部を運営していくためには行政職員だけでは十分に処理することの難しい東京問題に焦点を当て、その研究の一環として実施したNPO法人調査の結果を明らかにする<sup>(3)</sup>。とりわけ、首都に所在するNPO法人が地域社会に果たす役割について、①日常生活における住民同士の交流の特徴や状況（若者と高齢者の世代間交流や新旧住民の交流など）や②団体-行政の関係および暮らしを支える区政への政策評価の状況によって把握する。

## 2. 調査結果の概要

調査の概要および調査の実施プロセスは以下のとおりである。本調査研究は東京都生活文化局が管理するNPO法人ポータルサイトの法人情報を参照し、表1に記載するとおり、令和3年2月時点で7,565団体が登録されているうち、1,300団体への郵送法にもとづく配布・回収を行った（抽出率=17.2%）。抽出方法は無作為に行い、調査は令和3年5月末～令和3年7月末にかけて実施した。その結果、148団体の回答を得られた（有効回収数=11.4%）。

表1 調査概要

調査名	「地域を紡ぐ信頼と社会参加、暮らしの政策に関する調査」
調査目的	都市ガバナンスとまちづくりに関する分析・ヒアリング調査
調査対象	認証NPO法人および認定NPO法人
調査実施日	令和3年5月末～令和3年7月末
調査方法	郵送法（配布・回収）
抽出方法	無作為抽出
母集団	東京23区に所在する認証NPO法人および認定NPO法人 (令和3年2月現在)
N	7,565
配布数	1,300
抽出率	17.2
回収数	148
有効回収数 (回収率)	11.4

出所) 筆者作成

(3) なお、本稿は2022年度学術研究助成金（個人研究）を受けて実施する研究（研究課題：『首都・東京問題を改善する持続可能な都市ガバナンスモデルの構築』／研究代表：戸川和成）成果の一部である。千葉商科大学におかれましては、本学術研究助成金を頂いたことに深謝申し上げます。

表2 令和3年6月から7月にかけての回収状況の推移

	回収数	回収率	累積回収率				
6月10日	45	30.4	30.4	7月1日	1	0.7	90.5
6月11日	14	9.5	39.9	7月2日	2	1.4	91.9
6月14日	25	16.9	56.8	7月5日	1	0.7	92.6
6月15日	4	2.7	59.5	7月6日	1	0.7	93.2
6月16日	7	4.7	64.2	7月7日	2	1.4	94.6
6月17日	9	6.1	70.3	7月12日	1	0.7	95.3
6月18日	2	1.4	71.6	7月15日	1	0.7	95.9
6月21日	7	4.7	76.4	7月20日	1	0.7	96.6
6月22日	2	1.4	77.7	7月21日	1	0.7	97.3
6月23日	6	4.1	81.8	7月22日	1	0.7	98.0
6月24日	2	1.4	83.1	7月23日	1	0.7	98.6
6月25日	1	0.7	83.8	7月29日	2	1.4	100.0
6月28日	4	2.7	86.5				
6月29日	2	1.4	87.8				
6月30日	3	2.0	89.9				
				合計	148	100.0	

出所) 筆者作成

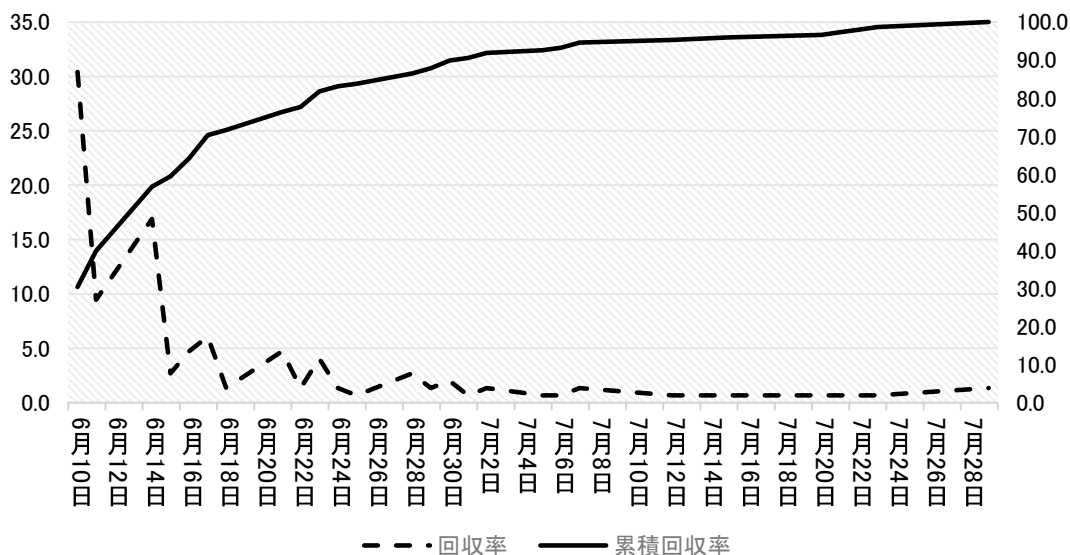


図1 回収結果の推移 (グラフ)

調査の回収状況については，図1もあわせて参照されたい。調査は約1か月半をかけて実施しており，令和3年6月10日から令和3年6月28日にかけて回収し，それ以降は緩やかにアンケート調査票の回収を行った。およそ期日として当初より設定した3週間以内に調査対象者からの回答を得られている。

なお，本調査票と研究計画は千葉商科大学研究倫理委員会から承認を得て，実施している（2020年10月29日承認。受付番号20-01）。

### 3. 集計値にもとづく調査結果の考察

#### 3.1 分析の視点

東京23区は日本の首都中枢に位置し、政治・経済・社会の中心である一方で、市民の暮らし方や市民活動の様子はどのように映るのであろうか。それは地方のように住民が率先して地域の問題に取り組むのではなく、活動に消極的な人々が多く、行政を中心とした地域社会運営の状況が読み取れるのだろうか。それに対して、国家の中心であるから東京23区には財源が潤沢に集まる結果、市民活動の支援には手厚い状況が読み取れるのであろうか。

また、過密で過大な人口を支えるには行政だけでは手に負えず、市民が自発的に公共サービスの供給を補うように自治会をはじめとした地域組織と連携しながら、自らがNPO団体のリーダーとして地域の困りごとを解決する人材として、市民活動の動きを活発にさせているのだろうか。

他方で、様々な背景を持つ人々が集まるので、地域の問題に焦点を当てるだけでなく、ジェンダー平等、持続可能な環境、福祉の充実を求め、さらに都政や隣接首都圏の政治に声を上げ、国政に関心を持ちながら活動する団体の姿が浮き彫りになるのであろうか。

本論ではそうしたNPO団体に着目し、日々活動している団体リーダーの意識調査を基にして得られる団体活動の様子や特別区の政策運営とかかわる協働の実態を考えることにしたい。

#### 3.2 首都に所在するNPO法人の存立様式

##### (1) 設立理由—法人化を勧める草の根の活動

本調査のうち、設立理由を調査したQ6を用いて、現在のNPOがどのような理由をきっかけとして活動に至るのかを考えてきたい。表3は、「次にあげる中で、あなたの団体が設立した理由として、最もふさわしいものをお答えください」という設問の記述統計を示したものである。それによれば、148団体に留まるが、そのうち62団体が「自発的な市民活動が発展した」と答えており、その割合は41.9%に相当する。すなわち、コミュニティの稀薄化やつながりづくりが難しくなった現在でありながらも、草の根の市民活動の法人化が進んでる。

表3 団体の設立理由

	n	%
1. 自発的な市民活動が発展した	62	41.9
2. 政策に対して不満があった	0	0
3. 公的サービスへの不満があった	10	6.8
4. 特定の問題（災害や発生等）が発生した	7	4.7
5. 行政の勧めがあった	14	9.5
6. NPO法が制定された	14	9.5

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加、暮らしの政策に関する調査 (NPO調査)」を元に筆者作成。

また、社会課題の必要に応じて、法人化したほうが活動を円滑にさせやすいことが、草

の根の活動の法人化を後押ししている可能性もある。それに対して，他に挙げられる理由としては「行政の勧めがあった」という団体が 14 団体（9.5%），「NPO 法が制定された」とする団体が同数の 14 団体（9.5%）であった。ボランティア活動が社会に及ぼす影響が評価されたことをきっかけに法人化した団体は 1 割程度，また活動が行政に評価されているからなのか，行政に認知されて法人化に至った団体が 1 割程度存在している。また，「公的サービスへの不満があった」を挙げるのは 10 団体（6.8%），「特定の問題（災害等）が発生した」ことを理由に挙げるのは 7 団体（4.7%）であった。すなわち，少なくとも 1 割程度は，行政運営の見直しを求めて課題を是正しようとする一方で，特定の事案に対する課題の解決を目指し，団体・組織を法人化させながら活動を展開していることが分かった。

## (2) 活動範囲—首都・東京の全国に活動領域を広げる NPO のネットワーク形成

次に，団体リーダーは自らの団体・組織が活動する範囲をどのように捉えているのだろうか。言い換えれば，どれくらいの範囲で活動することを前提として，活動目的を遂行していこうと認識しているのだろうか。Q7 の「あなたの団体が活動対象とする地理的な範囲は，次のどのレベルですか」という設問によって把握しえる状況を踏まえることにしたい。表 4 は，その設問の記述統計を示している。それによれば，首都で活動する NPO 法人の活動範囲は首都に存するからとはいえ国政レベルに偏るのではなく，ましてやコミュニティを中心に活動するような市区町村レベルに偏るのでもなく，多様に存在していることがみて取れよう。その程度は，「市町村レベル」が 31 団体（20.9%）おり，都政に働きかけるような「都道府県レベル」は 27 団体（18.2%）のようである。これは首都に存する約 4 割程度の NPO 法人が東京都または特別区を軸に活動を展開していることを意味しよう。同様に，国から世界にかけた活動を念頭に置いている NPO 法人も半数程度存在していることが調査から明らかである。

表 4 活動範囲

	n	%
1. 市町村レベル	31	20.9
2. 都道府県レベル	27	18.2
3. 広域レベル	11	7.4
4. 日本全国レベル	48	32.4
5. 世界レベル	29	19.6

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加，暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

すなわち，「日本全国レベル」が 48 団体（32.4%），「世界レベル」が 29 団体（19.6%）であるので，取り組む政策課題が似通い，活動領域を異にする団体・組織が連携するならば，活動の取り組み範囲の幅を広げることが期待できよう。立地が近くなることで活動範囲を異にする同業他社のネットワークを構築しやすいことも首都で活動するメリットになるのではないだろうか。

## (3) 主観的影響力—活動を通じて NPO はどのようにして影響力を認知するか

それでは，活動する地域では，志向する活動分野において何か政策問題が生じたとき，どの程度の影響力があると認識しているのだろうか。調査票の設問 8 には意識調査に基

表5 主観的影響力

	n	%
1. まったくない	34	23.0
2. あまりない	66	44.6
3. ある程度強い	37	25.0
4. かなり強い	4	2.7
5. 非常に強い	3	2.0

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加, 暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

づく自らの団体の影響力評価を5件法(1:まったくない~5:非常に強い)によって把握している。表5は、その記述統計を示している。

それによれば、大多数の団体は影響力がないという、「まったくない」と答えるものが34団体(23.0%),「あまりない」が66団体(44.6)と最頻値であった。それに対し、「ある程度強い」以上を回答する団体は3割程度であり、それは合計して44団体(合算して29.7%)である。このように政策問題への対応に、その影響を及ぼす認識に差異が生じるのは、東京23区で活動する団体にどのような特徴があるからなのだろうか。

本論では行政とNPO法人の距離の違いに着目して、別に分析する表によって考えることにしたい。筆者はQ13に「あなたの団体は、国や所在地の自治体とどのような関係にありますか。」という設問を尋ねており、「政策提言」や「政策決定・予算活動への支持・協力」、「審議会や諮問機関への委員派遣」といった政策運営のうち施策・事業の形成に携わる関係の有無を把握している。加えて、施策・事業を実施する「フォーラムやイベントの共同関係」、「有償の業務委託」、「政策執行に対する援助・協力」の有無を尋ねている。そして、政策運営の施策・事業を評価するために行う「行政の政策執行に対するモニタリング」の関係構築の有無を尋ねている。

筆者は「国」、「東京都」、「特別区」に分けて把握した変数と、表5に示した主観的影響力の状況のクロス集計を行った。その結果を示す表6によれば、行政とのかかわりの有無が政策問題への影響を認知する意識と次のように関連していることが確認された。

表6は①~⑧の関係を行政と構築する団体のうち、主観的影響力を「ある程度以上」と回答している団体のケース数(割合)を示したものである。それによれば、都内のNPO法人にとって、「国」と関与する団体は多くの関わりを通して、自らの政策問題に影響を及ぼす意識を高めている。とりわけ、フォーラム・イベントを共同で実施すること(71.5%)や政策決定・予算活動への支持・協力(75.0%)、モニタリング(71.4%)の割合が高い。国の審議会等で意見を申すこと(88.9%)も重要な要素であろう。また、それだけでなく無償で取り組むような行政への支援という手段を通じても政策問題への取り組みへのかかわりを増やす手段として考えられるのではないだろうか。

但し、「東京都」および「特別区」とのかかわり方をみると、国と比べて統計的な有意性を持つ変数は減少している。とりわけ、東京都と関与するNPO法人にとっては、フォーラム・イベントを共同で実施する(66.6%)、また委員を派遣する(80.0%)ことが政策問題への自らの影響力を高める手段である可能性がある。「特別区」とのかかわり方もフォーラム・イベントの共同運営(58.4%)が重要な要素であるのに対し、政策執行への援助・協力(23.1%)や無償での行政支援(37.5%)も重要である。



表6 国・東京都・特別区との関係有団体の主観的影響力評価について

値：主観的影響力（ある程度以上）

	行政との関係有団体			統計的有意性								
		n	%	国	東京都	特別区	χ <sup>2</sup> 値	p 値	χ <sup>2</sup> 値	p 値	χ <sup>2</sup> 値	p 値
							国	東京都	特別区			
①政策提言	n	11			5	9	7.761	n.s	5.571	n.s	8.768	†
	%	52.5			50.0	50						
②業務委託（有償）	n	3			4	4	14.839	***	2.42	n.s	7.375	n.s
	%	60			44.4	28.5						
③フォーラム・イベント	n	5			8	14	11.825	**	9.689	**	12.47	**
	%	71.5			66.6	58.4						
④政策決定・予算活動への支持・協力	n	3			2	6	17.236	***	0.731	n.s	5.078	n.s
	%	75			40	46.2						
⑤政策執行への援助・協力	n	4			2	3	9.696	**	2.133	n.s	8.519	†
	%	66.7			50	23.1						
⑥モニタリング	n	5			3	4	10.511	**	5.454	n.s	6.256	n.s
	%	71.4			75	57.2						
⑦委員派遣	n	8			4	4	18.949	***	8.174	†	7.375	n.s
	%	88.9			80	28.5						
⑧無償で行政支援	n	8			4	6	19.193	***	3.939	n.s	9.227	†
	%	88.9			57.1	37.5						

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加，暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

注) 漸近有意確率 (両側検定) の結果について，† : p<0.10, \* : p<0.05, \*\* : p<0.01 と表記している。

#### (4) 主たる (従たる) 分野—暮らしの生活環境の改善と教育に向けた分野に取り組む

では，東京 23 区に所在地を置いて活動を展開する NPO 法人とは，どのような分野を志向して日々の活動を展開しているのだろうか。表 7 は Q9 に設定した「特定非営利活動促進法で定められた活動分野」のうち，団体の主たる活動分野，従たる活動分野について把握した集計結果を示している。表は主たる分野の割合を基準に降順に整理したものであるが，割合が 8% 以上におよぶ政策分野に網掛けを行うと，「保健，医療」(30.4%) が最も多いことがみて取れよう。これは福祉医療の分野で活動を展開する NPO が多いことを意味するのだろうか。一方で，「経済活動の活性化」を志向する団体が 3 団体程度であった。有効回答数が少ないので十分なことは述べられないが，国レベルで活動する団体であれば，福祉を追求する全国団体としての NPO 法人が回答している可能性も考えられる。

また，東京都や特別区を範囲として活動している団体であるならば，それは暮らしの生活を改善させられるような取り組みを強く志向している可能性も高い。

さらに，次いで多かったのは「学術・文化・芸術，スポーツの振興」(16.9%) および「子どもの健全育成」(9.5%) であった。スポーツは行政だけでなく様々な組織が連携しながらイベントや講習会，振興活動を展開している分野である。東京は 2020 年にオリンピックを控えていたこともあり，文化・スポーツを関心とする団体・組織の法人化が進められてきた可能性がある。それに準じて子どもの健全育成を目的とする NPO 法人が多い。文化・スポーツだけでなく学術分野にも志向する団体が多い。東京 23 区では少なくとも，

表7 主たる活動（従たる活動）分野について

	主たる分野		従たる分野	
	n	%	n	%
1. 保険, 医療	45	30.4	9	6.1
6. 学術・文化・芸術, スポーツの振興	25	16.9	15	10.1
13. 子どもの健全育成	14	9.5	19	12.8
3. まちづくりの推進	11	7.4	13	8.8
7. 環境保全	11	7.4	5	3.4
11. 国際協力	7	4.7	13	8.8
17. 職業能力の開発または雇用機会の拡充	5	3.4	9	6.1
10. 人権擁護・平和推進	5	3.4	3	2.0
14. 情報化社会の進展	5	3.4	1	0.7
2. 社会教育の推進	4	2.7	18	12.2
16. 経済活動の活性化	3	2.0	4	2.7
15. 科学技術の振興	2	1.4	7	4.7
4. 観光の振興	2	1.4	2	1.4
8. 災害救援	1	0.7	1	0.7
9. 地域安全活動	1	0.7	1	0.7
18. 消費者の保護	1	0.7	0	0
12. 男女共同参画社会の形成	0	0	5	3.4
5. 農村漁村, 中山間地域の振興	0	0	1	0.7
19. 前各号の活動の運営または助言	1	0.7	8	5.4

