

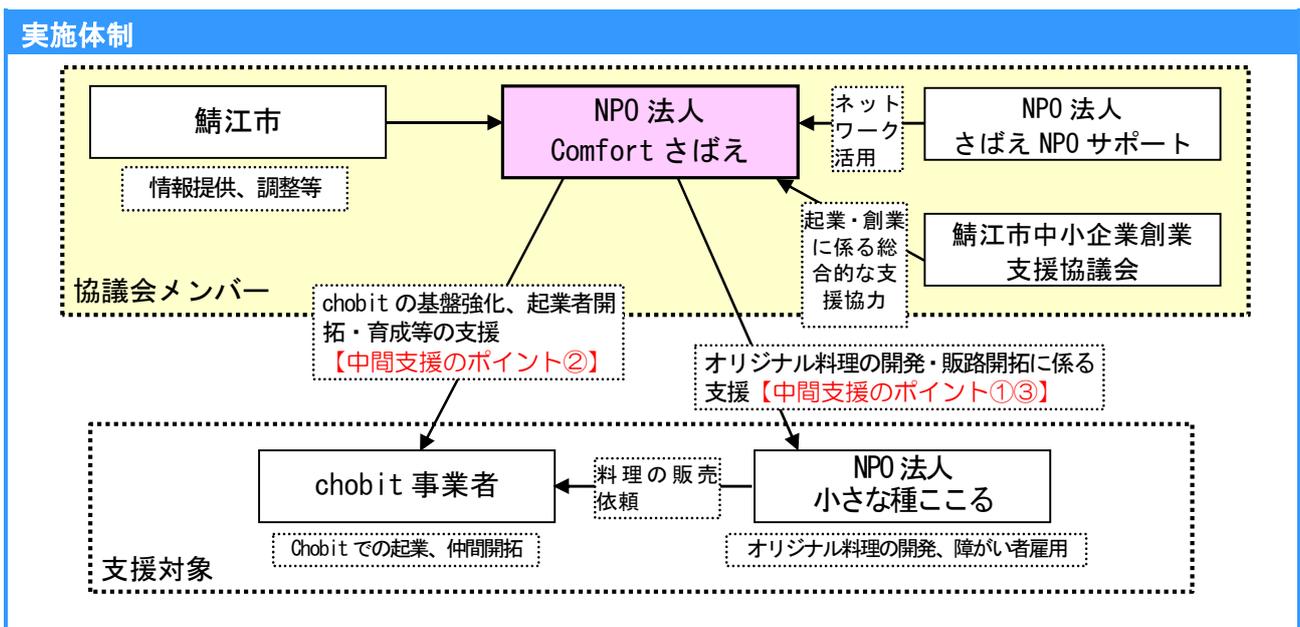
◎鯖江ブランドとなるオリジナル料理の開発と移動販売の充実を図り、中心市街地の活性化や障がい者の新たな雇用をめざす

No. 5	「駅と駅を結ぶ物語」実行委員会（鯖江市）
事業名	鯖江市中心街における、商業施設を活用した「駅と駅を結ぶ物語」

事業の概要
 鯖江市中心市街地（JR 鯖江駅と道の駅「西山公園」を結ぶ地域）における地域活性化や地域課題の解決に向けて、今年度4月にオープンした道の駅「西山公園」や JR 鯖江駅2階に1月にオープンした「えきライブラリー」を核として、既存の骨董市（誠市）や商店街が実施する「ご縁市」等の地域資源を活用し、担い手の新規商品の開発・販売支援（鯖江市の特産品を使ったオリジナル料理の開発と販路開拓）や、起業支援（移動販売 chobit を活用した起業）を行う。

主な構成主体	中間支援の内容
①NPO 法人 Comfort さばえ	事業全体の企画・運営を担う。また、豊富な地域活動団体のネットワークを生かし、新商品の開発や販路開拓を支援する。
②鯖江市	市民主役事業として市民主体の様々な活動を支援してきており、当事業でも情報提供等の支援を担う。
③鯖江市中小企業創業支援協議会	起業・創業に関わる総合的な支援を担う。鯖江市、日本政策金融公庫、商工会議所、市内金融機関等がメンバー。
④NPO 法人さばえ NPO サポート	市民団体連絡協議会や指定管理者の連絡会等、豊富な団体ネットワークを活用した支援を担う。

