

明日をひらく地域活性化のための情報誌

地域づくり

本編

2019

1

ISSN 1340-8917



金融機関と地域活性化

本誌は、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



1 巻頭エッセー／交流新時代への福井の飛躍

西川一誠（福井県知事）

特集

金融機関と地域活性化

- 2 基調論文 地域金融機関による地方創生と地域連携 家森信善（神戸大学経済経営研究所教授）
- 6 北海道苫小牧市 信用金庫が結婚をサポート 佐瀬英明
- 8 岐阜県高山市 電子地域通貨「さるぼぼコイン」でお金の地産地消 田中直樹
- 12 副基調論文 地方銀行と自治体が連携した地方創生の取り組み 諫山信彦（一般社団法人全国地方銀行協会 業務部長兼常務理事）

【特集編では基調論文、全12事例を全て掲載～特集編のみに掲載される事例は以下の通り】

- | | | |
|-----------------------------------|--------------------------|------|
| ●北海道 | 行政、大学、企業と連携して地方創生に取り組む | 大道 巧 |
| ●岩手県西和賀町 | 「作る」から「売る」までのトータル支援 | 高橋祐樹 |
| ●千葉県 | 自治体と連携して地方創生を支援 | 三石隆文 |
| ●静岡県 | 子どもたちに郷土愛を醸成する | 大橋 弘 |
| ●大阪府枚方市、寝屋川市、四條畷市、門真市、大東市、守口市、交野市 | 近居・住替え促進事業「巡リズム®」 | 小西雅晴 |
| ●奈良県 | 「稼ぐ観光」に向け観光振興に取り組む | 横谷和也 |
| ●鳥取県 | 地域おこし協力隊の相談窓口となる銀行に | 齋藤浩文 |
| ●愛媛県 | ファンドを活用した地域活性化 | 白石雄一 |
| ●福岡県 | 地銀と連携、各地で新たなA I 事業創出を | 最首英裕 |
| ●熊本県 | 創造的復興を目指して「食」と「観光」を盛り上げる | 横田憲司 |

レギュラーレポート

- 14 移住・定住・交流推進支援事業 新潟県三条市
ものづくり企業でインターンシップ×お試し居住
諸橋みずき
- 16 地方創生実践塾 長野県飯田市
当事者意識から生まれる共創の仕組み
朝岡幸彦
- 18 平成30年度地方創生フォーラム in 奈良
奈良で地方創生フォーラムを開催
- 20 平成30年度土日集中セミナー
今、取り組むべき成長分野のインバウンド戦略
- 21 地方創生へ～ウッドスタート宣言 東京都檜原村
樹齢100年の森と子どもをつなぐ木育
青木亮輔
- 22 書籍紹介
- 23 アンテナショップ情報
平戸市アンテナショップ「有楽町ひらど商館」がオープン
藤澤美好
- 24 地域づくりの現場から
NPO 法人あおもりラジオくらぶ 青森県青森市
市民主体の情報発信で人・組織・地域の成長を応援
小笠原秀樹
- 26 第6回ふるさとパンフレット大賞
- 28 首長の思い
「市民総働」によるまちづくりを目指して
茂木英子（群馬県安中市長）

グラビア

表3 手前みそですが…

【兵庫県三田市】

国宝松本城氷彫フェスティバル

表紙

（長野県松本市）

本州及び長野県のほぼ中央に位置する信州・松本は、標高約6000に位置し、冷涼で晴天が多い気候の地です。

市街地は国宝松本城を中心に城下町の風情を残し、歴史と文化を感じさせてくれる街並みとなっています。西には3000級の秀峰連なる北アルプス、東には眺望の素晴らしい美ヶ原高原を有しています。

国宝松本城氷彫フェスティバル2019は平成31年1月26日・27日に松本城公園で開催されます。「全国氷彫コンクール」は熟練の技術を持つ選手が集まり、夜を徹した作業で氷像を作ります。クライマックスは27日早朝。完成して間もないライトアップは圧巻の光景です。

松本の冬ならではのイベントです。皆様のお越しを心よりお待ちしております。

問い合わせ先 Ⅱ 国宝松本城氷彫フェスティバル実行委員会事務局

（02663・34・8307）
（写真提供 Ⅱ 松本市観光温泉課）



氷彫作品と国宝松本城

交流新時代への福井の飛躍

福井県知事 ● 西川 一誠



福井県は、昨年9月末から10月中旬にかけて「福井しあわせ元気国体・大会」を開催しました。天皇・皇后杯を獲得した福井県選手団をはじめ、全力で躍動するアスリートの姿に多くの県民が感動しました。全国から2万7000人を超える選手や関係者に来県いただき、改めて感謝申し上げます。

今回の大会において、福井県は「国体・障害スポ」として、史上初めて両者の融合を掲げ、障害スポの競技を国体の会期中に実施したほか、障害者と健常者が一緒にスポーツを楽しむ体験会などを行いました。両大会の成功を契機に、共生社会を実現するとともに、スポーツに対する機運の高まりを様々な競技の振興や県民の健康づくりにつなげてまいります。

また今回、天皇・皇后両陛下をはじめ、全国各地から多数のお客様をお迎えしたことは、福井県にとって大きな財産となりました。折しも、2023年春には北陸新幹線が敦賀まで開業し、後には大阪までの延伸を控えております。人やモノの交流を一層盛んにし、住む人も来る人も楽しく幸せな福井県を目指してまいります。

新幹線の開業に向け、市町と力を合わせた地域の魅力づくりも加速しています。

県都福井市では、福井城址に藩主の住居と本丸をつなぐ山里口御門を復元するとともに、隣接する公園を福井城址との一体感が出るよう再整備し、歴史をしのぶ空間を作りあげました。中世最大の都市遺跡「一乗谷朝倉氏遺跡」においても昨年発見された川湊跡を活用した博物館を設置する予定です。若狭地方では、屈指の景勝地である三方五湖の1つ、水月湖の底に、火山灰や黄砂、植物の葉や化石などが長年に渡って縞模様に残った「年縞」が形成されています。新たに開館した年縞博物館には、歴史的な出土品の年代測定や過去の気候変動を解明する年縞を45分にわたって直線的に展示しています。これらの博物館は、観光だけでなく、教育や研究の拠点としても活用してまいります。

食の分野では、6年の歳月をかけて開発したおいしい

お米の決定版「いちほまれ」の本格生産を開始し、県内はもとより首都圏や関西・中京圏においても販売しています。冬の味覚を代表する「越前がに」は、カニとしては全国で初めて地理的表示（GI）保護制度に基づく登録を受けました。食のブランド化に磨きをかけ、県内外に強く発信してまいります。

さて、若者の大都市への流出等により、地方では少子高齢化が進んでおります。こうした中、福井県では10年以上前から、地域や職場における男女の出会いを応援する「迷惑ありがた縁結び」や、第3子以降の保育料無償化などの「ふくい3人っ子応援プロジェクト」といった思い切った施策を全国に先駆けて展開してまいりました。この結果、県の支援による婚姻数は5年前と比べて約2倍となり、出生率も全国上位を維持しております。

東京一極集中を是正し、都市から地方への人やモノの流れを作ることも重要です。福井県が提唱した「ふるさと納税」は、制度創設以来、件数、金額ともに右肩上がりです。昨年度は全国で3500億円以上の寄付がありました。また、福井県独自の施策として、郷土の先人、伝統などを学び福井県に愛着を持たせるふるさと教育を実施しており、高校を卒業して就職する生徒の9割が県内企業に入社しております。さらに、中小企業におけるAI・IoTといった先端技術の導入促進や、自治体初の人工衛星打ち上げによる宇宙産業への参入など、魅力ある産業づくりを進めております。この結果、福井県への転入者は3年連続して増加しており、これは全国でも福井県と北海道だけでした。

福井県は、民間機関が2年ごとに行う調査によって3回連続して幸福日本一との高い評価を得ております。10年連続の学力・体力全国トップクラスに象徴される教育や子育ての環境、健康長寿などが総合的に評価された結果です。こうした優れた暮らしの質を基盤に、新幹線開業によるメリットを最大限に活かし、ふるさと福井の交流新時代を築いてまいります。

地域金融機関による地方創生と地域連携

— 取り組み意欲は高いが連携に課題も —

期待される地域金融機関の地方創生

金融庁の「中小・地域金融機関向けの総合的な監督指針」で、「顧客企業の発展のためには、地域や広域の活性化策の中に、当該企業や取引先を戦略的に位置づけ支援することが有益である。そのためには、地方公共団体、商工関係団体等との連携が必要であり、特に、地方公共団体が実施する計画的で継続的な取り組みとの有機的連携が重要である」と指摘されている。

さらに「監督指針」では、「顧客企業の経営目標の実現や経営課題の解決に向けて…適時に最適なソリューションを提案する。その際、必要に応じて、顧客企業の立場に立って、他の金融機関、外部専門家、外部機関等と連携するとともに、国や地方公共団体の中小企業支援施策を活用する」ことが指摘され、具体的なソリューション事例とし

て自治体と連携したビジネスマッチングの取り組みなどが示されている。

このように、顧客の中小企業を支援する際に、自治体などの地域の諸機関と連携することが地域金融機関に期待されていることがよくわかる。

ただし、地域金融機関の連携の重要性・必要性は顧客企業の支援にとどまらない。「監督指針」では、わざわざ「地域の面的再生への積極的な参画」という項目を立てて、「地域金融機関は、成長分野の育成や産業集積による高付加価値化などの地域の面的再生に向けた取り組みに積極的に参画することが期待されている」とした上で、「例えば、地方公共団体による地域活性化に関するプロジェクトに対して情報・ノウハウ・人材を提供すること、地方公共団体や中小企業関係団体及び地域経済活性化支援機構等の関係機関と連携しながら地域的・広域的な活性化プランを策定すること等により、地域の面的再生に向けて積極的な役



神戸大学経済経営研究所教授

● 家森 信善

筆者プロフィール

家森 信善氏
(やもり・のぶよし)

1963年生まれ。名古屋大学教授、同総長補佐などを経て、2014年より神戸大学経済経営研究所教授。2016年より同副所長を兼務。経済学博士。これまでに、中小企業研究奨励賞・本賞などを受賞。現在、金融庁・参与、金融審議会委員、金融仲介の改善に向けた検討会議有識者メンバー、中小企業庁・中小企業政策審議会臨時委員、地域経済活性化支援機構（REVIC）社外取締役、経済産業研究所ファカルティフェローなどを務める。

割を果たしていくことが重要である」と指摘している。

このように地域金融機関には顧客企業への支援

はもちろんのこと、地域全体を活性化する役割も期待されているのである。

地方創生への現場の高い意識

筆者は、2015年7月から2017年6月までの期間、独立行政法人経済産業研究所においてファカルティフェローとして「地方創生に向けて地域金融に期待される役割―地域経済での雇用の質向上に貢献するための金融を目指して―」プロジェクトを実施した。その研究活動の一環で、2017年1月に「現場からみた地方創生に向けた地域金融の現状と課題に関する実態調査」（以下、支店長アンケート）を実施した。この調査では、全国の地域金融機関の支店長7000人に調査票を送付し、2858人から回答を得るこ

図表1 地方自治体等との協働での障害

利用の手続きが煩雑である	45.0%
どのような施策があるのかわかりにくい	41.6%
制度が頻繁に変更になり、適用可能か判断しにくい	33.8%
審査などに時間がかかりすぎる	24.2%
どこに相談すればよいのか、わかりにくい	20.2%
行政機関の横の連携が弱い	14.9%
担当者の知識・経験が乏しい	12.4%
現場の実態と乖離した制度・対応が多い	11.5%
熱意のない担当者が多い	9.2%
対応結果（たとえば、申請の不採択）についての十分な説明がない	8.0%
協働の機会はあるが、障害を感じたことはない	7.4%
回答数	2,756

（注）選択率の多い順に主な結果を並べている。
（出所）家森（2018）。

とができた。詳しくは、家森（2018）を参照してほしい。

この調査の中で、「金融機関は地方創生に貢献すべきである」という文への共感度を尋ねたところ、回答のあった2791人の内、49.7%が「強く共感」、47.5%が「ある程度共感」と回答しており、「ほとんど共感しない」や「全く共感しない」はあわせても1.8%にとどまった。つまり、地域金融機関の支店長のほぼ全員が、地方創生に貢献することを自らの使命と捉えていることが確認できた。

また、「経営に問題を抱えた企業を支えるのは金融機関の使命である」についても、回答のあった2786人の内、「強く共感」が46.9%、「ある程度共感」が50.7%と、やはりほぼすべての支店長が顧客企業に対する支援を自らの使命であると捉えていることも確認できた。

一方で、地方自治体との連携の課題も明らかになった。すなわち、本調査で、「顧客企業を支援する際に、国や地方自治体（外郭団体を含む）と協働（補助金の利用、技術支援センター利用、制度融資の利用などを含む）する上で、これまでに経験した障害」を尋ねてみた。その結果が、図表1である。もともと多い回答が「利用の手続きが煩雑である」で、「どのような施策があるのかわかりにくい」や「制度が頻繁に変更になり、適用可能か判断しにくい」が続いていた。

こうした支援策の最終的なユーザーは中小企業であるが、そうした制度の存在を企業に知らせる上で地域金融機関の役割は重要である。その彼らの多くが、現行制度が「わかりにくい」「判断し

にくい」と感じているという事実は、制度運用上の大きな課題だと言える。そのためには、筆者は、行政と地域金融機関が支援策の構築の時点から連携することが効果的であると考えている。

金融機関が期待する自治体との連携

筆者は、上記の支店長アンケートとは別に、全国の金融機関520社の本店・本社に対するアンケート調査（以下、本店アンケート）を2017年1～2月に実施し、280社（信用金庫150社、信用組合85社、地方銀行27社、第二地方銀行16社、都市銀行等2社）からの回答を得ることができた。詳しくは、家森・富村（2017）および家森・富村・尾島・朱（2017）を参照してほしい。

前述したように支店長のほとんどが地方創生への使命感を持っているが、この本部アンケートで「貴社の社訓、経営理念、経営ビジョンなどに、『地元企業や地域経済への貢献』といった観点は含まれていますか」と尋ねてみたところ、回答金融機関280社の内、264社は「地元企業や地域経済への貢献」といった観点が「明示的に含まれている」と回答しており、「暗黙的に含まれている」と回答している」を選択した8社を加えると、272社となる。ほぼ全ての金融機関が地方創生を経営理念に据えているということが確認できた。

本部アンケートでは、「過去5年間に、貴社の本店所在地の地方自治体（都道府県および市町村）の創業支援、および商工・産業振興施策全般の変

図表2 金融機関が自治体との連携強化を希望する分野

	全体	大都市圏	都市圏	その他
中小企業の経営力の強化	84.4%	83.6%	78.3%	86.2%
事業承継	62.7%	54.5%	78.3%	60.9%
地域経済を担う人材の育成	62.0%	50.9%	65.2%	64.9%
商店街の活性化	56.2%	43.6%	47.8%	62.6%
新産業の育成	50.7%	34.5%	58.7%	54.0%
地域の将来計画の策定	31.9%	34.5%	21.7%	33.9%
企業誘致	26.1%	20.0%	28.3%	27.6%
地域経済の調査・研究	20.7%	30.9%	13.0%	19.5%
強化したい分野はない	1.8%	3.6%	2.2%	1.1%
回答数	276	55	46	174

(注)「大都市圏」は東京、大阪、名古屋圏。「都市圏」は、大都市圏を除く都市圏。

(出所) 家森・富村・尾島・朱 (2017)。

図表3 金融機関による自治体との連携の評価

	有効率	取り組み無し率	有効回答数
中小企業の経営力の強化	48.0%	19.3%	269
地域経済を担う人材の育成	47.0%	25.9%	270
地域の将来計画の策定	30.7%	31.5%	267
新産業の育成	29.4%	39.8%	269
商店街の活性化	23.8%	28.3%	269
地域経済の調査・研究	21.6%	40.1%	269
企業誘致	13.1%	50.0%	268

(注)「非常に効果的」あるいは「効果はある」を選択した社の比率を有効率と表記した。

(出所) 家森・富村・尾島・朱 (2017)。

金融機関と自治体連携が効果的な分野

本店アンケートでは、7つの分野について自治体との連携の効果についての評価を4段階で尋ねている。その回答状況を整理したのが図表3である。ここでは、「非常に効果的」あるいは「効果はある」を選択した社の比率を「有効率」と表記している。

多くの金融機関から連携が「有効」と評価されている項目は、「中小企業の経営力の強化」と「地域経済を担う人材の育成（創業者教育などを含む）」であった。これは、

化」について「積極化」「やや積極化」「横ばい」「やや消極化」「消極化」の5段階で評価してもらった。「積極化」もしくは「やや積極化」したとの回答数（総数は280社）を見ていくと、都道府県の創業支援が211社、産業振興施策全般が219社、市町村の創業支援が219社、産業振興施策全般が206社であり、大半の金融機関が地元の自治体の創業支援や産業振興の姿勢について好意的に評価していることがわかる。

金融機関から見ても「今後、自治体との連携を強化したい分野」を尋ねてみた結果が図表2である。全体の結果を見ると、最も多いのが80%を超えている「中小企業の経営力の強化」で、少し差があつて、「事業承継」や「地域経済を担う人材の育成（創業者教育などを含む）」が続いている。「強化したい分野はない」といった回答はほとんどなく、金

融機関が自治体との連携に期待していることがわかる。

この表には、金融機関の本店の所在地別に回答を整理した結果も示しているが、地域によって興味深い違いが見られる。まず、「都市圏」では「事業承継」をあげる回答社が78.3%と、「大都市圏」の54.5%に比べて非常に高い点特徴的である。また、「その他地域」では、「商店街の活性化」が62.6%と非常に高い。本特集では、様々な地域金融機関の取り組みが紹介されているが、地域によって課題が異なるので、当然ながら取り組み内容も多様になるはずである。ある地域の金融機関が熱心に取り組んで成果を出している分野だからといって、別の地域の金融機関が優先して取り組むべきものとは限らないのである。

図表2の上位項目と同じであり、これまでの取り組みで効果があったことからこれからも一層取り組んでみたいということなのであろう。

この質問の選択肢には、「該当する取り組みはない」を用意していたので、その選択率についても図表3に示している。「中小企業の経営力の強化」について自治体との連携した取り組みがないという金融機関は2割以下であるが、「企業誘致」では半数の金融機関が取り組んでいないと答えている。特徴的なのは、商店街の活性化である。取り組みんでいないという回答は3割以下であるにもかかわらず、有効だという回答も25%に満たないのである。残念ながら、商店街の活性化については、取り組みの割に結果が出ていないことになる。

また、表には掲載していないが、金融機関の立地別に見ると、商店街の活性化についての連携した取り組みがない比率は、「大都市圏」では35.8%、「都市圏」では40.0%であるのに対して、「その他地域」では22.9%であり、「その他地域」の金融機関がより熱心に商店街の活性化のために自治体と連携して取り組んでいることがうかがわれる。

地方創生への金融機関の積極姿勢

支店長アンケートでは現場の責任者である支店長の個人的な地方創生への見解を尋ねたが、本店アンケートでは金融機関としての見解を尋ねてみたいと思わない」との回答はほとんどなく、「自治体の要請に応じて対応している」や「自治体に積極的に協力している」といった回答が大半である。

図表 4 地方創生への金融機関の姿勢

3. 自治体の要請に応じて対応している	54.2%
2. 自治体に積極的に協力している	48.7%
5. 関与したいが自治体からの要請がない	14.9%
1. 自治体をリードしている	10.2%
6. 関与したいが、能力・余力がない	7.6%
4. あまり関与したいと思わない	2.2%

(注) 有効回答社は 275 社。
(出所) 家森・富村・尾島・朱 (2017)。

また、表には示していないが、「経営陣は地方創生に取り組みの決意を持っている」にイエスと回答したのが約 7 割 (271 社中 183 社) であった。業態別にイエスの比率を比べると、地方銀行では 9 割を超えるが、第二地方銀行や信用金庫では 7 割台で、信用組合では 5 割を切るなど、業態によって取り組み姿勢に違いがある。下位業態ほど、地方の面的な支援を含む地方創生は荷が重いであろう。しかし、それぞれの金融機関が自らの状況に応じた取り組みを考え、実行するべきであり、やれることは少なくないのである。

地方創生への取り組み事例

まち・ひと・しごと創生本部事務局は、定期的に、金融機関と地方公共団体とが連携して地方創生に取り組んでいる事例を紹介しており、各金融機関や自治体が新しい取り組みを始める際に参考になる。

ここでは、同事例には含まれていない、愛知県の西尾信用金庫の「にしんハイスクール・ものづくりコンテスト」(本年度は 11 月 4 日開催) の取り組みを紹介する(写真)。これは、2010 年に「西三河ハイスクール・起業家コンテスト 2010」として始まり、2013 年には「愛

知県ハイスクール・起業家コンテスト」として実施され、2018 年の開催が 7 回目となった。2015 年に「第 3 回キャリア教育推進連携表彰」(経済産業省・文部科学省による共同実施) で優秀賞を受けている。

この事業では、職業教育を主とする専門学科の地元高校生(2018 年のコンテストでは機械、電子・電気・情報学科に焦点を当てている)に資金を提供して、ビジネスプラン(商品開発および実際の販売をふくむ)を実践してもらうものである。そのプロセスで信用金庫の役職員が指導したり、信用金庫の顧客企業を紹介することで技術的な支援や販路開拓を行ったりしている。

筆者も 2010 年の第 1 回コンテストから審査委員長として参加しているが、ユニークなアイデアにいつも驚いている。たとえば、2017 年コンテストでは、半田工業高校の電動車いすの製作が最優秀賞を獲得しているが、障害者の不便を技術でサポートしようという高校生の若い感性と学んだ技術を生かした作品であった。

主催者の西尾信用金庫にとって直ちに貸し出しが増える取り組みではないが、地元の高校生がビジネスやものの作りに関心を持ってくれたりして、地元の高校が活性化すれば、長い目で地域経済の活性化につながるはずである。

そうした地道な取り組みが全国で展開されることも期待したい。

参考文献

家森信善編「地方創生のための地域金融機関の役割—金

にしんハイスクール・ものづくりコンテスト



2018 年の表彰式から

融仲介機能の質向上を目指して」中央経済社 2018 年 3 月。

家森信善・富村圭「地域金融機関の地方創生推進の課題—広がる取り組みの格差、人材育成に力を—」『金融ジャーナル』2017 年 10 月。

家森信善・富村圭・尾島雅夫・朱トン「地方創生に関する地域金融の現状と課題—2017 年・金融機関本部向け調査の概要報告—」RIEB DP2017-J10 2017 年 7 月。

(注)

1. 地方創生への取り組み状況に係るモニタリング調査結果「地方創生に資する金融機関等の「特徴的な取組事例」」

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/meeting/kinyu/jirei.html>

信用金庫が結婚をサポート

―結婚相談所を開設、官民一体で取り組み―



苫小牧信用金庫業務推進部 主席調査役

● 佐瀬 英明

結婚相談所設立の経緯

苫小牧信用金庫は、北海道苫小牧市を中心に近隣の18市町村を事業区域とし、2018年度に創立70周年を迎えた信用金庫です。

当金庫本店所在地の苫小牧市は、人口17万人を超える北海道内で4番目の人口を有する都市ですが、当地域においても少子高齢化・人口減少問題は大きな課題であり、地域と共に歩む「信用金庫」にとりましても大変重要な課題です。若者の多くは「いずれ結婚したい」と思っているものの、出会いの機会に恵まれず「晩婚化・未婚化」が進行しているとの声を聞きます。

当金庫は、そう言った声にお応えしようと2012年11月、苫小牧商工会議所と連携して「婚活パーティー」を企画、予想を上回る大きな反響があり、定員を増員しての開催となりました。しかし、参加者の中には積極的にアプローチが出来ない方やカップルとなってもその後の交際に結び付

かない方が多いことから、さらに一歩踏み込んだ取り組みが必要として、2013年6月、一人ひとりの希望に沿ったお相手を紹介し「お見合い・交際・結婚」までをサポートする「結婚相談所」を開設しました。

結婚相談所の概要

結婚相談所の窓口は当金庫本店7階に設置、専担の女性職員1人と2人の職員がフォローして対応しています。金融機関なので、結婚相談所の対応ノウハウはまったくありませんでしたが、専担の女性職員は独自に通信講座を受講し「仲人」の認定を受け親身となって会員へのアドバイスを行っています。

結婚相談所の入会資格は「当金庫取引先の方」「結婚したいと言う明確な意思のある方」などと定め、会員期間は3年（延長可・結婚後は永久会員）としています。

入会に際しての必要書類として、入会申込書・

プロフィール・誓約書・戸籍謄本・所得証明書・最終学歴の卒業証書・写真を提出していただき、入会預り金として1万円をお預かりしますが、退会時には全額返金します。実質無料の結婚相談所となっています。

お相手のご紹介は、入会申込書に記載された希望条件により検索し「お相手のプロフィールと写真」を見てもらい、お会いしたいかを決めてもらいます。男女双方が共にお会いしたいとなった場合「お見合い」に進みます。

