

平成26年度は、延べ17地域に対し、以下の16名（延べ17名）の地域活性化伝道師を派遣した。

※「所属」は平成27年3月31日現在のもの。

圏域	No.	派遣先・相談主体	伝道師名	所属・肩書
東北圏	1	宮城県	横石 知二	株式会社いろどり 代表取締役
	2	秋田県	川崎 克寛	E-planning つなプロ気仙沼 代表
	3	秋田県八峰町	玉田 樹	株式会社ふるさと回帰総合政策研究所 代表取締役所長
	4	宮城県	斉藤 俊幸	イング総合計画株式会社 代表取締役
北陸圏・中部圏	5	富山県立山町	山口 祥義	株式会社JTB総合研究所 地域振興ディレクター
	6	愛知県小牧市	今村 まゆみ	観光まちづくりカウンセラー
	7	富山県小矢部市	白田 典子	有限会社良品工房 代表取締役
	8	静岡県三島市	林 弘樹	ものがたり法人FireWorks 映画監督、プロジェクトデザイナー
近畿圏	9	兵庫県養父市	森本 明夫	—
	10	びわ商工会(滋賀県長浜市)	高島 利尚	TMI 主宰
中国圏	11	島根県西ノ島町	北野 尚人	株式会社中国四国博報堂 執行役員 マーケットデザイン室 室長
	12	山口県山口市	岡田 昭人	社団法人コミュニティネットワーク協会 常務理事/早稲田大学都市・地域研究所 客員研究員
四国圏	13	香川県観音寺商工会議所(香川県観音寺市)	井手 修身	アイデアパートナーズ株式会社 代表取締役
	14	愛媛県内子町	中島 淳	株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ 代表取締役
	15	香川県高松市	井手 修身	アイデアパートナーズ株式会社 代表取締役
九州圏・ 沖縄県	16	鹿児島県肝付町	柴田 敏郎	独立行政法人医薬基盤研究所 薬用植物資源研究センター 客員研究員
	17	大分県臼杵市	古庄 浩	株式会社古庄企画 代表取締役

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談テーマ	地域資源の活かし方	相談主体	宮城県
派遣伝道師	横石 知二	圏域	東北圏
相談内容	<p>○人口減少が進む中、地方における特色ある地域活性化策が求められているが、そのためには、地域資源を発掘・活用して魅力ある地域をつくり、人を呼びこむ取組が必要である。しかし、地域資源を十分に発掘できない、地域資源を活用しきれていない等の課題があることから、県内市町村の魅力ある地域づくりのために地域資源の活かし方等を学ぶ勉強会を開催したい。</p>		
相談への対応内容	<p>○横石伝道師を講師として地域資源の活かし方勉強会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日 時 平成26年11月17日(月) 午前10時30分～12時30分</li> <li>・参加者 宮城県内市町村職員, 県職員 約70名</li> <li>・講演 「地域資源の活かし方」</li> <li>・講演概要</li> <li>・徳島県上勝町で地域の高齢者や女性による料理のつまものを商品化する「葉っぱビジネス」の取組事例を紹介。 <ul style="list-style-type: none"> <li>→小さなことでも一人一人に役割を作り、生きる価値を感じることで地域全体の活性化に繋がる。</li> <li>→地域資源に気づき、どのように活かして行くかの仕組みづくりが大切である。そのためには、地域のプロデューサー的な役割を果たす人が大事。</li> </ul> </li> <li>・個別相談会 希望市町村からの相談に対し、伝道師から助言</li> </ul>		
成果	<p>○県内市町村の地域活性化施策担当や農業・商工観光担当職員に対し、伝道師による経験を踏まえた具体的な成功事例を紹介することにより、地域資源の活かし方について理解を深め、仕組みづくりの重要性を再認識することができた。また、個別相談では、現在市町村が検討している相談案件に的確なアドバイスを受けることができた。</p>		
課題	<p>○市町村の地域資源を活用した新たな取り組みに関する情報収集を積極的に行い、必要な支援策を検討していく必要がある。</p>		
今後の方針	<p>○市町村から継続して依頼があった場合は、伝道師の派遣等について支援を行う。</p>		

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談テーマ	まちづくり	相談主体	秋田県
派遣伝道師	川崎 克寛	圏域	東北圏
相談内容	<p>高齢化率が全国で最も高い秋田県において、人口問題に向き合い、協働による地域課題の解決と地域力強化のため、地域づくりのフロンティア団体が次世代を担う団体と一堂に会し、これからの活動の在り方をともに考えるフォーラム及びワークショップにおいて伝道師の知見・アドバイスをいただきたい。</p>		
相談への対応内容	<p>○「豊かなふるさとづくりフォーラム」基調講演及びパネルディスカッション          日時：平成26年11月19日（水） 14:00～16:20  <b>【講演概要】</b>          ・気仙沼で復興支援のNPO活動をしている川崎氏より、組織の立ち上げから現在までの活動について紹介。          ・秋田県の市民活動団体は歴史も古く、他県から見ても盛んであること、市民活動に自信を持ち、情報発信力を高めることの大切さについて講演。</p> <p><b>【パネルディスカッション】</b>          ・歴史ある市民活動団体と今後活躍の幅を広げていく市民活動団体がこれまでの取組や抱えてきた課題などを紹介。</p> <p>○次世代へ継承する元気なふるさと秋田づくりワークショップ          日時：平成26年11月20日（木） 10:00～12:00          ・実践編として、個別具体の活動の継承について、現行の市民活動団体とこれからの市民活動を担う世代との意見交換。</p>		
成果	<p>○それぞれの団体の現在抱えている課題に対する的確なアドバイスをいただくことができた。</p>		
課題	<p>○秋田県においては、毎年一万人以上の人口が減少し、高齢化率は全国ワーストワンとも言われている。人口減少を食い止めるべく、今後も地域力、地域コミュニティを高める必要がある。</p>		
今後の方針	<p>○地域から依頼があった場合は、コンサルティングの実施や再度の伝道師の派遣検討を行う。</p>		

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談テーマ	産業振興・移住定住促進	相談主体	秋田県八峰町
派遣伝道師	玉田 樹	圏域	東北圏
相談内容	<p>① 町の現状を視察していただき、地域資源の活用方法や新たな資源となりうるものについて助言いただきたい。</p> <p>② 農業、漁業の振興策及び6次産業化の手法、地域資源を活用した産業の振興と移住・定住の促進策など、「産業振興及び少子化人口減少対策」について、講演とディスカッションをしていただきたい。</p>		
相談への対応内容	<p>○町内企業及び主要施設視察          日時：平成27年1月26日（月） 14:00～17:00          ・有限会社峰浜培養          しいたけ菌を埋め込んだ椀木の生産工程の見学及び、現在の経営状況・今後の事業展開等に関して意見交換を行った。          ・日本白神水産株式会社          あわびの養殖場の見学及び、あわびの関連産業の呼び込み等に関して意見交換を行った。</p> <p>○地域活性化に関する説明会及びワークショップ          日時：平成27年1月27日（火） 10:00～14:30          場所：八峰町文化交流施設「ファガス」          ・八峰町産業振興及び人口減少対策セミナー          人口減少についての問題の本質や地方創生三本の矢、八峰町に根付く産業の6次産業化等について講演を行った。参加者は、八峰町役場職員及び秋田県庁職員、町議会議員、地元の企業代表者等。          ・八峰町少子化人口減少対策会議ワークショップ          八峰町役場の来年度の予算検討にあたり、人口減少対策関連予算としてどのような項目を挙げれば良いか、また、その実効性等について、上述のセミナーに参加された方々により議論が行われた。</p>		
成果	<p>○地域活性化施策を担う八峰町職員及び行政関係者・民間の方々に対し、伝道師の知見や過去に行った調査の結果等を紹介することにより、意欲喚起することができた。</p>		
課題	<p>○町内に主要な産業がすでにあることから、今後これらの関連産業を呼び込むことが重要である。そのためにも、八峰町内で起業した場合に課税の優遇が受けられる等、いかなる制度・条例を作っていくかが課題である。</p>		
今後の方針	<p>○地域から依頼があった場合は、コンサルティングの実施や再度の伝道師の派遣検討を行う。</p>		

