



Fukugin
JOURNAL

2020
桜花号
SPRING

focus

事業承継の現状と支援サービスの広がり

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 西川 佳宏

Scope

IPO市場レポート(2019年年次報告)

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

巻頭言 時代の潮流に即応した活動を推進	01
調査結果 福井銀行景気動向調査 調査結果	02
focus 事業承継の現状と支援サービスの広がり	04
SPECIAL INTERVIEW 武内ブライダル	10
Specific Report 小学生による起業体験イベント	14
財務リスクの勘所 損益計算書の基本構造とルール	20
ビジネスエッセンス講座 「身だしなみ」は身の嗜み(前編)	22
Scope IPO市場レポート(2019年年次報告)	24
資金調達講座 ～スタートアップからIPOまで～成長資金の調達	30
海外ビジネスレポート 中国における5G、AIの現状	32
WiL通信 未来の福井の女性起業家へ!	34
主要経済指標	36

表紙

／花筐公園 (かきょうこうえん)



継体天皇ゆかりの土地とされる福井県越前市栗田部町に、世阿弥の謡曲「花筐」^{はながたみ}から名がつけられた「花筐公園」があります。園内には1,000本を超える桜やケヤキやブナの林が広がり、春には桜、秋には紅葉が楽しめるため多くの観光客が訪れます。散策コースでは継体天皇を祭神とする式内社「岡太神社」や継体天皇の子である安閑、宣化両天皇が産湯に使ったと伝わる「皇子ケ池」、野口雨情ゆかりの「山月楼亭」など史跡めぐりも楽しめます。

薄墨桜 (うすずみざくら) ▶

花筐公園の展望台から山を約20分かけて登ったところに県指定天然記念物の「薄墨桜」があります。伝承によると、^{おおとのおうし}男大迹皇子(第26代 継体天皇)がこの地に在住されたころ、桜をこの上もなく愛されたが、即位のために都に上られる時に形見として残されたのがこの桜の木と伝えられています。皇子がいっしょだった頃は桜の色は紅色だったが、都に上られた後はだんだんと花の色が薄黒くなり、いつの頃ともなく「^{うすずみざくら}薄墨桜」と呼ばれるようになったということです。



◀ふるさとの家

園内には茅葺屋根の古民家があります。池田町小畑に明治時代の初めごろに建てられたものが移築され復元されました。広葉樹に囲まれた古民家の様子は、昔むかしにタイムスリップしたかのようです。



※写真は2017年に撮影。

時代の潮流に即応した活動を推進

福井商工会議所
会頭 伊東 忠昭



日頃より福井商工会議所活動にご支援・ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、我が国経済は、米中貿易摩擦、英国のEU離脱、地政学的リスクなど世界経済の不透明感が高まり、更には消費税増税、暖冬、新型コロナウイルスの感染拡大など様々な要素が絡み合う中で、予断を許さない状態にあります。今後の国内外の情勢を注視しながら、環境変化に機敏に対応した企業経営を進めていくことが肝要であり、我々自身も変化に即応した商工会議所活動を進めてまいり所存です。

令和2年度の福井商工会議所は、当所の使命である「中小・小規模企業の育成」と「地域経済・社会の発展」を果たすため、「令和新時代を切り拓く重点プロジェクト」を掲げ、五つの柱で事業展開してまいります。

一つ目が『直面課題集中支援プロジェクト』です。直面する重大な経営課題である「生産性向上」「人手不足」「事業承継」について、集中的な支援を行います。また、新型コロナウイルス感染症に関連した資金繰りや労務相談など、経営環境の変化に伴う経営安定の支援にも取り組んでまいります。二つ目が『次代を担う企業応援プロジェクト』です。中小・小規模企業の経営力向上や起業家支援など、次代の本県経済を担う中小企業の育成・創出を目指した事業を展開いたします。三つ目が『次の一手チャレン

ジプロジェクト』です。グローバル展開やデジタル化など、時代変化をチャンスに変える、企業の次の一手に向けた挑戦を応援し、企業の競争力強化や新産業の創出を目指します。四つ目が『新幹線福井活性化プロジェクト』です。3年後に迫る北陸新幹線福井延伸の開業効果を最大限に活かすため、観光資源の発掘・磨き上げやインバウンド対策、再開発をはじめとしたまちづくり、二次交通整備など、行政・関連団体との連携協働のもと、新幹線開業対策を加速してまいります。五つ目が『いいね商工会議所プロジェクト』です。会員企業が商工会議所活動への参画意欲と帰属意識を高めていただけるよう、会員ニーズを捉えた質の高い事業・サービスを提供し、組織基盤の確立と強化を図ってまいります。

福井商工会議所は今年で140周年を迎えます。資本主義の父といわれる渋沢栄一翁は「民の繁栄が、国の繁栄につながる」という想いのもと、日本最初の商工会議所を明治11年に東京に創設し、その2年後、福井は明治13年・全国で14番目に設立されました。永い歴史と伝統に誇りを持つ一方で、この節目を新たな挑戦への転機と捉え、千変万化する時代の潮流に対応した会議所活動を、進取果敢に取り組んでまいります。皆様のご深いご理解と絶大なるご支援、ご協力を重ねてお願い申し上げます。

福井銀行景気動向調査 調査結果



2020年1月～3月 当期(実績) / 2020年4月～6月 次期(見通し)

株式会社 福井銀行 コンサルティンググループ
株式会社 福井キャピタル&コンサルティング

DATE

福井銀行景気動向調査 第21回

- ・ 調査対象企業: 福井県内企業1,101社
- ・ 回答企業: 322社(回答率29.2%)
- ・ 調査時期: 2020年3月初旬

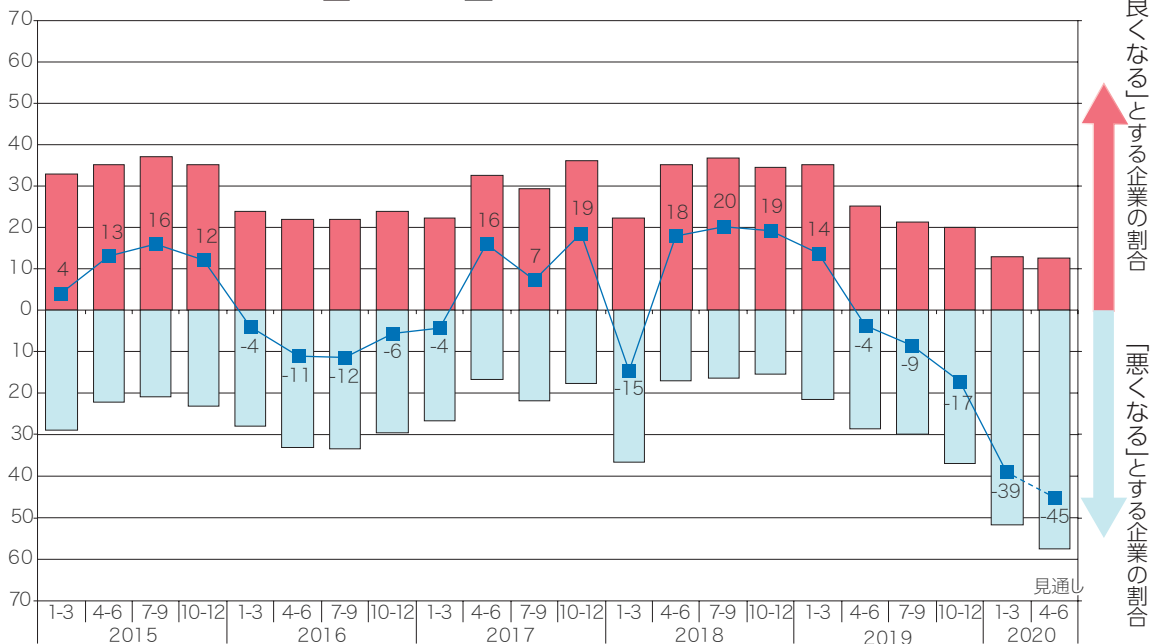
このアンケート調査では、DI(Diffusion Index)による分析を行っております。DIは、「好転」と回答した企業の割合と「悪化」と回答した企業の割合との差を求めたものです。景気が良い場合はプラス幅が大きくなり、景気が悪化している場合はマイナス幅が大きくなります。
※原材料価格、在庫状況については、「上昇」と回答した企業の割合から「低下」と回答した企業の割合との差を求めており、上記の判断とは逆の傾向を示します。

自社の業況判断DIの推移

- ・ 全体の景況判断は、売上や収益の減少などから、業績判断DIは、前回調査のマイナス17から大幅に低下しマイナス39となり、2015年の調査開始以来最低となった。前回予測のマイナス23を下回った。また、来期はマイナス45を予測し、さらにマイナス幅を広げる見通しである。

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)

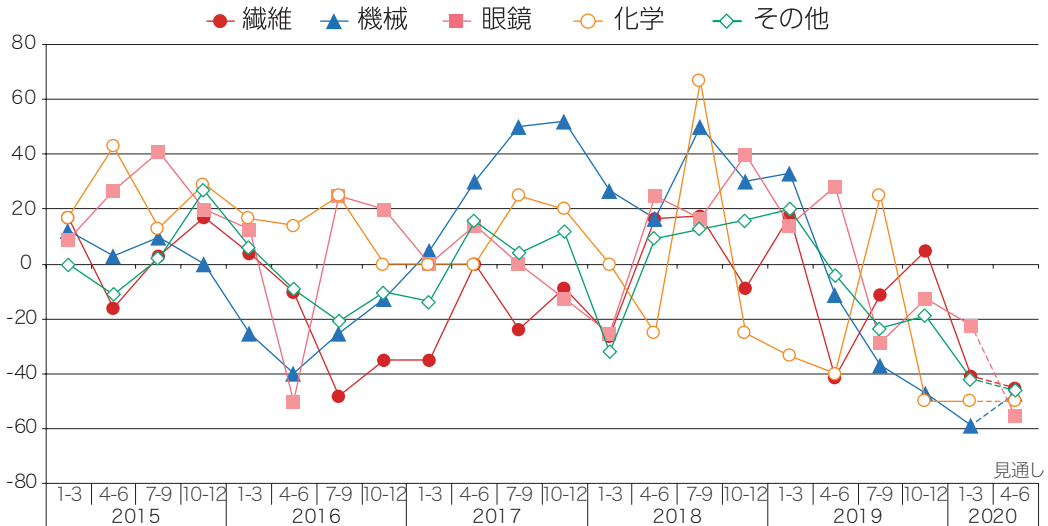


- ・ 地域別にみると、福井地区は大幅に低下しマイナス幅を広げた。坂井地区は大幅に低下しマイナス幅を広げた。丹南地区は大幅に低下しマイナス幅を広げた。奥越地区は上昇したもののマイナス圏に留まった。嶺南地区は大幅に低下しマイナス幅を広げた。
- ・ 個別企業のコメントでは、新型コロナウイルスによる社会や経済への影響を懸念する意見が大半を占めた。

業種別業況判断DI **製造業**

- 製造業では、繊維は前回調査から大幅に低下しマイナス41となりマイナス圏に転じた。機械は前回調査から低下しマイナス59となりマイナス幅を広げた。眼鏡は前回調査から低下しマイナス幅を広げた。化学は前回調査から横ばいとなりマイナス圏に留まった。その他製造業は大幅に低下しマイナス42となりマイナス幅を広げた。
- 先行きは、繊維は低下を予想しマイナス幅を広げる見通し。機械は上昇を予想するもののマイナス圏に留まる見通し。眼鏡は大幅な低下を予想しマイナス幅を広げる見通し。化学は横ばいを予想しマイナス圏に留まる見通し。その他製造業は低下を予想しマイナス幅を広げる見通しである。

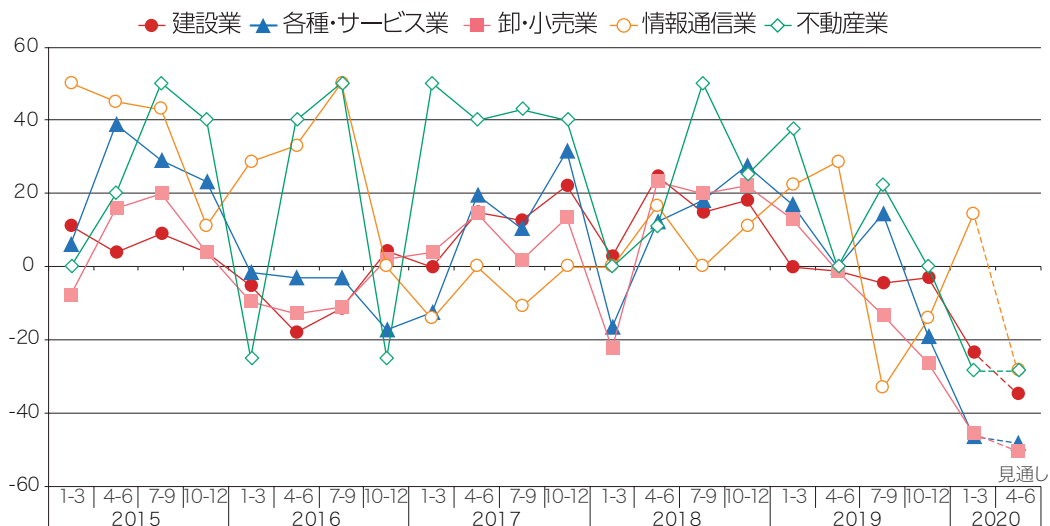
業種別業況判断DIの推移(製造業)



業種別業況判断DI **非製造業**

- 非製造業では、建設業は前回調査から大幅に低下しマイナス23となりマイナス幅を広げた。各種サービス業は前回調査から大幅に低下しマイナス47となりマイナス幅を広げた。卸・小売業は前回調査から大幅に低下しマイナス46となりマイナス幅を広げた。情報通信業は大幅に上昇しプラス圏に転じた。不動産業は大幅に低下しマイナス圏に転じた。
- 先行きは、建設業は大幅な低下を予想しマイナス幅を広げる見通し。各種サービス業はほぼ横ばいを予想しマイナス圏に留まる見通し。卸・小売業は低下を予想しマイナス幅を広げる見通し。情報通信業は大幅な低下を予想しマイナス圏に転じる見通し。不動産業は横ばいを予想しマイナス圏に留まる見通しである。

業種別業況判断DIの推移(非製造業)



※詳細は、当行ホームページにてご確認ください。

事業承継の現状と 支援サービスの広がり

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 西川 佳宏

1. はじめに

平成から令和に改元されて1年となります。平成という時代は、不況や天災など多くの困難に直面した時代でした。一方で、戦争の惨禍を直接受けることのなかった平和を享受した時代でもありました。令和は、どのような時代となるのでしょ

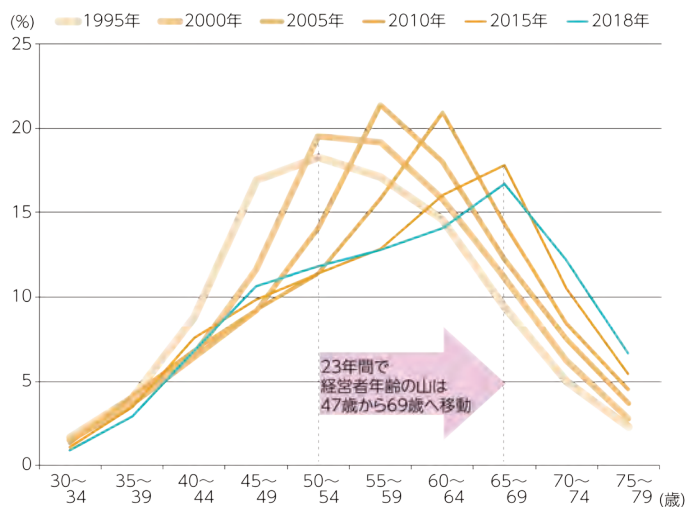
うか。令和という時代は、平成の未解決課題への対応を迫られる時代となるでしょう。本稿では、その未解決課題の1つである「事業承継」について、現状と支援サービスの広がりについて紹介します。

2. 事業承継の現状

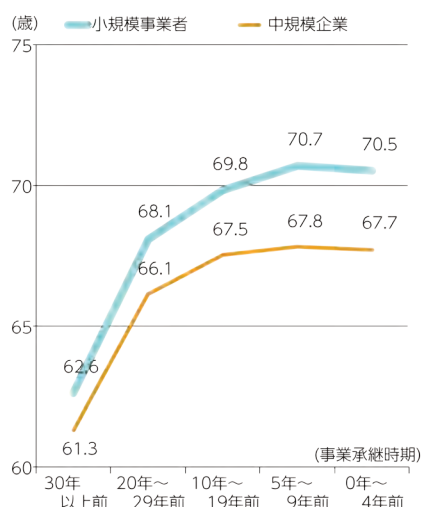
2019年6月に、群馬県高崎市のグルメサイト「絶メシリスト」が、世界三大広告賞の一つである「カンヌライオンズ国際クリエイティビティ・フェスティバル」のメディア部門でブロンズ(銅賞)を受賞しました。この絶メシリストは、単なる絶品グルメ店を集めたリストではありません。絶やすには惜しい絶品グルメ店のリストです。絶メシリストでは、市民に長年愛され続けながらも、店主の高齢化や後継者の問題などから閉店が心配されるグルメ店を紹介するとともに、事業と味を引き継いでもらうための後継者の募集も行っています。群馬県高崎市で始まった絶メシリストは、現在、石川県や福岡県柳川市にも波及しています。地域に愛され続けてきた味が途絶えかねないという課題は、全国各地で見られる課題でしょう。

