

令和7年度

地域課題解決に取り組む事業者増加のための  
事業モデル調査事業

事例集

経済産業省 中部経済産業局

地域経済部 地域振興・人材政策課

# 事例集発刊の目的

地域の中堅・中小企業が直面する人口減少や産業構造の変化といった地域課題に対し、企業自らが経営の一環として取り組む「地域課題解決事業」への期待が高まっています。

自社の経営資源を生かした地域課題への取り組みは、単なる社会貢献ではなく、中長期的な企業価値向上や経営の持続性を高めるための「経営行動」として捉えられます。

本資料では、実際に地域課題解決事業を実践する企業の状況を事例集としてまとめ、掲載事例を通じて、企業が自社の強みを起点に、**どこから小さく始め、どのように経営と地域の両立を図ることができるか**を考えるためのヒントを提供します。

# 本資料の構成

1. 地域課題解決事業の定義
2. 地域課題解決事業に取り組む企業の事例
3. 地域課題解決事業に取り組むためのステップ
4. 支援機関の活用
5. 今後の展望

## Appendix :

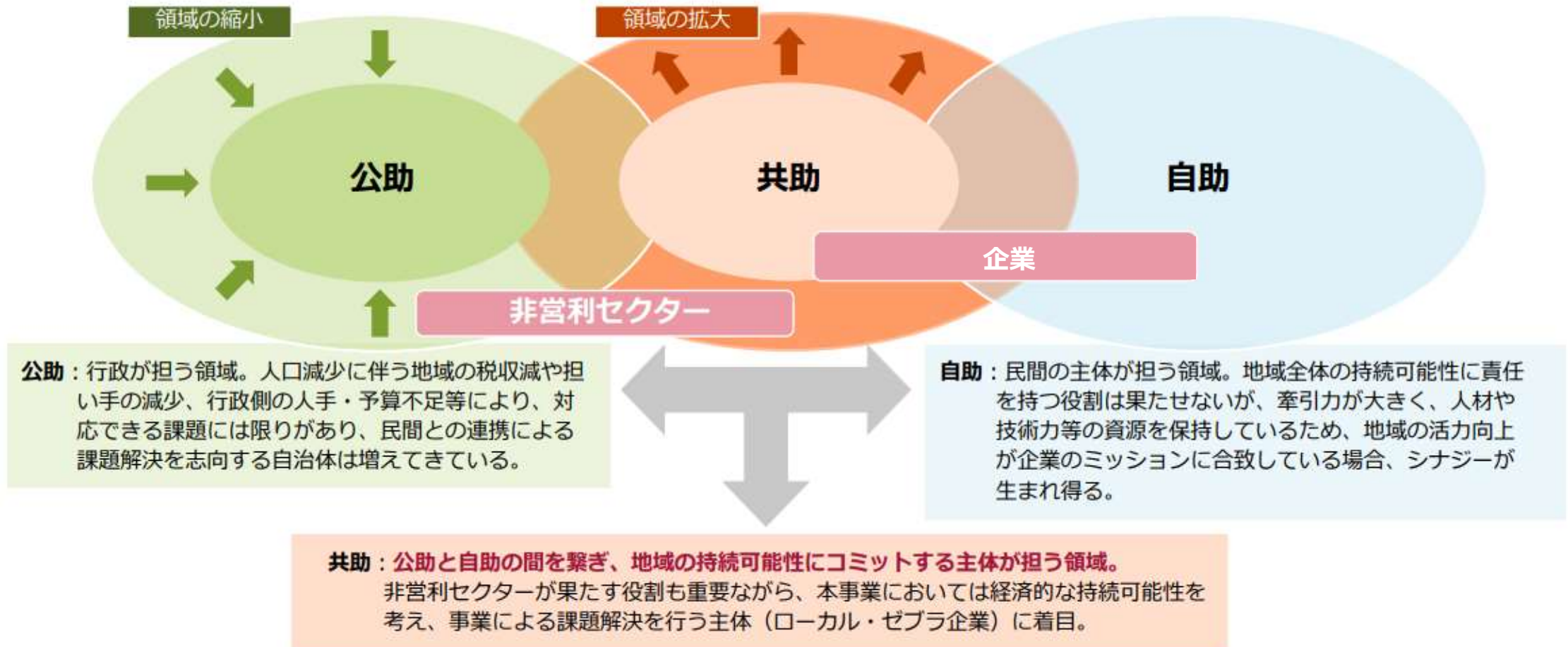
- ①マクロ背景（政策の動向、市場環境の変化）
- ②関連施策一覧

# 1

## 地域課題解決事業の定義

# なぜ今、企業による地域課題解決に注目するのか

- 少子高齢化等の影響で人口が減少し、市場が縮小する時代において、行政が担う領域（公助）や民間の主体が担う領域（自助）の間で拡大する「共助」の範囲を担う存在が地域には必要である。
- これまでは非営利セクターが担ってきたが、共助領域の拡大や技術の進展に伴い、ビジネスの手法で共助の領域を担う、企業が活躍できる領域も広がっている。



# 地域課題解決事業実践の類型（きっかけ）

- 入口は“ニーズ型”、“シーズ型”、“地域有力企業型”の3類型に分かれるが、共通して“経営転換”が起点となっている



## ニーズ型

地域・取引先・自治体などからの具体的な困りごとや要請を出発点に、企業が自社の資源を持ち寄って解決策を形にする。最初は寄付や協賛ではなく、既存の取引関係や信頼を背景に「頼まれたからやる」形で動き始めることが多い。

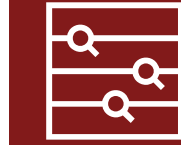
地域のウイスキー製造者からの要請に応え、地元木材でウイスキー樽を製造。地元の水で作ったウイスキーを地元木材で成熟させるストーリーのある商品開発に貢献（農林・水産業）



## シーズ型

自社の技術・ノウハウ・設備・人材といった強みを、地域課題の文脈に当てはめ直して事業化する類型。最初は「自分たちに何ができるか」から入るため、課題の発見・翻訳（誰の何をどう解くか）に工夫が必要だが、はまると本業の差別化や新市場開拓につながりやすい。

自社の強みである写真・記録の専門技術を地域文化の保存に応用し、自治体や博物館と連携してデジタルアーカイブ事業を展開。地域の文化資本の保全に貢献（専門・サービス業）



## 地域有力企業型

地域の雇用・産業を支える立場として、動き出す類型。最初は本業の延長線上（採用、教育、取引、住環境など）から入り、地域を「支援対象」ではなく、企業が成長するための基盤として捉え直す。

地域内の担い手不足や事業継続の課題に向き合い、地元銘品となる食品製造業等を推進。自社単独ではなく、地域企業や人材と協働する形で地域経済の持続性向上に貢献。（製造業（食品））

多くの企業で赤字や収益構造への不安、事業承継、市場縮小、ビジネスモデルの行き詰まりなど経営上の詰まり感が出発点となり、最初から「地域のために」と動いたわけではないという実態が明らかになった。地域課題は目的でなく、経営を前進させる過程で結果として向き合う対象となっている。

# 地域課題解決事業の概要

- 地域課題解決事業とは、本業の強みを起点に、地域の困りごとや構造課題の解決に資するサービスや仕組みを提供し、本業と地域の双方にポジティブな変化をもたらす事業である。
- 取組内容は、大きく「ものを創る」「人を呼ぶ／場を創る」「人と企業を育てる」「暮らしを支える」「コミュニティを創る」に整理できる。

## 本業の強みを生かし、地域課題を解決しながら事業機会を広げる

### ものを創る

地域の資源や技術を生かし、商品・部材・サービスを新しくつくって売れる形にする。

**例:**

- ・ 地域資源×自社技術で商品化
- ・ 企業連携で共同開発・高付加価値化

### 人を呼ぶ／場を創る

外から人が来る理由と、地域で活動できる場をつくり、交流や仕事を生み出す。

**例:**

- ・ 工場や拠点を開き、来訪導線をつくる
- ・ 体験・プログラムで関係人口を増やす

### 人と企業を育てる

人材不足に向き合い、学び・採用・起業を通じて地域の産業基盤を強くする。

**例:**

- ・ 次世代人材の育成・実践機会
- ・ 経営者同士のピアラーニングの場の設計

### 暮らしを支える

人手不足や高齢化で維持が難しい生活サービスを、企業力で回る形に整える。

**例:**

- ・ 生活サービスを仕組み化して維持
- ・ 省人化・連携で継続運用

### コミュニティを創る

地域内外の人がつながり、助け合い・共創が自然に起きる関係と仕組みをつくる。

**例:**

- ・ 助け合い・学び合いの場づくり
- ・ 企業・行政・支援者をつなぐ協働設計

# 2

地域課題解決事業に取り組む企業の事例

# 掲載企業一覧

- 地域課題解決を事業として実施する企業7社について、取り組みに至った経緯や活動内容、続ける理由等を深堀します。

1. 大橋運輸株式会社（物流業） - 社内で磨いた健康経営の実践知を地域にひらき、信頼で選ばれる企業へ
2. 株式会社フジ技研（製造業） - 試作から量産までの一貫したモノづくりへのこだわりを、交流拠点FUJIHUBで地域にひらく
3. 株式会社島田木材（林業） - 長期の時間軸で地域を見据え、人づくりと製樽で森林と地域の循環を支える
4. 有限会社渡辺酒造店（酒類製造業） - 業界の常識を破る直販とエンタメ化で稼ぐ力をつくり、地域に循環させる酒蔵
5. ナカシャクリエイテブ株式会社（交通インフラ等） - 祖業の写真技術を地域資源のデジタル化や観光DX事業に応用
6. 岡野バルブ製造株式会社（製造業） - 祖業の徹底改善と子ども・地域・産業の未来を企業使命に据えた経営で、地域と自社の持続可能性を向上
7. ヒロセ工業株式会社（製造業） - 強みを磨き、繋いだ縁を起点に地域と海外を結ぶ

# 大橋運輸株式会社 全体像

## 社内で磨いた健康経営の実践知を地域にひらき、信頼で選ばれる企業へ



**事業者** 大橋運輸株式会社  
**創立年** 1954年3月17日  
**代表者** 鍋嶋 洋行  
**所在地** 愛知県瀬戸市西松山町2-260  
**業種** 運送事業、生前整理・遺品整理等  
**従業員数** 102名（2026年2月現在）  
**H P** <https://www.0084.co.jp/>

### ビジネスモデルのBtoCへの転換を機に「地域で信頼される会社」を目指す

6期連続赤字であった経営の立て直しと採用力強化に取り組むため、以前は売上の8割以上が下請け業務で長距離輸送が中心であったところ、地場輸送中心の元請け業務に転換。また、BtoC事業のビジネスモデル強化に取り組み、当初は引越し業務に力を入れたが、瀬戸市は愛知県の中でも高齢化率が高く3割を超えているため生前整理・遺品整理の業務を強化した。さらに、家の中に入り、人生に寄り添うサービスであるため、信頼を高めることが必須と考え、「私たちは地域課題に挑戦する」をパーパスに掲げ社内に「理念」を浸透させた。

