

地

令和元年度

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)



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

日本の人口は2008年の1億2,808万人をピークに約12年間減少が続いており、2019年9月には総人口が1億2,613万人で、前年同月に比べ28万5千人の減少となりました。

出生数・出生率の低迷により、若い世代、親になり得る世代の人口が減少している一方、総人口に占める高齢者世代の割合が増加しており、このままでは2053年には総人口が一億人を切り、高齢化率も38%になるという推計が出ております。また、都市部、特に東京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ことが憂慮されております。こういった背景を踏まえ政府は「まち・ひと・しごと創生総合戦略」に取り組み、2020年度からの第2期「総合戦略」においては、将来にわたって、「活力ある地域社会」の実現と、「東京圏への一極集中」の是正を共に目指すため、第1期の成果と課題等を踏まえて、第1期「総合戦略」の政策体系を見直し、4つの基本目標と2つの横断的な目標の下に取り組むこととする施策を推進することとしています。各自治体においても現行の「地方版総合戦略」の効果検証と併せて、次期「地方版総合戦略」の策定作業を進めておられることと思います。

一般財団法人地域総合整備財団〈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ます。そのため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（短期診断）、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、専門的知識や実践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、地域の経済循環と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（短期診断）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助成事業を実施しております。

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、地域づくりの最新の技術的知識の紹介等を広くお知らせしております。

本報告書では、令和元年度の「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）ごとに紹介、また、当事業全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図司直也法政大学現代福祉学部教授、黒澤賢治アグリネット理事長、小泉祐一郎静岡産業大学情報学部教授、三村聡岡山大学地域総合研究センター長、田代洋久北九州市立大学法学部教授、角田秀夫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。

令和2年3月

一般財団法人地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

理事長 稲野 和利

「地域再生マネージャー事業」 アドバイザー名簿

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」アドバイザー会議を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

図 司 直 也	法政大学現代福祉学部	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	
小 泉 祐一郎	静岡産業大学情報学部	教 授	
三 村 聡	岡山大学地域総合研究センター	センター長・教授	
田 代 洋 久	北九州市立大学法学部	教 授	
角 田 秀 夫	総務省地域力創造グループ	地域自立応援課長	
(御 給 健 治	総務省地域力創造グループ	地域自立応援課長	(任期途中で まで))
木 内 喜美男	(一財)地域総合整備財団	専務理事	

(敬称略)

■ 事務局

(一財)地域総合整備財団くふるさと財団>

事務局長		笠 松 拓 史 (～7月 まで)
地域再生部	部 長	尾 崎 豊
地域再生部	課 長	鈴 木 武 史
地域再生部	参事役	野 村 達 男
地域再生部	調査役	加 藤 友 教
地域再生部	調査役	阿 部 祐 樹

<協力会社>

みずほ総合研究所株式会社

社会・公共アドバイザー部

次長	吉 田 健 二
上席主任研究員	山 口 晋 平
研究員	久 保 比佐司
研究員	小 川 拓 弥



目 次

第1章 地域再生マネージャー事業とは	1
1 事業の概要	2
1-1 外部専門家活用助成	2
1-2 外部専門家派遣（短期診断）	4
1-3 地域再生セミナー	4
2 事業の進め方	5
2-1 外部専門家活用助成	5
2-2 外部専門家派遣（短期診断）	9
2-3 地域再生セミナー	9
第2章 外部専門家活用助成の取組と成果	11
1 採択事業の特徴など	12
2 個別事業の取組概要	13
2-1 北海道砂川市「チーム“SUNAGAWA”ブランディングプロジェクト （砂川市地域ブランド構築事業）」	14
2-2 北海道石狩市「地域と企業を結び観光でまちの未来を創るプロジェクト」	22
2-3 北海道利尻町「利尻町漁業の担い手獲得・育成のための支援組織設立事業」	30
2-4 北海道むかわ町「『むかわ町恐竜ワールド構想』に基づくまちづくり推進事業」	38
2-5 岩手県陸前高田市「ALL 陸前高田で目指す～交流人口拡大に向けた 『三陸観光ゲートウェイ』構築事業～」	46
2-6 群馬県館林市「文化 Connect たてばやし ～食文化をつなぐ 人をつなぐ 未来をつなぐ～」	54
2-7 新潟県阿賀町「もり“あが” ろうプロジェクト～阿賀町の『栗』『くるみ』で 盛り上がり～」	62
2-8 福井県若狭町「WAKASA！チャレンジプロジェクト」	70
2-9 長野県中川村「荒廃森林を地域通貨で輝く資源に～地域おこしの 新しい可能性を探る～」	78
2-10 長野県小川村「小川つなぐラボ～小川村つながり人口創出事業～」	86
2-11 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」	94
2-12 奈良県吉野町「地域力創造人材育成と結集による『木のまち吉野』 再生プロジェクト」	102
2-13 和歌山県広川町「HIROGAWA Re:branding Project ～梧陵さんの魅力再発見 Phase 2～」	110

2-14 岡山県真庭市「歴史を生かした里山資本主義による持続可能な 未来集落形成事業」	120
2-15 広島県熊野町「熊野町観光コンテンツ創造事業」	128
2-16 香川県三豊市「三豊市地域農産物付加価値づくり事業」	136
2-17 愛媛県内子町「極上の田舎力で魅せる！目的型ツーリズム事業」	144
第3章 外部専門家派遣（短期診断）の取組と成果	153
1 外部専門家派遣（短期診断）	154
1-1 北海道岩内町	155
1-2 山形県白鷹町	157
1-3 群馬県中之条町	159
1-4 富山県小矢部市	161
1-5 和歌山県有田川町	163
1-6 大分県宇佐市	165
2 地域再生セミナー	167
2-1 福島県	168
2-2 山梨県	170
第4章 事業成果の総括と今後の課題	173
1 外部専門家活用助成の成果と課題	174
1-1 外部専門家活用助成対象地域に見えた成果	174
1-2 外部専門家活用助成の課題	178
2 外部専門家派遣（短期診断）の成果と課題	179
3 地域再生セミナーの成果と課題	179
4 過去事業フォローアップ	180
4-1 フォローアップの概要	180
4-2 フォローアップからの示唆	182
5 総括	183
5-1 地域再生実施の基本的な考え方	183
5-2 外部専門家を活用する効果や意義	184
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	186
地域再生マネージャー一覧	188
終わりに	190

第 1 章

地域圏生マネージャー事業とは

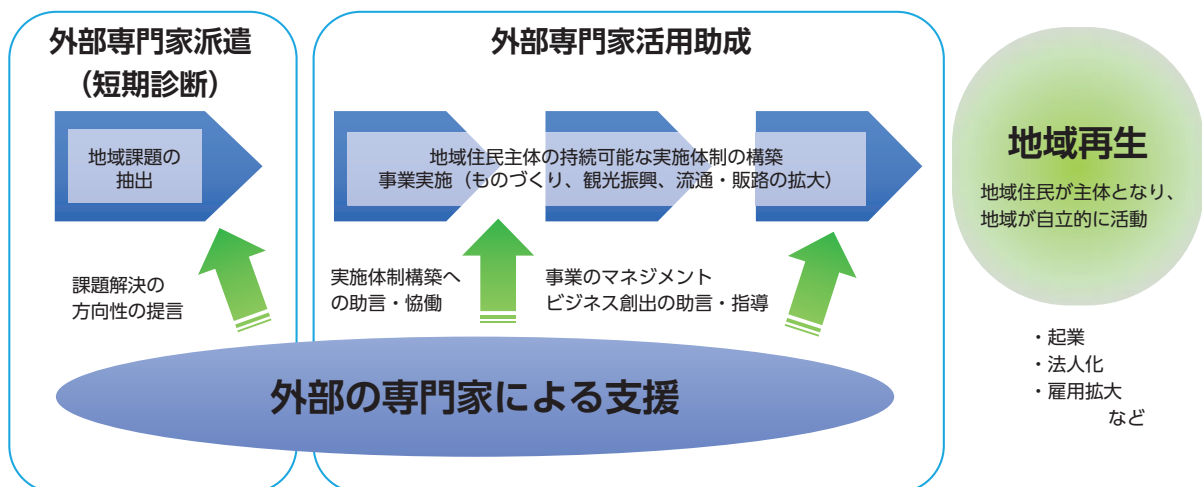
1 事業の概要

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区町村に対して、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（※）等の外部の専門家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。

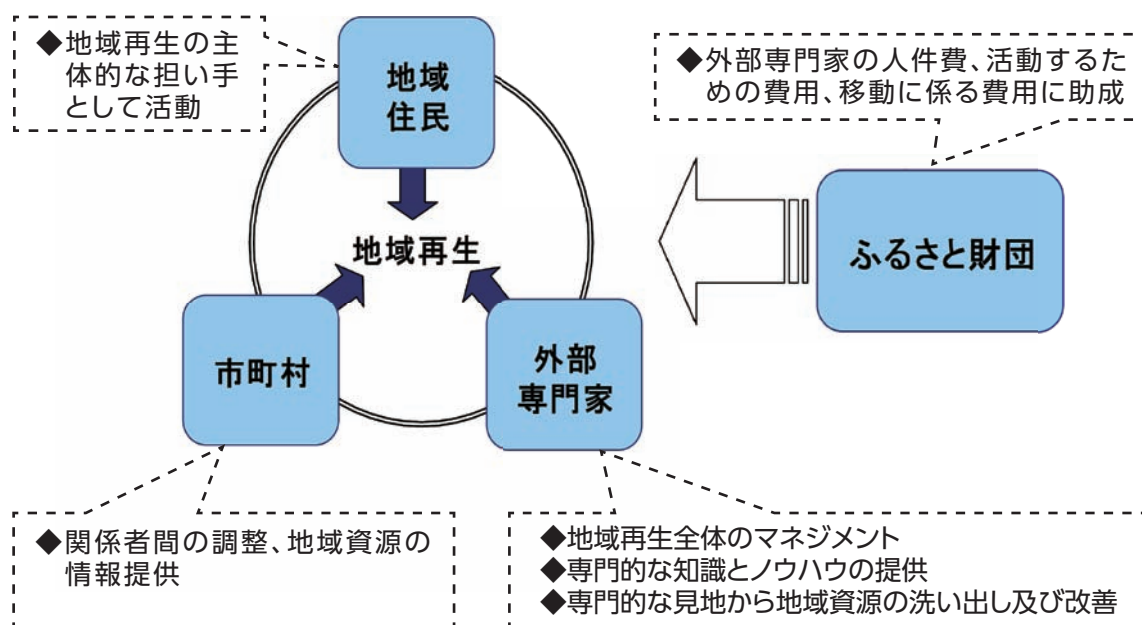
上記の目的を達成するため、本事業では、外部専門家活用助成と外部専門家派遣（短期診断）の大きく2つの事業を実施する。この2つの事業の位置づけは以下のとおりである。



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。

<事業イメージ>



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）
助成率	助成対象経費の2／3以内
助成上限額	1事業あたり700万円以内
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） 外部専門家の人件費（謝金含む）及び旅費 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、 通信運搬費等その他の助成対象事業を実施するために必要となる経費 （消費税及び地方消費税を含む）
助成対象期間	平成31年4月1日～令和2年2月20日
公募期間	平成30年12月17日～平成31年2月8日
留意事項	① 市区町村は、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、市区町村で選任すること ③ 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 ④ 申請書は外部専門家と協議のうえ作成すること ⑤ 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 ⑥ 期中の概算払いは行わない

1-2 外部専門家派遣（短期診断）

「外部専門家派遣」は、地域課題や課題解決に向けた方向性が明確になっていないケースにおいて当財団から外部専門家2名を派遣し、必要な助言等を行っている。

外部専門家は、該当地域に2泊3日滞在し、最初の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日目午前には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対し、提言を行っている。

外部専門家派遣の公募等の概要

助成対象者	市町村（特別区含む）
派遣内容	① 1件あたり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31年4月1日～令和2年1月31日
公募期間	平成30年12月17日～平成31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

1-3 地域再生セミナー

地域再生に取り組んでいる市区町村における最新情報の紹介、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て、「地域再生セミナー」を開催している。

2 事業の進め方

2-1 外部専門家活用助成

(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。

■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	・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。 ・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。
	A-2	成果目標	・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。 ・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。
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	・事業推進に係わる活動基盤の状況を把握している。 ・事業実施体制の継続、拡大が見込まれる。
	B-2	地域における支援体制	・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。 ・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。
C 商品力・開発力	C-1	ビジネスの現状把握と方向性	・現状分析、市場調査が行われている。 （基礎となる地域資源の把握等や数値化がされている） ・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。
	C-2	ビジネスの継続性・発展性	・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。 ・地域全体における経済循環が考慮されている。
D 外部専門家	D-1	外部専門家の知見・実績	・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。
	D-2	外部専門家の役割	・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。
E 先進性	E-1	事業の先進性	・他地域のモデルとなるような先進性を有している。
	E-2	事業の難易度	・事業の難易度（チャレンジ性）が高い。
F	加点項目 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には加点を行う。		

■外部専門家活用助成 事業概要

	地域名	事業名	事業概要
1	北海道 砂川市	チーム“SUNAGAWA” ブランディングプロジェクト (砂川市地域ブランド構築事業)	① セミナー＆ワークショップ ② 個別相談会 ③ 展示・商談会、販売会 ④ 広報 ⑤ 先進地視察
2	北海道 石狩市	地域と企業を結び観光でまち の未来を創るプロジェクト	① 組織強化 ② 活動のブラッシュアップ ③ 情報発信強化 ④ 外部団体との連携
3	北海道 利尻町	利尻町漁業の担い手獲得・育成 のための支援組織設立事業	① スキーム構築のための体制づくり ② 人材獲得・育成のためのスキーム構築 ③ 支援組織の体制構築 ④ 支援組織の拠点整備のための調査 ⑤ 担い手獲得に向けた情報発信 ⑥ 各種支援メニューの整備 ⑦ 中間支援組織の立ち上げ
4	北海道 むかわ町	「むかわ町恐竜ワールド構想」 に基づくまちづくり推進事業	① ライツ・マネジメントの手法に基づく、ライツ開発と運用 手法の検討 ② 恐竜を核とした着地型ツアーの展開 ③ 新たな体験プログラムの企画・開発 ④ 特産品・食メニューの開発 ⑤ 町のブランドストーリーづくり ⑥ 事業推進主体形成に向けた町民参画の促進 ⑦ 恐竜化石研究者等によるワークショップ ⑧ プロモーションツールの開発とプロモーション
5	岩手県 陸前高田市	ALL 陸前高田で目指す～交流 人口拡大に向けた「三陸観光 ゲートウェイ」構築事業～	① 推進協議会との連携 ② 「道の駅」のブランディング施策支援 ③ 地域の「食」ブランド ④ シンガポール市場調査
6	群馬県 館林市	文化 Connect たてばやし ～食文化をつなぐ 人をつな ぐ 未来をつなぐ～	① 実行体制強化 ② 事業計画の検討・策定 ③ 粉食文化の共有 ④ 新商品開発に係わる調査・研究 ⑤ 情報発信 ⑥ イベント出展 ⑦ 交流人口の拡大
7	新潟県 阿賀町	もり“あが”ろうプロジェク ト～阿賀町の「栗」「くるみ」 で盛り上がろう～	① 運営体制の強化 ② 商品開発の企画 ③ 販路拡大 ④ 新植・栽培指導
8	福井県 若狭町	WAKASA！ チャレンジプロジェクト	① プラットフォームの充実、拡大 ② プラットフォームメンバーの育成 ③ 空き家を活用した事業の経営モデルの検討 ④ 空き屋の利活用検討 ⑤ 新規ビジネス立ち上げ

	地域名	事業名	事業概要
9	長野県 中川村	荒廃森林を地域通貨で輝く資源に ～地域おこしの新しい可能性を探る～	① 木の駅実行委員会 ② 木の駅事業 ③ 木質バイオマス促進 ④ 木育 ⑤ 地域通貨
10	長野県 小川村	小川つなぐラボ～小川村つながり人口創出事業～	① 小川シェアリングビレッジ ② おがわやせいきっずプロジェクト ③ ナカラランド ④ 都会女子の半径5m に Remix ⑤ 情報発信
11	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
12	奈良県 吉野町	地域力創造人材育成と結集による「木のまち吉野」再生プロジェクト	① 産業界人材育成 ② 組織としくみづくり ③ プロダクトデザイン開発 ④ WEB プロモーションの強化
13	和歌山県 広川町	HIROGAWA Re:branding Project ～梧陵さんの魅力再発見 Phase 2～	① 組織・運営支援 ② 地域資源の商品化 ③ 古民家イベントの継続 ④ 古民家利活用検討 ⑤ ハードとの連携
14	岡山県 真庭市	歴史を生かした里山資本主義による持続可能な未来集落形成事業	① 地域の担い手発掘、組織形成 ② 地域のつながり（誇り）継承と再生 ③ 商品化および販売方法の検討 ④ 交流促進と小さな経済創出 ⑤ ビジネス・仕組みの創出 ⑥ 現代のニーズにマッチした手法による演出・情報発信を地域外の若者を巻き込みながら実施
15	広島県 熊野町	熊野町観光コンテンツ創造事業	① 生活にハーブを活かす機運を高める ② ハーブ活用機運の深化 ③ ハーブの事業化基盤の形成
16	香川県 三豊市	三豊市地域農産物付加価値づくり事業	① 運営体制構築 ② コンセプトの明確化と目指すべきビジョンのデザイン ③ 商品開発と試作 ④ 販売促進・テストマーケティング ⑤ 販路開拓
17	愛媛県 内子町	極上の田舎力で魅せる！ 目的型ツーリズム事業	① 地域調査・学習活動 ② 交流拠点の課題解決 ③ 商品開発とモニターツアー ④ 販売戦略の実践 ⑤ 観光交流としての連携 ⑥ インバウンド事業

(2) スケジュール

採択した事業については、当該市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1～2回の現地調査を実施するとともに、9月と12月提出の中間報告及び2月の最終報告をもと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会議を通じて、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。

令和2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。

■外部専門家活用助成の全体スケジュール

時 期	内 容
平成31年2月	事業公募（平成30年12月17日から平成31年2月8日まで）
3月	審査、アドバイザー会議、採択
令和元年5～8月	現地視察（1回目）
9月	現地視察（1回目・2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回アドバイザー会議
11月	現地視察（2回目）
12月	現地視察（2回目） 中間報告書（12月までの経過報告）の提出
令和2年1月	マネージャー報告会 第2回アドバイザー会議
2月	事業完了・事業報告書の提出

2-2 外部専門家派遣（短期診断）

以下の6市町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。実施時期と派遣先は以下のとおりである。

■外部専門家派遣の派遣先と実施時期

	派 遣 先	実 施 時 期
1	北海道岩内町	令和元年7月3日～7月5日
2	山形県白鷹町	令和元年8月27日～8月29日
3	群馬県中之条町	令和元年7月22日～7月24日
4	富山県小矢部市	令和元年9月25日～9月27日
5	和歌山県有田川町	令和元年7月8日～7月10日
6	大分県宇佐市	令和元年10月7日～10月9日

2-3 地域再生セミナー

福島県及び山梨県の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・時期は以下のとおりである。

■地域再生セミナーの開催地と開催日

	開 催 地	開 催 日
1	福島県福島市	令和元年8月21日
2	山梨県甲府市	令和元年9月12日

第 2 章

外部専門家活用助成の取組と成果

1 採択事業の特徴など

令和元年度は、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9件であり、新規事業8件のうち2件は平成30年度外部専門家派遣（短期診断）実施地域である。事業の特徴を「地域性」及び「取組分野」で整理すると以下のとおりである。

<地域性での特徴>

今年度は北海道と中部地方が多いものの、全国各地から申請があり、東日本大震災被災地の陸前高田市や北海道胆振東部地震被災地のむかわ町、西日本豪雨で被害を受けた熊野町、離島地域である利尻町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12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（例：石狩市、むかわ町、若狭町、内子町など）が挙げられる。

続いて、「農林水産業」及び「流通・販売」分野を含む事業がそれぞれ10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両分野を組み合わせた事業（例：館林市、阿賀町など）が多く見られた。

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
北海道	北海道砂川市			●	●	
北海道	北海道石狩市			●	●	継続事業
北海道	北海道利尻町	●				
北海道	北海道むかわ町			●	●	継続事業
東 北	岩手県陸前高田市	●		●	●	継続事業
関 東	群馬県館林市	●			●	平成30年度 外部人材派遣実施
中 部	新潟県阿賀町	●	●		●	継続事業
中 部	福井県若狭町			●		継続事業
中 部	長野県小川村			●		
中 部	長野県中川村	●		●		継続事業
中 部	静岡県南伊豆町			●		継続事業
近 畿	奈良県吉野町	●	●	●	●	継続事業
近 畿	和歌山県広川町	●		●	●	継続事業
中 国	岡山県真庭市	●	●	●	●	
中 国	広島県熊野町	●		●		
四 国	香川県三豊市	●			●	

2 個別事業の取組概要

令和元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、今後の取組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	北海道 砂川市	チーム“SUNAGAWA”ブランディングプロジェクト (砂川市地域ブランド構築事業)
2	北海道 石狩市	地域と企業を結び観光でまちの未来を創るプロジェクト
3	北海道 利尻町	利尻町漁業の担い手獲得・育成のための支援組織設立事業
4	北海道 むかわ町	「むかわ町恐竜ワールド構想」に基づくまちづくり推進事業
5	岩手県 陸前高田市	ALL 陸前高田で目指す ～交流人口拡大に向けた「三陸観光ゲートウェイ」構築事業～
6	群馬県 館林市	文化 Connect たてばやし ～食文化をつなぐ 人をつなぐ 未来をつなぐ～
7	新潟県 阿賀町	もり“あが”ろうプロジェクト ～阿賀町の「栗」「くるみ」で盛り上がろう～
8	福井県 若狭町	WAKASA！チャレンジプロジェクト
9	長野県 中川村	荒廃森林を地域通貨で輝く資源に ～地域おこしの新しい可能性を探る～
10	長野県 小川村	小川つなぐラボ ～小川村つながり人口創出事業～
11	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
12	奈良県 吉野町	地域力創造人材育成と結集による「木のまち吉野」再生プロジェクト
13	和歌山県 広川町	HIROGAWA Re:branding Project ～梧陵さんの魅力再発見 Phase 2～
14	岡山県 真庭市	歴史を生かした里山資本主義による持続可能な未来集落形成事業
15	広島県 熊野町	熊野町観光コンテンツ創造事業
16	香川県 三豊市	三豊市地域農産物付加価値づくり事業
17	愛媛県 媛子町	極上の田舎力で魅せる！目的型ツーリズム事業

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
媛子町

2-1 北海道砂川市「チーム“SUNAGAWA”ブランディングプロジェクト（砂川市地域ブランド構築事業）」

事業概要

総事業費	7,853千円
助成申請額	5,147千円
外部専門家	山本 聖（（一社）地球MD 代表理事） 内田 美和（共同印刷株式会社 ディレクター）

自治体概要

人	□	17,137人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面	積	78.68km ²
人	□	密度 217.81人/km ²
標準財政規模		6,751,334千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数		0.31（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率		82.7%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室		経済部 商工労働観光課

取組概要

事業開始時点

- 少子高齢化と人口減少が進行
- 市内中小企業は、売上減少、人手不足、人材育成、後継者不足等様々な経営課題を抱える
- 市内にはスイーツや雄大な自然、医療・福祉等の魅力的な地域資源がある
- 地域の担い手の息切れや高齢化で地域資源が維持困難となり、中止となったイベントがある
- H28から地域ブランドづくりの機運の醸成を図るため、7回のセミナー等を実施してきた



キックオフフォーラム

外部専門家による支援

- セミナー・ワークショップ・個別相談会開催による地域ブランドテーマ確定、運営チーム構築、プレイヤー育成等
- 企業訪問による現地相談会
- フォーラム開催による参加事業者・支援者ネットワーク醸成
- 販売会でのテストマーケティング・ブランドテーマを表現するためのMDによる売り場展開
- 展示・商談会出展による本流通を目指したバイヤーとのパイプ作り



プロジェクトロゴ

事業終了時点（成果）

- セミナー等による産官学金連携がスタート
- プロジェクトメンバーの交流が進み連携商品・サービスが生まれてきている
- 販売会においてPR・マーケティングを効果的に実施し、個別事業者に対するバイヤーからの引き合いあり
- プロジェクト全体へのバイヤーからの引き合いあり
- 展示会にて、バイヤーから高い評価を受けた



展示会写真

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

砂川市は、かねてより交通の要衝とされ、周辺地域の炭鉱からの石炭の積み出しや、東洋一の肥料工場の生産拠点として発展してきた。しかし、その後の縮小・合理化等に伴い、令和元年12月末現在、人口が16,848人、高齢化率は38.7%と高く、人口減少の一途を辿っている。

一方、砂川市にはかつて炭鉱や工場労働者の疲れを癒やすために誕生し、現在市内18社が20の店舗を展開している「すながわスイーツ」、市民一人当たりの都市公園面積が日本一であり「北海道子どもの国」「オアシスパーク」などの雄大な自然、高齢者の個人情報民生委員、町内会そして行政と情報共有して行う「高齢者見守り事業」や砂川モデルと言われる「認知症対策」、中空知最大の総合病院である「砂川市立病院」など、数多くの魅力的な地域資源がある。

そこで、平成28年度から2年をかけて地域ブランドづくりの気運の醸成を図ってきた。砂川の定住人口にこだわる発想を転換し、①砂川に関心を寄せる関心人口、②砂川を応援する応援人口、③砂川に実際に訪れる交流人口の拡大のため、共通の地域イメージの聖地化を図ることで、まずは『知りたい街』になる、『行きたい街』になる、何度も『行きたい街』になる、最終的には『住みたい街』になる、つまり定住自立による人口増加を最終目標に、地域の情報や商品等だけでなく地域の物語を地域外でPRすることにより、地域内消費の最大化を目指すものである。

b 事業の目的

地域経済の活性化のためには、中小企業者が地域の産品を用いた商品開発を行い、それを域外へ販路開拓し、外部の需要を獲得することが有効である。しかし、市内の中小企業の地域産品を用いた商品開発、販路拡大には大きな問題が3つある。1つ目は「個社の取り組みにとどまっておき、利益の創出に至っていない」、2つ目は「消費者志向をとらえた商品開発ができていない」、3つ目は「地域のキーパーソンが不在」である。この3つの問題を解決するために、中小企業者、各支援機関、行政が一体となって、地域ブランドを選定し、そのブランドを外部の専門家とともに消費者目線で磨き上げ、域外への販路開拓へつなげていくこと、そして、砂川市への誘客促進・着地型消費を実現することで外貨を獲得し、市内事業者及び市内経済に好循環を生むことで地域内消費の最大化を図ることを目的としている。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2 事業実施内容

a セミナー&ワークショップ

地域ブランドのテーマ確定、運営チーム構築、プレイヤー育成や運営フォローを体系的に学べるよう、各分野の現職専門家によるセミナー・ワークショップを実施した。

b 個別相談会

セミナー&ワークショップで身につけたノウハウを、地域ブランドや自社製品・サービスの市場化に活かすための個別指導を実施した。また、本事業のタイトル・コンセプト・ロゴの決定、展示・商談会、販売会への出展等についての協議を実施した。

また、意欲ある参加者に対して企業訪問による現地相談会も実施した。

c 展示・商談会、販売会

将来的な大規模流通、及び当プロジェクトから生まれたブランドテーマによる企画・編集展開を視野に入れ、大規模展示会へ出展した。

さらに、事業者個々の販路開拓を主目的としながら、テストマーケティングを重視し、当事業で決定した地域ブランドテーマを冠した集団化による売場展開提案を実施した。

d 広報

事業自体の地域内外への情報発信による参加事業者・支援者ネットワークの醸成及び広報力強化を目的として、フォーラムを実施した。また、これまで地域内外への事業周知を目的に発行してきた広報「チーム“SUNAGAWA” 団結通信」も継続発行した。

e 先進地視察

本事業を円滑に進めるため、外部専門家の山本氏が携わる先進地（長野県諏訪、愛媛県宇和島、北海道帯広）を視察した。

f その他

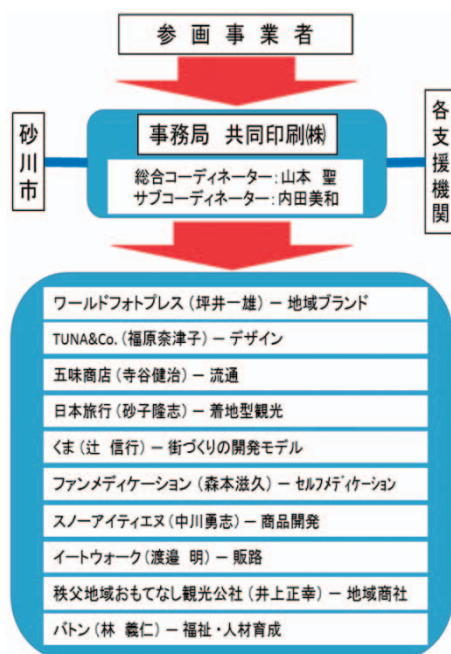
各カリキュラムにおける説明会を定期的に実施した。

さらに、本事業の効果を高めるため、デザインと経営の両面から地域課題を解決する人材の育成を目的とした「ふるさとデザインアカデミー 2019」（経済産業省主催）に参加した。

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

外部専門家の山本氏を中心に、市内農商工関係事業者、各種市民団体や支援機関と連携する体制としている。

b 外部専門家の役割

- 地域ブランドの構築に関すること
 - ・フォーラム、セミナー&ワークショップの実施
 - ・展示・商談会における商流を整備した卸経由による販売ルートの確保
 - ・販売会での首都圏消費者ニーズの把握による新たな顧客潜在ニーズの発掘
- 地域ブランドの磨き上げに関すること
 - ・セミナー&ワークショップ、個別相談会、個別指導カリキュラムの実施
 - ・ネットワークを新たに広げるための業界向け広報網の整備
- 地域ブランドを構築するメンバーの募集に関すること
 - ・カリキュラム推進（販路開拓）に関する外部協力メンバーの募集

4

事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
7月	23～24日	キックオフ・フォーラム&第6回チーム“SUNAGAWA” 団結セミナー・ワークショップ・個別相談会（集合・訪問）・説明会
8月	6～7日	ふるさとデザインアカデミー 2019基礎研修（帯広市）
	7～8日	第7回チーム“SUNAGAWA” 団結セミナー・ワークショップ・個別相談会（集合・訪問）
	21～22日	ふるさとデザインアカデミー 2019ワークショップ（帯広市）
	29～30日	第8回チーム“SUNAGAWA” 団結セミナー・ワークショップ・個別相談会（集合・訪問）
9月	4～5日	ふるさとデザインアカデミー 2019研修
	17日	チーム“SUNAGAWA” 団結通信 Vol.4 発行
10月	3～4日	個別相談会（集合・訪問）・説明会
	15～17日	東京新宿販売会出店（地域のちからコレクション）
11月	7～8日	第9回チーム“SUNAGAWA” 団結セミナー・ワークショップ・個別相談会（集合・訪問）
	14～17日	先進地視察（長野県諏訪地域、愛媛県宇和島市）
12月	2～3日	第10回チーム“SUNAGAWA” 団結セミナー・ワークショップ・個別相談会（集合・訪問）・説明会
1月	7日	チーム“SUNAGAWA” 団結通信 Vol.5 発行
	15～16日	第11回チーム“SUNAGAWA” 団結セミナー・ワークショップ・個別相談会（集合・訪問）
2月	1～2日	先進地視察（帯広市）
	12～14日	東京幕張展示会出展（スーパーマーケットトレードショー）
	17～18日	成果報告会（フォーラム）&第12回チーム“SUNAGAWA” 団結セミナー・ワークショップ・個別相談会（集合・訪問）・説明会
	19～22日	ふるさとデザインアカデミー 2019研修・東京代々木展示会出展（rooms）

5 主な成果

a セミナー・ワークショップ・フォーラム

- ・第1回から第7回まで延384名が参加（平均55名）
- ・それぞれの分野における現職専門家を招聘し、より実践的な内容で参加者の満足度が高いセミナー・ワークショップを開催
- ・第4回から砂川高等学校生が参加し、産官学金連携の実質的なスタート



セミナー・ワークショップの様子

b 個別相談会（集合）

■個別相談会（集合）

- ・これまで25回開催、延339名が参加（平均14名）、プロジェクトメンバーとして20事業所、22名が参加
- ・プロジェクトのタイトル・コンセプト・ロゴの決定、東京販売会、展示・商談会への出展に向けての協議
- ・メンバー同士の交流が進み、連携した商品・サービス等が生まれている



個別相談会（集合）の様子

■個別相談会（訪問）

- ・セミナー・ワークショップの翌日に実施、これまで7回実施し、延40事業者を訪問（平均6事業者）



個別相談会（訪問）の様子

c プロジェクトタイトル・ロゴの決定

- ・セミナー・ワークショップや個別相談会によってプロジェクトタイトル・ロゴを決定



ロゴ決定に関する記事（北海道新聞）

d 東京販売会、東京展示会

■東京販売会

- ・当ブランド及び個別商材のマーケティング調査を目的に8事業者、延15商品以上で出店
- ・「オアシスリパブリック」というブランドで束ねることで、個社では出店できないレベルの販売会に出店でき、PR・マーケティングを効果的に実施
- ・多くの企業の商品を同一コンセプトで並べることで、「ついで買い」や訴求力の強さを発揮でき、人だかりができ



販売会の様子

る時もあった

- ・個別事業者に対してバイヤーからの引き合いがあり、今後に繋げることができた

■東京展示会

- ・セミナー講師の寺谷氏が代表取締役を務める(株)五味商店「こだわり商品コーナー」に15業者、22商材で出展
- ・名刺交換数は約100者
- ・当プロジェクト全体に対して、バイヤーからの引き合いあり（2者）
- ・個別事業者に対して、バイヤーからの引き合いあり（10者以上）
- ・バイヤーより「行政が地域の様々な事業者と一緒に1つのプロジェクトとして出展することは珍しいが、バイヤー目線では非常に良い」、「企画ごと売って欲しいが、もう少しブランドとしての完成度、PRを強める必要がある」との指摘も多数あった

e 他事業との連携

- ・デザインと経営の両面から地域課題を解決する人材の育成を目的とした「ふるさとデザインアカデミー 2019」（経済産業省）に、当事業の効果を高めるため2名が参加
- ・当プロジェクト全体に対して、バイヤーからの引き合いがあり現在商談中
- ・2月20～22日に日本最大級のファッションとデザインの合同展示会「rooms」に当プロジェクトとして出展



展示会の様子

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

地域ブランドが立ち上がり、販売会・展示会ではそのブランドの下で販促物を制作し、「オアシスリパブリック」の世界観を創り上げた。全員が共通認識を持てるよう、SNS等でメンバー交流の場を設けて結束力を高めたことで、メンバー間の連携商品も生まれてきている。

一方、「オアシスリパブリック」について、地域の統一ブランドとすることについて地域全体のコンセンサスがなく、行政主体の事業との印象が強い。地域内での認知度向上と、各メンバーが『じぶんごと』となるようにプロジェクト内の連携を深めていきたい。

今後は、販売会・展示会に多く出展して地域ブランドのPR・販路拡大を図り、その都度商品等のブラッシュアップを行うことでブランド全体の底上げを図る。そのためにも、連携商品の開発や広報・販促にも継続して取り組む。また、インキュベーション・地域商社・DMOの機能をもったプラットフォーム組織を2021年度中に形成することを目指したい。

7 外部専門家コメント



地域資源の集団化による地域ブランド確立 と外貨獲得を目指す

(一社)地球MD 代表理事 山 本 聖

●事業概要

札幌と旭川の間位置する砂川市は、札幌から特急で約45分と特急停車駅にもかかわらず通過され、ピーク時3万2千人であった人口も現在は1万7千人に半減している。よって砂川地域の認知度を上げ外貨獲得をしていくためのブランディングが必要であった。市内事業者の意識醸成のため定期的にセミナー、ワークショップを行ってきたが、本年度よりプロジェクトとして始動した。モノ・コト・ヒトの地域資源をチームとしてまとめあげ、1つのブランドを確立し磨き上げることで域内外からの外貨獲得を目指す。

●取組み内容

プロジェクトを3つのステップとしてとらえ、本年度はステップ1の取組みを実施した。

- ・ステップ1：域内連携（砂川市域で1つの地域ブランドを確立する）
 - ・ステップ2：ブランド市場化／販路開拓（販促ツールを制作し、販路開拓強化）
 - ・ステップ3：PDCA サイクルを繰り返してブランド価値向上を図り域内外から誘客、外貨獲得
- ステップ1として、チーム全体の意識醸成及び域内連携を目的とした、セミナー・ワークショップを7回実施した。「ブランディング」「デザイン」「流通」「観光」「街づくり開発」「福祉×医療×産業」「人材育成」のテーマをカリキュラム化し、講師には現役の業界プロをお招きすることで実事業に繋げている。ワークショップでは、地域資源の洗い出しを徹底し、その中から、ブランド名『安心・やすらぎ「癒しのくに」を創造する Oasis Republic Sunagawa Base』（以下、オアシスリパブリックという）、ロゴ、コンセプトが確立された。セミナー・ワークショップ後は、個別相談（集合）として、プロジェクト打合せを行い「オアシスリパブリック」の現状、課題、今後の取組み、方向性等についてメンバーとの意見交換を行った。その中でキーパーソンを発掘、人材育成も同時に行っている。個別相談（訪問）では、現地視察を行うことで様々な可能性が見出され、メンバー内のモノ・コト・ヒトの掛け合わせで新たな企画、新商品が生まれた。後半は、域内外の販売会・展示会に「オアシスリパブリック」として出展し、そこで新たに見つかった課題を解決しブラッシュアップを繰り返し行った。このPDCAサイクルの繰り返しでブランド価値を高めている。また、他事業と連携することで、相乗効果が生まれ、ブランド価値向上のスピードアップ、地域間連携にもつながった。

●取組みによる成果

ブランドが立ち上がり、販売会・展示会ではそれらを表現した販促物を制作し、「オアシスリパブリック」の世界観を創り上げることができた。SNS活用等によってメンバーが交流する場を設け、全員が共通認識を持てるようにすることでチームの結束力は高まり、メンバー同士の連携商品やサービスが誕生した。

●今後の方向性

域内外への販路拡大を強化する。販売会・展示会に出展し「オアシスリパブリック」をPRし、そこでの課題クリア、商品ブラッシュアップを行いブランド全体の底上げを図る。そのためのツール制作やSNS活用施策も積極的に行う。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-2 北海道石狩市「地域と企業を結び観光でまちの未来を創るプロジェクト」

事業概要

総事業費	5,998千円
助成申請額	3,998千円
外部専門家	中田 浩康（有限会社アグリテック 代表取締役）

自治体概要

人	口	58,345人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面	積	722.42km ²
人	口	密度 80.76人/km ²
標準財政規模		16,639,722千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数		0.51（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率		93.2%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室		浜益支所 地域振興課

取組概要

事業開始時点

- 人口減少による経済活動の低下
- 自然・歴史など地域資源を活用した観光事業のレベルアップ
- 各団体の連携強化
- 観光振興から観光産業ヘシフトするための運営組織の設立
- アドバイザー支援事業により観光によるまちづくりの機運の高まり

外部専門家による支援

- 各団体のブラッシュアップ
- 着地型観光プログラムの造成
- 観光ガイドの育成
- 連携強化のための運営組織立上げ支援
- 市の推進事業とのコラボによる相乗作用を図る

事業終了時点（成果）

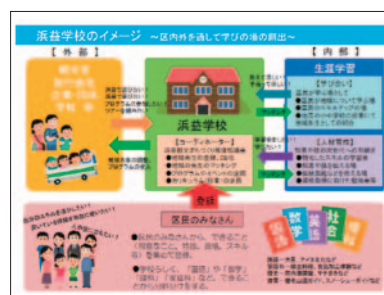
- 各団体の受入れ体制構築
- 着地型観光プログラム作成
- 担い手育成のためのガイドブック作成
- 地域住民等への情報発信
- 持続力を伴った運営組織構築



浜益観光まちづくり推進協議会



プログラムの造成（バスツアー）



新たな集客の仕組み

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

本事業の推進エリアである「浜益区（旧浜益村）」は、石狩市の北部に位置し、平成17年の旧石狩市、厚田村、浜益村の3市村の合併により誕生した地域自治区である。暑寒別天売焼尻国定公園などの優れた自然環境・景観、豊富な農水産物などの魅力に満ちあふれた地域であり、毎年、道内各地から海水浴や登山、温泉や朝市に多くの観光客が訪れている。一方で、地域人口は平成17年の国勢調査1,973人に対し、平成27年には1,361人と大きく減少し、過疎化の一途をたどっており、高齢化率55%を超える人口構造とともに、基幹産業である農漁業のほか医療・福祉分野などにおける担い手不足は深刻な状況となっている。

こうした状況を踏まえ、観光を一つのテーマとしたまちづくりを行うため、平成30年度に地域で活動する関係団体を母体とした「浜益観光まちづくり推進協議会」を設立した。地域内外への情報発信や体験型観光プログラムの開発のほか、ガイド人材の育成などに着手し、各団体の結束と企業やNPO法人との相互連携で観光客を受け入れる体制を整えながら、今後さらなる横展開を図ろうとしている。

b 事業の目的

昨年からスタートした協議会活動で、HPやSNSでの情報発信、バスツアーや体験プログラムの造成、都市住民との交流活動など新しい「コト」が芽生えてきた。

今年度は浜益観光まちづくり推進協議会が主体となり、「着地型観光の推進」「外部団体との連携」「観光や地域振興を担う団体のネットワーク強化」の取り組みをさらに推し進め、受地主導型の観光でまちの賑わいを醸成させる。

外部人材のノウハウを生かし、人を呼び込む仕組みづくりの活動から自主財源を「稼ぐ」仕組みづくりの活動にテーマを移行させ、参画者を増やしつつビジネスとしての展開を探求し、将来的には任意団体から法人化へのシフトアップを見据えた観光事業活動を展開する。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2 事業実施内容

a 組織強化

観光でまちづくりを推進する運営組織として、自立した活動を行うための議論を重ねながら、目標や役割を共有し、体験プログラムの販売やプロモーション活動を積極的に展開する。

b 活動のブラッシュアップ

観光客の受け入れ強化を図るため連続講座を実施する。

プロモーション活動やバスツアー参加者のニーズを把握し、新たなプログラムを造成するほか土産品を開発し、地域のブランド力を高める。

c 情報発信強化

HP や SNS を活用した情報発信のスキルアップを図り、動画配信機能の追加やネットショップの展開に取り組む。

地域住民の理解をさらに高めるため、情報誌の積極的な発行に取り組む。

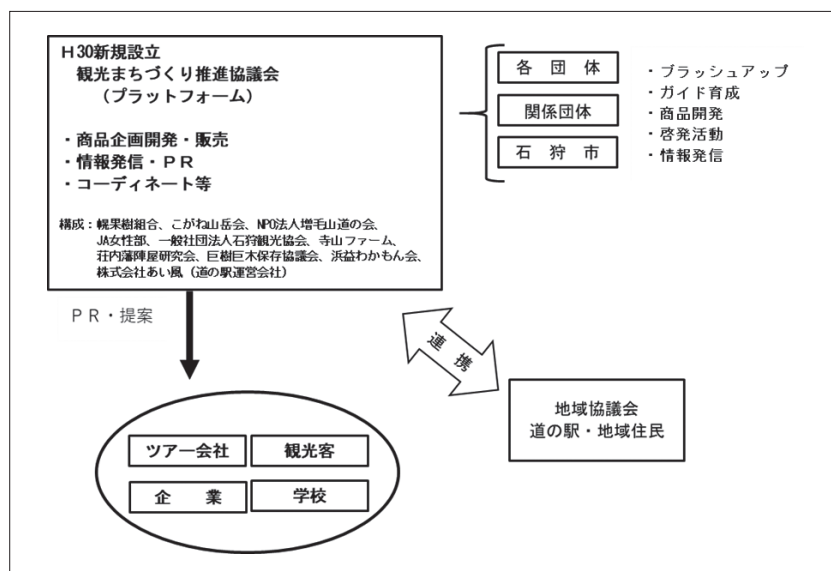
d 外部団体との連携

交流人口・関係人口の創出を図るため NPO 法人や企業・団体と連携した活動に取り組む。

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

将来的にはNPO法人の設立を目標とした活動を展開していく予定である。また、旧石狩地域には旅行業や通訳ガイド、自然保護愛護団体などが複数事業展開しており、それらとのネットワーク拡大を図る。

b 外部専門家の役割

ウェブサイトの運営やガイドの育成などの指導、体験型観光プログラム開発へのアドバイスのほか、協議会で発案した「浜益学校」構想の具体的な仕組みについて指導助言を行った。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

4

事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
通年	・地元飲食店等の取材活動 ・マネージャーとの連絡調整 ・地域情報の収集活動・情報誌の発行 ・各団体活動の相互参画	
4月	15日	オリジナルTシャツ販売開始
	23日	協議会総会及び意見交換会
	27日	道の駅でのPR及び物販
5月	4日	まち探検プログラム実施（10人）
	8日	農業体験プログラム実施（4人）
6月	12日	企画部会（11人）
	13日	HP部会（4人）
	17日	NPO法人との連携活動開始
	29日	地域の自然資源の再発見（爬虫類観察会）（5人）
7月	2～3日	観光プロモーション活動実施（札幌市）
	11日	協議会（12人）
	15日	バスツアー（奴道中とサクランボの旅）実施（34人）
	20日	地域の自然資源の再発見（オオムラサキ生態観察会）（6人）
8月	5日	まち探検プログラム実施（7人）
	7日	協議会（13人）
9月	9日	北石狩地域観光まちづくり協議会との連携活動開始（加盟）
	28～29日	農業体験プログラム実施（4人）
10月	4日	協議会（12人）
	11日	地域の自然資源の再発見（希少植物エゾエノキ調査）（4人）
	19日	バスツアー（浜益秋の魅力たっぷりの旅）実施（40人）
	25日	NPO法人との連携による都市部学生の地域体験交流活動「浜益リレーションズ」の開始
	29日	異業種間交流会PR活動実施
11月	3日	区民文化祭出展（連携事業）
	17日	観光プロモーション活動実施（横浜）
	29日	観光ガイドスキルアップ講座実施（13人）
12月	3日	観光プロモーション活動実施（札幌市）
	7日	花川地区（中心市街地）での物販
	13日	観光ガイドスキルアップ講座実施（11人）
1月	20日	3役会議（7人）
	25日	親雪プログラムワークショップ（13人）
2月	11日	バスツアー（スノーシューで訪ねる黄金山イチイの木）実施（21人）
	20日	ネットショップ開設（BASE）

