

---

## Ⅲ. ローカルSDGs「地域循環共生圏」 の参考資料

---

# 顧客へのアプローチ／プロモーション



- 事業の特性によって顧客への効果的なアプローチ方法・プロモーション方法は変わってきますが、参考として工夫例を紹介します。

	アプローチ方法	プロモーション方法
地域内	<p><b>訪問し対面で会話することで認知獲得とニーズ把握</b></p> <p>例) とくし丸：地域の顧客を直接訪問し、顧客の課題やニーズを直接聞き取り</p> <p>例) タベモノガタリ：移動販売で直接顧客と接することで、自社のターゲット層を把握</p> <p><b>体験会・ワークショップで呼び込み</b></p> <p>例) タナックス：試食会を実施して、顧客の認知を得るとともに感想を聞き取り</p> <p>例) ノオト：集落全住民とのワークショップを開催</p>	<p><b>地域外からの評価を活用</b></p> <p>例) うなぎの寝床：都市からの評価を得ることで、地域住民の興味関心を引立て</p> <p><b>ローカルメディアの活用</b></p> <p>例) フィッシャーマン・ジャパン：掲載されれば全国メディアで紹介され、地域でも認知</p>
地域外	<p><b>イベント開催</b></p> <p>例) 小川町：「オーガニックフェス」を開催して農業に縁遠かった若者を呼び込み</p> <p><b>会員制度・資格制度で安定的・長期的な関係づくり</b></p> <p>例) 四万十ドラマ：会員制度を設けてファンを囲い込み、立上期の顧客を確保</p> <p>例) 土居真珠：オーナー制度で、顧客が地域外から複数回訪問する機会創出</p> <p>例) パルセイユ：独自の資格制度を作り、販売者を呼び込み、長期的関係を作る</p>	<p><b>資金調達との一石二鳥</b></p> <p>例) みんなの奥永源寺：クラウドファンディングで自社事業の背景や想いをPR</p> <p>例) WATALIS：ビジネスコンテスト結果がメディアに掲載されて知名度が向上</p> <p><b>目に見える形・インパクトのある形に</b></p> <p>例) 豊島：タグにQRコードを付けて、地域や環境に提供する価値を紹介</p> <p>例) ふるさと屋：超小型EVをあぜ道で走らせる映像・画像でPR</p>
共通	<p><b>ビジョン発信</b></p> <p>例) サグリ：あるべき姿を発信することで政府に採りあげられ、自治体への接点開拓</p> <p><b>口コミの場を作る</b></p> <p>例) MONET：自治体やユーザー同士が集まることができる場を作る</p> <p>例) 未来シェア：自治体同士で情報交換する場を作る</p>	<p><b>メディアの都合・事情を効果的に活用</b></p> <p>例) アイル：メディアの閑散期である盆・正月に取り上げてもらうネタを情報発信</p> <p>例) タベモノガタリ：メディア掲載判断に足る情報量をWeb上で掲載</p> <p><b>補助事業認定で知名度や社会的信頼を獲得</b></p> <p>例) 豊かな丘：政府施策案件に採択されることでメディアからの着目を得る</p>

※ 本手引き内で(例)として挙げている事例について、詳細版やⅢ章で未紹介の事例は、以下をご参照ください。  
**【環境ビジネスの先進事例集】** [https://www.env.go.jp/policy/keizai\\_portal/B\\_industry/frontrunner/](https://www.env.go.jp/policy/keizai_portal/B_industry/frontrunner/)

# 社内体制の工夫例

- ローカルSDGsビジネスは、一般的な事業以上に、効率的な運営が求められます。思い切ってメリハリをつけた社内体制を実現しましょう。
  - コア業務を見定め、経営層も社員もそうした業務に集中・人材を重点投入しましょう。
  - パートナーはもちろん、場合によっては、ユーザーのリソースも有効活用しましょう。

