

活力と魅力あふれる地域づくりのために

ふるさと

FEBRUARY
2024

vol. **154**

バイタリゼーション

Vitalization

地域とともに 財団設立**35**周年



一般財団法人

地域総合整備財団〈ふるさと財団〉
Japan Foundation For Regional Vitalization



この情報誌は、**宝くじ**の社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです。

クーちゃん **宝くじ**

活力と魅力あふれる地域づくりのために

ふるさと Vitalization

FEBRUARY
2024
vol. 154

バイタリゼーション

表紙の写真 長井海の手公園ソレイユの丘（神奈川県横須賀市）

当公園は、季節の花々やどうぶつ等との触れ合いに加え、充実の遊具・飲食・キャンプスタイルなど、多様な楽しみ方に出会える複合型エンターテインメントパークです。2月には、富士山とともに菜の花の黄色い絨毯を望むことができます。

横須賀市には、東京九州フェリー株式会社の横須賀港フェリーターミナル建設事業に際して、令和3年度にふるさと融資事業をご活用いただいております。

CONTENTS

3	巻頭言 ふるさと財団 35 周年を迎えて 一般財団法人地域総合整備財団（ふるさと財団） 理事長 末宗徹郎
4	ふるさと財団 35 年のあゆみ
6	ふるさと財団 35 周年記念フォーラム テーマ：持続可能な地域づくりを考え、実践する
10	ふるさと融資 お知らせ：令和6年度からの制度改正について
12	令和5年度（総務大臣賞）ふるさと企業大賞 受賞者が決定
16	令和4年度／令和5年度 地域再生マネージャー事業 北海道寿都町
20	地域再生セミナー
22	ふるさと融資事例の紹介 事業者：有限会社村上畜産
24	令和4年度 ふるさと企業大賞 24 令和4年度ふるさと企業大賞に輝いた社長に聞く 「道の駅風」スーパー（フーズガーデン玉浦食彩館）」で活路、被災復興に示した地元店の心意気 株式会社伊藤チェーン 代表取締役社長 伊藤吉一 氏 26 宮城県岩沼市 佐藤淳一市長に聞く 28 令和4年度ふるさと企業大賞に輝いた社長に聞く SDGs 先取り、物流基盤の総合サービス業に拡大進化 ヨコウン株式会社 代表取締役社長 塩田充弘 氏 30 秋田県秋田市 穂積志市長に聞く
32	まちなか再生支援事業 大阪府松原市
35	令和5年度 地域産業交流セミナー （オンライン開催）

ふるさと Vitalization 読者アンケート

抽選で20名様にQUOカード
3,000円分をプレゼント

みなさまの感想を
お聞かせください。

回答期限

2024
3/31
sunday

アクセスはこちら



35th
ANNIVERSARY

一般財団法人地域総合整備財団（ふるさと財団）
理事長

すえむね てつろう
末宗 徹郎

ふるさと財団 35 周年を迎えて

ふるさと財団は、今年度35周年を迎えており、昨年10月11日には記念フォーラムを開催しました。これまで様々な事業を実施することができたのも、地方公共団体、金融機関、地域の民間事業者等の皆様のご支援、ご協力のおかげであり、厚く御礼申し上げます。

地域づくりとの関連でこの35年間で簡単に振り返ってみますと、当財団発足時は、バブル景気の真ただ中にあり、全国各地で社会インフラの整備や企業誘致等が進みましたが、その後のバブル経済の崩壊、リーマンショック等を経て、未だに経済は低成長で推移しています。また、東日本大震災を始めとする大規模な自然災害の多発や感染症等のリスクにもさらされています。さらに、近年は、脱炭素、デジタル化への対応も求められています。

このように、この35年間で、地域づくりにとって様々な環境変化がありましたが、最大の環境変化は人口減少社会に突入したことではないでしょうか。2008年をピークに人口減少時代に入り、2014年には、安倍内閣において、人口減少に歯止めをかけるとの危機意識に立って地方創生の取り組みが始まりましたが、各地域は未だ課題解決の途上にあります。加えて、昨年4月の国立社会保障・人口問題研究所の将来人口推計によりますと、日本の総人口は、2020年の1億2,615万人が50年後の2070年には8,700万人と推計され、約3割もの減少が見込まれるなど、環境は一層厳しさを増していくと考えられます。

今こそそれぞれの地域は、自らの地域の将来を見据えて、真剣に持続可能な地域づくりを考え、実践していくべき時に来ていると言えましょう。私自身仕事柄いろいろな地域に出向く機会がありますが、生き生きとしている現地から学ぶことは、その地域の首長、若手職員や民間人材等が、地域の価値や資源（宝物）は何なのかを考え抜き、それを磨き上げていこうという本気度にあふれた姿勢です。そして、その地域価値を起点に据えた上で、魅力のある仕事づくり、移住者や関係人口を含む人材の確保、地域の基盤となるコミュニティの形成などの取り組みを有機的に絡ませながら事業展開を行うことが地域づくりの好循環を生み出していくものと感じています。

ふるさと財団は、現在、各種の事業の充実強化に取り組んでおり、来年度からは、ふるさと融資制度の拡充（融資比率の引上げ等）、地域再生マネージャー事業の運用改善、情報誌の充実等を行うこととしております。今後とも、活力と魅力ある地域づくりをミッションとして、地域課題に悩んでいる地方公共団体に寄り添い、地域のニーズに積極的に対応することにより、次なる40周年、50周年に向けて着実に歩んでまいります。引き続き皆様のご支援、ご協力をよろしくお願い申し上げます。

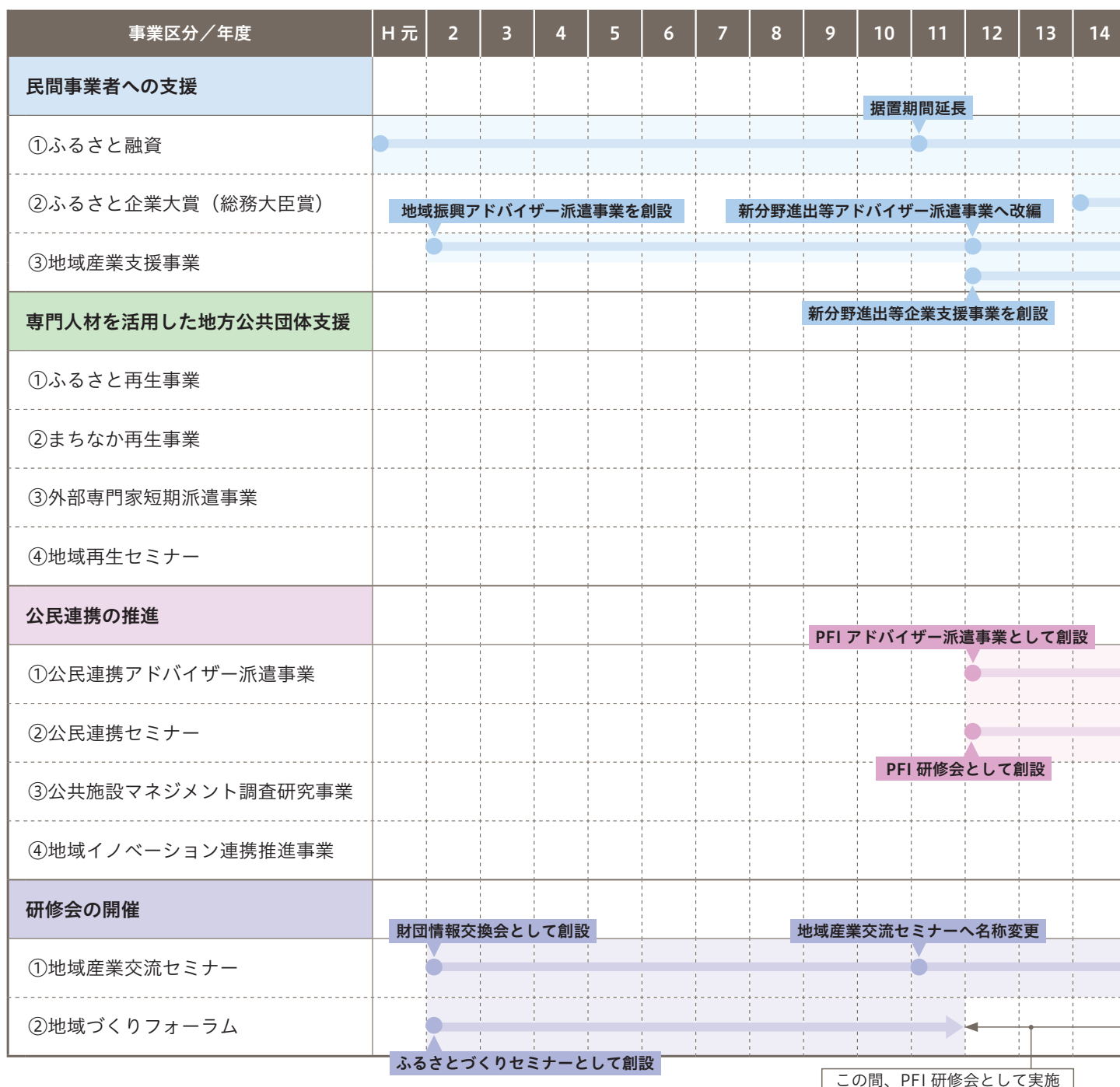
ふるさと財団 35年のあゆみ

ふるさと財団の事業については、設立当初は、ふるさと融資制度や地域振興アドバイザー派遣事業などにより、民間事業者や地域産業への支援を行ってきました。その後、平成11年のPFI法の施行以降は、PFI事業を始め、公共施設マネジメントなど時代の変化に応じた公民連携手法のノウハウを提供してきました。さらに、平成16年度からは、地域再生マネージャー事業を創設し、地域づくりに関する外部の専門人材を活用した地方公共団体支援の充実を図ってきています。それぞれの事業について、35年間の実績は右記のとおりとなっています。

今後も、地方公共団体に寄り添いながら、時代の変化に的確に対応し、地域のニーズや課題解決に向けて積極的に取り組んでまいります。

民間事業者への支援

- ふるさと融資
(H1～R5 見込み)
事業数：4,092件
融資額：1兆359億円
雇用創出：17.2万人



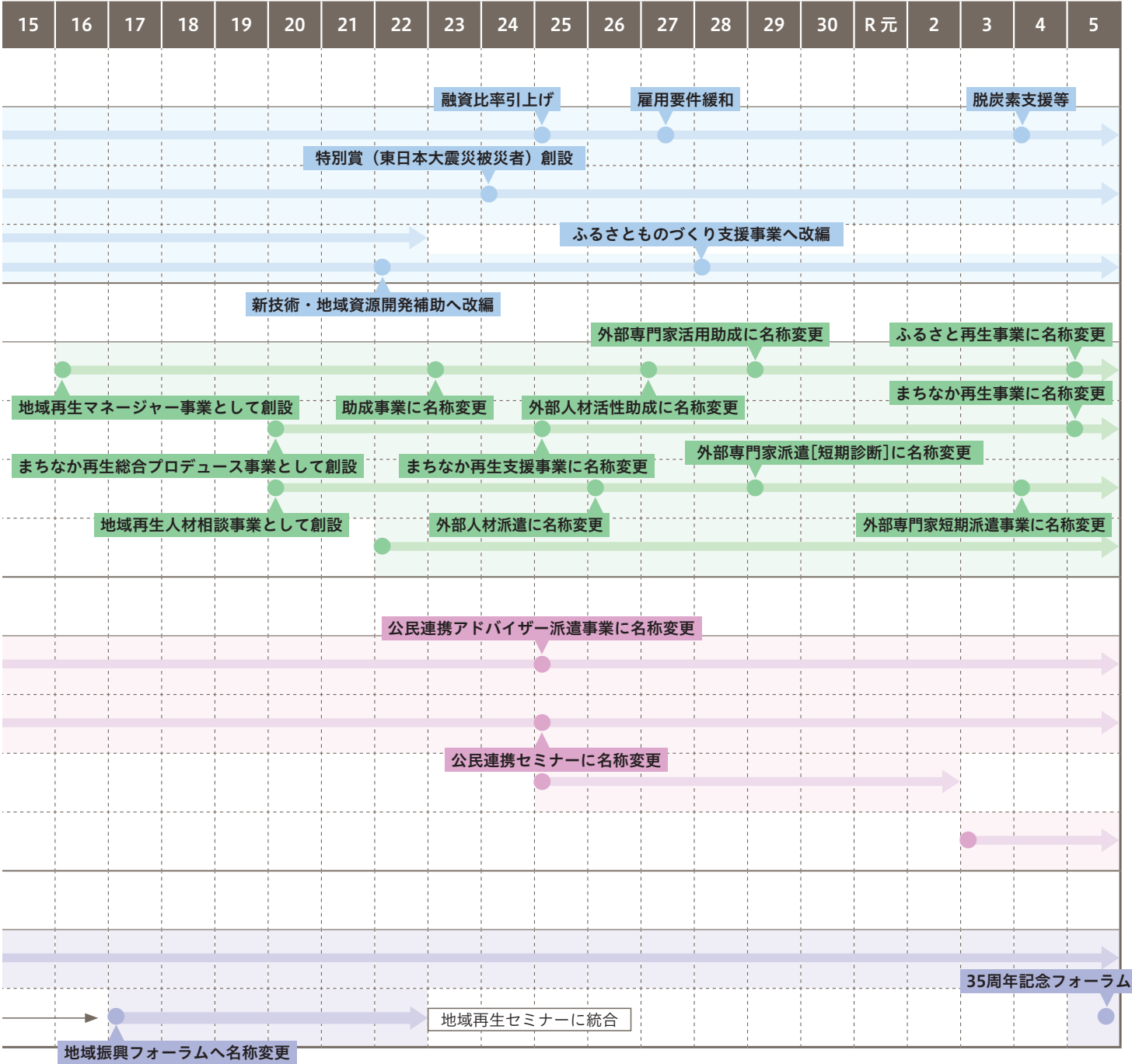
専門人材を活用した地方公共団体支援

- ふるさと企業大賞
(H14～R5)
受賞件数：202 件
- ふるさとものづくり支援事業
(H12～R5)
採択件数：382 件

- 地域再生マネージャー事業
地域づくりの専門家の派遣により、
全国で 496 事例の活性化
(H16～R5)

公民連携の推進

- 公民連携アドバイザー派遣事業
地方公共団体に 987 回派遣
(H12～R5 見込み)
- 地域イノベーション連携推進事業
- 公民連携によるソフト分野での
地域課題解決



ふるさと財団 35 周年記念フォーラム

テーマ 持続可能な地域づくりを考え、実践する

ふるさと財団は、1988年の竹下内閣によるふるさと創生の年に創設され、今年度35周年を迎えております。

現在、国や地方公共団体の施策により、各地で様々な地域づくりの取り組みが行われていますが、人口減少が進む中であって、それぞれの地域は、いまだ多くの課題に直面しているのが現状です。

