

地銀協レポート

vol. 10

2023.9.13



report1.

おいしいお酒と地方銀行

report2.

地方銀行の海外展開支援

おいしいお酒と地方銀行	「地」酒の陰に「地」銀あり	2
地域の魅力を世界へ！	地方銀行における取引先の海外展開支援	7
協会ニュース		12
— 地方銀行における「地域密着型金融」に関する取り組み状況を公表しました		
— 「データサイエンス入門講座」を滋賀大学彦根キャンパスで開催しました		
— 銀行を騙ったメールやSMSにご注意ください！		
統計グラフ		14
地方銀行の海外拠点の状況		



Cover photo — No.001

福岡銀行 本店

福岡市中央区天神2-13-1



世界的に有名な建築家・黒川紀章氏が設計し、1975年に完成した12階建ての建物です。最大の特徴は、地上30メートル以上の吹き抜けとなっている大規模な公共空間。芝生のある広場など、彫刻や緑に彩られたスペースとなっており、カフェショップも併設されています。お昼時になると、開放された席でたくさんの方がお弁当を食べたり、談笑したりしています。

また、ステージとして使用できるウッドデッキでは、「ビルの谷間のコンサート」と題した地域の音楽イベントや、物産展なども随時開催。冬になると巨大なクリスマスイルミネーションを点灯し、まちの風物詩となっています。地下には、約700席の音楽ホール（FFGホール）があり、音響性能が高く、ニューイヤーコンサートをはじめ、様々な地域イベントにも活用されています。

2008年に中央区大手門の新本社ビルに本部機能が移され、現在は本店営業部のほか、グループ関連会社が入居しています。

これまでに国内の優秀な建築作品を表彰するBCS賞や、福岡市都市景観賞、25年以上にわたり建物の存在価値を発揮して地域社会に貢献してきた建築物を表彰するJIA25年賞などを受賞。市民の憩いの場として福岡のまちで愛される建物になっています。

おいしいお酒と地方銀行

—— 「地」酒の陰に「地」銀あり

業務部 公務室 部長代理 伊藤 由紀
調査役 松田 有加

- 国内アルコール市場が縮小傾向にあるなか、各地の酒造会社においては、商品の差別化や高付加価値化、海外展開等を通じ、新規の需要拡大に積極的に取り組んでいます。
- 食品や農業に関するビジネスには、消費者の趣味・嗜好、自然環境といった特有の不確実性が存在します。地方銀行は、酒造りを重要な地場産業と位置づけ、そうした事業者に対して、中長期的な目線から、投融資、コンサルティング、情報発信等の支援を提供しています。
- 本稿では、地域発の新たなお酒文化の創出につなげるユニークな取り組みを、日本酒・ワイン・焼酎の3つの事例でご紹介します。

はじめに

「カンパニー！」。繁華街に、観光地に人が戻ってきました。テーブルを彩るのはお洒落なラベルをあしらった全国各地のお酒。そういえば、最近、大手メーカーの定番ブランドばかりでなく、地酒、地ビールなど、地方の息吹を感じさせるお酒が増えてきたと思いませんか。

その一方、国内アルコール市場は、人口減少やライフスタイルの変化等を背景に中長期的に縮小傾向にあるとされ¹、

各地の酒造会社においては、これまでの伝統的な製造・販売手法にとらわれず、商品の差別化や高付加価値化、海外展開等を通じ、新規の需要拡大に積極的に取り組んでいます。

今回の本レポートでは、そんな地方発のお酒造りに奮闘する酒造会社と、それを支える地方銀行の日本酒・ワイン・焼酎にまつわる事例をお届けします。

【日本酒】群馬銀行×近藤酒造 ——海外向けプロモーション動画で世界を狙う

上毛三山をはじめとした美しい自然に囲まれ、澄みきった水と上質の米に恵まれた群馬県。清酒造りに適したこの地には26社の蔵元が存在しており、明治8年創業の老舗の近藤酒造もそのひとつです。キリッと端麗でやや硬水な赤城山の伏流水の特徴を活かし、日本酒特有の甘さを控え、食事と一緒に楽しめる辛口に拘り、伝統技術者の南部杜氏が管理することで品質本位の酒造りを行っています。

同社は、日本酒市場の縮小への危機感から、早くから海外市場に目を向け、毎年、アメリカのロサンゼルスとニューヨークで開催される日本食の展示会に参加。同社が誇る最高品質の純米大吟醸「黒檜」（くろび）は、現地の高級志向の消費者層を捉え、本品を提供する高級日本料理店等も徐々に増えていったとのこと。ところが、そこにコロナ禍が襲いました。これまでプロモーションの柱となっ

た海外向け展示会は軒並み中止となり、飲食店の多くも閉店に追い込まれるなど、築き上げてきた海外の取引先数も減少してしまいました。



▲ 近藤酒造外観。明治8年創業。現在の近藤 雄一郎取締役社長が6代目社長となっている。

そんな時、取引先企業の海外展開支援に力を入れている**群馬銀行**から、「SNSを活用して、日本に居ながらにして海外マーケティングをしてみませんか」との提案が届きました。

群馬銀行が近藤酒造に提案したのは、企業向け動画制作を

行う同行の提携業者とともに、海外業者向け販売支援動画やイメージビデオを作成することです。同行は、企業が作成したいイメージビデオのコンセプトに合わせて、毎回異なる提携業者を複数ピックアップし、相見積りをとったうえで選定しています。

【群馬銀行が提供する海外展開支援メニュー】

群馬銀行コンサルティング営業部海外取引支援室では、アジア、北米等の海外拠点・業務提携先とのネットワークを活かし、右表の各種海外展開支援メニューを提供。特に、イメージビデオの作成は群馬銀行ならではのアピールポイント。