<b>経営層</b>  立上期、代表はビジョン伝達・仲間づくりに集中	<b>メンターの支援でビジョンから計画に落とし込み</b>	例) タベモノガタリ：ビジネスコンテストで得たメンターの助言で事業計画を練り上げ
	<b>役割分担して「代表」は外向け活動に集中</b>	例) サグリ：CEOとCOOが役割分担し、CEOは対外活動に集中
	<b>事業拡大にあわせ部門長に管理権限移譲</b>	例) アイル：4名の部門長を育てて採用などの権限を委譲
<b>社員</b>  本業コア業務には人材を重点配置	<b>内製人材の事業開発により業界知見反映</b>	例) MWS日高：外注せず社内SEがシステム開発して介護業界に合わせた仕様実現
	<b>ユーザー支援チームに人材配置し共存共栄</b>	例) フィノバレー：支援チーム人材が顧客＝地域金融機関を継続支援
	<b>ベンチャーでも配置転換して人材育成</b>	例) ファーマーズ・フォレスト：自社運営にこだわり、配置転換をとおして人材の百貨店へ
<b>外部人材</b>  身軽な体制を維持しつつ専門知識やリソース確保	<b>サービスユーザーもリソースとして活用</b>	例) プラネット・テーブル：ユーザー自身が集荷拠点まで持ち込み
	<b>ビジョンに共感する地域在住プロの協力</b>	例) みんなの奥永源寺：ビジョンに共感した地元デザイナーがWEBコンテンツ作成
	<b>パートナーの人材をとおして業界知見獲得</b>	例) プラスソーシャルインベストメント：地域金融機関から出向者を受け入れ

※ 本手引き内で(例)として挙げている事例について、詳細版やⅢ章で未紹介の事例は、以下をご参照ください。  
 【環境ビジネスの先進事例集】 [https://www.env.go.jp/policy/keizai\\_portal/B\\_industry/frontrunner/](https://www.env.go.jp/policy/keizai_portal/B_industry/frontrunner/)

## 困りごと

✓ 地域循環共生圏の全体像や最新情報を知りたい

✓ 地域循環共生圏に関する先進事例を知りたい

✓ 多様な主体と連携したいが接点がない

✓ 取り組みの成果を見える化して周囲の理解を得たい

✓ どんな支援施策があるか把握したい

## お役立ち情報

**環境省ローカルSDGs  
～地域循環共生圏プラットフォーム～Webサイト**  
<http://chiikijunkan.env.go.jp/>

**地域循環共生圏関連の事例集**  
<http://chiikijunkan.env.go.jp/shiru/>

**環境ビジネスの先進事例集**  
[https://www.env.go.jp/policy/keizai\\_portal/B\\_industry/frontrunner/](https://www.env.go.jp/policy/keizai_portal/B_industry/frontrunner/)

**よい仕事おこしネットワーク**  
<https://www.yoishigotonet.com/>

**環境省グッドライフアワード**  
[https://www.env.go.jp/policy/kihon\\_keikaku/goodlifeaward/](https://www.env.go.jp/policy/kihon_keikaku/goodlifeaward/)

