

令和 5 年度地域商社等ネットワーク強化発展支援事業 報告書

令和 6 年 3 月

三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社

目 次

I. ネットワークの運営に係る調査・研究業務.....	1
1. 入会状況の推移と会員特性	1
2. 地域商社ネットワークウェブサイトの活用状況.....	6
3. 地域商社の事業活動情報の提供.....	6
II. 講義(勉強会)等の実施結果.....	7
1. 第1回勉強会【地域商社を再生する】.....	7
2. 第2回勉強会【海外への販路拡大に挑戦する】.....	14
3. 第3回勉強会【目利き力を高め事業を磨きあげる】.....	20
4. 第4回勉強会【地方で地域商社を立ち上げる】.....	26
5. 第5回勉強会【地域商社を起業する】.....	32
6. 第6回勉強会【地域商社の経営改革】.....	38
7. 第7回勉強会【地域商社が担う持続可能な地域づくり】.....	44
III. 会員向けアンケート調査.....	49
1. 実施概要	49
2. 実施結果.....	50
IV. 本事業の今後の方向性について.....	73

参考資料

オンライン事業(勉強会)告知資料

地域商社ネットワークウェブサイトコンテンツ(地域商社の事業活動事例)

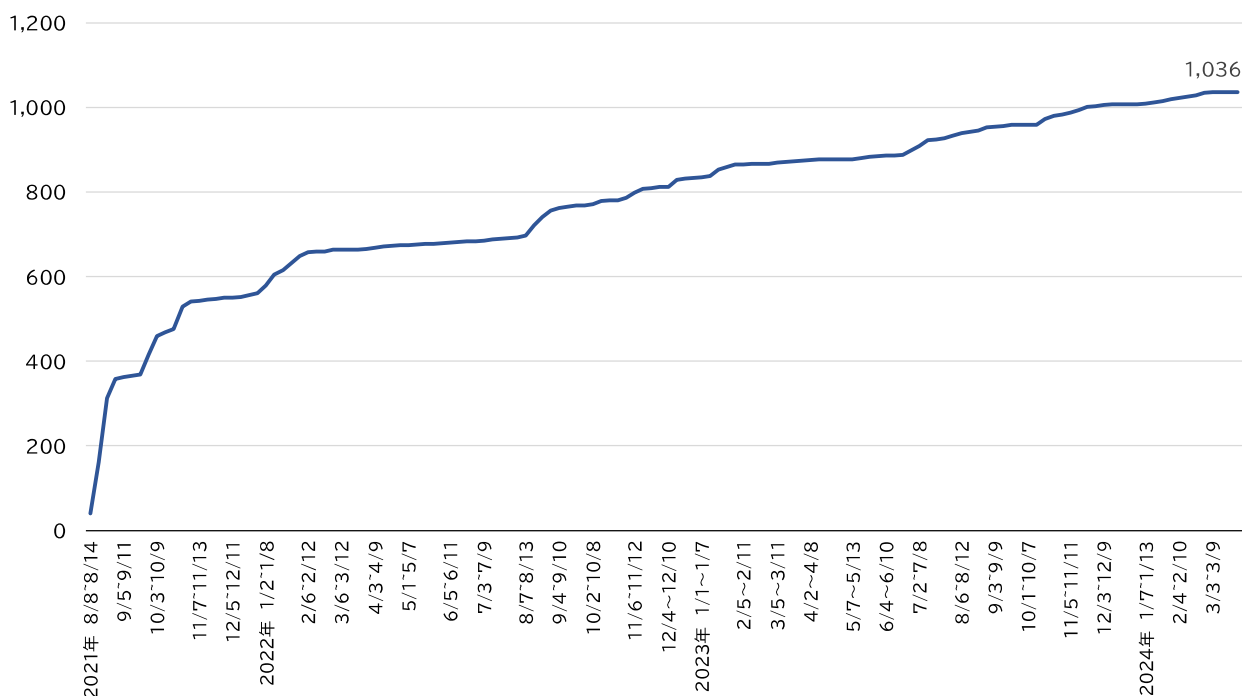
I. ネットワークの運営に係る調査・研究業務

1. 入会状況の推移と会員特性

(1) 会員募集と入会状況

- ・本事業は、令和2年度に設計・開発を行った「地域商社ネットワーク」ウェブサイトより入会を行った会員を対象として事業を提供している。
- ・会員登録は、令和3年7月23日に上記ウェブサイトの運用を再開すると同時に開始し、令和4年度においては、受託事業再開後、ウェブサイトも改めて会員募集を再開した。
- ・募集は、講義（勉強会）や、地域商社協議会のセミナーの申込開始タイミングにあわせて、内閣府のウェブサイトやSNSでの案内などにて行った。
- ・会員数の変遷については以下のとおりである。過去1年間の会員数は、872者（2023年4月）から、1002者（2024年2月29日現在）と順調に増加しており、本ネットワーク活動に対する、全国的な関心の高さもうかがえる。

図表1 会員数の推移（入会日ベース・重複登録等除く）



注1) 令和6年3月29日現在

注2) 会員は、原則として地域商社事業に取り組むもしくは取り組むことを予定している法人・個人を対象としている。法人・個人の単位で入会することが可能だが、例えば、法人の事業部門単位で重複登録が行われていたり、省庁からの登録（同一省庁や局からの複数登録）などがみられたため、四半期に1度を目安に登録状況を確認し、適宜先方に照会しながら、重複削除や登録抹消などデータクリーニングを行っている。このため、必ずしも、週次報告時の会員数とは一致しない。

3/9以降～3/29は1,036人で推移している。

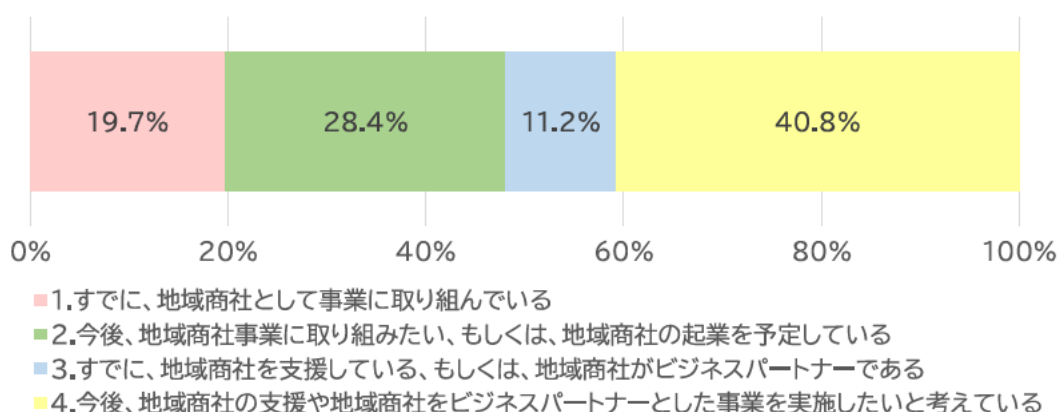
(2) 会員特性

ここでは、会員登録時情報を用い、特性を整理分析する。

■地域商社との関わり・取組状況

- ・会員登録時に得た情報から、会員の地域商社との関わり・取組状況を把握する（単一回答）。
- ・最も多いカテゴリは、「4. 今後、地域商社の支援や地域商社をビジネスパートナーとした事業を実施したいと考えている」の割合であり、40.8%と過半を占めた。地域商社を支援する予定ないしは希望している主体であり、自治体や金融機関のほか、法務や税務等支援サービスを行う民間事業者等が多く加入している。
- ・次に多いカテゴリは、「2. 今後、地域商社事業に取り組みたい、もしくは、地域商社の起業を予定している」であり、28.4%であった。「4」をあわせると、今後地域商社活動やその支援を予定している「支援側」の機関や事業者が、全体の7割弱を占めていることになる。
- ・地域商社ネットワーク開設当初より、主な情報提供先と捉えているカテゴリは「1.すでに、地域商社として事業に取り組んでいる」であるが、19.7%である。また、「3.すでに、地域商社を支援している、もしくは、地域商社がビジネスパートナーである」の11.2%をあわせると、すでに地域商社として事業を実施していたり、事業パートナーとして活躍している実務家や経営者の会員はおよそ3割程度となっている。
- ・また、地域商社に主体的に取り組むないしは予定している会員は、「1.すでに、地域商社として事業に取り組んでいる」「2. 今後、地域商社事業に取り組みたい、もしくは、地域商社の起業を予定している」をあわせたおよそ5割、一方で、その支援的立場にある（予定含む）会員「3.すでに、地域商社を支援している、もしくは、地域商社がビジネスパートナーである」「4. 今後、地域商社の支援や地域商社をビジネスパートナーとした事業を実施したいと考えている」は5割となっており、昨年度と比べ前者の割合が高くなっている。

図表 2 地域商社との関わり・取組状況

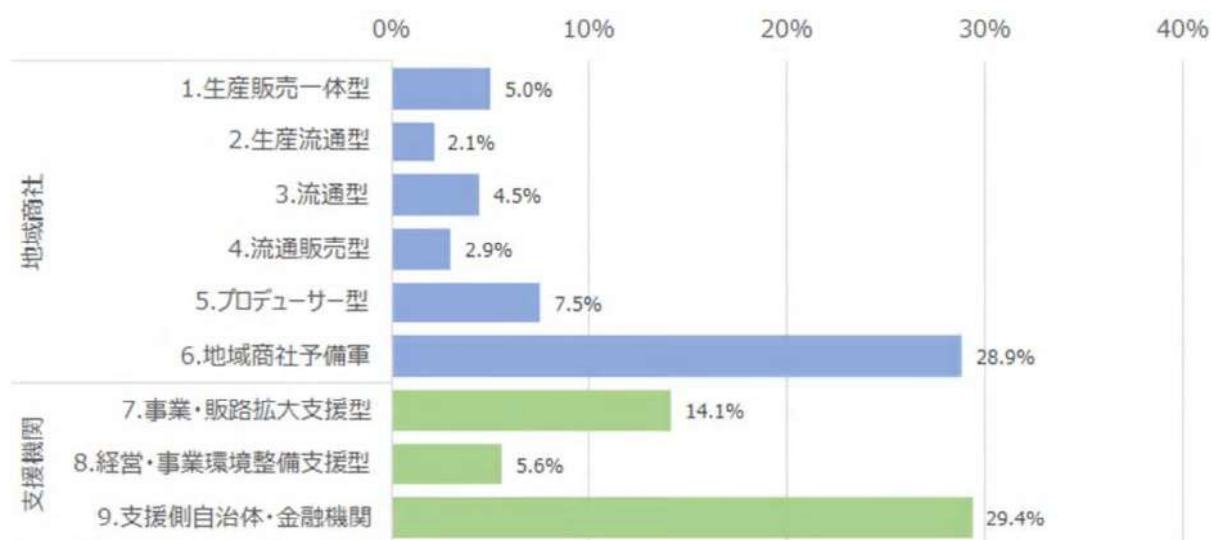


注1) 令和6年3月19日現在、984者

■会員ステータス

- ・会員登録時に得た情報から、会員の地域商社事業タイプ(会員ステータス)を確認する(単一回答)。
この結果、地域商社に該当する6のステータスについて、28.9%の「6. 地域商社予備軍」を除くと、「5. プロデューサー型」が最も多く、7.5%となった。また、生産、販売、流通といった機能を1つ以上持つ「1」～「4」のカテゴリについても、いずれも1割弱となった。
- ・一方、支援機関側の3つのステータスでは「9. 支援側自治体・金融機関」が29.4%と最も高い。
- ・なお、本項目においても、全会員を対象としている為、起業前の個人や、地域商社に関わる取組を実施していない法人といった層も含まれている点に留意する必要がある。

図表3 会員ステータス

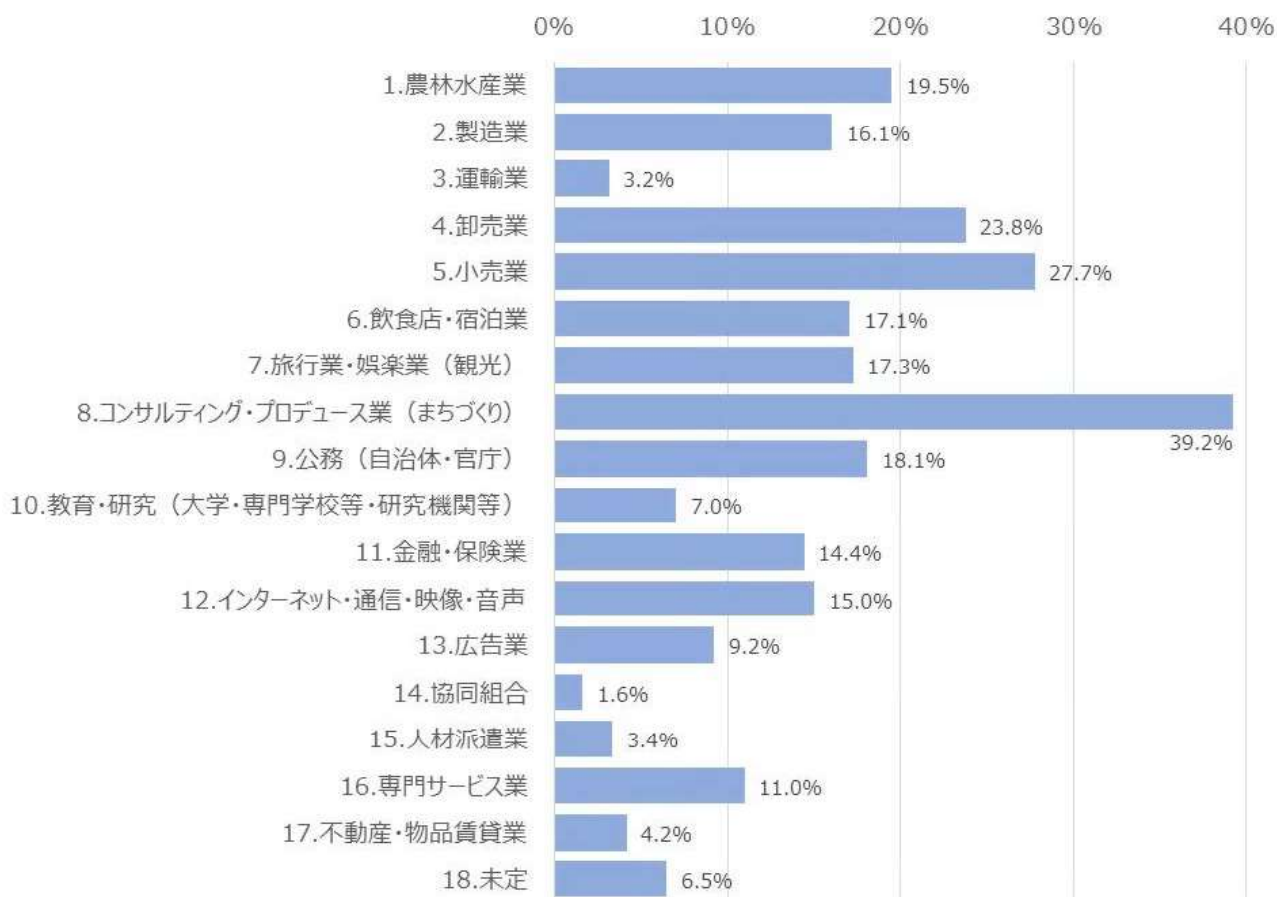


注1) 令和6年3月19日現在、984者

■事業領域(業種)

- ・会員登録時に得た「事業領域」の情報を整理すると、次のとおりである（複数回答）。最も多いカテゴリは「8.コンサルティング・プロデュース業（まちづくり）」であり「5.小売業」「4.卸売業」と続く結果となった。

図表 4 会員の事業領域（複数回答）

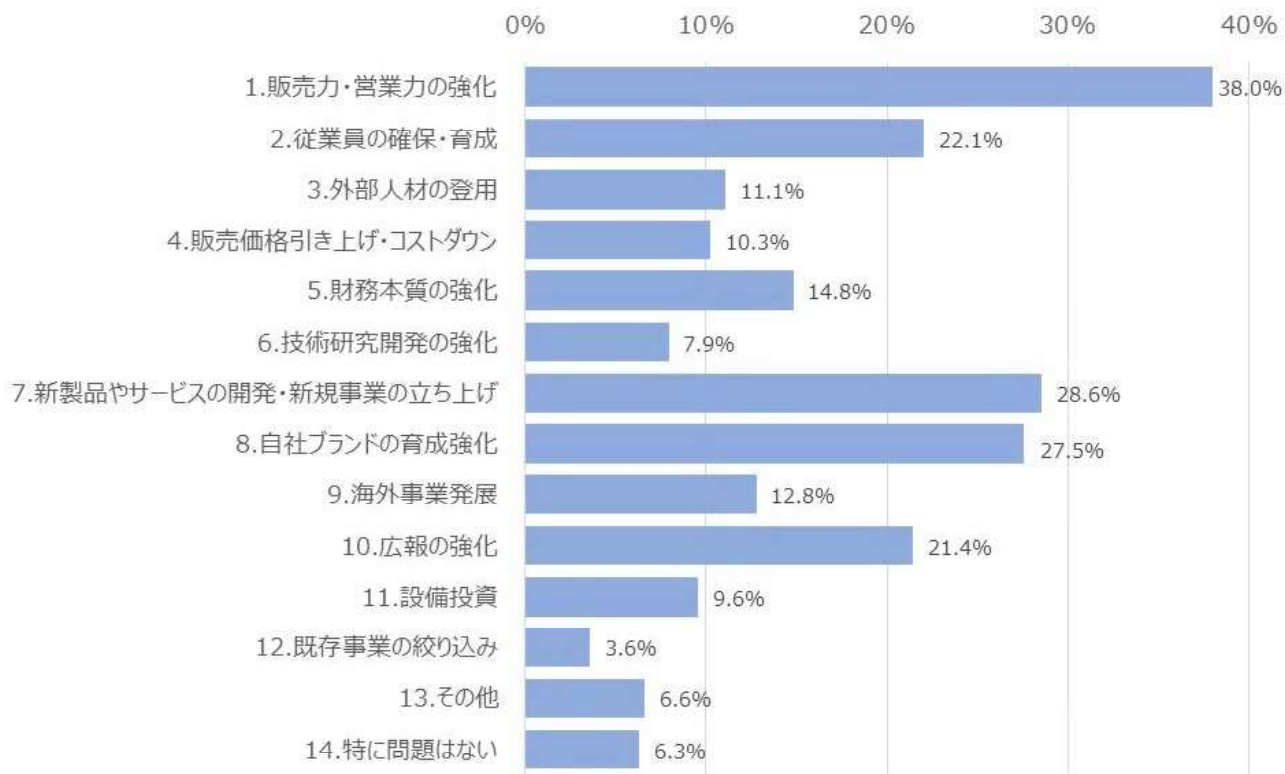


注1) 令和6年3月19日現在、984者

■経営課題

- ・会員が、直面している経営課題について整理する（複数回答）。会員全体でみると「1. 販売力・営業力の強化」が 38.0%と最も高く、「7. 新製品やサービスの開発・新規事業の立ち上げ」が 28.6%、「8. 自社ブランドの育成強化」が 27.5%、「2. 従業員の確保・育成」および「10. 広報の強化」が約 2 割と続いている。

図表 5 直面する経営課題（複数回答）

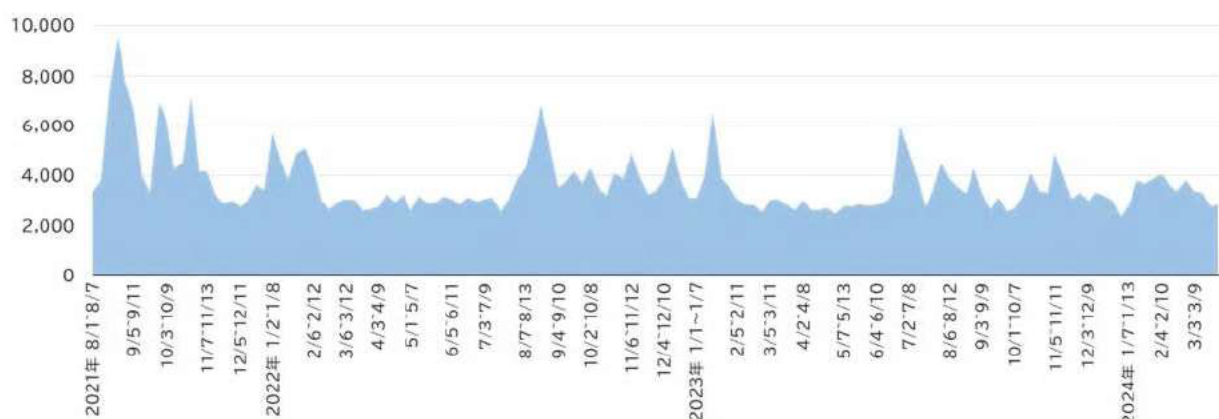


注1) 令和6年3月19日現在、984者

2. 地域商社ネットワークウェブサイトの活用状況

- ・サイトへのアクセス状況をみると、勉強会の申込期限である週にアクセスは増加する傾向がみられる。令和3年度以降に追加対応を行った、会員宛メール一斉配信機能等での告知効果があったと考えられる。
- ・また、トップページにリンクされているタブページごとの閲覧数を見ると、トップページを除き、会員一覧ページの閲覧が最も多く、会員検索やイベント案内が続く。また今年度「地域商社の取組紹介」として新たなタブを設け会員の取組事例を紹介した。サイトで紹介した会員の多くは、勉強会に登壇し活動発表を行っていただいたこともあり、当該サイトに一定のアクセスがなされている。

図表6 地域商社ネットワークサイトページビュー数（2021年8月1日～2024年3月29日）



図表7 主たるサイトコンテンツのページビュー（2023年4月1日～2024年3月29日）

ページ タイトル	ページビュー数
トップ	117,088
会員一覧	21,527
会員検索	7,380
イベント案内	5,088
支援制度・窓口案内	1,872
過年度協議会成果物	663
地域商社の取組紹介	2,765

3. 地域商社の事業活動情報の提供

本年度は、地域商社ネットワーク会員の事業活動の参考となるような事例情報を提供するため、主に、地域商社ネットワーク会員の中から積極的に活動を実施しており、一定の成果等がみられる取り組み例を中心に協力依頼を行い、活動状況等について web サイトに掲載を行った。

※掲載内容は「参考資料 地域商社ネットワークウェブサイトコンテンツ（地域商社の事業活動事例）」参照

II. 講義（勉強会）等の実施結果

1. 第1回勉強会【地域商社を再生する～産直施設や道の駅を地域の原動力に～】

（1）実施日・方法

- ・実施日：2023年7月27日（木）
- ・手法：Webex ミーティングを用いたオンライン開催

（2）事前告知

- ・地域商社ネットワーク会員向けのウェブサイトを通じて告知を行った。
- ・内閣府ウェブサイトやSNS等を通じて広く周知した。

（3）実施内容

①プログラム

- 1 主催者挨拶
内閣府地方創生推進室
- 2 講義・質疑応答
株式会社シカケ 代表取締役 金山 宏樹氏
- 3 会員ネットワーキング「地域商社会員の活動紹介」
 - 1) 株式会社曲辰 様
 - 2) 株式会社恋する鹿角カンパニー 様
- 4 経営相談会（事前申込制により希望者を対象に実施）

②当日資料

事業実施前に、受講生のみにダウンロード可能な環境を提供した。

（4）受講条件

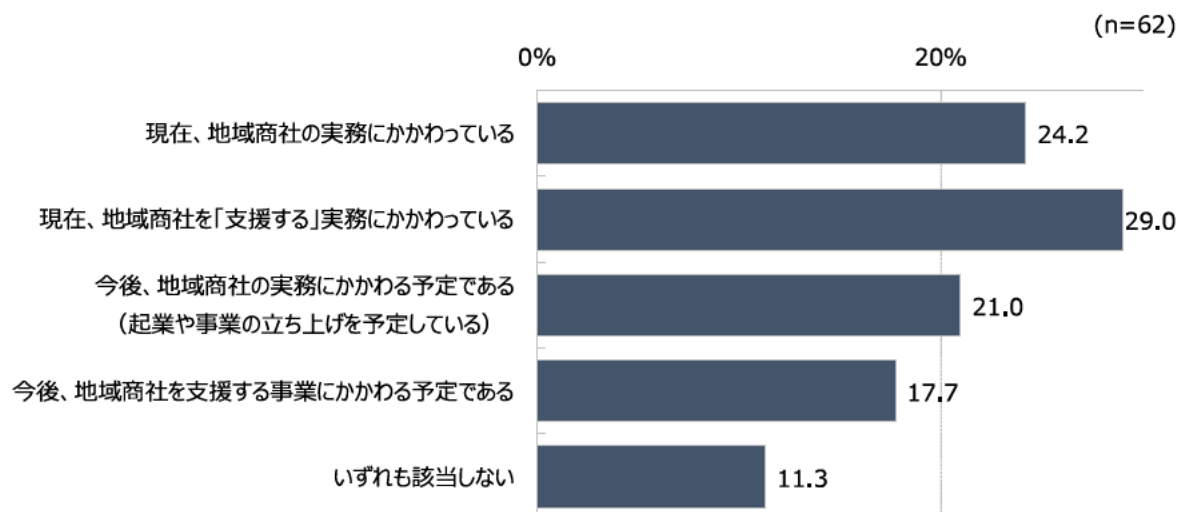
- ・地域商社ネットワークに会員登録していること
- ・地域商社事業の実務に関わる経営者・実務家であること（ないしは、その予定があること）
（会員登録内容「事業内容（詳細）」にて事業内容が確認できること）
- ・オンライン会議ツール Webex が利用可能であること
- ・受講時間帯にカメラ・マイク機能がともに利用可能であること
（講師とのオンラインでの意見交換や質疑応答が可能であること）
- ・事前資料の配付について、ストレージサービス「Dropbox」で受領できること
（個別メールでのファイル送信等は実施せず）
- ・マイページより、「参加希望受付アンケート」に回答いただくこと
- ・経営相談会へ参加希望の場合は、上記アンケートにて相談内容の概略が記入可能なこと
- ・受講後、事務局が別途ご案内する事後アンケートに回答いただくこと

（５）申込の状況

①申込の状況と確定結果

- ・73 者から受講申込があった。
- ・会員登録情報および事前アンケートの回答状況から受講資格を確認し、62 名を選定した。
- ・事前アンケート結果は以下のとおりである。