絶メシリストは、事業承継の現状を伝える1つの事例に過ぎませんが、少子高齢化に伴う事業承継の切迫さは増えています。株式会社帝国データバンクの全国社長年齢分析によれば、2019年における全国の社長平均年齢は、過去最高の59.9歳となりました。また、同年における福井県の社長平均年齢は60.2歳で、全国平均よりもわずかに高齢化が進んでいます。中小企業の経営者の年齢分布のピークは、1995年から2018年の23年間で47歳から69歳へと移行した一方で(図表1)、経営者の平均引退年齢は、小規模事業者で70.5歳、中規模企業で67.7歳と高止まりしています(図表2)。これらを見比べると、多くの企業で事業承継のタイムリミットが迫っていることが推察できます。

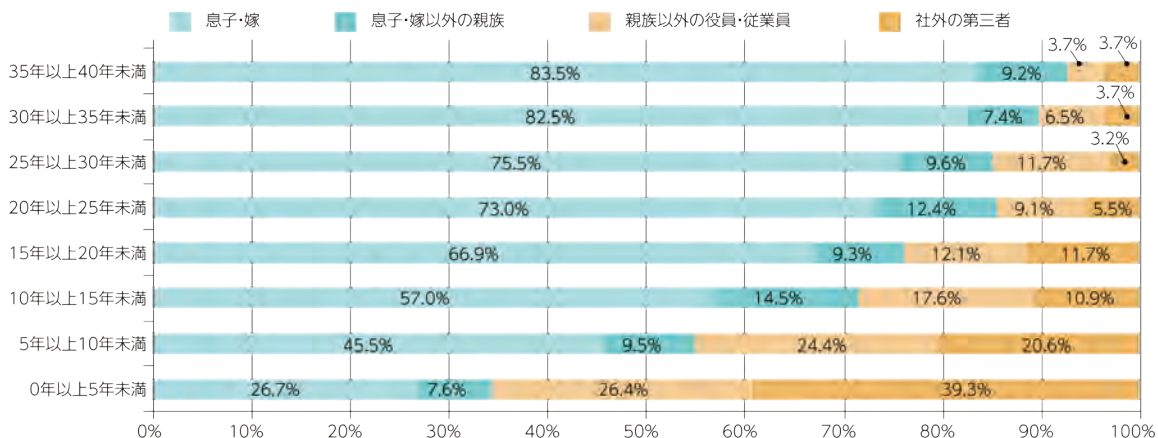
図表1. 年代別にみた中小企業の経営者年齢の分布



図表2. 経営者の平均引退年齢の推移



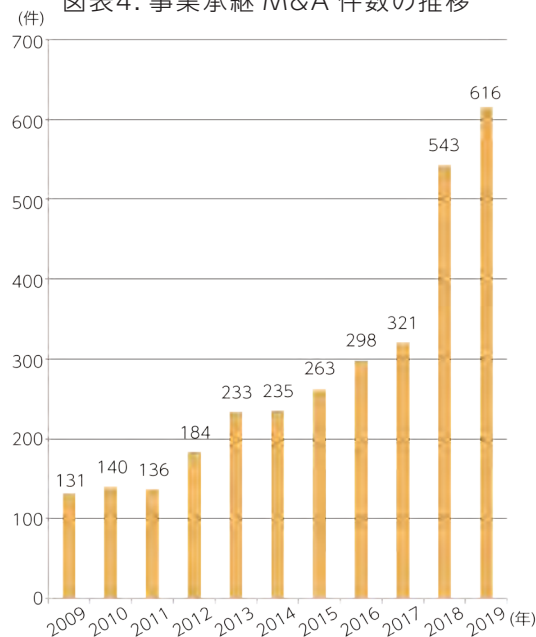
図表3. 経営者の在任期間別の現経営者と先代経営者との関係



それでは、事業を引き継ぐ後継者の状況はどうでしょうか。株式会社帝国データバンクの全国・後継者不在企業動向調査によれば、2019年における全国の後継者不在率の平均は65.2%に及んでおり、後継者不足も深刻な状況です。同年における福井県の後継者不在率は56.8%となっており、全国平均よりも後継者には多少恵まれているようです。

後継者の不在が目立つ中で、近年では、後継者となる方の様相も変わりつつあります。これまでの事業承継では、経営者の親族が事業を承継する「親族内承継」が中心でしたが、近年では、従業員や社外の第三者が事業を承継する「親族外承継」が増加しています(図表3)。これと同様に、親族外承継の手法の1つであるM&A件数も急増しており、事業承継の手法の1つとしてM&Aが有力な選択肢となりつつあります(図表4)。

図表4. 事業承継 M&A 件数の推移



我が国の雇用は中小企業で約7割を占めており、中小企業は雇用創出の場としてなくてはならない存在です。後継者不足により中小企業の廃業が進むことは、我が国の経済に深刻な打撃を与えることとなります。2017年に発表された中小企業庁の試算によれば、今後10年間で平均引退年齢である70歳を超える中小企業・小規模事業者の経営者は約245万人に増加し、このまま現状を放置すると、2025年ころまでの10年間の累計で約650万人の雇用と約22兆円の

GDPが失われる可能性があることが明らかになっています。中小企業の事業承継は、まさに喫緊の課題と言えます。

事業承継は、中小企業にとって、ひいては我が国にとって重要な課題ですが、上記のとおり、親族外承継の増加は、M&Aを通じた企業成長のチャンスにもなります。その点に鑑みると、後継者のいる中小企業にとっても、事業承継は成長のチャンスといえるかもしれません。

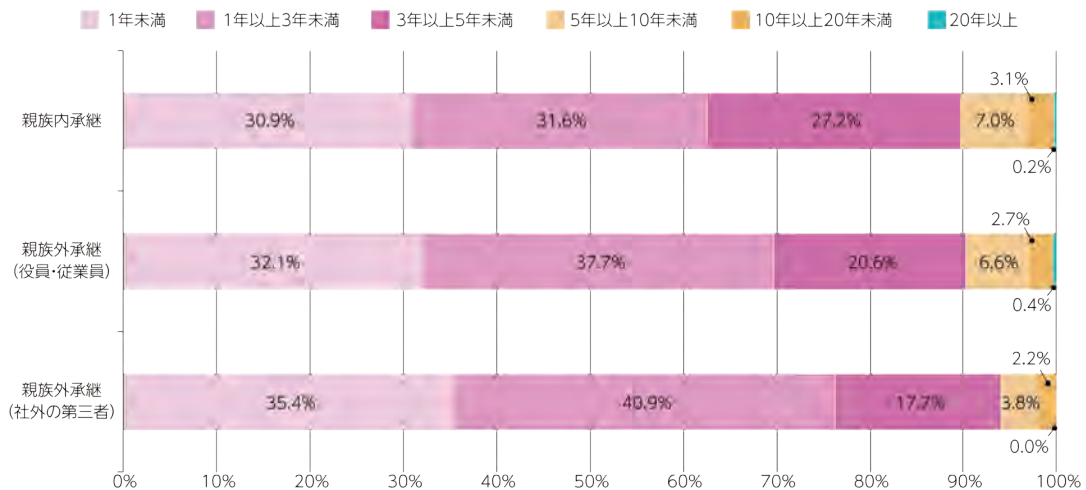
3. 事業承継の実態

本章では、事業承継の実態について、親族内承継と親族外承継（役員・従業員）および親族外承継（社外の第三者）に分けて述べていきます。

図表5に、引退を決断してから引退までの期間を示します。いずれの引継ぎ形態でも、引退を決断してから引退までに要した期間として3年未満

が過半数を占めていますが、この中では親族内承継が、引退を決断してから引退までに最も長い期間を要しています。このことより、親族内承継では、後継者の育成期間を設けて計画的な事業承継をしている傾向にあることが推察されます。

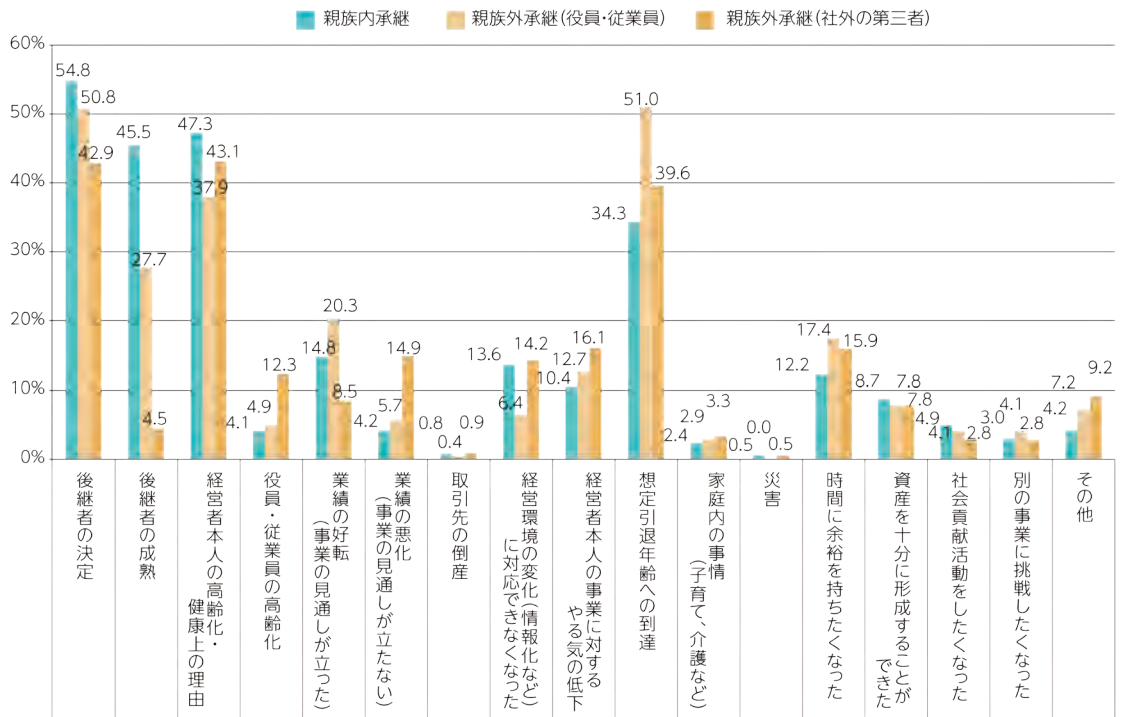
図表5. 引退を決断してから引退までの期間



図表6に、引退を決断した理由を示します。いずれの形態でも、後継者の決定や経営者本人の高齢化などが引退を決断した理由として高い値を示しています。また、親族内承継と親族外承継（役員・従業員）では、業績の好転（事業の見通しが立った）を機に引退を決断した割合が高くなっ

ている一方で、親族外承継（社外の第三者）では、業績の悪化（事業の見通しが立たない）を機に引退を決断した割合が高くなっています。親族内承継と親族外承継（役員・従業員）では、業績を立て直してから承継したいという経営者の責任や配慮を感じることもできます。

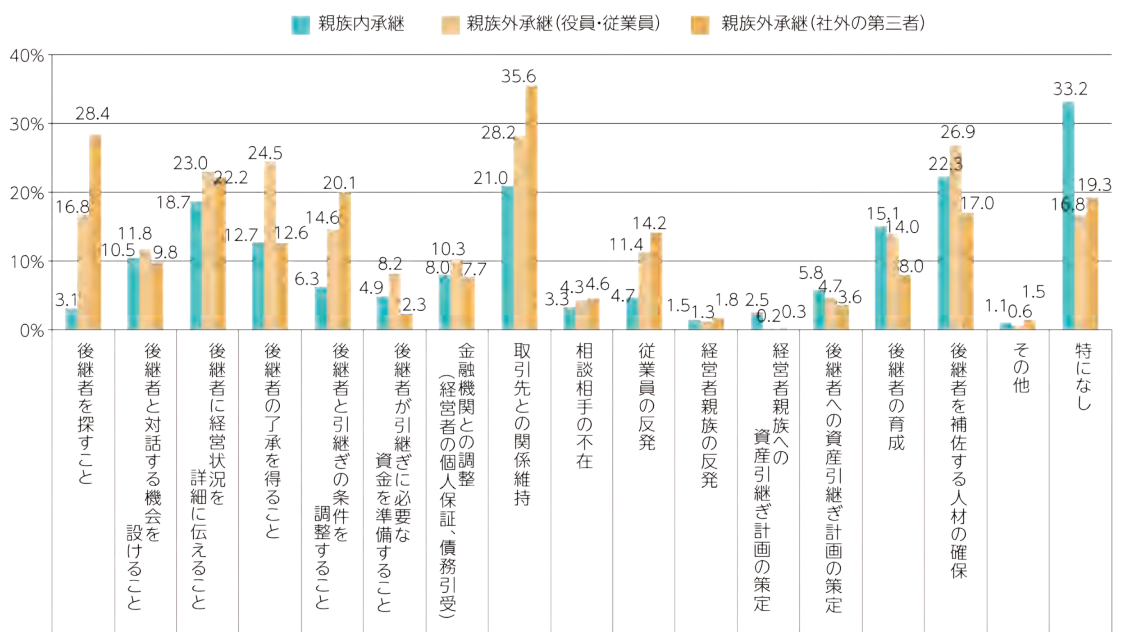
図表6. 引退を決断した理由



図表7に、後継者への事業引継ぎで苦労した点を示します。特に親族外承継では、役員・従業員への承継においても社外の第三者への承継においても、「後継者を探すこと」「後継者と引継ぎの条件を調整すること」のほか、「取引先との関

係維持」「従業員の反発」での苦労が親族内承継と比べて高くなっており、後継者との交渉だけでなく、取引先や従業員への配慮にも苦心している様子が見られました。

図表7. 後継者への事業引継ぎで苦労した点



4. 事業承継に係る支援サービスの広がり

事業承継が中小企業・小規模事業者にとって課題となる中、様々な企業や団体が事業承継に係る支援サービスを提供しています。以下では、特にユニークな民間サービスとともに、福井県における注目の支援サービスについて紹介します。

1. サーチファンド

山口県に拠点を置く金融機関グループの山口フィナンシャルグループでは、後継者に悩む中小企業の事業承継の課題解決策として、経営者候補の若手人材と中小企業とをマッチングする「サーチファンド」というモデルを全国に先駆けて2019年から展開しています。本モデルでは、まず、能力と意欲のある若手人材を選抜し、特別目的会社（SPC）を設立してSPCの社長に任命します。次に、同ファンドがSPCに対して後継者に悩む中小企業の紹介や当該企業の調査費用などを支援します。若手人材と当該企業がマッチすれば、同ファンドが株式買取資金をSPCに提供します。SPCが当該企業の株式を買って経営権を取得し、当該SPCの社長が当該企業の新社長として就任します。最終的に新社長の

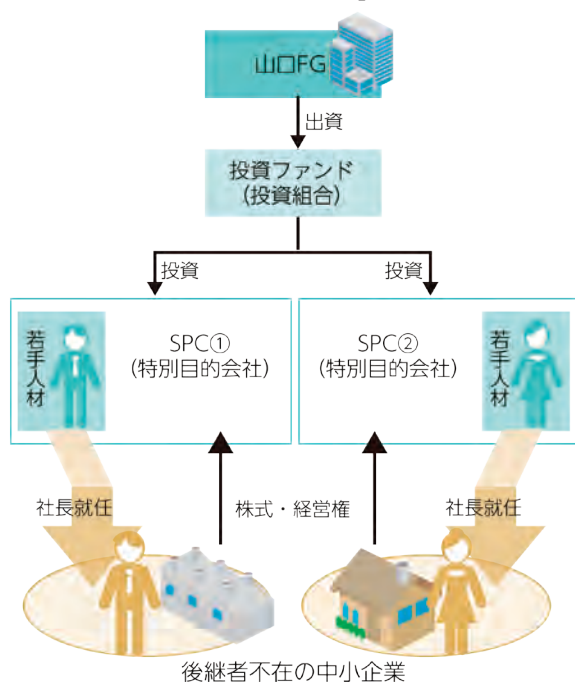
もとで業績が伸びて株価が上がれば、ファンドとしても利益が出るという仕組みです。

「地方には仕事がない」と地方から都会に多くの若者が流出している現状で、後継者に悩む中小企業に、自己の能力発揮の場として若手人材を呼び込もうとする本モデルは、逆転的な発想で画期的なモデルと言えます。また、都会で活躍する若者を後継者として地方に呼び戻すことは、中小企業にとっても企業成長の機会となります。例えば、海外でのビジネス経験のある若手人材と伝統工芸品の製造業がマッチして海外への販路を広げたり、ITテクノロジーに長けた若手エンジニアと老舗飲食店がマッチして来客予測やメニュー開発などにAIやIoTを活用するなど、若者と中小企業が掛け合わさることによる「化学反応」には大きな可能性が秘められています。2020年2月には本ファンドの第一号案件が実行され、東京出身の若手人材が後継者問題を抱えていた北九州市に本社を置く創業64年の土木工事業者を引き継ぐことになりました。

