地域資源に
伴走支援で新たな価値を。

地域から生まれた 実践事例



NPO法人ORGAN FAMツアー @刃物屋三秀 関刃物ミュージアム

地域資源活用・地域連携サポート事業（マッチング・事業化を促すコーディネーター派遣）

令和7年度 取組事例集

令和８年６月

農林水産省

CONTENTS

令和７年度 伴走支援事例 全12地域

01 有限会社 竹下牧場（北海道中標津町）
酪農資源を活かした中標津スイーツの開発と
都市拠点展開による地域ブランドの発信
p. 04

02 クッキングアップルの郷・喜三郎農園（秋田県横手市）
クッキングアップルの高付加価値化と販路拡大および
ローズウォーターの事業化による地域資源活用の推進
p. 07

03 特定非営利活動法人 九十九里浜観光振興会（千葉県九十九里町）
地域商社ブランドの立ち上げ
地元産牛肉のブランド化と販路開拓
p. 10

04 株式会社 まちから（福井県高浜町）
水産加工品の販路強化による収益力向上と
水産業の持続性・担い手不足の改善
p. 13

05 特定非営利活動法人 ORGAN（岐阜県岐阜市）
地域の担い手との対話と実践を通じ、社会課題解決を学ぶ
探究型・体験型ツーリズム（長良川流域文化継承ツーリズム）
p16

06 農事組合法人 すごいえぇのう鮎河（滋賀県甲賀市）
獣害対策の付加価値化と地域連携により、持続可能な農業、
地域経済の活性化・地域の未来を創造するコミュニティを構築
p. 19

07 南深清水FF倶楽部（滋賀県高島市）
オリーブ栽培の認知拡大に向けた商品開発により、
人口減少・後継者不足・耕作放棄地の拡大を解消
p. 22

08 チームRE:STAR島（島根県松江市大根島）
島の地域資源を活用した観光を軸に、新規事業を創出し、
関係人口拡大による持続可能な島づくりを推進
p. 25

09 株式会社 吉田ふるさと村（島根県雲南市）
清嵐荘をハブとした「学びと実践の場（キャンパス）」の
創出による地域課題解決の推進
p. 28

10 農ぷらす愛媛株式会社（愛媛県八幡浜市）
柑橘資源を活かした加工事業の高度化と
観光・アップサイクルによる持続可能な地域ブランドの構築
p. 31

11 有限会社 エスランドル（鹿児島県南さつま市）
らっきょうの機能性に着目した腸活市場の開拓
地域資源を活用した新たな需要創出
p. 34

12 合同会社 あまみ徳之島絆ファーム（鹿児島県徳之島町・伊仙町・天城町）
徳之島コーヒー等の特産品化を通じて、
農業と環境を両立させる「環境保全型農業」の実現を目指す
p. 37

課題アプローチ別インデックス

販路開拓・ブランド構築

01 アンテナショップ「moooo café nakashibetsu」の開業（神奈川県横浜市）と販路拠点の構築 p. 04

02 著名ブランドとの連携を通じた加工用りんごの付加価値向上 p. 07

03 新ブランド「砂風＆美風surf&beef」の各種デザインおよび販促ツールの開発 p. 10

04 卸・小売、EC、飲食等の多様な地域外販路とのマッチングおよび商談成約 p. 13

05 欧米系ランドオペレーターを対象としたFAMツアーの企画と実施 p. 16

07 食品メーカーとの連携および地元飲食店等への商材活用依頼の実施 p. 22

08 島全体を「RE:STAR島（リスタート）」として再定義するスモールビジネス連携型ブランディングの実施 p. 25

09 雲南市全体を学びの場とする「薬湯キャンパス」構想の共通ビジョンの可視化 p. 28

10 首都圏百貨店等に対する営業支援を通じた高品質な柑橘生果の販路拡大 p. 31

11 健康機能性を訴求した商談機会の創出および小売販路との新規成約 p. 34

12 国産コーヒーの産地化に向けた島内３町連携による生産・販売ネットワークの構築 p. 37

商品・サービス開発

01 首都圏の専門家を招き、地域産農畜産物を活用した「中標津スイーツ」の企画と開発 p. 04

02 食用バラを活用したローズウォーターの開発およびサウナ等への新用途展開 p. 07

03 地域資源（地元産牛肉）を活用した加工品９品の開発および重点３品のパッケージ化・商品化 p. 10

04 次年度の加工場拡充に向けた受託製造（）基盤の強化 p. 13

05 欧米インバウンド市場に向けた既存体験プログラムの改善と高付加価値化 p. 16

06 鹿肉ジャーキーのオリジナルパッケージ制作および商品化 p. 19

07 地域産オリーブを活用した「食べるオリーブオイル」の企画と開発 p. 22

08 地域事業者のスキルを活かした体験プログラムの開発およびモニターツアーの実施 p. 25

09 地域資源を活かした防災や食育等の探究型学習プログラムの企画と具体化 p. 28

10 パッケージ等資材の設計支援を通じた外資系ブランドとのコラボ商品の具体化 p. 31

体制整備

01 町内事業者17社の連携によるアンテナショップへの商品供給体制の構築 p. 04

03 地域商社「九十九里浜産直」（99.産直）の設立による事業推進体制の構築 p. 10

06 鮎河菜（あいがな）の生産者と地域住民の連携による収穫・出荷作業体制の構築 p. 19

07 大規模イベント（フェスタ・収穫体験）の開催を通じた地域内外の集客体制の構築 p. 22

08 活動拠点の確保および地域事業者による継続的な組織運営体制の明確化 p. 25

10 自社工場の製造ライン改善および受託体制強化による稼働率の向上 p. 31

11 共同研究や実証実験を通じた産学官連携による事業推進体制の強化 p. 34

12 生産組合の法人化およびパラアスリート合宿誘致等を見据えた多角的な事業体制の整備 p. 37

地域・テーマ	北海道中標津町（なかしべつちょう） 酪農資源を活かした中標津スイーツの開発と 都市拠点展開による地域ブランドの発信
事業概要	●首都圏からパティシエを招き、中標津産の農畜産物を活用した「中標津スイーツ」を開発 ●神奈川県横浜市に中標津アンテナショップを開業し、情報発信と商品販売の拠点を構築 ●根室中標津空港と連携し、首都圏から中標津への来訪者の拡大に向けた取組を推進



アンテナショップ
『moooo café nakashibetsu』


アンテナショップの店内

◆ 地域の概要と地域資源・課題

｜地域の概要｜

- 地理的特性
  中標津町は、北海道東部に位置し、東西約42km、南北約27kmあり、南部は根釧台地の丘陵、北部は知床半島から連なる山岳地帯となっている。周辺地域の中心都市としての性格を有し、空港を核に、宿泊、商業、飲食等の集積が見られる。

- 産業構造
  牧草地の面積が23,400haと広大で、約22,000人（2025年12月現在）の人口よりも牛（約39,000頭）の方が多い酪農のまちである。

- 乳製品工場の拡張
  今後、町内に大型工場を建設する予定がある。

｜地域資源｜

- 根室中標津空港（東京１往復、札幌５往復、 年間約20万人が利用）
- 酪農製品（ミルク、チーズ、ソフトクリーム等）
- 農産物（大麦、小麦、小豆、ジビエ等）
- 加工食品（羊羹（ようかん）、地域の乳製品を活用したスイーツ等）
- 宿泊（養老牛（ようろううし）温泉、farmvilla taku等）
- 観光地（開陽台（かいようだい）、ミルクロード等）
- 周辺観光地（知床、阿寒、野付半島等）

｜地域課題｜

◆ 主産業である酪農の原料乳や一次加工素材を活用した商品やスイーツ、料理などの取組が少ない。
◆ 中標津空港の利用者が年間20万人にのぼるにもかかわらず、観光客は町内を通過するため、観光と食関連の消費機会が少ない。
◆ 優れた素材を活用した商品開発や加工、販売活動に取り組む事業者が少なく、町のふるさと納税も活性化していない。

◆ 事業推進体制

有限会社 竹下牧場
（酪農家、JA理事、乳製品、宿泊業）

株式会社 標津羊羹本舗
（菓子製造卸、民間のリーダー）

中標津町
（アンテナショップの公認）

＋

マッチング先

町内事業者17社
（アンテナショップに納品）

→

ランドプラス株式会社　矢崎 史正
（不動産業：アンテナショップ開設）

↑

メゾンジブレー 江森 宏之
（パティシエ：新商品開発）

ビアンネートル　村上 容
（アンテナショップ支援）

◆ 支援の方針・内容

｜支援の方向性｜

2026年２月開業のアンテナショップをゴールに設定し、①江森氏による新商品開発、②小ロット生産・卸、矢崎氏と村上氏による商談と開店準備、③これらを推進する継続的な事業体としての地域商社の検討、の３つを支援の方向性とし、コーディネーターの金子氏が事業全体を推進した。

｜具体的な支援内容｜

・生産者、商業者向け事業説明会および商談会の開催
・江森氏による新商品の提案および試作品試食会の実施
・横浜市でのアンテナショップ開設に向けた商談と開店準備
・将来的な地域商社の設立に向けた検討
・アンテナショップ開業式典の企画および実施


アンテナショップ開業式典の様子

◆ コーディネーターと専門家による支援

｜コーディネーター｜



金子　和夫氏
地域ブランド・コンサルタント

アパレル業界、日本総研を経て独立。
経済産業省「ＪＡＰＡＮブランド」、農林水産省「地域ブランド、６次産業化、農業女子、ＬＦＰ（地域食品産業連携プロジェクト）、「地域ブランド戦略」、「まちづくり、特産品開発」などの実績あり。

｜専門家｜

メゾンジブレー　江森　宏之氏
（新商品開発）

メゾンジブレーのオーナーシェフとして生産者と連携し、果物を一から加工したケーキ・ジェラートを生み出す。
地域や企業と共同で地域食材スイーツ開発も手がける。

ランドプラス　矢崎　史正氏
（アンテナショップ開設）

豊富な実務経験に基づき借地権の課題解決を強みとする不動産のエキスパート。
今回の取組では、不動産のノウハウを活かし、アンテショップを開設した。

ビアンネートル　村上　容氏
（アンテナショップ支援）

大手広告代理店出身で多業種のマーケティングに精通。
現在は広報・営業・企画領域のビジネスプロデューサーとして活躍している。

◆事業の進捗と成果

Before(支援開始時)

・2024年度において、竹下牧場と金子氏による「食で街を活性化するビジョン」の提案は、地域の関係団体に十分に展開できていなかった。
・新商品開発については、2024年度に航空会社のグループ企業が、地方創生を目的とした中標津スイーツ事業として、町内事業者へ10数種類の商品提案を行ったものの、導入合意には至らなかった。
・アンテナショップ事業は、2024年度に開設を決断していたものの、具体的な開業時期や品揃えは未確定であった。

