

新たな構想・政策を

アフターコロナの 地方創生

【主催】日本経済新聞社
【後援】内閣府
【協賛】清水建設 中小企業基盤整備機構

挨拶

「人」と「知」の流れ地方へ



坂本 哲志氏

一億総活躍担当 まち・ひと・しごと創生担当 内閣府特命担当大臣（少子化対策 地方創生）

コロナ禍を機に、地方創生は転換点を迎えている。東京一極集中のリスクが改めて認識された一方、テレワークが普及し地方でも都会と同じような仕事ができるという気付きも生まれた。

内閣府のアンケート調査によると、東京23区に住む若い世代の4割強が地方移住に関心を持っている。東京一極集中を是正し、地方への力強い人との流れをつくるチャンスだ。

一方で地域の課題は、人口減少、少子高齢化、そして感染症に伴う課題が加わり多様化・複雑化している。これら

に対処するには地域住民が地域の魅力や強みを見つめ直し、課題を我が事として捉え、自主的・主体的に取り組むことが必要だ。これに当たってはデジタル化や脱炭素化等の新技術や考え方の導入も有効な手段になる。

こうした変化を踏まえ、地方への人の流れを創出していくヒューマン、地方創生に資するデジタル・DX推進を推進するデジタル・DX推進フォーメーション（DX）を推進するデジタル、地方創生と脱炭素の好循環を実現するグリーン。この3つを重点に据え、新しい地方創生を進めていく必要がある。

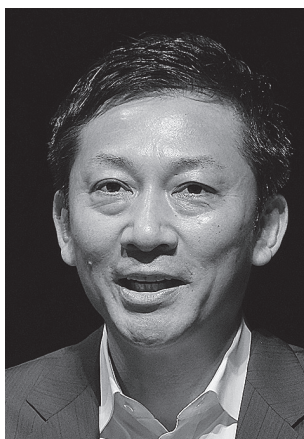
本日扱うスポーツ、世界遺産などは地域の魅力を高めるための重要な手段だ。

例えば北海道北見市はカーリングを軸として市のPR、産業官連携、企業や関係人口の取り込みなどに取り組む。スポーツが地域活性化の起爆剤になり得る好事例といえる。世界遺産をはじめ、地域が誇る豊かな自然・文化は、地域の魅力や強みそのものだ。地域資源を生かし、人々が訪れたい、住み続けたいと思える魅力的な地域をつくる必要がある。

また経済活性化や競争力強化の観点では、ベンチャーを含む中堅・中小企業の活躍や、スパーシティ構想の実現が鍵になる。地方におけるベンチャーの活躍は、今や地方こそが自らの持つ発想や技術を活用して地域の価値を高め、新たな価値を創造する可能性を秘めたフロンティアである。これを端的に示すものであり、地方移住に関心を持つ人々に就業機会を提供する意味でも重要な。スパーシティ構想は、大胆な規制改革と複数の分野のデータ連携による先端的サービスの提供により、世界に先駆けて未来の生活を先行実現するものになる。幅広い分野でのDX推進は地域課題の解決や地域の魅力向上につなげていく、地方創生の切り札といえる。本フォーラムがアフターコロナの新しい地方創生の実現に向けて、国民的なムーブメントをつくり出す大きな一歩となることを祈念したい。

Bリーグ×地方創生

強さと事業力で「B1」へ



島田 慎二氏

B.LEAGUE チェアマン

Bリーグは2016年に開幕した若いリーグで「バスケットを元気に」を理念に掲げ、全国の36クラブが活躍することで地域活性化に貢献することを目指す。ミッションは「世界に通用する選手、チームの輩出」「エンターテインメント性の追求」「夢のアリーナの実現」の3本柱だ。

特に課題になるのが、来場して見てもらうための工夫で、選手レベルの向上に加え、エンターテインメント面での演出ができるアリーナの普及だ。音や光の演出に力を入れているが、既存の体育館では限界がある。最高のホスピタリティの提供にはアリーナの実現が鍵になる。様々なイベントを通して地域に人が集まり、人口交流ができれば経済効果は高くなる。アリーナは防災・減災の基地局にもなる。モデルケースとなるアリーナが今年の4月に沖縄でオープンした。収容人数は8000人で、米プロバスケットボール（NBA）の会場にも負けていない。

