

1 クラウドファンディング「山形サポート」で起業支援 オール山形で事業者の夢とアイデアの実現をサポート

山形県 | 荘内銀行

地域には、事業経験はないものの、自身のアイデアを事業化して、地元へ貢献したい思いを持つ人は少なくない。その思いを実現するためには「資金」が必要。山形県内の地銀3行、新聞社、県がオール山形で事業化希望者と全国の資金提供者を繋ぐ架け橋となる「山形サポート」をスタート。クラウドファンディングによる地域課題の解決が続々と進行している。



芋煮会フェスティバル（山形サポートホームページ）

山形県の概要

- 【人口】 1,062,239人（2021年1月1日現在）
- ・県の中央には日本3大急流として知られる最上川が流れ、蔵王や鳥海、西吾妻などの名峰が連なる。古来より全国有数の山岳信仰の霊場として厚い信仰を集めている。
- ・山形牛、米沢牛、蕎麦のほか、さくらんぼ、メロン、ぶどう等の果物が有名で、特にさくらんぼは全国生産量の7割を占めている。

地元貢献の夢を後押ししたい

荘内銀行は、地域経済の活性化に向けた支援策を検討していく中で、事業経験がなくても「地元のために何か貢献したい」「地元で新しいチャレンジをしたい」という思いを持つ人々が多いことに着目。このような人々の夢を実現するため、起業に活用できる長期的な資金サポートの必要性を認識していた。こうした仕組みとしては「公益信託 荘内銀行ふるさと創造基金」があるものの、用途が公益活動に限られ、営利活動・事業活動には利用できないことから、新たな資金サポート策を検討することとなった。

「山形サポート」の設立

そこで、荘内銀行は事業化希望者のビジネスアイデアを全国に発信、共感する人々から資金を募るクラウドファンディングに着目。山形新聞社、県内地銀、山形県とともにオール山形で事業化希望者を支援するクラウドファンディングのプラットフォーム「山形サポート」を2016年にスタートさせた。

「山形サポート」は、同行と山形新聞社が共同事務局となり、事業内容と目標額を精査。「山形サポート」と連携先のクラウドファンディング事業者「READYFOR」のホームページで、事業化希望者の活動や思いを全国に発信。その思いに共感した人や活動を応援したいと思う全国の人々から資金募集を実施している。

「山形サポート」のスタートから約3年間で78件のビジネスアイデアのうち71件が成立。資金調達額は1億3千2百万円に上っている。



山形サポートホームページ（荘内銀行提供資料）



山形サポートスキーム図（荘内銀行提供資料）

事例①：地元高校生によるシルク産業のPR

鶴岡市は、1874年に旧庄内藩士が開拓した松ヶ岡蚕室群をきっかけに日本最北端のシルク産地として発達。現在も養蚕から絹織物製造までの一貫工程が残る国内唯一の地域だが、時代の流れとともに規模を縮小、衰退の一途を辿っていた。

その鶴岡市にある鶴岡工業高校の前身は、シルク産業を支える技術者養成を目的に1895年に設立された鶴岡染織学校。その設立125年となる2020年、高校生たちが伝統産業の復活に一役買いたいとの思いを実現するため、「鶴工シルクプロジェクト」を立ち上げた。

きっかけは、同校が山形大学と連携して実施している起業家育成ワークショップ。参加した生徒の間で、地元のシルク産業があまり知られておらず、衰退していることが話題になった。

そこで、生徒たちは、オリジナルのシルク製品開発やプロモーションビデオの制作を計画。資金募集の結果、目標を上回る126万円を集めることに成功。

生徒たちの経験は「若者が地元産業に関心を持つ機会となり、長い目でみて地方創生にプラス」（荘内銀行）と意義を語る。



伝統ある鶴岡の絹産業を、シルクチーフづくりを通じて伝えたい！

鶴工シルクプロジェクト（山形サポートホームページ）

事例②：地元青年によるクラフトビール製造

山形県南部に位置する長井市は、周囲を緑豊かな山系に囲まれ、その間を最上川等の清流が流れている。同市でも人口減少に伴う産業衰退が進む中、地元で活動する芸術家が、地元の特徴を活かした特産品を作れないかとして考案したのが、最上川の良質な水を利用したクラフトビールの製造・販売。

開業資金の一部を「山形サポート」で募集した結果、クラフトビールブームも手伝い、たった3日間で目標金額50万円を達成、総額189万円を集める結果となった。

この事例では「山形サポート」を資金調達の手段にとどまらず、広告・宣伝の手段として活用。「製造工場の建設費用については、既に自己資金と銀行借入で目処が立っていました。『山形サ



山形県・長井の良質な水とホップを使用した地ビールをお届け！
長井ブルワリークラフトマン（山形サポートホームページ）

ポート』活用の狙いは、共同事務局である山形新聞社の情報発信力。事業内容が同社の記事で広がることで県民の認知度が向上し、購買意欲が広がることを期待しています」（荘内銀行）。

