

令和2年度調査研究事業報告 (公民連携実務研究部会)

～公民連携による地域食豊かな 資源活用のあり方～

一般財団法人 地域総合整備財団
(ふるさと財団) 開発振興部 堀井謙司

令和2年度 自治体PPP／PFI推進センター活動報告

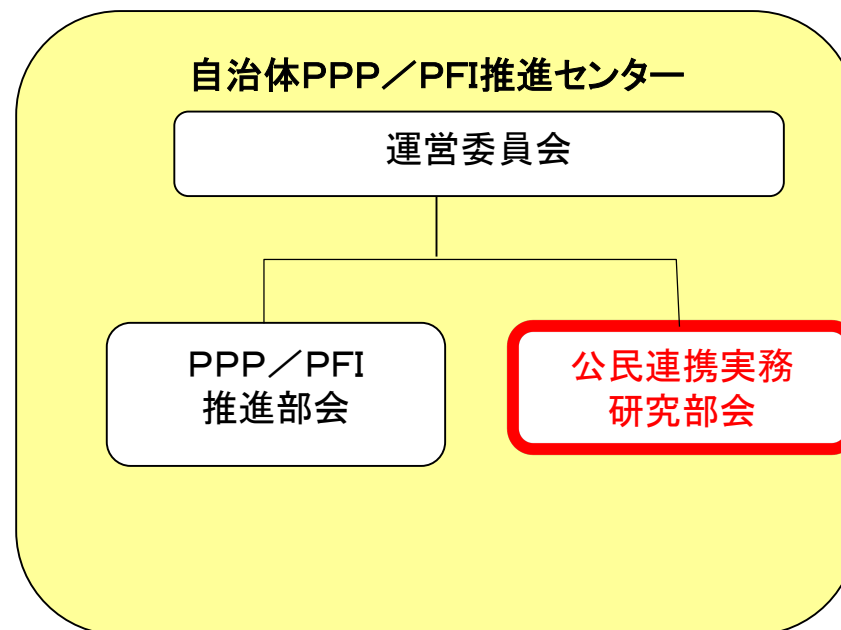
～令和2年度調査研究事業報告（公民連携実務研究部会）～

- 地方自治体におけるPFI事業の普及・促進を目的に、平成14年度に自治体PPP／PFI推進センターを設置。

✓ 当財団では、平成11年度の法施行以来、PFI事業の普及・促進のために各事業を実施（総務省通知「地方公共団体におけるPFI事業について」においても明示）。平成14年度に当センターを設置。

✓ なお、PPPの観点から、個別に実施していた「PFI」「指定管理者制度」「公共施設マネジメント」の各事業を統合、平成25年度から『公民連携推進事業』として実施。平成28年度は活動をさらに充実させ、PPP手法についても地方自治体の活用を促していくため、「自治体PPP／PFI推進センター」に改称。

✓ 平成29年度からはこれまで個別に調査研究を行っていた「公民連携実務研究会」を当センターに内含し、「PPP／PFI推進部会」「公民連携実務研究部会」を設置。本件は、公民連携実務研究部会の成果報告。



<https://pficenter.furusato-ppp.jp/>

自治体PPP/PFI推進センター
一般財団法人 地域総合整備財団

当センターについて | FAQ | お問い合わせ | サイトマップ

検索

HOME | PFIガイド | セミナー等のご案内 | PFI情報 | 研究事業 | 会員専用ページ

更新情報

履歴一覧

2021年09月02日（木）【募集中】
令和3年度公民連携セミナーの受講者募集について

2021年09月01日（水）
令和4年度地域イノベーション連携モデル事業の募集について

2021年05月25日（火）
令和2年度公民連携実務研究部会報告書を掲

セミナー等のご案内

履歴一覧

E10月29日（金）【募集中】 令和3年度公民連携セミナーの受講者募集について

E07月09日（火）【終了】 令和元年度「公民連携セミナー」講演資料の掲載及び事前質問票の受付について

E06月07日（金）【終了】 令和元年度公民連携セミナーの受講者募集（募集期間延長）【PPP/PFI】

E07月05日（木）【終了】 平成30年度公民連携セミナー講演資料の掲載及び事前質問票の受付について

E07月05日（木）【終了】 平成30年度公民連携セミナーの受講者募集【募集期間延長】7/5のみ受付中

情報

履歴一覧

E09月02日（木）【募集中】
令和3年度公民連携セミナーの受講者募集について

2021年09月01日（水）
令和4年度地域イノベーション連携モデル事業の募集について

2021年05月25日（火）
令和2年度公民連携実務研究部会報告書を掲

ニュース

履歴一覧

2021年05月14日（金）【リンク】
（会計検査院）国実施のPFI事業に対する検査結果の公表

2020年07月17日（金）【リンク】
（内閣府）「PPP/PFI推進アクションプラン（令和2年改定版）」が決定されました

2019年06月21日（金）【リンク】
（内閣府）「PPP/PFI推進アクションプラン

まちなか再生ポータルサイト

<https://pficenter.furusato-ppp.jp/?article=令和2年度公民連携実務研究部会報告書を掲載し>

目次

1. 調査の概要
2. ヒアリング調査
3. 総括

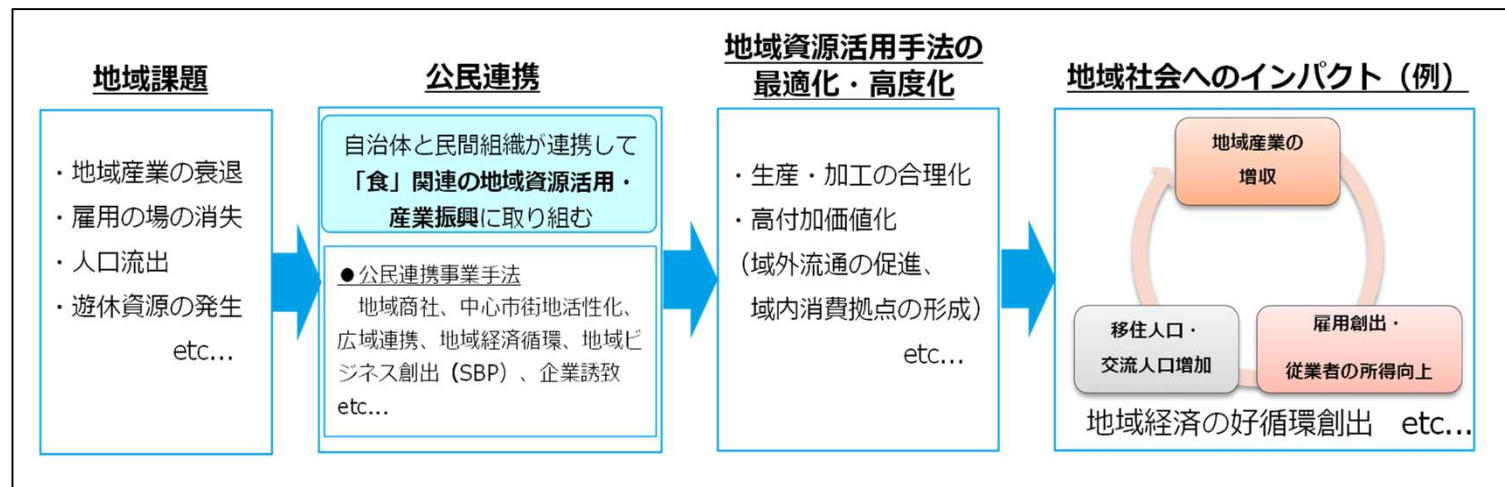
目 次

1. 調査の概要

(1) 調査の背景・目的

(2) 調査方法

本調査が対象とする事業のイメージ



(1) 調査の背景・目的

①自治体をめぐる状況

- ・都市圏への人口流出による人不足、少子高齢化、産業の衰退による税収減、地域産業の衰退等
- ・産業振興に取り組んできたが、自治体単独での課題解決には、人材、財源、知恵・ノウハウといったリソースが不足している。
- ・小規模自治体でも「食」資源および「食関連産業」の従業者は比較的多く、交流人口、定住人口の増加等を目指す取り組みは、持続可能な地域社会づくりとなっている。

②国内の「食」及び「食関連産業」を取り巻く状況

- ・SDGs（＊次ページ参照）を契機とした持続可能な取組を推進する動きが食関連産業を含め世界経済における新たな潮流となっている。
- ・国内市場は人口減少・高齢化により縮小する一方で、海外市場は拡大傾向にある。
- ・人口減少・高齢化等により農地面積や農業就業者は減少し、生産現場は依然として厳しいながらも、スマート農業等の技術的な補完による生産性向上への期待が高まっている。
- ・感染症対応としてオンライン・フードデリバリー等の非接触型サービスが耳目を集めている。

③調査の目的

・社会的・地域的課題を解決する新たな公民連携の方法として、「食」関連の地域資源活用や産業振興を中心に地域産業の増収や関連人口の増加等の好循環が創出されている事例に着目する。プロセスや成功要因を抽出し、公民連携の取組みの促進に資する情報を提供する

＊SDGs（Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標）

「国連持続可能な開発サミット」にて採択された、「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」において、人間、地球及び繁栄のための行動計画として、掲げられた17の目標と169のターゲットから構成される目標のこと。



（出典：国際連合広報センターHP）

(2) 調査方法

①事例の収集方法

- ・自治体と民間組織が連携し「食」関連の地域資源活用・産業振興に取り組んでいる事例について公表資料等をもとに事例収集し、その結果を事例一覧に整理した

②ヒアリング調査方法

- ・事例抽出のポイントとして、「自治体と民間事業者の連携」、「地域産業の増収や交流人口の増加・雇用の創出」、「事業の持続可能性」の3つを設定
- ・これら全てを充足する事例の中から5事例を抽出し、関係する自治体および民間事業者等にヒアリングを実施した

③調査結果の整理・分析方法

- ・ヒアリング調査の結果を踏まえ、各事例について、「好事例の成功要因」、「公民連携体制のポイント」、「事業及び地域社会の持続可能性に関する示唆」について整理したうえで、事例全体について分析し、今後の「食」関連の地域資源を活用した公民連携事業のあり方について考察を加えた

