

第 1 回
地域生活圏における社会的インパクトの可視化に関する検討会

日時：令和 8 年 7 月 21 日（火）13：00～15：00

場所：中央合同庁舎第 2 号館 12 階国際会議室（オンライン併用）

- 1 地域生活圏における社会的インパクトの可視化に関する検討会について
事務局より資料 2 に基づき説明。
- 2 地域生活圏の考え方について
事務局より資料 2 に基づき説明。
- 3 本検討会の進め方について
事務局より資料 2 に基づき説明。
- 4 実証事業採択予定事業者について
事務局より資料 2 に基づき説明。
- 5 委員プレゼンテーション
次項以降参照。
- 6 意見交換
次項以降参照。

意見交換議題：

- 1 地域経営主体が生み出すインパクトは何か
- 2 地域経営主体の社会的インパクト可視化を通じて達成すべき状態は何か
- 3 地域経営主体が生み出すインパクトを、どう測れば良いか（どのような方針で整理・可視化すればいいか）

【議事概要】

（国土政策局審議官挨拶、委員紹介、オブザーバー紹介、座長拝命、座長挨拶、検討会進行説明、検討会・事業概要説明）

委員プレゼンテーション 1

- 広告事業で培った自社のマーケティングやクリエイティビティを生かし、2019年から富山県朝日町で地域課題の解決に取り組んでいる。当初は地域交通を起点としていたが、現在は地域全体の暮らしを持続的に支える仕組みづくりへと取組を発展させている。
- 地域課題の解決には個別サービスだけではなく、近隣地域も含めた地域の暮らし全体まで広げて、生活者の幸せを中心に公共事業・サービス全体のあり方を再編する視点が重要と考えている。
- 官民連携については、民間企業が作ったソリューションを地域に当てはめることや補助金の活用を前提とするのではなく、地域課題を起点に、行政と民間がそれぞれ担うべき役割を考えることが重要と考えている。
- 地域課題の解決は一企業だけで実現できるものではなく、行政においても、地域の暮らしを中心に据え、関係機関が横断的に連携する体制が必要と考えている。
- マイナンバーカードを活用した地域サービス「LoCoPi」を展開。地域独自ポイントや電子決済、外出促進、こども見守り機能などを備え、データ収集・分析や施設運営の効率化など地域全体の利便性向上を目指している。
- LoCoPiは新たな仕組みを導入するのではなく、既存のマイナンバーカードを活用することに特徴がある。また、「使わなければならない」サービスではなく、「楽しいから使う」サービスとして設計することが重要と考えている。
- サービスを持続的に運営するため、2026年度中のまちづくり会社設立を目指している。朝日町だけでなく広域の生活圏を対象に、地域資源を組み合わせた運営モデルの構築を進めている。
- 地域課題の解決においては、全てを民間企業が担うのではなく、民間企業が取り組むことでより豊かになる領域や、行政の任意的な業務について、それぞれの強みを生かして取り組むことが重要と考えている。
- 地域生活圏で創出すべきインパクトは、誰に何を届けるかにより取組内容が大きく変わるため、行政・生活者・企業の三者を対象に取組を進めている。行政では行動変容やコスト削減、生活者ではウェルビーイング、企業では地域企業との役割分担や連携を重視している。
- 一つの企業単独で地域課題を解決するのではなく、多様な企業や行政がそれぞれの強みを持ち寄り、集客や運営、カスタマーサポートまで含めて連携することで、持続可能な地域運営モデルを構築したいと考えている。

委員プレゼンテーション2

- 社会的インパクトとは、サービスの実施自体ではなく、その結果として生活者の暮らしや地域課題がどのように変化したかを示すものである。そのため、解決したい社会課題や関係する主体、活動によって生じる変化を整理し、その効果を定量・定性の両面から可視化・発信することが重要と考えている。