支援対象	地域づくり活動の内容
①chobit 事業者	小型のリアカー型移動販売「chobit」の提案者
②NPO 法人小さな種・こころ	障がい者を雇用し、コミュニティカフェや農園を運営



取組内容

取組①鯖江の新しい料理開発支援

さばえオリジナル料理開発を支援し、「サバヌーボー」という新しい加工食品の開発に取り組んだ。また、コミュニティカフェこころを中心として、地域全体で「サバヌーボー」を提供できるようにすることを目的として、鯖江の食のブランド確立を推進した。

取組②chobit 拡大支援

Chobit (小さな屋台) の台数を増やし、街なかへ拡大していくことで、1台ではできなかった Town (まち) を作り上げ、賑わいを創出することに取り組んだ。また、移動可能な Chobit プランは、取組1と融合することで、更なるブランディング化を進めた。

1 中間支援の活動プロセスにおける課題と対応

プロセス	支援対象	中間支援	成果・効果
取組の背景・動機	<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、有機栽培の農園やコミュニティレストラン等を、障がい者を雇用しながら運営している。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。 		
体制構築のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"> NPO 法人 comfort さばえの掃部氏は、文化センターの指定管理者として芸術文化活動を行っていたが、食文化という新たなテーマでの文化の発信にチャレンジしたいという思いと、地域の様々な場所で文化を発信していくことが重要という思いがあった。 	<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"> 「駅と駅を結ぶ物語」実行委員会の設立に至った。
支援対象の選定	<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・こころは地産地消型のコミュニティカフェでがんばっていたが、店の看板商品になるような目玉料理がなかった。 	<ul style="list-style-type: none"> 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"> 横井氏と NPO 法人小さな種・こころを支援対象として、chobit のビジネス化と仲間づくりと新たな鯖江のオリジナル料理の開発を組み合わせることとした。
商品企画・開発	<ul style="list-style-type: none"> 鯖江らしさのある独自のオリジナル料理を開発する必要があった。 chobit を活用した起業・創業に参画する仲間づくりを加速させる必要があった。 	<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。そこで、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)を開催した。会議で出された意見は参加者全員に見えるように全て書き出され、そこからオリジナル料理の方向性が決められた。その後、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。 【中間支援のポイント①】 chobit を活用した新規事業づくりに取り組む仲間づくりを目的として、ビジネスプランコンテ 	<ul style="list-style-type: none"> 「生のへしこ」を鯖江のオリジナル料理として決定し、「サバヌーボー」が誕生した。 道の駅で5台の chobit の試行的な出店につながった。また、chobit の提案者である横井氏と

プロセス	支援対象	中間支援	成果・効果
		トを開催した。単にプランを発表するコンテストではなく、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。 【中間支援のポイント②】	その他の参加者同士の仲間意識が芽生えた。
デザイン	・オリジナル料理のブランディングに向けて、料理のネーミングが重要であった。	・オリジナル料理の差別化に向けて、今までに食べたことがない未知のものというイメージを伝えること、コンセンサス会議の中でも「食べたことがない」「新しいもの」といった意見があったこと等から、生のへしこそ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。 【中間支援のポイント③】	・鯖=Ca va (フランス語) =元気?、Nouveau (フランス語) =新しい、を組み合わせ、「サバヌーボー」とした。
広報・ 販路 プロモーション	・販路開拓に向けて、「サバヌーボー」の認知度を高める必要があった。	・「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)を行ったり、PRビデオを製作してYouTubeで公開したりと、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。 【中間支援のポイント③】	・多くの人に「サバヌーボー」を知ってもらうことができた。また、「サバヌーボー」の料理への活用の可能性が広がった。 ・NPO 法人小さな種・こころが運営するコミュニティカフェでもヘルシーランチとして「サバヌーボー」をつかった料理を提供。
モチベーションの 維持・向上	・中間支援を進めるための体制構築に関して、協議会メンバー間の意識や情報の共有を図る必要があった。	・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。	・中間支援のための体制構築という国交省に事業スキームに関する関係者の理解がなかなか進まなかった。