図表 8 地域商社への実務への関わり方（SA）



注) 2 名が複数回答につき、グラフは MA 形式を用いた。

②経営相談会

- ・事前アンケート結果において申し込みのあった 2 名に加え、記載事項を確認し 4 名に追加案内を実施し、6 名を対象に相談会を実施した。

(6) 実施結果

①当日資料

講師に依頼しクラウドストレージサービス「Dropbox」を通じて、受講生に事前配布を行った。

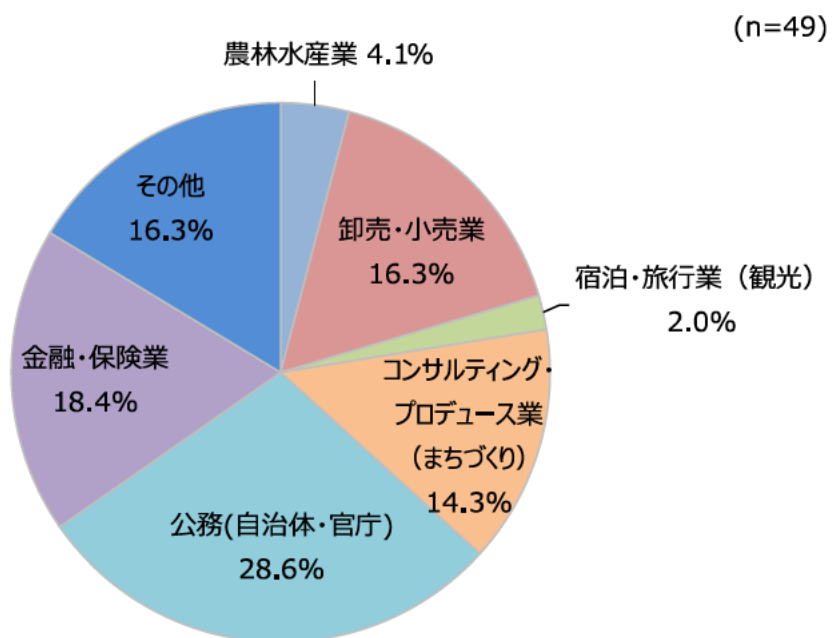
②受講状況（講義・個別挨拶）

- ・当日視聴者数は、58名であった。
- ・視聴後のアンケート結果は次のとおりとなった（回答数：49）。

③事後アンケート結果

1) 受講者の属性（業種分類）

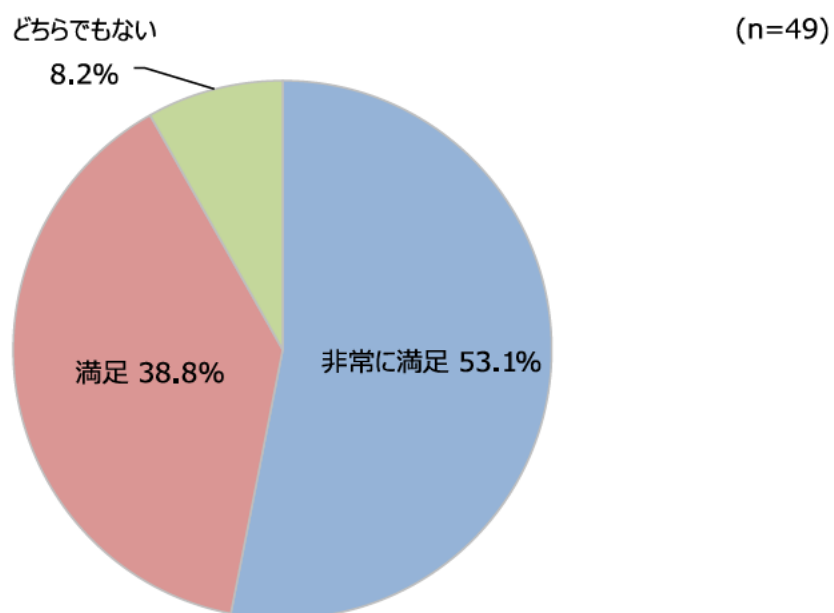
図表9 業種分類（SA）



注) その他：物流／EC 構築サービス／情報サービス業／一般財団法人／経済連合会／地域ブランド協議会／道の駅指定管理、特産品開発、地域振興など／海外販路開拓支援

2) 株式会社シカケ（金山氏）による講義について（満足度と自由回答）

図表 10 株式会社シカケ（金山氏）による講義について（満足度）（SA）

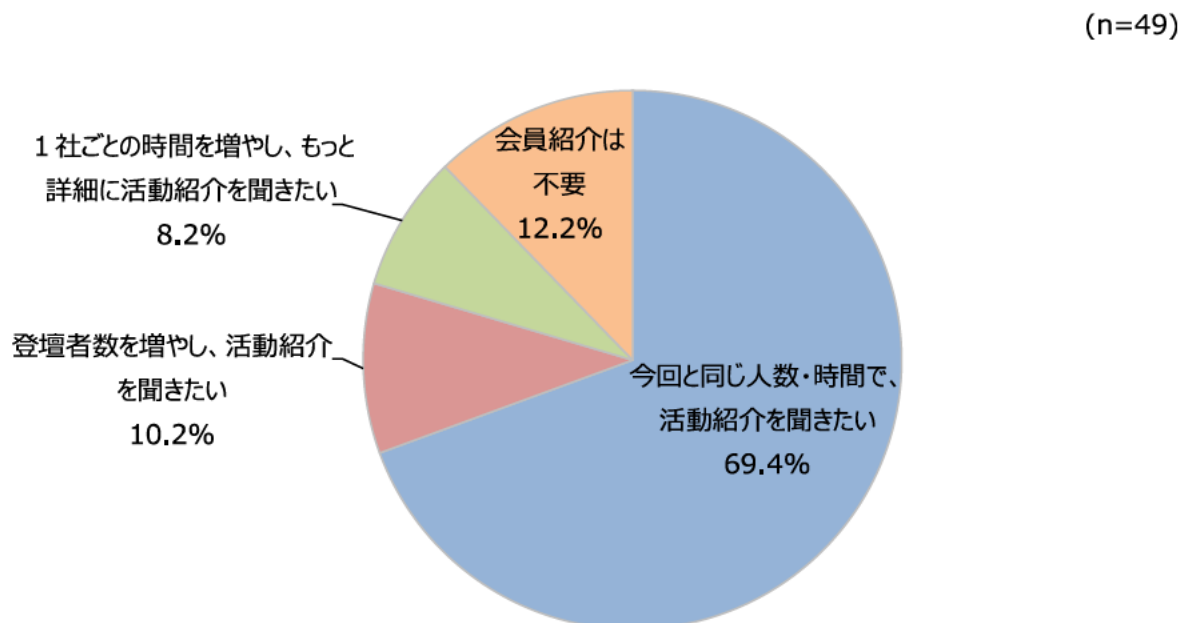


注) 「やや不満」、「不満」は0件のため非掲載

3) 会員企業の発表によるネットワーク形成支援について

a. 次回勉強会以降も地域商社ネットワーク会員による活動紹介を希望するか

図表 11 会員による活動紹介の希望について（SA）



b.登壇会員との個別連絡の希望（今後の連携の希望）

- ・ 2社に対して、3者4件の連携希望があった。
- ・ 事務局から登壇会員を紹介し、ネットワーク形成を支援した。

c.自社の活動紹介を希望するか

- ・ 4社（5件）から紹介の希望があった。

図表 12 自社の活動紹介の希望について（MA）

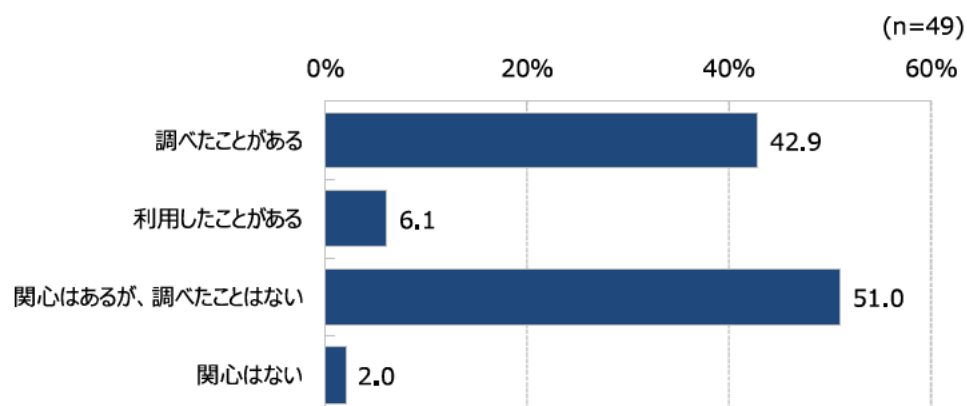
選択肢	希望者数（実数）	希望者数（構成比）
1. 勉強会で活動紹介を行いたい	1	2.2%
2. 事例記事としてウェブサイトで紹介してほしい	2	4.1%
3. 希望しない（閲覧・視聴のみで良い）	45	91.8%
その他＊	2	4.1%
合計	49	100.0%

注）「1」「2」に、既に掲載済み・取材済み会員が含まれていたため「その他」として除外

4) 地域商社等に対する支援制度について

a.支援制度を調べたり、利用したことがあるか

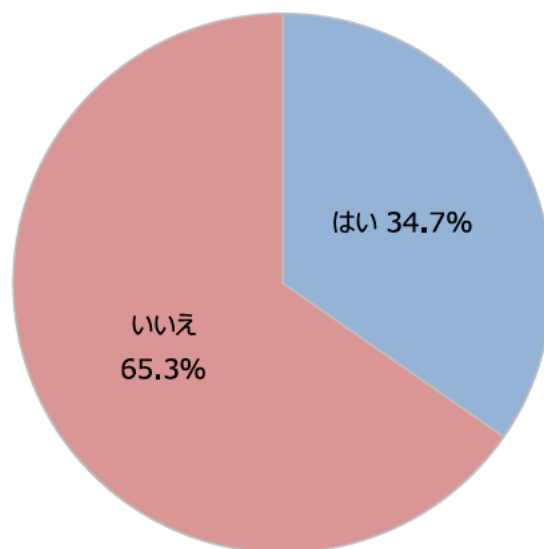
図表 13 支援制度について（MA）



b.事前配布資料記載の支援制度について、さらに詳しく知りたいか

図表 14 事前配布資料記載の支援制度について、さらに詳しく知りたいか (SA)

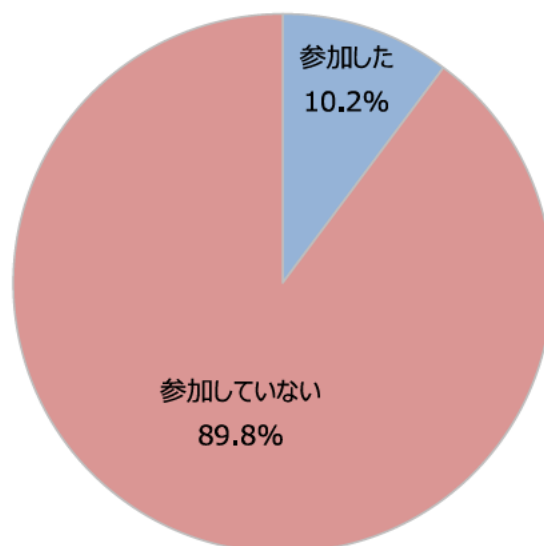
(n=49)



5) 経営相談会への参加について

図表 15 経営相談会への参加について (SA)

(n=49)



〔自由回答〕勉強会から得た示唆

【講義から得た示唆・感想】

- ・ すべてにおいて非常に参考になりました。どこの地域も同じ課題を持っていることも実感しました。(その他)
- ・ 取り扱う製品についての考え方や従業員の意識変革に関しての内容が非常に参考になりました。また情報量を製品アイデアに繋げるという基本的な考え方は自分の事業にも活用させて頂こうと思いました。(卸売・小売業)
- ・ 2:6:2の割合で、組織のキーマンを探すという手法は興味深かった。(コンサルティング・プロデュース業)
- ・ 情報収集を怠らない、苦手な部分は能力の高い人材を頼るなど、今後の経営に早速活かしたい。(卸売・小売業)
- ・ 北海道鹿部町の事例(現地法人の立ち上げ、ふるさと納税事業の活用等)は、早速参考にさせて頂きたい。(公務)
- ・ 淡路島の道の駅運営の事例を通じ、コンセプト、ターゲットを絞る重要性、顧客目線でしっかりした軸を持ち、共有することが大切であると感じた。(金融・保険業)

【会員ネットワーキングによる事例紹介から得た示唆・感想】

(株式会社曲辰 様による登壇)

- ・ 農業者の為になるならどのようなことでも取り組むと経営方針が定まっており、目的の大切さを感じた。(金融・保険業)
- ・ 商品開発を大事にして取り組んでいることや吉本興業との連携は参考になりました。地域商社自体も外部と連携することを意識しなければならぬ、と認識しました。(コンサルティング・プロデュース業)
- ・ 生産者・事業者とも連携され、我々の目指す形の一つと考えます。(公務(自治体・官庁))
- ・ この地域商社ネットワークで得たノウハウを活用して、業績に繋がっていると思いました。(卸売・小売業)

(恋する鹿角カンパニー 様による登壇)

- ・ 完全民間資本であり、道の駅の運営管理を中核起点に内外のつながりを生んでいくビジョンや、民間だからこそ出来るオリジナル商品開発など参考になりました。(金融・保険業)
- ・ 道の駅の飲食スペースが少ないという物理的な制限にアイデアで対応されている点が印象的でした。(卸売・小売業)
- ・ 親会社や協同組合と連携し、自社製品の企画をするなどネットワークの大切さを感じた。(金融・保険業他多数)
- ・ この地域商社ネットワークの勉強会等で学習されたことを実践されていることが特に素晴らしいと感じました。(コンサルティング・プロデュース業)

2. 第2回勉強会【海外への販路拡大に挑戦する】

（1）実施日・方法

- ・実施日：2023年8月25日（金）
- ・手法：Webex ミーティングを用いたオンライン開催

（2）事前告知

- ・地域商社ネットワーク会員向けのウェブサイトを通じて告知を行った。
- ・内閣府ウェブサイトやSNS等を通じて広く周知した。

（3）実施内容

①プログラム

- 1 主催者挨拶：内閣府地方創生推進室
- 2 講義・質疑応答
株式会社萌す 代表取締役 CEO 後藤 大輔氏
- 3 支援制度等情報提供：内閣府地方創生推進室
- 4 会員ネットワーキング「地域商社会員の活動紹介」
 - 1）一般社団法人ジバスクラム恵那 様
 - 2）株式会社明光商事 様
- 5 商品輸出相談会（事前申込制により希望者を対象に実施）

②当日資料

事業実施前に、受講生のみダウンロード可能な環境を提供した。

（4）受講条件

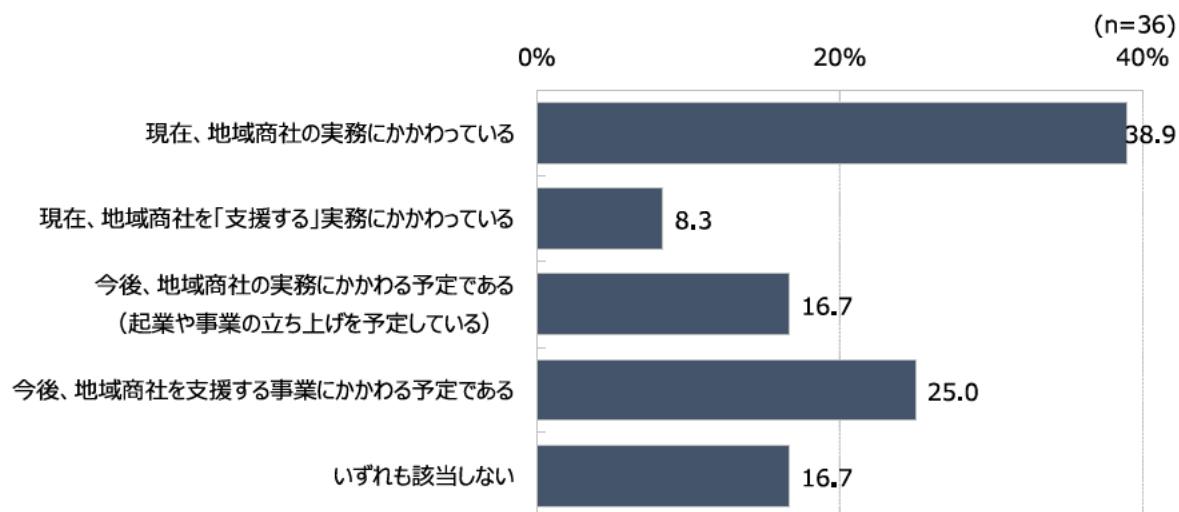
- ・地域商社ネットワークに会員登録していること
- ・地域商社事業の実務に関わる経営者・実務家であること（ないしは、その予定があること）
（会員登録内容「事業内容（詳細）」にて事業内容が確認できること）
- ・オンライン会議ツール Webex が利用可能であること
- ・受講時間帯にカメラ・マイク機能がともに利用可能であること
（講師とのオンラインでの意見交換や質疑応答が可能であること）
- ・事前資料の配付について、ストレージサービス「Dropbox」で受領できること
（個別メールでのファイル送信等は実施せず）
- ・マイページより、「参加希望受付アンケート」に回答いただくこと
- ・商品輸出相談会へ参加希望の場合は、上記アンケートにて相談内容の概略が記入可能なこと
- ・受講後、事務局が別途ご案内する事後アンケートに回答いただくこと

（５）申込の状況

①申込の状況と確定結果

- ・40 者から受講申込があった。
- ・会員登録情報および事前アンケートの回答状況から受講資格を確認し、36 名を選定した。
- ・事前アンケート結果は以下のとおりである。

図表 16 地域商社への実務への関わり方（SA）



注) 2 名が複数回答につき、グラフは MA 形式を用いた。

②商品輸出相談会

- ・事前アンケート結果では7名より申し込みがあった。当日は6名を対象に相談会を実施した（1名は、都合により欠席）。

(6) 実施結果

①当日資料

講師に依頼しクラウドストレージサービス「Dropbox」を通じて、受講生に事前配布を行った。

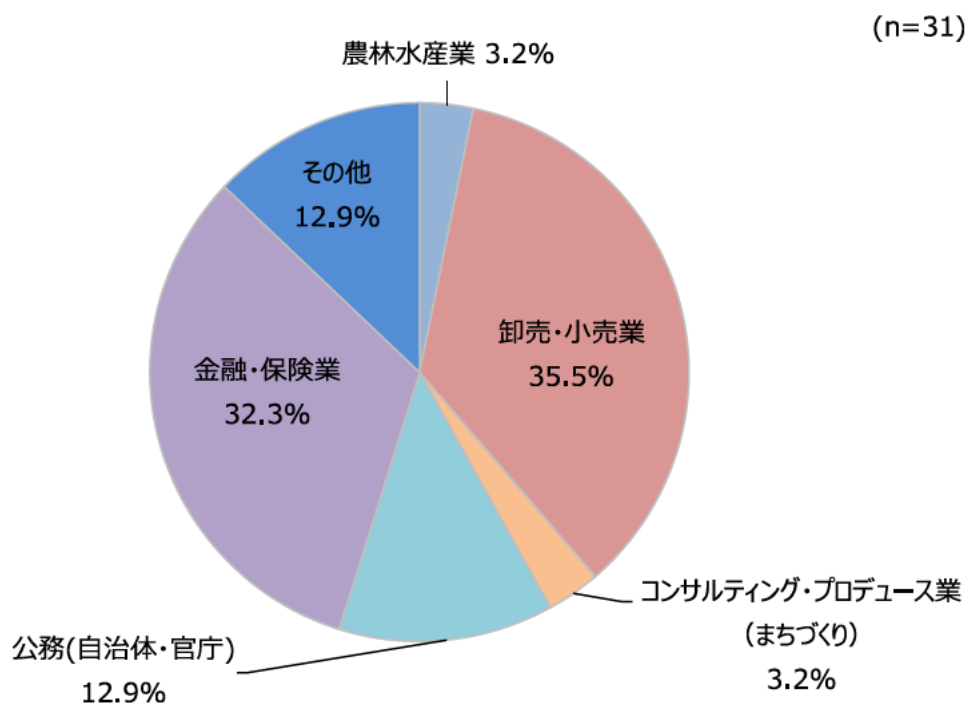
②受講状況（講義・個別挨拶）

- ・当日視聴者数は、36名であった。
- ・視聴後のアンケート結果は次のとおりとなった（回答数：31）。

③事後アンケート結果

1) 受講者の属性（業種分類）

図表 17 業種分類（SA）

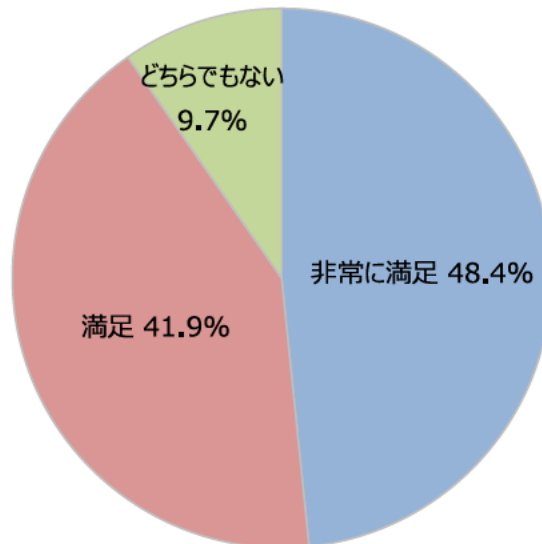


注1)「宿泊・旅行業（観光）」は0件のため非掲載

注2) その他：第三セクター／経済団体（商工会）／デザイン業／物流・倉庫

2) 株式会社萌す（後藤氏）による講義について（満足度と自由回答）

図表 18 株式会社萌す（後藤氏）による講義について（満足度）（SA）（n=31）



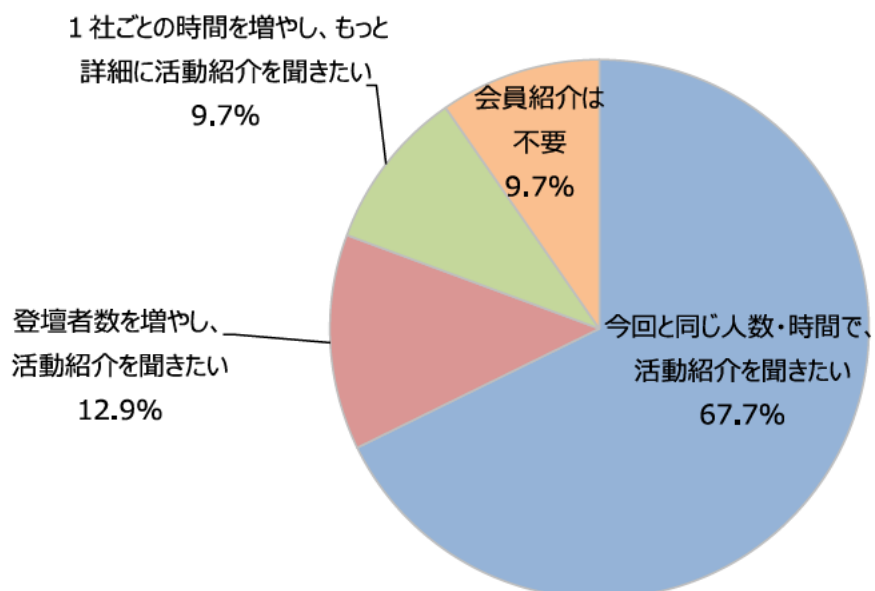
注)「やや不満」、「不満」は0件のため非掲載

3) 会員企業の発表によるネットワーク形成支援について

a. 次回勉強会以降も地域商社ネットワーク会員による活動紹介を希望するか

図表 19 会員による活動紹介の希望について（SA）

(n=31)



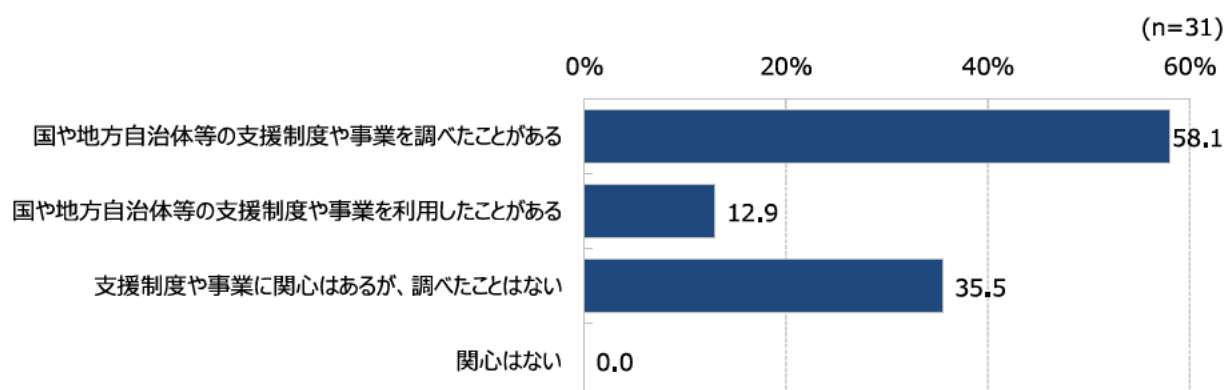
b. 登壇会員との個別連絡の希望（今後の連携の希望）

- ・ 2社に対して、2者2件の連携希望があった。

4) 地域商社等に対する支援制度について

a.勉強会の中でご案内した「地域商社に関する支援メニュー」について

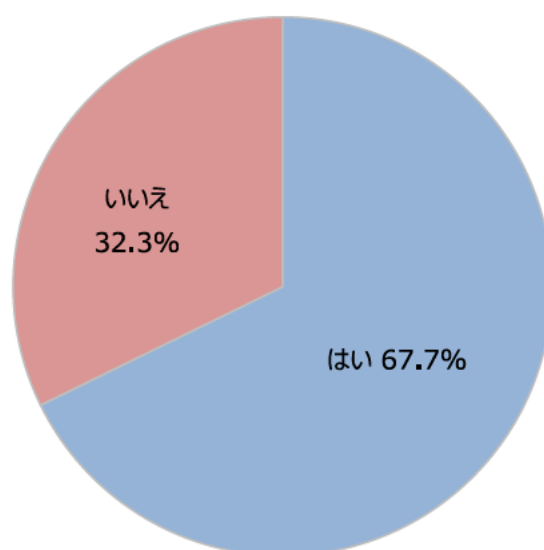
図表 20 勉強会の中でご案内した「地域商社に関する支援メニュー」について (MA)



b.各種支援メニューについて、さらに詳しく知りたいか

図表 21 各種支援メニューについて、さらに詳しく知りたいか (SA)

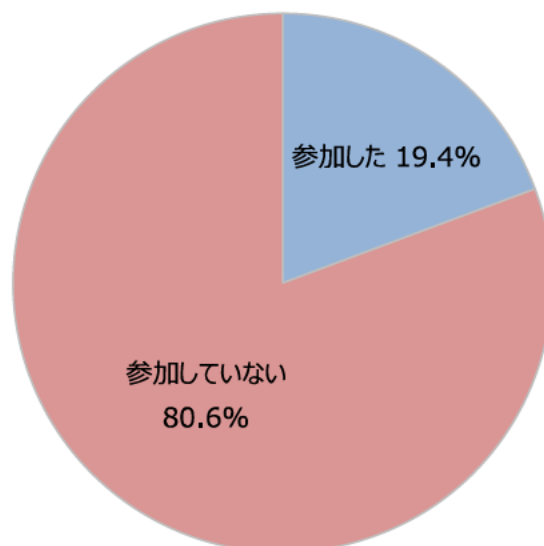
(n=31)



5) 輸出相談会/挨拶・意見交換への参加について

図表 22 輸出相談会/挨拶・意見交換への参加について (SA)

(n=31)



〔自由回答〕勉強会から得た示唆

【講義から得た示唆・感想】

- ・ 失敗事例を教えていただける講義は、通常の勉強会形式では珍しく、参考になりました。(金融・保険業他多数)
- ・ 輸出の裏話は、とても参考になりました。(第三セクター)
- ・ 国内や空港から現地への輸送時の物流コスト削減方式をご教示いただき、非常に有り難かった。(卸売・小売業)
- ・ 商談会に頼らない販路開拓方法や取引相手に「価格が高い」と言われた時の対策等も大変勉強になりました。(卸売・小売業)
- ・ 日本国内で売れなかった沖縄の魚が、着想やアピール方法の工夫でシンガポールで高値で売れているといったお話を聞き、国内ニーズがなくとも、海外ニーズがあり販路開拓につながる可能性をご教示いただきました。(経済団体)

【会員ネットワーキングによる事例紹介から得た示唆・感想】

(一般社団法人ジバスクラム恵那 様による登壇)

- ・ 観光 DMO と地域商社を融合した取り組みはすばらしい事例だと思いました。(公務(自治体・官庁)他)
- ・ “稼げる観光都市”というのは新しい目線で印象的でした。(物流・倉庫)
- ・ 農産物やその加工品により地域おこしに取り組むケースは全国にありますが、DMO も兼ねた事業は間違いなく地域経済の活性化に繋がると思います。(金融・保険業他)
- ・ 観光と物販をリンクさせた施策の取り組みが興味深い。また、地域特化型予約システムの紹介も有益な情報でした。(卸売・小売業)

(株式会社明光商事 様による登壇)

- ・ 米粉を使った製品開発とストーリーづくりがユニークだと感じた。欧米では数年前からグルテンフリー食材への注目度が高く、グルテンアレルギーなどで小麦製品を口にできない人も一定数いる為、小麦代替品としてポテンシャルはあったと感じました。(卸売・小売業他)
- ・ 地元の米粉を使った商品開発等持続可能な地域づくりについてお話しいただき、大変参考になりました。(金融・保険業)
- ・ 自社の強みと信頼を活かした取り組みには、感銘を受けました。(デザイン業他)

3. 第3回勉強会【目利き力を高め 事業を磨きあげる】

(1) 実施日・方法

- ・実施日：2023年9月21日（木）
- ・手法：Webex ミーティングを用いたオンライン開催

(2) 事前告知

- ・地域商社ネットワーク会員向けのウェブサイトを通じて告知を行った。
- ・内閣府ウェブサイトやSNS等を通じて広く周知した。

(3) 実施内容

①プログラム

- 1 主催者挨拶：内閣府地方創生推進室
- 2 講義・質疑応答
ヘルベチカデザイン株式会社 代表取締役・クリエイティブディレクター 佐藤 哲也氏
- 3 支援制度等情報提供：内閣府地方創生推進室
- 4 経営相談会（事前申込制により希望者を対象に実施）

