

【取りまとめ背景】

近年、農山漁村では企業の参入意欲と地域の受入期待が高まっている一方、以下5つの共通課題から連携が実現しにくい状況がある。こうした課題に対し、企業と地域の間にとって包括的に支える「中間支援組織」の役割が一層重要となる。

①地域と接続する窓口や相談先が見つげにくい

②地域の事情に精通する人材の不足

③企業内の合意形成の複雑さ

④収益の見通しの立てにくさ

⑤複雑な産業構造への対応が困難

中間支援組織の定義・役割・取組フェーズ別連携

【中間支援組織とは】 企業と地域の間を取り持ち、双方の視点から参入・取組推進を支援する組織
(コンサル等の営利企業から地域商社・RMO・NPO等まで形態は多様だが、伴走支援をする点は共通)

① 地域理解のサポート

地域の実情・課題背景・関係者情報を整理し、企業に提供。関係者ネットワークを活用した橋渡しも担う。

② 関係構築・信頼醸成のサポート

地域側・企業側双方の不安を解消し、企業が参入しやすい環境・体制を間にはいって調整、整備。

③ 取組推進の実践ノウハウの提供

官民連携の実践知を提供し、進行管理・リスク対応・取組実績の蓄積を通じて事業の持続、拡大に寄与。

フェーズ1 | 検討・調査期

参入可能性を探り、取組の方向性を定める段階

企業の課題

- 課題・ニーズが不明確
- 自社強みの活かし方が不明確
- 地域との接点不足

活用される主な役割

①地域理解

②関係構築・信頼醸成

③実践ノウハウ

フェーズ2 | 準備・立ち上げ期

体制整備を行い、具体的な活動を開始する段階

企業の課題

- 協力者・連携先の不足
- 予算・リソースの制約
- 社内理解が不十分

活用される主な役割

①地域理解

②関係構築・信頼醸成

③実践ノウハウ

フェーズ3 | 成長・拡大期

取組の深化・他地域への展開を志向する段階

企業の課題

- 収益向上・サービス拡大
- 社内協力体制の構築
- 新領域でのノウハウ不足

活用される主な役割

①地域理解

②関係構築・信頼醸成

③実践ノウハウ

中間支援組織と連携する際に企業に求められる視点

フェーズ1 地域を理解し、合意形成を図る

中間支援組織と連携し地域課題の背景を把握。地域側の目的・制約を理解した上で段階的に合意形成を進める。

フェーズ2 中長期での事業設計をし、自走できる体制をつくる

中長期での事業設計において、成果を可視化することで社内合意と次フェーズへの橋渡しになる。補助金等は自走できる見通しを持った上で活用。

フェーズ3 拡大・高度化へ、戦略を共に描く

取組の「拡大・高度化」を目指し、地域特性を踏まえた段階的展開と中間支援組織との戦略的連携を図る。

健全なパートナーシップを築くために

地域の当事者として関わる



地域の協力者は生活者でもある当事者。企業側が主体的に足を運ぶ姿勢があつてこそ、連携の質が高まる。

対等なパートナーとして位置づける



「浅い関与」も「過度な依存」も避ける。重要な判断・情報を共有し、ともに意思決定する対等な体制を前提とする。

フェーズ別 取組連携事例（6事例）

フェーズ1 | 検討・調査期

産官学共創

ミライ構想カレッジ in 小布施
小布施まちイノベーションHUB × 小布施町 × 東大 × NTT東日本
役割 関係者調整・共通目標設定
成果 分析研究の促進。地域価値を再認識。

企業内組織強化

社内組織・人材育成体制構築支援
Gensen & Co × パーソルテンプスタッフ
役割 人材育成体系の設計・研修コーディネート
成果 研修体系確立。社内推進体制を整備。

フェーズ2 | 準備・立ち上げ期

探究学習型旅行の商品化

SDGs教育旅行事業
十勝うらほろ楽舎 × 東武トップツアーズ
役割 受入調整・商品設計・企業版ふるさと納税活用
成果 競争力ある商品確立。社員育成にも波及。

地域産クラフト飲料開発

「浅間コーラ」ブランド共創
MoSAKU × 芙蓉酒造協同組合
役割 素材選定・ブランド設計・販路開拓を一体化
成果 新規顧客獲得。大手企業からの連携拡大。

フェーズ3 | 成長・拡大期

循環型契約産地モデル

「地域内評価市場」産地づくり
ロンド × INGEN
役割 ステークホルダー巻き込み・行政連携
成果 収益補完モデル確立。他地域展開・誘致成功。

旅×就労体験の仕組み化

旅×働く 関係人口創出
おてつたび × JR東日本
役割 運営支援・期待値調整・不安軽減サポート
成果 繁忙期人材確保の新選択肢。広域連携拡大。