2 中間支援のポイント（取組の中で見られた工夫・取組が上手く進んだポイント等）

○工夫点・取組が上手く進んだ点 ○苦労した点

①地域の関係者を巻き込んだコンセンサス会議によるオリジナル料理の開発

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。そこで、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）を開催した。

まず参加者には、昔から多くの方に親しまれ、大切に伝承されてきた「報恩講料理（鯖江の旬の食材を使い、脂質をあまり使わないことから、栄養価にすぐれた料理として、海外でも注目されている）」を食べてもらい、鯖江の伝統料理の素晴らしさ等、様々な気づきを得てもらった。その後、ファシリテーターの専門家を招いて、マインドマップ（※次頁の写真参照）を活用して意見の視覚化を図りながら、鯖江に来たら食べたいと思ってもらえるご当地料理を考えるワークショップを行った。

会議で出された意見は参加者全員に見えるように全て書き出され、そこからオリジナル料理の方向性が決められた。ここでは、鯖江の歴史や文化を受け継いでいく考え方や、一方で、食べたこと

がない未知のものといった意見も出された。その後、NPO 法人小さな種・こころとフードコーディネーターによる検討において、福井県若狭湾の鯖は昔から京への献上品として有名であり、鯖寿司は若狭湾でとれたものが発祥といわれているなど非常になじみが深いこと、福井県の伝統料理である鯖のへしこがあること、鯖江市に「鯖」が入っていること等が意見として出され、鯖を使った料理とすることが決定した。



マインドマップによる検討結果

②ワークショップと組み合わせた実践型のビジネスプランコンテスト

chobit を活用した新規事業づくりに取り組む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した。単にプランを発表するコンテストではなく、参加者がアイデア出しを行い、それをもとに 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。

具体的には、Chobit に興味を持っている横井氏の知り合いの方、若いデザイングループと協働で、Chobit を製作するワークショップを下記のスケジュールで開催した。環境負荷の少ない建築デザイン等を専門とする人材をアドバイザーとして呼び、chobit の製作とともに、ビジネスプランの検討も行った。

ワークショップを繰り返すことで、アイデアの共有とともに、参加者同士の仲間意識も形成され、有意義なワークショップとなった。

○開催スケジュール

平成 26 年 12 月 14 日	13:00-20:00	屋台製作アイデア創発 WS
平成 26 年 12 月 28 日	13:00-20:00	屋台製作アイデア創発 WS
平成 27 年 1 月 10 日	13:00-18:00	屋台製作 WS
平成 27 年 1 月 17 日	13:00-18:00	屋台製作 WS
平成 27 年 1 月 31 日	13:00-18:00	屋台製作 WS
平成 27 年 2 月 08 日	18:00-21:00	屋台製作 WS
平成 27 年 2 月 14 日	13:00-18:00	屋台出店設営補助
平成 27 年 2 月 15 日	13:00-18:00	ビジネスプランコンテスト

③ブランディングに向けた様々なプロモーション支援

販路開拓やブランディングに向けて、「サバヌーボー」の認知度を高める必要があったことから、コンセンサス会議や専門家のアドバイス等を踏まえて、ネーミングやロゴデザインを行った。ネーミングについては、オリジナル料理の差別化として、今までに食べたことがない未知のものというイメージを伝えること、コンセンサス会議の中でも「食べたことがない」「新しいもの」といった意見があったこと等から、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。

また、「サバヌーボー」の周知・販促活動として、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)の開催、PRビデオを製作してYouTubeでの公開等、多くの人の目に触れる機会や食べてもらう機会づくりを支援した。

3 支援対象の成果

鯖江オリジナル料理の開発に関して、「サバヌーボー」が完成し、NPO法人小さな種・こころが運営するコミュニティカフェにおいて、ヘルシーランチのメニューとして利用されるなど、当初の目標を達成した。また、障がい者の雇用も新たに3名増え、こちらも目標達成となった。

