

これからの地域金融を考える 地域活性化学会 東日本大震災後10年特別大会（東根大会）より

① 東根特別大会の全体概観と金融セッションの位置づけについて

山形大学大学院教授（地域活性化学会副会長・大会実行委員長）

小野浩幸

特別大会の目的

去る令和3年5月22日（土）23日（日）の日程で、山形県東根市からオンラインにより地域活性化学会東日本大震災後10年特別大会が行われた。大会としては過去最大となる608名の参加を得て、基調講演、パネルディスカッションのほか、6つの企画セッション、15の一般研究発表セッションが行われた。

大会のテーマは「災害からのレジリエントな社会」。東日本大震災など地域に大きな影響をもたらす事態、これらに負けない地域の未来を考えようというのである。「レジリエンス(resilience)」とは、外的な衝撃に折れることなく立ち直る

「しなやかな強さ」をいう。もともとは、「反発性」「弾力性」を示す物理用語であり、心理学の分野では社会的不利な状況においてでさえ自身のライフタスクを対応させる人の能力を指す。地域の未来におけるレジリエンスとは何かを多面的に考えることが大会の目的である。

レジリエント社会と金融

大会テーマの「地域におけるレジリエンス」と「金融」とはどのような関係があるのか。金融機関には政策的に災害等に対する緊急の資金供与が円滑になされるよう要請され、積極的に顧客の資金等ニーズに応えた活動が開始される。その活動は、

地域社会に作用している。もちろん、このような緊急資金提供機能は、社会のレジリエンスに果たす金融機関の基本的機能である。

しかし、近年の金融機関に対する社会的ニーズはこれだけにとどまらない。また、金融機関側も地域や金融を巡る大きな環境変化に対応して、組織的にも、個人レベルでも、その活動範囲を広げつつある。

そこで今大会では、緊急資金提供機能以外の「金融機関の今後の可能性」にフォーカスを当てることとした。全国的な地域経済活動全体レベル、特定地域での特定活動レベル、そして全国に広がり現在なお拡大中の個人レベルでの活動を個別に取り上げ、3つの連続する「金融セッ

ション」として議論することとした。

3つの金融セッション

1 ちいきん会セッション
「ちいきん会」は、公務員、金融機関や支援機関等の有志の交流の場として活動している会員約2000名のネットワークである。地域活性化に熱い気持ちをもった有志・担当者が特定の課題解決に向けて議論する「ダイアログ」は全国約20カ所で開催されている。「ダイアログ」は、地域の課題を整理し、課題解決に必要なスキームの提案を目指して集まった有志の実践型クラブ活動といえる。

国レベルで Society 5.0 が注目されているように、21世紀は個

② 地域活性化学会東根特別大会金融セッション ちいきん会の紹介と発表報告

ちいきん会 主宰

菅野 大志

はじめに

この度、地域活性化学会より、公務員や金融機関、支援機関の有志同志が交流・対話する場である「ちいきん会」の発表の場をいただいた。今般、本会では、産学官金言の有志が特定の地域課題を議論する「ダイアログ」を公開での実践を通じて、さらに学会や大学機関との連携を図りたいと企画した。

「ちいきん会」は、公務員や金融機関、大学機関の有志のコミュニティであり、年に数回、数百人規模で地域活性化に熱意ある有志の交流の場が開催され

ている。これに加え、「ちいきん会」のSNSコミュニティには、約2200名が参加しており、キーパーソンの紹介や意見交換、ノウハウや情報共有が日常的に行われ、コミュニティ形成がされている。

「ちいきん会」は、全国で同じ悩み・課題を抱える者、解決策や知見をもつ者、連携してイノベーションを起こそうとする者のネットワーク形成やマッチングを支援する場であり、その開催模様についてはたびたび大きく報道されている。開催模様は対照的にこの度、「ちいきん会」と催した「ダイアログ」は、非公

開の場で深く議論されている。

特定の地域が抱える地域課題をテーマとして、中央やその地域の産学官金言（民間事業者、大学、公務員、金融機関、報道機関）が肩書を外し、議論を深め、地域に必要な情報やスキームとは何かなど、部活動のように定期的に議論している。これまでの経験において、ダイアログで創発的な対話がなされるには、心理的に安全な場となるような環境整備が最も重要だ。そのため、参加者が相互に信頼し合える仕組みが必要である。個人の信頼を深められるよう、まずは個人間でSNS等のツールでつながり、気軽に情報共有

ができる環境を作っている。

「ちいきん会」が関与するダイアログ活動

各地域で開催されている「ダイアログ」は、どのような活動をしているか。各ダイアログは、地域の方々の相談を端緒とし、産学官金言など異なる立場の参加者が信頼関係を構築し、心理的安全性を確保したうえで、特定の地域課題について定期的に議論している点で共通している。一方、ダイアログが掲げる目的・テーマや参加メンバー、運営体制、進捗状況などは、地域の実情に合わせて様々だ。

例えば、ダイアログの旗振り

③ 地域活性化学会東根特別大会金融セッション 山形発地域金融イノベーション！ 「産学金連携」コーディネーターの秘密

小野浩幸、高城 傑、加藤博良、上重達夫、山口省藏

はじめに

本セッションは、地域活性化学会金融部会（部会長小野浩幸山形大学教授）によって開催された。「産学金連携コーディネーター」とは、山形大学と金融機関が連携して実施する企業支援研修を受講し、資格を得た金融機関職員を指している。本セッションでは、この産学金連携

