
Ⅱ. ローカルSDGs「地域循環共生圏」 ビジネスの先進事例

事例① 邑南町 (1/2)

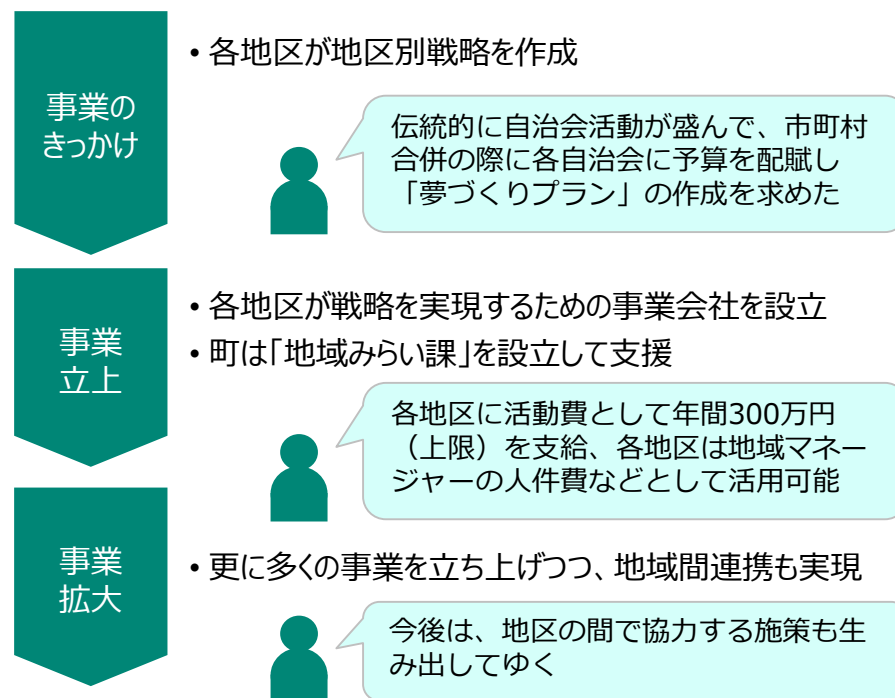
“地区単位で住民出資の事業会社を設立、地域のためのサービスを提供する”

- 町内全12地区が地域課題と解決策を検討して「地区別戦略」を策定、それに基づき一部地区は事業会社を設立した
- デマンド交通などのサービスで地域住民の生活基盤を維持しつつ、「ふるさと米」販売などの事業で人材・資金を地域外から呼び込む

事業モデル



事業化のきっかけと経緯



目指す姿

- ・人材・資金を地域外から呼び込んで循環を形成
- ・地域を持続可能に

※ 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/

事例① 邑南町 (2/2)

“地区単位で住民出資の事業会社設立、地域のためのサービスを提供する”

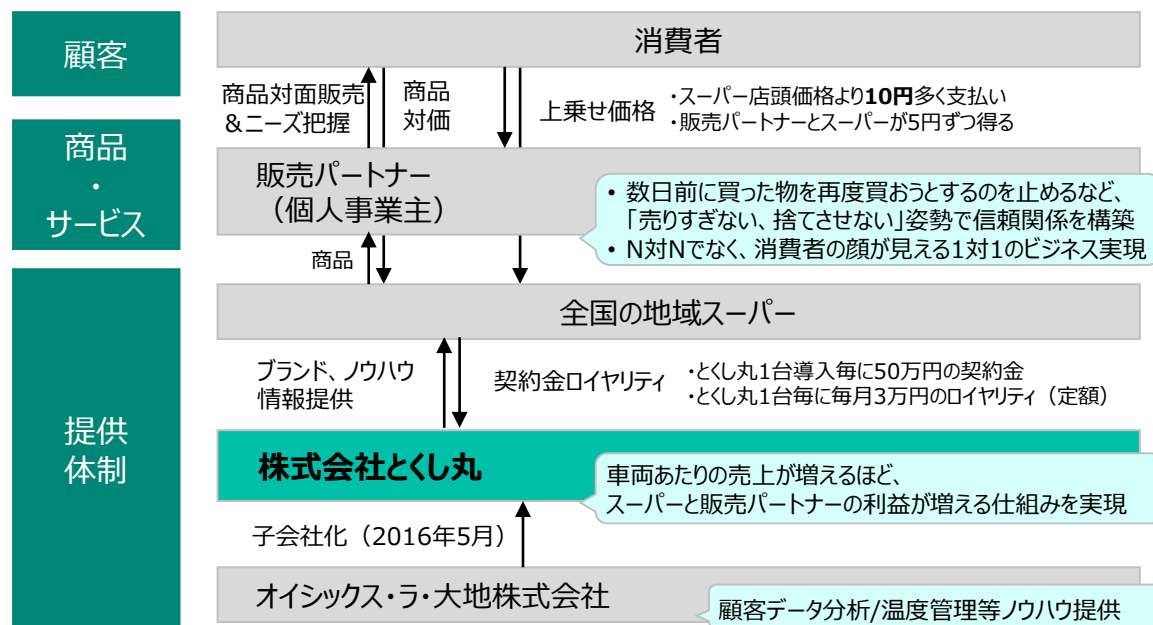
主要要素	実施事項	ポイントや留意点
1. 課題・機会	✓ 地区住民自身による地域分析・計画策定	住民自身が分析や計画策定に関わることで、住民がより強く課題を認識し、 <u>事業を実践するモチベーション</u> の源泉となる。また、計画策定を主導する昔から地域に住む世代と、新事業の実行を担う若い世代の交流・融合が進むというメリットもある。
2. 事業モデルの検討	✓ 収益事業を手掛ける地域法人の設立	事業会社が「高齢者向け草刈・除雪」「デマンド交通」などの住民向けサービスを提供するだけでなく、「ふるさと米販売」「耕作放棄地での放牧」「空き家活用」など様々な収益事業を実施する。そうすることで、 <u>地域で雇用を生み出す</u> ほか、 <u>得られた利益を用いて収益性の低い活動にも取り組む</u> ことができる。
3. 事業戦略の検討		
4. 資金調達		
5. 人材獲得・パートナー連携	✓ 運営を担う地域マネージャーの人件費の補助	町役場が、地区組織の運営や各種事業のマネジメント業務を担う「地域マネージャー」に対する補助を行う。 <u>様々な事業案を、計画倒れにならず実践に移せるよう後押し</u> する。
6. その他	✓ 地区同士が切磋琢磨する仕組みの導入	年に2度、全12地区が集まって、それぞれの取り組みを紹介しあう場を設けている。 <u>知見を共有する、地区同士で刺激しあう</u> 、といった効果がある。

