

派遣先：岐阜県海津市



派遣者氏名： 柴澤 亮
 派遣元：サントリーホールディングス(株)
 派遣先での役職：(参事)未来創生マネージャー

派遣先の概要

・海津市は、岐阜県最南端に位置し、西部・南部を三重県、東部を木曽・長良川愛知県に隣接しています、農用地(37%)、森林(26%)が多くを占めていて、自然あふれる田園地帯です。市の中心(三角州)に木曽三川が流れ、古くから、一帯の洪水被害を防止するため、幕府の命によって薩摩義士(平田鞆負)らの力を借りて治水事業や、近年にはオランダの土木技師ヨハネス・デ・レーケの指導により、川の分流工事が完成し、安全性も高まり、肥沃な土地として、農作物の収穫が増加しました。平成の市町村の合併により、南濃町、海津町、平田町が一緒となり、様々な文化を持った市となりました。名古屋まで車で約40分とベッドタウンになってもおかしくなかったのですが、残念ながら現在の人口32,085人、町の一部地域は過疎指定を受けるほど、人口減少が課題です。



派遣先が抱える課題

- 人口減少対策としごと視点の改善 (課題)
- ・人口減少 過疎化(賑わい活力低下)
- ・地域経済の循環率低下
- ・稼げる農業・雇用を生む農業の実現
- ・廃校小学校利活用(民間企業)
- ・あたらしいこと、埋もれたことの発掘
- ・人材不足、若手職員人材の育成
- ・この活動の継続(民間人材派遣の継承)

岐阜県 海津市に移住で
最大現金100万円の
 奨励金を交付します!

イジパル! 海津市

住み始め特例優待	移住奨励金	U-1ターン奨励金
住居取得補助事業 最大60万円 最大20万円 最大10万円	移住奨励金 最大18万円 最大12万円	U-1ターン奨励金 最大30万円 最大20万円 最大10万円



岐阜県 海津市に移住で
最大現金150万円の
 奨励金を交付します!

イジパル! 海津市

住み始め特例優待	移住奨励金	U-1ターン奨励金
住居取得補助事業 最大60万円 最大20万円 最大10万円	移住奨励金 最大18万円 最大12万円	U-1ターン奨励金 最大30万円 最大20万円 最大10万円

最大150万円優待

課題に対する取組

○ 新しいこと・埋もれたことの発掘

① ふるさと納税寄付金の増額

- ・ 返礼品、事業者開発 シビックプライドの創出
- ・ 市内の逸品発掘や南濃みかん製菓事業者とのコラボアトリエうかい社地元みかんとコラボ

② 企業版ふるさと納税賛同企業先への訪問

- ・ 過去の実績や2年間での名刺交換先リストアップ
- ・ 新規事業者訪問

③ 関係人口を増やす為に

- ・ PR動画作成 (移住定住 飲食 観光)
- ・ 新規キャンプ場サポート(キャンプアドバイザー招へい)

④ 企業との取り組み

- ・ 農業振興(海津型農業の推進)
- ・ 人材の派遣(活性化起業人採用)
- ・ ドローン活用(実証実験地としての誘致)
- ・ 自動運転環境整備とテスト
- ・ SDGsの推進(廃棄摘果みかん)



⑤ 道の駅の活性化

- ・ 飲食部門の民営化(テナント誘致)

⑥ 廃校利活用

取組にあたっての苦労・成功体験

○ 企業との連携を成功させるためには

- 互いにWIN WINの関係であること
- 持続可能な活動であること
- 取引するにあたり、企業訪問のこと
- 自ら汗を流すこと
- 目先にとらわれず将来を見据えること
- 逃げないこと

○ 成功体験

- ・ トヨタ自動車アグリバイヨ事業部との協定締結
高付加価値のある大豆(高オレイン酸型)の導入提案
将来トヨタ社との人材交流などもできるような協定取組
営農組織 新しいことへのアレルギー
- ・ 道の駅飲食部門市運営⇒テナント貸し事業
市運営の飲食事業(赤字)⇒民間事業者へ
指定管理ではなくテナント貸しでの収益改善
- ・ 南濃みかん6次化返礼品活用(アトリエうかい)
摘果みかん(廃棄)を活用してオレンジピール
チョコレートとして6次化商品化(地元出身
パテシエとの協業)返礼品としても活用



今後の展開

- この活動を継続させるために、海津市、サントリーとも交渉し、引き続き民間からの人材(サントリーより)を派遣(3年)+別企業より地域活性化起業人として1名採用(移住定住サポート業務と廃校利活用)

又新任者の新しい感性で活動できるような、環境づくりも考慮しました。(派遣当初の感覚を忘れない為)

貴生川駅周辺まちづくりの推進による地方再生

派遣先の概要

○ 滋賀県甲賀市

- 甲賀市は滋賀県の南東部に位置し、湖南市、東近江市、日野町、京都府、三重県伊賀市、亀山市他に隣接している。
- 2004年（平成16年）に、旧甲賀郡の5町（水口町、土山町、甲賀町、甲南町、信楽町）が合併して発足した市である。
- 大阪・名古屋から100 km圏内にあり、近畿圏・中部圏をつなぐ「新名神高速道路」が通過している。
- 交通アクセスの優位性を活かして多数の工場団地が立地しており、県内製造品出荷額は県内第1位である。
- 信楽焼や甲賀流忍術、中世城郭が有名で、東海道の宿場町（水口宿、土山宿）や城下町として繁栄したことによる歴史的資源がある。
- 総面積：481.62 km²、総人口：88,393人（令和6年2月末）



派遣先が抱える課題

○ 貴生川駅周辺のポテンシャルを活かしたまちづくり

- 貴生川駅は、JR草津線、近江鉄道、信楽高原鐵道の3線が乗り入れるなど、市内の主要な交通結節点となっており、その機能維持が重要な責務となっている。
- 貴生川駅周辺は、市域全体の人口減少が続く中、若い世代を中心に人口が増加傾向にあり、そのポテンシャルを活かし、市域の人口流出を留める機能の強化が求められている。
- 都市計画マスタープランにおいて「地域拠点・交通拠点」に位置づけられているが、駅周辺には空閑地や駐車場が多く、拠点機能を担うために必要な都市機能が不足している。
- そのため、令和3年7月には「貴生川駅周辺特区構想」を策定し、官民連携のもと、まちづくりを進めているが、甲賀市では、官民連携によるまちづくりの経験やノウハウがないことが大きな課題となっていた。



貴生川駅周辺航空写真

課題に対する取組

このような課題に対応し、市職員、関係者と連携し、以下取組みを行った。

① 貴生川エリアプラットフォームの開催・運営（計15回）

- 貴生川駅周辺のまちづくりを、市民と市と一緒に考え、まちの将来像を描き、一緒に実現させる協議の場として、令和4年3月から実施
- 立命館大学と連携してワークショップ、社会実験を企画・実施し、将来像となる「貴生川チャレンジビジョン」を策定した。



② 社会実験の実施

- R4.11.13駅周辺で何が求められているのか、担い手発掘、多くの人から意見を聞くことを目的に、南口市有地、旧滋賀銀行等で実施
- R5.9～11駅周辺の各拠点（自由通路、市所有地、杣川河川敷）のあり方検証、プレイヤー発掘、機運醸成を目的に、2か月間行った。

③ 民間事業者へのヒアリング

- 貴生川駅周辺の土地活用ポテンシャル、事業可能性を把握するため、商業デベ、住宅メーカー、建設会社等にヒアリングした。
- マーケット等を勘案すると投資を伴う開発（マンション、ホテル、商業等）は難しく、機運を高めることから始めてはどうか、との意見が多数。

取組にあたっての苦労・成功体験

左記取組みを踏まえ、R5年度内に基本計画を策定する予定であったが、以下の課題があり、引き続き調整を進める。

■ 貴生川駅南口交流拠点への導入機能

- 交流拠点ゾーン（約7,00㎡）の整備は、民間事業者ヒアリングの結果を踏まえ、段階的に整備エリアを拡大し、民間誘致を図ることとしている。
- しかし、第一段階において、集客を図り、まちづくりのきっかけとなり、周辺に波及効果を及ぼすような導入機能をさらに検討する必要がある。

