

## (7) 大和リース株式会社

「地域活性化事業～まちスポ」 (ヒアリング日：令和3年4月21日)

### ●取組の目的

商業施設（ショッピングセンター）は社会インフラ＝公器であるという認識の下、単なる買い物の場から地域コミュニティ創出の場とすることを目的に設立。

#### 1-1.まちスポについて 【設立の経緯】

Daiwa Lease

#### 1. 創業者精神 = 公の精神

『企業は何をやったら儲かるかではなく、これからの  
社会が何を必要としているかを考えて事業を行う』

#### 2. 企業理念

『事業を通じて人を育て、企業を通じて社会を育てる』



CSRの一環 『商業施設は社会インフラ＝公器』

『単なる買い物の場から地域コミュニティ創出の場へ』

### ●特定非営利活動法人「まちづくりスポット」の運営組織形態

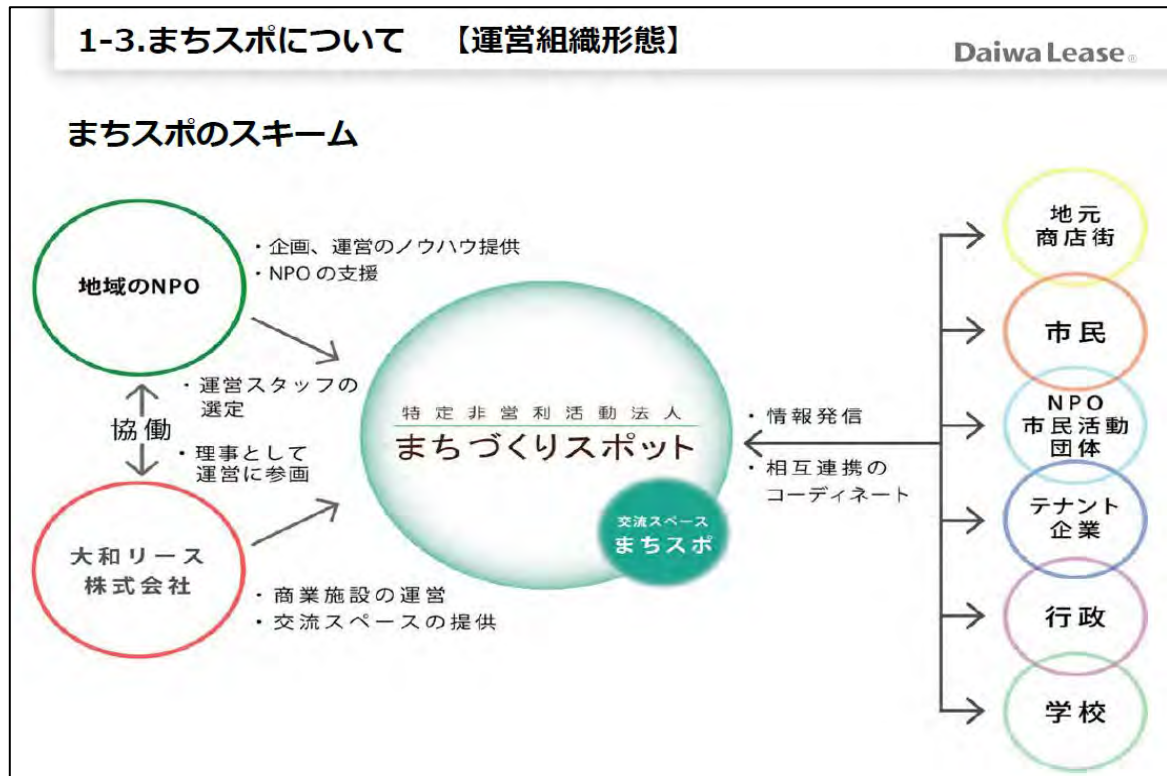
大和リースが所有し運営する商業施設内に、地域の住民やNPOなどが交流できるスペースを設け、その交流スペース「まちスポ」を運営するために地域のNPOと協働で新たなNPO「まちづくりスポット」を設立。

商業施設内の交流スペース「まちスポ」を地域の住民やNPOなどに提供するだけでなく、新たなNPO「まちづくりスポット」に大和リースの社員が運営に参画し、「ヒト・モノ・カネ・情報」の提供も行うことにより、地域の様々な活動に対してスピーディーな支援体制を構築している。

●「まちスポ」のスキーム

新たに設立したNPO「まちづくりスポット」は、地域の商店街、住民、NPO、テナント企業、学校のほか地域行政とも連携し、商業施設内の交流スペースを活用した情報提供などの取組をそれぞれと連携して実行している。