カテゴリー	具体的な内容
海外進出	・進出先の政治、経済、法制税制等に関する情報提供 ・海外現地法人設立に関する情報提供 ・国内外の業務提携先を活用した情報提供 等
海外現地法人の資金調達	・クロスボーダーローン、スタンドバイL/C 等
販路拡大	・海外での商談会等のビジネスマッチングサービスの案内 ・海外業者向け販売支援動画やイメージビデオの作成 ・通関業者、損害保険会社の紹介
為替リスクヘッジ	・為替予約取引、外為系デリバティブ
ビジネスネットバンキング	・外国送金、外貨預金振替、輸入信用状サービス、為替予約等

撮影は、近藤酒造の近藤社長だけでなく群馬銀行も立ち会いの下、2日間に渡って行われました。同社のコンセプトを的確に表現できるよう、長年、同社と取引があり、同社の海外戦略にも携わってきた群馬銀行が動画制作会社との間に入って調整しました。色使いや翻訳の細かなニュアンス等についても、群馬銀行の海外拠点の現地スタッフに確認するなどして速やかに対応。

完成した「黒檜」の動画は、あえて商品名や製造方法等の情報は最小限にとどめ、黒を基調に、欧米人が日本文化に対して持つ畏敬を感じさせる神秘的な仕上がりとなっています。近藤酒造のSNS²を通じて、国内外の多くの人に閲

覧されています。今後は、徐々に再開されてきた海外展示会で放映するなど、更なる活用を検討しているとのこと。もしかしたら、海外向けの動画がきっかけとなり、国内でも新たな日本酒のイメージの再発見につながる、そんな展開も期待できるのではないのでしょうか。



▲ 完成した「黒檜」のイメージ動画の一部。



▲ 1本1本シリアルナンバーが付く近藤酒造最高の日本酒「黒檜赤城山」。



【ワイン】東北銀行×はちのヘワインナリー ―腰を据えたファンド出資で醸造家の夢を追う

日本を代表する漁港、青森県八戸市。漁業のイメージが強い八戸市ですが、かつては日当たりが良い南部の山間部を中心に、葉たばこの生産が盛んに行われていました。しかし、時代とともに国内の葉たばこ需要は減少。その結果、多くの畑が遊休地となってしまいました。

八戸駅から内陸に向かって車で30分弱。山々に囲まれたなかに、まだ真新しい「はちのヘワインナリー」の工場があります。八戸市は、遊休地の再生や農業の付加価値の向上および地域経済の活性化を目的として「八戸ワイン産業創出プロジェクト」を開始。同市出身の事業家である亀橋代表は、本プロジェクトを担うべく2019年6月にはちのヘワインナリーをオープン。県内在住の有名なソムリエ兼醸造家や、全国規模の小売事業者のワイン流通責任者と面識があったこともあり、一念発起してワイン製造を手掛けることにしました。

しかし、ワインの原料となるぶどうづくりで大きな壁にぶつかります。工場オープン当初、自然派のワインを目指し、2万株のぶどうの苗木を無農薬や有機栽培で育てていましたが、農業経験がまだ乏しい同社にとって、この手法は非常に難しく、結果的にほぼ全ての苗木をダメにしてしまったそうです。

「ワイン事業は利益が出るまで最低でも10年。ワインの良し悪しは9割がぶどうで決まる。焦らずにじっくり畑と向き合うことが大切だと気づかされた」と亀橋代表は言います。短期的な売上に拘らず、腰を据えて八戸ワインの製造に取り組むことを決意し、関連企業を含め、長きにわたる取引銀行でもあり、農業に強い銀行だと聞いていた、**東北銀行**に相談しました。

東北銀行は、岩手県盛岡市に本店を構える地方銀行ですが、青森県八戸市を含む旧南部藩の地域を地盤としてお



▲ はちのヘワインナリー工場外観。工場には、亀橋代表が手掛ける就労支援事業所に所属する障がいのある方も勤務しており、就労機会が提供される等、農福連携が行われている。



▲ ワインを熟成させる樽。樽に入れたワインは、少しずつ蒸発して減るため、毎日ワインを継ぎ足して空洞ができないようにしている。

り、本店と八戸支店から、銀行の歴史をスタートさせました。2019年2月、盛岡信用金庫など複数の金融機関等と共同で「とうぎん・もりしんアグリファンド」を立ち上げ、農林漁業法人等の経営強化のサポートに取り組んでおり、2022年8月、同ファンドを活用してはちのヘワインナリーに19.8百万円の出資を行いました。一度はダメになってしまった畑でしたが、栽培手法などを研究し直し、2022年には4トンのぶどうを収穫。750mlのボトルワインを4,000本程度生産できるようになりました。亀橋代表

【とうぎん・もりしんアグリファンドの概要】

項目	内容
支援内容	<ul style="list-style-type: none"> ・「出資」により、必要な長期資金を提供し、対外信用力強化をサポート。出資後は、事業計画の達成に向け改善提案等を実施。 ・農林漁業法人等投資育成制度を活用。
対象者	<ul style="list-style-type: none"> ・農業・林業・漁業法人、食品産業法人・これら法人の事業合理化・高度化等を支援する法人（株式会社等）。 ・財務基盤が良好・事業計画の実現可能性が高い等の要件をみたしていること。
1投資先当たり投資上限	<ul style="list-style-type: none"> ・原則として2,000万円以内



▲ はちのヘワイナリーの代表作。ステンレスタンクで発酵後、樽で3カ月熟成したメルロー(左)。黒ブドウであるスチューベンを白ワインに仕上げた青森スチューベン(右)。

は、「今後は安定的にぶどうの生産量を増やしていき、『自園自醸』の八戸ワインを全国的に広めたい」と将来の展望を語ります。

同社を担当する東北銀行八戸支店の高橋支店長は、「融資だとすぐ返済が始まってしまい、収穫までに時間のかかる農業支援には向いていないが、ファンドによる出資であれば、腰を据えて農業に取り組んでももらえる。当行は長い間アグリビジネスに力を入れてきたので、そのノウハウの

