

平成30年度

# 地域再生

## マネージャー事業

# 報告書



一般財団法人

地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

Japan Foundation For Regional Vitalization

# はじめに

日本は2008年の1億2,808万人をピークに約10年間人口減少が続いており、2017年には総人口が1億2,670万人で、前年に比べ22万人の減少となりました。

このままでは2060年には1億人を切り、高齢化率も4割を超えるという推計が出ております。その一方で都市部、特に東京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「地方が成長する活力を取り戻し、人口減少を克服する」総合戦略に取り組み、およそ4年半が経過し、直近ではUIJターンによる起業・就業者創出、地方における外国人材の活用などの施策に焦点が当たりつつあります。各自治体においても策定された総合戦略に基づき、地域再生への取り組みを本格的に推進しておられる状況と思います。

一般財団法人地域総合整備財団〈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、地域の多様な人々と団体を巻き込み、魅力ある地域づくりの仕組みを構築する必要があると考えており、外部の目線・専門的知識を有する外部専門家の活用に対して助成を行なう「地域再生マネージャー事業」を進めております。

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

外部専門家活用助成は、専門的知識や実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、地域の経済循環や雇用増に繋がる実践的なサポートを実施しております。また、外部専門家派遣では、2泊3日の現地視察を行い、地域における課題の抽出、方向性の提言等を通して、それぞれの地域づくりの段階に応じた助成事業を実施して参りました。

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

本報告書では、平成30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（16地域）、外部専門家派遣（6地域）、地域再生セミナー（2地域）ごとにご紹介、また、当事業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教授、佐々木雅幸同志社大学特別客員教授、三村聡岡山大学地域総合研究センター長・教授、御給健治総務省地域力創造グループ地域自立応援課長をはじめ、関係各位に厚く御礼申し上げます。

平成31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      |    |
| 佐々木 雅 幸 | 同志社大学経済学部 経済学研究科 | 特別客員教授   |    |
| 三 村 聡   | 岡山大学地域総合研究センター   | センター長・教授 |    |
| 御 給 健 治 | 総務省地域力創造グループ     | 地域自立応援課長 |    |
| 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

一般財団法人地域総合整備財団<ふるさと財団>

事務局長

笠 松 拓 史

地域再生部

部 長

塩 田 賢 一

地域再生部

課 長

鈴 木 武 史

(地域再生部

課 長

向 山 岳 利 (任期途中で  
まで)

地域再生部

参事役

野 村 達 男

地域再生部

調査役

小 池 正 友

地域再生部

調査役

石 田 航 大

みずほ総合研究所 社会・公共アドバイザー部 次 長

吉 田 健 二

みずほ総合研究所 社会・公共アドバイザー部 主任研究員

卯 坂 潤一郎

# 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」                         | 14  |
| 2-2 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」                        | 22  |
| 2-3 岩手県陸前高田市「官民連携インバウンドプロジェクト<br>～地域の観光マーケティング力強化とコンテンツ拡充～」   | 30  |
| 2-4 新潟県阿賀町「阿賀町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」                      | 38  |
| 2-5 石川県羽咋市「循環型産業システム構築事業<br>（のと羽咋美味しい創生プロジェクト）」               | 46  |
| 2-6 福井県高浜町「観光×移住×次世代によるクリエイティブビーチ創出<br>プロジェクト」                | 54  |
| 2-7 福井県若狭町「WAKASA！チャレンジプロジェクト」                                | 62  |
| 2-8 山梨県甲府市「甲府市観光地づくりマネージャー事業」                                 | 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<br>新しい可能性を探る～」              | 78  |
| 2-10 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<br>『学びのプラットフォーム』構築事業」 | 86  |
| 2-11 大阪府池田市「みんなで実現・わがまち創生」                                    | 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』<br>再生プロジェクト」              | 102 |
| 2-13 和歌山県広川町「HIROGAWA Re:branding Project<br>～梧陵さんの魅力再発見～」    | 110 |
| 2-14 山口県周南市「クリエイティブ産業創出支援事業」                                  | 118 |



|                                            |     |
|--------------------------------------------|-----|
| 2-15 福岡県うきは市「“うきは” リライトプロジェクト～古民家に灯を取り戻せ～」 | 126 |
| 2-16 鹿児島県三島村「三島村焼酎蔵プロジェクト」                 | 134 |
| <b>第3章 外部専門家派遣（短期診断）の取組と成果</b>             | 143 |
| 1 外部専門家派遣（短期診断）                            | 144 |
| 1-1 和歌山県すさみ町                               | 145 |
| 1-2 群馬県館林市                                 | 146 |
| 1-3 愛媛県内子町                                 | 147 |
| 1-4 熊本県人吉市                                 | 148 |
| 1-5 福島県古殿町                                 | 149 |
| 1-6 福島県鮫川村                                 | 150 |
| 2 地域再生セミナー                                 | 151 |
| 2-1 福岡県地域再生セミナー                            | 152 |
| 2-2 富山県地域再生セミナー                            | 154 |
| <b>第4章 事業成果の総括と今後の課題</b>                   | 157 |
| 1 外部専門家活用助成の成果と課題                          | 158 |
| 1-1 外部専門家活用助成対象地域に見えた成果                    | 158 |
| 1-2 外部専門家活用助成の課題                           | 162 |
| 2 外部専門家派遣（短期診断）の成果と課題                      | 163 |
| 3 地域再生セミナーの成果と課題                           | 163 |
| 4 過去事業フォローアップ                              | 164 |
| 4-1 フォローアップの概要                             | 164 |
| 4-2 フォローアップからの示唆                           | 166 |
| 5 総括                                       | 167 |
| 5-1 地域再生実施の基本的な考え方                         | 167 |
| 5-2 外部専門家を活用する効果や意義                        | 168 |
| 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            | 170 |
| <b>地域再生マネージャー一覧</b>                        | 172 |
| <b>終わりに</b>                                | 174 |

# 第 1 章

## 地域再生マネージャー 事業とは

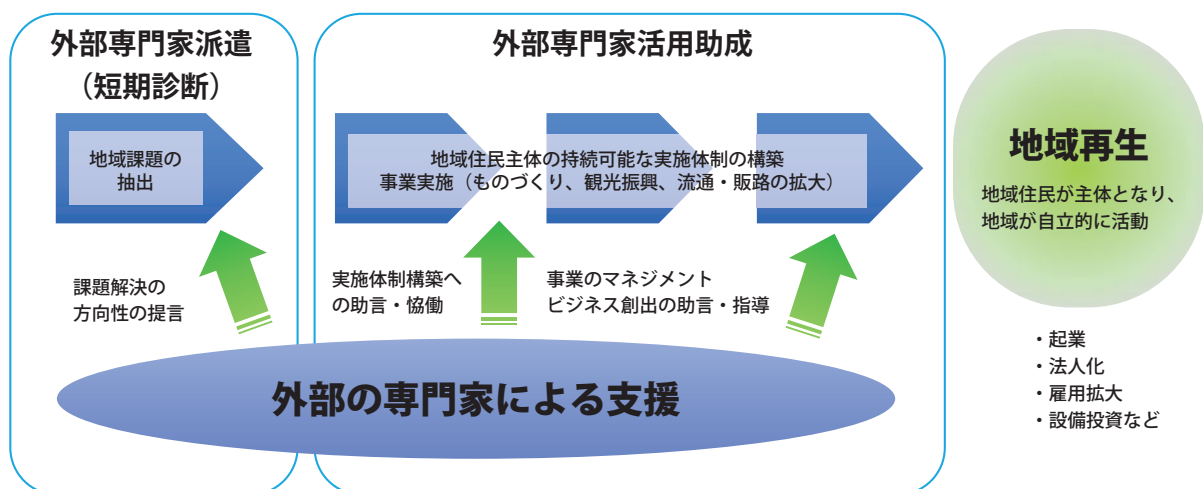
# 1 事業の概要

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。

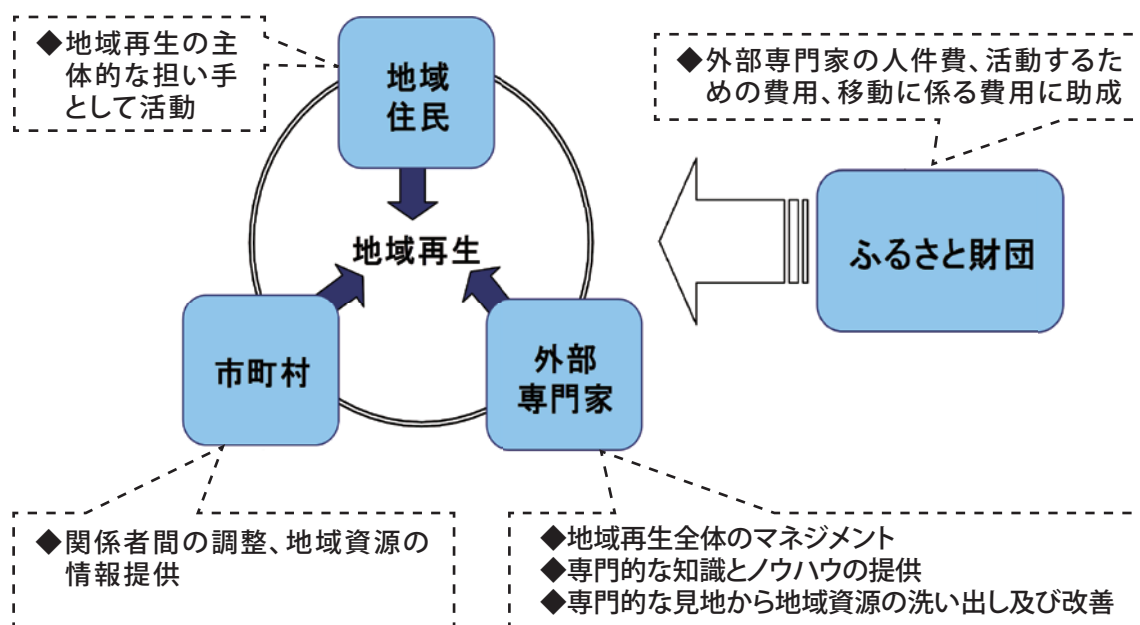
上記の目的を達成するため、本事業では、外部専門家活用助成と外部専門家派遣（短期診断）の大きく2つの事業を実施する。この2つの事業の位置づけは以下のとおりである。



## 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。

## &lt;事業イメージ&gt;



## 外部専門家活用助成の公募等の概要

|           |                                                                                                                                                                                 |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 助 成 対 象 者 | 市町村（特別区を含む）                                                                                                                                                                     |
| 助 成 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）<br>外部専門家の人件費（謝金含む）及び旅費<br>② その他の経費<br>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、<br>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<br>(消費税及び地方消費税を含む)                           |
| 助成対象期間    | 平成30年4月1日～平成31年2月20日                                                                                                                                                            |
| 公 募 期 間   | 平成29年12月15日～平成30年2月5日<br>(※平成32年度は公募期間を早める予定です。詳細が決まり次第、財団 HP 等<br>でお知らせします。)                                                                                                   |
| 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<br>② 書面審査の他、必要に応じ現地でのヒアリングを実施することがある<br>③ 期中の概算払いは行わない<br>④ 外部専門家の派遣に関する経費が助成対象経費の概ね半分以上であること<br>⑤ 申請書は外部専門家と協議のうえ作成すること<br>⑥ 派遣する外部専門家は、原則市町村で選任すること |

## 1-2 外部専門家派遣（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外部の知見を確認したい、という地域に対し行っている。

外部専門家2名が該当地域に2泊3日滞在し、当初2日間は行政担当者の案内により観光、自然、食材など地域資源を視察し、3日目午前に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集まって頂き、外部専門家より2時間の提言を行う機会を頂いている。

### 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<br>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30年4月1日～平成31年1月31日<br>（※平成32年度は公募期間を早める予定です。詳細が決まり次第、財団HP等でお知らせします。） |
| 公 募 期 間   | 平成29年12月15日～平成30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<br>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よる最新情報の紹介、地域再生マネージャー等による全国の地域再生手法や国の施策の動向、最新の技術的知識の紹介などを実施し情報の共有化・活用を図ることを目的とした「地域再生セミナー」を開催する。



# 2 事業の進め方

## 2-1 外部専門家活用助成

### (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、16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                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業目的が、地域の特色や課題を把握した明確なものとなっている。</li> <li>・ 地域住民の自主的・主体的な活動を促す事業となっている。</li> </ul>                  |
|           | A-2                                                | 成果目標                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成果目標が、事業目的や取組内容に合致した形で設定されている。</li> <li>・ 次年度以降の目標や取り組む方向性が適当で継続性・発展性が期待できる。</li> </ul>            |
| B 実施体制    | B-1                                                | 活動基盤（担い手）の現状把握と育成、仕組みづくり | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業推進に係わる活動基盤の状況を把握している。</li> <li>・ 事業実施体制の継続、拡大が見込まれる。</li> </ul>                                  |
|           | B-2                                                | 地域における支援体制               | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市町村の各部署間における横断的な参画が図られ、意欲的に取り組む体制が築かれている。</li> <li>・ 事業を実施する地域住民・団体が存在し、連携が図られている。</li> </ul>      |
| C 商品力・開発力 | C-1                                                | ビジネスの現状把握と方向性            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現状分析、市場調査が行われている。<br/>（基礎となる地域資源の把握等や数値化がされている）</li> <li>・ 地域内外で支持されうるビジネスの方向性、事業内容である。</li> </ul> |
|           | C-2                                                | ビジネスの継続性・発展性             | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ターゲット・市場の発展性、ビジネスとしての継続性が高い。</li> <li>・ 地域全体における経済循環が考慮されている。</li> </ul>                           |
| D 外部専門家   | D-1                                                | 外部専門家の知見・実績              | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 外部専門家が地域の状況（地域の強み・弱み、方向性）を把握している。</li> </ul>                                                       |
|           | D-2                                                | 外部専門家の役割                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 外部専門家の役割や活動予定が明確になっており、地域に入り込む度合いが十分である。</li> </ul>                                                |
| E 先進性・難易度 | E-1                                                | 事業の先進性                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 他地域のモデルとなるような先進性を有している。</li> </ul>                                                                 |
|           | E-2                                                | 事業の難易度                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業の難易度（チャレンジ性）が高い。</li> </ul>                                                                      |
| F 加点項目    | AからEまでの項目以外に評価できる内容、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<br>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 プラットフォームの設立・運営<br>② 活動の商品化（ブラッシュアップ）<br>③ 地域観光ポータルサイトの開設<br>④ 外部団体との連携                     |
| 2  | 北海道<br>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 地域資源を活用した産業振興<br>② 広報・情報発信・プロモーション<br>③ 交流人口拡大に向けた受入環境整備のための人材育成                           |
| 3  | 岩手県<br>陸前高田市 | 官民連携インバウンドプロジェクト<br>～地域の観光マーケティング力強化とコンテンツ拡充～ | ① 外国人受け入れ時の課題棚卸<br>② マーケットイン発想の商品造成<br>③ 広域連携によるルート設計<br>④ 地域における情報発信強化                      |
| 4  | 新潟県<br>阿賀町   | 「阿賀町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」                | ① 運営体制構築<br>② 栽培、選果及び1.5次加工指導<br>③ 商品開発と商品改良<br>④ 販促・パッケージデザイン<br>⑤ 経営及び地域商社の戦略づくり<br>⑥ 販路拡大 |
| 5  | 石川県<br>羽咋市   | 循環型産業システム構築事業（のと羽咋美味しい創生プロジェクト）               | ① 運営体制構築<br>② 経営と販促戦略<br>③ 商品開発と商品改良<br>④ 販促・パッケージデザイン<br>⑤ 販路拡大                             |
| 6  | 福井県<br>高浜町   | 観光×移住×次世代によるクリエイティブビーチ創出プロジェクト                | ① ブルートラスト事業<br>② クリエイティブビーチ事業<br>③ ふるさと納税活用事業<br>④ 地域商社機能の導入事業                               |
| 7  | 福井県<br>若狭町   | WAKASAI<br>チャレンジプロジェクト                        | ① 支援母体の組成<br>② プラットフォームの形成<br>③ 研究会開催<br>④ 空き家の利活用                                           |
| 8  | 山梨県<br>甲府市   | 甲府市観光地づくりマネージャー事業                             | ① 観光商品開発<br>② 民間、広域連携等の組織強化<br>③ プロモーション<br>④ マーケティングデータを活用した事業サポート                          |
| 9  | 長野県<br>中川村   | 荒廃森林を地域通貨で輝く資源に<br>～地域おこしの新しい可能性を探る～          | ① 木の駅実行委員会<br>② 木の駅事業<br>③ 木質バイオマス促進<br>④ 木育<br>⑤ 地域通貨                                       |
| 10 | 静岡県<br>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 ソフト事業の企画・運営<br>② 人材の発掘・育成<br>③ 持続可能な事業運営体制構築<br>④ 町民がまちづくりに関わりを持てる仕組み作り<br>⑤ 賑わいとコミュニティの創造 |

|    | 地域名         | 事業名                                          | 事業概要                                                                                                                     |
|----|-------------|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 11 | 大阪府<br>池田市  | みんなで実現・わがまち創生                                | ① 地域再生を進める組織の運営と法人化<br>② 地域資源を活用した地域課題解決型カフェビジネスの立上げ<br>③ 会員制地域内交通システムの構築とビジネス化<br>④ 地域型 Web サイトによる情報発信とファンドレイジングの仕組みづくり |
| 12 | 奈良県<br>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<br>② 組織と仕組みづくり<br>③ 地域資源リサーチ<br>④ インナープロモーション強化<br>⑤ ビジネスモデル創出<br>⑥ マーケティングと販路開拓                               |
| 13 | 和歌山県<br>広川町 | HIROGAWA Re:branding Project<br>～梧陵さんの魅力再発見～ | ① 「稲むら火の館」の拠点機能の強化<br>② 古民家・食・稲むらの火の館の連携や経営的な視点の強化<br>③ 濱口梧陵生誕200年に向けたイベント等の検討<br>④ 濱口梧陵の魅力を見直し、プログラム開発                  |
| 14 | 山口県<br>周南市  | クリエイティブ産業創出支援事業                              | ① 推進体制強化に向けた支援<br>② クリエイターの人材育成<br>③ マッチングイベント開催                                                                         |
| 15 | 福岡県<br>うきは市 | “うきは”リライトプロジェクト～古民家に灯を取り戻せ～                  | ① 体制整備<br>② 現状把握・課題整理<br>③ 地域資源の発掘・商業可能性の調査<br>④ 実施計画の具体化<br>⑤ スキームの構築<br>⑥ 地元住民との意見交換・調整                                |
| 16 | 鹿児島県<br>三島村 | 三島村焼酎蔵プロジェクト                                 | ① 協議会<br>② 焼酎蔵の建設<br>③ 酒造免許取得<br>④ 焼酎製造<br>⑤ 事業展開                                                                        |

## (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、原則事業の開始時点と中間段階での2回の現地調査を実施するとともに、9月提出の中間報告及び2月末の最終報告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。

平成31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30年2月 | 事業公募（平成29年12月15日から平成30年2月5日まで）   |
| 3月      | 審査、アドバイザー会議、採択                   |
| 6月      | 現地視察（1回目）                        |
| 7月      | 現地視察（1回目）                        |
| 8月      | 現地視察（1回目）                        |
| 9月      | 現地視察（1回目）<br>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）<br>第1回アドバイザー会議         |
| 11月     | 現地視察（2回目）                        |
| 平成31年1月 | マネージャー報告会                        |
| 2月      | 事業完了・事業報告書の提出                    |
| 3月      | 第2回アドバイザー会議                      |

※平成32年度は全体スケジュールを早める予定です。詳細が決まり次第、財団 HP 等でお知らせします。

## 2-2 外部専門家派遣（短期診断）

以下の6市町村に外部専門家を派遣し、各地域の課題確認、方向性についての提言を行った。  
実施時期と派遣先は以下のとおりである。

### ■外部専門家派遣の実施時期と派遣先

（実施時期順）

|   | 実 施 時 期          | 派 遣 先    |
|---|------------------|----------|
| 1 | 平成30年6月5日～6月7日   | 和歌山県すさみ町 |
| 2 | 平成30年6月25日～6月27日 | 群馬県館林市   |
| 3 | 平成30年7月4日～7月6日   | 愛媛県内子町   |
| 4 | 平成30年11月5日～11月7日 | 熊本県人吉市   |
| 5 | 平成31年1月9日～1月11日  | 福島県古殿町   |
| 6 | 平成31年1月29日～1月31日 | 福島県鮫川村   |

## 2-3 地域再生セミナー

福岡県及び富山県の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日と開催都市

|   | 開 催 日      | 開催都市   |
|---|------------|--------|
| 1 | 平成30年8月28日 | 福岡県福岡市 |
| 2 | 平成30年10月3日 | 富山県富山市 |





## 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

平成30年度は、外部専門家活用助成として全16件が採択された。昨年度からの継続事業が6件であり、新規事業10件のうち1件は平成29年度外部専門家派遣実施地域である。事業の特徴を「地域性」及び「取組分野」で特徴を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離島地域である三島村など、様々な地域から全16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14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、甲府市）や空き家活用による新規事業創出（例：若狭町、うきは市）が挙げられる。

昨年度事業ではDMOなどのプラットフォーム形成事業が多い傾向にあったが、今年度も一定数見られるものの、より具体的な観光・交流プログラムの検討を進める地域が多いことがうかがえる。

続いて、「流通・販売」分野を含む事業が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「農林水産業」分野との組み合わせによる事業（例：阿賀町、羽咋市、三島村）が多くみられた。

| 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 | 北海道石狩市   |       |       | ●    | ●    |                    |
| 北海道 | 北海道むかわ町  |       |       | ●    | ●    |                    |
| 東 北 | 岩手県陸前高田市 |       |       | ●    |      |                    |
| 中 部 | 新潟県阿賀町   | ●     | ●     |      | ●    |                    |
| 中 部 | 石川県羽咋市   | ●     | ●     | ●    | ●    | 継続事業               |
| 中 部 | 福井県高浜町   |       |       | ●    | ●    |                    |
| 中 部 | 福井県若狭町   |       |       | ●    |      |                    |
| 中 部 | 山梨県甲府市   |       |       | ●    | ●    | 継続事業               |
| 中 部 | 長野県中川村   | ●     |       |      | ●    |                    |
| 中 部 | 静岡県南伊豆町  |       |       | ●    |      | 継続事業               |
| 近 畿 | 大阪府池田市   |       |       | ●    | ●    | 継続事業               |
| 近 畿 | 奈良県吉野町   | ●     | ●     | ●    | ●    |                    |
| 近 畿 | 和歌山県広川町  |       |       | ●    |      | 平成29年度<br>外部人材派遣実施 |
| 中 国 | 山口県周南市   |       |       | ●    |      | 継続事業               |
| 九 州 | 福岡県うきは市  |       |       | ●    |      |                    |
| 九 州 | 鹿児島県三島村  | ●     | ●     | ●    | ●    | 継続事業               |

## 2 個別事業の取組概要

平成30年度に採択した地域名及び事業名は以下に示すとおりである。次ページ以降、各事業の背景と目的、事業実施内容、事業実施体制、事業実施スケジュール、主な成果、持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み及び外部専門家からのコメントを整理した。

|    | 地域名          | 事業名                                             |
|----|--------------|-------------------------------------------------|
| 1  | 北海道<br>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                       |
| 2  | 北海道<br>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                       |
| 3  | 岩手県<br>陸前高田市 | 官民連携インバウンドプロジェクト<br>～地域の観光マーケティング力強化とコンテンツ拡充～   |
| 4  | 新潟県<br>阿賀町   | 阿賀町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                    |
| 5  | 石川県<br>羽咋市   | 循環型産業システム構築事業（のと羽咋美味しい創生プロジェクト）                 |
| 6  | 福井県<br>高浜町   | 観光×移住×次世代によるクリエイティブビーチ創出プロジェクト                  |
| 7  | 福井県<br>若狭町   | WAKASAKI! チャレンジプロジェクト                           |
| 8  | 山梨県<br>甲府市   | 甲府市観光地づくりマネージャー事業                               |
| 9  | 長野県<br>中川村   | 荒廃森林を地域通貨で輝く資源に<br>～地域おこしの新しい可能性を探る～            |
| 10 | 静岡県<br>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<br>「学びのプラットフォーム」構築事業 |
| 11 | 大阪府<br>池田市   | みんなで実現・わがまち創生                                   |
| 12 | 奈良県<br>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<br>広川町  | HIROGAWA Re:branding Project ～梧陵さんの魅力再発見～       |
| 14 | 山口県<br>周南市   | クリエイティブ産業創出支援事業                                 |
| 15 | 福岡県<br>うきは市  | “うきは” リライトプロジェクト～古民家に灯を取り戻せ～                    |
| 16 | 鹿児島県<br>三島村  | 三島村焼酎蔵プロジェクト                                    |

## 2-1 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  | 2,897千円                  |
| 助成申請額 | 1,931千円                  |
| 外部専門家 | 中田浩康（有限会社アグリテック 代表取締役社長） |

### 自治体概要

|        |                                |
|--------|--------------------------------|
| 人口     | 58,502人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日）  |
| 面積     | 722.4km <sup>2</sup>           |
| 人口密度   | 80.98人/km <sup>2</sup>         |
| 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・歴史など観光資源活用した観光事業のレベルアップ
- 地道な活動を続ける各団体の連携強化
- 観光振興から観光産業へシフトするための運営組織設立
- 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
- 着地型観光実証プログラム作成
- 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



事業開始前初会合の様子



スノーシュー体験プログラム



ホームページ開設

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

本事業の申請エリアである「浜益区（旧浜益村）」は、石狩市北部に位置し、2005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や豊富な農水産物などの魅力に溢れた地域であり、道内各地から多くの観光客が訪れる一方で、人口は2005年の1,973人に対し、2015年には1,361人と大きく減少している。2011年には区内唯一の高校が廃校、2014年には路線バスが廃止になるなど、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・福祉分野での担い手不足は深刻である。

これらの課題解決には、地域や行政、関係機関などによる総合的な施策が必要となるが、何よりも、そこに住む地域住民が、そうした課題に向き合い主体的に取り組むことが重要であり、合併以降地域においても、さまざまな振興策を模索しているが、少ない担い手で、かつ本業が多忙な中での取り組みは、総じて単発的なイベントが中心となっており、地域に持続的な経済循環を生むまでには至っていない。また、自然や歴史・文化などの分野で活動する団体も、活動を継続・拡大するために必要なビジネス要素や効果的な情報発信などのツールが不足している状況にある。

このことから、本事業において、各団体の活動にビジネス性を取り入れるためのノウハウを学ぶとともに、地域資源を活用した商品開発や、これらの活動団体を結ぶ共同情報発信ツールを構築することにより、地域における持続的な活動の仕組みづくりを進めようとするものである。

### b 事業の目的

浜益区内には観光施設・固有の特徴をもったイベントや自然・景観・食など多様な地域資源があるにも関わらず、昔ながらの「資源があります。来てください」というPRに留まり、来訪した観光客に対しその資源の素晴らしさを伝えるガイド力や資源同士の連携などが行われていなかったことのほか、情報発信力が弱いため、その魅力を十分に伝えられていなかった。

これらの課題を克服するため、高齢者が苦手とするデジタル社会への対応部分を若者世代が担いつつ、地域で活躍する団体の協力体制を構築し「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」に取り組み、受地主導型の観光によるまちづくりを展開する。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2 事業実施内容

### a プラットフォームの設立・運営

地域関係団体を構成員とする「浜益観光まちづくり推進協議会」を設立し、定期的な情報交換を行うことで、相互理解を深めるとともに、地域・会員相互の課題解決に向けた連携事業を展開する。

### b 活動の商品化

ガイド力の向上や効果的な情報伝達の手法を学ぶスキルアップ講座等を開催し、活動のブラッシュアップと担い手の拡大を図る。

協議会員である団体の得意分野を生かした体験ツアープログラムを共同開発し、試行実施する。有償ガイド事業の展開に向け、裾野を広げるためのガイドテキストを作成する。

### c 地域観光ポータルサイトの開設

地域関係団体の活動や事業 PR のため、浜益区に特化した HP、Facebook を開設し、地域おこし協力隊や「浜益わかもん会」に所属する若手が中心となって運営するとともに、地域住民向けの地域情報紙（季刊）を発行する。

### d 外部団体との連携

森林保護や自然環境保全の分野で活動する NPO 法人等と連携し、浜益区の「千本ナラ」や「黄金山イチイの木」などの名木を活用した体験ツアープログラムや環境保全活動を展開する。地域と外部の連携強化を図るとともに受け皿づくりに取り組む。

国蝶「オオムラサキ」の生育調査等を実施する自然環境保全団体と連携し、田園地域を中心としたフットパスコースの開発に着手する。地元文化祭での研究発表や子供向けのコウモリ観察会等も開催し、地域の自然の魅力を再認識する機会とする。

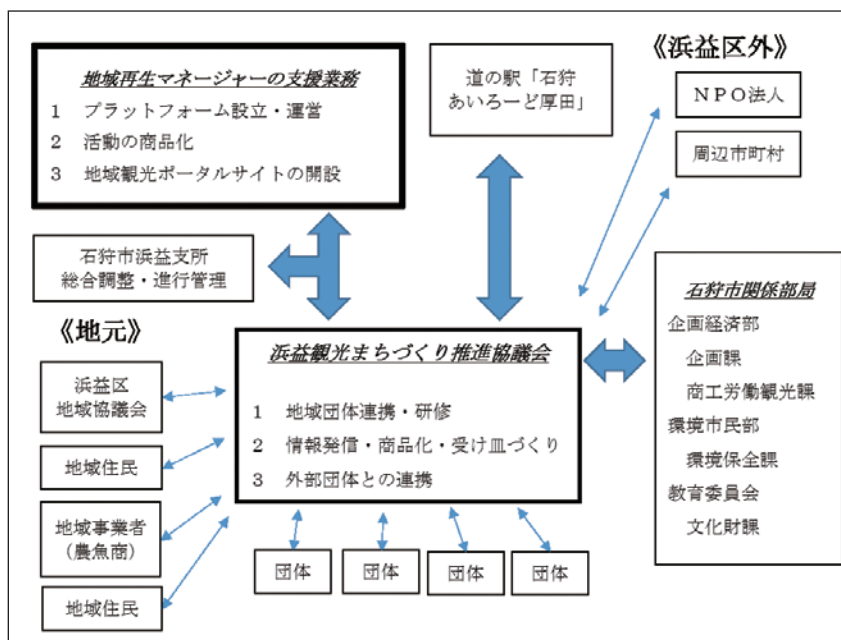
厚田地域着地型町づくり推進協議会と合同で「石狩北部地域」として商談会に参加し、パンフレット配布や地域 PR を行う。



### 3 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



#### 体制の概要

地域関係団体を構成員とする「浜益観光まちづくり推進協議会」を設立し地域団体並びに石狩市及び浜益区外の団体等と連携して事業を推進する体制である。

#### b 外部専門家の役割

着地型観光の指導者として関わり、ウェブサイトの運営指導、ツアーガイドの育成、体験型プログラムの開発、観光の総合窓口となる運営主体の組織化に向けたトータルプロデュースなど、地域住民が主体となり自立した観光まちづくりを進めるためのコーディネーターとしての役割を果たした。



## 4 事業実施スケジュール

| 月   | 取 組 実 施 内 容 |                                      |
|-----|-------------|--------------------------------------|
| 5月  | 10日         | 協議会設立準備会議                            |
|     | 21日         | 協議会設立、第1回協議会                         |
|     | 22日         | 情報部会（情報発信準備）                         |
| 6月  | 13日         | 情報紙発行（第1号）                           |
|     | 25日         | 第2回協議会                               |
| 7月  | 4日          | 浜益区地域協議会へ事業報告                        |
|     | 13日         | フットパスモニターウォーク（連携事業）                  |
|     | 23日         | 情報部会                                 |
| 8月  | 17～20日      | 福島児童受け入れ（連携事業）                       |
| 9月  | 全般          | 北海道地震の影響により活動を自粛                     |
| 10月 | 1日          | 情報誌発行（第2号）                           |
|     | 5日          | 協議会運営会議                              |
|     | 17日         | 第1回スキルアップ講座（WEB）                     |
|     | 25日         | 冬季ツアー造成会議                            |
| 11月 | 4日          | 区民文化祭出展（連携事業）                        |
|     | 22～23日      | 第2回スキルアップ講座（撮影テクニック）                 |
|     | 27日         | 観光商談会参加                              |
| 12月 | 18～19日      | 第3回スキルアップ講座（ガイドテクニック）                |
| 1月  | 20～21日      | 冬季モニターツアーの開催、ガイドブック完成                |
| 2月  | 1日          | 情報誌発行（第3号）                           |
|     | 4日          | 石狩市観光交流会参加                           |
|     | 18～19日      | 第4・5回スキルアップ講座（観光ガイドまちなか編／チラシ・POPアート） |
| 3月  | 18日         | 視察研修（日高エコウォーク）                       |

## 5 主な成果

### a プラットフォームの設立・運営

地域で各種活動を実践する団体を構成員とする「浜益観光まちづくり協議会」を設立し、定期的な情報交換により、相互理解を深めるとともに、地域及び会員相互の課題解決に向けた連携事業を展開した。

HP の開設や Facebook 等を活用した情報発信、地域情報誌の発刊等により、特に高齢者の多い団体の情報発信を若者世代がフォローする体制が整うとともに、事業性を意識したツアープログラムの試行等により、持続可能な基盤づくりに着手した。

## b 活動の商品化

## 【スキルアップ講座】

「WEB」「撮影」「ガイド」「POPづくり」などのスキルを学ぶ講座を開催し自分たちが大切にしている資源の魅力を如何に効果的に伝えるかを習得した。

海と山が隣接する浜益の魅力を再確認するとともに、ターゲットの違いに応じたPR・案内方法や季節・五感を意識した表現などを改めて意識することができた。

また、写真や地域のガイドといったテーマ性から、これまで直接関わりのなかった一般住民からの参加もあり、今後の活動拡大に期待が持てる結果となった。

## 【ガイド育成】

主要観光ポイントのガイドを誰もが出来るガイドテキストを作成するとともに、プロ講師によるガイド育成講座やモニターウォークなどの実践を通して、ノウハウを学んだ。



ガイドスキルアップ講座の様子



ガイド（講演会）実践の様子

## 【体験プログラムの開発】

将来的なビジネスモデルとしてのツアープログラム開発を目的に、地元の受け皿づくりとしての体験プログラムを実施した。

荘内藩ハマシケ陣屋跡のモニターウォークや田園地帯を巡るフットパスウォークでは参加者から評価を得たが、情報発信力がまだ弱いことが確認された。都市児童の4日間受け入れ事業では、果樹農家や水稻農家、漁業者との交流を実施し、地元参画者からは、より対応できるとの提案があり、地元受け入れ意欲の高まりが感じられた。



フットパスモニターウォークの様子



都市児童受け入れ事業の様子

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## C 地域観光ポータルサイトの開設

地域関係団体の活動や事業 PR のための HP 開設により、地区内の観光情報を網羅的に把握・発信できる基盤が整備され、各団体の情報発信の意欲が高まってきた。

外部講師のアドバイスにより、Facebook 等の閲覧履歴の分析からどのような記事に興味があるかを数字で把握し、今後の情報発信に役立てるノウハウを学んだ。

高齢者が多い地域住民への地域活動情報の提供手段として、新たに地域情報紙（季刊）を発行することで、これまでの団体間の発信力格差の解消が図られたとともに、新たな住民参画も生まれた。（HP：<http://www.hamamasu.jp/>）

## d 外部団体との連携

都市児童との交流活動事業では、地元住民の協力姿勢及び徒歩 10km 圏内の地域資源が高く評価された。新たな都市農村交流事業の展開に向け連携して準備を進める。

厳冬期にスノーシューを履いて、「黄金山イチイの木」までを散策するツアーでは、温泉や地元農家との交流、道の駅散策などをプログラムに加え、冬期間の周遊プログラムとして定着が図られるようコース整備を展開することとした。

国蝶「オオムラサキ」の生育調査等を実施する自然環境保全団体と連携し、田園地域を中心としたフットパスコースの開発に着手した。学術的な知見を踏まえた地域の魅力の再認識と新たな PR 手法の基礎的データの集積が図られた。



都市児童の SUP 体験の様子



スノーシューツアーの様子



生態調査地元紹介の様子

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

観光まちづくりの核となる運営主体が立ち上がったが、運営経験も浅く、安定した取り組みにしていくにはまだ時間を要する。実践を積み重ね、地域内外での認知度を高めていくとともに、経験を積み、販売に向けたシフトと活動のレベル向上が必要である。

今年度は、組織体制構築のウエイトが大きく、事業性確保のための商品開発は体験プログラムの試行的実施に留まった。次年度以降は自主財源の確保に向けた取組が求められる。

担い手の確保も課題である。外部の NPO 法人等との連携が始まっており、今後これらを強化していくことで、当地域をステージとする連携事業を増やしていくとともに、それらの情報を内外に発信し続けることで認知度を高め、新たな事業参画者の確保を図っていく。

これを踏まえて、基本活動継続、HP の充実：ポータルサイト化・団体 HP 開設、収益事業の開発、外部団体との一層の連携強化を図る。



## 7 外部専門家コメント



## 住民主導による地域の交流人口増加と 関係人口増加による観光まちづくりの推進

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

今回、石狩市北部にある浜益区を重点地域として取り組んだ。基幹産業は漁業や農業、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。浜益区の人口は1,300名で石狩市全体の58,000人に比べるとわずか2%で、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に、地域資源を活用し浜益地域と地域外（観光客・学校・旅行会社等）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が必要である。平成29年度に総務省の地域創造力アドバイザー事業によりお声がけいただき「観光まちづくり」における助言等をおこなってきた。本事業は行政主導ではなく行政も巻き込んだ住民主体による地域資源を活用した観光を基盤とした交流人口増加のための施策、住民主体による情報発信、着地型観光の開発と受け入れ体制を整備し、交流人口増加による地域活性化をおこなっていく取り組みである。

### ●推進体制整備と事業へのアプローチ

地域内には多様な取り組みをしている団体等があるが、本事業を推進していくにあたり、まずは地域内での情報の共有の場が必要であった。あわせて地域住民にこれら団体等がどのような活動をおこなっているか、また区外にもその活動内容が周知されていない状況であった。地域で主な活動をおこなっている団体や、賛同団体や企業等とともに10団体1個人により「浜益観光まちづくり推進協議会」を設置。事業実施主体は観光まちづくり推進協議会が中心となり、地域住民への普及啓発、地域観光資源の洗い出し、また既存の観光プログラムやアクティビティのブラッシュアップ、市の推進事業や外部団体等（旅行会社やネイチャーガイド等）と連携し観光プログラムの検討をおこなった。また情報発信についてはホームページやSNS等を作成し、地元から情報発信できる環境整備をおこなった。できるだけ地域住民主体となる取り組みになるように、協議会内に企画部会を設置しその中で事業展開を図っていくよう取り組んだ。

### ●取組みの成果と今後の方向性

本事業では地域の活動団体が同じプラットフォームに立ち、それぞれの活動とその価値を共有しながら、外貨を獲得する仕組みづくりのための協議会を設立することができたが、地域団体がこのような形で連携することは過去になかったということもあり、まずは大きな成果のひとつかと考える。スタートラインに立ったばかりだが、協議会を通しそれぞれの活動や各団体の連携を通し、住民自らが何か行動をしなければとの機運が高まりつつある。しかしながら協議会運営を担う人材も限りがあるため、当事者だけでなく地域おこし協力隊や、外部連携団体等による応援団を増やし、区内外問わず観光まちづくりの担い手人材の発掘と育成をしながら、魅力ある観光コンテンツ開発と商品化を進めていければと考える。

## 2-2 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  | 9,835千円        |
| 助成申請額 | 6,555千円        |
| 外部専門家 | 中川晶子（株式会社 JTB） |

### 自治体概要

|        |   |                               |
|--------|---|-------------------------------|
| 人      | 口 | 8,378人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日）  |
| 面      | 積 | 711.4km <sup>2</sup>          |
| 人      | 口 | 密度 11.78人/km <sup>2</sup>     |
| 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

- むかわ町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、むかわ町全体をステージとする「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
- 少子高齢化と人口減少は著しく進行している状況

#### 外部専門家による支援

- 付加価値型ツアー商品開発のためのワークショップ、ガイド研修の開催
- 旅行商品の磨き上げ
- 旅行商品の流通、プロモーション
- 各課題に合わせたセミナー・勉強会の開催
- 飲食店ヒアリングの実施
- 町内関係者との連携

#### 事業終了時点（成果）

- 付加価値型ツアー「MUKAWAダイナソー・アドベンチャー」の販売による、全国からの人流創出の実証
- ツアーガイド人材の育成とツアープログラムマニュアル策定
- 食メニュー開発のための町内飲食店の意向・課題の整理
- ライツマネジメントの知識取得
- 土産品開発や統一的なブランドイメージ創出のための手法の共有



恐竜ワールド構想



ガイド研修の運営



付加価値型ツアー商品の流通

## 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脊椎動物化石が、国内最大の恐竜全身骨格化石（ハドロサウルス科恐竜化石（通称：むかわ竜））であることが判明した。平成29年4月に開催した記者会見を受けて、「今世紀最大の発見」として、多くの注目を浴びることとなった。むかわ町では、「むかわ竜」の持つ学術的・教育的・資産的・戦略的・産業的な意義を「恐竜化石を活かしたまちづくり」「地元力を高めるまちづくり」「持続可能なまちづくり」の3つの視点を通じて「地域資源を活かした活気あふれるまち むかわ」を目指す「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。）を策定した。現在、推進計画に基づき、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みを進めている。

一方で、むかわ町においても少子高齢化と人口減少は著しく進行している状況にあり、むかわ町の持つ特性や魅力、地域資源を活かし、安心して暮らすために、平成27年12月に「むかわ町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、「恐竜化石を活かしたまちづくり」を掲げ、各種施策を推進している。

本事業は、推進計画の中でも「地域資源を活用した産業振興」に係る分野で、地域資源の磨き上げやその商品化、それを支える人材育成や組織体制についての知見やノウハウを持つ外部専門家の支援を受けることにより、その取組みを加速させようとするものである。

なお、平成30年9月6日に発生した北海道胆振東部地震の影響により、平成30年10月末時点で106人の町民が転出し、急激な人口減少が進んでいることから、本事業を活用し、むかわ町における地方創生の取組みを加速させるものである。

### b 事業の目的

推進計画を実現し、交流人口を拡大するためには、観光によるまちづくりに関する高度な専門知識が必要不可欠である。本事業では、専門人材の知見を蓄積し、地域資源を活用した産業振興のため、恐竜や化石に関連した商品の開発や恐竜を核とした着地型旅行ツアー造成のための検討を行う。

