

縮小時代の地域情報化に向けた「地方豪族」の役割に関する研究

庄司昌彦(国際大学グローバル・コミュニケーション・センター)・永井公成(慶應義塾大学総合政策学部)

研究の背景

- 人口減少が進み自治体の財政がさらに厳しくなる中、いかに民間の力で地域を運営していくのかを考えるのは課題である
- 特に資金面では「シェアリングエコノミー」や「里山資本主義」「地域内分権・財源移譲」「稼ぐまち」「クラウドファンディング」等の方向性が試みられている
- 本研究では、地域に密着し、地方経済を実際に動かしている「地方豪族企業」の地域貢献に注目する。そして彼らがどの様に経済活動を行い、地域の経済活動や社会運営に関わっているのか、文献や事例調査、インタビュー調査などにより明らかにする
- 地域経済の実態を担い手側から明らかにすることで、今後の地域情報化を始めとする政策に役立つ可能性がある

先行研究

「ヤンキーの虎」	「新・地方豪族 ニッポンの虎」
<ul style="list-style-type: none"> 藤野英人(2014)が定義 マイルドヤンキーをまとめ、雇う存在 地縁血縁をフルに活かして、リスクを取って事業を行う 	<ul style="list-style-type: none"> 日経ビジネス(2015)が定義 バラバラな事業を手広く手がけ、地方で勢力を増す新興企業

他、ファミリービジネス研究や日本各地における明治以降の産業史研究など。

独自の「地方豪族」の定義・特徴

「地方豪族企業」とは、特定地域に立脚し、飲食・交通・サービスなど消費者の生活に密着した事業を行い、多角化する一方で業績によっては素早く事業内容を転換し、状況によってはフランチャイズから独自の事業展開を始めることもある企業と定義する

生活に密着した業種	飲食や交通、サービスなど一般消費者の生活に密着した事業
コングロマリット	既存事業のノウハウを活かし、異分野の事業も幅広く手がける
スピード感	業績によっては素早く事業内容を転換する
フランチャイズ店舗の経営	フランチャイズから独自の事業展開をはじめることもある

時代背景

- 地場産業衰退、1999年頃からの公共事業減少に伴い、建設業が縮小し、商店街、地方経済が衰退
- 生活インフラと雇用を守るため中小企業が多角化
 - 建設業など地場産業を軸にコンビニや介護、中古車販売、飲食、観光等に進出・買収。コングロマリット化
- 事業拡大に意欲的
 - 政治行政との距離が近く補助金の獲得にも慣れている
 - 貸付先の選定に困っている地方銀行からの融資も活用

研究方法

- 企業の公式ウェブサイトで公開されている情報を基に、地方豪族企業のリストを作成し、地方豪族企業の特徴をまとめる。
- 代表的企業について事例研究を行う。海外の事例についても調査する。
- 事例から導き出された特徴を、政策研究につなげる。

スケジュール

2016/05	先行研究調査
2016/06	地方豪族企業リストを作成、特徴ごとにグラフを作成
2016/10	地域貢献に関する事例を収集(文献調査)、整理
2016/11	訪問・インタビュー調査に着手(目標:10事例)
2016/06	地方豪族と地域社会の関わり方について方向性を提言
2017/08	シンポジウム開催・研究ネットワークを拡大

参考文献

- 藤野英人『ヤンキーの虎』東洋経済新報社2016年
- 藤野英人「地方に跋扈する「ヤンキーの虎」に注目せよ！」『Forbes Japan』2014 10月号
- 中尚子「地方の観光を守るのはオレ！」「地方豪族」が今、熱い」『日経ビジネスオンライン』2015/8/10
- 宇賀神幸司・西雄大・中尚子「変わる地域経済の担い手 新・地方豪族「ニッポンの虎」地元を守るのは俺たちだけ」『日経ビジネス』2015/8/10
- 「スペシャルレポート「虎たちの人事組織」大事なのは結果のみ 組織の形なんてどうでもいい」『日経ビジネス』2015/08/10
- 「47都道府県の「大金持ち」がひと目で分かる「全国長者番付」を実名公表する「2012年版「資産形成・生活・考え方」—13人がインタビューに答えた!」『現代ビジネス』(講談社) 2012/5/9 <http://gendai.ismedia.jp/articles/-/32453>
- 一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会 <http://www.keitai.or.jp/>
- 企業情報は各企業の公式ウェブサイトによる

