

地方創生、一億総活躍社会に関する地域のグランドデザインづくりへの地域金融機関の参画例の分類

～まち・ひと・しごと創生本部事務局において把握された地方創生に向けた取組みに関する事例より～

(事例)	せとうち連合	八十二銀行	千葉銀行	静岡銀行	北洋銀行	十八銀行	東邦銀行	常陽銀行	山陰合同銀行	鹿児島銀行	かながわ信金	多摩信金	南郷信金
グランドデザインづくりの前提となる情報収集や分析への参画	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	
適切な関係者と連携しつつ、地域の生産性向上や円滑な新陳代謝の促進等に資するグランドデザインづくりへの参画(進捗管理とそれに基づく見直しへの参画含む)	■	■	■	■	■	■	■		■	■			■
金融機関の業務戦略とグランドデザインの連携	■	■	■	■	■	■	■		■	■			■

(注1)色つきは参画している分野。 中でも特に特徴的な分野。

(注2)地域金融機関の規模・特性、各地域における立場、あるいは、地方公共団体や地域関係者のスタンスにより、金融機関の参画のあり方は様々であり、その判断は、金融機関の経営判断に属する事項である。

①「観光関連産業を強化する地域における連携体制の構築」

(中国銀行、広島銀行、山口銀行、阿波銀行、百十四銀行、伊予銀行、みなと銀行、日本政策投資銀行)

1. 取組みを始めるに至った経緯、動機等

- ・瀬戸内エリアは、世界有数の内海である「瀬戸内海」など多様な地域資源を有しているが、瀬戸内が国内外の多くの人から選ばれる地域(ブランド)となるためには、瀬戸内エリアが一体となった地域資源の価値向上と情報発信が課題であった。
- ・平成25年4月に瀬戸内海に面する7県(兵庫・岡山・広島・山口・徳島・香川・愛媛)で「瀬戸内ブランド推進連合」を設立し、交流人口の拡大による地域経済の活性化の促進と豊かな地域社会の実現に向けた取組みを行っている。
- ・瀬戸内ブランド推進連合では、更に高みを目指した取組みを展開していくためには、地域金融機関が中心となった民間事業者の事業化・事業拡大を支援するための枠組みが必要であると考え、各金融機関と検討を開始。

2. 具体的な取組み内容

- ・平成27年5月に中国銀行・広島銀行・山口銀行・阿波銀行・百十四銀行・伊予銀行・みなと銀行(同7月に協定参加)および日本政策投資銀行が「瀬戸内地域の観光産業の活性化に関する協定」を締結し、観光関連事業者への支援内容の検討を開始。
- ・平成27年7月に上記8行と瀬戸内ブランド推進連合の間で「瀬戸内ブランド推進体制に関する協定書」を締結し、「事業化支援組織推進室」を設置。
- ・「事業化支援組織推進室」では、瀬戸内ブランド推進体制の構築に向け、資金支援の観点から「観光ファンド」「クラウドファンディング」「制度融資」、経営支援の観点から「情報・ネットワーク」「共通基盤」、DMO体制構築に向けた「事業化支援組織の形態」について、役割を分担して方向性を検討している。

3. 実施にあたり工夫した点(関与のポイント・推進体制面・PDCAサイクル面等)

- ・自治体と金融機関とが広域連携する取組みであり、検討開始段階はスピード感よりも参加者間のコミュニケーション(議論を重ねての合意形成)を重視。
- ・地域金融機関の情報・ネットワークと日本政策投資銀行の多様なファイナンスノウハウと知見の活用。

4. 取組みの成果(取組み中の場合は目標値・KPI等)

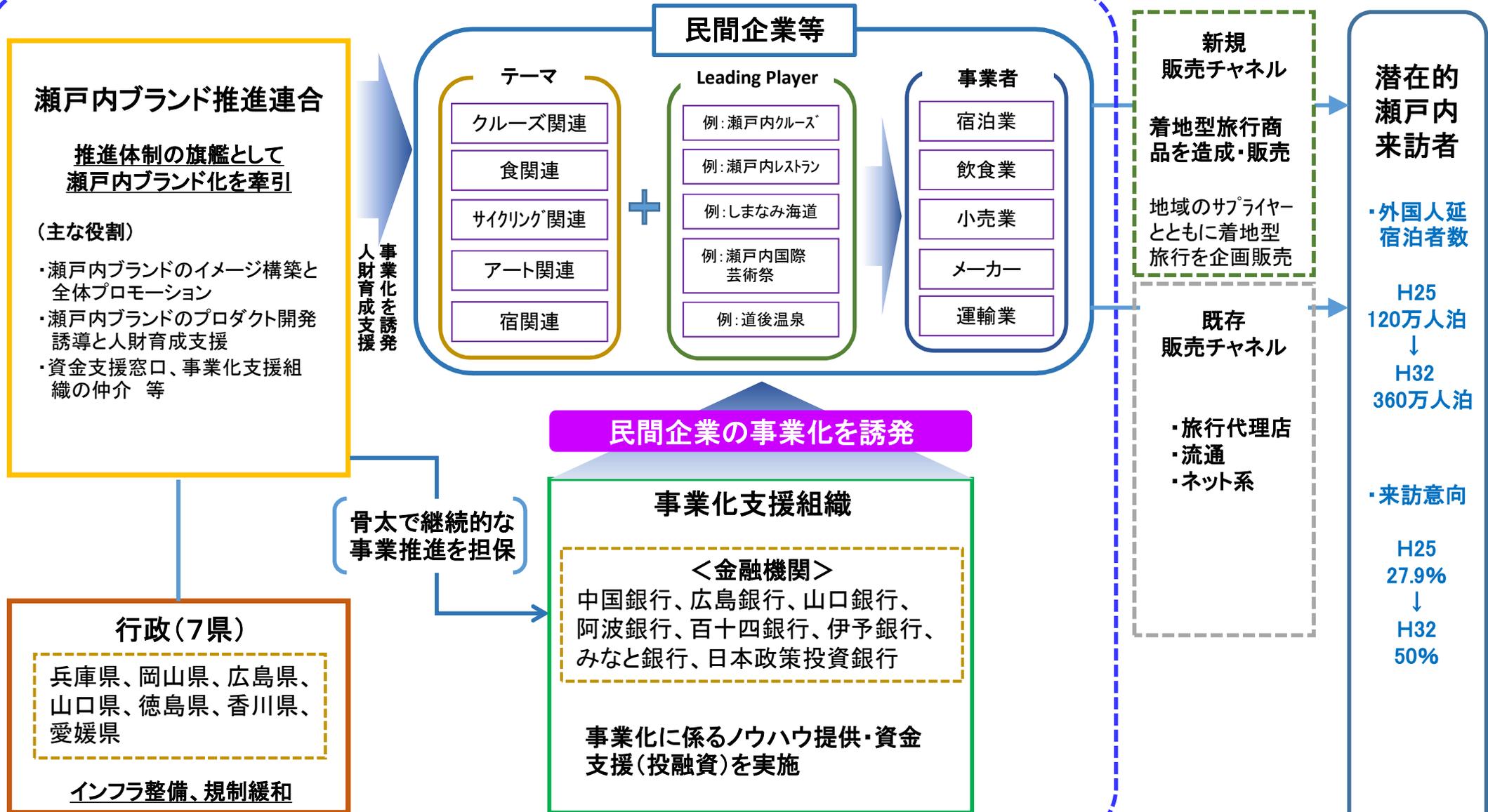
- ・「瀬戸内ブランド推進連合」は、地域ブランドを強力に推し進めるためのマネジメント組織として、平成28年4月に「一般社団法人 せとうち観光推進機構」へ発展改組予定。合わせて、協定締結の8行を中心とした事業化支援のための組織体の設立を目指す。
- ・観光関連事業者や地域金融機関等と広域に連携した瀬戸内ブランド推進体制として、以下のKPIを設定。

- ① 瀬戸内への来訪意向 2013年:27.9% → 2020年:50%
- ② 外国人延宿泊者数 2013年:120万人泊 → 2020年:360万人泊

5. スキーム図等

瀬戸内ブランド推進体制の構築に向けた取組み

《瀬戸内ブランド推進体制》



②「観光地まちづくりモデル構築による観光地の面的活性化へ向けた取組み」

(八十二銀行、地域経済活性化支援機構)

1. 取組みを始めるに至った経緯、動機等

- ・長野県に本店を置く当行は、訪日外国人に“SNOW MONKEY”として著名な湯田中・渋温泉郷や志賀高原を有する山ノ内町で地域の面的活性化のための活動をしており、地元事業者が設立したまちづくり会社「WAKUWAKUやまのうち」の支援を検討してきたところ。
- ・当行が観光まちづくりの推進について、観光を軸とした地域活性化ファンド等の取組実績のある(株)地域経済活性化支援機構(以下、「機構」という。)に相談し、平成26年10月に「観光を軸とした連携協定」を締結。山ノ内町をパイロット地域として「観光を軸とした地域活性化モデルの構築」をテーマに、両者において「長野県及び山ノ内町の観光活性化基本計画」を策定。
- ・同基本計画において、「(株)WAKUWAKUやまのうち」の観光まちづくりの基本コンセプト等を明確にし、当行と機構との間でファンド組成について合意。
- ・同基本計画の長期的な目標として長野県全体の観光活性化を図っていくことについて、長野県内に本店を置く多くの金融機関が賛同、出資者として参加し、「ALL信州観光活性化ファンド」を組成(平成27年3月)。

2. 具体的な取組み内容

- ・「ALL信州観光活性化ファンド」は、観光まちづくりモデルを構築するための中核機能を担う「(株)WAKUWAKUやまのうち」に対して投融資実行(平成27年8月)。
- ・湯田中・渋温泉エリアの観光資源を再整備し、ターゲットに定めた層に対して情報発信することにより集客増につなげ、地域の空き店舗等の不動産を集約し魅力的な街並みへと再構築を図っている。
- ・まちづくり会社の役員には、地域出身の若手人材が就任したほか、当行から監査役、機構から経営や観光事業等のノウハウを活かした専門人材がハンズオン支援を実施。

3. 実施にあたり工夫した点(関与のポイント・推進体制面・PDCAサイクル面等)

- ・地域における課題は、担い手不足と稼げるしくみづくり。従前つながっていなかった若手ネットワークの枠を広げ、地域活性化に取り組む人材を確保。
- ・当行と機構は連携しつつ、まちづくり会社の事業立案、計画策定、地域の若手人材育成などを支援。特に、異なる利害関係を持つ地域間、事業者間、行政機関等の調整を行うコーディネーター役としても能動的に関与。
- ・地域の建築物や街並み整備にあたり、機構と公益社団法人日本建築家協会(JIA)は、包括的連携協定を締結。

4. 取組みの成果(取組み中の場合は目標値・KPI等)