②当日資料

事業実施前に、受講生のみにダウンロード可能な環境を提供した。

(4) 受講条件

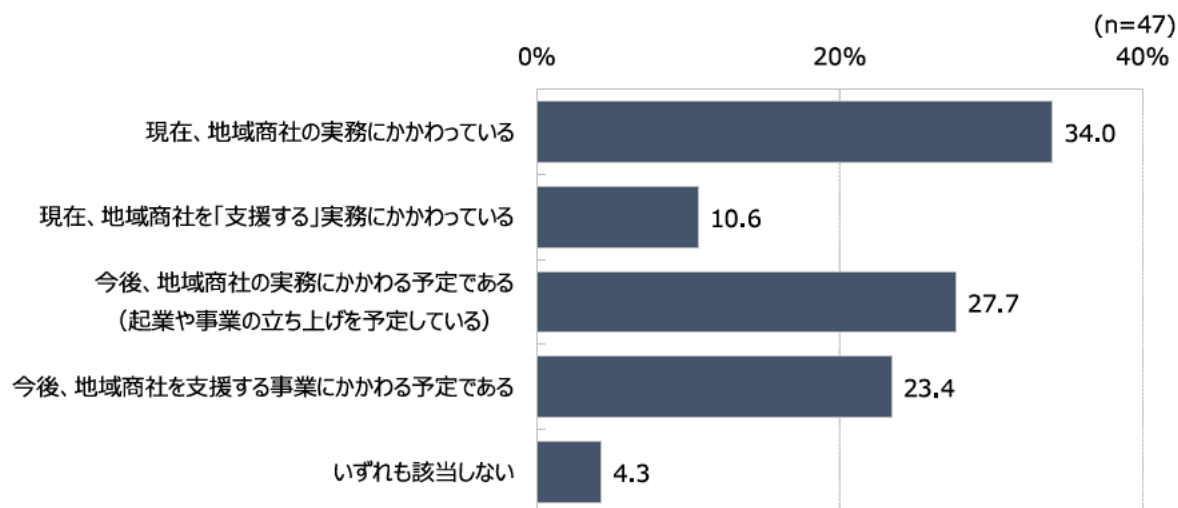
- ・地域商社ネットワークに会員登録していること
- ・地域商社事業の実務に関わる経営者・実務家であること（ないしは、その予定があること）
（会員登録内容「事業内容（詳細）」にて事業内容が確認できること）
- ・オンライン会議ツール Webex が利用可能であること
- ・受講時間帯にカメラ・マイク機能がともに利用可能であること
（講師とのオンラインでの意見交換や質疑応答が可能であること）
- ・事前資料の配付について、ストレージサービス「Dropbox」で受領できること
（個別メールでのファイル送信等は実施せず）
- ・マイページより、「参加希望受付・経営課題アンケート」に回答いただくこと
- ・経営相談会へ参加希望の場合は、上記アンケートにて相談内容の概略が記入可能なこと
- ・受講後、事務局が別途ご案内する事後アンケートに回答いただくこと

（５）申込の状況

①申込の状況と確定結果

- ・49 者から受講申込があった。
- ・会員登録情報および事前アンケートの回答状況から受講資格を確認し、47 名を選定した。
- ・事前アンケート結果は以下のとおりである。

図表 23 地域商社への実務への関わり方（SA）



②経営相談会

- ・事前アンケート結果では7名より申し込みがあった。当日は4名を対象に相談会を実施した（3名は、都合により欠席）。

(6) 実施結果

①当日資料

講師に依頼しクラウドストレージサービス「Dropbox」を通じて、受講生に事前配布を行った。

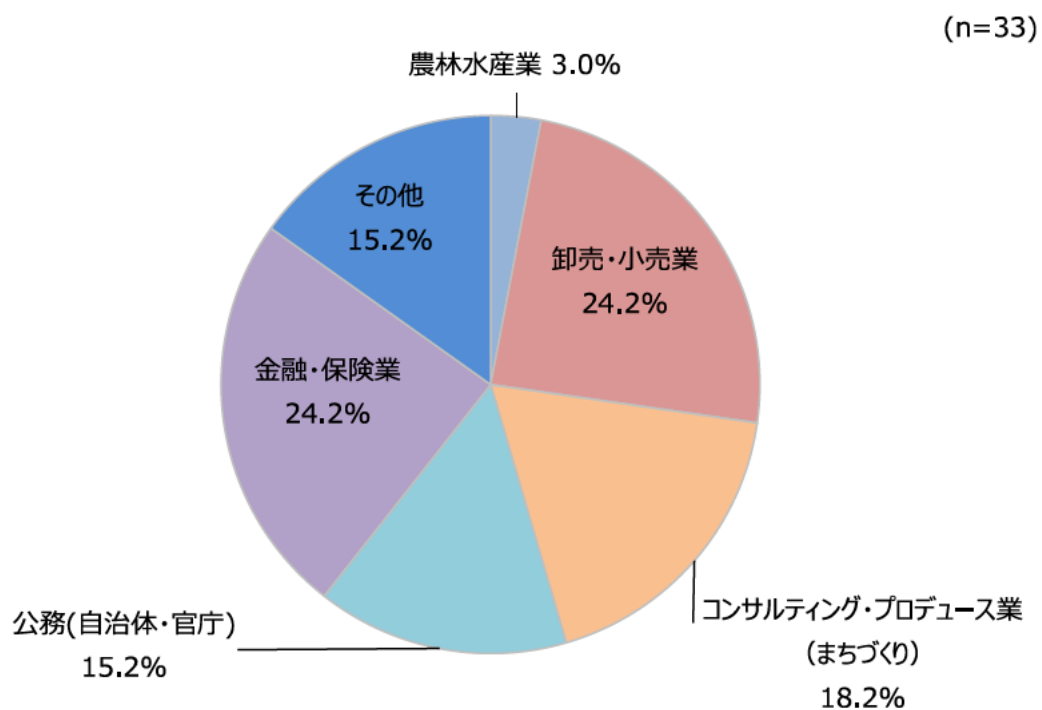
②受講状況（講義・個別挨拶）

- ・当日視聴者数は、34名であった。
- ・視聴後のアンケート結果は次のとおりとなった（回答数：33）。

③事後アンケート結果

1) 受講者の属性（業種分類）

図表 24 業種分類（SA）



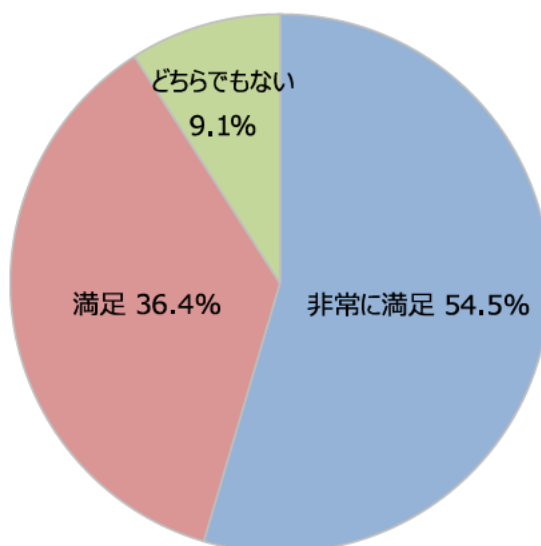
注1)「宿泊・旅行業（観光）」は0件のため非掲載

注2) その他：メーカー／製造業（農産物加工）／サービス業（市が出資する一般財団法人）／金融機関系地域商社／道の駅指定管理（卸・小売・飲食）その他

2) ヘルベチカデザイン株式会社（佐藤氏）による講義について（満足度と自由回答）

図表 25 ヘルベチカデザイン株式会社（佐藤氏）による講義について（満足度）（SA）

(n=33)



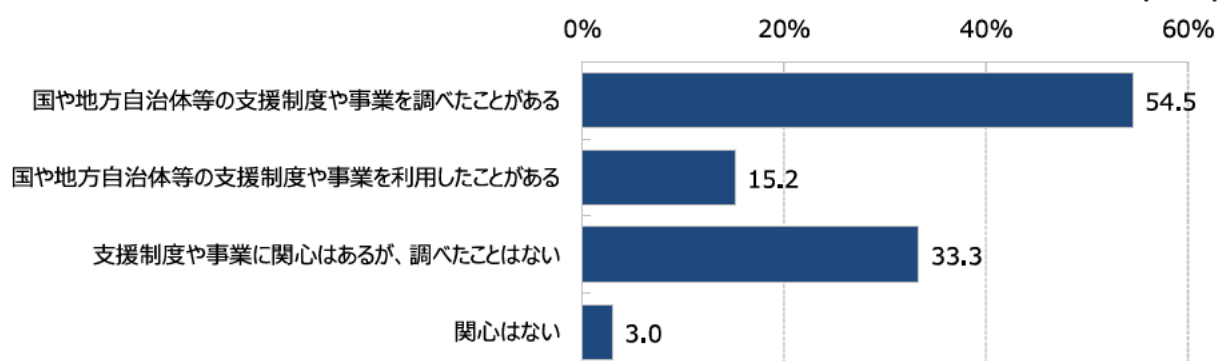
注) 「やや不満」、「不満」は0件のため非掲載

3) 地域商社等に対する支援制度について

a.勉強会の中でご案内した「地域商社に関する支援メニュー」について

図表 26 勉強会の中でご案内した「地域商社に関する支援メニュー」について（MA）

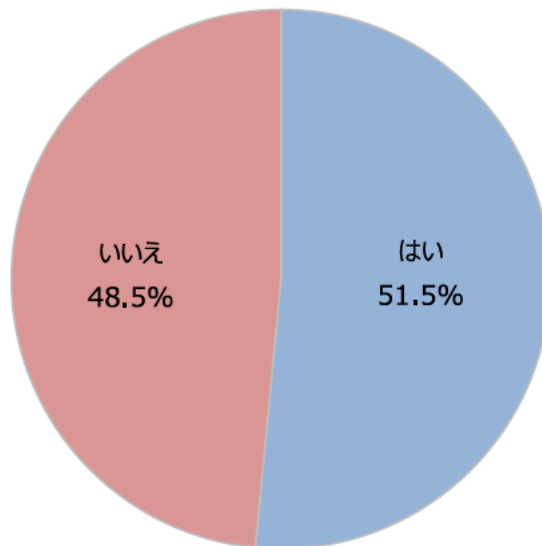
(n=33)



b.各種支援メニューについて、さらに詳しく知りたいか

図表 27 各種支援メニューについて、さらに詳しく知りたいか (SA)

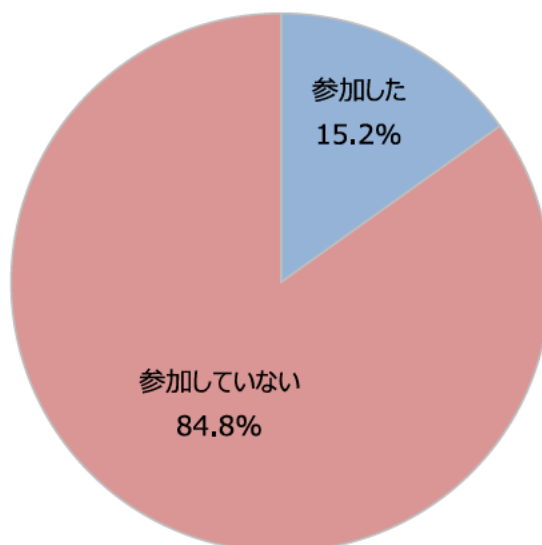
(n=33)



4) 経営相談会/挨拶・意見交換への参加について

図表 28 経営相談会/挨拶・意見交換への参加について (SA)

(n=33)



〔自由回答〕勉強会から得た示唆

- ・ 商品だけではなく、商品のまわりをみるというフレーズが印象に残った。モノを売るのではなく、地域を売るという意識が大切だと感じた。(卸売・小売業)
- ・ 商品開発における重要な留意事項(ストーリー性や生まれた背景)がよく分かった。(公務(自治体・官庁))
- ・ 背景や狙いを掘り下げて、オンリーワンを追求する視点が参考となった。(卸売・小売業)
- ・ 佐藤先生は、商品デザインに留まらず、ものの循環の考え方を事業者と一緒に考えている点が印象に残った。また、白河こんにゃくの事例も参考になりました。(道の駅指定管理(卸・小売・飲食) その他)
- ・ 事業価値を高める実務的な手法について、具体的な事例に基づいて講義していただき、今後の参考になりました。(金融・保険業)
- ・ 目利きのポイントをわかりやすく講義頂き、今後地方の商材を見るとき一つの指標となるものを学ぶことができた。(金融・保険業)
- ・ 大島屋蒔蒔店の収益拡大やファン獲得の成功事例は、当市の零細事業者においても応用可能な要素やヒントがあると感じられた。(卸売・小売業)
- ・ こんにゃくのマーケティングにおいて、どうしても価格競争に巻き込まれがちですが、独自性や品質で勝負する考え方が必要であることを再確認できました。(サービス業(自治体出資による一般財団法人))
- ・ 現在、地域商社の設立準備中だが、他の地域商社をリサーチすると「商品のブラッシュアップ」等が業務内容に含まれていることが多い。当社はデザインに係る専門性が弱く、他社さんはどのように取り組んでいるのかイメージが湧かなかったが、今回の講義により、デザイン変更のプロセスまで見せていただき、「なるほど」と理解を深めることができた。(金融・保険業)
- ・ 事例の紹介を通じて、事業体制の構築は中長期にみるべきだと実感できた。事業の安定化についても同じような目線でみていくことが大切であることもわかった。(コンサルティング・プロデュース業(まちづくり))
- ・ 経営デザインに関する依頼を受けた際、依頼者の(課題の)芯をどう見抜くか?というお話が勉強になりました。(農林水産業))

4. 第4回勉強会【地方で地域商社を立ち上げる－地域初・土着ベンチャーの立ち上げとエコシステム】

（1）実施日・方法

- ・実施日：2023年11月14日（火）
- ・手法：Webex ミーティングを用いたオンライン開催

（2）事前告知

- ・地域商社ネットワーク会員向けのウェブサイトを通じて告知を行った。
- ・内閣府ウェブサイトやSNS等を通じて広く周知した。

（3）実施内容

①プログラム

- 1 主催者挨拶：内閣府地方創生推進室
- 2 講義・質疑応答
シェアビレッジ株式会社 代表取締役、ハバタク株式会社 代表取締役 丑田 俊輔氏
- 3 支援制度等情報提供：内閣府地方創生推進室
- 4 起業相談会（事前申込制により希望者を対象に実施）

②当日資料

事業実施前に、受講生のみにダウンロード可能な環境を提供した。

（4）受講条件

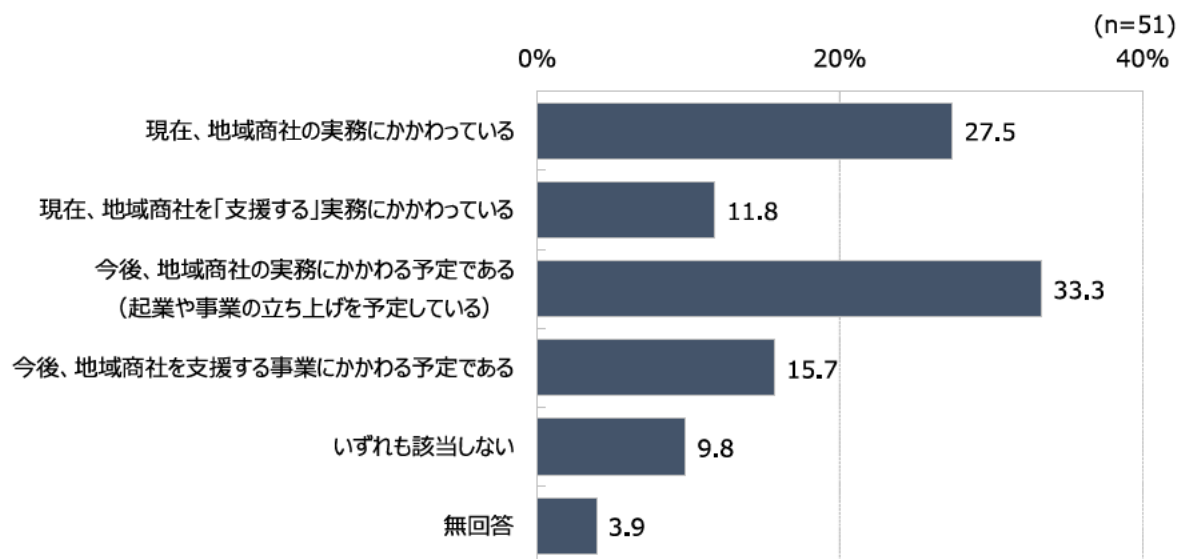
- ・地域商社ネットワークに会員登録していること
- ・地域商社事業の実務に関わる経営者・実務家であること（ないしは、その予定があること）
（会員登録内容「事業内容（詳細）」にて事業内容が確認できること）
- ・オンライン会議ツール Webex が利用可能であること
- ・受講時間帯にカメラ・マイク機能がともに利用可能であること
（講師とのオンラインでの意見交換や質疑応答が可能であること）
- ・事前資料の配付について、ストレージサービス「Dropbox」で受領できること
（個別メールでのファイル送信等は実施せず）
- ・マイページより、「参加希望受付・経営課題アンケート」に回答いただくこと
- ・起業相談会へ参加希望の場合は、上記アンケートにて相談内容の概略が記入可能なこと
- ・受講後、事務局が別途ご案内する事後アンケートに回答いただくこと

(5) 申込の状況

①申込の状況と確定結果

- ・53 者から受講申込があった。
- ・会員登録情報および事前アンケートの回答状況から受講資格を確認し、51 名を選定した。
- ・事前アンケート結果は以下のとおりである。

図表 29 地域商社の実務への関わり方 (SA)



注) 1 名が複数回答につき、グラフは MA 形式を用いた。

②起業相談会

- ・事前アンケート結果では7名より申し込みがあった。当日は6名を対象に相談会を実施した(1名は、都合により欠席)。

(6) 実施結果

①当日資料

講師に依頼しクラウドストレージサービス「Dropbox」を通じて、受講生に事前配布を行った。

②受講状況（講義・個別挨拶）

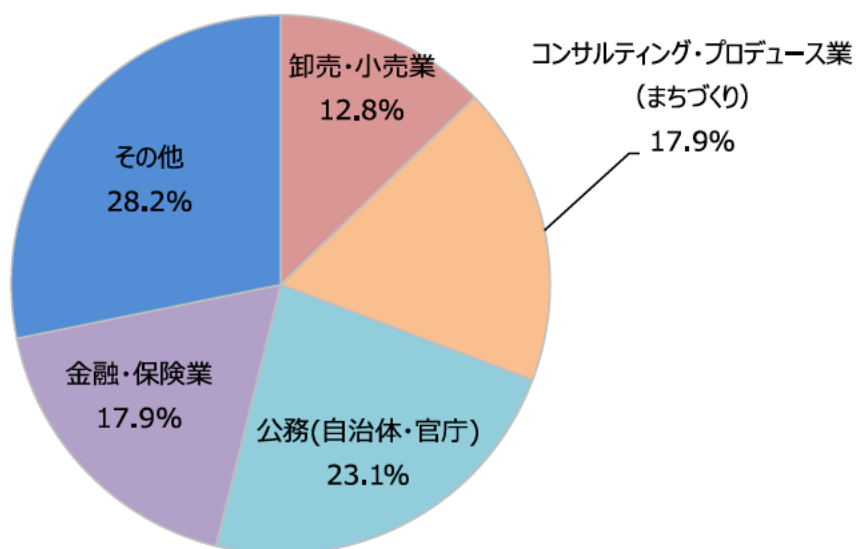
- ・当日視聴者数は、50名であった。
- ・視聴後のアンケート結果は次のとおりとなった（回答数：39）。

③事後アンケート結果

1) 受講者の属性（業種分類）

図表 30 業種分類（SA）

(n=39)

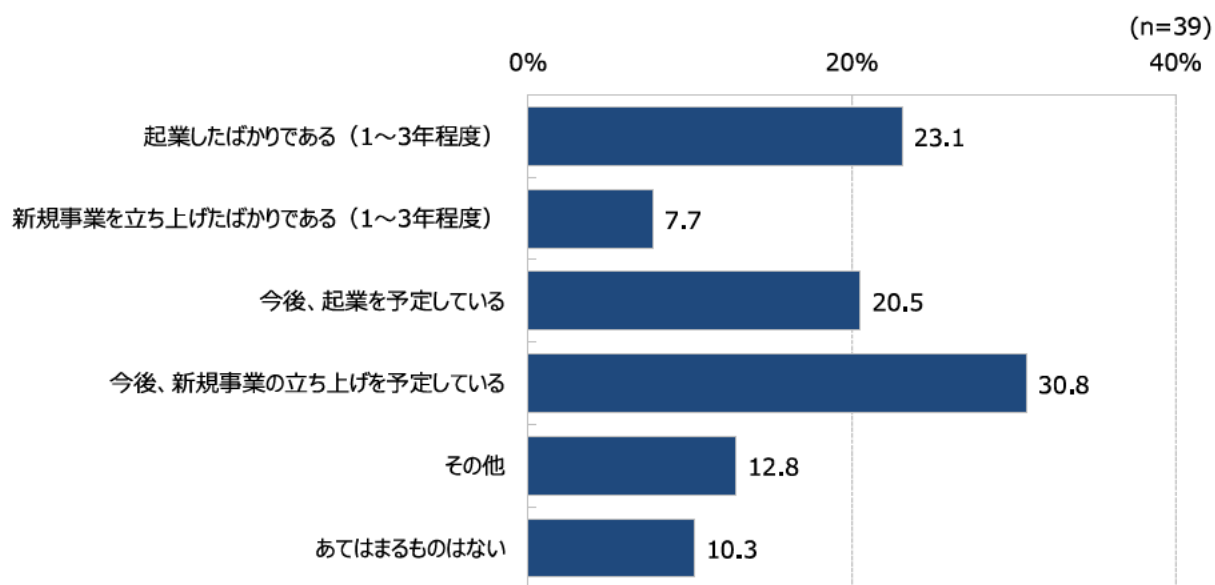


注1)「農林水産業」「宿泊・旅行業（観光）」は0件のため非掲載

注2) その他：航空産業／食品製造業／サービス業（指定管理者ほか）／IT／地域商社（銀行系ほか）／支援機関／商工会連合会／商工支援団体／協議会

2) 起業（新規事業立ち上げ）の状況について

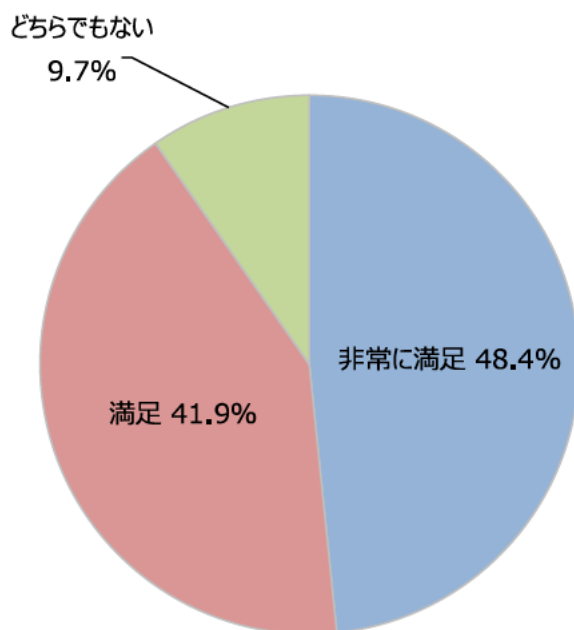
図表 31 起業（新規事業立ち上げ）の状況について（MA）



3) シェアビレッジ株式会社（丑田氏）による講義について（満足度と自由回答）

図表 32 シェアビレッジ株式会社（丑田氏）による講義について（満足度）（SA）

(n=31)

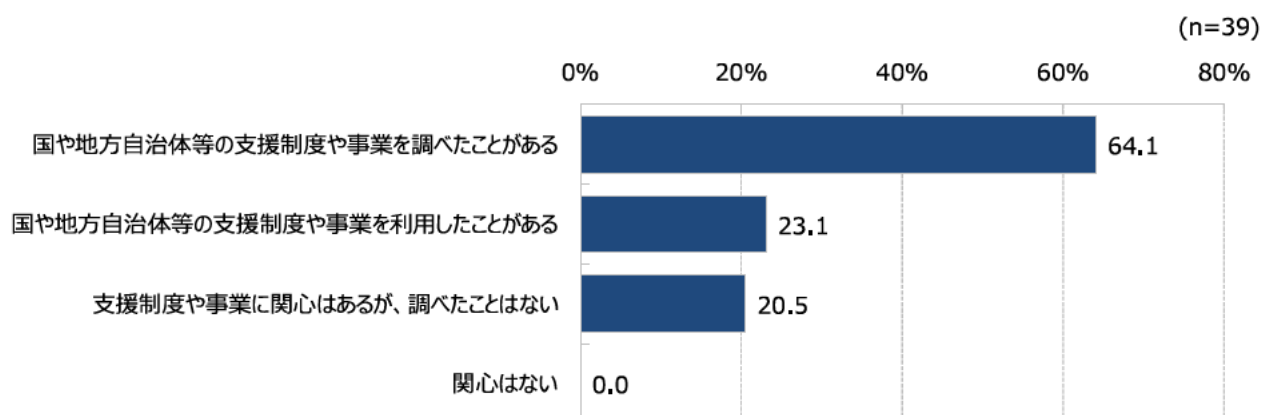


注) 「やや不満」、「不満」は0件のため非掲載

4) 地域商社等に対する支援制度について

a.勉強会の中でご案内した「地域商社に関する支援メニュー」について

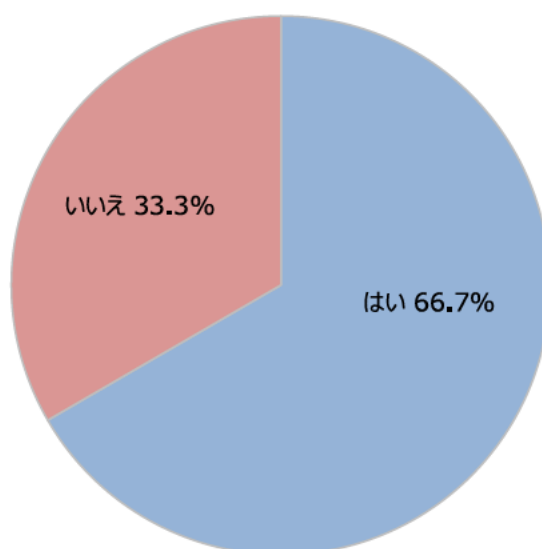
図表 33 勉強会の中でご案内した「地域商社に関する支援メニュー」について (MA)



b.各種支援メニューについて、さらに詳しく知りたいか

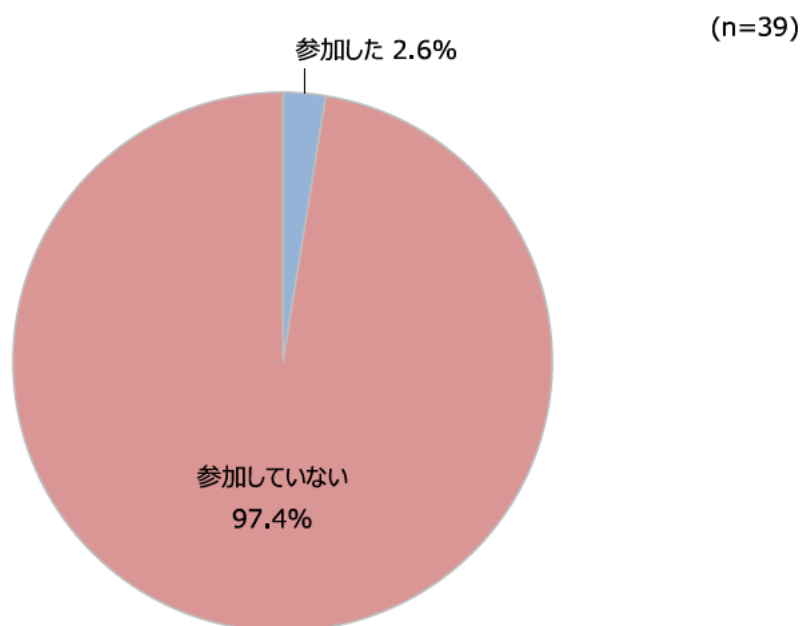
図表 34 各種支援メニューについて、さらに詳しく知りたいか (SA)

(n=39)



5) 起業相談会/挨拶・意見交換への参加について

図表 35 起業相談会/挨拶・意見交換への参加について (SA)



〔自由回答〕勉強会から得た示唆

- ・ 地域に根差した活動を行う上で「くらしの中に、自ら参加し、つくる場所／仲間をもつ」という言葉が特に印象に残りました。地域住民やキーマンとなる事業者との深い関係を構築していくためには、そこに暮らし、仲間と繋がることの大切さを教えていただきました。新規事業立ち上げの検討を進める上で、その地域/地域事業者の皆さまとどのような関係を築き、何を果たしていくべきか今後議論を深めたい。(航空産業)
- ・ お金の集め方が多様化してきていること。金融機関からの融資に留まらず、社会的資本の集め方を今一度勉強し、挑戦したいと感じた。(卸売・小売業)
- ・ その瞬間の閃きにたくさんの人を巻き込み、たくさんの会社を起こしている。その即断力とリスクの取り方が素晴らしいと感じた。(金融・保険業)
- ・ 新しい事業を立ち上げるにあたっての周囲の巻き込み方や、住民との関係性の創り方が非常に参考になりました。(卸売・小売業)
- ・ 地域での社会関係資本というのが非常に重要であることが事例として分かりやすかった。また、それをまとめ上げる中心的人材も必要ということを再認識しました。(金融・保険業)
- ・ 多くの事業がうまくいっていることに大変感心しました。地元の方とアソビ⇒ビジネスに進化させる手腕が凄いのだと思います。(銀行系地域商社)
- ・ 事業者の横の繋がり的重要性や、遊びを軸にすることで参加者が乗りやすい雰囲気を作ること等が参考になりました。(支援機関)
- ・ 朝市の活性化やシェアオフィス構築の過程がわかり、関係人口の増やし方やテナントの集め方など参考になりました。(コンサルティング・プロデュース業 (まちづくり))
- ・ ステークホルダーを広げすぎないこと。小さく始めて広げていくこと。この 2 点について、支援する側の立場で大変参考になりました。(商工会連合会)
- ・ 地域商社のイメージを描けました。「チャレンジャーが集まる生態系をつくる」という言葉が印象的でした。田舎なので少なからず人とのつながりがありますが、分野や所属が異なる人たちや、大小問わずこんなことやりたいという人など、点と点をつなぐ役割を地域商社で担えればと思いました。(公務(自治体・官庁))