お見合いは、当金庫の応接室で30分間行います。お互いのプロフィールを見ながらお話をしていただき、お見合い終了後に男女それぞれと個別に面談し、交際に進むかどうかを確認します。また、お見合い終了後はストーカーなどの待ち伏せ事故防止対策として、女性を先に帰し10分程度経過後に男性を帰すようにしています。

交際に進む場合は、お互いに連絡先を交換するまでは、事務局が間に入り連絡役を行います。交際期間は概ね3カ月とし、結婚を前提に交際を継続するのか、交際を打ち切り次の方の紹介に移るのかを決めていただきます。また、交際期間中は最低月1回、男女それぞれから交際状況について経過報告を行っています。

結婚を前提とした交際を開始した場合は、随時連絡を取りながら交際状況を確認し結婚までのサポートを行うほか、結婚後も近況の聞き取りなどにより繋がりを継続します。

また、金融機関ならではの取り組みとして、積立預金や住宅ローンなど会員限定の優遇商品を用意して、入会時から結婚後も将来に渡り応援する

体制としています。

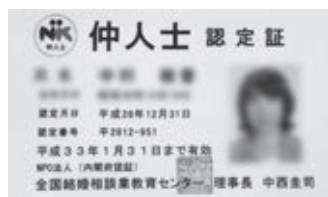
結婚に向けての環境づくり

当金庫が行う結婚相談所は、地域の信用金庫が行っていることで安心できるとの理由で入会される方が多いですが、まだまだ一步を踏み出せない方も多くいると思われます。地域が一体となって取り組むことで、より効果を発揮できるのではないかと考え、2015年に苫小牧市と苫小牧商工会議所との間で結婚支援事業の連携協定を締結したのを皮切りに、近隣のむかわ町・厚真町・白老町・白老町商工会・新冠町とも連携協定を締結し、官民一体となって結婚への機運を盛り上げる取り組みを開始しました。

また、当金庫本店の敷地内に「願いを込めて鈴を鳴らせば恋が実る!」をキャッチフレーズとした「縁結びの鈴」と「祠」を設置、同じく地域住民の交流拠点として設置している屋内型の足湯・手湯施設「まちなか交流館」内に「おみくじ機（恋みくじ）」を設置し、若い男女のキースポットになればと期待しています。

これまでの成果

2018年10月末現在、会員数537人（男性254人、女性283人）、お相手のご紹介1162回、お見合い508回、結婚を決めたカップル43組、6人のお子様が生れました。



専担者が取得した
仲人士の認定証



苫小牧信用金庫結婚相談所の相談窓口

当金庫の結婚相談所の取り組みは、北海道内信用金庫の間でも話題となり、旭川信用金庫、帯広信用金庫でも同様の取り組みを開始しました。結婚相談所の会員の中には、北海道内での転勤がある会員もおられますので、旭川・帯広方面への転勤者には、両金庫の結婚相談所を紹介することもでき、道内信用金庫のネットワークが活かされ利便性が向上しました。

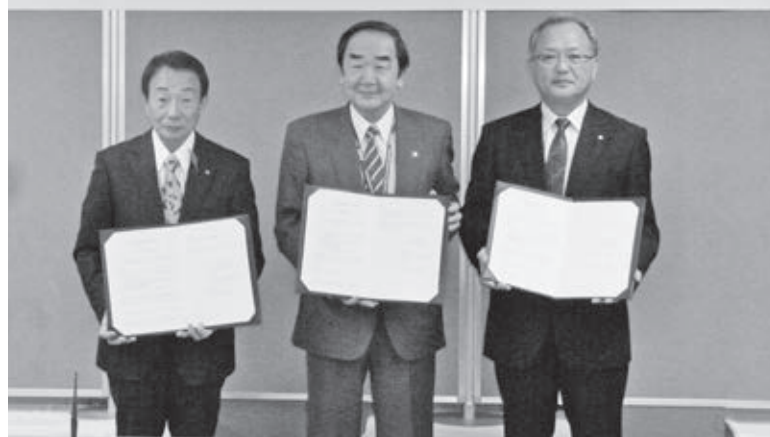
当金庫の結婚相談所は開設から5年を経過しましたが、2018年2月に地方創生に資する金融機関等の「特徴的な取組事例」として内閣府特命担当大臣（地方創生担当）表彰を受賞。同年6月には全国の信用金庫の社会貢献活動を顕彰する第

21回信用金庫社会貢献賞で最も優れた活動に与えられる「会長賞」を受賞しました。

今後もお節介な 世話焼き信用金庫として

当金庫の結婚相談所には、毎月新規入会者が訪れています。私どもは一組でも多くのカップルが誕生し、この地で幸せに暮らしてもらえようように、今後もお節介な世話焼き信用金庫として、地域の方々のお役に立てるよう取り組んで参りたいと思っています。また、これらの取り組みを通して生まれる「絆」を大切に、地域との関わりを維持し発展できる「信用金庫」でありたいと思っております。

結婚支援事業の連携に関する協定締結



苫小牧市・苫小牧商工会議所との結婚支援事業連携協定

電子地域通貨「さるぼコイン」で お金の地産地消

スマートフォンを活用した

生活アプリでキャッシュレスー



飛騨信用組合経営企画部企画課
兼ペイメント事業課 課長

・田中 直樹

フィンテックを活用した取り組みで
地域の課題解決

岐阜県の北部に位置する高山市は、江戸時代以来の城下町・商家町の姿を残す「飛騨の小京都」と呼ばれ、全国各地から多くの観光客が訪れる。最近では、「日本の原風景を残す街」として紹介され海外からの観光客も増加している。そんな飛騨高山も、住民の高齢化と人口減少、それに伴う地域経済の衰退という地方都市に共通する課題に直面している。その地域を営業基盤とする当組合は経営方針として「CSV経営」（共創価値経営）を掲げ、事業活動を通じて地域課題の解決に寄与することを目指している。

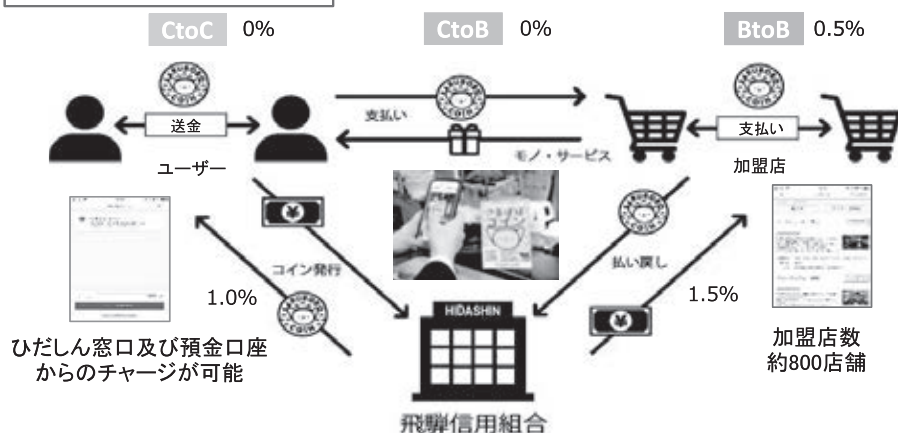
平成28年12月、フィンテック（金融とITを融合した新サービス）プロジェクト・ワーキングチ

ーム（以下FTPT）を組成し、新たな収益事業として決済事業に進出するとともに、当該事業活動を通じてキャッシュレス決済環境の定着による観光消費の拡大、域外への資金流出抑止や域内経済の歩留まり低下などの地域課題の解決に向けた取り組みを始めた。その中で、電子通貨かつ地域通貨の特徴を併せ持った電子地域通貨「さるぼコイン」のビジネスモデルが誕生した。

◆ ◆ ◆ ユーザーの声をアプリ開発へ

FTPTでは、飛騨高山を訪れる年間460万人の観光客の方々にこの地域でより多くのお金を使っていたくことに加えて、地域住民の方々にも継続的かつ積極的に使って頂けるサービス、さらには地域内で資金が循環する機能を持つ仕組み

さるぼコインスキーム図



を検討した。そこで出した答えが「地域通貨」の電子化である。

当地域は、たくさんのお客が訪れる地域ではあるが、地域課題として決済インフラの普及率の低さがあった。その要因は、加盟店が決済インフラを導入する場合に発生するインシャルコストと決済手数料だ。そこで、FTPTでは、平成29年5月から3カ月間、地域の事業者（41店舗）の協力のもと、全職員によるスマートフォンの電子決済の実証実験を行い、職員や家族、知人そして



さるぼぼコイン加盟店ステッカー



アプリで加盟店のQRコード読み取る様子

加盟店の意見を抽出し一つの結論を出した。加盟店に決済端末を設置する必要のないQRコードでも決済が充分可能ということだ。それは、アプリのユーザーが金額を入力して入力金額を加盟店に確認してもらい決済する方法となる。初めてスマートフォンを使う職員や年配の職員からも、慣れず、例えば金額を入力する工程は充分許容でき、サイフを出して支払うより便利、さらに加盟店からも、金額を確認するだけなので思った以上に簡単だったとの意見が多かった。

手数料については、2%を超えるのであれば、たとえ便利でも導入はしないとの加盟店の意見が多くあったことから、手数料は1%台とするスキームで検討した。

街を緑のマークで染める

平成29年12月、「さるぼぼコイン」をリリースした。しかし、スマートフォンを使って決済をする当地域の人口は都市部に比べてはるかに少ない。そこで、平成30年3月末まで、まずは、スマートフォン決済を体験してもらうよう、スマートフォンにコインをチャージする際にプレミアム特典として通常の倍の2%を付与した。加盟店にとって、決済用のQRコードは当組合が作成するので導入費用は0円だが、さらに換金・送金手数料を無料とした。換金手数料は、加盟店がコインを現金化する際に生じ、1.5%（税別）または、1.8%（税別）を差引いた金額が、翌営業日に当組合の預金口座に入金される。また、さるぼぼコインの地域通貨としての特徴として、加盟店が仕入れなどの支払いを加盟店間の送金機能で24時間いつでもできる点がある。さらに、その際の送金手数料は0.5%（税別）とし、換金するよりも地域内でコインを循環させることを優先する仕組みとした。導入していただいた加盟店には、当地の代表的な土産物で、当組合のキャラクターでもある「さるぼぼ」のマークの入った緑のステッカーを店の入り口に貼り、レジには緑のQRコードを設置した。平成30年10月末現在で、加盟店数は800店舗、チャージ額4億3千万円、ユーザー数

5400人となり、地域のキャッシュレス環境が少しずつではあるが、変化し始め、加盟店の入り口の緑のステッカーが街中で目立つようになってきた。さらに多くの加盟店で導入していただき、最終的には全てのお店の入口を緑に染めていきたいという想いで日々推進している。

コミュニケーションができる決済アプリ

このアプリの使い方の大きな特徴は、支払う金額をユーザーが入力し、会計時に店舗スタッフに金額に間違いがないか確認してもらい決済をすることだ。つまり、支払時には「ひと手間」を要する支払い方法となり、早くて便利なキャッシュレス支払いとは少しイメージが異なる。ユーザーに敬遠されるかもしれないとの懸念はあったが、支払時に店舗スタッフに一声かけるコミュニケーションが発生し、「あんと！」（飛騨地方の方言で「ありがとう」の意）の決済音で決済完了画面が表示されると、ユーザーも自然に「ありがとう」と言葉が出て地域通貨らしいとのこと意見も届いている。

生活アプリを目指して

将来、さるぼぼコインアプリは、地域でのお買物を便利にする決済アプリとしてだけでなく、地域の情報やサービスを入手できる生活アプリとなる必要があると考えている。さるぼぼコインアプリで地域住民や観光客に、いかに有益なコンテンツを提供できるかが今後の課題である。

地方銀行と自治体が連携した 地方創生の取り組み

―銀行のネットワークで 地域の「ひと」と「想い」をつなぐ―



一般社団法人全国地方銀行協会業務部
公務室長兼部長代理

・諫山 信彦

「地域が持つ資源を活かした新たな産業を創出したい」「地方の魅力を発信して活発な交流を生みだしたい」「故郷の豊かな生活とコミュニティを守りたい」。常日頃から当協会の会員である全国の地方銀行と接点をもっている者の最前目かもしれないが、地方銀行以上に「地域」を意識した業種はないのではないか。地域経済の発展なくして地方銀行の成長はなく、金融仲介機能の発揮による地域経済活性化への貢献は社会的使命であるとの各行の思いがそうさせるのかもしれない。

従来、地方銀行は地域密着型金融（リレーショナルシップバンキング）の観点から、地域住民や地元企業などの取引先に寄り添い、金融サービスに限らず、コンサルティング、ビジネスマッチングといったソリューション提供などの様々な取り組みを実践してきた。とりわけ、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が2014年12月に閣議決定

されて以降は、各自治体における地方版総合戦略策定や同戦略に基づく個別事業への関与を通じて、自治体と連携した地方創生の取り組みを加速させている。地方銀行が地方版総合戦略の策定に関与した自治体数は延べ1300、資金面・人材面の支援を実施した個別事業は774に上る。

地方創生の実現に向けては、各自治体はもとより、地元の企業、住民、大学など幅広いステークホルダーと連携した取り組みが肝要である。当協会は、本年5月、地方創生に携わる各方面の方々の参考に供すべく「観光振興」「公共施設利活用」「農業活性化」「移住定住」の4つのテーマについて、地方銀行と各自治体等が連携した特徴的な20の事例をまとめた冊子「想いが動かす地方創生」を発行した。この冊子の作成にあたり、実際に地方銀行の担当者と各地を訪問させていただき、多くの話をお伺いする中で、地方創生の源泉は、「ひ

と」であり、地方を何とか元気にしたいという「想い」であると感じ、このようなタイトルとさせていただいた。

本稿においても、「ひと」と「想い」をキーワードに冊子で取り上げた事例を幾つか紹介させていただく。

観光振興

○海外からの企業視察団誘致による観光振興（三重県桑名市／百五銀行）

観光振興は多くの関連産業への波及効果や地元雇用の創出が期待されるため、各地において、伝統・文化・自然などの観光リソースを活用した様々な取り組みが進められている。当協会の事例集においても、歴史的資源となっている古民家・町屋・老舗旅館などを活用した取り組みを紹介している。その中で、新しい発想で観光資源を発掘した「産業観光」の事例を紹介したい。

産業観光とは、工場などの産業施設や歴史的・文化的価値のある産業遺産の視察を通じて、ものづくりの心に触れる観光とされ、近年、インバウンド需要を取り込む新たな手法として注目されている。

三重県桑名市は、江戸時代から続く鋳物や味噌、たまり醤油などの地場産業のほか、自動車関連部品、電子部品メーカーなど多種多様な産業が集積しており、市内の自動車部品メーカーにはアジアを中心に世界各国から2千人を超える企業関係者が視察に訪れている。しかし、視察を終えるたびに他の大都市に移動してしまうため、地元経済



観光振興（三重県桑名市／百五銀行）

海外からの企業誘致視察団による観光振興。桑名市役所における視察の様様

外からの視察団が銀行の支店に興味があるのかと半信半疑だったが、実際に見学してもらうと、同行の顧客サービスの考え方や窓口業務の改善活動などに興味深々だったとのことである。

本事例のような産業観光事業は、元気に活躍する企業があつてこそのものであるが、逆に言うと、「魅力ある地元企業は立派な観光資源になる」ということではないだろうか。

公共施設利活用

○廃校を活用した新型コミュニティセンター（千葉県南房総市／千葉銀行）

文部科学省の「廃校施設活用状況実態調査」によると、少子化による人口減少などの影響で、毎年400を超える公立学校が廃校となっており、そのうち約3割が活用されないままとなっている。本事例は、惜しまれつ

つ廃校となった千葉県南房総市の旧長尾小学校を多目的のコミュニティセンターとして活用し、地域の交流人口を増やそうとする取り組みである。

木造の旧校舎はリノベーションにより、シェアオフィス、宿泊施設、レストランとなり、旧校庭には菜園付の「小屋」が並ぶ。平日は都会で働き、週末は郊外の農園で過ごす。ヨー



公共施設利活用（千葉県南房総市／千葉銀行）

廃校を活用したコミュニティセンター。レストランのテーブルは図工室の作業台をリメイク

ロッパの市民農園運動をコンセプトとした「小屋」は1区画350万円（施設整備費込…2018年11月現在）で購入可能。同校のある白浜地区にちなんで「シラハマ校舎」と名付けられている。南房総市が廃校の活用案を公募し、地元に移住していた起業家である多田朋和氏（合同会社「WORLD」代表）が手を挙げたことで実現した。

南房総市の担当者は、「まずは観光で訪れてもらい、気に入ったら休日のみ南房総で過ごしてもらおう。二地域居住の中でこの土地に暮らしたいと思ったら移住を決断してもらおう。そういった移住を視野に入れた拠点としての役割に期待している」と語っている。

本案件は千葉銀行の支援のもとで実現したものであり、同行は「地方創生融資制度」による資金支援に加え、事業計画の策定支援、市の担当者との細かな調整の橋渡し、地元のホテル・旅館との

連携に関するマッチングなど、地域全体をマーケットと捉えた視点からサポートしている。

市の期待や、地方銀行の支援もあって本格的に動き出した案件ではあるが、やはり発案者である多田氏の意欲によるところが大きい。もともと内装関係の仕事の経験があるとのこと、レストランやゲストルームの内装など可能なものは全て自身で手掛け、訪問した時も、水回りの整備の最中であつた。将来的な展望を伺うと、「地元産のワインがつくりたくて葡萄の栽培を始めた」とか、「レストランで本格的なジビエを提供したくて猟銃免許を取得した」など、その豊かな発想と行動力に驚かされる。廃校の活用で苦労した点はと聞くと、「小学校跡地であり、もともと人が集まることを前提とした場所であると同時に、一時避難場所でもあるので、安心して利用してもらえらる」「鉄筋ではなく木造なので、工夫次第でガラツとデザインを変えることもできるし、旧校舎の面影を残すことができる」との前向きな回答が返ってきた。廃校の利活用を検討している各自治体のご担当者にとって、大いに参考となる事例ではないだろうか。

農業活性化

○中山間地ならではの農産物を活用した事業創出
(新潟県阿賀町／第四銀行)

豊かな自然と風土が生み出す農産物は地域住民の誇りであり、農業活性化による地方創生に向けて、ICT等を活用したスマート農業や6次産業化の推進など、各地で官民一体となった取り組みが進められている。その中で、中山間地域は、農

林水産省の推計によると、我が国の人口の1割が居住し、耕地面積と農業生産額の4割を占めるが、傾斜地が多く、圃場の大区画化や大型農業機械の導入が容易でないなど、平地に比べ営農条件が不利な状況にあるといわれている。そんな中山間地のデメリットをメリットに変えようという事例を紹介したい。

新潟県阿賀町で黒米の栽培・加工・販売を手掛ける奥阿賀創生事業株式会社の代表取締役である山口庫幸氏は、他県でエンジニアとして働いた後に同町に戻った際、耕作放棄地が増え山林荒廃が進んでいることを憂いて、なんとか地元を活性化できないかとの思いから、黒米を活用した事業を想起したという。山口氏によると、黒米は栄養価が高く、健康志向の消費者の関心も高いが、黒米を平地で栽培すると周囲の白米と受粉してしまい純度が下がってしまうらしい。阿賀町の田圃は山間部にあるため、白米との交雑の心配がなく、純度の高い綺麗な黒米になるとのこと。まさに中山間地のデメリットをメリットに変える発想である。

起業のきっかけは、第四銀行と大手百貨店が共催するビジネスアイデアコンテストに応募し、優秀賞を受賞したこと。それ以降、百貨店から商品の取り扱いの相談を受けるなど大きな反響があったという。第四銀行は、起業に向けての事業計画策定や、ファンドによる出資で支援。起業後も定期的な経営面のアドバイスを送る。阿賀町も、同社の黒米を使った商品をふるさと納税の返礼品に採用するほか、地元振興公社による加工品製造受託等でサポート。一度、地元を離れたからこそ気付く逆転の発想を、自治体と地方銀行が支援する、



農業活性化 (新潟県阿賀町／第四銀行)
黒米・山菜を使った食事

まさに地方創生といった事例である。

移住定住

○新たな奨学金制度による学生支援で地元雇用を創出 (青森県むつ市／青森銀行)

自治体の担当者や企業経営者から、進学で地元を離れた若者を呼び戻したいとの声をよく耳にする。地元就職への思いは学生も同様のようであり、ある大手就職サイト運営会社が大学・大学院卒業見込みの学生を対象に調査したところ、約8割の学生が地元就職を少なからず考えているとのことである。また、その理由として「両親や親戚の近くで働きたい」「地元の風土が好きだから」が上位を占めている。



移住定住（青森県むつ市／青森銀行）地元企業5社とむつ市、青森銀行が連携

本事例は、そんな学生の地元就職を支援すべく、むつ市の中核的企業5社と青森銀行が提携し、地域外に進学した人が地元に戻ってきた際に奨学金を支給する「おかえり奨学金制度」を創設したというものである。

本制度は、①域外の進学を希望する高校生は卒業後に就職を希望する地元企業を予め決めておく②青森銀行の教育ローンを利用して進学③地元企業は学生が卒業後に自社に就職した際に教育ローンの元金分を支給④金利分は在学中に同社のインターンシップを受けた時の給与で補填する、という仕組みである。

むつ市には高等教育機関がなく、高校卒業生の

8割以上が地域外に進学するため、若い世代にどうやって地元に戻ってきてもらうかが課題となっている。同制度の発案者である社会福祉法人みちのく福祉会の内田大輔理事長に経緯を聞くと、「高校の後輩である大学生に地元に戻ってこないかと尋ねたところ『地元就職だと奨学金が返せない』との答えが返ってきたことが発端であるという。大都市と地方で初任給や待遇に格差があることを考えると、奨学金返済は、地元就職の促進に向けた深刻な問題である。

内田氏が、こういった問題意識と、おぼろげながら考えていた奨学金の支援について青森銀行の支店長に相談し、以降、同行本部担当者も交えて具体的なスキームの詳細を詰め、制度実現に至った。なお、青森銀行が同制度で提供する教育ローンは、最優遇金利を適用し、年間60万円が上限であり、大学在学4年間だと合計240万円となる（2018年5月現在）。予め就職先を決めておき、必要な知識を習得してきた学生を即戦力のリーダー候補として採用できること等を勘案すると、内田氏は企業の負担は決して大きくないという。

また、この支援プログラムには、むつ市も連携に加わり、制度PR等により一役買っている。地元で働く人材の確保は官民共通の喫緊の課題であり、民間企業・金融機関の取り組みを、できる限りサポートしたいという思いからである。

内田氏に、地元企業における人材確保の話の聞くと、なぜ若い人材が必要

か、若い人が人生をかけて就職する会社としての魅力は何か、そういった情報を企業がしっかり発信できているのかなど、本当に熱く語られる。そういった思いを自治体と地元金融機関がサポートし、新たな取り組みを結実させる。産官金連携のお手本のような事例であるといえよう。

以上、紙面の関係から4事例のみの紹介となつてしまつたが、事例集には全20の事例を掲載している。お読みいただいた方からは、「地方銀行がこのような取り組みを行っていることを初めて知った」といったお声も頂戴しており、私どもとしても、情報発信の重要性を再認識させられた。本事例集にご関心の向きは、ぜひ当協会にお問い合わせいただきたい。当協会は、会員銀行の担当事者を対象に、地方創生に関する幅広いテーマの研修・勉強会を継続して開催している。私どもの取り組みが、各地で熱い思いをもって地方創生を志向する皆様の一助となれば幸甚である。



事例集表紙

ものづくり企業で

インターンシップ×お試し居住

―移住事業と「ものづくり」の担い手確保策として―



三条市地域経営課コミュニティ推進係 主事

● 諸橋 みずき

都市から地方への移住・交流は、人口減少社会における地域活性化策の柱として期待される。地域活性化センターでは、「移住・定住・交流推進支援事業」として、地域団体もしくは市町村等が自主的・主体的に実施する、都市住民などを受け入れる事業を支援している。

今回、平成29年度に同事業を活用した新潟県三条市での取り組みを同市地域経営課コミュニティ推進係主事の諸橋みずきさんにご紹介いただいた。

(企画課)

事業のきっかけ

三条市は、新潟県のほぼ中央に位置し、上越新幹線や北陸自動車道のほか、国道が3本通る、交通網が整備されたまちです。平成の大合併が起った平成17年度に旧三条市、旧栄町、旧下田村の3市町村が合併し、人口約9万8千人を有する現在の姿となりました。

三条市には、連日賑わう娯楽施設を始めとした、憧れの大都市のような環境が全て揃っているわけではありませんが、大都市に住む人々が仮に望んだとしても容易に手に入れることができない宝物があります。三条市は、そうした宝物を守り育て、今の姿のまま次の世代に引き継いでいくために、様々な挑戦や変革を絶えず続けていく必要があります。そ

して、宝物を守り続けるための最大の課題となるのが、他の自治体と同様に、少子高齢化・人口減少です。

三条市には、大きく2つの特徴があります。旧下田村地域（以下「下田郷」）は、いわゆる自然豊かで悠々自適な田舎暮らしができる地域です。それに対して、旧三条市・旧栄町地域は交通網も整備されており、買い物にも困らず、就職先もある地方都市としての機能を有した地域です。