事例② とくし丸 (1/2)

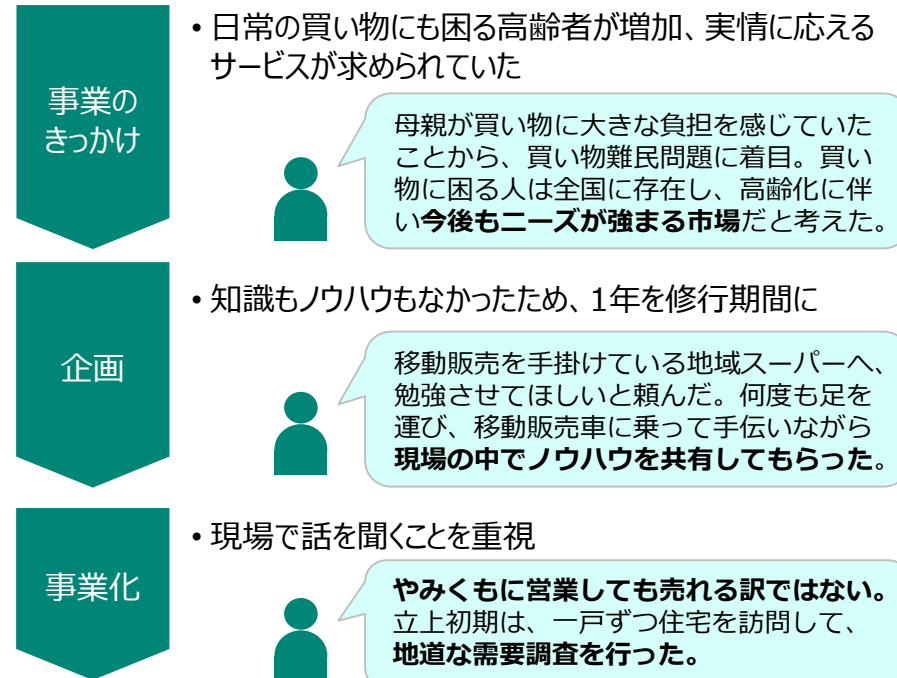
“売上増加と地域主体への利益還元が比例するモデルを実践し、他地域へも展開”

- 移動販売サービスを軸に、顔見える関係の中で、顧客との信頼関係を構築
- 高齢者の見守りや地域の雇用創出にも貢献し、あらゆるサービスを住民へ届ける「地域のインフラ」を目指す

事業モデル



事業化のきっかけと経緯



目指す姿

- ・全国でのネットワーク拡大を推進する
- ・単なるスーパーの概念を超えた地域のインフラであり、メディアとなる

※ 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/

事例② とくし丸 (2/2)

“売上増加と地域主体への利益還元が比例するモデルを実践し、他地域へも展開”

主要要素	実施事項	ポイントや留意点
1. 課題・機会	✓ 現場で話を聞いて課題を把握	 現場の話を直接聞くことで、実際の苦労や問題点が見えてくる。 問題に合わせて、車両を何度も改良した。時には、個人事業主に対する 顧客のコメントから、新事業のアイデアが出てくることもある。
2. 事業モデルの検討	✓ 地域スーパーや個人事業主と利益をシェアする事業スキーム	 個人事業主の負担を小さく、収入を増やすことに努めている。とくし丸の得るロイヤリティは、3万円/台・月の「定額/低額制」。走行台数が増えればとくし丸の知名度が高まり 三方良しが実現する。
3. 事業戦略の検討	✓ 培った人脈や全国メディアを活かした広報戦略	 メディア露出のための活動を重視 している。例えば、テレビ局への事業紹介資料送付や、前職までの人脈も活用した約2,000人に対する定期的なメールマガジン送付などが挙げられる。
4. 資金調達	✓ 事業が軌道に乗るまでは、自己資金でやりくり	 「見栄を張ろうとするから、資金需要が大きくなる。資金がないなら、自分で何とかやりくりする。」ということが経営者の役目だと考え、事業が軌道に乗るまで自己資金で経営した。
5. 人材獲得・パートナー連携	✓ 最終的な採否基準は人柄	 蓄積したノウハウを元に面接時に見るポイントを記載した チェックリストを作成 。最終的な採用基準として、「 その人に自分の家族を任せることができるかどうか 」を面接官に伝えている。
6. その他	✓ 成長過程にあわせた体制変更	 立上初期はライトな事業体で運営。拡大期には、地域スーパーや個人事業主への働きかけが必要であるため、人間力を重視した採用で人員を拡大、 成長過程毎に適した体制づくりを行っている。

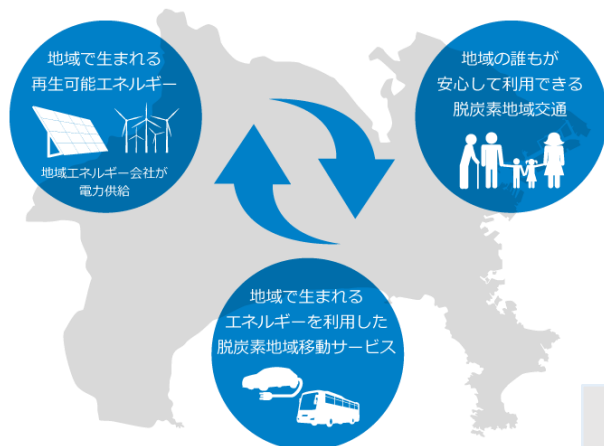
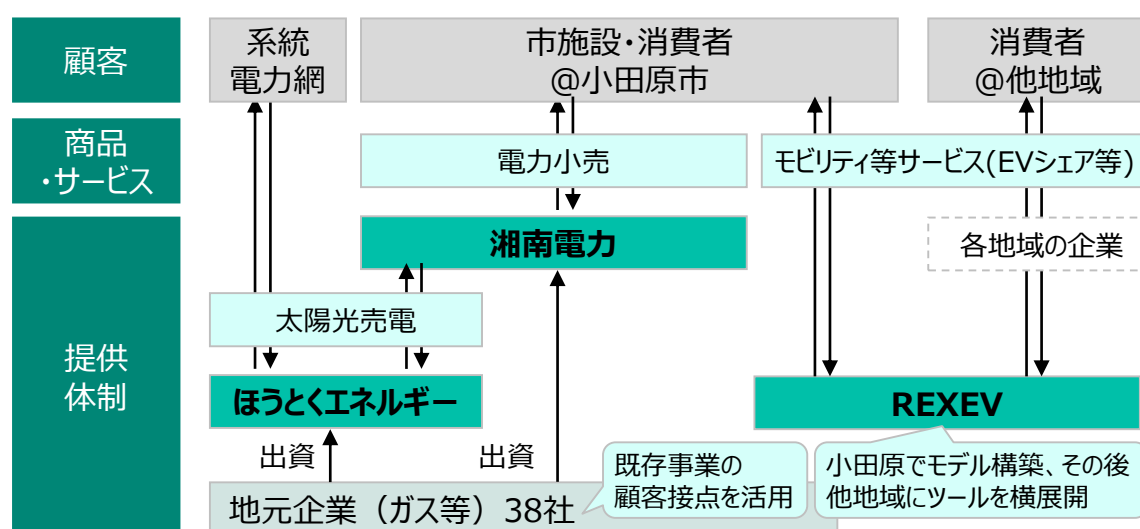
※ 本手引き内で(例)として挙げている事例について、詳細版やⅢ章で未紹介の事例は、以下をご参照ください。
【環境ビジネスの先進事例集】 https://www.env.go.jp/policy/keizai_portal/B_industry/frontrunner/

