



地域循環共生圏の創造による 持続可能な地域づくりについて

環境省 大臣官房環境計画課 中島 恵理



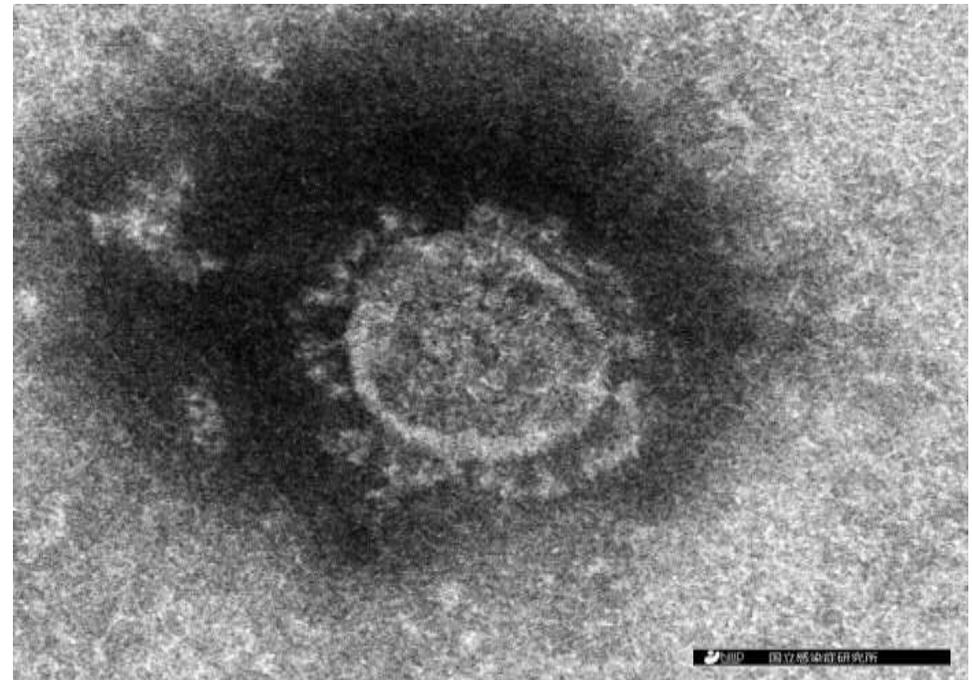
1. アフターコロナと地域循環共生圏

「気候危機」と「コロナ」と2つの危機に直面

- 国内外で深刻な気象災害が多発、更に気象災害のリスクが高まる
- 6月12日、環境省として「気候危機宣言」を実施。
- 新型コロナウイルスによる世界中の経済社会、健康等に甚大な影響



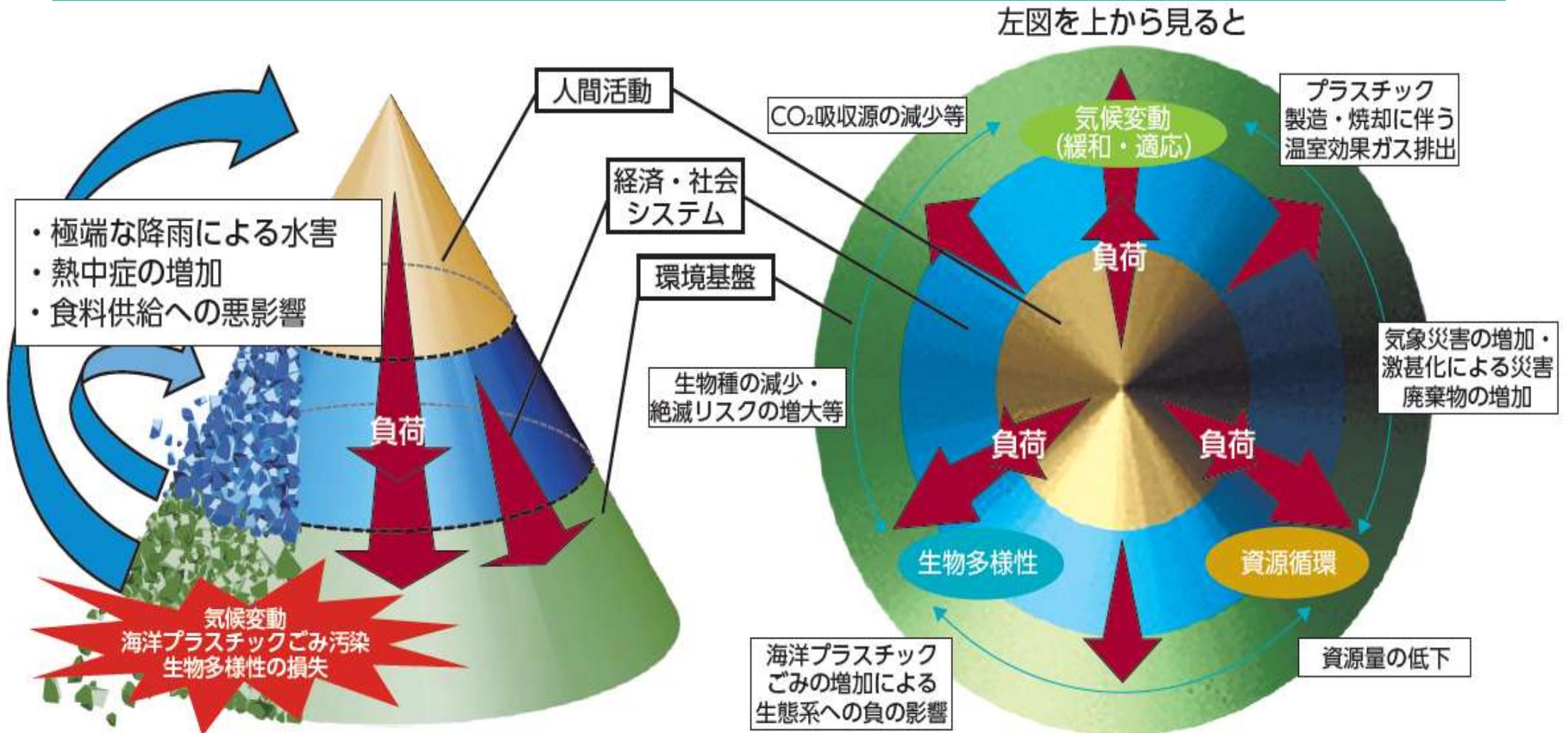
▲令和元年東日本台風による被害の様子
＜長野県長野市千曲川＞



▲2019-nCoVの電子顕微鏡写真（資料：国立感染症研究所）

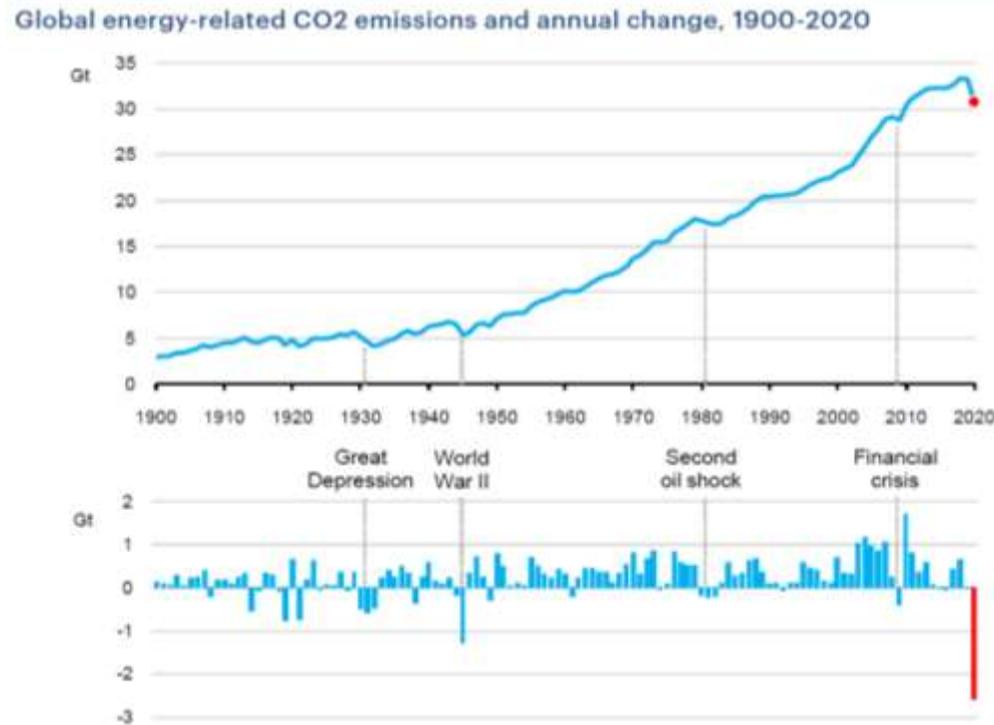
我が国が抱える環境・経済・社会の課題の同時解決

- ▶ 人間生活、経済・社会システムに起因して環境の基盤へ悪影響。
- ▶ 地球環境の危機に対応するためには**経済・社会システム**や**日常生活の在り方**を大きく変えること（=社会変革）が必要。



アフターコロナを踏まえた持続可能で強靱な脱炭素社会への移行

- 外出自粛や経済活動の制限等によりリーマンショックを上回る世界的景気後退
- 2020年第1四半期のCO2排出量は5%以上減（対前年同期比）
- 新型コロナウイルス感染症緊急経済対策」における、**持続可能で強靱な脱炭素社会への移行**を進める施策を位置づけ。
- 6月26日に決定された「統合イノベーション戦略2020」においてはコロナ後の反転攻勢と社会変革に向け、科学技術イノベーションの力で進めるべき事項として、デジタル・トランスフォーメーション（DX）と強靱な経済構造の構築とともに「**脱炭素社会への移行**」を明確に位置づけ。



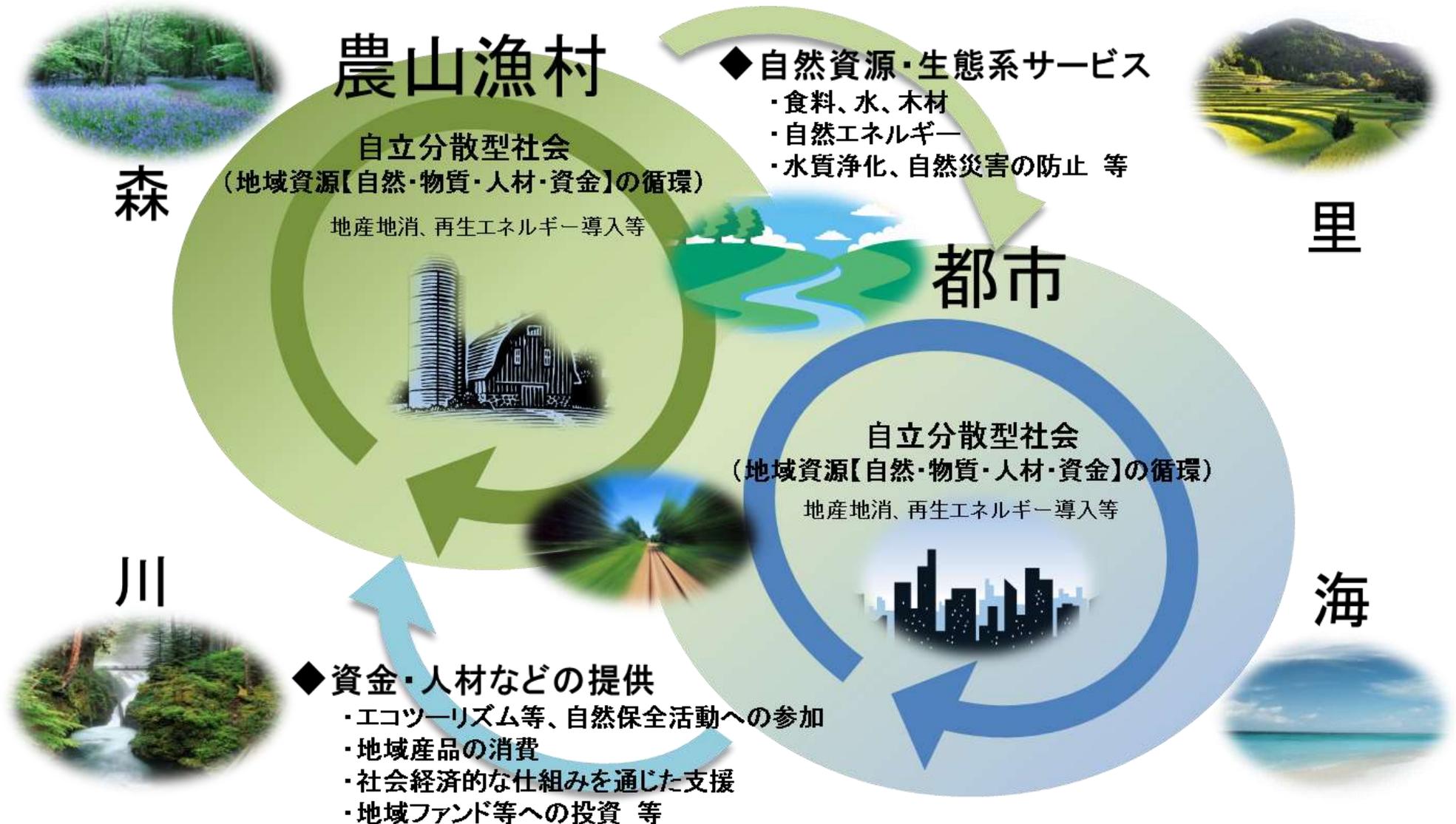
財政諮問会議（2020年4月27日～
竹森俊平、中西宏明、新浪剛史、柳川
範之提出資料 のポイント
未来への変革に向けて（サステナビリティ、
イノベーション投資）～リーマンショック後
の低成長を繰り返さないために～