■ 事業主体の構築

- 南口交流拠点整備について、現状では民間投資の呼び込みは難しいが、地域・市民の中でまちづくりの意識が醸成されてきたことから、まずは地元プレイヤーと連携して、土地活用ポテンシャルを高める方針としている。
- 今後、エリアプラットフォームメンバーを中心に、事業及び運営の主体となる「まちづくり会社」立上げに向けて検討していく。

■ 関係者合意形成

- 駅周辺まちづくりについては、エリアプラットフォームだけでなく、地元区や各地権者、市議会産業建設常任委員会などに対して、状況説明及び意見交換を行った。

■ コンサルとの計画調整

- 交流拠点基本計画策定は、社会実験やエリアデザインと連携して進める必要があることから、一体の業務としてコンサルに委託した。
- しかし、コンサル内の複数の担当者が、個別に業務を行っている部分もあり、業務間の調整や資料作成に手間がかかった。

今後の展開

R6年度については、貴生川エリアプラットフォーム及び社会実験を継続的に実施しながら、R7年度以降の交流拠点の設計に向けて、

- まちづくり会社の構築 ○関係者・地権者の合意形成 ○補助金協議 ○基本計画策定 等を進めていく。

タイトル

加西市の概要

○ 加西市の概要

加西市は、兵庫県の南部、播州平野のほぼ中央に位置し、東は小野市および加東市に、西は姫路市および福崎町に、南は加古川市に、そして北は西脇市、多可町および市川町にそれぞれ隣接している。人口は、令和6年2月29日時点で41,885人。

(農業・特産物)

- ・加西ゴールデンベリーA
- ・加西とまと
- ・山田錦（酒米）
- ・ハリマ王（ニンニク）

(産業)

- ・株式会社千石（アラジン）
- ・丸中製菓株式会社（ドーナツ）
- ・市場株式会社（家具）
- ・富久錦株式会社（日本酒）
- ・北条鉄道株式会社

(友好都市)

- ・米国ワシントン州プルマン市

(観光コンテンツ)

- ・鶉野飛行場跡（soraかさい）
- ・兵庫県立フラワーセンター
- ・北条の宿
- ・法華山一乗寺
- ・気球の飛ぶまち加西 など



加西市が抱える課題

○ 加西市が期待していた課題

『加西市の知名度向上と観光誘客拡大！』

①第3次加西市観光推進基本計画の策定

上位計画である「第6次加西市総合計画」（令和3年度～令和7年度）の基本方針のひとつに位置付けられた「活力とにぎわいのあるまちを育む」の実現にむけて、地域資源を十分に活かし、加西市に訪れたいと感じる魅力あるまちを目指す計画を策定したい。

②加西市観光協会の法人化と組織強化

魅力あふれる加西市を全国に発信し、さらなる事業展開を図っていくため、令和3年度10月からの一般社団法人化を目指しており、その法人化と組織強化を目指していた。

③観光プロモーションの強化

ふるさと納税では、全国的に知名度のある加西市であるが、観光での認知度は低く、上げてほしい。

④観光入込客数100万人の達成

コロナ禍の影響で低迷している観光入込客数を100万人維持できる体制を整えてほしい。

入込客数	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年
宿泊者数	24,858	35,000	75,420	52,713
日帰り数	811,909	885,558	1,025,287	807,284
計	836,767	920,558	1,100,707	859,997

課題に対する取組

○ 取り組んできた内容

①第3次加西市観光推進基本計画の策定

委員会を設立、1年半かけて策定。
加西市の観光行政の基本方針として業務遂行中。



②加西市観光協会の法人化と組織強化

- ・これまで無償対応していた観光ガイドの有償化と新ガイド募集・講座。
- ・soraかさいのオープンにむけて増大する見込みがあった教育旅行の受入基盤の構築。
- ・旅行会社等へのBtoBセールスの促進。
- ・土産品開発。



③観光プロモーションの強化

- ・JRDCを推進し、万博フィールドパビリオンにつなげることができた。
- ・BtoBセールスの全国展開。
- ・メディア、新聞、雑誌への露出。



④観光入込客数100万人の達成

- ・R3:939,005人、R4:1,205,203人、R5:1,150,000人（見込）。
- ・各観光地の磨き上げと周遊化促進。

取組にあたっての苦労・成功体験

○ 左記取組で苦労した点や、どのように乗り越えたのかを記載。 観光は人との連携がすべて

すべての業務において、どれひとつ個人で対応できるものはない。
合意形成を図るのにも、根回しの連続で大変であったが、携わっていただけ
る事業者や市民の方々に、ゴールを指し示すことで理解をいただき、
ご協力いただいた。この『人財』は、派遣元に戻ったとしても貴重な財産で
心から感謝しています。
ただ、地方行政は首長が変わることで、事業の優先順位が大きく方向転換
することがあり、それを体験できたのも、大きな財産となった。



今後の展開

○ 派遣先自治体が描く将来像の実現や更なる地域活性化、課題解決のための取組を今後どのように進めていくかを記載。

これまでの、観光入込客数に注力しており、一定数の目標数値は達成できた。次年度以降は、加西市観光推進基本計画にも記載しているとおり、事業者と連携し、観光客の満足度をたかめ、観光消費総額を拡大することで、加西市全体を循環型経済社会として将来にわたり、発展させることを目指す。