「地方豪族」の独自リストを作成

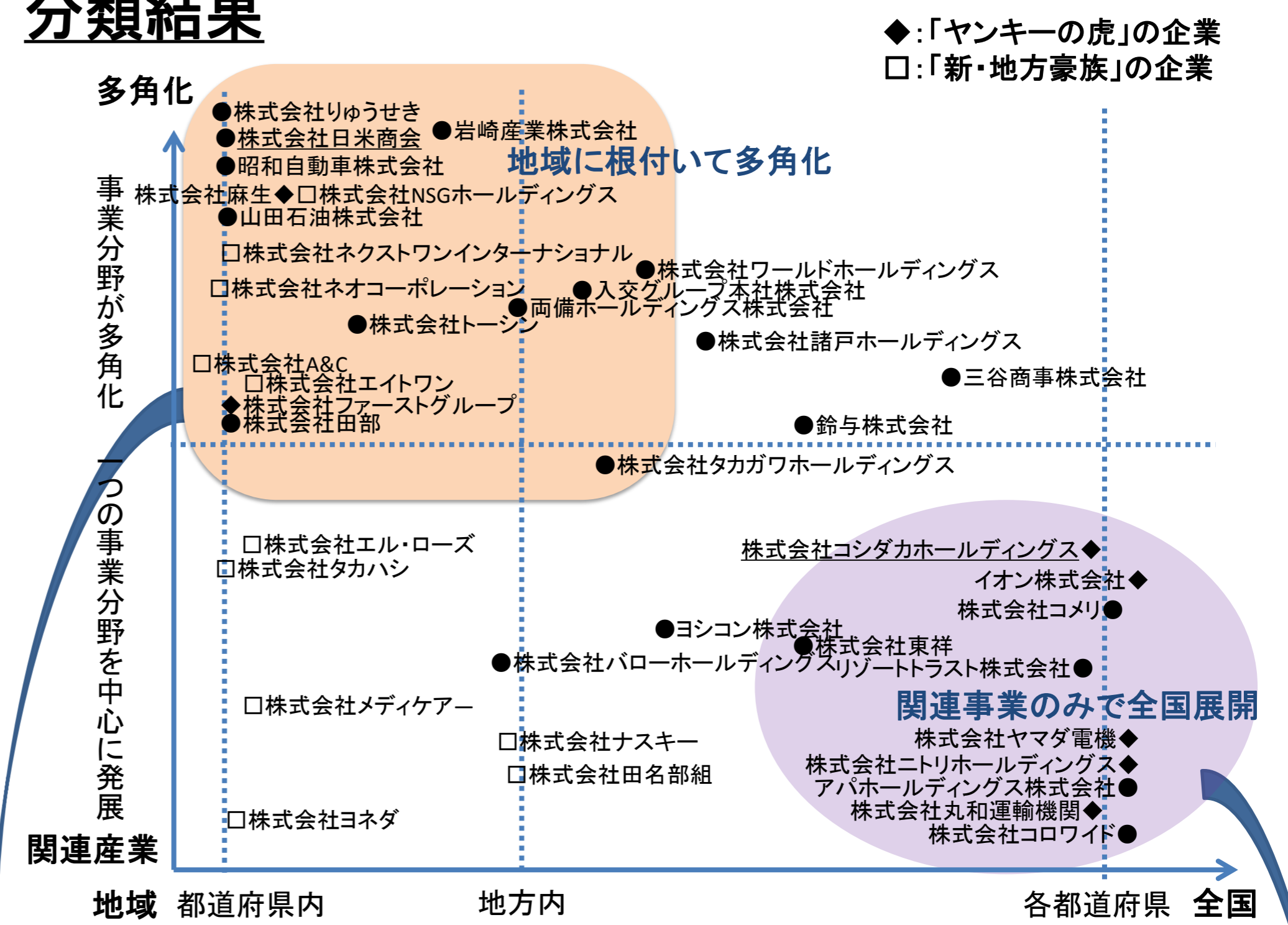
- 選定基準
- 地方で設立されその地域で事業を行っている企業
 - 複数の分野にわたって事業を行っている企業(飲食店分類の中で多ジャンル展開する企業は除外)

既に「新・地方豪族」や「ヤンキーの虎」として挙げられている企業に加え、フランチャイズ店舗を運営する企業からなる業界団体の会員企業、『現代ビジネス』が2012年に発表した「全国長者番付」にランクインした企業等から該当する企業39社を抽出。リストは随時追加・更新しており最新版は地域SNS研究会ウェブサイトに記載。<http://www.local-socio.net/>