5 主な成果

a 組織強化

「まち探検」や「農業体験」など体験プログラムやバスツアーの造成と同時にプロモーション活動も積極的に行った結果、集客増が図られ地域の魅力も広く伝えることができた。また、昨年オープンした道の駅がある厚田区エリアで活動を展開する「北石狩地域観光まちづくり協議会」への加盟承認が得られたことから活動資金の支援も受けられるようになり、活動の幅がさらに高まった。



まち探検（浜益地区）



バスツアー

札幌市大通地区でのPR
「奴道中とサクラランボの旅」

b 活動のブラッシュアップ

プロモーション活動時に実施したニーズ調査やバスツアー参加者からのアンケート調査結果に基づき、ターゲットやニーズの把握を行いながら、新たなプログラムの造成や既存ツアーのブラッシュアップを行った。

また、地域オリジナルロゴデザインを活用した土産品を開発・販売し、地域ブランド力を高めた。

現地受け入れ対応力の向上を図るため、ボランティアガイドや地域の牽引役、本協議会の活動協力者を対象にガイド養成講座を実施した。



都市部住民のニーズ調査



新商品開発



新規バスツアーの造成

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

c 情報発信強化

地域の魅力をさらに伝えるため動画配信機能を追加したほか、販売力を高めるためネットショップも新たに開設した。また、地域住民の理解を図るため情報誌を作成し、本協議会の取り組み周知を図った。

d 外部団体との連携

外部団体の支援によりフットパスルート案ができたことから、既存ウォーキングイベントの発展的解消を図り、次年度からフットパス事業が開催されることとなった。また、学生ボランティアが多数参画する NPO 法人との連携のもと「浜益リレーションズ」という地域体験交流活動が開始された。そのほか自然環境調査の実施団体の協力で、地元住民が学術的な観点から地域の貴重な自然資源を学ぶ機会が得られ、地域の魅力の再認識が図れた。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

人口減少によるマンパワーやガイド力の不足や自主財源の確保については長期的な課題としたうえで、継続的な活動を確保するために関係人口の創出でカバーしながら取り組んでいくこととする。特に、今回構築した「浜益リレーションズ」による都市学生の地域体験交流活動の磨き上げで地域活力の持続を図っていく。

昨年の協議会設立から 1 年、自らの発想を具体化し、協議会が主体となって関係者を増やしながら進められていることは、地域にとって大きな変化である。

次年度からは、新たな体験型観光プログラムとして「浜益学校」という取り組みがスタートする。

例えば、方言を国語、史跡を歴史、食文化を家庭科など学校の授業に見立てた選択できる仕組みを取り入れた地元体験型プログラムを造成するほか、地域一体の観光まちづくりを図るため地元中学生を対象とした観光教育にも着手し、青少年世代から人材育成も進めていく。

各団体のさらなる連携や北石狩地域観光まちづくり協議会での横展開などを実施しながら、自走可能な仕組みづくりを構築し、将来的な法人化を目指すものである。

7 外部専門家コメント



住民主導による観光まちづくりの 受け入れ組織による自走に向けて

有限会社アグリテック 代表取締役 中 田 浩 康

●取組みの背景と事業概要

活動拠点地域は石狩市北部にある浜益区。市の中心部より北に60kmと離れている。西側は海に面し、東側は暑寒別天売焼尻国定公園の一部を有する山々に囲まれた自然豊かな地域。基幹産業は漁業や農業が中心で、地域には国史跡「荘内藩ハママシケ陣屋跡」や北海道遺産「増毛山道」、また黄金山や浜益温泉などの観光資源がある。区内の人口は1,200人ほどで石狩市全体の58,000人に比べるとわずか2%。地域全体の人口減や高齢化、担い手不足の課題があり、地域経済を維持していくための解決策のひとつとして、地域資源を活用した浜益地域と地域外と連携した交流人口増加による外貨を獲得していく仕組みづくりの必要性があった。その仕掛けとして「観光」をキーワードに観光資源や観光プログラムの開発などを中心に、観光の持つ可能性をまちづくりを活かしながら、地域のローカルビジネスとして自走できる仕組みを構築する取り組みである。

●事業へのアプローチ

本事業では「観光まちづくり」に関わる地域住民の合意形成や観光プログラムの開発、地域の情報発信などにおける助言指導をおこなってきた。本事業は2年目の取り組みであり、昨年度は地域住民主体となった「浜益観光まちづくり推進協議会（以下、協議会）」を発足。推進体制と受け入れ体制の整備をおこなってきた。今年度は観光プログラムのブラッシュアップや、地域の情報発信をおこないながら組織の強化につとめた。協議会ができたことで、地域で活動する多様な団体や関連団体等の顔が見えるようになったものの、観光プログラムの造成や対応できる人材の不足があったため、ワークショップや観光人材育成講座の開催、また、当該地域へのニーズ調査などをおこないながら、運営体制の強化を図ってきた。

●取組みの成果と今後の方向性

協議会により活発な意見が出るようになってきた。特に、協議会主催の企画会議やワークショップには、関係者以外にも地域住民が参加したりするなど協議会が地域に浸透してきたことが大きな成果のひとつかと考える。農業体験やまち探検、区のお祭りに合わせた奴道中ツアーなど、協議会で自ら企画できるようになってきた。さらに地域おこし協力隊が考案した浜益ロゴを活用したTシャツは区内外を問わず人気商品となり、協議会での地域商品の物販による経済活動の展開も出てきている。また、新年度には地元の名人や達人を学校の先生に見立てその達人のプログラムを体験する「浜益学校」という新たな観光教育プログラムがスタートする。これも協議会の中で出てきたプログラムで、区外の交流人口もさることながら、少子高齢化が進む区内の子どもたちにも本プログラムを活用し、ふるさとの愛着を育む取り組みでもある。今後も地域住民自身が観光の担い手となり、多様な観光プログラムの商品化や物販を増やしていくことで、自走できる体制が整ってきたと考える。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-3 北海道利尻町「利尻町漁業の担い手獲得・育成のための支援組織設立事業」

事業概要

総事業費	10,271千円
助成申請額	6,844千円
外部専門家	大久保 昌宏（特定非営利活動法人離島経済新聞社 代表理事）

自治体概要

人口	2,037人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面積	76.50km ²
人口密度	26.63人/km ²
標準財政規模	2,101,886千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数	0.11（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率	71.1%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室	まちづくり政策課

取組概要

事業開始時点

- 人口減少・少子高齢化の進行による、基幹産業である漁業従事者の高齢化と担い手の不足
- 定住移住推進と基幹産業振興に注力する町の方針
- 新規に漁業をやりたいという移住希望者は、過去10年間の継続的な取り組みから確実にいることが把握できている
- 新規漁業就業希望の移住者を受け入れる窓口機能や育成機能が役場内では有機的に活用できていない

外部専門家による支援

- 漁業の担い手となる新規就業希望の移住者を獲得・育成できる機能を有した中間支援組織の設立
- 町内関係各所との連携体制づくり
- 先進的取り組みを行っている他地域事例の視察
- 人材獲得・育成のためのスキーム構築
- 人材獲得・育成のための支援メニューの整備
- 担い手獲得に向けた情報発信

事業終了時点（成果）

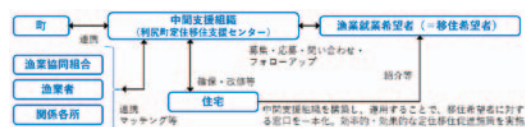
- 町内関係各所との連携体制構築
- 人材獲得・育成のためのスキーム構築
- 人材獲得・育成のための支援メニューの整備
- 担い手獲得に向けた情報発信
- 中間支援組織の設立



利尻昆布の昆布干し作業
この担い手も不足している



町内関係各所との
ワークショップ



中間支援組織
「利尻町定住移住支援センター」の全体図

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

人口減少・少子高齢化が加速し続ける北海道利尻町では、近年、基幹産業である漁業者の高齢化と担い手不足が深刻化。また、漁師だけでなく水揚げ後の陸での働き手も不足していることから、町の基幹産業である漁業の代表魚種となる利尻昆布の昆布干しやウニの殻むきなども難しくなってきた。

これらの漁業者の後継者不足を解決するために、利尻漁業協同組合や町の連携により、新規漁業就業者への支援策「漁師道」などの実施を通じて毎年新たな新規漁業者の移住が進められているが、新たに就業する人数と廃業する人数が釣り合っておらず、より多くの新規就業者の獲得・育成が喫緊の課題となっている。

しかし、既存人材だけでは、施策の増強や新規施策の企画・運営を満足に行うことができず、新たな仕組が必要不可欠と考えられる。このような背景から、本事業を活用し、漁業者の担い手獲得・育成を行うための支援組織・新たな仕組整備とその運営を実施していくために、申請に至った。

b 事業の目的

利尻町では定住移住推進が主要施策の一つであり、特に基幹産業である漁業への就業希望者の移住と移住後の定住対策に注力している。漁業者の減少・高齢化を早急に食い止めるために、漁業就労希望者への就労環境支援や定着に向けた育成支援など、地域一体となった受け入れ体制強化が大きな課題の一つである。

利尻町の人口は減少傾向が見込まれていることから、漁業就労希望者への支援に加えて住民の定住意向を高めていくこと、地域を担う新たな住民（移住者）の獲得は喫緊の課題である。住民の定住意向を高め、より多くの移住者を呼び込んでいくためには、町内における漁業のような主要産業の強化による仕事・雇用機会の創出が欠かせない。

漁業の魅力化を目的として、利尻町は隣町の利尻富士町、利尻漁業協同組合などと連携し、若手漁業者団体「NORTH FLAGGERS」の立ち上げサポートなどを行っている。それら既存の地方創生施策や、既存団体との連携も今後加速していく必要がある。本事業の実施を通じて、既存施策や関連団体（利尻漁業協同組合や「NORTH FLAGGERS」）との連携を行い、漁業の担い手獲得・育成による定住移住推進と基幹産業である漁業の活性化を図り、地域内の人口減少に歯止めをかけることを目指していく。

北海道

砂川市

北海道

石狩市

北海道

利尻町

北海道

むかわ町

岩手県

陸前高田市

群馬県

館林市

新潟県

阿賀町

福井県

若狭町

長野県

中川村

長野県

小川村

静岡県

南伊豆町

奈良県

吉野町

和歌山県

広川町

岡山県

真庭市

広島県

熊野町

香川県

三豊市

愛媛県

内子町

2 事業実施内容

a スキーム構築のための体制づくり

利尻町役場（まちづくり政策課・まち産業推進課）と利尻漁業協同組合、既存の漁業者団体「NORTH FLAGGERS」による連携体制づくりを実施する。

b 人材獲得・育成のためのスキーム構築

漁業人材獲得・育成のための具体的なスキームを構築する。

c 支援組織の体制構築

漁業人材獲得・育成のためのスキームを運営・実施していく支援組織の体制を構築する。

d 支援組織の拠点整備のための調査

支援組織を運営していくための拠点として、現在利用されていない利尻町内の旧杓形中学校の一部を活用するため、施設内の活用可能性の調査を実施する。

e 担い手獲得に向けた情報発信

利尻町漁師・漁業の現状、就業することのメリット（収入面など）、就業後の支援内容などの周知を図るために、各種広報 PR・プロモーションを実施する。

f 各種支援メニューの整備

人材獲得・育成に向けた各種の支援メニューを整備する。

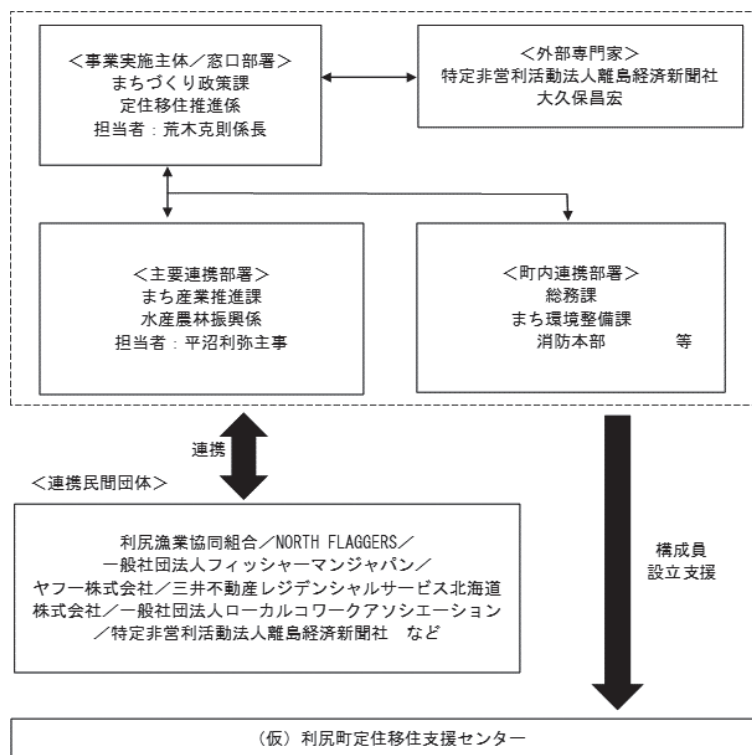
g 中間支援組織「利尻町定住移住支援センター」の立ち上げ

関係各所との合意形成を経て、地域にとって持続し、自走していける仕組みを元に、将来的な法人申請も含めた中長期視点での組織を立ち上げる。

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

まちづくり政策課定住移住推進係が事業実施主体（窓口担当）として、外部専門家とともに、町役場内連携部署と町内外民間団体（利尻漁業協同組合・一般社団法人 NORTH FLAGGERS・一般社団法人フィッシャーメンジャパン・ヤフー株式会社等）と連携を図りながら、漁業の担い手獲得・育成支援を行う中間支援組織「利尻町定住移住支援センター」を立ち上げた。

b 外部専門家の役割

外部の専門的知見に基づいて利尻町の強み・弱みを分析。現状課題を把握した上で、利尻町に適した解決策としての漁業の担い手獲得・育成における支援スキーム・体制の構築を支援。町役場を中心に住民、町内の各種関係団体、町外民間団体・企業等におけるコミュニケーションサポートとコンサルティングを主な役割とし、事業における具体的な施策（漁業の担い手獲得策・育成コンテンツ等）と利尻町定住移住支援センターのビジネスモデル構築を支援。

4

事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
4月	9～11日	外部専門家と町外連携企業のキックオフ会議
	16～17日	利尻町まちづくり政策課と外部専門家によるキックオフ会議
	22～25日	旧沓形中学校整備のための調査に向けた打ち合わせ
5月	22日	旧沓形中学校利活用関係者連携会議
	23～28日	利尻町定住移住支援センターの体制について関係各所へヒアリング
	24日	役場内関係部署へヒアリング
	25～28日	島内連携先団体とのキックオフ会議
	29～31日	情報発信内容の精査と手段の検討会議
6月	10日	スキーム構築における意見交換会議
	16～23日	スキーム構築作業および関係各所へのヒアリング
	19～20日	利尻町定住移住支援センターの体制構築のための会議
	21～23日	拠点整備における調査
7月	15～16日	情報発信内容の精査と手段の検討会議
	17～18日	ヒアリング・利尻町定住移住支援センターの体制構築に向けた会議
	30～31日	拠点整備における調査実施報告
8月	9日	情報発信内容の精査と手段の検討会議
	12～13日	利尻町定住移住支援センターの体制構築のための会議
	14～15日	支援メニューに対する漁師へのヒアリング
9月	5～6日	先進地視察（奈良県東吉野村・OFFICE CAMP）
	11日	情報発信内容の精査と手段の検討会議
	24～25日	利尻町定住移住支援センターの構成員確定と最終実施体制図作成
	26日	利尻町定住移住支援センター立ち上げに関するヒアリング・会議
10月	11日	漁業者への支援メニュー実施に向けた検討会
	14～15日	利尻町定住移住支援センター立ち上げに関するヒアリング・会議
11月	14～15日	漁業者への支援メニュー実施に向けた検討会
	18～19日	利尻町定住移住支援センター立ち上げに関するヒアリング・会議
12月	6日	漁業者への支援メニュー実施に向けた検討会
	9日	利尻町定住移住支援センター立ち上げに関するヒアリング・会議
	9～10日	拠点整備のための関係各所との打ち合わせ
1月	13～14日	利尻町定住移住支援センター立ち上げに関するヒアリング・会議
	20～22日	漁業者への支援メニュー実施に向けた内容作成
	23～24日	利尻町定住移住支援センター立ち上げに関する会議
2月	7日	次年度取り組み内容について打ち合わせ
	11～15日	漁業者への支援メニューのための先進地視察（宮城県石巻市・一般社団法人フィッシャーマンジャパン）
	11～15日	メディア出稿とイベント打ち合わせ
	23日	メディア掲載とイベント開催
	25日	利尻町定住移住支援センター立ち上げに関する会議
	26～27日	漁業者への支援メニューの確定と協力団体との実装に向けた会議
	27日	利尻町定住移住支援センター立ち上げ

5 主な成果

a スキーム構築のための体制づくり

関係各所とのヒアリング、打ち合わせを経て、漁業の担い手獲得・育成のスキーム構築のためのロードマップを作成。その過程で、町内外関係各所との事業に対する共通理解および漁業の担い手獲得と育成におけるステークホルダーの全体把握を行うことができた。



ワークショップの様子

b 人材獲得・育成のためのスキーム構築

上記 a スキーム構築のための体制づくりにおけるロードマップに基づき、漁業の担い手獲得・育成に必要な業務フロー等の洗い出しを実施。その内容を元に、本事業の全体図を整理し、作成した。漁業の担い手獲得・育成を支援する利尻町定住移住支援センターの全容を構成員として関わる事業実施チームはもちろん、関係各所も含めて視覚化することで、今後の事業に対する理解促進・町内認知拡大を図ることができた。



漁業の担い手候補

c 支援組織の体制構築

支援組織の体制構築および立ち上げに伴う関係各所・構成員とのヒアリング、打ち合わせを通じて、事業に対する理解度・町における課題意識の醸成を図ることができた。

d 支援組織の拠点整備のための調査

利尻町定住移住支援センターの拠点となる旧杓形中学校の建物としての劣化診断を行い、拠点として十分活用できることが把握できた。

e 担い手獲得に向けた情報発信

情報発信における目的（担い手獲得）を再度認識することができ、その目的達成のために必要な情報（利尻島における漁業の魅力（＝収益性や島自体の魅力など））を発信していくことが大切であるという結論と、それに伴う媒体出稿時期の再検討を行うことができた。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

f 支援組織立ち上げ

支援組織の体制構築および立ち上げに伴う関係各所・構成員とのヒアリング、打ち合わせを通じて、事業に対する理解度・町における課題意識の向上を図ることができた。

6 持続的发展へ向けた課題、今後の取り組み

今年度は本事業の軸となる「漁業」「移住」という領域において、当初想定以上に町内関係者が多く、そこに対する合意形成や事業そのものに対する理解促進を図ることに注力する形になった。結果として、次年度以降に向けた持続的な発展のための土台ができたと考えているが、今後は関係各所の協力体制をさらに強固なものにするとともに、関係各所（特に町内民間団体）が積極的に関わり続けられるように、ビジネスモデルの創出にしっかりと取り組んでいきたい。特に利尻町海産物の六次産業化に向けて9月以降、目に見える形として商品を作り上げていく必要があると考えている。

今後は、利尻町定住移住支援センターを軸に、①漁業就業希望の移住者の獲得、②定着に向けたメンタリングも含めた支援メニューの提供、③ビジネスモデル創出における収益向上と定住促進に一体的に取り組んでいきたいと考えている。

7 外部専門家コメント



地域が一体となった中間支援組織による 地域課題解決に向けて

特定非営利活動法人離島経済新聞社
代表理事 大久保 昌 宏

●事業の概要

利尻昆布やウニ（エソバフンウニ・キタムラサキウニ）といった魚種を中心とした漁業が基幹産業となっている利尻町では、人口減少と少子高齢化の加速に伴い、漁業従事者が年々減少。家族・親族経営により成り立っていた利尻昆布の養殖事業者なども、漁師自身の高齢化に加え、水揚げ後の作業をする陸の働き手の不足なども原因となり、廃業を選択する人が増えつつある状況だった。人口減少の下げ止まりや漁業従事者の担い手確保、それに伴う基幹産業である漁業の振興など、町としても様々な取組を行っていたが、それらの取組が様々な箇所に分散しており、かつ連携も取れていない状況だったため、取組効果の最大化を図ることができていなかった。

一方で、町の中では若手漁師による利尻島の漁業の魅力発信を行おうとする団体も立ち上がり、希望を持てる要素も芽生え始めている状況だった。これらの状況から、新規に漁業への就業を希望する移住希望者に特化し、これまでの町の取組を一元化するために、若手漁師団体も含めた関係各所と連携し、中間支援組織の立ち上げを行うこととした。

●地域の課題及びそれに対するアプローチ

中間支援組織においては、町役場、漁業協同組合、漁師など、様々なステークホルダーが町内に分散しているため、これらをどう有機的につなぎ、連携させていくか、取組に対する合意形成といった部分が大きな課題となっていた。また、新規の漁業就業希望者を呼び込んでも他の地域、他の職種よりも稼げるということを伝えられなければ、人の流れは生まれないので、利尻島における漁業の現状と魅力をしっかりと情報発信すること、若手漁業者でもがんばれば稼げるという仕組み作りの構築といったところも課題となっていた。

各ステークホルダーとの合意形成については、事業趣旨を明確に理解してもらうためにロードマップなど、分かりやすい資料作りを行い、打ち合わせを始めとした議論の場を複数回設けた。また、漁業による地域振興という実績を持つ島外企業・団体との連携も行った。情報発信、稼げる仕組みについては、これから具体的に取り組んでいかなければいけない課題ではあるが、町内若手漁師団体が中心となって進めていけるように体制作りを行った。

●取組を通じて得られた成果

漁業の担い手獲得・育成を目的とした中間支援組織の立ち上げを行い、中核となる窓口機能を整備することはできた。また取組を通じて、何となく把握されているだけだった地域課題を顕在化することができ、それに対する各ステークホルダーの意識醸成を行うこともできた。今後は、中間支援組織という機能と、各ステークホルダーが連携し、実際に稼働していくフェーズとなる。漁業の担い手獲得と定住に紐づく育成について、今回の取組で作ったメニューなどを有効活用しながら、随時PDCAサイクルを回して機能拡張とブラッシュアップを図り、明確な事業効果を創出していきたい。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-4 北海道むかわ町「『むかわ町恐竜ワールド構想』に基づくまちづくり推進事業」

事業概要

総事業費	9,223千円
助成申請額	6,000千円
外部専門家	中川 晶子（株式会社 JTB）

自治体概要

人	口	8,126人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面	積	711.36km ²
人	口	密度 11.42人/km ²
標準財政規模		5,487,797千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数		0.20（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率		87.6%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室		恐竜ワールド戦略室

取組概要

事業開始時点

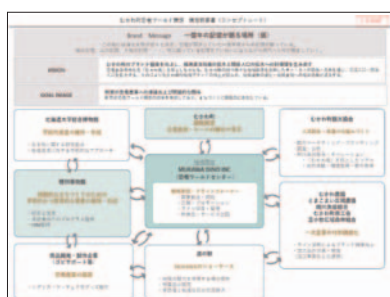
- 町内で国内最大の恐竜全身骨格化石「むかわ竜」が発見される
- “まちの宝”である化石資源を活用し、町全体をステージとしたまちづくり「むかわ町恐竜ワールド構想」を策定
- 「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」を策定し、まちの魅力向上と交流人口・関係人口の拡大に取り組む
- 平成30年9月6日に発生した北海道胆振東部地震による町民の流出
- TVや新聞での報道を通じて全国からの認知度が高まっている

外部専門家による支援

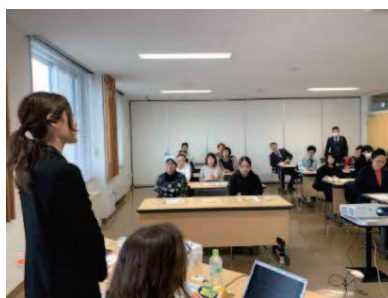
- 恐竜を核とした着地型ツアーの展開（継続）
- 滞在時間延長のための体験プログラムの企画・開発
- 消費単価や来訪者満足度を高めるための特産品・食メニューの開発
- ライツ・マネジメントの手法に基づく、ライツ開発と運用手法の検討
- むかわ竜を核としたブランドストーリーづくり
- 事業推進主体（地域商社）形成に向けた町民参画の促進
- 地域資源の価値をPRする、プロモーションツール開発

事業終了時点（成果）

- ツアーの継続実施による恐竜ファンへの浸透と域内調達率を高めたことによる経済波及効果の実証
- 町全体を「恐竜博物館」と見立てた新しい体験プログラムの造成
- 主力農産品等を活用した特産品の開発と加工品づくりに向けた機運醸成
- ライツ・マネジメントによる商品開発や企業連携等の収益の柱を検討
- 地域商社設立に向けた機運醸成と組織の理念づくり及びビジネスモデルの整理
- ターゲットの心に響くプロモーションで実際の人流創出に寄与



まちづくりコンセプトシート



特産品開発に向けた講習会



地域商社設立準備会

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

むかわ町では、平成15年に穂別稲里地区で発見されたハドロサウルス科恐竜化石（通称：むかわ竜）をはじめとする古生物化石の価値を活かしたまちづくりを推進するために、平成27年12月に「むかわ町恐竜ワールド構想」（以下、「構想」という。）を策定、平成28年度には、構想を推進するための具体的な施策を盛り込んだ「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」（以下、「推進計画」という。）を策定し、まちの魅力向上と交流人口・関係人口の拡大に向けた取組を進めている。

平成30年度は、地域再生マネージャー事業の1年目として、推進計画に基づき、産業振興に係る分野を中心に取組を進めた。事業1年目の主な成果として、高付加価値型のツアー商品を開発し、プロモーションを行ったことで全国から156名が参加し、これまで札幌や胆振管内が中心だった来訪者が、全国各地まで広がる結果となった。また、ツアー商品に地元産品やサービスを活用し、経済波及効果拡大のための素地を整えた。今年度の取組として、ツアー受入の体制を整えながら、滞在時間延長や消費単価向上のための新たな体験プログラムや食メニューの開発につなげることとした。

また、平成30年11月に「むかわ竜」が商標登録されたことを受け、ライセンス・マネジメントの取組として、産業振興の手法や恐竜産業市場の可能性について学ぶ「知的財産権セミナー」を前年度に開催した。知的財産権の基礎知識や町の主要産業である一次産業との連携方法に関して学ぶ機会となり、参加した地元企業のライセンス活用に対する機運醸成につながった。今年度は、特産品や土産品等の開発に取組むにあたり、ライセンス開発や運用方法のルール策定に向けた検討会を行った。

さらに、今年度は着実に向上しているむかわ竜の認知度を活かし、外部専門家の支援を受けながら、観光コンテンツの拡充と消費単価向上のための商品開発に重点的に取り組んだ。

b 事業の目的

推進計画を実現し、持続的なまちづくりにつなげるために、①地域資源を活用した産業振興、②交流人口拡大に向けた受入環境整備、③広報・情報発信・プロモーションの3つの柱に取り組む。着地型ツアーや特産品の開発等により地域内で消費する仕組みを作り、その仕組みを運営する組織を形成し、地域全体の魅力を発信するという一連の流れで取り組むことで、町が設立を目指している地域商社のビジネスモデルに直結するよう事業を推進する。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2 事業実施内容

a ライツ・マネジメントの手法に基づく、ライセンス開発と運用手法の検討

収益化に資する効果的な運用を目指すための勉強会を開催した。

b 恐竜を核とした着地型ツアーの展開（継続）

地域資源を活用し、エンターテインメント性を高めた「MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー」ツアーの継続実施を行った。

c 滞在時間延長のための新たな体験プログラムの企画・開発

町内での滞在時間を延長するため、農業体験や自然体験等の新たな体験プログラムづくりに向けて、町内関係者とワークショップを行った。

d 消費単価や来訪者満足度を高めるための特産品・食メニューの開発

経済波及効果を高める取組として、鶴川農協・とまこまい広域農協と連携し、主力産品であるトマトとカボチャを活かした、特産品やメニューづくりに取り組んだ。

e むかわ竜を核とした町のブランドストーリーづくり

まちづくりに関心を持っている地域の事業者と「町として消費者に届けたいメッセージ」は何かというブランドメッセージに関するワークショップを行った。

f 事業推進主体（地域商社）形成に向けた町民参画の促進

地域商社の設立準備会を発足し、事業計画に関する協議を重ねた。

g 恐竜化石研究者等によるワークショップ

恐竜・化石の持つ産業的・経済的価値を活かしたビジネス創出のアイデアを得るためのワークショップを実施した。

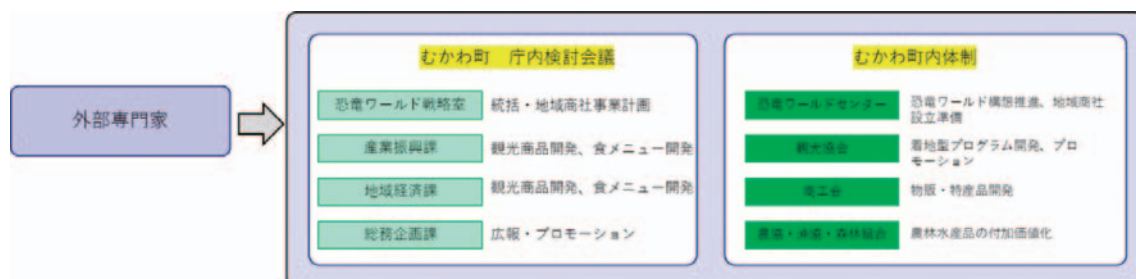
h 地域資源の価値をPRするプロモーションツールの開発とプロモーション

地域全体の魅力を発信するためのホームページ「mukawaryu.com」をリリースした。

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

恐竜ワールド戦略室（支所）が中心となり、産業振興・交流人口の拡大を担当する産業振興課（本庁）及び地域経済課（支所）、広報を担当する総務企画課（本庁）と連携して実施した。

今年度は、一次産業の付加価値化を目指した産業振興を行うため、地域の産業団体（農協・漁協・森林組合・商工会・観光協会）との連携を密にすると共に、恐竜ワールド構想に関心を持つ町内の事業者と幅広く連携し、地域商社設立の機運を高めた。

b 外部専門家の役割

「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」との整合性を図りながら、本事業のコーディネートや助言を含め、実質的な事業の運営を担う。今年度は取組が広範囲に及ぶので、各事業の位置づけを明確にし、地域商社の自走化につながるよう設計・運営を行う。特に地域資源を活用した産業振興の分野においては、(株)JTBのノウハウを活かし、企業とのアライアンス構築や開発した商品の流通先の確保について取り組む。

4 事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
5月	22日 30日	(株)タカラトミー訪問・商品開発協議 プロモーションツール「mukawaryu.com」検討会
6月	5～6日 7日 12日 23日	産業団体への地域商社設立趣旨説明 旅行会社プロモーション（JTB トラベルゲート有楽町・新宿） 着地型旅行ツアーガイド講習 着地型旅行ツアー「MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー」モニター
7月	4日 17日 18日	着地型旅行ツアー 安全講習 食・流通の専門家との現地視察・庁内会議 第1回地域商社設立準備会
8月	8日 13日 20日	地域商社事務局会議 札幌市×エコチル「環境広場」出展 地域商社企画会議
9月	6日 11日	道内百貨店との商談会 地域商社企画会議
10月	7日 15～16日 29日	地域商社企画会議 ブランド・ストーリーに関するワークショップ 特産品開発に向けた農協訪問、試作品に関する協議、加工場視察 地域商社事務局会議
11月	4日 20日 22日	恐竜化石を活かしたまちづくりワークショップ (株)タカラトミー訪問 全日本デパートメントストアーズ開発機構 プレゼンテーション 第2回地域商社設立準備会
12月	19日	着地型プログラム商品造成ワークショップ
1月	16日 22～23日	地域商社事務局会議 ライツ・マネジメント勉強会 町の美味しい野菜を使った料理講習会（特産品・メニュー開発）

5 主な成果

a ライツ・マネジメントの手法に基づく、ライツ開発と運用手法の検討

「むかわ竜」「カムイサウルス・ジャポニクス」が商標登録をされたことを受け、企業とのアライアンスによる収益化を目指し、コンテンツビジネスに関する知見を有する(株)博報堂の堀越健二氏を招いて、勉強会を行った。具体的な事例を交えながら、事業展開の可能性や実際に運用する際に必要なライセンス契約書やフォーマットに関して、アドバイスを受けた。

b 恐竜を核とした着地型ツアーの展開（継続）

恐竜ワールドの世界観を具現化するために、エンターテインメント性を高めて開発したツアー商品「MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー」を昨年度に引き続き実施した。満足度向上に向けた取組として、ガイドスキル向上のための講習とリスクを想定した安全講習を実施した。また、本番を想定したモニターツアーには、町の小学生が参加し、地域の宝に気づくきっかけとなった。

参加者は、前年を100名上回る271名となった。本番のツアーの満足度は、大変満足が63%、満足が37%で、ツアーの域内調達率を高めたことによる、経済波及効果は通常時の2.8倍となった。

c 滞在時間延長のための新たな体験プログラムの企画・開発

来訪者の町内周遊を促進し、地域の魅力を更に伝えるために、農業体験や自然体験等のプログラムづくりに関するワークショップを行った。参加者からは川遊びや鵠川河口での野鳥観察、収穫体験等幅広い意見が出され、今後のプログラムづくりにつながる内容となった。



地元小学生参加のモニターツアー



町全体を「恐竜博物館」と見立てた体験プログラム企画

d 来訪者の消費額や満足度を高めるための特産品・食メニューの開発

地域資源を活用した産業振興の一環として、町内の主要農産品であるカボチャとトマトの試作品の開発を行った。

食や流通の専門家である村上由紀氏をアドバイザーに迎え、鵠川農協・とまこまい広域農協と連携を図りながら体制面について協議を行った。

また、町内での特産品開発に関する機運を醸成するために、「むかわ町の美味しい野菜をつかった料理講習会」を2日間実施し、加工品づくりに興味のある町民や高校生が数多く参加した。



農協との打合せ



カボチャを使った試作品



加工品づくり講習会

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

e むかわ竜を核とした町のブランドストーリーづくり

地域商社への参画や連携に関心を持っている地域の事業者と具体的な事業を検討する地域商社企画会議を開催した。地域商社企画会議の中で実施した地域ブランドのワークショップでは、全国の事例を学んだうえで、「町として消費者に届けたいメッセージは何か」という理念についての議論を深めた。

f 事業推進主体（地域商社）形成に向けた町民参画の促進

町内の地域資源を活用して一次産業の付加価値化を図るための母体として、まちづくり組織（地域商社）を立ち上げるために、地域産業団体と連携して地域商社設立準備会を発足した。地域産業団体からは、地域の特産品を恐竜と絡めることによってブランド価値を上げていきたいという意見があげられた。

g 恐竜化石研究者等によるワークショップ

恐竜・化石の産業的・経済的価値を活かしたビジネス創出のアイデアを得るためのワークショップを実施した。恐竜先進国のモンゴルを例に、国際的な関係づくりが示唆され、むかわ竜の観光資源としての価値が再認識された。

h 地域資源の価値を PR するプロモーションツールの開発とプロモーション

「恐竜博2019（来場実績：678,977人）」に合わせたホームページをリリースし、重点ターゲットである恐竜の関心層に向けて、プロモーションを行った。ホームページから着地型ツアーを申し込めるようにしたため、閲覧者が町へ来訪することにつながった。認知⇒検索⇒購買という購買行動に合わせたプロモーションを行ったことで、費用対効果を高めることができた。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

3つの事業の柱を通して、将来地域商社が発足した際に、複数の収益事業がスムーズに展開できるように事業設計を行った。企業連携や特産品の販売等、事業の素地ができた一方で、実際のビジネス展開にあたっては、地域内の役割分担や各種許可申請等の準備が必要である。令和2年度は、翌年度に設立を目指す地域商社への移行期間として位置づけ、スケジュールを逆算しながら取組を進め、持続的なまちづくりに資する事業活動につながるよう、3年間の集大成となる一年としたい。

7 外部専門家コメント



“恐竜時代の記憶が眠る場所” 地域の宝を 価値に変えるまちづくりへの挑戦

株式会社 JTB 法人事業本部

北海道事業部 中 川 晶 子

●事業概要

国内初の恐竜全身骨格化石「むかわ竜」が発見されたむかわ町。「世紀の発見！」として全国的に認知度が高まる中、古生物化石の価値を活かし、地域産業への好循環を生み出すことを目的としたまちづくり「むかわ町恐竜ワールド構想」を推進しています。

平成30年に発生した北海道胆振東部地震では、震度6強の地震に見舞われ甚大な被害を受けましたが、7200万年の時を超えて現在に姿を現した「むかわ竜」をシンボルとし、復興に寄与する取組にしようと地域の産業団体と連携を密にして事業を進めています。町では、持続的なまちづくりを推進する組織として地域商社の立ち上げを予定しており、今年度は、知的財産権の運用や特産品の開発等、地域商社のビジネスモデルに直結するように事業を進めてきました。

●全国から訪れるむかわファンに向けた特産品づくり

「むかわ竜」が生きていた時代へタイムスリップし「むかわ竜」発見現場で化石の発掘体験をする体験プログラム「MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー」は今年も全国各地から大勢の参加がありました。「このツアーを子供に体験してほしいと頑張って休みをとった」と話してくれた看護師のお母さんのコメントは印象的でした。一方、農業・漁業が盛んな町では、原料出荷が中心で、観光客に向けた特産品がないという課題がありました。そこで主力産品であるトマトとカボチャを使った加工品づくりに取り組みました。食べる人の顔を思い描きながら、どの品種にどの砂糖が合うのか、冷やした時の風味の違いなどを比べました。農家のお母さん方や農協職員、地元の高校生が一緒になって真剣に取り組み、加工品づくりの面白さに気づききっかけとなったと感じています。実際に販売するとなると許可申請や流通チャネル等、検討が必要なことは多いですが、役割分担や体制等を話し合いながら、訪れる人に食の豊かさを伝えられればと思っています。

●町のブランド・ストーリーを大切にしたいまちづくりに向けて

特産品を開発するにあたって、農協職員や役場職員から農業の取組について何度もお話いただきました。古生物化石が見つかるかつて海の地層で育つ野菜はミネラルが豊富なこと、人と環境にやさしい農業を掲げて、独自の基準を設けて減農薬の野菜を作ったり、冬に積もった雪を活用して野菜の保存を行っていること等、持続可能性が求められる現在に大きな価値を持っていると感じます。事業を通じて数多くの取組を行っていますが、地域が大切にしている理念が取組を通じて伝えられるよう務めていきたいと思っています。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-5 岩手県陸前高田市「ALL 陸前高田で目指す～交流人口拡大に向けた『三陸観光ゲートウェイ』構築事業～」

事業概要

総事業費	10,173千円
助成申請額	6,751千円
外部専門家	百瀬 旬 ほか3名（有限責任監査法人トーマツ） 萩野 正和（株式会社 connel）

自治体概要

人口	19,201人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面積	231.94km ²
人口密度	82.78人/km ²
標準財政規模	6,652,218千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数	0.31（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率	93.6%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室	地域振興部 観光交流課

取組概要

事業開始時点

- 全市的な観光施策協議の場はあるが、実働していない
- 開設予定の「道の駅高田松原」に関する具体的な検討が始まっていない
- アウトバウンドに意欲のある市内生産者等はあるが、実際の取組は行われていない

外部専門家による支援

- 推進協議会との連携支援
- 「道の駅 高田松原」の優位性調査
- 「道の駅 高田松原」と隣接する公共空間の活用方策の検討、ワークショップの開催
- 観光コンテンツの検討、テスト販売の実施
- 市内生産者等へのアウトバウンドに関するヒアリング・定期的な情報発信

事業終了時点（成果）

- 推進協議会における協議の開始（予定）
- 「道の駅高田松原」を起点とした三陸ゲートウェイ構想の地域間での共有
- 観光コンテンツの造成
- 市内事業者のアウトバウンドへの機運醸成



市内観光コンテンツの視察
（カキ養殖業者）



「道の駅 高田松原」
現場視察



「道の駅 高田松原」
物販コーナー

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

2018年、2019年で実施した地域再生マネージャー事業の成果として、観光事業者を中心に得たマーケットイン発想の視点や観光に関する意識が地域で醸成されたことが挙げられる。

さらには「道の駅高田松原」が開設され、外部専門家を交えた空間利活用の徹底議論や来場者情報の蓄積・活用により、同施設が市内の観光拠点として開設後も順当に来場者数を伸ばしている。

一方で、地域の課題としてハード整備中心だった復興事業の収束に伴う地域経済の縮小があり、その解決策の一つとして、地域の観光拠点となった道の駅を起点にした施策が有効であると判断し、本事業を設計した。

2021年までに開設される復興祈念公園、農業テーマパークなどとの域内交流、域内動線の効率化を視野に入れ、地域商流のヒト・モノ・カネ・情報が集積する道の駅を起点とした域内活性化により、滞留時間の向上、地域経済の向上に期待している。

また、今年度の課題であった「推進協議会」の発足も2019年度内（2020年3月）に見込めることから、観光コンテンツや食ブランドに関する十分な議論の場として組み込む方針である。

今回申請の業務の遂行により、震災から10年の節目を前に地域経済の自走に向けた展開につなげたく、継続的な連携により内情をよく知る外部専門家の活用が必要と判断し申請に至る。

b 事業の目的

申請する事業は、2019年度3月に公表される「陸前高田市交流人口拡大戦略」の具体的なアクションに連動するもので、地域事業者の協働により、地域資源を活用して「モノ・コト」の商品を創出し、道の駅を拠点として、地域事業者が利益を生み、市内経済を循環させる好循環を構築するとともに、地域資源を活用した経済循環システムを被災地から発信することで、陸前高田市の復興からの打開策に寄与するものと捉えている。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2

事業実施内容

a 推進協議会との連携

昨年度、「交流人口拡大戦略」の策定を目指し、本市全体の魅力・ブランド化を図るべく市内の観光関連団体・企業などで構成した「陸前高田市交流人口拡大戦略策定会議」を開催した。今年度は本会議の構成団体を推進協議会とし、統一的な観光誘客事業を進める。

b 「道の駅」のブランディング施策支援

施設オープン後に一定期間実施する調査事項の要件整理を行う（来場者、周遊経路、物販状況、消費額などを想定）。収集したデータの分析、他地域事例などから課題を抽出。次年度以降、道の駅が「6次産業化のコア施設」、「三陸の観光ゲートウェイ」になるための課題に対する解決策を協議、「道の駅を中心とした地域商圏」の数字目標を定めるなど、外部専門家のサポートを受けながら戦略立案する。

- ・ 道の駅の優位性調査（地域の生産者等関係者へのヒアリング、顧客特性やニーズ調査把握のためのアンケート調査の設計・実施）
- ・ 観光コンテンツの造成、テスト販売の計画・実施
- ・ 道の駅と隣接する公共空間の活用方策の検討（内装デザインの検討、ワークショップの開催）

c 地域の「食」ブランド

「道の駅高田松原」に出店する個人、産直、漁協、海外販路を求める地元産品提供企業への働きかけを行い、ALL 陸前高田で目指す「Takata 食 Brand」の構想案に着手。今後取り組む「道の駅高田松原」での商品開発や、販売、アウトバウンド施策にも活かし、地域が誇る観光商材、特産品のパッケージ化を目指す。

d シンガポール市場調査

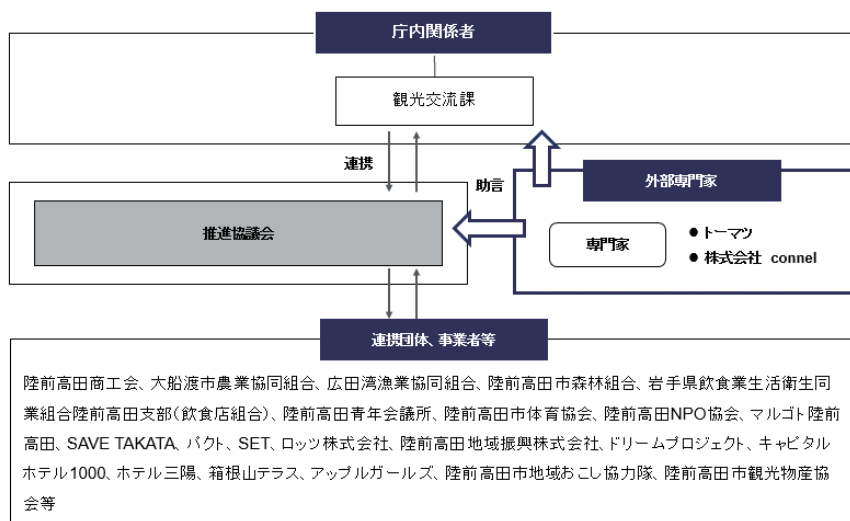
地域産品（米、日本酒、醤油など）の販路拡大の可能性を調査した。本調査に協力意向を示している地元企業に調査結果を共有し、具体的な障壁や課題について整理した。官民連携で打開策、アクションプランを立てる。

