

平成29年度

# 地域再生 マネージャー事業 報告書



- 外部専門家活用助成 (17地域)
- 外部専門家派遣 (6地域)
- (●) 地域再生セミナー (2地域)

平成30年3月



一般財団法人  
地域総合整備財団〈ふるさと財団〉  
Japan Foundation For Regional Vitalization

## はじめに

日本は2008年の1億2808万人をピークに約10年間人口減少が続いており、このままでは2060年には1億人を切り高齢化率も4割を超えるという推計が出ております。その一方で都市部、特に東京首都圏への人口集中が止まらず、農山漁村における過疎化が進み、集落機能が失われる事が憂慮されております。こういった背景を踏まえ、政府は「地方が成長する活力を取り戻し、人口減少を克服する」総合戦略に取り組み、およそ3年半が経過いたしました。各自治体におかれましても策定された総合戦略に基づき、地域再生への取り組みを本格的に推進しておられる状況と思います。

一般財団法人地域総合整備財団くふるさと財団では、地域再生の推進力を高める為には、地域の特性に則した課題を明確にした上で、地域に眠る資源を掘り起こし、それに磨きをかけ、地域の多様な人々や団体を巻き込み、魅力ある地域づくりの仕組みを構築する必要があると考えており、外部の専門的知識を有する外部専門家の活用に対して助成を行なう「地域再生マネージャー事業」を進めております。

当事業は、当財団が総務省と連携し、一般財団法人全国市町村振興協会の協力を得て実施しており、外部専門家活用助成、外部専門家派遣、地域再生セミナーから構成されております。

外部専門家活用助成は、専門的知識や実行力を有する外部専門家等の人材を活用しようとする市区町村に対し、その活動に必要な経費を助成するものです。事業を通して、地域住民が主体となり、地域における持続可能性とビジネス性の両面を高め、地域の経済循環や雇用増に繋がる実践的なサポートを実施しております。また、外部専門家派遣では、2泊3日の現地視察を行い、地域における課題の抽出、方向性の提言等を通して、それぞれの地域づくりの段階に応じた事業を実施して参りました。

更に、「地域再生セミナー」の開催を通じ、地域再生マネージャー事業の成果をはじめ、地域づくりの事例等を広くお知らせしております。

本報告書では、平成29年度の「地域再生マネージャー事業」での各地域の取り組みと成果を外部専門家活用助成（17地域）、外部専門家派遣（6地域）、地域再生セミナー（2地域）ごとにご紹介、また、当事業主体の総括と今後に向けての課題についてご報告しております。

各地域の活動状況や、地域づくりにおける外部専門家の活用状況をご参考頂き、当「地域再生マネージャー事業」を通じて、地方創生に向けた施策の立案や実践などにご活用頂ければ幸いです。

末筆ながら、本事業を推進するにあたりお力添えを頂きましたアドバイザーの小田切徳美明治大学教授、佐々木雅幸同志社大学特別客員教授、坂本光司法政大学大学院教授、岡司直也法政大学教授、黒澤賢治アグリネット理事長、鈴木清総務省地域力創造グループ地域自立応援課長をはじめ、関係各位に厚く御礼申し上げます。

平成30年3月  
一般財団法人地域総合整備財団くふるさと財団  
理 事 長 柚木 憲一

# 「地域再生マネージャー事業」アドバイザーネーム簿

外部専門家活用助成を推進するにあたって、「地域再生マネージャー事業」アドバイザーハンブックを2回実施しアドバイザーから助言を受けた。

## アドバイザー

小田切 徳美	明治大学農学部	教授	座長
黒澤 賢治	特定非営利活動法人アグリネット	理事長	
坂本 光司	法政大学大学院	教授	
佐々木 雅幸	同志社大学経済学部	特別客員教授	
岡司 直也	法政大学現代福祉学部	教授	
鈴木 清	総務省地域力創造グループ	地域自立応援課長	
(山越 伸子)	総務省地域力創造グループ	地域自立応援課長(任期途中まで)	
木内 喜美男	一般財団法人地域総合整備財団	専務理事	

敬称略

## 事務局

一般財団法人地域総合整備財団<ふるさと財団>

事務局長		笠松 拓史
地域再生部	部長	塩田 賢一
地域再生部	課長	渡辺 馨
地域再生部	参事役	加藤 大典
地域再生部	調査役	岩崎 誠
地域再生部	調査役	清水 明日香

みずほ総合研究所	社会・公共アドバイザリー部	上席主任研究員	吉田 健二
みずほ総合研究所	社会・公共アドバイザリー部	主任研究員	卯坂 潤一郎
みずほ総合研究所	社会・公共アドバイザリー部	研究員	三宅 健士朗

目 次

<b>第3章 外部専門家派遣の取組と成果</b>	<b>153</b>
1. 外部専門家派遣	154
1-1. 広島県府中市	155
1-2. 鹿児島県十島村	156
1-3. 和歌山県広川町	157
1-4. 山形県庄内町	158
1-5. 和歌山県日高町	159
1-6. 北海道美唄市	160
2. 地域再生セミナー	161
2-1. 新潟県地域再生セミナー	162
2-2. 熊本県地域再生セミナー	164
<b>第4章 事業成果の総括と今後の課題</b>	<b>167</b>
1. 外部専門家活用助成の成果と課題	168
1-1. 外部専門家活用助成対象地域に見えた成果	168
1-2. 外部専門家活用助成の課題	172
2. 外部専門家派遣の成果と課題	173
3. 地域再生セミナーの成果と課題	173
4. 過去事業フォローアップ	174
4-1. フォローアップの概要	174
4-2. フォローアップからの示唆	176
5. 総括	177
5-1. 地域再生実施の基本的な考え方	177
5-2. 外部専門家を活用する効果や意義	178
5-3. 地域再生マネージャー等外部専門家を受け入れる際の留意点	180
地域再生マネージャー一覧	182
終わりに	183

地域再生マネージャー事業とは

## 第1章

# 1

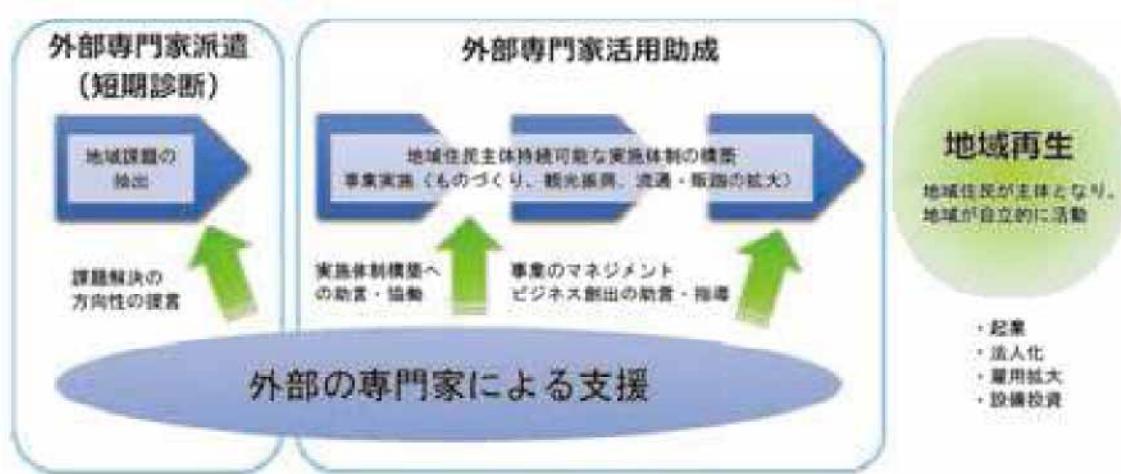
## 事業の概要

地域再生マネージャー事業（以下、「本事業」という）は、地域再生に取り組もうとする市町村に対して、各分野の専門的知識や実務的ノウハウを有する地域再生マネージャー（※）等の外部の専門的人材を活用する費用の一部を支援することで、当該地域の段階・実情に応じた地域再生の取り組みを促進し、地方創生に資するよう活力と魅力ある地域づくりに寄与することを目的とする。

※「地域再生マネージャー」とは、過去に当財団の地域再生マネージャー事業に携わった経験があり、ふるさと財団に登録されている外部の専門的人材のことである。

なお、本書において、特に地域再生マネージャーを表現する場合には「地域再生マネージャー」と表記し、地域再生マネージャーとそれ以外の外部専門家を特に分けて表現していない場合などは「外部専門家」と表記する。

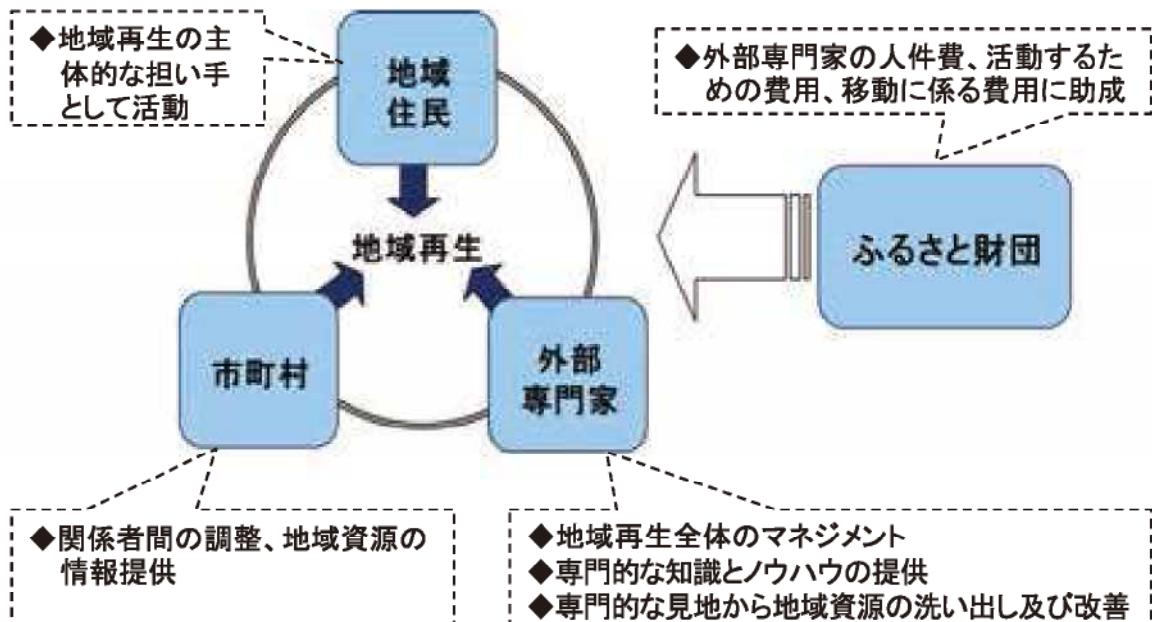
上記の目的を達成するため、本事業では、外部専門家活用助成と外部専門家派遣（短期診断）の大きく 2 つの事業を実施する。この 2 つの事業の位置づけは以下のとおりである。



### 1-1. 外部専門家活用助成

「外部専門家活用助成」は、地域再生に向けた地域の課題が明確になっており、その課題解決に市町村が戦略・ビジョン等の策定を行っている段階において、実施体制整備・基盤整備を進めることで持続可能性を高め、商品化・開発力整備を進めることでビジネス志向を高めることにより、「基盤充実と安定成長」の実現に近づけるため、市町村が外部専門家を活用する費用の一部を助成するものである。

## &lt;事業イメージ&gt;



## 外部専門家活用助成の公募等の概要

助成対象者	市町村(特別区を含む)
助成上限額	1事業あたり700万円以内
助成率	助成対象経費の2/3以内
助成対象経費	① 外部専門家の派遣に関する経費(複数人も可) 外部専門家的人件費(謝金を含む)、旅費 ② その他の経費 旅費、委託料、会議費、印刷製本費、広告宣伝費、原材料費、消耗品費、通信運搬費等(消費税及び地方消費税を含む)
助成対象期間	平成29年4月1日～平成30年2月20日
公募期間	平成28年12月15日～平成29年2月3日
留意事項	①市町村は、都道府県を経由して申請すること ②書面審査の他、必要に応じ現地でのヒアリングを実施することがある ③期中の概算払いは行わない ④外部専門家の派遣に関する経費が助成対象経費の概ね半分以上であること ⑤申請書は外部専門家と協議のうえ作成すること ⑥派遣する外部専門家は、原則市町村で選任すること

## 1-2. 外部専門家派遣

「外部専門家派遣（短期診断）」は、地域課題や課題解決に向けた方向性が明確になつていらない、またはセカンドオピニオンとして外部の知見を確認したい、という地域に対し行っている。

外部専門家 2 名が該当地域に 2 泊 3 日滞在し、当初 2 日間は行政担当者の案内により観光、自然、食材など地域資源を視察し、3 日目午前に首長をはじめとした行政関係者、民間の事業者や地域住民に集まって頂き、外部専門家より 2 時間の提言する機会を頂いている。

### 外部専門家派遣(短期診断)の公募等の概要

助成対象者	市町村(特別区含む)
派遣内容	① 1 件当たり 1 回(2 人)まで、2 泊 3 日の派遣とする ② 最終日に調査結果を市町村長等に報告する
経費	外部専門家の派遣に係る費用(旅費・謝金)について、原則として財団が負担し、外部専門家へ直接支払う(算定方法については、財団の規定による)
派遣実施期間	・平成 29 年 4 月 1 日～平成 30 年 1 月 31 日
公募期間	・平成 28 年 12 月 15 日～平成 29 年 2 月 28 日
留意事項	① 市町村は、都道府県を経由して、財団に申請すること ② 派遣する外部専門家は、原則財団が選任する

そのほか、地域再生に取り組んでいる市区町村による最新情報の紹介、地域再生マネージャー等による全国の地域再生手法や国の施策の動向、最新の技術的知識の紹介などを実施し情報の共有化・活用を図ることを目的とした「地域再生セミナー」を開催する。

## 2

## 事業の進め方

## 2-1. 外部専門家活用助成の内容

## (1) 外部専門家活用助成の採択

地域再生のために外部専門家を派遣して実施する外部専門家活用助成については、以下の採択基準に従って審査し、17事業を採択した。

## ■平成29年度外部専門家活用助成 採択基準

分類	項目	評価基準
A 事業の妥当性	A-1 事業目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業目的が、地域の特色や課題を把握した明確なものとなっている。</li> <li>・地域住民の自主的・主体的な活動を促す事業となっている。</li> </ul>
	A-2 成果目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・成果目標が、事業目的や取組内容に合致した形で設定されている。</li> <li>・次年度以降の目標や取り組む方向性が適当で継続性・発展性が期待できる。</li> </ul>
B 実施体制	B-1 活動基盤（担い手）の現状把握と育成、仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業推進に係わる活動基盤の状況を把握している。</li> <li>・事業実施体制の継続、拡大が見込まれる。</li> </ul>
	B-2 地域における支援体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村の各部署間における横断的な参画が図られ、意欲的に取り組む体制が築かれている。</li> <li>・事業を実施する地域住民・団体が存在し、連携が図られている。</li> </ul>
C 商品力・開発力	C-1 ビジネスの現状把握と方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状分析、市場調査が行われている。</li> <li>(基礎となる地域資源の把握等や数値化がされている)</li> <li>・地域内外で支持されうるビジネスの方向性、事業内容である。</li> </ul>
	C-2 ビジネスの継続性・発展性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット・市場の発展性、ビジネスとしての継続性が高い。</li> <li>・地域全体における経済循環が考慮されている。</li> </ul>
D 外部専門家	D-1 外部専門家の知見・実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外部専門家が地域の状況(地域の強み・弱み、方向性)を把握している。</li> </ul>
	D-2 外部専門家の役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外部専門家の役割や活動予定が明確になっており、地域に入り込む度合いが十分である。</li> </ul>
E 先進性	E-1 事業の先進性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・他地域のモデルとなるような先進性を有している。</li> </ul>
	E-2 事業の難易度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の難易度(チャレンジ性)が高い。</li> </ul>
F 加点項目	AからEまでの項目以外に特別に評価できる事業には、加点を行う。 なお、加点項目はAからEまでの項目以外に評価できる内容、または、同じ項目であっても特別に評価できる内容を評価者が設定して点数を加える。	

■平成 29 年度外部専門家活用助成 事業概要

	地域名	事業名	事業概要
1	岩手県 大船渡市	さんまにフォーカスした 「さかなグルメ」のまち大 船渡を目指した地域振 興事業	①接点構築 ②さんまに関する新たな特産品・地域メニュー・プログ ラム創出 ③民間主体の自主運営組織組成
2	福島県 浪江町	Re:road -浪江ぐらし・復興への 道づくりプロジェクト-	①浪江町の資源発掘・棚卸し ②商品・サービスの開発及びリノベーション ③地域情報を発信する地域メディアの構築 ④テーマ別「交流の場」の開催 ⑤先進地視察
3	群馬県 東吾妻町	おらがまち食特産品づく りプロジェクト	①組織づくりと商品の基本戦略 ②商品の PR 方法 ③商品開発と商品づくり体制の構築 ④商品名・ロゴ・コピー開発 ⑤商品ウェブサイト制作
4	新潟県 三条市	まちなかのコミュニティ 機能の再生及びプラット フォーム(組織づくり)の 構築	①ステージえんがわ運営及びプラットフォーム運営組 織の構築 ②食を通じた三条市の魅力発信 ③外出機会創出事業の発掘及びサポート
5	石川県 羽咋市	循環型産業システム構 築事業(のと羽咋美味し い創生プロジェクト)	①経営と販促戦略 ②商品開発と商品改良 ③運営体制構築 ④販促・パッケージデザイン ⑤販路拡大
6	山梨県 甲府市	甲府市観光地づくりマネ ージャー事業	①観光商品開発 ②民間、広域連携等の組織強化 ③プロモーション
7	静岡県 南伊豆町	誰もが生涯にわたり活 躍できる地域社会を形 成するための「学びのプ ラットフォーム」構築事業	①課題の分析及び必要な取組の提案 ②学びのプラットフォームの構築に係る人材育成 ③事業運営を担う組織の構築
8	大阪府 池田市	「みんなで実現・わがま ち創生」	①地域再生を進める組織の運営 ②地域再生の核となる施設の運営方針の策定 ③地域資源等を活用したビジネスの実施組織の立上 げと人材育成 ④地域連携と専門家応援団の構築 ⑤情報発信力の強化
9	奈良県 大和高田市	高田の元気を発信！地 域リーダー発掘と市民 協働による特産品開発 プロジェクト	①人材発掘と育成 ②地域課題の抽出と解決策の検討 ③各分科会組織の運営
10	和歌山県 由良町	想いがつながる観光地 域づくり推進事業～優 良・結良 由っこり、良い まちへ～	①実施体制(DMO)の構築 ②交流における商品づくり ③情報発信・啓発活動
11	山口県 周南市	クリエイティブ産業創出 支援事業	①営業代行構想 ②人材育成構想 ③ネットワーク化構想

1

2

	地域名	事業名	事業概要
12	香川県 観音寺市	地域資源の活用による 観光交流のまちづくりプロジエクト事業	①いりこを使った新試作品の開発 ②東京都内で試作品を使ったテストマーケティング ③道の駅とよはま再生に向けた、いりこ新商品販売
13	高知県 安芸市	じゃこシティを目指した 食による地域づくり事業 ステップ2	①接点構築強化 ②組織強化、情報発信の強化 ③じゃこの日を核とした施策展開 ④全国サミットに向けた各種支援 ⑤ロードマップの策定
14	福岡県 芦屋町	さわらを活かした地域振興～ヒト・コト・モノを繋げる取り組み～	①継続性の付加 ②イベント拡充 ③持続的体制の構築 ④事業計画の推進 ⑤特産品開発・観光推進
15	佐賀県 嬉野市	肥前吉田焼及び吉田地区再生事業	①クリエイティブ人材、新たな担い手の仕事・雇用創出 ②観光資源の顕在化、地の需要創出 ③コンペ商品を中心とした販路拡大・プロモーション
16	宮崎県 都農町	都農町フードビジネス活性化プロジェクト事業	①水産加工品開発 ②特産品開発 ③ブランド力向上 ④地域産業の活性化
17	鹿児島県 三島村	三島村焼酎蔵プロジェクト	①協議会の立ち上げ ②地域住民との意見交換会 ③施設整備支援及び人材育成支援 ④経営戦略

## (2) スケジュール

採択した事業については、当該市区町村と外部専門家が作成した事業計画に沿って概ね1年間にわたって進められた。当財団事務局は、原則事業の開始時点と中間段階での2回の現地調査を実施するとともに、9月提出の中間報告及び2月末の最終報告とともに各事業の進捗や成果達成状況の確認を行った。また、現地調査や10月開催のアドバイザーミーティングを通じて、各事業の成果を高めるためのアドバイザーによる助言を得る機会を設けた。

平成30年1月には、各地域に派遣している外部専門家による事業への取組状況についての報告・情報交換を目的としたマネージャー報告会を開催した。地域再生にあたっての地域側のスタンスの重要性や外部専門家の地域での役割、地域との関わり方などについて様々な意見交換がなされた。また、採択市区町村間や外部専門家間での有意義な情報共有がなされ、ネットワークを広げる点でも貴重な機会となった。

### ■地域再生マネージャー事業(外部専門家活用助成)の全体スケジュール

時 期	内 容
平成 29 年 2 月	事業公募(平成 28 年 12 月 15 日から 平成 29 年 2 月 3 日まで)
3 月	審査、アドバイザーミーティング、採択
6 月	現地視察(1回目)
7 月	現地視察(1回目)
8 月	現地視察(1回目)
9 月	現地視察(1回目) 中間報告書(8月までの経過報告)の提出
10 月	現地視察(2回目) 第1回アドバイザーミーティング
11 月	現地視察(2回目)
平成 30 年 1 月	マネージャー報告会
2 月	事業完了・事業報告書の提出
3 月	第2回アドバイザーミーティング

## 2-2. 外部専門家派遣

### (1) 外部専門家派遣

以下の 6 市町村に外部専門家を派遣し、各地域の課題確認、方向性についての提言を行った。

訪問地域と、時期は以下のとおりである。

■外部専門家派遣の実施時期と派遣先 (実施時期順)

	実施時期	派遣先
1	平成29年 6月 21日～6月 23日	広島県府中市
2	平成29年 7月 14日～7月 17日	鹿児島県十島村
3	平成29年 8月 2日～8月 4日	和歌山県広川町
4	平成29年 9月 27日～9月 29日	山形県庄内町
5	平成29年 11月 15日～11月 17日	和歌山県日高町
6	平成29年 11月 20日～11月 22日	北海道美唄市

### (2) 地域再生セミナー

新潟県及び熊本県の 2 県において、開催地が求めるテーマに沿った基調講演と外部専門家による地域再生の事例発表を実施した。

開催場所・テーマ・時期は以下のとおりである。

■地域再生セミナーの開催日・開催都市とテーマ

	開催日	開催都市	テーマ
1	平成 29 年 10 月 16 日	新潟県新潟市	『地域で儲ける』 ～コミュニティビジネスによる地域活性化～
2	平成 29 年 11 月 6 日	熊本県熊本市	『地域資源を活用したコミュニティの再生について』 ～持続可能な地域づくりに向けて～



## 外部専門家活用助成の取組と成果

## 第2章

# 1

## 採択事業の特徴など

平成 29 年度は、外部専門家活用助成として全 17 件が採択された。昨年度からの継続事業が 8 件であり、新規事業 9 件のうち 1 件は平成 28 年度外部人材派遣（短期診断）実施地域である。事業を「地域性」及び「取組分野」での特徴を整理すると以下のとおりである。

### ＜地域性での特徴＞

全国各地から申請があり、東日本大震災被災地の大船渡市、浪江町や離島地域である三島村など様々な地域から全 17 地域を採択している。

### ＜取組分野での特徴＞

「観光・交流」分野を含む事業が最も多く 15 件であった。傾向として地域資源を活かして観光振興に取り組む事業が多くみられた。例として甲府市（着地型観光商品の開発）、由良町（DMO 構築）、嬉野市（吉田焼）が挙げられる。

続いて、「流通・販売」分野を含む事業が 12 件であった。中でも地域産品を活かした特産品開発とそのプロモーションに取り組む「農林水産業」分野との組み合わせによる事業が多くみられた。例として大船渡市（さんま）、東吾妻町（こんにゃく・豚）、羽咋市（自然米等）、観音寺市（いりこ）、安芸市（じやこ）、芦屋町（さわら）、都農町（しいら）、三島村（焼酎）が挙げられる。

上記以外の特徴として、地域課題や地域の需要への対応を通じて地域再生を図る事業が多くみられた。例として浪江町（震災復興）、三条市（コミュニティ形成）、南伊豆町（学びのプラットフォーム）、池田市（コミュニティ・ビジネス）、周南市（クリエイティブ産業創出）が挙げられる。

地方	採択市町村名	農林水産業	ものづくり	観光・交流	流通・販売	備考
東北	岩手県大船渡市	●			●	継続事業
東北	福島県浪江町			●	●	
関東	群馬県東吾妻町	●		●	●	
中部	新潟県三条市	●		●	●	継続事業
中部	石川県羽咋市	●		●	●	継続事業
中部	山梨県甲府市			●		
中部	静岡県南伊豆町			●		
近畿	大阪府池田市			●	●	
近畿	奈良県大和高田市			●		
近畿	和歌山県由良町			●		平成 28 年度 外部人材派遣実施
中国	山口県周南市			●		
四国	香川県観音寺市	●		●	●	継続事業
四国	高知県安芸市	●		●	●	継続事業
九州	福岡県芦屋町			●	●	継続事業
九州	佐賀県嬉野市		●	●	●	継続事業
九州	宮崎県都農町	●			●	継続事業
九州	鹿児島県三島村	●		●	●	

## 2

## 個別事業の取組概要

平成29年度に採択した地域名及び事業名は以下に示すとおりである。次ページ以降、各事業の背景と目的、事業実施内容、事業実施体制、事業実施スケジュール、主な成果、持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み及び外部専門家からのコメントを整理した。

	地域名	事業名
1	岩手県 大船渡市	さんまにフォーカスした 「さかなグルメ」のまち大船渡を目指した地域振興事業
2	福島県 浪江町	Re:road -浪江ぐらし・復興への道づくりプロジェクト-
3	群馬県 東吾妻町	おらがまち食特産品づくりプロジェクト
4	新潟県 三条市	まちなかのコミュニティ機能の再生及びプラットフォーム(組織づくり)の構築
5	石川県 羽咋市	循環型産業システム構築事業(のと羽咋美味しい創生プロジェクト)
6	山梨県 甲府市	甲府市観光地づくりマネージャー事業
7	静岡県 南伊豆町	誰もが生涯にわたり活躍できる地域社会を形成するための 「学びのプラットフォーム」構築事業
8	大阪府 池田市	「みんなで実現・わがまち創生」
9	奈良県 大和高田市	高田の元気を発信! 地域リーダー発掘と市民協働による特産品開発プロジェクト
10	和歌山县 由良町	想いがつながる観光地域づくり推進事業 ～優良・結良 由っこり、良いまちへ～
11	山口県 周南市	クリエイティブ産業創出支援事業
12	香川県 観音寺市	地域資源の活用による観光交流のまちづくりプロジェクト事業
13	高知県 安芸市	じゃこシティを目指した食による地域づくり事業 ステップ2
14	福岡県 芦屋町	さわらを活かした地域振興～ヒト・コト・モノを繋げる取り組み～
15	佐賀県 嬉野市	肥前吉田焼及び吉田地区再生事業
16	宮崎県 都農町	都農町フードビジネス活性化プロジェクト事業
17	鹿児島県 三島村	三島村焼酎蔵プロジェクト

## 2-1. 岩手県大船渡市「さんまにフォーカスした「さかなグルメ」のまち大船渡を目指した地域振興事業」

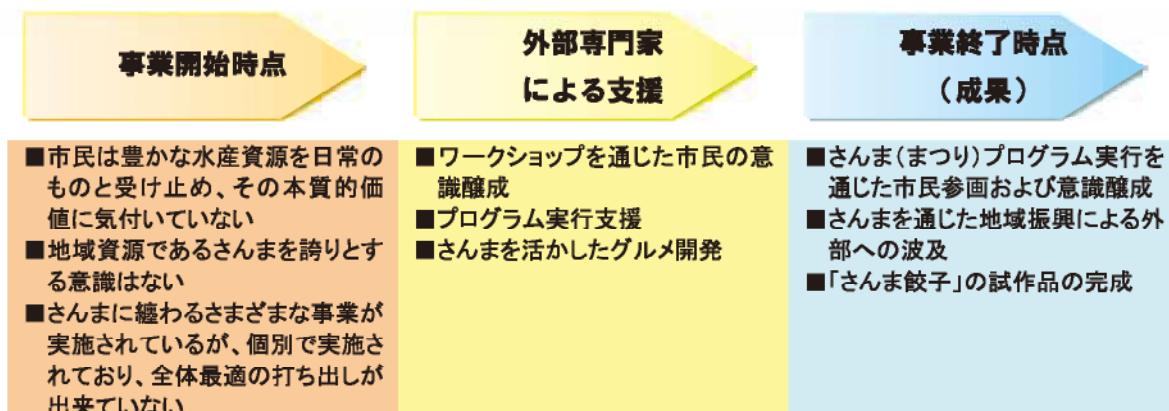
### 事業概要

総事業費	5,674 千円
助成申請額	3,782 千円
外部専門家	井手 修身（イデアパートナーズ株式会社）

### 自治体概要

人口	37,891 人（住民基本台帳搭載人口：平成 29 年 1 月 1 日）
面積	322.5 km <sup>2</sup> （平成 29 年 10 月 1 日現在）
人口密度	117.5 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	11,354,478 千円（平成 27 年度市町村別決算状況調）
財政力指數	0.45（平成 27 年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	89.9%（平成 27 年度市町村別決算状況調）
担当課室	大船渡市 商工港湾部 観光推進室

### 取組概要



井手氏と実行委員との打ち合わせ



第1回WSにおける井出氏の説明



開発した「さんま餃子」の試作品



## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

三陸地方の沖合は親潮と黒潮がぶつかり合う潮境であり、世界有数の漁場となっている。大船渡市においても、さんま、さけ、いか、さば等の魚介類が一年を通して水揚げされる。また、沿岸部はリアス海岸であり、その静穏な湾を活用した養殖漁業も盛んである。

これらの魚介類は主に首都圏に出荷される。一方、鮮魚店での購入や近所のおすそわけといった形で大船渡市内の家庭にも届き、よく食べられてきた。しかし、市民はこのような状況を当たり前と考えており、市内で水揚げされる魚介類の価値を認識していない。また、良好な漁場である市に対して誇りを持っていない。

大船渡市は市民の誇りの醸成のため、魚食を通じたさかなグルメによる地域振興を平成28年度より開始した。当該取組を通じて魚介類の価値を市民に認識してもらい、さらにその価値を市外の人にも認識してもらうことで、市民の誇りの醸成を図ることとした。

### b 事業の目的

「さかなグルメのまち大船渡」を目指す中で、多数ある魚介類の中から、昔から市民に食され、市内に関係する事業者も多く、市としての既存事業との関係等を考慮し、さんまに焦点を当てた。

平成28年度の取組の結果、さんまに関わる様々な取組が個別のものから「さんまと言えば大船渡」を地域全体の共通目標とした取組へ変化しつつある。しかし、事業性の向上や市内外への情報発信については充分に実現できていない。「さんまと言えば大船渡」という認識を全国に浸透させ、市外からの流入人口の増加や市内事業者の収益増加につなげるといったような、目に見える形での成果は現れていない。

そこで、本事業を単年度で終わらせることなく、実施主体を組織化した上で継続されることとする。

1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山县

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## ② 事業実施内容

### a 接点構築

市民を対象としたワークショップを開催し、本取組に市民が参加する機会を設ける。ワークショップでは、さんまをテーマにしたイベントやグルメの企画を行う。具体的にはアイデア出しや、具現化に向けた意見交換を行う。

### b さんまに関する新たな特産品、地域メニュー、プログラム創出

市民参加型のワークショップを通じて、生活の中にある、さんまに関する文化を反映したイベントやグルメを企画する。企画の発表の場としては、大船渡の街中店舗を広く巻き込む「バルウォーク大船渡」や毎年開催されている「大船渡さんま祭り」を想定する。

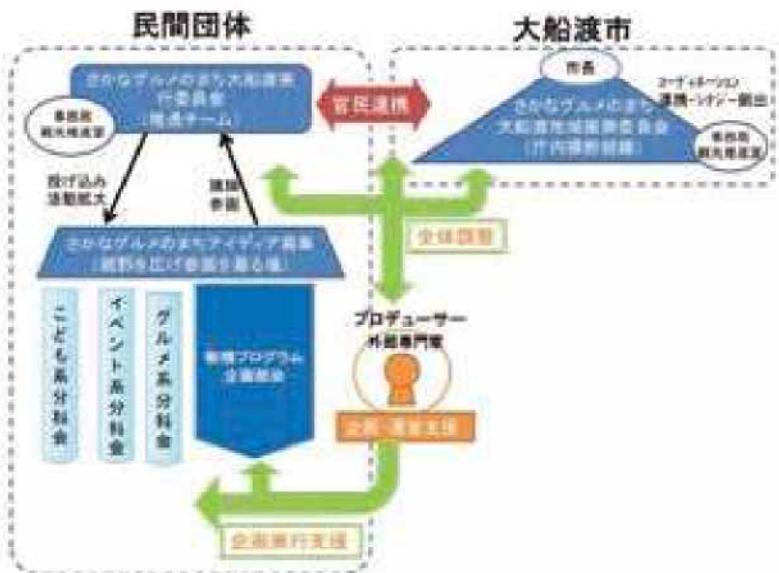
### c 民間主体の自主運営組織組成

現在の、「さかなグルメのまち大船渡実行委員会」を核とした組織が、自ら財源を確保し、自主運営組織へ発展していくことを見据えた活動とする。

### ③ 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

本事業は業界横断の民間委員から構成される「さかなグルメのまち大船渡実行委員会」が主体となって推進する。具体的な活動は、当該委員会の委員で構成される「こども系」、「イベント系」、「グルメ系」の3つの分科会において進める。

一方、府内では平成27年に「さかなグルメのまち大船渡」の実現を目指すことを目的に設置した「さかなグルメのまち地域振興委員会」が本事業を担当する。

両委員会の事務局は大船渡市商工港湾部観光推進室が務め、緊密な官民連携の下に本事業を推進する。

#### b 外部専門家の役割

外部専門家は全体のビジョンである「さんまと言えば大船渡」の実現のため、各種企画支援、運営支援を実施する。具体的には、市民の巻き込みを図る取組の支援、ワークショップを通じたプログラムの具現化の支援、関係団体間の調整等に関するアドバイス等を行う。

1

2

大船渡市

浪江町

東吾妻町

三条市

羽咋市

甲府市

南伊豆町

池田市

大和高田市

由良町

周南市

観音寺市

安芸市

芦屋町

嬉野市

都農町

三島村

岩手県

福島県

群馬県

新潟県

石川県

山梨県

静岡県

大阪府

奈良県

和歌山县

山口県

香川県

高知県

福岡県

佐賀県

宮崎県

鹿児島県

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	21日	さかなグルメのまち大船渡第1回実行委員会
5月	11日 25日	さかなグルメのまち大船渡第2回実行委員会 さかなグルメのまち大船渡第3回実行委員会
6月	2日	さかなグルメのまち大船渡官民合同会議
	15日	第1回さんまにより大船渡が元気になるアイデア交換会
	22日	さかなグルメのまち大船渡第4回実行委員会
	30日	第2回さんまにより大船渡が元気になるアイデア交換会
7月	10日	さかなグルメのまち大船渡第5回実行委員会
	17日	出前ワークショップ
	27日	第3回さんまにより大船渡が元気になるアイデア交換会
	28日	第1回さんまグルメ開発試食会
8月	8日	さかなグルメのまち大船渡第6回実行委員会
	22日	さかなグルメのまち大船渡第7回実行委員会
9月	6日	さかなグルメのまち大船渡第8回実行委員会
	12日	さかなグルメのまち大船渡第9回実行委員会
	16日	さかなグルメのまち大船渡第10回実行委員会
	23日	三陸・大船渡東京タワーさんままつり
10月	5日	第2回さんまグルメ開発試食会
	12日	さかなグルメのまち大船渡第11回実行委員会
	21日～22日	三陸大船渡さんままつり
	25日	さかなグルメのまち大船渡第12回実行委員会
11月	8日	さかなグルメのまち大船渡第13回実行委員会
12月	-	-
1月	-	-
2月		さかなグルメのまち大船渡第14回実行委員会

## ⑤ 主な成果

### a 接点構築

市民参加型のワークショップを3回開催し、各回50名以上の参加があった。また、これらのワークショップに日程上参加できなかった高校生を対象としたワークショップも開催し、こちらには7名の参加があった。

3回のワークショップではそれぞれ、さんまにまつわるイベントやグルメ等の企画についてのアイデア出し、グループに分かれて各企画の構想の作成、そして全体に向けての発表を行った。

ワークショップ



高校生対象のワークショップ



1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山県

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

### b さんまに関する新たな特産品、地域メニュー、プログラム創出

第3回のワークショップにおいて、さんまに関する16の企画が披露された。その後、さかなグルメのまち大船渡実行委員会にて、発表された企画を基に「さんま川柳」、「大船渡湾クルージング」、「海鮮(さんま商品を含む)BBQ」、「さんまポスターを使ったSNS用ポスター撮影」、「さんまに合う地酒・ワインコーナー」の各企画を大船渡さんままつりにて実施することを決定した。

発表者のグループが主体となり、さかなグルメのまち大船渡実行委員会がサポートを行なながら、プログラムの実施に向け準備を進めたが、さんまの不漁により三陸大船渡さんままつりが延期となり、イベントの規模も縮小されたことから、結果として「さんまポスターを使ったSNS用ポスター撮影」のみの実施に留まった。

さんまにまつわるグルメの開発は、専門的な知見が必要なため、フレンチ・イタリアンの料理人を招聘し、試食会等を行いながら進めた。検討の結果、「さんま餃子」を新規メニューとして打ち出していくことを決定した。

市内家庭での普及を目的に、主婦等を対象とした料理教室を開催し、レシピを公開した。当日は10名の参加があった。

また、「海の幸フルコース料理フェア」と題して、当該料理人による大船渡の食材を使用したフルコースの試食会を実施した。さかなグルメのまち大船渡実行委員及び関係者、一般市民など約40名が参加した。

### c 民間主体の自主運営組織組成

自主財源の確保方法として「バルウォーク大船渡」を開催することとした。これは、第3回ワークショップで出されたアイデアを基に、外部専門家が福岡で開催しているイベントを参考にしながら企画したものである。イベントに参加する飲食店において、共通のチケットで大船渡の食材を活かした料理やお酒が楽しめる、という内容である。当日は大船渡市内の飲食店が20店舗以上参加し、800人以上の来客があった。

開催に向け、さかなグルメのまち大船渡実行委員を含む「バルウォーク大船渡実行委員会」を設立し、運営等を含めた事業を実施した。これにより、事業計画の作成方法やイベント運営ノウハウ等、行政に頼らない組織の運営に必要な経験を積んだ。

バルウォーク大船渡



## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

大船渡市は本州で屈指の水揚げを誇るさんまによる地域再生を目指している。平成28年度に官民協働組織を組成し、さんまによるまちおこしの戦略を策定、実行してきた。外部専門家を活用したワークショップ運営を通じて、市民有志の発掘や中心となって活動するメンバーの機運醸成、戦略のブラッシュアップを図ってきた。また、家庭や地域の飲食店からさんまに関する様々な話の収集を行い、「さんまの話」を作製した。その作製過程で生み出されたものを活用し、中長期的にさかなグルメのメニュー数、商品数を増やしていく取組みを継続してきた。

現在の活動は、当財団からの助成金や市の負担に依存しており、事業から創出されるビジネスからの収入に基づいた組織運営体制に自走していくことが期待される。

また、大船渡市が最終的に目指すところは、三陸の豊富な水産資源を活用した美味しいさかなグルメが街中に溢れ、市外からの観光客も、市民もそれらを楽しむことが日常となっている状態である。

今後は、既往の事業を精査し、持続可能性及びビジネス創出の方向性に主眼を置く。また、引き続き、市民や行政、事業者等が横断的に取り組む場作りを進める。新たな事業創出、市民の担い手や事業から創出される新たな職場の確保、地域外からの交流人口増加、移住者の増加による一定の人口減少抑制にも繋げることにより、地域住民が住み続けられるまちづくりを目指す。

さんまにまつわるプログラムの開発・実行や、「バルウォーク大船渡」の開催も継続していくことを考えている。

## ⑦ 外部専門家コメント

### 「さんまと言えば大船渡」の定着化へのステップ

イデアパートナーズ株式会社 代表取締役 井手 修身



#### 【今回の事業の概要】

大船渡市では、昨年度に引き続き、さんまに焦点をあてて、市内に散在するさんまにまつわる各種の取組を、個別のものに閉じることなく、事業主体者の垣根を越えて、「さんまと言えば大船渡」という、まちづくりを目指していくことを目的としている。

今年度は、市民・団体と事業者を巻き込んで、「さんまの体験・プログラム企画」と「さんまのグルメ・メニュー開発」の2本立てに取り組んできた。

#### 【地域の課題に対するアプローチ】

昨年度の取組で、成果と課題が現れた。成果は、官民一体で各事業に取り組んだこと、及び市民創発の企画が生まれたことである。一方、市民巻き込みが単発に留まったことや、事業者を巻き込んでのグルメ開発にいたらなかったこと等の課題が残った。そこで、今年度は、「さかなグルメのまち大船渡実行委員会」内に、「体験・プログラム企画分科会」と「グルメ・メニュー開発分科会」を立ち上げて、昨年度以上に市民の活躍できる場『苗床』づくりとしてワークショップに力を注いだ。結果、3回で、高校生、主婦、飲食店、小売店主、市職員等、150名（昨年78名）が参加して、企画について議論した。

#### ① 「体験・プログラム企画分科会」

「三陸大船渡さんままつり」で実施する、さんま川柳、大船渡湾クルージング、海鮮BBQ、さんまポスターを使ったSNS用ポスター撮影等を企画していたが、不漁の影響により開催日延期等になり、実施できなかった。一方、街中開催として、「バルウォーク大船渡」の開催で飲食店22店舗が参画し、800人が参加した。

#### ② 「グルメ・メニュー開発分科会」

さんまグルメのトップバッターとして、通年で飲食店やイベントで提供できるものとして、「さんま餃子」のレシピを開発し、試食を重ねて商品化を試みた。また、A級グルメの提供として、さんまと地元食材を活用した「大船渡のプレミアム料理フルコース」（フレンチ料理／5,000円）をつくり、37名が参加した。また、子供も喜ぶ簡単かつ美味しいさんま料理を広げる「さんまの料理教室」を開催した。

#### 【まとめ】

「さんまと言えば大船渡」の意識醸成は市民や事業者に深まり、一定レベル達成できたと考えられる。A級グルメの提供等で、市民には目に見える形で結果を出すことができた。一方で、市外、全国に向けての情報発信不足や、「さんま餃子」飲食店への導入等、事業者がより関わり、消費活動や地域の生業につながるビジネス創出につなげていくことが、今後取り組むべき課題としてある。また、「さかなグルメのまち大船渡実行委員会」組織の強化を行う必要がある。会をコーディネートするキーマン人材が市職員以外にも必要となる。さらに、引き続き、学校や市民団体へも働きかけて、市民が誇りに思える、シビックプライドづくりを継続していく。それが大船渡市の水産業を軸とした地域再生に繋がっていくことになる。

1

2

大船渡市

浪江町

東吾妻町

三条市

羽咋市

甲府市

南伊豆町

池田市

大和高田市

由良町

周南市

観音寺市

安芸市

芦屋町

嬉野市

都農町

三島村

岩手県

福島県

群馬県

新潟県

石川県

山梨県

静岡県

大阪府

奈良県

和歌山县

山口県

香川県

高知県

福岡県

佐賀県

宮崎県

鹿児島県

## 2-2. 福島県浪江町「Re:road –浪江ぐらし・復興への道づくりプロジェクトー」

### 事業概要

総事業費	6,470 千円
助成申請額	4,313 千円
外部専門家	坂本貴秀 (Local – Fooddesign) 、フードユニット “Andend”

### 自治体概要

人口	18,495 人（住民基本台帳搭載人口：平成 29 年 1 月 1 日）
面積	223.14 km <sup>2</sup> （平成 29 年 10 月 1 日現在）
人口密度	83 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	5,240,081 千円（平成 27 年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.39（平成 27 年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	95.5%（平成 27 年度市町村別決算状況調）
担当課室	浪江町 産業振興課

### 取組概要



『浪江やきそば』のような資源発掘の必要性



外部専門家による資源リサーチ、WS 開催、直接開発指導



地域メディア『なみえまるみえ』による資源・商品の発信



## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

浪江町は、平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災に伴う原発事故の影響によって浪江町の全域が避難指示区域に指定されていたが、平成 29 年 3 月 31 日より一部地域で避難指示解除となり、復興に向けた取組みが本格的に再開したところである。

浪江町では帰還住民の生活を充実させるべく、日々の生活に欠かせないプラットフォームとなるハードインフラとして、道の駅の建設計画が進行中であり、2020 年 4 月の開業を目指している。

その一方で、避難指示により生じた空白の 6 年を取り戻すために、浪江に帰還する一人ひとりにとっての生活の糧となり生きがいの基礎となる、有形・無形のソフトインフラを早急に再構築する必要があるとの認識のもと、山が見守り海が輝く浪江の地で営まれていた、様々な生業を復興させることが急務となっている。

### b 事業の目的

これまで浪江町における生業の基礎であり、先人の手によって浪江町で培われてきた食材、生活文化、伝統工芸技術などの地域資源を発掘・整理し、これらの資源を組み合わせた新商品やサービスの開発と、既製品に対するリノベーションを実施することで、商業の基礎づくりに取り組む。

そして、発掘・整理した資源や取り組みといった、浪江町の暮らしぶりを情報として編集・発信すると同時に、定期的な露出機会を設けることで、人と人との接点を整備する。また、道の駅との相乗効果を生じさせることで、復興への道づくりの土台を強固にすることを目的とする。

1

2

岩手県  
大船渡市福島県  
浪江町群馬県  
東吾妻町新潟県  
三条市石川県  
羽咋市山梨県  
甲府市静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
大和高田市和歌山県  
由良町山口県  
周南市香川県  
観音寺市高知県  
安芸市福岡県  
芦屋町佐賀県  
嬉野市宮崎県  
都農町鹿児島県  
三島村

## ② 事業実施内容

### a 浪江町の資源発掘・棚卸し

浪江町の有形・無形の地域資源を、専門家が現地訪問や文献等によってリサーチし、PRするための特長・セールスポイントの整理と、商業化を通じた生業づくりへの活用に向けた、一次データとして構築する。

### b 商品・サービスの開発及びリノベーション

「浪江町の資源発掘・棚卸し」でリサーチした資源の商品化、サービス化について、2020年中の開業に向けて町内で準備が進む道の駅での販売も視野に入れて検討を進める。

ワークショップの開催を通じて、商品企画やマーケティング、PRをサポートする。

### c 地域情報を発信する地域メディアの構築

「浪江町の資源発掘・棚卸し」で整理した有形・無形の資源といった「モノ・コト」と、浪江町で既に活動されている方や帰還した住民「ヒト」を浪江町の資源と定義し、取材・編集を行い制作した記事を発信するウェブサイトを開設する。浪江町にちなんだ商品やサービスの露出を行うことで、浪江の魅力を発信するメディアとしての運営をスタートする。