2. 小規模事業者向けM&Aプラットフォーム

次に、事業の売り手と買い手をマッチングするM&Aプラットフォームをご紹介します。M&Aは、仲介業者や金融機関などを介して行われることが一般的ですが、仲介業者に成功報酬を支払うことが難しい小規模事業者にとっては、M&Aはハードルの高い手法でした。しかし、最近では、小規模M&Aを新たなビジネスチャンスとして、小規模M&Aを対象としたM&Aプラットフォームが複数立ち上がっています。ある大手のM&Aプラットフォームでは、小規模M&Aの累計マッチング件数は1万件、M&A成約件数は4千件を超えるなど大きな広がりを見せています。また、このM&Aプラットフォームを利用して、個人が企業を買収するケースも見られるようになりました。以前からサラリーマンを辞めて起業する「脱サラ」という言葉がありましたが、M&Aをして独立するという新たな脱サラの形態が出てきたと言えるのではないのでしょうか。

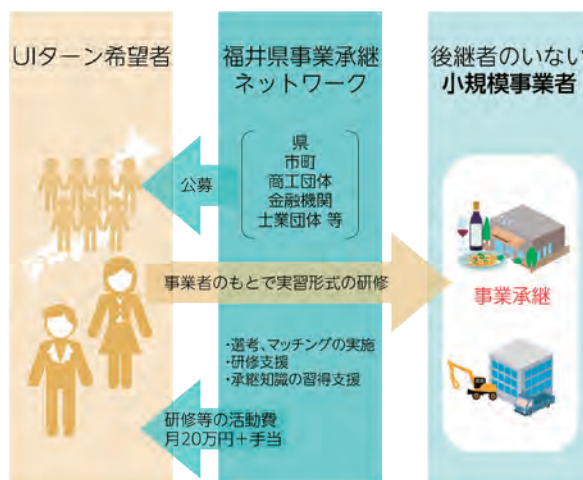
図表 8. 「サーチファンド」のしくみ



3. 福井県における事業承継の支援事例

福井県では、2019年11月に、後継者のいない県内小規模事業者を対象に、全国から跡継ぎを募集するプロジェクト「後継者全国公募プロジェクト」を開始しました。後継者候補に選定されたUIターン希望者（以下、「後継希望者」という）には、当該事業者のもとで技術やノウハウを学ぶ研修期間（原則1年）が与えられ、研修期間中には後継希望者の報酬や手当について福井県からの支援が受けられるといった内容です。本プロジェクトへの応募にはいくつかの条件がありますが、県の垣根を超えた支援策として今後の成果が注目されます。

図表9. 「後継者全国公募プロジェクト」のしくみ



5. 最後に

事業承継は過去と未来を繋ぐための手段ですが、この手段を行使するには繋ぐべき未来への展望が重要となります。事業承継について、冒頭で「平成の未解決課題の1つ」と述べさせていただきましたが、これからの令和という時代の事業展望を開いていくことが、まさに事業承継という未解決課題の解決に繋がる特効薬となるのではないのでしょうか。

福井銀行グループでも、お客さまの事業承継について様々なご相談にご対応すべく、支援メニューを準備しています。事業承継の課題解決には、将来を見越した余裕を持った取組みが重要です。些細なお悩み事やご質問でも結構です。お近くの福井銀行まで、お気軽にお問い合わせください。

【参考文献】

- 図表1：中小企業庁「2019年版中小企業白書」
 - 図表2：中小企業庁「2013年版中小企業白書」
 - 図表3：中小企業庁「事業承継を中心とする事業活性化に関する検討会（第1回）」（2016年）
 - 図表4：株式会社レコフホームページ（2020年1月）
 - 図表5、図表6、図表7：みずほ情報総研株式会社「平成30年度 中小企業・小規模事業者の次世代への承継及び経営者の引退に関する調査に係る委託事業報告書」（2019年）
 - 図表8：JaSFA(Japan Search Fund Accelerator)の公開資料（サーチファンド入門資料）
 - 図表9：福井県「後継者全国公募プロジェクト」紹介動画
- ※各図表は上記参考文献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作成しております。

筆者紹介

Yoshihiro Nishikawa

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 西川 佳宏
慶應義塾大学商学部卒。2013年に株式会社福井銀行入行。2016年に株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）に出向し、事業性評価について具体的な事例を学ぶ。ふくい観光活性化ファンド、ふくい未来企業支援ファンドにおいてソーシング、デューデリジェンスを担当し、財務分析や投資シナリオ策定を行う。現在、コンサルタントとして企業の課題抽出、対策立案、実行支援まで幅広く活動中。



TAKEUCHI
BRIDAL
Since 1948

武内 佐忠 会長(67)

武内 瑛示 社長(36)

福銀ジャーナル2020年桜花号では、事業承継をテーマに巻頭特集を企画しました。今回、2019年に「親族内承継」と「親族外承継」の2つの事業承継を経験された宝石時計の武内グループの武内佐忠会長(以下「会長」とご長男の武内瑛示社長(以下「社長」)に、事業承継の実情についてお話を伺います。

——まずは、瑛示さま、新社長へのご就任おめでとうございます。

社長: ありがとうございます。

——最初に、瑛示さまに、社長就任のきっかけについてお聞きします。今回の事業承継では、瑛示さまの方から前社長である佐忠さまに、「社長をやらせてほしい」と直訴されたと同いしましたが。

社長: 直訴したという少し語弊がありますね(笑)。私は、同業のほかの会社で約5年間修業させていただいた後に当社に入社しました。当社では、営業部長を約5年間、その後、副社長を約2年間務めました。会長は、全国宝飾小売業の協同組合の代表理事と宝石卸売会社の代表取締役も務めておりましたので、いろいろなお会社さまと

も接点があり、様々な経験談を聞かせていただきました。例えば、「どこそこの社長が息子にバトンを譲らないから、早く譲るように言い聞かせないのだめだ、俺はそういう役回りだ」といったようなお話なども。ちょうど私が副社長に就任するときにふとその話を思い出して、「ところで、うちはいつごろ事業承継をするつもりなのだろう」と軽い気持ちで聞きました。

会長: 生意気な奴だなって(笑)。

社長: 「私ではだめなのかな」と軽い感じでしたね(笑)。



——では、佐忠さまは、このタイミングで瑛示さまに事業を承継しようと思われた理由は何ですか。

会長：私は、自分が65歳になったときに事業承継の目安としていましたが、ちょうどその時分に先ほどの申し出がありました。本当は、申し出のタイミングで譲ってもいいかなと思いましたが、出店などが重なりましたので、もう1年様子を見ようということになり、66歳でバトンタッチしました。

もう1点は、自分の体力的な面ですね。以前から、体力に余力のあるうちに渡すことが重要だと思っていました。体が思うように動かなくなってしまってからバトンを渡す経営者をたくさん見てきて、これではよくないなと感じていましたし、体力がないと議論もできないです。経営のことについてとことん議論できるうちに渡すべきで、「お前ができなかったら俺がもう一度やる!」というくらいの余裕を持って引き継いだつもりです。

——会長ご自身も先代から事業を承継されていますが、事業承継について時代の流れを感じるころはありますか。

会長：事業承継に時代の流れがあるというよりは、時代の流れに沿って事業を承継し、新しい経営手法を取り入れていくことが大切です。私が入社したときは従業員が9人しかおらず、まだ会社も小さかったため社長と言っても店長みたいなもので、店頭にいるのも常でした。現社長が入社したときは従業員が40数名程度と会社の規模も違い、社長の役割も当時とはまったく変わっていると思います。

——時代の流れに合わせて事業を承継するというのは、言うほどに簡単なことではないと思います。ところで、時代の流れという点では、現在、社長が率先してプライダル事業に注力されているようですが、そのきっかけは何でしたか。

社長：私は、業績を向上させていくためには、まずは人づくりをきちんとやると同時に、会社の大き



きな方向性をしっかりと決めていかなければならないと思いました。当時は、武内という会社は特徴が薄いのかなと思っていました。何かもっと特徴を出していかなければならない、他社と何で差異化していけばいいのだろうと考えていたころ、会長の伝手でいろいろなお会社さまを訪問し、同じような地方商圏で、時計で成功しているお会社とプライダルで成功しているお会社の2つを見させていただき、プライダルへの進出を決めました。最初は上手くいきませんでした。3年目ごろから徐々に良くなってきて、良い商品も仕入れられるようになって、ようやく当初に思い描いていたような形になってきたのかなと感じています。

——バトンを受け継いだ今だからこそ言える「事業承継の時にもっとこうして欲しかった」といった事業承継でネックに感じられたことはございましたか。

社長：特にはなかったですね。会長は、「自分はこうしたいんだ」という私の想いを最も大切に考えてくださっているように思います。私のしたいことをよく理解し、「じゃあ、そうしようかな」というスタンスで同意していただけるケースが多くあります。

——先代が、跡を継ぐ者の想いをしっかりと受け止めることができるかは、その後の引き継ぎを円滑に進めていくうえで重要なことですね。



社長：そうですね。私ぐらいの世代の経営者ですと、ご両親から事業を引き継いだ方もたくさんいらっしゃると思います。いろいろなお話もお聞きしますが、当社は、本当にスムーズにバトンタッチできたかなと感じています。会長には、最初から自由にさせていただいたので、特に息苦しいこともありませんでした。おそらく、会長が先代から事業を承継された時とは時代背景も会社の状態も変わっていますので、今の時代に合ったやり方で事業を承継しようと考えられていたのではないかと思います。

——最近では「親族外承継」も増えており、御社でも、親族内承継と親族外承継の2つの事業承継を経験されました。あらためて親族内承継と親族外承継を比べて、「親族外承継」で難しいなと思った点はございましたか。

会長：当初は、グループのすべてを親族内承継しようと考え、まずは社長の意向を聞きました。社長もかなり悩んでいましたが、宝飾業界に全力で注力していきたいということで、グループの1社を親族外承継することにしました。親族外承継を決め

た会社についても、将来性があると思っていますが、今のタイミングで渡す方が、新しい経営者も従業員も新たな気持ちで頑張れるだろうと思って決断しました。そのうえで、親族外承継の難しい点は、すべてのことについて曖昧なままで引き継ぐことはできないということでしょうか。親族内承継であれば、多少の問題があっても親子間で議論することができますが、親族外承継ではそうはいきません。事業を承継する側も覚悟がないとできませんし、様々なハードルを乗り越えていかないといけないことを痛感しました。

——あるアンケートによりますと、後継者に事業を譲れない理由の1つに「後継者の育成不足」が挙げられていますが、佐忠さまは、後継者であった瑛示さまに対してどのように感じていらっしゃいましたか。

会長：そもそも事業を承継する時点で後継者が十分に育っていることは、まずないと思います。そんなにパーフェクトな人間がいるはずはありません。私は瑛示に社長を譲りましたが、私が親父から譲ってもらったときと比べると、私の方が酷かったなと思います(笑)。親父からは、ことによると会社を潰すのではないかと思われていたのではないかな。でも、事業承継とはそのようなものだと思います。

——瑛示さまは、社長に就任されて半年ほどになりますが、実際に社長になられてみて、社長に必要な資質や能力として特に重要だなと感じられたことや、社長になって変わったと感じられたことはございますか。

社長：人を巻き込める力というか、そういった力の大きさが会社を大きく成長させるのだなと思います。社長になってみて感じたことですが、今よりももっと自分自身を出せるようにした方がいいのかなと思います。自分の中ではそれほど意識していませんつもりでしたが、社長になるとどこかもっと社長らしくならないといけないという気持ちになります。社長と同じ土俵で、多くの社長と対峙する機会が増えたからかもしれません。

——金融機関も事業承継のご支援に注力していますが、期待することがあればぜひ教えてください。

社長：良いお会社なのに、次はどこにバトンタッチをすればいいか悩まれているお会社があれば、ぜひ繋げていただきたいですね。新しく出店して成長していくことも1つの成長戦略ですが、すでに良いお会社があれば、グループとして共に成長していくことも1つの成長戦略だと思います。

会長：目利きというか、単なる数値じゃない部分もしっかりと見て欲しいですね。



——金融機関としても、事業性に対する理解を深め、お客さまが成長機会を逃さないようにタイミングよく資金を供給していくことは大切だと考えています。

——最後に、瑛示さまには事業承継を控えている若手の後継者のみなさまに、佐忠さまには事業承継を考えておられる現役の経営者のみなさまに、それぞれアドバイスやメッセージをいただけますか。

社長：前任者から引き継いでもらうのをただ待っているようでは、よい事業承継はできないと思います。自らが望んで会社の経営に足を踏み入れていくというスタンスでないと、自分の思うような会社は作れないと思います。やがてはこの会社を継がせてもらえると既定路線で構えてゆっくりと待っているのは、あっという間に時間は過ぎてしまいます。常に将来の事業承継もしっかりと意識した積極性を持つことが必要ではないかと思います。

会長：先ほども話しましたが、事業を継がせるときに相手はパーフェクトではないということです。後継者が育っている段階で、しかも、自分の体力がある段階、商売に対してお互いに議論ができる段階で譲ることです。もしこいつはダメだと思ったら、もう一度自分が振り返りくらいの余裕があるうちに事業を承継された方がよいですね。

社長：私も会長も、成長志向です。思うところの会社の規模感も一致していて、3年ほど前にみんなが社内研修をしてTシャツに「年商30億円」と目標を書いたのですが、実は、会長も若かりしころ旧本店の地下の壁に目標を書かれていたみたいで、それが年商30億円と書いてあるらしいです。私はそれを見たことはありませんが、数字がたまたま一緒で。そういう感覚は結構大切で、目標が一緒だとやりたいこと、やるべきことの方や方向性もおおむね一緒になると思います。そのあたりが合致することは、一緒に会社を運営していくうえではとても大事なことだと思います。

——本日はありがとうございました。

インタビュアー：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 西川 佳宏



株式会社 宝石時計の武内
福井県福井市中央1-9-28
0776-24-8877 (代)



小学生による起業体験イベント

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

2019年9月から11月にかけて、鯖江市・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)共催にて、鯖江市内の小学5、6年生を対象にした起業体験イベント「キッズカンパニー in Sabae 2019」が開催されました。本イベントは、参加した小学生が、自分たちで作成した事業計画にもとづいて資金を調達し、模擬株式会社を設立して商品やサービスを製造、販売し、決算報告まで行うリアル・ロールプレイングゲーム方式の起業体験イベントです。株式会社日本取引所グループが全国の学校などで展開し、福井県では、2018年に鯖江市で初めて開催され、今回、2回目の開催となりました。

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(以下「福井C&C」と略します)では、グループCSR活動の一環として、2018年に続き今回も指導員を派遣し、小学生チームが起業した模擬株式会社の経営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 2019」の様態をレポートします。

『キッズカンパニー in Sabae』の概要

起業体験イベント「キッズカンパニー in Sabae」は、毎年秋の土日に、延べ5日間にわたって開催されます。株式会社日本取引所グループが全国の学校などで展開するイベントでは、通常、中学生から大学生を対象として開催されますが、本イベントは、小学生を対象として開催されます。小学生を対象としたイベントとしては、全国で2例目となりますが、中学生から大学生を対象としたプログラムと同等の内容となっています。

図表1に「キッズカンパニー in Sabae 2019」の概要を、図表2.に「キッズカンパニー in Sabae」のプログラムを示します。参加した小学生チームは、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、出資金を元手として商品を製造、販売し、決算書を作成して株主総会を開催し、最後に株式会社を解散してイベントを終了します。株式会社の設立から解散まで会社経営に係る多くのことを、すべて自分たちの手で実体験する内容となっています。

本稿では、福井C&Cが主にサポートをいたしました男女混合チーム「Real Drink株式会社」の活動状況を中心にレポートします。なお、本稿に掲載した内容については、実際に本イベントにて作成および使用された資料をもとに、福井C&Cにより再編集しております。

図表1.『キッズカンパニー in Sabae』の概要

開催日	9/14(土)、9/28(土)、10/12(土)、10/27(日)、11/2(土) …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	RealDrink 株式会社 メンバー構成：鯖江市内の小学5、6年生男女3名
その他の参加会社	すくいめがね株式会社 メンバー構成：鯖江市内の小学5、6年生男子3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 9/14(土)	・チームの編成 ・事業計画の作成	起業家
2日目 9/28(土)	・事業計画の発表 ・株式会社の設立	起業家
3日目 10/12(土)	・材料の調達 ・商品の製造	購買部 製造部
4日目 10/27(日)	・商品の販売	営業部 販売部
5日目 11/2(土)	・決算書類の作成 ・株主総会の開催	財務部 総務部



【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。

最初に株式会社のしくみを学んだ後、会社名と役職を決めました。会社名と役職が決まると、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・サービスの構成と値段を考えました。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。完成した事業計画は、簡易的ではあり