蓄積には自信があり、お客様からも農業に強いイメージを持ってもらえている。」と話してくれました。

一口飲むと、すぐに「あっ！ぶどうだ！」とはっきり感じる八戸ワイン。まだ始まったばかりの八戸ワインですが、日本を代表するワイナリーの1つになる日も遠くはなさそうです。



▲ ぶどう畑の様子。右から東北銀行 高橋支店長、地銀協 伊藤、亀橋代表、地銀協 松田、東北銀行 熊谷課長代理。

【焼酎】 鹿児島銀行×県内学生 — 「焼酎アイデアソン」で若い世代向けに情報発信

近年、アルコール度数の高いお酒が敬遠され、全国的に若者の焼酎離れが進むなか、地元九州のソウルドリンクとも言える焼酎を盛り上げるべく、地元の**鹿児島銀行**が立ち上がりました。

鹿児島銀行は、2017年に県内大学など8校と「地方創生への取り組みに関する連携協定」を締結し、同行の地域支援部を事務局としたプラットフォーム、通称「ネクストかごしま」を設立。毎年、学生と連携して様々な活動に取り組んでおり、2022年度は、県内学生とともに、若い世代向

けの焼酎の情報発信アイデアを創出する「焼酎アイデアソン」というプログラムを実施しました。

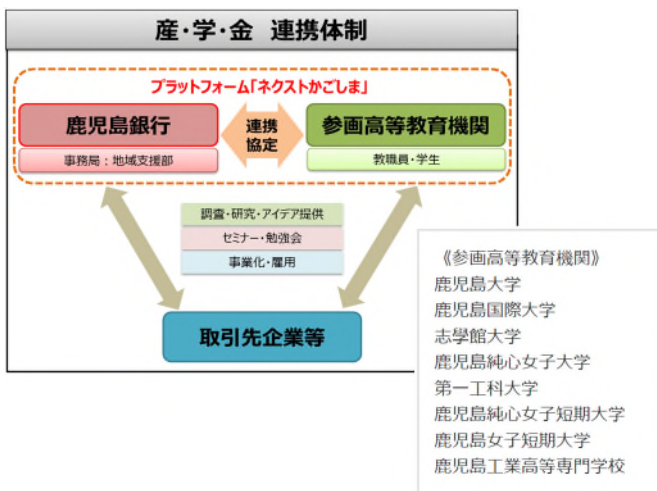
鹿児島銀行は、「鹿児島を共に前進させる」をコンセプトに、地域経済の活性化の起点となる場所としてコワーキングスペース「HITTOBE」（ヒットベ）を他3社と協同で鹿児島市の繁華街・天文館エリアに開設しており、「焼酎アイデアソン」は、全日程をこの「HITTOBE」で開催しました。BGMが流れるお洒落な空間で、学生も気張らず自由に発想を生み出せる雰囲気です。

同プログラムに参加したのは、学生22人、酒造会社は、県内の同行取引先の薩摩酒造・田苑酒造・小牧醸



▲ HITTOBEのエンタランス。カフェも併設されており、様々な目的で多様な世代に利用されている。

【ネクストかごしまの概要図】



※2022年4月1日現在



造の3社。学生は、6つのグループに分かれて、酒造会社からの課題（販促手法や認知度向上の手法等）に応えるアイデアを検討します。プログラムは、約半年間にわたって5回開催されましたが、学生は開催日以外にも、酒蔵を見学したり、SNS上でアイデアの実践をするなど、自主的な活動を活発に行っていたそうです。

若者ならではの視点による焼酎の発信方法は、同世代に訴えやすいSNSを使ったアイデアが目立ちました。特に、音楽仕込みをしている焼酎の動画を毎日SNS上にアップして検証する企画「#100日後に美味しくなる焼酎」は注目を集め、再生回数は当初目標の40倍にもなる約8,000回に達し、酒造会社の公式アカウントのフォロワー数・アクセス数も増加するという成果が得られたそうです。

最終日の講評では、酒造会社から「学生の新鮮な着眼点に驚かされることが多かった」との声が上がり、学生からも「焼酎についてさらに興味が沸いた。もっと焼酎を飲んでみたい」など、焼酎のイメージアップにつながる感想が寄せられたそうです。

鹿児島銀行は、今後も「ネクストかごしま」の取り組みを通して地域企業の課題解決に取り組んでいきたいとしています。

既に、同プログラムを通して地元企業に就職した例もあり、ネクストかごしまの参加者が、将来、地元産業を大いに盛り上げていく可能性もあるかもしれません。

おわりに

地方銀行の取り組みは、すぐに利益に結び付くものばかりではありません。「どうしたら地域が盛り上がるのか」、「多種多様な視点を取り込み、いかに地元企業を支援できるのか」を、長い目で見て考えています。地元との長くて深いおつきあいがある地方銀行だからこそ、繋いでいける想いがあります。



▲ HITTOBEにて学生が様々なアイデアを出し合う様子。



▲ 今回焼酎アイデアソンに参加した3社の焼酎。

これからますますお酒が楽しい季節になってきます。地酒、地ビールにとどまらず、地方発のワイン、焼酎、ウイスキーなど、そうしたお酒に出会ったら、その陰にある地方銀行員の奮闘に少しでも想いを馳せてみてはいかがでしょうか。

¹ 国内アルコール市場は、少子高齢化や人口減少等による人口動態の変化、高度経済成長後における消費者の低価格志向、ライフスタイルの変化や嗜好の多様化等により、中長期的に縮小傾向にある（国税庁ホームページ「酒レポート」（令和4年3月）<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/shiori/2022/pdf/001.pdf>）。