After(支援終了時)

・アンテナショップを開設し、**町内17社から仕入れ**、販売実績を創出
・新商品６品を提案し、**２品の採用が決定**（アンテナショップ、竹下牧場）
・小ロットの受注生産から開始し、将来的な町内での加工や販売体制の基盤を構築
・アンテナショップ開設式典に関係者など40名が参加し、持続的な連携体制を確立

主な成果

●アンテナショップ@横浜の開業（2026年２月25日）
・中標津町による**アンテナショップ公認を取得**
・町内事業者との**商談成立数：17社**
・開業式典の参加者数：40名
（中標津町７名、東京中標津会10名、ANA関係３名、渋谷QWS７名など）
●新商品開発
・試作品の**提案数：６品**
・**導入決定数：２品**（クレメダンジュ、旨塩バターケーキ）


アンテナショップに並ぶ中標津町の特産品


江森氏が手がけた試作品６品の提案

◆ 今後の展開

■ なかしべつアンテナショップを核として、関係者と連携しながら継続的に活動を行う。
・中標津町のふるさと応援担当部署と連携し、特産品の販売、ふるさと納税の返礼品の発送代行、首都圏における中標津フェアの代行を実施する。
・観光協会や空港ビル会社と連携し、観光情報の発信や現地ツアー等の企画に取り組む。
■ 新商品の導入については、竹下氏を中心に、町内事業者とアンテナショップとの間で継続的に検討する。
■ 地域商社については、民間事業者や町などと時間をかけて協議を重ねる。

地域・テーマ	**秋田県横手市** クッキングアップルの高付加価値化と販路拡大および ローズウォーターの事業化による地域資源活用の推進
事業概要	●クッキングアップルを活用した加工品の開発および販路拡大支援を実施 ●安定的な事業継続のため、加工施設整備や事業承継のサポートを実施 ●ローズウォーターの事業化に向けた商品開発と、ターゲットを絞ったマーケティング支援を推進



クッキングアップル
（喜三郎農園）



ローズウォーター原料
（秋田県横手市近辺）

◆ 地域の概要と地域資源・課題

｜地域の概要｜

- 「紅玉・横手市」を中心に、クッキングアップルの郷として１次加工品の開発や流通等を展開している。
- 少子高齢化や若者流出、担い手不足など、農村特有の課題を抱えている。
- 近年は、天候変動や獣害の影響により、果樹経営のリスクが増大している。

｜地域資源｜

- 調理用りんご「クッキングアップル」
- 果樹（ぶどう、もも、さくらんぼ）
- ジュース加工施設「ダイセン創農」
- コンポート加工：紅玉
- バラ生産者「喜三郎農園」
- バラ加工・製造メーカー「ローズメイ（大仙市）」
- 地元ホテルのサウナ施設「稲とアガペ」等

｜地域課題｜

◆ 高齢化による担い手の減少と若年層の流出：地域農家にとって死活問題であり、稼げる農業の実現が求められている。
◆ 異常気象や価格下落による果樹（リンゴ）離農の増加：青果リンゴの価格変動に左右されない花き作物の事業化によるリスク分散が必要である。
◆ 農地の単一利用（リンゴ）による経営リスクの集中：花き（バラ）栽培を成功させ、収益の10%向上を目指している。
◆ 地域ブランドの認知不足と市場アクセスの弱さ：リンゴに加え、バラ＋オイルの活用による女性への訴求の強化が必要である。
◆ 地域コミュニティの持続性低下と農泊施設の稼働率低下：花き栽培は女性や高齢者もできる軽作業であり多様な担い手の確保が求められている。

◆ 事業推進体制

- ㈲たかえん　販売の主体
- ㈱ローズメイ　加工・販売
- ダイセン創農　1次加工者
- 喜三郎農園　りんご・バラ農業者
- 横手市　事業支援

＋

マッチング先

- 外資系パティスリー（商品開発・販売）
- 青果・加工惣菜グループ企業（百貨店・スーパー）
- 意食充（専門家）（地域商社・卸会社）
- たかはた果樹園（飲料製造工場）

◆ 支援の方針・内容

｜支援の方向性｜

・リンゴ
・クッキングアップルの売上や利益率の向上
・飲料の取引先確保による地域外での売上や利益の向上
・事業承継と加工施設の立ち上げによる域内売上の向上

・バラ
・ローズウォーターの商品化、高度化を図る
※液体の専門家を投入して実施

｜具体的な支援内容｜

・リンゴ
・加工施設（大潟村）の事業承継支援
・クッキングアップル飲料の商品化と販路開拓支援
・クッキングアップルと地域のあり方の構想会議支援

・バラ
・ローズウォーターの商品化（サウナロウリュ水※）
＋ローズウォーターのロウリュ水のサンプリング調査
・ローズウォーターの商品検討（クッキー・パン）


ローズメイ社での支援の様子

※サウナストーンにかけて蒸気を発生させるための水

◆ コーディネーターと専門家による支援

｜コーディネーター｜



石井 宏和氏
株式会社グーニーズグループ　代表取締役

地域プロデューサー。農林水産省ＬＦＰ政策推進委員（2023年-2024年）　運輸観光系企業や地域商社活動を通して販路を起点とした商品流通や地域課題の事業プロデュースに携わっている。

｜専門家｜

株式会社 リオ　代表取締役　**市川 正秀**氏
（香り・味覚・嗅覚の観点からの商品開発支援）

液体調味料と燻製加工の専門家。
素材の香りと旨味を引き出す独自技術（特許取得）で、食品開発・商品プロデュース・地域食材の高付加価値化に取り組むフードクリエイター。

◆事業の進捗と成果

Before（支援開始時）

【クッキングアップル】
・加工施設が未整備であったため、飲料品の商品販売実績がなかった。

【ローズウォーター】
・将来の商品展開に関する構想や事業戦略が明確ではなかった。

After（支援終了時）

【クッキングアップル】
・加工施設の体制整理を行い、機械導入を支援
・飲料の**商談成立**および外部製造施設との安定的な**連携体制の構築**

【ローズウォーター】
・試作品（ロウリュ水・菓子・パン）の完成と、テストマーケティングの実施

｜主な成果｜

●クッキングアップルの事業化
試作数　：４品 → **商品化数：２品**
商談件数：４件 → **マッチング件数：２件（売上：800万円＝３万本）**

●ローズウォーターの展開
試作数　：10品 → **商品化数：１品**
商談件数：８件 → **マッチング件数：６件**



クッキングアップル商品
（日本全国）



ローズウォーター・菓子
（ローズメイ社販売予定）

◆ 今後の展開

■ クッキングアップル
・加熱加工食品（菓子・弁当）：加工施設での製造量を増やし、2030年に**売上・利益を現在の３倍**にする計画を進める。
・加工飲料（ジュース）　　：SNOWJEWELSブランドのジュースは2026年度に**年間６万本**の製造を目指す。

■ ローズウォーター
・サウナロウリュ水として2026年から本格販売を開始し、横手市内や大仙市内のサウナ付きホテルへ供給を行い、「バラ香るマチ横手」を目指す。
・ローズウォーター入り商品の菓子として2026年度中に**高価格帯の商品として**販売を予定している。

地域・テーマ	**千葉県九十九里町** 地域商社ブランドの立ち上げ 地元産牛肉のブランド化と販路開拓
事業概要	●地域商社ブランドの立ち上げと、畜産農家（中村牧場）の交雑種の牛肉を活用した地域ブランド化を推進 ●加工品開発、販路開拓、ふるさと納税の登録までを一貫して実施 ●地域特産品の地域ブランド化を通じた高付加価値化の実証実験を展開



九十九里町の中村牧場



ふるさと納税での販売

◆ 地域の概要と地域資源・課題

｜地域の概要｜

- 地理的特性
  千葉県東部の長さ66㎞に及ぶ九十九里浜の中央部に位置し、太平洋に面した面積22.44㎢の町。
- 人口・社会動態
  現在の人口は12,871人で減少傾向にあり2022年には過疎地域に指定された。都心から60～70㎞圏内で、鉄道や高速道路を利用し１～２時間でアクセスが可能であるため、サーフィン愛好家などの二拠点居住者が増加している。
- 産業構造
  イワシ等の漁業、水田・畑作・畜産等の農業のほか、海水浴やサーフィン、海釣りなどの観光業が盛んである。

｜地域資源｜

- 全国的な知名度を誇る「九十九里浜」ブランド
- 年間を通じた安定的な観光客の来訪数
- 「いわし」「ハマグリ」などの豊富な海産資源
- 中村牧場で生産される、地域唯一の食肉用牛肉
- 地域内に多数存在する宿泊施設、レストラン、BBQ施設など
- 「海の駅九十九里」「道の駅東金」などの販売・PR拠点
- ふるさと納税による寄付の仕組み
- 地元の酒蔵やクラフトビール製造業者との連携体制

｜地域課題｜

◆ 九十九里エリアの16市町村では、広域的な事業展開や新規事業への挑戦が、方針の違いや地域特性の影響により進めにくいという側面がある。
◆ 食肉牛は、海産物に加えて九十九里エリアの地域資源を拡大できるポテンシャルを有するものの、ブランディングが進んでいない。
◆ 九十九里エリアの豊富な地域資源の活用や関係団体の連携などを推進するために、広域的に展開できる地域商社などの新たな体制づくりが望まれる。

◆ 事業推進体制

NPO法人 九十九里浜観光振興会
(事業企画と販売の主体)

株式会社 中村牧場
(畜産農家)

九十九里町
(事業支援)

＋

マッチング先

地域内での連携

橋村商店
(精肉業者)

九十九里町観光協会
(宣伝)

海の駅九十九里
(販路)

ふるさと納税
(販路)

＋

専門家

MIYABI 川嶋 健司
(加工品開発)

ダムス 宮本 徹
(ブランド担当)

◆ 支援の方針・内容

| 支援の方向性 |

・九十九里浜産直ブランドの立上げおよび町内唯一の畜産農家である中村牧場の食肉牛を「九十九里産ブランド牛」として確立する。
・地域資源(牛肉)と観光資源(ハマグリ等)を融合させた新ブランドを創出し、精肉および加工品の両面から販路を開拓する。

| 具体的な支援内容 |

• 新ブランドのデザイン(名称、ロゴマーク、キャッチフレーズ)と販促ツールの開発
• 加工品の開発および試食会の開催と製品レシピや食品表示の作成
• ふるさと納税の登録・受注開始に加え、道の駅等での精肉販売や成田空港イベントでのＰＲを実施