### d テーマ別「交流の場」の開催

町内外の人の交流活性化と、リサーチした町の資源の再確認をすることを目的に、交流の場を開催する。

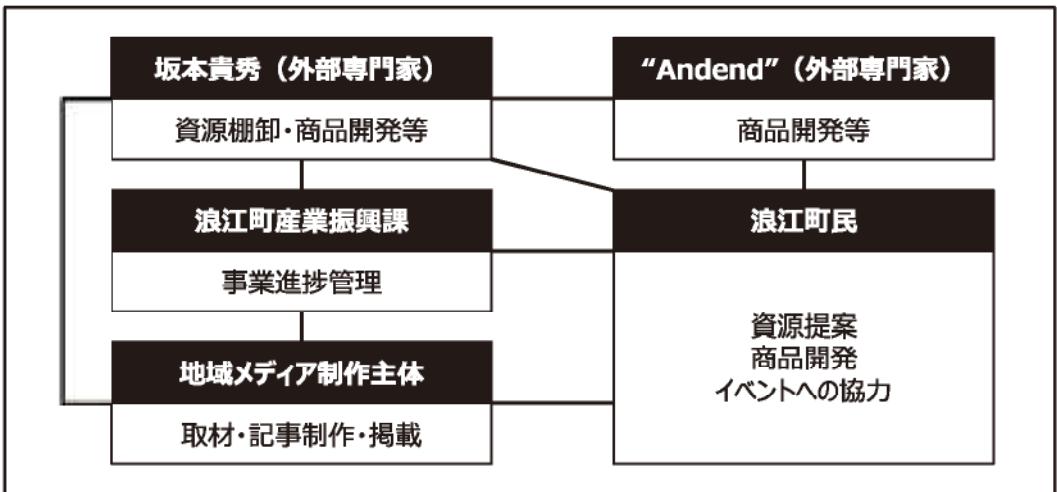
### e 先進地視察

2020年中の開業に向けて町内で準備が進む道の駅を、復興拠点として有効に機能させるため、観光誘客だけではなく、地域住民の生活に欠かせない施設として道の駅が機能している先進地を視察する。

### ③ 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

浪江町産業振興課の事業進捗管理のもと、事業実施主体として浪江町民と地域メディア制作主体を想定する。浪江町民は、地域資源の発掘・棚卸しにあたっての地域資源の提案をするとともに、商品・サービスの開発やテーマ別「交流の場」イベントへ協力をもらう。地域メディア制作主体は、ウェブサイトにて発信する情報に関する取材、記事制作、情報掲載を実施する。

#### b 外部専門家の役割

外部専門家のうち、坂本貴秀氏は、浪江町の有形・無形地域資源の発掘・整理を行うとともに、商品開発・リノベーションのワークショップの講師を務め、地域メディア「なみえまるみえ」のコンセプトメイキング、記事取材・制作、テーマ別交流の場のテーマ設定の支援、先進地視察のコーディネートを行う。

猿渡浩之氏及び按田優子氏の2名からなるフードユニット" Andend"は浪江町の有形・無形地域資源の発掘・整理を支援するとともに、町内飲食店に対する商品開発・リノベーションの講師を務め、先進地視察に対する支援も行う。

1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山县

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容					
4月	24日	第一回ミーティング 地域資源リサーチ開始 地域メディア「なみえまるみえ」制作開始				
5月	14日	第二回ミーティング				
6月	13~14日	先進地視察（岩手県遠野市、岩手県平泉町）				
7月	7日	第三回ミーティング				
8月	17~18日	先進地視察（山口県萩市、兵庫県神戸市）				
9月	1日	地域メディア「なみえまるみえ」公開				
10月	27日	第1回・商品開発ワークショップ				
	29日	第1回・町内飲食店への調理指導				
11月	29日	第2回・商品開発ワークショップ				
	30日	第2回・町内飲食店への調理指導				
12月	27日	第3回・商品開発ワークショップ				
	17~19日	第3回・町内飲食店への調理指導				
	9~10日	テーマ別イベント開催（よさこい）				
1月	29日	第4回・商品開発ワークショップ				
	6~8日	第4回・町内飲食店への調理指導				
	2~21日	第5回・町内飲食店への調理指導				
	27~28日	第6回・町内飲食店への調理指導				
	31日	テーマ別イベント開催（郷土食『かぼちゃ饅頭』、郷土食『白魚のお吸い物』）				
2月	5~6日	第7回・町内飲食店への調理指導				
	13~14日	先進地視察（千葉県）				

## ⑤ 主な成果

### a 浪江町の資源発掘・棚卸し

122 の地域資源を発掘し、これを編集して「なみえ遺産」リストを作成した。食材や伝統工芸等の項目ごとに分類し、どういった要素の『なみえらしさ』を有するかも整理した。今後は浪江町役場や 2 月に開業したまちづくり会社によって、コラボ商品開発や、地域メディア取材ネタとして活用する予定である。

「なみえ遺産」リスト(一部抜粋)

順番	名前	リキシル	「なみえ」リスト						解説
			素材	福岡	地域文化・ストーリー	人気	活動	レアもの	
1.	おにぎり	素材	◎		◎	◎			・市成詩半蔵から作付けたおにぎり。 ・福島大學生では学生会の委嘱で、復興支援のため販売を行っている。 ・高齢者の減少により販売が減っている。 ・高齢者の方に喜んで頂いています。
2.	おにぎり	素材	◎		◎			◎	・市成詩半蔵で作付けたおにぎり。 ・高齢者が喜んで購入している。 ・高齢者の方に喜んで頂いています。
3.	おにぎり	素材	◎		◎			◎	・市成詩半蔵で作付けたおにぎり。 ・高齢者が喜んで購入している。 ・高齢者の方に喜んで頂いています。
4.	おにぎり	素材	◎		◎				・市成詩半蔵で作付けたおにぎり。 ・高齢者が喜んで購入している。
5.	おにぎり	素材	◎		◎			◎	・市成詩半蔵で作付けたおにぎり。 ・高齢者が喜んで購入している。
6.	おにぎり	素材	◎		◎			◎	・市成詩半蔵で作付けたおにぎり。 ・高齢者が喜んで購入している。
7.	おにぎり	素材	◎		◎			◎	・市成詩半蔵で作付けたおにぎり。 ・高齢者が喜んで購入している。
8.	おにぎり	素材	◎		◎			◎	・市成詩半蔵で作付けたおにぎり。 ・高齢者が喜んで購入している。
9.	おにぎり	素材	◎		◎			◎	・市成詩半蔵で作付けたおにぎり。 ・高齢者が喜んで購入している。
10.	おにぎり	素材	◎	◎	◎	◎	◎	◎	・市成詩半蔵で作付けたおにぎり。 ・高齢者が喜んで購入している。

### b 商品・サービスの開発及びリノベーション

地元事業者や町役場職員、商工会職員等を対象に商品開発ワークショップを開催し、ブルーオーシャン商品開発の提案や、町内のロングセラーの分析とともに、専門家によって資源リストを元にした商品企画を提案した。今後は地元事業者が主体となって商品開発に取り組み、町内外での販売を目指すこととした。また、地元飲食店に対してメニュー開発や調理・提供オペレーションに対するアドバイスを実施。その結果、新メニューの販売もスタートした。

商品開発ワークショップ



地元飲食店へのアドバイス



新メニュー



### c 地域情報を発信する地域メディアの構築

9月1日に地域メディア『なみえまるみえ』がオープンした。町内で開催されるイベント情報や、モノ・コト等の資源をテーマとした情報を、現在までに30本以上の記事として掲載した。

地域メディア『なみえまるみえ』



掲載記事の一部



### d テーマ別「交流の場」の開催

よさこいチーム”Wonder なみえ”によるよさこい披露や、浪江町の郷土料理である『かぼちゃ饅頭』や『白魚のお吸い物』といった郷土食をテーマとした交流を活発化させた。

よさこい披露



1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山县

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## e 先進地視察

岩手県遠野市等、全国の道の駅を始めとした地域資源活用手法に秀でた先進地視察を実施。開業コンセプトメイキングや提供されているコンテンツを学んだ。

先進地視察の様子



## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

5つの事業内容にもとづいて事業を実施した結果、上記の成果が見られた。しかしながら、浪江町の帰還者は、震災前の2%にとどまっていることもあり、引き続き、5つの事業内容をベースに地道に取り組んでいく必要がある。

まず、「浪江町の資源発掘・棚卸し」については、「なみえ遺産」リストの追加・更新等のためのリサーチを継続するとともに、維持体制の整備を図る。

「商品・サービスの開発及びリノベーション」では、今年度開発した商品を地域メディアで情報発信していくとともに、販路開拓等の各種サポートを実施する。

「地域情報を発信する地域メディアの構築」については、取材・記事制作を継続実施しつつ、ライター・カメラマンによる講習及びOJTを通じた、取材スキルの向上と取材者の増加を図る。

「テーマ別「交流の場」の開催」については、「なみえ遺産」リスト等を元にした、テーマ別「交流の場」の継続開催に向けた体制の整備を図る。

「先進地視察」の今年度の成果をもとに、2020年開業予定の道の駅の準備段階でのコンセプトメイキングへの反映や、提供すべき商品・サービスの開発や商品・サービスのテスト販売の機会を設けていく。

## ⑦ 外部専門家コメント

浪江町の復興の礎は先人の知恵や工夫と人の熱意に他ならない



Local-Fooddesign 坂本 貴秀

### 【今回の事業概要】

平成23年3月11日に発生した東日本大震災及び原発事故の影響によって、町全域が避難指示区域に指定されていたが、平成29年3月31日より一部地域で避難指示が解除となり、復興に向けた取り組みを本格的に進めていくこととなった。

震災によって失われた6年を取り戻すためには、浪江町に帰還する一人ひとりの生活の糧となり生きがいの基礎となる、有形・無形のインフラを早急に再構築する必要があり、その一つとして町に様々な生業を作り充実させることが喫緊の課題となっていた。

また、2020年には帰還住民の日々の生活に欠かせないプラットフォームとして、道の駅開業が予定されており、生活の中心であり復興拠点の中心として充実させる上でも、ここで提供する商品やサービスの開発を進めることが必要となっていた。

そこで、これらの課題解決に向けた取り組みを連動させることで、浪江町の復興に向けた道作りとなる事業に取り組むこととした。

### 【地域の課題及びそれに対するアプローチ】

生業の基礎となる商品やサービスについて、一から新たに作り出すのではなく、まずは先人の手によって培われてきた食材、生活文化、伝統工芸技術などの地域資源を発掘・整理し、これらの資源を組み合わせた新商品やサービスの開発、及び既製品に対するリノベーションをすることで、生業の基礎づくりと充実化に取り組むこととした。

同時に、発掘・整理した地域資源を浪江町にあるモノ・コト情報として編集・発信し、これらの存在を広く知ってもらうためのウェブサイトの整備とお披露目イベントを開催することとした。

### 【今回の取組を通じて得られた成果】

地域資源の発掘については、文献や聞き取りの結果100を超えるモノ・コトが資源として活用しうるものと判明し、今後の商品開発や情報発信の基礎となる『なみえ資源リスト』として整理された。

また、商品開発やリノベーションについては、専門家と町内事業者によって数点の新商品企画が固まり、次年度以降に開発に向けた取り組みがなされることとなった。合わせて、町の仮設商店街で営業中の料理店とプロの料理人がタッグを組み、メニュー・リノベーションを進めることによって、復興に向けた取り組みに欠かせない食生活の充実が図られた。

9月1日に「なみえまるみえ」としてオープンしたウェブサイトでは、年度内に30件以上の記事制作・掲載を通じて、お披露目機会となるイベント開催と合わせて、復興に向けて進む浪江町の姿を紹介することができた。

今後も、今年度に基礎が固まった「開発・掘り起し→情報発信・お披露目機会の開催」のサイクルを充実させることができ、浪江町の復興につながっていくことになります。

1

2

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

## 2-3. 群馬県東吾妻町「おらがまち食特産品づくりプロジェクト」

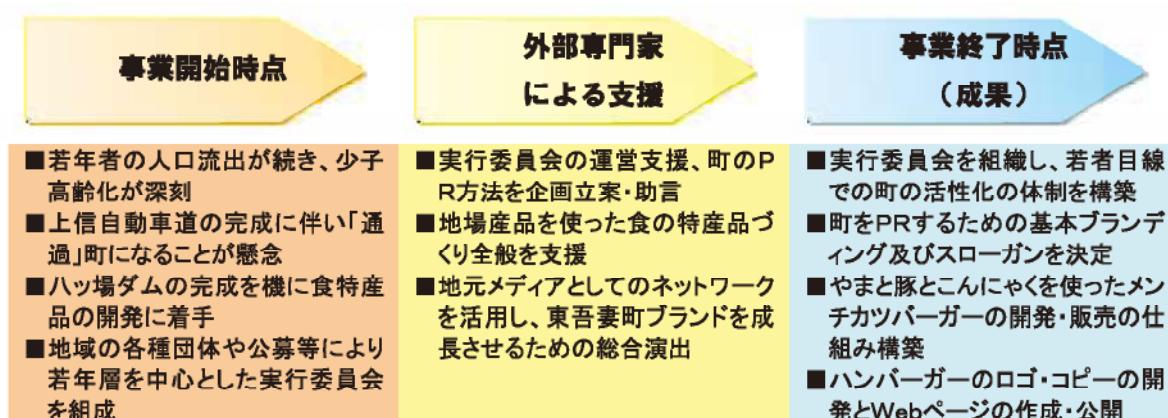
### 事業概要

総事業費	4,964 千円
助成申請額	3,300 千円
外部専門家	株式会社上毛新聞TR (岡裕子、関口稔、柴山正史、石井智也、荻原裕)

### 自治体概要

人口	14,542 人（住民基本台帳搭載人口：平成 29 年 1 月 1 日）
面積	253.91 km <sup>2</sup> （平成 29 年 10 月 1 日現在）
人口密度	57.3 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	5,640,553 千円（平成 27 年度市町村別決算状況調）
財政力指數	0.41（平成 27 年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	90.5%（平成 27 年度市町村別決算状況調）
担当課室	東吾妻町 企画課

### 取組概要



実行委員会の様子



試食会の様子



デビルズタンバーガー0号



1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山县

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

東吾妻町では、現在、関越自動車道渋川伊香保温蔵ICから上信越自動車道湯の丸ICを結ぶ上信自動車道の建設が進められており、完成後には多くの観光客が町を通過して吾妻郡西部の有名温泉地へと直接流れに行く事が予想される。

平成27年度に策定した「東吾妻町まち・ひと・しごと創生長期人口ビジョン」では、町の総人口は昭和25年の30,082人をピークに年々減少し、平成52年（2040年）には一万人を下回るとの推計が出ている。

このような状況の中、同年度に策定した「東吾妻町まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、「目指すべきまちの姿」である「子供も大人もいきいき暮らせる元気なまち」を実現するために、6つの戦略の柱に基づき4つの基本目標を設定し、若年層世代の人口増を実現することにより平成52年（2040年）に一万人の人口維持を目指すこととしている。

総合戦略における基本目標のひとつ「東吾妻を知ってもらう」では、今後、八ッ場ダムの完成などを契機に観光客の増加が見込まれることから、地域資源の掘り起こしによる地場産品のブランド化や都心への販売促進等による町の知名度向上を目指し、住民参加による事業推進のための組織化を行い、近隣町村との差別化、顧客マーケティングを取り入れた町づくりなどが求められている。

### b 事業の目的

平成28年3月に策定した「東吾妻町まち・ひと・しごと創生総合戦略」における“目指すべき人口ビジョン”は、「平成52年（2040年）で一万人の人口維持」、“目指すべき方向性”は「20～39歳までの若年層世代の人口増の実現」としている。また、策定から10年間を導入期とし、人口減少対策の取り組みとして、移住を促進するためにもより多くの人に町を知ってもらうことが重要であるとしている。

そのため、本事業を総合戦略での町を知ってもらうための具体的取り組みである”交流自治体などと連携した「食」によるまちおこしの推進”のひとつとして位置づけ、「大学などと連携した食によるまちおこし事業」や「交流自治体と連携した地場産品都心販売事業」など、町で生産された農産物等を使い「食」をキーワードとした町おこしに取り組むこととしている。

## ② 事業実施内容

### a 組織づくりと商品の基本戦略

地域の団体や公募等により若年者を中心とした実行委員会を組織し、本実行委員会により、「町の強みは何か?」「ターゲットは?」等を掘り下げ、町の理想像・未来像・展望からどのような地場産品を使った商品を開発していくか等についてアイディアを出し合い、基本的な戦略を検討する。

### b 商品PRの方法

実行委員会において、上記「a 組織づくりと商品の基本戦略」で確定したことをもとに地場産品を使った商品をアピールする方法や「町の強みを想定するターゲットにどのように伝えることが効果的か?」等について話し合いを行う。

### c 商品開発と商品づくり体制の構築

実行委員会において、上記「a 組織づくりと商品の基本戦略」、「b 商品PRの方法」での決定をもとに、以下の項目について検討する。

- ・地場産品を使った商品のコンセプト・ターゲットの設定
- ・販売協力店、仕入れ農家の選定
- ・原材料確保、加工法の確定
- ・秋の紅葉シーズンに合わせた試作品の製作
- ・製造・販売方法の確定

### d 商品名・ロゴ・コピー開発

「c 商品開発と商品づくり体制の構築」に沿ったデザイン、ネーミングやパッケージ、キャッチコピー等を検討する。

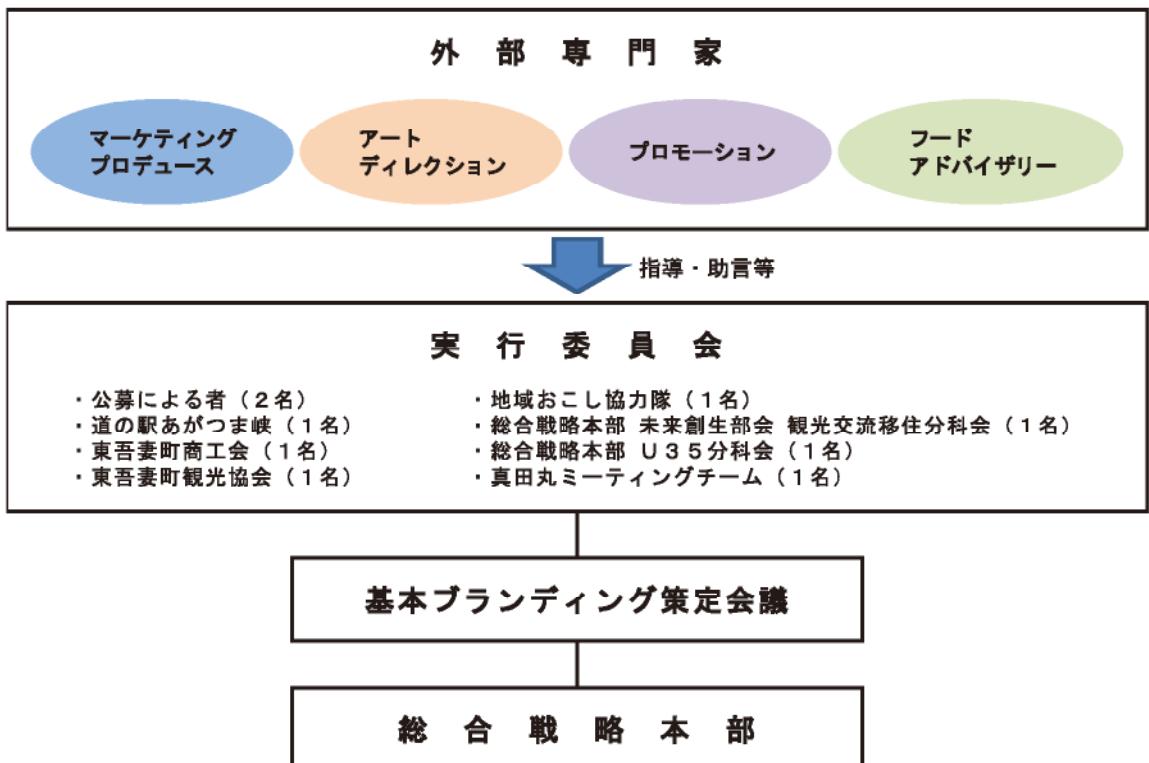
### e 商品ウェブサイト制作

「d 商品名・ロゴ・コピー開発」を活用したホームページを構築のほか、SNSの公式アカウントを設定して対外的に町や地産品を使った商品の広報を行う。

### ③ 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

地域の各種団体からの推薦や食の特産品づくりなどに意欲のある若者の公募により実行委員会を組織した。

#### b 外部専門家の役割

観光資源や特産品を活用した地域活性化に向けた5か年計画策定のもと、まち興しのための指導・助言を行う。また、上毛新聞という地元メディアとしてのネットワークを活用し、東吾妻町ブランドの成長、および他の市町村と差別化するための戦略的な総合演出を手掛けた。

1  
2

- |       |      |
|-------|------|
| 大船渡市  | 岩手県  |
| 浪江町   | 福島県  |
| 東吾妻町  | 群馬県  |
| 三条市   | 新潟県  |
| 羽咋市   | 石川県  |
| 甲府市   | 山梨県  |
| 南伊豆町  | 静岡県  |
| 池田市   | 大阪府  |
| 大和高田市 | 奈良県  |
| 由良町   | 和歌山县 |
| 周南市   | 山口県  |
| 観音寺市  | 香川県  |
| 安芸市   | 高知県  |
| 芦屋町   | 福岡県  |
| 嬉野市   | 佐賀県  |
| 都農町   | 宮崎県  |
| 三島村   | 鹿児島県 |

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	26日	基本プランディング策定会議（「ロックな町、東吾妻。」に決定）
5月	8日～26日	実行委員会公募期間（町公式HP及び町広報により周知）
	23日	各種団体へ実行委員会委員推薦依頼発出（報告期限：6月2日）
	26日	上毛新聞に実行委員会委員選考に関する記事が掲載
6月	5日	実行委員会委員を決定（9名）
	23日	第1回実行委員会（委員長の互選、事業説明及び意見交換、試食会の開催）
7月	11日	試食会・第2回実行委員会（試食会及び意見交換）
	26日～27日	ふるさと財団第1回現地調査・第3回実行委員会（試食に関する意見交換）
8月	9日	第4回実行委員会（ロックな町でPRすることについての意見出し）
	23日	第5回実行委員会（目的・ターゲットの明確化のための意見出し）
9月	13日	第6回実行委員会（今までの意見出しを参考に目的・ターゲットを決定し、秋の試作品販売をメンチカツバーガーとすることを決定）
	25日	月刊デリシャイ 10月号秋のおでかけ特集に掲載
	27日	第7回実行委員会（秋の試作品販売のPRに関して協議）
10月	11日	第8回実行委員会（秋の試作品販売のポスター及びキャッチコピーの決定）
	20日	道の駅あがつま峡で秋の試作品販売を開始（デビルズタンバーガー0号）
	20日	上毛新聞にデビルズタンバーガー0号販売の記事が掲載
	25日	第9回実行委員会（試作品の試食会及び販売の状況報告をし、バーガーの新ロゴに関して協議）
	28日	上毛新聞にデビルズタンバーガー0号販売の記事が掲載
11月	8日～9日	ふるさと財団第2回現地調査・第10回実行委員会（試作品の販売状況及びバーガーの新ロゴに関して協議）
	11日	上毛新聞にふるさと財団第2回現地調査の記事が掲載
	19日	秋の試作品販売を終了（販売実績：831個、売上げ：398,880円）
	22日	第11回実行委員会（試作品の販売実績及びアンケート集計結果の報告）
12月	15日	第12回実行委員会（ロックな町のPR戦略に関して協議をし、バーガーの新ロゴを決定）
1月	24日	第13回実行委員会（バーガーのWebページのデザイン及び来年度実施予定のイベントに関して協議）
	19日	群馬テレビ「ぐんま一番」でデビルズタンバーガーを紹介
2月	13日	第14回実行委員会（Webページ及び来年度実施予定のイベントに関して協議）

## ⑤ 主な成果

### a 組織づくりと商品の基本戦略

基本プランディング策定会議で、「町として今後どのような方向性で進むのか」、その大きな枠を「ロックな町、東吾妻。」に決定。その後、月2回を基本に開催した実行委員会の中で、外部専門家の助言のもと、町の強みやターゲットの掘り下げ、未来へのビジョンを策定。同時に、「東吾妻町ブランド」を成長させるための方向性について協議した。

1

2



### b 商品PRの方法

秋の紅葉シーズンに向けて試作する商品のPR方法について実行委員会において協議し、商品名を「デビルズタンバーガー0号」、キャッチコピーとメインの色を変えた3種類のポスター（黒：悪魔的にウマい、白：悪魔でウマい、赤：悪魔のくせにうまい）を制作。

デビルズタンバーガー0号のPRポスター



### c 商品開発と商品づくり体制の構築

実行委員会での協議を通じて、町の特産品である「やまと豚」と「こんにゃく」を用いたバーガー開発が決まり、秋の紅葉シーズンに向けて道の駅あがつま峡で販売するメンチカツバーガーの開発に着手。商品づくりにあたっては地域のパン屋とこんにゃく販売店、精肉店による体制を構築した。その結果、秋の試作品販売では、販売831個、売上げ398,880円の実績をあげることに成功した。

### d 商品名・ロゴ・コピー開発

商品名はこんにゃく（=英名 devil's tongue）が入ったバーガーということから、「デビルズタンバーガー」と決定し、視覚的に悪魔をイメージできるようにベーコンで舌を表現。

今後、町内外での生産・販売を委託するにあたって、共通ロゴの使用、指定のこんにゃく入りハンバーグを使用すること等の規定を作成。

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

デビルズタンバーガーロゴ



「道の駅あがつま峡」内POP



### e 商品ウェブサイト制作

デビルズタンバーガーを県内だけでなく、県外などへ幅広く認知してもらうため、専用ウェブサイトを開設。

デビルズタンバーガー PR ウェブサイト(<https://rockdtb.com/>)



## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

本事業では若者も多く参加する実行委員会を中心に、新たな食の特産品であるバーガーづくりに取り組んだ。「こんにゃく」と「やまと豚」を用いた試作品開発の過程では、いくつもの課題に直面したが、県内事業者の協力を得て試作品販売で十分な成果を上げることができた。

今後は、本事業での経験を踏まえ、本格的なこんにゃく入りハンバーグ・ハンバーガーの開発を進める予定であり、町外を含む複数店舗でのオリジナル「デビルズタンバーガー」の生産・販売に向けた県内企業の協力体制を既に構築済である。

将来的には町民一丸となって県内外に本町をアピールすることを目的に、DMO等の組成を視野に入れて、新たに町民から委員を公募増員して委員会を再編成していきたいと考えている。

## ⑦ 外部専門家コメント

ロックな町、東吾妻へ向けて、町民一丸となって町を盛り上げていく

株式会社上毛新聞TR 岡 裕子



### 【東吾妻町にアプローチさせていただいた背景】

NHK大河ドラマ真田丸の放送によって、町の職員はじめ地元の人たちが、まち興しにむけてのイベントの実施、集客の仕方などをNHKから助言されていた。こうしたムードの中で、町内の人たちは「自分達にもできる！」と自信をつけていた。真田丸が放送された2016年は、私も東吾妻町の密着取材に力を入れていた。私はこの1年で、すっかり東吾妻町に魅了されてしまっていた。

土偶や遺跡など観光資源はもちろんのこと、町民の生き様にも惚れ込んだ。町の職員をはじめ、町長や副町長、町議や地元の方々など、本当に熱い心とアイディアにあふれる人たちばかりだった。

地域おこし協力隊のメンバーが土偶好きという事もあり、土偶について、ずいぶんと教えていただいた。観光協会と地域おこし協力隊に力を借り、シンポジウムの開催も提案し、県内初の土偶シンポジウムを実現した。

### 【外部専門家としての視点】

地元住民と親しくなるにつれ、町の職員をはじめ、町民一人一人のポテンシャルがものすごく高いことにも気付き始めた。この時、職員や町民が各々の立場で、やりたいこと・出来ることが多くあるのに、実現の手段を見つけることができず、貴重な地域の資源が、宝の持ち腐れのような状態になっているということにも気付かされた。

今年度、外部専門家としてお手伝いさせていただいたのは、バラバラに存在していた点を、一本の線として繋いだだけである。特に何をしたというわけではなく、もともと持っていた地域の魅力を皆さんと試行錯誤しながら引き出すことができた。

地域の魅力を最大限に引き出した結果、町のコンセプトである『ロックな町、東吾妻』にたどり着いた。岩櫃山を代表とする鉱物としての岩（ロック）と、苦難をものともせず、信じた道を行く、生き様としてのロック。この両方をかけてつくったキャッチフレーズだ。

住民の声、第一弾は、『東吾妻では、環境と健康を考えたやまと豚が飼育されている！なぜ、この素敵な環境をアピールできないのだ！！』 また、『俺達は、こんにゃくに育ててもらった！だから、こんにゃくを使って名物を作ろう！』 『こんにゃくとやまと豚は、絶対にはずせない！はずすな！！』 だった。このような住民の声が、デビルズタンバーガーとなって結実した。他にも、地元の皆様のやりたいこと、やってみたいことをたくさん聞いている。この中からきちんと形にできるものを思案しながら、地域住民が誇りを持って暮らせるまちづくりのお手伝いを、今後も行っていきたい。

1

2

大船渡市

浪江町

東吾妻町

三条市

羽咋市

甲府市

南伊豆町

池田市

大和高田市

由良町

周南市

観音寺市

安芸市

芦屋町

嬉野市

都農町

三島村

岩手県

福島県

群馬県

新潟県

石川県

山梨県

静岡県

大阪府

奈良県

和歌山県

山口県

香川県

高知県

福岡県

佐賀県

宮崎県

鹿児島県

## 2-4. 新潟県三条市「まちなかのコミュニティ機能の再生 及びプラットフォーム（組織づくり）の構築」

### 事業概要

総事業費	11,814 千円
助成申請額	7,000 千円
外部専門家	近藤ナオ（株式会社アソボット）

### 自治体概要

人口	100,069 人（住民基本台帳搭載人口：平成 29 年 1 月 1 日）
面積	431.97 km <sup>2</sup> （平成 29 年 10 月 1 日現在）
人口密度	231.7 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	25,760,071 千円（平成 27 年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.62（平成 27 年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	92.8%（平成 27 年度市町村別決算状況調）
担当課室	三条市 市民部 地域経営課

### 取組概要



## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

三条市は、豊かな自然やものづくりの伝統、先人から脈々と受け継がれてきた歴史と文化が息づく魅力あふれるまちである。しかし、多くの地方都市と同様に人口が急速に減少し、少子高齢化が進んでいる。

平成27年3月に策定した三条市総合計画におけるまちづくりの方向性として、目指すまちの姿は「一極集中型のまちづくり」を進めていくのではなく、「多極分散型の都市構造を堅持」していくことを目指している。それぞれの地域の暮らしの基盤（生活の糧を得る機会と生活を支える諸環境）を健全に維持することが必要不可欠であるが、子供や若者がその地を離れ、高齢化が進む「まちなか」と人口減少による過疎化が進む「下田地域」においては、暮らしの基盤を維持し続けるための施策展開が必要である。

また、「まちなか」は、市内で最も高齢化率が高い旧三条小学校区があり、将来の三条市を映し出している先行地域と捉え、同地区をモデル地区とし、生涯にわたり健康で幸せに暮らし続けられる「スマートウエルネス三条」の施策を推進している。

### b 事業の目的

市では、多極分散型の都市構造における暮らしの基盤を健全に維持するため、社会インフラの施策とともに、地域の実情に合った多様なコミュニティの形成により、暮らしの場の維持に取り組むこととしている。特に、高齢化が進む「まちなか」は、かつてはまちの顔としてにぎわい、様々な社会インフラが集積していることから、テーマに応じて人が集い、交流する環境が比較的整っている地域である。市民団体の数も多いことから、個人と団体活動等のマッチングや、必要により新たな「テーマ型コミュニティ」を創出する。また、「スマートウエルネス三条」の観点である高齢者の外出促進・出番（いきがい）の創出からも、人々が出掛け、交流する場づくりとして、次の3つの取組を進める。

1つ目は平成28年3月にオープンした“まちなか交流広場「ステージえんがわ」”を核に「交流の場（コミュニティ）」や「出番（生きがい）」を創出し、リーダー人材による民間主導の交流の場として持続可能になるよう育成する。

2つ目は、「ステージえんがわ」の事業展開と併せ、社会貢献などを行うコミュニティの形成を促進する基盤（プラットフォーム）の構築である。ステージえんがわを核とするまちなかの施設やソフト事業を活かし、市民の交流を深め、必要なテーマを市民参加でつなぎ、情報発信を通じてまちなかの価値を高めることで、多くのテーマ型コミュニティの創出を目指す。

3つ目は、ステージえんがわ内の食堂「三条スパイス研究所」を通じて、産業構造が農業中心である「下田地域」の高齢者の暮らしの知恵や工夫を「まちなか」へつなぎ、三条の魅力を内外に発信する。新たな日本のスパイス文化をつくることで、三条市のポテンシャルを対外的に発信し、外からの評価を得ることが地域住民の誇りとなる好循環を継続させるため、一貫しているブランド力を確固たるものとする。

1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山县

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## ② 事業実施内容

### a ステージえんがわ運営及びプラットフォーム運営組織の構築

NPOえんがわが主体となり、市内外の交流が活性化する各種イベントの企画や運営を行うとともに、持続可能な組織を目指すためのビジネスを検討・試行する。

## b 食を通じた三条市の魅力発信

平成27年度外部専門家として携わった伊藤一城シェフ監修の食堂運営、新たな特産品（農産物）を使用した食堂メニュー及び商品の開発と販路の拡大、イベントや情報発信を通じて三条市の魅力向上につながる取組を行う。

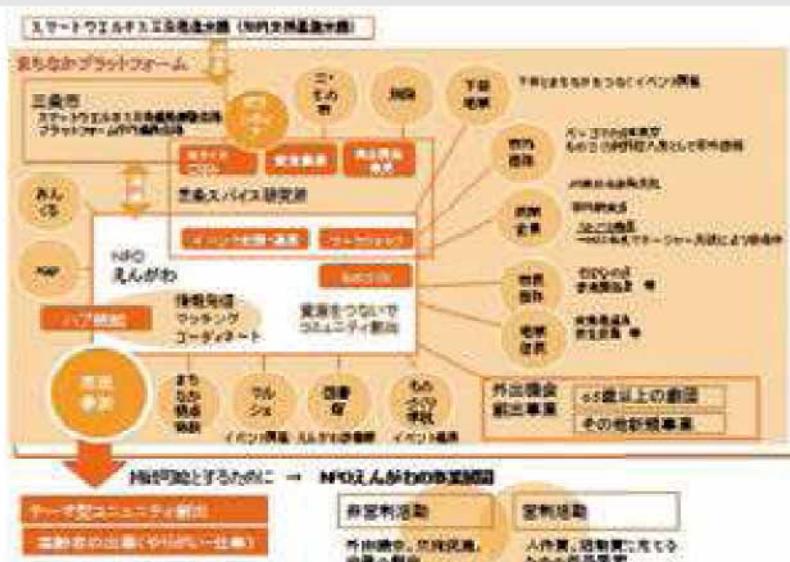
#### C 外出機会創出事業の発掘及びサポート

65歳以上の劇団の運営黒字化に向けた支援と併せ、外出・交流を促進するため必要な環境整備を検討する。

### ③ 事業実施体制

## a 事業実施体制の概要

## 事業実施体制図



体制の概要

地域再生マネージャー、リーダー人材及び地域おこし協力隊が住民の参加を促しながらソフト事業を展開し、行政は、ハード面や規制等の制度面において必要な基盤づくりを進め、地域住民が主体となった持続可能な運営組織(NPOえんがわ)が核となるプラットフォームの構築を目指した。

1

2

**b 外部専門家の役割**

外部専門家の役割は以下の4点である。

- ・プラットフォームの構築（テーマ型コミュニティ形成及び運営組織の構築）に係る基盤整備
- ・事業の黒字化及び拡大サポート
- ・食堂の総合監修
- ・地元農産物の活用、流通促進及び生産、栽培技術の継承サポート

**④ 事業実施スケジュール**

月	取組実施内容	
通年	<b>【毎月】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・イベント企画・運営・広報、地域との連携事業実施</li> <li>・地域再生マネージャーと事業者の調整会議</li> </ul> <b>【随時】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・65歳以上の劇団サポート、外出・交流の促進環境を整備</li> <li>・地元食材を使用した食堂メニューの開発</li> </ul>	
4月	20日 —	<ul style="list-style-type: none"> <li>・NPOえんがわ設立・収益事業の検討開始</li> <li>・三条産ターメリック栽培開始（2期目）</li> </ul>
5月		<ul style="list-style-type: none"> <li>・革製品のサンプル完成・製品調整開始</li> </ul>
6月	16日 24日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・害獣の皮活用のリサーチ</li> <li>・鍛冶道場（鍛冶集団）との連携事業 →山の学校 前夜祭イベント</li> </ul>
7月		<ul style="list-style-type: none"> <li>・NPOえんがわ事務所の空き家リサーチ開始</li> </ul>
8月	2~31日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・三条産ターメリック使用の新商品が完成・販売開始 →伊勢丹新宿本店にてプロモーション販売</li> </ul>
9月	1~31日 6~7日 21~23日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・施設連携イベント_ツクールド・三条「スコップ」開催</li> <li>・ふるさと財団現地調査</li> <li>・六角扇オブジェ完成・試行販売 →産直市（上野駅）にて販売</li> </ul>
10月	6~7日 —	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域連携_商工会議所主催「あかり物語」と合同イベント</li> <li>・三条産ターメリック収穫・加工</li> </ul>
11月	25~26日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・鍛冶道場（鍛冶集団）との連携事業 →鉈作りイベント※気候により4月に延期</li> </ul>
12月	1~25日 —	<ul style="list-style-type: none"> <li>・施設連携イベント_ツクールド・三条「スキレット」開催</li> <li>・ハンドパン製造事業の検討開始</li> </ul>
1月	14日 23日 27日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・革のマグカップケース マーケティング調査 →Kawasaki バイクミーティングイベントに出店</li> <li>・ものづくり社員寮の物件候補を見学</li> <li>・ハンドパン製造事業に向けた演奏会</li> </ul>
2月	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来年度事業の準備</li> </ul>



## ⑤ 主な成果

### a ステージえんがわ運営及びプラットフォーム運営組織の構築

NPO えんがわが主体となり、外出・交流を促進するイベント開催や周辺施設・地域との連携イベントを数多く手掛けたことで、人材や団体とのネットワークが構築されるとともにヒト・コト・マチをつなぐプラットフォームが機能し始めている。

実施事業数 平成29年4月 ～平成30年1月)	○ステージえんがわ企画イベント 85回 ○三条スパイス研究所企画イベント 29回 ○大人のための演劇体験教室・公演 30回	
施設・地域 連携イベント	○ツクールド・三条「スコップ」、「スキレット」 ○あかり物語と合同イベント ○ペーロマ大会 等	

ものづくりのまちの特色を活かした事業として、ニーズがある革の道具（工具）袋の製品化を試みたが、材料の仕入先であるバングラディシュの現地事情により原皮の仕入れができず、製品化に至らなかった。仕入れ可能な革で製作したマグカップケースについては、バイク愛好家が集うイベント会場にてマーケティング調査を行い、好評を得たことから製品化に向けて調整が進んでいる。

革製品のサンプル品



Kawasaki バイクミーティングでテスト販売



また、三条市の新たな名物品づくりとして、六角凧をモチーフにしたオブジェを製作した。県外や海外観光客に向けた贈答品として、JR 上野駅で行われた地域再発見プロジ

エクト「産直市」にてテスト販売し、販路を広げるための足掛かりを掴んだ。

「産直市」のテスト販売…三条市のPR活動と兼ねて実施



持続可能な運営に必要な収益事業の組み立てに苦慮していたが、地域再生マネージャーのアドバイスを受けながら、収益の柱となりうる事業の目処として、空き家をリノベーションし、ものづくり職人等が手頃な価格で住むことができる“ものづくり社員寮”（シェアハウス）を整備するプロジェクトや、世界でも珍しい鉄製の楽器“ハンドパン”を三条市で製造・販売するプロジェクトが進んでいる。

ものづくり社員寮 物件候補



ハンドパン演奏会



### b 組織強化、情報発信の強化・・・地域おこし協力隊人材の強化とメンバー拡充等

地元食材を使用した食堂メニューの数々や、三条産ターメリックを使用した新たな商品が開発された。「三条産ターメリックチップ入り打ち豆と切り干し大根のイエローカレー」とスパイス单品「三条産ターメリックチップ／パウダー」は、三条スパイス研究所と伊勢丹新宿店及び朝岡スパイス㈱の協同で開発し、伊勢丹新宿店のプロモーション販売にて三条市の魅力を対外的に広く発信された。

開発した 食堂メニュー	トマトとバジルのゼリー（朝市野菜使用）／蛸のビリヤニ／木の子のビリヤニ（朝市野菜使用）／北インドベジカレー／荒巻シャケのスパイス雑煮／秋刀魚スパイスグリル（三条ウコン使用）／鰯のピクルス（三条ウコン使用）／新ジャガコリアンダー（朝市野菜使用）／キクイモスパイス（朝市野菜使用）／真鯛ビリヤニ／鰯ビリヤニ／あさりビリヤニ／鯵のクミンマリネ／アンデーカカーギナー（三条ウコン使用）／チャイのスパイスパウンド／ガトーインビジブル／カブニグラ（朝市野菜使用）／切り干しクミン（朝市野菜使用）／ターメリックミルク（三条ウコン使用） 開発中 スパイスフォー（三条ウコン使用）
伊勢丹新宿店 プロモーション 先行販売	

1

2

- 大船渡市 岩手県
- 浪江町 福島県
- 東吾妻町 群馬県
- 三条市 新潟県
- 羽咋市 石川県
- 甲府市 山梨県
- 南伊豆町 静岡県
- 池田市 大阪府
- 大和高田市 奈良県
- 由良町 和歌山県
- 周南市 山口県
- 観音寺市 香川県
- 安芸市 高知県
- 芦屋町 福岡県
- 嬉野市 佐賀県
- 都農町 宮崎県
- 三島村 鹿児島県

二・七の市（定期露店市）の開催日に行っている「あさいチごはん」では、二・七の市の食材を使用しながら毎回違うメニューを提供しており、来場者が増えるとともに地域のボランティアスタッフや常連客によるゆるやかなコミュニティが創出されている。二・七の市と相互送客を図り、地元に愛される取組として定着してきている。

あさいチごはんの風景



### C 外出機会創出事業の発掘及びサポート

65歳以上の劇団の運営支援を継続している中、リーダー人材の産休により黒字化がスピードダウンしたが、活動意欲を保てるよう地域再生マネージャーがメンタル面をサポートし、現在は復帰を果たしている。

その他、ステージえんがわ及び三条スパイ研究所と相互送客を図っている親和会（二・七の市）からコミュニケーションツール製作の相談があり、買い物袋のデザインを検討している。

65歳以上の劇団 えんがわの公開レッスン・怪談ナイト



### ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

まちなか交流広場「ステージえんがわ」を核とした事業では、地域再生マネージャーによる人材発掘や事業化のアドバイスにより4事業（NPOえんがわ、三条スパイ研究所、65歳以上の劇団、うたごえ喫茶）が立ち上がり、うち2事業（三条スパイ研究所、うたごえ喫茶）は黒字化の成果が得られた。

NPOえんがわのイベント企画・運営におけるスキル・認知度は向上しているが、収益事業についても確実に稼動するよう、進行中のプロジェクトを軌道に乗せる。65歳以上の劇団についても黒字化に向けて活動を継続させる。

三条スパイ研究所においては、食空間を通じた外出・交流を促進させるために更なる工夫を施すとともに、監修が無くても味やブランディングを保てるように運営を継続させる。

各事業の継続について、リーダー人材による事業実施を主としながら、三条市と連携及び必要最小限のサポートのもと、市民主体の持続可能な事業運営を目指す。

## ⑦ 外部専門家コメント

### 人の欲求に寄り添った「全ての人に1つは届く」外出の場の創出

株式会社アソボット 近藤 ナオ



#### 【事業概要】

三条市は『「健幸長寿社会を創造するスマートウエルネスシティ総合特区』の具体的な推進のための横断的な組織づくり』をテーマに事業を行ってきました。簡単に言うと「生涯にわたり健康に暮らせる街は、良い街だ！」というコンセプトの元、行政だけに頼るのではなく、街の人々が中心になり、それを実現するための市民主体の組織づくりを行うという事業です。

#### 【これからの課題、及びそれに対するアプローチ】

2015年度には、『100人インタビュー』の中で、まだ地域には見えてきていない、やる気と能力のあるリーダー候補を見つけ、市民の欲求に寄り添いながら外出する機会を作り出す事を考慮し事業の立ち上げを行いました。動きの早い4つの事業は、2016年3月からスタートしました。今後は、スタート後2年以内にすべての事業を黒字化させ、リーダーが必要な収入を得られるようになり、事業が自立継続できるようにしていきます。

事業自立において最も重要な事は、事業者自身で考えた事を実行し、壁にぶつかり、解決策を事業者自身で見つけ出す事を繰り返しながら課題解決型の組織を作る事だと思っています。なので、この時期に支援側として大切なのは、「待つコンサルティング」を実施する事です。事業者から本当のSOSが出るまで待ち続け対応しました。

#### 【取組を通じて得られた成果】

2016年に支援をスタートした4つの事業の内、「三条スパイス研究所」と「うたごえ喫茶」の2つは、単年度黒字化に成功。

「65歳以上の劇団」は、2017年度の単年度黒字化が見込めていたが代表が産休に入ったため、スピードを緩め、2018年度の黒字化を見込み、そのまま支援を続ける。

本プロジェクトで一番重要な役割を担う「NPO法人えんがわ三条」は、中核メンバーが確定し、現在、メンバーの強みを活かしたビジネスモデル（商品開発、ものづくり社員寮、会費収入）を実行中。

1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山县

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## 2-5. 石川県羽咋市「循環型産業システム構築事業（のと羽咋美味しい創生プロジェクト）」

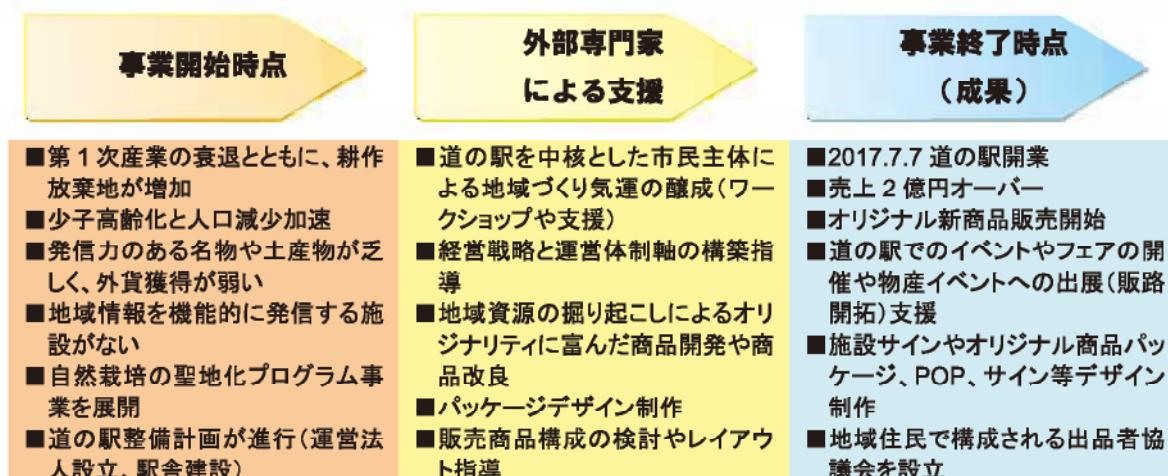
### 事業概要

総事業費	8,408千円
助成申請額	5,605千円
外部専門家	畠地履正（㈱四万十ドラマ代表取締役社長）迫田 司（㈱サコダデザイン） 濱 博一（㈱アスリック代表取締役）田中聰美（グラフィックデザイナー） 伊藤恭介（流通・卸業者との仲介業）

### 自治体概要

人口	22,401人（住民基本台帳搭載人口：平成29年1月1日）
面積	81.85km <sup>2</sup> （平成29年10月1日現在）
人口密度	273.7人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	6,883,787千円（平成27年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.42（平成27年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	89.3%（平成27年度市町村別決算状況調）
担当課室	羽咋市 産業建設部 6次産業創生室

### 取組概要



道の駅建設現場確認



従業員運営指導



道の駅開業（10万人突破）



1

2

## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

羽咋市は、世界農業遺産に認定された能登半島の玄関口に位置し、面積 81.85k m<sup>2</sup>のコンパクトな都市（人口 22,000 人強）である。近年、のと里山海道の無料化や国道 159 号、415 号等の主要幹線道路の整備促進が進んだこともあり、人・モノ・情報の交流が盛んである。

一方、年間約 300 人の人口減少が続いているおり、日本創成会議が示した「2040 年に地域崩壊の危険性がある自治体」にも該当する過疎地域である。

農業が基幹産業の 1 つとなっているものの、兼業農家が多く、米以外の生産性が低いため、農家所得の向上につながっていないのが現状である。平成 22 年度から「奇跡のリンゴ」で名を馳せる木村秋則氏の指導のもと、市と JA の共同による農薬や肥料、除草剤を一切使用しない自然栽培農業（環境保全型農業）の普及を図り、農業の成長産業化と農村復興を目指している。