目 次

1. 調査の概要

2. ヒアリング調査

(1) 調査内容

(2) 調査結果

ヒアリング対象事例：

- ①ふらのまちづくり株式会社（北海道富良野市）
- ②日本ワイン農業研究所株式会社（長野県東御市）
- ③株式会社ふるさと海士（島根県海士町）
- ④株式会社フードハブ・プロジェクト（徳島県神山町）
- ⑤一般財団法人こゆ地域づくり推進機構（宮崎県新富町）

(1) 調査内容 ・ 自治体および民間事業者の双方にヒアリングを実施

項目	内容
実施期間	令和2年9月～10月
実施場所	各自治体・企業・団体の事務所、等
方法	訪問またはメール・電話によるヒアリング
ヒアリング対象	各事例の関係自治体、民間事業者および関係団体
ヒアリング項目	① 事業の実施背景・経緯 ● 事業の背景・経緯・目的 ● 関係者・関係機関 ● 地域課題・社会課題に対する意識 ② 事業の概要 ● 事業組織の概要 ● 具体的な取組内容 ● 実施体制、人材・財源 ● 地域における事業の位置づけ ③ 公民連携スキーム ● 事業手法（地方自治体の支援内容、連携方法、時期） ● 関係者の役割分担、資金調達方法 ● 連携にあたって公民それぞれに生じたメリット・デメリット ④ 事業の効果 ● 事業実施による効果や実績 ● 当初の想定との違いとその理由 ● 当初の狙い以外の付随的効果の有無 ● 地域に事業が定着・継続できている理由 ⑤ 課題 ● 地域住民から受けた要望

北海道富良野市とふらのまちづくり株式会社

(2) ー①調査結果

①ふらのまちづくり株式会社（北海道富良野市）

実施地	北海道富良野市	
関係者	公共	富良野市
	民間	ふらのまちづくり株式会社
事業背景	病院等の郊外移転を契機とした中心市街地の衰退	
事業概要	■ 2003年にふらのまちづくり株式会社が設立。2010年に、経済産業省戦略的中心市街地商業等活性化支援事業等により、富良野市の農と食をテーマとする複合商業施設「フラノマルシェ」を開設。 ■ 以降、「フラノマルシェ」を核として、「ルーバン・フラノ構想」と題した中心市街地の再開発プランを公民連携体制で推進。2020年度に開業10年目を迎え、2010年の開業時から2020年3月末時点にかけての来場者数は、累計967万人に上る。 ■ 「フラノマルシェ」のコンセプトとして①食をテーマとするまちなかの賑わい滞留拠点（まちの縁側）、②観光客のおもてなしの拠点（街なか観光の玄関口）、③タウン情報の発信拠点の3つを掲げ、中心市街地の交流人口の取り込みによる経済規模の拡大を図っている。	
特徴	■ 富良野商工会議所及びふらのまちづくり株式会社を中心に組織し、民間と行政の連携を図りながら協働による中心市街地の活性化に取り組んでいる。 ■ フラノ・マルシェ事業やネーブル・タウン事業においては、運営委員会に行政職員も参加し、事業推進にあたって行政側・民間側それぞれの検討事項を報告・議論し、その場で出た課題に対し、双方が持ち帰り検討する、というサイクルで進められ、実質的に公民連携が行われる場として機能した。	

①ふらのまちづくり株式会社（北海道富良野市）

富良野市位置図



①ふらのまちづくり株式会社（北海道富良野市）



①ふらのまちづくり株式会社（北海道富良野市）



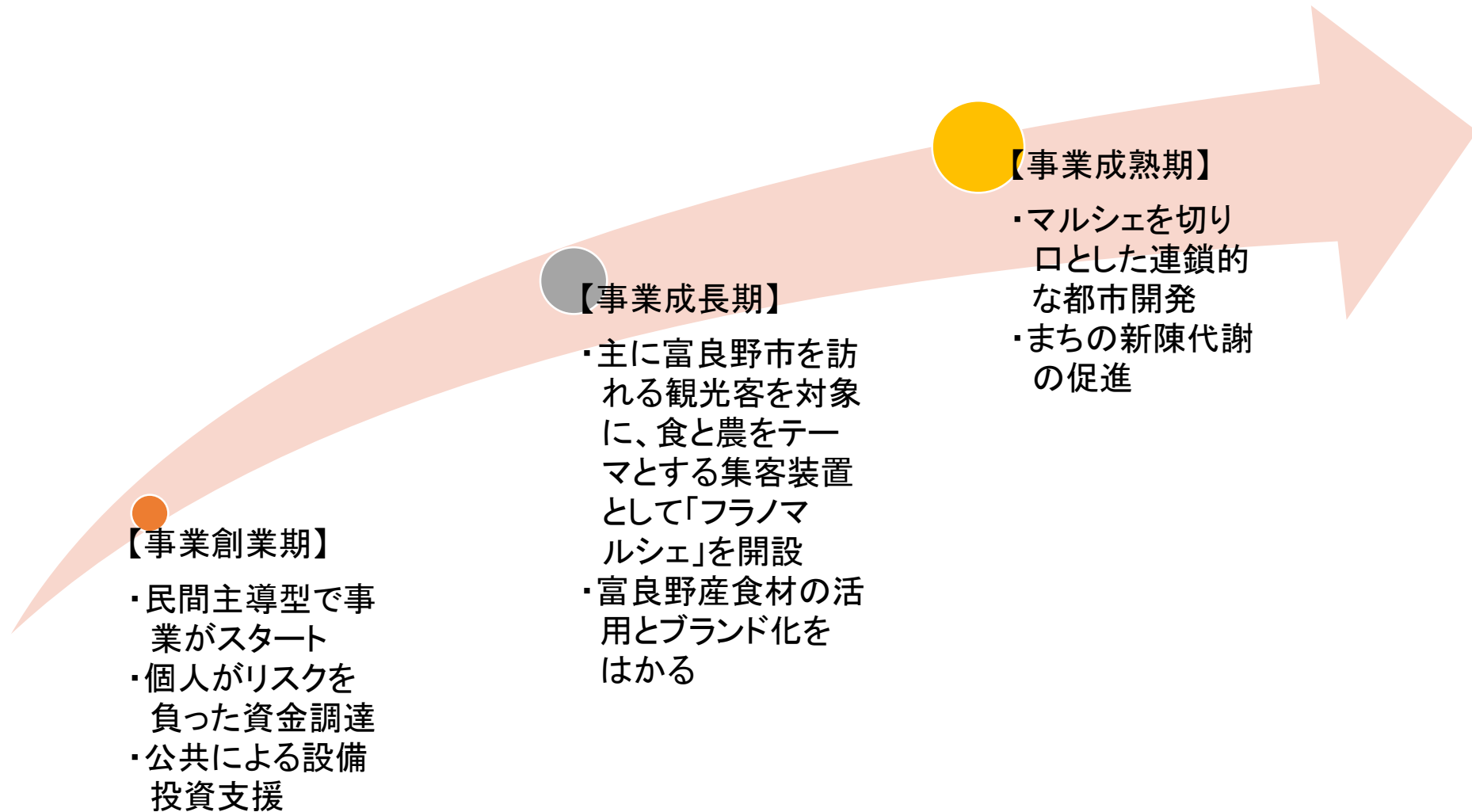
①ふらのまちづくり株式会社（北海道富良野市）



①ふらのまちづくり株式会社（北海道富良野市）



①ふらのまちづくり株式会社（北海道富良野市）



①ふらのまちづくり株式会社（北海道富良野市）

①好事例の成功要因

- 地域資源
- 人的資源・体制
- 内的要因
- 外的要因

②公民連携体制のポイント

- 公共
- 民間

③事業及び地域社会の持続可能性に関する示唆

①好事例の成功要因

- 地域資源

年間200万人の観光客

「北の国から」のブーム等で作られられた「富良野」のブランド力

- 人的資源・体制

キーマンの存在、**中心市街地活性化協議会の存在**

民間・行政の思い・課題共有の公民連携の場（毎週）

- 内的要因

マルシェ開設前からある多くの「富良野アイテム」の顕在化

地元野菜の購買に対する市民の潜在的ニーズへの汲み取り

金銭的な見通しとマーケティング

- 外的要因

中心市街地の2000坪のまとまった土地の創出

補助金（経産省・国交省）の存在とその有効活用

①ふらのまちづくり株式会社（北海道富良野市）

②公民連携体制のポイント

- 公共：事業の環境整備、大玉氏：庁内・議会の調整
- 民間：事業の主導的と金銭的覚悟
- 毎週の会議体での共有をしながらの事業推進
- 公共のランニングコストの一部支援

③事業及び地域社会の持続可能性に関する示唆

- 持続的なまちづくりを推進するために、Ⅲ期事業をはじめとした面的な都市開発を連鎖的に進め、新陳代謝を促進して新たな産業を入れていく方針。
- マインド継承等の人材育成も必要。

①ふらのまちづくり株式会社（北海道富良野市）



ふらのまちづくり(株)
西本氏

【従来の行政主導の進め方への疑問】

『通常は、行政が固めた計画を投げられ、民間側に意見を求められ、いわばアリバイづくりのような形で進められるが、それではダメだと、民間主導で進める形として協議会を立ち上げた。』

【費用をかけない広報のやり方】

『PR費用は年間200万円しか使っていない。メディアを味方につけた。道内のお客様を確実なターゲットとし、リピーター獲得のために常に新しい商品づくりを行っている。』

【公民連携を議論する場の重要性】

『行政が何を求めているか、民間が何を考えているかのすり合わせが出来る場があることが一番良い。田舎の小さいまちこそ、それをうまく使えると良い。』

【公共任せではなく、民間が覚悟を持つこと】

『事業推進にあたっての金銭的な保証を行政にお願いしてしまえば、恐らく事業は実現しなかっただろう。いくらカッコいいことを言っても結局お金の問題は付きまとうので、その部分で民間が本気になれるかが重要』