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加, 暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

子どもの問題を社会全体で考えるような取り組みを NPO 法人が後押ししている可能性も考えられるだろう。

加えて, 「従たる分野」をみると, 「まちづくりの推進」が 8.8% と相対的に多くの団体が回答している。これは生活の福祉や子どもの環境改善を目指す中で, まちづくりにも視野を入れている NPO 法人が相対的に多く法人化されていることを意味しているのではないだろうか。

また, 東京 23 区は多様な外国人人口が多く流入される都市であるため, 首都に所在地を置く団体・組織が, 相対的に多く「国際協力」を志向するのも理解できるだろう。これは共生社会の実現には行政だけでなく NPO 法人などが活動する市民社会の領域が大きく関わっていることの表れでもあるだろう。加えて, NPO 法人として法人化している団体・組織の中では「社会教育の推進」を挙げる団体も 12.2% と多い。社会教育は子どもから大人までが互いに交流し, 伝統や文化の継承にもつながる。草の根の活動を法人化によって, 継続させている可能性がある。

### (5) 活動目的—地域社会運営の現場知としての NPO 活動

団体は何らかの目的を持ち，各組織の団体理念に基づいて行動している。調査票のうち Q10 に設けた「あなたの団体の主な目的，活動は次のどれにあたりますか。あてはまるものすべての番号に○をつけてください」という調査内容を確認し，東京 23 区に所在する NPO 法人の活動目的の概要を示すことにしたい。表 8 は，その記述統計を示しており，「1. 会員に情報を提供する」～「12. サービス提供（無償）」の回答結果を示す。

表 8 活動目的

	n	%
1. 会員への情報提供	81	54.7
2. 会員の生活や権利の防衛	19	12.8
3. 会員に教育・訓練・研修	58	39.2
4. 国や自治体からの補助金・奨励金斡旋	7	4.7
5. 許認可や行政上の便宜	4	2.7
6. 行政への主張・要求	28	18.9
7. 情報の収集・提供	60	40.5
8. 政策案の提言	42	28.4
9. 啓蒙活動	49	33.1
10. 団体・個人への資金助成	2	1.4
11. サービス提供（有償）	60	40.5
12. サービス提供（無償）	57	38.5

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加，暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

「会員に情報を提供」し，活動情報の共有を図ろうとする NPO 法人は 54.7% におよぶ。次いで，回答割合が高いのは「情報の収集・提供」という会員以外の組織・団体・個人に情報の提供を目的とした団体が 4 割程度であった。すなわち，自らの行動範囲を設定した上での，活動環境の問題を改善させようと，または自らの活動理念を推進しようとする時の主要な手段として情報の提供が行われているのだろう。また，それだけでなく一般向けに自らがサービスの供給主体として一般人に付加価値を提供するという団体も 4 割程度存在している。さらに，無償の公共サービスの供給を担う NPO 法人も 38.5% と，同程度の割合で存在している。東京に所在する NPO 法人はサービス提供団体としての特徴を有している。

「会員の生活や権利の防衛」は 1 割程度であるのに加え，「行政への主張要求」の要求は 2 割程度 (18.9%) であった。また，「啓蒙活動」は 33.1% の割合で回答しており，これらのような自らの団体の要望を政治に働きかける活動は東京 23 区に所在する NPO 法人にとっては重要な取り組みであると考えよう。

さらに，「政策案の提言」を行う団体が 28.4% と他の活動目的に比べて相対的に高い割合で回答している。これは，活動の現場から得た地域問題の情報や課題を政策に必要なアイデアとして，提供する機会が多いことを意味するのだろうか。

### (6) 実現する利益範囲と関係する分野—活動を通して NPO は誰の声を代弁しえるのか

では，東京 23 区に所在する NPO 法人が様々な範囲で多様に活動しているのに対して，それらの活動を通じた意見は誰の声を代弁しえるのだろうか。この点を考えるために，団

体の活動が誰の利益を実現しえるのかについて考えることにしたい。そこで、筆者はQ11の「どのような人々の利益の実現を目指していますか。」という設問の記述統計を表9に作成した。

表9 利益の実現主体

	n	%
1. 地域住民	74	50.0
2. 団体の顧客・サービス受益者	48	32.4
3. 団体メンバー	52	35.1
4. 寄付者、援助者	25	16.9
5. 日本中の人々	57	38.5
6. 特定の国・地域の人々	24	16.2
7. 世界中の人々	20	13.5
8. その他	20	13.5

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加、暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

それによれば、表4に示した活動範囲を「市区町村レベル」と回答した団体が3割程度であったのに対し、「地域住民」を挙げる団体は74団体にもおよび、過半数を超えている。すなわち、活動を通じて実現させることが可能な利益は地域住民にとっても価値のあるものと考えられる。また、「都道府県レベル」で活動する団体が上位政府と関係性を結ぼうとしている活動の背景には、団体の活動目的がローカルであることとの理由と関連しているかもしれない。

他方で、組織内外の利益を実現させるとして、「団体の顧客・サービス受益者」を挙げる団体が48団体と3割程度(32.4%)、「団体メンバー」は52団体と同じく3割程度(35.1%)であった。また、「日本中の人々」のために活動するNPOも38.5%と相対的に多いことがみて取れる。また、「特定の国・地域の人々」や「世界中の人々」にとっては両方が16.2%、13.5%と1割程度の団体が共生社会の実現に取り組んでいるのだろう。

さらに、次の表10は活動に取り組む分野がどのような地域の政策課題と関係しているのかについて調査した結果を示している。

地域住民の利益の実現を目指す団体が半数を占めるため、それを基にして、NPO法人が地域課題をどのように取り組むのかについてみていきたい。

表10 活動として取り組む政策分野

	n	%
1. 住環境の整備	10	6.8
2. コミュニティ・文化活動の活性化	41	27.7
3. 生活安全の確保	20	13.5
4. 公共施設の整備	7	4.7
5. 福祉・医療の整備	51	34.5
6. 学校教育・社会教育の充実	43	29.1
7. 工業・企業の誘致、活性化	4	2.7
8. まちづくり・まちおこし	21	14.2
9. 観光の活性化	7	4.7
10. その他	25	16.9

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加、暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

それによれば，表7に示した活動分野の分析結果と整合している。一つは，51 団体に  
もおよぶ，34.5%の団体が「福祉・医療の整備」に関する課題に関わる。次いで，「学校  
教育・社会教育の充実」に力を入れる団体が29.1%であった。これは，高齢者や子どもを  
持つ母親の負担を減らすような取り組みを NPO 法人も活動していることを示すのだろう  
か。さらに，子どもの教育に力を入れ，スポーツや生涯学習を支援する活動にも取り組ん  
でいる可能性がある。

それに加えて，「コミュニティ・文化活動の活性化」に取り組んでいる団体が27.7%であ  
った。コミュニティの中で培われたローカル・ルールや文化の継承を支えるアクターとして  
NPO 法人が一定の役割を果たしている可能性がある。また，「まちづくり・まちおこし」  
に取り組む団体は14.2%，「生活安全の確保」を目指す団体は13.5%であった。これは，  
住民の要望をくみ取り，それに向けた取り組みを活動の中に取り入れている可能性がある。

### 3.3 コロナ禍以前の行動様式—NPO-行政の協働関係

団体プロフィールをみると，都心で活動している NPO 法人は様々な分野に取り組んで  
いることがみて取れた。次に，その活動を通じ，NPO は行政や他の団体・組織とどのよ  
うな関わりを得ているのだろうか。本節では「行政-NPO 法人の関係」や「NPO-他団体  
関係」の状況を様々な視点から浮彫りにしてみたい。

#### (1) 行政の取り組みへの NPO 法人の関与

首都に住まう NPO 法人はどのような手段を介して行政と関わりをもっているのだろう  
か。筆者は表11に示す手段を通じて，「国」，「東京都」，「特別区」と関わる NPO の状況  
をアンケート調査によって把握している。それによれば，「国」と関係をもつ NPO 法人  
にとって主要な関わり方は21 団体におよぶ「政策提言」であった。それは14.2%の団体  
にあてはまり，特別区の状況よりも高い割合であった。

さらに，「業務委託」をみると，国よりも特別区の方が高い割合であり，受託団体は14  
団体であった。また，「フォーラム・イベント」を共催で行うことも特別区との方が積極  
的であった。国と7 団体が関係を築いているのに対し，特別区との関係は24 団体であ  
った。こうしてみると，区部との関係の方が国との関係より密に築かれており，様々  
なチャンネルを通じて活動から得られた現場知を行政に伝達できている可能性がある。  
それは，「政策

表 11 NPO の政策参加の状況

	国		東京都		特別区	
	n	%	n	%	n	%
①政策提言	21	14.2	10	6.8	19	12.8
②業務委託	5	3.4	9	6.1	14	9.5
③フォーラム・イベント	7	4.7	12	8.1	24	16.2
④政策決定・予算活動への支持・協力	4	2.7	5	3.4	14	9.5
⑤政策執行への援助・協力	6	4.1	4	2.7	13	8.8
⑥モニタリング	7	4.7	4	2.7	7	4.7
⑦審議会委員の派遣	9	6.1	5	3.4	14	9.5
⑧上記以外の行政支援（無償）	9	6.1	7	4.7	16	10.8

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加，暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

決定・予算活動への支持・協力」という手段だけでなく、「政策執行への援助・協力」, 「審議会への委員派遣」も同様の傾向がみとれるからである。これらは行政運営の一部にNPO法人が関与していることを意味しているが、それらの手段は特別区の方が国との関係より密であった。

## (2) 他団体との連携

筆者は、Q14として、「あなたの団体は地域で活動する「他のNPO／ボランティア団体」や「地域団体」と、次の①～⑨の事柄についてどの程度、連携して協力していますか。」という設問を設けて、他団体との関係を状況に応じてどのように構築しているのかの把握を行った。これは、地域で活動するNPO法人が同業他社ともいえるような「NPO／ボランティア団体」とどのような関係を築くことができている／できていないのか、または異業他社とも考えられる別組織の「地域団体：自治会、商店街、PTAなど」との協力関係の違いも把握できるような設問である。

一つ目の枝設問である「①活動の趣旨・目的が共通」とは地域で活動していく上で、目標が重なりながら、ともに協力できるような団体・組織がどのくらい東京の都心にいるのかを把握できる。表12に示した分析結果によれば、次のことがみとれよう。

表12 他団体との協力関係

値 (n・%) : 「円滑である」・「ある程度円滑である」の合計

	NPO／ボランティア団体		自治会、商店街など地域団体	
	n	%	n	%
①活動の趣旨・目的が共通	74	50.0	29	19.6
②活動面で連携・協力	85	57.4	40	27.1
③人材面の交流	56	37.9	30	20.2
④情報面の交流	79	53.4	37	25.0
⑤必要に応じて連携・協力	89	60.2	49	33.1
⑥行政からの依頼	53	35.8	30	20.3
⑦支援者募集の呼びかけ	44	29.7	20	13.6
⑧活動場所の共有	52	35.1	28	19.0
⑨他の団体情報の共有・提供	56	37.8	27	18.2

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加、暮らしの政策に関する調査 (NPO調査)」を元に筆者作成。

それによれば、コミュニティの問題を一緒に取り組む上では、従来から地域課題の解決に取り組んできた団体・組織との協力関係は、NPOほどは上手くいっていない実情がみとれよう。その差は74団体から29団体を差し引いて、45団体にもおよぶ差が発生している。また、「②活動面で連携・協力」というように、互いに異なる理念を持って独立であることを容認しながら連携しているという団体も同業他社の方が多く、従来から地域で活動する地縁団体との連携関係の頻度は高くない。

では、人材面と情報面の資源リソースの観点からみた連携関係はどのようにみえるのだろうか。「③人材面の交流」をみると、それが56団体と、4割程度(37.9%)であった。①や②の連携頻度と比べて見劣りしてしまうからなのか、その一方で、地縁団体と人材の

面で交流している団体の割合は2割におよんでいる。しかし、「④情報面での交流」は、数値から読み取れるように、NPO等の団体同士の情報共有の方が進んでおり、さらに他の連携手段に比べて地域団体との連携が盛んであった。すなわち、活動を一緒にするなど、人材面の交流までには成熟していないけれども、情報面での意見交換までは進んでいるということであろうか。

さらに興味深いのは、「必要に応じた連携・協力」の働きかけの程度が法人の違いを問わず、その割合が上昇する傾向にある。これは地域課題の解決を目指していく上では、連携に必要な条件が団体・組織同士で揃うのならば、互いの不足を補うように連携・協力を行うことが可能であることを示すのか。

また、団体・組織の集まりやすさは行政からの依頼への応諾のしやすさにもつながっている可能性がある。例えば、「⑥行政からの依頼」はNPO・ボランティア団体との連携によって応諾しやすくなるという団体は53団体が、地縁団体との連携による応諾のしやすさは30団体が得ているようである。

では、取り組む課題に対して、一団体・組織では十分な人手を確保できない場合、他組織に協力を求めて支援者の呼びかけを行うことに「ある程度以上円滑である」と回答している団体はどれだけいるのだろうか。この問いに答えるためには、「⑦支援者募集の呼びかけ」の割合が参考になる。それはNPO等の団体同士によって成功しているNPO法人は44団体におよぶ。また、自治会などの地縁団体に求めることが可能なNPO法人は20団体であった。これは、コミュニティの地域環境がどのようなものであれば、支援者の募集の呼びかけやすさにつながるかを検討することも必要であろう。また、地縁団体と協力関係を結ぶことが可能な団体とそうではない団体の特性にはどのような団体・組織をとりまく社会環境を必要としているのだろうか。

加えて、「⑧活動場所の共有」のような活動場所自体を互いにシェア可能な場所を確保できているNPO法人はどれだけいるのだろうか。集計値によれば、NPO等の団体とは35.1%であるのに対し、地縁団体との関係の構築は19.0%であった。異なる組織の連携は背景が異なるために、様々な意見調整が必要であると考えられる。事務所を都内で構えるのが難しい中で、どういうしくみが働くことで地域課題の解決に可能なNPO団体の活動を紡いでいくことが可能なのだろうか。

### (3) 活動メンバーの運営状況

団体・組織が目的を達成するためには他組織との連携だけでなく、団体のメンバー内の組織運営も円滑に進めていくことが必要であろう。ここでは、活動を展開していく上で、どういうメンバーが多いのか／少ないのかを把握してみることにしたい。Q15には、その状況を項目に応じて尋ねているが、その偏りが示しているのは、団体が活動を実施していく上で落ち着きやすい運営状況を反映しているのかもしれない。ここでは、首都に所在するNPO法人の運営状況の特徴を活動メンバーの状況から把握していくことにしたい。表13は、その記述統計を示している。

表13 自団体の活動メンバーの状況

値：(n・%)：「1. 非常に頻繁～3. ある程度」以上の値を集計

	n	%
①活動はほぼ同じ世代(年齢層)が参加	84	56.8
②様々な世代が参加している	105	70.9
③役員同士のつきあい・交流が盛ん	121	81.0
④役員と一般メンバーのつきあい・交流が盛ん	108	73.0
⑤一般のメンバー同士のつきあい・交流が盛ん	93	62.9
⑥活動内容に関する意思決定が行いやすい	128	86.5
⑦活動内容が円滑に周知されている	126	85.1
⑧活動内容に他のメンバーが関心を持つ	119	80.4
⑨活動内容が世の中の変化に応じて変わっている	116	78.4

注)割合は「欠損値」を含む

出所)戸川(2021)「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加、暮らしの政策に関する調査(NPO調査)」を元に筆者作成。

まず、「年代層」を考える。同世代が同じ組織に属して活動しているかという点、それは56.8%の組織に共通しているが、それよりも様々な世代が参加しているというように回答する団体が70.9%も存在しているという結果であった。

次に、「肩書の違い」によって交流の程度に差異があるのかを考えてみたい。枝設問の③は「役員同士」、④は「役員と一般メンバーの交流」、⑤は「一般メンバー同士の交流」の程度を把握したものであるが、それらを比較してみると、最も交流の程度が高いのは役員同士の交流(81.0%)であった。NPO法人の担い手不足も叫ばれているように、恒常的に参加している役員同士の交流は活発である。しかし、役員と一般メンバー同士の関係も良好な団体が108団体と、7割程度(73.0%)存在している。運営内部の交流は円滑であることがこの結果からみて取れよう。

加えて、「運営のしやすさ」を民主的であるかという観点から考えてみたい。例えば、「⑥活動内容への意思決定のしやすさ」は広くメンバーの間で意思疎通が図れていることを意味している可能性がある。また、「⑦活動内容の周知」は運営方針の透明さにもつながるであろう。「⑧活動内容に他のメンバーが関心を持つこと」は運営をメンバー全員で進めている可能性があるため、多様な意見が反映されやすいと考えられる。これらの指標で把握してみた場合、86.5%の団体が「意思決定しやすい」と答えており、「活動内容が周知されている」という団体も85.1%であった。さらに、活動内容が多様な人々で共有されている程度も80.4%であった。これはほとんどの団体にとって、民主的要素が備わった運営を行っている可能性があることを示唆していよう。

### 3.4 NPO-住民関係のネットワーク

では、首都で活動するNPO法人の実態を地域住民の関係からみてみることにしたい。Q19には、「全般的にあって、あなたの団体の活動に、住民はどの程度協力してくれますか(一つ選択)」という住民の協力度合いの程度を、「1. 非常に頻繁 2. かなり頻繁 3. ある程度 4. あまりない 5. まったくない」によって把握している。表14は、その記述統計を示しており、非常に頻繁に住民が協力するように認知する団体は3.4%に留まるが、「かなり頻繁」と「ある程度頻繁」までを含めると、43.2%と、64団体におよんでいることが分かった。これは活動を継続していくために必要な地域資源としても住民の協力