こうした特徴を持つまちがこれまで守ってきた、世界に誇れる宝物とは何か。それはこのまちのアイデンティティにもなっている、包丁などの金属加工を中心とした「ものづくり」です。

この宝物に焦点を当て、平成29年度から開始した事業が、お試し居住と、ものづくり企業へのインターンシップを結び合わせた事業です。

事業内容と目的

通常、お試し居住が焦点に充てる「暮らし」とは、仕事以外の私生活です。そのため、その土地ではどのような仕事があるか、実際にどのようなに働いているのかという、「仕事」に関わることを体験することはできません。

ある民間による2017年のデータをみると、移住先選択の優先順位の第1位は「就労の場があること」でした。特に若い人が仕事を求めて地方移住を希望する傾向にあるといわれており、近年の傾向としても移住者が強く意識しているのは「仕事」であることが分かります。

三条市では平成29年度から、この「仕事」の中でも特に、三条市の宝物「ものづくり」に焦点を当てた事業として「ものづくり企業でインターンシップ×お試し居住」を開始しました。

この事業は、ものづくりに興味がある若年層をターゲットに据えています。地元企業と連携し、就業体験の場を「ものづくりのまち 三条」のアイデンティティである金属加工



インターンシップ先で和釘づくり体験

を中心とした工場、暮らす場をものづくりの集積地である中心市街地または自然豊かな下田郷として参加者の募集を行いました。最大1カ月の就業体験期間を設け、移住希望者が、仕事を含めた三条市での1カ月の暮らしを体験できるように設定しています。

就業体験をお試し居住と結び合わせることで、お試し居住そのもののハードルは高くなってしまいます。しかし、「誰でも来てほしい」ではなく、「自分たちのまちに来てほしい人物像をしっかりと伝え、その

人に向けてPRをする」ことが大事であるという観点から、最大受け入れ人数を3人に限定し、今回の事業を実施しました。

地方自治体における人口減少問題は、地域の「宝物」を守るために必要不可欠な担い手の不足にも直結する、喫緊の課題です。この事業を通じて、市外から担い手を確保することも目的の一つとなっています。

事業の実績

平成29年度の受け入れ人数は2人でした。

お試し居住期間中は、担当職員が相談役となり、1カ月間という長期間において、私生活だけではなく、仕事を含めた三条市での暮らしに対する不安が解消できるような、サポートしてきました。

その結果、体験後の聞き取りでは、両者から「満足のいく1カ月を過ごすことができ、移住を検討する上で具体的なイメージを醸成できる時間になった」との感想をいただいています。1カ月という長期間であるからこ

そ、三条市で叶えられるライフスタイルを感じることができ、移住を前向きに考える上で有意義な時間につながったのだと考えています。

通常、私生活しか体験できないお試し居住において、通勤にはどのような手段があるのか、この地域にはどのような仕事があるのか、それが自分に合っているのかなど、生活する上で欠かせない「働く」という観点を含めて、より具体的に移住を考えることができるこの事業は、近年の移住の傾向を捉えた事業になっていると考えています。

結びに

私達自治体は、人口減少に歯止めをかけるためにも、これからも移住事業に力を入れていくこととなります。

お試し居住が終われば、体験者は一旦地元に戻り、本当に移住がしたいかどうか、改めて考える時間を持ちます。

自治体から見れば「移住者」という大きな枠で括られがちですが、その先には一人ひとりの生活があります。移住者にとって、これまで過ごしてきた土地での生活・友人から離れ移住するということは、人生の大



伝統の建築様式を支える和釘を作る鍛冶屋

きな岐路であるといえます。

自治体職員として、人ひとりの人生の岐路に関わっているという意識を忘れず、自分たちのまちではどのような日々を送ることができるのか、一部を切り取るのではなく、24時間を捉えて体験できる時間を提供する。ことは、移住希望者にとっても重要な時間となるものと捉えています。職場の雰囲気、働く場所の近くの風景、道路の状況、通勤途中で寄れるスーパー、休日の遊びスポットなど、生活の一部始終を体験することで、悔いなく三条市に移住をしていただけるよう、今後も継続して事業を実施していきたいと考えています。

当事者意識から生まれる

共創の仕組み

―内発的な発展を続ける飯田モデルから学ぶ―

東京農工大学農学研究院教授 ● 朝岡 幸彦

地域活性化センターでは、地方創生の担い手となる人材の養成を目的としたワークショップ「地方創生実践塾」を実施している。平成30年10月19日（金）～21日（日）に長野県飯田市で開催された実践塾の内容について、東京農工大学農学研究院教授の朝岡幸彦氏にご報告いただいた。

（地域創生総務課）

「公民館」が 動詞として使われるマチ

あまりなじみのない人もいるかもしれないが、「公民館」という社会教育施設がある。いまから70年ほど前に、新憲法（日本国憲法）の公布を受けて日本社会の民主化と復興を実現するために設置された「オトナの学校」「民主主義の学校」と考えてもよいだろう。

ふつう「公民館」は施設（ハコモノ）を指す言葉として使われるが、長野県飯田市では（公民館）活動を指す言葉として使われている。この違いは、市内に20の地域自治区が設置され、自治振興センター（支所）

と公民館が必ずセットで配置されていることからわかる。地域自治区は、地方自治法と合併特例法に規定のある域内分権のシステムである。ここに、自治体は一定の予算と権限を委譲して、地域内の自治を促そうとしている。飯田市は、平成の大合併以前から旧町村を単位に地域自治区及びそれに準ずる制度を導入してきた。その自治の要として、公民館が住民の集会和学びの場となってきたのである。

住民の主体性を引き出す仕掛け

地方創生実践塾in長野県飯田市は、まず長谷部三弘氏（ひさかた風土舎・代表）「公民館と地域と行政

の関係を考える」と松下徹氏（飯田市民協働環境部部長）「飯田市の人材育成と市民自治」による講義から始まった。

飯田市には、「ムトス」運動（昭和57年以降の都市づくりの行動理念／「んとす」＝「…しようとする」という意味）に象徴される、住民の自発的な意志や意欲、具体的な行動による地域づくりを奨励する文化や一連の施策がある。ひさかた風土舎を中心とした地域づくりは、地域住民による学びと行動が生み出した典型的な実践である。そうした住民の主体性を引き出す施策を、若手・中堅職員を意識的・継続的に公民館主事（2～5年程度）として発令してキャリア形成させる仕組みや、職員（病院を除く一般事務職員）の13％強を出先にあたる自治振興センター及び公民館に配置するという地域展開型行政（市役所等に機能を集約する拠点集約型行政の対極に位置付けられる）に見ることができると。

その後のフィールドワーク「りんご並木と中心市街地」では、戦災を免れたものの戦後直後の大火によって大半を焼失した市街地の復興の象徴として、当時の中学生の発案と行動で「りんご並木」が生まれ、今も飯田東中学校の生徒によって管理・収穫されている歴史と意義を確認した。こうした伝統が中心市街地の住民参加型による地道な整備を支えて



市長講義の一幕

おり、外部からの大規模開発を容易には許さない暗黙の合意を感じることができると。

「円卓の地域主義」が目指す 自治のカタチ

翌日の牧野光朗市長による講義「イノベーションが起こる地域社会創造を目指して」では、2027年のリニア新幹線とリニア飯田駅の開業等による地域の大きな変化に備えて、ボトムアップ型の地域づくりを戦略的に進める「円卓の地域主義」（牧野光朗著、2016年、事業構想大学院大学出版部）の基本的な枠組みと施策が提示された。

さらに、座談会「持続可能な地域



グループワークの様子



集合写真

地方創生実践塾（長野県飯田市）の概要

テーマ：当事者意識から生まれる共創の仕組み

～内発的な発展を続ける飯田モデルから学ぶ～

主任講師：東京農工大学農学研究院 教授 朝岡幸彦 氏

1日目 10月19日（金）

講義「公民館と地域と行政の関係を考える」

講師：ひさかた風土舎 代表 長谷部三弘 氏

講義「飯田市の人材育成と市民自治」

講師：飯田市民協働環境部 部長 松下徹 氏

フィールドワーク「りんご並木と中心市街地」

講義「人を集め、人の力を引き出す地域づくり」

講師：東京農工大学農学研究院 教授 朝岡幸彦 氏

2日目 10月20日（土）

講義「イノベーションが起こる地域社会創造を目指して

～求められる共創の場づくり～」

講師：飯田市長 牧野光朗 氏

座談会「持続可能な地域づくりとは～地域人教育の事例から考える～」

コーディネーター：りんご並木まちづくりネットワーク会議

コーディネーター 桑原利彦 氏

パネリスト：株式会社週休いつか 代表取締役 新海健太郎 氏

長野県立飯田OIDE長姫高校 教諭 國松秋穂 氏

飯田市役所 東野公民館主事 熊谷健太郎 氏

講義：「天竜川鷺流峡復活プロジェクトの取組」

講師：天竜川鷺流峡復活プロジェクト 代表 曾根原宗夫 氏

講義：「飯田市で取組むグリーンツーリズムについて」

講師：南信州観光公社 代表取締役社長 高橋充 氏

フィールドワーク：「農家民泊体験」及び「遠山郷視察」

3日目 10月21日（日）

グループワーク：「飯田の地域づくりから学ぶこと

～課題探しはやめて、宝物探しを！」

「誰もが主人公のまちづくりとは」

統括：東京農工大学農学研究院 教授 朝岡幸彦 氏

づくりとは、地域人教育の事例から考える」や、曾根原宗夫氏（天竜川鷺流峡復活プロジェクト代表）「天竜川鷺流峡復活プロジェクトの取組」と高橋充氏（南信州観光公社・代表取締役社長）「飯田市で取組むグリーンツーリズムについて」の講義は、高大連携の人材育成によって進学等で地域から流出する若者を再び呼び戻す取り組み、舟下りの船頭さんたちを中心とした流域整備の取り組み、農家民泊など多様な自然・文化を生かしたグリーンツーリズムの取り組みなどを紹介した。こうした取り組みのいずれもが、行政などから強いられるのではなく、地域（現場）の主眼的な取り組みの中から生まれた優れた地域づくりの実践である

ると言える。

その後、参加者は農家民泊体験（千代地区）と遠山郷視察（上村地区・南信濃地区）の2つのグループに分かれて、グリーンツーリズムの実際や山間地域振興の課題と可能性を具体的に学んだ。

飯田モデルから学ぶもの

最終日は、これまでの講義とフィールドワークから学んだことを、ワークショップを通して確認した。ほとんどの人が初めて体験する「えんたくん」というツールを使って、文字通り、膝付き合わせて自らの感想と他の参加者の意見を円盤に自由に書き込むことで、充実した振り返り

返りができた。テーマは、①「飯田の地域づくりから学ぶこと」課題探しはやめて、宝物探しを！②「誰もが主人公のまちづくりとは」、であった。いうまでもなく、このワークショップの目的は参加者全員で合意形成することを目的としておらず、参加者一人ひとりが3日間の学習と体験を通して、それぞれの現場（自治体や地域、組織など）で何ができるのかを考えるためのものであった。

飯田市に限らず、優れた地域づくりの取り組みの形を真似ても、それぞれの地域で優れた実践ができるわけではない。大切なことは、地域の住民や組織の構成員が全体の課題を自らの課題として主体的に位置付け考えることであり、その条件を意識的・系統的に整備することが自治体や組織には求められているということである。2030年までにSDGs（持続可能な開発目標）を実現するために、各国政府と企業とが具体的な取り組みを強化する中で、そのアジェンダの前文にある「だれ一人置き去りにしない」世界の実現が求められている。私たちの誰もが地域の主人公となる地域づくりが、まさにいま求められているのであろう。

奈良で地方創生フォーラムを開催

— 中山間地域における「稼ぐ力」
「住み続けられる仕組み」づくり —

地域活性化センターでは、地方創生に関して開催地の現状に即したテーマでフォーラム（地方版）を開催しており、平成30年度は石川県、奈良県、宮崎県の3カ所で開催を予定している。その第2弾として、平成30年10月26日に、奈良県と共催で「中山間地域における『稼ぐ力』『住み続けられる仕組み』づくり」をテーマに、地方創生フォーラムin奈良を開催した。会場の奈良県橿原文化会館（奈良県橿原市）には、奈良県内を中心として、民間企業、行政、地域づくりの実践者など、250人を超える方々が集まった。冒頭、奈良県の村田崇副知事、当センター事務局長の佐藤啓太郎による主催者挨拶があり、その後、基調講演とパネルディスカッションが行われた。

基調講演…

「地域ぐるみで稼ぐ、
住む、つなぐ」

基調講演として一般社団法人持続可能な地域社会総合研究所所長の藤山浩氏が、都心部と地方における少子高齢化、人口減少問題の現状とその解決方法を著書である「田園回帰1%戦略」の考えに基づいて講演された。

藤山氏は、東京での高齢化が深刻化しており、東京に無理やり押し込

めるような今までの社会の在り方は様々な面で限界を迎えている。この限界を乗り越えるには根本的なところから見直し、長続きする持続可能な社会を作る必要があると話された。地方の現状としては、2010年から2015年の国勢調査の結果分析から、全国的に田園回帰の動きが進み、中でも30代女性の流入が多い地区は社会増が上昇、その社会増に向かっていく地域を調べると、地域の人口の1%強が定住するだけで子どもを維持し、高齢化を止め

ることができるといことが判明したと語られた。

一方、奈良県では30代女性の流出が多く、残った女性の出生率が低いことで将来への不安が高まっており、このまま変わらないと急激に高齢化が進む深刻な状態であるが、人口の1%を取り戻すことができれば人口は安定、現状を変えることができるとした。その1%を取り戻す方法とは、移住定住する人に合ったきめ細やかな対処であり、毎年度何組残すかをしっかりと話し合うことが大事である。また、毎年、外から買う量を100から99に減らし、減らした1を地域内で原材料から作り始めることで所得の1%を取り戻すことができることも話された。

次に循環型社会を作るには300人から3000人程度で構成された小さな拠点が核となって、一致団結して合わせ技の組織・拠点づくりが大切だと話された。合わせ技とは、事業や活動を一つだけで見るような縦割りをやめて、他分野連携し柔軟に地域で対応することであるとして、島根県雲南市波多地区の波多交流センターの取り組みや、山口県山口市串地区の取り組みなどを紹介された。

研究紹介…

「もう一つの人口問題と
地域公務員」

パネルディスカッションに先立つ

てコーディネーターの福知山公立大学地域経営学部准教授兼北近畿地域連携センター長の杉岡秀紀氏が、国が主導する「地方創生」についての見直しや再評価について講演された。

合併しなかった町を研究したところ、当時、合併しなかった自治体は合併した自治体に比べ圧倒的に財政力が低下すると言われていたが、実際は全く逆の結果となったことがわかった。このことから国の政策や、世界の情勢などの大きな流れに流されるのではなく、本当に自分たちの地域が選択することは何なのかをしっかりと見ることが必要であると語られた。

現在、関係人口を増やそうという流れになっているが、すべての地区が関係人口を増やそうとしても人口の奪い合いやターゲットが曖昧になってしまう。そこで本籍地人口に注目することで主たる関係人口としてアプローチができるのではないかと、これがもう一つの人口問題として考えられるのではないかと話された。

次に、全国の自治体では、この2年間で兼業・副業を推奨する動きが出てきており、公務員が持っている力を、労働者や住民の役割に活かすことが必要で、今後は地域公務員として一住民として地域のためになるような兼業・副業を自治体の課題とすべき、といったことも話されました。

終わりに、最後の一人をしっかりと

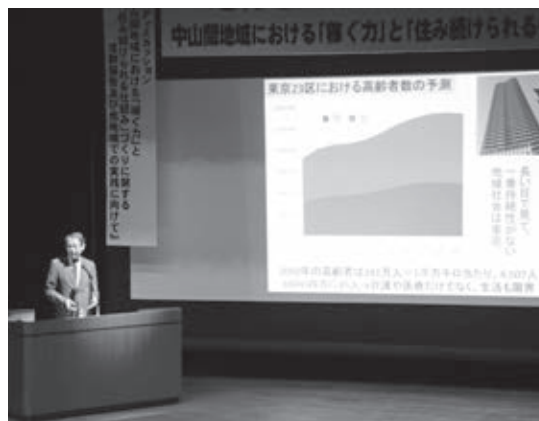
守る「地域自治」と、最初の一人を大事にする攻めの姿勢の「地域づくり」の両輪が必要であると話された。

パネルディスカッション…

「中山間地域における『稼ぐ力』『住み続けられる仕組み』づくりに関する活動報告及び他地域での実践に向けて」

後半は、曾爾村役場企画課長の細谷弘氏、株式会社南山城代表取締役社長の森本健次氏、一般社団法人かわかみらいふの三宅正記氏、合同会社オフィスカンプ代表の坂本大祐氏の4人によるパネルディスカッションが行われた。杉岡氏にコメンテーターとして、引き続き登壇していただいた。

細谷氏は、曾爾村は観光振興を中



基調講演

心にやってきたが、平成16年には財政的に厳しくなり、平成20年からは、ソフト事業を中心に県内の大学と連携して集落の資源や課題を見つめなおしてきた。現在は一般財団法人曾爾村観光振興公社を設立し、地域の自然、歴史を活かした観光振興に取り組んでいる、と話された。

森本氏は、代表取締役を務める道の駅、株式会社南山城での活動を中心に話された。南山城では様々な商品を作り売っているが、その目的は地域にある資源をお金に変えることである。せっかく農家がいいるものを作っても経済につながっていない。それを南山城が間に入って貨幣価値に変えていくことで、地域での仕事や観光の活性化を行っていると話された。

三宅氏は、村の存続のためには移



研究紹介

住も大事だが、今住んでいる住民を大事にし、高齢化しても住み続けられるための仕組みをつくるのが大事である。一般社団法人かわかみらいふでは、この仕組みを作るため、移動スーパーや公設のガソリンスタンドを経営し村の存続に貢献するための活動を行っている、と話された。

坂本氏は、氏自身が移住者であり、移住者の目線から移住者をもっと来てもらうにはどうすればいいのかという発想から生まれたのがオフィスカンプ東吉野であった。オフィスカンプ東吉野はクリエイターをターゲットに活動を行っており、その理由としては、手に職を持っている人の方が移住に向いている。そのような人を呼ぶには偶然の出会いが必要であり、その出会いを作る場がオフィスカンプ東吉野であると話



パネルディスカッション

された。

活動紹介の後、コーディネーターの杉岡氏から今後の課題について各パネリストに質問を行った。地域づくりを進めていくには活動団体に任せるのではなく、住民一人一人が自分事として取り組ませることが必要だという考えを共有した。

総評として、コメンテーターの藤山氏が、現在は「稼ぐために暮らす」という考えから「暮らすために稼ぐ」という考えに変わっている。4半期という短い期間ではなく4半世紀という長い期間で稼ぐことを考えることが必要であるとまとめられた。

地域活性化センター

地域づくり情報課

● 兼平 景一

(青森県深浦町から出向)



会場の様子

今、取り組むべき成長分野の インバウンド戦略

地域活性化センターでは、「新たな知と方法を生む土日集中セミナー」を開催しています。

平成30年度第7回は、10月6日（土）、7日（日）に東京・日本橋の地域活性化センターで開催しました。わが国では、経済波及効果が大きい観光分野を地方創生の切り札として、観光立国の実現を目指しています。受け入れ側の体制整備や先進事例から学びを深め、インバウンド観光振興の促進により地域活性化の実現を目指す仕組みについて学びました。

公共哲学的視点が重要

（一社）日本インバウンド連合会理事長の中村好明氏は「インバウンド戦略の展望」をテーマに講義されました。

わが国の観光立国実現に向け、「米仕事」自分・自社の稼ぐための仕事に加えて、「花仕事」持続可能な地



集合写真

域社会のための公共への奉仕・貢献を行うことが重要であり、各地域のインバウンドの成功には、この2つの仕事を同時並行的に行うことが不可欠であると述べられました。

さらに、「米仕事」と「花仕事」の2つの仕事を同時並行的に行う「糍（米＋花）」となる人材は、地域の利害関係や官民の壁を越えて各要素を統合し、一体感のある地域を醸す力を備えたリーダーであり、「糍」、すなわち醸す人こそが、地域でのインバウンド成功の鍵であるとして、社会全体のことも考える公共哲学的視点の重要性を指摘されました。

持続可能で自立的な 地域社会の実現を

JTIC・SWISS代表の山田桂一郎氏は「インバウンド戦略で地域全体の価値向上を目指す」をテーマに講義されました。

マに講義されました。

真の地域活性化とは、持続可能で自立的な地域社会の実現であることから、地域内経済循環推進の必要性を述べられました。その上で、減少した地域内消費を補うために地域外からの外貨獲得手段として観光振興が全国的に推進されているので、訪日外国人旅行者による消費を増やす必要性は今後さらに高まっていくと話されました。

また、地元ならではの生活文化や伝統風習、景観の良さ、地場産業が提供する本質的な価値に裏打ちされたきめ細かな商品や製品、サービスの提供が大切であり、地域再生や活性化を実現させるためには、地域が一体となった経営が出来る仕組みと組織が必要であると指摘されました。

常に事実を数字で確認せよ

（株）日本総合研究所主席研究員の藻谷浩介氏は「人口動態統計から見るインバウンド戦略」をテーマに講義されました。

「イメージ」は事実と異なるので、常に事実を数字で確認することで普段自分たちが思っていることがいかに事実と異なるかが分かると述べられました。

また、訪日客をいかに増やすかではなく、いかに多くのお金を落とすか、あるいは、一人あたりの消費額を高めるには、「時間を使ってもらう」発想が重要であ

り、滞在時間を延ばすことができれば、地域内での飲食や購買、宿泊は自然に増加すると話されました。

観光地再生の処方箋

最後に、3氏によるパネルディスカッションが行われました。その中で、観光（外貨獲得）により地域経済を活性化するには、地域内に落ちるお金の量を増やさなければならず、最終的に多くの事業者が得をするには、落としたお金が様々なルートで地元に戻元する仕組みを構築することが重要との指摘がありました。これを受けて、観光関連事業者、地域内事業者、住民が、自分たちで考え、お互いに支え合う関係を構築しなければならぬとの発言がありました。

詳細はHPをご覧ください。

URL: https://www.jerd.jp/event/matchingseminar/2018/1023_1644/index.html

◆講師

（一社）日本インバウンド連合会理事長
兼（二社）国際22世紀みらい会議議長
中村 好明氏

JTIC・SWISS代表
山田 桂一郎氏

（株）日本総合研究所主席研究員
藻谷 浩介氏

地域活性化センター広報室

●白石恭平（山口県から出向）



樹齢100年の森と

子どもをつなぐ木育

—檜原村トイビレッジ構想—



東京チエンソーズ 代表取締役

● 青木 亮輔

森とのつき合い方

東京都檜原村にある会社の事務所は狭い生活道を上っていった山の上にあり、たまに海外から来た人がふらっと歩いてきて、どこへいくのかなと思っていると、ちょっと見晴らしのいい場所で2時間でも3時間でも過ごしている。本を読むでもなく、弁当を食べるでもなく、ただボーっとしている。

今の日本でそんなことができる人がどれだけいるでしょうか。

もちろん、街の公園のベンチでならできるかもしれませんが、森に入って同じように過ごせるかというとなかなか難しいのでは。

森に入ること慣れてないので、どう過ごしていいかわからない人もいれば、せっかく森に来たのだから何かしなければと考え、結局ジタバタして疲れてしまう人もいるかもしれません。いつもと違う「非日常世

界」に、かえってストレスを感じてしまうかもしれません。

ぼくはやはり森の中で自然にボーっとできるような人を育てていくことが「木育」なのではないかなと思っています。

森に慣れるトレーニング

今日本にある森林の約半分は戦後植えられたものですから、その木も今の子どもたちが大人になる頃には樹齢100年になります。

当社はその森林の手入れを続けていますが、その手入れが間に合ったとするならば、あと30年ほどで日本中に美しい巨樹の森が広がることになるわけです。

その森林の有形無形の恵みを楽しむするために、子どものうちからトレーニングしておかなくてはいいけないわけです。トレーニングというとなんか難しく聞こえるので、慣れておくといったほうがいいでしょう。

有形のもので

あれば、子ども

のうちから木の

おもちゃや遊具

で遊び、子ども

の過ごす空間を

木質化すること

で、本能的に木

の良さを感じて

もらうことも大

事だと思っています

し、無形のもの

であれば、ツリ

ークライミングで樹

上の世界を楽しむもよし、森で枝を

拾って無邪気に遊ぶのもよし。

ただ、木のある空間が気持ち良い

ということを感じてもらえたらいい



ツリークライミング



檜原村トイビレッジ構想パース

当社では2006年の創業当初から木をもっと好きになってもらうためにこの思いから、子ども向けのツリークライミングなどに取り組んできました。

また、木の良さを知るきっかけとして檜原村は2014年にウッドスタート宣言を行いました。そして、その調印式後の円卓会議の中で、「檜原村トイビレッジ構想」を提案させていただきます。

トイビレッジ構想は、ドイツのザイフェン村をヒントに日本で木のおもちゃと言えば檜原村と言われるような木材産業を興そうというものです。2019年には檜原村に新たに

木工房を構え、木のおもちゃを製造します。2021年には近くの山や川で遊べる「檜原森のおもちゃ美術館（仮称）」を併設することで、東京の子どもたちが、林業と木材産業を体感的に学べる総合的な施設となる予定です。

