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。

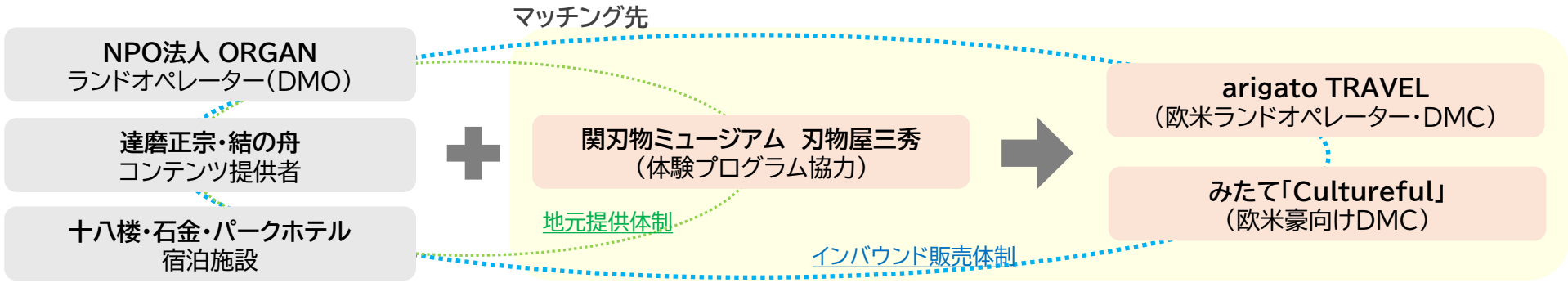
｜地域資源｜

- 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



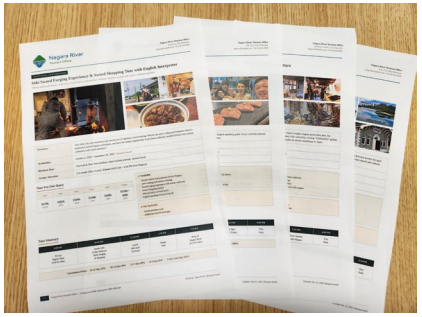
FAMツアーの様子
（岐阜和傘制作体験）



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