派遣先：兵庫県南あわじ市

派遣者氏名：清水 亮次

派遣元：サントリーホールディングス（株）

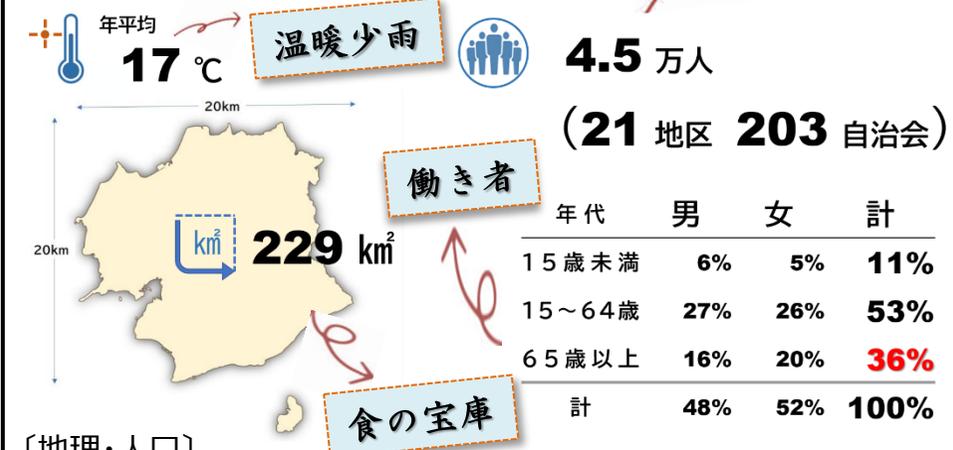
派遣先での役職：南あわじプロモーション室統括官

「一人ひとりが広報パーソン」 人が人を呼ぶまちづくりにおけるシティプロモーションの役割と発信業務の推進

南あわじ市の概要



南あわじ市の地勢・特長



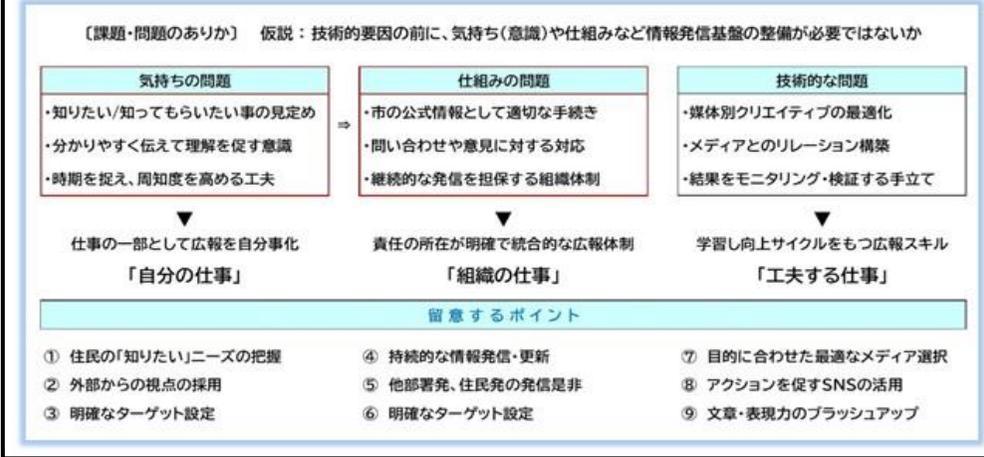
- [地理・人口]
- ・ 渦潮の鳴門海峡を挟み徳島県鳴門市と相対する兵庫県最南端の市
 - ・ 三方を海に囲まれた温暖で少雨な瀬戸内海式気候
 - ・ 人口減・超高齢化の中で、人の結びつきが強く、高齢者就業率が高水準
- [歴史・文化]
- ・ 国生み神話に彩られ、松帆銅鐸が弥生時代のロマンをかき立てる
 - ・ 人形浄瑠璃や阿万の風流大踊小踊など、伝統芸能や文化遺産が息づく
- [産業]
- ・ 御食国として農業産出額近畿圏第一位を誇る食料自給率120%のまち (農水産物:玉ねぎ・レタス・鱧・鯛・3年とらふぐ 畜産品:淡路牛・牛乳)
 - ・ 水稻・玉ねぎ・畜産の生産循環システムは日本農業遺産に認定
 - ・ 第二次産業として伝統的な窯業 (瓦、タイル) や製造業 (そうめん)、第三次産業として観光業 (名所・景観・温泉・グルメ) が盛ん

南あわじ市が抱える課題



情報発信・広報関連での問題点

- 対象者に情報を伝えて行動喚起するまでが仕事という意識が足りない
 - ・ 広報誌にとりあえず掲載し、「お知らせしました」という体裁だけ整える風潮
 - ・ 情報発信は広報課の業務といった意識が浸透。結果検証も杜撰
 - 必要情報をタイムリーに分かりやすく伝える工夫が施されていない
 - ・ 住民が求める情報ではなく、市側が「知らせたいこと」を広報する傾向
 - ・ 簡単な言葉や図表、デザインで情報発信する技術・配慮が不十分
 - 住民が広報された情報に気づかない
 - ・ 生活動線を意識した情報との接点開発や、興味を引く発信が不十分
 - ・ 保有する各種メディアの役割を整理し、フル活用する体制が未整備
 - 地域の魅力や名所、特産・名産などを十分にアピールできていない
 - ・ 島内や県下以外にも幅広いメディアとの関係性を構築する必要
 - ・ メディア露出の最大化にむけたパブリシティの有効活用が不十分
- <着任後に感じた課題の整理>



課題に対する取組

 中期視点で計画的にアプローチ

○ 仮説→事実・課題→PDCAサイクルによる広報・発信力UP

R3年度 課題認識と対策	R4年度 基礎体力づくり	R5年度 仕組と体制づくり
現状把握、課題抽出 打ち手構築、予算化	啓発プログラム展開 事業推進、新規開発	情報コンテンツ管理 発信基盤体制作り
具体的な活動・事業		
<ul style="list-style-type: none"> ◎ 調査設計と実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ 全職員アンケート ・ 各部署ヒアリング ・ 市民満足度調査 ◎ 結果分析・対策案 <ul style="list-style-type: none"> ・ 定量・定性分析 ・ 市長・副市長答申 ・ 全庁へのFB ◎ R4予算申請 <ul style="list-style-type: none"> ・ 資料策定 ・ 関連部署調整 ・ 財務課/市長答申 ◎ 各種市情報の習得 <ul style="list-style-type: none"> ・ 展開事業スタディ ・ 文化観光施設訪問 	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 研修の設計・実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ 内製化オリジナル ・ Eラーニング(年5回) ・ 外部講師(年2回) ◎ 市ブランド浸透活動 (現状評価と強化) <ul style="list-style-type: none"> ・ 来訪者分析事業 ・ 広報活動評価事業 －主媒体外部評価 ・ キーワード波及分析 ・ たまねぎブランド化 推進事業 ◎ 広報基盤拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・ プラットホーム参画 ・ プレパブ推進 	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 人材育成(人作り) <ul style="list-style-type: none"> ・ 情報発信強化事業 －編集ツール導入 －育成研修(7回) ◎ 新メディア(接点作り) <ul style="list-style-type: none"> ・ 暮らし便利帳制作 ・ Dサインージ事業 ・ 動画制作配信事業 ◎ 組織制度(仕組作り) <ul style="list-style-type: none"> ・ 広報主任各課配置 ・ 戦略・業務70-整備 ・ 媒体の体系整備 ◎ 業務革新 <ul style="list-style-type: none"> ・ 業務棚卸→新業務 ・ TOP広報の推進

人が人を呼ぶまち（最強の市役所）の実現に、情報発信面から寄与する

取組にあたっての苦労・成功体験

 相互リスペクト

○ 組織風土や環境を否定せず、信頼感に基づく現実解を探る

	R3年度 (上段：課題、下段：対策)	R4年度	R5年度
ヒト	庁内・市内での個人的ネットワークがない	事業協働部署でのリソース確保(時間・スキル)	各課任命の広報主任の意識とスキルUP
	とにかく足を運び話を聞く、手探りでも進む	実効性を担保しつつ事業スック変更対応	全体・個別の密な対話、アウトプット可視化
組織・モノ	各種メディアと運用の実情把握	オウンドメディア主管部署の機能不全	新設のプロジェクト室のチーム力と発信力向上
	調査・ヒアリングによるファクトとネックの確認	副市長人事ヒアリングでの組織改善策提案	週次MTGの定例化と業務進捗・課題共有
カネ	各種活動の予算枠なし(派遣初年度)	他部署協働事業での予算で単独予算なし	単独活動枠獲得も総額で予算調整切
	他事業での間借りと分析など業務内製化	協働部署マネジャー、メンバーとの粘り強い会話	知恵出しと内製化対応、他事業に相乗り
情報	庁内情報獲得ルートやリエゾンの不足	市内・島内・近畿圏の発信視点を全国へ	各種業務推進のモデルやKPI設定の基準
	会議体でのアンテナ張り	広報活用の最大化と外部情報接点拡大	先進自治体や企業体への積極的アクセス

足と口で稼ぎ(フィールドワーク) 知恵を出し(ヘッドワーク) 協働し盛り立てる(ワーク)

今後の展開

 ボリュームUP・スピードUP・リーチUPでブラッシュUP！ 市民への効果的な情報提供とファン拡大を後押し

- 超高齢社会の先進モデルとして市民全員が長く健康に社会参画し、「子育ての喜びが見えるまち」を実感できる姿を目指す そのために..
- 住民一人ひとりの魅力が吸引力となって人が集う「人が人を呼ぶまちづくり」を推進。住民主体の自治運営に「最強の市役所」として行政が伴走し時にリードする。
- 住民対話に加え、記録やデータに基づく政策立案と事業執行で行動変容を促す。それを分かりやすくタイムリーに伝える「組織的な情報発信力」を強化する。

