

OKB大垣共立銀行の挑戦の歩み

～お客さま・地域のための先進的サービス追求の歴史～

士族中心だった第百二十九国立銀行から「士・農・工・商」が一体となって地域発展を目指そうと、1896年に大垣共立銀行が誕生しました。「共立」には、地域の人々が力を合わせ、地域に密着した銀行を創り出そうという、今日まで受け継がれる企業精神が込められています。当時、多くの銀行が単に「国立」の文字を外して普通銀行へと転換するなか、新たな名称を冠して業務を継承したOKBは、創立当初から独自の志向を有していました。1993年には当時の頭取が「銀行はサービス業」をモットーに掲げ、地域やお客さまの利便性向上に取り組み、キャッシュコーナーの年中無休稼働や移動店舗、ドライブスルーATM、手のひら認証ATM「ピピット」など、数多くの“全国初”“全国金融機関初”のサービスを生み出してきました。こうした挑戦の背景には、“地域のため”“お客さまのため”を真に考える姿勢があります。銀行の枠にとらわれず新たな取り組みに挑み続ける組織風土は脈々と受け継がれており、この挑戦する姿勢こそがOKBのDNAであるとともに、価値創造を支える原動力となっています。

士族中心の国立銀行から 地域の人々の銀行へ

1878～

- 1878年 大垣共立銀行の前身「第百二十九国立銀行」創立
- 1896年 「士・農・工・商が共に協力して設立しよう」と大垣共立銀行創立
- 1923年 農産銀行(名古屋市)買収
愛知県での営業を開始
- 1924年 本店竣工(郭町に移転)
- 1926年 共営銀行(大垣市)買収
三重・滋賀両県での営業を開始



大正初期の俵町本店



郭町に移転した本店



17階建ての本店



円柱形の新館

高度経済成長とともに 大衆化路線を拡大

1965～

- 1965年 1960年代後半以降、個人取引拡充のため、「総合口座」や「住宅ローン」などお客さまのニーズに応じた多様な預金商品・ローン商品の開発を推進
- 1972年 名古屋証券取引所第1部上場
- 1973年 本店(17階建本館)竣工
東京証券取引所第1部上場
- 1984年 本店新館(電算センタービル)竣工
- 1986年 初めての海外拠点「香港駐在員事務所」開設

お客さま目線を追求め、 先進的なサービスを展開

1994～

- 1994年 キャッシュコーナーの
年中無休稼働開始 **国内金融機関初**
- 1995年 平日の午前8時からキャッシュコーナーを営業する
「モーニングバンキング」開始 **国内金融機関初**
- 1997年 インターネットバンキング開始 **地方銀行初**
- 1998年 年中無休窓口営業店舗開設 **全国金融機関初**
- 2000年 移動店舗運行開始 **全国金融機関初**
昇降・幅寄せ機能搭載型
「ドライブスルーATM」設置 **全国金融機関初**



キャッシュコーナー 年中無休稼働



移動店舗
「OKBスーパーひだ1号」



ドライブスルーATM

- 2003年 女性社員の制服を廃止し、私服勤務実施
- 2005年 ダイヤモンド社
「つきあいたい銀行ランキング」第1位
- 2007年 CM付ATM導入 **全国金融機関初**
- 2009年 サービス産業生産性協議会
「ハイ・サービス日本300選」選出
- 2012年 キャッシュカード・通帳が不要な
「手のひら認証ATM “ピピット”」導入 **全国初**
ホーチミン駐在員事務所開設 **全国地方銀行初**
- 2017年 ベトナムに現地法人設立 **全国地方銀行初**
マニラ駐在員事務所開設 **全国地方銀行初**
- 2018年 サービス産業生産性協議会
「第2回 日本サービス大賞 地方創生大臣賞 受賞」



手のひら認証ATM “ピピット”

地域循環型社会の担い手として、 持続可能な地域づくりに貢献

2019～

- 2019年 Forbes WORLD'S BEST BANKS 2019
(世界の銀行ランキング)日本国内1位
信託業務の兼営認可取得 **東海地区金融機関初**
「OKBアプリ」取扱開始
- 2021年 「サステナビリティ基本方針」策定
重点課題(マテリアリティ)特定
「環境方針」策定
TCFD提言へ賛同
「特定セクターに対する投融資方針」策定
- 2022年 東京証券取引所プライム市場上場
本山支店2階に「DXコンサルティング拠点」開設
オフィスカジュアル導入
- 2023年 ぎふSDGs推進パートナー登録制度において
「ゴールドパートナー」として登録
地域のにぎわいを創出する拠点
「OKB岐阜中央プラザ わくわくベースG」開設
- 2024年 オープンイノベーション創出支援拠点
「OKB SCLAMB」開設
DE&I推進プロジェクトチーム
「OKB TOIRO」発足
OKBグループ「人権方針」策定
- 2025年 「サイバーセキュリティ管理に関する基本方針」制定
- 2026年 創立130周年



