

取組内容

取組①エコパーク認証制度の制度設計

エコパーク推奨商品の認証制度について、認証基準や認証マークなどの利用規程を検討し、制度としての設計・構築を行った。

取組②新商品の開発支援

認証制度の第一号となる認証商品として、味噌や焼酎の試作品開発を実施した。

取組③実験的販売と販売戦略策定

認証商品としての実験的販売や販売戦略の策定を実施した。

取組④広報活動

エコパーク認証商品とエコパークの認知度を高めるため、Web やアプリ開発による広報活動を実施した。

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"> 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。 観光客の大半が日帰り客であり、土産の購買は町外や空港、駅で購入されている。 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必要とされている。ユネスコエコパークの指定を受けたが、実際にその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。 		
体制構築のきっかけ	<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かったことから、商品化に踏み出せないでいた。 	<ul style="list-style-type: none"> 綾町では、もともとエコパーク推進に向けた協議会の設立を予定しており、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"> 体制の事務局である綾町エコパーク推進室は、全課に兼務職員を配置した庁内横断的組織であり、事業実施以前より、協定締結や連携を行っていた関係性から、綾町を中心とした体制の構築に至った。
支援対象の選定	<ul style="list-style-type: none"> 農業支援センターは、綾町の一次産業従事者を支援することを目的に、任意団体であった農産物等商品販売力強化推進協議会を法人化して平成26年6月に設立された。 就農人口の減少や耕作放棄地対策などに取り組んでいる他、綾町のふるさと納税返礼品のコーディネーター役も担っている。 農業支援センターが仲介役となり、地元の生産者への呼びかけを行った。焼酎は酒造メーカー、味噌作りは、毎年、ワークショップ的に味噌作りの体験教室等を行っている女性グループに呼びかけた。 	<ul style="list-style-type: none"> 協議会では中間支援の柱となる持続的な運営の手段として「認証制度」の制度設計に取り組むと同時に「農業支援センター」を支援することで、認証商品の第1号の開発として、オール綾町産の味噌等の開発を支援することとした。 	<ul style="list-style-type: none"> 推奨商品の認証制度の設計に加え、農業支援センターが行う新商品開発を支援することとした。
商品企画・開発	<ul style="list-style-type: none"> エコパークの名称を冠とした商品の販売ニーズが寄せられていた。 	<ul style="list-style-type: none"> 宮崎大学教育文化学部の「実践的コミュニティ・ビジネス論」の授業で「綾ユネスコエコパーク認証商品の制度設計」をテーマに調査・研究を行い、9月に事業者・住民への発表を行った。 提案された6つのアイデアをベースに、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。 	<ul style="list-style-type: none"> 「綾エコパークほんもの倶楽部」と命名し、認証制度の構築、認証マークの考案を行った。

【中間支援のポイント①】

プロセス	支援対象	中間支援	成果・効果
	<ul style="list-style-type: none"> 流通やデザイン面のノウハウが不足していた。 	<ul style="list-style-type: none"> 「ユネスコ エコパーク認証商品」の制度設計を行うと同時に、認証第1号の商品開発に支援対象である「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。宮崎県産業推進機構と、日本政策金融公庫が中心となり、綾町エコパーク推進室が進行役となり、実験的販売実施時に行うアンケートの設計および、販売計画などへのアドバイスを行った。 【中間支援のポイント②】 	<ul style="list-style-type: none"> 町の産品を活用し、初の認証商品となる味噌「綾のばあちゃん手づくりみそ」の開発、芋焼酎「あだのなかや」の開発を行った。（芋焼酎は長雨等により販売には至らなかった。）
デザイン	<ul style="list-style-type: none"> 認証制度の普及・周知の促進が必要であった。 流通やデザインに関するノウハウが不足していた。 	<ul style="list-style-type: none"> 認証商品の目印となるマークのデザインに関してはNPO法人 宮崎文化本舗、一般社団法人 てるはの森の会という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。 【中間支援のポイント①】 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「農業支援センター」にアドバイスを行った。 【中間支援のポイント②】 	<ul style="list-style-type: none"> 「綾エコパークほんもの倶楽部」の認証マーク（4色版、1色版をあわせて14パターン）を作成した。 「綾のばあちゃん手づくり味噌」の販売パッケージを作成した。
販路開拓	<ul style="list-style-type: none"> 流通やデザインに関するノウハウが不足していた。 	<ul style="list-style-type: none"> 全体的に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2月18日から20日までの3日間、新宿駅南口の宮崎物産館 KONNE で「みそ」と「綾の米」の試験販売を行った。また同時に「焼酎」の見本の試飲会も行い、その反応を窺い、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支援部会と支援対象とともに組み立てていき、今後の方向性を議論した。 	<ul style="list-style-type: none"> 新宿駅南口の宮崎県物産館 KONNE で平成27年2月18日（水）～20日（金）に試験販売を行った。 750g入り・800円で販売した味噌は、54名が試食し23名が購入した。 焼酎の開発が遅れたことから、綾町産米を平成27年1月～2月に実験的に販売（単価2,100円）し、28万円の売り上げとなった。
広報・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> 認証制度の普及・周知の促進が必要であった。 	<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。 【中間支援のポイント③】 	<ul style="list-style-type: none"> ユネスコエコパークの認証商品を広く周知するための販促用としての機能を備えつつ、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。