また、出資者にリターンとして送付するクラフトビールの感想を新商品の開発・マーケティングにも繋げている。

事例③：市長が音頭、芋煮会用大鍋の製作

山形市が1989年から開催している「日本の芋煮会フェスティバル」。25年間使用してきた大鍋「二代目鍋太郎」が経年劣化したため、新たに日本の大鍋「三代目鍋太郎」を製作することとなり、資金をクラウドファンディングで調達することになった。

山形市長自らが音頭を取り、チラシを制作・配布するなどPRに努めた結果、目標額を上回る約3,000万円を集めることに成功。

「この事例は、『山形サポート』で唯一のガバメントクラウドファンディングの事例です。出資者は、リターンよりも『地域の誇りを維持したい』といった応援の思いが強いことが特徴です」（荘内銀行）。

ふるさと納税のようなリターン（返礼品）ではなく、共感・応援をもとに出資を募るガバメントクラウドファンディング。地公体の新たな資金調達方法として注目される。



三代目鍋太郎製作プロジェクト（山形サポートホームページ）

山形サポートの効果

「山形サポート」の成功率は9割を超えているが、その要因は、WEBサイト（デジタル）と新聞記事（紙媒体）の相乗効果で、幅広い年齢層から共感を獲得できたことにある。事業化希望者は、SNSで自身も情報発信しており、出資者の共感を呼び込む要因となっている。

高校生の成功事例は、他校を刺激して高校生の案件が続くなど、成功事例が新たなチャレンジを喚起する効果も生まれている。

「山形サポートは、他者の取組みに刺激を受けて起業マインドが高まったり、共感する仲間や新たな顧客獲得に繋がるなど、資金調達以外の副次的効果が大きいと思います」（荘内銀行）。

荘内銀行は、引き続き、県内の起業・創業が増加するよう「座して案件を待つのではなく、お客様の取組みや事業性を理解し、新たな事業への挑戦を後押しする提案活動も増やしていきたい」と熱い思いを語る。

2 産学官金連携による「福島市お弁当プロジェクト」

地元学生のアイデアを活かした名物駅弁の開発

福島県・福島市 | 東邦銀行

大学進学等に伴う若者の県外流出が課題となる一方、県内に留まって、地域の特産品やお祭りなど、地元の魅力を高めたいと思う若者も少なくない。このような若者の熱意を地方銀行が受け止め、産学官金連携で応援。地域の将来を担う人材の育成を支援するプロジェクトに取り組んだ。



福島わらじまつり (画像提供 福島わらじまつり実行委員会)



福島市の概要

- (人口) 283,606人 (2021年6月1日現在)
- ・福島県の県庁所在地。福島県の北部に位置し中核市に指定されている。
 - ・明治期から蚕種、生糸、織物の集散地として繁栄し、経済発展を遂げた。
 - ・福島県内第1位の農業産出額を誇り、特にサクランボ、モモ、ナシ、ブドウ、リンゴなど季節に応じて多種多様な果物を生産していることから、「フルーツ王国」の異名を持つ。
 - ・代表的な温泉地として、福島市の伝統工芸品のこけし発祥地として有名な土湯温泉や、国有数の高濃度硫酸泉で知られる高湯温泉がある。

若者世代に地域貢献の意識を喚起

大学進学等に伴う若者の首都圏への流出は、福島市においても大きな課題となっている。

これまで、東邦銀行は、福島市と連携して「女子高校生企業見学会」や福島大学と連携した「地域戦略研究会・地域戦略フォーラム」等を共催。若者に福島県経済の現状と将来の課題について関心を深めてもらったり、地域の産業構造や地元企業の事業内容について理解を深めてもらうなど、産学官金の連携によって若者の地元への関心、地域貢献の意識を高める取り組みを続けている。



地域戦略フォーラムチラシ(東邦銀行ディスクロージャー誌 2020年3月期)

福島市お弁当プロジェクトの立ち上げ

こうした取り組みを続ける中、福島大学の支援のもと、小・中・高生が福島市の未来を話し合うプロジェクト「ふくしまにぎわいろボ」を開催。参加した小学生から「福島市には有名な駅弁がなくて寂しい」との声が上がった。これをきっかけに、東邦銀行が地元スーパーや福島市役所に働きかけ、「福島市お弁当プロジェクト」がスタートした。

本プロジェクトに参加する学生は、福島大学「地方創生イノベーションスクール2030」のメンバーとして活動する福島市内の中学生、高校生、大学生。学生たちが福島市をアピールできる食材を使ったアイデアを出し合い、福島市が助言、地元スーパーがアイデアを踏まえて弁当を製造することになった。



プロジェクト概要図 (2021.3.13 ちいきん会福島資料)

学生発案「大わらじ福かつ弁当」の開発

アイデア出しの段階では、学生たちは“福島らしさ”に徹底的にこだわった。福島市の夏祭り「福島わらじまつり」では、“日本一のわらじ”を市民が担いで練り歩く。この福島市の象徴とも言える大わらじをお弁当のコンセプトにすることにした。