Bリーグでは現在の構想を見直し、26年からは事業力を審査してB1、B2、B3をカテゴリー化することも決定した。アリーナや入場者数、売り上げ等の基準を満たさないB1には行けない。具体的には入場者数は平均400

0人、売上高12億円、アリーナ使用に自由度を持たせる等になる。将来は欧州や中国のリーグの規模に迫っていく。Aに次ぐ世界第2位のリーグを目指している。

バスケットの試合の興奮と、コンサートのような華やかさ、両方が体感できる会場づくりで新たな市場を拡大し日本に貢献していきたい。

2年ぶりの開催となる「B.LEAGUE FINAL 2020-21」が5月29・30、6月1日、横浜アリーナで行われ、宇都宮ブレイクスと千葉ジェッツが対戦した

パネルディスカッション

ふるさと納税で価値創造

島田 群馬クレインサンダーズについて聞きたい。

阿久澤 長い間、野球に関わってきたが、縁があって群馬クレインサンダーズの社長に就任した。当クラブは前橋

市から昨年シーズン太田市へホームタウンを移転。今シーズンはコロナ対応もあり難しいシーズンだったが、悲願のB1昇格を果たした。

吉田 オープンハウスは

1997年創業の不動産流通会社で2019年7月に群馬クレインサンダーズをM&A（合併・買収）した。企業理念の一つ「やる気のある人を広げて受け入れ結果に報いる組織をつくる」が、経営参画する決め手になった。大学までバスケットボールを本格的にやっていたこともあり、楽しさは知っている。バスケットは日本でも人気スポーツになると信じている。

清水 市長になって25年。英語や芸術、スポーツの専門学校開校など新しいことに取り組んできた。まちづくりでは人が一番大事になる。子供たちの環境を整え、定住しやすい環境づくりに重きを置いていく。

清水 建設にはオープンハウスの企業版ふるさと納税と関係人口を広げる。

清水 市長になって25年。英語や芸術、スポーツの専門学校開校など新しいことに取り組んできた。まちづくりでは人が一番大事になる。子供たちの環境を整え、定住しやすい環境づくりに重きを置いていく。

清水 建設にはオープンハウスの企業版ふるさと納税と関係人口を広げる。

清水 市長になって25年。英語や芸術、スポーツの専門学校開校など新しいことに取り組んできた。まちづくりでは人が一番大事になる。子供たちの環境を整え、定住しやすい環境づくりに重きを置いていく。

夢のアリーナ実現

島田 オータアリーナの魅力について聞きたい。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 若者、子供だけでなく、高齢者も呼び込める。スピード感のあるバスケットを高齢者が見ることで、また元気になるのではないかと。

清水 若者、子供だけでなく、高齢者も呼び込める。スピード感のあるバスケットを高齢者が見ることで、また元気になるのではないかと。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

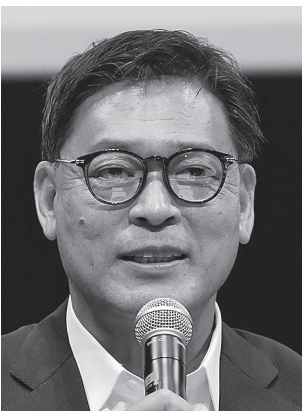
清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。

清水 コロナ禍でオータアリーナのPRの機会が少なく、まだ市民に広く知られていないのが現状だ。



群馬県太田市で建設が進む「OTA ARENA」(完成イメージ)



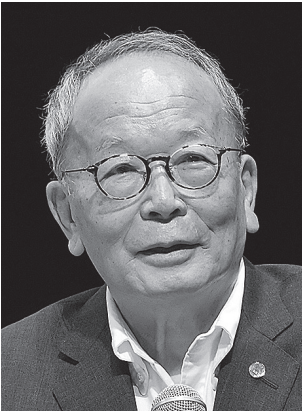
阿久澤 毅氏

群馬プロバスケットボールコミッション取締役兼総務部長



吉田 真太郎氏

群馬プロバスケットボールコミッション取締役兼オープンハウスディベロップメント常務執行役員



清水 聖義氏

太田市長

清水 企業版ふるさと納税は改正され、よりよい制度になっている。例えば1社が1事業、1地域に使えば全国の地方がよみがえるはずだ。企業にとって有利な税制なので積極的に活用してほしい。