- 1 未来を先取りする投資の促進
- 2 デジタル時代に要請されるゼロエミッション～将来の競争力と参入可能性を左右～
- 3 デジタル化・グリーン化を通じた地域への投資促進

出典：IEA, Global Energy Review
2020より環境省作成

地域循環共生圏 = ローカルSDGs

- 新型コロナウイルスの感染拡大から見えてきたこと
→都市集中型の都市構造の課題 = 地域における自立分散型の社会づくりの重要
- 脱炭素・循環共生型で自立分散型の社会づくり = 「地域循環共生圏」の創造。



地域循環共生圏（日本発の脱炭素化・SDGs構想）

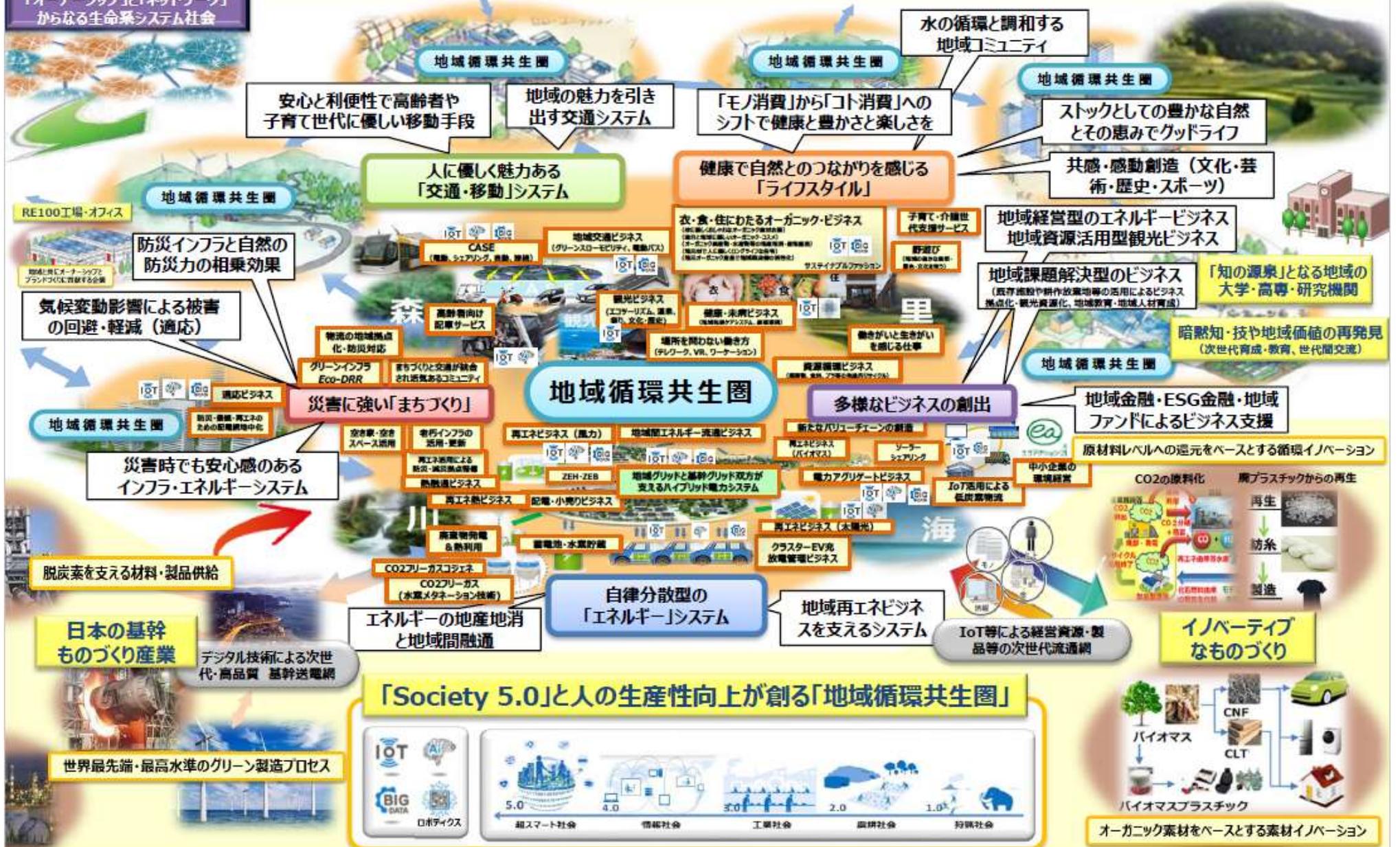
— サイバー空間とフィジカル空間の融合により、地域から人と自然のポテンシャルを引き出す生命系システム —

「自立分散」×「相互連携」×「循環・共生」= 活力あふれる「地域循環共生圏」 ⇒ 「脱炭素化・SDGsの実現、そして世界へ」
 「オーナーシップ」「ネットワーク」「サステナブル」 「人間の安全保障、次世代・女性のエンパワーメントを基盤に」

⇒ 新たな価値とビジネスで成長を牽引する地域の存立基盤

人々が健康で生き活きと暮らし幸せを実感することで、地域が自立し誇りを持ちながらも、他の地域とも有機的につながることで、国土の隅々まで豊かさが行きわたる。

「オーナーシップ」と「ネットワーク」
からなる生命系システム社会



地域循環共生圏の創造を強力に推進するため、地域循環共生圏づくりプラットフォームを構築します。

1. 事業目的

- ① 地域循環共生圏創造に向けた環境整備
- ② 地域循環共生圏創造支援チーム形成
- ③ 総合的分析による方策検討・指針の作成等
- ④ 戦略的な広報活動

2. 事業内容

「第五次環境基本計画」（平成30年4月閣議決定）では、地域の活力を最大限に発揮する「地域循環共生圏」の考え方を新たに提唱した。これを受け、地域循環共生圏づくりプラットフォームを構築し、①～④の業務を行う。

- ① 地域循環共生圏の創造に向けて取り組む地域・自治体の人材の発掘、地域の核となるステークホルダーの組織化や、事業計画策定に向けた構想の具体化などの環境整備を推進する。
- ② 地域・自治体が、地域の総合的な取組となる事業計画を策定するにあたって、必要な支援を行う専門家のチームを形成し派遣する。
- ③ 先行事例を詳細に分析・評価し、その結果を他の地域・自治体に対してフィードバックすることにより、取組の充実を促す。
- ④ 都市部のライフスタイルシフト等に向けた戦略的な広報活動（シンポジウムの開催、国内外への発信）等を実施することにより、取組の横展開を図る。

3. 事業スキーム

■ 事業形態

- 共同実施先・請負先

共同実施／請負事業

地方公共団体／民間事業者・団体

令和元年度～令和5年度（予定）

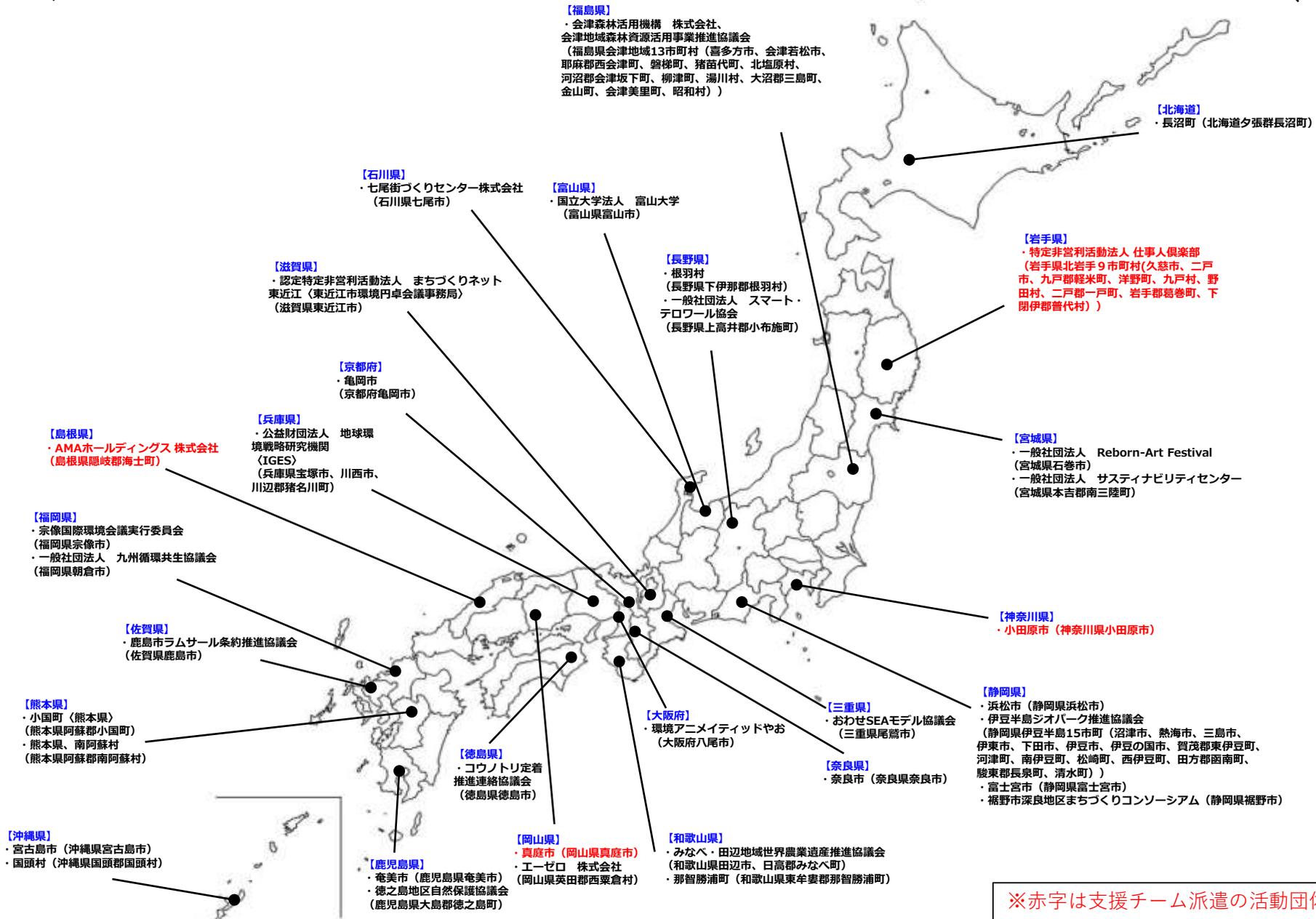
■ 実施期間

4. 事業イメージ

地域循環共生圏



R1地域循環共生圏づくりプラットフォームの構築に向けた地域循環共生圏の創造 に取り組む活動団体の選定団体（計35団体）



※赤字は支援チーム派遣の活動団体

2. ローカルSDGS（地域循環共生圏） ビジネスの先進事例とその進め方

令和元年度 環境ビジネス調査について

概要

- 環境ビジネスの実態や政策課題を把握することを目的として、環境ビジネスを実施する事業者の先進的な取組を調査・分析し、その成果を環境省Webサイトにて毎年公表しています。
(Webサイト：https://www.env.go.jp/policy/keizai_portal/B_industry/frontrunner/)
- 調査・分析する事業者は毎年設定するテーマに即して選定しており、令和元年度は「SDGS、特に『地域循環共生圏』の創造に資する取組を推進している事業者」としました。
- 調査対象企業の分析方法やビジネスの振興方策等について議論を深めるため、経営、金融、技術等の学識経験者や企業関係者等で構成される研究会を設置し、年3回程度の検討会を実施しています。