福島わらじまつり WEB サイト (画像提供 福島わらじまつり実行委員会)

お弁当に詰める食材は全て福島県産を採用。大わらじは、福島県特産の「エゴマ豚」を使った長さ15cm程のボリュームたっぷりのどんかつ。これを主菜として、ご飯は西会津産コシヒカリ、副菜として二本松産のキュウリの漬物、県北地域の郷土料理「ひき菜炒り」、県北産の桃を用いた白玉団子などを盛り合わせることにした。

包装のデザインは、SNSでの見映えを意識。福島わらじまつりの紹介や、2020年のNHK連続テレビ小説「エール」のモデルとなった福島市出身の作曲家、古閑裕而を紹介する文章も取り入れた。

こうして完成したのが「大わらじ福かつ弁当」。「福」には福島県の福、「福かつ」には震災からの「復活(ふっかつ)」の想いが込められている。



大わらじ福かつ弁当 (2021.3.13 ちいきん会福島資料)

Column

地方創生に資する魅力ある地方大学の実現

地方から東京圏への人口流出が止まらない。こうした人口流出は、大学進学タイミングで起こっており、その割合は人口流出者全体の約3割に上っています。

地方の将来を担う若者の流出を食い止めるためには、地方に学生を惹きつけるような産業・雇用を創出するとともに、地方大学がそのための人材を育成・輩出する必要があります。

政府の「魅力ある地方大学の実現に向けた検討会議」では、魅力ある地方大学の実現に向けて「選ばれる大学」となるようなニーズオリエンテッドな大学改革、知的・人的リソースの育成・輩出による地域でのプレゼンスの発揮などの改革の方向性が示され、文部科学省において環境整備の検討が進められています。

東邦銀行のネットワークを活かしたサポート

東邦銀行は、学生だけでは取組みが難しい地元企業、行政、福島駅への働きかけや交渉、商標登録の手続き等をサポート。コロナ禍で学生たちが集まるのが難しくなる中、SNSを使って議論の進行を支援し、約1年をかけて駅弁が完成した。



成果発表会の様子 (東邦銀行ニュースリリース)

テレビや新聞で評判に

プレゼンテーションを担当した高校生からは、福島の復興支援に対する感謝の想いを込めて、東京五輪観戦(野球・ソフトボール予選)で県営球場を訪れる人々に無料でお弁当を配る構想が発表された。また、プロジェクトのきっかけとなった中学生(当時は小学生)からは、福島の魅力が詰まった自慢のお弁当の開発経験をともに、子供のアイデアが実現される仕組みを全国に広めていきたいとの意気込みが示された。

発表会には、地元のTV局や新聞社などが取材に集まったこともあり、お弁当の注目度は高く、販売開始から約1か月で売上が100万円を突破。学生たちからは「お弁当の開発を通して地域を考えるきっかけになった」「復興支援への感謝の気持ちが込められたこのお弁当が、県内外の方々に愛されるよう継続してPR活動に取り組んでいきたい」との声があがっている。

今後の取組み

東邦銀行は、お弁当プロジェクトに参加した小・中・高・大学生が、地元のお祭りをベースに、地元食材や郷土料理を使ったお弁当を作り上げた姿を見て、想像以上に地元に対する愛情・誇りを持っていることを実感。「若者たちの地元愛、地域貢献の志を育てていくため、銀行のネットワークを活かし、若者が地域を考える機会や地元企業を知る機会を提供したい」と、地域の将来を担う人材の育成に向けた抱負を語る。



(出典) まち・ひと・しごと創生基本方針 2020

3 県内の産業活性化と新事業創出に向けた取り組み

大規模商談会「TECH BEAT Shizuoka」の開催

静岡県 | 静岡銀行

地方銀行と地公体が連携し、県内最大級の大規模商談会が実現。地元企業と先端技術を有するスタートアップ企業の協業を通じ、オープンイノベーションを加速させることで、県内の産業活性化と新産業創出を目指す。



富士山 (Microsoft Bing)



静岡県の概要

【人口】3,602,209人(2021年4月1日時点)
 ・静岡県は、製造品出荷額が全国第4位の日本有数の工業地域。ホンダの発祥地で、スズキ、ヤマハ発動機の本社があり、オートバイ、ピアノ、プラモデルの輸出量では日本一を誇る。また、全国一の水揚げ額を有する焼津漁港や、静岡茶も有名であり、第一次産業も盛ん。
 ・富士山、熱海、伊豆等の多くの観光地があり、毎年多くの観光客が訪れている。

大規模商談会の開催

静岡県は、多様な産業が集積し、全国有数のものづくり県として知られているが、県内企業の持続的成長の観点からは、自前主義を脱却し、他社との協業により新たな付加価値を生み出すオープンイノベーションの実践を促進することが課題となっていた。

こうした問題意識を受け、静岡銀行は、静岡県等とともに、2019年より大規模商談会である「TECH BEAT Shizuoka」を開催。これは、県内企業とAI・IoT等の先進技術や斬新なソリューションを有するスタートアップ企業とをマッチングさせ、県内企業の新事業創出・事業拡大や、県内経済の活性化を目的としている。