そのような状況の中で、地域経済の活性化及び雇用創出を図るため、生産から加工、販売・流通へ繋げる 6 次産業化への取組も行われているが、小規模事業者が多いため商品開発や販路開拓の経験が乏しく、「売れる商品づくり」に必要なノウハウが蓄積されていない。また、量産化できる設備や技術が低いため、商品アイテムの数やその品質向上、生産量等にも限りがある状況となっている。

### b 事業の目的

羽咋市が策定した「羽咋市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に記載されている「安定した雇用の創出」や「新しいひとの流れをつくる」といった基本目標の実現に向けて、本事業では、自然栽培農産品を核に生産から加工、販売・流通を通じた 6 次産業化推進の拠点となる地域振興施設を道の駅（2017 年 7 月開業：国交省による「重点『道の駅』候補」に選定）に併設させ、交流人口拡大や雇用創出、地域経済の活性化に寄与する。

就農者や小規模加工事業者への商品開発支援には取り組んでいるものの、今後は、地域ブランド力を向上させる体制づくりと発信力を持った統一パッケージデザイン制作、販路開拓、経営戦略等の指導に優れた専門家による支援が必要である。

羽咋市はこれまで地域資源の掘り起こしや商品開発に必要なノウハウ取得に努めてきたが、道の駅の開業に向けた商品ラインナップの充実を目指し、より一層の地域内連携を図りながら、特産品開発への意欲向上と商品プラッシュアップ、販促ネットワークの構築を推進する。

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

## ② 事業実施内容

### a 経営と販促戦略

道の駅の開業に向け、市民参加型ワークショップを通じた機運醸成を図る。なお、ワークショップでは道の駅の名称の決定や、販売商品の構成検討等を行う。また、地域住民が主体となった道の駅の運営を実施する。

さらに、自然栽培を活用した地域商品（農産物を含む）を道の駅にて展開しつつ、外部専門家人脈も活用しながら、新たな販路開拓を図る。

### b 商品開発と商品改良

地域に埋もれた商品の発掘や地域資源を活用した発信力のある商品づくりを進めるため、「はくいおやつ隊」を組織する。また、自社製品の開発や当該製品のパッケージデザインを進め、道の駅の主力商品群を構築する。

### c 運営体制構築

循環型産業システムを構築するうえで、道の駅を中心施設に位置付けながら、生産者と販売者、消費者（生活者）をつなぐ運営体制を構築する。具体的には、出品者協議会の設立や道の駅における各種イベント・企画を推進する。さらに、ふるさと納税制度を活用した行政との連携体制構築も目指す。

### d 販促・パッケージデザイン

道の駅開業に向け、ブランドコンセプトに基づく、統一感あるパッケージデザインやリーフレット、ホームページ、商品POP等の販促デザインを制作する。

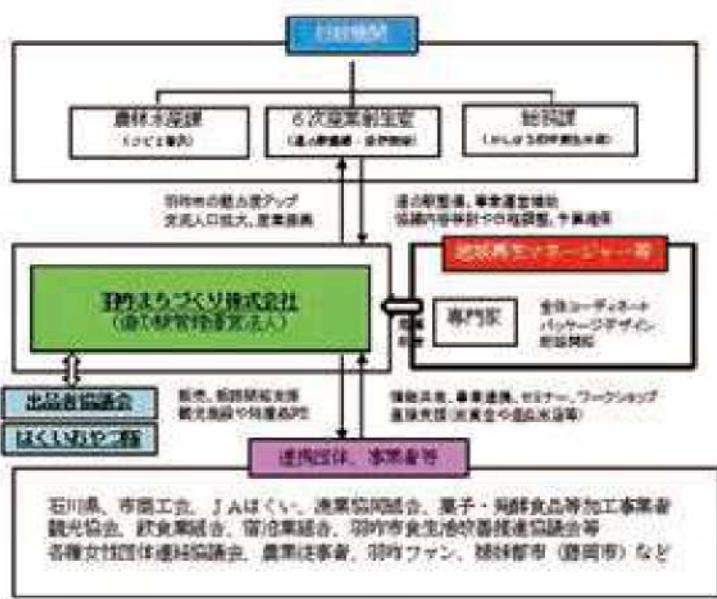
### e 販路拡大

販路拡大を目指し、首都圏におけるオーガニックレストランや百貨店、オーガニック商品取扱小売店舗等を主要な流通先候補とし、商談を展開する。

### ③ 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



## 体制の概要

道の駅の運営主体（産元商社）として平成28年7月に「羽咋まちづくり株式会社」を設立した。また、市内農業者と菓子製造事業者との共同による特産品開発を促すため、農菓マッチング事業と題した商品開発事業を企画・実施していたが、本年度は当該事業を継承した「はくいおやつ隊」を結成し、更なる商品開発を展開する。

一方、市は自然栽培農法の普及及び高付加価値化を地方創生の重点施策に掲げており、JAはくいや生産者と自然栽培実行委員会を組織し、自然栽培の聖地として対外的にアピールするための一体的な組織体制を整備している。

#### b 外部専門家の役割

①組織づくりと戦略づくりに係る助言やアドバイス、②新商品開発やイベント、フェア等の企画の支援、③健全な経営体制を構築するための支援、④地域資源の掘り起こしやブランディングアップ、及び統一感のあるパッケージデザインの制作、⑤販路先ネットワーク構築支援を行う。

1  
2

岩手県	大船渡市
福島県	浪江町
群馬県	東吾妻町
新潟県	三条市
石川県	羽咋市
山梨県	甲府市
静岡県	南伊豆町
大阪府	池田市
奈良県	大和高田市
和歌山県	由良町
山口県	周南市
香川県	観音寺市
高知県	安芸市
福岡県	芦屋町
佐賀県	嬉野市
宮崎県	都農町
鹿児島県	三島村

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	6~8日	首都圏への販路拡大のための営業活動
	11~12日	市民ワークショップ、メニュー試食会
	19~21日	道の駅開業準備に係る打合せ 首都圏への販路拡大のための営業活動
5月	11日	部門長会議での進捗確認及び課題解決へのアドバイス
	17~19日	首都圏への販路拡大のための営業活動
	25~26日	視察研修（従業員）振り返り
6月	7~9日	首都圏への販路拡大のための営業活動
	15~16日	出品者協議会、機器操作説明会
	24日	金沢名鉄エムザ販売促進及びPRイベント出展
	30日	道の駅竣工式
7月	2日	道の駅プレオープン
	7日	道の駅グランドオープン（イベント～9日）
	19~21日	首都圏への販路拡大のための営業活動
8月	6日	レジ通過者5万人達成、すいかまつり開催（スイカ200個完売）
	17~18日	首都圏への販路拡大のための営業活動
	21~23日	首都圏への販路拡大のための営業活動 ※こどもジェラート企画実施、夏休み企画「891セット」販売（8/1～31）
9月	1~2日	首都圏への販路拡大のための営業活動
	9日	レジ通過者10万人達成、唐戸山フェア（～25日）
	19~21日	首都圏への販路拡大のための営業活動
	27日	ふるさと財団現地視察、ワークショップ
10月	1~2日	首都圏への販路拡大のための営業活動
	23日	経営企画会議
	28~29日	ハロウィン企画「仮装でガラポン」実施
11月	1~2日	首都圏への販路拡大のための営業活動
	5日	防災フェア実施
	13~14日	経営企画会議、市民ワークショップ（商品開発）
	25~26日	新米祭り開始
12月	17日	こんちまーと冬の陣（軒下販売）実施
	20~21日	経営企画会議、市民ワークショップ（商品開発）
	23~25日	スイーツバイキング
1月	15~16日	経営企画会議、市民ワークショップ（商品開発）
	28日	のどぐろ祭り（能登ふるさと博協賛事業）

## ⑤ 主な成果

### a 経営と販促戦略

自然栽培米の取扱い店舗の拡大に向け、畦地氏が代表を務め、毎月東京で開催している「あしもと会議」へ出席した。販路戦略を練りながら、商談機会を活用した。

また、道の駅の建屋が完成し、平成29年6月1日から運営法人として羽咋まちづくり株式会社が入居した。以降は従業員研修や経営指導、店舗内レイアウトに係る指導を外部専門家より受けながら、組織運営に必要なノウハウを習得した。

### b 商品開発と商品改良

昨年度の農業マッチング事業を継承し、地域の加工業者らによる「はくいおやつ隊」を結成した。本取組から13の新商品が生まれ、道の駅にて販売されている。

また、畦地氏や伊藤氏からの助言を受けながら、「羽咋せんべい」や「棒寿司」等、計8品の道の駅オリジナル商品の開発も行った。昨年度3月に仕込んだ自然栽培コシヒカリ100%による純米酒「唐戸山」も完成し、これらは全て順調な売上げとなっている。

「はくいおやつ隊」による新商品



道の駅オリジナル商品「唐戸山」



### c 運営体制構築

地域住民の気運醸成のため、前年度から継続しているワークショップの第5回を開催し、60名以上の市民が参加した。参加者には、道の駅に対して愛着を持ってもらえるよう、新商品や道の駅のネーミング決定に携わってもらった。なお、道の駅の名称は「のと千里浜」に決定した。

10月には、まちなか再生シンポジウムを開催し、市民の関わりにより、地域が主体となった持続可能な運営の必要性を伝える機会を持つことができた。

### d 販促・パッケージデザイン

迫田氏の指導のもと、コンセプトやターゲット、テーマカラー等を設定し、それらに沿った共通ロゴや道の駅オリジナル商品のパッケージを作成した。また、道の駅構内のレイアウトにも配慮し、独自の雰囲気づくりを実現した。

施設は「いしかわ広告景観賞知事賞」を受賞する等、評価は高い。また、その話題性から全国放送にも取り上げられる等、メディア露出が高まっている。

白を基調とした駅舎



ベーカリーコーナーの壁面ディスプレイ



1

2

大船渡市

岩手県

浪江町

福島県

東吾妻町

群馬県

三条市

新潟県

羽咋市

石川県

甲府市

山梨県

南伊豆町

静岡県

池田市

大阪府

大和高田市

奈良県

由良町

和歌山县

周南市

山口県

観音寺市

香川県

安芸市

高知県

芦屋町

福岡県

嬉野市

佐賀県

都農町

宮崎県

三島村

鹿児島県

## e 販路拡大

首都圏のオーガニックレストランや百貨店等、20件程度の商談を実施し、金沢市の「金沢名鉄エムザ」への商談が成立した。また、東京に本社を構える「あまでらす(株)」と発芽発酵玄米専用炊飯器との共同販売商品の造成が決定した。

発芽発酵玄米専用炊飯器とのセット商品



## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

羽咋市は、地方創生の大きな柱として掲げる農薬、肥料、除草剤を使用しない自然栽培による環境保全型農業を基点とした循環型産業システム構築を進めている。新規就農者受入体制の確立や生産性向上による安定的な農産物の供給を重要なポイントと捉えており、より一層訴求力を持った高付加価値な商品を造成するとともに、販路拡大や情報発信が必要になるとを考えている。

また、商品のファンを獲得するためには、地域住民の協力は欠かすことはできず、地域住民自らが誇りと主体性をもって課題に立ち向かう体制づくりが必要であると、市は認識している。2017年7月に開業した道の駅においても、まだまだ地元産物の出品が少なく、特に冬季閑散期の出品数が少ないため、地域住民が気軽かつ頻繁に訪れやすい環境をつくることが求められる。

同時に、遠方並びに近隣市町からのリピーターの確保を目指し、さらなる「ここだけでしか買えない」他と差別化した商品開発を行う必要性がある。

今後の取組みの柱としては地域商社機能の充実を考えており、道の駅での小売業態のみならず、地域に埋もれている産品を発掘しながら、地域が連携した商品開発を行いながら、外販に努める必要がある。

地域内外での商業機会を獲得し、持続可能な体制強化を図っていくために、継続的に外部アドバイザーの指導・助言を受け、ノウハウの獲得と対外的ネットワーク構築を推進していく。

## ⑦ 外部専門家コメント

### 環型産業システムのポンプ役「道の駅」開業支援と多面的展開



株式会社アスリック 代表取締役 濱 博一

#### 【取組みの背景】

過疎化・少子高齢化が一気に進む能登半島地域において、世界農業遺産への登録を追い風として「農商工連携・6次化等による地域産業振興→就業機会の創造→定住促進」の拡大循環が永年の懸案であった。能登半島のゲートウェイ「のとののど」に位置する羽咋市では、このような循環型の産業構造を創造するポンプ役として道の駅を位置づけている。

#### 【取組みの推進体制】

本事業では、およそ昨年度と同様に、産元商社機能により農商工連携・6次化事業の推進ならびに道の駅の経営も行う（株）四万十ドラマの畠地履正氏（総務省・地域力創造アドバイザー）を筆頭に、商品開発・総合デザインに関するアドバイザーとして（株）サコダデザインの迫田司氏、地元デザイナーとして田中聰美氏、地域内の特産品を外販するセラー兼、道の駅の品揃えをコンセプトに添って進めるバイヤーとして伊藤恭介氏、全体を統括・調整するアドバイザーとして（株）アスリックの濱博一という陣容で臨んだ。この体制により、1年3ヶ月で開業という時間的に極めて限られているという制約条件の下、複数の専門領域に対して同時並行的・集中的に専門なアドバイスを提供でき、効率的な事業推進をすることができた。

#### 【取組みの成果】

具体的には、道の駅としての飲食・物販等、各種事業の具体的検討、地域を挙げて取り組まれている「羽咋式自然栽培」の産物の販路開拓、道の駅を核とする地域ブランド開発・デザインロゴ・店内に掲示するポスター・POP・プライスカード等の制作、建築設計・店舗設計・内装との協議・調整、地元の農家および菓子製造業等の方々との大詰めの協議・調整を踏まえた上での農商工連携・6次化商品の開発・商品化、飲食メニューの開発、道の駅運営会社の経営計画立案や経営指標の読み解き方の解説、ならびにスタッフの採用等の調整、市民からの一層の参画・参加の機会の創造と協働意識の醸成等、本事業を通じて検討の深化・熟度の向上・具体的な進捗が図られた専門領域は多岐にわたった。

この結果、当初計画では開業（平成29年7月）からとなる第一決算期（平成30年3月末までの9ヶ月間）で約1億4千万円の売上目標であったところを、開業後約6ヶ月後の平成29年12月末時点で約1億9,700万円を売上げ、来訪者も20万人に迫る勢いとなっている。内容的にも、本事業で開発してきた特産品各種が売上上位のほとんどを占める等、量・質の両面でしっかりととした結果を出していることに、推進体制一同を代表して、現場・関係各位に感謝と敬意を表したい。

また、外部専門家は、限定された期間での関わりとなるが、道の駅事業自体は永続的に営まれるものである。そのため、地元で今後持続的に担当される方に対して外部専門家のノウハウを移転することも念頭に置いて携わっている。

#### 【今後の方向性】

さらに、道の駅開業2年目以降のさらなる成長への詰め・経営環境の安定化を図ると共に、市民との協働体制の強化・地域産業へのさらなる循環のしきかとしくみ作りの主体となる地域商社の設立等、道の駅開業に留まらない成長戦略を実現するため、今後求められる深部領域・領域展開に向けて、重心を移した活動を継続する予定である。

1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山県

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## 2-6. 山梨県甲府市「甲府市観光地づくりマネージャー事業」

### 事業概要

総事業費	6,999 千円
助成申請額	4,600 千円
外部専門家	根本実

### 自治体概要

人口	191,673 人（住民基本台帳搭載人口：平成 29 年 1 月 1 日）
面積	212.47 km <sup>2</sup> （平成 29 年 10 月 1 日現在）
人口密度	902.1 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	41,799,378 千円（平成 27 年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.76（平成 27 年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	91.4%（平成 27 年度市町村別決算状況調）
担当課室	甲府市 産業部 観光商工室 観光課

### 取組概要



大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山县

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

甲府市は、北に八ヶ岳、南に富士山、西に南アルプス連峰など数多くの山々に囲まれるとともに、御岳昇仙峡をはじめとする美しく豊かな自然環境に恵まれている。また、古くから水晶の研磨業が栄え、全国の約3分の1のジュエリーが甲府市内で製品化されていることから「宝石の街・甲府」として知られる。また、全国で初めて甲州種や山葡萄でぶどう酒（ワイン）の醸造を行ったという記録が残っていることから「国産ワイン発祥の地」として情報発信をしているところである。

以上のような観光資源に加え、甲府市は、2019年に迎える「こうふ開府500年」、2020年の「東京オリンピック・パラリンピック」、2021年の「武田信玄公生誕500年」という歴史的な節目を迎えるとともに、2027年の「リニア中央新幹線の開通」も視野に入れながら、交流人口の確保による地域活性化を図る観光施策の展開が求められている状況である。

しかしながら、地域活性化に資する持続可能な観光施策の実現には、「稼ぐ」という視点のもと、民間活力を最大限に活かした継続的な事業の取り組みが必要であり、その舵取り役をする組織（プラットフォーム組織）の育成が重要となってきている。

### b 事業の目的

甲府市では、平成28年度から始まった「第六次甲府市総合計画」において「観光の振興」という施策を設け、「多くの人々が訪れ交流する観光まちづくりに向け、関係団体との連携強化」を位置づける中で、これまで任意団体であった「甲府市観光協会」の事務局と協議を重ね、法人化に向けて取り組むとともに、地域資源を活用した「稼ぐ」観光事業の企画、運営、プロモーション、広域連携を拡充させ、自主性、自立性をもった観光事業の展開を目指すこととした。

本事業では、外部専門家を招聘し、そのノウハウを活かした実効性のある事業を展開するとともに、将来的には持続可能な観光マネジメント組織（DMO）を構築し、交流人口の増加や地域の活性化、更には雇用の創出を図ることを目的としている。

## ② 事業実施内容

### a 観光商品開発

甲府市観光協会会員が実施主体となる、「昇仙峡」、「ぶどう」、「ジュエリー」などの地域資源を活用した着地型観光メニューを企画し、実施する。

### b 民間、広域連携等の組織強化

甲府市観光協会の組織強化を目的に、観光協会会員及び地元民間事業者等を連携させた組織づくりのため、連携専門部会を構築してその運営を行うとともに、新規観光協会会員の加入促進、さらには、市域を超えた「観光まちづくり」に関する意識醸成セミナー等を開催する。

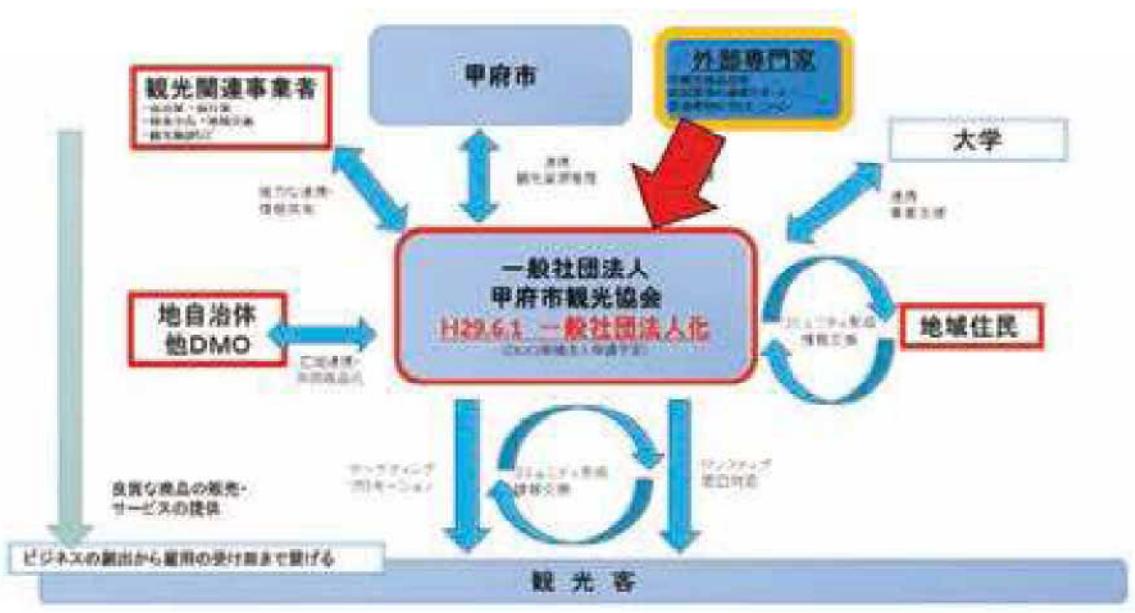
### c プロモーション

観光商品情報を顧客ターゲットに届けるため、SNSを含む効果的なプロモーションを実施するとともに、観光商品をツアー化するため、旅行会社に対してセールスコールを実施する。

### ③ 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

甲府市観光課において、外部アドバイザーと契約し、甲府市観光協会へアドバイザー派遣をおこない、今後の観光事業の舵取り役となるよう組織強化を図るサポートをするとともに、地元観光事業者を中心とした多様な関係者を巻き込み、自立可能な事業者を育成し、観光地域づくりに資する組織強化を図る。

#### b 外部専門家の役割

外部専門家は、着地型観光メニューの企画・実施に対するサポートを行うとともに、観光協会及び地元民間事業者等が参加する連携専門会や市域を超えた「観光まちづくり」に関する意識醸成セミナーにおける講演の実施、新規観光協会会員の加入促進に向けたサポート、旅行業者に対するセールスコール支援を行う。

1  
2

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	21日	甲府市・甲府市観光協会・㈱JTBパブリッシングの3者連携協定の締結(民間連携)
5月	15日	4市1町広域連携開始(甲府市・笛吹市・山梨市・甲州市・富士河口湖町の観光協会による連携)
	25日	観光協会理事会にて一般社団法人化が決定 観光地域づくりセミナー開催
6月	1日	甲府市観光協会の一般社団法人格取得
	20日	首都圏記者クラブへのプロモーション
7月	6日	昇仙峡魅力づくりワーキングの開催
	21日	宿泊誘引プロモーションの実施開始(第1弾) 4市1町 山梨フルーツ協議会の設立
8月	1日～	体験系Webでの販売開始(昇仙峡ロープウェイ・影絵の森美術館)
	30日～	「秋のおすすめ 空中散歩 昇仙峡」ツアー募集開始
9月	1日	広域フォトコンテストの実施開始
	6,7日	大阪名古屋観光商談会
	15日	東京観光商談会
10月	1日	地域おこし企業人の招聘着任
	5日	るるぶキッチン(冊子)によるワイン・地鶏のプロモーション
	18日	体験系Webの活用セミナー(15人)
	20日～	星空と光の昇仙峡ツアー開始(15日)
	23日～	昇仙峡マイスター(ガイド)の育成研修会(4日間)
	30日	プレミアムツアー「鹿革に漆。甲州に四百年受け継がれる心。」実施
11月	2日	プレミアムツアー「鹿革に漆。甲州に四百年受け継がれる心。」実施
	3～5日	昇仙峡ダムカヌーの試験実施
	13日	DMOセミナー
12月	15日	宿泊誘引プロモーション開始(第2弾) 体験系Webの活用セミナー(20人)
1月	26日	日本旅行ワークショップ
2月	6日	東京観光商談会
	20日	インバウンド観光ワーキング(学生・地元事業者)

## ⑤ 主な成果

### a 観光商品(メニュー)開発

地域資源を活用した着地型観光メニューとして、昇仙峡のアクティビティ事業、広域フォトコンテスト、プレミアムツアー等を新規造成した。

昇仙峡のアクティビティ事業では、荒川ダムでのカヌ一体験を11月3日から5日の3日間で試行的に実施した結果、合計71名の参加があり、本格実施に向けた可能性を確認することができた。また、湯村温泉郷の宿泊客を対象にした昇仙峡ナイトツアーを10月20日から11月25日まで実施した。

広域フォトコンテストは、「ワイン色のある風景」をテーマに、甲府市観光協会と笛吹市観光物産連盟との共催により実現したものである。

プレミアムツアーでは、印伝とワイナリー、甲州牛といった地域資源を組み合わせた日帰りツアーを実施した。

#### 昇仙峡のアクティビティ事業



#### 広域フォトコンテスト



#### 地域資源を活用したプレミアムツアー



### b 民間、広域連携等の組織強化

甲府市観光協会の組織強化に向け、甲府市、観光協会、JTB パブリッシングの3者での連携協定を4月21日に締結した。その一環として、10月1日よりJTB パブリッシングから地域おこし企業人が甲府市観光課に着任し、観光協会と連携しての事業展開を図った。

広域連携としては、4市1町（甲府、笛吹、甲州、山梨、富士河口湖）で、「富士山フルーツ観光協議会」を設立した。

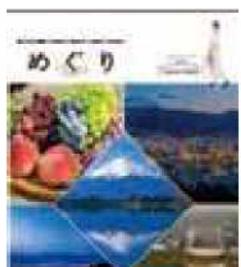
#### 民間との連携協定



#### 地域おこし企業人の着任



#### 4市1町の連携プロモーション



1

2

大船渡市

岩手県

浪江町

福島県

東吾妻町

群馬県

三条市

新潟県

羽咋市

石川県

甲府市

山梨県

南伊豆町

静岡県

池田市

大阪府

大和高田市

奈良県

由良町

和歌山县

周南市

山口県

観音寺市

香川県

安芸市

高知県

芦屋町

福岡県

嬉野市

佐賀県

都農町

宮崎県

三島村

鹿児島県

## C プロモーション

プロモーションの取組みとして、Facebook や Twitter を活用した情報発信を図るとともに、複数の体験系 Web サイトを活用したプロモーションを実施した。また、食の冊子において、ワインと地鶏のプロモーションを展開した。



## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

甲府市では、観光商品の新規造成、民間・広域連携による組織強化、プロモーションの強化に力を注いできた。今後は、観光事業の舵取り役として強化を開始した（一社）甲府市観光協会が持続可能な組織となるよう、自主財源や人材確保、多様な関係を巻き込んだ観光地経営や観光地域づくりに資する意識醸成等による組織強化を継続して取り組んでいく必要があるとの認識を持っている。

自主財源の創出においては、各事業者等が取り組んでいる観光商品を取りまとめ、ニーズにあったプラットフォームサイトと連携させ、その仲介及び運営サポートの手数料を得るとともに、委託事業の実施や将来的には指定管理業務への進出も検討している。

また、マーケティング、マネジメント面における人材不足を補うため、観光協会員や学生、地元地銀等と連携を強化し、人材育成に資する情報共有等を図っていく予定である。

### 【今後の方向性】

- ・着地型観光メニューのプランアップ＆自走サポート
- ・各事業者が取り組んでいる事業の×(かける)作業
- ・旅行者目線の広域観光事業の推進
- ・甲府=〇〇 のブランドづくり
- ・ターゲットごとに分けた届かせるプロモーション



## ⑦ 外部専門家コメント

### 持続可能な観光地域づくりに挑戦



根本 実

#### 【事業概要】

甲府市は2019年に「こうふ開府500年」2020年の「東京オリンピック・パラリンピック」2021年の「武田信玄公生誕500年」という歴史的節目を迎えるとともに、2027

年の「リニア中央新幹線の開通」も視野に入れた、持続可能な地域活性化を求められています。しかしながら、点在する地域資源の活用や、観光事業の舵取り役が不明確であることから、地域資源の活用事業者及び観光のプラットフォームとなる舵取り役を育成し、持続可能な観光地域となるよう、それぞれの課題・対応策をサポートして、新たな観光地づくりを目指した事業です。

#### 【取組内容】

①地域資源を活用した観光商品の造成・自立を目指し、既存の観光事業者が行っていた事業の磨き上げはもとより、新規事業者の開拓や活用されていなかった地域資源の活用を地元や他市町村、大手民間事業者などと協同し、観光メニューの造成・実施を行うとともに、自立に向けたサポートを行いました。

②持続可能な観光地の舵取り役組織の強化として、甲府市観光協会を一般社団法人化するとともに、大手旅行出版社である㈱JTBパブリッシングとの連携協定や、4市1町の観光協会等が新たに連携した組織を立ち上げる等、(一社)甲府市観光協会が持続可能な組織として成長するようサポートし、組織強化の地盤作りを行いました。

③観光プロモーションとして、観光商品情報をターゲットに届かせるため、体験系のWeb販売や、ニーズにあった媒体による地域資源の選別によるPR等、新たな手法を取り入れた取り組みを開始し、地域活性化に努めました。

#### 【所感と今後の展開】

今回、「地域資源の活用と地元事業者の自立」・「持続可能な観光地域の舵取り役の育成」・「誘客する効果的なプロモーション」といった3つのキーワードを同時展開することにより、魅力ある観光地域づくりに向けた、取り組みの第一歩を踏み出しました。この展開を地域に根付かせ、また、さらなる活性化を引き出すために、引き続き新たな方策も取り入れながら、一緒に成長していきたいと考えています。

1

2

大船渡市

岩手県

浪江町

福島県

東吾妻町

群馬県

三条市

新潟県

羽咋市

石川県

甲府市

山梨県

南伊豆町

静岡県

池田市

大阪府

大和高田市

奈良県

由良町

和歌山县

周南市

山口県

観音寺市

香川県

安芸市

高知県

芦屋町

福岡県

嬉野市

佐賀県

都農町

宮崎県

三島村

鹿児島県

## 2-7. 静岡県南伊豆町「誰もが生涯にわたり活躍できる地域社会を形成するための「学びのプラットフォーム」構築事業」

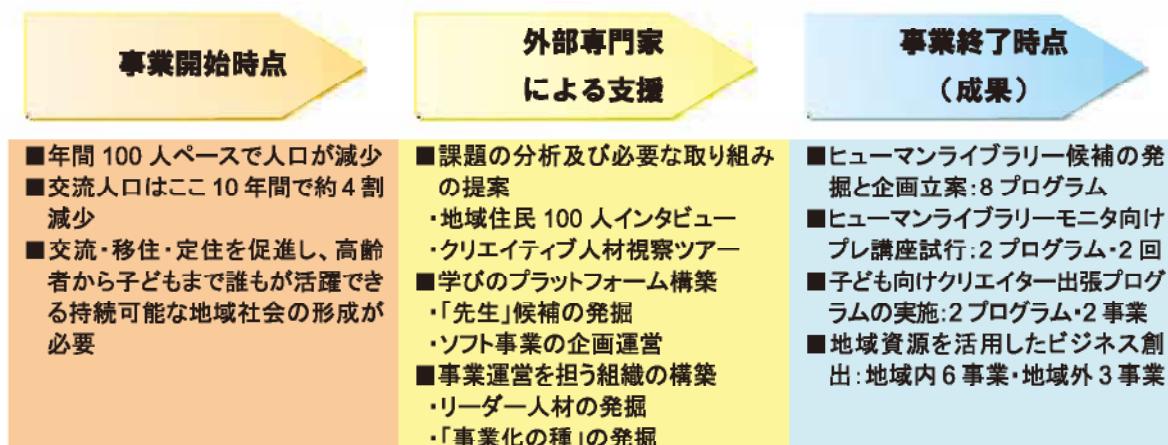
### 事業概要

総事業費	10,410千円
助成申請額	6,940千円
外部専門家	近藤ナオ（株式会社アソボット） 榎本善晃（合同会社beniw）

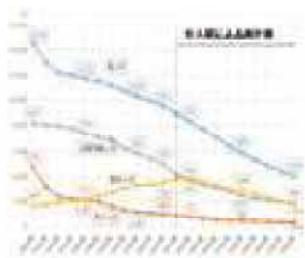
### 自治体概要

人口	8,669人（住民基本台帳搭載人口：平成29年1月1日）
面積	109.94km <sup>2</sup> （平成29年10月1日現在）
人口密度	78.9人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	3,277,286千円（平成27年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.32（平成27年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	83.9%（平成27年度市町村別決算状況調）
担当課室	南伊豆町 企画課 地方創生室

### 取組概要



年齢3区分別人口の推移



100人インタビューの様子



ヒューマンライブラリーモニタ事業の様子



1

2

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

南伊豆町の人口は、昭和30年には16,377人であったものが、平成28年では8,743人(4月1日現在の住民登録)まで減少しており、平成52年(2040年)には5,874人に減少すると推計されている。特に、年少人口及び生産年齢人口の減少と高齢化の進展が著しく、平成2年に24.3%であった高齢化率は、平成32年では44.3%まで達すると予測されており、少子高齢化は、一次産業及び観光産業を中心とする三次産業の後継者・担い手不足、事業規模の縮小、医療・介護等のサービス供給の低下、地域での生活利便性の低下など、既存の産業やコミュニティに深刻な影響を及ぼしている。

町では、これらの現状を踏まえ、平成28年3月に策定した南伊豆町まち・ひと・しごと創生総合戦略において、5つの世代をターゲットに「南伊豆町の魅力を活かした各世代の多様なライフスタイル・ワークスタイルを醸成し、南伊豆町を取り巻く人の流れを変える」ことを基本として目指すべき将来像の実現に向けて、生きがいややりがいづくりの推進による健康寿命の延伸、町出身者や町外の若者世代が南伊豆で働きたい、暮らしたいと思える南伊豆ならではの魅力的で多様性のあるビジネス創出、南伊豆町のポテンシャルを活かした観光・交流の促進、結婚・出産・子育て支援と次世代を担う子どもを育む環境整備などに取り組み、高齢者から子どもまでみんなが活躍できる「場」を創造することで、平成33年に人口8,800人を維持することを目標としている。

### b 事業の目的

本事業は、総合戦略に掲げる将来像を実現するための取り組みのひとつである「南伊豆町生涯活躍のまち（南伊豆のまち・ひと・しごとづくり大学）」事業のエンジンとなる「学びのプラットフォーム」の構築とその運営を担う持続可能な住民主体の組織づくりを行うものであり、地域の再生だけにとどまらず、40年以上の交流の歴史がある東京都杉並区や本事業に賛同いただいた首都圏等の大学、団体、企業などと連携して事業を進めることで、都市と地方のそれぞれの強みを生かして互いの弱みを克服する、都市と地方の連携による地方創生を実現することを目的としている。

具体的には、高齢者の生きがいづくりや地域づくりの担い手として活躍できる場の創出（生きがい・やりがいの創出）、南伊豆の地域資源を活かした仕事づくりの支援（仕事の創出）、都市部の住民に対する南伊豆ならではの学びや体験の提供（交流の促進）の3つを柱とした「学びのプラットフォーム」を構築し、地域づくりへの主体性と創造性を高め、地域の創生を担う人づくり、みんなが活躍できる場所づくりを行い、地域内外の子どもから高齢者まで、誰もが生涯にわたり活躍できる地域社会の形成を目指す。

## ② 事業実施内容

### a 課題の分析及び必要な取組の提案

地域課題や地域特性を把握するため、住民へのヒアリング等の現地調査、東京圏からのクリエイティブ人材視察ツアー等を実施し、その結果を検証し、必要な取組の提案を行う。

### b 学びのプラットフォームの構築に係る人材育成

南伊豆ならではのひと・こと・ものを活かしたソフト事業（生涯学習事業や交流事業）の企画運営支援と事業運営を担う人材発掘及び育成（起業支援）を行う。

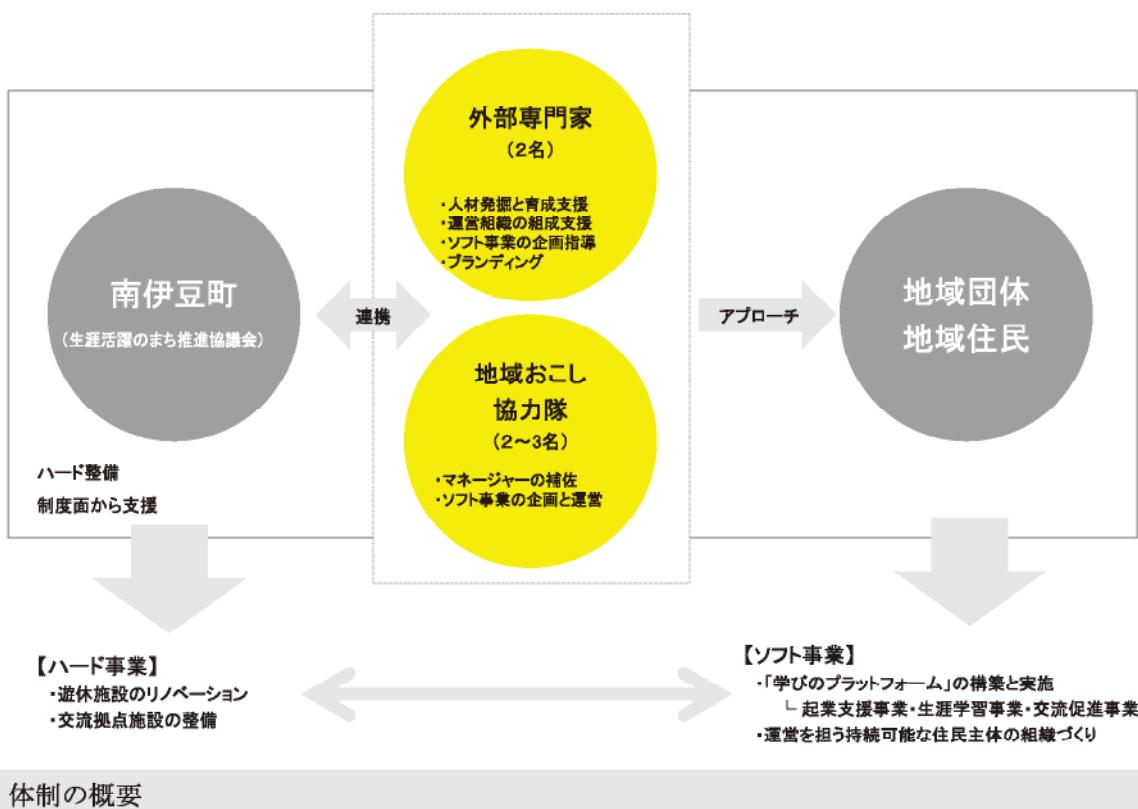
### c 事業運営を担う組織の構築

様々な主体が活躍する場をつなぐ横断的な運営組織（まちづくり会社）のリーダーとなる人材の発掘、持続可能な事業展開及び組織運営の構築に向けた基盤づくりを実施する。

### ③ 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



## 体制の概要

外部専門家と地域おこし協力隊が連携して、住民の当事者意識の醸成やプレイヤーの発掘・育成、ソフト事業の企画運営等を中心にソフト面の支援を行なった。また、行政はハード面や規制等の制度面において必要な基盤づくりを進めることで、住民が主体となった持続可能な運営組織（まちづくり会社）の構築を目指した。なお、取り組みが複数の分野（特にソフト事業）にまたがることから、2名の外部専門家を活用し、それぞれが専門分野に特化できる体制で事業推進を図った。

#### b 外部専門家の役割

地域課題や地域特性を把握するための住民へのヒアリングや東京圏からのクリエイティブ人材視察ツアーを通じた結果の検証と必要な取り組みの提案を行なった。併せて、学びのプラットフォームの構築に向けた人材発掘と育成、ソフト事業の企画運営支援、事業運営を担う組織の構築にむけた基盤づくりを行った。

1

2

岩手県  
大船渡市福島県  
浪江町群馬県  
東吾妻町新潟県  
三条市石川県  
羽咋市山梨県  
甲府市静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
和歌山県  
大和高田市和歌山県  
由良町奈良県  
周南市香川県  
観音寺市高知県  
安芸市福岡県  
芦屋町佐賀県  
嬉野市宮崎県  
都農町鹿児島県  
三島村

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	13～15日	町民100人インタビュー
	24～26日	町民100人インタビュー クリエイティブ人材視察ツアーア
5月	18～20日	新規事業打ち合わせ 町民100人インタビュー クリエイティブ人材視察ツアーア 飲食店や観光施設、遊休不動産の視察及び打ち合わせ
	28～30日	町民100人インタビュー クリエイティブ人材視察ツアーア
6月	18～21日	町民100人インタビュー クリエイティブ人材視察ツアーア ふるさと財団現地調査①
7月	11～15日	町民100人インタビュー クリエイティブ人材視察ツアーア こどもプログラム説明会 地域住民とクリエイティブ人材交流会
8月	22～24日	こども交流事業サポート
	28～29日	地元企業支援、打ち合わせ
9月	20～22日	町民100人インタビュー クリエイティブ人材視察ツアーア
10月	31日	ふるさと財団現地調査②
11月	1日	ふるさと財団現地調査②
	20～22日	観光資源・遊休不動産等の地域資源調査、打ち合わせ 地元企業支援、打ち合わせ ヒューマンライブラリーモニタ準備
12月	7～8日	ヒューマンライブラリーモニタ準備・モニタ実施
	12～15日	ヒューマンライブラリーモニタ準備・モニタ実施
	26日	クリエイティブ人材視察ツアーア ヒアリング用資料作成
1月	8～9日	地域住民ヒアリング
	18～20日	ヒューマンライブラリーモニタ準備
	24～25日	クリエイティブ人材視察ツアーア ヒューマンライブラリーモニタ準備
2月	14～15日	ヒューマンライブラリーモニタ準備
	16～17日	クリエイティブ人材視察ツアーア 地元企業支援

## ⑤ 主な成果

### a 課題の分析及び必要な取り組みの提案

町民100人インタビュー（80名）を実施し、地域課題や地域特性を把握するとともに、外部の目線で地域資源を発掘し、来訪動機につながる魅力を創造するため、地域住民だけでは見落としがちな地域資源を都市部のクリエイターの目で見てもらい、真に都市部の人

1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山県

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

材が南伊豆に訪れたくなる魅力づくりにつなげるためのクリエイティブ人材視察ツアー（77名・全10回・のべ124名）を実施した。

100人インタビューの様子



地域資源調査の様子



### b 学びのプラットフォームの構築に係る人材育成

南伊豆に来る人との、1対1コミュニケーションの機会をつくることで、「生きがいの創出」と「複業のきっかけ」をつくり、「相互理解→関係構築→再訪のきっかけ」から、南伊豆の深いファンをつくるヒューマンライブラリーの“先生役”の発掘（8人・8プログラム）とモニタ試行（2名・2プログラム）を実施した。併せて、町民インタビュー等により発掘した人材を子ども向けプログラムに活かした「クリエイター出張プログラム」「ふるさと学級」事業（2事業）を実施した。また、一人ひとりの想い（自らのやりたいこと×地域に貢献できること）を起点に多彩多様な事業やプロジェクトを創出するため、地域内外の「事業化の種」の発掘と事業化に向けた支援（地域内6事業・地域外3事業）を行った。

ヒューマンライブラリーモニタ事業の様子



こども漁村交流×地元クリエイター講座



### c 事業運営を担う組織の構築

町民100人インタビュー（80名）及びクリエイター人材視察ツアー（77名・全10回・のべ124名）を実施する中で、事業推進とバックヤードを担う人材の発掘と育成を行い、地域内外から「事業化の種」を発掘した。しかし生涯学習事業、起業支援事業、交流促進

事業を横断的に運営できるリーダー人材の発掘及び育成には至っていないことから、次年度以降も引き続き人材の発掘と育成を進め、事業運営を担う組織の構築に向けた基盤づくりを進める。

## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

今年度は、事業着手にあたって必要な地域課題と地域特性を把握するための住民インタビュー調査や首都圏クリエイター人材視察ツアーを重点的に実施することで、来年度以降の事業化につながる人材発掘や育成、モデルプログラムの試行など、今後の取り組みの土台を固める重要な1年となった。

住民インタビュー調査を実施する過程で、住民の機運の高まりや様々な魅力的な担い手候補や「事業化の種」人材に出会えたものの、リーダーとなりうる具体的な人材には出会えなかった。一方で、「人口は減少しているものの、移住者は増えている」「南伊豆の魅力は自然環境」「こどもたちにクリエイティブな取り組みに触れさせたいニーズがある」などの調査結果をヒントに、一つのアプローチとして、南伊豆町の自然環境の魅力を活かした、多拠点型クリエイター人材の視察ツアーを行い、地域内外の交流の機会を重ねることで、担い手人材の絶対数を増やす試みを行った。また、「1対1のコミュニケーション」による学びのプログラムのプロトタイプ構築に向けて、2回のモニタープログラム試行を実施し、人口の多い都市部以外でも、持続可能な学びのプログラムを成立させることができる可能性を検証した。

次年度は、今年度の成果を“かたち”にする1年として位置づけ、引き続き、外部専門家を活用し、人材発掘とリーダー人材の育成支援を通じて、具体的なまちづくり組織の構築を進めることとする。特に、リーダー人材の発掘と育成に力を注ぐことが最も重要なポイントである。同時に、幅広く担い手人材の発掘・育成を行いながら、「学びのプラットフォーム」として持続可能な実施体制となるよう、ヒューマンライブラリーをはじめとした発掘人材によるモデルプログラムの試行と地域内外の想いのある個人や企業の起業や事業サポートなど、具現化に向けた取り組みを進めていく。

## ⑦ 外部専門家コメント

“学び”を口実に、1対1のコミュニケーションの機会をつくる



(左：近藤氏、右：榎本氏)

株式会社アソボット 近藤 ナオ  
合同会社beniw 榎本 善晃

### 【今回の事業の概要】

南伊豆町は『誰もが生涯にわたり活躍できる地域社会を形成するための「学びのプラットフォーム」構築』をテーマに事業を行ってきました。簡単に言うと「南伊豆の魅力を活かした、各世代の多様なライフスタイル・ワークスタイルを醸成し、南伊豆を取り巻く人の流れを変える」をミッションに、南伊豆のあらゆる方々に活躍の場をつくる事業です。

人材発掘をしていく中で、事業者および起業予備軍については事業の創出・コンサルティングを、非事業者および高齢者については生きがい・やりがいの創出を行います。

軸としては、南伊豆の町民が“先生役”となり、南伊豆に来る人との1対1のコミュニケーションをする機会となる学びのプログラムをつくることで、「生きがいの創出」と「複業のきっかけ」をつくり、その副産物として相互理解→関係構築→再訪のきっかけへと繋げて、南伊豆町の深いファンをつくります。

また、これらの学びのプログラムについて、事業者が“先生役”を担う場合は、新たな集客方法・事業開発等のプロトタイピングにつながるように企画していきます。

### 【地域の課題に対するアプローチ】

まず大きな課題背景として、全国的な傾向である人口減少とあわせて特に顕著なのが2点。ひとつは、交流人口の減少。もともと戦後、観光需要で大きく賑わっていた南伊豆町ですが、この10年ほどで交流人口が4割減っています。もうひとつは、高い高齢化率。65歳以上の人口比率について、全国平均で27%のところ、南伊豆町は44%。まさに課題先進地域です。

本事業の着手にあたって、まず扱い手の発掘のために「100人インタビュー」を行いました。インタビューを通して様々な魅力的な扱い手候補に出会えたものの、単体で事業推進力や集客魅力について圧倒的なパワーを持ち得る方にはなかなか出会えず、期限アリでスピード感を持って本事業を進めるには、人口8800人かつ高齢化率44%だと、リーダーおよびクリエイター人材が不足しているのが正直なところ。この状況を打破するために、南伊豆の自然環境の魅力を活かして、多拠点型クリエイター人材の視察ツアーを行い、地元内外の交流の機会を重ねて、扱い手人材の絶対数を増やす試みを行っています。

また、特徴的なアプローチとして、学びのプログラムを「1対1のコミュニケーション」とした点が挙げられます。1対1であれば、20~30人を集客しなくても1人が興味を持てば開催可能であり、また1人の相手をすれば成立するので登壇経験のない普通の人でも“おしゃべり”の延長でプログラムをつくれるため、人口の多い都市部以外でも、学びのプログラムを成立させることができます。

### 【次年度以降の展開】

今年度は、扱い手発掘を中心に次年度以降の“仕込み”に振り切って活動してきましたので、引き続き扱い手人材の発掘・醸成を進めつつ、「学びのプラットフォーム」として持続可能な実施体制の構築に向けて、具体的な着手を進めていきます。

1

2

大船渡市

浪江町

東吾妻町

三条市

羽咋市

甲府市

南伊豆町

池田市

大和高田市

由良町

周南市

観音寺市

安芸市

芦屋町

嬉野市

都農町

三島村

岩手県

福島県

群馬県

新潟県

石川県

山梨県

静岡県

大阪府

奈良県

和歌山县

山口県

香川県

高知県

福岡県

佐賀県

宮崎県

鹿児島県

## 2-8. 大阪府池田市「みんなで実現・わがまち創生」

### 事業概要

総事業費	4,500 千円
助成申請額	3,000 千円
外部専門家	栗田拓 (NPO 法人トイボックス 代表理事)

### 自治体概要

人口	103,077 人 (住民基本台帳搭載人口 : 平成 29 年 1 月 1 日)
面積	22.14 km <sup>2</sup> (平成 29 年 10 月 1 日現在)
人口密度	4655.7 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	20,762,858 千円 (平成 27 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.87 (平成 27 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	93.9% (平成 27 年度市町村別決算状況調)
担当課室	池田市 総合政策部 政策広報課