調査・分析事業者

1、地域

埼玉県小川町、横浜市／太陽住建など

- 小川町：霜里農場から始まった有機農業の輪、消費者と生産者が支え合う仕組みを通して地域内外に拡大、さらに食・エネルギーの循環が地域に広がり、自立分散型の循環型社会形成が進む
- 横浜市／太陽住建：NPO・地元企業・自治会などが集まる場が創出され、これらの地域の主体が、知恵を出し合い新事業を生み「サーキュラー・エコノミーplus」の実現に向けて邁進する

2、交通・移動

MONET Technologies(株)、(株)REXEVなど

- MONET：デマンドバスなどにより移動手段を提供するほか、「医療×MaaS」等の新サービスにより、地域における医療や買い物など様々な機能の維持・性能向上を実現する
- REXEV：再生可能エネルギー等を活用した地域新電力と、その電力やEV・蓄電池を活用したe-モビリティサービスにより、エネルギーや資金の地域内循環や災害対応力向上を実現する

3、ライフスタイル

(社)ノオト、プラネット・テーブル(株)など

- ノオト：歴史性や街全体の観光資源を考慮した空き家のリノベーションをサポート。事業体組成や空き家利用者とのマッチングのノウハウを用いて全国の主体を支援する
- プラネットテーブル：地域の生産者と都市の消費者を、単にマッチングするだけでなく困りごとを解決しながら繋ぐことで、生産者の所得向上や都市の消費者への豊かな食生活の提供に貢献する

4、災害に強いまち

NTT西日本(株)／神戸市、小松マテーレ(株)など

- NTT西日本：津波や高潮から街を守る水門・陸閘の開閉を、遠隔で監視・制御するシステムを構築、災害発生時の被害を減少させると共に、構築した通信ネットワークをスマートシティ実現にも活用する
- 小松マテーレ：地元名産である九谷焼の製法や地域資源の珪藻土を活かし、余剰汚泥を保水性ブロックとして新たな価値を創出開発製品を防災・建築の分野へ応用する

ローカルSDGSビジネス（地域循環共生圏）ビジネスとは

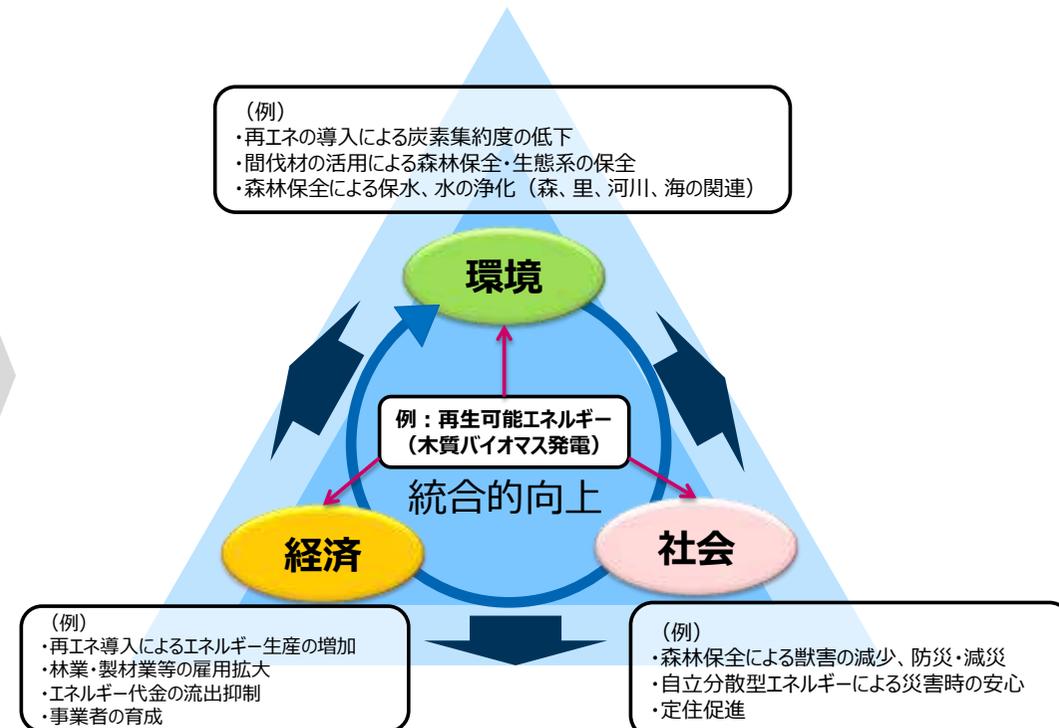
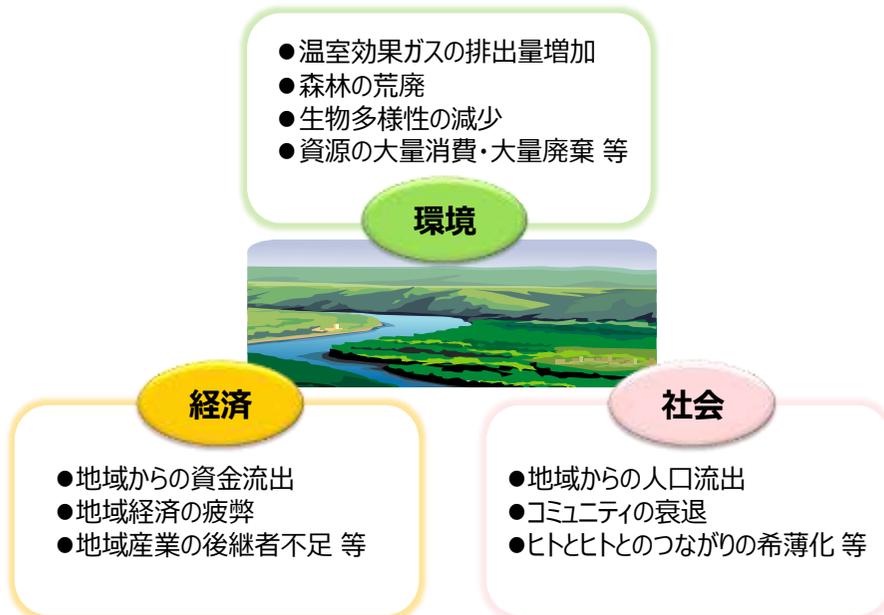
- 「**地域循環共生圏**」とは、各地域が地域資源（自然資源・経済資源・人的資源等）を再認識し、それを持続可能な形で最大限活用するとともに、近隣地域と資源を補完し合いながら、環境・経済・社会の統合的向上を目指す、という地域づくりの考え方。

「**地域循環共生圏ビジネス**」とは、以下3つの要素を満たし、結果として地域に裨益しているビジネスであると捉えられる。

- ① **地域資源を活用し、地域内で資金、エネルギーや食などが循環している**
- ② **地域間で補完し支え合いの関係が構築できている**
- ③ **環境を含むそれぞれの地域課題を解決し、自立分散型の社会づくりにつながる**

地域循環共生圏形成による「環境・経済・社会の統合的向上」のイメージ

日本の地域を取り巻く課題



地域循環共生圏（日本発の脱炭素化・SDGs構想）

サイバー空間とフィジカル空間の融合により、地域から人と自然のポテンシャルを引き出す生命系システム





湘南電力株式会社／株式会社REXEV

企業名	湘南電力株式会社	株式会社REXEV
本社所在地	神奈川県小田原市	神奈川県小田原市 (登記:東京都豊島区)
設立年	2014年	2019年

■取り組みの背景・認識した地域課題

エネルギーを地域外から調達することで資金が流出、災害や高齢化に対する交通・電力インフラの対応力にも懸念あり

地域課題

地域内における資金循環

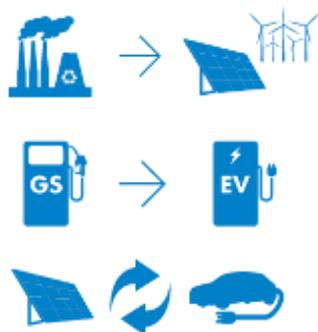
- 地域の企業・住民が支払う電気やガス・ガソリンなどの費用が地域外企業や元を辿れば海外産油国に流出している（環境省分析によると小田原市全域で年間**233億円**）。

脱炭素化

- 化石燃料によって発電された電力やガソリンなどの消費によって大量のCO2を排出している。

持続可能な社会交通システム

- 少子高齢化により、税収は減少、社会保障費は増加し、**地域インフラや社会サービスの維持が困難**になる。また、地域交通は、「ドライバーの高齢化」、「移動困難者増加」などの問題を抱えている。



地域資源

再生可能エネルギー

- 太陽光や小水力など地域には再生**可能エネルギー資源が豊富**に存在している。

法人・個人が保有する車両

- 地域の法人・個人が大量の車両を保有している。それらの**稼働率は極めて低い**。

湘南電力株式会社 / 株式会社REXEV

再生可能エネルギー等を活用した地域新電力と、その電力やEV・蓄電池を活用したe-モビリティサービスによって、エネルギーや資金の地域内循環や災害対応力向上を実現、誰もが安心して利用できる脱炭素地域交通を提供する

- 湘南電力株式会社（以降、湘南電力）は、小田原市の地元企業が出資している地域新電力会社で、地元の太陽光発電や小水力発電などの電力も調達して、神奈川県内の供給に特化して電力小売を手掛ける。収益の1%を地元の福祉・防災活動等に還元している。
- 株式会社REXEV（以降、REXEV）は、小田原市に事業中核拠点を置くベンチャー企業で、**再生可能エネルギーを極力用いたe-モビリティ特化型カーシェアリングサービス事業**を実現しようとしている。将来は、**複数のe-モビリティをネットワーク化し、その蓄電池を活用してエネルギーの需給を最適制御することで、エネルギー消費効率化、再生可能エネルギー利用最大化、非常時の電力供給体制の構築**を目指す。
- 湘南電力とREXEVは小田原市と連携し、EVシェアリングによる地域交通モデルの構築に取り組む。小田原・県西エリアにおいて、地産の再生可能エネルギーを活用したEVを用いてカーシェアリングを実施する。3年間で100台のEVを導入する。この事業は、環境省の「脱炭素型地域交通モデル構築事業」に採択されている。

湘南電力の調達電源

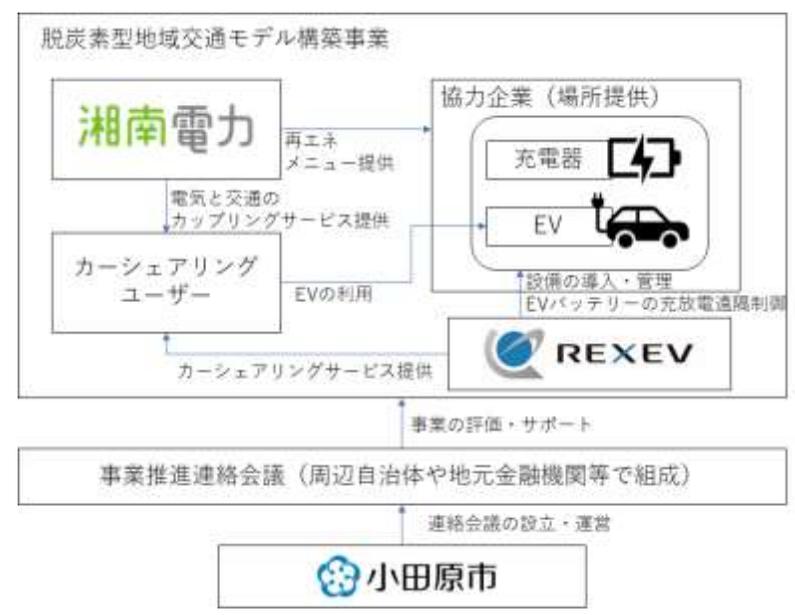


小田原メガソーラー市民発電所 (太陽光：第1期)



湘南ベルマーレ早戸川発電所 (小水力)

脱炭素型地域交通モデル構築事業



出所) 湘南電力/REXEV資料・インタビューより

湘南電力株式会社／株式会社REXEV

事業化・事業拡大の経緯

① 構想・企画

- 小田原市は、**震災時の計画停電による食品産業への影響に直面**、エネルギーの自給を目指した。市は地元企業に呼びかけ、そのうちの38社が出資して太陽光FIT売電を行う「**ほうとくエネルギー株式会社**」を立ち上げた。
- 一方でREXEVの創業メンバーは、エネルギーサービスを手掛けるベンチャー企業・エナリスに所属していた時、**再エネ普及には「調整力」が必要で、蓄電池・電気自動車の普及が求められる**と考えた。
- 湘南電力は、**エナリスと湘南ベルマーレが立ち上げていたが**、地域新電力として、地元資本の強化を模索していたところ、ほうとくエネルギーとエナリスが出合い、地元資本中心の会社として新たに出発することになった。また、**エナリスから3名が独立し、モビリティ事業を手掛けるREXEVを立ち上げた**。