関係者による開発メニューの試食と評価会

◆ コーディネーターと専門家による支援

| コーディネーター |



金子 和夫氏
地域ブランド・コンサルタント

アパレル業界、日本総研を経て独立。
経済産業省「ＪＡＰＡＮブランド」、農林水産省「地域ブランド、６次産業化、農業女子、ＬＦＰ(地域食品産業連携プロジェクト)」、「地域ブランド戦略」、「まちづくり、特産品開発」などの実績あり。

| 専門家 |

ダムス　**宮本 徹**氏(マーケティングプランナー)

ブランドコンセプトの整理、ネーミングや商標面の戦略立案、パッケージ戦略立案、販売イメージ戦略立案

MIYABI　**川嶋 健司**氏(料理・加工品専門家)

料理メニュー、加工品、弁当等のレシピ開発

◆事業の進捗と成果

Before(支援開始時)

- 地域の複数の牧場と連携した製品販売にとどまらず、新たな挑戦を進めていく必要がある。
- 個別の牧場が単独で新たな販路の確保やブランドの再構築に取り組むには限界があり、独自の展開が難しい状況であった。

After(支援終了時)

- 地域商社の立ち上げ、中村牧場の食肉牛のブランド化を実現
- 地元に還流させる流通経路の再構築（食肉卸業者から買戻し連携）
- ブランドデザイン（名称、ロゴマーク、キャッチフレーズ）と販促ツールの開発
- 加工品の開発（牛＆はまぐりラーメン、ローストビーフ丼、牛すじ丼など）
- 九十九里町のふるさと納税に登録、受注を開始
- 海の駅九十九里で、精肉をテスト販売

主な成果

●新ブランド・組織の設立
- 新ブランド「砂風＆美風surf&beef」および地域商社「九十九里浜産直（99.産直）」の設立

●商談件数
- 焼肉店（２件中２件成約）、居酒屋（１件中１件成約）を含む計６社とのマッチングを達成

●開発と販売実績
- 加工品開発９品（うち３品を商品化）
- 海の駅でのテスト販売で精肉４枚(2,500円/枚)を販売し、売上を計上
- 成田空港イベントでのチラシ展示・説明によるＰＲ実施



新ブランド「Surf&beef」



新たな地域商社の設立

◆ 今後の展開

■ 販売体制の「型化」と効率化
- 仕入れから販路までのプロセスをモデル化し、ＰＤＣＡを回すことで粗利と回転率を最大化する。
- 加工品の品目を整理し、販路を固定化することで在庫ロスの最小化を図る。

■ お試し観光ツアー「体験→食→購買」の検証を2026年度に２回実施し、ＫＰＩ（物販転換率・満足度）を把握する。2027年度事業化へ向けた情報収集を実施する。

■ 地域商社として新産品への展開を図る。



海の駅九十九里 売場



空港イベントでの展示

地域・テーマ	福井県高浜町 水産加工品の販路強化による収益力向上と 水産業の持続性・担い手不足の改善
事業概要	●「海業」として水産・漁業を軸とした６次産業化を目指し、鮮魚流通の枠を超えた加工・販売・観光分野への事業領域拡大を推進 ●町内・県内にとどまっている販路を、都市圏の小売・EC・飲食店等の県外市場へ拡大するための開拓支援を実施 ●既存の飲食事業で培った経験・データを活用し、小ロット生産や多業態への柔軟な販売を拡大


福井県高浜町


“地魚の聖地”高浜町の水産物

◆ 地域の概要と地域資源・課題

｜地域の概要｜

- 福井県の最西部、日本有数のリアス式海岸である若狭湾に面し、京都府舞鶴市と境を接する。
- 関西からのアクセスの良さを活かした観光業、伝統的な「へしこ等」の食文化を土台とした水産業、原子力発電所を中心としたエネルギー産業が地域経済を支えている。
- 一次産業における高齢化と後継者不足が深刻化している。
  - ・人口は9,375人（2026年１月末現在）
  - ・漁業経営体数：2013年実績比57%減（2023年実績）
  - ・「後継者無し」：90%程度
  - ・15～64歳の従事者の比率：58%→63.6%（2013年→2023年）
  - ・経営体あたり平均販売額：600万円→1,400万円（2018年→2023年）

｜地域資源｜

- 種類豊富な水産資源
  （若狭ぐじ、若狭カレイ、若狭フグなど多種多様な地魚）
- 魚食文化
  （若狭地域「すしの発祥の地」、発酵保存技術）
- 「御食国」としての歴史
- 水産業を中心とした事業推進体制
  （御食国3.0構想、海業の推進）

｜地域課題｜

◆人口減少と高齢化に伴う、水産業の担い手不足

◆気候変動に伴う漁獲量の減少や漁獲対象の変化、魚価の下落による収益力の低下、さらに若者の地域離れや地場産業の衰退に伴う仕事の減少など、水産業を取り巻く負の要素が顕在化している。

◆ 事業推進体制

株式会社 GHIBLI
製造・流通連携

若狭高浜漁業協同組合
原料供給

高浜町（総合政策課・産業振興課）
事業支援

株式会社 まちから
事業・販売の主体

マッチング先

株式会社 食文化
（水産EC：アドバイス・販路先）

Smile Circle株式会社
（卸・小売：アドバイス・販路先）

株式会社 寿商店
（小売・飲食：販路先）

◆ 支援の方針・内容

｜支援の方向性｜

「海業（うみぎょう）」として水産・漁業を軸とした６次産業化の支援

従来の鮮魚流通の枠を超え、水産加工・販売および観光へと事業領域を拡大する。そのファーストステップとして、県外販路の拡大および観光誘客に向けた認知向上に取り組む。

｜具体的な支援内容｜

- 直近の漁獲高や加工生産能力、近年展開している飲食事業の経験・データを踏まえ、水産EC大手や大手流通グループと取引のある卸事業者、名古屋の飲食店・物販店等とのマッチングを実施
- マッチング先の意見を踏まえ、商品検討および専門的助言に基づく改良活動を伴走支援



商品検討の様子

◆ コーディネーターと専門家による支援

｜コーディネーター｜



小川 和氏
本田屋本店有限会社　プロデューサー

国・地方自治体や地方の中小企業が行う、農林水産業・食品、観光などの分野のまちづくり・地域づくり・地域事業者支援の各種事業において、戦略の企画立案、プロジェクトの組成・運営などの役割で各地域の振興に携わっている。

｜専門家｜

Smile Circle株式会社　営業部 課長・バイヤー　**山村 渉**氏
百貨店、小売に対する提案商品やその改良に関する助言等

株式会社 食文化　取締役　**井上 真一**氏
ＥＣ販売、水産品卸事業者への提案商品やその改良に関する助言等

◆事業の進捗と成果

Before(支援開始時)

① マーケット環境の変化（高齢化、若年層の魚食離れ）に対応した水産加工商品の開発および販路開拓が急務であった。

② ITの活用による業務効率や生産性の向上に加え、外食・観光など周辺領域における付加価値の向上が求められていた。

③ 未利用魚の活用や養殖など、従来の枠にとらわれないアプローチが求められていた。

④ ②や③の取組は先行して進んでいたが、これらを基盤とした①の販売力の強化を本格化させる段階であった。

After(支援終了時)

・**地域外販路３件とのマッチング・商談成立**
→各販路先との強固な関係性を構築

・中長期的な連携体制の確立
→単なる商品採用に留まらず、現地訪問を通じたアドバイスや意見交換を継続し、商品開発を共に行う体制を確認（食文化、スマイルサークル）

・**受託製造（OEM）の可能性拡大**
→顧客基盤を有する２社との連携により、小売・飲食向け受託の基盤を強化

・ブランド・デザインとの連動
→別事業のブランド整理やパッケージ開発と連動した販売ルートを検討し、来期のアプローチ先を整理

主な成果

●スマイルサークルとの成約（卸・小売）
・2026年５～６月の販売開始に向け準備中

●食文化との成約（EC）
・2026年３月中旬より、「うまいもんドットコム」「豊洲市場ドットコム」など、BtoCの水産分野ECとしては日本有数の売上サイトでの販売を開始

●寿商店との成約（飲食・物販）
・販売開始に向け検討中



食文化社
「豊洲市場ドットコム」での
販売ページ
（3月中旬より販売）

◆ 今後の展開

■ **販路拡大の継続**
開拓した販路を含め、小売・ＥＣや中小規模の飲食事業者への販売拡大を図る。

■ **・セントラルキッチン機能の受託**
次年度に予定されている加工場の拡充に合わせ、受託製造（ＯＥＭ）の開拓を推進する。

■ **ブランディング強化**
地域内での観光客向け販売イベントや地域外での催事を通じて、「水産のまち」としての訴求およびブランド認知度を向上させる。

地域・テーマ

岐阜県岐阜市

地域の担い手との対話と実践を通じ、社会課題解決を学ぶ
探究型・体験型ツーリズム（長良川流域文化継承ツーリズム）

事業概要

- 地域資源の磨き上げと、来訪者が地域課題を学ぶ「学習価値」を核とした高付加価値サービスの事業化
- 開発が遅れていた「欧米圏向け文化学習型インバウンド」を推進し、専門販路の開拓により来訪者の拡大を図る
- インバウンド誘客を通じた収益化により、流域文化の担い手である伝統産業が持続可能となる仕組みを構築



清流 長良川



達磨正宗（ビンテージ古酒）

◆ 地域の概要と地域資源・課題

｜地域の概要｜

- 日本三大清流の一つである長良川（全長166km）の流域には、83万人ともいわれる多くの人々が川とともに暮らしており、多様な川文化が根付いている。
- 岐阜市川原町通り近辺は、岐阜城の城下にあり、かつてより長良川流域全体の文化・産業の集積地であった。現在も、歴史的街並みを活かした地域固有の文化（長良川流域文化）の継承地となっている。
- 文化の担い手である岐阜和傘の職人は最盛期から激減、長良川漁師も高齢化が進み、最年少漁師は40歳という状況にある。また、芸舞妓も最盛期から激減している。

