

アフターコロナ時代における地域の持続的発展に資する コミュニティビジネスの活用可能性調査 －報告書概要版－

1 調査概要	2
1-1 調査目的	2
1-2 調査内容・調査方法	3
2 コミュニティビジネス等の連携体に対する政策的支援の在り方	5
2-1 コミュニティビジネス等の連携体における事業推進上の奏功要因と課題	5
2-2 今後のコミュニティビジネス等の連携体に対する政策的支援の在り方	10
3 事例紹介	16

2022年(令和4年) 2月

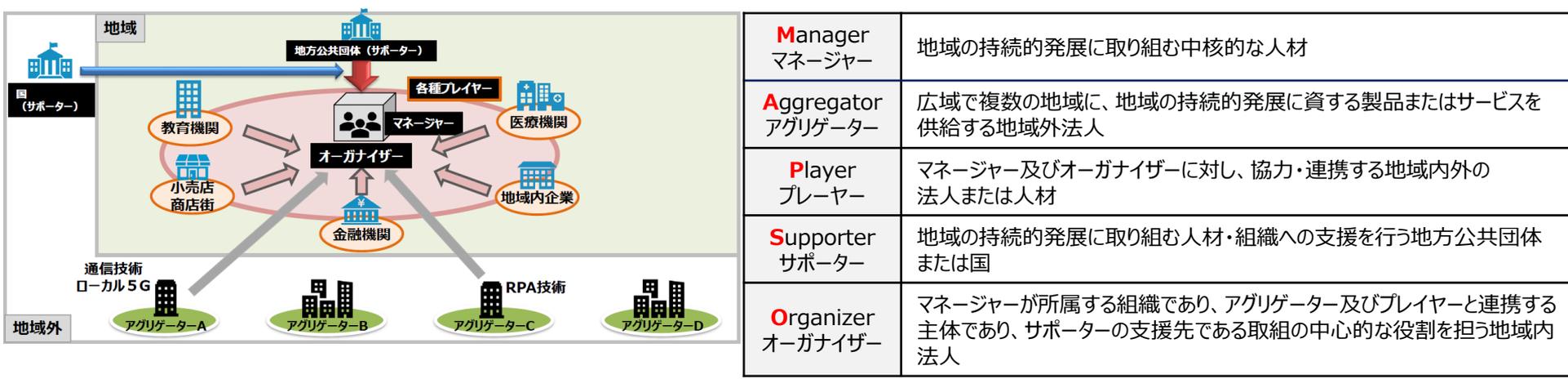
一般財団法人日本立地センター
一般財団法人日本総合研究所

1 調査概要

1-1 調査目的

- 経済産業省では、令和2年度「地域の持続可能な発展に向けた政策の在り方研究会」を開催、地域の持続的発展の担い手となる理想型を「MAP' S+O」として整理。
- 経済産業省関東経済産業局においても、地域コミュニティが、地域課題・社会課題の解決に資するサービス事業を運営する際、ビジネス的手法をもって収益化しつつ事業の持続性を確保し、雇用や地域内経済循環の創出を図っていくためには、「MAP' S+O」という理想型を目指していくべきと認識、「地域コミュニティ機能の維持／創出に向けた検討プロジェクト」を立ち上げ、MAP' S+O創出のための環境づくりに着手した。
- 実際は、MAP' S+Oの担い手がすべて揃っている事例はそれほど多くない。MAP' S+Oが固まる前段階のコミュニティビジネスやソーシャルビジネス等(以下、「CB等」という。)の連携体を主なターゲットとして発掘と分析を進め、地域課題の掘り起こし・共通認識化・解決に向けた連携体制づくりを円滑に進めるための方策を検討する上での課題を抽出・整理し、新たな政策提案を行うことを目的として調査を実施した。

【地域の持続的発展の担い手（イメージ）】



出典) 経済産業省「地域の持続可能な発展に向けた政策の在り方研究会」報告書(令和2年9月30日)

(1) 優良事例の発掘 – 文献・WEB等によるサーベイ

- 地域課題や社会課題の解決に向けて、実践的に活動しているCB等の取組事例の中で、MAP' S+Oのような地域内外の関係者と連携しながら取り組んでいる事例を中心に抽出、その取組に関する情報を収集・整理した。
- CB等の取組事例の抽出にあたっては、「8つの視点(特徴)」を考慮に入れた。

 **【事例抽出にあたっての8つの視点】参照**

(2) ヒアリング調査による事例の深掘り

- 抽出した優良事例の中から、15事例に対してヒアリング調査を実施、取組の詳細について聞き取りを行った。

① 主なヒアリング項目:

- 事業に取り組むことになった背景や経緯、きっかけ
- 事業構築・展開のプロセス
- 事業実施上の課題と解決策、事業成果
- 今後の事業方針・展望
- 行政(市町村、都道府県、国)に期待すること

② ヒアリング方法

現地訪問もしくはテレビ会議システム(Zoom等)による聞き取り

③ 実施期間

2021(令和3)年10月28日～2022(令和4)年1月24日

(3) 政策課題のとりまとめ

- 地域課題・社会課題の解決に取り組んでいるCB等について、MAP' S+Oのような地域内外の関係者が連携して実践している取組を、円滑かつ効果的に進めていく上での課題や奏功要因等を抽出し、今後のCB等の連携体に対する政策的支援の在り方を検討した。

【事例抽出にあたっての8つの視点】

①	民間事業者等において、収益性の高い本業や他の地域資源を活用した収益事業を上手く回し、それを源泉として地域課題解決サービスを持続的に提供する仕組みを確立し、自走が可能なレベルに達している事例、あるいは地域課題解決サービスの実施が本業にプラスの波及効果をもたらしている事例
②	地域課題解決サービス事業を実施する上で、中心となるリーダーや補佐役等の育成・招致に成功している事例
③	オーガナイザーがサポーター(基礎自治体)と緊密に連携し、ニーズ調査、地域内(外)のマッチングや利害調整等で機動性を発揮しつつ、地域課題解決の取組を進めているなど発展性のある連携体の事例
④	地域金融機関や地方創生ファンド等によって、コーディネート機能の発揮や、事業性評価等に基づく積極的な資金支援を実施することより、資金ニーズ等に円滑に対応できしており、事業が軌道に乗っている事例
⑤	デジタル技術の導入・活用により、複数地域(広域)に共通する課題に対するソリューションの提供が可能となり、同時に収益性を高めることに成功している事例
⑥	コロナ禍に柔軟に対応しながら、独自の手法・アイデアで新たな課題解決に向けて挑戦している事例
⑦	MAP' S+Oの全ての担い手が揃っていないが、収支モデルを構築中であり、事業の持続可能性を確保する道筋が立っている事例
⑧	サポーター(基礎自治体)がオーガナイザーの伴走支援を行いつつ、地域の閉鎖性を解消したり、地域住民からの理解が得られるよう、仲介・調整機能を発揮している事例

2 コミュニティビジネス等の連携体に対する政策的支援の在り方

2-1 コミュニティビジネス等の連携体における事業推進上の奏功要因と課題

(1)「8つの視点(特徴)」別にみた奏功要因

① 収益性確保で自走型を確立

民間事業者等において、収益性の高い本業や他の地域資源を活用した収益事業を上手く回し、それを源泉として地域課題解決サービスを持続的に提供する仕組みを確立し、自走が可能なレベルに達している事例、あるいは地域課題解決サービスの実施が本業にプラスの波及効果をもたらしている事例

【主に該当する事例:神姫バス(株)、KDDI(株)等】

- ゼロベースではなく、既存の経営資源が活用可能な本業の延長線上や周辺領域においてCB等の事業設計をすることが、人材や資金等の経営資源の追加投入の低減につながる。
- 各主体の役割分担の明確化が、連携体制を無理なく成立させる。
- 連携先の理解により適正な対価を得ることで、民間事業者として事業の継続性を高めることができる。
- 既存業態との差別化を図っていくことが、さらなる付加価値の創出、異なる領域での事業展開につながる。
- 地域のプレイヤーにとって事業化が可能な領域の社会基盤を整備、中長期的な視点で、そこから派生する事業の担い手を育成していく。

② リーダー・補佐役の育成・招致に成功

地域課題解決サービス事業を実施する上で、中心となるリーダーや補佐役等の育成・招致に成功している事例

【主に該当する事例:(株)豊かな丘、(株)TMO結城等】

- 行政主導の事業に対して、実績・経験のある民間の外部人材を登用、行政にはない知識やノウハウを補完する。
- 取組のリーダーの人間関係をもとに、ミッションやビジョンを共有できる地域内外のマルチな人材を巻き込んでチームビルディング、多様なスキルや能力を発揮できるフィールドを提供し活躍してもらう。

③ オーガナイザーが機動性を発揮

オーガナイザーがサポーター(基礎自治体)と緊密に連携し、ニーズ調査、地域内(外)のマッチングや利害調整等で機動性を発揮しつつ、地域課題解決の取組を進めているなど発展性のある連携体の事例

【主に該当する事例:㈱TMO結城、㈱ギフトパッド等】

- オーガナイザーが、チーム力を高められる連携体制を構想し、地域の人材・団体を適所適材で配置、互いの強みを持ち寄り、弱みを補完する。
- 地域商社やまちづくり会社等の地域コミュニティのハブとつながることで、地域との連携がスムーズに進められる。

④ 資金ニーズ等に円滑に対応

地域金融機関や地方創生ファンド等によって、コーディネート機能の発揮や、事業性評価等に基づく積極的な資金支援を実施することより、資金ニーズ等に円滑に対応できており、事業が軌道に乗っている事例

【主に該当する事例:(NPO)ソーシャルベンチャー・パートナーズ東京、(NPO)横浜コミュニティデザイン・ラボ等】

- ミッションやビジョンに「共感」できる事業に対して、活動資金とスキルをマッチング、支援者との協働で事業を継続的に成長させていく。
- 行政(地域)は民間事業者にテストマーケティングのフィールドを提供、民間事業者は資金を提供(自由度の高い寄附)。

⑤ デジタル技術の導入・活用

デジタル技術の導入・活用により、複数地域(広域)に共通する課題に対するソリューションの提供が可能となり、同時に収益性を高めることに成功している事例

【主に該当する事例:

オムロンソーシャルソリューションズ(株)、エクスポリス、庄原市キャッシュレス決済推進協議会、(株)カヤック、(株)ソーシャル・エックス】

- 地域コミュニティに関連するデータのプラットフォーム(収集、蓄積、解析、可視化)を社会実装することで、それを基盤としたデータの流通と地域課題の解決を促進する。
- ICTの力で難しいものをより簡単に、「カジュアルダウン」によって地域課題解決の取組への参画を促す。
- WEB上のプラットフォームでのマッチングは、情報を等しく開示することでプロセスの公平性が担保できる。
- データの蓄積・解析から新たな付加価値を創出、様々なシステム間の連携により、地域課題解決の取組を生み出し、バックアップする。

⑥ コロナ禍に対応する独自の手法・アイデア

コロナ禍に柔軟に対応しながら、独自の手法・アイデアで新たな課題解決に向けて挑戦している事例

【主に該当する事例:(本調査では、該当事例を抽出できず、奏功要因を見出せなかった)】

⑦ MAP' S+O未完成ながら持続性を確保

MAP' S+Oの全ての担い手が揃っていないが、収支モデルを構築中であり、事業の持続可能性を確保する道筋が立っている事例

【主に該当する事例:(「MAP' S+O」が未完成という点では、本調査のヒアリング対象事例全般に共通)】

⑧ 自治体伴走型で仲介・調整機能を発揮

サポーター(基礎自治体)がオーガナイザーの伴走支援を行いつつ、地域の閉鎖性を解消したり、地域住民からの理解が得られるよう、仲介・調整機能を発揮している事例

【主に該当する事例:宮崎県西米良村・日本工営(株)、松隈地域づくり(株)、(株)源】

- 行政が事業者と住民の間に入って調整役を果たすことは、地域や関係者間の合意形成を促進する。

(2)全15事例を横並びで見た際の奏功要因

- | | |
|------------------|---|
| ① 地域・社会課題の掘起しと認知 | ・ ヒアリング等による地域課題の抽出、地域事情やニーズの詳細把握 |
| ② 各主体との連携体制づくり | ・ 地域住民や関係者との根気強い対話(信頼感の醸成)
・ 地域コミュニティ内、あるいは事業推進上のキーパーソンの確保
・ 行政からのキーパーソンの紹介 |
| ③ 事業設計・事業開発 | ・ 事業の主体者や支援者が楽しみながら、やりたいことができる環境づくり
・ 最初の実績(事例)づくりの大切さ
・ ワンストップ化による人流・物流の集約と相乗効果(特に中山間地域)
・ 会員の獲得と会員データ分析によるニーズの見える化 |
| ④ 資金調達 | ・ 金融以外の資金調達方法(研究助成や費用負担)
・ 事業継続資金を自ら生み出す仕組み(地域の自立・自走のための条件)
・ 地域金融機関からのサポート |
| ⑤ 情報発信 | ・ 行政からの情報発信、行政同士の情報交換による行政間の情報共有 |
| ⑥ 事業展開 | ・ 基本スキームの確立から異なる複数地域への展開
・ 関連・付随する領域の事業への拡大(今後の意向含む) |

(3)事業推進上の課題

- ・ 事業開発から体制構築、定着まで長期間を要する
- ・ 行政の組織(部局・部署)横断的な、柔軟な対応が求められる
- ・ 事業が継続する体制づくりの必要性(属人的な体制からの脱却)
- ・ 地域の自立を見据えた行政の戦略づくりと予算措置の必要性(フィージビリティ調査)
- ・ CB等の「公的」な情報プラットフォーム(地域課題や取組の共有化、ベストプラクティスの紹介、マッチング等)
- ・ CB等の事業推進上の障壁になり得る各種規制(新規参入の際の漁業権の問題/貨客混載における薬事法や運行管理資格の問題/地域の中でハブとなる地域金融機関の銀行法の問題/小水力発電の水利権の問題など)

(4)CB等の事業推進上の奏功要因と課題から考えられる政策的支援(案)