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談テーマ	県内市町村への移住促進	相談主体	宮城県(震災復興・企画部)
派遣伝道師	齊藤 俊幸	圏域	東北圏
相談内容	宮城県が県内への移住促進を目的に県内市町村との連絡会議をスタートさせるにあたり、先進事例等について基本的な知見を得たい。		
相談への対応内容	<p>1 齊藤伝道師が、市町村の地方創生総合戦略の策定に向けて参考となる、自らが関わった各地の成功事例を紹介した。</p> <p>2 その後、県が来年度から取り組む「移住・交流推進事業」や「地域コミュニティ再生支援事業」についての説明があった。</p> <p>3 参加者と齊藤伝道師との間で質疑応答があった。</p> <p>問 紹介された成功事例の共通点は何か。</p> <p>答 小規模に始めて、たとえば月間売上げ数万円という単位でも、資金循環を起こすことが大事。それによって、それまで静観していた周囲の人々も関心を持ち、取組が広がっていく。</p> <p>問 地方版総合戦略策定のヒントを教えてください。</p> <p>答 コンサル任せでなく、自分たちで考えること。6次産業化など、今日説明した成功事例の二番煎じではなかなかうまくいかないのではないかと。</p>		
成果	齊藤氏の講演、指導により、市町村の担当職員も地域性を活かした移住の推進について一定のイメージを持つことができたものと考えられる。		
課題	宮城県ではこの日、「みやぎ移住サポートセンター」を発足させ、知事が看板の披露をしていた。これは県への移住を検討する人にとってポイントとなる仕事、住まい、教育などの疑問についてワンストップで対応できる相談窓口とのことである。移住の促進のためにはこうした手続面でのサービス向上もさることながら、地域の魅力の向上が重要と思われる。伝道師への市町村職員からの質問などが必ずしも活発でなかったが、講演も参考にしつつ、各市町村での取組が期待される。		
今後の方針	宮城県の取り組む移住促進を今後もフォローし、必要な支援を行っていきたい。		

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談分類	地域活性／地域コミュニティ	相談主体	立山町
派遣伝道師	山口 祥義	圏域	北陸圏・中部圏
相談内容	<p>立山町は、人口規模が小さい割に同規模の他市町村に比べ小学校数は多く、現在休校中である立山芦峯小学校について維持管理費の町費負担が大きいと、立山町役場は近隣住民や関係者等に理解と協力を求めながら今後の利活用を検討したいと考えている。小学校の利活用について立山町役場と地元住民が理解を深める必要があるため官民両方の視点を持つ地域振興の専門家である山口伝道師を相談員として平成26年3月に派遣依頼があり地域活性化懇談会を実施した。</p> <p>今回は、前回の懇談会を終えた後の地元住民（芦峯寺小学校利活用協議会）からのアイデアを取りまとめた提案、立山町からそれぞれの団体等へ声をかけ各団体等から提案されている利活用案をもとに実施に向けた議論を行うもの。</p> <p>町としては将来的に一棟丸貸しして管理運営もその団体(会社)が行うのが理想。</p>		
相談への対応内容	<p>平成26年8月24日(日)【立山町役場・芦峯寺集落との地域活性化懇談会】立山芦峯公民館                      ・山口伝道師より自己紹介を含め、前回の芦峯小学校利活用についての意見交換の概要確認</p> <p>・地元住民、各団体等より前回からの動向や提案の概要説明                      ・小学校施設の利活用提案等についての意見交換</p> <p style="text-align: center;">【地域活性化コンサルティング】グリーンビュー立山 会議室</p> <p>・立山町長へ本懇談会での意見交換について概要説明                      ・学校施設利活用について立山町関係課による今後の方針確認</p> <p>平成26年8月25日(月)【地域活性化コンサルティング】旧立山芦峯小学校、立山砂防ほか                      ・旧立山芦峯小学校の現地確認                      ・立山砂防の現地調査</p>		
成果	<p>○今回の伝道師派遣により、地元住民と各団体等の提案について議論を行った結果、町が理想とする一棟丸貸しの利活用にはならなかったが、活用方法を一つに絞るのではなく様々な利用を試行的に実施していくことで合意が得られた。</p> <p>○地元住民(芦峯寺小学校利活用協議会)からは芦峯寺住民と連携した活動を行うような利活用を望まれ、将来的には雇用につながるような拠点となることなどの意見があり、富山県立大学からは予算面からも確度が高い具体的な計画提案が提出された。また、富山県立カルデア砂防博物館や立山博物館からは収蔵施設としての活用案が提出され、常設展示的に活用する案なども提出された。その他にも、蛭谷(びるだん)和紙職人から教室を利用した活動などの話もあり、地元住民としても、まずは色々な取り組みを試行的に実施するという事で合意した。</p>		
課題	<p>○いつから貸出を開始し、貸出料金の算定(設定)をどうするか。                      ○取りまとめの母体となる組織(施設管理における責任の所在)                      ○休校のまま貸出料金が徴収可能か。廃校にした場合どうか。(交付税などの予算的な面)</p>		
今後の方針	<p>○今回の伝道師派遣により、芦峯小学校利活用の第1歩として様々な利用を試行的に実施しながら、新たなニーズや可能性も検討・確認していく。                      ○今後も地元住民と立山町役場が定期的に意見交換を重ねて中長期の活用案を模索していく。</p>		

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談分類	まちづくり／地域コミュニティ	相談主体	愛知県小牧市
派遣伝道師	今村 まゆみ	圏域	北陸圏・中部圏
相談内容	小牧市では、「地域ブランド戦略推進にかかる基本方針」を作成し、地域ブランドの構築や観光資源の開発を行っており、今年度より「夢・チャレンジ・始まりの地小牧」を地域ブランドコンセプトとして掲げ、様々な事業を推進している。今後、更なる事業の推進を図るため、効果的な情報発信やPRの方法などについて助言いただきたい。		
相談への対応内容	<p>○平成26年9月6日(土) 【今村まゆみ伝道師による相談会・講演及びパネルディスカッション】</p> <p>◆相談会(13:10～) 参加者:小牧市長、小牧市副市長、小牧市地域活性化営業部長、小牧市シティプロモーション課長、高野豊氏(マスターソムリエ)、若林宏保(㈱電通)、今村まゆみ(地域活性化伝道師)、森宏之(内閣官房)</p> <p>◆講演会及びパネルディスカッション(14:30～) 参加者:市民、全国ブランド連携協議会会員ほか、約250名</p> <p>・講演会 演題:地域ブランドとファンを増やす情報発信 講師:今村まゆみ(地域活性化伝道師)</p> <p>・パネルディスカッション テーマ:人と地域を輝かせるブランドの力 ファシリテーター:今村まゆみ パネラー:高野豊氏(マスターソムリエ)、若林宏保(㈱電通)、森宏之(内閣官房)</p> <p>【内容】</p> <p>○地域ブランドとは</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランドとは他との差別化である</li> <li>・地域ブランドの種類</li> </ul> <p>○効果的な情報発信のしかたとは</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・効果的なPRとは</li> <li>・情報がメディアに取り上げられるためには</li> </ul>		
成果	・効果的な情報発信の方法について、他地域の事例を交えながらわかりやすく助言いただき、講演会ではそれを市民に向けて発信することができた。また、地域ブランディングが行政任せでは成功しない取組であることを行政と市民が共有することができた。		
課題	・情報発信のスタートは口コミ(SNS、ブログなど)であるが、小牧市は、インターネット等で検索してもあまり情報が出てこない。その原因として考えられる理由は、①良さを具体的に説明できない(深く知らない)②良さを知っているが情報発信していない(方法を知らない)の2つではないかと思われるため、今後はその原因について対応していく必要がある。特に①について対応していくことは、地域への愛着形成にもつながるため、力を入れていけると良い。		
今後の方針	・今回の伝道師派遣は、イベント内での講演及びパネルディスカッションが中心であったため、今後は必要に応じ個別に対応していくこととする。		

