

本別町 SDGs 未来都市計画推進に向けたサウンディング実施結果について

1. サウンディング実施の経緯

当町は、「本別町 SDGs 未来都市計画」の実現を目標として、経済モデル「新しいことにチャレンジすることができ、域内利益が好循環しているまち」の取組に記載の「地域製品のブランディングで商品の高付加価値化」、都市部との新たな繋がり「サテライトオフィス・コワーキングスペース」の設置等を検討しています。

その中で、サテライトオフィスには、域外エリアとのネットワークの構築、官民連携による地域課題の解決につながる新たなビジネスの創出、地域内外事業者や各セクションの連携による地域商品の開発等を目指す地域外企業等の入居を進めていきたいと考えており、本町の SDGs の取組に共感し、事業参加を検討していただける企業、本町に進出し、町内事業者と連携し事業に参加していただける企業等との対話を実施しましたので概要を公表します。

(参加事業者の知的財産保護の観点から、参加事業者の承諾を得た内容のみを公表)

2. サウンディング実施スケジュール

令和 6 年 12 月 11 日	サウンディング実施の公表
令和 6 年 12 月 18 日	サウンディング説明会の開催
令和 6 年 12 月 23 日～令和 7 年 1 月 10 日	サウンディングの参加受付
令和 7 年 1 月 21 日	サウンディングの実施
令和 7 年 3 月 17 日	サウンディング結果概要の公表

3. サウンディング参加者

4 社

(shallwe は現役大学生の団体であり、サウンディング当日授業の関係で直接参加が不可能となったため、今回は EZOHUB TOKYO の笠井泰士様が代理で参加、事業概要の説明をされています)

4. サウンディングの内容

- ・地域課題解決型事業に関すること
- ・地域商品の共同開発・販売などに関すること
- ・地元業者・団体等と連携方法に関すること
- ・サテライトオフィスの機能や入居条件に関すること
- ・サテライトオフィスのプロモーション方法（域外企業向け）に関すること
- ・その他、これらに関する実績に伴う具体的な提案等

5. サウンディング内容の概要

(1)

<p>事業者名</p>	<p>shallwe</p>
<p>提案概要 (代理説明： EZOHUB TOKYO 笠井 泰士様)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地方から東大や難関大学を目指してきた学生の実体験から、夕方・夜の時間帯にカフェのようにサードプレイスとして学生が学びを深められる場所を作りたい。 ・ 中高生をターゲットとし、楽しく勉強できる空間の提供、また毎週 30 分のポッドキャスト配信による東大生との交流等を検討している。東大生と繋がれることに興味を持ってくれれば、メリットとなる。対応してくれる学生にはどのようなサポート援助が必要か等、まだ最適な形の整理を行っている途中である。
<p>質問・意見交換</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業実施イメージは？ 事業実施は試験的に行うことをイメージしている。時期は7月から9月になるのではないかと。4月頃から事業の企画について地域の方々と連携し、事業実施に向けて活動を行っていくイメージである。 ・ 中高生へのサポート内容は？ 大学等への進学以外の起業等に対するサポートは大きく分けて3つある。①ポッドキャスト②地域課題解決型ワークショップ③勉強サポートがある。②課題解決型ワークショップでは体験学習のようなものを検討している。 ・ 小さい子供を持つ世代との交流もよい。 ・ 進学等を控えている子とその親の中には上級学校に進学したいが、どのようにしたらいいかわからない人がたくさんおり、実際の学生との交流、レクチャーを受けられることはよいことである。非常に面白い取り組みであり、地域にこだわらなければ、いろいろ取り組みが広がりそうである。 ・ 茨城でスタカフェとして取り組んでいる実績があり、他の事業者とのマッチング等も考えられるため、旅費や人件費の支出を想定しても収益化の見込みはある。

(2)