主体	ヒアリングでの確認事項(ポイント)	考えられる政策(案)
国レベル (経済産業省)	<規制> ・「儲かる漁業」の仕組みが成り立ち、副業でできるレベルになるには 漁業権 が課題。漁協との調整や後継者であること等の制約があり、今後新規参加者を増やす上でハードルになる可能性がある。 [KDDI] ・大正時代の水一滴を争っていた時代の 水利権 は、今の時代に合わない。適地であれば、環境に影響のない範囲で規制を緩めてもよいのではないか。[松隈地域づくり] ・ 薬事法 の問題で、単に薬を取りに行くだけでも本人の診察が必要となり、ホイホイ便では対応できない。[西米良村・日本工営] など	<規制の見直し> ・「規制のサンドボックス制度」等の活用による新技術やビジネスモデルの社会実装に向けた 実証実験の推進 と結果に基づく 規制の見直し
広域レベル (関東経済産業局)	<広報> ・国土交通省近畿運輸局にプレスリリースを出してもらったのは、 実証実験の大きな後押し になった。[神姫バス] <広域的な観点からの助言> ・この事業は農業振興と地域活性化が背景にあったが、国土交通省中部地方整備局の アドバイスを受ける中で、道の駅機能を加える こととした。[豊かな丘] <規制緩和に向けた支援> ・国土交通省九州運輸局の担当者が、当時許可されていなかった貨客混載について 規制緩和に向けて動いてくれた (国土交通省 村営バスによる少量貨物有償運送の許可(道路運送法第78条第3号))。[西米良村・日本工営] など	<広報支援> ・ プレスリリース による情報発信 ・ CBコンテスト等 の開催を通じたメディア取材の機会創出 <情報共有の促進> ・自治体関係部署が一堂に会し、地域内のCBについて 情報交換する場の創出 ・CB等の 公的なプラットフォーム <自治体への後方支援> ・自治体における フィージビリティ調査への後方支援(予算配分、専門家の派遣等)
市町村域レベル (基礎自治体)	<キーパーソン・組織の紹介> ・協力が不可欠であった日本交通に 舞鶴市担当者から 事業構想を話し、その後 市長自ら日本交通の社長に協力依頼 。[OSS] ・櫛リバー・ヴィレッジが佐賀県から事業委託を受け、県内10カ所程度を対象に水量や水利権などを調べるとともに、最終的には 地域を説得できるリーダーの存在 についても調査された。[松隈地域づくり] <庁内の体制構築> ・属人的な事業は担当者が交代すると継続しない。誰が担当になっても事業が前進するようにするのは課題でもあり、期待でもある。[源] <金銭面での支援> ・各集落が単独で小水力発電の活用可能性調査はできない。 行政が可能性調査の予算を組み、可能性のある箇所を調査 していけば集落も取り組みやすい。[松隈地域づくり] など	<広報支援> ・ プレスリリース による情報発信 <キーパーソン・組織の紹介、信頼付与> ・キーパーソンや地域コミュニティの 紹介、関係づくり ・ 事業推進体制への参画、住民説明会等への同行 による支援 <庁内の体制構築> ・人事異動等があっても 継続した支援 ができる体制や仕組みづくり <金銭面での支援> ・自治体による フィージビリティ調査の実施 (地域課題の把握、情報共有されたCBを元にした解決手法の検討、マネージャー・オーガナイザー・アグリゲーター・サポーター等の体制構築について、自治体を中心となって検討) ・ 自治体クラウドファンディング の実施

(1)収益性・事業性の確保について

- CB等におけるマネジメント上の大きな課題は、収益性や事業性の確保。CB等の事業をゼロベースから構築するのは至難の業。既存の経営資源が活用可能な本業の延長線上や周辺領域において事業設計することが重要、そうすることで人材や資金等の経営資源の追加投入を最小限に抑えられ、CB等の取組の「継続性」と「実効性」の確保につながるのではないか。

【事例：神姫バス、KDDI、ギフトバッド、オムロンソーシャルソリューションズ、源など】

- CB等の取組主体の特性や地域特性によって、新たな工夫や仕組みが必要になるかもしれないが、地域課題を複数地域束ねることでスケールメリットが生まれる。他の地域にビジネスモデルを転用するには、当初モデルの単純なコピーではなく、別の地域に適応させるためのアレンジが必要。よりシンプルな事業モデル、明確な役割分担など、洗練された事業スキームを構築することで、そのアレンジも容易となり、他地域への横展開や関連する領域への事業展開の可能性が高まるのではないか。

【事例：神姫バス、KDDI、カヤック、西米良村・日本工営、松隈地域づくりなど】

(2)人材発掘・育成、連携体制について

- 行政と民間事業者など異なる領域の主体による協働は、いわゆる異分野や異業種とのコラボレーションによって、それまで成し得なかったイノベーションの創出という成果に近づく。CB等の取組にはリーダーやマネージャーといった主導者の存在が不可欠。**主導者のビジョンや取組のミッションを共有・共感できる地域内外の多様な人材をつないでいくこと、あるいは主導者自体を地域外や異分野から招聘・登用することで、斬新なアイデアや新たな資源をその地域の課題解決の取組に投入でき、多彩な人材が入り混じる中でイノベーションを創出していけるのではないか。**

【事例:豊かな丘、TMO結城、SVP東京、カヤックなど】

- 各主体との連携体制の構築は、オーガナイザーがチーム力を存分に高められるような連携体制の構想から始まり、**参画する各主体が提供可能な経営資源と担うべき役割を明確にして、各主体が合意の上で相応の適正な対価を得ることで、連携体制が無理なく結束していけるのではないか。**

【事例:神姫バス、ギフトパッド、西米良村・日本工営など】

- ICT系のソリューションを提供しているアグリゲーターは、その地域へのICTインフラ(プラットフォーム、OS)の基盤整備を図ることが第一の目的。地域参入の際、そのICTインフラから派生する事業が地域で創出される可能性、あるいは中長期的な視点で地域のプレイヤーを育成していくことも視野に入れる。インフラの実装まではアグリゲーターの役割、実装後のインフラの管理・運営、インフラを活用したアプリケーション開発等は地域の事業者や地元人材が担っていくという構図。社会実装の実現可能性や事業としての拡大可能性の見極め、そして地域における波及力を高めるためにも、**地域情報を熟知している行政の介入、あるいは地域関係者によるコンソーシアムを結成し、地域事情や地域課題、ニーズを詳細に把握し、中長期的な視点で事業を構想していくことで、事業の成功確率を高められるのではないか。**

【事例:KDDI、ギフトパッド、オムロンソーシャルソリューションズ、エキスポリス、庄原市キャッシュレス推進協議会など】

(3) ソーシャルセクターにおける金融・ファンドとの連携について

- 民間事業者がCB等を推進していく上では、資金調達もさることながら、様々なステークホルダーと出会い、コミュニケーションし、協働していくプロセスも重要。また、事業者側からのアプローチだけでなく、ステークホルダー側からも共感・支援していく方向性も重要。**主導者のビジョンやCB等のミッションに共感できる事業に対して、活動資金とスキルを提供してくれる支援者との「協働の場」を創出していくことが、事業の着実な成功や継続的な事業拡大につながるのではないかと。**

【事例：SVP東京、横浜コミュニティデザイン・ラボ、ソーシャル・エックスなど】

- 地域課題の解決に向けたCB等の取組に対しては、地域経済の中で主要な存在である地域の金融機関の役割も大きく、地域活性化に向けて地域の金融機関が取り組みやすくなるよう、さらなる規制緩和も検討していく必要あり。事業性や将来性等の観点で課題を抱えるCB等が融資の審査(事業性評価)を通らない可能性もあり、地域金融機関による融資以外の支援の在り方として、**地域金融機関が持つリソースの中から、例えば事業構想に賛同・協力してくれそうな地元企業や人材の紹介、事業コンサルティング、CB等の連携協力事業者への手数料等の減免等の側面的な支援によって、CB等の事業への貢献も可能ではないかと。**

【事例：ギフトパッド、庄原市キャッシュレス決済推進協議会、松隈地域づくりなど】

(4)行政支援の在り方について

- CB等の取組を地域でスムーズに進めていくためには、行政が地域内外の関係者の仲介・調整役を担うこと、いわゆる「お墨付き」を付与すること(信頼付与)などが不可欠。また、地域情報に精通している組織として、**行政には地域内あるいは事業推進上のキーパーソンや地域コミュニティのハブとなっている組織の紹介、協力依頼など、小規模な自治体であるほど連携体制構築にあたってオーガナイザー的な役割も担っていくことが求められるのではないか。**

【事例:KDDI、オムロンソーシャルソリューションズ、エクスポリス、カヤック、西米良村・日本工営、松隈地域づくりなど】

- 地域コミュニティの維持・存続には多額の行政コストが必要となる。一方で、中山間地などの集落の自立・自走のために、小水力発電により事業継続資金を自ら生み出す仕組みを確立した地域もある。集落や住民が、その可能性の検証のために資金をねん出する余裕はない。行政は、地域コミュニティの維持・存続のための事業に多額の予算を投じているが、それよりも**中長期的な視点で、地域コミュニティの自然資源を活用した事業のフィージビリティ調査へ予算配分の重点を移し、その可能性を見出していくこと、最初の実績づくりに予算を投入した方が、地域コミュニティの自立・自走に貢献するのではないか。**

【事例:庄原キャッシュレス決済推進協議会、西米良村・日本工営、松隈地域づくり、源など】

(5)その他、CB等に対する支援の在り方について

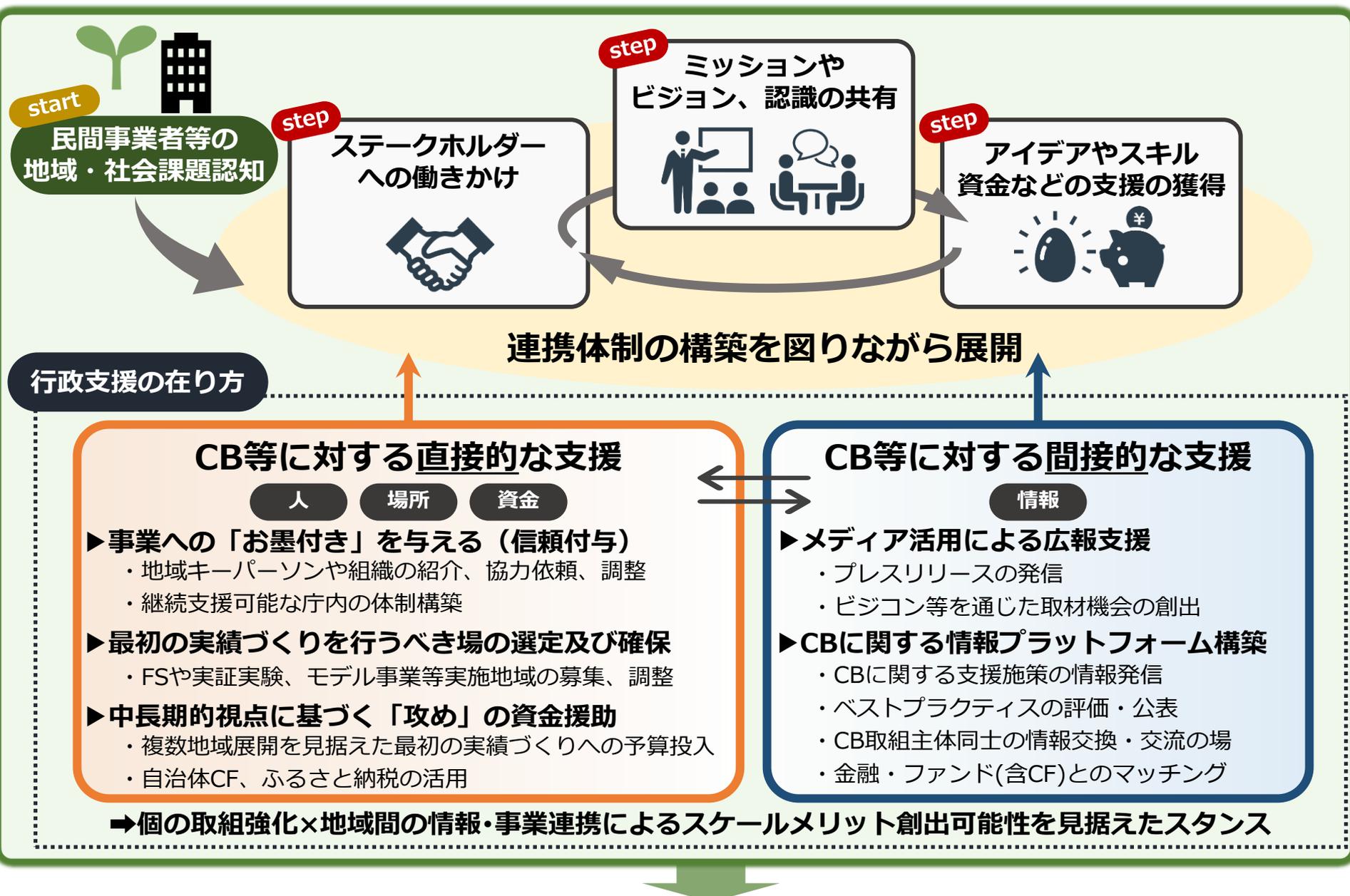
- 民間事業者は、中長期的な視点でCB等に取り組む。民間事業者が地域課題や社会課題を認知、その解決に向けて各ステークホルダーに働きかけ、様々なアイデアや資金などの支援を獲得、連携体制を構築しながら、新たなビジネスモデルを生み出し、実際に地域でソリューションを提供。それに対して長期にわたる支援が必要。事業開発から連携体制の構築、ビジネスの定着・普及、さらには他地域への展開や別領域への事業の波及といったプロセスの中でも、求められる支援ニーズが異なる。**CB等の事業創出及び定着・普及プロセスをいくつかのステージやフェーズに分け、さらに地域特性や取り組む地域・社会課題の特徴、ソリューションや取組主体・連携体制の特徴等によって、それに対応したきめ細かな支援メニューの構築が、CB等の事業そのものの自立化・自走化の実現に向けて必要になるのではないか。**

【事例：KDDI、SVP東京、ソーシャル・エックス、松隈地域づくりなど】

- ソーシャル・エックスは、事業者と行政のマッチングのプロセスを通じて、まだ言語化されていない新たな地域課題の情報を集約(情報のゲートキーパー)。それらの情報を共有することで、新たなCB等の取組の促進、CB等の地域への展開可能性、地域と民間事業者のマッチングなど、地域課題への取組の加速化につながる。また行政からの情報発信、行政同士の情報交換によって、行政間の情報共有につながり、CB等の他地域への展開につながる。民間事業者にとっても、先行事例を参考にビジネスを組み立てていくこともある。**地域課題・社会課題を集約し、ベストプラクティスを評価し、公表していくことで、行政や民間事業者、支援者などの様々なステークホルダーにとって、有益な情報提供の場、さらには地域課題の解決を目指して多様な主体が交流するオープンな場のプラットフォームとなるのではないか。**様々なステークホルダーがCB等の事業のミッションや価値を受け止め、支持することで、CB等の社会的な価値が高まり、CB等の取組が広がる可能性がある。**地域課題の解決を加速化させるためにもCB等の公的なプラットフォームの役割の重要性も十分認められるのではないか。**

【事例：KDDI、庄原市キャッシュレス決済推進協議会、ソーシャル・エックス、松隈地域づくりなど】

CB等の事業創出及び定着・普及プロセスと政策的支援の在り方イメージ(案)



3 事例紹介

【ヒアリング調査への協力企業・団体一覧】

	企業・団体名	該当パターン(●:最も該当するもの)								その他
		①収益性確保で自走型を確立	②リーダー・補佐役の育成・招致に成功	③オーガナイザーが機動性を発揮	④資金ニーズ等に円滑に対応	⑤デジタル技術の導入・活用	⑥コロナ禍に対応する独自の手法・アイデア	⑦MAP'S+O未完成ながら持続性を確保	⑧自治体伴走型で仲介・調整機能を発揮	
1	神姫バス株式会社 JA、生産者、路線バス事業者の連携による貨客混載	●						○		
2	KDDI株式会社 ICT/IoT技術を活用した「スマート漁業」	●	○			○				
3	株式会社豊かな丘 道の駅「南信州とよおかマルシェ」		●		○				○	
4	株式会社TMO結城 「結びプロジェクト」による地域活性化		●	●					○	
5	株式会社ギフトパッド 鳥取県南部町における買い物代行サービス			●		○			○	
6	NPO法人ソーシャルベンチャー・パートナーズ東京 社会課題解決型企業投資		○		●					
7	NPO法人横浜コミュニティデザイン・ラボ 地域課題解決プラットフォーム「LOCAL GOOD YOKOHAMA」			○	●	○				
8	オムロンソーシャルソリューションズ株式会社 地域住民と事業者の協働による移動支援					●	○			
9	エクスポリス合同会社 地方自治体向けDX基盤のサービス提供					●		○		
10	庄原市キャッシュレス決済推進協議会 電子マネー付ICカード「な・み・か」					●	○		○	
11	面白法人カヤック 地域通貨サービス「まちのコイン」			○		●			○	
12	株式会社ソーシャル・エックス 官民共創型プラットフォーム「逆プロボ」					●				
13	宮崎県西米良村・日本工営株式会社 村営バスによる貨客混載「カリコボーズのホイホイ便」			○					●	村主導
14	松隈地域づくり株式会社 小水力発電を活かした「自立した地域づくり」	○							●	県主導
15	株式会社源 関係人口に着目した「こすげ村人ポイントカード」	○						○	●	村づくり会社主導