表 14 住民の協力程度

	n	%
非常に頻繁	5	3.4
かなり頻繁	11	7.4
ある程度頻繁	48	32.4
あまりない	43	29.1
まったくない	33	22.3
欠損値	8	5.4

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加，暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

が欠かせないということを示しているのだろうか。

筆者は上記の設問に加えて，Q17として「地域住民は，あなたの団体の活動にどの程度かかわっていますか。あなたの団体と地域住民との関係として，あてはまるものをそれぞれ，一つずつお答えください。」を設け，住民の協力手段を分けた状況を「1. よくある 2. 時々ある 3. ある程度ある 4. あまりない 5. 特にかかわりはない。」によって把握している。これを利用して，住民はどのような方法で団体活動に協力しているのかをみていきたい。次の表 15 は，その記述統計を示している。

表 15 住民が協力する方法

値 (n・%) : 「1. よくある」～「3. ある程度ある」を集計

	n	%
①スタッフとして協力	48	32.5
②ボランティアとして協力	55	37.1
③イベントへの参加	70	47.2
④PRを協力	49	33.1
⑤会員になる	51	34.4
⑥寄付の支援者になる	35	23.7

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加，暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

注) 欠損値を含む

それによれば，全体のうち最も多い協力方法は，「イベントへの参加」に対して，「ある程度以上」という団体は4割程度と70団体が回答している。すなわち，イベント活動は地域住民の関心のある活動を行っている可能性がある。そのため，担い手を得るには住民の協力が欠かせないということなのであろうか。これに加えて，「ボランティアとして協力」が37.1%と他の要素に比べて高い。住民の利他的行動は地域のNPO法人の活動を支えている可能性がある。言い換えれば，協力的な住民の有無が活動の円滑さに直結する問題である可能性もあるだろう。

また，「会員になる」が34.4%と他の協力手段より高い。特筆すべき点は活動者からみると，首都に住まう住民も協力してくれる人は存在している。それは，3割程度を認知するほどであることが分かった。これが多いか少ないかという問題は，他の県や都市と比べて比較してみる必要があるだろう。

「PRを協力」，「スタッフとして協力」するような活動の運営側に携わるといって，住民

の協力をある程度以上と回答した団体は33.1%, 32.5%であった。地域住民の利益を代表するNPO法人が過半数を占める中では、住民と一緒に活動するNPO法人は3割程度と多い傾向にある。

一方で、「寄付の支援者」のような、市民活動に投資をする住民は、そうではない協力方法に比べて少ない可能性があるだろう。その割合は23.7%であり、35団体がある程度以上の住民の協力を得ていると回答していた。逆に言えば、どのような団体に対して住民の寄付が集まるしくみが地域にあるのだろうか。

### 3.5 地域状況および団体運営に関する意見

以上のような関係性を築いている中では、首都に所在して活動を展開するNPO法人は、団体をとりまく社会環境に対して、どのような意見を抱いているのだろうか。筆者は、それを把握するための一つとして、Q18として「あなたの団体の意見として、あてはまるものを、それぞれお答えください(○を一つずつ)」という設問を取り入れ、「1. そう思う 2. ややそう思う 3. ある程度 4. あまりそう思わない 5. まったく思わない」によって把握している。

表16は、その記述統計を示しているが、それによれば①多世代住民からの協力状況、②地域団体として要望を聞き受ける程度、③行政のNPOへの依存度、④活動の継続性、⑤区政運営の補助(担い手の供給)の程度、⑥先駆的サービスの提供度合い、⑦次世代の地域住民への活動貢献度に対する状況を把握できよう。

まず、①多世代住民の交流について、様々な世代の住民から協力を「ある程度以上」得られやすいと思う団体数は79団体と、過半数を超えているため、NPOの団体・組織を含めて自治会・町内会などの旧来の住民が集まる組織と連携できると、さらなる新来の住民を引き合わせる事が可能なまちづくりを進められるのではないだろうか。

②住民の要望として、相談を受ける団体は57団体と住民の協力を得る団体よりは少ないが、38.5%が「ある程度以上」と回答している。一方で、③行政から相談を受ける団体は74団体と半数を占め、50.0%であった。これはNPOが行政や企業では供給できないようなサービスを提供するなど、ニッチな分野で地域の担い手として活動しているからではないだろうか。それが3割程度であっても住民の相談を聞き入れる受け皿にもなり得るし、行政からも頼られる存在として機能しているのではないだろうか。それは⑥区行政だけでは足りないサービスを提供しているという先駆的活動に対して自認している団体が35.1%

表16 団体リーダーの地域社会・行政に対する意見

	n	%
①様々な世代の住民から協力が得られやすい	79	53.4
②地域住民から要望の相談を受けることがある	57	38.5
③行政から相談を受ける	74	50
④住民の協力を得ることで、活動を継続できる	76	51.3
⑤活動することで、区行政の人手不足を補っている	88	59.4
⑥区行政だけでは足りないサービスを活動を通じて住民に提供している	52	35.1
⑦地域住民の後の世代を考えて行動している	78	50.7

注) 欠損値を含む

出所) 戸川(2021)「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加、暮らしの政策に関する調査(NPO調査)」を元に筆者作成。

いることから可能性として考えられるだろう。また，④住民の協力を得ることで，活動を継続できるといった回答に「ある程度以上」の団体が過半数を占めていることから，地域の困りごとなど住民の支えとなって活動していることがみて取れる。どのような経緯で，こういった相談を受け，住民の協力がどのように活動を継続しえるのだろうか。なお，⑦地域住民の後の世代を考えて行動するという割合は過半数を占め，50.7%であった。

### 3.6 首都の市民活動政策への評価

では，暮らしを支える区部の都市政策はどのように評価することが可能なのか。本節では，主に区行政が支援する手段という視点と，政策の各分野に分けた取り組みへの評価，そして協働型の政策運営を目指す行政の取り組み状況によって把握することにしたい。

#### (1) 市民活動政策としてみる区の NPO 法人へのサポート

筆者は Q21 として，市民活動政策としてみた特別区の取り組みについて，表 17 にまとめた「①補助金・助成金」から「⑤地域問題の協議の場の提供」までを尋ねている。表 17 の集計結果によれば，特別区の取り組みとして「④要望への誠実な対応」に対する取り組みを高く評価する団体が 74 団体と，半数の 50.1% を占めている。また，「行政情報の提供」は 49.3% の団体が「ある程度以上」の満足度を評価しており，それは充実している可能性が高い。すなわち，東京都が目指してきた情報公開の整備は市民活動政策としても高く評価できるのではないだろうか。加えて，業務の委託に対する満足度の評価が 41.9% と高いので，特別区から NPO 法人への業務の委託は円滑に進んでいる可能性がある。

「⑤地域問題の協議の場の提供」をみると，それは 60 団体がある程度以上の満足度を評価して，40.6% を占めている。すなわち過半数ではないにしろ，4 割程度の団体にとっては，特別区が協働に向けた市民活動政策を高く評価しているのではないだろうか。それは特別区が地域の意見集約をするにあたり，NPO 法人から得られる地域問題への示唆が有用であるからではないか。筆者の理解によれば，旧来住民の集まり場になっている自治会では意見集約できないような新来住民のニーズや多様な市民の要望を NPO 等の団体が聞いているからこそ，NPO 法人とのかかわり方を重要視している。その結果が，NPO 法人との協議の場への高水準の満足度に表れているのではないだろうか。一方で，「補助金・助成金」に対する満足度は 37.8% と他の取り組みへの満足度に比べて低い結果であった。

表 17 特別区の取り組み—市民活動政策への評価

値 (n・%) : 「1. 満足である」～「3. ある程度」の値を集計

	n	%
①補助金・助成金	56	37.8
②行政情報の提供	73	49.3
③業務の委託	62	41.9
④要望への誠実な対応	74	50.1
⑤地域問題の協議の場の提供	60	40.6

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加，暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

## (2) 区政満足度の評価

さて、区政運営をNPO法人はどのように評価できるのだろうか。Q22は「あなたの団体は、区の行政サービス（政策）について、満足していますか。①～⑩の政策に対する団体の満足度」を「1. 満足 2. やや満足 3. どちらでもない 4. やや不満 5. 不満」によって把握している。「1. 満足」から「2. やや満足」の割合を合計すると、次の表18のような集計結果を得ることができた。

特別区の行政サービス（政策）全般に対しては16.2%のNPO法人が高く評価しているのに加え、「⑤公共施設の整備」や「⑥福祉・医療の整備」への評価が高く20.3%であった。

さらに全般の政策満足度を基準としてみると、「③コミュニティ・文化活動の活性化」への満足度が18.9%と高い割合であった。23区で活動を展開しているNPO法人にとっては、コミュニティ・文化活動が十分に活性化しているように見えるということなのだろうか。また、⑦学校教育・社会教育の充実に対して17.6%が政策運営を高評価している。

一方で、区行政サービス全般に比べて、満足度の割合が小さいのは「④生活安全の確保」が、「⑨まちづくり・まちおこし」であった。それぞれ、14.8%、14.9%であった。首都を生活都市として考えてみると、NPO法人から映し出される首都には、住民と一緒に築いていくまちづくりやまちおこしに課題が山積していること、生活の中でどのように安全性を確保していくかという問題があることを意味していると考えられる。

表18 区政運営の評価

値 (n・%) : 「1. 満足」～「2. やや満足」までを集計

	n	%
①区の行政サービス（政策）全般	24	16.2
②住環境の整備	19	12.8
③コミュニティ・文化活動の活性化	28	18.9
④生活安全の確保	22	14.8
⑤公共施設の整備	30	20.3
⑥福祉・医療の整備	30	20.3
⑦学校教育・社会教育の充実	26	17.6
⑧工業・企業の誘致・活性化	12	8.1
⑨まちづくり・まちおこし	22	14.9
⑩観光の活性化	20	13.6

出所) 戸川 (2021) 「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加、暮らしの政策に関する調査 (NPO調査)」を元に筆者作成。

## (3) 行政とNPO法人の協働に取り組む特別区の対応について

さて、NPO法人からみた行政運営は協働への取り組み状況からどのように評価されているのだろうか。「①区は自治会・町内会やNPO、企業らによるまちづくりの中で仲介役を担っている」に対して肯定している団体は34団体おり、22.9%であった。また、「②全体的にいて、区の政策は区政モニター、パブリック・コメント、住民協議会等により住民の意見が丁寧に反映されている」を肯定している団体は27団体と、18.2%が賛意を示している。前者の方が高い割合であった。これは、区行政がまちづくりの仲介役としての取り組みを果たしているのには間違いはないが、その充実さを要望の受け入れ度から考えてみた場合、課題が残されているということの意味するのであろうか。

表 19 協働に対する特別区の取り組みへの評価

値：「1. A に近い」～「2. どちらかといえば A に近い」を集計

	n	%
A：肯定的意見		
①区は自治会・町内会や NPO，企業らによるまちづくりの中で仲介役になっている	34	22.9
②全体的にあって，区の政策は区政モニター，パブリック・コメント，住民協議会等により住民の意見が丁寧に反映されている	27	18.2

出所) 戸川 (2021)「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加，暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

また，Q24 として「あなたの団体は，次の①～③に挙げたような交流をどの程度頻繁に，特別区と行っていますか。を尋ね，特別区と関わる内容を「①機関誌を利用して，支援者募集を呼びかける」，「②区立の施設を活動場所に行っている」，「③区の情報を会員に提供する」に分類して，その程度を「1. 頻繁に行う (週 1 回以上) 2. やや頻繁に行う (月 1 回以上) 3. ある程度 (年に 1 回以上) 4. あまり行わない 5. 全く行わない」によって把握している。表 20 はその集計結果を示す。

表 20 特別区との関わり手段と頻度

値：「1. 頻繁に行う (週 1 回以上)」～「3. ある程度 (年に 1 回以上)」を集計

	n	%
①機関誌を利用して，支援者募集を呼びかける	32	21.7
②区立の施設を活動場所に行っている	60	40.5
③区の情報を会員に提供する	43	29.1

出所) 戸川 (2021)「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加，暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

それによれば，特別区の情報媒体誌が NPO 法人の支援者募集の手段になり得ている団体は 32 団体と，21.7% もいる。また，区立の施設が活動場所として使用することができる団体は，60 団体と 4 割程度存在している。過密で過大な人口を管理する上で，ボトムアップなアプローチから政策運営を支えるしくみとして市民活動政策は欠かせないということであろうか。また，区の情報を会員に提供している団体は 43 団体と，支援者の募集機会になり得ている団体よりも 5 ポイント程度高く，29.1% であった。

### 3.7 政策実施への要望の実現事例

首都に所在し，活動している NPO 法人が特別区の地方政府に要望や要求を働きかけて，その成果を享受している団体はどの程度いるのであろうか。筆者が調査した Q25 の集計結果を示す表 21 によれば，団体からみれば，およそ 1 割弱の団体の要望が政策実施に反映されている可能性がある。

表 21 政策実施・阻止の経験

	n	%
1. ある	19	12.8
2. ない	100	67.6

出所) 戸川 (2021)「地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加，暮らしの政策に関する調査 (NPO 調査)」を元に筆者作成。

加えて、NPO法人の政策実施の状況を把握してみたい。自由回答欄を設けて得られた記述を基にした表22(a)によれば、活動を通して区議会に陳情する事例も得られ、「2017年に陳情したところ区議会で全会一致で採択」された事例が確認された。さらに、外国人共生政策の分野では、「永住者の受け入れ・支援」に前向きである区の実情も得られた。また、福祉分野では「産前産後の過程にヘルパーを派遣する事業を作ってほしいと要望しそれがなかった」と回答する団体も確認された。つまり、NPO法人の活動が先駆的活動として認識されており、それを受けた行政は支援側として機能するように働いている可能性があるのではないだろうか。

また、「地域子育て支援の事業を、要望を出し合い実施している」という団体もある。それは定期的な行政職員との人間関係が形成される結果、地域社会のニーズを吸い上げるしくみが整っているのであろうか。そして、「福祉サービスが充実した」と回答する団体や、「業務委託」が政策実施の成功事例として挙げられていることも確認された。

また、表22(b)をみると、活動を通じた意見が区政に反映されているということであろうか。「区が作っている人権冊子に新しい課題として掲載」されている事例が確認され、「人権意識調査でも新しい人権」の項目が区民のアンケート調査に反映されたようである。また、「言語に対応した人材」を行政の側が対応するように変わったようである。こうした事例から、「産前産後のヘルパーを派遣する際に資格の要件をなく」したという区の対応と同様に、活動が社会にとって望ましいことが評価された結果として、行政の対応も変容していくというプロセスが確認されるのではないだろうか。

さらに、「小学校入学前の子ども保護者を対象とした事業を協力して企画実施」されることや、「地域団体、企業と連携した地域の環境学習コーディネートシステムの構築」が行われるなど、地域社会運営のしくみの一つとしてNPO法人との連携が組み込まれている事例が政策実施を実現させている事例の一つであった。これらの確認された仮説の一つずつを検証していく必要がある。

#### 4. 首都に所在するNPO法人を媒介として住民と特別区の都市ガバナンスは動いているか

一極集中に歯止めがかからない中で、生活都市として住民の豊かな暮らしと福祉を支える地域社会運営の運用が特別区には求められている。一方で、自らのミッションを掲げて地域社会、日本社会、国際社会を見据えて活動するNPO法人はどのように地域社会運営の一翼を担っているのだろうか。とりわけ、首都に住まうNPO法人が行政とどの程度関与し、住民と協力しながら自らの活動を展開しているのだろうか。本論は、そうした首都の過大で過密な巨大都市の地域公共政策を下支えするしくみの一つとして、NPOなどの市民活動政策の実態を団体レベルから分析することを目的としていた。

団体プロフィールの設立理由を踏まえると、法人化を進める以前から草の根活動を展開している。そして、法人化した現在は首都である東京に所在しながら全国に活動領域を拡げるようなネットワークとして、NPO法人の同業他社のつながりは付加価値を有している可能性がある。また、主観的影響力を尋ねると、活動を通じて地域公共政策への影響力の認識を強めているかもしれない。それは主たる活動分野でみられ、暮らしの生活環境の改善と教育に向けた取り組みに励む団体・組織が多い。

表 22 政策実施の事例

(a) 事例／政策実施 成功

	度数	パーセント
10 年くらい前であるが補助金制度を作っている	1	0.7
2017 年に陳情したところ区議会で全会一致で採択。その後、区としても前向きに検討してくれている	1	0.7
オレンジカフェの実施	1	0.7
永住者の受け入れ・支援を行ってもらえるようにする	1	0.7
横浜市と日本初協働事業をやったことがある	1	0.7
結果的に見直しなどのヒントになっていると思われるものは多いが、別に、それぞれを我々の成果とは思っていない	1	0.7
産前産後の過程にヘルパーを派遣する事業を作ってほしいと要望しそれがなかったこと	1	0.7
地域子育て支援の事業を、要望を出し合い実施している	1	0.7
地域団体と教育委員会が連携した環境学習行事の定着化	1	0.7
点字ブロックの敷設	1	0.7
福祉サービスが充実した	1	0.7
豊島区などで普及啓発の業務委託があった	1	0.7
明確には修正させたとはいえないが毎度要望の際に障害者への理解を求めているところから前向きに考えたい	1	0.7
HP 参照	1	0.7
NPO さわやかウォーキングが当方の協力をもとにポールウォーキングの導入をした。同 NPO は事実上杉並区と一体である	1	0.7
該当団体（合計）	15	10.1
欠損値	132	89.9
合計	148	100