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談分類	地域産業・イノベーション・農商工連携	相談主体	富山県小矢部市
派遣伝道師	白田 典子	圏域	北陸圏・中部圏
相談内容	<p>小矢部市に大型商業施設(三井アウトレットパーク)が進出することから、小矢部市では、アウトレットモール来場者を市内商店街へ取り込み、街中の賑わい創出を目指すこととしている。</p> <p>昨年設置した「小矢部市商業まちづくり戦略会議」において、旅行の楽しみであり、メインターゲットである女性に対する訴求力の高い「食」をテーマとする商店街の活性化を進めることとし、市内の店主等が自ら販売する食品のブラッシュアップを目的とする小矢部市商業まちづくり塾を開催することとした。</p> <p>この取組の効果を高めるため、地域活性化伝道師であり、地域商品のブラッシュアップや新商品開発へのアドバイスを手掛けている白田典子氏に町づくり塾及び実際に販売している店舗で、具体的な指導をいただきたい。</p>		
相談への対応内容	<p>○平成26年10月30日(木)</p> <p>◆小矢部市商業まちづくり塾(第3回)</p> <p>小矢部市役所 (15:30~17:30)</p> <p>参加者:小矢部市内の事業主等 10名(飲食店、食料品製造業など)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・伝道師が係わった通販の事例から消費者に好まれる商品の特徴について紹介</li> <li>・参加者の持参してきた商品に対する他の参加者の意見、感想の促し(ファシリテーター)</li> <li>・包装、キャッチコピー等に対する具体的な助言</li> </ul> <p>○平成26年10月31日(金)</p> <p>◆店舗での指導、相談(3店舗)(8:45~10:30)</p> <p>場所:調味料製造業者店舗、道の駅軽食店、米菓子製造業者店舗</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・町づくり塾持参以外の商品についての助言</li> <li>・店舗ディスプレイ、のぼり旗等についての助言</li> </ul>		
成果	<p>・小矢部市では、小矢部市商業まちづくり塾の終了後(2月頃)、今回ブラッシュアップした商品について、町づくり塾の成果として、小矢部市長も同席する場で報道機関を招き、大々的に発表し、PRをすることとしている。</p>		
課題	<p>・アウトレットモール内に小矢部市を紹介するブースを設けることとしているが、そのほかにも、アウトレットモール利用者を道の駅や市内の観光地、商店街などに回遊させるための取組を進めていく必要がある。</p>		
今後の方針	<p>・今回の伝道師派遣は、地域の魅力を高めるための商品のブラッシュアップを目的としたものであり、一定の成果があった。</p> <p>・今後、上記課題の解決に向け、相談・依頼があった場合には、コンサルティングの実施や伝道師の派遣を検討する。</p>		



## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談分類	まちづくり／地域コミュニティ	相談主体	静岡県三島市
派遣伝道師	林 弘樹	圏域	北陸圏・中部圏
相談内容	<p>三島市では、文化のもつチカラをあらためて見直し、市民一人ひとりが文化活動の担い手として地域の文化を継承・発展させるとともに、新たな文化が創造され、心豊かな市民生活と活力ある地域社会が実現されることを目指している。この理念を明確にするため、本年6月27日には「三島市文化振興基本条例」を公布・施行した。</p> <p>さらに今後は、本条例に基づいて事業展開を行うために、2か年をかけて文化振興基本計画を策定する予定である。</p> <p>このような取り組みを行う上で、文化によるまちづくりの主役である市民の関心と理解を深め、多様な文化活動を誘発することが重要だと考えている。特に、現在は文化活動の担い手が高齢化・固定化している傾向が見受けられる。</p> <p>そのため、幅広い年代の多くの市民を巻き込んで素晴らしい映画を制作されている林弘樹監督に、市民参加や地域資源の掘り起こしの手法や文化を核にしたまちづくりに期待される効果などについてお話をいただき、機運醸成を図りたい。</p>		
相談への対応内容	<p>○林伝道師による講演会  日時: 11月25日(火) 18:45～20:30  場所: 三島市民文化会館小ホール  参加者: 文化団体会員、市職員、一般市民、文化振興審議会委員等 約140名  《テーマ》文化のもつチカラ</p> <p>「文化」というのは流れである。「文化の力」というのはその流れからつながりを生み出して変えていく力であるという主旨で、映像による事例紹介や来場者との意見交換も交えながらご講演いただいた。</p> <p>最初に、かつて三島にあった「市民サロン」の取組みなどに触れながら、人と人との関係性こそ文化の源であるということで、その関係を作るための共同体験の場として映画作りの手法が紹介された。</p> <p>＜映像＞「つながる力を映画で学ぶ全国公民館セミナー」</p> <p>映像を見た参加者からは、「同じ価値観(公民館活動をしよう)によってグループを組まないで始めは進まないのではないか」「参加者が最初は不安そうな顔がだんだんいい顔になっていったのが印象的であった」「一歩踏み込んだ話ができているように見受けられた」などの感想が寄せられた。</p> <p>それを受けて林伝道師からは、「映画『ふるさとがえり』は、同じ手法で様々な職業・年代の人たちと制作した。考え方が違うからこそ話していて面白い」「安心・安全に話ができる場づくりのための工夫が必要、共通の体験を通してからでない」と対話は進まない」といった助言があった。</p> <p>次に、現代の世相について触れながら、「文化は人である」「確かな未来はなつかしき過去にある」という考えに基づき、変化の速い世の中では大切なものは残そうと意識していかなければ残らない、モノだけでなく人々の関係性やそこから生まれた取り組みのプロセスを蓄積し、受け継いでいくことが重要となるという話に沿って、志摩市の取組みが紹介された。</p> <p>＜映像＞「志摩未来塾プロジェクト、『海へさようなら』の予告編」</p> <p>映像を見た参加者からは、「映像を見ながら未来に残したいものは何だろうかと考えた。今関わる子どもたちは次の世紀まで生きると思うと、つながりを大事にしたいと思う」などの意見が寄せられた。</p> <p>それを受けて林伝道師からは、「ものがたりを作る＝自分・家族・ふるさとと向き合うことであり、未来に残したいもの・大切なものは何かと自分の中に問いかけていくことが大切」「大切なものがあればあるほど語りつくせないが、文化の流れの中で紡いでいくことが可能ではないか」「残そうと思わなければ残らない、その方法もみんなでも共有しなければ残っていない」「文化は何に對してもつながっている。時間も手間もお金もかかるが、大人自身が夢を語れなければ子どもの未来は見えない」といった助言があった。</p> <p>まとめに、文化は川の流れのように絶えず変化しながらその姿は変わらないもの、文化の力は変化することであるという話の中で、一つの作品を紹介された。</p> <p>＜映像＞「鷹の選択」</p> <p>林伝道師から、「文化は変化していくことと残していこうとする両輪があって正常である。変化するには勇気が必要となる。その勇気は関係性の中で発動する」「いまの関係性の輪を一度ほどいて、みんなで話し合っって選り取り、結び直していくことが必要ではないか」「関係性の中で勇気をもって選択し、ともに関係性の中で笑い合っって手を取り合っっていく取組みができるのが、文化の力という目に見えないかけがえのないものではないか」「自分事として当事者意識を持ってやっていくことが文化である」という助言があった。</p> <p>この日の記録として、参加者全員での記念写真を撮影した。</p> <p>講演後の意見交換では、参加者から質問が寄せられた。一例として、「まちづくりのための人集めに気をつけるべきことは何か」という質問に対し、林伝道師から「人が集まりたくなる場を作ることが大事。参加した人が『楽しい』と思えることと、第三者から見てそれが『いいプロジェクトだ、かっこいい』と思われる場であること。それには、合意形成のルール作りを新たにみんなで発明する必要がある」といった助言があった。</p>		