### 社内に蓄積したノウハウを活かして地域課題解決へ

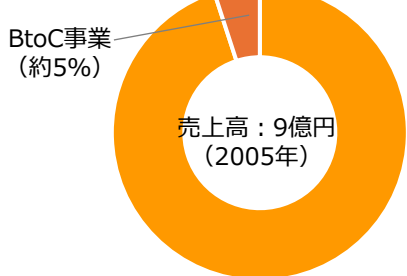
2000年に年金支給開始年齢が60歳から65歳になったことをきっかけに、社員が長く活躍できる環境を整えるため、健康経営に取り組み、健康経営優良法人には10回にわたり認定されている。2018年からは社内に管理栄養士を雇用し食育指導や運動習慣や睡眠改善のサポート等に取り組み、社内に健康づくりのノウハウが蓄積された。その取り組みの延長で瀬戸市内の高齢者を対象とした健康づくりのための無料の運動教室や健康相談等を定期的に開催し、延べ300回、8000名の住民に参加いただいている。長年にわたる健康事業の取り組みが地域に認められ、瀬戸市・瀬戸市社会福祉協議会・同社の三者協定にも繋がった。

### 採用や従業員エンゲージメントへのインパクト

地域活動からは経済的なリターンはないが、同社の理念や地域活動に共感した就職志望者が全国から集まる。同社は高校・大学に求人票を出していないにもかかわらず、新卒採用を7年連続で実現しており、活動に共感した応募が他府県からもある。以前は男性社員が95%を占める職場であったが、安全衛生や社内ES向上のための業務に女性が就くようになり、現在は女性が25%に増えた。また、地域活動は社員が楽しみながら取り組んでおり、地域貢献のためにリスキリングに取り組む社員が増加している。

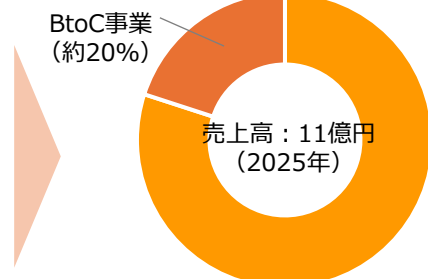
### ■ 事業ポートフォリオの変化

〈Before〉



■ 売上の8割以上が下請け業務（長距離輸送中心）

〈After〉



■ 売上の下請け比率は3%以下（地場輸送中心）

### 社長メッセージ



地域課題は、環境や安全、健康など多岐にわたり、今後も増えていきます。だからこそ最初から大きなことを目指す必要はありません。小さな活動からでよいので、失敗を恐れず挑戦し、継続して取り組んでいただきたいと思います。これからは、「良い仲間と働けること」自体が大きな価値になる時代だと考えています。国内外から志ある人が集まる会社にするためには、何を目指し、何に取り組む、どんな価値を生み出そうとしているかを言葉と行動で示し続けることが重要です。これからも地域とともに挑戦を重ね、共感で人が集まる会社であり続けたいと思います。

## 問題

### 社会の課題

- ・運輸業界の人手不足、採用難
- ・生前整理・遺品整理ニーズの拡大

### 地域の課題

- ・瀬戸市における少子高齢化  
(愛知県の人口10万人以上の市の中で最も高齢化率が高い)

### 経営の課題

- ・債務超過下で、下請け・長距離中心のビジネスモデルからの脱却
- ・採用と定着を見据えた事業構造への転換

## 地域課題解決事業

### 健康事業

地域住民の健康づくりの機会をつくるため、バランスボール、ヨガ、太極拳の無料教室を毎月開催（各教室定員30名、各種目 月2回）。無料教室の延べ開催回数は200回を超え、延べ参加者は7,000名以上にのぼる。あわせて、幼稚園・小学校では食育に関する健康セミナーを実施し、高齢者向けには敬老イベント等を活用した健康講座を毎年10回以上開催している。さらに8月4日（栄養の日）には、地域の医師と同社の管理栄養士が連携した講座を開催しており（2022年～）、回を重ねるごとに参加者が増加し、直近は215名が参加した。単身高齢者向けの健康相談・健康講座も継続して実施し、開催回数は120回以上、延べ1,000名が受講している。**社員が長く安全に働ける環境づくりの必要性から健康経営に取り組んできた中で蓄積した実践知を、地域にもひろく形で展開。**健康づくりは短期で成果が見えにくく、継続しないと効果や信頼につながりにくいが、単発ではなく定期開催を前提に回数を重ね、地域の関係者とも連携しながら「続けること」自体を信頼に変えてきた。

**ポイント:健康経営で蓄積した実践知を、地域の健康づくりに展開**



高齢者向けの健康セミナー

### 交通安全・特殊詐欺防止

小学1、2年生向けに夏休み前の交通安全教室を開催。楽しく交通ルールを学ぶだけでなく、同社の大型トラックに実際に乗って“死角”を体験した生徒は毎年800名超え。オレオレ詐欺・架空料金請求詐欺・還付金詐欺等などへの注意喚起のため、地元警察署や自治体、地域のコンビニと連携をしてチラシや電子マネーカードのダミーカードの作成・設置をして、詐欺被害防止に取り組んでいる。

**ポイント:付加価値を生みにくい運輸業界で、地域の安心安全という価値を提供**



小学生向けの交通安全教室

## 成果

### 地域への成果

- ・地域の安心・安全
- ・市民の健康増進

### 自社への成果

#### 事業への成果

- ・下請け比率3%以下へ、長距離から地場中心へ転換

#### 人材への成果

- ・理念と地域活動への共感を軸に、新卒採用を7年連続で実現（求人票なし）
- ・女性比率が25%まで増加、管理職の男女比は概ね半々
- ・外国人比率20%、リーダークラスも育成

#### 経営への成果（中長期）

- ・健康経営の取組が社内外に波及し、信頼とネットワークを資産化
- ・地域活動が社員の学び・自己啓発の動機づけとなり、組織力を底上げ

## 活かしている自社の強み

- ・運輸業で培った現場対応力を、引越し・生前整理等の暮らしの支援に転用
- ・健康経営で蓄積したノウハウ（管理栄養士等）を地域へ展開できる体制

- ・長年の継続により、行政・社協・医療・警察等との連携基盤を構築
- ・女性活躍・外国人材の受入れを通じ、多様性をサービス品質に接続

# 株式会社フジ技研 全体像

## 試作から量産までの一貫したモノづくりへのこだわりを、交流拠点FUJIHUBで地域にひらく



**事業者** 株式会社フジ技研  
**設立年** 1993年4月30日  
**代表者** 佐藤 正廣  
**所在地** 三重県いなべ市大安町鍋坂2262-8  
**業種** 自動車用部品製造等  
**従業員数** 300名（鹿児島・タイ拠点含む）  
**H P** <https://www.fujigiken.jp/>

### コロナ禍を機に量産事業へ参入し、売上の伸長と事業の安定化を実現

フジ技研は、自動車の開発支援を中心に、試作部品の設計・製作から金型・治具・検具、必要な設備・ツール製作、さらに量産部品製造までを社内で一貫して対応できる点を強みとしている。一方で、試作領域は案件変動が大きく、市況の影響を受けやすいという構造課題があった。そこで、試作で培った設備力・内製力を活かし、量産部門を立ち上げて試作と量産を組み合わせた事業ポートフォリオへ転換し、事業の安定化を図っている。

### モノづくり複合施設「FUJIHUB」の運営、養鶏場の事業承継

工場移転・増設を重ねる中で地元から「何をしている会社か分からない」と受け止められたことなどを背景に、地域に向き合う取り組みを開始。地域での継続的な事業実施のため、地元の若者や住民に自社を知ってもらい、信頼を積み上げる必要があるとの問題意識から、2022年にモノづくり複合施設FUJIHUBをオープン。モノづくり体験とカフェを核に、イベントやマルシェ等を通じて多様な主体が集う場として開放し、「地域の若者に選ばれる会社」「次世代に会社を残すために地域の持続性にも貢献する会社」を目指している。あわせて、ものづくりで培った自動化・設備構築の知見を一次産業へ応用しながら廃業予定だった地元養鶏場の事業承継や膜式栽培農法によるトマトのハウス栽培にも取り組み、地域と接点を持つ事業展開を広げている。

### 地域経済への波及効果の創出を目指して

こうした取り組みにより、地域内外から人が集う場が生まれ、にぎわいづくりや交流機会の創出に寄与。自社にとっては、地域での認知度向上が採用の導線となり、地元高校生のアルバイト採用や正社員化など、地元人材との接点創出や、社員の仕事への誇りや挑戦意欲の醸成にもつながっている。地域で培ったつながりと一次産業の取り組みを土台に、「いなべ市ならではの価値を形にする」ことを将来像として掲げ、市と連携していなべ市の食材等を活かした特産品開発（クラフトジン等の酒類、卵を活用した菓子類等）も検討を進めている。

### ■ 事業ポートフォリオの変化

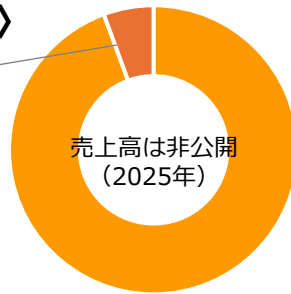
<Before>



- 自動車の開発支援・生産支援を中心とする堅実な経営

<After>

新規事業  
(約5.6%)



- コロナ禍で量産産業へ参入したことにより売上増加を実現
- 新規事業への投資を推進（新規事業対比は量産部門を除く）

### 常務メッセージ



30年先を見据えた経営のため、地元根付いた事業展開の重要性を再認識しました。工場を拡張するほど、地域の方々からは「何の会社か分からない」と見られがちです。だからこそ、地域の方に知っていただき、気軽に声をかけてもらえる関係をつくるのが、採用にも事業の継続にも直結すると考えています。FUJIHUBはそのための拠点であり、モノづくり体験やカフェ運営、地域の活動の受け皿を通じて、地元の若者が「ここなら働きたい」と思える接点を増やしています。困ったときに相談していただける存在を目指し、地域とともに次の挑戦を生み出し続けていきたいと思っています。

## 問題

### 社会の課題

- ・一次産業の担い手不足
- ・若者の地元就職機会の減少

### 地域の課題

- ・農家の高齢化と廃業増加
- ・若者の就職先不足による人口流出

### 経営の課題

- ・若手人材流出
- ・工場拡張による地域理解の不足

## 地域課題解決事業

### モノづくり複合施設「FUJIHUB」の運営

地域に愛される会社づくりを目指し、子どもたちにモノづくりの魅力を伝える場として2022年にFUJIHUBをオープン。モノづくり体験とカフェを併設した地域開放型施設として、鉄加工やレーザー刻印、プレス技術など自社工程を子どもから大人まで参加できる体験コンテンツとして提供。イベントスペースは無料開放し、マルシェや少年団の集会、合唱団、車愛好家イベント等、多様な主体が集う場となっている。地元小中学校での講話や工業高校との連携、リアルインターン受入により教育機関と接点を構築し、いなべ市とも関係性を構築。開設当初は「企業の道楽」との声もあったため、建設費は単年度利益から投資し、カフェは最低限の運営費を賄う設計とし、無料開放を継続。回数を重ねることで信頼を蓄積している。



FUJIHUBカフェ

ポイント:自社のモノづくりへのこだわりを体験化し、地域との接点を「場」として実装

### 農業（養鶏場の事業承継・トマトのハウス栽培）

2022年、FUJIHUBのカフェで地元食材を活かす試みが契機となり、廃業予定の地元養鶏場を事業承継し、養鶏とトマトのを軸とする農業事業に参入。養鶏は「いっちゃんたまご」としてカフェ向けに供給し、トマトは膜式栽培という次世代農法で温湿度管理を自動化している。ものづくりの自動化技術を一次産業へ応用する狙いもあった。事業承継時は地域の不安や知見の継承が課題だったが、旧経営者の継続雇用で安定して事業に着手。販路の拡大は今後の課題ながら、地域の農家や流通とも連携し、余剰野菜の買い取りなど地産地消の循環を構築している。



