

# 副業型地域活性化起業人 活動報告

2026年4月30日(木)

盛岡市商工労働部経済企画課  
副業型地域活性化起業人 田野倉 正規

1.自己紹介

2.昨年度の活動内容

3.チャレンジしたいこと

# プロフィール

## 田野倉 正規

Masanori Tanokura

本業:カルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)地方創生事業  
開発部リサーチ&プランニング

副業:副業型地域活性化起業人・ミュージシャン・音楽制作  
・イベント企画運営など



ミッション「地域&社会課題解決」  
生活者×地域×市場のニーズ&課題起点  
”マーケットインで課題解決”



マーケティング	データ活用 /EBPM	事業開発/ デザイン思考
地域/社会 課題解決	関係人口 (人流)	食農/ 一次産業
産業振興 (経済活性)	官民連携 まちづくり	地域活性化 起業人

【略歴】カルチュア・コンビニエンス・クラブ(CCC)グループで、ビッグデータや共通ポイントサービス「Vポイント(旧Tポイント)」を活用した広告/販促宣伝/法人コンサルティング営業/新規事業立ち上げを経験。21年からCCCマーケティング総合研究所で生活者ニーズを起点とした地域/社会課題解決プロジェクトを推進。関係人口創出・6次産業化支援・地域経済活性化・少子化対策など幅広く地域活性に関わる。

副業型地域活性化起業人として、2024年に秋田県にかほ市総合政策課のシティプロモーション、2025年から岩手県盛岡市商工労働部経済企画課の中心市街地活性化など自治体職員の仕事を支援している。

【実績】秋田県半農半Xアドバイザー/農的関係人口PJ支援・春日部市官民連携まちづくり エリアプラットフォーム構築支援・CHEEAT TOKYOプロデューサー・農林水産省消費者データ活用PJ・経産省福島県浜通り交流人口創出PJなど



おとうさんと  
いっしょ

NHK ONE  
でもみてね!