成 果	<p>講演会の参加者アンケートより、「行動することの大切さを改めて感じた」「文化というものをあらためて自分のこととして考えられるようになった」「人とのつながりを考えるよい機会となった」「一歩から始めることを勇気を出してやろうと思った」などの多くの意見や感想が寄せられ、今回の参加者には「文化」を幅広く捉え、自分自身に関わることであるという意識を啓発できたと評価できる。</p> <p>また、後日行った文化振興計画策定作業部会では、講演会に参加した委員等から「場づくり」が必要であるとの意見が多く寄せられ、共通認識が図られた。</p>
課 題	<p>今回の参加者は日頃から文化に関心のある層の人たちが多かったので、今後、文化活動の裾野を広げ底上げしていくためには、無関心層にも訴求する場づくりを工夫する必要がある。</p> <p>また、今回の参加者には、さらに次のアクションにつながる場を提供していく必要がある。</p>
今 後 の 方 針	<p>文化に関わる人や情報が集まる場を作ることについて、文化振興基本計画の策定過程で具体的に検討していきたい。計画が公表され実際に事業を展開していく際には、参加者が共通体験をする機会や対話しやすい環境づくりに留意したい。必要に応じて再度伝道師の派遣を希望する。</p>

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談分類	農産物や加工食品等のマーケティング	相談主体	兵庫県養父市
派遣伝道師	森本 明夫	圏域	近畿圏
相談内容	<p>地元の農産物や水産物、またはそれらを利用した加工食品を販売する地元事業者にとって、商品の販路開拓やマーケティングは大きな課題となっている。マーケティングや流通を理解し、活用することは、地元の事業者にとって今後大きなチャンスに繋がるものであり、現在の取り組みを改善していく機会とするべく、経験・実績ともに豊富な森本伝道師より、講演会及び個別相談会を通して、食品流通等のヒントについてご指導いただきたい。</p>		
相談への対応内容	<p>○平成26年9月26日  <b>【森本伝道師による講演会】</b>  場所：養父市商工会館  参加者：75名  《テーマ》地域共生のためのマーケティング講座  内容  ・ブランドって何？  ・ブランディングとは？  ・ブランディングと商品化  ・SWOT分析 強みと弱み  ・弱みを強みに  ・PDCAサイクル  ・100の企業があれば、100のブランドがあります  ・地方新聞社の協力</p> <p><b>【個別相談会】</b>  場所：養父市商工会館  参加者：10企業</p>		
成果	<p>地域活性化伝道師より、ブランディングやPDCAサイクル等の方法についてご講演いただき、参加された地元の農業や食品加工等に従事する方々の意識向上に繋がった。</p>		
課題	<p>地元の農産物や加工食品を販売する事業者にとっては、地域経済が低迷している等、厳しい状況にある。今回の講演会で学んだマーケティングのノウハウを活かして、今後の企業経営を考えていく必要がある。</p>		
今後の方針	<p>地域からの依頼に応じて、今後もコンサルティング等による支援を行っていく。</p>		

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談テーマ	産業・エネルギー	相談主体	びわ商工会(滋賀県長浜市)
派遣伝道師	高島 利尚	圏域	近畿圏
相談内容	<p>・地域資源「南浜ぶどう」を活用し、ぶどうジュース・ぶどうジャム・飲む酢の試作品開発に着手しているが、原料供給が不安定な為、生産者側の安定供給(契約栽培等)へ移行して、農業者、販売者側ともにメリットがある体制の構築や、6次化・農商工連携の基盤作りについて助言をいただきたい。</p>		
相談への対応内容	<p>○平成26年10月16日(木)</p> <p>・南浜ぶどう生産組合において、地域資源である南浜ぶどう栽培地、集荷所、事務所の現地調査を実施。組合長から収穫量や出荷量、販売額等についての説明を受けた。</p> <p>・高島利尚伝道師から、びわ商工会館において六次産業化、農商工連携についての講演及び意見交換を行った。</p> <p>・講演の内容は、中小企業地域資源活用プログラム及び地域産業資源活用事業の概要、具体的な事例紹介があった。</p> <p>・意見交換では、商品・サービスのコンセプト作りについての演習により、南浜ぶどう固有の魅力や競合する商品との差別化について検討を行った。</p>		
成果	<p>・生産者の高齢化及び後継者不足の解決のため、事業収入の増加を目指す必要性を認識できた。</p> <p>・原料の納入金額について、生産者、販売者それぞれの利益を分担し、有機的に連携していく必要性を認識できた。</p> <p>・中心市街地での商店街の賑わいと連携、観光とのタイアップによる販路の拡大という新たな視点を見出すことができた。</p>		
課題	<p>・生産者の高齢化が進み、重労働のため廃業等により生産者が減少している。事業収入の増加等により生産者としての魅力を高め、後継者確保を図ることが必要である。</p> <p>・組合として生產品種に一貫性がないため、最適な生產品種構成になっていない。</p> <p>・生産者側には販売者側主導で農商工連携が進んでしまう危惧もある。</p> <p>・PR不足により観光農園の入場者数は年々減少しており、収入が低下している。</p>		
今後の方針	<p>○今後も行政、関係機関の指導を仰ぎながら、商工会を中心に生産者や販売者が定期的に研修会や意見交換を重ね、互いに連携できる方向性・枠組みを具体化し、販路開拓や事業規模の拡大に向けて取り組んでいく。</p>		