事業承継した養鶏場の「いっちゃんたまご」

ポイント:ものづくりで培った自動化・設備構築の知見を一次産業へ応用

## 成果

### 地域への成果

- ・若者の就業体験機会創出（体験・アルバイト）
- ・養鶏場の事業承継による担い手確保

### 自社への成果

**事業への成果**  
新規事業への参入による経営の多角化

**人材への成果**  
自社の認知度向上で求人媒体を用いず採用に成功（昨年度の採用者の約半数が徒歩圏内の地域住民）  
社員の挑戦機会増加による愛社精神醸成

**経営への成果（中長期）**  
働き方改革と新規事業によりESが推進され社員の定着率向上

## 活かしている自社の強み

- ・製造技術を農業や体験事業へ応用できる展開力
- ・外部依存せず迅速に事業化できる実行体制

- ・新規事業に迅速に投資できる財務基盤
- ・新しい挑戦を受け入れる組織文化

- ・教育機関・行政と連携できる関係構築力

# 株式会社島田木材 全体像

## 長期の時間軸で地域を見据え、人づくりと製樽で森林と地域の循環を支える

事業者 **株式会社島田木材**

創立年 1948年

代表者 島田 優平

所在地 富山県南砺市山見1755

業種 森林経営、丸太生産

従業員数 10名

H P <https://shimamoku.co.jp/>

### 事業転換の起点と、取り組みの軸

株式会社島田木材は、富山県南砺市を拠点に、山の手入れから丸太の生産・販売までを担う林業企業である。戦後の植林から約70年が経過し、山が「育つ時代」から「使いながら次を育てる時代」へ移る中で、従来の丸太製造だけでは地域や産業の先行きが描きにくくなるという危機感があった。そこで、山の状態に合わせて仕事の内容を組み替え、丸太生産を主軸にしつつ、価値が見えにくい源流（山の手入れ・資源管理）を社会に伝わる形へ翻訳することに注力してきた。苗木から利用まで50年規模の時間がかかる産業である以上、短期の採算だけではなく、長期の視点で循環を維持する仕組みづくりが不可欠だという問題意識が、事業転換の背骨になっている。

### 山の価値観の更新と、製樽事業への接続

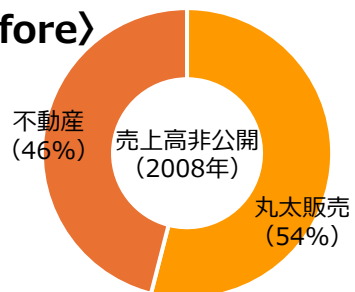
同社は山・森林を「木材資源の供給源」ととどめず、水や空気、文化や暮らしの基盤を支える存在として捉え、山の価値を高めるには、山側の努力が最終製品や暮らしにどうつながるの見える化し、関わる人を増やす必要があると考えている。こうした発想の出口として、若鶴酒造からの打診を契機に2017年にウイスキー樽の製造へ参入。樽は単なる容器ではなく熟成装置であり、山の素材が価値を育むプロセスに直結する。海外展開を含むスケールアップ（1から10、10から100）にはノウハウ面の壁も残るが、飛騨高山・南砺エリアとしての広域ブランディングも視野に入れ、単独では届きにくい市場への展開可能性を狙っている。

### 地域づくりへの展開と、採用・事業・地域への波及

2020年に地域内外の関係者と一般社団法人ジソウラボを設立し、エリア内での起業を誘発。地域内では木彫師などのつくり手や地域外人材との連携を起点に活動が具体化し、実績の積み上げが次の参加者や出店の呼び水になっている。これらの動きは、製樽事業による認知向上と相まって、求人の問い合わせ増加といった採用面の反応にもつながった。山と社会の距離を縮め、山側の価値が正当に評価される循環をつくることが、同社の本業の持続性と地域の活力の双方に効いてくる、という構図が見え始めている。

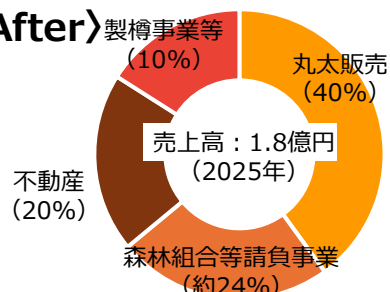
### ■ 事業ポートフォリオの変化

〈Before〉



- 丸太販売、不動産事業が中心で、サプライチェーン上の川上（山）で完結し、川下・消費者との接点が少なかった

〈After〉



- 製樽事業による木材の付加価値化、海外への事業展開

### 社長メッセージ



地域の人たちと損得抜きでつながることが、何より大切だと思っています。大きな企業の方や会社員の皆さんには、地域で汗をかいている方々の声を、もっとたくさん聞き、実際に現場を見てその人たちと本気で向き合えるかを自分の目で確かめてほしいと思います。例えば、消防団や商店街の会員として活動するなど、企業から人を地域に出してもらえると、時間をかけて信頼関係が育ち、将来必ず自社に還ってきます。会社で働くことだけが仕事になりがちですが、一緒に活動する中で積み重なる関係性は、とても強いです。地域の企業の皆さんには、ぜひそうした期間を意識して設け、地域に人を送り込んでいただきたいと思います。

## 問題

### 社会の課題

・一次産業の担い手不足と高齢化の進行

### 地域の課題

・一次産業の担い手不足と高齢化の進行  
・人口減少による伝統文化・地域コミュニティの弱体化  
・空き家増加

### 経営の課題

・50年以上の時間軸を要する森の循環を、事業として継続する難しさ  
・未利用材（ミズナラ等）の付加価値化と、気候変動・病虫害リスクへの対応

## 地域課題解決事業

### 🔨 ウイスキー樽の製造

従来評価されにくかったミズナラ等の広葉樹を、ウイスキー樽として価値化し、山側と川下（蒸留・醸造）をつなぐ事業である。**2017年に同じ南砺市の若鶴酒造からの打診を契機に参入し**、「消費者やつくり手の顔が見える出口とつながりたい」という問題意識を事業化した。樽は味を育む装置であり、木の背景が伝わりやすい点を強みに、井波の木工技術とも連携して樽製造・修繕を進めている。温暖化や病虫害、樹種によっては利用まで約100年を要する長期性、投資回収が途上といった不確実性が課題だが、長期の森林管理と一体で育ていく。

**ポイント:未利用材の価値化を「樽」という出口で実装、川下との接続**



ウイスキー樽の製造

### 🤝 一般社団法人ジソラボの発足

人口減少や担い手不足、空き家等の課題に対し、地域内外の人材が関わり続ける「人の循環」をつくる取組である。**地域の機能が細り、行政だけでは支えきれないという危機感を出発点に**、出店・継業の後押しや空き家活用、地域内交通などを扱い、行政が手薄な領域を民間として補完する。運営は地域外でも活動する地域に縁のあるデザイナーの知恵も取り込みつつ、地域が主導権を握るため「地域側が過半を担う設計（51:49の発想）」を置き、外に依存しすぎない体制としている。資金面の耐久力や、外部頼みで関係が崩れるリスクが課題であり、地域の実働を軸に小さく積み上げて継続する方針である。

**ポイント:地域主導の設計で外部を巻き込み、担い手が生まれる循環づくり**



南砺市井波地域の町並み

## 成果

### 地域への成果

地域主導の設計で外部を巻き込み、担い手が生まれる循環づくり

### 自社への成果

#### 事業への成果

・ミズナラの付加価値化による事業領域拡張、川下との協業機会の増加  
・製樽を起点とした広域ブランディングの足場形成

#### 人材への成果

・製樽や地域活動を通じた認知向上、求人への問い合わせ増加、県外人材の参画を含む

#### 経営への成果（中長期）

・長期の森林管理と事業を接続するモデル形成、山の価値向上を経営課題として内在化  
・自然リスクを前提に、連携・関係資本で変動に備える経営基盤の強化

## 活かしている自社の強み

・森林環境と時代の変化に合わせた事業展開の柔軟性

・林業で培った事業に対する長期的視点  
・長年地域で事業を継続してきたことによる信頼とネットワーク

# 有限会社渡辺酒造店 全体像

## 業界の常識を破る直販とエンタメ化で稼ぐ力をつくり、地域に循環させる酒蔵



事業者 有限会社渡辺酒造店

創立年 1907年

代表者 渡邊 久憲

所在地 岐阜県飛騨市古川町壱之町7-7

業種 清酒製造・販売

従業員数 54名

H P <https://www.sake-hourai.co.jp/>

### エンタメ化経営・高収益事業で危機的な経営状況から脱却

有限会社渡辺酒造店は岐阜県飛騨市古川町にある創業約120年の酒蔵である。現社長が入社した1998年は売上高4億円だったが、2002年には2.6億円まで落ち込み、危機下で事業を継承した。以降、エンタメ化経営や高収益事業に着手し、酒造業界では慎重に扱われてきたBtoC販売にも挑戦。市場縮小が進む中でも2004年以降、売上を伸ばし続けている。背景には、問屋を介する従来の流通では消費者の声が届きにくいという課題があり、同社は消費者との直接的な関係構築を起点にエンタメ化経営改革を進めた。製造面でも季節雇用や経験・勘に依存した体制を見直し、造り手の社員化と設備投資による工程の見える化・数値化を推進し、データ蓄積を通じて再現性の高い酒造りを実現した。

### 世界遺産の村、白川村の“光”に。酒蔵を新規設置

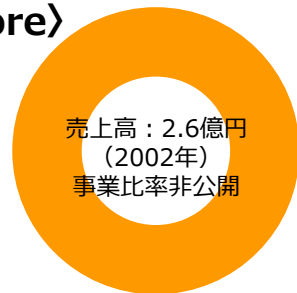
酒蔵事業は地域文化を支える持続性の高い産業であり、域外から資金を獲得して地域経済へ還流できる地域価値を牽引し得る産業でもある。同社は事業性を地域課題解決に結びつける方針の下、2027年4月、飛騨市に隣接する白川村に新たな酒蔵を開設予定である。本社の製造規模が上限に近づき増産が難しくなる中、白川村の企業誘致を受け、村の良質な水資源が酒造りに適している点も踏まえ、投資を決定した。資金面では公民連携を前提に、企業版ふるさと納税やクラウドファンディング型ふるさと納税等を組み合わせた財源設計を進めている。直販（BtoC）で培った収益とブランドを原資に、地元米の高値買取りや酒粕の二次利用などを通じて雇用創出・農家支援・域内循環を生み、「稼ぐ力を持ち地域に投資できる酒蔵」を実装することを目指している。

### 本業での採用力の強化と地域経済への貢献

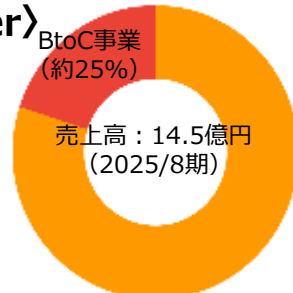
これらの事業は採用と組織の安定化にも寄与している。直販やイベントを通じた認知向上が採用導線となり、季節雇用から常勤化への転換や若手の関心を引く要素を生んでいる。自社事業面ではBtoC収益による設備投資が可能になり、デジタル管理や工程の標準化が進んだことで品質の安定と生産性向上を実現している。地域面では、白川村新蔵や農家との連携により雇用創出や米価支援、二次産業の創出が見込まれ、域外からの資金流入を通じて地域経済の底上げにつながることを目指している。