事業者名	アルビオン
企業概要説明	<ul style="list-style-type: none">化粧品メーカー(コーセーグループ)創業 : 1956年(69年目)従業員 : 3263人売上高 : 540億円(業界8,9位)経営理念: 商品開発を強める。売り方を限定する。(ネット販売していない) ドラッグストアでは販売せず美容部員(専門員)による販売その他 : アルビオン ANNASUI など5品種目(ブランド)を展開 高額製品が多いが、高額商品が高級品ではない。 想い→労力→時間→費用を大切に事業展開している。
事業概要	<p>化粧品に使う成分の探索から開発・研究・抽出などを行っている</p> <ul style="list-style-type: none">植物の探索 原料製造→製品製造→販売 一気通貫でおこなっている。 素材探索→植物栽培→抽出原料→製品処方→製品製造 →販売 有効成分を最大限抽出する方法を研究している。素材開発は白神山地で行っており、希少植物の培養による量産を成功させている。また、耕作放棄地を活用した開発も行っている。原料開発からエキス化する部署では、魅力的な素材や新しい技術を取り入れており、原料開発のフィールド、素材を探すことをミッションとしている。沖縄の北大東島、宮古島(エキスを抽出する工場もある)などで行っており、現地農家に委託栽培している。海外ではスリランカなどでも実施。
意見交換	<ul style="list-style-type: none">本別町の特産品であるビートや和牛の肥育によりでる廃棄物の油等の活用は検討できるか? 思いがけないものから手に入るケースはある。岩の組成が特殊で原料となり、肌の汚れ、油を落とす等の効果が得られる例があった。廃棄物を活用したケースはいくつかあり、果実系ジュースの搾りかすを使って、原料を陳皮エキスとして活用した。またワインの残渣で種子オイルを作っている例もある。こだわりを持って、サステイナブルな活動に寄与している。有機栽培が必須なのか? 必須ではないが、コーセー・アルビオンとしては、「農薬不可」のルール

を設けている。有機JISで認められると可能である。

- 北海道における原料調達、開発の事例はあるか？

北海道では、エクシア（化粧品）に入っている「ひとりしずか」という植物や、スキンコンディショナーへは「ハト麦」の実績がある。

- 本別町の『キレイマメ』という黒大豆の活用可能性は？

豆をオリジナルで抽出した経験はないが、原料メーカーで取り扱っているものを使用して検討したことはある。その際は良い評価は出なかったが、大豆特有のポリフェノールなどの活用の検討は可能である。成分とストーリーは両方必要であるため、黒豆やほかの素材の成分に関して、十分でなかった場合、お客様に肌効果として届けられないのであれば、入れなくてもよい。黒大豆よりも「キレイマメ」というネーミングが良い。

- 亜麻仁油の活用可能性は？

亜麻仁油については既存のオイルで、尚且つ、競合がかなり多く、特別な何かが必要である。

- 町の植物、農産物の可能性は？

植物、農作物についての研究に際して、本別町の植物の研究者や、地域おこし協力隊の植物に強い人等と機会があれば、連携を取り、フィールドワークの実施も検討したい。

- 本別町の地域産品のブランド開発について

今後打合せを行い、可能性を広げていきたい。

- 現地の生産者への還元を非常に意識している。本別町で生産された豆の

原料が化粧品となり、数多く販売されることが理想である。

(3)