「chobit」の起業支援についても、ワークショップ型のビジネスプランコンテスト等が功を奏し、「chobit」5台の試行的な出店につながり、目標を達成した。

表 成果目標の達成状況

成果指標	事業開始当初	平成26年度目標	達成状況
①オリジナル料理の開発・販売(取組1)	—	コミュニティカフェでの販売開始	ヘルシーランチとして「サバヌーボー」を使った料理を提供中
	—	新たなオリジナル料理に関するアンケート100名以上実施	108名で実施
②障がい者雇用(取組1)	—	3名の増加	3名の増加
③起業家「chobit」	1台(1人)	5台(5人)	5台(5人)



「報恩講料理」の試食とオリジナル料理検討のコンセンサス会議の様子



「サバヌーボー」の試作品製造の様子



コミュニティカフェで提供されている
「サバヌーボー」を使ったヘルシーランチ



「chobit」の試行的な出店風景

4 地域づくり活動支援体制としての成果と課題

◎機能するネットワークの構築

これまでも協議会メンバーをはじめ、様々な団体とのつながりは存在していたが、一つの事業に向き合うことで、協議会メンバーのスキルや能力を互いに理解できる機会となり、本当の意味で機能するネットワークの構築につながったと考えられる。

◎行政や金融機関との関係構築

協議会に自治体が出たことで、大きなイベントへの出店などが容易となり、総務部（総合交通推進室、市民協働課）、政策経営部（財政課、情報広報課）、産業環境部（商工政策課、農林政策課）などから、多くの専門的知識や情報を得ることが可能となった。

また、金融機関との連携においては、民間の視点に立ったアドバイスは非常に現実的であり、説得力があった。特に、「サバヌーボー」を開発し、販路開拓につなげる場合の事業者との契約、資金調達方法等についてのアドバイスをもらい、非常に助かった。

また、横井氏が「FAAVO さばえ（クラウドファンディング）」への申請する時も、事業計画、提案内容について助言をもらうことができ、慣れない横井氏にとっては心強い存在であった。

近年はNPOや市民団体、個人起業家への支援プログラムも用意されていることから、今後の事業化に向けても連携効果は大きかったといえる。

◎関係者間の円滑な情報共有が課題

事業計画を立てるにあたり、協議会メンバー間で話し合った際に、国交省の事業スキームに関する認識の共有にかなり時間を要した経緯があった。このような中間支援に係る事業では、スピード感が重要であることから、より円滑な協議会メンバー同士のコミュニケーションを図っていく必要がある。

5 地域づくり活動支援体制としての今後の展望

◎「サバヌーボー」の販路拡大

「サバヌーボー」の販路拡大（JR 鯖江駅2階の店舗での販売等）に向けて、継続して支援を行っていく。また、鯖江市内でも「サバヌーボー」を活用した料理を提供してくれる飲食店の増加に向けて、ブランディング化を進めていく。

◎「chobit」の拡充支援

横井氏のビジネス化支援を継続するとともに、5台を中心としてさらに台数を増やしていくための支援を行っていく。活動資金として、クラウドファンディング（FAAVO さばえ）の活用も検討している。

◎新たな支援対象の予定

協議会として、今後より多くの団体や事業に対する支援を行っていくために、活動資金を確保していくことが重要となる。具体的な支援計画としては以下の通りである。

（平成27年度）さばえ蔵部「リノベーションはコミュニケーション」

- ・鯖江市には多くの空き家があり、その利用法には多くのリノベーションプランが提案されている。このリノベーションをテーマに、参加者や地域を巻き込んでともに作り上げていく過程を楽しみながら、コミュニケーションの活性化を支援したいと考えている。

（平成28年度）PARK「伝統産業ガチャガチャ」

- ・「chobit」プランで提案された伝統工芸とおもちゃ販売機（ガチャガチャ）の組み合わせは、斬新であり、且つ伝統工芸集積地である鯖江ならではの可能と考えている。

（平成29年度）（特）エルコミュニティ「地域プランコンテスト支援」

- ・学生団体 with と共同開催されている地域プランコンテストにおいて、これまでも多くのプランが提案され、実現したものもある。ここで提案されたプランを確実に実現していくためには、プラン力、資金力、ネットワーク力等の面から支援していきたいと考えている。