サステナビリティ
推進マーク



OKB
岐阜中央プラザ
わくわくベースG



OKB SCLAMB

営業基盤

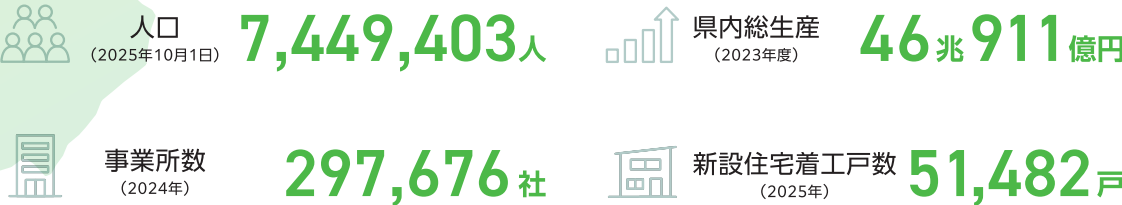
OKBグループの主要営業エリアである岐阜県および愛知県は、自動車産業を中心に「モノづくり」が盛んな地域です。岐阜県には豊かな自然資源を活かした特徴ある地場産業も多く、愛知県は製造品出荷額等が47年連続日本一となるなど、世界有数の産業集積地です。

岐 阜 県



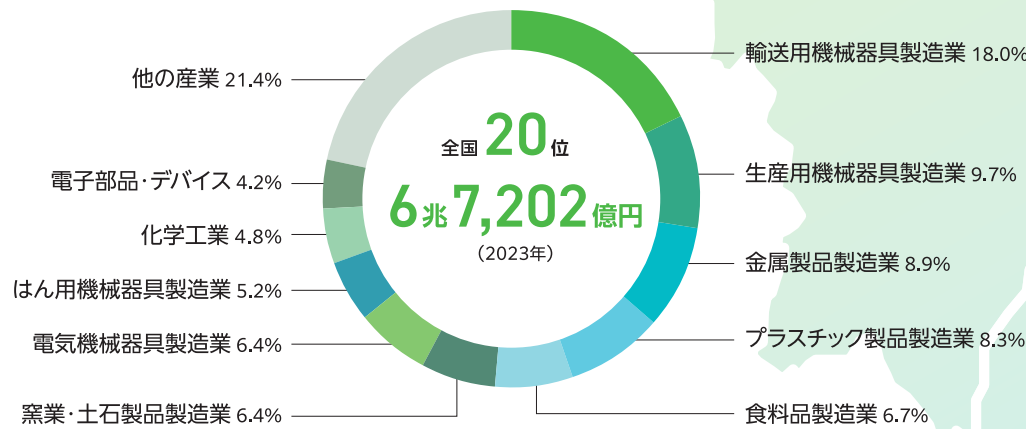
出所：総務省「国勢調査(人口速報集計)」、内閣府「県民経済計算」、総務省「経済センサス基礎調査」、国土交通省「住宅着工統計」

愛 知 県



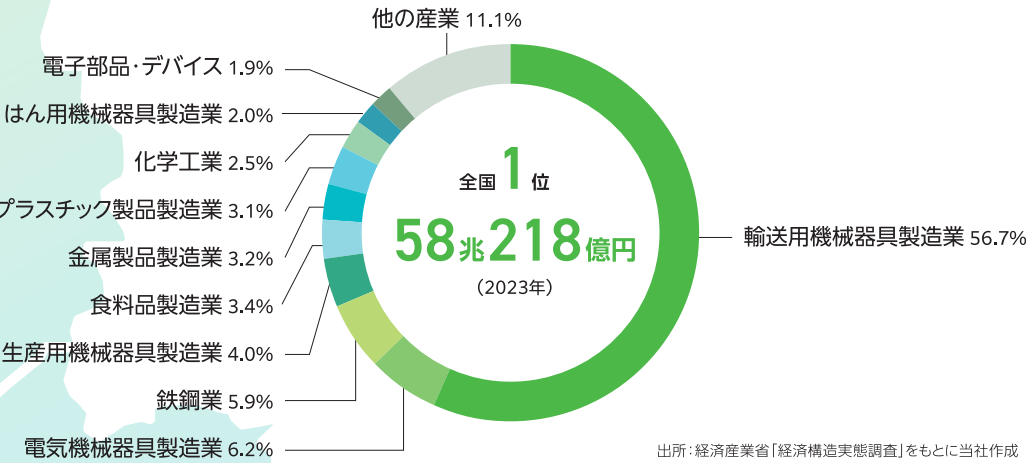
出所：総務省「国勢調査(人口速報集計)」、内閣府「県民経済計算」、総務省「経済センサス基礎調査」、国土交通省「住宅着工統計」