※表頭の該当パターン①～⑧は、取組事例を抽出する際の8つの視点

神姫バス株式会社

～JA、生産者、路線バス事業者の連携による貨客混載

【事業・取組概要】

神姫バス(株)が路線バスを運行する「三田～小柿線」では、路線バスの車内スペースを利用して青果物を輸送する貨客混載を、毎週火曜・金曜の週2回、高平小学校前(11:07発)～三田駅北口(11:30着)の1便で実施。2021年1月19日から3月末まで実証実験を行い、バスの運行に支障もなく関係者から好評を得られたことから、同年5月より本格実施となった。

【成功要因/成果】

既存の経営資源(バスと乗務員、既存路線)を活用し、本業の延長線上で事業設計、さらに現場のアイデアでスピンオフ事業が展開

事業開始:2021年～ 事業対象エリア:兵庫県三田市(路線バス「三田～小柿線」)



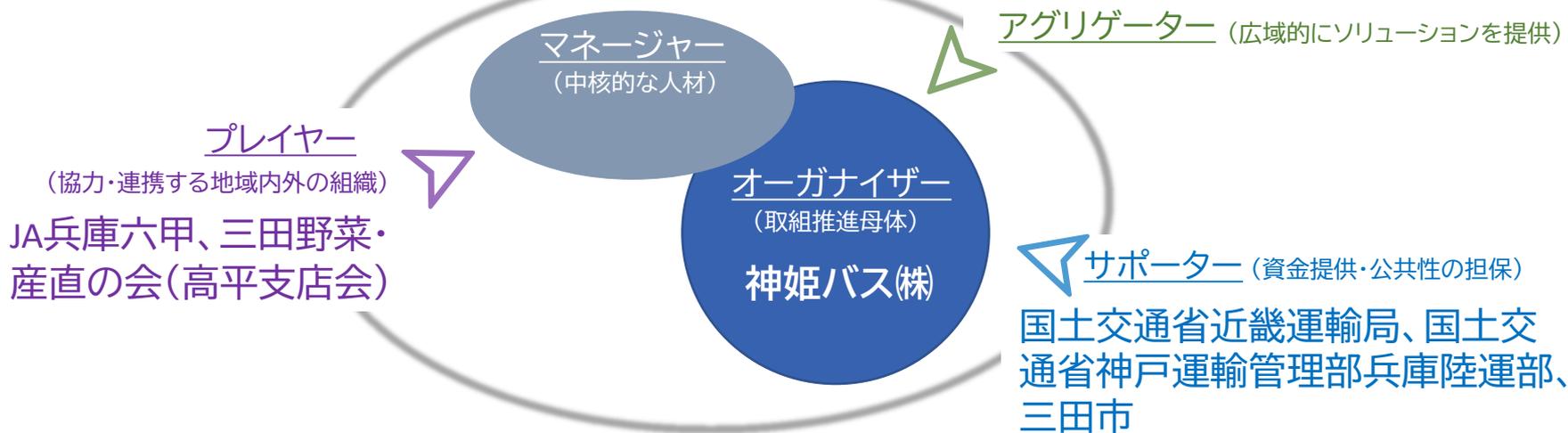
【組織概要】

所在地:兵庫県姫路市

設立:1927年

代表者:長尾真

HP:<https://www.shinkibus.co.jp/>



取組の背景

- ・ 神姫バスが路線バスを運行する三田市高平地区の「三田～小柿線」は、人口減少等により路線維持が困難になりつつある。コロナ禍で利用者の減少もあり、新たな収益源(バスで可能な事業)の創出が急務だった。
- ・ グループ会社の(株)ウエスト神姫は、郵便物の貨客混載を行っていたこともあり、「人ではなく物も運べる」ノウハウを活かせないかと考えた。また、地域に根差した会社として、より地元のためになることをしたいという思いもあり、まずは地域の困り事を調べることからスタート。
- ・ JA兵庫六甲は、高平地区での高齢化に伴う生産減や直売所への輸送手段(片道約10km)の確保等が課題だった。
- ・ 三田市は、市域の7～8割が山間部、農作物の流通も活発で、三田営業所から「バスで物を運べないか」という要望もあり、2009年から農業関連事業で野菜の集荷販売をしていた実績もあって、青果物を運搬するという着想に至った。
- ・ 取組を進めるためには、生産者の代表に話を通したり、住民説明会を行い、地域の理解を得ていった。

連携・協働体制の中での役割分担

- ・ 生産者は、前日にJA兵庫六甲高平支店に出荷予約し、出荷コンテナ数を調整、当日は高平支店に出荷物を持参・積み込み。
- ・ 神姫バスは、「高平小学校前」停留所～「三田駅北口」停留所を貨客混載で運行。その後、青果物のみを「福祉保健センター」停留所まで搬送。
- ・ 「パスカルさんだ一番館」(直売所)担当者に出荷物を引き渡し、出荷物を陳列し、販売。
- ・ 積み込みから積み下ろしまでを神姫バスが責任を持ち、他は生産者やJAが責任を持つという役割分担ができた。



取組の成功要因と成果

- ・ 「三田～小柿線」は最も便数が多く、また始点から終点を走るバスであり、ダイヤ変更することなく実施できることが決め手となり地域が選定された。
- ・ 実績ベースでバスで運んだ青果物の販売率は90%。到着したばかりの新鮮な青果物を買えることが付加価値となっている。陳列場所も直売所の玄関前で、「今バスで届きました」というポップも掲示。朝一で入荷した青果物が品薄になった頃に到着するというタイミングの良さもある。
- ・ これまでに運搬したコンテナは約570個、運賃総額にして約12万2,000円、大人運賃に換算すると235名分。もともと「空気を運ぶバス」と言われていたが、1便あたり2～3人増えた計算になる。
- ・ この取組はコストもかからない分、収益を大きく押し上げたわけではないが、地域の方が元気になったのは事実で、貨客混載バスが運行する日には、パスカル三田に人が集まり、そこで新たなコミュニティが生まれた。「バスに乗ってどこかへ行こう」という話が出れば、次の展開も見えてくる。地域が盛り上がるということが最終的なねらい。

今後の事業展開の可能性

- ・ バスが運行している地域であれば、ダイヤ改正やルート変更を行うことで同じような取組は可能。青果物販売はJA、直売所の考え方に左右される。
- ・ 三田市での貨客混載とは逆の発想で、神戸市で人気のパンを郊外の営業所で販売する取組がスタート(三田市の取組を見た営業所の乗務員や従業員からの提案)。
- ・ ホームセンターやドラッグストア等との提携により、生活必需品を運ぶことも考えられる。
- ・ 今後も、本来事業である「人を運ぶ」ことは大切にしつつ、空いている空間を効率的に使って、地域に役立つ取組をしていく。物流会社とは差別化を図りながら、貨客混載でできることがあれば積極的に取り組む。



KDDI株式会社

～ICT/IoT技術を活用した「スマート漁業」

【事業・取組概要】

スマート漁業モデル推進コンソーシアム((一社)東松島みらいとし機構[代表幹事]、宮城県東松島市、大友水産(株)、大野電子開発(株)、東北大学、岩手県立大学、早稲田大学、(株)KDDI総合研究所)が2016年よりモデル事業として開始したスマート漁業。LTE通信モジュールを搭載した水中カメラや「スマートブイ」により得られたデータを収集、蓄積し、データと漁獲量の相関関係を分析。漁師の「勘」や「経験」といった知見を可視化し、定置網漁の安定化と効率化を図るプロジェクト。

【成功要因/成果】

地域コンソーシアムへ出向者を派遣、協議を通じて地域課題を抽出、地域のプレイヤーの事業化が可能な領域の社会基盤を整備

事業開始:2016年より実証試験開始 事業対象エリア:宮城県東松島市(石巻湾浜島沖漁場)



定置網漁の様子 (宮城県東松島市浜市沖)



スマートブイ

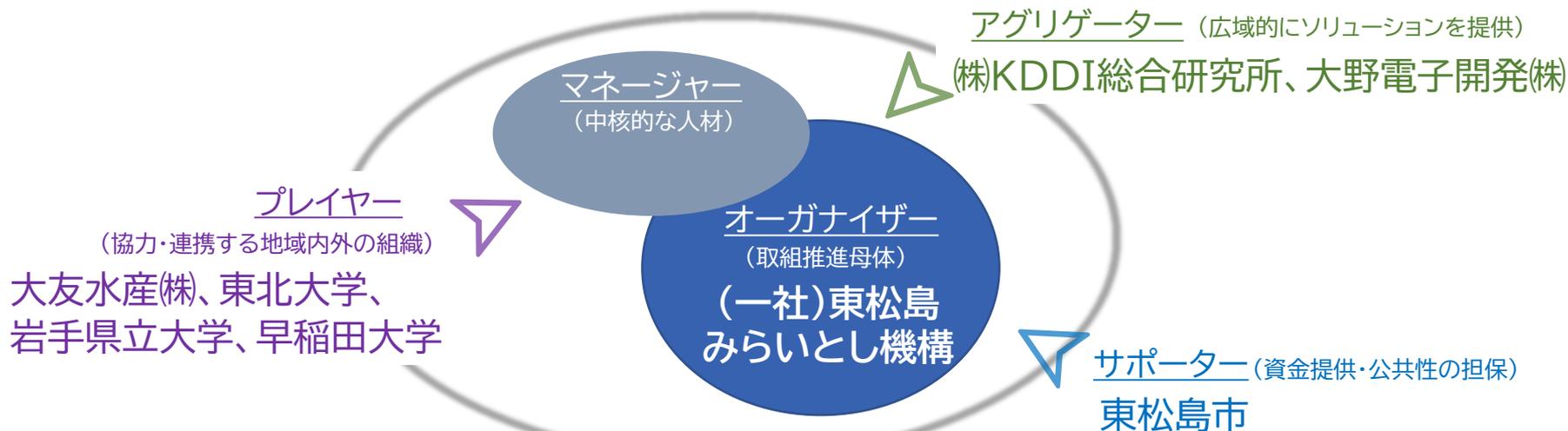
【組織概要】

所在地:東京都千代田区

設立:2000年

代表者:高橋誠

HP:<https://www.kddi.com/>

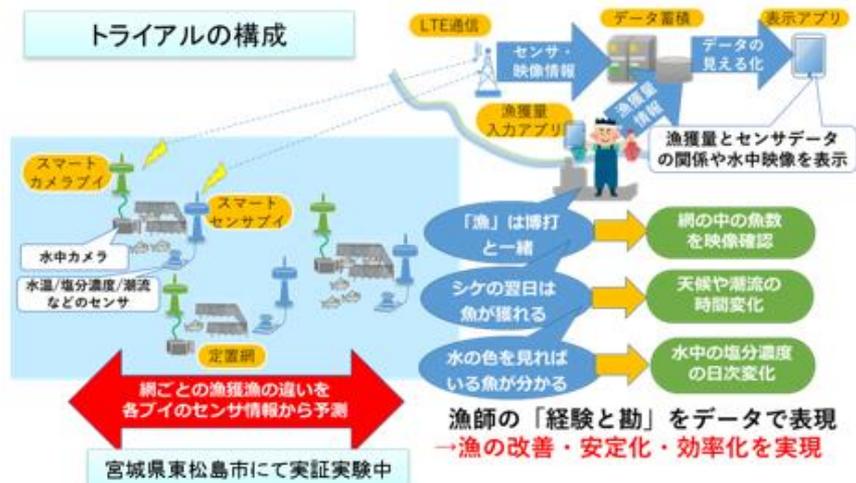


取組の背景

- KDDIは2012年7月、東日本大震災を契機に東北出身者を中心に構成された「復興支援室」を立ち上げ、被災地の復興支援を通じてノウハウと実績を蓄積、2017年には取組の全国展開に向け「地方創生支援室」を創設。
- 宮城県東松島市の漁港でサケ定置網漁をしていた大友水産の漁師との話から、2つの課題を抽出。一つは、東日本大震災により漁港が利用できなくなり、漁師が隣の漁港まで1時間の移動を余儀なくされていること。もう一つは、定置網漁は漁獲が予測できず、定置網まで行って確認しなければならないため、燃料費が嵩み環境にも負荷をかけていること。そこで、KDDI復興支援室が東松島みらいとし機構(HOPE)や他主体と協力して取組を開始。

連携・協働体制の中での役割分担

- HOPEを中心とした「スマート漁業モデル推進コンソーシアム」では、プロジェクトを「実験系」「解析系」「ビジネスモデル系」に3分化し、サブリーダーを任命して事業を推進。
- 「スマートバイ」の開発を地元の大野電子とKDDI総合研究所が担当(実験系)。スマートバイから発信されるデータ収集をKDDI総合研究所、データベースの解析を早稲田大学と東北大学、漁師が扱うスマホ・タブレット用のアプリ開発を岩手県立大学が担当(解析系)。東松島市は市内調整や広報を担った。



取組の成功要因と成果

- この取組はHOPEでの協議開始後2年が経過して始まったもの。HOPEのメンバーと意思疎通ができるようになって、やっと地域の課題について話せるようになった。
- 地域の方々へのアプローチに際しては、目的を理解してもらうことが何より重要。KDDIとしては、地元産業の再生や復活という取組において、通信技術が役立つことを実感してもらいたいという思い。そのためには、まずは自治体の理解を得ることが大切。
- 地元で熱意のある人や新しい取組に前向きな、いわゆるキーパーソンと出会うことが最も難しい。そうした人と出会うためにも行政に足を運ぶ。人との巡り合わせが、地方創生の取組においても重要なポイントの一つ。
- 取組継続のポイントは「社会実装」を意識していること。現地の方々で事業化できなければ成り立たない。そこに寄り添う形でKDDIとして何ができるのかを考えて取り組んでいる。地方創生の取組は、5年や10年のスパンになるケースも稀ではないという覚悟は持っている。

今後の事業展開の可能性

- 現在では、東松島市のみならず、福井県小浜市におけるサバ養殖現場へのIoT導入、徳島県海陽町におけるカキ養殖、長崎県五島市におけるドローンによる赤潮検知及びマグロ養殖の効率化等、全国各地でIoTやICTを活用した一次産業支援や鳥獣害対策等、地域のステークホルダーとの連携による取組が展開している。
- 一次産業への新規参入者を増やしていかなければならない。そのためには、漁業で言えば「儲かる漁業」の仕組みが成り立つことが前提となる。副業でできるレベルにまで引き上げられればよいが、その場合、漁業権が課題になる。漁協との調整が必要なことや、後継者でなければならないという制約は、今後新規参入者を増やす上でハードルになる。