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談分類	マーケティング	相談主体	島根県西ノ島町
派遣伝道師	北野 尚人	圏域	中国圏
相談内容	<p>&lt;全体&gt; 西ノ島町の特産品の多くがこれまで主たる顧客層としてきた町民や観光客がともに減少している中、島内消費のみで売上拡大は難しい状況にあることから、今後は島外に対して販路を求めていく必要がある。島外への販路拡大にあたって、どのような商品が求められているのか、どのような層を顧客層とすべきなのか等、戦略的な商品開発、販売戦略が求められることから、企画のテーマを「マーケティング」とし、その基礎知識や具体的な手法等について学習したい。</p> <p>&lt;個別相談&gt; 【A者：アクセサリ製造・販売】 『エシカル』をキーワードとし、『島にあるもの、島の宝』をコンセプトに、島の中学生が集めたアワビ殻を島の人たちの手によって一点物の作品とすることにより付加価値をつけ、隠岐のブランド品として高値で島外に販売したいが、どのような顧客層を対象としていったらよいか。また、3,000円までのカジュアル路線と、それ以上の高級路線とに分けて商品を開発しているが妥当か。さらに、今後、パッケージやロゴにも力を入れていきたいと考えているが、どのようなものにしてよいかかわからない。これら販路開拓や商品開発、金額設定等についてアドバイスをいただきたい。</p> <p>【B者：魚介類加工品製造・販売】 どのような層に受けるのか、どこに売ったらよいか。また、都市部で好まれる味付け、加工方法、また、パッケージや価格帯など、品質以外の部分で、最近の傾向があればアドバイスをいただきたい。</p>		
相談への対応内容	<p>&lt;全体&gt; 「行動デザイン」という考え方について講演。人を動かすには、人を動かす「行動デザインのツボ」がある。過去事例から、人を実際に動かした事例を抽出し、人を動かす力学を「ツボ」というかたちでパターン分類。その「ツボ」を押してあげる。人は「動かない」ということを前提とすることが大事。なぜなら、現代は、「認知飽和」の状況にあり、選択可能な情報量が莫大に増えている。一方、消費可能な量は物理的に限られているので、選択してもらうためには、購買行動から逆算して「行動デザインのツボ」を押してあげる必要がある。</p> <p>「行動デザインのツボ」の例としては、以下のようなものがある。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■投票させると人は動く&lt;行動アクセルを加速&gt;</li> <li>■口実があると人は動く&lt;行動ブレーキを緩和&gt;</li> <li>■競わされると人は動く&lt;行動アクセルを加速&gt;</li> <li>■帰属意識を刺激されると人は動く&lt;行動アクセルを加速&gt;</li> <li>■現場が来てくれると人は動く&lt;行動ブレーキを緩和&gt;</li> <li>■時間限定で人は動く&lt;行動アクセルを加速&gt;</li> <li>■「名前」をつけると人は動く&lt;行動ブレーキを緩和&gt;</li> </ul> <p>また、「提供する価値」を自己規定することが必要であり、「①求められること(期待)」「②やりたいこと(意思)」「③できること(強み)」の三つが揃ってはじめてビジネスは成功する。また、この三つが揃うところに「ブランド」ができる。「ブランド」とは「送り手と受け手の間の“他との違い”の約束」であり、単に商品に名前をつけてパッケージ化することだけでブランドができるわけではない。商品の背景にある「物語」を情報として付加し、顧客に伝えることが重要。また、「ブランド＝高級品」ではなく、価値を感じるものは100円でもブランド。ブランドとは、商品そのものを指すのではなく、商品が示す世界観を指す。ブランドは、顧客に対して向かうものではなく、ブランドに携わる人々の誇りや求心力につながる。</p> <p>さらに、①シーズアプローチ(技術)、②マーケットアプローチ(市場)、③トレンドアプローチ(時代)、④ニーズアプローチ(生活者)という4つのアプローチが必要。①と②は比較的实施できていると考えられるが、③と④が弱い場合が多い。志向は時代とともに変化する。また潜在的な欲求は埋もれている。</p> <p>その他、世帯構成の変化についても敏感になる必要がある(2007年に4人暮らし世帯の数を1人暮らし世帯の数が上回った。)</p> <p>&lt;個別相談&gt; 【A者：アクセサリ製造・販売】 アクセサリの名前である「御輝鮑」(おきあわび)について、アワビの貝殻を使ったアクセサリであることが明確にわかる名前にした方がよい。ブレンストーミングを行って、100個、200個とアイデアを出す必要がある。「御輝鮑」の定義→出来上がったアクセサリとのことだが、具体的に示すべき。「隠岐のアワビ」の他にはない特徴はあるか。「御輝鮑」の背景にある「物語」を示すことが必要。利益の出る「高級路線」を定め、名前も「お土産向け」とは変えることも一つの方法ではないか。パッケージデザインについては重要なので、デザイナーの意見を取り入れる必要がある。パッケージカードに記載する文章も工夫が必要。</p> <p>【B者：魚介類加工品製造・販売】 生産が安定しないことは、必ずしもマイナスではない。自然を相手にしている以上、獲れないこともある。逆に、容易には手に入らないことをアピールすることも一つの方法。 「クセになる味」はリピーターを生む。邪道かもしれないが、甘党向けの甘い干物やピリ辛の干物なども検討してみる余地がある。おいしいだけでは足りない。背景にある「物語」を示すことが必要。それによって、食べたことのない人にも、品質の良さをアピールし、そのエビデンスを示すことになる。高級な商品もあり得る。価格帯別にパッケージを変えてみることも必要。</p>		

成果	<p>&lt;全体&gt; 「行動デザイン」(人を動かすツボ)という考え方について知ることができた(新たな視点を得た。)。今後、島内産業に関するマーケティングを主とした地域活性化の取組を進めていくに当たり、この考え方を取り込んでいくことができる。</p> <p>&lt;個別相談者&gt; 【A者:アクセサリ製造・販売】 課題が浮き彫りとなった。今後、これらの課題を改善すべく、具体的に取組を進めていくことができる。</p> <p>【B者:魚介類加工品製造・販売】 課題が浮き彫りとなった。今後、これらの課題を改善すべく、具体的に取組を進めていくことができる。</p>
課題	<p>&lt;全体&gt; 「行動デザイン」の考え方を踏まえた「PR方法」の検討。「行動デザイン」という考え方の周知。</p> <p>&lt;個別相談者&gt; 【A者:アクセサリ製造・販売】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 取り扱っている商品を、販売層ごとに分類し、販売量や販売価格を決定する。</li> <li>✓ 商品名称を工夫する。</li> <li>✓ 商品の背景にあるものを「物語」として付加する(物+情報)。</li> <li>✓ パッケージ、ロゴについて工夫する。紹介文についても、上記の物語を踏まえて工夫する。</li> <li>✓ ネット販売についても検討してみる。</li> </ul> <p>【B者:魚介類加工品製造・販売】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 事業規模をどの程度のものとしていくかを検討・決定する(扱う魚介類の種類、量、販売先。)</li> <li>✓ それぞれの商品の主たる販売層を決定し、味付けや販売量、販売価格を決定する。</li> <li>✓ 商品の背景にあるものを「物語」として付加する(物+情報)。</li> <li>✓ パッケージ、ロゴについて工夫する。パッケージについては、パッケージテスト(一つだけで見ずに、実際に店頭へ他の商品と混じって陳列されている状況を再現)を行った上で決定する。なお、価格帯別にパッケージを変えてみる必要もあり。</li> <li>✓ ネット販売についても検討してみる。</li> </ul>
今後の方針	<p>&lt;全体&gt; 「行動デザイン」の考え方を踏まえた「PR方法」について、観光協会を中心に検討を行う(定期的にワーキンググループを開催し、検討する。)</p> <p>「行動デザイン」という考え方について、講演会に出席できなかった方にも、周知を行っていく(講演会資料を町役場に配架し、配布する。)</p> <p>個別相談者の取組に「変化」や「効果」が見られた場合に、他の事業者の方にも周知する(町内広報や個別相談者の事業所見学などを実施する。)</p> <p>&lt;個別相談者&gt; 【A者:アクセサリ製造・販売】 西ノ島町役場を通じて、その後の「変化点」を定期的(2か月毎)にフォローアップし、行政として適宜相談に応じるなど、継続的に支援を行っていく。</p> <p>【B者:魚介類加工品製造・販売】 西ノ島町役場を通じて、その後の「変化点」を定期的(2か月毎)にフォローアップし、行政として適宜相談に応じるなど、継続的に支援を行っていく。</p>

