

平成21年度 地方の元気再生事業 事業実施調査

(1) 取組名	南三重地域活性化プロジェクト			
(2) 実施団体名	南三重地域活性化事業推進協議会	(3) 対象地域	尾鷲市、熊野市、大台町、大紀町、南伊勢町、紀北町、御浜町、紀宝町	
(4) 代表団体名	有限会社 熊野市観光公社	(5) 推薦団体名	三重県、尾鷲市、熊野市、大台町、大紀町、南伊勢町、紀北町、御浜町、紀宝町	
(6) 実施した取組の内容	取組①	長期インターンシップによる交流システム構築とアイデア出し		
	実施主体	主担当：熊野市観光公社		
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
		<ul style="list-style-type: none"> 地域内外の大学生・高校生と地元経営者・企業との起業合宿や中長期インターンシップによる、誘客や販路開拓の戦略づくり及び、それを継続的に実施していくためのシステムづくり…6月～1月 「よそ者・若者」のアイデア・着眼点により地域の魅力を再発見し、それらを参考に個別戦略を具体化 …6月～1月 取組②及び取組③と連動させる…6月～1月 	<ul style="list-style-type: none"> 実施内容：公募に応じた15名の学生と地元経営者等との起業合宿を、9月にA、Bの2班に分けて実施。その後、12月まで約30回の名古屋でのミーティングを通じて、取組②及び取組③と連動させ、南三重への誘客プラン及びアンテナショップへの集客に関するプランを練り上げ、12月に1泊2日のカップル向けモニターツアーとアンテナショップ集客イベントを行った。 実施時期：平成21年9月～平成22年1月 実施場所：名古屋市、尾鷲市、熊野市、紀北町、御浜町、紀宝町 取組の結果：A班は、千枚田でのこたつ鍋を売りにした東紀州初のカップル向けツアーを企画。カップル対象ガイドブック制作及び熊野地鶏と紀和味噌を活用したみそ鍋を開発。とくに味噌鍋が地元の宿でも好評を得たため、新メニュー化が検討されている。B班は、12月20日(日)、50名の学生を集め、名古屋市藤が丘において巡礼者の衣装でアンテナショップPRイベント「藤が丘ジャック」を実施。事前に学生が名古屋のマスコミ訪問をした結果、中日新聞等での事前・事後の掲載や、NHKTVの屋のニュースで報道されるなど、ショップと南三重地域の認知度向上につながった。 これらを通じて、地域内の中小企業等に若者活用の意義や効果を認識させるとともに、南三重地域が若者にとってチャレンジできる地域として、名古屋圏の学生にアピールできた。 	
	取組②	地域資源を連携させたツアーコース開発による地域の魅力づくり		
	実施主体	主担当：熊野市観光公社		
実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果		
	<ul style="list-style-type: none"> 平成20年度事業の実施によりネットワーク化された道の駅を拠点とした高規格道路、観光施設、宿泊施設、歴史・文化資源等をリンクさせた中京圏からのツアーコースの開発…6月 「熊野古道伊勢熊野路」世界遺産登録5周年モニター企画による、上記ツアーコースの誘客を検証 …7月～1月 これらの施策による観光関連の雇用創出効果を検証…2月 	<ul style="list-style-type: none"> 実施内容：ツアーコースの検証及びPRのため、奥伊勢パーキングエリア及び南三重地域の道の駅や温泉入浴施設等9箇所の参加を得て、「紀勢自動車道(大宮大台～紀勢大内山)延伸記念 熊野古道世界遺産登録5周年記念 南三重スタンプラリー」の名称でスタンプラリーを実施。これにより、南三重の名物や湯めぐりを地域内外の観光客向けにPR。 実施時期：平成21年7月～平成22年1月 実施場所：南三重8市町全域 取組の結果：9か所の観光物産施設のうち、応募条件の4箇所以上のスタンプを集めて投函されたのは約4,000名であった。応募はがきにより、来訪者の属性や傾向、立ち寄り傾向等が判明したため、取組①の学生の意見も考慮して、奥伊勢・紀北・紀南のエリア別おすすめルートを設定できた。 		
取組③	物産を通じた販売・交流システムづくり			
実施主体	主担当：熊野市観光公社 大台町商工会			
実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果		