このマッチングイベントでは、商談だけでなく、先進的な知見を持った有識者からの基調講演や、スタートアップ企業からのプレゼン、協業事例の紹介などから構成されており、これまで5回開催している。



「TECH BEAT Shizuoka」第1回の様子 (TECH BEAT Shizuoka Facebook)

協業による新製品の開発

第1回の「TECH BEAT Shizuoka」は、全産業を対象として、2019年7月に2日間にわたり開催。1,086社3,300人が来場し、商談件数は440件、契約件数は25件となるなど、地元企業とスタートアップ企業による協業事業が複数誕生している。

例えば、地元のお茶の卸・販売会社(丸山製茶㈱)と、東京のIT企業(㈱LOAD & ROAD)が連携し、同IT企業が有するテクノロジーを駆使して、飲み手の体温・心拍数や外気などの条件を分析し、その結果をもとに茶葉の量や抽出時間を自動で判断、最適なお茶を抽出する機能を搭載したティーポットの共同開発が実現。スマートフォンアプリと連動し、自宅やオフィスで体調や気分にあった最適なお茶を味わうことができる。現在、両社はティーポットに最適な独自茶葉の開発に着手している。



テクノロジーを駆使して自動で最適なお茶を抽出するティーポット (LOAD & ROAD ホームページ)

また、同一イベントを契機に、県内の通信販売・物流代行会社(㈱スクロール)と、VRコンテンツの開発を行うIT企業(㈱スペースリー)の商談も成立。物流倉庫内の様子をVRを用いて可視化することで、遠隔地からでも倉庫内を360度把握することができるようになり、物流代行事業の営業の効率化が実現している。

その他、地元企業(㈱江崎新聞店)と鍵システム開発会社(㈱Bitkey)との協業では、シェアオフィスやインキュベーション施設の個室の鍵をアプリ(デジタルキー)で共有・受け渡しを行う仕組みを導入。鍵の管理や対面での授受が不要となり、業務の効率化に繋がっている。



スタートアップ企業がブースに分かれ商品・サービスをPR (TECH BEAT Shizuoka Facebook)

静岡銀行、静岡県の取り組み

静岡銀行の担当者によると、「2020年3月の分野別農業版以降は、コロナ禍のためオンラインで開催していますが、オンラインでのコミュニケーションが円滑に進まず、商談の進め方に苦労した場面もありました。こうした反省を踏まえ、2021年2月のイベントでは、事務局がコーディネーターとなり、事前に県内事業者の課題を把握し、協業先となり得るスタートアップ企業を推薦する取組みを試行しました」と、工夫して運営を行っている様子が窺える。

「今後は、「リアルとオンラインの融合」をテーマに、双方の利点を活かしたビジネスマッチングの促進に努めていきたい(静岡銀行)。銀行と地公体が連携し、オープンイノベーションを加速させていくことで、地域の未来を切り拓く取組みが続いている。



「TECH BEAT Shizuoka」第1回の様子 (TECH BEAT Shizuoka Facebook)

Column

「しずおかキッズアカデミー」の開催を通じた郷土愛を持つ次世代人材の育成

静岡県は、2020年度の県外流出人口が4,395人(総務省 住民基本台帳報告書)となり、このうち多くを占める15~24歳の若年世代は、進学や就職を機に県外へ流出している。

こうした状況下で、静岡銀行は、人口流出に歯止めをかけるため、地方公共団体、地元教育委員会、地場企業等と連携し、「しずおかキッズアカデミー」を開催している。

「しずおかキッズアカデミー」は、地域の未来を担う子どもたち(小学生)に、大学進学後も地元へUターン就職するなど「地元に戻ってきたい」としてもらうことを目的に、地域の産業や特産品などを学ぶ機会を提供するもの。2016年度の取組みを皮切りに、県内各地でこれまで全18回開催し、のべ1,761名の親子が参加。毎回定員を上回る応募があり、人気を集めている。

2020年10月に開催した「しずおかキッズアカデミー@伊東」では、地元のレストランシェフ協力のもと、伊東市の昔からの特産品である「海産物」と新しい特産品である「オーリーブ」を使った、パスタを作ることで、五感を通して地元の魅力を学んだ。

また、2021年に3月に開催した「しずおかキッズアカデミー×元気!しずおかん in 松阪屋」は、静岡の特産品の生産現場から販売まで、商流を楽しく学びながら、松阪屋で販売の実体験をする取組みとして、3年連続で開催している。コロナ禍において、開催方法をオン

ラインに変更し、生産現場の様子を動画で配信した。販売体験は、松阪屋の販売員から接客を学ぶ「おもてなし講座」と、事前に動画を視聴した子どもたちからの質問に対し、生産者から回答する形式で実施した。

「地公体や地場企業と連携し、県内各地の特徴にあったテーマを選定し、子どもたちにとって魅力的な経験となるように体験学習を織り交ぜながら、地域産業に触れる機会を提供しています。参加した子どもたちが将来就職する際に、地元へUターン就職してもらい、人口が流入に転じることを目指しています」と期待を込める(静岡銀行)。