² 近藤酒造のInstagramアカウント（https://www.instagram.com/kondo.shuzo_akagisan/）。

地域の魅力を世界へ！

—— 地方銀行における取引先の海外展開支援

総合企画室 副調査役 若井 菜々子

- 地方銀行は、地域の魅力を世界へ伝えようと、お取引先の海外展開を様々な面から支援しています。
- 例えば、コロナ禍における海外展開支援オンラインイベントの開催、自行の海外拠点と連携した取引拡大支援、外部企業と協力のした“お手軽海外展開”企画の実施、といった取り組みを行っています。
- 政府が、「海外ビジネス投資支援パッケージ」を取りまとめ、中小企業の海外展開を後押ししているなか、地方銀行も、地域の発展の一助となるよう、引き続き取り組みを進めてまいります。

はじめに

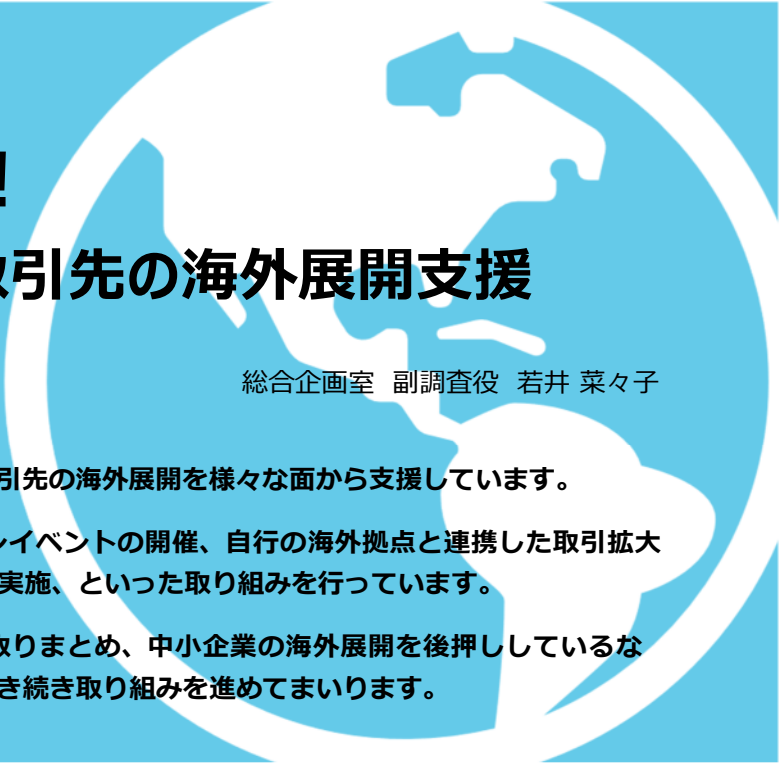
日本各地には、その土地の特産品や古くからの伝統、繊細で確かな技術力などの特色を活かした様々な製品を扱う中小企業が多く存在します。わが国の人口が減少し続けるなか、アジア・アフリカを中心に今後も更なる発展が見込まれる海外市場に事業を展開していくことは、これからの中小企業にとって重要なカギのひとつです。しかし、海外展開には、言葉の壁や海外との慣習・文化の違い、貿易実務の煩雑さなどが付いて回り、地方の人手不足が加速するなか、地域の中小企業が個社で対応するにはハードルが高い場合もあります。地方銀行は、そうした地域のお取引先に対し、様々な面で支援を行っており、地方銀行全体の2022年度の支援先数は15,156先です。

本稿では、お取引先の海外展開にあたり、地方銀行がどのような支援を行っているかについて、支援事例も交えながらご紹介していきます。

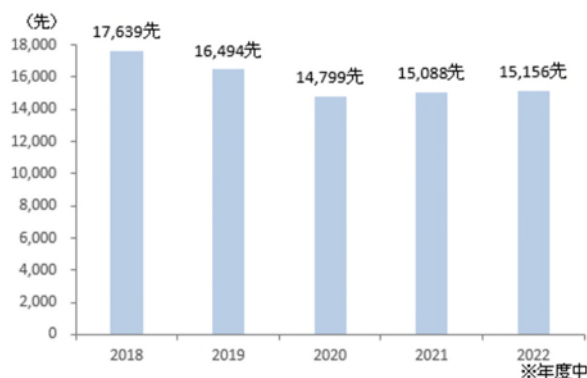
地方銀行が行う海外展開支援

(金融面の支援)

銀行といえば、まずは金融面での支援が挙げられます。ここでは、企業のニーズのうち主な3つに対応する金融サービスについてご紹介します。1つ目は、資金調達です。海外拠点の進出時や、現地での運転資金などの資金ニーズに



海外進出支援および海外ビジネス支援の取り組み実績



- ▲ 当協会「地方銀行における『地域密着型金融』に関する取り組み状況」 (https://www.chiginkyo.or.jp/regional_banks/initiative/community_based/) より

は、通常の国内の融資とは異なる方法を提供することが多く、具体的には、親子ローン、スタンドバイL/C、クロスボーダーローンなどがあります。2つ目は、貿易代金の決済で、代表的な決済サービスに、外国送金や、輸入時の



輸入信用状の開設、輸出時の輸出手形の買取・取立などがあります。3つ目は為替リスクヘッジです。為替リスクとは、外国為替相場の変動によって、利益や損失が生じるリスクのことで、そのリスクを小さくすることを為替リスク