事業者名	JICU
企業概要説明 及び 提案概要	<ul style="list-style-type: none">・生産者の方への思いが強く、その中で考えた事業、生産者さんのために寄り添った事業である。・農家は人手不足であり、一人でやらざるを得ない状況の方が多い。一方で都市部にはフリーランスの人口も割合多く、副業をやりたい人も多い。また、地方移住に関する興味も高い。副業人材は過多で、競争激化。・ECサイトでの取引取り組み。「作物者ならいくらでも持って行って良い」と、お金より現物が豊富にあることに着目した。・「モノ払いで解決したい」が始まり。報酬をお金ではなくモノで支給。現在実証実験中であり、HPやデザイン等のニーズが高く、11件のマッチングに成功している。(農家登録：22件、人材：28件) ＜成功例＞～豊かさのモノサシを豊かに～<ul style="list-style-type: none">① HP作成、デザイン② 旅館の記事作成・関係人口創出の実証実験として参入をしたい。・ジョブグルメは長期的な視点で物々交換をイメージして進めていく。返礼における物々交換の内容については多種多様になっている。ジビエ料理や旅館の宿泊券などを考えている。
意見交換	<ul style="list-style-type: none">・どのようにマッチングするのか？ マッチングについては一旦JICUに留保し、JICUから見繕って人材側に提供するシステムを検討している。現状のニーズでは、副業側の人材のマインドとして、まずは1歩目を踏み出したいからという理由が多いが、生産者と付き合っていくうちにファンになっていく。特別好きでなくても、ファンになるケースもあり、信頼関係において成り立つケースが多い。ずっと豆をもらっていくことにはならない。ルールをまだ決め切れていないが、過去に途中から食べ物から報酬契約に繋がるケースもあり。農家へのアプローチは、人脈によるものである。今回も生産者と繋がることを目的に参加。従来は、生産者から生産者を紹介してもらうケースが多い。・音声メディアを立ち上げ、ジョブグルメなど有益な情報を発信。・人材確保について 人材は、当社サービス以外の1日バイトの普及が進んでおり、短期バイト等のサービスが既にあり、当社はこうしたサービスが普及していないマーケティング領域の人材マッチング支援を行っている。生産者に普及させ

るためには、良い関係を保つ必要があり、知られることが何よりも大切であるとする。今後は生産者の販路開拓を支援することが重要であり、商社とのネットワークを構築し販路をひろげていく。

- ・派遣されるのは都会の人のみか？

フリーランスや副業人材は増加しており、特に都会に多い。ECサイトのサービスにおいて、十勝の人、本別町の人が登録して、マッチングすることが理想だが、交通費の問題もあり田舎で成立するのかが課題であるが、現在口コミでは広がりを見せている。登録者は首都圏だけではなく、関東圏、東北や佐賀県以外にも広がり、「普段得られない体験ができるところに行きたい」と考える人も多い。町に来ると体験、人脈が増えるなど、メリットを売り出すことが重要だと考える。

- ・様々な領域の連携が地域の中で循環できれば良い。地域で人材をプールすることは難しい。一方、副業が認められている企業が多い。政策の部分で政府が潤沢な予算を持ち、二地域居住の要素と機運が高まっている。お金の部分が多くなっており、旅費の工面等の議論していきたい。ふるさとを作りたいと思っている東京出身者が多く、ジョブグルメを使って本別町と関わっていく部分が多くある。

- ・本別町食堂みたいなものを例にすると東京だとレストランになるが、本別だと食堂で終わってしまう。現在、居酒屋にしか提供できていない。居酒屋をフレンチやイタリアンに変えることができるような関係構築の手法として、生産者町民が株主となった、事業体の構築も検討できる。

- ・ジョブグルメの取り組みについて、副業者の旅費調達の件について今後も協議したい。

(4)