NHK  
わたくしはタクシー



# カルチャー・ディレクター：活動プロフィールと専門性

## 専門性と役割 (Role & Expertise)



都市と地方を繋ぐ



官民連携・地域活性化



音楽視点の空間演出

つながり方を  
デザインする



つながり方をデザインする  
心地よい日常のグルーブを実装

## 主な実績と活動 (Achievements & Activities)



コミュニティ構築・かきませ役



音楽による場づくり



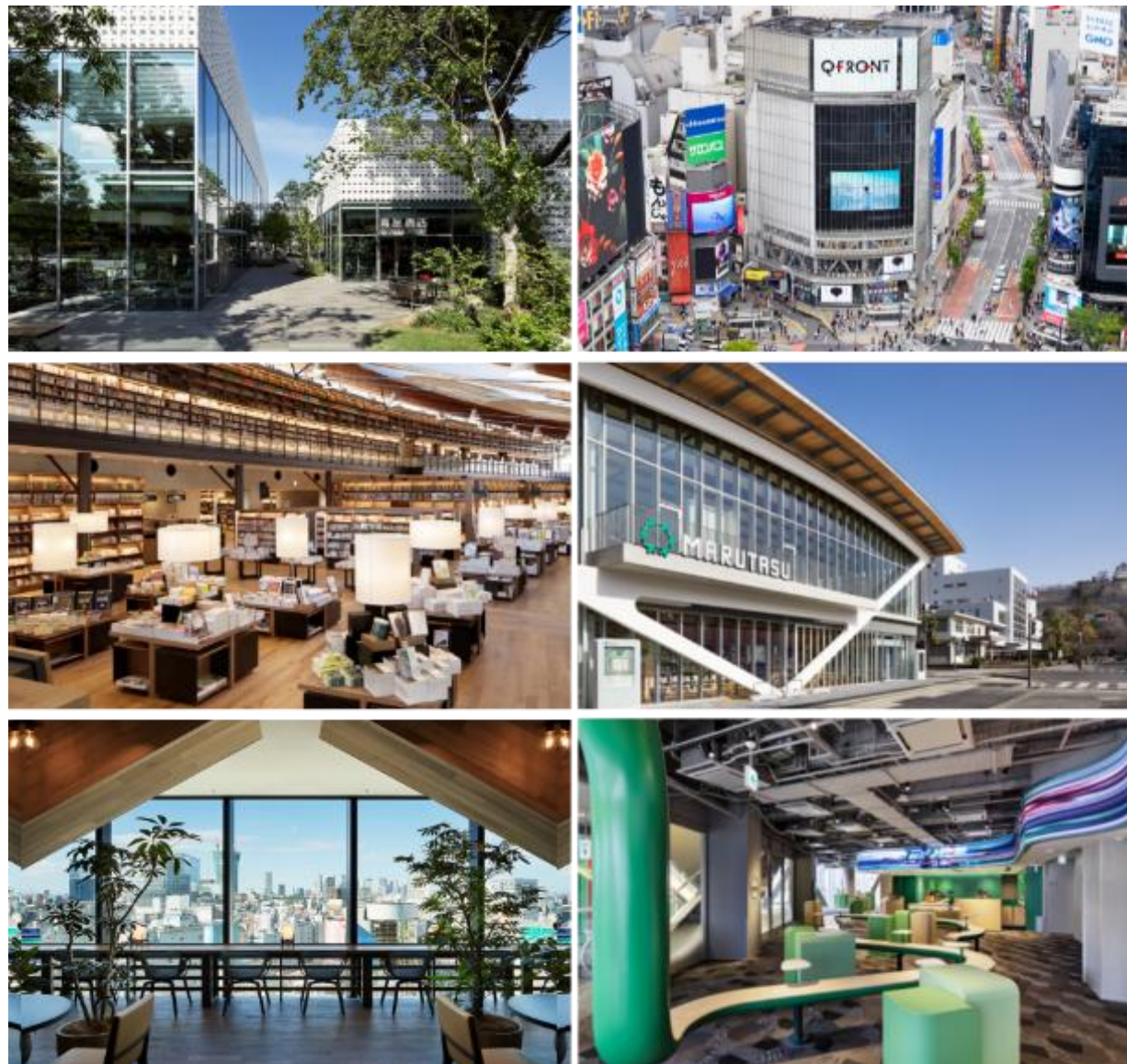
コミュニティDXの実践

## 会社概要

社名	カルチャ・コンビニエンス・クラブ株式会社		
創業	1983年3月24日		
資本金など	24,566百万円※1		
売上高(連結)	90,309百万円※2		
従業員数	2,021人※2		
店舗数	TSUTAYA	: 580	※3
	蔦屋書店	: 35	
	SHARE LOUNGE	: 54	
	TSUTAYA Conditioning	: 29	
	STARBUCKS	: 100	
本社所在地	〒220-0012 神奈川県横浜市西区みなとみらい三丁目3番3号		

※1：2025年3月31日現在。資本金、資本剰余金(CCC単体)の合計額です。

※2：2024年3月期。 ※3：2026年2月時点。





Culture Convenience Club Co., Ltd.

