「地方豪族企業」の収集と分類
～縮小時代の公共の担い手となるか～

庄司 昌彦　Masahiko Shoji
国際大学グローバル・コミュニケーション・センター（GLOCOM） 准教授

永井 公成　Kiminari Nagai
慶應義塾大学　政策・メディア研究科　修士課程

目次

0．「はじめに」の前に

1. はじめに

2. 地域は自分たちで作る

3. 定義と先行研究

4. 分類

5. 「分野拡大型地方豪族」事例
    1. 株式会社日米紹介（宮崎市）
    2. 岩崎産業株式会社（鹿児島市）
    3. 株式会社りゅうせき（浦添市）

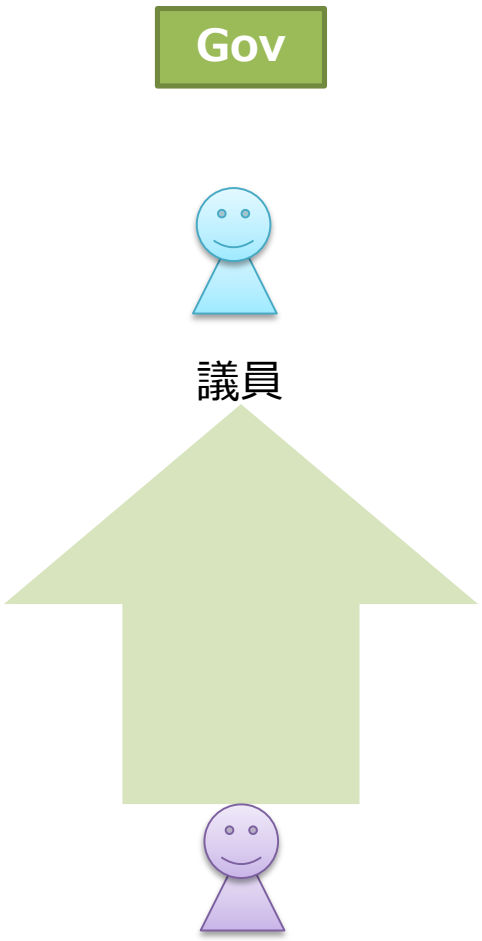
6. 「地域拡大型地方豪族」事例
    1. 株式会社コシダカホールディングス（前橋市）
    2. 株式会社丸和運輸機関（吉川市）
    3. 株式会社コメリ（新潟市）

7. 「計算センター系地方豪族」と情報化関連の事例
    1. 株式会社両備システムズ（岡山市）
    2. 株式会社インテック（富山市）
    3. 株式会社TKC（宇都宮市）
    4. 地方豪族企業が地域情報化を担う