株式会社豊かな丘

～道の駅「南信州とよおかマルシェ」

【事業・取組概要】

(株)豊かな丘は、村や住民の出資によって設立、小さな拠点としても認定されている道の駅「南信州とよおかマルシェ」を運営。とよおかマルシェは、道の駅としての機能だけでなく、地元住民向けのスーパーも併設しており、地域内の住民にとって生活機能の中核拠点の一つとなっている。また、豊丘村コミュニティバスの全路線の結節拠点であり、隣の高森町や喬木村とも、道の駅のバス乗り場からつながる。緑地広場やコミュニティスペースを充実、各種イベントを開催し、観光客だけでなく地域住民の交流の場にもなっている。

【成功要因/成果】

行政主導の事業に対して、全国公募により実績・経験のある民間の外部人材を登用、行政にはない知識やノウハウで補完

事業開始:2018年4月オープン 事業対象エリア:長野県豊丘村(近隣の高森町、喬木村へもコミュニティバスを運行)



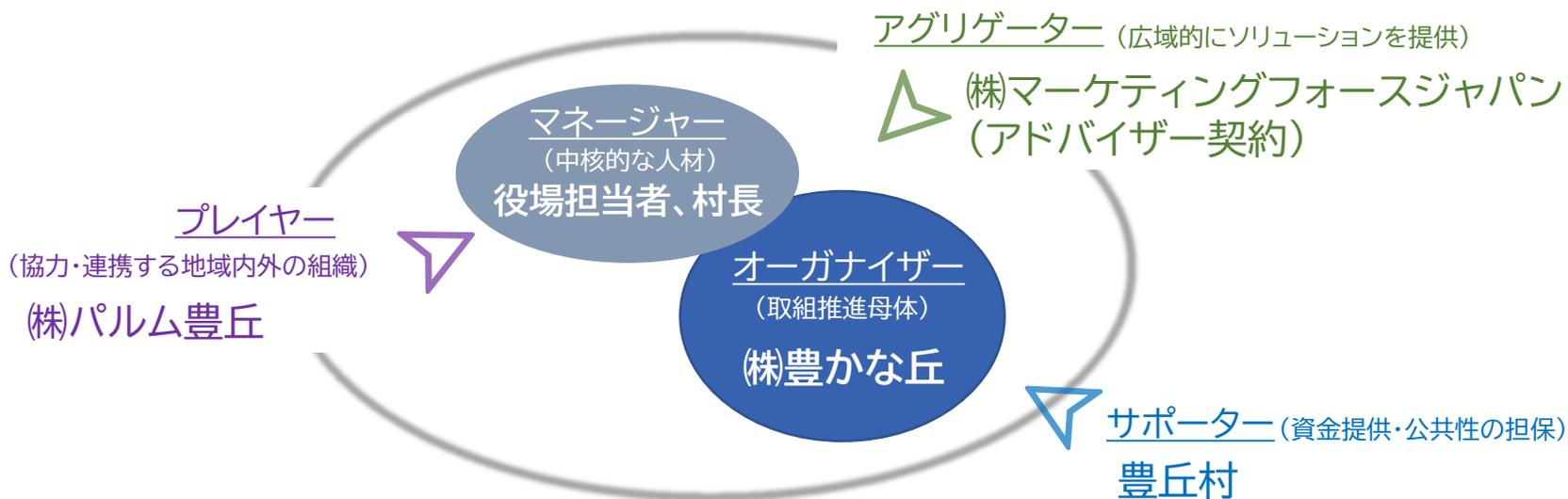
【組織概要】

所在地:長野県豊丘村

設立:2018年

代表者:菅沼康臣

HP:<https://toyooka-marche.jp/>



取組の背景

- 民間の力を取り入れて運営するため、組織運営や商売に長けている方を支配人として招聘すべく全国公募。全国から約40名の応募があり、その中から2015年に支配人が着任、この人物が建物の動線や内部の組織の仕組みなど、一手に引き受けて構築した。
- 当初のプロジェクトチームの中から絞り込みを行い、「村の駅開設委員会」を組織化、住民委員会を組織し、その中に部会をつくって、直売所や農産物加工の事業化を検討した。農産物直売部会、加工部会、レストラン部会、観光部会の4つの部会で、道の駅の仕組みづくりを行っていった。
- もともとこの事業は農業振興と地域活性化が背景にあったが、国土交通省中部地方整備局のアドバイスを受けて、道の駅の機能を加えた。小さな拠点という意味では、バスの発着点やスーパーなどの生活機能をここへ集約するために、村内に唯一あったスーパー(パルム豊丘)を道の駅へ誘致して移転してもらい、道の駅を小さな拠点として構築していった。

連携・協働体制の中での役割分担

- 本事業は農業振興からスタートしており、行政主導の形で進められた。村長はもともと民間企業出身者で、経営感覚のようなものが長けていた。
- 道の駅の農産物直売所と地元スーパーは顧客層が異なるので、同じフィールドで事業を行う方が、相乗効果を見込めるのではないかと移転を勧めた。
- 地域のを大切にしていって、食として出していくということは、この道の駅のコンセプトになっており、そういう部分でお互いに認識を共通できた地域おこし協力隊が来てくれたのは大きかった。
- 現在のレストランのシェフも地域おこし協力隊で、豊丘村が持っている思いを共有してくれていて、それを叶えてくれている。この土地に住んでいる我々には当たり前になってしまっていて気づいていないことを、改めて地域資源だと気づかせてくれた。

取組の成功要因と成果

- コロナ禍で売上げが落ち込みそうになった時、顧客対象を地域住民の方に舵を切った。地域をターゲットにして、地域住民に来店してもらうことで前年以上の売上を確保した。
- 2020年の1年間で新規開発したテイクアウト商品は全部で約80種類。レストランや惣菜でテイクアウト商品を新しく出して、地域の皆さんに来てもらい、また新商品を開発することで、飽きさせないようにした。道の駅の基本コンセプトは食なので、間違っただけではなかった。
- 道の駅のコンセプトである地域の食や農業振興が根底にあるということを理解してくれている。この地域にあるもので勝負していることが成功理由だと思う。それは、地域外へ売り出していこうと思ったときも、ブレずに、それをブラッシュアップしていくことを大事にしている。

今後の事業展開の可能性

- 結果的に、地域のもので磨き上げていった商品は、地域外の皆さんにも通じるところがあるので、現在は、地域外に向けてECにも取り組み始めている。
- いま一度、地域の食というものをブラッシュアップしていく。地域外への発信力や、ブランディングは十分ではないので、いま一度、地域の商品を磨き上げ、地域外へのPRに努めていきたい。特に、外から見るとよいものがたくさんあるが、それらをまだ地域外へ宣伝しきれていない。
- 農福連携にも取り組んでいて、障害者の働き場の確保や、その作った物を売る場所がないという問題に対して、売る場所を道の駅で提供する。



株式会社TMO結城

～「結いプロジェクト」による地域活性化

【事業・取組概要】

紬と歴史ある蔵の町並みが今も残る結城市の魅力伝えることを目指した「結いプロジェクト」を企画・実施。同プロジェクトでは、健田須賀神社の秋の収穫祭にあわせて、神社の境内や見世蔵、酒蔵、空き店舗など、街中の魅力的な空間をマルシェやアート空間、コンサート会場とする「結い市」「結いのおと」を開催。

【成功要因/成果】

ミッションやビジョンを共有できる地域内外の多彩な人材でチームビルディング、多様なスキルや能力を発揮できる活躍の場を提供

事業開始:2004年に(株)TMO結城を結成、2010年より「結いのおと」を開催 事業対象エリア:茨城県結城市



【組織概要】

所在地:茨城県結城市

設立:2004年

代表者:野口純一

HP:<http://www.emachiyuki.com/>



取組の背景

- 地方都市においては世代交代、代謝が進まないことが課題。地域は様々なチャレンジが必要になっている。
- まずは町の土壌づくりが必要と考え、15年前に地元住民や、自分たちの人間関係からクリエイティブな活動や仕事をしている人たちを巻き込んで、先駆的に実践するチームとしてTMO結城を設立、「結いプロジェクト」を結成した。
- 結いプロジェクトは、土壌づくりの一環であり、町なかで自分たちが活動しやすい環境がほしいというのが出発点。自分たちが取り組みたいこと、潜在的に好きなことをアイデアとして作る。そのため、十数年前、まだ一般的ではなかった「マルシェ」を企画、仲間づくりから始め、グラフィックデザイナーやフォトライター、建築士、公務員等、多くの仲間を集め「結いプロジェクト」を結成した。
- 自分たちが取り組みたいことを起点にして、町の資源に目を向けたもので、一般的な地域課題解決とは逆の方法ではあるが、取り組みたいことをひもときながら検討した。

取組の成功要因と成果

- 結いプロジェクトは参加メンバーが多彩なところが特徴。建築家、グラフィックデザイナー、フォトライター、公務員、学生、IT企業の会社員、機織りの織子、さらにはラーメン店主が参画している。多種多様なメンバーがそれぞれのスキルを持ち寄り、自分らしい活動をしている。結いプロジェクトはボランティア団体であるが、サークル的な「ノリ」で行っている面もある。
- 「結い市」は、物づくりの祭典として、メイン事業として行ってきた。一般的に、マルシェは広場にテントを並べて様々な作家たちが出店する形式で行われるが、「結い市」は町なか全体がその広場の役割を担っている。
- 来訪者が町中を歩きながらめぐる形式なので、出店も単純にランダムに置くのではなく、町の構造を考え、「神社エリア」、「酒蔵エリア」といった町のゾーニングをして、キャラクターに合わせて出店メンバーをマッチング。2日間で約2万人を動員する、結城にとって大きい観光イベントにまで成長。

- 建物のオーナーの中には建物の活路を見出せていない方もいる。店舗を他者に貸せるようになるための意識改革を図る上でのコミュニケーションは、結い市の大事な役割になっている。建物のオーナーからは、「自分の店もぜひ使ってくれ」と言ってもらえるようになった。
- 事業を継続するために、しっかりとしたアイデアと、事業に魅力を持たせることを大切にしている。そのアイデアと魅力があることで、多方面から仲間が増えてきて、実行力にもつながっている。「アイデアと魅力×仲間」ができ、さらに資金調達の仕組みができたことが継続のための一番の要因である。
- コロナ禍におけるイベント開催について、関係者と地域の人たちの協力が必要であり、その協力を得られることは結いプロジェクトの成果の一つ。一朝一夕にはいかないが、町の活性化にコミットできる行政の理解や、地域住民のリーダーシップ、プロジェクトの目的も含めた思いの共有という部分は大事である。

今後の事業展開の可能性

- 結いプロジェクトは「結ぶ人」であり、人をつなぐ中間人材を指す。そういった役割を見つめ直し、明確に、より発信力を持って活動を継続していくために、結いプロジェクトは、2021年4月に一般社団法人MUSUBITOを設立。TMOという第三セクターを母体としていたが、本格的に独立し、さらなる事業展開を目指している。
- 新たなプロジェクトとして、古民家を使った宿泊事業を検討中である。結城での滞在時間を延ばし、様々な人たちとコミュニケーションが増加することにより、結城への愛着が増し、後々、結城への定着、移住につながればという思いがある。



株式会社ギフトパッド

～鳥取県南部町における買い物代行サービス

【事業・取組概要】

(株)ギフトパッドは、各地で買い物代行業における地元組織立ち上げ支援を行うローカルボンド(株)、鳥取・島根の両県にてスーパーマーケットを店舗展開する(株)丸合、福祉を通じて南部町を元気にする活動を行っている(公社)青年海外協力協会(南部事務所)、鳥取県南部町の協力を得て、外出が難しい方やコロナ禍で外出を懸念している方などに向け、買い物代行サービスを開始。商品の買い物と配達の役割を担う青年海外協力協会のスタッフと地域住民とのつながりが生まれ、独居高齢者等の見守りなど生活支援の役割も担っていく。

【成功要因/成果】

チーム力が最大限高められる連携体制を構想、役割分担に即して最適な地域の人材・団体を適所適材ではめ込む

事業開始:2021年 事業対象エリア:鳥取県南部町

まるごう西伯店
お買得チラシ情報は
こちらから！



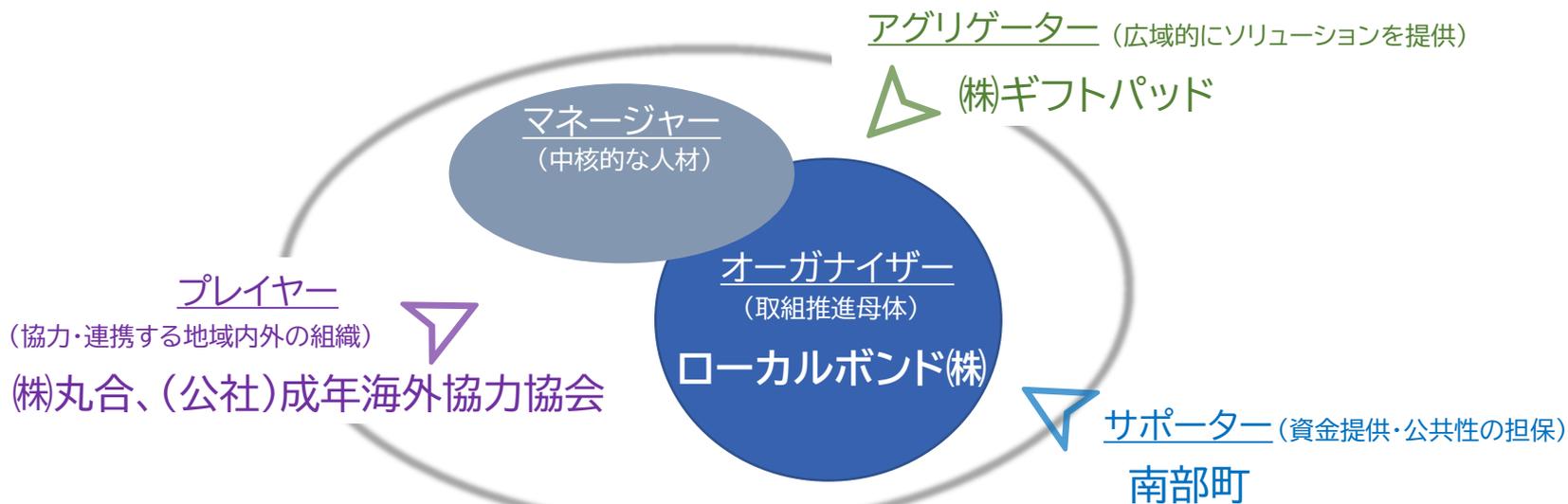
【組織概要】

所在地:大阪府大阪市

設立:2011年

代表者:園田幸央

HP:<https://giftpad.co.jp/>



NPO法人ソーシャルベンチャー・パートナーズ東京 ～社会課題解決型企業投資

【事業・取組概要】

(NPO)ソーシャルベンチャー・パートナーズ東京(SVP東京)は、社会的な課題解決に取り組む革新的な事業に対して、資金の提供と、パートナーによる経営支援を行う。革新的なモデルを持つ将来性の高いソーシャルベンチャーに、年間100万円を限度にした資金を提供。同時に1～2年に渡って、SVP東京のパートナーが組織に対する経営支援を行い、組織基盤の強化を図る。投資限度額100万円は、「パートナー」と呼ばれるSVP東京の会員が払う会費(1人年間10万円)の中から拠出される。