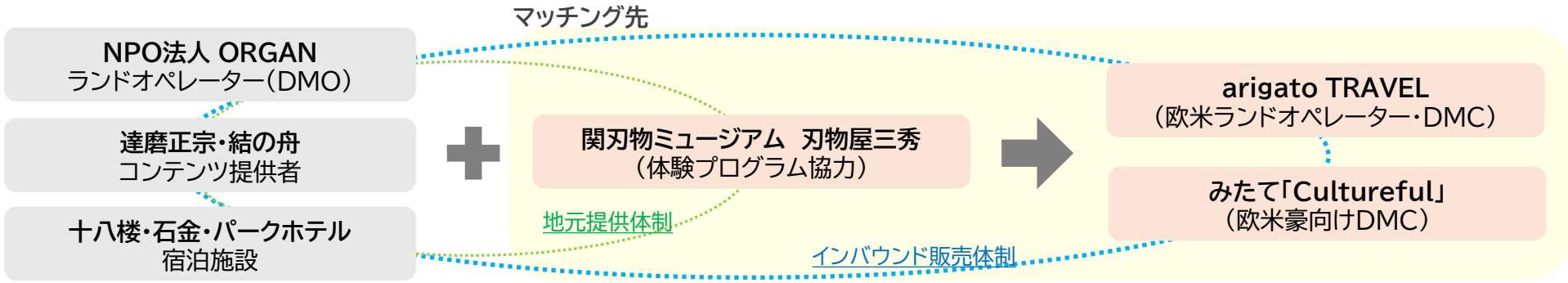
｜地域資源｜

- 人的・技術資源（岐阜和傘職人（国の伝統的工芸品）、長良川漁師、鵜匠、芸妓・舞妓等）
- 自然・自然・農業資源（世界農業遺産「清流長良川の鮎」等）
- 文化・歴史資源（ユネスコ無形文化遺産「本美濃紙」、関の刃物、長良川鵜飼、流域の川湊文化等）
- 既存インフラ
（長良川てしごと町家CASA、長良川デパート、各種体験施設、古民家群）
- 教育・学習資源
（13年間にわたる体験プログラム（年間150件以上））

｜地域課題｜

◆ 伝統文化産業の収益力が十分でないことなどから、和傘職人や川漁師、芸舞妓などの長良川流域文化を担う産業分野において、高齢化・後継者不足が深刻な状況である。
◆ 収益拡大に向けた取組として流域文化産業の観光プログラム開発を進めてきたが、国内向けにとどまっており、インバウンド需要を取り込めていない。
◆ インバウンドに向けた地域一体での観光プログラム販売体制が未確立であり、地域全体の魅力を活かした事業展開ができていない。

◆ 事業推進体制



◆ 支援の方針・内容

｜支援の方向性｜

欧米圏を中心とした文化学習型インバウンドに向け、長良川流域の体験プログラムを構築し、欧米専門のランドオペレーター等を対象としたＦＡＭツアー（視察ツアー）の実施および商談を通じて、販売体制を整備する。

｜具体的な支援内容｜

・体験プログラムの磨き上げ
（「達磨正宗古酒体験」「結の舟」）、マッチング（「関刃物鍛造体験」）
・販売ツール指導（タリフ（価格表）など）
・欧米専門ランドオペレーターとのマッチング、ＦＡＭツアー実施、商談・販売交渉の実施（arigato TRAVEL）
・欧米豪海外現地エージェント向け商品サイト掲載に向けたアドバイス


関刃物ミュージアム鍛造体験

◆ コーディネーターと専門家による支援

｜コーディネーター｜



庄司　英生氏
株式会社 みたて　代表取締役

インバウンド向け和文化体験プログラム「WA Experience KAFU」を運営。
欧米豪の外国人観光客に向けた地域文化体験コンテンツの企画に取り組む。

｜専門家｜

刃物屋三秀関刃物ミュージアム　代表取締役　**吉田 和弘**氏
ツアー内で提供する体験プログラムの連携・協力、外国語ガイド助言等

arigato TRAVEL　人事サポート/ガイド　**ウェスリー・ネイソン**氏
体験プログラム等の評価および改善のための助言等

◆事業の進捗と成果

Before（支援開始時）

- 欧米市場向けプログラムはアイデア段階にとどまっており、アジア圏向けと比べて開発が遅れていた。
- 販売システムや具体的な販路が未確立であり、ランドオペレーターとの接点も限られていた。
- 英語パンフレット等の営業ツールが未整備であり、プログラム説明資料についても、統一性や記載内容の精度に改善の余地があった。

After（支援終了時）

- **欧米向け体験プログラムの構築**
  →既存４件のブラッシュアップと新規１件のプログラムを構築
  冬季に実施可能なFAMツアーを構成
- **専門ランドオペレーターとの接点確保**
  →arigato TRAVELとFAMツアーを通じて関係を構築
  旅行商品紹介サイトへの掲載に向けた取組を進行
- **営業ツール（タリフ）の完成**
  →整備の考え方や作成ノウハウを習得し、
  モデル体験プログラムを中心としたタリフを完成

｜主な成果｜

●体験プログラム構築
・既存プログラムのブラッシュアップ：４件
（達磨正宗古酒体験、岐阜和傘体験、結の舟長良川清流体験、Barホッピング体験）
・新規マッチング：１件（関刃物鍛造体験）

●営業ツールの開発
・営業ツール（タリフ）指導：約10件
・モデル体験プログラムを中心としたタリフの完成

●欧米インバウンド向け販路開拓
・FAMツアー、商談実施：１件（参加１名：arigato TRAVEL）
・旅行商品紹介Webサイトへの掲載に向けた検討　※進行中



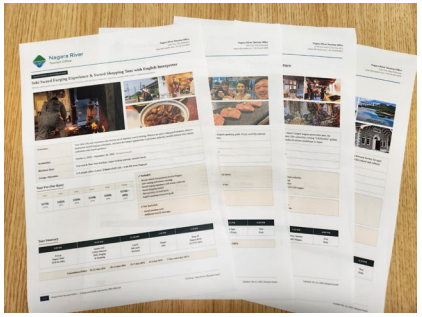
FAMツアーの様子
（岐阜和傘制作体験）



FAMツアーの様子
（達磨正宗見学･古酒テイスティング体験）



FAMツアーの様子
（旅館インスペクション）



タリフの例

◆ 今後の展開

- ■ arigato TRAVELを通じた欧米向け体験プログラムの本格販売
- ■ 旅館と体験を組み合わせた「２泊３日の岐阜滞在パッケージ」の商品化
- ■ ＦＡＭツアー参加者の追加視察（2026年夏季予定）の受入と、新たな欧米エージェントへの販路拡大
- ■ 英語対応ガイド体制の整備・拡充

地域・テーマ

滋賀県甲賀市

獣害対策の付加価値化と地域連携により、持続可能な農業、地域経済の活性化・地域の未来を創造するコミュニティを構築

事業概要

- 深刻な獣害被害に対し、生産者・住民・猟師・事業者などが連携し、地域課題に取り組む
- 捕獲した鹿の有効活用や特産品の付加価値化を推進し、農業と地域経済の活性化を図る
- 地域資源の価値向上を通じて、地域コミュニティの維持・発展と持続可能な農業生産の構築を図る



鮎河地区の風景



鮎河菜の畑
(柵による獣害対策では効果が限定的)

◆ 地域の概要と地域資源・課題

| 地域の概要 |

- 滋賀県甲賀市土山町鮎河地区は、野洲川の源流部に位置し、鈴鹿山系の山々に囲まれた自然環境に恵まれた地域
- 人口は約480人で65歳以上が約50%を占める
- 農業や林業が主産業
- 労働力不足と少子高齢化が進行
- 多くの住民が「鮎河米」や、３月中旬～下旬にしか収穫できない伝統野菜「鮎河菜」を栽培

| 地域資源 |

- 鹿資源の潜在力
  年間約300頭が捕獲されているが、有効活用されず埋葬処分等に留まっている。
- 地域の伝統農作物「鮎河米」「鮎河菜」
  鮎河米はパックライスの試作で高評価を得ており、鮎河菜は地域限定で栽培される希少な伝統野菜
- 地域組織の立ち上げ
  「農事組合法人すごいえぇのう鮎河」を設立し、農地集約化やスマート農業を推進

| 地域課題 |

◆ 鹿などによる獣害が拡大しており、柵の設置等だけでは十分な効果が得られず、生産活動の大きな阻害要因となっている。
◆ 特選品である「鮎河米」や「鮎河菜」の知名度が低く、販路が限定的。鮎河米は独自ブランド化ができず、鮎河菜は自家消費中心となっている。
◆ 処分の手間等により狩猟活動の意欲が高まらず、猟師の減少や獣害対策の縮小が懸念されている。

◆ 事業推進体制

農事組合法人 すごいえぇのう鮎河
地域での取組の主体

坂本香(地域おこし協力隊)
鹿肉の加工・販売

はばたけ鮎河自治振興会
地域住民

＋

マッチング先

＜鹿肉ジャーキー加工の実現＞

株式会社 命洗
(鹿肉ジャーキーの加工(当初))

合同会社 弐百円
(鹿肉ジャーキーの加工(追加))

＜販路と関係人口・商品展開＞

株式会社 ニンジャリンクス
(ドッグラン検討、加工品の販売)

かもしか荘
(地元宿泊施設、特産品の販売)

鮎河菜生産者
(鮎河菜の生産)

◆ 支援の方針・内容

| 支援の方向性 |

・捕獲した鹿を加工し、ドッグフード用の鹿肉ジャーキーを開発することで、獣害対策の強化による農産物の安定生産を目指す。

・獣害対策の促進により、「鮎河米」「鮎河菜」の生産を安定させるとともに、認知度向上や販路拡大を図ることで、農産物の価値を向上させ、持続可能な農業生産を目指す。

| 具体的な支援内容 |

• **鹿肉ジャーキー**
事業計画策定、商品化・販路開拓に関するアドバイスを行い、鹿の捕獲への動機づけを強化

• **鮎河米、鮎河菜**
地区住民（羽ばたけ鮎河自治振興会みらい部会メンバー）を巻き込み、鮎河米のブランド化や鮎河菜の生産・流通ルートの確立に向けた検討



みらい部会との打ち合わせの様子

◆ コーディネーターと専門家による支援

| コーディネーター |



矢野 雄介氏
株式会社 アール・ピー・アイ　マネジャー

産業振興や地域振興などの業務に携わる。近年は、地域資源を活用した６次産業化、産品開発、販路開拓、地域ブランド化などの取組を支援。

| 専門家 |

株式会社 トータルフードラボ　代表　**岸菜 賢一**氏
（鹿肉ジャーキーの商品開発、販路開拓、事業化に向けたアドバイス）

こだわり食品店のバイヤーとして全国を飛び回る経験・知識・人脈を活かし、バイヤー目線での商品企画案や売り込み方等をアドバイス。
６次産業化中央サポートセンタープランナー（2018年度～2024年度）。

◆事業の進捗と成果

Before(支援開始時)

- 様々な取組アイデアはあったものの、人材や知見の不足により、未着手のプロジェクトが多数存在していた。
- 鮎河米は、完成していたキューブ米の販路先が未確保であり、鮎河菜は、出荷体制が未構築であった。
- 鹿肉ジャーキーは構想段階にとどまっており、製造方法や販売戦略が白紙の状態であった。

