

# 地域と企業が共創する持続可能な人財循環促進プロジェクト

取組主体：大刀洗町×町内企業（株式会社ツルク、やひろ食道、株式会社宝幸、株式会社コスモトランスポート、有限会社三輪産業株式会社クリエイト・オブ・アグリカルチャープラン、株式会社コスモテックス、有限会社田籠建装、中村石材工業株式会社 他）

町役場と町内企業が共通の課題解決を目指し、企業による地域資源を活用したまちづくり活動を通じて、町内就労者の人財育成を強化するとともに、新たな人財の獲得を目指す持続可能な取り組みである。町内企業を「企業町民」として捉え、地域全体の共助コミュニティの核とすることで、企業間連携を促進し、町内雇用の拡大を図る。人財をシェアすることで担い手の増加と経済活性化を両立させるモデルとして、中間支援組織の少ない中小都市への展開可能性がある。

## ✓ 大刀洗町（ハットタウン）の特徴

- ① 子育て支援などの充実した生活環境○
- ② 地域資源を活かすコミュニティ醸成○
- ③ **若年層の人口移動 大 ≧ 企業の役割×**

## ✓ 町内企業（労働集約型）の特徴

- ① 経営合理的な理由で、企業立地、企業移転や企業進出○
- ② **地縁がない ≧ 地域資源の活用×**（地域コミュニティに属さない企業）

地域課題の解決に向けた企業の関与が乏しく、町の発展における「共助」の仕組みが十分に機能していない。

課題  
や現状

解決策や  
アイデア

取組状況  
や成果



企業活動を、**経済的側面**と**社会的側面**の両面から捉えるステークホルダー理論のフレームワークを用いて、中間支援組織がなくとも、自発的に**新たなまちづくり活動**や**協働**や**取引関係**を創出した。その結果、1年間で**累計8名の町内雇用**が創出され、**延べ40名以上**が参加する**就労支援プログラム**が実現し、協力企業・団体は**延べ9社以上**に達し、人財をシェアする共助コミュニティとなり、**町内外からの関心**が高まっている。**地域資源を活用したまちづくり活動**を通じて、企業内での人財育成も進みながら、**フェーズを循環**することで、持続可能な地域経済の基盤を形成している。



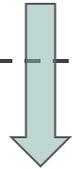
# 町と企業の共創を促進する3つのステップ

## フェーズ1

### 町内求人掲載事業

課題  
や現状

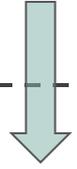
町外で働く就労者が多く、町内企業の認知度が低いため、企業の役割が理解されていない。



・地域内の雇用機会を可視化、2024年11月までに13回の求人情報を発信。

解決策や  
アイデア

・累計求人掲載企業数 24社、累計求人掲載数 41件、積算求人合計数 260件を達成。



累計就業希望者数 18名、累計採用数 8名を達成。

取組状況  
や成果



求人掲載事業は、**人材免許を必要とせず**、企業の産業振興を円滑に支援。また、企業の認知度向上とともに、**地域との連携意識**が高まり、企業と地域の関係構築が強化された。

## フェーズ2

### 町内企業見学・体験事業

BtoB企業（例：倉庫業、物流業など）は地域社会との関わりが少なく、町民との接点が不足している。

・企業見学・体験会を実施し、町民の企業理解を促進。

・参加者が職場環境や仕事内容を実際に見学・体験することで、雇用への理解を深める。

・女性やシニア、障がい者など、多様な層の雇用促進を視野に入れた取り組みを実施。

協力企業・団体数：9社、協力者数：25名、参加者数：45名（小学生や高齢者などまで）



求人掲載から進み、**企業が率先して地域社会とのつながりを深める**機会を創出。多様な人財の雇用機会を創出することで、企業が**まちづくり活動の価値**を理解する。

## フェーズ3

### 共創交流事業

企業と地域の協働が一過性で終わりやすく、持続可能な共創の仕組みや連携が確立されていない。

・町の将来像を示す「第5次大刀洗町総合計画」に基づき、地域振興に向けた共創交流事業を実施。

・企業の担当者を中心に、町民、町職員、町外企業が参加し、意見交換や情報共有を実施し、新たなまちづくり活動や企業と地域が共に成長できるアイデアを創出。

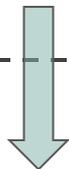
延べ11社・団体、15名の企業担当、多様な参加者10前後が参加。フォーラムには30名以上が参加。