は生活提案をする企画会社です。



SHARE LOUNGE  
武雄市図書館 TAKED CITY LIBRARY  
encross  
TSUTAYA TSUTAYA BOOKSTORE

SHARE LOUNGE事業、エクスペリエンスデザイン事業  
ソーシャルデザイン事業、海外事業、フランチャイズ事業

Customer Experience

Retail Business

蔦屋書店 TSUTAYA BOOKS  
TSUTAYA Conditioning  
TSUTAYA  
STARBUCKS®



蔦屋書店事業、SHIBUYA TSUTAYA、  
IPプロデュース/IP事業、ウェルネス事業、スターバックス事業



Electric 蔦屋書店  
美術手帖  
KARUZAWA MOTOR GATHERING

アートラボ事業、モビリティ・マーケティング・デザイン事業  
スマートライフデザイン事業

Life Design



Partner Communication



パートナーシップ&コンサルティング事業  
地域創生事業

Database Marketing

CCC Group



ポイント事業、データベースマーケティング事業  
カスタマーバリュー事業、金融事業

NEKO PUBLISHING CO.,LTD.  
主婦の友社  
徳間書店  
Newsweek  
madame FIGARO.jp




カルチャー・エンタテインメントグループ、光村推古書院、Livals  
トネリコ、Booklive、芸文社、MOTOTECA



空間価値



体験価値



データベース  
マーケティング



リアル店舗や施設のイノベーション/  
まちづくり・にぎわいの場づくり

# 盛岡市 産官学民連携による産業振興プロジェクト



盛岡市 × MORIOペイ × 人流データ × CCCマーケティング総研  
盛岡市との産業振興に関する連携協定を締結

生活者ニーズを起点に  
地域経済活性化をめざして

盛岡市

まちづくり会社  
(地域通貨・人流  
データ)

商店街・祭り  
(駅前・肴町・サ  
マーガーデン他)

商業施設  
(フェザン・川徳・  
monaka)

岩手県立大学・  
ホームシックデザ  
イン

ベアレン醸造所・  
ヘラルボニー

生活者ニーズを起点に地域経済活性化を目的とした共同研究を開始

「MORIO Pay」の利用データや人流データをもとに、  
CCCMKホールディングス(株) CCCマーケティング総合研究所が有する  
生活者インサイト把握力やデータ分析力を活用

「MORIO Pay」の新たな活用策や、試行的な取り組みの企画・実施により、  
地域経済の活性化に向けた事業展開について調査研究を行う

結果、盛岡市の地域経済を支える中小企業においてもデータ活用人材を育成し  
盛岡市内の事業者の経営力強化・地域経済の持続的発展へ



## 副業型地域活性化起業人(R7)

- 1 業務名：令和7年度盛岡市商業振興アドバイザー業務
- 2 目的：都市部に所在する企業等の社員の人脈やノウハウを活かしたアドバイザー業務をとおして、本市の中心市街地における商業の活性化を推進することを目的とする。
- 3 特記事項：本業務は総務省が定める「地域活性化起業人制度」のうち、「副業型地域活性化起業人」として業務を行うことから、総務省「地域活性化起業人制度」推進要綱（令和3年3月30日（総行応第78号））（以下「推進要綱」という。）に基づき行うものである。
- 4 業務形態：推進要綱に基づき、以下のとおり定める。
  - (1) 業務時間に関する事 月4日以上かつ20時間以上とする。
  - (2) 現地滞在日数に関する事 月1日以上盛岡市に滞在し、従事すること。
- 5 業務期間 業務期間は令和7年5月1日から令和8年3月31日までとする。
- 6 業務内容 業務内容は以下のとおりとする。

(1) 盛岡市AI人流・交通分析システム及びMORIO Pay等を活用した  
研究、考察、検証及び助言

(2) その他商業及び産業の活性化に資する取組に対する助言

# 地域活性化起業人：都市の知恵で地方の未来を創る

三大都市圏の企業社員が専門知識を活かし、地方自治体で地域課題の解決に従事する制度。令和6年度には過去最多の871名が活用され、官民連携による地域活性化の強力なエンジンとなっています。