岐阜県の製造品出荷額等



出所：経済産業省「経済構造実態調査」をもとに当社作成

愛知県の製造品出荷額等

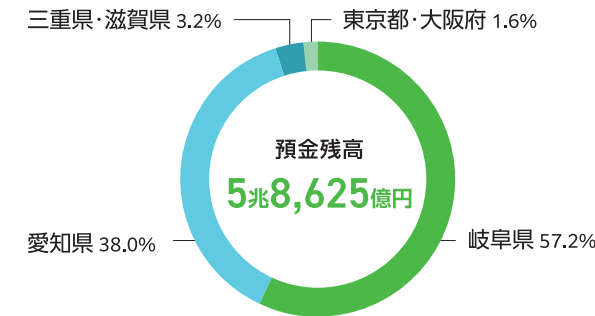


出所：経済産業省「経済構造実態調査」をもとに当社作成

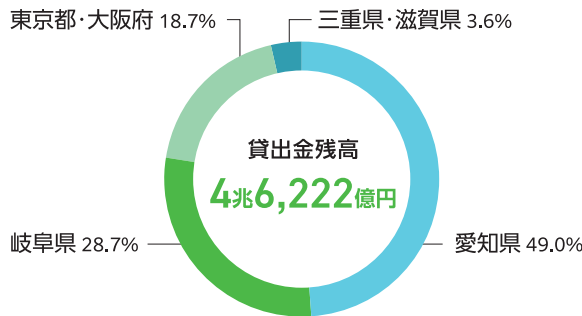
愛 知 県

OKBの預貸金の地域別構成

預金の地域別構成



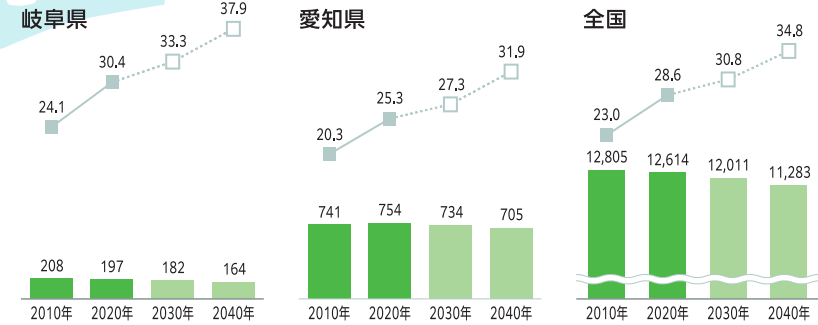
貸出金の地域別構成



地域を取り巻く環境

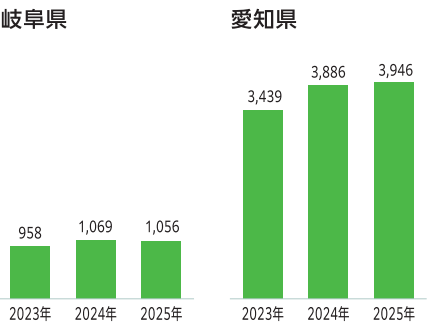
岐阜県・愛知県は、人口減少や高齢化、後継者不足などに伴い経済規模の縮小などの地域課題が顕在化しています。

人口減少・高齢化率



出所：総務省「国勢調査」(2010年、2020年)、国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集(2026年版)」(2030年、2040年)

休廃業・解散件数 (件)



出所：帝国データバンク 全国企業「休廃業・解散」動向調査(2025年)

OKBグループの強み

人的資本

多様な人財

「社員」は地域とOKBグループの持続可能性を実現するための重要な「人財」であり、付加価値創造企業を目指すうえで積極的に投資すべき「資本」です。

多様で豊富な人財がOKBグループの原動力であり続けるために、銀行業務の深化に資する研修はもちろん、社員の自律的なスキルアップ・リスキリングを後押しするための「社員育成ファンド」や、異なる職業を約1年間体験してその経験をOKBに還元する異業種研修など、人財育成のためのさまざまな取り組みを行っています。また、新卒採用では「パラエティタレントコース」と「ジョブセレクトコース」を設け、能力や経験において一芸に秀でた人財や専門性に長けた人財を採用することで、多様性あふれる組織づくりを目指しています。

専門性のある資格保有・試験合格者数

FP1級	200名
中小企業診断士	23名
宅地建物取引士	224名
証券アナリスト	22名
サステナブル経営サポート	552名
ITストラテジスト	2名
情報処理安全確保支援士	6名