- ・ 地域の生産者等関係者へのヒアリング
- ・ アウトバウンドに関する定期的な情報発信

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

<市町村の役割>

庁内においては、観光交流課が中心となり、民間事業者との協力を強め、本事業の推進を図るものとする。庁内体制では、交流人口拡大施策「地域資源を生かした観光振興を進める」という基本目標の実現のため、①新たな観光資源の活用 ②観光施設の整備 ③観光情報の発信 ④宿泊施設等の整備 ⑤既存観光資源のブラッシュアップ、という各項目について民間事業者と協働で推進している。

b 外部専門家の役割

■有限責任監査法人トーマツ

本事業の全体コーディネート・企画・PMO 機能と「道の駅」のブランディング施策支援を担当。

■株式会社 connel

本事業では、「道の駅」のブランディング施策支援における、道の駅と隣接公共空間の活用方策の検討を担当。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

4

事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
6月	17日	本事業キックオフミーティング
7月	8日	観光カウンターに関する協議及び全体の進捗確認
	11日	現地視察（道の駅高田松原、アムウェイハウス）、道の駅高田松原の開業に向けた協議
	12日	市内観光コンテンツの視察（陸前高田市市内各所）、シンガポール市場調査に関する協議
	23日	次回現地訪問及び道の駅高田松原に関する協議
	25日	市内関係者との顔合わせ（一般社団法人マルゴト陸前高田）
	26日	市内関係者との顔合わせ（特定非営利活動法人 LAMP）、道の駅高田松原の開業に向けた協議及び現地視察（道の駅陸前高田）、観光カウンターに関する協議、シンガポール市場調査に関する協議
8月	2日	観光カウンターに関する協議
	9日	事業全体の進捗共有
	28日	観光カウンターに関する協議、市内関係者との顔合わせ（15マツダファーム）、市内関係者との顔合わせ（市内生産者）、「道の駅」空間活用に関する協議
	29日	事業全体の進捗共有、「道の駅」空間活用に関する協議
	30日	シンガポール市場調査に関する市内事業者訪問（酔仙酒造株式会社）
9月	27日	今後のブランディングに関する協議
10月	4日	道の駅開業後の状況及び今後の検討に関する協議、観光コンテンツに関する協議（NPO 法人 LAMP・15マツダファーム）
	8日	「道の駅」空間活用方策に関する協議、シンガポール市場調査に関する市内事業者訪問（酔仙酒造株式会社）
	16日	道の駅ブランディング施策支援業務の進捗共有、観光コンテンツに関する協議（NPO 法人 LAMP・15マツダファーム）、「道の駅」空間活用に関する現地視察（道の駅陸前高田）
	17日	「道の駅」空間活用に関する協議
11月	6日	道の駅ブランディング施策支援業務の進捗共有、観光コンテンツに関する協議（陸前高田市観光物産協会）
	18日	事業全体の進捗確認
12月	3日	シンガポール市場調査に関する市内事業者訪問（酔仙酒造株式会社）
		「道の駅」空間活用に関するワークショップ
	4日	「道の駅」空間活用に関する協議
	24日	観光コンテンツに関する協議（陸前高田市観光物産協会、NPO 法人 LAMP、15マツダファーム）
1月	20日	観光コンテンツに関する協議（陸前高田市観光物産協会、NPO 法人 LAMP、15マツダファーム）
	28日	事業全体の進捗確認
2月	13日	観光コンテンツに関する協議（陸前高田市観光物産協会、NPO 法人 LAMP、15マツダファーム）
	25日	観光コンテンツに関する協議（陸前高田市観光物産協会、NPO 法人 LAMP、15マツダファーム）

5 主な成果

a 推進協議会との連携

今年度内には当初予定どおり「道の駅高田松原」を基点とした三陸ゲートウェイ構想について、推進協議会での協議を開始する予定である。

b 「道の駅」のブランディング施策支援

事業前半は道の駅の優位性調査と道の駅と隣接公共空間の活用方策の検討を中心に取り組んだ。優位性調査では、地域の第一次産業の生産者等関係者へのヒアリングを通じて、道の駅の外部環境や内部環境の優位性を把握するとともに、顧客特性やニーズ調査のためのアンケートの設計及びアンケートの試験的な導入を実施した。また空間活用においては、道の駅オープンに向けて来訪者の滞在性・利用動線を鑑みた内装デザインを検討した。

新たな観光コンテンツの造成及びテスト販売の実施計画を地域の人材と作成し、令和2年3月2日からのテスト販売実施を決定したことが成果として挙げられる。また開業後の観光カウンター及び道の駅での情報提供についての課題が明確化され、陸前高田市内の観光が認知されていないことに対する対応策を地域と共有した。

上記の対応策として、観光コンテンツのテスト販売について、チラシ及び道の駅でのポップ等からHPへの誘導を開始した。道の駅の空間活用事業に掲げる道の駅に隣接する公共用地の利活用方策について検討するにあたり、市内回遊の起点に位置付けられる道の駅が9月に開業するため、まずはオープンに向けた施設屋内の内装デザインに関する実務的協議を実施できたことが成果として挙げられる。道の駅がオープンしてから、実際に施設運営・来訪者の受け入れの実績を踏まえ、隣接公共空間と道の駅施設を一体的に捉えた空間利活用方策の検討を行った。

c 地域の「食」ブランド

事業前半は、道の駅の開設及びブランディングにより重点を置き活動したため、地域の「食」ブランド事業に関しては事業後半において活動を展開する方針である。事業後半では、市内の第一次産業生産者や、道の駅の出店者と協議を行い、外部目線での商品の棚卸を実施する。その結果を踏まえ、個々の商品としてではなく、「陸前高田」の商品として売り出すために商品陳列等の販売方法の見直しを行い、地域の商品としてのブランド価値向上を目指す。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

d シンガポール市場調査

事業前半は協議を通じて、市内産品のシンガポール展開に向けたマイルストーンを設定した。また昨年度事業でアウトバウンドに関するヒアリングを実施した市内事業者を中心に、シンガポール市場やアウトバウンドに関する定期的な情報発信（レポート形式）を行い、8月に市内事業者を訪問し初回の情報発信を実施した。

事業後半では、引き続き市内事業者への情報発信を行い、アウトバウンドに向けた課題解決や機運醸成に寄与する。陸前高田には産品は食品や飲料が多いため、今後の情報発信のコンテンツは日本食に焦点を当て、国外における日本食の潮流や、シンガポールの輸入に関する制度、マーケットの状況等を中心に情報発信を行った。また一方的な情報発信に陥らないように、市内事業者の方と積極的にコミュニケーションをとり、市内事業者のニーズや状況に即した情報を提供できるように留意した。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

①「道の駅のブランディング」、②「シンガポールへの販路拡大」という2つの軸による持続的な発展のためには以下の課題が考えられる。

道の駅に関しては、道の駅の運営を通して各主体が感じる課題を定期的に共有し、道の駅全体としてどのように対応していくかの対話の機会を継続的に設定することが極めて重要である。また、ブランドアイデンティティ（屋内店舗意匠、広報媒体、イベント等）によるトータルマネジメントのルールを構築し、来訪者に対して一貫した道の駅サービスが提供できるような対応も求められる。

また観光コンテンツを磨き上げるとともに、コンテンツの数を増やして、通年で陸前高田市内の周遊を生むことも必要である。この課題に対して、まず、今年度発掘した2つの観光コンテンツ（スマート農業によるいちご狩り、米崎リングの農作業体験）についてテスト販売を行い、実際に参加者の評価をいただき、さらにオペレーションの実行を図ることで、付加価値の高い商品に磨き上げていく。

次に地域全体の課題として、自走化があげられる。今後は、外部協力者とともに、商品の発掘・磨き上げ・販売の実行・プロモーションなどを観光物産協会が主体的に執り行えるよう、ノウハウの移転を図っていく。なお、現状では、各観光コンテンツの販売額の1割を観光物産協会の収入とすることを想定しており、これらの売上が次の商品発掘やプロモーションにつながっていくエコシステムを形成することを目指している。

最後に対外的な課題として、観光客に対する陸前高田市の観光の認知度向上があげられる。この課題に対しては、道の駅等での周知の拡大とともに、陸前高田市の強みの一つである「民泊」ホストへのプロモーションを行うこととしている。さらに、観光物産協会のホームページの改修や、団体旅行対策として旅行会社へのプロモーションを想定している。

7 外部専門家コメント



「道の駅高田松原 三陸の観光ゲートウェイ構想」で観光復興を目指す

有限責任監査法人トーマツ

パブリックセクター マネジャー 百瀬 旬

●地域の抱える課題と課題解決に対するアプローチ

2018年度事業で得られた成果として、マーケットイン発想に基づく観光商品造成の実践を通じ、観光事業者を中心に、地域内で連携し、稼ぐことの意識醸成が挙げられる。

一方、ハード整備中心だった復興事業の収束に伴う地域経済の縮小が表面化しており、その解決策の一つとして、観光需要の強化を掲げ、新設される「道の駅」を観光拠点とする「道の駅高田松原、三陸ゲートウェイ構想」を立案、域内商流の集積地として、域内活性を牽引する「道の駅」になるよう本事業を設計した。また、地域事業者に加え1次生産者も本事業の対象とすることで、地域として稼げる All 陸前高田への取り組みへと変容を図った。

●取り組みを通じて得られた成果

1. 「道の駅」のブランディング施策支援

①空間の利活用：施設内の滞在性、快適性向上を図るため屋内空間及び屋外空間の活用について市、施設指定管理会社と協議を重ね具体的なプランを作成し反映した。

(屋内空間：内装デザイン、動線計画、各種什器の配置プラン等)

(屋外空間：屋内開口部またはエントランス隣接のスペース活用等)

②「道の駅」の環境分析・優位性調査：来館者の属性、ニーズ調査、観光カウンターにおける相談内容の収集を実施し、その結果を基に市、観光物産協会、施設指定管理会社と共有、協議を行った。結果、「道の駅」のコンセプトを観光中心の域内経済振興及び交流人口拡大の窓口と定め、改めて「ゲートウェイ」というコンセプトを関係者で共有し、ビジネススキームの設定を行った。

③道の駅出店者の協議機会の創出：出店者を対象に施設オープン後の現場の課題感をワークショップ形式で共有して頂く。これにより改善点の明確化、連携した解決方法の抽出に繋がる他、これを機に関係者による継続協議の場が創出された。

2. 「道の駅」発ショートツアーの造成支援

特産の「米崎リンゴ」やスマート農業を進めるイチゴ農家といった一次生産者とタイアップし、地域が誇る「Takata 食 Brand」を活用した観光コンテンツを造成した。今年度モニター販売を開始し、受け入れの経験値を高め、来年度以降は「道の駅」観光カウンターでの情報提供、販売促進策によるプロモーションといった域内連携、役割分担の課題も見えており、商品の磨き上げ、仕組みづくりを継続的に追求していく予定である。

3. シンガポール市場調査支援

市内事業者へのヒアリングを通じ、抱える課題を把握し、その解決の一助となるようシンガポール市場に関する調査レポートを発行した。訪問持参により、事業者とのコミュニケーションツールとして、またアウトバウンドへの意識醸成に寄与するものとなった。

今後は、市から公表を予定している「陸前高田市交流人口拡大戦略」の指針と接続することで、市内がつながることはもちろん、観光需要創出に湧く三陸エリアのゲートウェイとして震災から10年を迎える陸前高田市の観光による復興に寄与したいと考える。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-6 群馬県館林市「文化 Connect たてばやし ～食文化をつなぐ 人をつなぐ 未来をつなぐ～」

事業概要

総事業費	5,000千円
助成申請額	3,300千円
外部専門家	関根 祐貴・朽尾 圭亮（株式会社船井総合研究所）

自治体概要

人	口	76,254人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面	積	60.97km ²
人	口	密度 1,250.68人/km ²
標準財政規模		16,040,843千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数		0.84（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率		97.3%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室		経済部 商工課

取組概要

事業開始時点

- うどん団体による「百年小麦」「百年饅頭」の誕生
- 菓子団体の一部店舗による「百年小麦」の試作開始とうどん団体との連携開始
- ラーメン店の組織がない
- 「百年小麦」を使用した商品の多様化が図れていない
- 「百年小麦」の知名度を上げるツールの不足

外部専門家による支援

- 「百年小麦」を核とした粉食文化の創造に向けた提案
- 「百年小麦」ブランド化の実行体制の組織づくりの支援
- 委員会運営による「たてら」プロジェクトメンバーへの刺激
- 新商品開発の提案とゴールの設定・お披露目会の実施
- 下敷き作製・配付、検定の作製・実施の提案と作製支援

事業終了時点（成果）

- 事業計画の策定と目標設定
- 「百年小麦」ブランド化委員会の組織化
- ラーメン店主催「たてら倶楽部」の組織化
- うどんに加え和洋菓子、ラーメンの新商品が誕生
- 下敷きの完成と配付
- 検定（初級編）の完成と実施



麺のまち「うどんの里館林」振興によって、2017年「百年小麦」と「百年饅頭」が誕生。
2017.9.30読売新聞



菓子部会が開発した和菓子を委員会メンバーで試食。意見交換によって商品の磨き上げを目指す。



たてばやし「百年小麦」ブランド商品お披露目会2019開催。会場に並べられた商品は女性に好評。

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

平成30年度に実施されたふるさと財団の短期診断により、館林市は「とても魅力的でポテンシャルはあるが、何かが足りない」状態にあり、「本来の館林ブランドは、豊かな水源としての沼辺文化をベースとした自然、歴史、食、芸術、暮らしといった素材とそれに関わる人財を含めた地域文化の集合体であるべき」、「今後は文化をつなげた館林ブランドの構築が重要となる」と評価され、これに基づき「食文化をつなぐ」、「体験観光をつなぐ」、「ビジョンをつなぐ」という観点から具体的な行動計画を策定した。

当時、館林市には「麺のまち『うどんの里館林』振興会」が中心となって誕生させた食のブランド小麦「百年小麦」とその小麦粉を30%以上使用した「百年饅頭」のブランディングを始めたところであった。また、うどんに加えて「らーめんのまち館林」を推進するプロジェクトを立ち上げ「たてばやしでおいしいラーメンを食べること」を「たてラ」と表現して、ブランディングを検討していた。しかしながら、ブランディングを進める過程で、数々の課題に直面した。

短期診断後、「百年小麦」、「百年饅頭」、「たてラ」のブランド化に向けた具体的提案を地域住民が主体となって自立的に活動し、一步一步ステップアップしながら、「百年小麦」の他業種展開の兆しが見えてきた。この機運を醸成し、「百年小麦」、「百年饅頭」、「たてラ」という食のブランドをつなぐ館林ブランドを構築するために、地域再生マネージャーを活用した「文化Connect たてばやし～食文化をつなぐ 人をつなぐ 未来をつなぐ～」事業を実施した。

b 事業の目的

① 食文化をつなぐ

小麦の粉食文化の継承と食育によるシビックプライドの醸成により、転出者の抑制とUターン者及び定住者の増加を目指す。

② 人をつなぐ

小麦粉や麺の食のブランド「百年小麦」、「百年饅頭」、「たてラ」に関わる人財や小麦に関わる新たな人財をつなぎ、多様な主体の連携によって、たてばやしの地域ブランディングを推進する組織をつくる。

③ 未来をつなぐ

「百年小麦」、「百年饅頭」、「たてラ」を軸とした“たてばやしの食のブランド”を発信することにより、「食いたい」、「訪れたい」、「交流したい」、「住みたい」という欲求を館林市まち・ひと・しごと創生総合戦略中の他施策と併せて継続することによって段階的に引き上げる。観光客増、交流人口増、関係人口増、移住定住人口増といった人口流入を促進し、人口減少社会に対応した持続可能な地域づくりを目指す。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2 事業実施内容

a 実行体制強化

実行主体である小麦粉を使用する製造、販売業者をとりまとめ、「百年小麦」ブランド化委員会を組織し、JA、東洋大学、館林商工高校等地域内主体と連携した。

b 事業計画の検討・策定

「百年小麦会」では、ビジョンの設定、ブランディング戦略のPDCAサイクルの構築、事業計画を作成した。

c 粉食文化の共有

粉食文化にふれ、理解を深める事業を地域内で実施した。

- ・出前授業（一般向け）2回、出前授業（学生向け）1回
- ・食育事業（保育園児向け）保育園2園、食育事業（新成人向け）成人式400食
- ・下敷き「百年小麦博士シート」の作製配付（市内小学校全児童約4,000人）
- ・「百年小麦」検定（初級編）作製、実施、「百年小麦」のぼり旗の作製

d 新商品開発に係わる調査・研究

うどん、菓子、ラーメンの各部会で「百年小麦」の新商品を開発した。新商品は、麦まつり「百年小麦」コーナーでテストマーケティングを行い、関係者並びにマスコミに向けた「お披露目会」で発表し試食会を開催した。

e 情報発信

百年小麦の情報を発信するために、ホームページを作成。また、児童に配付する下敷きにQRコードを掲載して、ホームページの閲覧に誘導する仕掛けづくりを行った。うどん、ラーメン部会の既存のSNSと連携し、常に新しい情報を発信している。

f イベント出展

館林の粉食文化を地域内外に広め、多くの人に体験してもらうために、館林市産業祭「麦まつり」ブースや「全国ご当地うどんサミット」などのイベントに出展した。

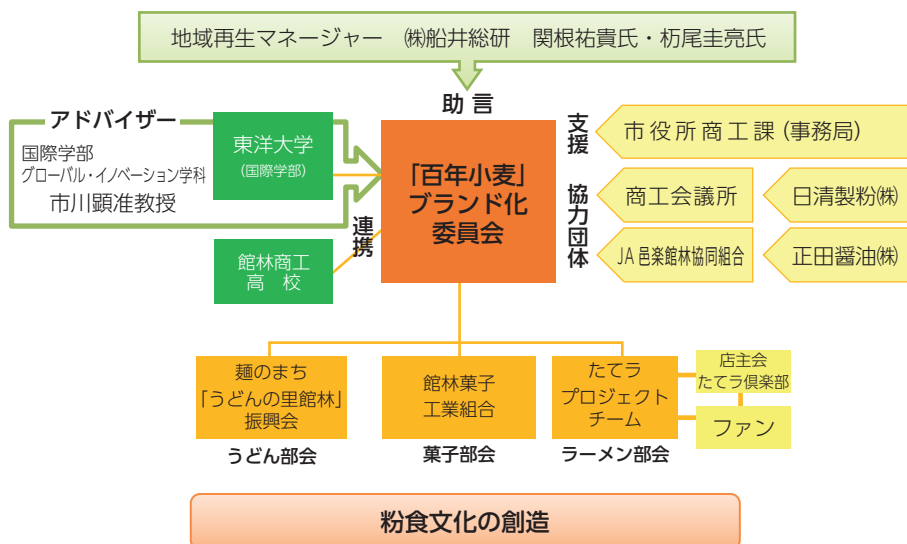
g 交流人口の拡大

全国ご当地うどんサミット出場や百年小麦の新商品お披露目会の開催をプレスリリースすることで、地域外の人々の「食べたい」「訪れたい」欲求をより高めた。また、既存のうどん、ラーメンのマップを戦略的に近郊の道の駅に配付した。

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

本事業は「百年小麦」ブランド化委員会が実施主体となって事業を推進する。同委員会は、館林市を中心に小麦粉を使用する製造、販売業者等の3団体（麺のまち「うどんの里館林」振興会、館林菓子工業組合、「ラーメンのまち館林」推進プロジェクトチーム）で構成され、JA、商工会議所、日清製粉（株）、正田醤油（株）が協力団体となる。

b 外部専門家の役割

外部専門家である（株）船井総研の朽尾圭亮氏と関根祐貴氏は、「百年小麦」ブランド化実行委員会が企画する各種施策の全体計画についての進捗管理と指導、及び個々の施策の効果を上げるためのノウハウ提供を行う。

またアドバイザーとして迎え入れた東洋大学国際学部グローバル・イノベーション学科の市川顕准教授は、本事業の方向性等につき、グローバルかつアカデミックな視点から助言を行った。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

4

事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
4月	16日 16～30日	キックオフミーティング①（地域再生マネージャー×事務局） 関係団体との調整開始
5月	28～29日	ミーティング② 年度計画決定、「百年小麦」ブランド化委員会設立準備
6月	18日 19日 28日	食育事業（うどん部会）館林市立長良保育園 ミーティング③ 委員会準備会議開催 第1回「百年小麦」ブランド化委員会開催（委員会組織立ち上げ） アドバイザー委嘱の検討、委員会結果と次回タスク共有 出前授業（うどん部会）一般向け、六郷公民館
7月	22日 23日	第2回「百年小麦」ブランド化委員会開催 お披露目会、下敷き開発、麦まつり「百年小麦」コーナー検討 ミーティング④ 委員会結果と次回タスク共有、日本遺産情報の共有
8月	5日	東洋大学国際学部市川ゼミとの連携事業 第3回「百年小麦」ブランド化委員会開催、ミーティング⑤ 出前授業（うどん部会）学生向け
9月	2日 2日以降	第4回「百年小麦」ブランド化委員会開催、ミーティング⑥ 商品開発（菓子、下敷き）、イベント展開（麦まつり、お披露目会） 菓子部門商品開発開始
10月	15日	第5回「百年小麦」ブランド化委員会開催、ミーティング⑦ 商品開発（菓子、下敷き、検定）、イベント展開（麦まつり、お披露目会）
11月	1日 16～17日 17日	第6回「百年小麦」ブランド化委員会開催、ミーティング⑧ 全国ご当地うどんサミット in 熊谷出場（うどん部会） 館林市産業祭「麦まつり」ブース「百年小麦」コーナー出展
12月	4日 10日	たてばやし「百年小麦」ブランド商品お披露目会開催、ミーティング⑨ 食育事業（うどん部会）私立ももの木保育園
1月	12日 28日	成人式で「百年饅頭」を新成人へ提供（400食）うどん部会 ミーティング⑩
2月	9日 13日 13～20日	菓子部会（館林和菓子マイスターの会）日本遺産認定イベント実施 第6回「百年小麦」ブランド化委員会開催 本年度事業のまとめ（課題の把握）、来年度計画の策定（戦略の修正） ホームページ始動 市内小学校全児童に向けて下敷き（「百年小麦博士」シート）配付

5 主な成果

a 実行体制強化

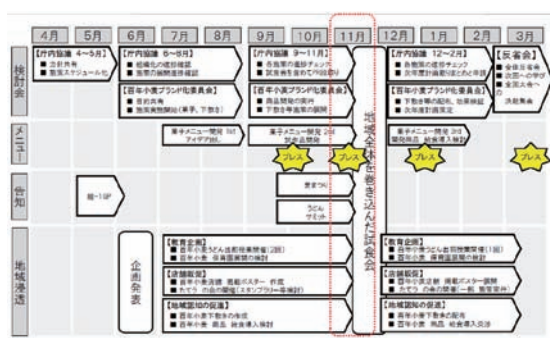
うどん、菓子、ラーメンの団体が参画する「百年小麦」ブランド化委員会を組織化。実行体制はJA、東洋大学、館林商工高校等地域内主体で構築。更にラーメン部会の店主会「たてラ倶楽部」が立ち上がり、実行体制の強化が実現。外部専門家のアドバイスにより、「百年小麦」ブランド化委員会にアカデミックな知見とグローバルな視点を取り入れるため、東洋大学国際学部市川顕准教授をアドバイザーとして迎え、目指すべき方向性について広い視野で描くことができた。



上毛新聞 2019.8.6記事

b 事業計画の検討・策定

委員会で次の事業計画を検討、策定し、計画通りに事業を進めることができた。



年度	ゴール	主力事業
2019年度	百年小麦ブランド構築に向けた環境整備の推進	1. 【全体】百年小麦ブランド化委員会の組織化・メンバーの選定と組織化 2. 【地域】百年小麦商品の開発と試食・試飲 3. 【企業】百年小麦商品の開発と試食・試飲 4. 【企業】百年小麦商品の開発と試食・試飲
2020年度	百年小麦ブランド発信に向けたテストマーケティング	1. 【全体】百年小麦ブランド化委員会の発展・組織体制の構築 2. 【地域】百年小麦商品の開発と試食・試飲 3. 【企業】百年小麦商品の開発と試食・試飲 4. 【企業】百年小麦商品の開発と試食・試飲
2021年度	百年小麦ブランドの持続的発展に向けて仕組みづくり	1. 【全体】百年小麦ブランド化委員会の発展・組織体制の構築 2. 【地域】百年小麦商品の開発と試食・試飲 3. 【企業】百年小麦商品の開発と試食・試飲 4. 【企業】百年小麦商品の開発と試食・試飲

c 粉食文化の共有

うどん部会が従前から実施していた出前授業や食育事業のほかに、下敷き「百年小麦博士シート」を作成し市内小学校全児童へ配付、「百年小麦」検定（初級編）の作成と麦まつり「百年小麦」学習ブースでの実施により、地域内での粉食文化の浸透が実現。

d 新商品開発に係る調査・研究

館林市産業祭「麦まつり」コーナーでは和菓子6店とラーメン1店、麺のまち「うどんの里館林」振興会による百年小麦を使用した商品のテストマーケティングを実施。各商品とも好評であり、この成功体験は、和菓子店の店主の自信につながり、新商品開発の集大成イベント「たてばやし『百年小麦』ブランド商品お披露目会2019」では、更に新たな和菓子が開発された。また、「百年小麦」の風味を最大限に生かした「つけ麺」も開発された。うどん部会は、全国ご当地うどん



お披露目会で新商品を発表

サミット in 熊谷でグランプリを獲得した「上州牛の炙り釜玉」を市内で初披露し、16種類の新商品が並び、お披露目会は成功に終わった。その後も、うどん部会の店舗によって、ティータイムに「百年パンケーキ」が販売されるなど、商品の多様化が進んでいる。

e 情報発信

百年小麦に関する情報を発信するために、ホームページを作成し、配付する下敷きに QR コードを掲載。東洋大学国際学部グローバル・イノベーション学科市川ゼミの学生と連携して、市長の懇談会やまち歩き、「百年小麦」のうどん打ち体験を通じて、学生目線と多言語による SNS 発信を行い、世界に向けて情報を届けた。

f イベント出展

館林市産業祭「麦まつり」コーナーにブースを出展し「百年小麦」を周知。うどん部会は、「全国ご当地うどんサミット in 熊谷」に出場し、百年小麦100%の百年饅頭「上州牛の炙り釜玉」でグランプリを獲得。

g 交流人口の拡大

うどん部会の「全国ご当地うどんサミット」グランプリ獲得や百年小麦の新商品お披露目会の開催がメディアで報じられ、交流人口の拡大に貢献した。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

今後は、更なる地域内の浸透を目指して、学校給食の導入を関係者と協議し、コスト面等の課題を解決しながら、実現できるよう取り組んでいきたい。

1 【全体】百年小麦ブランド化委員会の発展

- ① 会議体の運営実施
- ② 共通ブランド訴求のためのイベント本格化（新麦まつり開催等）

2 【商業】百年小麦商品の打ち出し

- ① 各種商品の統一マーケティングツール（チラシ等）の実装
- ② 各種アワードへの応募

3 【文化・社会】給食導入への挑戦

- ① 給食への百年小麦商品の導入
- ② 導入と同時に出前授業の実施

特に次年度は、「2」についてのツールの充実と各種外部機関を活用したブランド化を対外的に行うとともに、「3」の地域内部におけるブランド化を図るための給食導入への試験的な試みを重点的に行う。

7 外部専門家コメント



100年後も続く特産物にしたい多様な主体で 取り組む地産小麦ブランディングプロジェクト

株式会社船井総合研究所 関根 祐 貴

●事業概要

群馬県館林市は群馬県東部に位置する市であり、市の北部を流れる渡良瀬川と邑楽（おうら）郡の南を流れる利根川に囲まれた肥沃な大地を持ちます。古くから穀物の栽培が盛んで、中でも小麦の栽培が多くみられます。

本事業では邑楽館林産100%の小麦で製粉した「百年小麦」という小麦のブランディングを通じ、館林市がもともと持つ「見る」「食べる」「遊ぶ」のポテンシャルを活かしながら、日本遺産に登録された館林市の豊かな沼辺文化との融合を図ることを目指しています。

●「百年小麦」の魅力をどのように伝えていくか

百年小麦の小麦粉はモチモチとした食感が一番の特徴です。百年小麦のブランディングを始めるにあたり、百年小麦に関わる人々が一丸となって、百年小麦を様々な人に味わってもらいおいしさを知ってもらう取り組みを進めることが必要でした。しかし百年小麦の関係者はうどん専門店、ラーメン店、菓子店、製粉会社、しょうゆ醸造会社、JA、行政など多岐に渡るものの、全員が一堂に会し百年小麦のブランディングを推進する協議体はありませんでした。

このような状況を打開するため百年小麦のブランディングを行う協議体「百年小麦ブランド化委員会」の設立を行いました。団体の垣根を超えた百年小麦の共通ブランディング体制を整えることで、地域イベント参加、商品開発、広域メディア露出など様々な企画を行うことが可能になりました。

●2019年の成果と2020年に向けて

①産業祭（麦祭り）ブース出展

百年小麦商品（うどん、和菓子）を実売し完売しました。また百年小麦検定では認定合格の粗品が品切れになるほど盛況でした。

②百年小麦お披露目会の開催

館林市長、商工会議所、鉄道会社等の来賓を招き百年小麦商品のお披露目会を開催しました。地域新聞や地元TV局にも大きく取り上げられ百年小麦の認知度向上を図ることができました。

③小麦博士下敷きの作成と配布

教育委員会と連携し地元の小学生約4,000名に小麦の情報を集めた「百年小麦博士シート」という下敷きを配布しました。小麦文化の後世への伝承、また2020年に実施する百年小麦給食導入の下地になりました。

今後ブランド化委員会は行政の力を借りない自走体制となることを目指しています。そのためには組織を扇動できる役者の登場と運転資金が必要ですが、2019年度の各企画が大きな成果を挙げたことで、ブランド化委員会内の各部会でそれぞれ中心人物・リーダーとなる人物が出始めていることが大きな収穫と言えます。

一方で各主体が百年小麦により稼ぐことができる体制とはなっておらずブランド化委員会の完全自走まではまだ道半ばにあると言えます。2020年度は商品開発と商品価格の向上から百年小麦が収益化できる構造で自走を促しながらも、より大きくブランディングが展開できるよう支援していきたいと考えています。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-7 新潟県阿賀町「もり“あが”ろうプロジェクト ～阿賀町の『栗』『くるみ』で盛り上がりよう～」

事業概要

総事業費	10,600千円
助成申請額	6,753千円
外部専門家	畦地 履正（株式会社四万十ドラマ 代表取締役） 近藤 航（株式会社エガイト） 伊藤 直弥（一般社団法人栗のなりわい総合研究社 代表理事）

自治体概要

人	□	11,080人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面	積	952.89km ²
人	□	密度 11.63人/km ²
標準財政規模		8,319,808千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数		0.19（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率		92.2%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室		まちづくり観光課

取組概要

事業開始時点

- 地域商品の開発
- 地域商社（協議会）の設立
- 遊休栗園の活用

外部専門家による支援

- 商品開発のワークショップ
- 地域商品のデザイン
- 地域商社のトータルデザイン
- 遊休栗園の整備

事業終了時点（成果）

- 地域商品の完成
- 地域商社（協議会）の設立
- 遊休栗園の再生



阿賀栗・鬼ぐるみの活用



ワークショップの開催



完成した地域商品

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

阿賀町は新潟県の東部に位置し、県都新潟市から東へ磐越自動車道で約40分、一般国道49号では約60分で町の中心部に到達する距離にあり、町の東側は福島県の県境と接している。町の中央を阿賀野川とその支流の常浪川が流れ、周辺は急峻な山岳地帯に囲まれており、北に大きく飯豊山塊が広がり、北西には越後山脈が南北に走っている。この2つの火山系山々の間に位置していることから良質な温泉が豊富で、町内には8つの温泉地があるほか、毎年1万人以上が来場する「つがわ狐の嫁入行列」をはじめとした、四季を通じた観光基盤が整備されている。

このような美しい自然環境に恵まれている阿賀町だが、高齢化率は新潟県内で最も高く、また人口流出による人口減少が進んでいる。町外や県外との交流人口の増加による町の活性化を図りたいところだが、観光誘客のアイテムとなる特産品については、個々の取組はあるものの、この雄大な自然が生み出す地域資源を効果的に活用出来ていない。このような状況から、特産品開発に向けた生産者から販売者までの連携が必要であるとともに地元産品を見直し、地産地消の拡大を図りながら町内外に情報を発信させる必要があることから、平成30年度地域再生マネージャー事業により、地域資源である「栗」や「鬼ぐるみ」の生産者、1.5次加工者、販売者が集結し、「もり“あが”ろうプロジェクト」として、商品開発や地域商社の設立について検討を重ねた。

b 事業の目的

この度発足した「もり“あが”ろうプロジェクト」により、阿賀町の「栗」「鬼ぐるみ」を使った特産品開発やブランド化、プロジェクトの参加者から組織する地域商社を設立させることにより、地域内連携と町内外への情報発信や商品の販売を目指す。しかし、商品の量産化に向けてさらなる園地の整備や生産・供給体制の確立と施設整備、全国販売を展開するための販路開拓が必要である。さらに、栗や鬼ぐるみをベースに地域の歴史や伝統、地域食材や郷土料理等を取り入れながら、時代に合わせた商品の開発により「地域文化の伝承と振興」に寄与することも目的とする。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2

事業実施内容

a 運営体制の強化

平成30年度事業により、生産者・加工者・販売者・行政機関を参集し「もり“あが”ろうプロジェクト」として動きだした。ワークショップにおいて地域資源を掘り起こし、その資源を活用した地域商品の開発に向けて、生産から販売までに関わる参加者の連携を強化した。また、商品の販売や地域の宣伝を行う「阿賀町地域商社もりあがろう商会」の設立に向けて、プロジェクトリーダーである柳沼陽介氏（元阿賀町地域おこし協力隊：福島県郡山市出身）を中心に、外部専門家の指導のもとトータルデザインや販路開拓などについて参加者と意見交換を行い理解を深めた。

b 商品開発の企画

阿賀町の「くるみ」「味噌」「米」を使い、郷土料理『たんぼ焼き』の商品化に向けて、タレとなる「くるみ味噌」のレシピ作りと、家庭でも手軽に食べられる調理方法や適当サイズの検討を重ねた。「くるみ味噌」のレシピ作りは、地元のお母さん方から指導をいただき、ワークショップにおいて参加者に試作品を食していただいた。そして、阿賀町のイベントに出店し、町内外の方々に試作品の試験販売等を繰り返し「山のめしたんぼ焼き」が完成した。また、新潟市内の就労支援福祉施設と連携した鬼ぐるみの「むきみ」、奥阿賀コンビリーでは鬼ぐるみにドライフルーツ等を加えた「グラノーラ」、室谷青年会は地域内の栗を使用した「渋皮煮」の開発に取り組み、商品が完成した。

c 販路拡大

首都圏で特色ある地域産品や無農薬・健康食品を取り扱う店舗の紹介や、取り扱う上での条件や客層について外部専門家から指導をいただいた。また、月刊雑誌「dancyu」での阿賀町産鬼ぐるみの掲載、全国の町村のグルメや物産が集結する「町イチ！村イチ！」における販売、地域の販売者とバイヤーが顔を合わせる「あしもと逸品会議」において、鬼ぐるみ商品をPRすることができた。

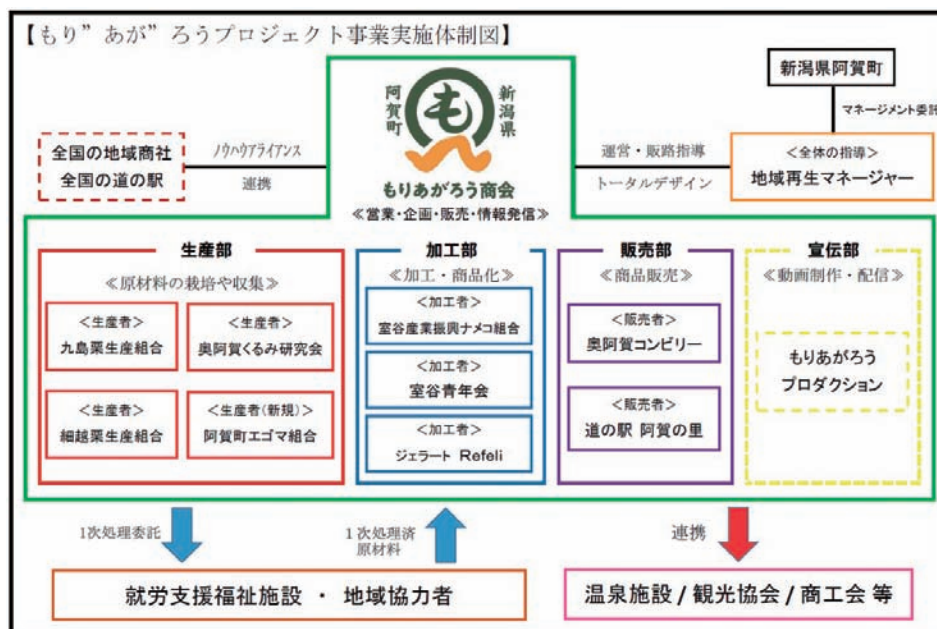
d 新植・栽培指導

「無農薬」「低樹高」による良質な栗の栽培モデルになれるよう、外部専門家の指導の元、肥料等を使つての土壌改良や新植作業を実施した。また、栗の選果技術の研修を先進地の岐阜県恵那市で行ったほか、約10年間休園状態にあった町内の観光栗園において「カットバック」や「剪定作業」を行い、原材料の拡充に向け整備を行った。

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

町内の各団体等で「阿賀町地域商社もりのあがろう商会（協議会）」を組織し、組織内に設けた「生産部」「加工部」「販売部」が連携を図り、地域資源の生産、商品の開発、製造、販売までを行う。今後は、地域外のような団体とノウハウを共有・コラボレーションする「ノウハウアライアンス」や、阿賀町の生産者をはじめとした地域商品に携わる人々を題材に動画制作を行う「もりのあがろうプロダクション」の設立を目指す。

b 外部専門家の役割

(株)四万十ドラマ 畦地 履正

- ・「もり“あが”ろうプロジェクト」のワークショップの運営と統括、地域商品のデザインや地域商社のトータルデザインの指導、販路開拓の指導

(一社)栗のなりわい総合研究社 伊藤 直弥

- ・既存栗園の整備指導や遊休園地の再生による原材料の拡充に向けての技術指導

(株)エガイテ 近藤 航

- ・くるみの安定供給に向けた農福連携による体制づくりについて指導

4

事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
4月	9日 14～15日	鬼ぐるみ料理の講習会（商品開発に向けた郷土料理の研修） 栗の新植及び剪定指導（良質な原材料確保に向けた栽培指導）
5月	3日 15日 22～28日	地域商品候補「郷土料理『たんぼ焼き』」のPR活動（つがわ狐の嫁入り行列での振る舞い） 第1回ワークショップ（昨年度の振り返り・商品開発の方向性） 鬼ぐるみ・エゴマのPR活動（東京日本橋三越での催事販売）
6月	9日 25日 27～30日	地域商品候補「郷土料理『たんぼ焼き』」「栗の渋皮煮」のPR活動（七福の里祭りでの販売とPR活動） 第2回ワークショップ（商品候補の試作・試食と意見交換） 地域資源「エゴマ」「米」のPR活動（高知県蔦屋書店での催事販売）
7月	28日	SLばんえつ物語号お出迎えセレモニー（栗・鬼ぐるみ・エゴマのPR活動と試作品の振る舞い）
8月	26日 31日	第3回ワークショップ（地域商社のトータルデザインと試作と試食） 栗の選果技術研修（先進地の岐阜県恵那市においての研修）
9月	1日 18日	栗の選果技術研修（先進地の岐阜県恵那市においての研修） 栗の皮むき講習会（地域住民を対象に講習会の開催と協力者募集）
10月	8～9日 12日 21日 25日	雑誌「dancyu」の取材対応（連載「食の絶滅危惧種」の取材） 商品候補「郷土料理『たんぼ焼き』」「栗の渋皮煮」のPR活動（室谷おもっしえぞ祭りでの販売とPR活動） 第4回ワークショップ（令和元年の振り返りと令和2年の目標設定） 就労支援福祉施設との交流会（鬼ぐるみ園地・販売店の視察：阿賀町）
11月	17日 22～24日 30日	商品候補「郷土料理『たんぼ焼き』」「栗の渋皮煮」のPR活動（上川そば祭りでの販売とPR活動） 栗の栽培指導（カットバック・剪定作業の指導） 栗・鬼ぐるみ商品の試験販売（町イチ！村イチ！2019）
12月	3日 18日	地域商社もりあがろう商会役員会議（次年度の取組方針 他） 商談会への参加（あしもと逸品会議：東京都）
2月 3月	27～29日 1日	栗・鬼ぐるみ商品のPR活動（東京 表参道・新潟館ネスパス）

5 主な成果

a 運営体制の強化

「もりあがろうプロジェクト」として計5回のワークショップ(うち1回は地域商社の役員会議)の開催や、各種イベントに参加してのPR活動を行うことにより、参加者同士の連携の強化が図れたとともに、商品の販売や地域を宣伝する地域商社の設立に向け、コンセプトやトータルデザインの検討を行い「地域商社もりあがろう商会」を設立することができた。



ワークショップの様子



地域商社もりあがろう商会のトータルデザイン

b 商品開発の企画

「もりあがろうプロジェクト」のコンセプトに沿って検討を重ね、地域資源の「栗」「鬼ぐるみ」と地域食材や地域色を取り入れた地域商品とデザインが完成した。



栗そのものを楽しむ「渋皮煮」



鬼ぐるみを用いた「グラノーラ」

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

c 販路拡大

高知県鳶屋書店における催事出店をはじめ、東京日本橋三越、町イチ！村イチ！での商品の販売やPR活動に加え、東京都で開催された「あしもと逸品会議」では、地域商品のプレゼンテーションを行うとともに商談会に参加し、各業界のバイヤーの方々にPRすることができた。



町イチ！村イチ！2019

d 新植・栽培指導

「無農薬」「低樹高」栽培による良質な栗をブランド化できるように、休耕地の土壌改良から取り組み新植作業を実施した。さらに、約10年間の休園状態だった当麻観光栗園において、土壌改良、カットバック、剪定作業を行い原材料の拡充が図れるように整備を実施した。



新植・栽培指導の様子

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

地域の資源を見つめ直すことにより、阿賀町の栗、鬼ぐるみに光を当て、資源を育てる人、資源を加工する人、商品を販売する人が集結し「もりあがろうプロジェクト」が立ち上がった。今年度は地域商品の開発や商品デザインの完成により、組織内の連携強化を図ることができた。さらに、地域商品の販売や宣伝活動の主体となる地域商社「もりあがろう商会」を設立することができた。今後は販売力や宣伝力を強化する必要がある。その為には、商品に携わる地域住民や阿賀町のイメージを伝えられるプロモーション動画を制作し、動画サイト等で配信することにより町や商品の宣伝を実施する。また、地域資源や阿賀町を体験してもらう「体験プログラム」を構築し、観光誘客による地域の活性化を図る。そして、既存栗園の品質向上と生産量の増加を図るため、剪定作業や新植活動に取り組むこととし、さらに、遊休栗園の再生による原材料の拡充を図る。また、鬼ぐるみの新植による園地の拡大や町民に広く収穫の協力を求めることにより、ビジネスの創出や地域の活性化につながるよう取り組む。

7 外部専門家コメント



「もりあがろうプロジェクト」から「もりあがろう商会」へ 地域内産業連携と地域資源を活用したビジネス 創出事業

株式会社四万十ドラマ 代表取締役 畦 地 履 正

●事業概要

新潟県阿賀町は、新潟県東部にあり周辺は急峻な山岳地帯で、農林業の兼業が主であり、近年稲作事業が伸びている。自然の中で育てられた製品のほとんどが自家消費され、農業者の所得向上に繋がる生産性のある商品が少ない。今回そういった背景の中で、地域産品の有効活用を目的とした組織づくり、地域産品の品質と生産性の向上、地域商品の開発とビジネスの創出を目的とした事業を行うこととなった。

●阿賀町の抱える課題及びそれに対するアプローチ

阿賀町の商品や観光アイデアを行う前に、歴史、文化や地域食材、郷土料理、自然のことを、地元の方と一緒に「知る」ことから地域の抱える課題の抽出を行った。その中で、歴史文化を調べると、明治時代にイギリスの旅行家イザベラバードが阿賀町へ来ていることや、地域食材では米を利用した糍や、くるみ、えごま、栗といった特産品があること、郷土料理ではたんば焼き、自然では温泉や川下りといったものを利用した取り組みがあるが、それらを利用した商品開発はほとんど進んでいないのが現状であった。

そのような中であって昨年度は、トータル的な取り組みからコンセプトを見出し、「もりあがろうプロジェクト」と題して、ワークショップの開催や地域資源の発掘、そしてそれらを活用した商品開発を行うこととなった。専門家では、デザイナー坂東真奈氏を迎え、トータルデザインの企画及び地域資源を活用した商品アイデア等の提案を行い、全体プロデュースを(株)四万十ドラマが行った。