事例③ 湘南電力/REXEV (1/2)

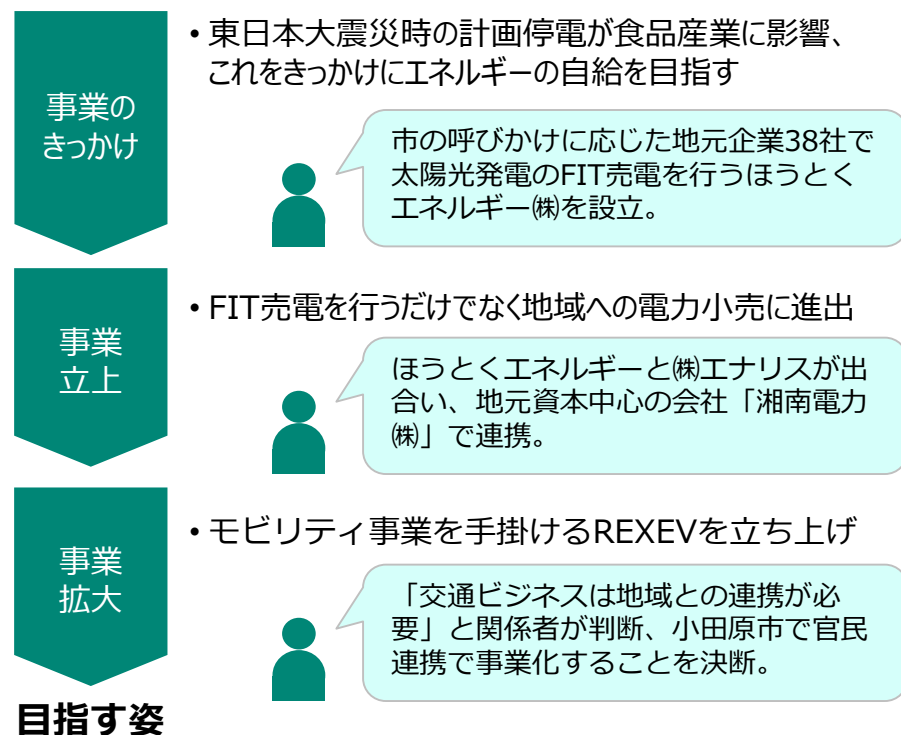
“エネルギーや資金の地域内循環や災害対応力向上を目指す”

- 地域の伝統企業やベンチャー企業が連携、再生可能エネルギー等を活用した地域新電力と、その電力やEV・蓄電池を活用したe-モビリティサービスを提供する

事業モデル



事業化のきっかけと経緯



- ・様々な地域課題を解決するサービスと連携する「セクターカップリング」を実現

※ 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/

事例③ 湘南電力/REXEV (2/2)

“エネルギーや資金の地域内循環や災害対応力向上を目指す”

主要要素	実施事項	ポイントや留意点
1. 課題・機会		
2. 事業モデルの検討	✓ 最初は自らサービス主体となり モデル確立、その後に横展開	 「EVカーシェア」のような新しいサービスを立ち上げる際には、 <u>ビジネスモデルの有用性の証明やノウハウ蓄積</u> のために自らがサービス主体となる。 その後の横展開先では、自らがカーシェア事業の 実施主体になるのではなく、ツールを提供する立場で効率的に事業を拡大 する。
3. 事業戦略の検討		
4. 資金調達	✓ 国事業採択を契機に、 資金調達を実現	 REXEVの資金調達が成功したのは、 <u>政府から実証事業に採択されたことによる信頼性の向上</u> が大きな役割を果たした。
5. 人材獲得・パートナー連携	✓ 地元企業中心の株主構成	 湘南電力の株式は、都市ガス事業を手掛ける小田原ガス(株)とLPガス事業を手掛ける(株)古川が各25%を保有している。その他、設備工事会社などの地元企業と(株)エナリスなどが出資している。 <u>地域振興が本業のメリットになる地元企業の若手経営者が経営層</u> となることで、 <u>長期的な地元の利益を優先した意思決定を実現</u> する。 既存事業の顧客接点や信頼を活用して営業できるメリットも。
6. その他	✓ 小田原市は出資せず、 「支援役」の立場に集中	 自治体はサポート役の立場を取ることで、 <u>スピーディな意思決定</u> を実現する。

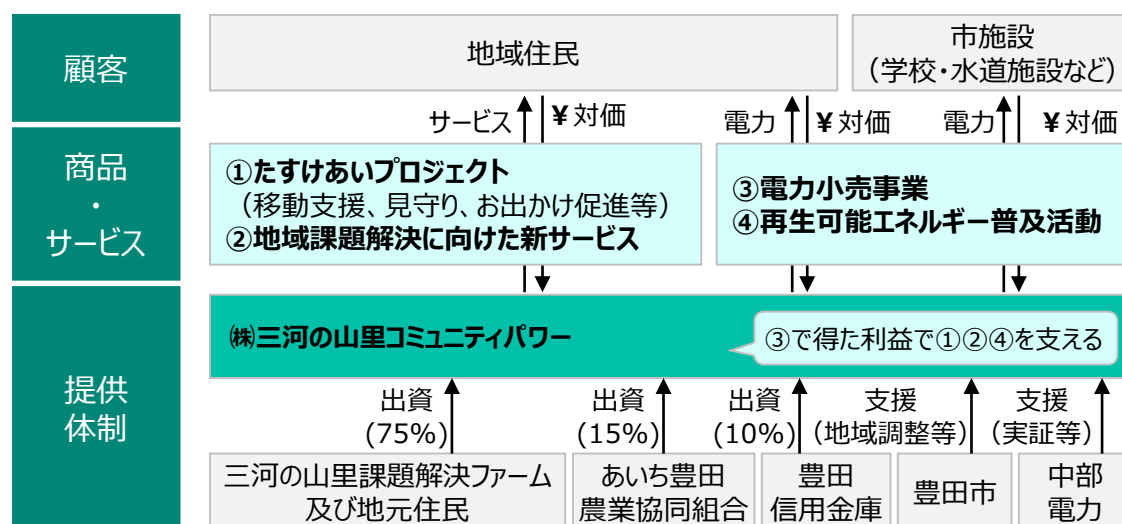
※ 本手引き内で(例)として挙げている事例について、詳細版やⅢ章で未紹介の事例は、以下をご参照ください。
 【環境ビジネスの先進事例集】 https://www.env.go.jp/policy/keizai_portal/B_industry/frontrunner/