美術館へ行くように森へ

日本には、豊富な森林があり、水資源もあり、肥沃な大地もあります。このような国は本場に貴重だと思います。日本の面積の約7割が森林ですから、誰でもちょっと足を伸ばせばそんな自然の中に身を置くことができます。

ウッドスタート事業を通じて、今の子どもたちが大人になった時に、まるで映画館や美術館に行くような感覚で、森に入ってボーっとリフレッシュできる人がひとりでも多く増えるといいなと思います。

書籍紹介

公務員の「課長」の教科書



松井 智 著
学陽書房（2018年5月9日発行）
定価：1900円＋税

この書籍の表紙を見て、すぐ読んでみたいと感じた。私は県庁から地域活性化センターに派遣され、人材育成室長として初めての管理職を務めることとなった。つい先日まで、県庁では末席の一担当者だった私が、急に室長の肩書となり、慣れない管理職の業務に日々悪戦苦闘する中、藁にもすがる思いで、この書籍を読み始めた。

この書籍は、以下に示す7つのステップで構成されている。

- ステップ1 課長になったらまずやる7つのこと
- ステップ2 チームを率いて、成果を上げる
- ステップ3 部下を指導し、成長させる
- ステップ4 発信力・発言力を高める
- ステップ5 会議を制する
- ステップ6 議会対応を身につける
- ステップ7 組織内外で調整・交渉する

各ステップは、さらに数個の項目に分かれており、各項目は3～4ページ程度で解説されているため、通勤途中や、昼休憩などの隙間時間で読み進めることができる。各項目の内容は、自治体職員としての失敗談や成功談など、筆者の経験を交えた内容が記述されており、現実的かつ親近感を持って読むことができる。

項目の末尾には、その項目の重要なポイント2点が、各1行ずつ簡潔にまとめられており、このポイントのみを読み返すことで復習になり、当書籍の知識を、より確実に身に付けることができる。また、各ステップの最後には、よくある質問というコーナーが設けてあり、現実的な問いや疑問に対する筆者の回答が述べられており、参考になる。個人的には、「本当につらい時の突破口の探り方」という記述が参考になった。

課長になる、なった人のみならず、係長や係長昇任前の職員にも大いに役立つ書籍である。課長の目線・考え方をすることで、係長として、どのように行動すれば良いかが見えてくるため、若手中堅職員にもお薦めの1冊である。

公務員の「異動」の教科書



堤 直規 著
学陽書房（2017年6月21日発行）
定価：1600円＋税

私は、7年間民間企業に勤務した後、転職して公務員となった。私が勤務していた民間企業は、転勤を伴う営業職だったこともあり、異動の内示は1カ月前であった。内示後は、1週間かけて後任に引継ぎ、次の1週間で新しい異動先の引継ぎを受け、最後の1週間で残務処理をする、1カ月程度のスケジュール感であった。

ところが、公務員となり初めての異動の時期が迫ってきた際、内示後、1日で引継ぎ、1日で引継ぎを受け、1日で残務処理という、実質3日程度のスケジュール感であることを知り、非常に衝撃を受けたことを今でも鮮明に覚えている。

公務員に転職して9年が経過し、内示から実質3日程度しか期間がない異動にも、自己流ではあるが慣れてきたところ、今回、2年間、地域活性化センターへ派遣されることとなった。こ

こは、大部分の職員が、毎年、担当変更や異動があるスピード感のある職場であったことから、改めて異動の在り方について学びたく、この本を手にとった。

この本は、以下の5ステップで構成されている。

- 1 内示が出た！焦らずしっかり異動に備える
- 2 最初が肝心！ここで差がつく最初の1週間
- 3 2カ月勝負！業務を覚える、3年先を描く
- 4 手ごたえ実感！地力を高める、実績を重ねる
- 5 強みを磨く！異動を力に変える7つの習慣

それぞれのステップは7～11項目に分かれていて、各項目は3～4ページ程度と、区切り良くサクサク読める。特に印象的だったのは、巻末の結びの部分に公務員の異動をたんぽぽの種に例えていた部分である。「タンポポの種は良い風に乗り、行く先は選べないが、新しい土地で花を咲かす」。異動という風に乗り、新しい異動先で公務員として花を咲かす、成果を出すためのノウハウが、この本に記載されている。また、異動という視点から見た、公務員としての業務への取り組み姿勢を説いている本であると感じた。

より良い職場作りや、より良い公務員の人生を送るための一助として、若手職員にお薦めの1冊である。

平戸市アンテナショップ 「有楽町ひらど商館」がオープン

—歴史を紡いだロマンあふれる城下町・平戸—



平戸市地域資源
ブランド化推進協議会 会長

● 藤澤 美好

東京で平戸ブランドを発信

平戸市地域資源ブランド化推進協議会は、平戸市の自然や歴史、文化を活かした物産販売や商品開発、観光情報の発信拠点として、2018年10月13日、東京・有楽町の東京交通会館地下1階に農産物や特産品を豊富に取り揃えた「有楽町ひらど商館」をオープンしました。

東京交通会館には多くのアンテナ



有楽町ひらど商館 外観



有楽町ひらど商館 内装

ショップが出店され、全国の美味しい物巡りから観光案内、移住相談まで、地方の魅力がたくさん詰まっています。その中で、お客様に楽しんで喜んでいただけるように、豊かな海と大地、そして人と歴史が育んだ平戸の魅力をお届けしてまいります。

海外との交易で栄えた 長崎県平戸市

長崎県の北西に位置する平戸市は、日本の陸路（離島除く）の最西端に位置する歴史とロマンがあふれる城下町で、日本で最初の西洋貿易港としてイギリスやオランダとの交流が始まった町でもあります。以降、教会、史跡、菓子など、様々な面で海外交流の面影が残されています。

自然景観も雄大で、玄界灘と五島灘が交差する天然の漁場で育まれた「海の恵み」と、清らかな水とミネラル豊富な潮風の栄養に育てられた「大地の恵み」が、それぞれの生産者の真心とともに平戸市の大きな魅力となっています。

2018年7月には、世界遺産として「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の12の構成資産のうち、平戸にある2つの資産が登録されました。

日本最初の 貿易港ならではの愛称

鎖国政策以前に国際貿易の窓口として栄えた平戸市には、貿易拠点としてオランダやイギリスの商館が設置され、海外から様々な食物や文化が伝わりました。有楽町ひらど商館

は、東京・有楽町に置かれた平戸の「貿易窓口」との意味を込めた店名で、日本最初の貿易港ならではの名称です。コンセプトは、食べたら「知りたくなる」「行きたくなる」「住みたくなる」「平戸」「ひ」「ご」ろつかえる！「ら」くにたべれる！「ど」れもおいしい！「ひ」「ら」「ど」の商品をお届けしています。

バリエーションに富んだ商品

有楽町ひらど商館では、約460年前にポルトガル神父によって伝えられた伝統菓子「カスドース」や上質で深い旨味の出汁がとれる「あご（トビウオ）」の加工品、旬の農産物などバリエーションに富んだ多くの商品を取り揃えています。また、観光やイベント情報のパンフレットを設置、映像も放映しており、平戸を知ることができます。

有楽町ひらど商館から つながる平戸

平戸の商品を食べて物語や歴史を感じていただき、平戸の魅力をたくさん知ってもらえるお店にしていきたいと思っています。コンセプトである、食べたら「知りたくなる」「行きたくなる」「住みたくなる」「平戸」につながるように、平戸の魅力を伝えていきます。

地域づくりの 現場から

全国協議会登録団体の紹介

NPO法人
あおもりラジオくらぶ
(青森県青森市)

団体プロフィール

設立=平成20年1月
代表者 代表理事=大竹 辰也
構成人数=15人
〈連絡先〉
〒030-0822
青森県青森市中央1-7-7
TEL 070-5597-7754
FAX 020-4664-3089

活動の始まり

NPO法人あおもりラジオくらぶ(通称「あおラジ」)は、平成20年1月に設立、同年4月に法人格を取得しました。きっかけは、青森市にコミュニティ放送局(市町村域を放送対象エリアとするFMラジオ放送局)の設置を実現したいという思いからでした。中心メンバーには、県

市民主体の情報発信で

人・組織・地域の成長を応援

インターネット市民ラジオ局ー



NPO法人あおもりラジオくらぶ
理事・ゼネラルプロデューサー

● 小笠原 秀樹

域放送局や他地域のコミュニティ放送局でアナウンサーやスタッフを経験した人達もおり、私も県域放送局で記者とディレクターを経験しました。当時から、災害時のみならず平時においても地域情報を発信することの重要性を痛感し、他地域での実用例から青森市でも存在意義があると感じていました。

番組制作講座から インターネット配信へ

活動当初は、コミュニティ放送局実現に向け青森市内のキーパーソンにその意義を説明するとともに、市民参加による情報発信の価値と意義を実感してもらうための番組制作講座、表現力を取得するためのドラマリーディング(朗読劇)を企画、実施していました。しかし、既に県域放送局の本社がある青森市に、新た

なラジオ局を作る必要があるのかという声が強く、資金調達などの難しさに直面しました。そうした中、平成22年に青森市にある芸術施設が実施しているアーティスト・イン・レジデンス(芸術家が一定期間ある地域に滞在をして作品を制作する事業)に参加しました。そこでは、市民が制作するテレビ番組を24時間インターネットで配信するプロジェクトが行われ、あおラジは「副音声による24時間生放送」を提案し、同時配信しました。その結果、常時200近いアクセス数を記録し、インターネットによる情報発信の可能性を実感しました。

その後、青森市内の様々なイベント会場に放送席を設け、インターネット配信を本格的に始めました。平成24年にはインターネット市民ラジオ局「Air+ (エアプラス)」と

明示し、これまで青森市のコミュニティ放送、市民ラジオを意識した様々な番組を制作、発信しています。

発信者が成長し夢をかなえる
DJ (Dream Jockey
||ドリーム・ジョッキー||

あおラジの根幹は、市民参加の番組制作であり、特に市民が自身の言葉で語り、発信することを最重要テーマにしています。平成28年度は「市民DJ発掘・発信プロジェクト」として、市民の語り手の発掘・育成に力を入れてきました。これまで多くの団体が番組を制作し、発信することでファンづくりにつながり、団体が成長しています。実例では、青森市を拠点に活動している団体「カッチャート・プロジェクト」が、「レディオ☆カッチャート」という番組を制作しました。市内の女性達による様々なトークや音楽番組は、団体の知名度の向上とともに、イベントで多くの来場者を集めるなどの効果を生み出しました。また、アマチュア・インディーズミュージシャンを紹介する番組「ミュージックパレット」では、ゲストが番組出演をきっかけに、県域放送や新聞記事で紹介されるなどの効果を生みました。こうしたことで、発信者は自身の夢を



「レディオ☆カッチャート」配信の様子



他団体と合同で行った公開放送



大学生による番組制作体験



番組制作講座

叶えるためにメッセージを送る「DJ (Dream Jockey) ドリーム・ジョッキー」であり、あおラジオはそのような人達を応援すること、その人はもちろんのこと、組織も地域も成長するという将来像を明確にしました。そのようなDJを増やしたい、その思いで発信者の自分らしさを前面に出した番組の企画、発信に取り組んでいます。

未来創造ラジオ 〜誰もが未来の創造者〜

あおラジオはインターネット配信を始めて以降認知度が上がり、AOMORI春フェスティバル、青森ねぶた祭、3月11日の東日本大震災発生

日に合わせた配信など、定例化したものもあります。また、情報提供や番組制作に協力をする団体も増えており、青森市長選挙立候補予定者の公開討論会など、青森市民のための番組も増えていきます。設立10年が経過した平成30年3月には、記念番組「未来創造ラジオ〜Live for the Future Live for the Dream〜」を企画しました。公開イベントとして会場から生配信したほか、テレビ番組としても収録し、青森ケーブルテレビの市民チャンネルで放映しました。夢は見るだけでなく未来に向けて行動する、未来を創るのは私たち市民であることをメッセージとして発信しました。

多くの人が集い、つながる 「場」を創る

〜あおラジオのこれから〜

あおラジオが設立当初に掲げた、青森市のコミュニティ放送の設置はいまだ実現していません。このため、目的を達成していないのではないかという声もあります。しかし、活動して気付いたことは、放送局は目的ではなく手段であるということでした。立派な公民館があっても、利用する人がいなければ意味がありません。私たちは放送も同じだと捉えています。FMラジオではなくインターネットであるものの、放送という「場」をどのように活かすかが重要

だと考えています。現在、その場にはボーカリスト、イベントクリエイター、障害のある人と様々な人たちが集い、地域には多様な市民が暮らしています。県域放送では網羅できない多様な声を届け、多くの人が集い、つながる場を創るためにも、あおラジオの存在意義をアピールしていきたいと考えています。加えて、災害発生時におけるラジオの役割も再認識され、その点から全国的にコミュニティ放送局の設置数が増えています。青森市においても、災害時の情報発信のあり方、関わり方を検討しながら、行政へのコミュニティ放送局の実現に向けた提言へとつながりたいと考えています。

第6回 ふるさとパンフレット大賞

受賞団体

- 【大賞】秋田県
「県勢情報誌「One and Only JAPAN AKITA」」
- 【優秀賞】石川県小松市
「こまつまなび〜こまつ文化にふれて〜」
- 【南伸坊賞】福岡県吉富町
「聞かれすぎて慣れました 吉富町ってどこ？」
- 【楓千里賞】大分県竹田市
「暮らすように旅する竹田 つくりてのつくるば」
- 【バックン賞】天草・宇土半島地域広域連携事業実行委員会
「天草・宇土半島 ワイルド島と男メシ」
- 【マックン賞】群馬県嬬恋村
「妻との時間をつくる旅 公式ガイドブック」
- 【地域活性化センター賞】
静岡県静岡市
「しずおか東海道まちあるきガイドブック」
- 【敢闘賞】群馬県沼田市
「天空の城下町 真田の里 沼田」
東京都港区
「Minato City Guide and Etiquette 港区観光＆マナーブック」

地域活性化センターでは、「ふるさと情報コーナー」(中央区日本橋・日本橋プラザビル1階)において都道府県・市町村の観光・イベント等のパンフレット約2,600種類を展示し、来訪者の皆様にご自由にお持ち帰りいただいています。同コーナーは、年間約34万部のパンフレットを提供しており、有名な観光地のある地域のパンフレットをはじめ、人気を博しています。

そこで、当センターでは、デザインや魅力的なフレーズ、使い勝手の良さ、アイデアなど、優れたセンスで地域情報を発信しているパンフレットを表彰する「ふるさとパンフレット大賞」を実施しています。6回目となる今年度は、平成30年10月25日に地域活性化センター大会議室で選考を行い、次のとおり各賞が決定しましたのでご報告いたします。

【選考委員】

委員長 南伸坊氏

(イラストレーター)

委員 楓千里氏

(株式会社JTBパブリッシング 顧問)

バックン氏

(お笑いコンビ バックンマックン)

マックン氏

(お笑いコンビ バックンマックン)

岩崎正敏氏

(一般財団法人地域活性化センター 常務理事)

【後援】

時事通信社、共同通信社

【大賞】秋田県



秋田県



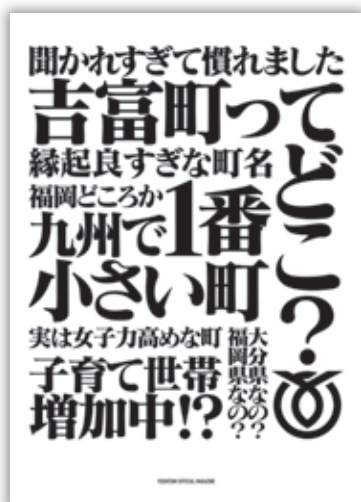
選考委員長講評 南伸坊委員長

大賞の秋田県は、激増している外国人観光客向けに中国語バージョン、韓国語バージョン、タイ語バージョンなど、それぞれ個別に作ったその「決断」が評価されました。

優秀賞の『こまつまなび』は美しい写真やレイアウト、デザインの手軽さが買われました。

敢闘賞の『Minato City Guide and Etiquette』は、大賞の秋田県と対照的に4か国語を並記する方式にしたために、写真が小さくなって魅力が目減りしました。内容はいいのに「頑張りすぎたで賞」とバックン委員から発言がありました。並記しないで予算も抑える工夫ができるといいですね。





【南伸坊賞】
福岡県吉富町



【楓千里賞】
大分県竹田市



【優秀賞】
石川県小松市



【パッケン賞】
水草・宇土半島地域
広域連携事業実行委員会



【マッケン賞】
群馬県嬬恋村



【地域活性化センター賞】
静岡県静岡市



【敢闘賞】
東京都港区



【敢闘賞】
群馬県沼田市



選考委員の皆様（左から 楓千里委員、南伸坊委員長、パッケン委員、マッケン委員、岩崎委員）

受賞パンフレットは、日本橋プラザビル1階「ふるさと情報コーナー」でも展示しておりますが、パンフレットによっては、在庫が僅少のものもございます。入手できない場合もありますのでご了承ください。



群馬県安中市長

茂木 英子

「市民総働」による まちづくりを目指して

安中市は、群馬県の西部に位置し、高崎市や富岡市、長野県軽井沢町に接する人口約5万8千人のまちです。日本三大奇勝の一つ、妙義山や碓氷峠などの山々に囲まれ、市内を碓氷川、九十九川の清流が潤し、里山の風景を残す自然豊かな地域です。古くは東山道、近世には中山道の宿場、関所が置かれるなど交通の要衝であり、現在も市内に北陸新幹線の安中榛名駅、上信越自動車道の松井田・妙義、碓氷・軽井沢の2カ所のインターチェンジと立地条件に恵まれ、交通・輸送の要所として栄えています。また、本市には、温泉マーク発祥の地磯部温泉、めがね橋の愛称で親しまれているレンガ造りの国指定重要文化財碓氷第三橋梁等を擁する碓氷峠周辺地域、秋間梅林など、恵まれた観光資源があり、多くの観光客が訪れている地域でもあります。今年2月には、江戸時代の安中藩主・板倉勝明が、若い藩士たちの鍛練のために実施した安政遠足（あんせいとおあし）と言われる日本で最初のマラソンを題材にした映画「サムライマラソン」が全国で上映される予定です。

さて、本市の人口は平成11年の約6万7千人をピークに、長期的減少局面に移行しており、それとともに、少子高齢化も急速に進行している状況です。

人口の減少は、まちづくりや社会資本整備、地域経済、地域コミュニティ機能の低下など様々な分野に影響を与えます。そのような状況の中、私は平成26年4月に市長に就任し、本年4月には、再び市民の付託を得て、2期目の市政運営を任されました。私が市長就任時に考えたことは、市民に信頼される市政を目指すことを第一に、「市民の力や地域の力」を源とした、市民と行政の協働による、活力あるまちづくりに全力で取り組むことでした。1期目の4年間では、この考えを基本として、各種施策に取り組みました。

近年、社会構造の変化や市民のライフスタイルの多様化により、行政ニーズも多岐にわたるようになり、また、

急速な少子高齢化・人口減少社会の進行は、行政だけの力では地域課題を解決することが難しくなっています。その一方で、「安中を今よりも良いまちにしたい、そのためにできることをしたい」という思いは、この地に受け継がれる人づくりの精神とともに、多くの活動として動き始めています。

こうした中、まちづくりの最上位計画である新たな総合計画「第2次総合計画（計画期間：平成30（2018）年度～平成38（2026）年度）」を策定するにあたり、本市に関わるすべての人が、地域の課題を「自分たちのこと」として共に考え、協力し、よりよい解決を目指すまちづくりを進めていくために、「市民総働」というキーワードを盛り込みました。「総働」とは、市民を含む多様な主体（市民、行政、民間事業者、専門家、学校、ボランティア団体等）が、共通の課題認識のもとに、それぞれの得意分野を活かして、「オール安中」で自主的・自立的にまちづくりに関わっていくことをイメージしています。そのためには、本市に暮らす住民が「このまちが好き」「住んで良かった」と感じられるまちづくりが大切です。現在、本市では、多世代交流による子育て支援拠点事業として、「安中市子育て・交流・憩いの広場（仮称）」の施設建設に取り組んでいます。小さな子どもからお年寄りまで、多様な世代が年間を通じて交流することができるよう施設にしたいと考えています。市民の皆様と一緒に様々な企画、イベントなどを実施していくこの施設では、子育て世代を応援しながら、互いに助け合い支え合えるような関係をつくることを目指し、多様な主体がまちづくりに関われる「総働」の環境を整えていきます。

第2次総合計画で掲げた、本市の将来像「みんな元気でいきいき暮らせる 市民総働のまち あんなか」を実現するため、今後とも各種施策に全力で取り組んで参ります。

明日の風が見えるまち 三田市



■有馬富士公園あそびの王国
三田の伝説をテーマにした遊具が点在

三田市は、大阪や神戸といった大都市の近郊にありながら、豊かな自然に恵まれ、市内には美しい街並みのニュータウン、里山や田園景観など日本の原風景が残る農村地域、そしてかつての城下町の歴史を感じる市街地など、個性あふれる魅力が集まったまちです。

豊饒な土壌と気温の寒暖差に恵まれた大地の恵みも豊富で、「美食のまち三田」を推進しています。1頭1頭丁寧に育てられた三田牛は、肉質、脂質ともに食通をうならせる上質な味と高い評価を得ています。

全国に三田市を発信する取り組みとして、幕末に日本人で初めてビールの醸造に成功したと言われる三田出身の蘭学者・川本幸民にちなみ、毎年11月3日に「三田ビール検定」を実施しています。川本幸民の製法を再現した「幕末のビール復刻版幸民麦酒」も販売しています。

また、「さんだ」と語感が似ているサンタクロースにちなんだ「サンタ×三田プロジェクト」を実施し、12月をサンタ月間として様々なイベントを実施しています。



■血池湿原
ハッチョウトンボ（日本一小さなトンボ）など希少な生物が息息する県下有数の貴重な生態系が残る



■天空のまち
まちが濃霧に包まれると有馬富士山頂からは天空に浮かぶまちのような市街地の光景が見られることも



■三田肉
見事な霜降りをもち、柔らかく繊細で濃密なうま味は高い評価を得ている



■心月院
吉田茂の懐刀と呼ばれた白洲次郎、その妻正子の墓所がある



■幸民麦酒
幕末に川本幸民が醸造したビールを小西酒造が復刻。ふっくらとした香りとクリーミーな泡が特徴



■三田ビール検定
全国から集まった受検者がビールと三田の問題にチャレンジ



■サンタバス
サンタ×三田プロジェクトのメインイベントとして、連節バスの車内で楽しいイベントを開催

地域づくり 1月号

2019年1月1日発行 編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター
東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル13階 電話 03-5202-6131（代）<https://www.jcrd.jp/> 印刷・製本／株式会社太平印刷社

法律で許可された場合以外に本誌からの無断転載を禁止します

落丁・乱丁はお取り替えます。編集室（03-5202-6139）E-mail: jouhou@jcrd.jp まで、ご連絡下さい。

宝くじは、 みなさまの豊かな暮らしに 役立っています。



宝くじは、図書館や動物園、学校や公園の整備をはじめ、少子高齢化対策や災害に強い街づくりまで、さまざまなかたちで、みなさまの暮らしに役立っています。



地域づくり 特集編

金融機関と地域活性化

目次

表2 グラビア

- | | |
|--|---|
| <p>2~5 基調論文／家森信善
地域金融機関による地方創生と地域連携</p> <p>6~7 北海道苫小牧市／佐瀬英明
信用金庫が結婚をサポート</p> <p>8~9 北海道／大道 巧
行政、大学、企業と連携して地方創生に取り組む</p> <p>10~11 岩手県西和賀町／高橋祐樹
「作る」から「売る」までのトータル支援</p> <p>12~13 千葉県／三石隆文
自治体と連携して地方創生を支援</p> <p>14~15 静岡県／大橋 弘
子どもたちに郷土愛を醸成する</p> <p>16~17 岐阜県高山市／田中直樹
電子地域通貨「さるぼぼコイン」でお金の地産地消</p> | <p>18~19 大阪府枚方市、寝屋川市、四條畷市、門真市、大東市、守口市、交野市／小西雅晴
近居・住替え促進事業「巡りズム®」</p> <p>20~21 奈良県／横谷和也
「稼ぐ観光」に向け観光振興に取り組む</p> <p>22~23 鳥取県／齋藤浩文
地域おこし協力隊の相談窓口となる銀行に</p> <p>24~25 愛媛県／白石雄一
ファンドを活用した地域活性化</p> <p>26~27 福岡県／最首英裕
地銀と連携、各地で新たなAI事業創出を</p> <p>28~29 熊本県／横田憲司
創造的復興を目指して「食」と「観光」を盛り上げる</p> <p>30~33 副基調論文／諫山信彦
地方銀行と自治体が連携した地方創生の取り組み</p> |
|--|---|

2019年1月1日発行 編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター ©2019 jcrd.jp

東京都中央区日本橋 2-3-4 日本橋プラザビル 13 階 電話 03-5202-6131 (代) <https://www.jcrd.jp/> 印刷・製本／株式会社太平印刷社