(b) 事例／政策阻止 成功

	度数	パーセント
区が作っている人権冊子に新しい課題として掲載。区民に対する人権意識調査でも新しい人権として調査項目とした	1	0.7
言語に対応した人材をおいてもらう	1	0.7
産前産後のヘルパーを派遣する際に資格の要件をなくすこと	1	0.7
視覚障害者のためのスポーツ器具の購入	1	0.7
小学校入学前の子ども保護者を対象とした事業を協力して企画実施している	1	0.7
地域団体、企業と連携した地域の環境学習コーディネートシステムの構築	1	0.7
墨田区が配るノベルティをつくってくれた	1	0.7
毎日の NPO 棄法	1	0.7
該当団体数（合計）	8	5.4
欠損値	139	94.6
合計	148	100

さらに、活動目的を把握した結果、地域社会運営の現場知としてNPO活動が捉えられている可能性がある。それはNPO法人自らが、活動を通して誰かの声を代弁しえるように行動しているからだろうか。実現する利益の範囲のほとんどは地域住民の利益を志向していた。

コロナ禍以前の団体活動と住民・行政との協働状況を見ると、特別区の行政運営の一部にNPO法人が関与している程度は国との関係よりも密に行っている可能性がある。また、コミュニティの問題を一緒に取り組む地域組織との連携の程度をみると、地縁団体との協力関係は、NPO法人同士の協力ほどは上手くいっていないのではないだろうか。同業他社との関係が密であると、行政からの依頼に応諾しやすい。課題に取り組むのに人手が足りないようであれば、人的リソースを互いに補うよう、NPO等の団体同士は良い関係を構築しているのだろう。加えて、活動場所を地縁団体とシェアできるNPO法人もいる。

また、地域住民とのかかわりに着目してみると、4割程度の団体が住民からある程度頻繁に住民の協力を得ている。その中には、イベントの参加やボランティアとして協力し、住民はNPO法人と関係を構築している。地域課題の解決を目指すNPOと住民の間には、住民の利他的行動を基盤としたネットワークの形成も確認できるのではないだろうか。今後はどのようなしくみが働くことで、地域課題を解決できるNPOと地縁団体のネットワークが構築可能であるかを検討したい。

加えて、地域状況および団体運営に関する意見を尋ねると、住民から日常生活の相談を受ける団体が一定数存在している。さらに、行政から相談を受ける団体は過半数を超えている。つまり、地域の公共財を提供する上で、行政だけでは行き届かないニッチなサービスを住民に提供しているのではないか。活動を通じて区行政の人手不足を認識し、それを補うように展開しているという団体は過半数を占める。どのようにして行政から相談を受け、住民の協力がNPO法人の活動を支えているのだろうか。この点は今後の研究課題であろう。

以上の単純な集計結果の知見を基にしてみても、首都に所在するNPO法人を媒介とした住民と特別区の都市ガバナンスの関係は一定程度構築されているのではないだろうか。住民-NPOの関係においては、多世代の住民がNPOの活動に参加しているという調査結果が得られた。それを踏まえると、協働の主体が自治会中心の地域ほど、旧来住民と新来住民の都市生活の間に認識のずれ（知っている／知らない習慣など、活動に参加できる時間／参加できない時間など）が起きている可能性がある。一方でNPOとの連携が進んでいる地域ほど、NPO法人のネットワークが地域活動の運営を新陳代謝させうるかもしれない。すなわち、地域の橋渡し型の社会関係資本を構築する手立てとして住民-NPOの関係をみることができよう。

加えて、住民の協力意識・行動の多寡がNPO法人の活動規模や行政がNPOに相談する程度に対応しているのならば、住民間の協力が「NPO-行政」の連携や協働に一定の影響を及ぼすことも考えられるのではないだろうか。そのように考えると、暮らしの安心・安全を支える都市政策を充実させるための手段として、協働は重要な取り組みである。この研究がさらに進められるなら、NPOが取り組む活動に、住民が協力しやすい方法を解明できる。そして、それが地域社会の“世直し”にどう結び付くかを考察することができるだろう。その延長線上に特別区の市民活動政策に必要な支援方法を具体的に提示できる可能性がある。そうした考察を得るためにも、今後はヒアリング調査を踏まえてさらに検



戸川和成：『地域を紡ぐ市民の信頼と社会参加，暮らしの政策に関する NPO 調査』結果の概要

討したい。

#### 〔参考文献〕

- 内閣府（2014）「【分割版 2】資料(公社)関西経済連合会提出資料」、『第 3 回会議資料（第 3 回地域の未来ワーキンググループ）』（URL：[https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/special/future/wg3/0416/shiryu\\_view2.pdf](https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/special/future/wg3/0416/shiryu_view2.pdf)，2020 年 2 月 28 日アクセス）。
- 戸川和成（2017）「東京の都心・下町・山の手のソーシャル・キャピタル較差はどうして生まれるか」、『経済社会学会年報』，第 39 卷，pp. 123-138。
- 戸川和成（2020）「21 世紀・首都・東京の地域社会運営は如何に可能か—特別区におけるローカル・ガバナンスの構造条件とそのパフォーマンスの視点から」、『経済社会学会年報』，第 42 卷，pp. 171-188。
- 産経新聞（2018）「東京 23 区の 3 分の 1 が台風高潮で浸水 都が想定発表」，2018 年 3 月 30 日 23 時 02 分記事，<https://www.sankei.com/affairs/news/180330/afr1803300028-n1.html>，アクセス日：2019 年 7 月 14 日。

(2022.8.3 受稿，2022.11.16 受理)

〔抄 録〕

本論は2021年5月から7月末にかけて筆者が実施した「地域を紡ぐ信頼と社会参加、暮らしの政策に関する調査（NPO調査）」を基に、東京23区の地域社会運営を都市ガバナンス論の視点から考察したものである。首都に存するNPOは「法人化」を進める以前から地域社会運営を下支えする草の根活動（社会サービスの提供活動）を展開している。そして、法人化した現在は首都で展開する活動を経て、NPO法人間の連携のネットワークが構築されている。それは活動領域を全国に展開させるために必要な情報や人的リソースの確保に結びついている可能性がある。

さらに、コロナ禍以前の団体活動と住民・行政との協働状況を調べると、特別区の行政運営の一部にNPO法人が関与している程度は国との関係よりも密に行っていること、NPO法人間の連携は行政からの依頼への応諾のしやすさに結びついていること、地域住民とのかかわりを持っている団体は4割程度を占め、住民の「ある程度」の協力が得られていることが確認された。

本調査結果を踏まえると、NPO法人間のネットワークは地域の橋渡し型の社会関係資本を構築する仕組みとして作用している。そして、NPO法人と地方政府の協働のネットワークが地域公共政策のQOL向上に役立てる仕組みとして必要であると考えられる。

〔論 説〕

## フランスの再興へ向けたイギリス外交, 1940~1945年

### —ウィンストン・チャーチルの役割に着目して—

中 村 優 介

#### はじめに

1940年5月10日, ドイツはベルギー・オランダ・ルクセンブルクの侵攻を開始した。ドイツ軍の電撃戦によってフランス軍は瞬く間に崩壊し, 結果としてフィリップ・ペタン元帥 (Philippe Pétain) 率いるヴィシー政府は6月22日にドイツと休戦協定を締結した<sup>(1)</sup>。一方, フランス陸軍のシャルル・ド・ゴール将軍 (Charles de Gaulle) はイギリスへ亡命し, 枢軸国に対するフランス人の抵抗運動である自由フランス (Free France) を結成した<sup>(2)</sup>。フランス外交史研究者の宮下雄一郎は, これによりフランスは2つの「フランス」へ分裂したと主張している<sup>(3)</sup>。

また, イギリス外交史研究者のデイヴィッド・レイノルズ (David Reynolds) は, フランスの崩壊によってイギリス外交の主軸は英仏関係から英米関係へ転換したと論じている。イギリス政府はそれまで英仏の緊密な協力によって戦後国際秩序を守っていくことを計画していたが, それ以降イギリス政府はアメリカ政府との間に緊密な協力関係を築くことを主要な外交目的の一つとしたからである<sup>(4)</sup>。

しかし, 他方でイギリス政府にとってフランスの重要性が完全に失われたわけではなかった。イギリス政府は1940年から自由フランスを支援し続けただけでなく, 戦争の勝利が目前に近づくとフランスを連合国管理理事会の一員としてドイツの占領に参加させることを主張した。イギリス政府の支援もあって, フランスは連合国管理理事会の一員としてドイツの占領に参加しただけでなく, 国際連合安全保障理事会の常任理事国にもなり, 戦後国際秩序において重要な役割を担うようになった<sup>(5)</sup>。

フランスの再興に貢献した人物の1人が, イギリス首相のウィンストン・チャーチル (Winston Churchill) であった。アメリカ大統領のフランクリン・ローズヴェルト (Franklin

---

(1) ペタン率いる政府が拠点を南仏のヴィシーに移したのは1940年7月のことであるが, 本研究では表記ゆれを避けるために, 同政府を言及する際には一貫して「ヴィシー政府」という呼称を用いる。

(2) 自由フランスは1942年夏に「戦うフランス (Fighting French)」と改称するが, 表記ゆれを避けるために本研究では一貫して「自由フランス」という呼称を用いる。なお, 本研究はイギリス政府の視点に焦点を当てているため, 「自由フランス」などを原語表記する際には, フランス語ではなく英語を用いる。

(3) 宮下雄一郎『フランス再興と国際秩序の構想—第二次世界大戦期の政治と外交—』(勁草書房, 2016年)。

(4) David Reynolds, *From World War to Cold War: Churchill, Roosevelt, and the International History of the 1940s* (Oxford: Oxford University Press, 2006), pp. 23-48. 1930年代後半から1940年代初頭にかけての英米関係の変遷に関しては, *idem*, *The Creation of the Anglo-American Alliance, 1937-1941: A Study in Competitive Co-operation* (Chapel Hill, The University of North Carolina Press, 1982) を参照。

Roosevelt) やソ連の指導者であるヨシフ・スターリン (Joseph Stalin) は、西部戦線におけるわずか6週間ほどの戦いの後にドイツと休戦協定を結んだフランスを軽蔑し、フランスに戦後国際秩序における重要な役割を担わせるべきではないと主張していた。だが、チャーチルがヤルタ会談において「虎のように戦った」ことで、フランスを連合国管理理事会の一員としてドイツの占領に参加させることにローズヴェルトとスターリンは合意した<sup>(6)</sup>。また、自由フランスの発展においても重要な役割を担ったのがチャーチルであった。1940年当初イギリス外務省は自由フランスを冷遇していたが、チャーチルは自身のイニシアティブのもとにイギリス政府の自由フランスに対する支援の制度化に貢献したのである<sup>(7)</sup>。

ところが、先行研究はフランスの再興におけるチャーチルの役割を過小評価する傾向にある<sup>(8)</sup>。その最大の原因は、1941年の夏以降見られたチャーチルとド・ゴールの激しい対立である。確かに、チャーチルとド・ゴールの対立に着目することは第二次世界大戦中の英仏関係を理解するうえで重要であるが、先行研究はこの対立をややステレオタイプ的に捉える傾向がある。チャーチルはド・ゴールという個人と激しく対立したものの、他方でフランスを再興させることを重要視していた。

また、先行研究はフランスの再興における、外相のアンソニー・イーデン (Anthony Eden) 率いる外務省の役割を高く評価しすぎるきらいがある<sup>(9)</sup>。確かに1941年以降チャーチルはド・ゴールと対立するようになり、チャーチルは自由フランスを冷遇するようになった。しかし、それではなぜチャーチルは「虎のように」戦ってまでフランスを再興させようとしたのであろうかという疑問が生じる<sup>(10)</sup>。

また、イギリス外交史研究者のシヨン・グリーンウッド (Sean Greenwood) やジョン・ヤング (John Young)、ジョン・ベイリス (John Baylis)、細谷雄一らが論じるように、1940年代半ばから後半にかけてイギリス政府はフランスとの間に緊密な協力関係を築く

- 
- (5) フランスの常任理事国入りを主張したのもイギリス政府であったが、この点に関しては英米ソの間で激しい議論が交わされることはなく、ダンバートン・オークス会談において3か国間の合意が見られた。ダンバートン・オークス会談の詳細に関しては、Robert C. Hilderbrand, *Dumbarton Oaks: The Origins of the United Nations and the Search for Postwar Security* (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2001) を参照。
- (6) Robert Sherwood, *Roosevelt and Hopkins: An Intimate History* (New York: Grosset & Dunlap, 1950), p. 858.
- (7) この点に関しては、中村優介「第二次世界大戦期イギリスの対『フランス』政策、一九四〇年—チャーチルのイニシアティブを中心に—」『法学政治学論究』第119号、2018年12月、571~603頁を参照。
- (8) 主要な研究として、Barbara Baer, 'British Foreign Policy towards Charles de Gaulle, 1940-44' (unpublished doctoral dissertation, Marquette University, 1976); Elizabeth Barker, *Churchill and Eden at War* (London: Macmillan, 1978); François Kersaudy, *Churchill and De Gaulle* (London: Collins, 1981); Peter Mangold, *Britain and the Defeated French, From Occupation to Liberation, 1940-1944* (London: I. B. Tauris, 2012) を参照。
- (9) 代表的な研究として、Christine Giuliani, 'Eden, de Gaulle and the Free French: un bienfait inscrit dans la mémoire?', in *Statecraft and Diplomacy in the Twentieth Century*, ed. by David Dutton (Liverpool: Liverpool University Press, 1995), pp. 111-134 を参照。外務省は一九四一年以降自由フランスを支援するようになった。詳細に関しては、中村優介「イギリス外務省における対『フランス』政策の転換、一九四〇〜一九四一年—ヴィシー政府への宥和から自由フランスへの支援へ—」『法学政治学論究』第126号、2020年9月、171~204頁; 同著者「英仏協調の再興へ向けたイギリス外交、1940~1942年——フランスの将来をめぐる英米の対立」『日仏政治研究』第15号、2021年3月、13~23頁を参照。

ことを試みていた<sup>(11)</sup>。だが、これらの研究は1945年以降を主な分析対象としており、フランスの再興においてイギリス政府が果たした役割を分析の対象としていない。

したがって、本稿はチャーチルがフランスの再興において果たした役割とその要因を分析する。チャーチルは、「イギリスに友好的かつ強力なフランス」を再興させることで、西ヨーロッパの力の真空を埋めヨーロッパ大陸の勢力均衡を回復することを狙っていたのである。他方で、英ソ関係の専門家であるマーティン・フォリー（Martin Folly）が主張するように、チャーチルは1945年初頭の段階では、ソ連との対立は不可避ではなく、むしろ適切な手段を講じればソ連と協力関係を築くことすら可能であると考えていた<sup>(12)</sup>。

したがって、チャーチルがフランスの再興を主張した理由は、冷戦に備えたというよりも、勢力均衡の回復という普遍的な考えに基づいたものであった。他方で外務省とは異なり、チャーチルは直ちにフランスと緊密な協力関係を結ぶべきであるとは考えていなかった。フランスを再興させることで、イギリスのヨーロッパ大陸への関与を減らすことを彼は狙っていたのである。

## 1. フランスの崩壊とチャーチル

1940年5月10日、ドイツはベルギー・オランダ・ルクセンブルクの侵攻を開始した。ドイツ軍の電撃戦に対し連合軍は成す術を持たず、連合軍の前線は瞬間に崩壊した。その後、連合軍はフランス北部のダンケルクからイギリス本土への撤退作戦において奇跡的な成功を収めたが、そのような奇跡がヨーロッパ大陸における戦況を覆すことはなかった。

ドイツ軍に対する大敗は英仏の結束を瓦解させた<sup>(13)</sup>。1940年3月28日にイギリス政府とフランス政府は、互いの合意なしに休戦協定ないしは講和条約の交渉及び締結を行わないという協定を結んでいたが、ペタン率いるヴィシー政府はこの協定を一方的に破棄してドイツと休戦協定の交渉を開始したのである<sup>(14)</sup>。

フランスの崩壊により、イギリス政府は基本的な外交方針を転換する必要に迫られた。そもそも外務省は1940年初頭から、フランスとの間に「恒久的な提携（Perpetual Association）」を結び戦後国際秩序を英仏の緊密な協力によって守っていく計画を立てて

---

(10) François Bédarida, 'Winston Churchill's Image of France and the French', *Historical Research*, 74:183 (Feb., 2001), 95-105 はチャーチルとフランスをテーマにした論文であるが、フランスの文化などに対するチャーチルの愛を主に描いたものであり、政治外交史的な観点から彼の対仏政策を詳細に分析したものではない。

(11) Sean Greenwood, *The Alternative Alliance: Anglo-French Relations before the Coming of NATO, 1944-48* (London: Minerva Press, 1996); John W. Young, *Britain, France and the Unity of Europe, 1945-1951* (Leicester: Leicester University Press, 1984); John Baylis, *The Diplomacy of Pragmatism: Britain and the Formation of NATO, 1942-1949* (Kent, Ohio: The Kent State University Press, 1993); 細谷雄一『戦後国際秩序とイギリス外交—戦後ヨーロッパの形成, 1945年～1951年—』（創文社, 2001年）。

(12) Martin H. Folly, *Churchill, Whitehall and the Soviet Union, 1940-45* (Basingstoke: Palgrave, 2000)。他方で、1945年中頃になるとチャーチルはソ連との戦争の可能性についても検討していた。詳細については、鈴木陽一「想像を絶する作戦—チャーチルのロシア急襲計画 一九四五年七月一日—」『国際政治』第144号, 2006年2月, 69～84頁を参照。

(13) 英仏の協調関係の瓦解を詳細に分析した代表的な研究として、P. M. H. Bell, *A Certain Eventuality: Britain and the Fall of France* (Michigan: Saxon House, 1974) を参照。

いた<sup>(15)</sup>。その背景には、1930年代の英米関係が極めて冷淡であったことがあった。レイノルズは、フランスの崩壊がなければイギリス政府は変わらずフランスとの間に緊密な協力関係を築くことを狙っていたであろうと論じている<sup>(16)</sup>。

