



Fukugin

JOURNAL



focus

福井県経済、2018年の回顧と
今後(2019年)の展望

福井県立大学 地域経済研究所長・教授
南保 勝

scope

多様化するベンチャーファイナンス

新年のごあいさつ	01
focus 福井県経済、2018年の回顧と今後(2019年)の展望	02
Close Up 福井県内の企業は、引き続き「人手・人材不足」が問題に。	10
調査結果 福井銀行景気動向調査	11
scope 「多様化するベンチャーファイナンス」	12
レポート IPO市場レポート	17
ビジネスエッセンス講座 気づいていますか？あなたの第一印象。	18
海外ビジネスレポート バンコクのメガネ市場	19
レポート 株式会社の起業から解散までのシミュレーション	20
WiL通信 福井の女性企業家に聞く！	26
主要経済指標	28



さきち 佐伎治神社

佐伎治神社は高浜町宮崎に1800年以上前に創建されたと伝えられ、延喜式神名帳にも名が記されている古社です。祭神は素戔嗚尊(すさのおのみこと)・稲田姫命(いなだひめのみこと)・大己貴命(おおなむちのみこと)の三柱。若狭地方に伝わる最大の祭り「高浜七年祭(たかはましちねまつり)」が行われることで有名です。

この「高浜七年祭」は、旧高浜地区を氏子として営まれる式年大祭で、福井県の無形民俗文化財に指定されています。十二支の子年から巳年を陽、午年から亥年を陰としてその陰陽極まった巳年と亥年を「まつり年」として6年おき、則ち「まつり年」を含めて7年目ごとに行われることから「七年祭」といわれます。この祭は京都の祇園祭や小浜廣嶺神社の祇園祭礼と同じ様に御霊会(ごりょうえ)の性格を持っており、様々な歌舞芸能が行われます。

本年は亥年であり高浜七年祭の開催年に当たります。6月23日(日)から6月29日(土)の7日間をとおして中ノ山・東山・西山の3基の神輿と7基の曳山が巡行するとともに、太刀振りやお田植、神楽などの芸能が奉納される予定です。

表紙 神宿る岩 おおいわ 大岩

本殿の裏の小山を120mほど登ると、突然苔に覆われた巨大な岩が現れます。高さ14メートル、周囲40メートルもある神秘的なその岩は、2015年に公共工事の調査により偶然発見されました。それまで言い伝えとして伝わってきた幻の岩は神社の例大祭に一般公開され、新たなパワースポットの出現として注目を集めています。



新年のごあいさつ

株式会社 福井銀行
頭取 林 正博



新年明けましておめでとうございます。みなさまにおかれましては、輝かしい新年をお迎えのことと心よりお慶び申し上げます。旧年中は福井銀行をお引き立ていただき、厚く御礼を申し上げます。

さて、昨年を振り返りますと、福井県では、2018「福井しあわせ元気」国体・障スポが開催され、福井銀行はオフィシャルサポーターとして様々な支援を行いました。大会では、県民一体となり選手を応援し、天皇杯(男女総合優勝)皇后杯(女子総合優勝)を勝ち取ることができ、福井中が感動と歓喜に沸きました。改めて福井県民の底力と結集力を実感した次第です。全国のみなさまに福井県に來訪いただいたことは有益なことであり、今後さらに観光ビジネス・未来創造に向けたビジネスへと繋がることを期待しております。

福井銀行では、2018年4月より新中期経営計画がスタートしました。3か年を「地域とともに、お客さまとともに、時代の変化に合わせて成長していく

期間」と位置付け、企業理念である「地域産業の育成・発展と、地域に暮らす人々の豊かな生活の実現」に向けて4つのテーマ「お客さまをふやす・働く場所、働く人をふやす」「コンサルティング機能の強化」「選択と集中」「人づくり革命」に取り組んでおります。今後もさらに取り組むべき「課題」と「環境」の変化に対応しながら、「より早く、より深く、より広く」を合言葉に、地域の発展に貢献する所存であります。

おかげさまで福井銀行は本年12月に創立120周年を迎え、来年12月には本店の新築オープンを予定しております。金融機関を取り巻く経営環境については、引き続き厳しい状況が続いておりますが、地域のみなさまに感謝し、地域において一番に選ばれる銀行を目指して、福井銀行ならびにグループ会社役職員一同、地域の持続的な発展に貢献してまいります。

本年もご支援、ご指導賜りますようお願い申し上げます。新年のご挨拶とさせていただきます。

福井県経済、2018年の回顧と 今後(2019年)の展望

南保 勝

福井県立大学地域経済研究所長・教授

はじめに

～緩やかな回復基調が続く日本経済～

2018年の日本経済を振り返ると、年初来、輸出の緩やかな回復や堅調な雇用・所得環境を背景とした個人消費の上振れなどから、景気は緩やかな回復基調でのスタートとなった。ただ、年央にかけては大阪府北部地震や西日本豪雨、北海道胆振東部地震などの相次ぐ自然災害の影響で一進一退の状況を示し、7～9月期の国内総生産(GDP)改定値は、物価変動の影響を除いた実質の季節調整値で前期比0.6%減。年率換算では2.5%減となり、1～3月期以来、2四半期ぶりのマイナスを記録している。

ただ、その後は堅調な企業の投資マインドや家計所得の増加ペース加速、災害による悲観ムードの一巡などから徐々に持ち直し感を強めており、景気は再び回復軌道へと復帰している。

こうした中、12月13日、内閣府は、2012年12月から続く景気拡大局面が高度成長期の「いざなぎ景気」を超えて、戦後2番目の長さ(58か月)になったと認定。年末には株価低落から暗雲が立ち込めたものの、景気拡大は現在も続いているとみられ、今年1月まで続けば戦後最長の「いざなぎ景気」(2002年2月～08年2月、73か月)を抜くことも予想されている。

一方、2019年の経済情勢について、まず需要部門では、2019年10月に予定されている消費増税の影響について、今回は税率引き上げ幅が2%と小幅で、軽減税率の導入や教育・保育の無償化案

などを考慮すれば、家計への影響は軽微で、個人消費への悪影響が最小限にとどまること。また、新天皇即位に伴う改元効果が期待されること。さらに、人手不足を背景とした雇用所得環境の改善や各種の政策効果などが下支えに作用するなどから、個人消費は引き続き堅調に推移すると考えられる。さらに、企業のキャッシュフローが潤沢な中、人手不足を背景とした合理化・省力化投資、研究開発投資、建設投資などを中心に設備投資の持ち直しが続くことなどから、回復基調のまま推移することが予想される。

供給部門も、外需面で、中国経済の減速などから輸出の増勢鈍化は避けられないものの、電気機械や自動車部品を中心に高水準の生産が続くものと予想される。

従って、今後(2019年)の経済情勢を総合的に判断すると、日本経済は、需要面、供給面ともに一部で弱さを伴いつつも、緩やかな景気回復基調が続くものと思われる。

ただ、米国経済については、トランプ政権が今以上に保護主義・排外主義を強めれば、米国内での家計・企業マインドの弱含みや企業収益の悪化をもたらし、景気の下押し圧力となる可能性が予想されることや、米中貿易戦争の長期化によるリスク拡大など国際的な不確実性の存在には留意する必要がある。

ここでは、これまで述べた日本経済の動向を参

考としながら、まずは2018年の福井県経済がどのような歩みをみせたかを振り返り、その上で2019年の県内経済情勢と、それを踏まえた上で

の産業・企業活動の方向性についても若干のコメントを付け加えたい。

2018年の福井県経済

～一部で弱さがみられるものの、総じて回復基調を維持した福井県経済～

1. 概況

2018年の福井県経済を振り返ると、需要面では、物価上昇幅を下回る賃金アップにとどまったことなどから、給与所得者の生活環境に停滞感が戻った年であったといえる。ただ、ここ2～3年の賃上げによる生活環境の改善もあり、飲食料品など生活必需品を中心に堅調な需要動向を維持したことがうかがえる。一方、県内主要観光地や温泉宿泊者数は、大雪の影響や北陸新幹線効果の一巡などから前年を下回っている。ただ、総じてみれば、県内の個人消費は一部を除き概ね回復基調を強めた一年であったといえる。ちなみに、主な需要項目を眺めてみると、住宅投資は不冴えながら、自動車販売は年末にかけ持ち直しの動きを強めた。また、商業販売では、県内大型店売上高が季節衣料の不振などから前年割れが続いたものの、コンビニエンスストアやドラッグストアなどは品揃えの拡充が奏功し堅調な売上を確保したほか、家電販売なども秋口以降、4Kテレビや白モノ家電などで持ち直しの動きがみられた。半面、高齢化で需要が拡大している介護関連事業や既存のスーパー・CVS・ドラッグストアなどの小売業、建設業を中心に人手不足感がさらに強まった一年でもあった。

一方、供給面では、まず企業活動について、福井県商工会連合会が公表する『県内商工会地域を取り巻く景気動向(中小企業景気動向調査結果：平成30年10-12月期実績、平成31年1-3月見通し)』や財務省北陸財務局福井財務事務所が公表する『福井県内の法人企業景気予測調査、第59回平成30年10-12月期調査』の結果をみると、自社の業況判断を示す業況DIが、中小・小規模事業所などではいまだ厳しさが残るものの、中堅企業や大企業などでは、業況の改善が進んでおり、規模間格差、業種間格差を伴いつつも、県内企業の経営環境が確実に改善されている事実を確認できた一年となった。

ちなみに、本県における主要製造業の動向をみると、生産品目別では、主力の電子部品・デバイスが年を通じて高水準の生産を維持、輸送機械も緩やかな拡大が続いたほか、化学も合成樹脂や医薬品等を中心に、概ね堅調な生産動向を持続。また、地場産業では、繊維工業が非衣料に加え衣料品需要も持ち直している。ただ、眼鏡枠工業は国内需要、海外からのOEMともに不冴えな状況に終わるなど、全体としては精彩を欠く展開となった。

これらを総合すると、2018年の福井県経済は、一部で弱い動きがみられるものの、年初から、個人消費が緩やかに持ち直しの動きを維持したほか、生産活動も地場産業などの一部に弱さがみられるものの、主要産業では順調な操業を維持するなど、全体としては回復基調で推移した一年であったといえる。

こうした概況を踏まえた上で、以下では2018年における福井県経済の動きを主要項目別(経済活動別)に眺めてみたい。

2. 経済活動別状況

(1) 需要面の動き

①消費活動

消費とは、「生活の必要を満たすために財やサービスを使用し、消耗する」ことである。我が国では国内総支出に占める民間最終消費支出の割合が6割前後を占めていることから、消費の増減が経済全体に与える影響は極めて大きい。そのため、ここでは消費を決定づける最大の要因となる所得(賃金)の動きと、消費に関連した供給サイドの指標を採り上げ、福井県内における2018年の消費活動を振り返る。

まず、県内勤労者の所得環境を、『福井県毎月勤労統計調査』及び『福井市消費者物価指数』をもとに眺めてみると(図1)、物価上昇分を差し

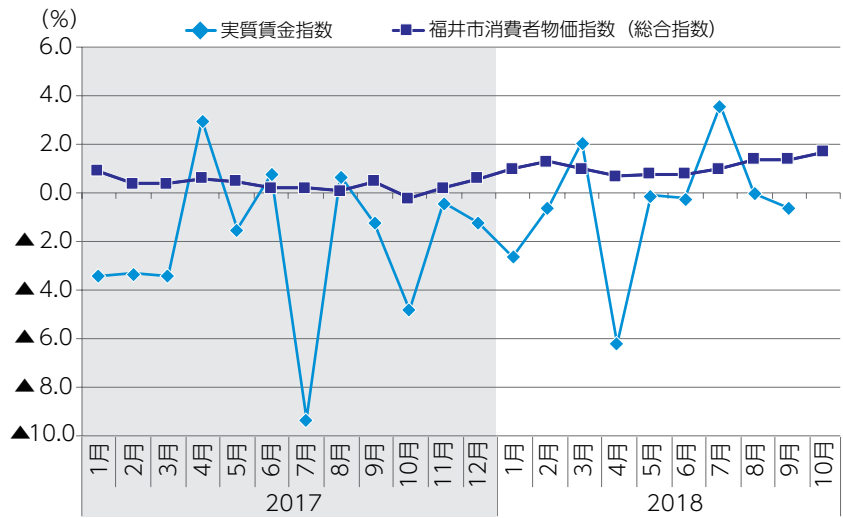
引いた実質賃金指数は、前年比で1月-2.6%、2月-0.6%とマイナスで推移。一旦、3月に+2.1%となったものの、4月以降は7月を除きほぼ前年割れとなるなど、上昇に陰りが出始めている。一方、物価動向（総合指数）は、1月+1.0%、2月+1.3%、3月+1.0%と、年初から1%台の上昇を維持し、4月～7月にかけて低位横ばいで推移した後、再び1%台を上回り堅調な推移を示した。つまり、2018年は概ね年を通して物価上昇が実

質賃金の上昇幅を上回るなど、給与所得者にとっては生活のゆとりが限定され、個人消費回復に向けて足を引っ張ったことがうかがえる。ちなみに、ふくい・くらしの研究所が実施した「2018年秋の消費動向調査」（図6）をみると、収入DIのマイナス幅が拡大する中（前回調査▲24.8→今回調査▲25.3）、今後半年間の暮らし向きDIもマイナス幅が拡大（前回調査▲18.5→今回調査▲19.0）。さらに、支出を押さえ、貯蓄に回そうとする層が増加する結果となっている。

この結果から推測されることは、県内生活者の消費マインドとして、所得の伸び悩みなどを背景に、前年同様、消費を極力抑え貯蓄に回す生活防衛型の暮らし向きを志向する層が増大していることも考えられる。

こうした中、県内大型店の売上高状況（図2）をみると、大型店（百貨店+スーパー、全店ベース）では、季節衣料などの伸び悩みから年央にかけては前年を割り込む月が多かった。ただ、秋口以降は飲食料品に動きが出始めているなどから、前年を上回る月が増えている。コンビニエンスストア、ドラッグストアなどでは品揃えの拡充により、飲食料品、惣菜などの動きがよく堅調を持続、家電販売店も

図1. 実質賃金指数・消費者物価指数（福井市、総合指数）、前年比の推移



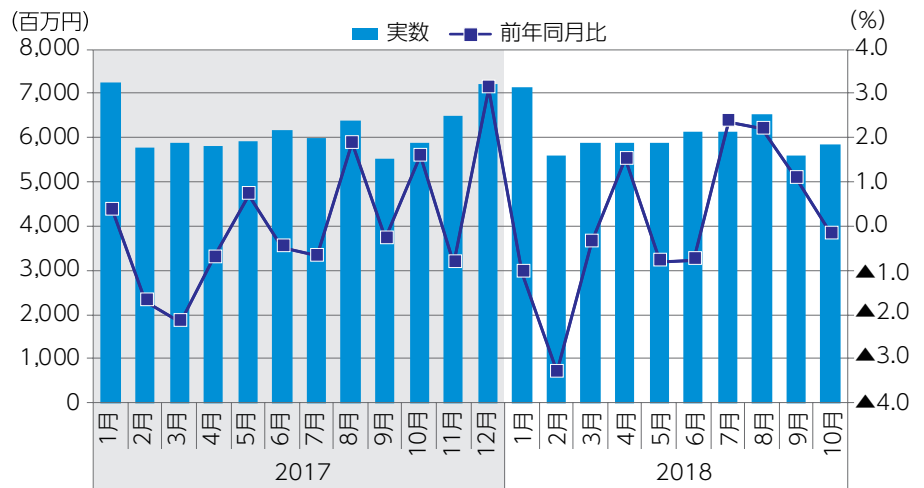
資料：福井県『毎月労務統計調査』『福井市消費者物価指数』

白モノ家電、4Kテレビ等に動きがみられ持ち直している。また、ホームセンターなどでも建築資材やリフォーム用品等に動きが出始めるなど、概ね順調に推移した。

その他主要な需要項目として、まず新車販売は、年初来、売れ行きに一服感がみられたものの、秋口以降は普通乗用車、軽乗用車に動きがみられるなど、回復しつつある。住宅需要は年初から一進一退を繰り返し、ゆるやかに回復している。

