

基本戦略 01 社会価値の創造

新事業創出プロジェクト

当行グループは、地域が直面する多様な社会課題の解決と持続的な企業価値向上に向けた成長投資の一環として、新事業創出プロジェクトを推進しています。本取組みを通じて、事業ポートフォリオの高度化を図るとともに、社会価値と経済価値の両立を実現する新たなビジネスの創出に取り組んでいます。

めざす姿

- 当行グループの新しい事業や商品を通じて、地域の幸せを創り出す
- 「ワクワク」しながら、新しいものごとに挑戦する文化を醸成する
- 当行グループの次世代のリーダーを生み出す

新事業創出プロジェクト
「HYAKUGO INNOVATION LAB.」とは

「HYAKUGO INNOVATION LAB.」(百五イノベーションラボ=イノラボ)は、グループ全従業員から「新事業のアイデアの種」を募り、有望なアイデアに対して事業化に向けた支援を行うことを通じて、当行グループの新事業を創出することをめざす取組みです。

本プロジェクトは単なる「一過性の施策」にとどまらず、当行グループにおける“あたりまえ”として定着し、継続的に新たな価値を生み出す基盤となることをめざしています。従業員一人ひとりの挑戦を起点に、多様な発想が循環する仕組みを確立するとともに、社会課題の解決に資する革新的なサービスの創出を通じて、地域の未来そのものを変えていく存在となることで、経済価値・社会価値の両方を創出していきたくと考えています。



アイデア創出



コンテスト



事業化

全従業員から
アイデアを募集
コンセプトのみで
応募可能

優秀なアイデアは
専門家の伴走支援を
受けながら
事業化をめざす

優れたアイデアは
新規事業化を検討
必要に応じて新会社
の設立を検討する

TOPICS

挑戦を事業へ ～イノラボ本格始動～

2025年6月、グループ全従業員を対象とした新規事業アイデアの募集を開始しました。

グループ全社から寄せられた提案は180件、延べ225名に上り、多様な視点と挑戦意欲にささえられた数多くのアイデアが寄せられました。

これらアイデアをもとに一次審査(書面審査)を実施し、将来性および実現可能性の観点から10件のアイデアを選出しました。

2025年9月から11月にかけての約2か月間、デロイト トーマツ ベンチャーサポート株式会社の専門的知見を活用



しながら、選出案件のブラッシュアップを推進し、二次審査(プレゼン審査)を実施しました。その結果、4チームが最終審査へと進出しました。

2025年12月から2026年5月までの約6か月間にわたり、デロイト トーマツ ベンチャーサポート株式会社による伴走支援のもと事業性の高度化と具体化を進め、2026年5月、最終審査会を開催しました。

各チームによる熱意と創意にあふれる発表を経て、優勝者を決定しました。

今後は、最終審査に進出した各事業案について、当行グループの戦略との整合性や事業化可能性を精査し、具体的な実装に向けた検討を着実に進めていきます。

イノラボ優勝者コメント

イノラボを通じて、業務の延長線上に新たな価値創出の可能性を実感しました。試行錯誤を重ね、その過程が大きな財産となり成長につながったと感じています。今回の経験を糧に、お客さまに新たな価値を届け続け、さらなる価値創造に挑戦していきます。



システム統括部
システム開発課
辻 蘭

基本戦略 01 社会価値の創造

特集 HYAKUGO INNOVATION LAB. (イノラボ) ～地域の幸せを創る、新たな価値への挑戦～

「HYAKUGO INNOVATION LAB.」は、地域が抱える課題に向き合い、その解決につながる新たな事業やサービスの創出をめざすプロジェクトです。地域の現場で培った気づきやお客さまとの対話を起点に、参加者は事業化に向けた検討を重ねてきました。地域の幸せの実現に向けた挑戦と、その過程で生まれた変化についてお届けします。



>>> 特集 HYAKUGO INNOVATION LAB. ～地域の幸せを創る、新たな価値への挑戦～

**地域課題を起点に、
一人ひとりの「挑戦」が動き始める**

—— イノラボに参加しようと思ったきっかけを教えてください。

井村 私は以前から農業分野の課題に関心を持っていました。銀行の仕事を通じて地域のさまざまな産業に関わるなかで、「農業の力になれる新しい仕組みを作れないか」という思いがありました。社内でも新規事業について考える機会があり、同じ問題意識を持つ仲間とも出会いました。イノラボの募集を知った時は、「今なら形にできるかもしれない」と考え応募しました。銀行員として地域課題の解決に挑戦できることに、大きな魅力を感じました。