### 取組概要

#### 事業開始時点

- 人口減少・高齢化が進展
- 平成 27 年度から地方創生の活動を実施
- 住民のまちづくりに関する意識は高い
- 活動を持続的なものにするための仕組みづくりや資金の継続性の確保が今後の課題

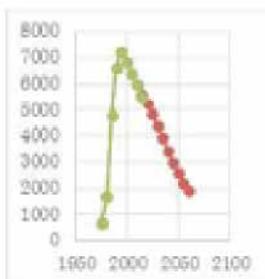
#### 外部専門家による支援

- 地域再生を進める「伏尾台創生会議」を立ち上げ・運営
- 企業や専門家、関連団体などの巻込み
- 活動メンバー間の調整
- 新しいビジネスの創出に向けた調査や社会実験の実施
- Web サイトの運用による情報発信の強化

#### 事業終了時点 (成果)

- 毎回 25~30 名が参加する会議を開催。地域のコンセプトや活動テーマを整理
- こども食堂を 23 回開催。人材育成とスキームを獲得
- 交通インフラ整備に向けた社会実験実施と既存交通事業者との連携の場の立上げ
- 地域のホームページを開設。情報発信の基盤づくり

人口の推移と将来推計



会議での  
ファシリテーション・グラフィック



こども食堂の様子



1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山県

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

池田市伏尾台地域は、昭和40年代に開発されたベッドタウンで、開発初期からの住民が高齢化する中、2世代目、3世代目が就職や結婚でまちを離れ、市内で最も急速に高齢化・人口減少が進んでいる。地域の人口ビジョンでは、5,500人余りの人口が20年後には4,000人を切ると推計されている。

一方で、早くから住み続けている住民のまちづくりに関する意識は高い。専門的知見を持った住民が比較的多く参加する「コミュニティ推進協議会」が組織され、さまざまなまちづくり活動が展開されている。

市が平成27年度から伏尾台地域で実施してきた地方創生の活動は、まちづくりのビジョンやコンセプトを明確にすることで、これまで行われてきた様々な住民の活動をより効果的にしようとする取組みであった。2年間の取組みで組織化や活動のモチベーション、人材の発掘には一定の成果を挙げたが、活動を持続的なものにするための仕組みづくりや資金の継続性の確保が今後の大きな課題である。

伏尾台地域は、住民活動が活発であり、市の教育施策の中心である小中一貫校やNPOによるフリースクールとの連携事業があり、小学校跡地など利活用を検討できるスペースがあることから、これらの資源を活用した事業を展開したいと考えており、伏尾台地域のコミュニティの潜在力を更に引き出し、住民が培ってきた地域の活動を一步推し進め、採算性のあるビジネス化を進めていくこととなった。

### b 事業の目的

伏尾台地域で策定したまちづくりのビジョン「子育てにやさしいまち伏尾台」で、まち全体で子育て世代を支援することで、2世代目、3世代目の回帰や新規住民の流入を目指す。

具体的には、NPO等と連携し、教育相談・子育て支援・まちづくりカフェ・プレイパークなど、総合的な子育て支援機能を持つ拠点を地域住民からなる組織が運営することで、地域への人の移動が喚起され、地域発のビジネスとして消費活動だけではなく商業活動を活発にすることで、地域全体として「子育て」をキーワードとした経済的な活性化が起きる。

もともと自然の豊かさや近隣関係の良さには定評のある住環境にレクリエーション要素を加えることで、人口減少傾向を緩和し、高齢化率を低減させ、地域再生につなげていく。

また、本市は、市内の地域ごとの特色を活かしたまちづくりを展開していく「池田のまち みんなまとめてテーマパーク構想」をスタートさせたところで、伏尾台地域が他地域に先駆け具体的な事業を進めることは、池田市全体の魅力づくり・地方創生の牽引役を果たすこととなる。

## ② 事業実施内容

### a 地域再生を進める組織の運営

本事業の活動推進の中心となる「伏尾台創生会議」の開催及び伏尾台創生会議内に設置した個別の事業に取り組む3つの作業部会「はぐのさとプロジェクト」、「地域内交通部会」、「広報部会」を運営する。

### b 地域再生の核となる施設の運営方針の策定

小中一貫校の設立に伴い廃校となった旧伏尾台小学校において住民による活用プランを踏まえて、本施設を地域資源として活用し、施設内に地域住民がビジネス創出活動を行えるスペースを設置する。

### c 地域資源等を活用したビジネスの実施組織の立上げと人材育成

まちづくりに総合的に取組む「伏尾台創生会議」の中に、地域資源を活用したビジネス創出を行う作業部会「はぐのさとプロジェクト」、「地域内交通部会」、「広報部会」を設け、具体的なビジネスプランの作成、組織の立上げに向けて、運営の中心となる人材の育成を行う。

### d 地域連携と専門家応援団の構築

地域スポーツの振興、カフェの食材や物品販売の商品などを仕入れる地場産業との連携をすすめ、地域再生事業の専門家・地域事業者の応援団を形成する。

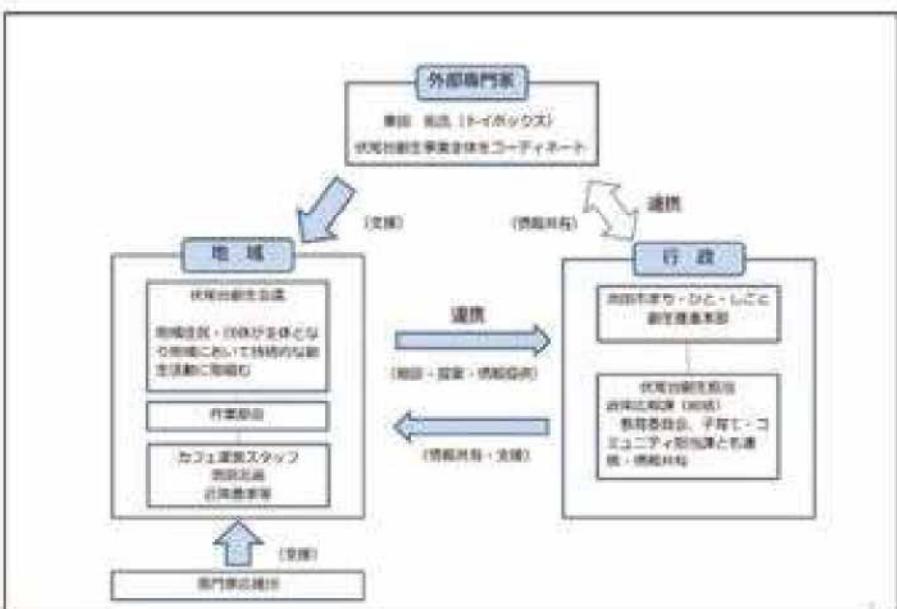
### e 情報発信力の強化

事業のプロセス・成果を、インターネット等を通じて広報することができる組織基盤を構築する。伏尾台地域、市のブランディングにつながる広報を行うことで、地域人材や資源の再生産に繋げる。

### ③ 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

地域住民・団体が主体となり、地域において持続的な創生活動に取り組む「伏尾台創生会議」、及び本会議内に設置された3つの作業部会の活動を外部専門家がコーディネーターとして運営支援を行っている。

#### b 外部専門家の役割

外部専門家はプロジェクト全体の方向を定め、コミュニティ交通や小学校跡地の検討で住民活動のプラットフォームがスムーズに市の施策として構築できるように調整をする。また、広報やアンケート調査の実施においては専門的なアドバイスを行う。総論では合致していた住民の意見の中でのさまざまな対立の芽を事前に予見し、住民間の意見調整や利害調整を行い、活動の組織化とコミュニティビジネスの立上げを円滑に行う。

1

2

大船渡市

浪江町

東吾妻町

三条市

羽咋市

甲府市

南伊豆町

池田市

大和高田市

由良町

周南市

観音寺市

安芸市

芦屋町

嬉野市

都農町

三島村

岩手県

福島県

群馬県

新潟県

石川県

山梨県

静岡県

大坂府

奈良県

和歌山県

山口県

香川県

高知県

福岡県

佐賀県

宮崎県

鹿児島県

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	23日	第1回伏尾台創生会議の実施
5月	28日	第2回伏尾台創生会議の実施
6月	25日	第3回伏尾台創生会議の実施
	11日	地域内交通部会会議の実施
	18日	はぐのさとプロジェクト会議の実施
	29日	広報部会会議の実施
	3, 10, 17, 24日	コミュニティカフェ・こども食堂の実施
7月	23日	第4回伏尾台創生会議の実施
	2日	はぐのさとプロジェクト会議の実施
	18日	広報部会会議の実施
	1, 8, 22, 29日	コミュニティカフェ・こども食堂の実施
8月	8, 18日	地域内交通部会会議の実施
	26日	「伏尾台夏祭り」開催。広報、アンケート、交通社会実験の実施
	5日	コミュニティカフェ・こども食堂の実施
9月	10日	第5回伏尾台創生会議の実施
	20日	広報部会会議の実施
	2, 16, 30日	コミュニティカフェ・こども食堂の実施
10月	22日	第6回伏尾台創生会議の実施
	1日	はぐのさとプロジェクト会議の実施
	12日	地域内交通部会会議の実施
	4, 16, 22日	池田市テーマパーク構想有識者等懇談会との連携
	7, 14日	コミュニティカフェ・こども食堂の実施
11月	26日	第7回伏尾台創生会議の実施
	19日	はぐのさとプロジェクト会議の実施
	11, 25日	コミュニティカフェ・こども食堂の実施
12月	2, 9日	コミュニティカフェ・こども食堂の実施
1月	21日	第8回伏尾台創生会議の実施
	13, 20, 27日	コミュニティカフェ・こども食堂の実施
2月	18日	第9回伏尾台創生会議の実施
	4日	はぐのさとプロジェクト会議の実施
	7日	広報部会会議の実施
	15日	地域内交通部会会議の実施
	3日	コミュニティカフェ・こども食堂の実施

## ⑤ 主な成果

### a 地域再生を進める組織の運営

伏尾台創生会議は全9回、3つの各作業部会はそれぞれ5~6回開催された。伏尾台創生会議は25~30名ほど参加があり、子育て世代など新たなメンバーも加わり、活発な議論が行われている。また、本会議の発案で、バス送迎の社会実験実施やコミュニティカフェの試験的実施が行われた。

### b 地域再生の核となる施設の運営方針の策定

「はぐのさとプロジェクト」では、伏尾台小学校跡地を子育て支援を中心とした集会施設にする案を取りまとめ、伏尾台夏祭りで地域住民に紹介し、あわせてアンケート調査を行い、200名以上の方から活性化案への賛同を得た。

伏尾台創生会議の様子



伏尾台夏祭りにおいて地域住民の意見を募るボード



### c 地域資源等を活用したビジネスの実施組織の立上げと人材育成

地域の人が集まる「こども食堂」（コミュニティカフェ）を週1回程度のペースで全23回試験的に実施した。カフェ運営には管理栄養士や調理師の有資格者を含めた地域の主婦を中心とした14名が携わり、親子連れだけでなく、高齢者も多く来訪し、コミュニティ形成の可能性を確認することができた。

「地域内交通部会」を中心に、アンケート調査や伏尾台夏祭りでの無料送迎バス社会実験を実施した。ますます高齢化が進む伏尾台地域で地域内交通の実現へのニーズが高いことが明らかとなり交通事業者や自治会と連携してコミュニティ交通の整備に向けた制度の検討が行われた。

「こども食堂」（コミュニティカフェ）



1

2

大船渡市

浪江町

東吾妻町

三条市

羽咋市

甲府市

南伊豆町

池田市

大和高田市

由良町

周南市

観音寺市

安芸市

芦屋町

嬉野市

都農町

三島村

岩手県

福島県

群馬県

新潟県

石川県

山梨県

静岡県

大阪府

奈良県

和歌山县

山口県

香川県

高知県

福岡県

佐賀県

宮崎県

鹿児島県

#### d 地域連携と専門家応援団の構築

「こども食堂」（コミュニティカフェ）の実施に伴い、コーヒー豆の焙煎ショップと連携してのカフェでのコーヒーの提供や、コーヒーの淹れ方ワークショップの実施、近隣農家からの食材の仕入れについて協議し実施した。また、事業実施や広報活動を通じて、連携が始まり、さらに伏尾台創生会議への参加と連携の形も少しずつ深まっていることが確認できた。

また、創生会議のメンバーとしてバス会社スタッフ、砂地農業の専門家、池田北高の校長先生などに参加を促し、専門的な知見の取り込みを図った。

#### e 情報発信力の強化

広報部会により、伏尾台地域のコミュニティサイト「伏尾台で暮らす。」を通じて、地域情報の収集と発信を行うと共にコンテンツの充実に向けて取材活動が行われた。

取材先の選定から実際の取材までは地域住民により行われており、情報発信のみならず、プランディングや広報に関わるイベントの企画やサポートへと活動範囲が広がった。

### ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

今年度の社会実験段階を踏まえて今後、以下に取り組む予定である。

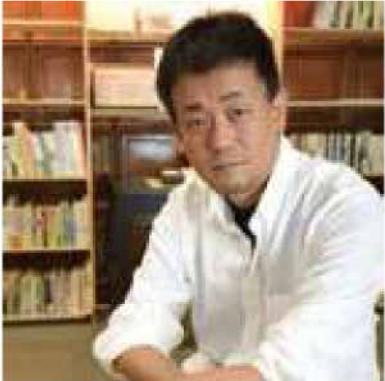
- ・コミュニティカフェの事業化
- ・地域内交通システムの事業実施準備
- ・地域 web サイトのクラウドファンディングによる収益化
- ・その他スマートビジネスの発掘、開発

コミュニティビジネスを開始していくにあたり、具体的な事業実施団体の検討段階に入っている。伏尾台創生会議の役割である「地域のコンセプトづくり」と「コミュニティビジネスによる課題解決の支援」を踏まえて、地域住民が「やりたいこと・できること」を丁寧に掘り起こして取り組んでいく。

伏尾台創生会議は、次年度以降もボランタリーな組織として継続し、地域の住民・団体のコミュニケーションと意思統一の場としての機能を保持することを目指し、地域の多様な主体が多様なコミュニティビジネスを行うことで地域の課題が解決されていくことをサポートしていきたい。

## ⑦ 外部専門家コメント

### 都市型過疎の大都市近郊を、地域分権と地域ビジネスで再生する



NPO法人トイボックス 代表理事 栗田 拓

1

2

#### ■ 人口減少に悩むベットタウン

地域の活性化への取組みは、日本が人口減少時代を迎えるいま、大きな転換点にある。都会への人口流出に伴う過疎や高齢化が中山間地域だけの大きな課題であった高度成長期から 50 年近くが経ち、大阪や名古屋などの大都市近郊地域の都市部でも人口減少とともに地域経済の停滞、空き家の増加、インフラ維持や担い手不足の問題が深刻だ。

池田市の伏尾台地区は昭和 40 年代に開発されたベッドタウン。開発初期からの住民の高齢化や 2, 3 世代目の就職や結婚による流出で、市内で最も急速に高齢化・人口減少が進んでいく。5, 500 人余りの人口が 20 年後には 4, 000 人を切ると推計されている典型的な「都市型過疎」の地域だ。この地域の課題を解決し持続的な活性化を実現し、人口減少時代に対応した市民の手による活性化モデルを全市に普及させることが本事業の目的だ。

池田市では以前より地域分権による地域コミュニティの強化に積極的に取組んできた。伏尾台地域でも多くのイベントや自治活動が行われてきており、今回の事業ではコアメンバーの発掘に時間を割くことなく“協働の場づくり”“課題解決ビジネスの創出”に取組むことができた。一方、活動は一部の地域住民のボランタリーな参加と行政予算により支えられていて、参加の輪の拡大と活動のコミュニティビジネス化による持続的な活性化が急務であった。

#### ■ 「伏尾台創生会議」の開催

毎月 1 回のペースで、市民協働のプラットフォーム「伏尾台創生会議」を開催した。いままでの地域活動への参加歴や所属団体に関わらず誰でも参加し易いものにするため、あえて規約や名簿を作成せず、会議の途中でも出入りができる自由な雰囲気のものにした。少人数の部会を作り、一人ひとりの発言時間を多くした。

各部会の議論は住民の代表が部会長となり導き、外部専門家は隠れファシリテーターとしてそのサポートをした。各部会は、課題解決のためのアンケート調査、社会実験、コンセプトの整理と提言、Web による情報発信など具体的な活動成果を上げた。

外部専門家としてのもう一つの役割は、市民活動と行政活動のコーディネートをすることだった。本事業では公共施設の跡地活用や地域内交通が主要課題のため、創生会議の活動がただの要望やガス抜きに終わらずビジネス化するためには市の施策に反映される必要があった。市の担当部局が熱意をもって府内調整を図ってくれた。

地域の事業者やカフェの調理スタッフなど多くの新しい人材が参加してくれたのは今年度の大きな成果だ。次年度に向け、公共施設の使用などの条件も整いつつある。地域の課題解決に向け今年度拡張した議論を、今後は集約しさまざまなビジネスとしてまとめ上げる。住民間の意見の相違が明確になるこのステージで、大都市近郊地域での活性化でなにより重要な人的リソースを損なうことなく、協働のプラットフォームを維持することに注力したい。

大船渡市

浪江町

東吾妻町

三条市

羽咋市

甲府市

南伊豆町

池田市

大和高田市

由良町

周南市

観音寺市

安芸市

芦屋町

嬉野市

都農町

三島村

岩手県

福島県

群馬県

新潟県

石川県

山梨県

静岡県

大阪府

奈良県

和歌山县

山口県

香川県

高知県

福岡県

佐賀県

宮崎県

鹿児島県

## 2-9. 奈良県大和高田市「高田の元気を発信! 地域リーダー発掘と市民協働による特産品開発プロジェクト」

### 事業概要

総事業費	5,705 千円
助成申請額	3,803 千円
外部専門家	田原洋樹（株式会社オフィスたはら 代表取締役）

### 自治体概要

人口	66,784 人（住民基本台帳搭載人口：平成 29 年 1 月 1 日）
面積	16.48 km <sup>2</sup> （平成 29 年 10 月 1 日現在）
人口密度	4052.4 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	14,543,292 千円（平成 27 年度市町村別決算状況調）
財政力指數	0.47（平成 27 年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	94.4%（平成 27 年度市町村別決算状況調）
担当課室	大和高田市 まちづくり振興室 市民部 市民協働推進課

### 取組概要

事業開始時点	外部専門家による支援	事業終了時点（成果）
<ul style="list-style-type: none"><li>■急激な人口減少の進展、とりわけ 15 歳から 39 歳の生産年齢人口の減少が顕著</li><li>■製造業を中心とした市内産業の衰退から、市外へ就業する割合が高く、市外流出が加速</li><li>■市民交流促進施設「市民交流センター」の開設、同時期に各活動団体から構成される市民協働推進委員会が発足</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■外部講師による人材育成を目的としたセミナー開催</li><li>■市民対象意識調査の実施</li><li>■市民プロジェクトメンバーの集約とプロジェクトテーマの設定</li><li>■月に 2 回程度のプロジェクト会議の開催</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■市民及び市内高校生を主体とする 30 名のメンバーからなる「まち部。」を結成。</li><li>■「まち部。」が SNS による商店街プロモーションを実施。新聞 4 社、10 を超える WEB 媒体での露出を果たす。</li><li>■市民意識調査で 700 を超えるサンプルを獲得。特性や市における課題を抽出。</li></ul>

市民の活動拠点



座談会の様子



商店街活性化支援



## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

大和高田市は 1995 年の 73,806 人をピークに、急速に人口減少が進んでいる。推計によると 2020 年には 62,858 人、2050 年には 39,830 と推移する。とりわけ 15 歳～39 歳の生産年齢人口における周辺市町村や大阪等の都市圏への流出が著しい。

また、製造業を中心とした市内産業の衰退から、市外へ就業する割合が高く（64.5%）、この傾向が若者世代の市外への流出を加速させている。

この先の将来世代が安心・快適な暮らしを維持するためには、持続的な市民交流を促進し、埋没する、ひと・もの・情報等の地域資源にさらなる興味関心を持ってもらい、市民が様々な意見を出し合う場の創設とそれを行政へつなぐ仕組みづくりが前提となる。そのためには、意欲のある人材の発掘と育成、市民活動の活性化、諸団体の主体的、有機的な連携が欠かせない。

### b 事業の目的

上記の背景をふまえ、市内で活動するさまざまな市民諸団体や、地域から発掘した意志ある人材との連携を図りながら、市民活動の活性化による地域の再生を目指す。

具体的には、本年度を「地域再生のための環境整備」と位置づけ

1. 地域のリーダーとなる人材の発掘と育成
2. 取組事業ごとに、各分科会体制の構築
3. 地域課題の抽出と分析

を行い、市民協働の推進を図りながら、市民の機運醸成を狙う。

#### 市民への情報発信時に利用した広報資料



1  
2

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

## ② 事業実施内容

### a 人材発掘と育成

分科会（プロジェクト）を運営、推進していくために、まずは市内から広く人材を発掘し、その中でリーダーとなる人材の育成を図る。なお、このリーダーとなる者が後の地域プラットフォームの中心的人材となることを想定して行う。

現存の市民協働推進会議メンバーからの推薦と並行して、市内広報誌を活用した公募など、老若男女、市内全域から多様なメンバーを人選する。

### b 地域課題の抽出と解決策の検討

大和高田市の地域課題の抽出と、その解決策を検討するために、座談会やアンケート用紙などを活用した、フィジビリティー（実行可能性）調査を行う。

調査分析を加味して、プロジェクトの運営と地域プラットフォームの在り方について検証を進める。

### c 各分科会組織の運営

各プロジェクトリーダーの選定、地域課題の抽出と解決策の検討・検証を経て、3つの分科会を構成し、運営を進める。

## ③ 事業実施体制

### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



## 体制の概要

たかだ元気発信プロジェクト（通称「まち部。」）メンバー30名（コアメンバー7名含む）を中心とし、大和高田市と市民交流センターの支援、市民協働推進会議からの承認をもらい、外部専門家からの助言を受ける体制を構築している。

**b 外部専門家の役割**

人材発掘と育成では、他薦及び自薦で集まったリーダー人材候補との面談によるプロジェクトリーダーの人選、プロジェクトリーダーへのセミナー開催（マネジメントスキルの習得や、課題解決能力のプラッシュアップ）を主導した。

地域課題の抽出と解決策の検討では、座談会やアンケート形式のフィジビリティー調査の実施と検証、解決策の検討、報告書の作成、関係者への提言を行った。

分科会組織の運営では、各分科会のファシリテーションや、必要に応じた外部講師の手配、招聘コーディネート、市民協働推進会議でのプロジェクト進捗報告を担った。

**④ 事業実施スケジュール**

月	取組実施内容	
8月	17日	2017年度第2次採択を受ける
	29日	第1回関係者打ち合わせ
9月	9日	市民協働推進会議で事業の趣旨説明（2回に分けて実施）
	15日	
10月	1日	座談会（地域課題抽出のための予備調査）実施
	27日	長島町副町長・井上貴至氏勉強会
11月	18日	衛紀生氏勉強会
	24日	第一回ワークショップ クリスマスフォトコンテストプロモーション
12月	9日	SNSによる商店街プロモーションPJTの概要説明
	15日	第1回商店街現地調査の実施
	23日	クリスマスイベントの開催
1月	9日	第1回商店街現地調査の振り返りと第2回の戦略会議
	12日	第2回商店街現地調査の振り返り
2月	17日	商店街ブラックボード大賞サポート活動開始
	23日	ブラックボード大賞活動報告会（予定）
3月	23日	市民協働推進会議&元気発信PJT（年度末報告会）

1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山県

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## ⑤ 主な成果

### a 人材発掘と育成

#### ① 市民・高校生からなるプロジェクト組織「まち部。」の創設

市民、周辺高校に通う学生、市内で事業を営む経営者などから構成されるプロジェクトメンバー約30名を発掘した。

#### ② コアメンバーの選定

プロジェクトを牽引する人材7名をコアメンバーとして選定し、将来的に自走する仕組み作りに欠かせない「地域リーダー人材」の育成を図った。

#### ③ 勉強会の実施

地域活性化の先行事例を学ぶために、外部講師を招いて、勉強会を実施した。

- ・10月27日 元長島町副町長 井上貴至氏「地域づくりは楽しい」
- ・11月18日 可児市文化芸術センター 衛紀生氏「市民参加型PJTの取り組み」

勉強会実施の様子



### b 地域課題の抽出と解決策の検討

#### ① 座談会（予備調査）の実施

市民意識調査の予備調査として、後にプロジェクトメンバーとなる市民30名を集め、座談会を実施。地域の魅力や課題について思い思に語り合った。

## ② 市民意識調査の実施

ソーシャルキャピタルの考え方をベースとした市民意識調査を実施した。サンプル数700を集め、地域特有の課題の特定と解決策の道筋を探った。

## C 各分科会組織の運営

### ① クリスマス・フォトコンテスト実施支援

市内でクリスマスに開催されるイベントへの集客を促進し、市民同士の交流、周辺商店への流入を目的とした、フォトコンテストを実施。プロジェクトメンバーがポスターを制作したり、SNS上で拡散するアイデアを出し、コンテストを盛り上げた。

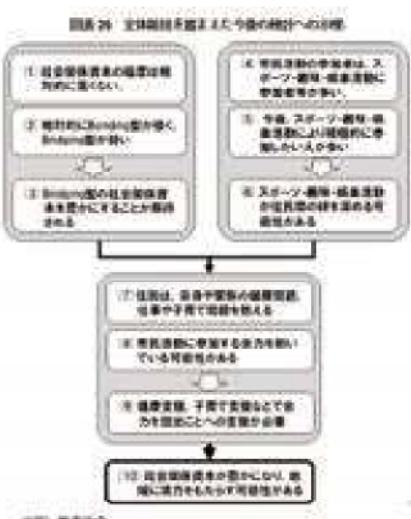
### ② 商店街活性化プロジェクトの実施

「まち部。」が市内にある商店街を調査し、メンバー独自の目線で、魅力や訪問スポットのPRをSNS上で展開。商店街へ人を集約し、賑わいの創出、商店街の活性化、次年度以降の地域ブランド開発への足掛かりとする。

### ③ ブラックボード大賞の実施支援

2月から、地元商店街で実施される、ブラックボードのデザインコンテストを「まち部。」が現地取材をし、SNS上で拡散を図る企画を立案した。

## 市民調査結果(最終とりまとめ部分抜粋)



1

2

大船渡市

岩手県

浪江町

福島県

東吾妻町

群馬県

三条市

新潟県

羽咋市

石川県

甲府市

山梨県

南伊豆町

静岡県

池田市

大阪府

大和高田市

奈良県

由良町

和歌山县

周南市

山口県

観音寺市

香川県

安芸市

高知県

芦屋町

福岡県

嬉野市

佐賀県

都農町

宮崎県

三島村

鹿児島県

各プロジェクトの実施状況



メディアへの掲載実績



## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

市民意識調査から、市民特性として「家族、地縁活動、商工会、業種組合など組織に属する人々の共通の利益を求める活動や結びつき（Bonding 型）が相対的に強い一方で、ボランティア活動、非営利活動などの不特定かつ多数の利益に資するための活動や結びつき（Bridging 型）が弱い」ことが見えてきた。また、今後は「スポーツ・趣味・娯楽活動」により積極的に参加したいと考えていることも判明した。

今年度設立した「まち部。」が社会関係資本を豊かにするための担い手を排出するための場・取り組みとなることを目指す。

### ① 「まち部。」の持続的発展へ向けた課題と今後の取組

「まち部。」の持続的に発展して活動できる役割を担うため、来年度は市民交流センター内に「まち部。」部室（サロン型）機能を創設する。誰もが立ち寄り、地域の資源や課題に触れ、解決策を検討するような「場」を提供することで、郷土愛の醸成、市民同士の交流促進、協働推進を目指すこととし、同時にそれを管理・運営する組織の独立化を目指す。

高校生主体の「まち部。」において、活動の継続性を維持するには学校組織との包括的な連携を目指した協力体制の構築が欠かせない。学校側と調整を行い、この活動が就労、進学への足掛かりとなるものと変化を遂げ、また、卒業生がこの活動の若い人材として本格的に参加できる環境を整えることで更なる発展性を考える。

### ② 市民文化活性化を目指すことによる「まち部。」発展と取り組み

市民意識調査から見いだせた「市民文化活動の活性化」を「まち部。」参加者の増進につなげて事業を進めることとし、「まち部。」で取り組みを展開させる。具体的には、12月に学生・住民参加によるクリスマスイベントを主催する予定としている。クリスマスイベントは学生を中心にしての世代・属性がクリスマスにちなんだすべての芸術分野を見渡した発表を行うものとし、市民交流センターと文化会館の 2 施設とその施設間をつなぐまちなかで実施し、大和高田市の市民文化を外部に発信する。「まち部。」により企画を行い、学生・市民による実行委員会で運営を実施し、「まち部。」から独立したボランティア組織、または文化 NPO 法人との協働で運営をサポートすることで自立的運営の実現も目指す。

### ③ 「まち部。」の持続的継続を支えるビジネス創出

自立した活動を支えるために「まち部。」で地域ブランド商品の開発及びふるさと納税への返礼商品の開発、県内外への販売促進を展開することとしている。同時に地域の観光資源の発掘、商品化を図り、インバウンドや県外教育団体、観光客誘致も行い、自立した活動組織の独立化を目指す。市内に新たなビジネスを創出することで、経済効果を高め、それをさらに「まち部。」の活動資金として還元していくような好循環サイクルを創出する。

## ⑦ 外部専門家コメント

『新しい感性が、高田の「まち」や「ひと」をインキュベートする！』

株式会社オフィスたはら 代表取締役 田原 洋樹



### 【地域の事業概要】

かつて県内有数の賑わいを見せていました大和高田市に、私が2年前に訪れた時、多くの店はシャッターを閉じ、若者の姿はまばらで、地域は何となく寂しく、元気のない状況でした。

「何をやってもだめでは？」 「やりたい人はいないでしょ。」 「気持ちはあるても行動が伴わない。」などと、地域の再生や、活性化には否定的な言葉ばかり。

ただ、一つの突破口は「高田が好き」という人たちが多かったということ。

これを足がかりに、再びこの街を元気にできないか？人を集め、交流させ、街の魅力を再発見し、再び自信と元気を生み出すための手助けをしたい。

こうして、『たかだ元気発信プロジェクト』はスタートしました。

### 【各地域の抱える課題、及びそれに対するアプローチ】

まずは地域づくりの担い手を探すこと。人材の発掘と育成を第一に考えました。

次に、どのような地域課題が存在するのか？その課題を解決するために何をするべきかを検討しました。

まず、担い手探しに関しては、公募に加え、地域のさまざまな活動団体からの推薦や高校・大学などの教育機関や商工会議所などの関係諸機関への訪問を行いました。

結果的に、30名の市民や周辺の学校に通う高校生から構成されるプロジェクト組織「まち部。」を結成いたしました。

30名のプロジェクトメンバーを集めて、「座談会」を開催し、地域の魅力や課題を思い思いに語り合いました。「市民同士の交流が希薄になってきているのでは？」 「地域に誇れる产品がない」などと、高田に山積している課題が徐々に見えてきました。そして、それらの課題を解決すべく、「まち部。」が動き出しました。

### 【取組を通じて得られた成果】

高校生を中心とした「若い感性」を持ったプロジェクトメンバーが集まりました。

彼らの斬新なアイデアをできるだけ活かし、地域イベントのプロモーション（クリスマスフォトコンテストのサポート）や商店街の活性化策を考え、実行に移しました。

「まち部。」プロジェクトメンバーが地域貢献に尽力する姿を見て、地域の人が自然に「まち部。」の存在を認めて下さり、温かい応援のお言葉をかけて頂けるようになりました。最近、まちに自信と元気が出てきたように感じます。

初年度の環境づくりは一応の成果を出せたと自負していますが本当の勝負はこれからです。次年度に向けて、地域資源の掘り起こしと、地域ブランドの開発に本腰を入れていく予定です。

「まち部。」の挑戦は始まったばかりです。

1

2

大船渡市

岩手県

浪江町

福島県

東吾妻町

群馬県

三条市

新潟県

羽咋市

石川県

甲府市

山梨県

南伊豆町

静岡県

池田市

大阪府

大和高田市

奈良県

由良町

和歌山县

周南市

山口県

観音寺市

香川県

安芸市

高知県

芦屋町

福岡県

嬉野市

佐賀県

都農町

宮崎県

三島村

鹿児島県

## 2-10. 和歌山県由良町「想いがつながる観光地域づくり 推進事業～優良・結良　由つくり、良いまちへ～」

### 事業概要

総事業費	6,004 千円
助成申請額	4,000 千円
外部専門家	養父 信夫（一般社団法人 九州のムラ 代表理事）

### 自治体概要

人口	6,114 人（住民基本台帳搭載人口：平成 29 年 1 月 1 日）
面積	30.94 km <sup>2</sup> （平成 29 年 10 月 1 日現在）
人口密度	197.6 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	2,494,166 千円（平成 27 年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.36（平成 27 年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	90.4%（平成 27 年度市町村別決算状況調）
担当課室	由良町 産業建設課

### 取組概要

事業開始時点	外部専門家による支援	事業終了時点 (成果)
<ul style="list-style-type: none"><li>■深刻な少子高齢化</li><li>■担い手不足と産業全体の衰退</li><li>■地域に対する想いを持った人同士につながりがない。</li><li>■地域資源の魅力を伝える「物語」づくりと情報発信が必要</li><li>■持続可能な仕組みづくりが必要</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■DMO組織の中核を担う人材の発掘と育成</li><li>■観光地域づくりワークショップの開催</li><li>■交流における観光商品づくり</li><li>■インバウンドモニターツアーの実施</li><li>■地域課題の洗い出し(ヒアリング調査)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■DMO組織の中核を担う 30~40代 5 名のメンバーが集結</li><li>■漁協、農協、渡船業、加工業など多様な人材への観光・地域づくりの理解を深めた。</li><li>■海の熊野古道体験プログラム（漁船クルーズ）メニュー構築</li><li>■インバウンド旅行会社 3 社との関係構築</li><li>■由良遺産の視点を学習</li></ul>

H28 短期診断報告会



ワークショップの運営



体験プログラムの造成



1

2

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

和歌山県由良町は、平成30年3月末現在、人口が6,000人を下回り、高齢化率は約36%と高く、人口減少に歯止めがかからない状況にあり、平成22年度より過疎地域の指定を受けている。

第一次産業が町の基幹産業ではあるが、農業・漁業ともに販売価格の低迷、就業人口の高齢化と後継者（担い手）不足といった深刻な問題を抱えており、後継者不足等は、商工業や観光業といった分野でも同じ状況にあり、産業全体が衰退している。

一方で、「白崎海岸」など豊かで美しい自然と「金山寺みそ」の発祥地として知られる「興国寺」などの貴重な歴史的・文化的な観光資源や、希少価値の高い「ゆら早生みかん」をはじめとする農作物から、「伊勢えび」や「わかめ」等の海産物、「金山寺みそ」「醤油」「釜揚げしらす」などの加工品と、優れた特産品にも恵まれており、個々の素材は十分な強みを持っている。

この優れた資源を地域全体が一体となり、その特性や魅力を最大限活用し、地域を再生していくための施策を模索する中で、平成28年12月にふるさと財団の外部人材派遣の支援を受け、地域再生マネージャーから個々の強みと得意分野を組み合わせた、観光地域づくりの可能性について提言を受けた。さらに、地域が主体となった観光地域づくりを推進するための基本的な考え方、具体的な取組方法が示された。

豊富な地域資源の中から、全国に又は世界に誇れる物語を持った地域資源を中心に、関係する「ヒト」が主人公となり、「地域」が舞台となるシナリオづくり、情報の発信、さらには観光客との交流といった、提言に基づく観光地域づくりを推進するため、本事業を実施した。

### b 事業の目的

由良町総合戦略に掲げる4つの基本目標のひとつとして、「由良町への新しいひとの流れをつくる。」を設定している。この目標は、観光資源を使った誘客の促進、空き家や空き店舗等の有効活用による移住定住等、町内における交流人口の増加による地域の活性化と、激しい社会変化に対応できる人材の育成・確保を目指している。さらに、「由良町における安定した雇用を創出する。」という基本目標も設定しており、新しい手法を使った多角化戦略に基づき、地域ブランドの創出を推進し、地域が主体となった持続可能なビジネスの創出を目指している。

これらの目標の達成に向け、外部専門家のコーディネートによる地域資源のプラッシュアップや住民意識の醸成を図り、地域主体の観光地域づくりの推進と官民が一体となった地域全体の再生を図る基盤整備を推進することを目的として、本事業を実施した。

## ② 事業実施内容

### a 実施体制（DMO）の構築

由良町では事業主体となり得る団体等はなく、また、連携して事業を推進できる充分な実施体制が整っていない。そのため本年度、この事業を活用して、実施体制（DMO）の構築に向けて、以下の3つの点について検討、意見交換を進める。

- ① DMOについての勉強会、由良町が求めるDMO像についてのワークショップ
- ② 中核となるメンバーの選出、各メンバーのDMOでの役割についての意見交換
- ③ DMOの収益事業に関する意見交換、収益事業を構築するための支援事業

### b 交流における商品づくり

由良町の観光地域づくりを推進するために、県下の世界遺産登録地である「熊野古道」に来訪する国内外の観光客を呼び込むために、『海の熊野古道』というコンセプトで、漁船クルーズ、渡船クルーズの商品化を検討する。

「大引」、「衣奈」、「由良」の3カ所の漁港発の漁船または「渡船クルーズ商品×食」を地域住民とともにフィールドワークを行ない、実際にインバウンド旅行会社などにモニターとして体験してもらい、商品化に向けた検討を行う。

漁港での商品化検討



### c 情報発信・啓蒙活動

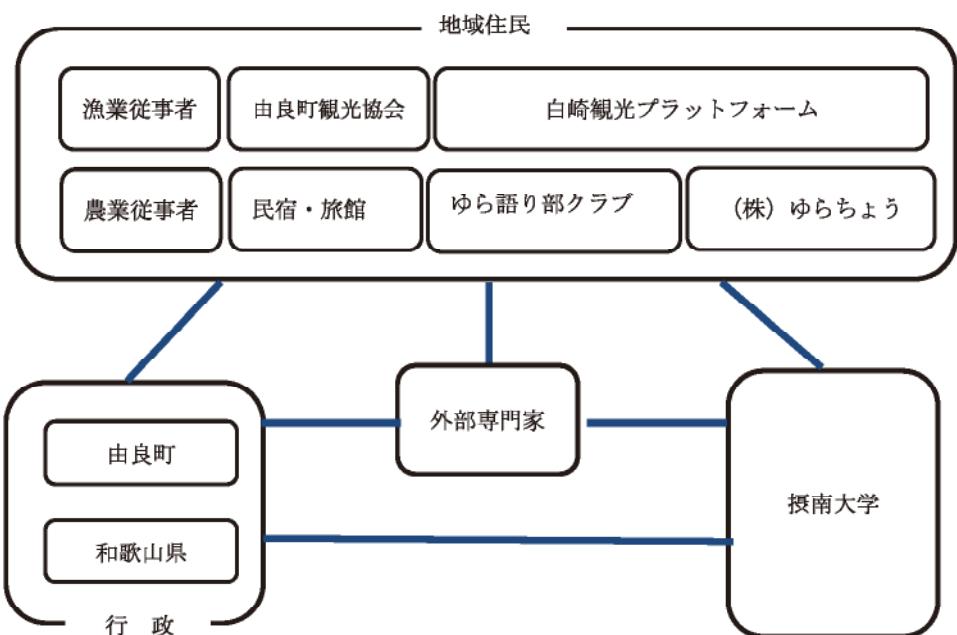
由良町の情報発信力を高めるために、まずは、地域資源の見方の勉強会を実施した。外部専門家が作成に関わった「阿蘇遺産」という冊子をテキストとして「自然遺産」「歴史・文化遺産」「暮らしの遺産」に分類し、由良に当てはめて検討する。

また、地元の高校生が活動する「わかやまクラフト」、若手集団「ゆらづくり部」、写真愛好会「写真友の会」の皆さんに集まっていただき、実際に各団体が撮った由良の写真を持ち寄り、由良の地域資源について、各団体が更に興味を持って、活動に取り組んでいただくための後押しを行う。

### ③ 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

事業実施主体は、(一社) 白崎観光プラットフォーム、漁業従事者、農業従事者、ゆら語り部クラブなど地域住民の中で、今後、由良町内で観光DMOの組織の中核となる人々に本事業の実施主体に立っていただいた。

本事業における事業実施主体の役割としては、外部専門家、自治体とともに、由良の観光DMOとして立ち上がりていくため、主力となる観光商品づくり、新たな観光ブランドの戦略づくり、観光商品を作り上げていくために連携する地域住民とのネットワークづくり、観光DMOの事業計画づくりを率先して行った。

#### b 外部専門家の役割

観光地域づくり、情報発信の経験を活かし、由良の観光地域づくりをこの1年で推進していくために、全体コーディネート及び以下の助言役を担った。

商品づくりでは、「海の熊野古道」という観光振興のキーワードを掘り下げ、漁業従事者、渡船業従事者を中心に、新たな観光商品の検討、また、地元食材を使った商品開発のヒントを外部協力者と繋げることによって、商品造成の支援を行った。

組織づくりでは、由良町の観光DMOを立ち上げていくために、具体的なロードマップ

1  
2

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

を示し、アドバイスを行い、実践型の日本型DMOのモデル地域となるべく、漁業、農業、商工、旅館業など、町内のあらゆる分野の中核を担う人材の育成に努めた。

情報発信では、「海の熊野古道」を裏付ける資料を収集し、写真コンテストや地元の高校生、写真友の会などの協力を得ながら資料をまとめ（次年度以降の発行に向けた準備）、また、農家・漁家をはじめとした一次産業従事者や宿泊施設等に本事業の取り組みを広く伝え、継続した地域づくりへの啓発活動を行い、地域が誇れるストーリーづくりを行った。

#### 【住民意識の醸成】

地域の資源を見いだし、そこに価値があることを地域に認識してもらい、地域住民の方々に自信と誇りを持ってもらうため、モニターツアーの実施やワークショップを開催した。

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	12, 13 日	事業説明、観光DMO勉強会、農業、漁業現場視察 など
5月	11～13 日	海の熊野古道プロジェクト関係者（渡船業、漁協）ヒアリング・会議 加工現場ヒアリング、地域歴史研究家ヒアリング・会議
6月	15, 16 日	DMO中核メンバーとのエリアビジョン作戦会議 海の熊野古道プロジェクト関係者とのツアー造成会議
7月	5, 6 日	衣奈、大引、由良の3地域別のクルーズ商品を検討
8月	28, 29 日	モニターツアー実施のための現地検証、会議、ツーリズム商品の造成
9月	25, 26 日	観光業×第一次産業（農業、漁業）者との連携モデル検討 セリ体験検証、海の熊野古道クルージング×食プログラム検証
10月	11, 12 日	モニターツアー実施（旅行会社関係者中心）
11月	21, 22 日	モニターツアー受入関係者へのフィードバック、検討会
12月	11, 12 日	来年度取組みについての予算確保のための検討会
1月	17, 18 日	DMO中核メンバーとの来期取組みに向けての会議、 2月開催の地域住民向け事業報告会の打ち合わせ
2月	2, 3 日	来期事業の打ち合わせ、地域住民向け事業報告会の実施

## ⑤ 主な成果

### a 実施体制（DMO）の構築

（一社）白崎観光プラットフォームの理事として、農業担当、漁業担当、旅館・渡船・物販担当、統括・商工会など町内各種団体担当、マーケティング・営業担当、そして事務局を担う40代メンバーを中心に中核人材が集まり、DMO組織の立ち上げが実現した。

DMO設立検討の様子



### b 交流における商品づくり

2020年の東京オリンピック開催に向け、国をあげた取組が進められており、そこと歩調を合わせていくことと、あえてインバウンドから仕掛けることにより、メディアでも取り上げてもらえる可能性が広がり、海外が注目するということから国内マーケットの需要を喚起する狙いを設定して観光商品づくりを行った。

モニターツアーの様子



更に、今回は既に世界遺産登録として海外からの誘客も行っている熊野古道と戦略的に連携するために、史実に基づいた「海の熊野古道」というキーワードを提示し、海からの観光振興を行った。

今事業では、大引、衣奈、由良漁港の3箇所で、漁船、渡船を嘗む方々と商品企画会議を重ね、そこに「食」のテーマも組み合わせ、地域の個性に応じた3種類の漁船クルーズを企画した。食については、洋上に浮かぶ鯛の養殖場でのエサやり体験及びその鯛づくし料理を提供した。大引では、以前行われていた『せり体験』と魅力的な昼食を組み合わせるなど、実際のモニターツアーに参加されたインバウンドを誘客する旅行会社から商品化の依頼を受けている。

せりを摸した体験企画



今後は漁協組合員の総意を図り、このような活動を通じ、漁師、渡船業の方々の理解を深めていくことも重要である。もちろんかれらと一緒に商品化を行ない、マーケティングし、情報発信し、実際に由良に誘客をしかけていくためのDMOの実質的な活動を行うことが求められる。

1

2

大船渡市

浪江町

東吾妻町

三条市

羽咋市

甲府市

南伊豆町

池田市

大和高田市

由良町

周南市

觀音寺市

安芸市

芦屋町

嬉野市

都農町

三島村

鹿児島県

## C 情報発信・啓発活動

モニターツアーを行うことをきっかけに、町内の各種団体、個人が『まずは1回やってみよう』という動きを作り、その作戦会議の中で、観光地域づくりという新たな観光の可能性について、少しづつ理解し、興味を持つてもらうことにつながった取り組みであった。

更に、2月の事業報告会を開催することにより、他の地域、団体、グループの活動、可能性や課題について参加者が情報共有できたことも重要である。

加えて、モニターツアーの実施の際には地元新聞社も取材に訪れて、この活動の様子を紙面に掲載いただき、広く告知できたことは今後の取り組みに資するものである。

事業報告会の様子



モニターツアーを掲載した記事



## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

今後の課題や展開については、以下の6点に集約できる。それら一つ一つに取り組み、解決することが由良町の地域再生に資するものと考えられる。

- ① 定期的に観光地域づくりの座談会、勉強会、ワークショップを開催し、本事業で醸成された地域主体の観光地域づくりの推進及び官民が一体となった地域全体の再生事業に対する機運を一層高める。
- ② DMO中核メンバーが、各人の役割を更に明確にし、スケジュール、行動目標、売り上げ、利益目標まで落とし込んだ事業計画を早期に策定する。
- ③ モニターツアーを検証し、課題解決に向けて、来年度以降に取り組む事項を定める。
- ④ 観光地域づくりを進めていくために、「地域おこし協力隊」の導入及び外部専門家と連携した事業推進を実現する環境整備を行う。
- ⑤ 今年度は海、漁村、漁業からの観光のアプローチを中心に行ってきたが、来年度以降はみかん農家、農村、農業など、アプローチの幅を広げる。
- ⑥ DMOの収益事業として、地域エネルギー事業、地域の第一産業物を飲食に卸していくための1.5次加工の町内組織、ハードの整備についても来年度以降、関係部局を交え、検討していく。

## ⑦ 外部専門家コメント

“海の熊野古道”を由良から漕ぎ出せ！ 7人衆が地域を興す。

一般社団法人九州のムラ 代表理事 養父 信夫



短期診断がご縁で関わった和歌山県由良町。第一印象は地域も人も“粗削りだけど、面白い”ということ。唯一無二の剥き出しの白い岸壁・白崎海岸、醤油発祥の地・興国寺、紀伊水道の荒波を生き抜いた魚の旨さ、急峻な山の斜面にへばりつくミカンの段々畑、それを作り

上げたこの地の先人たちの執念、出会った農家、漁師、語り部、食事業の女性たち、だれもが付き合うほどに“人が好い”。観光・地域づくりのキーワードは「住んでよし、訪れてよし」ということ。その地域に暮らす人たちが、この地に住んで良かったと思えるような地域づくりを進めていくことが、結果的にその地を訪れる人たちを魅了し、リピーターになっていくことである。由良町は、その字のごとく「よい」ことづくめでありたい。