- ・「(株)WAKUWAKUやまのうち」を起点に、ALL山ノ内町体制で観光まちづくりを推進すべく、地域内の事業者、住民、行政体等が積極的に意見交換できる「まちづくり委員会」を組織し、地域一丸となった地域活性化モデルの構築を行っている。
- ・平成27年10月、「(株)WAKUWAKUやまのうち」は、オリンパス(株)、志賀高原観光協会、(株)プリンスホテル等の地元団体組織の後援・協力を取り付け、第1弾企画となる集客策として「ナイトフォトツアー」を催行し、集客増による観光活性化に寄与。
- ・まちづくり会社を中心となり、行政と連携し、「観光庁観光地魅力創造事業」に採択される(全国31ヶ所のうち)。同事業の中で、街並み整備事業ならびに映像コンテンツ・HP制作事業を平成27年12月～28年3月に実施する。
- ・パイロット地域である山ノ内町の観光活性化の取組みを加速させ、まちづくり会社を日本版DMOの先進事例として育成することを目指す。

5. スキーム図等

山ノ内町の概要

- ・長野県北東に位置
- ・地域資源:湯田中渋温泉、志賀高原野猿公苑(スノーモンキー)等
- ・基幹産業:農業、観光業

地域的課題

- ・廃業→空き店舗等の発生
- ・寂れた街並み→観光地の魅力低下
- ・地域の担い手が不足
- ・地域連携の不足 等

日本版DMO
育成

(株)WAKUWAKUやまのうち
(観光まちづくり会社)
※町出身の若手が運営・推進

<MISSION>

観光まちづくりモデル構築

- ①商品企画・発信・集客
- ②街並み整備
(空き店舗等の有効活用)
- ③イベント企画運営 等

投融資
人的支援

八十二銀行の取組②

- ・H26:長野県における観光活性化連携協定を機構と締結
- ・H27機構と県内全金融機関で「ALL信州観光活性化ファンド」設立
- ・H27:(株)WAKUWAKUやまのうちへの人的支援(監査役就任)

八十二銀行の取組①

- ・H24:温泉地の面的活性化に着手
- ・H26:まちづくり会社「WAKUWAKUやまのうち」設立(事務局:八十二銀行)
- ・H26:山ノ内町をパイロット地域の候補として機構と連携開始

「ALL信州観光活性化ファンド」

- ①名称:「ALL信州観光活性化投資事業有限責任組合」
- ②設立日:「平成27年3月31日」 ファンド期間:約7年間
- ③ファンド金額:1,200百万円
- ④出資者:長野県内に本店を置く金融機関、機構、REVICキャピタル、八十二キャピタル

① WAKUWAKU 情報発信

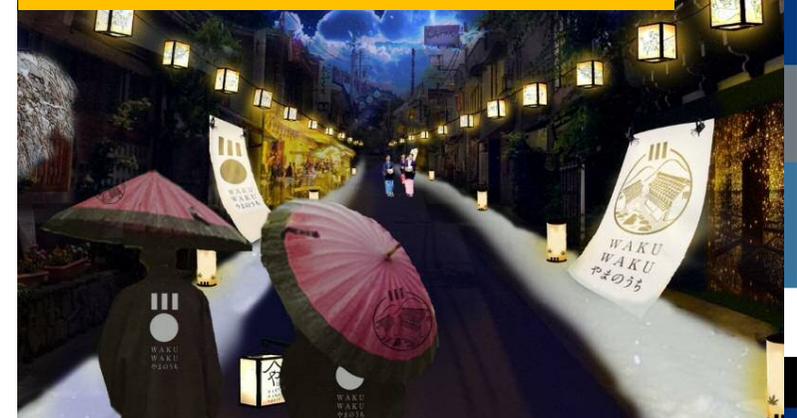


③ 10月 ツアー催行



- ①HP、SNS情報発信
- ②観光庁魅力創造事業(まちづくり協議会事務局)
- ③ナイトフォトツアー企画

② 12月～3月に計画 街並み整備事業



③「『千葉県創生』戦略プランに基づく各自治体への広域連携の働きかけ」

(千葉銀行)

1. 取組みを始めるに至った経緯、動機等

- ・千葉県は「東京圏」と位置付けられながらも、半島性という地理的要因もあり、都市部と郡部、また地域間でも経済環境や社会動態等の特性が大きく異なっている。当行では県内を5地域に分け、地域特性を踏まえた課題解決や目指すべき方向性を提言として従前より広く発信してきた。
- ・今般の「地方創生」へ向けた取組みにおいても、地域金融機関として各自治体に知見を生かした協力・支援を行うことに加えて、「周辺自治体との連携(広域連携)が、より大きな可能性を生み出す」との考えのもと、「広域連携のコーディネート」を重点活動に据えるとともに、各自治体等に対して広く周知・浸透させていく手法等についても検討を開始した。

2. 具体的な取組み内容

- ・27年年初より、総合戦略推進組織への参画に向けた活動に併せ、広域連携を含めた総合戦略の方向性について各自治体と個別に対話を開始。
- ・27年8月、「地方創生セミナー」を開催。県内を5地域に分けて定量・定性面から強み・弱みを分析(※1)、今後「地方創生」に向けて取り組むべき課題を示し、実効性のある広域連携の重要性についても提言を行った。
- ・27年10月、分析結果と課題、提言を取り纏めた「『千葉県創生』戦略プラン」を発刊。県下の全自治体(首長・関係部署)や県立・全自治体中央図書館等に寄贈するなど、「地方創生」における広域連携の取組みの重要性を含めた提言の周知・浸透に努め、その実現に向けた活動を加速。
- ・各自治体に対して地域特性や地域課題に応じた広域連携(※2)を提案するとともに、市町村間の実務者会議等におけるテーマとして設定を促すなどの働きかけを通じて、自治体間での対話の機運が醸成されてきており、県内でも広域連携の合意・構想が確実に広がりつつある。

※1 子会社のシンクタンク(ちばぎん総合研究所)と連携し、千葉県内全ての自治体(県、54市町村)を「定量要因(統計データ等77項目)」及び「定性要因(住民アンケート等44項目)」の計121項目から評価。当該項目を12分野に分け、偏差値化したうえでレーダーチャート分析を実施。

※2 手賀沼観光水辺開発、起業創業支援、南房総地域観光、成田空港圏域観光、東金・九十九里移住定住促進、長生郡子育て支援、房総横断鉄道活性化等

3. 実施にあたり工夫した点(関与のポイント・推進体制面・PDCAサイクル面等)

- ・分析結果等の具体的なデータに基づき、各自治体と課題及び対応の方向性を協議していること。
- ・PDCAサイクル確立の観点から、千葉県内で計画・推進されているプロジェクトについて、取り組むべき課題(ロードマップ)を作成していること。
- ・提言内容の実現化に向けて、アンケートやセミナー参加者の意見をもとに、各自治体のキーマンとなる人物の発掘・接触を実施していること。

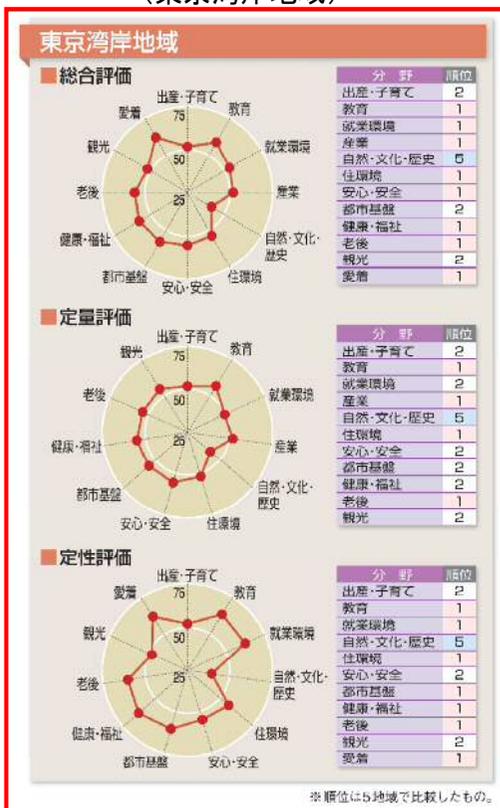
4. 取組みの成果(取組み中の場合は目標値・KPI等)

- ・当行が関与した具体的な成果として「南房総地域観光連携」において、館山市が総合戦略の基本方針として「広域連携(3市1町)による取組みの推進」を記載し10月策定完了。また、南房総市、鴨川市、鋸南町は総合戦略に「広域連携」による取組みを含め、平成28年3月末までに各策定予定。
- ・今後は、観光振興にとどまらず地域ブランドの確立を図る活動を展開する中で、他分野(起業・創業、農業振興等)へも地域連携の拡大・促進を図る予定。また、当該地域での広域連携の進捗を県内に発信することで、他地域でも進みつつある広域連携を促進させていく。

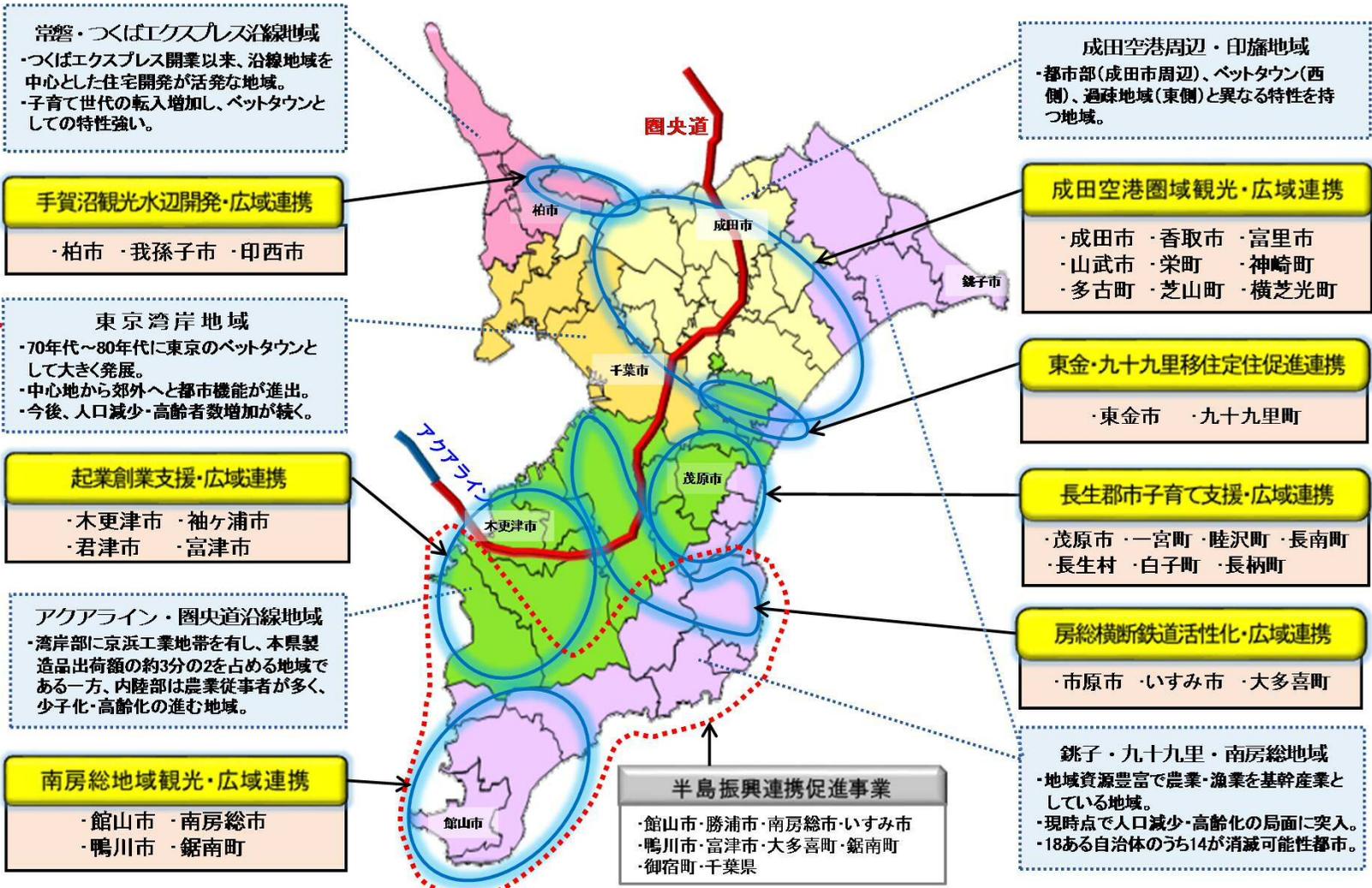
5. スキーム図等

【参考】

＜レーダーチャート分析＞
(東京湾岸地域)



