

News Release



2022年3月17日

「地方創生に資する金融機関等の『特徴的な取組事例』」で大臣表彰を受賞

圏央道沿線の5つの信用金庫による連携協定「しんきん圏央道アライアンス」は、内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局が公表する「地方創生に資する金融機関等の『特徴的な取組事例』」に選定され、内閣府特命担当大臣（地方創生担当）より表彰を受けました。

1. 受賞金庫

- | | | |
|----------|--------------|------------|
| ・多摩信用金庫 | (本店：東京都立川市) | 理事長 八木 敏郎 |
| ・水戸信用金庫 | (本店：茨城県水戸市) | 理事長 塙 由博 |
| ・埼玉県信用金庫 | (本店：埼玉県熊谷市) | 理事長 池田 啓一) |
| ・千葉信用金庫 | (本店：千葉県千葉市) | 理事長 宮澤 英男) |
| ・平塚信用金庫 | (本店：神奈川県平塚市) | 理事長 石崎 明) |

2. 本表彰の概要

地方創生の取り組みについては、金融機関等の幅広いネットワークの活用による貢献が期待されており、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部においては、各地域での取り組みの参考とするため、金融機関等が地方創生に関与した「特徴的な取組事例」を公表しています。

この度、5金庫で連携したこの取り組みが、令和3年度の「特徴的な取り組み事例」に選定され、大臣表彰を受けました。

3. しんきん圏央道アライアンスの概要

圏央道沿線に本・支店を置く5つの信用金庫が、地域を横断した信用金庫の新たなネットワークを構築することにより圏央道沿線等の地域活性化や観光資源の活用など、地域貢献・地域創生を通じて地域経済の発展につなげることを目的とした協定です。(協定締結日：2018年12月21日)

4. この取り組みで活用している「日本財団わがまち基金」の概要

日本財団「わがまち基金」は、日本財団と信用金庫の連携により地域に新たなお金の流れを創出することで、地域の課題解決および地域の明るい未来の実現に向けた事業や担い手の育成等を支援し、地域が独自の強みを活かした自立かつ持続可能な社会の創生を図ることを目的としたプロジェクトです。

(次ページへ続く)

5. 受賞した取り組み内容

●「信用金庫の広域連携による圏央道沿線地域の地域資源・地域産品の発掘・発信プロジェクト」 (多摩信用金庫、水戸信用金庫、埼玉県信用金庫、千葉信用金庫、平塚信用金庫)	
1. 取組の概要	
<p>・1都4県の5信用金庫(多摩・水戸・埼玉県・千葉・平塚)が「しんきん圏央道アライアンス」の広域ネットワークを活用し、各地域の「地域資源」「地域産品」を信用金庫職員の目線で「発掘」→「磨き上げ」→「ブランド化」を図る取組。</p> <p>・5信金をオンラインで繋ぐセミナーで参加者の商品を競い合うグランプリを開催。その他、5信金の営業地域の観光資源を職員が自ら足を運び撮影・取材し、5信金が共同で運営する「Instagram」を通じて広域にPR。地域資源の付加価値向上及びブランド化・魅力発信を行っている。</p>	
2. 取組を始めるに至った経緯、動機	
<p>・2018年12月、5信金の営業地域では高規格幹線道路「圏央道(首都圏中央連絡自動車道)」が開通し、ヒト・モノ・情報等の流通が活気づく一方、自金庫の域内リソースだけでは事業者支援に限界があつたため、広域ネットワークを活用し、事業者支援・地方創生を行う「連携協定」を締結した。</p> <p>・郊外という地域特性、単独での発信力不足等の共通課題の解決のため、日本財団「わがまち基金」の助成金を活用し、信金職員が地域プロデューサー・レポーターになり、地域の魅力(資源)を発掘し、自治体や観光協会等の支援機関と連携して磨き上げ、広域発信(ブランド化)するに至った。</p>	
3. 具体的な取組内容	
<p>・「圏央道の宝物 セミナー＆グランプリ」を5信金共催で実施。セミナーは講師が登壇するリアル会場と、他4会場をオンラインでつなげて同時中継するハイブリッド型セミナーを開催。1都4県100名以上の対話型セミナーを通して自社商品のブラッシュアップ、参加者同士のコラボレーションによる新商品開発につなげている。グランプリは成果発表を行う場として有識者の審査を受け、その様子をSNSを通じて動画配信する取組を行っている。</p> <p>・コロナ禍で外出制限が行われる中、各地域の観光協会等と連携して地域の魅力スポットをInstagramで投稿する取組を行い、地域の観光資源を広域に発信している。原稿は信金職員から選出された地域レポーターが作成し、信金職員の目線で各地域の観光資源のPRを行っている。</p>	
4. 実施にあたり工夫した点(金融機関の役割・推進体制面・PDCAサイクル面等)	
<p>・自社商品のブラッシュアップ、事業者同士のコラボレーションによる新商品開発の現場には信金職員も積極的に関与し、オンラインを活用しながら都県を越えたマッチングを実施した。信金職員も商品開発の提案を行い、既存の自社商品の差別化を図るために伴走支援を行った。</p> <p>・地域資源のPRでは、金融機関(または職員)同士の連携のみならず、自治体や支援機関等との連携を通じて、「わがまち」意識の醸成、地域資源等のPRを行い、コロナ禍で「行ってみたい」と思わせる仕掛け、大手観光情報誌には掲載されないDeepスポットを掲載した。</p>	
5. 取組の成果(取組中の場合は目標値・KPI等)	
<p>・営業地域が異なる事業者同士が本プロジェクトを通じて交流を行うことにより、優れた事業者のノウハウ・知見の横展開に繋がり、事業者同士の相互成長につながっている。地域特性を活かしたストーリー性のある商品をブランド化することで地域の特産品を生み出すきっかけになっている。</p> <p>・5信金の地域の観光資源を1つのコンテンツで発信することで、このプロジェクトに関わる関係者が「わがまち」としての当事者意識を持ち、地域の魅力の再発見(ブランド化)につながっている。</p>	

6. スキーム図等

