

企業 x 自治体の連携促進における  
「地域おこし企業人交流プログラム」制度  
活用のススメ

ローカルベンチャーリサーチ # 2

制作 ローカルベンチャー協議会（事務局 NPO 法人 ETIC.）  
発行 2019 年 11 月 8 日

 ローカルベンチャー  
協議会  
LOCAL VENTURE COUNCIL

2019年11月 ローカルベンチャー協議会

# 第1章 本資料の目的

企業と自治体、新たな関係づくりの参考に

## もくじ

1. 本資料の目的	P.2
2. 制度概要(総務省資料より)	P.3
3. 協議会によるヒアリング6事例の紹介	P.4
4. 考察—私たちが考える「地域おこし企業人」活用のメリット	P.13
5. 地域おこし企業人へのネクストステップ	P.15

2016年度にスタートした「ローカルベンチャー推進事業」は、これまで地方に多数のベンチャー(新規創業・新規事業)を生み、多くの起業型人材を地域へマッチングしてきた。その結果、地域から消えた機能の復活や、これまでになかった機能の出現など、私たちが最終的に目指す持続可能な社会経済創生の兆しが生まれている。

この動きをステップアップさせるには、都市部の企業と地方自治体との連携がこれまで以上に重要であり、それも、これまでのような工場誘致や行政事業の受発注といった関係を越える、**新たな共通価値を創造していくパートナーシップが必要**と考える。それは、企業にとってCSV経営の実践とともに「**自社の課題解決の場としての地域の可能性**」追求でもあり、実際そうした新たな連携は様々な形で模索が始まっている。

そのひとつの手法として注目したいのが、総務省の「**地域おこし企業人交流プログラム**」制度の利活用である。そこで、今年度実際に派遣中の「地域おこし企業人」のうち、ローカルベンチャー協議会と関係の深い地域の方々を中心にヒアリングを行った。本資料はその内容に基づき、企業にとっての同制度のメリットを整理するとともに、利用にあたっての留意点や課題を明確にする目的で制作した。

### ローカルベンチャー協議会とは

ローカルベンチャー協議会は、地域の新たな経済を生み出すローカルベンチャーの輩出・育成を目指す団体。2016年9月、岡山県西粟倉村とNPO法人ETIC.の呼びかけに賛同した8つの自治体により、内閣府の地方創生推進交付金に「広域連携によるローカルベンチャー推進事業」として採択されたことをきっかけに発足。自治体が拠出金を負担し、事務局をNPO法人ETIC.に委託する形で運営している。

<https://initiative.localventures.jp/about/>

## 第2章 制度概要 (総務省資料より)

### 地域おこし企業人

#### 地域おこし企業人交流プログラム

地方公共団体が、三大都市圏に所在する民間企業等の社員を一定期間受け入れ、そのノウハウや知見を活かし、地域独自の魅力や価値の向上等につながる業務に従事してもらうプログラム。

#### 対象者

三大都市圏に所在する企業等の社員  
※三大都市圏に本社機能を有する企業等については派遣時に三大都市圏に勤務することを要しない

#### 活動地域

①定住自立圏に取り組む市町村(中心市及び近隣市町村) ②条件不利地域を有する市町村

#### 期間

6月～3年

#### 特別交付税措置

- ・企業人の受入の期間前に要する経費： 上限額 年間100万円(措置率0.5)／団体(派遣元企業に対する募集・PR、協定締結のために必要となる経費)
- ・受け入れに関する経費： 上限額 年間560万円／人(平成31年度上限引き上げ)
- ・企業人が発案・提案した事業に要する経費： 上限額 年間100万円(措置率0.5)

#### 実績

- ・平成29年度(特別交付税ベース) 地域おこし企業人57名／50市町村
- ・平成30年度(特別交付税ベース) 地域おこし企業人70名／56市町村

#### 地域における企業人の活動事例

##### ICT分野

ICTを活用した高齢者生活支援・アクティブシニア活躍支援・健康増進事業

##### 観光分野

観光分野の専門知識や経験をいかし、観光連携組織(DMO、観光協会等)との連携によるインバウンド対策・着地型旅行商品の開発・閑散期の誘客対策

##### シティプロモーション

営業の専門知識や人脈と経験をいかし、地域ブランドを大都市圏でPRし、販路を拡大

##### エネルギー分野

再生可能エネルギーの専門知識をいかし、新産業及び地域雇用を創出

### 地域おこし企業人官民連携推進事業

#### H31予算0.2億円

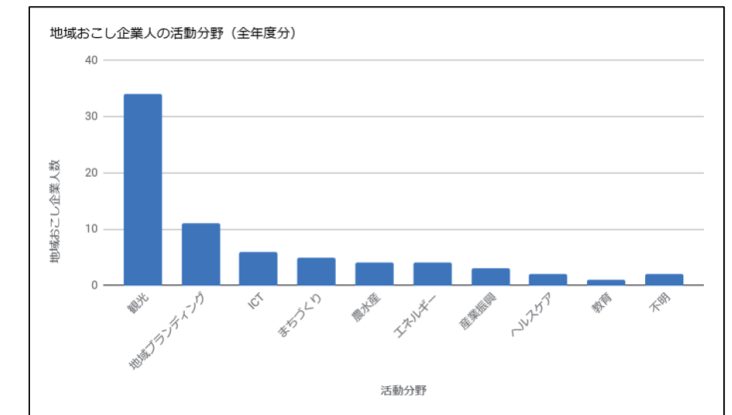
地域おこし企業人受入に係る課題を把握・分析するとともに、企業人受入による市町村・企業双方のメリットを収集し、広く普及することにより、地域おこし企業人交流プログラムの推進を図る調査研究を実施。