千葉県・広域連携構想MAP



④「静岡県産業成長戦略に基づき成長が期待される中堅企業への官民一体となった支援」

(静岡銀行)

1. 取組みを始めるに至った経緯、動機等

- ・静岡県は、経済の持続的な発展のために、平成26年3月に産業界や金融界と連携して、「静岡県産業成長戦略会議」を設置し、平成27年2月に「静岡県産業成長戦略」を策定。
- ・当行は、静岡県銀行協会の代表行として静岡県の取組みに参画し、「静岡県産業成長戦略会議」の立ち上げ、および戦略立案に関与。
- ・静岡県は、「静岡県産業成長戦略」に基づき、静岡経済を牽引することが期待される成長志向の中堅企業を選定し、官民共同で集中的に支援するための組織機関として、平成27年4月に産業戦略推進センター「オープンイノベーション静岡」を創設。
- ・当行は「オープンイノベーション静岡」に地方創生部より行員1名を派遣し、支援施策の企画運営に協力。

2. 具体的な取組み内容

- ・「オープンイノベーション静岡」は、県内の成長が見込まれる中堅企業を選定し、県内有力企業や支援機関などで構成されるアドバイザリーボードにて自社商品の販路拡大に向けた取組みや新規事業の見極めについてアドバイスを実施するなど集中的支援を開始する一方で、静岡県は大中堅企業の設備投資を促進するための制度融資「産業成長促進資金(平成27年4月取扱開始)」を創設し、資金面における支援を開始。
- ・当行は、「オープンイノベーション静岡」に対して成長志向の強い大中堅企業の情報を提供するとともに、静岡県内の中堅・大企業の設備投資資金需要を捕捉し、県の制度融資の紹介及び申請手続き支援を実施。

3. 実施にあたり工夫した点(関与のポイント・推進体制面・PDCAサイクル面等)

- ・「オープンイノベーション静岡」が支援すべき中堅企業を選定するにあたっては、当行から出向している行員と当行が連携しながら情報を提供。
- ・静岡県が新設した制度融資は、これまで制度融資を利用する機会がなかった中堅・大企業が対象であり手続面が不慣れであったことから、当行が静岡県と連携しながら申請手続き支援を実施。
- ・今後、当行としても、選定された中堅企業に対して各種情報の提供や金融面の支援を行っていく考え。

4. 取組みの成果(取組み中の場合は目標値・KPI等)

- ・静岡県産業成長戦略会議については、今後も、継続的に開催し、成長戦略のPDCAサイクルを回していく予定。
- ・静岡県制度融資「産業成長促進資金」において当行取引先が第1号の支援対象となり、取引先への融資に対し、産業成長促進費助成(利子補給)を活用。平成27年9月末時点の、承認実績は3件/54億円(融資実行済:2件)。いずれも当行関与案件。
- ・「オープンイノベーション静岡」のアドバイス等による支援件数目標(年間)は20件。9月末までに、アドバイザリーボードにて3件のアドバイスを実施したほか、海外商談会の静岡県ブースへの出展紹介、自社商品の販路見込み先の紹介などを実施した。

5. スキーム図等

静岡県産業成長戦略 ～持続的な発展に向けた4つの戦略～

戦略1 企業誘致・定着の推進

- (1) 防災先進県としてのPRの強化や行政と企業との情報交換の促進
- (2) 県内事業用地等に関わる総合的な情報整備と誘致活動の強化

戦略2 事業用地の確保

- (1) 「内陸のフロンティア」を拓く取組の推進
- (2) 企業立地適地での工業団地の造成
- (3) 企業立地などに係る各種規制の見直し

戦略3 地域企業の事業活動の活発化

- (1) マザー機能を支える地域企業のものづくり力の強化
- (2) 地域企業の海外輸出の促進による販路拡大
- (3) 資金供給の強化
- (4) 地域企業を支える人材の確保・育成
- (5) 産業支援機関の機能強化

戦略4 次世代産業の創出

- (1) グローバルに競争できる技術を持つ地域企業への集中的な支援
- (2) 国の機関と連携した先端技術の研究開発と製品化、事業化の推進

産業戦略推進センター「オープンイノベーション静岡」 (27年4月設置)

成長が見込まれる中堅企業を選定、集中的に支援

アドバイザー・ボード（目利き委員会的な役割）
・県内有力企業や支援機関の代表者等が就任

センター事務局

（産業界等から派遣職員および県職員により構成）
・当行から職員1名派遣

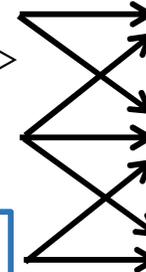
支援
要請



産業支援機関
＜研究開発助成、
コーディネータ派遣等＞

行政機関
＜各種支援＞

当行
＜金融支援＞



地域企業A

地域企業B

地域企業C

選定
(目利き)



（外部専門家）必要に応じて助言

静岡県制度融資
(27年4月取扱開始)
「産業成長促進資金」
の活用

中堅企業・大企業様必見！
【産業成長促進資金】

静岡県内（事業所を有する中堅企業・大企業）向けに事業計画を認定する仕組みで、
あって、県内産業の成長促進に資する、**返済利率0.67%**の低金利融資を行うことが可能です。
※事業計画の認定、貸付の開始は認定日から起算して10営業日以内です。

【融資期間】
最長10年間
(償還1年以内)

【返済利率】
認定利率に最大0.67%の低金利
が適用されます。

【融資対象】
- 認定利率に最大0.67%の低金利が適用されます。
- 認定利率に最大0.67%の低金利が適用されます。

※申込窓口：静岡市立中央図書館 静岡県民生活支援センター 電話：054-221-2550

⑤「税務データを活用した地域産業分析とこれに基づく地方版総合戦略の策定支援」

(北洋銀行)

1. 取組みを始めるに至った経緯、動機等

開始時期：平成27年6月

開始経緯：当行とルートエフ(株)、(株)北海道二十一世紀総合研究所との3者による地方創生に関する相互連携協力協定の締結。

取組動機：上記3社にて地方創生に関する意見交換を行い、地方版総合戦略に役立つ情報提供について検討。

2. 具体的な取組み内容

取組概要：総合戦略の目的である「域内の付加価値」増加を実現するため、「域内の付加価値」の現状を「産業毎の就業者数」と「就業者1人あたりの付加価値」に分解して分析。地公体の強みと弱みを把握し、地方版総合戦略の策定を支援(市町村別の把握が困難な付加価値については、税務データ<法人市民税・税割>を使い、課税所得を代替指標として利用)。

各社役割：ルートエフ;分析モデル作成、当行・21総研;地公体の紹介含めた各種サポート。

官民協働：地公体の税務データを利用した民間ノウハウによる地方創生サポートメニューの作成。

地公体;業種別の法人税務データ(法人市民税・税割)と就業者数の提供。

金融機関;対象地公体の選定及び紹介と該当地公体に対する情報提供依頼。

期待成果：地方版総合戦略策定に際しての基礎資料として役立つ。KPIの見える化。

事業課題：地公体により産業コードが異なるためデータ作成に時間を要する。

経営支援：分析を通じて地公体の中核事業・中核企業が明確になり、地公体と共に中核事業や中核企業との取組みが可能になる。

3. 実施にあたり工夫した点(関与のポイント・推進体制面・PDCAサイクル面等)

取組課題：市町村別産業別の税務データの収集(就業者数の記載がないケースがある)。

関与ポイント：・産業分類をLocal, Inbound, Outbound型に分け、人口減少の影響を考慮した分析を行ったこと。

・付加価値の代替指標として地方税データを活用し、地元でタイムリーに実態が把握できる仕組みを築いたこと。

・KPIを就業者数と就業者あたりの付加価値とし、個別政策の評価、今後の戦略の評価を行える仕組みにしたこと。

推進体制：サンプルとなった地公体から全道ベースに広げる際の進め方の検討。

PDCAサイクル：年度毎の分析手法を確立する必要がある。ベンチマークを促進させるための産業分類の共通化。道内外の自治体と連携したデータベース構築。

4. 取組みの成果(取組み中の場合は目標値・KPI等)