## 2つの主要な派遣モデルと支援

### 企業派遣型：ノウハウの直接提供



### 企業派遣型：ノウハウの直接提供

企業が社員を6ヶ月～3年派遣し、最大年590万円の財政支援を受けられます。

派遣人数  
**780名**

活用自治体数  
**421団体**



過去最多の  
活用実績  
令和6年度の派遣人数  
合計**871名**  
に達し、活用の職が  
広がっています。



派遣人数  
**91名**

活用自治体数  
**45団体**



### 個人型・シニア型：柔軟なスキル活用



### 個人型・シニア型：柔軟なスキル活用

副業や退職後のスキルを活かす形態で、最大年200万円の支援が可能です。

### 自治体：外部視点による変革

民間のスピード感と専門知見を取り入れ、DXや産業振興を加速させます。



## 三者へのメリット（三方よし）



### 企業：人材育成と社会貢献

社会課題への対応を通じ、社員のリーダーシップ開発と企業価値向上を回ります。

### 派遣者：新たなキャリアの発見

地域での実働を通じ、都市部では得られない経験と自己成長を実現します。

# プロジェクトの原点と目的：経済企画課ミッションとの同期



## 地元企業の 経営力強化

ノウハウのシェア、マーケティング力強化、廃業防止・事業成長。



## 魅力ある中心 市街地の形成

既存事業にとどまらない、「**民間主導**」の自立自走するまちづくり環境の構築。通行量・居住人口・地価の向上。



## 若者の就業支援

探求学習・協創コースを通じた交流。地元愛の醸成と地元企業への就職機会創出。

目的：イベント実施ではなく、地域内経済の好循環と労働生産性向上への直結

1.自己紹介

2.昨年度の活動内容

3.チャレンジしたいこと

昨年度の活動内容

MORIO Pay/AI人流

岩手県立大学  
協働研究

商工団体  
(VC企画委員会・駅前商店街・  
YEGなど)

集客力/影響力のある  
(ヘラルボニー・川徳・ベアレン醸  
造所など)

中心市街地活性化を  
軸とした  
アドバイザー業務  
+起業人企画立案

岩手大学  
(One+・地域協創教育センター・  
NPCN)

ストリートファニチャー  
(大通商店街×ホームシックデザ  
イン)

浴衣のまち×高校生・  
映画のまち

西口複合施設開発

## 岩手県立大学地域協働研究

岩手県立大学地域協働研究 トップページ 研究代表者から検索

令和7年度 地域協働研究(ステージ1本格型)

### 決済機能付き地域アプリの通知機能を用いたユーザアクションの実証実験

研究番号	研究代表者	所属	職	氏名
R07- I -23		総合政策学部	教授	近藤信一
共同研究者 (提案団体名)	他の構成メンバー	所属	職	氏名
盛岡Value City株式会社		盛岡Value City(株) 盛岡Value City(株)	統括マネージャー 社員	北島学 藤原咲子
研究区分	一般課題	研究分野	地域社会	
SDGs				
研究フィールド	盛岡市	研究協力者	盛岡市商工労働部経済企画課課長補佐・佐藤俊治、盛岡市商工労働部経済企画課・主任・那須俊之介、地域活性化起業人、CCCMKホールディングス株式会社・佐藤伸	
<p>①解決を目指す課題(何を解決するのか)</p> <p>盛岡Value City株式会社は、地域経済の活性化を目的に、盛岡市などの支援を受けて令和3年から電子決済ツール「MORIO Pay」を運営する。ユーザーは約4万1千人、加盟店は約1,000店舗に達しており、プレミアム商品券や還元キャンペーン、クーポン機能を活用した地域情報提供にも取り組んでいる。しかし、利用率やサービスの認知度向上、加盟店でのクーポンや決済データ活用体制に課題がある。令和6年度に岩手県立大学と協働研究を実施し、サービス理解不足や利便性向上の必要性が明らかになった。令和7年度は調査対象の店舗と共同で利用促進のための企画策定を行い、ニュース配信機能を通じて購買動向を分析し、地域経済のさらなる活性化を目指す。</p> <p>②実施方法・取組みの概要</p> <p>研究代表者と共同研究者である盛岡Value City(株)は、加盟店の購買データと前年度の協働研究の成果を基に仮説を策定し、CCCMKホールディングスの知見を得ながら検証店舗を選定する。検証店舗では、研究者・店舗・デザイン会社と協力し、販売促進企画やニュース配信内容を作成、PUSH通知によるABテストを実施する。また、購買データに基づくユーザーグループ分けや、使用頻度に応じた非金銭的価値サービスを提供し、購買動向を分析して仮説の検証を行う。アンケート及びインタビューによる定量・定性調査もを行い、マーケティング支援策を検討する。最終的に、支援策を普遍化し、地域事業者の利益と地域経済の活性化を目指す。</p>				