今事業で取り組んだことは、由良町の観光地域づくりを進め、交流人口・観光人口・移住人口を増やし、地域を元気にしていくための推進組織として、観光DMOを立ち上げることである。具体的には①組織の中核を担う人材の発掘・育成 ②観光地域づくりを地域に根ざしていくためのワークショップ ③「海の熊野古道プロジェクト」の実施（漁船クルーズ・渡船クルーズといった体験プログラム×魅力ある「食」プログラムの造成 ④インバウンドを見据えたモニターツアーの実施である。

地域の課題は、他の地域同様、人口減少、高齢化、産業衰退などなど。ここを解決していくためには、地域の資源を活かし、オンリーワンの観光地域づくりを実践し、地域の中の農業、漁業と観光とを掛け合わせ、魅力ある観光や食のコンテンツを作り上げ、門戸を海外まで開き、新たな外貨を稼ぎ、地域ビジネスをおこして若い世代の雇用も作っていくことである。

自分の役割は、1. 地域の資源を見いだし、そこに価値があることを地域に認識してもらい、地域住民の方々に自信と誇りを持ってもらうこと。2. 実践型の日本型DMOのモデル地域となるべく、漁業、農業、商工、旅館など町内のあらゆる分野の中核人材の皆さんのがんのやる気を引き出すこと。3. 観光地域づくりの経験を活かし、滞在型観光プログラムを構築し、具体的なステップを提示し、小さな成功体験を積み重ね、地域を動かしていくこと。4. 出口作りのために、旅行会社をつなげ、商品化の道筋をつけること。である。

この1年間の事業推進の中で、明日の由良町の観光地域づくりを担う、観光DMOの中核メンバーが立ち上がった。かれらをサポートする事務局、それに行政の立場で共に汗をかき、動いていく担当者、かれら7名が“自分たちが次の世代のためにもやる”と決め、結集した。これが一番の成果だと思っている。モニターツアーではインバウンド旅行会社が参加し、受け入れ態勢が整備できれば、商品化の道も開けた。あとは小さな成功体験をかれらが中心となり、地域住民を巻き込んで実践していくだけある。これから由良町に是非、ご注目していただきたい。

1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山县

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## 2-11. 山口県周南市「クリエイティブ産業創出支援事業」

### 事業概要

総事業費	1,649 千円
助成申請額	1,099 千円
外部専門家	藤村 雄志（G & C コンサルティング株式会社 代表取締役） 林 勇輝（G & C コンサルティング株式会社）

### 自治体概要

人口	146,475 人（住民基本台帳搭載人口：平成 29 年 1 月 1 日）
面積	656.29 km <sup>2</sup> （平成 29 年 10 月 1 日現在）
人口密度	223.2 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	36,777,269 千円（平成 27 年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.81（平成 27 年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	93.3%（平成 27 年度市町村別決算状況調）
担当課室	周南市 経済産業部 商工振興課

### 取組概要



1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山县

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

周南市の人口動態の特徴として、若い世代が就学や就職を機に県外へ流出していることが挙げられる。

調査によると、高校卒業後、周南市以外に住みたいと答えている割合が、約半数になる一方で、周南市の若者が、将来働きたい職種で最も多いのは、デザイナーや芸術家、研究者など、クリエイティブの分野における専門的・技術的職業で、全体の4割以上を占めており、企業などが求める人材と、若者が働きたいと思う就業先との不一致があると考えられる。

本市では、企業誘致や創業について官民連携して支援しているほか、デザインや、マンガ、アニメ、ゲーム、映像などのクリエイティブ分野を専門的に学べる高等教育機関が充実している。また、ゲームイラスト制作会社の進出や、廃校を活用した漫画家・デザイナー育成のプロジェクト、マンガ・アニメ関連イベント「周南萌えサミット」の開催等、近年、コンテンツ系の事業の動きが加速している。

このように、本市では環境・風土の面からも、クリエイティブ産業創出の機運が高まっており、周南市に強みのある「クリエイティブ産業」によるまちづくりに取り組むものである。

### b 事業の目的

上記背景を踏まえ、若者たちが、本市に誇りや愛着を感じ、「このまちに住み続けたい」と感じができるよう、これからの具体的な施策を盛り込んだ「周南市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、起業家への支援、特に、「クリエイティブ産業の進出支援事業」を掲げ、現在、起業支援、企業誘致に積極的に取組んでいる。

平成28年度は、本市において優位性のあるクリエイティブ産業の誘致及び起業を促進し、その取り組みをPRすることを目的として、「周南市クリエイティブ産業創出事業」を実施。事業構想の整理と、都市部（東京・京都）でのセミナー開催による情報発信を行った。

本事業の実施により、女性と若者の就職希望の高いクリエイティブ産業を誘致・育成することにより、魅力ある雇用の場を確保し、将来の労働力人口の拡大を図り、定住人口の増加や地域経済の活性化に繋げていくとともに、周南市クリエイティブ産業の底上げを図る。

## ② 事業実施内容

周南市では、平成28年度から「クリエイティブ産業」に着目したまちづくりに取り組んでおり、外部の専門家や実務家の指導・助言を受けながら、具体的な取り組みの方向性として立案した「営業代行構想」、「人材育成構想」、「ネットワーク化構想」からなる事業構想について、以下のような具体的取り組みを進めていくこととした。

### a 営業代行構想

周南市のクリエイターが市内外から「しごと」を獲得するために必要な仕組みとして立案した営業代行体制構築という構想について、具体的な仕組みづくりの検討を行う。例えば、参加クリエイターそれぞれの得意分野（写真・アニメ・グラフィックなど）を細分化し整理する事で受注体制を準備する。

また、都市部や地元企業のクリエイティブ分野のビジネス案件と周南市内のクリエイターとのマッチングイベントを開催する。

### b 人材育成構想

営業代行会社で受注した案件を周南地域で履行する人材のスキル標準化のための教育・研修機能の構築が必要とした人材育成構想について、その具体的なスキームについて研究会等で議論を深める。

### c ネットワーク化構想

地域のクリエイター同士の連携を加速するため、クリエイターのネットワーク化を行うという構想について、メビック扇町の活動を参考とし、周南地域で活躍するクリエイターの情報発信やネットワークづくりに向けたコーディネート活動に取り組む。

具体的には、研究会において、市内外のクリエイターに声掛けを行い、新たに研究会メンバーに入ってもらうことで、地元クリエイターのネットワーク構築を図り、構想実現に向けた機運の醸成と共に、実施体制を構築する。

### ③ 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



## 体制の概要

市経済産業部商工振興課を窓口とし、事業が円滑に進捗するよう調整する。また、都心部のクリエイターのU I Jターンを促進するため、シティプロモーション担当課や移住促進担当課と連携しながら、ソーシャルメディアやパブリシティを通じて情報発信を行う。

#### b 外部専門家の役割

外部専門家の役割は、それぞれ以下のとおりである。

藤村（主）：営業代行に関する助言

徳田（副）：営業代行・運営に関する助言、案件の提供

林（副）：営業代行に関する助言

堂野（副）：ネットワーク化に関する助言

1

2

大船渡市

岩手県

浪江町

福島県

東吾妻町

群馬県

三条市

新潟県

羽咋市

石川県

甲府市

山梨県

南伊豆町

静岡県

池田市

大阪府

大和高田市

奈良県

由良町

和歌山县

周南市

山口県

観音寺市

香川県

安芸市

高知県

芦屋町

福岡県

嬉野市

佐賀県

都農町

宮崎県

三島村

鹿児島県

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	26日	事業の課題整理と今後の進め方に関する打合せ
5月	随時	電話・メール等による打合せ
6月	随時	電話・メール等による打合せ
7月	20～21日	地元クリエイター訪問 ふるさと財団第1回現地視察
8月	21～22日	地元クリエイター訪問 研究会開催に関する打合せ
9月	21～22日	地元クリエイター訪問 第1回クリエイティブ産業創出研究会開催
10月	26～27日	地元クリエイター訪問 第2回クリエイティブ産業創出研究会開催 ふるさと財団第2回現地視察
11月	17～18日	地元クリエイター訪問 第3回クリエイティブ産業創出研究会開催
12月	21日	地元クリエイター訪問 第4回クリエイティブ産業創出研究会開催
1月	25日	地元クリエイター訪問 第5回クリエイティブ産業創出研究会開催
2月	随時	電話・メール等による打合せ
3月	14日	マッチングイベント開催（予定：本助成事業対象外）

## ⑤ 主な成果

### a 営業代行構想

クリエイティブ産業の創出や活性化を起点にした周南市の地方創生を推進していくために、今年度に全5回の研究会を開催した。

研究会の議論の中で、これまで議論してきた内容を事業化するため、民間ベースでクリエイター支援を持续していく体制として、法人の設立について提案があり、そのための構想説明とコアメンバーを募集したところ、研究会後のアンケートでは数名の方がコアメンバーとして立候補されている。

また、今年度末には、都市部や地元企業のクリエイティブ分野のビジネス案件と周南市内のクリエイターとのマッチングイベントを開催予定。

体制構築の具体的な展開については、今後、コアメンバー候補者を中心に、引き続き議論していくこととする。

1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山県

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

**b 人材育成構想**

研究会の議論の中で、様々なクリエイションに出来る場や交流拠点づくりの必要性、スキルアップのためのセミナーの開催等、教育の重要性などについて議論された。

研究会開催の様子

**c ネットワーク化構想**

地元クリエイターとの面会及び事業説明を複数回実施し、事業への理解が図られた。

また、地元クリエイターを中心とした全5回の研究会を開催した結果、プロジェクトに対する意識の共有と一体感の醸成が図られるとともに、クリエイターのネットワークが構築された。

さらに、今年度中には、プロジェクトに関するWebサイトを開設し、研究会に参加されたクリエイターのインタビュー記事を掲載する等、地元クリエイターの情報発信を行い、構築されたネットワークの強化を図る予定である。

クリエイター訪問の様子



地元新聞での記事掲載



## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

当初は、4月から地元クリエイターを対象にした研究会を開催し、事業構想実現に向けた協議などを早期に展開する予定であった。しかし、本助成事業の前年度に先行して実施した、都市部に向けた情報発信等の取り組みに対し、地元クリエイターから地元軽視との声が上がるなどの誤解が生まれ「周南市のクリエイティブ業界を活性化させる」というプロジェクトの趣旨が正しく伝わっていないことが浮き彫りとなった。

そこで、当初の予定を軌道修正し、直接、地元クリエイターを訪問し、プロジェクトの趣旨を丁寧に説明することで、事業への理解を促進し、土台固めを優先して実施することとなった。

このため、研究会に参加されたクリエイターのプロジェクトへの理解が深まり、結果的には、より強固なネットワークが築かれることとなった。

次年度以降は、今年度に構築された地元クリエイターのネットワークを元に、民間主導による取り組みを加速させるため、下記の施策を実施する。

### (1) 推進体制強化に向けた支援

今後のプロジェクト推進を図るため、市内クリエイターのコアメンバー等との協議を継続的に行うなど、民間主体による都市部等のビジネス案件獲得に向けた仕組みの具現化を目指す。また、併せて市内クリエイターが気軽に集い、交流できる拠点づくりにも取り組む。

### (2) クリエイター人材育成

市内外の企業等のビジネス案件を獲得できるように、市内クリエイターを対象とした各種研修やセミナー等を開催し、市内クリエイターの資質向上を図る。

### (3) 情報発信の強化

#### ①クリエイティブ・イベントの開催

市内外の企業と市内クリエイターのビジネスマッチングイベント等を開催（市内、都市部を予定）し、市内クリエイターの情報発信と商談を行っていく。

#### ②WEBサイトの活用

ネットワーク化した市内クリエイター情報（顔写真、氏名、肩書、所属、主な作品、受賞歴等）を、インターネットを活用して広く発信する。

#### ③クリエイティブ情報誌の作成

市内クリエイター情報（顔写真、氏名、肩書、所属、主な作品、受賞歴等）を冊子に取りまとめ、市内外の企業への周知に活用するほか、市内クリエイターが県外に営業を行う際の情報発信ツールとして活用する。

## ⑦ 外部専門家コメント

### 周南市をクリエイティブな人と仕事で溢れるまちに



(左：藤村氏、右：林氏)

G & Cコンサルティング株式会社  
代表取締役 藤村 雄志  
林 勇輝

地方創生総合戦略にクリエイティブ産業創出を掲げられたことをきっかけに、周南市のクリエイティブ産業の活性化を通じて地方創生に貢献するために本プロジェクトは発足。3カ年を持って民設民営による持続性あるクリエイター支援の組織作りを目標として活動中。本報告は2年目の取り組みになります。

#### 【各地域の事業概要】

周南市クリエイティブ産業創出支援プロジェクトとは、下記の流れで周南市をクリエイティブな人と仕事で溢れる街にしていきます。

- 1 仕事を創る
- 2 地元クリエイターの見える化、コミュニティ化
- 3 全国にクリエイティブシティを発信
- 4 周南市へのクリエイティブ関連企業の誘致、クリエイターのUIJターンを獲得

#### 【各地域の抱える課題、及びそれに対するアプローチ】

総じて言えることは、市内のクリエイターがクリエイティブな仕事を望むほどに獲得できていないという点。それを市としてさらに細分化して下記の3つと認識し、研究会とインタビューを通じ、それぞれアプローチを実行。

- ① 都市部からクリエイティブ案件が獲得できていない  
誤解を恐れずにいえば、案件はあるがクリエイターがいない都市部、クリエイターはいるが案件がない周南市。このミスマッチを防ぐべく、東京への営業代行機能の必要性をディスカッションしました。
- ② 地元のクリエイティブ案件が市外に流出している  
案外盲点だったのは、地元企業が、なんとなく市外のクリエイターに仕事を外注している数が想定以上に多かった点。地元クリエイターとの接点を産み出し、顔の見える関係性から案件の市外流出を防ぐ必要性を共有。
- ③ 地元クリエイターがどこにいるのかを把握できていない  
あまり群れたがらないクリエイターという属性上、ネットワーク化の必要性から訴求。大阪市内での成功事例を研究会で共有し意識の共有化を図る。

#### 【取り組みを通じて得られた成果】

地元クリエイターのつながりと研究会参加者の中でも主体的に本プロジェクトを推進してくれるクリエイター5人を確保。来年度は、彼らを軸に持続性ある組織作りを進めていきます。

1

2

大船渡市

浪江町

東吾妻町

三条市

羽咋市

甲府市

南伊豆町

池田市

大和高田市

由良町

周南市

観音寺市

安芸市

芦屋町

嬉野市

都農町

三島村

岩手県

福島県

群馬県

新潟県

石川県

山梨県

静岡県

大阪府

奈良県

和歌山县

山口県

香川県

高知県

福岡県

佐賀県

宮崎県

鹿児島県

## 2-12. 香川県観音寺市「地域資源の活用による観光交流のまちづくりプロジェクト事業」

### 事業概要

総事業費	4,402千円
助成申請額	2,934千円
外部専門家	山際 博美（山際食彩工房 代表取締役） 井上 弘司（C R C 地域再生診療所 代表執行役）

### 自治体概要

人口	61,570人（住民基本台帳搭載人口：平成29年1月1日）
面積	117.84km <sup>2</sup> （平成29年10月1日現在）
人口密度	522.5人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	16,182,048千円（平成27年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.63（平成27年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	89.2%（平成27年度市町村別決算状況調）
担当課室	観音寺市 経済部 商工観光課

### 取組概要



1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山县

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

香川県の西端に位置する観音寺市は、四国のはば中央に位置し、かつて交通の要衝として商業取引などで栄えた地方都市であったが、現在では人口減少が大きな課題となっており、地域経済活動の減退が懸念されている。産業としては、瀬戸内海の温暖な気候と肥沃な土地を活かす農業や瀬戸内海の恵まれた水産加工業が盛んで、中でも伊吹島近海でとれる良質な片口イワシは「伊吹いりこ」として市場関係者に認知されている。しかし、農業、漁業ともに若年層を中心とした流出など担い手の減少が続き、地場産業の継続、承継が困難になりつつある。

このような状況のもと、平成27年から観光振興ビジョンの策定準備を進め、ふるさと財団の外部人材派遣を活用し、市民を対象に観光に視点を置いたセミナーを開催する中で、地域資源の再確認と活用や、観光が経済活動につながり持続可能なまちづくりにつながることなどを学んできた。

地域の活性化には、地域のPRと経済活動を兼ねる特産品の付加価値を高めることが必要不可欠であるため、代表的な特産品であるいりこを加工した新商品を開発し、それらの価値を上げることで江戸時代から続く「いりこ漁」を守り、減少する漁業者の確保と離島である伊吹島の産業育成を図り、地域の活性化を目指すこととした。

### b 事業の目的

地域特産品の商品展開を豊富にすることで付加価値を高め、また、その食の情報を発信していく場の充実を図ることで地域の活性化を目指す。

「地域特産品の開発促進」について、平成28年度に特産品である片口イワシを使い3種類の「いりこ加工品」を開発した。市内アンケート調査を経て、土産品としてのプラスアップを行いながら、市内の漁協及び加工事業者へ本事業への事業参画を促した。

平成29年度は、試作した「いりこ加工品」のブランド化を図るために、大都市において販路開拓や地域のPRを兼ねたテストマーケティングを実施し、エンドユーザーへの浸透を図る。

「観光情報発信基地としての道の駅の活用」については、「道の駅とよはま」を食のツーリズムの拠点として位置づけ、郷土料理や地域特産品の情報発信を行っていく。また、生産者・加工グループと協力し、郷土料理の新たな商品化や既存土産品のプラスアップを行い、地域をPRする商品展開を豊富にすることで地域の活性化を図る。

## ② 事業実施内容

### a 地域特産品の商品展開

平成28年度事業で試作した3種類のいりこ加工品について、市場調査や販路開拓のため大都市でのテストマーケティング、料理教室を行う。収集した情報をもとに事業者と協議し、販売者の選定を行う。

平成28年度事業での試作品



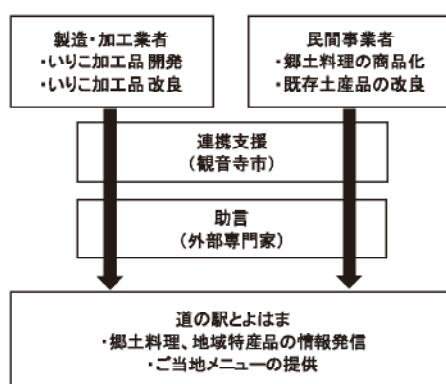
### b 食の情報を発信していく場の充実

「道の駅とよはま」を食のツーリズムの拠点として位置づけ、地元の特産品を使った商品開発、指定管理受託者の料理指導と販売指導を行い、郷土料理やご当地メニューの提供、また地元特産品に特化したイベントを開催する。その上で、地域特産品の開発を促進するため、生産者・加工グループと協力し、郷土料理の新たな商品化や既存土産物のブランディングアップを行う。

## ③ 事業実施体制

### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

外部専門家が製造・加工業者や各種民間事業者の商品開発・販路開拓を支援し、道の駅とよはまでの情報発信等を支援する。市はその連携支援を行う体制とする。

1

2

**b 外部専門家の役割**

外部専門家は商品開発の総合的なコーディネートとして、主に以下の役割を担う。

- ・商品改良指導、量目、デザイン、パッケージ、価格設定などの指導
- ・プロモーション手法の指導
- ・東京都内でのテストマーケティングと試作品を使った料理教室を開催
- ・道の駅とよはまの指定管理者の料理指導と販売指導

**④ 事業実施スケジュール**

月	取組実施内容	
4月	26～27日	プロジェクト会議
5月	2日	伊吹島自治会事業説明
	22日	伊吹島網元事業説明
	29日	伊吹島にて郷土料理の聞き取り
	30日	道の駅とよはま事業説明
6月	12日	五郷里づくりの会事業説明
	13日	梨加工研究会事業説明
	27～28日	ふるさと財団視察、道の駅とよはま調理指導
7月	25日	五郷里づくりの会と新商品開発協議
	27日	伊吹島にて郷土料理の調理実習
8月	29日	道の駅とよはまイベント打合せ
	30日	五郷里づくりの会と調理実習
9月	29日	テストマーケティング（早稲田）
	30日	テストマーケティング・料理教室（神楽坂）
10月	1日	テストマーケティング（神楽坂）
		試作品のテスト販売開始
	31日	アンテナショップ協議（東京都）
11月	19～20日	道の駅とよはま 「食の博覧会」 ふるさと財団視察
12月	13日	事業者の決定
1月	16日	マネージャー報告会
2月	5～6日	商品化に向けて調理指導 次年度の取り組み協議



## ⑤ 主な成果

### a 地域特産品の商品展開

特産品であるいりこを使った3種類の「いりこ加工品（いりこ味噌、いりこのオイル漬け、いりこポン酢ゼリー）」を試作し、いりこの認知度が低い地域での認知度の向上と消費者の意見を商品に反映させるため、東京においてテストマーケティングと料理教室を行った。

アンケート調査の結果、8割以上の回答者からおいしいとの高い評価を受けた。アンケート調査の結果をふまえ、商品化にめどが立ち、商品政策を担う事業者と協議を進め、商品を確立させた。

現在は販路の検討を行っており、近々市場に並ぶ状況にまで至っている。

また、新たな試作品の開発をおこなっており、いりこご飯、いりこのおかゆを試作品として作成した。これらの試作品も商品化にむけて味の調整など試行錯誤を行っていく予定である。

いりこ加工品



テストマーケティングの様子



地域特産品の開発を一層促進するため、伊吹島での郷土料理の聞き取りを行った。

その結果、島外では知られていなかった郷土料理や特産品が発見され、商品化に向けて検討していくこととした。また、生産者・加工グループに対して外部専門家によるヒアリングやアドバイスを行った。

これらの取り組みにより、生産者・加工グループが抱えていた課題が明確になり、自らの事業実施に関して意欲向上につながった。活動が活発になる中で、これまで実現しなかった郷土料理の商品化や既存土産品のプラッシュアップができ、地域特産品の魅力向上につながった。これらの商品は道の駅とよはまなどで販売を行っていく。

1

2

伊吹島での講演・聞き取り



生産者・加工グループ ヒアリング



### b 食の情報を発信していく場の充実

「道の駅とよはま」を食のツーリズムの拠点としての再生を図るために、外部専門家が第三者的な目線でアドバイスを行い、売場で提供される商品の選定、レイアウトの変更、顧客対応の考え方などについて改善を行った。更に、食事の提供にあたっては外部専門家のノウハウを活かした原価低減の方策を伝えるなど、経営面での助言も行った。

これらの活動を続ける中、観音寺市の拠点としての役割を対外的に示すため、観音寺の食が一同に集まるイベントを開催した。3種類の「いりこ加工品」をはじめ、生産者・加工グループが商品化した郷土料理や、プラスチックアップされた既存土産品など、新しい商品がここで披露された。

また、観音寺市の特産品をふんだんに使った特別メニューを開発し、用意した50食が完売となった。また、このイベントには観音寺市が認定している観音寺ブランドの認定業者も参加し、イベントを通して今までではなかった道の駅、生産者・加工グループ、製造加工業者とのつながりが生まれ、協力体制が構築されたイベントとなった。

イベントの様子



観音寺スペシャルメニュー



大船渡市

浪江町

東吾妻町

三条市

羽咋市

甲府市

南伊豆町

池田市

大和高田市

由良町

周南市

観音寺市

安芸市

芦屋町

嬉野市

都農町

三島村

岩手県

福島県

群馬県

新潟県

石川県

山梨県

静岡県

大阪府

奈良県

和歌山县

山口県

香川県

高知県

福岡県

佐賀県

宮崎県

鹿児島県

## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

本年度の事業を通して、3種類の「いりこ加工品」の商品化が決定し、担い手となる事業者も明確になり、製造に向けて協議を進めている段階となった。当該事業者は外部専門家の協力のもと、新たな商品開発にも取り組んでいる。

商品生産体制が整ったいま、今後は販路開拓とプロモーション展開が課題となる。そこで市では観音寺ブランドの認証の取得を当初の目標に設定し、いりこ商品と合わせて、その他の観音寺ブランド商品とともに効果的な商品展開を行っていく。

いりこ商品の担い手が決まり、動きが加速化する中で、生産者・加工グループも意欲向上により、自発的に新しい商品展開に取り組む動きが確認できる。行政が行う産業支援の事業につなげながら、新たな商品化や既存特産品のプラッシュアップを行っていく。

「道の駅とよはま」は多数の生産者や加工業者とのつながりが出来たことで、食のツーリズムとして第1歩を踏み出したと言える。今後は個々で動いていた各事業者間での情報共有や意見交換などを行い、商品展開の気運を高めていくことが必要になる。また、食のイベント開催や郷土料理の提供を続け、地域の食文化をPRしていくことが観音寺市全体で行うべき施策である。

まだ市民参画意識が薄いため、事業を継続しながら賛同事業者を増やし、意欲喚起に努めることも重要である。

## ⑦ 外部専門家コメント

### 地域資源の活用による観光交流のまちづくりプロジェクト報告書



山際食彩工房 代表取締役 山際 博美

1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山县

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

#### 【いりこ（片口イワシ）で特産品開発】

観音寺市は、瀬戸内海の温暖な気候と肥沃な土地を活かす農業や瀬戸内海の漁業が盛んである。また、香川県の西端、四国の中心に位置し、交通の要所として商業取引などで栄えた地方都市であった。しかし、少子高齢化による人口減少が大きな課題で、経済活動の減退が懸念されることから、地域の活性化が喫緊の課題である。地域に活力をもたらせるためには、特產品を使った事業展開が必要である。そこで、観音寺市の特產品であるいりこでの特產品開発をビジネス化するため、まずは試作品のテストマーケティングを行い、販売結果やアンケート結果を事業者、販売者に情報提供し、ビジネス化の機運の醸成を図った。そのうえで事業者、販売者を決定し、新商品を確立する。その後は、地元の道の駅などで販売しながら、物産展や商談会に参加し、販路拡大を狙っていく。

また、道の駅とよはまにおいては、新商品の販売を中心に、ご当地メニューや郷土料理の提供などにより食ツーリズムの拠点として発展させる。

#### 【各地域の抱える課題、及びそれに対するアプローチ】

伊吹島では「いりこのきんぴら」「いりこの佃煮」「おねくり」等の郷土料理の情報を聞き取ることが出来た。郷土料理の商品化に向けて試作品を行い、試食を行った。お酒、ご飯のお供として最高のおかずであるが、10年後にはこの料理はなくなってしまうのではないか心配である。地域資源の食でもある伝統食を病院給食とか学校給食で定期的に提供しているところがある。ここであれば間違いなく提供できると考える。

既存特產品のプラッシュアップを行うため、規格外の梨を使い加工を行っている梨加工研究会とも事業に取り組んだ。梨加工研究会の焼き肉のタレは味がいいが、冷蔵保存管理するために賞味期限が短いことや単価設定も安すぎることから利益があまり出ていないなどの問題があった。これらの課題解決の方法を提案するとともに、商品のプラッシュアップを行うために、レモン味、ポン酢など柑橘系を入れてさっぱりさせる味付けにした試作品を提供し、商品展開を行っていった。

郷土料理を商品化させるため、中山間地域のPRを行っている五郷里づくりの会とも共同で事業を行った。今回はこもけ団子汁、いたどりを使った郷土料理を試作した。レトルト、真空パックを活用した調理法を提案し、いつでも提供できるようにすることで人手の問題など解消できるのではないか。

道の駅とよはまのレストランメニューを地域の方々と連携したメニュー構成とすることで他にはないメニューが出来るのではないか。

#### 【取組を通じて得られた成果】

最終的には道の駅とよはまにて各事業者の成果を集めたイベント「食の博覧会」を実施した。その中でもオール観音寺スペシャルメニューが出来たことが一番の成果ではないだろうか。地域の物を集めたメニューは今後も続けていただきたいと考えている。また、事業を行っていく中で加工場が少ないとやレシピを作れる方が少ないなど地域の課題も見えた。今後は事業者同士でのコラボ商品が出来てくれればもっと商品開発の活性化が狙える。テストマーケティングの結果により今後も商品開発も進めて行けると思う。梨加工研究会では新しい商品が生まれ、商品開発に取り組む意欲が出てきた。大きな成果であり、今後も期待していきたい。

## 2-13. 高知県安芸市「じゃこシティを目指した食による地域づくり事業 ステップ2」

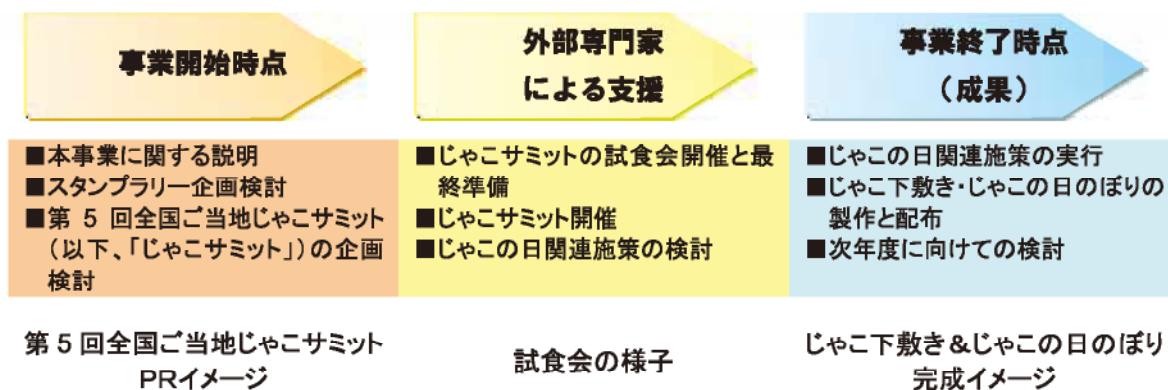
### 事業概要

総事業費	5,919 千円
助成申請額	3,946 千円
外部専門家	伊東 威（株式会社船井総合研究所）

### 自治体概要

人口	17,944 人（住民基本台帳搭載人口：平成 29 年 1 月 1 日）
面積	317.21 km <sup>2</sup> （平成 29 年 10 月 1 日現在）
人口密度	56.6 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	6,670,534 千円（平成 27 年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.28（平成 27 年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	81%（平成 27 年度市町村別決算状況調）
担当課室	安芸市 商工観光水産課

### 取組概要



1

2

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

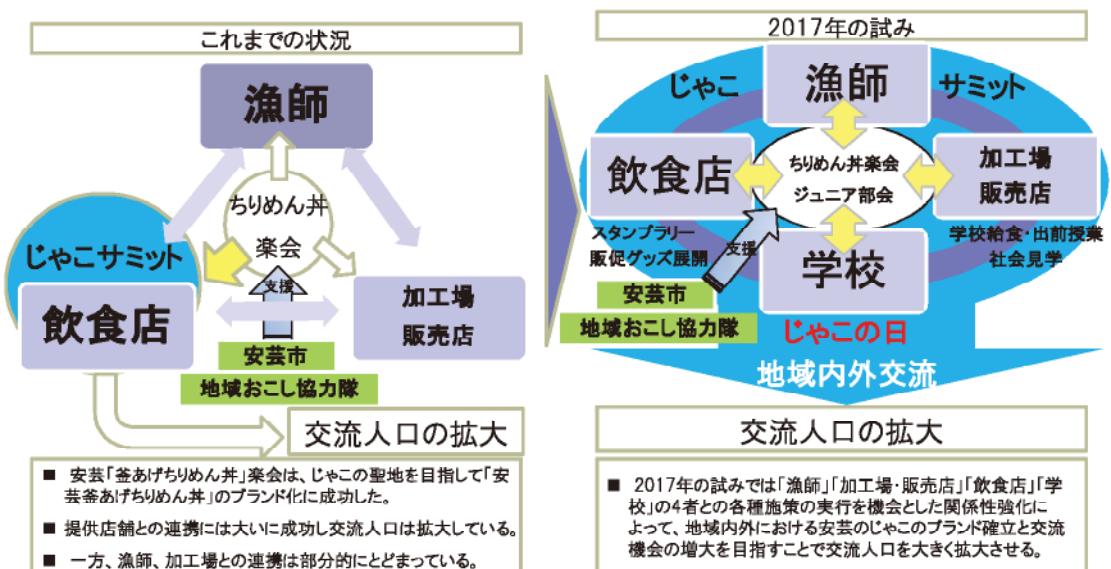
## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

安芸市は、南は土佐湾に面し、北は四国山脈を背に徳島県と接する、高知県東部の田園都市で、古くから施設園芸が盛んな一次産業のまちである。観光面においては、土居廓中の古い町並みをはじめ、三菱グループ創業者の岩崎彌太郎の生家が残り、書道・童謡・陶芸のまち、また阪神タイガースのキャンプ地としてのまちづくりに取り組んできたが、人口減少、地域活力の衰退は止まらない。ゆえに、これらの観光素材を生かして、今後は観光を主要産業として位置づけ、産業振興や雇用の場につなげる必要がある。その要と位置づけているのが「ちりめんじやこ」であり、市民グループ“安芸「釜あげちりめん丼」楽会”（以下、「楽会」）の活動を中心に、一次産業の漁業者と二次産業の加工業者、三次産業の飲食店との関連性を強化し、各事業者から、地域の食の魅力や観光素材を全国にアピールすることで産業そのものの活性化につなげていきたいと考えている。

### b 事業の目的

本事業は商工会議所、観光協会、JA、ボランティアガイドの会、飲食店、加工場、青年会議所、一般市民等で組織した「楽会」を中心に行われている。この「楽会」を安芸市と地域おこし協力隊がバックアップしている。近年は、地元金融機関、また安芸桜ヶ丘高校・ビジネス☆応援部の部員を中心とした「ジュニア部会」との連携も強化され、これら産・学・官・民の連携により、行政と地域が一体となって「じやこシティの確立」を目指し、じやこに関係する一次産業、二次産業、三次産業の連携をさらに強化する。同連携により、各産業の従事者の経済効果を高めることで雇用を創出し、将来的には移住・定住等にもつなげるための「交流人口の拡大」を実現することで「食による地域の活性化」を目指すものである。



## ② 事業実施内容

### a 接点構築強化

じゃこに関する漁業者・加工場・小売店等や釜あげちりめん丼提供の飲食店との接点の構築と強化を踏まえて、b 以降の具体的な施策における連携を推進する。

### b 組織強化

地域おこし協力隊人材の強化と、ジュニア部会を含む楽会メンバーの拡充を行ないつつ、活動自体の設計と運営を自主的自立的に行なえる体制づくりを推進する。

### c 情報発信の強化

HP や Facebook を活用した WEB 施策とマスコミ等へのプレスリリースなどのリアル施策を組み合わせた情報発信の強化を推進する。

### d じゃこの日を核とした施策展開

毎月 15 日の「じゃこの日」に合わせて「学校給食&出前授業」ほか様々な施策を「一斉行動」として仕掛けていくにあたっての施策展開を推進する。

### e 全国サミットに向けた各種支援

平成 29 年度で第 5 回を迎える「全国ご当地じゃこサミット」を開催するにあたって出店者募集その他の各種連携施策を実施する。

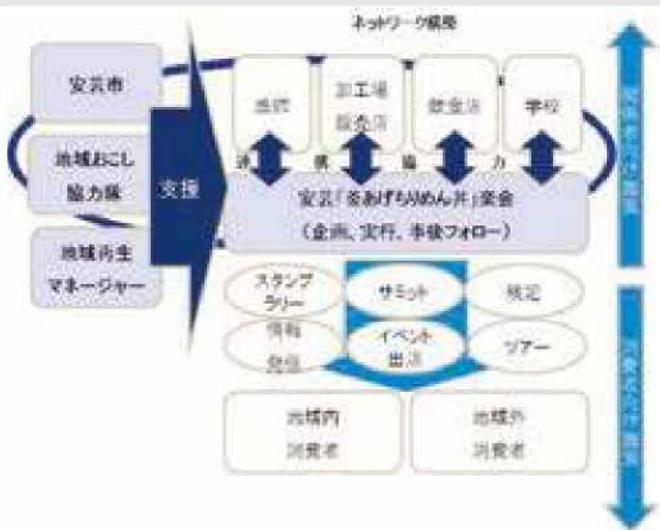
### f ロードマップの策定

「学校給食&出前授業」、「じゃこ検定の構築」、「イベント出店販売」、「じゃこサミット企画」、「産業化」の 5 つの活動の柱に基づいて、「専門部会体制」を構築するとともに年間の活動を一覧で振り返り、次年度の計画を検討するためのカレンダーを作成する。

### ③ 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



## 体制の概要

主な活動は、安芸市において水産資源「じゃこ」によって地域ブランド化を図る安芸「釜あげちりめん丼」楽会を中心として実施した。

活動人数：商工会議所、観光協会、JA、ボランティアガイドの会、飲食店、加工場、

青年会議所、一般市民、学生・生徒ほか事務局を中心とする約40名

活動頻度：毎月1回の定例会 + 実働（イベント出店）

活動領域：施策の検討・決定、ツール整備、施策実現への実働

#### b 外部専門家の役割

食特産品を活用した地域活性化に関する全国的な類似事例の調査・分析、及び成功へ向けたノウハウの提供、さらに安芸市のじゃこがもつ地域資源としての独自性の抽出支援となる。

本事業の6つの施策について、各施策の成功に向けて成功事例を調査・分析し、ノウハウ提供を行い、さらに施策同士が相乗効果を持てるよう進捗管理を行う。さらに、じゃこの全国市場の分析を行い、全国サミットへの出場地域を選定、招聘するための支援を行う。

1  
2

- |       |      |
|-------|------|
| 大船渡市  | 岩手県  |
| 浪江町   | 福島県  |
| 東吾妻町  | 群馬県  |
| 三条市   | 新潟県  |
| 羽咋市   | 石川県  |
| 甲府市   | 山梨県  |
| 南伊豆町  | 静岡県  |
| 池田市   | 大阪府  |
| 大和高田市 | 奈良県  |
| 由良町   | 和歌山县 |
| 周南市   | 山口県  |
| 観音寺市  | 香川県  |
| 安芸市   | 高知県  |
| 芦屋町   | 福岡県  |
| 嬉野市   | 佐賀県  |
| 都農町   | 宮崎県  |
| 三島村   | 鹿児島県 |

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
8月	22~23日	安芸釜あげちりめん井楽会 8月例会 地域再生マネージャー事業に関する説明 新企画 スタンプラリーの検討開始 第5回 全国ご当地じやこサミット 企画検討
9月	7~8日 27~28日	第5回 全国ご当地じやこサミット 試食会 安芸釜あげちりめん井楽会 9月例会 全国ご当地じやこサミットに向けた特別例会 全国ご当地じやこサミット 試食会の開催 スタンプラリーの精査検討、ジュニア部会の試案検討 第5回 全国ご当地じやこサミット 最終準備
10月	6~8日	第5回 全国ご当地じやこサミット（事前準備&当日） スタンプラリー開始
11月	7~8日	安芸釜あげちりめん井楽会 11月例会 (じやこサミット反省会&懇親会) 第5回 全国ご当地じやこサミット の振り返り報告 自己紹介&第5回 全国ご当地じやこサミット の感想スピーチ
12月	5~6日	安芸釜あげちりめん井楽会 12月例会 2017年出店イベント収支報告 じやこ下敷きデザインに関する全体議論 「じやこ検定部会」「スタンプラリー部会」「イベント部会」に分かれての議論
1月	10~11日	安芸釜あげちりめん井楽会 1月例会 じやこ下敷き&じやこの日のぼりに関する最終議論 スタンプラリーに関する進捗確認 「じやこ検定部会」「スタンプラリー部会」「イベント部会」に分かれての議論（昨年総括と2018年計画）
2月	7~8日	安芸釜あげちりめん井楽会 2月例会 2月15日のじやこの日の取り組みについて 2018年計画の議論（全体と各部会にて）
3月	19~20日	安芸釜あげちりめん井楽会 3月例会 2018年計画の最終議論

## ⑤ 主な成果

### a 接点構築強化・・・漁師・加工場・小売店・飲食店との連携

- ・高知大学留学生と安芸市内高校生約 100 名を加工場にて受け入れ

これまでの継続的な関係性強化の成果であり、来年度の重点課題である「じゃこツアーア商品化」においても大変意義のある成果である。

- ・「じゃこの日のぼり」の製作・配布と「じゃこの日」サービス提供の依頼訪問

「じゃこの日」を核として、飲食店及び加工場・小売店への誘客を図るとともに来店者の満足度向上とブランド認知度アップに繋げるための取り組みとした。

- ・飲食店向けスタンプラリー企画の一新

「じゃこ 1 年分」「土佐ジロー盛り合わせ」「内原野焼ビアジョッキ」等の地元ならではの逸品を特典として、積極的な告知とカード配布を行って、来店促進に繋げた。

加工場での受け入れの様子



### b 組織強化、情報発信の強化・・・地域おこし協力隊人材の強化とメンバー拡充等

- ・NHKのTV取材対応

2017年4月15日(土)の「じゃこの日」午前7:30～午前8:00の「おはよう四国」にて「今が旬！春のじゃこ～高知 安芸～」というタイトルで放映された。

- ・四国内の新聞4紙の連載企画への掲載

2017年末の高知、愛媛、徳島、香川の4社連載企画「地域を創る 四国を拓く」にて、楽会の活動が取り上げられた。

取材、新聞掲載の様子



### c じゃこの日を核とした施策展開・・・「学校給食&出前授業」と「じゃこ下敷き」製作寄贈

- ・「学校給食&出前授業」の展開

市内の小学校・中学校(給食実施校のみ)における「じゃこの日のじゃこ給食」の普及に努めた。また、市内小学校2校、中学校1校で「出前授業」を実施した。

- ・「じゃこ下敷き」の製作と寄贈

安芸のじゃこの豆知識を掲載した「じゃこ下敷き」を計3,100枚製作し、安芸市内の小中学校合わせて1,218名の在校生に寄贈するとともに、翌年度以降は新小学生1年生に寄贈する。

学校給食の様子



1

2

大船渡市

岩手県

浪江町

福島県

東吾妻町

群馬県

三条市

新潟県

羽咋市

石川県

甲府市

山梨県

南伊豆町

静岡県

池田市

大阪府

大和高田市

奈良県

由良町

和歌山县

周南市

山口県

観音寺市

香川県

安芸市

高知県

芦屋町

福岡県

嬉野市

佐賀県

都農町

宮崎県

三島村

鹿児島県

#### d 全国サミットに向けた各種支援・・・試食会開催や来場者アンケートの実施

- ・「じゃこサミット」事前の試食会開催

出店者が当日メニューを持ち寄ってのお披露目と、集客のための取材対応の場として開催し、盛況となったほか、各メディアが情報を発信した。

- ・「じゃこサミット」当日の成功

出店者 18 店舗を選定して開催し、「高知東海岸グルメまつり」と合わせて 2.6 万人以上の来場を獲得した。

- ・「安芸のじゃこの知名度」に関するアンケート結果

じゃこサミット当日に実施したアンケートでは、「安芸のじゃこの知名度」について 70% 以上の来場者が「十分もしくはそこそこ有名」と自覚していることが明らかとなった。

「じゃこサミット」の事前試食会



#### e ロードマップの策定・・・2020 年に向けた活動の方針と計画の策定

- ・「専門部会体制」の構築と「年間活動カレンダー」の策定

「学校給食＆出前授業」「じゃこ検定」「イベント出店販売」「スタンプラリー」の計 4 つの専門部会体制を構築し、毎回の例会でより深い議論を実施することが可能になった。また、活動総括と計画策定を円滑にするカレンダーを作成した。

## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

### 【課題の発見と対応】

本事業の課題としては、「①じゃこの日企画を通じた地域内外でのブランド確立」「②地域おこし協力隊自立に向けた環境整備」「③じゃこ事業に関するさらなるビジネス化」の3点を発見した。

そこで対応として、①については、「漁師・加工場・販売店・飲食店と連携した社会見学受け入れやブランド化のための連携」「第5回全国ご当地じゃこサミットの開催」「市内小学校を対象とした出前授業&じゃこ給食の実施」と「市内小学生へのじゃこ下敷きの製作＆普及」、②については「地域内外への取り組みに関する積極的な情報発信」「漁師・加工場・販売店・飲食店への定期的な訪問活動」「ジュニア部会との連携強化」③については、「地域内外イベントでの安芸釜あげちらりめん丼の販売」「加工場・販売店・飲食店向け販促用グッズの製作＆配布（じゃこの日企画と連携）」「飲食店向けスタンプラリー企画」に取り組むことで、一定の課題解決へと繋がった。

### 【人材を含めた仕組みづくり】

以上の施策の展開によって得られた成果は以下の三つである。

第一に「新しい人材の育成」である。特に上記に記載した市内高校生を中心とする「ジュニア部会」の拡充・強化によって、楽会の活動に活力と新鮮な発想が取り入れられるようになった。

第二に「楽会として独自財源に繋がる事業の創出」である。2017年には市内外にて積極的な安芸釜あげちらりめん丼のイベント出店販売を実施したが、その全てを黒字決算で終えることができた。また、保険の問題があり一時滞っていた「じゃこ漁ツアーカード化」も、地元の（一社）高知県東部観光協議会と連携して商品化の目処が付きつつある。

第三に「地域全体の産業への貢献」である。じゃこサミットにおいては、漁協・加工場・小売店によるじゃこの直売を実施し、来場者より大変好評を博し、完売することができた。また、飲食店向けには企画一新したスタンプラリーを実施するとともに、「じゃこの日」にちなんだサービス提供の約束も取り付けた。また、さらなる販売促進のための「じゃこの日のぼり」も製作・配布することができた。

### 【次年度に向けて】

今後、安芸市では、「ビジネス面を重視したじゃこの日関連施策の展開」「じゃこ食文化の見える化＝検定本の制作」「じゃこ事業に関する組織の強化・自立化」の3点に重点的に取り組む必要がある。学校等との教育面での連携はかなりの進展が見られる一方、ビジネス面での地域全体の産業への貢献はまだまだ不足している。また、この取り組みの継続性を担保するための「学習機会の整備」と「楽会を中心とした活動組織の自立」も欠かせない重点である。これらを次年度に向けてのテーマとしていきたい。

1

2

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

## ⑦ 外部専門家コメント

### 安芸市におけるじやこシティ化に向けた考察

株式会社船井総合研究所 地方創生事業グループ

プロジェクトマネージャー 伊東 威



高知県安芸市は、恵まれた立地環境から高知県東部地域として歴史的にも長く栄えており、またその自然環境から生み出されるじやこを含めた豊富な一次産品が多い地域です。またブランド化を含めて地域の今後を考え、行動する人材も多く、地方創生において強い実行力を持つ地域の一つである点も一つの有力な強みであると言えるでしょう。

地元でちりめんじやこを使う食文化を日常の習慣に取り入れてもらうことを目的

に創設した毎月 15 日の「じやこの日」の関連施策は、新聞等のマスコミによる告知を経て、「教育面」「ビジネス面」の両方で広がりができつつあります。「教育面」においては、「出前授業&学校給食」、「ビジネス面」においては、「加工場・小売店・飲食店との連携施策」が定着しました。

また、近年は、活動の中心組織である、安芸『釜あげちりめん丼』楽会において、仙頭ゆかり会長を中心として、商工会議所、観光協会、J A、ボランティアガイドの会、飲食店、加工場、小売店、青年会議所、一般市民、地元金融機関、市役所、そして市内高校生を中心とした「ジュニア部会」と、実に多様で幅広い方が「有志」参加で活躍していますが、じやこシティ化を目指すうえで必要な「継続性」と「革新性」を担保する意味でも、大変先進的であると考えます。このようなメンバー構成の中で、第 5 回全国ご当地じやこサミットの開催に至る一連の取り組みは、例年以上に自立的、自覚的に取り組まれ、成功裡に終えることができたと感じています。

こうした大人と若者が、同じテーマ、同じ場所で、対等に議論すること、そして市内の保育園、小中学校、高校、県内大学といった全方位の世代に対して積極的に関わっていくことは、大きな意味で「社会教育」「キャリア教育」の観点から見ても大変意義深く、評価できると考えます。

一方で、今後の課題としては以下の三点が挙げられます。

第一に取り組むべき課題は、「ビジネス面を重視したじやこの日関連施策の展開」です。現在、安芸市ではすべての活動をじやこの日に集約・実施していますが、その活動は若干「教育面」に偏重しています。よって、今後は、加工業者、小売・飲食業者を巻き込むビジネス面での施策をより充実させ、より高い経済効果を創出できる関連施策の実施を目指すために、「じやこ関連業者を巻き込む施策」「じやこ漁を体験できるツアー商品の展開」「じやこサミットの実施支援」を具体的に仕掛けしていく必要があります。