図表3. 「Real Drink 株式会社」の事業計画

何をやる会社か	
インスタ映えのするリアルなスライムドリンクを 売る会社／体験できる会社	
売れるもの	
【商 品】	【誰に売るのが】 【売るための工夫】
小サイズ	子ども 買いやすい値段
中サイズ	学生 メインの商品
大サイズ	大人 数を限定する
セット	おしゃれな人 お得感を出す
体験コーナー	自分で作りたい人 オリジナル
鯖江らしいところ	
・鯖江のメガネなどでお店を飾る	
売りあげ	
小サイズ@100円×12個＝	1,200円
中サイズ@300円×18個＝	5,400円
大サイズ@600円×8個＝	4,800円
セット@900円×3個＝	2,700円
体験コーナー@500円×25個＝	12,500円
合計	26,600円
かかるお金	
洗濯のり(10,000mL)	2,000円
ホウ砂(200g)	2,000円
カップ(70個)	2,000円
その他の材料	5,000円
お店の飾りなど	2,000円
小計	13,000円
お給料(3日目)	2,100円
お給料(4日目)	1,800円
合計	16,900円
もうけ	
	9,700円

ますが、本物の会社を作る事業計画の重要なエッセンスが盛り込まれた内容となっています。図表3に「Real Drink 株式会社」が作成した事業計画を示します。

株式会社のしくみを学ぶ



事業計画をつくる



【2日目】事業計画の発表、株式会社の設立

プログラム2日目は、事業計画の発表と株式会社の設立を行いました。

本プログラムでは、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、小学生チームは、これらの投資家の前で事業計画を発表しました。事業計画の発表では、本物のベンチャー企業がベンチャーキャピタルなどの前で発表する場合と同様に、投資家からは事業計画の内容について質問や指摘が出され、必要に応じて事業計画の修正が行われました。

事業計画を発表する



事業計画の発表が行われると、創業株主3名(子どもたち)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円を出資を募り、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、会社登記も行いました。

株式会社をつくる



【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。

材料は、限られた予算での調達となるため、インターネットで材料価格を検索して、入手が難しい材料については事前にインターネットで購入し、それ以外の材料については当日に100円ショップなどをまわって購入しました。Real Drink社では当初予算(13,000円)を超過したため、銀行から5,000円(融資利息10%)の借入も行いました。なお、材料の調達に際しては、現金出納帳への記帳も行いました。

材料を調達した後は、商品を製造しました。今回は、天候不良に伴い3日目は途中で早期解散し、

材料を調達する



別の日に改めて商品の製造を行いました。これに伴い製造原価に計上される3日目の人件費は当初計画から増大し、材料費も含めて製造原価は当初計画に対して約1.6倍となりました。

商品をつくる



【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2019」にて実際にお店を出店し、商品を販売しました。

お店は10時に開店し、途中で値引きも行いましたが、14時には完売することができました。当初計画の想定とは異なり、顧客層は子どもが中心となり、体験コーナーが非常に盛況となりました。一方で、物販コーナーは苦戦しましたが、当初計画に対して商品点数を少なくしたことにより無事完売することができました。なお、商品の販売に際しては、売上集計表への記帳も行いました。



商品を売る
(体験コーナー)

商品を売る
(物販コーナー)





【5日目】決算書類の作成、株主総会の開催

プログラム5日目は、決算書類の作成と株主総会の開催を行いました。

決算書類の作成では、最初に3日目に記帳した現金出納帳(支出)と4日目に記帳した売上集計表(収入)および現預金残高を集計し、それぞれに差異が生じた場合には、その発生原因を話し合っ
て雑損益として計上しました。次に損益計算書の作成過程において、3日目および4日目の給料、融資利息(10%)、法人税(10%)を支払い、最後に貸借対照表の負債・純資産の部と資産の部(現預金残高)が合致することを確認しました。

決算書類を作成した後は、株主総会を開催しました。株主総会では事業報告および決算報告とともに、事業計画と決算書類の差異の理由、工夫した点や苦勞した点、イベント参加の感想や今後の夢などを発表してもらい、最後に残余財産の分配を決議して株式会社を解散しました。

決算書をつくる



株主総会を開く



参加した子どもたちの感想

最後に、今回の「キッズカンパニー in Sabae 2019」に参加した子どもたちの感想を抜粋します。参加した6人の子どもたちのうち5人が、将来自分で会社を作りたいと回答してくれました。指導員としても、充実感のあるCSR活動ができたことを、子どもたちに感謝いたします。

参加した子どもたち



小学5年生女子Aさん

私は、この「キッズカンパニー in Sabae」をとおして、会社があることの大切さ、会社を持つことの責任感を覚えました。今になると、最初は売り上げが5万円という目標で、160個もスライムをつくるというバカなことを考えていたなと思いました。57個つくるだけでも大変なのに、本物の会社はもっとたくさんの製品をつくっているのはすごいと思いました。みんなと協力して会社を経営できたことが、とっても楽しかった!

小学5年生女子Bさん

私は、ずっと起業したいという夢をみていましたが、簡単に考えていました。ですが、このプログラムをとおして、自分をもっと勉強をしなければいけないと思いました。なかなかできない経験ができたので、すごくうれしく思いました。大人になっても忘れないようにしたいです。今使っている物をつくってくれた人にかんしゃです。きょうな経験、本当にありがとうございました!

小学6年生男子Cさん

みんなで作る楽しさとみんなで作る効率のよさを知って、一人でやるよりチームでやる方がメリットがあることがわかったので、学校でもいきたいと思います。売るまでの活動がうまくできて楽しかった。お金をあつかうのがむずかしかったので、このことを将来にいかしたいです。

Real Drink 株式会社の決算結果

図表4に「Real Drink 株式会社」の損益計算書を、図表5に「Real Drink 株式会社」の貸借対照表を、図表6に「Real Drink 株式会社」の予実一覧表を示します。

当初計画に対して商品構成は大きく変更されましたが、売上高はおおむね計画値を達成しました。一方で、材料費および人件費(3日目)が大幅にオーバーしたため、売上総利益率が計画値51%に対して実績値21%となり、最終的な当期純利益率は計画値33%に対して実績値

図表4. 「Real Drink 株式会社」の損益計算書

出金 (出たお金)		入金 (入ったお金)	
		売上高 (商品が売れたお金)	26,250円
製造原価 (商品を作ったお金)			
材料費 (商品の材料代)	16,373円		
人件費 (3日目のお給料)	4,350円		
		売上総利益 (商品を作った残りのお金)	5,527円
販売管理費 (商品を売ったお金)			
出店費 (お店を作ったお金)	1,260円		
広告宣伝費 (チラシのコピー代)	0円		
人件費 (4日目のお給料)	1,800円		
		営業利益 (商品を売った残りのお金)	2,467円
支払利息 (銀行に支払うお金) 10%	500円		
		経常利益 (お金を全部払った残りのお金)	1,967円
法人税等 (税金) 10%	197円		
		当期純利益 (税金を払った残りのお金)	1,770円

図表5. 「Real Drink 株式会社」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)	19,770円	借入金 (銀行から借りたお金)	5,000円
資産の合計	19,770円	負債の合計	5,000円
		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円
		利益剰余金 (自分でかせいだお金)	1,770円
		純資産の合計	14,770円
資産の合計	19,770円	負債・純資産の合計	19,770円

商品





7%となりましたが、黒字での決算となりました。また、5,000円の借入れも行いましたが、負債比率34%、自己資本比率75%となり、給料の未払いや債務不履行も発生せず、財務状態も良好でした。しかし、当初計画には盛り込まれていませんが、投資家の内部収益率IRRは

-41%となり、今回は、投資家の投資回収は未達となりました。

なお、創業者である子どもたちは、元手1,000円(資本金)に対して、労働の対価(お給料)として2,050円、分配金として2,954円 (IRR195%)を得ました。

図表6. 「Real Drink 株式会社」の予実一覧表

		計画値		実績値	
売上高		26,600円		26,250円	
材料費		11,000円		16,373円	
人件費		2,100円		4,350円	
売上総利益	<売上総利益率>	13,500円	51%	5,527円	21%
出店費		2,000円		1,260円	
広告宣伝費		0円		0円	
人件費		1,800円		1,800円	
営業利益	<営業利益率>	9,700円	36%	2,467円	9%
支払利息 (10%)		0円		500円	
経常利益	<経常利益率>	9,700円	36%	1,967円	7%
法人税等 (10%)		970円		197円	
当期純利益	<当期純利益率>	8,730円	33%	1,770円	7%
借入金	<負債比率>	0円	0%	5,000円	34%
資本金		13,000円		13,000円	
純資産	<自己資本比率>	21,730円	100%	14,770円	75%
1株当り純利益 (EPS)	<株主資本利益率 (ROE) >	175円	40%	35円	12%
1株当り純資産 (BPS)	<総資産利益率 (ROA) >	435円	40%	295円	9%
	<内部収益率 (IRR) >		-13%		-41%

おわりに

本プログラムは、株式会社の設立から解散まで会社経営に係る多くのことを、参加した小学生がすべて自分たちで考え、自分たちの手で実体験する内容となっています。その過程では、チームメンバー同士のコミュニケーションやディスカッションが、非常に重要になってきます。また、プログラムの一部をカスタマイズすることにより、高校生や大学生がよりリアルな起業および会社経営を体験することができますし、新入社員や若手社員が会社のしくみや会社経営

を学ぶ研修プログラムとしても、効果的な内容です。

福井銀行グループでは、グループCSR活動の一環として、今後も、引き続き未来ある子どもたちの金融経済教育を続けていくとともに、企業さま向けの研修やセミナーも充実させ、様々なご提案をいたしたいと考えております。本プログラムや企業さま向けの研修・セミナーにご関心をお持ちのお客さまがいらっしゃいましたら、お近くの福井銀行や株式会社福井キャピタル&コンサルティング(電話番号 0776-43-1120)まで、お気軽にお問い合わせください。



第4回 損益計算書の基本構造とルール

株式会社福井キャピタル&コンサルティング

エグゼクティブアドバイザー 吉岡 龍人

今回と次回で、損益計算書のおおよその説明をしたいと思います。今回は、損益計算の基本構造とルールです。次いで、損益計算書の読み方についてもお話していきます。

5. 損益計算の基本構造とルール

損益計算は、図1のように収入から費用を差し引いたものが利益となります。この基本構造は、お小遣い帳と同じです。

会計帳簿の場合は複式簿記となりますので、お金が入ったら貸方として右側に、お金を使ったら借方として左側に記帳します。例えば、売上高はお金が入ってくるので右側に、給料などの費用はお金を使ったので左側に記帳します。通常、決算期間は1年間となりますので、1年分の収入から費用合計を差し引いて、決算日にのみ利益を算出します。

さらに大事なポイントは、ここからです。複式簿記では、貸借対照表科目(BS)も損益計算書科目(PL)も、「お金を使う側」「お金が入る側」という考え方で一緒に記帳します。例えば、商品を売ってそれを売掛とした場合は、(左側)売掛金(BS)〇〇円/(右側)売上高(PL)〇〇円、給料を預金から支払った場合は、(左側)給料(PL)△△円/(右側)預金(BS)△△円という具合です。ちなみに、預金は、本来は資産で借方ですが、これを払い出す場合

は、右側の貸方に記帳します。方程式で「=」をまたぐと「±」符号が逆になるのと同じです。

その結果、帳簿は、図2のようになります。これが、複式簿記の基本構造です。このことは、常に頭に入れておいていただきたいと思います。この基本構造が分かっていたら、例えば、減価償却費=費用を計上すると、その分機械装置=資産の簿価が減少し、借方の合計は変わらないということが分かります。つまり、PLとかBSとは無関係に、右側合計や左側合計が変わらない、あるいは右側と左側が同額で増減していれば帳簿上の整合性には矛盾が生じず、帳簿を操作することも形式上は可能になると言うことです。

ごく初歩の利益操作でよくある事例では、利益を増やすために減価償却費(=費用)を減らしたりしますが、その分資産が増えてしまいます。また、架空売上(=収入)を計上すると、その見合いに架空売掛金(=資産、回収不能資産)が必ず増えます。従って、「損益計算書は、貸借対照表と一体で見る」ということが重要になってくるわけです。

ところで、図1の利益は、図2のどこに記載されているのでしょうか?利益は、決算時にのみ結果として算出されますが、算出された決算期間1年間の利益は、決算時に損益計算書という形で表示されるとともに、図3のように、貸借対照表では、前期末純資産に当期純利益として加算され、当期末純資産となります。

図1.

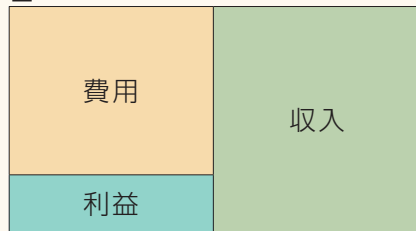
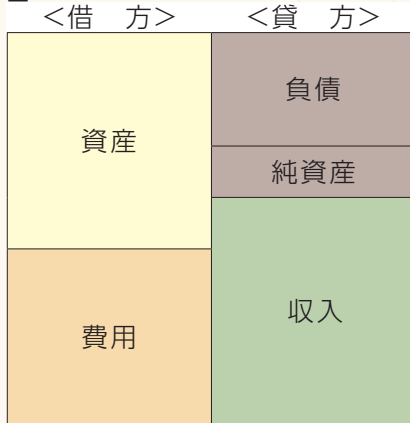


図2.



資産 + 費用 = 負債 + 純資産 + 収入

図1.

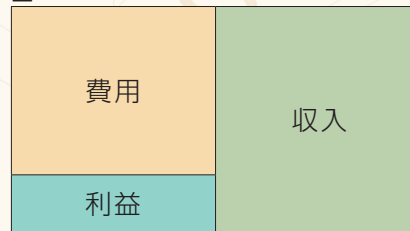
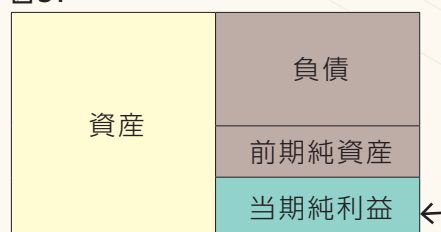


図3.



決算によって損益計算書と貸借対照表に分解されても、右側＝左側という構造は変わりません。この点が、重要なポイントです。

6. 損益計算書科目の読み方

(1) 売上高

売上高は、損益計算書のトップに出てくる科目であり、事業規模の比較や成長性を見るには一番わかりやすい数字です。今までも何回かお話しと思いますが、売上高は誰もが注目する数字ですから、経営者も気を使いますし、粉飾したいときには、真っ先に売上高を操作することを考えます。その意味では、慎重に数字を見る必要があります。

前述の基本構造とルールに記載のとおり、架空の売上を計上すると架空の売掛金が計上されるため貸借対照表が膨らみます。架空売上が翌年度に解消されれば大きな問題はありませんが、粉飾するような会社は、大抵の場合、翌期末までに解消できないため、架空売掛金が残ります。これが積み重なると、売掛金サイト(回転期間)が不自然に長くなります。「変化する売掛金サイトと、変化しない売掛金に注意!」です。

(2) 営業利益

損益計算書の利益は、売上総利益、営業利益、経常利益、税引前当期純利益、(税引後)当期純利益などたくさんありますが、ここでは営業利益を説明します。

営業利益は、いわゆる売上高を上げるために通常要する費用を売上高から控除した利益で、『本業の利益』を表していると言われていて、従って、金融業や金融資産ウエートの高い企業を除いて、金融収益や金融費用、為替差損益などは含まれません。これらを含んだものは、経常利益として扱われます。

営業利益は、経営者や市場が2番目に着目する損益計算書の数字です。営業利益を評価する場合ですが、営業利益の実額と売上高営業利益率(＝営業利益／売上高)を見て、それぞれタテ(時系列)ヨコ(他社)比較をしてください。ちなみに、2018年度の東証上場全企業平均の売上高営業利益率は6.7%、うち製造業は7.1%でした。

また、営業利益も、損益計算書と貸借対照表をセットにしたクロス指標で見るのが有効です。具体的には、ROA(Return on Assets)、ROI(Return on Investment)、ROE(Return on Equity)という指標です。このとき、Returnを営業利益とするか金融収益を加算した事業利益や当期純利益とするかは使用目的が変わってきますが、いずれにせよ資産をクロスさせることが肝要です。とりあえず、営業利益を総資産で割るROAでタテヨコ比較をしてみてください。投資効率を投資利回りという形で測るとのことです。これは、一般的な投資との比較や資産内容の点検指標としても使えます。

製造業の場合、「ROA 8%を中期計画目標とする」という話をよく聞きます。勘所指標②の総資産回転率1回が標準だとすれば、ROA 8%の営業利益率は8%となります。