## 第3章 協議会によるヒアリング6事例の紹介

「地域おこし企業人」の派遣人数と受入れ自治体数は以下のように増加してきている。

年度	受入自治体数	企業人数
2014年度	17	22
2015年度	25	28
2016年度	32	37
2017年度	50	57
2018年度	56	70

(出典：総務省ウェブサイト)



(出典：総務省、自治体、企業ウェブサイトをもとに独自で作成)

派遣内容をみると、派遣元は旅行業関係、派遣先では観光振興に従事するケースが多数を占めるものの、他にも**地域ブランディング、ICT、まちづくり、農水産業、エネルギー、産業振興、ヘルスケアなど、それぞれの企業の特性を活かした幅広い分野で「地域おこし企業人」が活躍している。特に2018年度以降は観光振興以外の分野での取組が8割を超えており、制度の認知拡大とともに多様性が増している。**

企業・自治体ともに、制度利用の意図、ニーズ、成果目標は多様であり、派遣に至るまでの経緯もさまざまなパターンが存在する。その中から特に、当協議会が目指す「企業と自治体の新しい価値共創関係」づくりの実践例と考えられる事例を抽出し、派遣中の「企業人」6名(および一部の受入れ先自治体担当者)のヒアリングを行い、その内容を考察した。

- 株式会社竹中工務店 ⇒ 島根県雲南市\* (コーディネート、プロジェクトマネジメント)
- 株式会社LIFULL ⇒ 岩手県釜石市\* (空き家利活用推進)
- 株式会社JTB ⇒ 熊本県南小国町\* (着地型観光プログラム開発・造成)
- 株式会社ガイアックス ⇒ 大分県日田市 (商店街活性化、インバウンド推進)
- 株株式会社フェリシモ ⇒ 北海道厚真町\* (産品開発支援)
- 株式会社乃村工芸社 ⇒ 宮崎県日南市\* (古民家利活用、にぎわい創出)

\*ローカルベンチャー協議会幹事自治体

**建設業 / 2005年入社 / 40代**

【派遣先】 島根県雲南市  
政策企画部政策推進課

【任期】 2019年4月1日から1年間

【派遣目的】 自社の事業領域を「まち」と捉え、まちづくり総合エンジニアリング企業を目指す中での取り組みのひとつ。地域と企業の協業と、健康なコミュニティを支える新たな事業創出を目指す。

**現在の業務内容は？**

雲南市が進める「企業チャレンジ」\*の仕組みを作ることが当面のミッション。具体的には、問合せ等がある企業に対し取り組みを紹介したり、協業の可能性や内容を一緒に検討している。直近では、ヤマハ発動機さんが雲南市で進める新しいモビリティ実証事業について、行政の一員としてプロジェクトマネジメント的な動きや、他にも都市部の企業と地域のベンチャー事業者との連携を仲介するなど。私のカウンターパートとなる市職員ほか、内外の関係者とともにコーディネーター的な動きをしている。

\*雲南市は、10年以上かけて作り上げてきた地域自主組織による課題解決型の住民自治で知られる。これをベースに市は、子ども、若者、大人それぞれのステージで、チャレンジの連鎖を生むための一連の施策を進めている。「企業チャレンジ」とは、自社の製品・サービスを通じて新しい社会デザインを目指す企業やNPOへ雲南市を実証フィールドとして提供し、地域自主組織などと結びつけながらプロジェクト化していく試み。

**派遣までの経緯は？**

当社が「まちづくり戦略」を考えると、行政との連携は欠かせない。雲南市はそのリサーチの過程で出会った。「企業チャレンジ」の基となるアイデアを私が提案した経緯もあり、その実証段階で私自身が現地に赴くことに異論は出なかった。トップには定期的に動きを報告していたし、在籍出向のため手続き的にもスムーズだった。

**学び／成果は？**

企業とは異なる行政の視点、行政のロジックを学べていること。これは行政との協業を推進したい企業にとって大いに生かせる経験のはず。また、当社にとって自治体への社員派遣はこれが初ケースで、他の社員にもいい意味で刺激になっているようだ。

**企業にとっての意義は？**

事業の発注者・受注者という関係でなく、企業が自治体とイコールパートナーとして協働したいとき、この制度利用は選択肢のひとつではないか。逆に言えば、自治体側も「発注者」というスタンスから離れる必要がある。また、SDGsはどの企業も取り組んでいるが、東京の会議室で考えているだけでは限界がある。社員が自治体の中に飛び込むことで、2～3日の現地視察では見えてこない、本当の社会課題の発見につながる。

**伝えたいこと——「飛び込んでみて」**

派遣元企業にとっては、たとえ今すぐ利益に直結しないケースであっても、長期的な人的投資として考えるべきではないか。当社の場合、建設だけに頼らない事業の柱を育てる必要があり、それには時間がかかるという認識は共有されている。オフィスでパワポをいじっているだけでは生み出すことのできない価値もある。まずは飛び込んでみてほしい。

同時に、この制度自体の知名度が上がり、成果が広く知られるようになれば、より多くの企業が検討しやすくなると思う。また、企業にとって主戦力であり、家庭の責任も重い30～40代の社員を地方へ派遣する際は、相応のサポートも必要だろう。その辺の整備も進むとよいと思う。

## 雲南市政策企画部政策推進課 主幹 鳥谷健二さん

**企業人活用のメリットは？**

雲南では「企業チャレンジ」という座組みを作るにあたり、岡さんが入って適切にコーディネートしてくれている。行政組織にはない民間ノウハウを外から入れてもらい、とてもいい形で動いている。

**なぜこの制度を選択したか？**

民間人材の活用制度は他にもあるが、雲南の場合はただ意見をもらうだけのアドバイザーでなく、一緒に汗をかきながら走れる人が必要だと考えた。現場で動きやすいポジションをとるには地域おこし企業人の仕組みがいいと考えた。