【成功要因/成果】

支援者(パートナー)が共感できる事業・団体に対して、活動資金とスキルをマッチング、支援者との協働で事業を成長路線へ

事業開始:2003年 事業対象エリア:全国



【組織概要】

所在地:東京都港区

設立:2003年

代表者:神代伸一ほか

HP:<https://www.svptokyo.org/>



取組の背景と組織概要

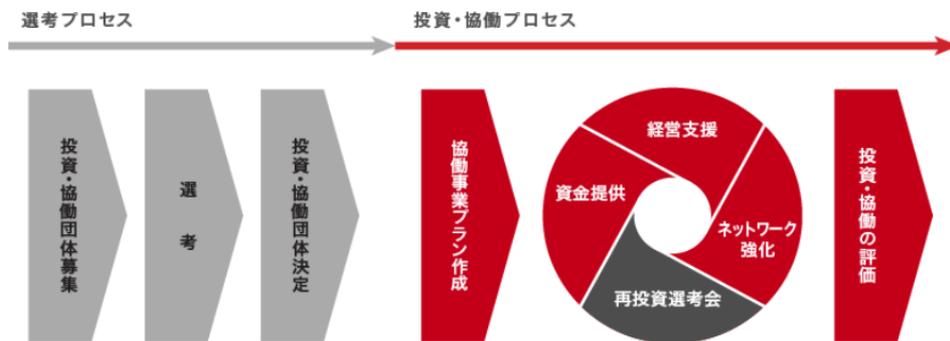
- 「フィランソロピー」は財団などによる慈善活動のイメージが強いが、米国でも珍しかった「ベンチャーフィランソロピー」という理念を掲げ、ベンチャーキャピタルの手法をソーシャルビジネス、もしくはNPOの活動に展開することでビジネスを回すことを意識。
- SVP東京は、対象団体そのものの中に入って、どう成長させるかを一緒に考えている。いわゆる「プロボノ」よりは濃い付き合い。「パートナー」と呼ばれる支援者たちは本業があり、活動に割ける時間は限られているが、ハンズオンのベンチャーキャピタル的な活動をしたいと考えている。
- SVP東京は、パートナー各自が持つスキルを存分に発揮してもらう場所である。土業の方や特殊な技能を持った人もいるが、特にスキルなどの条件は求めている。パートナー希望の方から「自分は特別なことが何もできない」などと言われることもあるが、営業や総務、経理など企業の経験によって、ソーシャルベンチャーやNPOの経営改善に貴重な貢献ができる。

協働体制の構築方法

- 毎年、公募のテーマを絞ったり課題設定したりした方がよいのではないかという声も上がるが、パートナーの関心も多種多様なので、絞るという判断はしていない。時々、「そのような社会的課題もあるのか」とパートナーが驚くような出会いもあり、幅広い分野から応募を募るのは意味がある。



- 投資先の選考は、各チームから候補を挙げてもらい、その後、ディスカッションし、1次選考の通過者を決定。5つの基準を設けて採点するが、一番大きいのはパートナーが協働したいと思うかどうか、そしてSVP東京として協働すべきかどうか。
- 主観的にパートナー個人が共感するかどうか色が濃く反映されるような選考の仕組みになっており、事業としてどのように回していけるかという広い意味でのビジネスモデルで、社会的インパクトにつながる可能性があるかを掘り下げて議論する。



取組の成功要因と成果

- (NPO)クロスフィールズは、「留職」という概念をつくり、大企業の人材を途上国のNPOに派遣してもらう社外研修の事業を開始。社内で挑戦や成長の機会を求めている人材を外国に派遣して、成長して戻って来てもらうことを目指す。現在では2億円規模の売上げがある組織に成長。SVP東京に応募した時点では、まだNPOを設立する前段階だった。当時、海外への人材派遣は難しいだろうと考えたが、その一事例目の実績を作ることによりSVP東京が関与できた。

今後の事業展開の可能性

- どの社会課題でも、一つの団体、一つのムーブメントを後押しするだけでは解決できない複雑さがある。コレクティブインパクトを生み出すためのプラットフォームをつくる必要があると、そうした活動に貢献できないかと議論している。

NPO法人横浜コミュニティデザイン・ラボ

～課題解決プラットフォーム「LOCAL GOOD YOKOHAMA」

【事業・取組概要】

「LOCAL GOOD YOKOHAMA」は、横浜市のデータを活用しながら課題をわかりやすく伝え、市民のアクションを促す仕組み。クラウドファンディング(CF)機能、市民が地域に提供できることを登録するスキルマッチング機能を用意し、市民が中心となって課題を解決していく「新しい公共」の仕組みを目指す(①横浜市が抱える様々な地域課題を掘り起こし、集める、②インフォグラフィックス(視覚的表現)により、地域課題を市民に対して見える化する、③課題に対する市民の関心を喚起、CFなどの仕組みを活用することで解決のための取組へ市民の参加を促す)。

【成功要因/成果】

ICTを活用した地域課題の「見える化」と、地元による地元のためのクラウドファンディング、スキルマッチング

事業開始:2014年6月 事業対象エリア:横浜市



【組織概要】

所在地:横浜市
 設立:2003年
 代表者:杉浦裕樹
 HP:

<https://yokohamalab.jp/about/hamakei/>



取組の背景

- (NPO)横浜コミュニティデザイン・ラボはウェブメディア「ヨコハマ経済新聞」を運営、地域情報を届けている。非営利団体のメディアであるが、横浜市の記者クラブへの投げ込み(プレスリリース)を確認しており、担当課長への取材や電話での問合せなどを通じて、横浜市役所との関係ができ、今でも関係が深い。
- 横浜市の様々な事業を請け負っている中で、約2年間、「コミュニティ経済」をキーワードとしたリサーチや対話の場をつくる事業を行った。その中で、「税金に頼らず、色々な人たちの支援によって、地域課題を解決するような仕組み」をつくりたいということで、「LOCAL GOOD YOKOHAMA」のプロジェクトが立ち上がった。
- 東北発のクラウドファンディングサイトを立ち上げたアクセントチュア(株)とつながり、横浜市をフィールドとして課題解決のための仕組み・仕掛けを考えていること話し、クラウドファンディング機能を備えたプラットフォームを一緒に考えてつくることになった。
- 検討期間は約1年、2014年6月にサイトをオープン。まずは地域を知るための機能やデータ可視化の機能を実装し、そして10月にはクラウドファンディングやスキルマッチングの機能を追加実装した。

連携・協働体制の中での役割分担

- 単にクラウドファンディングをつくるだけではなく、運営側の支援スキルや運営ノウハウ、さらにアクセントチュアの知恵や助言もしっかり聞きたいとの考えから、横浜市と共同で勉強会を開催し、どのような形にするか検討を始めた。
- アクセントチュアは「復興支援ノウハウの横展開はアクセントチュアのCSRの一環」と考えており、LOCAL GOOD YOKOHAMAへのプロボノ(人材)支援とスタートアップ時の資金的支援が開始された。
- 「#おたがいハマ」は官民連携事業で実施している。コロナ禍で1年半ほど行ってきた成果をもとに、LOCAL GOOD YOKOHAMAも官民連携事業として運営可能か検討中。

取組の成功要因と成果

- サイトには、横浜市の課題を分かりやすく伝える、データ情報が掲載されている。これは市のオープンデータを活用した情報で、例えば、横浜市では4人に1人が高齢者、30世帯に1世帯が生活保護受給世帯、ごみの量はどれくらいかなどが示され、地域の課題が見えてくる。また、地域課題に取り組んでいる活動団体の拠点やイベントもマップに可視化している。
- クラウドファンディングで募集しているプロジェクトの成約に向けては、地元愛がある人の繋がりもメリットであるが、それ以外にも独自メディアである「ヨコハマ経済新聞」でも周知できることも大きい。まちづくりの分野に関して長く取り組んでいるため、様々な分野の人材とのネットワークもあり、充実した支援体制もある。
- クラウドファンディングを達成することが目的ではあるが、それを通じて、団体の情報コミュニケーションのリテラシーを上げてもらう、そのための技術移転が行われている。これは、クラウドファンディングが終わった後も、プロジェクトが地域の資産となり運営していくための基礎づくりである。

今後の事業展開の可能性

- 横浜コミュニティデザイン・ラボとしては、LOCAL GOOD YOKOHAMAも含め、これまでの活動の中で培ったことを集大成として事業化できないか、サブスクリプション方式や地域の価値ある人の存在を知り、接点をつくるプロダクション事業、福祉の領域等、様々な検討を行っている。
- ASP(Application Service Provider)的に横展開できないか、クラウドファンディングも含めたサイトのシステムをはじめ、運営ノウハウや支援スキルを技術移転していく仕組みが構築できるとよい。



オムロンソーシャルソリューションズ株式会社

～地域住民と公共交通機関・事業者の協働による移動支援

【事業・取組概要】

MaaSサービス「meemo」は、利用者が出発地と目的地を入力すると、周辺で対応可能なドライバー候補が表示され選択できる。ドライバーは地域住民が担当し、日本交通がドライバー講習や事故の一次対応を担う。オムロンソーシャルソリューションズ(株)(OSS)は2019年4月に京都府舞鶴市と包括連携協定を締結、2020年7月から3か月間、同市の高野地区及び加佐地区にて実証実験を開始。実証実験の結果を受け、アプリを全面改良した上で、対象地域を一定の持続性が見込める高野地区に絞り、実証実験の第2弾を実施することを決定。2021年10月から3か月間、高野地区にて2度目の実証実験を実施、2022年度は通年実施により、スマホアプリを活用した住民同士の移動マッチングシステムを運用、持続可能なシステムを確立するための運用体制の構築に取り組む。

【成功要因/成果】

行政と事業者によるプロジェクトチームが検討して事業の方向性を決定、移動支援をきっかけとした“お互い様”の共生社会づくりへ

事業開始: 2020年より実証実験開始

事業対象エリア: 京都府(高野地区、加佐地区)



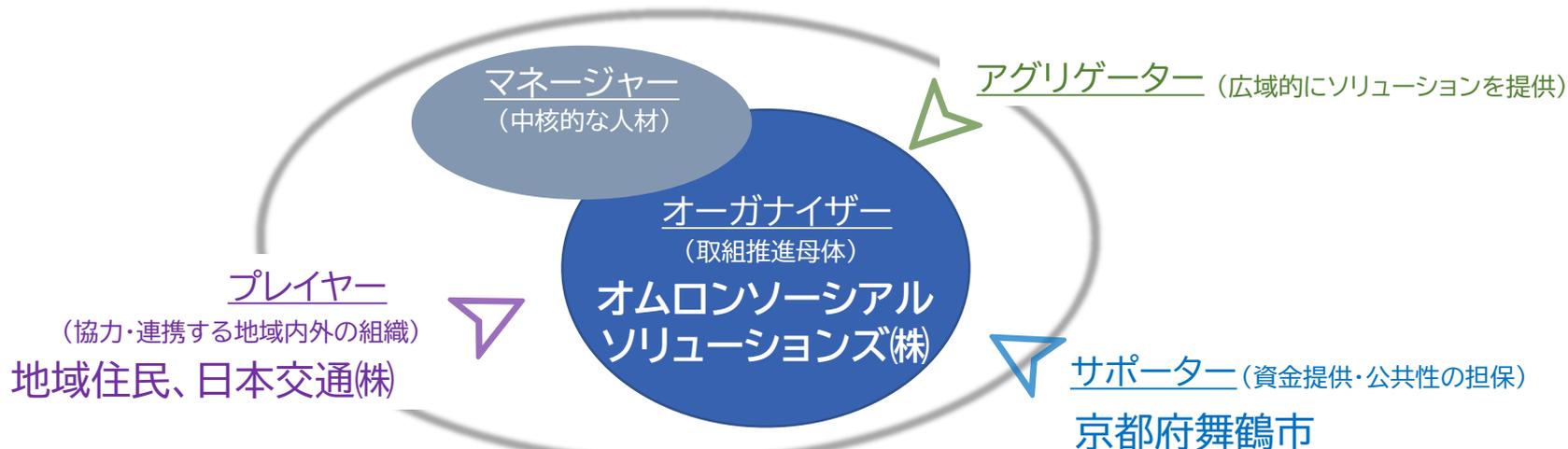
【組織概要】

所在地: 東京都港区

設立: 2011年

代表者: 細井俊夫

HP: <https://socialsolution.omron.com/jp/ja/>



取組の背景

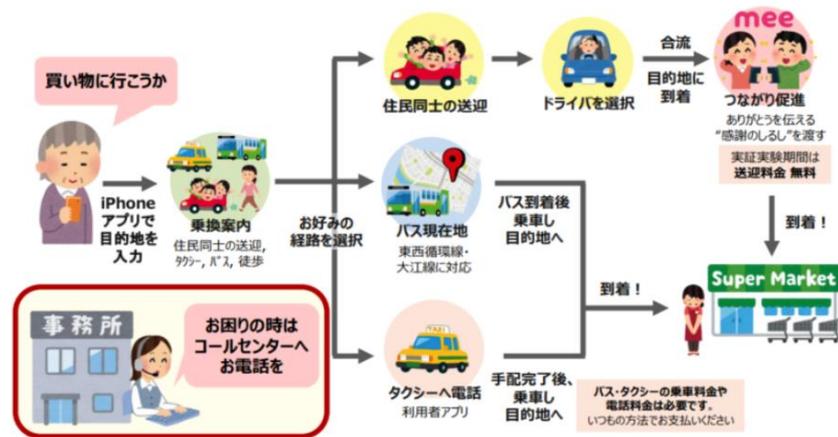
- 舞鶴市とオムロン本社から若手社員8名ずつの体制でプロジェクトチームを結成、市の状況とオムロンができることを踏まえ、プロジェクトベースでの協議を重ねた。結論として「個も集団も自律する“自立社会”をつくる」こと、その過程で「マッチングによる“お互い様”の共生社会の実現に注力する」という方向性が定められた。
- 舞鶴市とオムロンソーシャルソリューションズ(株)(OSS)との間で社会課題を整理、大きく17項目が挙げられた。それらを「地域産業の稼ぐ化」、「既存機能の省コスト運営」、「新規機能の省コスト整備」の3つに類型化。
- OSSでは、交通課題に対する直接的なソリューションは有していなかったが、1960年頃から自動改札機や信号の制御に取り組んできたノウハウがあった。舞鶴市も、歳出、市民への影響、インパクトの大きさなどを踏まえ、まずは交通課題から取り組むという結論に至った。

連携・協働体制の中での役割分担

- 日本交通(株)の協力なくして本取組は成立しなかった。舞鶴市の担当者から日本交通の担当者に事業構想を話し、その後、市長自ら日本交通の社長と面談し、協力依頼した。日本交通の社長は「自分たちの事業へのメリット」よりも「地域交通を守る」という観点で意思決定。社長は2019年のmeemo記者会見で「緑ナンバーと白ナンバーの垣根を越える」と発言。今後、過疎地域ではタクシードライバー不足も見込まれる中、改革しなければ地域交通は守れない。
- 舞鶴市は取組を全体的にサポート。地元区長会での区長たちの説得、住民説明会、スマホ教室、アプリ相談会の際には常に担当者も同席。当初は区長への説明も苦労したが、何度か話をするうちに理解していただき、住民の方々にも理解が広まった。

取組の成功要因と成果

- meemoは「お互いさま」のコンセプトを大切にしている。実証実験の参加者にも人の役に立つことや感謝されることにモチベーションを感じる方が多い。お金よりも、感謝の気持ちやドライバーの承認欲求をくすぐる部分をインセンティブにしている。
- 送迎には住民ドライバーが自分の車を使うため、ドライバーの一番の不安は事故を起こした時の保険。基本的にはドライバー自身の保険を使ってもらうが、個人の保険では賄いきれない分を協議会が加入する保険で補填する。また、事故を起こして等級が下がり、上乘せされる保険料分を「見舞金」として補填。
- 連携の調整役としての舞鶴市の存在は非常に大きい。タクシーと住民同士の送迎というセンシティブな問題に対し、自治体の主導により関係者を調整してもらえるからこそ、システム提供しているOSSも日本交通と良好な関係を維持できる。