## 非金銭的価値の創出

課題：一過性&持続可能性

リソース/ノウハウ不足

マネタイズ課題

商工団体連携強化

法人向けサービス強化

YEG連携・AI人流活用  
地域経営力強化

## 昨年の実施内容

### 【7/27】高校生が創る、新しい夏の風景

Enjoy! ゆかたフェス「ゆかた×高校生×音楽」

「盛岡の夏をゆかたで盛り上げよう！」  
そんな想いを持った市内高校生グループ「ユー  
You Forever」が企画・運営する  
特別イベントです。

日時：7月27日(日)  
会場：プラザおでって



© NotebookLM

Plaza Odette  
おでって広場



- ・企画の組み立て方/進め方
- ・課題解決案ブレスト
- ・大学やミュージシャンとのコラボ案
- ・持続可能性 など

岩手大学音楽サークル連携など



岩手大学学内カンパニー  
まちづくりサークルNPCN  
(NewPowerCreativeNetwork)

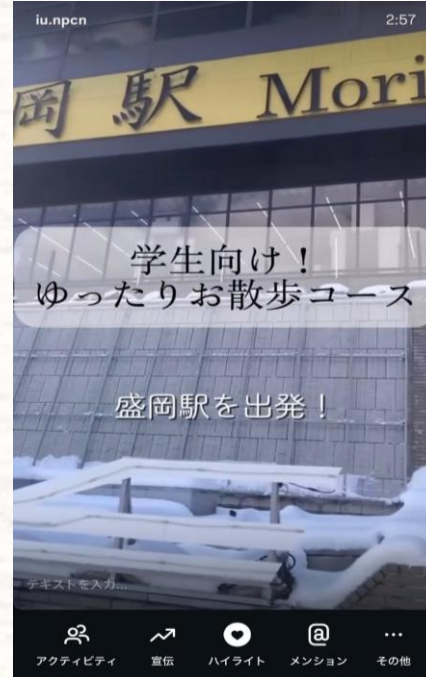
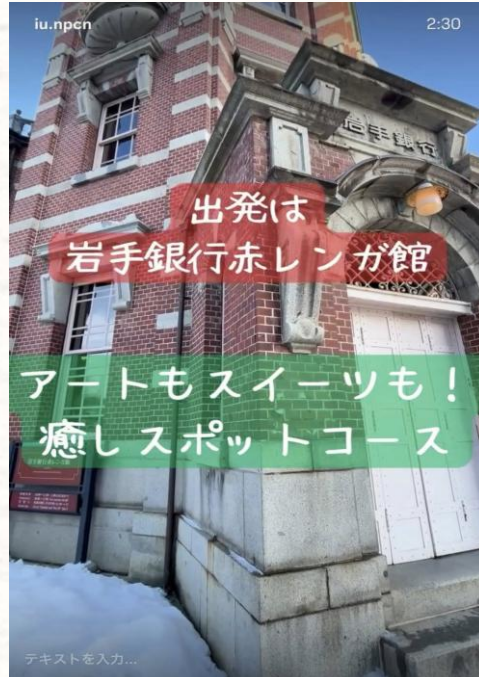


地域課題解決共創事業『One+(ワンプラス)』

- ①地域課題に取り組む人材の育成
- ②学生団体やプロジェクトの支援

## 企画アドバイス・伴走支援

## プロモーション協力



2,400リーチ以上

facebook 800件

Instagram 1,400件

関係人口  
コンソーシアム 200人強

なぜ・誰に・どんな価値を・どこで・どうやって届けるか？

盛岡市産材活用プロジェクト

こんな人におすすめ

盛岡をおもしろくしたい人  
社会にいいことを仕事にしたい人

15名限定

参加申込はこちらから



ヘラルボニー  
森尾 洋一



盛岡市地域活性化起業人  
田野倉 正規



世界を変えるヘラルボニーと、街をデザインする大人たちとの対話交流

盛岡を遊び場に。

参加費  
無料

岩手大学TOVLAB  
座談会イベント

DATE

2/6(fri)