ふらのまちづくり(株)
大玉氏

【公民連携に取り組む公務員の支援が必要】

『ある公務員が一生懸命取り組んだとしても、そのあと自治体はその取り組みを応援していく姿が見えないところが問題。』



富良野市
黒崎氏

【「稼ぐこと」の重要性】

『なんといってもお金を稼げることが重要。ボランティアでは続かない。イベントでも単発的なぎわいづくりで終わる。稼げることで継続的に人が集められる。行政が絡むと儲けすぎるのは悪とされがちだが、こういった考え方は見直されるべきだろう。』

長野県東御市と日本ワイン農業研究所株式会社

(2) ②調査結果

②日本ワイン農業研究所株式会社（長野県東御市）

実施地	長野県東御市（とうみし）	
関係者	公共	東御市
	民間	日本ワイン農業研究所株式会社
事業背景	荒廃農地の有効活用と東御市を中心としたワイン特区の形成	
事業概要	■ 千曲川ワインバレー（東地区）は、8市町村が合同で広域ワイン特区を構成し、小規模ワイナリーの集積を目指す先駆的な地域で、その中でも東御市は平成20年（2008年）にワイン特区として長野県で最初に認定された。 ■ 荒廃地化していた桑畑をワイン用ブドウ団地として有効活用し、農水省の補助金を活用して平成27年度から五か年計画で約28aを地元（地権者）負担実質ゼロで整備。 ■ 日本ワイン農業研究所株式会社は、千曲川ワインバレー構想の実現に向け、2015年に拠点となるワイナリー『アルカンヴィーニュ』を整備し、工場見学やワイン販売の他、地域で生産されるワインの品質維持の取組み、消費拡大のための販促活動、さらに日本初の民間ワインアカデミーを開催してワイングロワー（栽培醸造家）の育成を図っている。 ■ ワイン産業は裾野が広いため、観光や飲食をはじめとして様々な産業に波及をもたらし、地域経済の活性化が進んでいる。	
特徴	■ 株式会社ヴィラデストワイナリーは、移住者である玉村氏の個人事業として立ち上げた事業であり、創設に当たっては出資を募り80百万円を集めたほか、日本政策金融公庫から1億円の融資を受けている（全体の売り上げの3分の1をレストラン事業が占め、地元よりも軽井沢の別荘や首都圏からのリピーター客の占める割合が多い。）。 ■ 玉村氏の情報発信から小規模醸造家が増加、官民双方がワイン産業の振興に取り組んでいる。	

②日本ワイン農業研究所株式会社（長野県東御市）

図表 信州ワインバレー構想



ワイン特区とは

通常、果実酒等の製造免許取得にあたっては、最低製造数量基準として年間6キロリットルの製造が要件として設定されています。その基準を果実酒については2キロリットル、リキュールについては1キロリットルに引き下げ、小規模事業者の製造免許取得を可能にしたのが構造改革特別区域法（以下「特区」）による「酒税法の特例」です。

東御市においては、平成20年に長野県内初となるワイン特区を取得し、平成27年には周辺市町村8市町村による広域ワイン特区を取得しました。

（出典：東御市HP）

- 平成20年11月11日に長野県内で初となるワイン特区「とうみSunライズ ワイン・リキュール特区」が認定
- 平成27年6月、すでに特区を取得していた東御市を含む4市町村がそれぞれの特区を取り消し、広域8市町村による広域ワイン特区「千曲川ワインバレー（東地区）特区」が認定

②日本ワイン農業研究所株式会社（長野県東御市）

■ ヴィラテストワイナリー（外観）



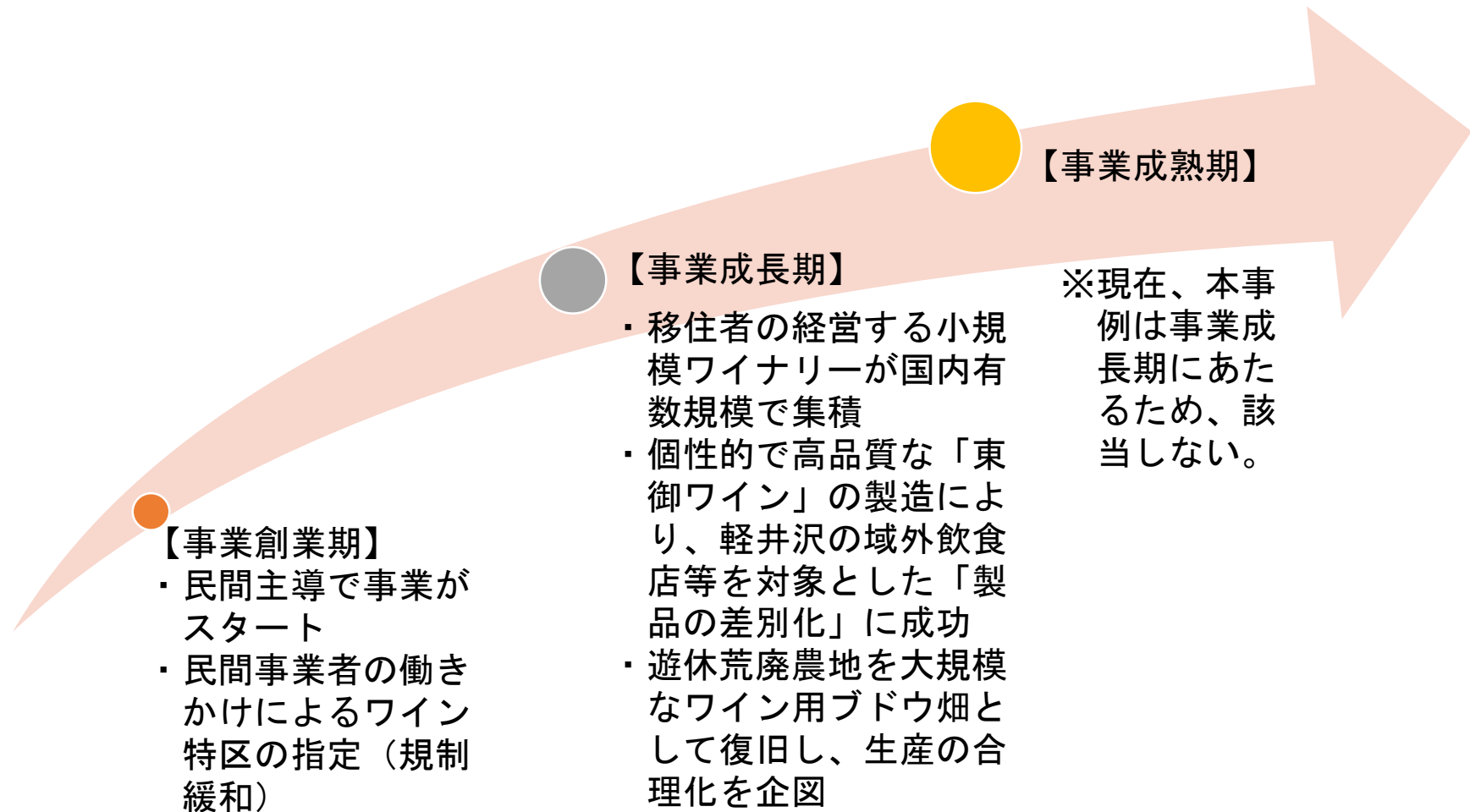
■ 委託醸造受け入れ用のワイン樽



日本ワイン農業研究所の5つの（事業内容）ミッション（略抜粋）

- ①農業としてのワインづくりを地域に根付かせ、「食べ物をつくる仕事」をベースにした持続的なライフスタイルの実現を推進する。
- ②新しいワイナリーを稼働して、新規参入農家が生産するブドウを醸造し日本ワインの不足原料を県外へ流出させないよう6次産業化に貢献する。
- ③新規参入希望者に栽培と醸造の知識、技術、ワイナリー経営に資する情報を提供し、自立を促し小規模ワイナリーの集積に寄与する。
- ④ワインの製造過程の理解を得て地元ワイン消費とワインブドウ栽培の拡大を図るイベントを通じ消費生産一体化の産地形成を支援する。
- ⑤日本ワインの品質向上のために世界の技術情報をアーカイブし、ワイン産業への積極的な投資環境を整える活動を行う。

②日本ワイン農業研究所株式会社（長野県東御市）



②日本ワイン農業研究所株式会社（長野県東御市）

①好事例の成功要因

- 地域資源
- 人的資源・体制
- 内的要因
- 外的要因

②公民連携体制のポイント

- 公共
- 民間

③事業及び地域社会の持続可能性に関する示唆

①好事例の成功要因

- 地域資源

主要産業は農業、雨が少なく、気候を活かした巨峰の産地であり、優良なブドウ栽培地として素地があった。

- 人的資源・体制

キーマンの存在、エッセイストで画家田村氏の移住

新規参入者（移住者）の受け入れ、教育体制が敷かれている。

（新規就農者支援、ワインアカデミーの開設、委託醸造体制）

複数自治体の広域特区により原料調達面のスケールメリット。

- 内的要因

小規模ワイナリーが耳目を集め、確かな品質により他の国産ワインとの差別化が実現

- 外的要因

規制緩和（特区開設）により、小規模ワイナリーの参入が実現
補助金の受給、出資、利子補給によるイニシャルコスト緩和

②公民連携体制のポイント

- 公共：インフラ整備

公共側が規制緩和、土地・施設整備、住宅あっせん、その他の資金により環境整備を実施

- 民間：人材供給と品質管理

産地の品質管理、ネットワークを活用した営業販売

ロールモデルの提示による新規参入者呼び込み

栽培技術や醸造技術の伝承による人材育成を主導

③事業及び地域社会の持続可能性に関する示唆

- 原料栽培の効率化、直販、通販以外の安定した販売先確保による収益安定化が課題であり、儲かる産業にすることで持続化が図られる。

②日本ワイン農業研究所株式会社（長野県東御市）



日本ワイン農業研究所(株)
小西氏

【ワインは集積することでメリットが生まれる産業】

『ワインは、産地全体の生産量が増えたとしても売れ行きに影響は生じない。逆に、将来的に生産者が増えていくと、農作業、物流等、効率化出来る面がでてくるだろう。効率化されることでプロモーション活動の幅も広がる。』