今後の事業展開の可能性

- meemoの目的はMaaSというよりも「共生」にアプローチするもので、それにより自治体、地域住民、交通事業者、民間企業の間で「人・金・情報」が流れる仕組みをつくる。近所の草むしりなども含めた「お互いさま」プラットフォームを構築したい。
- 活動範囲を隣の地区に広げ、かつ「この人だったら信用できるから使おう」と言ってもらえる信用担保とインセンティブの仕組みを提供したい。タクシードライバーだけでなく、町の人口が減少する中で、活動地区を広げて現役世代を巻き込みたい。

エキスポリス合同会社

～地方自治体向けDX基盤のサービス提供

【事業・取組概要】

エキスポリス(合同)、日本アイ・ビー・エム(株)、東京電機大学(知的情報空間研究室)は、共同で実証実験を進めてきた、地域内でデータの流通を促進する「データ流通プラットフォーム」と、ソリューションを広く自治体に共有・販売する「マーケットプレイス」を、エキスポリスからAnastasiaとしてサービス提供を開始。少ない人数で自治体運営を行う全国の基礎自治体を対象に、Anastasiaを希望自治体へ無償提供。Anastasiaの活用により、地域課題施策の策定から導入までの時間的・人的コストを削減、基礎自治体が高額な導入コストを負担せず低コストでDXに着手し、持続可能な地域社会の実現の一助となることを目指す。

【成功要因/成果】

インフラ実装まではアグリゲーター、その管理・運営、アプリケーション開発等は地域の事業者や地元人材が担う、明確な役割分担

事業開始:2021年 事業対象エリア:全国



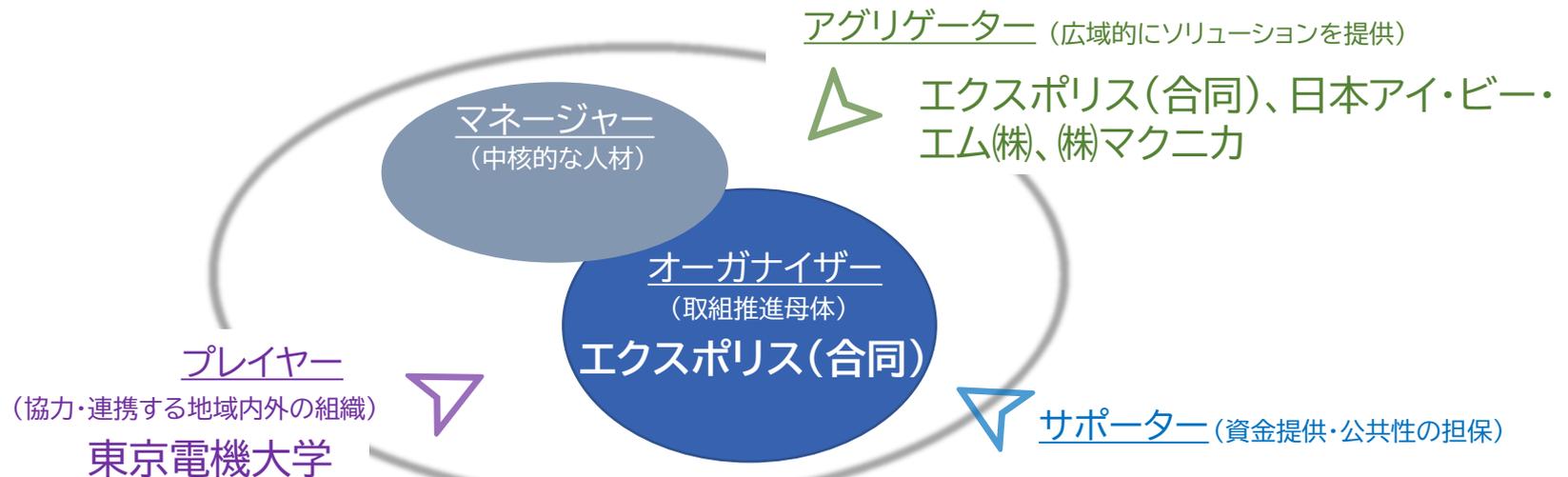
【組織概要】

所在地:東京都千代田区

設立:2019年

代表者:西垣一馬

HP:<https://www.expolis.net/>



取組の背景

- 都市部など人口規模が大きい自治体には充足しているソリューションや企業情報等が、すべての自治体に行き渡っているわけではない。自治体間での共有環境もない中で、他自治体のベストプラクティスを把握できないといった課題もある。行政職員もマルチタスクをしている現状もあり、自動化や半自動化できるシステムが必要だと考えた。
- Anastasiaは地域課題解決を支えるIT基盤として、施策の策定から導入までの時間的・人的コストを削減し、自治体が導入コストを負担せずDXに着手し、持続可能な地域社会の実現の一助となることを目指す。
- エクスポリス(合同)は、長野県小谷村において最初の実証実験を実施。データ流通プラットフォームを使って集めたデータを役場だけが保有するのではなく、住民もデータにアクセスして農業や鳥獣害対策等に活用できるようにした。

連携・協働体制の中での役割分担

- 連携している(株)マクニカは、中山間部など様々な自治体と自動運転技術の社会実装検証、モビリティを活用したセンシング技術・デジタル技術により、自治体が管理する膨大な道路や橋など、社会インフラ保全のDX化実現を目指している企業。
- 事業推進上、できれば地元企業と連携したい。特に、地域コミュニティのハブになっている地域商社等とつながりたい。

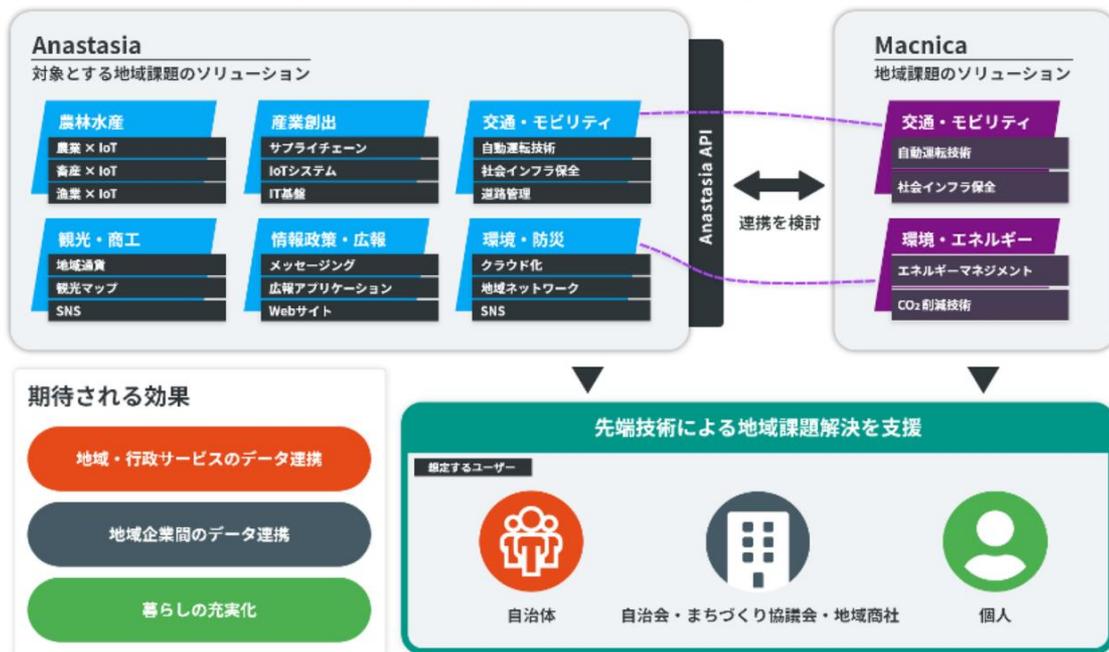


取組の成功要因と成果

- データの利活用の目的は、地域課題の解決なので、プラットフォームの役割は、データの収集、蓄積、解析、可視化というベーシックな部分にとどまり、それを活用するアプリケーションの開発は、他のベンダーにガイドラインを渡して制作してもらう。
- プラットフォームのオーナーは、予算付けが必要で、センシティブなデータも扱うので、スターターは行政かもしれないが、管理・運用は実際にデータを活用していくまちづくり公社や地域商社などの第三セクター、あるいはコンソーシアムを想定。
- データの提供者である住民には、地道に説明会を行い、どこまでの情報を収集し、どう活用されるのか、どのように生活に還元されるのかを説明する。

今後の事業展開の可能性

- エクスポリスは、事業者が参入せず地域課題が未解決のまま残されているような地域でも、データ流通プラットフォームの構築支援を行い、その後は自分たちでアプリを構築する、地域住民がデータを活用して地域づくりに活かすなど、地域格差をなくしていくような流れをつくりたい。



庄原市キャッシュレス決済推進協議会 ～電子マネー付ICカード「な・み・か」

【事業・取組概要】

2019年、庄原市東城町商工会が電子マネー機能の付いたICカード「ほ・ろ・か」を発行開始。来店客の半数が高齢者で電子マネーにも不慣れな中、同年に「1万円チャージすると5%電子マネー付与(通常の5倍)」キャンペーンを実施し普及を進めた。「ほ・ろ・か」は小学生や高齢者の見守りシステムとも連動。東城町での成功を受け、コロナ禍での紙幣等による感染拡大防止と事業者支援、市民の生活支援の3つの目的達成に向け、2020年10月、庄原商工会議所や庄原観光推進機構、庄原市(オブザーバー)参画のもと「庄原市キャッシュレス決済推進協議会」が設立され、2021年3月より電子マネー付ICカード「な・み・か」の名前で全市展開となった。決済手数料が在京決済会社などに比べ安く、集まったお金は付与されるポイントやキャンペーン等の経費として地元のために使われ、加盟店には利用客のデータが集まるなど、地域にとってのメリットは大きい。

【成功要因/成果】

行政の積極的な協力の下、ほぼ全世帯が電子マネー付きICカードを保有、様々なシステム間の連携により、市民生活向上を目指す

事業開始:2020年10月(全市展開)

事業対象エリア:広島県庄原市



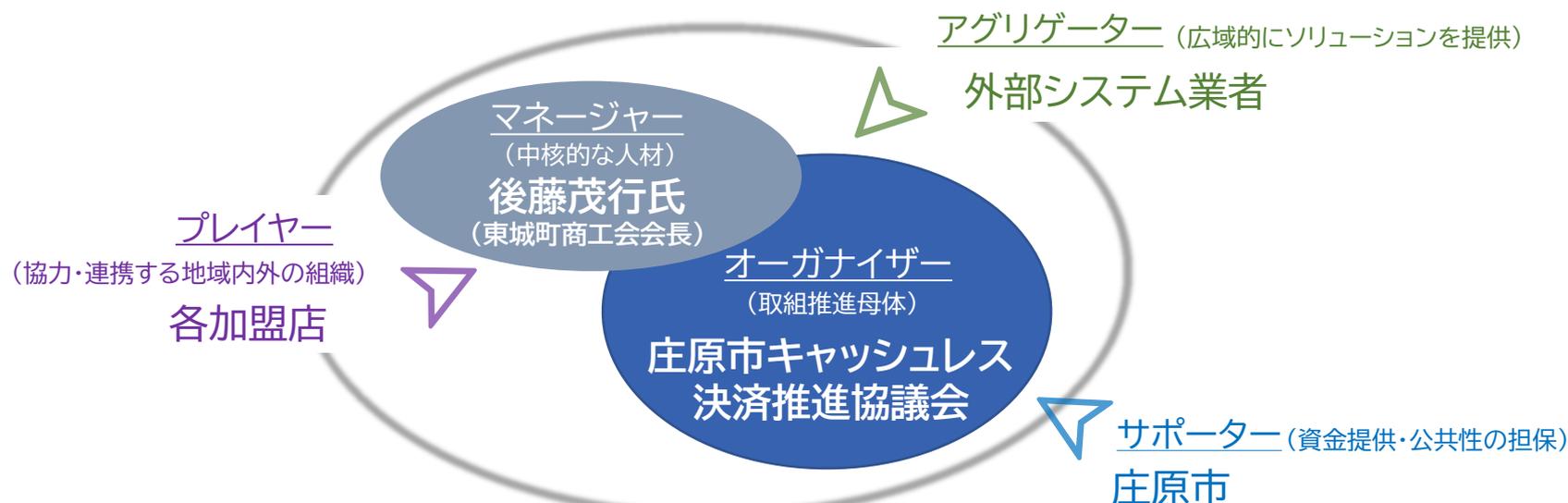
【組織概要】

所在地:広島県庄原市

設立:2019年

代表者:後藤茂行

HP:<https://namica.net/>



取組の背景

- もともと、地域には東城町のキャッシュレスカードと地元スーパーのキャッシュレスカードの2種類があったが、地元商店街が自分たちだけで存続させていくのは厳しくなった。人口減少に伴い、テコ入れをする必要が生じ、この2つのカードを何とかしなければというのがきっかけだった。
- そのときに経済産業省等の経済政策の補助金が決まったことで検討がスタート。
- 庄原市の協力の下、住民基本台帳をベースにカードの申請書を全戸配布した。辞退する方や必要ない方なども想定されたが、ほぼ9割の申請があった。多くの市民に申請してもらえたのは庄原市の協力が大きかった。

連携・協働体制の中での役割分担

- この地域の商工会や経済団体は、もともと連携が強かったので、以前から定住支援や就職支援、若者定着支援などの取組でコラボレーションしてきた。その流れで「庄原市キャッシュレス決済推進協議会」を立ち上げた。その際、ECサイトの運営や観光に資する事業も行っていたかったので、観光協会にも声がけて4団体でスタートした。
- 住人3万5,000人に封筒で申込書を配るのはマンパワーが必要だった。その時に、庄原市の職員が手伝いに来てくれた。すべてを業者に任せるのではなく、自分たちも汗をかくという姿勢が見えたので、官民一体の地域カードになりつつある。



取組の成功要因と成果

- キャッシュレスカードは単なる手段であり、システムをどのように利用して、地域をどのように活性化するかが最終的なゴールである。システムをいかに使って、どうやって地域のDX化を図り、それにより地域をよくするかということが最終目標である。それを市民に説明している。例えば、子どもの見守りであっても、デジタルの技術によって子どもを守っていく。
- 2021年10月、キャッシュレスカードが利用できる地元のお祭りを開催した。そこでの購買行動(顧客データ)を分析すると色々なことが分かってきた。次回以降のイベントにおいても、戦略を考えることに活用できる。地域のお祭りでも、ここまで顧客データを収集したのは初めてのケースだと思う。
- 加盟店も申請すれば、顧客データを見ることができる。そのデータを活用し、商工会本来の経営発達支援事業に活かすことができる。
- キャッシュレス化の取組は、関係者の足並みが揃っていないと失敗してしまう。やはり行政と実際に事業を行う組織と一緒に進めようとしなければ、事業は上手くいかない。行政と事業を行う組織の双方が情熱を持っていることが条件である。

今後の事業展開の可能性

- 中山間地域であり交通機関が脆弱なので、MaaSともコラボレーションしたい。住民の移動、観光の移動も含め、「人の動き」もMaaSと「な・み・か」カードを連動させて、データを収集していきたい。
- アプリ化も考えている。カードは全戸配布しているので、カードからアプリに移行してもらえると、地域の新しい情報の掲示板がつけられるようになり、また住みやすい地域に近づく。