以上から、福井県内の個人消費は、一部に弱さがみられるものの、緩やかながら回復の動きを強めた一年であったといえる。

図2. 福井県内大型店（百貨店+スーパー）売上高の推移



資料：近畿経済産業局『大型小売店販売状況、全店ベース』

②投資活動

一方、需要項目として重要な投資活動はいついどのような状況であったか。まず、企業の設備投資について整理すると、設備投資には大別して能力増強投資のように現在或いは近い将来の需要を考慮し、望ましい資本ストック（生産設備）を確保するために行われる投資（能力増強投資）と、研究開発投資、省力化・情報化投資など需要動向や企業の生産能力とは異なった観点から決定される投資（独立投資）がある。また、企業の設備投資の動きは、新たな生産能力を生み供給力を増大する効果とともに、マクロ的には有効需要を喚起し経済活動を活性化させることで所得を増大させる効果を持っている。一般に、これを投資の二重効果と呼んでいるが、いずれにせよ設備投資が経済成長や景気変動と密接な関係があることは言うまでもない。

表 1. 福井県設備投資動向 【単位：%】

	2017年	2018年	2019年	2017年	2018年
	実績	計画	計画	修正率	修正率
	増減率	増減率	増減率		
全産業 (除く電力)	65.5	▲7.0	▲31.7	▲9.8	213.7
製造業	88.1	▲5.6	▲35.6	▲11.0	328.4
非製造業 (除く電力)	▲14.7	▲19.4	16.0	1.2	▲21.5

資料：日本政策投資銀行『北陸地域設備投資計画調査(2018年8月公表)』

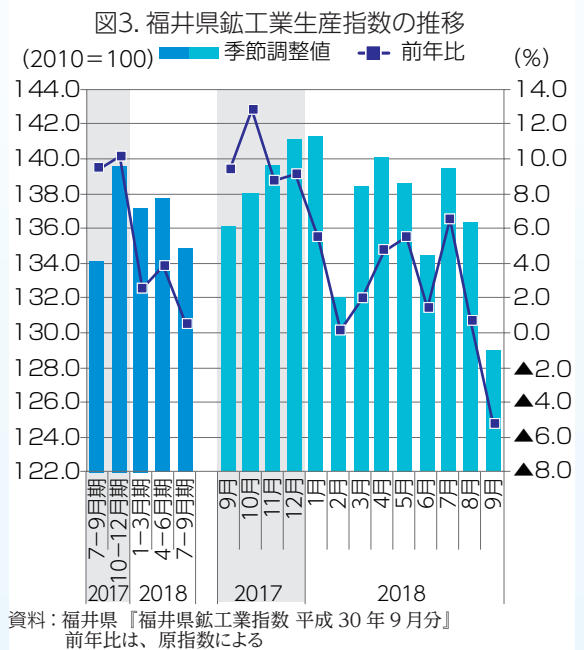
では、前年における県内の設備投資動向はどのような状況であったか。日本政策投資銀行が公表する『北陸地域設備投資計画調査(2018年8月公表)』から眺めてみると(表1)、2018年度の計画段階では、製造業でスマートフォンや自動車向け基幹部品等の生産能力増強を目的とする工場増設がある非鉄金属および電気機械等が増加するものの、医薬品やその他の化学品での大型投資が一巡した化学、能力増強のための大型投資が終了した紙・パルプ等が減少することから、5.6%の減少となっている。また、非製造業は、本社機能等の拡充に伴う投資がある建設等が増加するものの、前年に大型投資が終了する卸売・小売および運輸等が減少するため、19.4%の減少となる模様。ただ、今後の情勢としては、企業の設備投資意欲は人手不足から効率化投資などが増えプラス基調で推移すると考えられ、2019年入り後も、計画では減少ながら企業業績の改善が進めば一定の投資意欲が期待される。

(2) 供給面の動き

地域の経済動向を把握する場合、供給面での動きとして、その域内にある企業の経済活動を捉え考察することが重要である。ここでは、本県の景気動向をみる上で必要不可欠な製造業に的を絞り、その生産活動の推移を把握した後、業種別にみた企業マインドについても振り返る。

①生産活動

製造業に関する諸活動を生産、出荷、在庫の面から体系的に捉えた統計資料としては、毎月公表される『鉱工業指数』がある。ここでは、同統計資料から県内製造業の生産に的を絞り、その動きを追ってみることにする(図3)。



まず同指数を四半期別にみると、2018年1-3月期137.2、4-6月期が137.7、7-9月期も134.9と、高水準のままほぼ横ばいで推移している。これを月別でみると1月141.2、3月138.4、4月140.0と、2月を除けば、各月とも140台前後の安定した水準で推移していることがわかる。この要因は、年初来、寄与率の高い電子部品・デバイスが高水準で推移していることや業種に格差はみられるものの、どの業種も年を通じて安定した生産を維持できたためであろう。

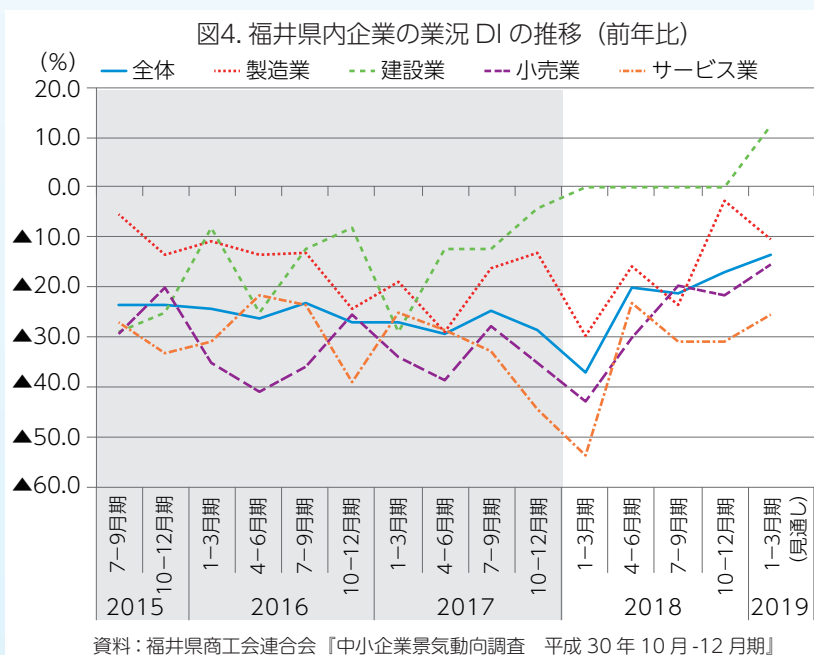
ちなみに、業種別動向をみると、繊維工業は、堅調な非衣料向けに加え、衣料向けにも動きがみられ、緩やかに回復している。眼鏡枠工業は、国内向け、海外からのOEM受注ともに弱い動きが続いた。

一方、機械工業は、電子部品・デバイスが、スマートフォン向けを中心に高水準の生産を持続。輸送機械も自動車変速装置部品などを中心に緩やかな拡大傾向を持続した。こうした中で生産指数も、電子部品・デバイスが250～280、輸送機械が150～170で推移した。その他、化学は合成樹脂等の増加や医療関連でジェネリック等の医薬品が持ち直し、全体でも緩やかな持ち直しが続いた。そのため、生産指数も100～110の推移となった。

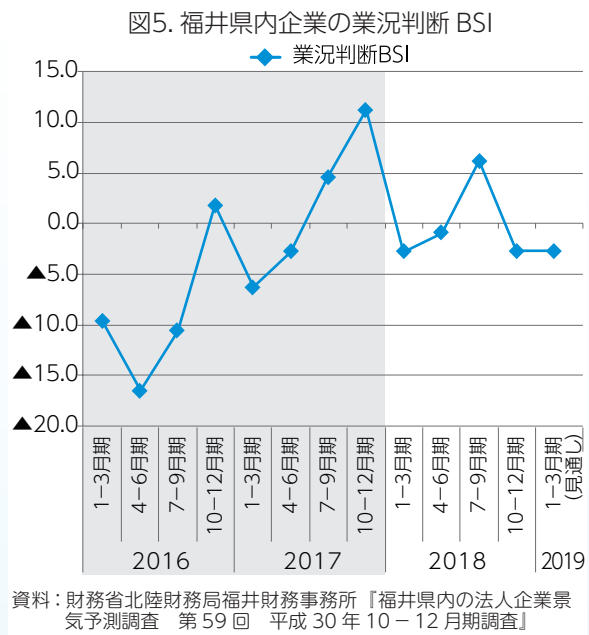
以上から、県内の生産活動は、主力の電子部品・デバイス、輸送機械などが高水準の生産を持続したほか、化学も品目によるバラつきを伴いつつもまずまずの生産を持続、繊維等の地場産業も低水準ながら安定した操業を維持した。

② 企業マインド

以上のように、県内の主力産業である製造業では、概ね順調な生産活動を維持した一年となったが、こうした中で企業マインドは、いったいどのような状況となっているのか。参考までに、福井県商工会連合会が四半期ごとに実施する『中小企業景気動向調査結果：平成30年10-12月期実績、平成31年1-3月期見通し』から、自社の業況判断を示す業況DI（図4）をみると、全体では2018年1-3月期の▲37.2から4-6月期▲20.1、7-9月期▲21.2、10-12月期▲17.0と、徐々に改善が進んでいることがうかがえる。業種別では、10-12月期、製造業▲2.7（同20.9ポイント改善）での改善が進んだが、



年末商戦を迎えた小売業（▲21.6で2.0ポイント悪化）やサービス業（▲30.8で同率）での改善の遅れが目立つなど、業種間でのバラつきがみられた。ただ、2019年1-3月期については、製造業（7.8ポイント悪化）を除き、建設業（12.5ポイント改善）、小売業（6.0ポイント改善）、サービス業（5.3ポイント改善）の3業種で改善予測となっている。



同様に、昨年12月11日、北陸財務局福井財務事務所が公表した『福井県内の法人企業景気予測調査（第59回、平成30年10-12月期調査）』（図5）をみると、県内企業の業況判断は1-3月期の▲2.8から4-6月期には▲0.9へと改善が進み、7-9月期には+6.2へとさらに改善、10-12月期には▲2.7と悪化したものの、そのDI値は僅かなマイナスにとどまっている。規模別では、大企業が+5.6、中堅企業が+3.7、中小企業が▲7.4で、中小企業のマイナスが目立っている。業種別では、製造業が前回（+12.2）より下降し0.0。非製造業は▲4.7と、前回に比べ6.3ポイント下降している。

いずれにせよ、県内企業の業況に対するマインドは、中小・小規模事業所で厳しさが残るものの、徐々にではあるが、改善が進んでいると言えそうだ。ただ、その傾向は、規模間、業種・業態間で格差は拭えず、特に、中小・小規模事業所では予断を許さない状況にあることを確認しなければならない。

いずれにせよ、県内企業の業況に対するマインドは、中小・小規模事業所で厳しさが残るものの、徐々にではあるが、改善が進んでいると言えそうだ。ただ、その傾向は、規模間、業種・業態間で格差は拭えず、特に、中小・小規模事業所では予断を許さない状況にあることを確認しなければならない。

2019年の県内経済情勢

～緩やかな回復基調が続くものの、業種・業態、規模間格差はぬぐえず～

前述のように、2018年の県内経済は、一部で弱い動きが残るものの、総じて回復基調を維持した一年であった。では、2019年はいったいどのような情勢となるのであろう。

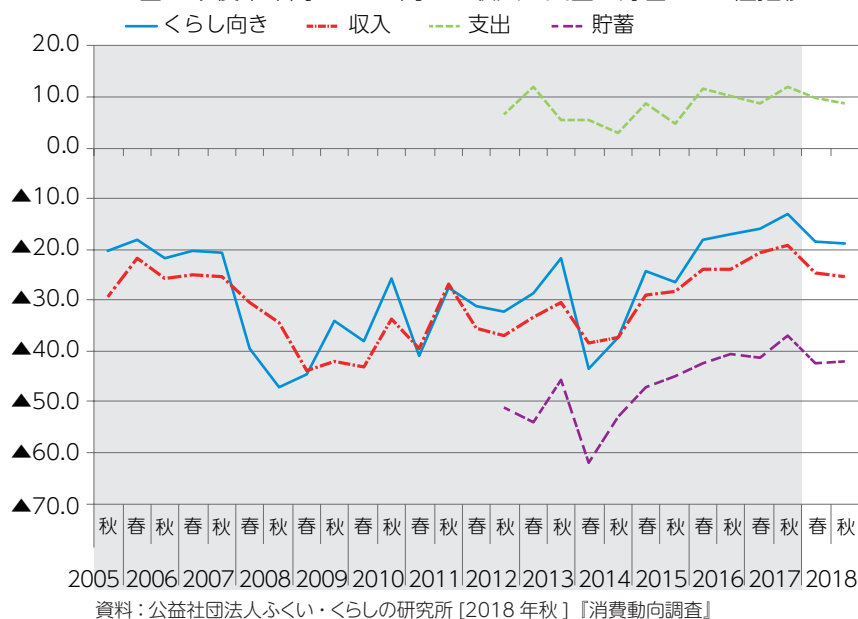
これについて、まず需要面では、消費を決定づける賃金が、タイトな雇用情勢を映じ、引き続き増加基調となることが予想されることや、足元の物価上昇が資源価格の上昇鈍化から一服感が広がること。また、10月以降の消費増税による駆け込み需要も見込まれるが、小幅な増税であるため、駆け込み需要・反動減ともに前回と比べて小規模にとどまることなどから、2019年も個人消費は安定した持ち直し・回復基調が続くものと思われる。ただ、全国同様、生活者を襲う社会負担増加などの将来不安を背景に、その伸びは緩慢になるであろう。

ちなみに、公益社団法人ふくい・くらしの研究所が昨年9月に実施した『消費動向調査』（図6）によれば、「今後半年間の暮らし向き」が、「良くなる」「やや良くなる」から「悪くなる」「やや悪くなる」を引いたDI値で▲19.0となり、前回（2018年3月の調査）と比べ0.5ポイント悪化している。そのほか「収入」のDI値も、前回比で0.5ポイント悪化し▲25.3となり、その分、「支出」を押さえ「貯蓄」に回す層が増えている。このことから、県内

においても個人消費に関しては一定の回復が期待できるが、将来不安や十分な収入の伸びが期待できずにいる層が増え、その分、個人消費の伸びが悪くなることも予想される。また、その他の需要項目として、設備投資は、企業のキャッシュフローが潤沢な中、人手不足を背景とした合理化・省力化投資、研究開発投資などを中心に持ち直していくものと思われる。公共投資も政策効果が奏功し一定の需要を確保するものと考ええる。また、住宅投資も、昨年の豪雪の影響や消費税率アップから一定の需要は見込まれるものと考ええる。従って、需要面の動きとしては、各需要項目間で格差をともしつつも、全体では緩やかな回復が続くものと思われる。

