

診断士にいがた SOUP LETTER

発行／一般社団法人新潟県中小企業診断士協会

特別号／平成 30 年 4 月

URL <http://www.n-smeca.jp/> TEL 025-378-4021 FAX 025-378-4022

顧客本位の金融仲介

一般社団法人新潟県中小企業診断士協会
会長 中村公哉



平成 30 年 3 月 23 日に、関東財務局と関東甲信越地域の中小企業診断士協会の会長との意見交換会がありました。

新潟県診断士協会としては、金融機関と共同で取り組んでおります事業の紹介を行いました。

表題の「顧客本位の金融仲介」ですが、金融機関の皆様は耳にタコができるほど聞かれているかもしれませんが、診断士にとっては、意外と聞きなれない言葉です。

新潟県協会と金融機関が行っている事業は、まさしく顧客本位の金融仲介になります。決算書をもとに、財務分析を行い、それぞれの企業の課題がどこにあるのか分析を行い、金融機関の担当者と企業に訪問します。そこで、財務状況のすりあわせを行いながら、経営状況のヒアリングを行います。その結果、強み・課題を明確にし、外部環境に適合するアドバイスを行います。この金融機関と共同したコンサルティングが顧客本位だとすると、相反する活動はどのようなものでしょうか。

例えば、キャッシュフローがでてきているが、返済ペースが早く、毎年借換えを行っている。この状態で、外部環境の変化により売上が落ちた場合、当然ながら返済ができない。更に、設備が老朽化している場合、投資ができずに、事業が尻すぼみになっていく。よくある事例ですが、これは果たして顧客本位でしょうか。本来なら具体的な課題と改善案を明確にして、それをもとにアクションプランを作り、金融支援を行っていく。手間がかかりますが、これが顧客本位の金融仲介になると思います。

新潟県協会では、特定の金融機関と共同して顧客本位の活動を行っている事例について、金融機関の了解のもと、関東財務局にて紹介をさせていただきました。

「貸すが親切、貸さぬが親切」方向性が決まっている時は貸す方が親切ですが、改善のめどがないのに資金提供を行うようであれば、貸さぬが親切だと思います。

最近、金融機関のシェア競争が激しくなっておりますが、キャッシュフローがない先や、10年で借入が返済できない先を切り替える例が見られます。まさしく、貸さぬが親切の例に貸し出しを行っています。

情報交換を行う中で、顧客本位の金融仲介は、金融機関の担当者の育成が不可欠ということだと感じています。

関東財務局におけるもう一つのテーマは、担保に頼らない金融支援についてです。情報提供を受ける中で、担保に頼り、個人保証に頼っていることが現状のようです。

最後に我々診断士は金融機関との連携を行う事が重要であると再認識いたしました。

弥彦観光研究報告書

～活性化のために必要なこと～

研修委員長 田村博康

平成 28、29 年の 2 年間にわたって弥彦村商工会の伴走型小規模事業者支援推進事業の地域経済動向調査(外部環境調査)に取り組んでまいりました。メンバーは、栗井英大先生、和栗聖先生、大村尚之先生、林拓矢先生、田村博康の 5 名に加え、オブザーバーとして中村公哉先生の合計 6 名で取り組んでまいりました。今回は、平成 29 年度の報告書の一部をご紹介します。

第 1 章 弥彦温泉と近隣の岩室温泉の在り方

弥彦温泉地域における 2015 年度の年間利用者数のうち、麓桜井郷温泉が全体の 65.2%を占めている。麓桜井郷温泉に属する温泉施設は、「日帰り湯さくらの湯」のみであり、単体施設で全体の 65.2%を占めていることになり、弥彦地域が通過型観光地域であることが顕著に数字として表れている。弥彦温泉地域を目指す宿泊型観光地域実現のためには、宿泊施設が存在する「弥彦温泉」と「観音寺温泉」の利用者数増加が喫緊の課題であるが、「観音寺温泉」については、2011 年の東日本大震災の影響により源泉水位が低下し供給停止となっており、現在はホテル上州苑のみの営業となっているため、弥彦温泉の宿泊施設の利用者数増加が課題である。