『他産地との差別化に向けては、個社の取組によるところが大きいですが、ヴィラデストワイナリーを頂点とした小規模ワイナリーの集積による「東御市ワイン」ブランドの効果は感じている。』

【儲かる産業にしないと続かない】

『ワインづくりは効率的な産業ではない、効率を考えると、海外から果汁を仕入れて売るのが儲かるが、千曲川ワインバレーはそうではなく、栽培から醸造まで地域で一貫してやるため儲からない。最初は情熱と熱意で乗り切っていけるが、長く続けていくという意味では、儲かる産業にしていかなければならない、そこが課題である。』

島根県海士町と株式会社ふるさと海士

(2) ー③調査結果

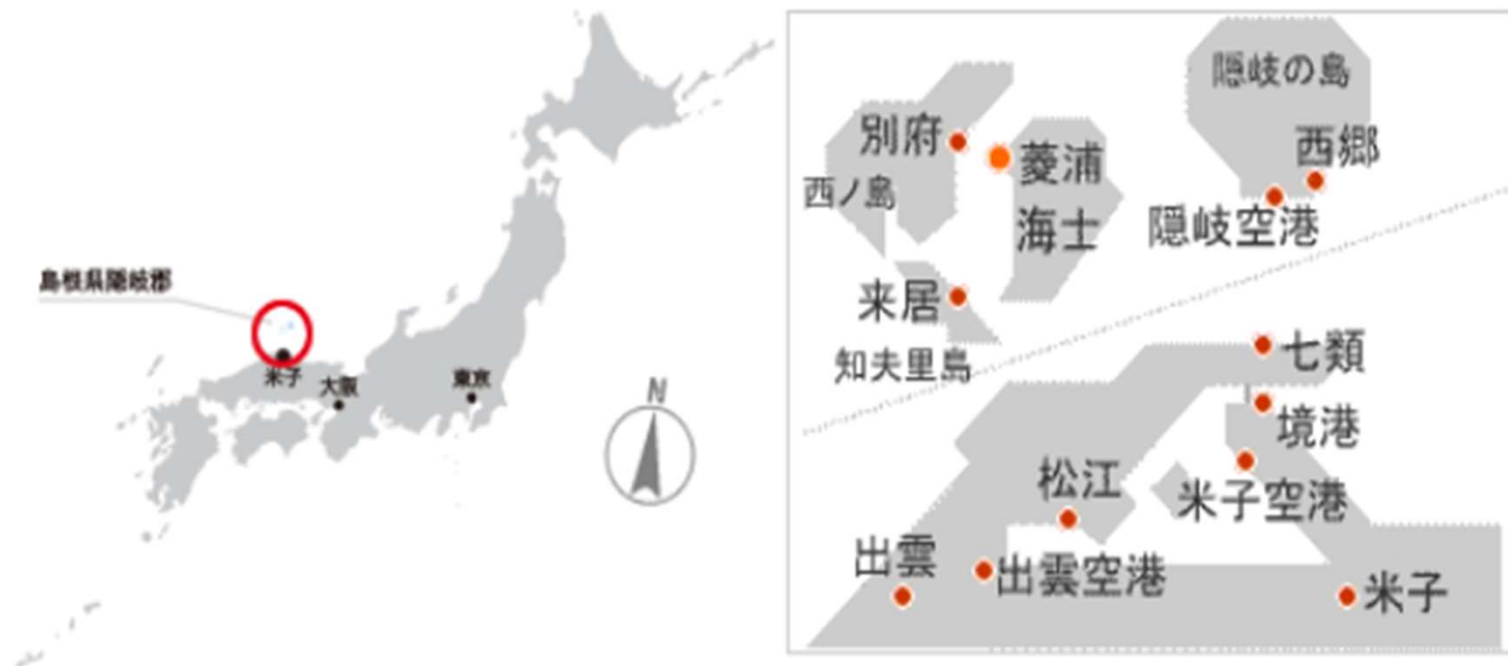
③株式会社ふるさと海士（島根県海士町）

実施地		島根県海士町（あまちょう）
関係者	公共	海士町
	民間	株式会社ふるさと海士
事業背景		財政再建団体への転落危機 行政の将来への危機感と地域住民の自立に向けた覚悟の共有
事業概要		■ 海士町では、食については、離島であるがゆえに、市場との物理的距離が遠いことから、輸送時間と費用が掛かり、商品価値を落としてしまうハンディを負っていた。 ■ このハンディを克服することを目的に、平成17年にCASを導入した農林水産物加工施設「CAS凍結センター」を整備し、付加価値を高くし、旬の味と鮮度を保持したまま東京等の大消費地への出荷を可能とし、食の安心安全の提供を通じ離島のハンディを克服し、第一次産業の再生と後継者育成につなげている。 ■ 食以外にも、海士町では、まちづくり（古民家を活用した交流・合宿所の整備、町営住宅払い下げの拡充等）、ひとづくり（チャレンジセンターの創設、海士人間力大学の創設等）、しごとづくり（島食の寺子屋プロジェクト、CAS施設の強化等）の3つの基本目標を掲げ、創生戦略に取り組んでいる。
特徴		■ 強い民間を作る目的で、当初より海士町主導で事業を推進。町が意欲ある地元の若手漁師（40～50代）と一緒に漁協を巻き込みながら進め、現在では町と民間が連携しながら事業を進めている。 ■ 補助金等の活用として、キンチャモニャセンター（フェリー乗り場、レストラン、売店を併設）、CASセンター、海士御塩司所の各施設は、国庫補助金と過疎債或いは辺地対策事業債で建設費用を賄う方式で町が建設し、ふるさと海士が運営する公設民営方式。 ■ 離島であり、加工場と漁場が近く、鮮度の高い状態で加工が可能。

③株式会社ふるさと海士（島根県海士町）

■位置及び地勢

- ・日本海の島根半島沖合約60kmに浮かぶ
隠岐諸島の中の一つ中ノ島を「海士町」
といい1島1町の小さな島である。



③株式会社ふるさと海士（島根県海士町）

■ 海士御塩司所



（出所）株式会社ふるさと海士HP

■ CAS事業部



（出所） 海士町HP

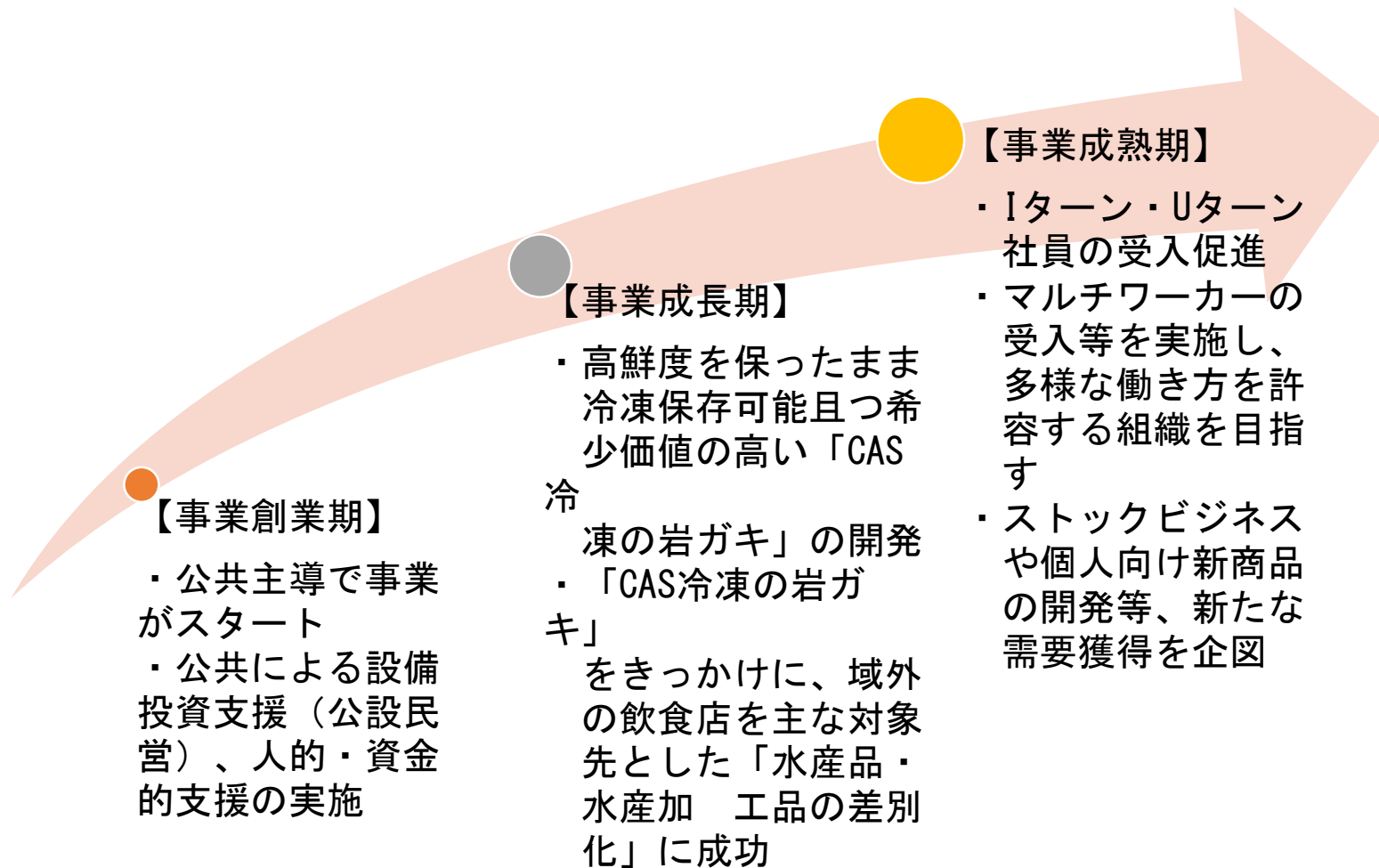
CAS:

Cells Alive System冷凍

従来の冷凍技法による食品の凍結融解に伴う食味の低下を大幅に低減することを可能にした冷凍技術。CAS冷凍の場合、水を瞬時に凍らせることで氷晶化を防ぎ、細胞膜を無傷に保つことを可能としている。