勘所指標②

$$\text{総資産回転率} = \frac{\text{売上高}}{\text{総資産}}$$

粉飾という問題がないという前提で、売上高は、事業規模の比較や成長性指標として使うほか、総資産回転率という指標に加工することで、有効な指標として使えます。

総資産回転率は、損益計算書と貸借対照表をセットにした言わばクロス指標です。意味合いは、その売上高を上げるのにどのくらいの資産(＝資本)を使っているかということになりますが、これを総資産が何回転しているかで表現しています。100億円の総資産(＝総資本)を使って100億円の売上を上げていけば1回転、200億円の売上なら2回転という具合です。1回転より2回転のほうが資本効率は良いと言えますね。スタンダードは、1回転と覚えてください。すなわち、100億円の総資産ならば、売上高は100億円必要ということです。もちろん業種により差はあり、2018年度の東証全上場会社の製造業平均は0.8回、非製造業では0.5回、卸売業・小売業では1.2回となっています。

この指標をどのように使うかですが、類似業種比較で総資産回転率が相対的に低い場合、売上高が市場において常識的なレベルであれば、資産過剰(＝不良資産または不稼働資産)ということになります。この場合も、スタンダードと申し上げた1回転を判断基準とするのが良いでしょう。

筆者紹介



株式会社福井キャピタル&コンサルティング エグゼクティブアドバイザー 吉岡 龍人
1974年株式会社日本興業銀行入行、国内外企業や金融機関向けファイナンス、企業審査、外国為替業務、国内外地域開発プロジェクトに従事。2002年同行退職後、富士重工業株式会社やスバルファイナンス株式会社にて自動車メーカーのサプライヤー経営管理を担当。2014年より経営コンサルタント業開業。2017年中部経済産業局所管のIoT支援事業に福井県コーディネーターとして参加。2018年度は富山県のIoT推進コンソーシアムに参加、永平寺町のIoT推進ラボアドバイザー。2018年より現職。

「身だしなみ」は身の嗜み(前編)

株式会社福井キャピタル&コンサルティング
ヒューマンスキルコンサルタント 西村 喜美



第一印象は見た目で決まる、といわれるほどに視覚情報は重要です。その視点から、今回は、ビジネスマナー5原則の「表情」(笑顔・笑声(えごえ))についてご紹介しました。表情と同じくらい印象を伝えるものに、「身だしなみ」があります。どんなに魅力的な笑顔であっても、不潔でだらしない身なりをしては、せっかくの笑顔の魅力が消えてしまいますね。そこで、今回は、「身だしなみ」をテーマに考えてみましょう。

さて、みなさんは、どんなときに身だしなみを気にしますか？

ここ一番という面接やプレゼンをするとき、ドレスコード(服装が指定される)がある場所に行くときなど日常と違うシチュエーションのときには、特に身だしなみには気を遣います。では、なぜ身だしなみに気を遣うのでしょうか。身だしなみを整える意味について、少し考えてみましょう。そこで、身だしなみが整うとどうなるのか。整わないとどうなるのか。比較してみました。

身だしなみが整うと…♡

1. 相手に好印象を持ってもらえ、信頼される
2. コミュニケーションが活発になる
3. 相互理解が進み、チームワークが高まる
4. 良い出会いやチャンスを掴める
5. 成果が上がり、自信が出てくる
6. モチベーション・自己肯定感が高まる
7. 気持ちに張りや生きがいが出る
8. 困難にも向き合う心構えが整う

身だしなみが整わないと…♡

1. 周囲に不快感や不信感を与える
2. コミュニケーションが取りにくい
3. 意思疎通がなくなり、孤立化する
4. 良い出会いやチャンスを逃す
5. 成果が出ず、自信がなくなる
6. モチベーション・自己肯定感が下がる
7. 投げやりな思考や行動を取ってしまう
8. 消極的なマインドが身につく



いかがでしょうか。身だしなみが表現するものは、外見の身なりだけでなく、「人柄」「価値観」「心構え」など様々な情報が含まれます。身だしなみは、相手に不快な気持ちを抱かせないように、外見を整えるだけでなく、立居振舞や言葉遣いにまで意識を向けていくことが求められます。つまり、身だしなみを整えると、相手に対して好感を持ってもらえるだけでなく、同時に自分の内面も整えられて、周囲への良い影響やチャンスにも繋がっていくことが分かります。「身だしなみ」は「身嗜み」と書き、今日会う人への心構えを意味しているのです。

特別なときに身だしなみに心を配るのは、心構えも整えているからなのです。当然、特別なときだけでなく自然体で身につくには、普段からの意識付けがあってこそですが、私たちは、普段どれほど身だしなみに意識を向けているのでしょうか。「いえいえ!私は大丈夫!ちゃんと身だしなみには意識を向けているから。」と思っても、決定権は相手にあるのです。もう一度、《身だしなみチェックシート》を使って、自分の身だしなみを振り返ってみましょう。

今回は、「身だしなみ」は身の嗜みの後編です。身だしなみを整えるときのポイントをお話します。



身だしなみチェックシート



	男性	女性
頭髪	<input type="checkbox"/> ●フケ、寝ぐせ、汚れは無く整っていますか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●髪を不自然な色に染めていませんか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●髪の長さは適切ですか	<input type="checkbox"/>
顔	<input type="checkbox"/> ●肌や唇はあれていませんか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●きれいに洗顔、歯磨きをしていますか（口臭チェックをしていますか）	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●髭のそり残しはありませんか	<input type="checkbox"/> ●化粧はナチュラルで健康的ですか
手	<input type="checkbox"/> ●手は清潔ですか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●爪が伸びていたり、汚れていませんか	<input type="checkbox"/> ●マニキュアは職場に調和していますか
服装	<input type="checkbox"/> ●服装はシンプルで清潔感のあるものを着用していますか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●服の色、柄、デザインが職場に調和していますか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●人に会う時は、きちんとスーツのボタンをかけていますか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●シャツの襟や袖口は汚れていませんか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●ボタンが取れたり、取れかけていませんか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●ほころび、しみ、しわはありませんか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●ポケットに物を詰めすぎではありませんか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●ネクタイは緩んだり曲がったりしていませんか	<input type="checkbox"/> ●胸元や背中が開きすぎではありませんか
	<input type="checkbox"/> ●派手なタイピンやカフスをつけていませんか	<input type="checkbox"/> ●スカートの丈は適切ですか
足元	<input type="checkbox"/> ●靴はきれいに磨いてありますか、かかとがすり減ったり、型崩れしていませんか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●靴の形や色はTPOに合っていますか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●靴下の色は適切ですか	<input type="checkbox"/> ●ストッキングの色、柄は適切ですか
	<input type="checkbox"/> ●靴下にたるみや穴がありませんか	<input type="checkbox"/> ●ストッキングは伝線していませんか
その他	<input type="checkbox"/> ●工作中不要なアクセサリーを着けていませんか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●時計や装飾品は派手すぎず、機能的ですか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●整髪料や香水の匂いはきつくありませんか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●必要なものが揃っているか確認していますか	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> ●名刺入れに名刺は十分ありますか（名刺の数は常時20枚ほど）	<input type="checkbox"/>

《身だしなみチェックシート》は、基本的な項目です。職種やTPOに合わせて、柔軟に対応してください。

筆者紹介



株式会社福井キャピタル&コンサルティング
ヒューマンスキルコンサルタント 西村 喜美

株式会社福井銀行にて新入社員や若手社員教育を長年にわたり担当し、2018年6月より現職。民間企業から官公庁まで、さまざまな業種においてビジネスマナー、電話対応、コミュニケーション、クレーム対応などの研修を実施。のべ6,000人以上の人財育成に携わる。マナーのほかヒューマンスキルの重要性を伝え、分かりやすく丁寧に、人間力向上を通して業績向上につなげる研修を心掛ける。受講された方々からは、CSについて考えさせられると同時に、心暖まりやる気につながるとの声も多くいただいている。

IPO市場レポート(2019年年次報告)

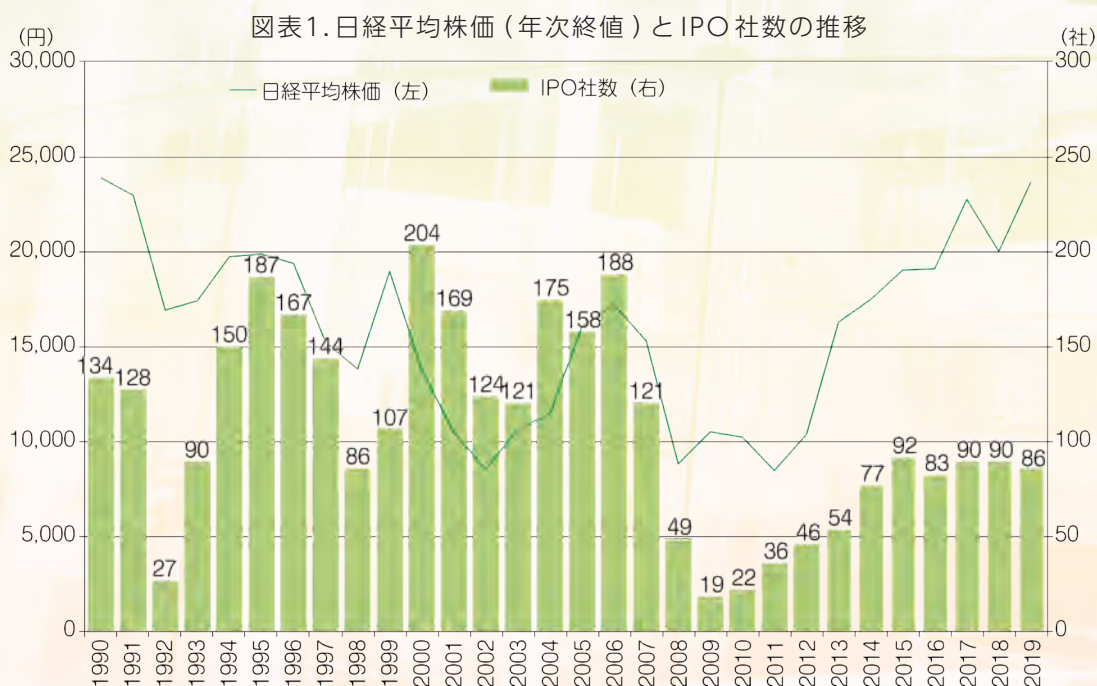
株式会社福井キャピタル&コンサルティング
ベンチャーキャピタリスト
前田 英史

1 概況

2019年のIPO社数は86社(プロ向け市場を除く)となり、3年ぶりに90社を割り込みました。一方で、日経平均株価の年次終値は23,656円62銭となり、3年連続で2万円台を維持しました。IPO市場では、上場審査の厳格化、期初から上場日までの上場スケジュールの長期化などの影響により、7-9月の第3四半期においてIPO社数が12社となり、年間のIPO社数が90社前後で推移してきた過去5年間では最少となりました。この影響もあり、IPO社数が3年ぶりに90社を割り込みました。また、2018年は、ソフトバンク株式会社[9434]や株式会社メルカリ[4385]

といった話題性の高い大型上場も多数見られましたが、2019年は、初値時価総額で1,000億円を超えた会社は、情報・通信業から3社となりました。

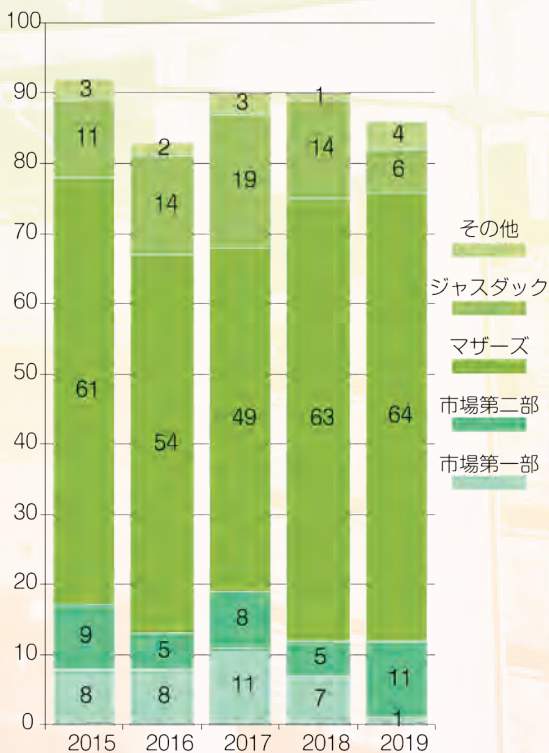
市場別では、新興市場マザーズが64社となり、1999年の市場創設以来最多のIPO社数となった2018年を上回るとともに、市場占有率でも史上最高の74.4%となりました。業種別では、情報・通信業が34社(39.5%)、サービス業が26社(30.2%)、2業種合計で60社(69.7%)となり、引き続き市場間、業種間での偏りが見られました。



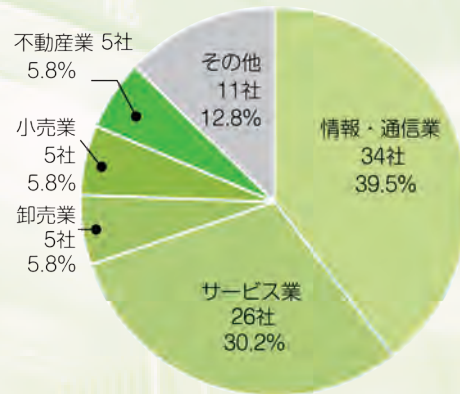
2 株式市場全体のIPOの動向

2019年のIPO社数は86社(プロ向け市場を除く)となり、3年ぶりに90社を割り込みました。このうち、東京証券取引所の本則市場(第一部、第二部)および新興市場(マザーズ、ジャスダック)のIPO社数は82社(95.3%)となり、東京証券取引所への一極集中の状況が継続していますが、一方で、日本証券取引所グループにおける2018年度の新規上場等に係る審査数254件のうち、内部管理体制等に係る上場審査基準を満たさないことを理由として承認に至らなかった銘柄数が46件(18.1%)となるなど上場審査の厳格化も見られました。また、期初から上場日までの期間の中央値は351日となり、期越え上場も21社(24.4%)となるなど上場スケジュールの長期化も見られ、IPOのハードルは引き続き高くなっています。業種別では、情報・通信業が34社(39.5%)、サービス業が26社(30.2%)となり、業種間での偏りも見られましたが、近年のIPO市場の傾向に、概況的には大きな変化は見られませんでした。

図表2. 過去5年間の市場別のIPO社数の推移



図表3. 2019年に上場した会社の業種別のIPO社数



2018年は、ソフトバンク株式会社[9434]や株式会社メルカリ[4385]といった初値時価総額で1,000億円を超えた話題性の高い大型上場が多数見られましたが、2019年は、初値時価総額で1,000億円を超えた会社は、情報・通信業から3社となりました。また、資金調達額(公募)で100億円を超えた会社は、情報・通信業から1社のみとなり、IPOにより新株を発行し株式市場で資金調達を行う「発行市場」としての側面において、特に盛り上がりには欠けた印象となりました。

図表4. 2019年に上場した会社の初値時価総額

	市場第一部	市場第二部	マザーズ	ジャスダック
最大値		26,390	142,478	46,860
中間値	61,311	6,453	13,371	3,929
最小値		3,250	2,538	2,912

(百万円)

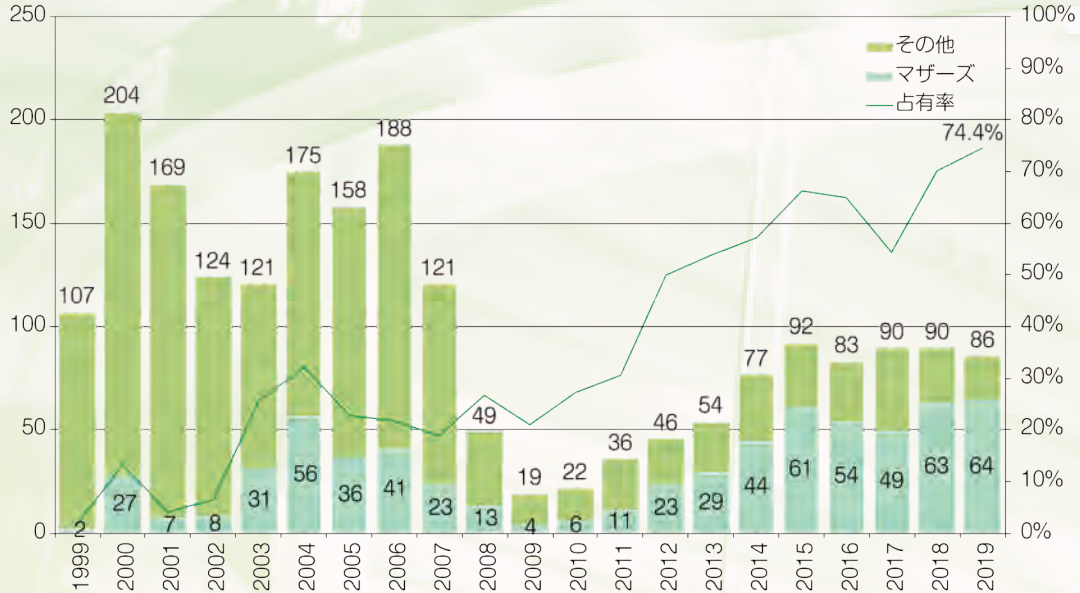
図表5. 2019年に上場した会社の資金調達額(公募)