そして、今年度は昨年度提案した商品の磨き上げを行うとともに、「売る」ことを学ぶ機会として、共同印刷の内田美和氏を講師として販売戦略のセミナーを開催した。内田氏からは、都会向けの販売戦略についての提案を行っていただいた。また、合わせて引き続き、商品開発のワークショップを開催し試食会を行い、また販路開拓の「催事販売」「商談会」に参加するための研修も合わせて行った。

●取り組みを通じて得られた成果

事業の中核を担う地域商社「もりあがろう商会」の立ち上げ準備（法人化を検討）を地域の生産者や加工事業者と行った。栽培、加工や販売で連携する仕組みをこの地域商社が担い、地域課題解決の第一歩となった。その中でも、鬼胡桃の苗を植えようという動きが生産者側からあった。現在1t程度の生産量が今後需要が高くなると予想され、こういった栽培の取り組みは六次化産業の柱になってくる。こういう動きを大切に、他の作物も波及していく体制が整えば良いと思う。

今年度の商品開発は、トータルデザインが完成し、それらを活かした売り場作りもできるようになった。「たんば焼き」「クルミ味噌」「鬼胡桃グラノーラ」を試作等研究を行い、デザインも含めて完成した。

また、販路拡大においては、「あしもと逸品会議」（代表畦地履正）と連携し、日本橋三越の催事販売、そして百貨店や高級スーパー、カタログ販売会社等15社との商談会にも参加し、販路拡大を行った。

●今後の方向性

来年度は、地域商社体制を整え、商品カタログ製作やSNS情報発信のほか、地元生産団体と連携を深め、年間事業計画も作成し、定期的に販路拡大を行っていく。また、「もりあがろうプロジェクト」から「もりあがろう商会」へ、協議会的なものから具体的に「売る」仕組みとなる組織「地域商社・もりあがろう商会」が誕生した。地域商社が、今後、阿賀町の課題解決の一躍を担うことを期待する。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-8 福井県若狭町 「WAKASA！チャレンジプロジェクト」

事業概要

総事業費	6,355千円
助成申請額	4,200千円
外部専門家	時岡 壮太（株式会社デキタ 代表取締役） 金光さくら（株式会社デキタ）

自治体概要

人	□	14,988人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面	積	178.49km ²
人	□	密度 83.97人/km ²
標準財政規模		6,084,206千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数		0.34（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率		89.8%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室		政策推進課

取組概要

事業開始時点

- 若者の減少（雇用のミスマッチによる若者の町外流出）
- 若者の活躍の機会の不足
- 少子高齢化、人口減少による地域衰退の危機
- 若狭を代表する歴史的資源・観光スポットである、重要伝統的建造物群保存地区「熊川宿」における空き家の増加

外部専門家による支援

- 町内若手事業者を中心としたプラットフォーム組成支援
- 先進地事例調査、視察、講演会の開催
- 空き施設を活用した新規ビジネス・社会実験の相談支援（施設の選定、施設所有者対応、開発に必要な改修内容の整理、改修に向けた体制構築サポートなど）

事業終了時点（成果）

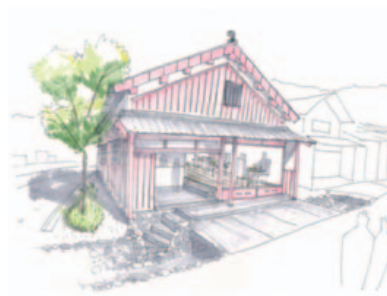
- 町内若手事業者プラットフォームの形成
- 町内居住者と若狭出身の都市居住者や町内起業関係者とのネットワーク構築
- 空き家を活用した社会実験の実践（ポップアップショップ等）
- プラットフォームメンバーを主体とした「熊川宿」の空き家を活用した2件の新規事業の立ち上げ、誘致活動、受け入れ体制の整備



重要伝統的建造物群保存地区
「熊川宿」



町内若手事業者中心の
プラットフォーム組成



プラットフォームメンバー主体の
空き家活用新規事業の立ち上げ

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

福井県若狭町は福井県の嶺南地方（南西部）に位置する人口15,264人（平成27年国勢調査）、面積178.65km²の町である。平成17年3月31日に「三方郡三方町」と「遠敷郡上中町」が合併し、「三方上中郡若狭町」が発足した。

まちを代表する資源としては、重要伝統的建造物群保存地区「熊川宿」をはじめとする歴史的資源、ラムサール条約登録湿地「三方五湖」、全国名水百選「瓜割の滝」などの環境的資源が挙げられる。また、平成26年に舞鶴若狭自動車道が開通し、平成30年に「三方五湖スマートインターチェンジ」が完成し、令和4年に予定されている北陸新幹線の敦賀開業などの交通網の整備も進み、今後は観光スポットとしての期待も大きい。

しかし、少子高齢化や人口減少、空き家の増加などによる、地域の衰退も危惧されている。社会減の大きな要因となっている20代の若者の流出に歯止めをかけることが喫緊の課題である。若者（次世代）の定住を促進するためには、町全体で若者社会を応援する気風づくりが重要であり、若者が生きがいを持って働く環境づくりが重要になってくる。そこで、空き家をテーマに、若者の視点やアイデアで地域の再生を図る仕組みづくりに取り組み、若者自らがノウハウを学び、起業等に繋げることを地域社会が支援し、若者が“チャレンジ”、“起業”できる町のイメージをプロモートしていくことに取り組むことになった。

b 事業の目的

平成27年10月に策定した若狭町総合戦略において、基本目標Ⅰに「次世代の定住を促進する」として、「若者の雇用を充実する」「若者の地元定住を促進する」といった施策を設定しており、その細施策の中でも、起業支援や若者の活動を支援することを位置付けている。本事業は、総合戦略を達成するための施策であり、効率的また効果的、加速的に地方創生を推進するためのものであることから、そのコンセプトは、若者が活躍する社会環境の整備のみならず、ビジネス創出、地域経済の活性化に繋がるものである。

昨年度は、高齢化が進んでいる熊川宿の空き家の利活用をテーマとし、まずは母体となる体制づくりと若者の意識醸成に努めた。町内若手事業者を中心としたプラットフォームを組成の上、空き家を活用し、かつ農業に関連したビジネスを創出する取り組みを進めてきた。新たな起業による店舗の開発として、カフェ、農家レストランを熊川宿に開発するため、外部専門家とプラットフォームが中心となって検討を行った。

今年度においては、カフェ、農家レストランの実現に向けての取り組み、プラットフォームメンバーによる、起業に関わる経験からのノウハウの蓄積を中心に行い、この事業の創出を通じ、町内若手事業者の連携、新規事業創出の機運を高め、「チャレンジができるまち」「若手事業者が元気の町」というメッセージ発信に繋げることを目的とした。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2 事業実施内容

a プラットフォームの充実、拡大

プラットフォームの議論を活発化させるため、メンバー追加・役割の追加などの強化を図るとともに、若狭の食材を使用した食のイベントを行うなど、取り組みの充実を図る。

b プラットフォームメンバーの育成

地域の特性や移住者による新たなビジネス創出の事例を視察し、地域住民と移住者が一体となった地域振興、地域の経済循環などについて学ぶことで、プラットフォームメンバーの育成を図る。

c 空き家を活用した事業の経営モデルの検討

地元農事法人が、空き家を活用した飲食店を開業するため、資金調達やマーケティングなど、設立から運営にかかる、事業の具体的なロードマップの作成、ビジネスモデルの検討を行う。

d 空き屋の利活用検討

熊川宿内にある「街道シェアオフィス&スペース菱屋」の空きスペースを地元工務店の棟梁の指導のもと、開店店舗のテラス席をDIYワークショップにて施工する。また、農業レストランの事業化に向けて、シェフの募集方法の検討や公募チラシの作成を行う。

e 新規ビジネス立ち上げ

新規ビジネスの立ち上げの一環として、若狭町で展開可能な体験型モニターツアーを実施し、これを踏まえて、熊川宿にオープンした古民家宿泊施設の宿泊者を対象とした農業体験事業を開始する。

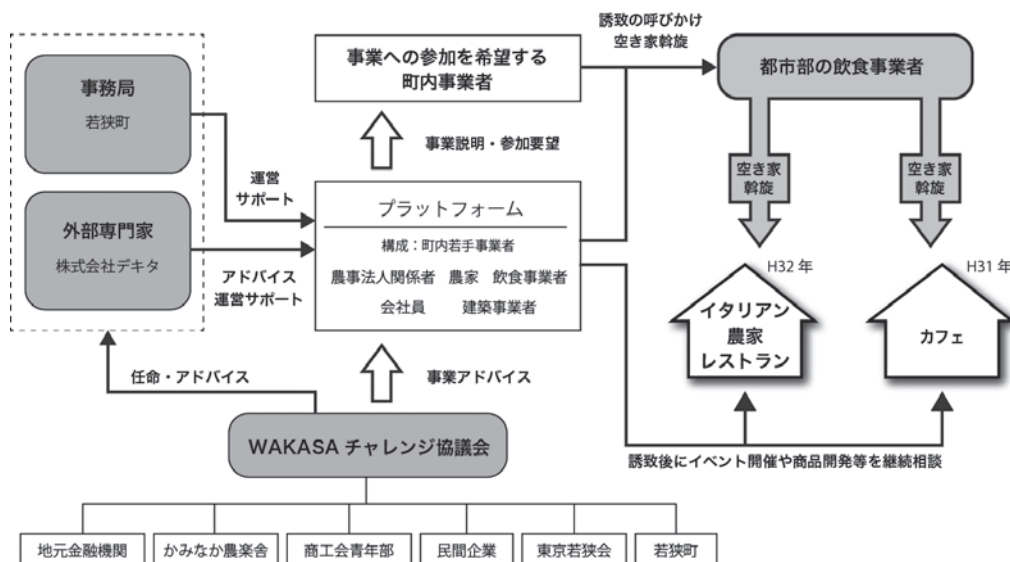
また、地産地消型農家レストランの実現に向けて、店舗利用可能空き家の調査を地元まちづくり団体とともに実施する。

さらに、新たなプラットフォームメンバーを中心に、既存空き店舗の活用を目指し、チャレンジミーティングや試験イベントを実施し、来場者への空きスペース活用についてのヒアリングを実施する。

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

産官学金で構成する「WAKASA チャレンジ協議会」を母体として、町内若手事業者を中心とした「プラットフォーム」において新規事業の検討等を行う。

b 外部専門家の役割

外部専門家は、プラットフォームの形成・メンバー選考等への助言指導（空き施設を活用した新規ビジネスの相談支援、プラットフォーム会議のサポート、類似事例の整理・共有）、研究会開催・プログラム開発、テーマ設定に対する助言指導（マネジメント等の指導、講師の選定、視察候補先の選定アドバイス）、空き施設の利活用・空き施設の選定（新規事業開発における空き施設の選定、施設所有者対応、開発に必要な改修内容の整理、改修に向けた体制構築サポート）を行う。

4

事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
4月	22日	行政・事務局・専門家会議
5月	9日 21日	行政・事務局・専門家会議 プラットフォームメンバー会議
6月	5日 5日 20日	行政・事務局・専門家会議 農業体験事業打ち合わせ プラットフォームメンバー会議
7月	1日 1日 24日 24日 24日	行政・事務局・専門家会議 プラットフォームメンバー会議 農業体験事業打ち合わせ 町内飲食事業者ヒアリング① 行政・事務局・専門家会議
8月	9日 9日 8～10日 11日 12日 12日 19日	行政・事務局・専門家会議 プラットフォームメンバー会議 空き家活用ワークショップ実施 農業体験事業モニターツアー① 町内飲食事業者ヒアリング② 行政・事務局・専門家会議 行政・事務局・専門家会議
9月	2日 12日 14日 16日 16日 19日 26日	プラットフォームメンバー会議 熊川宿チャレンジミーティング 農業体験事業モニターツアー② 行政・事務局・専門家会議 プラットフォームメンバー会議 プラットフォームメンバー会議（三方チーム） 農業体験事業モニターツアー③
10月	2日 10日 13日 20日 23日 28日 31日	プラットフォームメンバー会議 プラットフォームメンバー会議 空き家活用サポート対応（SOL'S COFFEE） プラットフォームメンバー会議 プラットフォームメンバー会議（三方チーム） プラットフォームメンバー会議（三方チーム） 行政・事務局・専門家会議（チラシ検討会議）
11月	8日 18日 20日	行政・事務局・専門家会議（チラシ検討会議） プラットフォームメンバー会議 福井県知事懇談会へ参加
12月	6日 26日	行政・事務局・専門家会議（チラシ検討会議） プラットフォームメンバー会議
1月	10日 12日 15日 18日 19日 24日 27日 29日	行政・事務局・専門家会議 プラットフォームメンバー会議 先進地視察（京都府綾部市） 行政・事務局・専門家会議 空き家活用サポート対応（レピア空き区画でのイベント実施） 空き家活用サポート対応（熊川宿忍者道場） マネージャー報告会 行政・事務局・専門家会議

5 主な成果

a プラットフォームの強化と交流促進

地域外の事業者との交流がプラットフォームを構成する地元事業者のいい刺激となり、空き家活用の検討や、農業体験事業の検討が大きく進んだ。10月にオープンした SOL'S COFFEE を核にこれまで地元事業者が関わることの少なかった熊川宿のまちづくりに地元事業者が参画するきっかけをつくることができた。

熊川宿での動きを受けて、三方エリアでも若手事業者による検討がスタートし、1月にショッピングセンター「レピア」において空き区画を利用したイベントを開催することができた。



プラットフォーム会議

b 空き家活用事例の創出①

東京都墨田区よりコーヒー専門店 SOL'S COFFEE が熊川宿に出店をした。プラットフォームとの交流によって若狭町での事業に具体的イメージを持つことができたことが出店の最終判断をする上で大きくプラスに働いた。

出店に向けたクラウドファンディングの実施などにもプラットフォームを構成する地元事業者が返礼品を担当するなど、開業準備を地域が支える関係を作れた。

また活用した空き家のオープンスペースにレンガ敷の屋外客席スペースを、プラットフォームメンバーである地元大工の指導のもと、関係者が参加するワークショップで施工することができた。

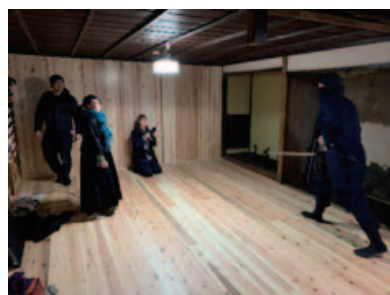


施設改修の様子

c 空き家活用事例の創出②

三方エリアにあるショッピングセンター「レピア」の空き区画において、新しくプラットフォームに参加したメンバーが、地域住民が参加しやすい「健康」をテーマにしたイベントを開催した。

チャレンジプロジェクトの取り組みなどに触発され、熊川宿の空き店舗を活用した、忍者道場「忍道 蜻蛉館」実現へ向けて、プラットフォームメンバーも参加して事業化まで取り組んだ。



忍者道場

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

d 空き家利活用に向けた機運向上

外部から若狭町に出店した SOL'S COFFEE のコメント等も掲載した、空き家活用者募集のチラシを作成することができた。チラシは今後 U I ターンのイベントでの配布や関連する施設への設置を予定している。



募集チラシ

e 農業体験事業の立ち上げ

プラットフォームメンバーである農事法人を中心に、熊川宿の宿泊施設利用者向けの農業体験を検討し、プログラム化した。現在宿泊施設利用者を中心にプログラムが運用されており、高評価を受けている。

6 持続的发展へ向けた課題、今後の取り組み

熊川宿での SOL'S COFFEE の出店や、宿泊施設のオープン、また農事法人と連携した体験事業を開始したことによって、熊川宿への出店希望の声が聞かれるようになった。これまであまり熊川宿に関わりのなかった地元事業者が、商売が可能な場所として熊川宿に注目をしはじめている。

今後はこれらの新規出店の希望にどのように対応していくかが課題となってくる。これまでは熊川宿のまちづくりを牽引してきた若狭町熊川宿まちづくり特別委員会が空き家利活用の声に対応してきたが、今後は新規出店者同士の顔合わせの機会づくりや、地域団体への参加方法の案内なども含め、対応方法を検討していく必要がある。

若手事業者が中心となったプラットフォームメンバーが熊川宿に出入りするようになり、町内外の若手人材が熊川宿に来る機会が増えている。これらの人材が熊川宿であたらしいチャレンジができるように、手軽に出店できるマルシェのようなイベントを開催するなど、関わるキッカケづくりが求められている。

今年度途中よりスタートした三方エリアでの取り組みを一過性に終わらせないよう、「レピア」等でのイベントを継続していく必要がある。

7 外部専門家コメント

若狭熊川宿が地域の若手事業者の
あつまる場所に

株式会社デキタ 代表取締役 時 岡 壮 太

●事業の概要

若狭町は、京都と小浜をつなぐ交通の道「鯖街道」が通る福井県嶺南地域にある。嶺南地域は関西圏からの交通利便性がよく、自然環境や歴史的資源にも恵まれ、インバウンド等観光客向け産業の活性化が期待されるエリアである。熊川宿は若狭町の南西部に位置し、平成7年に重要伝統的建造物群保存地区に選定された福井県を代表する歴史的資源である。

町と地域団体が連携し長年にわたって地域活性化に取り組んできた熊川宿であるが、近年は空き家の増加や、地域団体役員の高齢化など地域課題が顕在化してきていた。一方で、空き家を活用したシェアオフィス「街道シェアオフィス&スペース菱屋」(2018年4月)がオープンし、コーヒー専門店「SOL'S COFFEE」(2019年10月)が出店してくるなど、ここ数年でまちづくりの新しい担い手が参入してきている。また外部からの参入に促されるように、熊川宿内の木彫店が空き家を借り上げ「忍者道場蜻蛉館」をオープンさせるなど、地元事業者による空き家活用にも萌芽が見られる。

今年度の事業は、昨年度に引き続いて地元若手事業者のプラットフォーム(会議体)を中心に、熊川宿で進む民間事業への参画・協同事業の立ち上げ、民間事業者の開業支援を行うことで、本業の売り上げ獲得や新規事業創出を行うことを目的とした。具体的には、空き家を活用したイベントの開催、空き家を活用した飲食店誘致、農業に関連した新規事業の立ち上げを事業内容とし、結果を残すことができた。外部専門家派遣事業は2年目であり今年度が最終年度となった。

●事業成果

熊川宿はこれまで官民あげて古民家保存に努め、大きな成果を上げてきた。しかしその成果は一方で、商売をやる場所じゃない、若手が入りにくい、観光客がまちあるきに来る場所、といった事業者に参入の二の足を踏ませてしまう側面もあった。プラットフォームの取り組みや、最近の古民家活用の大きな成果は、事業そのものの成果に止まらず、嶺南地域の事業者や一般来街者の熊川宿へのイメージを変化させたことにある。若い人がいろいろ取り組んでいる場所、オシャレな店ができた場所、外から事業者が来ている場所、といった新しいイメージは近隣事業者の興味を引くとともに、これまで少なかった近隣住民の来街を増やしている。空き家を探している、熊川宿での事業について話を聞かせてほしい、といった問い合わせも増えてきている。

多主体が関わるまちづくりが成果を出すには時間がかかる。今回の事業で生まれた流れを止めることなく、小さなまちづくりの渦を大きな渦に広げる動きが求められている。すでに熊川宿に関わり始めているプラットフォームメンバーが継続してまちづくりに参加できるよう引き続きサポートをしていく。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-9 長野県中川村「荒廃森林を地域通貨で輝く資源に ～地域おこしの新しい可能性を探る～」

事業概要

総事業費	2,204千円
助成申請額	1,400千円
外部専門家	丹羽 健司（特定非営利活動法人 地域再生機構 木の駅アドバイザー）

自治体概要

人口	4,932人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面積	77.05km ²
人口密度	64.01人/km ²
標準財政規模	2,372,612千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数	0.22（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率	78.8%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室	振興課 耕地林務係

取組概要

事業開始時点

- 林地残材の放置
- 荒廃した森林の拡大
- 小規模商店の衰退
- 地域の過疎化の進行
- エネルギー利益の域内流出

外部専門家による支援

- 木の駅事業の立ち上げ
- 木の駅実行委員会の組織化
- 小規模商店主との連携
- 高齢者の生きがいの場
- エネルギーの地域内循環

事業終了時点（成果）

- 実行委員会の円滑運営と拡大
- 住民への木の駅事業周知
- 地域通貨による商店活性化
- 山への関心の高揚
- 聞き書き本作成発刊
- 住民自治による事業運営



林地残材



木の駅実行委員会



住民参加型安全講習

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

中川村は長野県伊那谷の中央に位置し、村の中心を天竜川が流れている。人口約5,000人1,600戸、リンゴ・梨・柿など果樹栽培が盛んで、河岸段丘に広がる花々と中央アルプス、南アルプスが同時に一望できる「日本で最も美しい村」連合加盟の村である。

森林が村内の77%を占める中川村では、近年の山林所有者の無関心や、鳥獣害などの課題解決のため、荒廃した森林を地域資源として活用し、地域内への資源循環が図れる仕組み作りを模索してきた。また、地域の小規模商店は近隣の大規模店により衰退の危機にある。地域に根ざした商店の活性化も喫緊の課題である。

中川村は移住者が比較的多くなっている。そのいわばヨソモノと地元民が居場所と出番をつくりながら「自立した経済、地域資源の活用」を実現し「美しい村」を目指そうとしている。

b 事業の目的

木の駅事業による荒廃森林の整備、地域通貨の活用による商店活性化、雇用の促進、木質バイオマス活用によるエネルギーの地域内自給率向上、未来を担う子どもたちへの森林環境教育や木育の促進を目的とする。そのために村内一丸となった実行委員会を発足して自治的な事業展開を図る。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2 事業実施内容

a 木の駅実行委員会

地域資源の有効活用を図る木の駅プロジェクトへの取り組みのため、木の駅実行委員会を組織化。

b 木の駅事業

木の駅プロジェクトを周知し、参加を促す取り組みを進める。

当初の事業内容に加え、聞き書きプロジェクトを立ち上げ、山の暮らしを後世に残す取り組みを進める。

c 木質バイオマス促進

林地残材などの有効活用により地域内での資源循環を進める。

d 木育

小学校みどりの少年団との連携による木育の促進を図り、子どもたちの森林に関する関心の向上を図る。

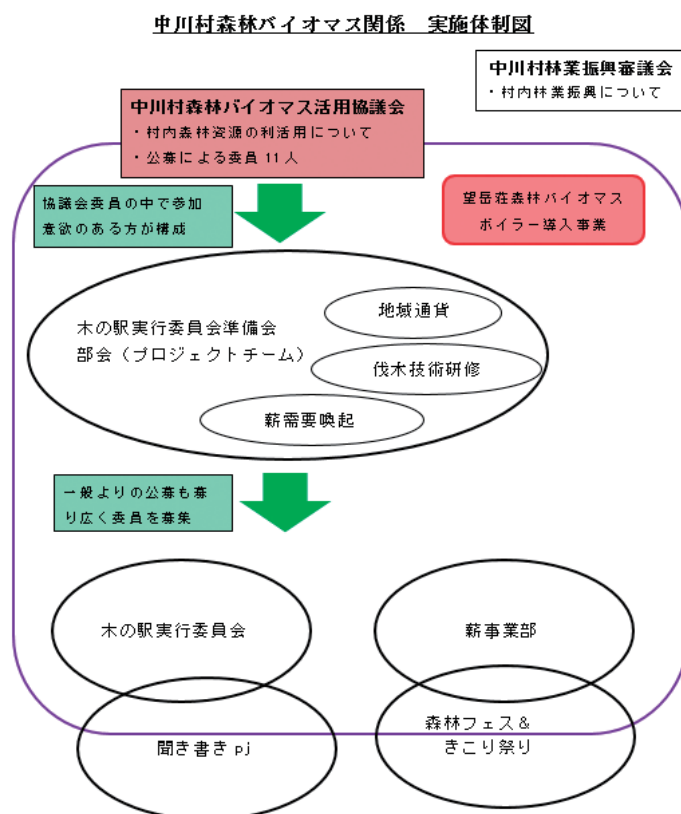
e 地域通貨

木の駅事業における地域通貨の活用のため、利用可能商店の拡大と住民への理解を進めるため、イベント等の折周知を図る。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

信州ながわ木の駅実行委員64名により構成される「木の駅実行委員会」を中心として「木の駅事業」に取り組むと同時に、森林に係わる者の活動発表の場として、森林フェスティバルなどのイベントを活用して「木質バイオマス促進」を展開し、「木の駅実行委員会」と「商工会」が連携して「木育」や「地域通貨」のプロジェクトを推進する。

b 外部専門家の役割

外部専門家は、これまでの木の駅の立ち上げ経験を活かし、「木の駅実行委員会」において、助言・アドバイスを行い、事業全体の円滑な進行のためのコーディネートを実現する。

4

事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
4月	11日 12日	第13回木の駅実行委員会（出荷状況、薪割場の運用、里山券発行等） 実行委員会運営検討
5月	9日	第14回委員会（ワークショップ、薪割場の維持管理）薪金額検討
6月	8日 13日 29日	ワークショップ（薪割場周辺の整備） 第15回委員会（ワークショップ、山仕事手習い塾、聞き書き、薪割場ネーミング等） ワークショップ（薪割場周辺の整備、薪割場木質化について）
7月	11日	第16回委員会（出荷状況、薪割場稼働状況、ワークショップ等）
8月	7日 8日 26日	木の駅事業視察（長野県安曇野市） 第17回委員会（移動知事室、視察受入、聞き書き、ワークショップ等） 木の駅事業視察（愛知県稲武林業振興協会）
9月	1日 7～8日 12日	聞き書きミーティング 聞き書き研修 第18回委員会（ワークショップ、森林フェス、山仕事手習い塾、里山券等）
10月	10日 26日	第19回委員会（ワークショップ、商工祭ブース検討、端材活用等） 商工祭木の駅ブース出展（展示、薪割体験）
11月	7日 10日 15～16日 17日 23日	第20回委員会（ワークショップ、山仕事手習い塾等） ワークショップ（ウッドストック整備、薪割体験等） 聞き書き中間検討会 山仕事手習い塾（楽ちゃん搬出） 山仕事手習い塾（チェーンソーの基礎、伐木造材の基礎）
12月	7日 12日	山仕事手習い塾（安全装備と安全作業） 第21回委員会（共同搬出会等）
1月	9日	第22回委員会（共同搬出会等）
2月	11日 13日 16日	第2回信州なかがわ森林フェスティバル 聞き書き報告 第23回委員会（共同搬出会、薪販売等） 共同搬出会
3月	12日	第24回木の駅実行委員会

5 主な成果

a 木の駅実行委員会

木の駅事業の進捗を図るため、実行委員会の定期開催と視察研修を実施する事により、平成30年度4月からは信州ながわ木の駅実行委員会として活動が始まり、今年度も昨年度に引き続き毎月第2木曜日、実行委員会を開催し喫緊の実施事業等について協議決定を行っている。

11、12月に計3回山仕事手習い塾を開催し、山林での作業における効率化、安全対策等を多くの参加者のもと学んだ。11月には、住民参加型のワークショップを行い、木材の知識を学ぶとともに、さきに命名された薪割場（ウッドストック）の運用等の検討や案内等看板を作成した。

b 木の駅事業

今年度導入予定の木質バイオマスボイラー（温浴施設薪ボイラー）の稼働前に、木の駅から購入事業所（温浴施設事業所）と販売価格の協議に着手した。

山の暮らしを後世に残す取り組みとして立ち上げた聞き書きプロジェクトにより、聞き書き研修、文書化、製本化を行い、森林フェスティバルにて報告を行った。

c 木質バイオマス促進

バイオマスボイラー導入を促すため、薪部門として村内NPO団体（NPO法人ふるさとづくりやらまいか）が薪製造を担う事となり、現在製造が進んでいる。これにより、地域資源と薪の消費のサイクルが確立されつつある。今後、薪の販売金額を協議決定する。

d 木育

10月に参加した商工祭にて、薪割り体験や木育指導を行った。

e 地域通貨

村商工会の協力により、参加商店を募集するための説明会を昨年度開催、併せて出荷希望者に個別の説明を行い、商店、出荷者併せて計64人が実行委員会に加盟、地域通貨の趣旨が浸透し、里山券が流通している。商工祭木の駅ブースでの地域通貨の説明、利用促進を行った。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

「地域内森林資源の有効活用」といった命題に対するため立ち上げた木の駅実行委員会は、アドバイザーの指導を受けつつ、村、地域にとって最良の選択は何かを常に考えながら取り組みを進めてきた。

地域資源として存在する木の伐採から木の駅への搬入、里山券への換券、そして村内商店を中心とした里山券での消費まで、一定の流通過程が定まった。

今後は、この流通過程の幅を広げる取り組みを進めながら、さらに里山、地域の活性化を図り、来夏完成予定の望岳荘木質バイオマスボイラーへの薪の安定的な供給を確保して行く。また、アドバイザー、実行委員会のもう一つの大きな目的である実行委員会活動の自主性、発展性を止めることなく、山仕事手習い塾、共同搬出会等多岐に渡る取り組みを進めて行きたい。

7 外部専門家コメント



自治の醍醐味と郷土の底力を堪能する

地域再生機構 木の駅アドバイザー 丹羽 健 司

事業1年目は、この村で木の駅で木を集めることや地域通貨を発行・流通することができるのか、さらにはその木で薪を作って石油の代わりに望岳荘のお風呂を沸かすことができるのか？という疑問や不安を社会実験を通じて確信に変えていった1年だった。それは自分たちの村のことは自分たちで決めることができるという成功体験の蓄積だった。事業2年目は、その「自治する力」に基づく創意工夫すなわち「面白がる力」の発揮の年であり、木だけでなく人の心を集める1年と位置づけた。

ウッドストックはその象徴とも言える。木の駅に集まった原木を薪割りして積んで乾燥させる施設として800平米のキノコ施設跡を有効活用することになった。その改装作業は、村の建設事業者と木の駅メンバーのコラボによる村民参加型ワークショップで手作りした。愛称を募集して「ウッドストック」と命名された。愛称「ゴイチ」の薪割り作業で、あっと言う間に積まれた薪がウッドストックを満たした。ここには今後製材機や木工機械を揃えて、木工体験や木材販売のできる木づかいを通じて人が集まる場として、ウッドストックの名に恥じない賑わいをもたらすことを皆で妄想し始めている。1年前に皆で飲みながら語った夢物語があっという間に形になった。

聞き書きプロジェクトもそうだ。当初事業メニューにはなかったのだが急きょ新たに実施することにした。前年実施した山主アンケート調査の結果、山への関心があまりに薄らいでいることを痛感した。ほんの50年前には当たり前にあった山と共にある暮らし、恵みへの感謝や働く苦楽、災いへの恐れ、祭りの賑わいなどなど、聞き書きという手法を通じて村人が共有できないものかと思案した。そこで「聞き書き塾」を開催して清藤奈津子氏に指導を依頼した。実行委員会のメンバーと相談して話し手をリストアップし、同時に書き手を募集した。9月の合宿でノウハウを学び、そのまま9人の聞き書きを開始した。それぞれ2～5回訪問してICレコーダーに録音し一字一句筆耕して書き上げた原稿をメールで清藤氏に添削指導を受けた。11月には作品を持ち寄り中間検討会、12月末に最終稿、それをレイアウトし、表紙とタイトルを皆で募集検討し、2月11日に納品、森林フェスティバルで話し手を交えて発表会にこぎつけた。400部印刷して書店や飲食店、土産物店、望岳荘などに並ぶことになる。ここには村史や郷土史にはない暮らしの中の喜び悲しみが凝縮している。三六災害など記憶の彼方にある出来事も方言で生々しく語られている。村の宝物が一つできたと皆で自負している。これも木の駅実行委員会の面白がり力の産物だ。

中川村は「日本で最も美しい村」連合加盟の村である。

「美しい村など始めからあったわけではない。美しく暮らそうという村人がいて、美しい村になるのである。」柳田園男の言葉を中川村に捧げたい。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-10 長野県小川村「小川つなぐラボ ～小川村つながり人口創出事業～」

事業概要

総事業費	2,085千円
助成申請額	1,390千円
外部専門家	藤原 正賢（株式会社 BAZUKURI）他

自治体概要

人口	2,537人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面積	58.11km ²
人口密度	43.66人/km ²
標準財政規模	1,837,399千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数	0.14（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率	92.3%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室	総務課 総合戦略推進室

取組概要

事業開始時点

- 地域外の人材とのつながりが生まれた
- シェアリングサービスの十分な活用が行われていない
- 蔵の新たな利活用は、進んでいない
- 子供達むけの社会教育活動は活発だが、村への愛着向上にむけた取り組みへつながっていない
- 若年層に向けた村の特産品の PR ができていない

外部専門家による支援

- 東京でのイベントの開催、小川村での協働
- シェアリングサービスを活用する村民を増やすための呼びかけを実施
- 空き蔵の改修、運用の企画を行う
- 村の子供達に村への愛着向上に向けた社会教育活動を実施
- 村の特産品である「おやき」をリブランディングした商品を開発

事業終了時点（成果）

- 「つながり人口」として、村で活動する人の増加
- シェアリングサービスを使う村民の増加
- 空き蔵の改修が進み、次年度運用に向けた計画が進んでいる
- 村への愛着を持つ子供の増加へとつながった
- 「トッピングおやき」のイベントでの提供へつながった



4月にキックオフ合宿を実施
FWにより課題抽出



4つのプロジェクトの実施に加え、
東京での新たな関係人口創出を実施



持続的な関係人口への
活動へとつながった

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

小川村は人口2,500人程の小さな村である。平成元年以降における人口動態は、自然動態において一貫して死亡数が出生数を上回っている。特に、10歳代後半から20歳代前半の流出数が多く、若い世代が流出したまま戻って来ない現状が続く。若い世代の減少により、地域おこしを行う人材が不足し、移住者が新たな事業を始めようとした時に協力者を見つけることが困難になっている。

そこで小川村では、平成30年度に長野県で取り組む「つながり人口（移住はしないが、地域の課題に当事者意識を持って取り組む人材）創出事業」モデル事業に参画し、受け入れの基盤づくりを進めてきた。住民意識としても、つながり人口を受け入れる態勢が整いつつある。

今年度申請した事業は、小川村が主体となり、外部専門家につながり人口として関わってもらい村民と協働で新しい事業を進めることで、村の活性化を図るものである。

b 事業の目的

つながり人口と協働し、村を活性化する新たな事業創出

「小川村まち・ひと・しごと創生総合戦略」では基本目標の一つに『小川村の暮らしに“魅かれた”人を呼び込む（基本目標3）』ことを掲げている。この目標の達成に対する考え方では「本村の資源の魅力を活かし、訴求するターゲットを設定しながら、本村を『知ってもらい』、『訪れてもらう』取り組みを行う。この過程の中で“小川村ファン”になっていただく取り組みを行います。」との記載があり、まさにこのつながり人口の創出はこの考え方に沿ったものである。ただし、本事業の目的はつながり人口の創出に止まらない。

村外から来たつながり人口の方々が、村に新たな考え方や方向を示し住民と協働で本事業に取り組むことで、総合戦略で定める各施策の推進にも寄与する。空き蔵（家）の利活用を進める「空き家の適正管理の推進」や子どもを含む若い世代の交流を進める「ふるさと教育の推進」「若者のコミュニティづくりの促進」、新たなビジネス性を取り入れ新商品開発や地域課題の解決を進める「地域資源を活かした新商品等開発の支援制度の創設」「ちょっとしたお手伝いの仕組みづくりの促進」等々、「小川村まち・ひと・しごと創生総合戦略」の推進につながる本事業を、持続可能な村の活性化施策としたい。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2 事業実施内容

a 小川シェアリングビレッジ

シェアリングエコノミーの共助の仕組みを活用して、本村の魅力を可視化し、つながり人口の増加や産業の発展に繋がり、本村の課題解決と持続可能な村づくりを目指すもの。

具体的には専門家による村内でのフィールドワークや聞き取り調査を通して、地域の人、コト、モノを活かした体験プログラムやホストの発掘を行い、シェアリングエコノミーを活用した体験プログラムの運用をスタートする。

b おがわやせいきっずプロジェクト

若者流出の原因は「自分の生まれ育った町の良さを知らないこと」であることに着目し、本村の子ども（保育園児、小・中学生）を対象に、村内の元気な大人や村の活性化を望む村外の大人と交流を持つもの。具体的には、専門家による村内でのフィールドワークや聞き取り調査を通して、小川村ならではの体験プログラムの構築とイベントを実施する。併せて、村内育成会や公民館等の関係団体と既存事業を含めた調整を行い、地元団体による、継続性のある事業となるよう体制づくりを進める。

c ナカラランド

空き家（空き蔵）と仕事創出に着目し、村民とつながり人口共同で空き蔵改修を進める。具体的には、蔵の改修を村民とつながり人口共同で進め、改修後の運用方法を村民と話し合い決定し、村民の中から運営者の選定を行う。その後、運営者は蔵の運用を開始する。

d 都会女子の半径 5 m に Remix

都会へ帰った後も小川村を感じることでできる商品開発を行う。小川村の特産品の西山大豆を中心に生産者などの住民と共に商品開発を進める。今まで小川村に関心がなかった都会に住む若い女性をターゲットとし、新たな小川村ファンを開拓する。また、持続可能なビジネスモデルを構築していく。

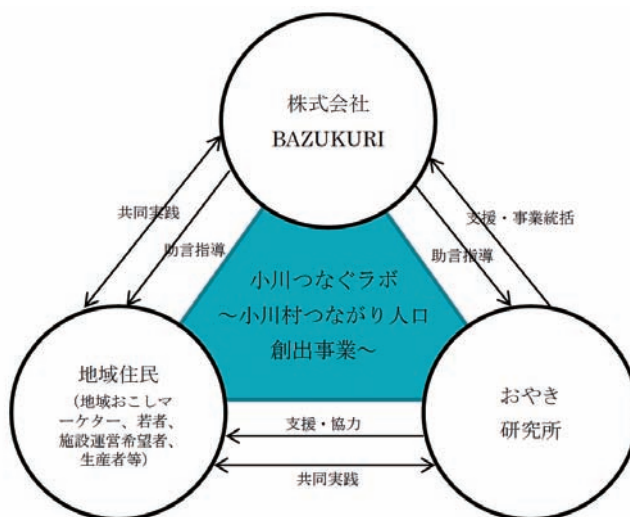
e 情報発信

a～dのプロジェクト実施における、全体のサポート等を行っていく。

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

本事業は小川村の繋がり人口コミュニティである「小川つなぐラボ」を中心として、外部専門家が所属する(株)BAZUKURI、農産物の加工や販売などで起業を目指す女性を支援するための官民共同組織「おやき研究所」、そして小川村に居住する地域住民が相互に協働して体制を構築している、

b 外部専門家の役割

外部専門家の役割としては以下を想定している。

- ・各プロジェクトを住民・行政機関と協働して実施する。
- ・それぞれのプロジェクトへのアドバイスと事業進捗管理。
- ・今後つながり人口になりたい人に対して、地域のリソースを紹介し、つながり人口の拡大に向けた窓口の役割を担う。
- ・つながり人口としてコミュニティ「小川つなぐラボ」全体の運営、情報発信を行っていく。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

4

事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
4月	20～21日	全てのプロジェクトのキックオフ (地元の人及び外部専門家同士でのディスカッションやF W)
5月		各プロジェクトごと実施にむけた調整
6月	22～23日	【小川シェアリングビレッジ】 シェアリングシティ宣言に向けた住民との意見交換・シェアリングサービス（ココナラ）への出品依頼 【ナカラランド】 蔵所有者と改修についての検討と、蔵の改修に向けたクラウドファンディング実施のための準備 【おがわやせいきっずプロジェクト】 小川村内の小学生を対象とした自然体験等のプログラムを実施 【都会女子の半径5 mに Remix】 商品開発の商材調整 【小川つなぐラボ】 全プロジェクトの調整
7月		各PJ ごと実施にむけた調整
8月	17日	【都会女子の半径5 mに Remix】 神奈川県大和市で行われた市民大学講座のイベントでの発信
9月	12日 14～16日	【小川シェアリングビレッジ】 情報発信イベントの開催 @ 東京 【ナカラランド】 蔵改修ワークショップ
10月	12～13日 19～20日	【小川シェアリングビレッジ】 シェアリングエコノミー推進にむけた現地調整、村内イベントでの発信 【都会女子の半径5 mに Remix】 商品開発の商材を決定するための現地調整、イベントでの試食提供 【ナカラランド】 クラウドファンディング の実施
11月	17日 22～23日	【小川つなぐラボ】 パシフィコ横浜開催のイベント出展 【おがわやせいきっずプロジェクト】 村内外の子供を対象とした自然体験プログラムの実施 【都会女子の半径5 mに Remix】 商品開発の商材を決定するための現地調整
12月		来年度にむけた各プロジェクト調整
1月		【ナカラランド】 蔵改修

5 主な成果

a 小川シェアリングビレッジ

- ・スキルシェアリングサービス「ココナラ」に移住者が「移住体験談共有」を出品することが開始され、ホスト数1名、体験プログラム数1プログラムの成果を挙げた。
- ・東京で「小川つなぐラボ」の活動を広げるイベントを開催し、外部専門家やゲストを除き、13名の集客があり、新たな小川村のつながり人口獲得につながった。



ココナラへの出品の様子



東京でのイベントの様子

b おがわやせいキッズプロジェクト

- ・6月と11月に自然体験プログラムを2度実施した。2回目は村外の子供を招き、村内外の子供たちが小川村の魅力に気付く取り組みを行った。また、村内の方に講師をお願いしたことで、外部専門家との間に交流が生まれ、今後につながる関係性ができた。(本村の子どもの参加者数 延べ40名) 本事業に参加した子どもへの聞き取り調査で、小川村をより好きになった方の割合が100%を達成。(口頭調査を11月のプログラム時に実施)

自然体験プログラムで
火おこし等を体験した

c ナカラランド



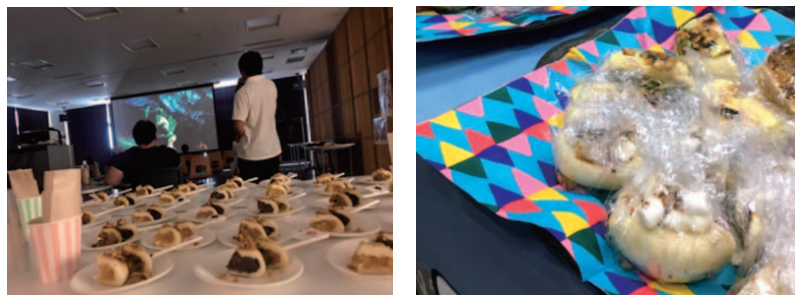
蔵改修の様子



クラウドファンディングの様子

- ・二階建ての蔵の改修を実施中。9月に二階の改修が終了。現在一階の改修を実施中。改修資金として、クラウドファンディングを活用し、50万円弱を集めた。蔵の運営コンセプトを所有者と協議中であり、クラウドファンディングの結果も鑑みながら、調整を行っている。ただ、当初より改修に時間がかかっているため、来年度に延期した。

d 都会女子の半径5mに Remix



村内外イベントでの試食商品提供の様子

- ・小川村の伝統食「おやき」のリブランディング商品の開発を実施。「トッピングおやき」を試作し、イベントで提供。来年度に向けて、様々なイベントで活用できるよう検討中。（商品開発成果一件）商品開発は外部専門家を中心に実施。当初予定だった地元グループとの調整が難航したが、東京の市民大学との連携等を積極的に行っている。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

① 「事業化」していくものとそうでないものの棲み分け

既存の村や外部専門家のリソースを活用し、持続可能な取り組みができそうなものについて、取り組みを行いやすい形で継続的に関わり続けることにした。「小川シェアリングビレッジ」については、生活の利便性向上や村の魅力を発信するツールとして様々なシェアリングエコノミーサービスを活用する助言等をつながり人口で行っていく。「おがわやせいきっずプロジェクト」については、小川村の社会教育関連事業に協力する形式で持続可能な形式へつなげていく。

② 「蔵改修」＆「商品開発」については、事業化に向けて動き出す

- ・プロジェクト名「ナカラランド」：来年度は具体的な運用に向けて動いていく。改修で終わることなく、都市と田舎の交流から、持続可能な運用モデルを生み出していく。
- ・プロジェクト名「都会女子の半径5mに Remix」：来年度からプロジェクト名を「おやきクラブ」とし、より多様なイベント出展を行うなど、積極的に展開し、事業モデルを確立していく。

7 外部専門家コメント



質の高い関係(つながり)人口の田舎への関わりが、 持続可能な地域づくりへつながっていく

株式会社 BAZUKURI 代表取締役 藤原 正 賢

●取り組みの背景

小川村を含め、日本中様々な地域が人口減少対策に悩んでいる。少子高齢化が進む中で、今後必要となるのは、「人口をいかにして増やすのか」以上に、「地域づくりのための担い手をいかに確保していくのか」という点ではないだろうか。そこで注目を集めているのが、定住はしなくても地域に関わり続ける「関係人口」の概念である。観光客とは違い、地域の課題を自分ごととして捉え、地域住民と交流しながら、関わり続けていく。本事業では、この関係人口にフォーカスを当て、地域外の人が自らの得意分野で主体的に地域へ関わることを通し、課題解決への新しいアプローチづくりに挑んでいる。

●取り組み内容

外部専門家・移住者・地域住民が協働する形で、シェアリングエコノミーの推進・蔵改修・社会教育・商品開発の4つのプロジェクトを実施した。

① シェアリングエコノミーの推進

村の資源をシェアリングエコノミーのプラットフォームにのせることで、地域の価値創出

② 蔵改修

古民家に移住した人が活用出来ていない空き蔵を協働で改修し、地域内外の人が交流するスペースをつくる

③ 社会教育

子供向けに、地元へ愛着を持ってもらえるような、教育プログラムの設計

④ 商品開発

村の代表的な特産品である「おやき」をリブランディングし、「トッピングおやき」として、若者へ訴求していく

これらのプロジェクトが連携し東京で新しい関係人口を増やすためのイベントも開催した。

●成果と今後

蔵改修についてはクラウドファンディングを通じた資金調達も行い、改修を進めている。また、商品開発は東京でのイベントでの出展等、様々な展開へとつながった。これらは来年度の事業化を目指し、進めていく。

