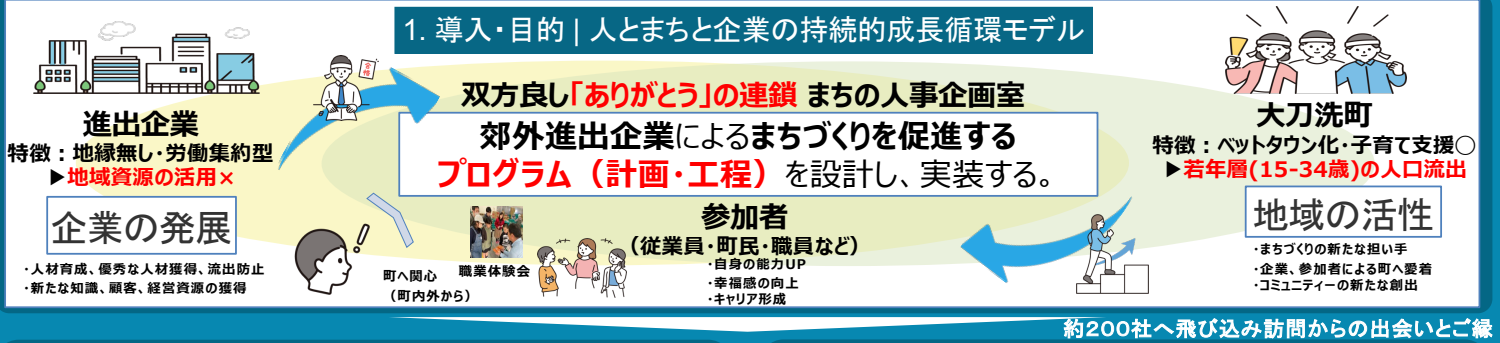


大刀洗町 みんなのまちづくり人事部

-「はたらく」可能性へ貢献する-「まちづくりが人を、人が仕事を呼び込む好循環」

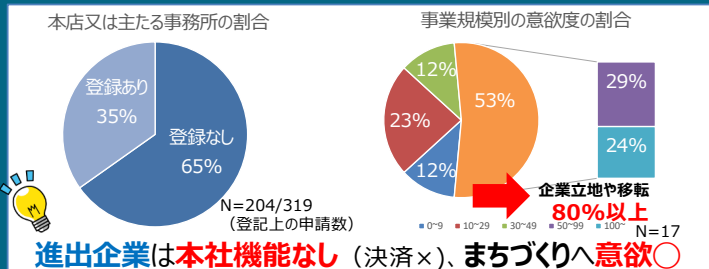
大刀洗町 地域おこし研究員 山田 貴裕

主査：玉村雅敏 副査：鈴木寛、飯盛義徳 アドバイザー：村田まみ、山口 寛 ※順不同
研究協力者：ツルク（猪口、柳、石丸、山口、原 他）宝幸（一安、井手、藤原 他）やひろ食道（小島、堀江）
クワイート・オブ・アグリカルチャープラン（西木 他）田籠建築（志鶴、金子 他）中村石材工業（中村、井上 他）
コスモトランスポート（石橋、野村 他）九州デリーサービス（河原、山本 他）九州恒和工業（川上、木村 他）
三輪産業（道久）コスモテックス（山本）就業改善センター（高村、佐藤 他）ふあみい農園（古賀光・真琴）
個人 平田郁子、白水國光・美代子、中村照子、小島麻衣、松本哲雄 農家 長野豊治、田中誠司
商工会（光安、西年田）大刀洗町役場（地域振興課 原口 棚町 半田 福島 会計課 山村
農政課 国松 税務課 服部 福祉課 渡邊 綿貫 健康課 森内 協力隊 久田）町立図書館 浜境
当方のプロジェクトにご協力・ご参加を頂きありがとうございました。 山田 貴裕