③株式会社ふるさと海土（島根県海士町）



③株式会社ふるさと海士（島根県海士町）

①好事例の成功要因

- 地域資源
- 人的資源・体制
- 内的要因
- 外的要因

②公民連携体制のポイント

- 公共
- 民間

③事業及び地域社会の持続可能性に関する示唆

①好事例の成功要因

- 地域資源

離島であるため、加工場と漁場が近く、鮮度の高い状態で加工が可能。

- 人的資源・体制

キーマンの存在、ふるさと海士の社長とふるさと海士担当の役場のトップが異動とならなかったこと。

スキルを持ったIターン、Uターン人材の活用

- 内的要因

CASセンターの設立により、離島のハンディキャップをメリットに転換
系統出荷ではなく飲食店等との直接取引の実施
販売先ターゲット設定（高級路線）

- 外的要因

補助金（地域産業資源活用事業）の存在

②公民連携体制のポイント

- 公共：ハード整備を担う

公共側が思いを持った担当者が担当を続けながら、施設整備といった資金リスクの高い部分を補助金の活用を含めて実施。

- 民間：ランニングを担う

運営段階の途上迄公共側が軌道に乗せたうえで、民間が施設の運営、営業、販売を実施。

③事業及び地域社会の持続可能性に関する示唆

- スtockビジネスに対応する設備が必要（CAS、保管庫）
- 持続的な漁業には高齢化対策と後継者発掘が必要であり、後継者発掘には所得の向上が必要。

③株式会社ふるさと海士（島根県海士町）



(株)ふるさと海士
奥田氏

【固定観念を打ち破るための苦労】

『日本人には生のもので冷凍のものでは生の方が価値があるという根強い価値観があるので、冷凍の方が高いところの理解を得るのに苦労した。冷凍の商品を安くするという考え方は、生産者を叩いて下げていく世界。我々は生産者を叩いて安くする考えはなかった。』

【補助金に対する考え方・補助金の使い方】

『補助金でモノをただ作ってもらってもその後が続かないので、ある程度ノウハウを勉強しながら、身に着けながら、苦労して作り上げるというやり方で進めている。それでも間に合わさなければならないスケジュールがあるので、上手く外部の力を入れながら事業を進めている。離島ということもあり、色々な資金を利用しながらやらないとできないので、補助金制度のウォッチは常に行っている。』



海士町 濱田氏

【立ち上げ当初の苦労】

『立ち上げ当初はカオスで、当時産業創出課に所属していて、出向ではないものの、自分の座席がふるさと海士にあった。ふるさと海士の社員と一緒に、イカ捌き・加工・凍結作業もやり、営業マンがいなくなると営業に回って東京や海外にも行った。はじめの10年程度は、行政と民間の役割分担、という考え方ではなく、一緒になってやる、という状況だった。』

【利益創出よりも地域への還元を重視⇒事業が地域に定着】

『外貨の獲得による企業の収益UPというより、島内の収入所得を増やすために活動する企業と言える。利益はほとんど島内に還元されている、というイメージ。例えば、野菜を使うにも、島外調達で安く済ませるのではなく、敢えて島内の野菜を使用して加工品を作る、といったこと。そういった部分にお金を使い、他の産業の雇用も守っている。地元に戻元できているから、事業が定着できているのだと思う。』

【担当者が長く変わらないこと、想いを持ち続けることの重要性】

『役場の担当者は、想いがある人がやらないと実現が難しい。苦しい時に耐えられるか耐えられないかは、その想い次第。』

『海士町では10年程度特命で任命する、という人事をやっていることもあり、これが良い方向に働いた。民間のやる気があっても、役場の担当者が変わった途端に、折角作ってきた信頼関係がなくなってしまう。前例が無いことをやる時は、事業が安定するまでの期間は担当を変えないことは重要だと思う。』

【域内外の人材のノウハウに応じた役割分担】

『「海士いわがき生産株式会社」の立ち上げ時に島の生産者が営業のノウハウを持っていなかったところに、漁業のノウハウは無いものの営業力に長けた1ターンの外部人材が入り、そういった人材を活用することで役割分担しながら進められた。ここから、生産は地元、販売は1ターナー、という役割分担のモデルができた。』

徳島県神山町と株式会社フードハブ・プロジェクト

(2) ④調査結果④株式会社フードハブ・プロジェクト（徳島県神山町）

実施地	徳島県神山町（かみやまちょう）	
関係者	公共	神山町
	民間	株式会社フードハブ・プロジェクト
事業背景	農業者の高齢化（平均70歳超） 後継者不足等の社会課題	
事業概要	■ 2015年に神山町役場と住民が一体となって開催された、神山町地方創生戦略を考えるワーキンググループを基に、2016年に株式会社フードハブ・プロジェクトを設立。 ■ 「地産地食」を合言葉に、地域の農と職を次世代につないでいくための取組として、町内の小規模な生産者たちと顔の見える関係を持ちうる小規模な消費者をつなぐ『フードハブ』の形成を施策として打ち出した。 ■ 具体的には、育てる（景観を守る社会的農業の実践：新規就農者受入、耕作放棄地の復活、多種の農業）、つくる（地域の作物を使った加工品開発と加工場の運営）、食べる（地産地食の食堂、パン・食品店の運営）、つなぐ（保小中高と連携した食育の実践）の4つの活動が循環している。	
特徴	■ 神山町とNPO法人グリーンバレーが設立者として立ち上げた組織が（一財）神山つなぐ公社。内閣府から地方創生推進交付金（2015～2020年の5か年間）の採択を受け、運営費（人件費）として活動している。町役場と共同で事業を行うことを前提とした公社であり、「まちを将来世代につなぐプロジェクト」に定められた施策の枠組みに沿って役場と共にプロジェクトを推進している。	

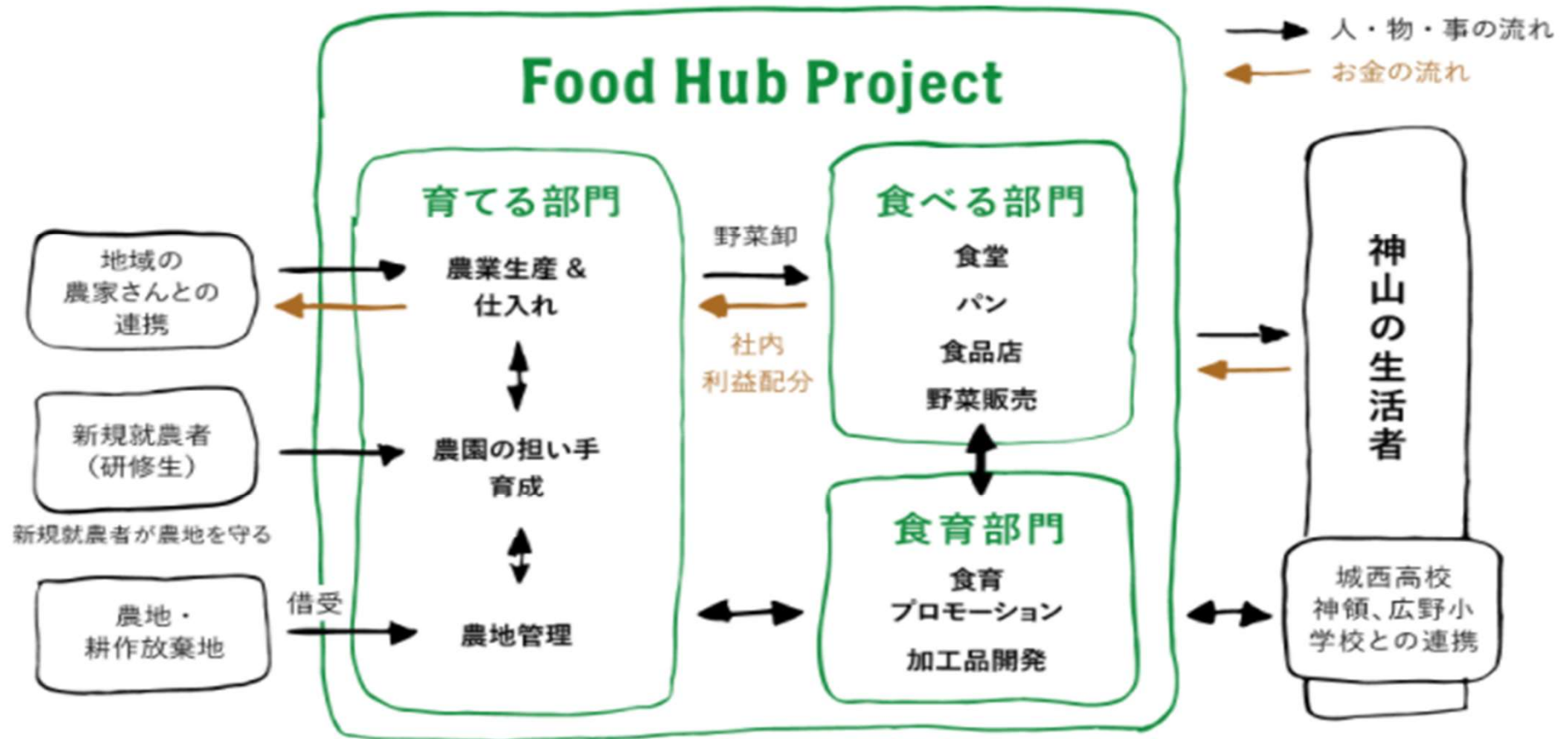
④株式会社フードハブ・プロジェクト（徳島県神山町）

図表 神山町位置図



④株式会社フードハブ・プロジェクト（徳島県神山町）

■ 人・物・事・お金の流れ



④株式会社フードハブ・プロジェクト（徳島県神山町）

フードハブ・プロジェクトは地方創生総合戦略から生まれた。地方創生総合戦略を検討するWGで出会った真鍋氏（サテライトオフィス入居企業モノサスの部長）の構想に白桃氏（神山町役場職員）が賛同する形で始動、プロジェクト化に至った。