	<ul style="list-style-type: none"> 平成20年度事業によりパートナー関係を構築した名古屋市商店街振興組合連合会との協働連携による南三重アンテナショップ設営体制の構築…6月～12月 奥伊勢パーキングエリアを活用した8市町の民間連携による継続的情報発信、物産販売体制の構築(事業主体—大台町商工会) …6月～1月 上記による南三重物産のセールスポイントの絞り込み…1月～2月 これらの施策による南三重物産販路拡大による雇用の拡大効果を検証…2月 	<ul style="list-style-type: none"> 実施内容 <ul style="list-style-type: none"> 名古屋市商店街振興組合連合会所属の藤ヶ丘中央商店街と連携し、空き店舗において、11月14日から2月14日まで、「南三重ふれあい市場」の名称でアンテナショップを開業し、約150種類の南三重商品を販売した。店舗前の広場では、期間中の土日のうち計16日間、青空市を同時開催し延べ72の事業者が出店。 奥伊勢パーキングエリアで提供するための地域資源を活用した料理メニューの開発及び、利用促進のための都市圏へのPR活動。 実施時期 <ul style="list-style-type: none"> 平成21年6月～平成22年2月 実施場所 <ul style="list-style-type: none"> 名古屋市藤ヶ丘、奥伊勢PA、東京都、大阪府等 取組の結果 <ul style="list-style-type: none"> 期間限定のアンテナショップにより、生産者等が名古屋の消費者ニーズや商品に対する反応を肌で感じる事ができた。ショップの1日の売上額は平均10,000円、青空市の1日の売上額は概ね300,000円。また、取組①の学生による集客イベント等により、マスコミに多数取り上げられ、問い合わせ電話が多数寄せられるなど、南三重と地域産品の認知度を高める事ができた。約1千名の顧客名簿ができたので、DMIによる集客、販売も可能となった。 また、奥伊勢PAではレストラン・プロデューサーを招き、既存メニューのレシピ作成と調理方法の統一を図るとともに、地元の七保地鶏を使った新メニューを開発した。東京及び関西地区のマスコミ等を訪問してPRも行った。 		

	<p>取組④ 「歴史文化×環境」をテーマとした交流方策 実施主体 主担当：熊野市観光公社</p> <p>当初提案により予定していた計画 ・熊野古道及び周辺の自然環境（森林・農山村・里山・海岸）で、地域外の子供たちを中心に自然との共生を考えるためのプログラムづくりと発信…6月～12月</p> <p>実施内容、実施結果</p>	<p>実際の取組内容及びその結果 ・実施内容：朝日新聞と連携して、熊野古道の馬越峠と八鬼山、林業体験、漁村でのグリーンマップづくり、銚子川での川遊びなどを組み合わせた2泊3日のプログラムを企画し、8月21日～8月23日に実施。公募により名古屋圏の大人と子ども45名が参加した。 ・実施時期：7月～9月 ・実施場所：尾鷲市、紀北町 ・取組の結果：「自然の叡智」を子供たちに伝承していくことを目的に開催されている朝日新聞「モリゾーキッコロ里山学校」と、紀北町、尾鷲市及び地元NPOや地域づくりグループ、森林組合等が協力・連携し、自然との共生・調和を考えるためのプログラム作りと体験学習会を開催し、概要を朝日新聞紙上で情報発信することができた。今後も主に都市部の親子を対象として、南三重のフィールドを活用した自然との共生・調和を考える体験学習を継続実施するためのノウハウが得られた。</p>																								
(7)実施体制	<p>平成21年度の取組実施における体制・役割分担 国から受託を受ける契約主体は、「有限会社熊野市観光公社」です。事業実施については、公益、広域事業として、提案者である「南三重地域事業推進協議会」の代表団体である「熊野市観光公社」が事業を進めます。それぞれの取組ごとに、地域づくりのリーダー、市町、農林水産商工団体、NPO等の官民一体の協働で実働部隊としての「ネットワーク会議」を構成し、有識者からの助言を受けながら、地域主体で取り組む体制を構築しながら提案した事業を進めます。</p>	当初計画からの変更点																								
(8)取組により得られた成果	<p>○成果1→ チャレンジプロデューサーの育成による自立した長期インターシップ継続</p> <table border="1" data-bbox="264 694 1043 766"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="264 694 1043 710">H20</td> <td colspan="2" data-bbox="264 694 1043 710">H21(当初予定していた目標)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="264 710 712 766">チャレンジプロデューサー人数：0人</td> <td data-bbox="712 710 1043 766">チャレンジプロデューサー人数：3人</td> <td colspan="2" data-bbox="712 710 1043 766">：(取組2・3の目標にも運動)</td> </tr> </table> <p>H21(実際に得られた成果) チャレンジプロデューサーとして取り組む意志のある商工会議所職員など3名を、地域留学とその後の企画・実施までの過程に参画させ、地域外のチャレンジプロデューサーと一緒に取り組み研鑽を積ませた。