金融機関と地域活性化



② 北海道 (p8-9)

2018.11.5 学校法人日本体育大学等との連携協定締結式の様子



① 北海道苫小牧市 (p6-7)

苫小牧信用金庫本店敷地内に設置した縁結びの鈴と祠



④ 千葉県 (p12-13)

空き公共施設視察ツアー



③ 岩手県西和賀町 (p10-11)

官民一体で商品開発の打ち合わせ



⑥ 岐阜県高山市 (p16-17)

移動販売車でのおさぼりコイン決済の様子



⑤ 静岡県 (p14-15)

「しずおかキッズアカデミー」で親子でお茶摘み体験！お茶講座も受けました



⑧ 奈良県 (p20-21)
奈良市から受託して行う「空き家・町家見学ツアー」



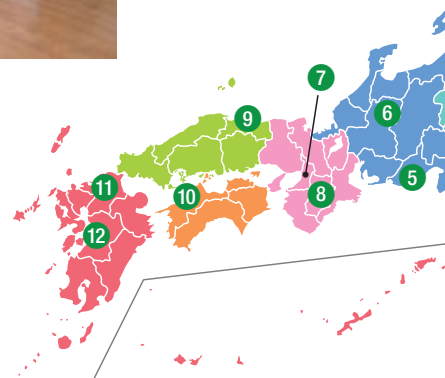
⑦ 大阪府枚方市、寝屋川市、四條畷市、門真市、大東市、守口市、
交野市 (p18-19)
京阪電気鉄道との包括連携協定



⑩ 愛媛県 (p24-25)
「えひめベンチャーファンド2013」の投資先
であるアザース株式会社がTOKYO PRO
Marketに上場



⑨ 鳥取県 (p22-23)
民宿買い取り案件（支援の様子）



⑫ 熊本県 (p28-29)
香港にて熊本PRを行う飲食店「割烹櫓杏（ろあん）」の開業
1周年式典



⑪ 福岡県 (p26-27)
OpenAILabハンズオンセミナーの様子

地域金融機関による地方創生と地域連携

— 取り組み意欲は高いが連携に課題も —

期待される地域金融機関の地方創生

金融庁の「中小・地域金融機関向けの総合的な監督指針」で、「顧客企業の発展のためには、地域や広域の活性化策の中に、当該企業や取引先を戦略的に位置づけ支援することが有益である。そのためには、地方公共団体、商工関係団体等との連携が必要であり、特に、地方公共団体が実施する計画的で継続的な取り組みとの有機的連携が重要である」と指摘されている。

さらに「監督指針」では、「顧客企業の経営目標の実現や経営課題の解決に向けて…適時に最適なソリューションを提案する。その際、必要に応じて、顧客企業の立場に立って、他の金融機関、外部専門家、外部機関等と連携するとともに、国や地方公共団体の中小企業支援施策を活用する」ことが指摘され、具体的なソリューション事例とし

て自治体と連携したビジネスマッチングの取り組みなどが示されている。

このように、顧客の中小企業を支援する際に、自治体などの地域の諸機関と連携することが地域金融機関に期待されていることがよくわかる。

ただし、地域金融機関の連携の重要性・必要性は顧客企業の支援にとどまらない。「監督指針」では、わざわざ「地域の面的再生への積極的な参画」という項目を立てて、「地域金融機関は、成長分野の育成や産業集積による高付加価値化などの地域の面的再生に向けた取り組みに積極的に参画することが期待されている」とした上で、「例えば、地方公共団体による地域活性化に関するプロジェクトに対して情報・ノウハウ・人材を提供すること、地方公共団体や中小企業関係団体及び地域経済活性化支援機構等の関係機関と連携しながら地域的・広域的な活性化プランを策定すること等により、地域の面的再生に向けて積極的な役



神戸大学経済経営研究所教授

● 家森 信善

筆者プロフィール

家森 信善氏
(やもり・のぶよし)

1963年生まれ。名古屋大学教授、同総長補佐などを経て、2014年より神戸大学経済経営研究所教授。2016年より同副所長を兼務。経済学博士。これまでに、中小企業研究奨励賞・本賞などを受賞。現在、金融庁・参与、金融審議会委員、金融仲介の改善に向けた検討会議有識者メンバー、中小企業庁・中小企業政策審議会臨時委員、地域経済活性化支援機構（REVIC）社外取締役、経済産業研究所ファカルティフェローなどを務める。

割を果たしていくことが重要である」と指摘している。

このように地域金融機関には顧客企業への支援

はもちろんのこと、地域全体を活性化する役割も期待されているのである。

地方創生への現場の高い意識

筆者は、2015年7月から2017年6月までの期間、独立行政法人経済産業研究所においてファカルティフェローとして「地方創生に向けて地域金融に期待される役割―地域経済での雇用の質向上に貢献するための金融を目指して―」プロジェクトを実施した。その研究活動の一環で、2017年1月に「現場からみた地方創生に向けた地域金融の現状と課題に関する実態調査」（以下、支店長アンケート）を実施した。この調査では、全国の地域金融機関の支店長7000人に調査票を送付し、2858人から回答を得るこ

とができた。詳しくは、家森（2018）を参照してほしい。

この調査の中で、「金融機関は地方創生に貢献すべきである」という文への共感度を尋ねたところ、回答のあった2791人の内、49.7%が「強く共感」、47.5%が「ある程度共感」と回答しており、「ほとんど共感しない」や「全く共感しない」はあわせても1.8%にとどまった。つまり、地域金融機関の支店長のほぼ全員が、地方創生に貢献することを自らの使命と捉えていることが確認できた。

また、「経営に問題を抱えた企業を支えるのは金融機関の使命である」についても、回答のあった2786人の内、「強く共感」が46.9%、「ある程度共感」が50.7%と、やはりほぼすべての支店長が顧客企業に対する支援を自らの使命であると捉えていることも確認できた。

一方で、地方自治体との連携の課題も明らかになった。すなわち、本調査で、「顧客企業を支援する際に、国や地方自治体（外郭団体を含む）と協働（補助金の利用、技術支援センター利用、制度融資の利用などを含む）する上で、これまでに経験した障害」を尋ねてみた。その結果が、図表1である。もともと多い回答が「利用の手続きが煩雑である」で、「どのような施策があるのかわかりにくい」や「制度が頻繁に変更になり、適用可能か判断しにくい」が続いていた。

こうした支援策の最終的なユーザーは中小企業であるが、そうした制度の存在を企業に知らせる上で地域金融機関の役割は重要である。その彼らの多くが、現行制度が「わかりにくい」「判断し

にくい」と感じているという事実は、制度運用上の大きな課題だとと言える。そのためには、筆者は、行政と地域金融機関が支援策の構築の時点から連携することが効果的であると考えている。

金融機関が期待する自治体との連携

筆者は、上記の支店長アンケートとは別に、全国の金融機関520社の本店・本社に対するアンケート調査（以下、本店アンケート）を2017年1～2月に実施し、280社（信用金庫150社、信用組合85社、地方銀行27社、第二地方銀行16社、都市銀行等2社）からの回答を得ることができた。詳しくは、家森・富村（2017）および家森・富村・尾島・朱（2017）を参照してほしい。

前述したように支店長のほとんどが地方創生への使命感を持っているが、この本部アンケートで「貴社の社訓、経営理念、経営ビジョンなどに、『地元企業や地域経済への貢献』といった観点は含まれていますか」と尋ねてみたところ、回答金融機関280社の内、264社は「地元企業や地域経済への貢献」といった観点が「明示的に含まれている」と回答しており、「暗黙的に含まれている」と回答している」を選択した8社を加えると、272社となる。ほぼ全ての金融機関が地方創生を経営理念に据えているということが確認できた。

本部アンケートでは、「過去5年間に、貴社の本店所在地の地方自治体（都道府県および市町村）の創業支援、および商工・産業振興施策全般の変

図表1 地方自治体等との協働での障害

利用の手続きが煩雑である	45.0%
どのような施策があるのかわかりにくい	41.6%
制度が頻繁に変更になり、適用可能か判断しにくい	33.8%
審査などに時間がかかりすぎる	24.2%
どこに相談すればよいのか、わかりにくい	20.2%
行政機関の横の連携が弱い	14.9%
担当者の知識・経験が乏しい	12.4%
現場の実態と乖離した制度・対応が多い	11.5%
熱意のない担当者が多い	9.2%
対応結果（たとえば、申請の不採択）についての十分な説明がない	8.0%
協働の機会はあるが、障害を感じたことはない	7.4%
回答数	2,756

（注）選択率の多い順に主な結果を並べている。

（出所）家森（2018）。

	全体	大都市圏	都市圏	その他
中小企業の経営力の強化	84.4%	83.6%	78.3%	86.2%
事業承継	62.7%	54.5%	78.3%	60.9%
地域経済を担う人材の育成	62.0%	50.9%	65.2%	64.9%
商店街の活性化	56.2%	43.6%	47.8%	62.6%
新産業の育成	50.7%	34.5%	58.7%	54.0%
地域の将来計画の策定	31.9%	34.5%	21.7%	33.9%
企業誘致	26.1%	20.0%	28.3%	27.6%
地域経済の調査・研究	20.7%	30.9%	13.0%	19.5%
強化したい分野はない	1.8%	3.6%	2.2%	1.1%
回答数	276	55	46	174

(出所) 家森・富村・尾島・朱 (2017)。

	有効率	取り組み無し率	有効回答数
中小企業の経営力の強化	48.0%	19.3%	269
地域経済を担う人材の育成	47.0%	25.9%	270
地域の将来計画の策定	30.7%	31.5%	267
新産業の育成	29.4%	39.8%	269
商店街の活性化	23.8%	28.3%	269
地域経済の調査・研究	21.6%	40.1%	269
企業誘致	13.1%	50.0%	268

(出所) 家森・富村・尾島・朱 (2017)。

融機関が自治体との連携に期待していることがわかる。

この表には、金融機関の本店の所在地別に回答を整理した結果も示しているが、地域によつて興味深い違いが見られる。まず、「都市圏」では「事業承継」をあげる回答社が78・3%と、「大都市圏」の54・5%に比べて非常に高い点が特徴的である。また、「その他地域」では、「商店街の活性化」が62・6%と非常に高い。本特集では、様々な地域金融機関の取り組みが紹介されているが、地域によつて課題が異なるので、当然ながら取り組み内容も多様になるはずである。ある地域の金融機関が熱心に取り組んで成果を出している分野だからといって、別の地域の金融機関が優先して取り組むべきものとは限らないのである。

本店アンケートでは、7つの分野について自治体との連携の効果についての評価を4段階で尋ねている。その回答状況を整理したのが図表3である。ここでは、「非常に効果的」あるいは「効果はある」を選択した社の比率を「有効率」と表記している。

多くの金融機関から連携が「有効」と評価されている項目は、「中小企業の経営力の強化」と「地域経済を担う人材の育成（創業者教育などを含む）」であった。これは、

この質問の選択肢には、「該当する取り組みはない」を用意していたので、その選択率についても図表3に示している。「中小企業の経営力の強化」について自治体との連携した取り組みがないという金融機関は2割以下であるが、「企業誘致」では半数の金融機関が取り組んでいないと答えている。特徴的なのは、商店街の活性化である。取り組んでいないという回答は3割以下であるにもかかわらず、有効だという回答も25%に満たないのである。残念ながら、商店街の活性化については、取り組みの割に結果が出ていないことになる。

また、表には掲載していないが、金融機関の立地別に見ると、商店街の活性化についての連携した取り組みがない比率は、「大都市圏」では35・8%、「都市圏」では40・0%であるのに対して、「その他地域」では22・9%であり、「その他地域」の金融機関がより熱心に商店街の活性化のために自治体と連携して取り組んでいることがうかがわれる。

支店長アンケートでは現場の責任者である支店長の個人的な地方創生への見解を尋ねたが、本店アンケートでは金融機関としての見解を尋ねてみた。その回答結果が図表4である。「あまり関与したいと思わない」との回答はほとんどなく、「自治体の要請に応じて対応している」や「自治体に積極的に協力している」といった回答が大半である。

図表4 地方創生への金融機関の姿勢

3. 自治体の要請に応じて対応している	54.2%
2. 自治体に積極的に協力している	48.7%
5. 関与したいが自治体からの要請がない	14.9%
1. 自治体をリードしている	10.2%
6. 関与したいが、能力・余力がない	7.6%
4. あまり関与したいと思わない	2.2%

(注) 有効回答社は275社。
(出所) 家森・富村・尾島・朱 (2017)。

また、表には示していないが、「経営陣は地方創生に取り組み決意を持っている」にイエスと回答したのが約7割(271社中183社)であった。業態別にイエスの比率を比べると、地方銀行では9割を超えるが、第二地方銀行や信用金庫では7割台で、信用組合では5割を切るなど、業態によって取り組み姿勢に違いがある。下位業態ほど、地方の面的な支援を含む地方創生は荷が重いであろう。しかし、それぞれの金融機関が自らの状況に応じた取り組みを考え、実行するべきであり、やれることは少なくないのである。

地方創生への取り組み事例

まち・ひと・しごと創生本部事務局は、定期的に、金融機関と地方公共団体とが連携して地方創生に取り組んでいる事例を紹介しており、各金融機関や自治体が新しい取り組みを始める際に参考になる。

ここでは、同事例には含まれていない、愛知県の西尾信用金庫の「にしんハイスクール・ものづくりコンテスト」(本年度は11月4日開催)の取り組みを紹介する(写真)。これは、2010年に「西三河ハイスクール・起業家コンテスト2010」として始まり、2013年には「愛

知県ハイスクール・起業家コンテスト」として実施され、2018年の開催が7回目となった。2015年に「第3回キャリア教育推進連携表彰」(経済産業省・文部科学省による共同実施)で優秀賞を受けている。

この事業では、職業教育を主とする専門学科の地元高校生(2018年のコンテストでは機械、電子・電気・情報学科に焦点を当てている)に資金を提供して、ビジネスプラン(商品開発および実際の販売をふくむ)を実践してもらうものである。そのプロセスで信用金庫の役職員が指導したり、信用金庫の顧客企業を紹介することで技術的な支援や販路開拓を行ったりしている。

筆者も2010年の第1回コンテストから審査委員長として参加しているが、ユニークなアイデアにいつも驚いている。たとえば、2017年コンテストでは、半田工業高校の電動車いすの製作が最優秀賞を獲得しているが、障害者の不便を技術でサポートしようという高校生の若い感性と学んだ技術を生かした作品であった。

主催者の西尾信用金庫にとって直ちに貸し出しが増える取り組みではないが、地元の高校生がビジネスやものの作りに関心を持ってくれたりして、地元の高校が活性化すれば、長い目で地域経済の活性化につながるはずである。

そうした地道な取り組みが全国で展開されることも期待したい。

参考文献

家森信善編「地方創生のための地域金融機関の役割—金

にしんハイスクール・ものづくりコンテスト



2018年の表彰式から

融仲介機能の質向上を目指して」中央経済社 2018年3月。

家森信善・富村圭「地域金融機関の地方創生推進の課題—広がる取り組みの格差、人材育成に力を—」『金融ジャーナル』2017年10月。

家森信善・富村圭・尾島雅夫・朱トン「地方創生に関する地域金融の現状と課題—2017年・金融機関本部向け調査の概要報告—」RIEB DP2017-J10 2017年7月。

(注)

1. 地方創生への取り組み状況に係るモニタリング調査結果「地方創生に資する金融機関等の「特徴的な取組事例」」

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/meeting/kinyu/jirei.html>

信用金庫が結婚をサポート

―結婚相談所を開設、官民一体で取り組み―



苫小牧信用金庫業務推進部 主席調査役

・佐瀬 英明

結婚相談所設立の経緯

苫小牧信用金庫は、北海道苫小牧市を中心に近隣の18市町村を事業区域とし、2018年度に創立70周年を迎えた信用金庫です。

当金庫本店所在地の苫小牧市は、人口17万人を超える北海道内で4番目の人口を有する都市ですが、当地域においても少子高齢化・人口減少問題は大きな課題であり、地域と共に歩む「信用金庫」にとりましても大変重要な課題です。若者の多くは「いずれ結婚したい」と思っているものの、出会いの機会に恵まれず「晩婚化・未婚化」が進行しているとの声を聞きます。

当金庫は、そう言った声にお応えしようと2012年11月、苫小牧商工会議所と連携して「婚活パーティー」を企画、予想を上回る大きな反響があり、定員を増員しての開催となりました。しかし、参加者の中には積極的にアプローチが出来ない方やカップルとなってもその後の交際に結び付

かない方が多いことから、さらに一歩踏み込んだ取り組みが必要として、2013年6月、一人ひとりの希望に沿ったお相手を紹介し「お見合い・交際・結婚」までをサポートする「結婚相談所」を開設しました。

結婚相談所の概要

結婚相談所の窓口は当金庫本店7階に設置、専担の女性職員1人と2人の職員がフォローして対応しています。金融機関なので、結婚相談所の対応ノウハウはまったくありませんでしたが、専担の女性職員は独自に通信講座を受講し「仲人」の認定を受け親身となって会員へのアドバイスを行っています。

結婚相談所の入会資格は「当金庫取引先の方」「結婚したいと言う明確な意思のある方」などと定め、会員期間は3年（延長可・結婚後は永久会員）としています。

入会に際しての必要書類として、入会申込書・

プロフィール・誓約書・戸籍謄本・所得証明書・最終学歴の卒業証書・写真を提出していただき、入会預り金として1万円をお預かりしますが、退会時には全額返金します。実質無料の結婚相談所となっています。

お相手のご紹介は、入会申込書に記載された希望条件により検索し「お相手のプロフィールと写真」を見てもらい、お会いしたいかを決めてもらいます。男女双方が共にお会いしたいとなった場合「お見合い」に進みます。

お見合いは、当金庫の応接室で30分間行います。お互いのプロフィールを見ながらお話をしていただき、お見合い終了後に男女それぞれと個別に面談し、交際に進むかどうかを確認します。また、お見合い終了後はストーカーなどの待ち伏せ事故防止対策として、女性を先に帰し10分程度経過後に男性を帰すようにしています。

交際に進む場合は、お互いに連絡先を交換するまでは、事務局が間に入り連絡役を行います。交際期間は概ね3カ月とし、結婚を前提に交際を継続するのか、交際を打ち切り次の方の紹介に移るのかを決めていただきます。また、交際期間中は最低月1回、男女それぞれから交際状況について経過報告を行っていただいています。

結婚を前提とした交際を開始した場合は、随時連絡を取りながら交際状況を確認し結婚までのサポートを行うほか、結婚後も近況の聞き取りなどにより繋がりを継続します。

また、金融機関ならではの取り組みとして、積立預金や住宅ローンなど会員限定の優遇商品を用意して、入会時から結婚後も将来に渡り応援する

体制としています。

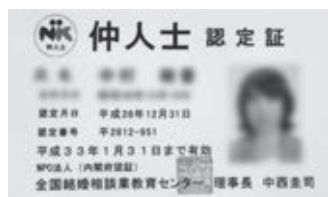
結婚に向けての環境づくり

当金庫が行う結婚相談所は、地域の信用金庫が行っていることで安心できるとの理由で入会される方が多いですが、まだまだ一步を踏み出せない方も多くいると思われます。地域が一体となって取り組むことで、より効果を発揮できるのではないかと考え、2015年に苫小牧市と苫小牧商工会議所との間で結婚支援事業の連携協定を締結したのを皮切りに、近隣のむかわ町・厚真町・白老町・白老町商工会・新冠町とも連携協定を締結し、官民一体となって結婚への機運を盛り上げる取り組みを開始しました。

また、当金庫本店の敷地内に「願いを込めて鈴を鳴らせば恋が実る!」をキャッチフレーズとした「縁結びの鈴」と「祠」を設置、同じく地域住民の交流拠点として設置している屋内型の足湯・手湯施設「まちなか交流館」内に「おみくじ機（恋みくじ）」を設置し、若い男女のキースポットになればと期待しています。

これまでの成果

2018年10月末現在、会員数537人（男性254人、女性283人）、お相手のご紹介1162回、お見合い508回、結婚を決めたカップル43組、6人のお子様が生れました。



専担者が取得した
仲人士の認定証



苫小牧信用金庫結婚相談所の相談窓口

当金庫の結婚相談所の取り組みは、北海道内信用金庫の間でも話題となり、旭川信用金庫、帯広信用金庫でも同様の取り組みを開始しました。結婚相談所の会員の中には、北海道内での転勤がある会員もおられますので、旭川・帯広方面への転勤者には、両金庫の結婚相談所を紹介することもでき、道内信用金庫のネットワークが活かされ利便性が向上しました。

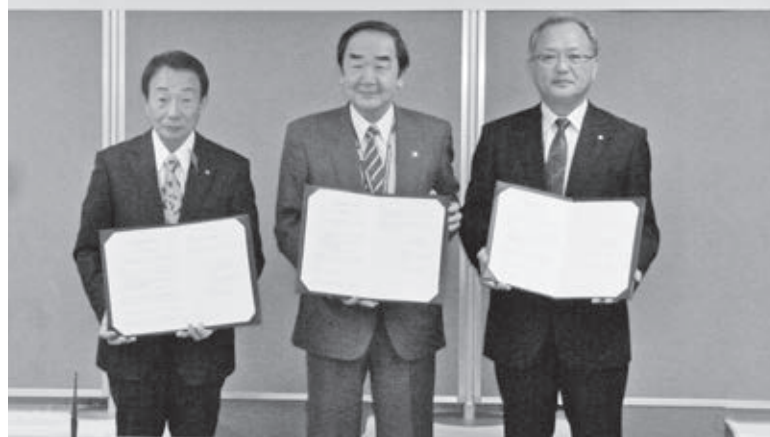
当金庫の結婚相談所は開設から5年を経過しましたが、2018年2月に地方創生に資する金融機関等の「特徴的な取組事例」として内閣府特命担当大臣（地方創生担当）表彰を受賞。同年6月には全国の信用金庫の社会貢献活動を顕彰する第

21回信用金庫社会貢献賞で最も優れた活動に与えられる「会長賞」を受賞しました。

今後もお節介な 世話焼き信用金庫として

当金庫の結婚相談所には、毎月新規入会者が訪れています。私どもは一組でも多くのカップルが誕生し、この地で幸せに暮らしてもらえよう、今後もお節介な世話焼き信用金庫として、地域の方々のお役に立てるよう取り組んで参りたいと思っています。また、これらの取り組みを通して生まれる「絆」を大切に、地域との関わりを維持し発展できる「信用金庫」でありたいと思っております。

結婚支援事業の連携に関する協定締結



苫小牧市・苫小牧商工会議所との結婚支援事業連携協定

行政、大学、企業と連携して

地方創生に取り組む

―銀行経営の中核に位置付けて―



北海道銀行地域振興公務部
(人事交流により札幌市から派遣)

・ 大道 巧

北海道銀行では、地方創生について、行内の推進体制強化を目的として平成27年7月に「道銀地方創生本部」を設置し、地方創生の実現を銀行経営の中核に位置づけています。本稿では、北海道の課題や本行がこれまで行ってきた地方創生の取り組みと共に、最近の事例を紹介します。

◆◆◆ 北海道の地域性と課題

まず、北海道の地域性と課題について簡単に触れたいと思います。

北海道は四方を太平洋、日本海、オホーツク海に囲まれ、雄大かつ変化に富んだ山岳、広大な湿原、美しい景観の天然湖沼により形成され、豊かな観光資源に恵まれ、冬の積雪寒冷に象徴されるように美しい四季を有する地域です。また、食料自給率が全国平均を大きく上回り、「日本の食糧基地」とも言われるように、農林水産業を基幹産

業としています。

一方で、人口減少や高齢化の進行が速い、大消費地から離れているが故に物流コストが高いといった多くの課題も抱えています。

このような中、地域金融機関として地域経済の活性化に尽力することが本行の使命であり、地方創生に積極的に取り組む所以でもあります。

◆◆◆ 行政機関、大学、地域中核企業などと連携して地方創生に取り組む

本行は、これまで培ってきたノウハウやネットワークを活用し、食や観光に限らず幅広い分野で地方創生の実現に向けた取り組みを展開しています。その実現には、国や道庁、道内市町村といった行政機関や、大学、高専等学術研究機関、地域中核企業との連携が不可欠です。

ここで、その成果の一部を簡単に紹介します。
・北見産玉ねぎのロシア向け輸出について、本行

が設立した地域商社「北海道総合商事(株)」を活用したサポートの実施。

・増加する海外観光客の受け入れ体制整備と「稼ぐ観光」の確立を目的とした商談会「インバウンドプロダクト」の開催。

・PPP／PFIのスキームを活用し、公営住宅の代替となる民間賃貸住宅の建設を、北海道庁、市町村、地域企業と連携して実施した「遠別モデル」の構築とサポート。

・大学生の地元企業への就業促進を目的とし、文科省が進めるCOC+と連動した「COC+企業説明会」の継続開催。

・学校法人日本体育大学、学校法人東日本学園北海道医療大学、当別町および本行による4者連携・協力に関する協定の締結。

◆◆◆ 日体大等との連携事例

前記の5つの取り組みのうち、平成30年11月に締結した日体大等との4者連携・協力に関する協定の締結についてご説明します。

日体大は、スポーツ分野において全国で最も歴史を有し、数々のオリンピックメダリスト、プロスポーツ選手、そして優秀な指導者を輩出している大学です。

道医療大は、薬学部・歯学部・看護福祉学部・心理科学部・リハビリテーション科学部を有し、来年4月には新たに医療技術学部臨床検査学科を開設するなど、道内有数の医療系大学です。

