

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  
(第2回)  
事務局説明資料

---

国土交通省 国土政策局  
総合計画課

令和8年10月13日

1. 第2回検討会の位置付け
2. 第1回検討会の振り返り
3. 討議事項
4. 討議事項に関する事務局案
5. 討議事項についての意見交換

# 1. 第2回検討会の位置付け

本日は、第1回検討会の議論内容や実証事業の進捗を踏まえ、実証事業やガイダンスの方向性について議論

|                                   | 主な討議事項                                                                                                                                                                                                                                                 | 実証事業                                                     | ガイダンス作成                                                      |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 第1回<br>7月21日                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域経営主体が生み出すインパクトとは何か。</li> <li>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。</li> <li>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・可視化すべきか）。</li> </ul>                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>公募～採択</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>大枠の記載方針の整理</li> </ul> |
| 第2回<br>第3回<br>9月～12月<br>に<br>2回実施 | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域経営主体の役割や、地域経営主体による課題解決手法のあり方について、ガイダンスにおいてどのように整理すべきか。</li> <li>ステークホルダーを細分化し、それぞれ「誰に・何のために」という観点で、どのようなアプローチをすれば、インパクト可視化の効果を最大化できるか。</li> <li>ガイダンスはどのような内容とすべきか。</li> <li>今年度の実証事業で特に重視すべき点は何か。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>実証事業実施</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ガイダンス素案作成</li> </ul>  |
| 第4回<br>1月～2月                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>実証事業の総括</li> <li>ガイダンスの記載内容の最終チェック</li> <li>今後継続的に検討すべき事項は何か</li> </ul>                                                                                                                                         | -                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>ガイダンス完成</li> </ul>    |

本日

### 示唆①：インパクトの測定・可視化の設計に向けて、地域経営主体の役割・スコープを定義する必要

|      |                                                          |
|------|----------------------------------------------------------|
| 工藤座長 | 地域経営主体の役割・スコープの整理が、どう測るかよりも先に来る。全領域を単独で担う主体は存在しないのではないか。 |
| 今田委員 | 地域経営主体が単独で活躍するのか、複数が重層的に交わるのかを整理しないと、インパクトの出し方も変わる。      |
| 蛭間委員 | 対象地域の規模感・定義を先に明確にしたい。収益と公益が両立する準公共領域が対象かどうか整理が必要。        |
| 神田委員 | 取組のフェーズによってインパクトは変わる。初期は突破力、進展後は安定性やガバナンスの面も対象となる。       |

### 示唆②：「for whom / for what(誰に・何のために)」の構造整理が可視化の設計のポイント

|      |                                                                    |
|------|--------------------------------------------------------------------|
| 高橋委員 | 国際的フレームワークに厳密に則るかではなく、現場で活用でき行動を生み出すものを作る姿勢が重要である。                 |
| 工藤座長 | どう測るかより手前の、地域課題の構造整理が勝負になる。                                        |
| 今田委員 | 「for whom / for what（誰に・何のために）」で整理する。博報堂の整理（対行政／生活者／企業）は検討の土台たり得る。 |
| 越委員  | 自治体・金融機関・個人投資家など、ステークホルダーごとに求められる可視化の程度は異なる。                       |
| 神田委員 | ステークホルダーを細分化する必要（「自治体」も基礎自治体か広域自治体かで相手が変わる）。                       |
| 畠山委員 | 誰に何を届けるかでインパクトは変わる。博報堂では行政・生活者・企業の三方向で考えている。                       |

### 示唆③：単一事業でなく多層構造で、ポジティブ・ネガティブ両面からフェアに可視化することが重要

|      |                                                               |
|------|---------------------------------------------------------------|
| 工藤座長 | 「地域の支える力（レジリエンス・地域経営の質）」を可視化の対象として捉えるべきである。                   |
| 片山委員 | 企業や金融機関を動かすには定性的な価値を定量化して財務メリットを語る視点が要る。一方で質的価値に幸福感を見出す啓発も必要。 |
| 鶴田委員 | ロジックモデルを単一事業でなく全社・事業部・プロジェクトの三層で作し、地域社会向けと自社向けの軸を分けている。       |
| 蛭間委員 | ポジティブだけでなく、広域化による担い手減少や災害への脆弱化といったネガティブなインパクトもフェアに可視化すべき。     |
| 神田委員 | 初期フェーズだけでなく、安定供給・維持フェーズにおけるインパクトも観測対象にすべきである。                 |

### 示唆④：課題構造を可視化した上で対象を絞り込み、ゴールも含めてアジャイルに仮説検証する必要

|      |                                                            |
|------|------------------------------------------------------------|
| 高橋委員 | 半年強で全てを網羅的に実証しきるのは難しい。優先的に実証すべきもの、課題感の高いものを絞る必要がある。        |
| 高橋委員 | ウォーターフォール的に進めるのではなく、何を仮説とするかという観点から、ゴールも含めてアジャイルに実証を進めるべき。 |
| 今田委員 | システム思考で課題マップを描き、実証の対象や矢印を可視化して仮説を立てることが重要である。              |
| 畠山委員 | 博報堂としても答えが出ていない段階であり、各ステークホルダーを動かすための仮説を持つことこそが重要。         |

1. 地域経営主体の役割や、地域経営主体による課題解決手法のあり方について、インパクト可視化ガイダンスにおいてどのように整理すべきか？
2. ステークホルダーを細分化し、それぞれ「for whom / for what (誰に・何のために)」という観点で、どのようなアプローチをすれば、インパクト可視化の効果を最大化できるか？
3. 1~2を踏まえると、「ガイダンス」はどのような内容（構成、項目）とすべきか？
4. 1~3を踏まえ、今年度の実証事業で特に重視すべき点は何か？

1. 地域経営主体の役割や、地域経営主体による課題解決手法のあり方について、インパクト可視化ガイダンスにおいてどのように整理すべきか？
2. ステークホルダーを細分化し、それぞれ「for whom / for what (誰に・何のために)」という観点で、どのようなアプローチをすれば、インパクト可視化の効果を最大化できるか？
3. 1~2を踏まえると、「ガイダンス」はどのような内容(構成、項目)とすべきか？
4. 1~3を踏まえ、今年度の実証事業で特に重視すべき点は何か？