**環境省・関係省庁による支援施策の紹介**  
<http://chiikijunkan.env.go.jp/deau/#deau-katsuyou>

✓ ローカルSDGs（地域循環共生圏）に関する情報が、網羅的に掲載されている  
✓ 各種セミナー・イベントなどの最新情報も配信されている

✓ ローカルSDGs（地域循環共生圏）の先進地域・事業体に関する事例集がまとめて掲載されている

✓ 毎年テーマ毎に先進事例を調査・結果を発信しているH30年度・R1年度、ローカルSDGs「地域循環共生圏」をテーマに調査が実施されている

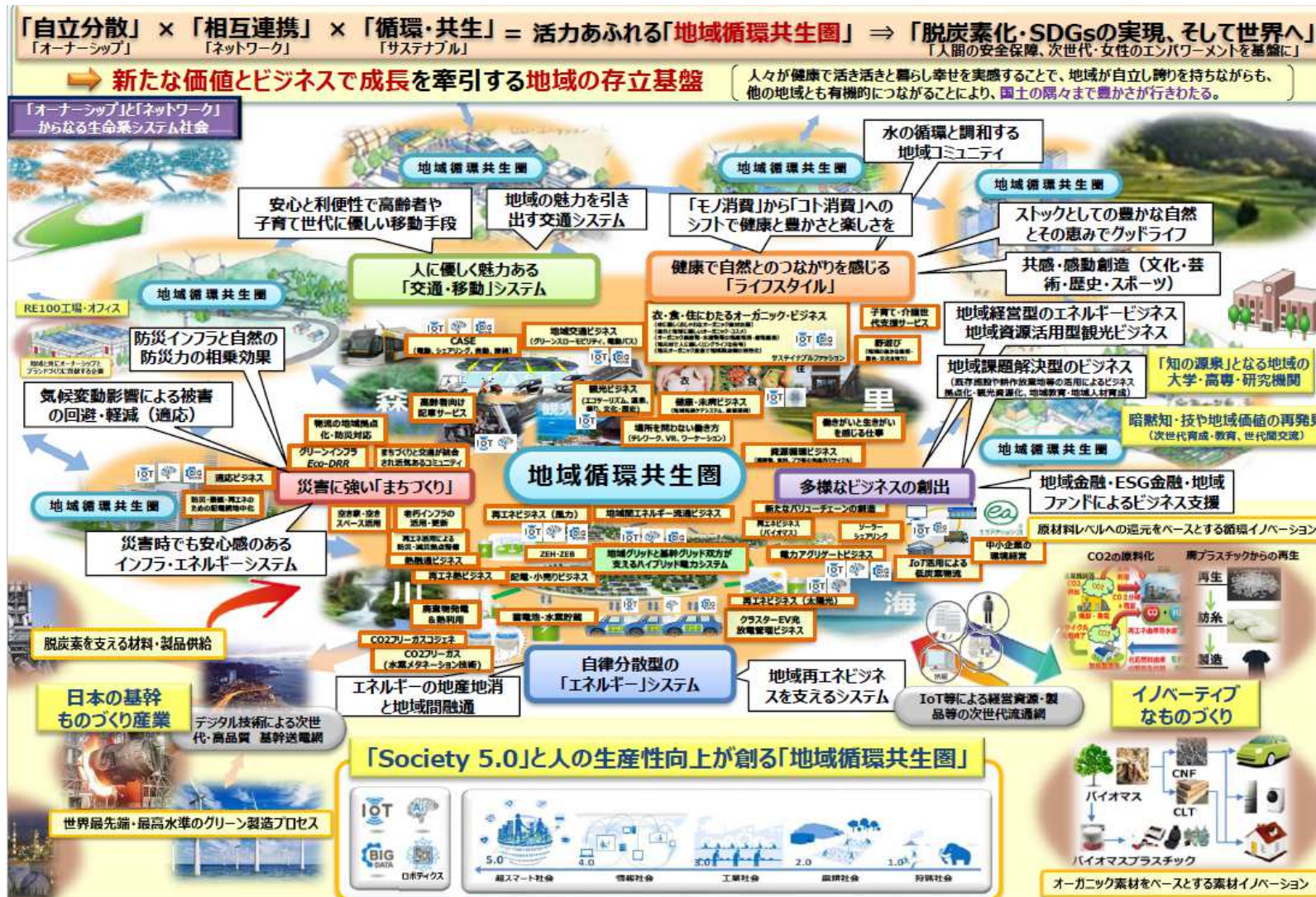
✓ 全国の信用金庫が連携したビジネスマッチングサイト  
✓ 「売りたい」「買いたい」「組みたい」「こんなことで困っている」等を仲介・解決の手伝いを行う

✓ SDGsを体現する取組を「環境大臣賞」として表彰し、環境と社会によい活動を応援するプロジェクト  
✓ 企業、学校、NPO、自治体、地域コミュニティ、個人など、誰でもエントリー可能

✓ 地域循環共生圏創造に関連する環境省・関係省庁の支援施策を紹介が掲載されている

# ローカルSDGs「地域循環共生圏」の全体像

- エネルギー、交通・移動、災害に強いまちづくり、衣食住の日々の生活者としてのライフスタイル等の視点で地域の資源を捉え直し、その資源を有効活用し、融通し合うネットワークの構築が目指されています。



環境省  
 地域循環共生圏  
 （日本発の脱炭素化・SDGs構想）

# ローカルSDGs「地域循環共生圏」ビジネスの定義と実現できること

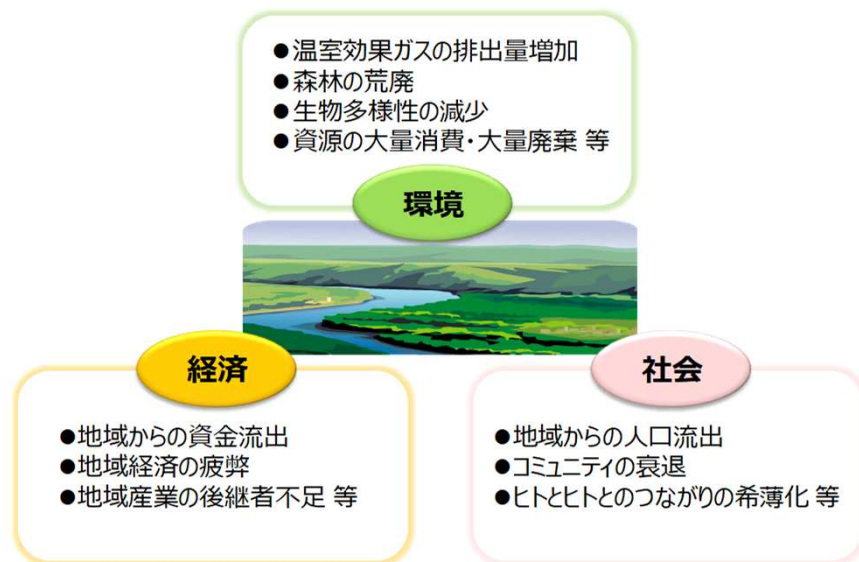
## ■ ローカルSDGs「地域循環共生圏」ビジネスとは、以下3つの要素を満たしているものと定義しています。