「しずおかキッズアカデミー@伊東」における特産品を使ったパスタ作り体験 (静岡銀行提供資料)

4 官民一体となった飲食店応援プロジェクト コロナ禍で苦しむ飲食店を未来の飲食代金の先払いで応援

熊本県 | 肥後銀行

新型コロナウイルス感染症の拡大は、飲食店経営に大きな打撃を与えている。先行きに不安を抱える飲食店を資金面とマインド面の両面から支援する官民合同プロジェクト「#SAVE THE EATS KUMAMOTO」をスタート。未来の飲食代金を先払いして、馴染みのお店を応援する。



熊本県の概要

- 【人口】 1,734,629人 (2020年12月1日時点)
- ・世界有数のカルデラを誇る阿蘇があることから「火の国」と呼ばれている。
- ・また、阿蘇山の噴火によって形成された地層の賜物である清らかな湧水が県内に1,000か所以上ある。それが豊かな農産物の生産を可能とし、スイカ、メロン、ナスなどは全国有数の産地となっている。馬肉の生産も有名で、産出額は国内第1位。
- ・観光面では、日本三名城の一つとされる「熊本城」や日本で最も古い蒸気機関車 (SL 列車) がある。



阿蘇山 (Microsoft Bing)

#SAVE THE EATS KUMAMOTO

熊本県は、馬肉、辛子れんこんなど多くの名物料理があり、県内飲食店は地元民や観光客で大いに賑わっていた。しかし、新型コロナウイルス感染症の拡大がその賑わいを一変させ、飲食店経営に大きな打撃を与えている。

肥後銀行は、新型コロナウイルス感染症が拡大し始めた2020年3月、約2万先の取引先経営者にヒアリングを実施したところ、特に飲食店経営者から「コロナ禍で来店客が激減、予定していた新規出店をためらっている」、「売上が立たない中、人件費や店の家賃がかかり赤字が続いている。いつまで持ち堪えられるだろうか」、「コロナ禍が終息しても、お客様が戻ってくるかどうか不安」といった先行きを不安視する声が多く聞かれた。

そこで同行は、資金面とマインド面の両面から速やかに飲食店を応援できないか、熊本県・熊本市・県内商工団体・熊本日日新聞社に呼びかけ対応策を検討

その結果、2020年5月より、同行が運営する熊本震災復興支援サイト「かせるもん。」に掲載した複数の飲食代金先払いサービスを利用者と飲食店がワンストップで利用できる「#SAVE THE EATS KUMAMOTO」プロジェクトを開始した。なお、「かせるもん」とは、「加勢する」が訛った、「手伝う」を意味する熊本方言である。

同行は、県内の飲食店に参加の呼び掛けやサービスの登録サポート、熊本県・熊本市・熊本日日新聞社との共同新聞広告、SNSを活用した情報発信を実施した。



プロジェクト概要図 (肥後銀行提供資料)

3つの飲食代金先払いサービスで応援

取り扱った飲食代金先払いサービスは、「さしより応援プロジェクト」、「さきめし」、「みらいの食券」の3つ。

このうち、「さしより応援プロジェクト」は、肥後銀行を傘下に持つ九州フィナンシャルグループが立ち上げたクラウドファンディング会社が運営。仕組みは、利用者がスマートフォンアプリで電子チケットを購入、飲食店での利用時に使いたい電子チケットと枚数を選択、その画面を飲食店に提示、飲食店が提示するQRコードを読み取るとチケットが使用済みとなるもの。電子チケットは、家族や友人に贈ることも可能となっている。本プロジェクトによる支援先の飲食店数は614先、支援金額は3,731万円となった。



さしより応援プロジェクト (肥後銀行提供資料)

飲食店経営者の感謝の声を受けて

肥後銀行が重視したのは、飲食店経営者の心が折れないよう、とにかく、県民みんなの応援の気持ちを素早く届けること。「企画開始から1か月後のスタートを目指し、官民がスピード感をもって対応しました。地元九州の飲食代金先払いサービス業者の協力も大きかったです。資金面にとどまらず、県民の「また行くけんね」の熱い応援に、飲食店経営者は勇気づけられたと思います。」(肥後銀行)

今回のプロジェクトに参加した飲食店経営者からは、「コロナ禍の中でお店を新規オープンし、不安な気持ちで一杯でしたが、たくさんの方に購入してもらい、添えられた応援メッセージにもとても勇気づけられました」、「こんなに多くの資金が集まるとは思っていなかったので驚いています。応援してくださった皆様へ返しができるよう、今後も従業員みんなで力を合わせて頑張ります」等の感謝の声が寄せられている。

「さきめし」は、福岡市のIT事業者が運営する飲食代金先払いサービス。コロナ禍で外食を自粛している人々が、アプリで行きつけの飲食店のメニューを選んで自分あてに先払い(自分に「ごちそう」)を行い、コロナ禍収束後に食事することを約束することで、応援する気持ちを伝えようというもの。支援先の飲食店数は104先、支援金額は133万円となった。