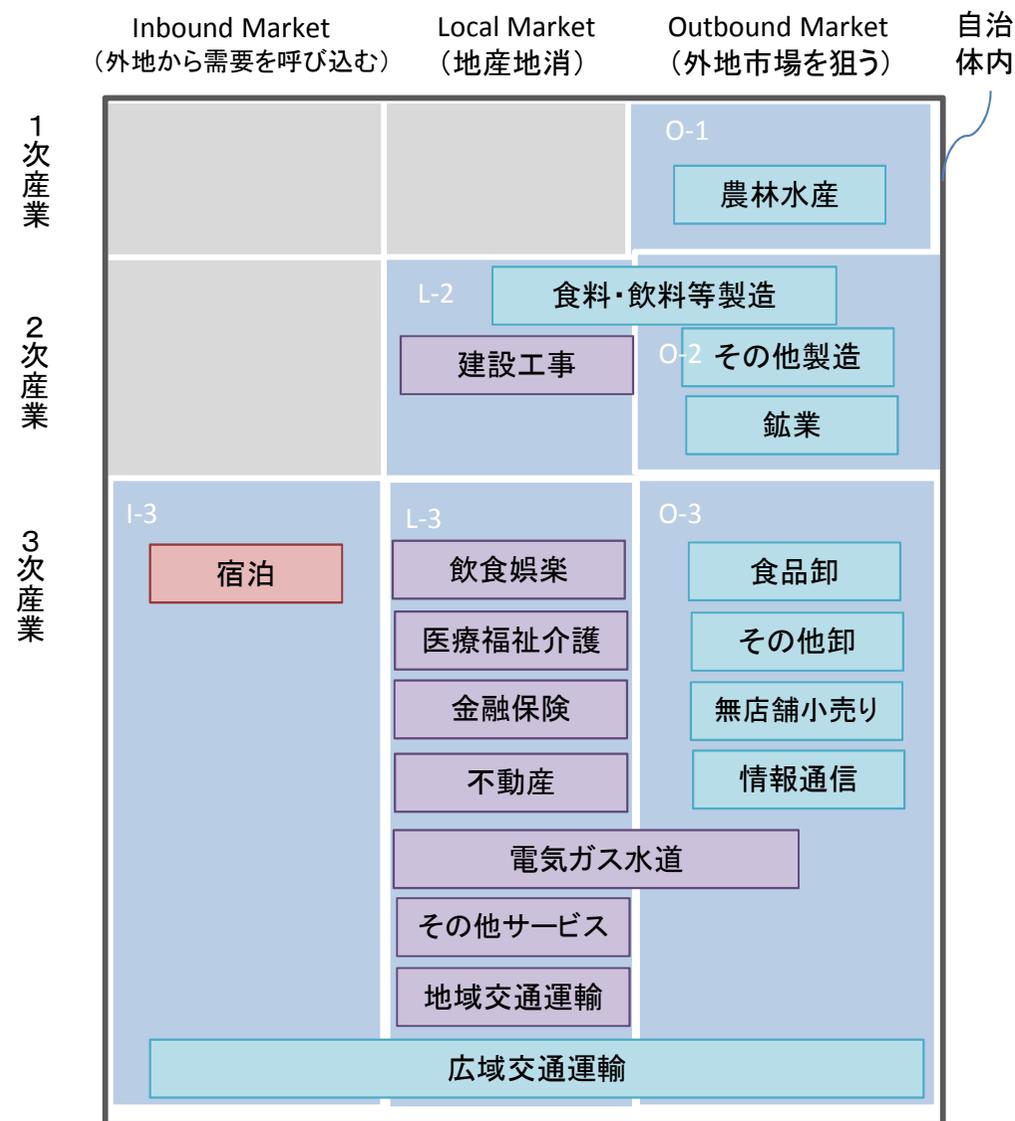
本取組みを実施した地公体の一部で地方版総合戦略に提案内容が反映された。

今後は、全道の地公体の利用を推進するとともに、将来的には全国ベースでの利用検討を目指す。

5. スキーム図等

顧客所在による産業区分

実際に各産業をInbound型、Local型、Outbound型に3分類してみると次のようになる



地方版総合戦略の基本軸

地方版総合戦略はOutbound型、Inbound型産業の強化を優先的に推進する7つの基本軸を展開すべきである……戦略はメリハリをつけることであり、おのずと自治体ごとに強化する産業を明確にすることになる

- 基本軸1** Outbound型、Inbound型産業の育成政策に経営資源を優先的に投入する……実際に現時点においてもOutbound型産業の就業者あたりの付加価値はLocal型を凌駕している
- 基本軸2** Outbound型産業の中でも強みのある業種をてこに上流、下流に事業領域を伸ばし、垂直統合によって付加価値の極大化を図る
- 基本軸3** あるいはOutbound型産業の中で強みのある業種で域外にも展開し、本社部門を要することで就業機会と付加価値の増大を図る
- 基本軸4** 他地域のOutbound型産業の誘致については、適正な範囲を超える支援を求められるのなら深追いをしない……他力本願なことはしない
- 基本軸5** Inbound型産業については人口減少の影響を直接受けないため期待されるが、事業モデルの刷新を図ることを前提に重点領域とすべき……Inbound型の付加価値はLocal型よりも高いが不安定
- 基本軸6** その他のLocal型産業についての就業者数は域内人口の動向に任せる……Outbound型、Inbound型産業の就業者数の増分がレバレッジ効果で増分の5倍の人口をもたらすことになる(5倍の法則)
- 基本軸7** もしLocal型産業の中で競争力の高くOutbound化、Inbound化できるような産業があるのなら、それを支援する政策を推進する

⑥「長崎都市経営戦略推進会議(長崎サミット)の取組み」

(十八銀行)

1. 取組みを始めるに至った経緯、動機等

- ・長崎県はもとより県都長崎市においても、人口減少傾向が強まり県内GDPが減少するなど、経済規模は縮小傾向にあった(地域経済の衰退)。
- ・こうした状況への危機感から、2010年7月、「長崎商工会議所」「長崎経済同友会」「長崎県経営者協会」「長崎青年会議所」の経済4団体を主体に「長崎県」「長崎市」「長崎大学」が加わった7団体が産・学・官連携プロジェクト「長崎都市経営戦略推進会議(長崎サミット)」を発足。
- ・人口減少に歯止めをかけ、GDPの維持・向上などに向けた施策を、各団体が連携・分担し取組むことで、地域活性化につなげていくことが目的。

2. 具体的な取組み内容

人口減少に歯止めをかけ地域経済活性化を図るために、以下の4つの「外貨獲得産業」の強化に向けた取組みを重点的に推進。

- ①基幹製造業・・・高付加価値船の建造態勢整備を支援、海洋エネルギー分野への進出支援。
- ②観光・・・おもてなしの充実・推進、外国人観光客の受入態勢の強化、夜景観光の推進、世界遺産登録に向けた観光客受入態勢の強化。
- ③水産・・・水産練り製品の販売拡大、「食と観光」等を踏まえた水産分野への新たな対応。
- ④大学・・・留学生3千人体制・インターンシップ等の推進、新卒者の県内就職率向上に向けた取組み。

3. 実施にあたり工夫した点(関与のポイント・推進体制面・PDCAサイクル面等)

(当行関与について)

- ・長崎サミット発足のきっかけは、当行会長(当時頭取)が代表幹事を務める長崎経済同友会による提言。また「長崎都市経営戦略推進会議」の事務局を長崎経済研究所(当行シンクタンク)に設置するなど、当行グループが黒子となって、企画・運営等をバックアップ。

(推進体制について)

- ・地域経済活性化策を実施する「長崎都市経営戦略推進会議」、その下に「9つのワーキンググループ」、「推進会議事務局」があり、別途構成7団体のトップが集う「長崎サミット(年2回開催)」が長崎都市経営戦略推進会議の活動をバックアップするという体制。
- ・2020年(最終年)における各分野、および全体的な定量目標を設定し、各施策毎にアクションプランを作りPDCAを徹底。

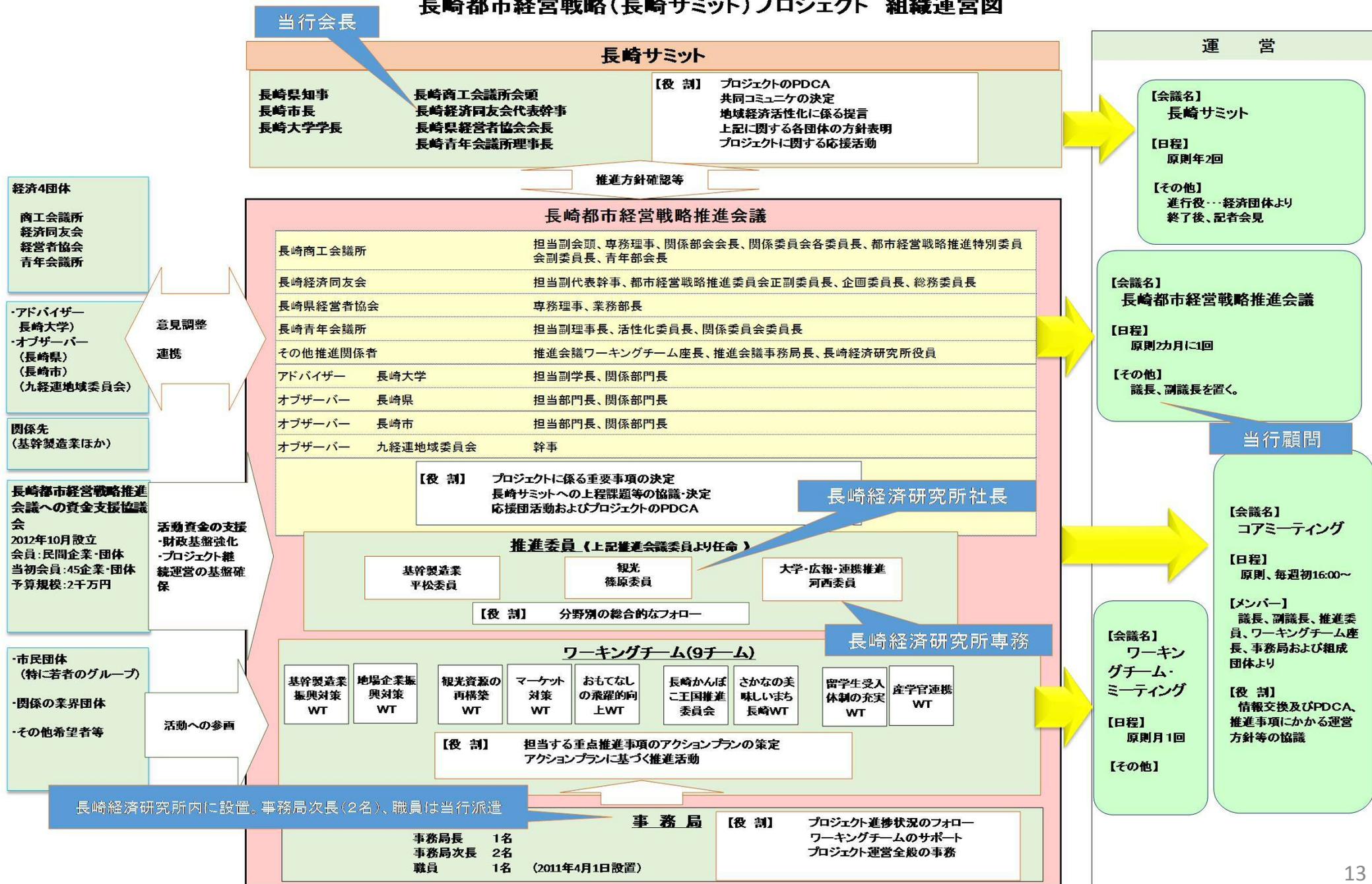
4. 取組みの成果(取組み中の場合は目標値・KPI等)

「基幹製造業」「観光」「水産」「大学」の4分野の強化により、2020年度における下記目標値の達成を図る。

目標値(2020年度)		現状	
◆1人あたりGDP	<u>331万円</u>	◆1人あたりGDP	<u>346万円</u> (目標比+15万円)
◆産出額	<u>359百億円</u>	◆産出額	<u>387百億円</u> (目標比+28百億円)
◆就業者数	<u>302千人</u>	◆就業者数	<u>299千人</u> (目標比▲3千人)

5. スキーム図等

長崎都市経営戦略(長崎サミット)プロジェクト 組織運営図



⑦「各自治体向けオリジナル提案書(強み・弱み分析)による提案活動について」

(東邦銀行)

1. 取組みを始めるに至った経緯、動機等

- ・自治体の「地方版総合戦略」策定及び具体的施策実行のサポートを目的に、平成27年2月に「地方創生サポートチーム」を創設。
(本部長:営業本部長、副本部長:総合企画部長、人事部長、営業統括部長、法人営業部長、融資部長、メンバー:全営業店長)
- ・平成27年6月には、各自治体のニーズにマッチした具体的戦略の提案を迅速かつ集中的に実行するため、「地方創生プロジェクト」へ組織再編。
(本部分員9名がメンバー参加、グループ企業との連携体制も確立)。県内全自治体へ訪問活動を実施。