**受入れで留意したことは？**

岡さんには就任前の半年くらいかけて、現場に入ったり地域の人に会ったりして雲南が大事にしているものを理解してもらった。時間をかけて準備できたのが安心感につながっている。ただ、企業人にすべて丸投げではいけない。一緒に取り組むパートナーだからこそお互い相談できる体制を整えた。

**どんな企業人の活用が増えるとよいか？**

単にモノを売りにくるのではなく、地域の思いを大切にしてくれる企業さんと仕事ができるとよい。地域課題の難易度が上がれば、行政も民間も単独では対処できない案件が増える。岡さんのように、幅広い知見をもって地域の強みと内外のリソースをつなげられる人が今後ますます必要になってくる。

**派遣元企業にとってのメリットは？**

行政や地域側の目線を学べることだろう。派遣を通じて現場で消費者ニーズに直に触れることもできる。また、雲南の「企業チャレンジ」が目指すのは単なるリビングラボではない。企業も地域も、お互いの強みを出し合ってウインウインの関係をつくるものだ。さまざまな主体が協力して社会を変えていく。これからの世の中はそうなるしかない。地域おこし企業人のような制度も使いながらそれを志向する企業のほうが、高い価値を生むことができると思う。



### 不動産業 / 2012年入社 / 30代

【派遣先】 岩手県釜石市  
総務企画部総合政策課

【任期】 2018年4月1日から2年間

【派遣目的】 不動産・住まいに関する知見や「LIFULL HOME'S 空き家バンク」などを活用し、釜石市の空き家情報を集約し、全国に発信する。また、「地域おこし企業人」を派遣し、空き家管理・利活用に関する事業モデルの検証や事業開発をサポートしていくことで、持続可能な体制構築を図る。

#### 現在の業務内容は？

市が運営する空き家バンクの専任担当として、そのパフォーマンスを向上させている(バンクを通じた成約件数：年1件⇒4件)ほか、空き家活用のモデルケース作りも進めている。空き家活用の一例として、大きな一軒家を複数の単身移住者でシェアし、かつ空いている部屋を民泊として運用するモデルを発表した。地方の空き家は一軒家が多く、単身移住者とのマッチングが難しいことから発案したものだ。人材育成を含め、私の任期終了後も空き家利活用推進の持続可能な組織体制をつくるのが、最終的なミッションだ。

#### 派遣までの経緯は？

当社は地方創生推進部を立ち上げ、地方自治体との協働を進めている。現在では釜石市をはじめ全国6自治体と協定を結んでいるが、それぞれ連携のスタイルは異なる。地域おこし企業人制度を利用して社員が出向しているのは、今のところ釜石市のみで私が初のケース。会社の公募に自分が手を挙げた形だ。東北(宮城県仙台)出身で、東日本大震災からの復興にビジネスを通して貢献したいという気持ちもあった。

#### 学び／成果は？

民間から見ると、行政の意思決定は遅いと感じるときもあるが、実際に中に入って行政の仕組みを肌で理解できることは大きい。企業と自治体が単なるモノやサービスの売買という関係を越えて、「まちづくり」といった共通目標に向かって協業を進める上で、これはマストの経験だと思う。

個人的には、「課題だらけ」のところに来て自分の経験を生かして成果をあげている実感がある。また、LIFULL という企業全体で釜石に何ができるかを常に考えているので、一営業社員のときと比べ、会社に対する理解が格段に進んだ。

#### 企業にとっての意義は？

当社が地方創生推進部をつくって自治体との連携を進めるのは、広告で不動産を売る従来モデルとしてだけでなく、多様な市場ニーズに応えることで、「あらゆる LIFE を、FULL に。」という当社のコーポレートメッセージを実現する施策のひとつと考える。

SDGsとも関連する「持続可能なまちづくり」において、企業が果たす役割は増してきている。そこで自治体と企業が真の協業をするには、相互理解が欠かせない。その意味でも、地域おこし企業人は積極的に利用すべき制度だと思う。逆に、自治体から民間企業へ同様に出向する制度もあってよいだろう。

#### 伝えたいこと——「キャリアに悩んでいるなら検討を」

地域おこし企業人は、サラリーマンにしか使えない制度。会社に在籍しながら地方へ出向できる。今のキャリアに悩んでいる人は、自身のキャリアデザインという意味でも一度検討を勧めたい。

従業員のキャリアに真剣に向き合っている企業なら、短期的にはマイナスコストでも、長期の人材研修を考えれば必ずリターンがあると考えられるのではないかと。私自身、やりたいことをやらせてもらっていることに感謝している。釜石で得た知見を、全国の地域や自治体の為に役立てることで、LIFULL が掲げる「あらゆる LIFE を、FULL に。」を実現していきたい。

## 釜石市総務企画部オープンシティ推進室室長 石井重成さん

#### 企業人活用のメリットは？

釜石では、空き家活用の分野に地域おこし企業人が参画することで大きな成果が出ている。派遣元企業のリソースも生かしつつ、企業人が地域内外をつなげるハブとして機能することで、移住促進や若い世代の起業支援など、周辺領域にも相乗効果を生んでいる。

#### なぜこの制度を選択したか？

オープンシティを掲げる釜石市では、これまでも民間企業との多様なパートナーシップを重ねてきたが、地域おこし企業人の仕組みでは、企業と地域がフラットな立場で社会課題の探求と実践に取り組むことができる。また、民間人材と行政職員と一緒に汗を流していく中で、職場に“異質なものを”を受け入れる多様性が育まれる。