2026年3月31日現在

パラエティタレント・ジョブセレクトコース採用人数

2019～2025年度の累計

27名

異業種研修経験者

研修先：コンビニ ホテル マスコミ 通信関連 製造業 コンサル など

145名

OKBのDNA
挑戦する組織風土

社会関係資本

強固なネットワーク／お客さま基盤

OKB大垣共立銀行は岐阜県・愛知県を中心に強固なネットワークを構築し、お客さまの多様なニーズにお応えしています。効率的な店舗運営やお客さまの利便性向上を目的に、店舗の機能別再編とともに非対面チャネルの拡充を進めており、国内157店舗で“リアル”な接点を大切にしながら“デジタル”でもお客さまとつながることができるハイブリッドなネットワークを目指しています。

さらに、ベトナムの海外現地法人OKB Consulting Vietnam Co.,Ltd.は北部の首都ハノイ市と南部の商都ホーチミン市の2大都市に拠点があり、ベトナム全域をカバーしてお客さまの海外進出ニーズなどにお応えしています。

国内本支店・出張所 157

海外現地法人 1
ローンプラザ 14
そうだん広場* 2

※資産運用やローンをはじめ、さまざまな相談を承る相談拠点



法人のお客さまの取引先数 約 5.1 万先
個人のお客さまの取引先数 約 146 万先

預金 貸出金
岐阜県内シェア 36.4% 36.6%
愛知県内シェア 4.2% 6.9%

・シェアは日銀統計資料を基に算出

2026年3月31日現在

知的資本

グループ総合力

OKBグループは銀行のほかリースや証券、システム開発など、さまざまな業務を運営する12社で構成されています。グループ会社同士の密な連携により、多様化・高度化するお客さまのニーズに幅広くお応えし、銀行を中核としたワンストップサービスを提供しています。

2026年5月には、地域活性化やまちづくりへの一層の貢献を目的として、不動産私募ファンドの組成や運用に関する投資助言業務を行う「OKBリアルティ・マネジメント」を設立しました。同社は2026年9月に事業開始を予定しており、OKBがこれまで培ってきた不動産ファイナンスなどに関する知見や専門人財を最大限に活かし、不動産を起点とした新たなソリューションの提供を通じて地域経済の持続的な成長に貢献していきます。



財務資本

安定した財務基盤

総資産(連結)は約6.7兆円、自己資本比率(連結)は9.82%と国内基準である4%、バーゼル合意に基づく国際統一基準である8%をとともに上回る水準を確保しており、不良債権比率(単体)は1.20%と健全な財務基盤を有しています。なお、日本格付研究所(JCR)による外部格付は、「A」となっています。

総資産(連結) 6兆7,370 億円
自己資本比率(連結) 9.82%
不良債権比率(単体) 1.20%

親会社株主に帰属する当期純利益

193 億円

外部格付

日本格付研究所(JCR)

A

2026年3月31日現在

価値創造プロセス

これまで培ってきた資本を活用し、社会課題の解決に取り組むことで新たな付加価値を地域社会に提供し、「地域と社員を幸せにするOKBグループ」を目指しています。

長期的に目指す姿

地域と社員を幸せにするOKBグループ

～お客さまからの「ありがとう」の追求～



SPECIAL CONTENTS

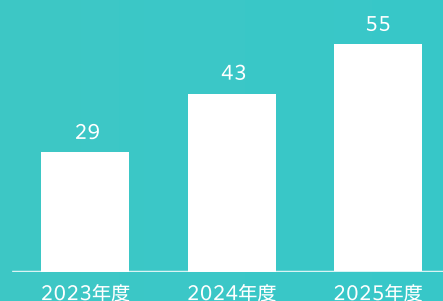
地域の未来を
ともにつくる

— OKBのアウトカム実現に向けて —



地域共創型コンサルティングで「豊かな地域社会の発展」を目指す

地域が抱える課題は、「人口減少」や「認知度不足」「デジタル化の遅れ」などさまざまです。OKBグループは、アウトカムとして目指す「豊かな地域社会の発展」に資する取り組みの一つとして、行政や企業などと連携しながら地域課題の解決を図り、新たな価値を創出する「地域共創型コンサルティング」に取り組んでいます。従前はプロジェクトチームとして取り組んでいましたが、この取り組みを加速させるため、2025年7月に「公務金融部」を「地域共創部」に改称し、同部内に「企画推進課」を新設することで事業化しました。企画推進課にはさまざまな専門性を持つメンバーが在籍し、OKBグループのネットワークを活用しながらパートナー企業とともに自治体をもつ地域課題や法人のお客さまの経営課題の解決にも取り組んでいます。地域の未来をともに描き、伴走支援をすることで地域の持続的な成長に貢献していきます。ここでは各自治体と共創した事業やプロジェクトの事例をご紹介します。