2. 具体的な取組み内容

- ・当行は以下の取組みを実施。
- ①初回訪問前にメンバー全員が担当自治体の強み・弱みを分析した上で、強みを更に強化し、弱みを克服するための施策を事前に検討。
- ②当行がサポート可能な項目を集約した「サポートメニュー一覧表」を策定。営業店長との第1回目の帯同訪問において、「サポートメニュー一覧表」の提案及び地方版総合戦略の策定状況や金融機関に求める要望、ニーズ等についてアンケートを実施。
- ③各自治体の個別ニーズに即した提案を実施するため、自治体からヒアリングしたニーズの内容に対し、メンバー全員で各自治体ごとの「オリジナル提案」の具体的施策について検討。
- ④現場の意見を反映させるため、県内全営業店の行員からも「地域活性化に向けたアイデア、各地域の最新トピックス、地域特有の課題」等を収集。
- ⑤各自治体への「オリジナル提案書」が完成。2回目の訪問を実施済み。また総合戦略を策定した自治体へは、戦略の内容を分析し、具体的施策、KPI数値、KPI達成に向け、当行が実施していくサポートメニューを記載した「総合戦略一覧表」を策定し、自治体担当者と3回目の面談を実施中。

3. 実施にあたり工夫した点(関与のポイント・推進体制面・PDCAサイクル面等)

- ・初回訪問前にメンバー全員が地域の強み、弱みを分析した事で、自治体担当者との課題解決に向けた施策検討等、提案交渉がスムーズに進んだ。
- ・オリジナル提案書の内容は、当行がサポート可能な施策を盛り込んだほか、アイデアベースの提案も記載。
- ・営業店長と本部メンバーによる帯同訪問や、営業店行員からのアイデア等の収集を実施したことで営業店との目的共有・意識醸成が確立。
- ・自治体からの直接問い合わせが可能な「地方創生なんでも相談ダイヤル」を設置。自治体からの質問に迅速に対応。
- ・自治体訪問時に、広域圏連携への取組状況についてもヒアリング済み。広域圏連携に対する継続的なサポート体制を構築。
- ・プロジェクトメンバー全員の意思統一や訪問状況を共有するため、月2回の全体会議を実施。今後の方向性や改善すべき事項を中心に討議。
- ・10月までの計画策定が求められる「上乗せ交付金申請」対象自治体へのサポートを優先し、プロジェクト発足からオリジナル提案書の策定・訪問まで実質2ヶ月間で完了させる必要があったためタイムスケジュールの管理を徹底。

4. 取組みの成果(取組み中の場合は目標値・KPI等)

- ・被災地域を除く全自治体へ訪問し、オリジナル提案を実施する当行の取組姿勢に対し、自治体より高い評価を得た。
- ・その結果、全60自治体のうち「地方版総合戦略」策定への助言を行う「推進協議会」への参画(確定分含む)は7月:22自治体⇒9月:34自治体(+12自治体)へ大幅に増加(平成28年2月現在37自治体)。
- ・今後、更に訪問を重ね、自治体のニーズに合った提案の実施及び具体的戦略の実行(KPIの達成)に向け、継続的にサポートしていく。

5. スキーム図等

地方自治体様

「まち・ひと・しごと創生総戦略」サポートメニューのご提案

平成27年9月

東邦銀行

＜地方創生プロジェクトチーム＞

＜オリジナル提案書＞

区分	提案項目	具体的ご提案内容
しごと	各自治体へのオリジナル提案内容を記載	
ひと		
子育て		
まち		

記載例

「日本版CCRC」実現に向けた支援
＜当行ネットワーク等活用のご提案＞

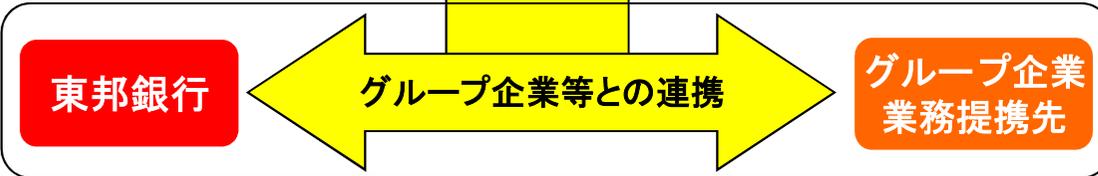
（ご提案内容）

- ①
- ②
- ③



県内各自治体様

- ① 地方創生プロジェクト及び営業店行員が「オリジナル提案書」による訪問提案活動を実施
- ② 具体的施策の実行をサポート



東邦銀行の組織体制

外部専門機関・大学等 連携 → 東邦銀行「地方創生プロジェクト」 連携 → 首都圏・海外とのネットワーク

課題・ニーズの収集 ↓ サポートメニューの実行

【企業立地・産業集積】

- ・ 各企業店と法人営業部等連携による連携
- ・ 「在京福島県経済人の集い」の定期開催

【企業ライフステージに応じた経営課題提案型営業の展開】

- ・ 事業承継、M&A仲介
- ・ IPO支援、シンジケート・ローンの活用

【創業支援】

- ・ どうほう 次世代創業支援ファンド
- ・ ふくしま創業・成長支援ファンド
- ・ 補助金デスクによる情報発信
- ・ ミュージックセキュリティーズ社との連携による「クラウドファンディング」の活用

【海外展開支援】

- ・ 海外商工会での販路拡大支援
- ・ 貿易取引支援

【観光・ふるさと名物・地域活性化】

- ・ ふくしまDCへの参画と観光産業活性化への継続的な取組み
- ・ 産地事業「食品本舗」の活用
- ・ 首都圏等での観光振興イベントの開催
- ・ 福島大学と連携した「地域戦略研究会」
- ・ インターンシップの導入

【再生可能エネルギー】

- ・ 福島県再生可能エネルギー研究所との連携による技術開発支援
- ・ 各風産産事業への積極的な関与

【医産連携推進】

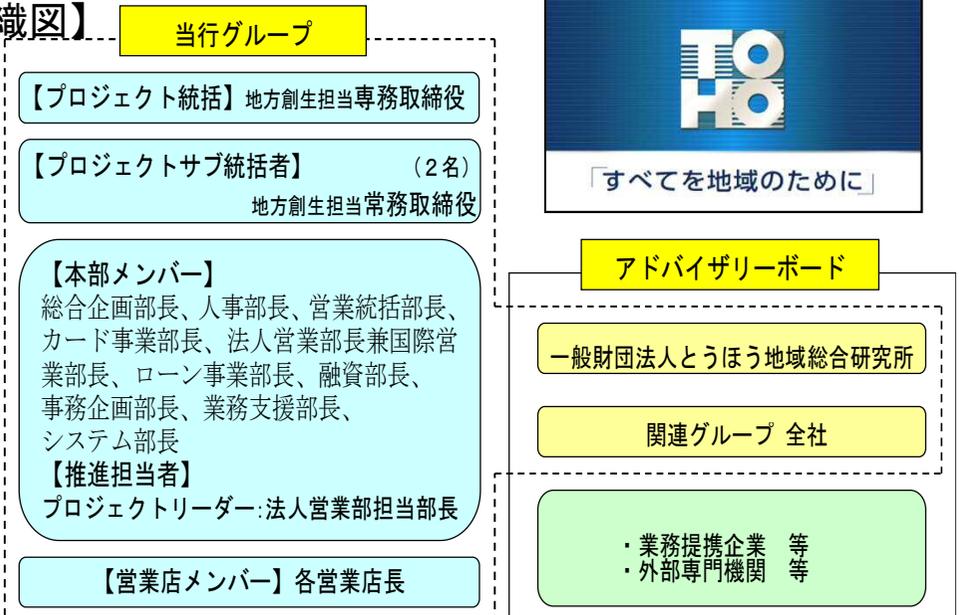
- ・ 財 ぶくしま医療機器産業連携推進との連携による技術開発・事業化支援

【ビジネスマッチング】

- ・ 商談会の開催、個別マッチングによる販路開拓支援
- ・ 公設研究機関、大学等との連携による技術開発、事業化支援

【移住定住促進】
住宅ローン特別金利

【組織図】



⑧「『市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略』の策定支援事業」

(常陽銀行)

1. 取組みを始めるに至った経緯、動機等

- ・平成26年12月に、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が閣議決定されたことを受け、県内各市町村が一斉に総合戦略策定に動き出し、当行グループに対して策定の支援(コンサル)要請が数多く来ていた。極力要望に応えるべく、コンサルを受注する常陽産業研究所の人員増等を行ってきたが、マンパワーに限りがあり、受注可能な市町村は限られていた。
- ・このため、当行では、研究会事業、セミナー事業、調査事業の3つの事業を新たに立ち上げ、メリハリをつけて戦略策定支援に取り組むことで、県内全ての市町村の要望に応える体制を整備した。

2. 具体的な取組み内容

新たに、以下の3つの事業を立ち上げ、市町村の地方版総合戦略策定支援を実施(実施テーマ等、詳細は次ページ5参照)。

(1)研究会事業(全6回。3～10月実施。26市町村39名が参加。有料)

- ・市町村の戦略策定担当者を集めて、戦略策定に関するノウハウの提供、情報の共有を図る目的で、ワークショップ形式で実施。

(2)セミナー事業(全3回。44市町村、延べ278名が参加。無料)

- ・空き家対策や人口減少、公共交通、婚活等の地方創生に関する重要テーマについて、外部講師を招き、セミナーを開催。あわせてグループ会社の自主調査の結果をレビュー形式で説明。

(3)調査事業(7～8月実施。17市町村。有料)

- ・マルチクライアント方式で、希望市町村に対し、共通テーマに関する調査を実施。加えて、インターネットや職域サイトを活用したアンケートも実施。

3. 実施にあたり工夫した点(関与のポイント・推進体制面・PDCAサイクル面等)

- ・セミナーや研究会は、単なる情報提供にとどめることなく、テーマを絞ってワークショップ形式で開催することにより、市町村の担当者自身がアイデアを出すためのヒントを得て、それを持ち帰って庁内で実践できるような方式とした。
- ・セミナーの中で出てきたアイデアや発想については、「アイデア集」としてまとめて還元した(人口分析、KPI設定、モデルシナリオ等)。
- ・調査事業では、複数市町村がまとめて共通のテーマを調査する方式(マルチクライアント)とし、各市町村の費用負担を抑えるようにした。
- ・研究会では、都度アンケートを実施し、その回答結果を反映したうえで、次回以降の研究会のテーマ等を決めて開催した。

4. 取組みの成果(取組み中の場合は目標値・KPI等)

- ・市町村に対して、戦略策定に必要なデータの提供(人口動態を含む各種データやアンケート調査結果等)やアイデア集の提供を行った。
- ・研究会は、10月で一旦終了となるが、市町村へのアンケート結果では、今後も何らかの形で、研究会を継続開催してほしい旨の回答が多く見られたことから、今後も定期的開催予定。