派遣先：兵庫県加東市

派遣者氏名：森本 吉胤

派遣元：株式会社 J T B

派遣先での役職：観光振興専門官

豊かな自然、歴史遺産や新しい観光資源を活用した周遊性のある観光の推進

派遣先の概要

○ 観光の振興

【市の取組】

①観光地としての魅力の向上
 観光地として魅力を高めるため、自然・歴史・文化などの既存の観光資源の磨き上げや、アート・A Rといった新たな観光資源の開発を行います。また、「かとう観光ナビ」の機能の充実や、フットパス、サイクルツーリズムとの連携などにより、市内周遊の促進につながる取組をさらに充実させる。加えて北播磨広域定住自立圏（加西市・加東市・多可町・西脇市）などの広域連携に注力し、ツアープログラムの開発や周遊イベントを実施することで臨海都市部をはじめ、多くの地域からの誘客を促します。

②観光P Rの強化と消費拡大
 ロケやイベントの誘致、動画配信などにより、観光情報を効果的・戦略的に発信し、市の観光P Rを強化する。また、旅行業者と市内宿泊事業者、市内飲食店などとの連携強化や市へ訪れるツアーバスへの助成の拡充により、ツアー本数の増加や観光客の市内での消費拡大を促します。

【まちづくり指標】

指標名	実績値 2022(R4)	目標値 2023(R5)	目標値 2024(R6)
①観光客入込数	3,168千人	3,481千人	3,671千人
②兵庫県観光客動態調査における市を訪れる観光客の状況			
②観光協会を通じて助成したツアーバスの台数	34台	目標50台 実績 56台	50台

派遣先が抱える課題

○ まちの賑わい創出事業について

【趣旨】

本市の年間観光客入込数は、平成30年度には、3,500千人に達したが、令和元年度以降、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、令和元年度3,412千人、令和2年度2,648千人、令和3年度2,760千人と減少しており、令和4年度は回復傾向にあるが、何らかの対策を講じることが必要である。令和5年度兵庫DC、令和7年度に開催される大阪・関西万博が展開される機会をとらえ、本市独自事業の展開により集客増を図るため、既存観光資源のブラッシュアップ、新規開拓、広報活動、誘客促進に重点的に取り組む。また、本市への誘客を図るため、加東アート館の利用促進PRと「アートのまち」のブランディングを目的に、まちの賑わい創出事業に着手し加東アート館が「アート」の拠点となるよう整備し、観光イベントの開催、加東市観光バスツアー助成強化等による誘客策を実施する予定。



国宝 朝光寺



加東アート館



加東観光ナビ



播州清水寺



東条湖おもちゃ王国



闘竜灘

課題に対する取組

○ 活動効果

1. 旅行会社（支店）への営業

活動指標：15社 実績：26社（神戸・大阪・岡山・福岡・東京・名古屋）

商談会への参加：6月、12月 Buyer 阪急交通社の各地18事業部・支店

10月ツーリズムEXPOジャパン：14旅行社との商談

2. 事業の効果

貸切バス助成金事業 目標：50台 実績：56台（前年比164.7%）

日帰り44台（前年比191.3%）・宿泊12台（前年比109.1%）：対象10社

消費額：①日帰り（前年比234.8%）②宿泊（前年比133.5%）

①+②：前年比168.6%

3. 観光庁公募事業

加東市観光協会：観光再始動事業2次募集で採択

11月実施BMX世界規模大会&サイクルスポーツジャンボリー事業

・総事業費：15,400千円／観戦者数：2,593名

2日間開催、大会エントリー：91名（台湾、タイ、マレーシア、フィリピン、フランスより世界ランカーも出場）

神戸からの観戦ツアーバス3台65名観戦を実施



取組にあたっての苦労・成功体験

○ 左記取組で苦労した点や、どのように乗り越えたのかを記載

1. 2. ツアーバスに関しては、日帰り中心で目標台数は達成したものの福岡、名古屋、東京への営業展開で泊を伴う企画も可能性があると感じた。

今年度は、長崎、福岡より宿泊の実績があったが、消費額の拡大も含めて宿泊企画は最重要ポイントである。（昨年10月にホテルイン加東オープン）

3. 観光庁「インバウンド」の地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成事業」の公募申請。事業内容として、B to C対策、市内回遊に向けた取り組みの一つとしてデジタルマップの導入を軸に提出したものの非採用。現状は、るぶ加東市特別版を作成し観光PRを継続。アナログとデジタルの相乗効果で次年度も再チャレンジを予定。

※地域に根差した着地商品の開発

大阪・関西万博2025に向けて兵庫県が各市町に、ひょうごフィールドパビリオン認定を実施しており、本市もモニターツアーの開催。今後、加東市観光協会を窓口にした持続可能な販売展開を目指す。

【ひょうごフィールドパビリオン認定プログラム】

- ・目いっぱい楽しむ山田錦：加東市産の酒米山田錦は王様と言われ全国の酒蔵より注目されている。その酒米が植わっている土を練りこみ、藁を焼き釉薬を練りこんで酒器を作る陶芸教室と酒蔵見学、飲み比べを実施。
- ・プロから学ぶ特産品～釣り針とルアー：全国のシェア80%占める播州針を用いて、ポーク（豚の皮）のルアー制作と釣り体験。バス釣りのメッカの東条湖で釣り体験。環境を意識したプログラム



今後の展開

○ 加東市の将来像

・アートの振興：3DとARの展示数では全国一と言われる「加東アート館」の入場促進（年間目標3万人）、周辺地域の観光客の回遊につなげる

・サイクル・ゴルフツーリズムの振興：二次交通対策のシェアサイクル事業の拡充、ロード・BMX大会の継続、観光協会と商工会と連携した宿泊を伴うゴルフ振興

派遣先：奈良県奈良市

共助による地域の持続可能性獲得 - 奈良市東部地域におけるSXツールの共創 -

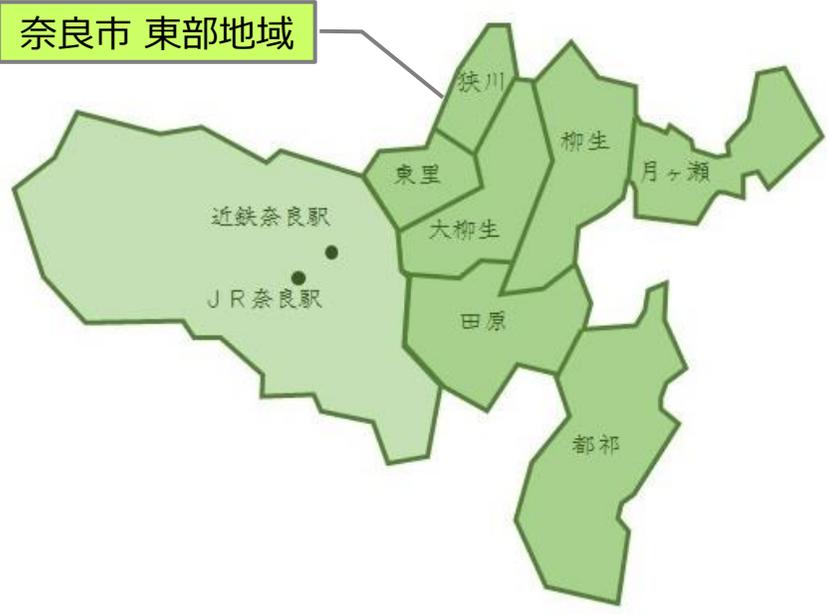
派遣者氏名：光保 謙治

派遣元：日本郵政株式会社

派遣先での役職：研究員

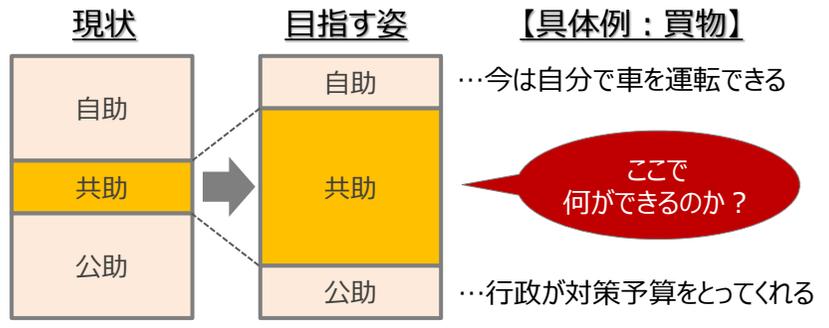
派遣先の概要

- 人口密集地から山間部まで、日本の縮図
- ✓ 京都・大阪等への通勤も可能な位置にあり、人口は約35万人と一定の経済規模をもつが、市西部に住宅地・観光地等が集中し、市東部は人口減少が進む
- ✓ 奈良市東部地域は、市域の約57%（158km²）を占める一方、その人口は約3%（1万人）と少なく、少子高齢化が進む