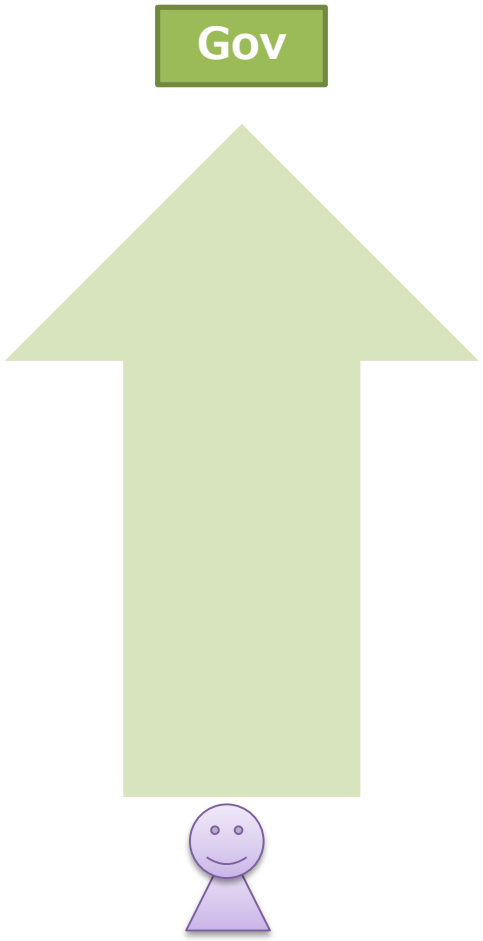
8. 考察

0.「はじめに」の前に

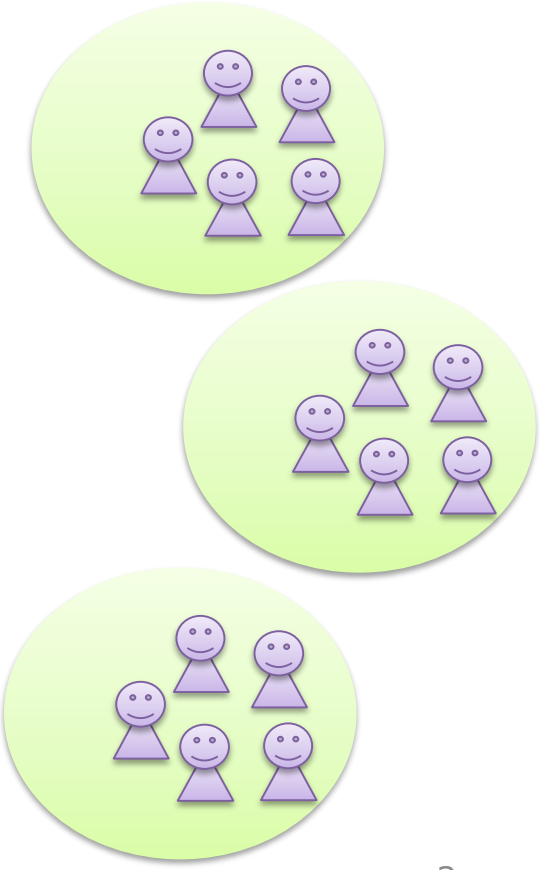
声を届ける参加型民主主義



政治を直接動かす参加型民主主義



自分たちで作る参加型民主主義



1. はじめに

- 財政が厳しい中、
  いかに民間の力で地域を運営していくか

- 様々な取組み
  1. 資源の稼働率向上＝**シェアリングエコノミー**
  2. 外部流出を止め地域内循環増＝**里山資本主義**
  3. 住民自ら配分を決め納得する＝**自治基本条例**
  4. 節約して再投資＋収入を増やす＝**稼ぐまち**
  5. 共感や関係性で獲得＝**クラウドファンディング**
  6. 金持ちが寄付をする＝**「地方豪族」**

1. はじめに

- **池田家の地域貢献**
  - 池田家は現・秋田県大仙市で栄えた幕末～昭和の「東北３大地主」のうちの１つ。
  - 私財を投じて地域の社会資本整備や社会福祉（無料診療所、学校建設、県内初の学校給食等）、教育に尽力。屋敷内の私設図書館や武道館は地域の青少年に開放。

旧池田氏庭園　洋館（私設図書館）
※写真提供：大仙市

1. はじめに

参考

- **田部家の地域貢献**

たたら製鉄で有力鉄師だった田部家は、後に島根県立中央病院となる私立松乃舎病院や後に市立吉田小学校となる私立田部小学校の設立を担った。

参考

1. はじめに

- **麻生家の地域貢献**

  炭鉱で働く人やその家族の生活を支えるインフラを提供していた。

  – 飯塚病院
  – 嘉穂劇場
  – 斯道文庫
  – 嘉穂銀行
  – 嘉穂電灯
  – 神社仏閣への寄進
  – 飯塚商工会議所

麻生飯塚病院ウェブサイトより抜粋

2. 地域は自分たちで作る

- 鎌倉～室町以降の（惣）村と都市
  - 寄合から惣掟（インフラ管理等のルール）がうまれ農業生産性が向上
  - 年中行事、芸能（田楽、茶の湯、連歌等）が発達
- 18世紀後半
  - 全国の1500の村で常設舞台による歌舞伎が行われていた
- 19世紀半ば（江戸時代末期）
  - 村は全国に64,000ヶ所存在
- 17世紀から19世紀にかけて
  - 寺子屋・私塾がうまれ、学習コミュニティが発達し、教育、娯楽、生活と社会運営に必要な知識インフラとなった
  - 地域の豪農を中心に、村の文明開化を目指して教師を招聘する動き
  - 地域で集団討議や共同学習を重ねることによって「民権」への芽生えへとつながる
  - 1880年代、十～数百人の結社・学習集団は全国に2000以上あった

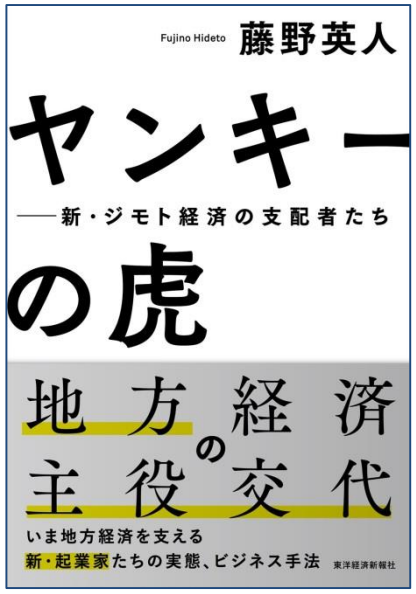
2. 地域は自分たちで作る

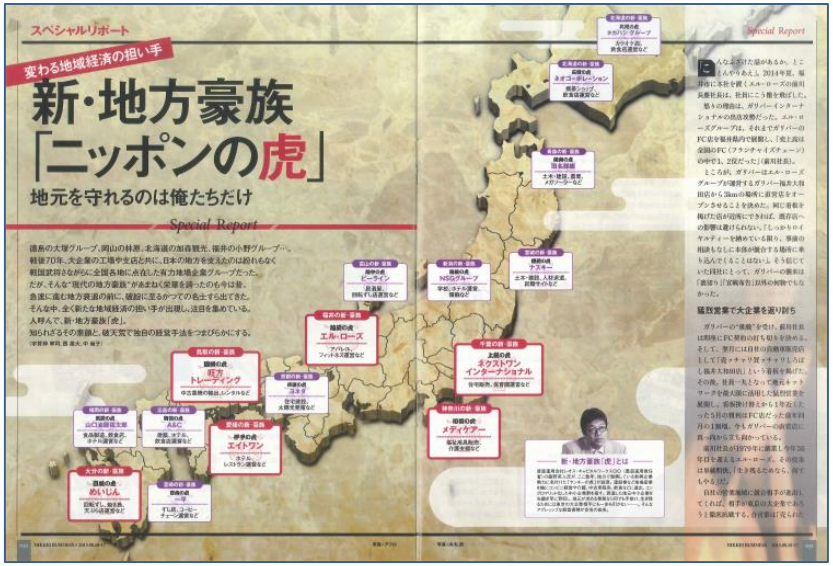
- 国や地方行政に頼ることなく、地域に住む住人自らが自分たちの手によって地域を作ってきたことが伺える。