この度、35周年を記念して令和5年10月11日（水）に第一ホテル東京で「持続可能な地域づくりを考え、実践する」をテーマに、記念フォーラムを開催し、自治体の

皆様をはじめ地域づくりの関係者350名（来場及びWEB視聴）の方々にご参加いただきました。

基調講演は、明治大学教授の小田切徳美様、パネルディスカッションでは、株式会社四万十ドラマ代表取締役の畦地履正様、フルフォードエンタープライズ CEO のアダムフルフォード様、ソトコト編集長の指出一正様、福井県大野市長の石山志保様にご登壇いただきました。またフォーラム終了後には、名刺交換会を開催し多くの皆様が登壇者の方々と意見交換をいたしました。



■ 基調講演

新しい地域づくりへの挑戦



おだきり とくみ
小田切 徳美 氏

明治大学農学部教授

東京大学農学部卒業後、同大学院博士課程単位取得退学（博士（農学））。(財)農政調査委員会専門調査員、高崎経済大学経済学部助教授、東京大学農学部助教授などを経て現職。主な著書に『日本農業の中山間地帯問題』（農林統計協会、1995年）、『農山村は消滅しない』（岩波新書、2014年）、『農村政策の変貌』（農山漁村文化協会、2021年）など多数。

第1部 地方（ふるさと）問題の原型と変遷

日本の高度成長期初期には地方（ふるさと）問題は、地域の格差が課題と認識されており、「課題地域」の後進性を都市化により脱却するとの考え方がとられてきた。その後、第5次全国総合開発計画（1998年）においては、中小都市と農山漁村等の豊かな自然環境に恵まれた地域を国土のフロンティアとして位置付けるなど、地方（ふるさと）問題は、「課題地域」から「価値地域」への転換が図られ、「価値地域」の自立や個性を重視するという大きな政策転換が1990年代前後に行われた。ふるさと財団

は、まさにこの転換点の1988年に設立された。

第2部 新しい地域づくりの登場

地域づくりとは、「価値地域問題」への実践である。早稲田大学名誉教授宮口侗廸氏は「地域づくりとは、時代にふさわしい地域の価値を内発的に作り出し、地域に上乗せる作業」と、1990年代に定義した。

現在では、その地域づくりは、成熟化して、「新しい地域づくり」と言える段階に到達している。そのポイントは、次のように、少なくとも4点ある。

① 新しい内発的発展

地域づくりでは、都市農村交流は重要な要素である。都市住民が「鏡」となり地元の人々が地域の価値を都市住民の目を通じて見つめ直す効果を持つ（交流の鏡効果）。新しい内発的発展は、単に閉じ込められた状態を否定するだけでなく、むしろ外と開かれた交流が地域の内発性

を強めるものと位置付けられる。

2 関係人口—新しい外部人材—

近年では、「交流」の主体は「関係人口」と呼び代え、今まで以上に多様な形で都市に住みながら地域に関わる人々が増加している。地域づくり先発市町村では、関係人口の密度が高い。

3 地域経済循環

島根県益田圏域の実証研究では商業、食料品、電気機械、石油が大きな漏出であり、その「取り戻し」が提起されている。長野県では食、木材、エネルギー分野における「地消地産」を推進。地域内循環型産業には地元消費者との距離の近さを意識した絶えざる革新が求められる。

4 プロセス重視

地域創生以降、成果指標を施策の実施に設定しがちだが、プロセスを主に意識して、設計するプロセス・デザインが重要である。地域づくり過程の2段階では、事業準備段階（足し算の段階）の寄り添い型支援（例えば地域おこし協力隊）、事業導入段階（掛け算の段階）の専門型支援（例えば地域再生マネージャー）がある。プロセス・デザインのポイントとして、①段階的な当事者意識づくり（他人ゴト→自分ゴト→地域ゴト）、②時間はコストでなく投資、③まず目指すべきは課題解決ではなく「主体形成」、④地

域外と連携するためには地域内で混ざらなくてはならないなどの論点も明らかになっている。

第3部 地域の展望—新しい地域づくりの到達点—

地域づくりと田園回帰・関係人口の好循環がしっかりと回っているところとそうでない地域に分かれ始め、その格差は広がっている（むら・むら格差の発生）。新しい地域づくりが生み出した地域像は「にぎやかな過疎」である。その本質は、地域住民、移住者、関係人口、民間企業など多様なプレーヤーの交錯。また、特徴は、地域はガヤガヤ、多様な人材のごちゃまぜの場（地域の縁側）である。ひとことで言えば、「人口減、人材増」であり、それをいかに横展開するかが新しい地域政策の課題である。それは地方部のみでない、我が国の地域のあるべき姿へ向けた挑戦でもある。



■ パネルディスカッション

日本の人口が2070年には8700万人に減少し高齢者比率も39%に上昇することが推計されており、50年後に各地域はどうなっているのか、それぞれの地域が活力と魅力に満ちた地域であり続けるために「持続可能な地域づくり」どう考えて、どう実践していけばいいのかについて、仕事づくり、移住・関係人口、コミュニティ等の諸問題を中心に、ふるさと財団の末宗理事長のファシリテートのもとでディスカッションを行った。

1 仕事づくり

地域の持続可能性を考える上で魅力的な仕事があることが重要であり、地域資源を活用した仕事づくりや企業誘致による雇用創出など様々な手法がある、どのような考え方を基本にして、仕事や生業づくりに取り組んだらよいのか、を話し合った。

《 パネリスト 》



あぜち りしょう 氏
● 畦地 履正 氏
(株)四十十ドラマ
代表取締役



● アダム・フルフォード 氏
(有)フルフォードエンタープライ
CEO



さしで かずまさ 氏
● 指出 一正 氏
ソトコト編集長



いしやま しほ 氏
● 石山 志保 氏
福井県大野市長

35th ANNIVERSARY

- **畦地氏** 我々中山間地域は、1次産業、2次産業への人材受け入れ、3次産業の認知アップに向け地元視察ツアーの取り組みを行い1～3次産業にわたって仕事づくりをすることが重要である。
- **フルフォード氏** 今後海外から来る人々を持続可能な人材としてどのように確保するかを考えることが必要である。
- **指出氏** 若い人たちは地域にある産業に魅力を感じているが、見つけることが難しいために継承することができていない。個人でなくチームという考え方、就職する前から町に関わるのが大切であり、継業を前面に出すことも重要である。
- **石山氏** 市の課題として事業所と働きたい人のミスマッチがあるため、解決のため働きやすさ、子育てのしやすさを支援すること、また若者が地域の課題解決に関心を持ち関わることで雇用を創出する。
- **指出氏** 若者の最近の動向として「ネオ帰省」を地域との出会いとして挙げることができる、観光は熱狂であり訪問したら目的は達成されるが、帰省は静かであり静々感（しずしずかん）を楽しんでいるようである、世代別に地域に興味を持ってもらうヒントがある。
- **フルフォード氏** 外国人が地域に関わるために、地域のアイデンティティを整理することが大切で、「ここにしかない」物語をまとめる上で「44の失われつつある暮らしの価値」はとても重要な要素である。

2 移住・関係人口について

【移住】

コロナの拡大時には東京圏への転入超過は減少傾向にあったが感染収束後は転入超過が拡大しつつある。地方への人の流れを一過性にするのではなく、持続的に移住者を呼び込むことが必要であり、相談体制、住まいの確保、生活環境、自然環境の点でどのような取り組みを行ったらいのかなどを話し合った。

- **石山氏** 仲間を増やす、まちを気に入ってもらって仲間になってもらう、金銭面、生活のサポートなど移住の際のハードルは何かをサポートメニューとしてまとめ提供している。

当地の魅力を伝えてまちを好きになってもらう、住んでいる若い方が愛着を持ってもらう取り組みを行うことが仲間を増やすことになる。

- **畦地氏** まずは地域を知ってもらう取り組みとして、地域で実技と座学による「学び」に来てもらうための場所

を作り、地域の魅力の発信を行うことで移住に結び付けるきっかけを作ろうとしている。

- **指出氏** 2拠点生活を実践している。ここに住まないといけないという強迫観念から解放されることで移住を肯定的に見ることができる。
- **フルフォード氏** 外国からの訪問者が「即座に内部者」となれるような地域は、その魅力を大いに高めることができる。これを実現するためには、日本語と英語、または地域の利益に合った他の言語(例えばベトナム語など)を話す特別な関係人口を育成する必要がある。外国人住民が地域社会の一員として活動することにより、観光客に通常は見られない地元の資源や文化を体験する貴重な機会を提供し、地域社会と外国からの訪問者の間の架け橋となる。

【関係人口】

関係人口が言われ始めてしばらく経つ。関係人口は、一般的に「特定の地域に継続的に関わる者」と言われているが、地域づくりとの関係で関係人口の意義や役割をどう考えたらいいか議論した。

- **指出氏** 関係人口は「いないよりいたほうがいい存在」、1年で即効的に作用するものではなく中長期に作用するものである。これはウェルビーイングとハッピーの違いに近く、共に幸せと訳せるが、ハッピーは短期的な幸せであり、ウェルビーイングは中長期的な幸せである。関係人口は、その中から新しいことが起きる、人は人に見られること、新しい人から何か言われることで刺激を受け新しいことに挑戦したり振り返ったりするものである、適度な刺激を与えてくれる外からの介入者が現れることは、年に数度のリフレッシュかもしれない、マンネリにならないために現れることが大事である。
- **畦地氏** 関係人口は、弊社のような販売流通の視点から見ると、出口である買っていただく方。自分の役割は、トータルデザインを作りそこから商品開発を進め出口を作ることを考えている。出口の方々と関係を持つことで新たな関係性が出来上がる。
- **石山氏** 適時・適切・適度な外部からの刺激を与えてもらえる関係があり続けることが良いことである。

3 地域コミュニティづくり

地方は、相互に助け合う、居場所があるなど若者や移住者にとって魅力の一つになっている。伝統文化・祭りなどがコミュニティを維持していく上で重要な役割を担ってい

る。これが地域の誇りや強さでもある担い手が減ってきている、どうしたらよいかを話し合った。

●**フルフォード氏** 「44の失われつつある暮らしの価値」に触れ、過去はどうであったのか、過去の物語のどういふところを今後も活用していくか、新しく取り入れる何かが必要かどうか、「44」のフレームワークを活用することは役に立つツールである。

●**畦地氏** 四万十地域には高齢者が中心の会社がある、食育活動や地域伝統料理の継承などを手掛けているが、この活動をどうして引き継いでいくかを道の駅と連携して解決している。

●**指出氏** 外国人や関係人口の神輿の担ぎ手を活用している地域がある。地域を解放しハーフオープン度感のある地域が作られると良い。若い人たちは、ベースコミュニティを持ちながら、忙しい時には協働していくという文化を持っており、流域関係人口として地域コミュニティを維持していくことへシフトすることも一つの手段である。又お互いのスキルを評価し助け合い、技術の向上を図る新しいタイプのギルドは、その地域に留まらないかもしれないが地域の維持の新しい担い手となる。

●**石山氏** 人口が減少してもその地域らしさを作ることは大切であり、住み続けるためには安全安心が欠かせない。今支えられている安全安心が20、30年後にも存在するのか、地域住民みんなでこれからの地域づくりの在り方を考える取り組みを始めている。

4 まとめ

行政や民間がどのような取り組みをしたらいいのか、どのような協働が重要と考えるのか、パネリストが大切に考えていることを一つ書いていただいた。

●**畦地氏** 「ボチボチカクゴ」。あえてカタカナで書いた、あまり急いでもだめだが、急がないといけない、持続可

能な地域を作るためには、覚悟をした方たちが地域に残っていないといけない、その覚悟をする人材を作っていくという想いを込めました。

●**フルフォード氏** DXが注目されているがAX（アナログ・トランスフォーメーション）も大事。不安定な時代にはリアルな人間のポテンシャルを引き出すことが人類にとっても不可欠だ。「44の価値」が個人の知恵、コミュニティの底力を引き出す。日本には素晴らしいコミュニティがたくさんあるが、その力が弱くなってきている、AXを通じて知恵豊かな人と持続可能なコミュニティにつながると考える。

●**指出氏** 「ワクワク」。水がわき出でる様子を表す言葉であり、生命の根幹である水にたどり着いた喜び安心感がある言葉で、すべての世代がいいなと思う言葉として選んだ。

●**石山氏** 「方向合わせて各々が一歩踏み出す」。方向が合えば一歩でいいから踏み出すことで、まち全体に大きな影響が与えられる。

以上を踏まえ、パネルディスカッションのまとめを行った。持続可能な地域づくりに当たっては、地域の価値や誇りを磨き上げ魅力を高めることが大事である。その際、ボチボチカクゴして取り組むことが長続きのコツである。価値の磨き上げのためには雇用の確保が必要、人材確保や関係人口の観点では、適時適切適度に刺激を与えること、関係人口の中でリゾートバイトのような広域連携、販売流通の関係からの出口という切り口など、いろいろな関わり方がある。地域コミュニティではAXは改めて重要である。これらの取組をしながら地域づくりの到達点は多様な人材がにぎわうこと、ワクワクを創出すること、様々なプレーヤーが方向性を合わせて一歩踏み出すことがにぎやかな地域、ゴールへ到達することにつながる。



ふるさと融資

(地域総合整備資金貸付事業)



お知らせ 令和6年度からの制度改革について

ふるさと融資は平成元年の制度創設以来、随時制度の改善を行ってきています。時代の要請に合わせた政府の重要施策に沿う形であったり、地方公共団体や民間事業者からのご要望やご意見を踏まえたものであったり、時代によって移り変わる経済や金融動向に応じたり、と様々ですが、その根本には地域における民間活力に資するふるさと融資を拡充し、より幅広く活用頂けるように、という思いがあります。

令和6年度から、以下の通り制度改革を行うことといたしました。地方公共団体(貸付団体)及び事業者の皆様にとりまして、ふるさと融資の魅力が高まりますので、これまで以上に積極的に活用して頂きますようよろしくお願いいたします。

● 制度改革の目的

ふるさと融資制度は、民間事業活動を活かした地域活性化を支援するという目的で無利子融資制度として創設されました。今回の制度改革は、ふるさと融資ご利用の皆様から頂いた様々なご要望やご意見を反映し、国内投資の拡大、ローカルスタートアップ支援の強化など地域経済の活性化を図る目的で制度改革いたします。

● 制度改革の概要

1 融資比率の引上げ

通常地域について従前35%の融資比率を50%に引き上げます。過疎地域、定住自立圏等の融資比率については従前45%の融資比率を60%に引き上げます。

2 融資限度額の引上げ

融資比率の引上げに合わせて、貸付団体が都道府県・指定都市について、通常地域の融資限度額を80億円、過疎地域等の融資限度額を96億円(地域再生計画認定地域、沖縄県の区域は各々1.25を乗じて得た額)、定住自立圏等の融資限度額を120億円に引き上げます。

