

表 中間支援の活動プロセスにおけるポイント・留意点

● : ポイント ● : 課題

活動 プロセス	体制名								
	道南	峡南	七尾	浜松	鯖江	兵庫	上勝	綾町	沖縄
(1) 取組の背景・動機	<ul style="list-style-type: none"> ●急速な高齢化や周辺地域の過疎化の進行、経済沈滞や雇用情勢の悪化による労働人口の流出の進行、生産年齢人口の急激な減少 ●地域独自の体験観光メニューや商品が少なく、地域特産物を活用した新たなメニューや商品開発が緊急の課題 ●ガゴメを活用した商品開発や販路開拓に取り組むが、売上の停滞等、限界を感じている ●函館市にはまだ光の当たらない地域資源が多くあり、これらの掘り起し・活用が重要 ●観光と結びつけて新たな価値の創出 ●商品開発後の販路開拓、事業拡大、設備投資等を進めていく際、産官学に加え金融機関との連携が不可欠 	<ul style="list-style-type: none"> ●地域住民の高齢化 ●支援対象が、地元へ広がる棚田の耕作放棄地を活用した、日本酒づくりをスタート。しかし、酒米を販売することのみの活動であり、酒米売上収入と町の補助金を頼りにする事業性のない活動で、継続が危ぶまれていた。 ●地域のキーパーソンが1名でリーダーシップをとり活動を展開しているが、今後の活動展開において、参画メンバーの役割分担等、事業の進め方にも改善が必要な時期にきていた。 ●地元に移り住んだ若い世代の中で農業に興味のある人材があり、新しい取組を通じた仲間づくりの機運が高まっていた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●人口減少と高齢化の進行により、地域課題の多様化・深刻化に対して、担い手が不足している。 ●農家民宿「古民家こずえ」は、来客数が少なく、集落内での認知のされ方が限定的。地域性のない活動で、継続が危ぶまれていた。 ●地元の人達と一緒に地域を盛り上げていく協力体制を築くことが課題。 ●地打ふるさとづくり協議会は、人口減少に歯止めが掛からず、地域内の担い手不足が深刻化している中、地域リーダーも高齢化してきているため、地域内の担い手を広げることが課題。体験型のツアー等を企画・実施してきたが、商品化には至っていないかった。 	<ul style="list-style-type: none"> ●放置竹林の拡大、森林の荒廃等が課題 ●自動車、オートバイ、楽器、工作機械、光電子分野等の高いものづくり力を有している。 ●リーマンショック以降活気が低下した浜松地域に、竹材を利用して新事業・新産業を創出することが求められていた。 ●浜松地域イノベーション推進機構が中心となり、浜松地域資源活用研究会を平成25年9月に設立。公益財団法人浜松地域イノベーション推進機構、浜松市、湖西市が参画。 ●竹等の未利用資源の有効活用等を目指して活動していたが、具体的な新規商品の開発等に向けた資金確保が大きな課題であった。 	<ul style="list-style-type: none"> ●鯖江市の中心市街地の活性化は重要な課題となっていた。 ●chobit(小さな屋台)を活用した提案で、ビジネスプランコンテストで優勝した横井氏は、自身のビジネスで精一杯となっており、chobitによる起業に参画する仲間づくりへはなかなか展開しない状況であった。 ●NPO法人小さな種・こころは、鯖江オリジナル料理の開発に取り組んできたが、単に美味しい、ヘルシー、安全安心、といだけではなく、商品の構成、商品名、マーケティング、パッケージデザイン、広告など、全く専門外のノウハウも必要になり、なかなか前に進められない状況であった。 	<ul style="list-style-type: none"> ●対象の4地区では、人口減少、少子高齢化が進展しており、空き家・空き店舗対策が緊急の課題となっている。 ●古民家等の活用については、篠山市において先行的に40棟、28件の実績があり、活用手法や事業スキームが確立していた。 ●国家戦略特区に「歴史的建築物の活用」として建築基準法の規制緩和が位置づけられたことから、古民家等の持つ「趣」を活かした、より効果的・魅力的な活用が可能となった。 	<ul style="list-style-type: none"> ●過疎、高齢化、木材不況、後継者難など、中間産地の構造課題が顕在化。 ●棚田、里山、自然環境、人・組織等を活用し、多様な組織による多様な活性化活動等が展開されている。 ●しかし、各地域毎各組織毎の活動にとどまっておらず、地域ブランド構築、地域の魅力発信、産業構築などが課題。 ●棚田フィールドそのものをビジネス資源とした取組が未開発。 ●集落とともに生きていくという姿勢が大切であり、住民が自ら地域資源を活用して生活できる(生業ができる)ことが重要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ●有機農法による農産物生産に力を入れており、評価も高いが、少量多品目で、多くの消費者が求めるニーズにはマッチしていない現状があり、一定期間に収穫された農産物を加工し年間を通じて提供できる特産品開発が必要となっていた。 ●農業従事者の高齢化が進む反面、町外からの移住者も多く農業に従事してみたいという移住者が働ける「場」が実際には少なく、マッチング等の機能が重要。 ●ユネスコエコパークの指定を受けたが、ネーミングを活かした具体的な活動が実践されていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ●経済が衰退化、商業地域の空き店舗化が進んでいる。 ●近隣に大型商業施設の開業が控えている中、市は中心市街地の活性化に取り組んでいる。 ●沖縄市は、15歳未満の人口の割合が全国一高い市であり「こどものまち宣言」を公表し、まちづくりを行っている。 ●複数のNPO法人や民間事業者、地域団体が、地域づくりに資する新規事業として「子ども」を軸とした商品企画、サービス提供を検討し、立ち上げの準備をしているが、各団体はこれらの事業に精通していると言えず、多くが財政基盤が脆弱な状態にある。
(2) 体制構築のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"> ●財団は、北洋銀行、北海道大学、北海道渡島総合振興局と常的に協力関係があり、北洋銀行から事業の紹介を受け、本事業に提案することが協議会構築のきっかけとなった。 ●協議会のメンバーは財団の専務が提案しコーディネートを実施 ●財団、北海道大学がこれまでねばねば本舗、フードカンを支援してきた背景がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ●富士川・夢・未来の理事長が、富士川町の地域づくり活動を支援するための組織を構築すべきと提案し、富士川・夢・未来が事務局を担うことになった。 ●富士川・夢・未来とともに、山梨県主催の中部横断道沿線活性化協議会のメンバーとして活動していた山梨中央銀行、広域行政組合、こしべんと開発・普及プロジェクト推進協議会に声をかけた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●合宿誘致の強化を目的として、平成21年度の内閣府事業「地方の元気再生事業」への応募を検討していた。 ●「地方の元気再生事業」への応募にあたり、株式会社御蔵川が中心となり、協議会の立ち上げを呼びかけた。 ●これまで連携を図ってきた日頃からつながりのあるメンバーでの構成を進めたことから、特に反対なく設立された。 	<ul style="list-style-type: none"> ●浜松信用金庫は浜松地域イノベーション推進機構に出向するなど以前よりつながりがあった。平成25年9月に立ち上げた浜松地域資源活用研究会を通じて、浜松市や湖西市ともつながりがあったことが、協議会構築のきっかけとなった。 ●協議会構築にあたり、浜松地域イノベーション推進機構の前川氏が中心となってコーディネートした。 	<ul style="list-style-type: none"> ●国交省の事業を人から伝え聞き、食文化の情報発信につながる取組での応募を考えた。 ●掃部氏が中心となり、これまでつながりの深かったNPO法人さばえNPOサポート、鯖江市、鯖江市中小企業創業支援協議会に声をかけ、情報共有を図った。 	<ul style="list-style-type: none"> ●但馬信用金庫からの事業の案内を受け、一般社団法人ノオトを中心に協議会を設立した。これまでの一般社団法人ノオトのネットワークにより、構成主体へ参画を呼び掛けた。これまでの良好な関係性から、スムーズに体制構築に至った。 	<ul style="list-style-type: none"> ●やいたか、上勝町、徳島銀行の連携により協議会を設立し、本事業への参画が決定した。 ●事業実施以前より、4地区の協議会が組織を結成し、外部の協力機関とも関係性を有していたことから、体制の構築に至った。 	<ul style="list-style-type: none"> ●エコパーク推進に向けた協議会の設立を予定していたため、本事業のスキームに沿って、金融機関等を構成主体とした協議会を設立した。協議会の設立にあたっては、綾町エコパーク推進室が中心となり、各構成主体の参画を呼び掛けた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●本事業の情報を入手した外部協力機関より、事務局へ打診があった。加えて、行政、金融機関へ打診があった。 ●外部の協力機関へは、既存のネットワークがあったことから、参画の働きかけを行った。