面白法人カヤック ～地域通貨サービス「まちのコイン」

【事業・取組概要】

「まちのコイン」は、お金ではなく人と人のつながりを地域の資本と捉え、それを可視化するコミュニティ通貨(地域通貨)である。2018年より原型となるアプリを開発、2019年に鎌倉市で実証実験、2020年2月より小田原市で導入開始。通貨の名称や運用方法は地域で異なり、地域や人とのつながりが増える活動をするコインを獲得。単なる割引等のサービスには適用せず、「裏メニューの注文」や「ほどけない靴紐の結び方を教われる」など、ユニークな「体験」に適用。循環していないコインは最長半年で使用不可になることから、獲得コインの積極的使用のインセンティブになる。法定通貨に紐づかないため、いくら発行しても自治体の財政を圧迫しない。コインの獲得、使用時には店主や地域住民とのコミュニケーションが生まれ、暮らしやすく(訪れやすく)なるのが最大のメリット。

【成功要因/成果】

ゲーム制作会社としてICTの力で難しいものをより簡単に、親しみやすくし、地域課題解決の取組への参加者(ファン)を増やす

事業開始:2020年2月

事業対象エリア:全国14地域

(鎌倉市、小田原市、長野県上田市、
鳥取県智頭町等)



つかうときも、もらうときも。
お金で買えないうれしい体験に出会えます

【組織概要】

所在地:神奈川県鎌倉市

設立:1998年

代表者:柳澤大輔

HP:<https://www.kayac.com/>



取組の背景

- 「まちのコイン」事業のベースに「地域資本主義」という考え方がある。面白法人カヤック(株カヤック)として地方創生事業に取り組み中で、財源や生産性、GDPで測られる「経済資本」だけでは、地域での豊かな暮らしや幸福感につながらないという実感があつた。
- 2019年、鎌倉市で4週間の実証実験を行い、システム検証のほか、「どれくらいのコインがあれば十分か」「どれくらい登録スポットがあれば開始しやすいか」といった実証を行った。ここでコインの総量や加盟スポット数など数字上の勘所を掴めた。
- 導入地域ごとにテーマやコイン名を独自に設定する作業を通じて、全体感を持って関心軸を立てることができる。まちのコインは地域通貨であるが、コミュニティのためのツールであることから「コミュニティ通貨」と呼んでいる。

連携・協働体制の中での役割分担

- 連携、協働体制は「まちのコイン」導入地域により様々である。運営主体は、民間企業や任意団体のケースもあれば自治体のケースもある。「まちのコイン」はプラットフォームとして、場や仕組みを提供する立場である。カヤックは「まちのコイン」のサービス提供者として、運営主体と契約を交わす。

取組の成功要因と成果

- カヤックはゲームを作っている会社なので、いかにプロジェクトをカジュアルダウンして、親しみやすいものにするかにポイントを置いている。ファンや常連を増やす、エンゲージメントを高めることを目指している。値引きではコモディティ的でファンを増やすことにはつながらない。加盟スポットの個性を生かす方向で、ファンを増やしていきたい。
- 運営主体には、事業継続に向けて大切な要素やリソースとして「編集力」「巻き込み力」「資金力」「信用力」の4つを伝えている。自治体、地域おこし協力隊、学生、地域情報メディアのスタッフなど、地域の様々なプレイヤーが持つ強みを活かして補い合う。いわば成功要因と役割分担を掛け合わせたもの。導入地域に対して、4つの要素を揃えるために、複数プレイヤーによるコンソーシアムの体制構築を提案している。
- 導入支援では、「コンセプトワーク」をすることが多い。自分たちの地域の「あるある」を出し、互いに共同体の一部であることを意識してもらいながらアイスブレイクする。その後、KJ法で「As is」(現状把握)と「To be」(あるべき姿)を出してコインの導入・利用目的やテーマの方向性を定める。丁寧なやり方ではないが、いったん地域課題を洗い出してから「To be」を考える。カヤックが直接導入支援できないケースでは、コンセプトワークのガイドラインを渡している。

今後の事業展開の可能性

- 今は導入地域を増やすことよりも、導入地域の活性度合いを高めることを追求している。盛り上がる事例や取組に意義を感じている事例が多く出てくる状態にしたい。複数の地域に展開するにあたり、ある程度のリファレンスを揃えたい。
- キットを用意して、「まちのコインを使って自治体と地域課題解決や地域活性のための複合的な事業をしたい」と考える事業者には、バンダーとして提供する可能性もある。取り組むテーマによっては、カヤックが自治体と直接の取引先にならず、間に地域課題解決を図るコンサルティング会社が入り、まちのコインをうまく使って事業設計するというケースもあってもよい。



株式会社ソーシャル・エックス

～官民共創プラットフォーム「逆プロポ」

【事業・取組概要】

「社会課題を最も身近に感じる自治体と接点を持つ方法がわからない」という企業側の声を耳にしたことから、2021年4月より、元横浜市議の伊藤氏と元東京海上の伊佐治氏が、社会課題解決型の新規事業創出や官民オープンイノベーションの推進をサポートするため、「逆プロポ」を共同開発・運営。従来の公募型プロポーザル(自治体の事業者募集に対して企業が応募する仕組み)の流れを逆にしたオープンプラットフォーム上のマッチングを実現した。

【成功要因/成果】

意欲的な企業と自治体をマッチング、その過程で「言語化されていない」社会課題のデータを蓄積・分析、データの付加価値化を実現

事業開始:2021年～
事業対象エリア:全国

関係にイノベーションを。
逆転の発想から生まれた新しい官民共創のカタチ

GOOD DESIGN
AWARD 2021

プロジェクトは「話すから」集まるハハ。
アイデアは「評価されるから」出さるハハ。

官民共創プラットフォーム

X 逆プロポ
GYAKU PROPO



【組織概要】

所在地:東京都渋谷区

設立:2021年

代表者:伊藤大貴 伊佐治幸泰

HP:<https://socialx.inc/>

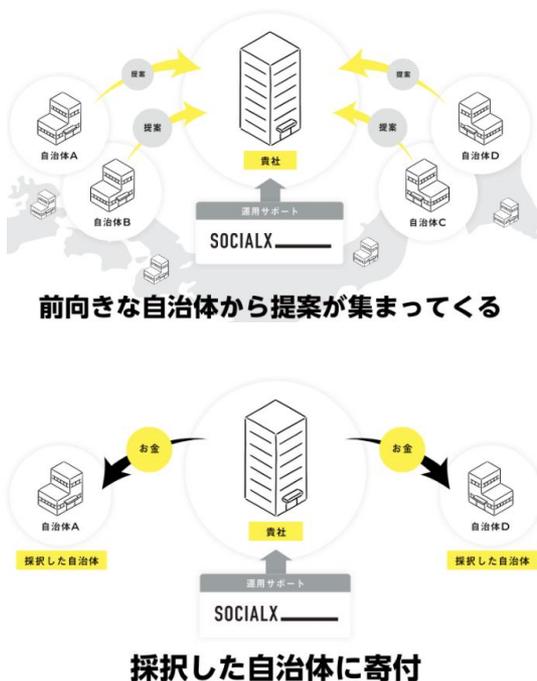


取組の背景

- 自治体の自前主義だけでは解決できない社会課題に対し、企業が持つソリューションによって解決を図っていく機会が増加するであろうと予測。自治体は、自治体が持っている情報や視点を越えた公募案件が考えられにくい。企業からの提案をベースにすることで、より幅広い課題解決と効果的なマッチングを実現しようと考えた。
- ソーシャル・エックスの共同代表の伊藤氏は元横浜市議会議員、官民連携の難しさや公募型プロポーザルの限界を知る。同じく共同代表の伊佐治氏は、保険会社において社会課題解決型の新規事業開発を担う。企業側は社会課題解決に取り組みたいが、どこにどのような社会課題があるのかわからない。調べる中で伊藤氏と出会った。ディスカッションを重ね、企業と行政の橋渡しや社会課題解決型の新規事業創出、官民オープンイノベーションの推進をサポートする「逆プロポ」を開発。

連携・協働体制の中での役割分担

- 公募型プロポーザルは、自治体が課題を設定、予算を付け、ソリューションを持つ企業を募る。その流れを逆にしたのが「逆プロポ」。逆プロポは企業が関心のある社会課題を提示、それに対して自治体が課題解決のための企画やアイデアを提案。
- さらに、社会課題の解決に意識がある企業が資金(寄附)を提供、ソリューションを社会実装していく。この寄附は、予算の使途が決まっている行政にしてみれば、金額がいくらであっても自由に使える資金として重宝される。



取組の成功要因と成果

- 着想から3ヶ月、当初は伊藤氏や伊佐治氏の伝手をたどって、企業と行政をマッチングさせた。事例が一つできると、事業構想が他者にも見えるようになり、ほかにもチャレンジしたい企業や自治体が手を挙げてきた。
- 企業と行政をマッチングする仕組みは、インターネット上で等しく配信し、決定プロセスがオープンになっているので、行政にとっても「公平性」が担保できる。
- 企業が逆プロポを通じて、製品やサービスをその地域で使ってもらおうという交換条件はつけない。見返りを期待している企業は参加を断る。企業にとっては、その先に広がるマーケットを高い解像度で把握できる。新規事業開発に協力し、その情報を提供してくれる地域・自治体には、企業は逆に資金も出す。このような趣旨を理解できる企業をパートナーとしている。
- このマッチングにより、日本初のワクチン予約システム実証実験、子ども食堂DX(大阪府枚方市)、子育て支援事業DX(奈良県生駒市)、介護オンライン医療などの官民共創型プロジェクトを創出。約半年間のサービス開発と実証実験を経て、「逆プロポ」は、本格的に社会実装のフェーズに入った。

今後の事業展開の可能性

- 日本社会はユニバーサルであり、全国の困り事を集めると、特異な問題は少なく、おそらく共通化されてくる。社会課題を事業で解決したい企業と、自前だけでは全ての住民サービスを提供できない自治体を逆転の発想でつなぎ、共創の力で社会をアップデートする。
- その過程で、多種多様な「言語化されていない社会課題」の情報が集まってきた。それをデータベース化し、可視化する。まだ言語化されていない、世の中で認知されていない社会課題の情報にアクセスできることをメリットとして感じてくれる企業もいる。自治体と企業の単純なマッチングサービスではなく、社会課題をあぶり出し、そこから生まれる共創事業やデータを価値として、ビジネスを拡大していく。

13 宮崎県西米良村・日本工営株式会社 ～村営バスによる貨客混載

【事業・取組概要】

2015年10月から、中山間地域のバス路線の維持、物流の効率化を図り、生活支援サービスの提供・維持向上に取り組む。2018年2月には、宮崎交通とヤマト運輸の貨客混載に日本郵便が加わり、複数事業者の貨物を共同輸送する全国初めての事例となる。2020年3月、佐川急便、日本郵便、ヤマト運輸の宅配3社は、日本工営、宮崎県西米良村と共同で村営バスによる貨客混載を経由した配送事業「カリコボーズのホイホイ便」の本格運行を開始。佐川急便、日本郵便、ヤマト運輸の3社が共同で実施する貨客混載配送事業は全国初で、村営のコミュニティバスで実施する画期的な取組。



【成功要因/成果】

基本フレームの考案(マネージャー)、西米良村と日本工営のコーディネート力、地域住民と物流業界の共通課題の解決に向けた一体感

事業開始: 2015年より実証試験、2020年より本格運行
事業対象エリア: 西米良村(村営バス 小川線)



【組織概要(日本工営)】

所在地: 東京都千代田区
設立: 1946年
代表者: 新屋浩明
HP: <https://www.n-koei.co.jp/>



取組の背景

- 宮崎県西米良村の北東部に位置する小川地区(約40世帯、70人前後の住民が生活)は、高齢化率が約60%と高く、人口減少及び少子高齢化が進展、生活サービスを維持していくための仕組みづくりが必要だった。小川地区には、自家用有償旅客運送によるコミュニティバス(白ナンバー)として、村営バス小川線が平日は1日3往復(土日祝日は1日1往復)運行しているが、輸送人員が低迷し、運営が厳しい状況にある。宅配事業者にとっても、集配効率が低下しつつある状況だった。
- 過疎地において「ヒト」と「モノ」の輸送を同時に行う貨客混載事業、かつ宅配荷物の共同配送に取り組むことで、小川地区の輸送系サービス水準を維持するとともに、村営バス路線付加価値の向上及び宅配事業者の負担軽減を図る仕組みの確立を目指して取組を開始。

連携・協働体制の中での役割分担

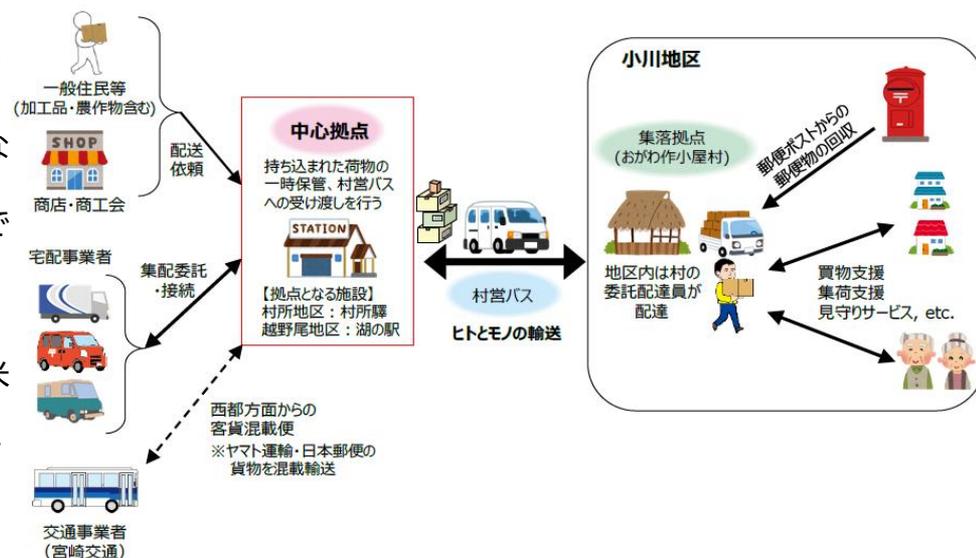
- 「カリコボーズのホイホイ便」のコーディネートに主体的に取り組んだのは日本工営(株)。2015年に「地域を支える持続可能な物流ネットワークの構築に関するモデル事業」(国土交通省)に採択され、「ホイホイ便プロジェクト協議会」(会長:吉武哲信九州工業大学教授)を設立、関係機関・事業者を巻き込んだ本格的な検討が開始。2019年から日本郵便(株)とヤマト運輸(株)との実証運行を経て2020年から本格運行。
- 西米良村では、それぞれの集落の自立的な発展に資するような施策を打ってきた。小川地区では、食事や宿泊ができる観光施設「おがわ作小屋村」を整備、常駐者もいて荷物の受け渡しもできる。そこを配送の拠点と位置付けた。小川地区では、以前から郵便局が地区の住民に配達を委託する「委託配達員」の仕組みがあった。その委託配達員を活用して、佐川急便(株)とヤマト運輸の荷物も合わせて戸配できるのではないかと考えた。西米良村が委託配達員を確保し、その配達員が郵便物と各宅配事業者の荷物を戸配する。村の中心部である村所地区からは、村営バスに荷物を載せて、小川地区まで運んでいく。