吉田 アリーナ建設は企業の価値向上にもつながると判断した。企業とスポーツクラブ、自治体、それぞれの成長が期待できると考えている。

住民に共通の喜び

島田 三位一体が一番の理想の形だろう。クラブやまちの未来について聞きたい。

阿久澤 多くのファンを獲得し、子供たちがサンダーズのグッズを身につけ、町の中で自然と話題になるようなチームをめざしたい。

吉田 アリーナが太田市民の拠り所になること、また都心からの交流人口を増やす施策も打ち出していきたい。

清水 太田市ではこの2、3年で工業団地と市街化区域を開発し、製造品出荷額は北関東で1位になる。雇用人口も多い。群馬クレインサンダーズが活躍すれば住民に共通の喜びが生まれる。満足度を高めるためにアリーナを活用したい。

島田 Bリーグで地方創生に貢献し日本を元気にしたい。

日経チャンネルで無料配信中▶▶▶

日経地方創生フォーラム「アフターコロナの地方創生」は右記日経チャンネルで無料オンライン配信しています。



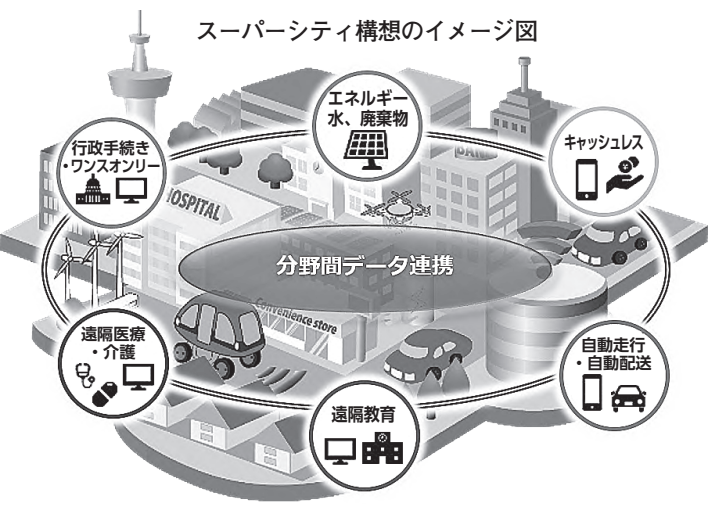
日経チャンネル NIKKEI CHANNEL

<https://channel.nikkei.co.jp/chihou202107/>



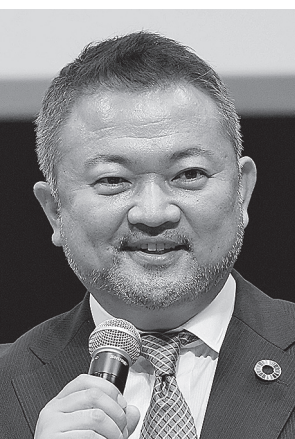
日経 BizGate

<https://bizgate.nikkei.co.jp/innovation/>

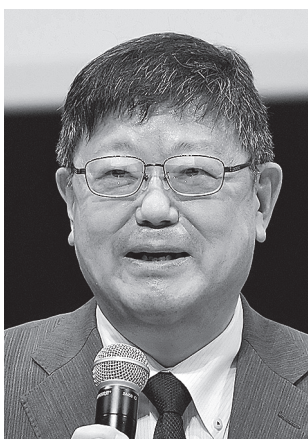


スーパーシティ・オープンラボのFacebookより

が、今後は基本構想を総理提出する前の区域会議の段階で事業計画と規制改革案を同時に検討して認定作業をスムーズにする。スーパーシティの実現を後押しする取り組みも進んでいる。その一つがスーパーシティ・オープンラボ。構想に関連する知見や技術を持つ企業がSNS（交流サイト）