派遣先が抱える課題

- 人口減を見据え、自助・公助に代わる共助を促進
- ✓ 少子化による税収減、高齢化による社会保障費の増が進む中、自助・公助による各種サービスの維持は困難であり、サービスダウンと人口減少のスパイラルが見込まれる
- ✓ こうした自助・公助の限界を見据え、「共助」による持続可能性の獲得を目指す
- ✓ ただし、自治体から住民に対し一方的に「共助」を呼びかけたとしても、サービスダウンを回避するための負担増といった印象が強く、積極的な参画を期待することは困難
- ✓ サービスの維持という観点に限らず、将来にわたって市東部地域に人が住み続ける上で必要となる「共助」へ、どのように住民を巻き込むかが課題



課題に対する取組

○ 「共助」を促進するソリューションの開発

共助型買物サービス「おたがいマーケット」の開発

- ネットスーパーで購入された商品を、物流業者の既存ロジでローカルへ輸送し、地域拠点へ置き配
 - 利用者には地域拠点まで受け取りに来ていただくことで、コストを抑制しつつ、コミュニケーションの促進、コミュニティの強化を図る
 - 利便性だけではなく、サービス自体の持続可能性や、地域拠点を作ることによる拡張性（住民の参画余地）を重視したソリューションとして、2024年3月27日からサービスを開始
 - 企業のマッチングと、官民一体となった事業構築により2年間で実装に至る
- ➡ 住民・企業・自治体の共助（事業構築・運営）、住民同士の共助（拠点運営）により、地域内で買物が完結するというメリットを可視化

地域物産の流通サービス「大和高原直送便」の開発

- 物流コスト・販路の少なさ等の課題により地消されていなかった小規模な物産を、民間の既存ロジを活用して効率的に市街地へ輸送し、その流通を促進
 - ローカルの直売所に並ぶだけだった物産が、市街地の飲食店で提供されるという商流を作ること、地域経済へのインパクトとともに、住民の地域参画や、市街地との新しい関係性構築等を促進
 - 地域商社としての性格をもつ現地法人を設立し、2023年度の実証実験を経て、2024年4月1日から実装
- ➡ 共助の土台となる、住民間の協力の意識、社会参画意欲、将来ビジョンの共有等を目指し、市街地との間に住民が参加可能な商流を構築

今後の展開

- 上記のとおり、この2年間でインストールしたソリューションは、高い持続可能性をもつとともに、地域自体の変容（Sustainability Transformation）を促すもの
- 今後は、自治体が、住民による地域運営を適切にサポート・チューニングする存在となるべく、住民の主体性発揮に向けた更なるソリューション開発に取り組みたい

取組にあたっての苦労・成功体験

○ 持続可能性を最上位に置く

- ✓ 自治体の金銭的負担なしに、ありものの組み合わせと各ステークホルダーの歩み寄りにより、民間が主体となって自走する仕組みを構築
- ✓ 結果、ビジネスによる対策が実装されるとともに、商品受取りを通じて住民間のコミュニケーションが生まれる、奈良市街地へと限定した物産の流通を通じて街中の飲食店が生産地を訪れる等、コスト抑制要素がポジティブな影響を生み、地域全体の持続可能性の向上につながっている

○ 取組みが再生産される仕組みをつくる

- ✓ これらは住民の共助及びその土台づくりのためのソリューションであり、自治体や企業等の介入がなくても、住民間で新たな取組みが次々と生じるような関係性の定着を図る

○ 全国に資することを目指す

- ✓ これらソリューションは、いずれも奈良市内で完結しているものであり、市街地・ローカル間で小単位の共生圏を組成していくことが可能
- ✓ 奈良市だけを豊かにするのではなく、同じ仕組みが他地域へ横展開されることで、全国を豊かにすることを目指す

派遣先：和歌山県田辺市

派遣者氏名：小出隆造

派遣元：株式会社博報堂

派遣先での役職：参与（地方創生担当）

田辺市における地方創生について ～未来へつながる道～

派遣先の概要

5つの市町村が合併して生まれた田辺市は地域ごとに個性と魅力がある。紀伊半島の南西側に位置し、総面積は約1,026平方キロメートルと近畿地方で最も広い市域を有している。中心部は世界遺産「熊野古道」の中辺路ルートと大辺路ルートの分岐点となっているため古くから「口熊野」と称され、交通の要衝として発展してきた。この広大な市域に点在する美しい海・山・川の大自然、そして古い歴史や文化、また特色のある温泉郷など、人々の心と身体を癒す多くの地域資源と、商工業・飲食・情報通信など都市機能の中核を担う市街地域が一体化して田辺市を形成している。また世界的博物学者である南方熊楠や、合気道の創始者である植芝盛平に所縁の旧跡や施設が数多く所在する。

項目	内容
人口	約70,000人
空港からの所要時間	京阪神地域・関西国際空港まで車で約 2時間 南紀白浜空港まで車で約30分
鉄道・航空の所要時間	海岸部に沿って J R 紀勢本線が通っており、J R 紀伊田辺駅から大阪市内までの所要時間は約 2 時間 南紀白浜空港から東京国際空港（羽田空港）まで約 1 時間
土地利用	市域の約 9 割を森林が占める中山間・山間地域
産業	全国・和歌山市と比較して第 1・3 次産業の就業人口の産業別構成比が高い
農林業	梅・柑橘の産地、「みなべ・田辺の梅システム」が世界農業遺産に認定されている
水産業	水産資源の種類が豊富である。紀州ひろめ、紀州いさきのブランド化が進んでいる



派遣先が抱える課題

（派遣当初のオリエンテーション資料より）

中心市街地におけるハード整備（南方熊楠顕彰館・市立武道館・植芝盛平記念館・扇ヶ浜海水浴場・JR紀伊田辺駅建替え等）が一定成果を見せる中、引き続き推進する中心市街地におけるビッグプロジェクト（新庁舎整備・市庁舎跡地整備・文里湾横断道路整備等）を踏まえて、第2期ひと・まち・しごと創生総合戦略に位置付けた『観光立市』関連の具体的施策を検証し、ソフト事業を中心とした新たな中心市街地の活性化策の再構築についてターゲットへの効果的な訴求手法、持続可能な取組みが重要となる。関係課（企画広報課・たなべ営業室・観光振興課・商工振興課・スポーツ振興課・文化振興課）の職員に対して、新規事業の立案、既存事業の見直し、各事業の連携・役割分担、具体的な事業展開、そしてターゲットへの効果的なPR・プロモーションに関するアドバイスが求められる。



（田辺市新市庁舎 2024.5.7開庁予定）

課題に対する取組

* 非常勤／東京拠点での活動が前提（オンライン協議＋月1回程度登庁）
（昨年度に引き続き支援が有効な領域であると思われる）以下の3領域にフォーカスして取り組んだ。

① 湾岸エリア未来構想策定（田辺ONE未来デザイン）

市庁舎移転後の跡地利用を契機とした自然・歴史・新交通網等、湾岸エリア資源の一体的な価値向上のためのランドデザイン。今年度は事業化検討チームも組成し、「地域循環による自律的・持続的発展」に資する官民共創のスキームや中期的な方向性を提示した構想案をまとめた。

