

豊富な森林という資源を有しながらも木材・木製品製造業の低迷・森林管理者消滅の危機に直面する地域の現状を打破するため、各団体の得意分野を活かし、湖東地域の間伐材を利用・製品化し、地域ブランド「kikito」として普及させることで、地域産業の創出、持続的な森林資源の管理を目指す。



林業技術研修会
(人材育成)



Kikitoブランドの試作品
(小物入れ・コピー用紙)



平成21年度の主な取組

- ① 持続可能な木材の安定供給体制の整備するため、地域内で木材を伐採・搬出・保管し、必要コストの検証及び材木分配の仕組み作りを行う。
- ② 技術を受け継ぐ人材の育成を目的とした、大工塾および林業技術研修会の開催。
- ③ 平成20年度に試作した商品のマーケティングや営業・販売体制の強化によりkikitoブランド商品の普及を促進。



平成22年度以降の展開

地域の森林に関する総合調整を行う組織を立ち上げ、湖東地域の森林資源の利活用を持続的にすすめることにより、地域内で間伐材を資源として循環させ、地域の雇用を創出する自律的な仕組みを構築する。

幻の都・恭仁京と名宝・加茂の三塔を活かした民学官による観光まちづくり

(京都府木津川市)

地域公共交通を観光要素を加味した利便性の高いシステムに転換するとともに、魅力ある自然・歴史的文化遺産などの資源を市民を中心とした民・学・官協働により見直し、情報発信を拡充させることで、観光資源活用による中山間地域活性化モデルを目指す。



NPOガイド等と協働し、
観光資源を発掘・PR



コミュニティバスを利用する
観光客



平成21年度の主な取組

- ① 「恭仁京」を地域ブランドとした観光キャンペーンとの連携、オーディオ機能を活用した観光HPの立ち上げ。
- ② 周遊チケット等による閑散期の集客促進・近隣観光地(奈良)からのバスサービスの提供(社会実験)による集客促進。



平成22年度以降の展開

回遊ルートの発掘・定着化、集中的な観光PR、近隣観光地におけるイベントとの連携により、地域ブランドの確立を図る。また、公共交通(バス)の地域内外の連携による利便性向上により、利用者の増加を図り、公共交通(地域の足)を活かした地域再生の自立モデルを構築する。

ふるさと振興プロジェクト

(京都府綾部市)

過疎・高齢化により地域活動などの維持・存続が厳しい集落で、より広範な地域での交流事業実施による潜在的な綾部ファンへの掘り起こし、商品開発等による経済基盤づくり、官民が連携した生活サポート体制の充実など、定住・交流人口の持続的拡大につながる総合的なパッケージプランの提供により、集落再生を図る。



田舎暮らし体験ツアー



地域農産品の統一パッケージ

平成21年度の主な取組

- ① 農村都市交流イベント、田舎暮らし体験ツアー等の対象地域・実施期間を拡大し、関西圏を中心に「綾部ファン」の拡大を図る。
- ② 薪炭林の生産拡大や、昨年実施した統一パッケージ農産品の販売による自立的な経済基盤の強化。
- ③ 定住サポート総合窓口、定住サポート隊の活動強化等による定住支援。

平成22年度以降の展開

交流活動の拡大、定住後の雇用機会の創出、農村定住の受け入れ先である空き家の流動化等を市の取組みとの連携により本格展開することにより持続可能な集落づくりを実現し、農村集落再生のモデルプランとなる。

「和泉農業ヒト・モノ・カネ活用プロジェクト」

(大阪府和泉市)

農(近郊農業)・商(商店街)・工(大規模工業団地)・住(ニュータウン)が近接し、域内での異業種連携が可能な地域の特色を活かし、ICカード活用等「商」のマーケティング手法を活用した農業観光・経営、「工」の手法を応用した農業人材育成等により都市型農業の再生と地域商工業・地域住民との共生を実現。



ICカードを利用したマーケティング

「道の駅」での地元農産品の販売

平成21年度の主な取組

- ① H20年度のICカードによるマーケティング結果をふまえた和泉農産品の営業体制整備による百貨店・飲食店等とのマッチング。
- ② 地域の大学・企業等が持つ有機栽培技術や農産物販売戦略等のノウハウを実地指導を取り入れたスキルアップ研修を実施。
- ③ H20年度に先行実施した体験農園の運営改善、地元農産品購入者に対して協賛企業が商品・サービスを提供する「援農ポイント」制度の基礎調査の実施。

平成22年度以降の展開

仕組み作り、ヒトづくり、ファンづくりの取組みを通じて、ヒト(農商工ものづくり人材)、モノ(食物・家・仕事)、カネ(儲かる仕組み)が地域に集まる自律的な都市型農業モデルを実現する。

「大阪蔵屋敷ネットワーク」による北前船ルート地域活性化ビジネスモデル構築

(大阪府大阪市ほか)

かつて「天下の台所」と呼ばれた大阪と北前船で結ばれた地方との交流・連携を現代に復活させ、地場産品と大阪の観光資源を紹介する拠点・「蔵屋敷」制度、北前船ゆかりの地方と合同開催する「ぼうさい朝市」等、人材育成・防災ネットワーク・地域物産交流の複合的な取り組みにより、水都大阪の再生を図る。



大阪の川敷で開催した「ぼうさい朝市」(山形県酒田の商店街から参加の「芋煮」)



平成21年度の主な取組

- ① 故郷の素材・料理文化にこだわりを持ち大阪で交流と物流を促進する商店主・「大阪蔵奉行」認定者の増員。
- ② 大阪と北前船ルートの港町が参加する「ぼうさい朝市」を開催し、取組み③と連動した特産品物流システムを構築。
- ③ Web特産物受発注システムの立ち上げ。「大阪蔵奉行」の店舗や地元商店街と連携し、LLPによる自立運営の検証を実施。