(3) 支援対象の選定	<ul style="list-style-type: none"> ●各構成主体は、地域産品の消費拡大による地域産業の活性化を目指しており、支援対象の目指す目標と一致していた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●富士川・夢・未来の理事長は「柗萬屋醸造店」の会長でもあり、当会の酒づくりが赤字続きという状況を鑑み、富士川・夢・未来として支援することを提案。 	<ul style="list-style-type: none"> ●「古民家こずえ」の代表は「うまみん」のパートナー(プログラム提供者)としての実績があり、地域づくり活動に関する意識やスキルが非常に高い。 ●地打地区は昨年のインターン受け入れで実績がある。長期的にはさらに具体的なアクションにつなげる必要があるが、景観等の地域資源は活用すれば売れるコンテンツになると感じた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●支援対象は全て研究会のメンバーであり、協議会としての目標に合致し、放置竹林の解消や新規商品の開発等に資すると考えた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●chobitを活用したビジネスプランに大きな可能性を感じていた。 ●NPO法人小さな種・こころは、店の看板商品になるような目玉料理がなかった。 ●新たな鯖江のオリジナル料理を開発するとともに、chobitでそれを販売促進していくことで、相乗効果が期待できると考えた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●古民家等の歴史的建築物の再生、歴史地区の再生に取り組む地域団体・NPO等に対し、中間支援活動を行うこととした。 	<ul style="list-style-type: none"> ●4地区の協議会から、上勝町へ本事業への参画についての提案があった。 ●提案にあたっては、徳島大学の澤田氏によるアドバイスが行われた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●農業支援センターでは自分達で消費する味噌作りなど六次化の実績を有していたが、流通や商品のデザインなどのノウハウを有していないことから、商品化に踏み出せずにいた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●事務局とのつながりがあったことから、選定に至った。支援対象候補はいくつかあったが、「子どものビジネス網」というテーマにあてはまる5つを支援対象とすることとした。

活動 プロセス	体制名								
	道南	峡南	七尾	浜松	鯖江	兵庫	上勝	綾町	沖縄
(4) 商品企画 ・開発	<ul style="list-style-type: none"> ●大学による、専門的知見を活かしたアドバイスや専門家の紹介、情報提供を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ●事業計画を立てる中で、支援対象に原価計算、原材料の生産量の数値化に取り組んでもらい、収益確保に対する意識を明確に持ってもらった。 ●趣に馴染みのない支援対象メンバーに、趣への理解や活用方法の検討を促した。 	<ul style="list-style-type: none"> ●面談では応募してきた学生自身の成長ではなく、プロジェクトへの貢献意欲に着目した。 ●インターン募集のプロジェクトをホームページへ掲載する際には、やる気のある学生が魅力を感じるタイトル設定やコピーライティング、臨場感を伝える写真の選定などに留意した。 	<ul style="list-style-type: none"> ●静岡県西部農林事務所、セミナーに参加した自治会（利用可能な竹林を有する地権者が所属）、竹材利用者、森林組合で話し合いや竹林伐採・搬出の試行を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ●オリジナル料理の開発では、専門家のアドバイスから、ブランドイメージの検討に時間をかけることにした。地域の関係者や一般市民を参加者として、ファシリテーターの専門家を呼んで、鯖江の伝統料理を食べながら、鯖江料理のあるべき姿を話し合う会議（コンセンサス会議）を開催。フードコーディネーターの評価・アドバイスも経て、鯖江のオリジナル料理の方向性が決められた。 ●仲間づくりを目的として、ビジネスプランコンテストを開催。参加者がアイデア出しを行い、それをもとに実際にchobitを試作し、ビジネスプランコンテストで発表し、実際に出店を試行するまでの全てを行うものとした。 	<ul style="list-style-type: none"> ●地方部の特性に沿って、行政を中心とした進め方とし、関係性づくりを行った。 ●金融機関との密な連携が、融資決定を早め、事業化に向けた取組の推進につながった。 ●民間事業者の実践経験に基づいた専門的な助言が、支援対象への事業化に向けた新たな視点提供につながった。 	<ul style="list-style-type: none"> ●個別聞き取り方式による連携の項目や課題、懸念等の把握・分析（関係者アセスメント）に対するアドバイスを行い、それをもとに、連携・協働による活動の理念、コンセプト、目標、仕組みの立案の支援、連携型ビジネスに向けた経営的観点からのアドバイスを行った。 ●各商品の試行後、検証の場を設け、徳島大学澤田氏や赤十字救急法指導員、上勝自然体験学習研究会代表等のアドバイザーによる検証を実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> ●認証制度の規定案を綾町エコパーク推進室が中心となって作成、協議会で協議し、認証手順や仕組みを構築するとともに、認証マークを作成した。 ●認証第1号の商品開発に農業支援センターが着手し、その販売戦略、商品のパッケージデザインに関する支援を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ●5つの支援対象に対し、事務局は、事業の企画、調整、専門家との連携、マーケティング調査、販売ルートの確保等の支援を行った。 ●行政は、情報や場所の提供、他団体との連携や市の広報誌等への情報掲載の調整を行った。 ●金融機関は、支援対象への融資、事業計画等に関するヒアリング、取引先への案内・告知、店舗でのグッズの展示等を行った。 ●外部の協力機関は、それぞれの支援対象に対し、セミナーやワークショップの企画・運営支援や商品企画・ビジネスモデル構築等の指導、情報提供やデザイナーによる指導、ノウハウ提供等を行った。
(5) デザイン	<ul style="list-style-type: none"> ●ギフト商品開発において、地域の商品デザインに関わっている専門家により、アドバイスをを行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ●専門家による講習を受け、商品のデザイン・ストーリーをメンバーで協議した上で、商品のパッケージやロゴ等のデザインを行った。 	—	<ul style="list-style-type: none"> ●ランプのデザイン数の増加が望ましいとの専門家の指摘を受け、台座のデザインを複数にした。 	<ul style="list-style-type: none"> ●コンセンサス会議等の意見を受け、生のへしこそのままのイメージである和食ではなく、女性をターゲットにしたワイン等と一緒に食べることを意識したネーミングとした。 	<ul style="list-style-type: none"> ●商品コンセプトづくり及びパッケージ検討に、協議会よりアドバイザーを派遣した。 	—	<ul style="list-style-type: none"> ●認証商品の目印となるマークのデザインはNPO法人宮崎文化本舗、一般社団法人てるはの森の会（活動実績のある市民活動団体）が監修し、デザイン事務所とのコーディネートを行った。 ●第1号商品となる「味噌」のパッケージ・デザイン、ネーミング、販売コンセプトを、NPO法人宮崎文化本舗と宮崎産業振興機構が中心となりアドバイスをを行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ●子ども絵図鑑地図の作成にあたり、広報等の専門家、デザイナーによる協議を行った。
(6) 販路開拓	<ul style="list-style-type: none"> ●渡島総合振興局、北洋銀行が、道内外の百貨店・専門店のバイヤーやアドバイザーを支援対象に紹介し、商談の場を設けた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●地域女性を招いての試食会、フレンチシェフによる趣活用学習会等を行い、地元住民の意見を聞く場、趣活用の方法について学ぶ機会を持った。 	—	<ul style="list-style-type: none"> ●市内の有名ホテルで農畜産品の試食会を開催した。 	<ul style="list-style-type: none"> ●「サバヌーボー」の販路開拓、プロモーションに向けて、道の駅西山公園での試食会の開催や全3回のお披露目会（地元のホテル、寿司店等）、PRビデオの製作・YouTubeでの公開など、多くの人の目に触れる機会や食べてもらう機会を創出した。 	—	<ul style="list-style-type: none"> ●開発した棚田ビジネスの販売促進・販路開拓のため、連携したPR活動、募集が必要であったことから、支援対象や連携組織の意向を把握し、調整を行うとともに、徳島大学澤田氏よりアドバイスを得て、連携型PRづくりを行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ●商品の完成が遅れたため、当初11月に予定していた首都圏でのモニター販売を延期した。 ●2月18日～20日、新宿駅南口の宮崎物産館KONNEで試験販売を行った。「焼酎」の見本の試飲会も行い、アンケートを取り、その結果を綾町エコパーク推進室および産業推進機構で検証し、販売戦略を組み立て、今後の方向性を議論した。 	<ul style="list-style-type: none"> ●沖縄市は、募集告知、販売ルート確保等、街全体での協力体制の構築を支援した。

活動 プロセス	体制名								
	道南	峡南	七尾	浜松	鯖江	兵庫	上勝	綾町	沖縄