事例④ 三河の山里コミュニティパワー (1/2)

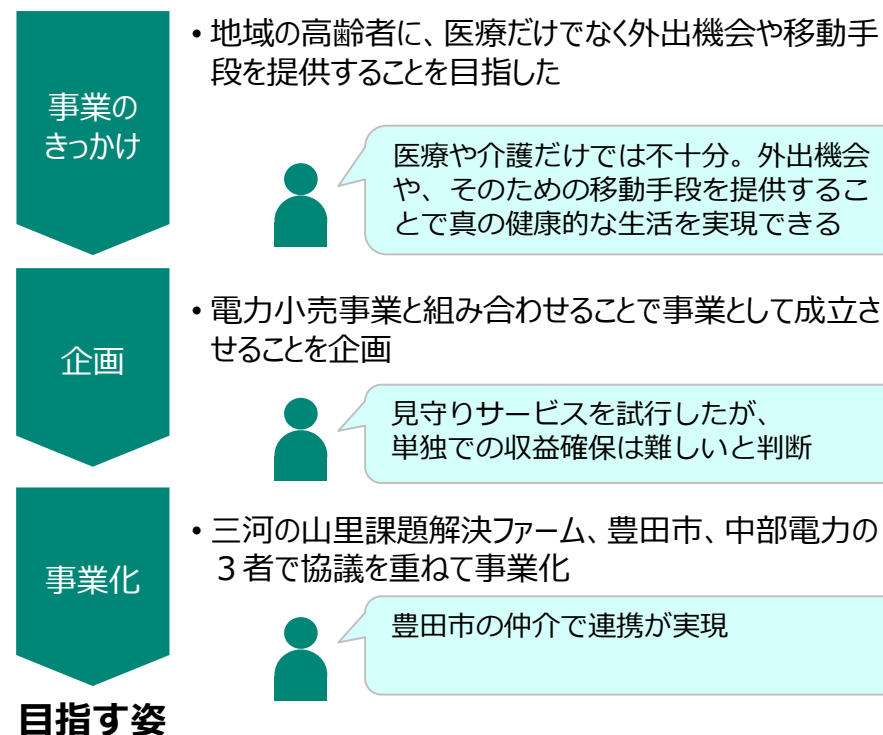
“電力小売事業の収益で地域の高齢者のためのサービスを提供”

- 電力小売事業で収益を獲得、それを地域の高齢者のための「移動支援」「健康見守り」などのサービスに利用する
- 地域課題に取り組んできた三河の山里課題解決ファームが、豊田市・中部電力と連携して実現

事業モデル



事業化のきっかけと経緯



※ 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/

事例④ 三河の山里コミュニティパワー (2/2)

“電力小売事業の収益で地域の高齢者のためのサービスを提供”

主要要素	実施事項	ポイントや留意点
1. 課題・機会	✓ 市民をより強く巻き込むために株式会社形式を選択	 電力小売事業を行ううえでは、一般市民が <u>信頼感を持ちやすい法人格</u> であるべきと考えた。また、地域住民に株主になってもらうことで、「 <u>自分達の会社だ</u> 」という意識を醸成することに役立つ、そのために積極的に株式を市民に持ってもらおうべきと考えた。
2. 事業モデルの検討		
3. 事業戦略の検討	✓ 自治体・電力会社と連携し電力小売事業で収益を獲得	 山村地域等の学校・水道施設などの市所有施設に電力を販売している。売上高は約3億円に上る。今後は市内住民・企業向けの電力小売事業も行う。
4. 資金調達	✓ 地域の2大金融機関 (JA・信金) を株主として巻き込み	 地域住民の <u>信頼を得る</u> ことができる。また、地域の預貯金を <u>地域内で循環</u> させることに繋がる。さらに、 <u>地域づくり事業向けの借入</u> を円滑に行うことができる。
5. 人材獲得・パートナー連携	✓ 地域づくり塾で構築した人間関係が連携の基盤	 キーマンの多くが、「豊田市」「トヨタ自動車」「地域の未来・支援センター」の3者が運営する「地域づくりのための <u>人材育成塾</u> 」と接点を持っており、 <u>事前に人間関係・信頼関係を構築</u> していた。
6. その他	✓ 相手の立場を徹底して学んだうえで、KPIの議論に臨む	 MYパワーのメンバーが、中部電力とKPIについて議論する際には、中部電力の <u>中期経営計画や環境ビジョンなどの隅々まで目を通した</u> 。相手の <u>発言の背景・立場を理解するために必要</u> と考え、こうした取り組みを実施した。

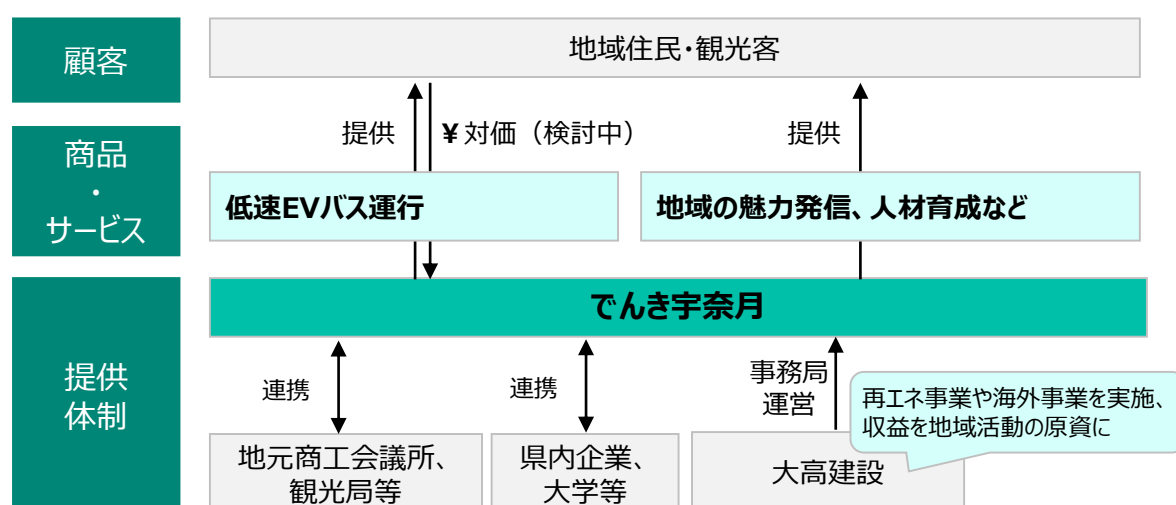
※ 本手引き内で(例)として挙げている事例について、詳細版やⅢ章で未紹介の事例は、以下をご参照ください。
 【環境ビジネスの先進事例集】 https://www.env.go.jp/policy/keizai_portal/B_industry/frontrunner/