5. スキーム図等

	内 容
研究会事業 (26市町村)	<p>・データ活用方法、KPI設定方法等をテーマとして、ワークショップ方式にて開催し、市町村の総合戦略策定に必要なノウハウ・データを提供(有料)</p> <p><主なテーマ></p> <p>第1回(3/27) モデルシナリオ提示、当行施策パッケージ提案 第2回(5/12) 空き家ひざづめミーティング、人口ビジョン 第3回(6/2) 来町戦略、定住化戦略ワークショップ 第4回(6/26) 婚活事業化ワークショップ、空き家の利活用 第5回(7/22) シニア層対応、市町村連携事業 第6回(10月)研究会事業の総括。総合戦略策定に役立つ「アイデア集」を提供。</p>
セミナー事業 (44市町村)	<p>・グループ会社である常陽ARCにて実施した自主調査の結果をレビュー。あわせて、地方創生関連の重要テーマについて、外部講師を招いて講演。</p> <p><テーマ></p> <p>第1回(5/12) 空き家対策 第2回(6/2) 県内公共交通、地域の産業創造 第3回(6/26) 結婚支援、まちづくり</p>
調査事業 (17市町村)	<p>・人口ビジョン、総合戦略策定にあたって、必要となる調査をマルチクライアント方式(複数市町村が対象)にて受注(有料)</p> <p><調査内容></p> <p>①「空き家」資源化施策の可能性調査(7市町村) ②県内在学の高校生の就職・居住に関する意識調査(10市町村)</p> <p>・上記に加えて、実際に県内に在住する勤務者を対象とし、職域サイトを活用してアンケートを実施。</p> <p><調査内容></p> <p>○「職場や居住の選定理由、定住意向等」に関する意識調査</p>

※上記以外に、常陽ARCが保有する各種データ(人口、生活行動圏調査等)を提供。

<研究会の様子>



⑨「官民連携による地域開発及びコンパクトシティ化につながる取組」

(山陰合同銀行)

1. 取組みを始めるに至った経緯、動機等

- ・人口減少・高齢化の影響を大きく受けている当地において、公共インフラの更新投資は極めて重要な地域課題として認識している。
- ・その一方で、地公体の財政制約は厳しく、地公体の公共インフラ更新に対する考え方も費用対効果等を重視する方針に変わってきている中で、今後更なる官民連携が必要であると考え、各地公体の取組スタンスや検討状況の把握を行ったもの。
- ・平成26年5月から8月にかけて、本部担当者が公共インフラの整備・更新に加え、地域における重要なインフラとして位置づけられる医療・介護・福祉の分野も含めた「街づくり」の側面から全地公体(38市町村:除く2県)の首長と面談を実施した。
- ・平成27年4月に地公体の地方創生の取組みに対し積極的に関与・支援するため、本部関係部・地公体取引店長をメンバーとし、「地方創生推進プロジェクトチーム」を設立した。

2. 具体的な取組み内容

- ・平成26年度に実施した首長との面談にあたっては、「街づくり」をテーマに、①社会インフラ更新投資問題(公共アセットマネジメント)、②産業振興(6次産業化等による地場産業育成)、③地域包括ケアシステム構築によるコンパクトシティ化について情報収集を実施した。
- ・首長との面談後、各地公体の課題認識や取組状況、また、個別の要請に基づき、当行から各地公体の関係部課に再開発事業・6次産業化・インフラ整備等についての提案や意見交換を実施した。
- ・平成27年度は官民連携事業に対する基礎的な検討や再開発事業にかかる可能性調査について、当行関連会社(シンクタンク)と連携・受託し、グループ一体となって各地公体のプロジェクト支援を実施している。
- ・ヒアリングした内容については情報連絡システムを活用し、本部と営業店で共有を図っている。

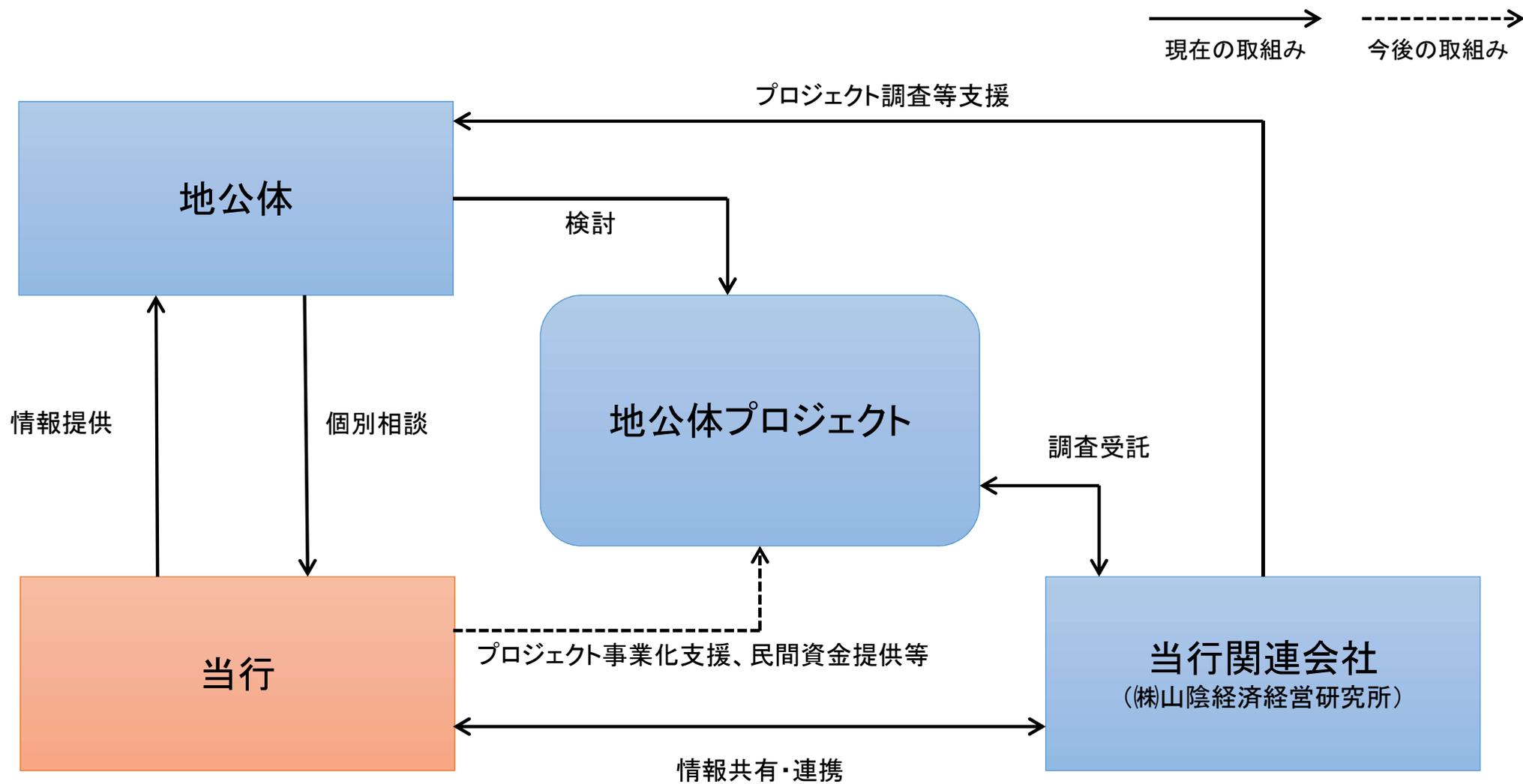
3. 実施にあたり工夫した点(関与のポイント・推進体制面・PDCAサイクル面等)

- ・原則、首長と面談(一部規模の大きな地公体では副市長)を徹底し、当行が提供し得るノウハウや専門部署の紹介等を直接首長に行うことにより、当行との連携メリットをアピールした。
- ・各地公体へのヒアリングの際には、必ず各地公体の取引部店長と同行し、課題認識や取組状況を共有し信頼関係の構築に努め更なる連携強化を図った。

4. 取組みの成果(取組み中の場合は目標値・KPI等)

- ・山陰両県の地公体の首長と面談を行ったことにより、各テーマに関する現状ならびに方針等について首長自らの考えを把握することが出来た。その結果、公共施設等総合管理計画の策定委員会への参画要請や、PFI勉強会の実施依頼、6次産業化支援に関する相談等に繋がった。
- ・本取組開始後に、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が閣議決定され、地方創生に関する取組みが開始されたが、先行して地公体との関係強化を図っていたことにより、各市町村の戦略策定への関与(35地公体)や松江市との業務協力協定締結など地方版総合戦略策定等への支援に繋がった。

5. スキーム図等



「『美』をテーマとするイメージ戦略の実施(さつま町まち・ひと・しごと創生総合戦略事業)」

(鹿児島銀行)

1. 取組みを始めるに至った経緯、動機等

- ・さつま町における総合戦略策定支援業務を当行グループ会社である鹿児島経済研究所(以下、KER)が受託。
- ・総合戦略の事業検討にあたって、KERより県内若年女性をメインターゲットとした「『美』をテーマとするイメージ戦略の実施」を提案。
※「美」をイメージする地域資源の存在(温泉、美食、竹、和紙、薩摩切子、清流、かぐや姫など)等が背景にある。
- ・「『美』をテーマとするイメージ戦略の実施」は、総合戦略の一事業ではあるが、「薩摩のさつま」ブランドの推進など農林畜産業の六次産業化、県内大学との連携によるデザイン性の高い公共施設へのリノベーション、地元高校との連携によるまちづくり、交流から定住へつなげる移住促進など、その他の事業についても、イメージ戦略を軸に束ね、各事業との有機的連携を図ることで、効果的かつ効率的に総合戦略を実施していく方針。

2. 具体的な取組み内容

- ・観光特産品協会の自主財源獲得に向け、温泉資源を活用した「美」に関連する商品(温泉成分を含んだ化粧水・保湿ジェル・石鹸)を開発、販売。
- ・商品開発においては、地元メディアに協力(監修)を依頼。同メディア監修をキャッチフレーズとして商品力を強化するとともに、JRアミュプラザが運営する女性向け通販サイトやイベントへ出品予定。県内若年女性にターゲットを絞りながら、販売チャンネルの多角化を図る。
- ・情報発信においては、地元高校放送部と地元テレビ局との協力体制を構築し、放送部による地元情報ソースの作成および同局による定期的な放送を検討。地元情報を発信できる町、情報ソースを得るテレビ局、作品が放映される部員、イメージ向上につながる高校のwin×4の関係構築を図る。
- ・上記をモデルケースまた情報発信のツールとして、六次化を始めとする地域資源を活用した更なる商品開発・PRや各種事業の推進を行う。

3. 実施にあたり工夫した点(関与のポイント・推進体制面・PDCAサイクル面等)

- ・有識者会議において、地元メディア関係者(地元テレビ局、女性が主読者層である地元情報誌)を委員として招聘。地元メディアとの連携等により、イメージ戦略の「肝」となる情報発信力を強化するとともに、今後もデザイナーや料理家等との連携を検討し、事業の企画力・推進力を高めていく。
- ・地域おこし協力隊2名を観光特産品協会の事務局として雇用予定。将来のDMO組成を見据え、その核となる同協会の人員体制を強化する。
- ・「総合戦略コーディネーター」を設置。同人を核に産学官金労言の連携を強化し、本イメージ戦略を含め総合戦略を強力で推進していく。
※現在、さつま町と当行において、総合戦略推進における連携協定の締結を検討中。

4. 取組みの成果(取組み中の場合は目標値・KPI等)