現在、大和リースの全国11か所の商業施設で展開・事業化されている。商業施設に地域コミュニティ創出の場ができることにより、商業施設の魅力アップ（集客力の向上等）が図られ、商業施設のテナント企業へのアピールにもつながっている。



## ■ WGとしてのまとめ

### 【取組の目的】

- ◎商業施設は社会インフラ＝公器であるという認識の下、単なる買い物の場から「地域コミュニティ創出の場」とすることを目的としている。

### 【取組の特徴・行政との連携】

- ◎商業施設内の交流スペースを運営する中間支援NPO「まちづくりスポット」を設立し、地域の住民やNPOなどに交流スペースを提供。
- ◎NPO「まちづくりスポット」に大和リースの社員が運営に参画し、「ヒト・モノ・カネ・情報」の提供も行うことにより、地域の様々な活動に対してスピーディーな支援体制を構築。

### 【情報提供の取組】

- ◎NPO「まちづくりスポット」は、地域の商店街、住民、地域のNPO、テナント企業、学校のほか地域行政とも連携。商業施設内の交流スペースを活用した情報提供などの取組をそれぞれと連携して実行。
- ◎「まちづくりスポット」では、例えば、介護関連講座、非常食ワークショップ等の防災イベント、子供向け絵本展等を開催。

### 【取組の意義】

- ◎全国11か所の商業施設で展開・事業化。広大な駐車場がある商業施設に地域コミュニティ創出の場ができることにより、商業施設の魅力アップ（集客力の向上等）が図られる。

## (8) 京都信用金庫

「コミュニティ・バンク」 (ヒアリング日：令和3年5月27日)

### ●「コミュニティ・バンク」がめざす経営姿勢

顧客志向の経営姿勢を追及する、みんなで寄ってたかってソーシャルな地域をめざす、金融サービスを通じて地域社会における「社会的紐帯」や人々の絆を育むことを基本理念とする、他。

#### 「コミュニティ・バンク」がめざす経営姿勢

1. 時代の潮流変化を先取りする
2. 顧客志向の経営姿勢を追求める
3. リレーションシップ・インパクトを実践する
4. 顧客との信頼関係構築のために、モチベーションの高い職場風土をめざす  
(ノルマ廃止・おせっかいバンカー)
5. みんなで寄ってたかってソーシャルな地域をめざす



#### 京都信用金庫がめざす経営姿勢

- ① 「心豊かなコミュニティ」の実現に向け、金融サービスを通じて地域社会における「社会的紐帯」、人々の絆を育むことを基本理念とする。
- ② 機械にできることは極力 機械に任せ、職員は人にしかできない付加価値の高い仕事に専念する。
- ③ **お客様に評価していただくためには、他の金融機関と同じレベルの接客をしていてはダメ。**
- ④ いつまでも、「いくら借りてくれるか。」ばかり考えている金融機関は嫌われる。お客様の事業や生活に「役に立つ金融機関」をめざす。
- ⑤ ありきたりの座学ではなく、金融のプロ育成に向けたユニークな「人づくり」に取り組む。
- ⑥ 「強い組織」は職員間のコミュニケーションから。

### ●金融機関の役割の変化

金融機関の役割として、決済機能や仲介機能というこれまでの金融機関の役割に加え、これからの金融機関の役割として課題解決機能が必須。課題解決機能とは、お客様の事業の課題を解決したり、地域の社会課題を解決する機能。

●取組事例 「くらしのマッチング掲示板」

職員が店頭窓口で顧客から聞いた困りごとや知りたい情報などを顧客の個人情報に伏せた上で、職員専用のイントラネット掲示板に書き込むと閲覧した別の職員が返答して、解決策を提供する取組み。令和3年4月の1か月を例にとると、238件のテーマに対し、5,343件の返信があった。

●取組事例 「ビジネスマッチング『QUESTIONビル』」

令和2年11月にオープン。ビル丸ごとイノベーションを起こすための創発拠点にしようという考え方のもと、ビジネスマッチングを会員同士で自由に行うもの。会員から質問があると、ネットワークと知見を持ったアソシエイトパートナーと協議をし、48時間以内に回答するという取組み。48時間では解決できない質問に対しては、必要に応じてその質問者も含めてプロジェクト方式で解決をしていく。

■ WGとしてのまとめ

【取組の目的】

- ◎「コミュニティ・バンク」として、顧客志向の経営姿勢を追及する、みんなでソーシャルな地域をめざす、金融サービスを通じて地域社会における「社会的紐帯」や人々の絆を育むことなどを理念とした経営姿勢。

【社内体制】

- ◎経営トップ自らが率先して取組をリード、実現に向けた対話型経営を実施。
- ◎顧客との信頼関係構築のために、従業員のモチベーションの高い職場風土を目指している。「職員全員でお客様の方向を向く。」「理念・風土・人」を整える。
- ◎金融機関の役割として、決済機能や仲介機能というこれまでの金融機関の役割に加え、これからの金融機関の役割として課題解決機能が必須。課題解決機能とは、お客様の事業の課題を解決し、地域の社会課題を解決する機能。