ポイント 交通ビジネスは地域発で作り上げるべきと判断

⇒「**交通関連ビジネスは特に地域との連携が必要**」と関係者が判断、**小田原市で官民連携で事業化**することを決断した。

② 事業化

- 湘南電力の出資者は、都市ガス事業を手掛ける小田原ガス株式会社とLPガス事業を手掛ける株式会社古川がそれぞれ25%を保有、その他、設備工事会社などの地元企業とエナリス・湘南ベルマーレが出資している。
- 小田原市は湘南電力には出資せず、「支援役」の立場に集中することにした。具体的には、湘南電力が手掛けようとしている様々な事業について、現行の制度下で円滑に事業化するための相談・協議・支援を行う。

ポイント

地元企業中心の株主構成で意思決定円滑化

⇒地元経済振興が本業のメリットになる地元企業の若手経営者が経営層となり、自治体はサポート役の立場を取ることで、スピーディかつ中長期的な地元の利益になる取り組みを優先した意思決定を行う。

③ 地域循環共生圏の醸成

- 100台ものEVを利用する大規模なモビリティサービスの実証を開始した。**EVはリースで調達、実証のための資金は、自己資本の他、横浜銀行やみずほ銀行から借入れで調達した**。
- REXEVは、将来は各種システムやノウハウを、e-モビリティを活用したサービスを行いたい地域事業者に提供するポジションを狙うが、サービス立ち上げ段階では、**自らサービス運営主体**となる。
⇒銀行借入をはじめとした資金調達が成功したのは、政府から実証事業に採択されたことによる信頼性の向上が大きな役割を果たしている。

ポイント

国事業採択を契機に、資金調達を実現

ポイント

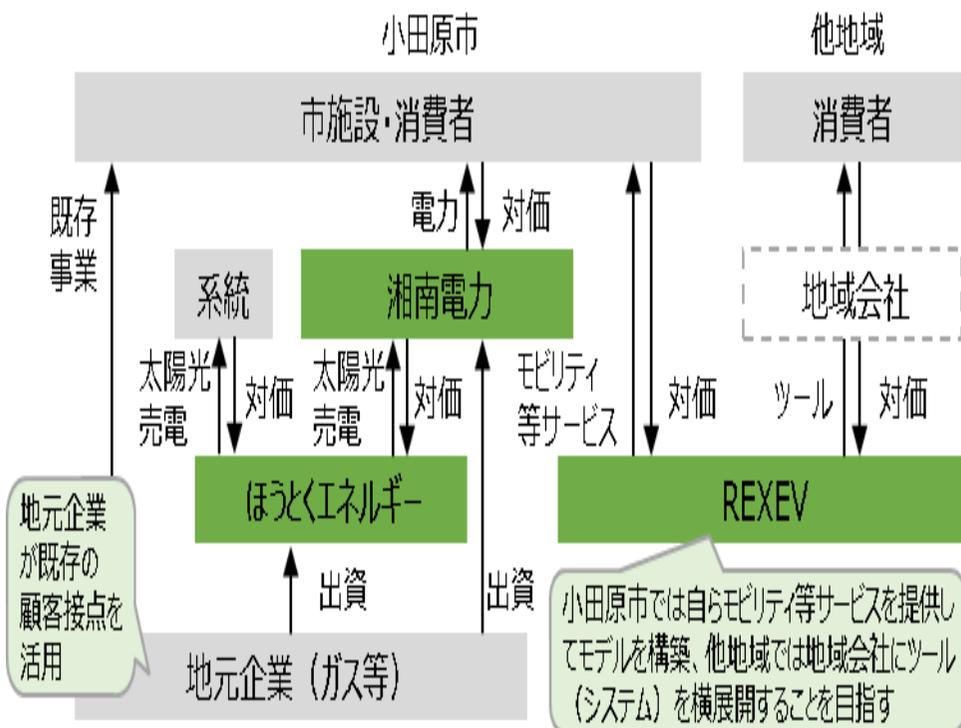
最初は自らがサービス主体となってモデル確立

⇒新しいサービスを立ち上げる際には、ビジネスモデルの有用性の証明やノウハウ蓄積のために自らがサービス主体となる。

湘南電力株式会社 / 株式会社REXEV

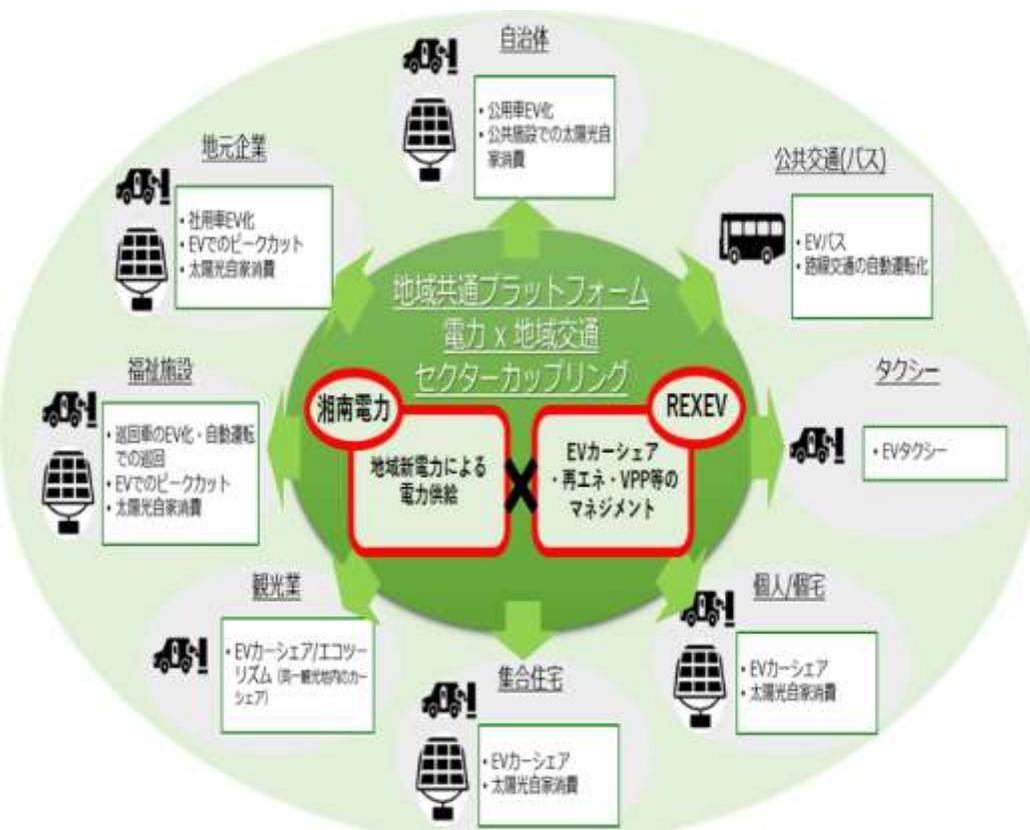
運営体制 / 役割分担

- 湘南電力がほうとくエネルギーや市場から電力を調達し、市施設や消費者に電力を販売する。
- REXEVはこうした「地域会社」をサポートし、エネルギー×モビリティサービスを提供。



C. 目指す将来像

- 地域新電力とモビリティサービスを核に、様々な地域課題を解決するサービスと連携する「セクターカップリング」を目指す。具体的には、福祉や観光などの連携を検討し始めている。



交通移動分野における地域課題・目指す姿・ソリューション

1. 地域課題 (問題)

環境	環境負荷が発生 <ul style="list-style-type: none"> 自家用車の個別送迎が多く、エネルギー消費が非効率 複数の送迎バスやその排気ガスが歩行者の迷惑になる
	中心市街地・地域産業が衰退する <ul style="list-style-type: none"> 利用者・担い手の減少により、中心市街地が衰退、生活サービスが分散化 移動が困難で外出率が低い
	交通事業が赤字 <ul style="list-style-type: none"> 事業者の所得が少ない 公共交通の維持経費が自治体の負担になっている ドライバーが不足している
経済	公共交通の利便性が低いまたは衰退し、自家用車に依存 <ul style="list-style-type: none"> 公共交通の乗継が悪く、ファースト・ラストマイルでの移動手段が不足している 自家用車による個別輸送が多く、駅前で渋滞が発生 免許返納が進まず、高齢ドライバーによる事故の恐れ。また、免許返納後の高齢者・自家用車非保有者の移動手段不足が深刻化
	社会

2. 目指す姿

グリーンな交通・物流 <ul style="list-style-type: none"> 再生可能エネルギーの活用 効率的な運行・配車による省エネ化
活気ある地域づくり <ul style="list-style-type: none"> 魅力あるサービス・便利な移動手段の確保による外出率の向上、消費増、中心市街地の活性化 余裕時間の創出による消費の活性化
健全な交通事業 <ul style="list-style-type: none"> 事業者の利益向上、事業採算性の維持 公共交通利用者の増加 省人運営の実現
便利・快適で持続可能な生活交通 <ul style="list-style-type: none"> 移動に際する無駄な待ち時間の減少 ドアtoドアでの移動手段、二次交通の十分な確保、各種生活サービスとの連携 多様なニーズに対応した運賃・料金の柔軟化

3. ソリューション

A. 電動車両の導入	LRT	宇都宮市	
	EVステーション	REXEV	
	グリーンスローモビリティ (小型EV、電動自転車等)	でんき宇奈月	
	交通向け地産地消再エネ (太陽光・廃棄物/下水汚泥等)	でんき宇奈月 宇都宮市 INDETAIL 湘南電力/REXEV	
	B. インセンティブ導入	地域通貨の導入 *	INDETAIL
		地域ポイントの導入	宇都宮市
	C. 新たな経済活動の創出 地域特性の発信	ターミナルセンター (交通結節点における各種サービス提供)	宇都宮市
エコ交通による地域ブランド化		でんき宇奈月	
D. ルート・ダイヤ最適化	リアルタイム・最適ルート配車	MONET 未来シェア INDETAIL	
	デマンド交通		
E. 無人オペレーション化	マルチモーダル化	-	
	自動運転やドローンによる無人輸送	-	
F. 需給のバンドル化	配車予約・決済等の自動化	MONET 未来シェア INDETAIL	
	カーシェア・ライドシェア	MONET	
G. マルチタスク化・サービス可動化	異業種間での共同輸送	-	
	貨客混載	-	
	カートレイン (自転車に乗せ電車やバスに乗り)	-	
	移動販売 移動診療 (医療×MaaS)	MONET	
	拠点形成 (コンパクト・ネットワーク)	邑南町・大宮産業	

4. 地域資源

自然資源 <ul style="list-style-type: none"> 太陽光 木材・小水力・地熱等 廃棄物/下水汚泥 等 風景・景観 里地里山
物的資源 <ul style="list-style-type: none"> EV車両 車両の空きスペース 遊休車両 遊休施設 貨物
人的資源 <ul style="list-style-type: none"> 地域住民 観光客 公共交通事業者 (鉄道、バス等) 各種事業者 (バス、タクシー、物流、福祉、観光等)

* 地域通貨の交換可能なものの範囲に広く財物が含まれる場合は、当該地域通貨が実質的に金銭の支払いと同等の効果を有し、道路運送法の許可又は登録を要することとなる可能性が高い

企業名	株式会社グラノ24K
本社所在地	福岡県岡垣町
設立年	1995年

■取り組みの背景・認識した地域課題

地域産業である農業・漁業において、規格外品が活用されず廃棄されていた

地域課題

第一次産業の振興

- 福岡県岡垣町の主産業は第一次産業であったが、地元では、第一次産業は採算が取れない仕事だと見られていた。

消費者ニーズとのミスマッチ

- 地元のレストランでは時期を先取りした料理が多く、旬の地元農産物があまり使われていなかった。一方、観光客を中心とする消費者からは地元の「食」を楽しみたいという声が多かった。



地域資源

規格外・少量多品種の地元農産物

- 第一次産業は儲からないと言われる中、農場では出荷できない規格外農産物が山積みになり廃棄されていた。
- 同社現代表の小役丸氏はその様子を見て、幼少期からもったいないと思っていた。

自然豊かな景観

- 地元海産物が採れる海という景観を、レストラン事業に生かした。

株式会社グラノ24K

生産者と料理人がメニューを共同開発するビュッフェスタイルにより、地場農産物や規格外品を活用して地産地消に貢献、生産・加工・販売を地域主体と役割分担して実行するなど、「地域全体での6次産業化」に取り組む