- ① 地域資源を活用し、地域内または地域間で補完し支え合いの関係が構築できている
- ② 地域内で資源（ヒト・モノ・カネ・コト）が循環している（地域外からの流入を含む）
- ③ 環境を含む地域の課題解決につながる

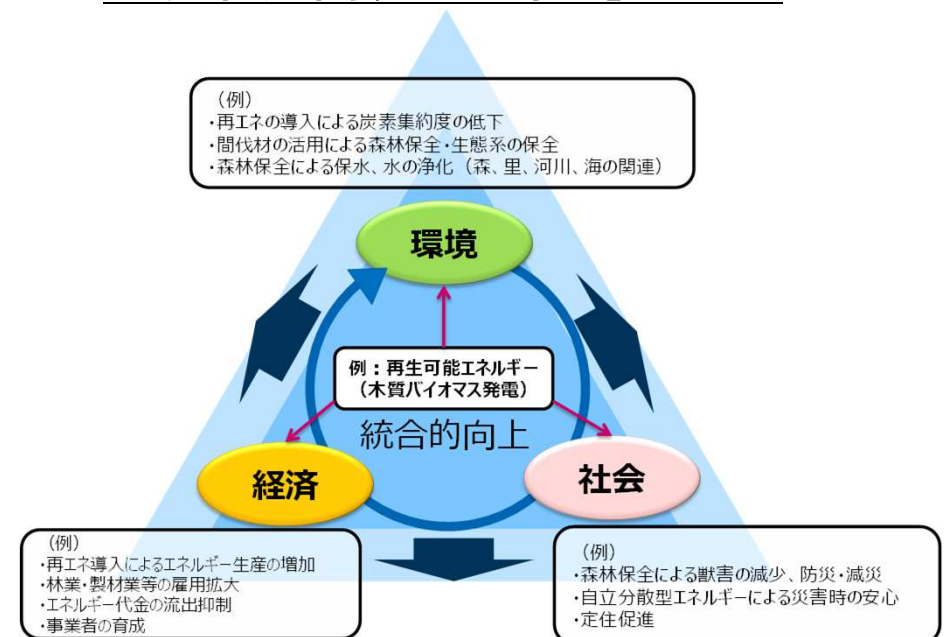
## ■ ローカルSDGs「地域循環共生圏」ビジネスの推進により、自社も地域もWin-Winの関係を築くことが期待されます。

- 有効活用できていない資源を活用することで、自社内のコスト削減・価値創出や地域内の経済循環促進が期待される
- 価値創出や地域内の経済循環促進により、地域コミュニティ活性化といった環境・社会の課題解決に繋がることも期待される

### 日本の地域を取り巻く課題



### 地域循環共生圏形成による「環境・経済・社会の統合的向上」のイメージ



# ローカルSDGs「地域循環共生圏」ビジネスの目指す姿

## 従来の社会

### 短期的な利益を最大化する志向

- ・ 四半期毎の価値を最大化することを重視
- ・ 商品/サービスを売り切りで提供



### 作り手の効率を最大化する商品・サービス

#### 画一的な商品・サービス

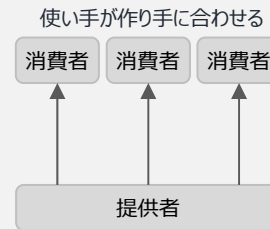
- ・ 同規格・同品質の商品を大量生産することでコストを低減

#### 供給されるものの中から使い手が選択

- ・ 企業が供給する製品・サービスを企画・決定、使い手側はその範囲の中で選択

#### 事業の選択と集中

- ・ 単一の事業や機能に特化し、優位性を確保



### 競争する関係

#### 高密度で集積した資源を奪い合う

- ・ 高密度で集積した使いやすい資源を奪い合い、勝者がそれを利用する

#### 他社と競う

- ・ 特定のパートナーとは連携しながらも、他者と競うことで能力を磨く

#### 固定的な提供体制

- ・ 設備や従業員を固定的に配置、その能力を向上させて他社と競う



#### 環境

- ・ 資源の大量消費/廃棄
- ・ 汚染/CO2大量発生

#### 経済

- ・ 効率悪い地方の切捨て
- ・ 富の海外/域外流出

#### 社会

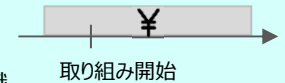
- ・ 格差拡大
- ・ 地方の生活基盤衰退
- ・ 繋がり希薄化

## 地域循環共生圏の目指す社会 “持続可能な社会”

### 長期的な価値を最大化する志向

(例：小川町、太陽住建、NOTE、INDETAIL、土居真珠、フィッシャーマン・ジャパン 等)