After(支援終了時)

- **鹿肉ジャーキーのテスト販売実施**
  →事業計画を整理し、他社からの仕入れによる自社ブランド商品化とテスト販売、販路開拓を実施
- **鮎河米の商談成立と販売実績**
  →販売戦略を見直し、道の駅や宿泊施設との商談が成立
- **鮎河菜の連携体制構築**
  →生産者と地域住民が連携して収穫・出荷作業を行う体制を構築し、実証事業を開始

主な成果

●鹿肉ジャーキーの商品化とニーズ検証
- オリジナルパッケージを作成
- イベント出展を通じて、商品の売り方やPR手法を検証
- 事業者やユーザーとの対話を通じて、売れる商品要件を具体化

●鮎河米の販路拡大と販売実績の創出
- 道の駅「あいの土山」や「かもしか荘」との商談が成立
  (精米:約900kg、キューブ米:170パック、宿泊客用玄米:約1,700kgを販売)
- 市内飲食店２店舗への販路を確保
  (業務用玄米:計2,160kgを販売)

●「鮎河菜」の生産・出荷体制の整備
- 本プロジェクト用に300㎡の栽培面積を確保
- 出荷に向けた調整を実施



鮎河米のキューブ



鹿肉ジャーキー

◆ 今後の展開

- ■ 自社加工場の設置と技術習得：捕獲した鹿を自社で加工できるよう、2026年夏の加工場設置に向け、資金調達や解体・加工技術の習得を進める。
- ■ 鮎河米のマーケティング強化：キューブ米を認知度向上のツールと位置づけ、アンケート等を活用して、継続的な情報収集と販促活動を行う。
- ■ 鮎河菜の事業計画策定　　：今季の収穫・出荷実績からトータルコストを算出し、次年度以降の作付面積拡大に向けた事業計画を策定する。
- ■ 地域全体の獣害対策への寄与：周辺地区の猟師からの加工受託も視野に入れ、地域全体の課題解決につなげる。

地域・テーマ

滋賀県高島市（深清水エリア）

オリーブ栽培の認知拡大に向けた商品開発により、
人口減少・後継者不足・耕作放棄地の拡大を解消

事業概要

- コーディネーター・専門家（流通・食品機能・生産者・メーカー）による現地訪問やヒアリングを実施
- 市場状況に則した商品開発を行い、持続的な事業基盤を構築（オリーブオイル関連商品の開発）
- 県内の大学生等の若手世代と連携し、耕作放棄地を活用した商品開発を通じて、人口減少や後継者不足の解消に繋げた



開発済の商品
（オリーブオイル）



倶楽部が整備しているオリーブ圃場

◆ 地域の概要と地域資源・課題

｜地域の概要｜

- 南深清水地域は滋賀県高島市の北部、琵琶湖西岸エリアに位置する住民150人ほどの小さな集落
- 水はけの良い扇状地で、秋から冬にかけては琵琶湖と広大な柿畑が織りなす美しい景観が広がる
- 山と湖の自然資源に恵まれ、京都府京都市や福井県小浜市からの交通アクセスが良好
- 100年以上の歴史を持つ県内最大級の柿産地（富有柿・次郎柿など）

｜地域資源｜

- 百瀬川の扇状地に位置し、水資源が豊富。
- 毎年11月開催の「柿祭り」は、直近で1,200人を集客。
- 柿の耕作放棄地を活用し、オリーブ栽培を実施。
- 近隣の大学と連携により、年間100人以上の学生がオリーブの圃場に来訪。
- 農家民宿の開業などにより、滞在型観光の基盤整備が進む。

｜地域課題｜

◆ オリーブオイルのマーケティングの未整備が課題となっており、販路展開を見据え、幅広い視点に立った商品開発が必要である。
◆ 集客力のあるイベントに参加し、参加者との関係構築を通じてファンづくりを進める。
◆ オリーブ事業に対し、ボランタリーな参画に依存しており、取組が一過性になりやすいため、倶楽部メンバーの意識改革が必要である。

◆ 事業推進体制

南深清水FF倶楽部
オリーブ栽培と商品販売の主体

滋賀県高島農業農村振興事務所
事業支援

＋

マッチング先

大手菓子メーカー
（商品開発（吾妻食品・あきんど））

販路先
（地元飲食店・近鉄百貨店・日本百貨店）

滋賀県・吾妻食品
（販売協力）

◆ 支援の方針・内容

｜支援の方向性｜

・倶楽部関係者の自己満足で終わらないよう、他エリアや他業界の情報を共有し、オリーブの価値を可視化する。
・イベントを効果的に活用し、深いファンづくりにつなげる。

｜具体的な支援内容｜

- 飲食店への活用依頼や、レシピコンテスト優勝者のレシピを参考にした商品開発を実施
- 機能性食品の専門家による、オリーブオイルの未利用部分の活用方法に関する指導
- 今後のオリーブ関連商品開発に向け、オリーブオイル栽培の専門家による指導
- メーカー担当者による商品開発の指導


関係者によるサンプル試食会の様子

◆ コーディネーターと専門家による支援

｜コーディネーター｜



牛島 晃氏
株式会社 つなぐネットワーク 代表取締役

大手広告会社時代から全国各地の様々な魅力ある地域資源の発掘、磨き上げ、販路開拓を中心に官民連携の課題解決を実践。
これまで培った経験を活かし、商工会の専門家や全国スーパーマーケット協会のアドバイザーとしても活躍中。

｜専門家｜

一般社団法人 日本オリーブオイルテイスター協会　顧問　**坂本 鉄男**氏
元クイーンズ伊勢丹商品担当。オリーブ商品の商品開発、販路の指導

野菜で健康研究所株式会社　代表取締役　**中田 光彦**氏
未利用部分の活用方法指導

株式会社 アライオリーブ　代表　**荒井 信雅**氏
オリーブ関連商品開発指導

有限会社 吾妻食品　代表取締役　**佐藤 弘一**氏
商品開発と販路開拓指導

◆事業の進捗と成果

Before(支援開始時)

・耕作放棄地を活用したオリーブオイルの生産を開始し、収穫体験等のイベントも積極的に行っていた。

・取組が一過性にとどまっており、長期的な目標設定や、エリア飲食店との連携による関係人口の深化が課題であった。

After(支援終了時)

・専門家のアドバイスを受け、未利用素材（オリーブの葉）の成分分析を行い、その魅力を付加した**試作品（瓶詰め）を完成**させた。

・オリーブフェスタ2025にて、「食べるオリーブオイルづくり体験」を実施し、取組の認知・興味を持ってもらう機会を創出した。

主な成果

●商品開発
・「食べるオリーブオイル」**商品の開発：１商品**

●成分分析
・オリーブ未利用部分（葉）の成分分析を実施し、**有用性を確認**

●イベント実施
・**オリーブフェスタ参加者：約600名**
・**オリーブ収穫体験：100名**
・**食べるオリーブオイルづくり体験：30名**（参加費1,000円）

●ネットワーク
・メール等によるコンタクト先の確保：16人



従来イベントを活用したオリーブ収穫体験



食べるオリーブオイルの試作品

◆ 今後の展開

■ 2026年秋の収穫に向け、食べるオリーブオイルが事業主体として関係者の生業となることを目指し、内容物・味・色味・ラベル・賞味期限の最終決定を行うとともに、全体スケジュールを策定する。

■ 食べるオリーブオイルについては、現在「塩レモンマスタード」を具材としているが、今後は鮎の稚魚や柿などの地域食材を活用した具材展開についても検討を進める。

■ 従来からの商品であるオリーブオイルやオリーブの葉のお茶等に加え、食べるオリーブオイルを組み合わせた商品ラインナップの充実に向けて、メーカー担当者等と連携しながら協議を進める。

地域・テーマ

島根県松江市大根島

島の地域資源を活用した観光を軸に、新規事業を創出し、
関係人口拡大による持続可能な島づくりを推進

事業概要

- 農業者の後継者不足によるブランド価値の低下に対応するため、島内の地域資源の再発掘と新たなビジネスの創出
- 関係者の連携による情報発信の強化を図り、観光を軸とした多角的な事業創出を推進
- 関係人口の創出を通じ、将来にわたって持続可能な島づくりの基盤を構築



約１９万年前の火山活動でできた
中海に浮かぶ平坦な島



牡丹の生産量は日本一

◆ 地域の概要と地域資源・課題

｜地域の概要｜

- 地理的特性
  - ・島根県松江市に属する中海（汽水湖）で最大の島（周囲約12km）
- 産業構造
  - ・世界ブランドを抱える「特化型農業」
  - ・牡丹（ぼたん）　年間約100万本を生産する日本一の産地。苗木は国内のみならず、欧米や中国へも輸出される世界的なブランド
  - ・高麗人参（雲州人参）　江戸時代から続く伝統産業。栽培に数年を要する高度な技術が必要で、加工品（エキスや茶）としても販売
- 人口・担い手状況
  - ・人口約3,800人、約1,200～1,400世帯前後で推移。家族経営の農家が多い
  - ・牡丹や高麗人参の栽培には高度な熟練技術が必要である一方、農家の高齢化と後継者不足が深刻

｜地域資源｜

- 中海
- 日本一低い火山の島（標高42m）
- 黒ぼく土壌、良質な地下水を活用した農産物
- 郷土料理：いただき、赤貝ご飯（提供できる島の“おばあ”が存在）
- 牡丹園
- 火口が見学できる溶岩洞窟とそこに住む貴重な古代生物
- 中村元記念館
  （世界的な仏教学者・中村元の足跡を辿り、その広い視野と『共生』の精神に触れられる場所）

｜地域課題｜

◆ 牡丹の国内生産量１位の島であるが生産者の高齢化により将来的な生産量の減少が見込まれ、花の島としてのブランド価値の維持が懸念される。
◆ 島内の観光牡丹園には年間20万人が来訪しているものの、島内の他の観光スポットへの立ち寄りが少ない。
◆ 牡丹以外の農作物についても生産者の高齢化により減少しており、耕作放棄地の増加が進んでいる。

◆ 事業推進体制

株式会社 W.L.D
事業主体（観光事業）

地域の事業者
農業者・出雲国ジオガイドの会・
レンタルバイク提供事業者等

松江市
事業支援

＋

マッチング先

地域の事業者（YouTuber・ハンドメイド作家）
（事業推進メンバー・コンテンツ提供）

中村元記念館
（コンテンツ提供）

食生活改善推進委員
（コンテンツ提供）

由志園
（コンテンツ提供）

大根島ぼたん芍薬園
（プロジェクト拠点提供）

◆ 支援の方針・内容

｜支援の方向性｜

・2024年度においては、島の新たな将来構想のキャッチフレーズを決定し、RE：STAR島事業の賛同者を募った結果、島内には事業や人生をリスタートした多様な事業者が存在することが明らかとなった。
・2025年度においては、新たに複数の賛同者を迎え、チームとしての組織化およびビジネスモデルの具体化を図る。