### ■ 事業ポートフォリオの変化

〈Before〉



〈After〉



- 問屋への卸しを中心とした事業展開で1998年売上高4億円から2002年には2.6億円まで低迷
- 家業の延長としての経営で職人を季節雇用
- BtoC販売へと販路拡大で売上回復。2004年以降売上を伸ばし続けている
- 年商14.5億円。経常利益は2億円

### 社長メッセージ



地域に貢献し続けるためには、まず事業としてしっかり稼ぐ力を持つことが大切だと考えています。私たちは直販やイベントを通じてお客様と直接つながり、いただく声を商品づくりや企画に活かしてきました。その結果、稼いだ資金を設備投資や雇用、地域の農家や白川村での新たな挑戦に回せるようになりました。地域のことを事業の中に明確に組み込むと、結果として会社も良くなるという実感があります。これからも、地域風土に根差した酒造りを通じて、日本で一番笑顔が溢れる蔵をつくっていきます。

## 問題

### 社会の課題

・酒造業界の市場縮小と担い手不足

### 地域の課題

・地域活動の担い手不足  
・若者流出と雇用機会の不足（白川村）  
・特産品不足による域外消費の流出（白川村）

### 経営の課題

・顧客の声が届かず価格競争に陥りやすい  
・採用難・離職増により人材確保が不安定

## 地域課題解決事業

### 働き方改革とユニークな福利厚生

酒蔵での就業を希望する人材は、全国の酒蔵を比較検討した上で就職・転職活動を行う傾向にあり、採用面では大手酒造会社が主な競合となる。年々採用が厳しくなる中で、同社では地域の接点を創るかたちで労働環境を改善している。具体的には、**従業員が仕事だけに閉じず地域と関わりを持てるよう、PTA役員や消防団、スポーツクラブの監督など、会社が背中を押し、地域側の要請に応じた参加を促している**。また、9連休取得で5万円を支給する有休取得促進制度を設け、休みを取りやすい環境を整備したうえで、地域活動の役職手当も支給している。これにより、**従業員が地域で役割を持ちながら働ける状態をつくり、人材定着と地域の担い手確保の両面に資する取り組みへと発展している**。

**ポイント:地域活動を制度で後押しし、人材定着と地域の担い手確保を実現**



本店前

### 白川村での酒蔵建設

白川村の企業誘致を契機に、本店所在地の飛騨市に隣接する白川村で新蔵建設プロジェクトに参画。村民による対話の場やビジョン策定を経て、地域に本当に必要とされる取り組みであることを確認しながら構想を具体化。**十六銀行の街づくり会社であるカンダまちおこし株式会社の伴走のもと、村側は交付金やふるさと納税等の財源を確保、同社は民間として投資・運営を担う形で、公民連携による事業を進めている**。新蔵を核に、**雇用創出や移住促進、Uターン、女性活躍、クリエイティブな仕事の創出に加え、白川村産米の高価格買取や酒粕活用による畜産ブランド化など、他産業への波及も視野に入れている**。新蔵は短期的な収益を目的とせず、あくまで手段として村と共有するビジョンの実現を重視し、永続事業として50年、100年の時間軸で捉えている。

**ポイント:長期的視点での事業計画と地域全体を考えた他産業への波及効果**



酒蔵新設プロジェクト

## 成果

### 地域への成果

・地域活動の担い手が増え、地域運営の持続性向上に寄与  
・白川村で特産品となる地酒づくりに向けた基盤を整備

### 自社への成果

#### 事業への成果

・直販・イベントで培った稼ぐ力を、地域投資へ転換する土台を構築  
・良質な水や米などの地域資源にアクセス可能な関係性を構築

#### 人材への成果

働き方改革、独自の福利厚生による求職者の増加、社員の定着率向上

#### 経営への成果（中長期）

・公民連携で長期投資を進め、地域とともに成長する経営モデルを確立

## 活かしている自社の強み

・直販・イベント運営で培った顧客基盤と情報発信力（域外から人と資金を呼び込む力）  
・業界慣行にとらわれず常識を破る企画力・実行力（新しい販路・仕組みをつくる力）

・農家等との関係を活かした原料調達力と地域資源の活用力  
・公民連携を進めるための対話力と関係者調整力（村民・行政と合意形成する力）

# ナカシャクリエイティブ株式会社 全体像

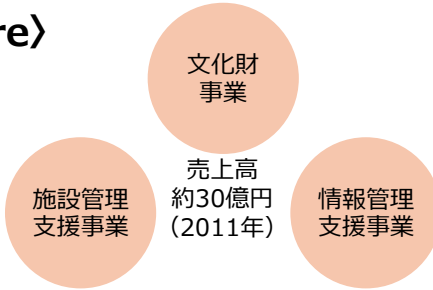
## 祖業の写真技術をライフライン・交通インフラの維持管理と地域資源のデジタル化や観光DX事業に応用



**事業者** ナカシャクリエイティブ株式会社  
**創立年** 1960年  
**代表者** 山口 寛  
**所在地** 愛知県名古屋市天白区野並2-213  
**業種** エネルギー & ネットワーク事業・  
交通インフラ事業・ソーシャルイノベーション事業・テクニカルソリューション事業  
**従業員数** 519名(2026年2月現在)  
**H P** <https://www.nakasha.co.jp/>

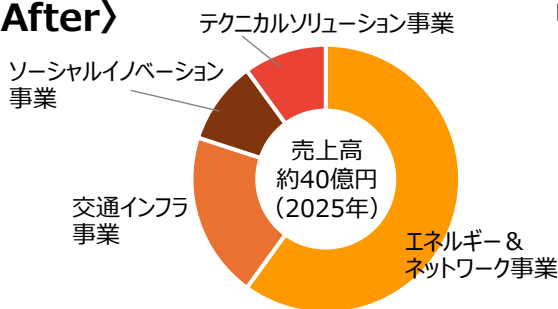
### ■ 事業ポートフォリオの変化

#### 〈Before〉



- 写真・印刷の受託を中心に、紙の記録・複製業務が主力
- 案件ごとの個別対応が多く、労働集約型で価格競争の影響を受けやすい

#### 〈After〉



- 売り上げ構成比：①エネルギー & ネットワーク事業 (55%)、②交通インフラ事業 (20%)、③ソーシャルイノベーション事業 (12%)、④テクニカルソリューション事業 (13%)

### 写真技術を起点とした事業領域の拡大

前身は工業写真事業を営む「中日本写真工業」であり、写真という「正確に記録し、複製し、共有する」技術を起点に事業領域を広げてきた。マイクロフィルムや第二原図などで培った工業写真技術は、図面や貴重資料を扱う仕事と親和性が高く、設備設計や地図調製、文化財複製・修復へと展開していった。記録の対象が「人やモノ」から「社会インフラの情報」へ広がり、紙資料の複製・整備を進める中で、インフラ維持管理に必要な図面作成や施設管理の業務へと接続した。交通インフラ分野では、点検業務の省力化・事故抑止に資する仕組みとして「てんかく忍者」の開発にもつながっている。

### 社会課題への視点を事業の軸に

同社は社会課題解決を事業の軸とし、「限りある資源の持続的活用」「人口減少による労働力不足の解決」「ボーダレス社会の実現」の3本柱を掲げてきた。加えて、印刷・複製の延長として博物館展示に関わり、レプリカづくりなど「文化を再現し、伝える」仕事にも取り組んできた。ここで培った再現・表現のノウハウは、資料や収蔵品の整理・保存、公開活用へ発展し、近年はコンテンツのデジタル化・アーカイブ化、展示・学習コンテンツとしての利活用まで支援している。こうした実践を踏まえ、近年は「技術と知恵の融合による働く喜びの提供」「災害に強い安心な社会の実現」「歴史文化発信による心の豊かさの創出」を加え、事業活動と社会課題をより密接に結びつけている。

### 地域課題への転換を支える改善文化と専門人材

同社の地域課題解決事業を支える基盤は、現場起点の改善文化と多様な専門人材を束ねる体制である。約10年前に「残業ゼロ宣言」を掲げ、業務プロセスの見直し・徹底したムダの排除を通じて改善を積み上げ、業務の標準化・自動化を進めてきた。知見はNPS (Nakasha Profit System) として体系化され、文書電子化にとどまらずOCRやRPA等で業務そのものの再設計まで踏み込む。ソーシャルイノベーション事業部は、プログラマー、デザイナー、学芸員等が連携し、研修・マニュアル・アフターケアまで含めて運用定着を支援する点が特徴である。加えて、生成AIの導入や海外人材の採用も進め、提案型で自治体・企業の課題解決を支える事業へ進化している。

### 社長メッセージ



2011年の社長就任以来、「創造力・改善力・人間力で常に成長し、ライフラインの維持と文化の育成に貢献する。」を経営理念に掲げ事業を展開してきました。エネルギーや交通インフラなどの領域では、現場を支える担い手不足が進む中で、点検・維持管理や業務の効率化を通じて、安心を守る力になりたいと考えています。文化財やミュージアム分野では、記録・保存からデジタル化、公開活用までを支え、地域の価値を次世代につなぐことを目指していきます。

## 問題

### 社会の課題

- ・担い手不足によりインフラ・文化の維持管理が難化
- ・文化財・歴史資料の散逸リスク

### 地域の課題

- ・デジタル人材の不足による自治体・博物館のDX停滞
- ・展示更新・情報発信が弱く、来館者増や観光波及につなげにくい

### 経営の課題

- ・労働集約型で価格競争に陥りやすく、高付加価値化が必要
- ・専門人材の確保・育成

## 地域課題解決事業

### インフラ監視システム

てんかく忍者は、交通インフラの点検・監視をデジタルで省力化し、渋滞や夜間作業の負担を減らしながら維持管理の精度を高める仕組みである。**道路・鉄道分野で蓄積してきた図面作成、施設・用地管理、維持管理業務の知見に加え、写真技術を起点とする「記録・可視化」の強みを土台に事業化した。**現場ごとに異なる点検のやり方や要望を、システムとして再現可能な形に標準化するという課題に対し、社内エンジニア等の専門人材を組み合わせ、現場で検証・改善を重ねて機能を磨き込んだ。結果として、担い手不足が進むインフラ維持の現場に対し、導入しやすい監視・点検モデルとして展開している。

**ポイント:図面・維持管理の現場知見と改善文化を基盤に、監視・点検を標準化**



てんかく忍者活用イメージ

### 文化財・地域資源のデジタル化による観光振興

文化財や所蔵資料の散逸・劣化リスクや、自治体・博物館におけるデジタル人材の不足を背景に、文化財・所蔵資料の保存からデジタル化、公開活用までを一貫支援し、観光・教育資源としての利活用につなげる事業を開始。調査・整理、目録作成、梱包・保管からデジタル化、公開活用までを一貫して支援し、VHSやマイクロフィルム等の旧メディアにも対応。資料の状態や形式のばらつき、権利・公開範囲の整理、運用体制（人・手順）の不在といった課題に対しても、作業だけで終わらせず研修・マニュアル等も含めて定着まで支援。近年は自治体や博物館・文化施設へ展開。デジタル展示、AR、横断検索DB、史跡保存活用計画（バリアフリー、サイン、多言語等）まで踏み込み、文化財を観光・教育資源として活かし地域の発信力・集客力を高めている。