## 4-1. 地域生活圏とは：「あるべき姿」と「避けるべき姿」(案)

地域生活圏の実現には、地域経営主体が「ハブ」となり多主体連携によって複雑に絡みあう地域課題解決に取り組むことが必要となる。

|                | あるべき姿                                                                                                                                               | 避けるべき姿                                                                                                                                                         |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 実現される地域生活圏     | 人口減少・高齢化が進んでも、暮らしに必要なサービスが持続的に提供される                                                                                                                 | 人口減少・高齢化に対応できず、生活サービスの縮小・撤退が連鎖する                                                                                                                               |
| Who<br>(誰が・誰と) | 法人格を持つ地域経営主体が「ハブ」となり、自治体・企業・金融機関・大学・住民・NPO・交通事業者・学校等の多主体と連携する                                                                                       | 受け皿となる主体が存在せず自治体や個別事業者に対応が分散する／特定の主体だけが主導し住民や中小事業者は形式的な参加にとどまる                                                                                                 |
| What<br>(何を)   | 複雑に絡み合う地域課題（医療・交通・買い物・教育・産業・福祉等）を包括的に捉え、解決に取り組む                                                                                                     | 縦割りのまま各分野が個別最適化され、分野をまたぐ課題（例：交通×医療）が放置される                                                                                                                      |
| How<br>(どうやって) | <ul style="list-style-type: none"> <li>ICT・データ・技術等を共通基盤として活用</li> <li>小規模実証を経て段階的に拡大</li> <li>自走可能な収益モデルで継続</li> <li>成功モデルを標準化して他地域に展開 等</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>共通基盤の導入が単発で終わり定着しない</li> <li>十分な実証を経ず本格展開し軌道修正できない</li> <li>補助金依存で財源終了とともに停止する</li> <li>属人化して将来・他地域に継承できない 等</li> </ul> |

## 4-1. 地域経営主体の役割(案)

地域経営主体の役割は、①行政・民間の「スキマ」を埋め、②「ハブ」として複雑な地域課題の解決に取り組み、③地域で自律的に資源が循環する仕組みをつくる、などが想定される。

| 役割                 | 定義                                                                          | 該当事例                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 行政・民間の「スキマ」を埋める    | ✓ 行政において解決に必要な資源が不足する領域                                                     | <p>[行政において解決に必要な資源が不足する領域に対応する]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>マルチワーカージョブステーション鯉ヶ沢：行政の優先順位から外れがちな空き家活用や高齢者支援を補完する</li> <li>但馬を結んで育つ会：単独の行政サービスでは維持しにくい医療福祉・交通・買い物機能を分野横断的に接続する</li> <li>フレイルサポート仁淀川：行政の必須施策ではないフレイル予防を、暮らしに不可欠な機能として担う</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                    | ✓ 民間単独では採算が合わない地域課題に対応する役割を担う                                               | <p>[民間単独では採算が合わない地域課題に取り組む]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>博報堂：単独では収益化しにくい福祉共助「もちもたネット」を公共UX基盤の一部として提供する</li> <li>co.shiga：採算の取りにくい買い物難民支援（移動スーパー×LINE）に取り組む</li> <li>三河の山里コミュニティパワー：介護予防・有償ボランティアを電力販売収益で下支えする</li> <li>フレイルサポート仁淀川：デジタルフレイル測定の広域出前によりまちづくりを自分事化する高齢住民の学びを提供する</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 「ハブ」となって課題解決に取り組む  | 複数企業や団体、金融機関、自治体、住民等、多様な主体をつなぐハブとなり、分野横断的な地域の課題を吸い上げ、迅速かつ中長期の視点で地域課題解決に取り組む | <p>[地域の課題を吸い上げ、行政単体よりもスピーディに対応する]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>co.shiga：2市での先行実証を経てわずか1年で4市体制に拡大する</li> <li>マルチワーカージョブステーション鯉ヶ沢：高齢者支援×地域通貨の社会実験を機動的に実施する</li> <li>ナスコンバレー協議会：リビングラボとしてモビリティ・農業分野の実証を迅速に重ねる</li> <li>中海テレビ放送：幸福度調査から事業構想WS、実証までを段階的かつ機動的に進める</li> </ul> <p>[中長期目線での事業構想を策定する]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>中海テレビ放送：構想人材育成機能により次世代の担い手を長期的に育てる</li> <li>ナスコンバレー協議会：2021年の設立以来、持続可能な事業モデルの確立を長期で目指す</li> <li>但馬を結んで育つ会：人口減少下でも暮らしを支え続ける「但馬型地域生活圏モデル」の構築を長期で志向する</li> <li>三河の山里コミュニティパワー：地域エネルギー事業を通じ持続的な地域づくりを長期で志向する</li> </ul> |
| 地域が自律的に循環する仕組みをつくる | 自走可能な事業モデルや、住民が自律的に支え合う場をつくり、課題解決に必要な資源が循環する仕組みや他地域へ展開できる形を構築する             | <p>[地域内主体が自律的に課題解決にあたる場を提供する]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>フレイルサポート仁淀川：高齢者を「対策される対象」から「支え合う主体」へ転換する場を提供する</li> <li>co.shiga：自治会課題をAIで可視化する「ミニログ」で住民自身が気づき対応できる場を作る</li> <li>マルチワーカージョブステーション鯉ヶ沢：自治体・企業・住民のネットワークを活かし住民自身が動ける場を提供する</li> </ul> <p>[地域が目指すべきビジョンを提示する]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>博報堂：民間の地域経営主体によるサービス提供という新たな地域運営の姿を提示する</li> <li>フレイルサポート仁淀川：高齢者が支え合う主体へ転換した社会像をビジョンとして掲げる</li> <li>但馬を結んで育つ会：人口減少下でも暮らしを支え続ける「但馬型地域生活圏モデル」というビジョンを提示する</li> <li>三河の山里コミュニティパワー：地域エネルギーを核とした持続的な地域づくりのビジョンを提示する</li> </ul>                  |