また、「むかわ竜」を核とした地域ブランディングとプロモーション手法の検討、町への来訪者の満足度向上のための人材育成の実践や推進・受入体制のあり方検討を通して、推進計画の実効性を高め、交流人口拡大へのプロセス構築を目指す。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2 事業実施内容

### a 付加価値型ツアー商品の開発

「むかわ竜」発掘現場での化石発掘体験にエンターテインメント性を加えた着地型旅行ツアーの開発を行い、シナリオ作成やガイドの養成により、旅行商品の質を高める。

### b 食メニューの開発

町内飲食事業者の連携により、恐竜ワールドを体現するグルメメニューの開発に向けて、飲食店ヒアリングを行う。

### c 知的財産・ライツマネジメントの運用

「むかわ竜」の商標登録を見据え、ライツマネジメントの知識取得による収益事業を検討するために、町民を対象とした勉強会を開催する。

### d 地域資源の価値を訴求するプロモーションツールの開発

むかわ町の地域資源の価値を訴求するためのまちづくりホームページの立ち上げに向けて、プロモーション計画を策定する。

### e 地域ブランディングの構築

「むかわ竜」によるむかわ町の知名度向上の流れを活用しながら、地域資源の価値をより一層高めていく方向性について検討する。

### f 地域住民の機運醸成

恐竜に関する講演会の実施、「むかわ竜」全身骨格化石公開、「むかわ竜」ラッピングカーの走行などにより、恐竜化石を活かしたまちづくりに対する町民の機運醸成を図る。

### g 先進地視察

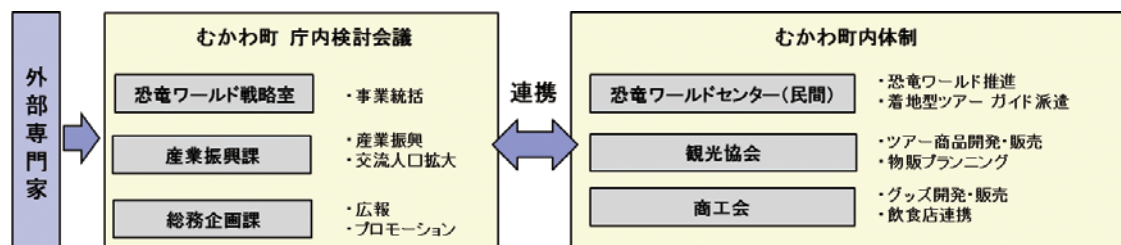
地域資源を活用した商品を開発する手法やデザインの重要性等を学習するために、高知県「四万十ドラマ」と「ゆずの森加工場」を視察する。



### 3 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



#### 体制の概要

将来的には、むかわ町恐竜ワールドセンター・むかわ町観光協会などを核とした事業推進主体の形成を想定しているが、現時点では核となる組織が明確化していないため、候補組織と連携しつつ、むかわ町恐竜ワールド戦略室が中心となり、産業振興・交流人口の拡大を担当する産業振興課及び地域経済課、広報を担当する総務企画課と連携して事業を進めている。

#### <市町村の役割>

事業推進主体形成までの期間はむかわ町を中心として事業を進めることとし、外部専門家との調整や、むかわ町恐竜ワールドセンター・むかわ町観光協会をはじめとした町内事業者の参画を促し、事業を推進する。

#### 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。特に地域資源を活用した産業振興における付加価値型ツアー商品の開発では、(株)JTBのノウハウを活かし、ツアー参加者の満足度を高める演出やオペレーション体制等の構築を手がける。

## 4 事業実施スケジュール

| 月   | 取 組 実 施 内 容                   |                                                                                                        |
|-----|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5月  | 28日                           | 付加価値型ツアー商品のシナリオ作成ワークショップ                                                                               |
| 6月  | 13日<br>26日                    | ツアーガイド演技講習会<br>モニターツアーに向けた事前練習                                                                         |
| 7月  | 8日<br>12日<br>26日～27日          | 町民向けモニターツアーの実施<br>モニターツアーの振り返りとツアーマニュアル作成やオペレーション体制確認のためのワークショップ<br>一般販売ツアー「MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー」の実践   |
| 8月  | 2日～3日<br>9日～10日<br>21日        | 一般販売ツアー「MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー」の実践<br>一般販売ツアー「MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー」の実践<br>MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー町内関係者向け報告会 |
| 9月  |                               | (9月6日震災発生)                                                                                             |
| 10月 | 11日                           | 震災後の事業の方向性についての打ち合わせ                                                                                   |
| 11月 | 10日<br>11日・17日～18日<br>26日     | 古生物学研究者等による普及講演会開催<br>「むかわ竜」全身骨格化石大公開<br>知的財産権勉強会開催                                                    |
| 1月  | 20日<br>30日                    | 地域資源活用セミナー開催<br>飲食店ヒアリング実施                                                                             |
| 2月  | 1日<br>7日～9日<br>13日～14日<br>16日 | 飲食店ヒアリング実施<br>先進地視察<br>マチナカおもてなしガイド育成研修<br>まちづくりセミナー開催                                                 |

## 5 主な成果

### a 付加価値型ツアー商品の開発

シナリオライター及びガイド担当者が協働して、ツアーシナリオを作成した。

### b ツアーガイド人材の育成

完成したツアーシナリオをもとに、演出家を講師に招き、ガイド演技講習会を行った。

### c モニターツアーによる実践

町民向けモニターツアーを実施し、運営要領を見直しマニュアル等を作成した。また、モニターツアーを公開し、テレビ局3社、新聞社4社のメディアに取り上げられた。



◀朝日新聞（道内版）  
7月10日（朝刊）  
に記事が掲載

モニターツアーの様子

### d 開発したツアー商品の販売・流通

本ツアーは、夏休み中に6日間限定で1日2回、5,200円（昼食付）の価格で計12回催行した。申込者は156名、ツアー全体の満足度割合は98.7%であった。

### e 食メニューの開発

恐竜ワールドを体現するメニュー開発のため、地元飲食店事業者にヒアリングした。

### f 知的財産・ライツマネジメントの運用

「むかわ竜」の商標登録を終えた段階で勉強会を開催し、知的財産権についての基礎的な知識を習得し、他自治体でのキャラクターを活用した事例等を学んだ。

### g 地域資源の価値を訴求するプロモーションツールの開発

まちづくりホームページの立ち上げに向けて、最新のデジタルマーケティングの動向を把握しながら、ホームページやSNS運用に関するプロモーション計画を策定した。

### h 地域ブランディングの構築

地域資源の価値を高めるため、(株)JTB 総合研究所の山下真輝氏、北海道大学総合博物館の小林快次氏を招き、むかわ竜による地域ブランド構築について講演会を行った。

## i 地域住民の機運醸成

「むかわ竜」全身骨格化石大公開、古生物学研究者等による普及講演会、NPO 法人銀座ミツバチプロジェクト理事兼むかわ町ふるさと大使の鈴木輝隆氏や(有)アルテシテ代表取締役の小塚陽子氏からの講演などで、住民のまちづくりに対する意識向上を図った。

## j 地域資源を活用した着地型ツアーを案内するガイド人材育成

「マチナカおもてなしガイド育成研修」を2日間にわたり実施して、実際に自然ガイドをどのように行うか実践し、ガイドニングの基礎知識を習得する機会とした。

## k 先進地視察

高知県馬路村農協「ゆずの森加工場」と地域商社「株式会社 四万十ドラマ」を視察して、商品自体が地域の魅力を消費者に伝えるコミュニケーションの役割を果たすという考え方を学んだ。震災の影響で事業推進主体のあり方に関する検討は次年度に延長となったが、この先進地視察により得た DMO や DMC と地域ブランディングの考え方を、そこで活用することとした。



馬路村農協



四万十ドラマ

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

今年度は、むかわ町の「恐竜ワールド」を体現する付加価値型ツアー商品の開発に注力し、夏休み限定のツアーの販売まで進め、「むかわ竜」の認知度が向上する中で、全国からの集客が可能となったことが確認された。一方で、受入体制の課題が残り、ガイド人材を確保する仕組みづくりや、町内周遊に向けたツアー商品の導入が必要である。

また、「むかわ竜」の価値を広い産業に波及させていくことも必要であり、地域の魅力を体現するデザインや販売手法を検討しながら、新たな土産品開発や飲食店メニューの開発、商標登録された「むかわ竜」のライセンスマネジメント運用などを引き続き検討する。

一方、「むかわ竜」がむかわ町の貴重な資源であることについて、町全体のコンセンサスとなっていない現状もあり、今後は、「むかわ竜」やその他の地域資源の価値を結び付けていく町のブランドストーリーを町民の参画を促しながら構築していきたい。

さらに、これらの事業を民間側から推進する主体の整備が、まだ十分に整っていないため、次年度以降は恐竜ワールドセンターや観光協会、商工会、農協、漁協などの町内関係機関が連携し、推進主体が果たすべき役割と機能を明確にし、組織づくりに重点的に取り組み、持続可能なまちづくりにつなげたい。

## 7 外部専門家コメント



## 7200万年前に恐竜が闊歩していた町で、 地域力を高めるまちづくりの挑戦

株式会社JTB 法人事業本部 事業推進部  
地域交流事業チーム 中 川 晶 子

### ●事業概要

「世紀の発見」と言われ、国内初の恐竜全身骨格化石「むかわ竜」を活かしたまちづくりを進めるむかわ町。初めて訪れたとき、町を縦断する一級河川・鵠川の雄大な景色や恐竜の発掘現場へと続く鬱蒼とした林道に圧倒され、「恐竜が今にも出てきそうだ」と感じました。「むかわ竜」が7200万年の眠りから覚めた現場に立ち入っての化石の発掘体験も心が震える経験で、多くの観光客が喜ぶと確信しました。この感動をセミナーでお伝えしたときに、「都会の人はこんな景色に感動するのか。」とコメントがありました。これまでも化石の産出地であったことから、「むかわ竜」発見を機に全国から人が集まるということに懐疑的なところもあったようです。

今年度の地域再生マネージャー事業では、町役場の「恐竜ワールド戦略室」と民間のまちづくり推進組織「恐竜ワールドセンター」のメンバーと連携し、「むかわ竜」を活かした産業振興の可能性を町民の皆さんと共有し、人流創出や観光消費額の向上につなげていくことを目標に事業に取り組みました。

### ●新ツアー“MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー”の販売

「お集まりの化石ハンターの皆さん、これから7200万年前に向かうタイムマシーンに乗り込んで、発掘体験を行います。準備はいいかな？」昨年夏休みに家族向けに開発したツアーは、探検家の格好をしたガイドさんのこの一言で始まります。ガイドを務めるのは、観光施設「地球体験館」のガイドや地域おこし協力隊のメンバー。バス（タイムマシーン）の中では、地層の成り立ちや化石の説明、「むかわ竜」発見までのドラマを伝え、地域の魅力を説明します。タイムスリップが成功する瞬間やアップダウンの激しい林道を通るたびに、全国から集まった参加者から歓声が上がりました。

これまでの発掘体験は400円。近隣の市町村からの参加が中心で、観光消費額の低さが課題でした。このツアーは一人5,200円。脚本家を交えてのシナリオ作りや演出家を招いてガイドの演技講習を行い、エンターテインメント性を高めました。バス会社もレストランもランチに使う食材も、むかわ産にこだわり、観光による経済効果が広がるようにしました。今後は、地域で旅行業登録をし、ツアー商品の拡充や販路の拡大、受入体制の整備を目指しています。

また、効果を町全体に最大限に広げるためにも、飲食店と連携したメニュー開発や土産品の開発などを行い、町の有する魅力を存分に伝え満足度を高める仕組みづくりを行っていく予定です。

### ●復旧から復興へ

2019年9月に発生した「北海道胆振東部地震」で、町は甚大な被害を受けました。いまなお不便な生活が続く、町の皆さんは生活再建への不安を抱えています。まだ混乱の中で「むかわ竜化石は無事だった。前を向きたい。」という恐竜ワールドセンターの工藤代表の言葉に心を打たれました。町を応援する多くの方々や団体・企業と連携をしながら、恐竜のまちづくりを復興に資する取組みにしたいと思っています。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村



## 2-3 岩手県陸前高田市「官民連携インバウンドプロジェクト ～地域の観光マーケティング力強化とコンテンツ拡充～」

### 事業概要

|       |                                            |
|-------|--------------------------------------------|
| 総事業費  | 10,008千円                                   |
| 助成申請額 | 6,655千円                                    |
| 外部専門家 | 百瀬旬 ほか2名（有限責任監査法人トーマツ）<br>野口晃一（ビズエアジア株式会社） |

### 自治体概要

|        |                               |
|--------|-------------------------------|
| 人口     | 19,553人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日） |
| 面積     | 231.9km <sup>2</sup>          |
| 人口密度   | 84.30人/km <sup>2</sup>        |
| 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   | 企画部 商工観光課                     |

### 取組概要

| 事業開始時点                                                                                                                                                        | 外部専門家による支援                                                                                                                                                             | 事業終了時点（成果）                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 観光施策が散発しており、地域プレイヤーの連携が乏しい</li> <li>■ マーケティング視点の欠如</li> <li>■ 地域、広域連携の不足</li> <li>■ 観光事業者のビジネス気運が醸成されていない</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 会議体の整理、各プレイヤーとの対話</li> <li>■ マーケットイン発想をテーマにしたセミナーの企画・開催</li> <li>■ 施策やテーマで連携促進</li> <li>■ 研修やワークショップを通じた地域価値、課題の棚卸</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 交流人口拡大戦略策定会議の発足に関与、全市的な観光施策協議の場が設定</li> <li>■ 防災・民泊・玉山金山等のコンテンツ磨き上げ、販路拡大</li> <li>■ 県南沿岸地域と連携した海外施策推進</li> <li>■ インバウンド、アウトバウンドで外貨を稼ぐ発想をもつ企業の発掘</li> </ul> |



マーケティング研修でのプレゼン



地域の課題棚卸ワークショップ



外国人受入で民泊体験



## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

東日本大震災で壊滅的な被害を受けた陸前高田市は、震災以降「活力あふれるまちの創造」を市の理念の一つに掲げ、交流人口の拡大による復興を進めてきた。その一環として震災後に実施してきた視察受け入れ時のコンテンツである「防災プログラム」が、国内外の大学・研究機関等から高い関心を得ている反面、市内の観光消費につながる商品造成ができていない等の課題が明らかになった。

本事業では、上記の課題を解決するため外部専門家の活用を検討し、地域観光事業者との協働により「マーケティングの強化」、「コンテンツの拡充」、「地域内連携・広域連携」を課題解決のポイントとし企画、申請に至った。

### b 事業の目的

本事業は中長期で構想している。まずは、平成30年度に実施する「世界に売れる地元の体験コンテンツ」の拡充により、①交流人口の拡大、②観光消費額の向上、③市内観光プレイヤーの役割把握を目指す。最終的には、これらの達成、成功体験を重ねることで、地域の暮らし・歴史・特産物などに、まず地元の人が価値を認識し、そして世界を相手に稼ぐ観光都市として、「活力あるまちの創造」の実現を目指す。

また観光事業者のみならず、この機運が地域に広まることで、シビックプライドの醸成と経済的にも地域再生に寄与することが本事業の目的である。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2 事業実施内容

### a 外国人受け入れ時の課題棚卸

観光事業者以外の地元の人や地域外に住む人、外国人の目線も入れ（関心のある市民など）ワールドカフェスタイル等でワークショップを複数回開催。商品群の棚卸や外国人受け入れ時の課題の抽出、地域人員の巻き込みを図った。協議した課題の解決補助として、指差しマップなど「おもてなしツール」を制作した。

### b マーケットイン発想の商品造成

観光経営会議に参加する約20名を対象としたマーケティング研修を開催（全5回）した。マーケットイン発想を養うため、インバウンドビジネスに取り組む先行地域の事例を学び、マーケティングの7P・3C・SWOT分析も活用し、地域の強み、弱みをチームで議論しながら具体的なツアー造成プラン4案の作成にチャレンジ。ターゲット国の外国人にプレゼンテーションを実施し、レビューを受け、ブラッシュアップを行った。

### c 広域連携によるルート設計

隣接する大船渡市、宮城県気仙沼市に加え、釜石市、遠野市などの行政、事業者に対して、単なる情報交換に終わらないよう具体的なテーマで協議を進めた（同一ターゲットへのプロモーション、テストマーケティング、QRコード決済の導入検討など）。こうしたテーマで連携して動けるように協働先と協議し、具体的なアクションに展開した。

### d 地域における情報発信強化

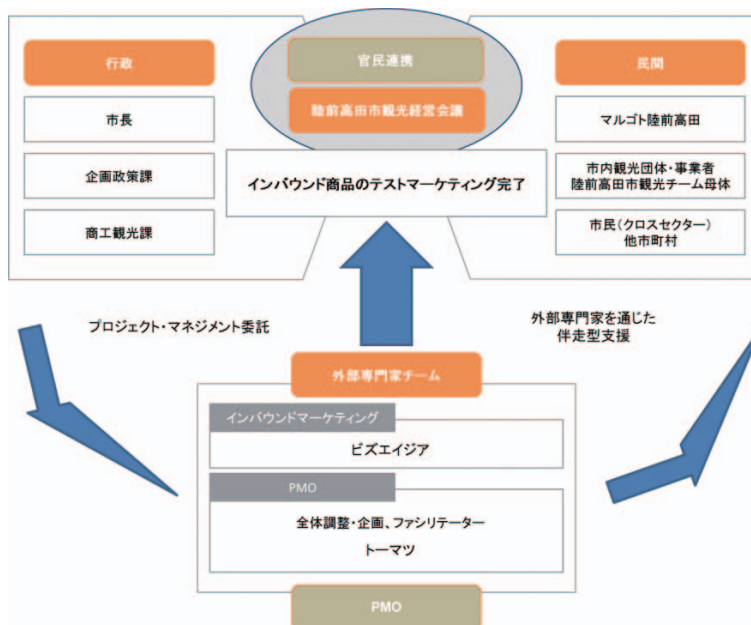
中核会議体である「観光経営会議」メンバー及び情報発信に関わる団体との議論を通じ、目指すべき方向性の確認を行った。これは「観光経営会議」の後継版である「交流人口拡大戦略策定会議」でも協議事項として提案し、市の観光戦略により合致した内容でアクションが取れるよう、軌道修正した取り組み支援を行った。

また、外国人受入時の課題棚卸の際に、適切な情報発信の重要性も含め、具体的に必要なツール開発も議論し、実施した事業の内容が連携するよう進めた。

### 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

##### <市町村の役割>

陸前高田市では、平成27年12月1日に「VISIT TAKATA 推進協議会設置要綱」を定め、地域資源を生かした滞在コンテンツの充実や受入環境整備等を推進する方針を打ち出している。また、平成28年3月に策定した「陸前高田市人口ビジョン及びまち・ひと・しごと総合戦略」で、交流人口拡大施策の柱の一つとして、「VISIT TAKATA の推進」を掲げている。

庁内では、企画政策課及び商工観光課が連携して、インバウンドツーリズムを推進しており、JET プログラムを活用した国際交流員の配置、元国連職員の参与就任など、主に英語圏への情報発信や誘客活動を担う人材の外部からの登用を進めている。

#### b 外部専門家の役割

##### ■有限責任監査法人トーマツ

全体コーディネート、企画、PMO 機能のほか、商品造成、地域連携の補足支援業務、ワールドカフェなどのファシリテート業務を行った。

##### ■ビズエイジア株式会社

研修を通じ、インバウンドビジネスにおけるマーケティング概論、トレンド紹介、商品造成の支援を行った。

## 4 事業実施スケジュール

| 月   | 取 組 実 施 内 容                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4月  | 16日～17日                            | 集中討議（マルゴト陸前高田）<br>第1回マーケティング研修                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 5月  | 8日～9日<br>22日                       | 視察・集中討議（マルゴト陸前高田）<br>第2回マーケティング研修<br>集中討議の進捗確認と今後の進め方協議（マルゴト陸前高田）                                                                                                                                                                                                                                  |
| 6月  | 5日<br>12日～13日<br>14日<br>27日<br>28日 | マーケティング研修の内容討議、軌道修正を行う<br>視察・集中討議（マルゴト陸前高田）<br>第3回マーケティング研修<br>現場視察（花巻空港の動線確認）、連携候補事業者インタビュー（遠野市）<br>広域連携先の候補自治体訪問（大船渡市役所商工港湾部観光推進室）<br>地元ワークショップ（9月9日開催）の企画打合せ                                                                                                                                    |
| 7月  | 18日～19日                            | 視察・集中討議（マルゴト陸前高田）<br>第4回マーケティング研修                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 8月  | 30日                                | 地元ワークショップ（9月9日開催）に向けた最終調整                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 9月  | 9日<br>10日                          | 地元ワークショップの開催（テーマ「地域課題の掘り起こし」）<br>気仙沼市観光コンベンション協会のインバウンド担当者との協議                                                                                                                                                                                                                                     |
| 10月 | 1日<br>2日<br>17日<br>18日             | 気仙沼市役所・観光コンベンション協会のインバウンドチームとの討議<br>今年度事業の中間進捗確認と次年度に向けた討議<br>大船渡市インバウンドチームとの継続討議<br>今年度事業の中間進捗確認と次年度に向けた討議<br>マーケティング研修の受講者との意見交換                                                                                                                                                                 |
| 11月 | 5日<br>29日<br>28日<br>30日            | マルゴト陸前高田との各施策の進捗確認<br>第5回マーケティング研修に向けた最終調整<br>台湾をターゲットとしたインバウンド誘客モニター企画の検討（ネットムーブ株式会社）<br>第5回マーケティング研修                                                                                                                                                                                             |
| 12月 | 5日<br>6日<br>13日<br>14日<br>27日      | 台湾をターゲットとしたインバウンド誘客モニター企画の検討（ネットムーブ株式会社）<br>今年度の進捗確認と次年度に向けた討議（陸前高田市役所）<br>台湾をターゲットとしたインバウンド誘客モニター企画の検討（ネットムーブ株式会社、大船渡市）<br>視察・集中討議（マルゴト陸前高田）<br>今年度成果の確認と事業設計について討議（陸前高田市役所）<br>ロッツ株式会社「玉乃湯」コンテンツ磨き上げ会議（ロッツ株式会社）<br>今年度成果の確認と事業設計について討議（陸前高田市役所）<br>観光情報の発信・地域関係者の役割についてヒアリング（一般社団法人 SAVE TAKATA） |
| 1月  | 8日～9日<br>18日                       | 次年度事業のアウトバウンドに関する市内事業者のヒアリング（酔仙酒造株式会社、株式会社加和喜フーズ、株式会社八木澤商店）<br>今年度事業報告書、次年度事業の申請に関する打合せ                                                                                                                                                                                                            |
| 2月  | 4日～5日                              | 交流人口拡大戦略策定会議に参加後、次年度以降の観光テーマについて商工観光課と協議                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 3月  | 5日                                 | 交流人口拡大戦略策定会議に参加予定                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

## 5 主な成果

### a 外国人受け入れ時の課題棚卸

ワークショップ参加者を、市民や在住外国人の方にも開いたことで、より多角的な目線での議論となった。外国人のおもてなしに関して具体的な解決の一助となるツールを発案し、「外国人おもてなしツール」（観光看板5か所、多言語パンフレット、指差しマップ）に絞り込み、年度内制作が決まった。

### b マーケットイン発想の商品造成

マーケットイン発想をテーマとする全5回の研修で、参加者の3CやSWOT分析、7P分析などの概念、フレームワークの習得、外国人目線・データの重要性理解が深められた。

ロッツ株式会社が経営する「玉乃湯」には、インバウンド対応の宿泊施設が無いことが課題であった為、東京都谷中の「旅館 澤の屋」に関する情報を提供した。

マルゴト陸前高田に提案した下記3つの施策では、以下の成果があげられた。

- ① 上智大学スタディツアー：来年度以降の単位化に向けての布石として、教授及び学生が陸前高田市を訪問した。今後、ツアーパッケージ化・他大学への展開を検討。
- ② 羽田空港での出店イベント：国際ターミナルで約2か月間物販を実施し、8アイテム約200個を販売。
- ③ 財務分析による包括的な業績把握とセグメント別の検証：主軸事業である修学旅行のオプション追加や単価上方見直しを行った結果、目標利益率が明確化された。



羽田空港での出店の様子

### c 広域連携によるルート設計

岩手県、大船渡市と連携し、台湾エージェントを訪問した。受入環境が整っていないため、広域プロモーションができない現状を認識。今後は、コンテンツの住み分けと磨き上げ、受入環境の相互補完的な関係を築き、広域連携の効果を上げていく。台湾に向けたテストマーケティングの企画を、ネットムーブ社と検討中。



台湾訪問の様子



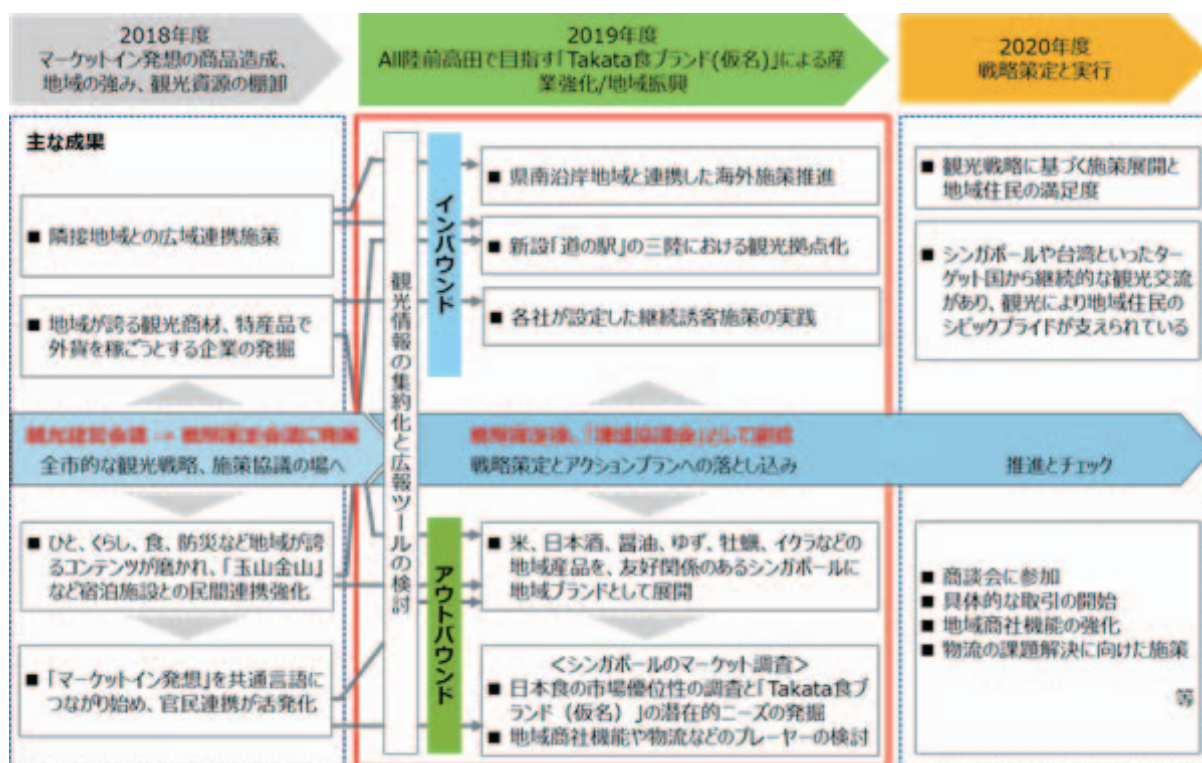
## d 地域における情報発信強化

本事業で実施したマーケティング研修の対象母体となった「観光経営会議」で繰り返し、会議体の整理、役割分担の重要性を唱えてきたことによって、会議体の中核メンバー（行政、観光物産協会、SAVE TAKATA など）とも情報発信の在り方について議論し、進め方について共通認識ができたことは大きい。

また、繰り返しになるが、そのうち12名が、「観光経営会議」の後続版である「交流人口拡大戦略策定会議」に参画することで、より市の観光戦略に合致した内容で情報発信に対する企画立案やアクションが取れるよう、継続議論の場が出来たことにも意義がある。

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

次年度以降も本事業を「インバウンド」として継続しつつ、「アウトバウンド」として発展させるために、今後の流れを下図で一覧化した。観光情報の集約化は、新設される「道の駅」のブランディングや、地域産品のブランド化という具体的なテーマを推進していく中で、初年度に「マーケットイン発想」を学んだメンバーとともに討議し、検討していく。本事業は、陸前高田市の他施策とも連携させ、相乗効果を図る。





## 7 外部専門家コメント

## マーケットイン発想を合言葉に動き出した、活力あふれるまちの創造



有限責任監査法人トーマツ

パブリックセクターマネージャー 百瀬 旬

ビズエイジア株式会社 代表取締役 野口 晃一

## ●地域の抱える課題、及びそれに対するアプローチ

陸前高田市は東日本大震災以降、「活力あふれるまちの創造」を市の理念の一つに掲げ、観光による復興を進めてきた。その中で「防災プログラム」が、大学・研究機関等から高い関心を得ている反面、観光消費には繋がらないことが課題として明らかになった。そこで「観光消費額の向上」を本事業の軸に据え「マーケティングの強化」「コンテンツの拡充」「地域内連携、広域連携」を課題解決のポイントとし、地域資源で稼げる基礎体力づくりを官民連携で行った。

## ●取り組みを通じて得られた成果

## ① インバウンドマーケティング研修（全5回）

『水がおいしい、人が親切。だから観光客は来る』という、漠然としたプロダクトアウトの発想からの脱却を図った。マーケティングの基礎を学ぶことは勿論の事、実際にツアーを企画し、ターゲットとする外国人に評価を受けることでマーケットイン発想を意識するようになった。また、参加事業者は、OTAにツアー、宿泊施設を登録。結果、少ない投資で国内、海外に発信することが理解できたことが非常に大きい。現在でもテストマーケティング、実践の場となっている。

## ② 羽田空港物販イベント（8月21日～10月20日）

国際線旅客ターミナルにおいて、市の物産を販売、調査した。200点を超える販売実績による自信と今後の課題を理解して頂いたことが成果である。

## ③ MICE 前提の大学院連携

上智大学の研究室に在籍する外国人大学院生にスタディツアーを実施。結果、研究テーマ（環境・水質の調査）と市を取り巻く環境に親和性があったことから、ツアーの単位化を検討していただいている。併せて他大学への展開、学会の実施も視野に入れている。

## ④ 地域内連携、広域連携

観光戦略を考える公式な場として、交流人口拡大戦略策定会議が発足した。①の研修を共にした仲間も多数含まれ、継続的に議論できる環境が整ったほか、隣接の自治体との観光施策も始動した。

## ⑤ 外国人受入れ時の課題棚卸

観光従事者を中心に、在住の外国人も含めた市民参加でワークショップを2回開催。

外国人ゲストの対応で困ることなど課題を討議し、具体的な解決ツール制作を行う。

地元紙での掲載も複数回あり、地域への波及効果も期待できる内容となった。

今後は、新設する「道の駅」プロジェクトとの連携への期待も大きく、今年度の学び、施策を活かし、地域に根付いたマーケットイン発想を合言葉に、稼ぐ観光都市の復活に寄与したいと考える。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2-4 新潟県阿賀町「阿賀町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」

### 事業概要

|       |                                                                                                               |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 総事業費  | 10,050千円                                                                                                      |
| 助成申請額 | 6,700千円                                                                                                       |
| 外部専門家 | 畦地 履正（株式会社四万十ドラマ）<br>伊藤 直弥（一般社団法人栗のなりわい総合研究社）<br>大西 町子（株式会社四万十ドラマ）<br>近藤 航（株式会社エガイテ）<br>新地 健郎（しんちけんろう studio） |

### 自治体概要

|        |                               |
|--------|-------------------------------|
| 人口     | 11,461人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日） |
| 面積     | 952.9km <sup>2</sup>          |
| 人口密度   | 12.03人/km <sup>2</sup>        |
| 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   | 観光振興課                         |

### 取組概要

| 事業開始時点                                                                                                         | 外部専門家による支援                                                                                                       | 事業終了時点（成果）                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地域振興に向けた組織作り</li> <li>■ 老木化した栗園の再生</li> <li>■ 地域商品の開発や商社設立</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 組織作りや運営体制の構築</li> <li>■ 栗の栽培・選果技術の指導</li> <li>■ 商品開発と商社設立の支援</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 運営体制の設立</li> <li>■ カットバック・剪定作業の実施</li> <li>■ 地域商社の設立</li> </ul> |



ワークショップの開催



栗木の剪定作業



奥阿賀グロッサリーコンビニー

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

新潟県の東部に位置する阿賀町は、町の中央を阿賀野川が流れ、飯豊山塊や越後山脈といった雄大な自然に囲まれ、温泉や自然景観、各種体験ツアーなどで誘客を図り、町の活性化に取り組んでいるが、主な産業である農林業を活用した生産性のある商品がなく、また、小規模事業者が多く、商品開発や販路開拓等に関するノウハウや、時代を捉えた商品作り、および商品のブランド化を含むPR等に課題を多く持つ状況にある。

### b 事業の目的

地域の総合力をブランド化する体制づくりをはじめ、事業連携による商品開発、販路開拓などのノウハウについて優れた専門家からの支援を受け、農林業・商工業・観光業の産業間の連携を深め、地域経済の活性化に寄与するとともに、現在、地域おこし協力隊が運営する「奥阿賀グロッサリーコンビリー」が地域商社となり、山間地域ならではのビジネスを創出することを目的とする。

## 2 事業実施内容

### a 運営体制構築

地域資源を活用した地域商品の開発に向けて、生産者・加工者・製造販売者・行政機関等からなるプロジェクトチームを組織し、「資源の発見」「資源の掘り下げ」「役割分担」「基準づくり」「販路開拓」等を目的としたワークショップを開催することによりチーム内の連携を図る。

### b 栽培、選果及び1.5次加工指導

地域資源の代表となりえる「栗」「くるみ」の品質や生産量の向上を図るため、既存農園における栽培、選果技術、加工組合における農産加工や売れる商品につながる1.5次加工に関する指導会や研修会を開催する。

### c 商品開発と商品改良

地域商社の設立に向けて、地域に埋もれた資源の発掘と地域商品の再生を目的に、トータルデザインからの見直しや地域を活かした商品開発、生産体制の構築について検討を行う。

## d 販促・パッケージデザイン

地域商社で販売する商品の販促デザインや地域ブランドにつながるデザイン戦略を検討する。

## e 経営及び地域商社の戦略づくり

地域商社における地域ならではの経営ノウハウや組織づくりに関する指導を行う。

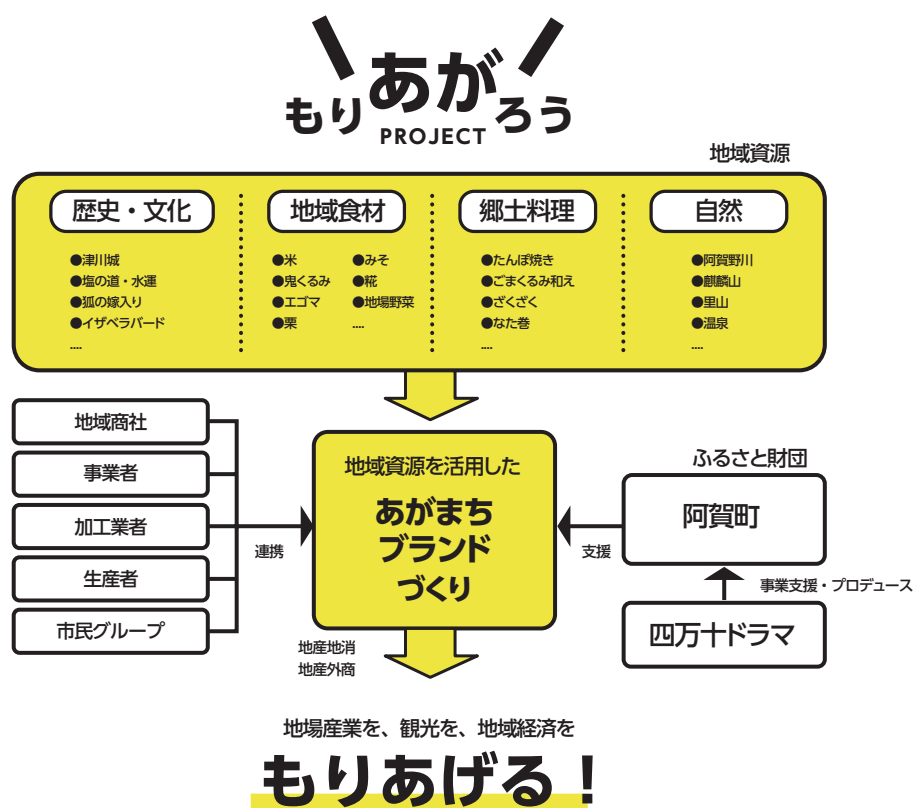
## f 販路拡大

首都圏の百貨店など主要流通先の紹介や斡旋による販路開拓、各種商談会や展示会への出店におけるノウハウについて指導を行う。

# 3 事業実施体制

## a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



## 体制の概要

「地域商社奥阿賀コンビリー」を中心として「生産チーム」「1.5次加工チーム」「商品製造・販売チーム」「支援機関」から組織する『もりあがろうプロジェクト』により、地域商品の検討や開発、生産体制や流通体制までの連携を図る。

## 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統括し、地域資源の発掘や地域の取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を行った。

## (一社)栗のなりわい総合研究社 伊藤 直弥

- ・栗の品質や生産量の向上を図る為、老木化した栗園の再生に向けての技術指導を行った。

## しんちけんろう studio 新地 健郎

- ・地域色を取り入れたイラストを用いて商品デザイン等を行った。

## (株)エガйте 近藤 航

- ・地域商社の立ち上げ支援と情報発信の強化に係る指導を行った。

## 4 事業実施スケジュール

| 月   | 取組実施内容 |                                   |
|-----|--------|-----------------------------------|
| 7月  | 14日    | ・植栽、剪定、収穫方法等の現地指導                 |
|     | 15日    | ・講演会、植栽・剪定・収穫方法等の現地指導             |
|     | 19日    | ・第1回ワークショップ（地域資源の掘り起こし等）          |
| 8月  | 25日    | ・第2回ワークショップ（現状把握と役割分担等）           |
| 9月  | 18日    | ・第1回加工作業                          |
|     | 19日    | ・地元産「九島栗」を使った『渋皮煮』の調理             |
|     | 22～23日 | ・栗の選果作業の研修と選果技術の指導                |
| 10月 | 6～7日   | ・エゴマ商品のPR活動（東京 日本橋三越）             |
|     | 23日    | ・先進地視察研修（高知県四万十町 他）               |
|     | 24日    | ・第3回ワークショップ（役割の再確認と目標等）           |
| 11月 | 11日    | ・カットバック、剪定等の技術指導                  |
|     | 12日    | ・栗の新植方法の指導                        |
|     | 19日    | ・第2回加工作業                          |
|     | 20日    | ・地元産くるみの実の掘り出し作業と栗の「漉し子」作り        |
|     | 27日    | ・第4回ワークショップ（基準づくり、くるみを使った郷土料理の試食） |
| 12月 | 18日    | ・第5回ワークショップ（プロジェクト名の決定と資源の掘り出し）   |
| 1月  | 9～15日  | ・くるみ、エゴマ商品のPR活動（東京 日本橋三越）         |
|     | 28日    | ・第3回加工作業                          |
|     | 29日    | ・地元産「室谷栗」を使った『渋皮煮』の調理と商品化         |
|     | 30～31日 | ・地域商社の立ち上げ支援と情報発信の強化に係る指導         |
| 2月  | 1日     | ・経営ノウハウ移転                         |
|     | 6日     | ・第6回ワークショップ（販路開拓と次年度の取り組みについて）    |
|     | 21～24日 | ・栗、くるみ、エゴマ商品のPR活動（東京 表参道・新潟館ネスパス） |
| 3月  | 16～17日 | ・栗の新植技術の指導                        |

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村



## 5 主な成果

### a 運営体制構築

関係者を参集して開催したワークショップにおいて、「地域資源の掘り出し」「コンセプトの検討」を行い、『もり“あが”ろうプロジェクト』を発足した。地域資源やそれぞれの役割が明確となり、『あがまちブランドづくり』に取り組むことで阿賀町全体を盛り上げる。

### b 栽培、選果及び1.5次加工指導

プロジェクトに参加する九島栗園において、老木化した栗木を再生させる「カットバック」や若木の「剪定」を行い、品質の向上と生産量の向上を図った。また、出荷や1.5次加工に適した栗を選別する「選果」技術について先進地において研修した。



カットバックの様子



技術研修の様子

### c 商品開発と商品改良

九島栗園で収穫した栗を使用した「渋皮煮」の調理や、町内の農家から買い取ったくるみの「一次加工」など、加工品としての販売や2次加工用品としての利用に向けた試作品づくりに取り組んだ。



渋皮煮調理の様子



くるみ1.5次加工の様子

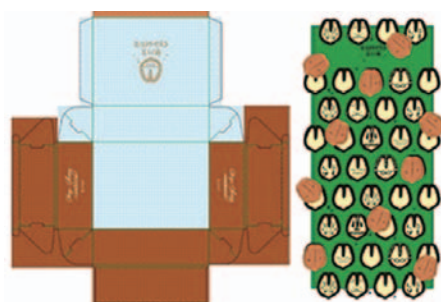
## d 販促・パッケージデザイン

九島栗園で栽培された「九島栗」と山に自生する「山栗」を使用した『渋皮煮』の商品化に向け、栗の素朴さとおいしさが伝わるよう、品の良いフォントと優しいイラストのパッケージデザインが完成した。

また、くるみ商品については、鬼ぐるみを割った状態がキツネに見えることと、阿賀町の恒例行事「狐の嫁入り行列」の主演であるキツネを掛け合わせたパッケージデザインが完成した。