- 本論では、このように地域を支える**「地方豪族企業」**に注目し、彼らの地域貢献に注目することで、どのように地域の経済活動や社会運営にかかわっているのかを明らかにしていく。

- 地域経済の実態を担い手側から明らかにすることで、今後の地域情報化やオープンガバメント、官民データ活用などの政策に役立つ可能性がある。

3. 定義と先行研究





「ヤンキーの虎」（藤野 2016）

- マイルドヤンキーをまとめ、雇う存在
- 地縁血縁をフル活用して、リスクを取って事業を行う

「新・地方豪族　ニッポンの虎」（日経ビジネス 2015）

- ばらばらな事業を手広く手掛け、地方で勢力を増す新興企業

どちらも地方経済の担い手として有望

3. 定義と先行研究

- **「ヤンキーの虎」のこれまで**
  - 公共投資が大幅に削減され、地方経済が急速に縮小し、商店街がシャッター街へと変化。
  - 一部の会社・企業は多角化して生き残りを図る。高齢の経営者が営む会社や、社会状況に対応できなかった地元の会社などを淘汰し、事業の拡大を行う。
  - 彼らは地方政治とも密着して補助金をとるのに長け、貸付先に困っている地方銀行からの融資も活用して事業を拡大。

- **「ヤンキーの虎」のこれから**
  - 地方経済の縮小は徐々におきているので、しばらくは「ヤンキーの虎」の急成長は続く。
  - 2020年の東京五輪までは日本全体で投資や消費が伸び、ヤンキーの虎もその恩恵を受ける。
  - 2025年には団塊世代が後期高齢者に。人口減少もあいまって消費が減少。ヤンキーの虎の成長はこれ以降は難しくなる。
  - 2025年以降はヤンキーの虎同士が食い合いになる。

（いずれも藤野による）

参考

3. 定義と先行研究

- **「ヤンキーの虎」の3分類**（藤野による）
  - **1. 地場の虎**
    そもそもそこに昔からあった古い会社が「虎化」したものである。2代目や3代目になり、父と子で商圏を広げていった。
    土木建築業や中古車販売、ガソリンスタンドなど
  - **2. 在日の虎**
    広い意味では「地場の虎」の派生。「在日」の人たちが「虎化」 したもの。
    パチンコ店や焼肉店、 風俗店など
  - **3. 狭義の「ヤンキーの虎」**
    「ヤンキー」が更正して、携帯電話会社などで働き、頭角を現して複数の代理店をもつなどして、それが多業種展開して「虎化」したもの
  - 人口3万～4万の町に1～2頭の虎が生息可能で、推定6,000社くらいの「虎」が いる。8～9割がこの３分類のいずれかにおさまる。

参考

3. 定義と先行研究

- **新・旧地方豪族の違い**（日経ビジネス）
  - かつての大企業の工場や支店とともに地方を支えた（旧）地方豪族は江戸・明治から受け継いだ圧倒的資産と地盤の上に成立。
  - 新・地方豪族はバブル崩壊後に発生。粗削りだが既に成熟した（旧）地方豪族にはないハングリー精神やパワーを持っている。

3. 定義と先行研究

- **「新・地方豪族」の時代背景**（日経ビジネス）
  - 地場産業の衰退と雇用の減少、公共事業の減少に伴う建設業の縮小により、地方経済が衰退。
  - 地域の生活インフラと自分たちの雇用を守るために地方の中小企業の多角化が始まる。
  - 建設業など地場産業を軸にコンビニ経営や介護、中古車販売、飲食などに進出してコングロマリット化した中小企業群となる。
  - 衰退した観光インフラや地元中小企業を次々と買収し、地元が求める業態ならなんでも手がけ、生き残るためには東京の大企業相手にも一歩も引かない経営姿勢を持つ。

4. 分類

「地方豪族」の定義・特徴

※「ヤンキー」「新」を前面に出す必要はないと判断

1. **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
2. **コングロマリット**
   - 既存事業のノウハウを生かし異分野の事業も幅広く手掛ける
3. **スピード感**
   - 業績によっては素早く事業内容を転換する
4. **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始めることも

（創業年数は多様）

4. 分類

- **「地方豪族」の選定基準**
  - 地方で設立され地方で事業を行っている企業
  - 複数の分野に跨って事業を行っている企業
    - 飲食店を多ジャンル展開する企業などは除外

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経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。