- 株式会社グラノ24K（以降、グラノ24K）はウェディング、レストラン、宿泊施設を運営し、全国展開している「野の葡萄」の親会社。
- グラノ24Kは、ブランド化されていない少量多品種生産の地場農産物や、市場に卸せず廃棄されていた規格外の農産物を買取り、メニューを固定しない「ビュッフェレストラン」スタイルで地産地消を図っている。
- 「6次産業化」という言葉がなかった時代から農業を軸に地域が潤う形を目指し、生産・加工・販売を同社だけでなく地域で分担するなど、地域という単位で「6次産業化」を目指して取り組んでいる。加工商品は自社使用だけでなく、全国の契約旅館やレストランに配送も行っている。
- これまでに、町内の観光施設「ぶどうの樹」だけでなく、全国40店舗を展開。各店舗ではそれぞれの地域の農産物を使った料理を提供し、様々な地域で地産地消を推進している。その他、自社農園を活用して食育活動に注力したり、宿泊業にも力を入れるなど、幅広い事業を手掛けている。

同社が手掛けるレストラン事業



規格外農産物を活かしたビュッフェスタイルレストラン「野の葡萄」

試食会の実施



- ✓料理ありきで農産物を仕入れるのではなく、農産物ありきで料理を検討。
- ✓季節毎に提供メニューを考える際には、料理人と生産者を巻き込んだ試食会を実施している。

同社事業を支える地元生産者・漁師



海を眺めながらそこで獲れた地元海鮮料理を楽しむ「鮭屋台」



- ✓地元の生産者・漁師と連携し、規格外・少量多品種の地元農産物を集めている。仕入れ値は全て、生産者側の言い値で決めている。
- ✓また、地元の雇用創出にも貢献している。

出所) グラノ24K資料・インタビューより

株式会社グラノ24K

事業化・事業拡大の経緯

① 構想・企画

- 元々同社は旅館業を営んでいたが、宿泊だけでは利用者同士のコミュニケーションが少なく感じていた。ニュージーランドの人と関わりBBQを体感したことを契機に、飲食業を開始した。
- 問題意識を持っていた**規格外野菜の活用**については、**ニューヨークの高級ホテルにおけるビュッフェスタイルを参考**とした。**岡垣町は少量多品種の生産地**であったこともビュッフェスタイルとマッチした。

ポイント

「この指とまれ」方式での巻き込み

⇒どういった企画でも、賛同/反対両グループが生まれると認識。全ての人を最初から無理に巻き込もうとせず、取り組みを発信してそれに対して**賛同する人に絞って連携、活動を開始した。**

柔軟性ある食材調達を可能にするメニュー

⇒ビュッフェスタイルのレストランを持ち、その他にも結婚式場など多様な食材利用の場がある。**シェフが生産者と一緒に、地域の食材の状況を見ながら検討、メニューを発想・開発**することで、季節に応じた地元からの安定調達を実現している。

② 事業化

- 従来は調理師の思い描く料理に合わせて農産物を調達するスタイルなのに対して、農産物ありきのメニュー組立としていく際に、調理師の理解を得ることに苦労した。**スタッフを農場に連れて行き、生産者の想いを聞くことで相互の理解促進**に努めた。
- 農産物は、**出荷量も価格も生産者が決定する形**をとっている。**料理メニューも定期的に生産者と相談し共同開発**を行っている。
- こうした活動が功を奏し、時期にもよるが地元農産物の活用割合は9割に上り、残りの1割は県下の農産物で補填している。都市部からの収益が生産者の所得安定をもたらす形が作られている。

ポイント

地元の人と協力して費用を抑制

⇒地域からモノを集める機能は、袋詰めをせずコンテナに直接入れてもらうことで費用を削減したローコストオペレーションを実現したことにより、事業として成立させている。

③ 地域循環共生圏の醸成

- 全国的にはフランチャイズも展開し、出店地域の周辺で生産された農産物を活用。生産者の巻き込みは本店メンバーも関わり、仕組みを様々な地域で広める「運動の拡散」を行っている。
- 大手塾と連携し体験農園を開いたり、海を見ながら寿司を食べられる飲食店を開業したりと、幅広く事業を拡大。**利益起点ではなく、地域資源を生かす意識で発案**が進んでいる。「どこにでもあるものをここにしかない地域づくり」がモットーである。

ポイント

社会価値を実現するコンセプトの一貫性

⇒営利目的では長続きしない。人にも自然にも優しい循環型農業を軸に、**安全・安心・豊かさをキーワードとした6次産業化推進のコンセプト**を一貫しながら、賛同者を巻き込んでいる。

プラネット・テーブル株式会社



■基本情報

企業名	プラネット・テーブル株式会社
本社所在地	東京都渋谷区
設立年	2014年

地域課題

農業生産者の疲弊

- 産地では生産可能地域の減少や、生産者の減少が進んでいる。情報の隔たりによるニーズの取りこぼし、流通ロス・規格外などの理由による食料廃棄など、深刻な悩みを抱えている生産者が数多く存在している。

都市の「陸の孤島化」

- 都市への集中が進み、都市で必要とされる食べ物は増加し続けている一方で、都市部での食料生産は増えない。都市は食を地方に依存しており、食については、都市は『陸の孤島』と化してしまっている。

■取り組みの背景・認識した地域課題

高品質の食品に対するニーズがあるのに地域に共有されず、生産者は流通ロスや規格外などの非効率さに苦しむ

地域資源

地方の生産者

- 価値ある作物を生み出している地域の生産者が、全国津々浦々に多数存在している。

都市の料理人

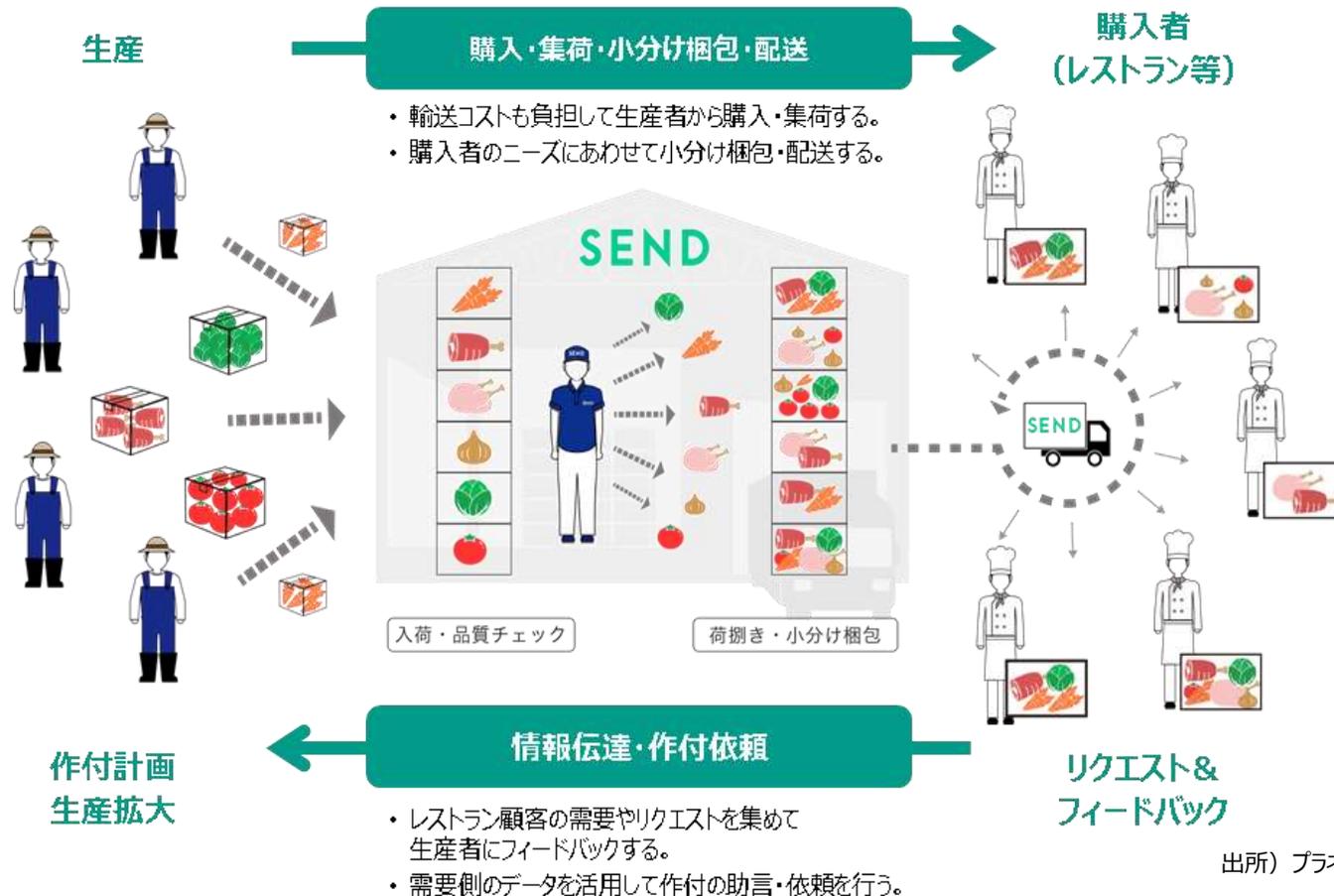
- 地域の作物を利用して、消費者が望む高付加価値の料理を生み出すことができるシェフが多数存在している。その一部は著名で、全国の料理人や飲食・小売業に影響力を持つ。





地域の生産者と都市の消費者を、単にマッチングするだけでなく困りごとを解決しながら繋ぐことで、生産者の所得向上やフードロスの極小化、都市の消費者への豊かな食生活の提供に貢献する

- プラネット・テーブル株式会社（以降、プラネット・テーブル）は、地域の生産者から農畜水産物を購入し、都市のレストランのニーズに合わせて小分け梱包して配送する流通・物流プラットフォーム「SEND（ SEND ）」を運営している。
- 単に需給をマッチングするだけでなく、**配送・決済・情報伝達の仕組みを同社自身で構築**することで、地域の生産者に対して、「**発送の手間やコストを軽減する**」、「**直売所のような在庫リスクを回避する**」、「**入金を長期間待つことなく、安心して次の作付けを行える**」、「**最終消費者の声を聴いてモチベーションが高まる**」といった価値を提供する。
- **規格外野菜の有効活用にも貢献**する。「加熱用が欲しい」「メニューの都合で敢えて小さなモノが欲しい」といった購入者に直接届けるので、**小売向けに設定された流通規格に合致していなくても、生産者は販売**することができる。



プラネット・テーブル株式会社

A. 事業化・事業拡大の経緯

① 構想・企画

- 都心の高単価な飲食店は、以前から地方の生産者と直接取引を行っていた。しかし、**飲食店側は取引事務の負荷が大きく、生産者側は輸送コストや梱包作業の負担が大きい**という問題があった。
- また、同社の創業者は、**飲食店や消費者の声が生産者に十分に届いておらず**、生産者が農業のモチベーションを持てなくなることに危機感を持っていた。そこで、**地方の生産者と都心の飲食店が負荷なく繋がる仕組み**を構築しようと考えた。
- 他社との差別化のために、**物流機能を自前で保有**することにした。「送る」と「鮮度」の意味を込めて、「SEND」サービスを立ち上げた。

ポイント

単なるマッチングでなく困り事（配送）に着眼

⇒生産者と購入者を仲介するだけでは後発企業との差別化が困難と判断、**生産者にとっての困りごとであった集荷や購入者に対する差別化要素**になる配送の機能を内製することにした。

② 事業化

- **5名程度のチームで各地域のリーダーを探し、地道に訪問して価値を説明**、リーダーからの口コミでユーザーを増やした。
- 有力な生産者団体は、従前から飲食店と直接取引しているケースも多く、**生産者から多くの購入者を紹介**してもらった。
- ユーザーが増加すると、**購入者からはニーズが高まっている食材の情報、生産者からは食材の価格水準の情報**を得ることができるようになり、双方に対してより価値の高い支援を行えるようになった。例えば「ビーツ」の作付けを九州の根菜農家に提案、成功に至った。
- 自治体と連携し、生産者とのマッチングやシンポジウムでの情報発信等を行うケースもある。