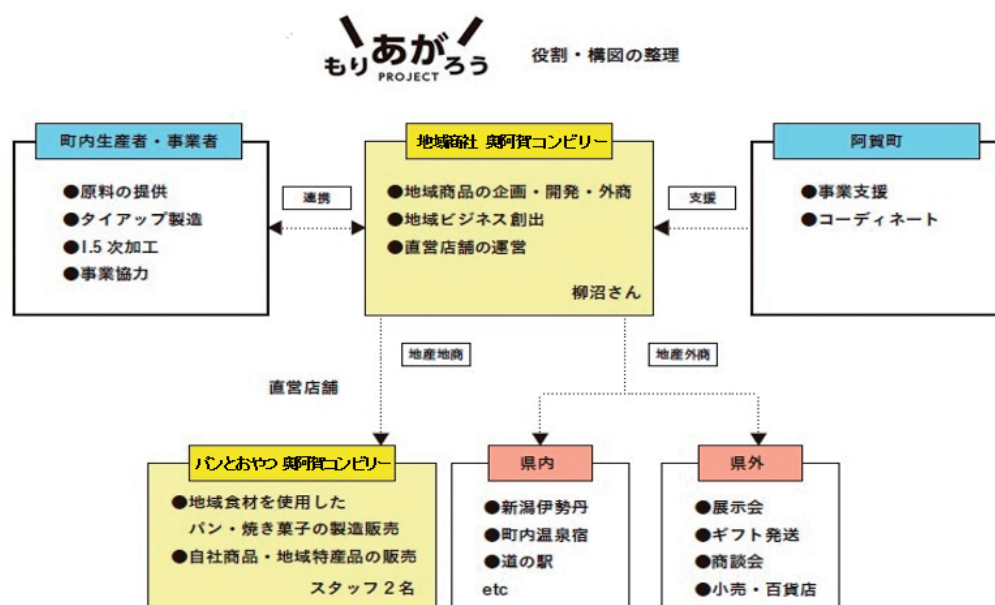
渋皮煮の商品パッケージデザイン



くるみ商品のパッケージデザイン

## e 経営及び地域商社の戦略づくり

地域商社奥阿賀コンビリーは、地域商品の企画・開発・外商を主に担当し、県内では新潟伊勢丹をはじめ各所における販売や、県外では百貨店での催事やイベントに参加し、商品の販売やPRに取り組むこととした。また、直営店舗の奥阿賀コンビリーを運営するとともに町内生産者や事業者との連携強化を図ることとした。



地域商社を中心とした役割・機能の整理図

## f 販路拡大

地域商社奥阿賀コンビリーが中心となり東京・日本橋三越本店の「新潟展開催20回記念イベント」や「グロッサリー売場のプロモーションコーナー」において阿賀町の地域資源「えごま」「くるみ」を活用した商品の販売やPR活動を行い、お客様からの評価を得て、今後は日本橋三越グロッサリー売場において通常の陳列販売がされることとなった。



阿賀町産「えごま」商品の販売・PR活動

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

まずは、地域商社の体制作りに向け、人材の活用や地元雇用の拡大、地域産業との連携を更に進めていく予定である。

また、栗の生産について、試験的に実施したカットバックや剪定の結果が良好であれば、同手法の整備エリア拡大により生産量をこれまでの7～8トンから12トンまで増加させる。さらに、加工業者自らが栗園に出向き加工目的に合わせた収穫を行ったり、地域に自生する山栗を住民に収穫してもらい買い取るなど、産業・地域の連携により量産化を進める。あわせて、廃校となった旧神谷分校の厨房施設を改修し、量産・雇用の場として整備する。

今後は、地域商社「奥阿賀コンビリー」にて、地域おこし協力隊の雇用や、地域の多様な関係者と連携した生産・流通体制の強化、地域商品の開発やイベント等の企画、県内外での外商・PR活動に取り組んでいく予定である。



## 7 外部専門家コメント



## もりあがろうプロジェクト 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

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。

今回そのような背景の中で、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、地域商品の開発と阿賀町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。

### ●阿賀町の抱える課題及びそれに対するアプローチ

阿賀町の地域資源を活用した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、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たことや、米を利用した糍、くるみ、えごまや栗といった特産品があること、たんば焼き等の郷土料理があること、温泉や川下りといった自然環境があることを確認したが、それらの活用は十分でなかった。

本事業では、「もりあがろうプロジェクト」と題し、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。デザイナー坂東真奈氏がデザインの企画や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。

### ●取組みを通じて得られた成果と今後の方向性

まずは、この事業の中核となる地域商社「奥阿賀コンビリー」があることで、地域を巻き込んだ栽培、加工、そして販路拡大の体制が整えられてきた。コンビリー代表の柳沼氏は、元千疋屋営業マンでもあり、その経験を活かした販路拡大もできるとともに、合わせて奥様が千疋屋等のパティシエ経験から商品開発に堪能しており、今回の事業を進めやすくしている。

また、地域生産者も協力的で、栗、えごま、くるみといった食材の安定供給をする体制も整ってきた。

今年度の商品開発は、「栗渋皮煮」「栗の渋皮煮パイ」「えごまパイ」「くるみパイ」「クルミオイル」などの提案や試作等研究を行い、また試作販売を百貨店で行った。商品の磨き上げを行い、来年度から本格的に販売体制を整えていく予定である。

来年度は、地元道の駅や百貨店等での販売拡大も含め、更なる商品開発を行い、自社商品を増やすとともに、東京でのビジネスマッチングにも積極的に参加し、販路拡大に繋がる取り組みを行っていく。

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

### 事業概要

|       |                        |
|-------|------------------------|
| 総事業費  | 2,015千円                |
| 助成申請額 | 1,333千円                |
| 外部専門家 | 畦地履正（株式会社四万十ドラマ 代表取締役） |

### 自治体概要

|        |                               |
|--------|-------------------------------|
| 人口     | 22,088人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日） |
| 面積     | 81.9km <sup>2</sup>           |
| 人口密度   | 269.86人/km <sup>2</sup>       |
| 標準財政規模 | 6,712,829千円（平成29年度市町村別決算状況調査） |
| 財政力指数  | 0.42（平成29年度市町村別決算状況調査）        |
| 経常収支比率 | 92.7%（平成29年度市町村別決算状況調査）       |
| 担当課室   | 産業建設部 6次産業創生室                 |

### 取組概要

#### 事業開始時点

- 2017.7.7道の駅開業
- 売上実績2.45億円（9カ月）
- 道の駅でのイベントやフェアの開催や物産イベントへの出展（販路開拓）支援
- 新商品の造成
- 地域住民で構成される出品者協議会員の増加

#### 外部専門家による支援

- 経営戦略と運営体制軸の構築指導
- 地域資源の掘り起こしによるオリジナリティに富んだ商品開発や商品改良
- ネットワークを活用した商談機会の支援
- 地域が一体となった商品開発指導

#### 事業終了時点（成果）

- 1周年記念イベント等各種催事開催による誘客促進
- 地域ワークショップの実施による新商品造成（10商品）
- ファシリテーション研修実施
- 軒下ビジネス（地元漁港とのタイアップ）展開
- 外商展開による出品先の確保（2件）



道の駅20万人突破（1/7）



新商品ワークショップ



毎週土曜開催の魚市



## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

羽咋市は、世界農業遺産に認定された能登半島の玄関口に位置し、面積81.9km<sup>2</sup>のコンパクトな都市（人口22,088人）であり、近年、のと里山海道の無料化や国道159号、415号等の主要幹線道路の整備促進等から、人・モノ・情報の交流が盛んな地域である。

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

産業としては、農業が基幹産業の一つとなっているものの、兼業農家が多く、米以外の生産性が低いため、農家所得の向上につなげていないのが現状である。平成22年度から「奇跡のリング」で名を馳せる木村秋則氏の指導のもと、市とJAの共同による農薬や肥料、除草剤を一切使用しない自然栽培農業（環境保全型農業）の普及を図り、農業の成長産業化と農村復興を目指している。

そのような状況の中で、平成28年度には将来的な地域商社機能を果たす道の駅管理運営法人「羽咋まちづくり株式会社」を設立し、平成29年7月には「道の駅のと千里浜」を開業した。地域経済の活性化及び雇用創出を図るため、生産から加工、販売・流通へ繋げる6次産業化への取組みも行われているが、道の駅が開業して間もないため、商品開発や販路開拓の戦略や手法に乏しく、「売れる商品づくり」に必要なノウハウが蓄積されていない。また、首都圏を中心とした主要販売先も乏しく、また利益率の高い商品アイテム数やその品質向上、生産量などにも限りがある状況となっている。

### b 事業の目的

産業の高付加価値化等による「しごとの創生」と、就労や移住促進等による「ひとの創生」「まちの創生」という好循環の確立を目指し、“羽咋市まち・ひと・しごと創生総合戦略”を平成27年10月に策定した。

当戦略に記載されている「安定した雇用の創出」や「新しいひとの流れをつくる」という基本目標の実現に向けて、本プロジェクトでは、自然栽培農産物を核に生産から加工、販売・流通を通じた6次産業化推進の拠点となる地域振興施設を「道の駅」（平成29年7月開業：国交省による「重点『道の駅』候補」に選定）に併設させ、交流人口拡大や雇用創出、地域経済の活性化に寄与することとしている。

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

これまでも地域資源の掘り起こしや商品開発に必要なノウハウ取得に努めてきたが、6次産業化推進の拠点として、より一層の商品群の充実を目指し、さらなる地域内連携を図りながら、特産品開発への意欲向上と商品ブラッシュアップ、また地域商社機能としての販促ネットワークの構築を進めることとする。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2 事業実施内容

### a 経営と販売戦略

平成29年7月に開業した「道の駅」を健全な経営体制に導き、持続可能な地域循環システムを構築するうえで、毎月の経営状況や取り組み、企画やイベントの開催のほか、店舗レイアウトやメニュー構成など、多岐にわたる経営指導を実施する。特に、地域住民が継続的にこれら体制に関わることができるか、道の駅スタッフ及び行政、住民が一体となった運営手法を移植する。

自然栽培やのとしし（能登産いのしし）を活用した特産品づくりを展開しつつ、単に小売業としてだけではなく、アドバイザーの人脈による販路先や出展機会を活用して販路開拓につなげる。

### b 商品開発と商品改良

地域に埋もれた商品の発掘や地域資源を活用した発信力のある商品づくりを行うことを目的に設立した「はくいおやつ隊」とのワークショップを継続的に開催し、持続可能な商品づくり体制を構築する。特に、ワークショップの進行役であるファシリテーション技法を学びながら、独自で運営可能な体制を構築する。また、利益率の高い道の駅オリジナル商品の造成数を増やすことで、百貨店やスーパーマーケットでの出展にも挑戦し、新たな販路開拓の足掛かりとする。

### c 販促・パッケージデザイン

道の駅開業後も引き続き地元食材を使った新商品の開発に向けた取り組みを推進しており、より利益率を追求した高付加価値商品を造成するにあたり、コアターゲットである「20～30歳代の子育て中の女性」を意識する。またブランドコンセプトに基づく、統一感あるパッケージデザインやリーフレット、ホームページ、商品POPなどの販促デザインを制作する。

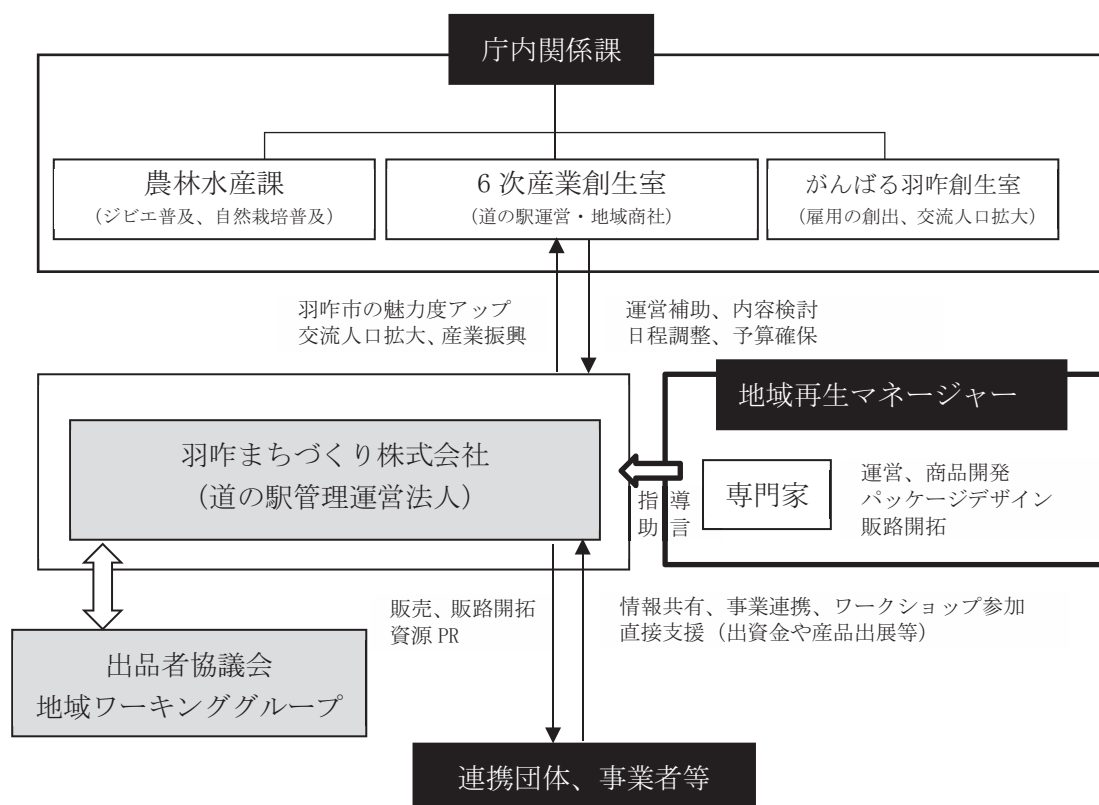
### d 販路拡大

羽咋市の地域商社支援係とも協力し、道の駅の軒下を活用した販促やモニター調査・分析を行う。さらに地元に残った資源として、売り物にならない雑物を漁港から新鮮な状態で仕入れて販売するといった取組も行う。販路拡大の足掛かりにするため、県内スーパーや百貨店での出展を実施し、お客様の生の声や反応を吸収する。将来的な販路拡大につながる機会として、活動の幅を広げていくこととする。

### 3 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



#### 体制の概要

道の駅の管理運営を担う羽咋まちづくり株式会社が、庁内関係課及び石川県、羽咋市商工会、JA はくい、漁業協同組合、菓子・発酵食品等加工事業者等の連携団体、事業者等のハブとしての機能を発揮する。一連の流れの中で、地域再生マネージャーからの指導・助言を羽咋まちづくり株式会社が受ける体制とした。

#### b 外部専門家の役割

- ・羽咋まちづくり株式会社の健全な経営体制を構築するための助言、アドバイス
- ・持続的な新商品開発のため地域住民を巻き込んだワークショップ開催・指導
- ・イベントやフェアを絡めたソフト事業の企画によるファン層の獲得支援
- ・地域資源の掘り起こしとブラッシュアップによる商品開発及び購買意欲を引き出すパッケージデザイン制作についての助言・アドバイス
- ・首都圏を中心とした販路確保とネットワーク構築支援

## 4 事業実施スケジュール

| 月   | 取 組 実 施 内 容 |                                                                                                                        |
|-----|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4月  | 17～18日      | 道の駅の3月期決算状況の報告並びにGWに向けた事業展開への指導<br>地域商社機能強化に向けた展開に関する指導・助言                                                             |
| 5月  | 23～24日      | 地域商社機能の具体的展開（軒下販売と外商対応）に関する指導と道の駅の<br>H29年度決算及びH30年4月期決算状況の報告並びにGW集客報告                                                 |
| 6月  | 21～22日      | 道の駅の5月期決算状況の報告並びに新商品展開を図る上での組織体制の再構<br>築指導<br>地域商社機能強化のための打合せ<br>地元生産者や加工業者などとのワークショップ及び新商品試食会                         |
| 7月  | 17～18日      | 道の駅の6月期決算状況の報告並びに道の駅従業員を交えた振り返りワークシ<br>ョップを開催し、組織体制の改善や今後に向けた取り組みなどの指導を受けた<br>地域商社機能強化を目指し、具体的な商品展開や外商活動について指導を受け<br>た |
| 8月  | 18～19日      | 道の駅の7・8月期決算状況の報告をし、経営指導を受けた<br>また、地元生産者や加工業者などとのワークショップ及び新商品試食会                                                        |
| 9月  | 15～16日      | 道の駅の9月期決算状況の報告をし、経営指導を受けた<br>また、地元生産者や加工業者などとのワークショップを実施した                                                             |
| 10月 | 7～8日        | 道の駅の10月期決算状況の報告をし、経営指導を受けた<br>また、11月、年末年始の事業展開について協議・指導を受けた                                                            |
| 11月 | 17～18日      | 道の駅の11月期決算状況の報告をし、経営指導を受けた<br>また、ファシリテーション方法の指導も兼ねたワークショップを実施した                                                        |
| 12月 | 17～18日      | 道の駅の3月期決算状況の報告並びにGWに向けた事業展開への指導<br>地域商社機能強化に向けた展開に関する指導・助言                                                             |
| 1月  | —           | —                                                                                                                      |
| 2月  | —           | ・来年度事業の準備                                                                                                              |

## 5 主な成果

### a 経営と販促戦略

アドバイザーの畦地氏には、毎月の会計報告を実施し、経営改善策や新たな催事、新商品や新メニューの提案を受けた。また、GWやお盆時期の繁忙期における営業形態の指導をはじめ実践に則した経営指導と体制づくりの指導を受けた。併せて、並行して展開している地域商社機能の役割や軒下を活用した営業収益の増大を目指した指導も併せて受け、持続可能なビジネスモデルの創造のヒントを得ることができた。



経営企画会議風景



金沢名鉄エムザ出展



## b 商品開発と商品改良

市内の食品製造業者や農業従事者なども巻き込んだ商品開発ワークショップを継続的に開催し、新商品開発を進めた。また、経営体制強化を目的に、より利益率の高い道の駅オリジナル商品の造成を行った。また、道の駅開業時に結成した「はくいおやつ隊」独自の新品も続々と誕生し、地元へ還元を図る循環型産業システムの礎を築くことができた。さらに市が地域産業センターとしての物流倉庫や商品研究施設を開設するなど、6次産業化を強力に進めることとしている。



商品開発ワークショップの風景



はくいおやつ隊の独自商品（記事掲載）

## c 販促・パッケージデザイン

②のワークショップを通じて開発された商品パッケージをこれまでのデザインを踏襲し、統一的なデザインとした。各種メディアへの露出度も高まっており、ゼンリンが発行する2019年版全国道の駅の冊子の特集記事に採用される予定となっている。さらなる注目を集められるよう、道の駅全体の魅力度を向上させていきたい。



豆おかき（おかき新シリーズ）



のとしを使った棒寿司、ちまき

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村



## d 販路拡大

月に1度、畦地氏の主催する「あしもと逸品会議」に出席し、全国の生産者やコーディネーターと接触、情報収集を行っている。東京等都市部を訪れた場合は、併せて羽咋の産品を扱っていただけそうな飲食店を訪問し営業している。また、道-1グランプリや全国道の駅シンポジウムなどの出展に積極的に出店参加し、知名度向上に努めつつ、さらにお客様や専門家等の意見を収集するようにし、将来的な販路拡大に向けた取組を進めている。



畦地氏と高崎市の  
「まるおかスーパー」を訪問



「あしもと逸品会議」で販路開拓や  
品質管理等の情報収集

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

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

また、当市が展開する商品のファンを獲得するためには、地域住民の協力は欠かすことはできず、また地域住民自らが誇りと主体性をもって課題に立ち向かう体制づくりが必要と考える。2017年7月に開業した道の駅「のと千里浜」においても、まだまだ地元産物の出品数が少なく、特に冬季閑散期の出品数が少ないため、地域住民が気軽かつ頻繁に訪れやすい環境をつくることが求められる。同時に、遠方並びに近隣市町からのリピーターの確保を目指し、さらなる「ここだけでしか買えない」他と差別化した商品開発を行う必要性がある。

今後の取り組みの柱となるのは、地域商社機能の充実と考えており、道の駅「のと千里浜」での小売業態のみならず、地域に埋もれている産品を発掘しながら、地域が連携した商品開発を行い、外販、外商を強力に進める必要がある。

地域内外での商業機会を獲得し、持続可能な体制強化を図っていくために、この3年間で培ったアドバイザーからの指導・助言を生かしていくものとする。

## 7 外部専門家コメント

道の駅「のと千里浜」を拠点とした  
循環型産業システムの構築

株式会社四万十ドラマ 代表取締役 畦 地 履 正

## ●事業概要

道の駅「のと千里浜」がオープンしたのが平成29年7月。循環型産業システム構築をすべく、特産物ブランド化や6次産業化を、この道の駅を核として仕組み作りや体制作りを行ってきた。地域交流施設（道の駅）が出来たことによって、地域の生産者の所得向上や、生産量の拡大及び高付加価値化の商品作り、そしてそれらを利用した加工品の商品開発と地域の雇用作り、そして販路開拓を地元企業と連携をして行い、地域の魅力発信と共に交流促進や移住定住促進と繋がる循環型産業システムの構築を行っている。

## ●羽咋の抱える課題及びそれに対するアプローチ

羽咋市の観光入込客数は年間約267万人。内96%程度が日帰り観光客であり、市内の宿泊数は4%程度未満と、通過型観光地となっている。日本で唯一砂浜を車で走れる「千里浜なぎさドライブウェイ」といった観光の目玉はあるが、それを活かした取り組みは思うようなものではできず、また農業従事者の減少、高齢化や後継者が少なくなっており、合わせて耕作放棄地が増えており、地場産業の衰退が広がっている。このような中において本事業では、道の駅に対して商品開発や販路開拓及び運営方法の仕組み作りを、デザイナーの(株)サコダデザインの代表取締役・迫田司氏、ファシリテーターの一般社団法人いなかパイプの佐々倉玲於氏、そして(株)四万十ドラマが連携をして「ノウハウ移転」を行った。

## ●取り組みを通じて得られた成果

平成29年7月にオープンした道の駅は、平成30年3月期決算では初年度から当初の売上計画を上回る2億円を超え黒字決算となった。また今年度は更に売上も3億円を超える見込みとなり、新たな雇用の場、交流の場、そして地域経済の場となった。合わせて昨年度から取り組んできた運営方法の仕組みづくりにおいては、各部門の利益確保を月次決算を税理士と取り組み、数字と合わせて健全な運営を進める体制作りを行うことができるようになってきた。

商品開発においては、「農業マッチング」と題し、地域のお菓子屋さんが地域の素材を利用して開発し、道の駅の中心的商品となった。また、前年度提案していた「ベジブロス」（野菜出汁）を活かした商品開発「野菜ピクルス」「のとししまん」「のとししカレー」が出来上がった。元加賀屋の料理長である、高田料理長のスキルが高く、野菜を捨てることなく「出汁」として活用することができており、その出汁をそのまま商品に活用する仕組みもできるようになった。今年度は販路拡大も行い、道の駅で扱っている商品や自社商品を地元百貨店やスーパーで催事販売を中心に、また東京でのビジネスマッチングにも積極的に参加し、次年度に繋がる取り組みを行っている。

## ●今後の方向性

さらに、道の駅開業3年目となる来年度は、経営の安定化、そして年間事業計画を作成し、企画担当会議を定期的に行うことによって、人材の活用や地元雇用の拡大、そして地域産業との連携を更に進めていくことが大事である。「道の駅は地域のヒト、コト、モノが見える場所」。そしてわざわざ来ていただく道の駅になるために、商品開発や地域との連携を今後も積極的に行うことが、羽咋の新たな仕組み作りになると考える。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2-6 福井県高浜町「観光×移住×次世代によるクリエイティブビーチ創出プロジェクト」

### 事業概要

|       |                                                                                                                  |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 総事業費  | 8,725千円                                                                                                          |
| 助成申請額 | 5,346千円                                                                                                          |
| 外部専門家 | 中込 進（株式会社 AT ソリューションズ 会長）<br>本田勝之助（本田屋本店有限会社 代表取締役社長）<br>西島 昭久（株式会社ジェイアール東日本企画 部長代理）<br>秋葉 健一（株式会社ハブカンパニー 代表取締役） |

### 自治体概要

|        |   |                               |
|--------|---|-------------------------------|
| 人      | 口 | 10,558人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日） |
| 面      | 積 | 72.4km <sup>2</sup>           |
| 人      | 口 | 密度 145.83人/km <sup>2</sup>    |
| 標準財政規模 |   | 4,205,109千円（平成29年度市町村別決算状況調査） |
| 財政力指数  |   | 1.02（平成29年度市町村別決算状況調査）        |
| 経常収支比率 |   | 89.9%（平成29年度市町村別決算状況調査）       |
| 担当課室   |   | 総合政策課                         |

### 取組概要

| 事業開始時点                                                                                                                                                                                      | 外部専門家による支援                                                                                                                                                                                            | 事業終了時点（成果）                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ アジア初ビーチの国際環境認証ブルーフラッグを取得</li> <li>■ 昭和47年には日本一の民宿群</li> <li>■ 海水浴客はピークの1/6に減少</li> <li>■ 観光事業者の高齢化と減少</li> <li>■ 原発に依存しない新たな次世代の産業育成が必要</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ まちづくりファンド「ブルートラスト」の構築に向けた検討</li> <li>■ 「SUP」「浜茶屋」「民宿」の3つの地域素材を活用した事業の創出</li> <li>■ ふるさと納税返礼品のブラッシュアップと広報戦略</li> <li>■ 自立自走のための地域商社のあり方検討、事業構築、組織化</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ H31年度中のファンド開設に向けた地銀との検討の素地構築</li> <li>■ SUP体験のインストラクター養成により参加者アップ</li> <li>■ 学生運営浜茶屋での来店者及び売上げアップ</li> <li>■ 新たな地域商社設立に向けた方向性確立</li> </ul> |



アジアで初めてビーチの国際環境認証ブルーフラッグを取得した若狭和田ビーチ



空き店舗をリノベーションしたブルーフラッグアカデミーでの事業検討会



若狭和田ビーチの空き浜茶屋をリノベーションした関西大学生による学生浜茶屋

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

福井県高浜町は、海水浴の町として知られ、8 km続く白砂青松の砂浜は、「日本の快水浴場百選」にも認定されている。昭和47年の統計では、民宿収容力で日本一（収容力30,000人、軒数620軒）、宿泊施設数では大阪市に次いで全国6位と、海水浴を中心としたリゾート地として発展し、「日本のマイアミビーチ」とも称されてきた。

しかし海水浴客は、昭和50年頃の120万人をピークに、平成27年には約20万人と約1／6にまで減少。さらに、高速道路（舞鶴若狭自動車道）の開通を契機に、宿泊型から日帰り型へと観光形態が急激に変化してきた。

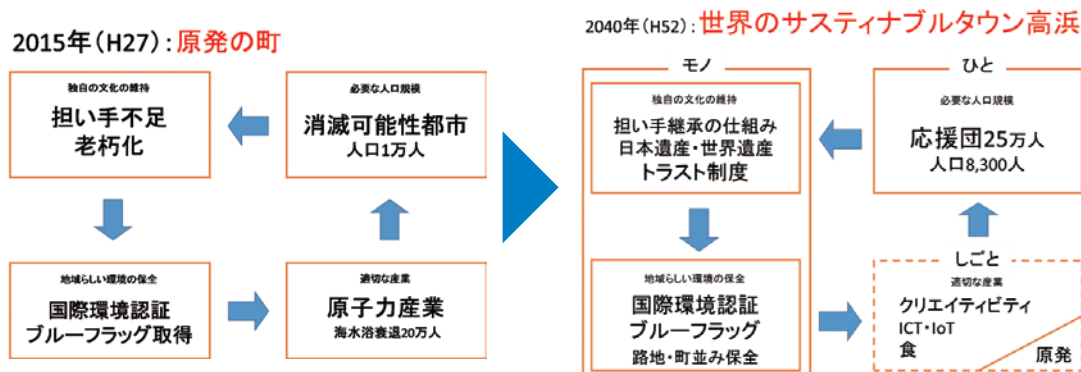
また近年は、海水浴の町から原発の町へと高浜町のイメージも転換してきている。原発に依存しないサステナブルな町へと再転換するための素地を育てようと、平成28年4月14日アジアで初めてビーチ及びマリナーの国際環境認証ブルーフラッグを、地域住民の大きな参画により取得した。世界が認めたビーチを舞台に、まちづくりのセカンドステージを始めていくことが必要になってきている。

### b 事業の目的

高浜町では、フェーズⅠとして2009年よりコンパクトシティ構想を進め、歩いて暮らせるまちづくりに取り組んできた。

2015年よりフェーズⅡとして、地方創生時代に本格的に突入し、「高浜エコ里」という地方小都市での次世代のスマートシティを目指した行政の取り組みが進んでいる。

本事業では、フェーズⅢ「サスティナブルタウン」実現のための「住民」及び「民間」主体の実行体制づくりと維持・保全の進む地域資源を活用した適切な産業育成（特にビーチの産業育成）を推進していく。特に、地方創生の指標となる『人口移動』『特殊合計出生率』に関わる住民まちづくり事業、そして『都市部での応援団』を育て、『適切な産業』を創出するための民間まちづくり事業を展開していくことを目的とする。





## 2 事業実施内容

### a ブルートラスト事業

ふるさと納税制度の導入により得た資金の活用方策の1つとして、地域のスタートアップ事業の育成に活用できるまちづくりファンド「ブルートラスト」の開設を検討する。

また、ブルーフラッグ関連事業について民間のクラウドファンディングへも挑戦し、クラウドファンディング型の事業推進についての機運醸成を図る。

### b クリエイティブビーチ事業

高浜町における「SUP」「浜茶屋」「民宿」の3つの地域素材について、各1つずつのクリエイティブ事業に着手するとともに、モバイルを活用したデジタル情報発信とデータ分析を行う取り組みを試行する。また、将来的に自立自走できるプロジェクトとすることから、積極的にクラウドファンディングを活用し、資金調達およびPRを図る。

### c ふるさと納税活用事業

ふるさと納税制度をテストマーケティングの場として活用し、海産物や海辺の体験商品など、地域商品の創出と既存商品のブラッシュアップを行う。また、ふるさと納税を戦略的販路とし、高浜町のコンセプトに共感する企業とのビジネスマッチングを進める。

### d 地域商社機能の導入事業

平成32年度秋にオープン予定の海の6次産業施設『うみから (UMIKARA)』には、1階に海産物を中心としたスーパー、2階にレストランとお土産品売場が誕生する。そこでの商品販売を通じた発信事業を効果的に実施するためには、商品企画と販路開拓を地域が担う地域商社機能が不可欠との認識のもと、地域商社のあり方について検討する。



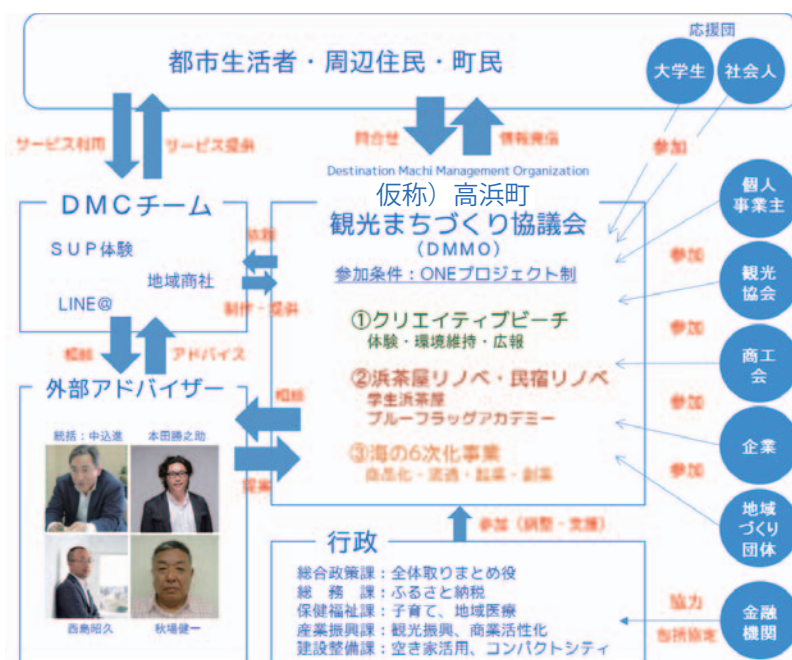
海の6次産業施設『うみから (UMIKARA)』のイメージ



### 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

仮称）高浜町観光まちづくり協議会を設置し、協議会の各参加者が1つずつ実施するプロジェクト（ONE プロジェクト）への方向性の提案、マッチング、事業性のアドバイスなどを外部アドバイザーが中心となり実施する。行政も、「参加者」という立場で、町内の各参加者と同じ目線での事業化を目指す。

#### b 外部専門家の役割

地域の自発的な取り組み（ONE プロジェクト）を「自立自走」していくために、どのような情報発信の仕組みやブランド化、体制の構築や資金計画を立案していく必要があるのか等について、国内外の先進事例やヒントとなる取り組みを提案またはアドバイスする。

## 4 事業実施スケジュール

| 月   | 取 組 実 施 内 容                            |                                                                                                                                                                |
|-----|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4月  | 11日<br>19～20日<br>23日                   | ・ 町内参加事業者説明会<br>・ 外部アドバイザー事前協議（事業の進め方）<br>・ 国際環境認証ブルーフラッグ取得（3年連続）                                                                                              |
| 5月  |                                        | ・ ふるさと納税に係る商品化、現地撮影等の調整<br>・ LINE @広報戦略の調整                                                                                                                     |
| 6月  | 4～5日<br>11日<br>14～15日<br>16～17日<br>18日 | ・ 返礼品商品化協議、現地撮影、商品撮影<br>・ LINE @「PLAY! TAKAHAMABOT」プレスリリース<br>・ 情報発信について協議。LINE @を中心にすり合わせ<br>・ SUP インストラクター養成講座開催<br>・ ふるさと納税サイト「さとふる」OPEN                    |
| 7月  | 1日<br><br>2～3日<br>21日<br><br>上旬より      | ・ 和田 de 路地祭開催（PLAY! TAKAHAMABOT スタート）<br>・ ブルーフラッグアカデミー OPEN<br>・ キックオフ会議（仮称）観光まちづくり協議会<br>・ クラウドファンディング「樽龍」<br>・ 学生浜茶屋運営スタート（7/21～8/18）<br>ふるさと納税「夏チラシ」配布スタート |
| 8月  | 15～16日<br>27～29日                       | ・ ふるさと納税「秋」へ向けての協議<br>・ LINE @情報発信の中間報告、インバウンド強化策、地域商社検討                                                                                                       |
| 9月  | 5～6日<br>13～14日<br>上旬より                 | ・ インバウンドに関する地域素材現地調査<br>・ ふるさと納税関連アドバイス<br>PLAY! TAKAHAMABOT「福井国体」連携企画スタート                                                                                     |
| 10月 |                                        | ・ 最先端観光コンテンツインキュベーター事業スタート<br>（外国人モニター調査、嗜好性調査、勉強会など）                                                                                                          |
| 11月 | 7～8日<br>14～16日                         | ・ インバウンド戦略の協議、情報発信の方向性検討<br>・ 地場産品の商品化と地域商社について協議                                                                                                              |
| 12月 | 11～13日<br>17日                          | ・ 日本遺産へ向けた地域素材現地調査<br>・ ふるさと納税の次年度へ向けた協議                                                                                                                       |
| 1月  | 17～18日<br><br>22～23日<br>25日            | ・ PLAY! TAKAHAMABOT の展開案<br>・ 地方創生ブランド化戦略（案）について検討<br>・ 庁内及び町内での成果共有の方法について協議<br>・ インバウンド戦略について現地調査                                                            |
| 2月  | 14～15日                                 | ・ 庁内及び町内関係者の成果共有プレゼンテーション<br>・ 海辺の ICT・IoT を考える講演会（PLAY! TAKAHAMABOT 報告会含む）                                                                                    |

## 5 主な成果

## a ブルートラスト事業

「ブルートラスト」の運営方式や開設方式を検討し、地銀に参画してもらい、融資をできる形でまちづくりファンド設置へ向け次年度以降も検討・交渉を継続していくこととした。また、2つの事業（夏のイベント「櫓龍」、ちらし寿司のギネスに挑戦）についてクラウドファンディングを実施し、1件（ちらし寿司のギネスに挑戦）が目標金額を達成した。



## b クリエイティブビーチ事業

6月に「SUP」インストラクターの養成講座を実施し、10名のインストラクターを養成することで、受入れ体制の拡大が図られた。また、関西の大学生で企画からデザイン・設営、運営までを実施する「学生浜茶屋」や「民宿活用イベント（和田 de 路地祭）」とLINE@を活用した『PLAY! TAKAHAMABOT』との連携を図った。この結果、夏の期間だけで、「友だち」2,500人以上を関西中心で獲得し、体験・浜茶屋・民宿の連携した情報発信と集客・案内の仕組みを立ち上げた他、学生浜茶屋の売上増にも貢献した。



SUP 体験



ブルーフラッグアカデミー



学生浜茶屋「New Beach Times」

立案・共有・発信・運営・分析・活用・進化  
「made in 高浜」で描く再興のサイクルLINEで  
より気軽に ニーズの把握  
→次展開 地域とファン  
がつながる

## PLAY!TAKAHAMA BOTの効果(Web上の数値)

|                | 従来                     | 事業効果                                           |
|----------------|------------------------|------------------------------------------------|
| 基盤HPの訪問者数・閲覧回数 | 12,000人/年<br>30,000回/年 | 訪問者：前年比167%UP<br>閲覧数：前年比175%UP<br>※7～8月は300%超え |

## 収集した属性データを有効活用した結果

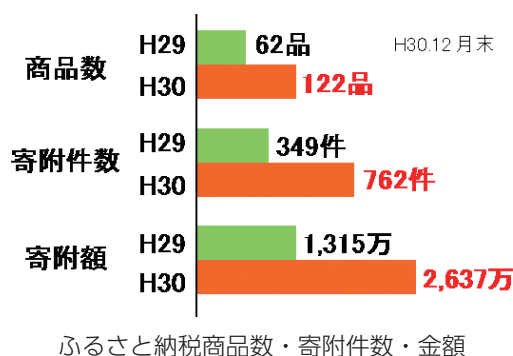
海水浴客 平成30年度：196,400人  
(H29 188,100人) 前年対比104.4%

町と関西の大学生が連携した海の家：売上133%UP

地域をつなぐ「PLAY! TAKAHAMA BOT」の概要

## C ふるさと納税活用事業

昨年度までの高浜町のふるさと納税返礼品は、海辺の町であるにも関わらず、米主体となっていた。そこで、海産物の商品化を行い、販路としてふるさと納税にてテストマーケティングを実施。また、SUP 体験や宿など、海辺の体験メニューや宿泊プランも造成し、ふるさと納税の返礼品数は、平成29年度の62件から平成30年度の122件に増加した。この結果、寄附額・寄附件数ともに対前年200%を達成した。



新商品チラシ

## d 地域商社機能の導入事業

地域商社のあり方を検討し、その結果、地域商社は6次産業施設運営のグループ会社として設立する方向となった。地域の流通の担い手として、6次産業施設の商品流通を基盤に、自立自走できる地域商社を目指す予定である。

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

次年度には、新たに DMC としての地域商社の設立を予定している。この地域商社を基盤とし、ふるさと納税制度を活用したテストマーケティングや地場産品開発に取り組み、企画・生産・販売・流通・フィードバックを密に実施していく必要がある。また、検討途上のブルートラスト（まちづくりファンド）の設置へ向け、地域のパブリックベンチャー事業へのスタートアップ資金として活用できるよう地銀を含め、関係機関と調整していく。

ブルーフラッグを旗印とした観光コンテンツについては、若手事業者も登場しつつあり、環境が整いつつある。特に観光事業については、自立自走へ向け広域でのインバウンド観光の視点が必要であり、平成34年の北陸新幹線敦賀開業を見据え、若狭エリアでの一体的なストーリー構築に加え、丹後エリアも巻き込んだ大阪・京都の北側でのプロモーション展開が実現できるよう取り組んでいく。

高浜町のこれまでの「原発」というストーリーの他に、個性ある観光ストーリーの創出地として認知されるよう取り組んで行くことを予定している。



## 7 外部専門家コメント

若い力で地域活性化の  
リーダーシップを株式会社 AT ソリューションズ  
会長 中 込 進

## ●事業概要

かつて年間120万人の海水浴客を集め、京都の奥座敷と呼ばれた美しい白砂のビーチで有名であった高浜町に出会ったのは約6年前でした。その時の感動は私の日本海のイメージを180度変えてしまうほど美しく、温かく、アクティブなものでした。

そんな高浜町であります、日本の他の「地方」と同様に人口減少に見舞われ、且つ原発立地という特殊性もあり、地域の活性化が必須と認識されている状況でした。

そのような折、高浜町が長年取り組んできた国際環境認証“ブルーフラッグ”をアジアで初めて取得しました。これを礎にして、地方小都市型「環境共生モデル」というポジショニングと「持続可能な地域経営」を目指す為に、稼ぐ力として「海の6次化」、魅せる力として「観光・移住」、生み出す力として「パブリックベンチャー」をそれぞれ有機的につなげ、町・地域の再生につなげるという事業構想を具現化し始めました。

## ●課 題

ブルーフラッグ取得はテレビでも放映され一時期話題になりましたが、ブルーフラッグそのもので何らかの事業収益を生むわけではありません。このブルーフラッグ取得を礎に何らかの事業を作り出さなければなりません。それが「海の6次化」です。しかしながら、一つ一つの事業構想に関わる地域の関係団体や事業者は多く、漁協、魚商（仲買）組合、商工会、浜茶屋事業者等々と幅広く、その皆さんへの説明、理解促進、納得、というプロセスを丁寧に行う必要があります。観光、移住・定住促進においても、観光協会や地域の宿泊事業者等の関係者にインバウンドを含め従来型の観光推進ではなく、今後を見据えた大きな変化を求めることになります。

日本のどの地域でもすることですが、「変化を好まない」というスタンスが必ず存在します。ましては原発立地地域なので、地域の財政が今逼迫することはないわけですから、「現状のままが良い」という姿勢は他地域より強いかもしれません。

この状況を突破するには、官民ともに若い人たちのエネルギーが必要になって来ます。

## ●成 果

このような環境の中、行政の若手職員、観光協会の若手職員、民間の若手事業者、更には、関西の大学学生などが積極的に参画しはじめ、徐々にではありますが事業推進のリーダーシップを発揮し始めていることは大変大きな変化だと思っています。

これからも、様々な障害があると思いますが、持ち前の若いパワーを発揮して、いずれ将来同地域活性化のリーダーとして推進の中核人材となって欲しいと思っています。

特に、32年10月オープンを目指している「海の6次産業化施設」の成否は、今後の同地域の命運を握る重要な事業であり、是非成功するよう引き続きアドバイスしていきたいと思っています。



## 2-7 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  | 10,418千円                               |
| 助成申請額 | 6,700千円                                |
| 外部専門家 | 時岡 壮太（株式会社デキタ 代表取締役）<br>金光さくら（株式会社デキタ） |

### 自治体概要

|         |                               |
|---------|-------------------------------|
| 人 口     | 15,234人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日） |
| 面 積     | 178.5km <sup>2</sup>          |
| 人 口 密 度 | 85.35人／km <sup>2</sup>        |
| 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    | 総合戦略課 政策推進室                   |

### 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）

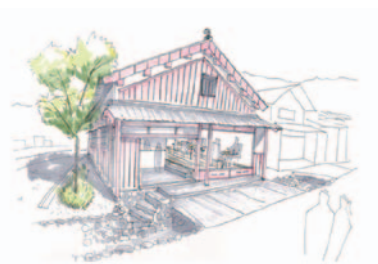
- 町内若手事業者プラットフォームの形成
- 町内居住者と若狭出身の都市居住者とのネットワーク構築
- 空き家を活用した社会実験の実践（ポップアップショップ等）
- プラットフォームメンバーを主体とした「熊川宿」の空き家を活用した2件の新規事業の立ち上げ