4. 分類

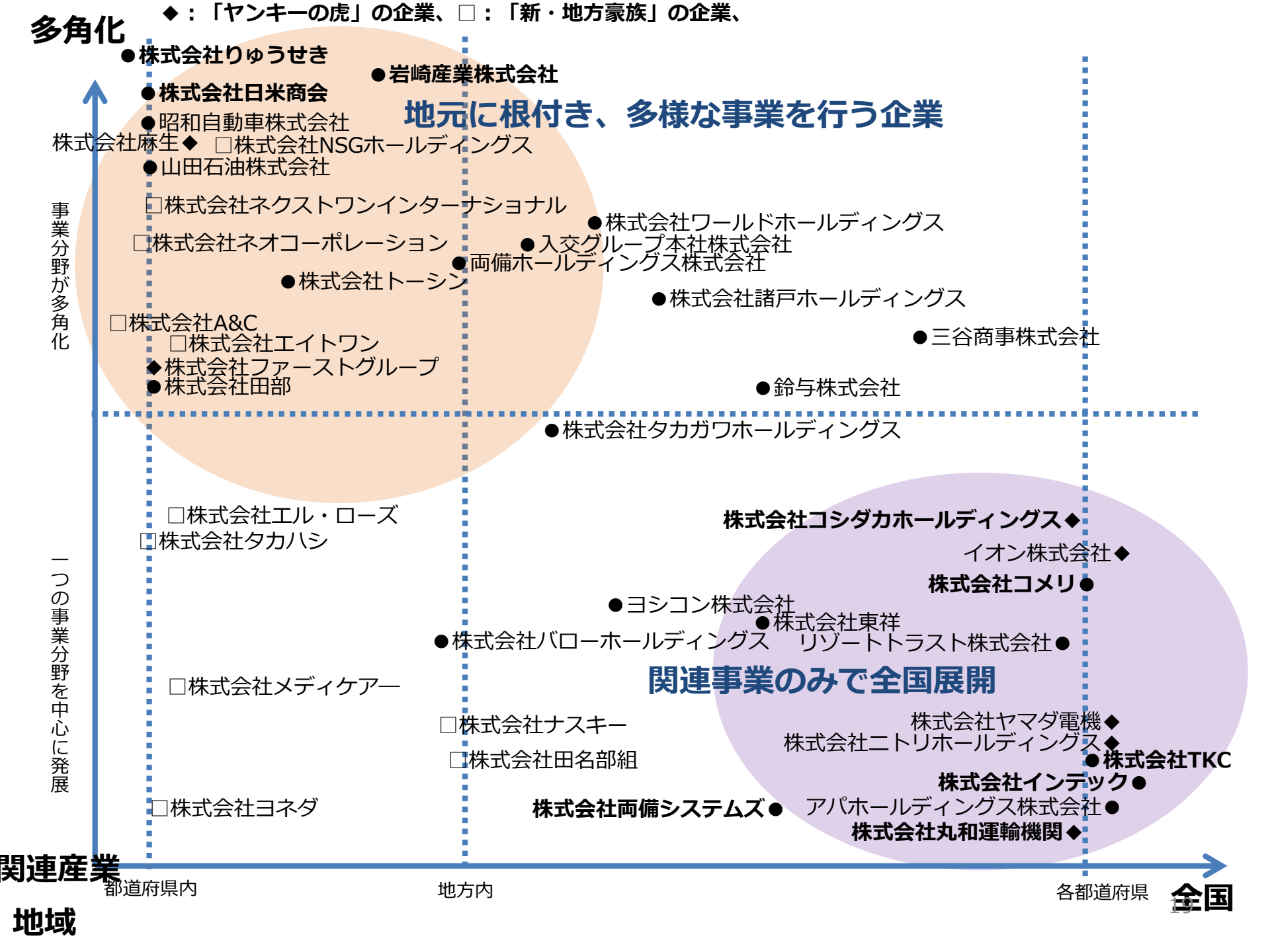
（例）北海道の地方豪族

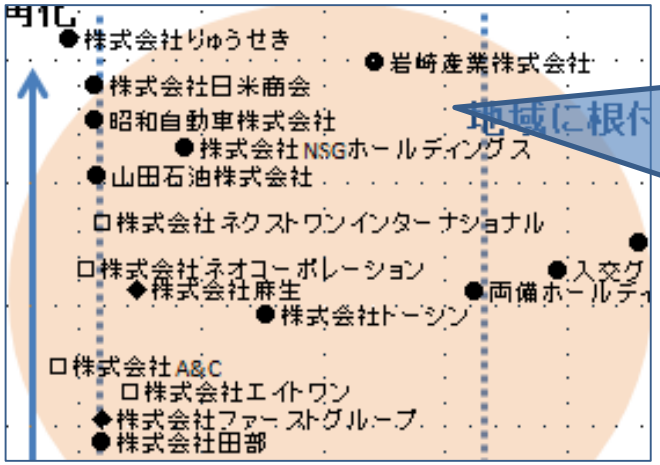
企業名	本社	業務内容	創業年	創業時の事業	代表者	何代目	創業者	親会社資本金	創業時の事業	年商（連結）	上場市場
（株）タカハシ	北海道網走市南6条西2丁目2番地	カラオケ・アミューズメント・外食・漢江、観光、バス、ハイヤー、店舗デザイン	1954	劇場	髙橋洋一	3	髙橋貫一	40百万円	エンタメ	4,830百万円	非上場
（株）ネオコーポレーション	北海道札幌市北区新琴似8条12丁目1-	移動体通信事業、外食事業、アウトソーシング事業	1995		岩佐将典	1		40百万円		7,310百万円	非上場
（株）ニトリホールディングス	北海道札幌市北区新琴似七条１丁目２番３９号	家具・インテリア用品の企画販売、新築住宅のコーディネート、海外輸入品・海外開発商品の販売事業	1967	家具店	白井俊之	2	似鳥昭雄	13,370百万円	家具販売	417,285百万円	東証一部、札証