(7) 広報・プロ モーション	<ul style="list-style-type: none"> ●渡島総合振興局、北洋銀行が、道内外の百貨店・専門店のバイヤーやアドバイザーを支援対象に紹介し、商談が出来るようにするなどのプロモーション支援を行った。 ●イベント開催に合わせ、協議会からマスコミへ積極的に情報発信を行った。また、試食会や体験ツアーにおいて、アドバイザーとしての参加を依頼したことにより、多くの取組が新聞に掲載され、認知度向上に貢献した。 	<ul style="list-style-type: none"> ●東京ビックサイトで行われた「こだわり食品フェア 2015」への出店、新東名高速道路の駿河湾沼津 SA での PR 活動等により、プロモーションを展開。 ●新聞社やテレビ局へ積極的に働きかけ取材対象にしてもらうことで、取組の露出を高め、認知度が向上。 	<ul style="list-style-type: none"> ●外部から来たインターン生（女子大生）が、集落内を歩き回り、地元の人との対話を重ねながら地域資源を調査し、おさんぽ MAP づくりに取り組むなど、活動に参画した。 	<ul style="list-style-type: none"> ●積極的に新聞社を中心とするメディアに情報を提供し、取組の露出度を高めた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●「サバヌーボー」の販路開拓、プロモーションに向けて、道の駅西山公園での試食会の開催や全 3 回のお披露目会（地元のホテル、寿司店等）、PR ビデオの製作・YouTube での公開など、多くの人の目に触れる機会や食べてもらう機会を創出した。 	<ul style="list-style-type: none"> ●各プロジェクトの広報媒体として、継続的に活用可能な Web サイトを構築した。 	<ul style="list-style-type: none"> ●作成した棚田アクティビティのチラシや上勝町の広報誌やホームページ、Facebook「上勝さとやま通信」等を通じて、地元での PR 活動を実施した。 ●試行前に、徳島空港ビルや徳島大学等でのチラシ配布やパネル展示等により、都市部での PR 活動を行った。 ●試行後は、徳島、兵庫（神戸・丹波篠山）、高松、松山、東京などの都市部で PR 活動を実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> ●認証制度が確立した後、その内容を広く一般に周知させるためのツールとして、パンフレットの作成、またタブレットやスマートフォン、PC にも対応し広報に寄与するツールの開発に対し、補助および助言を行った。 ●認証商品の購入がクレジット決済でできる機能を備えた EC サイトと連動させることによって、ネット上での販路拡大に対応できるようにした。 	<ul style="list-style-type: none"> ●沖縄海邦銀行による結結に対する店頭展示の支援、沖縄市による NPO 法人たのしい教育研究所に対する教育委員会等の連携支援、セミナー広報支援等を行った。
(8) モチベー ションの 維持・向上	<ul style="list-style-type: none"> ●認知度を上げるための広報に、支援対象と協議会のみが携わるのではなく、できるだけ多くの支援を得て関係者を増やすようにした。 	<ul style="list-style-type: none"> ●試食会や学習会を通じて、自分たちが作った商品が形になったこと、地域住民の意見を聞くことができたこと、多くのメディアに取り上げられたこと等がメンバーのモチベーションの向上につながった。 	<ul style="list-style-type: none"> ●受入担当者やコーディネーターに相談できないことは、周囲の大人に相談できるような関係を築き、地域全体で受け入れる体制づくりに留意。 	<ul style="list-style-type: none"> ●竹粉の効能を証明するための、竹粉を使った肥料で育った野菜と従来の野菜との比較検査が必要。ガスクロ検査で協議会メンバーの意向を重視しすぎた。作業の大幅な遅れがあり、検査に不適切な部分も見つかり、再検査が必要となった。 	<ul style="list-style-type: none"> ●掃部氏が中心となり、関係者同士の意見交換の場を密に持った。 	<ul style="list-style-type: none"> ●中間支援組織は、地域プレーヤーの自立を促す「指導者」ではなく、共に事業を行う伴走者、パートナーとしての関係を築くことを意識し、主役は地域であることが伝わるよう協議を重ねた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●支援対象の意識の高揚、やる気の創出のため、高校生や大学生などの若者ボランティアの参画を得るビジネスフレームを構築した。 	—	<ul style="list-style-type: none"> ●1 団体の支援と捉えず、事業全体にチームとなり取り組むことで、子どものデザインが世に広がっていくことを各支援対象に意識させることを重要とした。