一方、供給面では、製造業で、輸出企業の業績改善が続き、これに設備投資意欲の高まりも奏功すれば、生産は引き続き順調を維持することが期待される。しかし、地場産業の恒常的不振、卸・小売・サービス業など内需型産業の地域内でのシェア縮小、人手不足等を考慮すると、これも業種・業態、規模間格差がぬぐえず、売上や仕入れコスト、それに伴う収益環境、ひいては業況など様々な面で企業間でのバラツキが顕著となるものと思われる。

図6. 今後半年間の暮らし向き、収入、支出、貯蓄のDI値推移



以上から、2019年の福井県経済は、全体としてみれば緩やかな回復基調が続くものの、これまで同様、業種・業態、規模間格差をともなった回復が続くものと予想される。

ただ、米中貿易戦争の長期化と、それに伴う日本経済へのマイナス効果など海外経済の不確実性や金融市場の変動など世界的な政情不安から来る予期せぬ影響には十分注意を要することを付け加えたい。

結びに代えて

今後の企業経営～「地域資源の発掘」と「文明」の“文化”化、原点回帰を考える～

戦後の日本経済を振り返ると、今日まで好況・後退・不況・回復といった景気循環が1945年以降で15回あった。この間、政府の景気対策を振り返ると、高度成長期から安定成長期（1950年代～1980年代）にかけては、景気が落ち込むたびに公共投資などで需要を増やし景気回復を図るといった需要者側の改革で一定の効果を挙げることができた。しかし、バブル経済の崩壊以降は、ポスト冷戦とグローバル化・ボーダレス化の進展による地球規模での経済社会構造の大変革により、これまでの需要者側の改革だけでは十分な効果を挙げることができなくなった。そこで政府がとった経済対策は、規制緩和や構造改革を中核とする市場原理主義の導入による供給者側の改革である。確かに、政府による市場への介入や規制などを極小化し市場での自由な競争に任せておけば、価格・生産ともに適切に調節され、ひいては生活全体も向上する。しかし、企業の99.7%、数にして380.9万社が中小企業で占められる日本において、行き過ぎた市場原理主義は産業社会に混乱を招き、十分な経済成長をなしきれない低成長時代を長引かせる原因となった気がする。そして、日本はこれまでの考え方、経済理論だけでは不況を断ち切れないといった、ままならない時代に突入していったのである。

こうした中で地域企業に求められる第1の視点は、現代の経済社会を創り上げたそのベースでもある、地域の歴史、自然資源、景観、生活文化、地域風土、伝統産業等、地域固有の資源に光を当て磨き育て、自社のオリジナリティーを今一度見つけ出すことではないか。言葉を替えれば、企業の自立的発展を地域固有の資源から考え自社の成長、発展を図る糧とすることもひとつの重要な視点であると思う。

第2の視点は、“文明”の“文化”化という言葉で示したい。近年、日本社会を取り巻く環境は大きく変化している。少子高齢化・人口減少社会の到来、自動車産業でのエネルギー革命、化石エネルギーから再生可能エネルギーへの注

目、生産の集中から国際分散化への動き、環境技術や循環型社会への注目、農業のビジネス化、さらに未来産業として拡大が見込まれるIoT（Internet of Things・モノのインターネット）、Industrie4.0、AI、ビッグデータの活用…、様々な分野で大きな転換期（＝「創造的破壊」が進展している時代）を迎えている。そして、こうした大転換は、地方自治の新たな仕組みづくりや地方の企業或いは産業界にとっても大きなチャンスになることは間違いない。但し、地域の将来を考えたとき、地域発展のルーツを再確認し、それを理解した上で再スタートを切ることが必要ではないだろうか。なぜなら、これまで地域の発展を支えたものは地域固有の歴史が育んだ文化の違いにより地域固有の産業が生まれ発展してきたためである。文化とは「他とは異なるモノ、地域固有のモノ、言語、地理的条件、気候風土、食…」、文明とは「広く共通しているもの、誰もが参加できる普遍的なもの・合理的なもの・機能的なもの」。Industrie4.0、AI、ビッグデータなどは文明であり、地域はそれらを使って地域固有の文化に置き換えることが出来るかどうか（例えば、製造業にとっての汎用機はどこにでもある文明であるのに対し、専用機はその企業固有の文化である）、“文明”の“文化”化がこれからの企業経営に重要な要素となり、そのための実践的な施策を講じなければならない。

話は替わるが、国立情報学研究所の新井紀子教授は、その著書『AI vs 教科書が読めない子どもたち』の中で、AIの限界を述べた。AIには読解力がない。新井教授といえば、東京大学に合格するAI「東ロボくん」開発のプロジェクリーダーで有名な方だと聞いている。しかし、新井教授は、AI＝人口知能の限界を知る。AIは、計算するだけで意味を読むことはできない。つまり、読解力がない。将棋のような単一条件に支配された世界では人間にも勝つが、単純な文章とグラフ化したものを照応する能力はないらしい。要は、スペシャリストの世界では勝ってもジェネラリストの世界では人間には勝てないということではな

いのか。とすれば、私達人間は、まだまだ捨てたものではない。AIと人間社会をつなぐクオリティの高い仕事を創り出せばよい。いや、そういう世界に生きる人間を目指せばよいのではないか。

一方、2017年12月、一橋ビジネスレビュー（東洋経済新報社）から『インダストリー4.0の崩壊とその先にあるもの』（光山博敏、中沢孝夫著）という論文が出版された。インダストリー4.0とは、製造業のデジタル化であり、企業の技術・ノウハウを標準化・共通化することで異なった企業・工場・機器をつなぎ、国家全体を一つのスマート工場にするという構想である。この論文では、ドイツを代表する大企業からミッテルシュタント（中小企業）までの現場に赴き、広範な聞き取り調査を行った結果、ドイツで提唱されたインダストリー4.0はほとんど空想の段階にとどまっていること。本来なら、他企業との差異が競争力の源泉であるにもかかわらず、それを放棄させるという政策に乗ってくるプレイヤーはほとんどないと述べた上で、その事実を知らずに行われている日本での議論に警鐘を鳴らしている。

考えてみれば、近頃、誰とは言わないが妙な横文字に振り回されすぎてはいないか。しかも、最もらしく専門家を気取って「さもあらん」議論が多すぎる。もう少し原点に立ち返り冷静に考えてみる必要があるようだ。

オーストリアの経済学者ヨーゼフ・シュンペーター（1883-1950年）は、「創造的破壊」という言葉を私達に残した。この言葉が持つ意味は、非効率的な古いものが効率的な新しいものによって駆逐され経済が発展していく様を言い表した言葉である。しごく当たり前のことではあるが、こうした言葉に我々人間は少しばかり踊らされすぎているのかも知れない。シュンペーターの言う、それを成し遂げていく主体とは、まさに現代における企業そのものである。福井県の地場産業、伝統的工芸品産業でいえば、生産者、問屋、小売業者などを指している。そして、これら企業の変革は、①新しい生産物または生産物の新しい品質の創出と実現（新製品の開発）、②新しい生産方法の導入（新技術の導入）、③産業の新しい組織の創出（生産、販売にかかわる新組織の充実）、④新しい販売市場の創出（新販路の開拓）、⑤新しい買いつけ先の開拓（原材料など新たな資源供給者の開拓）等によってもたらされると説いている。この5つの命題は、よくよく考えればどれも当たり前の事ばかり。でも、この当たり前のことができなくなっているのが、今の世の中ではないか。私たちに今必要なこと、それは、何事も今一度原点に立ち返り、じっくり考え、わが社の経営資源を再点検して補完機能を高めた上でスタートを切ることが重要である。

筆者紹介

南保 勝氏

公立大学法人福井県立大学 地域経済研究所長・教授
地域連携本部 副本部長
経済・経営学研究科 教授
経済学博士

職歴 2001 地銀系シンクタンクを経て福井県立大学へ
2004 福井県立大学 助教授
2007 福井県立大学 准教授
2009 現職

専門分野 地域経済論、地場産業論、地域研究

著書 単著「福井地域学」晃洋書房2016年3月、
単著「地方圏の時代」晃洋書房2013年3月、
単著「地場産業と地域経済」晃洋書房2008年3月、他多数。

論文 単著「福井県における伝統的工芸品産業振興のための一考察—近年における産地の新たな動きを通じて—」福井県立大学『ふくい地域経済研究第25号』、2017年9月
単著「地域経済の発展を担うローカル企業群の特性とは」一般社団法人日本経営研究会『OMN・MANAGEMENT』2016年4月
単著「福井県の設立と近世明治期の産業」福井県立大学『ふくい地域経済研究第21号』2015年9月





福井県内の企業は、引き続き 「人手・人材不足」が問題に。

昨年は、2018「福井しあわせ元気」国体・障
スポが大盛況のうちに無事閉幕しました。福井
県では、2022年度の北陸新幹線の敦賀延伸や
55年ぶりに開催が決定した2025年の大阪万博
を控え、引き続き明るい話題が続きます。

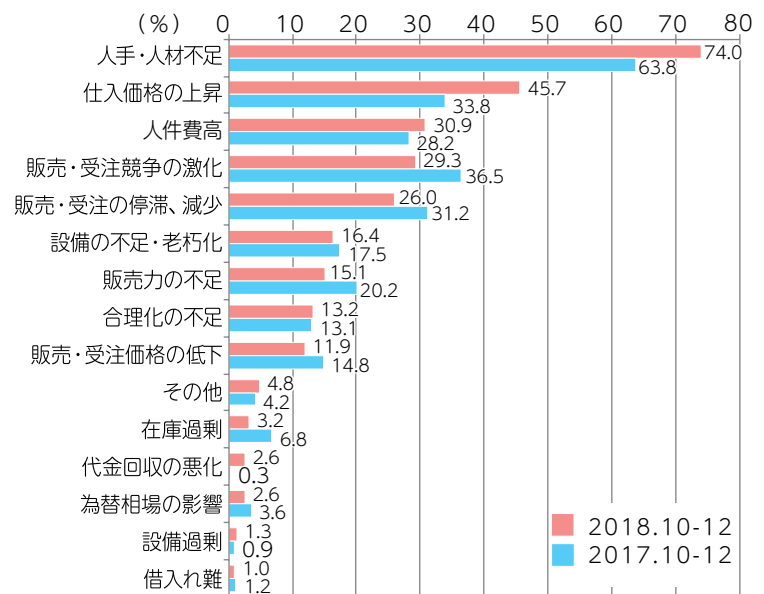
今回の景況アンケートでは、定例経営動向調査
として、県内企業のみなさまに、各社の経営上の
問題と今後の経営方針についてお尋ねしました
ので、ご紹介させていただきます。

質 問 経営上当面の問題は何ですか。（複数回答）

■ 全業種で、74.0%が 「人手・人材不足」と回答

経営上当面の問題については、製
造業で71.8%、非製造業で75.4%
が「人手・人材不足」と回答しまし
た。また、次点として、製造業で
60.2%、非製造業で38.4%が「仕入
価格の上昇」と回答しましたが、回
答の割合は業種別で差が見られま
した。全業種における前年同期と
の2期比較では、「人手・人材不足」
が63.8%から74.0%へ、「仕入価格
の上昇」が33.8%から45.7%へと増
加した一方で、「販売・受注競争の
激化」は36.5%から29.3%へ、「販
売・受注の停滞、減少」は31.2%か
ら26.0%へと減少しました。

図 1. 経営上当面の問題（2期比較）

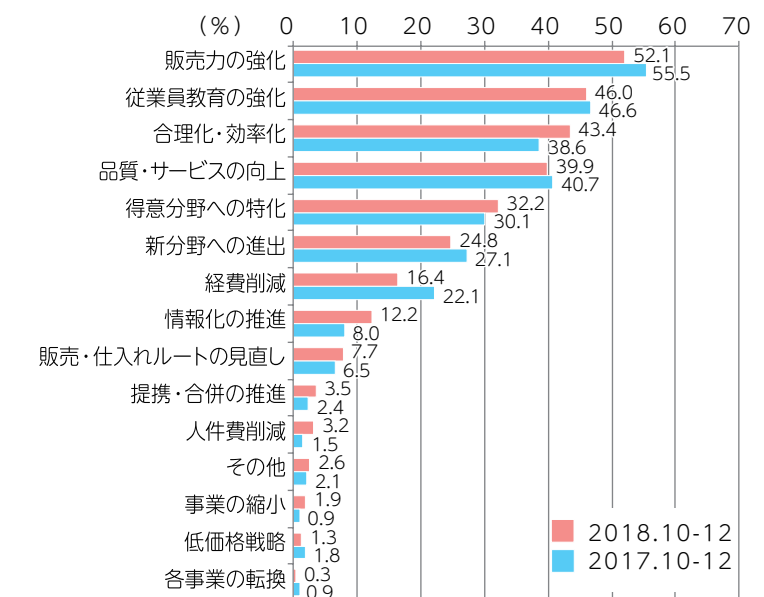


質 問 今後の経営方針は何ですか。（複数回答）

■ 全業種で、52.1%が 「販売力の強化」と回答

今後の経営方針については、製
造業で49.5%、非製造業で52.6%が
「販売力の強化」と回答しました。
また、次点として、製造業で49.5%
が「合理化・効率化」（同率1位）
と回答した一方で、非製造業では
50.2%が「従業員教育の強化」と回
答し、業種別で回答がわかれまし
た。全業種における前年同期との2期比
較では、「販売力の強化」が55.5%
から52.1%へ、「従業員教育の強化」
が46.6%から46.0%へとわずかに
減少した一方で、「合理化・効率化」
は38.6%から43.4%へと微増しま
した。

図 2. 今後の経営方針（2期比較）



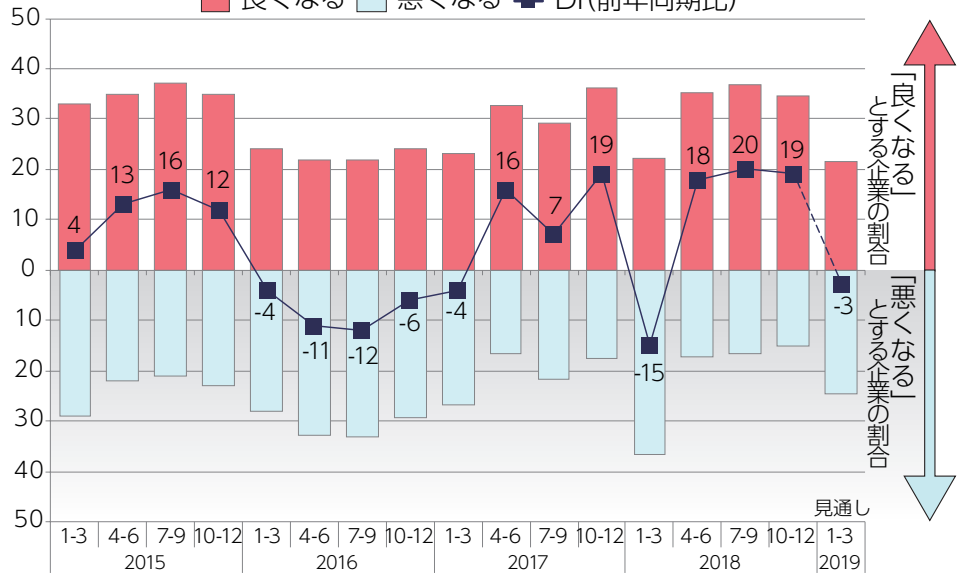
福井銀行 景気動向調査

調査対象企業…福井県内1,114
回答企業…福井県内324社
(回答率29.1%)
2018年12月初旬実施

全体の景況感は、順調な売上と安定した収益を反映し、業績判断DIは、前回調査のプラス20からほぼ横ばいのプラス19となった。

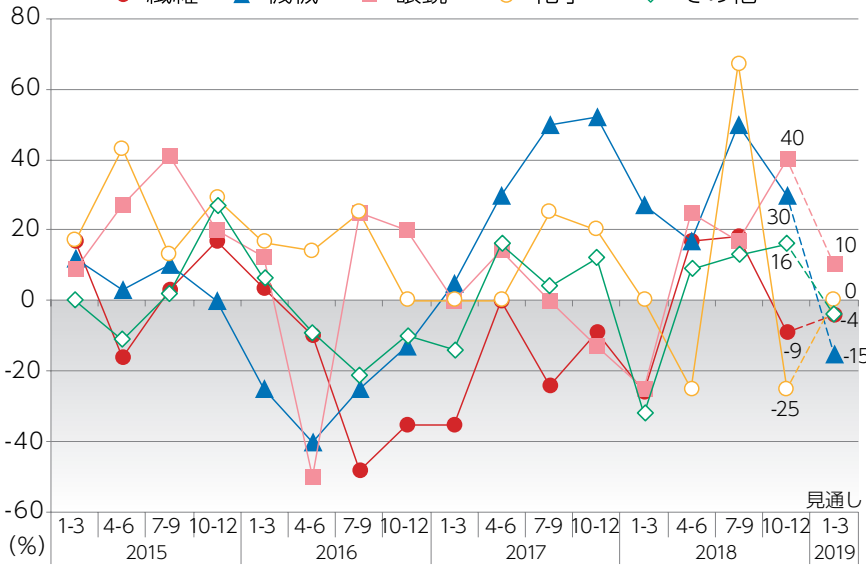
自社の業況判断DIの推移

■ 良くなる □ 悪くなる ■ DI(前年同期比)