全体はこちら　http://goo.gl/OT03dI

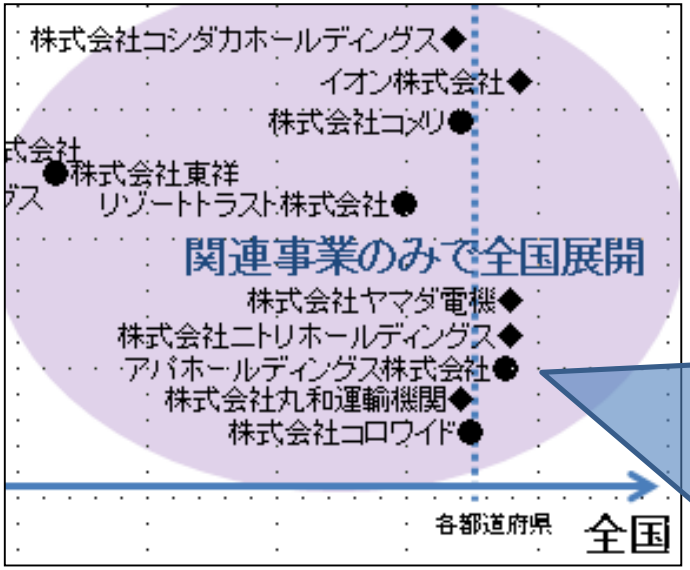
4. 分類

- **分類**
  - 多角化がされているか（縦軸）
    - 事業内容の種類の多さや関連性に着目
  - 全国進出化がされているか（横軸）
    - 店舗・事業拠点の本社から見た広がりに着目し、それらが県内・周辺地域内・地方内・大都市・各都道府県内・海外のどのレベルまで広がっているのかを調査した。


◆：「ヤンキーの虎」の企業、□：「新・地方豪族」の企業、
多角化
●株式会社りゅうせき
●岩崎産業株式会社
●株式会社日米商会
地元に根付き、多様な事業を行う企業
●昭和自動車株式会社
株式会社麻生◆
□株式会社NSGホールディングス
●山田石油株式会社
□株式会社ネクストワンインターナショナル
●株式会社ワールドホールディングス
□株式会社ネオコーポレーション
●入交グループ本社株式会社
●両備ホールディングス株式会社
●株式会社トーシン
●株式会社諸戸ホールディングス
□株式会社A&C
●三谷商事株式会社
□株式会社エイトワン
◆株式会社ファーストグループ
●株式会社田部
●鈴与株式会社
●株式会社タカガワホールディングス
事業分野が多角化
□株式会社エル・ローズ
□株式会社タカハシ
株式会社コシダカホールディングス◆
イオン株式会社◆
株式会社コメリ●
●ヨシコン株式会社
●株式会社東祥
●株式会社バローホールディングス
リゾートトラスト株式会社●
関連事業のみで全国展開
□株式会社メディケアー
株式会社ヤマダ電機◆
□株式会社ナスキー
株式会社ニトリホールディングス◆
●株式会社TKC
□株式会社田名部組
株式会社インテック●
□株式会社ヨネダ
株式会社両備システムズ●
アパホールディングス株式会社●
株式会社丸和運輸機関◆
一つの事業分野を中心に発展
関連産業
地域
都道府県内
地方内
各都道府県
全国



- 図内の左上の円部分は**「地域に根付き、多様な事業を行う企業」**ということができる。
  - 例えば1企業で携帯電話販売事業やガソリンスタンド事業、太陽光発電事業など複数の事業分野を幅広く行う。

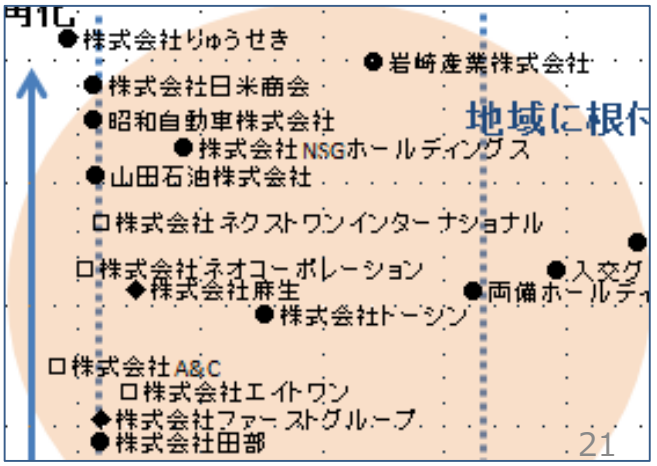


- 図内の右下の円部分は**「多角化は限定的で、基幹の事業分野もしくは関連事業分野のみで全国展開している企業」**といえる。
  - 前項とは対照的に、地方発の企業であまり多角化をせず全国に進出していった企業群といえる。