写真 神山町内のサテライトオフィス



写真 神山町の取り組みのキーマン
(左から、真鍋氏、白桃氏)



④株式会社フードハブ・プロジェクト（徳島県神山町）

■ かま屋



写真 かま屋の店内

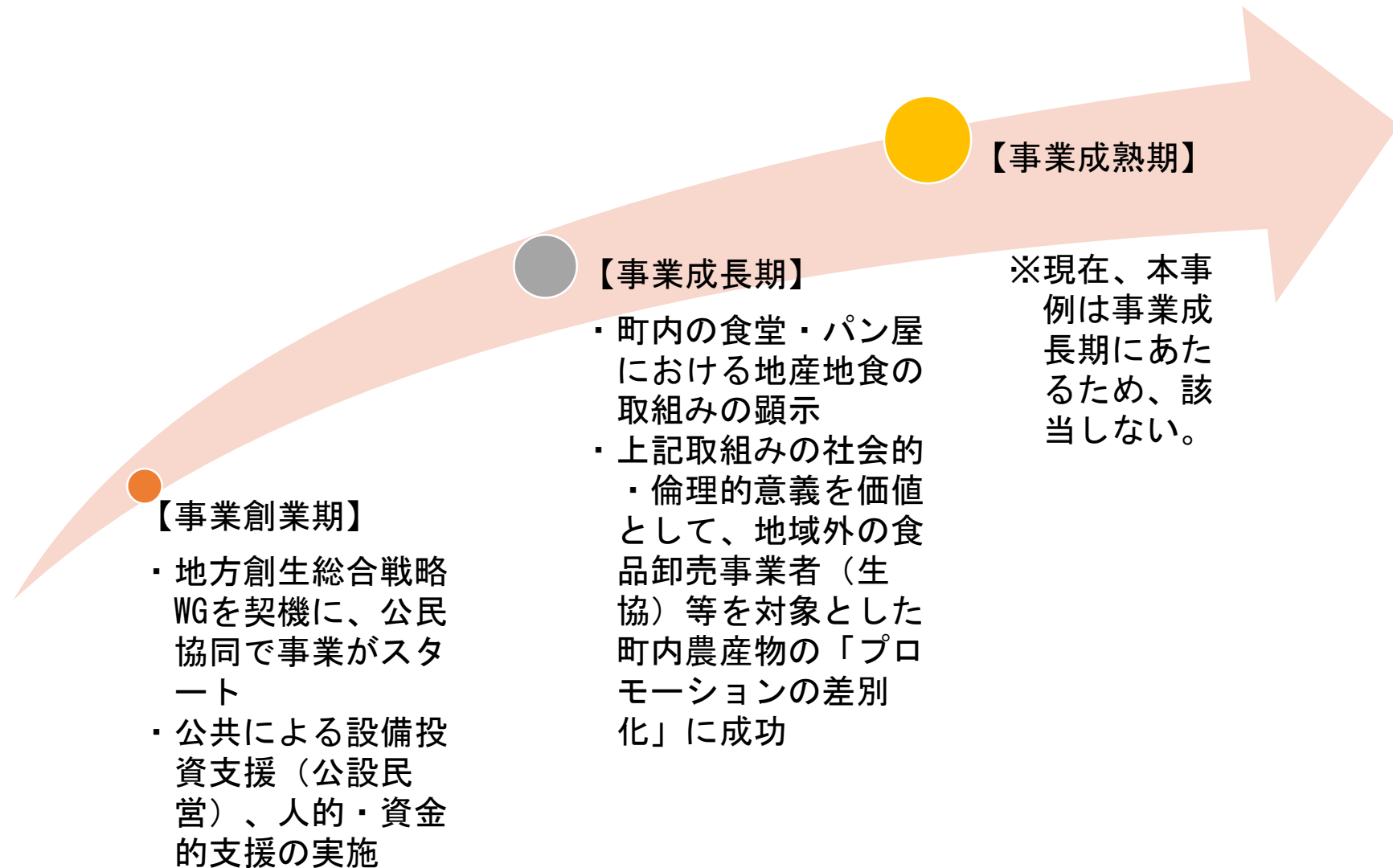


写真 地産地消の取り組み紹介
(かま屋の店内)



写真 町内調達品を使用した
かま屋の定食

④株式会社フードハブ・プロジェクト（徳島県神山町）



④株式会社フードハブ・プロジェクト（徳島県神山町）

①好事例の成功要因

- 地域資源
- 人的資源・体制
- 内的要因
- 外的要因

②公民連携体制のポイント

- 公共
- 民間

③事業及び地域社会の持続可能性に関する示唆

④株式会社フードハブ・プロジェクト（徳島県神山町）

①好事例の成功要因

- 地域資源

サテライトオフィスの立地により町の知名度が相応にあり、営業の場面で神山町自体に興味があるところから商談がスタートできる。

- 人的資源・体制

サテライトオフィステナントの域外からの真鍋氏の構想に役場の白桃氏が賛同する形で始動しており契機の影響大。

出向の役場職員が常駐することでの高い信頼性

地方創生推進交付金による「神山つなぐ公社」の存在

- 内的要因

町内食堂の町内調達率指標化による「地産地食」ブランディングの成功

- 外的要因

補助金（地方創生推進交付金、地方創生加速化交付金）の存在

④株式会社フードハブ・プロジェクト（徳島県神山町）

②公民連携体制のポイント

- 公共事業と収益事業の一体的実施

公共と民間の異なる属性をもつ人材が、公益・収益事業の双方を実施可能な一つの組織に属し、地域内の経済循環、地産地食の推進という共通のビジョンを掲げた上で、それぞれの強みを活かした事業を実施。

③事業及び地域社会の持続可能性に関する示唆

- 事業本来の目的である「町内農業者の育成」が短いスパンでは出来ず、収益事業を長期間継続させることが重要。
- 小さな循環のシステムをはじめとした公共的・社会的意義があることで賛同企業の支持が得られる。

④株式会社フードハブ・プロジェクト（徳島県神山町）



神山町
馬場氏

【取り組みによる新しい価値観の創出】

『シェフとパートの高校生が一緒に働いて料理人になりたいという夢を持ち、そのシェフがニューヨークに戻る際に一緒についていった、というこれまで考えられなかった新しい刺激的な出会いも生まれている。新しい価値観を創出することができている。最近では小学校の食育で「農業がかっこいい」と言われるようになっている。』



(株)フードハブ・プロジェクト
白桃氏

【域内外の人材の想い・スキルの合致】

『白桃氏が地方創生による農業課題の解決、真鍋氏は使う側（料理人側）からみた食・農業の課題の解決。両者があわさらないと事業にはならなかった。農業側からだけ、もしくは料理人側からだけで事業を組み立てるとこうならなかった。二人の問題意識が合致したのは大きなポイントだった。』

【取り組みが民間と公共の両方の側面を持つことの難しさ】

『会社が民間と公共の両方の側面を持っていることで、性格やリスク分担が整理されおらず、必要な支援が受けられないことがある。最大出資者が民間なので民間として扱われることが多いが、役場が1/3程度出資しているため、いわゆる第三セクターとして、官と扱われることもある。助成金も欲しいが、官が入っていることで断れられるケースが多々ある。しかし、町としても公平性の観点から一民間企業を助けきれない。誰も助けられない。この関わり方の課題が非常に大きい』