業種別業況判断DIの推移(製造業)

● 繊維 ▲ 機械 ■ 眼鏡 ○ 化学 ◇ その他

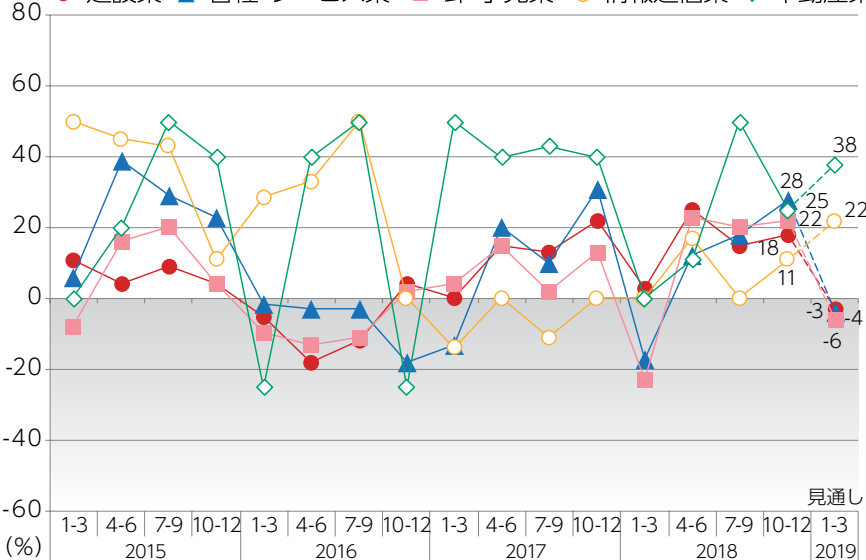


・製造業では、機械は前回調査から大幅に低下するもののプラス30となりプラス圏を維持した。繊維は前回調査から大幅に低下しマイナス9となりマイナス圏に転じた。その他製造業は上昇しプラス16となりプラス幅を広げた。化学は前回調査から大幅に低下しマイナス圏に転じた。眼鏡は前回調査から大幅に上昇しプラス幅を広げた。

・先行きは、機械は大幅な低下を予想しマイナス圏に転じる見通し。繊維は上昇を予想するもののマイナス圏に留まる見通し。その他製造業は大幅な低下を予想しマイナス圏に転じる見通し。化学は大幅な上昇を予想しプラスマイナス0となる見通し。眼鏡は大幅な低下を予想するもののプラス圏を維持する見通しである。

業種別業況判断DIの推移(非製造業)

● 建設業 ▲ 各種・サービス業 ■ 卸・小売業 ○ 情報通信業 ◇ 不動産業



・非製造業では、建設業は前回調査から上昇しプラス18となりプラス幅を広げた。卸・小売業は前回調査からやや上昇しプラス22となりプラス幅を広げた。各種サービス業は前回調査から大幅に上昇しプラス28となりプラス幅を広げた。不動産業は前回調査から大幅に低下したもののプラス圏を維持した。情報通信業は前回調査から大幅に上昇しプラス圏に転じた。

・先行きは、建設業、卸・小売業、各種サービス業は大幅な低下を予想しマイナス圏に転じる見通し。不動産業、情報通信業は上昇を予想しプラス幅を広げる見通しである。

※詳細は、当行ホームページにてご確認ください。

「多様化するベンチャーファイナンス」

シード・スタートアップ企業から中小・中堅企業まで、
最新のエクイティファイナンス事情

2018年12月5日に、「北陸インデペンデンツクラブ@福井」が開催されました。インデペンデンツクラブは、全国の成長志向の高い起業家やベンチャー企業がビジネスプランや事業モデルを発表し、ベンチャーキャピタルや金融機関などのサポーターと意見交換や交流を図るイベントとして、1997年に第1回が開催され、以降月1回のペースで開催されています。

福井県での開催は今回で2回目となり、第二部の第342回事業計画発表会では、株式会社アストリション（盛岡良行代表）、OOKABE Creations 株式会社（大壁勝洋代表）、福井経編興業株式会社（高木義秀代表）の3名が登壇し、それぞれ最新の事業進捗と今後の事業計画の発表が行われました。

また、第一部では、「多様化するベンチャーファイナンス」をテーマに、株式投資型クラウドファンディング「FUNDINNO」を運営する株式会社日本クラウドキャピタルの落合文也氏、「TOKYO PRO Market」J-Adviserである宝印刷株式会社の勝間田英樹氏、「ふくい未来企業支援ファンド」を運営する株式会社福井キャピタル&コンサルティングの前田英史氏の3名がパネリストとして登壇しました。本稿では、第一部パネルディスカッション「多様化するベンチャーファイナンス」の様態を、ダイジェストでライブレポートします。



■パネリスト

株式会社日本クラウドキャピタル（株式投資型クラウドファンディング運営）

営業部 副部長 **落合 文也氏**

株式会社福井キャピタル & コンサルティング（ふくい未来企業支援ファンド運営）

ベンチャーキャピタリスト **前田 英史氏**

宝印刷株式会社（東京証券取引所「TOKYO PRO Market」J-Adviser）

J-Adviser 室 部長 **勝間田 英樹氏**

■コーディネーター

特定非営利活動法人インデペンデンツクラブ 理事

株式会社 Kips 代表取締役パートナー

國本 行彦氏

國本：本日は、「多様化するベンチャーファイナンス」をテーマに、3名のパネリストの方にご登壇いただきました。落合さんから順番に事業のご紹介をお願いします。



落合：弊社が運営する株式投資型クラウドファンディング「FUNDINNO」は、2015年の金融商品取引法の改正によりサービスの提供が可能になった最も新しい資金調達手法の1つです。弊社では、2016年に金融庁に第一種少額電子募集取扱事業者の登録を終え、日本で第1号の株式投資型クラウドファンディングサービスをご提供しています。株式投資型クラウドファンディングとは、個人投資家が、未上場企業の株式の公募発行に際して、インターネットを通じて投資を行うことができる仕組みです。企業は事業計画をFUNDINNOのWebサイトに公開し、個人投資家は公開された事業計画



画などを参考に投資しますが、従来のクラウドファンディングとは異なり株式投資の形態となるため、個人投資家は拠出した資金額に応じて普通株式を購入し、投資先企業の株主となります。

このような株式投資型クラウドファンディングは、現在、弊社も含めて4社が国内でサービスを提供しています。弊社では、現在までに1,600社ほどの企業さまからお問い合わせをいただき、弊社の審査部および発行審査会により事業計画の確認および審査などをさせていただいた上で55社の資金調達をお手伝いさせていただきました。うち44社が計16億円、平均3,800万円の資金調達を達成しています。

前田：「ふくい未来企業支援ファンド」については、本日までご参加いただいているみなさまには、すでによくご存知の方も多いかと思いますので省略させていただきます。ここでは1年間の営業活

動の中で個人的な感触として感じております福井県の中小ベンチャー企業の傾向について、少しお話をさせていただきます。

東京のベンチャー企業と比較する形で傾向をまとめてみますと、まず創業形態としては、東京の企業は「独立起業」が多く、福井県の企業は「第二創業（事業承継）」が多い印象です。ゆえに、経営者層は、東京は20代～30代前半が多く、福井は30代後半～40代が多い印象です。また、福井の場合には、事業承継からスタートするケースも多いため家業がベースとなり、そこに新たにEコマースを導入して市場の拡大を図っていく企業が多い印象ですが、東京の場合には、基本的に事業のベースとなるものがないため、IT/IoTを活用した新たなサービスのアイデアをベースとして、ゼロベースで事業を創り上げていく企業が多い印象です。ゆえに、東京の企業は、二次曲線的な「急成長」モデルの大風呂敷を広げた事業計画を描かれる企業が多い印象ですが、福井県の企業は、直線的な「安定成長」モデルの堅実な事業計画を描かれる企業が多い印象です。

個人的には、東京でのVC時代に、大風呂敷を広げるだけで営業実態が伴わない投資先に苦勞をさせられた経験もありますので、福井県の企業さま、経営者さまの堅実さはとても好ましく思っていますし、むしろそういった企業さまにこそより大きな成長を遂げてもらいたいなと思いつつ、地元福井県で営業活動を行っています。



勝間田：「TOKYO PRO Market」は、東京証券取引所の市場（他に市場第一部、第二部、マザーズ、ジャスダック）の中でも特異な存在で、2009年に東京証券取引所とロンドン証券取引所の共同出資により設立されたTOKYO AIM取引所が前身となります。2012年に東京証券取引所に吸収合併され、現在、TOKYO PRO Marketとして東京証券取引所の市場の1つとなっています。

勝間田：特長の1つめは、プロ投資家だけが取引できる市場であるという点です。プロ投資家は、個人投資家よりも企業投資に対する判断能力が高いため、通常の株式市場では取引ができないレベルの企業でも、一定の条件を満たせばプロ投資家による取引によって株式市場で資金調達をすることが可能になります。また、プロ投資家だけを対象としているため、上場基準が簡素化され上場後の情報開示の負担も軽減されており、通常の株式市場と比べますと上場しやすい市場です。特長の2つめは、通常の株式市場への上場とは異なり、東京証券取引所により審査業務を委任されたJ-Adviserが審査を行います。特長の3つめは、通常の株式市場を自動車の普通免許に例えますと、TOKYO PRO Marketは「仮免許」に当たるかと思います。仮免許でも道路を走行することはできますが、教官が一緒でなければなりません。TOKYO PRO Marketの上場企業は、まだ通常の株式市場で取引ができるレベルには達していませんので、J-Adviserが教官役となってサポートさせていただきます。2018年11月末日現在で、28社が上場しています。

國本：ありがとうございます。今回は、エクイティによる様々な資金調達手法をご提供されているみなさまにパネリストとしてお集まりいただきました。ここからは、ディスカッションに入っていきます。まず落合さんにお聞きしますが、企業が株式投資型クラウドファンディングを利用するメリットは、どこにあると考えておられますか。



落合：最大のメリットは、未上場企業でありながら公開の場(FUNDINNO)で個人投資家から資金を調達することができるという点です。特にスタートアップ企業の場合には、銀行からの融資はもちろんVCからの投資も簡単には受けられない中で、個人投資家からエンジェル投資を受けることができる機会ができたということは、非常に画期的なことだと思います。個人投資家にとっても、株主という立場でお好みのベンチャー企業を応援することができるということでもありますので、今後、株式投資型クラウドファンディングを活用するベンチャー企業はどんどん増えていくのではないかと思います。



國本：実際に「FUNDINNO」を活用して資金調達が行われた事例をご紹介いただけますか。

落合：福井県に係る企業さまとなりますと、小浜市や福井県立大学などとともに鯖の新しい養殖技術の開発に取り組み、事業化を目指されている株式会社クラウド漁業が挙げられます。この企業は、上限応募額として設定した約3,800万円を募集開始後わずか16分で調達しました。1次産業である漁業の分野にIoTを導入し、最先端の技術と新しい産業構造により漁業版SPA(製造小売業態)の仕組みを構築し、若い漁業従事者を増やして日本の漁業を再び活性化させることをビジョンとして取り組んでおり、個人投資家の方もそのようなビジョンに共感されて、わずか16分で200人以上の方が応募されたのではないかと思います。

國本：株式投資型クラウドファンディングはスタートアップ企業に適しているのではとのご意見でしたが、VCの方も、2017年度の投資総額は前年比29%増の1,976億円となり、リーマンショック後のベンチャー投資の勢いも順調に回復しています。福井県ではいかがですか。

前田：ふくい未来企業支援ファンドは、1回の投資金額が3,000万円程度で、EXITスキームがIPO想定となっていますが、このような投資スキームは、VCファンドの設立ブームとなった1990年代後半からリーマンショックあたりまでの10~15年間に盛んに行われていたスキームに近いので、最近のVCファンドのトレンドと比べますと旧式のスキームとも言えます。しかし、設立から1年間、福井県で営業活動を行ってきましたが、そのような旧式のスキームであってもいまだに投資実行にまで至っておりません(本誌発行時点)。その理由の1つは、最初にも述べましたように、福井県の企業さまの将来ビジョンのスケールが東京の企業に比べて小ぶりである点にあるのではないかと考えています。

ファンドによる投資は、銀行による融資とは異なりハイリスク・ハイリターンを求めますので、リスクの高い事業への資金供給を基本とします。ここでいうハイリスクとは、事業の「危険性が高い」ということではなく事業の「不確実性が高い」ということです。銀行から融資を受ける場合には、「不確実性が低い(=確実性が高い)」事業でなければ融資実行には至りませんが、ファンドから投資を受ける場合には、多少なりとも「不確実性が



高い」夢のあるチャレンジングな事業でなければなかなか投資実行にまで至りません。これまで、自己資金と銀行融資、補助金などを主な事業資金として堅実な経営をされてきた福井県の経営者さまには、いきなり「福井県にもVCファンドができたので、ビックな経営計画を考えてみましょう」と言われても困惑されるだけだと思います。今回、せっかく福井県にもVCファンドが設立されたわけですから、当ファンドも、福井県の事情をよく理解しながら、企業さまと一緒に成長していかなければならないと考えています。

國本：地域の企業はその地域のVCが最初にリードしていくということは、非常に重要ではないかと思えます。TOKYO PRO Marketに上場している企業の約7割が地方の企業ですが、地方の企業がTOKYO PRO Marketに上場することのベネフィットは、どこにあると考えておられますか。



勝間田：上場のメリットの1つとして、人材の確保が考えられます。東京であれば、スキルの高い人材だけでなく上場経験者も含めて必要な人材を十分に整えた上でマザーズなどへの上場準備に取掛ることができそうですが、地方の場合には、必要な人材の確保が非常に難しく、なかなか上場準備に取掛れないというような話もよく耳にします。まずはTOKYO PRO Marketに上場して、必要な人材を確保してから改めてマザーズ上場に向けてトライするといった流れも、TOKYO PRO Marketに上場するメリットでしょうか。