**ポイント:デジタル化から活用まで一貫支援し、文化財を観光・教育資源へ転換**



デジタルアーカイブされた浮世絵

## 成果

### 地域への成果

- ・資料の散逸・劣化リスクを低減し、地域資源を次世代へ継承
- ・デジタル展示やAR等で発信力を強化し、来訪・学習機会を拡大

### 自社への成果

**事業への成果**  
文化財DX・アプリ開発など受託領域を拡大し、提案型案件が増加

**人材への成果**  
多様な専門人材をパーパスで束ね、学芸員・デザイナー・エンジニアの協働が進み、専門性が蓄積

**経営への成果（中長期）**  
政策動向を捉えた事業展開で継続受注と収益基盤を強化

## 活かしている自社の強み

- ・祖業を応用した高いデジタル化技術
- ・学芸員・デザイナー・エンジニア等が連携する多職種の内体制

- ・調査・整理、目録作成、保管設計からデジタル化、公開活用を一貫通貫で支援できる総合力
- ・自治体・地域に不足している要素（人材・運用・発信）を見抜く課題抽出力

# 岡野バルブ製造株式会社 全体像

祖業の徹底改善と子ども・地域・産業の未来を企業使命に据えた経営で、地域と自社の持続可能性を向上

事業者 岡野バルブ製造株式会社

創立年 1926年11月

代表者 岡野 武治

所在地 福岡県北九州市門司区

業種 発電用高温高圧バルブの開発・製造等

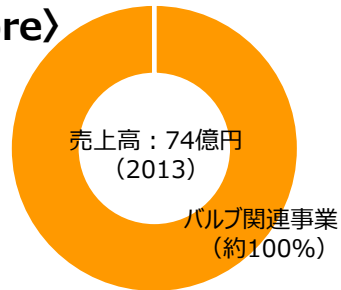
従業員数 324名（連結）／179名（単体）

（2025年9月30日現在）

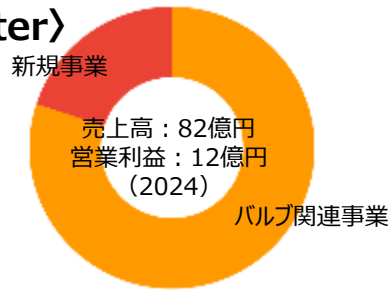
H P <https://okano-valve.co.jp/>

## ■ 事業ポートフォリオの変化

〈Before〉



〈After〉



- 財務価値経営
- 大型プラント向けバルブの製造・販売・メンテナンス等で堅実な業績を維持
- 一方で、変革を必要としない保守的な経営

- 財務価値経営×意味価値経営
- 事業ポートフォリオの改善と収益率の向上による財務体質の強化
- 内部留保から意味価値のある取り組みに対する積極投資

## 東日本大震災による売上半減と「筋肉質」な経営への転換

岡野バルブ製造株式会社は、創業以来80年以上、バルブの製造・メンテナンス一筋で事業を続けてきた。国内で数少ない高温高圧バルブを製造できる企業として、特異な市場環境に支えられ、同一事業を継続。2011年の東日本大震災をきっかけに、原子力発電市場の変化により主力事業の売上が120億円から50億円へと激減し、抜本的な事業改革が急務となった。ピンチをチャンスに変えるために現社長が、コスト削減や非効率事業の見直しを進めるとともに、ロボット・DX・ドローンなど新規事業への挑戦を重ね、収益性の高い「筋肉質」な経営体制構築を推進。これにより、利益の拡大や新規事業での売上拡大が実現した。

## 地域課題・社会課題との接点創出

経営の根幹に社会にどう良い影響をもたらすかを重視する「意味価値経営」を据えることで、企業の存在意義を「財務価値」だけでなく「子どもの希望」「地方創生」「日本の産業振興」といった社会的価値にも拡張。コミュニティナース事業や子ども食堂支援、若手技術者育成など、地域や次世代に貢献する新規事業を推進。ほかにも、社会課題の解決に繋がるビジネスを行うスタートアップ・ベンチャーへの投資事業も行っている。同社は、社会的インパクトの拡大と企業価値の最大化を目指す中で、財務価値と社会的価値の両立を成長戦略の軸とし、産業や地域の再生、子どもたちの未来への希望創出を企業の使命と位置付けている。地域や異業種との協業を通じて、祖業以外の新たな成長を探索しており、今後は新規事業を拡大させつつ売上拡大を目指し、社会的価値の追求にも投資していく予定。

## 意味価値事業によるインパクト

「筋肉質」な経営の実践により、採用・ネットワーク形成・チームビルディングに繋がっている。採用面では、活動が多くの人に知られ、優秀な人材の志望者が増加。従業員には今まで以上の給与・賞与を実現。本業や新規事業の収益を社会課題解決につながる投資に振り向け、多くの人と接点を持つことで得られる情報や機会を増やしている。

## 社長メッセージ

企業価値は、「財務価値」と「意味価値」との掛け合わせによって最大化されるものだと考えています。我々が考える「意味価値」とは、産業を立て直し、地域を立て直し、世界をより良いものにする事で、子どもに将来への希望を持たせることです。100年もの間、産業と地域に根ざしてきた企業が先立ってこれを実践することに、意味と可能性があると信じています。「意味価値」を意識した経営は人材集めにも効果的であり、経営者の皆さんには是非取り組んでみていただきたいです。

## 問題

### 社会の課題

・インフラ老朽化と人手不足の深刻化

### 地域の課題

・産業構造変化による地域産業の先行き不透明化  
・北九州市における核家族化、若者・技術者流出  
(北九州市の高齢化率:31.7%(2025年時点))

### 経営の課題

・単一事業依存による持続可能リスク  
・地域の人口減少による安定的な人材確保へのリスク

## 地域課題解決事業

### ドローン事業者との連携

点検ドローンを手がけるLiberaware社と協業し、老朽化が進むインフラ・プラント点検の高度化に取り組む。**本業で培った非破壊検査・施工管理の知見と新技術を融合し、高付加価値な保全サービスへ展開。**新技術を現場で使える形に落とし込む難しさは、Try & Errorで運用を磨き、協業範囲を段階的に拡大することで乗り越えた。

**ポイント:自社の強みである高温高圧バルブ技術を活かした事業の新展開**



ドローンによる発電所の点検

### コミュニティナース (CNC) 事業

子ども・子育て世代を主対象に、生活動線上の拠点で見守りや相談を行い、地域の心理的安全性を高めるコミュニティ再生の取り組み。**同領域に専門性を持つCNCに運営を委託し、自社は応援と場づくりに回る。**収益化を急がず、声かけ・見守りといった小さな接点を積み重ねることで、地域の日常に溶け込む形へ落とし込み。

**ポイント:信頼する紹介者を起点にCNCとつながり、協働を開始**



コミュニティナースと地域の方の交流

### リアルブルバスター開発プロジェクト

ロボット産業の停滞や技術者の減少を背景に、「本気でロボットをつくる」挑戦の場をつくり、次世代技術者の育成と地域の産業基盤の底上げを狙うプロジェクト。企業・学校・クリエイター等を巻き込みながら、共創の機会として継続的に運営し、中長期視点で、**ものづくり産業全体の底上げと人材輩出を目指している。**

**ポイント:社長が掲げる“ものづくりのカッコよさ”という前向きな旗が求心力に**



開発者オーディション

※このほか、子ども食堂、地域イベント、スタートアップ支援などを通じて、地域との日常的な接点づくりにも継続的に取り組んでいる

## 成果

### 地域への成果

・危険点検の省人化で安全・効率を改善  
・子育て世代の見守り網で心理的安全性を向上  
・挑戦の場づくりで若者・技術者の関与が拡大

### 自社への成果

**事業への成果**  
・祖業の枠外でも案件・共創の選択肢を拡大

**人材への成果**  
・社員が地域と接する機会が増え、誇り・当事者意識を通じてエンゲージメントが向上  
・「地域の未来に投資する会社」という文脈が求心力となり、人材を惹きつけ

**経営への成果 (中長期)**  
・筋肉質な祖業を基盤に、新技術と地域事業を束ねる複線化で事業ポートフォリオのレジリエンスを強化

## 活かしている自社の強み

- ・高温高圧バルブで培った現場力・安全品質文化
- ・非破壊検査・施工管理など失敗が許されない現場対応力
- ・小さく試し、10年かけて育てる試行錯誤力
- ・余剰利益を社会的価値へ再投資できる財務体質

- ・地域・スタートアップと連携する開かれた姿勢
- ・連携先の目利き力

## 強みを磨き、繋いだ縁を起点に地域と海外を結ぶ



**事業者** ヒロセ工業株式会社  
**創立年** 1968年10月  
**代表者** 廣瀬正貴  
**所在地** 京都府京丹後市大宮町善王寺743番地  
**業種** 金属部品の切削加工  
**従業員数** 33名  
**H P** <https://hirose-kogyo.com/>

### “タワシ1個”から始める経営改革

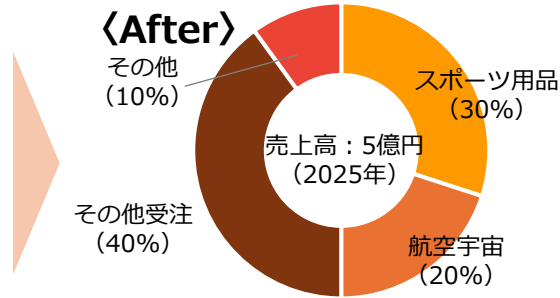
ヒロセ工業は1968年創業の金属部品の切削加工企業である。かつては工業用マシン部品の量産が中心であったが、2000年ごろの事業承継期には、資金難と赤字が重なり倒産寸前の危機に直面。強みが定まらず、中国メーカーの台頭も脅威となる中で、「お金がなくても今すぐできること」から改革を始めた。社長自らタワシ1個で工場の床や設備を磨き、掃除を徹底して工場環境と現場の規律を立て直し。その姿勢が信頼の土台となり、神戸のスポーツ用品メーカーと接点を得て、試作部品の発注につながった。この取引を契機に、量産中心の受注構造から、小ロットの試作や高精度加工へと軸足を移し、事業の方向性を「強みを磨いて選ばれる」形へ転換していった。

### 事業ポートフォリオの変化

〈Before〉



〈After〉



■ 工業用のマシン部品を中心に量産。強みが確立できておらず、中国メーカーの脅威にさらされていた

- 金属部品の切削加工に関して類まれな技術力を強みとし、技術力と社長自身の縁からドバイなど中東でもビジネスチャンスを開いている
- 既存の量産中心から、掃除を起点に受注したスポーツ用品、航空宇宙など新たな収益の柱を見出している