- ・交流人口の増加による地域のにぎわい創出および交流から定住につなげる仕組みづくりによる移住者の増加。
- ・観光産業および農林畜産業・商業など関連産業の振興。
- ・イメージ戦略を軸とした多事業との有機的連携によるさつま町の観光全体および総合戦略全体のブラッシュアップ。
※「霧島」、「指宿」に続く鹿児島県内における“第三の温泉地”としての地位確立を目指す。
- ・将来的には、地元就職者を毎年10名ずつ増加、移住者を毎年15世帯増加させること等により、合計特殊出生率を2020年に1.89、2040年に2.1とすることを目指し、2060年の人口目標を1.5万人とする。

5. スキーム図等

さつま町の現状

人口減少・高齢化の進行

2.4万人（2010年）
⇒ 1.1万人（2060年）
高齢化率：35.4%
⇒ 41.3%

死亡数が出生数を上回る “自然減”の発生

自然減
▲261人（2013年）

若者を主とした人口流出

高校・大学進学等により
「15～19歳」人口が
7割に減少（2010年）

産業規模の縮小

企業数
1,027社（2009年）
⇒ 951社（2012年）

人口目標

1.5万人（2060年）
を目指す。

イメージ戦略の推進体制

①戦略策定時より地元メディア関係者が参画

⇒ 県内若年女性を主要ターゲットとする情報発信力を強化。

②産学官金労言の連携による「オールさつま」による推進体制

⇒ 産：温泉組合、特産品協会 学：薩摩中央高校 官：町、観光協会
金：当行 言：MBC（南日本放送）、欺文堂（TJかごしま）など

③総合戦略コーディネーターの設置

⇒ 同人を核に戦略を推進 ※今年度はKERが同機能を担っている。

観光振興における
推進体制の強化

人口減少克服に向けた
攻めの総合戦略

魅力的な地域資源
“町の強み”活用

地域
資源

資源のテーマは「美」

「知る人ぞ、知る」美肌湯郷

「ほたるの里」と呼ばれる清流

清流に育まれた美味・美食

和紙・切子など美しい工芸品

竹林が生い茂るかぐや姫の里

「美」をテーマとしたイメージ戦略

先行事業 ※本事業
『温泉活用推進事業』

具体的な取組

- ①推進体制の構築およびイメージ戦略の本格実施に向けた事業企画書の検討
- ②地元メディアおよび特産品協会等と連携した温泉資源を活用した商品開発・販売（温泉成分を含んだ石鹸、保湿ジェルなど）
- ③「美」をイメージさせるミニブックの作成、上記②の試供品を含め、地元情報誌の付録として配布
- ④当行の店舗ネットワークを活用し、都市圏支店の取引先の秘書など情報感度・発信力の高い女性などに対し、ミニブックおよび試供品を配布

【当行およびKERの関与】

- ◎本事業およびイメージ戦略の企画・提案、推進体制の構築支援、体制への参画
- ◎各種事業および事業関係者のマッチング
- ◎当行のネットワークを活用した情報発信の強化

期待される成果

- 交流人口の増加
- 地域の“にぎわい”創出

- 移住者の増加
- 若者の流出抑制

- 観光産業および農林畜産業、商業など関連産業の振興

- 本事業を軸とした他事業との有機的連携による戦略全体のブラッシュアップ

PDCAによる 取組の見直し

⑪「三浦市の観光活性化に向けた取り組みについて」

(かながわ信用金庫)

1. 取り組みを始めるに至った経緯、動機等

- 当金庫営業エリアである三浦半島地域は人口減少傾向であり、特に三浦市では、平成7年度の5万4千人を境に現在まで年々人口減少を続けており、活性化への取り組みが喫緊の課題であった。
- 平成23年12月、地域経済の活性化や地域社会の発展に貢献することを目的に、横浜市立大学と産学連携基本協定を締結しており、具体的な取り組み課題を双方で検討していた。
⇒ 横浜市立大学は三浦半島に位置していることもあり、喫緊の課題である三浦半島の活性化に向け、産学連携事業のひとつとして取り上げることとした。

2. 具体的な取り組み内容

当面の目標を「三浦市が抱える問題点の再確認と活性化に向けた提言を行う」とし、平成24年7月より、横浜市立大学の学生と当金庫役職員が共同して研究を行った。

- ✓ 1年目には現地視察、イメージアンケート、現地での来訪者アンケート、三浦市の産業連関表の作成を行った。
- ✓ 2年目以降は、三浦市の内情をより深く掘り下げ、三浦市にあった提言を行うことを目的として、市内事業者等へのヒアリング調査とヒアリング調査結果を活用したSWOT分析を行った。
- ✓ これらの調査結果をもとに提言をとりまとめ、平成26年10月に報告書を作成した。

3. 実施にあたり工夫した点(関与のポイント・推進体制面・PDCAサイクル面等)

- 研究に際しては、旧来からのしがらみや枠組みにとらわれない、若い視点・新たな視点での整理・提言が必要であることから、横浜市立大学の学生による研究を全体の基礎とし、随時意見交換を行うものとした。
- 当金庫は学生と三浦市や市内事業者との調整役として、アンケートやヒアリング先の調整などを行った。また、地元の1事業者として積極的に意見を述べた。

4. 取り組みの成果(取り組み中の場合は目標値・KPI等)

研究成果を三浦市に還元し、今後の取り組みの契機にしてもらうことを目的に、平成26年10月に「地域活性化シンポジウムin三浦」を三浦市民ホールにて開催した(来場者約450名)。

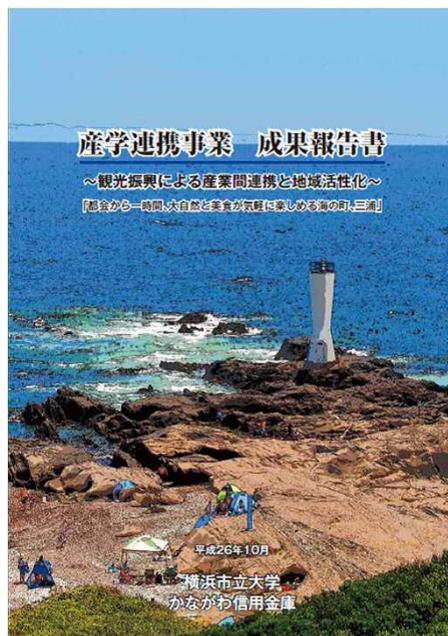
- ✓ シンポジウムでは、横浜市大の学生による研究成果発表、「産」「学」「官」「金」からそれぞれパネリストを選び、パネルディスカッション等を行った。
- ✓ シンポジウムの最後には、参加者代表として三浦市長に「三浦市活性化宣言」をしていただき、来場者からは賛同の大きな拍手をいただいた。
- ✓ 来場者アンケートでは「本気で結果が出るまで続けることが大事だと思う。」「今まで事業者は自分の利益ばかりにこだわって市全体として協力しようという姿勢がなかった。その結果が今の姿勢なので、全員で反省して、協力という目標に向かっていくべきだと思います。」といった声が寄せられ、「三浦市が抱える問題点の再確認と活性化に向けた提言を行う」という当初の目的は達成したと思われる。

今後は、当金庫既存のツールを活用した情報発信を通じて提言内容の実現に向けた活動を行うほか、行政機関や商工会議所、大学、地元企業や市民と更なる協力・連携関係を構築して新たな活動を行うことなどを検討しており、実行に向け、取り組みを進めている。

5. スキーム図等



▲共同研究風景



▲平成26年10月
産学連携事業 成果報告書



▲平成26年10月
地域活性化シンポジウムin三浦



実施の流れ

平成24年 7月	共同研究開始
平成24年 8月	市外居住者の三浦市に対するイメージを把握するため、横浜市立大学の学生および学生の家族等を対象としたイメージアンケートを実施(回答数約800枚)
平成24年 9月	三浦市内の主要観光スポットであるうらり(産直品売り場)、城ヶ島(景勝地)、三浦海岸駅、三崎口駅の4か所で、観光客を対象に自身のプロフィール、来訪目的、立寄り先、三浦市の観光資源に対する評価等に関する来訪者アンケート調査を実施(回答数約400枚)
平成24年12月	横浜市大学の学生がそれまでの研究成果を「三浦市の観光振興」として取りまとめ、日本政策学生会議で論文提出およびプレゼンテーションを実施
平成25年 6月	三浦市商工会議所において地元事業者に対する説明会を開催
平成25年7月～8月	三浦地域の地方公共団体、観光協会、商工会議所、事業者等30先に対し、各産業の現状把握、活性化に向けた課題抽出や解決策の方向性検討等を目的としたヒアリングを実施
平成25年11月	前年に引き続き、横浜市大学の学生が日本政策学生会議で論文提出およびプレゼンテーションを実施
平成26年 2月	当金庫役職員向けの報告会を開催
平成26年10月	産学連携事業の成果報告書を取りまとめるとともに、その報告も兼ねた「地域活性化シンポジウムin三浦」を開催

⑫「地域経済分析システム(RESAS)の活用に向けた勉強会」

(多摩信用金庫)

1. 取組みを始めるに至った経緯、動機等

- ・本取組は、従来より、当金庫職員が地域のNPO・市民団体等の活動に参画し、コミュニティビジネス支援に取り組み、地域の課題を住民とともに主体的に解決してきた経緯があり、そのネットワークを当金庫の組織的な活動に結び付けたものである。
- ・平成26年末に「まち・ひと・しごと創生法」が施行されたが、27年の年明け頃より自治体から、具体的にどう取り組めばよいか分からないとの声が多く聞かれるようになった。
- ・地方創生の議論において、「東京から地方への人の流れを作る」とあるが、当金庫の活動エリアである多摩地域の自治体のほとんどが、人口減少問題に直面せざるを得ず、早急に有効な施策を打たないと、将来的に多摩地域の魅力や街の活力が失われてしまうのではないかという危機意識。
- ・地方創生において、地域への気概を持って自治体経営を行う必要性がより高まっており、地域金融機関としても各自治体と連携して地方創生に向けて取り組んでいく必要がある。

2. 具体的な取組み内容

- ①(株)帝国データバンク担当者による、RESASで得られるデータと活用方法についての説明。地方版総合戦略策定の進捗についての情報交換。
- ②「予習課題⇒講義」のスキームの中で、参加自治体間でのグループワークを行い、他自治体側の視点を含めた、より実践的な政策立案スキルの習得を目指した。
- ③上記②に参加した自治体がまとめた、自市の課題と今後の方向性についての成果発表会を実施。地方版総合戦略策定の進捗についての参加自治体の情報交換。
- ④自治体相互で日頃から情報交換をしている4自治体から勉強会開催の依頼があり、(株)帝国データバンクとともに、産業分野を中心にRESAS活用法の勉強会を開催。EBPM(Evidence-Based Policy Making)の視点に基づいた政策立案スキルの獲得を目指した。
- ⑤まちづくりの重要な担い手である、市民やNPO、大学関係者を対象に、RESASで得られるデータと活用方法についての説明。アイデア交換の場も設定。
- ⑥市民レベルでの地方創生に向けた取組みの活性化のために、RESASを活用したまちづくりアイデアのワークショップの各地での開催を支援。

3. 実施にあたり工夫した点(関与のポイント・推進体制面・PDCAサイクル面等)