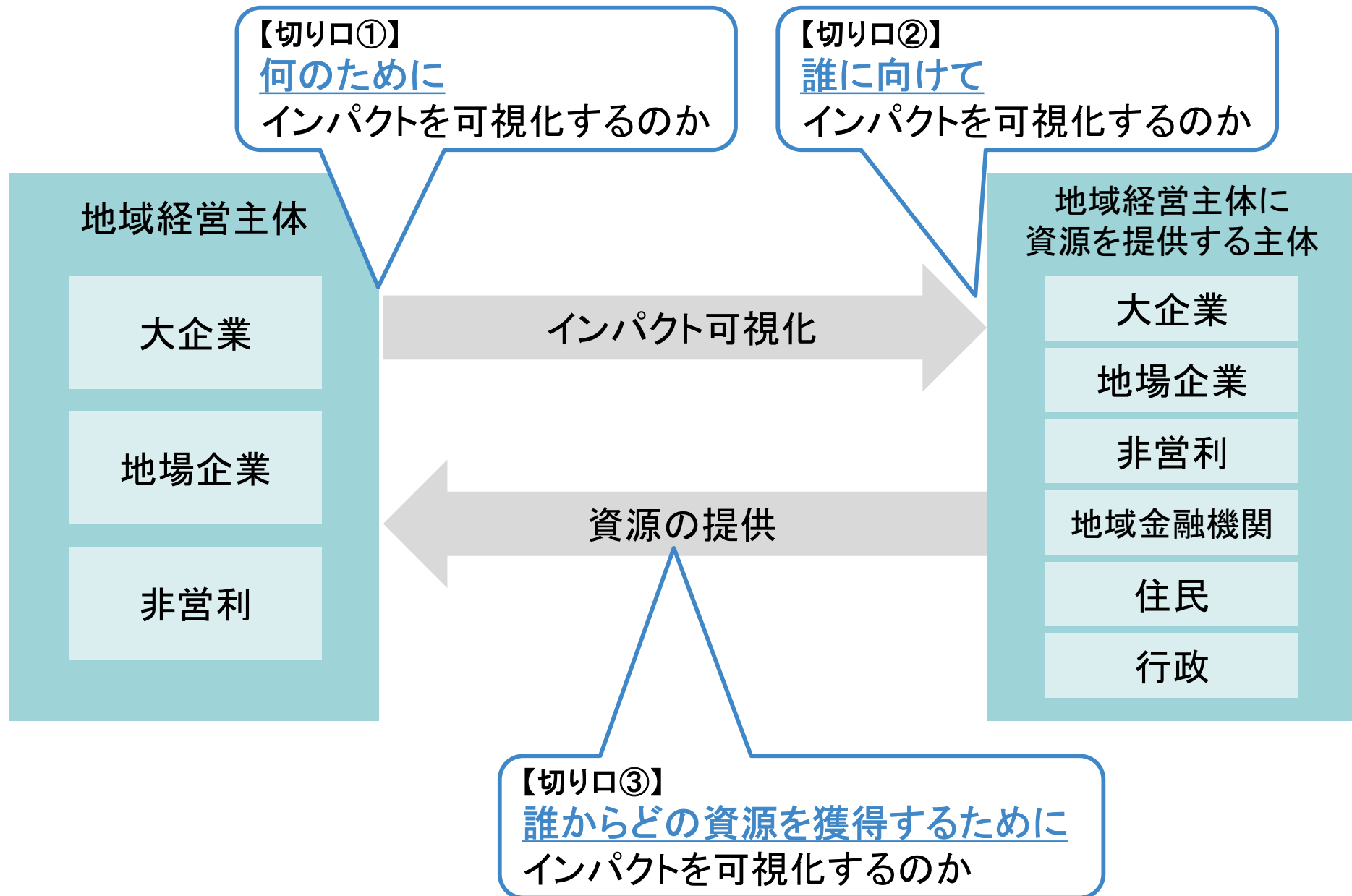
## 4-1. 地域経営主体の課題解決手法に関する特徴(案)

地域経営主体の取組事例に共通する問題解決の手法には、以下7つに整理され则认为られる

| 観点             | 地域経営主体の課題解決手法<br>(取組事例からの示唆)       | 地域生活圏の構築を目指す各社の取組事例                                                                                                                                                                                                           |
|----------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Who<br>(誰が・誰と) | ① 複数自治体をつないで<br>課題解決に取り組む          | <ul style="list-style-type: none"> <li>三河の山里コミュニティパワー：愛知県2市町にまたがり活動する</li> <li>co.shiga：滋賀県4市にまたがり活動する</li> <li>但馬を結んで育つ会：兵庫県5市町にまたがり活動する</li> <li>中海テレビ放送：鳥取県9市町村にまたがり活動する</li> </ul>                                        |
|                | ② 多様な主体と連携する                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>ナスコンバレー協議会：会員57社に加え地域メディア・アカデミアを巻き込む</li> <li>フレイルサポート仁淀川：自治体・医療機関・郵便局・タクシー事業者・企業など多様な主体を巻き込む</li> <li>博報堂：朝日町や近隣自治体、地域企業（ウニノミクス・YKK等）と連携する</li> </ul>                                 |
| What<br>(何を)   | ③ 複雑に絡みあう地域課題に<br>横断的に対処する         | <ul style="list-style-type: none"> <li>マルチワーカージョブステーション鰯ヶ沢：空き家・観光・教育・農業・高齢者支援を横断する</li> <li>但馬を結んで育つ会：医療福祉・交通・教育子育て・買い物・地域交流を横断する</li> <li>co.shiga：空き家・ヤングケアラー・買い物難民を横断する</li> </ul>                                         |
|                | ④ 人口減少・高齢化という構造的<br>課題に紐づけて課題を設定する | <ul style="list-style-type: none"> <li>但馬を結んで育つ会：人口減少下での住民の暮らしを支える構築を目指す</li> <li>フレイルサポート仁淀川：高齢者のフレイル予防を核に据える</li> <li>三河の山里コミュニティパワー：行政・地域・企業の“すきま”をつなぎ補完する役割を目指す</li> </ul>                                                |
| How<br>(どうやって) | ⑤ ICT・データ・技術を実装基盤<br>として活用する       | <ul style="list-style-type: none"> <li>博報堂：公共UXプラットフォーム「LoCoPi」とライドシェア「ノッカル」を実装する</li> <li>co.shiga：自治会課題をAIで可視化する「ミニログ」を運用する</li> <li>フレイルサポート仁淀川：フレイル予防データをモビリティデータに統合し、高齢者の社会的価値を公共投資の根拠として可視化するデータガバナンスを志向する。</li> </ul>  |
|                | ⑥ 小規模・限定エリアでの<br>実証を経て段階的に拡大する     | <ul style="list-style-type: none"> <li>中海テレビ放送：地域幸福度調査から事業構想WSを経て段階的に実証する</li> <li>三河の山里コミュニティパワー：小仕事マッチングを試行検討する</li> <li>ナスコンバレー協議会：リビングラボとしてモビリティ・農業分野の実証を重ねる</li> </ul>                                                   |
|                | ⑦ 自走可能な収益・資源循環<br>モデルの構築にとりくむ      | <ul style="list-style-type: none"> <li>マルチワーカージョブステーション鰯ヶ沢：高齢者支援と地域通貨を組み合わせた社会実験を行う</li> <li>ナスコンバレー協議会：官民連携で持続可能な事業モデルの確立を目指す</li> <li>博報堂：行政業務を民間サービス化し自走可能な地域経営モデルを目指す</li> <li>中海テレビ放送：地域内外の企業と連携し事業化による自走を目指す</li> </ul> |

1. 地域経営主体の役割や、地域経営主体による課題解決手法のあり方について、インパクト可視化ガイダンスにおいてどのように整理すべきか？
2. ステークホルダーを細分化し、それぞれ「for whom / for what (誰に・何のために)」という観点で、どのようなアプローチをすれば、インパクト可視化の効果を最大化できるか？
3. 1~2を踏まえると、「ガイダンス」はどのような内容(構成、項目)とすべきか？
4. 1~3を踏まえ、今年度の実証事業で特に重視すべき点は何か？