シェアリングエコノミーの推進と社会教育の2点について、事業化はしないが、今後も外部専門家が村と接点を持ちながら、一人の担い手として課題解決に関わっていく。

大きなビジネスを生み出すのではなく、小さく人の顔が見え、持続可能な地域づくりの一助となる事業をつくるべく、今後も活動を実施する。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-11 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	3,570千円
助成申請額	2,380千円
外部専門家	近藤 ナオ (株式会社 ASOBOT) 榎本 善晃 (beniw 合同会社)

自治体概要

人	□	8,321人 (住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日)
面	積	109.94km ²
人	□	密度 75.69人/km ²
標準財政規模		3,127,565千円 (平成29年度市町村別決算状況調査)
財政力指数		0.31 (平成29年度市町村別決算状況調査)
経常収支比率		87.9% (平成29年度市町村別決算状況調査)
担当課室		企画課 地方創生室

取組概要

事業開始時点

- 年間100人ペースで人口が減少
- 交流人口はここ10年間で約4割減少
- 高齢者から子どもまで誰もが活躍できるまちづくりを進め、交流・移住・定住を促進し、持続可能な地域社会を形成することが求められている

外部専門家による支援

- 課題の分析及び必要な取り組みの提案
 - ・地域の住民等への100人インタビュー※一昨年度
 - ・地域外のクリエイティブ人材視察ツアー
- 学びのプラットフォーム構築
 - ・「先生」候補の発掘
 - ・ソフト事業の企画運営
- 事業運営を担う組織の構築
 - ・リーダー人材の発掘
 - ・「事業化の種」の発掘

事業終了時点(成果)

- ヒューマンライブラリー候補の発掘と企画立案：20プログラム＋8プログラム公開予定
- ヒューマンライブラリー実施：78回、110名参加
- 子ども向けクリエイター出張プログラムの実施：1プログラム・1事業
- 地域資源を活用したビジネス創出：地域内7事業・地域外1事業



年齢3区分別人口の推移



事業化支援の様子



ヒューマンライブラリー事業の様子

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

静岡県南伊豆町の人口は、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、令和22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、令和2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（以下、「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、令和3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組のひとつである「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。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

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や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、その結果を検証することで、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。具体的には、南伊豆くらし図鑑の立ち上げとくらし図鑑のコンテンツ開発のきっかけづくりとなる南伊豆新聞の立ち上げ、及び事業主体の法人化である。

南伊豆くらし図鑑は、デンマークの「ヒューマンライブラリー」にヒントを得ており「読者（参加者）」と「本（語り手）」とが南伊豆の暮らしについて一対一で対話する試みで、一対一での対話を主とすることで、①多数の集客を必要とせず、②語り手が気負わず本役を担い、③参加者と語り手の深いかわりを生み出し再訪のきっかけとすることができる。

南伊豆新聞は、南伊豆くらし図鑑の「本（語り手）」を開拓・開発する際に、取材というきっかけを持つことの他に、認知度を高め、地元との関係性を広げることや集客のツールとして活用したり、ローカルプライドを醸成することを狙いとしている。

運営主体となる地域おこし協力隊員を代表として「一般社団法人南伊豆編集室」を登記している。

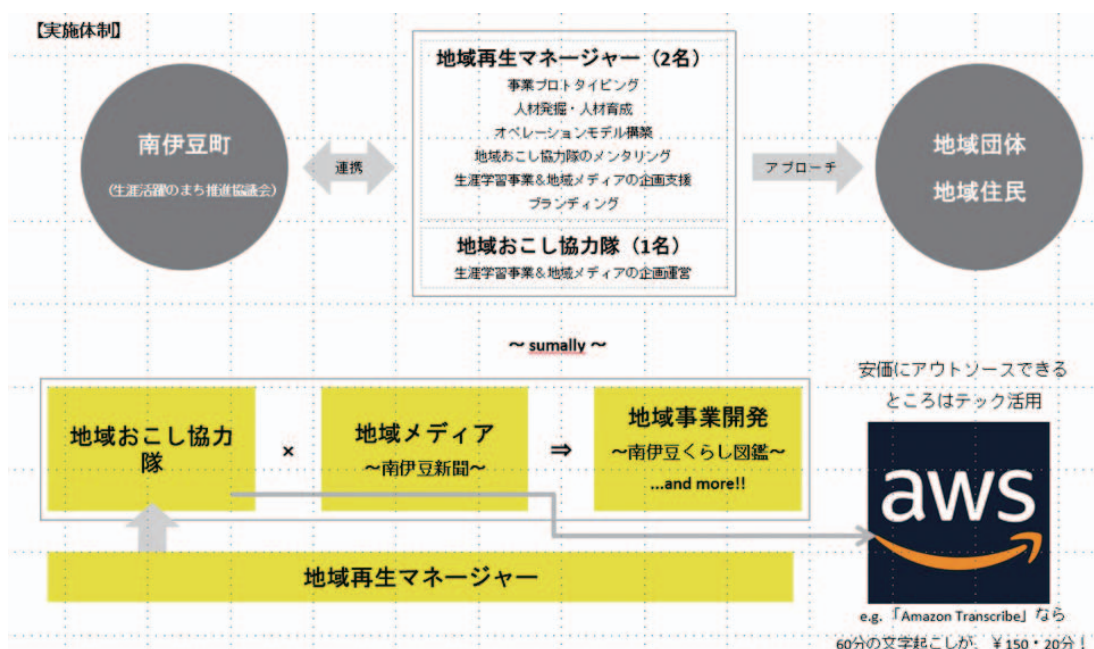
c 事業運営を担う組織の構築

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、及び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

地域再生マネージャー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い、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、将来的には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）の構築を目指す。なお、取組が複数の分野（特にソフト事業）にまたがることから、2名の地域再生マネージャーを活用し、それぞれが専門分野に特化できる体制で事業推進を図る。

b 外部専門家の役割

外部専門家は、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組の提案を行うとともに、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担う。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

4 事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
5月	2～4日 15～16日	地域メディア・生涯学習事業
6月	16～17日 28日	全体管理 地域メディア・生涯学習事業 地域メディア・生涯学習事業
7月	31日	全体管理 地域メディア・生涯学習事業
8月	1日	全体管理 地域メディア・生涯学習事業
9月	2日 17～18日	中間報告準備 全体管理 中間報告・地域メディア・生涯学習事業
10月	7～8日 28日	地域メディア・生涯学習事業
12月	3～4日 11日	全体管理、 地域メディア・生涯学習事業 報告会準備
1月	24日 27日	全体管理 マネージャー報告会・地域メディア・生涯学習事業
2月	10～11日	地域メディア・生涯学習事業

5 主な成果

a 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（20プログラム）と実施（110回）をするとともに、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「ふるさと学級」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7事業・地域外1事業）を行った。



住民によるプログラム実施の様子

b メディア掲載

メディアアプローチ等により、雑誌 TURNS での特集や SMOUT 移住研究所での記事掲載をはじめ「Yahoo! JAPAN ライフマガジン」の記事提供社に採択されるなど多様なメディアへ露出している。



メディア掲載の例

c 都内イベントカーニバル

本取り組みを行う地域おこし協力隊員が、地域で活躍する先輩を訪ねるイベント「ローカル×ローカル」を開始。先進事例のプロモーション力を活用し、事業化ブラッシュアップへのヒントを得る。

【これまでの開催】

- ・5/29(水)：西村佳哲さん（徳島県 神山町）
「人が増えることって、ほんとに豊かなの？」
- ・6/28(金)：真鶴出版 川口瞬さん・來住友美さん（神奈川県 真鶴町）
「効率化って、ほんとにいいの？」
- ・7/31(水)：群言堂/三浦編集室 編集長 三浦類さん（島根県 大森町）
「文化って、どうつくられる？」
- ・8/28(水)：YAMABUSHI トレイル 代表 松本潤一郎さん（静岡県 松崎町）
「“好き”と“稼ぎ”を考える」
- ・9/26(木)：日本一おかしな公務員 山田崇さん（長野県 塩尻市）
「地域のしがらみ、どう超える？」
- ・11/22(金)：TSUGI 代表/デザインディレクター 新山直広さん（福井県 鯖江市）
「いいものって、なんだろう？」
- ・12/19(木)：greenz.jp ビジネスアドバイザー 小野裕之さん（日本各地）
「事業って、どうつくるの？」

イベントで築いた関係をもとに、地域おこし協力隊員本人宛に、他地域からも登壇依頼を受ける。また、台湾へヒアリングを行い、以降のインバウンド施策の布石とした。



イベント告知の例

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

病院跡地の土地取得の難航により、生涯学習事業に注力をして進めたが、拠点づくり事業のペンディングに伴い、地域おこし協力隊員が拠点施設を想定しない方針で任期終了後も本事業を自走できるような事業化推進が課題となる。

今後は、現在の取組に付随して、総体として黒字化できる宿泊・滞在型の事業開発を行うことで付加価値としてシナジーを創出することや、ブックマーケティング、インバウンド対策、イベントの継続促進などのPR強化に取り組んでいく方針である。

7 外部専門家コメント

「地域おこし協力隊」×「地域メディア」で事業開発に繋げる



株式会社 ASOBOT 近藤 ナオ

beniw 合同会社 榎本 善晃

今回の事業の概要本取組は南伊豆のあらゆる方々に活躍の機会をつくることを目的にしています。そのために、自然と景観の美しい弓ヶ浜で7,000坪弱の遊休施設となっている共立湊病院跡地をリノベーションして都市部から多拠点型クリエイター人材を呼び込み、同時に南伊豆町の暮らしを活かした生涯学習プログラムを稼働させることで、都市部人材と地元住民とをブリッジさせ、「生きがい・やりがいの創出」「仕事の創出」「交流の促進」を図ることを当初計画として進めてきました。ただ、共立湊病院跡地について、平成29年度中に南伊豆町での土地取得を予定していたものの、外的要因によりペンディングとなりました。平成29～30年度で100名を超える多拠点型クリエイターに来てもらい、いくつかの具体的な事業アイデアも立ち上がっていたため大変残念ではありましたが、令和元年度、当初計画よりも規模は小さくなるものの、生涯学習プログラムおよびその関連事業をもって、単体としての事業成立を目指して大きく方向転換を行いました。

地域の抱える課題、及びそれに対してのアプローチ人口が9,000人に満たない南伊豆町で生涯学習プログラム【南伊豆くらし図鑑】を成立させるために、デンマークの「ヒューマンライブラリー」という語り手を本に見立てて参加者と1対1で対話する試みをヒントに組み立てました。1対1だから、1人が興味を持てば成立するので多数の集客を必要とせず、語り手としては1人の相手をすればよいので気負わずに接せられ、参加者としては1人だからこその深い関わりから再訪するきっかけとなります。また、この取組を推進するために地域メディア【南伊豆新聞】を立ち上げました。狙いは「お話を伺うために“取材”という口実をつくる」「“現地に来訪する”より“記事を読む”の方がハードルが低いことからタッチポイントを増やす」そして「編集によって地元にも南伊豆をもっと面白がってもらいローカルプライドを醸成する」の3点です。

取組を通じて得られた成果地域で事業開発するにあたり「地域おこし協力隊」×「地域メディア」からはじめるのが相性がよいのでは？という仮説のもと本取組を設計し推進してまいりましたが、事業進捗から一定の手応えを感じています。地域メディアの活動を通して、地域おこし協力隊自身が「ファン」と「パートナー」を獲得していくことで、関係資本を経営資源としたサービス開発が可能となります。本取組では、地域おこし協力隊が主体となつてつくる事業は複業となる想定で、そのひとつめのサービス（づくりを通したケーススタディ）として、体験サービス事業【南伊豆くらし図鑑】をつくり、次にそれとシナジー創出できる宿泊・滞在型事業を立ち上げます。なお、地域おこし協力隊に要件だけ渡して単独で放置することなく、事業開発経験のある地域再生マネージャーが事業づくりに並走し、育成・メンタリングすることが肝要であることを確信しています。この形は、他の地域でも展開可能です。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-12 奈良県吉野町「地域力創造人材育成と結集による『木のまち吉野』再生プロジェクト」

事業概要

総事業費	8,842千円
助成申請額	5,806千円
外部専門家	榎田 竜路（合同会社アースボイスプロジェクト 代表社員）

自治体概要

人	口	7,117人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面	積	95.65km ²
人	口	密度 74.41人/km ²
標準財政規模		3,210,375千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数		0.25（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率		96.9%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室		産業振興課 木のまち推進室

取組概要

事業開始時点

- 深刻な少子高齢化
- 若者の地域外流出と担い手不足
- 基幹産業である木材関連産業の停滞、縮小
- 吉野材のリブランド化のためのストーリーづくりと情報運用が必要
- 事業者・組合・行政など既存の枠を超えた中間的組織が必要
- 新たな組織を支える新しい発想力とマーケティング力を備えた人材が必要

外部専門家による支援

- 次世代人材（高校生・産業従事者等）の育成
- 産官学連携を強化し吉野高校を「失敗できるフィールド」として新商品開発とトライ＆エラーの実践
- 消費者と生産者をつなぐ商社機能を担う組織の設立
- WEB プロモーションを中心とした情報発信戦略
- 外部との連携強化とマーケティング

事業終了時点（成果）

- 高校生12名、産業従事者等10名の人材育成講座の実施
- 地域商社機能を持つ法人の設立（2月18日法人設立）
- 体験型コンテンツの商品造成とインターネットでの販売開始
- 外部専門家のネットワークを活かしたプロモーション強化と販路開拓
- 吉野高校と産業従事者、木工家、デザイナー等の連携のもと新商品開発
- 吉野材の魅力を伝える動画の制作とWEB プロモーションの展開



木のまち推進会議



高校生（次世代）人材育成講座



高校生が開発した商品（樽太鼓）

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

吉野町を含む吉野地域は、奈良県中央部に位置し、約90%が山林で覆われ、約500年前に杉や桧の植林が開始された、我が国造林発祥の地である。以降、密植・多間伐・長伐期施業や用途に応じた木材の加工技術が醸成されるとともに、昭和14年には木材加工の工業団地「吉野貯木」が整備され、材の生産から出荷までの一連の流れが確立するとともに優れた木材加工技術の集積が吉野町の強みとなっている。

一方、従前より受け継がれてきた建築用材の加工技術と小規模事業者の分業による生産、市売りを中心とした販売システムでは、建築様式の変化や多様化するニーズに対応できていない状況にあり、木材価格の下落が進み、事業規模の縮小や廃業を余儀なくされる事業者もある。（吉野材センター売上高：平成元年4,847百万円、平成28年874百万円）

基幹産業として吉野町を支えてきた木材関連産業の縮小を背景として、若者は地域外へ流出する状況が続いており、急速な人口減少と高齢化が進んでいる。また、人口が減少することで町内の産業全体が縮小傾向にある。

しかしながら、吉野町周辺に存在する良質な森林資源と長年にわたり蓄積してきた加工技術、その上、造林発祥の地であり80年前に製材工業団地が作られたという歴史的背景を生かし、産官学の連携や人材育成をベースとして新たなビジネスモデルを構築するとともに、地域を支える産業が持続可能な産業へ強化し、その価値や魅力を内外に情報共有することで地域に若者が根付く環境を整える必要がある。

b 事業の目的

吉野材の高い加工技術を活かしながら、従来のビジネスモデルだけに頼らず、新しい商流を生み出していくことが必要であり、外部専門家の専門的知識やネットワークを活用することにより、その担い手となる「ひと」と「組織」づくりを継続的に実施する。

「ひと」づくりとして、吉野高校（次世代人材）と産業従事者（主に若手経営者層）の人材養成を行い、イノベーションを起こすことができる新しい発想力とマーケティング力を備えた地域産業を支える人材を確保する。

また、木材関連産業の担い手で組織する「Re：吉野と暮らす会」を母体として、マーケティング力や商品開発力に合わせ産業ツーリズムによる吉野材のブランド力向上を図ることができる「組織」づくりを行い、既存の事業者や組合、行政では取り組むことが難しかった部分を新たな組織が担う。本事業の目的は、産官学連携のもと、地域資源のリサーチとマーケティングに基づく吉野材の特徴を最大限に活かした商品開発と販路開拓を一体的に担い、消費者（市場）と生産者の繋ぎ役となる商社機能を有した「組織」を創造し、持続可能なビジネスモデルを創出することである。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2 事業実施内容

a 産業界人材育成

高校生を対象としてビジネス創出の基本となるコミュニケーション技術の取得を目的とした認知開発力開発講座を実施した。また、一般向けには前年に認知開発力養成講座を受講した産業従事者等を対象として、地域商社設立を前提とするビジネスプランや付加価値の高い商品開発力を高めるための地域プロデューサー養成講座を実施した。

b 組織としくみづくり

地域に不足する消費者と生産者をつなぐ商社機能を有した組織づくりに向けて、外部専門家と地域商社を担う町内の木材関係者等を中心として、ビジネスとして地域経済を循環させながら木材の新たな可能性や販路を開拓することができる持続可能な組織づくりについて検討を重ね、2月18日に「一般社団法人吉野と暮らす会」を設立した。

c プロダクトデザイン開発

新たな組織が主体となって産官学連携による商品開発を継続的に行う。また、体験型コンテンツの整備を進め、吉野材発信拠点施設として整備している「吉野杉の家」の民泊事業と連動させ、体験型ツーリズムを推進する。

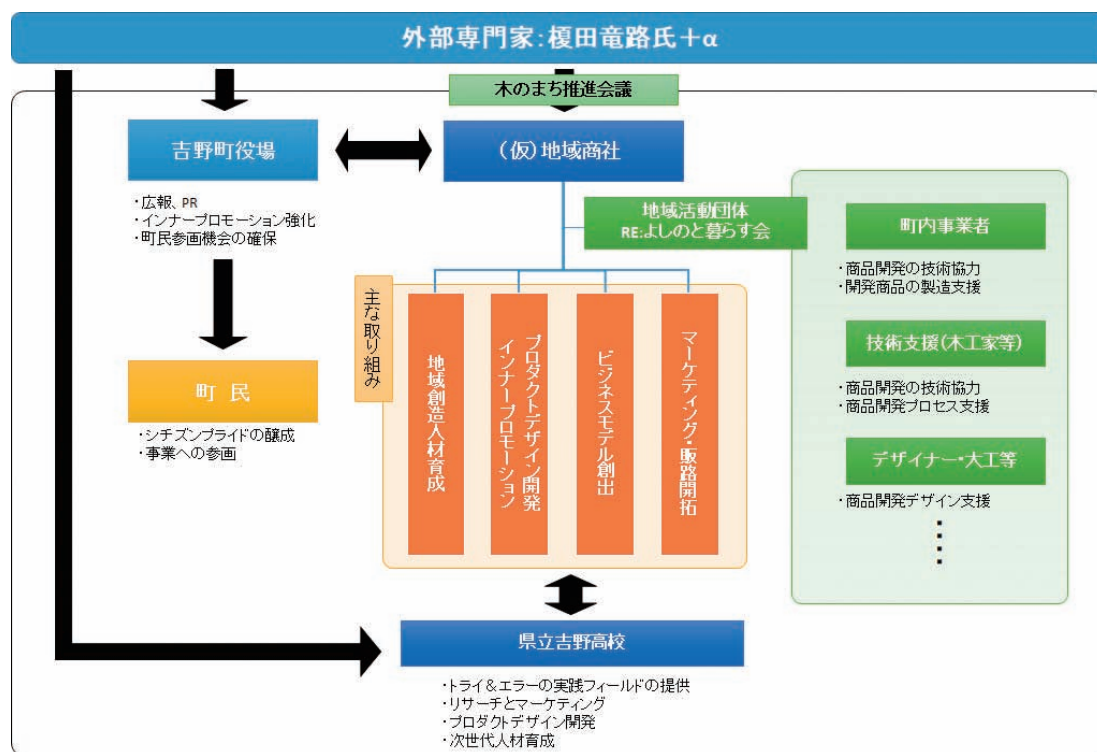
d WEB プロモーションの強化

外部専門家の強みである映像制作技術と情報運用手法を活用し、「木のまち」といわれるこれまでの歴史や文化、吉野材の特徴、吉野ならではの体験コンテンツなどを広くPRするため、WEBでの活用を想定した動画制作とWEB改修を行う。

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

事業の実施主体は、「Re: 吉野と暮らす会」が担い、同団体が実施している事業をブラッシュアップするとともに、商品開発やコーディネート業務をはじめとした商社機能を有する「組織」へ発展していくために、吉野高校、町と連携して事業を推進し、令和2年2月に法人化（一般社団法人）を行った。また、多様な事業者や吉野高校、組合、行政も含めた協議ができる「木のまち推進会議」を構築し、設立される新たな組織との連携・協力について協議を進めてきた。

b 外部専門家の役割

- ・吉野高校の学生向けに、認知開発力手法を用いた人材育成を継続的に行い、認知開発力養成講座を受講した若手産業従事者を中心に、商社機能を担う上で必要なビジネスシナリオ力や商品開発力を高める地域プロデューサー育成講座を実施する。
- ・商社機能を有した組織づくりに対する助言、指導。
- ・地域に根付く商品や技術のリサーチ手法に対する助言、指導。映像化支援。
- ・地域資源リサーチのための専門家招聘や他地域とのマッチング支援。
- ・産官学連携によるビジネスモデル創出に対する助言、指導。
- ・マーケティング企画に対する助言、指導。販路開拓のための営業支援。

4

事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
5月	16日 17日	第1回（高校生）人材育成講座、町教育委員会と打ち合わせ 地域プロデューサー育成講座実施に関する打ち合わせ
6月	18日 19日	第2回（高校生）人材育成講座、第1回地域プロデューサー育成講座 ふるさと財団打ち合わせ
7月	11日 12日 13日	第3回（高校生）人材育成講座、第2回地域プロデューサー育成講座 地域商社に関する打ち合わせ、木のまち推進会議 滋賀県多賀町中央公民館視察（公民館建設に係る地域産材の調達）
8月	6日 7日	第4回（高校生）人材育成講座、第3回地域プロデューサー育成講座 プロダクト開発に係る打ち合わせ、地域資源調査（工房関係）
9月	3日 4日 20日 21日	第5回（高校生）人材育成講座、第4回地域プロデューサー育成講座 地域資源調査（ヒアリング）、商社及び動画に関する打ち合わせ 第6回（高校生）人材育成講座、第5回地域プロデューサー育成講座 動画打ち合わせ、HP改修打ち合わせ
10月	3～6日 30日 31日	ウッドワンダーランド（名古屋）出展 第7回（高校生）人材育成講座、第5回地域プロデューサー育成講座 地域商社打ち合わせ、動画打ち合わせ、プロダクト開発打ち合わせ
11月	14～15日 23～24日 26日 27日	地域商社うなぎの寝床視察 FabCafe Hida 視察 第8回（高校生）人材育成講座、第6回地域プロデューサー育成講座 動画ロケハン、地域商社打ち合わせ、木のまち推進会議
12月	10～11日 1日 18日 19日	Woodcollection モクコレ出展 木のまち推進会議 第9回（高校生）人材育成講座、第7回地域プロデューサー育成講座 動画スケジュール等打ち合わせ、次年度事業打ち合わせ
1月	7日 9日 10～12日 27日 29日	木のまち推進会議 第10回（高校生）人材育成講座、第8回地域プロデューサー育成講座 HP改修打ち合わせ、動画撮影 マネージャー報告会 木のまち推進会議
2月	4日 5～6日 18日	人材育成講座（高校生）発表会 中国人バイヤー視察対応、地域商社打ち合わせ 一般社団法人吉野と暮らす会設立

5 主な成果

a 産業界人材育成

高校生を対象として認知開発力開発講座を実施、一般向けには地域プロデューサー養成講座を実施した。高校生12名、産業従事者10名が受講した。



高校生を対象とした
人材育成講座



産業従事者（大人）を対象とした
人材育成講座

b 組織としくみづくり

地域商社の主体を担う「Re：吉野と暮らす会」や他の木材関連団体、行政が参画する「木のまち推進会議」の中で地域商社のビジネスモデルや主要商材、運営方針等について協議を重ねた。7月には滋賀県多賀町中央公民館、11月には福岡県八女市の地域文化商社うなぎの寝床、Fabcafe Hida を視察し地域商社運営について検討を行うなど、協議を重ねた結果、Re：吉野と暮らす会を母体として「一般社団法人吉野と暮らす会」が設立された。



木のまち推進会議



先進地視察 (Fab Café Hida) の様子

c プロダクトデザイン開発

吉野桧屋台の改良、子ども屋台の試作、酒樽を再利用した和太鼓の開発など、地域文化に根差した商品開発を進めてきた。また、実際に吉野に訪れた際の受け入れ環境の整備にも力を注ぎ、林業家による森の案内プログラム、木工体験、製材所見学、吉野貯木まちあるきツアーなど、着地型コンテンツとなりうるプログラム開発を行った。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町



木製品展示会への出展



吉野林業の起こりである
樽を再利用した和太鼓

d Web プロモーション

外部専門家の強みである映像制作技術と情報運用手法を活用し、「木のまち」の歴史や文化、吉野材の特徴、吉野ならではの体験コンテンツなどを紹介する動画を2本制作するとともに、体験メニューの紹介や動画の掲載などに係るWEB改修を行った。



動画収録の様子



着地型コンテンツの撮影

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

今後は、商材の販売拠点、木材コーディネート問い合わせ窓口、産業ツーリズムの拠点となる地域商社「一般社団法人吉野と暮らす会」の拠点施設の整備と専従スタッフの確保とともに、人材育の確保のための人材育成や、吉野材のブランド化、高付加価値化、吉野の「モノ・コト」が伝わるプロモーションを継続して取り組む必要がある。

さらにこれらの各プロジェクトの成り立ちやストーリー、取り組みによって得られた成果（新たな価値）を情報化し、対外的な情報発信はもとより、地域内での情報共有を図ることで町民のシチズンプライドを醸成し、地域に愛着を持ち、将来にわたって持続可能な産業を目指し、暮らし続けたいと願う町へと発展させていくことが重要となる。

7 外部専門家コメント

認知開発手法を用いた吉野町の
再生プロジェクト2019

合同会社アースボイスプロジェクト

代表社員 榎 田 竜 路

●現状認識

吉野町は豊かな森林資源に恵まれた、良質な杉・桧材と高度な木材加工技術を誇る町で、日本の木材産業の中心的地域として栄えてきた。しかし近年、住宅環境の変化により基幹産業である木材関連産業は停滞し、それに伴って人口流出が続いており、地場産業に従事する人間の確保が困難となっている。吉野の木材産業の活性化のためには、資源活用の多様化が大きな課題であり、古いビジネスモデルにとらわれることなく、新しい価値を生み出していくことのできる人材を育てる環境の整備をさらに進める必要がある。吉野に住む若い世代が、吉野のことをよく知り、その可能性に気づくことのできる機会を増やす仕組みを定着させて、若年層から高齢者までがお互いよく知っているという関係を構築できれば、パフォーマンスの高い集団を形成することができる。さらに、育てた人材が生み出した価値を売り出す地域商社も立ち上げ段階にきている。

●事業内容

高校生の認知開発力の育成：映画の技術を応用して作られたコミュニケーション手法である認知開発技法を大人と吉野高校生に向けて実施。吉野で暮らす人たちの二分間の動画制作を通じて「価値に気づく力」を養成した。

相互認知容易性の形成：地域の人間が「お互いよく知っている」という関係を作らない限り、良好な経済活動は生まれず、若い世代の定住意欲も育たない。高校生が吉野の産業について深く知ることだけでなく、高校生が制作した映像を通じ、改めて地域の持つ可能性に共感できる機会となった。制作された動画は、吉野の物語の貴重なデータベースとなり、連携や連動の大きなモチベーションとなった。

失敗できるフィールド作り：生徒、教師、地域の技術者たちが共同で商品開発を行う仕組みが吉野高校に育ち始めた。大人だけでは失敗を恐れるあまり、中途半端なものの作りに終わりがちになるところを、高校という「失敗できるフィールド」に集い、「高校生の学びのために」というモチベーションを持つことで、技術者たちが大胆かつ高度な商品開発を行えるようになった。総檜の屋台を始め、酒樽をリサイクルして作った和太鼓等、吉野でしか実現できない商品が吉野高校を舞台に生まれ始めている。

地域商社設立メンバーを中心としたシナリオ力育成講座：今年度は、地域商社設立メンバーに対しての認知開発教育の一環として「シナリオ力養成講座」を実施した。シナリオの制作を学ぶことで、普段は気づかない自分の直感の癖と直面し、モノの見方を変えることの困難さも身をもって知ることとなった。

●今後の展開について

「認知開発力養成講座」「失敗できるフィールド作り」は引き続き行いながら、地域の相互認知容易性の向上と価値開発力を高めていく。加えて、2月に設立された地域商社に仕事をもたらす取り組みを実施する。「木のある暮らし」を普及させるための情報発信に力を注ぎ、様々な分野の人たちを吉野に招聘し、実際の発注につなげていく。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-13 和歌山県広川町「HIROGAWA Re:branding Project ～梧陵さんの魅力再発見 Phase 2～」

事業概要

総事業費	6,930千円
助成申請額	4,600千円
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	7,054人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面	積	65.33km ²
人	口	密度 107.97人/km ²
標準財政規模		2,590,999千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数		0.30（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率		88.4%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室		企画政策課

取組概要

事業開始時点

- 人口減少・高齢化が進展
- 自然景観や歴史遺産には恵まれているが地域再生・新しい産業創出には結び付いていない
- 濱口梧陵の防災物語「稲むらの火」が有名であり、11月5日は「世界津波の日」に制定されている
- 平成30年5月には日本遺産のまちとして認定される
- 2020年は濱口梧陵生誕200年にあたり、歴史的な節目の年が近づいている

外部専門家による支援

- 地域の偉人「濱口梧陵」は、防災のみでなく、政治や経営、教育、道徳等に精通。これを再定義し町の魅力として発信
- 移住者獲得に向け、広川町の魅力を打ち出し、ファン・サポーターを獲得
- 「稲むらの火の館」を核に、町なか再生に向け、賑わい創出・回遊性向上を目指す
- 「稲むらの火の館」拠点機能強化を図るため、物販・飲食施設建設の支援
- 濱口梧陵の魅力を活かすプログラムの開発支援と実行委員会の組織力強化

事業終了時点（成果）

- HIROGAWA Re:branding 実行委員会の組織力強化・目的意識の醸成・成功知見の蓄積
- 濱口梧陵ゆかりの日本初のソース「ミカドソース」の復活
- 「濱口梧陵すごろく」の開発
- 濱口梧陵生誕200年プレイベント「濱口梧陵を生んだ紀州広川の挑戦」の開催
- 第2回古民家体験 in 広川町の開催、古民家を活用したカフェ、ミカドソースを活用した商品のテストマーケティング実施
- 物産販売・飲食施設の設計充実



濱口梧陵
生誕200年ロゴ



実行委員会の様子
(ミカドソース試食会)



「濱口梧陵すごろく」
の開発

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

和歌山県広川町は紀伊水道に面した人口7,012人（平成31年4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「稲むらの火」に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広川町創生の方向性等について検討が進められていた。

また、「稲むらの火」の物語の11月5日は「世界津波の日」として制定され、平成30年5月には『「百世の安堵」～津波と復興の記憶が生きる広川の防災遺産～』のストーリーが日本遺産として認定されるなど、広川町の防災文化には国内外から注目を集めているが、広川町の魅力をうまく発信できていない現状があった。

これらを踏まえ、地域の偉人「濱口梧陵」は、防災のみでなく、政治や経営、教育、道徳等にも秀でていることから、それらを再定義し「梧陵ブランド」として確立し、あわせて町の魅力として国内外に発信するとともに、「梧陵ブランド」を生かしたビジネス化を推し進め、広川町の活性化を図ることとした。

b 事業の目的

本事業において、濱口梧陵生誕200年（2020年）を一つの契機と捉え、広川町の魅力を「梧陵ブランド」と結び付け、生誕200年事業のブランド化効果を倍増させることを目的とした。広川町の魅力を打ち出し、移住者の獲得を目指して「稲むらの火の館」を核に、古民家活用を含めた町なか再生に向け、賑わい創出と回遊性向上を実現する「梧陵さんプロジェクト」を推進する。

具体的には、稲むらの火の館周辺の拠点機能の強化のため、「物産販売・飲食施設」の整備を行うとともに、古民家や食、稲むらの火の館との連携強化のための実行委員会を立ち上げ、濱口梧陵の魅力を活かすプログラムを開発し、広川町を楽しめる仕組み化を図る。

実行委員会では、「梧陵さんプロジェクト」の全容の共有を進め、「広川町」と「梧陵さん」の魅力を再分解・再定義し、梧陵さんの魅力を付加した「食」「体験」「町歩き」などのコンテンツ開発を進めることとした。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2 事業実施内容

a 組織・運営支援

HIROGAWA Re:branding 実行委員会の組織強化のため、オブザーバーとして、稲むらの火の館前物産販売飲食施設の指定管理候補者である株式会社フラットフィールドオペレーションズの藤井部長と広川町日本遺産推進協議会副会長でもある和歌山大学永瀬節治准教授の2名をメンバーに迎える。実行委員会においては「濱口梧陵」ブランドを使った様々な商品の開発を進め、ビジネスにつなげていく検討を進める。

b 地域資源の商品化

前年度のまちあるき体験イベントにおいてコンテンツとして提供した商品の更なるブラッシュアップを検討する。また、日本初のソース「ミカドソース」を活用した商品開発については、ヤマサ醤油株式会社と連携。令和2年6月の販売開始に向け、ソースのサンプルが開発できた段階で町内事業所にもアナウンスを行い、試食等用の提供を行う。

c 古民家イベントの継続

町歩きを楽しめる仕組みを構築するため、梧陵さんと広川町の魅力を見直し、商品化に向けて取り組む。住民主体のワークショップを通じて梧陵ブランドを再構築するとともに、地域再生に向けた機運醸成を図る。実行委員会では「濱口梧陵に触れる 古民家体験 in 広川町」を昨年度以上に魅力的なものとするため、和歌山大学と連携し古民家カフェをオープンし、ミカドソースを活用した商品を提供する。

また、地域外からの誘客のため、濱口梧陵生誕200年プレイベント「濱口梧陵を生んだ広川の挑戦」にて、「濱口梧陵すごろく」やパンフレット等を参加者に配布する。

d 古民家利活用検討

兵庫県丹波篠山市等で古民家活用実績のある株式会社 NOTE との連携を進め、大規模古民家（旧戸田家住宅）の宿泊施設等の活用に向けて検討する。同社の株主でもある JR 西日本による町内の活用物件の視察や協議の場も設ける。

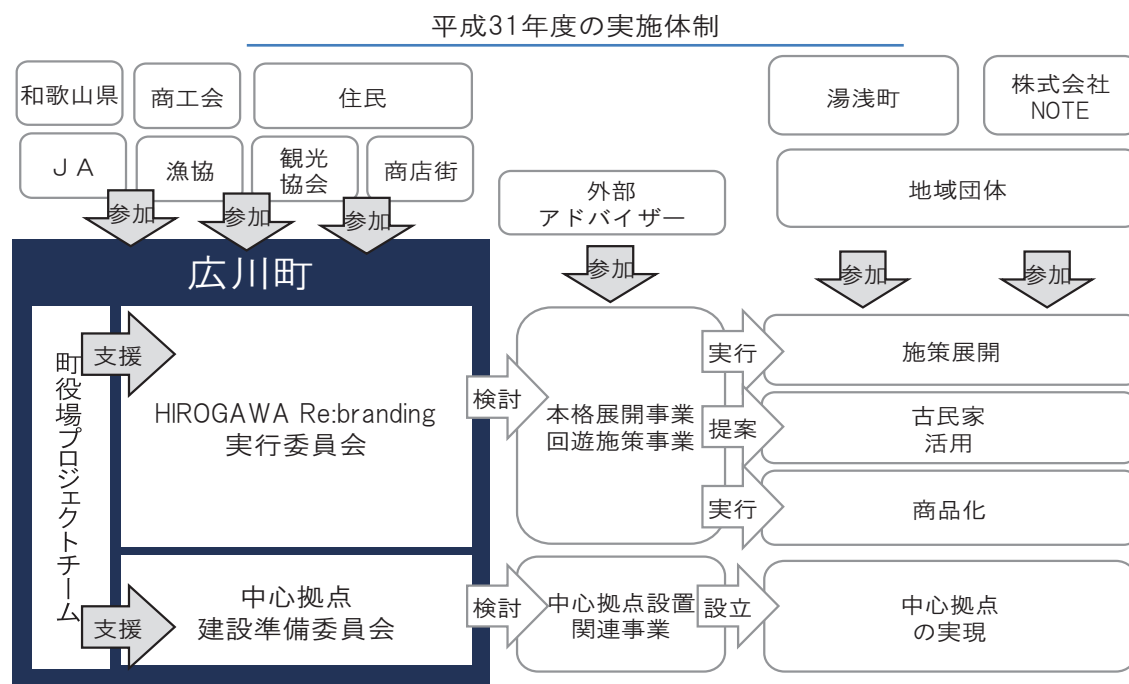
e ハードとの連携

稲むらの火の館前に建設する物産販売・飲食施設への「体験」「飲食」「物販」商品の付加に向けて、実行委員会にてコンテンツ導入に向けた想定を検討する。

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

事業を推し進めるため、地域内の関係団体、住民などによって組織された「HIROGAWA Re:branding 実行委員会」の組織強化を図る。

b 外部専門家の役割

外部専門家として、平成29年8月の短期診断から本プロジェクトに関わり、「道の駅」建設支援など地域ブランド化に高い知見を持つ朽尾圭亮氏を活用する。

朽尾氏からは、実行委員会の組織化に関するアドバイスのほか、ハード・ソフト事業をバランスよく位置付ける企画立案について全面的な支援を受ける。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

4

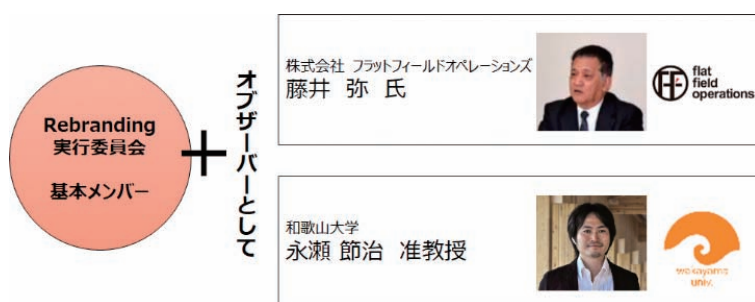
事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
4月	17日	HIROGAWA Rebranding 実行委員会設立準備会議
	18日	庁内でのレビュー、今後の企画検討
5月	23日	HIROGAWA Rebranding 実行委員会設立準備会議 JR 西日本・NOTE と古民家活用協議 庁内でのレビュー、今後の企画検討
6月	13日	第1回 HIROGAWA Rebranding 実行委員会
	14日	庁内でのレビュー、今後の企画検討
7月	9日	第2回 HIROGAWA Rebranding 実行委員会
	10日	庁内でのレビュー、今後の企画検討
8月	8日	第3回 HIROGAWA Rebranding 実行委員会
	9日	和歌山大学永瀬准教授 「古民家を手掛かりとした観光まちづくりの可能」について講演 庁内でのレビュー、今後の企画検討
9月	1日	濱口梧陵生誕200年プレイベントの開催
	19日	第4回 HIROGAWA Rebranding 実行委員会、ミカドソース試食
	20日	庁内でのレビュー、今後の企画検討
10月	7日	第5回 HIROGAWA Rebranding 実行委員会、古民家イベント打合せ
	8日	庁内でのレビュー、今後の企画検討
11月	16～17日	第2回古民家体験イベント in 広川町
	20日	朝来市古民家ホテル EN 視察
12月	2日	来年度に向けた企画検討、古民家体験イベントのレビュー
	25日	串本町古民家ホテル NIPPONIA 「串本熊野街道」視察
2月	10日	来年度に向けた企画検討 株式会社 NOTE との古民家活用に向けた協議

5 主な成果

a 組織・運営支援

実行力の強化においては、Re:branding 実行委員会における企画力の向上を目指して、アドバイザー招聘制度を設け、和歌山大学永瀬節治准教授、及び稲むらの火の館に隣接した物販・飲食施設の指定管理候補者である株式会社フラットフィールドオペレーションズ藤井弥部長を招聘し、勉強会などを開催した。この結果、両アドバイザーが所属する組織とは連携関係が強化され、実行委員会主体の古民家体験イベントにおいては、藤井氏が梧陵さんゆかりの新商品「ミカドソース」を使った新商品展開を、永瀬氏が学生団体による古民家カフェ「耐久カフェ」の実施を主導することとなった。



アドバイザーの招聘

b 地域資源の商品化

商品開発においては、濱口梧陵生誕200年を目指して、①濱口梧陵ゆかりの「ミカドソース」及び②濱口梧陵クラフトすごろくの開発が行われた。

第一の商品であるミカドソースとは、濱口梧陵が晩年夢だった世界視察へ出かけた際に、アメリカでウスターソースの存在を知り、開発に情熱を注いだ調味料である。その濱口梧陵の意志を継ぎ、ウスターソースを「ミカドソース」としてかたちにしたのが8代目の濱口梧荘であるが、当時の日本では早すぎたソースの到来についていくことができず、商品はお蔵入りになっていた。今回、濱口梧陵生誕200年を機会として、広川町からヤマサ醤油に共同開発を呼び掛けたところ、再び開発されることとなった。

実行委員会では、フラットフィールドオペレーションズの協力の下、新商品開発に取り組み、ミカドソースを活用したオムチャーハン、焼きそばを商品として開発した。ミカドソースそのものは、次年度商品として完成し、ヤマサ醤油の本拠地である銚子、及び広川町のみで販売予定となっている。また開発された飲食商品は、広川町の施設限定で販売される予定である。



実行委員会での新商品開発の様子

第二の商品は、クラフトすごろくである。同商品は、生誕200年への機運醸成として町内に配布したところ、とても人気の高い商品となっている。同商品の特徴はすごろくを通じて、濱口梧陵の人生を追体験できる点、及び付随するペーパークラフトをすることで、目・耳だけではなく、手を使って梧陵さんを体験し、また完成させることで一つの作品となり残る点である。同商品についても次年度、販売に向けた検討を行う予定である。

広川町は日本遺産に認定されているため、濱口梧陵生誕200年プレイベントとして大阪でのシンポジウムを開催した。同シンポジウムは、日本遺産事業内で行われているが、事業間の相乗効果を図るために、同シンポジウムに実行委員会の一部も参加し、またクラフトすごろくの配布も行い好評を博した。



クラフトすごろく



シンポジウムの様子

c 古民家イベントの継続

昨年度と同様、町内外の機運醸成を図るために古民家イベントを企画・実行した。同イベントは、昨年度は Re:branding 実行委員会中心に行われたが、今回は上述の通りアドバイザーとして招聘した和歌山大学、及びフラットフィールドオペレーションズにも参画を促し、外部連携を重視した形で展開した。それぞれの機関が連携しつつ、地域のアーティストの作品展示会や体験教室、高校マンドリン部のコンサートが開催されるなど、古民家と相性の良いテーマのイベントが企画・実行された。

将来的な古民家利活用をすすめる上でも同イベントの効果は高かったといえる。



古民家体験イベントチラシ



イベントの様子

d 古民家利活用検討

兵庫県丹波篠山市等で古民家活用実績のある株式会社 NOTE との連携を進め、大規模古民家（旧戸田家住宅）の宿泊施設等の活用に向けて検討した。株式会社 NOTE の株主でもある JR 西日本との協議も行い、9月には広川町を訪問し活用物件の視察や協議の場を設けた。

また、11月8日には株式会社 NOTE 主催の NIPPONIA サミットに参加し、他地域での取組について学び、11月20日には兵庫県朝来市にて展開している古民家ホテル EN を視察し、株式会社 NOTE から説明を受けた。12月25日にも串本町の古民家ホテル NIPPONIA「串本熊野街道」を視察し元地域おこし協力隊の経営者から説明を受けた。

次年度においては、株式会社 NOTE との連携を進め、古民家利活用の具体的な計画づくりに進む予定である。



古民家ホテル視察の様子

e ハードとの連携

ハードとの連携においては、稲むら火の館の対面に整備される予定の「物販・飲食施設」の整備を前提とした上述施策を進めている。なお、ハードの整備においては、現段階で昨年度決定した指定管理候補者とともに設計が完了し、次年度には予定通り建設へと進む予定である。また、指定管理候補者の責任者を Re:branding 実行委員会の外部アドバイザーとして招聘することで、ハード・ソフトの両面での連携を強化している。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

本事業は、広川町の地域資源である濱口梧陵を中心として地域再生を図ることを目的としている。広川町は、同氏の防災物語「稲むらの火」が有名であり、「稲むらの火」を由来として「世界津波の日（World Tsunami Awareness Day）」が制定され、さらには、広川町の防災文化のストーリー『「百世の安堵」～津波と復興の記憶が生きる広川の防災遺産～』が日本遺産に認定されるなど、濱口梧陵の防災イメージとともに広川町のブランドイメージが押し出される一面がある。これら地域資源を、防災を超えて観光や産業に波及されることが一つの目標とされた。

今年度事業においては、ほぼ計画通りに事業が進行し、新しいブランドを作り上げるためにソフト面においては Re:branding 実行委員会の組織の強化が図られた。また組織内検討においては、実行者を関係組織、企業、住民へと広げ、ヤマサ醤油と連携した「ミカドソース」の開発や株式会社 NOTE、株式会社 JR 西日本との古民家活用プロジェクトにも広がりを見せている。同