｜具体的な支援内容｜

・**体験コンテンツ造成**
　将来構想実現に向けて各事業者が実現可能なコンテンツを造成

・**将来構想実現に向けたアクションプランを策定**
　将来構想実現に向けた2026年度以降のチーム全体のアクションプランと組織運営体制を明確化


検討会議の様子

◆ コーディネーターと専門家による支援

｜コーディネーター｜



小倉 綾氏　中小企業診断士

　売れる商品・儲かる仕組み作りを中心としたコンサルティングや研修に従事。
　地域と取り組む地域ブランド化では、地域資源の発掘・磨き上げから販路開拓のほか、地域住民や関係機関等の連携など、多方面から支援。

｜専門家｜

株式会社 MTEC　代表取締役社長　**加藤 一博**氏
　中小企業診断士　（戦略・体制づくり、事業化支援）

企業の強みをベースとしたパーパス・ビジョンおよび中長期の経営戦略策定支援を得意とする。「経営経験は人生を３倍にする価値がある」「ビジョンは社員がワクワクするものを...」が信条。

◆事業の進捗と成果

Before（支援開始時）

・島の新たな将来構想のキャッチフレーズができ、具体的な事業を構想している段階であった。
・事業推進の主力メンバーを新たに募集中であった。
・地域資源を活用した具体的な体験コンテンツが構築されていなかった。

After（支援終了時）

・**大根島の魅力を活用した体験コンテンツを造成**し、モニターツアーを実施
・次年度に向けた具体的なアクションプランおよび組織体制を決定
・地域事業者や住民組織との**役割分担を明確化**し、**自走できる体制を整備**
・ツアー実施を通じて、事業化に向けた課題と受入体制を検証

｜主な成果｜

●モニターツアーによる事業化検証の実施
・**モニターツアー参加者（２日間）：12名**
・地元の**コンテンツ提供者数：11名**
（郷土料理の指導を行った食生活改善推進委員メンバー、
大根島ぼたん芍薬園、由志園、中村元記念館など）

●運営基盤の確立
・郷土料理（いただき）の調理体験や野菜収穫体験のプログラム化
・地域一体となった持続可能な**観光推進体制の構築**


郷土料理（いただき）の調理体験の様子


畑で野菜の収穫体験の様子

◆ 今後の展開

■ **体験コンテンツ、体験ツアーの販売**
・主力メンバーが提供できるコンテンツを中心に、毎月異なるコンテンツを販売していく。
→９月には１泊２日の体験ツアーの販売を予定している。
・引き続きプロジェクトに賛同してくれるメンバーを募集し、新たな商品開発に取り組んでいく。

■ **活動拠点（RE:BASE）の設置**
・体験コンテンツが実施可能なスペースや飲食店、庭園を備えた拠点の借受が決定したため、当該拠点を**プロジェクトの活動拠点（RE:BASE）として整備**する。
・整備後、飲食店のチャレンジショップの開設やイベントの開催等を実施し、収益源を多角化を図る。

■ **プロジェクト活動の認知度向上**
・集客やプロジェクトへの参画者を募るためにも、認知度を向上させる取組（ＳＮＳ、プレスリリース、ツール作成等）を継続する。


RE:BASE 整備予定地

地域・テーマ

島根県雲南市

清嵐荘をハブとした「学びと実践の場（キャンパス）」の創出による地域課題解決の推進

事業概要

- 温泉施設「清嵐荘」を核に、市全域をフィールドとした「薬湯キャンパス」を構築
- 教育・プロデュース・起業支援など、多様な事業者の連携による多角的ビジネスを創出
- 課題解決に向けた実践型の学びを通じ、人口減少に対応する新たな経済循環を形成



出雲國風土記に薬湯と記され
長い歴史をもつ出雲湯村温泉



棚田100選に選出された美しい棚田

◆ 地域の概要と地域資源・課題

｜地域の概要｜

- 地理的特性
  出雲空港から車で40分。斐伊川の清流と中国山地に抱かれた、都市近郊型の豊かな中山間地域
- 産業構造
  農林業と製造業（電子部品、自動車部品等）が地域経済の基盤となっており、有機農業も盛んである。さらにお米（仁多米に並ぶブランド）に加え、牛乳・乳製品、地酒といった「食」のブランド力も非常に高い。
- 人口・担い手状況
  総人口約3.4万人。高齢化率は約40%
  若年層の流出が続き、生産年齢人口の減少が顕著である。

｜地域資源｜

- 宿泊・温泉施設（国民宿舎清嵐荘（せいらんそう）、出雲湯村温泉（いずもゆむら））
- 歴史（たたら製鉄）
- 神話に関連した資源（斐伊川（ひいかわ）、加茂岩倉遺跡（かもいわくら）、須我神社（すが）、神楽（かぐら）など）
- 森林資源（市域の約80%が林野）
- 特産品・加工食品
  （株式会社 吉田ふるさと村の商品【たまごかけ専用醤油、ドレッシング、唐辛子、お餅等】、地元産無添加の加工食品）
- アニメ「秘密結社鷹の爪」とキャラクター吉田君
- 教育者・加藤歓一郎先生（産業教育の実践者）

｜地域課題｜

◆ 急速な人口減少と高齢化率の上昇が進んでいる。中でも20～30代の転出超過が顕著で、地域活動の担い手が不足し、課題先進地となっている。

◆ たたら・神話・自然・農業・温泉など多様な資源があるが、全国的な知名度は高くなく、観光客の来訪が少ない。また、日帰り観光が中心で、宿泊や長期滞在につながる仕掛けが不足している。（事業者間の連携不足）

◆ 雲南市が「課題先進地から課題解決先進地へ」というテーマを掲げているが、地域資源を活用した経済活動と課題（人口減少・森林保全・産業創出など）解決の施策の連動性が弱い。

◆ 事業推進体制

株式会社 吉田ふるさと村
事業主体

雲南市
事業支援

＋

マッチング先

森林組合・農事組合
(事業協力)

【地域外】
大学生・プロダクト製造事業者・
マーケティングアドバイザー
(事業協力)

【地域内】
(公財)鉄の歴史村地域振興事業団・教育関係者・
地域おこし協力隊・しめ縄クラブ・須我神社・
プロダクト製造事業者ほか
(事業協力)

雲南市観光協会
(販売・PR協力)

◆ 支援の方針・内容

| 支援の方向性 |

- 「薬湯キャンパス」構想を持続可能な地域ビジネスとして確立するため、伴走型支援を実施する。
- 「薬湯キャンパス」という共通コンセプトのもと、全員が同じ方向を向いて動ける「事業の設計図」の完成に焦点を絞り、基幹産業化を目指す。

| 具体的な支援内容 |

- **将来構想の可視化**
  経営デザインシートを活用し、事業の将来構想を明確化
- **アクションプランの具体化**
  「農村生活×教育事業」の内容の具体化および、プロジェクトの次年度以降のアクションプランの検討


検討会の様子

◆ コーディネーターと専門家による支援

| コーディネーター |



小倉 綾氏　中小企業診断士

売れる商品・儲かる仕組み作りを中心としたコンサルティングや研修に従事。
地域と取り組む地域ブランド化では、地域資源の発掘・磨き上げから販路開拓のほか、地域住民や関係機関等の連携など、多方面から支援。

| 専門家 |

株式会社 MTEC　代表取締役社長　**加藤 一博**氏
中小企業診断士　(戦略・体制づくり、事業化支援)

企業の強みをベースとしたパーパス・ビジョンおよび中長期の経営戦略策定支援を得意とする。「経営経験は人生を３倍にする価値がある」「ビジョンは社員がワクワクするものを...」が信条。

◆事業の進捗と成果

Before(支援開始時)

- 事業構想は存在していたものの、具体的なビジネスモデルや実行計画として整理されていなかった。
- 関係者間の連携が不十分であった。

After(支援終了時)

- 「薬湯キャンパス」構想を経営デザインシートとして可視化
- 地域内外の関係者を巻き込んだプロジェクト体制の構築
- 教育事業を中心とした具体的なアクションプランが策定され、実証に向けた準備段階に移行

｜主な成果｜

●「薬湯キャンパス」構想の具体化
　・2035年を見据えた長期的な事業構想を策定

●2026年度アクションプランの策定

◆ 今後の展開

■ **ビジネスモデルの具体化**

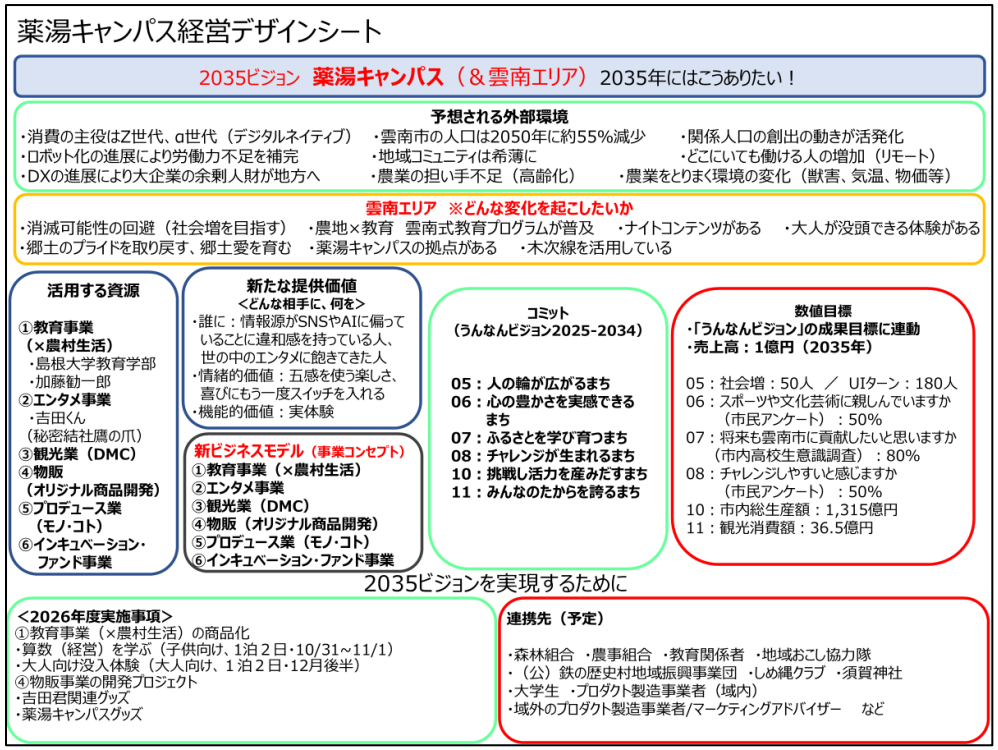
薬湯キャンパスで構想した６つの事業
①教育事業（×農村生活）　④物販（オリジナル商品開発）
②エンタメ事業　⑤プロデュース業（モノ・コト）、
③観光業（DMC）　⑥インキュベーション・ファンド事業）
のうち、2026年度は以下の２つの事業の具体化に着手