当別町は、札幌市に隣接し、新千歳空港から車で約1時間の人口約1万6千人の町です。基幹産



本行では、これまでの地方創生に関する実績の一部をまとめてHPで公開しています



日体大世田谷キャンパス



北海道医療大学



当別町 ～スウェーデンヒルズ～

業の農業に加え、大手菓子メーカーの大きな工場があり、自然と街並みが調和した北欧風の住宅地「スウェーデンヒルズ」を有していて、ゆとりとやすらぎのある田舎ライフが楽しめるまちづくりに取り組んでいます。また、道医療大が立地する町でもあり、本行が指定金融機関となっています。

○経緯

学校法人日本体育大学が私立大学法人としては国内初のスポーツ教育を柱とした男子の全寮制の特別支援学校を平成29年に北海道網走市に開設するにあたり、同法人、本行およびシンクタンクの(株)道銀地域総合研究所との間で包括連携協定を締結しました。それ以来、本行と様々な情報交換を行うとともに親密なお取引をさせていただいています。

その中で、日体大が道内で医療系大学を有する自治体との連携を求めていることから、本行が当

別町および道医療大を紹介しました。

両大学は、互いの設置学部は異なりますが、スポーツ・医療・健康の分野で相互に補完機能を果たすことで付加価値を高めることができ、また、当別町は200万人都市の札幌市が隣接しているというロケーションの良さが決め手となり、本行が今回の協定締結をコーディネートするに至りました。

○協定の目的

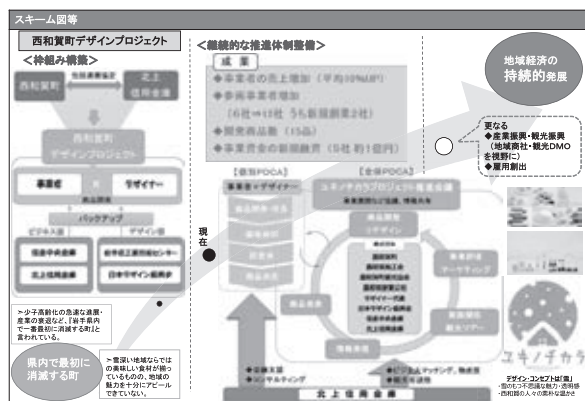
今般の協定は体育・スポーツおよび健康づくりでの相互連携・協力や地方創生が主な目的です。両大学がそれぞれの専門分野のノウハウを提供し、人材・研究分野で交流等を積極的に進めて、地域の発展に貢献することを目指します。本行と当別町はそのバックアップのために必要な経営資源を提供します。

○今後の展望

具体的な事業実施はこれからであるため、まだ構想段階ではありますが、今後は両大学の教員や学生の交流、講演会の共同開催、スポーツにおけるマウスピースの活用や心理、リハビリ等に関する共同研究および当別町での体育系部活動の合宿などが案として挙がっています。

本行としては、本連携が生み出す相乗効果によって、町の知名度や魅力がアップし、学生の地元定着あるいは交流人口の増加が図られ、当別町、そして北海道の地方創生の好事例となればと大変期待しており、今後も積極的にサポートさせていただきます。

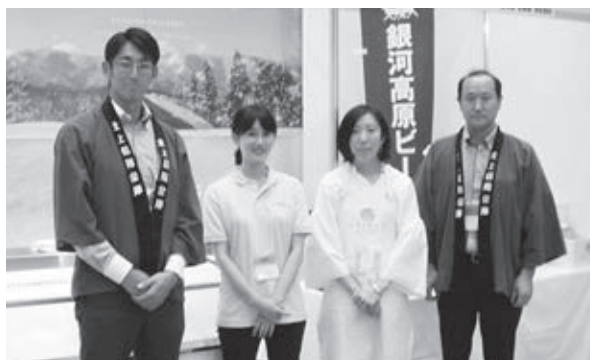
この事例は道内外の大学および自治体との連携という本行でも初めての取り組みです。今後関係機関と目頃から情報交換等を行い、このようにシナジー効果が得られる取り組みを実施していきたいと考えています。



スキーム図等



28年度ユキノチカラ新商品



よい仕事おこしフェア

取り組み事例の具体的活動内容と成果

本プロジェクトは、西和賀町の豊かな食資源を活用した地域産業の「稼ぐ力」の向上を図るものです。西和賀町、西和賀町内事業者、岩手県内デザイナーをバックアップする「枠組み」を構築し、信金中央金庫と当金庫が企画調整役、経営支援、販路拡大支援、金融支援といったビジネス面で、岩手県工業技術センターと日本デザイン振興会がデザイン面で、それぞれサポートし、地域内外の連携で「作る」から「売る」までをトータルで支援しています。

ブランドコンセプトは「雪」。町民にとっては、厄介ものですが、雪の降らない地域の人や外国人などから見れば観光資源になります。マイナスイメージのある雪をプラスにとらえて町の魅力とし

て発信する「ユキノチカラ」ブランドが誕生しました。

プロジェクトでは、PDCAを重視し、事業者とデザイナーによる商品開発等の個別PDCAと、情報発信・販路拡大・マーケティング、観光ツアーの企画、進捗管理を行う「ユキノチカラプロジェクト推進会議」による全体PDCAの2本柱で実効性を確保しています。商品開発などは、事業者と県内在住のデザイナーが個別に話し合いを重ね、推進会議で検討、全体の統一感を保ちながらも個々を光らせる商品・デザインを生み出しました。当金庫は、事業者への経営支援、金融支援のほか、業界のネットワークを活用し、東京都内等で開催されるビジネスマッチやイベントに出展し、テストマーケティング、情報発信や販売交渉の席に当金庫職員が同行し、営業活動をバックアップしています。

当初、事業者の中には「売り上げが減っている中で商品を開発しても無理」と消極的な声も少なくありませんでしたが、今では事業者のほうから積極的に意見を出してもらえるようになっています。売り上げがアップしたことや物産展等でお客様の反応が見えたことから意欲も高まっていたのでしよう。プロジェクトの取り組みを通じて、自分たちの地域の魅力、価値に気づき、「自社商品を押し出すだけでなく事業者同士の繋がり、西和賀全体でひとつのイメージを打ち出していくことが大事だと実感した」などと事業者の意識にも変化を生みだしています。

今後の展望

このプロジェクトは、それぞれが強みを発揮し、弱みを補うことで成果につながっています。「どのように地域内にお金を循環させるか」「誰が地域を牽引していく主体となるか」を明確にしたうえで、目先の利益にとらわれず、長い目で見て地域を元気にしていく活動ができればと考えています。

西和賀町には、「雪」というタカラモノがあります。地域に眠る魅力的な資源を地域ブランドディングにより、町の魅力、元氣、稼ぐ力に繋がるよう、地域金融機関として長年にわたり培ってきた経験と知見を活用し、「地域プロデューサー」として調整役を担っていきたいと思います。

この取り組みを持続的に機能させることで、地域住民がいきいきと働き、若者にとって魅力的な町となり、「岩手県内で最初に消滅する町」から脱却できると確信しています。

自治体と連携して地方創生を支援 —空き公共施設活用やまちづくり支援—



千葉銀行地方創生部 副部長 ● 三石 隆文

千葉県の現状

東京都の隣に位置し国際空港を有する千葉県ですが、東京圏に位置づけられながらも南北に長い半島性という地理的要因から、北東部から南部地域の多くの自治体では他県同様、少子高齢化という課題を抱えています。

また、戦後一貫して増加傾向にあった県人口も、県の推計では2020年の624万7千人をピークに減少に転じ、2030年には611万6千人まで減少すると予想されており、その中でも高齢化が進んでいくとみられています。

千葉銀行について

このような千葉県を営業基盤とする千葉銀行は、地域金融機関として長きにわたり、多くの県内の自治体の指定金融機関を務めてきました（2018年11月現在…県内55団体中44団体の指定金

融機関となっています）。

千葉銀行では、この自治体とのネットワークを活かし、グループ会社とも連携を取りながら、地方創生へ向けた自治体の様々な取り組みへの支援を行っています。

県と連携した空き公共施設利活用事業

当行グループと自治体が連携して地方創生へ向けて取り組んでいる事業のひとつに、千葉県と連携して取り組んでいる「空き公共施設等を活用した企業進出支援事業」があります。

本事業において中核的な役割を担っているのが、当行グループのシンクタンクである「ちばぎん総合研究所」です。

同社は1990年の設立以来、地域に特化したシンクタンクとして県内自治体の総合計画策定支援やまちづくりに関する各種調査、コンサルティング、マーケティング調査業務などを受託し、独自・専門性の高い調査・分析・提言を行うことで、

地域経済の活性化へ向けた支援を行ってきました。千葉県からの受託業務である「空き公共施設等を活用した企業進出支援事業」は、今後も人口減少が見込まれ企業誘致の難易度が高いとされている、県北東部から南部にかけての30市町村を対象地として、廃校となった学校や幼稚園などの空き公共施設、空き家、空き店舗への企業進出支援を行うものです。

空き施設を活用したい市町村と進出希望事業者を直接引き合わせるためのフォーラムの開催、実際に空き公共施設を巡る視察ツアーの組成・運営などが受託業務の内容ですが、本事業では、当行の営業店とも連携して、取引先事業者から空き公共施設の利活用に興味のある企業の掘り起こしを行い、フォーラムや視察ツアーの紹介と市町村とのマッチングを継続的に行っています。

結果、受託後3年目を迎える今日までに、11の空き公共施設へ12社の企業誘致に成功しています。

地方創生への資金供給

当行では、自治体と連携した取り組みを進める中で、事業に対して円滑に資金を供給するために「広域ちば地域活性化ファンド」を、REVICキャピタルとグループ企業であるちばぎんキャピタルが共同で設立しています。

また、地方創生に資する民間事業者の新規事業・創業の取り組みを積極的に支援するために「ちばぎん地方創生融資制度」を2015年11月に創設しました。

すでに20先を超す利用実績を持つ本融資制度



大多喜町の街並み



銚子スポーツタウン



古民家を活用した宿泊施設

千葉銀行では、地域金融機関として蓄積してきたノウハウとネットワークを活用し、「少子高齢化による人口減少」と「人口の東京一極集中」による地域経済の縮小を克服するために、県内の自治体が推進している計画「地方版総合戦略」に対して、グループが一体となって支援・協力を行い、千葉県経済の活性化に今後とも取り組んでいます。

は、その特徴として、自治体の空き公共施設の活用案件や農業と観光を融合させた取り組みなど、地方創生に資する新たなビジネスモデルに対応するために事業計画に合わせた柔軟な返済条件等の設定が可能となっています。また、融資実行後も、事業の進捗状況について継続的にモニタリングを行い、事業計画と実績値に乖離がある場合には、対応策のアドバイスや事業計画の見直しなどのハンズオン支援を、当行が直接行う体制を整えています。

◆◆◆ 古民家を活用したまちづくりへの支援

さらに、当行では古民家を活用した観光まちづくりを志向する自治体との連携も強化しています。房総半島の中央に位置し、江戸時代には徳川四天王のひとり、本多忠勝の治める大多喜藩10万石として栄えた城下町である大多喜町は、近年は少子高齢化による人口減少が大きな課題となっています。

この大多喜町で開催した「古民家を活用した観光まちづくりシンポジウム」には、人口9千人余りのこの町に、県内外から500人を超える参加者が集まり、これを契機として同町では有識者会議が発足しました。当行も有識者会議に参画する中で町との連携を

強化し、2018年8月には、「株式会社わくわくカンパニー大多喜」の設立を支援。現在、観光総合戦略の立案や観光プロモーション、関連施設の運営、地域の観光事業者への情報提供等、官民連携組織として公益性の高い事業に取り組むため、当行と大多喜町、町内事業者に加えて、当行と「地域活性化包括連携協定」を締結し地方創生事業に取り組んでいる株式会社マイナビの協力のもと、日本版DMOへの登録を目指して活動を展開しています。

◆◆◆ 「地方版総合戦略」を支援

子どもたちに郷土愛を醸成する

―地域金融機関が行う

「しずおかキッズアカデミー」―



静岡銀行 常務執行役員 ● 大橋 弘

「しずおかキッズアカデミー」とは

「しずおかキッズアカデミー」は、地域の子どもたちが自分たちのふるさとのことをもっとよく知り、もっと好きになることで、将来は静岡を背負って立つ人材になってもらいたいという想いで、静岡銀行の主催で開催しています。静岡県の各地域で、子どもたちが地元の魅力について学ぶイベント形式の機会を提供しています。

「しずおかキッズアカデミー」ができるまで

静岡銀行では、地方創生部という部署ができた2015年度以降、静岡県の抱える課題について考えてきました。

地方の課題といえば人口減少です。特に静岡県は首都圏から比較的近いいためか、人口流出が多い

県で、特に若年人口の流出が顕著でした。若い人が減ってしまったのは地方創生の実現は程遠い。我々にできることはないかと考えました。

静岡県は非常に魅力の多い地域です。温暖な気候、太平洋に面しており水産業も盛ん、伊豆をはじめとした全国的な観光地もあり、製造業を中心に世界的に有名な企業もたくさんあります。ただ、静岡県の子どもは、他県の子どもと比べ、その魅力を語ることがなかなかできないということを耳にしました。

子どもたちが地元のいいところについてあまり知らないために、成長して社会人となったとき静岡県から出て行ってしまわないか。そうであれば、子どもたちに静岡県の魅力をもっと知ってもらう必要があるのではないか。子どもたちが地元の魅力を知る機会を提供することで郷土愛を持った人材を育成し、進学などで一度は県外に出たとしても将来は静岡県で活躍してもらいたい。

そんな想いからしずおかキッズアカデミーは生まれました。

体験が重要

第1回は、伊豆半島の魅力について知るシンポジウムの開催でした。約350人の親子にご参加いただき、伊豆半島特有の地形や歴史、特産品等について子どもたちに伝えました。2018年4月に伊豆半島が国内で9番目の「ユネスコ世界ジオパーク」に認定される前の開催でしたが、子どもたちにとって貴重な経験になったと思います。

もっと子どもたちに充実した学びの機会を与えられないかと考え、2017年度からは「体験」をテーマとしました。ただ講義を聞くだけでは子どもたちの心には残らない。参加者が少人数となっても、充実した体験の機会を提供することを意識しました。2017年9月に県内の川根本町で開催した「SL乗車&お茶博士になろう!」では、静岡の一番の魅力とも言えるお茶について、「お茶摘み&茶業センター見学」「SL乗車&SL整備場見学」という体験を交えながら、子どもたちに地元の魅力について知ってもらう機会を設けました。

地域のリーダーたちとの連携

2018年度は、それぞれの地域にある企業や大学などの主体的な運営参加ということを特に意識しました。銀行が地域の魅力を伝えるイベントを主催したとしても、銀行自体はなんら地域資源



伊豆地域で初めて開催した際の
ポスター



2018年2月に
「まち・ひと・しごと創生本部」表彰を受賞



松坂屋で販売員になる子どもたち

を持っていません。従来は、静岡銀行が単独主催となり、他の事業者には講師として参加してもらうことが多かったのですが、2018年度からは地域資源についてよく知っているそれぞれの地域のリーダーたち（企業や大学等）に共催という形で主体的に運営に参加してもらい、地域の魅力について発信してもらうことを意識しました。

子どもたちが2日間のイベントに参加しました。これは、県内各地にある乳製品やみかんなどの特産品を、松坂屋静岡店で実際に子どもたちが販売するという体験型イベントです。ただし、ただ販売するだけでなく、事前に子どもたちがそれぞれの生産現場に実際に赴き、搾乳や収穫を体験します。そこで生産者たちから、それぞれの特産品にかける想いを学んできます。その後、子どもたちは百貨店の特設ブースで販売員として、自分たちが学んできた特産品のすばらしさを自分たちの言葉でお客様に伝え、販売します。しかもその様子は地元放送局を通じてテレビで放送される。子どもたちの心に残ることは間違いありません。

複数日開催で充実度の向上

子どもたちにより充実した機会を提供するために、複数日のイベントを実施することも実験的に行いました。それまでのキッズアカデミーは1日の参加しやすいイベントでしたが、地元の百貨店松坂屋静岡店、地元の放送局静岡放送と共同で開催した第10回のしずおかキッズアカデミーでは、地元の生産者や企業4社の協力を得て、

なぜ銀行がやるのか

そもそもなぜ銀行がそんな機会を子どもたちに提供するのか。前述したとおり、銀行自体はなんら地域資源を持っていません。しかし、地域金融機関である我々は、静岡県のあらゆる場所に拠点を持っており、それぞれの地域の資源を持ってい

る方々と関係を持っています。それゆえ、それぞれの地域のいいところもたくさん知っています。そんな地域の方々にしずおかキッズアカデミーの想いを共感してもらい、子どもたちと一緒に発信していく。これを県全体で行うことは、地域金融機関だからこそできることであると考えています。

しずおかキッズアカデミーではさまざまな企業や団体のことを子どもたちに伝えていますが、この取り組みは静岡銀行やその他団体のPRの場ではありません。あくまで子どもたちに地元の良さを伝え、地元のことを好きになってもらう場です。この場が企業や団体の宣伝のための場にならないようにすることは常に気を付けています。

そんなしずおかキッズアカデミーの取り組みは、2018年2月に内閣官房「まち・ひと・しごと創生本部」より、地方創生に資する金融機関等の「特徴的な取組事例」として表彰されました。

地域への広がりの期待と我々の決意

今後は地域にしずおかキッズアカデミーの想いが広がり、行政、大学、企業など様々な団体で自発的に子どもたちに郷土愛を持ってもらう機会を提供する場を設けるようになってほしいと考えています。

しずおかキッズアカデミーは、現在まで11回開催、延べ約1400人の子どもたちが参加しています。これからも地域の子どもたちに郷土愛を育み、静岡県のことが大好きな静岡県のリーダーの芽を育てていきたいと考えています。

電子地域通貨「さるぼコイン」で お金の地産地消

スマートフォンを活用した

生活アプリでキャッシュレスー



飛騨信用組合経営企画部企画課
兼ペイメント事業課 課長

・田中 直樹

フィンテックを活用した取り組みで
地域の課題解決

岐阜県の北部に位置する高山市は、江戸時代以来の城下町・商家町の姿を残す「飛騨の小京都」と呼ばれ、全国各地から多くの観光客が訪れる。最近では、「日本の原風景を残す街」として紹介され海外からの観光客も増加している。そんな飛騨高山も、住民の高齢化と人口減少、それに伴う地域経済の衰退という地方都市に共通する課題に直面している。その地域を営業基盤とする当組合は経営方針として「CSV経営」（共創価値経営）を掲げ、事業活動を通じて地域課題の解決に寄与することを目指している。

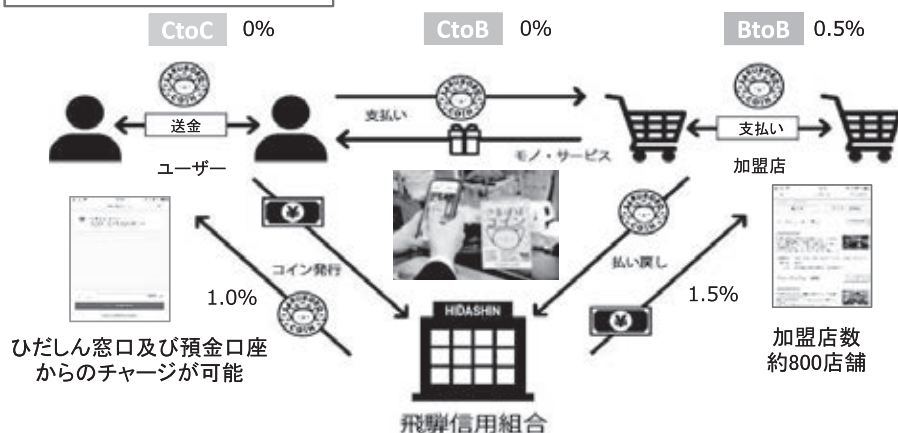
平成28年12月、フィンテック（金融とITを融合した新サービス）プロジェクト・ワーキングチ

ーム（以下FTPT）を組成し、新たな収益事業として決済事業に進出するとともに、当該事業活動を通じてキャッシュレス決済環境の定着による観光消費の拡大、域外への資金流出抑止や域内経済の歩留まり低下などの地域課題の解決に向けた取り組みを始めた。その中で、電子通貨かつ地域通貨の特徴を併せ持った電子地域通貨「さるぼコイン」のビジネスモデルが誕生した。

ユーザーの声をアプリ開発へ

FTPTでは、飛騨高山を訪れる年間460万人の観光客の方々にこの地域でより多くのお金を使っていたくに加えて、地域住民の方々にも継続的かつ積極的に使って頂けるサービス、さらには地域内で資金が循環する機能を持つ仕組み

さるぼコインスキーム図



を検討した。そこで出した答えが「地域通貨」の電子化である。

当地域は、たくさんのお客が訪れる地域ではあるが、地域課題として決済インフラの普及率の低さがあった。その要因は、加盟店が決済インフラを導入する場合に発生するインシャルコストと決済手数料だ。そこで、FTPTでは、平成29年5月から3カ月間、地域の事業者（41店舗）の協力のもと、全職員によるスマートフォンの電子決済の実証実験を行い、職員や家族、知人そして



さるぼぼコイン加盟店ステッカー



アプリで加盟店のQRコード読み取る様子

加盟店の意見を抽出し一つの結論を出した。加盟店に決済端末を設置する必要のないQRコードでも決済が充分可能ということだ。それは、アプリのユーザーが金額を入力して入力金額を加盟店に確認してもらい決済する方法となる。初めてスマートフォンを使う職員や年配の職員からも、慣れず、例えば金額を入力する工程は充分許容でき、サイフを出して支払うより便利、さらに加盟店からも、金額を確認するだけなので思った以上に簡単だったとの意見が多かった。

手数料については、2%を超えるのであれば、たとえ便利でも導入はしないとの加盟店の意見が多くあったことから、手数料は1%台とするスキームで検討した。

街を緑のマークで染める

平成29年12月、「さるぼぼコイン」をリリースした。しかし、スマートフォンを使って決済をする当地域の人口は都市部に比べてはるかに少ない。そこで、平成30年3月末まで、まずは、スマートフォン決済を体験してもらうよう、スマートフォンにコインをチャージする際にプレミアム特典として通常の倍の2%を付与した。加盟店にとって、決済用のQRコードは当組合が作成するので導入費用は0円だが、さらに換金・送金手数料を無料とした。換金手数料は、加盟店がコインを現金化する際に生じ、1.5%（税別）または、1.8%（税別）を差引いた金額が、翌営業日に当組合の預金口座に入金される。また、さるぼぼコインの地域通貨としての特徴として、加盟店が仕入れなどの支払いを加盟店間の送金機能で24時間いつでもできる点がある。さらに、その際の送金手数料は0.5%（税別）とし、換金するよりも地域内でコインを循環させることを優先する仕組みとした。導入していただいた加盟店には、当地の代表的な土産物で、当組合のキャラクターでもある「さるぼぼ」のマークの入った緑のステッカーを店の入り口に貼り、レジには緑のQRコードを設置した。平成30年10月末現在で、加盟店数は800店舗、チャージ額4億3千万円、ユーザー数

5400人となり、地域のキャッシュレス環境が少しずつではあるが、変化し始め、加盟店の入り口の緑のステッカーが街中で目立つようになってきた。さらに多くの加盟店で導入していただき、最終的には全てのお店の入口を緑に染めていきたいという想いで日々推進している。

コミュニケーションができる 決済アプリ

このアプリの使い方の大きな特徴は、支払う金額をユーザーが入力し、会計時に店舗スタッフに金額に間違いがないか確認してもらい決済をすることだ。つまり、支払時には「ひと手間」を要する支払い方法となり、早くて便利なキャッシュレス支払いとは少しイメージが異なる。ユーザーに敬遠されるかもしれないとの懸念はあったが、支払時に店舗スタッフに一声かけるコミュニケーションが発生し、「あんと！」（飛騨地方の方言で「ありがとう」の意）の決済音で決済完了画面が表示されると、ユーザーも自然に「ありがとう」と言葉が出て地域通貨らしいとのこと意見も届いている。

生活アプリを目指して

将来、さるぼぼコインアプリは、地域でのお買物を便利にする決済アプリとしてだけでなく、地域の情報やサービスを入手できる生活アプリとなる必要があると考えている。さるぼぼコインアプリで地域住民や観光客に、いかに有益なコンテンツを提供できるかが今後の課題である。

近居・住替え促進事業「巡リズム」[®]