## 4-2. 地域経営主体の類型とインパクトの示し方(案)



## 4-2.【切り口①】何のためにインパクトを可視化するのか（案）

### 地域経営主体のインセンティブや地域への関わり方によりインパクト可視化の意義が異なる

| 地域経営主体の種別 | 事例                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | インセンティブ                                                                                                                | 地域への関わり方                                                                                                                                     |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 大企業       | <ul style="list-style-type: none"> <li>博報堂：地域企業や自治体と連携し自らプラットフォームを提供。他地域・事業への波及効果も見据えた取組み</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>企業価値の向上</li> <li>新規事業機会の獲得</li> <li>ブランド価値向上</li> <li>投資家との対話・開示への活用</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>本業の一部・新規事業機会として参画</li> <li>他地域・事業への波及効果・インパクト拡大を前提に関わる</li> </ul>                                     |
| 地場企業      | <ul style="list-style-type: none"> <li>三河の山里コミュニティパワー：自らを「地域経営主体」と定義し電力販売収益で課題解決事業を実施する</li> <li>中海テレビ放送：地域政策形成・コーディネート・構想人材育成の3機能を自ら担う</li> </ul>                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域住民との関係性の維持</li> <li>持続的事業基盤の維持・拡大</li> <li>事業承継や地域貢献による評価</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>持続的に地域経営主体の役割を担う前提で参画</li> <li>地域に根差した事業基盤を活かし定常的な運営・実行を主導する</li> </ul>                               |
| 非営利       | <ul style="list-style-type: none"> <li>マルチワーカージョブステーション鯉ヶ沢：事業協同組合として自治体・企業・住民とのネットワークを活かし地域経営主体を担う</li> <li>ナスコンバレー協議会：会員54社・金融機関・大学を束ねるリビングラボとして機能する</li> <li>co.shiga：官民協議会「びわ湖南部地域生活圏PF」を組成し中間支援組織として機能する</li> <li>但馬を結んで育つ会：日高みらい会議という協議体を運営し分野横断的な接続を担う</li> <li>フレイルサポート仁淀川：住民主体のフレイル予防を核に広域生活圏を自ら構築する</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ビジョン・ミッションの達成</li> <li>資金源（補助金・寄付・委託費）の継続的確保</li> <li>政策的位置づけの獲得</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>活動・取組に共感してくれた人・団体からの寄付等の支援</li> <li>中間支援組織・協議会として地域経営を担うケースが多い</li> <li>多様な主体を束ねるハブ機能を発揮する</li> </ul> |

#### インパクト可視化意義

##### インパクトと企業価値・投資意思決定との接続

（インパクトだけでなく、企業価値への接続重視される）

##### 地域住民・地域金融機関・自治体等への信用・関係性の証明

（事業の持続可能性の裏付け）

##### インパクトの確からしさを

##### 資金提供者・自治体に証明

（資金継続・政策的位置づけの正当性の裏づけ）

## 4-2. 【切り口②】誰に向けてインパクトを可視化するのか（案）

資源獲得のためには、各連携先への訴求ポイントを理解した上でインパクトを示す必要がある

| 資源提供元  | 資源獲得のための訴求ポイント                                                                                                                                                                                                                  | インパクトの示し方                                                                                                                      |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 大企業    | <ul style="list-style-type: none"> <li>投資家・株主への説明材料として<u>企業価値向上に資するか</u></li> <li><u>新規事業機会の発掘・実証の場</u>として活用できるか</li> <li><u>採用・エンゲージメント向上</u>（社員が誇れる活動か）に資するか</li> <li>地域を通じた実証ならではのメリットを享受できるか（コスト/スピード/人材の越境学習効果）</li> </ul> | <p>統合報告書・サステナビリティレポートへの実績記載</p> <p>IR・投資家向け説明会での事例紹介</p> <p>SROI等、定量指標での<u>投資対効果</u>の提示</p>                                    |
| 地場企業   | <ul style="list-style-type: none"> <li><u>取引先・金融機関からの信用維持</u>に資するか</li> <li><u>地域内での関係性の維持・向上</u>につながるか</li> <li><u>地域外の事業者/機関との関係構築</u>につながるか</li> <li>事業承継の際に後継者へ意義を伝えられるか</li> </ul>                                         | <p>地域内広報誌・自治体HPでの取組紹介</p> <p>取引先・金融機関向け説明資料への活用</p> <p>後継者向けの経営理念・意義の言語化資料</p>                                                 |
| 非営利    | <ul style="list-style-type: none"> <li><u>資金提供者</u>（行政・企業・寄付者）<u>への説明責任</u>を果たせるか</li> <li><u>政策的位置づけ・制度化</u>につながるか</li> <li>ボランティア・支援者の共感・参加意欲を高められるか</li> </ul>                                                               | <p>資金提供者向け活動報告書・成果報告会での提示</p> <p>行政への政策提言資料・審議会等での説明材料</p> <p>成果指標（受益者数・改善度等）のダッシュボード化</p>                                     |
| 地域金融機関 | <ul style="list-style-type: none"> <li><u>融資・投資判断の材料</u>として活用できるか</li> <li>金融機関としての<u>地域における存在意義</u>を示せるか（地域事業者同士の連携による新たな事業機会の創発含む）</li> <li>非財務情報を踏まえた事業性評価の高度化に資するか</li> </ul>                                               | <p>事業性評価シート・統合レポートへの反映</p> <p>地域経済報告書・ディスクロージャー誌での事例紹介</p> <p>投融資先への非財務情報（インパクト指標）の提供</p>                                      |
| 住民     | <ul style="list-style-type: none"> <li>生活の中での<u>利便性向上の実感</u>などを示せるか</li> <li>経済合理性より、<u>地域内での信用・共感獲得</u>に資するか</li> <li>サービス受益者にとどまらず、課題解決の担い手・出資者となりうる層へもアプローチができるか</li> </ul>                                                  | <p>地域内で利用可能な通貨・ポイントなどの<u>経済的インセンティブ</u>の示唆</p> <p><u>平易な言葉による指標設計</u>と住民の声のHP上での掲示</p> <p>関係者とともに現状と理想を描く過程そのものに住民参加を呼びかける</p> |
| 行政     | <ul style="list-style-type: none"> <li><u>市民への説明責任</u>という観点から成果を示せるか</li> <li>自治体内の縦割りや自治体を越えた連携のために、<u>所管を越えた便益</u>を示せるか</li> <li>総合計画等の既存計画との整合ができるか</li> <li>ビジョンメイキング、企画立案能力の向上に資するか</li> </ul>                             | <p>受託事業における報告書内でのインパクト記載</p> <p>複数自治体をまたぐ課題構造化マップ</p> <p>市町村長会議などの意思決定の場に合わせた提示</p>                                            |