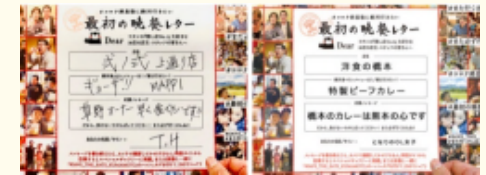
「みらいの食券」は、地元熊本市のIT事業者が運営する先払い食券(回数券)発行サービス。こちらも同様に、人々が自分の行きつけの店を先払いで応援するもの。支援先の飲食店数は33先、支援金額は70万円となった。



さきめし (肥後銀行提供資料)

みらいの食券 (肥後銀行提供資料)

同行は「新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、飲食業界をはじめ様々な業界へ影響が及んでいます。地方銀行として、地域の課題をしっかり把握し、今後も、今回の取組み以外の支援も考えていきたいです」と語る。飲食は地域住民の娯楽であり、観光の目玉。肥後銀行はコロナ禍が去り、人々が熊本名物を安心して味わえる日が来るまで、支援を続ける覚悟だ。

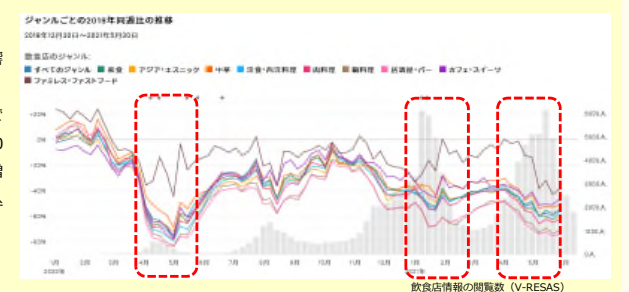


応援メッセージ (肥後銀行提供資料)

Data V-RESASで見る新型コロナウイルス感染症拡大の飲食店への影響

政府の地域経済分析システム (RESAS) は、2020年6月から新型コロナウイルス感染症の影響を可視化するV-RESASを公開しています。

右図は飲食店サイトの閲覧数を2019年同週比で表していますが、緊急事態宣言が発令された2020年4~5月、新規陽性者数(棒グラフ)が大幅に増加した2021年1~2月と4~5月に大幅に落ち込んでいることが分かります。



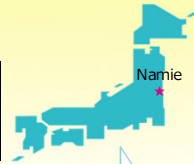
飲食店情報の閲覧数 (V-RESAS)

5 創作的復興に向けて クリーンエネルギーにチャレンジ！

浪江町における水素利活用の取り組み

福島県・浪江町 | 東邦銀行

福島県の「浜通り」と呼ばれる県東部の沿岸に位置する浪江町。2011年の東日本大震災・福島第一原子力発電所の事故により甚大な被害を受けたかつての被災地は、クリーンな新エネルギー「水素」の地産地消による街づくりと先端産業の拠点として、世界的に注目を集めています。



浪江町の概要

【人口】 15,312人 うち町内居住人口21,106人
(2023年8月31日現在)

- ・東は太平洋、西は阿武隈山系に囲まれ、山・川・海と豊かな自然に恵まれている浪江町。東北地方でありながら冬の積雪はほぼ無く、夏も涼しく過ごしやすい気候が特徴。JR常磐線・常磐自動車道が縦断し、東京や仙台からのアクセスも良好。
- ・浪江町は、町内に居住している町民の約3分の1が移住者と、他の自治体と比べて移住者の割合が高い。PR・広報活動に力を入れており、町役場では、SNSでの情報発信だけでなく、事業者との新たな特産品づくりなどを通じ、町の魅力を発掘・創造している。
- ・2021年に復興のシンボルとしてオープンした「道の駅なみえ」は、地元食材を販売する直売所、特産品の「なみえ焼きそば」や「しらす」が食べられるフードコート、酒蔵や大塚相馬焼の体験ができる地場産品施設も併設されており、浪江産品の買う・見る・食べるが叶う道の駅となっている。



浪江町ホームページより

浪江町、創作的復興へ～なみえ水素タウン構想～

「被災地」と思っ浪江町に足を踏み入るとと驚くことだろう。すっかり舗装されてきれいになった道路に、気持ちの良い海風が吹く。「道の駅なみえ」では、てんこ盛りしらす丼を求めて平日でも大行列。地酒コーナーの飲み比べも人気だ。甘みの強い浪江町の新たなブランド玉ねぎ「浜の輝」関連商品もズラリと並ぶ。



大賑わいの「道の駅なみえ」

浪江町は、単に震災前の状態に戻す「復旧」ではなく、さらにその先へと「創作的復興」を目指す。創作的復興の目標として国が掲げているのが、世界の喫緊の課題解決に貢献すること。そのひとつが再生可能エネルギーの活用である。