第二に、じやこ食文化の見える化をより進める一手として、これまで様々な場所で語られてきたじやこ食文化をまとめ、文書化する「検定本」の制作が有効と考えます。安芸市におけるじやこシティ化の取り組みは開始から 5 年以上が経過しました。この歴史の中で、様々な場所で様々なじやこ食文化が語られてきたものの、それらを体系的にまとめた文書は存在しません。前述の意欲ある若者へこの取り組みを継承していく意味でも、今後は、大学等の学術機関と連携し、これまでの知見を一冊の検定本として集約していく必要があります。

第三に、じやこ事業の組織「安芸『釜あげちりめん丼』楽会」の強化です。特にビジネス面のプレイヤー、学術会のプレイヤーの参加を促していくことが求められます。またビジネス面での事業を軌道に乗せることによって、楽会等における自立可能な財源の確保施策を考案していく必要があります。

以上の三つの課題については、いずれも時間を要することが予想されますが、これまでの試みを続ける中で一つ一つ解決することによって、より安芸市の地域ブランドは高まると思われます。

最後に、私自身は約 3 年弱、安芸市に関わらせていただいていますが、この取り組みが確実に成長・成熟していく現場に立ち合う中で、私自身新たな発見や学びを得られていることを、地域再生マネージャーとして誇りに思います。今後も安芸市が全国的に輝くよう応援していきたいと思います。

また今後の地方創生を考える場合、安芸市での事例は決して特殊事例ではなく、どの地域においても「やる気のある住民、企業、行政」が地域の「キラッと輝く素材を再発見して活かす」ことに取り組めば可能です。ぜひ、他地域でもこの手法を参考にしていただければと思います。

## 2-14. 福岡県芦屋町「さわらを活かした地域振興～ヒト・コト・モノを繋げる取り組み～」

### 事業概要

総事業費	7,051 千円
助成申請額	4,700 千円
外部専門家	朽尾 圭亮（株式会社船井総合研究所）

### 自治体概要

人口	14,353 人（住民基本台帳搭載人口：平成 29 年 1 月 1 日）
面積	11.6 km <sup>2</sup> （平成 29 年 10 月 1 日現在）
人口密度	1237.3 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	3,723,178 千円（平成 27 年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.37（平成 27 年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	94.3%（平成 27 年度市町村別決算状況調）
担当課室	芦屋町 地域づくり課

### 取組概要

#### 事業開始時点

- 軌道に乗り始めたさわらによる地域ブランド化の充実、特に魚価アップの試み
- エンタメ・文化施策への移行を前提とした受け皿組織の整備

#### 外部専門家による支援

- さわら施策の充実（拡大版さわらサミットの計画、魚価向上に向けた勉強会、さわらフェアの企画・展開）
- 芦屋町 No.1 プロジェクト実行団体の組織化（観光基本計画との連携、観光あしや協議会立上げ）

#### 事業終了時点（成果）

- さわら施策の実施（第 2 回さわらサミット実施、さわらフェア実施、・さわら魚価向上）
- 芦屋町 No.1 プロジェクト実行団体の組織化

#### 各年度のゴール

年度	ゴール
平成28年度	3年間事業計画の準備と試験的実験
平成29年度	さわらを中心とした地域ブランド化とエンタメ・芸能への移行準備
平成30年度	あしやまちブランド実現事業

#### ワークショップの様子



#### 「さわらフェア」ポスター



1

2

大船渡市

浪江町

東吾妻町

三条市

羽咋市

甲府市

南伊豆町

池田市

大和高田市

由良町

周南市

観音寺市

安芸市

芦屋町

嬉野市

都農町

三島村

## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

芦屋町は福岡県の北端に位置し、福岡市と北九州市を通勤圏内にもつた行政面積 11.6 km<sup>2</sup> の非常にコンパクトな自治体である。芦屋町の特徴として挙げられるのが、海・山といった「自然」、芦屋釜を中心とした「文化」、さらに「海」を中心とするいか・さわらといった水産資源である。

芦屋町ではこれら地域特性を活かし、砂像展の開催、ボートレースの振興、芦屋釜の復興、水産資源のブランド化など多くの取組を行っている。しかし、これらの取組はそれぞれ一定の成果を上げているものの、事業間での相乗効果が発揮されていないこと、町民認知度が低いこと等が課題となっていた。

そこで平成 26 年度より地域再生マネージャー事業を活用し課題解決に取り組んできた。平成 26 年度には外部専門家派遣（初期対応型）を受診し、課題解決の手法として短期（水産施策）・中期（芸術・エンタメ施策）・長期（文化施策）的にそれぞれ特化する施策を掲げた「芦屋町 No.1 プロジェクト」が提言された。これを受け、平成 27 年度には外部人材派遣を活用して関係者の機運醸成・組織構築を図り、平成 28 年度には外部専門家活用助成の活用により、「芦屋町 No.1 プロジェクト」の第 1 ステップである水産施策（さわら事業）を実施してきた。

### b 事業の目的

平成 29 年度事業では、平成 28 年度に取り組んだ水産施策（さわら事業）を強化・発展させるとともに、芸術・エンタメ施策への展開を見据えて、既存の取組との接点を創出し、芸術・エンタメ施策への移行準備をしようとするものである。

水産施策（さわら事業）の充実としては、漁業者との連携（魚価向上や後継者の育成を目指し、漁業者の意識改革を図る）、本事業の中心施策である「さわらサミット」の拡充、特産品・観光商品としての展開（「さわらフェア」の取組の充実）の 3 点に取り組む。

エンタメ・文化施策への移行準備としては、プロジェクト推進に向けた体制整備を行う。具体的には、現推進体制である「芦屋町さわらサミット実行委員会」の目指す方向性を整理し、町が推進する「芦屋町観光まちづくり推進プロジェクト（以下、「観光プロジェクト」という。）への統合を図る。

## ② 事業実施内容

### a 繼続性の付加

事業の継続性の付加のために、漁業者・商工業者ネットワークを構築する。

### b イベント拡充

平成30年2月24・25日に実施の「第2回 福岡 ご当地さわらサミット」において、量的拡大（提供食数6600食→12000食）と質的拡大（ネットワーク強化施策の基盤イベントとしての機能）を図る。



### c 持続的体制の構築

プロジェクト推進のための持続的体制の構築として、推進体制の統合に向けた準備と新組織立ち上げを行う。

### d 事業計画の推進

「芦屋町No.1プロジェクト」の第1ステップ「海を活かす」施策の効果測定を行うとともに、第2・3ステップ「エンタメ・文化施策」への移行準備に向けて、新組織へ推進体制を統合する。

### e 特產品開発・観光推進

さわらフェア・さわら勉強会の開催、飲食店でのさわらメニューの提供等を行う。

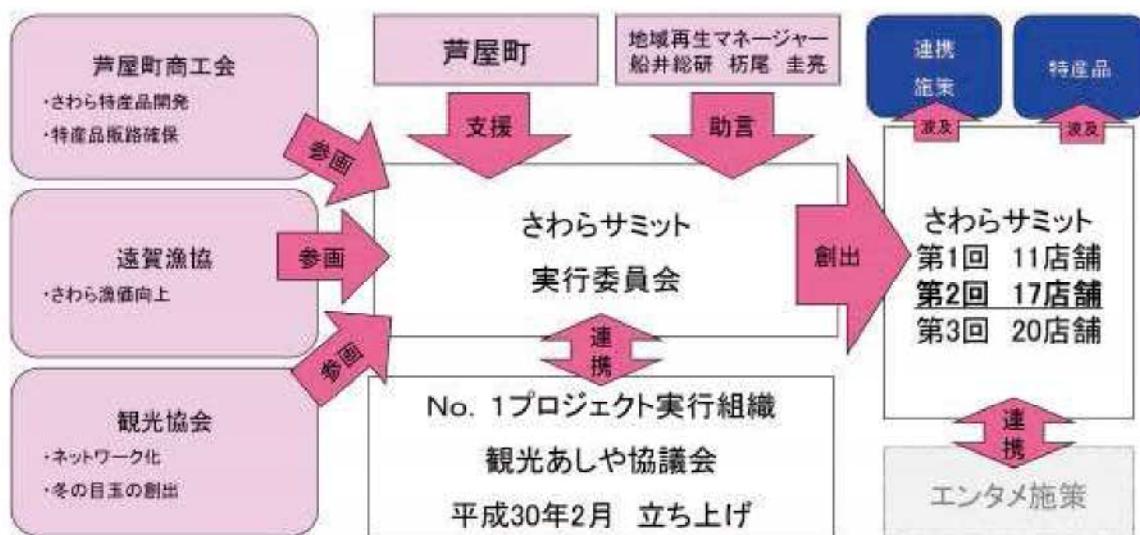
1  
2

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

### ③ 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

事業実施体制は、地域内の商工業者、漁業者、住民によって組織化された「さわらサミット実行委員会」を中心としながら、同時に「観光あしや協議会」の立ち上げを行い、施策の一部移行を図った。

#### b 外部専門家の役割

外部専門家としては、平成 26 年度の「芦屋町 No. 1 プロジェクト」立案時から本プロジェクトに関わり、特に「食」を通じた地域ブランド化に高い知見を持つ栄尾圭亮氏を活用した。芦屋町では平成 26 年度から一貫して栄尾氏にアドバイス・支援を受けている。

具体的な役割としては、第 1 ステップであるさわら施策に関するアドバイス、及び第 2・3 ステップ移行への移行についての企画・実行・評価の全般的な支援を受けた。

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
5月	16日	府内での協議の実施
	17日	各所へのヒアリング
6月	19日	観光推進プロジェクト立ち上げ企画検討
	20日	各所へのヒアリング
7月	27日	第1回 実行委員会 開催
	28日	府内でのレビュー、今後の企画検討
8月	21日	第2回 実行委員会 開催、さわら勉強会実施
	22日	府内でのレビュー、今後の企画検討
9月	15日	第3回 実行委員会 開催
	16日	府内でのレビュー、今後の企画検討 さわらフェアアイデア出し、観光推進プロジェクト立ち上げ準備
11月	21日	第4回 実行委員会 開催
	22日	府内でのレビュー、今後の企画検討 さわらフェア企画開始
12月	20日	第5回 実行委員会 開催
	21日	府内でのレビュー、今後の企画検討 さわらフェア準備
1月	18日	第6回 実行委員会 開催 府内でのレビュー、今後の企画検討、サミット試食会実施 さわらフェア準備、観光推進プロジェクト立ち上げ準備
2月	6日	第7回 実行委員会 開催 府内でのレビュー、今後の企画検討 さわらフェア準備、観光推進プロジェクト立ち上げ 第2回 福岡ご当地さわらサミット 実施(2/24,25)
3月		さわらサミット 反省会実施

## ⑤ 主な成果

### a 繼続性の付加

漁業者・商工業者ネットワークを構築し、実行委員会に新たなメンバーを迎えた。

また、漁業者によるさわら直売のテストマーケティングや商工業者によるさわらフェアの実施、芦屋産農産物のイベント連携販売等の新たな取組を推進した。

さらに、第2ステップのエンタメ施策連携への布石として、砂像展でのPRとボートレース事業との連携を実施した。

### b イベント拡充

「第2回 福岡ご当地さわらサミット」において、量的拡大(17店舗、12,600食の確保)と質的拡大(さわら直売、農産物直売、加工品直売、体験観光商品、ボートレースバックヤードツアー、さわらフェアの実施等)が実現された。また、試食の様子はテレビや新聞等のメディアでも取り上げられた。

1

2

大船渡市

岩手県

浪江町

福島県

東吾妻町

群馬県

三条市

新潟県

羽咋市

石川県

甲府市

山梨県

南伊豆町

静岡県

池田市

大阪府

大和高田市

奈良県

由良町

和歌山县

周南市

山口県

観音寺市

香川県

安芸市

高知県

芦屋町

福岡県

嬉野市

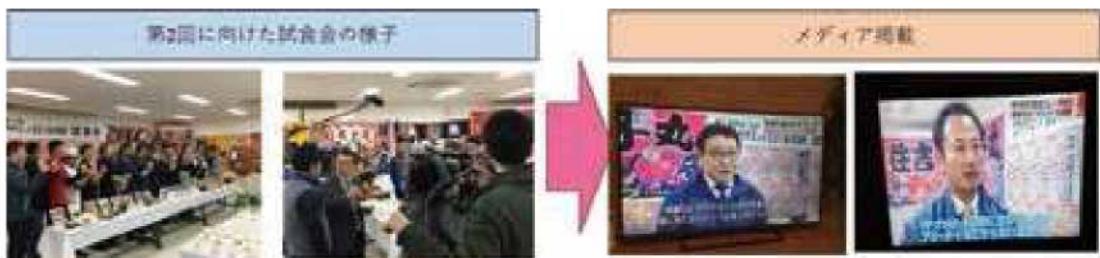
佐賀県

都農町

宮崎県

三島村

鹿児島県



### C 持続的体制の構築

組織名称を観光推進プロジェクトから「観光あしや協議会」と改め、平成30年2月9日に発足した。

### d 事業計画の推進

「芦屋町No.1プロジェクト」の第1ステップ「海を活かす」施策の効果測定と魚価向上の確認を行った。芦屋町No.1プロジェクト実施以降の平成27年度より、通常さわらの魚価は若干の微増傾向で推移している。また、芦屋町がブランド化の基本とする高鮮度処理さわらは漁獲量(H27比2.6倍)、魚価(H27比2.0倍)ともに大幅に向上了。この結果、さわらはすべて福岡県内の市場で取引されるようになっている。

また、「芦屋町No.1プロジェクト」の第2・3ステップ「エンタメ・文化施策」への移行準備として、観光あしや協議会にて協議を行った。

### e 特產品開発・観光推進

さわらフェアやさわら勉強会を実施した。

飲食店が町内外のお客様にさわらメニューを提供する「さわらフェア」では、18店舗の参加店舗を確保した。

## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

「芦屋町No.1プロジェクト」では、ステップ1「海の施策」、ステップ2. 砂像をはじめとする「エンタメ施策」、ステップ3. 芦屋釜を中心とした「文化施策」の各ステップにおいてテーマを替えながら切れ目なく実施していく。

平成29年度は「海の施策」に一定の成果が見られたため、平成30年度においては「海の施策」を完成させるとともに、砂像展、ボートレースという「エンタメ施策」、さらに芦屋釜を中心とした文化に対してインパクトを持つ施策を実施する必要がある。

### a 平成29年度 総括 「海の施策の充実と更なるまきこみの必要性」

現在、さわらサミットをはじめとした一連の「海の施策」によって、徐々にさわらの魚価が上昇している。特に特殊な処理技術によって鮮度を長持ちさせる「高鮮度処理さわら」については漁獲量、魚価ともに向上しており、今後のブランド化の可能性が大きい。しか

し、まだ高鮮度処理のツールの製作や高鮮度処理を行う漁業生産者の増加にまでは至っておらず、より一層の機運の醸成と、高鮮度処理のツールの製作・展開が求められている。

また、町民アンケートでは「まちの資源としてさわらを認知するか」という問い合わせに対しても半数以上がその存在を認知しておらず、シビックプライドの向上のためにも継続的な取組が求められている。

### b 第二段階、第三段階へのエンタメ・文化施策への展開

次に重要な施策は、第二段階、第三段階である「エンタメ、文化施策」への移行である。同段階への移行としては、エンタメ施策として砂像展とボートレースの活性化、文化施策については芦屋釜を含めた地域資源の活性化を模索する必要がある。

これらの地域資源は「芦屋町の地域内において、高い認知度を持つものの、地域外への認知度は低い」という共通した特徴を持つ。特に外国人については、これらの地域資源を目当てに芦屋町を訪れる観光客は少ないと言わざるを得ない。

### c 芦屋町No.1プロジェクト推進に向けた推進体制の整備

3つ目の課題は、芦屋町No.1プロジェクトの推進体制の更なる整備である。

平成29年度に「観光あしや協議会」が設立されたが、同組織への統合は道半ばである。一方、現推進体制である「芦屋町さわらサミット実行委員会」の目指す方向性は、町が推進する「観光あしや協議会」と同じものである。このため、持続的に「芦屋町No.1プロジェクト」を推進させるためには、組織の統合及び「芦屋町No.1プロジェクト」の施策を評価する仕組みを導入していく必要がある。

1

2

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

## ⑦ 外部専門家コメント

### 芦屋町 地域No.1 プロジェクト ステップ2に向けた考察

株式会社船井総合研究所 栄尾 圭亮



芦屋町No.1プロジェクトは、同町の地域資源の中でも有力な「海=鰯（さわら）」、「エンターテイメント=砂像」、「文化=芦屋釜に代表される茶の湯」の施策を10年でつなぎ、芦屋町ブランドを作ることを目的とする事業です。同事業は、ふるさと財団の短期診断事業での提言から4年目を迎え、いよいよ海の施策の完成が見え始め、ステップ1「海」からステップ2「エンタメ」への移行期に差し掛かっています。

同町は報告書で述べられている通り大都市（北九州市、福岡市）から1時間以内という環境にあり、さらに遠賀川と海の結節点に位置するため、文化的蓄積は厚く、豊富な地域資源を活用した施策も多く確認されています。一方、人口減少が続く中では、これまで個別展開された事業では効果が限られているため、施策同士を連携させブランド価値を向上させる必要があり、本プロジェクトが提案されました。

平成29年度については、芦屋町を含む地域の住民、行政、企業、団体が一体となって様々な活動を行ってきましたが、その活動は以下の三つに大別されると考えられます。

1. 関係者の巻き込みの強化（特に漁業者）
2. 「さわら」施策を起点とする様々な連携事業の充実
3. ステップ2「エンタメ」、ステップ3「文化」への移行準備

特に「1」「2」については、関わる漁業者が増加し、またさわらサミットという大型イベントのみならず、町内飲食店などを巻き込む「さわらフェア」などが企画・展開されたことで目に見える「効果」で出始めています。特に当初目的とされた魚価の向上が、芦屋町が得意とする「高鮮度処理のさわら」において顕著に確認されたことは大きな成果であると評価できます（漁獲量・魚価とともにH27比2倍）。

また「3」についても、これまでの母体「さわらサミット実行委員会」でのステップ1「海の施策」についてのみ集中討議を行う段階から、芦屋町観光推進プロジェクトでのステップ2、3を協議できる状態が整備されたことで、スムーズな移行が可能になったと評価しています。

一方、今後の課題もステップ1「海の施策」、ステップ2「エンタメ施策」のそれぞれにおいて明確になりました。

まず「海の施策」では事業者の巻き込みの不足が課題になっています。魚価の変化などにより興味を持つ漁業者は増加しているものの、一部の漁業者については同事業そのものについての認知が限られている、などの意見も散見されています。今後、後継者の育成やさらなるブランド化という課題についてはより多くの漁業者の巻き込みが必要となるでしょう。

次に「エンタメ施策」、「文化施策」へのスムーズな移行の実施となる具体的な施策の実施です。報告書にも記載されている通り、移行においては海、エンタメ、文化に共通する認知度不足をインバウンド対策と絡め、海外向けの情報発信を充実させる、という施策が提案されています。一方で、芦屋町においてインバウンド対策はこれまで積極的に展開されていないため、施策の実行力は未知数です。よって今後は従来の海、エンタメ、文化施策を充実させつつ、新たに「海外を含む地域外への情報発信」というテーマで連携させる必要があります。そのために、地域外から新たなアドバイスを行う組織、人材を招聘することも必要になるでしょう。

ただ、これら2つの課題を解決することができれば、プロジェクトはより進展し、芦屋町ブランドはさらに強化されると考えられます。

最後に、地域再生マネージャー事業として「短期診断」、「環境整備」、「本事業」と合計4年にわたり芦屋町に関わった所感としては、第1ステップの「海の施策」において目に見える効果が確認され、ステップ2への移行が可能になったことをとてもうれしく感じています。今後もステップ2、3と難しい局面が続きますが、ぜひ芦屋町が全国的に輝くよう応援したいと思います。

## 2-15. 佐賀県嬉野市「肥前吉田焼及び吉田地区再生事業」

### 事業概要

総事業費	10,487 千円
助成申請額	6,991 千円
外部専門家	馬場 正尊（株式会社オープン・エー） 南雲 朋美（地域ビジネスプロデューサー）

### 自治体概要

人口	27,020 人（住民基本台帳搭載人口：平成 29 年 1 月 1 日）
面積	126.41 km <sup>2</sup> （平成 29 年 10 月 1 日現在）
人口密度	213.7 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	7,903,225 千円（平成 27 年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.39（平成 27 年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	86.4%（平成 27 年度市町村別決算状況調）
担当課室	嬉野市 産業建設部 うれしの温泉観光課

### 取組概要



- 大船渡市 岩手県  
浪江町 福島県  
東吾妻町 群馬県  
三条市 新潟県  
羽咋市 石川県  
甲府市 山梨県  
南伊豆町 静岡県  
池田市 大阪府  
大和高田市 奈良県  
由良町 和歌山县  
周南市 山口県  
観音寺市 香川県  
安芸市 高知県  
芦屋町 福岡県  
嬉野市 佐賀県  
都農町 宮崎県  
三島村 鹿児島県

## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

嬉野市は、日本三大美肌の湯である「嬉野温泉」、全国産地賞受賞の「うれしの茶」とともに 400 年以上の歴史を持つ陶磁器「肥前吉田焼」が主要産業となっている。磁器発祥の地、有田を支える窯業地のひとつとして繁栄してきた歴史があり、地元の 8 窯元で構成する「肥前吉田焼窯元協同組合」が行政と一体となって中長期な視点で販路開拓や新商品開発等ブランド化を推し進めてきた。

昨年度は「デザインコンペによる流通改革・人材育成」及び「エリア魅力情報発信と吉田地区の空き家活用・まち歩き事業」を実施し、産地に若手デザイナーや企業が参入しやすいきっかけをつくり、産地転換を図ってきた。本年度も継続して、産地の内外から構造改革を図り、若手クリエイター層の産地流入、担い手の育成、他産業連携を通した観光資源の顕在化を進めていく。

### b 事業の目的

嬉野市まち・ひと・しごと創生総合戦略において、「お茶・温泉・焼き物など恵まれた地域資源をさらに磨き上げ、県内有数の観光地である本市の“ファン”となってくれる人（リピーター）を増やすため、観光客の誘致に積極的に取り組んでいく。」と基本的方向を明記しており、また、魅力ある地域商工業の創造の具体的施策として「肥前吉田焼に代表される窯業の活力を取り戻すため高いデザイン性・実用性の追求など新たな商品開発に対して支援する。」としている。

本事業では総合戦略での位置づけを踏まえ、昨年度から吉田焼の技術力・商品力を生かしたデザインコンペによる新しいものづくり、観光客に窯元の風景の魅力を知ってもらう観光資源の顕在化を行ってきた。本年度も、若手クリエイターや新しい企業等が参入しやすいきっかけをつくり産地転換を図ることで「肥前吉田焼」ブランドの強化、担い手育成を継続したい。

## ② 事業実施内容

### a クリエイティブ人材、新たな担い手の仕事・雇用創出

若手クリエイター層の産地流入、担い手の育成を促進するため、若手デザイナーやプランナーを産地に招致し、2泊3日の短期集中型スクールを開催し、産地見学ツアー、窯元との商品企画、職人実習を組み込んだプログラムを実施する。

### b 観光資源の顕在化、地の需要創出

#### ① えくぼとほくろ 工場見学

昨年度事業により産地への観光需要が確認できたことから、産地そのものを楽しむしくみづくりを行うことで需要を創出し、新たなビジネス需要を喚起する。合わせて、窯元で規格外品を販売することで、直販による販売促進、利益率アップを図る。

## ② 経営アップセミナー

自立的・自発的に各窯元が新商品開発や情報発信を行い、経営改善につなげるため、経営学、マーケティング講座を実施する。また、WEBでの情報発信を強化するため、自社WEBサイトを持っていない窯元に対するワークショップも行う。

### C コンペ商品を中心とした販路拡大・プロモーション

#### ①コンペ商品を中心とした情報発信強化

WEBサイトやSNSでの情報発信強化を行った。昨年度作成した商品カタログに加え、前年度事業で誕生したコンペ10商品の開発ストーリーを記事化し、開発背景も踏まえたWEBの商品コンテンツを充実させ、コンペ10商品のネット販売を開始する。

#### ②国内有力展示会への出店による新たな販路開拓

都心部や海外での販売展示会に出店し、審査員企業以外での販路開拓を行う。CIFF、IFFTなどの国内有力展示会に出店し、吉田焼のブランディングと共に、新たなバイヤー・ショッピング獲得のための営業を行う。

#### ③首都圏での販売促進PR

新宿伊勢丹での販売会、小田急百貨店での販売会、東京ドーム・テーブルウェアフェスティバルへの出展など首都圏を中心に販売促進を行う。

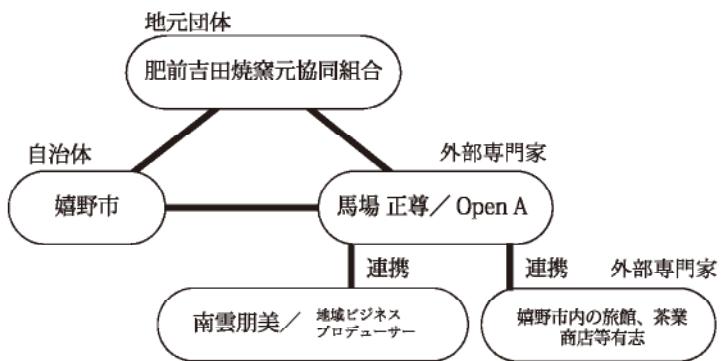
#### ④OEMでの商品開発

デザイン力の高い有名ブランドとのOEM開発営業を展開する。

## ③ 事業実施体制

### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

## 体制の概要

本事業では、嬉野市と吉田地区 8 窯元が設立する「肥前吉田焼窯元協同組合」が連携して取り組む。「肥前吉田焼窯元協同組合」は、外部専門家のアドバイス等により、嬉野市の支援を受けながら事業を実施する。また、「嬉野茶時」などを主導する、嬉野市内の旅館、茶業、商店などその他産業、中でも志を共にするやる気のある若手を中心に連携強化していく。

### b 外部専門家の役割

#### ①クリエイティブ人材、新たな担い手の仕事・雇用創出

馬場正尊氏及び、浜野貴晴氏（現 Promoduction／佐賀県窯業技術センター外部顧問）にスクールプログラム、講師招致、商品開発支援を頂く。

#### ②観光資源の顕在化、地の需要創出

南雲朋美氏を主体に、馬場正尊氏と連携しながら行い、経営力アップセミナーは南雲氏、地の魅力創造に関わるプログラムづくりは馬場正尊氏と共にを行う。また、市内その他産業（茶業、旅館業）との連携も図る。

#### ③コンペ商品を中心とした販路拡大・プロモーション

情報発信、展示販売会は馬場正尊氏、南雲朋美氏が主体となり、OEM開発については浜野貴晴氏にご協力頂く。コンペ商品を中心とした情報発信強化については、コンテンツ編集及び執筆、吉田全体の WEB 発信、注文問い合わせ機能の整理を馬場正尊氏、展示会出店や首都圏での販促 PR については南雲朋美氏、浜野貴晴氏とも連携し、企画営業、実施、窯元への販売指導などを行う。

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	12~13日 18日	今年度事業計画／伊勢丹販売会について 伊勢丹販売会について
5月	10, 19日 31日~	伊勢丹販売会について 伊勢丹販売会実施 (-6/6)
6月	15日 21~23日	Time&Style、YOnoBI OEMについて デザインスクール実施計画／伊勢丹販売会反省会
7月	10~11日	経営力アップセミナー①（経営とは、SWOT 分析、4P、プロモーションとは） 吉田皿屋の魅力創造会議①（アイデアブレスト）
	23~24日	経営力アップセミナー②（コンペ商品の SWOT 分析まとめ、個別商品戦略） 吉田皿屋の魅力創造会議②（アイデアブレストまとめ、方針決定） デザインスクール実施計画（オリエンテーション）
	28~29日	コンペ商品についての窯元ヒアリング（販売・製造等への課題抽出）
8月	24~25日	デザインスクール実施計画について デザイン勉強会①（商品開発プロセス・プランディング）
	30~2日	ふるさと財団視察、吉田皿屋の魅力創造会議③（実施計画、プランディングコンセプト） YOnoBI、Time&Style 产地視察

9月	8日	IFFT／吉田焼のブランディングコンセプトアイデア会議
	11~14日	上海 CIFF 展示会出展
	29日	デザインスクール実施計画について デザイン勉強会②（デザイナーとの意思疎通）
10月	18~19日	えくぼとほくろ企画／吉田焼ブランド会議
	20日	情報発信の仕組みづくり
	26~27日	デザインスクール実施準備
11月	6~8日	デザインスクール実施
	10日	えくぼとほくろ企画／工場見学のスキーム検討／ ペライチ（HP作成）について
	17日	ペライチ講習会
	20~22日	IFFT 展示会出展
	30日	デザインスクール反省会
12月	1日	えくぼとほくろ実施計画／下見・展示アドバイス
	5日	えくぼとほくろモニターテスト
	21~22日	今年度の反省／来年度の計画について
1月	12~14日	えくぼとほくろギャラリーDIY（江口・副千）
	16日	ふるさと財団マネージャー報告会
	17日～	小田急販売会実施（-2/6）
	21~22日	吉田茶室 DIY（副千）
	25日	えくぼとほくろプレス発表会
	26日	えくぼとほくろオープン／来年度の計画について
2月	1日～ 4～12日	クッキングスタイルズ自由が丘店展示販売（-2/28） テーブルウェアフェスティバル出展

## ⑤ 主な成果

### a クリエイティブ人材、新たな担い手の仕事・雇用創出

肥前吉田焼デザインスクールでは、つくり手側だけではなく、消費地商社など、今後商品開発や流通販路で連携ができる業種が多く参加した。産地全体を回って吉田焼産地や磁器製造について理解を深めてもらったことで、産地の特色や磁器ならではのアイデアが多く得られた。3日間かけて産地や窯元の人柄、技術力など、時間をかけて知ってもらうことで、産地に不足しているものづくり人材、デザイナーや商社と窯元の間に立つ中間人材として、今後も定期的にスクールを続けていくことで、産地とクリエイターや商社等の関係づくり、商品開発や新規取引などビジネスへの展開、後継者育成などにつながっていくと考えられる。

### デザインスクールのメディア掲載 (佐賀新聞 11/10)



### b 観光資源の顕在化、地の需要創出

#### えくぼとほくろ 工場見学

規格外品を、釉薬の小さな瘤（えくぼ）、原料に含まれる鉄分などが小さな黒い点（ほくろ）と名付け、窯元の工場内に「えくぼとほくろ」SHOPを開設した。吉田焼の職人や伝統の技術に触れながら買い物ができるという新しコンテンツとして、温泉客や他地域から一般客の集客につながった。

- 1 大船渡市 岩手県  
2 浪江町 福島県  
東吾妻町 群馬県  
三条市 新潟県  
羽咋市 石川県  
甲府市 山梨県  
南伊豆町 静岡県  
池田市 大阪府  
大和高田市 奈良県  
由良町 和歌山県  
周南市 山口県  
観音寺市 香川県  
安芸市 高知県  
芦屋町 福岡県  
嬉野市 佐賀県  
都農町 宮崎県  
三島村 鹿児島県

DIYで行った店づくりには、茶農家や旅館など街なかの有志も巻き込みこれまで他産業との関係の薄かった窯元とも積極的な関わり方が持てるようになった。さらに、副千製陶所にはえくぼとほくろショップの他に、「吉田茶室」を開設した。茶室は、副千製陶所の来客接待はもちろん、メディアやインフルエンサーなど特別な来客が増えてきた嬉野茶時の来客への案内や、定期的に開催している「嬉野茶時」というイベントでの茶寮として活用していく。

副千製陶所ショップ



江口製陶所ショップ



## C コンペ商品を中心とした販路拡大・プロモーション

### ①コンペ商品を中心とした情報発信強化

2017年5月から一部販売を開始したコンペ商品は様々なメディアに取り上げられた。特に反響が大きかったプライベートロースターは耐熱陶土という新たな技術導入による開発の遅れによって2018年1月からの販売開始となってしまったが、数多くのメディアに取り上げられている。吉田焼WEBも1年で累計32,894PV、月平均約3,000PVあり、イベント告知や開発ストーリーなどの定期的なコンテンツ発信によって安定的なPV数を保っている。

### ②国内有力展示会への出店による新たな販路開拓

展示会への出展によって、審査員企業以外の取引先からのオーダー・商談、販売会の展開、メディアへの掲載などにつながった。電話等でのアフターフォローや定期的なメーリングリストへの発信などを通して、継続的な関係維持を行っていく。

### ③首都圏での販売促進PR

コンペ商品売上は2,488,100円と、当初目標年1,200万円には遠く及ばなかった。理由としては、当初見込んだ審査員企業からの取引額が達成できなかつたこと、新規取引先が11月の展示会までなかつたことが挙げられる。審査員企業での売りやすさを考慮し、オリジナルカラーでの展開などを計画しており、今後の売上アップが期待される。

また、2月12日まで開催されているテーブルウエアフェスティバルでは前年度より高い売上推移となっており、9日間で100万円程度の売上見込である。来場者の中には既に吉田焼を知っている人も増えており、今後も継続的な露出が増えることで、周知や販売促進につながると考えられる。

## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

過去2年を通して、産地問屋に依存した流通システムを転換し、OEMや直販など新しい販路を開拓、現代のニーズに合った商品開発力やデザイン力、試作から販売まで一貫したものづくりができる産地づくりを目指す「業の再生」、既にある魅力的な風景や、空き工場・空き家などの空間資源を生かし、職、食、住、自然が一体となった暮らしの姿を発信し、チャレンジングな人材を引き寄せる「地の再生」の二軸で、様々な取組を行ってきた。

デザインコンペやスクールに関しては、クリエイティブな人材と産地の結びつきを強め、これまでにない商品開発、首都圏で集客力のある場やイベントでの新しい吉田焼の見せ方を社会的にも発信できているが、売上アップや販路獲得、後継者育成にはまだまだ時間や取組が必要な状況にある。流通面での課題もあり、産地商社に代わって組合内できちんと責任を持って対応していくには継続的な意識改革、技術力向上が必要である。

一方で、産地見学会やトレジャーハンティング、えくぼとほくろなど、産地の魅力を生かした取組については集客、売上ともに即効性、継続的な効果があることが分かつてきており、旅館や茶業など他産業とも連携した嬉野の新たな観光資源という位置づけも定着してきている。

上記を踏まえ、今後は「地の再生」に重点を置き、産地観光をさらに伸ばす展開、また他産業の活動、運営拠点を産地内に増やすことで、集客や売上の向上、自立運営化していくしくみづくりに注力する。

「業の再生」においては、窯元ごとの意識格差をなくしていくべく、やる気のある窯元が産地の牽引者となるようなしくみづくりと、窯元全体のベースアップとしての技術研修などを行っていく。牽引者となる窯元育成には、デザイナーとの商品開発やOEMによって、新たな商品開発や技術習得を行っていき、ベースアップについては、有田焼など近隣産地の窯元と協力し、相互に教え合いながらスキルアップしていく方法を検討している。

1

2

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

## ⑦ 外部専門家コメント

### 伝統産業のオープン化



株式会社オープン・エー 代表取締役 馬場 正尊

2年度目となった吉田焼再生事業は、今年はより産地の魅力を伝える事業にフォーカスした。デザインスクールや工場見学といったしくみは、産地だからこそできることであり、吉田のように窯元が密集し、徒歩15分圏内ですべての工場が回れる地の利を生かす他ない。昨年好評を博した産地見学会では、東京や関西圏から多くの参加者が集まった。嬉野までは交通の便が悪く、福岡空港や最寄りの武雄、鹿島の駅からバスを乗り継ぐしかない。

5万円以上かかる交通、宿泊費を負担しても、産地を見に来ようという参加者のモチベーション、それほどまでにものづくりの現場を見る機会が日本には少ないので改めて感じた。今年実施したデザインスクールでも、群馬から沖縄まで、平日の3日間会社を休んでまで参加した社会人が、わざわざ吉田まで足を運んだ。自ら足を運ぶデザイナー、クリエイターの行動力、産地とともにづくりをしたいという原動力は、必ず産地の未来をつくる大きな力になってくれるはずだ。どうしても都会に偏りがちなデザイナー、クリエイティブ人材を地方のものづくりとつなげるしくみは、新しいことにどんどんチャレンジしていく産地をつくること、クローズな産地をあらゆる人にオープンにしていくこと、そこでクリエイティブな人々が活躍できる場面が増えることで実現していくのではないか。

デザインスクールに沖縄から参加した2人は、いずれも琉球ガラス商社のデザイナー商品開発の担当で、同じような問題を抱えている琉球ガラスの産地再生の手法を模索しに来ていた。日本中の伝統産業、手仕事産業が抱える産地の課題は共通で、消費地でモノが売れない近年、どのように産業を維持、発展させていくかが課題だ。

今回の吉田の事業で、その解決策のひとつを提示できたのではないかと思う。1つは「えくぼとほくろ」という窯元ならではの直販システム、1つは工場の開放だ。地元の人でもほとんど入ったことがない窯元の工場に、予約さえすれば、誰でもいつでも訪れることができる。おかげに規格外品ではあるが、丹精込めてつくった商品を買っていくことができる。両軸あるからこそ、工場にも観光客にもメリットになるしくみになる。3年前、吉田を初めて訪れたときには、観光客はほとんど歩かない、工場だけの街だった。見慣れない人が歩いていると、職人たちがギロッと睨みつける場面もあった。そのくらい閉鎖的だった。かつて窯業が最盛期を迎えた頃、工場に立ち入ることは暗黒のタブーであった。工場には窯元ごとの技術や発売前の商品が並び、企業秘密が詰まっていたからだ。「仕事のジャマになる」という理由で、わざわざ訪れた見学者を断ることもしばしあった。

独自の技術や商品を守るものときには必要かもしれない。しかし、新しい価値を持った商品やサービスが圧倒的なスピードで供給され消費される現代では、逆に技術や知識をオープンにし、様々な業界とコラボレーションすることで、そのニーズに対応している事象が少なくない。いわゆるオープンイノベーションだ。

日本の伝統産業にはまだまだその流れが少ない。産地に人を呼び込み、クリエイティブな人材に情報をオープンにし、産地観光、クラフトツーリズムの流れを加速させることができ、新たな出会いを生み、今までにない価値の商品やサービスをつくり出すことにつながっていくのではないか。ただ体験として消費されるのではなく、新たなコラボレーションを生む。そのためには、工場をオープンにし、そこで「えくぼとほくろ」という商品が出来上がる背景やストーリーを自らが語り、そのコンセプトに共感する人々をつなげていくことが重要だ。

「産地に一般人が訪れてほしくない」とある窯元が2年前に言っていた。その後、産地見学会やデザインスクールなどで、様々な人々が訪れる機会を徐々に増やしていくところ、今では「えくぼとほくろ」オープン前から日常的に工場案内を受け入れ、見学者をアテンドし、仕事の手をとめてちゃんと接客するようになっていた。様々な人々、多様な業種の人との出会いによって、自らの行動や考え方を変えていく窯元が、吉田に現れたことがこの事業の大きな意義だと思う。

また、温泉やお茶という焼き物以外の魅力を持つ嬉野で、これまで以上に様々なプレイヤーが主体的につながったことが大きい。嬉野と吉田は車で10分ほどしか離れていないのに、これまで街なかの人が吉田を訪れる機会はほとんどなかった。吉田茶室は、嬉野茶時の「茶花プロジェクト」の構想の一端だが、あらゆる嬉野の地で、自らの手で、嬉野茶を飲めるスポットを100箇所つくるという壮大なプロジェクトだ。吉田にも彼らの新たな拠点ができ、既にインターナショナルやマンダリン、Discover Japanなど、彼らが自ら開拓し、つながり始めたインフルエンサーも吉田を訪れ、その価値を目の当たりにしている。吉田の地に、焼き物以外の産業が入り込むことで、焼き物とお茶、温泉旅館など業界を超えたコラボレーションが日常的に起こり、嬉野の街が一体的に魅力ある地へと変貌していく。

産業の衰退、担い手不足といわれて久しい現代に、地域のプレイヤーがお互いの魅力や、課題、人材、技術をシェアし合うことで、総合的なまちの価値をつくりあげていく。地域のリソース、ネットワークのダイナミックな変貌を、嬉野、吉田は今迎えつつある。

## 同じ土地にいる「異業種をつなげる」ということ。

地域ビジネスプロデューサー 南雲 朋美



産地活性化は、異業種であっても、同じ土地に根ざす者同士がお互いの魅力を知ることで想像を超えた効能が生まれる。これが、2年間、このプロジェクトに携わって得られた私個人の一番大きな知見である。

その土地に根ざしてきた事業者の多くは、自分たちの魅力に気が付いていない。そこで、ヨソモノである私たちは、その魅力の中から「ホンモノ」は、なんであるかを分析し理論化。まずは、その事業者に腹落ちしてもらってから、他の業種と連携させ、お互いの魅力を知ってもらう。これにより自然派的に「相互取引」が生じる。

「地域愛」だけに依存してはいけない。経済的な旨味（うまい）がなければ、持続可能にはならないからである。物流コスト、開発コストなど財務的なメリットがあることがわかれば、無理なく、ビジネスが成立する。もうひとつ、大きなベネフィット（効能）は、全体で「集客」し、お互いに「送客」しあうことができるようになることである。つまり、プロモーションの波及効果である。

異業種同士の交流により、旅館が同じ地域にある焼き物を使うようになった事例を紹介しよう。作り方で値段が異なる焼き物なので、その工程を知れば、旅館は、商品の価格構成が見えてくる。そうすると予算に見合ったオーダーができるようになるので、開発コストを抑えることができる。一方で、窯元は、旅館から直接ニーズを聞くことで市場調査ができ、マーケティングコストをさげることができる。なによりも、今どんなものが市場から求められているのかがわかるようになる。この効能は大きい。実際にその旅館に行ってみれば、購入者である料理長はどうやってその器を使っているか、手入れをしているか、収納しているか、なども見ることができる。宿泊客がその器を見て「わー！綺麗ですね！」などと言っているのを見るのは、モノつくりの自信につながるであろう。旅館のスタッフが「これは、ここから車で10分の●●で買えるんですよ」といえば、旅館の顧客満足度もアップし、窯元の売上貢献にも寄与できる。距離が近いので、物流コストがかからないことも大きい。

今回のプロジェクトで行った「えくぼとほくろ」という規格外品のショップを各窯元に作るという企画では、まずは、それを告知するための「ホームページ」（注）を窯元だけではなく旅館や茶農家、商店街の事業者も集めて合同勉強会を行った。これにより異業種交流は更に深まり、窯元のショップ作りには、旅館や茶農家が手弁当で協力してくれるという嬉しい事件が起こった。ここから生まれる経済効果は計り知れない。

まずは、一つひとつの産業が抱える異なる課題を地道に対峙する。焼き物であれば、材料の高騰化による価格の見直し、消費の低迷によるマーケティングスキルのアップと販路拡大、後継者問題と作り手の育成の強化、経営のスキルアップ、IT化。これについては報告書をご一読いただきたい。そして同じ産地に根付いている他の産業と繋げる。

「幸せの青い鳥」は意外と近くにいるのかもしれない。（注：7窯元のうち、5窯元はホームページをもっていなかった。）

1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山县

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## 2-16. 宮崎県都農町「都農町フードビジネス活性化プロジェクト事業」

### 事業概要

総事業費	8,075 千円
助成申請額	5,383 千円
外部専門家	久壽米木 正一（株式会社 JB マネジメントオフィス 代表取締役） 高須 美咲（hugh creative design）

### 自治体概要

人口	10,818 人（住民基本台帳搭載人口：平成 29 年 1 月 1 日）
面積	102 km <sup>2</sup> （平成 29 年 10 月 1 日現在）
人口密度	105.94 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	3,472,329 千円（平成 27 年度市町村別決算状況調）
財政力指數	0.28（平成 27 年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	90.1%（平成 27 年度市町村別決算状況調）
担当課室	都農町 産業振興課

### 取組概要

事業開始時点	外部専門家による支援	事業終了時点 (成果)
<ul style="list-style-type: none"><li>■昨年度より本事業に着手</li><li>■しいらの魚卵や白身を使用した新商品を開発・販売</li><li>■ふるさと納税を活用して商品のブランド力の向上に成功</li><li>■昨年度以上に、地元の農水産物を活かした特產品開発によるまちづくりへの機運が高まっている</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■新たな特產品開発へのアイデア提供、技術指導</li><li>■地域への新商品開発・製造のノウハウ・技術の指導</li><li>■商品開発・製造に必要な関係業者の手配</li><li>■販売におけるパッケージのデザイン考案</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■町内事業者等と連携して、新商品開発に取り組み商品化</li><li>■開発した特產品のイベント等での販売・ふるまいを実施</li><li>■パッケージデザインや商談会等を通じた販路開拓</li><li>■外部専門家の指導による、生産者・加工グループの意欲向上・自主的活動の活性化</li></ul>

開発した「鰯墨(しらすみ)」



デザインの専門家による町内事業者へのヒアリングの様子



「田舎家 チキン南蛮」の商品化



1

2

大船渡市	岩手県
浪江町	福島県
東吾妻町	群馬県
三条市	新潟県
羽咋市	石川県
甲府市	山梨県
南伊豆町	静岡県
池田市	大阪府
大和高田市	奈良県
由良町	和歌山县
周南市	山口県
観音寺市	香川県
安芸市	高知県
芦屋町	福岡県
嬉野市	佐賀県
都農町	宮崎県
三島村	鹿児島県

## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

都農町は町土の約63%が山林で、田畠は約15%、農業が基幹産業であり、ぶどうやなし等のくだもの産地として有名である。特にぶどうについては、「尾鈴ぶどう」として県内でも有数な生産高を誇っているほか、町内のぶどうのみを原料とした「都農ワイン」を作つており、販売時期には九州各地から購入者が訪れる。

現在、町は、人口の著しい減少等により、平成26年度に過疎地域の指定を受けるなど厳しい状況にある。このような状況のなか、道の駅「つの」のオープンや、JR九州のクルーズトレイン「ななつ星」への食材提供を契機として、町が誇る地域資源である農水産物にスポットが当たっており、これを活かしたまちづくりへの機運が高まっている。

平成28年度からは地域再生マネージャー事業を活用し「食に関する専門家」を雇用することで、都農ワインに続く特産品の開発に本格的に取り組んでいる。平成29年度はこの取り組みを継続するために「食に関する専門家」を再度雇用するとともに、商品の販売力を高めるために「商品パッケージデザインの専門家」も雇用し、売れる商品にプラスシャアップしていくことで、農林漁業者、加工業者の所得向上と町内での雇用創出を目指していく。

### b 事業の目的

新たな賑わいを創出するために、平成25年度にオープンした道の駅「つの」では、多くの観光客が来町し、町内の農水産物や特産品を購入することで、雇用創出や事業者の生産意欲向上につながっており、町の活性化に大きな効果をもたらしている。また、ふるさと納税の返礼品として、町内事業者が農産物や加工品を出品し、町外県外の方から多くの寄付をいただいていることが、事業者の利益に反映され、利益向上・雇用創出など、町の活性化につながっている。

この状況を踏まえ、本事業において、外部専門家の指導のもと、町が誇る上質な農水産物を独自の技術・製法で加工し、特産品としての付加価値を高め、地域の宝としてさらに磨き上げる技術・ノウハウを地域の担い手が学び、継承していくことで、以下の目的を達成し、地域創生を推進する。

- 多様な食の発信地としての町のブランドイメージを確立し、食による誘客の促進
- 「売れる商品」の開発による地元生産者・事業者の所得向上
- 利益向上・人材育成により、地域産業を活性化させ、雇用の創出・定住の促進

## ② 事業実施内容

### a 水産加工品開発

昨年度に引き続き、都農町漁協、漁協青壯年部、つの水産加工品開発協議会と連携し、市場価値が低いしいらの新商品開発・高付加価値化に取り組む。開発した「鰯墨（しらすみ）」（以下「しらすみ」という。）及び「フィッシュ&チップス」の生産体制・販路確立を目指すとともに、次年度以降にむけての商談会等でのP R事業も行う。

### b 特產品開発

農作物には市場に出せない規格外品、市場に出荷されても安値で取引されるB級品・C級品と呼ばれるものがあり、これらの地域資源を活かした新商品開発に取り組む。

### c ブランド力向上

専門家の指導のもと、本事業において開発する商品、既に町内に存在する商品のパッケージデザイン開発に取り組むとともに、商品の魅力発信のためのブランディング戦略の構築を図る。