5.「分野拡大型地方豪族」の事例

- 「地元に根付き、多様な事業を行う企業」のことを**「分野拡大型地方豪族」**と呼称する。

- **「分野拡大型地方豪族」**の企業事例３つを紹介する。



5.1 株式会社日米商会（宮崎市）

株式会社日米商会
（宮崎県宮崎市
／1925年創業）

- 石油販売所として設立。以降販売所を増やしながら石油・ガス・商事の3本柱を確立し、現在は石油製品・航空燃料・昇降機（エレベータ等）・産業用、防災用直流電源装置・自動車用電池電装品・au電話等の販売・太陽光発電・工業薬品・不動産所有及び賃貸・損害保険などの業務を行う。

5.2 岩崎産業株式会社（鹿児島市）

岩崎産業株式会社
（鹿児島県鹿児島市
／1922年創業）

- 広大な社有林を所有し、枕木販売や山林経営の会社としてはじまる。工業重工業の分野にもすすみ、その後九州を中心とした観光開発をすすめる。
- 現在は九州中心にホテル・外食、ゴルフ場、旅行代理店、商品開発、焼酎、水産事業、農業事業、エネルギー、貿易、陸上・海上交通、航空事業、レンタカー、サービスエリア、ICカード、広告代理店、情報通信事業など幅広く手掛ける。

5.3 株式会社りゅうせき（沖縄県）

株式会社りゅうせき
（沖縄県
／1950年創業）

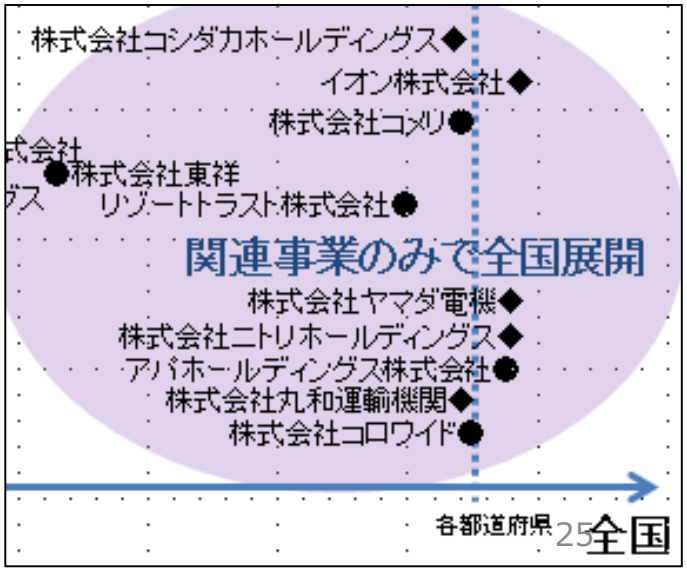
- 石油供給会社である琉球石油株式会社として設立。石油業に次いでガスや流通業、建設業などに事業を拡大。
- 現在はそれらに加えてソフトウェアの受託開発やシステムの運用・保守、不動産関連業、人材サービス、ホテル・飲食業の運営にも進出。石油業に関しては船舶給油サービスや産業用燃料に加え、家庭用灯油配達、産業用・家庭用LPガスなどの他、多数のガソリンスタンドを沖縄県内に多数展開している。傘下の会社はau携帯電話販売や保険代理店、オフィス機器の法人向け販売なども扱っている。

6.「地域拡大型地方豪族」の事例

- 「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」のことを**「地域拡大型地方豪族」**と呼称する。

- **「地域拡大型地方豪族」**

の企業事例３つを紹介する。



6.1 株式会社コシダカホールディングス（前橋市）

参考

株式会社コシダカホールディングス
（群馬県前橋市
／1954年創業）

- 「カラオケまねきねこ」を中心としたカラオケ事業をメインに、女性向けのフィットネスチェーンの展開や温浴施設を運営する温浴事業と３つの分野で事業を展開している。
- 現在はカラオケ事業で北海道から沖縄まで全国に直営４００店舗以上を展開する。

6-2 株式会社丸和運輸機関（埼玉県吉川市）

参考

株式会社丸和運輸機関
（埼玉県吉川市
／1973年創業）

- 創業者は青果店を営んでいたが、廃業に伴い運輸業を創業。物流拠点や物流の対象を年々増やす。
- 現在はサードパーティ・ロジスティクス事業、ロジスティクスコンサルティング事業、運輸事業、倉庫事業を展開。北海道から九州まで全国104箇所に事業拠点を設けており、東証一部上場企業となっている。最近では中国でも低音食品物流事業に参入するべく合弁会社を設立。
- 浦和レッズダイヤモンズのオフィシャルパートナーになったり、地域のイベントで数多くの協賛企業となったりすることで地元地域の活動を支える。

6-3 株式会社コメリ（新潟市）

参考

株式会社コメリ
（新潟県新潟市
／1962年創業）

- 米を販売する株式会社米利商店として設立された。その後、LPガスや石油の販売を手がけるようになり、ホームセンター事業に参入した。現在は46都道府県に出店。
- また、NPO法人コメリ災害対策センターを設立し、ホームセンターの物流ネットワークを活かして、災害発生時に災害復旧用品が届けられるような仕組みを作り、協力企業や地方自治体と協定を結ぶ。

- 典型的な地方豪族
  - 全ての企業が「イオン」「ヤマダ電機」「ニトリ」の様なに事業分野を広げながら全国区を目指して成長する「地域拡大型地方豪族」というわけではない。
  - **地域に密着しながら幅広く事業分野を広げていく「分野拡大型地方豪族」の企業もある**（＝**「典型的な地方豪族」**）。