森田 私はどちらかというと、自分自身が事業をつくる立場を経験してみたいという気持ちが出発点でした。普段は法人営業として経営者の方とお話していますが、「事業を立ち上げる側は何を考え、どのように判断するのか」を実際に体験してみたいと思いました。その経験は、お客さまと向き合う上でも必ず役立つと考えたからです。

梶田 まさに、お二人のような思いを持つ方に、まず一步を踏み出していただくことが大切だと考えました。そこで応募は300字程度で完結する形とし、最初から完成度の高い事業計画は求めませんでした。重視したのは、「誰が、どのような課題に困っていて、それを解決したいと考えているのか」という原点です。アイデアは後から磨くことができますが、課題意識や挑戦したいという思いは、最初だからこそ見える部分でもあります。

辻 梶田さんが説明されたように、挑戦しやすい制度だったことも大きかったと思います。そのうえで、私が最も印象に残っているのは、頭取のメッセージです。単なるアイデア募集ではなく、「新しいことに挑戦してほしい」という経営層の思いが伝わり、会社全体で挑戦を後押ししていると感じました。もし最初から完成した事業計画を求められていたら、応募していなかったかもしれません。「まずは挑戦してみよう」と思える制度と、それをささえる企業風土があったからこそ、一步を踏み出すことができました。

**現場で答えを探す。
その繰り返しで事業を磨き上げる**

—— お客さまや地域の課題をどのようにとらえ、事業アイデア



へ落とし込んでいきましたか。

井村 最も時間をかけたのは、自分たちが課題だと思っていることと、お客さまが本当に困っていることにズレがないかを確認することでした。インターネットには多くの情報がありますが、それだけでは見えない現場の実態があります。そこで農家だけではなく、行政や流通、販売に携わる方など、立場の異なる方々に直接話を伺いました。さまざまな声を重ねていくと、「これが地域の共通課題なのだ」と確信できるテーマが少しずつ見えてきました。銀行員として日頃から信頼関係を築いてきたからこそ、率直な意見や表に出にくい悩みまで聞くことができたのは、大きな収穫でした。

森田 私は当初、農業分野のDX支援を考えていましたが、アイデアを方向転換することになりました。農家の方に話を

>>> 特集 HYAKUGO INNOVATION LAB. ～地域の幸せを創る、新たな価値への挑戦～



伺うと、「そこにお金を払いたいわけではない」という率直な声が返ってきました。その時点で、このままでは事業にならないと判断しました。そこであらためて農家や飲食店を訪ね歩き、「本当に困っていることは何か」を一から聞き直しました。その結果、販路や収益に関する課題がより大きいことが分かり、事業の方向性を大きく見直しました。自分の考えを証明するのではなく、お客さまの声に合わせて仮説を修正していくことの大切さを実感しました。

辻 お二人は農業分野をテーマにされていましたが、私は身近な経験から生まれたアイデアを、どこまで多くの人の課題に広げられるかを意識しました。家族や知人だけでなく、年代や職業の異なる方にも話を聞くと、資産管理や情報共有に対する悩みは立場によって少しずつ異なります。一方で、相

続や介護、あるいはデジタル化が進むなかで「家族が資産を把握しにくい」という課題は、多くの方々に共通していました。そうした声の一つずつ積み重ねることで、単なるアイデアではなく、実際に利用していただけるサービスの姿へと具体化していくことができました。

梶田 三人に共通していたのは、「最初の案」にこだわらなかったことです。新規事業では、方向転換は失敗ではありません。むしろ、お客さまの声を聞いた結果として仮説を修正できることが重要です。私たちも「まず顧客を見てください」ということを繰り返しお伝えしました。思いつきだけで事業を組み立てるのではなく、現場で得た事実を積み重ねながら形にしていく。その姿勢があったからこそ、それぞれのアイデアは説得力を持ち、事業としての実現可能性も高まっていったのだと思います。

新規事業への挑戦が、 本業にも新しい視点をもたらした

—— イノラボでの経験は、現在の業務や日々の仕事にどのような影響を与えましたか。

森田 私が一番変わったと感じるのは、お客さまへの向き合い方です。以前は銀行の商品やサービスを前提に、「どの提案が合うだろう」という発想になりがちでした。しかしイノラボで、自分の考えを説明する前に、まず相手の課題を徹底的に聞くことが重要だと学びました。今では営業の場でも、「本当に困っていることは何か」「その課題はお金を払ってでも解決したいものなのか」という点まで掘り下げて話を伺うようにな

り、お客さまとの会話の質が大きく変わったと感じています。

井村 「まず課題を聞く」という姿勢は、営業店全体にも活かせると思います。イノラボでは、普段の金融相談とは異なる切り口でお客さまを訪問しました。「地域の課題と一緒に考えたい」という立場で話をすると、普段は聞けないような将来の構想や悩みまで話していただけることがあります。銀行が融資などの金融サービスを提供するだけでなく、新しい価値と一緒に創るパートナーとして受け止めていただける。そのような対話が増えたことを、私自身だけでなく、支店のメンバーにも伝えていきたいと思っています。