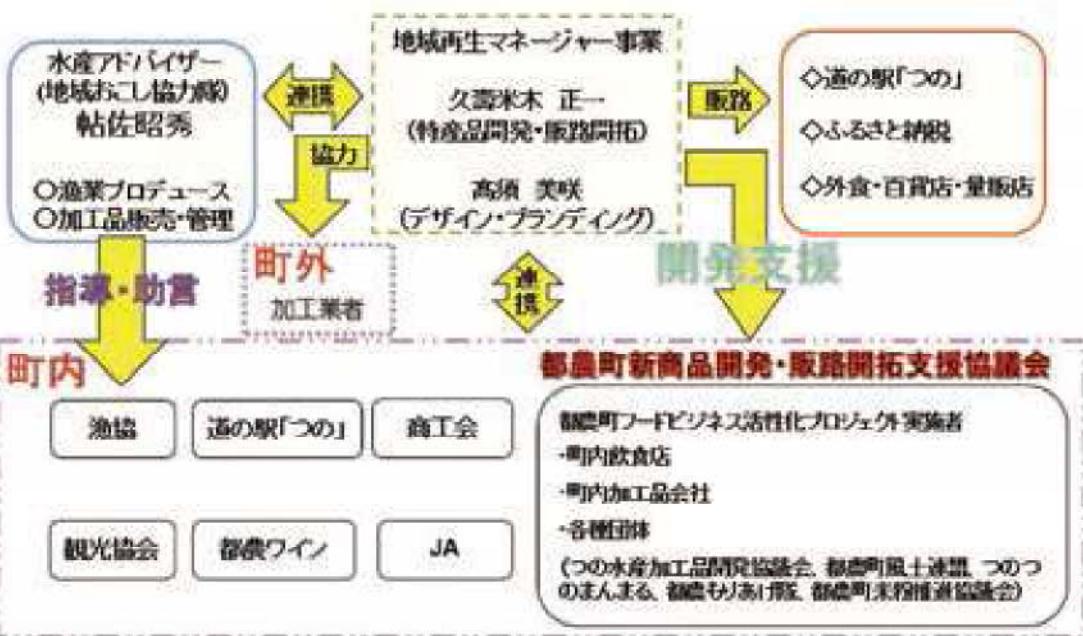
### d 地域産業の活性化

上記a～cの活動とともに、生産者の所得向上、事業者の収益向上のため、経営課題に直面する町内生産者、事業者からのヒアリングを基に、商品開発、経営改善へのサポートを行い、さらに技術、ノウハウの指導による人材育成を支援することで地域産業の活性化を図る。

### ③ 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



#### b 外部専門家の役割

##### ・水産加工品開発

水産アドバイザーと連携し、水産加工品の開発から商品の生産体制・維持管理に関わる分野に至るまでその専門的知識を活かし、ノウハウや技術の指導を行い、地域の担い手育成に取り組んだ。

##### ・特產品開発とブランド力向上

商品開発に取り組む地域資源の整理をするとともにその産物のブランディングに取り組んだ。商品・産物の情報発信の手段・方法を実践し、そのノウハウを指導した。

##### ・地域産業の活性化

町内事業者とともに特產品開発に取り組み、レシピの作成から販売に伴うデザインパッケージの考案・開発、販路開拓への指導・アドバイスを行った。

また、町内加工団体が販売している商品のブラッシュアップ化にも取り組んだ。

1

2

大船渡市

岩手県

浪江町

福島県

東吾妻町

群馬県

三条市

新潟県

羽咋市

石川県

甲府市

山梨県

南伊豆町

静岡県

池田市

大阪府

大和高田市

奈良県

由良町

和歌山县

周南市

山口県

観音寺市

香川県

安芸市

高知県

芦屋町

福岡県

嬉野市

佐賀県

都農町

宮崎県

三島村

鹿児島県

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容		
4月	4日	【田舎家】 チキン南蛮 新商品開発方針決定の協議	
5月	9日	【田舎家】 チキン南蛮 冷凍食品開発の協議	
	12日	【米粉PJ】 米粉使用した新商品開発の協議	
	25日	【田舎家】 チキン南蛮 イチマル水産にてラインテスト	
6月	6日	【田舎家】 チキン南蛮 試食	
	27・28日	【米粉PJ】 米粉特產品先進地への出張（東京・栃木）（行政・外部専門家）	
	29日	【水産加工品開発】 本事業展開と水産プロデューサー役割の確認協議（行政・水産プロデューサー）	
7月	4日	【田舎家】 チキン南蛮 試食評価・デザインパッケージの協議	
	7日	【サンアグリフーズ】 ピクルス 意見交換会（都農ワイナリーとサンアグリフーズ）	
	21日	【水産加工品開発】 全体協議（水産プロデューサー・行政・つの水産加工品開発協議会）	
8月	16日	【岡田豆腐店】 豆乳を使用した新商品開発の協議	
	17日	【意見交換会】 水産プロデューサーとの意見交換会	
	23日	【ななつ星スイーツ】 岡田豆腐店と連携した菓子開発協議（外部専門家・行政・岡田豆腐店・町内菓子店）	
	24日	【サンアグリフーズ】 ピクルス 試食会（都農ワイナリー・行政）	
9月	1日	【水産加工品開発】 魚醤・食文化の協議	
	5日	【ななつ星スイーツ】 協議（行政・外部専門家・町内菓子店）	
	28,29日	【報告】 ふるさと財団 現地調査&報告	
10月	3日	【サンアグリフーズ】 ピクルス デザインパッケージの協議	
	9日	【ななつ星スイーツ】 協議（行政・外部専門家・町内菓子店）	
	19日	【田舎家】 チキン南蛮 ふるさと納税返礼品出品に向けた協議	
	30日	【水産加工品開発】 加工場協議（外部専門家・水産プロデューサー・行政）	
11月	1日	【ななつ星スイーツ】 協議（行政・外部専門家・町内菓子店）	
	12日	【産業まつり】 「トマト料理コンテスト」・「特産品試食会」	
	13日	【水産加工品開発】 魚醤・食文化 協議	
	17日	【田舎家】 チキン南蛮 ふるさと納税出品開始	
	24日	【つのまんまる】 ヒアリング（外部専門家・行政）	
12月	4日	【ななつ星スイーツ】 協議（行政・外部専門家・町内菓子店）	
	11日	【水産加工品開発】 食文化 調査	
	12日	【水産加工品開発】 魚醤 仕込み	
	22日	【水産加工品開発】 全体協議（外部専門家・行政・水産プロデューサー）	
1月	10日	【ななつ星スイーツ】 試験提供 実施	
	11日	【サンアグリフーズ】 ピクルス デザインの協議	
	16日	【報告】 マネージャー報告会	
	22日	【サンアグリフーズ】 ピクルス 販路の協議	
	29日	【つのまんまる】 ヒアリング（外部専門家・行政）	

## ⑤ 主な成果

### a 水産加工品開発

昨年度開発した、「しらすみ」、「フィッシュ&チップス」の生産体制（原材料確保）の確立及び販路拡大に注力して取り組んだ。「しらすみ」については、生産時に発生する自身を県内のバイキングレストランに一時的に販売したほか、昨年度特許を取得した製法を活用した「からすみ」作りにも着手した。また、「しいら」の内臓を使用した「魚醤」作りに着手し、新たな特産品としての完成を目指している。

都農ワイン(白)を使用した「黄金」



都農ワイン(赤)を使用した「茜」



魚醤



### b 特產品開発

トマトのB級品・規格外品を活用したトマトソースの開発（委託）を行い、ふるさと納税の返礼品として販売を予定している。また、「都農町産業まつり」において「トマトを使用した料理コンテスト」を実施し、4種類の新商品の提案がなされた。これらを道の駅「つの」と連携して、製品化に向けて協議を行うほか、イベントでのPRを随時行っていく予定である。

「トマトを使用した料理コンテスト」の参加商品



### c ブランド力向上

本事業を通じて開発された「しらすみ」や「フィッシュ&チップス」、「都農ふぐ丼」や「黒木さんか河野さんのナポリタン」等の特産品を年間を通して7つのイベント等に出品し、PR活動を行った。

1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山县

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

UMKフェニックスジャズナイト



道の駅「つの」300万人来場者イベント



#### d 地域産業の活性化

外部専門家の指導のもとで地域内事業者と連携した特産品開発に取り組んだ。田舎家による「チキン南蛮」は平成29年11月にふるさと納税返礼品として出品を開始しており、サンアグリフーズによる「ワインに合う大人のピクルス」は平成30年3月販売、また、町内のパティシエによる「豆腐ポンポンショコラ（仮）」は平成30年4月から「ななつ星」での提供を目指している。

チキン南蛮



ワインに合う大人のピクルス



豆腐ポンポンショコラ(仮)



#### ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

今年度は特産品開発と商品の販売力・ブランド力の向上において成果がみられた。水産加工品の分野ではしいらを加工した「しらすみ」、「フィッシュ&チップス」を県内外のイベントへ出品し販路拡大を図った。また、これまで廃棄していたしいらの内臓を活用した「魚醤」作りや田舎家（チキン南蛮）、サンアグリフーズ（ピクルス）、ななつ星（スイーツ）等の地域内事業者との連携による特産品開発において成果を上げることができた。

一方、しいらの不漁は昨年度と同様に続いており、原材料確保に向けた抜本的な体制の見直しや冷蔵・冷凍施設、加工場の確保など、今後の事業拡大に向けた課題も明確になった。現在、道の駅「つの」や町内業者・団体と行政が連携してこれらの解決に向けて取り組んでおり、また、本事業の通じて得られたノウハウを担い手に引き継いでいけるよう、行政・町内団体・事業者が一丸となって特産品開発による地域活性化に取り組んでいく。

## ⑦ 外部専門家コメント

### 都農地產品を使った商品の開発によるフードビジネス活性化



株式会社 JB マネジメントオフィス

代表取締役 久壽米木 正一

#### 【事業内容】

宮崎県都農町は、町土の約 63%が山林、約 15%が田畠で、空、海、山、地が、全て揃っており、一次産業が基幹産業となっています。特に、ぶどうが主力農産品となっており、それを原料とした「都農ワイン」が特産品となっています。農水畜産物を活かした“まちづくり”的機運が高まり、差別化された特産品開発を町民挙げて取り組み、町を元気にしていこうという事業です。

#### 【抱える課題と及びそれに対するアプローチ】

地方においては、一次産業の生産物を商品へと加工する生産技術及びその応用、またマーケット情報を入手し、そのトレンドに対応する差別化した商品開発する方法、アイデアが乏しいと感じます。

また、地方のニーズとして、企画、開発技術の知見を持つ要員を求めていました。まさに都農町もそうでした。

そこで、商品、技術開発の知見を活かして、都農町の方々が“元気になること”、“活動を活きた時間にする”ことを目的として、低迷する漁業の起爆剤として水産加工品の開発からスタートしました。その中でも、都農漁港で漁獲され雑魚として扱われていたしいらをターゲットとし、「都農にしか無い物」をコンセプトに、マーケットニーズ、差別化を念頭に開発を進めました。

そこで、誰も手掛けたことのない付加価値の高い魚卵の加工品、都農町にしかないからすみ「しらすみ」を開発しました。その製法の特許を出願し、登録され、第一段として、ふるさと納税で上市しました。

本年度はその製法・技術のノウハウを町内団体である「つの水産加工品開発協議会」に継承し、地域おこし協力隊である水産アドバイザーとともに次年度以降の原料・販路の開拓に取り組むことが出来ました。また、新たな取組として宮崎県内で評判の地元都農の「チキン南蛮」の冷凍商品化も手掛け、商品化することが出来ました。

#### 【取組を通じて得られた成果】

ここに、都農町と関係団体、そして町内加工事業者、料理人の方々の力の結集により、商品を作り上げることが出来ました。新たな商品を作り上げる、それを皆で宣伝し営業していく、そして売上を得る。その中に自身の力が注がれ形になった喜びがあり、さらに町の上昇機運が高まってきていると感じています。つまり“活きた時間”になっていると思っています。

今後は、町民の方々のご意見、考え、思い、を反映し、水産加工品を始めとして、農産、畜産の差別化商品を町民皆さんで協働し、提案、開発、上市し、皆さんの“時間”が、生き甲斐のある充実した“活きた時間”となるよう、また笑顔になり、魅力ある町作り、誰もが住んでみたくなる町となるよう貢献していきたいと思います。

1

2

大船渡市

浪江町

東吾妻町

三条市

羽咋市

甲府市

南伊豆町

池田市

大和高田市

由良町

周南市

観音寺市

安芸市

芦屋町

嬉野市

都農町

三島村

岩手県

福島県

群馬県

新潟県

石川県

山梨県

静岡県

大阪府

奈良県

和歌山県

山口県

香川県

高知県

福岡県

佐賀県

宮崎県

鹿児島県

## 2-17. 鹿児島県三島村「三島村焼酎蔵プロジェクト」

### 事業概要

総事業費	10,589 千円
助成申請額	7,000 千円
外部専門家	竹迫昭人（濱田酒造株式会社） 猪野聰之輔（慶應義塾大学大学院） 坂本誠（NPO 法人ローカル・グランドデザイン） 吉良今朝芳（森林の幸研究所） 鮫島吉廣（鹿児島大学）

### 自治体概要

人口	379 人（住民基本台帳搭載人口：平成 29 年 1 月 1 日）
面積	31 km <sup>2</sup> （平成 29 年 10 月 1 日現在）
人口密度	12.07 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	883,121 千円（平成 27 年度市町村別決算状況調）
財政力指數	0.05（平成 27 年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	91.6%（平成 27 年度市町村別決算状況調）
担当課室	三島村 定住促進課

### 取組概要



## ① 事業の背景と目的

### a 事業の背景

三島村は、薩摩半島南端から南南西約40kmに点在する、竹島・硫黄島・黒島の3島4地区から構成され、人口は400名弱と全国でも人口数の少ない自治体の一つである。また役場を行政区域外に置く、全国でも3団体しかない特異な村で、島と本土を結ぶ定期航路は週4便の「フェリーミしま」のみで、天候に左右される。

三島村の主要な産業は、第一次産業である農林水産業であるが、小規模離島のため産業基盤が極めて脆弱で、また、高齢化等により廃業する事業者もみられる。

こうした状況を踏まえ、人口増に資するための雇用の場として、特区制度を活用して三島村直営の焼酎の醸造所を黒島に建設し、黒島を中心とした村内で生産された希少な品種のサツマイモと黒島の美味しい水を使って特産品焼酎「みしま村」の生産を行い、三島村の3島を中心に現地販売を行う計画である。

計画を進めるなか、準備段階から外部の専門家および有識者、地域住民とともに焼酎蔵の運用および活用方法を検討し、特産品焼酎の現地製造の実現化と安定的経営に向けた推進体制を構築するべく取り組むものである。

### b 事業の目的

三島村では、地方版総合戦略において以下4つの基本目標を策定している。

- ①個性ある3つの島への新たなひとの流れをつくる
- ②地域資源を生かしたしごとをつくり、安定した雇用を創出する
- ③若い世代の移住・結婚・出産・子育ての希望をかなえる
- ④健康で豊かに安らげる特色ある地域をつくり、地域と地域を連携する

本事業は、特産品焼酎「みしま村」の販売による三島村の認知度アップと醸造所を中心とした新たな観光スポットの開発による基本目標①の実現と、高齢化の進んだ農業の再生、島の資源を生かした新産業の創出により雇用を創出することで基本目標②を実現するための施策と位置付けている。

1

2

大船渡市 岩手県

浪江町 福島県

東吾妻町 群馬県

三条市 新潟県

羽咋市 石川県

甲府市 山梨県

南伊豆町 静岡県

池田市 大阪府

大和高田市 奈良県

由良町 和歌山県

周南市 山口県

観音寺市 香川県

安芸市 高知県

芦屋町 福岡県

嬉野市 佐賀県

都農町 宮崎県

三島村 鹿児島県

## ② 事業実施内容

### a 協議会

平成 29 年 6 月に焼酎蔵プロジェクト推進協議会を立ち上げ、6 月、10 月、2 月の 3 回協議会を実施する。

### b 地域住民との意見交換会

地域住民が広く参加した協議会を通して、焼酎の現地製造計画の内容及び目的並びに効果について議論を重ねることで共通理解と意識の共有を図る。

### c 施設整備支援及び人材育成支援

外部専門家 1 名が所属する濱田酒造、設計会社、村担当者などの関係者が定期的に集まり、外部専門家の助言をもとに施設規模やレイアウト、設備機器類の選定などを検討し、設計書の作成を完了した。平 29 年 10 月には蔵本体工事の建設に着手し、平成 30 年 6 月末には建物および製造機器の整備まで完了する予定である。また、地域おこし協力隊 1 名を平成 29 年 9 月～12 月と平成 30 年 2 月の計 4 か月間、濱田酒造へ派遣し「杜氏」養成研修を実施する。

### d 経営戦略

良質の焼酎用原料芋および人材（労働力）の安定的な確保、小規模な製造蔵であるため採算性の観点から高付加価値化による有利販売が必須であるなどの課題解決を踏まえ、外部専門家の助言を受けて経営計画を作成した。

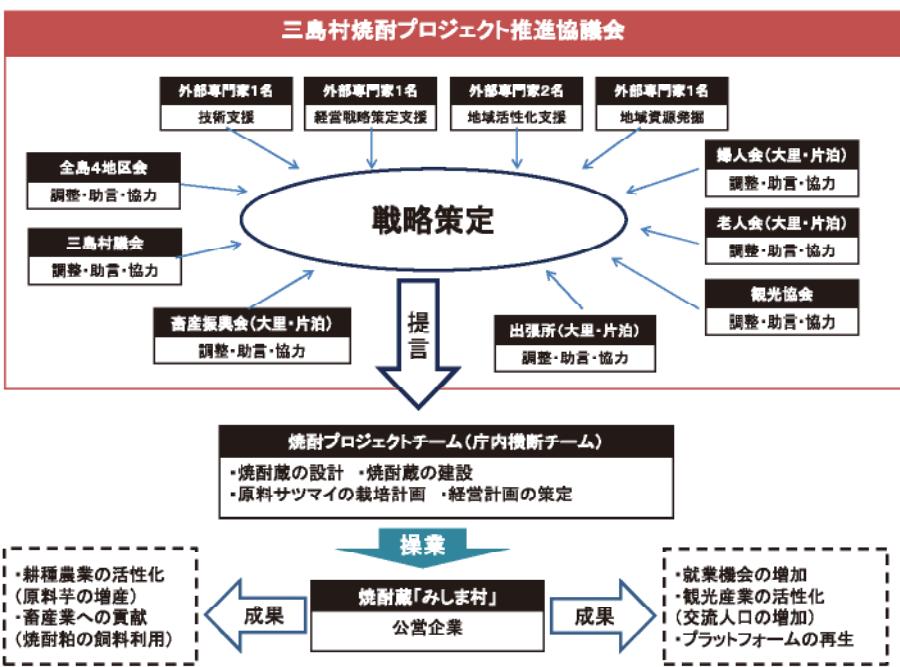
### e 新ビジネス展開計画検討

外部専門家が中心となって、新たな特產品加工に向けた開発可能な農林水産資源の発掘調査を行った。

### ③ 事業実施体制

## a 事業実施体制の概要

## 事業実施体制図



## 体制の概要

三島村全地区の地区長を始め、婦人会、老人会、畜産振興会、観光協会の各種団体及び外部専門家ならびに行政が連携し、安定的な焼酎蔵建設・運営に向けて協議する。

### b 外部専門家の役割

## ①技術支援

焼酎蔵建設及び焼酎製造に関する技術支援並びに人材育成支援を行い、現地製造の実現化を図る。

## ②経営戦略

特産品焼酎「みしま村」販売戦略モデルの構築と焼酎蔵を活用した島の活性化並びに地域のプラットフォーム再生策の助言を行う。

### ③特產品開発

未活用の農林水産資源を開拓し、新たな特産品加工についての支援を行う。

## ④ 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	14日	・焼酎蔵建設に係るスケジュール確認、敷地・水等現状確認・検討
5月	1日	・設計コンセプト検討、製造工程確認・検討
	14日	・焼酎蔵建設予定地現況調査、原料栽培地調査、水源調査及びサンプリング
	31日	・設計案を基に設備の配置、作業動線の確認修正等の検討
6月	14日	・設計案を基に施設及び設備の修正・検討
	27日	・焼酎蔵建設予定地現況調査、原料栽培地調査、水源調査及びサンプリング
	28日	・新たな特産品加工可能性調査 ・第1回 焼酎蔵プロジェクト推進協議会（黒島大里）
7月	5日	・焼酎蔵設計設備検討・協議
8月	4日	・焼酎蔵設計設備検討・協議
9月	5日	・焼酎蔵設計設備検討・協議
	19日	・新たな特産品加工可能性調査 ・地域おこし協力隊員濱田酒造伝兵衛蔵研修開始
10月	2日	・杜氏の里視察研修（南さつま市）
	10日	・焼酎蔵建物建設工事請負契約締結 ・焼酎粕飼料化先進地視察（出水市・長島町）
	16日	・第2回 焼酎蔵プロジェクト推進協議会（鹿児島市）
11月	24日	・焼酎蔵設備工事請負契約締結
12月	5日	・焼酎蔵設計設備検討・協議
	15日	・地域おこし協力隊員伝兵衛蔵研修終了
	26日	・構造改革特別区域法（みしま村芋焼酎特区）認定
2月	2～28日	・地域おこし協力隊員西平本家（奄美）研修
	13日	・第3回 焼酎蔵プロジェクト推進協議会（鹿児島市）

## ⑤ 主な成果

### a 協議会

年3回開催した協議会を通して、地区長を始めとする地域住民とともに、焼酎蔵建設による地域活性化に向けた取り組みへの協力と意思統一を図ることができた。

研究会開催の様子



### b 地域住民との意見交換会

地域おこし協力隊や各種団体と焼酎用原材料芋の栽培促進、増産に向け意見交換し、さらに、焼酎製造過程で生じる焼酎粕の畜産飼料化において啓発し、来年度試験的に導入する予定である。

現地協議会、地域住民との意見交換



1

2

岩手県

福島県

群馬県

新潟県

石川県

山梨県

静岡県

大阪府

奈良県

和歌山県

山口県

香川県

高知県

福岡県

佐賀県

宮崎県

鹿児島県

### C 施設整備支援及び人材育成支援

濱田酒造、設計会社、行政による焼酎蔵の建設、設備整備に向けて検討を重ね、本村に適した焼酎蔵建設へつなげることができた。また、濱田酒造協力のもと、焼酎醸造における「杜氏」を育成した。

焼酎蔵本体、設備技術検討の様子



新聞記事「杜氏研修中の地域おこし協力隊」



### d 経営戦略

特產品焼酎「みしま村」の安定的経営に向けた製造収支や販売戦略において協議、検討を実施した。今後、特產品焼酎「みしま村」の付加価値における検討を加え、更なる協議を継続していく。

### e 新ビジネス展開計画検討

外部専門家による島内の農林水産資源調査を実施し、新たな特產品となる資源の開拓に努めた。

## ⑥ 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

特產品焼酎「みしま村」の現地製造の実現は、人口増や雇用拡充を目指す本村において大きなプロジェクトである。

今回、関係者、地域住民、外部専門家を交えて、焼酎蔵建設はもちろんのこと、原料となるサツマイモや焼酎粕の活用、新たな特產品となる資源等の検討並びに焼酎蔵の安定的な運営にかかる経営戦略において検討を重ねてきた。

安定的な運営のために、付加価値をつけた販売価格や販売戦略において結論を出すまでには至っておらず、継続して検討が必要である。また、10kL の焼酎を醸造することを目標としており、原料サツマイモの増産を見込むためには、現在の耕地面積を拡大させ、また従事する人材確保も必要となる。今後は、現在の地域人材の協力を得られるよう周知徹底とともに、新規移住者の受入を推進する必要がある。

次年度は、特產品焼酎「みしま村」の現地製造初年度であり、品質等低下させないためにも技術支援の継続と焼酎製造に関わる「杜氏」の人材スキル向上を目指す。

## ⑦ 外部専門家コメント

### 三島村焼酎蔵プロジェクトについて

濱田酒造株式会社 専務取締役 竹迫昭人

本プロジェクトに対する住民の合意形成は重要である。プロジェクト推進協議会を組成し1年間活動したことは事業目的達成のために大きく前進したものと推察する。本村での焼酎造りは長年の島民の夢であり、それを実現するための協議会はより一層、島民を巻き込む活動となっている。今後、産業の振興、人の流れをつくる、移住・交流・若者の定住促進、生活の安心・安全の確保など焼酎蔵から様々な分野に広がるビジョンを具体化し、地域の活性化に取り組んでほしい。

ローカルグランドデザイン 理事 坂本誠

いよいよ来シーズンから焼酎の製造が始まります。本プロジェクトを単に焼酎を製造して販売するというだけの事業に収斂するようであれば、十分に採算も見込めないばかりか、島民・村民の理解も得られにくいと考えます。村内のさまざまな資源や産業と連接して島ぐるみ、村ぐるみの事業に展開することが不可欠であり、そのためには「DMO（例えば“株式会社いおう”）」や「地域の人事部」など既存の取組との関連も意識しながら事業を進めていきましょう。

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科付属メディアデザイン研究所  
リサーチャー 猪野聰之輔

本プロジェクトは、規制緩和の特区申請の段階から関わらせていただいていることもあります、私自身非常に思い入れの強いものとなっております。プロジェクトが成功すれば、三島村のような条件不利の離島でも地域資源を最大限に活用すれば、新たなビジネスを立ち上げ、外貨を獲得することができる、そして人口流出を防ぐことができるという全国の離島や過疎地のモデルとなると思います。まだまだ成功といえるまでの道のりは長いと思いますが、最後まで頑張っていただきたいと思います。

鹿児島大学 客員教授 鮫島吉廣

工場建設設計画は順調に進捗しているが、経営的には高価格の高付加価値商品とならざるを得ないため、良質の焼酎つくりと付加価値をいかにして高めるかが重要である。良質の焼酎を造るには村民の協力と意識の醸成が欠かせない。畑地の確保、栽培技術、鮮度重視の集荷体制、焼酎粕処理対策、勉強会開催、先進地視察など。高付加価値のためには長期熟成を検討する必要がある。三島村焼酎のイメージをどのように作り上げるかも大事。

森林の幸研究所 代表 吉良今朝芳

三島村の未利用資源は豊富にあるが、商品化は進んでいない。地域の再生・就業の推進には、この地域資源を活用した6次産業化と働く場の創出を図る。

- (1) 大名竹の新商品つくり
- (2) 携油機の導入で「薩摩硫黄島ツバキ油」の商品化
- (3) きのこの栽培の導入など

また、焼酎原料用サツマイモ作りについては、以下に留意する必要がある。

- (1) 人力依存型で機械化・省力化が遅れており、早急に解決する
- (2) イモ生産者の多くは女性で高齢化しており、後継者の育成と作業の軽減化を図る
- (3) 最近の異常気象でイモに変形や割れが見られ、その対策が必要
- (4) 焼酎原料用イモの割合は約5割で、残りは小型や傷物でこの活用が望まれる
- (5) 未利用資源を生かして6次産業化を図り、新規事業で雇用の場を確保し、定住促進を推進してほしい

1

2

大船渡市

浪江町

東吾妻町

三条市

羽咋市

甲府市

南伊豆町

池田市

大和高田市

由良町

周南市

観音寺市

安芸市

芦屋町

嬉野市

都農町

三島村

岩手県

福島県

群馬県

新潟県

石川県

山梨県

静岡県

大阪府

奈良県

和歌山县

山口県

香川県

高知県

福岡県

佐賀県

宮崎県

鹿児島県



## 外部専門家派遣の取組と成果

## 第3章

# 1

## 外部専門家派遣

地域の課題や課題解決に向けた方向性等が明確になっていない段階で、その解決に向けた方向性に目処をつけるため、今年度は以下の 6 市町村に対して外部専門家を 2 泊 3 日派遣して、現地調査を行い、地域再生の方向性に関する提言を行った。

	実施時期	派遣先
1	平成 29 年 6 月 21 日 ~ 6 月 23 日	広島県府中市
2	平成 29 年 7 月 14 日 ~ 7 月 17 日	鹿児島県十島村
3	平成 29 年 8 月 2 日 ~ 8 月 4 日	和歌山県広川町
4	平成 29 年 9 月 27 日 ~ 9 月 29 日	山形県庄内町
5	平成 29 年 11 月 15 日 ~ 11 月 17 日	和歌山県日高町
6	平成 29 年 11 月 20 日 ~ 11 月 22 日	北海道美唄市

今年度の外部専門家派遣では、地域側が独自の資源を活かした地域再生を行う中で、進むべき方向性や具体的な方策の提言を求めているものが多く見られた。例えば、鹿児島県十島村では地域資源を生かした「将来子供たちが帰ってきたくなる島づくり」に向けた方向性、和歌山県広川町では濱口悟陵の「稻むらの火」物語等の資源を活用した町の創生の方向性、北海道美唄市ではアルテピアッツア美唄等の各施設の交流人口の拡大による受け入れ態勢整備に対する考え方方が求められた。また、広島県府中市では天領・上下町における活動の具体的な取組、山形県庄内町では立川地区の庁舎有効活用策や地域全体の活性化策、和歌山県日高町では観光客を取り入れるための新たな視点での観光メニューの発掘や、農業の 6 次産業化や野菜の産地化について助言といった具体的な方策が求められた。

外部専門家からの助言例としては

- ・十島村「各島と連携し、村内で生産・消費の経済活動が循環する仕組み作り」
- ・広川町「防災のシンボルとして定着している悟陵さんのイメージを再定義し、町の魅力として発信する」
- ・庄内町「靈峰月山の歴史や宗教的背景を知る事でストーリー化、ブランド化を図る」等が代表的であった。

外部専門家派遣による提言を受け、実際に事業として着手するため、外部専門家活用助成の制度を利用したいとの意向も多く頂いた。視察にはふるさと財団担当者も同行するが、地域住民の地域再生に対する気運の度合いや、行政と地域住民との距離感などを知る事が出来るため、助成事業へ進んだ場合の成功率が高くなるケースが多い。

## 1-1. 広島県府中市

平成29年6月21日～6月23日

外部専門家：養父 信夫 ((一社)九州のムラ 代表理事)

中島 淳 (株カルチャーアットフォーシーズンス 代表取締役)

### 地域の問題意識

府中市は、平成16年に旧府中市と上下町が合併した市であり、古くからものづくりが盛んで、府中家具や府中味噌といった300年超の歴史をもつ名産品を有し、近年は製造業を中心に発展してきた。上下町は、天領として栄え、今も歴史的景観が残る地域である。食・歴史・産業をキーワードに観光振興に取り組み、地域では住民組織も設立され、地域色を生かした活動を行っているが、観光入込客数の減少や観光資源の温泉が休館など、地域の衰退が懸念されており、今回は地域で有効性・効果のある取組等に助言が求められていた。

### 外部専門家からの提言

地域内の様々な団体・関係者で取り組みが行われているが、各団体・関係者の連携やI・J・Uターンなど、外部からの受入体制を強化するべきであると提案された。

養父氏からは、上下町の進める「観光・地域づくり」として「上下天領ツーリズムの推進」、「観光地域づくりDMOの立ち上げ」、「重要伝統的建造物群保存地区登録」の3つが提案された。さらにそれらを進めるための流れとして、地域住民が「地域を知る」ことから始まり、地域ビジョンの策定や施策展開と言った具体的な「7つのステップ」が示された。

中島氏からは、「天領」を活かした街並みの維持について評価した上で、その一方で、今の上下町と天領の関係性を地域が共有する必要性について事例を交えて説明がなされた。その上で、今後上下町が取り組むべき基本的な方向性として①土日対応等の「訪れるヒト視点を持つこと」、②「よそ者を受け入れること」、③住民と行政が一体となり、観光まちづくりに「総力戦で臨むこと」の「3つの覚悟」を決める必要があることが示された。

#### 上下町「観光地域づくり」を推進する7のステップ

##### Step2 ムラの遺伝子(DNA)を探す

- 全国の地域活性化運動において、様々な取り組みを行っている。その中で、他の地域と同じことをやっているだけでは「面白はれる地獄」にはならない。上下町が持つ特徴的な資源をどう活用していくかが課題となる。
- 上下町に住む人々にとって大事にしていること、大切にしていることなど、地域住民の持つ言葉から、そのやつが見えていく。手話としては、町史や文献からひも解くことも大切。さらにはワークショップを重ねることによって、その根底にあるものを見つめたい。

【質問】

あなたにとって、上下町の好きなところを3つあげてください。  
なるべく具体的にその対象とあなたの関係、物語を交えて教えてもらえますか？

#### 3つの覚悟

##### ①訪れるヒト視点を持つ覚悟

施設を身内だけで進めていたため、訪れる視点で見ることができません。  
「外から人を呼びお盆を使ってもらう」には観光から観光まちづくりへの転換に加え、  
サービス（なくてない）をやう強い意志がなければなりません。  
本当に「観光」という言葉に東京出には、例えば

##### ②まち全体を土日対応の体制にする。

日曜日を休日にしているお店は、果たして本当にお客様に来てもらいたいのでしょうか。  
観光客は圧倒的に土日休日に動きます。訪れる立場で考えると、日曜日に店が開いていない  
町に共感できるでしょうか。「暮らしのまち」を「観光のまち」に近づけるには、習慣を改めてでも  
全体で壁が必要が問われます。

##### ③訪問客行動を考える。

まち歩きをしてもらいたいのであれば、休憩の在り方も考えなければなりません。

確かにトイレやベンチはあります。では

- ・盆・雨が降ってきたら？
- ・夏の暑い日差しに対しては（今あるベンチで休めますか）
- ・これはどこに捨てたらいいでしょう
- ・買わなくて店内で座れますか



45

##### Step3 地域ビジョンの策定

- 地域の歴史（み、暮らし）をめぐる、地域の特徴ビジョンについて語り合い、  
3歳後、5歳後、10年後の将来像を地域の中で描いてある。

##### 【最終のポイント】

- 使用する資源（プラスの資源だけでなく、マイナスの資源も含め）は何か？
- 地域リーダーは？
- 地域資源を創造していく可能性の高いある組織は？
- どのテーマの取り組みがより、地域の活性につながっていくのか？
- 対象者を絞る基準は？
- そのために足らない情報は？

53

1

2

府中市

広島県

十島村

鹿児島県

広川町

和歌山県

庄内町

山形県

日高町

和歌山県

美唄市

北海道

新潟市

新潟県

熊本市

熊本県

## 1-2. 鹿児島県十島村

平成 29 年 7 月 14 日～7 月 17 日

外部専門家：井上 弘司（CRC 合同会社（地域再生診療所）代表取締役）

谷本 真（まち＆むら研究所 代表）

### 地域の問題意識

十島村は鹿児島市から 200km 南に離れた 7 つの有人島と 5 つの無人島から構成される。村への交通手段は週 2 便の村営のフェリーのみと、外海に隔絶された地域である。

人口は村全体で 756 人（平成 27 年国勢調査）である。村内に高校や雇用の場が無いこと等を背景とする人口減少や高齢化の進行、また有人島が無人島になったという経験を踏まえて村では平成 23 年より移住定住対策を進めてきた。その結果、減少傾向にあった人口は、近年は横ばいで推移しているが、今後の具体的な方向性を打ち出せていない状況である。

明確な方向性の下で「将来子供たちが帰ってきたくなる島づくり」を進めて効果を上げるため、地域課題の抽出及び方向性の策定についての助言が求められていた。

### 外部専門家からの提言

十島村には魅力的な資源が豊富に存在するものの、各事業者・各島がそれぞれ独立して村外とカネ・モノのやりとりを行っているという状況が明らかになった。これを受け、7 つの島が 1 つになり、十島村として村外と経済を回していく仕組みづくりが提案された。

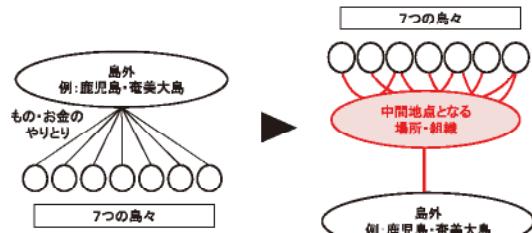
井上氏からは、その第 1 歩として地産地消の推進が提案された。島内や島同士で互いの产品を消費することで、村外に流出していたお金を村内に留保することを図るものである。フェリー内で各島の产品を販売するマルシェの開催等、具体的なアイデアが紹介された。

谷本氏からは、地産地消の促進によって自らの村の魅力を自覚し、「十島村スタンダード」という共通意識を形成すること、さらに「十島村スタンダード」を村外へ展開することが提案された。具体策として、各島と村外を仲介する組織の設立が示された。

### トカラ列島バイ・ローカル

十島村が活性化するには、村から漏れていく金を村内に留保すること。  
その金をただ貯め込むのではなく、島内や十島村内でぐるぐる回す。  
それには、  
①島内の地産地消率を高める。  
②隣の島と農産物、海産物をやり買ひする  
③有人 7 島の流通を活性にする  
④学校や公共施設の食材の域内調達率を高める  
⑤村内の店舗、旅館、民宿で域内調達率を高める

### 域内消費とつながりを求めて



- 域内消費の強化は島外とのつながりの強化にもつながる
- 消費だけでなく、島づくりの取り組みも島間で横展開・情報共有を図る  
⇒ 各島のスタンダードを応用・発展し十島村スタンダードへ

## 1-3. 和歌山県広川町

平成29年8月2日～8月4日

外部専門家：朽尾 圭亮（株）船井総合研究所

堀田 雅湖（こめみそしょうゆアカデミー）

### 地域の問題意識

広川町は紀伊水道に面した人口7,130人（平成29年1月現在）の町である。町は山村部、農村部、沿岸部・まちなかに分けられ、このうち山村部はかつて林業が盛んであったが、現在では過疎化や労働力不足に直面している。農村部は町の主要生産物「有田みかん」の産地である。沿岸部・まちなかは、江戸期から津波被害を3回受けている地域で、江戸末期の安政地震津波で活躍した濱口梧陵の「稻むらの火」物語を伝える資源が多く所在する。

このように町は自然景観や歴史遺産に恵まれているものの、地方創生や新たな産業創出にそれらを十分に結びつけられていないという課題があることから、こうした地域資源を活用した町の創生の方向性等について助言が求められていた。

### 外部専門家からの提言

地域の偉人である「濱口梧陵」は、防災・津波のみでなく、経営や政治、教育、道徳等にも秀でていたことから、改めて梧陵の魅力を再定義したうえで、それらを町の魅力として発信していくことを中心とした提案がなされた。

朽尾氏からは、広川町の創生、移住者の獲得にむけ、町外住民を広川町のファン・サポート化していくために、まちなかにおけるハード整備と周辺部への回遊性を高めるためのソフト施策の両輪で進めていくことが提案された。まちなかにおいては、道の駅の整備や古民家の利活用に関する提案があった。

堀田氏からは、食と祭・舞（文化）に関する施策について提言がなされた。食については、もの・ことの価値が伝わり、商品が売れるようになるためには、関わる全ての人や組織が共感できる関係づくりが重要であるといった指摘があった。祭・舞（文化）については、広川町には参加型の津浪祭や稻むらの火祭りがあり、これらを活用することで町外在住者の広川町の魅力への共感度を高められると提案があった。

### Hirogawa Re:branding Project 八策



【施策4:食】  
ブランドづくりは、「もの・こと」の価値を伝えること

#### 商品にするために価値を伝える

関わる全ての人や組織が共感できる関係づくり  
提供するものやことに「共感」する  
→ 売れるということ = 製品が商品になる。

関わる人々や組織が価値に共感している

関わる人や組織・全てがHAPPYに！！

1

2

府中市

広島県

十島村

鹿児島県

広川町

和歌山县

庄内町

山形県

日高町

和歌山县

美唄市

北海道

新潟市

新潟県

熊本市

熊本県

## 1-4. 山形県庄内町

平成 29 年 9 月 27 日～9 月 29 日

外部専門家：奥村 玄 (株)GEN プランニング)

今村 まゆみ (観光まちづくりカウンセラー)

### 地域の問題意識

庄内町は平成 17 年に余目町・立川町の 2 町が合併してできた人口 21,954 人（平成 29 年 1 月末時点）の町で、農業を基幹産業としている。平野部の余目地域は行政機関や病院等の生活利便施設が集積している一方、山間部の立川地域は靈峰月山や名水百選に選ばれた立谷沢川等に代表される自然と歴史あふれる地域である。

立川地域では、人口減少・高齢化が顕著なため、町では道の駅や空き施設を再利用した工房整備など拠点整備を進めており、地域住民がこれらの運営を担うなど住民主体の活動は広がりつつあるが、今後の展望がまだ見いだせていないという課題がある。また、立川庁舎周辺には多くの公的施設が集積しているが、老朽化が進み、利用者も減少中である。

余目地域にある本庁舎建替に伴って立川庁舎の機能を本庁舎に集約する予定があるなかで、地域からは、健康やスポーツ、子育ての分野で新たな仕掛けを求める声があり、同庁舎の有効活用策や地域全体の活性化策について提案が求められていた。

### 外部専門家からの提言

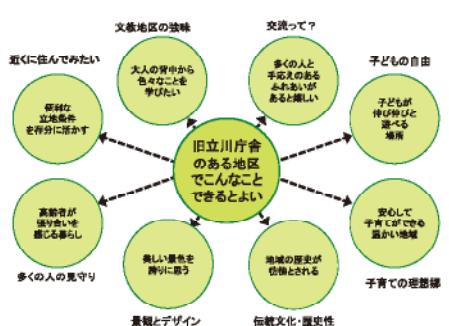
地域の問題意識に基づき、外部専門家からは立川庁舎の活用方策と地域全体の活性化策について提言があった。

奥村氏からは他地域の庁舎建設や文化創造拠点建設等の事例を交えて立川庁舎の活用方策について提言がなされるとともに、住民参加型の検討体制のあり方についても提案がなされた。

今村氏からは地域活性化策ということで、プランディングの考え方を再確認したうえで、ターゲットを「パワースポット通な 20 代～50 代の女性」とし、「靈峰月山のルーツ」や「コシヒカリのルーツ『亀ノ尾』発祥の地」であることをストーリー化し、観光を軸に交流人口を増加させることが提言された。

### 【最初にイメージをふくらませ、みんなで共有する】

#### 今回のご提案



◆「月山のルーツ」や「お米の発祥地」  
であることをストーリー化し、  
観光を軸に交流人口を増加させる

◆ターゲットは「パワースポット通な  
20 代～50 代の女性」



#### <期待すること>

- ①経済効果
- ②来訪者の目線を通した地域の魅力発見
- ③余目地区と立川地区の方たちの交流

## 1-5. 和歌山県日高町

平成29年11月15日～11月17日

外部専門家：石川 紀子（株）グリー・アンド・カンパニー 代表取締役）

塚田 佳満（株）DMG フォース 代表取締役社長）

### 地域の問題意識

日高町では、若年層を中心とした人口流入により、町全体としては人口が増加しているが、海岸部では人口減少、高齢化が進んでいる。また、町内に就業の場が少なく、昼夜間人口比率は77.2%と低い。

町では、「クエの町」、「黒竹の里」を二枚看板にまちづくりを進めてきたが、クエ、黒竹とともに取り巻く環境は厳しさを増してきている。そこで、町では、クエと黒竹に加え、熊野古道や食材といった資源を掛け合わせ、観光ルートとしていくことを検討している。

そこで今回は、年間を通して観光客を取り入れるための新たな視点での観光メニューの発掘や、高齢化や後継者不足等の問題がある農業での6次産業化や野菜の产地化について助言が求められていた。

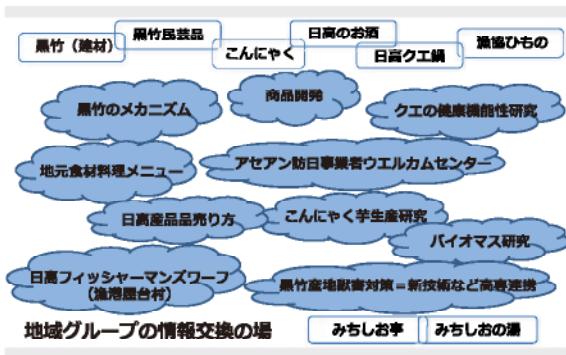
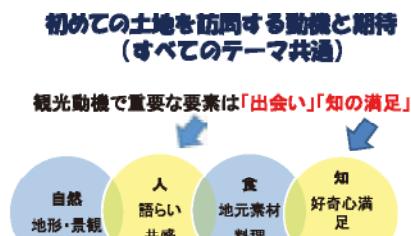
### 外部専門家からの提言

観光によって地域活性化を図ることを目指している日高町の方向性については理解できるとする一方で、地域として目指すべき方向性を明確にすることが重要であるとの指摘があり、そのためにするべき方策について提案された。

石川氏からは、観光客を増やすためには、まずは日高町を知って、訪れてもらうことが重要であるとの説明がなされ、地域産品のクエを活かしたアイデア、町単独ではなく、広域連携で取り組むことの重要性が示された。

塚田氏からは、今回の視察先で活動されていた団体・関係者や商品などに対して、それぞれ取り組むべき内容について助言するとともに、これら単独に活動するに留まらせるのではなく、有機的に繋ぐ「日高町まちづくりネットワーク」として機能させることが重要であるとの助言がなされた。

### 日高町まちづくりネットワークをつくりませんか？



スーパークローバルハイスクール 日高校の地方創生活動との連携も！

1

2

府中市

十島村

広川町

庄内町

日高町

美唄市

新潟市

熊本市

鹿児島県

和歌山県

山形県

和歌山県

北海道

新潟県

熊本県

## 1-6. 北海道美唄市

平成 29 年 11 月 20 日～11 月 22 日

外部専門家：野口 智子（ゆとり研究所）

通山 千賀子（通山千賀子計画室）

### 地域の問題意識

美唄市は、人口 22,543 人（平成 29 年 3 月末）の市である。石炭産業の集積によって発展してきたが、昭和 48 年の坑内掘り炭鉱の閉山以降人口流出が続いている。市内東部地域には「安田侃彫刻美術館アルテピアッツア美唄」、ソメイヨシノの北限といわれる「東明公園」等があり、西部地域にはラムサール条約登録湿地「宮島沼」がある。

市では、「食・農・アートが響きあう緑のまち美唄」を掲げて地方創生に取り組んでいるが、「芸術・文化・生涯学習」、「観光・交流」などの一部項目において、効果が表れていない状況である。「アルテピアッツア美唄」が交流人口の受け入れの代表格として期待されるものの、開館から 25 年がたち、老朽化や受け入れ環境の整備など課題がある。

こうした状況を踏まえ、「アルテピアッツア美唄」、「炭鉱などの産業遺産」、「文化財」等をまとめた市内中心部から東部地域のゾーニング、各施設の交流人口の拡大による受け入れ態勢整備に対する考え方について、提言が求められていた。

### 外部専門家からの提言

「アルテピアッツア美唄」については、改めて市民とともにこれからのあるべき姿を議論していく必要性、産業遺産が多く集積する東明地区については「炭鉱の暮らしテーマパーク」としていく案が提案された。

通山氏からは、現在行われている様々な取組の連携をさらに進めていく必要性が指摘され、「もう一步前に足を踏み出そう！」という提言がなされた。そのうえで、アルテピアッツア美唄と東明地区の今後の方向性に関する提言がなされた。

野口氏からは、「美」という文字を持つまちの役割として、「美しい」と感じる物差しをこれから世の中に示すことが必要であるという指摘があり、そのうえで、アルテピアッツア美唄について先入観を取り去って議論を進めていくことなどが提言された。

検索

● 炭鉱の記憶—アルテピアッツア美唄と東明地区

- ・アルテピアッツアの印象
- ・入り人が行き届いている（どうやったら、これだけ精神できるのだろうか）、とても高貴な内容で、理想的空間を実現している。
- ・都会で疲れた人の心に響く場だ…・寂しさとハイスクール（外から買付）という意味で寂しく、心を後へとくれる（他の窓からエネルギーが湧いてくる）。
- ・美唄市の今まで唯一、世界に通用する最先端
- ・他の場所で安田侃氏の作品を見た人に、アルテの存在を教えてあげたい。
- ↓
- ・この素晴らしい環境を維持するために、今後も相当な費用を掛け続けて行かなければいけないが、市はそれが可能なのか。市民は納得しているのか。
- ・方向性—色々な方々からお話を伺って
- ・理想は変えないでほしい。
- ・そのためには、安定的財源の確保を考えるべき。
- ・アルテが「炭鉱の記憶」を表現した場であるならば、東明地区全体の中で生かして行く必要もあるのではないか。
- ・市、アルテ、市民が一つのテーブルに着いて協議し、長期ビジョンを作ること。それによって、目標像の共通認識を持てるようにするべき。