弥彦温泉および観音寺温泉の両地域の特徴として、後述する岩室温泉と異なり、1 軒の大型宿泊施設(60 部屋収容定員 240 名)が当地域において圧倒的な大規模施設であり、それ以外の宿泊施設は家族経営的な小規模宿泊施設が多くを占めることである。

岩室温泉地域には収容定員 200 名を超える宿泊施設が 3 施設あり、収容定員 100 名前後の施設も 2 施設ある。ゆえに、エージェントを通じた県外からの団体客や地域団体・法人等の宴会宿泊利用を多数獲得している可能性がある。

また、弥彦温泉地域で発生した機会損失、特に菊

祭りイベント時の機会損失を獲得していると推測される。

彌彦神社のパワースポットとしての認知度高まりを受けて、弥彦地域の観光入込数が増加傾向にあるものの宿泊者数が減少の一途を辿り通過型観光地域がより色濃く鮮明にある中で、弥彦温泉同様に岩室温泉も大規模宿泊施設の維持が必要であり決して明るい状況ではないと考えられる。弥彦地域の活性化を目指すためには、近隣の岩室地域を競合と位置付けるのではなく、弥彦地域の経営資源を双方が共有して 2 つの観光協会が共催でイベントを開催するなど共存の道を模索することも必要ではないだろうか。

第 2 章 活性化の事例～村上のまちおこし～

村上には、武家屋敷、町屋、寺町、城(跡)という城下町としての四大要素が残っており、全国的にも希少な城下町であると高い評価を受けている。しかしながら、地元ではそのような価値認識はきわめて低かった折(平成 9 年頃)、町屋の多く残る町人町に道路拡幅を伴う大規模な近代化計画の話が持ち上がった。

その時「そんなことをしたら城下町の価値は失われるし、第一道路を拡げて成功した商店街は一つもない。大変なことになる、あなたがそれを食い止めなさい。」と、村上の近代化に警鐘を鳴らしてくれた会津若松の五十嵐大祐氏との出会いがあった。それをきっかけにし、吉川真嗣氏を筆頭に工藤達朗氏、飯島久氏の 3 名が中心となり、村上の活性化に取り組んできた。

3 人共通していたのは、「今あるものの中に価値を発見し、それを磨き上げていくことで観光資源にする」ということであった。

村上の町屋は外観こそ近代化され魅力に欠けているが、一步店の奥に進むと、イロリや梁、大黒柱に神棚、仏壇、そして豪快な吹き抜けの造りが現われ、タイムスリップしたような江戸や明治の町屋が現われる。この内部空間を公開しようと、町屋を生かした取り組みが始まった。

その際に重要なポイントとして「お金・労力・責任」という三つのリスクを引き受けられることが、必要であると吉川氏は力説されていた。これらは、物事をストップさせる要因であり、この三つのリスクを引き受けさえすれば、反対する者がいなくなり、確実に物事が前進していくことを確信した。この「三つのリスク」を背負い、村上市に眠る資源に磨きをかけることで、様々な事業(イベント)を立ち上げることができ、観光客を継続的に引き付けているのである。

第3章 弥彦観光の活性化に必要なこと

村上観光活性化の成功要因を3つ挙げるとしたら、①地域に昔からある資源を生かす、②少ない費用で実行する、③地域市民の力でやる、である。この3点の中で特に重要なのが「地域に昔からある資源を生かす。」である。村上の事例では、「町家」がそれにあたり、地域外の人(観光客)にとってみれば魅力的なものであることに気が付いた点である。弥彦村内には「観光資源＝強み」が数多くある。その中でも「彌彦神社」という歴史的・文化的視点から見てもインパクトのあるものは、新潟県内においてもトップクラスである。集客のためには、様々なイベントも重要であるが、総華的になってしまうと、弥彦村の「観光地としてのアイデンティティ」が薄れてしまうことが懸念される。弥彦村における「観光地としてのブレない芯」を改めて認識していただき、そこを集中的に情報発信していく事が重要である。そのためには、コンセプトを再構築し、磨き続けることが重要である。そのためには、目標を明確にし、それを達成するために重要な手段を因果関係を意識して構築し、実行していく事が重要である。