- ・ 顧客やパートナーと安定した関係を構築することを重視
- ・ 定期購入やアセット保有、オーナー制度などとおし長期的に継続してサービスを提供、最適な維持管理などにより価値を最大化
- ・ 人材育成や文化継承についても、世代交代など長期的な目線を意識



### 使い手の価値を最大化する商品・サービス

#### パーソナライズ・カスタマイズして地域課題を解決する商品・サービス

(例：MONET Technologies、未来シェア 等)

- ・ ニーズにあわせてサービス内容をカスタマイズ、コスト低減は他地域横展開で実現

#### 需要起点の生産・供給

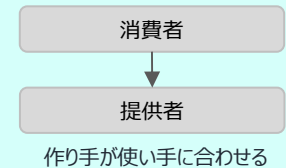
(例：小川町、プラネット・テーブル、ヒダクマ 等)

- ・ 需要が確定した後に供給開始、必要な時に必要なだけ提供

#### 多機能/多用途/合わせ技

(例：邑南町、大宮産業、宇都宮市、とくし丸 等)

- ・ 最小限の体制で複数の事業/機能を担うことで効率化
- ・ 複数の事業によるシナジーを発揮することで、価値を増幅・収益性を維持



### 共創する関係

#### 分散する資源をまとめ、価値を発揮

(例：グラノ24K、NOTE、四万十ドラマ、ファーマーズ・フォレスト、manordaいわて等)

- ・ 分散する資源を纏めてサービスとして提供、相乗効果を生み出し新たな価値を発揮

#### 多様な立場/地域の主体と連携し、全体で利益を得る

(例：太陽住建、パルセイユ、でんき宇奈月、MWS日高 等)

- ・ 異業種間/産官学間/競争相手/ユーザー・サプライヤ間の連携

#### 必要に応じて変化する提供体制

(例：グラノ24K、ヒダクマ、とくし丸 等)

- ・ 必要に応じて供給体制を構築、仕事に応じて適材適所に設備や従業員を配置



#### 環境

- ・ 資源の有効利用
- ・ 汚染/CO2発生抑制

#### 経済

- ・ 資金の地域内循環
- ・ 地方の担い手維持

#### 社会

- ・ 幅広い層の価値享受
- ・ 地方の生活基盤維持
- ・ 繋がり醸成/活性化

- 環境ビジネスの実態や政策課題を把握することを目的として、環境ビジネスを実施する企業の先進的な取組を調査・分析し、その成果を環境省Webサイトにて毎年公表しています。
- 調査対象企業の分析方法やビジネスの振興方策等について議論を深めるため、経営、金融、技術等の学識経験者や企業関係者等で構成される研究会を設置し、年3回程度の検討会を実施しています。

## 調査内容

### (1) 令和2年度調査テーマ

平成30年に閣議決定した「第五次環境基本計画」を踏まえ、下記のテーマを設定  
**SDGs特に『地域循環共生圏』の創造による持続可能な地域づくりに向けた取組を推進している企業**

#### 【参考：過去のテーマ】

- ・ 地域経済を支える中小企業・ベンチャー企業 (H26)
- ・ 地域創生を牽引する成長企業 (H27)
- ・ 「環境配慮」の視点を取り入れ、成長した企業 (H28)
- ・ 生物の特徴を商品等に応用したビジネスを展開する企業 (H29)
- ・ IoTやAIを始めとしたICTやロボット技術を活用した環境ビジネスを展開している企業 (H30)
- ・ SDGs特に『地域循環共生圏』の創造による持続可能な地域づくりに向けた取組を推進している企業 (R1)

### (2) 対象企業

調査対象企業の選定にあたっては、「環境・経済・社会」の視点に基づき、「地域循環共生圏」の創造による持続可能な地域づくりに向けた取組を行っている全国の事業者等のうち、先進的な取組を行っている30社程度を選定

### (3) 調査項目

- ・ 事業概要
- ・ 創業経緯
- ・ ビジネスの成功事例や成功要因
- ・ 課題克服事例
- ・ 今後の展望
- ・ 政策への要望 等



環境省ウェブサイト：環境経済情報ポータルサイト  
「環境ビジネスの先進事例集」