共創型コンサルティングによる
地域資源の磨き上げ（件数・累計）

Consulting - 戦略立案 -
Collaboration - 協働 -
Connection - つながり -
Coordination - 調和 -

LOCAL Co-CREATION
地 域 共 創

提供するコンテンツ

- Strategy - ブランディング、マーケティング
- Creation - 事業・商品・拠点開発
- Promotion - 動画、WEB、SNS
- DX - ICT導入、業務効率化
- Funding - 補助金・ふるさと納税活用

自治体コンサルティングの取り組み事例

岐阜県大垣市・養老町

デジタル地域通貨の導入および
プレミアム付商品券の電子化

2024年6月に岐阜県大垣市へスマホアプリ「ガキペイ」を導入するとともに、大垣市が発行するプレミアム商品券を電子化し、同市のDXをサポートしました。現在も地域通貨の民間流通と普及をサポートし、新たな地域循環の仕組みづくりを目指しています。

岐阜県養老町では2021年9月に同町独自のスマホアプリ「養老Pay」の導入をサポートし、その後、養老Payをプラットフォームとした「Smart Town YORO Project」に取り組んでいます。アプリとオンデマンドバスを連携した配車予約やヘルスケアサービスの提供など新たな住民サービスを促進し、住民のウェルビーイングを向上させる施策を展開しています。



岐阜県山県市

「山県co-labo」プロジェクト

岐阜県山県市から「第2次山県市シティプロモーション事業推進業務委託」を受託し、その一環としてシティプロモーションパートナー「山県co-labo」プロジェクトを2024年11月に始動しました。

本プロジェクトには、山県市の魅力を市内外に発信するべく、市内の53社・団体がパートナーとして参画しています。パートナーらとともに同市の自然環境を活かしたサウナイベントの企画・運営やSNSを通じたプロモーション展開、市外での特産品の販売、東京都でのマルシェの開催などに取り組み、同市のイメージアップと認知度向上を図りました。

今後もイベントの開催や各種SNSによる山県市の情報発信を継続し、プロモーション活動の自走化を目指していきます。



三重県桑名市

「イングリッシュ・フレンドリー・シティ」パブリックリレーションズ事業

三重県桑名市は、世界に開かれたまちを目指し、誰もが英語でコミュニケーションできる「イングリッシュ・フレンドリー・シティ(以下「EFC」)」という全国的にも類を見ない取り組みを行っており、2024年からEFC実現に向けたパブリックリレーションズ事業にパートナー企業である株式会社ポニーキャニオンとともに取り組んでいます。

桑名市の国際化に向け、EFCのアンバサダーにラジオDJ・タレントのクリス・グレン氏を起用したほか、桑名市民(日本人および在留外国人)やインバウンド客に向けた情報発信やイベントなどを戦略的に企画し、EFC実現の礎づくりを行いました。



座談会

持続可能なまちづくりを目指して

—— 桑名市×ポニーキャニオン×OKB ——

OKBは今年で三重県での営業を開始してから100周年を迎えることができました。

総合エンターテインメント企業の株式会社ポニーキャニオンとOKBは、2018年から三重県桑名市のパブリックリレーションズ事業（以下、「PR事業」）を受託し、両社が有するノウハウやネットワークを活用しながら同市の魅力をPRしてきました。

この特集では、桑名市長の伊藤 徳宇 様をお迎えし、ポニーキャニオンの平島 綾 様とともに地域課題に対する取り組みや持続可能なまちづくりを目指してどのような想いで活動しているのかなどについて語っていただきました。



株式会社ポニーキャニオン
経営本部 広報部 サステナブル事業推進グループ マネージャー
平島 綾

中国・香港向け広告会社にて自治体や観光事業者を対象としたインバウンド事業に従事。2016年ポニーキャニオンに入社し、地方活性化事業に取り組む。これまでに内閣府、国際交流基金、東京観光財団、東京都青梅市、福島県白河市、埼玉県草加市、埼玉県越谷市、群馬県桐生市、栃木県足利市、石川県七尾市、静岡県沼津市、三重県桑名市、福岡県北九州市等を担当。

桑名市長
伊藤 徳宇

早稲田大学政治経済学部卒業後、フジテレビに入社。2006年に桑名市議会議員に初当選し、2012年に市長選で初当選。以降、現在4期目の桑名市長を務める。民間事業者などと行政の対話により連携を進め、健康増進を目的とした民設民営による温泉施設や高齢者・障がい者・子どもなどに対して福祉サービスを包括的に提供する多世代共生型施設を整備するなど、お互いの知恵とノウハウを結集して新たな解決方法、新たな価値を創出する公民連携手法を積極的に推進している。最近では、産業の変革に合わせて市役所のあり方自体も変革するPX（パブリックトランスフォーメーション）に取り組む。