5. 第5回勉強会【地域商社を起業する－失敗から学ぶ地域商社のステージアップ－】

（１）実施日・方法

- ・実施日：2023年12月13日（水）
- ・手法：Webex ミーティングを用いたオンライン開催

（２）事前告知

- ・地域商社ネットワーク会員向けのウェブサイトを通じて告知を行った。
- ・内閣府ウェブサイトやSNS等を通じて広く周知した。

（３）実施内容

①プログラム

- 1 主催者挨拶：内閣府地方創生推進室
- 2 講義・質疑応答
株式会社 地域商社こうち マーケティング事業部 取締役部長 岡田 一水氏
マネージャー 比与森 有亮氏
- 3 支援制度等情報提供：内閣府地方創生推進室
- 4 会員ネットワーキング「地域商社会員の活動紹介」
 - 1) むさしの未来パートナーズ 様
 - 2) 地域商社さぎんコネクト株式会社 様
- 5 起業相談会（事前申込制により希望者を対象に実施）

②当日資料

事業実施前に、受講生のみにダウンロード可能な環境を提供した。

（４）受講条件

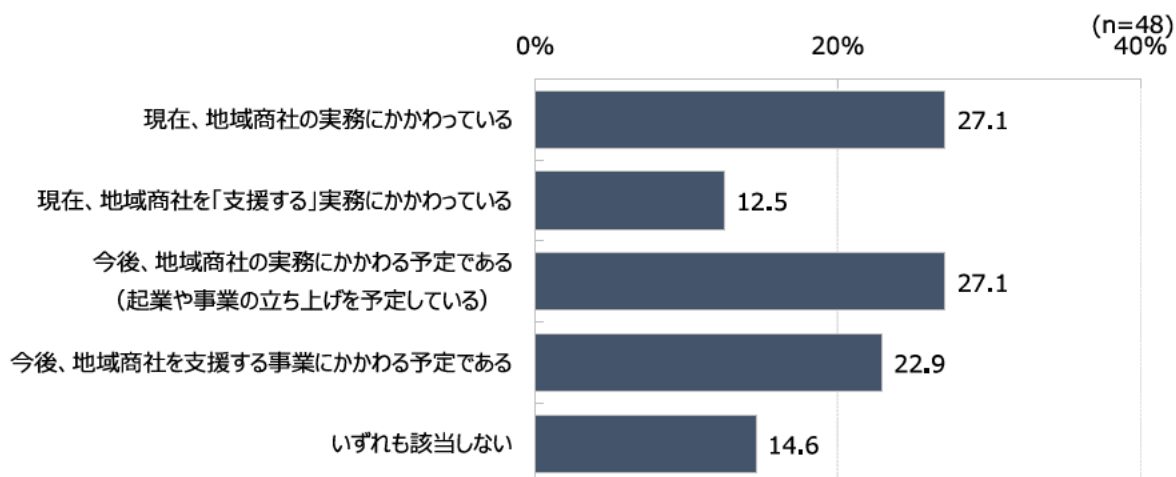
- ・地域商社ネットワークに会員登録していること
- ・地域商社事業の実務に関わる経営者・実務家であること（ないしは、その予定があること）
（会員登録内容「事業内容（詳細）」にて事業内容が確認できること）
- ・オンライン会議ツール Webex が利用可能であること
- ・受講時間帯にカメラ・マイク機能がともに利用可能であること
（講師とのオンラインでの意見交換や質疑応答が可能であること）
- ・事前資料の配付について、ストレージサービス「Dropbox」で受領できること
（個別メールでのファイル送信等は実施せず）
- ・マイページより、「参加希望受付・経営課題アンケート」に回答いただくこと
- ・起業相談会へ参加希望の場合は、上記アンケートにて相談内容の概略が記入可能なこと
- ・受講後、事務局が別途ご案内する事後アンケートに回答いただくこと

(5) 申込の状況

①申込の状況と確定結果

- ・50 者から受講申込があった。
- ・会員登録情報および事前アンケートの回答状況から受講資格を確認し、48 名を選定した。
- ・事前アンケート結果は以下のとおりである。

図表 36 地域商社の実務への関わり方 (SA)



注) 2 名が複数回答につき、グラフは MA 形式を用いた。

②起業相談会

- ・当日は 9 名を対象に相談会を実施した。

(6) 実施結果

①当日資料

講師に依頼しクラウドストレージサービス「Dropbox」を通じて、受講生に事前配布を行った。

②受講状況（講義・個別挨拶）

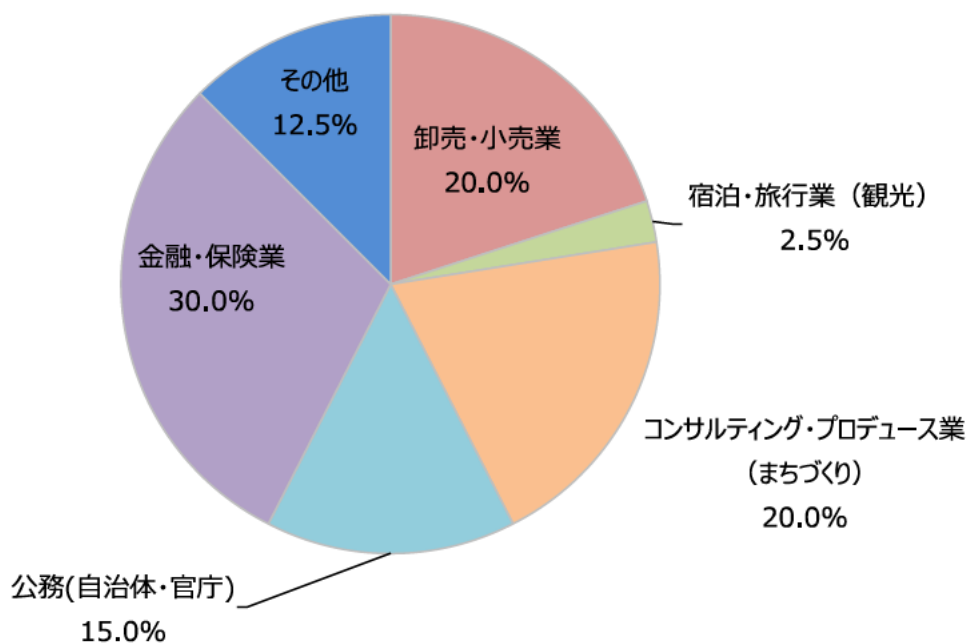
- ・当日視聴者数は、47名であった。
- ・視聴後のアンケート結果は次のとおりとなった（回答数：40）。

③事後アンケート結果

1) 受講者の属性（業種分類）

図表 37 業種分類（SA）

(n=40)

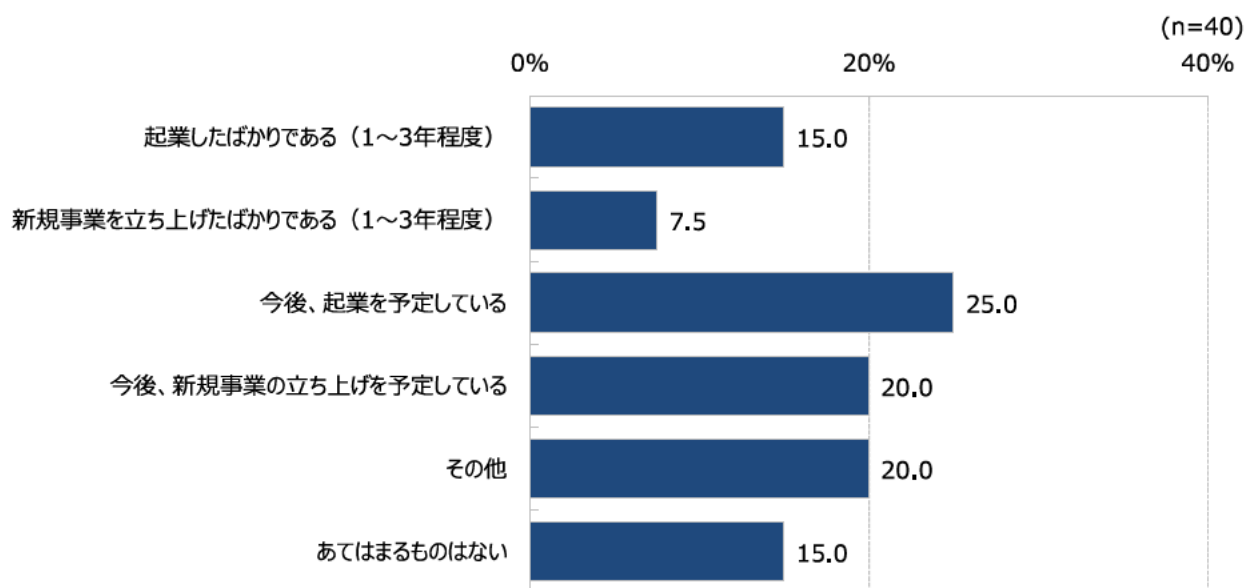


注1) 「農林水産業」は0件のため非掲載

注2) その他：購買のコンサルティング事業／指定管理者／商工会／不動産デベロッパー／専門サービス業

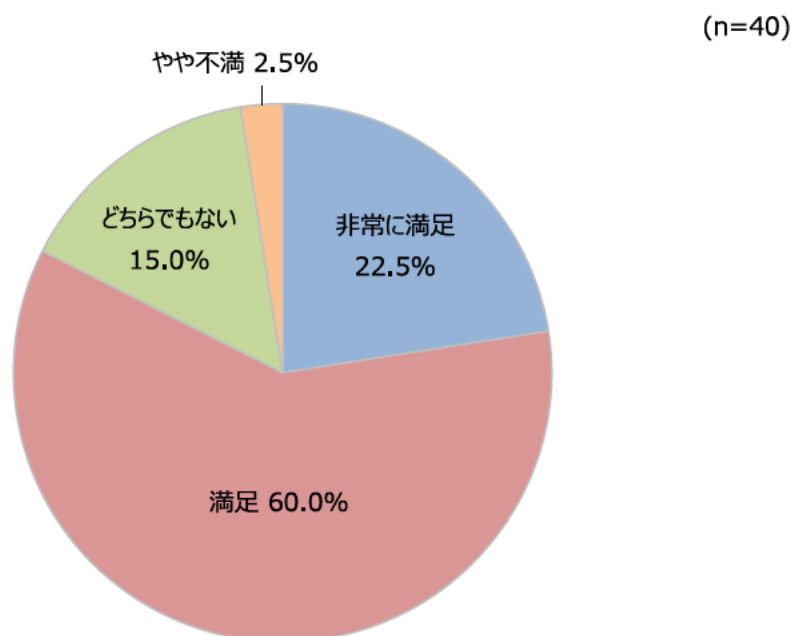
2) 起業（新規事業立ち上げ）の状況について

図表 38 起業（新規事業立ち上げ）の状況について（MA）



3) 株式会社 地域商社こうち（岡田氏・比与森氏）による講義について（満足度と自由回答）

図表 39 株式会社 地域商社こうち（岡田氏・比与森氏）による講義について（満足度）（SA）

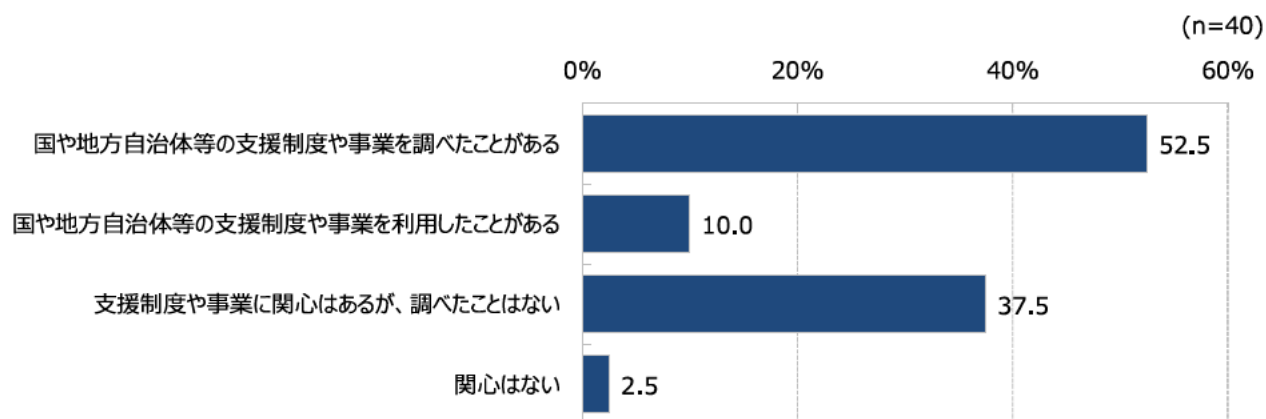


注)「不満」は0件のため非掲載

4) 地域商社等に対する支援制度について

a.勉強会の中でご案内した「地域商社に関する支援メニュー」について

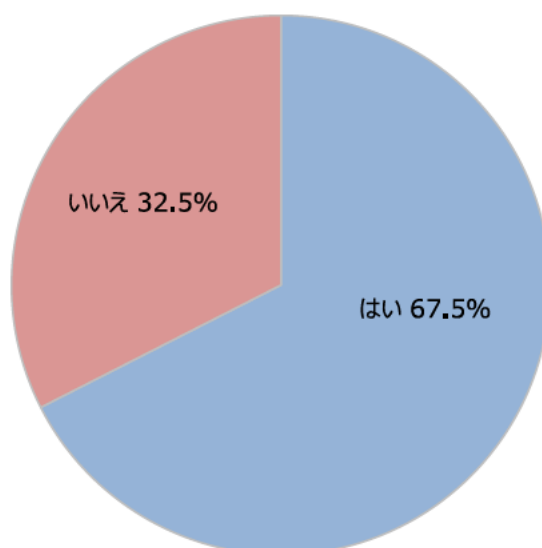
図表 40 勉強会の中でご案内した「地域商社に関する支援メニュー」について (MA)



b.各種支援メニューについて、さらに詳しく知りたいか

図表 41 各種支援メニューについて、さらに詳しく知りたいか (SA)

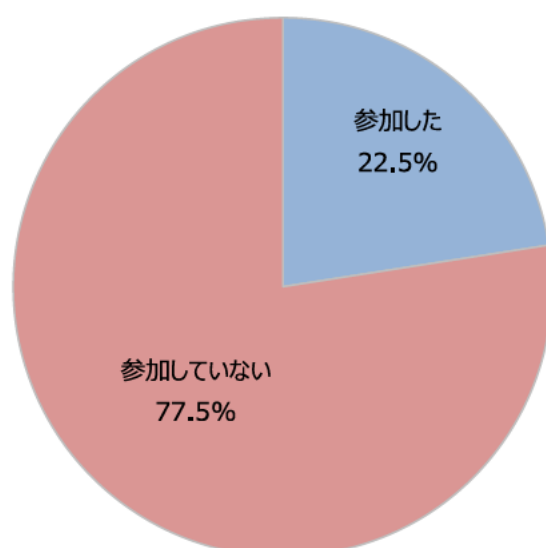
(n=40)



5) 起業相談会/挨拶・意見交換への参加について

図表 42 起業相談会/挨拶・意見交換への参加について (SA)

(n=40)



〔自由回答〕勉強会から得た示唆

【講義から得た示唆・感想】

- ・ 会社の存在意義・理念等の根幹をじっくり考え続けていることに共感した。(卸売・小売業)
- ・ 新規事業を立ち上げるまでの具体的なプロセスが今後の参考になり得ると感じた。(卸売・小売業)
- ・ 立ち上げ時に発生した想定外の問題への対処や許認可取得は参考となりました。(金融・保険業)
- ・ 地域商社設立に際し、初めに将来のビジョンを確定させることが非常に大切であることを理解しました。(金融・保険業)
- ・ 報告義務や規定の整備などバックオフィスの仕事が1年目は特に多かったことは参考となりました。(公務(自治体・官庁))
- ・ どのような業務を、どの様に行なっているか、参考になった。(商工会)
- ・ 事業を運営していく上で必要な人材、体制を考えるヒントをいただきました。(不動産デベロッパー)
- ・ やってみる、会ってみるなどの具体的な行動が大事で、その都度計画も変わっていくという内容が強く残りました。当方は、支援する立場ですが、その理念で進めて参ります。(コンサルティング・プロデュース業(まちづくり))
- ・ ECサイトの運用部分について、自分自身も行っているので参考となる部分をたくさん聞くことができた。(卸売・小売業)
- ・ 多くの事業者さんで原価管理が難しいことがわかり、参考になりました。(専門サービス業)
- ・ マネタイズのポイントがよくわかりました。(宿泊・旅行業(観光))
- ・ 地域商社として、いかに地元の生産者と消費者のハブとなるか、営利も追求しながらとなると、なかなか難しいものがあると感じました。(指定管理者)
- ・ 講義を拝聴し、収支責任も不明確、事業経験もあまりない方が、ただでさえ厳しい地方での創業を行うことは、難易度が高いと思いました。(購買のコンサルティング事業)

【会員ネットワーキングによる事例紹介から得た示唆・感想】

(むさしの未来パートナーズ 様による登壇)

- ・ 購入型クラウドファンディングサイト「IBUSHIGIN」について、サイトのUIやプロジェクトの見せ方などが素晴らしく、参考にさせていただきたいと感じました。(卸売・小売業他)
- ・ エコシステムの概念はよく理解できCSRにふりきったモデルだと思いました。(コンサルティング・プロデュース業(まちづくり))
- ・ アクティブシニアへの会員制サービスは面白いサービスだと思いますし、その他ファミリー世帯への拡張もできそうだと感じました。(不動産デベロッパー他)
- ・ 年会費が毎年入ってくるスキームは魅力的だと思いました。(公務(自治体・官庁))

(地域商社さぎんコネクト株式会社 様による登壇)

- ・ デジタルサイネージ事業の展開が興味深かったです。広告含めた媒体としての銀行の存在を見直すのは、地域にとって重要であるように感じました。(購買のコンサルティング事業他)
- ・ 自動販売機やカタログギフトに着目した点が、地域商社の事業モデルとしてとても良かったです。(指定管理者他)
- ・ 銀行支店の空きスペースでマルシェや催事販売、広告事業をまず手掛けられたという点が参考になりました。(公務(自治体・官庁))
- ・ クラウドファンディングなど様々な事業が地域商社として可能であることが参考になりました。(金融・保険業)

6. 第6回勉強会【地域商社の経営改革－自社の経営デザインを再構築する－】

（１）実施日・方法

- ・実施日：2024年2月14日（水）
- ・手法：Webex ミーティングを用いたオンライン開催

（２）事前告知

- ・地域商社ネットワーク会員向けのウェブサイトを通じて告知を行った。
- ・内閣府ウェブサイトやSNS等を通じて広く周知した。

（３）実施内容

①プログラム

- 1 主催者挨拶：内閣府地方創生推進室
- 2 講義・質疑応答
株式会社RW 代表取締役 稲波 伸行氏
- 3 支援制度等情報提供：内閣府地方創生推進室
- 4 会員ネットワーキング「地域商社会員の活動紹介」
株式会社小島洋酒店 様
- 5 経営相談会（事前申込制により希望者を対象に実施）

②当日資料

事業実施前に、受講生のみにダウンロード可能な環境を提供した。

（４）受講条件

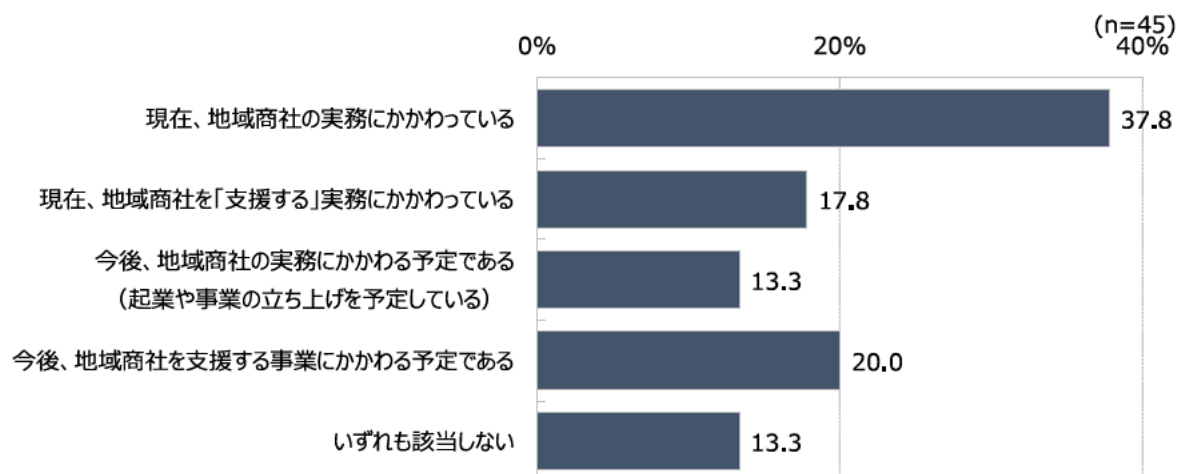
- ・地域商社ネットワークに会員登録していること
- ・地域商社事業の実務に関わる経営者・実務家であること（ないしは、その予定があること）
（会員登録内容「事業内容（詳細）」にて事業内容が確認できること）
- ・オンライン会議ツール Webex が利用可能であること
- ・受講時間帯にカメラ・マイク機能がともに利用可能であること
（講師とのオンラインでの意見交換や質疑応答が可能であること）
- ・事前資料の配付について、ストレージサービス「Dropbox」で受領できること
（個別メールでのファイル送信等は実施せず）
- ・マイページより、「参加希望受付・経営課題アンケート」に回答いただくこと
- ・経営相談会へ参加希望の場合は、上記アンケートにて相談内容の概略が記入可能なこと
- ・受講後、事務局が別途ご案内する事後アンケートに回答いただくこと

(5) 申込の状況

①申込の状況と確定結果

- ・45 者から受講申込があった。
- ・会員登録情報および事前アンケートの回答状況から受講資格を確認し、45 名を選定した。
- ・事前アンケート結果は以下のとおりである。

図表 43 地域商社の実務への関わり方 (SA)



注) 1 名が複数回答につき、グラフは MA 形式を用いた。

②経営相談会

- ・事前アンケート結果より申込みがなかったため、当日希望者を受付、ご挨拶のみ実施した。

(6) 実施結果

①当日資料

講師に依頼しクラウドストレージサービス「Dropbox」を通じて、受講生に事前配布を行った。

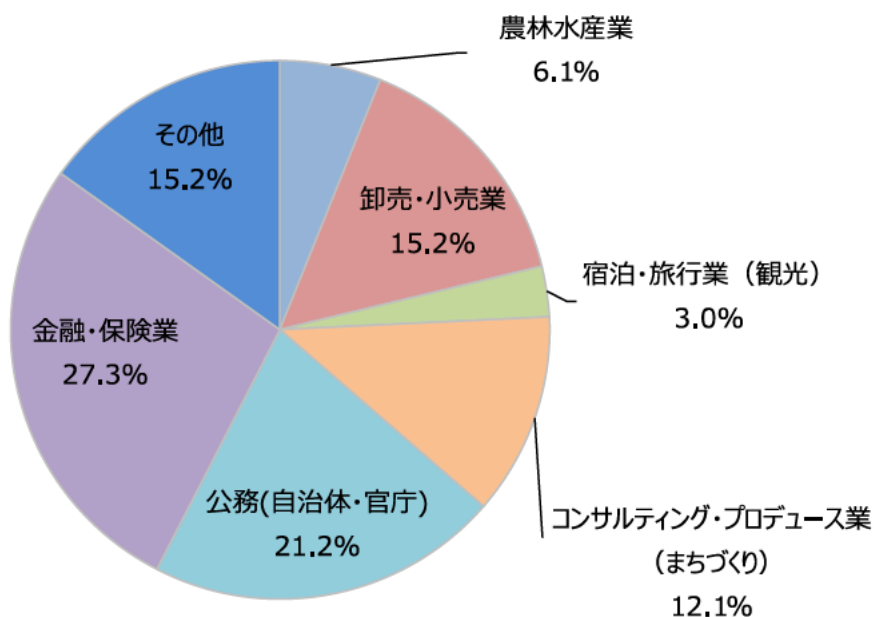
②受講状況（講義・個別挨拶）

- ・当日視聴者数は、44 名であった。
- ・視聴後のアンケート結果は次のとおりとなった（回答数：33）。

③事後アンケート結果

1) 受講者の属性（業種分類）

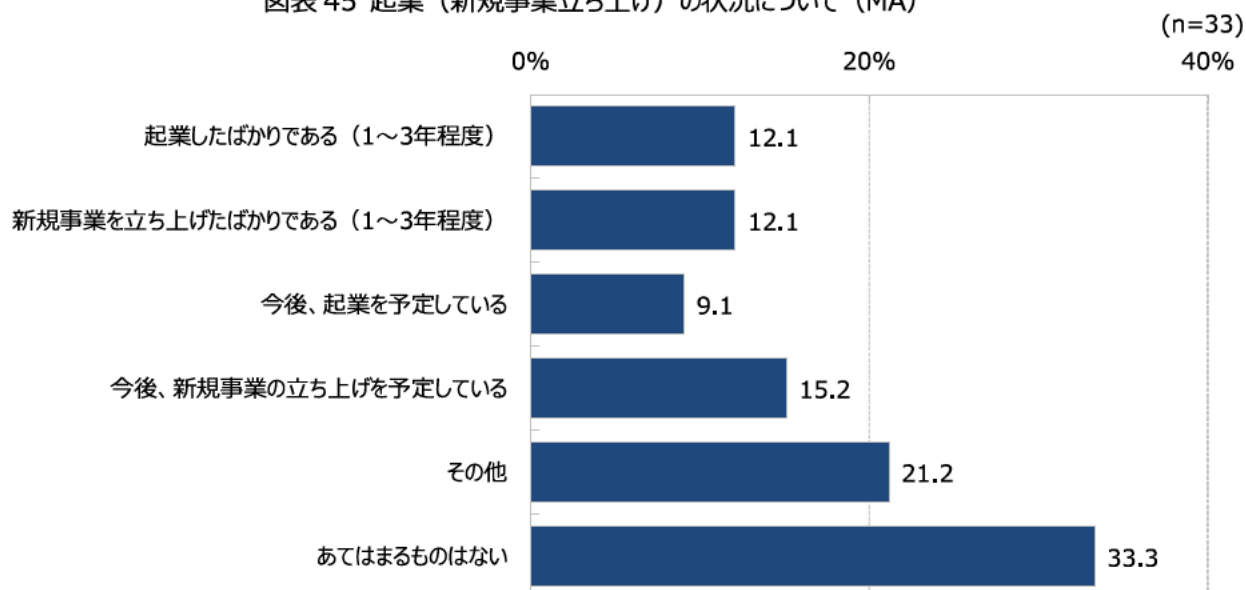
図表 44 業種分類 (SA) (n=33)



注) その他：商工会／公共施設の指定管理業務／特定非営利活動法人／地域商社／支援機関

2) 起業（新規事業立ち上げ）の状況について

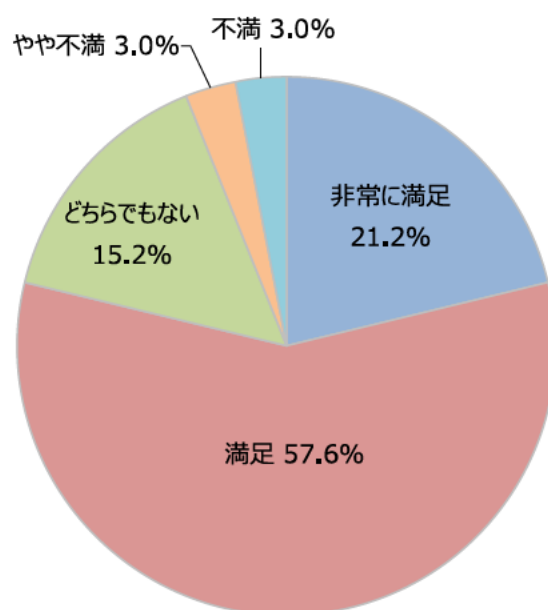
図表 45 起業（新規事業立ち上げ）の状況について (MA)