宮崎県新富町と一般財団法人こゆ地域づくり推進機構

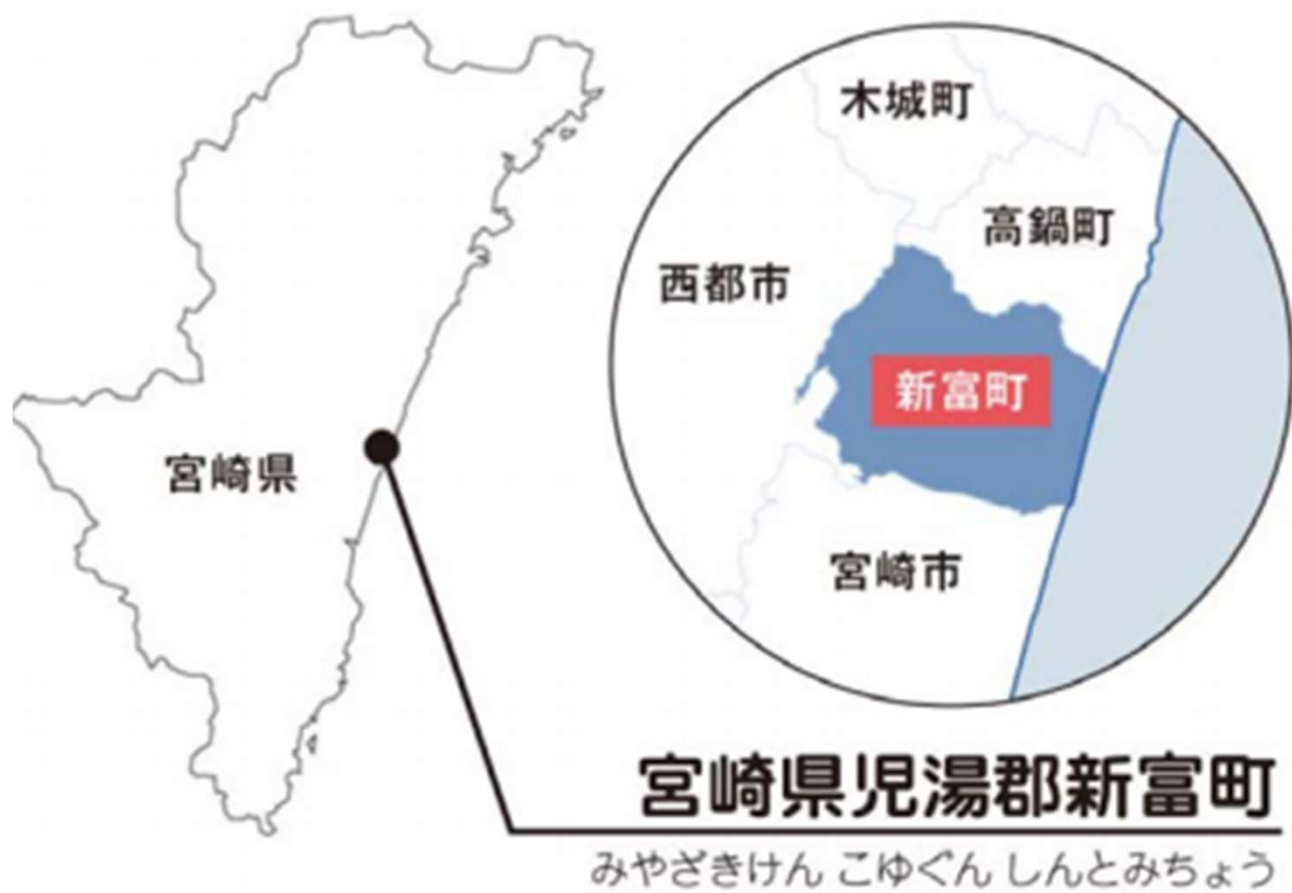
(2) 調査結果

⑤一般財団法人こゆ地域づくり推進機構（宮崎県新富町）

実施地		宮崎県新富町（しんとみちょう）
関係者	公共	新富町
	民間	一般財団法人こゆ地域づくり推進機構
事業背景		町の財政難、少子高齢化
事業概要		■ 一般財団法人こゆ地域づくり振興機構は、宮崎県新富町が「稼げる地方・自立した地域づくり」をもくてきに旧観光協会を法人化し、2017年に地域商社を志向して設立された。 ■ 「世界一チャレンジしやすいまち」というビジョンの下、特産品販売と起業家育成をPDCAを高速で回し地域経済の創出と持続可能なまちづくりに取り組んでいる。 ■ 創出されたビジネスは、商品開発（新富ライチ）、地域商社（ふるさと納税）、コミュニティ創出（こゆ野菜カフェ）、観光促進（こゆ朝市）、空き家の利活用（民泊「新富ノ家」、一棟貸切宿「茶心」、チャレンジフィールド）、移住促進（移住交流促進ラボ）、人材育成（シータートル大学）、地域教育（地元小学校との連携）、移住促進（宮崎ローカルベンチャースクール）、農業振興（スマート農業推進協会）など多数。
特徴		■ ふるさと納税業務を町からこゆ財団が受託。納税額を伸ばし、活動資金源として、活用。公的支援としては、地方創生推進交付金を活用。 ■ 地域のブランディング：高級フルーツマーケットに生ライチの高級ブランド化を実施し参入、町のブランドを訴求する看板ツールとして活用。 ■ 人材育成：「宮崎ローカルベンチャースクール」において、グローバル企業や著名なキーパーソンを講師として招く取組により、首都圏に居ながら地域活性化等に興味をもつ人材育成、移住につなげている。