國本：ありがとうございます。最後に、パネリストの方から一言ずついただけますか。

落合：先ほどもご紹介がありましたように、日本のベンチャー投資はようやく年間2,000億円規模まで回復してきましたが、アメリカや中国では年間10兆円規模まで拡大しています。これにより、世界のユニコーン企業（主に評価額10億ドル以上の非上場のスタートアップ企業）のほとんどが、アメリカや中国の企業で占められています。一方で、東証一部に上場する企業が2,000社であることに對して、東証のすべての新興市場に上場する企業の合計は1,000社です。新興市場に上場する企業の母数を増やす、さらには上場予備軍を増やしていくことは、日本の将来において非常に重要であると思います。VCファンドやTOKYO PRO Marketなど様々な機関とも連携して、ベンチャー企業の成長のすそ野を広げていくお手伝いできればと考えています。

前田：福井県の経営者の方には、もっと欲張りになってもらいたいと思います。広げた風呂敷以上の事業はできませんので、みなさまが目一杯広げたと思っている風呂敷のさらに2倍も3倍も大きな風呂敷を、思い切って広げてみてほしいと思います。資金調達の手法は様々に増えています。もっと欲張りになって、もっと貪欲に資金を調達して、事業を速く大きく成長させてもらいたいと



※ 株式投資型クラウドファンディング「FUNDINNO」、「ふくい未来企業支援ファンド」、「TOKYO PRO Market」に関するお問い合わせは、(株) 福井キャピタル&コンサルティング (☎0776-43-1120) までご連絡ください。

思います。福井県の企業は、東京の企業よりもそれができるだけの高いポテンシャルを持っています。みなさまには、自信をもって頑張ってもらいたいと思います。

勝間田：TOKYO PRO Marketは、東証の新興市場（マザーズ、ジャスダック）、本則市場（市場第一部、第二部）の入門編のような存在です。東証による地方創生の施策の1つとして、地方の企業のTOKYO PRO Marketへの上場を積極的に推進していこうとする動きも始めています。将来の新興市場（マザーズ、ジャスダック）への上場のステップとして、TOKYO PRO Marketへの上場も一つの選択肢として検討してみてください。

國本：今日はありがとうございました。これで、第一部のパネルディスカッションを終了いたします。

パネリスト紹介

株式会社福井キャピタル&コンサルティング
ベンチャーキャピタリスト
前田 英史



大野市生まれ。山形大学大学院工学研究科を修了し、1998年に、前田工織株式会社に入社。研究開発、知的財産、新規事業企画などを担当した後、独立系のベンチャーキャピタルに転職。同社では、技術系のベンチャー企業の投資育成や事業再生を担当。リーマンショックを機に同社を退職し、早稲田大学大学院ファイナンス研究科（現・経営管理研究科）に進学。2017年2月より現職。2018年4月より公益財団法人ふくい産業支援センターの創業マネージャーを委嘱される。MBA、工学修士。

IPO市場レポート <2018年7~9月／第3四半期>

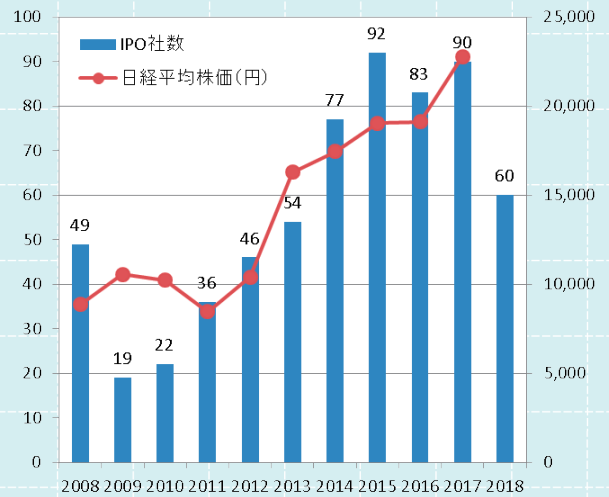
『概況』

2018年の7~9月（第3Q）のIPO社数は24社となり、過去5年間の中では最も多くなりました。このうち、マザーズへの上場は24社中17社（70.8%）、第1Qから第3Qの9か月間で60社中43社（71.6%）となり、引き続き市場間での偏りが顕著に見られました。

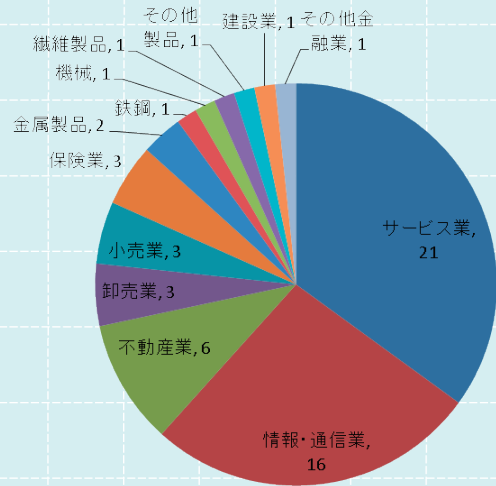
業種別では、情報・通信業が24社中7社（29.1%）、サービス業が24社中5社（20.8%）となり、業種間での偏りは多少緩和されました。

9月28日には、(株)ワールド[3612]が、初値時価総額9,973億円で第1Qから第3Qの9か月間で最大規模のIPOとなりました。(株)ワールド[3612]は、2005年にMBOによって上場廃止となって以来、13年ぶりの再上場となりました。

2018年の10~12月（第4Q）のIPO社数の速報値は31社となり、2018年の年間のIPO社数は91社となりました。12月19日には、(株)ソフトバンク[9434]が、初値時価総額7兆円超で今年最大のIPOとなりました。

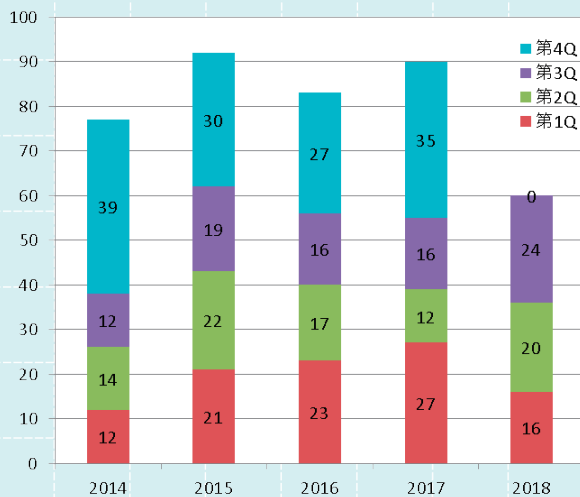


過去10年間のIPO社数の推移

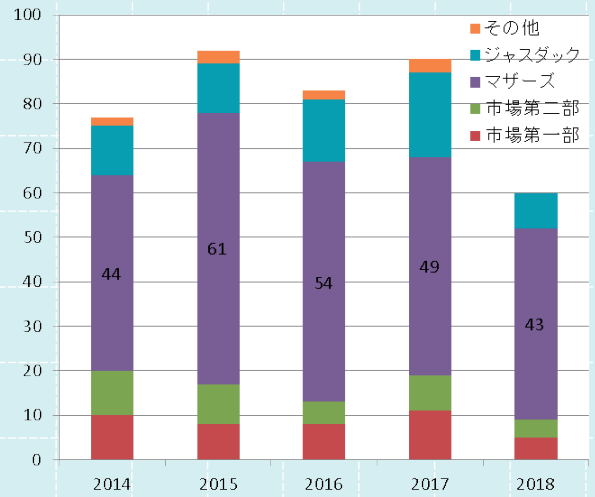


2018年（第3Q）の業種別のIPO社数

(前田)



過去5年間の四半期毎のIPO社数の推移



過去5年間の市場別のIPO社数の推移

※本レポートは、公開情報をもとに、株式会社福井キャピタル&コンサルティングにて編集、作成しました。

第1回

気づいていますか？あなたの第一印象。

株式会社福井キャピタル&コンサルティング
マナーコンサルタント 西村 喜美

みなさんは、自分の第一印象がどのように相手に伝わるとお思いますか？

印象の良し悪しで、その後の人間関係や仕事が順調に進んだり進まなかったり、結構大きく左右しますよね。お互いに良い印象を持ちあえることは、人生においても生涯のテーマであると言っても過言ではありません。

この第一印象について、「メラビアン」の法則」と呼ばれるものをお聞きになったことはありませんか？

人も動物ですから、相手の情報を得るためにいろいろなアンテナ（視覚、聴覚、触覚、味覚、嗅覚、言語など）を立てて、全神経を使って相手と適切な間合いを測ります。

アメリカの心理学者であるアルバート・メラビアンは、人の第一印象が「見た目」、「声の調子」、「言葉」の3つのアンテナの中でどれがより多くの情報を相手に伝えるのかを実験しました。それぞれのアンテナの情報を足して100%にするとしたとき、みなさんでしたらそれぞれ何パーセントにしますか？ 下図の○に数字を書き出してみてください。

視覚情報 (身だしなみ・動作・笑顔・視線・タッチ)	<input type="text"/>	%
聴覚情報 (声の調子・大きさ・テンポ・抑揚など)	<input type="text"/>	%
言語情報 (言葉遣い・内容)	<input type="text"/>	%

ここでの割合はあくまでもみなさんお一人おひとりの価値観ですので、正解不正解はありません。メラビアンがまとめた実験結果をみてみますと、次のような数字になりました。

視覚情報：55%、 聴覚情報：38% 言語情報：7%

しかも、この第一印象はわずか0.5秒～15秒くらいの短い間に印象付けられ、良くても悪くても3年間は固定するといわれています。みなさんが書かれた結果と比べていかがでしたか？

私は、いろいろ企業でマナーについて研修をすることがありますが、受講者の方にお訊ねすると、確かに視覚情報から印象を待たれる方が圧倒的に多いようです。

こういったことを日々意識しながら行動している方と、無頓着に過ごしている方とでは、自ずと相手への印象は変わってきます。仕事をする上で、また良好なコミュニケーションをとる上で、いかに相手に好印象を持ってもらえるかは死活問題と言えます。特に視覚情報と聴覚情報は言葉ではありませんから、非言語といわれています。メラビアン」の法則をみますと、非言語の情報から相手の情報の93%が取り入れられています。では、なぜそんなに多くの情報を非言語から取り入れるのでしょうか？

それは、非言語が、無意識に「相手の本音」が表現される部分だからです。言葉と、表情や声とがミスマッチをしていると、私たちは言語よりも非言語に本音があるように感じるようです。これらのことを踏まえまして、マナーには「5原則」と呼ばれるものがあります。

次回は、「マナーの5原則」についてご紹介していきます。





海外ビジネスレポート Vol.15 バンコクのメガネ市場

福井銀行バンコク駐在員事務所 所長 田中 誠



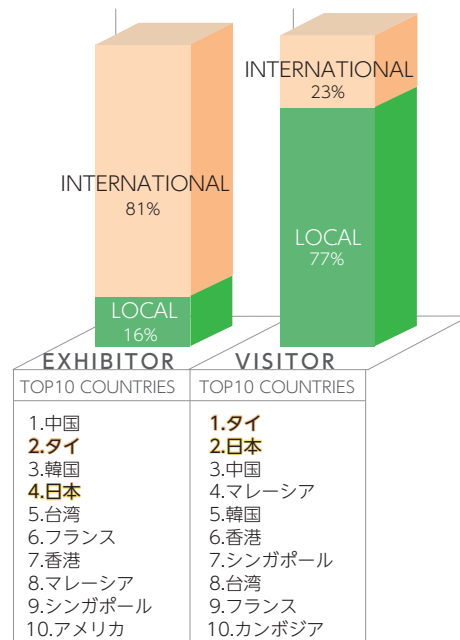
1▶ バンコクでメガネの国際展示会が開催

メガネの国際展示会は、日本で開催されるIOFT国際めがね展を初め、フランスで開催されるヨーロッパ最大級の眼鏡・光学機器見本市シルモ・パリ、香港オプティカルフェアなど世界各地で定期開催されています。2018年6月には、タイ・バンコクにシルモが進出し、第1回シルモ・バンコク(SILMO BANGKOK-ASEAN OPTICAL FAIR)が開催されました。

シルモ・バンコクの来場者は約3,700人となり、日本のIOFTの約14,000人(2017年)、フランスのシルモ・パリの約37,000人(2018年)、香港オプティカルフェアの約15,000人(2016年)と比べると規模は小さいですが、メガネ業界においてもアセアン市場の注目度は高まっています。

主催者発表によると、出展は海外からの企業が81%で、内訳をみると中国企業にて占められていました。日本からの出展企業数は多くはありませんでしたが、来場者数はタイに次いで2番目となり、関心の高さが感じられました。

なお、第2回シルモ・バンコクは2019年6月5日～7日の開催が決定し、現在、出展企業の募集中です。ご関心のある企業さまがおられましたら、福井銀行までお問い合わせください。



出典：SILMO BANGKOK

2▶ タイのメガネ小売市場

タイ国内では、日系のめがね関連企業がメガネ用レンズの生産拠点として工場を進出しているため、タイ国内で流通するメガネ用レンズは国内製が中心となります。一方で、メガネ用フレームは、海外からの直接投資(工場の進出)が少なく、大部分は中国や欧米、日本など海外から輸入されており、ほぼ海外からの輸入品となります。

バンコクの街中を歩いていると、コンビニ並みに多くのメガネ小売店を見かけます。タイ最大のメガネ小売企業「TOP CHAROEN OPTICAL」は、タイ国内に約2,000店舗を構えており、タイのコンビニ業界で店舗数第2位のファミリーマートよりも多い店舗数です。TOP CHAROENは、総売上、総店舗数で業界の圧倒的なシェアを占めており、タイ国内のマーケットシェアの約50%を占める巨大企業グループです。

タイのメガネ小売企業の販売戦略は、大きく2つのタイプに分けられます。低価格帯の商品を取り扱う企業は、タイ国内に幅広く出店し、様々なプロモーション活動を行うことで幅広く消費者をつかんでいます。一方で、高価格帯の商品を取り扱う企業は、主に高級ショッピングモールに出店し、イベントやディスカウントなどのプロモーションはあまり行っていません。取り扱う商品は、フレームでは、CHANEL、PRADA、GUCCI、DIORなど、サングラスでは、Ray-Ban、OAKLEYなどの世界的ブランドが中心でブランド志向の強さを感じますが、どこの店に行ってもほぼ同じブランドのメガネが陳列されており、店ごとの特色があまり感じられないようにも思います。フレームの価格帯は、ブランドによって差異はありますが、おおむね10,000～25,000バーツ(約33,000～82,500円)です。このような高価格帯の商品を取り扱う企業へのヒアリングによると、小売価格は仕入価格(輸入価格)の2～2.5倍とのことで、3,000～7,000バーツ(約10,000～23,000円)が平均仕入単価(輸入価格)のようです。

バンコク最大のショッピングモールの1つであるサイアム・パラゴンには、高級フレームを取り扱うメガネ小売店が8店舗並んでいます。その店の1つのショーウィンドウには、鯖江の古い町並みの写真と、MADE IN JAPAN をうたったポスターが掲げてありました。福井のメガネが、タイでも匠の一品としてアピールされているのを見ると、誇らしい気持ちになります。