このような形で英仏の協調関係が崩壊したことにより、イギリス人の多くはフランス人を軽蔑するようになった。例えば、第二次世界大戦を通じて外務事務次官を務めたアレクサンダー・カドガン (Alexander Cadogan) は自身の日記に、「あのカエルどものようにヒトラーに降伏するよりは、戦って死んだ方がましだ」と記している<sup>(17)</sup>。このようなフランス人に対する軽蔑の感情は、イギリスの官僚や政治家、軍人の多くが自由フランスに対する支援に否定的な態度を示した一因であった。

1940年において自由フランスに対する支援を主導したのは、チャーチルであった。チャーチルは自由フランスを経済・財政的に支援する協定の締結を主導しただけでなく、自由フランスの軍隊の組織を全面的に支援するよう軍部に命じている<sup>(18)</sup>。例えば、7月初旬にチャーチルは海軍の幹部に対し、自由フランスに参加したフランス人を枢軸国との戦闘に参加させるよう指示を送っている。なぜなら、フランス国旗を掲げフランス人の水兵が操る軍艦を戦闘に参加させることは、フランスの植民地に対し連合軍の味方に付くよう説得する際に役に立つと彼は考えていたからである。チャーチルは、多少の困難が伴ってもこれを実現するよう指示しており、政治的な理由から自由フランスの支援を重視していたことがうかがえる<sup>(19)</sup>。

チャーチルは自由フランスを支援することでフランスの植民地を味方に付けることができると考えていた。チャーチルはそれにより、イギリスが置かれた絶望的な状況を打開することを狙っていたのである。チャーチルは回顧録において英米関係の親密さをドラマチックに描く傾向があるが、1940年夏の時点では依然として英米関係は冷淡なままであった<sup>(20)</sup>。例えば、6月15日から7月31日までの間、チャーチルとローズヴェルトはウィンザー公爵 (Duke of Windsor) に関するやり取りを除いて、一度も連絡を取っていなかった。チャーチルは後に、フランスの崩壊から約6週間、「アメリカは我々に対し、癌に苦しむ友人に対するようによそよそしく同情的な態度を取っていた」と回顧している<sup>(21)</sup>。

また、ドイツの陸軍力に匹敵する陸軍力を持つソ連は、ドイツと不可侵条約を結んでいた。そのため、チャーチルは豊富な人的・物的資源や戦略的に重要な拠点を擁するフランスの植民地を味方につけることによって、戦況を変えることを狙ったのである<sup>(22)</sup>。加えて、

(14) Record of the Sixth Meeting of the Supreme War Council, 28th March 1940, FO 371/24299-C5988/9/17, The National Archives, Kew [以下 TNA と略記]。

(15) Inter-departmental Committee on Post-war Anglo-French Collaboration, minutes of the first meeting, 30th April 1940, FO 371/24299-C6307/9/17, TNA.

(16) Reynolds, *From World War to Cold War*, p. 31.

(17) *The Diaries of Sir Alexander Cadogan, 1938-45*, ed. by David Dilks (London: Cassell, 1971), 29th June 1940, p. 308.

(18) Agreement with General de Gaulle, 7th August 1940, FO 371/24340-C8246/7328/17, TNA.

(19) Churchill to Alexander and Pound, 5th July 1940, CHAR 20/13, The Churchill Archive [以下 TCA と略記]。

(20) Winston S. Churchill, *The Second World War*, 6 vols. (London: Penguin Classics, 2005).

(21) Quoted in Reynolds, *The Creation of the Anglo-American Alliance*, p. 120.

イギリスはドイツによる本土上陸作戦の危機に直面していたが、イギリスの海上における優位を脅かしかねないフランス艦隊の多くはフランスの植民地の港に停泊していた。チャーチルはフランス艦隊を枢軸国の手から守り、可能であればフランス海軍を味方につけることも狙っていたのである<sup>(23)</sup>。

チャーチルが自由フランスの支援を主導した要因として、彼の抽象的な戦後ヨーロッパ秩序構想を指摘することもできる。チャーチルは戦争に勝利する前から戦後国際秩序構想について議論することに強く反対していた人物として知られている<sup>(24)</sup>。しかし、他方で8月10日にチャーチルは秘書官補佐のジョン・コルヴィル（John Colville）に対し、戦争の後にヨーロッパ合衆国（United States of Europe）が誕生し、イギリスはヨーロッパとアメリカの橋渡しをする存在になるであろうと話している<sup>(25)</sup>。

1943年以降チャーチルは、戦後にヨーロッパ評議会（Council of Europe）、そしてヨーロッパ合衆国を組織すべきであると主張し、国際連合の創設に関する議論をイギリス政府内で主導した外務省経済復興局を大いに困らせることになるが、1940年の時点でその考えの萌芽が見られていたのである<sup>(26)</sup>。

ここで重要なのは、イギリスがヨーロッパ合衆国とアメリカの架け橋になるという考えである。イギリスが架け橋になるということは、イギリスはヨーロッパ合衆国の一員とならない。そして、そのようなヨーロッパ合衆国において中心的な役割を果たす国は、合理的に考えればフランスである可能性が高かった。ドイツとイタリアは敵国であるし、ソ連は共産主義国であるだけでなくドイツと不可侵条約を結んでいたからである。1943年10月にチャーチルは、「私の不変の目的はイギリスに友好的かつ強力なフランス」であると発言しているが、その考えが本当に「不変」であれば、チャーチルは1940年の時点から

---

(22) 英仏関係の専門家であるレイチェル・チン（Rachel Chin）は、チャーチルを中心としたイギリス政府は自由フランスを枢軸国との戦闘に参加させることによって、英仏の協調関係は途絶えておらず自由フランスこそが「本物の」フランスであると国際社会にアピールすることを狙ったと主張している。Rachel Chin, 'After the Fall: British Strategy and the Preservation of the Franco-British Alliance in 1940', *Journal of Contemporary History*, 55:2 (2020), 297-315.

(23) フランス艦隊の問題に関しては、Martin Thomas, 'After Mers-el-Kébir: The Armed Neutrality of the Vichy French Navy, 1940-43', *The English Historical Review*, 112:447 (Jun., 1997), 643-670を参照。

(24) 1942年10月にチャーチルは、戦後国際秩序構想の検討をイギリス政府として始めるべきであると主張したイーデンに対し、それは「捕らぬ狸の皮算用」であると皮肉を言っている。Churchill to Eden, 18th October 1942, CHAR 20/67, TCA.

(25) ジョン・コルヴィル（都築忠七・見市雅俊・光永雅明訳）『ダウニング街日記—首相チャーチルのかたわらで—』、上下巻、（平凡社、1990～1991年）、上巻、1940年8月10日、396～397頁。

(26) 外務省は安定した戦後国際秩序を築くためには地域機構を設立することが重要であると考えていたが、アメリカ国内の孤立主義者を刺激することを恐れていたため、地域機構に強い影響力を持たせるべきではないと考えていた。あくまで彼らは、地域機構は国際連合の下部組織であるべきであると考えていたのである。したがって外務省は、チャーチルの「ヨーロッパ合衆国」構想に反対していた。イギリス政府内の国際連合の創設に向けた議論を分析した最新の研究として、Andrew Ehrhardt, 'The British Foreign Office and the creation of the United Nations Organization, 1941-1945' (unpublished doctoral thesis, King's College London, 2020)を参照。また、チャーチルと国際連合の創設については、E. J. Hughes, 'Winston Churchill and the Formation of the United Nations Organization', *Journal of Contemporary History*, 9:4 (Oct., 1974), 177-194を、チャーチルと欧州統合については、細谷雄一「ウィンストン・チャーチルにおける欧州統合の理念」『北大法学論集』、第52巻、第1号、2001年、71～117頁を参照。

フランスの再興という考えを頭の片隅に置いていたと指摘することも可能であろう<sup>(27)</sup>。

以上のような複数の要因が合わさってチャーチルは自由フランスに対する支援を主導した。しかし、1941年夏に、フランスの委任統治領であったシリアとレバノンをめぐってチャーチルはド・ゴールと激しく対立するようになった。

## 2. ド・ゴールとの対立と自由フランスの冷遇

1941年6月7日、イギリスは自由フランスと共にシリアとレバノンの侵攻を開始した。事の発端は、シリアにおけるヴィシー政府の露骨な対独協力であった。連合軍は1ヶ月足らずで決定的な勝利を収めることに成功し、ヴィシー政府と休戦協定の交渉を開始したが、ヴィシー政府は自由フランスと休戦協定を結ぶことを拒否した。ヴィシー政府にとって、自由フランスと休戦協定を結ぶことは自由フランスという存在を認めたに等しいからである<sup>(28)</sup>。結果として7月14日にイギリス政府はヴィシー政府と休戦協定を締結したが、自由フランスはヴィシー政府と休戦協定を結ぶことができなかった。また、その休戦協定には、シリアとレバノンはイギリスが統治すると記されていた<sup>(29)</sup>。

休戦協定の内容を知ったド・ゴールは激怒し、中東担当大臣のオリヴァー・リッテルトン (Oliver Lyttelton) に最後通牒を突き付けた。ド・ゴールは、自由フランスにシリアとレバノンを統治させなければ、中東におけるイギリス軍との協力を打ち切るとリッテルトンを脅迫したのである<sup>(30)</sup>。リッテルトンはド・ゴールの脅迫に屈し、先述の休戦協定の内容の解釈を変更する協定をド・ゴールと結んだ。それにより、シリアとレバノンは自由フランスが統治することになった<sup>(31)</sup>。

このようなド・ゴールの行動は、チャーチルの彼に対する信頼を失墜させた。チャーチルはド・ゴールに対する怒りをあらわにただけでなく、ド・ゴールとの決裂すら主張した<sup>(32)</sup>。しかし、そのようなチャーチルの主張にブレーキをかけたのが外務省であった。外務省は1941年以降自由フランスに対する態度を改め、イギリス政府は自由フランスを全面的に支援すべきであると考えようになったのである。

外務省の介入によってチャーチルはド・ゴールとの決裂を思い留まったが、その後チャーチルは自由フランスを冷遇するようになる。その要因はド・ゴールとの対立の他にも大きく分けて二つある。まずは、構造的な要因である。1941年6月にドイツがソ連を侵攻したことによって、強大な陸軍力を持つソ連が連合国の一員となった。それに加えて、1941年春にアメリカで武器貸与法が可決され、イギリスはアメリカの膨大な工業力に基づく支

(27) Quoted in David Reynolds, 'Great Britain: Imperial Diplomacy' in *Allies at War: The Soviet, American, and British Experience, 1939-1945*, eds. by David Reynolds, Warren F. Kimball, and A. O. Chubarian (New York: St. Martin's Press, 1994), p. 344.

(28) Halifax to Foreign Office, 11th July 1941, FO 371/27299-E3784/62/89, TNA.

(29) Wavell to War Office, 13th July 1941, FO 371/27300-E3877/62/89, TNA.

(30) Lyttelton to Churchill, 22nd July 1941, CHAR 20/41/37, TCA.

(31) Lyttelton to Foreign Office, 24th July 1941, FO 371/27302-E4146/62/89, TNA; Lyttelton to Foreign Office, 25th July 1941, FO 371/27302-E4146/62/89, TNA

(32) Memorandum by Mack, 30th August 1941, FO 371/28545-Z7481/3725/17, TNA.



援を受けられるようになった。それにより、フランスの植民地が持つ人的・物的資源の重要性は相対的に低下したのである。

もう1つの要因が、チャーチルのアメリカ政府に対する態度の変化である。1940年当時、チャーチルはアメリカ政府の支援を得るためには、アメリカ政府に対して下手に出るのではなくあえて強気な態度を取ることが重要であると考えていた。だが、1940年末に亡くなるまで駐米大使を務めていたロージアン侯爵 (Marquess Lothian) の尽力によりチャーチルは考えを改め、イギリスにとって死活的に重要な問題以外は基本的にアメリカ政府に譲歩するようになった<sup>(33)</sup>。アメリカ政府が自由フランスを冷遇していたこともチャーチルが自由フランスを冷遇するようになった要因の一つであった。

以上のような経緯でチャーチルは自由フランスを冷遇するようになる。しかし、戦時内閣の閣僚は次第に自由フランスを全面的に支援するようになり、対「フランス」政策をめぐってチャーチルは自国の政府とアメリカ政府との板挟みになる。

### 3. フランスの将来をめぐる英米の対立

1942年11月8日、連合軍は北アフリカ上陸作戦を決行した。すると、独伊はヨーロッパ大陸のフランス本土全土を占領し、ヴィシー政府は傀儡政権になった。その後、ヴィシー政府の要人であるダルランが一時的に北アフリカで権力を掌握したが、彼は12月24日に暗殺された。

ヴィシー政府が傀儡政権になったことと連合軍がフランス本土の一部であるアルジェリアに進出したことを受けて、イギリス政府とアメリカ政府はフランス本土を独伊の支配から解放した後にはどのようにして統治すべきであるかという問題について議論を始めた。外務省は、自由フランスに新たなフランス政府の組織を主導させるべきであると考えていた。なぜなら外務省は、フランスを再興させることで西ヨーロッパの力の真空を埋めるべきであり、そのためには自由フランスを中心にフランス人を結束させることが重要であると考えていたからである。イーデンに言わせれば、フランスは「地理的な必要性」であった<sup>(34)</sup>。

だが、ローズヴェルトを中心としたアメリカ政府はそのような外務省の構想に反対していた。ローズヴェルトは、新たなフランス政府はフランス国民が選挙によって選ぶべきであり、それまでの間ヨーロッパ大陸のフランス本土は連合軍が統治すべきであると考えていたのである<sup>(35)</sup>。また、フランスの再興についてもローズヴェルトは反対していた。彼はアメリカ軍の上層部に対して、フランスは最低でも25年間は大国として再興すべきではないという考えを伝えている<sup>(36)</sup>。

(33) ロージアンの駐米大使としての働きに関しては、David Reynolds, 'Lord Lothian and Anglo-America Relations, 1939-1940', *Transactions of the American Philosophical Society*, 73:2 (1983), 1-65 を参照。

(34) 'General de Gaulle and French Opinion', memorandum by Eden, 1st June 1942, CAB 66/25-WP (42) 233, TNA; 'France', memorandum by Eden, 8th July 1942, CAB 66/26-WP (42) 285, TNA; 'Participation of General de Gaulle in Preparations for Operations in France', memorandum by Eden, 8th August 1942, CAB 66/27-WP (42) 349, TNA; 'The United Nations Plan', memorandum by Eden, 16th January 1943, CAB 66/33-WP (43) 31, TNA; Lord Moran, *Winston Churchill: The Struggle for Survival, 1940-1965* (London: Constable, 1966), p. 274.

ローズヴェルトのそのような考えの背景には、フランス人に対する軽蔑の感情があった。彼はテヘラン会談でスターリンと会談した際に、フランスが再興するためには長期間に渡る誠実な労働が必要であると述べている。スターリンはこのようなローズヴェルトの考えに同意している<sup>(37)</sup>。

スターリンがローズヴェルトの考えに同意した要因として、西部戦線におけるわずか6週間程の戦闘の後にフランスが独伊と休戦協定を結んだことがあった。スターリンは、英仏がドイツと互角に戦い続ける限りはソ連の安全保障は脅かされないと考え、独ソ不可侵条約を締結したのである。しかし、フランスがわずか6週間で敗れたことによって、スターリンの政策は「致命的なギャンブル」となり、ソ連はその代償を払うことになった。このような経緯から、スターリンはフランス人に失望していたのである<sup>(38)</sup>。

外務省とアメリカ政府の意見が割れたことにより、チャーチルは厳しい立場に置かれた。先述の通り、1941年以降チャーチルは英米関係を重要視し、イギリスにとって死活的に重要な問題以外はアメリカ政府に譲歩するようにしていた。だが、他方でチャーチルはフランスの再興がヨーロッパ大陸の勢力均衡を回復する上で重要であると考えていた。

1943年5月にワシントンを訪れアメリカ政府の要人と会談した際に、チャーチルはフランスを再興させることの重要性を説いている。チャーチルは、戦後にヨーロッパの地域機構 (Regional European Council) を組織するために強力なフランスを再興させる必要があると主張している。それに加えてチャーチルは、「地図上にイギリスとロシアの間に強国が存在しないという状況は望ましくない」と発言している。

以上の発言からは、重要な点が2点確認できる。まずは、ヨーロッパ大陸における力の真空を埋めるためにフランスを再興させるべきであるという点である。この点において、チャーチルは外務省と考えを共有していた。より重要な点は、戦後のヨーロッパに地域機構を築くために強力なフランスが必要であるという点である。チャーチルは、強力なフランスを再興させるべきである理由として、アメリカが戦後のヨーロッパに半永久的に関与する可能性が低いことを指摘している。伝統的にイギリスは限られた陸軍力しか持っていないため、ヨーロッパ大陸に陸軍を常駐させることは困難である。アメリカが戦後にヨーロッパ大陸から撤退することを考慮すれば、フランスを再興させることが不可欠になるということである<sup>(39)</sup>。

チャーチルにとっての問題は、彼と対立しているド・ゴールがフランス人の間で大幅に支持を拡大していることであった。英米に対してあまりに非妥協的な態度を取るド・ゴールに辟易したローズヴェルトとチャーチルは、ド・ゴールを更迭することを画策し、ワシントンに滞在していたチャーチルは戦時内閣にそのような提案をした。

(35) *Foreign Relations of the United States* [以下 FRUS と略記], 1943, *Europe*, Volume II, Roosevelt to Churchill, 1st January 1943, p. 23.

(36) *FRUS, Conferences at Cairo and Tehran, 1943*, Minutes of the President's meeting with the Joint Chiefs of Staff, 15th November 1943, pp. 194-5.

(37) *Ibid.*, Roosevelt-Stalin meeting, 28th November 1943, Bohlen minutes, pp. 482-486.

(38) Quoted in Reynolds, *From World War to Cold War*, pp. 34-35.