2. 調査① | 進出企業の実態調査

町へ進出する企業の実態調査と取巻環境
「進出企業」の定義の不足、取巻環境の理解不足
「進出企業」の「まちづくり」のニーズの理解不足



2. 調査② | まちづくりを促進するための調査

町へ進出する企業のまちづくりを促進するための工程調査
「進出企業」のまちづくりの事例や先行研究の不足
「進出企業」が「まちづくり」を実施する工程の理解不足

地産地消
企業内販売

▶野菜を買いたい

農業支援
収穫補助・PR

▶若手社員の活性化

居場所づくり
こども食堂

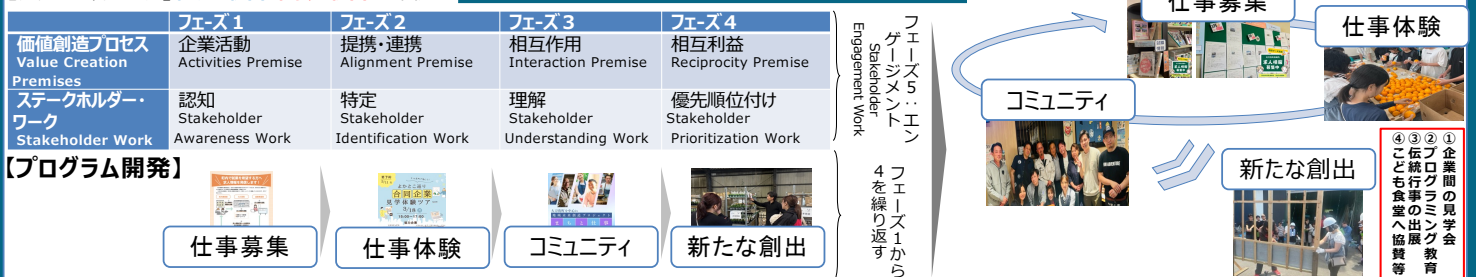
▶地域の認知向上

企業課題と地域課題を一致すると、持続的なまちづくり○

【フレームワーク】経済的側面と社会的側面の両面から

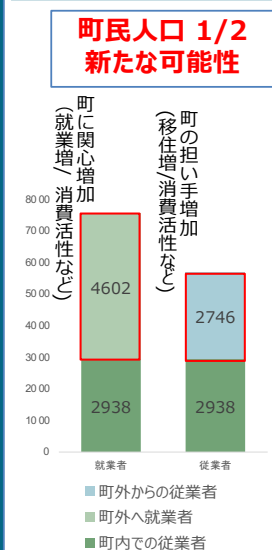
3. 実践 | 促進プログラムの開発と実装

【プログラム実装】



「企業活動によるステークホルダーとの関係構築の流れ」(Mitchell & Lee(2019)『The Cambridge Handbook of Stakeholder Theory』,pp51-60,より筆者作成)

4. 考察 | 新たな可能性・「進出企業」と「まちづくり」の意思決定の方法



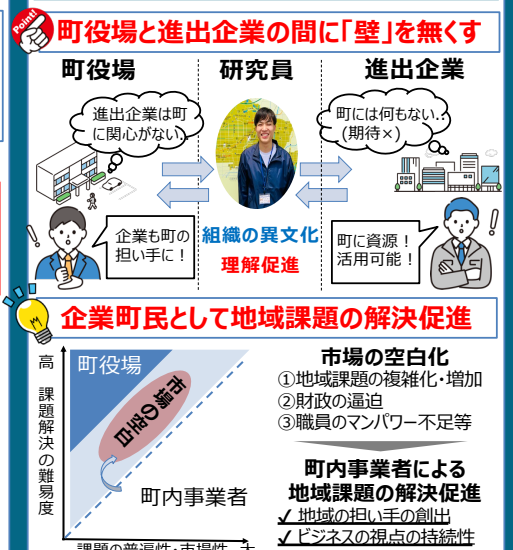
重要なステークホルダー
「本社・現場責任者」の2面的な理解とアプローチが必要
進出企業の経営合理的な判断や意思決定 ▶町外
大刀洗町の企業町民としての役割や活動 ▶町内

優先順位 (促進プログラムの実施するためのステークホルダー)

ステークホルダー	関係性	優先度	理由
本社	決定的	高	強制的パワー・決定権・請求権・規範的パワー・事業の最終判断への影響力
現場責任者	決定的	高	規範的パワー・人事評価・業務の最終判断への影響力
従業員の直屬上司	規範的	中	規範的パワー・各従業員や業務への影響力
従業員	依存的	中	規範的パワー・各従業員や業務への影響力
協働の企業	規範的	中	規範的パワー・事業の社会的受容性の影響力
顧客	自発的	中	規範的パワー・事業の社会的受容性の影響力
ボランティア・団体	自発的	中	規範的パワー・事業の社会的受容性の影響力
行政	依存的	中	規範的パワー・事業の社会的受容性の影響力
地域住民	自発的	低	規範的パワー・事業の社会的受容性の影響力

パワー: 企業活動によるステークホルダーとの関係構築の流れ
①強制的パワー (ii)規範的パワー (iii)認知的パワー
①実用的正当性 (ii)倫理的正当性 (iii)認知的正当性

5. 価値 | 重要点と町での意義



「ステークホルダーの顕現性モデル」(Mitchell, Agle and Wood (1997)『Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience』より参照)

大刀洗町 地域おこし研究員 山田 貴裕