―高齢者の住み替えをサポート―



枚方信用金庫地方創生推進部 執行役員部長

・小西 雅晴

内閣府大臣表彰の「巡リズム」

当金庫の地方創生推進事業「巡リズム」は、2016年度の金融機関等の「地方創生に資する特徴的な取組事例」34選に選ばれて、内閣府特命担当大臣より表彰された。当金庫は1945年8月1日に創立。大阪府の北東部に位置する北河内7市を主要営業エリアとして20店の営業店を有し、従業員数は約330人である。北河内7市は大阪・京都のほぼ中間に位置しており、高度経済成長期に働く世代が住まいを求めて移り住むことで人口が増加、まちが形成されてきた。「巡リズム」を発案した2014年当時の人口は約117万人、世帯数51万世帯であった。

取り組みのきっかけ

「巡リズム」は、時の流れとともに高齢者のみの世帯が増加する中、自宅に住み続けることが難

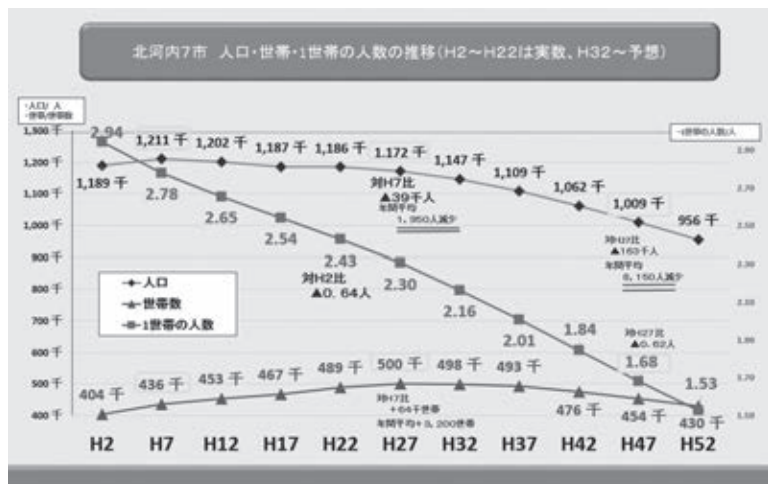
しくなった場合には、便利な駅前マンションや市内の高齢者専用施設等への住み替えなどをサポートする仕組みである。所有されている住宅は「売却、賃貸、取り壊し」などにより、他地域からの子育て世代の移住促進に役立て、都市型コンパクトシティの実現をめざすものである。

この事業を発案したのは、2013年6月、6代目理事長に就任した吉野敬昌である。就任まで業務部を担当していた吉野理事長は、地域の環境変化に頭を悩ませていた。一つは高齢化の進展、もう一つは空き家の増加である。その背景には、若年層が就職・結婚を機に当地から流出し高齢者のみの世帯が増加して、地域資源である良質な住宅環境がうまく活かされず、まちの活力が徐々に失われていく状況があった。有効活用されていない不動産をマイナスの「負動産」、空き家を「死産」と呼ぶが、良質な住宅環境を保ち次世代につなぐことが地域を守ることにあり、そのための活動が地域金融機関の使命であると考えられるようになった。一方、京阪電車は、沿線地域の再活性化に取

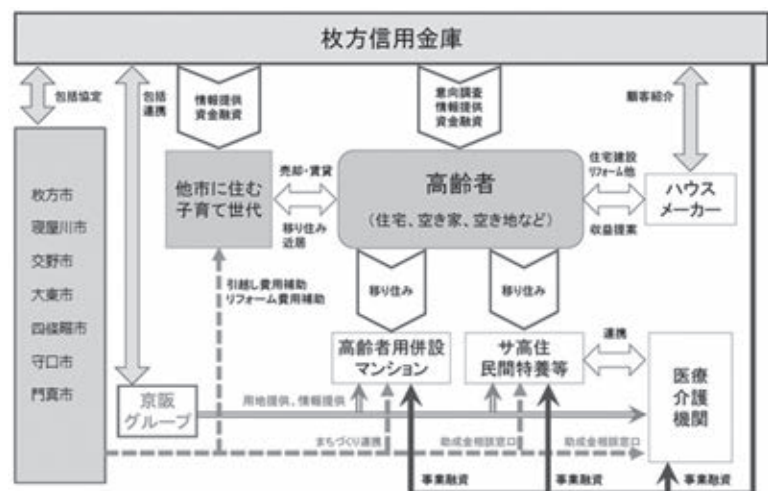
り組んでいた。「くらしの価値」を高める「沿線再耕」を中期経営計画の主軸戦略に取り入れており、良質な住環境を有する「くずはローズタウン」を中心とした沿線のまちづくりに注力されていたことが当金庫の理念とも一致していたため、2016年1月19日に包括連携協定を締結した。さらに、使命実現には行政との連携が重要と考えた吉野理事長は、就任時より定期的に各市長を訪ね、地域の課題である高齢化の進展、空き家の増加について意見交換を続けていた。やがて地方創生法が施行され、地方版総合戦略を各市が策定するにあたっては、北河内7市それぞれに審議会委員として職員が参画させていただき、地域金融機関の立場から「地域の課題解決に向けた提案」を行った。その提案が、近居・住替え促進事業「巡リズム」である。その結果、わずか1年で、京阪電車を筆頭に、全7市と包括連携協定を締結でき、「巡リズム」の下地ができあがったのである（7市の協定締結は以下のとおり。2016年の3月29日枚方市、6月15日寝屋川市、7月22日交野市、8月25日四條畷市、同29日大東市、11月14日守口市、2017年2月22日門真市）。

活動内容

「巡リズム」の具体的な活動としては、女性得意先係15人を含む営業職員92人が、日々の活動として住まいや暮らしに関するアンケート調査をFace to Faceで行っている。行政と連携した調査であることを説明することで、比較的安全してアンケートに回答いただいており、約2年



北河内7市の人口・世帯数グラフ



巡リズム：スキーム図



巡リズム ポスター

当金庫は高齢者を対象に、相続対策や資産運用・分配につながる金銭信託商品の提供や不動産信託、リバースモーゲージローンや無料の見守りサービス付き定期積金の取り扱いを行っている。金融面のサポートも含め「人が巡り住む」仕組みで、多くの世代が共存する、持続可能なまちづくりを目指しており、これこそが、2015年国連で採択されたSDGs（持続可能な開発目標）の実践であり、そこに独自性のある魅力的な信用金庫の姿があると考えている。

今後の展開

遊休資産の有効活用を図ることで老後資金を確保し、施設等への入居により「安心・安全」を提供させていただいている。また、若い世代向けの賃貸住宅等の建設により、子育て世代の流入促進にもつながっている。「将来、空き家にしないようにどうするか」を今、この地域にお住いの高齢の方々と一緒に考え、子育て世代の近居・移住につながるよう取り組むことが基本と考えている。

具体的な事例紹介

半の取り組みで約1万8千件の聞き取りを行えた。お聞きした困り事は、喫緊の課題と将来の課題とに分け、相談者個々の実情に合わせた最善の解決策を、営業店と本部が一体となって提案し、解決に向けて取り組んでいる。

1 例目は、100坪を超えるご自宅に一人暮らしだった高齢の女性で、お体が不自由になり介護施設へ入所されたのをきっかけに自宅の処分を考えられ、施設長を通じてご相談にあずかった。現在、その住宅を若い世代の方が購入し、入居され

ている。

2 例目は、農地を所有し耕作されていたが、高齢で耕作が難しくなったことから、土地の有効活用を検討された方である。そこで、連携している専門事業者と一緒に「若い世代向け賃貸住宅」の建設を提案し、成約に至った。

3 例目は、かつて駐車場として使用されていた更地の有効活用である。「住宅型有料老人ホーム」と「サービス付き高齢者向け住宅」の2棟の建設に協力させていただいた。計画段階から資金提供も含めて携わり、さらに両施設を運営いただく事業者の立ち上げにも協力させていただいた。

いずれの例においても、地域の高齢者の方々の

「稼ぐ観光」に向け観光振興に取り組む

―資金提供や町家見学ツアー、

「観光力創造塾」の開催など―



南都銀行執行役員

公務・地域活力創造部長

● 横谷 和也

当行は、「営業地域および当行の活力を創造する」とした経営ビジョン「活力創造銀行」の実現に向け、さまざまな活動に取り組んでいます。観光振興への取り組みもその一つで、平成29年10月には、観光関連産業活性化による奈良県全体での「稼ぐ観光」を確立することを目的に当部内に「観光戦略室」を設置しました。

なぜ「観光振興」が必要か

奈良県は全国平均を上回るスピードで少子化・高齢化が進むと予想されており、今後生産年齢人口の減少により、「稼ぐ力」の弱体化が進んでいくと言われています。しかし一方では、奈良県を訪れる観光客数はインバウンドも含め年々増加しています。この「外部活力」を起爆剤とし、その活力をうまく取り込むことができれば地域経済の活性化を図ることが十分可能です。残念ながら奈

良県観光の現状は、延べ宿泊者数全国ワースト2、外国人観光客1人あたり旅行消費単価全国ワースト1、と「観光客の増加」地域経済の活性化」はなっていない。しかし、奈良県は、自然、文化・歴史、食、気候の観光4大要素と言われる全ての条件を満たしており、大きな可能性・潜在能力を秘めています。

こうしたことから、地域金融機関である当行は、各地域の魅力を掘り起こし、「地域経済の活性化」に向けた仕組みを構築するため、観光振興における様々な取り組みを行っています。

観光関連事業者への資金提供

当行は平成27年9月、奈良県の観光産業活性化を目的に、南都ディーシーカード株式会社、株式会社RD観光ソリューションズと「奈良県観光活性化ファンド」を設立し、観光関連事業の成長資

金を供給しています。

これまでに、クラフトビール醸造所や、奈良の老舗酒造メーカーの旧酒造蔵・邸宅を高級宿泊・飲食施設へリノベーションする投資などを実行しました。

「奈良町・空家・町家」見学ツアー」の実施

観光振興を推し進める上で、歴史的街並みの保存も重要です。当行は平成29年3月、奈良市と協働し、町家の所有者と事業者をマッチングさせる「奈良町・空家・町家」見学ツアー」を実施しました。金融機関が自治体から古民家活用事業を受託し、見学ツアーを運営するのは全国初の取り組みです。

「観光力創造塾」の開催

当行は宿泊観光客の増加を目的に、平成26年3月から半年に1回、県内観光事業者や自治体を対象に「観光力創造塾」を開催しています。

平成30年7月開催の第10回（奈良県共催・近畿財務局後援）では、「観光で地域を元気に」をテーマに、奈良県観光の可能性や具体的方策について、講師・パネリストにご提言いただきました。講師に日本の「観光カリスマ」の一人でJTIC・SWISS代表の山田桂一郎氏に講演していただいたほか、山田氏を含む、4人のパネリストを交えて、地域活力を創造する観光についてトークセッションを行いました。

◆◆◆ 奈良県ビクターズビューローとの連携

昨年10月には、DMOを中心とする観光地域づくりを進めることを目的に、地域連携DMOである（一財）奈良県ビクターズビューローと「観光地域づくりに関する連携協定」を締結しました。この連携により、当行は金融面・情報面から強力にDMOの観光地経営をバックアップしていくほか、観光振興に携わる人材の育成と機動性の高い連携を図るため、当部より行員1人を同ビューローへ派遣しています。

当行取引先を含め県内の優れた観光資源を同ビューローに紹介し、地域ならではの着地型旅行商品として国内外に発信することで県内での宿泊、観光消費額アップに繋げていきたいと考えています。なお、平成30年3月に実施された「清酒発祥



観光力創造塾



観光力向上研修



JR 西日本との連携協定

の地・奈良を巡るバスツアー」を皮切りに、地元豆腐店と天然醤油醸造の体験を組み入れた伝統的町並み散策ツアー、吉野の自然を満喫できるキャニオンングツアー、打上花火工場見学とオリジナル花火の打上を体験できるツアーなど、当行取引先を組み入れた地元ならではの旅行商品も徐々に出来上がってきています。

◆◆◆ 「観光力向上研修」の実施

昨年度より、若手行員の観光に関する意識向上を図るため、「観光」をテーマとした行内研修を実施しています。「銀行にとって超低金利が続く極めて厳しい環境下、何故今、あえて銀行が観光振興に取り組む必要があるのか？」と正直疑問に思っている行員も少なからずいると思います。この研修では、将来にわたって地域に果たすべき当

行の使命と役割、そして各取り組みの目的をしっかりと若手行員に理解してもらうことを第一義とし、その上でグループ単位にて「県内を巡るツアープラン」の作成を実際に経験してもらうことで、観光客の心に刺さる観光資源発掘に繋がる感性を養ってもらいました。

◆◆◆ JR西日本との連携

奈良県観光の課題である観光消費額のアップを目的に、平成30年9月、JR西日本と「地方創生に関する連携協定」を締結しました。

来春には同社のおおさか東線が全線開業し、新大阪と奈良が繋がります。同社が有する越境ECサイトの活用による当行取引先の販路拡大、同社駅舎内での県内地域のPRイベント開催など、お互いの機能を連携させることで国内外への発信力を高め、観光客誘致による県内消費の拡大を実現したいと考えています。

◆◆◆ 最後に

今後も奈良県の観光振興のため、県内観光事業者のサポートができる業務提携の拡大、観光事業者の意識・知識向上のためのセミナー開催、当行の地域ポータルサイト「ええ古都なら」による地域の魅力発信に努め、奈良県の活性化に貢献して参ります。

地域おこし協力隊の

相談窓口となる銀行に

―支店ネットワークを活用した長期伴走支援―



鳥取銀行ふるさと振興本部法人営業グループ

副調査役

・ 齋藤 浩文

日本一人口の少ない鳥取県で活動する
地域おこし協力隊

「スタバはなくてもスナバ（砂場）はある」と平井知事が発言しインターネット上で話題となった鳥取県は、日本一人口が少ない県（56万5千人／2017年）としても知られています（スタバは2015年5月に無事進出しました）。鳥取県では人口の自然減には歯止めがかからないものの、住みやすさが全国的に注目され、移住者が増加している県としても知られています（2017年度の移住者2127人）。実際に宝島社出版の「田舎暮らしの本」による「住みたい田舎ランキング」では鳥取県鳥取市が全国1位（2017年版総合部門）、2016年度の総合ランキングでも鳥取県岩美町が全国1位に輝いています。そのような背景も手伝ってか、総務省が2009年度に創設した「地域おこし協力隊」制度で採用され

た協力隊員についても2018年6月時点で58人が鳥取県内で活動しており、その活動内容も多岐にわたっています。

「地域おこし協力隊」は三大都市圏をはじめとする都市部から過疎地などへの移住・定住を促すための制度で、協力隊員の活動期間は概ね1年以上3年以下であり、多くの場合は市町村から協力隊員の募集が行われ、活動期間は当該市町村に雇用される（嘱託など）形式となり、任期終了後は約6割の隊員が同じ地域に定住している状況です（2015年度「地域おこし協力隊」の定住状況等に係る調査結果「総務省地域力創造グループ地域自立応援課調べ」による）。

◆◆◆ NPO法人「学生人材バンク」との
業務提携

「地方創生への積極的な関与」を基本方針に定める弊行としては、ふるさと振興本部を担当部と

して、各地方公共団体が策定した地方版総合戦略と足並みを揃える形で、若者の移住・定住・起業支援を主なミッションとして取り組みを進めております。そのミッションへの施策の一環として、2015年7月に、当地のNPO法人「学生人材バンク」（代表理事・中川玄洋）と連携協力協定を締結いたしました。当該NPO法人は、鳥取県から委託事業で地域おこし協力隊の研修を請け負っていたこともあり、締結に先だった情報交換の中で「地域おこし協力隊」について、協力隊員の任期終了後の就業や起業への不安、任期中の相談先の少なさなどを課題として共有しておりました。

そこで協定締結を機に当該NPO法人が研修などを通じて保有していた協力隊員とのグリップ力と、弊行の組織体制及び起業支援ノウハウを融合させるサポート事業を始めました。

◆◆◆ 地方銀行の支店ネットワークを
活かした支援体制づくり

県内各所で活動を行う「地域おこし協力隊」を支援するにあたり、金融機関としての特徴を生かすべく、支店店舗のネットワークの活用を考えました。協力隊員の最寄り支店の営業店長（地方創生サポーター）を該当隊員の担当者に設定し、各種情報提供や事業計画の策定支援などを役割とした上で、定期的に協力隊員と面談するルールとし、各隊員のニーズ把握やそれらに対するレスポンスを行う体制を整備いたしました。具体的には、日常的に弊行が主催・共催している各種関連セミナーの案内や、支店の後援会行事への参加を通じた



起業先（担当支店長と起業事業者）ドローン操縦者養成スクール事業



民宿買い取り案件（担当支店長と事業者）

地域コミュニティの拡大支援、ビジネスマッチングや事業計画の策定を通じた起業支援、金融機関貸出だけに限定しない補助金やクラウドファンディングなども含めた幅広いファイナンス支援です。

金融的支援の実例

このように地方銀行の支店ネットワークを活用しつつ、協力隊員に長期間伴走を行う支援を通じて、様々なご相談をいただき、金融支援につながる事例もいくつか出てきております。事業性資金を通じた支援の事例については、起業希望の協力

隊員に担当支店長が当初から伴走し、事業計画の策定を含めた事業資金（融資）の支援を行わせていただきました。また、別の案件では、協力隊任期中から宿泊業を営む協力隊員の方に、任期終了後も引き続き該当の物件で事業を行うための物件買い取り資金をご支援させていただきました。両案件については、資金支援後も順調な事業拡大を達成していただいております。

「事業をはじめよう」「事業を拡大しよう」というタイミングにおいて、市町村行政だけでなく、金融機関が当初より長期間関与することにより、その事業性を一段と深掘りして理解し、磨き上げることが可能になっていると考えております。

金融という役割を越えて

このように、金融機関特有の特徴を生かしながらファイナンス支援などにも結びつけた活動を展開しておりますが、この背景には、日常的な長期伴走支援の他、鳥取県と協力した協力隊研修でのスポット支援など、隊員との接点を増やすことに務めていることがあります。また、弊行の地方創生の特徴的な取り組みとして、鳥取県八頭町の廃校校舎を活用したインキュベーション施設「準Lab」（起業家育成や新産業の創出）の運営にも深く関与していることから、起業希望の隊員については「準Lab」への連携や、同インキュベーションコミュニティとの交流を通じて、さらなる起業支援につなげていくことを検討しております。

一方で、起業や事業拡大ということに限らず、「起業は希望しないが、この土地が気に入ったからここで暮らしたい」といった場合の家屋探し（空き家・空き店舗のリノベーション等）や勤務先のマッチング（当地においても企業における人材不足感は一日に増しており、企業の人材募集と協力隊の就業先のマッチングについても可能性を感じています）についても力になれないかということを感じております。いずれにしても従来の金融機関の役割にとらわれずに支援を継続し、協力隊員の方々にとって、地元金融機関がより頼り甲斐のある相談窓口になっていくことを目指しております。

ファンドを活用した地域活性化 —経済的価値と社会的価値を同時に追求—



愛媛銀行ソリューション営業部
共通価値創造推進室 主任

・白石 雄一

はじめに

当行は、2004年から地域活性化に寄与する事業を投資対象としたファンドの運用を行っています。当行がファンドを活用する目的は、地域金融機関として「地域の創業・新事業の種を発掘すること」「事業計画、経営者の能力や姿勢を総合的に目利きし、資金とノウハウを供給しながら、経営者と同じ目線で成長していくこと」です。投資した企業が成長していくことで売り上げが伸び、雇用を創出して所得をつくり、税金を納めて地域社会の発展に貢献することになります。2018年現在では、上場を目指すベンチャーファンド、6次産業化を含めた農業ファンド、地域活性化ファンドなど4つのファンドを運用しており、14年間にわたるファンド活用経験とノウハウを活かして様々な企業を支援しています。ここでは、最近の投資事例を紹介いたします。

えひめベンチャーファンドについて

(1) えひめベンチャーファンド2004の実績
えひめベンチャーファンドは、地域において上場を目指す企業を支援するために組成されました。2004年に初めて設立した「えひめベンチャーファンド2004」では、投資した11社の内、愛媛県内の企業6社の上場につながりました。同時期に設立された地域の金融機関が関与したベンチャーファンドが10年間の運用期間で1、2社上場できれば良いとされている中、当ファンドは十二分な上場実績を果たしました。この上場実績などを踏まえて、2013年には後継ファンドとなる「えひめベンチャーファンド2013」を設立し、現在に至っています。

(2) えひめベンチャーファンド2013の実績
2018年9月には、「えひめベンチャーファンド2013」の投資先であるアザース株式会社

(代表者：中川周平氏) が愛媛県内では5年ぶりにTOKYO PROMarketに上場し、えひめベンチャーファンドでの上場実績は通算7社となりました。同社は、化学調味料を使わない安全・安心なラーメンづくりを行っています。また、全国の外食産業において24時間営業の店舗が増加し、長時間労働に伴う事件や事故が問題となっている中、同社は従業員の「働き方改革」の一環として労働時間短縮を積極的に行っています。同社の代表者は、今回の上場を通じて、地域ラーメン店でも一歩踏み出せば上場できることを若手の経営者に伝えたいという思いが芽生えたとのことです。当行としては、上場をゴールとせず、外食産業全体の労働環境改善に寄与する同社が地域のモデルとなるように今後も支援を継続してまいります。

えひめ銀行との連携 えひめ地域活性化ファンドの設立

2018年3月、当行は四国地方で初めて株式会社ゆうちょ銀行と共同で、地域活性化に寄与する創業・第二創業企業および成長性の高い未上場企業を支援することを目的に「えひめ地域活性化ファンド」を組成しました。本ファンドは愛媛県を中心に四国エリアを対象に展開しています。

「預かった貯金は地域へ循環させる」という思いを持つゆうちょ銀行と、ファンド運営の実績やノウハウを持つ当行が連携することで、より地域に密着した取り組みに期待がもてるものと考えています。すでに、2社に対して投資を行っており、その事例を紹介します。

(1) えひめ地域活性化ファンド第一号投資先

地域ブランドの構築、キャビア、キャビアフィッシュの加工販売「アフレル株式会社」

2018年7月、第一号投資先としてアフレル(株)(代表者:西澤直城氏)に投資しました。同社は、親会社である道路舗装業の中央道路株式会社からキャビア、キャビアフィッシュ(チョウザメ)の企画、加工、販売を行うことを目的として第二創業した先です。中央道路株式会社は、経営多角化のため10年前からキャビアフィッシュの養殖事業に進出しており、今回、安定したチョウザメの供給が可能になったため同社を設立しました。同社に投資した理由は大きく2つあり、新たな雇用に創出すること、もう一つは、この養殖事業を地域の新しい産業に成長させることです。独自ブランドの構築を目指し、日本イタリア料理協会の有名シェフとのマッチングを行い、キャビア、キャビアフィッシュの新商品の開発を進めています。都市圏の素晴らしい料理人の技術と地方の特産品がマッチングすることで新しい付加価値を創出し、大きな商流につなげていければと期待しています。

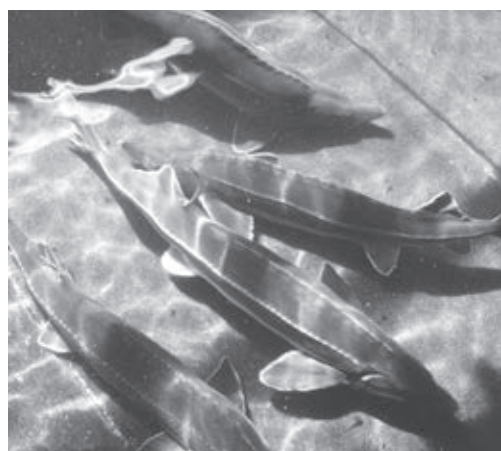
(2) えひめ地域活性化ファンド第二号投資先

スポーツをより身近に、スポーツマッチングWebサイト運営「株式会社KuruSPO」

2018年10月、第二号



アフレル(株) キャビア



アフレル(株) キャビアフィッシュ



(株) KuruSPO

投資した後の支援が重要

投資先として(株)KuruSPO(代表者:井上和俊氏)に投資しました。同社は、スポーツをしたい人とスポーツイベントを企画する団体(ジム、スタジオ、スポーツ教室など)をWeb上でマッチングする事業を展開しています。代表者は、30歳で東京から故郷である愛媛にUターンし、東京で得たITやデザインのノウハウを活用して、2017年9月に起業しました。同社は、愛媛県におけるスポーツの活性化、健康増進を通じて地域の活性化に貢献することを目指す企業であり、本ファンドからの投資を決定しました。

当行におけるファンドを活用した地域活性化とは、投資先が利益主義に走らず、経済的価値と社会的価値を同時に追求すること、「共通価値の創造」だと考えています。それを行うためには、投資した後の支援が重要になります。成長していく過程

で企業は様々な課題に直面します。その課題解決こそがファンドの本当の真価であり、共通価値の創造となります。今後も、当行は地域ファンドを通じて「事業を見極める力」を培い、ふるさと銀行として「地域のため」「お客様のため」にあらゆる支援に努め、地域経済の活性化に寄与してまいります。

地銀と連携、

各地で新たなA-事業創出を

―最先端の技術をより多くの人へ届けるために―



株式会社グルーヴノーツ 代表取締役社長

・最首 英裕

人工知能をすべての人へ

2012年設立、福岡に本社を構えるITベンチャーである「株式会社グルーヴノーツ」は、ノンプログラミングで誰もが使える機械学習クラウドサービス「Magellan BLOCKS（マゼランブロックス）」を提供している。