(39) Record of a Conversation at luncheon at the British Embassy, Washington, 22nd May 1943, CHAR 23/11, TCA.

だが、戦時内閣はチャーチルの提案を否決した。その中心となったのが副首相のクレメント・アトリー（Clement Attlee）とイーデンであった。アトリーの考えでは、「ド・ゴール」という名前はフランス共和国のシンボルとフランス人にみなされており、自由フランスは英仏協商を象徴していた。そのため、英米がド・ゴールを排除すればフランス人は英米、とりわけイギリスに対する信頼を失うと彼は考えたのである。戦時内閣の閣僚はアトリーの考えに同意し、アトリーとイーデンは連名でチャーチルに対して、ド・ゴールを排除するという提案に賛同することができないことを伝えた<sup>(40)</sup>。

この閣議において極めて重要な点は、フランス人は「ド・ゴール」という名前をフランス共和国のシンボルとみなしていると戦時内閣の閣僚が同意したことである。すなわち、実際にフランス人がド・ゴールをフランス共和国のシンボルとみなしているかどうかは別として、戦時内閣の閣僚はそのような事実があるという認識を共有するようになったのである。そのため、自由フランスに新たなフランス政府の組織における中心的な役割を果たさせるべきであるという外務省の構想をこれ以降彼らは全面的に支援するようになる。

他方でローズヴェルトはド・ゴールが新たなフランス政府の指導者となることを頑なに認めようとせず、チャーチルはローズヴェルトを支持し続けた。だが、フランス国民がド・ゴール率いるフランス共和国臨時政府の事実上の（*de facto*）統治を迎え入れると、プラグマティストであるチャーチルはその事実を受け入れ、フランスの再興を後押しするようになった。

#### 4. フランスの再興とチャーチル

1944年6月6日、連合軍はノルマンディー上陸作戦を決行した。それに先立ってド・ゴールはフランス共和国臨時政府を組織し、連合軍がヨーロッパ大陸のフランス本土をドイツの支配から解放していくにつれてその事実上の（*de facto*）統治を始めた。しかし、それでもローズヴェルトは、新たなフランス政府はフランス国民が選挙で選ぶべきであるという主張を変えようとしなかった。

このような態度を取るローズヴェルトに対し、国務長官のハルやヨーロッパ戦線における連合軍最高司令官のドワイト・アイゼンハワー将軍（Dwight Eisenhower）は翻意を促した。とりわけアイゼンハワーは、ド・ゴールの代わりに新たなフランス政府の指導者を務めることのできる人物はおらず、彼を排除すればフランスは混沌に陥ると考えていた<sup>(41)</sup>。

チャーチルでさえ10月になると、フランス国民の大半がフランス共和国臨時政府を支持しているため、フランス共和国臨時政府を正統なフランス政府として承認する時が来たとローズヴェルトを説得している<sup>(42)</sup>。彼らの説得を受けたこともあり、ローズヴェルトはフランス共和国臨時政府を正統なフランス政府として承認することに同意した。そして、

---

(40) WM (43) 75th Conclusions, minute 1. Confidential Annex, 23rd May 1943, CAB 65/38, TNA.

(41) *FRUS, 1944, Europe*, Volume III, Memorandum by Hull to Roosevelt, 21st September 1944, pp. 737-8; *ibid.*, Caffery to Hull, 20th October 1944, pp. 742-3.

(42) Churchill to Roosevelt, 14th October 1944, CHAR 20/173/41-42, TCA.

10月23日、英米ソ各国の政府はフランス共和国臨時政府を正統なフランス政府として承認した<sup>(43)</sup>。

英米ソの三大国がフランス共和国臨時政府を正統なフランス政府として承認し、また、戦争の終結が目前に迫ったこともあって、チャーチルはフランスの再興を主張するようになる。チャーチルがフランスの再興を望んだ理由は、ヨーロッパ大陸の勢力均衡を回復し、イギリスのヨーロッパ大陸への関与を減らすことを目的としたものであった。

1944年5月、イギリスは今後三つの目的を追求すべきであるとチャーチルは主張している。それは、「世界中の同胞たちとの連合」、「アメリカとの友愛に満ちた提携」、そして「ヨーロッパ合衆国」である<sup>(44)</sup>。この主張には1940年8月の発言と一貫性が見られる。それは、イギリスは「ヨーロッパ合衆国」の一員にはならないという点である。このような、イギリスはヨーロッパ、アメリカ、帝国の結節点となるべきであるという考えは、後の「3つのサークル」構想に繋がっていく。

他方で1944年半ば頃から、外務省はイギリスとフランスを中心にした西欧ブロック (Western bloc) を組織することにより、安定した戦後ヨーロッパ秩序を築くという構想を練っていた<sup>(45)</sup>。しかし、チャーチルはこのような構想に反対していた。フランスが軍事的に再興していない段階でこのような構想を実現すれば、イギリスが西ヨーロッパに大規模な陸軍を派遣しなければならなくなると考えたのである。チャーチルはイーデンに対する電報において、以下のように綴っている。

西欧ブロックに関して近いうちに閣議で議論すべきだと私は考えている。本当に強いフランス陸軍が再興されるまでの間—それには5年以上、もしかすると10年かかるかもしれないが—西欧諸国の間に存在するものは絶望的な弱さだけだ。ベルギーは極めて弱く、戦前の彼らの行いは衝撃的だった。オランダは全く自己中心的であり、自分たちが攻撃されたときだけ彼らは戦った、それもほんの数時間だけである。デンマークは無力で無防備であり、ノルウェーも実質的にそうである。フランスが陸軍の第二軍を組織できるようになる前にイギリスがこれらの国々の防衛の責任を負うことは、彼らの協力があつたとしても、賢明ではないし、無謀ですらある<sup>(46)</sup>。

このように、イギリスがヨーロッパ大陸に全面的に関与しなければならなくなるとチャーチルは恐れていた。そのため、チャーチルはフランスを再興させることで西ヨーロッパの力の真空を埋めるべきであると考えたのである。しかし、チャーチルが指摘するように、フランスが再び強大な陸軍力を持つには時間がかかる。後述するように、チャーチルはまずフランスに国際政治における中心的な役割を取り戻させることで、フランス人に自

(43) フランス共和国臨時政府を正統なフランス政府として承認するまでの間の英米の議論については、Maguire, *Anglo-American Policy towards the Free French*, pp. 75-153 を参照。

(44) Hughes, *Winston Churchill and the Formation of the United Nations Organization*, p. 188.

(45) 外務省における西欧ブロック構想の詳細に関しては、John Baylis, 'British wartime thinking about a post-war European security group', *Review of International Studies*, 9:4 (Oct., 1983), 265-281 を参照。

(46) Churchill to Eden, 25th November 1944, CHAR 20/153/5, TCA.

尊心を取り戻させるべきであると考えていたのである。

チャーチルはフランスと緊密な協力関係を築くという構想には疑問を示しながらも、フランスを再興させるべきであるという考えを外務省と共有していた。したがって、ヤルタ会談においてチャーチルは、フランスを連合国管理理事会の一員としてドイツの占領に参加させるために「虎のように」戦った。

ところが、ローズヴェルトとスターリンはフランスを連合国管理理事会に参加させることに強く反対していた。1945年2月4日、第1回本会議の開催に先立ってローズヴェルトとスターリンの会談が行われた。その際にスターリンは、英米ソに比べて戦争の勝利に対する貢献が極めて少ないフランスが、戦後国際秩序において重要な役割を担うことに反対するという考えをローズヴェルトに伝えている。ローズヴェルトはスターリンの考えに同意し、「チャーチル首相の前では言えないが、イギリスはここ2年間人工的に(artificially)フランスを強国として再興させようとしている」と発言している<sup>(47)</sup>。

2月5日に開かれた第1回本会議においてローズヴェルトとスターリンは、フランスに占領地域を割り当てることには同意したものの、フランスを連合国管理理事会に参加させることには反対した。スターリンは、フランスを理事会に参加させれば理事会における議論が複雑化するため、理事会における決定事項をイギリス政府がフランス政府に伝えるという形式を取ることを提案した。

しかし、チャーチルとイーデンは、そのような条件をド・ゴール率いるフランス政府が飲むはずがなく、そのような条件を押し付けられればフランス政府は占領地域の割り当て自体を拒否するだろうと反論した。チャーチルは、ローズヴェルトが戦争の終結後2年以内にアメリカ軍をヨーロッパ大陸から撤退させると明言している中で、フランスの協力がなければドイツの占領を効果的に継続することは困難であると論じた。そのためチャーチルは、まずはフランスをドイツの占領に参加させ、フランスの陸軍力を徐々に再興させていくことが戦後ヨーロッパ秩序の安定化のために重要であると主張した。

ローズヴェルトとスターリンがフランスを連合国管理理事会に参加させることに反対していたもう一つの理由として、フランスを「ビッグスリー」に加えるべきではないと彼らが考えていたことがあった。彼らは、フランスを理事会に参加させれば、「ビッグスリー」の会談にフランスが恒常的に参加するようになるのではないかと考えていたのである<sup>(48)</sup>。

チャーチルはそのような批判をかわすために、フランスを理事会に参加させたからといってフランスを「大国」間の会議に参加させるわけではないと主張した。チャーチルは後に戦時内閣に対し、アメリカ人とロシア人は同じぐらい強くフランスを「ビッグスリー」に加えるべきではないと決意しており、「ロシアの反仏的な態度に驚いた」と報告している<sup>(49)</sup>。

先述のように、イギリス政府としてはフランスに自尊心を取り戻させることでフランスの再興を後押しすることを狙っていたが、「人工的に」フランスを再興させようとするイ

(47) *FRUS, Conferences at Malta and Yalta, 1945*, Volume II, Roosevelt-Stalin meeting, 4th February 1945, p. 572.

(48) Record of 1st Plenary Meeting (Political), 5th February 1945, CHAR 23/15, TCA.

(49) Churchill to Attlee for War Cabinet, 10th February 1945, CHAR 20/223/19-21, TCA.

ギリス政府の動きを米ソは警戒していた。最終的に、この会談では英米ソの間で合意が得られず、フランスを連合国管理理事会に参加させるべきであるか否かという問題についての決断は延期された<sup>(50)</sup>。

その後、2月7日に開かれた第三回本会議において、チャーチルはフランスを連合国管理理事会に参加させるべきである新たな理由を提示した。それは、理事会への参加が認められなくてもフランスはドイツの占領に参加するかもしれないが、フランスが理事会からの指示を無視して統治を行うという危険性である。そのような場合、ドイツの占領における四か国間の連携が困難になるため、フランスを理事会に参加させた方が英米ソにとって相対的に得であるという議論をチャーチルは展開した。また、チャーチルは、フランスを連合国管理理事会の一員としてドイツの占領に参加させることで、フランス人の自尊心 (*amour propre*) を満たすことができると主張している<sup>(51)</sup>。

第3回本会議でも英米ソの間で合意は得られなかったが、2月10日に開かれた第七回本会議でローズヴェルトとスターリンは意見を変え、フランスを連合国管理理事会に参加させることに同意した。彼らの意見を変えたのは、フランスを理事会に参加させた方が相対的に得であるというチャーチルの主張であった。ローズヴェルトはチャーチルの考えに賛同し、「フランスを管理理事会へ参加させた場合の方が、参加させなかった場合よりも害が少ない」と発言した。また、この問題においてフランスに恩を売っておけば、他の問題におけるフランスとの交渉を有利に進められるであろうという考えを彼は示した。スターリンもローズヴェルトの考えに同意し、英米ソ各国の政府はフランスを連合国管理理事会の一員としてドイツの占領に参加させることに合意した<sup>(52)</sup>。

以上のように、チャーチルが「虎のように戦った」ことにより、ローズヴェルトとスターリンはフランスを連合国管理理事会の一員としてドイツの占領に参加させることに同意した。彼らの考えを決定的に変えたのは、フランスを参加させた方が英米ソにとって相対的に得であるというチャーチルの主張であった。

こうして、フランスは連合国管理理事会の一員としてドイツの占領に参加した。また、同様にイギリス政府の尽力もあってフランスは国連安保理の常任理事国となった。そのようなこともあり、フランスは国際政治における影響力を取り戻し戦後国際秩序において重要な役割を果たすようになっていった。

## おわりに

チャーチルがフランスの再興を後押ししたのは、フランスを再興させることで西ヨーロッパの力の真空を埋め、ヨーロッパ大陸の勢力均衡を取り戻すためであった。ローズヴェルトが、アメリカ軍を戦争の終結後2年以内にヨーロッパ大陸から撤退させると明言していたため、力の真空を埋めるためにはフランスの再興が必要であるとチャーチルは考えたのである。

(50) Record of 1st Plenary Meeting (Political), 5th February 1945, CHAR 23/15, TCA.

(51) Record of 3rd Plenary Meeting (Political), 7th February 1945, CHAR 23/15, TCA.

(52) Record of 7th Plenary Meeting (Political), 10th February 1945, CHAR 23/15, TCA.

そのため、冒頭で論じたように、チャーチルがフランスの再興を望んだ理由は冷戦に備えるためではなく、勢力均衡の回復という普遍的な考えに基づいたものであった。そして、フランスを再興させるためにはまず、フランスの崩壊によって失われた自尊心をフランス人に取り戻させることが重要だとチャーチルは考えていた。

チャーチルは1941年夏にシリアとレバノンをめぐるド・ゴールと対立し、アメリカ政府が自由フランスを冷遇していたこともあって、自由フランスを冷遇するようになった。だが、フランス国民がフランス共和国臨時政府の事実上の (*de facto*) 統治を迎え入れると、プラグマティストであるチャーチルはド・ゴールとの対立という問題を差し置いて、フランスの再興を主張するようになった。

他方で、1944年から外務省は、英仏が中心となって西欧諸国を団結させるという西欧ブロック構想を主張していたが、チャーチルはそのような構想に反対していた。フランスの陸軍力が再興するには時間がかかることが予測される中で、イギリスが西欧諸国の防衛の責任を負えば、イギリスがヨーロッパ大陸に大規模な陸軍を常駐させなければならなくなると考えたからである。

それに加えてチャーチルは、イギリスはヨーロッパ、アメリカ、帝国の結節点となることにより世界的な影響力を保つべきであると考えていた。チャーチルは、戦後にヨーロッパ合衆国を築くべきであるが、イギリスはヨーロッパ合衆国の一員になるべきではないと考えていたのである。そのため、フランスを再興させ、そのフランスにヨーロッパ合衆国の中心を担わせるべきであると彼は考えていた。

チャーチルがフランスの再興を後押ししたのは戦後にフランスとの緊密な協力関係を築くためではなく、戦後の英仏関係も決して蜜月ではなかった。だが、フランスの再興においてチャーチルが重要な役割を果たしたことは事実であった。その後、フランスは一九四七年まで東側陣営に加わる可能性もあったが、最終的に西側陣営に加わることを選り北大西洋条約機構 (North Atlantic Treaty Organization) などを通じた英米との協力を行っていく<sup>(53)</sup>。フランスの再興におけるチャーチルの貢献は、そのような英米仏3か国間の協調関係が築かれる上で重要な要因であったのである。

(2022.9.1 受稿, 2022.9.21 受理)

---

(53) John Young, *France, the Cold War and the Western Alliance, 1944 - 49* (Leicester: Leicester University Press, 1990).