	市場第一部	市場第二部	マザーズ	ジャスダック
最大値		2,358	10,870	2,800
中間値	6,161	456	694	641
最小値		170	70	300

(百万円)

3 新興市場マザーズのIPOの動向

図表6. 新興市場マザーズのIPO社数の推移

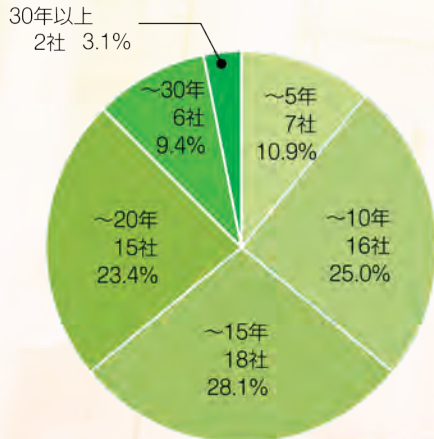


2019年の新興市場マザーズのIPO社数は64社となり、1999年の市場創設以来最多のIPO社数となった2018年を上回り、史上最多のIPO社数となりました。また、市場占有率でも、史上最高の74.4%となりました。

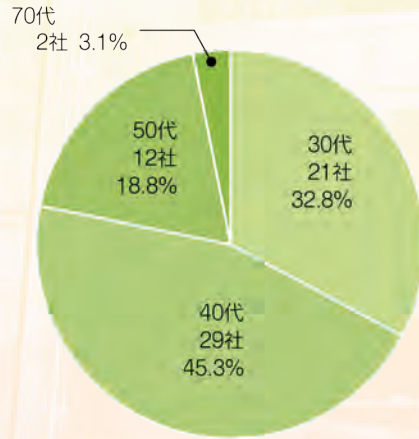
2019年にマザーズに上場した会社の設立年数は、11年から15年が最も多く、18社(28.1%)となりました。また、設立から20年までのIPO社数を合算する

と、56社(87.5%)となりました。一方で、2019年にマザーズに上場した会社の代表者の年齢は、40代が最も多く、29社(45.3%)となりました。また、30代と50代を加えると62社(96.9%)となりました。代表者の経歴も参照した結果、2019年は、20代から30代で独立起業した代表者が、設立10年から20年で上場した事例が多くみられた一方で、事業承継および第二創業からのIPO事例は僅かとなりました。

図表7. 2019年にマザーズに上場した会社の設立年数

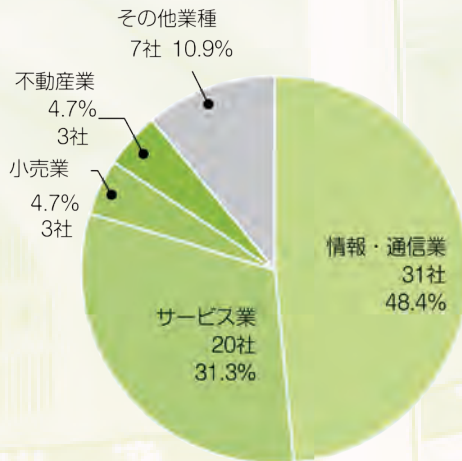


図表8. 2019年にマザーズに上場した会社の代表者の年齢

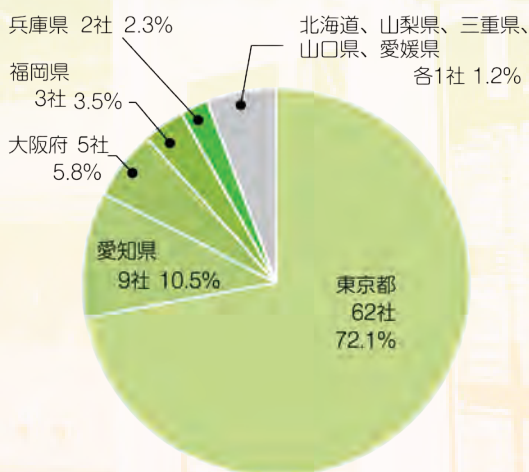


2019年にマザーズに上場した会社の業種別のIPO社数は、情報・通信業が最も多く、31社(48.4%)となりました。また、サービス業が20社(31.3%)、2業種合計で51社(79.7%)となり、8割の会社が情報・通信業もしくはサービス業で占められ、業種間での偏りがより顕著に見られました。一方で、2019年にマザーズに上場した会社の本社所在地は、9割の会社が東京都を中心に都市圏で占められましたが、地方からのIPOもコンスタントに見られました。

図表9.2019年にマザーズに上場した会社の業種別のIPO社数

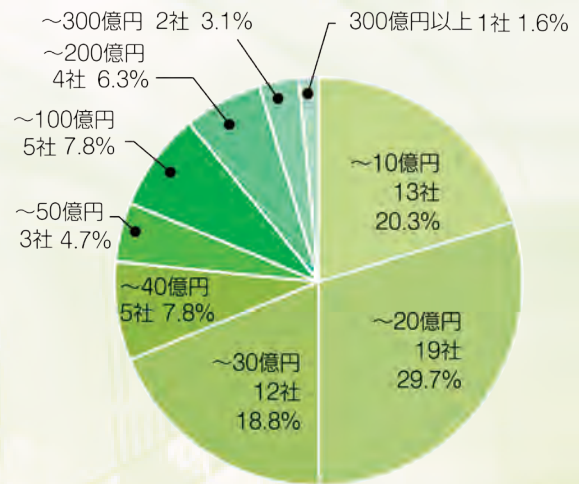


図表10.2019年にマザーズに上場した会社の本社所在地



2019年にマザーズに上場した会社の売上高は、11億円から20億円が最も多く、19社(29.7%)となりました。また、~30億円までのIPO社数を加えると31社(48.5%)となり、1/2の会社が11億円から30億円のレンジに入りました。マザーズに上場した会社の売上高の中央値は、21.7億円となりました。

図表11.2019年にマザーズに上場した会社の売上高



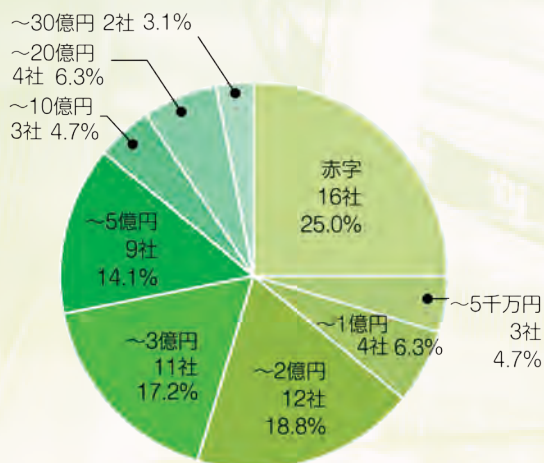
図表12.2019年にマザーズに上場した会社の売上高の抜粋

順位	証券コード	会社名	業種	売上高(百万円)
1	4931	新日本製薬(株)	化学	31,210
2	7803	(株)ブシロード	その他製品	28,890
3	7676	(株)グッドスピード	小売業	22,752
4	7683	(株)ダブルイー	小売業	12,773
5	4431	(株)フロンティアインターナショナル	サービス業	12,193
⋮				
60	2978	(株)ツクルバ	不動産業	531
61	7063	(株)Welby	情報・通信業	474
62	4488	AI inside(株)	情報・通信業	445
63	7064	(株)ハウテレビジョン	サービス業	390
64	4599	(株)ステムリム	医薬品	200

2019年にマザーズに上場した会社の最大の特徴として、経常赤字の会社が16社(25.0%)となり、1/4の会社が赤字上場した点が挙げられます。この要因としては、近年の傾向として、情報・通信業やサービス業などにおいてサブスクリプション方式のビジネスモデルの会社が増加しており、これらの会社では、

顧客および市場シェアの獲得を目的とした広告宣伝費の比率が非常に高くなり、営業利益を大きく圧迫している点が挙げられます。近年の上場審査では、足元の業績よりも成長性、将来性を重視する傾向にあり、このような状況は今後も続くと思われませんが、一方で、これらの会社の中から、継続企業の前提に疑義が生じるような会社が出てきた場合には、投資家保護の観点から、赤字上場に対するハードルが上がることもあり得ると思われ、引き続き上場審査の動向には注意が必要です。マザーズに上場した会社の経常利益(経常黒字のみ抽出)の中央値は2.3億円、売上高経常利益率(経常黒字のみ抽出)の中央値は9.5%となりました。

図表13.2019年にマザーズに上場した会社の経常利益

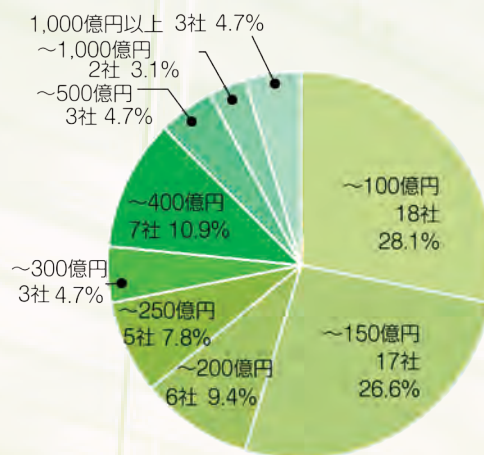


図表14.2019年にマザーズに上場した会社の経常利益の抜粋

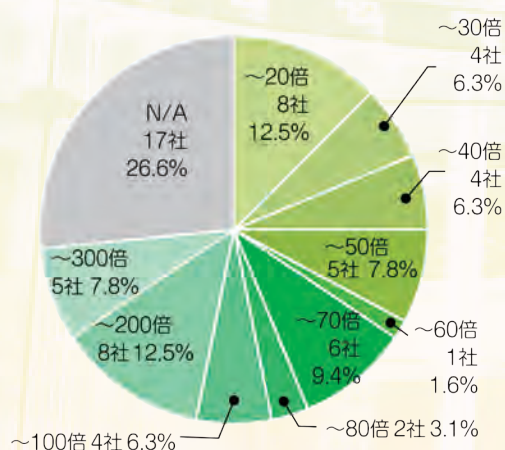
順位	証券コード	会社名	業種	売上高(百万円)
1	7803	(株)ブシロード	その他製品	2,996
2	4931	新日本製薬(株)	化学	2,499
3	4483	(株)JMDC	情報・通信業	1,410
4	7683	(株)ダブルエー	小売業	1,180
5	7074	(株)トゥエンティフォーセブン	サービス業	1,108
⋮		⋮	⋮	⋮
60	6557	(株)global bridge HOLDINGS	サービス業	▲ 330
61	2978	(株)ツクルバ	不動産業	▲ 487
62	4477	BASE(株)	情報・通信業	▲ 799
63	4478	freee(株)	情報・通信業	▲ 2,851
64	4443	Sansan(株)	情報・通信業	▲ 3,077

2019年にマザーズに上場した会社のうち初値時価総額で1,000億円を超えた会社は、情報・通信業から3社となりました。また、2019年にマザーズに上場した会社の初値PERは、税引き後当期純利益ベースで赤字となった会社(N/A=Not Applicable)を除く中央値が63.5倍となり、例年と同程度の倍率となりました。

図表15.2019年にマザーズに上場した会社の時価総額



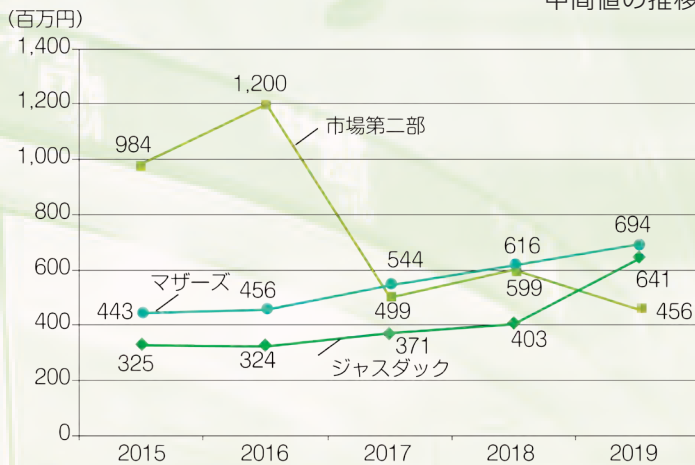
図表16.2019年にマザーズに上場した会社の初値PER



2019年にマザーズに上場した会社のうち資金調達額(公募)で100億円を超えた会社は、情報・通信業から1社のみとなり、特に発行市場としての側面において、2018年と比べて盛り上がり欠けた印象となりました。資金調達額(公募)の中間値

も、IPO市場の傾向を反映してマザーズで6.9億円となり、3年連続で本則市場の市場第二部を上回ることになり、引き続き市場第二部のIPO市場としての魅力が減退しています。

図表17. 過去5年間の市場別の資金調達額（公募）の中間値の推移



4 まとめ

近年のIPO社数の推移は、リーマンショック後の2009年の19社を底に順調に回復し、2015年以降は、現状の制度下で適正値と推定される90社前後のIPO社数で推移しており、IPO市場は安定期に入っていると思われます。一方で、上場審査の厳格化、期初から上場日までの上場スケジュールの長期化などの影響により、2019年のIPO社数は86社（プロ向け市場を除く）となり、3年ぶりに90社を割り込むとともに、業種や業績、資金調達などの面において特筆される新たな傾向も見られました。

市場別では、新興市場マザーズが64社となり、市場創設以来最多のIPO社数となるとともに、市場占有率も史上最高の74.4%となり、3/4の会社がマザーズに上場しました。業種別では、情報・通信業が31社（48.4%）、サービス業が20社（31.3%）、2業種合計で51社（79.7%）となり、引き続き市場間、業

種間での偏りが見られましたが、近年のIPO市場の傾向に、大きな変化は見られませんでした。一方で、マザーズに上場した会社のうち、経常赤字の会社が16社（25.0%）となり、1/4の会社が赤字上場しました。また、初値時価総額で1,000億円を超えた会社は3社、資金調達額（公募）で100億円を超えた会社は1社のみとなり、2018年と比べて全体的に盛り上がり欠けた印象となりました。

福井県の県内企業については、2017年にユニフォームネクスト株式会社[3566]がマザーズに上場して以降、2年連続でIPO社数は0社となりましたが、2020年4月6日に株式会社松屋アールアンドディ[7317]がおおよそ3年ぶりにマザーズに上場しました。一方で、上場準備段階で足踏みしている会社も見られ、IPOに対する正しい理解と最新動向のモニタリングがますます重要になっています。

筆者紹介

株式会社福井キャピタル&コンサルティング バ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。

Scope

第3回 ベンチャー投資～ベンチャーキャピタルからの調達

1. はじめに

事業を営む上において必要不可欠な事業資金には、大きく分けて2つの種類があります。1つは、事業を継続させるための「継続資金」、もう1つは事業を成長させるための「成長資金」です。みなさまにも馴染みが深いと思われる国や地方自治体からの補助金・助成金や金融機関からの融資は、「継続資金」の調達手段となります。では、「成長資金」は、どのようにして調達するのでしょうか。本講座では、全5回シリーズで、「成長資金」の調達手段と、成長資金を調達するための「成長計画」について解説していきます。第3回は、主に「アーリー」から「ミドル」ステージの資金調達手段となるベンチャーキャピタルからの調達です。

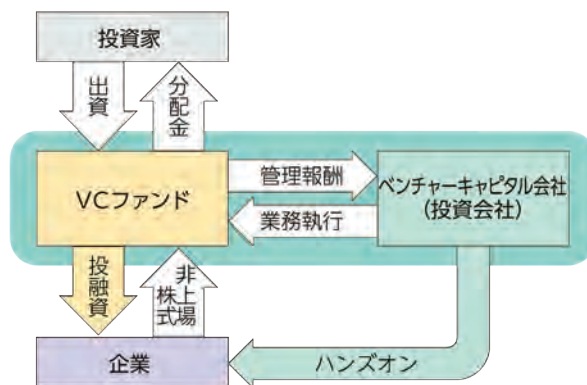
【定義】 事業ステージ

「事業ステージ」に明確な定義はありませんが、本講座では、新興市場のマザーズへの上場を想定して、おおむね売上1億円から10億円程度の成長志向の高い企業を「アーリー」から「ミドル」（または「エクспанション」とも呼びます）ステージと想定しています。このうち、「アーリー」ステージのベンチマークは売上数億円、経常黒字化として組織体制などの基盤整備の段階、「ミドル」ステージのベンチマークは売上10億円、経常利益率10%として事業成長の段階と想定しています。なお、「レイター」ステージは、上場準備の段階と想定しています。