10:30~12:00  
10時受付開始



# 岩手大学 学生の声レポート： 盛岡のまちづくりに対する意識と可能性

若き才能たちは、この街をどう見つめ、どう関わろうとしているのか



## 学生が視る『盛岡の魅力とポテンシャル』

### 【景観・自然】

自然と人工物の調和、  
街と自然の調和、  
川や山などの豊かな  
自然

### 【歴史・文化】

歴史のある建物、  
古い部分も残ってい  
る街並み、南部藩の  
歴史、材木町のおよ  
よ市、さんさ踊り

### 【日常の豊かさ】

カフェ（大通り、  
肴町、材木町）の多  
さ、住みやすさ、  
人が優しい

### 【未来への期待】

本宮地区の開発、  
広い土地を活かした  
街づくり、盛岡を活  
気づけようと考えて  
ている大人の存在

「94.4%」の熱量。彼らはすでに、きっかけを待っている。



盛岡のまちに魅力を感じる学生「94.4%」  
(とてもそう思う22.2%、そう思う44.4%、まあまあそう思う27.8%)



まちづくりへの参加意欲「94.4%」  
(参加したい72.2%、機会があれば22.2%)

## まちづくりへの「熱源」：彼らはなぜ興味を持っているのか？



### 【熱量の源泉】

- ・地元だから、自分が育ってきた街だから
- ・綺麗な盛岡を保全したい、生まれた町を変えていくのは楽しそう
- ・もっと住むのが楽しくなるから
- ・本宮の開発に勢いを感じる、北東北の観点から観光整備を向上させたい