これにより、今後、長期インターンのコーディネートに取り組む意欲と能力をさらに高めるとともに、地域内の長期インターン実施に意欲的な事業者との連携体制ができたので、目標を達成できたと考えている。</p> <p>○成果2→ 南三重周遊ツアーコースの定着</p> <table border="1" data-bbox="264 917 1043 989"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="264 917 1043 933">H20</td> <td colspan="2" data-bbox="264 917 1043 933">H21(当初予定していた目標)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="264 933 712 989">モニター企画(スタンプラリー)参加者数：0人</td> <td data-bbox="712 933 1043 989">モニター企画(スタンプラリー)参加者数：3万人</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table> <p>H21(実際に得られた成果) ・スタンプラリー応募用紙を奥伊勢パーキングエリアや道の駅等で約6万人に配付できたが、応募には4個以上のスタンプが必要であり、実際の応募はがきの返送は4千枚で約7パーセントの応募率であった。しかし、来訪者の在住地が、南三重を除く三重県内40%、三重を除く東海エリア24%、関西16%、関東9%と判明、また、南北に分散する7つの道の駅の立ち寄り率は最低が54%、最高は91%で人気の差が把握できるなど、貴重なデータが得られた。2市6町にまたがる広域での初めての取り組みで、参加した地域の事業者が各種割引を行うなど、集客増を図るための仕掛けづくりにも協力関係ができた。</p> <p>○成果3→ 中京圏における南三重特産品の知名度と販売の向上</p> <table border="1" data-bbox="264 1204 1043 1276"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="264 1204 1043 1220">H20</td> <td colspan="2" data-bbox="264 1204 1043 1220">H21(当初予定していた目標)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="264 1220 712 1276">南三重アンテナショップ来場者数：0人</td> <td data-bbox="712 1220 1043 1276">南三重アンテナショップ来場者：1万人</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table> <p>H21(実際に得られた成果) ・「南三重ふれあい市場」の名称で約3ヶ月間開設し、平常時の来場者数が約3,200人、青空市の来場者数が約8,000人、合計約11,000人となり目標を達成できた。通行客が少ない空き店舗を活用したため、周辺地域で新聞折り込み広告を実施。また、名古屋のテレビや新聞で多数取り上げられたことも集客につながったと考えられる。約1千名の顧客名簿ができたこと、消費者の反応がよく、とくに、早生みかんと干物に高い評価を得たことなどから、継続的な販売が期待できる。また、青空市では、生産者が消費者に商品づくりのこだわりや地域の良さを伝えるなど、交流することにより、南三重への旅行を考える南三重ファンが増える効果もあった。</p>	H20		H21(当初予定していた目標)		チャレンジプロデューサー人数：0人	チャレンジプロデューサー人数：3人	：(取組2・3の目標にも運動)		H20		H21(当初予定していた目標)		モニター企画(スタンプラリー)参加者数：0人	モニター企画(スタンプラリー)参加者数：3万人			H20		H21(当初予定していた目標)		南三重アンテナショップ来場者数：0人	南三重アンテナショップ来場者：1万人			
H20		H21(当初予定していた目標)																								
チャレンジプロデューサー人数：0人	チャレンジプロデューサー人数：3人	：(取組2・3の目標にも運動)																								
H20		H21(当初予定していた目標)																								
モニター企画(スタンプラリー)参加者数：0人	モニター企画(スタンプラリー)参加者数：3万人																									
H20		H21(当初予定していた目標)																								
南三重アンテナショップ来場者数：0人	南三重アンテナショップ来場者：1万人																									