### デザイナーや海外市場との出会いから新たな事業展開へ

転換を加速させたのが、切削技術とデザイナーの協業である。品質が良くてもデザインに課題があったオリジナル商品を、漆・木材・丹後ちりめんといった地域資源とも掛け合わせながら、社外の作り手やデザイナーと協働して改善。こうした外部連携を受け止める“場”として、2023年に自社の開発展示棟EN LABO（縁ラボ）を設立し、展示・視察受入・商談・共創の拠点として運用。さらに、京都試作ネットや丹後機械金属組合、行政と連携し、航空宇宙分野への参入や地域の技術ネットワーク（丹後試作隊等）づくりも推進。結果として、伊勢志摩サミットでの製作に関わるなど域外からの評価獲得にもつながり、近年は中東・エジプトとの産業連携強化へも広がっている。雪深い冬に職人がこつこつと積み上げてきた世界に誇れる技術力を国内外に発信し、子ども世代にも丹後の産業が続いていくことを目指している。

### 自社や地域に起こった変化

掃除は現在も継続され、品質と信頼の基盤になっている。DXや省人化も並行して進め、従業員数を絞りながらも売上は伸長。事業ポートフォリオも、マシン部品の量産中心から、スポーツ用品領域や航空宇宙（防衛・宇宙）など高付加価値領域へと変化し、多様な顧客との取引基盤が形成されている。地域側への波及としては、オープンファクトリーや中学校への出前講座等を通じて、ものづくりの魅力発信と産業教育が進み、丹後地域全体の産業振興が「賑わいの創出」や「この地域でも挑戦できる」という希望の醸成につながりつつある。

### 社長メッセージ



社長就任当時は資金もなく赤字で、強みも見えにくい状況でしたが、「今日からできること」としてタワシ一つで掃除を始め、現場の当たり前を揃え、品質と信頼の土台をつくり直しました。その積み重ねが外部とご縁を呼び、試作の仕事や新しい挑戦につながっていきました。丹後で産業が続かなければ、次の世代の働く場も夢も減ってしまいます。だからこそEN LABOを「外に開く入口」として整え、人が出会い、共創が生まれる場をつくってきました。これから取り組む企業の皆さまには、大きな投資よりも、強みを磨き直して外に開き、小さく始めて縁をつなぎながら、続けられる形に整えていくことをおすすめします。

## 問題

### 社会の課題

・人口減少下での担い手不足の深刻化

### 地域の課題

・京都府京丹後における製造業の衰退（技術力は高いが地域内外での認知度が低い）

### 経営の課題

・国内市場依存からの脱却  
・中長期の成長ストーリー不足

## 地域課題解決事業

### オープンファクトリー（EN LABOの設立）

2023年に自社の開発展示棟「EN LABO」を設立。現場改善を積み上げてきた経験と、試作・高精度加工の技術をオープンファクトリーとして公開。2025年には隣接する与謝野町とも連携して地域一体開催へ拡張し、行政・地域企業・来訪者との接点を増やして丹後の機械金属・ものづくりの強みを地域内外、そして世界へ発信している。

ポイント:丹後のものづくりは世界に誇れるものという自負を起点にした拠点づくり



開発展示棟「EN LABO」

### 地域共通の試作・開発基盤づくり

機械金属加工を中核技術に、難削材や複雑形状などの高難度加工等の試作対応力を地域の強みと再定義し、地域企業と共に「丹後試作隊」を立ち上げ。試作・開発を通じて新規案件・技術力向上を図り、単独企業では難しい受注・開発への対応力を強化。自治体とも連携し、宇宙産業等の新分野への進出や販路開拓を推進。

ポイント:地域企業との連携による「試作対応力」の見える化・強化



試作の様子

### 地域文化・産業の域外への展開

2023年の京都府主催のドバイ展示会で現地エージェントと中東展開契約を締結したことをきっかけに、ドバイ企業の丹後訪問やアラブイノベーションネットワークへの加入等によりエジプト連携も開始。地域企業・自治体・金融機関を巻き込んだアライアンスを形成し、単社の海外営業から「地域産業としての海外展開」へ転換している。

ポイント:小規模企業ならではの意思決定の速さを武器にしたネットワークの拡大



展示したヒロセ工業の匠シリーズ（チエス）

※このほか、機械金属組合の副理事長、京都府主導の機械金属産業活性化推進チーム立ち上げなど、地域全体の産業振興に取り組んでいる

## 成果

### 地域への成果

・視察・商談の流入増と丹後加工技術の認知向上  
・地域産業の挑戦の可視化による若者・外部人材の関心喚起

### 自社への成果

#### 事業への成果

・EN LABOやオープンファクトリーを起点に、域外・海外との新規案件創出

#### 人材への成果

・外部発信への反響を受けた社員の誇りの向上、採用広報力の底上げ  
・事業や価値観に共感する人材の流入による採用力強化

#### 経営への成果（中長期）

・国内市場依存のリスク分散、海外含む複線的成長ストーリーの確立

## 活かしている自社の強み

・小ロット試作と高精度加工を短納期でやり切る現場力

・産官学連携を束ね、案件化まで伴走するコーディネート力

・掃除・改善・見える化を継続し、信頼を積み上げる運用力

# 3

地域課題解決事業に取り組むためのステップ

# 具体的なアクションに繋げるために

- 6つの側面から、具体的なアクションに繋げるためのヒントを記載します。



## 収益性をどう担保するか

A

単体での短期黒字化を必ずしも目的とせず、本業と組み合わせて育てることで持続性を確保している。  
一方で、取り組みを通じて**新規事業や高付加価値サービス、協業機会が生まれ、本業の競争力や中長期的な成長余地を広げる**形で、結果的に事業の持続性を高めている。

### 具体例)

- ・祖業、新規事業の複線化で、地域課題領域を単体黒字に頼らず持続可能に運営。(岡野バルブ)
- ・オープンファクトリーを入口にR&D・商品開発機会を増やし、試作・高付加価値の仕事を獲得して売上と技術刷新を両立。(ヒロセ工業)
- ・交流拠点を起点に新規の小規模事業を試し、当たり筋を見ながら収益源を分散。(フジ技研)



## 社内体制をどう作るか

A

最初から全社を巻き込むのではなく、**関心のある少人数や志のある人材から小さく始め、成功体験を積み重ねる**ことで徐々に社内理解を広げている。本業を担う人材と新たな挑戦を担う人材の役割を分けつつ、**外部人材やパートナー**も柔軟に取り込み、無理のない体制を構築している。

### 具体例)

- ・志ある少人数で試行し、成功体験で理解を拡大。新規事業は専任で運用。(岡野バルブ)
- ・現場と経営の役割を分け、地域との連携は窓口を立てて継続対応。(大橋運輸)
- ・案件ごとに連携先(自治体・博物館等)と役割を切り、専門性が活きる範囲に集中して無理なく推進。(ナカシャクリエイテブ)



## どこから始めるか

A

いきなり大きな投資や事業化を目指すのではなく、**自社の既存事業や現場課題に近いテーマからスモールスタート**している。試行錯誤を前提に、失敗を許容しながら改善を重ね、数年単位で事業としての手応えをつかんでいく進め方が多い。

### 具体例)

- ・担い手不足という現場課題を起点に、自ら林業の現場に入るところから始め、出口づくり(付加価値化)へ広げた。(島田木材)
- ・自社の専門性(写真・記録)をそのまま活かせるテーマから着手し、自治体・文化機関との連携でアーカイブ事業へ発展。(ナカシャクリエイテブ)
- ・駅前の手書きチラシなど小さな集客から始め、蔵見学・直販で顧客基盤を作ってから地域の場づくりへ拡張。(渡辺酒造)

# 具体的なアクションに繋げるために

- 6つの側面から、具体的なアクションに繋げるためのヒントを記載します。



## 自社資源をどう活かすか

### A

技術、ノウハウ、人材、ネットワーク、地域からの信頼といった既存の経営資源を、地域課題の解決に転用している点が共通している。新たな資源を一から用意するのではなく、**「すでに持っている強みがどこで役立つか」**を問い直すことで、無理のない形で事業につなげている。

#### 具体例)

- ・高温高圧バルブで培った現場力（非破壊検査・施工管理）を、新技術と組み合わせ保全サービスへ展開。（岡野バルブ）
- ・物流の現場力（安全・品質・人の育成）を軸に、採用・教育を地域とつなぐ取組へ拡張。（大橋運輸）
- ・精密加工・試作の技術を起点に、共創型の商品開発やR&Dテーマ創出へ接続。（ヒロセ工業）



## 地域とどう繋がるか

### A

地域を単なる支援対象としてではなく、**社内外の人材が出会い、学び、試せる「越境の場」**として位置づけている。地域との継続的な関わりを通じて、**新たな発想や人材、事業機会**が生まれ、それが再び自社や地域に還元される循環をつくっている。

#### 具体例)

- ・学校や地域への投資を入口に関係人口を増やし、「地域の人事部」的な連携へ発展。（大橋運輸）
- ・社外の思想家・スタートアップ等との出会いを起点に、地域を越境の場として共創ネットワークを拡張。（岡野バルブ）
- ・交流拠点を設けて「まず知ってもらおう」関係づくりから入り、地域ニーズ起点の取組につなげた。（フジ技研）



## どのように課題を乗り越えてきたか

### A

**小さく試し、失敗を許容しながら軌道修正**を重ねる。社内の反発や人材不足といった壁に対しては、志のある少人数から始め、外部人材やパートナーも巻き込みながら体制を整える。短期的な収益に一喜一憂せず、**関係性と信頼を積み上げることを優先する**姿勢が、結果的に事業の持続性を支えている。

#### 具体例)

- ・自社の専門性がそのまま価値になるテーマに絞り、連携先を固定して積み上げ型で実装。（ナカシャグリエイテブ）
- ・まず自社の強みが活きる領域に集中し、外部連携を段階的に増やして取組を継続。（ヒロセ工業）
- ・採用難を起点に、地域との接点づくりを先行し、共感の輪を広げて人材循環を生んだ。（大橋運輸）

# 経営転換を促す4つのステップ

- 企業の地域課題解決事業の実施においては、「経営革新の必要性の実感」「資源の再確認」「地域での新たな出会い」「意思を持った継続」の4つのプロセスがあることが確認できた。



# 4

## 支援機関の活用

# 支援機関の位置づけ

- 地域課題解決事業に取り組む企業にとって、経営資源を補完し、企業単独では越えにくい壁を乗り越える後押しをする支援機関の存在が重要です。本章では、支援機関の種類と活用のタイミングを整理したうえで、具体的な支援機関の事例を紹介します。

## 支援の種類

支援の種類	概要
経営相談・経営力向上	経営課題の整理、事業計画のブラッシュアップ、経営者同士のピアラーニング等を通じて、経営の方向性を見定めを支援する
起業・事業創出支援	地域課題を起点とした新規事業のアイデア磨き上げや、実践型プログラムの提供を通じて、事業の立ち上げを支援する
人材派遣・人材マッチング	地域課題解決事業を担う人材の紹介・マッチングや、若者と地域企業をつなぐ研修・メンタリングを通じて、人材の確保・育成を支援する
ファイナンス (資金調達支援)	企業版ふるさと納税、クラウドファンディング、休眠預金活用、ソーシャルビジネス融資等を通じて、事業に必要な資金の調達を支援する
地域内ネットワーク形成	企業・行政・金融機関・大学・NPO等をつなぐハブ機能や、地域内の協働設計・関係構築を通じて、連携基盤の形成を支援する