OKB大垣共立銀行
地域共創部 統括マネージャー
山内 裕治

OKB大垣共立銀行入社後、複数エリアの営業店業務を経て、異業種研修制度により空間ブランディング企業へ出向、その後、本部勤務を経て、2018年のポニーキャニオンとの業務提携を契機に同社の地域活性化専門部署に出向。OKB帰任後、地域活性化プロジェクトを立ち上げ、以降、自治体や企業と連携した事業に携わる（2025年、現職に就任）。桑名市パブリックリレーションズ事業／養老公園観光拠点整備プロジェクト／揖斐川町アウトドアフィールド構想策定支援業務／あんじょうSDGs共創パートナー制度運営業務／山県市第2次シティプロモーション業務 他

桑名市が直面している地域課題と
将来に向けて取り組んでいることは

山内 OKBは今年で三重県での営業を開始してから100周年を迎え、古くからこのエリアとともに歩んできました。そして2018年にOKBとポニーキャニオンが出会うきっかけとなったのも、ここ桑名市の事業でしたね。そこから地方創生分野における業務提携を行い、私自身もポニーキャニオンに出向し協働を重ねてきました。現在もともに桑名市のPR事業に取り組ませていただいています。せっかくの機会ですので、まずは改めて市長に桑名市が抱えている地域課題と、その解決に向けて取り組んでいることをお伺いできますでしょうか。

伊藤 多くの自治体が直面していると思いますが、やはり最大の課題は人口減少です。桑名市は名古屋市から電車で約20分と利便性の高いまちとして発展してきましたが、2015年の約14万3千人をピークに人口減少が進んでいます。桑名市には大学がないため、進学を機に若者が市外へ流出し、そのまま戻らないケースも少なくありません。これに対し、市では「人口減少対策パッケージ」として、住宅取得支援による移住・定住促進や子育てしやすい環境づくり、若い世代の声を反映した政策などを総合的に展開しています。民間企業と連携し、マッチングアプリを活用した出会いの創出といった取り組みも実施しました。こうした施策を通じて、まちの活力を維持し、持続可能な地域を実現していくことが必要です。OKBやポニーキャニオンは人口減少をはじめとする地域課題をどのように捉え、解決に向けて取り組まれていますか。

山内 地方の人口減少が進み、市場規模が縮小すると私たち地方銀行はビジネスが成り立たなくなっていくます。これまで融資などの金融を通じて事業者さまをサポートしてきましたが、今後は金融だけにとどまらず、プラスアルファの手法で地域の課題解決に取り組み、地域の活力を維持していくことが私たち地方銀行にとって課題であり、使命だと思っています。単なる地域貢献ではなく、地域の持続性を高める



ことが、結果として私たちの成長にもつながると思いますね。

伊藤 OKBは「地域のために」という想いをさまざまなカタチで実践されていますし、金融機関の中でも非常にチャレンジングな企業という認識を持っています。その挑戦的な取り組みに大きな刺激を受けていて、行政の施策に活かしたこともあります。一緒に切磋琢磨できるパートナーのような存在ですね。平島さんはいかがですか。

平島 ポニーキャニオンは地域活性化事業を始めて11年ほどになります。事業を開始した当初は「地域の活性化」という課題に対して、自治体のプロモーション動画を制作し、「エンターテインメントと地域プロモーションの相性の良さ」を実感していました。一方で、地域活性化の取り組みが直接エンタメビジネスに結び付くわけではありません。ただ、アーティストやクリエイターの多くは、自身の出身地やゆかりのある場所に対して特別な想いを持っています。彼らにとって、地域と関わる事業は「社会貢献」や「地元への恩返し」の機会にもなっていて、私たちはその想いをカタチにする“ハブ”の役割を担っているのではないかと感じています。エンタメの力で人と地域をつなぎ、その地の価値を高めていきたいという想いで活動しています。

伊藤 平島さんがおっしゃったように、当初はエンタメと行政が混じり合うこと自体に大きな意義を感じていましたが、現在はもう一歩進んで「それによって何を生み出すのか」といったフェーズに入っていると考えています。2018年からポニーキャニオンとOKBをお願いしているPR事業では、多様なアーティストや女優、クリエイターたちを「魅力みつげびと」（※）に任命し、それぞれの視点で桑名の魅力を発掘、発信してくれています。地元では当たり前感じていたお店や風景などが、彼らの豊かな感性を通すことで新たな価値として浮かび上がるんですね。地域での新たな気づきがたくさんあり、非常に有意義な取り組みとしてご一緒させていただいています。