② 地域課題解決に資する情報デザイン（メディア事業者連携）

コンテンツデザインとその発信による地域活性化を目的に、有力メディア事業者と包括連携協定を締結。「梅酒ツーリズム」事業が予算化され、今年度より3ヶ年計画がスタート、梅酒の聖地化と誘客に向けて様々な事業に取り組んでいる。

③ 自治体DX推進（ICT事業者ネットワーク活用）

- ・パブリック事業者によるソリューション情報提供
- ・通信事業者5G活用勉強会実施
- ・SIerデジタル専門人材によるDX塾



[紀伊民報2024.3.7]



[紀伊民報2023.11.19]

取組にあたっての苦労・成功体験

○ポリシー

田辺市は8年前に社会課題をビジネスで解決することを目標に「たなべ未来創造塾」を創設、地域イノベーターを多く輩出し、また関係人口創出のため複数のプロジェクトを継続的に運営してきた。これらが評価され「SDGs未来都市」および「自治体SDGsモデル事業」にも選定されている。

こうした先駆的かつ堅実な活動をリスペクトし、自らの取組みが齟齬を生じ冗長になることが無いよう留意した。並行して「出身者」と「よそ者」の二重の視点を活かして既存施策への解像度を上げ、専門性を発揮して適切なオーディットができるよう心掛けている。

その上で諸施策の統合情報戦略を練り、官民連携や企業支援など、レバレッジを利かせた手法で域外の評価を市民に還元し、シビックプライド醸成と自治体（底力）のアップデートをゴールとしている。

今後の展開

40年間の広告ビジネスで生業としてきた「マーケティング予算最適化へのコミットメント」を、投資効果や将来最適を重視して、既存施策のオーディットや新たな施策立案に反映させる。また「官民連携が派遣者の中核業務」と思い定め、人的ネットワークを活用して地域課題解決へのアプローチを継続していく。田辺市の豊かな「生活観光資源」を顕在化させ、地域循環による自律的・持続的発展に結びつく支援活動に取り組んでいきたい。

小規模自治体のブランド力強化に貢献

派遣先の概要



所在地：岡山県勝田郡奈義町

昭和30年 2月：3村合併により「奈義町」が誕生

平成14年12月：合併の是非を問う住民投票を行い「単独町制」を決定

平成24年 4月：子育て応援宣言

面積：69.52km² (東西約9km/南北10km)

人口：5,765人 (2023.1.1現在)

世帯数：2,536世帯 (令和5年1月1日現在)

特徴：高い合計特殊出生率で全国的に注目

令和元年合計特殊出生率2.95

令和5年2月 岸田首相、小倉少子化大臣 視察来訪

令和5年度全国約200自治体が視察来訪

奈義町現代美術館

1994年、日本初の体験型美術館として磯崎新デザインで

開館 ここ数年はインスタ映で年間約3万人が来館

奈義町のシティプライド

自然、教育(子育て)、アート(文化、芸術)

社会人口増加



派遣先が抱える課題

と改善傾向

- 県内外における低い知名度
大きな特産品や著名な観光資源がないことなどから、あまり情報発信をせず、県外はもとより県内(岡山市など)でもあまり知られていなかった。
→今は子育て応援の町として全国的に知名度向上
- 低い広報PR力
広報体制がなく、メディアへの広報PRがほとんど機能していなかった。また役場職員や幹部にその重要性の認識が薄かった。
→体制改善と運営強化を行い、現在はテレビ等メディア露出拡大
- 人口減少
出生、転入に比べ死亡、転出が多く、人口減少が進んでいたインフラ維持のためにも、5000人以上の維持が必要。
→令和5年社会人口増加 子育て層を中心に転入増が貢献
- ふるさと納税寄付獲得
奈義ビーフや菜の花米(エコファーム)など特産品はあるが、対応の出遅れもあり、寄付額が伸びず低迷が続いている。
→令和5年は米は条件改定などで大きく増加 奈義ビーフ他は課題
- 職員の育成
職員数が少ないこともあり、職員一人への負担が大きく、新しいことへの取組や町外からの情報収集などが少なく積極的な姿勢になりづらい。
→民間人材として職員と一緒に様々な取り組みを行うことで、少しずつ意識改革が進んでいる

課題に対する取組

○ブランド関連

- ・役場職員、外部関係者へのブランドヒアリングとブランド意識啓蒙 = シティプライドの確認
- ・町役職者、担当課課員へのブランド情報提供
- ・対外PR資料の企画、作成支援
- ・特産品プロモーションの企画、実施

○広報関連

- ・役場広報体制の開発 = 役場内横断広報チーム化
- ・ニュースリリースのフォーマット開発と配信量産
- ・地元メディアとの関係強化と取材誘致

○子育て関連

- ・視察対応等対外子育て説明資料作成（日本語、韓国語）
- ・大阪大学研究プロジェクトとの連携による子育て支援研究企画（生誕1000日見守り研究）
- ・大阪大学との連携協定締結の支援
- ・「奈義町SDGs円卓会議」の企画、運営支援
- ・日本初「全国子育て応援会議」の企画、運営

○観光関連

- ・観光DMO開発商品の販売プロモーション支援
- ・観光DMO ホームページ企画、プロポーザル対応
- ・冬の奈義町 誘客プロモーション企画（マスメディア、SNS活用）
- ・観光庁公募対応 採択事業「オカヤマナギサウナ 期間限定テントサウナ事業」企画運営

○産業振興関連

- ・観光DMO主体キッチンカー事業 事業計画 調査、事業計画書作成、事業化検討支援
- ・農林業祭、菜の花祭り、ART de MEAT、夏祭り 各企画、運営支援
- ・地域産業創出、土産品開発 企画、運営支援

○ふるさと納税関連

- ・一般 ふるさと納税事業改善 企画支援 = 戦略構築、返礼品改善、委託事業者の変更
- ・企業版ふるさと納税 企画支援

○地域DX関連

- ・地域データ基盤 企画支援
- ・自動運転交通インフラ 基礎研究調査支援（トヨタグループとの検討ほか）

取組にあたっての苦労・成功体験

● 難しいと感じたこと

① 役場職員や町内事業者とのコミュニケーション

- コトバの違い
- 組織ヒエラルキー
- 派遣者へのお客様感
- 本音を見せてもらえない

② 自治体と民間企業の考え方の違い

- 職員のやるべきことだけをやる意識（新しいことへ消極的）
- 役場への町民の評価が安定運営
- 職員評価の基準
- 組織運営の考え方
- やったことへの「検証」をしない習慣
- 創造力、行動力よりも処理能力

● 対応したこと

- 関係者とのできるだけ多くの会話
- 広報チームを組織横断で組成し、定例会議で情報交流
- 広報リリース作成、配信を見える形で実施、さらにその結果によるメディア露出などを関係者に共有 = 実感作り
- 職員を巻き込んで新しい企画アイデア開発と事業実現
- 派遣元ネットワークを駆使して多様な情報を職員や幹部へ提供

今後の展開

奈義町への派遣期間は令和5年3月で2年の任期を満了。自己都合で延長契約は実施せず。

今後は、奈義町から派遣元がアドバイザー業務を受託し、継続してプロモーションや広報PR、産業振興、観光振興など課題解決に対応。

奈義町の観光推進とDMOの組織基盤整備

派遣者氏名：隈部彰一

派遣元：サントリーホールディングス(株)

派遣先での役職：観光推進監
DMO統括マネジャー

派遣先の概要

○ 岡山県奈義町（派遣先自治体の概要を記載。）

- 岡山県北東部に位置する人口約6千人の町。
- 中国山地を隔てて、北は鳥取県に隣接。
- 自衛隊の日本原駐屯地がある。
- 令和元年の出生率が、2.95と全国トップクラスの子育ての町として有名。
平成の大合併時に、住民投票により合併しないことを選択。町存続への危機感と、その後の子育て施策により子供を大切にする風土が定着。
- 高品質な農産物：火山灰質でミネラル豊富な土壌、中国山地からの清らかな水、南斜面の高原で日当たりが良く、昼夜の寒暖差が大きい。
- 盛んな畜産業：「なぎビーフ」「おかやま黒豚」のブランド牛/豚がの産地
- 主な観光資源は、奈義町現代美術館と那岐山周辺の自然。特に、美術館の展示室「太陽」はインスタ映えスポットとして有名。