⑤一般財団法人こゆ地域づくり推進機構（宮崎県新富町）

図表 新富町位置図

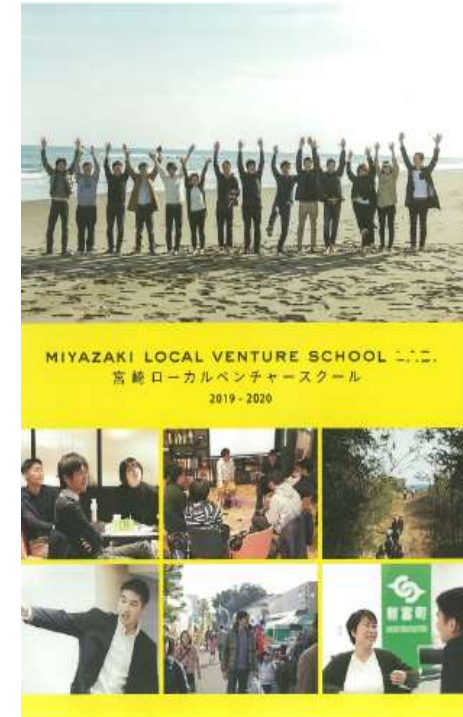


⑤一般財団法人こゆ地域づくり推進機構（宮崎県新富町）

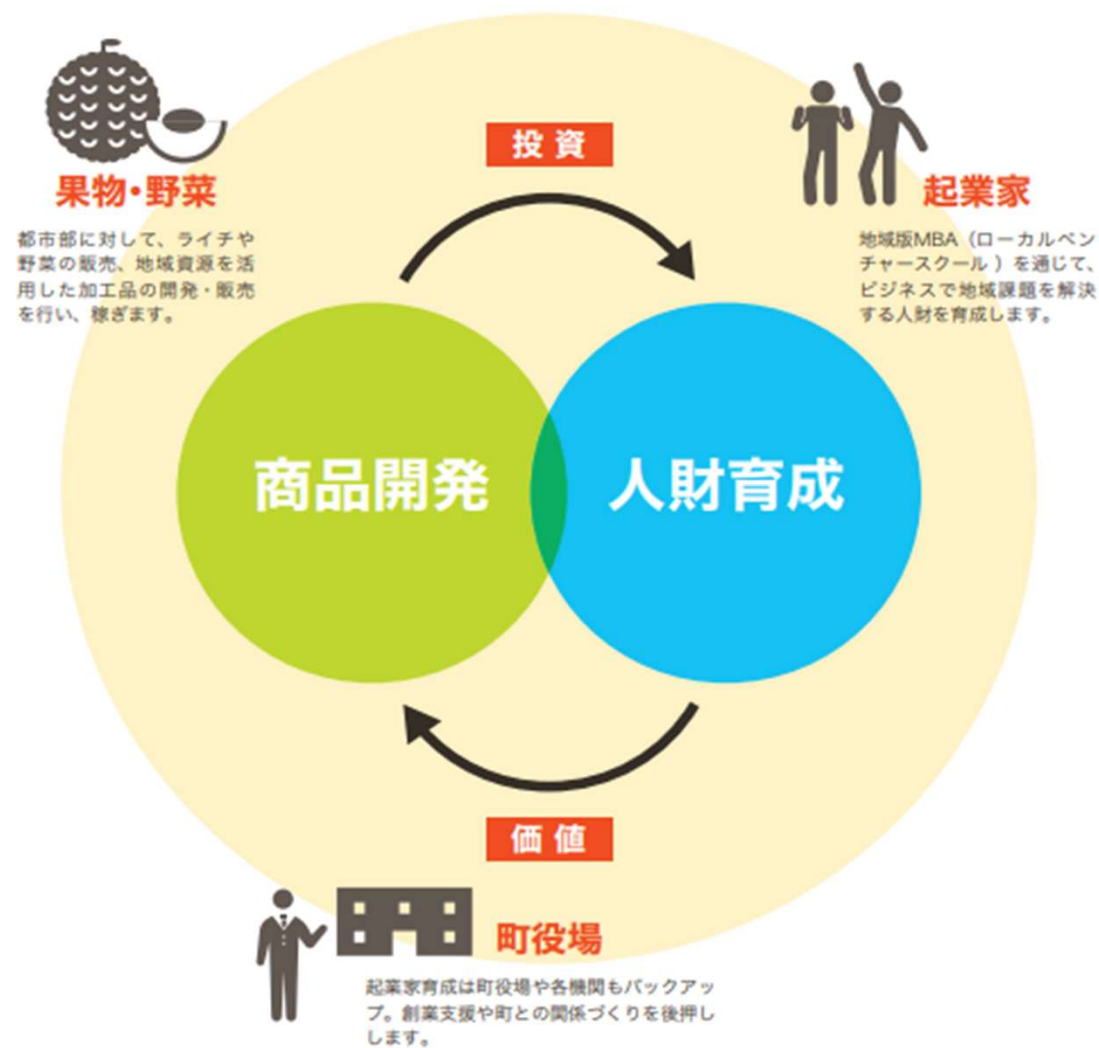
■ 商品開発



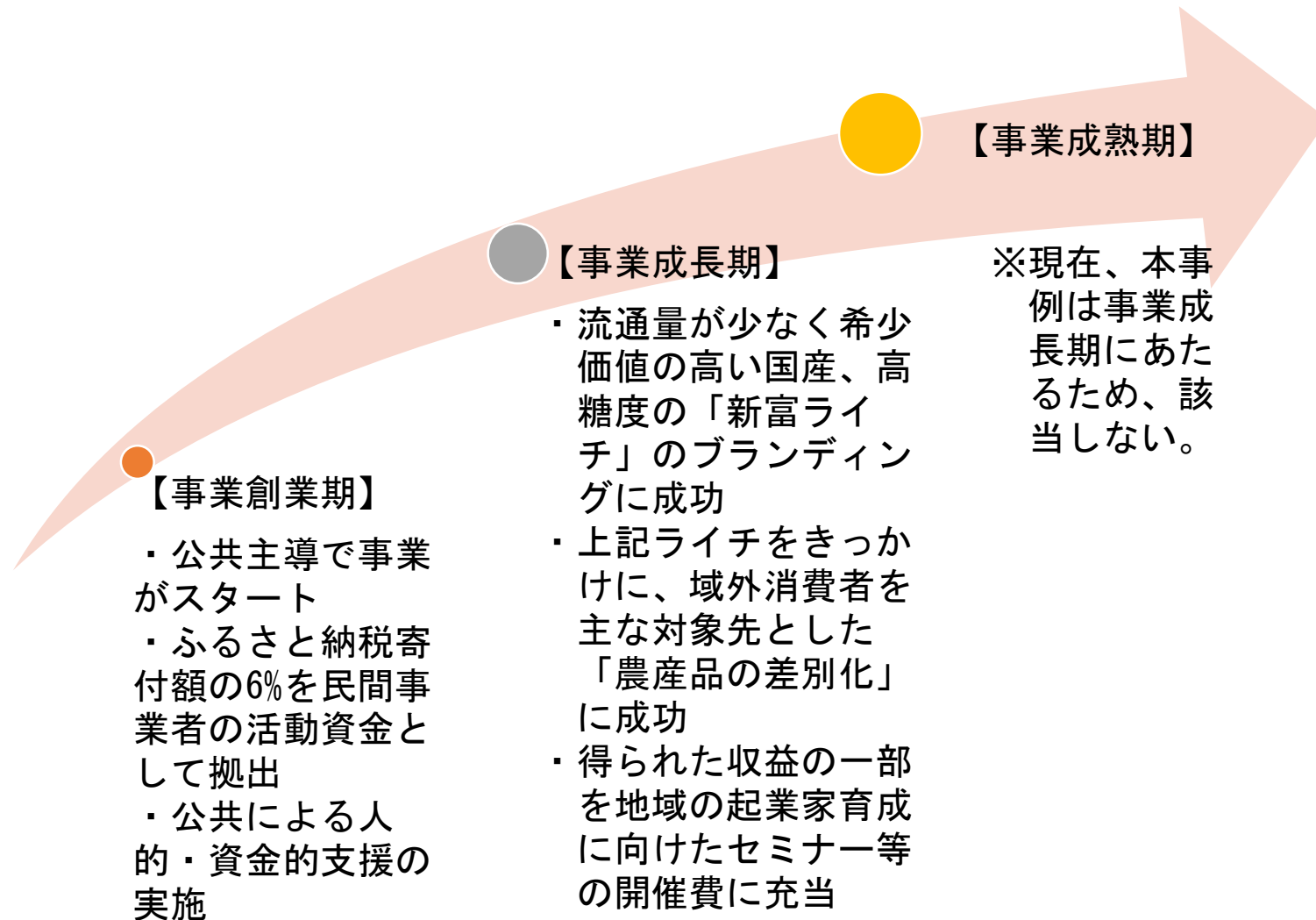
■ 人材育成



⑤一般財団法人こゆ地域づくり推進機構（宮崎県新富町）



⑤一般財団法人こゆ地域づくり推進機構（宮崎県新富町）



⑤一般財団法人こゆ地域づくり推進機構（宮崎県新富町）

①好事例の成功要因

- 地域資源
- 人的資源・体制
- 内的要因
- 外的要因

②公民連携体制のポイント

- 公共
- 民間

③事業及び地域社会の持続可能性に関する示唆

①好事例の成功要因

- 地域資源

農業、畜産の産業集積が維持されている。

ふるさと納税が盛んな隣接自治体の成功事例。

- 人的資源・体制

町職員が民間目線で取り組むための組織を設置。

行政は地域内の対応、こゆ財団は対外対応。

- 内的要因

こゆ財団がふるさと納税業務を町から受託し、納税額を増やし、財源を確保。

農産物のブランド化に他事例をベンチマークに取り組む。

- 外的要因

ふるさと納税が「宮崎ブランド」として確立。

航空自衛隊基地の立地も手伝い、若年人口が相応に多く、外部からの流動に成れている。

②公民連携体制のポイント

- 明確な目的と地域資源を活かした財源確保

町とこゆ財団が明確な役割を担いつつ、公・明の人員が混在する体制で地域内対応は行政、対外的情報発信等は民間と、柔軟かつスピーディーな対応を可能とした。

③事業及び地域社会の持続可能性に関する示唆

- 当初からの目的であるふるさと納税による財源確保に加え、ライチをはじめとした農産品の活用による地域ブランド化、地域内外における人材一気性による情報発信力により、ビジネスサイクルを生み出している。

⑤一般財団法人こゆ地域づくり推進機構（宮崎県新富町）



新富町 有馬氏

【町役場と事業推進主体の密なコミュニケーション】

『地域づくりにあたって、町役場とこゆ財団は、互いに一蓮托生の関係性であると認識しており、週一回の会議を通じて日頃から密なコミュニケーションをとっている。』

『町としても、公共サイドと民間サイドの2つの顔を持つことで、外部との交渉が対象の属性（公共・民間）に依らず円滑化されやすいという副次的効果も感じている』

【取り組みによる大企業との連携機会の獲得】

『グローバル企業（ユニリーバ、ANAHD）がこゆ財団に興味を持ち、連携する取り組みが生まれてきている。ユニリーバは当町に建設するサッカースタジアムの命名権を獲得し、連携協定を結んだ。ANAHDは首都圏と新富町の高校生が交流する教育プログラムを展開。今後は企業研修を通じて当町と連携していく予定。こゆ財団を通じた町外向けのアクションの結果、得られた貴重な機会である。』



（一財）こゆ地域づくり推進機構
高橋氏

【人材育成の目的】

『人材育成の目的は移住促進ではなく、起業家精神を育てる気運の醸成が目的。「地域にチャンスはある、それを掴んで欲しい。」という主催者側の思いがある。人材育成をきっかけとして得られたネットワーク・スケールメリットを活かして、国内各地域における事業やコミュニティの創出が期待されている。』

『オンライン講座自体の収入は限定的であり、収益事業とは捉えずに、どちらかといえば、PR、先行投資の位置づけで実施している。多くの受講者がいて、1人移住してくれば十分リターンが得られると考えている。』

【地域内へ取り組みを浸透させる】

『世間では成功事例のように言われているかもしれないが、地域内にはまだ浸透していないため、活動情報や地域の情報を、地域の住民に向けて回覧板で発信している。』

【農作物のブランド化を行う際の注意点】

『新富町はキュウリやピーマンの生産量も多く、20年近く前からのこれら農家の生産技術の蓄積が、ライチの規格化・ブランド化成功の素地となっている。そのため、他地域で同じような取組をする場合は、農産物の種類が多く、品質が高くないと農産物の規格化・ブランド化は困難だろう。一方で町内では後継者を育てるための技術継承が課題となっている。』

目 次

- 1. 調査の概要
- 2. ヒアリング調査

3. 総括

- (1) 食資源活用の効果**
- (2) 公民連携の効果**
- (3) 公民連携により生み出される好循環**

(1) 食資源活用の効果

①地域ブランディング

②生活分野への影響

③事業構想の描きやすさ

④雇用創出

⑤地域との密着性

(2) 公民連携の効果

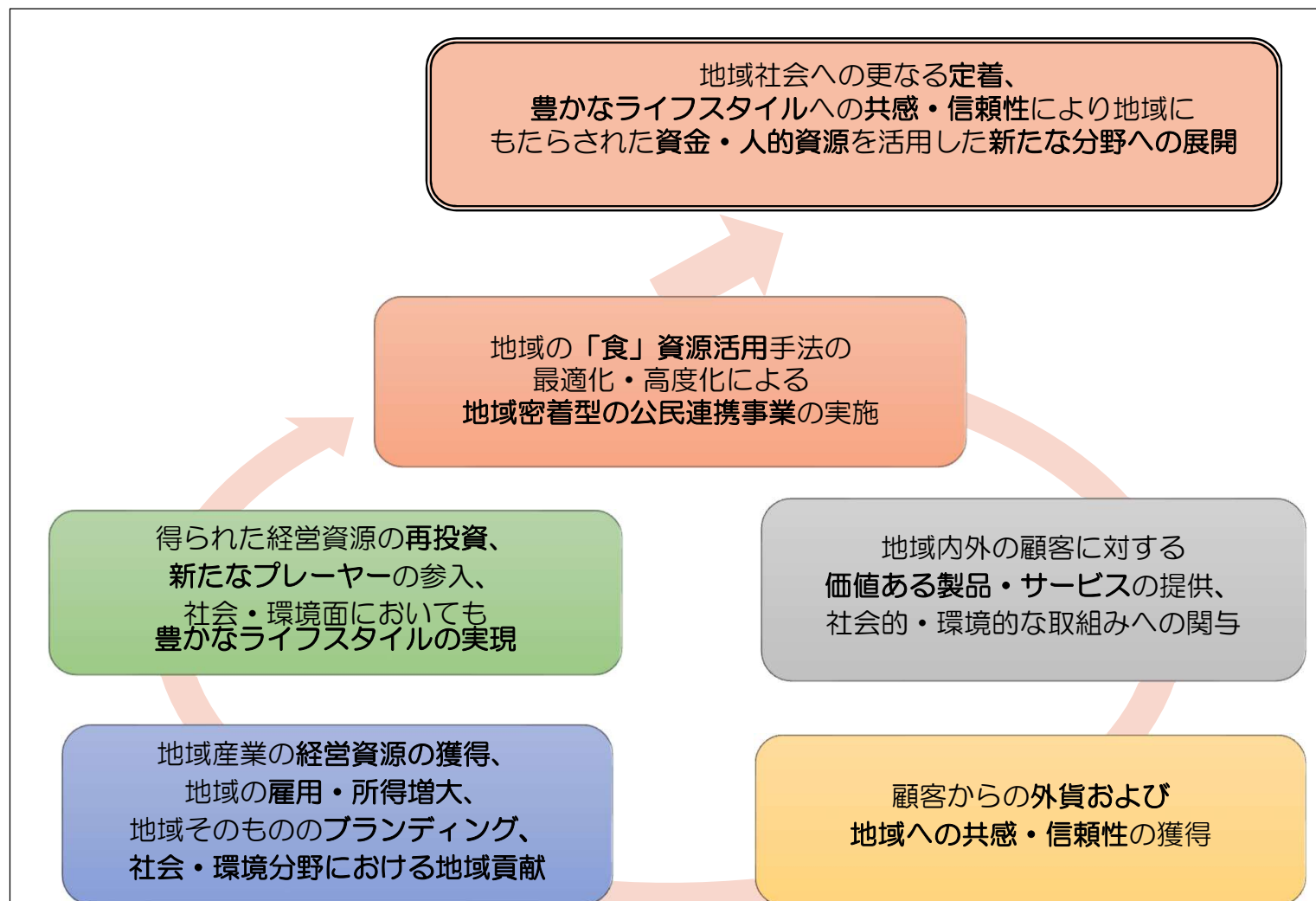
①公共にとっての効果

- 民間の持つノウハウ・ネットワーク等を活用して事業手法が最適化・高度化された結果、公共はスピード感を持った事業、収益性や顧客満足度の高い事業の実現が可能となる。

②民間にとっての効果

- 公的な位置付けによる公共性や信頼性に基づいた広報・営業活動や、補助金等の受給が可能となり、地域における事業の位置付けの明確化や事業リスクの低減がもたらされる。

(3) 食資源を活用した公民連携により地域社会に生み出される好循環



ご清聴ありがとうございました