①教育事業（×農村生活）
子ども向け：算数(経営)を学ぶ農村体験プログラム
（10月下旬～11月上旬頃実施予定）
大人向け　：没入型体験プログラム（12月後半頃実施予定）

④物販（オリジナル商品開発）：地域内外の事業者や大学生と連携した開発プロジェクトを開始

■ **組織化の推進**

・2026年７月に事業の正式キックオフを予定。域内事業者を中心に事業への参画を要請し、組織化に向けた準備を行う。
・プロジェクトメンバーによる定例会議を継続し、アクションプランの進捗管理と改善サイクルを回す。



薬湯キャンパス　経営デザインシート

地域・テーマ

愛媛県八幡浜市

柑橘資源を活かした加工事業の高度化と
観光・アップサイクル※による持続可能な地域ブランドの構築



媛一みかん
(愛媛県西宇和地域)



みかん畑風景
(愛媛県西宇和地域)

事業概要

- ●自社ジュース工場の稼働率向上と受託の拡大に向けた製造ラインの整備およびブランド設計の支援を実施
- ●柑橘の収穫・加工体験ツアーの造成を推進
- ●廃棄される柑橘の花や皮を活用したアップサイクル商品の開発支援を実施

※アップサイクル：廃棄予定のものをアイデアやデザインによって価値の高い新しい商品へ生まれ変わらせること

◆ 地域の概要と地域資源・課題

| 地域の概要 |

- 地理的特性
  愛媛県西部の八幡浜市を中心とする西宇和地域
  温暖な気候と段々畑を活かした日本有数の柑橘産地
- ブランド力
  全国的に極めて高い評価を得る高品質なみかんを生産
- 現状
  近年は、生産者の高齢化や市場価格の変動、加工・流通の高度化への対応などの課題に対し、生果の販売に加え、加工品の高付加価値化と販路拡大が重要なテーマとなっている。

| 地域資源 |

- 多様で高品質な柑橘類（みかん・デコポン・せとか・紅まどんな等）
- 自社のジュース工場（西予市多田工場）
- みかんや柑橘類の農場での収穫体験や、工場でのジュースづくり体験プログラム
- 摘蕾（てきらい）の過程で廃棄される「みかんの花」

| 地域課題 |

◆ 基幹産業であるみかんを活用した加工分野において、既存設備の稼働率向上や独自の商品開発力の強化が課題となっている。
◆ みかん産地としての知名度を活かしつつ、ブランド力の高い商品の開発による収益率の改善が求められている。
◆ ＯＥＭ（受託製造）の積極的な獲得を通じた新たな経済基盤の構築も重要な課題である。

◆ 事業推進体制

農ぷらす愛媛株式会社
販売の主体

小林果園
農業者・加工場

果実搾汁企業
1次加工場

八幡浜市
事業支援

＋

マッチング先

外資系・パティスリー
（商品開発・販売）

意食充
（販売協力・プロデュース）

青果・加工惣菜グループ企業
（百貨店・スーパー）

老舗市場系青果流通企業
（仲卸事業者）

大阪シーリング
（資材会社）

◆ 支援の方針・内容

｜支援の方向性｜

愛媛県産柑橘を活用した加工事業の収益性向上と販路拡大を目的として、以下の取組を中心に伴走支援を実施
・ジュース製造ラインの整備と資材設計支援
・受託製造の事例創出
・柑橘生果の流通営業支援

｜具体的な支援内容｜

・製造ラインの改善検討と機械導入支援を実施。商品ラベルやパッケージ（シール・箱等）の設計支援を行い、ブランド商品として販売可能な商品仕様を確立
・外資系ブランドとのコラボ商品を製造し、ブランド力を活かした販売展開と販路開拓を支援
・みかん・デコポン・せとか・紅まどんな等の生果について、首都圏や高付加価値市場への流通営業を支援。加工事業と生果販売の両面から、地域農産物の価値向上を追求


現地工場視察の様子

◆ コーディネーターと専門家による支援

｜コーディネーター｜



石井 宏和氏
株式会社 グーニーズグループ　代表取締役

地域プロデューサー。農林水産省ＬＦＰ政策推進委員（2023年-2024年）　運輸観光系企業や地域商社活動を通して販路を起点とした商品流通や地域課題の事業プロデュースに携わっている。

｜専門家｜

意食充株式会社　代表取締役　**上山 琢矢**氏
（販売協力・商品プロデュース）

地域商社事業とフードビジネスの国際展開を推進し、農水分野の事業開発やＤＸ、アジア市場（ベトナム・シンガポール等）への販路開拓を担う実務家。
（青果流通・加工品開発・物流倉庫管理）

◆事業の進捗と成果

Before(支援開始時)

・ジュース製造設備の稼働率が低く、加工事業の収益性が十分に確保されていない状況であった。
・製造受託に係る営業資料が整備されておらず、外部からの受注が困難な状況であった。
・パッケージやブランド設計が未整備であり、生果の販路も限定的であることから、知名度が低い状況であった。

After(支援終了時)

・製造ラインの改善と設備導入検討により、稼働率向上の方向性を確立
・商品ラベル・パッケージの刷新により、ブランド商品として販売可能な仕様を整備。**外資系とのコラボ製造を実現**
・営業用の資料を整備し、**新規受託営業が可能な体制を構築**
・生果のサンプリングと商談を実施し、2026年度の受注見込を確保

｜主な成果｜

●ジュース工場稼働率向上
ジュースの機械導入支援　１件
商品化数　１件

●製造受託の営業資料
商談件数　４件　→**マッチング件数　１件**
売上成果　約1,000万円（約４万本）

●生果の営業と認知度向上
商談件数　２件　→**マッチング件数　１件**



媛一みかんジュース商品
（日本全国）



瓶の蓋の仕様を変更

◆ 今後の展開

■ **媛一みかんジュースの拡大**
・加工飲料（ジュース）　：2025年度の４万本の実績をベースに、2026年度には**年間８万本の製造出荷**を目指す。
・受託（ジュース）：営業を強化し、2026年度には**工場の稼働率を年間８%向上**させる。

■ **生果・花・皮の未利用資源の活用**
・生果（みかん・デコポン）：首都圏百貨店での取り扱い店舗、エリアを拡大し、認知度と利益の向上を図る。
・花や皮のアップサイクル：研究開発を継続し、フードツーリズム等を通じて地域内での新たな需要の獲得を図る。

地域・テーマ

鹿児島県南さつま市

らっきょうの機能性に着目した腸活市場の開拓
地域資源を活用した新たな需要創出

事業概要

- 鹿児島大学との共同研究成果を活かし、水溶性食物繊維らっきょうフラクタンの働きや腸活における価値を整理
- これまで「カレーのお供」としての印象が強かったらっきょうについて、スーパーフードとしての魅力発信を推進
- 地域事業者等と連携し、らっきょうの新たな需要を創出し、販路を拡大



らっきょうの栽培地
日本最長の吹上砂丘



水溶性食物繊維豊富な
らっきょうフラクタン

◆ 地域の概要と地域資源・課題

｜地域の概要｜

- 地理的特性
・南さつま市は、薩摩半島の南西部に位置した総面積283.59㎢の地域
・市の総面積の58.9%が森林。河川流域に沿って開けている平野
・海岸線の北西部は砂丘地帯を形成
- 産業構造
・産出額は農畜産業が約132億円、漁業約８億円、工業約457億円、商業約407億円であり、農畜産業が地域の主産業の一つ
- 人口
・2026年の総人口は30,554人、総世帯16,437世帯で、人口は10年前に比べ15%減少
・総農家数は1,317戸、うち販売農家数が685戸

｜地域資源｜

- 鹿児島県のらっきょうは、日本最長の砂丘である吹上砂丘（いちき串木野市～南さつま市）を主な産地とし、生産量は2022年時点で2,220tと、鳥取県（生産量2,300t）に次いで全国２位、シェア33.1%を占める主要産地である。
- 砂丘地帯の自然環境や地温等の自然条件と長年の栽培技術が、白くシャキシャキしたらっきょうを生み出している。

｜地域課題｜

◆ 鹿児島県のらっきょうは生産量が全国トップクラスである一方、鳥取県に比べて消費者の認知度が低い。
◆ 従来「カレーライスのお供」として消費が限定されており、新たな視点による市場開拓とブランド強化が求められている。
◆ 地域の基幹的農業従事者の67%が65歳以上と高齢化が進み、砂丘地においても耕作を継続できない生産者が出ている。このため、地域が連携して産地の維持・発展を図る体制の確立が必要である。

◆ 事業推進体制

有限会社 エスランドル
加工販売

江籠豊作
農業者

南さつま市
事業支援

＋

マッチング先

鹿児島大学
(共同研究)

販路先
(青果店チェーン企業)

JA南さつま らっきょう生産部会
(生産・PR連携)

南さつま市職員
(摂取実験協力)

◆ 支援の方針・内容

｜支援の方向性｜

・らっきょうの成分に関する知見を整理し、「スーパーフード」としての概念定義と、体系的なＰＲ戦略を構築
・地域ぐるみの取組としての商品やサービスを展開

｜具体的な支援内容｜

- 南さつま市と連携し、女性約100人が参加するらっきょうの摂取実験を実施・分析支援
- 摂取実験の結果や鹿児島大学藤田教授との共同研究を発表するシンポジウムを企画・開催し、当日のディスカッションを支援
- らっきょうフラクタンや腸活をフックに、百貨店地下食品売場に青果店を展開する企業へ紹介し、新たな商品の販売を促進





シンポジウムのパネルディスカッション

◆ コーディネーターと専門家による支援

｜コーディネーター｜



松田 恭子氏
株式会社 結アソシエイト　代表取締役
日本政策金融公庫 上級農業経営アドバイザー
農林水産省地域資源活用・地域連携エグゼクティブプランナー

農や食のコンサルタント・コーディネートを仕事とする。
本事業では研究成果を活用したマーケティングや企業コーディネート、摂取実験の実施・分析を支援。

｜専門家｜

田丸 保夫氏
元・鹿児島県農業開発総合センター大隅支場長
元・鹿児島県農業・農村振興協会６次産業化推進部長

県在職時は食品加工の研究を行い、現在も県内農業者の相談に乗る。
本事業では、食品の成分と表示に関する助言や、シンポジウムにおける食品加工の専門家としてパネラー登壇