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

若狭町は福井県の嶺南地方（南西部）に位置する人口15,234人、面積178.65km<sup>2</sup>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あげられる。また、平成26年に舞鶴若狭自動車道開通、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、平成34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シティブロモーション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、総合戦略の目標を達成するため、効率的、効果的、加速的に地方創生を推進するためのものであり、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も関係する。

そこで、平成30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る。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。事業の創出を通じ、町内若手事業者の連携や新規事業創出の機運を高め、「チャレンジができるまち」、「若手事業者が元気な町」というメッセージの発信につなげる。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2 事業実施内容

### a 支援母体の組成

支援母体「WAKASAチャレンジ協議会」を設立する。若狭町、地元金融機関、商工会、地元農事法人、教育機関、民間企業、アドバイザーを構成員とする。プラットフォームメンバーを主体としたチャレンジ事業を検討するため、各種専門的立場からの事業アドバイス・情報提供・周知活動への協力を主な役割として担う。

### b プラットフォームの形成

新規事業立上げや起業について意欲がある町内の若手事業者、農家、農業法人従事者によるプラットフォームを形成する。来年度以降のオープンに向け、プラットフォームメンバーが主体となり、熊川宿の空き家を活用した新規事業立ち上げを検討している。

### c 研究会開催

熊川宿の空き家を活用した新規事業立ち上げのための、視察・講演会の開催を行う。

熊川宿にシェフの生家がある京都の老舗料亭「菊乃井」、山形は庄内地域の地場産物を活かしたイタリアンレストラン「アル・ケッチャーノ」、農と食の連携により地域での持続可能な農業の振興を図る神山町「Food Hub project」等を視察する。また、「アル・ケッチャーノ」奥田シェフによる来町講演会を実施する。

### d 空き施設の利活用

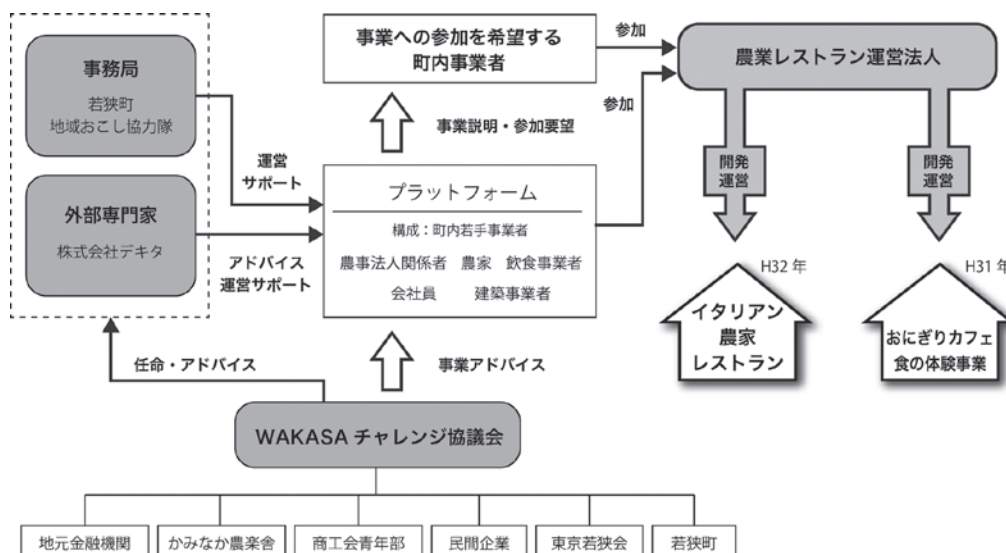
空き家を活用した「社会実験の実施」と「新規事業の立上げ」を進める。

「社会実験」としては、都市部に居住している（関東・関西エリア）若狭町出身者の帰郷に合わせ、若狭町在住者との交流を目的とした地域間異業種交流イベント「街道ジャンピング」、テスト販売イベントや講演会を実施する。

### 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

若狭町、地元金融機関、商工会、地元農事法人、教育機関、民間企業、アドバイザーを構成員とする「WAKASAチャレンジ協議会」を設立し、町内の若手事業者、農家、農業法人従事者によるプラットフォームによる新規事業に関する各種専門的立場からの事業アドバイス・情報提供・周知活動への協力等を実施する。

#### b 外部専門家の役割

外部専門家は、「支援母体の組成」における、支援母体の目的、ルール及び構成団体選定に関する助言、「プラットフォームの形成」における、メンバー選考への助言指導、新規ビジネスの相談支援、会議サポート等を行う。

また、「研究会の開催」においては、プログラム・テーマ設定に対する助言、マネジメント指導、視察先選定に関する助言を行う。

「空き施設の利活用」においては、空き施設の選定、施設所有者への対応、開発内容、開発に向けた体制構築のサポートを実施する。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 4 事業実施スケジュール

| 月   | 取 組 実 施 内 容                                   |                                                                                                                                                          |
|-----|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5月  | 7、25日                                         | 行政・事務局・専門家会議                                                                                                                                             |
| 6月  | 13日                                           | プラットフォームメンバー キックオフ会議①                                                                                                                                    |
| 7月  | 12日<br>12、26日<br>17、19、24日<br>19～20日          | WAKASA!チャレンジ協議会設立総会<br>プラットフォームメンバー会議②、③<br>行政・事務局・専門家会議<br>プラットフォームメンバーヒアリング                                                                            |
| 8月  | 8、22、28日<br>8、28日<br>14日                      | 行政・事務局・専門家会議<br>プラットフォームメンバー会議④、⑤<br>地域間異業種交流イベント「街道ジャンピング」開催                                                                                            |
| 9月  | 6、18、29日<br>6日<br>8日<br>13日                   | プラットフォームメンバー会議⑥、⑦、⑧<br>小浜市と鯖料理専門店「SABAR」視察<br>京都老舗料亭「菊乃井」社長 村田シェフ訪問<br>行政・事務局・専門家会議                                                                      |
| 10月 | 3日<br>19日<br>20日<br>29日                       | 庄内イタリアンレストラン「アル・ケッチャーノ」視察訪問<br>空き家改修勉強会、プラットフォームメンバー会議⑨<br>高島市「ソラノネ食堂」視察<br>プラットフォームメンバー会議⑩                                                              |
| 11月 | 4日<br>6日<br>8日<br>25日                         | 京都老舗料亭「菊乃井」視察訪問<br>行政・事務局・専門家会議<br>プロジェクトホームページ作成会議<br>「アル・ケッチャーノ」奥田シェフ講演会                                                                               |
| 12月 | 1日<br>4日<br>9日<br>10日<br>18日<br>19～20日<br>21日 | 空き家改修勉強会<br>地元調理師専門学校「学校法人青池学園」訪問<br>空き家を活用したテスト販売イベント<br>行政・事務局・専門家会議<br>プラットフォームメンバー会議⑪<br>神山町「Food Hub Project」視察訪問<br>プラットフォームメンバー所属農事法人へおにぎりカフェ事業説明 |
| 1月  | 7日<br>10日<br>16日<br>21日<br>28日                | プラットフォームメンバー会議⑫<br>おにぎりカフェ担当プラットフォームメンバー・専門家会議<br>空き家改修勉強会<br>行政・事務局・専門家会議<br>プラットフォームメンバー会議⑬                                                            |

## 5 主な成果

### a 支援母体の組成

支援母体として、若狭町、地元金融機関、商工会、地元農事法人、教育機関、民間企業、アドバイザーにて「WAKASAチャレンジ協議会」設立をした。7月に設立総会を行い、会長、監事の選任もなされ、プラットフォームメンバーを支援できる体制が整えられた。



## b プラットフォームの形成

プラットフォームメンバーとして町内の若手事業者に声掛けを行い、7名の参加者が集まった。上半期に行ったメンバーへのヒアリングや会議により、農家レストランの開発・運営という事業の方向性を決定した。その後、会議や視察を重ねることで自分たちの持つ強みを活かした事業展開のイメージがより具体化された。



プラットフォーム会議

## c 研究会開催

若狭ゆかりの人物である料亭菊乃井（京都市）の村田吉弘社長への事業相談を兼ねた視察を行った。若狭地域の魚介類や農産物などの豊かな地場産物を活かした事業展開を図ることを勧められ、山形庄内地域のイタリアンレストラン「アル・ケッチャーノ」奥田政行シェフを紹介された。「アル・ケッチャーノ」への視察、奥田シェフの来町講演会を実施し、若狭の地域性を活かした事業アドバイスを受け、また農家レストランのシェフの育成・店舗研修で連携していくことが決まった。



奥田シェフによる講演会の開催

## d 空き施設の利活用

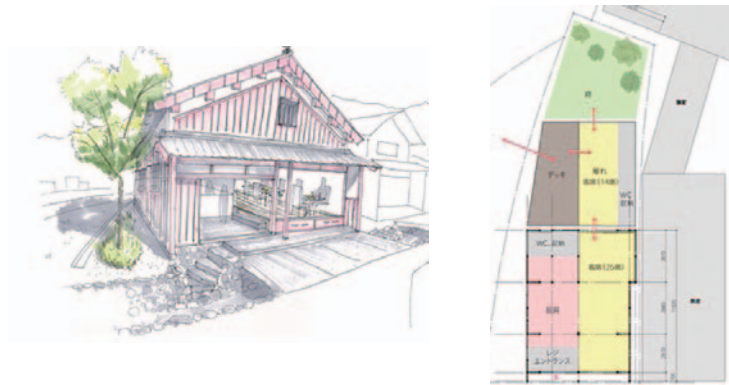
空き家であった「街道シェアオフィス & スペース菱屋」を利用した複数の社会実験と、空き家を活用した新規事業の立ち上げを行った。

社会実験としては、プラットフォームメンバーが中心となり、若狭町出身の都市部居住者と若狭町在住者との交流を図る地域間異業種交流イベント「街道ジャンピング」を開催した。帰省者と若狭町在住者によるチャレンジショップも限定的に開店し、チャレンジプロジェクトの活動を広く知ってもらうとともに、事業の協力を継続的に相談できる対象者を増やすことができ、空き家活用の機運向上につながった。また外部（若狭町出身者）の意見を聞き、事業について考える貴重な機会となった。

そのほか、町内業者とプラットフォームメンバーによる、地場野菜を使ったサンドウィッチのポップアップショップを企画し、限定販売を行った。開店1時間ほどでの完売となる賑わいを見せ、地域の潜在ニーズを再確認する機会となった。

新規事業として空き家2棟を活用した検討を進めた。江戸時代の町並みが遺る熊川宿は関西方面からの玄関口でもあり、若狭町を代表する観光スポットとしての期待は大きい。プラットフォームメンバーが主体となり、来年度以降のオープンを目指し「おにぎりカフェ事業+食の体験事業」「イタリアン農家レストラン事業」の開発検討を進める。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村



空き家の活用イメージ

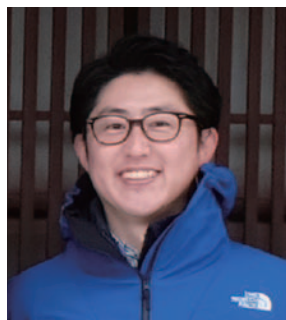
## 6 持続的发展へ向けた課題、今後の取り組み

今年度は、上半期にプラットフォームメンバーを主体とした事業の方向性を検討し、下半期に事業の実現に向けた視察や講演会を重ねてきた。これにより、地域の強みや成功イメージの共有もでき、実現に向けた下準備を整えることができた。現在は、「おにぎりカフェ事業＋食の体験事業（仮）」（平成31年度）、「イタリアン農家レストラン事業（仮）」（平成32年度）の実現に向け、資金調達スキーム、メニュー、運営組織、スケジュールの検討を行っている。また、開業に先駆けて地元・関西圏メディアを対象にプレスリリース、取材対応も進め、広報活動にも力を入れていく。

今年度は、事業スタート時のテーマを「空き家の活用」、「農業の活性化」と大きく設定していたため、具体的な事業検討に入るまで時間を要したが、大きなテーマから具体的な事業に落とし込んでいく過程はプラットフォームメンバーにとっても良い経験となり、相互理解にもつながったと考えられる。

プラットフォームメンバーの農事法人からは経営の苦しさについて何度か言及があり、参加メンバーでその点を共有できたことが事業の検討を大きく進めたように感じられる。このため事業の検討についても、利益が確保できるのか、本業の発展に寄与するのか、といった自分ごととして考えるいい流れができた。来年度は事業の実現に向けてより具体的な検討に入っていくが、この自分ごととして考えるといういい流れを活かせるよう進めていく。

## 7 外部専門家コメント

若手メンバーによる  
熊川宿の空き家活用検討

株式会社デキタ 代表取締役 時 岡 壮 太

## ●事業の概要

若狭地方は関西圏からの交通の利便性がよく、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。

若狭地方東部に位置する若狭町は、平成16年度末に旧三方町と旧上中町が合併して誕生した。旧三方町には若狭湾や三方五湖といった恵まれた自然環境があり、農家民泊といった多くの観光事業が行われている。一方旧上中町は伝統的建造物群保存地区である熊川宿や、名水百選にも選ばれている瓜割の滝などの地域資源があるものの、観光事業に取り組む事業者は少ない。また熊川宿は若狭町を代表する歴史的資源ではあるものの、近年空き家の増加が目立ち、賑わいが失われていた。

初年度の事業内容は、町の基幹産業である農業の若手人材を中心に、地元事業者のプラットフォーム（会議体）を形成し、新しい来街者を呼び込めるよう熊川宿の空き家活用を検討することであった。町としては熊川宿に観光客誘致につながる事業が増えることで、観光客を若狭町全体に回遊させたい、来街者を増やしたい、といった願いがあった。

本年度事業の結果、熊川宿の空き家を利用して

- ① 農事法人が運営するカフェを開発する
- ② 若狭町の農産品を使った飲食店（現時点ではイタリアンレストランを想定）を整備し町外から料理人を誘致する

という2つの事業を検討していくこととなった。

ちょうど熊川宿でも民間事業者と地元まちづくり組織が連携し、古民家宿泊施設や観光体験スペースの開発を進めていたため、①、②も熊川宿内のまちづくりの動きと連携して進めていくこととなった。

①、②に意見がまとまるまでには多くの話し合いが必要であった。本年度事業はプラットフォームメンバーの思いを共有するところから始まった。農家からは「耕作面積を増やす以外の新しい売り上げの確保を考えたい。」、大工からは「対外的にPRできる物件を熊川宿で作らなければならない。」、新規就農支援をしている農事法人からは「町外から新規就農者を呼び込むことが難しくなっている。いい人材にきてもらうためには話題創出をしなければならない。」といった、それぞれの立場からいろいろな思いが共有された上で、各事業者の具体的メリットを検討し、事業内容を決定した。

またその過程で、熊川宿にゆかりのある料理人菊乃井の村田社長や、村田社長からご紹介いただいたイタリアンレストラン「アルケッチャーノ」の奥田代表からアドバイスいただく機会に恵まれた。一流料理人の方の客観的な意見と、各事業者の思いを、早い段階で共有できたことが事業内容の決定につながった。

## ●今後の取組み

①については運営者となる農事法人の他、数社からの出資を受ける新法人を設立の上、平成31年度夏に施設整備を行う（この点は町も含め検討の最中である）。②の施設整備については県、中小企業庁、文化庁等の補助事業採択を目指すこととなった。幸い古民家のオーナーからはそれぞれ利活用の許可を得られている。また①の運営主体となる農事法人とプラットフォームメンバー、外部専門家で、カフェのメニュー、運営体制、ハード整備内容の検討を進めている。

## 2-8 山梨県甲府市 「甲府市観光地づくりマネージャー事業」

### 事業概要

|       |                     |
|-------|---------------------|
| 総事業費  | 6,999千円             |
| 助成申請額 | 4,600千円             |
| 外部専門家 | 根本 実（一般社団法人甲府市観光協会） |

### 自治体概要

|         |                                |
|---------|--------------------------------|
| 人 口     | 190,122人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日） |
| 面 積     | 212.5km <sup>2</sup>           |
| 人 口 密 度 | 894.82人/km <sup>2</sup>        |
| 標準財政規模  | 41,901,223千円（平成29年度市町村別決算状況調査） |
| 財政力指数   | 0.77（平成29年度市町村別決算状況調査）         |
| 経常収支比率  | 96.8%（平成29年度市町村別決算状況調査）        |
| 担当課室    | 観光課                            |

### 取組概要

#### 事業開始時点

- 人口減少に対し、観光事業を入り口とした地域活性化が必要
- 持続可能な観光の舵取り役が必要となる
- 民間・他都市との連携強化が必要
- ニーズにあった効果的なプロモーションが必要
- 地域おこし企業人との連携
- マーケティングデータの活用

#### 外部専門家による支援

- 地域の飲食店数の優位性を活用した特設サイト構築補助
- 着地型観光メニューの造成補助（広域型・体験型）
- 飲食店のおもてなしショップ登録促進（インバウンド）
- 体験系 Web サイト等のプロモーション補助
- 観光協会 Web サイトの刷新補助

#### 事業終了時点（成果）

- 「ワインの街こうふ」ブランドに繋げる特設サイトのオープン
- 地域資源を活用した着地型観光メニューの実施（広域スタンプラリー・寿司体験等）
- 民間連携による特設ガイドブック配布（るるぶ甲府）
- おもてなしショップ（飲食店）への指差し会話シートの作成配布
- 新観光協会 Web サイトの公開予定



プロモーションの取材



特設サイト  
「いいえ、そこもワインです！」



寿司体験



## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

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

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

そのため、甲府市は「第六次甲府市総合計画（平成28年度スタート）」に「観光の振興」を施策に位置付け、「多くの人々が訪れ交流する観光まちづくりに向け、関係団体との連携強化を図る」を念頭に、任意団体であった「甲府市観光協会」を法人化し、地域の舵取り役として強化していく中で、地域資源を活用した「稼ぐ」観光事業の企画、運営、プロモーション、広域連携を拡充させ、自主性、自立性をもった観光事業の展開を目指すこととしている。

### b 事業の目的

「甲府市観光地づくりマネージャー事業」において、外部専門家を招聘し、そのノウハウを活かした実効性のある事業を展開するとともに、将来的には持続可能な観光マネジメント組織（DMO）を構築し、交流人口の増加や地域の活性化、更には雇用の創出を図ることを目指す。

具体的には、多様な地域資源を活用した魅力ある観光メニューの造成や効果的なプロモーション、マーケティングデータの活用による販売ルートの拡大を図るとともに、（一社）甲府市観光協会を持続可能な組織として育成し、多様な関係者との連携を強化する中で、多くの人々が訪れ交流する観光施策を推進し、観光産業を入口とした、交流人口の増加による地域活性化を目指していくことを目的とする。

## 2 事業実施内容

### a 観光商品開発

- ・観光協会員が主体となる、地域資源を活用した着地型観光メニューの企画、実施

### b 民間、広域連携等の組織強化

- ・観光協会員及び地元民間事業者等を連携させた組織づくり
- ・新規観光協会員の加入促進による組織強化
- ・「観光地域づくり」に資する意識醸成セミナー等の実施
- ・観光協会の自主財源確保の取組



### c プロモーション

- ・効果的なプロモーションの実施（SNS 含む）
- ・観光商品をツアー化する、セールスコール
- ・体験系 Web サイトを活用した着地型商品のプロモーション

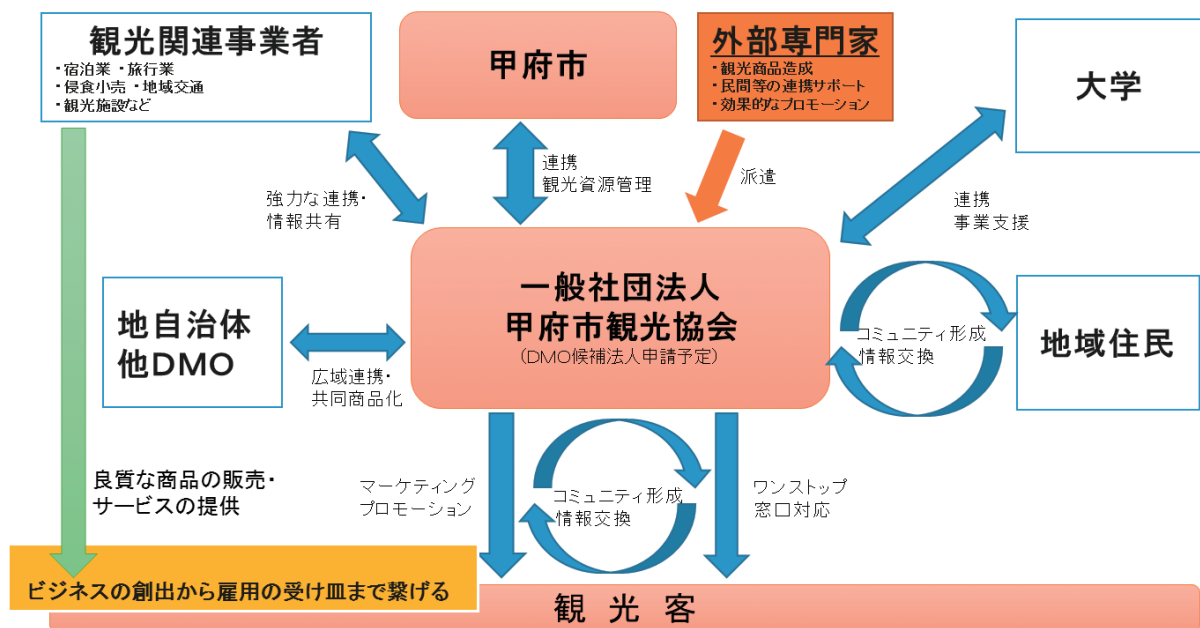
### d マーケティングデータを活用した事業サポート

- ・連携事業者である(株)JTB パブリッシングや、(公社)やまなし観光推進機構、学生等と連携したマーケティングデータの収集・分析・活用による地元事業者へのマーケティングサポート

## 3 事業実施体制

### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



### 体制の概要

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

## b 外部専門家の役割

## ① 観光商品開発

- ・観光協会が実施主体となる、地域資源を活用した着地型観光メニューの企画・実施

## ② 民間、広域連携等の組織強化

- ・観光協会員及び地元民間事業者等を連携させた組織づくり
- ・新規観光協会員の加入促進による組織強化
- ・「観光地域づくり」に資する意識醸成セミナー等の実施
- ・観光協会の自主財源確保の取組

## ③ プロモーション

- ・効果的なプロモーションの実施（SNS 含む）
- ・観光商品をツアー化する、セールスコール
- ・体験系 Web サイトを活用した着地型商品のプロモーション

## ④ マーケティングデータを活用した事業サポート

- ・連携事業者である(株)JTB パブリッシングや、(公社)やまなし観光推進機構、学生等と連携したマーケティングデータの収集・分析・活用サポート

## 4 事業実施スケジュール

| 月   | 取組実施内容 |                                               |
|-----|--------|-----------------------------------------------|
| 4月  | 17日    | ・JTB 協定旅館ホテル連盟山梨支社との意見交換会                     |
|     | 27日    | ・指差し会話シートの配布開始                                |
| 5月  | 1日     | ・ぶどう資源周遊マップの配布開始                              |
|     | 14日    | ・関東レジャー記者クラブにて地元の食、イベントなどをセールスコール             |
|     | 23日    | ・やまなし観光推進機構との GPS/GAP 調査開始                    |
| 6月  | 8日     | ・寿司体験の造成開始                                    |
|     | 28日    | ・JAL 機内誌の取材                                   |
| 7月  | 11日    | ・新 Web サイト戦略セミナー（15人）                         |
|     | 28日    | ・広域スタンプラリー開始                                  |
| 8月  | 6日     | ・4市1町（甲府市・笛吹市・山梨市・甲州市・富士河口湖）による周遊バスの社会実験要望書提出 |
|     | 28日    | ・着地型観光商品造成セミナー（22人）                           |
| 9月  | 1日     | ・JAL 機内誌（SKYWADO）でのワインプロモーション開始               |
|     | 3日     | ・観光商談会                                        |
|     | 11日    | ・東京観光商談会                                      |
|     | 21日    | ・開府500年記念ギャラリーの運営委託を開始（自主財源の確保）               |
| 10月 | 15日    | ・寿司体験店舗のワインプロモーション Web 漫画「ノムリエール2」への掲載開始      |
|     | 29日    | ・冊子「るるぶ甲府」配布開始                                |
|     | 31日    | ・特設サイト「いいえそこもワインです！」のオープン                     |
| 11月 | 13日    | ・4市1町連携会議の開催                                  |
|     | 20日    | ・観光協会新 Web サイトのプロポーザル募集開始                     |

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

| 月   | 取 組 実 施 内 容      |                                                                                                                 |
|-----|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 12月 | 5日<br>10日<br>25日 | ・インバウンドおもてなしセミナー開催（17名）<br>・観光協会新 Web サイトのプロポーザル事業者決定<br>・山梨県立大学の地域のフューチャーセンター価値創造の場「Casa Prisma（カーサ・プリズマ）」連携会議 |
| 1月  | 18日<br>30～31日    | ・寿司体験 Web 販売開始<br>・大阪名古屋観光商談会                                                                                   |
| 2月  | 12日<br>15日       | ・ボランティアガイド研修会（10名）<br>・東京観光商談会                                                                                  |

## 5 主な成果

### a 地域資源を活用した着地型観光メニューの新規造成・実施

飲食店数の優位性と、どこでもワインが飲めることをプロモーションする特設サイトの掲載店舗について山梨県立大学の学生と連携し、取材・編集を行うとともに、特設サイトを公開し、ナイトタイムの活性化を図るメニューのプロモーションを実施した。

観光協会の会員と連携し、JR インフラと徒歩（自転車等）による、甲府のぶどうの本来の価値を再確認するための周遊マップを作成し、ぶどう資源のプロモーションに繋げた。人口10万人対比で全国1位の寿司店数を有している特徴を活かし、外国人をメインターゲットとした寿司体験メニューを寿司店と協力して造成し、体験系 Web にて販売を開始した。



特設サイト  
「いいえ、そこもワインです！」



寿司体験

### b 民間、広域連携／プロモーション

新規層の来訪を狙い、周辺地域の観光地を巡ってもらえるよう、甲府市を中心とした周辺地域（笛吹市、甲州市、富士河口湖町）にスタンプスポットを設置した広域スタンプラリーを実施した。

インバウンド需要が増加傾向にあることから、市内の飲食店における受入体制の充実を狙い「おもてなしショップ登録制度」の創出と登録店舗には「指差し会話シート」の配布を行い、来訪する外国へのおもてなし環境の整備促進を図った。

旅行者ニーズに則したパンフレットの作成による効果的なプロモーションを狙い、観光地域づくりにおいて、連携協定を締結している(株)JTB パブリッシングとともに、地域の食を織り交ぜた観光パンフレット「るるぶ甲府」を作成し、配付を開始した。

4市1町（甲府市、笛吹市、甲州市、山梨市、富士河口湖町）広域事業となる「山梨県観光推進プロモーション実行委員会」において、広域マップの作成配布を行うとともに、4市1町の周遊促進に繋がる周遊バスの社会実験メニューに申請（国土交通省）し、広域周遊の促進を図った。

さらに、季節の情報及びイベント情報について SNS（Facebook/twitter）を活用した情報発信を随時行った。JAL 機内誌「SKYWARD」9月号では、山梨県産ワインの特集及び甲府市のワイナリーについて掲載し、ワイン資源のプロモーションを行った。

また、東京や大阪、名古屋などにおいて、観光事業者を集めた地域資源の PR に繋がる観光商談会を（公社）やまなし観光推進機構と協同して行った。



広域スタンプラリー

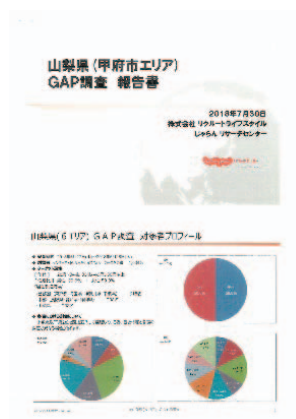


SNS プロモーション

## C マーケティングデータの活用

やまなし観光推進機構と連携した GPS/GAP 調査を行い、エリア内の立ち寄り同行や、保有観光資源の認知度及びニーズ調査を行い今後の事業の方針データとして活用を開始した。さらに、平成13年に公開して以来改修されていなかった（一社）甲府市観光協会の Web サイトについて、宿泊体験予約の機能などを備えた新サイトにリニューアルを図る予定である。

甲府駅北口に山梨県立大学の地域フューチャーセンターが開設した。今後は、価値創造の場「Casa Prisma（カーサ・プリズマ）」と連携し、駅周辺に来ている観光客に対し、観光のインサイト調査を実施することを予定している。



GPS/GAP 調査



新 Web サイト

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

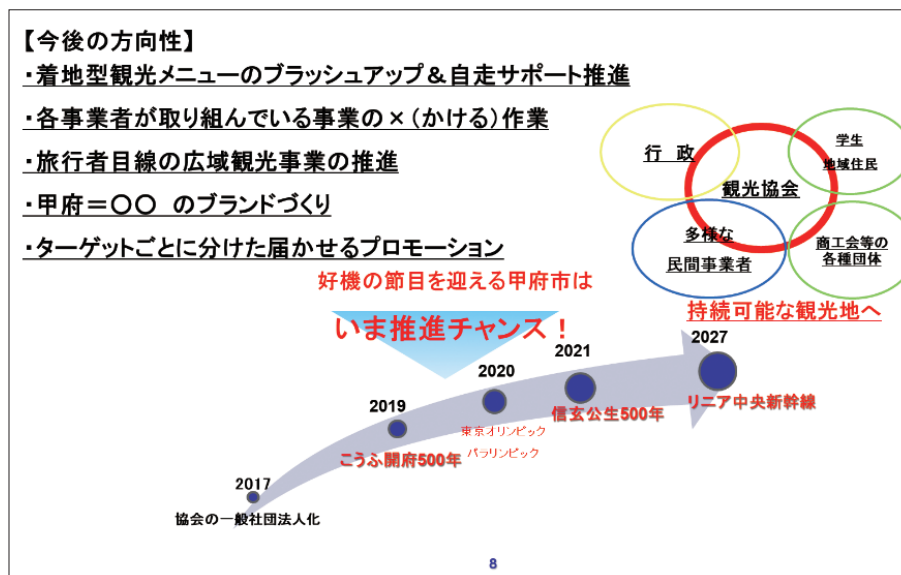
観光事業の舵取り役として強化を開始した、(一社)甲府市観光協会が持続可能な組織となるよう、自主財源や人材確保、多様な関係者を巻き込んだ観光地経営や観光地域づくりに資する意識醸成等による組織強化に継続して取り組んでいく必要がある。

### ◎自主財源の創出

各事業者等が取り組んでいる観光商品を取りまとめ、ニーズにあったプラットフォームサイトと連携させ、その仲介及び運営サポートの手数料を自主財源の創出に充てるとともに、委託事業及び指定管理施設等の確保に向け取り組んでいく。

### ◎マーケティングデータの活用・蓄積

マーケティング、マネージメント面における人材不足を補うため、Web サイトデータや、協会員、学生などと連携したインサイト調査を実施し、データに基づく施策を展開していく。





## 7 外部専門家コメント



## 持続可能な観光地域づくりに挑戦

一般社団法人甲府市観光協会 根本 実

## ●事業概要

甲府市は2019年に「こうふ開府500年」2020年の「東京オリンピック・パラリンピック」2021年の「武田信玄公生誕500年」という歴史的節目を迎えるとともに、2027年の「リニア中央新幹線の開通」も視野に入れた、持続可能な地域活性化を求められています。

しかしながら、点在する地域資源の活用や、観光事業の舵取り役の育成が、重要となってくることから、地域資源の活用事業者及び観光のプラットフォームとなる舵取り役を育成し、持続可能な観光地域となるよう、それぞれの課題・対応策をサポートして、新たな観光地づくりを目指した事業です。

## ●取り組み内容

- ① 地域資源を活用した観光商品の造成・自立を目指し、既存の観光事業者が行っていた事業の磨き上げや、新規事業者の開拓、活用されていなかった地域資源の活用を地元や他市町村、民間事業者などと協同し、観光メニューの造成・実施を行うとともに、自立に向けたサポートを行いました。
- ② 持続可能な観光地の舵取り役組織の強化として、一般社団法人格を取得した甲府市観光協会（平成29年6月取得）を、持続可能な観光の舵取り役として成長できるよう、観光協会員、民間事業者、周辺自治体との継続的な連携強化を推進するとともに、地域のおもてなし力の向上を促進するため、インバウンドの受入強化を図りました。また、自主財源の創出（受託業務・手数料）に向けた取り組みを行いました。
- ③ 観光プロモーションとして、観光情報をターゲットに届かせるため、観光ニーズにあった媒体の活用や、体験系 Web による商品販売 PR 等、多角的な手法を取り入れた取り組みを行い、誘客促進に努めました。
- ④ マーケティングデータを活用した事業として、連携事業者である(株)JTBパブリッシングや、(公社)やまなし観光推進機構、学生等と連携したマーケティングデータの収集・分析・活用に向けた取り組みを開始しました。

## ●所感と今後の展開

今回、「地域資源の活用と地元事業者の自立」・「持続可能な観光地域の舵取り役の育成」・「誘客する効果的なプロモーション」・「マーケティングデータの活用」といった4つのキーワードを同時展開することにより、魅力ある観光地域づくりに向けた取り組みを強化していきました。この展開は、単年度ではなく、取り組みを継続することが必要であることから、今後も一緒に成長していきたいと考えています。

## 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  | 2,000千円                   |
| 助成申請額 | 1,200千円                   |
| 外部専門家 | 丹羽 健司（森の健康診断出前隊 木の駅会議 代表） |

### 自治体概要

|        |   |                               |
|--------|---|-------------------------------|
| 人      | □ | 4,952人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日）  |
| 面      | 積 | 77.1km <sup>2</sup>           |
| 人      | □ | 密度 64.27人/km <sup>2</sup>     |
| 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                                                                                                                                            | 外部専門家による支援                                                                                                                                                | 事業終了時点（成果）                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 林地残材の放置</li> <li>■ 荒廃した森林の拡大</li> <li>■ 小規模商店の衰退</li> <li>■ 地域の過疎化の進行</li> <li>■ エネルギー利益の域外流出</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 木の駅事業の立ち上げ</li> <li>■ 木の駅実行委員会の組織化</li> <li>■ 小規模商店主との連携</li> <li>■ 高齢者の生きがいの場</li> <li>■ エネルギーの地域内循環</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 実行委員会の円滑運営と拡大</li> <li>■ 住民への木の駅事業周知</li> <li>■ 地域通貨による商店活性化</li> <li>■ 山への関心の高揚</li> <li>■ 住民自治による事業運営</li> </ul> |



林地残林



木の駅実行委員会



住民作業による搬出

## 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、リンゴ・梨・柿など果樹栽培が盛んである。また、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」の村の一つでもある。

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、衰退の危機にあるなど、地域に根ざした商店の活性化も喫緊の課題となっている。

### b 事業の目的

村内の荒廃した森林を地域資源として活用するため、「信州ながかわ木の駅プロジェクト」に取り組む。

村内の荒廃した森林を、木の駅に搬出し、村内商店でのみ使用可能な地域通貨に交換する仕組みによって、森林整備だけでなく、地域内経済循環を促進する事業である。

また、木の駅に出荷された木材は、村内に整備予定の木質バイオマスボイラーの資源として活用することで、エネルギーの地域内自給率向上にも寄与する予定である。

さらに、木の駅に出荷する登録者は、村内の林業関係者だけではなく、山仕事に取り組みたい移住者など多様な人材を巻き込み、木を通して結びつく場を目指すことに加えて、プロジェクトを通じて子どもたちへの森林環境教育や木育に取り組むことによって、村の未来を担う人材育成を図るものである。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 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する。

### b 木の駅事業

村民に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。

### c 木質バイオマス促進

木の駅事業によって収集した林地残材を有効活用することにより、村内での資源循環を促進する。

### 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対する関心の向上を図る。

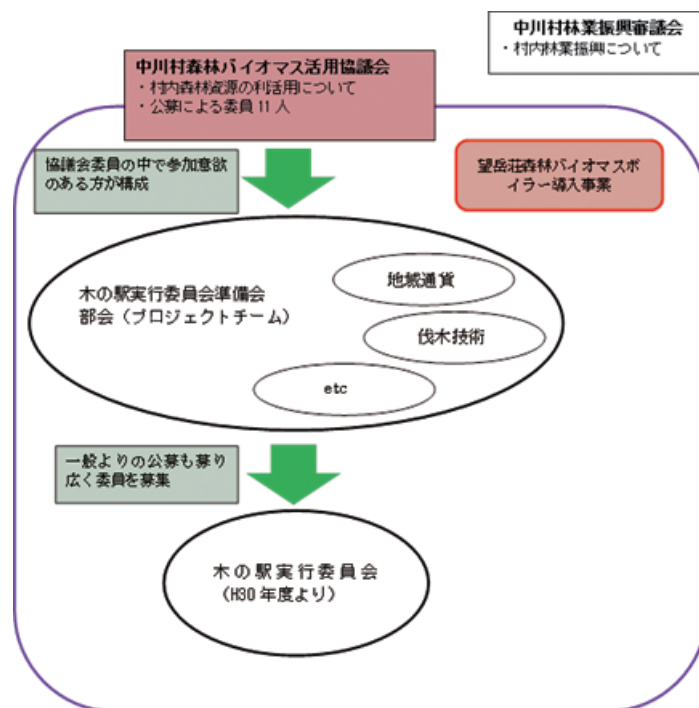
### e 地域通貨

木の駅事業によって発行する地域通貨の活用のため、村内利用可能商店の拡大と住民への理解を進めるイベントや説明会を開催する。

### 3 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



#### 体制の概要

本事業は、村内林業者・商工会・出荷登録者・地域通貨利用店舗などの有志委員で構成される「信州なかがわ木の駅実行委員会」が主体となって推進する。具体的には、外部専門家参画の毎月定例の会議によって、木の駅事業実施のために必要な項目の洗い出し、役割分担を行い、村内の各団体・個人との調整・連携によって取り組みを推進する。

#### 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施する。



## 4 事業実施スケジュール

| 月   | 取 組 実 施 内 容          |                                                                                           |
|-----|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4月  | 18～19日               | ・第1回木の駅実行委員会（社会実験中間報告）                                                                    |
| 5月  | 17日                  | ・第2回木の駅実行委員会（社会実験総括）                                                                      |
| 6月  | 14日                  | ・第3回木の駅実行委員会、「木の駅&森の学校通信」発行                                                               |
| 7月  | 11～19日               | ・第4回木の駅実行委員会、「木の駅&森の学校通信」発行<br>・木の駅先進地視察（岐阜県大垣市「木の駅上石津」）<br>・地域通貨（里山券）利用店参加協力説明会          |
| 8月  | 9日                   | ・第5回木の駅実行委員会（本格実施に向けての協議）                                                                 |
| 9月  | 13～23日               | ・第6回木の駅実行委員会（里山券デザイン審査）<br>・山仕事手習い塾の開講（チェーンソーの使い方安全講習）                                    |
| 10月 | 11～14日<br>21日<br>27日 | ・第7回木の駅実行委員会（木の駅開駅式準備）<br>・山仕事手習い塾の開講（安全な伐木について）<br>・他地区視察（岐阜県夕立山森林塾）<br>・信州なかがわ木の駅開駅式 開催 |
| 11月 | 4～8日<br>11～18日       | ・第8回木の駅実行委員会、里山券加盟店説明会<br>・山仕事手習い塾の開講（搬出方法、選木・チェーンソー使用法ほか）                                |
| 12月 | 7日<br>13日            | ・森林管理に関するアンケート実施（村内300名）<br>・第9回木の駅実行委員会（出荷状況等について）                                       |
| 1月  | 10日<br>14日           | ・第10回木の駅実行委員会（出荷状況、森林フェスティバルについて）<br>・第1回共同搬出会                                            |
| 2月  | 11日<br>14日<br>24日    | ・信州なかがわ森林フェスティバル 開催<br>・第11回木の駅実行委員会<br>・第2回共同搬出会                                         |
| 3月  | 14日                  | ・第12回木の駅実行委員会                                                                             |

## 5 主な成果

### a 木の駅実行委員会の設立

実行委員会は、毎月定例の会議を行い、外部専門家の助言を受けながら、木の駅事業推進のための課題整理等を実施した。実行委員は、1月末日時点で59名を数え、出荷登録者・地域通貨利用店舗も参加していることから、木の駅事業実行にあたって必要な多様なプレーヤーが集うプラットフォームとして機能した。

また、実行委員会において、木の駅先進地の視察も行い、効果的な木の駅運営のために必要な知見の収集を積極的に行った。



木の駅実行委員会



先進地視察の様様

### b 木の駅事業の開駅と商工会との連携

中川村の木の駅事業は、10月27日(土)に開駅した。当日は、商工会主催の中川村商工祭のプログラムの一つに「開駅式」が組み込まれたことにより、木の駅プロジェクトのスタートを村民に広く周知を図ることができた。



信州ながわ木の駅 開駅式



中川村商工祭

### c 木の駅事業の周知活動

木の駅事業の周知を図るため、「木の駅&森の学校通信」を発行し、村内全戸に配布した。プロジェクトの内容を広く伝えることで、未整備の森林を抱える所有者と特定の山を持たない山仕事希望者を結びつけるための情報発信を積極的に行った。



「木の駅&森の学校通信」

#### d 安定的な木の駅稼働に向けた講習の実施

木の駅の出荷登録予定者などを対象に「山仕事手習い塾」を開講し、安全な伐木・負担の少ない搬出方法などを複数回指導した。出荷登録者に学びの機会を提供することで、本格的な木の駅の稼働に備えて、安定的な供給体制構築に取り組んだ。



山仕事手習い塾の様様

#### e 地域通貨利用店舗の確保

木の駅事業における地域通貨の活用のため、加盟店舗増加に向け、説明会等で積極的に働きかけた結果、開駅式までに25店舗が加盟した。商工会との密接な連携により、今後さらに利用可能店舗を増やし、1年後には50店舗までの拡大を目指す。



地域通貨加盟店舗



## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

「地域内森林資源の有効活用」という命題に向けて、外部専門家の指導の下、木の駅の実現に向けて取り組んできたが、事業の推進にあたっては住民自らが意見を出し合い、主体的な取り組みになるような組織づくりが行われてきた。

結果として、山仕事手習い塾・開駅式・共同搬出会・森林フェスティバルなど委員から様々なアイデアが提示され、ひとつずつ実行されたことにより、今後の持続的な事業運営を担う人的な素地が出来上がりつつあるところである。