平成22年度以降の展開

事業組合「LLP」が地域間を結ぶビジネスプラットフォームとなり、水都大阪の魅力向上、都市と地方の交流機会の創出を図り、全国的なネットワーク構築により新しい共存共栄モデルを展開することにより、自律的な人材交流・地域物産交流を展開する。

ユニバーサルツーリズム事業の振興と障がい当事者の一般就労機会の創出による地域活性化プロジェクト (兵庫県神戸市)

障がい者・高齢者等が、旅行の目的地から介助サービス等を受けることにより健常者と同じように旅を楽しむことのできるユニバーサルツーリズム(UT)の取組を、地域の障がい者が自らの視点で企画し、推進していくことにより、福祉サービスと旅行業のコラボレーションによる新たなサービス産業の創出や障がい者の一般就労の拡大を図る。



無料レンタル車いす「KOBEDO KODOMO KURUISU」事業

平成21年度の主な取組

- ① ホテル・観光施設での「出前研修」など、より実践的な研修を実施。単位互換制導入を視野に大学連携のUT講座を開講。
- ② UTサービスをHP等からでも依頼できる仕組みを介助・医療関係事業者と連携し構築。
- ③ 「KOBEDO KODOMO KURUISU」の実証規模を拡大。メンテナンス費用や拠点拡大の課題を解決を検討し、事業の本格稼働を図る。

平成22年度以降の展開

UTサービス提供者資格認定制度の検討や大学等の教育機関と連携したUTカリキュラムの開発による人材育成を進めるとともに、地域内外のネットワークづくりを推進することにより、全国で同様のサービス提供を目指した事業連携の組織づくりによるUT事業の拡大を図る。

日本の古都奈良が発信する「なら国際映画祭」にともなう国際観光・地域産業の活性化と人材育成
(奈良県奈良市)

地元出身の世界的映画監督と連携し、世界に誇る文化遺産・地場産業が今も息づく地域特性を活かし、住民が運営に積極的に参加する「なら国際映画祭」を準備、開催、継続していくことにより、文化をはじめとした地域資源の発掘、世界に通用する人材育成、地場産業の振興をすすめ、真の国際文化観光都市として再生。



東大寺に隣接の能楽堂でのイベント



地域資源を活かした映画祭プロモーションビデオ制作と法華寺での上映会

平成21年度の主な取組

- ① 「なら国際映画祭」の実現に向けた地域内外の支援ネットワークの強化。
- ② 寺社仏閣と連携したイベントの開催などによる、「なら国際映画祭」の意義と地域文化資源に関する情報発信。
- ③ 住民参加型国際ワークショップ等の実施による、住民の一体感の醸成・地域活性化の担い手の育成。

平成22年度以降の展開

平成22年度以降、毎年世界的規模の映画祭を実施。文化を大切に、世界から多様な人々を受け入れるホスピタリティを持った地域人材の育成と内外へのブランド力の強化との相乗強化による地域産業の活性化を実現する。

「世界に開かれたKUMANOをめざして」～外国人向けATA(エリアツーリズムエージェンシー)
—Destination Management Companyの設立 (和歌山県田辺市)

世界遺産熊野古道をはじめとする世界的観光資源を有するKUMANOを世界に発信し外国人観光客を受け入れていくためのエリア・ツーリズム・エージェンシー(着地型旅行会社)を官民協働のコンソーシアム形式で設立し、全ての地域産業が連携して観光商品の開発、受入体制の充実に取組む「まるごと観光産業のまち」を目指す。



外国人プレスツアー



外国人への「食のおもてなし」マニュアルとワークショップ

平成21年度の主な取組

- ① 受入れ窓口一元化のため、地元ツーリズムビューローを法人化。また、中小民宿も参加可能な予約管理システムの実証実験の実施。
- ② 観光客受け入れ時のホスピタリティ向上のため、外国人対応ガイドや観光施設従事者への講習実施。
- ③ 空き屋への滞在型観光など外国人のニーズにマッチした観光ルートの開発と旅行商品化。

平成22年度以降の展開

平成21年度に設立する法人を中心に、海外からの個人旅行を中心とした旅行者の誘致、旅行のサポート、体験型旅行商品の販売、ツアーの企画・受付・手配・調整・精算までをひとつの窓口で行う着地型旅行事業を本格展開。

「村ぶろ戦略 北山村」 ～じゃばら・いかだ・飛び地を活かした自立性の高いむらづくり～

(和歌山県北山村)

「行きにくい村」という不利な条件を克服するため、村が運営する「村ぶろ」というブログのシステムを全国各地に提供し、これをネットワーク化する地域ブログ横断ポータルサイトの構築・活用を実施。地元製品の販売促進や地域間交流の活性化により、自立性のある中山間地のむらづくりのモデルを目指す。

※じゃばら・・・全国でも北山村だけでしか作られていない柑橘



「じゃばら」の収穫風景
と「じゃばら」関連商品



「村ぶろ」ポータルサイト

平成21年度の主な取組

- ① 地域ブログ横断ポータルサイトを全国10地域程度の地域と接続。中山間地域との連携や、地域製品の協同物販システムの導入などの実施。
- ② じゃばら水関連商品の開発、商標・商品デザインの作成、プロモーション強化などによる「じゃばらブランド」の確立。

平成22年度以降の展開

地域ブログ横断ポータルサイトの活用により、横断サイトを介在した中山間地域の交流イベントの実施、じゃばら水の本格販売の実施、ブログ新聞の発行などを行い、地域資源である「じゃばら」、「いかだ」、「飛び地」を活かした自立性ある村づくりを行っていく。