#### 受入れで留意したことは？

企業人の取り組みを過度に制限することなく、自らの意思と行動によって“何でも生み出すことができる”という柔軟な運用をしつつ、行政職員として抑えるべき流儀を共有すること。派遣元の企業との定期的なコミュニケーション。

#### 自治体は企業人をどう活用すべき？

達成目標や探求したい問いは明確にすべきだが、必ずしも詳細な業務内容を事前に定義する必要はない。むしろ、プロジェクト設計には、企業人が民間ノウハウを生かしながら、よりよいものをつくりあげていくための余白を残し、柔軟に議論できるチームづくりを意識する。北辻さんのように、地域の多様な関係者をつなぎ、自分のアイデアをどんどん形にしていく人材には、ゆるやかなマネジメントが適している。

#### 派遣元企業にとってのメリットは？

地域おこし企業人が得る最大の資産は、官の言語を体得できること。顕在化された地域社会の課題や現場に触れ、自治体における政策決定プロセスや財源ポリシーを理解し、アクションプランを起こすという一連のサイクルを経験できる。あらゆる企業・組織が求めるオープンイノベーション人材とは、都市の言語、地域の言語、官の言語といった“多言語”を使いこなすトライセクター人材である。企業人としての出向後に、どのよう役割を期待するのが重要だろう。



### 旅行業 / 2012年入社 (JTB 代理店を経て 2012年株式会社 JTB に入社。業務内容は同様) / 40代

【派遣先】 株式会社 SMO 南小国 CMO  
(マーケティング責任者)

【任期】 2019年4月1日から2年間

【派遣目的】 人口減少が産業の衰退と里山景観の荒廃を引き起こし、それが更なる人口減少を引き起こしている悪循環の中、観光を手段として交流人口(関係人口)の拡大を目的に、特に訪日インバウンドの誘客を目指した着地型観光プログラムを開発・造成する。

#### 現在の業務内容は？

欧米人を中心に世界で支持されている、「アドベンチャーツーリズム」(アクティビティ、自然、異文化体験の3つの要素のうち2つ以上で構成される旅行形態)型のプログラム開発を、旅行のプロの観点からサポートしている。具体的には旅行業登録等の環境整備、収益の設定、地域との合意形成やルール作り、専門的な知見が必要な部分のアドバイス等を行う。現在、スウェーデン人スタッフの企画を元に、森林・水・道をテーマとした3つのコンテンツを開発し、広報・申込受付を行っている段階。欧米人向けの高単価の旅行商品である。また、ドローンを活用した地域ブランディングにも取り組んでいる。

#### 派遣までの経緯は？

社内には地域に密着した業務に携わる人材が少ない。地域交流事業を拡大していく上でも、そのような人材が今後必要になることを踏まえての異動だと考えている。異動内示後、団体営業外の業務命令に戸惑いもあったが、「社内に旅行のプロは多くいるが、地方創生に関わるプロは多くない。地方での業務に携わりながら新たな武器を身に着けることで、社内での自分の価値も上がり、業務の幅も広がる」という考え方に納得した。

#### 学び／成果は？

田舎ではルールだけが全てではない。地元との合意形成の上では、感情面や人とのつながりを尊重することも重要。旅行業界内であれば通じるような暗黙の了解がなく、考え方やバックグラウンドも異なる中で価値を共有していく経験は、地域に入り込んだからこそその学びとなった。事業面では、先述のアドベンチャーツーリズム型のインバウンドツアーが形になった。会社として儲けるための事業ではないが、赤字にならず、地元にお金が落ちるような事業として、結果を数字で残さなければいけない。

#### 企業にとっての意義は？

JTBには観光協会や一般企業等、様々な地域に出向という形で入っている社員が百人単位で存在する。これらは、短期的・直接的な会社の利益につながらなくとも、長期的に見れば結果として地域でのJTBのプレゼンスや価値を上げることにつながると考えての派遣である。また現在JTBは転換期にあり、旅行業だけでなく地域交流事業等も扱う会社であることを広く認知してもらいたいと考えている。そのため現在は、地域への貢献が第一だ。企業色が強いと警戒され受け入れてもらいにくいのが、地域おこし企業人という形だと入りやすい面もあるのではないかと。

#### 伝えたいこと——「企業・自治体・個人の三者でめざす成果の共有を」

企業と受入れ自治体、派遣される個人の三者間で、課題や業務の目的・アウトプットについてなるべく具体的に共有しておいた方が成果を上げやすいと思う。例えば南小国の場合、交流人口を増やすというようなざっくりしたものではなく、インバウンド旅行者8人分の経済効果は住民1人分に値する、といった具体的な数値に基づき、外国人を呼ぶために着地型観光のコンテンツを作るという目的がはっきりしていた。

また個人としては、専門的な知識やスキルはもちろんだが、コミュニケーションスキル等人的な力も必要。



### サービス業 / 2016年入社 / 30代

【派遣先】 大分県日田市  
商工観光部商工労政課

【任期】 2019年5月～12月(予定)

【派遣目的】 ガイアックスがC to C体験予約サービス「TABICA」\*を全国に提供するなかで得たノウハウや、ハレさんの外国人としての視点により、日田市の商店街の活性化やインバウンド観光の強化を目指す。

\*「TABICA」は「みんなの暮らしを旅しよう」をコンセプトとした、地域体験のC to Cマッチングを行うプラットフォーム。ガイドブックの見どころを巡る普通の観光とは一味違った、案内人自身の知識や知見を活かした体験を提供しており、参加者はまるで友人や親戚に会いに行くような体験を満喫することができる。2015年6月よりサービス提供開始。