コーディネーターが企業支援にどういった影響を与えているのか等について議論された。

山口 橋本卓典著『捨てられる銀行4』では、「不思議なんですよ。『ものづくり補助金』の採択状況なんです、山形県だ

けが特殊なんです。地元金融機関が認定支援機関を担っている件数が突出して多いんです」と書かれています。こうした現象の背景に産学金連携コーディネーターの存在があります。

小野 山形県では「産学金連携プラットホーム」というゆるやかな連携体に県内12の地域金融機関が加入しています。今年で15年目になります。最近では、

産学金連携コーディネーターの概要

本日は、小野先生から産学金連携コーディネーターの概要、上重さんから他地域の産学金連携との比較、高城さんと加藤さんから金融機関からみた産学金連携コーディネーターの効果等について説明していただきます。

- プレゼンター
小野浩幸
（山形大学教授）
- 高城 傑
（鶴岡信用金庫 専務理事）
- 加藤博良
（米沢信用金庫 執行役員 融資部長）
- 上重達夫
（東京大学大学院、日本銀行）
- ファシリテーター
山口 省藏
（金融経営研究所代表取締役所長）

④ 地域活性化学会東根特別大会金融セッション
「地域経済エコシステム」

三浦新一郎、中村和哉、小林剛也、橋本卓典、山口省藏、目下智晴

● プレゼンター

三浦 新一郎

(山形銀行代表取締役専務)

中村 和哉

(北國銀行代表取締役常務執行役員)

● コメンテーター

小林 剛也

(山形県みらい企画創造部長)

橋本 卓典

(共通通信社)

山口 省藏

(金融経営研究所代表取締役所長)

● ファシリテーター

目下 智晴

(金融庁 地域金融生産性向上

支援室長兼 地域金融企画室長)

はじめに

本セッションは、レジリエントな地域を創るための「地域経済エコシステム」をテーマとしている。地域金融はどのように変革され、地域経済エコシステムの構築にどのように貢献するのか。地銀2行の実践事例を踏まえ、行政の視点や目指すべき未来の姿を含め、多面的な議論が行われた。

地域経済エコシステムとは

目下 このセッションでは、このところ金融庁が強い関心を寄

せている地域経済エコシステムを取り上げます。これまでのリレーションシップバンキング

は、株式会社銀行と協同組織の信用金庫・信用組合とを区別していませんでした。しかし、本来、両者に求められる機能は違います。信用金庫・信用組合には、地域で長く持続することを目指す企業に寄り添うことが求められます。他方、銀行には、地域全体を成長させるような企業を支援することが求められます。また、地域の実情によって必要な機能が異なります。地域全体に必要な機能が揃っている状態を「地域経済エコシステムが成り立っている」と考えた場合、「地域経済エコシステム」

の実現に向けて、何が必要かを議論したいと思います。

山形銀行の取組み

三浦 私からは、MSP (Manufacturing technology improvement Support Program) の「くくり支援プロジェクト」と長期経営計画についてお話しします。

〈MSP〉

MSPの目的は、中長期的な県内産業競争力の向上のために、個々の企業の技術力向上を支援することです。山形県の付加価値額全体に占める製造業の比率(26%)は、東北地域で最も高いです。県内名目GDPの

今月の解説

SNS、 動画投稿サイト等の 利活用における 法的留意点(上)

さくら共同法律事務所 弁護士
廣田 景祐

一 はじめに

SNS(ソーシャルネットワークサービス)や動画投稿サイト(以下、「SNS等」といふ)は、若い世代を中心に幅広く浸透しており(図表1参照)、種類も急増している。さらに、動画投稿サイトYouTube

や、画像投稿をメインとするSNSであるInstagramなどでは、一般のユーザーでも、多くの視聴者やフォロワーを集め、いわゆるユーチューバーやインスタグラマーといった、インフルエンサー¹として収益を上げる例も珍しくない。企業も、公式チャンネルや公式アカウン

る。金融機関でも、公式アカウントを開設している例も見られる。また、企業がインフルエンサーに宣伝を依頼する「インフルエンサー・マーケティング」も盛んになってきている。SNS等は現代社会のインフラとなりつつあるともいえるだろう。一方で、SNSには炎上リスク等もあるため、法的留意点を正しくおさえる必要がある。炎上とは、「ウェブ上の特定の対象に対して批判が殺到し、収まりがつかなさそうな状態」、「特定の話題に関する議論の盛り上がり方が尋常ではなく、多くのブログや掲示板などでバッシングが行われる」状態である(総務省「令和元年版 情報通信白書」第1章第4節8頁)。炎上を一度でも起こしてしまうと、いわゆる「デジタル・タトゥー²」としてネット上にネガティブな情報が残り続け、信頼回復が難しくなるおそれもある。

本稿では、特に若手職員の方にも参考としてもらえるよう、SNS等の利活用を図るうえでの法的留意点を、近時の裁判例や法改正等にも触れつつ、実際に直面し得る場面設定ごとに、可能な限り平易かつ具体的に解説する。仮に自らが当事者とならなくとも、例えば法人顧客へのアドバイスや小話の中で少しでも役立つ知識を解説したい。今回の(上)では、SNS等で拡散行為をする場面、従業員にSNS等の利用につき指導する場面における法的留意点、そして、SNS等に画像を投稿する場面で関係する著作権法の令和2年改正について解説する。

二 他人の投稿を 拡散する場面

次号掲載の(下)では、より多くの場面設定のもと、SNS等で収益化を図る場面や、日常生活でSNS等を利用する際にありがちな複数の場面での法的留意点を解説するとともに、企業などが公式アカウントを運用する場面、アカウント運用を外部に委託する場面の留意点について解説していく。

投稿を拡散する機能は、あらゆるSNS等に実装されており、有用な機能である。例えば、Twitterのリツイート機