事例⑤ でんき宇奈月 (1/2)

“小水力発電を用いた低速EVバスを導入、エコ温泉リゾートとして魅力発信”

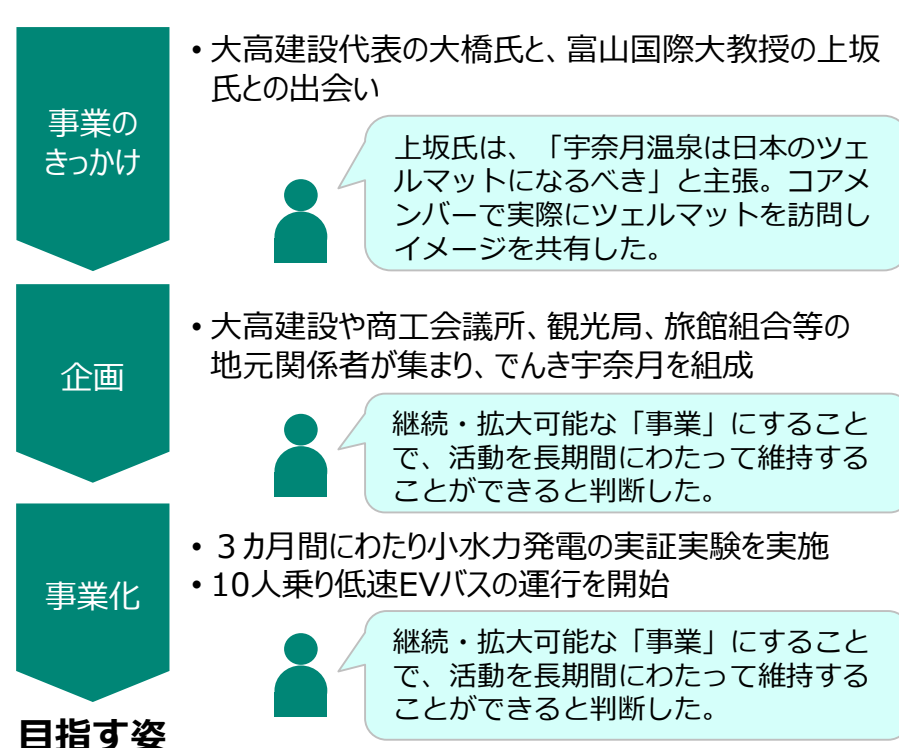
- 豊かな水資源を活用した電力で観光地内を周回する低速EVバス、福祉施設と連携した流木の薪ボイラー利用など多様な地域内資源循環を実現
- その魅力を発信して、観光客だけでなく学術研究者を呼び込む

事業モデル



出所) でんき宇奈月

事業化のきっかけと経緯



目指す姿

- ・宇奈月温泉街全体でのスローモビリティの実現
- ・エネルギー地産地消モデルのノウハウ他地域展開、高齢者の移動手段提案

※ 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/

事例⑤ でんき宇奈月 (2/2)

“小水力発電を用いた低速EVバスを導入、エコ温泉リゾートとして魅力発信”

主要要素	実施事項	ポイントや留意点
1. 課題・機会	✓ 宇奈月温泉の地域資源を活かすことを検討	 地元建設会社の代表である大橋氏は、宇奈月温泉の観光客減少に懸念を抱き、特に駅前を送迎バスが走ることで地域の魅力を損なっていると考えた。 <u>まちづくりでは、「地域の歴史を踏まえること、地域資源を生かすことが大事」と考え、「黒部川」の電源開発と共に歩んできた歴史も踏まえ、小水力発電を活用したEVバスの導入に取り組むことを決めた。</u>
2. 事業モデルの検討	✓ 地域の人々の意見を聞くワークショップを繰り返し開催	 観光業や商業を営む地域の人々は直接顧客と触れ合っているので、 <u>顧客ニーズをよく分かっているが、地域の取り組みの意思決定の場に参加できる機会は少ない。</u> そこで、でんき宇奈月がこうした人々の意見を吸い上げる役割を果たし、ワークショップの場で今後の活動の在り方を議論している。
3. 事業戦略の検討	✓ 活動で蓄積したノウハウを活用し、各地で再エネ事業や海外事業を実施	 中長期目線で地域に取り組みを継続するためには資金や人材が必要。その獲得のために、 <u>他地域にも展開する事業を組織化して拡大、</u> そこで得られる <u>収益を地域活動の原資</u> とした。
4. 資金調達		
5. 人材獲得・パートナー連携	✓ 地域外の人也能参加できる場で新事業発想	 毎月7日に開催する、住民も企業も外部からの参加者も、誰でも参加できる懇親会「七の会」を実施。ここで <u>住民の本音や外から来た人の新しいアイデアを聞いている。</u> たとえば、宇奈月温泉の魅力発信に向けて、宇奈月ダム展望台で期間限定のカフェをオープンする「ダムカフェ」というアイデアが出て、それが実現に至った。
6. その他		