**企業のまちづくり活動の価値を認識**し、持続可能な地域経済の基盤づくりを促進。企業・町役場・町民が共に各々課題を議論し、**解決策を共創する仕組み**を構築し、連携を形成する。

# 企業と地域の人財シェアによる新たなまちづくり活動の創出

課題  
や現状

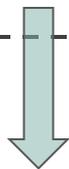


## ①地産地消 (企業内販売)

町内で生産された野菜が地域内の消費が活発化していない。

・企業内での野菜販売を実施し、従業員が手軽に地元農産物を購入できる環境を整備。

解決策や  
アイデア



月1回の販売で、1農家あたり平均4万円以上の売上を記録し、町農家の収益向上。



取組状況  
や成果



企業の**福利厚生の一環**として、地産地消を促進。企業従業員の健康促進と農家の**直接収益化**を実現。

## ②子ども食堂

育児負担を軽減する支援や食の提供や食育が不十分。

・子ども食堂を通じて、企業と地域の接点をつくり、子どもの居場所づくりを支援。  
・町内企業の紹介や学び・体験の機会を提供。

町内企業の協力を得ながら、月1回の開催で30人以上の小学生が参加。



子どもと企業の接点を増やし、**社会的支援の機会**を創出。町の飲食店と連携し、子ども食堂を実施。

## ③IT教育支援

町内にはITの専門家が不足し、子どもたちがIT技術に触れる機会が限られている。

・企業が持つ汎用的なITスキルを活用し、教育版マイクラフトを導入。  
・子どもたちが楽しくIT技術を習得できる仕組。

町内の小学生約40名と保護者が参加し、IT教育を提供。



町内には専門的なIT企業がない中で、**企業の汎用的なITスキル**を活用し、子どもたちのIT教育を支援する。

## ④地域イベント出展

技能実習生（外国人）や女性雇用に対する地域の理解が十分に進んでいない。

・町内の地域イベントにベトナム料理のブースを出展し、町民との交流を促進。  
・外交人と町民が直接交流する機会を創出し、相互理解を深める。

外国人雇用に対する地域の理解が深まり、多様な人材を受け入れる意識が醸成。



**企業文化や従業員**の**特性**を伝える機会として、地域イベントへ出展。外国人や女性雇用等の**地域理解の促進**。

## ⑤障がい者雇用

障がい者が社会的に孤立しやすく、受け入れ先が不足している。

・障がい者とその保護者が企業見学を通じて共助の意識を醸成し、雇用への理解を深める機会を提供。

約15名の参加者が企業見学に参加し、障がい者雇用の理解が向上し、障がい者雇用を創出。

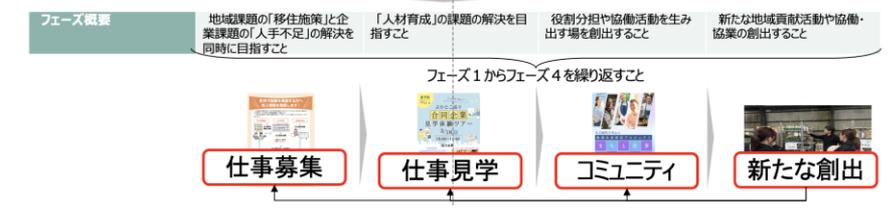


障がい者の**社会参画**を促進し、**町全体のダイバーシティ**を推進。企業と地域が協力し、障がい者の理解促進。

# 企業活動を**経済的側面**と**社会的側面**の両面から捉える**フレームワーク**

	フェーズ1	フェーズ2	フェーズ3	フェーズ4
価値創造プロセス Value Creation Premises	企業活動 Activities Premise	提携・連携 Alignment Premise	相互作用 Interaction Premise	相互利益 Reciprocity Premise
ステークホルダー・ワーク Stakeholder Work	認知 Stakeholder Awareness Work	特定 Stakeholder Identification Work	理解 Stakeholder Understanding Work	優先順位付けStakeholder Prioritization Work
ステークホルダーとの関係 構築の流れ	潜在的なステークホルダーに関 心を向け、重要なステークホル ダーを識別する	ステークホルダーを選定し、価値 創造する企業活動を実施する	企業活動に付加価値を与える ため、ステークホルダーとの関係 理解を深める	重要なステークホルダーを特定し、 価値創造のための優先順位を決 める