今後は、木の駅の実現に携わった人材を中心として、安定的な薪の供給と効果的な地域通貨の利用促進を目指す。

## 7 外部専門家コメント



### 自治の糠床づくりから生まれる 化学変化の連鎖

森の健康診断出前隊 木の駅会議 丹羽 健 司

なんとなく「そんなことできたらいいね」と思っていただけだったのが、「やったらできちゃった！」に化学変化した1年だった。林地残材を地域商品券で買い取るだけの仕組みだとみんな思っていた。それがどんどん変わっていった。多様な人材が木の駅実行委員会に集い、糠床をかき混ぜるように毎月の実行委員会で議論を重ねるうちにふと名案が浮かぶ。あれもできる、これもできそう。山のことから商店のこと、エネルギーから通貨を作ることまで手掛けるうちに、「この村もまんざらでもないな」とつぶやき始めた。

望岳荘は、春からの木の駅社会実験の実績から薪ボイラー設置を決定した。秋からの木の駅本格稼働は全国初の「木の駅寸劇」で幕を開けた。木の駅事務局長の斎藤真吾君は、地域おこし協力隊を夏に卒業して林業事業体「ふじくば林産」を立ち上げた。同時に、ずぶの素人でも学べる「山仕事手習い塾」を始めた。商工会長の桃沢さんは「森の学校」で企業CSRと地域通貨を活かした都市交流を企て、さらに薪事業を既存NPOによる村民参加型事業とするために、最新薪割機導入と遊休施設活用を提言した。宮下副会長は寸劇の舞台監督と同時に地域通貨の村内循環に腐心した。登録商店は25店に増え、地域通貨への期待が高まっている。宮澤代表は、村内に散在する森林ボランティアグループや共有林団体、移住者の木工家などが一堂に会する森林フェスティバルを企画した。実行委員会では山を持たない移住者でも木の駅活動に参加できる仕組みづくりに頭をひねり森林組合が一肌脱いだ。山主の本当の気持ちを聞きたいと信州大学の学生達が動いた。杉浦さんは森の中のレストラン建築と森の中でのミュージカル上演の準備中だ。

このように、多彩な人々が寄り合って、森や村の未来を他人事ではなく自分事として、話し合い決めることができる「自治の場」づくりが木の駅を立ち上げたなによりもの成果だった。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2-10 静岡県南伊豆町「誰もが生涯にわたり活躍できる地域社会を形成するための『学びのプラットフォーム』構築事業」

### 事業概要

|       |                                         |
|-------|-----------------------------------------|
| 総事業費  | 10,538千円                                |
| 助成申請額 | 6,700千円                                 |
| 外部専門家 | 近藤 ナオ（株式会社 ASOBOT）<br>榎本 善晃（合同会社 beniw） |

### 自治体概要

|        |   |                               |
|--------|---|-------------------------------|
| 人      | 口 | 8,518人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日）  |
| 面      | 積 | 109.9km <sup>2</sup>          |
| 人      | 口 | 密度 77.48人/km <sup>2</sup>     |
| 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※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：14プログラム
- ヒューマンライブラリー実施：20回
- 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



事業化の支援の様子



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

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

町では、これらの現状を踏まえ、平成28年3月に策定した南伊豆町まち・ひと・しごと創生総合戦略（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、平成33年に人口8,800人を維持することを目標としている。

### b 事業の目的

本事業は、総合戦略に掲げる将来像を実現するための取り組みのひとつである「南伊豆町生涯活躍のまち（南伊豆のまち・ひと・しごとづくり大学）」事業のエンジンとなる「学びのプラットフォーム」の構築とその運営を担う持続可能な住民主体の組織づくりを行うものであり、地域の再生だけにとどまらず、40年以上の交流の歴史がある東京都杉並区や本事業に賛同した首都圏等の大学、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  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 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、その結果を検証したうえで、必要な取組の提案を行った。

### 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）を行った。

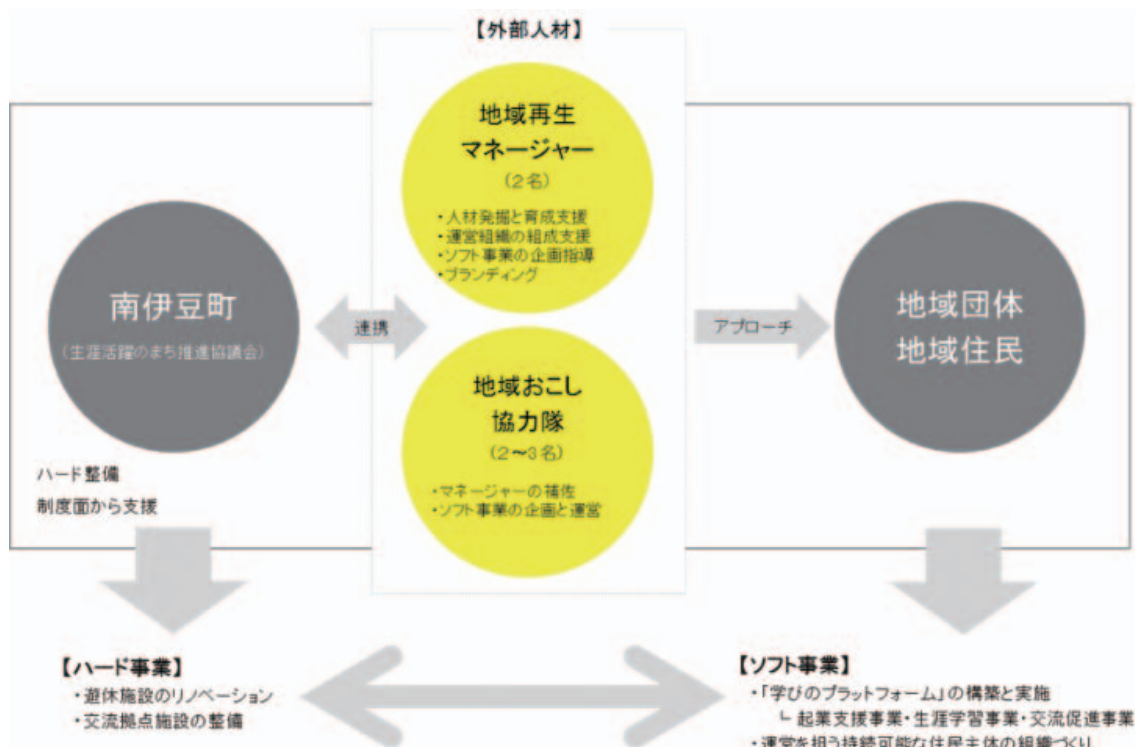
### c 事業運営を担う組織の構築

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

### 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

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、住民が主体となった持続可能な運営組織（まちづくり会社）の構築を目指した。なお、取り組みが複数の分野（特にソフト事業）にまたがることから、2名の地域再生マネージャーのそれぞれが専門分野に特化できる体制で事業推進を図った。

#### b 外部専門家の役割

地域課題や地域特性を把握するための住民へのヒアリングや東京圏からのクリエイティブ人材視察ツアーを通じた結果の検証と必要な取り組みの提案を行うとともに、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行った。

## 4 事業実施スケジュール

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

## 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（14人・14プログラム）と実施（20回）を行うとともに、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。



ヒューマンライブラリー  
モニタ事業の様子



こども漁村交流×地元クリエイター講座



「事業化の種」事業化支援



朝日新聞 2019年1月15日掲載

### 【人材育成に関する模様】

### b 事業運営を担う組織の構築

町民100人インタビュー（80名）及びクリエイター人材視察ツアー（全20回・のべ240名参加）を実施する中で、事業推進とバックヤードを担う人材の発掘と育成を行い、地域内外から「事業化の種」を発掘し、交流拠点の運営主体候補となる事業者や、子育て支援の拠点の運営を担うことが期待されるNPO法人の設立へと至った。





伊豆新聞 2019年1月7日掲載



クリエイター視察の様子

### 【運営組織構築に関する模様】

## 6 持続的发展へ向けた課題、今後の取り組み

平成29年度は、住民インタビュー調査や首都圏クリエイター人材視察ツアーを重点的に実施することで、来年度以降の事業化につながる人材発掘や育成、モデルプログラムの試行など、今後の取り組みの方向性と土台を固める1年となった。

平成30年度は引き続き「人口は減少しているものの、移住者は増えている」「南伊豆の魅力は自然環境」「子どもたちにクリエイティブな取り組みに触れさせたいニーズがある」などの調査結果をヒントに、一つのアプローチとして、南伊豆町の自然環境の魅力を活かした、多拠点型クリエイター人材の視察ツアーを行い、地域内外の交流の機会を重ねることで、担い手人材の絶対数を増やす試みを行った。

また、「1対1のコミュニケーション」による学びのプログラムを14本構築し、20回実施するに至った。人口の多い都市部以外でも、持続可能な学びのプログラムを成立させることができる可能性を検証したほか、「事業化の種」の事業化を進め、拠点づくり支援事業の一環としてソフト面のリーダー人材の発掘・育成が形となった。

次年度は、公立病院跡地の土地取得が難航していることから、ソフト事業、生涯学習事業に注力し、事業の構築やコンテンツの拡充を目指す1年として位置づける。拠点づくり事業についてはペンディング事項とするものの、引き続き人材発掘を通じて、具体的なまちづくり組織の構築を進めることとするが、さらにリーダー人材の発掘と育成に力を注ぐとともに、幅広く担い手人材の発掘・育成を行いながら、「学びのプラットフォーム」として持続可能な実施体制となるよう、ヒューマンライブラリーをはじめとした発掘人材によるモデルプログラムの運用に焦点を絞り実現化に向けた取り組みを進めていく。

## 7 外部専門家コメント

## 「地域メディア」と「ヒューマンライブラリー」による機会創出



株式会社 ASOBOT 近藤 ナオ

合同会社 beniw 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「地域密着新聞ネットワーク」を活用して地域メディア【南伊豆新聞】を立ち上げ、取材等を通して250名を超える方々のお話を聴き、事業化の兆しが見える方には“事業の組み立て”や“法人立ち上げ”といった起業支援を、事業という程ではないが何か活躍できたらという方には体験サービス【南伊豆くらし図鑑】の語り手役を担っていただき“生きがいの創出”や“複業のきっかけ”に繋げていきました。

そして、その起業と生涯学習の拠点として、共立湊病院跡地をリノベーションして利活用しようとして取り組んでいましたが、こちらの土地取得が外的要因によってペンディングとなってしまいました。

## ●各地域の抱える課題、及びそれに対するアプローチ

人口が9千人に満たない南伊豆町で【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人だからこそその深い関わりから再訪するきっかけとなります。

この取組を推進するために【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。

また、病院跡地を利活用する推進力となってもらえるように、多拠点型クリエイター人材89名に南伊豆へ視察に来てもらいました。

## ●取り組みを通して得られた成果

大きくは【南伊豆くらし図鑑】と【南伊豆新聞】を相関させた体制づくりができたこと。これらの担い手として地域おこし協力隊を新規採用しました。【南伊豆新聞】の取材を通して関係資本を蓄積し、その関係を活かした最初のサービスづくりとして【南伊豆くらし図鑑】を立ち上げ、この立ち上げを次の事業づくりへのケーススタディとすることで、地域で自立できる人材として育てていきます。

最後に、病院跡地のペンディングは残念でしたが、担い手人材の発掘育成を進めた結果「南伊豆公舎株式会社」と「NPO 法人みなみのキッズ」の2つの法人が立ち上がりました。南伊豆公舎の運営する「giFt」は、カフェだった建物を地元 & 多拠点居住のメンバーで借りて、2階をシェア住居としつつ、その家賃収入をもって、1階のコミュニティスペースをお金を使わず好意の循環によって運営する“感謝経済”の実験を行っています。ここが活躍と交流の機会創出のモデル拠点となればうれしく思います。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2-11 大阪府池田市「みんなで実現・わがまち創生」

### 事業概要

|       |                          |
|-------|--------------------------|
| 総事業費  | 6,000千円                  |
| 助成申請額 | 4,000千円                  |
| 外部専門家 | 栗田 拓 (NPO 法人トイボックス 代表理事) |

### 自治体概要

|         |                                 |
|---------|---------------------------------|
| 人 口     | 103,556人 (住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日) |
| 面 積     | 22.1km <sup>2</sup>             |
| 人 口 密 度 | 4677.33人/km <sup>2</sup>        |
| 標準財政規模  | 20,873,825千円 (平成29年度市町村別決算状況調査) |
| 財政力指数   | 0.85 (平成29年度市町村別決算状況調査)         |
| 経常収支比率  | 91.1% (平成29年度市町村別決算状況調査)        |
| 担当課室    | 総合政策部 政策企画課                     |

### 取組概要

#### 事業開始時点

- 人口減少・高齢化が進展。
- 平成27年度から地方創生の活動を実施。地域再生マネージャー事業として2年目。
- 1年目に創生会議を立ち上げ、地域の向かう方向性とコンセプトについて大筋の合意を形成。
- 交通・小学校の跡地活用・広報の3部会に分かれ、具体的な活動を実施。
- 活動を持続的なものにするための仕組みづくりやキーパーソンの活動、資金の継続性の確保が課題。

#### 外部専門家による支援

- 地域での活性化機運を高め情報を共有する創生会議の運営支援。
- 地域活動の事業化のための地域住民の役割の整理、設立の支援。
- カフェ運営の主体となる人材の発掘と支援。
- 地域内交通システムの社会実験の実施に向け、市・交通事業者と調整。
- 新しいビジネスの創出に向けた調査や社会実験の実施。
- Webサイトの運用による情報発信の強化。

#### 事業終了時点(成果)

- 住民、関連団体、企業、行政、専門家を巻き込み創生会議を開催。
- 小学校跡地活用のための事業案を募集。活用と活性化の中心となる一般社団法人の設立を支援。
- 交通インフラの整備に向け、市・交通事業者と調整、2ヶ月間の社会実験を実施。
- 小学校の跡地でカフェを開催。
- 地域のホームページを開設。情報発信の人材を集め基盤づくりを実施。



小学校跡地活用プレゼン大会



ものづくりワークショップ



シェアリングエコノミー出発式



## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

人口減少の余波は、「過疎」という言葉で連想される中山間地域のみならず大都市近郊地域にも及んでいる。大都市近郊地域の自治体では、「自然資源に乏しい」「近隣自治体との差別化が図りづらい」「生活圏が大都市と重なるため人口減少への危機感が実感しづらい」「経済活性化の効果が地元自治体に還元されづらい」などの面で、中山間地域よりも深刻な状況にあるとも言える。特に初期に開発されたベッドタウンでは、最初の住民の多くが20代後半から30代前半にかけての世代が占めていたという特殊な環境もあり、「都市型過疎」ともいえる急激な高齢化と人口減少に直面している。

本事業の対象エリアとなる池田市伏尾台地域は、昭和40年代に開発されたベッドタウンである。開発初期からの住民が高齢化する中、2世代目、3世代目が就職や結婚でまちを離れ、市内で最も急速に高齢化・人口減少が進んでおり、地域の人口ビジョンでは、5,500人余りの人口が20年後には4,000人を切ると推計されている。平成29年度には、地域再生マネージャー事業でこれまでの取組のさらなる強化を図るため、活性化のためのコンセプトの再整理を行い、地域住民20名以上からなる再生のための市民協働のプラットフォーム「伏尾台創生会議」では、地域の課題解決に向けた地域再生のビジネスについて議論を重ねたところである。同事業において、住民自ら、地域へのアンケート調査や社会実験を行い、ビジネスの試行を通じ新たな人材の参加を仰ぐなど活動の輪を広げた。今後の活動の拠点と想定する旧小学校舎の整備工事が平成29年度末に完了し、活動を持続的なものにするための仕組みづくりや資金の継続性の確保を目指し、平成30年度の事業に取り組むこととした。

### b 事業の目的

池田市は、市内の地域ごとの特色を活かしたまちづくりを展開していく「池田のまち みんなまとめてテーマパーク構想」を平成28年度より推進しており、伏尾台地域が他地域に先駆け具体的な事業を進めることは、池田市全体の魅力づくり・地方創生の牽引役を果たすこととなる。

伏尾台地域では、まちづくりビジョンの策定、住民活動の組織化などについて平成29年度事業で一定の成果を得たものと考えている。平成30年度以降、課題解決のための活動の主体となる法人格をもった組織を設立し、地域資源を活かしたソーシャルビジネスを立ち上げることで、持続可能な地域再生や地域ビジネス創出のための基盤を整えていくことを目指す。本事業では、それらを実現することを目的としている。伏尾台地域でのこうした地域再生は、池田市全体の地域創生にも繋がっていくものである。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2 事業実施内容

### a 地域再生を進める組織の運営と法人化

伏尾台創生会議をより多くの地域住民が参加し、地域の未来について語り、課題の共有、意見の交換ができる場として位置づける一方で、今後の持続的な活性化の中核となる人材を発掘し組織化の支援をすることで、平成31年度以降の地域の活性化の拠点としての小学校跡地の運営、および、地域内交通の運営主体となりうる一般社団法人の設立の道筋をつけた。

### b 地域資源を活用した“地域課題解決型”カフェビジネスの立上げ

小中一貫校の設置に伴い閉校となった小学校跡地にカフェを立ち上げた。カフェ開設のための地域内調整、ワークショップと地域の企業との連携によるテラス席の整備、什器備品の整備を経て、地域の主婦を中心としたメンバーにより運営。利用者の意見を反映しながらオペレーションやメニューの改善を行い、1月以降は週1回ながら定期オープン、ランチタイムに毎回30人ほどの集客を実現している。

### c 会員制地域内交通システムの構築とビジネス化

平成29年度の社会実験は地域の住民によるものだったが、平成30年度は総務省のシェアリングエコノミー活用推進事業としての位置付けも受け、「地域公共交通会議」での議論を経て、市・交通事業者・地域住民の合意のもと2か月にわたる社会実験を行った。結果、地域内交通システムの実現に向けての課題の明確化が行われ、一般社団法人の設立を経て平成31年度に引続き事業化を進めることとなった。

### d 地域型 Web サイトによる情報発信とファンドレイジングの仕組みづくり

平成29年度に地域住民により立ち上げた地域情報発信サイト「伏尾台で暮らす。」による情報発信を中心に、住民からの主体的な情報発信が行われるよう体制の強化を行った。特に、小学校跡地の活用方法の公募や、その後のイベントの告知・公募においては、Web サイトとフェイスブックページと連動した広報が効果をあげた。

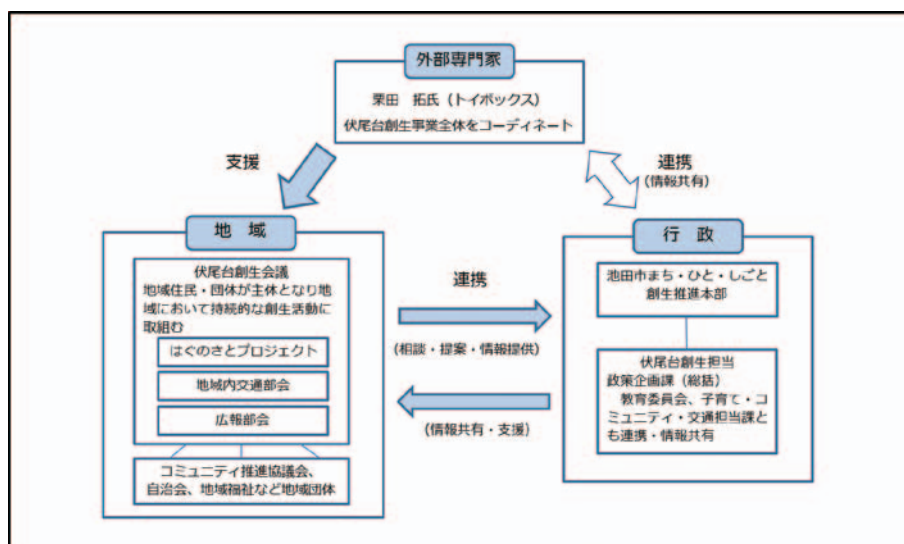
ファンドレイジングのシステム構築については議論を積み重ねたが、ファンドレイジングの対象となる小学校跡地での活動が大阪北部地震の影響などによりずれこんだこともあり、実現までには至らなかった。



### 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

創生会議とそのもとに置かれる作業部会を中心に、地域での活動を実施。創生会議は、地域の情報共有や交流機能を果たし、具体的な活動は作業部会およびコミュニティビジネスの担い手となる地域住民によって行われる。

行政は、制度面でのフォローを中心に住民の活動をサポートし、全体の調整を外部専門家が行う。

#### b 外部専門家の役割

外部専門家はプロジェクト全体の方向性を定め、地域住民による持続的な活性化の活動がスムーズに行われるよう、地域内の様々な対立の芽を事前に予見し、住民間の意見調整や利害調整を行う。活動の仕組みや組織づくりにおいては、人材の発掘と組織化に向けたサポートを行い、コミュニティ・ビジネスの円滑な立ち上げを目指す。異なる主体間の調整を行い、特に地域住民の活動と行政の仕組みづくりが相補的に行われるよう連携する。

### 4 事業実施スケジュール

| 月  | 取組実施内容                     |
|----|----------------------------|
| 4月 | 28日 はぐのさと部会の開催             |
| 5月 | (市や地域との調整・打ち合わせ)           |
| 6月 | 10日 交通部会の開催<br>16日 創生会議の開催 |

| 月   | 取 組 実 施 内 容                    |                                                                                     |
|-----|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 7月  | 7日<br>14日<br>25日<br>31日        | 第1回プレゼン大会<br>第2回プレゼン大会<br>はぐのさと部会の開催<br>交通部会の開催                                     |
| 8月  | 25日                            | 夏祭り 創生会議ワールド・カフェの開催、広報ブースの設置                                                        |
| 9月  | 15日<br>9月                      | はぐのさとテラス整備ワークショップの開催<br>はぐのさとカフェの開催（4回）                                             |
| 10月 | 5日<br>20日<br>22日<br>22日<br>10月 | 広報部会の開催<br>創生会議の開催<br>地域内交通社会実験オープニングセレモニー<br>地域内交通社会実験（～12月21日）<br>はぐのさとカフェの開催（5回） |
| 11月 | 11月                            | はぐのさとカフェの開催（11回）                                                                    |
| 12月 | 12月                            | はぐのさとカフェの開催（3回）                                                                     |
| 1月  | 19、26日<br>1月                   | はぐのさと土曜祭の開催<br>はぐのさとカフェの開催（3回）                                                      |
| 2月  | 2、9、23日<br>2月                  | はぐのさと土曜祭の開催<br>はぐのさとカフェの開催（3回）                                                      |

## 5 主な成果

### a 地域再生を進める組織の運営と法人化

具体的なコミュニティ・ビジネスの立上げが主な取組になる今年度は、課題の抽出や地域全体のコンセプトについて話合う全体会の開催は少なくし、プロジェクトに取り組む分科会やカフェの立上げ、雑貨屋の立上げなどプロジェクトごとの相談や調整、住民間の「思い」や「利害関係」を調整するための地域住民ひとりひとりとの、外部専門家による個人面談に時間を割いた。これにより、はじめての事業立上げを前にした不安感を取り除いたり、細かい相談に対応したりすることで、事業に対してポジティブな感情を維持させた。

地域資源を活用したビジネス創出の母体となる組織づくりについて、当初は創生会議の3つの活動（はぐのさと・交通・広報）をまとめてNPO法人を新たに設立する案が有力だったが、その後、議論を進めた結果、最終的には市の地域分権制度に基づく伏尾台地域コミュニティ推進協議会（任意団体）のメンバーを中心とした地域の有志からなる一般社団法人が、はぐのさとでの活動と地域内交通の運営を中核的な事業として活動していくこととなった。

現在、伏尾台地域の活性化の中心となっていく旧伏尾台小学校南校舎（はぐのさと）を利用したいという各種団体からの問い合わせが市内外から来ており、公平性を担保しながらどう活用していくか、新たな仕組みを工夫する必要がある。今後、市で施設を賃貸する部分と地域の活性化のために使用する部分に分け、それぞれを公募し、地域創生の拠点にしていきたい。

### b 地域資源を活用した“地域課題解決型”カフェビジネスの立上げ

平成30年3月で耐震工事が終わった旧伏尾台小学校であったが、市民が自由な取組を行えるようにするための仕組み作りを行った。具体的には、本事業の実施場所として市が旧伏尾台小学

校南校舎を指定することで市民の自由な活動を担保した。

はぐのさとをオープンするにあたっての環境整備とより多くの地域住民の参加を仰ぐため、カフェのアプローチ部分の植栽等の環境整備はワークショップ形式で進めた。利用者の意見をフィードバックしてカフェメニューを作成し、2月のランチタイムには毎回30名以上の集客があり、売上も2万円を超えるようになった。また、地域住民の起業の支援として、はぐのさとでの活動を希望する住民らによるプレゼンテーション大会を7月7日、14日に行った。両日で10組の参加者があり、以下の提案がなされた。

- 1) 子育て支援カフェの運営（地域住民）
- 2) 駄菓子屋の運営（地域住民）
- 3) 雑貨屋の運営（地域住民）
- 4) イタリアンカフェと雑貨の販売（地域住民）
- 5) ものづくり学校の開設（地域企業のスタッフ）
- 6) 車やバイク好きのオフ会の聖地としての整備（地域企業のスタッフ）
- 7) 訪問看護ステーション（地域住民）
- 8) 介護事業所（地域の NPO）
- 9) ほそかわ農家の野菜の販売と緑のゆるキャラづくり（ほそごう学園8年生）
- 10) 昆虫館（ほそごう学園8年生）
- 11) 地域の防災マップづくり（ほそごう学園8年生）

※1組で複数の提案をした組がある。

いくつかの提案は、本年度創生会議の実施する実験的事業という位置付けで、実際に営業・活動を行った。多くは土曜日を中心に、まずは地域に普及するためイベント的に開催を繰り返した。

2) の駄菓子屋は、8月25日の夏祭りにあわせオープンし、その後も他のイベントと同時開催する形で営業を継続している。

3) の雑貨屋は、9月15日にオープンしたものの、値付けのバランスが難しく、利用者が少ないこともあり11月末で一度クローズした。カフェは、前述のとおり9月よりオープンし、順調に体制を整えている。ものづくり学校については、1月より全4回のワークショップとして開催した。提案者がカーデザインの専門家ということもあり、毎回多くのこども達を集める人気企画となっている。



### C 会員制地域内交通システムの構築とビジネス化

今年度は、平成29年度に比較検討した地域内交通システムの実施導入に向けて、社会実験の実施の準備を行った。課題として、「車両の費用」「予約システムの費用」「ドライバーの費用」などリソースの問題があったため、市と創生会議で相談し、総務省のシェアリングエコノミー活用推進事業に応募し、採択された。総務省からの内示が5月半ばであったため、今年度の交通部

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

会の活動はその後本格的にスタートした。

タイミングよく市でも今年度地域公共交通会議を立ち上げることになっていたもので、そこでも伏尾台の地域内交通の整備をメインの議題の一つとして取り上げられた。

具体的な社会実験の方法については交通問題を専門とするコンサルタントに参加してもらい、創生会議で作成した原案を基に計画した。市は近畿運輸局など関連官庁との調整を担当し、地域はドライバーの募集とアンケートの実施および地域への事業の広報を担当するなど、役割分担の上で作業を進め、シェアリングエコノミー活用推進事業として地域内での送迎サービスの社会実験を行うこととなった。先だって、8月25日には、伏尾台夏祭りにおいて、昨年同様に無料の送迎バスを出し、事業の普及に努めた。当日は往復10便の運行を行い、高齢者や子育て世代を中心に約100名の利用があった。また、8月31日には、社会実験のためのドライバーの募集説明会を開催し、地域から12名が参加することとなった。

10月22日から12月21日にかけての2か月にわたり、毎日地域内で送迎サービスの社会実験を実施した。既存の交通事業者との調整の中で、運行経路や料金設定に一定の制限があったものの、地域の手で交通事業を実現することの課題や期待が明確化し、今後の地域内交通の実現に向けて貴重な経験を積むことができた。

#### **d 地域型 Web サイトによる情報発信とファンドレイジングの仕組みづくり**

広報部会による情報発信活動は昨年に引き続き継続して実施した。会議はオンライン上で行っているため、情報発信は変わらず実施できているものの、全体としての活発度が低くなっている。

10月の部会では、クラウドファンディングの実施に向けた学習会を行ったが、すぐに実施していくにはハードルが高いという意見が大勢であった。そのため、まずは、地域のイベントと連携しての集客支援、広報活動の充実に力を入れることとした。2019年1月からはぐのさと土曜祭では、はぐのさと部会と広報部会が連携した情報発信を実施している。

### **6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み**

いずれの事業においても、課題は「どのようにして収益を確保し、持続的発展をしていくか」である。一般社団法人の設立により、地域内交通とはぐのさとの運営体制についてはスムーズに走り出していると認識しているが、両事業ともビジネスベースで運営していくには収益性に乏しいのが現状である。

地域内交通は、将来的には需要増が見込めるものの、立ち上げから数年間は行政による支援が必要と考えられる。カフェ事業については、収益性は見込めるものの、主婦を中心とした体制で持ち回りで運営を行っており、軸となるフルタイムで関わるメンバーがおらず、運営体制が固まっていない。

今後の取組として重要な点は、現状の取組を維持し、継続的に実施していくことであると考えている。伏尾台地域は、市民活動も活発で人材も豊富なため、できる範囲で活動を継続していくことが重要となる。

今年度事業を通して、事業をどう立ち上げて動かしていけば良いかといった事を、各メンバーが経験できたものと認識している。「子育てにやさしいまち」を目指し、地域住民が連携しながらゆっくりと事業を育てていくことで、持続的な活性化が実現できると考えている。



## 7 外部専門家コメント



## 持続可能な活性化と外部専門家の役割

NPO 法人トイボックス 代表理事 栗田 拓

持続的な活性化に必要なのは、なんだろう。組織や運営能力や収益性、ではある。では、それらを生み出す礎となっているものは？

・・・それは、「ヒト」と「チーム」、だと思う。

都市部の人口減少問題は、中山間地域に比べてやっかいだ。

自然の恵みがない。観光資源がない。隣の市との違いがない。それどころか、市民意識がない。大都市に近接するベッドタウンでは人々の生活圏は複数市にまたがり、市外に通勤通学する人たちは地元の衰退になかなか気づかないかもしれない。

池田市は、人口減少に直面したそんな典型的な地方都市だ。ただひとつ、池田市にとって幸運だったのは、市内に伏尾台という地域があったことだ。昭和40年代に開発されたベッドタウンで、第一世代は70代になる。子や孫は町を離れてなかなか帰ってこない。高齢化率は山村といい勝負で、20年後には、人口が5,500人から3,000人台に落ち込む。丘陵地を切り開いた開発で地域への帰属意識が高く、池田市の地域分権の施策の先進地であり、最も市民活動が活発な地域。伏尾台は、池田市の課題先進地であり、なににもないけど豊富な人材「ヒト」がいる地域だ。伏尾台が変わることで池田市全体を変えていこう、それがこの事業の始まりだった。

「ヒト」を「チーム」にしていく仕事はとても難しく、特に地域に住んでいる者にとっては困難ことが多い。しがらみや今までの人間関係を解きほぐして共通の目的を見つけていかなければいけないし、ときには今まで中心的な活動をしていたプレイヤーの活動領域に手を突っ込まなければいけないこともある。総論では賛成だが、各論では反対、特にあいつがやるのは気に食わない、なんてこともザラだ。だから、外部の専門家が便利がられる。外部専門家の役割は、「一番やっかいなところに首を突っ込むこと」そして「上手に好かれて上手に嫌われること」だと思う。伏尾台は、人口減少で町がなくなるかもしれないという危機感でひとつになった。創生会議の議論は活発だったが、1年目の事業の終わりに感じていたのは、「活発に活動するチーム」を作らなければいけないという焦りだった。健全な議論は地域にとってとても重要だが、議論してなにか変わった気になってしまうという毒を持っている。2年目の今年は、議論よりも実践する人たちをより中心にすべく、創生会議のあり方も部会のあり方も、変えた。1年近くが経ち、広報、小学校の跡地活用、地域内交通の3つの課題に対し、考え企画し、そして動く人たちが元気に活動している。それを見ると、外部専門家は必要だけど、絶対に地域に手を出しすぎてはいけないのだと感じる。必要なところをちょっとお手伝いして、あとはそっと手放していく。そんな存在でいいのではないかと。

短い期間でしたが、大変多くの方にお世話になり多くの学びを得ることができました。この場をお借りして御礼申し上げます。本当にありがとうございました。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村



## 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  | 8,571千円                     |
| 助成申請額 | 5,650千円                     |
| 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 | 7,366人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日）  |
| 面      | 積 | 95.7km <sup>2</sup>           |
| 人      | 口 | 密度 77.01人/km <sup>2</sup>     |
| 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   |   | 総合政策課                         |

### 取組概要

| 事業開始時点                                                                                                                                                                                                                                    | 外部専門家による支援                                                                                                                                                                                                                                  | 事業終了時点（成果）                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 深刻な少子高齢化</li> <li>■ 若者の地域外流出と担い手不足</li> <li>■ 基幹産業である木材関連産業の停滞、縮小</li> <li>■ 地域資源の魅力を伝えるストーリーづくりと情報共有が必要</li> <li>■ 関係者がばらばらに活動しており、役割・機能分担が必要</li> <li>■ 新しい発想力とマーケティング力を備えた人材・組織が必要</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 次世代人材（高校生・産業従事者等）の育成</li> <li>■ 消費者と生産者をつなぐ商社機能を担う組織づくり</li> <li>■ 新たな価値開発のための地域資源リサーチ</li> <li>■ インナープロモーション強化</li> <li>■ 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</li> <li>■ マーケティングと販路開拓</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 講座受講者を中心に地域商社の母体となる組織の設立</li> <li>■ 地域資源の取材を実施</li> <li>■ 地域資源リサーチを実施</li> <li>■ 多様な関係者向けキックオフフォーラム・成果報告会開催</li> <li>■ 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</li> <li>■ 首都圏におけるマーケティングの実施</li> </ul> |



キックオフフォーラム



新組織設立に向けた会議



高校生が開発した商品（屋台）

## 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%が山林で覆われており、約500年前に杉や檜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、材の生産から出荷までの一連の流れが確立されてきた。1939年の木材製造工場団地「吉野貯木」誕生以降、受け継がれてきた吉野材の製材加工技術が町の強みとなっている。

その反面、過去から受け継がれてきた生産・販売体制では消費者のニーズに基づく製品開発に至っていない状況にあり、新たなニーズの掘り起こしや商流開発が進んでおらず、産業全体の縮小傾向に歯止めがかからない現状である。また、過去の量産型の生産に対応するため、分業制が進んできた背景もあり、小規模事業者が多く、生産者が消費者ニーズをくみ取り、生産から販売までを行うことが難しい。さらに、建築様式の変化等の影響を受け、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。

基幹産業である木材関連産業の縮小を背景に、地域産業の将来性に不安を感じ、若者が地域に根付いて働くという選択肢が少なくなっている。しかし、町内には、木材関連産業を中心に771件の事業所が存在し、今なお地域の経済、雇用を支えている。これらの状況から、地域産業を持続可能な産業へ強化し、価値・魅力ある産業を町民に情報共有していくことで、地域に若者が根付く環境を整えていく。

### b 事業の目的

過去から受け継がれてきた吉野材の加工技術を活かしつつも、旧来の住宅用構造材の生産・販売を中心としたビジネスモデルだけに頼らず、継続的に商流を生み出していくことが必要である。そのため、外部専門家の専門的知識、ノウハウ、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」づくりに着手する。

「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）の人材養成に着手し、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、木材関係団体、事業者、町行政等を構成員とする「吉野材リ・ブランド化実行委員会」において協議を進め、育成した人材の力を結集した「組織」づくりを行う。今後、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独特の色・艶・香り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）と生産者のつなぎ役となる商社機能を有した「組織」へと発展させ、人口減少・少子高齢化が進む吉野町において持続可能なビジネスモデルを創出する。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2 事業実施内容

### a 産業界人材育成

吉野高校（次世代人材）と産業従事者（主に若手経営者層）を対象にビジネス創出の基本となるコミュニケーション技術を取得し、価値開発力の高い人材を養成することを目的とした認知開発力育成講座を開催する。

### 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、町内の木材関係者及び事業者を中心とした検討会議を開催し、吉野材を活用した新商品開発とマーケティングに関する企画・検討を吉野高校の教育現場と連携して行う。

### c 地域資源リサーチ

人材育成講座において、各受講者が地域資源となる人や地域に根付く商品や技術をリサーチし、今までとは視座の異なった価値や可能性を引き出し映像化する。商品そのものを PR するだけではなく、商品ができてきたストーリーを情報化し、共有することで、新たな価値開発につなげる。

### d インナープロモーション

事業のキックオフフォーラム、講演会を開催し、町民や関係各所に対して事業の周知を図る。また、地域資源リサーチにおいて作成した映像の発表会を開催し新しい動きに対して協力的なマインドを醸成する。

### e ビジネスモデル創出

吉野高校を若い人材とアイデアを活かした商品開発を担い、トライ＆エラーの実践フィールドと位置付ける。民間事業者は、吉野高校に対するデザイン、加工等の技術的支援、マーケティングに基づき商品化した製品の製造を担う。行政は、消費者と生産者をつなぐ商社機能づくりを支援し、産官学連携による持続可能なビジネスモデルを創出する。

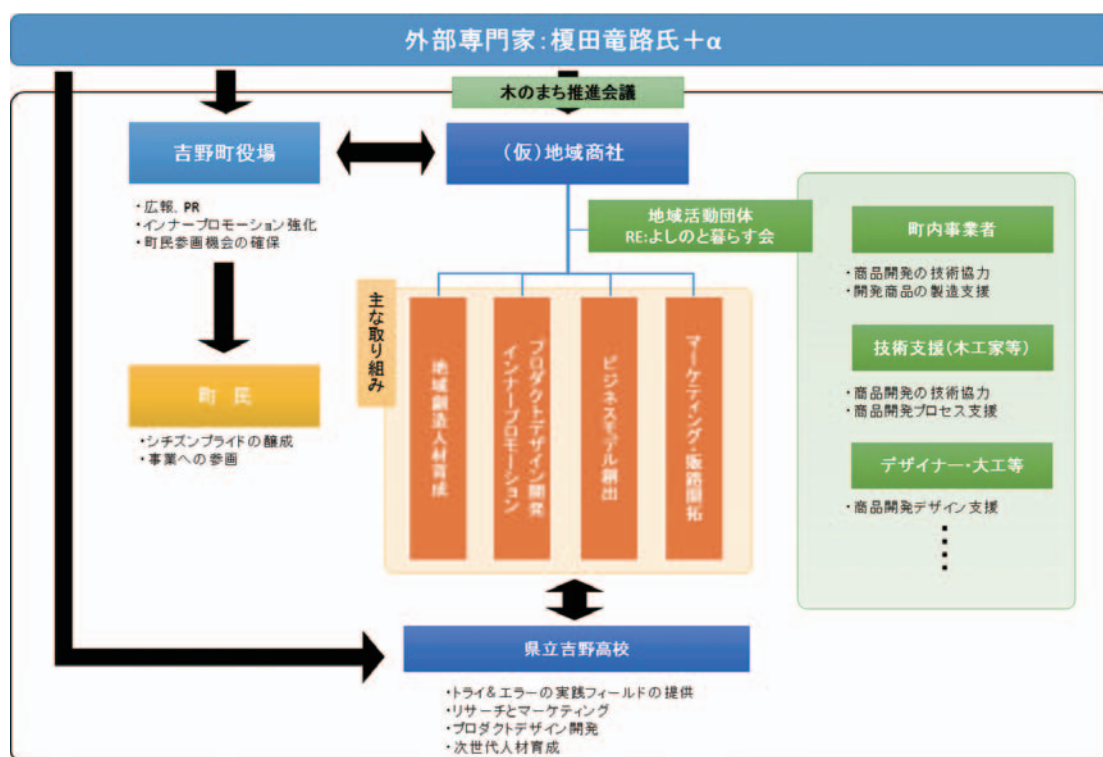
### f マーケティングと販路開拓

外部専門家のネットワークを活かしたリサーチとインナープロモーションで示された「可能性＝シーズ」をもとに、市場から求められる「モノ・コト＝ニーズ」を知り、地域のリソースとマッチングさせるため、首都圏で開催されるマッチングイベントへの出展、地域拠点を活用したマーケティングを実施する。

### 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

木材関連事業者を中心とする「RE: 吉野と暮らす会」が実施主体を担い、商社機能を有する「組織」へ発展する。吉野高校と連携した商品開発、既存商材と新商品のマーケティングを行い、持続的な組織運営のための主要商材について検討を進めた。また、多様な事業者や吉野高校、町も含めた協議ができるプラットフォーム「木のまち推進会議」を構築し、「組織」設立への協議を進めてきた。

#### b 外部専門家の役割

外部専門家は主に以下の役割を担う。

- ・吉野高校と産業従事者に対する認知開発力手法を用いた人材育成。
- ・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研究手法に対する助言、指導。映像化支援。
- ・地域資源リサーチのための専門家招聘。
- ・インナープロモーション企画と講師招聘。
- ・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  | 28日<br>29日                          | キックオフフォーラム開催、第1回（高校生）人材育成講座<br>事業者との意見交換・視察                                                                                                     |
| 6月  | 11日<br>12日                          | インナープロモーション（講演会開催）、第2回（高校生）人材育成講座<br>学校関係者との意見交換・視察                                                                                             |
| 7月  | 17日<br>18日                          | 第3回（高校生）人材育成講座<br>吉野高校との意見交換、新商品開発に係る意見交換                                                                                                       |
| 8月  | 16日<br>17～18日                       | 第4回（高校生）人材育成講座、第1回（大人）人材育成講座<br>学校関係者・事業者との意見交換・視察。地域資源の視察                                                                                      |
| 10月 | 9日<br>10日<br>23日<br>31日             | 第5回（高校生）人材育成講座、第2回（大人）人材育成講座<br>プロダクト開発に係る打合せ<br>第1回 木のまち推進会議<br>第6回（高校生）人材育成講座、第3回（大人）人材育成講座                                                   |
| 11月 | 1～2日<br>20日<br>21日<br>28日           | 第7回（高校生）人材育成講座、インナープロモーション（講演会開催）<br>第8回（高校生）人材育成講座、第4回（大人）人材育成講座<br>組織設立及び活動拠点活用に係る打合せ<br>第2回 木のまち推進会議                                         |
| 12月 | 3～4日<br>7日<br>17～18日<br>19日         | 第5回（大人）人材育成講座、開発中のプロダクトに係る意見交換<br>第3回 木のまち推進会議<br>第6回（大人）人材育成講座、第9回（高校生）人材育成講座<br>吉野中学校関係者打合せ                                                   |
| 1月  | 8日<br>9日<br>10日<br>24～25日<br>29～30日 | 第7回（大人）人材育成講座<br>第10回（高校生）人材育成講座、吉野中学校人材育成講座<br>首都圏マーケティングに係る打合せ、次年度事業企画に係る打合せ<br>北京電影学院（宿副院長等）地域資源リサーチ<br>首都圏で開催される「WOOD コレクション2019」出展、マーケティング |
| 2月  | 5～6日<br>7～8日                        | 第4回木のまち推進会議、人材育成講座発表会（高校生・大人）<br>吉野中学校人材育成講座、次年度事業企画に係る打合せ                                                                                      |
| 3月  | 2日                                  | 地域におけるマーケティングイベントの開催                                                                                                                            |