貸付団体がその他市町村について、通常地域の融資限度額を20億円、過疎地域等の融資限度額を24億円(地域再生計画認定地域、沖縄県の区域は各々1.25を乗じて得た額)、定住自立圏等の融資限度額を30億円に引き上げます。

3 要件一覧の区分見直し

従前の要件一覧の「通常の施設」と「複合施設」の区分を廃止します。その他様々な要件一覧の区分を整理して簡素化し、分かり易くします。

4 融資下限額等の引下げ

従前「概ね3百万円以上」としてきた融資下限額を「1百万円以上」に引き下げます。また、事業の貸付対象費用の総額(用地取得費を除く)を1千万円以上としてきましたが、小規模な起業・創業案件を対象とするため、これを廃止します。

5 申込受付回数の増加

貸付団体から当財団への貸付対象事業についての総合的な調査・検討の申込受付回数を年3回(4、7、11月)から年4回(4、7、11、2月)に増やします。詳細の日程は別途財団ホームページでお知らせします。

6 申請書類等の簡素化

民間事業者及び貸付団体から当財団への貸付対象事業についての総合的な調査・検討の申込に係る申請書類・手続等を簡素化します。具体的申請書類・手続は別途財団ホームページでお知らせします。

● 新制度の周知について

今回は11年ぶりの融資比率の引上げ等の大規模な制度改革になりますことから積極的に本件制度改革に係る説明会を実施いたします。具体的には以下のとおりです。

- ・令和6年2月下旬頃を目途に全都道府県向けにWEB説明会を実施し制度改革の概要をご説明いたします。詳細は別途ご案内いたします。
- ・令和6年4月以降、WEBや各地に訪問させて頂き、財団事業説明会を実施してまいります。各地方公共団体にて説明会開催をご希望の場合には、お気軽に当財団にお問い合わせ下さい。
- ・事業者、金融機関の皆様へ個別に新制度のご説明をいたします。お気軽に当財団までお問い合わせ下さい。



●要件一覧（融資比率・限度額・雇用要件）の変更

単位：億円

【現 行】			通常の地域		過疎地域（みなし過疎地域含む） 離島地域・特別豪雪地帯		定住自立圏 ・ 連携中枢都市圏 ・ 東日本大震災被災地域※ ¹	市町村が認定する 「地域脱炭素化 促進事業」 ・ (株)脱炭素化支援 機構が出資等を行 う民間事業
			一般の地域	地域再生計画 認定地域・ 沖縄県の区域	一般の地域	地域再生計画 認定地域・ 沖縄県の区域		
指定都府県 都市	融 資 比 率		35%		45%		45%※ ²	45%
	融資限度額	通常の施設	42	52.5	54	67.5	67.5※ ²	67.5
		複 合 施 設	63	78.7	81	101.2	101.2※ ²	101.2
	雇 用		5 人（再生可能エネルギー電気事業は 1 人）以上					
市町村その他	融 資 比 率		35%		45%		45%	45%
	融資限度額	通常の施設	10.5	13.1	13.5	16.8	16.8	16.8
		複 合 施 設	15.7	19.6	20.2	25.3	25.3	25.3
	雇 用		1 人以上					

※¹ 岩手県、宮城県、福島県に限定

※² 但し、定住自立圏及び連携中枢都市圏に係る融資比率・融資限度額の引上げ措置については、都道府県は対象外



単位：億円

【改正後】 令和 6 年 4 月以降		通常の地域	過疎地域 (みなし過疎地域含む) ・ 離島地域 ・ 特別豪雪地帯	定住自立圏 ・ 連携中枢都市圏 ・ 東日本大震災被災地域※ ²	市町村が認定する 「地域脱炭素化促進事業」 ・ (株)脱炭素化支援機構が 出資等を行う民間事業
指定都市 都道府県	融 資 比 率	50%	60%	60% ※ ³	60%
	融資限度額	80 ※ ¹	96 ※ ¹	120 ※ ³	120
	雇 用	5 人（再生可能エネルギー電気事業は 1 人）以上			1 人以上
市町村 その他	融 資 比 率	50%	60%	60%	60%
	融資限度額	20 ※ ¹	24 ※ ¹	30	30
	雇 用	1 人以上			

※¹ 地域再生計画認定地域及び沖縄県の区域に係る融資限度額は、1.25 を乗じて得た額

※² 岩手県、宮城県、福島県に限定

※³ 定住自立圏及び連携中枢都市圏に係る融資比率・融資限度額の引上げ措置については、都道府県は対象外

特集

令和5年度
ふるさと企業大賞

(総務大臣賞)

受賞者が決定

ふるさと財団では、地域振興に資する事業を展開する民間事業者を顕彰し、その活動を全国に広く周知することにより、地域の振興、地域経済の活性化と魅力あるふるさとづくりの推進に資するものとして、平成14年度から「ふるさと企業大賞（総務大臣賞）」の表彰を行っています。

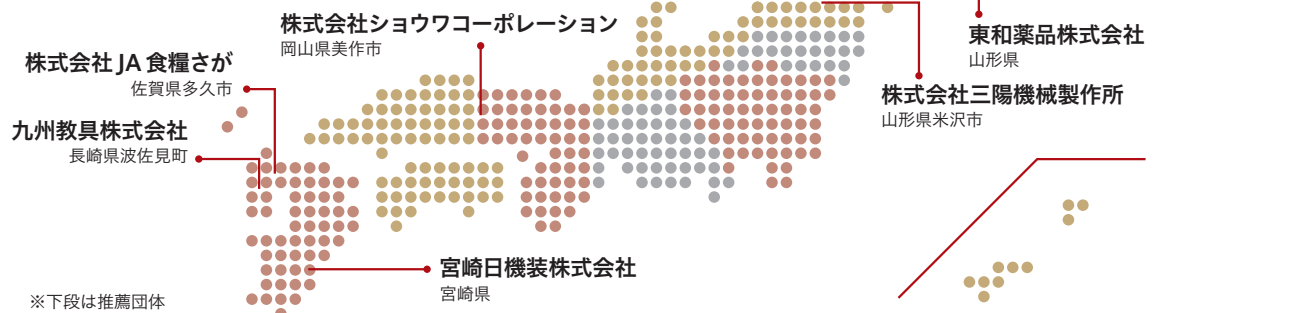
令和5年度は地方公共団体から推薦された10事業者を受賞者として選定し、各推薦団体において表彰状の伝達が執り行われました。

授与対象者は、ふるさと融資を利用した民間事業者のうち、融資の対象事業が、

- ①地域経済及び雇用に特に貢献していると認められること
- ②地域のイメージアップに特に貢献していると認められること
- ③その他魅力あるふるさとづくりに特に貢献していると認められること

のいずれかに該当するものとしています。

受賞者は、都道府県、指定都市及び市町村から推薦され、有識者からなる審査委員会の審議を経て選考されました。



オホーツクバイオエナジー株式会社

代表取締役社長

はせがわ かおり
長谷川 香織 氏

事業名 木質燃料チップ製造工場建設事業業

推薦団体：北海道紋別市

平成25年に住友林業(株)と住友共同電力(株)の共同出資により会社を設立。紋別港近くの石炭等の輸入に適している区画に紋別市からの支援を受け工場を建設。

バイオマス発電のための木材チップを調達・製造を行い、同出資形態の紋別バイオマス発電(株)にチップを売却するなど低コストでの運営が可能。

チップ原料に未利用材を使用することで、森林環境を改善。さらに植樹活動を実施し、緑を絶やさない循環型環境づくりを実施するなど、SDGs への取り組みを積極的に実施。また、施設見学を積極的に受け入れ、環境意識の啓蒙に寄与。

チップ製造や運搬等の実務は、地元事業者に委託しており、地域経済の活性化や雇用に寄与。

平成30年胆振東部地震の際には、携帯電話の充電サービスを実施。



写真提供：紋別市

Orbray 株式会社 代表取締役社長 並木 里也子 氏

事業名 サファイア結晶生産及び基板加工設備増設事業 推薦団体：秋田県湯沢市

昭和14年に創業。当初は電気メーター・航空機器・時計用軸受部品を製造。現在は宝石加工技術を活かした LED 用サファイア基板の製造を主力に、ダイヤモンドレコード針等の超精密加工部品を製造

近年は、人工ダイヤモンドの開発、大口径サファイア基盤等の加工技術を一層に高め、次世代半導体デバイス等の開発に注力。ダイヤモンドウェハーの大口径化技術で、2022年半導体オブ・ザ・イヤー半導体用電子材料部門グランプリを受賞。

雇用者の8割が県内在住者であり、そのうちの6割が湯沢市内在住者と雇用の創出に貢献。

地域に根差したリーダーの育成に寄与したいという思いから、地域の児童や生徒の工場見学受け入れや、学生を対象にワークショップ「ふろぶろ Orbray」を開催。参加者が自分の将来を考える際に、市内への就職が視野に入ることを期待。

湯沢市内でクリーンアップを独自事業として毎年実施しているほか、植樹、ユニフォームの再利用など SDGs への取り組みも積極的に実施。



写真提供：湯沢市

株式会社町家ホテル 代表取締役 佐藤 永 氏

事業名 中心市街地宿泊施設整備事業 推薦団体：秋田県仙北市

平成26年に会社設立。仙北市角館地区の中心市街地活性化のため、他事業者が営んでいたホテル跡地を買い取り、自らが営むホテル等を新たに建設。

ホテルは宿泊特化型とし、宿泊客の飲食は地域店舗の利用を促進。また、ホテル区画内には、コンビニやお土産店が出店しており、利便性や賑わい創出に寄与。

当ホテルの開業が仙北市角館地区への観光客の増加や近隣飲食店への利用促進につながっており、仙北市の観光振興と商業振興に貢献。

公式サイトにおいて、地元観光地の紹介やフォトギャラリー、アクセス等を掲載するなど宿泊客に観光情報を周知。

歯ブラシやカミソリなどのアメニティについて、必要分だけの配布など海洋環境でも問題となっているプラスチックごみの削減に努め、環境に配慮した取り組みも積極的に実施。



写真提供：仙北市

東和薬品株式会社 代表取締役社長 吉田 逸郎 氏

事業名 山形工場新築及び増築事業 推薦団体：山形県

昭和26年に創業。現在は東京プライムに上場するジェネリック医薬品専門メーカー。医薬品の中でもジェネリック医薬品に特化し、服用しやすく、医療現場で取り扱いやすい付加価値の高い製剤の研究開発に注力。

平成24年に山形工場を稼働させ、その後も業容拡大に伴い工場増築を実施。BCP（事業継続計画）の観点も重視し、岡山と大阪にも工場を有するが、最大生産能力を有するのは山形工場。

従業員の約9割が地元出身と、地域雇用の創出に貢献。また、山形県の課題である若者の県内定着の促進にも寄与。

平成30年に企業主導型保育園を開園。自社の従業員だけでなく、地元の子どもも受け入れており、地域社会に貢献。

山形工場を構える上山市が開催するイベントへの協賛や、近隣の小学生から大学生を対象とした工場見学を実施するなど地域住民との積極的な交流を実施。



写真提供：山形県

株式会社三陽機械製作所 代表取締役 **黒坂 浩太郎** 氏事業名 **新工場建設事業**

推薦団体：山形県米沢市

昭和23年に東京都大田区にて創業。コンプレッサーの部品を得意とし、日立製作所の協力会社として事業を拡大。平成30年に増産体制を整えるために米沢工場を新設。

切削そのものや低コスト製造に優れたノウハウを有し、環境に配慮したもののづくりを実施。

精密加工業が集積する大田区から、技術・技能や労働環境、地域との協力において優れているなど、他の工場の模範であるとして、平成23年に「優工場」の認定を受け、平成28年には特に優れているとして「総合部門賞」を受賞。

優れたノウハウと、長年にわたる取引で培った日立グループをはじめとする企業からの信頼は厚く、「ものづくりのまち米沢」の活性化に貢献。

代表取締役の黒坂氏は大田区の町工場を中心とする下町ボブスレープロジェクト委員長を務めており、オリンピックを目標に性能向上に取り組む。また、学校等からの依頼で、「挑戦する心」「ものづくりの面白さ」を講演。

米沢工場の全職員が米沢市在住であり、内半数以上が女性職員であるなど、女性の働きやすい環境を実現。



写真提供：米沢市

株式会社山形メタル 代表取締役社長 **庄司 正人** 氏事業名 **板金加工塗装工場移転増設事業**

推薦団体：山形県新庄市

昭和49年に創業。現在は板金加工部と建材事業部の二本柱で事業を展開。

業容拡大に伴い、タコ足で拠点を増やしていたが、平成26年に新庄市の工業団地に用地を確保し、設備等を集約。設計から出荷までの一貫生産が可能。

塗り替え不要、不燃で燃焼ガスが出ない完全無機塗装建築用金属パネルの開発に成功。令和5年に東北経済産業局長賞を受賞し、現在は量産技術の開発に注力。

同社の金属パネルは、東京スカイツリーや羽田空港、JR 駅構内に使用されるなど、高い信頼と評価を得ており、新庄市の産業振興に貢献。

従業員の大半が新庄・最上地域在住者であり、地域の雇用創出に貢献。また、障がい者雇用も積極的に行い、令和3年には山形県より「山形県障がい者雇用優良事業主認定制度」に認定。

社長の庄司氏は新庄中核団地立地企業協議会の会長を務め、平成30年には協議会の議論を踏まえ、企業主導型保育施設の開園を主導。自社だけでなく、工業団地内で働く人の「働きやすさ」を実現。



写真提供：新庄市

株式会社ショウワコーポレーション 代表取締役 **有元 稔** 氏事業名 **学生向けマンション建設事業**

推薦団体：岡山県美作市

平成9年に人材派遣会社として創業。現在は自社工場による製造、物流、ソフトウェア開発など幅広い事業を展開。

平成30年に美作市内に新たに開設された専門学校に通う学生の住まい確保のため、同市の公募に応じ、本件マンションを建設。

学校に近く利便性が良いことを加え、1日3食の食事の提供を受けられることや安心したセキュリティ体制を整えていることから、入居率は8割超過。

このマンションの建設により、新設された専門学校の学生確保、入居学生が適切な負担で安心した生活を過ごせること、美作市への若者流入等、様々な側面から地域に貢献。

長年清掃活動に取り組んでいるほか、スポーツ振興にも熱心に取り組み、同社の硬式野球チームが令和5年に全日本クラブ野球選手権大会で優勝するなど、同氏の地域スポーツの活性化に貢献。