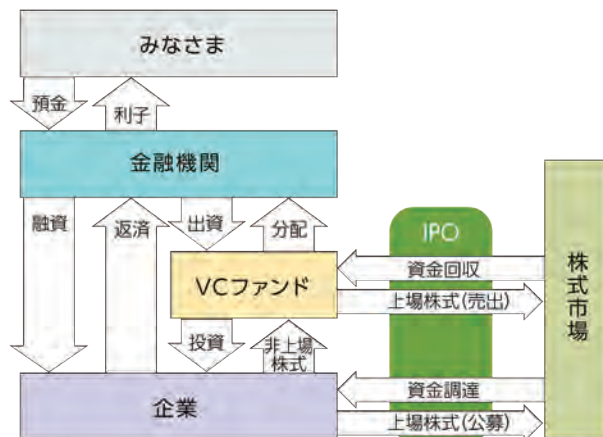
2. ベンチャーキャピタルのしくみ

図表1に、ベンチャーキャピタルのしくみを示します。一般にベンチャーキャピタル会社は、投資家から出資を募ってベンチャーキャピタルファンド（VCファンド）を組成し、このVCファンドから管理報酬をいただいてVCファンドの業務を執行するとともに、投資先企業に対して投融資とハンズオンを行います。コンサルティング会社は、クライアント企業からコンサルティング手数料をいただいて、その対価としてコンサルティング・サービスを提供しますが、ベンチャーキャピタル会社では、運営するVCファンドから管理報酬をいただいているため、投資先企業からコンサルティング手数料はいただきません。

図表1.ベンチャーキャピタルのしくみ



図表2.ベンチャーキャピタルと金融機関の資金の流れ



図表2に、ベンチャーキャピタルと金融機関の資金の流れを示します。

金融機関による「融資」の場合には、みなさま（個人や法人のお客さま）からお預かりした「預金」を原資として企業に「融資」を行います。これに対して、企業は元金と融資利子を返済し、金融機関は融資利子の中からみなさまに預金利子を支払います。一方で、ベンチャーキャピタル会社による「投資」の場合には、投資家から出資をいただいてVCファンドを組成し、このVCファンドから企業に「投資」を行います。これに対して、企業は、自社の非上場株式を返します。言い換

えますと、企業は、VCファンドに自社の株式を売ってその代金として資金をもらいます。商取引としてはこれで完結しますので、企業は、これ以外に元金や利子を支払う必要はありません。

しかし、ベンチャーキャピタル会社も、最終的には投資家に出資いただいた資金を返す（分配する）必要があります。このとき、ベンチャーキャピタル会社は、投資先企業の株式を他の投資家に売却して、資金を回収することになります。会社の株式を自由に売買できる市場を証券市場（株式市場）といいます。ベンチャーキャピタル会社から投資によって資金を調達した企業は、努力目標として株式市場への上場、すなわち「IPO（株式公開）」を求められることとなります。

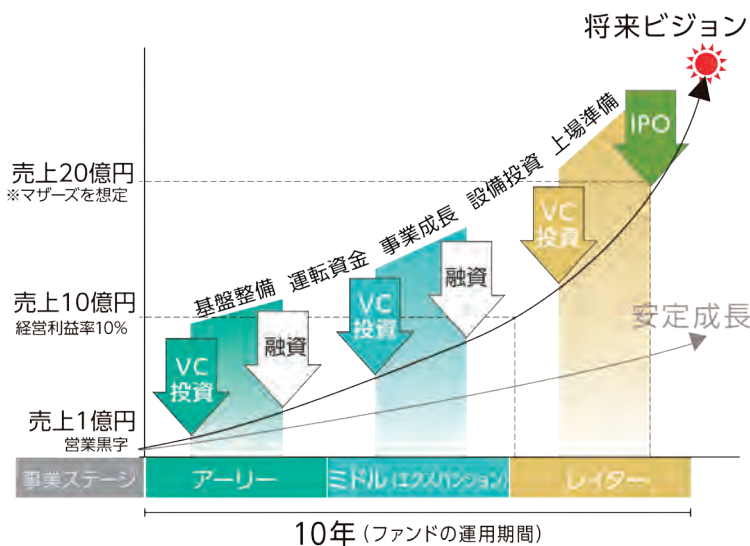
3. ベンチャーキャピタルの活用と成長イメージ

図表3に、ベンチャーキャピタルを活用した成長イメージを示します。ここでは、新興市場マザーズへの上場を想定しています。2019年にマザーズに上場した会社の上場直前期の売上高および経常利益の中央値は、売上高21.7億円、経常利益2.3億円となりました。ゆえに、ベンチマークとして、ファンドの運用期間である10年以内に売上高20億円、経常利益率10%程度の事業に成長できるかが投資判断のポイントの1つとなります。これを成し遂げるために最も重要なポイントは、「10

年後の将来ビジョン」です。IPOのメリット、デメリットはいろいろありますが、IPOは、公募増資による資金調達手段の1つです。IPOは目的やゴールとするものではなく、あくまでも手段であり通過点であると考えることが重要です。ゆえに、成長計画を策定するに際して最初に考えなければならないことは、10年後の将来ビジョンを実現するためにIPOが必要か、ということです。10年後の将来ビジョンを実現するためにIPOが必要でなければ、IPOを目指す必要はありません。成長計画については、本講座の第5回でくわしくお話しします。

VCファンドからの調達においては、一般に2～3回にわけて投融資が行われます。これは「マイルストーン投資」と呼ばれます。今回の投資条件としてマイルストーンを設定し、これをクリアした場合に次の投融資を行うというものです。例えば、アーリーステージにおける新規投資のあと、ミドルステージにおける追加投資のマイルストーンを組織体制などの基盤整備とした場合には、組織体制などの完成が次の投融資のタイミングとなります。次に、レイトーステージにおける追加投資のマイルストーンを事業成長が軌道に乗ることとした場合には、売上10億円の達成などが次の投融資のタイミングとなります。ベンチャーキャピタルを活用した成長とは、10年間に2～3のマイルストーンを設定し、適宜の投融資を受けながらマイルストーンを1つずつクリアしていく成長イメージとなります。

図表3. ベンチャーキャピタルを活用した成長イメージ



4. まとめ

福井銀行の投資子会社である株式会社福井キャピタル&コンサルティングは、2018年3月に福井県初の地域ベンチャーファンドとなる「ふくい未来企業支援ファンド」を設立しました。本ファンドは、すでにIPO志向をお持ちの福井県内の企業さまに特化したIPOファンドとなりますが、今の時点でまだIPOを目指すかどうか悩まれている企業さまからの様々なご相談にもお応えいたします。ベンチャー投資にご関心をお持ちの企業さまがいらっしゃいましたら、お近くの福井銀行もしくは株式会社福井キャピタル&コンサルティングまでお気軽にお問い合わせください。

資金調達セミナーのご案内

本講座は、(公財)ふくい産業支援センター主催にて不定期開催している資金調達セミナー「成長資金の調達～スタートアップからIPOまで」の要約版です。同セミナーの受講は無料です。

セミナーの詳細は、(公財)ふくい産業支援センター担当の岡田氏(電話番号:0776-67-7416)までお問い合わせください。



中国における5G、AIの現状

福井県上海事務所 副所長 藤田 智

1 「2019年世界人工知能大会」開催

2019年8月29日から31日までの日程で、「2019年世界人工知能大会」が上海市で開催されました。本大会は、上海市政府が、国家発展改革委員会、科学技術部、工業和信息化部、国家インターネット情報弁公室、中国科学院、中国工程院と共同で開催した大会です。今回の大会のテーマは「知能のつながり、無限の可能性」で、ハイエンド化、グローバル化、プロフェッショナル化、市場化、インテリジェント化を特色とした大会となりました。

大会には、中国国内外の教育機関、最先端企業、国際組織など500余りのゲストが参加し、200を超え

るイベントが同時開催され、会期中には303社が出展、延べ24万人の来場者となりました。今回、上海市経済情報化委員会・商務委員会の協力を得て、上海日本商工クラブの一員として視察に参加しました。

視察では、ファーウェイ、アリババ、テンセントなど中国の大手情報・通信企業や、IBM、マイクロソフトなどのグローバル企業が出展したAI(人工知能)の応用展示ブースにて、最新のAI技術を実体験しました。展示ブースでは、顔認証やVR(バーチャルリアリティ)を応用した、近未来の世界を予感させる展示が各所で見られました。

■注目を集めていた展示の様子をご紹介します!

監視カメラによる人判別のモニター

AIが瞬時に顔を見つけ出し、顔から年齢や性別、眼鏡の有無、喜怒哀楽の感情などを判別し、モニターに表示しています。

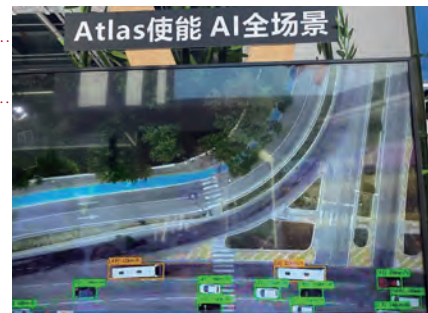


店舗での利用を想定した顧客認証のモニター

AIが瞬時に顔を判別し、顔ごとに番号を付与します。性別や推定年齢、来店回数、滞在時間などを顧客データとして収集し、モニターに表示しています。

上空カメラでの高速道路モニタリング

AIが車の車種や速度を瞬時に判別し、道路状況を表示しています。



運転席カメラモニター

AIが居眠りなどの運転者の動作を瞬時に判別し、警告音を出す仕組みです。写真では、携帯電話の使用をAIが認識している様子が表示されています。



近未来のコーヒーショップ

専用の眼鏡を装着した女性にだけ、何もない空間上にメニューが見えており、指で広げたりスクロールしたりタッチしたりして、コーヒーを注文している様子です。VRを応用した技術の組合せにより、商品を見るだけで空間に詳細な商品情報を映し出せたり、建設現場で設計図を立体的に映し出して実物との照合を行うなど、多様な活用方法が想定されています。

ファーウェイの5G基地局の模型

5G(第5世代移動通信システム)は、4Gに比べて多数の基地局の設置が必要になります。小型で安価な同社の製品は、競争力がある一方で、安全保障の観点から米国や日本を中心に導入が見送られるなどの状況も発生しています。



2 迫る5G、AIの普及

中国では、2019年11月から、北京や上海などの大都市を中心に、5Gの商用サービスが正式に開始されました。日本でも、2020年3月末からNTTドコモ、KDDI、ソフトバンクがサービス提供を開始し、楽天モバイルも2020年6月のサービス開始を予定しています。

従来の4Gでは、データ量が大きい画像や動画などの移動通信が可能になったことで、スマートフォンの普及に呼応して、LINEなどのメッセージアプリやYouTubeなどの動画共有サイト、Instagramなどの写真共有アプリなど新たなサービスが数多く誕生しました。中国でも、微信(英名: WeChat、LINEのようなメッセージアプリ)や抖音(英名: TikTok、短尺動画投稿アプリ)などの多種多様なサービスが生まれ、支付宝(英名: Alipay)や微信支付(英名: WeChat Pay)は、QRコード決済アプリとしてもはや日常生活に欠かせないものになっています。

5Gでは、超高速、超低遅延、多数同時接続の3つの特徴により、車の自動運転や遠隔医療、スマート家電やスマート物流、スマート工場など、これま

では不可能だった新たな次元のサービスが誕生し、今よりも高度なIoT時代が到来するといわれています。

中国のAI開発は、世界でも最先端を走っているといわれており、今回紹介した新技術や新製品・新サービスのように、AIの各種認識能力、データ処理能力には目を見張るものがあります。一方で、使い方を誤れば恐ろしくもあります。

今回、AIと5Gの組合せにより、あらゆるものがインターネットで繋がり、瞬時に情報を伝達し、AIが情報を処理してまた伝達する、そんな世界が迫っていることを実感しました。また、中国がこれらの先頭集団にいることも実感しました。

企業にとっては、AIや5Gの普及後の社会を想定して、今から対策していくことが重要なのではないかと感じています。福井県上海事務所では、今後も中国における様々な最新情報を収集してまいります。

中国への販路拡大や中国への進出をご検討されているお客さまがいらっしゃいましたら、お近くの福井銀行までご相談ください。



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。第10回は、大野市でフラワーショップを経営されているテンメリア代表の三橋展子さんです。よろしくお願いします。

テンメリア / 三橋展子さん (以下「三橋」)
よろしくお願いします。

廣部 三橋さんとは、WiLがオープンしたところから「ふくい元気女子」や「ふくむすび会(福井の女性起業家交流会)」で一緒にさせていただき、最近では、季節のリースやスワッグ、コサージュなどのワークショップもたくさん開いていただいております。

三橋 これまではブライダルフラワー専門でやってきましたので、どうしてもご結婚をお考えのお客さまに限定されてきましたが、WiLさんでいろいろなワークショップをさせていただくようになってからは、これまでご縁のなかったようなお客さまも来ていただき、さらにリピーターになってくださる方もおられて、こちらで開催させていただけて本当によかったなと思います。

廣部 三橋さんがフラワーデザイナーになられたきっかけは何でしたか。

三橋 元々は、特に花屋さんになりたいと思っていたわけではありませんでしたが、高校生のころ、ちょうど進路を決めるころに、たまたま友達に借りたファッション雑誌にキャリアウーマンを紹介していた企画がありました。私が見た記事ではフラワーデザイナーが紹介されており、この記事を見た瞬間、私はこれになりたいんだ!と直感的に思いました。今でこそ、フラワーデザイナーやフラワーコーディネーターと言われれば世間での認知度もそこそこありますが、そのころは、両親も先生も何それ?という感じで。そもそも、どうやってなるの?というところから何とか自分で調べてみたところ、当時は、花屋で修業しながらフラワーデザインスクールに通って資格を取るのが一番よいのかなということで、寮のある花屋さんが大阪に1軒だけあったので、そちらに就職して働きながらスクールにも通って、(公社)日本フラワーデザイナー協会のフラワーデザイナーの資格と講師の資格を取りました。大阪には、5年半いました。

廣部 それからすぐに福井へ戻ってこられたのですか。

三橋 資格を取ってさあどうしようかなと思っていたのですが、たまたま姉と話していたときに、福井に全国チェーンのホテルが来るみたいだよ、そこで結婚式もできるみたいよと聞きまして、すぐに大阪にあった系列のホテルに問い合わせしてみました。福井のホテルに開業準備室というところ

があるということをお聞きして、履歴書を送ったところ、テナントとして入られた花屋さんの社長からご連絡をいただいて、福井に戻ってくることになりました。福井のホテルでは、開業から12年働いたことになりました。

廣部 結構、自分からぐいぐいいかれるのですね(笑)。ホテルの花屋さんでのお仕事はいかがでしたか。

三橋 当時は年間240組もの結婚式があった時代でしたから、とにかく忙しい。従業員に何でも任せてくださる社長だったということもあって、仕入れから経理、ブーケ作り、花壇の植え替えまで、何もかも少ないスタッフでやらなくてはいけなくてとにかく大変でしたが、とてもやりがいのある職場でした。大野の実家から通っていましたが、大野には寝に帰るだけ、ピークときにはホテルで寝泊まりをしていました。

でも、結婚式って一生に何度もあることではありません。技術はあるので手際よくブーケなども作って、お客さまも素敵って喜んでくださるのですが、できればお一人おひとりにもっと時間をかけて、より高いレベルで満足していただけるものを作ってあげたいというジレンマもありました。独立してやっていけるかどうかはわかりませんでした。たとえ月に1個のご注文でも、その1個に集中して作ってあげたいという想いで、2004年にブライダルフラワー専門店としてテンメリアを起業しました。

廣部 実際に独立されてみていかがでしたか。

三橋 ホテル時代も、ブーケは私がほぼほぼ担当しておりましたので、ありがたいことに、独立したあとも取引先の美容師さんや衣装屋さんからご注文をいただき、お店は好調でした。

廣部 起業されてみて、何かご苦労はありましたか。

三橋 ホテル時代に仕入れから経理までいろいろなことを経験したことが、いざ独立してみて一番役に立ったことかもしれ



Nobuko Mitsuhashi

略歴

大野市生まれ。地元高校を卒業後、大阪の花屋で修業。その後、福井市内のホテルの花屋にてブライダルフラワーを担当し、2004年にブライダルフラワー専門店フラワープロデュース「テンメリア」を起業する。2019年に大野市に店舗移転するとともに、2020年には福井市にオープンしたサイゴンカフェの一角にも出店。お花のギフト、ブライダル装花、造花レンタル、ワークショップなどの事業を展開する。ブライダルブーケについては、これまで延べ8千個を制作する。(公社)日本フラワーデザイナー協会1級フラワーデザイナー・講師、カラーコーディネーター1級。

※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。



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。

ません。基本的に私はあくまでも職人で、この仕事が好きで独立したところもありましたので、経営者としてはまだまだです。ちょうど独立して6年目に結婚し、その2年後には出産もしまして。自分の両親と同居していることもあって、出産の前後で1か月ほどしか休んでいないのですが、自営業ですから比較的自分の自由になりますので、ブーケの仕事が入ったときに1日3~4時間程度、週3~4日程度、アルバイトさんにも助けていただきながら、自分のペースで仕事をすることができました。

廣部 昨年、福井から大野にお店を移転されましたね。

三橋 ちょうど福井でお借りしていた店舗が建て替えの時期になりまして、いろいろと考えましたが、一度大野に帰ってお店を出してみるのもよいかということで、実家の倉庫を改装して移転しました。数年前からブライダルも様変わりしてきましたので、いろいろなことを変えていくには、ちょうどよいタイミングだったのかもしれない。