## 支援を活用するタイミング（例）

ステップ	企業のフェーズ	活用すべき支援の種類
Step1 経営革新の必要性の実感	市場縮小・採用難等を実感し、変革の必要性を自覚する	経営相談 (経営の棚卸し、危機感の言語化)
Step2 自社の保有資源の再確認	自社の技術・人材・顧客・地域との関係を見直す	経営相談・事業創出支援 (強みの再定義、事業構想の整理)
Step3 地域の新しい主体との出会い	地域の仲間・自治体・専門家と出会い、事業の種が生まれる	地域内ネットワーク形成・人材マッチング (越境の場づくり、協業先との接続)
Step4 意思を持った継続	事業を継続し、経営の前進につなげる	ファイナンス・地域内ネットワーク形成 (資金調達、連携先の拡大、成果の可視化)

# 支援機関の紹介

## 株式会社御祓川（みそぎがわ）

**本音で経営を話せる、  
地域の経営会議の場を提供**

**カテゴリ：**経営相談・経営力向上、  
地域内でのネットワーク強化



### 事業内容：

石川県七尾市を拠点とする地域中間支援組織。  
地域企業・行政・金融機関をつなぎ、経営力向上や人材育成を通じた地域課題解決を支援。

### 支援内容：

- ・ NDAを結んだ経営会議による企業間の相互相談・学び合い
- ・ 休眠預金を活用した実証事業・場づくりの企画運営
- ・ 企業・行政・金融機関を横断する関係構築・調整（ハブ機能）

### 企業から見た時に関わるポイント：

単発支援ではなく、他社経営者とフラットに本音で対話し、継続的に学び・試せる「場」に参加することができる。地域を共につくる当事者として関与できる点がポイント。



詳しくはこちら → [ウェブサイト](#)

## 一般社団法人 VENTURE FOR JAPAN

**前に進む人材と出会い、  
事業を動かす**

**カテゴリ：**人材紹介



### 事業内容：

地域の中堅・中小企業に対し、新規事業や事業転換を担う事業創出型人材を支援する、人材紹介サービス。代替わりや新たなチャレンジをしたい企業が人材を起点に経営を前に進めることを後押ししている。

### 支援内容：

- ・ 新規事業・事業拡大・DX・組織開発等を担う主に高意欲の若手人材紹介
- ・ 高意欲の人材向け研修

### 企業から見た時に関わるポイント：

「会社として取り組みたいことがあるが、任せられる人材がない」という状況を突破できる。地方企業でも成長意欲の高い人材と出会うことができる。



詳しくはこちら → [ウェブサイト](#)

# 支援機関の紹介

## なんと未来創造塾

### 地域課題をビジネスに変える「学びと実装」の塾

カテゴリ：起業・事業創出支援／経営相談・人材育成／地域内ネットワーク形成

なんと未来創造塾

#### 事業内容：

南砺市が熊本大学と連携し、地域課題を起点に事業プランを磨き上げる起業塾。講義と演習（発表と相互フィードバック）で、自分事化と実装を促す。

#### 支援内容：

- ・講義とピアラーニングによる事業プランのブラッシュアップ
- ・CSV／ゼブラ型の事業づくり支援
- ・発表会・展示等での露出機会づくり

#### 企業から見た時に関わるポイント：

地域課題を「ボランティア」で終わらせず、事業性と両立させる作り方を、実例とPBL※で身につけられる。修了後も実行に移る人が多い。

詳しくはこちら → [ウェブサイト](#)



## カンダまちおこし株式会社

### 関係者を繋ぎ、地域が自走する経済をおこす

カテゴリ：ファイナンス／地域課題と企業の橋渡し／自治体支援



#### 事業内容：

十六フィナンシャルグループの知見とネットワークを基に、自治体が抱える地域課題を「企業が関われる事業」に組み立て、企業の関り代を明示。企業版ふるさと納税を軸に、クラウドファンディングや寄付・ふるさと納税等の資金調達手段を組み合わせ、地域課題の解決に最適な財源を開発。

#### 支援内容：

- ・企業版ふるさと納税の仲介（自社にとって意味のある寄付先の紹介）
- ・地域に特化したクラウドファンディング等の資金調達メニュー提供
- ・自治体課題を企業向けに翻訳し、テーマ設計・見せ方まで提案書化

#### 企業から見た時に関わるポイント：

地域課題が企業が関与しやすい形に整理され、具体的なプロジェクトとして参画できる。十六FGのネットワークを背景に、自治体との調整から資金拠出の実行まで一気通貫で進められるため、社内説明や意思決定もしやすい。

詳しくはこちら → [ウェブサイト](#)



# 支援機関の紹介

## Chukai トライセクター・ラボ

### 地域の課題を 「つなぎ役」で実装へ

カテゴリ：経営相談／地域内での  
ネットワーク強化



#### 事業内容：

鳥取県西部のケーブルテレビ局である株式会社中海テレビ放送が社内に立ち上げた地域シンクタンク。公共・民間・市民社会の3セクターをつなぎ、調査研究と人材育成を軸に、地域課題の把握から施策立案・実装までを後押し。国交省「地域生活圏形成リーディング事業」では鳥取県西部地域官民連携プラットフォームの構成員として、持続可能な地域づくりに向けて生活サービスの創出とローカルマネジメントの在り方を検討。

#### 支援内容：

- 調査やアンケートで課題を整理し、ビジョンやアクションプランを策定
- 自治体・大学・金融機関・企業を束ね、合意形成と実装の座組を組成
- 地域で事業構想人材を育成

#### 企業から見た時に関わるポイント：

自社事業に強みを生かして地域課題の解決に貢献するとともに、広域的に事業を創出するプロセスを一緒に考えられる（持続可能なサービスモデルづくり）。

詳しくはこちら → [ウェブサイト](#)



## 【支援機関活用のポイント】

経営相談、人材、資金、ネットワーク等、企業が必要とする支援は、フェーズごとに異なります。

本事例集の企業も、複数の支援機関を段階的に活用しながら、事業を前に進めてきました。

自社の現在地を見極め、必要な支援を組み合わせていくことが重要です。

5

今後の展望

# 地域課題解決事業の成果

- 地域課題解決事業によって、地域に対しての価値創出はもちろん、自社の事業や経営においても、新規事業開拓やブランド力の向上や多角化による事業の持続可能性向上、従業員の誇り・納得感、採用面での好影響と言った人材面での成果が見られた。

## 地域への価値創出

**ものを創る**：ローカルのバリューチェーン強化、地域のブランド力強化、一次産業の振興、域内経済循環の強化

**場を創る**：共創拠点の形成、地域を訪ねる人の増加、住民の地域への誇りの醸成、文化資本の保全

**人や企業を育てる**：地域産業の振興、地域への良質な雇用の創出、地域人材の育成、次世代への産業教育と地域への愛着の醸成

**暮らしを支える**：地域住民の健康、その地域に住むことへの安心感の醸成、子育て世代の心理的安全性の向上

**コミュニティを創る**：地域課題やありがたい姿の見える化、新規事業の創発、行政・金融・大学・NPO等を巻き込む連携の輪の拡大

新しい情報や  
市場との出会い

相乗効果

活力が  
地域に伝播

## 自社が享受する価値

### 事業

- 新規事業創出の機会獲得、ブランド力の向上等  
→中長期的な売り上げ拡大

例) 地域課題への取り組みを通じた新たな事業領域の創出と、提案型案件の獲得/地域との共創で培ったブランド力を基盤とした、域外・海外からの引き合いの増加

- 多角化による売り上げの安定、経営の持続可能性の強化  
→レジリエンス強化

例) 祖業の強化と地域起点の新事業の並行育成による、特定事業に依存しない収益構造の構築/地域の遊休資源や事業承継ニーズの取り込みによる、既存事業と異なる収益の柱の確保

### 人材

- 従業員の誇りや幸せ、ウェルビーイングの向上、採用活動への好影響  
→人的資本の強化

例) 地域貢献活動を通じた社員の誇りや働きがいの向上と、企業理念への共感を軸にした採用力の強化/地域との日常的な接点による企業認知度の向上と、求人媒体に頼らない自然な採用の実現

# 地域課題への取り組みは、未来を切り拓く「経営行動」

- 自社資源の見直し・地域での新たな出会い・意思を持った継続が経営を前進させ、未来志向の経営行動となる。

## 地域での新しい出会い

地域社会との連携や交流を積極的に図ることが、企業に新たなビジネスのチャンスやアイデアをもたらす。地域課題への挑戦を通じて、企業は自社だけでは得られない知見やネットワークを獲得する。こうした出会いは経営の幅を広げ、持続可能な成長の礎となる。地域コミュニティとの関係構築が、未来志向の経営行動を後押しする。

## 意思を持った継続

地域課題への挑戦は単なる社会貢献ではなく、経営者自身が「まだ選択肢がある」「まだ価値を生み出せる」と感じることができる未来志向の経営行動であるという結論に至る。継続的な取り組みが企業の成長を支え、困難な環境下でも前進する力を与える。意思を持って行動し続けることが、経営の新たな可能性を切り拓く原動力となる。

## 地域課題への取り組みは、未来を切り拓く「経営行動」（＝シン・経営戦略）である

現代の経営環境では安定したビジネスモデルが存在せず、成功企業に共通する行動の一つは自社資源の再確認である。企業は自社の持つ強みや資源を改めて見直すことによって、新たな価値創出の可能性を探ることができる。自社のリソースがどのように活用できるかを分析し、変化する環境に対応する力を養う。こうした再確認が経営の出発点となり、未来への選択肢を広げる要因となる。経営者は自社の資源に対する理解を深めることで、より効果的な戦略立案が可能となる。

# 今後の展望

本事例集を通じて、地域に目を向け社会性と事業性を両立させる企業行動が、自社の成長・地域の活力・従業員の誇りという三方の価値を生み出すことを示すことができました。

人口減少や少子高齢化が進む中、行政だけでは支えきれない領域は広がっています。地域で活躍する企業が公益の担い手となることは、多様な主体の共助による地域社会の維持につながると私たちは考えています。

ただ「地域のために」と構えるのではなく、自社の強み、創出したい価値、社会に果たす役割を見つめ直し、地域という新たなフィールドに少し踏み出してみる。その先にこそ、地域課題の解決と自社の成長が重なる道筋があるはずです。

本事例集に登場する企業の挑戦を端緒として、中部地域のあらゆる企業がそれぞれの形で一つの公益的機能を引き受け、そうした企業に光があたり、応援される社会に向けて、取組の輪を拡げていきます。

## 付帯資料

- ①マクロ背景（政策の動向、市場環境の変化）
- ②関連施策一覧

# なぜ今、企業による地域課題解決に注目するのか

- 社会課題解決と経済性の両立を目指す企業のうち、地域の課題解決に取り組む企業はローカル・ゼブラ企業と呼ばれており、国の基本的な政策の中でも、その意義が掲げられている。

## 骨太方針2025（内閣府,2025年6月）

（中堅・中小企業による買上げの後押し）

事業者の定期的な情報提供を促す仕組みを検討するとともに、地域金融機関・信用保証協会のIT化を進め、予兆管理を強化する。政府系金融機関、中小企業基盤整備機構又は中小企業活性化協議会の支援を通じ、再生支援が必要な企業<sup>25</sup>のロールアップ<sup>26</sup>を促進する。事業者選択型経営者保証非提供制度<sup>27</sup>の活用状況をフォローアップし、経営者保証に依存しない融資慣行の確立を目指す。「再生・再チャレンジ支援円滑化パッケージ」<sup>28</sup>に基づく取組を進める。