本社が美作市内にあり、半数が地元在住者といった地域雇用で貢献。



写真提供：美作市

株式会社 JA 食糧さが 代表取締役社長 宮崎 第五郎 氏

事業名 農産物処理加工施設新設事業

推薦団体：佐賀県多久市

昭和26年に創業。唐津市内にあった工場の老朽化を受け、平成26年に平成22年に事業統合され現在の社名で営業を開始。

唐津市内の工場が老朽化したため、平成26年に多久市北部工業団地内に工場を新設。佐賀県米を主体とした精米製品、米粉製粉を主に実施。最新設備による効率的な生産や、徹底した衛生管理による安全・安心の確保に注力。

多久市は九州北西部と佐賀県のほぼ中心に位置しており、近接するICを活用し、販売チャンネルと販路拡大を構築。

地域の中学、高校3年生に受験や就職活動のエールとして縁起米の寄贈を実施し学生を応援。

男女問わず積極的な雇用の採用を行っており、地元の高校出身者を中心に雇用を拡大。

「NPO 法人フードバンクさが」が行う事業に協賛し、米の寄贈等を行うほか、市内で行われている「多久聖廟年末年始イルミネーション」「多久まつり」などのイベントへの寄付をするなど、地域との交流を積極的に実施。



写真提供：多久市

九州教具株式会社 代表取締役 船橋 修一 氏

事業名 ビジネスホテル建設事業

推薦団体：長崎県波佐見町

昭和21年に本田文具店として創業。平成初期までは事務用品やOA機器、教育関連用品を扱う事務機販売業として成長。

平成8年、「ホテルベルビュー長崎出島」し、ホテル業界に参入。平成27年、波佐見町に「ホテルブリスヴィア波佐見」を開業。パソコンやプリンターが完備された自社の強みを活かした施設。

隣接する温浴施設など、波佐見町内の観光施設と連携し、共存共栄で事業を展開。

通過型観光となっていた波佐見町であるが、当ホテルの開業もあり、観光客100万人を達成するなど、観光振興に貢献。

ほとんどの従業員が町内在住者であり、地域雇用に貢献。

町内の有害鳥獣である猪をジビエ料理としてホテルの夕食メニュー活用するほか、地元の波佐見焼を活かした活動を提案するなどSDGsに積極的に取り組み地域に貢献。



写真提供：波佐見町

宮崎日機装株式会社 代表取締役社長 長門 祥一 氏

事業名 航空機部品製造工場建設事業

推薦団体：宮崎県

平成29年に東証プライムに上場する日機装(株)100%出資により設立。航空宇宙、インダストリアル2事業を実施。

主力は、航空機が着陸する際に、空気の流れを変え、減速させるエンジン部品「カスケード」。他にも、極低温液化ガスを移送するための「クライオジェニックスポンプ」などを製造。

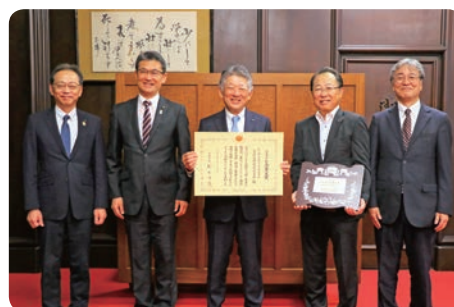
日機装(株)初代会長の意思を継承した財団法人の事務局を同社総務課が担っており、技術センターや大学、高等専門学校等といった研究機関への助成を毎年実施。

宮崎県では、自動車・航空機関連産業を重点的に立地に取り組む分野として推進しているが、本件の工場はその推進に大きな役割を果たし、本県の当該産業を牽引。

従業員全員が宮崎県内在住であり、雇用創出に大きく貢献。加えて、日機装(株)からの出向者がいることから、転入者数の増加にも寄与。

令和5年に「宮崎市防災協力事業所制度」に参加。工場内には社員用、地域住民用の合計3日分の備蓄品を用意。

社員食堂内において、宮崎県産の食材を使用するフェアを実施。全国各地の日機装(株)の社内食堂でもフェアが行われるなど、県産食材PRや販路拡大に貢献。



写真提供：宮崎県

令和4年度／令和5年度 地域再生マネージャー事業

【ふるさと再生事業】

ふるさと財団では、地域再生マネージャー事業の一環として、市町村等が地域再生に取り組もうとする際の課題への対応について、外部専門家を活用して地域住民主体による持続可能な実施体制を構築し、ビジネスの創出、地域経済の活性化、移住・定住の促進、関係人口の創出等を図るために実施する事業について必要となる経費の一部を補助する「ふるさと再生事業」を実施しています。

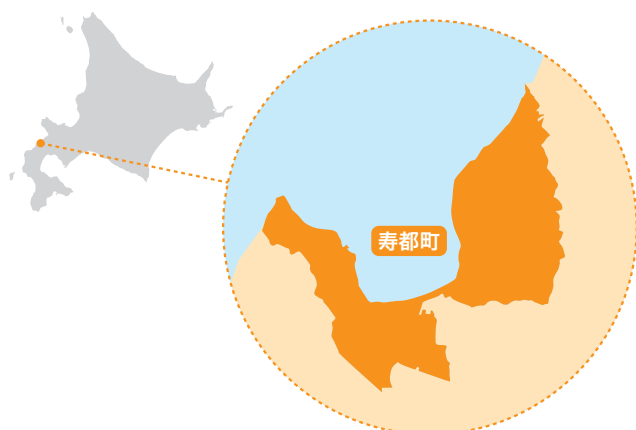
道の駅外観 ▶

▼道の駅内観



～観光条件不利地の
新たな観光ビジネス戦略～
“寿の都” 港町ブランディング
創出モデル事業

す っ つ ち ょ う
北海道 寿都町



モニターツアーの網起こし体験

寿都町の概要

寿都町は、北海道の南西部、日本海に面し、函館市と札幌市のほぼ中間に位置している人口2,692人、1,570世帯の町（令和5年10月現在）。地域資源は、自然景観から歴史文化資源のほかに、当町の基幹産業となっている牡蠣の養殖などの漁業、道内トップクラスの疲労回復効果の高い泉質をもつ寿都温泉ゆべつのゆ、強風地帯という特性を活かした風力発電などがあります。

● 事業の概要

1 課題と事業の背景

寿都町は、地域資源が充実している一方、観光面では、通過交通が少なく札幌市から車で2時間以上かかる“観光条件不利地”であり、観光資源も点在した状態のためエリア一体の観光地としての訴求力が不足している状況であることが課題でした。

これらの課題の解決に向け、観光による地域活性化を図るためには、点在化する地域資源の集約と地域全体での収益力強化に向け、域内事業者の連携、周辺エリアとの連携対策の確立による観光の事業化の推進と魅力の強化、そして、行政、民間企業、地域住民の協働による事業の推進が必要です。その具体的取り組みに向けて、外部専門家として篠崎宏氏と菅野剛氏、木村潤一郎氏を迎え、地域再生マネージャー事業（ふるさと再生事業）に「～観光条件不利地の新たな観光ビジネス戦略～“寿の都”港町ブランディング創出モデル事業」として申請しました。

2 1年目（令和4年度）の取り組み

1年目の事業では、a. 資源調査と実態把握・b. 「地域エコシステム」モデルの構築に向けた実証検証・c. 観光戦略計画の策定を主に取り組みました。

a. 資源調査と実態把握においては、4月～8月にかけて、現地調査、団体ヒアリング、観光客向けアンケートを実施しました。町内に点在する地域資源のそれぞれについてA、B、Cの3段階評価を行い、「A評価」となった地域資源を中心にエリア全体の観光戦略に結びました。また、アンケートを行ったことで道の駅で販売機会ロスが発生していることが確認でき、さらに観光入込客数についても夏期が中心で、冬期は非常に少ない点が明らかになり、観光収入の平準化が課題である点を改めて認識しました。

b. 「地域エコシステム」モデルの構築に向けた実証検証においては、事業者マッチングよりも、売上の最大化に向けた実証事業を手厚くすることにしました。観光収入の平準化については、事業者独自のECサイト販売でリピーター客を取り込み、旅アト消費に繋げている好事例が見られることから、オール寿都のECサイトを立ち上げることとし、ふるさと納税返礼品や新たなEC販売商品を扱う方向でサイト制作を行いました。

c. 観光戦略計画の策定においては、a. 資源調査と実態把握・b. 「地域エコシステム」モデルの構築に向けた実証検証の取り組み結果を踏まえ、地域の観光資源を最大化に活用し磨き上げ、“港町ブランド”としてデスティネーション（目的地）化することを観光戦略計画

において掲げました。これに基づき、「道の駅みなとま～れ寿都」の再興による漁港エリアのブランディング、道の駅を拠点に寿都らしい港町ブランドとしての観光サービスを展開することとしました。

3 2年目（令和5年度）の取り組み

令和5年度は、前年度に培った素材をもとに、「道の駅みなとま～れ寿都」の再興による漁港エリアのブランディング及びデスティネーション（目的地）化、オール寿都ECサイトの運用によるオフシーズンの新たな売上確保に取り組みました。

「道の駅みなとま～れ寿都」の再興による漁港エリアのブランディング及びデスティネーション（目的地）化においては、道の駅を拠点とした漁港エリアの販売力を強化する実証として道の駅オリジナルの別注商品として再梱包し、その販売による売上げ変化を調査しました。参加を希望する事業者に対して呼びかけを行い、リパッケージ販売の実証実施をしました。また、周辺の滞在型・体験型観光の推進として、港町ならではの秋鮭の大迫力な漁業体験と寿都の社寺が豊富な環境資源を活かして、宿坊滞在を楽しむプログラムを組み合わせた旅行商品を開発するためのモニタープログラムを計画し実施しました。

オール寿都ECサイトの運用によるオフシーズンの新たな売上確保においては、昨年度整備したECサイトの運用開始に向けて行政内部と寿都観光物産協会が協議を進めています。



りゅうどういん
龍洞院で座禅体験



モニターツアー漁業体験

● まとめ（見えてきた課題）

外部専門家の篠崎氏及び菅野氏は、当事業の観光推進と共にアントレプレナー教育にも力を入れています。進学や就職で地元を離れる子どもたちがアントレプレナーシップ（起業家精神）を持つことは、一度都会へと出てしまっても自ら育った故郷の環境へUターン起業家として戻ってくる可能性があります。条件不利地にある当町にとって特に必要な教育であり、教育機関、観光関連団体と連携し、

次世代の観光人材育成を今年度も行っています。

港町ブランディングを起点として道の駅の販売力拡大に積極的に取り組んでいますが、今後はこれまでに以上に漁業組合との更なる連携が必要であると考えています。チャレンジ性の高い事業であり、観光条件不利地の「港町ブランディング」のモデルとなっていくことが期待されます。

***アントレプレナー教育** 起業家的な精神と資質・能力を育む教育である。



寿都漁港エリアブランディング イメージ図

外部専門家



リ・マスター合同会社 CEO
帝京大学 経済学部観光経営学科 教授
しのざき ひろし
篠崎 宏 氏

寿都町はニセコからも距離が近く、漁獲資源も豊富なことから大きなポテンシャルを秘めていると言えます。その一方で来訪客にとって目的地化できておらず、アンケート結果からもルート上の立ち寄り地であり、消費対象地域としての位置づけも決して高くないことが読み取れます。本事業において、寿都町を目的地化するとともに「販売機会ロスの把握」と「旅アト消費の仕組化」についてアドバイスを行いました。

また寿都町の子供たちへのアントレプレナー教育を実施することにより、将来のUターン起業等の可能性を広げる取り組みを行っています。



株式会社 TAISHI 代表取締役
かんの たけし
菅野 剛 氏

寿都町は、豊富な漁場を資源に栄えて来た町です。本事業では、漁業の町を観光地化へと導く、イノベーションを起こす事を目的に取り組んできました。新たな挑戦には、様々な問題も発生し、苦労がつきものですが、イノベーションの達成には、推進メンバーが、諦めずに取り組みを続ける必要があります。

世界中から観光客が訪れるニセコから車で約1時間という立地を活かし、漁業を観光資源としたサービス提供の実現を目指します。

自治体担当者

寿都町は寿都湾の豊かな資源の恩恵を受ける港町で、四季折々の水産資源を楽しめる食の宝庫です。

町には美しい自然景観や歴史的建造物がありますが、これらの観光資源を活用しきれていませんでした。

昨年度から本事業を活用させていただき、外部専門家からは地域の資源を最大限に生かした港町観光のブランド化を目指し、道の駅を拠点とした漁港エリアの販売力強化や社寺、水産業を活用した滞在・体験型観光の推進などが提言され、その実証として、道の駅の商品リパッケージや EC サイトの立ち上げ、港町観光のモニタープログラムの実施などを行い、寿都らしい新たな観光サービスの構築に向けて事業を実施しています。

今後は、観光目的地となる寿都町を目指し、漁港エリアを中心にブランディングを強化し、観光資源を磨き上げ、観光人材を育成し、持続可能な観光を実現するため、各経済団体や教育機関などと連携して事業を進めてまいります。



寿都町役場 産業振興課商工観光係 係長
にしむら なおひろ
西村 尚紘 氏



<http://www.town.suttu.lg.jp/>



バジル焼酎



べんけいみさき
弁慶岬と夕日



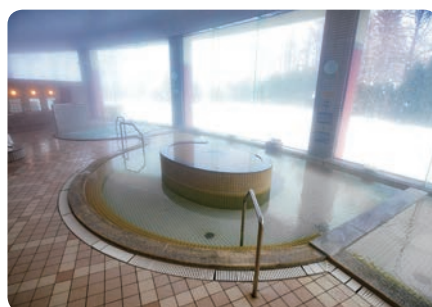
すつつじんじや
桜と壽都神社



ことおき
寿かき



浜中野営場からみた風車



疲労回復効果の高い泉質といわれている「ゆべつのゆ」



ご当地グルメ寿都ホッケめし

ふるさと財団 ふるさと再生アドバイザー会議委員



芸術文化観光専門職大学 芸術文化観光学部 准教授

たかはし のぶよし
高橋 伸佳 氏

持続可能な観光には、旅行者と受入地域双方に鑑みた取組みが重要です。本事業は水産資源と歴史を重んじつつ、新たな観光ブランディングとビジネスを推進するという持続可能な挑戦であり事業化が大いに期待されます。

地域再生セミナー ≡オンライン形式≡

ふるさと財団では、地域再生に幅広い知見や、実績をお持ちの講師により、全国の地域再生手法や施策の動向などを紹介し、地域の活性化に役立ていただくことを目的として「地域再生セミナー」を各地で開催しています。

令和5年度は鹿児島県及び埼玉県で実施いたしました。

鹿児島県 11月16日

関係人口の拡大～移住～定住 誰もが安心して暮らせる地域づくりについて

講演 1 関係人口とウェルビーイング



さしで かずまさ
指出 一正 氏

未来をつくるSDGsマガジン『ソトコト』編集長
関係人口の第一人者であり、島根県「しまコトアカデミー」メイン講師、
静岡県「『地域のお店』デザイン表彰」審査委員長等、地域のプロジェクトに多く携わる。