ヘッジといいます。銀行が提供する代表的な手法として、為替予約、クーポンスワップ、選択権付為替予約（通貨オプション）などが挙げられます。

【海外展開支援に関連する企業ニーズと対応する金融サービスの例】

企業ニーズ	金融サービス	サービス概要
資金調達	親子ローン	銀行から本社（日本）に対して融資を行い、それを原資に本社が現地子会社（海外）に対して資金を貸付。
	スタンバイL/C	本社（日本）から依頼を受けた銀行が、海外の提携銀行へL/C（Letter of Credit. 信用状）を発行。これをもって、海外の提携銀行から現地子会社（海外）に直接融資。
	クロスボーダーローン	現地子会社（海外）に対し、銀行から直接融資。
貿易代金決済（輸出入）	外国送金	日本円または外貨による、海外への送金または海外からの資金の受領。
	輸入信用状の開設	国内企業の依頼を受けた銀行が、海外の企業（輸出者）に対し、代金の支払いを確約する内容の信用状を発行。
	輸出手形の買取	国内企業が振り出した輸出手形を銀行が買取り。
	輸出手形の取立	国内企業が振り出した輸出手形を、銀行が海外の企業（輸入者）へ送付。銀行に入金された手形代わり金を、国内企業に支払い。
為替リスクヘッジ	為替予約	将来の決済に使用する為替レートを、銀行との間で取り決めておく手法。
	クーポンスワップ	将来の一定期間の間における決済に使用する為替レートを、銀行との間で取り決めておく手法。
	選択権付為替予約（通貨オプション）	将来の特定日に外貨を一定の為替レートで売る権利または買う権利を銀行から前もって購入する手法。

※上記は一例であり、銀行によって取り扱う商品・サービスは異なります。

（非金融面の支援）

地方銀行は、非金融面でも、お取引先の海外展開をサポートしています。

企業が海外展開するにあたり、なによりも重要なのは、情報です。各地の市場・経済の動向を始め、商談の進め方や貿易実務などの取引の基本、トラブルに巻き込まれないようにするための現地の商慣習や法律など、集めなくてはならない情報は多岐にわたります。一方で、人員が限られる中小企業が、海外に渡航しつつ多方面の情報を得ることは容易ではありません。このため、地方銀行は、セミナーを開催したり、個別ニーズに合わせて現地を調査したりすることを通じ、お取引先に対して多種多様な情報の提供を行います。

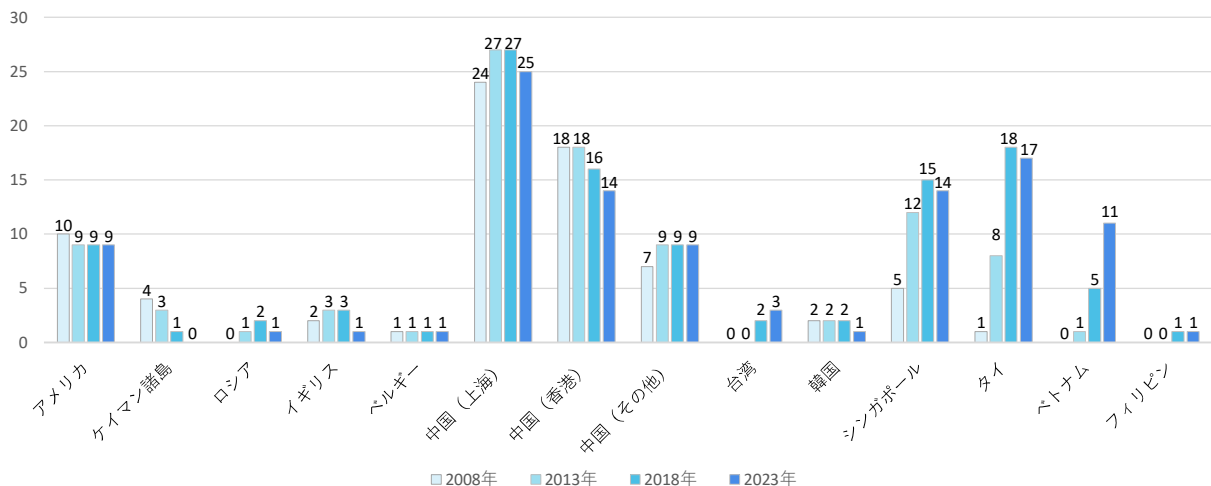
また、中小企業にとっては、海外の膨大な数の企業のなかから、信頼して取引を続けられる先を探すことも、大きな

課題のひとつに挙げられます。こうしたお取引先には、国内外の企業を集めた商談会・交流会の開催や、個別企業との商談のセッティング、現地視察のアテンドなどといった販路開拓のための支援を行ったり、その後の現地企業とのやり取りをサポートしたりしています。

このほか、現地での販売にあたっては、商品をどのようにアピールしていくかなどのプロモーションを支援したり、現地に拠点をもちたいお取引先がいれば、進出地域や進出形態の提案を行ったりすることもあります。

地方銀行のなかには、支店や駐在員事務所などの海外拠点を有する銀行もあり、2023年4月1日現在、地方銀行62行のうち約6割にあたる36行が、海外拠点を設置しています。所在地は世界の19都市にわたり、その数は107拠点です（巻末グラフ参照）。

【地方銀行の海外拠点数の所在地別推移】



このグラフは、2008年～2023年の期間における地方銀行の海外拠点の数を所在地ごとに表したものです。中国を中心に、アジアに拠点多いことが分かります。また、シンガポールやタイ、ベトナム、フィリピンとい

た東南アジア地域の拠点数が増えてきています。

※2008年8月1日、2013年8月1日、2018年8月1日、2023年4月1日の各時点において、地方銀行62行が設置している海外拠点（支店、駐在員事務所、現地法人）の数。

また、多くの地方銀行が、現地の銀行や現地に拠点を持つコンサルティング会社、国際協力機構（JICA）や日本貿易振興機構（JETRO）などの政府系機関といった外部機関と連携をしています。先述のような支援は、お取引先の二