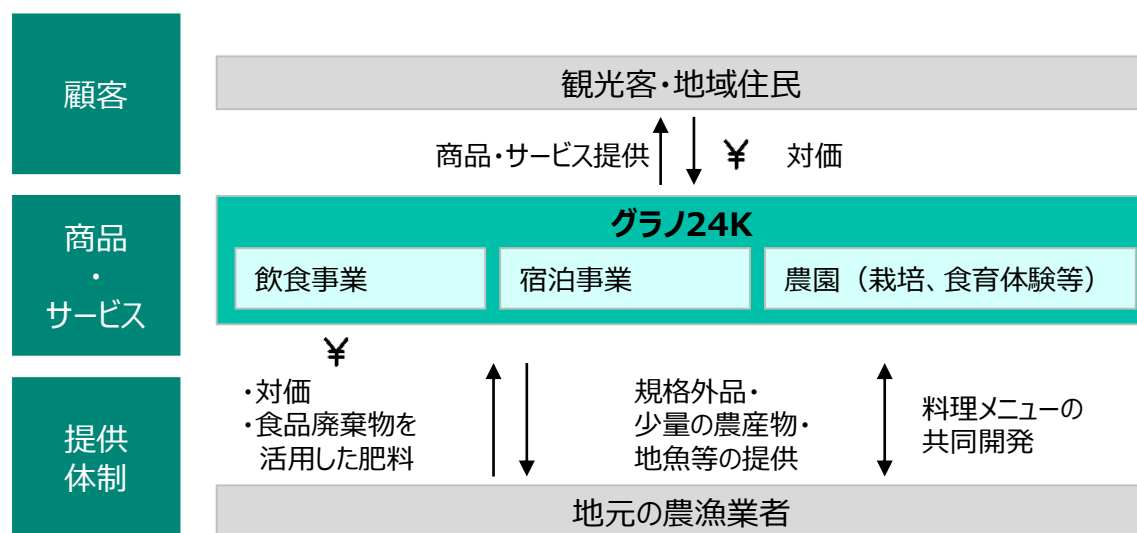
※ 本手引き内で(例)として挙げている事例について、詳細版やⅢ章で未紹介の事例は、以下をご参照ください。
 【環境ビジネスの先進事例集】 https://www.env.go.jp/policy/keizai_portal/B_industry/frontrunner/

事例⑥ グラノ24K (1/2)

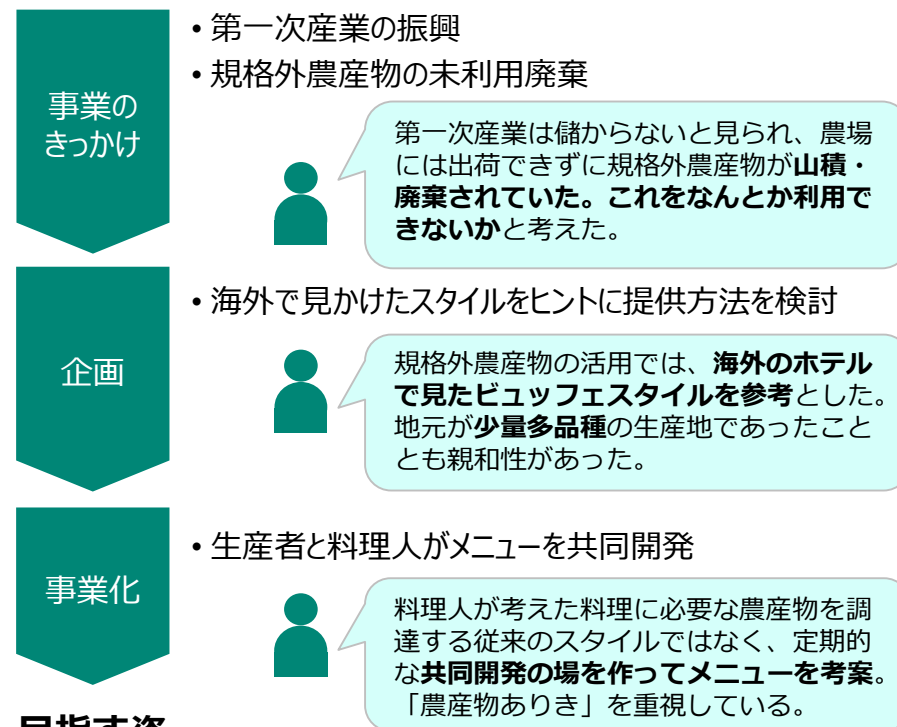
“地域全体で地産地消・6次産業化を実践”

- 少量多品種の地場農産物や規格外農産物を買取り、「ビュッフェレストランスタイル」で地産地消に取り組む
- ウェディング、レストラン、宿泊施設を全国40店舗で展開。地域の農産物を使った料理を提供し、様々な地域で地産地消を推進する

事業モデル



事業化のきっかけと経緯



目指す姿

- ・地産地消の推進
- ・「地域」という単位での六次産業化の実践および推進
- ・食を軸としたさらなる課題解決（例：食×医療など）

※ 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/

事例⑥ グラノ24K (2/2)

“地域全体で地産地消・6次産業化を実践”

主な要素	実施事項	ポイントや留意点
1. 課題・機会		
2. 事業モデルの検討	✓ 規格外農産物の活用を 可能にする提供スタイルの考案	 問題意識を持っていた規格外農産物の活用には、 <u>ニューヨークの高級ホテルで見たビュッフェスタイルを参考</u> に実践した。  ビュッフェスタイルのレストランを持ち、その他にも結婚式場など多様な食材利用の場がある。 <u>シェフが生産者と一緒に、地域の食材の状況を見ながら検討、メニューを発想・開発</u> することで、季節に応じた <u>地元からの安定調達を実現</u> している。
3. 事業戦略の検討	✓ 地元の人と協力し、 規格外農産物収集の費用を抑制	 地域からモノを集める機能は、 <u>袋詰めをせずコンテナに直接入れてもらうことで費用を削減</u> したローコストオペレーションを実現したことにより、事業として成立させている。
4. 資金調達		
5. 人材獲得・パートナー連携	✓ 「この指とまれ」方式での 巻き込み	 どういった企画でも、賛同/反対両グループが生まれると認識。全ての人を最初から無理に巻き込もうとせず、 <u>取り組みを発信してそれに対して賛同する人に絞って連携</u> 、活動を開始した。
6. その他	✓ 社会価値を実現するコンセプトの 一貫性	 <u>営利目的では長続きしない</u> 。人にも自然にも優しい循環型農業を軸に、安全・安心・豊かさをキーワードとした6次産業化推進のコンセプトを一貫しながら、賛同者を巻き込んでいる。