●「関係人口」ってなんですか？

関係人口について端的に説明させてください。関係人口とは『観光以上』、『移住未満』の第三の人口と呼ばれています。移住までは行きませんが、地域に興味があったり、自分の暮らしている場所以外にも拠点を持っていたりなど、色々な形で地域に関わる人たちが増えていく中で、特に若い方を中心として、関係人口的な動きをする人達がここ10年くらいの間で爆発的に増えてきました。

●群馬県庁の事例

群馬県庁の31階をプロデュースし、『GINGHAM』という場所を創りました。6か月で約8万人もの方にご来場いただき、人気のスポットになっています。人と人との出逢いを生み出す場所として、単なる観光案内所ではなく関係を案内する「関係案内所」と提唱しています。切り盛りしている方も群馬県在住の20代の皆さまで、群馬のこれからを考える若い人たちがこの場所で新しい関係を創っていく上で、大事な存在となっています。

●関係人口とウェルビーイングを理解するサステナブルな視点

1 関わりしろ

着飾る必要も新しく何かをつくる必要もなく、素のままのものを見せることで自分もこの場所で何かをやりたいなと思ってもらうことに通じます。

2 ご機嫌な状態

関係人口が「ご機嫌な状態」を実感するときは地域の役に立っている、地域の人に認識してもらっている状態であることが多々あります。

3 中長期的な視点

明日にも成果が出るかというところのようなこともあるかもしれませんが、どちらかというとゆっくりと幸せを醸成していくことが、関係人口が得意な動態であると考えています。

4 「ここにいる」安心感

この場所にきた明確な目的はないが、この場所にいること

に言葉にならない安心感がある。これが関係人口が生まれやすい場所に備えられている、または発露している、ここにいう安心感がその地域において出されているかが大事かもしれません。

講演 2 買い物弱者をどうするか？誰もが安心して暮らせる地域づくりについて



とちお けいすけ
枋尾 圭亮 氏

(株)船井総合研究所 マネージャー

入所後、地域活性化を志し、「パブリックイノベーションチーム」を設立。食文化を通じたブランド化を得意としており、一定の成果が上がった後に人口定住、産業創造等への関連分野に展開する。



さとう よしゆき
佐藤 禎之 氏

(株)とくし丸 取締役

とくし丸の営業役員として全国展開をけん引。「お買い物を通じた見守り」により、買い物弱者問題のみならず消費者被害、健康、孤立など、高齢者の課題解決について自治体との連携を推進。

●買い物弱者問題

買い物弱者は、全国的にみると約850万人、さらに高齢者だけで350万人から400万人ほど存在すると言われており、今後は、急速な少子高齢化の影響で大きく増加する傾向にあると考えられています。

また買い物弱者は地方が中心というイメージが強いですが、実は都心部でも顕在化しており、都市部での大きな課題になっています。今後も買い物弱者の増加が続くと、満足な買い物ができないことによる不安定な食事から筋力の衰えが進み、不安定な生活環境の常態化し、さらに孤独・孤立が進むという負のサイクルを繰り返してしまい、地域社会の様々な課題の発生へと発展してしまいます。

●移動スーパーととくし丸と社会問題解決の可能性

この買い物弱者問題を解決する手法で注目を集めているのが「移動スーパーととくし丸」です。

とくし丸は全国で約1,050台が稼働しており、一台あたり約150～180人のお客様に定期訪問を行っています。ドライバーは個人事業主で販売パートナーと呼ばれています。

とくし丸が拡大した理由としては、課題に対して忠実にアプローチしているため、と言われてしています。家からほとんど外に出歩くことができない方がいるという社会課題に対して目の前まで軽トラでご訪問するというビジネスモデルを提案し、社会課題を解決することで社業が発展してきたと考えられています。

●自治体連携の可能性

また買い物弱者問題を解決するとともに、その付加価値として「お買い物を通じた高齢者の見守り」も注目を集めています。例えば、とくし丸をその地域において開業させる際には、活動拠点となる店舗を中心とするエリアの自治体や所轄警察との間で「高齢者の見守り協定」を締結するケースが多くみられます。週2回の訪問の中で、高齢者の異変に気付ける体制を築き、付加価値的な取り組みとして特殊詐欺の防止や教育を販売パートナーにさせていただく活動を積極的にしています。

この結果、令和4年度においては消費者庁のモデル事業として、奄美市様と連携し、高齢者等の消費者被害の実態把握においても一定の成果が出ています。

買い物弱者問題は増加の一途をたどっており、新たな仕組みが必要とされています。中でも、官民連携は事業価値の向上、地域価値の向上の双方にプラスと言われながらも課題も散見されます。今後は、各地方で展開できる可能性を模索しつつ、自治体の皆さまの積極的な挑戦が期待されます。

埼玉県 11月20日

シティプロモーション

基調講演 シティプロモーションと効果検証 (mGAP)



かわい たかよし
河井 孝仁 氏

東海大学 文化社会学部 教授

専門は、行政広報論、シティプロモーション、地域マーケティング。政府及び、東京都ほか地方自治体における広報企画技術審査委員等の要職を多数務める。

● シティプロモーションを定義する

地域の魅力を創出し、地域内外に効果的に訴求し、それにより、人材・物財・資金・情報などの資源を地域内部で活用可能とすることをシティプロモーションと考えます。

● 地域への関与意欲を資源と捉え、定量化する

地域に関わる人々の持続的な幸せを実現するための重要な資源として、地域への関与意欲があります。シティプロモーションは、この関与意欲を高める取り組みでもあります。

シティプロモーションが行政によって行われるのであれば、そこには説明責任が生じます。そのためには地域を支える関与意欲の定量化が意義を持ちます。定量化手法の一つが、下図(図1、図2)より求められる修正地域参画総量 (mGAP) です。

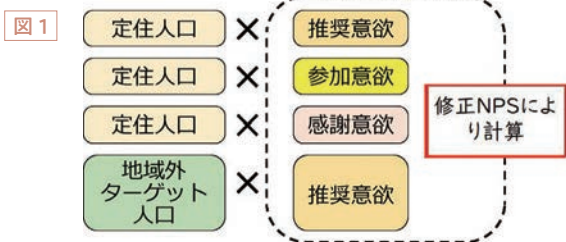
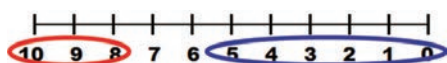


図2 修正 NPS (ネットプロモータースコア)

- 意欲 10~8 (パーセンテージ) をプラス

- 意欲 5~0 (パーセンテージ) をマイナスとして計算



F.ライクヘルド『ネット・プロモーター経営』をもとに河井様補正

● 「関与の窓」を設け、行動促進を行う

地域への関与意欲を具体的な行動につなげる、認知・関心・信頼・共感・行動の背中を押すメディア活動戦略モデルという発想があります。特に行動を促すには関与の窓が重要です。

行動につながる関与の窓を開けるには、ハードルを下げ、インセンティブを設定する考え方(図3)と、行政が自らの弱みを意識し、その弱みに参加を引き込む発想が有効になります。

地域に関わる人々の幸せを創り出すシティプロモーションのために、これらの発想や仕掛けを利用してください。

図3

インセンティブ 褒められる	ハードル下げ 思い出すきっかけを 豊富に用意する	ハードル下げ 競争を作る
ハードル下げ みんながしている と思わせる	インセンティブ モノ、金などが もらえる	ハードル下げ 扱いやすく 分ける
		インセンティブ 意味ある人に なれる

事例発表 北本市シティプロモーション事例と地域の価値を育むまちづくり事業者の育成



はやしひろし
林 博司 氏

パブリシंक株式会社 代表取締役
合同会社 LOCUS BRIDGE 共同代表

埼玉県北本市役所入庁後、シティプロモーション・ふるさと納税等を担当し、さまざまな実績をあげる。2022年に独立し、広報・シティプロモーション・地域活性化事業等に取り組む。

● まちへの愛着を高めるシティプロモーション

北本市は、消滅可能性都市のひとつとして挙げられるほど、生産年齢人口の減少が急速に進んでいました。そんな中、2019年にシティプロモーションの専門部署が新設され、取り組みを開始。そこで、改めてシティプロモーションの推進を考えた時に、まちの外に広告を出す・SNSで情報発信するといったプロモーションをかけ、外から人をいかに北本に呼び寄せるかということよりも、まずは、今まちに住んでいる方に北本の魅力を伝える、まちに関わって頂くことで転出を防げれば、自ずと人口社会増につながると考えました。また成果指標としての定住意欲やまちへの愛着といった指標はPDCAを回すには余りにもあいまいなものが多い。ただ、現場でしっかりと回すには細かすぎるものは使われない。そこで、河井先生の「mGAP」に着目し、アドバイザーになっていただきシティプロモーションを推進していくこととしました。

● 「mGAP」向上の効果

シティプロモーションは役所の担当が自力でやるものと思われがちですが、mGAPを向上していく作業は、地域への参画熱量や地域内での購買意欲を高め、経済循環・雇用促進や市役所の職場環境の改善にもつながり、担当部署のみならず全庁的に役立っていくことに繋がるため、部署横断的に実施するものです。

● 市外向けプロモーション「ふるさと納税」

シティプロモーションは市民向け、外向けにはふるさと納税という整理をしていました。返礼品の魅力だけでなく、生産者の取り組み、商品にかける思いを発信し、寄付者に北本らしい魅力を伝えることに主軸を置きました。ふるさと納税本来の趣旨を考え、北本市を応援していただいている方にいかにファンとなっていだけけるかが大事です。そこで、プロジェクト型のふるさと納税に力を入れ、市民の発案したプロジェクトを市が審査し、シティプロモーションに資すると認定されたものに対し、市で寄付を募り、発案者に補助金を支給する制度を実施しています。また、ふるさと納税は、地域のことを本気で考える主体が実施していかないと地域外の企業に地域がスポイルされます。直営もしくは真に地域を想う民間団体・企業を育成・協業することが大切になります。

ふるさと融資 事例の紹介

ふるさと融資は、地域振興に資する民間投資を支援するために都道府県または、市町村が長期の無利子資金を融資する制度であり、ふるさと財団では案件の調査、検討や貸出実行等についての事務を行っています。

本号では、地元特産品のブランド豚の生産拡大の為、環境対策に配慮した新農場を建設する為に山形県米沢市が融資した事例をご紹介します。



事業者

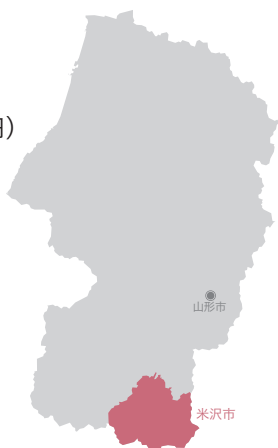
有限会社村上畜産

事業地

山形県^{よねざわ}米沢市

- 事業費：1,612 百万円
(うち、ふるさと融資 240 百万円)
- 新規雇用増：5 名
- 貸付団体：米沢市
- 予算年度：令和 2 年度

人口 ▶ 78,381 人 (令和 5 年 9 月 1 日)
面積 ▶ 548.51km²



● 地域の特徴

米沢市は、山形県の最南端に位置し、3市5町で構成される「置賜(おきたま)地域」の中で、行政、産業、教育・文化等幅広い分野で中心的な機能を有する都市です。また、市制施行は明治22年で、日本で最初に市制を施行した全国の39市の中の1市であり平成31年4月に市制130周年を迎えました。人口は、令和2年国勢調査では81,252人で平成27年国勢調査と比較して4,701人(5.5%)減少しましたが、置賜地域の人口約20万2千人の約4割を占め

ています。また、年齢別の人口構成は、年少人口(0歳から14歳)は8,883人(比率10.9%)、生産年齢人口(15歳から64歳)は46,979人(同57.8%)、老年人口(65歳以上)は25,390人(同31.2%)となっています。米沢市の特産品は、Apple(館山りんご)、Beef(米沢牛)、Carp(米沢鯉)の頭文字を取った「米沢の味ABC」が広く知られています。この中でも米沢牛は、平成29年3月に地理的表示(GI)に登録され、豊かな自然と優秀な飼育技術によって育まれた本市を代表する特産品です。このほか、全国でも珍しい雪の中で育つ伝統野菜の「雪菜」や、冬期間に温泉熱を利用して栽培する「豆もやし」など地域資源を活用した地域特産物についても当市の特色ある農産物として生産されています。米沢市は、年間の気温の変化が大きく県内でも有数の豪雪地帯であるという地域の特性を活かし、基幹作物である水稲と、野菜、果樹、花き、畜産等を組み合わせた複合農業を展開しています。一方、米沢市の工業は、当市が江戸時代に上杉の城下町として栄え、米沢藩9代藩主上杉治憲(鷹山)が奨励した米沢織を基幹産業として発展してきました。現在は、産業構造の多角

化と市民所得の向上を図るため進めてきた工業団地への企業誘致等により、ハイテク産業が集積し東北でも有数の工業都市となりました。

● 事業の背景

有限会社村上畜産は、平成元年設立の養豚事業者であり、米沢市李山地区においてブランド豚「天元豚」の繁殖から肥育・出荷まで一貫生産しており、創業者村上氏から現経営者の黒濱氏への事業承継もスムーズに進んでおります。一方、平成17年頃から発生した地域住民との悪臭問題により、生産規模縮小を余儀なくされましたが、山形大学、山形県、米沢市等と協議を継続することで解決の方向性を見出し、環境対策を進めてきました。本事業は、「天元豚」の需要の伸びへの対応、および経営合理化のための生産増強を図るべく、人里離れた山間部に環境対策を考慮した最新鋭の新農場を建設するもので、生産プロセス合理化と徹底した衛生管理を目的としております。5人の新規雇用のほか、地域共存型養豚場事業として、米沢牛とあわせて観光・飲食等の地域内産業への波及効果も期待できる事業です。

● 事業の概要

本件事業は、米沢市内山間部に環境対策を考慮した最新鋭の養豚場を建設し、地域特産物としても活用されるブランド豚「天元豚」の生産拡大を図るものです。既存農場の繁殖部門（母豚360頭）を閉鎖して悪臭問題改善に努めるとともに、新農場の繁殖部門に2倍の母豚720頭を導入し、離乳時以降、子豚を2農場半々で一貫肥育することによって、ブランド豚「天元豚」の生産倍増を実現するものです（年間出荷計画17,585頭）。平成27年4月に当社、山形大学、山形県、米沢市等で「米沢地域共存型養豚協議会」が設置され、当社は、地域共存と地産地消を推進するための地域共存型養豚事業の経営主体として、本件を進めています。本事業では、運転資金を含めて950百万円の調達を図るものであり、そのうちの240百万円（約25%）をふるさと融資から調達できました。残額は日本政策金融公庫と市中銀行2行の協調融資ですが、ふるさと融資の利用という米沢市の協力体制が具体的に示された結果、比較的スムーズに資金調達が可能になりました。