3) 株式会社 RW（稲波氏）による講義について（満足度と自由回答）

図表 46 株式会社 RW（稲波氏）による講義について（満足度）（SA）

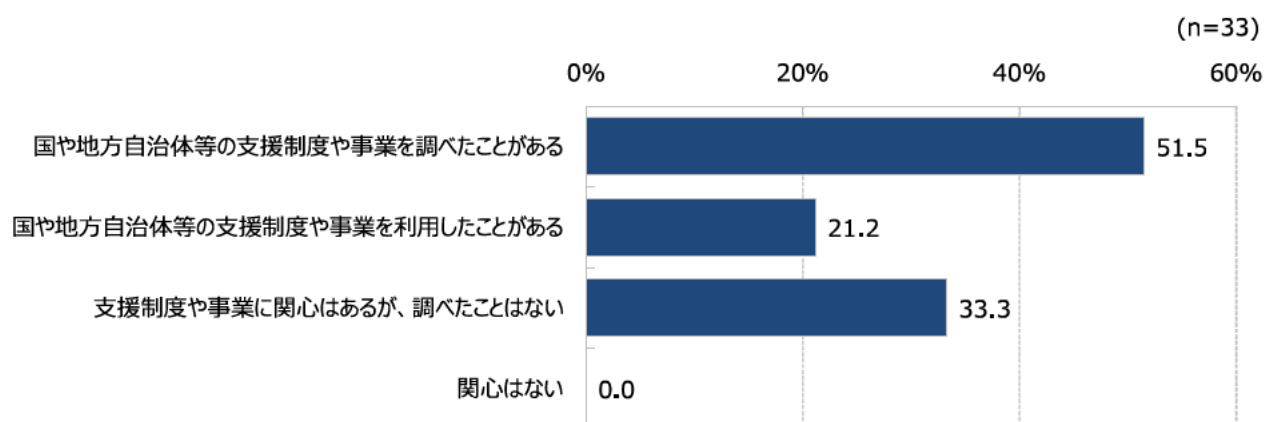
(n=33)



4) 地域商社等に対する支援制度について

a.勉強会の中でご案内した「地域商社に関する支援メニュー」について

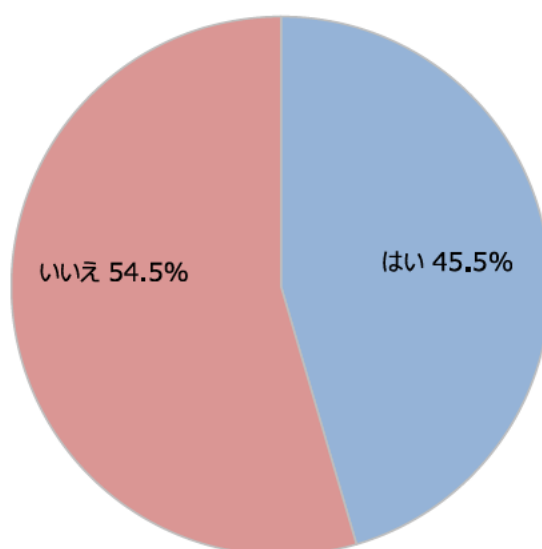
図表 47 勉強会の中でご案内した「地域商社に関する支援メニュー」について (MA)



b.各種支援メニューについて、さらに詳しく知りたいか

図表 48 各種支援メニューについて、さらに詳しく知りたいか (SA)

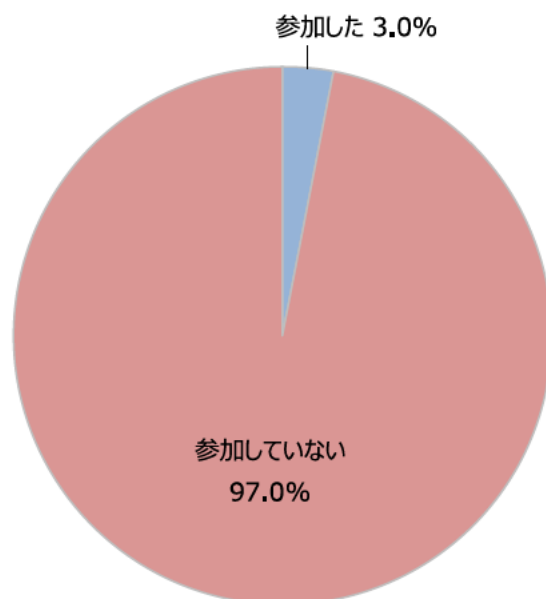
(n=33)



5) 経営相談会/挨拶・意見交換への参加について

図表 49 経営相談会/挨拶・意見交換への参加について (SA)

(n=33)



【自由回答】勉強会から得た示唆

【講義から得た示唆・感想】

- ・ デザイン経営という言葉は知っていたが、今回、内容について理解を深めることができた。(宿泊・旅行業 (観光))
- ・ 「デザインは観察のインプット量」の部分が非常に印象に残りました。デザインは生まれ持ったセンスだと思っていたのですが、違うことがわかり、ホッとしました。少しこまめに写真を撮って比べるなど、工夫をしてみたいと思います。(公務(自治体・官庁))
- ・ デザイナーとのコミュニケーションの部分が大変参考になりました。良い成果物にするために、納得のいかないものであれば正直に意見を言う、という点が非常に参考になりました。(卸売・小売業)
- ・ デザイン経営の重要性が理解できた。一方、デザイナーの力量を担保する仕組みがなく、建築士のような資格制度があれば良いと思った。(コンサルティング・プロデュース業 (まちづくり))
- ・ 顧客の意見に偏重するのではなく、自身の内なる声を優先する、といった講師のお話は意外で、貴重なアドバイスとなった。(農林水産業)
- ・ 地域商社の役割として、「地域の業者が見えない景色を商社が見出す」というフレーズが印象に残っております。(公共施設の指定管理業務)
- ・ 事業にデザインを伴奏させるという言葉が印象に残りました。(コンサルティング・プロデュース業 (まちづくり))
- ・ まずは動く事が大事ということが印象にのこりました。お客様には、完成したものを出すのではなくプロトタイプでよいので問いかけを行っていくという流れは、お客様から相談を受けた際にお伝えしたいと思いました。(金融・保険業)
- ・ ブランディングにあたって、市場社会と自社らしさが交わる場所＝“じぶんたち”を忘れないことが重要であるとお話しが印象的でした。(金融・保険業)
- ・ 問い続けることが大事という言葉が印象的でした。(支援機関)
- ・ コンビニの陳列の仕方によって、企業の戦略が見えるところ。(金融・保険業))

【会員ネットワーキングによる事例紹介から得た示唆・感想】

(株式会社小島洋酒店 様による登壇)

- ・ 海外展開のお話について、少ない機会を良いタイミングとして事業展開したことに共感した。(公務(自治体・官庁))
- ・ 海外への販売戦略について、非常に参考になった。(金融・保険業)
- ・ 輸出事業の話が聞けてとても良かった。広い視野と行動力がとても大切だと感じた。(公共施設の指定管理業務)
- ・ 域外マーケットを意識することによって、当地の価値以上の価値で売れることの重要性に気づくことが出来るといったお話しが印象的でした。(農林水産業)
- ・ 販路を広く見ることの大切さを感じました。(地域商社)
- ・ 地域発信のブランディング事例として参考になった。同じ地方の者として地域の活性化に貢献していきたい。(金融・保険業)
- ・ 良いものを良い値段で提供するための工夫について理解することができました。(商工会)
- ・ 地域内でどう特長や存在感を出していくべきなのか参考になった。(卸売・小売業)
- ・ 住んでいる地域もお酒の製造が盛んなので、とても参考になった。(コンサルティング・プロデュース業 (まちづくり))

7. 第7回勉強会

【地域商社が担う持続可能な地域づくり-産官学民の共創で起業家・ローカル スタートアップ創出へ-】

(1) 実施日・方法

- ・実施日：2024年3月14日（木）
- ・手法：Webex ミーティングを用いたオンライン開催

(2) 事前告知

- ・地域商社ネットワーク会員向けのウェブサイトを通じて告知を行った。
- ・内閣府ウェブサイトやSNS等を通じて広く周知した。

(3) 実施内容

①プログラム

- 1 主催者挨拶：内閣府地方創生推進室
- 2 講義・質疑応答
一般財団法人こゆ地域づくり推進機構 代表理事、AGRIST 株式会社 代表取締役
齋藤 潤一氏
- 3 支援制度等情報提供：内閣府地方創生推進室

②当日資料

事業実施前に、受講生のみにダウンロード可能な環境を提供した。

(4) 受講条件

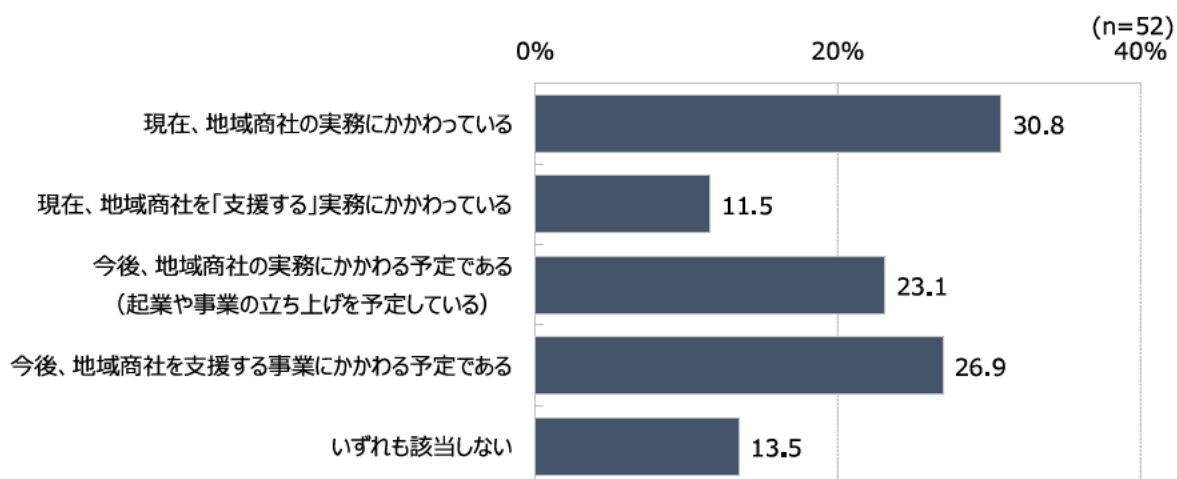
- ・地域商社ネットワークに会員登録していること
- ・地域商社事業の実務に関わる経営者・実務家であること（ないしは、その予定があること）
（会員登録内容「事業内容（詳細）」にて事業内容が確認できること）
- ・オンライン会議ツール Webex が利用可能であること
- ・受講時間帯にカメラ・マイク機能がともに利用可能であること
（講師とのオンラインでの意見交換や質疑応答が可能であること）
- ・事前資料の配付について、ストレージサービス「Dropbox」で受領できること
（個別メールでのファイル送信等は実施せず）
- ・マイページより、「参加希望受付・経営課題アンケート」に回答いただくこと
- ・受講後、事務局が別途ご案内する事後アンケートに回答いただくこと

（５）申込の状況

①申込の状況と確定結果

- ・ 52 者から受講申込があった。
- ・ 会員登録情報および事前アンケートの回答状況から受講資格を確認し、52 名を選定した。
- ・ 事前アンケート結果は以下のとおりである。

図表 50 地域商社の実務への関わり方（SA）



注）3 名が複数回答につき、グラフは MA 形式を用いた。

(6) 実施結果

①当日資料

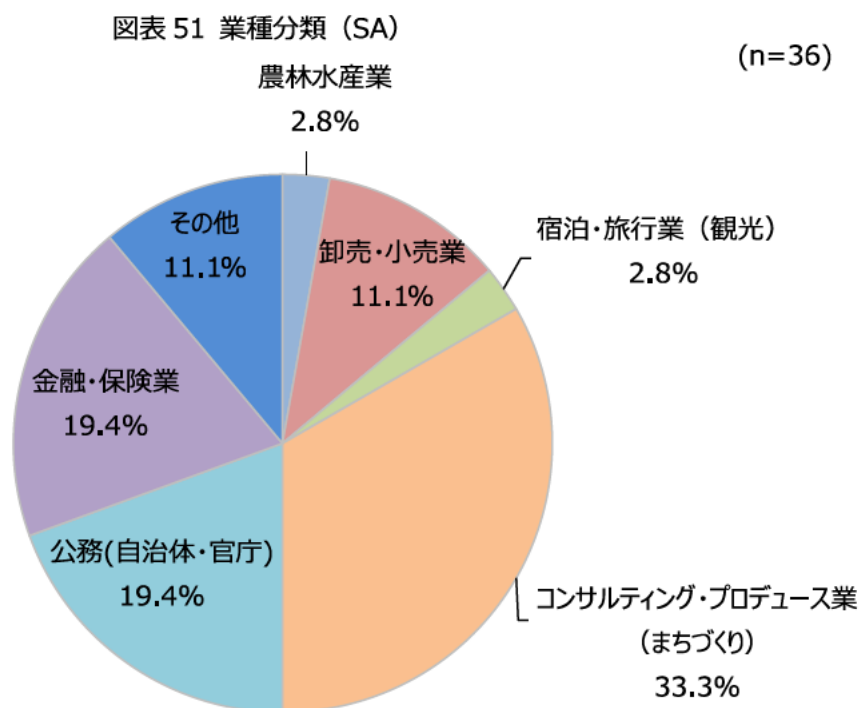
講師に依頼しクラウドストレージサービス「Dropbox」を通じて、受講生に事前配布を行った。

②受講状況（講義・個別挨拶）

- ・当日視聴者数は、47名であった。
- ・視聴後のアンケート結果は次のとおりとなった（回答数：36）。

③事後アンケート結果

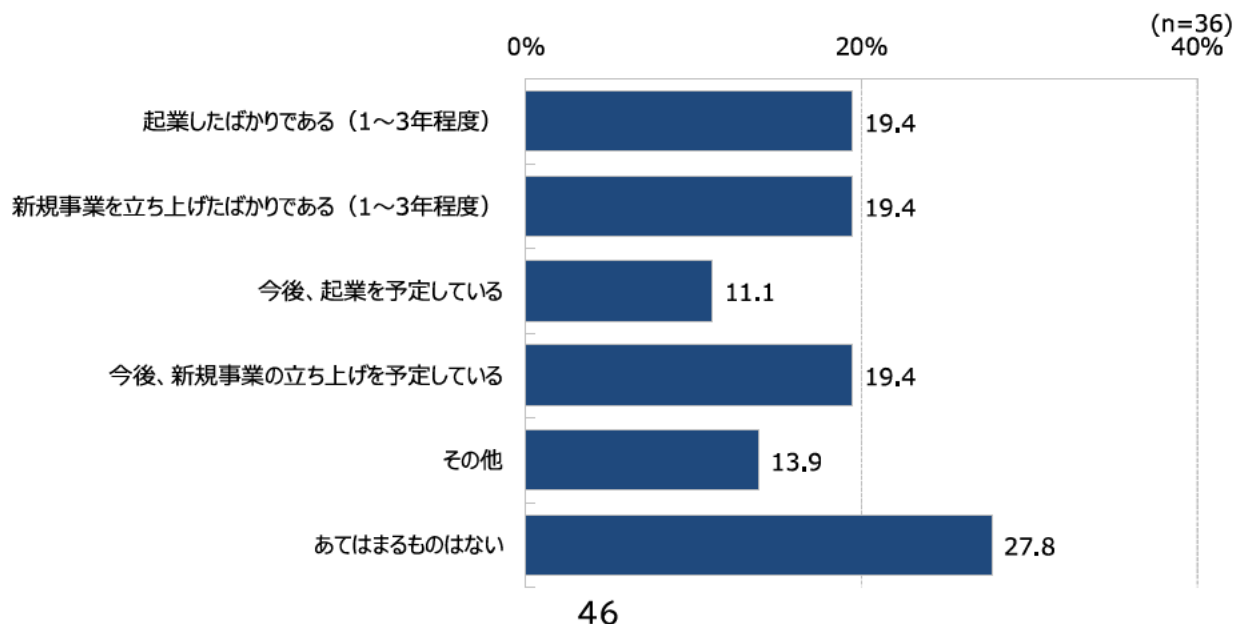
1) 受講者の属性（業種分類）



注) その他：その他サービス業／雑誌発行／アート系の NPO 法人／ふるさと納税業務

2) 起業（新規事業立ち上げ）の状況について

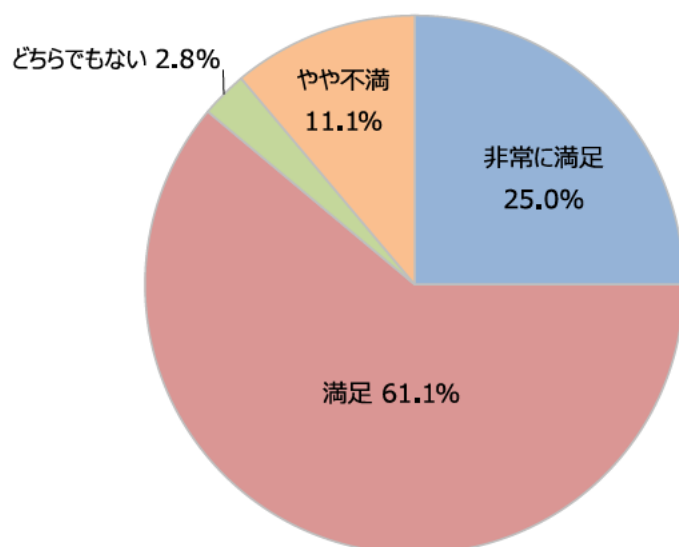
図表 52 起業（新規事業立ち上げ）の状況について (MA)



3) 一般社団法人こゆ地域づくり推進機構（齋藤氏）による講義について（満足度と自由回答）

図表 53 一般社団法人こゆ地域づくり推進機構（齋藤氏）による講義について（満足度）（SA）

(n=36)

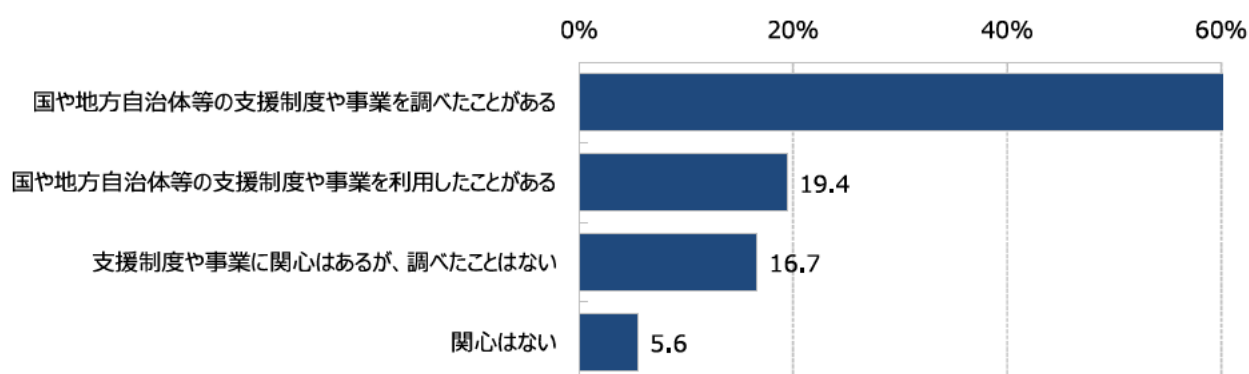


4) 地域商社等に対する支援制度について

a.勉強会の中でご案内した「地域商社に関する支援メニュー」について

図表 54 勉強会の中でご案内した「地域商社に関する支援メニュー」について（MA）

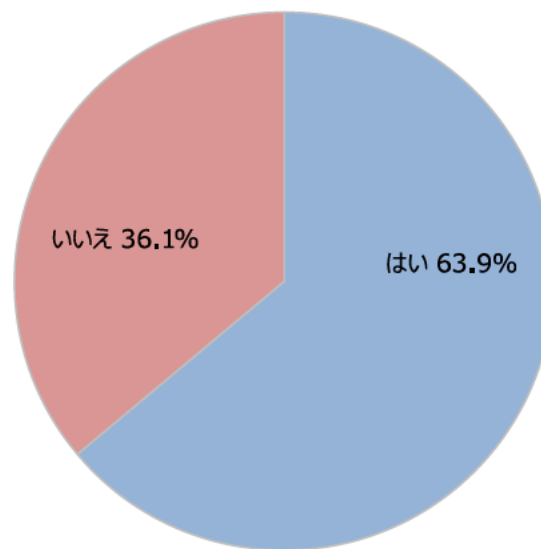
(n=36)



b.各種支援メニューについて、さらに詳しく知りたいか

図表 55 各種支援メニューについて、さらに詳しく知りたいか (SA)

(n=36)



〔自由回答〕勉強会から得た示唆

- ・ 具体的な説明があり、どれも参考になった。(コンサルティング・プロデュース業 (まちづくり))
- ・ 参加者の意見等を聞くことができ、金融機関として参考にできることもありました。(金融・保険業)
- ・ 想いが大切なことがわかりました。(コンサルティング・プロデュース業 (まちづくり))
- ・ 地域を盛り上げていくマインドを学んだ。(公務(自治体・官庁))
- ・ 熱のある行動が重要で、アイデアは無意味という部分が刺さりました。(コンサルティング・プロデュース業 (まちづくり))
- ・ 行動することの大切さをあらためて学びました。(その他サービス業)
- ・ 目の前の事を一生懸命する。失敗しても前向きに進む。(コンサルティング・プロデュース業 (まちづくり))
- ・ マニュアルを学ぶという姿勢では先に進まないという指摘、やれることはまず実施するという姿勢。(公務(自治体・官庁))
- ・ 続けることが大切だと改めて思いました。(金融・保険業)
- ・ 「気が狂ったようにやる」それでも失敗の方が多。これができるメンタルというか使命感が必要だと感じた。(金融・保険業)
- ・ 国の動向、社会情勢、今後の動きを注視しながら事業実施に動いていかなければならない。事業を広く認知してもらうには時代に見合った情報発信をしていく必要がある。(公務(自治体・官庁))
- ・ ハウトゥーは役に立たない。とことんやり抜くことこそが重要。(卸売・小売業)
- ・ 印象に残ったのは、一粒 1000 円ライチの話。また、齋藤さんが最後におっしゃったハウトゥーを学んでも意味はなく、気が狂ったように情報発信やクラウドファンディングを続け、試行錯誤し続けることが大事だという言葉が最も印象的でした。(ふるさと納税業務)
- ・ 新しいことをやる上で、誰とどんな段取りで進めるかということから考えてしまっているが、地域の中でゆるい繋がりをつくる、狂ったように伝え続ける、HOW TO は意味がない、という 3 つが頭に残りました。(雑誌発行)
- ・ こゆ財団の活動内容や地域・事業者とのかかわり方などについて話を聞けて良かったです。(公務(自治体・官庁))・ 内容的にはよく理解できた。現在、キラーコンテンツができてくるので、講義内容を参考に育てたいと思う。(農林水産業)
- ・ 地方の一次産業はコンテンツとしてはいいものでも、商品化や営業、PR 等が苦手な場合が多く、この部分を地域商社のようなかたちで担っていき、さらにその利益を地域へ再投資することで地域経済の好循環が生まれていくことを実感できた。自分の地域でもまちの仲間と実際に動いていきます。ありがとうございました。(公務(自治体・官庁))
- ・ 途中でやめない。価値を見出す。導き一緒にやるプレーヤーを探す (弱いつながりの中から)。(卸売・小売業)
- ・ 齋藤さんのファシリテーター(参加者全員に一言ずつアウトプットさせる点、齋藤さんの周りにはインプットとアウトプットがセットになって人間力が高まっていくんだと感じました。(宿泊・旅行業 (観光))・ 起業や新規事業の立ち上げを考えていくときに心に刺さる内容だったと思います。加えて、緻密なマーケット分析やブランディング戦略など、ビジネスの基礎が徹底的に行われていることがうかがえる講義でした。(金融・保険業)
- ・ 地域は地域の流行りがあるので、ターゲットとマーケットを見定めて設計していく必要があると再認識できました。(コンサルティング・プロデュース業 (まちづくり))
- ・ わずか、取り組みされて 7 年目という、短期間で成果をだされていること。(コンサルティング・プロデュース業 (まちづくり))

Ⅲ. 会員向けアンケート調査

1. 実施概要

調査期間	2024 年 2 月 9 日～2024 年 2 月 26 日
調査対象	961 件（2024 年 2 月 9 日までに地域商社ネットワークに参加する会員） ※メール未達の会員は除く
回答数	143 件（回答率：14.9%）
設問	・所在都道府県 ・地域商社事業への取組状況 ・地域商社事業の立ち上げ時期 ・事業領域 ・主な取り扱い品目 ・取り扱い品目のうち最も売上高比率が高いもの ・地域商社事業の直近の売上高 ・地域商社事業の売上高が占める割合 ・地域商社ネットワークの登録年 ・地域商社ネットワークの活用状況 ・勉強会の参加状況 ・勉強会参加後の取組 ・取組事例の活用状況 ・地域商社ネットワーク入会期間の事業の進捗・成果 ・地域商社ネットワークのウェブサイトへのアクセス頻度 ・起業支援団体等への相談状況 ・起業するうえでの課題 ・地方創生起業支援金制度の認知度・活用希望 ・内閣府の地域商社事業に期待する内容 等

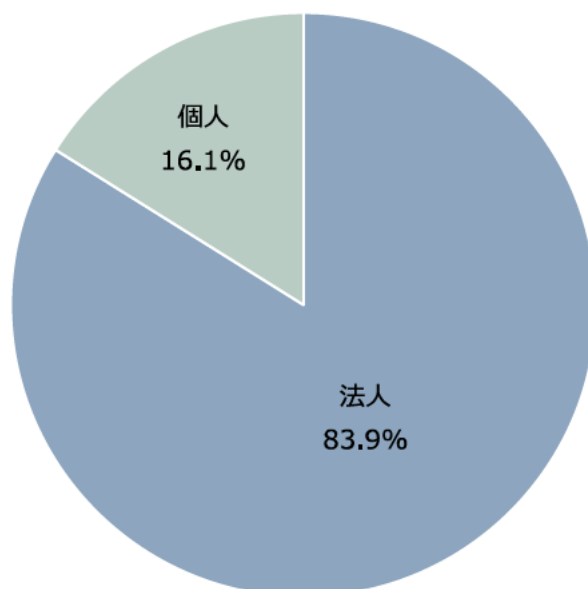
2. 実施結果

(1) 回答者の属性

①属性

「法人」の割合が 83.9%、個人が 16.1%である。

図表 56 属性



(n=143)

②所在都道府県

「東京都」の割合が最も高く 21 件である。次いで、「長野県（9 件）」、「北海道（8 件）」、「京都府（8 件）」である。

図表 57 所在都道府県（回答件数）

都道府県名	実数	構成比
北海道	8	5.6%
青森県	4	2.8%
岩手県	2	1.4%
宮城県	0	0.0%
秋田県	3	2.1%
山形県	2	1.4%
福島県	1	0.7%
茨城県	3	2.1%
栃木県	2	1.4%
群馬県	1	0.7%
埼玉県	3	2.1%
千葉県	3	2.1%
東京都	21	14.7%
神奈川県	4	2.8%
新潟県	2	1.4%
富山県	1	0.7%
石川県	2	1.4%
福井県	1	0.7%
山梨県	2	1.4%
長野県	9	6.3%
岐阜県	3	2.1%
静岡県	1	0.7%
愛知県	1	0.7%
三重県	4	2.8%