浪江町は、「なみえ水素タウン構想」を掲げ、世界有数の水素製造

プラントを備えた水素エネルギー研究フィールドを開設。水素の製造、貯蔵、輸送、利用を行う水素社会の実現に貢献する。水素の効率的導入にあたり、技術面、法規制、コスト面等の山積する課題を整理・解決するため、浪江町では、水素を「つくる」「はこぶ」「つかう」の各フェーズで、町全体を水素実証フィールドとして活用している。

福島水素エネルギーフィールド (FH2R) の開所

2020年3月、浪江町に福島水素エネルギーフィールド(略称FH2R)が開所した。FH2Rは、世界最大級となる1万kWの水素製造装置を備える水素エネルギー研究施設で、製造から利用に至るまでCO2を排出しないグリーンで低コストな水素製造技術の確立を目指す。約18万㎡の敷地内に設置された太陽光発電などの再生可能エネルギー由来の電力により水の電気分解を行い、水素を製造する実証プロジェクトを進めている。



FH2Rの設備。奥に高さ約18mの水素ガスホルダーが見える(浪江町ホームページより)

FH2Rの水素設備はどれも、とにかく大きい。どこまでも続く太陽光発電装置、そびえ立つ水素ガスホルダー、水素を運ぶ巨大トレーラー。FH2Rで製造された水素は、燃料電池や水素ステーションなどで使用するため福島県内各地に輸送されている。

浪江町全域ではFH2Rで作られた水素を活用した実証実験が行われている。一部施設では水素由来のエネルギーで沸かしたお湯が浴槽に張られ、「水素の湯」と利用者に喜ばれている。町内小学校のスクールバスも移動販売車も水素で走る。特に移動販売車は、排気ガスを排出しないためエンジンを入れっぱなしでの販売も可能。水素で発電した電力を車内でも使用できるため冷たいものは冷たいまま、温かいものは温かいまま提供できるのが利点だ。水素燃料はその輸送コストが大きな課題であるが、浪江町は企業の既存の配送ラインを活用した水素の配送を検証中。水素活用の産業団地の建設も始まっており、「なみえ水素タウン構想」は着実に進行している。



(いずれも浪江町ホームページより)

福島国際研究教育機構 (F-REI) の設立

福島国際研究教育機構(略称F-REI)は、福島をはじめ東北の復興を実現するための夢や希望となるべく、2023年4月に国が浪江町に設立した法人。日本の科学技術力・産業競争力の強化を牽引し、経済成長や国民生活の向上に貢献する、世界に冠たる「創作的復興」の中核拠点を目指す。そのために、福島浜通り地域を中心に「世界

でここにしかない多様な研究・実証・社会実装の場」を実現し、国際的に情報発信する。これにより地域における産業の集積、人材の育成等を進め、福島・東北の創作的復興、さらには日本創生を牽引することを見据える。

東邦銀行が主催！浪江町視察研修会

福島県福島市に本店を置く東邦銀行では、2013年より、取引先の次世代経営者で構成される「とうほう次世代経営者倶楽部」を主宰しており、現在は約1,400名がメンバー。

経営者倶楽部では、浪江町の現状およびF-REIについて理解を深めるとともに、FH2Rや進出企業の工場等の見学を通して、次世代経営者に対して、浪江町における新たな事業展開を考えるきっかけの場を提供することを目的に視察研修会を企画・実施。

視察研修会の参加者は、運送会社やガス会社の経営者を中心。すでに水素トラックを導入している企業もあり、今後、事業にどう活用できるか真剣に視察。各視察先で多くの質疑応答が繰り広げられ、参加者間で活発に情報交換する姿も見られた。



みんなでカツポーズ！視察研修会参加者たち

Column

復興のまち 浪江町で活躍する進出企業

㈱バイオマスレジン福島

㈱バイオマスレジン福島は、2021年、相馬ガスグループとバイオマスレジングループの合併事業としてスタートし、2022年11月、浪江町にお米(非食用米)由来の国産バイオマスプラスチック「ライスレジン」の製造工場を竣工。被災地での産業と雇用の創出に加え、原料となるお米の営農再開への支援も含めた創作的復興に貢献。非食用米は、元は食用の規格外米で、適切な温度・湿度管理の下、保管されていたお米は汚れや虫いなどなく、そのまま原料としてライスレジンに加工できる。これまで捨てられていたお米がライスレジンに生まれ変わり、食品ロス削減、カーボンニュートラルに繋がる取組みでもあり、



㈱バイオマスレジン福島の社屋と工場。工場にはお米の炊ける匂いが広がる

會澤高圧コンクリート㈱

會澤高圧コンクリート㈱は、北海道苫小牧市に本社があり、コンクリートマテリアルと先端テクノロジーを掛け算して新たな企業価値の創造に取り組む総合コンクリートメーカー。2023年6月、浪江町に研究開発型生産拠点「福島RDMセンター」を開設、バクテリアの代謝機能を使った自己治癒コンクリートを世界で初めて実用量産化するなど、MITやデルフト工科大学など欧米トップ理系大学との産学協力を幅広く展開している。また、炭素削減の証跡データをNFTとして購入者に発行、建設関連業界で自律的に管理するコンクリート版の「脱炭素経営プラットフォーム」の運用も開始している。