#### 現在の業務内容は？

日田市でのミッションは以下の3つ。  
(1)体験・滞在型プログラムの創出による商店街等のまちなかの活性化  
(2)インバウンド受入れ強化を推進するためのアドバイスの実施  
(3)その他日田地域へのひとの流れを創出するための取組  
具体的には、TABICAの体験プログラムを10本以上つくるのが目標。これまでに蕎麦饅頭づくり、押し花アートなど7本を立ち上げた。いずれも地元の案内人が必要で、その人材を見つけるのが苦労するところだ。

#### 派遣までの経緯は？

日田市からの要請に応えた形だ。TABICAの発明者である細川哲星氏は全国でワークショップを開催しているが、日田市でそれを行ったところ、まちなか活性化に地域おこし企業人が欲しいと考えていた同市から当社に声がかかった。日本語が話せる外国人という希望に応じて、自分が指名された。おもしろいことは何でもやってみたい性格なので、喜んで応じた。

#### 学び／成果は？

私はTABICAで様々な仕事に携わってきた。200本の体験プログラム開発・通訳実績と2千人の顧客と接した経験を生かして、最近では日本各地で観光コンサルも行うようになった。そちらの方向へキャリアシフトを考えていて、その過渡期にこの話があったのはタイミングが良かった。

日田市でももちろん役場職員が助言・サポートしてくれるが、やるのは基本的に自分ひとり。リーダーとしての経験ができ自立心も高まる。

私はアイデアを出す仕事が好き。個人的にもフランスの視覚障がい者のための観光ツアーを作ったり、小説を書いたりしている。今回の経験は、そういう面でのパワーアップの機会でもある。

#### 企業にとっての意義は？

正直、当社のビジネスにとって直接の恩恵は多くない。が、私が来たことで会社の知名度向上、会社が推進するシェアリングエコノミーという概念の普及には役立っているはずだ。またこの制度は、企業の社会貢献や社員の人材育成という意義も大きいと思う。特にコンサル企業の若手には勧めたい。熱意はあっても実地の経験がなければ良い助言はできないのだから。

#### 伝えたいこと——「地域おこし企業人が増えれば日本は変わる」

この制度は個人にとってすばらしい勉強の機会になるのは確かだが、超少子高齢化という社会問題の具体的な解決につながる可能性もあると思う。人口3万～30万くらいの自治体に企業人が一人ずつ入ったら、日本はかなり変わるのではないかと。

また、いま私は東京と大分と半々の生活だが、そのギャップのおかげで両方の良さが見える。そんなことも地方へ赴任することで得られる経験だ。

株式会社フェリシモ 新事業本部  
ビジネスインキュベーション 三浦卓也さん

## 小売業 / 2000年入社 / 40代

【派遣先】 北海道厚真町  
産業経済課経済グループ

【任期】 2017年4月1日から3年間

【派遣目的】 事業活動を通じた持続的発展的なしあわせ社会の創造をミッションとするフェリシモから、新規事業開発担当として実際に地域に入り込み、課題についての深い考察を得て机上の空論ではない事業を地域の中から生み出す。

## 現在の業務内容は？

ミッションは地域の産品開発支援だが、地域の悩み事解決のための“よろず屋”のように活動している。流通支援、販路拡大、関係人口創出、地域資源を再発見するような観光プラン作成まで、地域内のヒアリングを通して明らかになった困りごとを会社のリソースを使って解決している。

会社リソースに限らず、たとえばハスカップの流通を拡大するのにフェリシモの通販で売るより有効だと判断すれば、他の企業と繋げて売り出したりしている。

## 派遣までの経緯は？

新規事業開発を担当する中で地域課題解決に関心を持つようになり、厚真町主催の「厚真町ローカルベンチャースクール（新事業創出支援プログラム）」に個人としてチャレンジ。町の環境や行政の手厚いサポート、町民の人柄に惹かれ移住を検討し始めたとき、地域おこし企業人の制度を町役場から教わり、会社に相談し制度を活用する形での2拠点生活を実現させた。

## 学び／成果は？

会社の仕事で出会う人に両方の名刺を渡すと、会社としてすぐ仕事が発生しなくてもまず地域の方で発生し、それが本業につながるという事例がいくつか生まれている。また、会社の中で自分の価値やリソースはなかなか発見しにくい。地域というフィールドだからこそ会社での自分の役割や会社自体の価値が再発見でき、新規事業開発につながっていくとを感じる。また今回の経験は同様の困りごとを抱える他地域でも役立てられるだろう。

北海道胆振東部地震後の2018年12月、フェリシモ100%出資の株式会社 hope for を厚真町に設立した。事業性・独創性・社会性を併せ持つビジネスに挑戦する事業者向けのコーポレートベンチャーキャピタルで、設立から3ヶ月後の2019年3月には1社目の出資を完了。2019年度より厚真町でプロジェクトをスタートさせる。2019年9月には北海道庁からの復興支援事業を受託。厚真町、安平町、むかわ町の被災3町合同の事業者支援を開始し、10月には事業者向けのマーケティングセミナーを開催する予定だ。

## 企業にとっての意義は？

地域側に足りないリソースを企業が多く持っていること、地域で個人のプレーヤーだけでは超えられない壁もあることから、企業に所属したまま地域に入ることでも生み出せるインパクトの大きさを実感した。厚真町での産品開発支援や販路開拓支援のノウハウは、隣町や北海道全域にも横展開できる可能性を秘めている。

また、地方には外部の人しか気づけない価値がたくさん眠っている。厚真町のジンギスカン文化などだ。それを現場で拾って事業に生かせる意義は大きい。

## 伝えたいこと——「地方で自分の価値と改めて出会い直して」

個人で移住することも検討したが、それよりも会社のリソースを使って生み出せるソーシャルインパクトの方が大きいとわかった。離職するくらいならパラレルキャリアのほうが絶対に良いと感じている。会社としても、パラレルキャリア支援は社員の成長や自社のリソースの増加につながると思う。