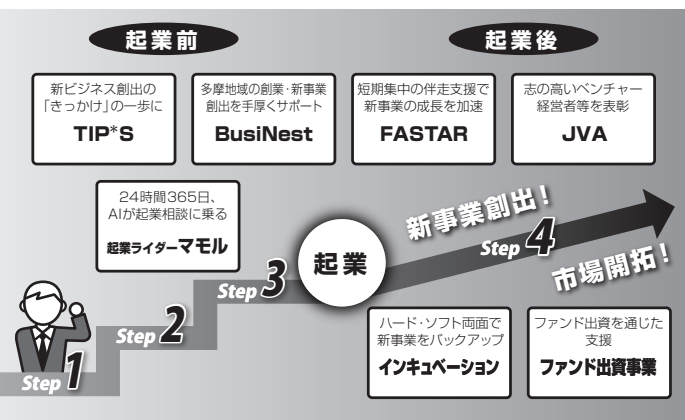


関藤 竜也氏
Japan Venture Awards
2021受賞者
クラダシ 代表取締役社長



松尾 一久氏
中小企業基盤整備機構
創業・ベンチャー支援部長

中小機構の創業・ベンチャー支援イメージ



クラダシのソリューション



した企業が、地方創生やSDGsの面で力を最大限に発揮できるように尽力していきたい。

松尾 アクセラレーション事業「FASTAR（ファスター）」についても紹介したい。中小機構の専門家が伴走支援型で、企業の経営課題に応じて各種支援ツールをコーディネートし、事業計画をブラッシュアップし、支援

広告

企画・制作＝日本経済新聞社 コンテンツユニット

コンテンツ生かし

世界に先駆けて超高齢化が進行する日本。多くの課題と向き合い、克服を目指す中で、企業版ふるさと納税やデジタル革命など、政策や新たな構想をいかに効果的に実装して地方創生に結び付けるか。日本経済新聞社は7月14日に、コロナ後の社会を見据え、具体的な事例から持続可能な経済循環を考えるフォーラム「アフターコロナの地方創生」のウェブライブ中継を実施。Bリーグや世界遺産といったキラーコンテンツを生かす取り組みなど、幅広い観点から議論が進んだ。

スーパーシティ×地方創生

「まるごと未来都市」30年に



片山 さつき氏
元国務大臣 自民党総務会長代理 参議院議員

上の展示ブースに出展できるもので、知見情報の収集に困難を感じている自治体と事業者間の橋渡し役を果たすコミュニティとなる。登録団体数は260（21年7月31日現在）に及ぶ。

人口減少に直面する日本は課題先進国であり、解決法の一つが地方創生だ。地方創生で人口減少を補いQOL（生活の質）を向上するためには、人工知能（AI）やビッグデータ、ロボティクスなどを活用し、社会のあり方を根本から変えるような都市設計を進める必要がある。それがスーパーシティ構想である。

世界でも同様の取り組みが進められているが、生活全般に最先端技術を実装した「まるごと未来都市」はまだ実現していない。日本型スーパーシティは、国家戦略特区制度を活用しつつ、住民と競争力のある事業者が協力しながら、住民目線による未来社会を、2030年をめどに実現させることを目指している。そのためのポイントは、ま

ず生活全般にまたがる複数分野での先進的サービスの提供だ。AIやビッグデータを活用し、行政手続きから移動、物流、観光、医療介護、教育、防災まで幅広い分野で利便性や安全性を向上させる。

第2に複数分野でのデータ連携。複合的な先端サービスを実現するため、オープンAPI（アプリケーション・プログラム）による分散型データ連携基盤を構築。異なるコンピュータやプログラム同士がネットワークで自由にデータをやり取りできるようにすることで、様々な生活データ共有が可能となる。