● 地域振興への期待

今回の事業は、5人の新規雇用を創出しているほか、地域共存型養豚場事業として、ブランド豚「天元豚」の地域内産業への波及効果、学校給食での使用等を通じた食育活動への寄与等、新たな米沢市の地域特産品として地域振興に寄与するものと期待されています。特に、地元食肉セ

ンターへの天元豚の出荷頭数が増えることにより、米沢牛を中心とする食肉産業への寄与が大きいです。



／ 米沢市コメント ／

米沢市では、これまで20件のふるさと融資を活用してきました。特に市内の産業団地への企業誘致時に当該融資制度の活用を積極的に促す等、制度の利点をPRし活用を推進して参りました。当該融資制度は、事業者が地方公共団体から無利子資金を融資し、事業者は金融機関へ保証料支払負担のみで資金調達可能であり金利負担を大きく低減することができる魅力的な融資制度です。特に米沢市では事業者に対し保証料支払を補助しており積極的に事業者負担の軽減を図っております。今回は悪臭問題の解決と地域内産業への波及効果が大きいと判断し、ふるさと融資を活用することといたしました。地方債を財源として事業者が無利子の資金を提供することで、市内の事業者の発展、成長に寄与できることは、地元経済活性化に直結するものと確信しています。今後も幅広い分野でふるさと融資を活用すべく、市役所内各部署で連携を図り進めたいと考えています。

／ 庄内銀行コメント ／

今回は、ふるさと融資の保証を通じて、有限会社村上畜産様の事業展開を支援することができました。今後も各地方公共団体様と連携の上、ふるさと融資を通じ、地元企業の成長に積極的に貢献して参ります。

令和4年度 ふるさと企業大賞に輝いた 社長に聞く

宮城県 ■ ^{いわぬま}岩沼市

株式会社伊藤チェーン

代表取締役社長 ^{いとうよしかず}伊藤吉一 氏



「“道の駅風”スーパー（フーズガーデン玉浦食彩館）」 で活路、被災復興に示した地元店の心意気

東日本大震災で津波被害を受けた宮城県岩沼市。内陸部への集団移転を進めるにあたり、生活必需品を扱う店舗の誘致に努めますが、商圈規模が小さく、メリットが見出しにくいとして、応ずる会社が見つかりません。そのような中、地元の「株式会社伊藤チェーン」が立ち上がります。

出店にあたり編み出した「“道の駅風”スーパー」が成功し、商圈も大きく拡大。心意気を示した伊藤吉一・代表取締役社長に決断の思いや経緯を伺いました。

当社の成り立ちと玉浦西地区への出店の決断

昭和33年に海産物と食料品の店を開いたのが当社の始まりで、昭和49年4月に株式会社伊藤チェーンを設立、お陰様で、令和6年で満50年を迎えます。これまで仙台市や出身地の柴田町を含む県南地域で食品スーパー「イトーチェーン」を展開してきました。現在は、域内に9店舗を構え、2人の弟（専務と常務）を含む3人で協力しながら経営しています。

当社では、平成8年から毎年、従業員向けの経営方針発表会を開催し、当社の現況を踏まえた上で、3兄弟で定めた「社訓：お客様に喜ばれる商いを毎日続けよ」の徹底と新年度の経営方針等を共有する場としています。

地域に根差した食品スーパーとして順調に歴史を重ね、お客様から大手スーパーにも負けられない評価をいただけるようになってきた平成23年3月、東日本大震災が発生。岩沼市の海沿い地域も甚大な津波被害を受け、その後の復興

事業が進められる中で、地域住民約300世帯（約1,000人）が玉浦西地区に集団移転することとなりました。しかしながら、当時の玉浦西地区には、個人商店があるのみで、移住する全世帯の食生活を賄うことができない状況でした。

一方で、集団移転後を想定しても足許の商圈だけでは将来の採算性に期待が持てないことから、多くのスーパーは出店を躊躇していました。このような中であって、当社にも岩沼市から出店要請があり、地元企業として何とか被災地支援ができないものかと検討を重ねました。

当初、生活用品と生鮮品に特化した小型スーパーを検討しましたが、従来のイメージとは異なる斬新で魅力あるスーパーを創って被災地域の復興と活性化に貢献したいとの想いに至り、「5,000坪（約16,500㎡）の敷地全部を貸していただけること」を条件に「地元生産者と消費者の共生を図ること」をコンセプトとした具体的な店舗構想を練ったうえで、出店を決断しました。

スーパーと産直がコラボ

売上・集客日本一と云われる福岡県^{むなかた}宗像市の「道の駅むなかた」と同県糸島市のJA糸島産直市場「伊都菜彩」を視察し、産直品の販売・運用などの実態を勉強しました。これら施設での活気あふれる売場の様子には、大きな刺激を受けました。

こうして震災被害から4年後の平成27年7月に、ふるさと融資を活用したスーパーと産直のコラボによる「道の

駅風スーパー（フーズガーデン玉浦食彩館）」が、誕生しました。敷地内には、大手ドラッグストアを誘致してお客様の利便性を高めたほか、店内には、一般的なスーパーの生鮮品を含めた食料品などの品揃えに加えて、売場面積の約4分の1（約1,000㎡）に生産者直売（産直）コーナーとフードコート（ふれあいテラス）を併設しました。

産直コーナーでは、地元の農家や生産者（産直生産者）が直接商品を持参し、自分で売価を決めて売場に陳列します。店舗側では、商品の陳列場所の提供と1日3回の売上データのメール送信を行い、産直生産者は、この売上データ・メールに基づいて商品の補充などを行います。陳列商品には、採れたての野菜や果物、お花、手作り民芸品、造りたての和惣菜や漬物、加工食品、観賞用のメダカや金魚、地元漁港に水揚げされた新鮮な魚介類など、多種多様な商品があり、「地産地消」に貢献しています。

産直生産者の登録事業者数は675先を数え、うち、毎日納品している先は、約400先に上り、その先数は、年々増加している状況です。産直生産者の中には、年間売上高が1,500万円を超える生産者も存在しており、それぞれが事業のやりがいや楽しさに繋がっているようです。

ゆったりとした空間の「ふれあいテラス」では、地元食材を使った季節のジャラートや新鮮な海鮮丼、うどん・そばなど、豊富なメニューを揃えて憩いのひとときを演出しています。

充実した地域貢献の取り組み

地域への貢献では、出店に際して80人を超える地元雇用を実現。毎週金曜日に開催される岩沼市の「介護予防事業（お達者クラブ）」には、場所を提供するだけでなく、認知症サポーターとして従業員も参加しています。また、高齢者などの交通弱者向けに「無料買い物バス」も運行しています。

店舗敷地内には、各種イベントやお祭りなどにも利用できるテントスペースを確保したほか、電気自動車の急速充電スポット、店舗屋根には、太陽光発電パネル、4,000人分の非常用給水タンクも設置しています。また、千年先まで子供たちが笑顔で幸せに暮らせるようお願いを込めた岩沼市の復興のシンボル「千年希望の丘」で毎年開催される植樹祭に企業版ふるさと納税を通じて参加しています。

店舗オープンから8年が経過しましたが、特に、産直コーナーの人気は高く、来店者数は年々増加しており、最近では1日平均2,200人を超えています。県外を含む広範囲の地域からもご来店いただき商圏拡大が叶ったことを実感しています。

この「道の駅風（フーズガーデン玉浦食彩館）」の成功

を受け、隣の名取市閑上地区にも同様コンセプトの店舗を令和2年7月に新設しました。

未来を見据えて

令和元年9月に経営基盤の強化を図るため、北海道・東北地区を中心にスーパー事業を展開する株式会社アークスのグループ会社になりました。アークスが掲げる「八ヶ岳連邦経営」の運営方針（グループ内の子会社それぞれが、対等の立場で地域に密着した「ライフライン企業」として事業活動を行うこと）に賛同してのグループ入りです。当社は、これからも個性あふれる地場商品の地産地消にこだわり、地域のライフラインを担う企業として皆様に愛される事業経営に取り組んでいきたいと考えています。



スーパーの中に「道の駅」。人気の採れたて野菜や果物などが並ぶ生産者直売（産直）コーナー



毎週金曜開催の岩沼市の介護予防事業「お達者クラブ」。場所の提供ばかりでなく、従業員も参加



概要

<http://www.itochain.com/>

会社名：株式会社伊藤チェーン
従業員数：全体783人、当該店舗82人（令和5年2月末現在）
業務内容：生鮮食品及び一般飲食物品・雑貨の小売販売
所在地：（本部）〒989-1756 宮城県柴田郡柴田町大字槻木字焼檀2番地1
TEL：0224-58-7171
（フーズガーデン玉浦食彩館）
〒989-2428 宮城県岩沼市玉浦西4丁目1番1号
TEL：0223-23-1140

沿革

昭和50年	宮城県仙台市太白区青空市場内に青果業店舗を出店
昭和60年	伊藤チェーン高砂店としてスーパーマーケットの営業開始
平成27年	岩沼市にフーズガーデン玉浦食彩館オープン ※推薦事業（ふるさと融資活用 360 百万円）
令和元年	株式会社アークスと経営統合
令和2年	名取市にフーズガーデンゆりあげ食彩館オープン
令和4年	ふるさと企業大賞（総務大臣賞）受賞

株式会社伊藤チェーンを推薦した 宮城県岩沼市

さとうじゅんいち

佐藤淳一市長に聞く

ふるさと融資の概要

事業者	株式会社伊藤チェーン
事業名	生活利便施設建設事業
実施年度	H27年度
設備投資額	1,122百万円
貸付額	360百万円
雇用増	34人

プロフィール

経歴

平成24年1月～ 岩沼市議会議員
令和4年1月～ 同議会議長
令和4年6月～ 現職



震災からの復興を支える「フーズガーデン玉浦食彩館」

株式会社伊藤チェーン様（以下、同社）は、生活必需品である「食」を中心に取り扱うスーパーマーケット事業を展開しており、専門性や個性化が求められる近年、そうした環境の変化に適合し、多様化する消費者ニーズに答えられるスーパーマーケットを目指していると伺っています。宮城県仙南地方にて地域密着経営に徹し、特に東日本大震災の被災地支援向けの店舗を本市含め沿岸部に2店開設されています。

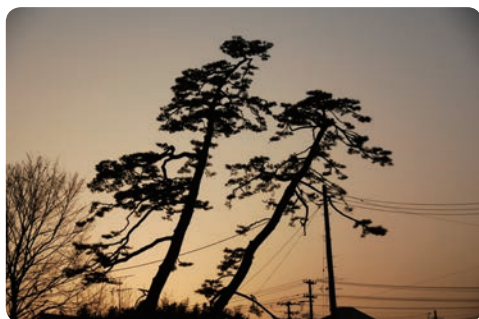
東日本大震災により被災した沿岸6集落の集団移転先である玉浦西地区に住む被災者の生活利便施設、就業の場として同社に進出いただき、「フーズガーデン玉浦食彩館」が平成27年にオープンしました。

本市では、岩沼市震災復興計画等に基づき、東日本大震災からの復旧・復興を最優先に取り組んできました。中でも、岩沼市震災復興計画マスタープランのリーディングプロジェクトの一つである「津波からの安全なまちづくり」における「集団移転・復興住宅事業」を最重要事業に位置付け、被災者の集団移転先である玉浦西地区を整備しました。集団移転先への商業施設の立地は、住民生活の利便性を高めるだけでなく、被災地区における持続的な定住人口の確保及び地域の雇用機会の創出を図ることを目標としたものであり、同社による生活利便施設の建設はこれに大きく貢献するものでした。

また、当該施設が所在することにより、周辺に小中学校などの公共施設と商業施設がコンパクトに立地してい

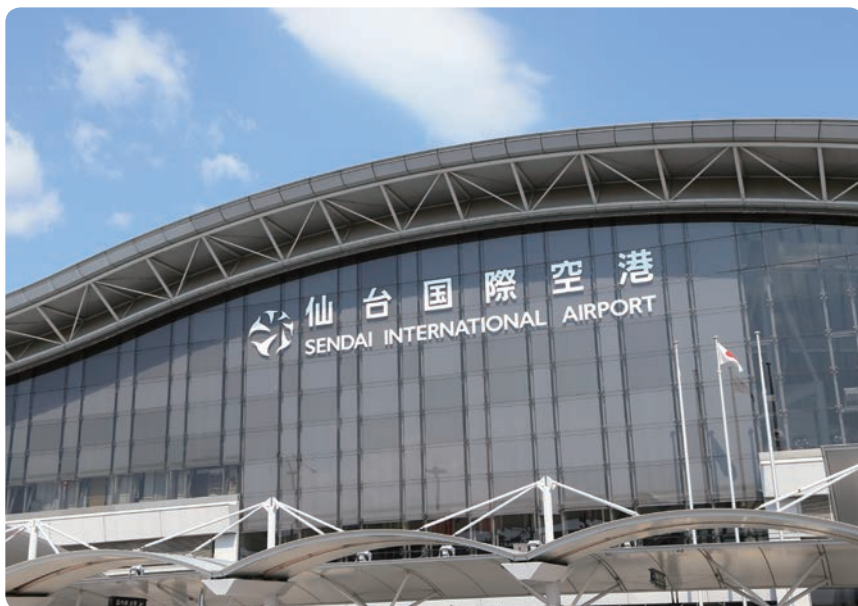
特産品・観光情報

写真提供／岩沼市



たけくま 武隈の松（二木の松）

松尾芭蕉が訪れた「おくのほそ道の風景地」の一つとして国の名勝に指定された、国の指定文化財。芭蕉が「桜より松は二木を三月越し」と俳句を詠んだほか、紫式部の「源氏物語」では主人公の光源氏が「武隈の松」を歌に詠んでいる。



仙台空港

平成28年7月に国管理空港として全国で初めて完全民営化され、東北のグローバルゲートウェイとして更なる発展が期待されています。観光情報の提供や東北の特産品を販売しているほか、飲食店等も充実しており、飛行機を利用しない人も楽しめる魅力的なスポットです。

ることから、利便性の高い街であるという地域イメージの向上に貢献しており、玉浦西地区のみならず、周辺地域での子育て世帯等の定住に繋がっています。

子育て世代にとってNo.1のまちを目指す

本市は、東北のグローバルゲートウェイである仙台空港が所在するなど、交通の要衝となっており、輸送交通の利便性の高さから大小の企業が立地しています。また、コンパクトな市内には総合病院をはじめとした医療・福祉サービスが充実しており、グリーンピア岩沼や朝日山公園など市民の憩いの場が充実していることから、暮らしやすいまちと評価されています。