取組の成功要因と成果

- 連携している各事業者にとってのメリットは、ホイホイ便の本格運行開始にあたってのプレスリリースを發出してから、「全国初」の取組ということもあって反響も大きかった。
- この取組は、利用客が少ない状況下で、地方の公共交通を維持していく一つの方法を示せた。コミュニティバスが、人を運ぶ以外の付加価値を付けていったことで、村の物流の活発化につながり、生活のインフラの強化にもつながる。

今後の事業展開の可能性

- ホイホイ便の配送に伴って各戸を訪問しているの、高齢者等への声かけなど「見守り事業」も併せて実施。他の事業で実施している「買い物支援事業」も、ホイホイ便と併せてできないか検討しているところ(さらなる調整・検討が必要)。大きな企業の配達員には頼みにくい、ホイホイ便が定着していけば、村の中での「よろずサービス」の提供にもつながる。
- 他地域での取組の展開も可能。現在、日本工営は長崎県の平戸地域(平戸島、生月島)でも同じスキームで貨客混載の取組を進めている。



松隈地域づくり株式会社

～小水力発電を活かした「自立した地域づくり」～

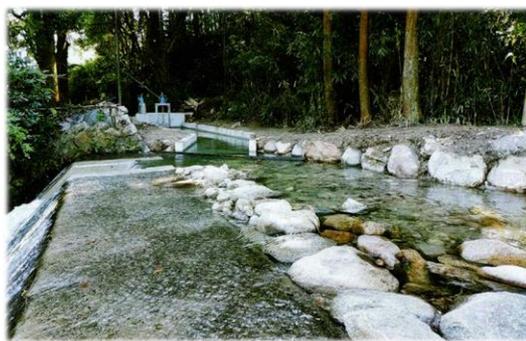
【事業・取組概要】

地域の全住民が出資者となって「松隈地域づくり株式会社」を設立、小水力発電事業を実施。その収益をもとに、地区の道路改良や水路の維持管理などを行う予定であり、補助金頼みではない中山間地域の地域づくりを目指している。

【成功要因/成果】

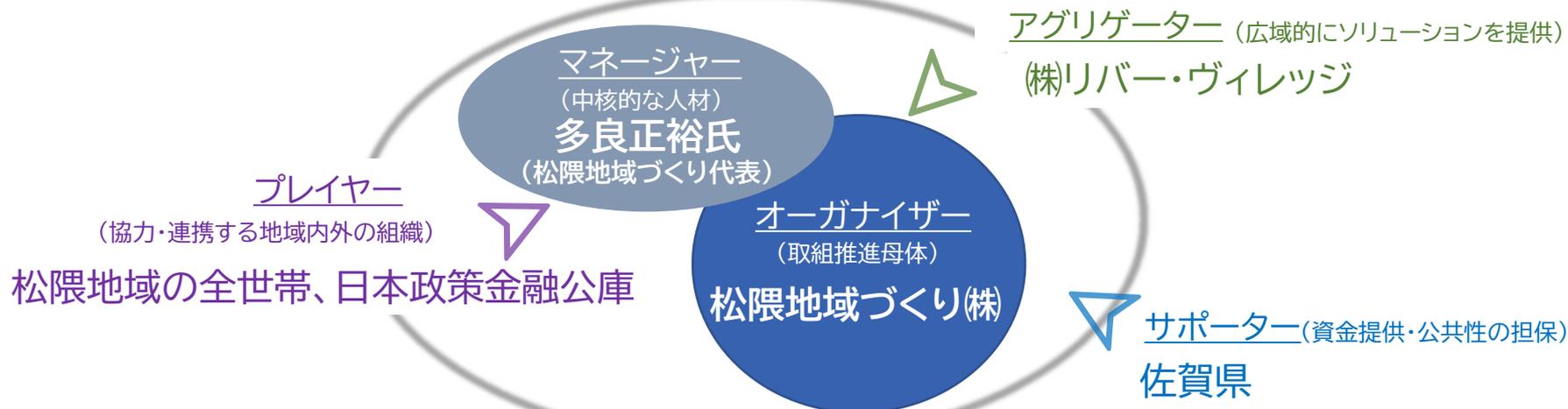
地域のリーダー的な存在と県、大学(大学発ベンチャー)のサポート、地域の自立・自走のための資金を自ら生み出す仕組みを確立

事業開始: 2020年 事業対象エリア: 佐賀県吉野ヶ里(松隈地区)



【組織概要】

所在地: 佐賀県吉野ヶ里町
 設立: 2019年
 代表者: 多良正裕



取組の背景

- 松隈地域は現在40戸、125名が生活しているが、5年後には高齢化率が40%台になる。高齢化率が50%になると、集落の機能維持が難しくなる「限界集落」になる。
- 松隈地域には1923年に小水力発電所が設置され、1967年まで稼働していた。そのため、地域の住民にとって水力発電は身近に感じていた。
- 佐賀県では脱炭素社会を目指す「佐賀モデル」を推進しており、その取組の一つに小水力発電がある。2018年に九州地域で小水力発電の普及を展開している九州大学初のベンチャー企業(株)リバー・ヴィレッジが佐賀県から事業委託を受け、小水力発電に適した地域を調査。県内10カ所程度を対象に、水量や水利権などを調べるとともに、最終的には地域を説得できるリーダーがいるかも調査され、松隈地域は多良氏がいたことから「リバー・ヴィレッジ」から相談を受けた。
- 説明のために地区の臨時会議を開き、リバー・ヴィレッジや県の新エネルギー部署の課長を交えた話し合いの場をもった。水力発電が以前にあったことから、住民も受け入れやすい計画だった。

連携・協働体制の中での役割分担

- 計画に参加することになり、リバー・ヴィレッジが小水力発電を展開していた宮崎県日之影町を視察。その際、日本政策金融公庫から無担保で融資を受けたことを聞き、佐賀に戻って日本政策金融公庫佐賀支店と話し、宮崎県で既に前例があることを伝え、融資を前向きに受け入れてもらえた。
- 1株1,000円で農家が5株、非農家4株と差をつけて農家比率を半分以上にし、日本政策金融公庫から了解をとった。これにより、日本政策金融公庫から融資を受けることが可能となった。日本政策金融公庫からの融資額は全体の事業費の8割であり、総事業費を6,000万円以内で全体設計を進めてほしいとリバー・ヴィレッジに相談し、融資額を実質4,800万円で収めることができた。

取組の成功要因と成果

- 開始当初は、売電額が700万円あれば、地元に残る約100万円残り、最低限の収益の中で他の取組ができると考えた。小水力発電は固定買取制であり、買取価格は34円/1kw、実際に九州電力から入金されるのは消費税込みの37円となっている。この設定の場合、30kwでは年間売電は750万円前後であるが、年間稼働日数や渇水期を考慮し700万円とした。
- 売電を開始して2021年11月で丸1年が経つ。売電額は800万円だった。昨年夏の集中豪雨の時に濁流が発生し、泥水が流れ込み、その間1週間だけ稼働をストップしたが、年間を通して安定して発電することができた。
- 視察をよく受けるが、驚かれるのは住民全員が参加していること。「一人か二人は参加しない人がいるのが普通」と言われるが、日頃から地区全体の融和を図っている。
- なぜ地域の住民が水力発電を行うか。それは地域の道路・水路・農地を守るため。そのため、小水力発電の収益を利用して、まず高齢化や病気で農業ができない方の農地をいかに持続していくかを考え、取組を行っている。

今後の事業展開の可能性

- 技術発展が著しく、10年先を見据えて資金も蓄え、情報収集する必要がある。ただ、20年過ぎてもメンテナンスをしっかりとすれば40年、50年持つものになる。固定買取制度期間20年のうち、後半10年は返済が完了し、120万円が上乗せで地域に残る。若い住民には11年目以降の事業を考えて欲しいと依頼している。新しい作物の栽培など、次の事業につながる仕掛けづくり、高齢者が楽しみながら働ける地域をつくりたい。
- 中山間地には水量と水力発電に適した地形がある。無駄に流すだけでなく着目してほしい。全国にそういう場所は多くある。1億円規模では二の足を踏むが、5,000~6,000万円であれば事業化でき、松隈小水力発電所という先行事例もある。



【事業・取組概要】

域外から地域と関わりを深める「関係人口」に着目し、村外からの村の応援者を「1/2村人」と位置づけ、その方々にも村づくりに参加するインセンティブを提供するポイントカードシステム「こすげ村人ポイントカード」の運用を平成30年5月より開始。カードの運用は、(株)サイモンズが運営する「サイモンズポイントシステム」を活用。有効期限切れの失効ポイントは小菅村へ寄付される。寄付されたポイントは、多摩川源流域の自然保全や、村内の方に向けたサービス向上にも役立てられる。

【成功要因/成果】

会員(関係人口)の獲得と会員データ分析による顧客像やニーズの「見える化」、ファンをつなぎとめるための仕掛けを創出

事業開始:2018年

事業対象エリア:山梨県小菅村

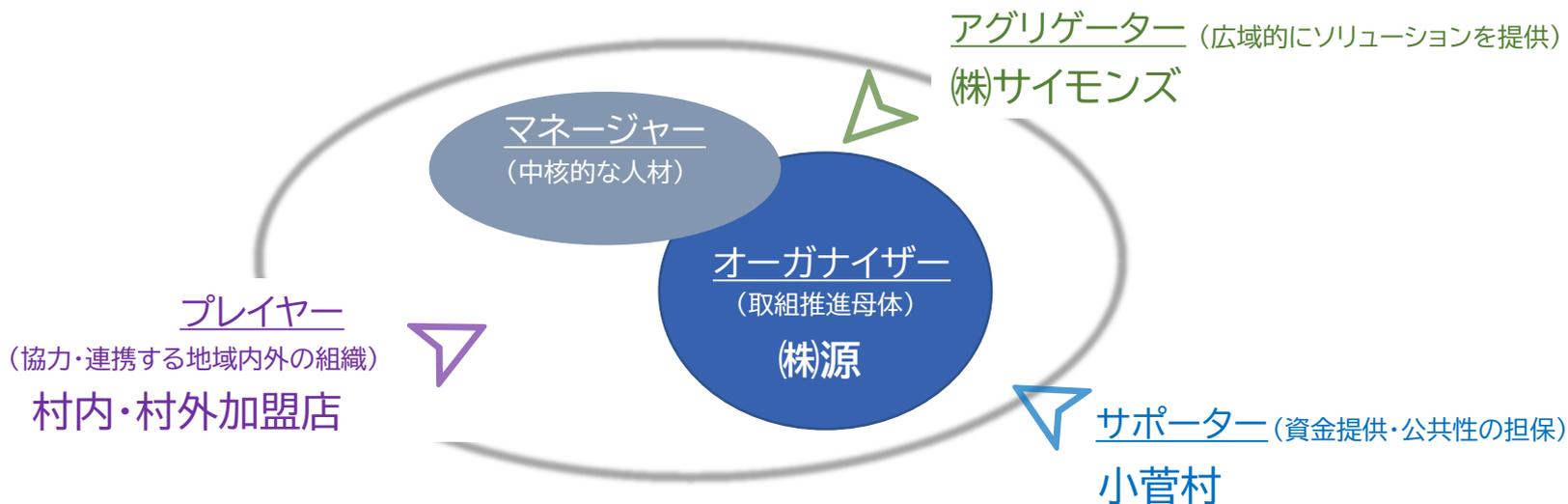


【組織概要】

所在地:山梨県小菅村

設立:2017年

代表者:船木直美

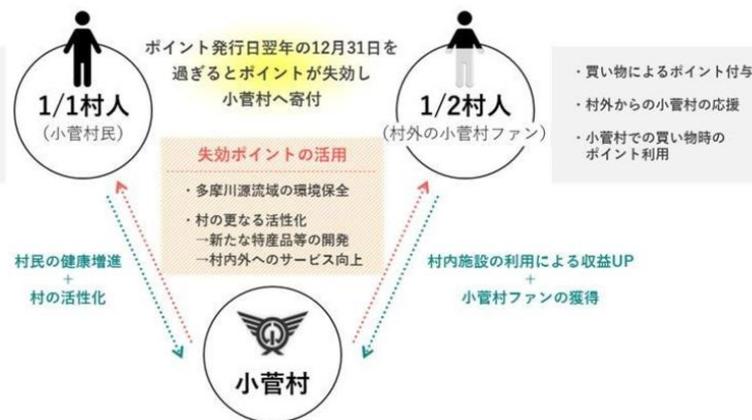


取組の背景

- 小菅村地方創生総合戦略では「1/2村人」、「1/3村人」などの「分数村民」という概念を掲げている。もちろん小菅村の住民も大切(1/1村人)だが、小菅村に通ってくれる人、ファンでいてくれる人も大切にしたいという発想である。人口700人を維持したいが、人口減少は避けられない。そこで、1/2村人、1/3村人も増やして、村の活性化につなげようということから始めた。
- 開始は2018年5月に1/1村人カードがスタート、12月に1/2村人カードも開始した。地方創生事業の期間が3年であり、地方創生推進交付金事業の後は村の予算で実施している。そういった意味で、「ソーシャルビジネス」ではないかもしれないが、村の事業として株源が受託して実施。

連携・協働体制の中での役割分担

- 源は村100%出資の村づくり会社という組織特性もあり、村役場とはコミュニケーションを取りやすい。
- キーパーソンとして、当初からの役場の担当者が中心となっている。村役場と実施主体の源とで密にやりとりできている部分が、やりやすさ、動きやすさにつながっている。村役場には、事業主としての視点は必ず持ってもらっている。丸投げではなく、方向性の検討や内容にも主体的に関与してもらっている。
- ポイントカードの立ち上げは、村とコンサルティング会社が検討、そのコンサルティング会社から株サイモンズの紹介があった。



取組の成功要因と成果

- 1/1村人はポイントを貯めると役場で商品券と交換できる。これはかなりの店舗が取り扱いしてくれていて、商工会と連携して換金業務もできている。
- 1/2村人への情報発信は、月に1度のメルマガ配信など。メルマガの中ではプチアンケートがあり、答えるとポイントがもらえる。小菅村に来ないとなかなか村との接点は薄くなるので、些細なことでも接点を持ち続けてほしいと思って実施。
- コロナ禍でわかったことは、アンケートを通じて「今は村人に迷惑をかけたくないから自粛している」「コロナ禍が収まったら行きたい」というメッセージを受けた。会員の方が我慢してくれている、ということが見えるようになった。
- 取組の成果は、1/2村人の顔が少し見えるようになったことに集約される。これまでは、村の方に聞くと「結構来てくれる人がいる」「リピーターがいる」とは聞いていた。ただ、どんな人なのか、なかなか顔が見えなかった。

今後の事業展開の可能性

- 魅力を感じている人がいる地域は多いと思う。それを可視化した方が、村づくりに対して自ずと住民や外部人材の気持ちは醸成される。
- これまでの事業は、観光客レベルの方も多いと認識している。コアなファンになってもらえるが、接点をつくれていない。情報発信しかないとなかなかつながれない。コロナ禍が少しずつ収まっていくとすれば、もう一度1/2村人と小菅村との接点を増やすのが短期的な目標。具体的には1/1村人との接点をつくったり、きのこ工場を見てもらったりしながら交流してもらったり、小さな規模の接点づくりをしていくのが、短期的に実施したいこと。そうした活動を通じて村づくりに関わりたいコアな方が増えてきて、村役場の職員は「1/2村人も集めた村民会議やりたい」と話している。1/2村人も1/1村人も、対等な形でむらづくりに関われるプラットフォームをつくるのが、長期的に実施したいことである。