## 4-2. 【切り口③】誰からどの資源を獲得するのか（案）

地域経営主体は、連携主体に対してインパクトを可視化することで、各主体から地域課題解決に向けて必要な資源を獲得し得る

|        | 概要                              |                          |                         |                     |                             |
|--------|---------------------------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------------|
|        |                                 | 財務                       | 知的財産                    | 人・組織                | 社会的信用                       |
| 大企業    | 資金供給・技術・新規事業ノウハウ・専門人材・広範なネットワーク | 投資・協賛による資金供給、事業への出資      | 事業創出・展開ノウハウ、先端技術、専門性    | 出向・兼業等による専門人材の供給    | 信用力、認知度、地域内外ネットワーク          |
| 地場企業   | 地域に根差した事業基盤・後継人材・地域内ネットワーク      | 地域内事業連携による収益機会           | 地域市場・商習慣に関する実務ノウハウ      | 地域に根差した実務人材・後継者候補   | 地域内の信用・評判、住民との接点            |
| 非営利    | 地域課題に関する知見・専門人材・住民等とのネットワーク     | 補助金・助成金申請等を通じた外部資金へのアクセス | 地域課題・住民ニーズに関する知見        | ボランティア等、活動を支える人材    | 住民からの共感・信頼、地域内ネットワーク        |
| 地域金融機関 | 資金供給・与信、金融・経営知見・地域内ネットワーク       | 融資・投資による資金供給の獲得          | 事業性評価・与信データ、財務ノウハウの獲得   | 伴走支援・事業性評価ができる人材の獲得 | 金融機関としての信用力、他機関への紹介力        |
| 住民     | 暮らしの実態に関する知見・参加人材・地域内の当事者ネットワーク | 会費・利用料・地域通貨等を通じた小口の資金参加  | 暮らしの現場感覚・潜在ニーズに関する生活者知見 | 担い手・ボランティアとしての参加人材  | 住民からの当事者としての支持・口コミによる信頼     |
| 行政     | 政策的位置づけ・行政データ・部門横断の調整力          | 補助金・委託費等、行政予算へのアクセス      | 統計・行政データ、制度・規制に関する知見    | 職員の出向・兼務等による行政人材の関与 | 公的な位置づけによる正当性、他部署・他自治体との調整力 |

1. 地域経営主体の役割や、地域経営主体による課題解決手法のあり方について、インパクト可視化ガイダンスにおいてどのように整理すべきか？
2. ステークホルダーを細分化し、それぞれ「for whom / for what (誰に・何のために)」という観点で、どのようなアプローチをすれば、インパクト可視化の効果を最大化できるか？
3. 1~2を踏まえると、「ガイダンス」はどのような内容(構成、項目)とすべきか？
4. 1~3を踏まえ、今年度の実証事業で特に重視すべき点は何か？

## 4-3. 今年度のガイダンスの位置付け案

- 今年度のガイダンスは、地域経営主体の取組支援の第一歩として、
- ✓ 地域経営主体による経営手法や地域における役割に関するヒント
  - ✓ 社会的インパクトを可視化するためのヒント
  - ✓ 説得したい関係主体ごとに適切なインパクト可視化手法に関するヒント
- が得られる内容とする。

### R 8 年度地域生活圏社会的インパクトガイダンス

| 対象                         | ガイダンスへの記載内容                                                                             | 期待効果と目的                                                                                                                                                       |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地域経営主体                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>①地域経営手法の考え方</li> <li>②社会的インパクト可視化の考え方</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>課題に対して自己が選択すべき<b>地域経営手法や地域における役割に関するヒント</b>が得られる。</li> <li>地域経営主体の取組について自ら<b>社会的インパクトを可視化するためのヒント</b>が得られる。</li> </ul> |
| 関係主体<br>(企業・団体<br>・住民・行政等) | <ul style="list-style-type: none"> <li>③社会的インパクト可視化の実践</li> </ul>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>説得したい関係主体ごとに適切な<b>インパクト可視化手法に関するヒント</b>が得られる。</li> <li>ケーススタディを通じてインパクト活用事例の具体的なイメージが得られる。</li> </ul>                  |

## インパクト可視化ガイダンスの目的

- 目的：地域内外の各ステークホルダーの意思決定を変え、地域生活圏に必要な資源（資金・人材・サービス・政策）を呼び込むこと  
（第1回検討会 高橋委員資料を基に記載）
- 検討会～検討会後の委員との議論を踏まえ、ステークホルダーごとの違いを念頭において、インパクトの可視化手法について整理する
  - ① 地域経営主体の種類ごとにインパクト可視化の意義が異なる
    - ・ 大企業 / 地場企業 / 非営利 等
  - ② 資源の提供主体ごとにインパクトの訴求のポイントが異なる
    - ・ 大企業 / 地場企業 / 非営利 / 金融機関 / 住民 / 行政
  - ③ 地域経営主体が獲得したい資源について、誰から何を提供してもらうか特定する
    - ・ 大企業 / 地場企業 / 非営利 / 金融機関 / 住民 / 行政
    - ・ 財務 / 知財 / 人材 / 信頼

## インパクト可視化ガイダンスの構成案

### 1. 序章

- ・ 目的：意思決定を変え、資源循環を生むこと
- ・ 対象読者：地域経営主体と連携主体

### 2. 地域生活圏と各主体におけるバリュー

- ・ 地域経営主体の役割：行政・民間の「スキマ」を埋め、「ハブ」として課題解決に取り組む
- ・ 地域生活圏形成の要件、理想状態とそのための要件を捉える観点
- ・ 地域経営主体の種類ごとの意義
- ・ 資源の提供主体ごとのインパクトの訴求方法
- ・ インパクト可視化により獲得したい資源の特定

