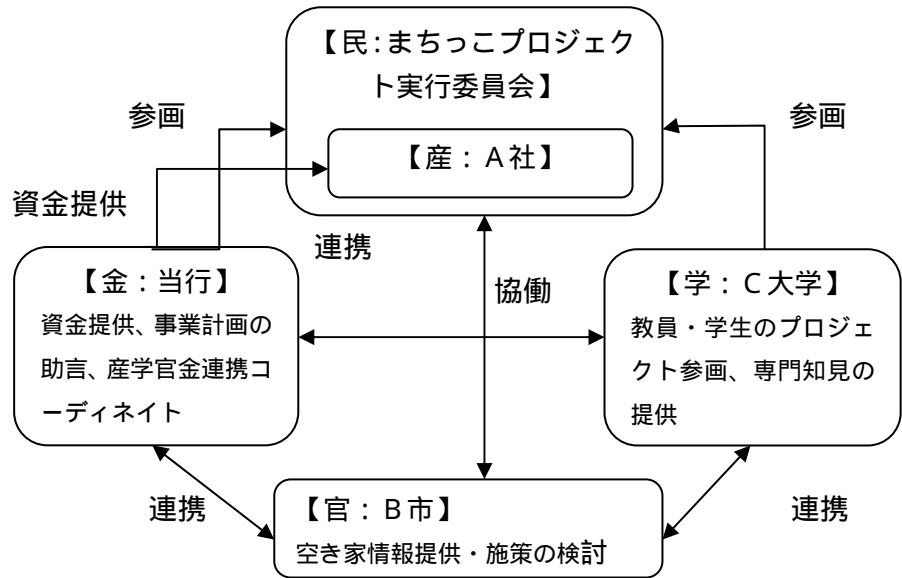


銀行名	富山銀行
-----	------

タイトル	地域課題解決型プロジェクト事業への新規融資と事業化支援
------	-----------------------------

取組み内容
 < 動機（経緯、
 きっかけ等、成
 果（効果） >

- 【動機（経緯）】**
- ・取引先A社は、地元B市の人口減少・少子高齢化、伝統文化・産業の継承者不足、老朽化空き家の増加、中心市街地の衰退等を地域課題と捉え、自社の住宅建築事業を通じ、解決に向けたプロジェクト事業を企画。地元の不動産鑑定士や漆器製造・販売等の異業種の若手企業人で構成する「まちっこプロジェクト実行委員会」(以下「PJ実行委員会」)を設立した。
- 【取組み内容】**
- ・本プロジェクトに対し、当行本部と営業店及びC大学への派遣職員が一体となり、PJ実行委員会と大学（教員・学生）・行政との連携をコーディネートし、産学官金連携体制を構築した。また、PJ実行委員会とともにコンセプト等の事業構想を創り上げ、学生によるワークショップや学生提案発表会等の企画・立案・運営をサポートし、地域内におけるプロジェクトの拡大に貢献した。
 - ・一方、A社に対しては、持続可能な事業となるよう事業計画策定に関する助言などの支援を行った。
- 【お取引先にとっての効果】**
- ・A社に対する新規融資を実行し、空き家活用型シェアハウス（アトリエ・ギャラリー・カフェ併設）が完成。
 - ・PJ実行委員会は、産学官金連携体制によるプロジェクトとして地域から高い注目を集め、本シェアハウス完成後も引き続き「空き家対策による地域活性化」の取り組みを推進し、A社の本業の事業拡大につなげている。



銀行名	富山銀行
タイトル	建設業の新分野進出（コミュニティビジネス創出）への支援
<p>取組み内容 < 動機（経緯、きっかけ等、成果（効果）></p>	<p>【動機（動機）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 土木建設業のA社は、スノーボードやスキーのエアージャンプの練習施設が地元・近隣にないとの競技者等からの声を受け、閉鎖したB町が運営するスキー場跡地にオフシーズンに練習を可能とする施設を開設することを構想し、新たにC社を設立した。 <p>【取組み内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> 当行では、本事業は、地域資源（スキー場跡）を活かし、地域課題解決・地域活性化に取り組む「コミュニティビジネス」として本部（営業統括部）と営業店が連携し、A・C社とともに事業構想を実現するための課題解決に向けた対策を議論し、事業計画策定を支援した。 資金調達については政府系金融機関との協調融資を提案し調整し、一方、行政及び地域住民への事業への理解・協力については、当行からB町への働きかけによる、副町長や関係各課要職が参加する連携会議や地域住民説明会の開催の支援を実施した。 <p>【お取引先にとっての効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 政府系金融機関との協調のもと、本事業に対する新規融資を実行し、スノー競技のシーズンオフ対応の県内初・北陸最大級の練習施設（スノーボード・スキーエアージャンプ等）が完成。当初計画を上回った県内外からの利用者により、B町では賑わい創出や地域コミュニティの活性化等の相乗効果が生まれはじめている。

銀行名	富山銀行
タイトル	知的資産経営報告書を活用した支援
<p>取組み内容 < 動機（経緯）、 きっかけ等、成 果（効果） ></p>	<p>【動機（経緯）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取引先A社は、下水道施設に係る耐震性継手の専門メーカーとして平成3年に創業。阪神・淡路大震災による耐震化の機運の上昇を契機に業績の拡大を図るも、本社と工場が遠隔していることや県外営業所を含めた組織内コミュニケーションに悩んでいたこと、また、他社からの新規参入等、企業内・外部に対して経営課題が蓄積していた。A社は今後の方向性と新たな経営方針の策定が必要であった。 <p>【取組み内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・A社のニーズを捉え、当行より自社の強み・弱みを明らかにする「地的資産経営報告書」の作成を提案。この他、本部（営業統括部）・営業店と富山県新世紀産業機構の中小企業支援センターと連携した「中小企業ネットワーク強化事業」を活用し、アドバイザー・専門家の派遣による事業計画の策定を支援した。 ・同報告書の作成にあたっては、当行からの同席により打ち合わせやアドバイスを行うなど積極的に関与し、進捗状況の把握やリレーションにもつながった。また、同報告書は、A社HPや経済産業省HP「知的資産経営ポータル」に掲載し、自社PRにも活用されている。 <p>【お取引先にとっての効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社の強み・弱みや経営資源の「見える化」により、目指す方針が明確化され、社内において共有化された。 ・社員も策定参画したことで、企業マインド・モチベーションの向上や人材育成にもつながった。 ・同報告書は営業にも活用され、大手企業のブランド商品の生産契約（OEM契約）が成約。 