第4章 外部環境調査のまとめと提言～また来たくなる「弥彦」を目指して

さて、以上から結論であるが、つまるところ弥彦の魅力は、その地域にあるものを当事者たる皆様が主役となり、発信することでしか伝わらない。

そして、その発信の前に、まずもって冷静な目で、弥彦のまちの魅力が本当にこれで発揮されているかを

考えてみるべきである。サービスやコンテンツの向上を行わないままに、単に発信し、イメージだけ高めていっても来訪者に失望させるだけである。幸いにして、新潟のインバウンド観光客数はまだ伸びきっていない。むしろこれからである。外国人旅行客が「まず YAHIKO」と連想するような、そしてそこで得た体験を世界に発信するような、そんな地域にしていられることをぜひ、目指してほしいと考える。弥彦が「また来たくなる」というリピーターを創っていくためには、単品の観光地だけでは限界がある。

現在、新潟においても「雪国観光圏」の展開や、佐渡汽船が中核となって設置した「新潟・佐渡観光推進機構(DMO)」の設置などの動きがみられるが、弥彦地区もその周辺の観光資源や自治体と連携し、重畳的なコンテンツ整備をおこなっていくことを目指す必要があると考える。また、観光の役割は、「地域ブランド」を創っていくことでもある。この「地域ブランド」化を実現していくには、周辺地域との連携は必須である。各観光地がバラバラで主張しても、地域ならではのブランド化にはならない。ブランド化を目指すためにも、DMO 設置など連携化起点を創ることを提案する。

弥彦は国定公園第一号に指定されるだけの観光資源はお持ちである。これを本気で磨いていくかどうかは、地域の皆様次第である。

最後に

新潟県内有数の観光地である弥彦村を2年にわたり調査研究させていただきました。改めて感じたことは、「奇をてらったイベント」ではなく「地域の宝を掘り起こし、発信していく」ことの大切さです。最後に、今回の研究活動のために、彌彦神社、弥彦村商工会、弥彦村、弥彦観光協会など、積極的にご協力いただきました皆様方、弥彦観光に携わっている皆様方に対して、心から感謝申し上げます。また、村上の取組についてご教授を頂きました、吉川様、工藤様、飯島様、お忙しい中、詳細にお話をお聞かせいただき、心から感謝申し上げます。誠にありがとうございました。

編集後記

広報委員長 平塚 幸雄

今回は SOUPLETTER 特別号として、平成 28 年・29 年と研修委員会で進めてきました弥彦観光研究事業（伴走型小規模事業者支援推進事業の地域経済動向調査）を広報委員会として是非会員の皆様にご紹介したいと思い、発行致しました。

中小企業診断士として観光事業へ支援ができ、成果を得ることができる事例として、紹介し、中小企業診断士として知識やノウハウを広げ、今後の参考に役立てて頂ければ幸いです。

新潟県中小企業診断士協会ではこのように様々な事業を今後も企画・実施して行きますが、会員からの企画・提案も頂き、実行していくことで、協会会員の相互理解と会員満足の向上につながるものと思いますので、このような公募などあった際には、気軽に参加して頂くようお願いします。

新潟県中小企業診断士協会は平成 30 年度に理事の改選があり、新たな理事のもとで活動が始まります。新理事体制においても会員向け研究会や委員会活動を引き続き実施していきますので、会員相互の理解や情報交換、知識の向上・ノウハウの蓄積に役立てていくためにも、積極的に参加して頂ければ幸いです。

広報委員長として今回の SOUPLETTER 特別編を最後に私としての業務を終わらせて頂き、引き続き次期委員長へとバトンタッチします。広報委員長として 4 年間努められたことは、会長はじめ、理事の皆様、会員の皆様からご支援・ご協力があったて努めることができました。この場をお借りして、改めてお礼をさせていただきます。

新潟県中小企業診断士協会今後の予定

新潟県中小企業診断士協会 総会

日時：平成 30 年 5 月 26 日（土）15：00

場所：新潟グランドホテル

内容：理事改選及び平成 29 年度活動報告
平成 30 年度活動承認 等（予定）

理論政策研修

日時：平成 30 年 9 月 1 日（土）

場所：新潟グランドホテル

内容：未定（現在企画中）

上記公式な総会・研修の他、平成 30 年度も会員相互の情報交換や交流を目的とした研究会や委員会など開催していきますので、多くの会員参加をお待ちしています。