学生とまちの  
接点強化

### 【興味が薄い・保留の理由】

- ・盛岡について知らないことが多い、まだ来て日が浅い
- ・車を持っていない人には不便（熱量はそこまでない）
- ・将来盛岡に残るつもりがない

ウォーカブル

自然・歴史文化

商店街/魅力的  
なお店

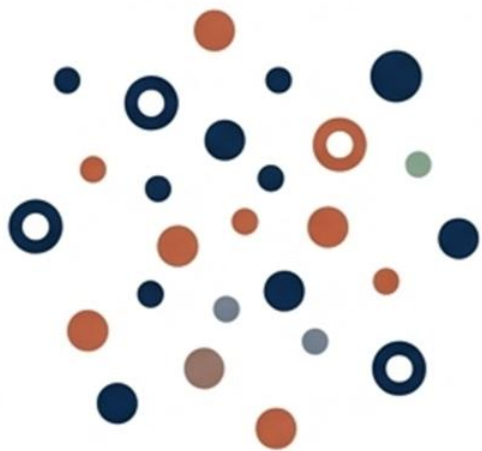
イベント

大学/若者

イノベーター

# 高いポテンシャルが存在する一方で、 「孤立・ズレ・物理的ハードル」が有機的な連携を阻害している。

## 取り組みの孤立（点在化）



MORIO Payの運営リソース不足や、まちづくりイベントの単発化により、事業や活動が「点」として孤立し持続性が低下。

## ゴール・目的のズレ



多様な主体が関与するものの、目指す指標が異なり、相乗効果を生む「面」としての連携に至っていない。

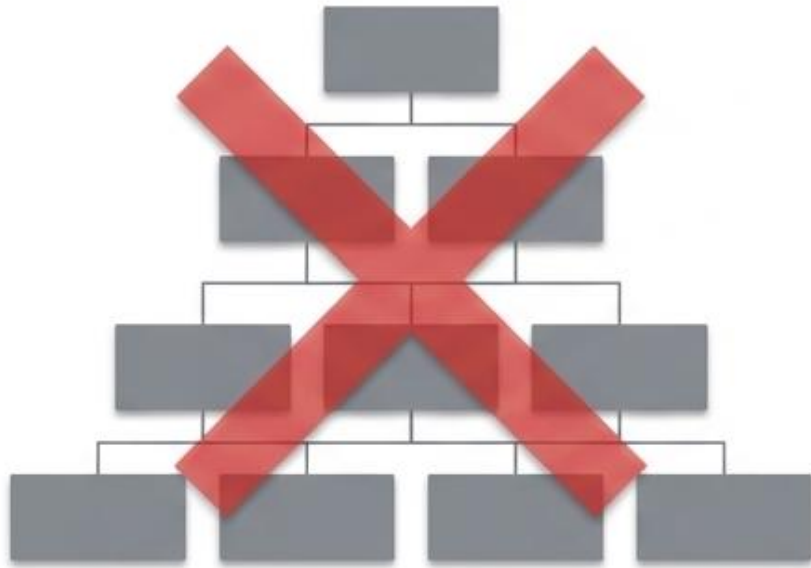
## 若者の物理的・構造的ハードル



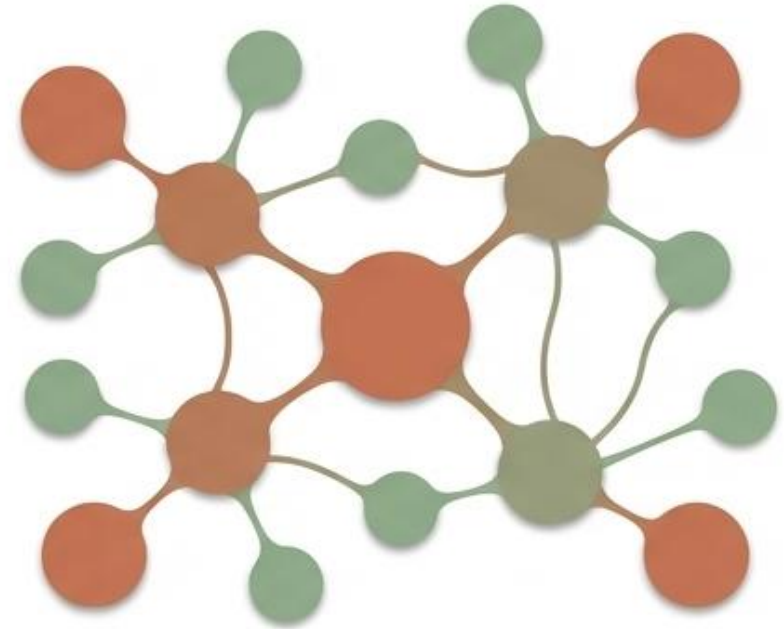
まちづくり参加意向は「72.2%」と非常に高いが、「お金」「雪・交通機関の乱れ」が障壁となり、中心市街地との接点が喪失。