これらの本市の優位性を活かした企業誘致や、子育て世代の教育・保育環境の更なる充実に取り組んでいます。「子育て世代にとってNo.1のまちを目指す」ことを掲げ、子育て世代向け移住定住ポータルサイト「子育て世代いっ!! プロジェクト」による情報発信や子育て環境の充実を進めているほか、県と共に仙台空港周辺地域の活性化を目的とした「(仮称) 空の駅」の誘致を進めています。

今後、人口減少や少子高齢化のさらなる進展が予測される中、将来にわたり持続的に発展していくため、市民目線に立ち、本市ならではの魅力あるまちづくりを進めていくことが重要と考えています。

岩沼市の概要

本市は、宮城県の中央部、仙台市の南に位置し、JRで仙台駅から約20分、国道4号と6号、仙台東部道路が通り、仙台空港が立地するなどアクセスは抜群です。

古くから奥州路の宿場町、門前町、城下町として栄え、かつて松尾芭蕉が訪れた際に「桜より 松は二木を 三月越し」と詠んだ武隈の松(二木の松)は国の名勝に指定されています。また、日本三稲荷の竹駒神社、金運向上や商売繁昌のご利益があると言われる金蛇水神社が立地し、初詣をはじめ、多くの参拝客で賑わっています。

市内には地理的利点から流通関連企業が数多く進出しているほか、製造業が盛んです。特に、牛タンやレトルトカレー、紙製品はふるさと納税の返礼品としても非常に人気のある製品となっています。また、本市は「ラーメン激戦区」としても知られ、たくさんのラーメン店が立ち並んでおり、多種多様な味に出会うことができます。

人口 ▶ 43,450人 (令和5年10月1日時点)

面積 ▶ 60.45km²

<https://www.city.iwanuma.miyagi.jp/>



竹駒神社

承和9年(842年)に奥州鎮護の神として創建された神社で、日本三稲荷のひとつに数えられる。衣食住をつかさどる神々が祀られ、古くから商業・農業など様々な産業にご神徳があるとされる。近年では交通安全・安産祈願・縁結びの神様として親しまれ、年始の初詣では、東北地方で最も多い参拝客が訪れると言われている。



金蛇水神社

ご神体に金蛇を祀り、金運向上や商売繁昌のご利益があると言われる神社。境内に祀られる東北最大級の八臂弁財天は、芸能・知恵の神であり、七福神にも数えられる福の神。「水清き花の社」と呼ばれ、「九竜の藤」と名付けられた樹齢300年を誇る見事な藤棚や、隣接する牡丹園の牡丹、つつじ、紫陽花など、季節によって様々な花を楽しむことができる。



千年希望の丘

東日本大震災で生じた震災廃棄物を利活用し、市の沿岸部約10kmに、14基の丘とそれらを結ぶ園路を造成。高さ3mの園路の側面には「緑の堤防」となるよう約40万本の木を植樹し、震災の記憶・記録を伝承する拠点となっている。

令和4年度 ふるさと企業大賞に輝いた 社長に聞く

秋田県 ■ ^{あきた}秋田市

ヨコウン株式会社

代表取締役社長 ^{しお た みつひろ}塩田充弘 氏



SDGs 先取り、物流基盤の総合サービス業に拡大進化

創業は明治。140年に亘る歴史を誇るヨコウン株式会社。同社は今、環境問題や地域社会への貢献、SDGs（国連の持続可能な開発目標）といった課題に真正面から取り組みとともに、事業範囲を「運送業」から「総合物流サービス」へと深化・拡大させています。時代を読み、果敢な挑戦を続ける塩田充弘・代表取締役社長に経営の方向性などを伺いました。

東北オンリーワンの総合物流企業目指す

秋田県横手市^{よこて}の陸運会社として明治14年に創業しました。その後、物流業（保管、荷役、流通加工、梱包、運送、IT システムの6大機能）に業態を拡大し、平成20年には「運送業はサービス業」の考えを具現化するため、将来ビジョンを「東北オンリーワンの総合物流企業」とし、事業領域を「物流を基盤とする総合サービス業」と定めました。

平成23年の東日本大震災では救援物資の輸送で延べ40台のトラックが被災地に向かいました。電力のライフライン復旧のためトランス（変圧器）を現地に運び支援活動も行いましたが、こうした活動を通じてサービス業への意識変革が進んだと考えています。

経営の基盤となる物流の仕事量が順調に増え、特に秋田市エリアで食品物流の需要が高まってきたため、平成29年にふるさと融資を活用し、秋田市に冷凍・冷蔵・ドライ（常温）の3温度帯管理が可能な保管倉庫と営業所を新設しました。冷凍・冷蔵食品への消費者ニーズの増加もあって、秋田営業所は横手営業所に次ぐ実績を上げ中核営業所になりました。

現在、秋田、岩手、宮城3県にグループ会社を含め14拠点を持っており、135台のトラックを保有しています。グループ会社3社を合わせた全体の事業領域は、売り上げの7割を占める食品・工業製品物流を中心に、冷凍・冷蔵・ドライの「保管」、流通加工・ピッキングの「流通加工」、一般梱包・特殊梱包の「梱包」、輸配送やコンテナのまま運ぶドレーズ輸送の「運送」、通関などの「輸出入」、コンテナに貨物を出し入れするバンニング・デバンニングと入庫作業の「荷役」と多岐にわたっています。

物流核にワンストップサービス

事業目的は「総合物流サービスを通じた地域社会への貢献」です。これを実現するため平成2年頃に自動車部品の輸送から納品までのワンストップサービスを始めました。以来、お客様の利便性を考え、フードリサイクル、発泡スチロールリサイクル、機密書類リサイクル、梱包資材リサイクル、ペットボトルリサイクル、廃棄パソコンのデータ消去・引き取りなどサービスの幅を広げています。

具体的な流れは、フードリサイクルでは①食品残渣^{さんさ}を回収②処理機でコンポスト（堆肥）化③農家にコンポストを提供④販売可能食品は販売一の流れです。発泡スチロールリサイクルでは、①発泡スチロールを回収②溶融処理して減容化③インゴッドになったものを商社に輸送④海外に出荷されプラスチック製品として再利用一とします。どの分野も運送から処理まですべて当社で行います。環境への配慮や循環型経済に繋がる取り組みとして、関心を持っていただいているお客様は多く、また、お手間もいただかない

ことから評価をいただいています。こうした物流を核とするワンストップサービスは成長分野だと思っています。

ESG 経営進め、地域社会への豊富な貢献策

社員の能力向上は、企業価値を高めることにもつながるため重視しています。教育制度は、社員が講師になる「新入社員教育（ヨコウンスクール）」、管理職・部門リーダー対象の「階層別社員研修（YOKOUN 塾）」、若手社員対象の「次世代リーダー育成研修（YOKOUN アカデミー）」の3種類があります。また、専門知識や技術の習得が必要ですのでeラーニングを使った個人能力研修も、ワンストップサービスで積極的に行っています。

令和2年にSDGsの取り組みを正式にスタートしましたが、当社はリサイクル事業をはじめ環境などに配慮した取り組みを進めており、既に先取りしてきたと自負しています。SDGsを実現するESG（環境、社会、企業統治）経営の具体例を一部紹介しますと、①カーボンオフセット（横手森林組合からCO₂吸収量10トン分のJクレジットを毎年購入）②電気自動車の導入③災害時の物資の緊急輸送や一時的な倉庫提供（横手市と災害時の協定締結）④キャリア教育への支援（地元中学での「出前授業」やアスリート＝ライフル射撃＝の採用、インターンシップの受け入れ）⑤プロスポーツチームへの支援（秋田のプロバスケットとサッカー）⑥交通遺児愛護会の設置⑦女性社員の職域拡大や昇格制度（管理職の女性割合10%以上目標）⑧YOKOUN 地域未来応援基金の創設などです。

これまでの進化をさらに発展させるため令和5年に今後10年の経営のグランドデザインとなる「Future Vision 2032」を策定しました。これに沿って物流周辺領域の事業発展と持続的な成長を目指す二つのプロジェクトチームを立ち上げ、事業戦略を「環境」「物流不動産（倉庫内の顧客が利用できる賃貸エリア等）」「インサイト（本人も気付かない深層心理）」の3領域に絞りました。



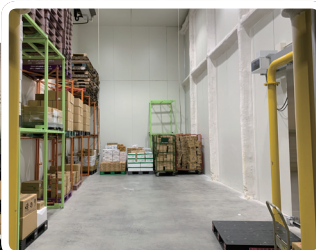
物流を核としたワンストップサービスの1例。機密書類リサイクルの流れで、顧客の負担軽減につながるためニーズが高まっている

昨年（令和4年）は「人的資本経営元年」と言われていますが、当社も今まで以上に人材育成を積極的に行い、専門ノウハウを持った意識の高い社員とともに「サービスブランド」を確立し、地域社会に貢献できる会社として邁進していきたくと考えています。

YOKOUN



秋田営業所に併設された賃貸スペース。顧客は倉庫利用とともに打ち合わせ等に利用できる



秋田営業所の冷凍室（左）と冷蔵室。このほかドライ（常温）の3温度帯管理が可能。需要増を受け令和5年に倉庫を増設



<https://www.yokoun.co.jp>

概要

会社名：ヨコウ株式会社
全従業員数：344人、秋田営業所24人（令和5年11月現在）
業務内容：利用運送業（通運）、一般貨物自動車運送事業、倉庫業（一般・低温）、通関業、製造業、産業廃棄物収集運搬業
所在地：（本社）〒013-0061 秋田県横手市横手町字大関越91-1
TEL：0182-32-3670
（秋田営業所）
〒010-1415 秋田県秋田市御所野湯本5丁目1-13
TEL：018-853-1281

沿革

明治14年	塩田陸運社創業
昭和26年	横手運送会社設立
昭和28年	倉庫業を開始
平成24年	ヨコウ株式会社に社名変更
平成29年	秋田営業所・倉庫（冷凍・冷蔵・ドライ）が完成 ※推薦事業（ふるさと融資活用160百万円）
令和2年	SDGsへの取り組みをスタート
令和4年	ふるさと企業大賞（総務大臣賞）受賞

ヨコウン株式会社を推薦した 秋田県秋田市 ほづみもとむ 穂積志市長に聞く

ふるさと融資の概要

事業者	ヨコウン株式会社
事業名	新倉庫建設事業
実施年度	平成28年度
設備投資額	470百万円
貸付額	160百万円
雇用増	5人

プロフィール

経歴

昭和62年5月～平成3年3月 秋田市議会議員
平成7年4月～平成13年6月 秋田県議会議員
平成13年11月～平成21年3月 秋田県議会議員
(平成15年5月～平成17年6月 同議会副議長)
平成21年4月～ 現職



重要な社会インフラを担い、積極的に地域に貢献

ヨコウン株式会社様は、創業以来140年にわたり、国民の生活に欠くことのできない重要な社会インフラである“物流”に日々精励され、本社所在地である横手市を拠点に、秋田市内にも4つの営業所や物流センターを構えておられます。

今回の大賞をいただいた秋田営業所の開設にあたっては、当初（平成29年3月期）は新規雇用5名を含む19名であった社員数が、令和3年3月期には25名に、令和5年3月期には27名へと、当市の雇用創出に着実に貢献いただいております。

冷凍・冷蔵・常温の3温度帯管理が可能な新鋭施設であり、冷凍冷蔵食品などの変質劣化しやすい商品を保管するだけでなく、迅速な配送との連携により、食の安心・安全向上にも寄与されるなど、経済のみならず多方面で地域をリードしていただいております。

当市の総合計画「県都『あきた』創生プラン」では、

産業振興により地域経済を活性化し、雇用とにぎわいを創出することで都市としての求心力を高め、多様な交流や連携を構築し、県都として県全域の発展を牽引する「豊かで活力に満ちたまち」を目指しております。ヨコウン様には、秋田営業所開設などの取組により、まちづくりを強く後押ししていただいております、嬉しく思います。

また、秋田を拠点とするプロバスケットボールチームやサッカーチームのスポンサーとして、スポーツを通じた地域活性化にも貢献いただいております。

再生可能エネルギーの利活用による先進的なまちづくり

現在当市では、日本海沿岸部の良好な風況を活かした風力発電の導入が進んでいます。令和5年1月には、日本初となる洋上風力発電の商業運転が秋田、能代港内で開始され、秋田港では13基の風車が稼働しており、将来的には秋田県沖全体で原発2基分に相当する出力約200万kWの出力が見込まれています。

特産品・観光情報

写真提供／秋田市



洋上風力発電

秋田港は、洋上風力の設置工事の拠点となる基地港湾に指定されており、令和5年1月には、日本初の洋上風力発電の商業運転が開始され、13基の風車が稼働中です。



あきた芸術劇場ミルハス

2022年6月に新たな秋田の文化芸術の創造拠点として誕生した文化施設。秋田市文化会館と秋田県民会館の機能の一つに集約した施設として秋田県と共同で整備しました。高い音響性能とステージ機能を持つ大ホール、舞台芸術活動の拠点となる中ホールをはじめ、二つの小ホール、練習室、研修室、創作室を備えています。館内は秋田杉がふんだんに使用されているほか、県内の伝統工芸のデザインが随所にちりばめられており、秋田の魅力を十分に感じてもらえただけです。



せんしゅう 千秋公園

慶長7年から明治2年の版籍奉還まで、12代267年間続いた秋田藩佐竹氏の居城、久保田城の城跡に整備された公園です。春には桜、夏にはお堀のハスの花、秋には紅葉、冬の雪景色と秋田の四季を感じられる公園です。公園内の久保田城御膳場からは秋田市街地を一望できます。

今後、洋上風力発電は、カーボンニュートラル実現に向け有効であるとともに、エネルギー安全保障と地域経済の活性化においても重要であると捉えており、建設や稼働による直接効果に加え、関連分野として部品・治具製造や、メンテナンスなど多くのビジネスチャンスがあることから、産学官連携の元、着実に進めていく所存です。

また、この取組みを加速させるため、令和5年4月から新エネルギー産業推進室を設置し、新エネルギー関連企業の誘致や地元企業の関連産業への新規参入の促進、生み出されたクリーンエネルギーを市内で利活用する、いわゆるエネルギーの地産地活を通じた経済と環境の好循環を生み出していきます。

「住みたい田舎」ベストランキング 1位! 「未来を思い描ける」まち、秋田

宝島社が発行する「田舎暮らしの本」における「2024

年版住みたい田舎ベストランキング*」において、当市は若者世代・単身者部門で2年連続で1位となるなど、教育環境や起業支援策、若者の活動を応援する土壤がある点などについて高く評価いただいております。

子どもの学力が全国トップクラスで、秋田公立美術大学や国際教養大学などの特色ある6つの大学があるなど、秋田は文化的で創造的な都市です。

将来にわたり「選ばれるまち」であり続けるべく、再生可能エネルギーを活用したゼロカーボンの実現や交流人口の拡大による地域活性化、芸術文化のまちづくりによる都市の魅力向上に取組み、これからも若者が将来に希望を持ち、進みたい未来や生き方を選択できるなど、「未来を思い描ける」まちを目指します。