### 3. インパクト設計と可視化の方法

- ・ 各主体のバリューに基づく設計
- ・ 主体類型・提供主体類型・資源類型に応じたインパクト設計と可視化の方法（誰に・何を・どう伝えるか）

### 4. ケーススタディ集

- ・ 実証事例を、地域経営主体の類型別に整理

### 5. フィードバック・更新の仕組み

| 章                    | 項目                                   | 記載すべき内容                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. 序章                | 本ガイダンスの目的                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>なぜ今「地域生活圏」におけるインパクトの可視化が必要か（背景・課題認識）</li> <li>「意思決定を変え、資源循環（資金・人材・サービス・政策）を生む」という目的の提示</li> </ul>                                                                      |
|                      | 対象読者                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>本ガイダンスの主要対象（地域経営主体、関係主体）、両者が得られるもの</li> </ul>                                                                                                                          |
| 2. 地域生活圏と各主体におけるバリュー | 地域経営主体の役割                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>課題領域・時間軸・事業の目的という3軸で、行政・民間のどちらとも異なる地域経営主体の立ち位置・役割を提示</li> <li>地域経営主体は複合課題を横断的に受け止め関係者をつなぐ「ハブ機能」を担うという構造的な役割</li> <li>行政・民間の「スキマ」を埋め、地域で自律的に資源が循環する仕組みをつくる役割</li> </ul> |
|                      | 地域生活圏形成の要件                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域生活圏形成の要件（誰が・誰と・何を・どう実装し・どう検証し・どう続け・どう広げるか）</li> <li>理想状態とそのため要件を捉える観点（地域として何を目指し、何が不足しているかを測る観点）</li> </ul>                                                          |
|                      | 地域経営主体の種類ごとの意義と訴求方法                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域経営主体の課題解決手法を「Who・What・How」の観点から7つに整理（複数自治体連携、多様な主体連携、横断的対応、構造的課題への紐づけ、ICT活用、段階的実証、自律的循環モデル）</li> </ul>                                                               |
|                      | 資源の提供主体ごとのインパクトの訴求方法                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>資源の提供主体ごとの、インセンティブ／地域経営主体としての関わり方／事例／インパクト可視化の位置づけを一体的に整理</li> </ul>                                                                                                   |
|                      | インパクト可視化により獲得したい資源の特定                | <ul style="list-style-type: none"> <li>各主体がインパクト可視化を通じて取得したい資源（財務・知的財産・人・組織・社会的信用）を整理</li> <li>社会的インパクト可視化により書く提供主体から獲得したい資源を整理</li> </ul>                                                                    |
| 3. インパクト設計と可視化の方法    | 各主体のバリューに基づく設計                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域ステークホルダーのバリュー（インセンティブ）を起点に設計する考え方</li> </ul>                                                                                                                         |
|                      | 主体類型に応じたインパクト設計と可視化の方法（誰に・何を・どう伝えるか） | <ul style="list-style-type: none"> <li>主体類型（例：大企業/地場企業/非営利）、獲得したい資源類型・連携主体類型に応じて「何を測るべきか」「どの指標が意思決定に効くか」が異なることの提示</li> <li>伝える相手によって、伝え方・媒体・粒度をどう変えるべきかという設計</li> </ul>                                       |
| 4. ケーススタディ集          | 令和8年度実証事例                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>活動→インパクト→意思決定→資源循環の一連の流れを、地域経営手法や地域経営主体の類型（大企業/地場企業/非営利）別に整理</li> </ul>                                                                                                |
| 5. フィードバック・更新の仕組み    | フィードバック・更新の仕組み                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>実証結果を踏まえたガイダンス自体の更新プロセス（状況の変化に応じた更新の頻度・体制）</li> </ul>                                                                                                                  |

1. 地域経営主体の役割や、地域経営主体による課題解決手法のあり方について、インパクト可視化ガイダンスにおいてどのように整理すべきか？
2. ステークホルダーを細分化し、それぞれ「for whom / for what (誰に・何のために)」という観点で、どのようなアプローチをすれば、インパクト可視化の効果を最大化できるか？
3. 1~2を踏まえると、「ガイダンス」はどのような内容(構成、項目)とすべきか？
4. 1~3を踏まえ、今年度の実証事業で特に重視すべき点は何か？

### 本年度実証の目的・重点領域

#### 【目的】

- ・ 地域経営主体が、自己の取組の価値を発信し、自律的に事業継続をするための伴走支援
- ・ 地域経営主体が社会的インパクトを可視化する上で、どのような壁があるのか、どのようなプロセスを踏むのかを体感し、得られた示唆をガイダンスとして取りまとめる

#### 【実証における重点項目】

- ・ 各実証団体へのヒアリングを通じた課題構造化マップの作成
- ・ 各実証団体の現在地に合わせて、社会的インパクト可視化に向けたプロセスを推進  
(ToC、ロジックモデル、地域KPI策定など)

### ※ 参考）地域生活圏の形成に向けて講じるその他の施策

#### 【概要】

- ・ 中長期にわたり地域生活圏の形成に取り組む意思・プランを有する民間の地域経営主体を認定
- ・ 地域経営主体等による先導的取組のモデル事業
- ・ 地域経営主体の中核人材の発掘・育成のモデル事業
- ・ 各地域の地域経営主体やその関係者で構成される官民の知見・課題の共有等の場の設置

地域経営主体の課題を解決するための社会的インパクト可視化をめぐるには、そのあり方を考えるための有識者会議にて、社会的インパクトに関する専門家により、ステークホルダーからの「理解・共感」を得るステップと実際の「資源循環」が起こるステップの2段階があり得るとの指摘がなされている。

地域生活圏における社会的インパクトの可視化

### インパクト可視化が生み出すもの

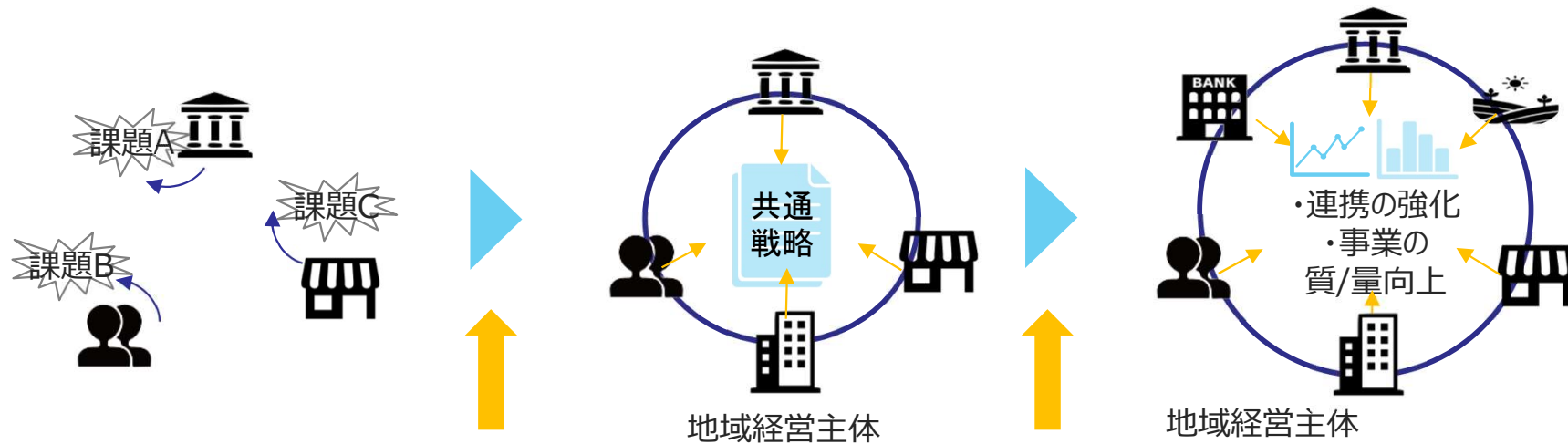
可視化は、理解と共感を経由して意思決定を生む



※ 検討会①での高橋委員のプレゼン資料より引用・一部追記

有識者会議での議論を踏まえて、地域経営主体の取組の各段階における課題に対し、本実証事業は大きくStep1とStep2という2段階の整理の下に実施する。なお、具体的な実施内容は各団体と個別に相談しながら決定する。