【情報提供の取組】

- ◎顧客の悩みや日々の暮らしの困りごとの解決に向け、職員専用のイントラネットを通じて返信する仕組み「くらしのマッチング掲示板」を用い、顧客の課題解決に必要な生活情報・解決策を提供。
- ◎「ビジネスマッチング」を行う場「QUESTIONビル」の運営により会員個人や事業者の課題解決に貢献。

【取組の意義】

- ◎地域・社会貢献活動により従業員のモチベーションがより向上し、本業への集客効果・利益還元が見込まれる。
- ◎地域社会・住民、顧客からの信頼獲得、それによる企業価値の向上。



(9) 株式会社高知銀行

「お客さま（消費者）保護等の取組」（ヒアリング日：令和3年5月27日）

●取組の目的

独自の「こうぎんSDGs」宣言を制定し、地域の持続可能性の向上と経済の活性化に貢献するため地域との協働を展開していく。

こうぎんSDGs宣言			従来からの継続的取組み	新中期経営計画での取組み
Regional【地域】 地域が享受する自然の恵みを守るとともに、農林水産業をはじめとするさまざまな産業の活性化に努めます。				
9 産業と地域コミュニティの持続可能な発展をつくらう	14 海の豊かさを守ろう	15 陸の豊かさも守ろう	農林水産支援室の設置 経営アドバイザーの配置 産官学民との連携によるシーズ発掘 農業・食品加工業への融資(成長分野) こうぎん農林水産応援融資 地域ブランド応援融資	産業・事業の特性に着目した事業性評価 農林水産業の持続的な発展に向けた支援 農林水産業へのIoT活用支援 地域のブランディング 知的資産を活用した事業展開の支援 生態系保全に貢献する事業展開への支援
Social【社会】 コンサルティング機能を強化し、豊かな暮らしの持続やさらなる発展に向け汗を流します。				
4 質の高い教育をみんなに	8 働きがいも経済成長も	11 住み続けられるまちづくりを	経営課題解決に向けた外部機関等との連携 金融リテラシーの向上に資する各種セミナーの開催 将来世代向け教室の開催、教育活動 地域行政教育機関との連携 移動金融車の活用	人材紹介事業による本業支援の拡充 新領域サービスの開拓 地域交流活性化イベントの実施(南支店など) 事業承継支援の強化 経営改善支援の強化
Environment【環境】 環境に配慮した活動を推進するとともに、環境保全につながる皆さまの取組みをサポートします。				
7 再生可能エネルギーをみんなに もたらそう	12 つくる責任 つかう責任	13 気候変動に具体的な対策を	環境関連融資、環境配慮型私募債 自治体新電力への出資 再生可能エネルギー・防災関連事業への融資(成長分野) ZEB推進、EV/ハイブリッド車の活用 地域清掃活動(お道路ウォーキング等)	環境に配慮した事業者とのビジネスマッチング促進 環境配慮型商品の追加導入 Web会議システムの活用による脱炭素の促進 ペーパーレス化のさらなる促進 RPAの導入による省エネ化
Governance【企業統治】 多種多様なステークホルダーと協働することによって、健全な経営を実現します。				
5 ジェンダー平等を促進しよう	10 人や国の不平等をなくそう	17 パートnershipで目標を達成しよう	「なでしこ銘柄」「えるぼし認定」「プラチナムみんな」 「健康経営宣言」「健康経営優良法人」 地域行政・高等教育機関との連携による地域活性化 お客さまのライフイベントへのサポート	SDGs実践に向けた産官学民との連携 ダイバーシティ&インクルージョン経営の強化 グループガバナンスの強化 財務基盤の強化