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談テーマ	まちづくり	相談主体	山口県山口市
派遣伝道師	岡田 昭人	圏域	中国圏
相談内容	<p>&lt;全体&gt; 平成26年3月に第2期中心市街地活性化基本計画の認定を受けたことを契機に、地域住民を巻き込んで更なる活性化を図るべく、中心市街地活性化に関するシンポジウムを山口市が企画した。第1期計画では商業活性化が軸であったが、第2期では優良建築物等整備事業や住宅密集地の解消といった街なか居住の推進を軸としていることから、中心市街地の住環境の改善や街なか居住の重要性をテーマとした講演を希望した。</p>		
相談への対応内容	<p>&lt;全体&gt; 「中心市街地における住環境の改善に向けて」と題しての講演 ○まちづくりとは… 1)地域の諸活動の中心核となる「まち場」の再生 2)誰もが安心して住み続けられる持続可能な地域社会 3)歩いて日常生活を送れる歩行圏中心のまちづくり 4)町並み・景観の整備と歴史・文化・芸術の場の創造と再生 5)多様な生活像が共存し多文化が共生する地域社会 6)資源を浪費しないコンパクトなまちの構成 7)自然、生態系と共存する町の仕組みの再生 8)人を暖かく迎え入れ、多様な交流の機会を持つまちづくり 9)コミュニティービジネスなどによる循環型地域経済 10) 共治を基盤とする地域社会システムの構築 ○密集市街地におけるまちづくり市民事業 ①密集市街地でのまちづくり市民事業の組み立て方 「住宅の改善は民間で、道路は公共でという切り分けでは進まない。」私的要求を積み上げ、その共通項を公益・共益とする立場から、住まいの改善という個別の要望と住環境を一体的に整備すること。 ②誘導方策だけでなく、段階的な計画の合意 誘導方策は自力再建を後押しするもので、地域活力が低下し自力再建の力がほとんどないところでは需要の喚起ができない。一部に建て替えができる場所があっても、整備時期が個々の家庭の事情に依存しているため整備効果が明確にならず、ルールはあっても、緊急性に対しての担保ができない。整備の優先順位を設定し、計画と調整を繰り返すことで段階的な整備を目指す。暫定利用も考慮する。 ③共同建て替えは「目的」ではなく「手段」のひとつ 地権者・住民の合意形成が困難だからという理由で共同建て替えが難しいとされているが、一人ずつ地権者の顔が見えない開発事業の提案をしていることが多い。密集市街地では、収益性が低く、かつ事業リスクが大きい開発会社などの民間企業は積極的に参加できないため、行政責任を明確にしながらも、そこに頼るだけではなく住民も含めた多様な主体からなるまちづくり市民事業がカギ。</p>		
成果	講演会を通じて、市民へこれからのまちづくりの課題を明らかにすることができ、これからのまちづくりを考えるきっかけづくりとなった。		
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街で32店舗中3名しか、実際にこの場所に住んでいない。コミュニティーが形成できない。</li> <li>・商店街で消防隊も組めない状況。また、夜間商店街に人がおらず、防犯面でも不安。</li> </ul>		
今後の方針	<p>○今後のまちづくりの方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・まちづくりは暮らしを包括するという視点から進める。</li> <li>・地域の担い手へのさらなる支援策を充実させる。</li> <li>・少子高齢化の縮退社会でのまちづくりの在り方</li> </ul> <p>○住まいや暮らしを支える主体形成を軸にした街づくりの展開に向けて</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地域の暮らしについての要望とその課題を抽出し、地域資源を発掘する。</li> <li>2. 防災・防犯と福祉のモデルコミュニティーの基本スキームを作成する。</li> <li>3. 防災・防犯と福祉のコミュニティー活動を通じ、実践的な整備改善事業につなげる。</li> <li>4. 居住者・権利者が主体となったまちづくりプロジェクトの提案とプラットフォームを構築する。</li> <li>5. 居住者・権利者(市民)が今後のまちの将来像を共有し、住み続けられる環境整備のためのルールをつくる。</li> </ol>		

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談テーマ	地域資源を活用した活性化事業、まちづくり、地域振興	相談主体	香川県観音寺商工会議所
派遣伝道師	井手 修身	圏域	四国圏
相談内容	<p>香川県観音寺市においては、2年前より「かんおんじ感動体験博覧会かんぱく」事業を実施しているところ。観音寺市にある人・もの・文化などを活かした体験型プログラムをたくさん集めて開催するイベントであり、それを通して地域を元気にすることを目的としているが、本かんぱく事業が終了すると地域住民との繋がりが希薄になるなど一過性のイベントになるおそれがあり、地域の人材力強化が課題となっている。</p> <p>このため、地域を元気にする人たちが繋がる仕組みや人材の育成、まちづくりに対しての意識向上等の課題解決の方法及び体験型プログラムを発展させ、人材力が地域の自立・活性化を持続的に担っていくために「人材の育成・組織活性化の専門家である地域活性化伝道師」より専門的な知見からの指導・助言を受けた。</p>		
相談への対応内容	<p>【平成26年9月19日(金)】 ○15:00～18:30 地域活性化伝道師の豊富な経験を語っていただき、事業の課題についてのアドバイスやまちづくりに対する人材・組織の育成方法、体験型プログラムを次のステップに繋げていくための手法等のための指導・助言など。</p> <p>○19:00～20:00 井手伝道師による講演会「人材×組織×マーケティングによる地域活性化戦略」 (於:観音寺商工会議所ホール 参加者:「かんぱく事業」関係者を中心に約40名)</p> <p>主な内容は以下のとおり。 井手伝道師とのワークショップを実施し以下のような説明・アドバイス等があった。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光まちづくり(地域資源を活用した地域振興)を行うにあたっては、マーケティングに基づいて顧客を創造することが必要。</li> <li>・マーケティングの基本である、Product(商品)、Place(市場～流通、販売)、Promotion(販売促進、PR)、Customer(顧客)等について、説明があった。</li> <li>・かんぱく事業を継続して実施していくためには、顧客を創造していかなければいけない。そのためには、顧客が望むサービス・商品(事業)となっているか否かの視点を持ち、それにあつた企画となっているか、その上でPRの方法に問題はないか等を検証する必要がある。</li> <li>・かんぱく事業は誰のために、何のために行っているのか、目的が不明瞭となっているのではないかなどを検証する必要がある。</li> <li>・そういった観点(顧客を誰にするかなど)からかんぱく事業を見ていくと、組織の在り方やかんぱく事業の進むべき方向は変わってくる。</li> <li>・複数の飲食店が共同でイベントを実施し成功を収めている先事例として、伝道師が参画している「バルウオーク福岡」のスキームや「小値賀島の民泊」について紹介があった。</li> </ul>		
成果	<p>「かんおんじ感動体験博覧会かんぱく」事業については今年が3回目の開催となるが、今回伝道師と様々な意見交換が行われる中で、今後の運営方法等について多くの課題が明らかになるとともに、組織の在り方や今後の事業発展に係るアイデアを得ることができた。</p>		
課題	<p>○「かんおんじ感動体験博覧会かんぱく」事業に、もっと多くの人々に関わってもらい、地域を元気にしていくためには、顧客(ターゲット)を誰にするのか等を明確化することによって進む方向はまったく違うものとなる。そのため、実行委員会についても事業プレイヤーとコーディネーターどちらの立場に立っていくのか等について話し合う必要がある。</p> <p>○そういった中で組織の在り方は変わっていくが、いずれにしても長く活動を続けていくことが重要であるが、かんぱく事業だけで組織の収支を黒字にすることは不可能と思われるため、他の事業も含めて複合型の取り組みを実施することによって、全体で収支を黒字にすることが必要である。</p>		
今後の方針	<p>○今後は、「かんおんじ感動体験博覧会かんぱく」事業の実行委員会内において、改めて事業の目的を再整理し、狙いやターゲットを明確化することとし、それにあつた組織の体制づくりを進めることとする。それによって、まちづくり・地域振興に向けた取組を着実に進めていく。</p>		



## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談テーマ	地域資源の活用による地域活性化	相談主体	愛媛県内子町
派遣伝道師	中島 淳	圏域	四国圏
相談内容	<p>内子町では、「住民自らが自らの地域のことを考え、自らの手で治める」という住民自治の考え方により自治会制度による地域づくりを推進しており、各自治会に地域担当職員を配置するとともに、平成26年4月からは、地域おこし協力隊を3名雇用し、小規模高齢化集落や商店街での地域支援活動を開始した。</p> <p>今回、地域資源(景観、廃校舎、農産物等)を活かした交流事業や新規ビジネス創出のノウハウ等の地域担当職員や地域おこし協力隊への講演及び地域おこし協力隊赴任地で直面する問題点等についてご指導いただきたい。</p>		
相談への対応内容	<p>【平成26年10月6日(月)】 ○中島伝道師による講演会「集落経営による活性化」～外部人材地域おこし協力隊の活かし方～(場所:内子町役場 参加者:内子町職員、地域おこし協力隊) 講演会は、内子町からの要望に沿い、人材の育成、地域資源を活かした新規ビジネス等の創出などについて、他地域における地域おこし協力隊の取組事例を交え紹介され、講演後には質疑応答が行われた。</p> <p>【平成26年10月7日(火)】 地域おこし協力隊が活動している地区を訪れ、地域課題となっている廃校舎、山間部の限界集落などを視察。協力隊を交え具体的な意見交換を行った。</p>		
成果	<p>○初日に行われた講演会は、内子町からの要望により地域おこし協力隊が活動を始めてから半年が経過し課題が見え始めたタイミングで開催されたものである。中島伝道師からの地域活性化の取組にあたる上での行政及び協力隊の必要な意識や体制、他地域の事例などのアドバイスは、今後地域活性化の取組を本格化させていく内子町にとって、大変貴重なものであった。</p> <p>○二日目には、関係者とともに地域課題となっている廃校舎などを視察するとともに、関係者からの提案や疑問点などについて具体的な助言を行った。</p>		
課題	<p>○赴任期間がある協力隊は、赴任期間後、本人がいなくなっても、取り組みが自立して継続して動いていく「仕組み」を残すことがミッション。</p> <p>○行政は、地域おこし協力隊の取り組みやすい環境を整えることが必要。協力隊の活動に過度な制限をかけることなく、チャレンジを認め、致命的な失敗をしないよう助言することが重要。</p> <p>○地域活性化を図るにあたっては、地域住民の協力が不可欠。地域の昔からの産業や、資源を活用しつつ、住民を巻き込むことが効果的。</p>		
今後の方針	<p>伝道師による全体の総括 ○地域活性化の主体は地元住民であり、能動的な地域の参加が得られるよう、課題を明確化し、地域が望むことを把握した上で、プロジェクトを設計することが重要。</p> <p>○廃校舎の利活用による地域活性化について、行政が主導では長続きしない。地域を巻き込むためにも、地域の歴史に関係のあることを取り入れた方が効果的とし、当該地域の主力産業である林業を中心とした地域活性化策のアドバイスがあった。</p>		

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談テーマ	観光振興にかかる課題抽出、長期ビジョンの検討	相談主体	香川県高松市
派遣伝道師	井手 修身	圏域	四国圏
相談内容	<p>高松市においては、平成25年10月に新しい観光振興計画を策定し、計画推進にあたり、関連する組織が個々に進めている取組を情報共有し、連携や協働化を形にするため、「観光連携プラットフォーム」の構築を進めていくこととなった。</p> <p>今後、プラットフォーム運営委員会(仮)が主体となり平成27年度には、観光振興を図るうえで優先的に取り組むべきテーマの一つ掲げ、具体的なアクションを考えてもらうワークショップの開催を検討している。</p> <p>今回、その事前ステップとして、市内観光関係者を対象に、市の観光の進むべき方向性の共有と人的ネットワーク形成のために講義・グループワーク型研修を実施するに当たり、伝道師に専門的な知見からの指導・助言を得たい。</p>		
相談への対応内容	<p>【平成27年2月27日(金)】</p> <p>○10:30～12:00 講義に先立ち、市内中心部の主要観光地である「玉藻公園(旧高松城跡)」、「栗林公園」を現地調査。</p> <p>玉藻公園では重要文化財・披雲閣にて特産品を活用した音楽・食事のイベント「匠のおもてなし」を展開し、好評を得ているとのこと。栗林公園では観光客を案内するボランティアガイドの姿や、アジア系の団体観光客の姿が確認できた。</p> <p>○14:30～16:30 井手伝道師による観光活性化戦略に関する講義・グループワークの実施。</p> <p>(於:香川国際交流会館(アイパル香川) 参加者:市内観光関係者ほか約66名)</p> <p>前半は井手伝道師による観光活性化に関する講義を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・行政・事業者等・住民の三位一体の観光まちづくりと、参画者の種類・取組の構造について</li> <li>・観光の今昔。発地型観光から着地型観光への変化。</li> <li>・マーケティングの重要性と、自立型観光組織の構築について。</li> </ul> <p>後半は9テーブルに分かれてのグループワークを実施。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>様々な立場の参加者各人が感じる高松市の魅力および問題の洗い出し。</li> <li>Iを受けて2020年に向けて実施したい取組の発案。</li> <li>IIで挙がった取組について特に実施すべきテーマのピックアップとそのプレゼンテーション。</li> </ol>		
成果	<p>○現地調査の過程において、現在高松市が公開している公式の観光案内HPについて、カセット情報が多く観光客向けとして効果が弱い点について指摘があった。また支店経済都市という側面より、ビジネス客中心の誘客となっており、観光客向けへの意識が薄いのではないか、との指摘があった。</p> <p>○講義においては、観光を取り巻く状況や環境の変化とともに、実際に取組に携わる人間のモデルや、取組の構造について、ご教示をいただいた。多数のプロジェクトの発案から、アクションの策定まで実現した実際の取組事例(黒川温泉、指宿市)を参考に、自律的に運営ができる取組に必要な事項についての解説をいただいた。</p> <p>○上記講義を踏まえ、講義参加者で9つのグループを作り、グループワークを実施した。このグループには旅行会社等の観光業関係者にとどまらず、一般市民やスポーツ団体関係者、ボランティア団体の関係者など、異なる立場の参加者が同じテーマで議論を交わし、高松市の観光に関する魅力と課題を洗い出し、今後進めていくべき取り組みの姿を共有できた。</p>		
課題	<p>伝道師からの課題の指摘。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○支店経済都市としてビジネス客中心の誘客のため、観光に対する意識の薄さ。</li> <li>○市公式の観光サイトにおける、カセット情報の多さとPR力の弱さ。</li> </ul> <p>グループワークを通して抽出された高松市観光に関する課題。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○モノ・コトと観光客をつなぐ地元のヒト(人材)の不足。住民による地元の魅力への無関心。</li> <li>○レンタサイクルなどのPR不足や、廃止された屋島ケーブルカー問題など公共交通機関に関する諸問題。</li> <li>○観光案内所の他自治体との連携が弱く、縦割り行政というイメージ。情報発信力の弱さ。</li> </ul>		
今後の方針	<p>グループワークを通して参加者からの発案</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○観光客と地元資源を繋ぐ市民レベルでの地元の魅力についての再発見と、それを活かした人材の育成。</li> <li>○島周遊チケットの販売と、港と商店街のアクセスを改善し、人の流れを作ると同時に空き店舗を活用した体験スペースの確保。</li> <li>○外国人受入体制の強化とインターンシップを活用した日本人学生との交流促進。</li> <li>○他の自治体と連携した観光案内の充実や空港リムジンバス車内での観光地PRの強化。</li> <li>○クルーズなどの洋上観光や、古代遺跡ツアー、夜の観光ツアーなどターゲットを定めた観光商品の開発。</li> <li>○地元ならではの「体験プログラム」の充実と、それらの予約を一括で可能とするプラットフォームの整備。</li> </ul> <p>伝道師による総括</p> <p>具体的なプロジェクトを検討するにあたり「強みを磨きより効果を高める手法」「弱みを補うため新しい取組を実施する手法」とがあるが、何を優先して進めるか検討が必要である。</p> <p>また地元の観光資源を活用する際は、顧客視線に立ち、ターゲットを意識した商品の開発を行うべきである。(観光客向け、地元向けの区別や、既存の取組を改良でも対応できるのではないかな)</p> <p>来年度の具体的プロジェクトの検討にあたっては、プロジェクトの実施主体を明確化し具体的な内容を詰めた上で、今回のチームで再度集まって相談すべきではないか。</p> <p>⇒4月中旬に再度集まる機会を設ける方向となった。</p>		