- インパクト可視化は、単に成果を可視化するものではなく、資金、人材、民間企業など多様な主体の参画を促し、合意形成を進めるためのツールとして活用することが重要と考えている。
- 地域に資金を呼び込む事例として、電動サイクルシェア事業「チャリチャリ」のマイクロインパクトファンドを展開。投資によって生まれる社会的価値や地域課題への貢献を可視化し、個人投資家が地域課題への貢献を実感できる仕組みを構築した結果、約 4,000 万円の資金調達に加え、投資家アンケートでは 8 割超が「また投資したい」と回答するなど、継続投資意向の醸成につながった。
- JR 東日本グループとその投資先による、新潟県燕三条地域のものづくり企業の取組では、作成したインパクトブックを以て、目指す社会や解決できる地域課題を説明・可視化することで、企業や関係者の参画を促し、仲間づくりやアライアンス形成につなげた。
- 地域生活圏では、生活者の変化だけでなく、自治体、地域企業、金融機関など各主体がどのような価値を感じ、行動につながったのかを可視化する視点が重要と考えている。
- 各主体にとって行動の動機となるバリューは異なるため、それぞれのバリューを整理した上で仮説を立て、実証を重ねながらインパクト可視化を進めることが重要との考えを示した。
- インパクト可視化ガイダンスは、①地域生活圏として目指すインパクト、各主体の役割・Value 及び求める支援・金融・参画、②誰に何を伝え、どのような意思決定・行動変容を生み出すかという仮説と、そのための指標・発信方法、③実際に生じた意思決定・資源循環、実証結果及び未検証事項、の三つを一体的に整理し、検証結果を踏まえて継続的に改訂することを提案する。
- 国際原則や指標への形式的な適合を目的化せず、地域にとっての「価値ある変容」を起点として、各地域で実際に活用され、意思決定や行動につながるインパクト設計を重視すべきと考えている。
- インパクト可視化の実証は、最初から正解となる仮説を固定するのではなく、第 2 回以降の検討会での議論を通じて形成・精緻化された仮説を随時実証に組み込むとともに、現場で得られた検証結果をその後の仮説、実証内容及びガイダンスに反映する、アジャイルな進め方が必要と考えている。また、今期・来期以降で検証する範囲やゴールをあらかじめ設計することが重要と述べた。
- ガイダンス作成に当たっては、地域経営主体だけでなく、地域企業や地域金融機関、自治体など地域生活圏の形成に関わる主体も対象・読み手として明確に位置づけ、各主体に求められる支援・金融・参画と、その意思決定や行動につながるインパクト可視化のあり方を示すべきと考えている。

【委員指摘事項・主なやりとり】※斜体は国交省発言

- 自治体単位でサービス全般を維持することは難しくなっており、地域生活圏での官民連携の新しい仕組みが必要である。
- 単に評価上のインパクトを議論する前に、地域経営主体がどのような価値や役割、ケイパビリティを持っているのかを整理しなければ、いくら測定しようとしても議論が揃わなくなる。
- 社会的インパクトの可視化を活用してリソースを担保し、関係者の意思決定がどう変わるのかまでつなげて捉えていく必要がある。
- 厳しい条件が続き新たな挑戦をしなくなった地域に対し、それを打ち破る突破力やノウハウが入り、住民や行政も含めて活性化することもインパクトではないか。
- 行政界を超える場合は合意形成が難しくなるため、ステークホルダー（基礎自治体か広域自治体か等）を細分化して考える必要がある。
- 立ち上げ期の突破力から、ある程度進めば安定維持のためのレジリエンスやガバナンスなど、フェーズによって測定すべきインパクトは変わる。
- 多様なプレイヤーのバリューは何なのか、メリットをどう合わせるのかという点が重要で、その調整によってインパクトの見せ方も変わってくる。
- 地域生活圏の目的から考えると、暮らしに必要なサービス（交通・医療・買い物等）が改善した・持続的に提供できるようになったことがインパクトではないか。
- 可視化によって達成すべき状態は活動資金を得ること（資金調達）であり、それにより持続的な活動が可能になる。
- 可視化の程度は相手（市民に対する説明責任を求める自治体、厳格さを求める金融機関、税制優遇等を重視する個人投資家）によって異なる。
- マネタイズや持続性につなげるためには、行政、生活者、企業を「To G」「To C」「To B」に分け、それぞれに向けた「見えるもの」を作っていく必要がある。
- 地域経営主体の数（1～3つ程度か、多層的か）によってインパクトの考え方は変わる。
- 「システム思考」を共通基盤とし、地域経営主体とは、行政、企業、生活者など、さまざまなステークホルダーとの相互作用をつなぐハブ機能として捉えることができるのではないか。
- 「システム思考」に基づき課題マップを整理し、「誰に向けたインパクトなのか（誰に何を届けるか）」を明確にすることで、求める可視化の性質も変わる。
- 地域には複数の課題があることが想定され、例えば交通と介護であれば、交通サービス維持が介護給付費を抑制するなど、複数分野の複雑な相互関係を捉える必要がある。