廣部 最近の結婚式は、昔とはかなり変わりましたね。

三橋 そうですね。結婚式のスタイルも変わりましたが、結婚に対する考え方もかなり変わってきていますね。昔からの結婚式場も、何件も閉鎖しました。ブライダルプランナーさんも廃業された方がおられますし、美容室でもブライダルはやめたところがあります。おのずと私のところへの注文も減ってきていましたから、ブライダルフラワー専門でやっていくには厳しい時代になりました。数年前からは、造花のレンタルを始めたり、母の日などの注文も受け始めました。小売りももう一度見直してみようかなと考えていたときにお店の移転の話となり、紆余曲折を経て、大野のお店は小さな花屋さんに落ち着きました。今は、お花1本からでもお売りしています。

廣部 2月からは、福井のサイゴンカフェさんにもお店を出されていますね。

三橋 福井で長くお店をしておりましてので、福井のお客さまもたくさんいらっしゃいます。福井にも、ちょっとした打ち合せなどができるスペースがあるといいなと思っていたところ、サイゴンカフェさんからうちの一角を使ってくださいっていいですよとお話をいただきましたので、まずは造花のアレンジを置かせていただいたり、ワークショップを開催させていただいたりするところから始めてみました。私も、福井と大野を往復することになりますし、どういふスタイルのお店がよいか、もうしばらくは手探りになりますね。

廣部 好きなことを極められてお仕事にされている姿はうらやましいですね。

三橋 最初からやりたい仕事が見つかって一つのことを長くやってこられたことは、とても幸せなことだと思います。この仕事は奥が深くて、まったく飽きません。花屋になって3年目のころには、花以外の知識も勉強したいと思い、東京の美術短期大学の通信教育も受けました。通信教育の卒業には6年もかかりましたが、その間、仕事と花の資格試験、そして大学の通信教育を両立していくことはとても大変でした。しかし、その時のがんばりは今も生きていますし、今も常にいろいろなことを学んでいきたいという気持ちを持って、日々の仕事に取り組んでいます。

廣部 これからも、このお仕事を続けていきたいと思われませんか。



WIL 所長 廣部 靖子



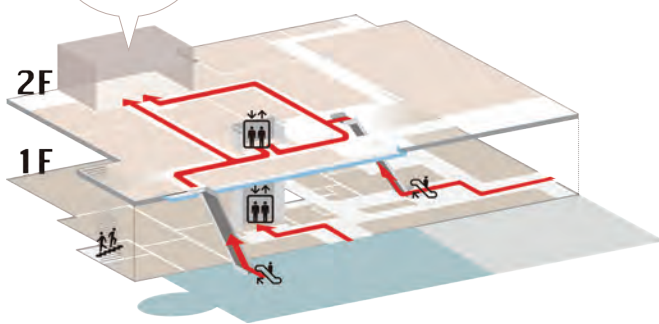
三橋 はい、好きな仕事ですから。でも、お花の仕事って、やはり世の中が平和でないとできません。戦争をしている国でお花を贈ったり飾ったりということはできません。自分もそうですが、家族やお客さまが健康で平和であることが、この仕事を続けていける条件だと思います。この仕事をずっと続けていけるような世の中であったり、自分を取り巻く環境であったりすることが大切だと思います。

廣部 最後に、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。

三橋 人に偉そうなことが言える立場ではありませんが、私が仕事を選ぶ基準は、お給料やお休みなどの条件よりも、自分がその仕事をしたいかどうかということにありまして、「いま好きなことを仕事にできているか」という部分は、一番大事にしています。自分が好きでやっているのであれば、多少大変なことがあっても乗り越えることはできるものです。

あとは、常に感謝の気持ちを忘れないことでしょうか。私の仕事は、お客さまの幸せを形に表す仕事ですから、ご縁をいただいたお客さまがどうすれば喜んでもらえるかということを常に考えて仕事をしています。この一つひとつの積み重ねが信頼につながっていきますし、ご紹介や口コミという形で新しいお客さまにもつながっていきます。そこまでしなくてもいいのでは?と言われることもありますが、そこはアナログな人間なので(笑)。でも、こういう時代だからこそ、それもまた大事なのではないかなと思います。

文：前田 英史



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
<https://www.fukuibank.co.jp/wil/>

【営業日時】

- 平日 11:00~19:00
- 休日(土日祝日) 10:00~17:00
- 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	
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
2018年	75,111	1.4%	43,198	2.8%	17,903	6.8%	322,927	7.8%	60.9%	1.4
2019年										
2	5,737	2.6%	4,010	14.1%	1,738	13.6%	396,091	61.1%	78.4%	30.8
3	6,209	5.6%	6,691	▲9.0%	2,507	▲9.7%	291,423	▲14.2%	70.9%	▲8.4
4	5,881	▲0.3%	2,990	1.7%	1,307	▲2.2%	338,172	14.5%	68.6%	7.1
5	6,013	2.4%	3,207	6.0%	1,372	10.6%	279,904	▲14.7%	73.2%	▲13.1
6	6,308	2.8%	3,499	▲1.7%	1,423	▲2.3%	292,491	18.5%	38.2%	3.4
7	6,012	▲2.1%	3,761	6.4%	1,495	0.5%	280,159	▲8.2%	53.8%	4.2
8	6,513	▲0.3%	3,066	7.6%	1,299	12.5%	385,908	▲10.0%	82.2%	▲2.0
9	5,859	4.8%	4,576	21.0%	1,955	26.8%	292,864	1.7%	74.6%	▲1.8
10	5,626	▲4.1%	2,319	▲31.7%	983	▲31.8%	323,632	▲12.7%	62.1%	▲11.0
11	5,993	▲7.7%	2,859	▲19.3%	1,193	▲17.7%	257,001	▲15.3%	63.6%	▲24.5
12	7,452	▲0.7%	2,525	▲13.1%	982	▲17.8%	296,018	▲23.7%	32.7%	▲4.8
2020年										
1	6,939	▲2.7%	2,696	▲3.3%	1,168	▲4.0%	290,276	▲1.3%	70.2%	1.3

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（2015=100）（※1）									
	生産						出荷		在庫	
	総合		機械工業（※2）		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		
2016年	101.3	1.3%	98.8	▲1.3%	96.8	▲3.3%	103.6	3.6%	92.1	▲12.0%
2017年	108.4	7.0%	111.5	13.3%	96.4	▲0.2%	109.0	5.2%	97.4	5.8%
2018年	109.0	0.6%	115.9	3.5%	94.8	▲1.8%	108.5	▲0.5%	109.7	12.6%
2019年										
2	107.1	▲0.2%	110.7	▲9.3%	98.2	10.4%	104.6	▲3.7%	116.5	16.8%
3	107.6	▲3.8%	116.9	▲2.7%	94.7	▲3.6%	104.0	▲8.1%	120.6	18.0%
4	100.9	▲10.1%	96.3	▲20.2%	94.7	▲1.3%	105.3	▲2.8%	117.8	13.4%
5	106.3	▲3.4%	118.7	1.6%	95.2	▲2.7%	110.4	▲0.4%	109.7	5.8%
6	94.2	▲16.7%	93.3	▲28.2%	94.1	▲1.4%	99.4	▲12.9%	114.8	7.2%
7	97.9	▲9.6%	94.7	▲16.8%	96.9	1.0%	101.9	▲5.4%	112.9	7.6%
8	94.7	▲13.9%	93.2	▲19.5%	94.7	▲2.5%	98.8	▲10.7%	111.3	5.0%
9	98.4	▲7.2%	94.0	▲12.5%	97.7	4.5%	103.2	▲1.4%	110.4	3.2%
10	94.0	▲13.7%	91.1	▲18.6%	97.8	3.2%	97.0	▲10.7%	109.5	2.9%
11	93.4	▲14.3%	93.9	▲16.6%	96.3	2.6%	96.4	▲10.1%	107.9	▲2.2%
12	92.2	▲12.8%	90.1	▲16.7%	94.0	1.0%	96.2	▲6.8%	106.7	▲6.2%
2020年										
1	96.8	▲7.1%	104.6	▲0.4%	95.1	▲1.7%	98.6	▲3.5%	107.0	▲6.3%

資料出所 福井県総合政策部政策統計・情報課

（※1）2019年4月、基準改定。また、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。（※2）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

	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	
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%	189,218	0.1%
2018年	4,337	8.2%	2,492	6.0%	1,450	17.1%	374	▲9.0%	186,927	▲1.2%
2019年										
2	353	96.1%	201	48.9%	128	300.0%	23	76.9%	17,890	20.4%
3	467	20.7%	237	21.5%	188	13.3%	40	53.8%	18,220	5.7%
4	449	41.2%	266	13.2%	64	88.2%	116	136.7%	17,872	9.5%
5	440	15.5%	277	23.7%	85	▲33.6%	77	175.0%	17,411	9.3%
6	405	▲4.5%	234	▲3.3%	122	▲10.3%	48	6.7%	18,126	12.4%
7	463	6.7%	237	3.9%	198	14.5%	27	▲15.6%	18,989	16.8%
8	407	4.6%	212	8.2%	124	▲25.3%	70	159.3%	17,152	9.9%
9	400	1.0%	222	▲4.7%	144	21.0%	33	▲23.3%	18,118	14.4%
10	473	26.5%	223	▲6.3%	225	108.3%	25	25.0%	19,124	15.2%
11	435	▲8.2%	195	▲25.9%	195	15.4%	45	36.4%	17,862	6.8%
12	405	12.5%	190	6.7%	178	14.1%	35	34.6%	17,464	7.0%
2020年										
1	298	2.1%	123	▲17.4%	140	13.8%	33	83.3%	17,011	▲3.1%

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		
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%	
2018年	429,900	16.0%	196,827	48.3%	97,411	30.3%	50,750	▲22.6%	8,341,271	▲19.6%	
2019年											
2	27,809	9.5%	15,649	213.7%	3,385	▲80.8%	510	▲76.9%	789,760	42.2%	
3	43,931	39.0%	21,741	64.2%	4,146	▲66.6%	4,991	138.9%	1,149,244	121.9%	
4	19,176	15.4%	8,416	25.5%	4,020	▲40.5%	3,347	93.0%	314,450	1.8%	
5	22,336	▲16.1%	9,689	▲21.4%	2,021	▲69.6%	1,436	▲74.1%	403,856	▲11.2%	
6	26,347	▲27.3%	8,844	140.5%	7,037	▲59.1%	4,359	▲59.2%	548,615	▲11.6%	
7	56,327	▲1.4%	20,101	▲47.1%	8,511	106.3%	14,512	93.7%	2,189,925	143.6%	
8	28,626	▲22.4%	14,708	21.4%	2,154	86.2%	7,516	▲16.4%	556,793	29.5%	
9	58,321	▲40.9%	19,948	▲71.5%	917	▲75.7%	33,518	443.7%	882,578	▲57.0%	
10	24,712	▲36.7%	11,042	23.0%	3,997	▲72.3%	6,463	425.4%	588,606	▲57.4%	
11	20,688	17.7%	5,437	▲53.6%	4,991	109.2%	3,569	83.2%	403,388	40.9%	
12	40,824	68.7%	1,804	▲73.2%	2,369	▲22.6%	26,303	2029.8%	1,266,188	137.0%	
2020年											
1	13,436	▲13.3%	2,442	▲67.6%	3,376	▲34.5%	6,355	633.0%	964,115	267.5%	
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	
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%
2018年	36	▲10.0%	25,189	372.9%	29,277	15.4%	99,665	3.7%	117,328	14.1%
2019年										
2	2	100.0%	21,949	19673.9%	1,770	▲5.7%	6,519	▲5.7%	9,312	▲13.8%
3	0	-	0	-	2,083	▲37.6%	8,223	▲5.8%	9,651	46.0%
4	2	▲33.3%	100	100.0%	1,652	▲77.7%	8,609	▲3.6%	8,384	▲0.2%
5	5	0.0%	10,231	1534.3%	1,030	▲72.1%	7,852	▲16.4%	8,535	▲27.5%
6	7	600.0%	1,629	3094.1%	1,610	▲16.8%	7,302	▲16.2%	7,361	11.6%
7	4	100.0%	663	761.0%	1,730	19.5%	7,591	▲8.7%	8,434	▲19.5%
8	3	200.0%	342	521.8%	1,853	2.7%	7,624	▲12.8%	7,993	9.1%
9	5	0.0%	752	194.9%	1,373	▲17.3%	6,764	▲12.8%	10,720	▲2.3%
10	6	0.0%	545	0.0%	1,569	▲18.7%	7,444	▲16.8%	6,474	▲47.0%
11	5	▲16.7%	321	70.7%	1,317	▲35.3%	7,302	▲8.5%	7,587	▲41.3%
12	2	0.0%	80	▲87.6%	2,185	2.5%	7,579	▲0.4%	8,533	▲7.8%
2020年										
1	5	66.7%	320	▲59.6%	1,577	12.6%	6,885	6.0%	7,344	▲14.2%
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						延べ宿泊者数		有効求人倍率	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	
2016年	30,005	11.8%	14,575	0.2%	15,429	25.4%	3,709,190	-10.9%	1.82	1.6%
2017年	32,392	8.0%	16,213	11.2%	16,178	4.9%	3,586,770	-3.3%	2.02	1.6%
2018年	33,017	2.0%	17,186	6.0%	15,830	2.2%	4,056,940	13.1%	2.10	1.6%
2019年										
2	2,810	19.5%	1,372	12.9%	1,438	26.7%	283,370	18.9%	2.14	1.7%
3	2,990	3.0%	1,506	▲2.7%	1,484	9.6%	325,280	1.0%	2.12	1.5%
4	3,051	5.7%	1,614	0.8%	1,437	11.8%	340,110	24.4%	2.09	1.6%
5	2,264	▲11.4%	1,274	▲4.5%	989	▲19.0%	334,990	12.2%	2.06	1.5%
6	3,709	36.0%	2,110	48.5%	1,599	22.4%	295,330	2.0%	2.02	1.4%
7	3,145	18.9%	1,563	14.6%	1,582	23.4%	389,250	9.7%	2.01	1.2%
8	2,838	21.6%	1,567	14.0%	1,270	32.5%	579,900	6.3%	1.98	1.3%
9	3,088	10.3%	1,749	19.3%	1,338	0.4%	365,160	-1.4%	1.99	1.5%
10	2,630	▲13.6%	1,480	▲0.2%	1,149	▲26.4%	310,120	-23.1%	2.01	1.7%
11	3,479	21.8%	1,620	14.7%	1,858	28.8%	381,060	3.5%	1.99	1.7%
12	3,525	6.8%	1,844	13.9%	1,681	▲0.1%	330,620	-3.9%	2.02	1.7%
2020年										
1	2,905	12.2%	1,487	4.2%	1,418	22.0%	248,040	-5.3%	1.93	1.7%
資料出所	財務省貿易統計						観光庁		福井労働局	県政策統計課

(※3) 有効求人倍率の年度は原数値、月別は季節調整値。 有効求人倍率の2019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。

お客さまにピタリとはまるピースを。



ピタッ!

代金回収サービス「ふくいネット」

全国のどの金融機関からでも迅速かつ正確に口座振替で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。



ピタッ!

システムインテグレーション

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。



ピタッ!

エレクトロニックバンキング

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)
<https://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

〒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

本年度に入る直前ころから福井県内でも新型コロナウイルスの感染者が急増し、人口当たりの感染者率が全国でも上位となりました。本号が発刊する時点でも、決して楽観視ができない状況だと思われます。

新型コロナウイルス感染症の発生により影響を受けられたみなさまに心よりお見舞い申し上げます。

3月に調査いたしました県内の2020年1～3月の景況観は、前回見通しを大幅に下まわる結果となりました。昨年の消費増税と暖冬の影響により、景気の悪化が予想されていましたが、その予想を超える結果となり、4月～6月の見通しは更に悪化が継続する予想となっています。

このような状況下におきまして、福井銀行グループでは、喫緊の資金繰り支援に加え、経営戦略の見直しやコロナショック収束後の景気回復局面を見据えた成長戦略支援などにも積極的に取り組んでいます。

本号では、株式会社宝石時計の武内グループの事業承継事例を紹介させていただきましたが、こうした中小企業の経営課題に対応したきめ細やかな支援を行ってまいります。

今後も旬な話題を提供してまいりますので、引き続きご愛読をよろしくお願いいたします。

(松浦)

The logo for Fukugin JOURNAL features a stylized blue and white graphic on the left, followed by the word "Fukugin" in a smaller font and "JOURNAL" in a large, bold, serif font.

2020年 桜花号 SPRING / 2020年4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)
角屋敷 直蔵 (福井 C & C)
水上 佳朗 (福井 C & C)
編集 山崎 克哉 (福井 C & C)
西村 喜美 (福井 C & C)
藤田 あさ香 (福井 C & C)
編集補助 松村 恵利子 (福井 C & C)
写真 (表紙.P10-13左.P34-35)・イラスト・図・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・複製することを禁じます。



福銀ジャーナル 2020年4月 桜花号

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