ズ・課題に応じて、こうした自行海外拠点や外部ネットワークと一緒にすることもあります。

ここからは、地方銀行が行ったお取引先の海外展開について、非金融面の支援に関する実際の事例をご紹介します。

地方銀行の支援事例

コロナ禍でもオンラインを駆使してお取引先を海外と繋ぐ（第四北越銀行）

新潟県に本店を置く**第四北越銀行**は、新型コロナウイルス感染症の流行により、海外への渡航や対面でのイベントが制限されるなか、オンラインを活用したイベントを開催し、お取引先の海外展開を積極的に支援し続けています。2020年8月に開催したオンラインセミナーでは、“ニューノーマル攻略法”と題し、コロナ流行の終息が見えないなかでの新たな海外展開支援の手法を紹介しました。オンラインの場合、参加者の反応を十分感じ取ることができないというデメリットはありますが、日常的に取引先とコミュニケーションを取っている営業店と連携しながら、アフターフォローすることでカバーしています。反対に、オンラインだからこそそのメリットが多くあり、例えば、開催地まで足を運ぶ必要が無いことや、興味がある内容だけを部分的に聞くこともできるようになったことから、参加するお取引先にとって気軽であるという点が挙げられます。これにより、銀行側としても、より柔軟なテーマ設定ができるようになったと言えます。また、距離の問題が解消されたこ

とで、県内の遠隔地からの参加に加え、お取引先の海外拠点からの参加もあったそうです。

第1回	海外展開【ニューノーマル】攻略法!～東南アジア編～
第2回	現地コンサルタントが語るベトナムの「今」と「未来」
第3回	世界の「アリババ」オンラインセミナー&個別商談会
第4回	東南アジア4カ国オンライン個別商談会
第5回	現地コンサルタントが語り尽くすアフリカ開拓の秘訣

▲ 第四北越フィナンシャルグループがコロナ禍の2020年度に開催した、海外展開支援に関するオンラインセミナー・商談会のテーマ（2021年3月期ディスクロージャー誌より）。

アフターコロナで様々な制限が緩和されてきた現在においても、オンラインのメリットを活かした様々なイベントを実施しています。これまで、海外市場の視察といえば、その国まで赴くことが当然だったところ、カンボジアのショッピングモールと県内のお取引先をオンラインで繋ぐことで、日本にいながら現地視察ができるイベントを開催



しました。さらに、ベトナムの人材会社と協力し、現地の職業訓練学校と県内のお取引先を繋ぎ、各教室の見学や、現地の学生との交流をオンラインで行う人材支援のイベントも行いました。今後は、リアルとオンラインのハイブリット形式で、双方の良さを活かしながらイベントを開催していく方針です。

なお、同行は、2023年7月から、コンサルティング事業部のなかに、海外展開支援に係る専門チーム「海外ビジネス支援ライン」を設置し、より一層お取引先の海外展開支援に力を入れています。海外進出支援は企画段階から軌道に乗るまで長期間にわたる支援が必要となり、また先行きが見通しづらい面もあります。そのようななかでもお取引先をしっかりとサポートしていくことが大事だとのこと。また、今後は、取引先から海外展開の相談を受けてか

ら動き始めるのではなく、政府系機関等とも連携しながら、取引先の海外展開に係る潜在ニーズを掘り起こし、提案型のサポートを強化していきたいとのことでした。

▲ 第四北越銀行が開催した海外展開支援イベント。同行提供。

台北駐在員事務所が現地の言葉で直接、取引先の“想い”をアピール（秋田銀行）

秋田銀行が2016年に台湾の台北市に開設した駐在員事務所には、現在、行員2名と現地スタッフ1名の計3名が常駐しています。主な業務は、お取引先の台湾市場への進出支援や現地企業とのマッチング支援、現地の経済等に関する情報収集、台湾企業や金融機関、政府機関等との交流・関係強化などです。同行が設立した地域商社である詩の国秋田(株)の台北支店の役割も担っています。



▲ 写真は秋田銀行ウェブサイト (<https://www.akita-bank.co.jp/corporation/project/kaigai/>) より。

台北事務所は、同行の従来からのお取引先である造園事業者の、台湾における事業拡大の支援を行っています。そのお取引先はもともと、台湾で日本料理店などを経営する現地企業と取引があり、料理店の庭にある樹木の剪定等を請け負っていました。台湾における事業を拡大したいという同社の意向を受け、同事務所が中心となり、台湾の造園事業者に対し、取扱商品の写真や資料を提供するなど、働きかけを行いました。その結果、その造園事業者が石の灯籠

や石鉢などに興味を持ってくれたことで取引に繋げることができました。

お取引先からは、「商談の肝となるところのコミュニケーションをサポートしていただきありがたかった」と喜ばれたとのこと。同行は、地域に寄り添う地方銀行が、現地に拠点をもち、現地の言葉で現地の企業とやり取りすることで、お取引先の「熱量」や「想い」を直接伝えることができるという点が、地方銀行が海外に拠点を持つ強みであると話します。

今後、同行は、台湾拠点の強みを活かしながら取引先企業の台湾展開の支援を深めることはもちろんのこと、それ以外の地域への展開ニーズに対しても、商品の特徴や強み、そして生産者の想いを汲み取り、伝えられるような力を、行員一人一人が高めていき、商品の価値を理解してもらったうえで購入してもらえるような好循環を作り上げていきたいとのことでした。



▲ 同社が取り扱う石の灯籠や石鉢。秋田銀行提供。

地元のおいしい魅力を伝える第一歩、“お手軽海外展開”（筑波銀行）

茨城県に本店を置く**筑波銀行**は、県内の食品事業者の海外展開への第一歩を支援しようと、中小企業向けコンサルティング等を営む㈱フォーバルとともに“お手軽海外展開”を企画しました。これは、自社製品を、シンガポール向けにライブ配信で紹介しながらECサイトで販売でき（ライブコマース）、その後の販路開拓に向けたサポートまで、ローコストで受けられるというものです。販売に必要な手続きは、フォーバルが代行します。