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

活動群によって、徐々に広川町の Re:branding 事業の認知度は上がっていると考えられる。一方、それら事業がテストマーケティングの域にとどまっていることは事実であり、今後はビジネス化による継続化、安定化を図ることが大きな課題となる。特に建設準備委員会の検討によって、物販・飲食施設の建設は目処が立ったものの、ソフトコンテンツはイベントでの実行にとどまっており、古民家も依然として空き家が多い。これら二つの資源を組み合わせることで古民家を利活用し、観光産業を活性化することでまちに賑わいを取り戻すことが今後の目標となる。

特に来年度については、本年度のテストマーケティングの継続に加えて、古民家の利活用の本格化、一部コンテンツのビジネス化などに挑戦していく必要があり、次年度においては新たな地域外主体を加えて古民家の整備、及び将来的に古民家を活用する組織の土台となる人材を確保するために地域おこし協力隊を募集・選定・定着させる。

第一に、地域外主体の参画においては、古民家利活用の拠点となっていた「戸田家」の本格的な活用を行うべく、古民家の宿泊施設化において実績を持つ株式会社 NOTE、及び地域インフラ企業である JR 西日本との連携を進める。具体的には実行委員会を組織し、古民家の利活用計画を進める。同施設計画においては次年度に開業を予定する稲むら火の館近辺の「物販飲食施設」やその他の古民家との連携も視野に入れる。

第二にそれら古民家群を将来的に運営する組織を見越した人材育成に力を入れる。広川町は人口7,000人の町であり、恒常的にまちおこし人材が一定層に固定されている。同メンバーのみで新規事業展開には限界があるため、新たな人材確保・育成を行う。具体的には次年度前半に地域おこし協力隊を募集し、早期に Re:branding 実行委員会へ参画させる。また同人材は将来的には宿泊施設化した戸田家住宅の運営やその他古民家の利活用を行う人材として募集・採用を行う。

最終的には、2020年の濱口梧陵生誕200年を広川町創生の契機とするためには、歴史的背景に基づき人々が培ってきた営みや文化を活かした歴史まちづくりを目指して住民の機運醸成を図りながら、関係機関の取組に連動性を持たせ、シナジー効果を発揮させていく必要がある。濱口梧陵生誕200年事業を一過性に終わらせないためにも、「梧陵ブランド」を活かしたコンテンツを地域循環ビジネスとして確立させ、地域の人々の誇りとなる「梧陵ブランド」として持続・継承を図らなければならない。今後の取組方針、留意点としては以下の通りとなる。

HIROGAWA Re:branding 実行委員会については、古民家体験イベントを通じ、よりビジネス性の高いプランを考案する段階に入っている。よって、2020年の本格化の段階において、古民家体験イベントは重要なイベントと位置付けられている。また、建設準備委員会においては、2020年度の開業に向けて、設計・建設工事を円滑に進めていく必要がある。さらに HIROGAWA Re:branding 実行委員会、建設準備委員会は検討内容は異なるものの「HIROGAWA Re:branding Project」の両輪となるため、その両事業の理解・進捗状況の共有を委員会内で積極的に行う必要がある。

7 外部専門家コメント



HIROGAWA Re:branding Project ～ 梧陵さんの魅力再発見 Phase2 ～ 考察

株式会社船井総合研究所 朽 尾 圭 亮

和歌山県広川町で展開される HIROGAWA Re:branding Project は、同地域の地域資源の中でも「濱口梧陵」という地域の偉人に注目して地域再生を図るという異色の事業である。昨年度に引き続き2年目を迎え、「濱口梧陵」の様々な文化遺産が残る広川町広地区でのイベントを拡大し、これまで参加者であった参加主体を、単なる参加者から徐々に地域ブランドを作り上げる関係者へと変えつつある。

また新しい参加主体として、地域外に拠点を構えるものの広川町と関係性の深い組織を地域ブランド化事業に参画してもらえた価値は、今後の事業において非常に大きな可能性につながると考えられる。よって以下ではその組織の特徴と可能性について、ヤマサ醤油、及びJR西日本及び株式会社NOTEについて概観したい。

まず、まさに濱口家が立ち上げた企業であるヤマサ醤油が、濱口梧陵が考案した調味料「ミカドソース」の復刻において本事業へ参画している。同ソースはヤマサ醤油において限定販売される予定であるが、限定販売の段階での広川町での展開に加え、その後の全国ブランドとしての浸透において、同社の全国に広がる販路は広川町の今後のブランド構築に大きく貢献する可能性を持つ。

次にJR西日本、及び同社が出資する株式会社NOTEである。JR西日本は広川町の玄関口である「湯浅駅」への主要アクセスを有しており、今後の観光送客においてインフラ企業として強い影響力を持っている。また同社が地方創生事業において注力する株式会社NOTEは、古民家再生においては国内屈指の力を有している。広川町では、現在イベント等の効果によって複数の大型古民家の利活用への興味・関心が高まりつつあり、今後の具体的な活用においては同社の知見が大いに役立つ予定である。

以上のように、地域内部・外部の組織が地域再生に積極的に加わりつつあることで広川町の地域再生マネージャー事業は、3年目に向けて別次元のステージに進みつつある。これらの試みは2020年が「濱口梧陵生誕200年」に当たることも相まって、新しいブランドを作り上げる、まさに「Re:branding」のための大きな原動力になるであろう。

一方で課題もまだ存在している。特に大きな課題は人材面における不足である。広川町はそもそもの人口規模が約7,000名と小さく、今回のRe:branding事業を行っていくには、人材が不足する状態にある。特に次年度は、上記地域外組織のかかわりも強くなるため、これまでの既存の活動メンバーの負担が大きくなる可能性が高い。現段階では活動メンバーのモチベーションは高いものの、今後の活動の活発化に向けては地域側からの新しい人材の獲得も急務になるであろう。

その中でも特に注目すべき制度は「地域おこし協力隊」である。次年度からは、古民家の本格的な利活用などが構想されるが、同制度を使うことにより今後の広川町において立ち上がる事業の担い手を想定することが可能になる。ただし、人材市況は活況を呈しているため人材募集においては、「地域おこし人材求む」などの曖昧な表現よりも、「将来の古民家ホテルオーナーを求む」などのとがった募集が必要である。

いずれにせよ、2年間の事業を通じて確認されたように濱口梧陵の意思をつぐ地域住民にはその困難を克服する潜在的な力は十分に証明されたといえる。よって、次年度2020年に濱口梧陵生誕200年へ向けて新たなブランド確立は十分に可能であると考えている。次年度活動におけるさらなる活動の充実を期待したいと思う。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-14 岡山県真庭市「歴史を生かした里山資本主義による持続可能な未来集落形成事業」

事業概要

総事業費	10,250千円
助成申請額	6,753千円
外部専門家	畑中 直樹（株式会社地域計画建築研究所（アルパック）） 中川貴美子（株式会社地域計画建築研究所（アルパック）） 他

自治体概要

人	□	45,682人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面	積	828.53km ²
人	□	密度 55.14人/km ²
標準財政規模		19,752,802千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数		0.30（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率		88.4%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室		総合政策部 交流定住推進課

取組概要

事業開始時点

- 地縁型組織体制による地域づくりが機能せず
- 地域を牽引するのは60～80代が中心で、世代交代がうまく進んでいなかった
- 伝統行事、歴史が風化し、地域の誇りの喪失が進行
- 耕作放棄地が増加し、竹林が繁茂するなど、周辺環境の荒廃
- 地域経済活動の持続性が弱まっていた
- 歴史資源の情報発信が不足

外部専門家による支援

- 寄り合いや勉強会を開催し、地域住民参画を進めた
- 寄り合い等での女性や若者の発言・活躍の機会を積極的に設けた
- 歴史の再発掘・共有・アーカイブ・HPによる公開
- 地元農産物の価値向上等への取組
- 特産品開発及び新たなビジネス・仕組み創出への取組
- 勉強会の開催による情報発信体制構築

事業終了時点（成果）

- 地縁+部会による複合型の組織体制へ改編
- 女性をはじめ30～50代の参加率の大幅向上
- 地域の歴史への誇りの維持、情報コンテンツの充実
- 竹の活用実証、特産品の商品展開、もち米のブランディング
- 地域の持続性向上につながる新たな特産品展開
- 地域住民の情報発信への主体的な行動



ボランティアガイドの様子



勉強会の様子



活発化した寄り合い

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

真庭市では、総合計画において「真庭ライフスタイル（多彩な真庭の豊かな生活）」の実現を目指し、様々な取組を行い、これまで、「地域の持続可能性」に着目し、市域の8割を山林が占め、木材集積地を有するという条件を生かし、地域の資源（木質バイオマス）をお金に換え、地域の関係性の中で、地域経済の循環を高める取り組みを行ってきた（大きな里山資本主義）。また、北部の中和（ちゅうか）地域では、木質バイオマスの活用による地域内経済循環のsmallビジネスなど新たな生業創出や地域のコミュニティ再生に取り組んできた（小さな里山資本主義）。

これら取組は一定の成果を挙げているが、9町村の合併により多様な地域性を有する真庭市においては、これまでの里山資本主義の取組を、あらゆる地域資源に展開し、広く市内に波及させ、中山間地域の地方分散型モデルとして具現化させることが課題である。

本事業の実施地域である社（やしろ）地域は、湯原温泉エリアにほど近い人口220名程度の典型的な小規模中山間集落であるが、10世紀に作成された「延喜式」に因む神社について、岡山県北に11社存在するうちの8社もが存在し、また県内最古級の木材が使われている「大御堂」など複数の歴史的建造物が現存、更に百万遍数珠回しなど中世の文化を色濃く残す祭礼が現在でも行われるなど、全国的にみても稀有な地域といえる。

地域住民もこうした歴史資源に着目し、住民主体による観光ガイドツアーや大学生等との交流によるイベント開催など、歴史資源を活用した地域づくりを行ってきたが、将来に渡り持続可能な体制には至っておらず、継続性が危ぶまれていた。

また一方で、社地域からほど近い湯原温泉エリアも、団体旅行から個人旅行へのシフト等により観光客数はピーク時の半数にまで落ち込んでいた。

こうした中、観光産業が中心の湯原温泉エリアと中世の歴史を色濃く残す社地域が連携し、各地域の資源を生かした振興を具体化し、交流人口の増加や経済の創出に取り組み、地域主体の持続可能な取組や経済を生み出す活動へ展開していくことが求められていた。

b 事業の目的

本事業では、真庭市がこれまで培ってきた里山資本主義の取組を、歴史をはじめとしたあらゆる地域資源に展開し、中山間地域の地方分散型モデルの一つとして具現化する。

社地域と湯原温泉が連携し、これまで守ってきた地域の文化を次世代に継承するとともに、小さなビジネスを創出し、地域内のみならず都市経済との好循環も生み出し、次の世代の若者が暮らしたいと思うことができ、更に安心して暮らすことができる地域への転換を目指す。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2 事業実施内容

a 地域の担い手発掘、組織形成

地域の担い手の把握や育成、組織構築に向けて、寄り合いやヒアリング、勉強会などを行う。

b 地域の結・地域資源を活用した大御堂葺き替えによる地域のつながり(誇り)継承と再生

地域のシンボルである大御堂を多世代により茅葺き替え、地域の誇りを取り戻し、伝承する。

c 放置竹林の活用や地域循環農業等による商品化および販売方法の検討

地域の困りごとである放置竹林を地域資源として活用するとともに、持続可能な利用の仕組みや景観林としての整備を目指す。

d 地域の歴史ガイド等と特産品開発による交流促進と小さな経済創出

湯原温泉エリアと連携し、ガイドの有料化や特産品化を図り、観光客を含めた人的交流を促進しながら経済循環を創出していく。

e 観光客と地域の高齢者の移動手段に電気自動車を利用するビジネス・仕組みの創出

当地域で暮らし続けていくことができるよう、高齢化が進む当地域で課題となっている「地域の足」の確保及び観光や農業との複合移送システムの確立に向けて実証を行う。

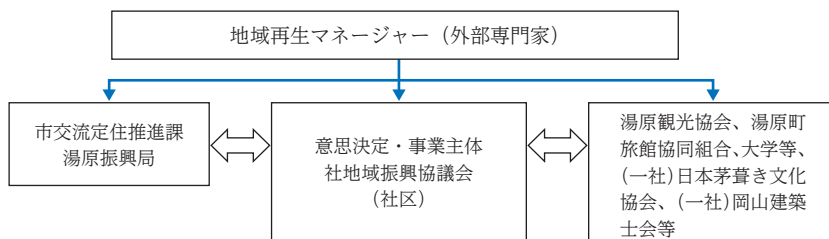
f 現代のニーズにマッチした手法による演出・情報発信を地域外の若者を巻き込みながら実施

社地域の様々な取り組みを、地域外の若者を巻き込みながら実施し、さらに現代のニーズにマッチした手法で演出・情報発信していくことで、関係人口や UIJ ターン者の獲得を目指す。

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

地域住民が主体となる「社地域振興協議会」を中心として、湯原振興局や湯原観光協会と連携して事業を実施する。

b 外部専門家の役割

外部専門家は、地域の担い手の発掘・組織形成に向けた住民への聞き取り調査や助言、大御堂の葺き替えや地域に誇りの継承に向けた体制づくりや記録作成、放置竹林の活用に向けた商品化検証、ガイドプログラムのための勉強会開催、やしろもちの特産品化の検討、電気自動車活用に向けた分析・検討、地域の情報発信のための勉強会開催を行う。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

4

事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
5月	24日	役員会：今年度の取り組み内容について地域住民と共有
	29日	全体寄合第1回：今年度の取り組み内容について地域住民と共有
6月	18日	特産品企画会議 第1回：農産物の商品化に向けた企画会議
7月	9日	竹林企画会議 第1回：竹林整備と竹の有効活用に向けた会議
	9日	情報発信勉強会 第1回：地域 twitter 開設
	17日	打ち合わせ：電気自動車の導入に際し、メーカー現地視察の受入
	27日	全体寄合第2回：文化財、古民家活用についての勉強会の開催
8月	10日	打ち合わせ：茅葺きの専門家に対し、体験イベントに関する相談
	11日	やしろ上映会開催
	22日	特産品：やしろもち青刈り実施への立ち合い
9月	5日	全体寄合第3回：今年度の取り組み内容について地域住民と共有
	5日	小水力発電・特産品：現地調査・やしろもち製品化に向けた会議
	25日	湯原温泉観光協会・真庭市観光局向けガイドの実施
10月	1日	小水力発電：勉強会開催
	9日	ヒアリング：秋の大祭での情報発信支援及び若手住民意見聴取
	20日	放置竹林の現地計測調査および竹粉制作
	27日	ヒアリング：若い世代30～50代の方へのヒアリング調査の実施
	28日	特産品企画会議 第2回：特産品に関する取り組みの検討
	29日	全体寄合第4回：この間の共有および今後の体制について議論
11月	16日	竹あかりワークショップの開催
	19日	役員会：今後の組織体制について議論
	21日	協議会役員全体会議：今後の組織体制について議論
	23～24日	大御堂葺き替えに向けた茅刈りイベントへの参加および学習会
	30日	やしろ上映会および子ども向けイベントの実施
12月	1日	しめなわづくりワークショップ
	16日	部会（宿泊、特産品、竹）第1回
	23日	部会（情報、歴史・環境整備）第1回
	31日	竹あかり／若手帰省者等ヒアリング
1月	7日	部会（子ども）第1回
	19日	視察（明日香村）
	29日	部会（宿泊、特産品、竹）第2回
	30日	部会（情報、歴史・環境整備）第2回

5 主な成果

a 地域の担い手発掘、組織形成

これまで地域の寄合にほとんど参加していなかった女性が参加するようになり、発言の機会も増えた。あわせて、これまでの寄合では出てこなかったようなアイデアが出るようになり、各事業の活動が一気に活発化した。

最近Uターンしたばかりの住民や、たまに帰省する2拠点居住者らも寄合に参加するなど、「外の視点」を受け入れる雰囲気ができあがってきた。



寄合の様子

b 地域の結・地域資源を活用した大御堂葺き替えによる地域のつながり(誇り)継承と再生

「歴史資源＝文化財（活用は難しい）」という認識が、「歴史資源＝文化や風景そのもの（空き家を含め宝の山である）」という認識に発展し、「古民家活用」という視点が生まれた。



茅葺きの勉強会の様子

c 放置竹林の活用や地域循環農業等による商品化および販売方法の検討

竹の活用方法について広く情報収集することができた。これにより寄合を実施し、令和2年度に向けた事業スタートの準備ができている（農繁期を過ぎた秋から本格着手）。

やしもちの生産にあたり、1圃場に竹粉を投入している。今後、収穫後の土壌分析、未投入の圃場と分けて収穫（食べ比べ）などが予定されている。



特産品のパッケージ

d 地域の歴史ガイド等と特産品開発による交流促進と小さな経済創出

やしもちの試験栽培をスタートさせることができた（50a/3名）（地区においては7～8年振りの栽培）。販売用としては700kg 収穫予定。

昨年度にしめ飾りの販売が好評であったことから、今年度は昨年度以上の販売実績が出るよう進めることが決まった。今後、都心部での販売も検討する。

寄合の中でサツマイモの加工販売（干しいもの試験加工）や、しめ飾り販売という意見が出され実証。サツマイモについては生育不順により収穫できなかったが、青刈り稲（しめ飾りに使用）を8月末に収穫を行い、試験販売を行った。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

e 観光客と地域の高齢者の移動手段に電気自動車を利用するビジネス・仕組みの創出

県、陸運局、警察との協議、並びに実証地域（新見市）への視察等により、導入の準備がほぼ整った状態。

f 現代のニーズにマッチした手法による演出・情報発信を地域外の若者を巻き込みながら実施

SNS 勉強会を企画したところ、地元に加え、湯原観光協会職員も参加し、情報発信について学ぶことができたほか、連携のきっかけにもなった。

6 持続的发展へ向けた課題、今後の取り組み

- ・50代以下の壮年層（子育て中の女性らも含む）の一層の参画を図っていく必要がある。
- ・「地域内」からの人材発掘だが、地域内では限界も見えているため、地域のプライドを尊重しながら、関係人口レベルでも積極的に外部人材を取り込んでいきたい（応援者を増やしたい）。
- ・ガイド利用の促進のため、湯原温泉との連携を一層進めていく必要がある。
- ・大御堂の葺き替えなどのための資金調達の仕組みづくりを行う必要がある。
- ・野菜や果樹の生産現況は、出荷者が少ない（特に高品質のこだわり農産物が少ない）ことから、「社産野菜」としてPRするには、商品のピックアップやルールづくりなどが課題となる。当面はやしもち、さつまいも、しめ飾りを中心にブランドの方向性だしや地域内での運用ルールなどについて推進していく。
- ・商品化（試験販売）に向けて、加工方法、販路確保について、協議会の体制や意向などを踏まえながら推進していく。
- ・「観光と農作物販売と地域の足」の複合移送システム確立のためにはグリーンスローモビリティの運行システムの確立が核となる。令和3年度からの自主経営を目指し、実証を重ねていく。
- ・情報発信を義務ではなく「自ら発信したい」と思わせるためにもう一歩必要。継続的に勉強会を実施するなど、刺激を与えつつ地道に推進していく必要がある。

7 外部専門家コメント



地域の人・歴史あらゆるものを誰ひとり 取り残さない (Leave No One Behind) よう ほどよく紡いでいく

株式会社地域計画建築研究所(アルパック)

役員 畑 中 直 樹

初めて社地区を訪れた時、平安時代、京都の仁和寺の荘園で、美作国内の十一の式内社のうち八社もある歴史のある地区だという予備知識はあったものの、ぱっと見は日本全国どこにでもありそうな過疎の進む中山間地域という印象でした。

地域の皆さんが幼いころから遊び場として、集いの場として、祭りの場として親しんだ大御堂の茅の葺き替えをシンボルに、SDGsの持続可能な未来集落づくり、里山資本主義の歴史資源版のモデルをと始めましたが、前年度のC14での分析の結果、言い伝えどおり本当に平安時代の材であることが判明し、さすがに焼肉はやめましょうね、と寄り合いで禁止令を出したところ、古老の皆さん舌を出して苦笑いされてました。

持続可能な地域づくりの主人公は地域の皆さんです。外部専門家である私たちは、少し錆び付いた地域の錆を落とし油を指す助手であり、再始動のための充電器であり、少しばらばらになりかけた地域の人や資源を紡ぐ触媒です。

地域の皆さんとは、同じ苗字の方が多いですから下の名前を覚えて、下の名前でお呼びすることから始まります。

昔の地域の写真や地域演芸会のビデオを持ち寄っていただきアーカイブしながら地域が元気だった頃のことを思い出すきっかけをつくり、人数が減り地域事の負担が増した若い世代の気持ちをくみとり、数少なくなった近所の友だちの家に遊びに行っていきなりWi-Fiのパスワードを聞く今の子どもたちの実情に驚き、お母さんらの危機感を受け止め、誰ひとり取り残さない(Leave No One Behind) ようそれらを地区のすべての世代で互いに理解し合う橋渡しをする。

地域の歴史の魅力を少しだけ客観的に伝えし、その活かし方の方法論について少しだけ皆さんの背中を押す。

肝である歴史についても、今は三間の大御堂はもともと八間であの辺にあった、あそこには五重塔？もある立派なお寺があって焼失した、この古材は一本の巨木から切り出したものであつた田んぼの下に切り株が今でも残っている、等々地域の皆さんが永い年月傳承してきた言い伝えをみんな活かし、あわよくば一つひとつ解明していこうと盛り上がっています。

昨秋には、地域の皆さんの発意で、具体化に向けた体制をと取組ごとの部会が発足し、この春には地縁型とテーマ型とが縦糸横糸にほどよく紡がれた体制に移行します。

まだ道半ばではありますが、地域の皆さんとは、末永く関わっていければと考えております。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-15 広島県熊野町 「熊野町観光コンテンツ創造事業」

事業概要

総事業費	4,420千円
助成申請額	2,946千円
外部専門家	渡部 裕子（株式会社 necco 取締役） 小田 千愛（株式会社エブリプラン 地域政策推進部）ほか

自治体概要

人	□	24,180人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面	積	33.76km ²
人	□	密度 716.23人/km ²
標準財政規模		5,224,002千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数		0.55（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率		93.6%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室		総務部 地域振興課

取組概要

事業開始時点

- 「熊野筆」ブランドが定着した反面、その他の観光素材が不足
- 熊野町への観光リピーターの創出が課題
- 「熊野町観光交流拠点整備計画」の策定
- 新たな「観光コンテンツ」の開発が必須

外部専門家による支援

- 熊野町内でのハーブを軸とした取り組みに対する機運醸成（住民意識の改革）
- ハーブを軸とした新たな観光コンテンツの開発
- ハーブ雑貨等の販売にかかる事業化支援

事業終了時点（成果）

- 商品開発に意欲のある人材の発掘・コミュニティ化
- 20種類のハーブの栽培
- ハーブを活用した商品の試作開発
- 町内最大のイベントでのテスト販売
- 町内店舗での雑貨販売開始



経済産業大臣指定伝統的工芸品
「熊野筆」



ワークショップ開催風景



町内産ハーブを使った
雑貨や食品のテスト販売

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

熊野町は、江戸時代後期から筆産業のまちとして栄え、高い技術を有する伝統工芸士が生み出す高品質な「熊野筆」は、国の伝統的工芸品にも指定され有名書家のご用達となっている。また、熊野町の製筆技術を応用して作られる「化粧筆」は、一般からプロメイクアップアーティストまで広く愛用されるなど、今や世界的な人気と知名度を誇り、その品質は「熊野筆ブランド」として高い評価を受けている。

熊野町が誇るこうした「筆」に関する歴史と文化、技術の伝承・振興を目的とした世界的にもユニークな施設「筆の里工房」や、筆産業事業所による「産業観光」は当町における重要な観光資源であり、筆の里工房においては毎年5万人を上回る来館者がいるが、単一の観光コンテンツであり町内での滞在時間が短く、「筆を使った美術・芸術品」をメインとした企画展以外の内容ではリピーター観光客が発生しにくい課題がある。

このことから、既存の「筆」に関するコンテンツと合わせ観光人口・交流人口の拡大を目的とした新たな観光コンテンツを創出し、観光による持続的な地域振興を図ることに必要性を検討するに至った。

b 事業の目的

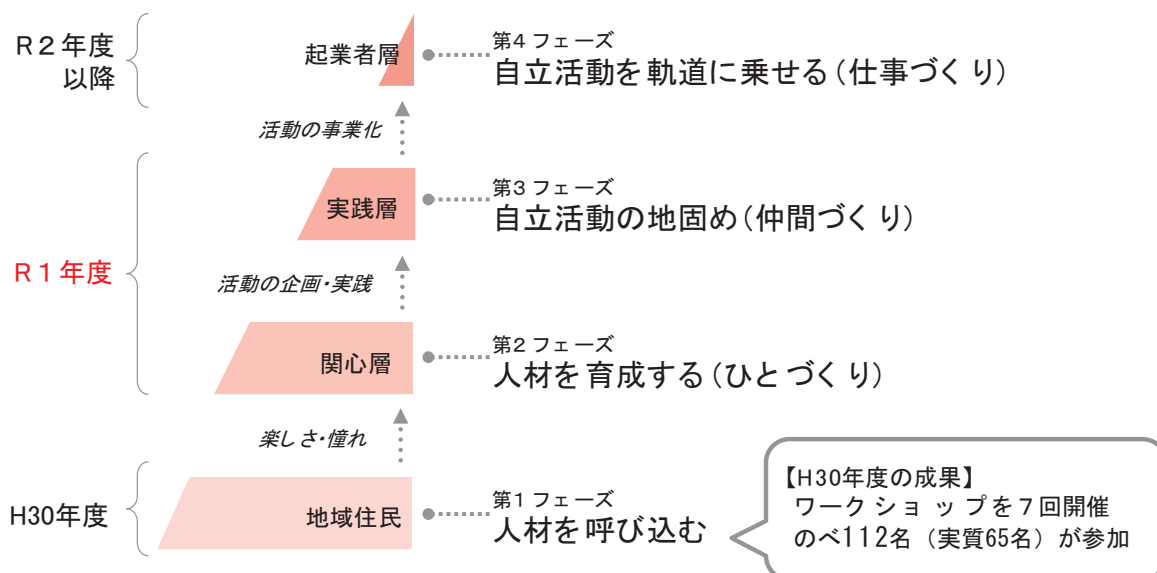
今後、熊野町が観光による地域活性化を推進するためには、「筆」以外の観光コンテンツが必要不可欠である。他地域の事例から、その中心に据えるべきコンテンツの一つは「食」であるが、単なるご当地グルメの開発ではなく、熊野町独自の「筆」から生み出される「美」を基本軸に置くこととした。これを検討した結果、「美」と親和性が高く、女性に関心の高い「ハーブ」を素材とした食と、雑貨等の関連商品を開発し、これを定着させることで熊野町における新たな観光コンテンツとすることを目的とする。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2 事業実施内容

本事業では、ハーブを活用した観光特産品の開発と起業促進に向けて4つのフェーズと成果目標を設定している。今年度事業では、第2・第3フェーズの施策に取り組んだ。

■本事業の4つのフェーズと成果目標



a ハーブを知る・親しむ・楽しむ（生活にハーブを活かす機運を高める）

エディブルフラワーなど日常生活で活用しやすいハーブを自宅の庭やプランターで育てるワークショップを開催し、町全体にハーブが浸透していく基盤とする。ワークショップ参加者が育てたハーブを、自らの健康増進や料理等へ活用し、ハーブへの理解や親和性を高める。

b ハーブを育てる・活かす・販売する（ハーブ活用機運の深化）

ワークショップ参加者のうち「趣味以上、仕事未満」でハーブづくりに取り組む人材を確保、育成し、町内の各種イベント等でハーブを使用した商品のブース販売を体験する。販売商品にするためのハーブの採集・加工・パッキングなどの手法を学び起業体験する。

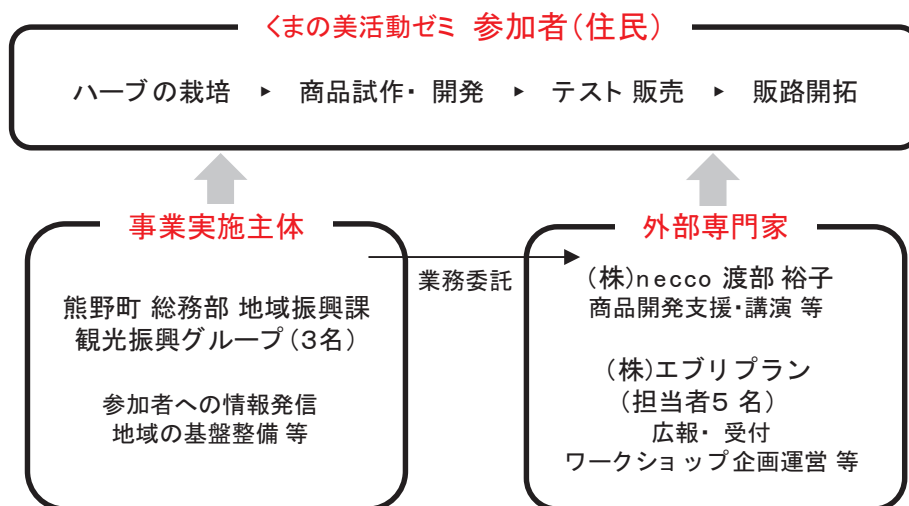
c ハーブの事業化基盤の形成

販売・起業体験を通じ、ハーブを熊野町の特産品（観光コンテンツ）として展開していく意欲のある人材を抽出し、事業化に向けた支援を行う。

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

薬草・香草（ハーブ）を起点としたワークショップ「くまの美活動ゼミ」の参加者、さらにそのステップアップコース参加者を実施主体とし、熊野町役場と外部専門家が支援する体制で実施する。

b 外部専門家の役割

ハーブの活用・観光資源化に関するワークショップを企画・運営する。ワークショップを通じ、ハーブの魅力や活用方法を参加者に発信するとともに、商品開発・販売に向けた助言・指導を行う。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

4

事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
5月	11日	○ハーブ栽培イベント「第1回 くまの美活動ゼミ」 ・ハーブの植え方・育て方について ・ワークショップ：ハーブやエディブルフラワーの苗を植える
6月	7日	○起業体験ワークショップ「第1回 くまの美活動ゼミ ステップアップコース（以下、くまの美活動ラボ）」 ・事例紹介：夢を形にするためには？ ・商品開発・テスト販売に向けたアイデア出し
7月	13日	○ハーブ収穫イベント「第2回 くまの美活動ゼミ」 ・レクチャー：ハーブの摘み方について ・ハーブやエディブルフラワーの収穫 ・摘みたてハーブの簡単調理&試食
8月	2日 23日	○起業体験ワークショップ「第2回 くまの美活動ラボ」 ・商品の具体化・試作 ○起業体験ワークショップ「くまの美活動ラボ（参加者自主開催）」 ・販売する商品の制作
9月	22日 23日 27日	○起業体験ワークショップ「第3回 くまの美活動ラボ」 ・当日の流れ・役割分担の確認 ○起業体験ワークショップ「第4回 くまの美活動ラボ」 ・町内最大のイベント「筆まつり」へのブース出店・販売 ○起業体験ワークショップ「第5回 くまの美活動ラボ」 ・筆まつりの振り返り、売上報告 ・今後の方向性について
10月	28日	○起業体験ワークショップ「第6回 くまの美活動ラボ」 ・ハンドメイド通販サイト「minne」出品作品のケーススタディ ・写真の撮り方レッスン ・出品に向けた準備
1月	13日	○起業体験ワークショップ「第7回 くまの美活動ラボ」 ・1年間の振り返り ・今後の方向性について

5 主な成果

a 商品開発に意欲を持つ人材の発掘・コミュニティ化

ハーブを栽培・収穫する「くまの美活動ゼミ(全2回)」には、地域住民のべ71名が参加した。また、ステップアップコース「くまの美活動ラボ(全8回)」では、コアメンバー6名を中心に、ハーブを活用した商品開発・販売、販路開拓に取り組んだ。

ワークショップのほか、SNSでの情報共有や自主的な活動を重ね、参加者のコミュニティ化が進展した。



ワークショップの様子

b 20種類のハーブの試験栽培

事業を通じ、20種類のハーブを町有地に植え、試験的に栽培した。その結果、レモングラスやレモンバーベナ、バジルといった特定の品種が良く育つ一方、一般的に育てやすいと言われる品種であっても早々に枯れてしまうものもあるなど、少量多品種のハーブの栽培を通じ、各品種の土壌や気候条件との相性が明らかになり、今後の栽培に向けた知見を得ることができた。



ハーブの試験栽培

c 商品の開発・テスト販売

「くまの美活動ラボ」では、コアメンバーがそれぞれのスキルを活かし、雑貨やカフェレシピ9種を開発した。このほか、販売には至らなかったものの、数多くの食品や雑貨を試作した。

完成した商品は、町内最大のイベント「筆まつり」で販売した。売上は16万円に上り、4万円の利益となった。利益は、今後の活動費として積み立て、参加者が共同で管理することとした。



筆まつりでのテスト販売

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

d 参加者主体による販路開拓

筆まつり終了後、ハンドメイド通販サイトへの出品を試みたものの、出品・発送の手間が大きく、販売には至らなかった。しかしその後、参加者自ら販売の方向性を再検討し、町内の料理教室や美容室の店頭で委託販売を開始するなど、筆まつりで得た経験と自信をきっかけに、販路開拓の一步を踏み出すことができた。



ハーブのハンドメイド商品

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

① 生産体制の確立

ハーブの栽培・収穫イベントには多くの住民が参加したものの、その後は町職員が主体となって水やりや草刈りなどの畑の管理作業を担った。住民主体の生産体制を確立するためには、耕作から種まき、収穫までを担う人材を確保し、管理体制を明確にする必要がある。

そこで次年度は、町有地を「開放エリア」と「区画貸しエリア」に分けて栽培環境を整備する。加えて、ハーブ栽培に意欲を持つ町内事業所や団体との個別協議等を通じ、将来的な町有地の管理や生産体制の仕組みを検討する。

② 活動の自立支援

「くまの美活動ラボ」のメンバーはいずれも仕事や子育てに多忙な女性であり、今後に向けた課題について「作る時間を確保するのが大変」「モチベーションの維持が難しい」といった意見も聞かれた。

そこで、ハーブに関する自由な活動の場を平日の夜間に定期的に用意する。活動内容は定めず、各自が自由に商品制作や改善、販売に取り組むことで、参加者同士の学びの循環を生み出し、モチベーションの維持を図る。行政は環境整備のみを行うことで、地元プレーヤーによる持続可能な活動を支援する。

③ 人材の裾野拡大

熊野町の新たな観光資源としてハーブを定着させるためには、既存のコアメンバーだけでなく、より多彩な人材の参画が求められる。

そこで、新たな人材を巻き込むきっかけづくりの場として、調理・盛り付けやクラフト制作などの創造的活動を楽しむワークショップを平日の日中に開催する。これにより、主婦層をはじめとする町内外の住民に広くハーブを知る機会を提供し、地域全体にハーブの活用に関する前向きな機運を醸成する。また、近隣都市部の女性グループや学生等にも広報を行い、さらなる賑わいづくりと人材の裾野拡大につなげる。

7 外部専門家コメント



筆の都から美を発信 ハーブに着目したコンテンツ開発と人材発掘

株式会社 necco 取締役 渡部 裕子

●事業の概要

熊野筆で知られる当地域において、「美を生み出す道具」としての「筆」と親和性があり、「内側からの美」がテーマになる具体的な糸口とは何か、そこに思いを致すことから、今回のプロジェクトをスタートさせました。

まずはコンテンツの開発と地元の方々、とくに女性層が気軽に、かつ主体的に活動できる場づくりが必要です。また観光の魅力も兼ね備えていることも重要です。当地を繰り返し訪れたくなるような魅力を創造するために、昨年度は第一歩として、地域住民に「ハーブの魅力と栽培」を提案し、ハーブに関心を持った様々な年代の人が関わる官民一体の「テーマ型3世代コミュニティ」を構築することができました。

今年度は、地域に広がりの手応えのあった「ハーブの輪」をベースに「関心のある人」の輪を広げ、第二段階のアクションを起こすため、①くまのゼミ（ハーブ栽培コース）②くまのラボ（商品開発）の取り組みを進めています。

●地域が抱える課題へのアプローチ

これまで地域に根付いていない「ハーブ」という新たなツールを事業の軸としました。ハーブに興味を持ってくれる層を増やすための仕掛けと、地域内における小規模な経済循環を生み出すための取り組みが両輪になります。結果、仲間づくりと事業化を並行して展開することが出来ました。

商品開発の主要メンバーが仕事や育児、介護などそれぞれの人生の場に応じて働く女性だったため、開発のやり取りにSNSを活用したり、会議で顔を合わせるときは、みなさんが比較的参加しやすい時間帯にするなどの環境を整えたことで、生産から商品づくりまでが可能になりました。

●事業の成果

昨年度広がった「ハーブの輪」から商品開発に意欲のある人材が複数現れたことが、当事業の大きな推進力になりました。

今年度の目標の一つは「熊野筆まつり」への参加でした。この祭りは、近隣各県のみならず、遠方からも多数の来訪者がある町最大のイベントです。

当初想定していなかった農福連携、異業種連携が自発的に起こり、横軸のネットワークが広がったことも今後に繋がる大きな成果の一つでした。

実際にお客様とのやり取りで、自分たちが作った商品が「売れる」という小さな成功体験を経ることで、参加者のモチベーションも高まり、仲間の結束力も高まっていきました。

祭りの後、反省会から出た意見やアイデアで商品もブラッシュアップされ、町内や近隣エリアで商品を販売してくれる店舗も見つかりました。さらに、インターネット通販に乗せる動きも出てきました。

今後は、固まりつつあるコミュニティを牽引役に、地域内での生産—製造—販売のサイクルの確立を図ります。また、体験メニューの開発や料理教室のカリキュラム化を行うことで、ハーブという美をテーマにした体験型観光、熊野ハーブのクリエイティブ集団によるコミュニティビジネスを展開していきます。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-16 香川県三豊市 「三豊市地域農産物付加価値づくり事業」

事業概要

総事業費	7,285千円
助成申請額	4,824千円
外部専門家	畦地 履正、刈谷 貴泉（株式会社四万十ドラマ） 井上 真季（イノウエデザイン事務所） 内田 美和（共同印刷株式会社） 岡本 裕介（食の劇場）

自治体概要

人	□	65,959人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面	積	222.7km ²
人	□	密度 296.18人/km ²
標準財政規模		19,945,023千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数		0.48（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率		90.0%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室		建設経済部 農林水産課

取組概要

事業開始時点

- プロジェクトに向けた組織検討
- 農産物を活用した商品が少ない
- 地域を表した統一デザインがない
- 地域農産物の魅力を伝えるデザインと商品が必要
- マーケティングのノウハウが必要
- プロダクトとマーケットのマッチングが必要

外部専門家による支援

- 組織づくりや運営体制構築
- 商品開発の指導
- トータルデザイン提案
- マーケティングと販路開拓
- 既存の付加価値の高い商品・農産物などの発掘
- 首都圏での販路開拓や高知県、香川県での販売促進

事業終了時点（成果）

- ワーキンググループ設置
- 運営体制の構築
- ワークショップによる新商品
- みとよのみプロジェクトとトータルデザインの制作
- 高知県・香川県での販売促進プロモーション、テストマーケティング
- 都内のあしもと逸品会議参加



ワークショップによる商品開発



みとよのみプロジェクトのロゴ



東京での商談会の様子

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

香川県三豊市は、香川県西部に位置し、瀬戸内海に面した荘内半島や父母ヶ浜のほか、栗島、志々島、薦島などの島しょ部から中央には財田川、高瀬川などの河川が流れる三豊平野、讃岐山脈（若狭峰、大麻山、弥谷山、七宝山など）に囲まれている地域である。

三豊市には瀬戸内海の島々や美しい父母ヶ浜など、のどかな里山の景色、「フルーツ王国みとよ」と呼ばれるほど様々な果物（温州みかん、柑橘類、ぶどう、もも、びわ、柿、オリーブ、いちご、クリ、キウイフルーツ）や野菜（三豊なす、ブロッコリー、キャベツ、レタスなど）が栽培される農業に支えられた食文化、温暖な風土に育まれた人の温かさなど、豊かな「地域資源」があるが、基幹産業である第1次産業の農業や水産業では高齢化や人口減少が進み、担い手不足は深刻であった。また、地域の特産品としてのブランドづくりにつながる地域の農産物の付加価値向上や関係機関と連携した付加価値づくりの組織設立など全体の仕組みづくりが必要とされていた。

b 事業の目的

三豊市の農産物の付加価値創造や付加価値づくりにむけて、消費者ニーズを踏まえた付加価値の高い地域農産物を活用した商品づくりを行うため、デザインを戦略的に活用し、「地域ブランドのコンセプトづくり、ニーズの把握、高付加価値化、ブラッシュアップ、販路開拓やPR、流通」までの一貫した取組を外部専門家（地域再生マネージャー等）がアドバイスすることにより商品開発による農産物や水産物の高付加価値化・販路開拓に取り組み、地域のビジネスを創出することを目的とした。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2 事業実施内容

a 運営体制構築

三豊市の農産物の生産者を中心に地域おこし協力隊、地域の農や食に携わっている野菜ソムリエなどが参加する「みとよのみ」プロジェクト（地域農産物付加価値づくり）ワーキンググループを立ちあげて、地域全体で地域農産物を活用した商品開発に取り組む。

これにより、地域の農産物を活用した特産品開発に係る意見交換や、検討会を進め、地域ブランドづくりを推進する。

b コンセプトの明確化と目指すべきビジョンのデザイン

地域農産物を活用した地域商品の開発に向けたプロジェクトのコンセプトを検討し、プロジェクト名やコンセプトの明確化を図るため全体的なプロジェクトデザインに取り組む。

c 商品開発と試作

市内の農業者や事業者が参加するワークショップにて新しい商品開発を進める。その後、地域農産物を活用した地域商品の開発にむけてワークショップを開催し試作に取り組む。

d 販売促進・テストマーケティング

ワークショップを通じて開発された商品をテストマーケティングするため、販売促進・PR、プロモーションを地域内外で実施する。

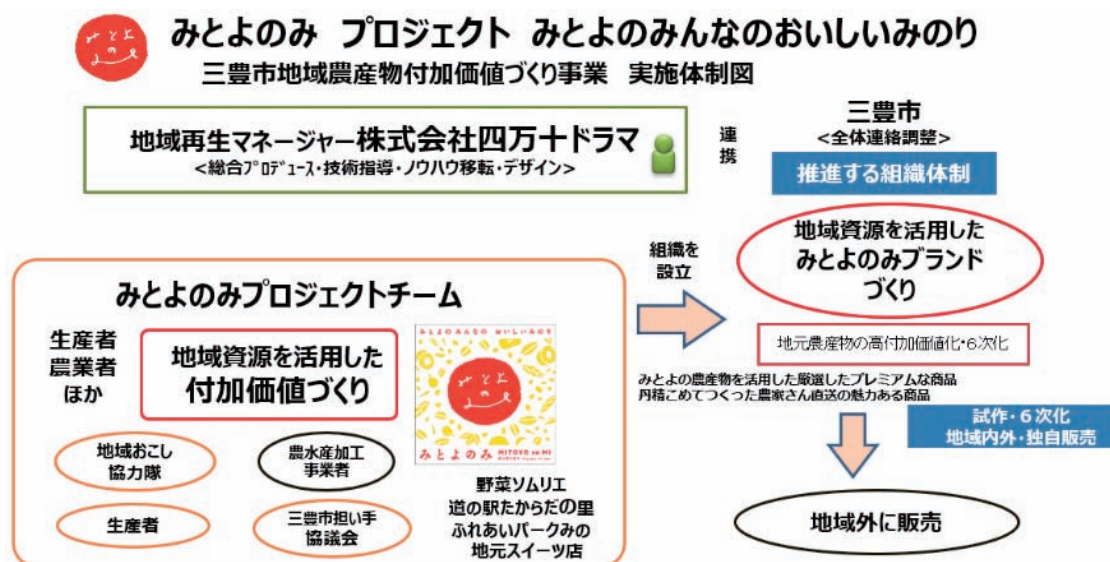
e 販路開拓

首都圏の販路開拓のために東京都内の商談会などに参加し、プロジェクトのプレゼンテーションや商品のプロモーション活動を行う。

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

生産者、農業者、地域おこし協力隊による「みとよのみプロジェクトチーム」が事業主体となり、これを外部専門家及び三豊市が連携して支援する体制とした。

b 外部専門家の役割

(株)四万十ドラマ 畦地履正	本事業の運営体制の構築と開催したワークショップを総括し、地域資源の発掘や地域のとりまとめ及び地域商品の開発や販路拡大に向けての指導、助言。
(株)四万十ドラマ 事業課長 刈谷貴泉	ワークショップにおけるファシリテーションのほか、事業の企画に関する助言や取組の進行管理。
イノウエデザイン事務所 代表 井上真季	地域ブランドにつながるデザイン戦略を構築し、プロジェクトのトータルデザインを企画。統一感のあるトータルデザインにもとづく商品ポップや販売促進ツールの制作のほか、地域の農産物を活用した魅力的な商品デザインを実施。
共同印刷(株) 内田美和	首都圏など地域外の販路開拓支援や地域の農産物を活用した商品開発支援やテストマーケティング、トータルデザイン及び商品開発に関する指導、助言。
食の劇場 岡本裕介	香川県内の販路開拓支援や地域の農産物を活用した商品開発支援のほか、商品開発に関する指導、助言。