ポイント

芋づる式でユーザー開拓できるキーマンを狙う

⇒有力な生産者をユーザーとすることで、他の生産者にも購入者にも繋がることになった。また、価値のある情報を蓄積することもでき、更なるユーザー獲得に繋がった。

③ 地域循環共生圏の醸成

- **ハイエンドマーケットであるトップシェフ・レストランの人気食材が7～8年を掛けてボリュームゾーンに拡がってゆくことに着眼**、SENDとは別に「法人営業部」を設立して飲食チェーンや高齢者施設向けのサービス提供を行い、事業規模拡大を狙う。ハイエンド向けに既に**生産者との接点と配送網を確立していることが強み**。
- 2019年度時点の売上規模は5億円程度。法人営業部を中心に成長余地は大きい。収支はまだ赤字だが、黒字転換が見えてきた。

ポイント

アーリーアダプター市場で強みを作って、ボリュームゾーンで収益を確保

⇒アーリーアダプターに対応して情報を獲得、他社に先駆けてサービス/機能を作りこむことで、その後到来するマジョリティ向けのサービスで事業規模を拡大、収益を確保することができる。

ライフスタイル分野における地域課題・目指す姿・ソリューション

1. 地域課題 (問題)

環境	地元の資源を活用できていない <ul style="list-style-type: none"> 資源を有効活用しきれず、遊休資源となっている 廃棄物が発生している
	生態系・景観が危機に瀕している <ul style="list-style-type: none"> 農薬・化学肥料の使用が、生態系へ影響を与えている 歴史・文化が継承されない、破壊される恐れがある
経済	地域経済・産業が衰退する <ul style="list-style-type: none"> 事業者の所得が少ない、または安定しない 事業の担い手がいない 地元資本を活用できておらず、外部資本に頼っている
	健康に関する不安 <ul style="list-style-type: none"> 農産物の安全性・自身の健康に不安がある
社会	地域コミュニティが希薄 <ul style="list-style-type: none"> 地域内でのコミュニケーションが少ない 都市-農村間の交流人口が少なく、相互理解が低い 生産者のモチベーション維持が難しい

2. 目指す姿

資源の有効活用による循環型社会の実現 <ul style="list-style-type: none"> 未活用資源に対する新たな価値の付加 廃棄物の削減
自然との共生・特色ある地域づくり <ul style="list-style-type: none"> 自然資源・生態系の保全 地域独自の歴史・文化の継承
活気ある地域づくり <ul style="list-style-type: none"> 地元資源活用による域内資金循環、雇用の創出 生産性向上・事業領域の拡大・ブランド力向上等による事業者所得向上
安心安全快適な生活 <ul style="list-style-type: none"> 健康増進 価値観にあった消費 食農に対する理解の促進
地域内・地域間での活発な交流 <ul style="list-style-type: none"> 地域内・地域間における交流人口の拡大、コミュニケーション活性化 消費者の反応を直接聞くことによる生産者のモチベーション向上

3. ソリューション

A. 地域資源を用いた高付加価値商品	食品残渣による染色・アパレル	豊島
	有機農産物由来のコスメ・スキンケア商品	パルセイユ
B. 地域資源による域内エネルギー供給	廃食油のVDF化	小川町
	廃棄物を堆肥に生かした循環型農業	小川町 グラノ24K パルセイユ
C. 循環型有機農業	食品スーパーと連携した食品廃棄物たい肥化	和郷
	農林畜産流通プラットフォーム	プラネット・テーブル
D. マッチング	規格外農産物を利用したビュッフェレストラン	グラノ24K
	農園レストラン・ショップ	和郷
	空き家・古民家リノベーション宿泊・飲食施設	ノト
	馬と自然が共生する景観づくり	八幡平
E. グリーンツーリズム	地域コミュニティショップの運営	和郷
	緑を起点とする賑わいの場の創出	東邦レオ
F. 地域内における交流の場づくり		

4. 地域資源

自然資源 地元産農産物 規格外農産物 残渣/下水汚泥 等 森林、風景・景観 里地里山 太陽光、地熱
物的資源 遊休施設 衣服 化粧品
人的資源 地域住民 都市住民 観光客 地元生産者 地元商工業者

小松マテーレ株式会社



企業名	小松マテーレ株式会社
本社所在地	石川県能美市
設立年	1943年

■取り組みの背景・認識した地域課題

布地製造の排水処理工程で余剰汚泥が発生していた

地域課題

染色工程で発生する 廃棄物の処理

- 同社は、布地製造の染色工程においてエネルギーや水資源を多く使用することに以前より問題意識を持っていた。
- 排水は同社で処理し、発生する汚泥は燃やしたり埋め立てたりという処理を業者に委託して行っていた。



▲排水処理場



▲排水行程で発生する余剰汚泥



▲伝統工芸の九谷焼

地域資源

繊維産業の地盤

- 石川県は水資源が豊富で湿度が高いという地域特性から、古来より繊維産業が発展。関連産業も育ち、地域に産業基盤が作られていた。

地域の地盤を形成する珪藻土

- 石川県能登半島の多くは珪藻土で形成されている。珪藻土は多孔質であり、透水性、保水性が高いなどの特徴を持つ。

伝統工芸：九谷焼

- 石川県南部には九谷焼の産地があり、地域に窯業のノウハウが蓄積されている。



地元名産である九谷焼の製法や地域資源の珪藻土を活かし、余剰汚泥を保水性ブロックとして新たな価値を創出 開発製品を防災・建築の分野へ応用して、地方と都市の資金循環と地方における雇用を更に拡大する

- 小松マテール株式会社（以降、小松マテール）は、染色を基盤に、ファッションから建築材料まで多彩な事業領域をカバーする石川県のファブリックメーカーである。
- **自社の布地製造の排水処理工程で発生する副産物**（微生物から成る余剰汚泥）の有効活用を検討した際、石川県南部の伝統工芸「九谷焼」の製法をヒントに、**余剰汚泥を原材料とした保水性ブロック「greenbiz（グリーンビズ）」**を開発することを着想した。**雨水を蓄えてゲリラ豪雨対策**に役立つ他、蒸発の際に周囲の熱を奪う打ち水効果を発揮し、水をまかなくても一週間近く冷却効果を維持できるため、**ヒートアイランド現象抑制に貢献**することができる。また、断熱性・吸音性・不燃性といった特長も持ち合わせている。
- さらに、熱可塑性炭素繊維複合材料「CABKOMA（カボコーマ）ストランドロッド」も開発。約160mで12kgと、同等の強度を持つメタルワイヤの約1/5の重量で、手で持ち運びができるほど軽量な点が特徴。建築の強度向上だけでなく、建築現場の省力化・省エネ化・施工性の向上にも貢献できる。

greenbiz（グリーンビズ）の4つの性能



1 吸水・耐凍結性

1,000㎡で12t以上の保水力を持つため、ゲリラ豪雨の排水対策となる。凍結しても割れにくく、防水層の保護材にも最適。



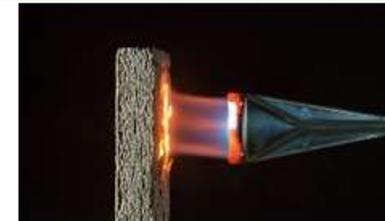
2 透水性

浸み込んだ水は滞留せず、横へ横へと浸透していく。通常透水ブロックに比べて、約4倍の浸透機能を持つ。



3 断熱・吸音性

産業廃棄物である余剰汚泥に、粘土・珪藻土等を混合して発泡焼成。発泡により生まれる多数の空気層が、断熱材・遮音材として機能する。



4 不燃・耐経年劣化性

高温（1000℃）焼成した無機物であるため、不燃性を持つ。また、紫外線や加水分解による劣化もなく、長期間性能を維持することができる。

熱可塑性炭素繊維複合材料 CABKOMA（カボコーマ）ストランドロッドの特長



1. 軽量（比重は鉄の1/5）
2. 引張に強い
3. 錆びない
4. 硬化後も熱変形可能
5. 耐久性に優れる
6. 熱による伸縮が少ない

資料・インタビューより

小松マテール株式会社

A. 事業化・事業拡大の経緯

① 構想・企画

- 小松マテールは、以前は下請けの仕事を中心に手掛けていたが、そのままでは事業は立ち行かなくなると考え、自社開発に注力、収益基盤となる新規商品を次々と生み出した。そうした中で、世間における環境意識の強まりを背景に、社内の染色工程で利用するエネルギーや水消費や排水排出が与える環境への影響に関する問題意識が強まった。**廃棄物を減らそうと、排水処理の際に発生する余剰汚泥の活用検討に着手した。**
- 同社は、**余剰汚泥を廃棄物ではなく、「微生物を多く含む資源」**だと捉えた。**地元石川県南部の伝統工芸:九谷焼をヒントに、余剰汚泥を有効活用したセラミックスの材料として開発**することを構想した。

ポイント

「モノ」だけでなく「ヒト」の地域資源の活用

⇒グリーンビズの開発には、地元で九谷焼の専門家に相談・連携し、開発を進めた。また、地元から採れる珪藻土を活用した。

② 事業化

- 実証を進める中で、**保水性・打ち水効果や遮音性といった様々な機能**が見えてきた。汚泥を焼き固める方法を試行錯誤。およそ**2年かけて微多孔性発泡セラミックス（グリーンビズ）**を開発した。
- 当初は地元金沢を中心に事業を進めていたものの、ヒートアイランド現象の緩和策など都市におけるニーズに期待が持てたことから、東京に営業拠点を設立し、首都圏での営業も進めている。
- 製品化後は、壁や遊歩道にも使えないかといった要望が顧客から届いた。同社はニーズに合わせて柔軟に開発体制を構築、商品開発を進めた。

ポイント

臨機応変に開発体制を構築する
仕組/ルール

⇒1,200人中100人にのぼる開発関連人材、**新しいテーマ発足にあわせて組織の枠を超えて柔軟に人材を登用・チーム組成できるルール**・社風など、既存事業で培ってきた会社の仕組みが、次々と新しい機能を実現することに貢献した。

③ 地域循環共生圏の醸成

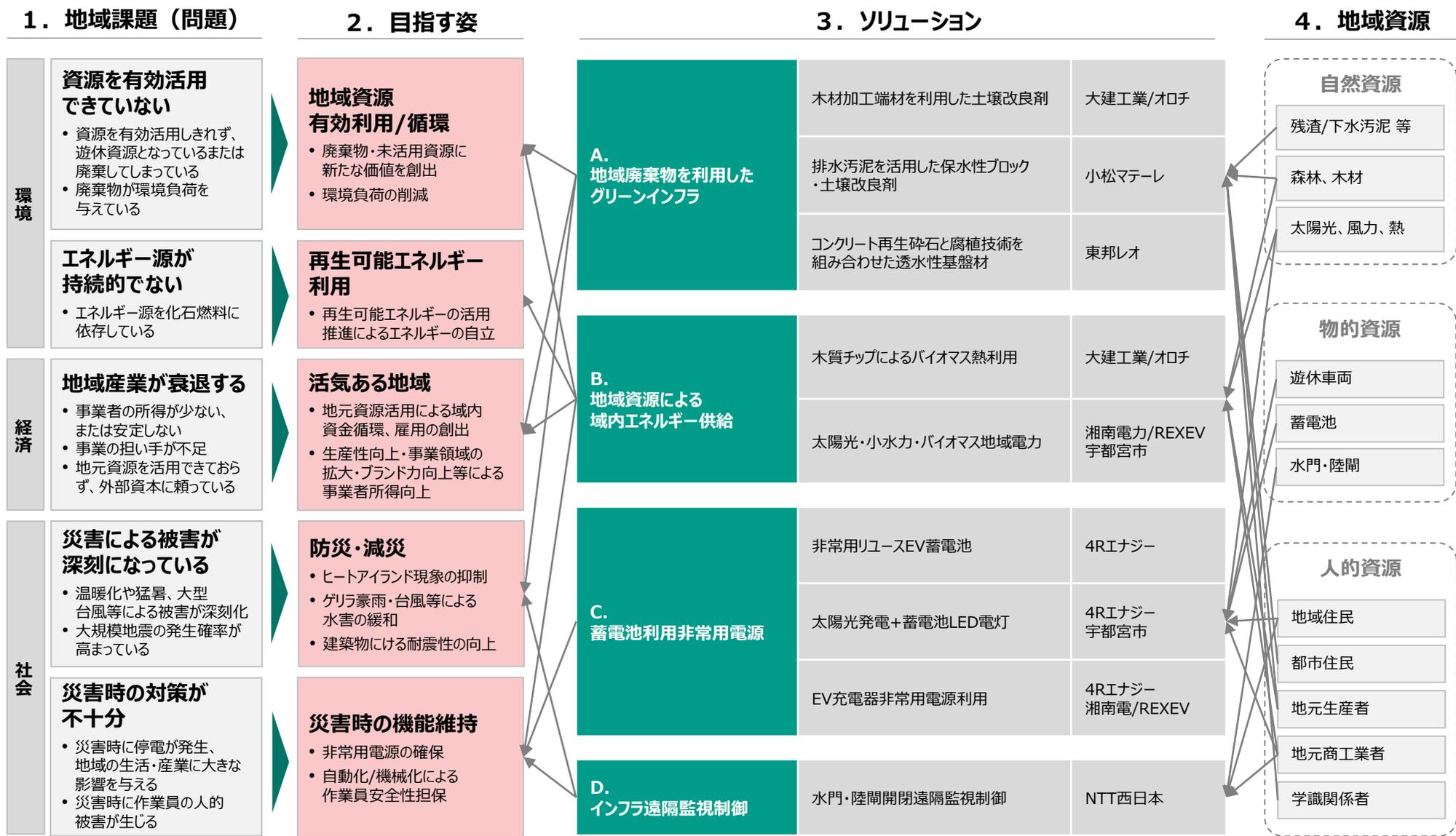
- 既存技術を持つ「繊維」を起点に、微多孔性発泡セラミックスを用いた屋上緑化材、舗装用ブロック・農業分野への活用、炭素繊維を建築分野といったように市場の拡大に繋げている。
- セラミックス基盤材を整形する工程で発生する端材も、当初は使い道がなかったが、検証を進めると端材が保水性ブロックや土壌改良材になり得ることも発見、商品化することになった。土木、農業など活用場面が広まっている。
- さらに、県が地場産業である繊維産業へ炭素繊維の技術開発を推奨したことがきっかけとなり、建材への応用検討を開始した。熱可塑性炭素繊維複合材料を開発し、紐状のものは文化財の補強など、布状のものは老朽化した電柱の補強などに活用する。作業費を含めても安価で劣化対策を実施できる。自治体からの引き合いが増えている。