（※）桑名市が任命するシティプロモーションのアンバサダー。タレントやアーティストなどがそれぞれの視点で桑名市の歴史や食などの魅力を市外に発信し、市の知名度向上やPRをする取り組み

公民連携が生み出す価値

平島 これまでの自治体との関わりの中で強く感じているのは、自治体の担当者の皆さまとの向き合い方が非常に重要だということです。事業を受託した事業者として、仕様書に基づいた業務を遂行することは当然ですが、それだけでは持続的な成果にはつながりません。事業の効果を持続的に高めていくためには、行政職員の皆さまにも同じチームの一員として関わっていただくことが不可欠です。ご担当の方々が「どのような課題意識を持ち、どのように向き合っているのか」を共有いただきながら一緒にチームを作っていくことを私は特に意識していますね。

山内 私も平島さんの考えに強く共感します。桑名市の職員の皆さまは業務を“自分ごと”として捉え、主体的に関わってくださる方ばかりでとてもありがたく感じています。同じ目線で事業を形にしていこうからこそ、私たちもさらに貢献したいという意欲が高まりますよね。公民連携においては、OKBは強みである地域とのネットワークを活かして「どれだけの地域事業者を繋げられるか」が重要だと考えています。私たちだけの力では大きな課題解決にはつながりません。桑名市はこれまでに多数の民間事業者と連携されていると思いますが、市長はこれまでのご経験から公民連携についてどのようなお考えをお持ちですか？



伊藤 やはり行政だけでは法律や予算面などさまざまな制約があるため、単独でまちづくりを進めていくことには限界があります。例えば予算の優先順位を考える際には、当然ながら「命を守る」分野が最優先になります。一方で、若い世代に響く施策や新しい価値を創出する取り組みに十分なりソースが割けないというジレンマも生じます。そのような中で民間事業者の皆さまの力をお借りすることで、行政の枠組みを超えた取り組みを実現できたケースを何度も経験してきました。民間ならではのノウハウをお借りすることで、課題解決の選択肢が広がりますよね。

平島 桑名市の施策にはそういった想いが垣間見えますよね。何か意識されていることはあるのでしょうか。

伊藤 桑名市では“全員参加型の市政”を掲げ、「オープンであること」と「しっかり対話を行うこと」の2つを大切にしています。かつては行政と民間で十分なコミュニケーションが取れないまま事業が進み、ベストな結果が出ないことも少なくありませんでした。そこで2016年に公民連携の対話窓口「コラボ・ラボ桑名」を開設し、民間事業者との対話の場を設けました。これまで約300件の提案をいただき、100件ほどを事業化してきましたが、その中で学んだことは行政側が課題を隠さずにオープンにすることの重要性です。課題を共有することで民間事業者の皆さんにも共感していただき、より良いアイデアが生まれると実感しています。

山内 オープンであることでさまざまな分野の企業から提案が集まりますし、行政だけでは見えてなかった視点も得られますよね。そういったところに公民連携の価値があるのでしょうか。

伊藤 そうですね。特に大きいのは、行政の物差しでは計れない価値を民間事業者の皆さんが持っている点です。行政はどうしても待ちの姿勢になりがちですが、「一緒にやろう」と呼び掛ける攻めの姿勢が大事ですね。現在もスタートアップ企業と連携した取り組みを進めていますが、攻めの姿勢がなければこうした動きは生まれません。小さな変化の積み重ねがまちに新たな刺激を与え、社会を少しずつ変えていくのだと思います。公民連携の具体例で言えば、健康増進を目的とした温浴施設が民間主導で整備されました。行政だけでは実現できなかった魅力的なコンテンツが生まれ、多くの来訪者を集めています。これまでとは全く違う価値を提供できている好事例だと感じています。

イングリッシュ・フレンドリー・シティを掲げた背景とは

伊藤 桑名市ではイングリッシュ・フレンドリー・シティ（以下、「EFC」）の取り組みを進めていますが、その背景にあるのは「グローバル化に対して自治体がどう向き合うか」という大きなテーマです。多文化共生といった内向きの側面もありますが、この取り組みはまさに「外に向けて桑名をどう発信するか」に重点を置いています。ただ、ターゲットが明確でないと伝えたいことも伝わりません。議論を重ねて、世界共通言語である「英語を使用する方」を対象に発信しようとスタートしたのがEFCです。OKBとポニーキャニオンにはEFCのPR事業に取り組んでいただいています。それぞれのお考えを聞かせてください。