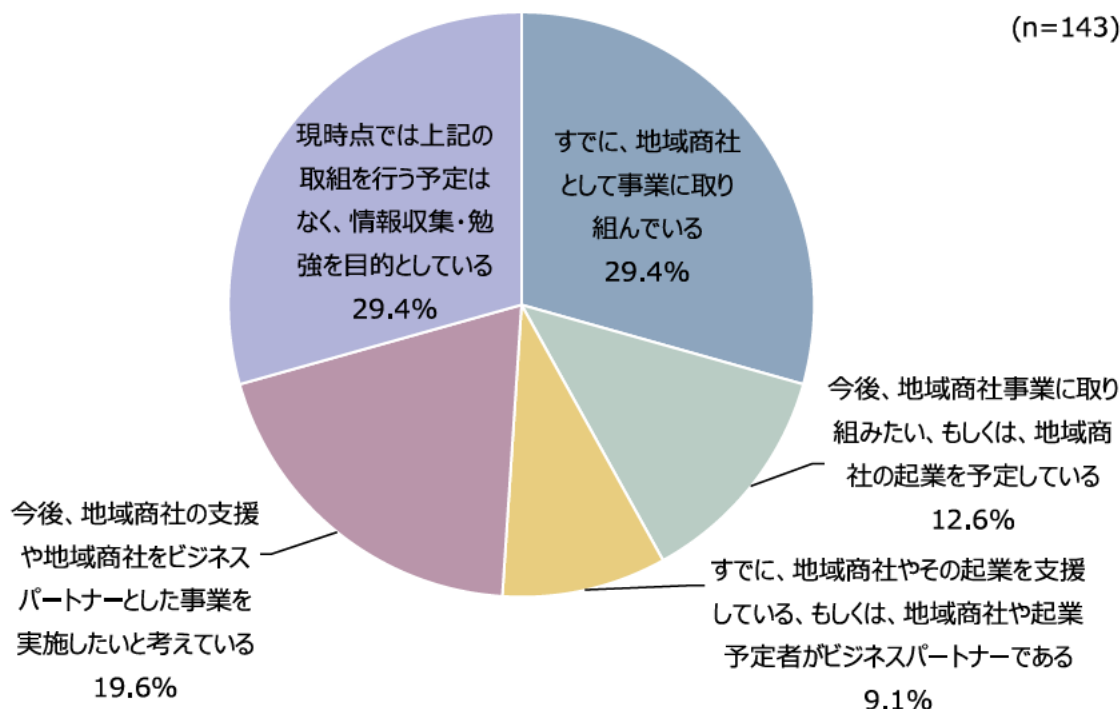
都道府県名	実数	構成比
滋賀県	2	1.4%
京都府	8	5.6%
大阪府	5	3.5%
兵庫県	5	3.5%
奈良県	1	0.7%
和歌山県	0	0.0%
鳥取県	1	0.7%
島根県	0	0.0%
岡山県	1	0.7%
広島県	4	2.8%
山口県	1	0.7%
徳島県	0	0.0%
香川県	3	2.1%
愛媛県	2	1.4%
高知県	2	1.4%
福岡県	3	2.1%
佐賀県	0	0.0%
長崎県	2	1.4%
熊本県	2	1.4%
大分県	2	1.4%
宮崎県	7	4.9%
鹿児島県	7	4.9%
沖縄県	2	1.4%

(2) 地域商社活動への取組状況

①回答者の所在地

「すでに、地域商社として事業に取り組んでいる」、「現時点では上記の取組を行う予定はなく、情報収集・勉強を目的としている」の割合が高く、それぞれ 29.4%である。次いで、「今後、地域商社の支援や地域商社をビジネスパートナーとした事業を実施したいと考えている (19.6%)」、「今後、地域商社事業に取り組みたい、もしくは、地域商社の起業を予定している (12.6%)」である。

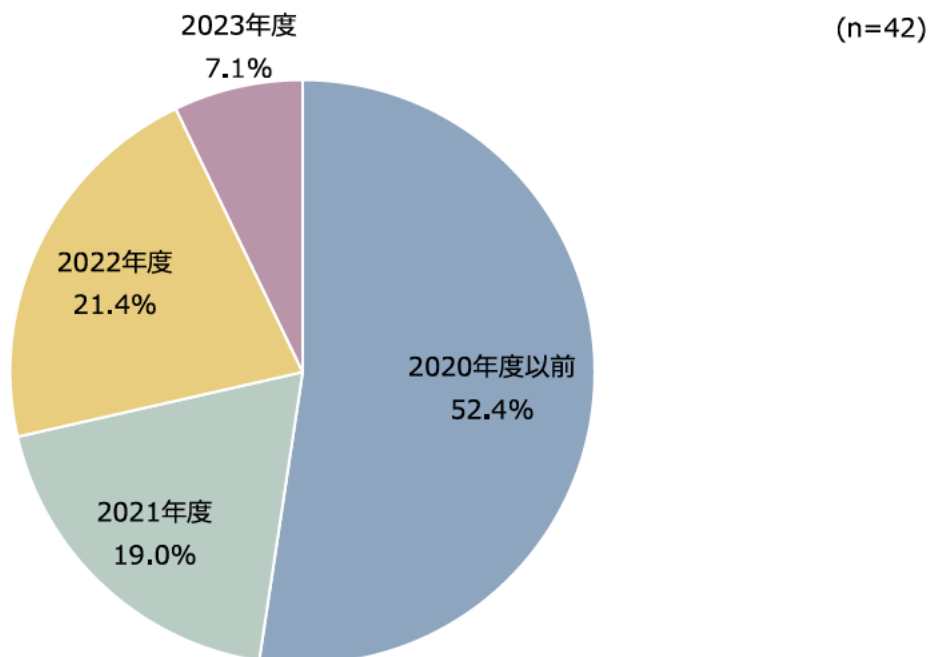
図表 58 地域商社事業への取組状況



②地域商社事業の立ち上げ時期

「2020 年度以前」の割合が最も高く 52.4%である。次いで、「2022 年度 (21.4%)」、「2021 年度 (19.0%)」である。

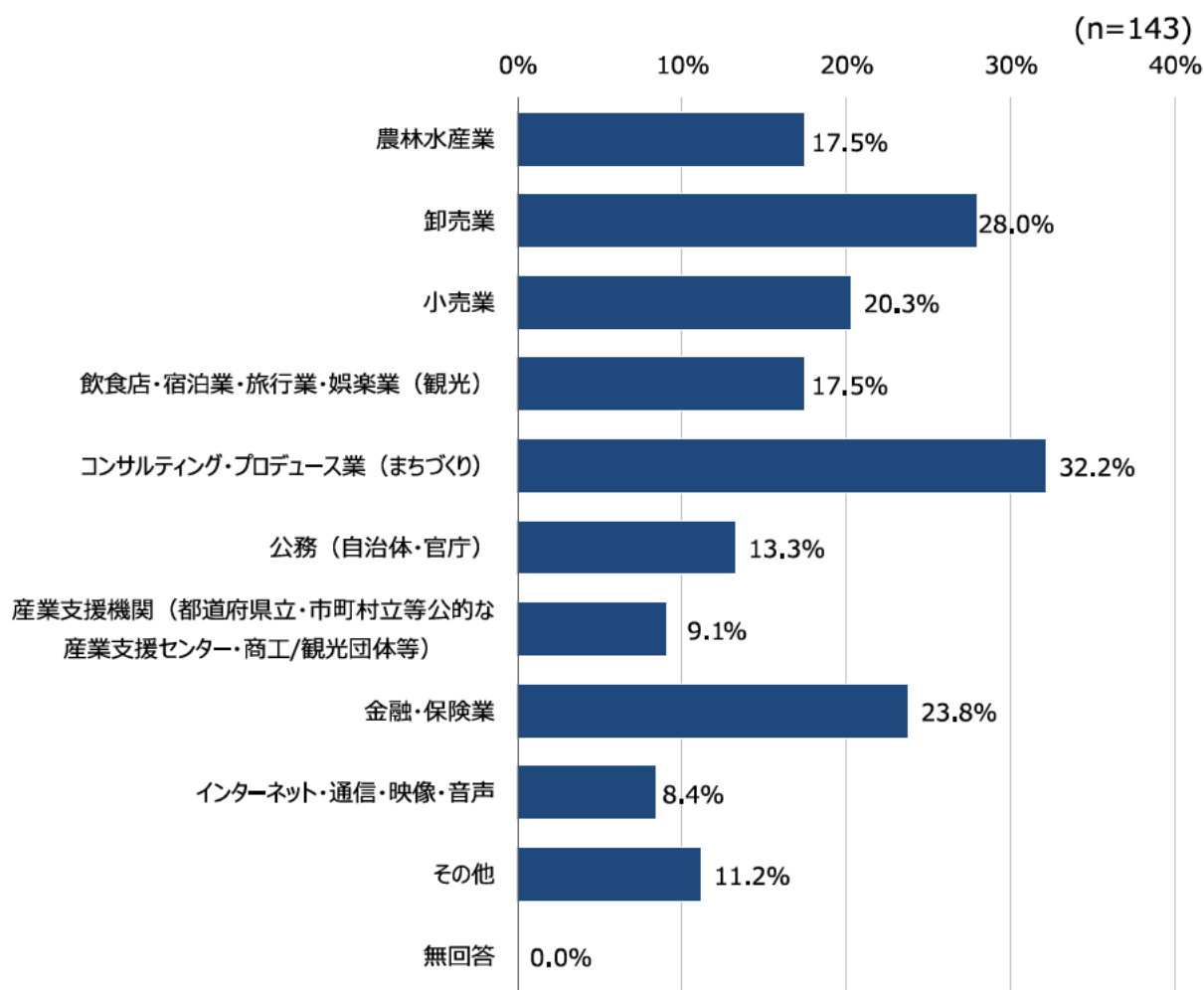
図表 59 地域商社事業の立ち上げ時期



③事業領域について（現在の取組み状況）

「コンサルティング・プロデュース業（まちづくり）」の割合が最も高く 32.2%である。次いで、「卸売業（28.0%）」、「金融・保険業（23.8%）」である。

図表 60 事業領域について（現在の取組み状況）

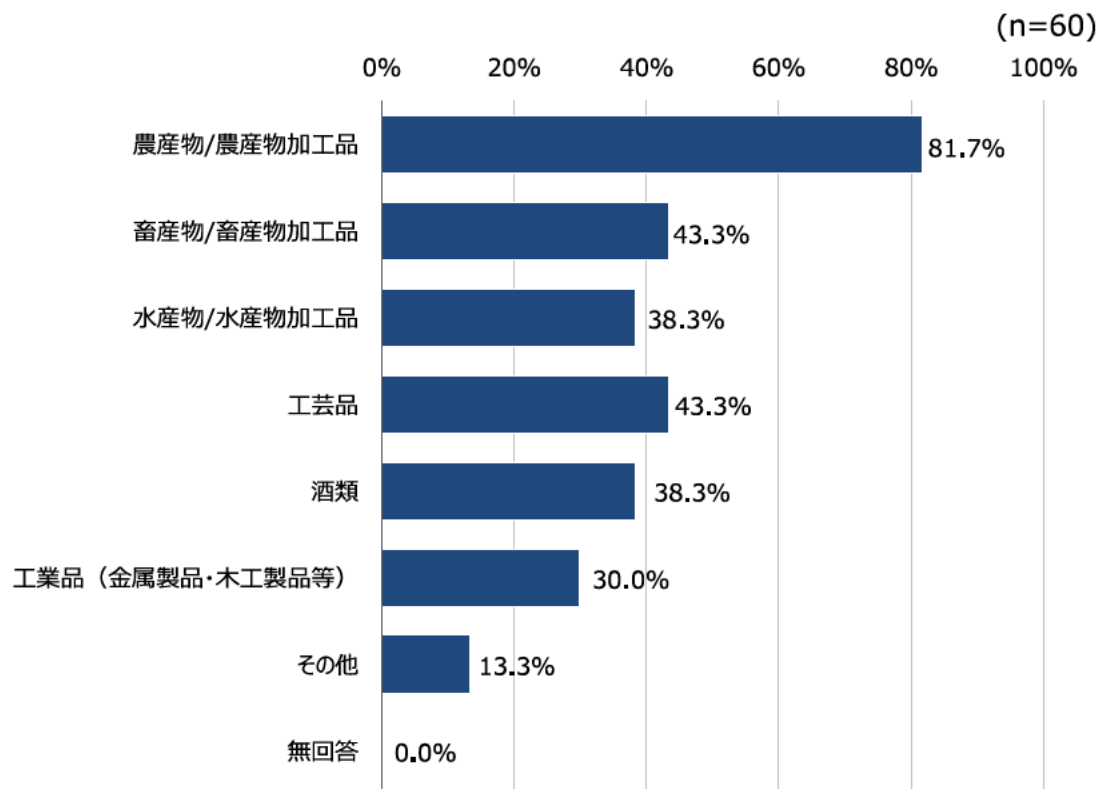


注）その他：食品製造業、製造業、ふるさと納税関連事業、地方自治体、システム開発、航空関連事業、商社・貿易、福祉、不動産賃貸他

④取扱品目

「農産物/農産物加工品」の割合が最も高く 81.7%である。次いで、「畜産物/畜産物加工品 (43.3%)」、「工芸品 (43.3%)」、「水産物/水産物加工品 (38.3%)」、「酒類 (38.3%)」である。

図表 61 取扱品目



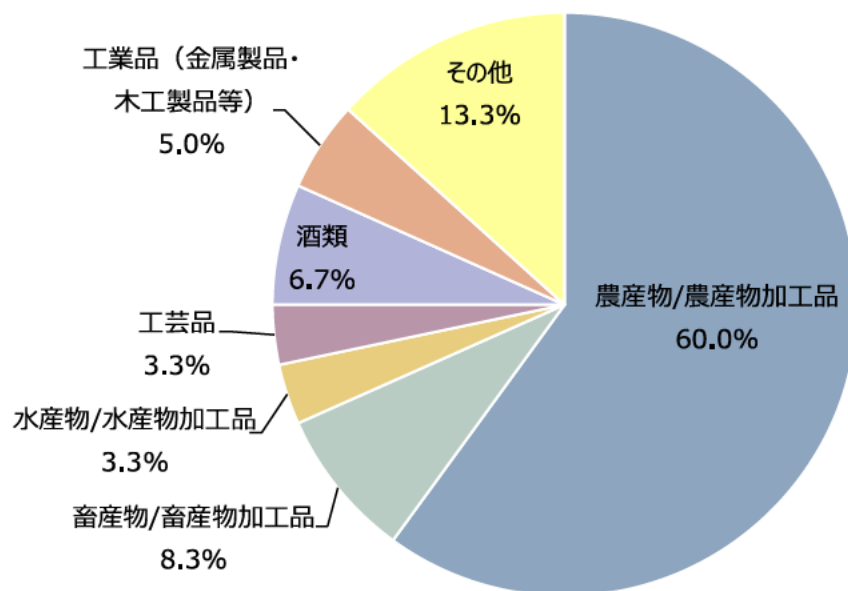
注) その他 : Maas、木材、電子機器、電子部品等、環境技術／製品／サービス関連他

⑤最も売上高比率が高い品目

「農産物/農産物加工品」の割合が最も高く 60.0%である。次いで、「畜産物/畜産物加工品 (8.3%)」、「酒類 (6.7%)」である。

図表 62 最も売上高比率が高い品目

(n=60)

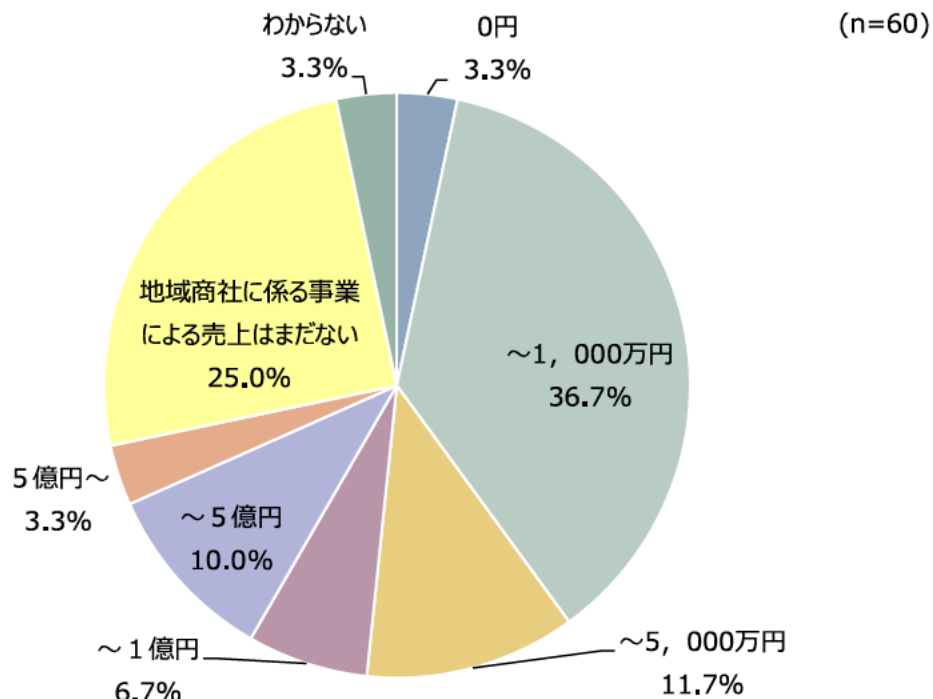


注) その他：木材、電子機器、電子部品等、特産品全般、サービス支援他

⑥地域商社事業の売上高

「～1,000 万円」の割合が最も高く 36.7%である。次いで、「地域商社に係る事業による売上はまだない (25.0%)」、「～5,000 万円 (11.7%)」である。

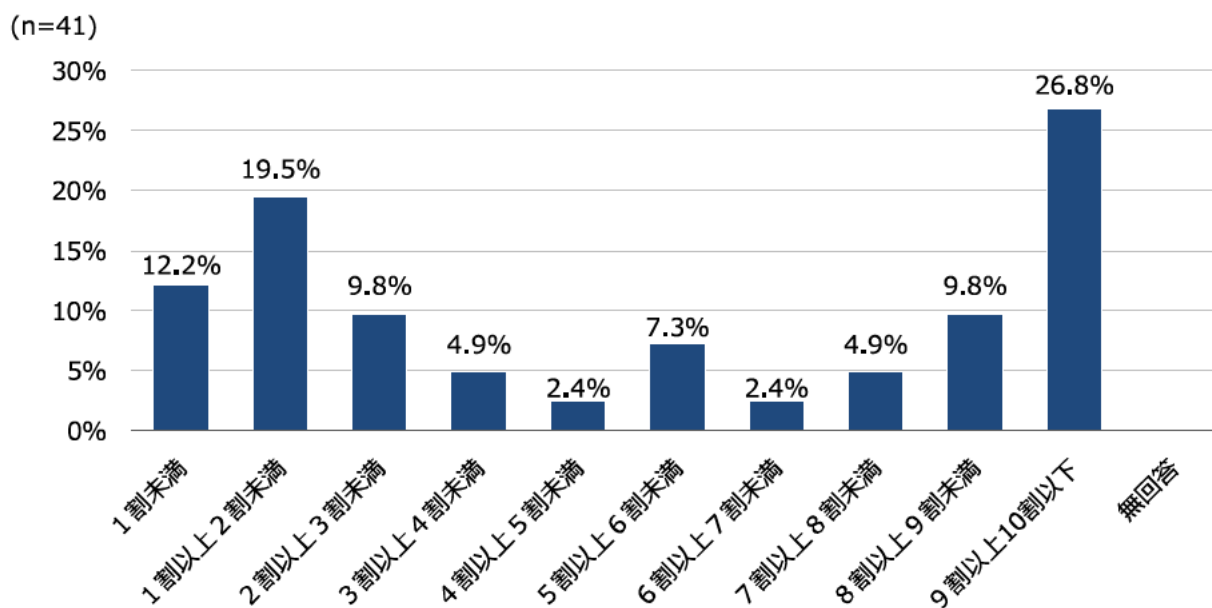
図表 63 地域商社事業の売上高



⑦地域商社（支援）事業の占める割合

「9割以上 10割以下」の割合が最も高く 26.8%である。次いで「1割以上 2割以下 (19.5%)」、「1割未満 (12.2%)」である。

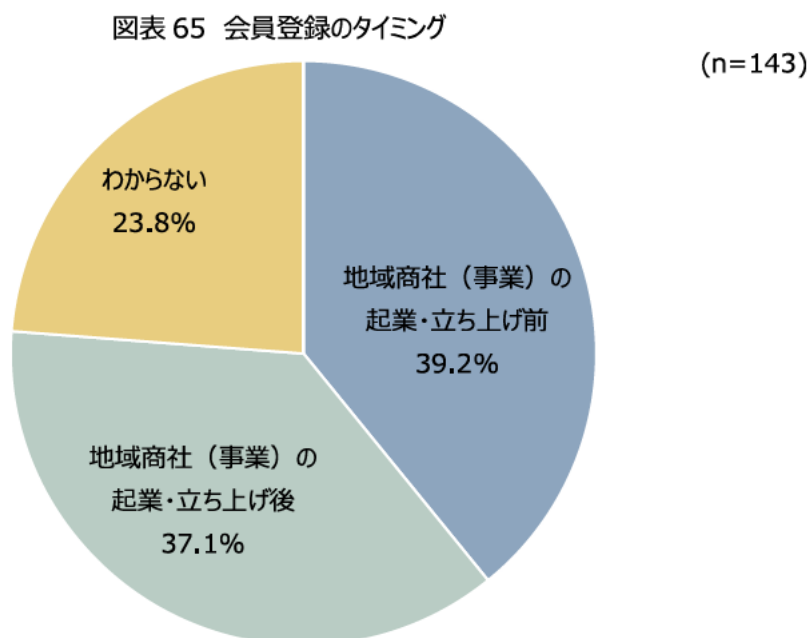
図表 64 地域商社（支援）事業の占める割合



(3) ネットワークへの参加状況

①会員登録のタイミング

「地域商社（事業）の起業・立ち上げ前」の割合が最も高く 39.2%である。次いで、「地域商社（事業）の起業・立ち上げ後（37.1%）」、「わからない（23.8%）」である。

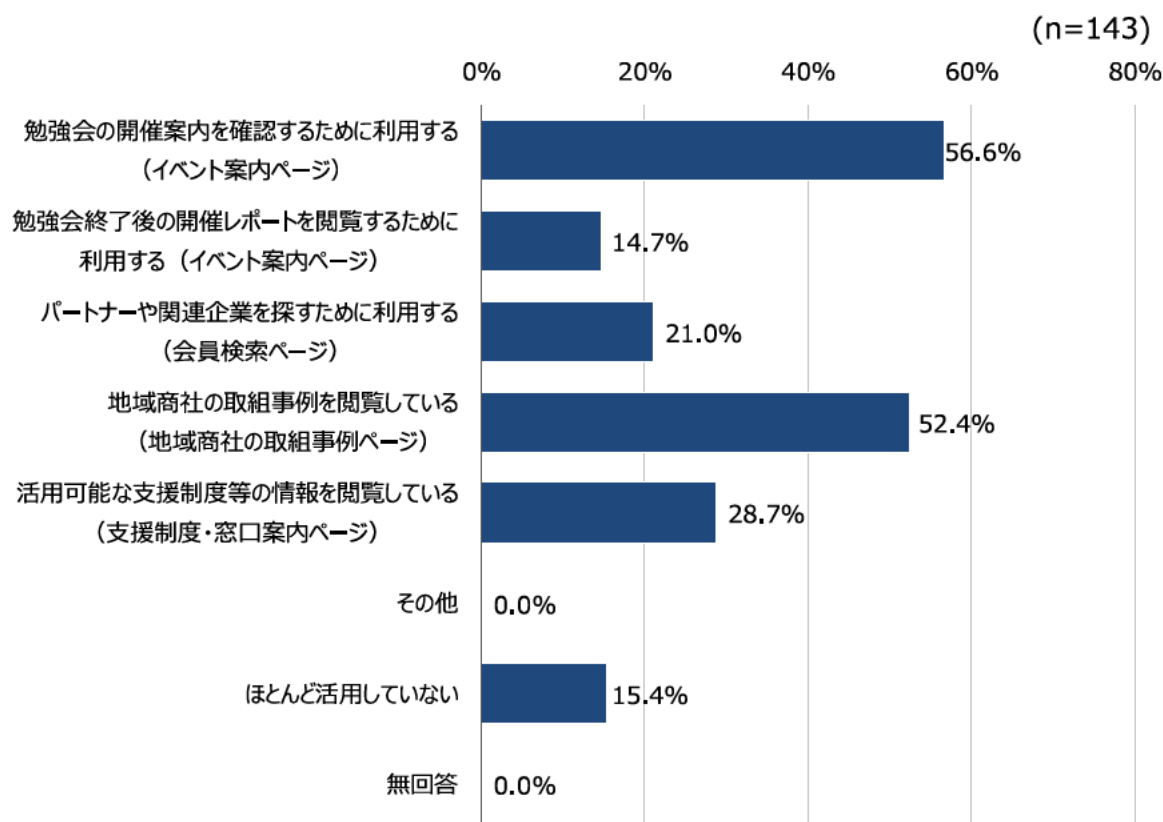


②地域商社ネットワークの活用

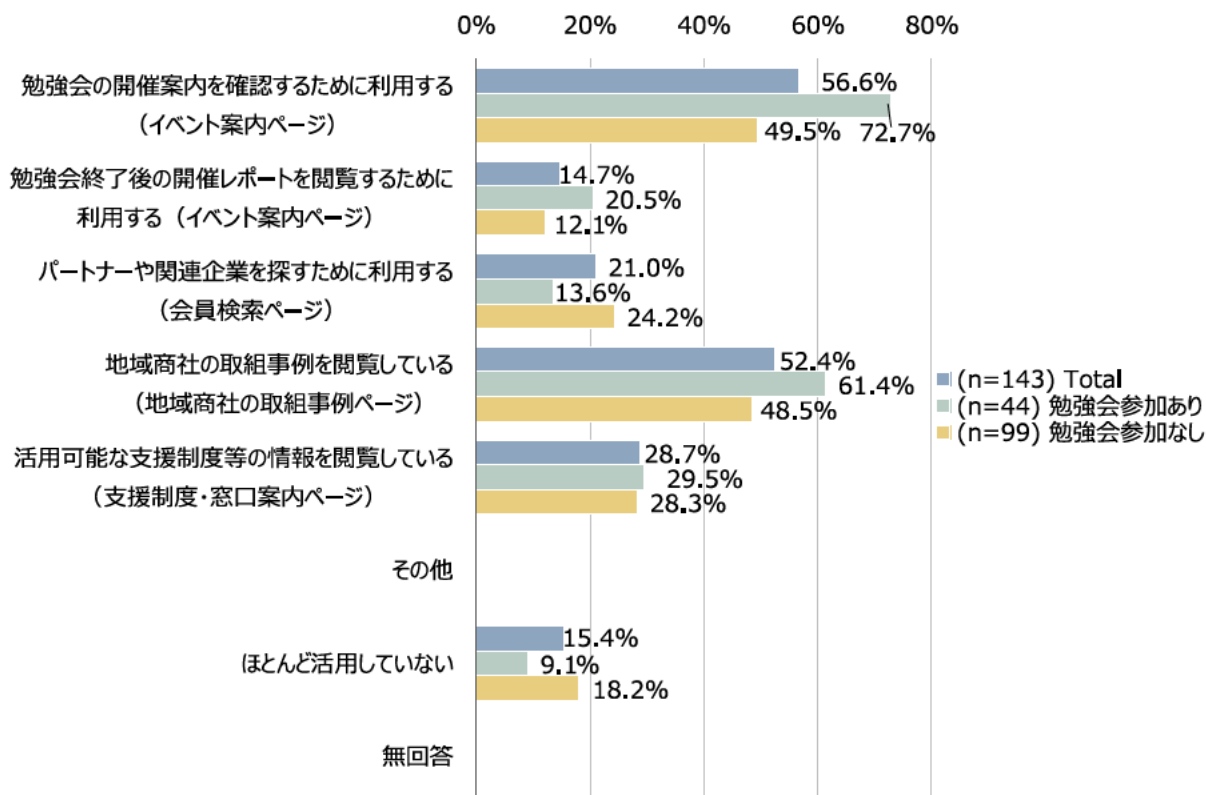
「勉強会の開催案内を確認するために利用する（イベント案内ページ）」の割合が最も高く 56.6%である。次いで、「地域商社の取組事例を閲覧している（地域商社の取組事例ページ）（52.4%）」である。

勉強会の参加有無別にみると、参加ありの回答者では「勉強会の開催案内を確認するために利用する（イベント案内ページ）」や「地域商社の取組事例を閲覧している（地域商社の取組事例ページ）」の割合が参加なしの回答者と比べて高かった。

図表 66 地域商社ネットワークの活用



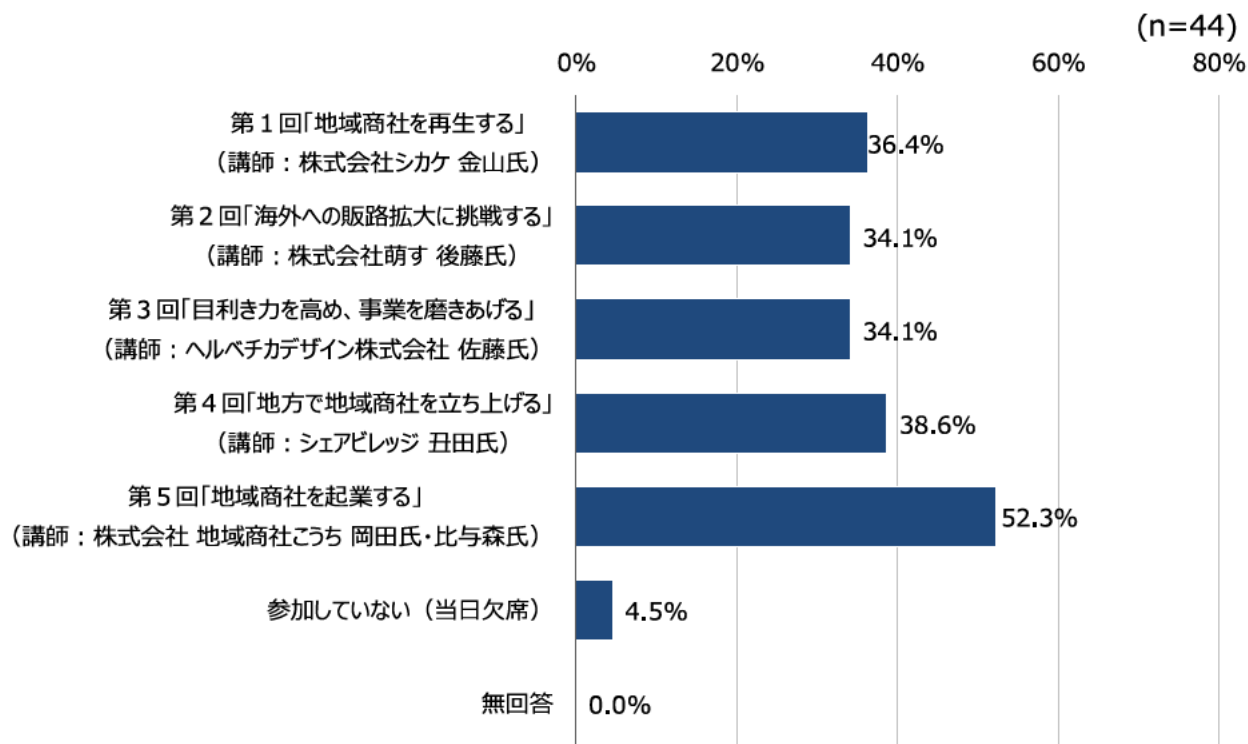
図表 67 地域商社ネットワークの活用 (勉強会参加別)