バンコクショッピングモール「サイアムパラゴン」内のメガネ店舗 筆者撮影



『キッズカンパニー in Sabae』レポート

株式会社の起業から解散までのシミュレーション

株式会社福井キャピタル&コンサルティング コンサルタント 前田 英史

はじめに

2018年の9月から11月にかけて、鯖江商工会議所主催、株式会社日本取引所グループ(株式会社東京証券取引所)共催により、鯖江市内の小学5、6年生を対象とした起業体験プログラム『キッズカンパニー in Sabae』が開催されました。本プログラムは、参加した子どもたちのがんばりにより、大人でも実社会で体験しきれないほどの非常に内容の濃い事業となりました。

福井銀行グループの株式会社福井キャピタル&コンサルティングは、本プログラムに指導員として参加し、小学生がプログラムの中で実際に設立した模擬株式会社の経営指導とサポートを行いました。本稿では、この『キッズカンパニー in Sabae』の模様をレポートするとともに、株式会社のしくみや会社経営について財務諸表の数値の変化を追いかけてながら再確認していきます。

『キッズカンパニー in Sabae』の概要

『キッズカンパニー in Sabae』は、2018年の9月から11月の土日に、延べ5日間にわたって開催されました。本プログラムは、株式会社日本取引所グループ(株式会社東京証券取引所)が企画した起業体験プログラムで、未来を担う子どもたちが会社設立・会社経営などの「体験」を通じ、これからの時代に必要な「生きる力」を育み「思考力、判断力、表現力」を養い、これからの地域を担う有為な人材へと成長していくことを目的としています。

参加する学生チームは、自分たちで事業計画を作成し、投資家から出資を募って模擬株式会社を設立し、商品を製造、販売し、決算書類を作成して株主総会を開催し、最後に模擬株式会社を解散してプログラムを終了します。株式会社の起業から解散までを、すべて自分たちの手で実体験する内容で、今回の『キッズカンパニー in Sabae』は、小学生を対象とした全国でも2例目の事業となりました。

今回参加した小学生は、鯖江市内の小学5年生女子3名と小学5、6年生男女4名の2チームです。本

稿では、このうち福井C&Cが主にサポートをさせていただいた小学5年生女子3名のチーム「株式会社 HERBARIUM (ハーバリウム)」の活動状況を報告します。なお、本稿に掲載するすべての図表については、実際に本プログラムの中で使用および作成された資料をもとに、福井C&Cにより適宜再編集しており、一部は実際の内容と異なる部分があります。

図表1.『キッズカンパニー in Sabae』の概要

開催日	9/1(土)、9/15(土)、10/13(土)、10/28(日)、11/4(日) …全5日間
主催	鯖江商工会議所
共催	株式会社日本取引所グループ (株式会社東京証券取引所)
指導員	株式会社福井キャピタル&コンサルティング、他
支援会社	株式会社 HERBARIUM (メンバー構成：鯖江市内の小学5年生女子3名)
その他の参加会社	CRY 株式会社 (メンバー構成：鯖江市内の小学5、6年生男女4名)

図表2.『キッズカンパニー in Sabae』のプログラム

	作業内容	体験部門
1日目 9/1(土)	・チームの編成 ・事業計画の作成	起業家
2日目 9/15(土)	・事業計画のプレゼンテーション ・株式会社の設立	社長 経営企画
3日目 10/13(土)	・材料の調達 ・商品の製造	購買 製造
4日目 10/28(日)	・商品の販売 (さばえものづくり博覧会 2018 にて)	販売 営業
5日目 11/4(日)	・決算書類の作成 ・株主総会の開催 ・株式会社の解散	社長 財務

【1日目】

チームの編成、事業計画の作成

プログラム1日目は、チームの編成と事業計画の作成を行いました。

最初に、会社名と職務分担を決めました。女子チームの株式会社 HERBARIUM も、男女混合チームの CRY 株式会社も、女子児童が社長に就任しました。5日間を通して、参加した女子児童の発言力と行動力が際立っており、近年の女性が活躍する企業への期待の一端が、本事業においても垣間見えるようでした。

会社名と職務分担が決まると、次に商品・サービスを決めました。商品・サービスを決めた後は、顧客ターゲットを決め、ターゲットごとに商品・サービスの構成を考えました。今回は、鯖江市での開催ということもあり、地元・鯖江ならではのワンポイントを入れることを条件としました。株式会社 HERBARIUM が作るハーバリウムでは、通常のドライフラワーと一緒に鯖江産のめがねフレームの素材を入れました。また、お客さまにお渡しするときには、鯖江産のリボンの商品に結んでお渡しすることにしました。

最後に、売上目標と費用を算定し、事業計画は完成となります。図表3. に、株式会社 HERBARIUM の事業計画を示します。事業計画の中のお給料については、プログラム5日目に作成する損益計算書の理解を助けるため、製造原価に相当する3日目と販売管理費に相当する4日目について、@100円×就業時間×3名で計上しました。

なお、通常の株式会社では、この時点で創業株主から出資を募り株式会社を設立しますが、本事業では、プログラムの構成上、模擬株式会社の設立はプログラム2日目に行いました。

【2日目】

事業計画のプレゼンテーション、株式会社の設立

プログラム2日目は、事業計画のプレゼンテーションと模擬株式会社の設立を行いました。

今回は、鯖江商工会議所と株式会社東京証券取引所が投資家役となり、投資家の前でプログラム1日目に作成した事業計画を発表し、投資家や指導員から事業計画の内容について指摘をもらいました(プレ・プレゼンテーション)。その後、プレ・プレゼンテーションでもらった指摘をもとに事業計画を修正し、本番のプレゼンテーションを行いました。

次に、事業計画の発表を受けて、創業株主3名からは株価@100円×10株=1,000円(参加費として事前に徴収)、投資家2名からは株価@500円×10株=5,000円でそれぞれ出資を募り、計13,000円を資本金として模擬株式会社を設立しました。模擬株式会社の設立に際しては、模擬株券を発行するとともに、定款を作成し、会社登記を行いました。

図表3. 株式会社 HERBARIUM の事業計画

売るもの	
ハーバリウム	
だれに売なのか	
10~50代の女性	
売るときのくふう	
小ボトル…10代の女性向け/手軽に買える500円にする	
大ボトル…お金のある40~50代の女性向け/大人っぽいデザインにする	
限定ボトル…オシャレな20~30代の女性向け/オシャレな電球ボトルにする	
鯖江らしいところ	
・ハーバリウムの中に、鯖江産のめがねを入れます。	
・お会計の時に、鯖江産のリボンを結んでお渡しします。	
売りあげ	
小ボトル@500円×20個=	10,000円
大ボトル@2,000円×6個=	12,000円
限定ボトル@1,500円×10個=	15,000円
	合計 37,000円
かかるお金	
ボトル	4,000円
オイル	2,500円
その他材料	5,000円
お店の飾り代	1,000円
出店料	300円
チラシ代	150円
お給料(3日目)	2,100円
お給料(4日目)	1,050円
	合計 16,100円
もうけ	
	20,900円

図表4. 株式会社 HERBARIUM の株主名簿

	属性	名前	株価	株数	持株比率	出資金額
株主1	創業株主	Aさん	100円	10株	20%	1,000円
株主2	創業株主	Bさん	100円	10株	20%	1,000円
株主3	創業株主	Cさん	100円	10株	20%	1,000円
株主4	投資家	鯖江商工会議所	500円	10株	20%	5,000円
株主5	投資家	東京証券取引所	500円	10株	20%	5,000円
合計				50株	100%	13,000円

なお、今回の模擬株式会社の設立に際しては、プログラムの構成上、創業株主3名(株価@100円)と投資家2名(株価@500円)について2つの株価で出資を募りましたが、通常は「一物一価」が大原則となりますので、同じラウンドで同じ種類の株式を発行した場合には、出資者によって異なる株価がつくことは基本的にありません。

図表5. 株式会社 HERBARIUM の2日目終了時点での貸借対照表

借方 (使えるお金)		貸方 (集めたお金)	
資産の部 (使えるお金)		負債の部 (他人のお金)	
現預金 (今あるお金)	13,000	借入金 (銀行から借りたお金)	0
資産の合計	13,000	負債の合計	0
		純資産の部 (自分のお金)	
		株主資本 (投資家から集めたお金)	13,000
		純資産の合計	13,000
資産の合計	13,000	負債・純資産の合計	13,000

図表5. に、株式会社 HERBARIUM の2日目終了時点での貸借対照表を示します。出資金13,000円を貸方の純資産の部に「株主資本」として計上し、これに対応する現金13,000円を借方の資産の部に「現預金」として計上しました。

《ワンポイント》

今回の模擬株式会社の設立に際して模擬株券を発行しましたが、2009年に株券の電子化が実施されたため、現在は、従来までの紙の株券はほとんど発行されなくなりました。紙の株券には、透かしや特殊な印刷ができる「局紙」と呼ばれる特別な和紙が使用されていましたが、最盛期には株券用の局紙の99%が“越前和紙”で作られていました。本事業では、参加した子どもたちに、地元・鯖江市のめがねや越前市の越前和紙など地域の(伝統)産業についても学んでもらいました。

【3日目】

材料の調達、商品の製造

プログラム3日目は、材料の調達と商品の製造を行いました。

ハーバリウムは、元は植物標本のことですが、最近は、ドライフラワーを小瓶の中にオイルで満たし

て封入した観賞用の商品が、手頃なギフトやインテリアとして女性の間で大人気となっています。商品は花屋や雑貨店などで購入できますが、最近は、手軽な趣味としてハンドメイドで作られる方も増えており、同じく花屋や雑貨店などでボトルやオイル、ドライフラワーなどの材料を購入することもできます。

今回は、限られた予算内(出資金13,000円)での材料の調達となるため、事前にインターネットで材料価格を検索し、オイルはインターネット通販で、ドライフラワーは地元の花屋で、ボトルなどのその他の材料は100円ショップでそれぞれ購入しました。また、材料の調達の段階で商品構成が事業計画から多少変更となり出店費も含めて当初予算をオーバーしたため、銀行から3,000円(融資利息10%)の借入を行いました。なお、材料の調達に際しては、購入店ごとに現金出納帳に記帳しました。

材料の調達後は、商品の製造を行いました。今回販売する商品はすべてハンドメイドとなり、通常のドライフラワーと一緒に鯖江産のめがねフレームの素材を入れるなど、オリジナリティのある商品となりました。3日目は、1時間30分の残業を行いました。

図表6. 株式会社 HERBARIUM の3日目終了時点での貸借対照表

借方 (使えるお金)		貸方 (集めたお金)	
資産の部 (使えるお金)		負債の部 (他人のお金)	
現預金 (今あるお金)	822	借入金 (銀行から借りたお金)	3,000
棚卸資産 (商品)	13,506		
消耗品 (お店の飾り)	1,672		
資産の合計	16,000	負債の合計	3,000
		純資産の部 (自分のお金)	
		株主資本 (投資家から集めたお金)	13,000
		純資産の合計	13,000
資産の合計	16,000	負債・純資産の合計	16,000

図表6. に、株式会社 HERBARIUM の3日目終了時点での貸借対照表を示します。

3日目に、新たに銀行から3,000円の借入を行ったため、借入金3,000円を貸方の負債の部に「借入金」として計上し、株主資本13,000円とあわせて貸方の負債・純資産の合計は16,000円となりました。これに対応する借方の資産の部では、商品の材料費として支払った金額13,506円を「棚卸資産」として、お店の出店費や飾り代の合計金額1,672円を「消耗品」として、現金残高822円を「現預金」として計上しました。

【4日目】 商品の販売

プログラム4日目は、「さばえものづくり博覧会2018」にて実際にお店を出店し、商品を販売しました。

お店は、当日10時に開店し売上も順調に推移しましたが、12時からは大ボトルを12.5%引き、その他の商品を25%引きに値下げして13時には完売となり、実売3時間で売上高36,600円を計上しました。なお、商品の販売に際しては、商品ごとに売上集計表に記帳しました。

また、4日目は、開店時間を30分延長したため、1時間の残業を行いました。

図表7. に、株式会社 HERBARIUM の商品構成を示します。また、図表8. に、株式会社 HERBARIUM の4日目終了時点での損益計算書を示します。

図表7. 株式会社 HERBARIUM の商品構成

商品分類	計画		実際	
	定価	商品点数	定価	商品点数
大ボトル	@2,000円	6個	@3,200円	5個
電球ボトル	@1,500円	10個	@1,600円	8個
中ボトル			@800円	3個
小ボトル	@500円	20個	@400円	9個
丸ボトル (ノンオイル)			@800円	3個
四角ボトル (ノンオイル)			@400円	3個
定価合計		37,000円		38,400円
販売実績				36,600円

製造原価には、図表6. の貸借対照表にて「棚卸資産」として計上した金額13,506円を「材料費」として、3日目のお給料2,550円を「人件費」として計上しました。販売管理費には、図表6. の貸借対照表にて「消耗品」として計上した金額1,672円をそれぞれ「出店費」および「広告宣伝費」として、4日目のお給料1,350円を「人件費」として計上しました。「支払利息」には借入金3,000円の融資利息10%分の金額300円を、「法人税等」には法人税率10%分の金額1,722円を計上し、売上高36,600円に対して税引き後純利益は15,500円となりました。

図表8. 株式会社 HERBARIUM の4日目終了時点での損益計算書

出金 (出たお金)	入金 (入ったお金)	出金	入金
	売上高 (商品が売れたお金)		36,600
製造原価 (商品を作ったお金)			
材料費 (商品の材料代)		13,506	
人件費 (3日目のお給料)		2,550	
	売上総利益 (商品を作った残りのお金)		20,544
販売管理費 (商品を売ったお金)			
出店費 (お店を作ったお金)		1,522	
広告宣伝費 (チラシのコピー代)		150	
人件費 (4日目のお給料)		1,350	
	営業利益 (商品を売った残りのお金)		17,522
支払利息 (銀行に返すお金)		300	
	経常利益 (お金を全部払った残りのお金)		17,222
法人税等 (税金)		1,722	
	純利益		15,500

図表9. 株式会社 HERBARIUM の4日目終了時点での貸借対照表

借方 (使えるお金)		貸方 (集めたお金)	
資産の部 (使えるお金)		負債の部 (他人のお金)	
現預金 (今あるお金)	31,500	借入金 (銀行から借りたお金)	3,000
資産の合計	31,500	負債の合計	3,000
		純資産の部 (自分のお金)	
		株主資本 (投資家から集めたお金)	13,000
		利益剰余金 (自分でかせいだお金)	15,500
		純資産の合計	28,500
資産の合計	31,500	負債・純資産の合計	31,500

図表9. に、株式会社 HERBARIUM の4日目終了時点での貸借対照表を示します。

図表8. の損益計算書にて「(税引き後)純利益」として計上した金額15,500円を、貸方の純資産の部に「利益剰余金」として計上し、純資産の部の合計は28,500円となりました。これにより、貸方の負債・純資産の合計は31,500円となりました。これに対応する借方の資産の部では、現金残高31,500円を「現預金」として計上しました。

【5日目】

決算書類の作成、株主総会の開催、株式会社の解散

プログラム5日目は、決算書類の作成、株主総会の開催、株式会社の解散を行いました。

最初に、プログラム3日目に記帳した現金出納帳(支出)とプログラム4日目に記帳した売上集計表

(収入)、および現金残高の正誤を確認し、図表8. の損益計算書および図表9. の貸借対照表をそれぞれ作成しました。次に、株主総会を開催して事業報告と決算報告を行い、利益処分と会社解散の決議を行いました。最後に、法人税を納税し、借入金を銀行に返済し、残余財産を株主に分配してすべてのプログラムを終了しました。