山内 EFCは全国的にも珍しい先進的なテーマだと思い

ます。これまで取り組んできたPR事業が、2024年度から「市内外へのEFCの浸透」というテーマに変わり、正直に申し上げますと、最初にこのテーマを伺った時は「どう実現していけばよいのだろうか」と思いましたね。悩みながらも、まずは市民の皆さまに英語を身近に感じていただくために、クリス・グレン氏による英語の観光ツアーや子どもたちが一日を英語で過ごす体験プログラムなどを実施しました。次に、こうした取り組みを海外に発信するため、プレスリリースの配信やインバウンド向けメディアを活用した情報発信などを段階的に展開していききましたね。



▲ガイド経験豊富なクリス・グレン氏による英語での桑名観光ツアーの様子

伊藤 このテーマの根底にあるのは、「海外を知ってもらう」ことなんですよ。日本人のパスポート保有率がコロナ禍前の約24%から現在は17%程度まで低下していて、海外との接点が減っていることに課題感を持っています。そのため、海外への情報発信だけでなく、市民が英語に親しみ、実際に旅行などを通じて世界の文化や変化を感じてもらいたいですね。英語を話せるかどうかではなく、EFCを通じて英語に対する心理的なハードルを下げるのができればと思います。

平島 私も以前インバウンド関連の仕事に携わった経験がありますが、まちの魅力を発信するためには他地域との比較が不可欠だと思います。その意味で自分たちの地域の価値を知るために海外へ行くことは、とても分かりやすい手段ですね。海外の文化や生活環境に触れることで、自分のまちの魅力を再発見できますし、そういった体験はシビックプライドの醸成にもつながると思います。

伊藤 ちょうど10年前、三重県で「伊勢志摩サミット」が開催されたのですが、その関連行事として「ジュニア・サミット」を開催しました。G7各国の高校生が集まり、英語で議論を交わし、最終的に報告書を首相官邸に提出する取り組みです。先日、その10周年を振り返るシンポジウムで、当時参加していた日本代表の皆さんにお会いしたのですが、「人生を大きく変えたイベントだった」と話してくれたのが非常に印象的でした。海外の人々と交流する経験は、若い

世代の可能性を大きく広げ、その後の進路や生き方にも影響を与えるのだと改めて感じた瞬間でしたね。

地域課題の解決に向けて

平島 今回、座談会の機会をいただいて改めて考えたのですが、エンタメの世界では「多くの人に受け入れられるもの」を目指すことは重要ですが、制作の段階で大多数の意見を取り入れてしまうと、均一的で面白みのないものになってしまいます。「誰に、何を伝えたいのか」を明確にして具現化したものが、人の心に響くものになるのだと思います。自治体に置き換えてみると、市民の声に耳を傾けることはできても、全てを汲み取ることは難しい。だからこそ、時には勇気をもって優先順位をつける必要があります。そうした意思決定の局面で、民間企業の視点や私たちが提供できるエンタメの発想が「何を選ぶべきか」を後押しできるのではないかと感じています。地域課題解決の力になれるよう、今後も魅力的で実効性のある施策を提案できるようにしていきたいですね。

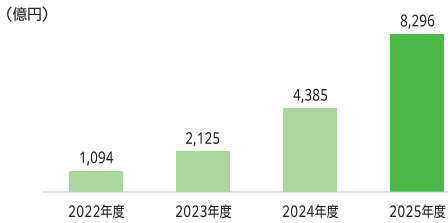
山内 先ほども申し上げましたが、今後はより一層、金融プラスアルファの視点が重要になると考えています。地域の企業や多様なプレイヤーと連携しながら事業を形にいくことで、地域に新しい価値を創出していきたいと思います。ポニーキャニオンとの連携で得た新たな発想や手法も活かしながら、今後も地域課題の解決に取り組んでいきます。



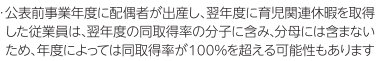
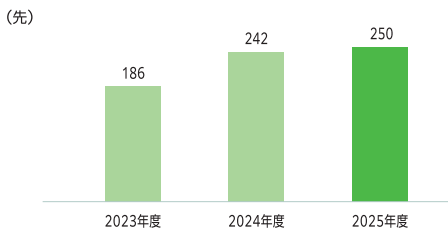
伊藤 桑名市は、歴史や伝統がありながらも新たな取り組みも受け入れられる“ハイブリッド”な点が強みだと考えています。国内外から人を呼び込める観光資源がある一方で、スタートアップとの連携など、新たな挑戦も積極的に取り入れる土壌がある。この桑名市の強みをさらに伸ばしていくことは決して簡単ではありませんが、今後もEFCの取り組みや民間事業者の皆さんとの共創を通じて「世界から選ばれるまち桑名」の実現を目指していきたいと思います。

非財務ハイライト

Environment



Social



Governance

社内取締役 **6**名 社外取締役 **3**名(うち女性**1**名)