フェーズ5：エンゲージメント Stakeholder Engagement Work：組織として活動を実施



「企業活動によるステークホルダーとの関係構築の流れ」, Mitchell & Lee (2019)  
『The Cambridge Handbook of Stakeholder Theory』より参照

高  
優先度  
低

## ステークホルダーの優先順位

ステークホルダー	分類	パワー	正当性	緊急性
本社	決定的	強制的パワー ・決定権、請求権 規範的パワー ・事業の着手判断への影響 力	倫理的正当性 ・株主、顧客等へ説明責任	地域貢献活動に係る 様々な客観的意見
現場 責任者	決定的	報酬的パワー ・人事評価	認知的正当性 ・現場管理の責任 実用的正当性 ・企業活動として期待をする 主体	地域貢献活動を効果やメリ ットを検討
従業員の 直属上司	権威的	規範的パワー ・各従業員や業務へ影響力	実用的正当性 ・業務負担を整備する主体	-
従業員	依存的	-	実用的正当性 ・まちづくり活動を実施する主 体	自己のメリットを享受する主 体
協働 企業 顧客	リスク的	規範的パワー ・事業の社会受容性の影響 力	-	地位貢献活動を意義や規模 を拡大する存在
ボランティ ア・団体	自由裁量	-	認知的正当性 ・サービスや企業へ評価 倫理的正当性 ・社会課題を解決する存在	-
行政	休眼的	規範的パワー ・事業の社会受容性の影響 力	-	-
地域住民	要求的	-	-	地域貢献活動を求める要望

「ステークホルダーの顕現性モデルによる分類」, Mitchell, Agle and Wood (1997)  
『Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience』より参照

**Point!** 企業をまちづくり活動へ促進するプロセス  
企業の認知向上と雇用機会の可視化を  
図り、地域との接点強化・対話促進・まち  
づくり活動を**段階的なプロセス**を開発し、  
**郊外地域の地域創生モデル**を構築。

**Point!** 企業が地域の一員となるための仕組み  
本社と現場責任者の双方に対し、**地域振  
興の位置付けを再認識**させるアプローチが  
不可欠であり、**経営合理性と地域貢献**を  
両立させる**新たな地域経営モデル**となる。

# 付記（任意） 企業と地域の共助による人財シェアによる持続的成長モデル

## 【アピールポイント】

〔地域課題解決と持続可能性〕 人手不足（担い手不足）の課題に対して、町内企業を「企業町民」として位置づけ、**町外からの就労者が企業活動を通じてまちづくりに関与し、地域社会・企業への人財の獲得・定着**を促進する。また、フレームワークを活用することで、**新たなまちづくり活動を実施する企業やステークホルダー**が生まれ、**資源が循環する仕組み**を確立する。これにより、持続的な地域活性化が確認できる。

〔革新性〕 **中間支援組織の少ない郊外地域**では、企業の役割が十分に評価されていない傾向にある。そのため、企業の認知や理解を高めるための掲載事業は、**企業価値の再評価**に繋がる。

〔波及効果や横展開の可能性〕 地域課題と企業課題を同時に解決することを目指したフレームワークは、**往還的なプロセスを通じて進められ、各フェーズごとの有効性**が確認されている。この仕組みは、**中間支援組織が少ない地域**においても応用可能であり、**郊外地域の地域創生に向けた実践的なモデル**として展開できる。

〔多様な連携性〕 町内事業者、大刀洗町役場、地域団体による**産官民連携**を通じて、**特定の地域課題**に焦点を当てることで、**福祉、農業、町内外の学術機関**との協力を促進した。その結果、**プログラミング教育**や**障がい者の居場所づくり**といった企業による新たなまちづくりの取り組みが生まれ、町内外の連携体制が広がっている。

## 【シェアポイント】

〔町外からの就労者を労働者と地域の担い手とする人財シェア〕 地縁のない支店や工場、店舗など、経営合理性を重視する特性を持つ**労働集約型企业**が、**まちづくり活動を企業活動の一環として企画・運営**する。これにより、地域の活性化と企業の成長を同時に実現する**人財シェアの共助モデル**を構築する。以下に、協力企業の一部を整理する。



クリエイト・オブ・アグリ  
カルチャープラン



コスモトランスポート



やひろ食道



宝幸



中村石材工業



ツルク



田籠建装