辻 営業の現場とは少し立場が異なりますが、システム開発の仕事をしている私にとっても、変化したのは物事を見る



>>> 特集 HYAKUGO INNOVATION LAB. ～地域の幸せを創る、新たな価値への挑戦～

視点でした。これまでは「どう作るか」という技術的な観点を中心でしたが、イノラボを通じて、収益性やコスト、ターゲットまで含めて考えるようになりました。同じ機能でも、もっと効率的な方法はないか、誰にとって価値があるのかを意識するようになり、業務部門から依頼された内容に対しても、「こちらの方法のほうが実現しやすいのではないか」と提案する場面が増えました。システムをつくる立場に加え、事業全体を考える視点が身についたことは、大きな収穫だったと思います。

梶田 まさに、その変化を持ち帰っていただくことも、このプログラムの大きな目的でした。新規事業開発が成功すると、さまざまな副次的効果があります。顧客の声を起点に考えることや、仮説を立てて検証すること、不確実な状況でも一歩踏み出すこと。そうした考え方は、本業でも必ず活きます。皆さんのお話を聞いていても、イノラボで得た学びが日々の業務へ自然につながっていることが分かり、この取組みの意義をあらためて感じています。

**挑戦する文化が、
地域の未来を切り拓く力になる**

—— イノラボが百五銀行にもたらす価値や、今後の期待を教えてください。

井村 地方銀行には、地域をよくしたいという思いを持って入行する行員が多くいます。イノラボは、その原点を改めて実現できる仕組みだと感じています。お客さまと一緒に地域課題の解決策を考え、新しい価値を生み出していく。銀行員として大きなやりがいがありますし、若い行員が積極的に

挑戦する姿を見て、こうした取組みが今後も広がってほしいと感じています。

森田 地域課題に向き合うことが出発点ですが、私自身は、事業をつくる経験以上に、地域課題を自分事として考える習慣が身についたことが大きな財産になりました。営業店でも本部でも、一人ひとりの職員が「自分なら何ができるだろう」と主体的に考え、行動するようになれば、銀行として提供できる価値はさらに広がると思います。

辻 挑戦を後押しする環境はとても大切だと思います。そのなかで私が実感したのは、新しいことに挑戦する人を周囲が応援してくれる風土です。普段は接点のない部署の方々も

快く協力してくださり、「一緒に良いものをつくろう」という雰囲気がありました。こうした企業文化が根付けば、新規事業だけでなく、日々の業務改善や新しいサービスづくりにもつながっていくのではないのでしょうか。

梶田 私たちが期待しているのは、制度を続けることではありません。たとえ小さくても、一つひとつのアイデアを事業として形にし、地域へ価値を届けることです。その積み重ねが、「百五銀行だから生まれた事業」を増やし、地域の未来につながっていくはずです。イノラボを通じて生まれた挑戦が、地域への新たな価値の創出につながっていくことを期待しています。



基本戦略 01 社会価値の創造

社会価値創造への挑戦

地域課題を起点にスタートアップ等と連携し、観光・一次産業の持続可能性をめざします。

1 観光産業支援 ～滞在価値の創出と地域経済活性化～

地域課題

- 三重県を訪れる旅行客の滞在時間・日数が短い
- 観光消費単価が相対的に高いとされるインバウンドや首都圏からの来訪者数が少ない

めざす姿

自治体やDMO（観光地域づくり法人）、地域事業者と連携し、周遊・宿泊の促進や観光消費額の拡大に向けて、首都圏・海外を含む多様な来訪者層に対し、継続的に誘客が生まれる仕組みを構築する

地域課題への関与件数※

KGIの
進捗

2025年度実績

2028年度目標

累計8件

累計30件

※ 自治体、地域団体、スタートアップ等との連携により、地域産業の持続的発展につながる課題に関与した件数

インバウンド誘客×地域産品の販路拡大を推進

取組事例 三重県委託事業「観光・食・物産が一体となった誘客プロモーション事業」の実施

2026年1月、三重県委託事業の一環として、タイのJWマリオット・ホテル・バンコク内 日本料理レストラン「Tsui」で、三重県の魅力を発信するPRイベント「A Taste of Mie」を開催しました。

当行の役割

- ① インバウンド促進による観光産業支援
- ② イベントを契機とした地域産品の販路拡大
- ③ 当行ネットワーク活用による対外PR支援

イベント当日

イベント当日は、当行海外研修「百五ジュニアカレッジ」に参加した行員がタイ旅行代理店に観光地や地域産品を紹介。四日市の伝統産業「萬古焼土鍋」を使ったデモンストレーションにより、土鍋の炊き立てごはんを提供