事業者名	Muture
企業概要説明	<ul style="list-style-type: none">・デジタル化の流れに乗っていないという課題から、スピード持ってDXを行っていくことを目的に合弁会社を立ち上げた。・Mutualism (相利共生) +Future・企業変革を目的に、社員の变化を重きにおいて事業を展開・UX デザイナー=蒔氏 (Goodpatch)・価値の創造と魅力を見つけるために行う。
提案概要	<ul style="list-style-type: none">・経営者プログラムの提案 年間通じて行っている事業の中の一つで、上川町において実施している。企業活動と行政の取り組みの枠組みを繋げられるよう意図して行った。小さく始めだした。・経済活動産業分野の模索 外から来た人材が違う切り口で行うことを想定。・総計との整合性。 行政の役割、域外事業者との連携(民間主導役割)、戦略アップデート(共同での取り組み) 成果の指標を定義モニタリング(共同での取り組み) リスク評価と分散、明確化させる。・町民力を活かしたまちづくり コンテンツを作る。事業にする。事業を作る人になる。 <input type="checkbox"/> ワークーション、ワークショップ、アドベンチャーツーリズム、地域内との交流 <input type="checkbox"/> アウトプット 域外との連携 ↓ <input type="checkbox"/> 計画整備 感度の高い企業との連携 公園イベント/With IoT 関連メーカー(例) など。 <input type="checkbox"/> キャンプフィールド /With キャンプブランド(例) など。 ※この事業を見越したワークショップなどの実施 ↓ <input type="checkbox"/> 担い手づくりの期間となる。 <input type="checkbox"/> 官民連携共創事業 (東京事務所) 例として。 EZOHUB TOKYOを拠点にして。

	<ul style="list-style-type: none"> ・変革はハードであり、抵抗されることが多い。既存の評価軸が尊重される中、抜擢された人材をどう育てられるか。本別町の中に提案した内容を実現してくれる人材がいると思っており、期待している。
意見交換	<ul style="list-style-type: none"> ・これからは時代にマッチした取り組みが必要であり、新しいやり方で進んでいく必要がある。また、大学生インターンが制作したコヤラボのチラシなどから、このような取り組みや、人がいるということ感じている。絵を描いてもなかなか、うまくいかないケースの方が多い。また、衝突しない方が不健全だという考えが浸透しているが、お互い傷つけあわないことが大前提で、意見をしっかりと言い合うことも大事。 ・他地域での実績や取り組み例は？ 他地域での実績は上川町、飛騨市、岡山県真庭市（自然再生協議会）である。町の人が立ち上がろうとしているところに方向があったところに入るケースが多い。富山県南砺市井波のケースもある。目覚ましい実績があるわけではない。 ・東京都のアライアンスや総務省の地域活性化起業人制度の方の同行を検討する。いろいろな地域で地域づくりの活動をしている人が関わってくれる。副業人材の確保、大学生の活動のフィールドとしても。 ・本別町の民間企業は 10 億円以下の企業が多く組織になれない。また町の仕事のほとんどはA I 化可能である。これらの課題については、お互いに役割があると思う。 ・どのように始めるのか？ 最初は地域に入り込んで始める。次にテストプロジェクトがある。4 段階くらいのフェーズを経て行う想定。町のプロジェクトに置き換えると、1 年くらいである。 ・目指すゴールは？どのように収益するのか？ 組織改革のための提案である。自走するのが大前提。改革というと否定的になるが、自走力を高めると言い方となる。 ビジネスのキャッシュポイントは大きなものは期待していないが、手弁当でやり続けることは不可能。 ・成功報酬となっていきたい。目標とゴールを設定して、利益があるとあ

	<p>りがたいが、地域にお金が行く仕組み。本別のような意思がある地域の仕組みの開発ができることがメリットである。</p> <ul style="list-style-type: none">• 人づくりの話を聞くだけでも価値がある。地域の人事部など 補助金を活用しながら人づくりを目指して一緒にやるのが大切だと思う。• どちらが主導権をもってやるかによって、進め方が違うと感じる。もっと掘り下げた話がある、深めることが重要だと思う。• 資源の活用が重要である。もともと地域に住む人が大事にしていることを前面に出して取り組んでいきたい。
--	---

6. サウンディング結果を踏まえた今後の方針

参加4社のうち、3社は引き続き意見交換を継続し、事業化に向けた検討を行っていくこととなりました。残り1社（shallwe）については、サウンディング当日直接の意見交換ができなかったため、改めて日時を設定し、町と地域事業者の皆さんで意見交換を行う予定です。