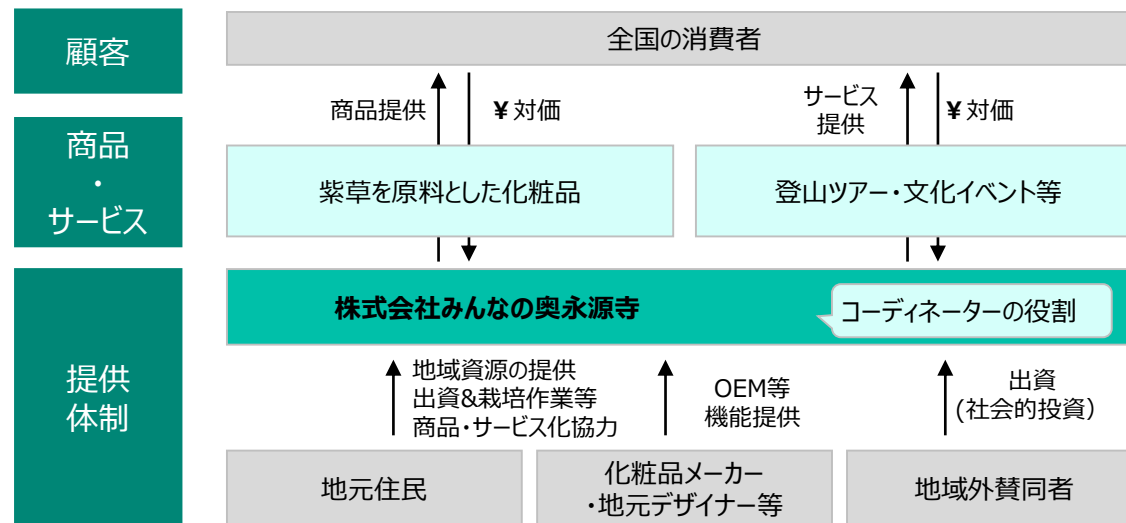
※ 本手引き内で(例)として挙げている事例について、詳細版やⅢ章で未紹介の事例は、以下をご参照ください。
【環境ビジネスの先進事例集】 https://www.env.go.jp/policy/keizai_portal/B_industry/frontrunner/

事例⑦ みんなの奥永源寺 (1/2)

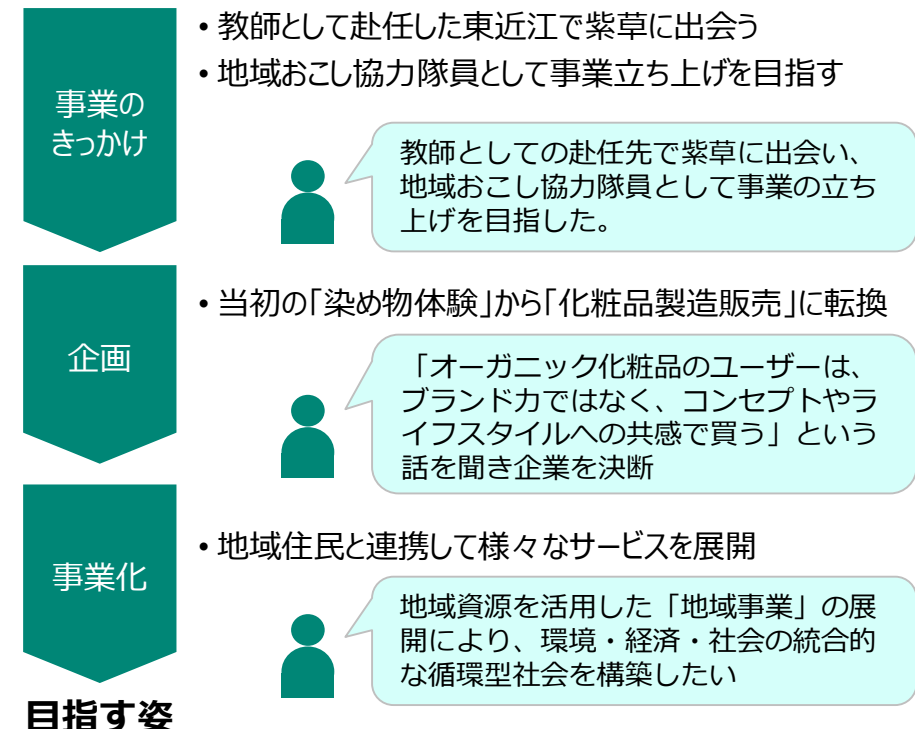
“奥永源地域の様々な地域資源を活用した商品・サービスを企画、世の中に発信する”

- 紫草を活用した化粧品を皮切りに、奥永源地域の様々な地域資源を活用した商品・サービスを提供
- 東近江発で持続可能なライフスタイルを発信することを目指す

事業モデル



事業化のきっかけと経緯



目指す姿

- ・琵琶湖水系流域全体の約1,500万人の規模で「地域循環共生圏」を形成
- ・そのライフスタイルを東近江から発信する

※ 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/

事例⑦ みんなの奥永源寺 (2/2)

“奥永源地域の様々な地域資源を活用した商品・サービスを企画、世の中に発信する”

主要要素	実施事項	ポイントや留意点
1. 課題・機会	✓ レバレッジの効く「最終商品」への着眼	 当初手掛けた染物体験、その他某メーカーから打診された原料販売は費用対効果が悪かった。 <u>「原材料の調達先というポジションに立ってはダメだ」「高付加価値な最終製品まで自ら手掛けるべきだ」</u> 「そうしてこそ地域にお金が落ちる」と気付いた。
2. 事業モデルの検討		
3. 事業戦略の検討	✓ 地域住民の協力による「身軽」な事業スキーム	 地域のリソースを活用して、 <u>固定費を抱えすぎることの無い</u> 事業スキームを実現している。こうすることで、地域資源を活用した事業を、 <u>状況に応じて柔軟に変化させながら展開</u> することができる。
4. 資金調達	✓ 幅広い主体と強固な関係を作るために社会的投資ファンド活用	 「より多くの人に、事業の中身や地域のための取り組みの価値や可能性を伝え、 <u>永続的な仲間を作るために有益</u> 」と考え、 <u>手間は掛かっても社会的投資ファンドの活用</u> を決断した。
5. 人材獲得・パートナー連携	✓ 直接事業と関係しない活動を通じた人脈構築	 興味本位で「お茶づくり研修会」に <u>付き添ったことがきっかけで、現在のパートナー</u> である化粧品メーカーと出会った。
6. その他	✓ 「地域のアイデンティティ」を重視した関係づくり	 最初から紫草の事業化に取り組んだが地域との連携は芳しいものではなかった。そこで、 <u>まず地域の歴史に纏わるイベントに注力</u> 、これが、 <u>地域住民が地域の価値を再認識し、連携が円滑になるきっかけ</u> になった。

