

プロフィール | 三科公孝

経歴・専門性

三科 公孝

みしな ひろたか

専門性：経費最小・効果最大の企業活性化・地方創生

- 地域活性化・伝統産業再生・ブランディングによる業績アップ支援
- SDGsブランディングの第一人者。
著書 Amazon複数カテゴリー第1位
- 東京ビッグサイト・経団連会館など大型イベントでの講演実績

経歴：

船井総研を経て2000年に独立創業。株式会社ノウハウバンク設立

2001年～ 九州・全国各地の財政的に苦しい自治体の支援を開始

2004年～ 「地方創生・地域資源活用・六次産業化」を全国展開

著書『儲かるSDGs』『SDGsブランディングの教科書』出版



著書・Amazon ベストセラー

『儲かるSDGs』

クロスメディアパブリッシング | Amazon 国際経済カテゴリー、経営戦略カテゴリー第1位

『SDGsブランディングの教科書』

日本ビジネス出版 | Amazon ベストセラー

寄稿・メディア掲載

- 日本政策金融公庫「調査月報」
- 環境ビジネス「企業とSDGsの今」連載
- 週刊朝日「勢いのある自治体の条件」

主な支援先

千葉県 / 兵庫県 / 宮城県 / 静岡県 / 岡山県 / 栃木県各市 / 奄美大島 / 京都府福知山市・与謝野町 / 長野県坂城町

研修：セミナー

みずほ銀行 / 富士通株式会社 / 京セラ / 千葉銀行 / 山梨中央銀行 / 長野銀行 / 八十二長野銀行 / 三島信用金庫 / 東日本建設保証協会など

キャリアの歩み | 三科公孝



TV東京「愛の貧乏脱出大作戦」出演



TV出演写真

貧乏スーパー再生の達人として出演。リニューアル初日売上が日販の10倍以上を達成（目標5倍）。借金2億円超・過去最低のやる気など番組史上記録づくめの回に。

九州→全国 地域ラーメン戦略



地域活動写真

2001年九州の「陸の孤島」から依頼。地域資源を活用したラーメンを開発し遠方から集客。噂が広がり2004年から全国各地から地域の賑わいを取り戻す支援を行う。国より10年早い地方創生の先駆者。

天草謹製ブランド誕生（熊本県天草）



奄美大島写真

「お金をかけずに地元のモノを活用する」コンセプトで開発した地域ブランド。10年以上地元根付き、販路拡大に成功した企業・商品も多数誕生。

6

都道府県

13+

市町村

10+

金融機関・企業

都道府県

- 千葉県 商工労働部（SDGs専門家）
- 兵庫県 農林水産部
- 宮城県 農林水産部
- 山梨県 総合県民支援局
- 静岡県産業振興財団
- 岡山県産業振興財団

市町村

- 栃木県 足利市・佐野市・栃木市・鹿沼市
- 千葉県千葉市 農政部
- 奄美大島 1市2町2村
- 京都府 福知山市・与謝野町
- 長野県坂城町

金融機関・企業

- みずほ銀行
- 富士通株式会社
- 京セラ株式会社
- 千葉銀行・ちばぎん総研
- 山梨中央銀行（2023・2024年）
- 長野経済研究所
- 三島信用金庫
- 八十二長野銀行
- 朝日信用金庫
- 山梨県民信用組合 など

富士宮フードビジネス『逆転の法則』

～お金をかけずに成果を最大化させるノウハウを共有します～

① 全国・全世界へ発信するためのブランディング



地域資源を「ブランド」として磨き、国内外へ発信するための戦略と実践ノウハウ。

② 令和時代の攻めの経営



変化の激しい時代に対応するための事業戦略と、実践的な経営視点を共有します。

③ 価値を価格に転嫁し、高単価・高粗利を実現する方法



価値の伝え方を変えることで単価と粗利を改善する、具体的な価格設計のノウハウ。

④ 注文・購入が増えるECサイト構築



ユーザー体験（UX）を起点に、実際に購入につながるECサイトの設計と改善手法。