今回の経験は自分にとって間違いなくキャリアアップのきっかけだ。自分のできることの棚卸しとその価値に気づけたことが自分のアクションを加速させてくれた。また会社を代表して地域に入り活動する、ということで自身の主体性も大きく育まれた。会社で活躍の場がないと感じている人には、ぜひ地方で自分の価値と改めて出会い直して欲しい。

株式会社乃村工藝社 クリエイティブ本部 R&D グループ  
山野 恭稔さん

## サービス業 / 2012年入社 / 30代

【派遣先】 宮崎県日南市  
総合政策部総合戦略課 クリエイティブ専門官

【任期】 2018年10月9日から2020年  
3月31日（任期延長の更新あり）

【派遣目的】 空間プロデュースを手掛ける乃村工藝社は以前から博物館やイベント等の展示や運営を通して自治体の地域活性化をお手伝いする実績があった。川上の計画段階から関わることで地域課題解決につながる場の魅力を高めるため、本制度を活用して自治体とのさらに深い関係構築を目指す。

## 現在の業務内容は？

飫肥城下町の古民家利活用、にぎわい創出、景観保全に向けた業務を主に担当。具体的には、旧小鹿倉邸という古民家の利活用に向けた補助金の申請や、ソフト事業の開発、行政と商店街との調整等を行っている。日南市は広いので、成果を上げやすくするためにも飫肥を重点地域として活動しているが、他地区のプロジェクトにも関わるケースもある。

## 派遣までの経緯は？

乃村工藝社は日南市に対して飫肥地区の古民家活性へ向けた提案等を行っており、その円滑な促進のため、2017年1月28日、日南市のクリエイティブ・パートナーとして当社初の自治体との包括連携協定が締結された。本制度の活用はその協定の具体化のためだ。地域の課題を解決し、定住や交流を増やしていくことは当社にとっても重要なミッション。将来的には多くの自治体のお手伝いをさせて頂きたいと考えているため、日南市との協働で得たノウハウを他地域にも広げ、盛り上げていきたい。

## 学び／成果は？

集客空間をつくる際の課題は飲食業、小売業等の業種を問わず共通する部分が多い。当社にはこれまで手掛けてきた案件のノウハウの蓄積があるため、行政にはない発想や考え方、見える化のプロセスなど、総合力とクリエイティブの力で地域の課題解決や地域独自の魅力や価値の向上に向けた貢献ができています。

また当社は業務範囲が幅広く、東京で多様な企業と関わる機会も多い。地域活性化に関心はあるが実情がわからないといった企業からは、当社が間に立ち日南市とつなぐことで地域に入りやすくなるとの声も上がっている。都市と地方のパイプ役として貢献できていると感じる。

## 企業にとっての意義は？

乃村工藝社だけでなく日南市の名刺を持たせて頂いている点は、当社の付加価値提供に際して非常に影響が大きい。自治体の予算策定や意思決定のプロセス、人脈構築を学ぶことができるため培った地域活性の知見があると見られることで、より深く具体的な話ができ、今までにない価値提供につながっている。当社の別の社員にとっても、本制度を活用して日南市に人を派遣しているという話題は営業トークのフックとなっている。

当社は全国に10の拠点を有するため、地元密着型の支店では本制度を活用した取り組みについて話す機会もあり、新規案件獲得の機会拡大に寄与している。当社だけでなく、派遣先自治体、当社のクライアント、三者にメリットがある制度だと感じる。また、当社が長期的に目指している、お客様の立場で事業全体をサポートするプロフェッショナル人財の育成にもつながっている。

## 伝えたいこと——「クリエイティブ系の会社には特に価値ある制度」

より川上から自治体案件に関わりたいという目的が叶ったことで、これまで「これをやってください」と既に決まったことの範囲でしか提案できなかったものが、「何をなぜやりたいのか」と突き詰め合う関係性に変わり、自分たちの表現したいものをしっかりと根本から自治体と共有できるようになった。この点はクリエイティブ系の会社には大きな価値がある。

また、民間とは違うロジックで動くこともある自治体の中で仕事をする中で、派遣された社員の経験の幅が広がり、長期的には会社の目指す人材育成にも資するものだと考えている。

## 第4章 考察

私たちが考える「地域おこし企業人」活用のメリット

### 1. 企業にとっての価値

#### 3タイプのメリット

6件のヒアリングの結果から、企業にとってのメリットは以下のように整理できる。

#### ① 新しい事業領域の開拓(主に大手企業)

既存マーケットの頭打ち・縮小傾向を乗り越える、新たな事業領域開拓への投資

#### ② 地域でのユーザー育成(主にシェアリングエコノミー、プラットフォーム系企業)

地域におけるユーザーやパートナーの獲得・育成、それを通じたノウハウの蓄積

#### ③ 社員のエンゲージメント向上(すべての企業)

派遣を通じた自社の価値・強みの再発見、それによる社員のロイヤリティやエンゲージメントの向上v(離職防止効果)

#### “バイリンガル人材”の育成

特に①のベースとなるのは、行政と民間の“通訳”ができる“バイリンガル/バイカルチャー”のスキルである。官民で異なる言葉遣いや文化を理解し使いこなせる人材は、スムーズな協働に必要不可欠であり、この意味で企業人が派遣元・派遣先双方にもたらす価値も大きいと言える。

#### さらなるエンゲージメント向上にも

上記③に関連し、同制度の利用は社員の「ゆたかで多様な働き方」を支援する制度導入の際にも役立つと考えられる。たとえば社員が東京(大都市)以外の場所で働けるオプションを用意する際、まず受入れ先となる地域との良好なパートナーシップ関係を構築するため、同制度を利用した「先遣隊」の派遣は有効だろう。