- 地域経営主体が必ずしも全ての領域を単独で担うのではなく、得意分野を持つ主体が連携する場合も想定し、その際にどの範囲を対象として評価するかを整理することが必要ではないか。
- 地域インフラなど収益確保が難しい事業について、どこまでコストをかけるかは社会の合意形成にかかっている。そのため定性的な価値の定量化が必要である。
- 規模の経済（スケールメリット）とは逆の領域であり、量的な価値だけでなく、質的な価値に対して地域が幸福感を見いだす価値観の啓発も必要である。
- 社会的インパクトとは、単一のソーシャルビジネスの成果ではなく、地域が自ら課題を解決し続けられる状態に近づいていく変化ではないか。
- 民間の大企業は立ち上げ段階では地域経営主体の役割を担える一方、長期的な継続には限界があり、地域への役割の引継ぎが重要になってくる。
- 地域経営主体は課題解決エコシステムの触媒として機能するが、民間企業が継続関与するには自社にとってのインパクトを社内に説明可能にする必要がある。
- プロジェクト単位だけでなく、全社・事業部・プロジェクトという多層的なロジックモデルで地域全体の目指す姿と紐づけて可視化することが有効である。
- 関係主体に地域の金融機関を加えてほしい。本施策の地域経営の恩恵を受ける、最も重要なステークホルダーたるは2100年以降を生きる次世代ではないか。数カ月や数年で成果の出るKPIは、小さな問題しか解決していない証左であり、目指すべき地域経営ではないと考える。
- 平成の大合併から学ぶべきことは多くある。ある種の広域化・効率化だが、それに伴い消防団の減少や地域防災のポスト減少などの弊害も出ており、各種災害に対して明らかに現場が弱くなった。ポジティブな面だけでなく、ネガティブな側面（地域の脆弱化など）も可視化・共有して議論すべきである。
- （委員からの対象地域の規模感に関する質問に対し）大都市を否定するわけではないが、人口が減少している地域などを念頭に置いている。人口規模は地域によってさまざま（1万人程度～20万人程度）であり、住民目線で見た時の日常生活圏（病院や買い物に行く等、日常生活を送る範囲）として捉えている。
- （委員の「ナショナルミニマムを対象領域とするのか」という質問に対し）ベーシックなナショナルミニマムというよりは、もう少し上のレベルも含めていくものと考えている。
- 合意形成の難しさから、必ずしも生活圈全体ではなく、少し狭い範囲で実証を行うケースも出てくると考えている。
- ステークホルダーごとの違いやポジティブ・ネガティブを含めさまざまなインパクトがある前提で、地域生活圈が目指す社会に対する変容という視点から優先的に議論すべきインパクトを捉えていく進め方もある。
- 実証期間（半年強）で全てを網羅するのは難しいため、優先的に実証すべきもの、課題感が高いところ、金銭面で現実的なところという観点があるのではないか。

- 委員プレゼンテーション資料にもあった「行政」「生活者」「企業」の3つのステークホルダーに焦点を当てることを出発点として整理することを提案したい。
- インパクトの可視化を端緒に、「企業の経済性がどう回るか」に対する回答を求めがちだが、可視化はそのためだけではない。誰にとって（for whom）というところを整理して解像度を上げることが重要である。
- 誰にとって（for whom）に注目すると、対行政という意味では必要な情報・データの解像度を上げる必要があり、对生活者については中心に置くべき生活者は単に受益者だけでなく自らお金を出して投資するなど主体的に参加する人も含まれる。ほかにも考えられるだろうし、「生活者」をいかに整理・細分化すべきかも考慮すべき論点となる。
- 企業にとっては経済性かもしれないが、生活者にとっては共感という要素が非常に大きく、これらを見逃さずに整理していくことで地域経営主体のあるべき姿が見えてくるのではないか。
- 民間の地域経営主体となるのであれば、実装・社会構造の変化を実現するところまでやり切る必要があり、ずっと関わり続ける覚悟と労力が必要。
- 一企業だけで根こそぎやることはできないため、周囲を巻き込むべく企業、生活者、自治体の三つすべてに関わっていく必要がある。
- 最終的な生活者へのインパクトは、単純に豊かになることではなく、「ここで住み続けられると思えている状態（生活者の暮らしそのもの）」が真ん中にある。
- その状態を支える地域側の力として、様々な外部環境の変化に対するレジリエンスを持つ地域経営の質（地域の強さ）を見るべきであり、それが生活サービスの持続性につながる。
- インパクトは「生活者が体験するインパクト」と「それを支える地域の基盤やアセットの強さ」の2側面がありえる。
- 長い時間軸で捉える必要があり、「どう測るか」の前段階として「何をインパクトとして捉えるか、どう整理するか」が最も重要になる。