同行は、海外への販路拡大に興味がありそうな事業者に声をかけ、参加者を募る役割を担いました。これまでお取引先の販路拡大を支援するなかで収集し蓄積してきた、お取引先の商材やニーズなどのデータベースを活用し、“食品事業者”かつ“輸出経験がほとんどあるいはまったくない先”に絞ってお声がけをし、その結果、30社ものエントリーを集めました。そこから、実際にライブコマースに参加した先は12社で、1社1製品、具体的には、干し芋や、さつまいものキャラメル、あん肝を加工した製品など12品が、シンガポールに向けて販売されることになりました。ライブコマースでは、現地の商社社員が実際に商品を試食しながら紹介すると、視聴者からのたくさんのコメントおよび商品の購入申込状況がリアルタイムで届きます。反応はとてもよく、用意していた商品がすべて完売したとのこと。実際に配信を見ていたお取引先も、飛ぶように物が売れていく様子を、海外の購買力の高さを感じたと言います。

本企画を通じ、同行は、県内のものが世界に十分に通用することを実感したとのこと。しかし、地域の中小企業が、海外向けに製品を販売することは簡単なことではありません。現地の言語でのやり取りや、貿易に係る様々な事

務処理、海外向けの安定した商品生産など、人手やコストがかかることも課題に挙げられます。実際、今回の企画に参加した事業者のうち、継続した取引を開始できたのは数社とのこと。今後は、お取引先が海外への販売を継続していきけるような仕組み・環境づくりまで支援ができるよう、そして、県内の魅力ある商品を、自治体・支援機関およびフォーバルをはじめとした民間企業と連携し、発信していきけるよう取り組んでいきたいとしています。



▲ いずれも実際のライブコマース画面。筑波銀行提供。

おわりに

政府は、国内企業の収益力を強化するため、2022年12月に技術と意欲ある日本企業の海外ビジネス投資をサポートするための「海外ビジネス投資支援パッケージ」を取りまとめ、そのなかで中小企業への支援を特に強化させています。国全体で中小企業の海外展開を後押しする流れのな

か、地方銀行も、ご紹介したようにお取引先の海外展開支援に対し多面的な支援を行っています。これからも、地域の魅力を世界へお届けし、地域の発展の一助となるよう、取り組みを進めてまいります。

協会ニュース

地方銀行における「地域密着型金融」に関する取り組み状況を公表しました

当協会は、2010年度より、地方銀行における「地域密着型金融」に関する取り組み状況について情報発信しています。

9月13日、2022年度における、①創業・新事業支援、②ビジネス支援、③事業承継支援、④経営改善支援に関する地方銀行の取り組み状況を公表しました (https://www.chiginkyo.or.jp/regional_banks/initiative/community_based/)。

地域経済を取り巻く環境は、少子高齢化・人口減少といった構造変化のなか、コロナ禍の影響が残り、原油・原材料価格の高騰等の影響もあり、大変厳しい状況が続いています。地方銀行は、資金面に加え、各種マッチングやM&A等

のコンサルティング機能の提供により、お客さまのビジネスや経営改善等を支援しています。

2022年度、地方銀行では、企業育成ファンドへの出資残高（前年度比35.6%増）、人材マッチングの成約件数（同12.2%増）、事業承継の支援先数（同4.3%増）等が増加しました。こうした取り組みに注力することで、地方銀行は、お客さまに寄り添い、地域における様々な課題を解決し、持続可能な地域社会の形成に貢献しています。

当協会は、今後も年1回、取り組み状況を公表していく予定です。

「データサイエンス入門講座」を滋賀大学彦根キャンパスで開催しました

当協会は、7月31日（月）～8月2日（水）の3日間、「データサイエンス入門講座」を実施しました。本講座は、様々なデータを読み取り、データサイエンスを駆使して自行の業務に活用していくための初級の知識・技術の習得を目的に実施したものです。今回は、日本初のデータサイエンス学部を設置した滋賀大学と連携し、彦根キャンパスにて行いました。

研修では、滋賀大学学長の竹村 彰通 氏より基調講演をいただき、その後、同学部の卒業生で、滋賀大学発ベンチャーの合同会社mitei代表の井本 望夢 氏を中心に、滋賀大学の教授陣から、統計学の基礎知識をはじめ、フリーソフトウェア「KH Coder」を使用し、「計量テキスト分析（テキストマイニング）」を行う手順や、Excelで実行可能な統計分析手法の解説を受け、参加者自らが実際に各種分析を体験しました。また、「機械学習」機能が豊富な「Python」を使ったデータの整理や可視化等についても取り組みました。

当協会は、今後も、地方銀行の各種経営課題ならびに地方銀行の行員のスキル向上などに資する研修を幅広く実施していきます。



▲ 当日の講座の様子。



▲ 滋賀大学彦根キャンパス内の講堂。国の登録有形文化財（建造物）に指定されている。

銀行を騙ったメールやSMSにご注意ください！

最近、銀行を騙ったメールやSMSを送りつけ、銀行のインターネットバンキングのログイン画面を精巧に模倣した偽のホームページに誘導し、お客様の情報を不正に盗み取り、預金を不正に送金する事案が多発しています。警察庁や金融庁が本年8月8日に報道発表した注意喚起によると、こうしたフィッシングと呼ばれる手口による不正送金は、今年度上半期における被害件数が過去最多となり、被害額も急増しております。



▲ 警察庁、金融庁ホームページより

フィッシングサイトと本物のインターネットバンキングのログイン画面を見分けるのは非常に困難です。フィッシングの被害に遭わないためには、メールやSMS内のURLは絶対にクリックせず、予めブックマーク等に登録したインターネットバンキングのサイトまたは銀行アプリをご利用ください。また、身に覚えのない取引があった場合は、速やかに警察や金融機関にご相談ください。

警察庁や金融庁はホームページにおいて、フィッシングの被害防止対策や被害発生時の対処方法を公開していますので、ご参照ください。

警察庁	https://www.npa.go.jp/bureau/cyber/countermasures/phishing.html
金融庁	https://www.fsa.go.jp/ordinary/internet-banking_2.html