#### CSV経営の一環として

結果として、企業にとってこの制度の利用は、社会貢献的な意味合いだけでなく、CSV(Creating Shared Value=共通価値の創造)経営に資するものといえる。事業活動を通じて社会課題を解決し、またその過程が自社の課題解決にもつながる。そうした「地域とのパートナーシップ」構築には、企業と行政がフラットな立場で連携できる同制度が有効と考えられる。

## 2. 派遣・受け入れにあたり留意すべき点

#### 強い意志があること

企業側・地域側ともに、地域課題の解決を通じて共通の価値を創出しようという、強い信念・決意が必要である。企業にとっては、たとえ短期的利益につながらなくとも企業人派遣がイノベーションをもたらすという確信が重要となろう。

#### ていねいな準備

対等なパートナーシップを前提とした企業人派遣を成功させるには、周到的な準備が必要となる。まず制度利用ありきではなく、企業と自治体が連携して何を達成したいのかていねいに議論し、その結果としての制度利用が望ましい。

#### フラットな関係で共に作り上げる

企業人の外部人材としての知見、ノウハウが十分に生かされる形で、課題解決のミッションが明確になっていることが大切である。一方、業務内容が予め細かく決定していることが常に最善ともいえない。柔軟な発想を求めるのであれば、プロジェクトの設計は企業側・企業人本人にも関与の余白を残し、ともに作り上げる形が望ましい場合もある。そのうえで、受入れ側は企業人に丸投げすることなく、互いに相談できる体制を整えることが重要である。

#### 一緒に走る、汗をかく姿勢

民間人材を自治体へ派遣する制度は他にもあるが、「地域おこし企業人」制度が最も生かせるのは、単なるアドバイザーや上から指示するマネージャーではなく、一緒に汗をかくコーディネーター、あるいはプロジェクトマネージャー的な役割と考えられる。したがって、派遣前に十分に地域の実情を理解していることは、重要なポイントとなる。

## 3. 「地域おこし企業人」に求められるもの

#### 強い意志

価値共創型パートナーシップを目指した企業人派遣には、受け身ではなく、自ら現場に入って地域の課題を解決するという強い想い、意思が求められる。

#### 専門+マネジメント能力

企業人には、自社の専門領域だけでなくマネジメント能力でも貢献することが期待される。企業の視点と行政のロジックをすり合わせ、コーディネーターとして内外を巻き込んで物事を進めていくのは、企業人としてのプロジェクトマネジメント経験が大いに生かされる部分である。

#### ネットワーク力

課題の難易度が上がれば、より多くの関係者を巻き込む必要が出てくる。企業人には、目の前の課題に対し自社内外の適切なリソースを速やかにマッチングできるような人脈やネットワークを持つことが求められる。

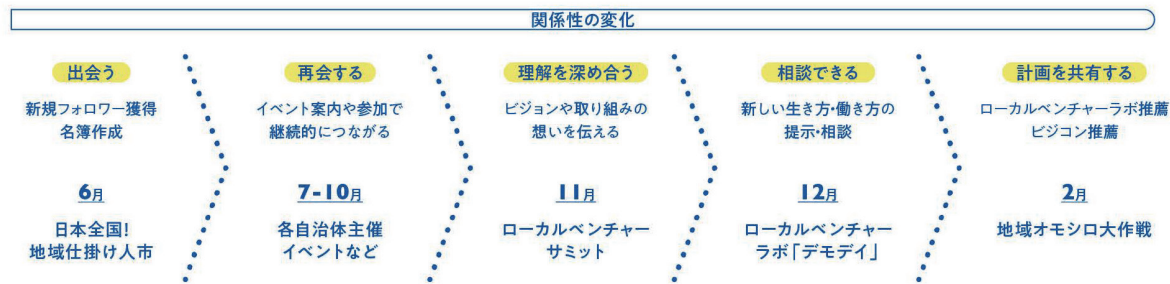


# 第5章 地域おこし企業人へのネクストステップ

## まずは自治体との接点を

この制度は、「地域おこし協力隊」のように自治体の公募に対して個人が手を挙げる形ではないため、実施までのプロセスがわかりづらい面もある。まずは興味を持った企業と自治体が接点を持ち、対話を深め、一緒に何を成し遂げたいのか具体的に詰めていくことが必要となる。ローカルベンチャー協議会では、東京および各地域で、年間を通じて企業と自治体の接点を作る機会を提供しているので、ぜひ活用されたい。

### 年間を通じた首都圏人材へのリーチ機会



問合せ：ローカルベンチャー協議会事務局 NPO 法人 ETIC.

## 「地域おこし企業人」募集中案件

ローカルベンチャー協議会は、自己変革の努力を続け、より高い価値を生み出す企業と自治体の連携を目指し、その一手段として地域おこし企業人制度の利用を促進している。協議会の参画自治体では現在、厚真町、釜石市、西粟倉村、雲南市で以下の通り企業人を募集中である。

### 厚真町

#### 募集の分野

特定するものではありません(協議の上決定)。  
例えば、農業・林業・漁業の6次化・ICT化、関係人口創出、木質エネルギー利用、SDGs等

#### 期待する役割、共創したいこと

農林漁業の6次化を含む高度化や、役場等の業務のアウトソーシングについても、一緒に考えて貰いたいです。その他、厚真の人を起点にした観光や、SDGs、震災復興にかかる分野等にも共に取り組みたいです。

#### 派遣元企業・個人にとっての価値

自分の仕事が形になる、それをありがとうと言ってくれる人がいる。その遣り甲斐と楽しさを体感できます。

#### なぜ地域おこし企業人を導入したいのか

地域にはプレイヤーが足りていません。民間だからこそ解決できる課題に取り組んで貰いたいです。

#### 連携したい企業

共に考えられる企業。チャレンジを嫌がらない、いい意味で「まずはやっちゃう」企業が良いかもしれません。

#### 一言メッセージ

厚真町を選んでくれた方を全力でサポートします。素早く、柔軟なベンチャー的な町を共に創りましょう!