### ③ そのためにも、市民たちがひとつの話し合いの場に着こう。

皆がいいことをやっている。

その小さな粒々が繋がってネットレスになった時、初めて本当に強く美しくなる。

「アートのまち美唄の、美ばい運動プロジェクト」

あなたの身近な美は何ですか？それを信にしましょう。

あなたの美しい生き方は？それを信にしましょう。

美は、それらは、既に皆の活動のなかにあります。

美ばいワイワイ会議をスタート！

※「奥地のワイルズ（資源な利用）とは、生態系の自然財産を維持し得るような方法での、人間の利益のために奥地を  
持続的に利用することである。」

## 2

## 地域再生セミナー

本事業では、以下の2県において地域再生セミナーを実施した。各セミナーの概要については、次頁以下のとおり。

	開催日	開催都市	テーマ
1	平成29年10月16日	新潟県新潟市	『地域で儲ける』 ～コミュニティビジネスによる地域活性化～
2	平成29年11月6日	熊本県熊本市	『地域資源を活用したコミュニティの再生について』 ～持続可能な地域づくりに向けて～

1

2

府中市

広島県

十島村

鹿児島県

広川町

和歌山県

庄内町

山形県

日高町

和歌山県

美唄市

北海道

新潟市

新潟県

熊本市

熊本県

## 2-1. 新潟県地域再生セミナー

日時	平成 29 年 10 月 16 日（月）13：30～16：30	
場所	新潟県庁（2 階西回廊講堂）	
テーマ	『地域で儲ける』～コミュニティビジネスによる地域活性化～	
基調講演	㈱船井総合研究所 経営改革コンサルティング事業部 プロジェクトマネージャー	朽尾 圭亮氏
事例発表	㈱四万十ドラマ 代表取締役社長	畦地 履正氏

セミナーは「『地域で儲ける』～コミュニティビジネスによる地域活性化～」と題して、基調講演および事例発表による構成で実施した。

柚木憲一（ふるさと財団理事長）の挨拶に続き、朽尾氏による「目からウロコ！地域を食文化であるごとブランド化 5 つのコツ！」と題した基調講演が行われた。続いて、畦地氏より、「四万十のあしもとにあるもの」をテーマに地域における取組事例が紹介された。

朽尾氏からは、地域の食文化を活かしたブランド化の成功のための 5 つの要素について、岩手県一関市での事例も合わせてご講演いただいた。

### 〈朽尾氏講演のポイント〉

- ・一関市では、300 年以上の儀礼文化として親しまれる「もち」の世界ブランドを目指したまちおこしに取り組んだ。中でも 2017 年で第 6 回目を迎える「もちサミット」は 2 日間で 3 万人もの人が集まるイベントに成長し、関連商品開発などの波及も起きている。
- ・地域の食文化を活かしたブランド化の成功のためには、第 1 に、地域資源を選ぶ際に、自然、人文、経済の各要素が重なり合い、かつ必然性と可能性を持つ資源を選ぶことが重要である。
- ・第 2 に、取り組みのブランド化においては現在成功している市場を探し、その競合を調べ、自社の可能性を検討する 3C (Company、Competitor、Customer) の視点が不可欠である。
- ・第 3 はストーリー性であり、知覚・触覚・味覚・聴覚など感じてわかる感の物語と生産者などの読んで分かる知の物語で消費者に訴えることが有効である。
- ・第 4 は情報発信である、かつてシンプルかつ一方的であった情報発信の流れもインターネットの普及により「認知する、関心をもつ、検索する、比較する、検討する、共有する」といった複雑かつ双方向の流れに変わってきた。
- ・最後の要素は人である。何においてもできるかできないかは人にかかっている。人は能力とやる気の軸で 4 つに分断されるが、能力・やる気ともに高い「人財」を育てていくことが何よりも重要である。

1

2

府中市

十島村

広川町

庄内町

日高町

美唄市

新潟市

熊本市

広島県

鹿児島県

和歌山県

山形県

和歌山県

北海道

新潟県

熊本県

畦地氏からは道の駅「四万十とおわ」を運営する四万十ドラマの取り組みが紹介された。

**(畦地氏講演のポイント)**

- ・道の駅「四万十とおわ」は平成16年11月にオープンしたが、第3セクターが赤字状態で経営していた。私が任されたとき事業計画は白紙だったことから、自由に描くことができ、5年目から黒字化に成功し、完全民営化に成功した。年間の売上は5億円程度であるまで成長した。
- ・「四万十とおわ」には様々なヒット商品があるが、どれも、お茶、紅茶、栗という「あしもとにある」資源を使ったものである。地域に「資源が何にもない」とよく聞くが、生産者を大事にして、どんな思いでどのように作っているのかというストーリーを踏まえて売り、つないでいくことが地域商社の役割だと考える。
- ・四万十ドラマの考え方は全国にネットワークをつくっていくこと、産業つくり、環境負荷をあたえないような取組「ローカル・ローテク・ローインパクト」であり、これらを融合させながら商品開発・流通・観光交流を生んでいく取組であり、地元発着型産業と呼んでいる。
- ・6次化時代においては「つくる産業」の基盤再生なくして発展はない。四万十ドラマは地域商社として、地域資源の2次・3次加工をビジネスとしているが、第1次産業が衰退すれば地域全体が衰退すると考えている。
- ・これまでの取り組みにより商品の需要と生産・供給のバランスが整ってきたため、今後、第1次産業が価値の中心になる創造組織「とおわモデル」の構築を目指していく。

セミナーには128名が参加し、満足度は9割強であった。



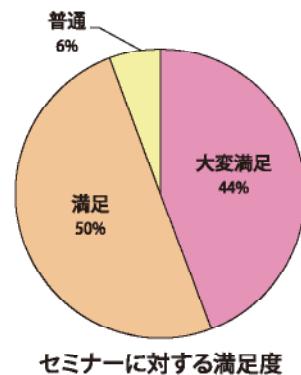
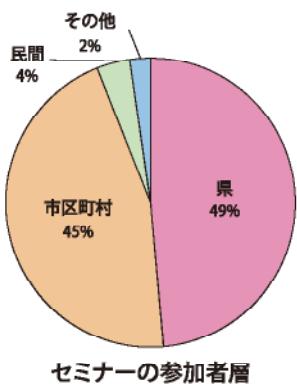
朽尾氏



畦地氏



会場内の様子



## 2-2. 熊本県地域再生セミナー

日時	平成 29 年 11 月 6 日（月）13：30～16：30	
場所	熊本県庁（地下大会議室）	
テーマ	『地域資源を活用したコミュニティの再生について』 ～持続可能な地域づくりに向けて～	
基調講演	法政大学現代福祉学部 教授	図司 直也氏
事例発表	ふるさと財団 地域再生マネージャー	丹羽 健司氏

セミナーは「『地域資源を活用したコミュニティの再生について』～持続可能な地域づくりに向けて～」と題して、基調講演および事例発表による構成にて実施された。

柚木憲一(ふるさと財団理事長)の挨拶に続き、図司氏による基調講演が「地域再生のプロセス—現状の気づきから再生への道筋—」と題して行われた。続いて、丹羽氏より、「素人たちが変える水源の森と村」をテーマに地域における取組事例が紹介された。

図司氏からは、旧高柳町を例に挙げつつ、国の地方創生政策の現在地や農村の現状についてご説明いただいた。

### 〈図司氏講演のポイント〉

- ・「地方創生」のもと、地方にチャンスな時期がしばらく続いている。地方創生の取組は目標期間として 5 年間が与えられ、ちょうど今が折り返し地点と言うことができる。
- ・現在は地方創生の状況把握に関する取組が始まられている。各事業の成果も重要だが、様々な取組をきっかけに地域がどのように変わってきたかも注目さてている。
- ・農村の現状を語るうえでのキーワードは「過疎化」、「兼業化」、「混住化」の 3 つである。近年では兼業農家の増加や生活圏の広域化等の理由により、ご近所同士でも顔を合わせる機会が減っており、互いを知る機会が少なくなってきた。
- ・一方で、最近では若い世代が U・I ターンをして就農するケースも増えている。その若者たちの中には、自己実現と地域課題の解決に挑む「新しいよそ者」が登場してきており、そういう人たちを上手く取り込んでいる地域が元気を取り戻してきている。
- ・旧高柳町では、NPO を立ち上げてインターンシップの若者たちを受け入れながら農家民宿などに取り組んでいる。取組を継続することで徐々にリピーターが増え、その中から NPO スタッフや最終的に完全移住につながるケースも出てきている。全く知らない人がいきなり移住することは難しいので、ステップを踏んで関係を構築していくことが重要である。

1

2

府中市

十島村

広川町

庄内町

日高町

美唄市

新潟市

熊本市

広島県

鹿児島県

和歌山県

山形県

和歌山県

北海道

新潟県

熊本県

丹羽氏からは、「森の健康診断」と「木の駅プロジェクト」を契機とした地域再生の事例をご紹介いただいた。

#### 〈丹羽氏講演のポイント〉

- ・2000年の東海豪雨で発生した森林崩落をきっかけに放置林に問題意識を抱いたが、行政や森林組合でも森林の状況を正確に把握しておらず、調査をしようともしていなかった。ならば自分たちでやってしまえ、と思いつたのが「森の健康診断」である。誰でも行えることをコンセプトにしているため、必要な道具は百円ショップで揃えられるようにしている。
- ・最初に実施した矢作川流域では、10年間の調査で3県7市町村の610か所、2,300人が参加した。「森の健康診断」は全国各地に広がりを見せており、現在では40都道府県で実施されている。その結果、日本の人工林の中で特に危ない山、早急に手を入れなくてはならない山が相当数あることが明らかになった。
- ・「木の駅プロジェクト」は山を手入れして出た木材を地域通貨に交換できる仕組みとし、森林の手入れを促進するとともに、地域の商店も潤うような仕組みとしたことが大きな特徴である。回収した後の木材は薪にしたり地元商店の内装材にしたりなど地域それぞれ特色がある。現在では「木の駅プロジェクト」のマニュアルをホームページで公開しており、全国的な広がりを見せている。
- ・地域再生に向けたポイントは、「中学校区を超えない範囲で取り組むこと」、「性善説に立ってみんなの善意を信じること」、「効率を追いかげないこと」、「行政は黒子に徹すること」だと考えている。

セミナーには84名が参加し、満足度は7割弱であった。



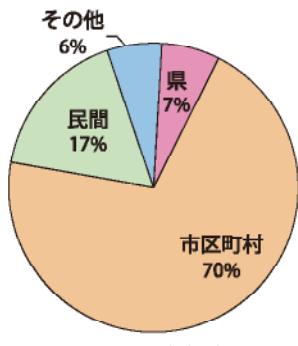
図司氏



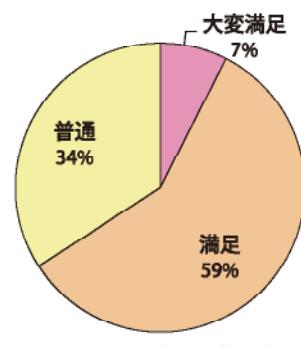
丹羽氏



会場内の様子



セミナーの参加者層



セミナーに対する満足度



## 第4章

事業成果の総括と今後の課題

# 1

# 外部専門家活用助成の成果と課題

## 1-1. 外部専門家活用助成対象地域に見えた成果

今年度の外部専門家活用助成対象の 17 地域の成果を振り返るとともに、全体を見た成果を集約する。

### 岩手県大船渡市

さかなグルメのまち大船渡実行委員会を主体に、幅広い年代の市民がワークショップを通じてメニュー・商品開発をしている。ワークショップ延参加者は 150 人にのぼる。

今年度は不漁によりさんま祭りは縮小したが、さんま餃子の地元飲食店採用や飲食店 20 店が参加したバルウォークの開催など、当初予定を変更し、着実に取り組んだ。

### 福島県浪江町

一部地域で避難指示解除となることから、当初は仮設施設まち・なみ・まるしえを活用した月 1 回のイベントを通じて郷土料理を発信する予定であったが、町民約 18,000 人に対して 490 人 (2.7%) の帰還者にとどまった。

方向転換を行い、Web サイト「なみえまるみえ」での 30 本の記事発信、地域資源 122 項目を整理したリスト作成、町内飲食店への調理指導、メニュー開発を実施した。

### 群馬県東吾妻町

地域食材として有名なこんにゃくと「やまと豚」を使って開発したハンバーガーを道の駅で販売し、831 個約 40 万円を売り上げた。

外部専門家が若い実行委員会メンバーと積極的に意見交換を行い、自社の有するメディアへの発信力やプロモーション力を活用して効果的に情報発信を行っている。

### 新潟県三条市

過去 2 年で整備・展開を続けてきたステージえんがわの稼働率向上、及び NPO えんがわのプラットフォーム事業の構築を目標に取り組んだものであるが、六角タコオブジェ等の販売、一人暮らし用の社員寮の委託運営事業、鉄製楽器「ハンドパン」の製造販売など、新ビジネスが次々と展開され、まちなか全体を活性化する広域事業となっている。

### 石川県羽咋市

昨年開業の道の駅は開業 2 カ月で延べ 10 万人、9 カ月で売上 2 億円達成など、当初目標を大きく上回っている。全国放送にも取り上げられるなどメディアへ露出している。

道の駅でしか購入できないオリジナル商品の開発、首都圏企業との共同販売商品の造成など、具体的に地域経済活性化に資する成果が実現している。

1

2

3

4

5

### 山梨県甲府市

甲府市観光協会を一般社団法人化し、甲府の多様な観光資源を活用した着地型観光メニューを造成した。昇仙峡ライトアップツアーや新たに若年層の開拓も実現した。

また、市が県と交渉し、荒川ダムのカヌー体験ツアーを実験的に行うなど、自治体職員と外部専門家の連携による事業展開による成果も実現している。

### 静岡県南伊豆町

町民インタビューで決定的な事業推進力・集客魅力となり得る人に出会えないことから、都市部のクリエイターを多拠点活動先として誘致へと方向変換を図った。

起業家支援や生涯学習事業候補者の登録なども定量的成果が実現している。シェアオフィスや住居として活用する拠点づくりも始まることで、一層の事業進捗が期待できる。

### 大阪府池田市

地域住民で構成される会議体が「交通」「小学校跡地活性化」「広報」の三部会で活動している。小学校跡地内でコミュニティカフェの営業開始やコミュニティ交通のビジネスの枠組み構築など、各部会で活動成果が表れている。

市と会議体が同じ課題認識を共有することで、一体となった動きで取組を進めている。

### 奈良県大和高田市

第2次採択事業であり短期間の事業期間であるため、体制整備に注力して実施した。市内で活動する様々な諸団体や意欲のある人材と連携するため、人材発掘とリーダー人材の育成を目標に推進を図り、市民や高校生総勢30名からなる組織「まち部。」を創設し7名のコアメンバーを選定するに至っている。フォトコンテストの支援、市内商店街をSNSでプロモーションする取り組みなど、地域資源の発掘にも取り組んでいる。

### 和歌山県由良町

平成28年度外部人材派遣からの継続であるが、自治体職員ともつながりのある40代の中核人材6名が集まり観光DMO組織の立上げに至った。

事業ではインバウンドも視野に入れた観光商品づくり、モニターツアーを行い、参加旅行会社関係者から商品化依頼を受けるまでに至っている。2月には事業報告会を行い、これまで関係性の薄かった地域・団体も参加を促し巻き込みが図られている。

### 山口県周南市

実施体制・仕組みの整備に重点を置いて活動し、参加意思のある地元クリエイター20名以上と面会し、それぞれの得意分野やスキルを整理した。

また、全5回の研究会を通じプロジェクトに対する意識の共有と一体感の醸成を図ることができ、次年度以降の受注体制構築に向けてのネットワーク強化につながった。

## 香川県観音寺市

昨年度開発されたいりこ加工品でテストマーケティングと料理教室を実施した結果、高い評価が得られ、商品化が決定し、製造に向けた協議が進められている。

地域団体・事業者の盛り上がりもあり、道の駅でのイベントでは地域団体が自ら新商品を検討するなど、これまでにない動きも見られることとなった。

## 高知県安芸市

じやこの日の制定、学校給食の展開、出前授業の実施など、「じやこ文化」を市内に根付かせるための活動を展開した。

第5回じやこサミットにも2.6万人以上が来場し、二日間で1万食を販売し、また43%は初めての参加であり、浸透余地をうかがわせる結果となった。サミットの経済効果として直接・間接的効果を合わせると約6,000万円程度と予測されている。

## 福岡県芦屋町

事業を水産施策から砂像展に代表される芸術エンタメ施策に移行するため、事業主体もさわらサミット実行委員会から、観光あしや協議会に移行して事業を実施した。

「さわらサミット」の規模拡大やさわらのブランド化（魚価2倍）に成功しており、水産施策は順調である。芸術エンタメ施策を好調な水産施策との相互PRで展開している。

## 佐賀県嬉野市

既に地域内で活動されていた外部専門家が事業に新たに加わり、嬉野茶や温泉旅館など他産業を巻き込んだ機運の醸成が実現した。当初販売目標は未達に終わるもの、東京ドームで行われたテーブルウエアフェスティバルでは前年度よりも高い売上推移となるなど、周知や販売促進につながっている。その結果、国内外の一流ホテルから生産依頼が入るなど萌芽事例も出ている。

## 宮崎県都農町

「しらすみ」に加えて、商品開発を進めた結果、チキン南蛮がふるさと納税返礼品に採用され、大手食品会社とのピクルスの開発・商品化、「豆腐ボンボンショコラ」はクルーズトレイン「ななつ星」での提供が決まるなど、地域産業の活性化に貢献している。

6月から33年間食品加工企業に勤務していた人材を地域おこし協力隊として採用し、来年度は独立採算法人設立の目処も立つこととなった。

## 鹿児島県三島村

今年度行われた3回の協議会を通じ、地域住民に対して焼酎蔵建設による地域活性化に向けた協力と意思統一を実現した。今年度目標の焼酎蔵の新築も無事完成予定であり、来年度からは地域おこし協力隊と共に焼酎製造に取り組む事となっている。

残されたテーマは「原料サツマイモの生産量増加」、「杜氏を含めた人材確保・育成」、「広報戦略やブランディングを含む経営戦略の策定」と明確になっている。

1

2

3

4

5

前ページまでに各地域の成果を整理したが、地域再生の実現に向けては「持続可能性」と「ビジネス志向」の両方の軸で事業を進めることが重要である。2軸で今年度の外部専門家活用助成の主な成果をとりまとめると、以下のそれぞれ3点に集約できる。

### 持続可能性に関する今年度の外部専門家活用助成の成果

#### ① 核となる取組・拠点からの巻き込み

新潟県三条市ではステージえんがわを核として、住民主導の様々な企画が展開され、地域全体を活性化させている。大阪府池田市では旧伏尾台小学校跡地をテーマとして、地域と行政が地域課題の検討を一体で進める体制が構築されている。福岡県芦屋町では順調な水産施策を進めるさわらサミット実行委員会と観光あしや協議会が連携して事業を進め流れを展開している。

#### ② 積極的な外部からの人材登用

静岡県南伊豆町では地域をクリエイターの多拠点活動先とすべく10回のツアー実施し人を集めている。宮崎県都農町では長期間食品加工企業に勤務していた人材を地域おこし協力隊として登用し、地域の継続的運営に目途が立った。鹿児島県三島村でも同様に地域おこし協力隊を活用し、原料さつまいもの生産を本格化し、生産体制構築を図る。

#### ③ 学校等教育機関との連携

奈良県大和高田市は地元高等学校と連携して、継続的な取組としての在り方を検討する方策を検討している。高知県安芸市は給食、出前授業など、じゃこ文化を市内に根付かせる活動を展開している。

### ビジネス志向に関する今年度の外部専門家活用助成の成果

#### ① 消費者評価による事業展開の検討・加速化

和歌山県由良町は観光商品を扱う事業者向けにツアーを実施し、香川県観音寺市では、首都圏でテストマーケティングを実施することで、評価を確認している。いずれの事業も高く評価され、由良町は商品化の要望があり、観音寺市は商品の常設化に至っている。

#### ② 地域住民を巻き込んだ商品企画検討・認識共有

石川県羽咋市は地元商品を扱う方針を地域で共有したこと、道の駅には地域ならではの商品が並び、その方針に賛同された首都圏企業と商品造成が決定した。山口県周南市では研究会を通じて取組への意識共有、一体感の醸成を徹底したことで今後の受託体制構築が大幅に前進する結果となった。

#### ③ メディアや首都圏企業と連携した商品開発・販路拡大

佐賀県嬉野市は吉田焼を都内イベントに出展することで、イベントでの売上確保を図るとともに、販売ターゲットとなる焼き物に興味のあるイベント参加者への周知活動としても位置付け、販路開拓に取り組んでいる。宮崎県都農町は開発商品をふるさと納税返礼品とすることによるPR、ななつ星へ商品提供することでの安定的な販路先の確保、企業とのタイアップを通じた商品開発などに取り組んでいる。

## 1-2. 外部専門家活用助成の課題

今年度の外部専門家活用助成対象地域の事業結果を踏まえた課題をまとめると、「持続可能性」と「ビジネス志向」の各軸で以下のように整理できる。

### 持続可能性に関する課題

今年度の外部専門家活用助成では、従来の地域（民間）主導の運営主体（まちづくり会社、DMOなど）の設立を行う事業に加えて、地域おこし協力隊などの外部の人材が地域の運営主体（担い手の一人）となる事業が見られた。

外部専門家活用助成によって外部専門家が地域で活躍できる期間は最長でも数年間と一時的なものである。そのため、地域はいずれ、自立的な取組ができる環境を整備することが不可欠である。

今年度事業であれば、3年目事業である新潟県三条市はNPOえんがわが自ら事業を創出できる団体にまで至ったが、そのようになれることが理想的である。

また、地方公共団体においても、「自走段階」になるまでの一定期間は支援をする事例もあるが、永続的に実施するものではないことから、地域住民自らが運営主体となり取組を持続的に担うことが求められることを前提に担い手の発掘・育成、組織設立などを進めることができが不可欠である。

### ビジネス志向に関する課題

これまでの外部専門家活用助成でも共通している点であるが、消費者から評価を収集するテストマーケティングやモニターツアーを実施している地域、また、開発した商品等をメディアやSNS等を通じて効果的に情報発信している地域が多くみられた。

昨今は全国各地で特産品や観光商品の商品開発・販売が行われており、良い商品であることは不可欠であり、それに加えてターゲットとなる顧客に情報を届けることが重要となっている。

例えば和歌山県由良町で実施した旅行関係会社等向けのモニターツアーなどは商品を売る立場の声をそのまま聴き、商品に反映できる取組であり、効果的であると思われる。

## 2

# 外部専門家派遣の成果と課題

外部専門家派遣では、対象地域のテーマに応じて地域再生マネージャーを含む外部専門家を2泊3日で派遣し、短期間の中で地域への処方箋を提案するものである。今年度は和歌山県から2カ所、北海道、山形県、広島県、鹿児島県からそれぞれ1カ所、全国6市町村に対して実施した。

各地域とともに、現地にて精力的に地域関係者との意見交換や現地調査を行い、短期間のなかで得た結果を報告書としてまとめ、関係者に対して提言を行った。提言のタイミングを除くと実質は1日半程度の短い期間での現地調査であるが、外部専門家自身のこれまでの知見、他地域事例との比較検証という観点からなされた提言に対して、各地域から賛辞が贈られた。

今年度は、各地域において独自の地域資源を生かした地域再生の方向性について提言を求められ、そうした地域の問題意識に対する提言に加え、地域内の体制構築・連携促進に関する提言が外部専門家からなされるケース多かった。外部専門家派遣の診断後に実際に取り組み始めることを検討している地域も確認でき、今後の地域再生のあり方や方策に悩む地域への一助となることができたとみられる。

報告会の際には外部専門家活用助成へのステップアップ事例を紹介しているが、興味を示す地域も少なくないことから、次年度以降の外部専門家活用助成へのステップアップについても期待したい。

## 3

# 地域再生セミナーの成果と課題

平成29年度の地域再生セミナーは新潟県及び熊本県の2県で開催した。開催県の要請に基づくテーマに対して、地域再生マネージャーやアドバイザーによる基調講演や地域再生マネージャーによる地域再生の事例紹介を行った。

いずれのセミナーも県内の市区町村関係者を中心に多くの地域関係者が集い、熱心に聴講された。また、インターネットなどを広く活用して周知した結果、活況を呈し、セミナー後のアンケート調査で「満足」とする回答者の割合は新潟県では9割と高く、熊本県においても7割弱となっている。

地域再生に取り組む中で、他地域における成功事例やその要因、また、自らの地域との比較など、参加者自らの具体的な活動に結び付けたいとする需要も多く、次年度以降もアドバイザー及び地域再生マネージャーの有する知見を提供する場はますます有用なものになると思われる。

開催県及び市区町村と連携して、より一層の事前広報を行うことで、適切な周知、PRを行うこととしたい。

1

2

3

4

5

# 4

## 過去事業フォローアップ

### 4-1. フォローアップの概要

平成 23 年度以降に本財団が支援をした事業の現在の取り組み状況について、市町村担当者及び事業担当の外部専門家に対しメール・電話でフォローアップを行い、46 団体のご協力をいただいた。

フォローアップから見出された結果について支援終了後の「事業の継続状況」、「外部専門家との関係性」の 2 点から整理すると以下に集約できる。

なお、過去にふるさと財団が支援した事業は以下のふるさと財団のウェブサイトで掲載をしているので、参照されたい。[\(https://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/jisseki/\)](https://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/jisseki/)

#### a 事業の継続状況

対象事業の多くは支援期間終了後も取り組みの規模や程度は異なるものの、継続または発展していることを確認した。継続している事業にみられた特徴を以下に整理する。

##### ① 事業の継続と事業規模の拡大

事業を継続している地域の中には事業内容に大きな変更はせず、その規模を拡大している地域がみられる。支援した事業期間で可能性を検証した上で、支援期間終了後に注力して取り組んでいることがわかる。

熊本県阿蘇市（平成 23・24 年度支援地域）では、観光戦略づくりとして特産品資源の調査を通じたメニュー開発や観光商品の開発に取り組まれたが、平成 24 年度に始まった「阿蘇 de スイーツめぐり」は平成 29 年には 6 年目（season10）を迎えて、地域に根付き、初年度 3 店舗だった参加店舗も現在では 3 エリア 16 店舗と規模が拡大し、「阿蘇 de スイーツめぐり実行委員会」は平成 29 年度のふるさとづくり大賞（総務大臣賞）を受賞するに至った。

神奈川県横須賀市（平成 25・26 年度支援地域）では、長井地区交流のまちづくりプロジェクトとして教育旅行を一般家庭で受け入れる民泊体制づくりに取り組まれたが、初年度実証時 1 校約 40 名であった受入数が、平成 28 年度には長井地区だけでなく西海岸地区全体で 12 校から約 1,800 名を受け入れるなど著しい拡大がみられる。

##### ② 主軸から派生した多様なメニュー開発

過年度の支援事業の中には、事業の主軸となる取り組みを置きつつ、そこから派生したメニューの実証を行う地域も多い。これらの地域の中には支援期間終了後に派生メニ

1

2

3

4

5

ューの拡大や新たな取り組みを行っていることが確認できた。

長野県根羽村（平成25・26年度支援地域）では、事業期間中に設立されたNPO法人（森の民ねばりん）による豊富な山村資源を活用した木の駅プロジェクトを軸に、「山里スマートビジネス」として薪づくり・販売、野菜ボックスの宅配実験、根羽スギの特産品開発等、様々なメニューに取り組まれた。現在も木の駅プロジェクトを主軸に置きつつ、野菜ボックスには固定客が定着し、郷土食材を用いた料理教室が新たに開催されたほか、根羽スギの特産品開発においては、森林組合と大学機関との連携で新商品開発が積極的になされるなど、当時実証段階であった取り組みが発展している。

### ③ 地域住民を巻き込む体制の持続

事業を継続するために事業実施主体を担う地域団体の確立が将来的には必須となることは過年度においても示されている。さらに、調査を通じて、事業を継続する上で新たな担い手、関係者の巻き込みに苦慮している地域からの声が確認できた。

過去の事業からは、実施主体による事業継続と同時に、事業に参画する協力企業や実施主体の運営をサポートするボランティア団体などの巻き込みも持続させていくことが大きな要因となっていることがわかる。

例えば、島根県雲南市（平成25年度支援地域）では、社会起業家や地域貢献を志す次世代の発掘及び育成事業として開かれた「幸雲南塾」（地域プロデューサー育成講座）の卒塾生数が、支援期間終了時の35名から昨年度末で累計100名を突破し、ここから9件の起業へと結びついた。本事業において設立されたNPO法人（おっちラボ）に行政から円滑に運営が移管されているほか、卒塾生がボランティアで運営をサポートするなど、地域住民の巻き込みが継続して行われる事業となっている。

#### b 外部専門家との関係

事業が継続している地域の中にはふるさと財団による支援期間終了後も行政が一般財源や他の事業予算を活用して外部専門家を起用し、連携して事業を進めている地域がある。事業が地域主体で軌道に乗るまでの期間は、事業の背景に精通し地域住民との関係も築いている外部専門家と連携したいと考える傾向にあることがわかった。

一方、地域主体で事業が軌道に乗った場合や予算の関係等で外部専門家と引き続きの契約関係はない地域であっても、隨時外部専門家と連絡を取り合い、現況の報告や意見交換を行っている地域は多くあった。

事業の終了に伴い、外部専門家との関係が断たれた地域も一部あるが、大半の地域では外部専門家との関係は保ちつつ、事業の段階に応じて委託契約を結ぶなどの連携体制を検討していることが分かった。

## 4-2. フォローアップからの示唆

フォローアップ実施結果を踏まえると、外部専門家派遣や外部専門家活用助成を通じて事業を継続的・発展的に行うには、以下の点への配慮が重要であると思われる。

### a 外部専門家の役割の適切な移管

地域再生マネージャー事業が目的とする「地域再生」とは、「地域住民が主体となり、地域が自立的に活動」することであり、具体的には若者の創業や地域団体の法人化、産業発展に伴う施設整備などが想定される。その中で、外部専門家の役割は行政と協力しつつ、地域資源の発掘や、事業内容の検討、地域住民の巻き込み、地域側の担い手へのノウハウ伝授など段階に応じて適切に支援することである。

ふるさと財団による支援期間中に自主的に取り組める地域側の担い手が確保（組成・法人化等）され、上記の外部専門家の役割が移管されていくことは事業が継続される重要な要素である。

特に、「地域住民の巻き込み」は、地域外から派遣される外部専門家ならではの役割であり、苦慮している地域も多い。継続が確認できた地域では地域おこし協力隊の起用や若年層への積極的な声掛け等の様々な方策で行政が新たな地域住民・団体の巻き込みを図っており、地域側の担い手と行政で役割を明確にしつつ派遣期間終了後の体制を検討することが地域に求められる。

### b 継続を見据えた多様な事業シナリオの検討

事業期間中に、取り組みがメディアに取り上げられ当初の想定以上の発展がみられる地域もあれば、食産品開発における一次産品の不作・不漁など想定外の事象により事業が停滞する地域もある。今回のフォローアップでは、当初の想定とは異なり、事業の一部が著しく発展している地域や、支援期間終了後に新たな派生メニュー開発が行われている地域がみられた。

こうした事業の可能性・リスクを踏まえた多様なシナリオを用意することや、事業期間中に核となる取り組みは持続しつつ、目的を逸脱しない範囲で豊富なメニューを検討することは事業継続の一助となり、思わぬ発展・拡大をもたらしたり、リスクが顕在化した際の適切な対応に繋がったりすることが考えられる。

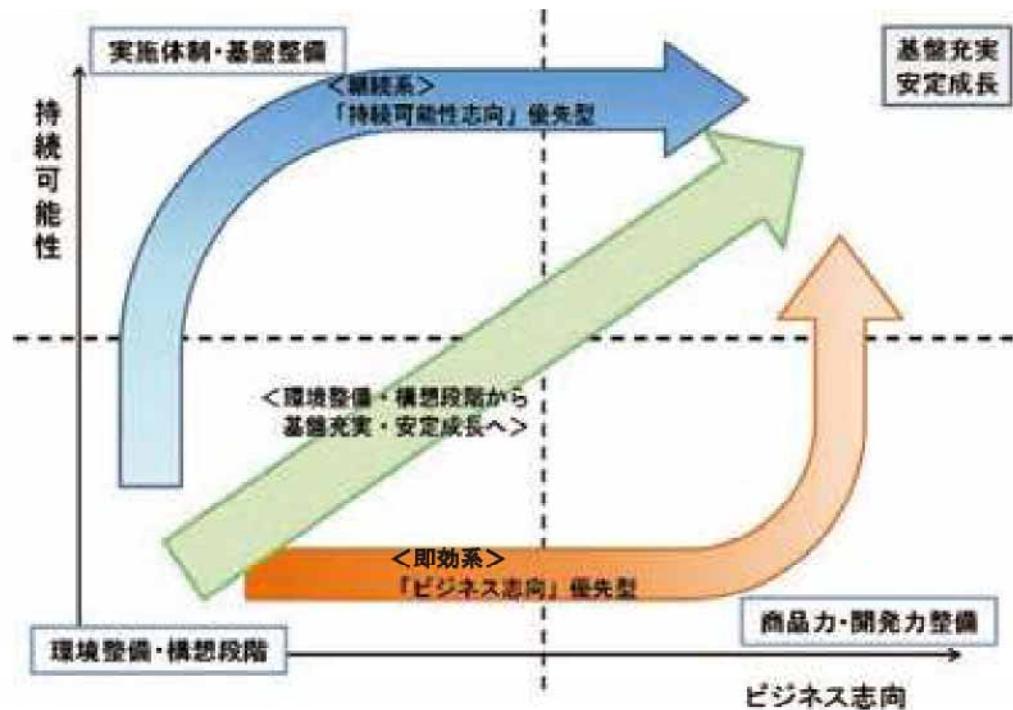
## 5

## 総括

今後、外部専門家を活用した地域再生を進める地方公共団体への参考となることを期待して、平成29年事業を実施した結果を総括することとしたい。なお、外部専門家を活用する効果、意義及び留意点は基本的に不変であるが、昨今の地域再生に関する状況変化などを踏まえて記載する。

## 5-1. 地域再生実施の基本的な考え方

ふるさと財団が支援する「外部専門家活用助成」では、地域の機運を醸成し、取組主体となる組織や人材を育成する「持続可能性」の軸と、地域資源などを活用してビジネスを開発・改良・販売する「ビジネス志向」の軸の2つの軸を伸ばして地域活性化を目指していくことを想定している。理想的には、図中の緑色の矢印のように、持続可能性、ビジネス志向の双方の軸が共に同時に発展して、左下の「環境整備・構想段階」から「基盤充実・安定成長」の右上の象限に成長していくことが望ましい。ただし、地域や取組主体、ビジネスの状況、実施期間等により、成長経路はそれ以外に大きく2通りあると考えている。1つは図中のオレンジ色の矢印のように、「ビジネス志向」を優先するものであり、「環境整備・構想段階」(左下)から「商品力・開発力整備」(右下)を経由して「基盤充実・安定成長」(右上)をたどる経路である。もう1つは図中の青色の矢印のように、「持続可能性」を優先し、「環境整備・構想段階」(左下)から「実施体制・基盤整備」(左上)を経由して「基盤充実・安定成長」(右上)をたどる経路である。



外部専門家には、持続可能性（縦軸）を伸ばす事が得意なタイプとビジネス志向（横軸）を伸ばす事を得意とする両タイプがいるが、近年の傾向として地域食材や資源を活用したイベントを盛り上げる事によって縦軸を伸ばす所から着手し、実行委員会の整備などを通じて人材発掘や育成を通じ、同時並行で横軸であるビジネス展開を図るケースが多い。しかしながら、実際に商品やサービス開発を行い、外貨を獲得し雇用創出するビジネス展開が最も難易度の高いポイントとなっており、クリアできないケースも散見される。事業開始当初から商品、サービス開発のトライアンドエラーを数多く行う事が重要と言える。また、地域や事業の進捗度に合わせて外部専門家の適切な組み合わせも重要で、今年度事業では宮崎県都農町が好事例として上げられる。昨年は商品開発に強い久壽米木氏を外部専門家として招聘し、鰐（しいら）の卵から「しらすみ」を開発した。今年度は久壽米木氏に加えて商品パッケージやデザインに強い赤木美咲氏の登用で、より洗練された商品開発が功を奏し販路拡大につながっている。

## 5-2. 外部専門家を活用する効果や意義

### a 想定外事象への臨機応変な対応による事業成果の実現

地域再生マネージャー事業は、地方公共団体から申請された事業計画に沿って行われるが地域の内外要因や環境や天候などの変化によって、想定外の事象は頻繁に発生している。

外部専門家はこういった当初計画されたAプランが頓挫した場合、Bプランで対応する事で成果を出せるケースも多い。

今年度事業では岩手県大船渡市ではさんまの不漁という想定外の事象が発生したが、外部専門家が過去に実施した「バルウォーク」をヒントに、「さんまの町」のプランディングに資する取組に変更することができた。また、静岡県南伊豆町では80人もの住民インタビューを実施したが、決定的な事業推進力・集客魅力となり得る人に出会えない可能性があると判断し、にぎわいの創出や外部の目線での地域の魅力発掘を目的として、速やかに都市部のクリエイターを誘致する戦略に切り替え、そこから視察ツアーを全10回開催している。

### b 人材発掘・育成、運営団体設立支援による「持続可能性」の向上

外部専門家が地域と行政の仲介となり、人材発掘・育成を行うとともに、組織化支援を行うことで持続可能性に貢献することが期待できる。

今年度事業では新潟県三条市のNPOえんがわの自走に向けた支援、石川県羽咋市の道の駅の自走に向けた支援、山梨県甲府市の甲府市観光協会の一般社団法人化、大阪府池田市の創生会議、奈良県大和高田市の「まち部。」、和歌山県由良町のDMO、山口県周南市のプラットフォームなど、多くの地域において、外部専門家の専門知識・知見に基

1

2

3

4

5

づくアドバイスにより地域の状況や特性にあった組織支援が実施された。

### C 商品開発や販売戦略策定支援による「ビジネス性」の向上

ノウハウを有する外部専門家を活用することで、地域関係者と一体となり、売れるために必要な「消費者視点」からの開発支援を受けるとともに、実績豊富な外部専門家のネットワークを活用した販売戦略策定も期待できる。

今年度事業では、和歌山県由良町の旅行会社等向けモニターツアーを経て造成した観光商品、香川県観音寺市のテストマーケティングを経て商品化が決定したいりこ加工品は開発された代表的な商品であると言える。また、石川県羽咋市や佐賀県嬉野市は、外部専門家が自らのネットワークを活用して首都圏の商談会等に参加し、その成果として売上増、新規連携の実現に結びついている事例である。

### d 第三者視点での気づきの提供

上述したように、外部専門家は他地域での地域再生における成功事例を数多く経験しているため、地域住民が当たり前で気が付かなかった資源や魅力といったプラス面を発見できる。逆に、克服すべき課題を抽出し解決に向け率直な提言を行うなど、第三者視点での多くの気づきを提供する事ができる。

また、行政や地元事業者に属さず、文字通り外部の専門家として公平な立場で発信された提言が、地域住民の方々にも受け入れ易い点も特徴と言える。

### 5-3. 地域再生マネージャー等外部専門家を受け入れる際の留意点

上記 5-2 に示したとおり、外部専門家を活用することで地域再生に大きな効果を及ぼすことが期待できる一方で、外部専門家が地域で十分に活躍するためには、地域側においても外部専門家の受け入れに向けた準備を整えておく必要がある。

また、外部専門家としても、地域に入っていく上で留意すべき点がある。

#### a 地域側の留意点

地域側の留意点として重要な点は大きく 3 点あると認識している。

1 つ目は外部専門家は期間限定の支援者であり、支援期間終了後は地域主導で事業継続できるように体制構築を行うことである。

2 つ目は地域のキーパーソンの育成、地域関係者のネットワーク構築について当事者意識を欠かさずに、方向性を共有して協働して取り組むこと、ビジネス志向では、事業開始当初から地域での資金循環を意識した取り組みを考えておくことである。

3 つ目は事業の進捗・状況・分野に合わせて適切な外部専門家に協力を仰ぐことである。

その上で、様々な関係主体との連携を意識すること、関係主体と外部専門家との仲介役を果たすこと、地域の目指す方向と共に感し、共に進めていくことなどが事業成果の実現には必要となる。

#### ＜地域側の主な留意点＞

- ・事業継続体制を意識して取り組むこと
- ・当事者意識、協働で動く姿勢
- ・地域主体等との方向性の共有
- ・資金循環を意識して取り組むこと
- ・状況に合わせた外部専門家に協力を仰ぐ
- ・様々な関係主体との連携・内部での調整
- ・地域と外部専門家の仲介役を果たすこと

また、行政の協力は不可欠である。特に事業開始当初は地域住民等の機運も十分に盛り上がっていきることが多く、様々な関係主体との連携を意識し、まずは外部専門家及び行政が一体となって地域を主導し、盛り上げていく段階が存在する。その後、活動地域と外部専門家の仲介役として、地域住民等と外部専門家の間をスムーズに橋渡しすることが求められる。

今年度事業では、行政と外部専門家が協力し合うことで、成果実現にあたって、一層の効果があったと見受けられる地域が確認できた。山梨県甲府市では、市職員が県と交渉し、荒川ダムのカヌー体験ツアー実験を行うなど、自治体間調整は外部専門家よりも得意な行政職員自ら実施する動きが確認できた。また、和歌山県由良町ではわずか 1 年でゼロから DMO の設立が実現したが、これは行政職員が候補となる地域住民を率先して紹介したことが要因の一つであると思われる。

**b 外部専門家側の留意点**

外部専門家も自らが限定された期間の支援者であることを踏まえ、期間終了後の事業継続を意識して取り組むことが重要であり、事業終了後に活動主体となる人材の育成や組織の設立などが代表的な取組である。もし、事業を実施する中で地域内に人材が不在であると判断される場合には地域おこし協力隊等の地域外の人材の登用可能性を検討し、地域側が受け入れられるように助言することなどが重要である。

いずれにしても、外部専門家も意識して行政と引き継ぐべき関係主体とのネットワーク構築を意識づけを行うことが不可欠である。

1

2

3

4

5

## 地域再生マネージャー一覧

ふるさと財団の地域再生マネージャーは、地域の課題に対応する為の有益なアドバイザーとなりうる、各分野における高度な専門知識を有する人材です。

平成 30 年 3 月末日時点の地域再生マネージャーは以下のとおりです。詳細はふるさと財団ホームページを参照されたい。[\(https://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/chiiki-mgr/\)](https://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/chiiki-mgr/)

	氏名	所属
1	畦地 履正	株式会社 四万十ドラマ
2	石川 紀子	株式会社 グルー・アンド・カンパニー
3	石黒 侑介	北海道大学 観光学高等研究センター
4	伊豆川 嘉規	伊豆川事務所
5	井手 修身	イデアパートナーズ株式会社
6	伊藤 隼也	株式会社 医療情報研究所
7	井上 弘司	CRC 地域再生診療所
8	大野 幸雄	株式会社 日本アプライドリサーチ研究所
9	奥村 玄	株式会社 GEN ブランディング
10	柏木 千春	流通科学大学 サービス産業学部 観光学科
11	河瀬 恒郎	個人
12	菅野 剛	株式会社 TAISHI
13	木下 斎	一般社団法人 エリア・イノベーション・アライアンス
14	小池 隆志	株式会社 ANA 総合研究所
15	小島 康藏	阿蘇オーガニック・トスカーナ 株式会社
16	小林 詳子	個人
17	近藤 ナオ	株式会社 アソボット
18	西郷 真理子	株式会社 まちづくりカンパニー シップネットワーク
19	斎藤 俊幸	イング総合計画 株式会社
20	佐藤 和幸	個人
21	篠崎 宏	株式会社 JTB 総合研究所
22	瀧澤 寿一	認定特定非営利活動法人 共存の森ネットワーク
23	清水 友康	株式会社 道銀地域総合研究所
24	銀鏡 佳	世界農業遺産 ASO プロジェクトチーム
25	千田 良仁	株式会社 アイファイ
26	高橋 一夫	近畿大学 経営学部
27	田北 雅裕	九州大学大学院 人間環境学研究院
28	橘 昌邦	株式会社 POD
29	谷本 亘	まち&むら研究所
30	塙田 佳満	株式会社 DMG フォース
31	照井 正三郎	一般社団法人 日本食品・バイオ知的財産権センター
32	柄尾 圭亮	株式会社船井総合研究所 パブリック・イノベーションチーム
33	中島 淳	株式会社 カルチャーアットフォーシーンズ
34	中田 浩康	有限会社 アグリテック
35	丹羽 健司	特定非営利活動法人 地域再生機構
36	野口 智子	ゆとり研究所
37	馬場 正尊	株式会社オーブン・エー
38	東田 一馬	チャレンジつねよし百貨店実行委員会
39	ヒロ 中田	株式会社 リクルートライフスタイル じゅらんリサーチセンター
40	藤崎 慎一	株式会社 地域活性プランニング
41	藤澤 安良	株式会社 体験教育企画
42	堀田 雅湖	こめみそしょうゆアカデミー
43	本田 勝之助	本田屋本店 有限会社
44	前田 香保里	株式会社 ANA 総合研究所
45	政所 利子	株式会社 玄
46	三上 亨	合同会社 青森コミュニティビジネス研究所
47	三原 久徳	有限会社 ANCHOR (アンカー)
48	宮崎 弘道	株式会社 BeTogether
49	守屋 邦彦	公益財団法人 日本交通公社
50	柳田 剛一	株式会社 ANA 総合研究所
51	山田 さとみ	一般社団法人 あおもりコミュニティビジネスサポートセンター
52	山村 俊弘	株式会社 日本アプライドリサーチ研究所
53	吉本 哲郎	地元学ネットワーク

## 終わりに

今年度は外部専門家活用助成が 17 地域、外部専門家派遣が 6 地域の合計 23 地域の支援を行った。事業を成功させる 1 つのパターンとして、外部専門家派遣で課題の把握を充分に行つた上で外部専門家活用助成を活用した、いわゆる「ステップアップ」が挙げられる。

今年度事業であれば、和歌山県由良町が外部人材派遣（平成 28 年度）から外部専門家活用助成を利用した事例である。また、福岡県芦屋町については外部人材派遣（平成 27 年度）から 2 年間に渡り外部専門家活用助成を利用している。

由良町は課題を明確にした事により、わずか 1 年でDMO設立に至り、更には観光商品を造成し、旅行会社からは商品化要望を受けるほどに至っている。芦屋町についても例年開催しているサミットは安定的に開催でき、次なる段階としてエンタメ分野に舵を切る予定であるが、このような計画的かつ円滑な事業計画の基礎は、外部専門家派遣を行つた効果とも言える。

外部専門家活用助成は最長で 3 年間助成できる点が特徴であるが、年を経るに従い、段階的に地域内での影響力や事業成果の拡大が求められ、必然的に事業内容や取り組みにも変化が求められる。今年度事業では新潟県三条市がこれに該当するが、過去 2 年間はステージえんがわという拠点で様々な事業の立ち上げに成功し、3 年目は設立したNPO法人えんがわが主体となり、拠点での事業継続に加え、門前町や農村地域の交流に踏み込んだ「点」から「面」への事業拡大に取り組み一定の成果が出ている。

3 年間に渡る三条市事業の歩みは、当財団のみならず、地方創生を推進する全国の地方公共団体においてもモデル性のある事業と考える。今後も、将来に渡り持続可能で雇用創出や地域住民の生きがいにつながる事業を支援してゆく。

最後に、この報告書の紙面上では事業の象徴的な成功事例の記述が主となっている。しかしながら各事業を推進するにあたっては、地域住民の方々はもとより、行政担当者や外部専門家が、広く事業の理解や参画を得るために様々な困難や障壁を乗り越え、言葉に尽くせない努力の結果として成功に結び付いたケースも多く、ここで改めて事業推進にご協力いただいた関係者の方々に御礼申し上げたい。

当財団においても資金面での助成にとどまらず、現地の生の声に耳を傾け、コミュニケーションを図る事で精神面での助成も行う事により、共に事業を成功に結び付けるパートナーでありたいと願っている。



平成29年度  
**地域再生  
マネージャー事業  
報告書**

平成30年3月 発行

編集・発行 一般財団法人 地域総合整備財団(ふるさと財団)  
〒102-0083 東京都千代田区麹町4-8-1 麹町クリスタルシティ東館12階  
TEL 03-3263-5736  
FAX 03-3263-5732  
E-mail furusato@furusato-zaidan.or.jp  
WEB <https://www.furusato-zaidan.or.jp/>