## 5 主な成果

### a 産業界人材育成

吉野高校（次世代人材）と産業従事者（主に若手経営者層）に対する認知開発力育成講座を開催し、高校生10名、産業従事者11名が受講した。



人材育成講座（左：高校生対象、右：産業従事者（大人）対象）

### b 組織としくみづくり

外部専門家と町内の木材関係者及び事業者を中心に検討会議「木のまち推進会議」を設立・開催した。特に組織の自立化を図っていくために、産官学連携のもと、新商品開発を行い、新商品と既存商品のマーケティングイベントを企画・実施し、主要商材の検討を進めることができた。

### c 地域資源リサーチ

人材育成講座において、各受講者が地域資源となる人（事業者など、地域で活躍する人にフォーカス）や地域に根付く商品や技術をリサーチした結果を映像化（15本）し、情報共有を図るとともに、今後対外的な情報発信ツールとして活用する。また、外部専門家が客員教授を務める北京電影学院（中国）の宿副学院長等を招聘し、海外からの目線で地域資源リサーチを実施した。



北京電影学院宿副学院長等を招聘した地域資源リサーチ

## d インナープロモーション

事業のキックオフフォーラム（１回）、講演会（２回）、事業報告会（１回）を開催し、町民や関係各所に対して事業の周知を図ったことで、事業への参画者を確保することができ、「木のまち推進会議」の発足につなげることができた。

## e ビジネスモデル創出

「RE: 吉野と暮らす会」が、新商品開発のトライ＆エラーの実践フィールドとなる吉野高校と連携して、新商品開発（吉野材を活用した新商品開発、森林資源を活用したツアー造成等）を行い、３商品、４本のツアーを造成した。産官学が連携したビジネスモデルができたことから、今後、事業を持続させていく「組織」の法人化を目指す。



産官学連携によりブラッシュアップして制作してきた屋台

## f マーケティングと販路開拓

首都圏で開催されたマッチングイベントに出展し、主要商材となる「屋台プロジェクト」及び「愛・学習机プロジェクト」を中心にマーケティングを実施したことで、各商材の販路、ターゲティングを行うことができた。また、地域資源を活用したツアーについては、地域拠点を活用したイベントを開催し、マーケティングを実施した。

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

今後、創出したビジネスモデルを本格稼働するためには、人材の確保、既存団体との連携による生産体制と販路確立が必要である。

今後、「木のまち推進会議」を発展させた商社機能を有する法人を設立し、法人の主要商材の販路を確立し、吉野高校をトライ＆エラーの実践フィールドとする産官学連携によるビジネスモデルにより、新商品開発も活発化する。観光 DMO 登録を目指す（一社）吉野ビジターズビューローと連携し、産業ツーリズムの企画・販売を行い、新組織の自立を図る。

各プロジェクトができたストーリー、地域資源リサーチによって得られた新たな価値を情報化し、地域内で情報共有を図るとともに、対外的な情報発信も強化していく。人材育成講座の対象を拡大し、将来にわたって持続可能な産業創出を目指した取組へ発展させる。

## 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

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

吉野町は高い林業技術を誇り、木材産業の中心的地域として栄えてきた。また歴史資産も多く存在し、「花の吉野」と呼ばれるほどの桜の名所としても有名な観光地である。しかし住宅環境の変化の影響で木造建築が激変し、基幹産業である木材関連産業も停滞。観光地としても実際は桜の季節しか観光客が訪れることは少なく、春の稼ぎで一年を生き延びるといった経営状況になっている宿泊業も少なくない。また年々人口も減り続けているにも関わらず、有効な手が打てないまま時間だけが過ぎていくという状況に陥っている。

まずは吉野の資源に新しい光を当てる必要がある。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ことでそれを実現する。そして、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仕組みを導入することも定住人口の増加に不可欠となる。それを踏まえ、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に寄与する。さらに育てた人材が生み出した価値を効果的にお金に変えるための商社的な機能を持った組織を作ることによって総合的な効果を発揮することができる。

### ●事業内容

#### ・認知開発技法を用いた人材育成講座の実施

映画の技術を活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2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。認知開発講座の発表会で、地域のキーパーソンたちが自らの地域で暮らす仲間たちの物語に初めて触れるという体験をした。大人の作品もそうであるが、高校生が制作した映像を観た参加者たちが地域の高校生が地元企業の物語を映像化することの意義と可能性に気づく機会となった。

相互認知容易性をもたらすインナプロモーションの基礎作りを実現することができた。

#### ・埋没資産の発掘

中国最大の映像教育機関であり、中国メディア界に多大な影響力がある北京電影学院の宿撮影学部長を招聘し、吉野の撮影及び視察ツアーを実践。住民では気づくことの出来ない新しい価値や可能性が提示された。実際に商談も行われ、第三者による新しい視座からの吉野の埋没資産の存在を町民が意識できた。

### ●今後の展開について

#### ・認知開発力養成講座（シナリオ力育成バージョン）の実施

受講生の認知開発力をさらに向上させるための講座を実施し、ブランディングに不可欠なシナリオを書く力を育成させていくことで自ら価値を生み出す手段の形成を行う。

#### ・地域商社の設立

吉野の企業への新しい分野の発注を呼び込むために、吉野のブランディングとマーケティングを行える地域商社的な組織を設立する。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

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

### 事業概要

|       |                    |
|-------|--------------------|
| 総事業費  | 6,900千円            |
| 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     | 7,210人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日）  |
| 面積     | 65.3km <sup>2</sup>           |
| 人口密度   | 110.36人/km <sup>2</sup>       |
| 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   | 教育委員会                         |

### 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、道徳等にも秀でている、それら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化

#### 事業終了時点（成果）

- HIROGAWA Re:branding 実行委員会の組織化・目的意識の醸成・成功知見の蓄積
- 3月に新規の古民家体験イベントにて、実行委員会で開発した「食」「体験」「町歩き」のコンテンツをテストマーケティング
- 広川町物産販売・飲食施設建設準備委員会の組織化
- 物産販売・飲食施設の基本計画を策定
- 物産販売・飲食施設の実施設計に着手



稲むらの火



実行委員会の様子



古民家体験 in 広川町2019  
イベントチラシ



## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

広川町は紀伊水道に面した人口7,210人（平成30年1月現在）の町である。町は山村部、農村部、沿岸部・まちなかに分けられ、このうち山村部はかつて林業が盛んであったが、現在では過疎化や労働力不足に直面している。農村部は町の主要生産物「有田みかん」の産地である。沿岸部・まちなかは、江戸期から津波被害を3回受けている地域で、江戸末期の安政地震津波で活躍した濱口梧陵の「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。

### b 事業の目的

広川町では濱口梧陵生誕200年（2020年）を一つの契機として、広川町の魅力を「梧陵ブランド」と結び付け、濱口梧陵生誕200年事業のブランド化効果を倍増させることを目指している。本事業により、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ことを目的とする。

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。また、実行委員会では、梧陵さんプロジェクト全容の共有を進め、「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。

## 2 事業実施内容

### a 組織化・運営支援

中心拠点施設を検討する広川町物産販売・飲食施設建設準備委員会、梧陵さんプログラムを開発する HIROGAWA Re:branding 実行委員会のハードとソフトの両実行委員会を組織化する。広川町物産販売・飲食施設においては直販機能、飲食提供機能、体験機能についてより高いビジネス性を付加することによって、地域における雇用効果を増加させる。HIROGAWA Re:branding 実行委員会では、「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。

### b 中心拠点の経営視点強化

中心拠点施設「広川町物産販売・飲食施設」の経営視点強化に向けた調査・分析を実施する。調査結果を活かしながら、循環型産業システムを構築する上で必要な運営体制を検討する。



### c ハード・ソフトの連携

濱口梧陵生誕200年に向けたハード・ソフト連携施策を企画するとともに、中心拠点施設へのソフトプログラムの実装を図る。濱口梧陵生誕200年事業の効果を一過性に終わらせず、継続可能なブランドとして構築する。

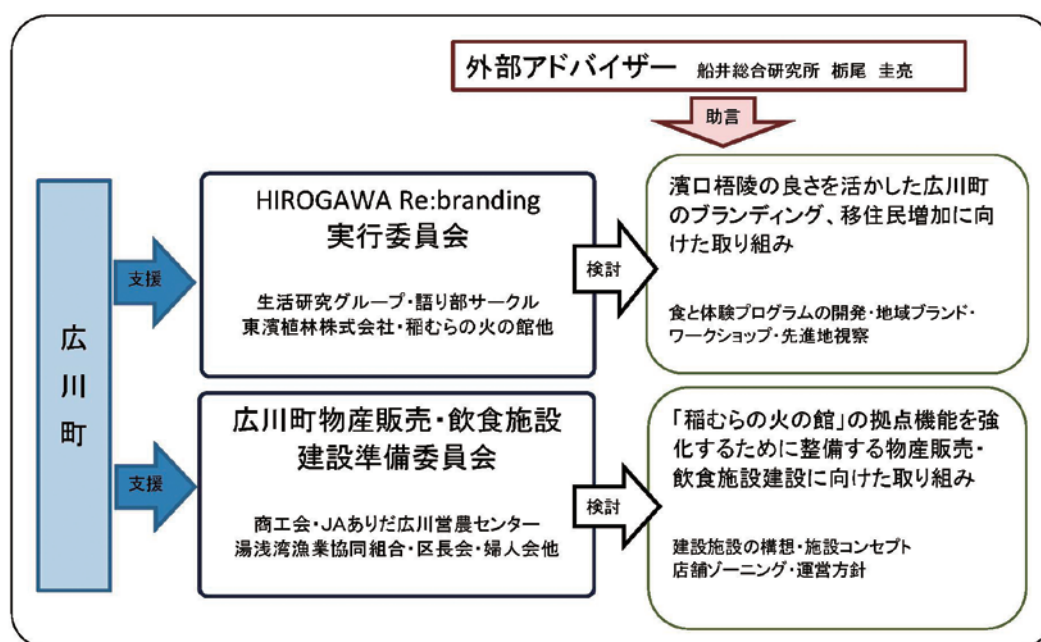
### d 一部プログラムの試走

梧陵さんプログラムの中での重点プログラムを抽出し、重点プログラムの試走と効果検証を行う。

## 3 事業実施体制

### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



### 体制の概要

事業実施体制は、地域内の関係団体、住民などによって組織された「HIORGAWA Re:branding 実行委員会」及び「広川町物産販売・飲食施設建設準備委員会」により、ハードとソフトの両組織を立ち上げて進めることとした。

## b 外部専門家の役割

外部専門家からは、平成29年8月の短期診断から本プロジェクトに関わった経験や、「道の駅」建設支援など地域ブランド化の知見を活かしたアドバイスを受ける。

具体的な役割として、実行委員会の組織化に関するアドバイス、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の支援を受けることとした。

## 4 事業実施スケジュール

| 月   | 取組実施内容 |                                                  |
|-----|--------|--------------------------------------------------|
| 5月  | 28日    | HIROGAWA Re:branding 実行委員会設立準備会議                 |
|     | 29日    | 第1回物産販売・飲食施設建設準備委員会<br>庁内でのレビュー、今後の企画検討          |
| 6月  | 20日    | 第1回 HIROGAWA Re:branding 実行委員会                   |
|     | 21日    | 第2回物産販売・飲食施設建設準備委員会、現地踏査<br>庁内でのレビュー、今後の企画検討     |
| 7月  | 24日    | 第2回 HIROGAWA Re:branding 実行委員会                   |
|     | 25日    | 第3回物産販売・飲食施設建設準備委員会、ゾーニングの検討<br>庁内でのレビュー、今後の企画検討 |
| 8月  | 27日    | 第3回 HIROGAWA Re:branding 実行委員会、近江八幡市・長浜市視察       |
|     | 28日    | 第4回物産販売・飲食施設建設準備委員会、ネーミング案検討<br>庁内でのレビュー、今後の企画検討 |
| 9月  | 26日    | 第4回 HIROGAWA Re:branding 実行委員会、方向性検討             |
|     | 27日    | 第5回物産販売・飲食施設建設準備委員会、ネーミング案検討<br>庁内でのレビュー、今後の企画検討 |
| 10月 | 22日    | 第5回 HIROGAWA Re:branding 実行委員会、古民家イベント打合せ        |
|     | 23日    | 庁内でのレビュー、今後の企画検討                                 |
| 11月 | 27日    | 第6回 HIROGAWA Re:branding 実行委員会、古民家イベント事前町歩き      |
|     | 28日    | 第6回物産販売・飲食施設建設準備委員会、県内道の駅視察<br>庁内でのレビュー、今後の企画検討  |
| 12月 | 19日    | 第7回 HIROGAWA Re:branding 実行委員会、古民家イベント打合せ        |
|     | 20日    | 庁内でのレビュー、今後の企画検討                                 |
| 1月  | 17日    | 第8回 HIROGAWA Re:branding 実行委員会、古民家イベント打合せ        |
|     | 18日    | 第7回物産販売・飲食施設建設準備委員会、設計進捗確認<br>庁内でのレビュー、今後の企画検討   |
| 2月  | 26日    | 第9回 HIROGAWA Re:branding 実行委員会、古民家イベント打合せ        |
|     | 27日    | 庁内でのレビュー、今後の企画検討                                 |

## 5 主な成果

### a 組織化・運営支援

組織化、運営支援においては2つの組織を立ち上げ、本事業実行の中心に据えた。1つ目の組織は中心拠点施設を検討する広川町物産販売・飲食施設建設準備委員会、2つ目の組織が梧陵さ

んプログラムを開発する HIROGAWA Re:branding 実行委員会である。

建設準備委員会については、町の主要機関である行政、商工会、農協、漁協等から代表者を選抜し、構成した。また、Re:branding 実行委員会については、住民主体の組織とするため広川町の中でも梧陵さんにゆかりのある住民、企業、組織等からの選抜メンバー 20名程度で組織化を行った。

特に Re:branding 実行委員会では、委員会形式での実行が初めてのメンバーが多かったため、初期段階では外部機関等も活用した組織の一体化を重点的に行った。この結果初期段階からメディアへの PR を開始した。日本遺産認定時期とも重なりマスコミ各社に報道された。



Re:branding 実行委員会の様子と掲載記事

## b 中心拠点の経営視点強化

建設準備委員会では、中心拠点施設「広川町物産販売・飲食施設」の経営視点強化にむけた検討を4段階で行った。

第1段階では、現段階で想定される敷地にもとづき、ゾーニング検討を行った。特に現在の稲むらの火の館の駐車場は道路の奥にあるために視認性にかけていることを鑑み、公園としての拡張することで稲むらの火の館と物産・飲食施設を一体化し、さらに町へのひろがりをもたせることが検討された。

第2段階では、店舗のコンセプト、及びコンセプトに基づく店内のレイアウトを検討した。店舗コンセプトでは、地域密着が重視されたことから観光と同時に地域内の住民がゆっくりと過ごせるよう設定を行った。

さらに第3段階、第4段階では、運営方針の検討を行い、指定管理者制度を用いることが決定した。同決定を元にサウンディング調査を行い、指定管理候補者の絞り込みまでが行われた。



建設準備委員会 第1、第2段階での検討

## C 梧陵さんの魅力再発見

ソフトコンテンツの検討組織である Re:branding 実行委員会においては、広川町を楽しめるように仕組み化するため、以下の3段階で協議・検討を行った。

- 第1段階 組織化とワークショップによる意識の醸成
- 第2段階 視察の実施による成功イメージの共有
- 第3段階 テストマーケティングの実施

第1段階においては合計10回以上のワークショップによって委員同士の一体化を図るとともに、委員会で意見を出して実行していくというプロセスになじんでもらった。

第2段階においては、広川町と同様に古民家の利活用によってまちおこしを行い成功している近江八幡、長浜を訪れて成功イメージの共有を行った。同段階では、古民家を利活用するためにも段階があり、徐々にステップアップする必要がある点が確認された。

第3段階では、座学のみならず2018年度内に一度テストマーケティングを行うことが決定し、そのコンテンツ作りを含めた企画そのものの創造が行われた。



Re:branding 実行委員会 第1～第3段階での検討

## d ハード・ソフトの連携

ハード・ソフトの連携においては、②、③の建設準備委員会と Re:branding 実行委員会の連携を重視した。具体的には、委員会内部でのワークショップでは、お互いの担当領域のみならず、物販・飲食施設、及び稲むらの火の館を一体の地域としてとらえた活動が行われた。特に今回の両委員会では、活性化のエリアを稲むらの火の館、物販・飲食施設、さらにソフトコンテンツで盛り上げるエリアを10～15分で徒歩で歩ける距離と定義し「一次にぎわい圏」として設定・共有した。この設定・共有により、連携を行い、効果を発現するべき地域がハード・ソフトを問わず、特定されることになった。

さらに次年度以降は、濱口梧陵生誕200年に向けたハード・ソフト連携施策を企画するとともに、中心拠点施設へのソフトプログラムの実装を目指した。

## e 一部プログラムの試走

③のソフトコンテンツの制作においても一部述べたが、これまでの①～④のテストマーケティングとして、3月16日、17日にテストマーケティングを実施した。同試みは、「古民家利活用イ



ベント」として位置づけ、Re:branding 実行委員会の委員を3部会「食」、「まちあるき」、「体験」に分け、委員からの発案をもとにアイデアを具体化してコンテンツとして提供した。

「食」においては、濱口梧陵のこれまでの物語や広川町の歴史、地域文化を鑑み、茶粥、及びもち・だんごを使ったコンテンツが提供されることとなった。これらの食のコンテンツは現場で消費されるものが多いため、今後は持ち帰りや物販・飲食施設での提供などへの拡張が期待される。

「まちあるき」においても、一時にぎわい圏を中心に、2つのコースが設定された。これらのコースはまちあるきパンフレットとして整備されたため、今後はさらなるコース造成やコースそのものの整備が期待される。

「体験」においては、古民家との相性が考慮され、和装体験と匂い袋づくりが用意された。和装については、着替えた和装でまちあるきを行っていただくことも期待できる。ただし和装を体験できる人数が限られているため、今後は簡易化、有料化によるビジネス化を含めてさらなる進展が期待される。

## 6 持続的发展へ向けた課題、今後の取り組み

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 実行委員会の組織化が、ハード面においては建設準備委員会の組織化が行われた。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、テストマーケティングを実施するに至っている。同活動群によって、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・飲食施設の建設はめどがたったものの、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まちににぎわいをとりもど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る。

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、関係機関の取り組みに連動性を持たせ、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。



## 7 外部専門家コメント



## 次年度に向けた考察

株式会社船井総合研究所 枡尾圭亮

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。同氏は、江戸時代の安政の大地震による津波によって広川町沿岸部が壊滅的な被害を受けた折に、当時貴重であった稲わらに火をつけることによって多くの住民を救い、なおかつ私財を投じて堤防を建設することで、防災と経済再建の二つの偉業を成し遂げたまさに偉人である。短期診断の際に、現在でも町民の中に同氏が生き続ける様子を拝見し、地域再生のテーマとして「濱口梧陵」が大きな可能性を持つ点を強く感じ、今年度の本事業に正式なアドバイザーとして参加させていただくことになった。

活動の評価であるが、報告書にも記載されている通り、HIROGAWA Re:branding Project の目標は、濱口梧陵生誕200年にあたる2020年を一つのターゲットイヤーとして、地域のハード・ソフトの施策を企画・実施し、広川ブランドを確立することである。初年度にあたる本年度活動においては、ハード・ソフトの施策が展開され、さらにその連携が機能した点は評価に値する。

ハードにおいては、中心拠点となる物販・飲食施設に係る建設準備委員会が有効に機能し、指定管理候補者の選定、設計の開始にまで進んだ。ソフトにおいては、Re:branding 委員会が組織され、視察、検討会等を繰り返すことによって濱口梧陵氏ゆかりの古民家地域群を活用したイベントを開催するまでに至っている。これらの試みは行政のみならず、企業、住民が一体となって行われた試みであり、今後のさらなる進化が期待できる。また隣接地域であり、共に日本遺産の認定を受けている湯浅町との連携も視野にいられている点も今後の広がりを感じさせる好材料であろう。

一方で課題もまだ多く存在している。第一に2020年に向けては残すところは2年となるが、いずれの施策もテストマーケティングの域をでておらず、本格的な展開には多くの課題が予想される。例えば、古民家を利活用したイベントは現在土日限定のイベントである。今後は1カ月間などの期間限定の店舗運営、さらには古民家を回収したショップの導入などにも踏み込んでいく必要がある。しかしながら、安定した運営を行える事業運営候補者はおらず、今後は施策を通じた人材、組織の育成が必要となる。また物販・飲食施設の整備においても、指定管理候補者こそ決定したものの上記ソフトインフラ施策との連動や、広川町らしい商品開発等は緒についたばかりである。さらに行政区をまたいだ湯浅町との連携においては、すでに町長間の協力への意思確認はできているものの、具体的な両町の連携イベントなどは企画されておらず、さらに実行力の高い企画が必要となる。

以上のような課題群を、2020年までの限られた時間、人材の中で行うことはある程度の困難が予測される。一方で、今年度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がある。よって、今後の活動において2020年の濱口梧陵生誕200年に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。

## 2-14 山口県周南市 「クリエイティブ産業創出支援事業」

### 事業概要

|       |                                                                                                    |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 総事業費  | 2,454千円                                                                                            |
| 助成申請額 | 1,332千円                                                                                            |
| 外部専門家 | 藤村 雄志 (G&C コンサルティング株式会社 代表取締役)<br>徳田 行伸 (株式会社 CARVANCL 代表取締役)<br>林 勇輝 (G&C コンサルティング株式会社 チーフディレクター) |

### 自治体概要

|        |                                 |
|--------|---------------------------------|
| 人口     | 145,188人 (住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日) |
| 面積     | 656.3km <sup>2</sup>            |
| 人口密度   | 221.23人/km <sup>2</sup>         |
| 標準財政規模 | 36,219,429千円 (平成29年度市町村別決算状況調査) |
| 財政力指数  | 0.79 (平成29年度市町村別決算状況調査)         |
| 経常収支比率 | 96.0% (平成29年度市町村別決算状況調査)        |
| 担当課室   | 経済産業部 商工振興課                     |

### 取組概要

#### 事業開始時点

- 市内クリエイターのネットワーク化
- 新組織設立に関心のある市内クリエイターの抽出
- 市内クリエイターの人材育成の仕組みづくりの必要性
- WEB サイトを活用した効果的な情報発信の強化
- 都市部クリエイティブ案件の獲得実績の不足

#### 外部専門家による支援

- 新組織の事業内容、役割分担、収益スキーム等の指導・助言
- 市内クリエイター等との連携方法の模索。取り組みテーマ、方法等の助言
- コンテンツの充実に対する助言、対応 (取材、記事の更新等)
- テレビ会議方式の商談手法の導入など、技術的指導。都市部の企業を対象とした営業ツール制作

#### 事業終了時点 (成果)

- 平成31年春に新組織を設立予定
- 新組織とクリエイターの人材育成に知見のある事業所、団体等との連携による人材育成の仕組みづくり
- WEB サイトの魅力向上による、プロジェクトの更なる周知
- 都市部案件獲得の実現の可能性を確認。都市部企業に対する営業上の課題抽出・解決



市内クリエイターのネットワーク



ミーティングの様子

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

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

市が実施した調査によると、高校卒業後、周南市以外に住みたいと答えている割合が、約半数になる一方で、市の若者が、将来働きたい職種で最も多いのは、デザイナーや芸術家、研究者など、クリエイティブ分野における専門的・技術的職業で、全体の4割以上を占めており、乖離がある状況である。

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

このように、環境・風土の面からも、クリエイティブ産業創出の機運が高まっており、周南市に強みのある「クリエイティブ産業」によるまちづくりに取り組むために本事業を実施するものである。

### b 事業の目的

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

2016年度は、市が優位性のあるクリエイティブ産業の誘致及び起業を促進し、その取組みをPRすることを目的として、「周南市クリエイティブ産業創出事業」を実施した。クリエイティブ産業の誘致に向け、今後の取組みの方向性を整理するとともに、都市部において、クリエイティブ産業創出のためのセミナー等を開催し、効果的な情報発信を行った。

2017年度においても、従前の研究会メンバーに加え、多くの地元のクリエイターが研究会に参画して、クリエイティブ産業の誘致・育成のための事業構想について議論を深めると共に、地域のクリエイターのネットワーク化を図った。

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

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2 事業実施内容

### a 推進体制強化に向けた支援

新組織設立に関心のある市内クリエイターを中心に、新組織の事業内容や役割分担、収益スキームの確立など、組織運営の詳細について協議を行う。

昨年度事業から引き続き協議を重ね、2019年春の新組織設立を目指す。

### b クリエイターの人材育成

教育事業に取り組んでいる市内の企業等との意見交換を通じて、新組織において実施すべきクリエイターの人材育成事業の方向性及び当該企業との連携などについて確認を行う。

また、2019年3月にデザイン経営の視点から、クリエイター人材育成イベントを実施する。

### c マッチングイベント開催

都市部の企業等の仕事を市内クリエイターが市内に居住しながら受注できることを実証することを目的として、2018年10月に第1回目、2019年3月に第2回目のマッチングイベントを開催する。

### d WEBサイトによる情報発信

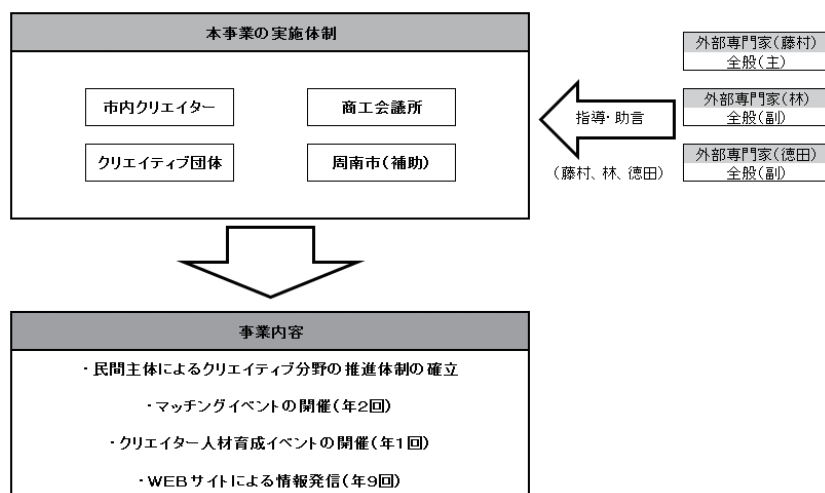
既に制作済みのWEBサイト (<http://shunan-creative.com/>) において、市内クリエイターとのミーティング開催報告やイベント開催報告、クリエイターインタビューなどをWEBサイトに掲載し、一層の情報発信を図る。

また、東京で活躍する周南市出身の経営者に対するインタビュー記事も複数掲載するなど、引き続き、コンテンツの充実を図る。

### 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

市内クリエイター、市内クリエイティブ団体及び商工会議所がクリエイティブ分野における振興を行うにあたり、周南市が補助をしながら進めるもの。外部専門家は各専門性を活かした助言・指導を行い、事業成果を高める。

#### b 外部専門家の役割

藤村：民間主体による推進体制構築に関する助言、クリエイターの人材育成に関する助言、イベント開催に関する助言、WEBサイトによる情報発信

林：民間主体による推進体制構築に関する助言、クリエイターの人材育成に関する助言、イベント開催に関する助言、WEBサイトによる情報発信

徳田：民間主体による推進体制構築に関する助言、クリエイターの人材育成に関する助言、イベント開催に関する助言



## 4 事業実施スケジュール

| 月   | 取 組 実 施 内 容 |                                                                                                                                    |
|-----|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5月  | 17日         | ・第1回ミーティング：外部専門家による新組織での事業内容の提案及び意見交換                                                                                              |
| 6月  | 随時          | ・市と外部専門家による電話・メール等による打ち合わせ                                                                                                         |
| 7月  | 随時          | ・市と外部専門家による電話・メール等による打ち合わせ                                                                                                         |
| 8月  | 2日          | ・第2回ミーティング：外部専門家による新組織での事業内容の提案及び意見交換並びにマッチングイベントの実施に向けた今後の取組内容、役割分担等の整理                                                           |
|     | 3日          | ・企業訪問：新組織において実施すべきクリエイターの人材育成事業の方向性及び当該企業との連携についての確認<br>・市内クリエイターインタビュー：現在の仕事内容や、周南市、プロジェクトに対する思いなどについてのインタビュー<br>・ふるさと財団現地視察      |
| 9月  | 14日         | ・第3回ミーティング：外部専門家徳田氏の新組織への参画についての報告、新組織で担うことのできる役割の共有、新組織において安定して案件を獲得するための提携戦略の共有、マッチングイベントでのイベントの開催告知や参加クリエイターの募集など、広報の仕方を中心とした協議 |
|     | 14日         | ・企業訪問：クリエイティブ産業創出プロジェクトの取組み内容の共有及び意見交換                                                                                             |
|     | 15日         | ・市内クリエイター個別訪問：ミーティングの内容の報告                                                                                                         |
| 10月 | 24日         | ・第1回マッチングイベント                                                                                                                      |
| 11月 | 27～28日      | ・市内クリエイター等個別訪問（8名）：新組織への参画、協力についての意向確認                                                                                             |
| 12月 | 随時          | ・市と外部専門家による電話・メール等による打ち合わせ                                                                                                         |
| 1月  | 18日         | ・第5回ミーティング：外部専門家による新組織での事業内容の提案・意見交換、クリエイター人材育成イベントの実施に向け、今後の取組内容の整理                                                               |
|     | 22日         | ・ふるさと財団マネージャー報告会                                                                                                                   |
| 2月  | 随時          | ・市と外部専門家による電話・メール等による打ち合わせ                                                                                                         |
| 3月  |             | ・クリエイター人材育成イベント<br>・第2回マッチングイベント                                                                                                   |

## 5 主な成果

### a 推進体制強化に向けた支援

全5回のミーティングを通じて、新組織に参画する主なクリエイターの選定が終わり、そのメンバーを中心に、新組織で実施していく事業内容や役割分担、収益スキームなど、組織運営の詳細について協議を行い方向性を定めた。

今後は、新組織の提携先の獲得を図りながら、多くのクリエイターの参画を促し、新組織設立を目指す。



新組織設立に関心のある市内クリエイター等との打合せの様子

### b クリエイターの人材育成

教育事業に取り組んでいる市内の企業を訪問し、新組織において実施すべきクリエイターの人材育成事業の方向性及び当該企業との連携方法について確認を行った。

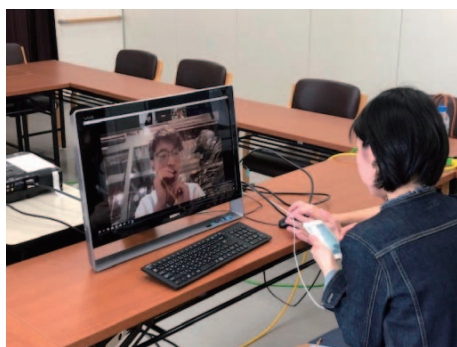
クリエイター人材育成イベントに向け、現在は、イベント講師との調整や、企画のブラッシュアップを行っている。

今後も、クリエイターの人材育成に知見のある事業所、団体等との連携を図りながら、市内クリエイターの人材育成の仕組みづくりに取り組む。

### c マッチングイベント開催

2018年10月に第1回目のマッチングイベントを開催し、WEBページ制作2件、パンフレット制作2件の都市部案件のうち、1件を市内クリエイターが受注した。現在は、3月開催予定の第2回目の開催に向け、東京で活躍する周南市出身の経営者を訪問し、プロジェクトの趣旨及び市内クリエイターの紹介を行っている。

12月に、市内クリエイター約50名を掲載した冊子「周南クリエイターポートフォリオ」を発行した。今後は、これを活用しながら継続的に企業訪問を行い、新組織へのクリエイティブ案件の受注を目指し、市内クリエイターのビジネス拡大に繋げていく。



マッチングイベントの様子



周南クリエイターポートフォリオ（一部抜粋）

#### d WEB サイトによる情報発信

2018年度は、ミーティング開催報告やイベント開催報告、クリエイターインタビューなど、7種類の記事をWEBサイトに掲載した。また、東京で活躍する周南市出身の経営者に対するインタビュー記事も複数掲載した。

WEBサイトの閲覧数は、開設当時と比べて増加傾向であり、市内クリエイターの巻き込みや地域住民へのプロジェクトの理解促進に資するツールとなっている。コンテンツの充実を図ることで、一層の魅力向上を図っている。



WEBサイトを活用したプロジェクトの情報発信（一部）

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

持続的な発展に向けた現在の課題としては i) 新組織へのより多くのクリエイターの参画促進、ii) 継続的な受注の確保など、新組織の安定的な運営手法の確立、iii) 市内クリエイター間の新たな繋がり（ネットワークの拡大・強化）、iv) クリエイティブ産業創出に向けた機運の醸成が挙げられる。

次年度以降については新組織と連携した取組みの実施、市内クリエイターが活躍できる機会の創出、クリエイティブ産業の誘致を進めていく。

## 7 外部専門家コメント

## 周南市クリエイティブ産業創出プロジェクト 外部専門家コメント



G&amp;C コンサルティング株式会社

代表取締役 藤村 雄志(左)

チーフディレクター 林 勇輝(右)

周南市のクリエイティブ産業の活性化を通じて周南市の地方創生に貢献するために本プロジェクトは発足。3カ年を持って民設民営による持続性あるクリエイター支援の組織作りを目標に掲げ、活動。本報告は3年目の取組みとなる。

## ●各地域の事業概要

「周南市クリエイティブ産業創出プロジェクト」とは、下記の流れで周南市をクリエイティブな人と仕事で溢れる街にしていくものである。

- 1 地元クリエイターの見える化、コミュニティ化
- 2 クリエイターにとってやりがいのある仕事を創る
- 3 全国に本プロジェクトの活動を発信
- 4 クリエイティブ関連企業の誘致、クリエイターの UIJ ターン獲得

## ●各地域の抱える課題、及びそれに対するアプローチ

クリエイティブ産業の創出を軸に地方創生を実現するにあたり、最大の課題は市内のクリエイターが案件を望むほどに獲得できていない点にある。その課題を下記の3点と細分化して認識し、アプローチを行った。

## 1 都市部のクリエイティブ案件が獲得できていない

「案件はあるがクリエイターがいない都市部」と「クリエイターはいるが案件がない周南市」という構図のミスマッチ解消のため、東京への営業代行機能の具体化と、都市部の案件誘致のためのテレビ会議による商談会を実施。結果1件の案件を受注し、周南市にいながら都市部の仕事を進められることを市内のクリエイターにも実感いただいた。

## 2 地元のクリエイティブ案件が市外に流出している

地元企業との対話の結果、地元のクリエイターとの接点がないことにより市外に仕事を外注しているケースが多く見られた。その接点を産み出し、「顔の見える関係性」を構築していくとともに、デザインの観点から経営課題に対し解決策を提案できる経営パートナーとしての地位を確立していく必要と、そのために必要なことを協議した。地元企業や経済団体などとも事業提携を進め、事業者への啓発や活動の発信を積極的に推進していく道筋を作ることができた。

## 3 地元クリエイターの強みや特色を効果的に発信できていない

周南市のクリエイターそれぞれが持つ独自の技術やデザイン力を、効果的に地元内外に発信することが不足している。認知から案件獲得に繋げていくためにも、制作実績集の制作やプロジェクトサイトへのインタビュー掲載、地域に所縁のある都市部企業への訪問などから発信不足の解消を図った。

## ●取組を通じて得られた成果

地元のコアメンバー8名とともに会合を複数回実施し、前述の課題共有とそれを踏まえた事業化を検討。その過程で本取組みに賛同する東京の会社が周南市にサテライト進出を果たし、プロジェクトにも参画した。

上記のうち3名を中心に新組織設立に向けた取組みを加速させ、平成30年度末までの設立を目指す。今後も運営をサポートしていくことで、持続的な周南市の地方創生に寄与していきたい。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村



## 2-15 福岡県うきは市「“うきは”リライトプロジェクト ～古民家に灯を取り戻せ～」

### 事業概要

|       |                                                   |
|-------|---------------------------------------------------|
| 総事業費  | 10,497千円                                          |
| 助成申請額 | 6,684千円                                           |
| 外部専門家 | 徳永 煌季（HAN'S 株式会社 代表取締役）<br>小田切 俊彦（HAN'S 株式会社 取締役） |

### 自治体概要

|        |                               |
|--------|-------------------------------|
| 人口     | 30,293人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日） |
| 面積     | 117.5km <sup>2</sup>          |
| 人口密度   | 257.90人/km <sup>2</sup>       |
| 標準財政規模 | 8,944,306千円（平成29年度市町村別決算状況調査） |
| 財政力指数  | 0.37（平成29年度市町村別決算状況調査）        |
| 経常収支比率 | 93.5%（平成29年度市町村別決算状況調査）       |
| 担当課室   | 遊休施設等活用プロジェクトチーム              |

### 取組概要

| 事業開始時点                                                                                                                             | 外部専門家による支援                                                                                                                                       | 事業終了時点（成果）                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 滞在型ではなく周遊型観光が中心</li> <li>■ 観光資源である「重要伝統的建造物群保存地区」が活かされていない</li> <li>■ 観光消費額の低迷</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ まちづくり団体の設立に向けた支援</li> <li>■ 重要伝統的建造物群保存地区における遊休施設を活用した新たな取り組み</li> <li>■ 大学生と連携した古民家活用プロジェクト</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 『まちづくり事業連絡会』の設立</li> <li>■ 市の遊休施設を活用したサテライトオフィス化</li> <li>■ 地域・大学・公共機関等と連携した古民家活用に対する報告会の開催</li> </ul> |



重要伝統的建造物群保存地区  
（筑後吉井地区）



市内外の企業・地域住民による  
まちづくり事業連絡会



大学生による古民家活用案の  
報告会



## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

うきは市は、福岡県の南東部に位置する人口3万人の市である。大分県との県境に位置し、福岡都市圏から車で1時間以内という近距離にありながら、九州一の大河「筑後川」や「耳納連山」に囲まれた、自然豊かな土地である。とりわけ一年を通して様々なフルーツが収穫されており、「フルーツ王国うきは」として広く親しまれているところである。

また、市内には平成8年、福岡県で初の「重要伝統的建造物群保存地区（以下「伝建地区）」に認定された白壁土蔵づくりの街並みが広がる「筑後吉井地区」、平成24年には山村部の茅葺き民家が広がる「新川田竈地区」も認定されるなど、全国でも数少ない1自治体に2カ所の「伝建地区」を有した市である。

しかし、多くの自治体が直面しているように、高齢化、若者の流出による人口減が危惧されており、この抑制が喫緊の課題となっている他、観光資源である伝建地区内や周辺に宿泊施設が少なく、滞在型の観光ではなく、周遊型の観光となっていることから、市が誇る観光地でありながら稼ぐ力を発揮できていない。RESAS データ（2014）によると、観光客1人当たりの域内消費額は、865円となっている。

このような状況下、国においても地域に残る古民家を活用した地方創生・地域再生を推進する「歴史的資源を活用した観光まちづくり」が確立され、まず取り組むべき内容として地域が自走できる状態を確立し、官民が一体となったまちづくりプランの作成が必要であるとの結論に至り、本事業を推進していくこととなった。

### b 事業の目的

うきは市では、平成27年9月8日に福岡県で第1号となる地方版総合戦略「うきは市ルネッサンス戦略」を策定し、「人口減（社会減）」を止めるべく『“うきは”の活性』に向けた基本方針を定め、地域経済の活性化に向け取り組んでいるところである。

また、実施にあたっては、うきは市の経済状況を踏まえ、身の丈にあった施策として地域資源の活用や再発見を戦略の基本的なスタンスとして掲げている。

これらを念頭に本事業においては、まず既存の観光資源である「伝建地区（筑後吉井地区）」において、『創業支援・企業誘致⇒魅力向上⇒集客増（活性化）』に繋がるスパイラルが継続されるよう関係構成団体で自走できるスキームを構築し、点としての整備ではなく、面的なまちづくりを地域自らが考えることで、現実的で持続可能な取り組みを進めていく。

これにより、多様な人材が地域の中で活動することにより、新たな事業所の立地だけではない異種間事業者の交流など様々な波及効果（人が人を呼び込む流れ）を期待するものである。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2 事業実施内容

### a 体制整備

プロジェクトの推進を図る上で核となる人物の人選を行うため、まずは市において地域で活動している熱意ある人物（事業者や団体等）の抽出を行い、外部専門家との面談を経て、組織の体制づくりを行う。

### b 現状把握・課題整理

うきは市の現状を把握するため、地域の空き家（古民家）の調査、確認を行う。

### c 地域資源の発掘・商業可能性の調査

市が公開施設として無料で活用している伝統的文化施設（古民家）の有効利用を検討。

### d 実施計画の具体化

体制整備や課題整理の進捗と併せ、年次計画を含めた戦略の具体化を関係者間で進める。

### e スキームの構築

事業実施体制においては、地元関係者だけではなく、うきは市と連携している民間企業や個人事業者を含め、希望する企業とのマッチングや新たな事業展開などに繋げていくスキームの構築を目指す。

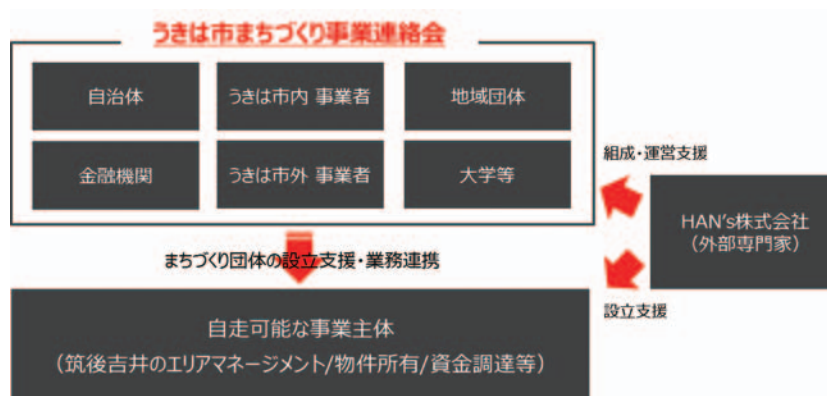
### f 地元住民との意見交換・調整

事業実施体制の構築に向け、地元関係者との意見交換を行う。

### 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

まちづくり団体の母体となる地域住民・団体、市内外の事業者、金融機関、自治体等からなる「うきは市まちづくり事業連絡会」を設立し、うきは市における今後のまちづくりのプラットフォームとして、各種情報の共有とともにまちづくり団体等の設立支援・業務連携を図っていく。