3つ目が大胆な規制改革実現。従来は新しい事業内容に関係各省がバラバラに検討していたため、事業を断念するケースもあった

が、今後は基本構想を総理提出する前の区域会議の段階で事業計画と規制改革案を同時に検討して認定作業をスムーズにする。

スーパーシティの実現を後押しする取り組みも進んでいる。その一つがスーパーシティ・オープンラボ。構

想に関連する知見や技術を持つ企業がSNS（交流サイト）

らでもあると信じている。

今後日本はDXで伸びていくし、人財育成と投資のチャンスはいくらでもあると信じている。

今後日本はDXで伸びていくし、人財育成と投資のチャンスはいくらでもあると信じている。

今後日本はDXで伸びていくし、人財育成と投資のチャンスはいくらでもあると信じている。

今後日本はDXで伸びていくし、人財育成と投資のチャンスはいくらでもあると信じている。

今後日本はDXで伸びていくし、人財育成と投資のチャンスはいくらでもあると信じている。

今後日本はDXで伸びていくし、人財育成と投資のチャンスはいくらでもあると信じている。

今後日本はDXで伸びていくし、人財育成と投資のチャンスはいくらでもあると信じている。

今後日本はDXで伸びていくし、人財育成と投資のチャンスはいくらでもあると信じている。

今後日本はDXで伸びていくし、人財育成と投資のチャンスはいくらでもあると信じている。

今後日本はDXで伸びていくし、人財育成と投資のチャンスはいくらでもあると信じている。

今後日本はDXで伸びていくし、人財育成と投資のチャンスはいくらでもあると信じている。

今後日本はDXで伸びていくし、人財育成と投資のチャンスはいくらでもあると信じている。

世界文化遺産×地方創生

縄文遺跡通じ魅力発信を



岡田 康博氏
青森県 企画政策部 世界文化遺産登録専門監

青森県は北海道、岩手県、秋田県、および14市町と連携して、域内に所在する縄文遺跡群の世界文化遺産登録を目指す。これは世界的にもまれな、約1万年にわたって継続した狩猟・漁労・採集の生活の実態を表す日本列島独特の

県・岩手県の北部にかけて全17遺跡がある。特に有名なのが青森県青森市の三内丸山遺跡で、年間約30万人が訪れている。これは世界的にもまれな、約1万年にわたって継続した狩猟・漁労・採集の生活の実態を表す日本列島独特の

考古学的遺跡群と評価されている。世界文化遺産に登録されることで、地方にとっては観光や地域づくり、人づくりの観点で様々な取り組みの大きなきっかけになる。先行事例を見ると、群馬県の富岡製糸場、岩手県の平泉などは軒並み、世界遺産への登録前後に話題に取り上げられる機会が増え、見学者や観光客も多くなった。

特に遺跡は現地でなければ価値がわからないものもたくさんあるため、多くの人に足を運んでもらうことが地域創生の第一歩だ。歴史ファン、

「これまでも有名ではなかった地域ほど、登録による影響効果が大きいという傾向がある。地域の活性化の前にまずは遺跡群そのものの魅力を高め、知名度を上げ、活性化していくことが大切だ。それだけでなく、縄文遺跡以外の地域の魅力的なコンテンツの発信や情報発信など、持続的な工夫も必要だ。

ていくことが大事だ。※ユネスコの世界遺産委員会は7月27日、「北海道・東北の縄文遺跡群」の世界文化遺産登録を決定した。



世界遺産の中核となる特別史跡三内丸山遺跡

地域の起業家公・民で支援

フードロスを削減

員会特別賞を受賞したのがラダシだ。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

フードロスを削減

員会特別賞を受賞したのがラダシだ。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

フードロスを削減

員会特別賞を受賞したのがラダシだ。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

フードロスを削減

員会特別賞を受賞したのがラダシだ。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

フードロスを削減

員会特別賞を受賞したのがラダシだ。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

フードロスを削減

員会特別賞を受賞したのがラダシだ。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

フードロスを削減

員会特別賞を受賞したのがラダシだ。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

フードロスを削減

員会特別賞を受賞したのがラダシだ。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

フードロスを削減

員会特別賞を受賞したのがラダシだ。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

フードロスを削減

員会特別賞を受賞したのがラダシだ。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

フードロスを削減

員会特別賞を受賞したのがラダシだ。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

フードロスを削減

員会特別賞を受賞したのがラダシだ。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

松尾 eコマースを通じてフードロス削減という、高い社会性を有した事業に挑戦しており、SDGsへの貢献と同時、収益化が難しいとされていた領域での成長を実現した点が高く評価された。

フードロスを削減

員