ポイント

既存技術を強みに他地域企業・有識者と連携

⇒繊維についてのノウハウを強みとして、**同じ志を持つ地元/他地域企業と包括提携することで普及を推進**。建築分野の専門家と連携し、共同研究を進めながら将来の環境まちづくりを考えている。

防災分野における地域課題・目指す姿・ソリューション



ローカルSDGs 「地域循環共生圏」 ビジネスのあり方

従来の社会

短期的な利益を最大化する志向

- ・ 四半期毎の価値を最大化することを重視
- ・ 商品/サービスを売り切りで提供



作り手の効率を最大化する商品・サービス

画一的な商品・サービス

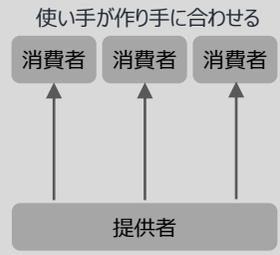
- ・ 同規格・同品質の商品を大量生産することでコストを低減

供給されるものの中から使い手が選択

- ・ 企業が供給する製品・サービスを企画・決定、使い手側はその範囲の中で選択

事業の選択と集中

- ・ 単一の事業や機能に特化し、優位性を確保



競争する関係

高密度で集積した資源を奪い合う

- ・ 高密度で集積した使いやすい資源を奪い合い、勝者がそれを利用する

他社と競う

- ・ 特定のパートナーとは連携しながらも、他者と競うことで能力を磨く

固定的な提供体制

- ・ 設備や従業員を固定的に配置、その能力を向上させて他社と競う



環境

- ・ 資源の大量消費/廃棄
- ・ 汚染/CO2大量発生

経済

- ・ 効率悪い地方の切捨て
- ・ 富の海外/域外流出

社会

- ・ 格差拡大
- ・ 地方の生活基盤衰退
- ・ 繋がりが希薄化

地域循環共生圏の目指す社会 “持続可能な社会”

長期的な価値を最大化する志向

(例：小川町、太陽住建、NOTE、INDETAIL 等)

- ・ 顧客やパートナーと安定した関係を構築することを重視
- ・ 定期購入やアセット保有などとおし長期的に継続してサービスを提供、最適な維持管理などとおして価値を最大化



使い手の価値を最大化する商品・サービス

パーソナライズ・カスタマイズ化して地域課題を解決する商品・サービス

(例：MONET Technologies、未来シェア 等)

- ・ ニーズにあわせてサービス内容をカスタマイズ、コスト低減は他地域横展開で実現

需要起点の生産・供給

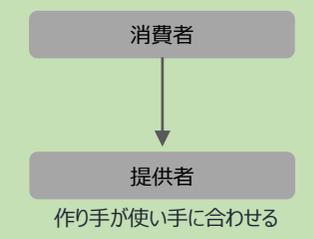
(例：小川町、プラネット・テーブル 等)

- ・ 需要が確定した後に供給開始、必要な時に必要なだけ提供

多機能/多用途/合わせ技

(例：邑南町、大宮産業、宇都宮市 等)

- ・ 最小限の体制で複数の事業/機能を担うことで効率化
- ・ 複数の事業によるシナジーを発揮することで、価値を増幅



共創する関係

分散する資源をまとめ、価値を発揮

(例：グラノ24K、NOTE 等)

- ・ 分散する資源を纏めてサービスとして提供、新たな価値を発揮

多様な立場/地域の主体と連携し、全体で利益を得る

(例：太陽住建、バルセイユ、でんき宇奈月 等)

- ・ 異業種間/産官学間/競争相手/ユーザー・サプライヤ間の連携

必要に応じて変化する提供体制

(例：グラノ24K 等)

- ・ 必要に応じて供給体制を構築、仕事に応じて適材適所に設備や従業員を配置



環境

- ・ 資源の有効利用
- ・ 汚染/CO2発生抑制

経済

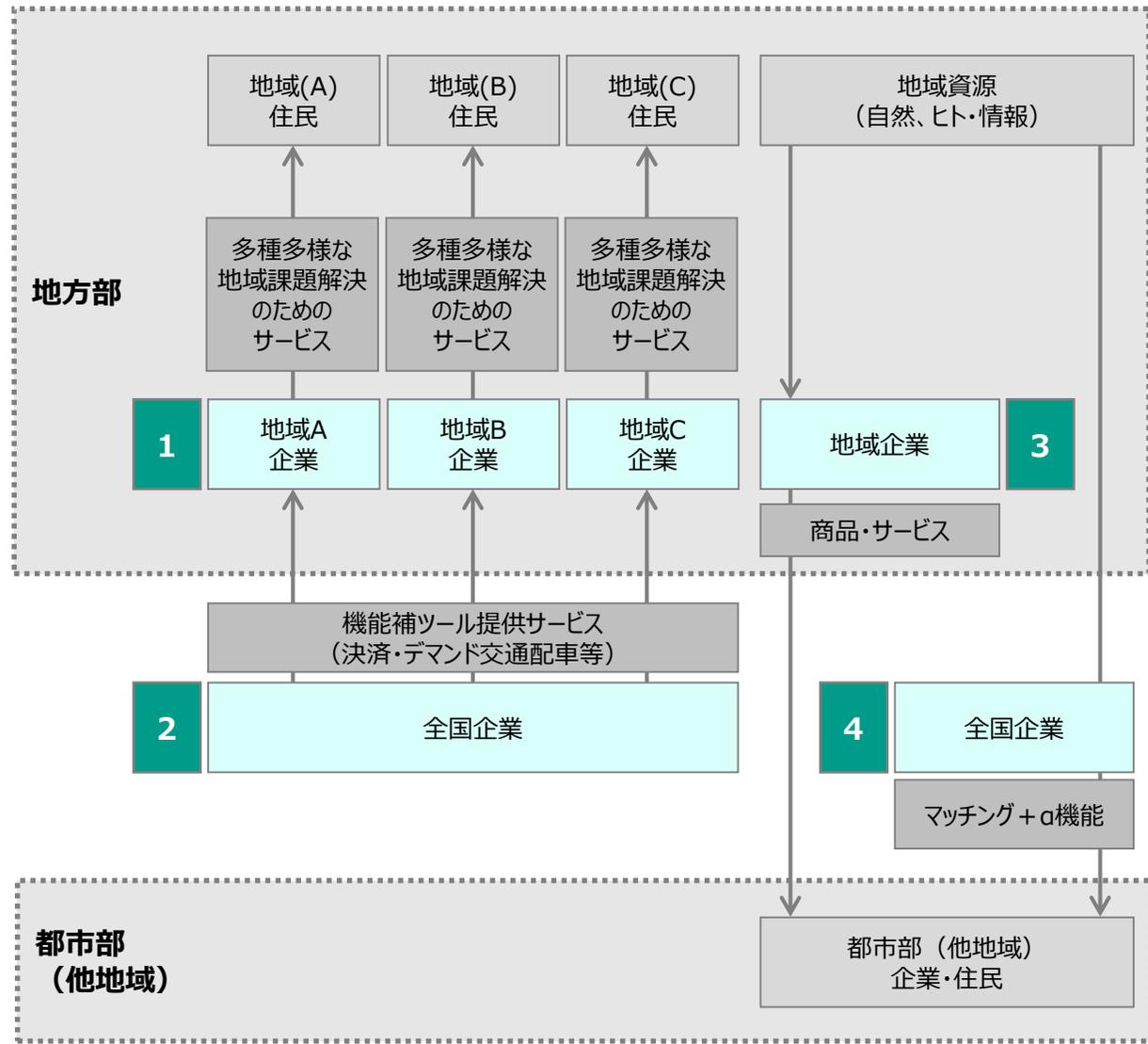
- ・ 資金の地域内循環
- ・ 地方の担い手維持

社会

- ・ 幅広い層の価値享受
- ・ 地方の生活基盤維持
- ・ 繋がりが醸成/活性化

地域循環共生圏ビジネスのモデルは4パターン存在する

注) 本業務で分析対象とした企業に基づく分類である



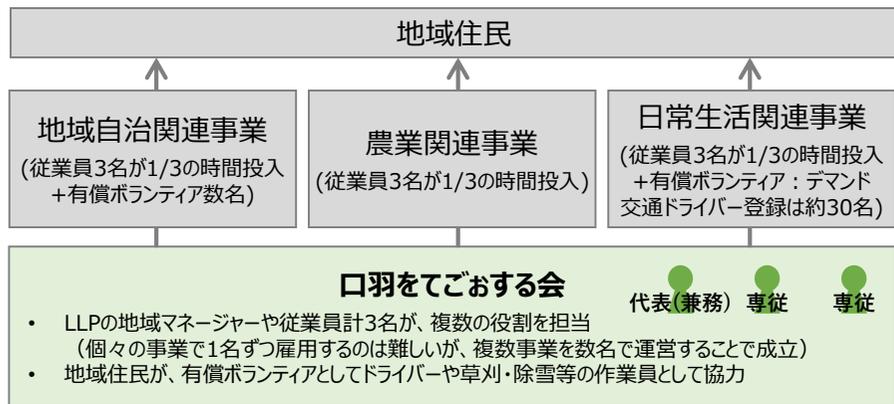
- | | |
|---|---|
| 1 | <p>地域機能包括提供
(例: 邑南町、宇都宮市など)</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域に密着した企業が様々なサービス・機能をまとめて提供、同じヒトやモノが複数の役割を果たす(一物多役)ことで効率的な運営を実現することによりコストを削減し、ビジネスとして成立させる。 「中山間地域型」、「地方都市型」のようなパターンがある。 |
| 2 | <p>地域会社向けツール提供
(例: Monet Technologies、未来シェアなど)</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域機能包括提供会社に対して、「最適配車」、「地域通貨」など様々な機能を実現するツールを提供、その運営を後方支援する。全国展開することでシステムコストを低減、地域機能包括提供会社に求める対価を最小化することで、地域会社とwin-winの関係を実現する。 「特定ツール特化型」、「プラットフォーム型(多様なツールの提供)」のようなパターンがある。 |
| 3 | <p>地域資源結合・転換
(例: 小松マテーレ、横浜市/太陽住建など)</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域資源を発掘、ストーリーを追加することで高付加価値な商品・サービスを実現、都市・他地域に提供する。農産物や空き家等の「モノ」だけでなく、地域の協力者や地場産業に眠るノウハウなど「ヒト」の資源も活用する。 「モノ」「ヒト」「自然」「カネ」といった属性の異なる資源の組み合わせ、それぞれの中でも複数の組み合わせを実現することで、高い価値を生み出すことができる。 |
| 4 | <p>マッチング+a
(例: プラネット・テーブル、グラノ24Kなど)</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域資源と都市部の企業・住民を結び付ける。単にマッチングするだけでなく、「集荷・配送の手間削減」や「販売・調達の安定性確保」など地域・都市の主体が求める機能を提供することで、地域資源の価値を最大化する。 提供機能としては、業界によって異なるが、「集荷・配送」、「診断・最適運用」など様々なものが考えられる。 |