③令和5年度に参加した勉強会

「第5回「地域商社を起業する」(講師：株式会社 地域商社こうち 岡田氏・比与森氏)」の割合が最も高く 52.3%である。

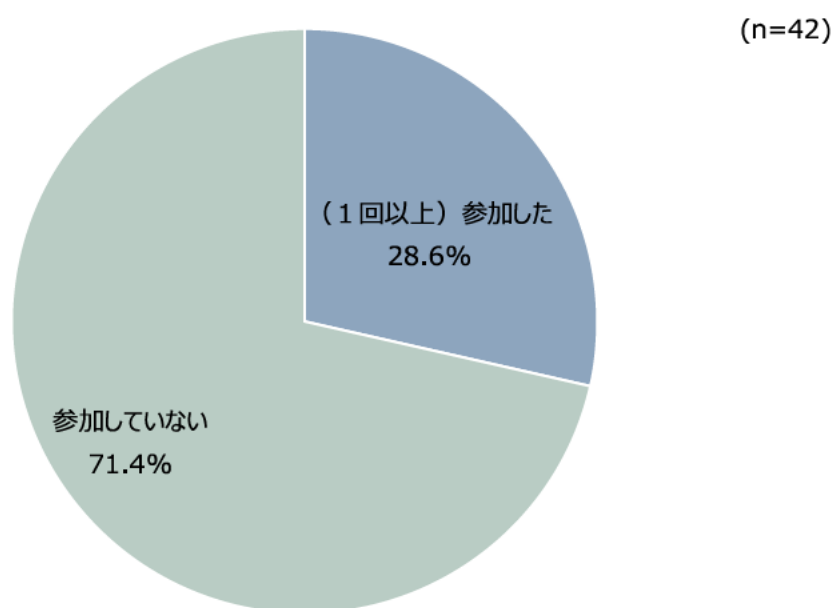
図表 68 令和5年度に参加した勉強会



④勉強会の終了後の講師への相談・挨拶への参加

「参加していない」の割合が 71.4%、「(1回以上) 参加した」の割合が 28.6%である。

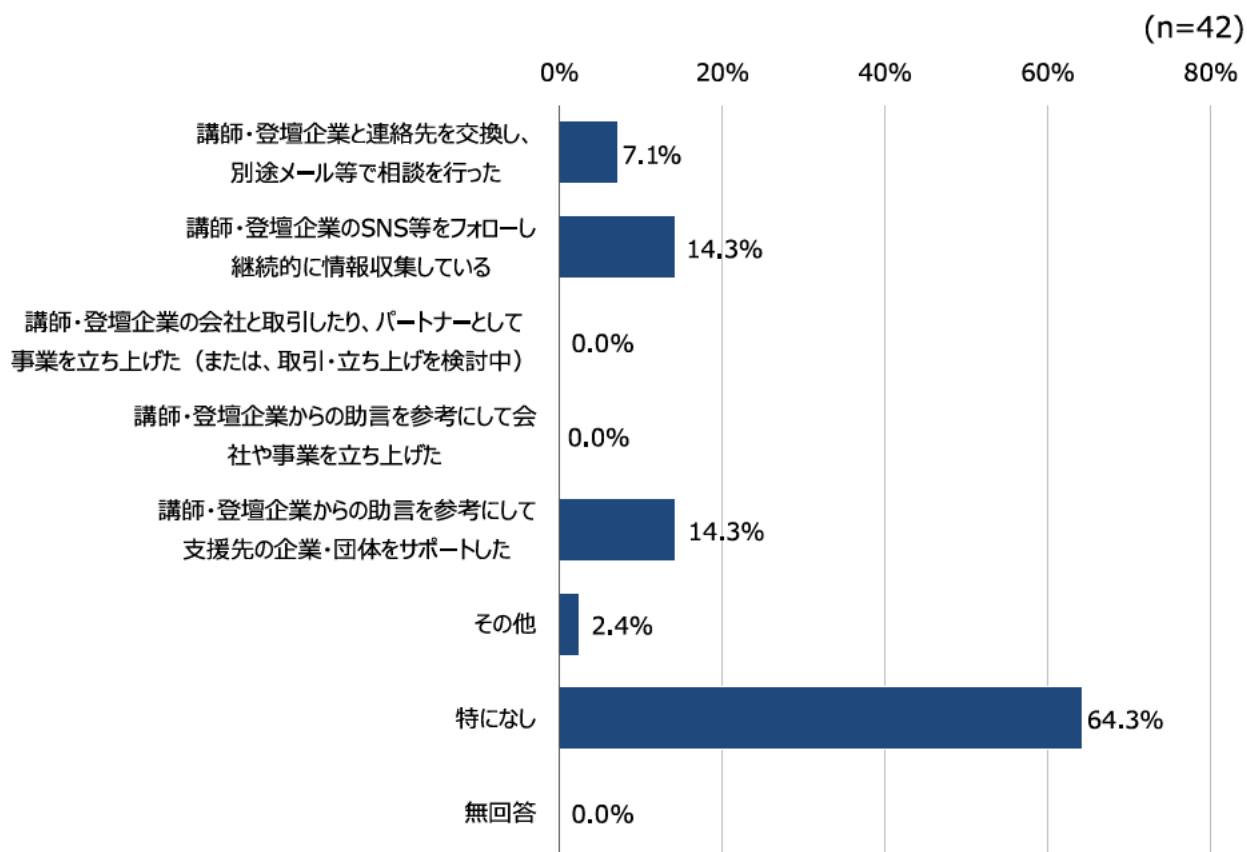
図表 69 勉強会の終了後の講師への相談・挨拶への参加



⑤勉強会の受講後、取り組みの発展成長に向けての活動

「講師・登壇企業の SNS 等をフォローし継続的に情報収集している」、「講師・登壇企業からの助言を参考にして支援先の企業・団体をサポートした」の割合が高く、それぞれ 14.3%である。次いで、「講師・登壇企業と連絡先を交換し、別途メール等で相談を行った（7.1%）」である。

図表 70 勉強会の受講後、取り組みの発展成長に向けての活動

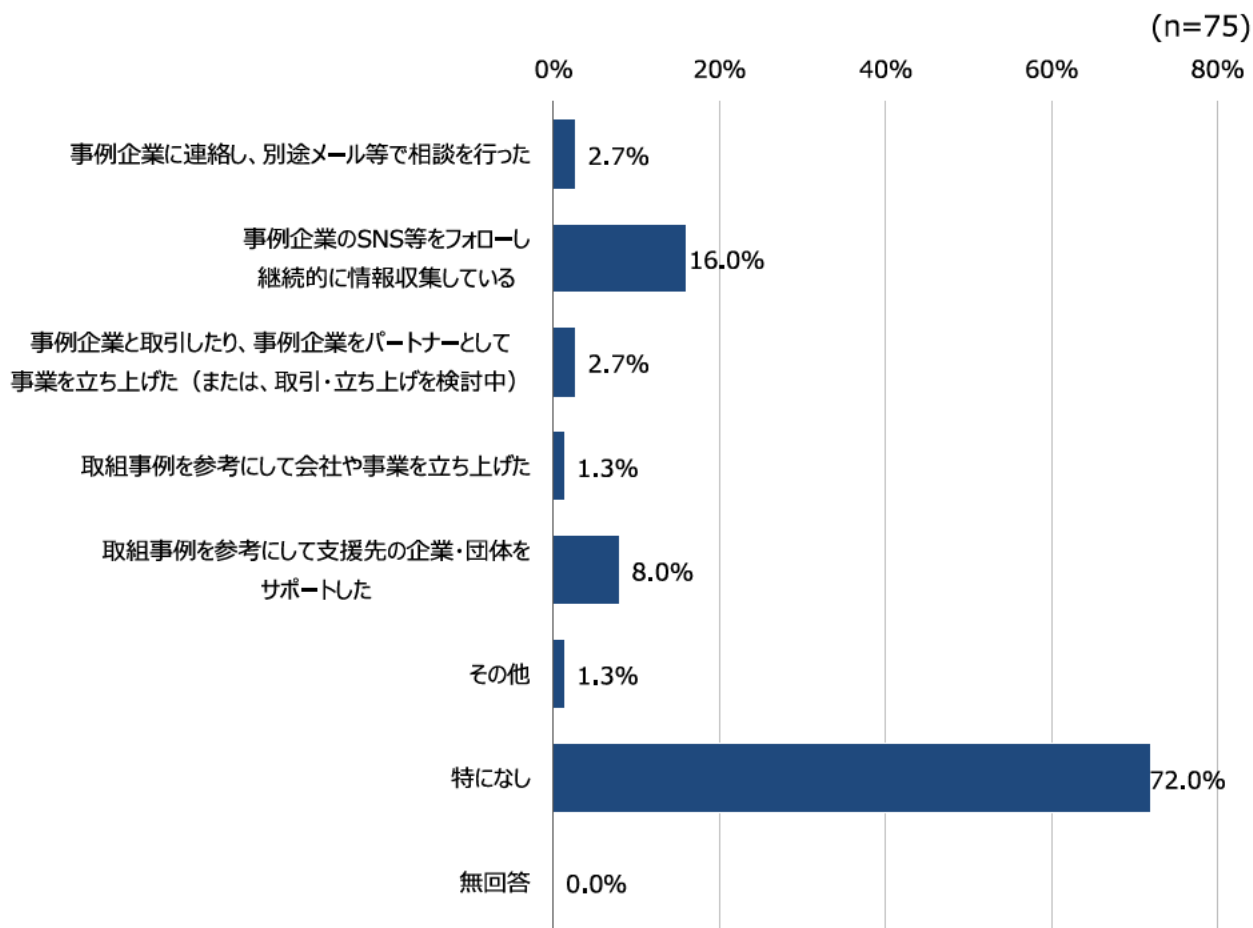


注）その他：助言を参考に事業に利用可能な補助金について調べた。

⑥取組事例で掲載している企業について

「事例企業の SNS 等をフォローし継続的に情報収集している」の割合が最も高く 16.0%である。次いで、「取組事例を参考にして支援先の企業・団体をサポートした (8.0%)」、「事例企業に連絡し、別途メール等で相談を行った (2.7%)」、「事例企業と取引したり、事例企業をパートナーとして事業を立ち上げた (または、取引・立ち上げを検討中) (2.7%)」である。

図表 71 取組事例で掲載している企業について



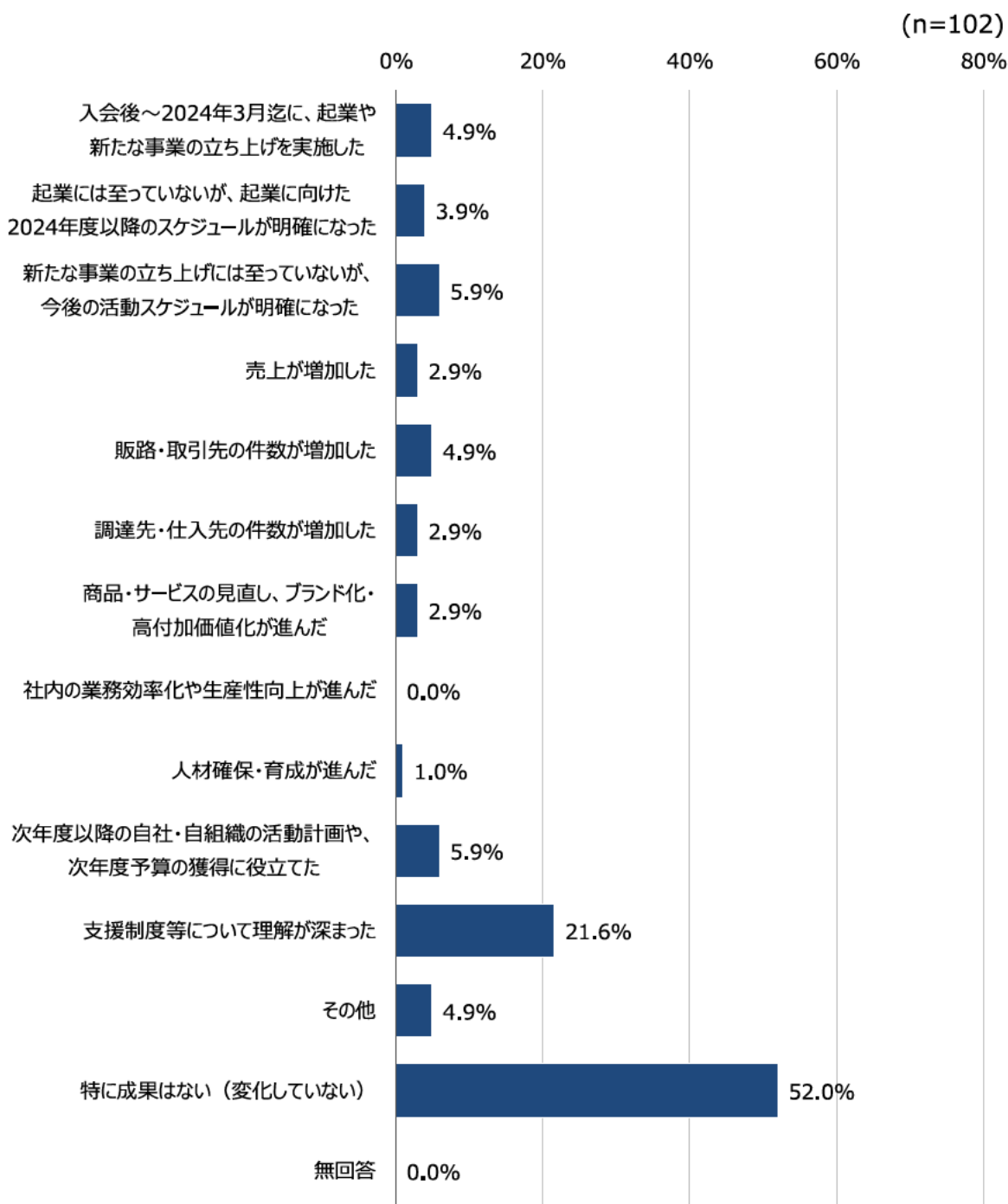
(4) ネットワーク参加による成果

①地域商社ネットワークの入会期間における成果（地域商社事業者）

「支援制度等について理解が深まった」の割合が最も高く 21.6%である。次いで、「新たな事業の立ち上げには至っていないが、今後の活動スケジュールが明確になった（5.9%）」、「次年度以降の自社・自組織の活動計画や、次年度予算の獲得に役立てた（5.9%）」、「入会后～2024 年 3 月迄に、起業や新たな事業の立ち上げを実施した（4.9%）」、「販路・取引先の件数が増加した（4.9%）」である。

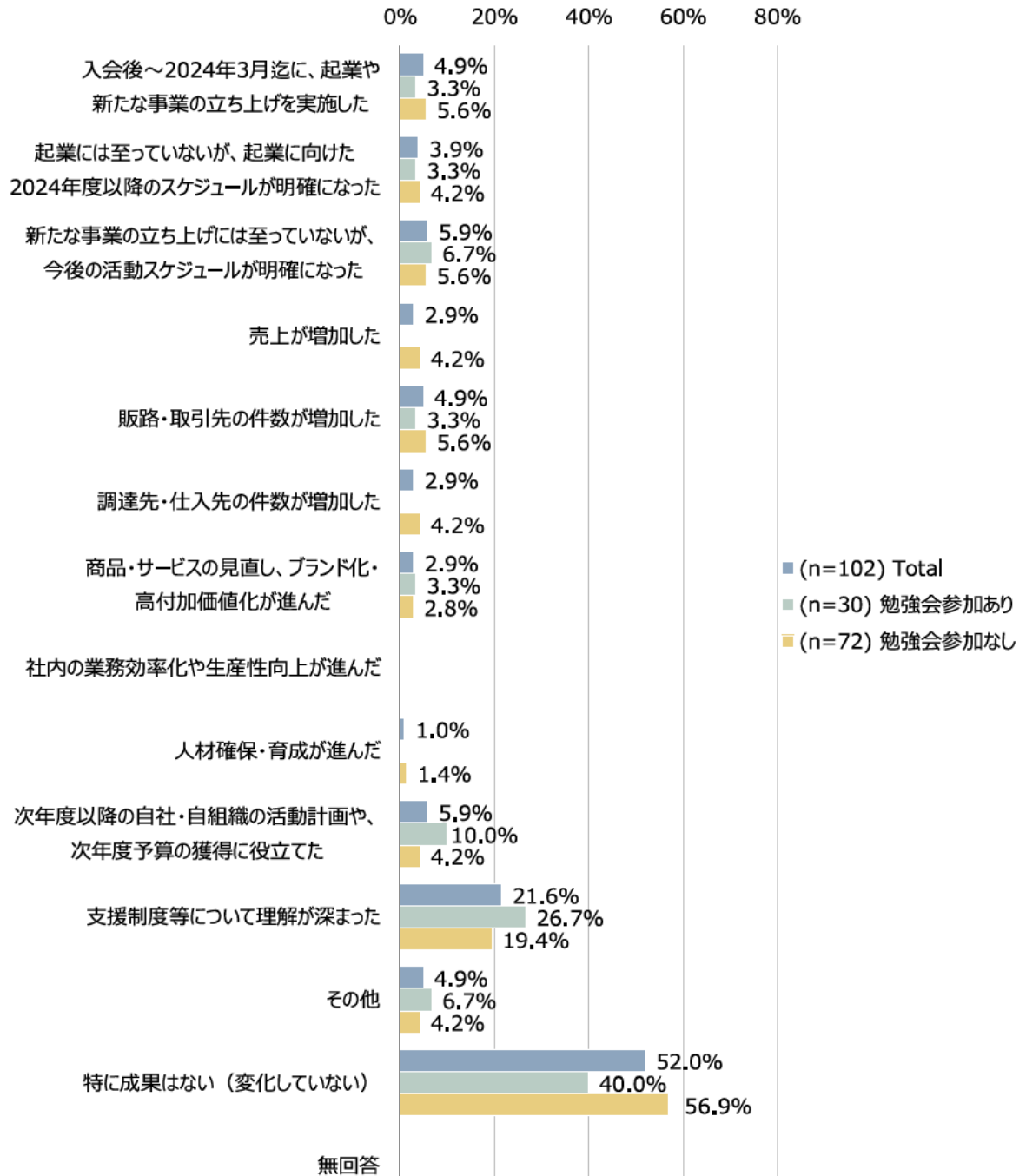
勉強会の参加状況別にみると、参加ありの回答者では「支援制度等について理解が深まった」「次年度以降の自社・自組織の活動計画や、次年度予算の獲得に役立てた」の割合が参加なしの回答者と比べて高かった。

図表 72 地域商社ネットワークの入会期間における成果（地域商社事業者）



図表 73 地域商社ネットワークの入会期間における成果（地域商社事業者）

（勉強会の参加状況別）



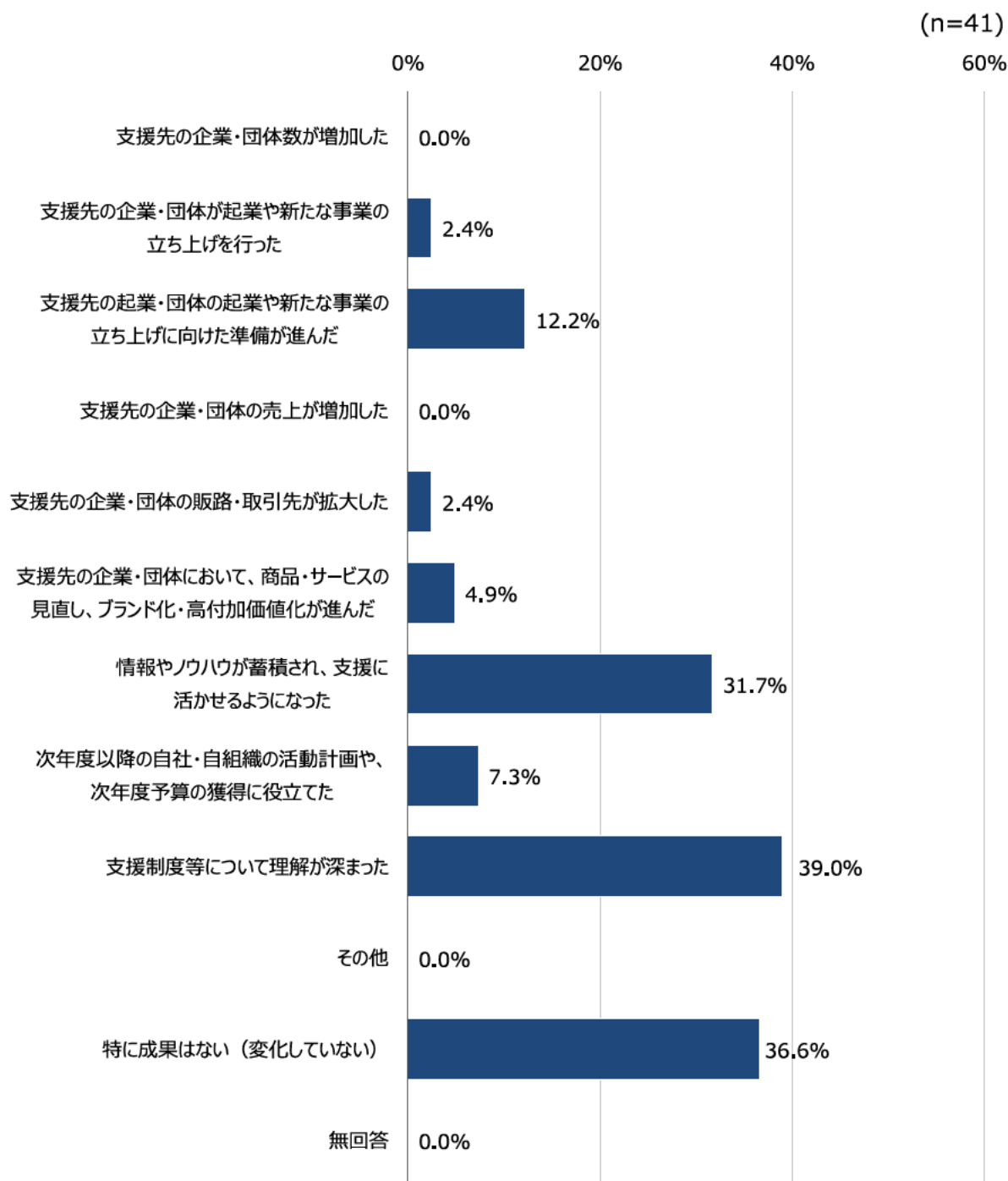
注）その他：明確な方向性が未定であり変化なし／様々な事例を学ぶことができた／サイトを見て問合せを受けた 他

②地域商社ネットワークの入会期間における成果（支援機関）

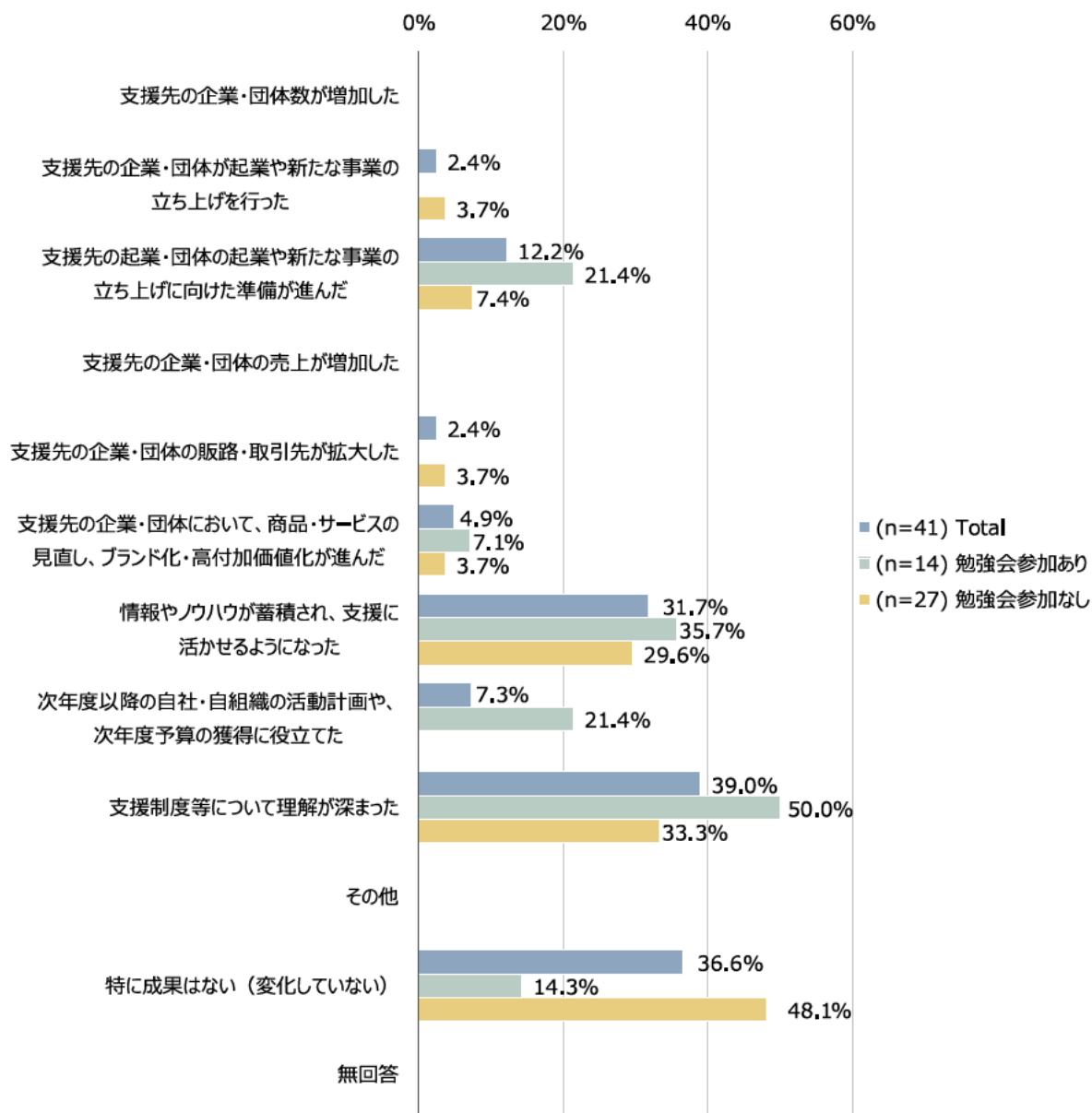
「支援制度等について理解が深まった」の割合が最も高く 39.0%である。次いで、「情報やノウハウが蓄積され、支援に活かせるようになった（31.7%）」、「支援先の起業・団体の起業や新たな事業の立ち上げに向けた準備が進んだ（12.2%）」である。

勉強会の参加状況別にみると、参加ありの回答者では「支援制度等について理解が深まった」「情報やノウハウが蓄積され、支援に活かせるようになった」「支援先の起業・団体の起業や新たな事業の立ち上げに向けた準備が進んだ」の割合が参加なしの回答者と比べて高かった。