### 硬直化した新組織・協議会の設立

スピード感が失われ、目的が「組織維持」にすり替わるリスク。



### 案件ベースの柔軟なアメーバ型体制



既存の枠組みを活かし、「既存の地域事業者 × イノベーター × 若者」をむすび、つなぐ。  
特定のテーマごとに最適な相手を見つけるアジャイルな共創を仕掛ける。

1.自己紹介

2.昨年度の活動内容

3.チャレンジしたいこと

チャレンジしたいこと



産官学民金連携プロジェクト

起業人が推進ハブ機能となり、  
中間支援・構想設計を担い、つながりを生み出す

起業人予算を活用した  
共創コミュニティ形成×実証実験

中心市街地の活性化・若者の定住/就業につながる  
共創プロジェクトが自然発生的に生まれる状態へ

“共創まちづくりモデル(エコシステム)”を構築し、  
地元企業の経営力強化・地域経済循環へ

計画を回す<「関係を育てる」循環>を重視し、文化として定着

つなぐ  
Connect

柔軟で有機的な  
産官学民金連携体制の構築

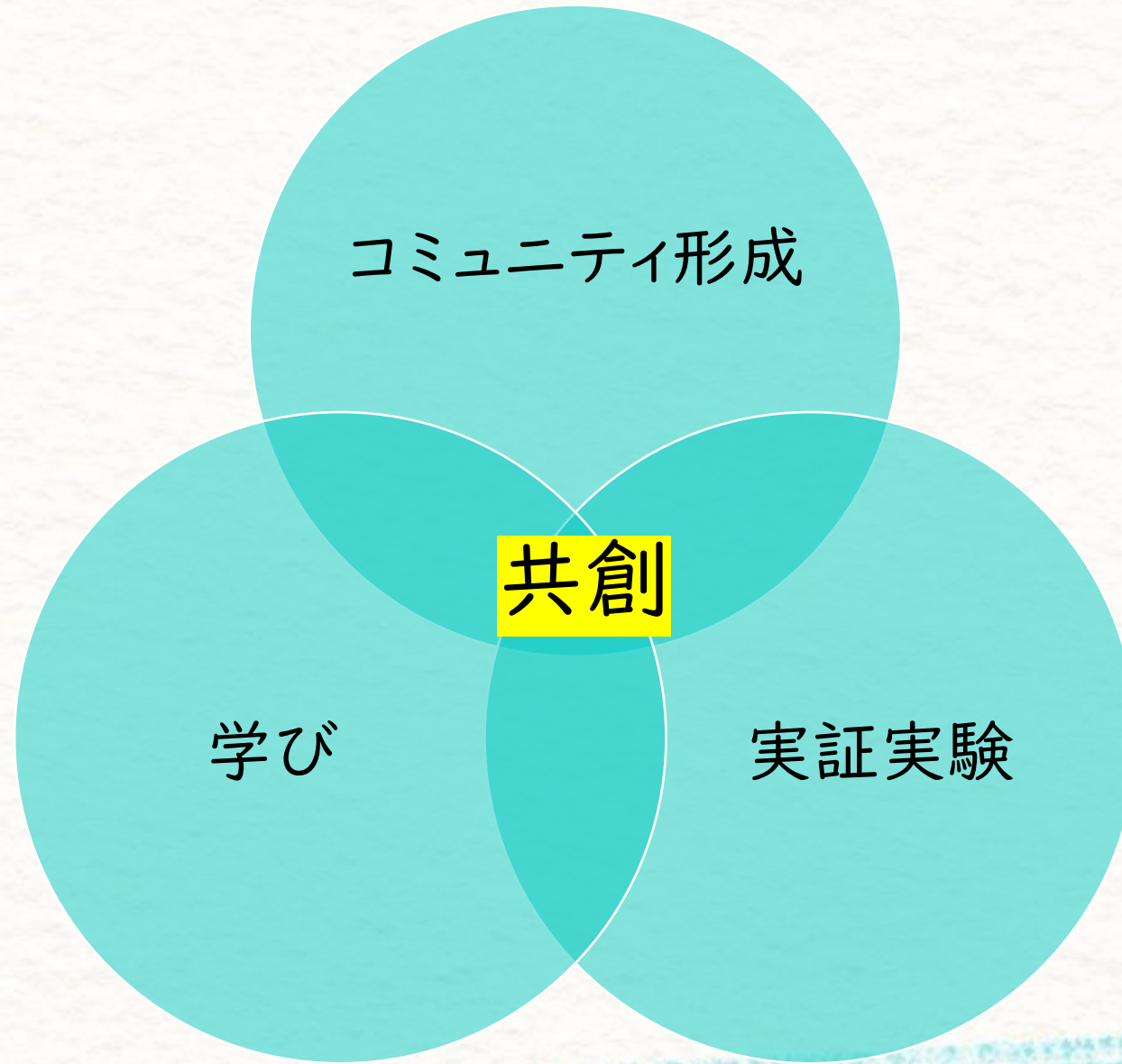


共創を通じた文化定着  
・人材育成  
・情報発信/制度化など

育てる  
Cultivate

共に創る  
Co-create

・実証事業  
・学生/企業参画





4~6月

コミュニティ形成（Teams運用、リアル定例会議）。ステークホルダー（駅前商店街、川徳、YEG等）の巻き込み。

7~9月

インプット&企画ワークショップ。ヘラルボニー等と連携したマーケティングノウハウ実践・仮説立案。

10~2月

実証実験の実施。盛岡のイベント空白期&学生のハードルが高い「冬」に企画を仕掛け、回遊・消費への波及効果を検証。

おわりに

マーケティング・事業開発・地方創生の知見、そして多分野にわたるネットワークを活用

既存の枠組みに捉われない産官学民金連携プロジェクト

起業人が「ハブ（結節点）」となり、  
中心市街地を支える商工団体とイノベーターや若者（学生）との連携を強化

中心市街地の活性化や若者の定住・就業につながる共創プロジェクトが  
自然発生的に生まれる“共創まちづくりモデル（エコシステム）”を構築

盛岡の地元企業の経営力強化・地域内経済の好循環を実現