1. 地域機能包括提供

- 地域に密着した企業が様々なサービス・機能をまとめて提供、同じヒトやモノが複数の役割を果たしたり（一物多役）、情報を活用することで高効率な運営を実現することで、ビジネスとして成立させる。
- 「中山間地域型」、「地方都市型」のようなパターンがある。

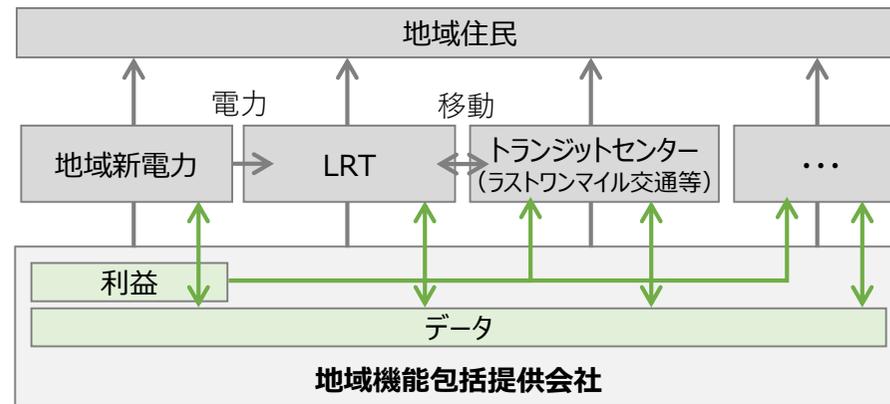
(a) 中山間地域型 例：邑南町

- 通院・買い物など、地域住民の困りごとを解決するサービスを提供する。また、地域資源を商品・サービスに仕立てて、地域外からの収入を獲得する。
- 少ない人員と施設を複数の事業で活用することで、個々の事業の規模が小さくてもビジネスとして成立させる。また、それらの活動をととして住民と密接なコミュニケーションを取ることで、新しいサービスの発案や提供が円滑になる。



(b) 地方都市型 例：宇都宮市

- 「エネルギー」や「交通」など多様なインフラサービスを提供する。
- エネルギーなど一部のサービスから得る利益を活用して、利益の出にくいサービスを賄い、ビジネスとして成立させる。また、それぞれから得る情報を集約・活用することで、サービス品質を向上させる。



2. 地域会社向けツール提供

- 地域機能包括提供会社に対して、「最適配車」、「地域通貨」など様々な機能を実現するツールを提供、その運営を後方支援する。全国展開することでシステムコストを低減、地域機能包括提供会社に求める対価を最小化することで、地域会社とwin-winの関係を実現する。
- 「プラットフォーム型（多様なツールの提供）」、「特定ツール特化型」のようなパターンがある。

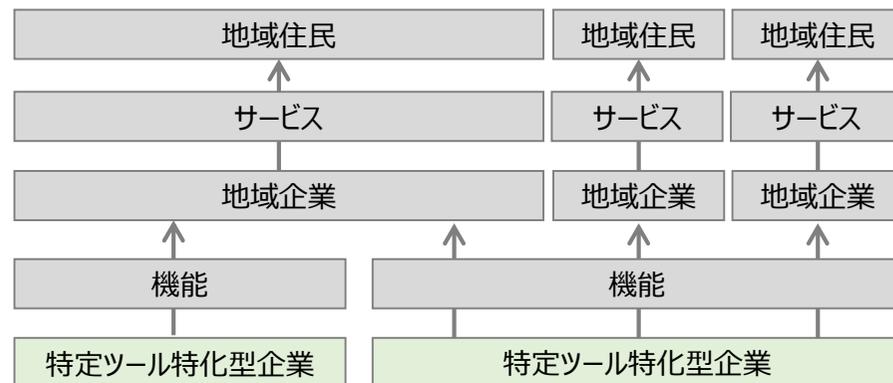
(a) プラットフォーム型 例：Monet Technologies など

- 様々な機能を組み合わせて、ユーザーにワンストップで提供、サービスを丸ごと担う。
- 大手企業やそうした企業が主導する企業連合で実現するケースが多い。



(b) 特定ツール特化型 例：未来シェア、フィノバレー など

- 未来シェアであれば「最適配車」、フィノバレーであれば「地域通貨」など、といった特定機能に集中、第三者に提供して対価を得る。
- ベンチャー企業なども得意とする技術を利用して実現できる。



3. 地域資源結合・転換

- 地域資源を発掘、ストーリーを追加することで高付加価値な商品・サービスを実現、都市・他地域に提供する。農産物や空き家等の「モノ」だけでなく、地域住民・団体の人材や地場産業に眠るノウハウなど「ヒト」の資源も活用する。
- 「モノ」「ヒト」「自然」「カネ」といった属性の異なる資源の組み合わせ、それぞれの中でも複数の組み合わせを実現することで、高い価値を生み出すことができる。

(a) 属性の異なるものの結合 例：小松マテーレ など

- 「モノ」「ヒト」「自然」「カネ」といった属性の異なる地域資源を組み合わせることで、新しい価値を生み出すことができる。



(b) 複数の要素の組み合わせ 例：太陽住建 など

- 同じ属性の中でも複数の要素を組み合わせることで、新しい価値を生み出すことができる。

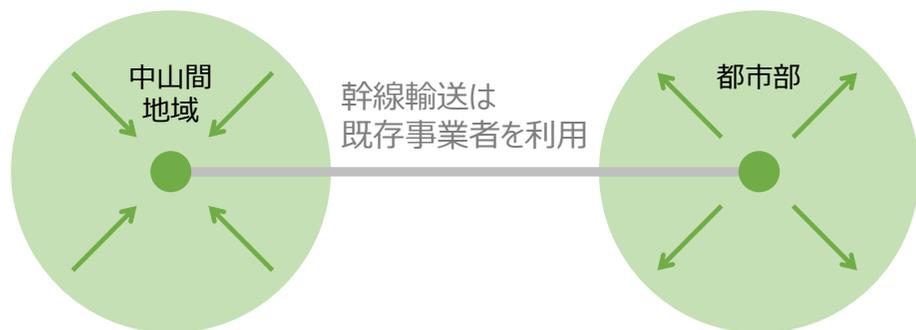


4. マッチング+a

- 地域資源と都市部の企業・住民を結び付ける。単に提供する側・される側をマッチングするだけでなく、両者が悩み・課題として抱える機能を提供することでも価値を生み出す。
- 提供機能としては、業界によって異なるが、「集荷・配送」、「診断・最適運用」など様々なものが考えられる。

(a) マッチング+集荷・配送機能 例：プラネット・テーブル など

- 自社/他社、企業/地域住民のリソースを適材適所で使い分けて高効率・高品質の集荷・配送を実現する。
※事例は未実現/将来想定されるものを含む

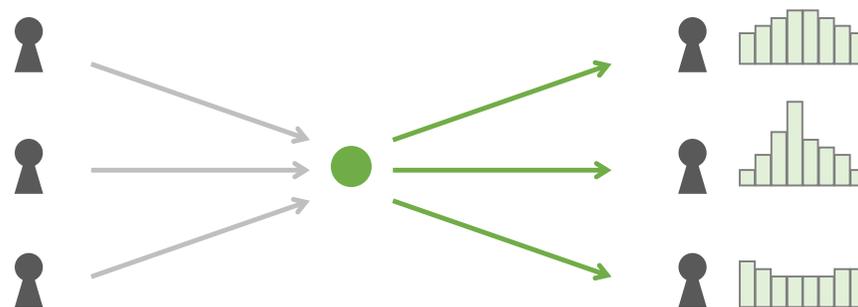


• 地域人材の協力を得て高効率の集荷を実現

• 配送機能を自前で整備高品質のサービスを提供

(b) マッチング+診断・最適運用型 例：フォーアールエナジー など

- 専門知識/強みを活かして、運用まで代行することでマッチングを実現
※事例は未実現/将来想定されるものを含む



• 使用済み製品を診断、ユーザー特性にあわせて最適配置
• 難しい運転（場合によって投資）もユーザーに代わって実施

Webサイトのご紹介

環境ビジネスの先進事例集



[トップ](#)

[本サイトについて](#)

[環境ビジネス企業](#)

[報告書一覧](#)

[リンク](#)

[環境省](#) > [環境経済情報ポータルサイト](#) > [環境産業情報](#) > [環境ビジネスの先進事例集](#)



令和元年度は、「SDGs、特に地域循環共生圏の創造による持続可能な地域づくりに向けた取り組みを推進している企業」等を対象にヒアリング調査を行いました。その調査結果から、地域主体の取り組みと企業主体の取り組みを先進的事例として紹介します。

環境ビジネス先進事例集



3. 企業等登録制度について

人・モノ・金・ワザをつなぐプラットフォームの立ち上げ

地域・自治体

企業・金融

地域ビジネスづくり支援

- コンセプトづくり、**パートナーシップ**の強化、**ビジネス**のタネ探し
- 支援チームの派遣
- 先進事例・支援事業の紹介等

ネットワーク強化

- 財務局と連携した**地域金融機関**・**民間企業**との**ネットワーク**構築
- **ESG地域金融**で地域ビジネスの実現へ

地方環境事務所

環境パートナーシップオフィス
(全国8カ所)

NPO等

民間企業

地方公共団体

地方銀行・信用金庫等

実践地域登録制度

75団体

地域コーディネーター

地域プラットフォーム

各種協同組合

マッチング・情報提供

全国

関係省庁

- 活用可能な支援事業の紹介
- 情報の共有
- フォーラム等への参加

地域づくり支援等の他のネットワーク

- 相補的機能を有するネットワークと連携
- 適切な機能分担
- 情報網の共有、イベントの共催など

ESG金融

- 地域におけるESG金融促進事業
- グリーンファンド
- 21世紀金融行動原則 持続可能な地域WG

企業等登録制度

- 地域循環共生圏の実現を共に目指すパートナー企業等の登録を呼びかけ
- 技術・ソリューション単位でも登録可
- SDGs経営の課題解決やビジネスのタネを生み出すオープンイノベーションの場として活用



環境省ローカルSDGsプラットフォーム

企業等の登録をお待ちしています（6月26日開始）

目的

環境省ローカルSDGsの趣旨や目的に賛同していただける民間企業、協同組合、社団法人、財団法人、NPO、金融機関（企業等）に登録してもらい、**地域と企業等の協業（＝事業）**により、**地域の課題解決とSDGs経営の実現**を推進し、**全国各地においてローカルSDGsの創造を加速**させる。

制度の特徴

1. ローカルSDGsビジネス※の実現に向けた知見や技術の提供や実践地域との交流

- オンライン・オフラインにおけるマッチング支援
- 環境省が主催するシンポジウムや勉強会等の開催

2. 企業同士の学びあいやネットワークづくり

- 地域循環共生圏フォーラムや企業間ワークショップ等の開催

3. 地域循環共生圏に関連した他省庁の情報提供や意見交換の場づくり

- 定期的なメールマガジンの配信
- 環境省が主催するシンポジウムに他省庁も招へい

【※ローカルSDGsビジネスの定義】

- ①地域資源を活用し、地域内で資金、エネルギーや食などが循環している
- ②地域間で補完し支え合いの関係が構築できている
- ③環境を含むそれぞれの地域課題を解決し、自立分散型の社会づくりにつながる

地域×企業で目指すもの

1. 地域と企業の協業により、地域資源を生かしたビジネスが創発される

2. 地域の魅力や産品を、企業がビジネスとして活用することで、全国に広がる

3. 企業のSDGs経営を支える地域との関係が生まれる

（再エネ導入、働き方改革、サプライチェーンのリスク分散など）

令和2年版環境白書・循環型社会白書・生物多様性白書の紹介

【テーマ】 気候変動時代における私たちの役割

令和元年度 環境の状況及び環境の保全に関して講じた施策 等

第1部

環境白書

(循環型社会、
生物多様性に係る
内容を含む)

- 第1章 気候変動問題をはじめとした地球環境の危機
- 第2章 政府・自治体・企業等による社会変革に向けた取組
- 第3章 一人一人から始まる社会変革に向けた取組
- 第4章 東日本大震災からの復興と環境再生の取組
- 第5章 新型コロナウイルス感染症に対する環境行政の対応

地域循環共生圏
の具体的
な取組を紹介

第2部

環境白書：各分野における令和元年度に講じた施策

循環型社会白書：各分野における令和元年度に講じた施策

生物多様性白書：各分野における令和元年度に講じた施策

令和2年度 環境の状況を考慮して講じようとする施策 等

環境白書は環境省のHPで読むことができます。ぜひご一読ください <http://www.env.go.jp/policy/hakusyo/>