#### b 外部専門家の役割

地域が自走できる状態を確立するため、その母体となる「まちづくり事業連絡会」の組成・運営支援を行い、引き続き「まちづくり団体」等の設立・運営支援を行う。

## 4 事業実施スケジュール

| 月   | 取 組 実 施 内 容         |                                                                                    |
|-----|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 4月  | 13～16日              | 事業計画打合せ、現地確認（重要伝統的建造物群保存地区）                                                        |
| 5月  | 8～11日               | 現地調査（エリア調査）、関係機関協議                                                                 |
| 6月  | 18～21日              | 現地調査（空き家物件調査）、ワークショップ（飢肥地区事例）、地元・関係機関協議                                            |
| 7月  | 25～27日              | 空き家情報システム構築、地元・関係機関協議                                                              |
| 8月  | 28～30日              | サテライトオフィス可能性物件調査、資源活用検討                                                            |
| 9月  | 14日<br>25日<br>28日   | うきは市伝統的建造物リノベーション（大学打合せ）<br>「うきは市まちづくり事業連絡会」企画打合せ<br>うきは市伝統的建造物リノベーション（大学打合せ）      |
| 10月 | 9日<br>15～16日<br>23日 | うきは市伝統的建造物リノベーション（モデル家屋の現地視察）<br>地元古民家オーナーとの活用に向けた調整協議<br>うきは市伝統的建造物リノベーション（初回報告会） |
| 11月 | 13日<br>29日          | 「うきは市まちづくり事業連絡会」企画打合せ<br>「うきは市まちづくり事業連絡会」運営打合せ                                     |
| 12月 | 3日<br>7日<br>26日     | 地元古民家オーナーとの活用に向けた調整協議<br>「うきは市まちづくり事業連絡会」開催<br>うきは市伝統的建造物リノベーション（中間報告）             |
| 1月  | 8日<br>19日           | うきは市伝統的建造物リノベーション（事前協議）<br>うきは市伝統的建造物リノベーション案報告会                                   |
| 2月  | 6日                  | 地元古民家オーナーとの活用に向けた調整協議                                                              |

## 5 主な成果

### a 体制整備

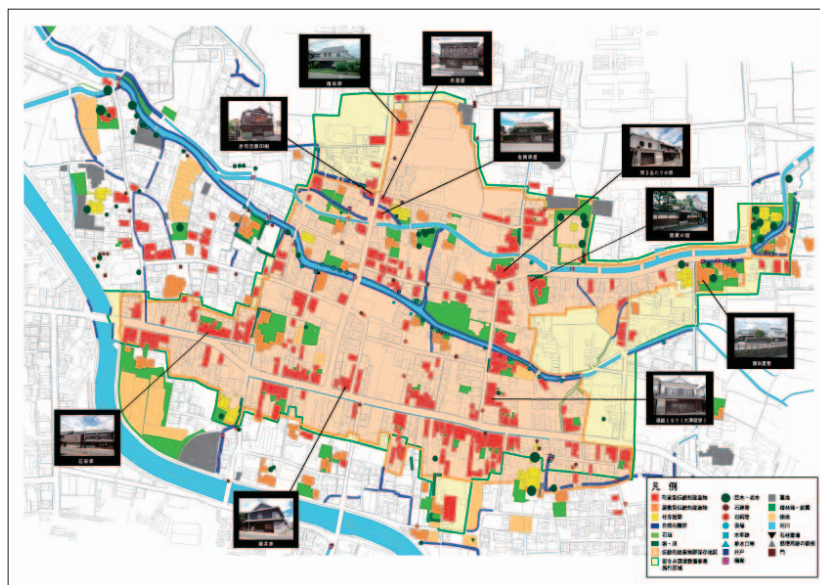
自走可能な組織設立のため、地元や企業とのヒアリングを実施していく中、うきは市内においても同様の分野で活動している団体が存在するなど、横の連携（情報共有）が充分ではないところが見受けられたことから、まずは市内外で活動している企業、金融機関、核となる人物や自治体とともに情報の一元化を図るためのプラットフォームとなる「うきは市まちづくり事業連絡会」を有志により発足した。



21団体（約60名）が参加

## b 現状把握・課題整理

空き家の情報の一元化・共有化を図るため、GoogleMap を活用したシステムを構築した。



空き家情報マップ

## c 地域資源の発掘・商業可能性の調査

市の文化財として無料で公開している古民家の新たな可能性を調査した。「サテライトオフィス」または「コワーキングスペース」としての新たな可能性を調査するため、首都圏等の企業を招いてのヒアリング等を市とともに実施。

## d 実施計画の具体化

事業目標として次年度以降に策定を予定しているグランドビジョンの策定に向け、3つの取組方針「滞在拠点の計画的整備」、「自走組織の人材育成」、「うきは独自の体験開発」の具体的な実施計画をとりまとめた。



事業計画の取組方針

## e スキームの構築

「うきは市まちづくり事業連絡会」とともに、実施計画の取組方針を共有しながら核となる地域住民や企業と連携し、自走可能な組織、さらには新たな事業展開を推進していくことを確認した。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村



## f 地元住民との意見交換・調整

「うきは市まちづくり連絡会」を通じ、地元住民並び地元団体（自治協議会やNPO等）、企業との意見交換会を実施することで、今後のまちづくりへの理解を得ることができた。また、近隣大学生との交流（伝統的建造物リノベーション案報告会）も併せることで更なるまちづくりの活性化を図っていくことが可能となった。



大学生との現地視察



リノベーション案報告会

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

本事業では、まちづくり団体の母体（プラットフォーム）として、地元住民や団体、企業、自治体、金融機関、大学等からなる「うきは市まちづくり事業連絡会」を設立し、企業間や地元、自治体との横の連携を密に図っていくスキームを構築することができたが、今後は、まちづくり団体を自走していく仕組みをつくるため、市の公開施設の指定管理業務（シェアオフィスとしての活用）といった市からの委託事業のほか、民間宿泊施設の運営維持管理などの事業請負等も視野に入れた事業展開を図っていく必要がある。

また、「うきは市まちづくり事業連絡会」等と連携の上、下記の3つの取組方針を柱とした事業推進を図る。

|                |                                                                                                                                                   |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 滞在拠点の<br>計画的整備 | <ul style="list-style-type: none"> <li>◎開発のためのグランドビジョンの作成</li> <li>◎各開発施設候補の機能まとめ</li> <li>◎モデル物件の開発&amp;事業実施</li> <li>◎各施設開発スケジュールの整理</li> </ul> |
| 自走組織の<br>人材育成  | <ul style="list-style-type: none"> <li>◎組織づくりのための人材育成</li> <li>◎自走可能な組織づくり</li> <li>◎事業実施</li> <li>◎観光業人材育成</li> </ul>                            |
| うきは独自の<br>体験開発 | <ul style="list-style-type: none"> <li>◎“うきは”ならではの体験の整理</li> <li>◎体験企画</li> <li>◎体験提供体制の整備</li> <li>◎事業実施</li> </ul>                              |

今後の取り組み

## 7 外部専門家コメント



## 継続可能なまちづくり組織設立に向けて

HAN'S 株式会社 取締役 小田切 俊彦

## ●うきは市概要

福岡県うきは市は、豊かな自然と多様な歴史が残る街として平成17年に当時の浮羽町と吉井町が合併し誕生しました。九州一の大河である筑後川や耳納連山に囲まれた地域として、年間を通してフルーツに恵まれるなど豊かな自然の恩恵を受けており、また古くから街道や航路など交通の要衝であったために各時代ごとに特色ある文化が流入する地域でもありました。山間部と平野部にそれぞれ異なる趣向の伝建地区を抱えるなど、その土地らしさを考える契機となり得る環境が多く存在するのも大きな特徴です。

## ●うきは市の抱える課題と方向性

うきは市が抱える課題は大きく3つありました。①生産年齢人口の減少②宿泊観光客獲得の機会損失③空き家の増加です。多くの自治体の例に漏れず高齢化や若者の流出が問題になっており、前述の豊かな観光資源に囲まれながらも市内に宿泊施設が少なく観光消費を生み出せておらず、その豊かな街並みの中にも空き家が存在するといった状況です。そこでまずは本事業では既存の観光資源である「伝建地区（筑後吉井地区）」において、空き家を宿泊機能として利活用する事で観光消費を獲得し、地域らしさを守る新しい担い手づくりを目指すこととなりました。

## ●アプローチ

## ① まちづくり事業連絡会議の設置

うきは市はその豊かな自然が育む観光資源と特徴ある歴史的資源の豊富さから、多くの商業事業者が闊達に活動していますが、それらの活動の情報共有の場がありませんでした。市内外の事業者がまちの課題に対して連携して課題解決できる素地をつくるため情報共有や連携検討の場であるまちづくり事業連絡会を組織しました。

## ② 現況の把握・可能性の検討

課題となっている空き家情報について情報の一元化共有化のためのシステムを構築しました。また市の公開施設である古民家をサテライトオフィスやコワーキングスペースとして活用できるか検討を行いました。

## ③ 地元住民との意見交換・連携関係の構築

まちづくり事業連絡会議を通じ筑後吉井地区に存在する空き家の利活用について具体的な活用策を検討推進中です。リノベーション案については久留米工業大学の協力を得て、周辺観光資源と連携した利活用案を計画すべく、事業展開を検討中です。

## ●成果

以上により、まちづくりにおける情報共有関係を構築し、具体的な利活用案件を推進しながら新しいまちづくりの担い手づくりを行っていきます。今後は利活用事業の検討を踏まえ事業主体を組織し、様々な財源を確保しながら事業リスクを抑えたスモールスタートを実施すべく事業を推進していきます。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2-16 鹿児島県三島村「三島村焼酎蔵プロジェクト」

### 事業概要

|       |                                                  |
|-------|--------------------------------------------------|
| 総事業費  | 12,729千円                                         |
| 助成申請額 | 6,800千円                                          |
| 外部専門家 | 竹迫 昭人（瀨田酒造株式会社 専務取締役）<br>鎌田 賢治（株式会社九州経済研究所 部長代理） |

### 自治体概要

|        |   |                             |
|--------|---|-----------------------------|
| 人      | □ | 384人（住民基本台帳登録人口：平成30年1月1日）  |
| 面      | 積 | 31.4km <sup>2</sup>         |
| 人      | □ | 密度 12.23人/km <sup>2</sup>   |
| 標準財政規模 |   | 769,073千円（平成29年度市町村別決算状況調査） |
| 財政力指数  |   | 0.06（平成29年度市町村別決算状況調査）      |
| 経常収支比率 |   | 91.4%（平成29年度市町村別決算状況調査）     |
| 担当課室   |   | 定住促進課                       |

### 取組概要

| 事業開始時点                                                                                                                                                                               | 外部専門家による支援                                                                                                                                                                       | 事業終了時点（成果）                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 就労先が限られ、移住者の定住化のためには農林水産業の基盤強化と新産業の創出が必要</li> <li>■ 人口減少と高齢化のため集落機能の低下が懸念される</li> <li>■ 人口増や産業活性化のため、焼酎「みしま村」の現地製造化に向けたプロジェクトが始動</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 焼酎蔵建設及び焼酎製造に向けた技術支援</li> <li>■ 焼酎製造に携わる技術者（杜氏）養成のための技術支援</li> <li>■ 焼酎「みしま村」販売戦略策定のための助言</li> <li>■ 未利用資源を活用した新たな特産品加工に向けた助言</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 焼酎蔵プロジェクト推進協議会を年2回実施</li> <li>■ 「焼酎プロジェクト」ブログ開設</li> <li>■ 酒造免許取得</li> <li>■ 焼酎蔵完成・製造開始</li> <li>■ 地元老人会の協力で芋収穫</li> <li>■ 焼酎製造終了（平成30年12月）4月販売に向けて貯蔵甕にて貯蔵</li> </ul> |



焼酎蔵プロジェクト推進協議会



焼酎製造指導現場



焼酎蔵「無垢の蔵」

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

三島村の人口はそれぞれ竹島83人、硫黄島127人、黒島174人の計384人である。主要産業は、畜産を中心とする農業、島周辺の個人操業主体の漁業、公共工事を中心とする建設業が中心となっており、小規模離島のため産業基盤が極めて脆弱で、また、高齢化により廃業する事業者もみられ、農林漁業等の基盤産業の強化と人材の育成・確保が急務となっている。

黒島を中心とした村内では、焼酎の原料に最適なさつまいもの生産に取り組んでおり、これまで島外の醸造所に生産委託し、焼酎製造を行ってきた。焼酎「みしま村」は1本当たり900ml入りで1,800円であるが、毎年限定生産する2,000本は即日完売する人気商品となっている。

結果、従来2トンであったサツマイモの生産量が平成28年度ベースで3.5トンまで拡大している。また、休耕地が多くみられることから更なる増産が見込める。

こうした状況を踏まえ、人口増に資するための雇用場として、特区制度を活用して三島村直営の焼酎の醸造所を黒島に建設し、黒島を中心とした村内で生産された希少な品種のサツマイモと黒島の美味しい水を使って特産品焼酎「みしま村」の生産を行い、三島村の3島を中心に現地販売を行う計画である。また、見学可能な醸造所とし、新たな島の観光スポットとしても活用し新たな観光需要の喚起を行うこととしている。

### b 事業の目的

本事業は、これまで村内で栽培されたサツマイモを原料として島外に製造を委託していた焼酎を、黒島に焼酎蔵を建設し、公設公営で運営することで、黒島の水・サツマイモを使った、焼酎の生産体制を確立することを目指す。

この事業により、焼酎製造にあたって新規移住者や高齢者などの新たな雇用・就業機会が生まれることに加えて、建設する焼酎蔵は見学可能な施設とし、新たな島の観光スポットとしても活用し、観光需要を喚起することを目的とする。

現地での製造移行後も、品質維持のために大手酒造会社と技術支援協定を締結し、専門家を招聘することで、安定的製造と販売の確保を図る。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村

## 2 事業実施内容

### a 協議会

「みしま焼酎蔵プロジェクト推進協議会」を組織し、「焼酎用芋の栽培」「焼酎蔵雇用促進」「焼酎蔵稼働計画」「焼酎販売計画」等、今後の事業実施に向けての議論を行う。

### b 焼酎蔵の建設

焼酎製造にかかる設備ならびに焼酎蔵「無垢の蔵」の建設を行う。

### c 酒造免許取得

種類製造免許申請を提出し、酒造免許を取得する。

### d 焼酎製造

外部専門家である濱田酒造(株)と焼酎製造技術支援業務委託契約を締結し、焼酎製造を開始する。

### e 事業展開

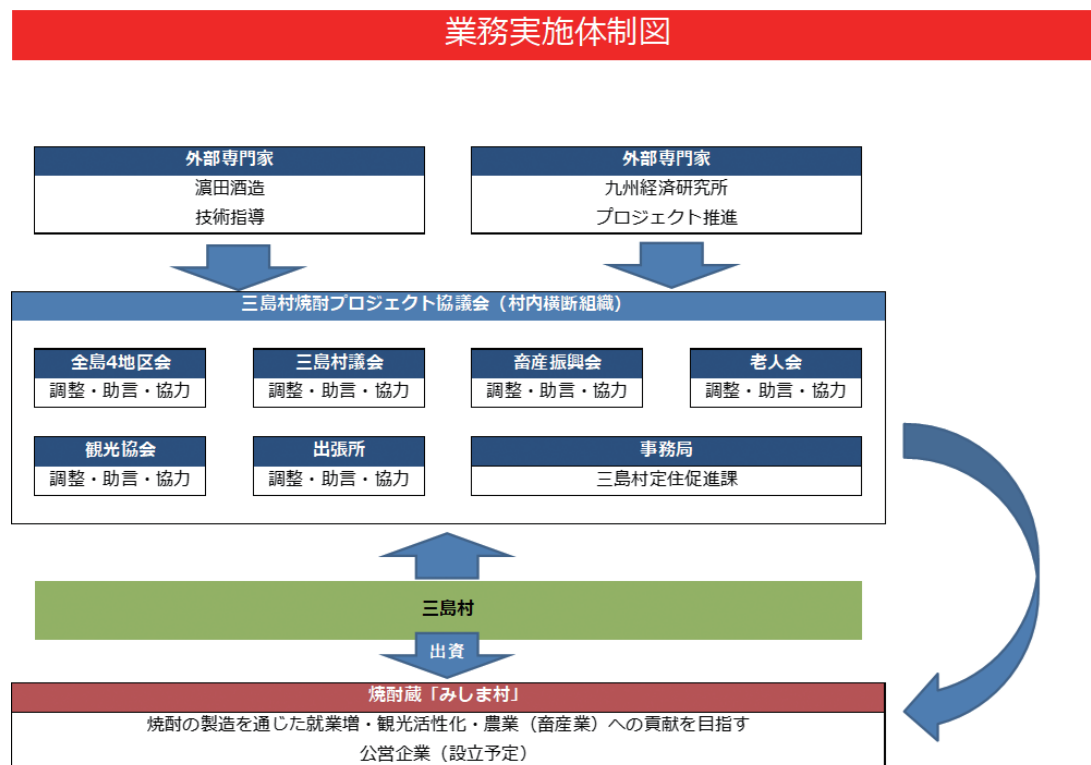
「焼酎プロジェクト」ブログ開設のうえ、焼酎「みしま村」のブックレットを作成し、情報発信を行うとともに、「無垢の蔵」で製造される焼酎「みしま村」のラベルをリニューアルする。



### 3 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



#### 体制の概要

本事業は、村内横断組織である「三島村焼酎プロジェクト協議会」が主体となって事業を推進する。焼酎蔵の建設は、三島村が公設公営で行うものとし、事業開始から5年間は村営で行うことを想定している。

#### b 外部専門家の役割

外部専門家である濱田酒造(株)は、焼酎蔵建設に関する技術支援を行うとともに、杜氏に対して焼酎製造に関する技術指導を行う。

また、(株)九州経済研究所は、「三島村焼酎プロジェクト協議会」の運営支援を行い、製造する焼酎の販路開拓、焼酎のラベル・販促用ブックレットの作成指導を行う。さらに、焼酎用以外の余剰のサツマイモを活用した特産品加工等の助言を行う。

## 4 事業実施スケジュール

| 月   | 取 組 実 施 内 容               |                                                                                |
|-----|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 4月  | 23～25日                    | ・焼酎蔵建物建設から設備設置における切り替え作業の協議                                                    |
| 5月  | 8～10日<br>11～13日<br>18～21日 | ・鹿児島大学准教授原料芋畑現状調査・苗植え指導<br>・焼酎蔵設備設置状況確認、設置指示<br>・協議会および販売促進、プロジェクトブログ開設に向けての協議 |
| 6月  | 18日                       | ・ブログ開設に向けての協議およびラベル・化粧箱デザイン協議                                                  |
| 7月  | 19日<br>24～26日             | ・第1回みしま焼酎蔵プロジェクト推進協議会<br>・焼酎蔵設備設置確認、試運転作業                                      |
| 8月  | 7～8日                      | ・焼酎蔵設備設置および製造工程の確認                                                             |
| 9月  | 8日<br>9～12日               | ・焼酎蔵「無垢の蔵」落成式<br>・焼酎蔵設備設置状況確認、製造準備                                             |
| 10月 | 23～30日                    | ・焼酎製造技術指導、焼酎製造開始                                                               |
| 11月 | 1日<br>17～20日<br>20日       | ・焼酎1次仕込み開始<br>・鹿児島大学農学部原料芋畑収穫研修<br>・焼酎の販路、販促ツール等の協議                            |
| 12月 | 11日<br>13日                | ・今後の販売戦略等についての協議<br>・焼酎製造貯蔵甕仕込み終了                                              |
| 1月  | 12～15日                    | ・焼酎製造濾過作業技術支援                                                                  |
| 2月  | 7日                        | ・第2回みしま焼酎蔵プロジェクト推進協議会                                                          |

## 5 主な成果

### a 焼酎蔵の建設

7月末に、焼酎蔵設備・建物すべてが完成し、試運転を済ませた後9月8日に落成式典を開催した。



落成式の模様

## b 酒造免許取得・焼酎製造開始

平成30年9月5日付で酒造免許を取得し、同年10月30日より、焼酎の仕込みを開始した。



焼酎仕込みの様様

## c みしま焼酎の事業展開について

平成30年みしま焼酎プロジェクトの情報発信用のブログを開設した。また、瓶・化粧箱・ラベルのデザインについてリニューアルを実施した。



開設したブログ



リニューアルしたラベルデザイン

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

本年度の事業において、焼酎蔵「無垢の蔵」が完成し、特産品焼酎「みしま村」の現地製造が可能となった今、焼酎販売および地元特産品の販売を軌道に乗せ、この焼酎蔵を効率的かつ効果的に運営していくことが、喫緊の課題である。

まずは、焼酎の販売を軌道に乗せ、当面公設公営で運営する焼酎蔵を最終的には民営化し、収益性のある施設にすることが必要であり、今年度は瓶や化粧箱、ラベルのリニューアル、ブックレットの作成、ブログの開設などを行ったが、こうしたツールを活かして、効果的に販売するとともに、三島村の知名度を上げ、島への来訪者を増加させる取り組みも求められる。

焼酎の販売戦略としては、ブログでの販売、ふるさと納税の返礼品としての販売、都市部のテナントでの販売など複数アイデアはあるものの、具体化されていないのが現状である。今後は、より具体的な販売戦略を構築し、新酒完成後、地元の特産品と合わせて販売を開始する体制を整

える必要がある。

また、焼酎蔵は新たな観光スポットとしての期待も担っており、工場見学の受入体制の整備、観光客により多く地元で消費してもらうための土産品販売、食事提供、宿泊等の仕掛けづくりも求められる。こうした取組には、地域おこし協力隊を経て焼酎蔵で杜氏として活動している坂元巧斉をはじめ、平成30年11月より採用になった地域おこし協力隊と地域住民が一体となって取り組んでいく必要があり、今後は協働していく組織体制を整備していくことも求められる。

原料芋の生産体制が整ってきており、今後原料芋の生産量が増加し、余剰芋が発生することが見込まれる。この余剰芋を使った特産品開発も必要であり、そうした人材の確保・育成も求められる。また、焼酎蔵から排出される焼酎粕の有効活用も喫緊の課題となってくるものと思われる。

焼酎の製造を通して、三島村ににぎわいを創出し、知名度を上げていくことで、移住者の増加を図っていくことも本事業の大きな目的の1つとなっており、その実現を目指す。移住者の増加が、年々減少している村の労働力を支え、さらなる村の発展に寄与することにつながっていくものと思われる。

## 7 外部専門家コメント



## 島の芋・水を使った特産品焼酎づくり

濱田酒造株式会社 専務取締役 竹迫 昭人

焼酎の仕込みは順調に進みましたが、焼酎の製造・販売は工場だけでできることではありません。工場運営には村民の理解と意識の醸成は継続して取り組まなければならないことであります。良質の焼酎を造るには村民の協力による良質のさつま芋の生産、そして増産体制の構築は必要不可欠となるでしょう。焼酎粕の利用促進も大切な課題です。造り手は技術を身に付け、更なる力量向上を目指さなければなりません。そして商品企画、情報発信とまだまだ成功への道のりは長く長いと思われませんが、しっかり前を見て進めていってほしいと思います。初回焼酎の製造は終了し、様々な問題点も発見できていると思います。問題解決を進めつつも、商品化はいよいよ仕上げの段階に入っていきます。商品企画及び販売では三島村焼酎のイメージをどのように作り上げるか、また、付加価値を如何に高められるかが経営上重要となってきます。長期貯蔵や新商品の開発など新たな視点での焼酎造りも進めていく必要があるでしょう。更に、焼酎蔵の建設から他の産業の振興、定住促進、観光など派生する効果を生み出す原動力としなければなりません。焼酎の製造・販売に留まらない活動・展開が期待されます。

地元産焼酎で  
雇用の創出と交流人口の拡大を！

株式会社九州経済研究所 部長代理 鎌田 賢治

## ●今回の事業の概要

三島村では、昨年度に引き続き、これまで島外に製造委託していた焼酎を地元の焼酎蔵で製造する「焼酎プロジェクト事業」を推進している。これは、焼酎製造過程での雇用の創出と焼酎蔵見学による交流人口の拡大を目的とし、村の地方創生総合戦略の基本目標に合致する。

## ●地域の抱える課題・アプローチ、取り組みを通じて得られた成果

三島村は人口384人で少子高齢化が進展し、地域活力が衰退してきている。これに対して地域に雇用を創出し、移住・定住人口を増加させることが必要となっている。本事業は、こうした状況下、これまで地元のサツマイモを原料として島外に製造委託していた焼酎を地元の工場で製造販売可能にすることで、雇用を創出していこうとする取組で、併せて、焼酎工場を新たな観光スポットとすることで、交流人口も拡大させようという取組である。

焼酎工場が竣工し、焼酎蔵で原料加工や焼酎製造に係る雇用が具体的に創出された。また、移住者に対して、島の情報発信のためのブログ作成業務を委託したり、各種デザインを依頼したりするなどの新たなしごととも生まれている。現在、ブログを通じて島および焼酎の情報発信をしており、平成31年4月に完成する三島村のオリジナル焼酎の販売に向けて、その戦略を構築しているところである。次年度以降は、製造された焼酎を島外に販売していくことで、村に外貨をもたらすとともに、知名度を上げ、島外への人口流出を抑えつつ、移住者・交流人口の増加へつなげていくことが必要である。

北海道  
石狩市北海道  
むかわ町岩手県  
陸前高田市新潟県  
阿賀町石川県  
羽咋市福井県  
高浜町福井県  
若狭町山梨県  
甲府市長野県  
中川村静岡県  
南伊豆町大阪府  
池田市奈良県  
吉野町和歌山県  
広川町山口県  
周南市福岡県  
うきは市鹿児島県  
三島村





## 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市町村に対して外部専門家を2泊3日派遣して、現地調査を行い、地域再生の方向性に関する提言を行った。

|   | 実 施 時 期          | 派 遣 先    |
|---|------------------|----------|
| 1 | 平成30年6月5日～6月7日   | 和歌山県すさみ町 |
| 2 | 平成30年6月25日～6月27日 | 群馬県館林市   |
| 3 | 平成30年7月4日～7月6日   | 愛媛県内子町   |
| 4 | 平成30年11月5日～11月7日 | 熊本県人吉市   |
| 5 | 平成31年1月9日～1月11日  | 福島県古殿町   |
| 6 | 平成31年1月29日～1月31日 | 福島県鮫川村   |

今年度の外部専門家派遣では、大きく2つの種類の診断が見られた。1つは地域の資源を活かした新商品やブランディングであり、和歌山県すさみ町、群馬県館林市、福島県古殿町、福島県鮫川村が該当する。もう1つは人口減少・少子高齢化が進む中で、定住人口や交流人口、関係人口の拡大に向けた方向性や具体的な方策の提言を求めているものであり、愛媛県内子町、熊本県人吉市が該当する。

種類は異なる外部専門家派遣ではあるが、外部専門家からの助言としては「地域としての方向性」の検討とそれを地域住民で共有することが重要であるということが示されている。

- ・すさみ町「漁獲高に影響されない町の『軸』づくりの重要性」
- ・館林市「各団体の活動・取組、観光・文化資源を一つの地域ブランドとして確立」
- ・内子町「団体別ではなく、各々の役割を明確にした地域全体のマーケティング戦略を担う」
- ・人吉市「地域の魅力や訪問ターゲットを明確にしたコンセプトづくり」

等が代表的であった。

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

## 1-1 和歌山県すさみ町

平成30年6月5日～6月7日

外部専門家：井 上 弘 司（CRC 地域再生診療所）

濱 博 一（株式会社アスリック）

### 地域の問題意識

すさみ町は太平洋に面した豊かな漁場を持つ人口4,140人の町である（平成30年1月現在）。カツオ・イセエビに代表される海産物など第1次産業が盛んであったが、近年は不漁の影響も大きい。また、過疎化・少子高齢化も顕著であり、高齢化率は県内3番目に高い。

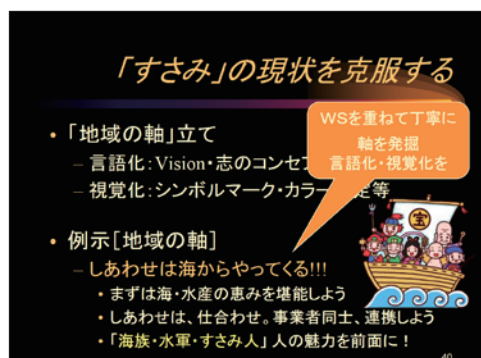
こうした状況の中、町では、海産物だけではなく、特産品の一つである「イノブタ」を活用したPRを行い、交流人口の増加・町の知名度向上に取り組んでいるものの、効果的な誘客には至っていない。また、2015年4月には国道42号線沿いに道の駅「すさみ」がオープンしたことから、新たな地域資源の掘り起こし・すさみブランドの創出などによる地域活性化の方向性等について助言が求められていた。

### 外部専門家からの提言

地域のコンセプトをいかにすべきかを町民主導で確立し、カツオの不漁など外部環境の変化に左右されない町の軸づくりの重要性を中心とした提案がなされた。

濱氏からは、すさみ町はこれまでの商品開発から、話題を捉えて実行に移す力はあるものの、地域の軸となるブランドコンセプトが確立されていないため、一過性となっている点が挙げられた。まずは町民で研究会を立ち上げ、町内事業者間の情報交換や地域ブランディングの研修を行った後、町民ワークショップの実践によって、地域の軸を立てること。さらに、道の駅に関しては、ハード整備の前段階として、テストマーケティングを兼ねたイベント実施を繰り返す必要性について提案がなされた。

井上氏からは、すさみ町に必要なものはハード事業ではなく、持続的な地域づくりを可能にするための人材育成・確保であるという観点から、移住・定住促進を図るための地域の暮らし方を「おすそわけ」し、共感したよそ者の居場所を作るという考え方が示された。その第一歩として、地域の住民・事業者が一体となった地域主導型観光の必要性が説かれ、「体験」の提供だけでなく、「暮らし方」の提案として、地域の食・文化にスポットを当てた風土ツーリズムについて各地の事例が紹介された。



### 地域主導型観光で課題を解決する

- ① リークエージを減らすバイ・ローカル運動の推進
- ② 移住・定住を促す「みんなが主役」づくり
- ③ 「まちづくり」の果実を観光とする活動の推進
- ④ 「観光業」から「感動業」への脱皮を図る

## 1-2 群馬県館林市

平成30年6月25日～6月27日

外部専門家：枋 尾 圭 亮（株式会社船井総合研究所）

前 田 香保里（ケイ・コンソナンス）

### 地域の問題意識

館林市は、群馬県の南東部に位置する人口76,621人の市である（平成30年1月現在）。平成17年の7.9万人をピークに人口減少に転じており、特に館林駅東側の中心部では人口減少に伴う空き家の増加や、商店街の後継者不足などの課題を抱えている。

市は、館林城主であった第五代将軍・徳川綱吉にちなんだ「城下町たてばやし」のビジョンを掲げ、点在する観光・文化資源を活かした地域活性化に取り組んでいる。具体的には歴代館林城主が整備した「つつじが岡公園」の日本遺産登録に向けた動きや、地域限定小麦として確立した「百年小麦」とその小麦を使用した「百年鰻鮓」のPRであるが、その他市内に点在する観光・文化資源の連携、効果的な資源の強みの生かし方について助言が求められていた。

### 外部専門家からの提言

館林市が持つ多様な観光・文化資源を確立された一つの地域ブランドにするためには、各団体の活動・取り組みをつなぎ合わせることの必要性を中心とした提案がなされた。

枋尾氏からは、都心からのアクセス・商圏人口の大きさなどに加えて、歴史・人・自然・食など多様な地域資源を有する館林のポテンシャルを高く評価する一方で、入込観光客数が170万人（平成28年）と国内の観光ブランド地と比較すると今一歩であり、つつじが岡公園に代表される季節偏重型の観光地であることが指摘された。枋尾氏は、本来の館林ブランドは、特筆すべき地域文化の集合体であるべきとして、その中でも食文化に関しては、百年小麦・百年鰻鮓は食のアワードを活用した権威化の事例、ならびに今後のテストマーケティングとして、市民で作る「館林ラーメン：たてら」のブランド化の方策が示された。

前田氏からは、枋尾氏と同じく点在する資源の再点検と磨き上げ、つなぎ合わせの必要性が指摘され、多様な来訪目的に合ったもてなしの一工夫として、それぞれの施設・体験ごとに具体的な工夫の観点についての提案がなされた。

・文化Connect Tatebayashi 食文化をつなぐ  
「食文化をつなぐ」においては3ステップでブランド化！



#### ステップ3. 麵から粉へ！粉文化の創造

- 麵（うどん・ラーメン）の後に粉食文化そのものの創造に着手。
- ブランド化された百年小麦を他業種にも展開し、幅を広げた展開を行う。



#### ステップ2. たてら のブランド化（多品種テストマーケ）

- 館林ラーメンのブランド化。
- ただし、これまでの上位の品種しぼりではなく、食べ方、過ごし方を含めた定義を市民レベルで考案する。



#### ステップ1. 百年小麦、百年鰻鮓のブランド化（王道）

- 現在展開中の百年小麦、百年鰻鮓のブランド化
- 手法としては、イベント突破、資格取得によるトップダウンと記念日・給食導入によるボトムアップの運動を実施



### 交流人口を増やすにあたって 考えるヒント

1「食」をつなぐ

2「体験」をつなぐ

3「ビジョン」をつなぐ

訪れる人の視点に立ってもう一工夫！



## 1-3 愛媛県内子町

平成30年7月4日～7月6日

外部専門家：高橋 一 夫（近畿大学 経営学部）

養父 信 夫（一般社団法人九州のムラ）

### 地域の問題意識

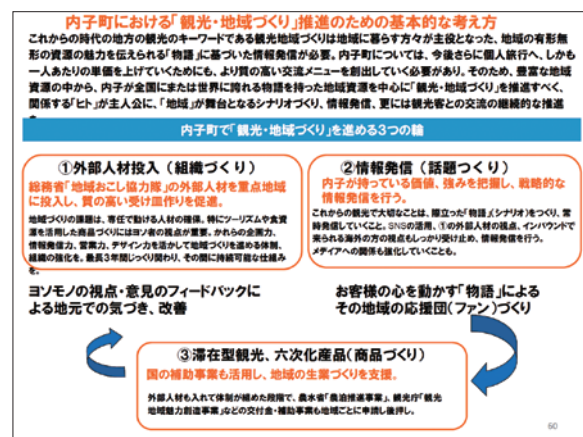
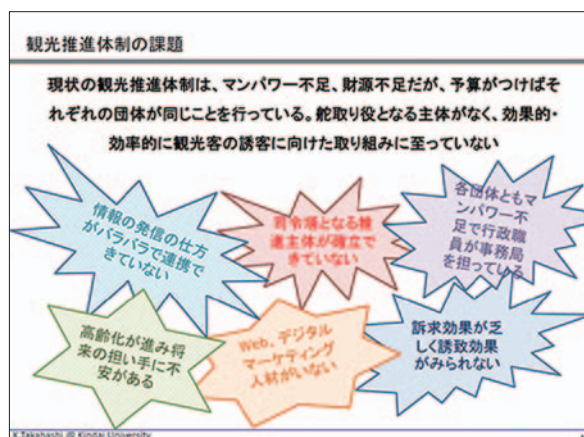
内子町は、昭和57年に選定された八日市護国の重要伝統的建造物群保存地区や、重要文化財内子座など歴史的建造物を中心とした町並観光を核とする人口16,927人の町である（平成30年1月現在）。町では、「町並から村並、そして山並みへ」を掲げ、景観保全と文化振興によるまちづくりを中心地外へも広げている。しかし、それぞれの分野に主体となる団体は存在するものの、規模は小さく、また慢性的な担い手不足を抱えており、農泊やインバウンド対応など今後の展開に向けて、中核となる組織作りの方策、観光振興等についての助言が求められていた。

### 外部専門家からの提言

現状の観光推進体制として、各団体の活動が重複しているため、観光協会等が主体的に地域全体のマーケティング戦略を担い、インバウンド・グリーンツーリズムなど観光関連組織は受入体制を整えるという役割分担の観点から提案がなされた。

高橋氏からは、前述した観光推進体制の役割分担に加えて、これからの観光については、従来の日本のマーケット対応ではなく、外国人観光客誘致は必須とした上で、WEB・SNSを活用した効果的なマーケティング・プロモーション活動の必要性が指摘された。また、観光に関わる国の推進施策として、自家用自動車の有償運送やエリアマネジメント負担金制度の紹介がなされた。

養父氏からは、主に農山村部での誘客受け入れ態勢についての提案がなされた。具体的には、まず地域おこし協力隊等の外部人材を活用し、質の高い受け皿の確保を実現した上で、町が持っている強みを際立った「物語（シナリオ）」としてSNS等を活用して常時外部に発信する必要性が示された。それらのステップを踏み、最終的なインバウンド滞在型観光商品づくりのためには、まずモニターツアーを実施するという試行的取り組みの重要性についての提案がなされた。



#### 1-4 熊本県人吉市

平成30年11月5日～11月7日

外部専門家：谷 本 亙（まち&むら研究所）

中 島 淳（株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ）

## 地域の問題意識

人吉市は国宝青井阿蘇神社や国指定史跡人吉城跡等、多数の文化資源を有する市であり、平成27年には周辺自治体とともに文化庁から「日本遺産」、平成29年には日本イコモス国内委員会から「日本の20世紀遺産20選」に認定されている。平成30年には日本遺産人吉球磨エントランスセンター「くまりば」がオープンした。

これらの資源を活用して、将来的な定住人口増加、関係人口増加を図りたいと考えており、「くまりば」の活用及び観光振興に向けた助言が求められていた。

## 外部専門家からの提言

人吉市の観光客を迎えるにあたり、他にはない豊富な観光資源、受入環境の充実度は非常に魅力的であるとする一方で、地域住民がその魅力を把握すること、そして地域としてどのような魅力を打ち出したいか、そしてどのような人に来てほしいと考えているかといったコンセプトメイキングをすることの重要性が指摘され、個別の提案がなされた。

谷本氏からは観光客の目を惹くための情報発信の重要性、夜に営業している飲食店の多い人吉市が観光による収入を得られやすい環境にあることなどについて具体例を挙げて示された後に、地域への来訪目的はその地域にある特定の「人」が介在する専門「店」であり、来訪資源であるとの説明がなされた。人吉市においても、「情報提供」、「地域の物産・企業のアンテナショップ」、「2次交通のターミナル」、「観光支援組織」、「代表的な飲食」、「来訪者支援」などの機能を詰め込んだ一体的な施設を機能として提供することが有用であるとの提案がなされた。

中島氏からは、「住んでよし、訪れてよし」が地域再生の基本的な考え方であり、それを実現するのは地域にいる人であるとの説明がなされた。地域の人が地域の魅力を高め、それを語ることが出来るようになることが重要であるとの指摘がなされ、それを実現するために、「[「地元の」日本遺産を地域住民で見直す]」、「エントランスセンターの対象をまず地元住民にする」、「ヒトの発掘から始めましょう」、「人吉市を核とした広域展開の仕方」、「実施主体は行政の外に」といった5つの段階に応じた提案がなされた。

### 夜と朝の間に波及効果が

- 宿泊するかどうかで1万5千円から2万近い消費額の差が出て来る。  
朝飯食っての時間短縮大。朝飯家もあり。
- 人吉は近距離バス、近頃、遠くからの来訪があるが宿泊促進は必要である。  
施設とともに環境を整える。食、温泉、夜、の街。贈り、飲み屋に  
も、多様な飲食。
- スナック・BARは日本国産の教育文化であり、外からの人がハードル  
を上げるとすれば弊害がわかるようにスナックガイドはあるべきである。  
• 長野の松本ではすでにスリッパ着けバーを前面に夜の街を演出する。  
松本BAR紀行を発信。

塩崎がそこそこ豊かに生活が送れている。家賃を駆け抜けての「家の国」松本。夜の街が誇りにたっている。

「家賃の国」を駆け抜けての塩崎（なまき） 塩崎への夜を駆け抜けるのは塩崎は、  
家賃の国の塩崎へ行くのがムズカシク感じる。  
塩崎にこの夜がかけられるのは塩崎の夜を駆け抜ける。  
その夜の塩崎にこの夜を駆け抜ける。  
塩崎の夜は、松本が夜を駆け抜ける。松本の夜を駆け抜ける。  
シャッターガラスを取り出して行く。  
松本の夜に駆け抜ける。  
松本の夜に駆け抜ける。  
松本の夜に駆け抜ける。ここから松本へ。



- ①「暮らしの継続と自然・歴史・文化資源の保護」
- ②「地域固有の資源（ヒト）を活かした 交流の成立」
- ③「地域経済への貢献」

## 1-5 福島県古殿町

平成31年1月9日～1月11日

外部専門家：野 口 智 子（ゆとり研究所）

柳 田 剛 一（株式会社 ANA 総合研究所）

## 地域の問題意識

古殿町は、阿武隈山地の山間部に位置する人口5,419人の町である（平成30年1月現在）。町の「古殿八幡神社」では流鏝馬が伝統行事として守られている。稲作を中心として農業、林業を基幹産業として、酒・味噌・コンニャクなどの様々な特産品も豊富であるが、若者の町外流出・高齢化が進み、担い手の確保など持続可能な地域づくりが課題となっている。今後、町の計画策定を行うことから、住民が地域の魅力ある資源を再確認し、町が活性化するための機運醸成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

古殿町には、地域内外に通用する素晴らしい資源がある一方で、現時点ではその魅力が外部には伝わっておらず、知名度も低いことから、魅力を発信する一つの方法として、町の食・郷土を感じることでできるガストロミーツーリズムの可能性や、地域資源を見つめ直す視点・フレームについての提案がなされた。

柳田氏からは、古殿町を時間をかけてゆっくり歩き、食・自然・文化に触れてもらう「ONSEN・ガストロミーツーリズム」の可能性が示され、他地区での活動事例や具体的なコース案・事業の進め方についての提案がなされた。また、今後、古殿町に人を呼び込み、外部への情報発信を活発にしていくにあたり、その基盤となる Wi-Fi 環境等インフラ整備の必要性が指摘された。

野口氏からは、スローライフの考え方に基づく、町の資源の捉え直しについての提言がなされた。古殿町の郷土食など食文化や、流鏝馬を起源とした馬文化など様々な視点で町民がスローライフの考え方に照らして、町の資源に対する考え方を深めていく先に、今後のプロジェクト・イベント実施など大きな活動に繋がるという提案がなされた。