4 事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
5月	20日	・ 外部専門家と方向性の打ち合わせ ・ 第1回ワークショップ（地域資源の発掘、方向性）
6月	19日	・ 外部専門家と協議 参加事業者と意見交換 体制づくりについて検討
7月	1日	・ 第2回ワークショップ（体制・商品開発試作・コンセプト検討）
8月	30日	・ 外部専門家・参加事業者と協議 みとよのみプロジェクト トータルデザイン・コンセプト検討
9月	25日	・ 第3回ワークショップ（商品開発試作など）
10月	28日	・ 第4回ワークショップ（販路開拓・イベント・催事等へ出展など）
11月	3～4日 16日 29日	・ 商品のPR活動、プロモーション（三豊市仁尾町みとよのくりごと） ・ 商品の販売促進、テストマーケティング（かがわ物産館栗林庵） ・ 第5回ワークショップ（地域内外へ商品魅力の発信、販路拡大）
12月	18日	・ 首都圏での商談会及び販路開拓（あしもと逸品会議参加）
1月	19日 31日	・ 高知県での販路開拓（サニーマート） ・ 第6回ワークショップ（商品開発・販路開拓・今後の活動など）

5 主な成果

a 運営体制構築

三豊市の農産物の生産者を中心に地域おこし協力隊、地域の農や食に携わっている野菜ソムリエなどが参加する「みとよのみ」プロジェクトワーキンググループを立ちあげて、地域農産物を活用した商品開発に取り組んだ。これにより、地域の農産物を活用した特産品開発に係る意見交換や検討会を進め、地域のブランドづくりを推進した。

b コンセプトの明確化と目指すべきビジョンのデザイン

地域農産物を活用した地域商品の開発に向けたプロジェクトのコンセプトを検討し、プロジェクト名やコンセプトの明確化を図るため全体的なプロジェクトデザインに取り組んだ結果、「みとよのみ」プロジェクトが誕生した。



ワークショップの様子

c 商品開発と試作

市内の農業者や事業者が参加するワークショップにて新しい商品開発を進めた。地域農産物を活用した地域商品の開発として「完熟キウイフルーツのドライフルーツ」、高瀬茶と地元のレモンの「新緑のグリーンティー」、三豊産のイタリアントマトの「トマトソース」、「はぜかけ天日干し米」、「リゾット専用品種の和みりゾット」、「タケノコピクルス」を開発した。



開発商品のひとつ「新緑のグリーンティー」

d 販売促進・テストマーケティング

ワークショップを通じて開発された商品をテストマーケティングするため、販売促進・PR、プロモーションを地域内外で実施した。

- ・11月3～4日 みとよのくりごと
(販売促進・テストマーケティング)
- ・11月16日 かがわ物産館栗林庵
(販売促進・テストマーケティング)
- ・12月18日 あしもと逸品会議
(商品PR・商談会・意見交換会)
- ・1月19日 サニーマートとさのさと御座店
(販売促進)



テストマーケティングのチラシ

e 販路開拓

首都圏の販路開拓のために東京都内の商談会などに参加し、プロジェクトのプレゼンテーションや商品のプロモーション活動を行った。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

「みとよのみ」プロジェクトが持続可能な組織となるよう、今後、外部専門家の支援のもと、地域のブランド力を向上させる体制づくりを強化する。また地域の農業者などと連携しながら地域で新しい商品開発を進め、商品群の充実化が必要となってくる。来年度はそういった地域の連携や体制強化に取り組みつつ「みとよのみ」ブランドについて基準などを再度、整理するとともに、知名度を向上させるプロモーション、広報・情報発信により、地域ビジネスの創出につなげる。

今後の取り組みについて

- 地域ブランドを向上させる体制づくりの強化
- 情報発信（地域農産物等の魅力発信・カタログ・WEB・SNS などプロモーション・PR）
- あらたな商品開発・新しい商品群の充実

①「みとよのみ」を整える

2019年は本事業のトータルデザインとして、もともと三豊にある質の高い素材の価値を、きちんと伝わる形に商品開発やブランディングをし、タネの状態から実になっていく「みとよのみ」という事業コンセプトをつくりました。

来年度はそこから生まれた商品たち、またこれから生まれる商品たちそのものの基準となる商品コンセプトを決め、整備することが必要になると思います。「みとよのみ」の商品はなんでも良いわけではありません。どのように栽培されたのか、またどのようにつくられたものなのか、それらの基準をきちんと定め、商品の質的向上と信用性を高めます。

②「みとよのみ」を編集する

→ カatalogの作成

「みとよのみ」を支える農家さんや生産者さんの紹介、商品の紹介をするカタログをつくり、展示会や販売会などで使用します。「みとよのみ」をより深く理解してもらうためのツールです。

③「みとよのみ」を伝える

→ WEB・SNSでの発信

WEBは、カタログの内容と重複しますが、「みとよのみ」についての情報をまとめます。

農家さん・生産者さんの情報、「みとよのみ」の商品情報を掲載。個別に購入もできると良い。

SNSは、リアルタイムで「みとよのみ」のイベントや日常の情報を発信。

7 外部専門家コメント



「みとよのみプロジェクト」 地域農産物を活用した付加価値づくり

株式会社四万十ドラマ 代表取締役 畦 地 履 正

●事業概要

三豊市は香川県の西部に位置し、瀬戸内海に面した自然豊かな田園都市である。「フルーツ王国みとよ」と呼ばれるほどさまざまなおいしい果物や多品目な農産物が温暖な気候を活かして栽培されている。しかし農産物や水産物のほとんどが近隣の消費地にそのまま出荷され、地域の特産品としてのブランドづくりにつながる加工商品は少ない。このようにいろいろな地域資源がある三豊市だが、基幹産業である第1次産業の農業や水産業では高齢化や人口減少が進み、担い手不足は深刻である。今回、そのような三豊市において、地域の特産品としてのブランドづくりにつながる農産物の付加価値向上や地域産品の有効活用するための組織体制の構築、地域商品の開発など三豊市におけるビジネスの創出を目的とした事業を行うこととなった。

●三豊市の抱える課題及びアプローチ

三豊市の地域資源を活用した商品開発を行う前に、地域全体のコンセプトづくりのため、事業に参画する地域の皆さんとワークショップで一緒に考えることから取り組みをスタートした。三豊市には、びわ、ぶどう、オリーブ、柿、みかん、キウイフルーツなどのフルーツや、タケノコ、お米、いりこなど魅力的な農産物やこれから新しく市の魅力になるような地域資源があるものの、地域の中でそれらの活用が十分にできていない。そういった中で、もともと三豊にある質の高い農産物の価値を、きちんと伝わる形にブランディングを行い、これから実になっていくという「みとよのみ」というコンセプトが生まれた。

この「みとよのみ」をコンセプトとして、ワークショップの開催や地域資源の発掘、そしてそれらを活用した商品開発に取り組んだ。デザイナー井上真季氏が「みとよのみ」のトータルデザインの企画や商品アイデア等の提案を行い、地域外の販売促進については共同印刷(株)内田美和氏が販路開拓を促し、全体プロデュースを(株)四万十ドラマが行った。

●取り組みを通じて得られた成果

今年度は、地元の特産品であるみかんや香川県オリジナル品種のさぬきゴールドというキウイフルーツや天日干しのはぜかけ米などを活用した商品開発のほか、三豊の農産物を活用したハンバーガーやクリのスイーツの試作を行った。また、地域生産者のうち、柿やみかん、キウイフルーツなど積極的に商品開発に取り組む若手生産者があらわれ、プロジェクトの推進体制も徐々に整ってきた。今後も商品の磨き上げや新しく商品開発を行い、来年度から本格的に販売体制を整えていく予定である。

●今後の方向性

今後の取り組みとしては、「みとよのみ」の商品基準をきちんと定め、商品の質的向上と信用性を高めるよう取り組む。地元農産物を活用した新たな商品開発のほか、県内外での販路開拓に加え、ストーリー性を多く持つ三豊市や地域農産物と農産物に携わる生産者を題材にしたホームページ制作やSNS等による情報発信など、地域資源を活用した取り組みを展開し、地域ビジネスの創出をはかる。また農と食を通じた企画で首都圏の消費者に生産者とともにPRするほか、東京都内の商談会などに参加し、プロジェクトのプレゼンテーションや商品のプロモーション活動を行い、販路開拓に取り組んでいく。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2-17 愛媛県内子町 「極上の田舎力で魅せる！目的型ツーリズム事業」

事業概要

総事業費	5,861千円
助成申請額	3,906千円
外部専門家	養父 信夫（一般社団法人九州のムラ） 飯干 敦志（株式会社高千穂ムラ旅） ルガシアヴィ（株式会社日本の窓） 木谷 敏雄（株式会社ジェイ・ファイン） 山田大五郎（株式会社 Bike is Life） 森長 照博（ファームイン RAUM 古久里来）

自治体概要

人口	16,721人（住民基本台帳登録人口：平成31年1月1日）
面積	299.43km ²
人口密度	55.84人/km ²
標準財政規模	6,696,668千円（平成29年度市町村別決算状況調査）
財政力指数	0.26（平成29年度市町村別決算状況調査）
経常収支比率	80.0%（平成29年度市町村別決算状況調査）
担当課室	町並地域振興課

取組概要

事業開始時点

- うちこ GT 協会を中心とした体験メニューを造成実施
- 地域は高齢化によりマンパワー不足で事業を縮小
- 事業もターゲットを絞らず PR もチラシや HP 掲載だけで効果が限定的
- 旅行業の資格がなく交通や宿泊との連携ができていない

外部専門家による支援

- 地域調査・学習会による人材の発掘育成
- 地域資源の見直しと商品造成指導
- 過疎地域での販売戦略指導及び観光協会との連携支援
- 地域ガイドによる滞在型プログラム提案
- 地域にインバウンド旅行者の受け皿を育成

事業終了時点（成果）

- 地域ごとのガイド人員の確保
- 地域ガイドによるツアープログラム完成
- 観光協会によるツアー造成商品化実施
- 若手ネットワークによる連携協議がスタート
- 地域組織及び拠点の運営の安定



地域イベント事業



人材育成研修



ツアー商品の実施

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

内子町は、昭和57年に選定された八日市護国の重要伝統的建造物群保存地区や重要文化財内子座を中心とした町並観光を核として、「町並から村並、そして山並へ」をキャッチフレーズに景観保全と文化振興でのまちづくりを農村部や溪谷など山林へ広げてきた。

しかし、観光協会や保存会・守る会など其処の分野に主体となる団体はあるものの、どれも規模が小さく、行政職員が事務局を担っていたりすることや、慢性的にマンパワー不足という課題もあり、グローバル時代に対応した大きな取り組みができていない状況にある。そのため、現状では多くの住民は観光を産業として意識できず、今後の発展にも不安が払拭できないでいる。

このような中で、内子町ではインバウンド観光の資源として、村並から山並へと広がる地域景観や文化・慣習など地域資源を生かした着地型観光の促進を図るものとして、これまでのまちづくりの取り組みを踏まえたうえで、来訪者の目的（見る、体験する、手に入れる）を主眼に置いた全町域のツーリズム事業へと展開することとしている。

b 事業の目的

着地型観光の成立には、各地域ごとに受け入れ組織を育成する必要がある。そのため3つのモデル地区を中心にツーリズムの振興をはかるべく専門家を招聘し地域課題の解決とあわせて受け入れ組織の育成を図る。

これまで、グリーンツーリズムの分野では、内子グリーンツーリズム協会を中心として施設・地域ごとの得意な体験メニューを造成し一部受け入れを実施しているが、大きなツーリズム商品には成りえていない。この体験メニューをストーリー立てて組み合わせ、体験プログラムとし、さらに宿泊を含む滞在型のプログラムに仕上げていくことで、事業に関わる施設や農家へ経済循環を構築するものである。

平成31年度は内子町観光協会の法人化という好機でもあり、これまでのツーリズムと観光協会の自立を目的としたプロモーション活動が連携し、地域受け入れ組織育成と商品造成を促進させることを目指す。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

2 事業実施内容

a 地域調査・学習活動

深く地域を調査し、見過ごされがちな地域資源や、新たなる人材の発掘を行い地域に経営感覚を根付かせるための学習機会を設ける。

b 交流拠点の課題解決

受け入れ組織と来街者のよりどころとなる各地域の拠点とその運営組織について現状分析と課題解決にむけた取り組み方針の検討と人材育成を行う。

c 商品開発とモニターツアー

地域のこれまでの取り組みを基礎として、新たな地域資源の磨きあげ、商品造成を行う。商品についてのモニターツアーを実施し商品のブラッシュアップを図る。

d 販売戦略の実践

地域が最も不得手とする情報発信・PR・販売などを実際に行うことで、地域ビジネスとして地域自らが実践できる土壌を作る。都市部での販売、海外PRを行う。

e 観光交流としての連携

全町域での観光交流の取り組みに発展する必要があることから、地域はビジネスとしての強み（商品）を持ち、地域が期待され、法人化予定の観光協会で策定される観光交流計画に盛り込まれるよう地域から働きかける。

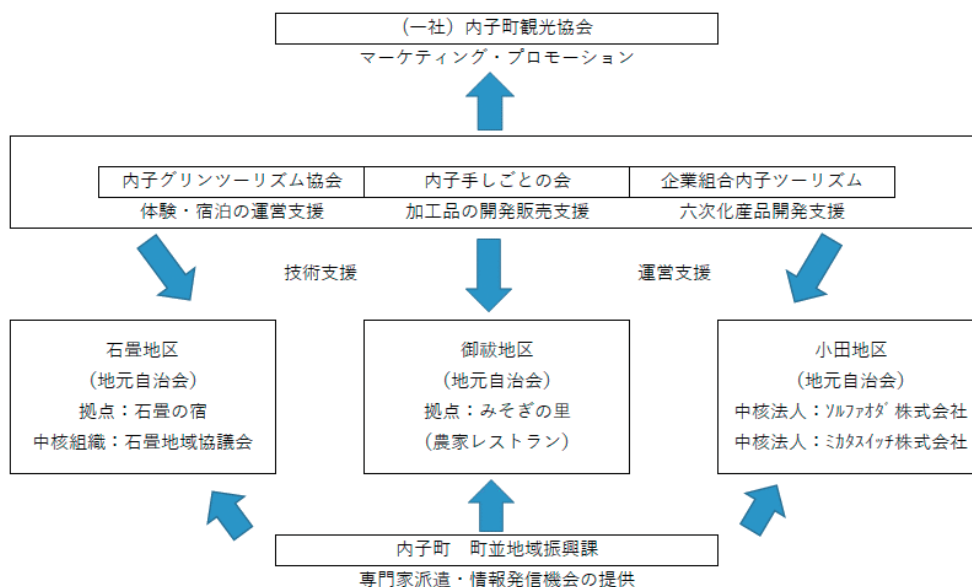
f インバウンド事業

地域への誘客を効果的に促進するために外国人観光客の誘導を図る必要がある。誘客に繋がるキーワードを明確化し、「見る」、「体験する」、「手に入れる」旅の受入体制を構築する。

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

各地区の既存組織を育成し、地域ビジネスの受け皿組織として、体験プログラム商品を造成する。観光協会と連携しマーケティング・プロモーションを行い、既存の外部組織が関わり商品をブラッシュアップし、完成プログラムは、観光協会で販売できる体制とする。

b 外部専門家の役割

- ・養父信夫：事業を統括した指導を行う。全地域にくまなく足を運び、調査・学習活動から地域資源の見直し、人材の発掘を行った。
- ・飯干敦志：過疎地域での販売について実践者目線で指導を行った。内子町の現状からアルベルゴディフーズの方向性の提言や高千穂研修での現地視察受け入れ指導を行った。
- ・ルガシアヴィ：インバウンドの送客側からの指導で、他地域からの周回ルート構築と内子町の固有の資源について指導を行った。
- ・木谷敏雄：特に小田地域のヘルスツーリズム展開について提案し、エビデンス構築の指導を行った。
- ・山田大五郎：特に御祓地区を含む五十崎地域へのサイクルツーリズム展開について商品のブラッシュアップへの指導を行った。
- ・森長照博：アルベルゴディフーズを参考にするため実際にイタリアの現地に赴き、現地調査を行い報告会を開催した。

4 事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
5月	22日	短期診断後の進捗確認と年間スケジュール検討
	23日	御祓地区の地域資源（パワースポット・棚田米）の活用の検討会
	29日	小田地区ツアー同行調査（笠烏山トレッキング）
6月	13～14日	石畳地区・御祓地区地域づくり講演会、石畳地区資源調査
	15日	ガイド養成についての検討会
7月	6～7日	石畳地区・小田地区・御祓地区インバウンド受け入れ検討会、御祓地区資源調査
	8日	宿泊拠点をつなぐアルベルゴディフーズ検討会
	13～8月31日	田舎体験プログラム実施（夏の親子旅 カブトムシ 山・川）
	23日	御祓地区体験プログラム「魂の浄化ツアー」の実践
9月	4日	小田地区実践者ヒアリング（ヘルスツーリズムの可能性）
	5日	サイクルツーリズム検討（ゲストハウス起点の農村部への誘客）
	5～6日	石畳地区・御祓地区拠点課題検討会
	30～10月9日	アルベルゴディフーズ現地調査派遣（イタリア）
10月	2日	小田地区現地調査・検討会
	3日	サイクルルートの実践検証・観光協会連携協議
	29～31日	宮崎県高千穂ムラたび視察研修
11月	2～4日	マレーシアモニター受け入れ（サイクルツーリズム）
	13～14日	石畳地区地域ガイドツアー実践
	30～12月1日	小田地区若手実践者による連携ミーティング
12月	5～7日	首都圏展示会出展（エコプロダクツ2019）
	11日	小田地区ヘルスツーリズム講演及び座談会、御祓地区サイクルルート実地検証
	12日	小田深山サイクル実地検証、御祓地区散策マップ・石畳地区地域経営打ち合わせ
	18日	小田地区若手実践者による連携ミーティング
	26日	インバウンドツーリストへの連携訪問
1月	8日	御祓地区サイクルガイドブラッシュアップ会
	9日	サイクルガイド養成講座、小田地区現地検討会、アルベルゴディフーズ報告会
	10日	石畳地区地域経営打ち合わせ
	24日	サイクルガイド映像素材撮影
2月	6～8日	海外観光展での体験プログラム PR
	15～16日	サイクル外国人モニター画像撮影
	20日	小田地区地域づくりミーティング
	27～29日	サイクルガイド応急処置研修会

5 主な成果

a 地域調査・学習活動

本件事業により、新しい地域資源が発掘され、住民の地域づくりへの理解の促進が図られた。特に今回発掘できた各キーパーソンにおいては、抱える地域課題の解決とそのための相互連携について、今後の活動につながる契機となった。



地域づくり講演会



地域経営指導



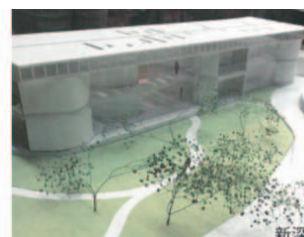
資源の発掘調査

b 交流拠点の課題解決

各モデル地域では拠点を拠り所としてツアーの受け入れを実施することとなるため、各拠点の抱える課題解決への取組を育成の柱とした。

みそぎの里
(農家レストラン)

石畳の宿（宿泊所）

計画される小田宿泊施設
(模型)

c 商品開発とモニターツアー

地域ガイドの養成と、ツアープログラムを造成した。それに対しモニターツアーや試験販売を行いながらガイドのスキルアップと商品ブラッシュアップを行った。



マレーシアモニター



御祓 魂の浄化ツアー



地域ガイド

d 販売戦略の実践

地域の六次化商品や体験プログラムの販売について、外部専門家よりノウハウを学習し、町内の既存の外部団体とも連携し営業活動、メディア PR を行った。高千穂の視察研修では高千穂ムラたびの取組を現地で学ぶことができ最良の学習機会となった。



戦略会議



首都圏 PR



高千穂研修

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

e 観光交流としての連携

体験プログラムを滞在型のプログラムへ発展し商品販売するために観光協会との連携が必要であることから、協会の一社化にあわせ協力体制構築について協議した。観光協会の人員だけでは、地域に深く関与出来ないため、地域の受け皿組織の存在は有益であり、町並みだけでない観光資源として地域固有資源の見直しが図られた。



観光協会 HP での体験動画



協会主催の
地域ガイドツアー



サイクルでのルート開発

f インバウンド事業

インバウンド旅行者をターゲットとして、ガイド養成及びモニターツアー、FAM トリップを行い、情報発信のため観光協会と連携し PR 動画の作成や旅行会社の訪問を行った。



英語ガイド



自然環境ガイド



観光協会 PV 撮影

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

持続的に発展するためには、今年度調査発掘した人材や資源・産品などを扱う地域組織への継続した運営支援を行いつつ、経済的に持続できる販売体制を構築する必要がある。

このために体験メニューを地域での体験プログラム化、体験プログラムを全町的な地域間連携のもとに滞在型プログラムとして商品化する。販売においては、観光協会と協力して進めることで、地域に人を呼び込み地域の活力を生み出す流れを生み出すことで、交流でのビジネス展開の理解とともに地域活性化を図る。

7 外部専門家コメント

人を繋げ、組織を繋げ、事業を繋げ、
未来に繋げる！ 内子ツーリズム支援

一般社団法人九州のムラ 代表理事 養 父 信 夫

●各地域の事業概要

内子町と言えば全国的にも町並み保存を中心に、地域づくりの先進地として名を馳せた町である。今回は内子座や重要伝統的建造群保存地区を有するマチ中ではなく、山村、農村側の地域振興がミッションである。その中でも、石畳地区、御祓地区、小田深山地区という距離的にもかなり離れた3地域に対してアドバイザーとして関わった。自分の役割は、各地域で観光・地域づくりの中心となり、各地域で事業を興していく中核人材に対し、自分自身の経験を元に、アドバイスをを行い、人的ネットワークを繋げ、事業を興していく道筋をつけることである。

石畳地区は、町内でも地域づくりの歴史は古く、先人が水車、宿泊交流拠点を整備し、最近は無農薬完熟栗をブランド化し、地域の六次化による産業化を目指している地域。御祓地区は、廃校校舎を活用し、地域おこし協力隊、Uターン女性など地域の女性たちが中心となり、「食」の拠点づくりに取り組んでいる地域。小田深山は、巨樹巨木、溪流、スキー場など自然を活かした新たな産業づくりをこれから本稼働していくという地域である。

●地域の抱える課題、及びそれに対してのアプローチ

石畳は、元行政マンが中心となり六次化推進の法人立ち上げを行い、また地域の宿泊交流拠点の新たな体制づくりについても喫緊の課題になっていた。公務員から社長業という同じ経歴を持つ九州の起業家を繋げ、合わせて栗ブランド化の先進地研修、宿運営の課題整理を行い、食提供方法、内容の新たな提案を行った。御祓については、立ち上がった廃校活用のレストラン事業を軌道に乗せることが課題であり、同様の取組みを実践している九州先進地域を研修先として繋げ、事前予約方式農村レストラン事業、加工事業、カフェ事業の3本柱を中核女性3名で運営している現場をプレゼンした。小田深山については、再来年にリニューアルオープンする宿泊施設（公設民営予定）に合わせ、新たなソフト事業を興していく体制づくりが課題であり、まずは、キーマンになりうる地域住民への勉強会から開始。ヘルスツーリズム、サイクルツーリズムの第一人者を繋げ、新たな産業興しの機運醸成を行った。

●取組を通じて得られた成果

第一に、“内子絶景シリーズ”をツーリズム拠点（農泊、食事、体験など）とつなげ、動画で（ドローン撮影）アップしていく体制を、マチ中の観光協会と繋げ、商品化を行ったこと。

第二に、マチ中と農村、一部山村部を繋がる仕組みとして「サイクルツーリズム」を提案。地域おこし協力隊の新たなミッションとして行政、観光協会とも連携し、始動したこと。

第三は、小田深山については、新たな事業を興していくためのワーキンググループが立ち上がったこと。そこについては、更に支援していくための、農水省、環境省などの支援事業についても繋げていく予定である。

北海道
砂川市北海道
石狩市北海道
利尻町北海道
むかわ町岩手県
陸前高田市群馬県
館林市新潟県
阿賀町福井県
若狭町長野県
中川村長野県
小川村静岡県
南伊豆町奈良県
吉野町和歌山県
広川町岡山県
真庭市広島県
熊野町香川県
三豊市愛媛県
内子町

第 3 章

外部専門家派遣（短期診断）

の取組と成果

1 外部専門家派遣（短期診断）

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。

	派 遣 先	実 施 時 期
1	北海道岩内町	令和元年7月3日～7月5日
2	山形県白鷹町	令和元年8月27日～8月29日
3	群馬県中之条町	令和元年7月22日～7月24日
4	富山県小矢部市	令和元年9月25日～9月27日
5	和歌山県有田川町	令和元年7月8日～7月10日
6	大分県宇佐市	令和元年10月7日～10月9日

今年度の外部専門家派遣では、地域が有する独自の資源・事業を活用した地域再生を行う中で、今後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かった。北海道岩内町の観光資源を活用した「道の駅」等の集客増強施策、和歌山県有田川町が進めている4つのプロジェクトをはじめとする町の有する資源を活用した新たなランドデザインの構築手法、群馬県中之条町が取り組む六次産業化を推進する為の観光流入人口と連携した具体的施策、山形県白鷹町が保有する伝統文化財の利活用を通じた関係人口の増加策、富山県小矢部市が「メルヘン」をキーワードとして行っている観光事業の魅力向上策、そして大分県宇佐市が有する「両合棚田」に代表される観光資源を活用したビジネス創出策が求められた。

外部専門家からの助言例としては

- ・有田川町「ランドデザインの構築によって地域ブランディングをしやすく、各プロジェクトの持続性を高められる」
- ・白鷹町「定住人口増加のためには、交流人口から関係人口、そして定住人口へとステップを踏む必要がある」
- ・中之条町「地域資源単体の魅力と主導者を結ぶバリューチェーンの構築と住民参加が必要である」

また、外部専門家派遣による提言を受け、実際に事業として推進するため、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。

1-1 北海道岩内町

実施時期	令和元年7月3日～7月5日
外部専門家	高橋 一 夫（近畿大学経営学部） 菅 野 剛（株式会社 TAISHI）

<地域の抱える課題>

岩内町には、スキー場やキャンプ場、温泉、海の幸、美術館など多くの観光資源が存在しており、ホテルや旅館も多く立地している。また市街地の夜景が「日本夜景遺産」の認定を受けるなど新しい観光資源も創出されている。

このような環境にあって、町の中央部に位置し、ハブ的機能を果たすべき「道の駅」の集客人数の減少が継続しており、中心市街地の衰退も進んでいる。上述した各種の観光コンテンツと中心市街地の連携による町全体の活性化を目指した観光施策への助言が求められていた。

<地域の背景と経緯>

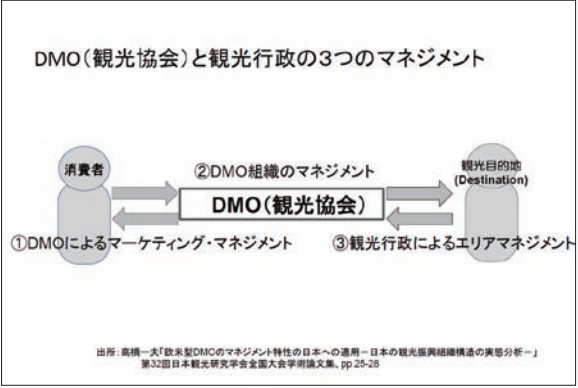
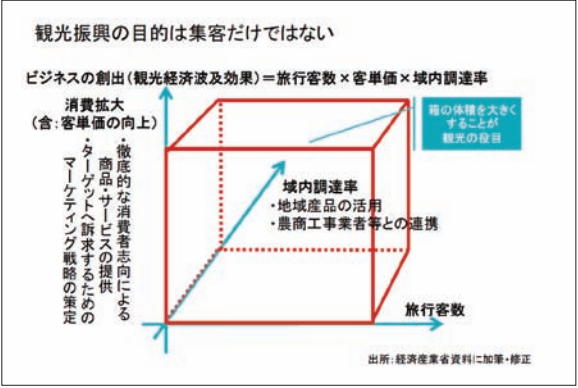
岩内町は北海道西部の積丹半島の西の根幹部分に位置し、前面を日本海、後背にニセコ連峰を控えた人口12,537人の町である。古くはニシン漁による港町として栄えたが、大正期になると、ニシン漁も衰退、1954年には岩内大火と呼ばれる大火事に見舞われ、全家屋の80%が消失した。

道の駅ガイドセンター「たら丸館」は平成5年に「複合多機能型休憩施設」として国の指定を受けたが、他の道の駅のように物産販売を主たる目的とした施設でないことから物産購入目的の利用者にとって満足の得られる施設になっていない。街なか地区に集客施設はあるものの情報集積が希薄な為、十分な消費に結びついてない。

<外部専門家からの提言>

今回の岩内町視察を通じて外部専門家からは「観光振興の目的」と称した、より大局的な視点からの提言がなされた。

高橋氏からは、行政が「観光振興」を行う目的として集客人数だけでなく「消費拡大」や「域内調達率の向上」を目指すことで観光経済波及効果が拡大すると言及がなされ、「ディスティネーションマーケティング」（ここでは、自治体や観光協会などによって行われる需要喚起）による地域活性化の方策が説明された。また、実際に岩内町を視察した結果、「飽きるということ」及び「真正性と集客」の二つのテーマが提示された。ヒトは「飽きる」生き物だから、観光施設もディズニーランドが定期的にアトラクションのモデルチェンジを行うような「飽きられない」努力をすることの必要性が提案された。「真正性と集客」においては、再現展示を行っている「江戸東京博物館」や、映画「三丁目の夕日」等をモチーフとして、「演出された真正性」からも「暗黙裡の観光空間」が導かれる可能性があるとして提案された。これは、演出されたモノであっても観客はそこに「あたかも本物であるかのような」印象をもつ効果についての説明であった。



更に岩内町に参考となる観光コンテンツとして、「まち歩き・まちなか観光」の具体的事例の紹介があり、徹底的な消費者志向と持続可能性の追求についての提案があった。また、「観光協会（DMO）の機能強化と行政との機能分担」についての説明が行われた。観光協会（DMO）と観光行政には「DMO によるマーケティング・マネジメント」「DMO 組織のマネジメント」「観光行政によるエリアマネジメント」の3種のマネジメントが必要であるが、日本では実践的なマーケティングにむけて「マーケティングの知識不足」「意思決定をする組織になっていない」「観光地マーケティングの専門人材の不足」等の課題があることを指摘した。そして、日本版 DMO 自体が抱える課題が外国の DMO と比較する中で示され、具体的には「行政と DMO の役割分担」を介して、最終的には民間マインドを兼ね備えた DMO の在り方が提唱された。これは観光協会が行政からの出向機関になっていることを指摘するものでもあった。最後に地域連携観光の展開の整理として、1つの観光資源が独立して存在しているよりも、複数の観光資源が依存しあい、補い合うことで、観光地域としての価値が向上することが提起された。

行政とDMOの役割分担

項 目	行 政	DMO
① 観光政策のとりまとめ、インフラ整備・規制(緩和)、 庁内調整(他部門の政策への反映)	◎	—
② 予算確保、多様な財源の確保	◎	—
③ デスティネーション・マーケティング(特にデジタル)、 プロモーション・情報発信	○(補助的)	◎
④ ニューツーリズム商品の開発・販売 MICEの誘致(コンベンション・ビュロー機能) スポーツイベントや合宿の誘致(スポーツコミッション機能)	—	◎ (設定の範囲に よる)
⑤ e-business(ニューツーリズム商品、地域特産品の販売)	—	◎
⑥ 地域の観光人材の育成	○(補助的)	◎
⑦ 地域ビジネスの支援(地域金融機関のサポート)	○(補助的)	◎
⑧ 観光地のプロダクト開発 (新しい魅力づくりー観光産業集積に向けた計画と開発)	◎	○(補助的)

出所: 高橋一夫「DMO・観光地経営のイノベーション」



<(参考) 主な視察先>

1 道の駅いわないたら丸館	6 木田金次郎美術館
2 タラ丸市場 (中心市街地視察)	7 さんまる餅店
3 岩内郷土館	8 村本テント
4 いわないリゾートパーク (キャンプ場)	9 イカ釣り漁船出漁見学
5 円山循環線 (スキー場、円山展望台)	

1-2 山形県白鷹町

実施時期	令和元年8月27日～8月29日
外部専門家	朽尾圭亮（株式会社船井総合研究所） 本田勝之助（本田屋本店有限会社）

<地域の抱える課題>

白鷹町には、日本農業遺産に認定された生産量日本一を誇る「紅花」のほか、「深山和紙」や「白鷹紬」といった伝統工芸品が長年にわたり伝わっているが、これら伝統工芸品は、高齢化や若年労働者の流出などに起因する後継者不足のために将来的な存続が危ぶまれている。

一方で、白鷹町は日本一の規模を誇る鮎の築場や、東北地方で最もフライト確率の高いパラグライダーコースなど、伝統工芸以外にも多くの観光資源を有しているが、これらのリソースが十分に有効活用されておらず、交流人口や関係人口の拡大に至っていない点が課題となっている。

<地域の背景と経緯>

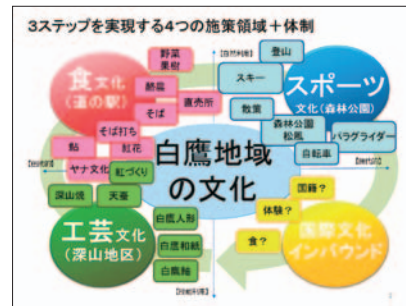
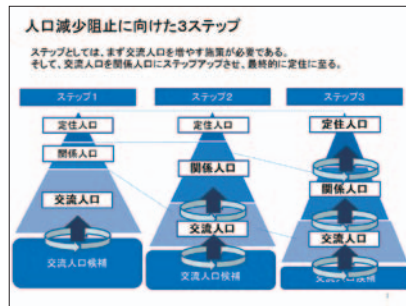
白鷹町は山形県の中央部に位置し、町の中央を最上川が流れる人口13,670人の町である。白鷹山などの白鷹丘陵と葉山などの朝日連峰に東西を囲まれ、南隣に位置する長井市とは鉄道路線や道路網などで緊密に接続しており、旧来からの交通の要衝として機能してきた。これら、「山」「川」「交通」に恵まれた地理的特性と、米沢中興の祖である米沢藩主上杉鷹山が行った、養蚕・織物・陶磁器・和紙などの地域文化を産業化することへの意識が、長らく白鷹町の産業を支えてきた。

こういった背景にある白鷹町においても全国に共通する人口高齢化や若年労働者の流出などに起因する後継者不足のために、地元産業の将来的な存続が危ぶまれている。

<外部専門家からの提言>

今回の白鷹町視察を通じて外部専門家は、「白鷹町にはポテンシャルを感じる数々の試みが為されている。特殊な立地によって育まれた文化が産業化され、鷹山公への思いをもった「人」が文化を守り続けている」と評し、「白鷹 ComeBack ～白鷹文化再興に向けた試み～」と題した提言を行った。これは、栄えていた「白鷹」の勢いを取り戻すことをテーマとするものであり、定住人口の増加のために、交流人口から関係人口、そして定住人口へとステップを踏むことが必要であり、この3ステップを「工芸」「スポーツ」「食文化」「インバウンド」の4領域において実現する方向感を示した。

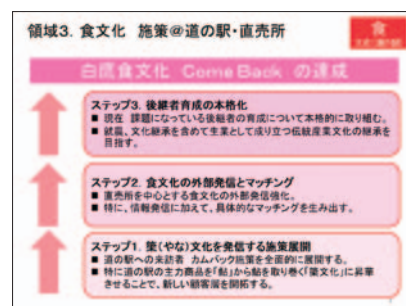
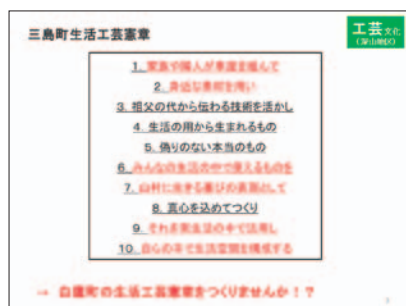
本田氏からは、「工芸」及び「スポーツ」の領域における具体的な提案が示された。「工芸」について、白鷹町の個々の工芸文化（和紙、陶芸、紬等）と類似する地域は全国各地に存在するが、白鷹町にはひとつの地域に文化が集積するという希少性があると指摘した。その「集積場所」としての優位性を活用した取り組みとして、ストーリーを大事にして、作る側の心と使う側の心を結ぶイベントを開催し、その文化を町ぐるみで継承していくことを提案した。さらに、生活と伝統工芸との融合を図る為に「白鷹町の生活工芸憲章」をつくることも提案した。「スポーツ」の



領域では、東北 No.1 の滑空コースと称されるパラグライダーや、山のトレッキングなどを通じて健康回復や健康増進を図り、幸福の再提起を図る住民の健幸推進のための施策導入が提案された。

栃尾氏からは「食文化」及び「インバウンド」の領域における具体的な提案が示された。「食文化」の領域については、築文化を発信する施策から始め、外部発信の強化、そして後継者の育成についての本格的な取り組みというステップアッププログラムが提案された。また、まず、築場のある河川スペースの有効活用が観光のトレンドとなっていることに触れ、築・鮎がキーワードとなる各地との交流を促進すること〔ステップ1〕、地域食材と都市部レストランとのマッチング〔ステップ2〕、地域外ネットワーク活用や受け入れ態勢の構築をすすめる、就農、文化継承者の育成に努める〔ステップ3〕ことを示した。

「インバウンド」の領域では、インバウンド需要についての研究やインバウンド観光客に触れ〔ステップ1〕、地域の魅力を活かしたツアー商品の検討と試行を重ね〔ステップ2〕、県内外及び海外メディアへのダイレクト訴求など〔ステップ3〕で誘客を図ることを示した。



最後にこのような施策実現のために、「広域協力の重視」「コアコミュニティづくりへの注力」「外部連携重視」を意識した組織体制の構築と、地域おこし協力隊を情報集約・発信の専門要員として起用することのメリットが示された。

<（参考）主な視察先>

1	山形県指定無形文化財白鷹板締小紺 織元白たか織	6	和紙振興研究センター
2	パレス松風	7	白鷹人形研究会
3	Aコープしらたか・愛菜館	8	道の駅白鷹やな公園 あゆ茶屋
4	どおりいむ農園直売所	9	トントんとんぴパラグライダーズスクール
5	のどか村 深山地区	10	ゲストハウス族

1-3 群馬県中之条町

実施時期	令和元年7月22日～7月24日
外部専門家	塚田佳満（株式会社DMG フォース） 野口智子（ゆとり研究所）

<地域の抱える課題>

中之条町の主な産業は、観光業と農業であるが、観光面では温泉や花のテーマパークなどによる交流人口の増加を進めている。農業は定住人口の減少や輸入品との価格差などのため販売額が伸び悩んでいる。この為、定住人口の減少に影響を受けにくい販売戦略として交流人口の増加に連動した農業振興の具体策や既存資源の活用と未発掘資源の発見による新たな特産品の開発・販売についての具体策が外部専門家に求められた。

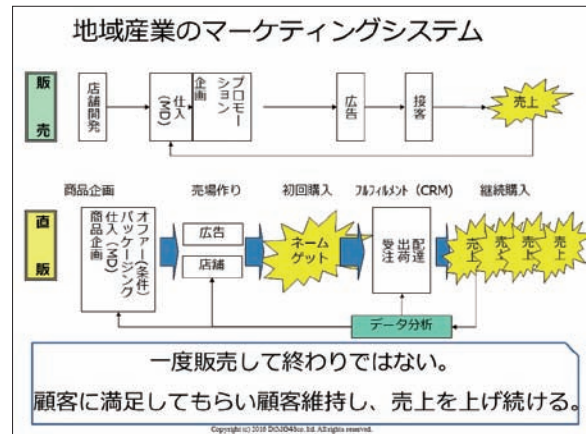
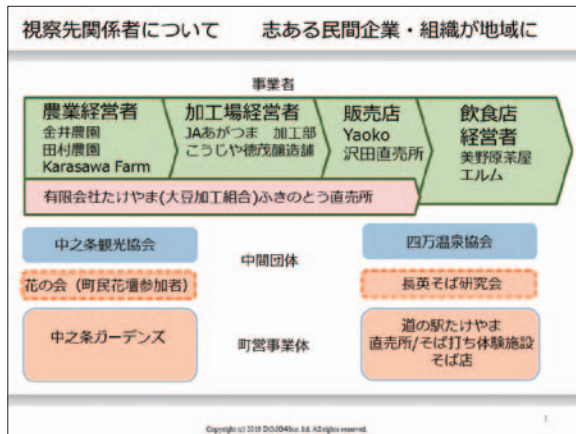
<地域の背景と経緯>

中之条町は群馬県の北西部に位置し、人口約16,000人で主な産業は観光業と農業である。観光の面では、温泉や花のテーマパーク「中之条ガーデンズ」、現代アートイベント「中之条ビエンナーレ」により、交流人口の増加が進んでいる。農業は、水稻、こんにゃく、果樹、花き、酪農など多岐にわたっており、農産加工事業について、漬け物、味噌、乾燥芋等付加価値の高い生産を目指している。

<外部専門家からの提言>

中之条町には、有名ガーデナーによる花のテーマパーク「中之条ガーデンズ」をはじめとした観光資源が豊富であるとともに、多種多様な農産物の生産、加工による魅力的な特産品もあることが視察を通じて再認識された。そこで、これらの資源を活用する連携体制や住民参加のまちづくりに関して外部専門家から提案がなされた。

塚田氏からは、既存事業者が連携することによって地域経済の基盤を強めることが提案された。塚田氏は中之条町が持つ既存の資源や個別事業者の活動を評価したうえで、各事業者を結び付けることによる付加価値向上の可能性のあることを指摘した。そのような地域連携参加型のマーケティングに必要な活動として、情報発信による地域サポーターの発見、生産者と加工者による独自商品の開発、販売者によるマーケティングを挙げた。連携を促すにあたっては中之条町にすでに存在する観光協会や温泉協会などの中間団体が有効であり、これらの団体を中心として地域住民が協力してアイデアを出し合うことが提案された。また、より効果的に中間団体を活かすためにも独自の財源を模索することによって、行政に頼らない体制づくりが提案された。



野口氏からは、スローライフの考え方に基づいて町の資源を再評価したうえで、住民参加型フラワー・ツーリズム（仮称）の提案がなされた。野口氏は、中之条町には地域農家の暮らしや農産物（食材）など、スローライフの考え方に適合する資源が多い点を評価した。そこでそれらの資源を有効活用したまちづくりに向けて、事業者の連携や地域住民の参加をより推し進めることが効果的であると提案した。そのような住民参加によるまちづくりの事例として、和歌山県紀の川市を挙げた。紀の川市では特産品であるフルーツをキーワードにした観光づくりに向けて、住民参加型ワークショップを実施し、その結果、観光振興だけではなく、まちづくりを担う地域住民が育ち、暮らしが活性化した。野口氏は、中之条ガーデンズといった象徴的施設のみならず、住民の参加によって「花の町」が地域により浸透すると説明した。

中之条町は“スロー”が花盛り。

個性的・自然・農・スローフード・手作り・癒し・学び・若者・温泉・花・アート・健康・笑顔などなど。

あとは・・・

「住民参加」

気をつけること

「どこかの事例をそのままやらない」

「時間をかけて住民が自分事になるのを待つ」

「行政は黒子になる」

「言葉だけでなく魂を入れる」

「走りながら考える」

さあ・・・仮称・フラワー・ツーリズム WS を始めよう！

<（参考）主な視察先>

1	金井農園	9	JA あがつま沢田加工場
2	KARASAWA FARM	10	道の駅「霊山たけやま」
3	JA あがつま沢田直売所	11	YAOKO 中之条店
4	吾妻中央高校美野原農場	12	農家の店たけやま
5	中之条ガーデンズ	13	農産物直売所ふきのとう
6	四万温泉協会	14	こうじや徳茂醸造舗
7	ブルーベリー園	15	中之条町観光協会（交流センターつむじ）
8	田村農園		

1-4 富山県小矢部市

実施時期	令和元年9月25日～9月27日
外部専門家	井上弘司（地域再生診療所） 谷本 互（まち＆むら研究所）

<地域の抱える課題>

小矢部市は富山県の西部に位置し、桜町遺跡や倶利伽羅古戦場県定公園等の歴史資源、宮島峡、クロスランドおやべ、メルヘン公共建築等の魅力ある地域資源を持っている。また、石動曳山祭りやおやべの獅子舞祭り、津沢夜高あんどん祭り等の伝統的な祭りも行われている地域である。しかしながら、地域資源を活用した旅行商品の内容や情報発信方法が十分でなく、それらのソフト事業の担い手の確保や旅行商品のブラッシュアップ、新たな地域資源の発掘について課題を感じている。

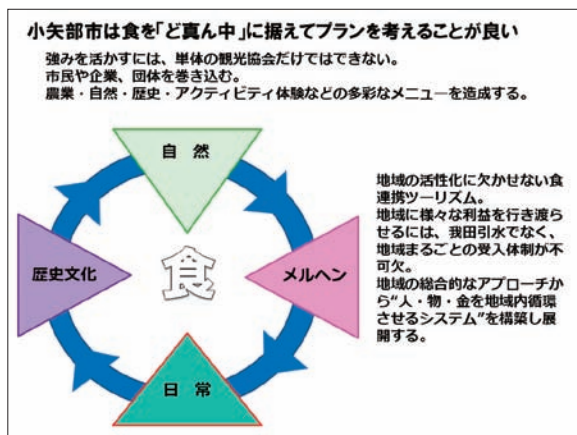
<地域の背景と経緯>

小矢部市はメルヘン公共建築に代表される「メルヘンの街おやべ」として広く情報発信してきたが、近年「メルヘン」と「歴史」を組み合わせた「新メルヘン」というコンセプトを打ち出した。「新メルヘン」をテーマに観光旅行商品の造成、情報発信を目的としたイベントの開催やツアーの催行等に取り組んできたが、更なるブラッシュアップの必要性を感じている。そこで、事業を展開していくにあたり、課題の抽出や課題解決の方向性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>