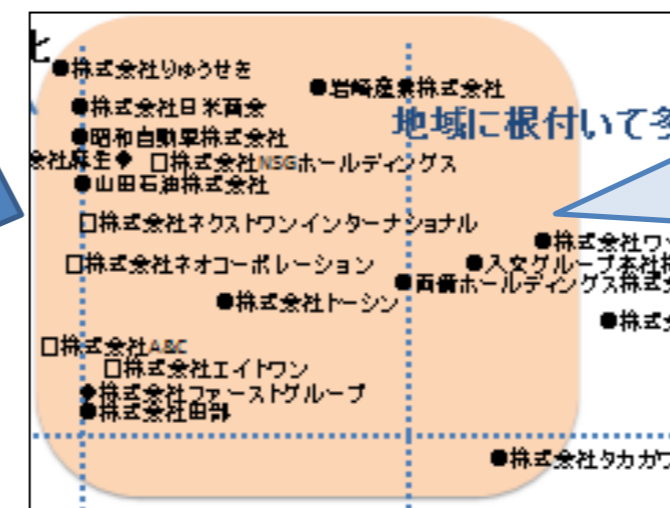
分類方法(軸)

- 多角化の度合い: 事業内容の種類の多さや関連性に着目
- 地域密着の度合い: 店舗・事業拠点の本社から見た広がりに着目

分類結果

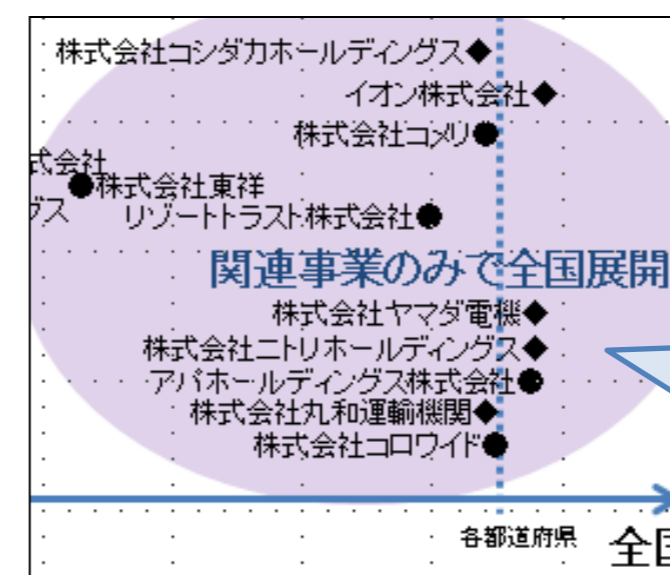


「イオン」「ヤマダ電機」「ニトリ」の様に基幹分野の関連事業を整えながら全国区を目指して成長するのではなく、地域に密着して事業分野を広げていく企業もある(=典型的な地方豪族)



- 図左上は「地域に根付き、多様な事業を行う企業」といえる。
- 携帯電話販売やガソリンスタンド、太陽光発電など複数の分野を幅広く手がける。

事例	株式会社日米商会 (宮崎市 1925年創業)
資本金	1億円
上場市場	非上場
創業時の事業	石油販売所
事業内容	宮崎県を中心に石油製品・航空燃料・昇降機・車用品・au携帯電話・太陽光発電パネル・工業薬品の販売、不動産所有及び賃貸、リフォーム業、車検、損害保険代理店など



- 図右下は「多角化は限定的で、基幹の事業分野もしくは関連事業分野のみで全国展開している企業」といえる。
- 「地方発」の色を持ちながら中核事業と関連事業分野で全国展開化。

事例	株式会社コンダカホールディングス (前橋市 1954年創業)
資本金	4億9360万円(平成19年6月時点)
上場市場	JASDAQ
創業時の事業	屋台の中華そば屋
事業内容	『カラオケまねきねこ』のカラオケ事業、フィットネス、温浴施設の3つの分野で事業を展開。カラオケ分野では全国に直営400店舗以上に。

今後の課題

- リスト化した企業の具体的な地域経済・社会との関わりについては調査分析できていないため、今後のインタビューを通じて明らかにする。
- 地域の情報インフラ・プラットフォームへの社会貢献的な投資を行った事例や今後の可能性の検討、地域に根つき生活に密着した業種であるシェアリングエコノミーへの参入可能性の検討など。