## 社会的インパクト可視化による地域経営主体の事業展開の段階的イメージ



### 起こしたい変化1：理解と共感

- 関係者の間で、**解決すべき課題の理想状態**や**目標が共有**される

### 起こしたい変化2：資源循環

- 共通の目標に向けて、**多様な主体が連携しながら事業の課題解決が進む**
- 施策効果が説明可能になり**連携主体が増える**

### Step 1：

- 地域課題の構造化と理想状態の可視化を通じた、**課題マップ・地域の共通目標の作成**

### Step 2：

- 取組を通じた変化の可視化**  
(ロジックモデル作成/定量KPIによる効果測定)

実証事業による支援

## 4-4. 実証事業の内容詳細

具体的には地域経営主体が抱える課題仮説に対して、適切なアプローチがをすべく、Step1において課題構造化マップの作成を各団体において実施した上で、Step2としては各団体の課題仮説ステージや取組の状況に応じて実施する内容を調整する想定。

### 今年度の実施範囲（案）

#### Step 1 理解・共感

#### Step 2 資源循環

#### 現状の 課題仮説

- 個別の課題感を持っているものの、全体感がない
- 理想状態が描ききれていない

- 関係主体との間で地域の理想状態について目線が合っていない

- 地域の理想状態実現に向けた動き方が分からない
- 効果的な施策が見えていない

- 財務指標以外の成果アピールの方法が分からない
- 事業の効果検証・振替りが難しい

- 事業としての維持・拡大に苦心している

#### 必要な ステップ

- 地域経営主体の目線で地域課題の現状と理想状態を描写

- 地域の理想状態について関係主体とともに目標策定

- 理想状態実現に向けて関係主体とともに地域戦略（施策/優先順位）の検討/合意

- 地域の状態を測る共通指標の策定・合意

- 関係主体と一体となった新施策展開 / 既存施策の規模・質の向上

#### 実証を通じた 支援

- 課題構造化マップの作成支援
- 実証を通じた、構造化マップ/ToC※を用いた理想状態の関係主体への共有

- ロジックモデルの作成と、地域の理想状態の実現に向けた戦略を策定

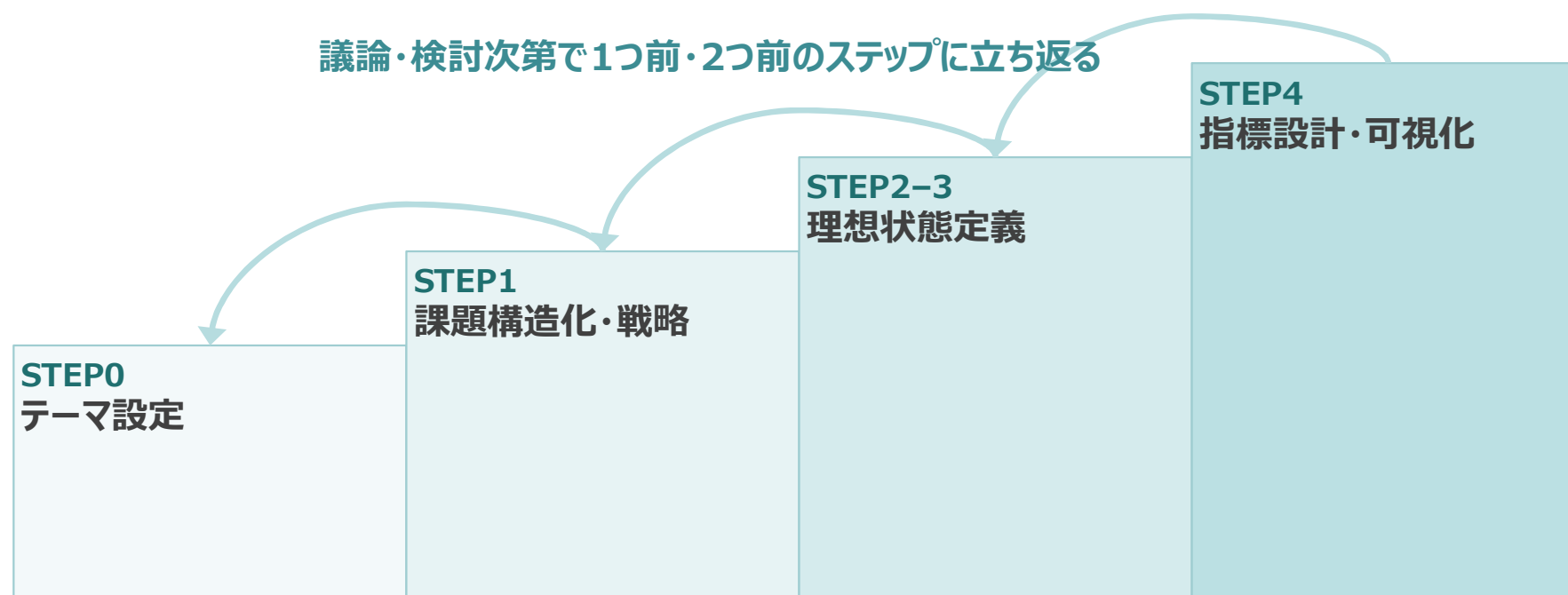
- 関係主体とともに地域KPIを設定
- 施策を展開しつつ、地域KPIに基づくモニタリングと評価

※ToC（Theory of Change）：活動において目指す長期的な目標（ゴール）と、そこに至るまでの因果関係を道筋立てて説明する包括的なフレームワーク及びストーリー

## 4-4. ステップ毎の実証団体の課題と事務局支援

各ステップによって直面する課題と必要な支援が変化する。支援メニューは団体の類型別ではなくステップ別に設計することが有効だと考える。ステップが進むほど支援は「描く支援」→「測る支援」へ移行する。いずれの地域経営主体も検討のフローは類似しており、支援メニューはステップ別に標準化できる想定。

キックオフを通じて、各団体とはテーマを設定し、STEP1の課題構造化から議論を進めることで合意。



| 実証団体<br>における課題   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 複数の地域課題を扱う中で、社会インパクトを優先的に測定する領域設定が困難</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 課題ごとにステークホルダーが異なり、また各課題が複雑に絡み合う中で全体感の把握が困難</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 各々の想いがあり、複数の地域にまたがり共感を生むビジョン・理想状態のすり合わせに苦慮</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 定量的に成果を示しづらく、資金調達やアライアンス拡大が難航</li> </ul>   |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 実証において<br>取り組む作業 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 棚卸し伴走・材料集め</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 構造化メソッド・型の提供</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ たたき台方式の伴走</li> <li>・ 制約仕分け</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 標準指標セットの提供</li> <li>・ 第三者評価の枠組み</li> </ul> |