## スローライフの時代です。

| ファストフード     | ⇒ | スローフード              |
|-------------|---|---------------------|
| 速く、強く、大きく   | ⇒ | ゆっくり、しなやかに、小さくても個性的 |
| ハードをつくる     | ⇒ | あるものを活かす            |
| 画一的に        | ⇒ | 多様に                 |
| 行政がお金をかけてやる | ⇒ | みんなで知恵を出してやる        |
| 行政VS住民      | ⇒ | 協働                  |
| 難しい理屈で地域おこし | ⇒ | 楽しく美味しく地域おこし        |
| 男性中心        | ⇒ | 女性・若者・高齢者中心         |
| 東京          | ⇒ | 地方                  |
| 玄人          | ⇒ | 素人                  |
| 縦割り         | ⇒ | ネットワーク              |
| 与える・受ける     | ⇒ | 全員参加                |

⇒緩急自在でいきましょう 37



## 1-6 福島県鮫川村

平成30年1月29日～1月31日

外部専門家：澁澤寿一（NPO 法人共存の森ネットワーク）

塚田佳満（株式会社DMG フォース）

### 地域の問題意識

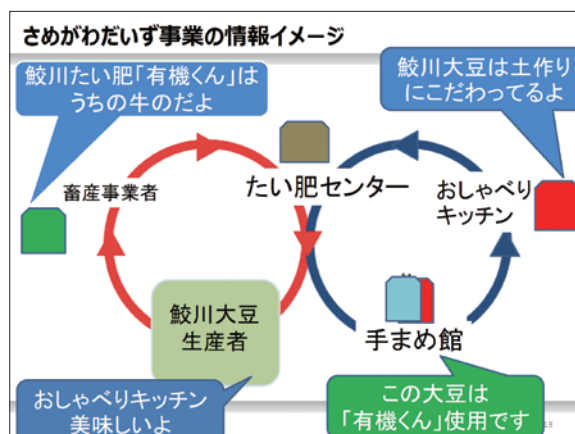
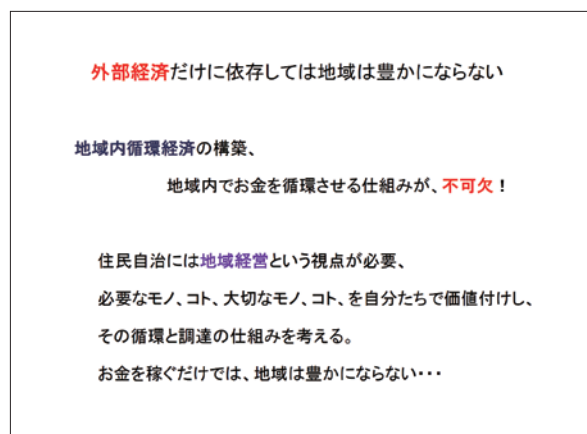
鮫川村は、福島県の南部に位置する人口3,518人の村である（平成30年1月現在）。村の基幹産業は水稻を中心とした農業と畜産であり、特に大豆を中心とした農業の6次化による「豆で達人村づくり事業」によって、高齢農家の新たな生きがい・生業創出、後継者不足に対応している。具体的には、大豆加工品を生産・販売する農産物加工直売所や、畜産農家が多いことから、堆肥化するための土づくりセンターを整備したが、今後は、農業の基盤づくりだけではなく、各拠点が結びついた連携強化が課題であり、これまでの取組の外部評価ならびに、村の資源の可能性についての助言が求められていた。

### 外部専門家からの提言

これまで村が取り組んできた循環型農業という理念をストーリーとして可視化し、各施設・商品に表現することや、域内経済循環の効果・地域人材の育成等の提言がなされた。

澁澤氏からは、これからの小さな村の生き方として、現在の住民の満足を追求するか、移住者を受け入れてでも再生を図るのかという村づくりの方向性を明確にする必要性が示された上で、岡山県真庭市の里山資本主義の事例によって、地域内経済循環の重要性と、まちのライフスタイルへの共感が次世代となる定住者を育て、地域を繋げていくという指摘がなされた。

塚田氏からは、地域経営・キャリア教育など人材育成の観点から、村の施設・事業を活用した地域経営者育成の必要性ならびに、オランダの教育システム・IoTを活用した先進的な農業高校の取り組み事例が紹介された。また、前述した村のこれまでの循環型農業の取り組みをストーリーとして確立し、生産者・直売所・個店など様々な主体が統一された村のイメージとして発信する必要性が提案された。



## 2 地域再生セミナー

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

|   | 開催日        | 開催都市   |
|---|------------|--------|
| 1 | 平成30年8月28日 | 福岡県福岡市 |
| 2 | 平成30年10月3日 | 富山県富山市 |



## 2-1 福岡県地域再生セミナー

|      |   |                           |      |
|------|---|---------------------------|------|
| 日    | 時 | 平成30年8月28日(火) 13:30~16:30 |      |
| 場    | 所 | 福岡県庁(3階講堂)                |      |
| 基調講演 |   | (株)日本総合研究所 主席研究員          | 藻谷浩介 |
| 事例発表 |   | (株)四万十ドラマ 代表取締役社長         | 畦地履正 |

セミナーは、ふるさと財団理事長稲野和利の挨拶に続き、藻谷氏による「地域の『稼ぐ力』をどう上げるか?」と題した基調講演が行われた。続いて、畦地氏より、「四万十のあしもとにあるもの」をテーマに地域における取組事例が紹介された。

藻谷氏からは、地域活性化のための5段階のステップにつき言及する上で、地域振興を進めるための課題等について、日本及び福岡における各種具体的な指標を用いて講演頂いた。

### 〈藻谷氏講演のポイント〉

- ・日本は少子高齢化ではなく、子供と大人が減って老人が増えているという見方が正解である。
- ・福岡は人口増加のイメージがあるが、実際は出生率が低いところを他県からの流入者で補っているだけであり長期的に福岡で人口は増えない。
- ・自らの地域で子孫を残し、互いに助け合う地域になることが重要。その為に、若い人が定着し、そこで子供づくりを行う環境作りが必要。
- ・具体的には、宮崎県西米良村、島根県隠岐郡海士町、香川県直島町等で人口流入が増えている。それら自治体に共通しているのは地域資源を有効活用している点である。一方で、世界遺産をかかえている高野山や吉野山等では転出増になっている。
- ・地域活性化のための五つのポイントとして、まず①知名度アップ、次に②客数増加、③売上増加、④所得増加、⑤地域内経済循環拡大のステップを踏むことで地域振興に繋がっていく。
- ・知名度向上こそが地域活性化と考えている人物は多いが、最終的に地域に資金が還流し、当該地に存在する法人・個人が潤うまでに至ることで、地域活性化が実現したことになる。

畦地氏からは四万十ドラマが取り組む「新聞バック」及び「栗」が紹介された。

#### 〈畦地氏講演のポイント〉

- ・ 四万十ドラマの新聞バックは当初、地元「高知新聞」だけを用いて製作していた。折り紙と同様の製法だが、その発端は捨ててあった新聞紙でモノを包むところから発想された。これがニューヨークの展示会で評判を呼び、高値で販売されることとなり、製作方法を教えるワークショップの開講に至った。その後も新聞バックは多様な形で国内及び世界的に展開し、タイやベルギー等に伝播するほか、東北震災以降は復興支援の為に南三陸町の NPO 団体が製造することとなった。「しまんとバック」の特徴は、エコでローコスト、誰でも造ることが出来る、様々なカタチのバックが製作可能なところである。
- ・ 四万十の地元産品である「栗」は粒が大きくて糖度が高い点が魅力であり、売り出すと全国から注文がきて供給が追い付かない状態になった。そこで「しまんと地栗プロジェクト」として栽培から加工までを一気通貫で行うこととした。最終の売り先を大手百貨店とすることで、農協を介すスキームと異なり、生産者自らが価格設定できるようになった。ヒット商品「しまんと地栗モンブラン」は日経が選ぶ「お取り寄せモンブラン」の全国第3位に選ばれた。栽培技術の導入、地元完結型の加工、自らの販路確保というビジネス形態が本件を支えている。

セミナーには123名が参加し、満足度は9割程であった。



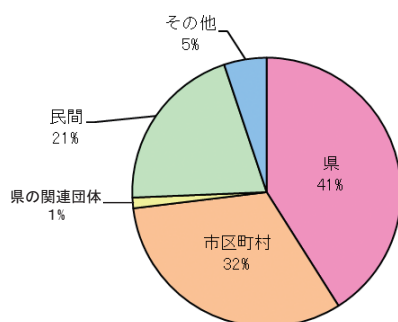
藻谷 氏



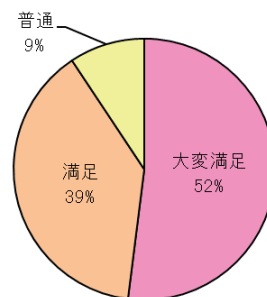
畦地 氏



会場内の様子



セミナーの参加者層



セミナーに対する満足度

## 2-2 富山県地域再生セミナー

|         |   |                           |         |
|---------|---|---------------------------|---------|
| 日       | 時 | 平成30年10月3日(水) 13:30~16:50 |         |
| 場       | 所 | 富山県民会館 (8階バンケットホール)       |         |
| 基 調 講 演 |   | (株)日本総合研究所 主席研究員          | 藻 谷 浩 介 |
| 事 例 発 表 |   | (株)アスリック 代表取締役社長          | 濱 博 一   |

セミナーは、ふるさと財団理事長稲野和利の挨拶に続き、藻谷氏による「人口減少時代、地方の自治体に活性化策はあるのか？」と題した基調講演が行われた。続いて、濱氏より、『～能登からの便り～地域収支を改善する「地域経営と地域ブランディング」』をテーマに地域における取組事例が紹介された。

濱氏からは、自身が携わった七尾市の道の駅「能登食祭市場」ならびに、羽咋市の道の駅「のと千里浜」の事例、ブランド構築のためのポイントについてご説明いただいた。

### 〈藻谷氏講演のポイント〉

- ・日本ではすべての犯罪が戦後最小となっているが、高校生に日本の殺人事件数はどうなっているか質問すると、増加しているという答えが大半である。人間の脳は高度かつ社会性があるので、周囲の意見・イメージをそのまま取り入れてしまう傾向にある。イメージ・先入観ではなく、数字の裏付けを持って判断するべきである。
- ・自治体の豊かさを図る指標の一つとして、生活保護率で考えると、全国の中で富山県がもっとも低く、わずか0.3%である。一方、東京23区の生活保護率は2.4%である。生活保護率で見ると、富山県は豊かであると言えるが、東京への人口流出が続いている。これは、50年以上前の富山には仕事がないので、地元の優秀な学生は東京を目指すべきだという古い考え方に起因している。
- ・富山の可住地人口密度は、2015年の統計で590名/km<sup>2</sup>。東京の人口密度は、約1万人。東京の数値は異常と言えるが、世界的な視野で考えると富山の人口密度も高い。
- ・富山は、若者の流出が進んだ結果、2045年には高齢者の増加が止まり、今の福祉・医療施設で高齢者をカバーすることができる。
- ・地域活性化とは、一体何かという点であるが、地域の知名度を上げる考え方は間違いで「人口減少を食い止める・これ以上子どもが減らないようにする」という考え方が大切である。これから「人口を増やす」ことは構造上無理であるが、一度富山から上京した若者が戻ってきて、子どもを生み育てていくサイクルを作ることが大事である。また、今首都圏に住んでいる0.1%を呼び込めれば、地域に大きな変化となる。
- ・なぜ上京した若者が戻ってこないのか。それは、地域に対する誇りがいないからである。良い大学に行く、会社の役員になるといった固定観念を改める必要がある。

濱氏からは、七尾市と羽咋市の事例から、地域再生の事例をご紹介いただいた。

### 〈濱氏講演のポイント〉

- ・道の駅の事例では黒字かという「What：結果」を聞きたがる人が多く、なぜ黒字になったか「How：手法」ばかりが注目されるが、どうなりたいかという「Why：理由」が大切である。地域特性が異なるので他地域の手法を取り入れることは難しいと思う。
- ・七尾市では黒字化を果たすために、地域資源を活かした産直を行った。大手資本を連れてくるのではなく、地元資本によるテナント入居・地域商社機能を整備した。こういった手法を取ることで、地元に運営ノウハウが蓄積される。
- ・能登食祭市場を建てた能登ふ頭は、定期便がなくなり、人の流れも消えた。七尾青年会議所が市民大学講座に複数の専門家を招聘して、議論の場をもち、将来ビジョンとして「七尾マリシティ」というキーコンセプトを打ち出し、七尾駅の再開発と波止場にフィッシャーマンズワープに建設し、軸線を戻す計画とした。
- ・運営時はハード整備からではなく、テストマーケティングとして2年間イベントを実施し、ノウハウを蓄積した。人気の高いコンテンツ浜焼きを確認することとなった。
- ・羽咋市では、JAはくいが農業を使わない循環型農業のための塾を作った。ブランド型農業を目指し、移住・定住も実現したが、出口戦略に乏しかった。域内の異業種を繋いで出口を作る取組にも着手した。コンセプトは「環境保全・自然栽培」に集約した。
- ・道の駅の飲食店・特産品の価格設定は、他と比較して高い。ある程度割り切った価格設定で、自然栽培というコンセプトに賛同する金沢・富山の若い主婦層をターゲットにした。コンセプトの伝達・統一のために、当初からブランドプロデュース・デザインチームを結成し、開業後1年で売り上げ3.6億円、POS通過者30万人突破した。
- ・ブランドとは、「認識・イメージ・印象」のことであり、説明しなくても一瞬で伝わることである。ある高級ブランドの最高経営者曰く、ブランド構築のためには付け加える活動ではなく、そのブランドにそぐわないものをそぎ落していくことである。

セミナーには76名が参加し、満足度は8割であった。



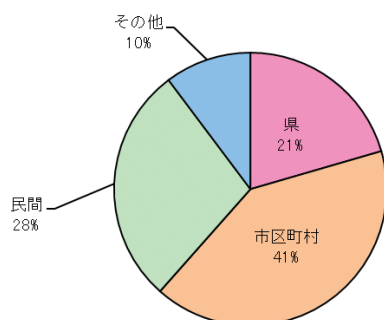
藻谷氏



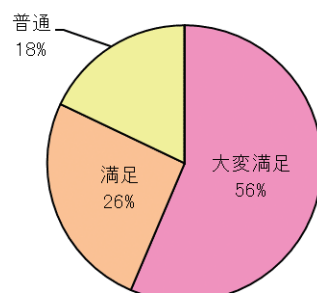
濱氏



会場内の様子



セミナーの参加者層



セミナーに対する満足度





## 第 4 章

### 事業成果の総括と 今後の課題

# 1 外部専門家活用助成の成果と課題

## 1-1 外部専門家活用助成対象地域に見えた成果

今年度の外部専門家活用助成対象の16地域を振り返り、それぞれの成果を振り返る。

### 北海道石狩市

平成30年4月、厚田地区に道の駅「あいろーど厚田」が開業したことに併せ、市域北部の観光による活性化や地域産品の開発を目指す中で、新組織「浜益観光まちづくり協議会」が設置され「観光・文化・まちづくり」をけん引する仕組みができた。

1年目事業であるが、さくらんぼ狩りモニターツアーを達成でき、地域住民の機運醸成にも成功し、都市児童の4日間受け入れ事業では、果樹農家などとの交流を実施し評価されている。

### 北海道むかわ町

平成30年9月6日の北海道胆振東部地震の被害を受けるが、展示施設や化石は無事で、10月には事業を再開することができた。化石発掘モニターツアーを12回行い、延べ156名が申し込み、満足度の高い観光商品の造成ができ、ワークショップや講演会を通じて地域住民の機運醸成も図られた。

恐竜の骨格や生体図の肖像権を町が取得し、上野の科学博で行われる恐竜展にむかわ竜が展示されるため、町内事業者にフィギュアを作成させるなど、新たなビジネスの進展も期待される。

### 岩手県陸前高田市

一般社団法人マルゴト陸前高田による「上智大スタディツアー」や「羽田空港出店イベント」など、外国人観光客向けの商品造成に向けた取組が実現している。同社は本事業を通じ気仙沼市など隣接地域との広域連携施策を通じ、取組を拡大している。今まで観光に関する情報発信を行う母体が存在しなかった中で「交流人口拡大戦略策定会議」が主体となって推進する体制整備が出来た点も評価される。

### 新潟県阿賀町

阿賀町地域おこし協力隊の卒業生が会社を設立し、従業員を雇いベーカリーを経営している。将来はその会社を母体とし、地域商社として拡大すべく商品開発に取り組んでいる。

プロジェクトに参加した九島栗生産組合は、年間7トンの収量があったが、虫食いなどによる廃棄分が1トンあり実質は6トンの流通量であった。これに対して外部専門家の伊藤氏の指導を受けること等により、流通量の倍増が見込まれている。試作段階ではあるが、栗の渋皮煮やクル

ミ商品も開発されている。

### 石川県羽咋市

平成29年7月に道の駅「のと千里浜（ちりはま）」が開業し、当初予定の倍にあたる年間約30万人のレジ通過者、売上3億円を達成する順調な開業となった。開業一年後もほぼ前年並みで高水準を維持している。

地元産の商品がまだ少ないといった課題はあるが、自然栽培米から派生した「羽咋こめせんべい」をはじめ「野菜ピクルス」「のとししカレー」など道の駅でしか購入できないオリジナル商品を順次開発している。同時に自然栽培作物を生産する新規就農者の移住などもあり地域全般の雇用に寄与している。

### 福井県高浜町

4つの事業が相互に補完する形で、「クリエイティブビーチ事業」では昨今流行りのSUP(Stand up paddleboard) やシーカヤック体験目当てに訪れる人が増え、SNSを通じて情報発信した結果、HP閲覧数も月間1万回を超え「マリニアクティビティ」「浜茶屋」「民宿」の3つの情報を繋げるプラットフォームとして成果に繋がっている。

「ふるさと納税」も商品数の増加に伴い、平成29年の1,315万円から2,637万円に倍増した。

### 福井県若狭町

主体組織「チャレンジ協議会」メンバーが伝建地区で農家レストラン開業に向けて取組を進めている。

山形県鶴岡市で地場野菜を活かしたイタリア料理店として有名な「アル・ケッチャーノ」の奥田シェフに来町してもらい、町内の飲食店業者や農業関係者を対象に「食」を中心としたまちづくりについて講演会を行うなど機運醸成が進んでいる。

### 山梨県甲府市

甲府市、笛吹市、山梨市、甲州市、富士河口湖町の4市1町での広域DMO申請を見据え、平成29年6月に甲府市観光協会を一般社団法人化した。

広域スタンプラリー1,000人を実現するなど多様な観光資源を活用した着地型観光メニューが造成され、目に見える成果が出ている。昨年に引き続き実施した昇仙峡ライトアップツアーでは若い人たちも訪れるなどの変化が確認された。

マーケティングデータの収集・分析・活用に向けた取組も開始し、地域おこし企業人や外部専門家の専門性、役場の担当者などの人的ネットワークによる寄与度が高い事業となった。

### 長野県中川村

平成30年4月に丹羽地域再生マネージャーが同村にて木の駅社会実験を行なった実績では、出荷登録者20名、27m<sup>3</sup>・899本の出荷、里山発行券135枚（13万5,000円）からスタートしたが、平成31年1月時点で木の駅実行委員会には3倍近い59名のメンバーが在籍するなど拡大している。

村唯一の宿泊施設である望岳荘での薪ボイラー導入も決定し、持続可能な取り組みへ発展する

可能性が高くなっている。

#### 静岡県南伊豆町

生涯学習に関して地域おこし協力隊が担う地域メディア「南伊豆くらし図鑑」「南伊豆新聞」を相関させた体制作りが実現している。取材を通じて250名を超える住民の話を聞きながら、事業化の兆しが見える地域住民には起業家支援、事業ほどではないが興味のある方にはヒューマンライブラリーへと区分し、登録に繋げている。

他拠点型クリエイター 89名の視察、担い手人材の発掘育成を進めた結果、「NPO 法人みなみのキッツ」及び「南伊豆公社株式会社 giFt」が起業する運びとなった。

#### 大阪府池田市

地域コミュニティの再生に向け、本事業では学校統合によって使われなくなった旧伏尾台小学校を活用したカフェやインキュベーション施設の開設、地域内交通の整備等を住民が主体となって進めてきた。

今後は、クラウドファンディングの活用を含めて継続的な資金調達や収益化に結び付けられる取組も見込んでいる。

#### 奈良県吉野町

木材関連事業者を中心とする「Re：吉野と暮らす会」が実施主体を担い、同団体が商社機能を有する「組織」へ発展するため、吉野高校と連携した商品開発を行った。3年前にグッドデザイン賞を受賞した文様入り割り箸や吉野杉と和紙で作ったランプなどに加え、吉野材を活用した屋台が東京ビックサイトのイベント出展を果たしている。

観光DMO法人登録を目指す(一社)吉野ビジターズビューローと連携し、製材所見学ツアーや吉野杉の家でランプを作成するワークショップなど、体験型ツアーを4商品造成し、モニター実施も行なった。

#### 和歌山県広川町

県の認可事業である街並みの駅を運営する事が決まり、中心組織としてハード面を担う「広川町物産販売・飲食施設建設準備委員会」とソフト面での施策を担う「HIROGAWA Re:branding 実行委員会」が両輪として活動開始し、テストマーケティングを実施するなど1年目にして相応の事業進捗が得られている。

#### 山口県周南市

周南市は助成事業2年目、市としては3年間に渡って行っている事業である。構想実現のための推進体制の整備に伴い、市内外のクリエイター 30名が参加しており、組織の質・量ともに向上した。

今期は、マッチングイベントにより、京都などの企業からHP作成や名刺デザイン等の受注があり、体制は整った。コアメンバー3名が発起人となり一般社団法人設立の目途が立ち、事業継続が図られている。

### 福岡県うきは市

市内外の企業や金融機関、住民、自治体が参加したプラットフォーム「うきは市まちづくり事業連絡会」を発足し、Google Map を活用した空き家情報の一元化、共有化を実現した。

外部専門家の紹介でファンド活用に向けた地域金融機関のバックアップなど、金融面でのサポート体制を示し、積極的な事業参加を促す手法が印象的であった。

### 鹿児島県三島村

免許取得、黒島での焼酎蔵の完成、杜氏を含めた人材の確保もでき、従来2トンであったサツマイモ生産量が平成28年ベースで3.5トンまで拡大した。

単なるハード事業にとどまることなく、必要量の拡大に繋げ、1次産業従事者にも貢献する事業となった。

以上のように、各地域の成果を整理したが、各事業においては外部専門家の知見・ノウハウ、ネットワークを活用することで、地域毎の状況や課題解決に対して、当初目標以上の成果が上げられた。

一方で、特に成果が実現した地域と、最終的には成果を実現できたものの、事業実施途中に検討時間を要した地域とが存在したとも認識している。この違いを外部専門家活用助成の課題として、整理することとしたい。



## 1-2 外部専門家活用助成の課題

上述のように、いずれの地域も当初目標を上回る成果を実現することができたと考えている。

なかでも、特に成果が実現した地域の特徴について考察を行うことで、今後の外部専門家活用助成をうまく活用いただくためのヒントとしたい。

### 地域資源・担い手の明確化

事業を進めていくうえで、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しておくことは必要である。そして事業を担っていくキーマン・団体候補についてもある程度の洗い出しが出来ていることが必要である。

特にこれらの取組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把握しておくことが不可欠であると考えられる。この把握・明確化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。

これらの把握のためには地域住民が資源の洗い出し等を行うことも重要であると考えるが、同様に第三者の外部目線で見ることにより、新たな資源、新たなキーマンを発掘できる可能性を秘めていると考えている。ふるさと財団の提供する外部専門家派遣などを活用いただくことで効果的に進めることも検討いただきたい。

### 地域住民・団体の事業への意識共有

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。

今年度事業であれば、情報発信を地域主導で実施してきた北海道石狩市では、モニターツアー時に地域住民が受入に協力してくれたことに加えて、終了後にはより一層の支援が可能と申し出てくれたことは特徴的な成果であると言える。

### 地域外の声を反映した事業展開

既に過去の報告書でも幾度となく述べているが、PDCA を繰り返し実施していくことで事業を拡大していくことにつながると考えている。そのためには、地域外の利用者等の声を聞き、それに対応していくことは不可欠であると言える。

商品化・ブランド化であれば、展示会やテストマーケティング、観光プログラムの造成であればモニターツアー、移住促進であれば居住体験などを行うことが重要と言えよう。

## 2 外部専門家派遣（短期診断）の成果と課題

外部専門家派遣では、対象地域のテーマに応じて地域再生マネージャーを含む外部専門家を2泊3日で派遣し、短期間の中で地域への処方箋を提案するものである。今年度は福島県から2カ所、群馬県、和歌山県、愛媛県、熊本県からそれぞれ1カ所、全国6市町村に対して実施した。

各地域ともに、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、各地域から賛辞が送られた。

今年度は、地域資源を活かしたブランド化や6次産業化による地域再生と定住・関係人口の拡大に向けた観光振興による地域再生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、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始めることを検討している地域も確認でき、今後の地域再生のあり方や方策に悩む地域への一助となることができたとみられる。

報告会の際には外部専門家活用助成へのステップアップを紹介しているが、興味を示す地域も少なくないことから、次年度以降の外部専門家活用助成へのステップアップについても期待したい。

## 3 地域再生セミナーの成果と課題

平成30年度の地域再生セミナーは福岡県及び富山県の2県で開催した。開催県の要請に基づくテーマに対して、地域再生マネージャーやアドバイザーによる基調講演や地域再生マネージャーによる地域再生の事例紹介を行った。

いずれのセミナーも県内の市区町村関係者を中心に多くの地域関係者が集い、熱心に聴講された。また、インターネットなどを広く活用して周知した結果、活況を呈し、セミナー後のアンケート調査で「満足」とする回答者の割合はいずれも8割を超えた。

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、より一層の事前広報を行うことで、適切な周知、PRを行うこととしたい。

# 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、56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まれたが、平成24年度に始まった「阿蘇 de スイーツめぐり」は平成30年には7年目を迎えて、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）を受賞するに至った。

民泊が一般化する前の時期にもかかわらず、神奈川県横須賀市（平成25・26年度支援地域）では、長井地区交流のまちづくりプロジェクトとして教育旅行を一般家庭で受け入れる民泊体制づくりに取り組まれたが、初年度実証時1校約40名であった受入数が、平成28年度には長井地区だけでなく西海岸地区全体で12校から約1,800名を受け入れるなど著しい拡大がみられる。

#### ② 主軸から派生した多様なメニュー開発

過年度の支援事業の中には、事業の主軸となる取り組みを置きつつ、そこから派生したメニューの実証を行う地域も多い。これらの地域の中には支援期間終了後に派生メニューの拡大や新たな

な取り組みを行っていることが確認できた。

長野県根羽村（平成25・26年度支援地域）では、事業期間中に設立された NPO 法人（森の民ねばりん）による豊富な山村資源を活用した木の駅プロジェクトを軸に、「山里スモールビジネス」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みされた。現在も木の駅プロジェクトを主軸に置きつつ、野菜ボックスには固定客が定着し、郷土食材を用いた料理教室が新たに開催されたほか、根羽スギの特産品開発においては、森林組合と大学機関との連携で新商品開発が積極的になされるなど、当時実証段階であった取り組みが発展している。

和歌山県紀の川市（平成26・27・28年度支援地域）では、フルーツを活用したイベントを行政から民間主導へ移していく中で、民間主体で一般社団法人を設立し、現在では行政が適宜サポートをする程度で、完全に民間が実施する取り組みとして継続できている。

### ③ 地域住民を巻き込む体制の持続

事業を継続するために事業実施主体を担う地域団体の確立が将来的には必須となることは過年度においても示されている。さらに、調査を通じて、事業を継続する上で新たな担い手、関係者の巻き込みに苦慮している地域からの声が確認できた。

過去の事業からは、実施主体による事業継続と同時に、事業に参画する協力企業や実施主体の運営をサポートするボランティア団体などの巻き込みも持続させていくことが大きな要因となっていることがわかる。

例えば、島根県雲南市（平成25年度支援地域）では、社会起業家や地域貢献を志す次世代の発掘及び育成事業として開かれた「幸雲南塾」（地域プロデューサー育成講座）の卒塾生数が、支援期間終了時の35名から昨年度末で累計100名を突破し、ここから9件の起業へと結びついた。本事業において設立された NPO 法人（おっちラボ）に行政から円滑に運営が移管されているほか、卒塾生がボランティアで運営をサポートするなど、地域住民の巻き込みが継続して行われる事業となっている。

## b 外部専門家との関係

事業が継続している地域の中にはふるさと財団による支援期間終了後も行政が一般財源や他の事業予算を活用して外部専門家を起用し、連携して事業を進めている地域がある。事業が地域主体で軌道に乗るまでの期間は、事業の背景に精通し地域住民との関係も築いている外部専門家と連携したいと考える傾向にあることがわかった。

一方、地域主体で事業が軌道に乗った場合や予算の関係等で外部専門家と引き続きの契約関係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分かった。



## 4-2 フォローアップからの示唆

フォローアップ実施結果を踏まえると、外部専門家派遣や外部専門家活用助成を通じて事業を継続的・発展的に行うには、以下の点への配慮が重要であると思われる。

### **a** 外部専門家の役割の適切な移管

地域再生マネージャー事業が目的とする「地域再生」とは、「地域住民が主体となり、地域が自立的に活動」することであり、具体的には若者の起業や地域団体の法人化、産業発展に伴う施設整備などが想定される。その中で、外部専門家の役割は行政と協力しつつ、地域資源の発掘や、事業内容の検討、地域住民の巻き込み、地域側の担い手へのノウハウ伝授など段階に応じて適切に支援することである。

ふるさと財団による支援期間中に自主的に取り組める地域側の担い手が確保（組成・法人化等）され、上記の外部専門家の役割が移管されていくことは事業が継続される重要な要素である。

特に、「地域住民の巻き込み」は、地域外から派遣される外部専門家ならではの役割であり、苦慮している地域も多い。継続が確認できた地域では地域おこし協力隊の起用や若年層への積極的な声掛け等の様々な方策で行政が新たな地域住民・団体の巻き込みを図っており、地域側の担い手と行政で役割を明確にしつつ派遣期間終了後の体制を検討することが地域に求められる。

### **b** 継続を見据えた多様な事業シナリオの検討

事業期間中に、取り組みがメディアに取り上げられ当初の想定以上の発展がみられる地域もあれば、食産品開発における一次産品の不作・不漁など想定外の事象により事業が停滞する地域もある。今回のフォローアップでは、当初の想定とは異なり、事業の一部が著しく発展している地域や、支援期間終了後に新たな派生メニュー開発が行われている地域がみられた。

こうした事業の可能性・リスクを踏まえた多様なシナリオを用意することや、事業期間中に核となる取り組みは持続しつつ、目的を逸脱しない範囲で豊富なメニューを検討することは事業継続の一助となり、思わぬ発展・拡大をもたらしたり、リスクが顕在化した際の適切な対応に繋がったりすることが考えられる。

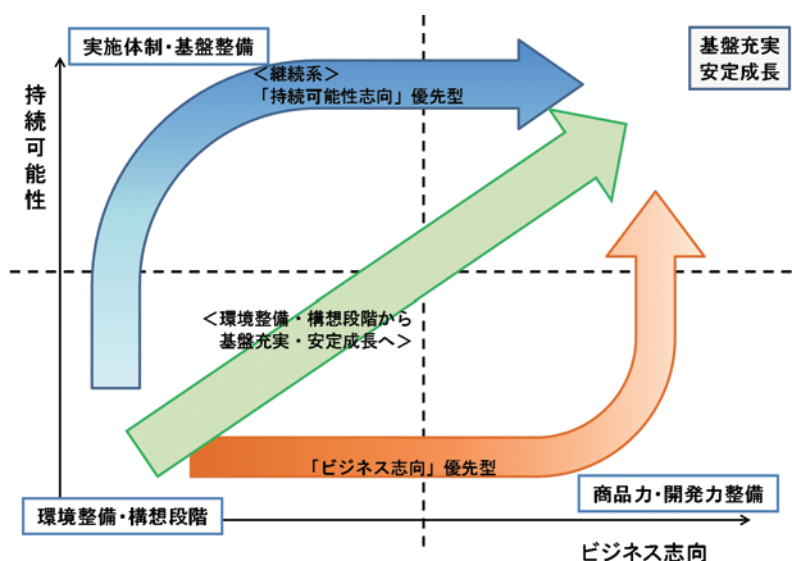


# 5 総 括

今後、外部専門家を活用した地域再生を進める地方公共団体への参考となることを期待して、平成30年事業を実施した結果を総括することとしたい。なお、外部専門家を活用する効果、意義及び留意点は基本的に不変であるが、昨今の地域再生に関する状況変化などを踏まえて記載する。

## 5-1 地域再生実施の基本的な考え方

ふるさと財団が支援する「外部専門家活用助成」では、地域の機運を醸成し、取組主体となる組織や人材を育成する「持続可能性」の軸と、地域資源などを活用してビジネスを開発・改良・販売する「ビジネス志向」の軸の2つの軸を伸ばして地域活性化を目指していくことを想定している。理想的には、図中の緑色の矢印のように、持続可能性、ビジネス志向の双方の軸が共に同時に発展して、左下の「環境整備・構想段階」から「基盤充実・安定成長」の右上の象限に成長していくことが望ましい。ただし、地域や取組主体、ビジネスの状況、実施期間等により、成長経路はそれ以外に大きく2通りあると考えている。1つは図中のオレンジ色の矢印のように、「ビジネス志向」を優先するものであり、「環境整備・構想段階」（左下）から「商品力・開発力整備」（右下）を経由して「基盤充実・安定成長」（右上）をたどる経路である。もう1つは図中の青色の矢印のように、「持続可能性」を優先し、「環境整備・構想段階」（左下）から「実施体制・基盤整備」（左上）を経由して「基盤充実・安定成長」（右上）をたどる経路である。



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）を伸ばす事を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。

## 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石狩市のわかもん会、岩手県陸前高田市の一般社団法人マルゴト陸前高田、新潟県阿賀町の地域おこし協力隊卒業生の法人化、長野県中川村の木の駅プロジェクト運営組織、奈良県吉野町の「Re：吉野と暮らす会」、和歌山県広川町の2つの実施主体などは外部専門家が介在することで1年目事業でありながら、組織化の目途がたった事業と言えよう。

3年目事業である石川県羽咋市においても外部専門家が多角的なアドバイスを行うことで、通常は開業後落ち込む売上高を維持することができた。同市が天候にも恵まれなかった悪環境でありながらそのような成果を実現できた点は、外部専門家の支援があったことも一因であると思われる。

### 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。地方公共団体では販路先へのネットワークを有していないことも多く、その方法に窮する場面が多くみられるが、外部専門家のネットワークを活用して、実現にこぎつけている。

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、翌年度以降の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。

今年度事業では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、町、協力団体が一体となり、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。

その他、静岡県南伊豆町では事業実施予定地として見込んでいた場所がすぐに利用できないことが判明したが、地域おこし企業人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

上述したように、外部専門家は他地域での地域再生における成功事例を数多く経験しているため、地域住民にとって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

上記5-2に示したとおり、外部専門家を活用することで地域再生に大きな効果を及ぼすことが期待できる一方で、外部専門家が地域で十分に活躍するためには、地域側においても外部専門家の受け入れに向けた準備を整えておく必要がある。

また、外部専門家としても、地域に入っていく上で留意すべき点がある。

### a 地域側の留意点

地域側の留意点として重要な点は大きく3点あると認識している。

1つ目は外部専門家は期間限定の支援者であり、支援期間終了後は地域主導で事業継続できるように体制構築を行うことである。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、北海道石狩市は外部専門家が定期的に地域を訪れる形態をとっていたが、不在の際も市担当者と地域団体・住民が意見交換を行い、外部からの受け入れの際には地域住民も積極的に関与してもらった実績を有する。そ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に、方向性を共有して協働して取り組むこと、ビジネス志向では、事業開始当初から地域での資金循環を意識した取り組みを考えておくことである。

3つ目は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、和歌山県広川町は1年目事業ではあるが、ハード面及びソフト面の両面で主体的役割を担う2つの組織が設立しており、持続可能性に目途が立っている。更に来年度に向けては収入を獲得できる見込みもあり、ビジネス志向も高いと言える。これは平成29年度に外部専門家派遣（短期診断）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    |
| ・状況に合わせて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である。もし、事業を実施する中で地域内に人材が不在であると判断される場合には地域おこし協力隊等の地域外の人材の登用可能性を検討し、地域側が受け入れられるように助言することなどが重要である。

いずれにしても、外部専門家も意識的に行政と引き継ぐべき関係主体とのネットワーク構築を図る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。

平成31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  | 大 野 幸 雄 | 株式会社アプライドリサーチ研究所         |
| 9  | 奥 村 玄   | 株式会社 GEN プランニング          |
| 10 | 柏 木 千 春 | 流通科学大学 サービス産業学部 観光学科     |
| 11 | 河 瀬 悟 郎 | 個人                       |
| 12 | 菅 野 剛   | 株式会社 TAISHI              |
| 13 | 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 |
| 14 | 栗 田 拓   | NPO 法人トイボックス             |
| 15 | 小 池 隆 志 | 株式会社 ANA 総合研究所           |
| 16 | 小 島 慶 藏 | 福井大学 非常勤講師               |
| 17 | 小 林 詳 子 | 個人                       |
| 18 | 近 藤 ナ オ | 株式会社アソボット                |
| 19 | 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 |
| 20 | 斉 藤 俊 幸 | イング総合計画株式会社              |
| 21 | 篠 崎 宏   | 株式会社 JTB 総合研究所           |
| 22 | 澁 澤 寿 一 | NPO 法人共存の森ネットワーク         |
| 23 | 清 水 友 康 | 株式会社道銀地域総合研究所            |
| 24 | 千 田 良 仁 | 株式会社アイファイ                |
| 25 | 高 橋 一 夫 | 近畿大学 経営学部                |
| 26 | 田 北 雅 裕 | 九州大学大学院 人間環境学研究院         |
| 27 | 橘 昌 邦   | 株式会社 POD                 |
| 28 | 谷 本 互   | まち&むら研究所                 |
| 29 | 塚 田 佳 満 | 株式会社DMGフォース              |

|    | 氏 名     | 所 属                           |
|----|---------|-------------------------------|
| 30 | 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       |
| 31 | 朽 尾 圭 亮 | 株式会社船井総合研究所                   |
| 32 | 中 島 淳   | 株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ          |
| 33 | 中 田 浩 康 | 有限会社アグリテック                    |
| 34 | 丹 羽 健 司 | 特定非営利活動法人森の健康診断出前隊            |
| 35 | 野 口 智 子 | ゆとり研究所                        |
| 36 | 濱 博 一   | 株式会社アスリック                     |
| 37 | 馬 場 正 尊 | 株式会社オープン・エー                   |
| 38 | 東 田 一 馬 | チャレンジつねよし百貨店実行委員会             |
| 39 | ヒ 口 中 田 | 株式会社リクルートライフスタイル ジャらんリサーチセンター |
| 40 | 藤 崎 慎 一 | 株式会社地域活性プランニング                |
| 41 | 藤 澤 安 良 | 株式会社体験教育企画                    |
| 42 | 堀 田 雅 湖 | こめみそしょうゆアカデミー                 |
| 43 | 本 田 勝之助 | 本田屋本店有限会社                     |
| 44 | 前 田 香保里 | ケイ・コンソナンス                     |
| 45 | 政 所 利 子 | 株式会社玄                         |
| 46 | 三 原 久 徳 | 有限会社 ANCHOR (アンカー)            |
| 47 | 守 屋 邦 彦 | 公益財団法人日本交通公社                  |
| 48 | 柳 田 剛 一 | 株式会社 ANA 総合研究所                |
| 49 | 山 田 さとみ | 株式会社マネジメント・アソシエイツ             |
| 50 | 山 村 俊 弘 | 株式会社アプライドリサーチ研究所              |
| 51 | 養 父 信 夫 | 一般社団法人九州のムラ                   |
| 52 | 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16地域、外部専門家派遣が6地域の合計22地域の支援を行った。今年度事業の特徴としては、規制緩和が進んだ民泊を視野に入れた古民家や伝統的建造物群保存地区（伝建地区）を基盤に地域再生を図るテーマが上げられ、福岡県うきは市、福井県若狭町、和歌山県広川町がこのようなテーマに該当し、1年目事業として取り組んだ。一戸ごとの利活用といった「点」ではなく、地域全体の「面」としてグランドデザインやコンセプトを外部専門家と地域住民が創造できた事業が組織体制の整備も含め成功している。逆説的に言えば、地域グランドデザインを決める事の難しさを知る機会となった。

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した、いわゆる「ステップアップ」が上げられる。

今年度事業であれば、先の和歌山県広川町が該当するが、外部専門家派遣で課題を明確にした事により、わずか1年で主体となる2つの組織（ハード部門・ソフト部門）が立ち上がり、盛り上がりを見せている。

外部専門家活用助成は最長で3年間助成できる点が特徴であるが、年を経るに従い段階的に地域内での影響力や事業成果の拡大が求められ、必然的に事業内容や取り組みにも変化が求められる。石川県羽咋市がこれに該当するが、道の駅「のと千里浜」開業前の平成27年から自然栽培作物をテーマに、外部専門家を中心となり関連事業者とコンセプトやデザインを徹底的に協議した。建築設計や内装はもとより、商品パッケージや店内ポスターやPOP、従業員のユニフォームに至るデザインにまで一貫性を持たせ、安心・安全なブランド構築ができた結果、開業後の半年で2億円弱の売り上げ、レジ通過者20万人弱と目標のほぼ倍の開業年となった。開業2年目も大雨の影響があったものの1年目と変わらない実績となっており、3年目事業としては地域商社として域外での売り上げ拡大に取り組んだ。また、自然栽培作物を目的とした新規就農者も3年間で10件域外から入って来るなどの好循環を生んでいる。

3年間に渡る羽咋市事業の歩みは、地域再生部のみならず、地方創生を推進する全国の地方公共団体においてもモデル性のある事業と考える。今後も、将来に渡り持続可能で雇用創出や地域住民の生きがいにつながる事業を支援していく。

最後に、この報告書の紙面上では事業の象徴的な成功事例の記述が主となっている。しかしながら各事業を推進するにあたっては、地域住民の方々はもとより、行政担当者や外部専門家が、広く事業の理解や参画を得るために様々な困難や障壁を乗り越え、言葉に尽くせない努力の結果として成功に結び付いたケースも多く、ここで改めて事業推進にご協力いただいた関係者の方々に御礼申し上げたい。

地域再生部においても資金面での助成にとどまらず、現地の生の声に耳を傾け、コミュニケーションを図る事で精神面での助成も行う事により、共に事業を成功に結び付けるパートナーでありたいと願っている。

平成30年度

**地 域 再 生**

**マネージャー事業**

**報 告 書**

平成31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](mailto:furusato@furusato-zaidan.or.jp)

<https://www.furusato-zaidan.or.jp/>