7.「計算センター系地方豪族企業」と情報化関連事例

- 1960年代に各地方において「計算センター」として創業され、コンピュータの所有が今ほど一般的でなかった頃の地方での情報化を担いつつ、その技術力を高めながら全国に進出していった企業がある。

- そうした企業を、地域の情報化を担う地方豪族として、**「計算センター系地方豪族」**と呼称する。

「岡山電子計算センター」として創業した両備システムズの写真（両備システムズのウェブサイトより抜粋）

7.1 株式会社両備システムズ（岡山市）

株式会社両備システムズ
（岡山県岡山市
／1965年創業）

- 市民税計算をはじめとして自治体からの受託計算業務を行いつつ、生産管理システム受託開発サービス、診療報酬管理システムの開発や図書館管理オンラインシステムなどに事業を拡大。
- 地域の情報化を支えた他、両備グループ全体の活動として、美術館運営による文化振興、関連組織が岡山県下における生物学研究を中心として郷土の文化・芸術・教育研究など多方面にわたっての学術研究に対する助成を行っている。

7.2 株式会社インテック（富山市）

株式会社インテック
（富山県富山市
／1964年創業）

- 設立当初はパンチカードを用いて企業の計算業務を行う。1970年代には銀行オンラインシステムを韓国に輸出、医療情報システムの販売や地方自治体向けの住民情報オンラインシステムを構築し、現在は国内外に事業所を設立した。
- 富山県で開催されたマラソン大会の運営を支援したほか、プロサッカーチームやプロ野球独立リーグのスポンサーとして地域のスポーツチームを支援。内閣府の「環境未来都市」プロジェクトに「健康増進支援ICT」、「社会参加ICT」で参加。

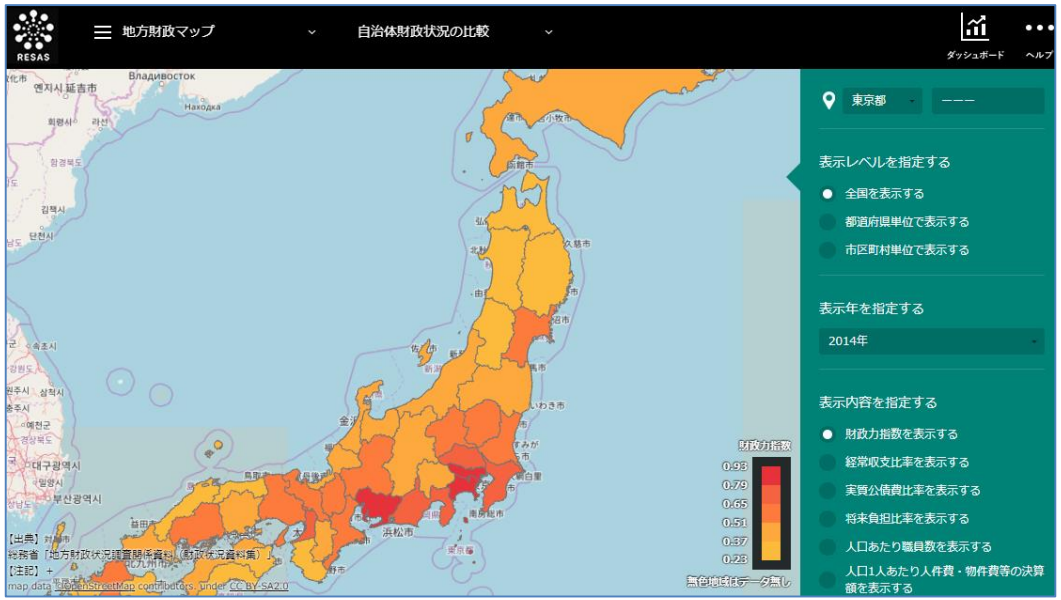
7.3 株式会社TKC（宇都宮市）

株式会社TKC
（栃木県宇都宮市
／1966年創業）

- 公認会計士、税理士である創立者が設立した。建設原価計算システムなど様々なシステムを構築し、創業当初から地方自治体から計算業務を受託していた。全国各地に事業所を展開している。また、地方公共団体向けに基幹系システムの開発なども行い、地方行政の情報化を支えている。
- また、創業者は「租税資料館」を設立し租税法研究等に関する人材の育成に努めている。また、栃木県の地域に根ざしたスポーツ文化の振興を支援するため、H.C.栃木日光アイスバックスと栃木サッカークラブのスポンサーやパートナーとなっている。

7.4 地方豪族企業が地域情報化を担う

- 「地域データ利活用促進業務（普及促進業務）」は、鹿児島県の自治体・高等教育機関・NPO等において、内閣官房（まち・ひと・しごと創生本部事務局）が提供する「地域経済分析システム（RESAS)」を活用できる人材を創出することが目的
- ２０１６年１０月、鹿児島県の地方豪族企業の一つである南国殖産株式会社とIT関連会社の株式会社チェンジとの企業共同体で「地域データ利活用促進業務（普及促進業務）」の委託契約を鹿児島県と締結。