当協会では、地方銀行のフィッシング対策の高度化のため、全行説明会を開催し、最新の手口の共有や各行の担当者間の意見交換等を実施しています。

今年は銀行開業150周年です

1873年7月にわが国最初の銀行が開業してから、本年で150年になります。これを記念して、一般社団法人全国銀行協会は、ロゴマークを制定いたしました (<https://www.zenginkyo.or.jp/news/2023/n071302/>)。

カラフルに変化し、広がっていく輪をモチーフにすることで、銀行が多様な価値観に寄り添いながら、社会・経済の持続的な発展を支え、明るい未来に向けて歩んでいくという思いを表現しています。

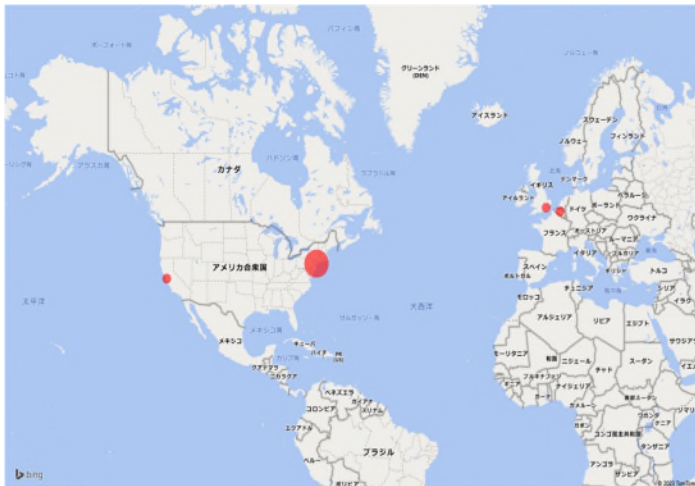
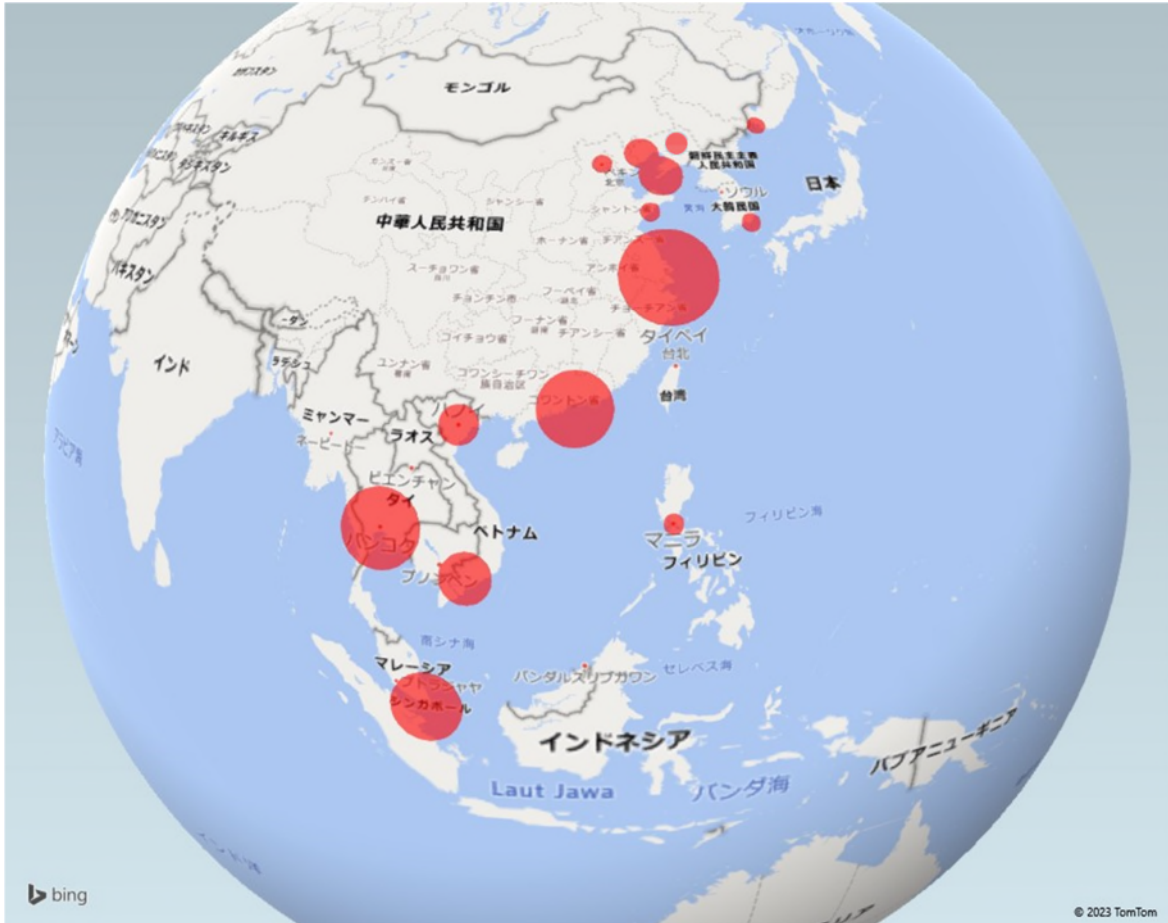


統計グラフ

地方銀行の海外拠点の状況

地方銀行はお取引先企業の海外展開をサポートするため、東アジア、東南アジアを中心に、海外の19の都市に支店・駐在員事務所等を設置しています。

※円のサイズは銀行数を表しています。



都市別銀行数



一般社団法人全国地方銀行協会

Regional Banks Association of Japan

地銀協レポート Vol.10 2023年9月13日公表

一般社団法人全国地方銀行協会
〒101-8509
東京都千代田区内神田3-1-2
TEL 03-3252-5170
<https://www.chiginkyo.or.jp/>

地銀協公式X（旧Twitter）でも、
地銀界や会員銀行の取り組みを
ご紹介しています。
ぜひ、フォローしてください！