〔抄 録〕

1940年、フランスは独伊と休戦協定を結んで第二次世界大戦から離脱し、2つの「フランス」に分裂した。しかし、1945年にフランスは戦勝国として第二次世界大戦を終えただけでなく、連合国管理理事会の一員としてドイツの占領に参加し、国際連合安全保障理事会の常任理事国の地位も獲得した。このようなフランスの再興において重要な役割を果たしたのがイギリスであった。

先行研究ではフランスの再興における外務省の貢献が着目されがちであるが、首相のチャーチルもフランスの再興において重要な役割を果たした。まず、1940年の自由フランス結成当時、チャーチルは自身のイニシアティブのもとに自由フランスに対する支援を推進した。その後チャーチルはド・ゴールと対立したが、戦争の勝利が近づくとド・ゴールとの個人的な対立を差し置いてフランスの再興を主張した。チャーチルはフランスを再興させることでヨーロッパ大陸の勢力均衡を取り戻すことを望んでいたのである。ヤルタ会談においてチャーチルは「虎のように」戦い、フランスを連合国管理理事会の一員としてドイツの占領に参加させることをローズヴェルトとスターリンに合意させた。フランスの再興におけるチャーチルの貢献は、戦後世界における英米仏3か国間の協調関係が築かれるうえで重要な要因であった。



〔論 説〕

## 第一生命営業職員詐欺事件の事例研究

樋口 晴彦

キーワード：組織不祥事，リスク管理，コンプライアンス，生命保険

### はじめに

本稿は、第一生命保険株式会社<sup>(1)</sup> (以下、「第一生命」) の営業職員が犯した詐欺事件に関する事例研究である。本事件の重大な原因として、同社が営業成績偏重の経営方針であったため、成績が非常に優秀であった当該社員を特別扱いし続けた結果、同人に対する日常的な業務監督を懈怠するとともに、不審情報に対する調査やその後のモニタリングも不十分になっていたことが挙げられる。

### 1. 事件の概要

2020年7月、第一生命の営業職員甲(当時89歳)が、顧客に架空の金融取引を持ち掛け、不正に金銭を取得していた詐欺事件が発覚した<sup>(2)</sup>。詐欺の手口は、「会社から優遇金利の「特別枠」を与えられている」と説明し、高利率<sup>(3)</sup>を約束して顧客から金銭を預かっていたものである。本事件の被害者は24人で、被害金額合計は約19億5,100万円であった<sup>(4)</sup>。第一生命では、2020年6月に被害者からの通報を受けて調査を開始し、7月2日に不正行為が確認されたことから、翌3日に甲との委嘱契約を解除(懲戒解雇相当)した。さらに同社では、甲に代わって被害全額を立替弁済すると発表した<sup>(5)</sup>。

本事件を受けて金融庁は、保険業法に基づき第一生命に報告徴収命令を発出した。なお、甲は認知症が進展していたため、検察庁は起訴猶予処分とした。

---

(1) 以下、社名で「株式会社」を省略する。

(2) 本稿の事実関係の認定については、第一生命が作成した「「元社員による金銭の不正取得」事案に関するご報告(2020年12月22日)」(以下、「第一生命報告書」)及び「「経営品質刷新プロジェクト」の取組状況に係るご報告(2021年4月20日)」(以下、「第一生命取組状況」)に主に依拠している。

(3) 甲が被害者に提示した利率は、年利率5%から半年で2倍・3倍など様々である。

(4) 第一生命報告書は不正行為の開始を2002年としているが、地方メディアによると、或る被害者は1991年10月に計2億8,000万円を甲に預けたと説明しており、もっと長期にわたって続けられていた疑いがある(NetIB-News2020年10月19日記事「第一生命が詐欺容疑で『実録 頭取交替』登場の元社員を刑事告発(15)」<<https://www.data-max.co.jp/article/38180>>(2022年8月24日最終確認))。

(5) 甲が詐欺で集めた資金の用途は不明である。筆者としては、長年にわたってポンジ・スキームが継続された結果、その大部分が元本の返済や利息の支払いに充てられたと推察している。

## 2. 営業成績偏重の経営姿勢

公益財団法人生命保険文化センターの「2021（令和3）年度生命保険に関する全国実態調査」によれば、直近加入契約件数（2016年～2021年加入）の55.9%が営業職員を加入チャネルとしており、生命保険営業において営業職員が果たす役割は非常に大きい。加入チャネルに対する満足度（「満足している」又は「どちらかといえば満足している」と回答した者の比率）も、「家庭に来る営業職員」が87.2%、「職場に来る営業職員」が83.4%と非常に高い。満足している理由としては、「定期的な訪問がある」「相談に迅速に対応してくれる」「保障内容の説明や手続きの対応が良い」の比率が高い<sup>(6)</sup>。

その一方で、金融庁は「生命保険会社の営業職員チャネルでは、これまで金銭詐欺問題がたびたび発生」（金融庁（2021）、38頁）と指摘している。第一生命でも、2008年に神戸支社の営業職員が、本事件と同じく「特別枠」を騙った手口で顧客から約1億円を詐取する事件が発覚していた。さらに、本事件を受けて第一生命が顧客に注意喚起の呼びかけを実施したところ、2021年10月までに以下の6件の詐欺事件が発覚した。いずれもベテランの営業職員が顧客との信頼関係を悪用したもので、特に福岡事件・松本事件は本事件と同様に社内の優遇金利制度を持ちかける手口だった。

- ・和歌山事件（被害者数24人、被害金額約5,992万円）
- ・福岡事件（被害者数3人、被害金額約865万円）
- ・横浜事件（被害者数4人、被害金額約503万円）
- ・松本事件（被害者数8人、被害金額約4,836万円）
- ・旭川事件（被害者数3人、被害金額約654万円）
- ・埼玉事件（被害者数1人、被害金額約3,800万円）

このように営業職員の不正が跡を絶たない事情として、生命保険業界における営業成績偏重の経営姿勢が問題視されている。この経営姿勢を具体化したものが、厳しいノルマ・歩合給・大量採用（大量退職）の3点を特徴とするビジネスモデルである。

営業職員は、採用後しばらくは一定の収入を保証されているが、その後は厳しいノルマが課され、歩合給の比率が上昇する。成績優秀者が多額の報酬など高処遇を享受する一方で、成績不良者は低収入に苦しみ、やがて退職を余儀なくされる。東洋経済オンラインの調査<sup>(7)</sup>では、営業職員を主力とする生命保険会社15社の2019年度の営業職員（合計）は、在籍者数237,629人・採用者数45,840人・退職者数43,310人とされ、18.4%という異常な離職率が特徴的である。新規採用者の多くが親類や知人に保険を販売した後に離職すると言われ、まさに営業職員を使い捨てにしている状況がうかがえる<sup>(8)</sup>。

第一生命もその例外ではなく、現場に対して営業目標のノルマを一方向的に割り当てる<sup>(9)</sup>

(6) 筆者が事情聴取した生命保険関係者によれば、「困ったとき、相談したいとき、保険金や給付金を請求したい時、営業職員がすぐに来てくれて解決してくれるので、助かる面もあります。また、ゴルフイベント・会食・パーティへの招待、贈り物（お中元・お歳暮等）のサービス（営業職員負担がかなり大きい）がある場合もあります。さらに優待者（筆者注：成績優秀者のこと）であれば、いろんな人（地元有力者等）の紹介もしてくれ、自分のビジネスにとっても役立つ面も在ります」とのことである。

(7) 東洋経済オンライン 2021年1月28日記事「再燃するハローワーク前の「採用活動」」<<https://toyokeizai.net/articles/-/573302>> (2022年8月24日最終確認)

とともに、「営業目標の達成状況だけで評価」（第一生命報告書 17 頁）していた。同社には 4 万人超の営業職員が所属しているが、そのうち約 7 千人が毎年退職している。会社側でも成績不良者が早期退職することを前提に、営業支社に対して営業職員の採用目標のノルマを課していた上に、採用数についても上限を設けていなかった<sup>(10)</sup>。

こうした生命保険業界特有の営業成績偏重の経営姿勢により、営業職員が過度のプレッシャーを受け、あるいは成績を上げさえすればよいという意識が蔓延していることが、不正の温床になっていると考えられる。例えば、前述した福岡事件は、営業職員が成績を挙げるために借用名義で保険契約を結び、その保険料を自ら支払う「自爆営業」を続けており、その資金調達のために詐欺を実行したものである<sup>(11)</sup>。そして本事件は、成績優秀な営業職員に会社側が深く依存していたことが重要な背景になっている<sup>(12)</sup>。

### 3. 会社側による特別扱い

第一生命の規程では営業職員の定年は 65 歳とされ、それ以降も 1 年契約を更新することが可能であるが、その場合でも 80 歳が上限とされている。しかし甲は、80 歳以後も契約更新を続け、事件発覚時には 89 歳に達していた<sup>(13)</sup>。甲の営業成績は近年下がっていたものの、かつては全国トップクラスであり、歩合給のため年収が 1 億円を超える時期もあったとされる。前述した営業成績偏重の経営姿勢により第一生命では甲を賞揚し、4 万人超の営業職員の中でわずか十数人しか有していない「上席特別参与」という特別な称号や、社内ですら一人の「特別調査役」という特別な役職を与えていた<sup>(14)</sup>。

甲は山口県周南市（旧徳山市）を勤務地としていたが、その所属部署は営業拠点である山口支社徳山営業オフィスではなく、西日本マーケット統括部（福岡県福岡市所在）の徳山分室（所在地は徳山営業オフィスと同じ）とされ、本社所属の扱いであった。徳山分室では幹部社員並みの執務室を甲に与えていた上に、甲の秘書に相当する社員も配属され<sup>(15)</sup>、第一生命が甲を特別扱いしていることが外部の者にも分かる状況であった<sup>(16)</sup>。ち

(8) 「平均的に言って、大手生保の在籍率は 2 年目 70% 前後、3 年目 50% 前後。ざっくり言えば、10 人のうち 1 年以内に 3 人が辞め、2 年以内には半分の 5 人が辞める。採用から 6 年目（61 カ月目）まで見ると、在籍率は 20～25% まで下がる。つまり 5 年後に残っている営業職員は実に 10 人のうち 2 人にすぎない」（前出東洋経済オンライン 2021 年 1 月 28 日記事）。

(9) 「新契約実績等の営業目標につきましては、これまでは本部がトップダウンにて支社に割り当てる形で策定しておりました」（第一生命報告書 17 頁）。

(10) 第一生命では、本事件を踏まえた対策の一つとして「営業員の採用運営については、数値目標を撤廃し、拠点ごとの採用数に上限値を設定する」（第一生命取組状況 9 頁）と説明している。

(11) 「福岡県事案の元社員については、多くの名義借用契約の作出などにより金銭事情が厳しくなっていた事実も判明しております」（第一生命報告書 12 頁。下線筆者）。

(12) 筆者が事情聴取した生命保険関係者によれば、「何十年も前から加入率 9 割以上と、生保市場は成熟化しきっています。その中で、対前年比で売り上げ増（基本的に死亡保障額）を求められている生保会社にとっては、結局、大きな死亡保障保険を売ってくれる優績者に頼らざるを得ないのが実情です」とのことである。

(13) 第一生命は、甲の雇用を継続した理由について「保有契約が多く、80 歳までに顧客の引き継ぎの完了が難しかった」（朝日新聞 2020 年 10 月 13 日朝刊）と説明している。

(14) 前述のとおり社内規程では 80 歳が上限とされていたことから、それ以後も甲の雇用を継続する目的で特別調査役の役職が新設されたと推察される。

なみに、県庁所在地でない徳山市に本社の分室が置かれること自体が不自然であり、徳山分室は甲に奉仕する「お世話係」であったと推察される。

顧客が多額の金銭を預けるほど甲に信頼を寄せるようになった事情の一つとして、このように甲が社内で特別扱いされていたことが挙げられる。例えば、本事件における金銭の授受の一部は、徳山分室内の甲の個室で行われていた。報道によれば、「(被害者側の)弁護士は第一生命の社員2人が同席する場で元外交員が架空の取引の借用証書を手書きしていた点を指摘し「正規の手続きと信用させてだまし取った」と主張した」(中国新聞2020年11月19日朝刊)とされる。第一生命報告書も、「元社員には、お客さまから見て特別な信頼を惹起しやすい外観がありました。信頼を惹起しやすい外観として、「特別調査役」という特別な肩書を会社が与えていたことや、「上席特別参与」の称号付与、名刺利用などがあげられます」(同7頁)と認定している<sup>(17)(18)</sup>。

#### 4. 山口銀行との特別な関係

甲が全国トップクラスの成績を挙げていた事情として、地元の有力地方銀行である山口銀行の元頭取の乙氏との特別な関係が挙げられる。

甲は、乙氏の指示を受けた同銀行関係者から紹介を受け、同銀行の取引先に保険を販売しており、特に企業向けの団体保険(経営者や従業員を対象とした保険)の契約金額が大きかった模様である。ちなみに乙氏は、1992年に山口銀行の代表取締役頭取に就任し、2002年に相談役に退いた後も社内に専用の個室を持つなど隠然たる権力を保持し、同社を私物化していたと言われている<sup>(19)</sup>。2016年に甲の勤続50年を祝うパーティが開催された際には、山口銀行頭取(当時)がその発起人に名を連ね、地元政財界の有力者が多数出席するなど、甲は営業職員として破格の存在であった<sup>(20)</sup>。

有力者の紹介によりネットワークを広げていくこと自体は、営業職員として当然の手法

(15) 「あらゆる地元の名士たちに顔が利く甲は、第一生命にとって、オフィス内で最も重要な人物だった。上席の社員が「甲特別調査役担当」の肩書でカバン持ちをし、その他にも秘書的な立場の専属スタッフまでついていたという」(週刊現代2020年10月24日号記事「顧客から19億円をダまし取った「89歳生保レディ」の華麗なる履歴書」61頁)

(16) 第一生命取組状況によれば、甲以外にも一部の営業職員が本社所属とされ、執務室を与えられており、トップクラスの営業職員に対する優遇措置の一つと推察される。

(17) 第一生命では、本事件を踏まえた対策の一つとして、上席特別参与や特別調査役を廃止した。

(18) 甲の長女も第一生命で営業職員を務めており、甲が獲得した顧客を長女が共同担当することで優良な営業成績を挙げ、上席特別参与に就任している。筆者が事情聴取した生命保険関係者によれば、「保険契約は、保険会社というよりも優績者個人から加入したという「属人的要素」が極めて強く、優績者の高齢化による他の営業職員への引継ぎは極めて困難です。自分の子供等に引き継ぎをする優績者が出てくるのは、まだ家族の方がお客さんも引き継いでくれる確率は高くなるからです」とのことである。こうした「営業職員の業績の世襲化」を会社側が許容していることも特別扱いの一つと言えよう。

(19) 乙氏と対立した頭取(当時)が2004年にわずか1期2年で解任された事件を題材として、元取締役が『実録 頭取交替』(浜崎(2017))を執筆している。

(20) 「甲のパーティの事務局業務を行員が行ったり、ホスト側の役割をしたり、丙会長(山口FG元会長)が発起人になるなど、「当該パーティは、山口銀行・もみじ銀行の一部の行員と甲との関係が特殊な関係である」と疑念をいだかざるを得ないものだった」(山口フィナンシャルグループ調査委員会(2021), 4頁)。

である。しかし、山口銀行関係者の甲への支援は過剰<sup>(21)</sup>である上に、組織的に行われていた疑いがある<sup>(22)</sup>。さらに、山口銀行の要請を断りにくい取引先を甲に紹介する、甲と契約すると融資審査が通りやすくなるなど<sup>(23)</sup>、同銀行側の優越的地位濫用の疑いも指摘されており、コンプライアンス的に疑問があると言わざるを得ない<sup>(24)</sup>。

甲自身が山口銀行との特別な関係をアピールしていたことや、山口銀行監査部の調査報告書が「もみじ銀行（筆者注：同行は2005年に山口銀行の傘下に入った）行員が甲に異例な形で顧客を紹介し、その見返りとして第一生命保険から10億円単位の多額な通知預金がなされていると認識しつつ、当該預金を受け入れ続けた」（山口フィナンシャルグループ調査委員会（2021）、4頁。下線筆者）と指摘していることを勘案すると、甲と山口銀行の関係について第一生命側も十分に認識していたはずである。それにもかかわらず、甲の営業活動を放任していたのは、前述した営業成績偏重の経営姿勢によるものと考えられる。

本事件における金銭授受の一部は山口銀行の応接室で行われており、被害者を信用させるための舞台装置として甲が同銀行を利用していたことになる。さらに言えば、多額の現金を受け渡すという一般常識から外れた取引を山口銀行側が黙認していたのも、相手が甲だったためであろう。その意味では、甲と山口銀行の特別な関係を第一生命側が放置したことが、詐欺事件の遠因の一つと認められる。

## 5. リスク管理の機能不全

第一生命のリスク管理上の問題点として、日常業務に関しては、甲に対する業務監督の懈怠及びリスクの高い取引に対する監視の不足、そして2017年に入手した不審情報の取扱いに関しては、調査の不徹底とその後のモニタリングの懈怠、コンプライアンス統括部の傍観が挙げられる。

---

(21) 1998年～1999年にかけて山口銀行の宇部支店長（同銀行取締役）が甲と頻繁に連絡を取り合い、取引先を紹介していたことの証左となる「支店長専用連絡ノート」が地方メディアに掲載されている（NetIB-News2020年12月8日記事「第一生命の保険金詐欺（3）」<<https://www.data-max.co.jp/article/39062>>（2022年8月24日最終確認））。

(22) 地方メディアによれば、「複数の関係者から「乙氏の山口銀行頭取時代には、甲への紹介が営業店支店長のノルマとなっていました。甲への協力の度合いで出世が決まっていたのです。非協力的と見られ左遷させられた支店長がいたことも事実です。完全に乙氏の専制の状況で、銀行顧客の紹介が行われていました」という証言が寄せられている」とのことである（NetIB-News2020年10月19日記事「第一生命が詐欺容疑で『実録 頭取交替』登場の元社員を刑事告発（14）」<<https://www.data-max.co.jp/article/38178>>（2022年8月24日最終確認））。

(23) 「甲が顧客として大量に抱えていたのが、地元の開業医だった。（中略）この開業医の顧客を得るのに、山口銀行の支店長たちとの関係が大いに役立った。「勤務医が開業するのには多額のおカネがかかります。そこで、甲さんが山口銀行につなぐと、滞りなく融資が受けられる。」（甲の知人）」（前掲週刊現代2020年10月24日号記事60頁）。

(24) 「このような事実関係は、（中略）銀行が有する（また有すべき）高い信頼性・信用性に鑑みると、悪用される可能性が十分にあるもので、なすべきではなかったと考えられる」（山口フィナンシャルグループ調査委員会（2021）、4頁）。

## 5.1 業務監督の懈怠

前述のとおり徳山分室は、甲に奉仕する「お世話係」にすぎず、甲を管理する立場になかったと考えられる。その一方で、福岡市所在の西日本マーケット統括部は、ただでさえ距離が離れている上に、甲に対して業務活動報告を求めないなど実質的に業務監督を放棄していた。

その事情として、「西日本マーケット統括部においては、甲に関する事項について、穏便に収めたい、余り関わりたくない等の意識がありました。そのような意識が生じた背景には、甲が「特別調査役」として特別な地位にあり、しばしば当社の役員等との親密さを吹聴していた甲への遠慮が存在していた」（第一生命報告書8頁）とされる。社内で甲が特別扱いされていたことから、甲に遠慮して及び腰になっていたと認められる<sup>(25)</sup>。さらに、長年にわたり甲に対する管理を放棄してきたため、西日本マーケット統括部には、「(甲に対する) 第一次的な管理責任はないとの認識」（第一生命報告書8頁）が形成されていた模様である。

## 5.2 リスクの高い取引に対する監視の不足

第一生命は、以下のとおり基本的なリスク管理の仕組みを整備していなかった。

- ・甲が詐取した資金の原資は、保険契約の契約者貸付金<sup>(26)</sup>、死亡保険金、満期保険金、解約返戻金等であった。過去の営業職員の詐欺事件でも、これらの取引が悪用されていたことに鑑みれば、第一生命側では契約者貸付等のリスクの高い取引の件数が高い営業職員を監視する仕組みを構築すべきであった<sup>(27)</sup>。
- ・リスクの高い取引に関しては、顧客自身の意向を確認することが重要である。しかし第一生命では、顧客に対する問合せを担当の営業職員を通じて行う仕組みであったため、実質的に無意味になっていた<sup>(28)</sup>。
- ・甲が顧客から金銭を詐取する際は、1件を除いて現金を直接受領しており、他の詐欺事件でも現金のやり取りが通例であった。したがって、第一生命では、詐欺事件を予防するために営業職員による現金の取扱いを禁止するとともに、その旨を顧客に周