<p>(9)今年度の取組成果や活動を踏まえた反省点、改善点</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 8市町で連携しているが、取組エリアが広域であるため、きめこまかい取組が難しい。例えば、アンテナショップは6市町から12業者の出店にとどまったが、より多くの出店の働きかけが十分に取組めなかった。今後、各取組とも、各市町及び商工団体、民間事業者等との連携を深める必要がある。 ・ モデルコースづくりなど、各市町の平等性を重視ししがちなので、旅行者や消費者の目線を優先して、行政の垣根を取り払って取り組む必要がある。 	
<p>(10)平成22年度以降の活動の見込み</p>	<p>当初提案に予定していた平成22年度以降の展開</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>南三重地域活性化プロジェクト 展開期(H22～)</p> <p>平成20～21年度の基礎的調査と活動基盤整備を活かした、民間事業者による自主的な実践的活動と行政による必要な支援(国の支援メニューの継続的活用)</p> <p>事業を推進しながら</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>国の支援メニューの積極的活用(H22～)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「農商工連携」による地域経済活性化支援 ・ 観光圏整備促進事業等観光立国推進 ・ 地域自立・活性化交付金、まちづくり交付金、農村漁村活性化プロジェクト支援交付金などの施策横断的交付金プログラム ・ 道路基盤等の整備 </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>南三重地域活性化プロジェクト 展開期(H23～)</p> <p>7重点取組についての民間事業者による自主的な実践的活動と行政による必要な支援(国の支援メニューの継続的活用)</p> <p>(地域ビジネスとして民間中心の展</p> <p style="text-align: center;">↓</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>地域再生の目標像(目標年次:道路ネットワークが概成する平成25年度)</p> <p>南三重地域としての一体感の醸成と地域ブランドの確立、主力商品と観光商品の開発、交流促進による観光来訪・定住人口の増加、産業活性化による地域経済の再生</p> </div>	<p>今年度の取組状況を踏まえた平成22年度以降の活動の見込み</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 長期インターンの継続実施と地域への定着(平成22年度～) <ul style="list-style-type: none"> ・ 実施主体 南三重地域活性化事業推進協議会 ・ 若者の流失が著しい南三重地域において、中小企業が若者の能力や知恵を活用できるよう、この2年間で育成したチャレンジプロデューサー3名と連携しながら、2～3ヶ月にわたって学生を受け入れる長期インターンを実施する。また、地元のチャレンジプロデューサー3名のさらなるレベルアップ及び全国で活動しているチャレンジプロデューサーとの連携協力関係の構築を図る。 2 南三重特産品の都市部での継続的販路開拓(平成22年度～) <ul style="list-style-type: none"> ・ 実施主体 南三重地域活性化事業推進協議会 藤が丘中央商店街振興組合 ・ 藤が丘地区を拠点として、南三重地域産品の名古屋圏での販路拡大と認知度向上に向けて、青空市などの物産観光情報発信イベントを定期的に実施する。また、青空市等が民間主導で自律的に取り組めるよう支援を行う。 3 奥伊勢パーキングエリアでの情報発信と地域産品の販売(平成22年度～) <ul style="list-style-type: none"> ・ 実施主体 株式会社奥伊勢ハイウェイパーク 南三重地域活性化事業推進協議会 ・ 南三重の北の玄関口である奥伊勢パーキングエリアへの立ち寄りを増やすため、魅力あるイベントや独自商品開発に取り組む。また、各インターチェンジから車が地域に下りていただけるよう、おすすめルートや食事、買い物スポット等をパンフレットやポスターでわかりやすく情報発信する。 4 地域資源とモデルツアーコース等を活用した誘客(平成22年度～) <ul style="list-style-type: none"> ・ 実施主体 南三重地域活性化事業推進協議会 ・ 平成21年度に企画したモデルコースの情報発信と定着を図るため、プレスツアーを実施してマスコミに直接に現地を見ていただく。 ・ 熊野古道の各峠と森林・里山・七里御浜等を組み合わせた、環境との共生を考える体験学習プログラムにより、地域住民と都市住民の交流促進と、誘客促進に取り組む。 ・ (株)観光販売システムズと連携し、各観光資源を生かしたツアーを旅行会社の観光商品として旅行市場で流通させる。