問合せ先：厚真町産業経済課経済グループ Tel: 0145-27-2486 Email: keizai@town.atsuma.lg.jp 担当：宮久史、小松美香

### 釜石市 1

#### 募集の分野

教育分野

#### 募集の目的

釜石の未来を担う高校生の選択肢を最大化していくエコシステムを、官民連携によって具現化する。

#### 期待する役割、共創したいこと

地域内外のリソースを活用しながら、高校生が多様な切り口によって学びを深めるためのSSHプログラムや、キャリアデザイン事業「Kamaishi コンパス」などの企画・運営を担って頂きます。

#### 連携したい企業

次世代教育や公教育分野に関心や事業を有する企業、また、SDGs ゴール4に取り組む企業。

#### 派遣元企業・個人にとっての価値

高校・行政・民間といった多様な関係者とともに、次世代に対する真の学びを探求し、形にする経験。

#### 一言メッセージ

オープンイノベーションを推進する釜石には地域おこし企業人の先輩もいます。挑戦をお待ちしています!

問合せ先：釜石市総合政策課 オープンシティ推進室 Tel: 0193-27-8463 Email: opencity@city.kamaishi.iwate.jp 担当：山口孝太郎

### 釜石市 2

#### 募集の分野

創業支援・産業振興分野

#### 募集の目的

行政・企業・個人が協働し地域で新たな挑戦を生み出すローカルベンチャーコミュニティの取組を推進するため

#### 期待する役割、共創したいこと

釜石ローカルベンチャーコミュニティを共に推進する役割として、地域内での起業家人材の育成や創業支援のしくみ作り、また都市部の企業や人材と地域内企業を繋げての地場産業振興のプログラム作り等

#### 連携したい企業

地域内の起業家育成や雇用問題等人材(ソフト)分野、ローカルベンチャーに関心のある企業

#### 派遣元企業・個人にとっての価値

行政や地場企業と連携しながら地域で新しい挑戦を生み出すプラットフォームを作る経験ができる

#### 一言メッセージ

日々地域の方や行政など多様な人と関わり、開かれた環境で新しいことを一緒に進めていけることが魅力です!

問合せ先：釜石ローカルベンチャー事務局 Tel: 080-4402-5472 Email: kaishikura@pasonatohoku.co.jp 担当：石倉佳那子

## 西粟倉村

### 募集の分野

特に分野を限定するわけではありませんが、  
・2025年高齢化率のピークを迎える村で、地域福祉や健康づくり分野で協働してくれる人  
・中学校までしかない村で、公教育を含めた「素敵な15歳」を育む地域教育づくりに関わりたい人  
・「村まるごと研究所」(地域×テクノロジー)の運営に関わりたい、村まるごと研究所にアイデアや技術(テクノロジー)を持ち込んで村の課題を解決してみたい人など、人口1500人弱の村で、何かしら活躍してみたいという人

### なぜ地域おこし企業人を導入したいのか

地域の外からの人材を呼び込んで、地域に様々な価値を上乘せする取組を進めていく中で、手法にかかわらず、関わってくれる人を増やしていきたい。

### 期待する役割、共創したいこと

特定の役割や共創したいことはない。しかしながら、関わってくれる企業人が自らの熱量で動き、地域に新しい価値・仕組み・商品・サービスを一緒に起こし、持続可能で豊かな地域の創出の一端に関わってくれる人に出会い、ワクワクしながらそれを実現したい。

### 連携したい企業

おもてなしはできません。ですが、自らが村をフィールドにやってみたいこと、チャレンジしたいことを持っている企業で、村が応援したい、いっしょにやりたいと思える企業との出会いが楽しみです。

### 派遣元企業・個人にとっての価値

地方は既に日本の縮図と言われている中、チャレンジがどのような関係性によりその結果がでたのか見えやすいのが地方ともいえます。歯車の一部ではなく、自らのチャレンジにより地域が変わっていくことを当事者として体験できます。

### 一言メッセージ

将来、西粟倉村が持続可能な地域であり続けるチャレンジは、これまでの過去に答えはありません。「まずはやってみる」を大切に創発的に様々なことに取り組むこと、「行き当たりバッチリ！」を地域にたくさん作る必要があります。一緒にワクワクの創出をしましょう！

問合せ先：西粟倉村役場 産業観光課 Tel: 0868-79-2111 Email: y-hagihara@vill.nishiawakura.lg.jp 担当：萩原勇一

## 雲南市

### 募集の分野

ICT分野(地域情報の利活用、テクノロジーを活用したまちづくりの推進)

### 募集の目的

行政にない民間ノウハウをまちづくりに活かすため。

### 期待する役割、共創したいこと

雲南市は「住民自治」が特徴の地域であり、地域、企業、行政がお互いの強みを生かし合って、ともに社会課題を解決する新しいモデルづくりにチャレンジしていきたい。

### 連携したい企業

一緒に問題を探求し、地域の思いをくみ取って新しいモデルづくりに一緒に走ってくれる企業。

### 派遣元企業・個人にとっての価値

住民自ら地域の課題解決に関わっているからこそ、地域も価値を出し合い、スピード感をもって取り組める。

### 一言メッセージ

“雲南ソーシャルチャレンジバレー”の一員として、地域ともにチャレンジしていただける企業の皆さんをお待ちしています！

問合せ先：雲南市政策企画部政策推進課 Tel: 0854-40-1011 Email: seisakusuishin@city.unnan.shimane.jp 担当：鳥谷健二