イベントの効果

株式会社日本旅行（共同事業体）と連携し、タイ現地の旅行代理店を招聘し、27社が参加。タイのマリオットホテルと取引先とのマッチングにより、伊勢醤油、地酒、松阪牛などが2026年1月から2月末にかけて開催されたホテルの「三重県フェアメニュー」として採用されました。



首都圏における三重・愛知の認知度向上と観光誘客

取組事例 三重テラス（東京/日本橋）での三重・愛知フェアの開催

首都圏からの三重・愛知への来訪促進を図るため、2025年7月12日・13日の2日間、情報発信拠点の三重テラス（東京/日本橋）にて、三重県観光連盟・愛知県観光協会と連携し、PRイベントを開催しました。当日は約130名が参加し、会場の日本橋（東海道の起点）と両県を結ぶ「東海道・伊勢街道」をテーマに皇學館大学准教授から歴史・文化・食について講演いただき、両県への関心を高めました。アンケートに協力いただいた参加者のうち、約8割の方から「三重・愛知へ行ってみたい」と回答をいただきました。



観光誘客につなげる仕組みづくり

取組事例 三重県観光商談会の開催

2025年10月30日、県内観光事業者の販路拡大と新たなネットワーク構築を目的として、三重県観光連盟と連携し「三重県観光商談会」を開催しました。大手旅行会社11社、県内の飲食店・観光施設・宿泊事業者・観光協会等44社が参加し、商談を契機として、複数の地域事業者と旅行会社による商品造成や今後の販売に結びついています。今後も継続的な支援を通じ、商談→旅行商品造成→販売→観光誘客のサイクルが機能する仕組みづくりに貢献していきます。



社会価値創造への挑戦

2 一次産業支援 ～水産養殖業の持続性向上～

地域課題

- 三重県の漁業従事者の減少・高齢化により担い手不足が慢性化している
- 飼料コストの高騰が経営を圧迫し、操業・生産の維持や設備更新が難しくなっている

めざす姿

データ活用とテクノロジーに強みを持つ外部専門企業との連携により、スマート養殖の導入を推進し、生産性・収益力・事業継続性を高めることで、持続可能な生産体制の構築を支援する

百五銀行グループ×スタートアップ企業との連携

スタートアップ企業 UMITRONとの連携

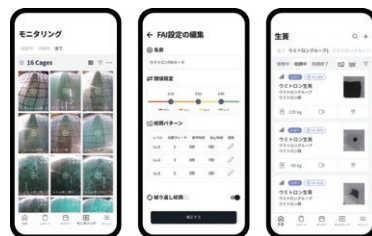
スマート養殖導入の推進

水産養殖の持続性向上に向けて、AIを活用して支援するスタートアップ企業「UMITRON」と連携し、地域水産業の課題解決と持続可能な成長の実現に取り組んでいます。

同社が提供する給餌最適化や生育データの可視化技術の導入支援を通じて、養殖現場の生産性向上、省人化、コスト削減を後押しするとともに、属人的な経験に依存していた経営の高度化を支援しています。



同社製品：UMITRON CELL (AI搭載型自動給餌機)



技術導入により期待される効果と価値

導入効果	経済価値	社会価値	環境価値
AIによる給餌量の調整	・過剰給餌の削減による餌代の低減	・経験依存からの脱却による担い手不足の解消	・残渣減少による水質汚濁の抑制など、海洋環境の保全
遠隔給餌によるコスト削減	・生簀への移動回数削減による燃料費低減 ・作業効率化による運営コストの抑制	・事故リスク低減による従事者の安全性向上	・船舶燃料使用量の削減によるCO ₂ 排出量の低減
生産管理の高度化	・データにもとづく管理による経営効率化と収益性向上	・属人的な経験からの脱却による経営の高度化	・資源利用の最適化による持続可能な養殖経営の推進

百五銀行×グループ会社との連携

地域資源を活用した事業性評価の高度化

UMITRONの技術で蓄積された養殖データを活用し、当行グループ会社の百五不動産調査株式会社および特定非営利活動法人日本動産鑑定と連携した事業性評価の高度化を進めています。これにより、従来は評価が難しかった一次産業の事業性を可視化し、金融支援の精度向上や新たな資金供給の可能性拡大につなげています。

本取り組みを通じて、地域の基幹産業である水産業の付加価値向上と競争力強化を図るとともに、データにもとづく金融サービスの高度化を実現することで、地域経済の持続的発展に貢献していきます。

事業スキーム図