フルPC建築の「福島RDMセンター」(會澤高圧コンクリート㈱ホームページより)

あれから

福島発！スタディツアープログラム「ホープツーリズム」を全国の地方銀行員が体験！

東邦銀行の呼びかけで、福島県が主催する「ホープツーリズム」のモニターツアーに全国から多くの地方銀行員が集結！参加者は、福島の「ありのままの姿」から感じ、学んだことを地元を持ち帰り、地方銀行の使命である持続可能な社会・地域づくりの実現につなげていきます。福島から「希望」の輪が全国各地に広がっています。

福島から発信！未来のための「ホープツーリズム」

「ホープツーリズム」という言葉を聞いたことがあるだろうか。福島県が2016年から推進する「HOPE」と「TOURISM」を掛け合わせた福島オンリーワンの新しい教育旅行プログラムだ。世界でも類を見ない複合災害（地震・津波・原子力災害）を経験した福島。その「ありのままの姿（光と影）」、とりわけ様々な分野で「復興に向け果敢にチャレンジする人々との対話」をインプットに、震災・原発事故を「福島だけのローカルな問題（他人事）」とせず、これからの未来に視野を広げ、自分事としてどう活かすのかを主体的に探究、アウトプットすることが目的だ。

ツアーは福島県内に留まらず、北海道、東北、関東、関西、九州発着のモデルコースを豊富に揃える。短いもので半日、最も長いもので三泊四日と、ニーズに合わせて提供可能だ。ホープツーリズムへの認知は年々高まっており、福島県「中小企業・小規模企業の振興に関する施策の年次報告」によれば、2022年度の教育旅行および企業研修による催行件数は319件、参加者数は17,806名と、過去最高を更新しているとのこと。

東邦銀行の呼びかけで全国から地方銀行員が集結！

このホープツーリズムの理念に賛同したのが東邦銀行だ。全国の地方銀行に福島県の「ホープツーリズムモニター事業」への参加を呼びかけたところ、モニターツアーに15行16名が集結。今回のツアーでは、浜の駅松川浦、東日本大震災・原子力災害伝承館、浅野燃糸を巡り、さらに、東京電力廃炉資料館、道の駅なみえ、會澤高圧コンクリート福島RDMセンター、FH2Rを訪問。

浜の駅松川浦は、松川浦漁港の復興の中心施設で、その日に相馬沖で水揚げされた魚介類や、名産の青のり加工品、お土産物がところ狭しと並び、アンコウや、ズワイガニ、タラなど、旬の魚介類を目当てに、多くの客が集まる。



「市民の台所」×「相馬地方観光スポット」として2020年10月にオープンした浜の駅松川浦

東日本大震災・原子力災害伝承館は、震災・原発事故の実態や復興に向けた歩みを展示する施設で、研修プログラムや調査・研究を通じ、防災・減災に向けた教訓を国内外へ発信している。館内では、津波の威力を物語る実物資料や原発事故に関する映像の見学が可能。廃炉作業の解説や災害対応ロボット等の展示も行われている。世界にここだけの約200点の展示物と映像から、複合災害の実態への理解を深めるとともに、復興に向けた歩みを実感することができる。



全国から集まった地方銀行員たち。東日本大震災・原子力災害伝承館の前で

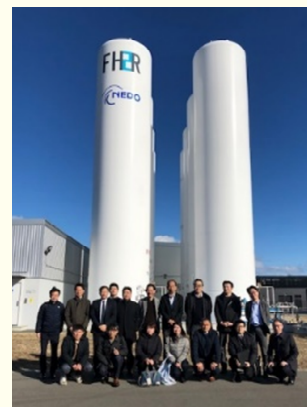
燃糸製造・タオル販売を手掛ける浅野燃糸(株)は、2022年8月に帰宅困難区域の一部が解除された双葉町に進出、2024年4月に複合施設「フタバスーパーゼロミル」を開設した。約2万8,000㎡の広大な敷地には、燃糸工場の他、オフィス、タオルショップ、カフェが併設され、見学客を積極的に受け入れている。地元には雇用も生まれており、被災地における製造業再興の動きを知ることができる。



唯一無二の燃糸技術とメイドイン双葉を世界に発信するフタバスーパーゼロミル

東京電力廃炉資料館は2018年11月に開設、来場者は延べ13万人を超える。東京電力は、二度と原子力事故を起こさないためにも、その教訓を社内外に伝承することが同社の果たすべき責任と認識。膨大な廃炉事業の全容が見える化し、その進捗を分かりやすく発信するなど、事故を風化させない努力と、安全レベルを高める不断の取組みを知ることができる。

今回の参加者からは、「未曾有の大災害の中で、その解決に尽力している企業が多数あり、それらの企業のノウハウや戦略は、今後の日本企業が持続的に存続する新しいモデルと言える」といった声が寄せられた。



巨大な水素タンクは思わず撮りたくなる写真スポット。FH2Rにて