今回の視察を通じて、小矢部市には倶利伽羅古戦場やメルヘン公共建築、伝統的な祭り等の観光資源が豊富にあることを再確認することができた。それらの資源の活用方法や地域住民の連携体制等について外部専門家から提言がなされた。

井上氏からは、「お金を落としたくなる」まちづくりをテーマに、小矢部市の課題を整理した。また、小矢部市には三大祭りの他に豊富な農産物、美しい景観といった様々な資源があることが言及された。一方で、観光の滞在時間が短いことやリピート率が低いこと等が課題として挙げた。このような状況下において、「どこことも違う」体験により、旅人が来訪し、地域資源の魅力向上の為に地域資源の再発掘と地域資源の加工、編集、「タビナカ体験」の商品づくり、長期滞在ニーズを満たす体験プログラムや地域住民の連携の重要性、「食」をテーマとした観光プログラムの造成について説明があり、消費活動につながる仕組みづくりについて提言がなされた。



観光業でなく感動業をめざす

99%の人は「お金」「時間」「他人」のいずれかにコントロールされて動いている。世の中でもっとも高いものは「時間」
 その時間を消費するものが「旅」
 旅の醍醐味は「いまだけ、ここだけ、この人だけ」が大切
 □客の人生の一コマに感動を提供することが携わるものの使命。
 □顧客にコミュニケーションを売る。
 □マニュアルでは感動しない。五感を揺さぶる感動を提供する。
 □感動する景観や食、おもてなしで、初めて地域は認知される。
 □新しい価値を創造しないとブルー・オーシャンは続かない。
 □一度リミッターを外さないと、イノベーションは起きない。

☆シンプルに共感（頭と心を揺る）してもらえようになれば良い

・供給量を絞る
 売れ残りが無くなったときが、供給を需要が逆転したときがチャンス。
 「需要過多」の状態が続くと、欲しいと思う人の「行列」ができ、それが継続すると、やがて「ブランド価値」が芽生える。
 そうなれば「広告」「営業」「PR」などのマーケティング・コストがかからなくなり利益が増大する。
 時間と労力を惜しまずにコツコツと商品（サービス）を創り上げていく「コンテンツ主義」に勝るマーケティング手法はない

谷本氏からは、具体的な課題解決策として、石動商店街及び市街地の活性化方法、祭りのメディア化事業、お菓子とメルヘンのコラボレーション等について提言がなされた。石動商店街では老舗の菓子店、呉服店、寺社等があるが、他との優位性を出すために石動曳山祭りを活用し、新たな山車を街のシンボルとしてアウトレットでの展示等を行うことの提案があった。また、小矢部市の魅力である菓子に関して、ハトムギや里芋、リンゴ、卵等、地元農産物を使用することや、メルヘン建築とコラボレーションすることで、広域的な集客につながる可能性があるとの説明があった。さらに、石動駅が観光拠点となるなど今後の可能性について提言がなされた。



<（参考）主な視察先>

1	小矢部市観光協会	8	地域交流施設「める・びる」
2	JA いなば創造センター	9	A コープおやべ
3	倶利伽羅源平の郷	10	クロスランドおやべ
4	埴生護国八幡宮	11	三井アウトレットモール
5	倶利伽羅古戦場	12	道の駅メルヘンおやべ
6	津沢夜高あんどんふれあい会館	13	稲葉山・宮島峡県定公園
7	越前町・駅前商店街	14	畑醸造株式会社

1-5 和歌山県有田川町

実施時期	令和元年7月8日～7月10日
外部専門家	濱 博 一（株式会社アスリック） 石 川 紀 子（株式会社ブルー・アンド・カンパニー）

<地域の抱える課題>

有田川町では①ポートランド市連携事業、②絵本まちづくり総合推進事業、③「緑のダイヤ」ぶどう山椒ブランド化推進事業、④有田川町エコプロジェクトの4つのプロジェクトを町役場の各担当課が個々に運営している。これら4つのプロジェクトの横のつながりがないことから、事業の横展開に係る取組体制を構築することが課題であった。また有田川町では、市街地と山間地域で格差が発生しており、山間地域での少子高齢化、学校の休廃校、人手不足といった課題を抱えている。

<地域の背景と経緯>

有田川町は、上記の米国ポートランド市のまちづくりを参考に廃園となった保育所をリノベーションし、カフェやビール醸造所として活用する取組、町を「絵本のまち」として全国に売り出す取組、基幹産業であるみかんに続く第2の農産物「ぶどう山椒」のブランド化を推進する取組、小水力発電やゴミ分別関連の「有田川町エコプロジェクト」としての取組を実施している。これらのプロジェクトに関する意見と、「有田川町が有する魅力」に関する意見を外部専門家に求めた。

<外部専門家からの提言>

今回の有田川町視察を通じて、有田川町が持つ資源の魅力が再確認されたとともに、官民連携によるプロジェクトが活発に動いている様子が確認された。ただし各プロジェクトが活発であるがゆえに統一感が乏しい点と、観光面での取組が比較的少ない点が課題として挙げ、外部専門家から、これらの課題に対する提言がなされた。

濱氏からは、地域の軸となる「グランドデザイン」の構築について提案がなされた。濱氏は有田川町の地域住民、事業者、行政職員等の人的資源の質が高く、各プロジェクトの完成度が高い点を評価した。その一方で、各プロジェクトのつながりが見えにくい点に言及し、プロジェクトの遂行によって最終的にどのような地域になるのか、という「グランドデザイン（地域ビジョン）」の設定について重要性を説明した。グランドデザインの構築によって、地域ブランディングをしやすく、かつ各プロジェクトの持続性を高めることができるという利点が強調された。濱氏は自身が関わった石川県七尾市中心市街地再生の事例に触れつつ、グランドデザインの構築には「どうなりたいか（WHY?）」、「どう具体化するのか（How?）」、「結果として何を得たいか（What?）」を突き詰めて考えることの必要性を説明した。最後に濱氏は有田川町のグランドデザインの一案として「スパイシースタイル」を提示し、今後取り組むべき地域ブランディング戦略、各プロジェクトのブラッシュアップについても言及した。

有田川グランドデザイン:例

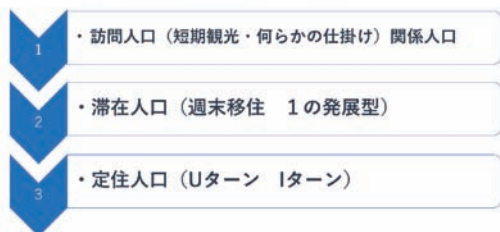


次のステップ

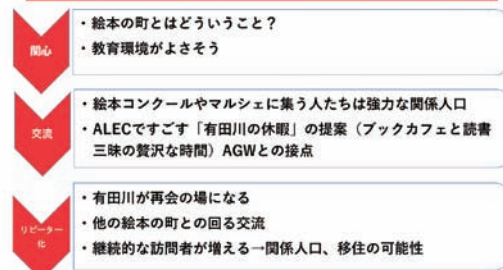
- ・ グランドデザインの開発
 - 分析・開発ワークショップ
 - ・ 市役所職員
 - 並行して
- ・ 地域ブランディング戦略の開発
 - 言語化・視覚化
- ・ 各プロジェクトのブラッシュアップ
 - S T P 検討／住民啓発の裾野・領域拡大
 - 具体的事業開発／プロモーション...

石川氏からは、現在進行中の各プロジェクトを観光の観点でつなげることで、交流人口の拡大を目指す提言がなされた。石川氏は有田川町が持つ、「みかん」や「三大絵本のまち」といったブランド力の高さを評価したうえで、これらの資源を利用した観光の取組を提言した。はじめに、定住・移住人口の増加に向けた①訪問人口、②滞在人口、③定住人口、という来訪者の変化のステップを示し、このステップに沿った観光コンテンツの活用について提案がなされた。提言の最後には集客力をより高めるために、和歌山県、奈良県の各地域との広域連携の利点についても言及した。

定住・移住人口増加をめざすために



絵本の町



<（参考）主な視察先>

1	保育所リノベーション事業	7	ふれあいの丘 スポーツパーク
2	地域交流センター ALEC	8	しみず温泉あさぎり
3	有田川町鉄道交流館	9	体験交流工房わらし
4	二川ダム	10	ふるさと開発公社
5	あらぎ島	11	明恵狭温泉
6	道の駅しみず	12	ふみこ農園

1-6 大分県宇佐市

実施時期	令和元年10月7日～10月9日
外部専門家	中島 淳（株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ） 養父 信夫（一般社団法人九州のムラ）

<地域の抱える課題>

世界農業遺産の認定地域である宇佐市には、日本の棚田百選に選定された「両合棚田」がある。両合棚田は、多くの写真家が訪れる美しい棚田の景観があったが、鳥獣被害や担い手の高齢化により耕作放棄地が増え、荒廃が徐々に進みつつあるが、地元住民は、昔ながらの掛け干しによる稲作を続けており、地域一帯で景観を守っている。宇佐市では両合棚田を中心とする地域の再生を課題として認識している。

<地域の背景と経緯>

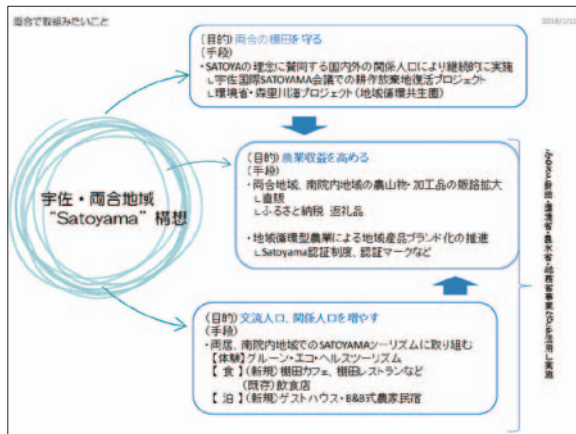
両合地域から両合棚田再生に意欲的な声があったこともあり、宇佐市は両合棚田を世界農業遺産のシンボルスポットに選定し、地域住民と市、県等の関係機関とで再生協議会を設立した。同協議会は平成28年から始まった棚田再生事業に取り組んでおり、地域おこし協力隊を1名配置し、棚田再生担当として事業展開している。

両合棚田を中心とする地域において、観光資源を生かしたビジネス創出の可能性、地域おこしの手法についての助言が求められていた。

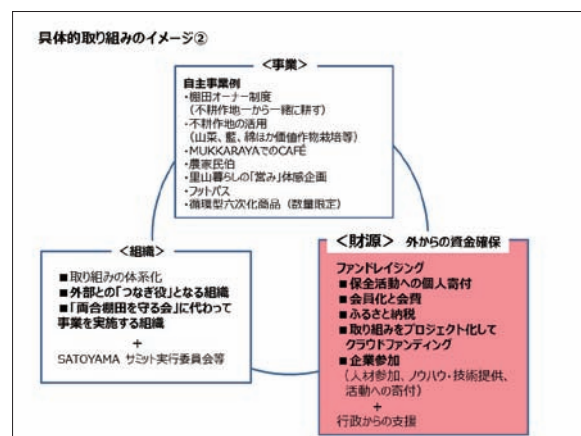
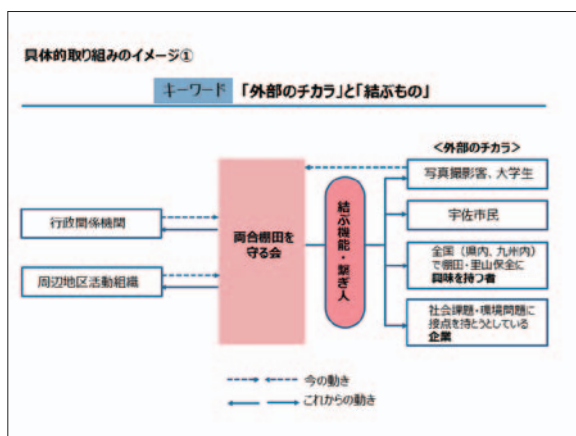
<外部専門家からの提言>

今回の視察を通じて、宇佐市には両合棚田や宇佐のマチュピチュ、石橋等、多くの観光資源が存在していることを再確認することができた。また、両合棚田の再生に地元住民が熱意をもって取り組んでいることも分かった。そこで、宇佐市全体での地域資源の活用方針や両合地区の再生等について外部専門家から提言がなされた。

養父氏からは、日本の里山での暮らし方や農法について海外研究者からの評価が高まっていることから、両合・南院内地域でグリーンツーリズム等を実施して、交流人口・関係人口を増やすことができると提言された。また、両合棚田の保全活動として耕作放棄地を復活させるプロジェクト等を実施することで、両合地区での農業収益を高め、地域循環型の社会を目指す「SATOYAMA」構想について説明があった。具体的な取組として、市、観光協会、JA、両合棚田再生協議会、民間企業等から構成される委員会を立ち上げ、国内外の有識者によるシンポジウムの開催やフィールドワークの実施、クラウドファンด์による資金調達等を実施することが提案された。



中島氏からは、両合地区に焦点を当て、「地域づくり」が内包する課題とこれからの取組の方向性について提言がなされた。両合地区の強みとして、棚田保全に熱意を持って取り組んでいる人が大勢いることや社会的に田舎への関心が高まっていることが挙げられた。一方で、両合地区の課題として、多くの訪問者の活用や活動資金の獲得、地元住民の高齢化等が挙げられた。このような状況下において、地元団体と外部（訪問客や棚田保全に興味を持つ人、社会課題・環境問題に関心のある企業等）を結ぶ機能の重要性について説明があった。また、財源の確保として、会員制の導入やふるさと納税、クラウドファンディング、企業参加等について提案があった。



＜（参考）主な視察先＞

1	わたなべ豆腐店	7	両合棚田再生協議会
2	てづくりおやつのお店	8	両合棚田
3	くしの農園	9	セルフおの院内店
4	分寺橋	10	道の駅いんない
5	宇佐のマチュピチュ	11	南院内さとづくり協議会
6	岳切渓谷		

2 地域再生セミナー

本事業では、有識者や地域再生マネージャーによる国の施策の動向、地域再生手法や動向、最新の技術的知識の紹介、および、地域再生に取り組んでいる市区町村における最新情報の紹介などを実施している。

今年度は、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、次頁以降のとおり。

	開催日	開催都市	テーマ
1	令和元年8月21日	福島県福島市	「交流人口、関係人口の拡大」 ～新しい人の流れづくり～
2	令和元年9月12日	山梨県甲府市	「交流人口、関係人口の拡大」 ～新しい人の流れづくり～

今年度は、多くの地域が、人口減少・高齢化による地域の担い手不足という課題に面していることから、移住する“定住人口”でもなく、観光に来る“交流人口”でもない“関係人口”と呼ばれる地域外からの新しい人々を“新たな地域の担い手”として期待されてきていることに焦点をあて実施した。

2-1 福島県

日	時	令和元年8月21日（水） 13：30～16：30		
場	所	杉妻会館 4階 牡丹		
テ	ー	マ	交流人口、関係人口の拡大 ～新しい人の流れづくり～	
基	調	講	演	交流人口、関係人口の拡大 京都外国語大学国際貢献学部グローバル観光学科 教授 廣岡裕一氏
事	例	発	表	都市と地域を結んでつくる人の流れ～岡山県真庭市、愛知県豊田市で起きた人の流れ～ NPO 法人共存の森ネットワーク 理事長 澁澤寿一氏

セミナーは「交流人口、関係人口の拡大～新しい人の流れづくり～」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。

稲野和利氏（ふるさと財団理事長）の挨拶に続き、廣岡氏による基調講演「交流人口、関係人口の拡大」が行われた。続いて、澁澤氏より、「都市部と地域を結んでつくる人の流れ～岡山県真庭市、愛知県豊田市で起きた人の流れ～」をテーマに地域における取組事例が紹介された。

廣岡氏からは、観光におけるマスツーリズムからニューツーリズムへの流れの中で、個別事例や観光関連法案の動きに言及するとともに、観光学についてご説明いただいた。

〈廣岡氏講演のポイント〉

- ・昭和30年代以降の日本では、大衆に向けて効率的にツアーを提供するマスツーリズムが発展した。大量の観光客を扱うという合理的なマスツーリズムは、受け入れる側から生活が荒らされると批判的な論調が今でも強いことから、テーマを持った体験型・交流型の要素を取り入れたニューツーリズムが近年拡大している。
- ・ニューツーリズムの成功事例として、長野県飯田市の本社を置く広域 DMO「南信州観光公社」が挙げられる。飯田市にはマスツーリズム向けの観光資源が乏しかったことから、当該 DMO は体験プログラムや体験旅行のコーディネートに注力することで観光振興を図った。その結果、観光客を呼び込むことに成功し、事業としても収益の確保が可能となった。
- ・民泊の推進にあたって周辺の地域住民やホテル業界からの反発があり、様々な主体間の利害調整が重要であった。この利害調整を通じて、観光と地域住民との関わりの重要性が再認識された。近年、オーバーツーリズムによる地域住民の不満も生まれており、民泊の立法過程で得られた議論が参考になるだろう。
- ・観光学は成熟した体系は有しておらず、様々な学問の集合体である。これらの学問ごとの対立を克服して、観光にまつわる諸問題の解決を図ることが求められている。

澁澤氏からは地域の暮らしの変遷に言及しながら、自身が取り組んだ愛知県豊田市と岡山県真庭市における関係人口づくりの事例をご紹介していただいた。

〈澁澤氏発表のポイント〉

- ・高度経済成長期以前の日本の生活は、地域の自然やコミュニティとの関わりを持ちながら持続可能な暮らしを営んでいた。しかしながら、現代では、都市中心の暮らしとなり自然や他者との関わりが希薄となっている。
- ・今後の地方再生ではそのようなつながりを取り戻し、「人と人」、「人と自然」、「世代と世代」をつなげて持続可能な社会を目指すことが重要である。
- ・岡山県真庭市の事例を紹介する。真庭市には複数の製材所があったが、経営が厳しかった。そこで、従来廃棄していた木片・樹脂を利用した発電事業を始め、現在では真庭市の3割以上の電力を賄うに至った。発電量は金額にしておよそ30億円に相当し、地域経済への波及や林業の再生へとつながるとともに、地域の協力が生まれコミュニティが形成された。
- ・愛知県豊田市と岡山県真庭市では都市での働き方に疑問を持った人のための「なりわい塾」を開催している。この塾では地域のコミュニティへの参加や地域の未来を考える取組を通じて多種多様な生き方を模索している。
- ・地方創生とはその地域の住民が住み続けたいと思う地域をつくることであり、高齢になっても助け合える環境がある地域をつくることである。したがって、地域の経済創生のみならず、社会創生との認識を持つ必要があるのではないか。

セミナーには約90名が参加し、満足度は8割程度であった。



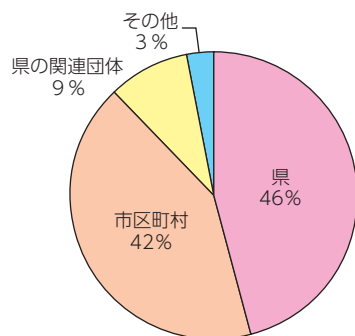
京都外国語大学国際貢献学部
廣岡 教授



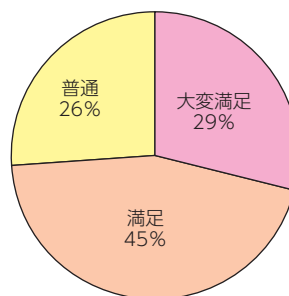
NPO 法人共存の森ネットワーク
澁澤 氏



セミナー風景



セミナーの参加者層



セミナーに対する満足度

2-2 山梨県

日	時	令和元年9月12日(木) 13:30~16:30
場	所	かいてらす (山梨県地場産業センター)
テ	ー	マ
講 演 第 1 部	交流人口、関係人口の拡大 ~新しい人の流れづくり~ 京都外国語大学国際貢献学部グローバル観光学科 教授 廣岡 裕一氏	
講 演 第 2 部	地域ブランド形成による交流人口、関係人口の拡大 ~地域を磨くと人が集まってくる~ 中央大学大学院戦略経営研究科 教授 田中 洋氏	

セミナーは、「交流人口、関係人口の拡大 ~新しい人の流れづくり~」と題して、講演第1部および講演第2部による構成で実施した。

稲野和利氏（ふるさと財団理事長）の挨拶に続き、廣岡氏により「交流人口、関係人口の拡大 ~新しい人の流れ」と題した講演第1部が行われた。続いて、田中氏より、「地域ブランド形成による交流人口、関係人口の拡大 ~地域を磨くと人が集まってくる~」と題した講演第2部が行われた。

廣岡氏からは、観光におけるマストツーリズムからニューツーリズムへの流れの中で、個別事例や観光関連法案の動きに言及するとともに、観光学についてご説明いただいた。

〈廣岡氏講演のポイント〉

- ・日本では戦後ながらく、大衆観光・大量観光を指すマストツーリズムが観光業界を牽引してきたが、個人主義の台頭とともに、個人の要望をかなえるニューツーリズムが、これに代替し、オーダーメイドの多品種少量型の観光商品の占める割合が増えてきた。
- ・ニューツーリズムの成功事例として長野県飯田市の事例が挙げられる。飯田市では「南信州観光公社」という広域DMOを設立し、地元根差した多くの体験プログラムや体験旅行をコーディネートし、個人のニーズを充足させるものとなっている。また、「南信州観光公社」はランドオペレーターとして飯田市をフィールドワークの舞台として活性化している点も評価される。
- ・昨今の観光業界ではインバウンド旅行者の増加や民泊需要の高まりに関連して各種の観光関係法制度の見直しが行われている。これは規制改革・シェアリングエコノミー推進という大枠の中で関係者間の公平な利害調整をはかるものであり、引き続きの課題となっている。
- ・観光学という学問が目指すところの一つは、観光を媒介とした社会システムの改善であり、飯田市のように関係人口や交流人口を拡大することで、地域のソーシャルキャピタルが充実するような事例が該当する。

田中氏からは、「地域ブランド形成による交流人口、関係人口の拡大 ～地域を磨くと人が集まってくる～」について幾つかの具体的事例を通して地域活性についてご説明いただいた。

〈田中氏講演のポイント〉

- ・ブランドは、「認知的価値」「感情的価値」「想像的価値」から構成される。「ここにはないものを想像すること」が「想像的価値」であり、地域ブランドとは、この「想像的価値」に位置づけられる。
- ・地域の関係人口を増やすために、「地域ブランド」に関して、どのような目標設定を行うことが望ましいかということが課題となってくる。山梨県の全国ランキングを引き上げるための手法を検討することも必要ではあるが、単にランキングを引き上げるだけでなく、より想像力を喚起させる付加価値を設定することが重要であり、その過程を経ることで成功している自治体も幾つか存在している。
- ・スズキ製のバイクに乗るライダーが集結する鳥取県の隼駅、アウトドアライフのコンテンツを豊富に並べる長野県、メディアのロケ地として積極的な広報対応をする熱海市、映画祭に表象される文学的素地を備えた温泉地・由布院などが該当する。ブランドから連想されるイメージを強く印象付けるためのストーリー設定と、更にそれを拡大するメディア対策で「地域ブランド」はより付加価値が増す。
- ・山梨ブランドについては「ぶどう」や「ほうとう」等の従来の「産地ブランド」が有名である。一方で、これら以外の情報資源である「やまなし水素」や「燃料電池バレー」と、「先端企業の集積地たる山梨県」を「シリコンバレー」というストーリーで繋ぎ、これらを広報を通じて売り出すことで関係人口の増加を実現することも可能であると考える。

セミナーには約70名が参加し、満足度は7割程度であった。



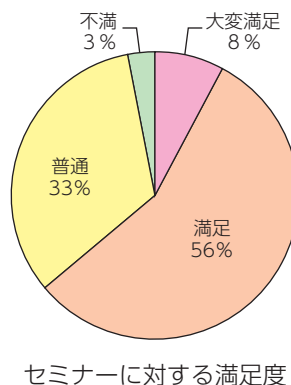
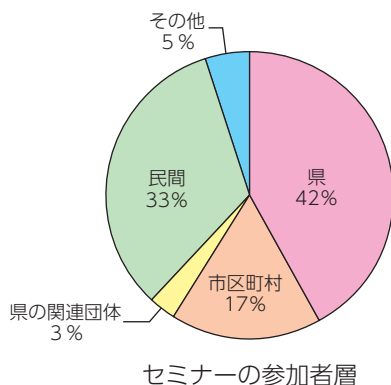
京都外国語大学国際貢献学部
廣岡 教授



中央大学大学院戦略経営研究科
田中 教授



セミナー風景



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地域についてそれぞれの成果を振り返る。

<北海道砂川市>

砂川市地域ブランド構築事業として、フォーラムを2回開催、セミナー&ワークショップを7回開催する等して地域関係者の気運醸成に寄与することができた。

当初5者以上を予定していた参加事業者は20者に到達。ブランドテーマやロゴも決定し、新宿で販売会の開催も実現しており、今後は新規商品の開発などが期待される。

<北海道石狩市>

観光まちづくり推進協議会が主体となって、各種イベント・体験プログラムを開催し、様々な観光商品を販売するなど多岐にわたる活動ができた。

観光コンテンツのラインナップは充実しているため、宿泊客を迎え入れる体制を整えることによる、一層の観光集客が期待される。

<北海道利尻町>

利尻町漁業の担い手獲得・育成のための支援組織設立事業であり、人材獲得・育成メニューが作成されたことで次年度以降の新規人材確保に繋がる動きとなった。

外部専門家の大久保昌宏氏は利尻町の準住民の資格を得ており、行政や地域住民との関係も良好であり、支援組織（定住移住支援センター）の運営強化が期待される。

<北海道むかわ町>

「むかわ町恐竜ワールド構想」に基づくまちづくり推進事業であり、ツアー商品開発とプロモーションの相乗効果による人流創出、「むかわ竜」ライセンスを活用した企業連携推進、地域商社設立に対する町内産業団体の気運醸成など、町全体のムードが高まった。

今後は地域商社を通じた新しいビジネス創出や商品開発等に繋がることが期待される。

<岩手県陸前高田市>

「道の駅高田松原」を基点とする三陸ゲートウェイ構想であり、「道の駅」の事前調査や「地域の食」ブランド向上策検討を行うことで、観光振興に寄与することとなった。

市と友好関係にあるシンガポール向け海外販路開拓については、潜在的な需要はあると想定さ

れるため、継続的に調査・情報発信を実施する予定。

<群馬県館林市>

百年小麦ブランド化委員会を組織化し、地域住民が主体となって食育事業、出前講座、うどん打ち体験、下敷き作成等を行うことで、関係者間での粉食文化の共有を実現した。

今後は地域内での認識浸透と併せて、戦略的に地域外への情報発信を行うことを実践していくことで、交流人口の拡大に繋がることが期待される。

<新潟県阿賀町>

地域商社である「阿賀町もりあがろう商会」が設立され、胡桃を使った郷土料理「たんぼ焼き」の商品化やイベント企画におけるPR活動が実施された他、首都圏での販路開拓のためのネットワーク構築などが実践されている。

今後は「販路拡大」「情報発信」「観光体験」「園地拡大」などの取り組みを通じて、商品の拡販が期待される。

<福井県若狭町>

若狭町の若手事業者で構成されるプラットフォームで継続的に検討し、体験モニターツアーの開催や熊川宿への宿泊客誘導、「空き施設」へのカフェ出店による利活用促進などを行うことで、新規ビジネスの起ち上げ支援や定住人口確保に繋がる動きを実施した。

次年度は個々のプロジェクトごとに新たな事業展開が見込まれる為に、それぞれのプロジェクト管理者が関与して各プロジェクトをモニターすることとなった。

<長野県中川村>

中川村の人々で組織される「木の駅実行委員会」が定期的で開催され、バイオマスボイラー施設導入、地域通貨流通拡大、木育などから生じる様々な事項を、委員会メンバーの合議によって決定するプロセスが採用され浸透している。

次年度以降は外部専門家の支援なしで「木の駅実行委員会」が自走できるとの自負のもとで木の駅事業を実践していくこととなった。

<長野県小川村>

小川村で行う「小川つなぐラボ」の一環で、空き蔵改修事業として改修資金50万円をクラウドファンディングで調達し、対象施設の二階部分の改修を完了。地元名産の「おやき」をアレンジした「トッピングおやき」を開発してイベント等で周知展開。

今後は、持続的活動可能性を有する「空き蔵改修事業」と「おやきリブランディングイベント」に特化して活動を行っていく方針。

<静岡県南伊豆町>

南伊豆町の生涯学習事業として、「南伊豆新聞」を立ち上げ、現在70記事を公開中、また「南伊豆くらし図鑑」ヒューマンライブラリーには累計102名の住民が参加。

今後は南伊豆町が自走することを念頭に、宿泊・滞在型の事業開発による黒字事業化を可能と

するスキームの検討を行っていく。

<奈良県吉野町>

「Re：吉野と暮らす会」が地域商社（一般社団法人）として本件事業の実施主体を担う。吉野高校生向け認知開発力育成講座で12名受講、産業従事者向けプロデューサー養成講座で10名が受講中。プロダクト開発として、「こども屋台」「歯ブラシスタンド」を開発。情報発信としてプロモーション動画を3本制作。

今後は地域商社が吉野町の交流拠点として、本件を事業化していくことが期待される。

<和歌山県広川町>

「ミカドソース」を活用した「食」の商品化が決定した他、「稲むらの火の館」施設を含む中心市街地の活性化、大規模古民家の宿泊施設としての活用検討等、多面的かつ具体的に事業が実施されている。

2020年は濱口悟陵生誕200年にあたり、実行委員会の活動は他のプロジェクトとの連動が高まるが、食品の商品開発及び古民家の利活用検討は継続検討される。

<岡山県真庭市>

持続可能な未来地域形成事業として、本年度は次代のリーダー候補選抜に目途がたった他、大御堂藁葺き替え事業の共有や特産品の商品化など多岐にわたって事業が進捗している。中でも大御堂藁葺き替え事業に関して市民の価値観が共有されている。

今後は多岐にわたる事業項目毎に、より深く継続実施していく方針である。

<広島県熊野町>

ハーブを軸とした新たな観光コンテンツを創造する事業であり、2回開催したワークショップでは、想定を超える参加者を獲得、更に「ハーブを使った商品開発・販売体験」に重点を置く「ステップアップコース」を4回実施。ハーブ活用気運の醸成に繋がった。

今後は、ワークショップでの新たな人材確保、ハーブの生産力・供給力の増強による一層の観光振興が期待される。

<香川県三豊市>

三豊市での農産物付加価値向上プロジェクトであり、ワークショップやテストマーケティングを通じて商品開発に向けて市民の意識が共有され、商品開発も進行している。

今後は道の駅や地域おこし協力隊、内外事業者との連携により、商談会や展示会出展を通じて、販路拡大に繋がる営業戦略の構築が期待される。

<愛媛県内子町>

内子町のモデル地区である、石畳地区での宿泊施設運営形態の検討、御祓地区でのレストラン営業の開始、棚田を守る会の運営、小田地区での野外体験プログラム実施等により、着地型観光の促進が実現されている。

次年度以降はこれら多岐にわたる観光資源を更に深化させることで、新たな人の流れを創出することが期待される。

以上のように、各地域の成果を整理したが、各事業は外部専門家の知見・ノウハウ、ネットワークを活用して地域毎の状況や課題解決に対して、ほぼ当初目標以上の成果が上げられたと認識している。これらを眺めてみると、各事業にはそれぞれに共通する課題が存在しており、それらに対して外部専門家がどのようにアプローチしているかが、事業の成否に繋がっている。この点につき、次項で具体例をまじえて確認したい。

1-2 外部専門家活用助成の課題

外部専門家活用事業には、障壁となるポイントが幾つか存在する。具体的には「地域資源・担い手の明確化」「地域住民・団体との認識共有」「第三者の評価への配慮」等が挙げられるが、これらに対して外部専門家からどのようなアプローチが行われることが望ましいかが外部専門家活用助成の課題であり、以下はその成功事例である。

<地域資源・担い手の明確化>

事業を進める上で、各地域の有している資源が何か、そしてそれが地域においてどのような位置づけの資源であるかを明確に把握しておくことが必要である。そして事業を担っていくキーパーソンや組織体についてもある程度の抽出ができていることが必要である。

特にこれらの情報は事業開始当初に外部専門家が事業方針を検討する際に必要となるため、初年度事業に応募する際には明確に整理されていることが不可欠であると考えられる。この事前の情報整理に時間を短縮することができれば、組織化や商品化に向けた時間を割くことができるため、成果を効果的にあげることができると言える。

長野県中川村では、地域住民で構成される「木の駅実行委員会」に外部専門家が深く関与することにより、新しいアイデアや人材を発掘することに成功し、「自走する集団」として村を牽引するまでに至った。

<地域住民・団体との認識共有>

事業が一定程度軌道に乗り出した後は、地域住民や地域団体の一層の巻き込みや協力体制の構築が重要である。今年度事業でも SNS や HP の活用により、取組の情報発信をしている事例や取組を発表する説明会をしている事例が多くみられた。

今年度の事例として群馬県館林市の事業を紹介する。ここでは、粉食文化を発信するツールとして web サイトを開設する他、市内の小学校児童約4,000人向けに当該サイトとリンク可能な QR コードを貼り付けた「百年小麦下敷き」を配布している。これは館林市民及び館林市のバックアップにより可能となったものである。

<第三者の評価への配慮>

事業化に際しては、実際に地域外のクライアントを対象とした試行を行い、外部の声を取り込むことで実際の事業に反映することが必要である。展示会やテストマーケティング、モニターツアー、居住体験などが試行と位置付けられる。

愛媛県内子町で行ったマレーシアからのモニターツアー受け入れは、受け入れ側の経験値を上げ、インバウンド事業対応に資するものである。

2 外部専門家派遣(短期診断)の成果と課題

外部専門家派遣は、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。今年度は北海道、山形県、群馬県、富山県、和歌山県、大分県からそれぞれ1カ所、全国6市町に対して実施した。

各地域ともに、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、地域が有する伝統文化や自然遺産等を活用した交流人口の拡大や、農業振興・観光振興による地方再生、ランドデザイン構築による地域ブランディングなどへの提言を求められるものが多かったが、いずれの地域においても、外部視点により、地域が有する課題の本質の整理と地域が目指すべき方向性の検討とその共有に対する提言が外部専門家からなされるケースが多かった。外部専門家派遣の診断後に実際に取り組み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、外部専門家を活用した助成事業へのステップアップについて紹介しているが、興味を示す地域も少なくない。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

令和元年度の地域再生セミナーは福島県と山梨県の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事例紹介を行った。

いずれのセミナーも県内の市町村関係者に対してインターネットなどを広く活用して周知した結果、多くの地域関係者が集い、熱心に聴講していた。また、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いずれもおおよそ7割となった。

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、地域課題解決に向けたテーマ設定と事前広報の適切な周知、PRを行うこととしたい。

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、60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/)

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んでいるが、平成24年度に始まった「阿蘇 de スイーツめぐり」は令和元年度には8年目（season12）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18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）を受賞するに至っている。

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んだが、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組を置きつつ、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ューの拡大や新たな取

組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、「山里スモールビジネス」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んでいる。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2018年度末で累計108名となり、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が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にはない地域であっても、随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わかった。

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」に苦慮している地域も多く、地域外から派遣される外部専門家ならではの役割である。また、事業の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、取組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。

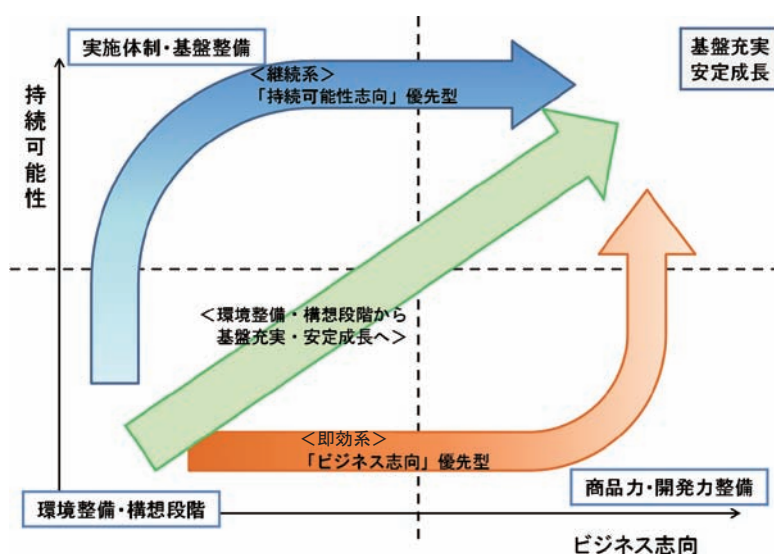
こうした事業の可能性・リスクを踏まえた多様なシナリオを用意することや、事業期間中に核となる取組は持続しつつ、目的を逸脱しない範囲で豊富なメニューを検討することは事業継続の一助となり、思わぬ発展・拡大をもたらしたり、リスクが顕在化した際の適切な対応に繋がったりすることが考えられる。

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、令和元年度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」の軸との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。



この2つの成長経路は常にいずれかが正しいということではなく、地域資源や担い手の有無、実施予定期間等により異なる。さらに言えば、各地域が目指す事業の目的や取組方針によって、この考え方も変化するものと考えられる。

地域再生マネージャー事業として実施する場合には、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ことに留意されたい。事業着手初期段階においては、各地域が目指す事業の目的や取組方針が明確に定まっていないケースも少なくない。その場合には、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）を伸ばす事が得意とするタイプのいずれかを選定するというよりは、まず地域の状況をしっかりと把握してコンセプトを定めてから事業に臨むことが重要である。また、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あり、複数年に跨る事業の場合は、スポット的により専門性の高いノウハウを有する外部専門家を起用することで、対象事業へのきめ細かいアドバイスも可能になる。

5-2 外部専門家を活用する効果や意義

a 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。

今年度事業では北海道利尻町の「定住移住支援センター」、北海道むかわ町の「むかわ町地域商社」（仮称）、群馬県館林市の「百年小麦」ブランド化委員会、などは外部専門家が介在することで組織化に向けて前向きな目途がたった事業と言えよう。

なお、3年目事業である静岡県南伊豆町では当初予定していた病院跡地の拠点施設としての活用が外部要因により頓挫することとなってしまったが、「南伊豆新聞」や「南伊豆くらし図鑑」という持続するメディアが創造されており、外部専門家の支援によるところが大きい。

b 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、開発した商品のテストマーケティング、造成した観光プログラムのモニターツアーなどが多く行われた。新潟県阿賀町から首都圏への催事出店、長野県小川村から横浜イベントへの参画、愛媛県内子町へマレーシアからのモニターツアー誘致などには外部専門家が大きく関与している。

これらのテストマーケティング及びモニターツアーの結果を踏まえて、地域内で更なる精査を加える流れとなっており、ビジネス向上に資する動きと言える。

c 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。

北海道むかわ町は地震被害に見舞われて、一時事業が中止したが、復旧後は外部専門家が主導した工程計画に基づき巻き返しを図ることができた。

静岡県南伊豆町では事業実施予定地としていた病院跡地の拠点施設としての活用が外部要因により頓挫することとなってしまったが、地域おこし協力隊による情報発信を行うといった柔軟な対応を行うことで、地域再生に向けた地域住民の機運を下げることなく完了することができた。

d 第三者視点での気づきの提供

前述したように、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は属さず、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

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。外部専門家に対する「委託」という観点からすべての業務を任せているのではなく、地域主導になるよう、受け入れる地域としても伴走するような姿勢をとることが重要である。今年度事業であれば、長野県中川村は2年目事業であるが、既に中核機関である「木の駅実行委員会」が外部専門家なしで自走できる段階に入っており、次年度以降は当該委員会を中心に地域主導で進めていくこととしており、このような地域ぐるみでの取組が重要である。

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、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組を考えておくことである。

3つ目は、2つ目と関連するが、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。また、そもそも最初の目的を明確にすることは不可欠である。今年度事業でいえば、群馬県館林市は1年目事業ではあるが、既に中核となる「百年小麦」ブランド化委員会が組成されており、官民の協力団体との連携体制が構築されている。商品開発や販路開拓、情報発信が既に進行しており、持続可能性に目途が立っている。これらは平成30年度に外部専門家派遣を実施し、地域の状況を把握し、魅力・課題、今後の方向性を地域再生マネージャーが予め診断しており、これに基づいて実施したことが大きいと言えよう。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 | |

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となる。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を登用する可能性を検討し、地域側が受け入れられるように助言することも重要である。

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の意識づけを行うことが不可欠である。

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。

令和2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/)

	氏 名	所 属
1	畦 地 履 正	株式会社四万十ドラマ
2	石 川 紀 子	株式会社ブルー・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	榎 本 善 晃	beniw 合同会社
9	大 野 幸 雄	株式会社アプライドリサーチ研究所
10	奥 村 玄	株式会社 GEN プランニング
11	柏 木 千 春	流通科学大学 サービス産業学部 観光学科
12	河 瀬 悟 郎	個人
13	菅 野 剛	株式会社 TAISHI
14	木 下 斉	一般社団法人エリア・イノベーション・アライアンス
15	栗 田 拓	NPO 法人トイボックス
16	小 池 隆 志	株式会社 ANA 総合研究所
17	小 島 慶 藏	福井大学
18	小 林 詳 子	個人
19	近 藤 ナ オ	株式会社アソボット
20	西 郷 真理子	株式会社まちづくりカンパニー・シープネットワーク
21	斉 藤 俊 幸	イング総合計画株式会社
22	篠 崎 宏	株式会社 JTB 総合研究所
23	澁 澤 寿 一	NPO 法人共存の森ネットワーク
24	清 水 友 康	株式会社道銀地域総合研究所
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 互	まち&むら研究所



	氏 名	所 属
30	塚 田 佳 満	株式会社 DMG フォース
31	寺 山 香保里	ケイ・コンソナンス
32	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
33	朽 尾 圭 亮	株式会社船井総合研究所 地方創生支援部
34	中 島 淳	株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ
35	中 田 浩 康	有限会社アグリテック
36	丹 羽 健 司	特定非営利活動法人地域再生機構
37	根 本 実	個人
38	野 口 智 子	ゆとり研究所
39	馬 場 正 尊	株式会社オープン・エー
40	濱 博 一	株式会社アスリック
41	東 田 一 馬	チャレンジつねよし百貨店実行委員会
42	ヒ 口 中 田	株式会社リクルートライフスタイル じゃらんリサーチセンター
43	藤 崎 慎 一	株式会社地域活性プランニング
44	藤 澤 安 良	株式会社体験教育企画
45	藤 村 雄 志	G&C コンサルティング株式会社
46	堀 田 雅 湖	こめみそしょうゆアカデミー
47	本 田 勝之助	本田屋本店有限会社
48	政 所 利 子	株式会社玄
49	三 原 久 徳	有限会社 ANCHOR (アンカー)
50	守 屋 邦 彦	公益財団法人日本交通公社
51	柳 田 剛 一	株式会社 ANA 総合研究所
52	山 田 さとみ	特定非営利法人東北みち会議／株式会社マネジメント・アソシエイツ
53	山 村 俊 弘	株式会社アプライドリサーチ研究所
54	養 父 信 夫	一般社団法人九州のムラ
55	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（短期診断）が6地域の合計23地域の支援を行った。今年度事業の特徴としては、交流人口・関係人口づくりへの取組、地域製品のブランド化、販路拡大への取組など、特色のある事業が多かった。

初期段階では地域住民を主体とした組織体制づくりに重点がおかれる傾向にある。

北海道利尻町「利尻町漁業の担い手獲得・育成のための支援組織設立事業」では基幹産業である漁業の活性化を図り、地域内の人口減少に歯止めをかけることを目的に事業が実施された。担い手獲得・育成を行うためのスキームを構築し、支援組織を立ち上げ、漁業の新規就業希望者に対する移住プロモーションや育成支援プログラムの作成を行った。

群馬県館林市「文化 Connect たてばやし～食文化をつなぐ 人をつなぐ 未来をつなぐ～」では、邑楽館林産の小麦を製粉した「百年小麦」のブランド化に向けて、小麦粉を使用する製造、販売業者をとりまとめ、百年小麦ブランド化委員会を組織化した。

組織体制づくりが軌道にのると次の段階としてビジネスモデルの創出に重点がおかれる。

北海道むかわ町「むかわ町恐竜ワールド構想に基づくまちづくり推進事業」においては、地域住民の機運醸成が進み、「むかわ竜」というコンテンツを如何に最大化していくかに取り組み、土産物・グッズの新商品開発に着手した。

新潟県阿賀町では栗や胡桃を使った商品開発、ブランド化、販路拡大が行われ、地域商社「阿賀町もりあがろう商会」設立など運営体制も強化された。

事業を成功させる一つのパターンとして、外部専門家派遣（短期診断）で課題の把握を充分に行った上で外部専門家活用助成を活用する、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、和歌山県広川町、群馬県館林市と愛媛県内子町がこれに該当するが、外部専門家派遣（短期診断）で事前に課題を明確にしたことにより、助成事業への移行がスムーズに行われた。この外部専門家派遣（短期診断）事業の活用が望まれる。

最後に、この報告書の紙面上では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い。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。

地 令和元年度
域再生
マネージャー事業
報告書

令和2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

<https://www.furusato-zaidan.or.jp/>