- ・地域金融機関として、日頃から、自治体や事業者・中間支援者(NPO・市民団体)等との情報交換を行っている。今回の勉強会等もその一連の流れである。
- ・⑤⑥の市民向け勉強会等に関しては、当金庫が事務局を務める、ゆるやかなネットワークを活用(市民目線での自発的啓蒙を促進)。

4. 取組みの成果(取組み中の場合は目標値・KPI等)

- ・多摩地域の自治体における情報交換の場として機能。
- ・多摩地域の施策展開における、広域的な視点の発揚。
- ・地方創生を担う主体(自治体、市民、大学、金融機関など)の連携強化。

地域経済分析システム (RESAS) の活用に向けた勉強会

自治体向け勉強会 (説明会型)

多摩信用金庫

① 第4回自治体向け勉強会 (5/1)

- ・テーマ: RESASを活用した政策立案
- ・協力機関: (株)帝国データバンク
- ・参加者: 26市2町1村の職員、大学等139名

② 第5回自治体向け勉強会 (7/6)

- ・テーマ: ③の成果発表、広域連携の重要性
観光メッシュデータの特徴と活用法
- ・協力機関: 内閣府企画官 まち・ひと・しごと
創生本部事務局、(株)帝国データバンク、
(株)Agoop
- ・参加者: 22市1町の職員、大学等98名



自治体向け勉強会 (演習型)

多摩信用金庫

(株)帝国データバンク

③ TAMA地方創生スクール
(5/27~6/24の5回講座)

- ・テーマ: RESASを活用した実践的政策立案
手法の習得
- ・参加者: 6市の企画・産業振興担当計18名

④ 四市行政連絡協議会勉強会
(8/21)

- ・テーマ: 産業政策を中心としたRESAS活用法
- ・参加者: 4市 (武蔵野市、三鷹市、小金井市、
西東京市) の企画・産業振興担当 計10名



市民向け勉強会・ワークショップ

多摩CBネットワーク
(事務局: 多摩信用金庫)

⑤ NPO向け勉強会 (5/8)

- ・テーマ: RESAS活用法と意見交換
- ・参加者: NPO、市民活動団体、民間
事業者、自治体職員、大学等69名

⑥ アイデア出しワークショップ
(6月~7月にかけて各地で開催)

- ・地域のNPOなどが主催
- ・三鷹市、調布市、立川市、八王子市、
東大和市、西東京市、国立市、日
野市で計10回開催、計262人が参加
- ・ワークショップ後もフェイスブック等で
情報交換が継続



― 実施主体 ―

― 実施内容 ―

― 様子 ―

⑬『日南共創活性化プロジェクト』の取組

(南郷信用金庫)

1. 取組みを始めるに至った経緯、動機等

- ・区内経済は、少子高齢化や人口減少、大型店舗進出に伴う停滞感が強まり、地元商店街は売上不振や収益の悪化から、やむなくシャッターを下ろさざるを得ない、いわゆる「シャッター商店街」が増えつつある。
- ・こうした中、当金庫が主体となり産学官金連携「日南共創活性化プロジェクト」を立ち上げ、「職域サポート制度」のネットワークを活用し、区内の企業や従業員および家族、そして商店街の中でお金が回る仕組みづくり(循環型経済社会)の構築を目指すこととした。

2. 具体的な取組み内容

- ・「職域サポート制度」は、当金庫と契約した事業所や地方公共団体等を対象に、その従業員や家族に対し、ゆとりある生活設計や資産形成に役立てていただくとともに、福利厚生に資することを目的として、各種の金融商品やサービスを通常よりも優遇して提供するもの。
- ・職域サポート契約先の従業員及び家族を対象に、協賛店の誕生日特典が付与された「地域応援パスポート」を発行し、パスポートの利用促進を図ることにより協賛店の集客力向上やリピーターの確保等に努めている。
- ・当金庫オリジナル情報誌「しんきん感」(隔月発行)を配布し、協賛店の特典情報の広報、職域サポート企業の紹介、お得な生活情報や地域のイベント開催案内等を発信することにより、区内企業・従業員家族・商店街のつなぎ役に努めることとしている。

3. 実施にあたり工夫した点(関与のポイント・推進体制面・PDCAサイクル面等)

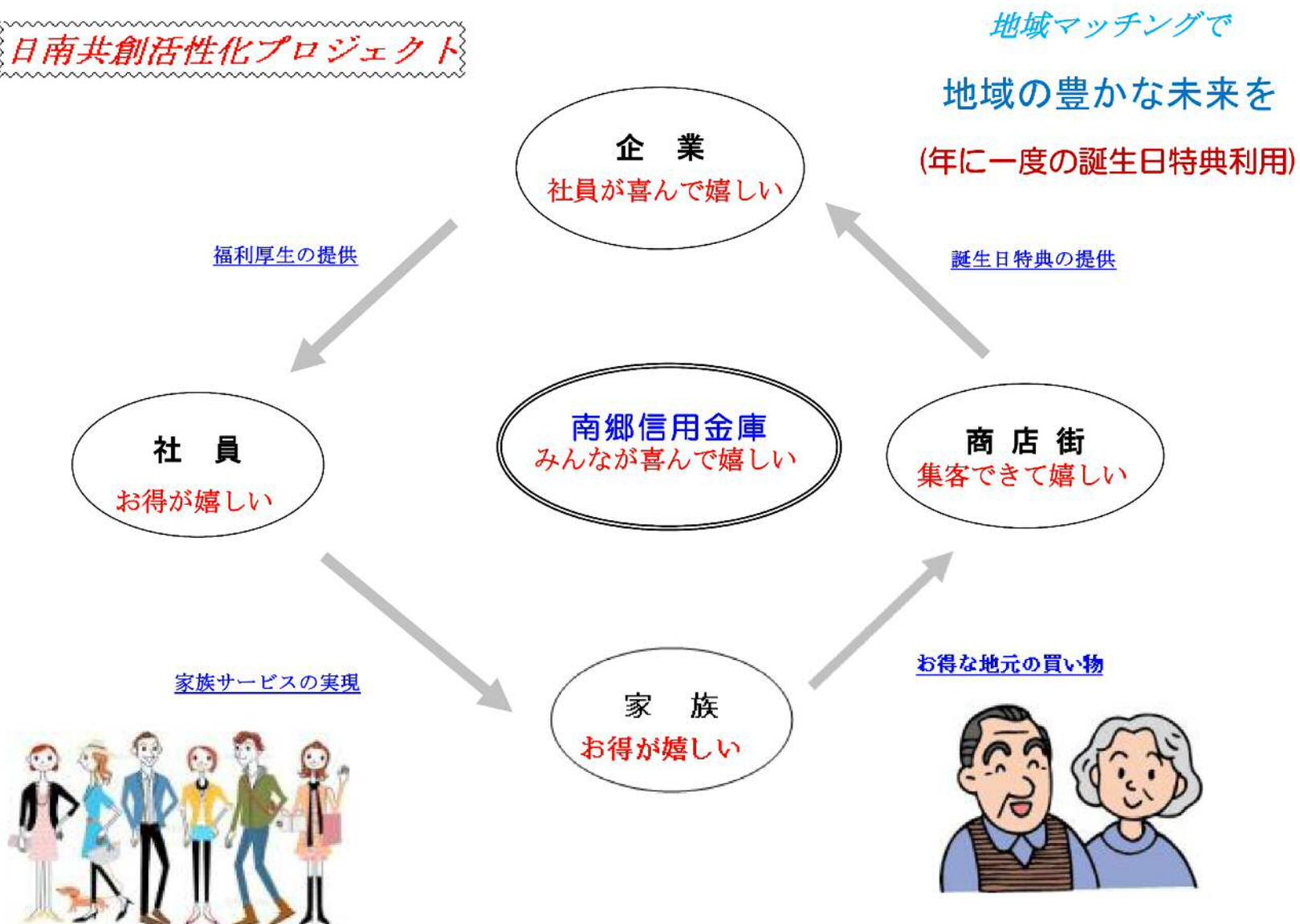
- ・協賛店の勧誘に当たっては、利用しやすさを考慮して、日南市にある利用度の高い業種(飲食店等)を対象としている。
- ・情報誌は、オリジナル性のある企画デザインとするため、当金庫職員8名で構成する「広報誌制作委員会」が中心となり、協賛店・職域サポート契約企業の紹介、金融豆知識、地域イベント情報やお得な生活情報のほか、当金庫キャンペーン商品等を掲載し隔月で発行している。話題性に富みながら生活に身近な内容であるため、通常の預金・融資商品の紹介パンフレットに比べ、高い訴求力を有するものとなっている。
- ・なお、配布先は主に職域サポート契約先の従業員及び協賛店であるが、一部では、新たな職域セールス先の獲得にも利用しており、当金庫渉外職員の営業ツールとして広く活用されている。
- ・本取組みは、産学官金連携事業であり、専門的知識、経験を活かした建設的な意見交換及び課題解決ができる体制となっている。

4. 取組みの成果(取組み中の場合は目標値・KPI等)

- ・取組みを開始して間もないが、早々に飲食店及び和菓子店、温泉施設等での利用があり、区内の話題となる兆しが見えつつある。
- ・パスポートの発行枚数は28年1月末時点で、2,892枚に達しており、利用実績の積み上げが期待できる。
- ・取組みが地元紙や業界新聞に紹介され、地方創生に向けた産学官金連携の取り組みとして話題になっている。
- ・今後は、利用者の拡大を図るべく、情報誌を毎回2,500部発行し、利用促進や知名度の向上に努めていく。

5. スキーム図等

日南共創活性化プロジェクト



地方公共団体との連携等で困っていること・抱えている課題

まち・ひと・しごと創生
本部事務局公表資料

- 地方公共団体との連携等で困っていること（地方版総合戦略の策定・推進に関与するにあたっての課題）には、以下に挙げる悩みが多く見受けられた。
- 戦略策定への関与の広がりを背景に、特に戦略策定段階における悩みが増えてきている。

戦略策定の準備段階 (接触段階)

策定の参画メンバーの人数に制限もあり、指定金融機関以外は、参入が難しい。

個別事業への関与を展望しているものの、総合戦略の策定に関与できていないため、戦略の内容・方向性等についての情報が少なく動きが取りづらい。

地公体からは、事業自体がほぼ決定した段階で意見を求められることが多く、事業化する前の段階で議論に参加できていない。

金融機関側にRESASを使った分析のノウハウが必ずしも蓄積しておらず地方公共団体をサポートしきれていない。

RESASの産業マップが使えないために、地方公共団体との目線が揃わない場合がある。

戦略の策定段階 (関与段階)

行政区域をまたいだ経済圏が形成されているため、金融機関が広域連携のコーディネーター役として機能發揮したいが、そのためには地公体の理解・協力が欠かせない。

金融機関に対する期待が過大（小規模な金融機関では地公体の期待に全て応えるのは困難）である。

過去に例を見ない取組であるため、戦略策定レベルで金融機関とどのように連携したらよいか模索している地公体がある。

地公体の全体を企画する部署と個別事業を企画する部署が分散しているため、やりとりに手間がかかる。

各地公体で抱える課題やニーズが異なり、個別対応が必要なことから、営業エリア内全ての自治体へ支援を行うことが難しい。