派遣先が抱える課題

○ 地域DMOの組織運営基盤の整備

- 登録DMOとなったばかりの「ビジット奈義」は、組織運営基盤が弱く、自治体を含めた連携が未整備であった。
- ビジット奈義は奈義町観光案内所の運営を受託していたが、人員を安定的に確保できていない状態ではなかった。



○ 観光推進の方針・戦略

- 奈義町の観光推進に関しての方針・戦略が不明確であった。そのため観光推進活動の一貫性が欠けていた。



課題に対する取組

○DMOビジット奈義

●組織基盤整備と観光案内所の運営安定化

- 3-4月:DMOスタッフの採用
- 4月:DMO組織運営方法決定(会議体等)
- 5月~:観光案内所業務改善案作成・実施
- 7月~:観光案内所マニュアル作成
- 7月:観光案内所での物販の拡大

○奈義町の観光推進

●方針・戦略策定～活動展開

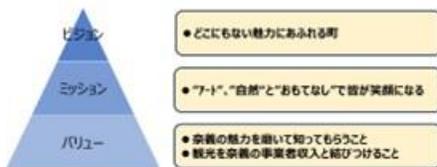
- 5月:観光資産の評価(ABC)
- 5月~:ホームページ充実、SNS/ニュースリリース、对外発信強化
- 7月:役場との観光方針すり合わせ
- 9月:奈義町の観光戦略作成
- 11月:戦略に基づき観光推進活動計画作成
- 11月~:計画に基づき活動の準備・関係者との調整・実行

- ・新観光パンフレットの作成
- ・旅行誌への広告出稿
- ・なぎびーフェアの設計・運営
- ・主要駅での観光訴求活動
- ・土産品の開発 等



自然とアートと美食の町

奈義町観光推進に向けたビジョン・ミッション・バリュー



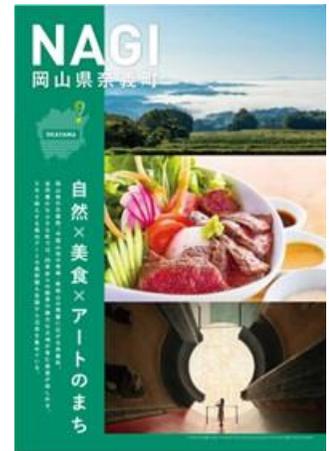
取組にあたっての苦労・成功体験

○DMOビジット奈義の組織基盤

- 意思決定や報告のための会議体や、スタッフの役割分担、観光案内所マニュアルの作成等、一定の基盤は整備できた。
- 組織のドメインを定義した。極めて小規模なDMOなので、やることを絞ることは必須。ただ、今までやっていたことをドメインの外として、「もうやりません」とはなかなか言いにくく、消極対応することもある状態。
- 観光案内所スタッフの新規採用に応募がなかなか来なかったが、ハローワークと何度か相談し最終的に採用できた。地方での人材確保の難しさを実感した。

○観光推進活動

- 町の観光推進のためのキャッチフレーズを「自然とアートと美食の町」とした。
- 町の事業者の方々との連携が出来て、多くの飲食店さんに協力をいただき、奈義の美食の象徴である「なぎびーフェア」実施にこぎつけた。町の仕出し店と連携して、伝統文化である歌舞伎公演時に、地元の名産品を使った幕の内弁当を開発し事業者収入増に貢献。
- 自治体は町民や事業者の不平等にならないように動く。一方で、観光は町外からのお客様を見ている。お客様満足(マーケティング)のためには、飲食店等の観光関連事業者の差別化は基本かつ必須。これは自治体とDMOの根本的なコンフリクトで、双方が与件として理解すべきことと感じている。
- いろんなアイデアは出るが、(人材確保が難しい中)誰が現場で推進するのが常に問題となる、もしくはそこまで深く考慮されないケースが多い。目標を定義して、スケジュールを引いて管理する文化をつくるのが大事だと思っている。



今後の展開

- 昨年立てた戦略に基づき活動を実行し、まずは観光地としての認知を上げて来客増による観光収入を目指す。一方で、お客様にお金を落としてもらうグルメや特産品を充実させ、単価アップを図っていききたい。

九重版DMO（観光地域づくり法人）の設立

派遣先の概要

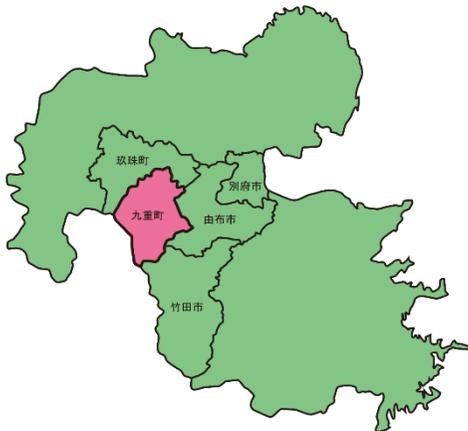
大分県九重町の概要

面積は271.37平方キロメートル。九重町は、大分県の南西部に位置しており、東は由布市、竹田市に、北西は玖珠町に、南西は熊本県阿蘇郡に接している。

町の中央部を筑後川上流玖珠川が東西に走り、西側に田畑、山林等が開け、東南の方には久住山、大船山、三俣山等10有余の標高800mから1,764mに達する九州の屋根というべき名峰連なる九重山群に囲まれている。

耕地は主に玖珠川沿いの流域と山麓の傾斜地の標高350mか1,050mの間に段階状に散在し、大部分は山林、原野に覆われており、気候は変化が激しく、東北から九州を内包しているといえる。さらに本町は、地熱資源をはじめ豊富な資源を有し、変化に富んだ自然景観にも恵まれ、無限に発展する可能性を秘めた町といえる。

令和6年2月末時点での人口8474名（世帯数は3866）



派遣先が抱える課題

地域の課題

労働者不足、後継者不足
人口減少による地域経済の縮小
高齢化の進行、集落の縮小化
耕作放棄地の増加 など

派遣までの経緯

地域の資源を活かし、いきいき働ける町づくりを目指して平成29年に九重町観光振興計画を策定し5つの基本方針の一つとして九重版DMOの設立を掲げ、以下を軸として設立に向けた協議を重ねてきた。

- (1) DMO設立検討会庁舎内準備委員会 庁舎内職員8名
■開催期間 平成30年（2018）8月～平成31年(2019)1月
- (2) 九重版DMO設立検討委員会 委員12名（民間）
■開催時期 平成31年（2019）11月～令和3年（2021）10月
- (3) まち・ひと・しごと創生本部会議 庁舎内職員
■開催期間 令和4年11月～令和5年3月

上記を踏まえて令和5年度中に「観光地域づくり法人」の設立することを目指し、各種団体、町内の事業者及び地域住民、学識経験者をメンバーとする「九重町観光地域づくり法人設立委員会」「九重版DMO設立協議会」を設置、運営する。さらに行政外からの視点と専門的な知見を活用し、組織に必要な人材を採用するために地方創生人材派遣制度を活用することとした。

課題に対する取組

取組（活動内容）

- ・DMOの先行事例の調査、地域づくり関係者との意見交換、情報収集
 - ・役場職員の皆さんを対象とした研修会の開催
 - ・町民の皆さん、地域の事業者さんへのヒアリング、意見交換
 - ・地域のイベントへの参加、関係者へのヒアリング
- などを活動の軸として具体的には以下に取り組んだ。