地域経済への波及効果が大きい重点支援企業を選定し、地域ごとの支援体制を整備する。中堅企業の研究開発や大規模設備投資を支援するとともに、ファンド等からの出資を通じ、資金調達環境を整備する。海外展開を担える高度人材の受入れ、家族経営形態のガバナンスの強化を促進する。100億円超えの売上げを目指すことを宣言する企業の設備投資支援等を行うとともに、中小・小規模事業者の新事業進出・事業構造転換、研究開発及び新製品・サービス開発を支援する。

地域の社会課題解決の担い手となるローカル・ゼブラ企業の育成に向け、社会的インパクト評価を資金調達につなげる環境整備を進める。地域の生活を支えるサービスの供給を維持・発展させる「地域協同プラットフォーム」<sup>29</sup>を支援する。

中小企業・小規模事業者の人材管理<sup>30</sup>を含めた経営に対する支援の体制・機能を強化する。企業の情報・支援ニーズを集約した、中小企業と支援機関とのマッチングに係る基盤（セカマチ）の機能を拡充する。「小規模企業振興基本計画」<sup>31</sup>を踏まえ、経営力向上のための商工会・商工会議所による支援を行う。独立行政法人工業所有権情報・研修館の機能の地方展開に取り組む。

## 地域金融力強化プラン（金融庁,2025年12月）

### 8. 地域課題の解決

#### （1）ローカル・ゼブラ企業等へのインパクト投資の推進

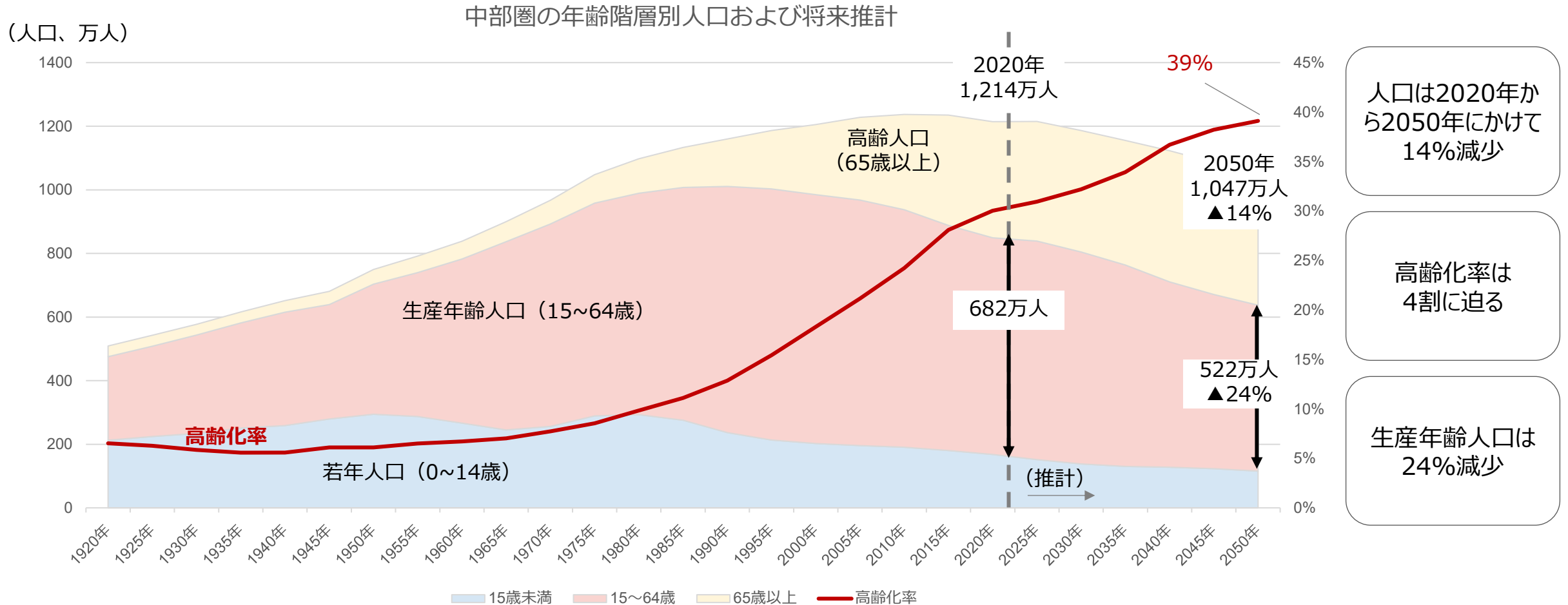
一定の投資収益の確保を図りつつ、社会・環境的効果（インパクト）の実現を企図するインパクト投資は、社会・環境課題の解決を後押しする取組としても期待されているが、地域課題をビジネスの力で解決しながら、社会的インパクトと事業収益を継続的に両立する地域に根差した企業である「ローカル・ゼブラ企業<sup>32</sup>」への成長支援においても、活用が考えられる。インパクト投資も活用し、日本の各地域において数多くの「ローカル・ゼブラ企業」を生み出していくとともに、地域内外のステークホルダー（長く地域に貢献してきた地域の老舗・中核企業、社会的インパクトに共感する大企業等）との事業連携や資金・人材面での協力を進め、エコシステムの強化を図っていくことが重要である。

・ 官民の幅広い関係者が参画する「インパクトコンソーシアム」（2023年11月設置）での議論を通じて、「ローカル・ゼブラ企業」を含む地域課題解決に取り組む企業へのインパクト投資の具体的な事例やノウハウの共有等を行い、インパクト投資の担い手の育成とその実践を後押ししていく。

<sup>32</sup> ゼブラ企業とは、社会課題解決と経済性の両立を目指す企業を、白黒模様、群れで行動するシマウマに例えて命名された。このうち、地域の課題解決に取り組む企業をローカル・ゼブラ企業と呼称している。

# マクロ動向

■ **中部地域（愛知県、石川県、岐阜県、富山県、三重県）**においては、2020年から2050年にかけて総人口は14%減少、生産年齢人口は24%減少し、高齢化率は4割に迫る



(出所) 総務省『国勢調査 時系列データ 男女、年齢、配偶関係 第3表』、『[推計値]国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来人口推計（令和5（2023）年推計）』よりPwC作成

# 関連施策一覧

## ■ 中央省庁における特にファイナンスに関係がある施策を例示。

カテゴリ	管轄	施策名	施策概要	リンク
交付金	総務省	ローカル10,000プロジェクト（地域経済循環創造事業交付金）	地域資源を活用した事業化に対し、地域金融機関の融資とセットで初期投資費用を交付金として支援する	<a href="https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/cgyousei/local10000_project.html">https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/cgyousei/local10000_project.html</a>
交付金	内閣官房（デジタル田園都市国家構想実現会議事務局）	デジタル田園都市国家構想交付金	デジタル技術を活用した地域課題解決や地方創生に資する取組を行う自治体・コンソーシアムを支援する	<a href="https://www.chisou.go.jp/sousei/about/mirai/policy/policy1.html">https://www.chisou.go.jp/sousei/about/mirai/policy/policy1.html</a>
寄附（税制優遇）	内閣府	企業版ふるさと納税（地方創生応援税制）	企業が自治体の地方創生事業に寄附した場合、法人関係税の税額控除（最大約9割軽減）を受けられる制度	<a href="https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/kigyoo_furusato.html">https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/kigyoo_furusato.html</a>
助成	JANPIA（一般財団法人日本民間公益活動連携機構）	休眠預金等活用制度	10年以上取引のない休眠預金を社会課題解決のための民間公益活動に活用し、資金提供と伴走支援を行う	<a href="https://www.janpia.or.jp/">https://www.janpia.or.jp/</a>
融資	日本政策金融公庫	ソーシャルビジネス支援資金	社会的課題の解決を目的とする事業を営む方に対し、低利で事業資金を融資する制度	<a href="https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/socialbusiness.html">https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/socialbusiness.html</a>
出資	中小機構（独立行政法人中小企業基盤整備機構）	中小企業成長支援ファンド	新事業展開・事業再編・事業承継等により成長を目指す中小企業に対し、出資と経営支援を一体で提供する	<a href="https://www.smrj.go.jp/sme/funding/index.html">https://www.smrj.go.jp/sme/funding/index.html</a>

# 関連施策一覧

## ■ 全国の多様な主体が展開するネットワーキングに関する施策を例示。

カテゴリ	管轄	施策名	施策概要	リンク
ネットワーキング	経営実践研究会	各種イベント	事業を通じた社会課題解決を志す企業が集い、研修・交流を通じて仲間と出会える場を提供する。	<a href="https://www.keijitsukai.jp/">https://www.keijitsukai.jp/</a>
ネットワーキング	事業構想大学院大学	事業構想修士（専門職学位課程）	社会人向け専門職大学院として、地域活性化・事業承継を含む実践的な学びと産官学ネットワーク形成を支援する。	<a href="https://www.mpd.ac.jp/">https://www.mpd.ac.jp/</a>
ネットワーキング	日本商工会議所	地域課題情報の提供・政策提言	全国の商工会議所ネットワークを通じて、地域課題に関心のある企業同士や支援機関が出会い、情報交換・連携検討ができる交流の場を提供する。	<a href="https://www.jcci.or.jp/file/chusho/202405/20240418_gaiyo.pdf">https://www.jcci.or.jp/file/chusho/202405/20240418_gaiyo.pdf</a>

# 他省庁の取り組み一覧

## ■ 経済産業省以外の省庁における民間主導や官民連携での地域課題解決を支援する施策を例示。

カテゴリ	管轄	施策名	施策概要	リンク
施策全般	国土交通省	地域生活圏	地域の文化的・自然的一体性を踏まえつつ、生活・経済の実態に即し、市町村界にとらわれず、官民のパートナーシップにより、デジタルを徹底活用しながら、地域公共交通や買い物、医療・福祉・介護、教育等の暮らしに必要なサービスが持続的に提供される「地域生活圏」の形成を推進	<a href="https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/kokudoseisaku_tk3_000164.html">https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/kokudoseisaku_tk3_000164.html</a>
施策全般	農林水産省	官民共創による農業・農村の課題解決のための取組	『農山漁村』経済・生活環境創生プロジェクト等、案件形成プロセスの体系化、伴走支援による好事例の創出、関係者の呼び込み、情報発信のための各種取り組みを展開。	<a href="https://www.maff.go.jp/j/nousin/kanmin_kyousou.htm">https://www.maff.go.jp/j/nousin/kanmin_kyousou.htm</a>
施策全般	金融庁	インパクトコンソーシアム	インパクト実現を図る経済・金融の多様な取組を支援し、インパクトの創出を図る投融資を有力な手法・市場として確立し、事業を推進していくため、投資家・金融機関、企業、NPO、自治体等の幅広い関係者が協働・対話を図る場として設置。	<a href="https://impact-consortium.fsa.go.jp/">https://impact-consortium.fsa.go.jp/</a>
施策全般	内閣府	多世代参画による地域活力プラットフォーム構築	多様で複合化した社会課題に対応していくため、幅広い世代の参画の下、地方公共団体、大学等、企業・団体、NPO、地域住民等の多様な主体の連携により、地域社会の課題解決に取り組むためのプラットフォームの構築や活用の促進を図る。	<a href="https://www8.cao.go.jp/kourei/tasedai/index.html">https://www8.cao.go.jp/kourei/tasedai/index.html</a>