●取組事例

地域の学校や教育委員会等と共同で子ども向け金融セミナーを開催。



**金融リテラシー ⑦子どもを対象とした金融セミナー**

高知銀行 高知高専 連携講座

90th ANNIVERSARY 高知銀行 創業90周年 記念事業

高知銀行 高知高専 連携講座

高知銀行 高知高専 連携講座

高知銀行 高知高専 連携講座

- 主催／高知銀行  
高知工業高等専門学校  
高銀地域経済振興財団
- 共催／高知みらい科学館  
高知市教育委員会



**お金と暮らし**

高知銀行 地域連携ビジネスサポート課 高橋 利仁

身近なお金をテーマとして、基本的なしくみを学び、お金に関する価値観や正しい知識を身につけよう！



**高知高専 リニアモーターカーのしくみを学ぼう！**

講師 高知工業高等専門学校 ソーシャルデザイン工学科 教授 宮田 剛

磁石の方で車体を浮かせて走るリニアモーターカーのしくみを学び、レールの上で走らせて実験してみよう。

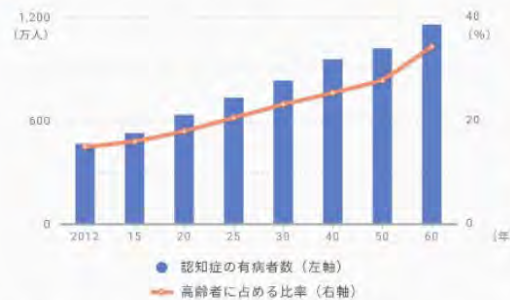


認知症の方やその家族が安心して暮らし続けられる地域づくりに貢献するため、新入行員全員が認知症サポーターとなっている。

## 金融リテラシー ⑧新入行員全員が認知症サポーターに

当行は、店頭での対応力の向上ならびに認知症の方やそのご家族の皆さまが安心して暮らし続けられる地域づくりに貢献していくため、毎年、新入行員全員は「認知症サポーター養成講座」を受講して認定される「認知症サポーター」として営業店に配属しております。

### 2030年に800万人が認知症に



(注) 各年齢の認知症有病率が上昇する場合の将来推計  
(出所) 厚生労働省の認知症施策推進総合戦略(新オレンジプラン)



## ■ WGとしてのまとめ

### 【取組の目的】

- ◎地域の発展と暮らしの向上に貢献することを経営理念としている。
- ◎独自の「こうぎんSDGs」宣言を制定し、地域の持続可能性の向上と経済の活性化に貢献するため地域との協働を展開していく。

### 【情報提供の取組・行政との連携】

- ◎地域の学校と協定を締結し、子ども向け金融・科学セミナーを開催。お金の仕組みや日本銀行の役割等について、クイズ形式等で学習。
- ◎支店にコーヒー店を併設し「カフェバンク」として運営。スペースの一部で、年間計画を立て、時節や旬の話題、顧客ニーズを意識した内容（健康や金融等）のイベントやセミナーを開催。地域の住民が交流し、幅広い世代が集まる施設を目指している。
- ◎認知症の方やその家族が安心して暮らし続けられる地域づくりに貢献するため、新入行員全員が認知症サポーターとなり、営業店に配属。認知症サポーターとして情報発信。

### 【取組の意義】

- ◎地域社会・住民、顧客からの信頼獲得、それによる企業価値の向上。
- ◎本業への集客効果・利益還元が見込まれる。

## ■ 事業者ヒアリング結果まとめ

### 【取組の目的】

◎全ての事業者（販売店を含む）は、地域に密着し、地域社会や住民の社会的課題解決、地域づくりのために取組を実施している。

### 【社内体制・取組体制】

◎社内体制として、本社が主導し全国的に取組を実施しているもの、会社の方針や経営トップの強いリーダーシップの下で実施しているもの、単なる地域・社会貢献から一歩進めて事業化しているもの、地域の販売店等の地域・社会貢献活動の支援策として行っているもの等があった。

### 【取組の特徴】

◎全ての事業者は、店舗や配送網等の「場」を活用し「本業を通じ」自ら企画・立案して自主的に地域・社会貢献活動を行っている。

### 【地域・社会貢献活動中での情報提供の取組】

◎多くの事業者では、セミナーや学習会の実施やチラシを手渡しする等の方法で、直接、顧客や地域住民等に情報を提供している。

◎提供する「情報」は、高齢者向けの福祉や防犯の分野が多く、消費者関連情報の活用は少ない。

### 【行政との連携】

◎多くの事業者が、事業者や販売店等と地域行政との間で、包括連携協定や連携協定を締結している。

◎事業者の「場」において、顧客や地域住民等に情報を提供するに際し、地域行政、警察、地域包括支援センターや社会福祉協議会等と連携して、取組を実施している。

### 【取組の意義・社会貢献活動】

◎地域社会や住民との間で信頼関係が醸成され、それにより企業価値が高まることで、従業員の意識や満足度が向上するとともに、本業への集客効果・利益還元が見込まれる。

### 【取組の意義・行政との連携】

◎行政との連携により、地域社会や住民からの安心感・信頼感が増す。

◎自社にないリソースやノウハウの活用が可能となる。

### 【社会貢献活動を行う際の行政への要望】

◎事業者向け窓口を創設し、地域・社会貢献活動に関する取組について相談・交渉する窓口を一本化してほしい。

◎事業者と地域行政との一層のコミュニケーション・対話が必要であり、行政側に事業者の考えを理解してもらい、その上で、地域・社会貢献の取組を実施したい。