(1) 「九重町観光地域づくり法人設立委員会」の運営

- 開催期間 令和5年4月～令和5年5月（開催回数3回）
- 委員 民間8名＋役場職員（商工観光・自然環境課）

(2) 「九重町DMO設立協議会」の運営

- 開催期間 令和5年7月～(3月現在、開催回数は3回)
- 委員 町長＋民間4名＋役場職員（商工観光・自然環境課）

(3) このえ版DMO住民説明会

町内の公民館や小学校、文化センターなどで11月8・9・10・12・13・14・15・19日の計8回、説明会を開催し組織を説明し意見を集約した。

(4) このえ版DMOの広報活動

町内の一斉放送による説明会の案内や、役場ホームページや、広報誌を活用した組織の紹介、活動のお知らせ（5月6月11月1月の4回掲載）、ケーブルテレビによる「このえ版DMO」の説明動画（6分）の放映、観光協会の定例会議での説明などを実施した。

取組にあたっての苦労・成功体験

問題認識

- ・DMO組織設立に関する課題の整理（既存組織との役割整理や自主財源の確保など）
- ・過去の取組の検証と改善点の洗い出し
- ・兼務ではなく、専任で取り組む役場職員の必要性

成功体験

成功と言える実績はないが、規模が小さな町であるが故に、町の動きが町民の皆さんに伝わりやすい面があることが大きな強みであると感じる。

広報活動（町の広報誌、ケーブルテレビでの放映、新聞記事の掲載など）を通じて、組織の設立について知り、町民の皆さんから声をかけてもらえる機会が特に秋以降に増えたことを実感した。

今後の展開

役場職員、関係機関、地域住民と協議、対話を重ねながら令和6年度の九重版DMO(観光地域づくり法人)の設立を目指す。

派遣先：鹿児島県日置市



「武将になれるまち」日置市における地方創生 ～地域内経済循環促進で地域経済を盛り上げる～



派遣者氏名：矢田 映人
 派遣元：サントリーホールディングス株式会社
 派遣先での役職：戦略監（ブランディング担当）

派遣先の概要

○「住んでよし 訪ねてよし ふれあいあふれるまち ひおき」



日置市は鹿児島県本土の西部、薩摩半島のほぼ中央にあり、面積は253.01km²です。日本三大砂丘の一つ「吹上浜」で東シナ海と面するため美しい夕日が望めます。また、県都鹿児島市とも隣接し、南九州西回り自動車道やJR鹿児島本線等で結ばれる人口約47千人の小都市です。

戦国島津ゆかりの地である、日置市には関ヶ原の戦いで敵中突破した島津義弘公の精神と遺徳を偲ぶ鹿児島三大行事の一つ「妙円寺詣り」や大汝牟遅神社にて奉納される島津忠良公を起源とする「伊作流鎗馬」、400年以上の歴史ある五穀豊穰を願うお田植祭りの「せつとべ」など歴史的な伝統行事に、薩摩焼や優れた泉質を誇る温泉など、古の情緒と安らぎに満ちた貴重な資源を数多く有しています。

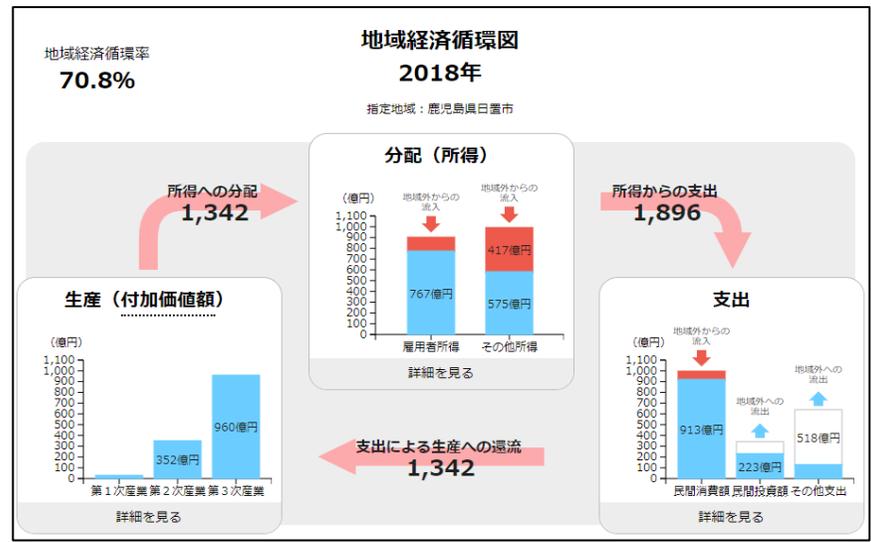
また、近年では地域活性化や産業振興を目指して、官民連携での「オリーブ6次産業化」への取り組みや「2050年カーボンニュートラル」の実現を目指した脱炭素の取り組みも行っています。

これらの資源や取り組みを通じて、第2次日置市総合計画に定めた、「住んでよし 訪ねてよし ふれあいあふれるまち ひおき」の実現を目指しています。

派遣先が抱える課題

○日置市の地域内経済循環率は70.8%（RESAS）

日置市の地域内経済循環率は県内19市で16番目の高さであり、地域内で経済が循環しにくい状況にあります。さらに、令和2年度鹿児島県市町村民所得推計によると市民所得は県内19市で18位と低い状況にあります。



○人口減少と進む高齢化（RESAS）

日置市の人口は2000年の53千人をピークに、2020年は47千人に減少しています。また、高齢化も進んでおり、2020年には老年人口の構成が35%を超えています。この傾向は今後も続き、2045年には人口35千人、老年人口構成比は42%を超えると推測されます。

課題に対する取組

○ひおきブランドの高付加価値化と販路拡大を推進

- ・第1回ひおき特産品コンクール開催
- ・ネット通販番組のライブコマース（ひおきと秋穫祭2023）開催
- ・ふるさと納税拡大に向けた商談同行
- ・生産者と流通・シェフのマッチングや飲食店・ホテル等への営業活動
- ・日置市紹介（商談）資料の原案作成と更新仕組み化
- ・輸出促進に向けて薩摩国広域輸出促進協議会やGFP鹿児島に参加
- ・観光促進に向けて日置市観光振興連絡協議会への参加



第1回ひおき特産品コンクール



ひおきと秋穫祭2023



希少な純鹿児島産
エクストラバージン
オリーブオイル

○オリーブ事業の成長戦略支援

- ・課題共有、改善議論の場を創出
 - －主要株主トップに向けた戦略合同検討会の開催
 - －実務担当者でのプランニング会議の定期開催
- ・オリーブ事業のミッションビジョンバリューの再定義
- ・ワールド・カフェ方式イベント開催による市民の声吸い上げ
- ・高付加価値な特徴ある新商品や体験型イベントの開発
- ・対流通商談への同行
- ・持続可能なオリーブ取量アップに向けたKPIの見直し
- ・学校給食へのオイル供給など市民とオリーブのつながり強化の取り組み

今後の展開

- 日置市が特産品コンクールやライブコマース等の企画を改善、継続し、事業社が新たな特産品を産み、外貨獲得につなげていく。
- 日置市オリーブ事業が日置市のシンボリックな取り組みとなるよう、非連続な成長に向けた「挑戦」を継続する。

取組にあたっての苦労・成功体験

○オープンコミュニケーション

参加者が目的意識と当事者意識をもって自由にコミュニケーションを行える雰囲気作りを常に意識して活動しました。
また、日置市の置かれている状況を客観的に比較、評価することを心掛け、必要に応じて変える勇気を持って、前向きに取り組みました。



オリーブ事業来期プランを
幹部にプレゼン



「オリーブで日置市を活性化させる」
市民参加のワールド・カフェ開催



第1回日置特産品コンクール
流通アテンド及び審査会に参加



観光振興連絡協議会
「よそ者」の視点で参加

○人的ネットワークの組織知化

取り組むべき課題はひとりで解決できないことばかり。市内外・業種を問わず、地元をもっと良くしたいと活動する方との「つながり」を私の帰任後にも活かすべく仕組み化したり、周囲を巻き込むことを意識しました。