図表10. に、株式会社 HERBARIUM の予実一覧表を示します。最終の実績値は、税引き後純利益率 = 42%、株主資本利益率 (ROE) = 54% となりました。また、1株当たり純利益 (EPS) = 310円、1株当たり純資産 (BPS) = 570円 (= 1株当たり残余財産) となり、投資家の内部収益率 (IRR) = 14% という結果となりました。なお、創業株主の内部収益率 (IRR) は470% となりました。

図表10. 株式会社 HERBARIUM の予実一覧表

	計画値	実績値
売上高	37,000	36,600
材料費	11,500	13,506
人件費 3 日目	2,100	2,550
売上総利益 <売上総利益率>	23,400 < 63% >	20,544 < 56% >
出店費	1,300	1,522
広告宣伝費	150	150
人件費 4 日目	1,050	1,350
営業利益 <営業利益率>	20,900 < 56% >	17,522 < 48% >
支払利息 (10%)	0	300
経常利益 <経常利益率>	20,900 < 56% >	17,222 < 47% >
法人税等 (10%)	2,090	1,722
税引き後純利益 <税引き後純利益率>	18,810 < 51% >	15,500 < 42% >
株主資本	13,000	13,000
純資産	31,810	28,500
<株主資本利益率 (ROE) >	< 59% >	< 54% >
1 株当たり純利益 (EPS)	376	310
1 株当たり純資産 (BPS) (= 1 株当たり残余財産) <投資家の内部収益率 (IRR) >	636 < 27% >	570 < 14% >

おわりに

本プログラムは、小学生が自分たちで事業計画を作成し、投資家から出資を募って模擬株式会社を設立し、商品を製造、販売し、決算書類を作成して株主総会を開催し、最後に模擬株式会社を解散して終了しました。株式会社の起業から解散までをすべて自分たちの手で実体験する本プログラムは、チームメンバー同士が幅広くディスカッションやコミュニケーションを行うことが重要となるため、企業の新入社員研修や若手社員研修としても非常に有効なプログラムであると考えられます。株式会社福井キャピタル&コンサルティングでは、本プログラムを企業の新入社員研修や若手社員研修用にカスタマイズし、本年度より新たに開始しました企業さま向けの各種マナー講習とあわせてご提案を始めていきたいと考えております。本プログラムにご関心をお持ちの企業さまがおられましたら、株式会社福井キャピタル&コンサルティング(TEL.0776-43-1120)までご連絡ください。

販売商品



事業計画の作成



事業計画のプレゼンテーション



模擬株式会社の設立



材料の調達



商品の製造



商品の販売



決算書類の作成



株主総会の開催



未来の福井の女性起業家へ!

WiL・廣部所長(以下「廣部」) 福井で活躍される女性企業家の素顔を紹介し、未来の女性起業家に向けてメッセージをいただくWiL通信一。第5回は、福井でデザインコンサルティングをされているアーチザン&パートナーズ代表の景山直恵さんです。よろしくお願いします。

アーチザン&パートナーズ・景山直恵代表(以下「景山」) よろしくお願ひします。

廣部 昨年7月に、景山さんから、資生堂さんのフリーペーパー「花椿」をWiLに置かせてもらえないかとお話をいただきましたが、今でもまだ発行されているんだってとても懐かしかったです。

景山 「花椿」は、私がデザイナーになるきっかけになった雑誌です。学生のころ、資生堂の化粧品を取り扱っていた近所の薬局でいつも「花椿」をいただいていたのですが、そのデザインがすごく印象的で。現在、「花椿」の制作をされているデザイン事務所の伝手もあって、福井で新しく「花椿」を置かせていただけたところを探していたのですが、WiLさんはピッタリの場所だと思い廣部さんをお願いしました。

廣部 最初、100部も送られてきたときにはどうしようって思ったんですが、1か月後にはすっかりなくなって。2回目のときには、「花椿」ありますか?と行ってわざわざ取りに来られた方もおられて。それをきっかけにWiLをご利用くださる方も増えました。新しいご縁をいただき本当にうれしかったです。ありがとうございます。

景山 WiLさんではちょっとしたセミナーもさせていただきましたが、受講していただいた女性のみなさんの熱量がすごくて。こういう場所ってなかなか福井にはありませんし、すごく素敵な場所だと思っていました。ですから、新しく「花椿」を置いていただく場所としてもピッタリじゃないかと思ひました。

廣部 デザイナーさんにそのように言ってもらえると、とてもうれしいですね。夏には、ハピテラスで会社の25周年イベントをされていて楽しそうだなって見ていたんですが、景山さんのご年齢からするととても若いときに起業されたんですね。

景山 25歳で独立しましたから、人生半世紀、仕事四半世紀になりますね(笑)

廣部 デザインコンサルティングというお仕事は、どのようなお仕事ですか。

景山 会社の「こんなことができるんだけど何をすればいいのかわからない」とか、お店の「もっといろいろな人に知ってもらいたい」といったような相談にのるような仕事でしょうか。デザインという言葉は「組み立てる」という意味も持っていますので、グラフィックやプロダクトなどの見た目を整えることもデザインですが、その中身を整えることもデザイン。見えないところの問題をデザインで解決したり、成果につなげていく仕掛けを作ったりする仕事で、デザインコンサルティングです。

廣部 最初から、デザインコンサルティングをされていたんですか。



WiL 所長 廣部 靖子

景山 最初はデザイナーです。デザイン系の専門学校を卒業してラベルメーカーとデザイン事務所に勤めましたが、結婚と長女の産を機に25歳で退職しました。産後半年ほどして、友人から「ちょっとやってみない?」と仕事の依頼がありまして、オムツ代の足しぐらいにはなるかなと思って始めたのがきっかけでした。1つ終わったらまた次の仕事が出来て。これもやる?あれもやる!という感じで、そのうちスタッフも増えていつか気がついたら27年目になりました。

廣部 独立起業に不安はありませんでしたか。

景山 仕事を始めるに当たって大きな借金をしたり、高価な設備を整えたりすると不安もあるでしょうが、私は独身時代に貯めた貯金を元手に個人事業として始めたので、開業にあたっては特に不安はありませんでした。むしろ、仕事をしながら子どもの面倒をちゃんとみられるかなという不安の方が大きかったです。

廣部 お母さんが働く上では避けられない不安ですね。このデザイナーという仕事から、今のデザインコンサルティングという仕事に変わっていった転機は何ですか。

景山 デザイナーを始めたころはクライアントの声を直接聞く機会が少なかったもので、極端なことを言うと、美味しくないのに美味しい顔をしたデザインや、楽しくないのに楽しい顔をした広告を作らなければいけないということもありました。11年前、次女の産を機にしばらく育児に専念していた時期がありまして、仕事を再開するときに、やるならば美味しくないものは美味しくしてから、楽しくないものは楽しくしてから世に出していこう、その行程をきちんとお金にしていこうという今のスタイルに変えていきました。

Woman's inspiration Library

自由に本と出会える空間WiL。ライフスタイルに寄り添う本を中心に、洋書や写真集など目で楽しめる本も。セミナーやワークショップなども開催しており、ここに来れば何かあるというワクワクを作りだしています。女性だけでなく、男性の方もご利用いただけます。



廣部 銀行では、決められたルールに沿って正確な事務処理を行うことが求められます。一方で、このWiLは福井銀行としても新しい試みであり、福井の働く女性のみなさんに魅力的な情報や学びの場をご提供できるよう日々試行錯誤しています。今回、景山さんのお話をうかがって、ヒントと元気をいただくことができました。本日は、ありがとうございます。

文：前田 英史



Naoe Kageyama

略歴
福井市出身、51歳。デザイン系の専門学校を卒業後、ラベルメーカー、デザイン事務所を経て25歳で独立。2013年に「灯之香」と「ペーパーグラス」でグッドデザイン賞をW受賞。2016年に福井県文化奨励賞を受賞。現在、デザインコンサルティングを手掛けるアーチザン&パートナーズ代表。福井工業大学の大学院生で、非常勤講師も務める。私生活では2人の娘を持つ母である。

廣部 福井ですと、目に見えないコンサルティングという仕事でお金をいただくのは、なかなか大変ではないですか。

景山 そうですね。ですから、目に見える部分ではしっかりと成果を出し、また目に見えない部分にもしっかりと責任を持って、トータルできちんとお金をいただけるような仕事をしていこうと考えています。それが、コンサルティングという仕事だと思います。

廣部 女性であるがゆえの苦労やハードはありますか。

景山 女性であれば家事や育児をハンデと思われる方もおられるでしょうが、デザイナーにとっては家事や育児もまた1つの経験となり、仕事にも生かされていきますのでハンデと考えたことはありません。もちろん、子どもが小さいころは、病気をしても休んであげられないこともあり辛い思いもしましたが、その時々で何が一番大切かを考え優先順位をつけて取り組むことで乗り越えることができたと思います。

廣部 2013年には、アロマろうそく「灯之香」と老眼鏡「ペーパーグラス」が、グッドデザイン賞を受賞されましたね。

景山 「ペーパーグラス」は、当時既に売られていた商品でしたが、せっかくの良い商品がうまく人に伝わっていませんでした。その部分でアートディレクションをさせていただいたわけですが、デザインコンサルティングという仕事が評価されたということで、とてもうれしい受賞でした。

廣部 最近、大学でも講師をされていますね。

景山 4年前、47歳のときに福井工業大学の大学院に進学しました。高校受験以来30数年ぶりのお受験で、試験は英語と小論文でしたがbe動詞からの復習

でした。受験勉強を終えたときの教訓は、「お受験は老眼になる前に！」ですかね(笑)

廣部 「ペーパーグラス」が手放せない(笑)

景山 2016年には無事修士課程を卒業し、現在は博士課程で学ぶかわら非常勤の講師もさせていただいています。自分の娘と同じ世代の学生が同級生であり生徒でもありますので、貴重な経験をたくさんさせてもらっています。

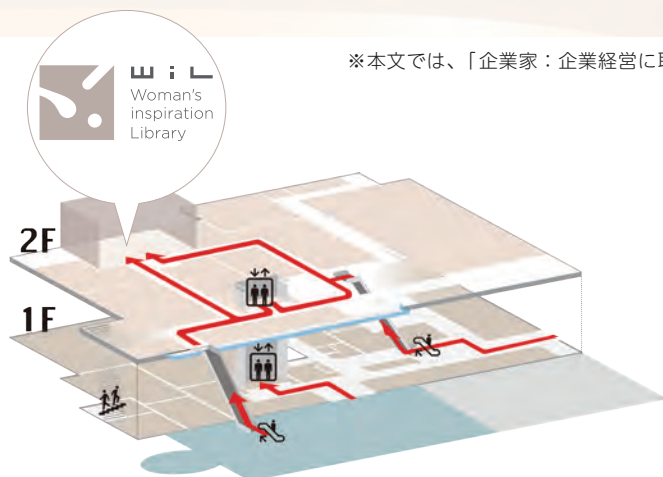
廣部 若い方の柔軟な発想はとても楽しくて刺激的ですよ。最後にそんな若い方、未来の女性起業家のみなさんにメッセージをいただけますか。

景山 女性は、論理的というよりも直感的に走る方が多いかもしれません。デザインには組み立てるという意味がありますが、たとえば、何かを始める前にその仕組みを自分できちんと組み立ててみるという習慣づけはよいかもしれません。バランスよくきれいに組み立てられているか、問題が出てきた場合にはどうするのか、いきなり走り始める前にまず一度考えてみるという習慣をつけるということです。

廣部 女性には、苦手な方が多いかもしれませんね。

景山 以前勤めていたデザイン事務所の社長からは、たとえば、10年後の自分のありたい姿を視覚化してみなさいと言われました。つぎに、それを十等分し、1年ごとに視覚化します。1年きざみが難しければ2年きざみでも大丈夫です。その1年ごと、2年ごとの積み上げが10年後の自分のありたい姿になります。もちろん、途中で自分のありたい姿が変わっても構いません。それまでに積み上げてきたものは、絶対に無駄にはなりません。私は、常にこのことを実践していこうと心がけています。

※本文では、「企業家：企業経営に取り組む者」「起業家：自ら事業を興した者」として区別して使用しています。



WiL (Woman's inspiration Library)
福井市中央1丁目2番1号
福井駅西口再開発ビル「ハピリン」2階
TEL.0776-25-0280
<http://www.fukuibank.co.jp/wil/>

【営業日時】

- 平日 12:00~20:00
- 休日(土日祝日) 10:00~18:00
- 定休日 火曜日(祝日は除く)、12月29日~1月3日
5月3日~5月5日



	大型小売店販売額		新車登録（届出）台数				家計（福井市2人以上の世帯のうち勤労者世帯）			
			合計		内軽自動車販売台数		消費支出		平均消費性向	
	百万円	前年比	台数	前年比	台数	前年比	円	前年比	%	前年比ポイント
	年度		年		年		年		年	
2015年	75,119	2.5%	40,508	▲12.1%	17,270	▲19.3%	295,374	▲3.0%	63.9%	0.3
2016年	74,077	▲0.6%	39,599	▲2.2%	15,359	▲11.1%	298,590	1.1%	63.3%	▲0.6
2017年	74,074	▲0.0%	42,033	6.1%	16,769	9.2%	299,655	0.4%	59.5%	▲3.8
2017年	6,503	▲0.8%	3,055	▲5.1%	1,238	6.8%	269,420	▲5.6%	68.4%	▲17.6
12	7,230	3.1%	2,859	▲3.9%	1,170	5.8%	369,014	10.6%	41.8%	5.2
2018年	7,159	▲1.1%	2,794	▲0.6%	1,293	12.2%	269,192	▲11.1%	69.1%	▲9.6
1	5,589	▲3.3%	3,516	▲15.6%	1,530	▲7.9%	245,798	▲18.2%	47.6%	▲17.4
2	5,877	▲0.4%	7,355	3.5%	2,776	6.8%	339,608	3.2%	79.3%	0.4
3	5,902	1.5%	2,941	6.8%	1,337	13.5%	295,419	▲17.8%	61.5%	▲27.8
4	5,872	▲0.8%	3,026	5.0%	1,241	3.4%	328,207	12.1%	86.3%	9.5
5	6,138	▲0.8%	3,558	▲7.5%	1,456	▲3.0%	246,758	▲15.8%	34.8%	▲5.5
6	6,141	2.4%	3,535	6.1%	1,488	8.8%	305,224	9.6%	49.6%	2.6
7	6,533	2.2%	2,850	9.2%	1,155	13.6%	428,801	48.3%	84.2%	22.1
8	5,589	1.1%	3,782	1.4%	1,542	6.1%	288,053	12.6%	76.4%	13.2
9	5,863	▲0.2%	3,396	19.1%	1,441	17.2%	370,592	44.8%	73.1%	24.6
10										
資料出所	近畿経済産業局		福井県自動車販売店協会				総務省統計局（家計調査）			