(25) 「緩すぎる管理態勢を見過ごしてきた背景にあるのは、成績至上主義だ。優績者が不満を漏らせば「部長でもクビが飛ぶ」（関係者）と言われるほど、社内におけるトップ層の営業職員の立場は強い。本社の役員ですら簡単に物申すことができない風土が、間違いなくそこにはあった」（東洋経済オンライン 2021年9月10日記事「第一生命に金融庁が立入検査、真意測る生保業界」<<https://toyokeizai.net/articles/-/575300>> (2022年8月24日最終確認)）。ちなみに、前述した甲の祝賀パーティには第一生命の役員も出席していたとのことである。

(26) 生命保険会社は、保険契約の解約返戻金の7~8割程度を上限に、契約者がお金を借りることができる「契約者貸付制度」を設けている。

(27) 第一生命では、本事件を踏まえた対策として「担当のお客さまのうち、契約者貸付、据置金引出しをご利用されているお客さま数が一定以上となった営業員をモニタリング対象といたします」（第一生命報告書15-16頁）「担当のお客さまのうち、契約者貸付、据置金引出しのお客さま数が一定以上の営業員については、本社・支社で情報共有を行い、出金請求手続の制限を行います」（前同16頁）と説明している。

(28) 第一生命では、本事件を踏まえた対策の一つとして「高額の契約者貸付の利用や据置金引出しがあった場合においては利用目的を、契約者貸付残高が高額のお客さまに対しては利用状況を、営業員を通さずに会社が直接お客さまに確認する対応を実施いたします」（第一生命報告書16頁。下線筆者）と説明している。

知すべきであった。

上記の基本的なリスク管理対策がこれまで実行されなかった事情として、顧客への様々な対応を営業職員に任せて接触頻度を高めることで、営業職員と顧客の信頼関係を維持強化する狙いがあったと考えられる。しかし、リスク管理の観点からすると、過去の不正事件の教訓に真摯に学ぶ姿勢が欠けていたと言わざるを得ない。

### 5.3 不審情報に対する調査の不徹底

本事件の発覚が遅れた事情の一つとして、甲が2020年3月まで金利支払や元金返済を続けていたため、被害者側とのトラブルが生じなかったことが挙げられる。しかし2017年8月には、甲の「特別枠」に関して山口銀行から問合せがなされていた<sup>(29)</sup>。前述したとおり過去にも営業職員が「特別枠」を騙って詐欺をはたらく事件が発生しており、重大な不審情報であることは言うまでもない。この問合せを踏まえて、甲の全ての顧客に対して確認措置を徹底していれば、早期に事件を発見することが可能だった。

この点について第一生命は、「被害を受けている可能性がある方および元社員が否認し、また問合せをいただいた方の協力が困難となったため、社外弁護士の評価・アドバイスも受けつつ、甲への監視継続を前提に、調査を一旦終了いたしました」（第一生命報告書8頁）と弁明しているが、その実態はかなり杜撰なものであった。報道によれば、「（第一生命は）契約者貸し付けを使った顧客の利用目的も調べた。しかし、顧客には直接確かめず、「事業資金として借りた」などと判断して調査を打ち切った」（朝日新聞2020年11月3日朝刊。下線筆者）「（第一生命は）元社員、勤務地の第一生命徳山分室の同僚、勧誘された取引先らに、本来は存在しない特別枠を銘打った営業があったかなどを聞き取った。いずれも「聞いたことがない」などと否定。山口銀行にも再度確かめたところ、「うわさ話を問い合わせただけ」<sup>(30)</sup>と言われ、調査は打ち切りに」（朝日新聞2020年10月25日朝刊）とされる。

本事件を踏まえた対策として、第一生命が「不正に対して「穏便に取り図ろうとしないこと」「無関心を装い問題を避けようとししないこと」など意識面についても再度徹底」（第一生命取組状況9頁）を実施したことに鑑みると、もともと同社は不正の調査に不熱心であったと考えられる。特に本事件については、前述したとおり社内で甲が特別扱いされていたことも加味され、関係者が及び腰になってしまった可能性が高い。

### 5.4 不審情報後のモニタリングの懈怠

前述のとおり2017年の不審情報に対する調査は、「甲への監視継続」を前提に終了した。その後、甲の監視は地元の徳山分室に委ねられたが、「徳山分室の内勤社員に対して、2017年事案の調査終了・監視継続の具体的内容が伝達されず、高額な契約者貸付等に注意が向かない状況で監視継続が行われておりました」（第一生命報告書8頁）とされる。

(29) 「地元の山口銀行が2017年、特別枠などについて第一生命へ問い合わせていたとわかった。特別枠の勧誘を受けた取引先の話融資担当者が不審に思い、連絡していた」（朝日新聞2020年10月25日朝刊）。当時、乙氏の老齢のため社内での影響力が衰え、甲と山口銀行の関係が次第に疎遠となっていた模様であり、事情をよく知らない若手の融資担当者が第一生命に通報したと推察される。

(30) 通報直後の2017年9月に乙氏が山口銀行の相談役を退任したことを考え合わせると、この機会に山口銀行側では乙氏や甲の切り捨てに動く一方で、これまでの甲との不適切な関係を隠蔽しようとしたと推察される。

その事情として、前述したとおり社内で甲が特別扱いされていたため、西日本マーケット統括部がモニタリングに消極的で、徳山分室に具体的な指示を与えなかったと推察される。

しかし、徳山分室の内勤社員が甲の活動状況について適宜報告しており、「2020年3月以降は契約者貸付の手続に関する事項も（徳山分室から）報告されておりました」（第一生命報告書8頁）とされる。また、報道によれば、「直近2年間ほど、女性が勤める徳山分室の同僚らが不審な動きをつかみ、分室を所管する西日本マーケット統括部（福岡市）へ複数回伝えていたとわかった。関係者によると、加入保険をもとに顧客がお金を借りる契約者貸付制度で、女性の顧客の申請が通常の取引を超える多さだと昨年報告されていた。同じ顧客へ短時間に何度も電話したり、つじつまの合わないことを言ったりする不審な行動も18年6月以降にみられた」（朝日新聞2020年11月3日朝刊）とのことである。

かくして契約者貸付に係る不審点が再度浮上するとともに、甲の認知症の兆候も指摘されたが、西日本マーケット統括部では、徳山分室からの報告を「元社員を早く辞めさせたので、大げさに報告している」（第一生命報告書8頁）と受けとめ、再調査を行わずに甲の委嘱契約の更新を続けていた。その背景には、前述したとおり社内で特別扱いされている甲に対する遠慮があったと考えられる。

## 5.5 コンプライアンス統括部の傍観

本社のコンプライアンス統括部は、2017年の不審情報について連絡を受けたにもかかわらず、前述のとおり不徹底な調査で済ませたことを放置し、その後も西日本マーケット統括部に対しモニタリング状況の報告を求めなかった。本事件後に第一生命では、「現状、金銭関係のトラブルの情報が事実である場合は、当該情報が「疑い」である場合に比べて厳格な管理を行っております。今回の一連の事案を踏まえ、「疑い」である場合の管理についても、金銭関係のトラブルの情報が事実である場合と同水準の管理を行うことといたします」（第一生命報告書16頁）と発表している。不正が明白なケースと違って、「疑い」にとどまるケースでは、コンプライアンス統括部がどの程度まで関与できるのか明確にされていなかったと推察される。

## 6. 事件の原因メカニズム

本事件の原因メカニズムを三分類・因果表示法にしたがって整理すると、以下のとおりとなる（図1参照）<sup>(31)</sup>。

(31) 三分類・因果表示法は、組織不祥事の原因メカニズムを包括的に理解するために、筆者が樋口（2011）で考案したフレームワークである。組織不祥事の原因を直接原因とⅠ種・Ⅱ種潜在的原因に分類した上で、因果関係の連鎖の中で一段階上流側に位置することを「背景」と付記し、原因メカニズムの図示に当たっては、矢印の方向で背景を表示する。

直接原因とは、組織不祥事を発現させる直接の引き金となった問題行動であり、何らかの違反行為が組織不祥事を構成するケースでは、当該違反行為自体が直接原因となる。潜在的原因とは、直接原因を誘発又は助長した因果関係に連なる組織上の問題点であり、直接原因の発生を防止するためのリスク管理の不備に関するⅠ種潜在的原因と、それ以外のⅡ種潜在的原因に大別される。詳しくは樋口（2011）を参照されたい。



①直接原因

原因 A 甲が長年にわたって顧客から多額の金銭を詐取していたこと

② I 種潜在的原因

原因 B 日常的な業務監督の懈怠

原因 C 不審情報に対する調査やその後のモニタリングの懈怠

原因 D リスクの高い取引に対する監視の不足

原因 E コンプライアンス統括部の傍観

③ II 種潜在的原因

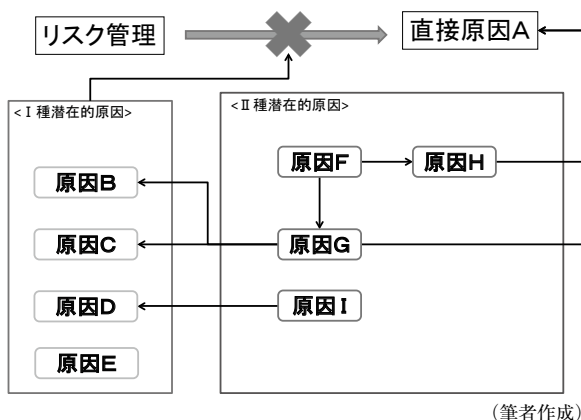
原因 F 営業成績偏重の経営姿勢（原因 G・H の背景）

原因 G 甲に対する特別扱い（原因 A・B・C の背景）

原因 H 甲と山口銀行の密接すぎる関係の放任（原因 A の背景）

原因 I 過去の不正事件に対する反省の欠如（原因 D の背景）

図 1 事件の原因メカニズム



おわりに

本事件の重大な要因として指摘した営業成績偏重の経営方針は、第一生命特有の問題ではない<sup>(32)</sup>。事件当時、一般社団法人生命保険協会の会長を務めていた根岸秋男・明治安田生命保険社長は、「(生命保険営業の)本質的なテーマであり、積年の課題」と説明している<sup>(33)</sup>。その解決策として、給与の変動幅を小さくする、業績など定量的な指標だけでなく、定性的な指標を評価に加える等の対策が進められているが、その効果については疑問である。

生命保険のような金融商品では、競合企業が模倣することが容易 (= 商品自体を差別化

(32) 生命保険業界以外でも営業成績偏重の経営方針が不祥事を引き起こしたケースが散見され、その一例としてスルガ銀行不正融資事件が挙げられる(樋口(2021)参照)。

(33) 東洋経済オンライン 2021年3月31日記事「明治安田生命社長が語る大量離職の根本原因」<<https://toyokeizai.net/articles/-/419950>> (2022年8月24日最終確認)

することは困難)であるため、どうしても営業力の勝負となる。前述のとおり旧来型の生命保険会社は、依然として営業職員に大きく依存している状態であり、彼らに成績向上の強いインセンティブを与え続けることが不可欠である。その点では、厳しいノルマ・歩合給・大量採用(大量退職)の3点を特徴とする現行のビジネスモデルは一種の「完成形」であるため、本事件を踏まえた対策も、おそらく小手先程度の改善にとどまるであろう。逆に言えば、大幅な改善が難しいからこそ、「積年の課題」となっているのである<sup>(34)</sup>。

ただし、こうした状況を今後も続けることには重大なリスクがある。営業職員を主なチャネルとする生命保険会社の保険料は、営業職員の人件費の関係で、ネット系と比較してかなり割高とされる<sup>(35)</sup>。それでも顧客が営業職員から購入するのは、生命保険という金融商品に関する情報が複雑で、営業職員による解説を必要とするためである<sup>(36)</sup>。言い換えれば、「情報の非対称性」が営業の重要なカギとなっている。しかし、AIの発達によって、この「情報の非対称性」が解消される日はそれほど遠くないように思われる。その時には、業界全体で20万人を超える営業職員が、生命保険会社にとって「重荷」に転じるのではあるまいか。

#### [参考資料]

金融庁(2021)「2021年保険モニタリングレポート」

第一生命(2020)「「元社員による金銭の不正取得」事案に関するご報告」(2020年12月22日)(第一生命報告書)

第一生命(2021)「「経営品質刷新プロジェクト」の取組状況に係るご報告」(2021年4月20日)(第一生命取組状況)

浜崎裕治(2017)『実録 頭取交替』講談社

樋口晴彦(2011)「組織不祥事の原因メカニズムの分析 —18事例に関する三分類・因果表示法を用いた分析と原因の類型化—」『CUC Policy Studies Review』30号, 13-24頁

樋口晴彦(2021)「スルガ銀行不正融資事件の事例研究(Ⅱ)」『千葉商大論叢』58(3), 105-150頁

山口フィナンシャルグループ調査委員会(2021)「調査報告書」(2021年7月26日)

(2022.8.9 受稿, 2022.9.6 受理)

---

(34) 筆者が事情聴取した生命保険関係者によれば、「この古いビジネスモデルから脱却することが何十年も前から課題ではありますが、大量採用・大量脱落しても、会社としては儲かる構造になっているので、なかなか脱却できません。また、万が一保険が売れなくなっても、何十年も蓄積した膨大な預かり資産があるので倒産することはあり得ず、経営者としてビジネスモデル変革のインセンティブがなかなか働きにくいのも事実です」とのことである。

(35) 「死亡時に3千万円を得る10年定期の保険に30歳男性が加入する場合、国内大手の保険料は約6,500円。中堅生保の代理店向けは約5,000円、ネット系生保は約2,700円だった」(朝日新聞2020年12月12日朝刊)。

(36) 少なからぬ顧客は、営業職員の説明を聞いても十分に理解できないために、最終的には営業職員という個人への信頼感をもとに購入を決断していると考えられる。

—Abstract—

Study of the Fraud Case by a Salesperson of the DAI-ICHI Life Insurance Co.

The study focused on analyzing the fraud case by a salesperson of the DAI-ICHI Life Insurance Co. The company had given special preferential treatment to the salesperson who had excellent sales results for years, because of its management policy emphasizing meritocracy. Consequently, the company had neglected to supervise her daily operations. Investigations of suspicious information about her and subsequent monitoring of her operations had also been insufficient.

千葉商科大学国府台学会

運営委員会委員

(ABC順)

---

赤木	茅	(基盤教育機構)
荒川	敏彦	(商経学部)
出口	弘	(商経学部)
藤井	紘司	(人間社会学部)
藤原	七重	(商経学部)
五反田	克也	(国際教養学部)
平原	隆史	(政策情報学部)
越川	靖子	(商経学部)
○小杉	亮一朗	(商経学部)
久保	裕也	(国際教養学部)
松崎	朱芳	(商経学部)
箕原	辰夫	(政策情報学部)
グエン	トゥイ	(人間社会学部)
小黒	岳志	(商経学部)
大下	剛	(サービス創造学部)
◎相良	陽一郎	(商経学部)
鷺谷	浩輔	(基盤教育機構)
横山	真弘	(サービス創造学部)
朱	珉	(商経学部)

---

◎委員長

○副委員長

©

---

2022年11月30日発行

千葉商大論叢 第60巻 第2号

(通巻第195号)

編集発行者 千葉商科大学  
国府台学会

発行所 千葉県市川市国府台1-3-1  
(〒272-8512)  
電話 (047) 372-4111(代)

---

印刷所 株式会社 CUC サポート  
ドキュメントセンター  
千葉県市川市国府台1-3-1  
(〒272-8512)  
電話 (047) 710-4672

# CHIBA SHODAI RONSO

(The Journal of Chiba University of Commerce)

Vol. 60 No. 2 November 2022

## Articles

- The Role of Policy Finance in Recent Years  
—Focusing on the Activities of Japan Finance Corporation— ..... *SAITO, Hisahiko* ( 1 )
- Japanese Tourists' Willingness to Pay More for Cultural Experiences in Hawaii  
—A Destination Economic Sustainability Perspective— ..... *ANDO, Kazuyo* ( 57 )
- An Exploratory Study of Brand Community Participation  
..... *MIYAZAWA, Kaoru* ( 79 )  
*MATSUMOTO, Daigo*
- What the Common Academic Discipline of Basic Technique of Chiba University of Commerce  
Should Be? ..... *TANAKA, Shinichiro* (101)
- A Study on Japanese MaaS in Rural Areas ..... *NAKANO, Yuki* (119)
- The Characteristic and Problem of the Farmhouse Accommodation Mainly Accepted of the  
Individual Tourists in Japan.  
—A Comparison Between Japan and Italy— ..... *YAMADA, Kosei* (143)
- Procyclicality and Impairment of Financial Instruments  
—A Review— ..... *NEGISHI, Ryohei* (155)
- Summary of the results of the "Survey towards NPO on Citizens' Trust, Social Participation,  
and Urban Policies Linking of Local Communities".  
—Exploring the Existence and Behavioral Patterns of Non-Profit Organizations Located in the  
Capital City — ..... *TOGAWA, Kazunari* (165)
- British Diplomacy and the Restoration of France, 1940-1945: Focusing on the Role  
of Winston Churchill ..... *NAKAMURA, Yusuke* (189)
- Study of the Fraud Case by a Salesperson of the Dai-ichi Life Insurance Company, Limited.  
..... *HIGUCHI, Haruhiko* (203)

**KONODAI INSTITUTE**

**Chiba University of Commerce**

**Konodai, Ichikawa, Chiba, Japan**