マゼランブロックスには、予め様々な機能ブロック（需要予測・画像解析・音声認識・文書検索・物体検知など）が用意されており、ユーザーは、それらをブラウザ上で直感的に組み合わせるだけで、人工知能（AI）を使った高度なデータ予測・分析をノンプログラミングで実現できる。

現在、同サービスはAIユーザーを擁し、金融・小売・製造・エネルギー・水産・教育など、非常に様々な業種・業界で利用が進んでいる。ユーザー事例として、大手コンビニチェーンの

株式会社ファミリーマートでは、あるロケーションに新規店舗を出店した際の向こう1年間の平均

日商を予測することに利用。約80%の店舗で、予測値と実際の売上高との誤差が日商5万円以内に収まるようになった。日本唯一の国際カードブランドである株式会社ジェーシービーでは、同社が運用するコールセンターの入電数を予測。その精度は99・8%を超え、オペレーターの配置計画最適化に寄与している。また、損害保険ジャパン日本興亜株式会社では、全国の営業拠点に配された社員が「商品内容」や「事務処理の手続き」を参照するための文書検索システム活用、人工知能が質問キーワードから推測される回答文書を探し出し、その精度は90%を超える。

誰もが使えることの価値

人工知能といえば、テレビや新聞、WEBメディア

シアで、そのフリーズを聞かない日がないほど空前のブームを迎えているが、実際の企業での導入・活用率は4%程度といわれており、まだまだ低い。その背景としては、人工知能という技術が「高額」で「専門的」で「難解」なものとしてイメージされてしまっていることが大きい。実際に、そういった側面があるのは確かで、また、それを利用して、高額なコンサルティングフィーや開発費を要求する事業者も少なくはないが、最新のテクノロジーを使った実験的なプロジェクトに、莫大な予算をかけることのできる企業はほんの一握りしかない。たしかに、先に挙げた例をみると、大きな資本を持つ企業が、率先して取り組んでいる印象はあるかもしれない。

しかし、イノベーションとは、その技術が生み出された瞬間ではなく、それが多くの人の手に行き渡った時に初めて起こる。グルーヴノーツは、「Artificial Intelligence for ALL.（人工知能をすべての人に）」というミッションを掲げ、「難しい」と思われているこの技術を「低価格」で「一般的」で「平易」な形につくりかえて、より多くのユーザーに届けられるよう同サービスの開発に取り組んでいる。

地銀と連携し地域経済に力強さを

そういった考えを別のアプローチで表現したのが、2017年12月、株式会社ふくおかフィナンシャルグループと共同で開設した「OPEN AILAB（オープンAIラボ）」だ。オープンAIラボでは、グルーヴノーツ、金融機関、取引



いち早く AI を導入した佐賀県の福博印刷

先企業、自治体などの多様な利害関係者が集まって、AIなどの新しいテクノロジーを活用した業務効率の改善や、新規事業の創出を通じて、地域経済の活性化や、成長性ある事業への融資拡大につなげていく方法を模索している。

具体的には、「人工知能をビジネスで活用する感覚」を身につけてもらうため、ワークショップ形式での体験学習の場を継続的に提供しており、2018年6月には第四期までを開催、地元企業を中心に50社が参加した。ワークショップでは、基本的なマゼランブロックスの操作方法を理解した上で、その応用として、実際に各社が持ち寄った自前のデータを使ったPOC（概念実証）までを行う。そのため、人工知能が自分の携わる業務や事業と地続きであることを強く意識してもら



オープン AI ラボ京都キックオフの様子

えるようになっていく。

そうして人工知能の活用感覚を身につけた「ラボ生」たちからは、実際に具体的な成果も出始めている。

3万5千人以上の生徒が通う九州最大手の学習塾である英進館では、福岡県公立高校入試の平均点や各校の合格ラインの予想に活用。これまでは、教師などが25人集まり2時間以上かけていた作業が、人工知能を使うことで10分に短縮。実際の平均点と予測値の差も2%未満に収まっている。

◆◆◆

AIによって生み出される新たな事業

純粹に導入するだけでなく、マゼランブロックスを自社のサービスに組み込み、新規事業を立ち

上げた企業の例もある。

創業70年、佐賀県に本社を構える株式会社福博印刷は、マゼランブロックスを応用し、AIを活用したマーケティング支援サービスを立ち上げた。同社のCRM推進部長の山口氏は「我々がアンテナを高く張り、有効なテクノロジーやトレンドをキャッチアップし、提供することで、我々のお客様もまた、競争力を手に入れることができる」と語る。

また、航海で使用する機器の販売・保守整備を手掛ける佐世保航海測器社は、2017年に「オーシャンテクノロジー株式会社」を設立、日々の漁獲量や海水温、月齢、網を下ろした海区の番号などのデータを収集。その日の海洋気象情報などを入力すると、AIが漁労長のように漁獲量や網を下ろすタイミングなどを判断できるシステムの開発に着手。水産業が抱える高齢化や後継者不足などの課題解決を目指す。

◆◆◆

広がるAI活用の波

福岡で始まったオープンAIラボの活動は、現在東京では株式会社みずほフィナンシャルグループと、また京都では京都信用金庫とそれぞれに共同で開設。それぞれの地域でもまたAI活用の波が広がろうとしている。これまで、一部の人のものでしかなかった「人工知能」という最先端のテクノロジーが、巨大な資本を持つ企業以外の、しかも地方からそれぞれに拡がろうとするこの活動が、地域に活力と力を生み出すことを願っている。

創造的復興を目指して

「食」と「観光」を盛り上げる

―地域連携DMOの中で唯一の株式会社

「くまもとDMC」―



肥後銀行地方創生戦略室・横田 憲司

肥後銀行は2015年7月、地方創生の実現を支援するために「地域振興部」を立ち上げました。県内の産学官連携を図り、農業、観光、まちづくりを中心とした地域活性化への取り組みを実践しています。

◆◆◆DMO組織「くまもとDMC」の設立

2016年4月、2度にわたり震度7を観測した熊本地震が発生。余震は4千回を超え、長期に渡り県内経済に影響を及ぼしました。住宅被害は20万戸となり、今もなお2・2万人の方が仮設住宅に入居しています。観光においては、熊本城の石垣が崩れ天守閣が大きく被災し、阿蘇に通じる基幹道路は土砂崩れにより遮断され、阿蘇大橋も崩落しました。この結果、県内有数の観光地であ

る阿蘇への宿泊・観光者は大幅に減少しました。

熊本県では、震災前の熊本に戻すだけではなく、以前よりも良い熊本に復興するため「創造的復興」をキーワードに動き始めました。

肥後銀行は、熊本県と協働で県内の観光推進を実践してきましたが、震災からの創造的復興に向けた動きを加速化させるため、震災発生から8カ月後の2016年12月に「株式会社くまもとDMC（以下、DMC）」を熊本県との共同出資で設立しました。DMCは、熊本地震からの創造的復興を目指すべく、観光の司令塔として、熊本県の「食」と「観光」を盛り上げるために様々な取り組みを進めています。体験型のオブショナルツアーや、熊本県の情報発信WEBサイト「おるとくまもと」の運営などの取り組みが認められ、DMCは2018年3月に地域連携DMO（Destination Management Organization）

の中で唯一の株式会社として、日本版DMOに認定されました。

◆◆◆熊本県内の観光推進

DMCは、県内の宿泊施設・交通事業者・飲食店などの観光関連事業者をコーディネートし、各事業者の収益機会拡大を図っています。その主な手法が、ビッグデータを活用した調査・分析・マーケティング機能です。この機能を駆使し、消費者ニーズの把握や地域課題を見える化するることにより、熊本の観光振興を実践しています。

地元の観光資源を着地型旅行商品と組み合わせた企画として、2018年に世界文化遺産に認定された天草崎津教会での結婚式を企画・販売しています。地元の事業者と観光資源を繋げることでDMCならではの特徴的な旅行商品を展開しています。また、熊本県の魅力を県内外へPRするイベントとして銀行と共催で「くまもと地域振興フェア」を開催致しました。県内外から2万人超の来場があり、熊本の歴史・観光・食の魅力を体験していただきました。このように県内における様々な魅力をDMCが掘り起こして広く発信しています。

情報発信WEBサイト「おるとくまもと」では、観光や地元食材の情報をDMC社員が直接取材で記事にし、情報発信しています。同サイトでは、宿泊施設の予約や、特産品のWEB販売を開始し、情報発信から予約までワンストップで行えます。

その他、熊本県内の各自自治体と様々な事業で連携しており、民間企業だからこそできる観光推進やネットワーク活用を積極的に実践しています。

地元企業向けインバウンド対応支援

訪日外国人向けのサービスとして、DMCは熊本県より受託を受け多言語コールセンターを展開しています。2019年に熊本県ではラグビーワールドカップ、女子ハンドボール世界大会が開催されます。県内の観光業をはじめとした事業者が、海外からのお客様をもてなすための窓口としてDMCを活用していただくことが可能です。

また、訪日外国人のための総合サービス窓口として、熊本市中心部に「ツアープラザKAMITORI」を2018年7月に開設しました。ツアープラザを拠点にオプショナルツアー販売、セレクトショップ運営、手荷物預かりサービス、及びタクシー等の交通手配サービスを提供しています。

DMCは、熊本の観光を推進するDMO組織として、地域に根差した取り組みを積極的に実践し、県内における観光情報拠点としての機能を発揮し、地域活性化に繋げていきます。

熊本県産品の輸出拡大とインバウンド誘致



訪日外国人のための総合サービス窓口
「ツアープラザKAMITORI」内観



香港で熊本PRを行う飲食店
「櫓杏（ろあん）」の店内

熊本の農水産物輸出拡大とインバウンド誘致による観光振興に向け、肥後銀行は2013年より

海外市場調査を行いました。この結果、世界最大の日本農水産物輸出先、かつ訪日観光客数世界第4位である香港に着目し、2014年に熊本県と協業のうえ香港の現地調査を行い、2015年にはリサーチ強化を目的に、熊本県と共同で「熊本香港事務所」を設立しました。

熊本香港事務所へ派遣した行員が、2015年より香港の熊本県産農水産物の受け入れ状況調査や現地飲食・小売市場のマーケティングを行い、この過程で、現地食品商社A社と出会い、熊本県産品輸出拡大及び熊本への観光誘致のための熊本PR機能を持つ小売店や飲食店等10種類の事業モデルを検討しました。

その結果、熊本アンテナショップ兼日本料理店が、持続可能な事業モデルであるとの判断に至りました。2016年、A社に飲食店運営会社を立ち上げてもらい、肥後銀行子会社が運営するファンドが資本参加することにより、2017年4月に「割烹櫓杏（ろあん）」を開業しました。これは、地方銀行が海外での飲食業務運営に携わる初のケースとなりました。

割烹櫓杏（ろあん）

櫓杏は、香港を代表する繁華街「尖沙咀（チムサーチヨイ）」の商業ビル「iSQUARE」28階に100坪、102席の店を構えています。熊本県内の農水産事業者・食品事業者から集めた食材、飲料、及び調味料を福岡のB社（A社のグル

ープ会社）経由で毎日輸出し、櫓杏が熊本県産品の和食を提供しています。店舗で提供する水は全て阿蘇の天然水です。メニューは、現地の食文化を考慮し、寿司などの和食に鍋料理も加えています。熊本出身の料理長が熊本の生産者の顔が見える肉・魚・野菜などを使った美味しい和食を提供することで、香港の皆様には熊本食材の素晴らしさを体感していただいています。

店内では香港100万ドルの夜景を見ながら食事を楽しむだけではなく、店内に設置された6つのデジタルサイネージで熊本の産地情報や観光情報を得ることが出来ます。その他、熊本産食材や加工食品の展示販売スペース、商談・イベントスペースを設けており、香港における熊本の情報発信拠点としての役割を果たしています。

実績と今後の展望

開業から1年8カ月。これまで櫓杏に食材納入した熊本県内事業者は累計100社を超え、櫓杏で提供する食材の75%が熊本県産品となっています。この結果、熊本県から香港への農水産物の年間輸出額を約1割押し上げました。

今年5月から櫓杏で1カ月に渡り開催した「人吉・球磨フェア」では、同地区特産「球磨焼酎」と地元食材を大々的にPRし、同フェアを契機に香港大手旅行会社10社の人吉視察を誘致することで観光活性化につながりました。今後は県内自治体との協業により、地域の農産物・観光フェアを定期的に実施のうえ、香港の皆様には熊本各地の食材と観光資源を満喫していただける仕組みを構築して参ります。

地方銀行と自治体が連携した 地方創生の取り組み

―銀行のネットワークで 地域の「ひと」と「想い」をつなぐ―



一般社団法人全国地方銀行協会業務部
公務室長兼部長代理

・諫山 信彦

「地域が持つ資源を活かした新たな産業を創出したい」「地方の魅力を発信して活発な交流を生みだしたい」「故郷の豊かな生活とコミュニティを守りたい」。常日頃から当協会の会員である全国の地方銀行と接点をもっている者の最前目かもしれないが、地方銀行以上に「地域」を意識した業種はないのではないか。地域経済の発展なくして地方銀行の成長はなく、金融仲介機能の発揮による地域経済活性化への貢献は社会的使命であるとの各行の思いがそうさせるのかもしれない。

従来、地方銀行は地域密着型金融（リレーショナルシップバンキング）の観点から、地域住民や地元企業などの取引先に寄り添い、金融サービスに限らず、コンサルティング、ビジネスマッチングといったソリューション提供などの様々な取り組みを実践してきた。とりわけ、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が2014年12月に閣議決定

されて以降は、各自治体における地方版総合戦略策定や同戦略に基づく個別事業への関与を通じて、自治体と連携した地方創生の取り組みを加速させている。地方銀行が地方版総合戦略の策定に関与した自治体数は延べ1300、資金面・人材面の支援を実施した個別事業は774に上る。

地方創生の実現に向けては、各自治体はもとより、地元の企業、住民、大学など幅広いステークホルダーと連携した取り組みが肝要である。当協会は、本年5月、地方創生に携わる各方面の方々の参考に供すべく「観光振興」「公共施設利活用」「農業活性化」「移住定住」の4つのテーマについて、地方銀行と各自治体等が連携した特徴的な20の事例をまとめた冊子「想いが動かす地方創生」を発行した。この冊子の作成にあたり、実際に地方銀行の担当者と各地を訪問させていただき、多くの話をお伺いする中で、地方創生の源泉は、「ひ

と」であり、地方を何とか元気にしたいという「想い」であると感じ、このようなタイトルとさせていただいた。

本稿においても、「ひと」と「想い」をキーワードに冊子で取り上げた事例を幾つか紹介させていただく。

観光振興

○海外からの企業視察団誘致による観光振興（三重県桑名市／百五銀行）

観光振興は多くの関連産業への波及効果や地元雇用の創出が期待されるため、各地において、伝統・文化・自然などの観光リソースを活用した様々な取り組みが進められている。当協会の事例集においても、歴史的資源となっている古民家・町屋・老舗旅館などを活用した取り組みを紹介している。その中で、新しい発想で観光資源を発掘した「産業観光」の事例を紹介したい。

産業観光とは、工場などの産業施設や歴史的・文化的価値のある産業遺産の視察を通じて、ものづくりの心に触れる観光とされ、近年、インバウンド需要を取り込む新たな手法として注目されている。

三重県桑名市は、江戸時代から続く鋳物や味噌、たまり醤油などの地場産業のほか、自動車関連部品、電子部品メーカーなど多種多様な産業が集積しており、市内の自動車部品メーカーにはアジアを中心に世界各国から2千人を超える企業関係者が視察に訪れている。しかし、視察を終えるたびに他の大都市に移動してしまうため、地元経済

への波及効果が全くない状況であったという。こんな「もったいない」状況に衝撃を受けたという同市の産業振興部観光文化課の担当者が、外国人視察団の滞在時間をできるだけ延ばし、宿泊や飲食・買い物などの消費に繋げるべく立案したのが「産業観光ツアー」である。市内に拠点を置く民間事業者に自ら足を運び、地元の百五銀行や製造業など9社・団体の協力のもと産業観光の実現を目指すこととなった。視察団のニーズに応じて1日コースや1泊2日コースを組成し、市内の飲食店やホテルを積極的に案内することで、実際の観光消費に繋がっている。

視察先の一つとなった百五銀行の担当者は、海



観光振興（三重県桑名市／百五銀行）
海外からの企業誘致視察団による観光振興。桑名市役所における視察の様相

組みである。

本造の旧校舎はリノベーションにより、シェアオフィス、宿泊施設、レストランとなり、旧校庭には菜園付の「小屋」が並ぶ。平日は都会で働き、週末は郊外の農園で過ごす。ヨ



公共施設利活用（千葉県南房総市／千葉銀行）
廃校を活用したコミュニティセンター。レストランのテーブルは木工室の作業台をリメイク

公共施設利活用

外からの視察団が銀行の支店に興味があるのかと半信半疑だったが、実際に見学してもらうと、同行の顧客サービスの考え方や窓口業務の改善活動などに興味深々だったとのことである。

本事例のような産業観光事業は、元気に活躍する企業があつてこそのものであるが、逆に言うと、「魅力ある地元企業は立派な観光資源になる」ということではないだろうか。

○廃校を活用した新型コミュニティセンター（千葉県南房総市／千葉銀行）

文部科学省の「廃校施設活用状況実態調査」によると、少子化による人口減少などの影響で、毎年400を超える公立学校が廃校となっており、そのうち約3割が活用されないままとなつている。本事例は、惜しまれ

ロッパの市民農園運動をコンセプトとした「小屋」は1区画350万円（施設整備費込…2018年11月現在）で購入可能。同校のある白浜地区にちなんで「シラハマ校舎」と名付けられている。南房総市が廃校の活用案を公募し、地元に移住していた起業家である多田朋和氏（合同会社「WORLD」代表）が手を挙げたことで実現した。

南房総市の担当者は、「まずは観光で訪れてもらい、気に入ったら休日のみ南房総で過ごしてもらおう。二地域居住の中でこの土地に暮らしたいと思つたら移住を決断してもらおう。そういった移住を視野に入れた拠点としての役割に期待している」と語っている。

本案件は千葉銀行の支援のもとで実現したものであり、同行は「地方創生融資制度」による資金支援に加え、事業計画の策定支援、市の担当者との細かな調整の橋渡し、地元のホテル・旅館との

連携に関するマッチングなど、地域全体をマーケットと捉えた視点からサポートしている。

市の期待や、地方銀行の支援もあって本格的に動き出した案件ではあるが、やはり発案者である多田氏の意欲によるところが大きい。もともと内装関係の仕事の経験があるとのこと、レストランやゲストルームの内装など可能なものは全て自身で手掛け、訪問した時も、水回りの整備の最中であつた。将来的な展望を伺うと、「地元産のワインがつくりたくて葡萄の栽培を始めた」とか、「レストランで本格的なジビエを提供したくて猟銃免許を取得した」など、その豊かな発想と行動力に驚かされる。廃校の活用で苦労した点とは聞くと、「小学校跡地であり、もともと人が集まることを前提とした場所であると同時に、一時避難場所でもあるので、安心して利用してもらえる」「鉄筋ではなく木造なので、工夫次第でガラツとデザインを変えることもできるし、旧校舎の面影を残すことができる」との前向きな回答が返ってきた。廃校の利活用を検討している各自治体のご担当者にとって、大いに参考となる事例ではないだろうか。

農業活性化

○中山間地ならではの農産物を活用した事業創出
(新潟県阿賀町／第四銀行)

豊かな自然と風土が生み出す農産物は地域住民の誇りであり、農業活性化による地方創生に向けて、ICT等を活用したスマート農業や6次産業化の推進など、各地で官民一体となった取り組みが進められている。その中で、中山間地域は、農

林水産省の推計によると、我が国の人口の1割が居住し、耕地面積と農業生産額の4割を占めるが、傾斜地が多く、圃場の大区画化や大型農業機械の導入が容易でないなど、平地に比べ営農条件が不利な状況にあるといわれている。そんな中山間地のデメリットをメリットに変えようという事例を紹介したい。

新潟県阿賀町で黒米の栽培・加工・販売を手掛ける奥阿賀創生事業株式会社の代表取締役である山口庫幸氏は、他県でエンジニアとして働いた後に同町に戻った際、耕作放棄地が増え山林荒廃が進んでいることを憂いて、なんとか地元を活性化できないかとの思いから、黒米を活用した事業を想起したという。山口氏によると、黒米は栄養価が高く、健康志向の消費者の関心も高いが、黒米を平地で栽培すると周囲の白米と受粉してしまい純度が下がってしまうらしい。阿賀町の田圃は山間部にあるため、白米との交雑の心配がなく、純度の高い綺麗な黒米になるとのこと。まさに中山間地のデメリットをメリットに変える発想である。

起業のきっかけは、第四銀行と大手百貨店が共催するビジネスアイデアコンテストに応募し、優秀賞を受賞したこと。それ以降、百貨店から商品の取り扱いの相談を受けるなど大きな反響があったという。第四銀行は、起業に向けての事業計画策定や、ファンドによる出資で支援。起業後も定期的な経営面のアドバイスを送る。阿賀町も、同社の黒米を使った商品をふるさと納税の返礼品に採用するほか、地元振興公社による加工品製造受託等でサポート。一度、地元を離れたからこそ気付く逆転の発想を、自治体と地方銀行が支援する、



農業活性化 (新潟県阿賀町／第四銀行)
黒米・山菜を使った食事

まさに地方創生といった事例である。

移住定住

○新たな奨学金制度による学生支援で地元雇用を創出 (青森県むつ市／青森銀行)

自治体の担当者や企業経営者から、進学で地元を離れた若者を呼び戻したいとの声をよく耳にする。地元就職への思いは学生も同様のようであり、ある大手就職サイト運営会社が大学・大学院卒業見込みの学生を対象に調査したところ、約8割の学生が地元就職を少なからず考えているとのことである。また、その理由として「両親や親戚の近くで働きたい」「地元の風土が好きだから」が上位を占めている。



移住定住（青森県むつ市／青森銀行）地元企業5社とむつ市、青森銀行が連携

本事例は、そんな学生の地元就職を支援すべく、むつ市の中核的企業5社と青森銀行が提携し、地域外に進学した人が地元に戻ってきた際に奨学金を支給する「おかえり奨学金制度」を創設したというものである。

本制度は、①域外の進学を希望する高校生は卒業後に就職を希望する地元企業を予め決めておく②青森銀行の教育ローンを利用して進学③地元企業は学生が卒業後に自社に就職した際に教育ローンの元金分を支給④金利分は在学中に同社のインターンシップを受けた時の給与で補填する、という仕組みである。

むつ市には高等教育機関がなく、高校卒業生の

8割以上が地域外に進学するため、若い世代にどうやって地元に戻ってきてもらうかが課題となっている。同制度の発案者である社会福祉法人みちのく福祉会の内田大輔理事長に経緯を聞くと、「高校の後輩である大学生に地元に戻ってこないかと尋ねたところ『地元就職だと奨学金が返せない』との答えが返ってきたことが発端であるという。大都市と地方で初任給や待遇に格差があることを考えると、奨学金返済は、地元就職の促進に向けた深刻な問題である。

内田氏が、こういった問題意識と、おぼろげながら考えていた奨学金の支援について青森銀行の支店長に相談し、以降、同行本部担当者も交えて具体的なスキームの詳細を詰め、制度実現に至った。なお、青森銀行が同制度で提供する教育ローンは、最優遇金利を適用し、年間60万円が上限であり、大学在学4年間だと合計240万円となる（2018年5月現在）。予め就職先を決めておき、必要な知識を習得してきた学生を即戦力のリーダー候補として採用できること等を勘案すると、内田氏は企業の負担は決して大きくないという。

また、この支援プログラムには、むつ市も連携に加わり、制度PR等により一役買っている。地元で働く人材の確保は官民共通の喫緊の課題であり、民間企業・金融機関の取り組みを、できる限りサポートしたいという思いからである。

内田氏に、地元企業における人材確保の話の聞くと、なぜ若い人材が必要

か、若い人が人生をかけて就職する会社としての魅力は何か、そういった情報を企業がしっかり発信できているのかなど、本当に熱く語られる。そういった思いを自治体と地元金融機関がサポートし、新たな取り組みを結実させる。産官金連携のお手本のような事例であるといえよう。

以上、紙面の関係から4事例のみの紹介となつてしまつたが、事例集には全20の事例を掲載している。お読みいただいた方からは、「地方銀行がこのような取り組みを行っていることを初めて知った」といったお声も頂戴しており、私どもとしても、情報発信の重要性を再認識させられた。本事例集にご関心の向きは、ぜひ当協会にお問い合せいただきたい。当協会は、会員銀行の担当者を対象に、地方創生に関する幅広いテーマの研修・勉強会を継続して開催している。私どもの取り組みが、各地で熱い思いをもって地方創生を志向する皆様の一助となれば幸甚である。



事例集表紙

宝くじは、 みなさまの豊かな暮らしに 役立っています。



宝くじは、図書館や動物園、学校や公園の整備をはじめ、少子高齢化対策や災害に強い街づくりまで、さまざまなかたちで、みなさまの暮らしに役立っています。

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