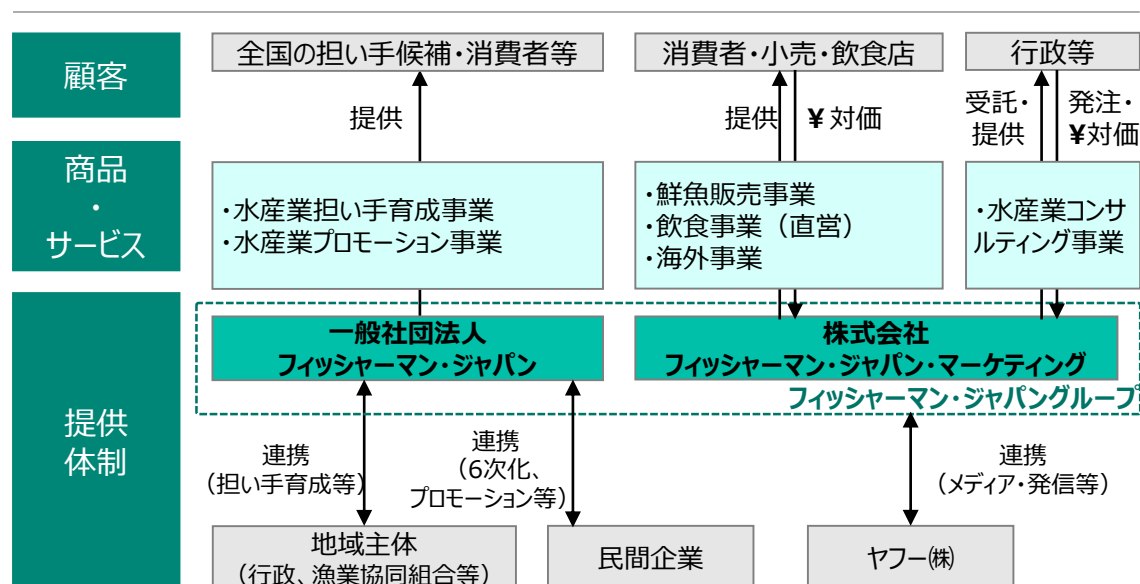
※ 本手引き内で(例)として挙げている事例について、詳細版やⅢ章で未紹介の事例は、以下をご参照ください。
 【環境ビジネスの先進事例集】 https://www.env.go.jp/policy/keizai_portal/B_industry/frontrunner/

事例⑧ フィッシャーマン・ジャパン (1/2)

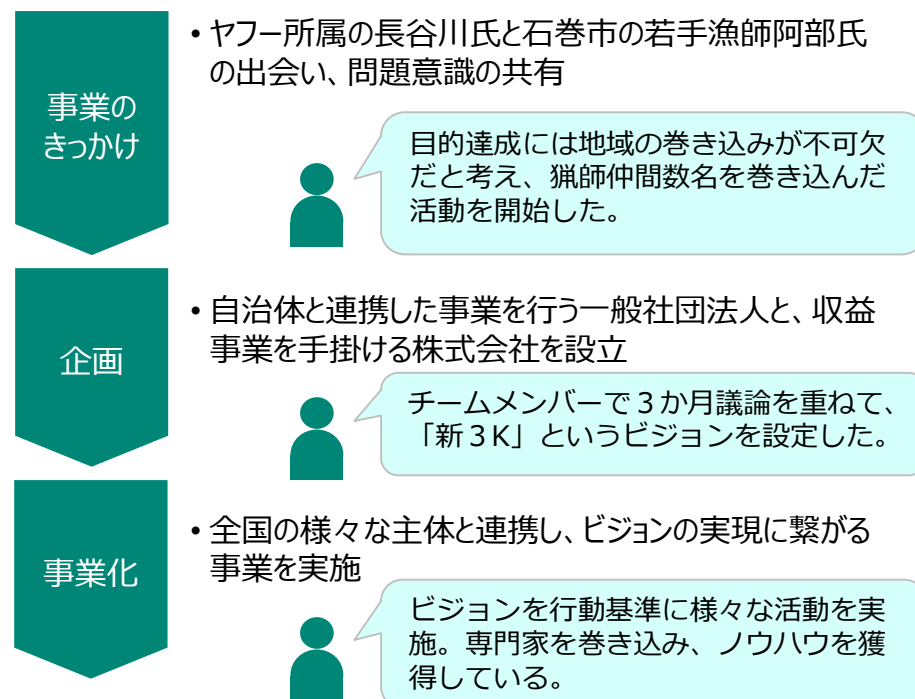
“若手漁師を発端に、型に捉われない水産業の振興・イノベーションを推進”

- 「新3K（カッコいい、稼げる、革新的）」を理念に、地域や職種を超えたタッグで持続可能な水産業の実現を目指す
- 民間企業と連携したブランディングによる水産業の魅力発信や、若手と漁師の交流の場づくりによる担い手育成事業等に取り組む

事業モデル



事業化のきっかけと経緯



目指す姿

- ・抜本的なイノベーション創出・推進による持続可能な水産業の実現
- ・地域・事業者におけるSDGsの意識醸成、セクターを超えた連携強化

※ 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/

事例⑧ フィッシャーマン・ジャパン (2/2)

“若手漁師を発端に、型に捉われない水産業の振興・イノベーションを推進”

主要要素	実施事項	ポイントや留意点
1. 課題・機会	✓ 少人数でも3か月かけて議論し、 ビジョンを設定	 議論を通して腹を割った話し合いを行い、 <u>目指す姿を明確に</u> できた。また、その <u>ビジョンが後の行動基準になった</u> 。議論を主導したのは地元の漁師・鮮魚店のメンバーで、事務局側は、意図的に強く関与せず、メンバーの主体性を重視した。
2. 事業モデルの検討		
3. 事業戦略の検討	✓ ローカルメディアに働きかける ことで全国にもPR	 地元の取組みをマスメディアに掲載しても <u>狙ったターゲットに届きづらい</u> 。まずはローカルメディアにアプローチして取組みを掲載してもらい、その記事を見たマスメディアの目に届くようにした。
4. 資金調達	✓ ライトな体制で キャッシュフローを最小限に	 本業は漁師や鮮魚・飲食事業者であるメンバー各々が副業のように関わり、 <u>組織自体をライトな体制に</u> することで、コストを最小限に抑えている。
5. 人材獲得・ パートナー連携	✓ 多様な人材を先に集め、 その力で事業を生み出す	 漁師はもちろん、東京の大手商社・政府系金融機関、デザイナーなど、 <u>多様な人材を巻き込んだ</u> 。人が仕事を引き寄せるため、 <u>先に人材へ投資すべき</u> と考える。
6. その他	✓ 10年先や世代交代を意識した 人材育成	 取組み開始時に「子供」だと思っていた人物が、「10年経って地元に戻る」「代替わりで社長になる」など、戦力となってくれる。こうしたことがあるので、特に <u>世代を意識した人材育成</u> を行っている。 <u>インターンシップの受入などにも注力</u> している。

※ 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/