* 全国から参加した587の自治体を人口規模別に8グループに分け、移住、医療、就労、子育てなどへの各種支援施策の実施状況や、ハードの充実度、自然環境、移住者数など278項目についてアンケートを行い、「若者・単身者」「子育て」「シニア」の世代別3部門と、総合部門でランキング化したもの。

秋田市の概要

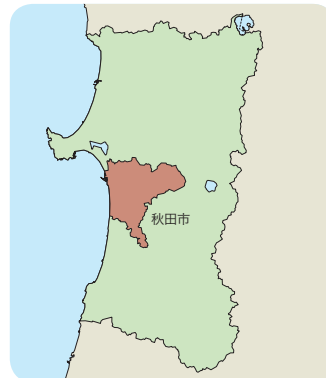
秋田市は、秋田県のほぼ中央部に位置し、東には霊峰太平山を擁する出羽山地、西には夕日の美しい日本海が広がる、緑豊かな公園都市です。あふれる自然をいかしながら、市民が生き生きと伸びやかに暮らせる、人にやさしいまちづくりを進めています。

秋田新幹線、秋田自動車道、秋田港、秋田空港など、陸・海・空の交通の利便性がよく、東京都庁までの所要時間は約160分（航空機利用）と、前橋市（鉄道156分）、神戸市（航空機160分）、名古屋市（鉄道164分）と並ぶ時間での移動が可能です。

東北3大祭りの一つ「秋田竿燈まつり」の開催地であり、5つの酒蔵がある酒どころとしても有名で、地場産業としては、県内の豊かな天然資源を利用した木材・木製品製造や、パルプ製造、非鉄金製造、清酒製造などが盛んであり、近年は企業誘致によりICT関連企業が多く進出しています。

人口 ▶ 30万96人（令和5年10月1日時点）
面積 ▶ 906.07km²

<https://www.city.akita.lg.jp/index.html>



かんとう
秋田竿燈まつり

提灯を揺らめかせ、稲穂に見立てた竿燈を操りながら力と技を競う竿燈まつり。国重要無形民俗文化財に指定され、東北三大祭りのひとつにも数えられている夏の風物詩です。（8月3日から6日に開催）



旧松倉家住宅

江戸時代、交通や流通の要であった「羽州街道」と「酒田街道（羽州浜街道）」の合流地点にある町家です。江戸時代後期以降の秋田の町家形式をよく伝える貴重な建造物として、秋田県の有形文化財に指定されています。歴史、文化を活かしたイベントの開催や貸室の提供を行っています。

まちなか 再生支援事業

ふるさと財団では、専門性を持った外部の人材（まちなか再生プロデューサー）が地域に入り、まちなかを再生する事業に対して助成する「まちなか再生支援事業」を実施しています。この事業では、まちなか再生に関わる様々な分野の専門家であるアドバイザリーボード委員が現地に実際に赴き、地元自治体やプロデューサー等と一緒に、まちなかの状況を確認するとともに意見交換を行う現地会議を開催しています。この会議を通じて、課題や目指す方向性が明確になり、事業をより円滑に効率的に進めることができます。今回は、大阪府松原市のまちなか再生の取り組みをご紹介します。なお、令和5年度から「まちなか再生支援事業」は「まちなか再生事業」に名称が変わりました。

大阪府 まつばら 松原市

人口 ▶ 116,673人（令和5年12月1日現在）
面積 ▶ 16.66km²



竹内街道「緑の一里塚」モニュメント

日本最古の国道で日本遺産に認定。推古天皇21年（613年）に、現在の大阪市から奈良県明日香村までを結ぶ「大道（だいでう）」として整備された



長尾街道ちちかみばし道標

中世から近世において、産業の流通や伊勢詣や熊野詣、高野詣などによって発展した



みやけじんじや
屯倉神社

天慶5年（942）に菅原道真を祭神として創祀されたと伝えており、道真に関わる伝承品が多く残されている

出典：まつばら文化財デジタルアーカイブ

松原市の概況

松原市は、大阪府のほぼ中央に位置し、大阪市や堺市、羽曳野市、藤井寺市、八尾市に隣接しており、市域は東西約5.8km、南北約5.1kmで、ほとんどが平坦地です。アクセス面では、大阪都心部を結ぶ近畿日本鉄道が市内を縦横するとともに、阪神高速松原線・大和川線、西名阪自動車道、近畿自動車道、阪和自動車道、国道309号線、大阪中央環状線などによる幹線道路網が形成されており、南大阪における道路交通の要衝地となっています。

● まちなかの現状と課題

本事業の対象区域に位置する近鉄南大阪線「河内天美駅」は、松原市内で2番目に乗降客数が多く、1日約1万6千人が利用しています。駅周辺は人口密度が高く、商店街や総合病院、大学、銀行、バスターミナルなどまちの機能が集約されており、松原市を代表する生活拠点の一つとなっています。

令和3年11月には、松原市で初めての大型商業施設、セブンパーク天美が、河内天美駅から約1kmの場所に開業しました。最寄り駅である河内天美駅には、セブンパーク天美の専用バスが発着し、来客者や従業員の利用で、駅乗降客数は開業前と比較して増加しています。一方、駅周辺の商店街においては、店主や貸主の高齢化や建物の老朽化などに伴い、住居物件への建て替えや、事業承継がされずに空き店舗が散見されるなか、商店街内にあったスーパーマーケットやファストフード店、携帯電話販売店などがセブンパーク天美へ移転したことで、商店街内を滞留する人口が大幅に減少しました。

そのような逆境の中、セブンパーク天美の開業による河内天美駅乗降客数の増加を活用し、商店街内のにぎわいを生み出す核をつくることで、歩きたくなる、滞留したくなる商店街への創出が求められています。



天美駅前東商店会
(ハートフル天美)

河内天美駅東口に広がる商店街
スーパーマーケットやドラッグス
トアなどが並び



天美商店街振興組合
(トレビアン天美)

河内天美駅西口に広がる幅員の狭い路地
に面した昔懐かしい趣のある商店街

● 事業の取り組み～プロデューサーからのコメント～



松原市のまちなか再生プロデューサー

株式会社日建設計総合研究所 上席研究員

おがわ たかひろ
小川 貴裕 氏

令和4年度の取り組みは、現状分析や、サウンディング調査及び対象地域の空き店舗等を利活用する社会実験を行い、地域の活力と魅力づくりに関する戦略検討を行いました。

社会実験では、地元関係者と連携し、当社が商店街内の店舗・スペースを借り、3種類のポップアップショップを通して市民の滞在空間や新規出店希望者のチャレンジの機会を提供しました。商店街にくる人に求められる店舗形態や滞在ニーズ、店舗前の人流傾向等、今後の商店街のにぎわいづくりに活かせる示唆を得ることができました。

また、新規出店者の誘致に関する調査では、将来的に継続的に商店街のにぎわいづくりに関与できる新規出店者や、にぎわいの中核を担えるポテンシャルのある物件の所有者に働きかけ、新規出店には障壁がありつつも、地域活性化視点での補助や店舗づくりに関して出店可能とする要素を明らかにすることができました。

今後、河内天美駅周辺の商店街のにぎわいの拡張と交流の活性化の実現のためには、にぎわいの種類を多様化させ、商店街内および周辺エリアとの連携による人の呼び込みが必要です。「誘引力の高い店舗のプレ出店支援」「観光・宿泊需要の取り込み」「住民の交流の場の創出」の3つの具体戦略を通して、各プレイヤーへのアプローチや共同先との連携協議を継続的に進め、住民・民間・行政が地域で丸となり取り組む関係づくりが重要と考えます。



にぎわいづくり その①

天美商店街振興組合(トレビアン天美)
内での社会実験 「オープンな休憩コ
ミュニティスペース」



にぎわいづくり その②

天美商店街振興組合(トレビアン天美)
内での社会実験 「阪南大学中西ゼミ3
回生による古着ショップ」

● 現地での意見交換

10月12日に開催された現地会議では、商店街を核とした将来のにぎわいづくりに向けた方向性についての意見交換を行い、アドバイザーリーボード委員より、次のような助言をいただきました。

商店街へ来る目的を整理し、商店街としてどういう姿にしたいかという共通認識に沿ったテナント誘致等のエリアマネジメントが必要である。セブンパーク天美とは異なるコンテンツとして、「何を置いて、どう来てもらうか」が差別化を図るうえで重要である。

半径1km圏内に2万5千人が居住し、都心部まで電車で10分程度という交通アクセスは非常にポテンシャルが高い。その割に、飲食店が少ない印象である。自動車が通れない踏切や、幅員が狭く自動車が通行できない駅西側の商店街「トレビアン天美」は趣があり、夜の商店街での過ごし方に焦点をあてて、にぎわいづくりを検討してみてはどうか。

創業者が最初の数年で直面する課題は共通している。会計のことや、取引先のマッチング不足、仕入れ先とのトラブルなど、同業種からのアドバイスや意見交換会など、創業者を地域で支えあうことが大事である。それを乗り越えていくことで、商店街への定着に繋がる。

松原市では、委員からの意見等も参考にしながら、今後の商店街の活性化支援に取り組むこととしています。



松原市役所のバラ

市の木は「マツ」で、市の花は「バラ」あわせて「マツバラ」日本の木と西洋の花のイメージで松原市を世界へ広めたい



松原市市民生活部産業振興課より

商工労働係 係長
かわばた はる な
川畑 晴菜 氏



<https://www.city.matsubara.lg.jp>

今回の事業対象地域である河内天美駅周辺の商店街は、松原市内の中心市街地において地域住民の生活拠点となっており、多くの人でにぎわってまいりましたが、近年、商店街を構成する経営主の高齢化や後継者の不在など多くの課題により、空き店舗が増加しております。また、令和3年11月には大型商業施設が開業し、商店街のキーテナントであったスーパーマーケットやファストフード店などが大型商業施設へ移転したことで、さらに、商店街内の滞留人口が減少しました。一方、河内天美駅の乗降客数は、大型商業施設の来場客や従業員の利用により増加している状況で、駅利用者が商店側に立ち寄らないというジレンマを抱えております。

今般、本事業での商店街内の空き店舗を活用しての実証実験から見てきた方向性や、アドバイザーリーボード委員の皆さまからの、他市での取り組み紹介や地域の特性を生かした商店街のにぎわいづくりについての助言を活かし、松原市の将来に向けて、持続可能なまちなか再生に取り組んでまいります。



スポーツパークまつばらのスケートパーク

東京オリンピックのスケートボード女子ストリートの金メダリスト 西矢栞選手も練習に使っていたスケートパーク



なんばねぎ
難波葱

日本中のネギの祖先とされており、一般の青ネギと比較して柔らかく甘みがある

令和5年度 地域産業交流セミナー

今年度の「地域産業交流セミナー」につきましては、下記内容にてオンライン配信方式で行います。第1部では、専修大学経済学部長の田中隆之教授による「金融政策の課題と展望―日銀「異次元緩和」はどこへ行くのか―」、第2部では、慶應義塾大学システムデザイン・マネジメント研究科の前野隆司教授による「ウェルビーイング経営～従業員と社会を幸せにする働き方とは」をお話いただきます。

ご視聴ご希望の方は

Eメールのタイトルに「地域産業交流セミナー視聴希望」、メール本文に ①所属団体名、②所属部署名、③役職名、④住所、⑤電話番号、⑥氏名、をご記載の上、**seminar-20@furusato-zaidan.or.jp** までお申し込み下さい。追って、URLを配信（YouTubeによる限定配信）いたします。なお、配信期間は令和6年2月5日（月）～同年3月15日（金）を予定しています。

※ご提出頂く個人情報については、当セミナーの申込管理、照会回答等円滑な運営を目的とし、その目的の達成に必要な範囲内で行います。取得した個人情報は、目的以外で利用する場合には、利用者に対し事前に確認または同意を求めます。

**無料
オンライン
開催**

配信期間（予定）

令和6年

2月5日

3月15日

【第1部】 金融政策の課題と展望―日銀「異次元緩和」はどこへ行くのか―



たなか たかゆき
田中 隆之 氏

専修大学経済学部長・教授

Profile

長野県出身、昭和56年東京大学経済学部卒。
日本長期信用銀行（現SBI新生銀行）産業調査部、調査部ニューヨーク市駐在、長銀総合研究所主任研究員、長銀証券投資戦略室長チーフエコノミスト、専修大学専任講師などを経て、平成13年専修大学経済学部教授。この間、平成24年度ロンドン大学（SOAS）客員研究員。博士（経済学）。令和4年より学部長。
専攻、日本経済論、金融政策

【第2部】 ウェルビーイング経営～従業員と社会を幸せにする働き方とは



まえの たかし
前野 隆司 氏

慶應義塾大学システムデザイン・マネジメント研究科教授

Profile

山口県出身、昭和59年東京工業大学卒、昭和61年同大学修士課程修了。キャノン株式会社、カリフォルニア大学バークレー校訪問研究員、ハーバード大学訪問教授等を経て、現在、慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科教授兼慶應義塾大学ウェルビーイングリサーチセンター長。博士（工学）
専攻、システムデザイン・マネジメント学、地域活性化、イノベーション教育、幸福学など

本誌では、これからも地域づくりの参考となるさまざまな情報を紹介していきたいと考えております。皆様のご意見・ご要望をお寄せください。

活力と魅力あふれる地域づくりのために

**ふるさと
Vitalization**
FEBRUARY 2024
vol.154
バイタリゼーション

令和6年2月1日発行

編集・発行



一般財団法人
地域総合整備財団〈ふるさと財団〉
Japan Foundation For Regional Vitalization

〒102-0083 東京都千代田区麹町 4-8-1
麹町クリスタルシティ東館 12 階

TEL. 03(3263)5586 FAX. 03(3263)5732

URL: <https://www.furusato-zaidan.or.jp/>

E-mail: furusato@furusato-zaidan.or.jp



編集協力 株式会社太平印刷社



宝くじは、みんなの暮らしに役立っています。



移動採血車

全国各地で運行している
献血バスを寄贈



ベンチ

全国の公園緑地等に
ベンチを設置



フラワープランター

観光地の環境美化活動の
推進を目的として寄贈



宝くじ桜

日本全国に
さくら若木を寄贈



車いす

博物館利用者のために
車いす等を寄贈



一輪車

体力づくり実践校等に
一輪車を寄贈



バス停留所施設

バス停上屋と
風防施設を設置



すこやか広場

こどもの国(神奈川県)に
健康器具や遊具を設置



検診車

胃部・胸部X線撮影車
として寄贈

宝くじは、少子高齢化対策、災害対策、公園整備、
教育及び社会福祉施設の建設改修などに使われています。



一般財団法人日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や
公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。



一般財団法人

日本宝くじ協会

<https://jla-takarakuji.or.jp/>