図表 74 地域商社ネットワークの入会期間における成果（支援機関）



図表 75 地域商社ネットワークの入会期間における成果（支援機関）（勉強会の参加状況別）

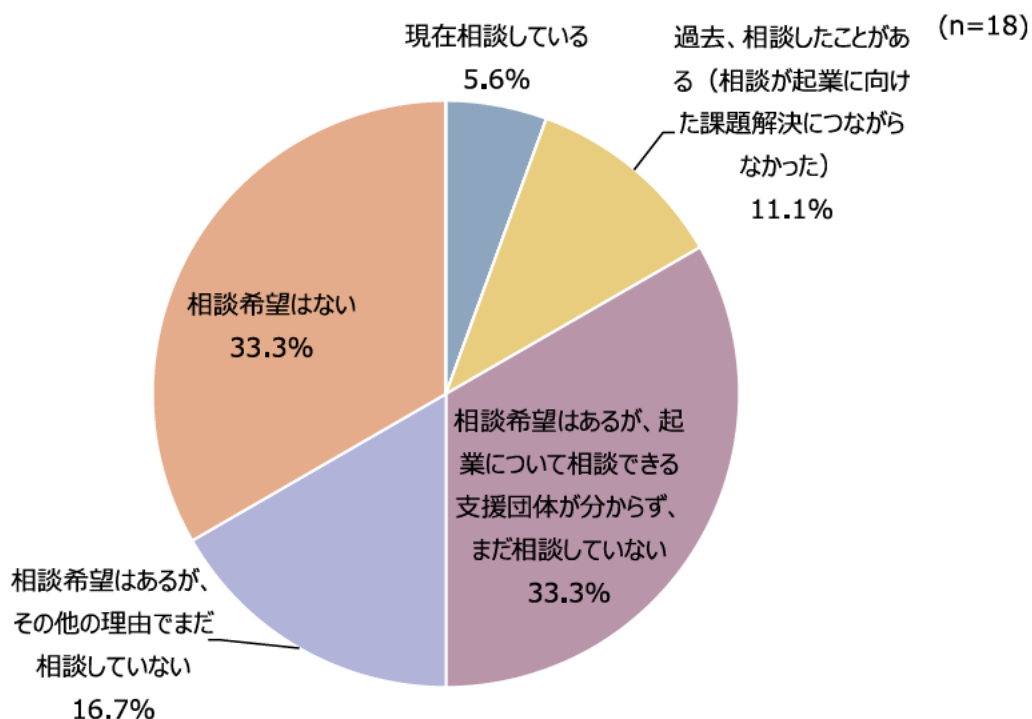


(5) 起業に向けた状況

① 起業に向けて、起業支援団体等への相談

「相談希望はあるが、起業について相談できる支援団体が分からず、まだ相談していない」、「相談希望はない」の割合が高く、それぞれ 33.3%である。次いで、「相談希望はあるが、その他の理由でまだ相談していない (16.7%)」、「過去、相談したことがある (相談が起業に向けた課題解決につながらなかった) (11.1%)」である。

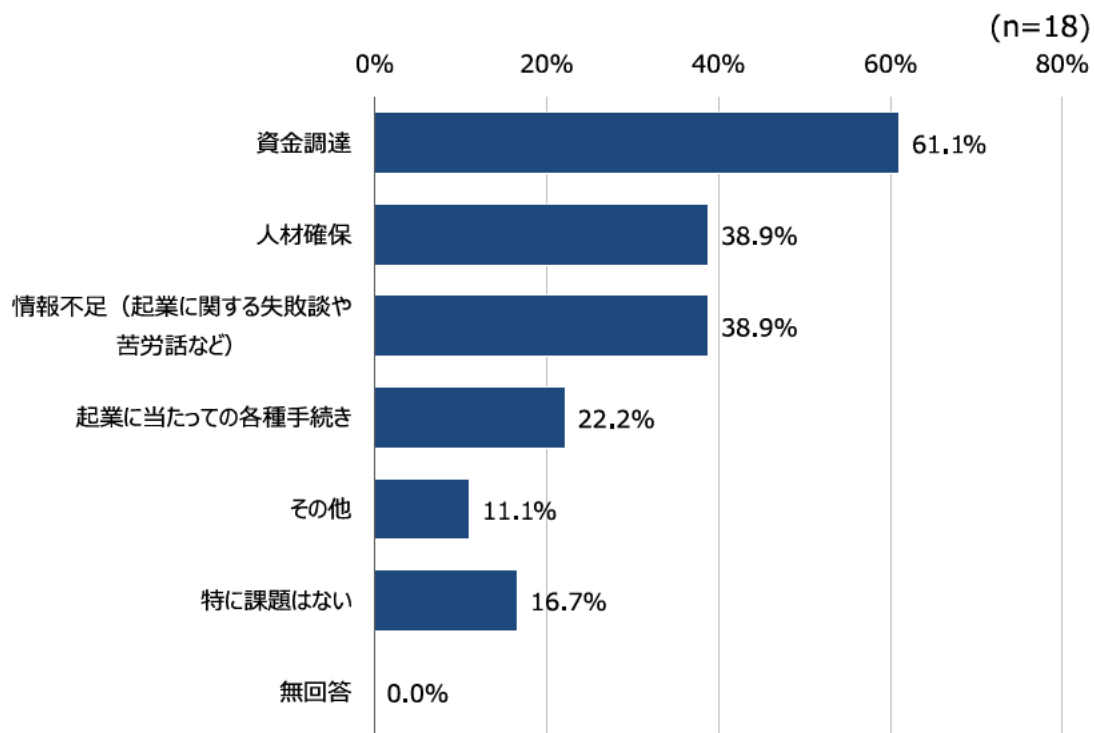
図表 76 起業に向けて、起業支援団体等への相談



②起業をする上での課題

「資金調達」の割合が最も高く 61.1%である。次いで、「人材確保（38.9%）」、「情報不足（起業に関する失敗談や苦労話など）（38.9%）」、「起業に当たっての各種手続き（22.2%）」である。

図表 77 起業をする上で課題



注) その他：地域、消費者、自社各々のメリットある座組、取り組みが持続可能なものであるかの判断

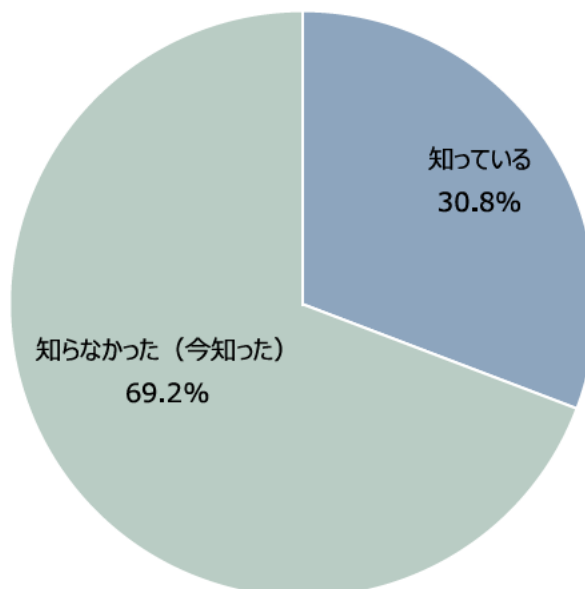
(6) 各種支援制度について

①「地方創生起業支援金制度」を知っているか

「知らなかった（今知った）」の割合が 69.2%、「知っている」の割合が 30.8%である。

図表 78 「地方創生起業支援金制度」を知っているか

(n=13)

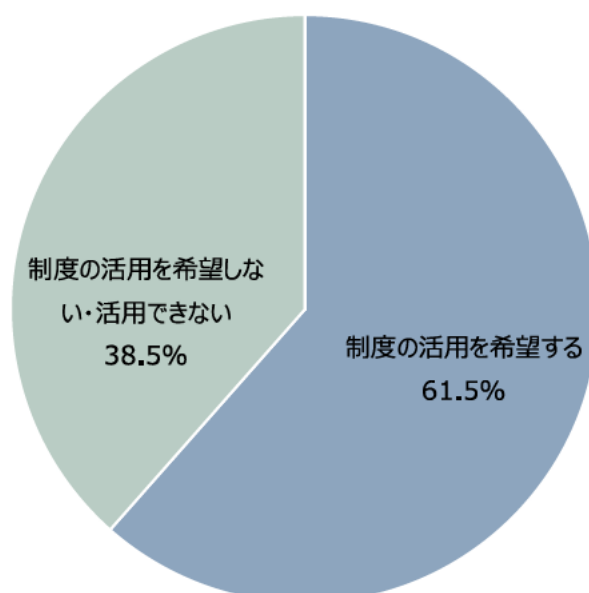


②「地方創生起業支援事業」の活用希望

「制度の活用を希望する」の割合が 61.5%、「制度の活用を希望しない・活用できない」の割合が 38.5%である。

図表 79 「地方創生起業支援事業」の活用希望

(n=13)



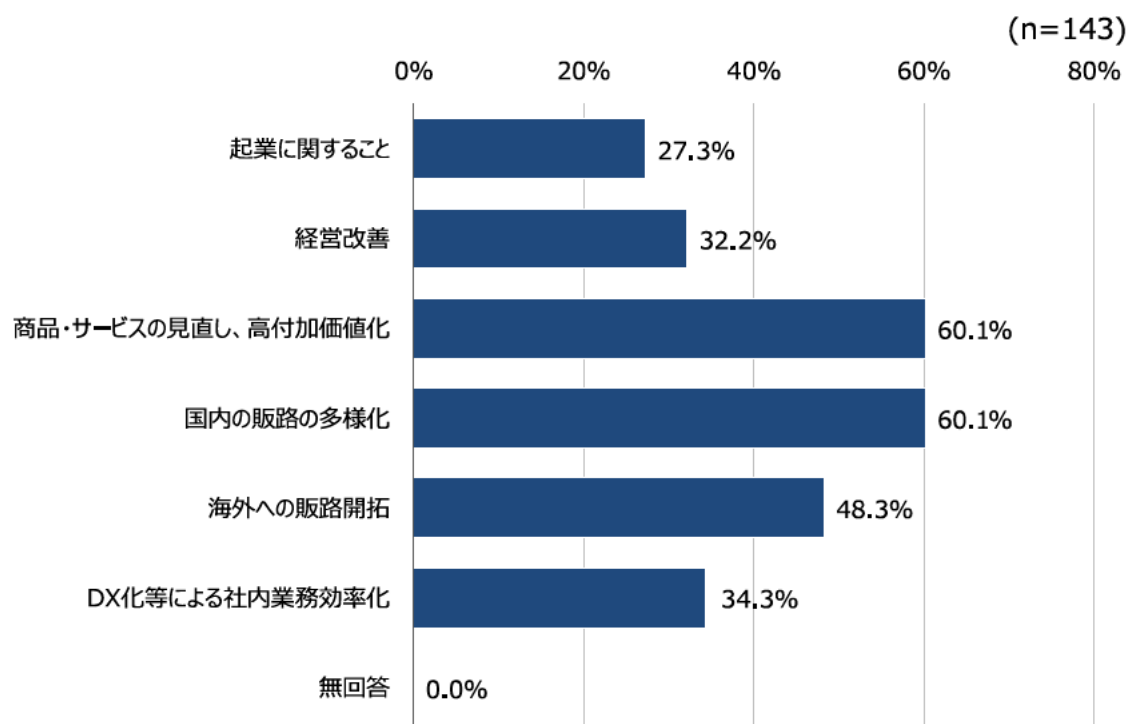
(7) 今後について

①今後の講義等のテーマへの期待

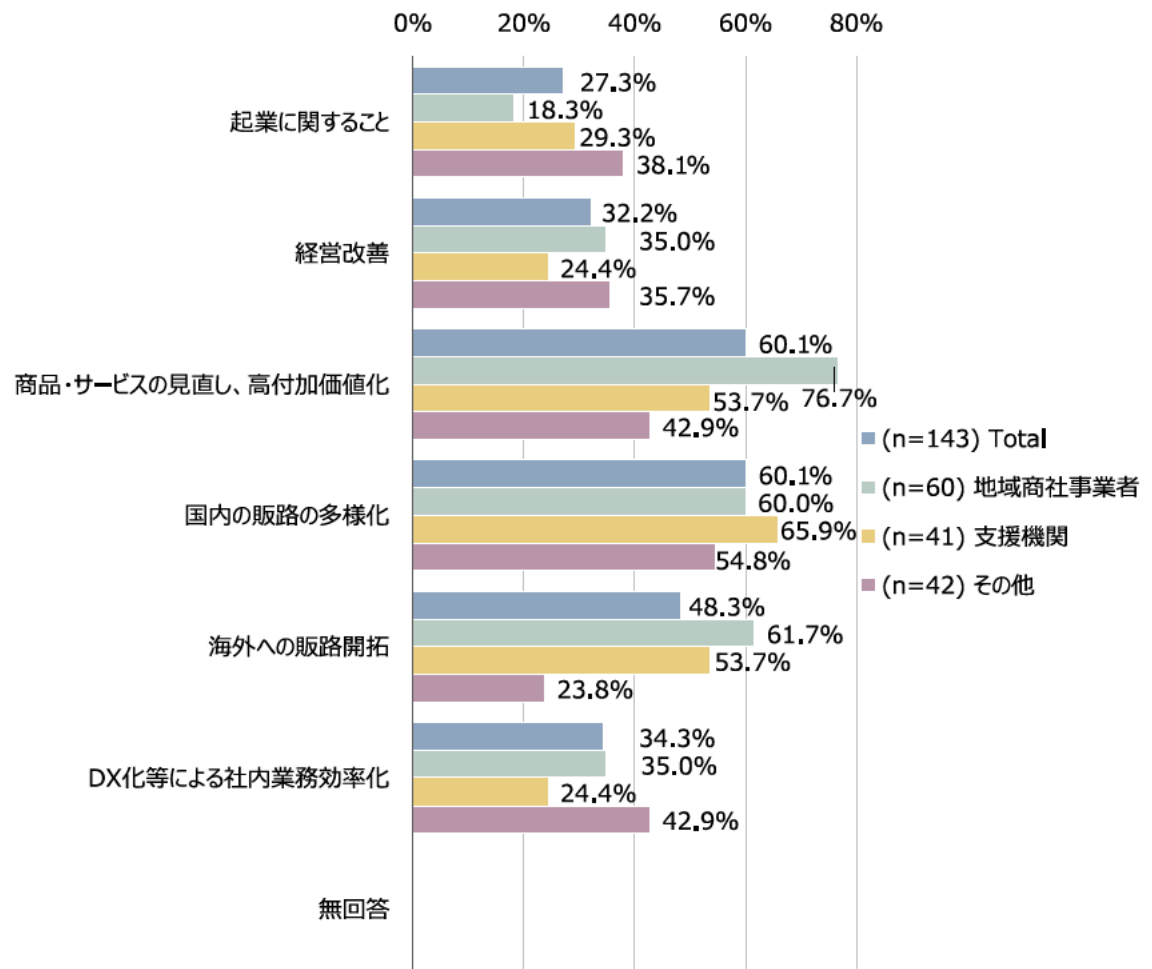
「商品・サービスの見直し、高付加価値化」、「国内の販路の多様化」の割合が高く、それぞれ 60.1% である。次いで、「海外への販路開拓 (48.3%)」、「DX 化等による社内業務効率化 (34.3%)」である。

属性別にみると、地域商社事業者では「商品・サービスの見直し、高付加価値化」「海外への販路開拓」、支援機関では「国内の販路の多様化」の割合が他よりも高くなっている。

図表 80 今後の講義等のテーマへの期待



図表 81 今後の講義等のテーマへの期待（属性別）

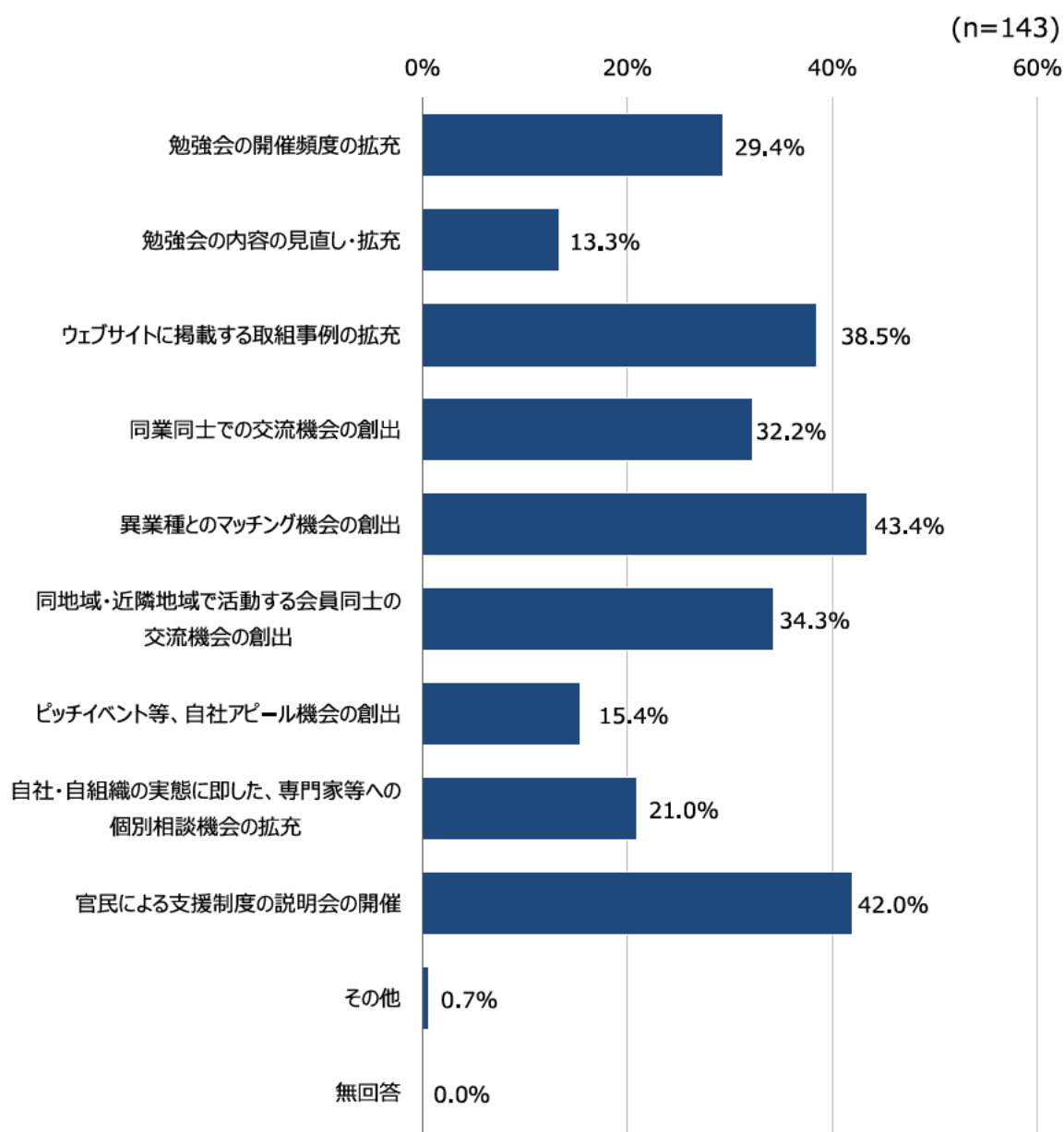


②今後、内閣府の地域商社支援事業に期待する内容

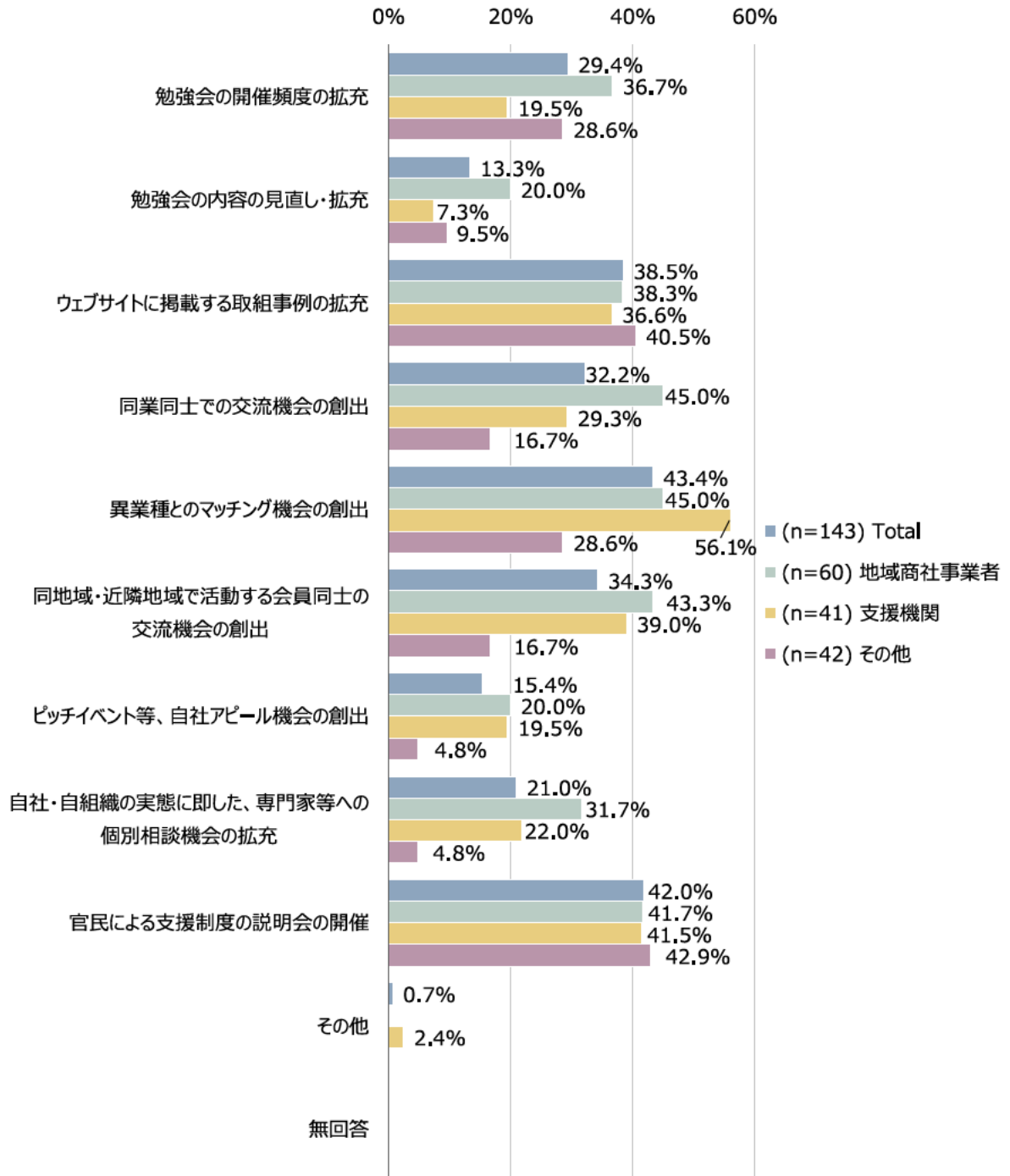
「異業種とのマッチング機会の創出」の割合が最も高く 43.4%である。次いで、「官民による支援制度の説明会の開催（42.0%）」、「ウェブサイトに掲載する取組事例の拡充（38.5%）」である。

属性別にみると、地域商社事業者では「勉強会の開催頻度の拡充」「同業同士での交流機会の創出」「自社・自組織の実態に即した、専門家等への個別相談機会の拡充」、支援機関では「異業種とのマッチング機会の創出」の割合が他よりも高くなっている。

図表 82 今後、内閣府の地域商社支援事業に期待する内容



図表 83 今後、内閣府の地域商社支援事業に期待する内容（属性別）



注) その他：支援に頼らない利益送出に関する事例

IV. 本事業の今後の方向性について

- ・前章までの活動結果をふまえ、地域商社ネットワークが持続的かつ自律的な団体として発展していくための今後の方向性等について、提言を行う。

■活動意欲の高い会員を対象とした支援の実施

- ・「地域商社ネットワーク」は、2021 年 7 月より、会員を募集しており、本事業内では、地域商社の活動内容を広く理解することを念頭においた「セミナー」と、既に地域商社やその支援に係る事業実績を有する会員等を対象に、経営課題の解決等に資するノウハウ取得を目的とした実務家向けの「勉強会」を提供してきた。
- ・過年度に実施してきた勉強会後の受講会員向けアンケートや、会員向けアンケート結果等では、勉強会への満足度が高く、経営課題解決等に役立つ様子が確認出来たため、2022 年度からは後者の勉強会に特化したプログラムを提供している。
- ・一方で、同年度の勉強会では、経営課題毎に、毎回 1 時間以上の講義を聴講するにも関わらず、自社の経営課題の改善や事業の見直しや既存事業の高付加価値化等に結びつく例が少ない状況も明らかとなっている。この理由として、一般に、事業者等が、地域商社に係る事業領域で起業・創業し、事業成長を遂げていくためには成長ステージ別の支援が必要とされるが、現時点では、会員が意欲的に情報をあつめ、ナレッジを取得しても、自社へ適用する段階でノウハウや人材など経営リソースが不足している可能性が高いことが推察された。
- ・そこで、2023 年度は、講義等での実用的なノウハウ取得支援に加えて、自社の課題解決等への導入にあたっての具体的な助言を得る目的で、勉強会後に、登壇講師による経営相談等を導入した。
- ・この結果、延べ数で 20 名以上の会員が経営相談に参加し、自社の課題解決や起業のための一歩を踏み出すための具体的なヒントを得ている。また勉強会開催後の会員アンケート結果をみると、受講会員の多くは、講義受講後「自社への適用が可能」との見解を示しているが、ここで経営相談・起業相談を受けた会員の方が、より自社・自身に近いヒントを得て、速やかな導入が可能であるといった意欲的な回答が確認された。
- ・なお同年度は、会員が勉強会を継続的に受講するケースが多かったことも特徴としてあげられる。同アンケートの自由回答等において、「自社の特徴をふまえた相談を受けることが出来る」環境に対する高い評価が継続受講を後押ししていると考えられる。また講義後の質疑応答コーナー・会員同士のネットワーク形成にむけた活動紹介コーナー・経営相談・企業相談の場などにおいて、相談会に参加した受講会員から、起業の具体化が進んだ、事業の多角化の検討が進んだといった成果に対する発言もなされ、勉強会後に具体的な相談等を継続的に行うことは、本事業を通じた対象者の事業の発展に寄与するものと考えられる。
- ・本事業では、会員制度をとっており、個社・個人の活動を継続的に把握可能かつ支援可能な環境にある。この制度の利点を活かし、会員の成長ステージや直面している経営課題等を継続的に把握することで、適切な講義テーマを設定し、実情に応じた経営支援を継続的に実施することが望ましい。
- ・なお、勉強会の受講者からは、会員同士の交流・異業種との交流が、自社事業に奏功すると考えている意見も聞かれている。こうした観点からも会員制度を活用した仕掛け作りが期待される。

■会員制度のブラッシュアップの必要性

- ・2023 年度末の「地域商社ネットワーク」会員数は 1,036 者（2024 年 3 月末）を数えており、2021 年度以降の実質的な募集開始後、順調に増加している。年度別の入会構成比率をみると、2021 年度は 54%、2022 年度は 26%、2023 年度が 17%、2024 年度は 3 %となっており、75%近くが入会后 2 年を経ている会員である。
- ・一方で、本年度の勉強会への参加状況を入会年度別にみると、2021～2022 年度に入会した、入会歴の長い会員の参加率が低く、入会歴の浅い会員の参加率が高い結果となっている。具体的には、2021～2022 年度に入会した会員の勉強会不参加率は共に 85%、合計 673 者に達し、全会員に占める割合は 7 割近い。これは、前章で整理した会員アンケートにおいて、今年度「勉強会に参加しなかった」と回答した割合（71.4%）とほぼ合致している。
- ・前章のアンケートでは、地域商社事業の効果について、勉強会に参加していない層の 58%が「特にない」と回答していることから、地域商社に係る勉強会や事例コンテンツや会員検索をはじめとする情報だけでは、地域商社の経営層等の実務家や、具体的な事業計画を構想する起業予備軍等にとって、活用が難しいと考えられる。
- ・不参加の事業者の特性をみると、地域商社ではない事業者や、地域商社の支援の支援実績がない支援機関、起業の具体化がなされていない起業予定者などが多く、地域商社との知識やネットワークが必要とされない主体が多い。
- ・このように、地域商社ネットワークは、ネットワークの活動を、自社事業や起業等への活用しようとする、意欲のある層と、直接的に活用しにくいなどの理由から、情報収集程度と場と捉えている層との二極化が進んでいるものと考えられる。
- ・一方で、本事業の会員は、地域商社事業に係る実務家、地域商社を支援している支援機関と、それぞれの予備軍による 4 タイプが存在し、それぞれの事業拡大や支援に係るニーズも、有効な支援策も大きく異なる。サイト等による限られた情報提供や、回数が限定される勉強会では、事業効果が得にくい。まず今後は、事業実施経験のある事業者に限定する、地域商社事業に係る事業計画を策定しているなど、意欲的な会員を対象に支援ターゲットを明確化した上で前述のような個別性をふまえた経営相談や、会員の特性をふまえた異業種交流やビジネスマッチングといったネットワーク形成に係る支援サービスを提供していくことが必要である。
- ・継続的な支援を行いつつ、事業の成長発展が期待される会員のみをターゲットとするためには、退会ルール等を作成することが必要である。
- ・また、今後の入会等に際しても、成長が期待される層を支援するために、支援対象としていくために、事業計画を提出するなど、サービス提供が効果的な層を見極めるための参加条件が必要である。