## 4-4.【参考】実証事業の採択事業者(1/2)

| 団体名                      | 地域                 | 団体事業概要                                                                                                                                        | 関係主体                                 | 課題解決に向けた取組                                                                                                                                                                       |
|--------------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 協同組合マルチワーカージョブステーション 鰯ヶ沢 | 青森県・鰯ヶ沢町           | 総務省特定地域づくり事業協同組合事業を事業の中核としつつ、地域経営に関する様々な事業に取り組む団体。今までの取り組みと構築してきた地域の自治体・企業・住民とのネットワークを活かし、自治体が対応しきれていない生活サービスを補完・提供する団体を目指す。                  | 自治体、地域金融機関、組合員企業、地域内一般社団法人、地域内NPO など | <ul style="list-style-type: none"> <li>空家活用×二地域居住×地域産業</li> <li>観光×関係人口×地域産業</li> <li>IT×教育（遊休施設等の活用）</li> <li>農業×機械化×地域交通（りんごEXPO）</li> <li>高齢者支援×地域通貨×地域企業（社会実験）</li> </ul>    |
| 一般社団法人ナスコンバレー協議会         | 栃木県・那須町、那須塩原市、大田原市 | 北那須エリアを舞台に、2021年10月の設立以来、官民共創で推進する国内最大規模のリビングラボ／地域経営主体。「モビリティ」「農業」「移動型住居」を注力テーマに据え、交通・買い物・医療・教育などの生活サービスを、テクノロジーと官民連携で持続可能にする事業モデルの確立を目指している。 | 自治体、会員企業、メディア、アカデミア、地域企業 など          | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域生活圏の共通課題整理</li> <li>新規農業従事者不足の解決に向けた実証</li> <li>高齢者福祉の実証</li> <li>鉄触媒を活用した農業活性化</li> <li>水道データ×ドローンによる空き家利活用</li> <li>廃校再生拠点</li> </ul> |
| 株式会社博報堂                  | 富山県・朝日町            | マイナンバーカード活用の公共UXプラットフォーム「LoCoPi」や公共ライドシェア「ノッカル」等の領域を横断したサービスを朝日町で実装。行政の任意業務について、民間の地域経営主体によるサービス提供を目指す。                                       | 自治体、地域企業 など                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>マイナンバーカード活用の公共UXプラットフォーム「LoCoPi」</li> <li>公共ライドシェア「ノッカル」</li> <li>「もちもたネット」による福祉共助</li> <li>学びあいプラットフォーム「みんなび」</li> </ul>                 |
| 株式会社 三河の山里コミュニティパワー      | 愛知県・豊田市、設楽町        | 行政サービス・企業サービス・住民同士の助け合いの間に生じる地域サービスの“すきま”を、地域エネルギー事業とその収益を主に活用した地域課題解決事業により、持続的な地域づくりを志向する、地域経営主体を目指している。                                     | 自治体、地域内企業、地域金融機関、任意団体、病院、大学 など       | <ul style="list-style-type: none"> <li>MYパワーが地域に電力販売</li> <li>公共ライドシェア・集落限定の地域タクシー・貨客混載（計画）</li> <li>介護予防・有償ボランティア</li> <li>小仕事マッチング（試行検討中）</li> </ul>                           |

## 4-4.【参考】実証事業の採択事業者(2/2)

| 団体名                        | 地域                                                           | 団体事業概要                                                                                                                    | 関係主体                                                   | 課題解決に向けた取組                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 一般社団法人<br>co.shiga         | 滋賀県・<br>守山市、湖南市、<br>野洲市、甲賀市                                  | 産官学金共創の中間支援組織。<br>官民協議会「びわ湖南部地域生<br>活圏PF」を組成し、昨年度2市を<br>対象に課題解決モデルを構築。<br>今年度4市体制に拡大し、複数の<br>生活課題解決モデルを実証、収<br>益モデルを構築予定。 | 行政、伴走支援事業者、<br>地域一般社団法人、<br>大学、自治会、地域NPO<br>など         | <ul style="list-style-type: none"> <li>空き家活用（100円市→民間事業<br/>化）</li> <li>ことばのヤングケアラー支援（翻訳）</li> <li>買い物難民支援（移動スーパー<br/>×LINE）</li> <li>自治会課題のAI可視化「ミニログ」</li> </ul>                                                        |
| 特定非営利活<br>動法人但馬を<br>結んで育つ会 | 兵庫県・<br>豊岡市、養父市、<br>朝来市、香美町、<br>新温泉町                         | 医療福祉・交通・教育子育て・買<br>い物・地域交流等の生活サービ<br>スを分野横断的・地域横断的に接<br>続し、人口減少下においても住民<br>の暮らしを支える「但馬型地域生<br>活圏モデル」の構築を目指す。              | 自治体、医療機関、<br>介護施設、交通事業者<br>など                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>日高みらい会議（協議体）運営</li> <li>養父市関宮地域の小さな拠点整備・<br/>交通実証</li> <li>福祉モビリティのエリアや利用者層拡大</li> <li>八鹿病院PET-CT等専門検査と市内<br/>医療の連携</li> </ul>                                                     |
| 株式会社中海<br>テレビ放送            | 鳥取県・<br>米子市、境港市、<br>日吉津村、大山<br>町、南部町、伯耆<br>町、日南町、日野<br>町、江府町 | 持続可能な地域生活圏を実現す<br>ることを目的とし、3つの機能（地<br>域政策形成機能、コーディネート<br>機能、構想人材育成機能）によ<br>る、官民連携による生活サービ<br>スの創出と実装を行う。                  | 自治体、地域金融機関、<br>大学、地域内外企業 など                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域幸福度調査→事業構想WS→実<br/>証</li> <li>「つながる・移動生活圏事業」「地域雇<br/>用のPF事業」を段階実証</li> <li>構想人材育成</li> </ul>                                                                                     |
| NPO法人フレ<br>イルサポート仁<br>淀川   | 高知県・<br>仁淀川町                                                 | 住民主体のフレイル予防を核に広<br>域生活圏を構築。高齢者を“対<br>策される対象”から“支え合う主体”<br>へ転換し、効果をデータ可視化し<br>て資源獲得力を高める。                                  | 自治体、医療系一般財<br>団法人、NPO、医療福祉<br>系一般社団法人、郵便<br>局、交通事業者 など | <ul style="list-style-type: none"> <li>デジタルフレイル測定の広域出前</li> <li>短期集中プログラム「ハツラツツ」</li> <li>住民主体モビリティ30日間調査走行</li> <li>4泊5日滞在型観光モニターツアー</li> <li>郵便局を核とするコミュニティハブ検討</li> <li>朝日町LoCoPi視察→デジタル基盤・<br/>投資対効果可視化の検討</li> </ul> |

進行：公益財団法人社会変革推進財団（SIIF）常務理事  
工藤七子（座長）

1. 地域経営主体の役割や、地域経営主体による課題解決手法のあり方について、インパクト可視化ガイダンスにおいてどのように整理すべきか？
2. ステークホルダーを細分化し、それぞれ「for whom / for what (誰に・何のために)」という観点で、どのようなアプローチをすれば、インパクト可視化の効果を最大化できるか？
3. 1~2を踏まえると、「ガイダンス」はどのような内容（構成、項目）とすべきか？
4. 1~3を踏まえ、今年度の実証事業で特に重視すべき点は何か？