（注）大型小売店販売額は全店ベースによる

	鉱工業指数（2010=100）（※1）									
	生産						出荷		在庫	
	総合		機械工業		繊維工業					
	季節調整値	前年比（原）	季節調整値	前年比（原）	季節調整値	前年比（原）	季節調整値	前年比（原）	季節調整値	前年比（原）
	年		年		年		年		年	
2015年	121.8	8.0%	175.5	20.5%	86.6	▲3.2%	119.2	3.7%	186.8	28.5%
2016年	121.7	▲0.1%	172.5	▲1.7%	83.9	▲3.1%	124.6	4.5%	154.4	▲17.3%
2017年	135.1	11.0%	206.5	19.7%	83.1	▲1.0%	133.6	7.2%	170.3	10.3%
2017年	139.6	8.7%	215.5	16.0%	83.2	▲0.1%	138.1	6.8%	177.7	7.5%
12	141.1	9.1%	226.7	20.8%	83.1	▲0.6%	137.1	4.8%	180.1	10.3%
2018年	141.2	5.5%	232.5	11.8%	83.5	▲1.3%	136.2	5.8%	181.0	10.3%
1	132.0	0.1%	212.9	6.6%	76.6	▲9.9%	129.5	▲3.1%	181.1	9.2%
2	138.4	1.9%	219.2	8.2%	84.1	▲0.6%	130.5	▲2.1%	185.4	11.0%
3	140.0	4.7%	225.9	11.7%	81.1	▲1.8%	129.9	2.4%	197.5	15.3%
4	138.6	5.5%	224.0	13.5%	83.7	1.2%	135.4	2.4%	201.8	14.3%
5	134.4	1.4%	216.8	11.3%	82.0	▲0.7%	133.3	▲1.5%	206.8	20.1%
6	139.4	6.5%	218.0	11.4%	83.1	2.2%	135.3	3.7%	205.0	18.6%
7	136.3	0.6%	208.8	▲0.4%	84.2	2.3%	139.5	0.9%	208.2	20.5%
8	128.9	▲5.3%	190.8	▲10.0%	80.6	▲3.4%	124.5	▲5.8%	206.9	19.0%
9	140.7	1.9%	221.4	3.7%	81.7	▲0.8%	137.6	1.2%	206.4	16.1%
10										
資料出所	福井県総合政策部政策統計・情報課									

（注）機械工業＝一般機械工業＋電子部品・デバイス工業＋電気機械工業＋輸送機械工業（※1）年間補正実施により、原指数及び季節調整指数は変更されています。

	新設住宅着工戸数								織物生産	
	合計		持家		貸家		分譲住宅		総生産高	
	戸	前年比	戸	前年比	戸	前年比	戸	前年比	千㎡	前年比
	年		年		年		年		年	
2015年	3,911	11.9%	2,330	5.3%	1,202	27.9%	374	15.8%	195,224	▲3.2%
2016年	4,029	3.0%	2,491	6.9%	1,133	▲5.7%	396	5.9%	188,983	▲3.2%
2017年	4,008	0.5%	2,350	▲5.7%	1,238	9.3%	411	3.8%	189,212	0.1%
2017年	437	41.0%	169	▲4.0%	228	150.5%	38	▲7.3%	16,532	3.7%
12	372	27.0%	165	7.1%	160	58.4%	46	27.8%	15,868	3.8%
2018年	220	▲18.2%	125	▲1.6%	63	▲43.2%	32	3.2%	15,660	1.3%
1	180	▲26.2%	135	▲15.1%	32	▲39.6%	13	▲59.4%	14,173	▲8.4%
2	387	▲4.9%	195	▲22.3%	166	37.2%	26	▲23.5%	16,436	2.1%
3	318	20.9%	235	23.7%	34	▲17.1%	49	53.1%	15,728	▲0.7%
4	381	12.4%	224	▲7.1%	128	88.2%	28	▲3.4%	15,344	1.1%
5	424	7.1%	242	▲5.8%	136	29.5%	45	36.4%	15,540	▲0.8%
6	434	19.9%	228	8.1%	173	35.2%	32	39.1%	15,667	2.4%
7	389	20.8%	196	3.2%	166	56.6%	27	12.5%	15,029	▲1.8%
8	396	61.6%	233	38.7%	119	158.7%	43	38.7%	15,255	▲4.6%
9	374	6.3%	238	7.2%	108	52.1%	20	▲65.5%	15,994	▲2.7%
10										
資料出所	国土交通省								県政策統計課	



	建築着工統計（非居住用）床面積								建築着工統計（非居住用）	
	合計		鉱工業		商業用		サービス業用		工事費予定額合計	
	㎡	前年比	㎡	前年比	㎡	前年比	㎡	前年比	万円	前年比
	年		年		年		年		年	
2015年	372,129	▲10.1%	144,774	▲1.3%	67,851	31.7%	67,195	67.7%	7,253,981	8.2%
2016年	295,176	▲20.7%	95,404	▲16.9%	46,330	▲31.7%	58,853	▲12.4%	5,899,095	▲18.7%
2017年	370,724	25.6%	132,698	39.1%	74,751	61.3%	65,535	11.4%	10,370,038	75.8%
2017年	24,102	6.1%	13,877	11.5%	4,431	105.3%	2,725	219.8%	335,562	▲23.0%
	39,168	13.7%	29,597	195.0%	5,791	76.2%	2,576	▲70.6%	503,147	▲32.6%
2018年	19,952	17.2%	8,385	3.8%	7,829	191.1%	1,406	▲60.4%	292,509	▲65.6%
	25,385	▲53.0%	4,988	▲78.4%	17,633	86.4%	2,212	▲85.9%	555,339	▲86.1%
	31,599	67.9%	13,242	161.0%	12,410	73.5%	2,089	▲17.7%	517,993	58.1%
	16,610	▲41.6%	6,708	▲52.2%	6,761	▲2.8%	1,734	80.6%	308,820	▲30.8%
	26,634	15.5%	12,327	384.6%	6,651	▲21.2%	5,555	182.6%	454,662	29.6%
	36,255	43.7%	3,677	20.6%	17,187	251.0%	10,690	16.6%	620,482	35.1%
	57,134	145.9%	38,005	956.6%	4,126	▲52.7%	7,492	192.1%	898,922	153.4%
	36,898	▲17.8%	12,113	31.6%	1,157	▲87.8%	8,994	▲10.0%	437,599	▲30.3%
	98,604	182.8%	69,950	338.3%	3,780	▲24.4%	6,165	17.5%	2,053,564	231.8%
	39,055	2.9%	8,980	94.7%	14,429	718.9%	1,230	▲85.5%	1,380,685	▲7.6%
資料出所	国土交通省									

	企業倒産（負債額1千万円以上）				信用保証		貿易（敦賀港・福井港）			
	件数	前年比	負債額		金額		輸出	前年比	輸入	
			百万円		百万円				百万円	
	年度		年度		年度		年		年	
2015年	57	▲20.8%	83,047	376.2%	38,159	▲16.3%	107,374	12.5%	98,854	1.0%
2016年	44	▲22.8%	2,959	▲96.4%	26,808	▲29.7%	100,660	▲6.3%	81,945	▲17.1%
2017年	40	▲9.1%	5,326	80.0%	25,373	▲5.4%	96,117	▲4.5%	102,886	25.6%
2017年	5	66.7%	534	341.3%	1,523	▲11.8%	8,014	0.6%	8,243	18.5%
	3	▲25.0%	84	▲85.3%	2,814	23.2%	8,208	▲6.1%	9,313	28.7%
2018年	4	0.0%	195	26.6%	1,621	16.5%	7,726	19.0%	9,997	18.3%
	1	▲83.3%	111	▲73.3%	1,877	▲0.3%	6,914	▲8.0%	10,799	39.5%
	3	0.0%	745	232.6%	3,340	29.4%	8,731	8.6%	6,615	▲35.0%
	3	▲25.0%	50	▲39.8%	7,391	484.9%	8,928	▲0.8%	8,405	0.1%
	5	▲16.7%	626	▲37.6%	3,688	138.0%	9,391	38.8%	11,772	39.1%
	1	▲66.7%	51	▲54.5%	1,934	▲23.0%	8,716	11.2%	6,594	▲17.9%
	2	▲33.3%	77	▲22.2%	1,448	▲28.1%	8,311	1.1%	10,475	15.3%
	1	0.0%	55	▲94.6%	1,803	▲28.6%	8,741	4.4%	7,326	▲16.3%
	5	66.7%	255	▲75.2%	1,660	▲38.8%	7,754	▲9.7%	10,973	52.3%
	6	50.0%	545	74.1%	1,929	19.0%	8,949	▲1.3%	12,217	35.5%
資料出所	東京商工リサーチ				信用保証協会		大阪税関			

	眼鏡輸出実績						芦原温泉入込状況		有効求人倍率（※2）	完全失業率
	枠類合計		眼鏡枠		眼鏡		客数(人)	前年比	倍	年度
	百万円		百万円		百万円					
	年		年		年		年		年	
2015年	26,849	8.9%	14,548	6.2%	12,300	12.3%	898,364	20.8%	1.63	1.7%
2016年	30,005	11.8%	14,575	0.2%	15,429	25.4%	877,863	▲2.3%	1.87	1.6%
2017年	32,392	8.0%	16,213	11.2%	16,178	4.9%	818,996	▲6.7%	2.02	
2017年	2,651	▲1.2%	1,437	19.3%	1,213	▲17.9%	78,714	▲1.5%	2.00	1.3%
	2,975	▲6.2%	1,554	17.4%	1,420	▲23.1%	79,045	▲1.3%	2.00	1.2%
2018年	2,606	6.9%	1,343	17.7%	1,262	▲2.6%	61,275	▲3.5%	2.00	1.2%
	2,351	▲9.8%	1,215	▲2.7%	1,135	▲16.4%	50,273	▲20.3%	2.00	1.3%
	2,903	1.8%	1,548	8.8%	1,354	▲5.1%	75,151	▲2.8%	2.03	1.3%
	2,887	1.0%	1,601	17.8%	1,285	▲14.2%	56,530	▲0.1%	2.04	1.3%
	2,555	▲4.7%	1,334	2.5%	1,220	▲11.6%	55,411	▲4.6%	2.07	1.2%
	2,728	2.1%	1,421	11.8%	1,307	▲6.7%	43,591	▲16.0%	2.10	1.3%
	2,646	▲10.7%	1,364	▲4.4%	1,282	▲16.6%	51,294	▲23.2%	2.13	1.5%
	2,334	1.5%	1,374	8.8%	959	▲7.4%	84,242	▲17.8%	2.15	1.7%
	2,799	8.8%	1,465	5.6%	1,333	12.5%	43,292	▲24.7%	2.09	1.9%
	3,045	8.1%	1,483	6.5%	1,562	9.7%	48,204	▲24.8%	2.06	2.0%
資料出所	財務省貿易統計						あわら市役所		福井労働局	県政策統計課

（注）有効求人倍率の年度は原数値、月別は季節調整値 （※2）有効求人倍率の2017年12月以前の数値は新季節指数により改訂されています。

お客さまにピッタリとはまるピースを。

代金回収サービス「ふくいネット」

FUKUINET

全国のどの金融機関からでも迅速かつ正確に集金を代行処理する「ふくいネット代金回収サービス」。

お客さまの集金業務をよりスムーズに、より効率的にサポートしています。

システムインテグレーション

System Integration

ネットワークシステムのコンサルティングをはじめ、導入計画・運用管理・セキュリティ・クラウド導入・Web 開発など、あらゆるシステムサービスをお客さまに提供しています。

エレクトロニックバンキング

Electronic Banking

福井銀行グループの一員として、企業のお客さま向け及び個人のお客さま向けインターネットバンキングをはじめとする、エレクトロニックバンキングサービスの導入・サポートをしています。



福井ネット株式会社

〒918-8107 福井市春日町238-3 TEL: 0776-33-6618 (代)
<http://www.fukuinet.co.jp>

経営者・個人事業主のみなさまへ

法人カードはビジネスをトータルにサポートする
信頼と安心のカードです。



経理の合理化・効率化が可能



出張経費に



効率的な資金運用

様々なシーンで業務の効率化が図れます!!



ガソリン代に



仕事とプライベートの切り分けが明確に



接待交際費に

ご利用合計金額に応じてポイントがたまり、ギフトカードなど
バラエティー豊かな商品に交換できます。



お申込みはお近くの福井銀行窓口まで。（福井銀行はDCカード、JCB法人カードの取次をしています。）

株式会社福井カード

FUKUI BANK GROUP

〒910-0023 福井市順化1丁目2番3号 TEL.0776-21-7881 (9:00~17:00土日祝休み)

貸金業者登録番号:北陸財務局長(11)第00024号/包括信用購入あっせん業者登録番号:近畿(包)第10号
日本貸金業協会会員 第002758号/一般社団法人日本クレジット協会会員 第041340000号

福井カード 検索

ファイナンス・リースで、地元を元気に。

 **株式会社 福銀リース**



当社は、昭和58年9月に福井銀行グループの総合リース会社として発足いたしました。

情報関連機器・産業機械・土木建設機械・医療機器・商業設備など
あらゆる機械・装置・器具及び備品のファイナンス・リースを通じて、
地元企業の発展に貢献することを目指しております。

会社概要

商号／株式会社 福銀リース
設立／昭和58年9月16日
資本金／50,000千円
決算期／3月(年1回)
所在地／福井市照手1丁目2番17号
事業内容／コンピュータ機器、事務用機器、産業機械、工作機械
車輛、医療機器、商業用設備等各種物件のリース・割賦販売

沿革

◎昭和58年9月
福井銀行グループの総合リース会社として、
住商リース株式会社(現三井住友ファイナンス&
リース株式会社)との合弁により
「福銀住商リース株式会社」設立
◎平成9年4月
商号を「株式会社 福銀リース」に変更

新年明けましておめでとうございます。

昨年末は株式市場が乱高下し不安定な状態で年始を迎えることになりました。

今年は、天皇陛下の譲位、参議院選挙、消費税増税などの大きなイベントに加え、各地域でも統一地方選挙が行われます。また、世界的には英国のEU脱退をはじめ、様々な国や国際関係で不安要因が発生することが予想され、期待感と不安が入り混じった状況が続くのではないかと思います。

一方で、国内の全体的な経済状況は底堅く、今年も景気拡大が緩やかに継続することが期待されております。

今回は、2019年新春号ということで、福井県立大学地域経済研究所の南保所長に2018年の振り返りと2019年の展望について寄稿いただきました。

2018年の県内経済は、2018「福井しあわせ元気」国体・障スポの開催や北陸新幹線の工事が本格化してきていることなど、比較的明るい話題も多く、順調に推移したように思います。しかし、労働力不足は相変わらず顕著となっており、景気の足を引っ張らないか懸念されます。現在、福井キャピタル&コンサルティングでは、福井県経済の活性化や県外で就業している若者や学生などの県内就業先の拡大を目的に、IPOを志向される企業の支援を行なっておりますが、そのツールとして「ふくい未来企業支援ファンド」も用意し、ご案内させていただいているところです。本誌においても同ファンドに関する情報を逐次紹介させていただいております。

本誌に関しては毎回旬な話題を盛り込みながら、経営者等のみなさまに少しでも有益な情報発信に努めていきたいと思っております。

最後に、2019年がみなさまにとって、すばらしい一年になることをご祈願申し上げます。

(松浦)



Fukugin JOURNAL

2019年 新春号 WINTER / 2019年1月発行

発行 株式会社福井銀行

編集 株式会社福井キャピタル&コンサルティング
〒918-8015
福井県福井市花堂南2丁目16番75号
TEL (0776) 43-1120

スタッフ

編集長 松浦 忠義 (福井銀行)
副編集長 前田 英史 (福井 C & C)
山崎 克哉 (福井 C & C)
編集 西村 喜美 (福井 C & C)
藤田 あさ香 (福井 C & C)
編集補助 北川 卓 (福井 C & C)
松村 恵利子 (福井 C & C)
写真 (表紙、P12-16、P26-27)・イラスト・誌面構成
南部 朱里 (福井 C & C)

※本誌は既刊号全文をPDFファイル形式で株式会社福井銀行ホームページ上に掲載しております。
※本誌掲載の写真・図版・記事などを無断使用・転載・複製を禁じます。



福銀ジャーナル 2019年1月 新春号

発行：株式会社福井銀行

編集：株式会社福井キャピタル&コンサルティング