◆事業の進捗と成果

Before(支援開始時)

・鹿児島大学との共同研究により新たな知見は得られつつあったものの、具体的な活用方法は未検討であった。

・共同研究の成果が一般消費者に十分に発信されておらず、地域内での認知も低かった。

After(支援終了時)

・共同研究で得られた知見の公表
鹿児島大学がこれまでの研究成果を論文（総説）として発表

・研究成果を地域内に広く周知しブランド化に向けた機運醸成
・研究成果を地元や一般消費者に広く周知するため、シンポジウムを開催した。
・小売店のバイヤーにらっきょうフラクタンや腸活について説明し、理解を得た。
・地元生産者が、らっきょうの新たな魅力（腸活やらっきょうフラクタン）に気づいた。
・地域ぐるみでらっきょうのブランド確立に向けた機運が高まった。

｜主な成果｜

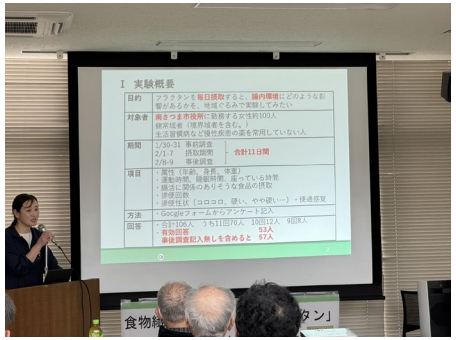
●らっきょう摂取実験
南さつま市役所職員ら109名が参加し、有効なデータを取得

●シンポジウム開催
関係者や一般参加者を含め39名が参加し、知見を共有

●販路・商談実績
らっきょうフラクタンや腸活をアピールした商談件数：３件
うち新規成約件数：１件



鹿児島大学藤田教授の研究成果発表



らっきょう摂取実験結果の説明

◆ 今後の展開

■ **地域ブランドの確立と販路拡大**
自然条件や栽培方法と結びついた特性を整理し、地域ぐるみで「らっきょうブランド」の確立に取り組む。また、都内の百貨店地下食品売場の青果専門店等での販売を継続するとともに、「らっきょうフラクタン」や「腸活」をキーワードとした効果的なＰＲ展開を検討する。

■ **スーパーフードとしての認知向上**
食・栄養・健康に携わる関係者に継続的に働きかけ、「スーパーフード」としてのらっきょうの認知度向上を図る。あわせて、らっきょう摂取実験を他の職域にも拡大し、企業や職場の健康意識向上のきっかけとする。

■ **「腸活のまちづくり」への発展**
地域の栄養士や飲食店と連携し、腸活をテーマとした食体験を提供する取組を実施する。これらの多角的な取組を通じて、らっきょうをはじめとする「腸活のまちづくり」へと事業を拡大する。

地域・テーマ

鹿児島県徳之島町・伊仙町・天城町

徳之島コーヒー等の特産品化を通じて、農業と環境を両立させる「環境保全型農業」の実現を目指す

事業概要

- 国産コーヒー等の新規農産物の育成・特産品化を進め、３町横断の生産体制整備とブランド構築を推進
- サトウキビ残さのバイオ炭化と農地施用により、土壌改良、作物の生育促進、赤土流出抑制効果の検証を実施
- 豊かな自然やスポーツ施設等を活用し、グリーンツーリズムやパラスポーツ支援を通じたビジネスの創出



豪雨の際に土壌（赤土）が海洋に流出しサンゴ礁等に影響



サトウキビ残渣、未利用バイオマス資源ハカマ（茎・葉の部分）

◆ 地域の概要と地域資源・課題

｜地域の概要｜

- 鹿児島県奄美群島に属する周囲約80km、人口約2.3万人の島（徳之島町・伊仙町・天城町）
- 出生率は全国トップクラスだが、雇用機会不足により若者の流出が続き、人口減少が課題
- 2021年に世界自然遺産登録。闘牛文化や長寿・子宝の島として知られる
- 主要産業は農業・漁業・加工業。サトウキビ、ジャガイモ、柑橘類、マンゴー等の生産が盛んで、観光振興や国産コーヒー栽培にも注力
- バイオマス資源の活用や土壌劣化による赤土流出など、環境面の課題を抱える

｜地域資源｜

- バイオマス資源：
  サトウキビ残さ（ハカマ）、牛糞（有効利用・循環利用の推進）
- 農産物：
  サトウキビ、ジャガイモ、タンカン、キャッサバ、国産コーヒー（生産者組織による商品化、AGFによる支援）
- 自然環境：世界自然遺産（奄美群島随一の生物多様性）
- 生活文化：
  包摂的（インクルーシブ）な共生社会（障がい者と健常者が共に暮らす文化）
- スポーツ施設：陸上競技場・プール等（実業団・プロチーム合宿地）
- 医療・ヘルスケア：医療体制の充実、「健康長寿・子宝の島」ブランド

｜地域課題｜

◆ 徳之島コーヒーの事業化・ブランド化を通じた新たな農業ビジネスの創出により、新規就農者の呼び込みが求められる。
◆ 土壌劣化や赤土流出への対策として、バイオ炭を活用した土壌改善および環境再生型農業の推進が求められる。
◆ パラスポーツやグリーンツーリズムを活用した長期滞在型プログラムの開発により、滞在型観光および関係人口の創出が求められる。

◆ 事業推進体制

合同会社 あまみ徳之島絆ファーム
販売の主体

土づくり勉強会
サトウキビ、ジャガイモ、タンカン農家

徳之島町、伊仙町、天城町
事業支援

＋

マッチング先

味の素AGF株式会社
（徳之島コーヒーの事業化・ブランド化）

大手自動車メーカー研究所
（ハカマ由来のバイオ炭施用試験）

徳之島コーヒー生産者事業組合
（徳之島コーヒーの生産拡大）

NPO法人 パラスポーツサポーター
（観光協会（パラスポーツアイランド宣言））

◆ 支援の方針・内容

｜支援の方向性｜

・サトウキビ残さなどの未利用バイオマスをバイオ炭として活用し、土壌改善と農産物の高付加価値化を図るとともに、徳之島コーヒーの生産拡大とブランド化を進める。
・地域の包摂的文化を活かした「パラスポーツアイランド構想」により、関係人口の創出を目指す。

｜具体的な支援内容｜

- 「徳之島の土と農業の未来を考える会」を立ち上げ、専門家を招いた勉強会を開催し、土壌改善や有機農業等への取組を推進した。
- 大手自動車メーカー研究所と連携し、サトウキビ残さ「ハカマ」を炭化し農地に施用することで、土壌改善、赤土流出抑制、作物収量向上を検証する研究プロジェクトを立ち上げた。
- 伊仙町中心であったコーヒーの生産体制を徳之島町・天城町へ拡大する取組を推進した。また、３町連携による「パラスポーツアイランド宣言」に向けた協議会設立の検討を進めた。



土づくり勉強会の開催
（多くの生産農家、自治体関係者が参加）

◆ コーディネーターと専門家による支援

｜コーディネーター｜



加藤 芳男氏
ファーストペンギン・ユニオンLLC代表

日経BP総研のプロデューサーとして地域創生のプロジェクトに数多く手掛けてきた。徳之島をパラスポーツの聖地とする「パラスポーツアイランド計画」を地域メンバーとともに推進。本事業では、農業・バイオ炭（カーボンクレジット）をテーマに地域連携をコーディネート。

｜専門家｜

ワケンピーテック株式会社　開発本部執行役・部長　**山谷 雅和**氏
公益財団法人 日本ヘルスケア協会　土壌で健康推進部会委員
土壌改善実証の設計および技術指導支援

徳之島のサトウキビ畑の土壌改良パイロット事業を３年前から指導。農業用微生物開発に従事し、全国の農園で指導している。

◆事業の進捗と成果

Before（支援開始時）

- 土壌劣化や赤土流出といった環境課題が顕在化していたが、バイオマス資源を活用した土壌改良に関する具体的な取組や実証は未実施であった。
- 徳之島コーヒーの事業化は進められていたが、生産体制は伊仙町に限定されており、生産者の高齢化や生産量の低迷が課題となっていた。
- 観光については、長期滞在型の受入体制やコンテンツが十分に整備されておらず、地域資源を活用した関係人口創出の仕組みが未構築であった。

After（支援終了時）

- サトウキビ残さ「ハカマ」を活用したバイオ炭の製造・施用に関する実証プロジェクトが、大手自動車メーカーの研究所と連携して立ち上がり、試験圃場の設置や生産者を巻き込んだ取組が開始された。
- 徳之島コーヒーの生産ネットワークが拡大し、伊仙町に加え徳之島町・天城町への栽培体制が広がるなど、島全体での生産基盤強化に向けた動きが進展。
- ３町および徳洲会徳之島病院の連携により、「パラスポーツアイランド宣言」に向けた合意形成を進め、協議会設立に向けた準備体制が構築された。

主な成果

●バイオ炭による土壌改善実証プロジェクトの始動
- 徳之島町に試験圃場を設置し、バイオ炭施用実証研究を開始
- 生産農家向け勉強会を４回開催（毎回20～30名参加）
- 伊仙町においてもジャガイモ畑での施用試験を開始

●徳之島コーヒーの生産ネットワークの拡大
- 栽培地域が伊仙町から徳之島町・天城町を含む３町へ拡大
- 若手生産農家を中心とした事業協同組合設立の検討を開始
- 天城町の新規就農研修プログラムへのコーヒー栽培導入を計画

●「パラスポーツアイランド宣言」の具体化
- ３町・関係機関による協議会設立準備委員会が発足
- パラアスリート合宿誘致等の取組を開始予定
- トライアスロン大会における味の素AGFのパラチーム企業協賛・支援が実現



徳之島町の試験圃場では、区画を区切ってバイオ炭の施用試験がスタート



徳之島トライアスロン大会に、AGFが支援するパラアスリートチームが参加



徳之島で育つコーヒーの実

◆ 今後の展開

- ■ サトウキビ残さ「ハカマ」を活用したバイオ炭の事業化を検討。堆肥センターや自治体と連携し、炭化炉導入を含めた事業化を目指す。
- ■ 若手生産者を中心に徳之島コーヒーの生産拡大を推進。オーガニック栽培やバイオ炭活用による付加価値化を図る。
- ■ パラスポーツアイランド宣言を契機に、パラアスリート合宿誘致やスポーツ交流を進め、医療・健康資源と連携した長期滞在型ツーリズムを推進。