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談分類	農林水産業・観光	相談主体	鹿児島県肝付町
派遣伝道師	柴田 敏郎	圏域	九州圏・沖縄県
相談内容	<p>肝付町の農業は、農作物の輸入増加、産地間競争の激化、農業従事者の高齢化、農産物の価格低迷などにより非常に厳しい経営状況にある。このため、高付加価値作物の選定・奨励やブランド製品の育成等その対策が急がれている。このような課題を解決するため、肝付町では高付加価値作物、ブランド製品になり得る薬用植物事業(栽培から加工品開発)を推進し、産業・雇用の創出につなげ、地域の活性化を図っている。</p> <p>今回、その取組の一環として肝付町が現在栽培実証を行っている薬用植物カンゾウについて、施肥や害虫駆除など栽培に関する技術、生育不良の原因、収穫後における洗浄から乾燥・出荷までの作業における負担軽減策等に関する技術的指導を行う。</p>		
相談への対応内容	<p>●平成26年9月16日(肝付町高山地区及び内之浦地区)</p> <p>①カンゾウの生育状況について、柴田伝道師による現地調査(15:00～17:00)及び意見交換(18:00～20:30)を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生育不良について 6月の梅雨期以降、多量の降水、台風による長雨の影響で日照不足と圃場の冠水のため、春先に展開した葉の枯れや落下が見られた。</li> <li>・ハスモンヨトウの影響について 8月下旬にハスモンヨトウの大発生があり、カンゾウへの農薬散布が遅れたこともあり、9月中旬であるにもかかわらず葉が全くないかかなり少ない状態となっていた。</li> </ul> <p>●平成26年9月17日(肝付町高山地区及び内之浦地区)</p> <p>②カンゾウの生育状況について、柴田伝道師による現地調査(9:00～12:30)及び今後の打ち合わせ(13:30～15:00)を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・欠株について 全般に欠株も多発していたが、春の萌芽の時点ですでに枯死していたとのことで、冬期間に何らかの原因で株が枯れたと考えられる。</li> <li>・その他 以上のような状況から全体的に生育不良が多い中、7月上旬に定植した株では生育が良好なものもあった。しかし、5月に定植した圃場では葉の茂りが悪く湿害とそれに続く病害を受けたと考えられた。</li> </ul>		
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大半の圃場で生育不良が起こっており、カンゾウ栽培において、日照不足や長期の雨、湿害については、大きな影響を及ぼすと考えられる。</li> <li>・また、冬季の何らかの原因により、2年目春の新芽の分化や伸長、展開が極めて悪くなり、欠株にもつながることが推定された。</li> </ul>		
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・冬期間に生じる生育不良の原因を解明し、対策を確立すること。</li> <li>・カンゾウの冠水(湛水)への耐性について明らかにし、作付け圃場の選択を行うことも必要。</li> <li>・病原菌対策、土壌の検証。(土壌に病原菌がいないか) (病原菌対策として、1. 被覆資材で覆う、2. 作付け前に土壌消毒を行う、3. 市販の培養土で植木鉢栽培をする、等の意見が出され、実際に試行してみることもなった。)</li> </ul>		
今後の方針	<p>地域からの依頼に応じて、今後もコンサルティングや地域活性化伝道師の派遣等による支援を行っていく。</p>		

## 地域活性化・総合コンサルティング業務報告書

相談テーマ	地域活動における地元食材を活用したメニューの開発および地元食材の販路拡大へ向けた助言	相談主体	臼杵市役所 協働まちづくり推進局
派遣伝道師	古庄 浩	圏域	九州圏・沖縄県
相談内容	<p>○臼杵市では、旧小学校区単位で地域振興協議会（構成員：地域住民）が組織されており、その中の一つの協議会において、食を切り口とした地域のふれあいを推進するための取組みを行っている。今回、取組みの一環である料理教室が、平成19年の開始から通算100回目を迎えることとなった。</p> <p>このことを記念し、地域住民に食の大切さ、そして地域のつながりの大切さを再認識していただくことを目的とする記念事業（オクトーバフェスト）を開催するので、実施に際し、講師として臼杵市佐志生出身で大阪マルビル第一ホテル上席料理長や東京第一ホテル鶴岡執行役員総料理長などを歴任し、人気テレビ番組「料理の鉄人」に出演し、道場六三郎氏と対戦された古庄 浩地域活性化伝道師を派遣いただき、地元食材を使った美味しい料理メニューの提案や調理指導、今後の地域活動の活性化に向けた助言など、専門的な立場から指導いただきたい。</p>		
相談への対応内容	<p>○平成26年10月18日（土） 地元食材を使った料理メニューの提案、調理指導等          地元食材を使った美味しい料理メニューとして、「家でできるちょっと豪華なおムライス」と「臼杵の新鮮な魚（カマガリ）のつみれを入れたシチュー」の提案や料理教室における調理指導も行った。          ※「カマガリ」は、一般名称クログチという魚で臼杵独特の地魚</p> <p>○平成26年10月18、19日（日） 記念事業（オクトーバフェスト）における講演、実演調理など          下ノ江地区（18日）と市内中心部（19日）の2会場で開催した記念事業（オクトーバフェスト）では、参加いただいた地域住民などに向けて、講演並びにオムライスの実演調理を行った。また、会場では、地元食材を使った美味しい料理メニューの調理方法やスムーズな料理提供のための差配の方法並びに会場レイアウトなど、専門家の視点から助言した。</p> <p>○平成26年10月19日（日） 現地視察          臼杵市が取り組むほんまもん野菜（有機無農薬等）の取組みを知ってもらうため、臼杵市土づくりセンターおよび有機無農薬の農産物に取り組む農家を視察し、生産者の方と直接意見交換や販路拡大の助言等を行った。</p> <p>○平成26年10月20日（月） 今後の地域活性化に向けたアドバイス          料理教室、記念事業（オクトーバフェスト）、現地視察を踏まえた上で、今後の臼杵市の地域活性化、特産物などの他市への売り込みや販路拡大に向けた助言をした。</p> <p>・内容          ①地域振興協議会の取組みの現状とこれから          ②臼杵の食の魅力発見と販路・市場開拓について</p>		
成果	<p>○今回初めて料理教室に参加した方も多く、新たな住民参加を生むきっかけとなった。</p> <p>○地域振興協議会の取組や地元食材を使った美味しい料理メニューを多くの方に周知することができた。</p> <p>○記念事業（オクトーバフェスト）のような、大規模なイベントでのスムーズな料理提供のための差配の方法並びに会場レイアウトなどの助言を行った。</p> <p>○記念事業（オクトーバフェスト）を成功裏に終えたことは、地域住民にとって非常に大きな成功体験となった。</p> <p>○地域の活性化、特産物などの他市等への売り込み及び販路拡大に取り組む上での助言を行った。</p>		
課題	<p>○地域活動における内容や参加者の固定によるマンネリ化。</p> <p>○地域活動における新しい参加者のきっかけづくりやよそ者の意見を積極的に取り入れるための仕掛けづくりへの取組み。</p> <p>○ほんまもん野菜などの特産物の推進のための収益性の確保。</p> <p>○ほんまもん野菜などの出口（売り込み先）戦略とそれに応じた商品の売り込み。</p>		
今後の方針	<p>○今後取組が進展し、再度依頼があった場合はコンサルティングの実施や伝道師の派遣の検討を行う。</p>		