RESUSの画面

7.4 地方豪族企業が地域情報化を担う

- また、本業務ではRESASを用いて、鹿児島県における政策課題を分析し、政策形成を支援する。本業務によって、鹿児島県におけるRESASの普及、エビデンスに基づく政策形成の促進が期待される。南国殖産株式会社のように、地域経済をよく知る地方豪族企業が、地域のデータ活用の中核を担うのは自然な流れであるといえよう。

- 常に生活に密着した分野でビジネスを立ち上げてきた地方豪族企業が、自らITサービスを手がけるか、ITサービスを手がける企業のパートナーとなることによって、今後の地域情報化の担い手の中核的な存在となっていく可能性があるのではないか。

南国殖産株式会社
ウェブサイトより抜粋

8. 考察

- 地域の経済社会に密着し、多角的にビジネスを行う地方豪族企業は、国や地方自治体という従来の枠組みを超えて地域の将来を考えていくうえで重要な存在である。

- 「分野拡大型地方豪族」は地元の交通インフラ、観光業に取り組み地方活性化につなげるほか、地域住民の生活における需要を満たす事業を行う。また、それらの事業を行うことでその地方の雇用を確保する。

- 「地域拡大型地方豪族」は、ビジネスモデルを確立したあとそのビジネスモデルを活かして全国及び海外に進出している。

- 事業以外の地域貢献という観点では、その企業の特性を活かすことで資料館の設立や物流ルートの活用他、設立地のスポーツイベントやチーム、音楽イベントのスポンサーなどで地域社会の文化活動を金銭的に支援している。今後もそれぞれの分類に国内外の事例研究を進め、さらなる政策提言等につなげていきたい。

8. 考察

- 「分野拡大型地方豪族」は、設立されてからの年数が古い企業も多く、有力な一族による経営も多いことから飯盛義徳、曽根秀一など、経営学におけるファミリービジネス研究を参照していく必要がある。

- また、交通や学校など地域の社会インフラ整備に対する地元企業の貢献については、日本各地における明治以降の産業史研究などの成果を参照していく必要もあるだろう。

9. 今後の研究課題

1. **分類をより定量的に行い、特徴を定量的に把握すること**
   - 現在は企業リストの分類を事業拠点の数や広がり、事業内容によって大まかに分類しているが、より客観性を高め、図にした際に適切な位置関係を表すためには分類をより定量的に行うことが必須

2. **地元への投資や貢献を定量的に計測する方法を作り出すこと**
   - 多岐にわたる投資や貢献についても定量的に計測する方法を作り出すことで、より客観的に比較することができる

3. **具体的な事例を掘り下げ、地方豪族企業と地域社会の関わり方、動機などへの理解を深めること**
   - 現在リストの一つにすぎない各企業がどのように地域社会とつながっており、その地域にどのような影響があったかをより深く広く調べることで、他の地域にもそれを応用できる可能性がある

参考文献

- 書籍『ヤンキーの虎』（東洋経済新報社　藤野英人著、2016年）
- 「地方に跋扈する「ヤンキーの虎」に注目せよ！」Forbes Japan 2014 10月号
- 「変わる地域経済の担い手　新・地方豪族「ニッポンの虎」地元を守れるのは俺たちだけ」（『日経ビジネス』1803巻.2015.08.10-17,p50-57）
- 「スペシャルリポート－［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」2015/08/10 日経ビジネス 54～59ページ
- 『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!　| 経済の死角 | 現代ビジネス [講談社] 』 http://gendai.ismedia.jp/articles/-/32453
- 地方の観光を守るのはオレ！「地方豪族」がいま、熱い：日経ビジネスオンライン http://business.nikkeibp.co.jp/atcl/opinion/15/221102/080600042
- なぜ「ヤンキーの虎」は地方を支配できるのか （東洋経済オンライン） – Yahoo!ニュース http://zasshi.news.yahoo.co.jp/article?a=20160428-00115947-toyo-bus_all
- 『一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会（National Association of Mobile-phone Distributors : NAMD）』 http://www.keitai.or.jp/
- 木下斉(2015): 『稼ぐまちが地方を変える: 誰も言わなかった10の鉄則』NHK出版新書
- 藻谷浩介・NHK広島取材班(2013): 『里山資本主義: 日本経済は「安心の原理」で動く』角川書店.
- 庄司昌彦(2016): 「「所有しない社会」の目指すもの」『Re：Building maintenance & management 』 38(1) 8-13、2016年7月.
- 富田勝彦(2016): 「岩切章太郎の実践観光哲学 ―日本の観光事業の先覚者―」（『ホスピタリティ・マネジメント』 7(1), 25-36）
- 物流ウィークリー（2015）：「丸和運輸機関 和佐見勝社長 問屋物流から小売物流へ」『物流ウィークリー』2015年10月2日. http://www.weekly-net.co.jp/logistics/post-11547.php
- 12) 丸和運輸機関(2016): 「中国での低温食品物流事業に参入するため、山東省煙台市における取り組みをスタートいたしました」2016年7月15日. http://www.momotaro.co.jp/web/index.cgi?c=topics-2&pk=44&myPreview=1
- 株式会社チェンジ「南国殖産とチェンジの共同企業体として「地域データ利活用促進業務（普及促進業務）」の委託契約を鹿児島県と締結」http://www.change-jp.com/news/detail/?seq=21
- 各企業の資本金や年商については、各企業の公式ウェブサイト、求人サイトによる