①エコパークの認証制度の構築

綾町産の原料の使用や町内施設で加工を行うことなど、一定の基準をクリアした商品のエコパーク認証制度「綾エコパークほんもの倶楽部」を構築した。宮崎大学教育文化学部とも連携し、実施要綱や認証基準、申請手続きなどを整備した。

また、認証マークを、デザイン等の関連実績を有する NPO 法人宮崎文化本舗、一般社団法人てるはの森の会が監修し、デザイン事務所とのコーディネートを行い作成した。

継続した中間支援活動に必要な資金確保に向け、認証商品の販売利益の一部を充当するための仕組み整備につながった。



綾エコパークほんもの倶楽部認証マーク

②新たな特産品となる認証商品の開発

商品開発のアドバイスやパッケージデザイン、試験販売への支援を通して、町産の大豆や大麦を使い昔ながらの製法で造る味噌、町産の芋を使い加工まですべてを町内で行う焼酎を開発した。

味噌の試験販売を行い、価格などの改善課題を把握した。

また、綾町産の米をふるさと納税の返礼品として実験販売し、2ヶ月弱で28万円の売上となった。

③広報・販促ツールの開発

認証制度を広く周知するため、パンフレットの作成、アプリ開発を行った。

開発したアプリは、認証商品のクレジット決済機能を導入するとともに、エコパーク、観光案内、イベント情報も閲覧可能とし、今後の市場開拓が期待できる新しい販促ツールとなった。

④長雨により試作品開発が遅延

長雨のため、焼酎の原材料の調達が遅れ、試作品開発も遅れたことから、当初11月に予定していた横浜市のスーパーマーケットでの試験販売の日程に合わせるができなかった。新宿の宮崎県物産館を代替地として試験販売を行ったが、日程調整に時間を要し、2月に実施した。日用品である味噌や米を気軽に買う店舗ではなく、モニター確保や販売が期待したほどには伸びなかった。

3 支援対象の成果

綾町産品を活用した新たな特産品として味噌、焼酎の開発を行い、味噌の試験販売では23名に販売した。

新商品開発の取組を通して、農業支援センターがユーザーや消費者を対象に支援等を行っていく基盤の整備につながった。

また、学習会を含め、6次産業化に関する農業支援センター関係者や町内生産者の理解を深める場となった。

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
エコパーク認証制度の確立	土産品として特化した商品が少ない	WEB等での告知を月100人に増加	アプリ・WEB・紙媒体の整備で対応可能になった(エコパーク認証制度を構築し、WEBでの告知に月120名以上がアクセス)
名産品の商品化	名産品というイメージが備わっていない	2品程度の商品化目標。平成26年度内1ヶ月あたり300,000円程度の売上	米・味噌(完成) 焼酎(4月以降完成) 売上:14万/月(米) 今後は、「ふるさと納税」、ECサイトでの販売により、実現可能な目標として、達成の見込み ※平成25年度の綾町のふるさと納税額は2億4千万円となっており、その半額が農家等に還元されている。返礼商品は34品目であり、平均して概ね30万円/月に相当する。
地域づくりの中間支援機能の強化	中間支援の組織が民間にはない	年1~2案件の商品開発に取り組むことで、地域づくりの中間支援を強化する	中間支援機能の体制が今回の事業で整備された



綾のばあちゃん手づくり味噌



綾エコパークほんもの倶楽部パンフレット

4 地域づくり活動支援体制としての成果と課題

◎構築したエコパーク認証制度の本格運用

今回の事業によりエコパーク認証制度が構築された。今後、認証商品を拡充するとともに、開発したアプリを活用した販売促進を図り、制度の本格運用を図っていく必要がある。

あわせて、売上の一部を中間支援活動に充当する仕組みの具体化を検討していく必要がある。

◎関係主体との連携強化

今回の事業を通して、協議会の構成主体や連携主体の連携の強化につながった。

平成 28 年度に地域資源創生学部の新設を予定している宮崎大学では、授業の柱として地域の担い手を育成することを検討している。また、綾町と宮崎大学は、包括連携協定の平成 27 年度締結に向けた協議を行っており、連携活動の一環としてのインターン生の受け入れを通じた支援ネットワークの拡充などへとつながる契機となった。

宮崎県、日本政策金融公庫、宮崎県 NPO 活動支援センター（NPO 法人宮崎文化本舗が運営）との共催事業として「ソーシャルビジネスセミナー」を平成 27 年 2 月に開催するなど、広域的な新たな取り組みにもつながった。

◎アプリ開発を通じた知見やノウハウの習得

アプリの開発を通して、コンテンツ構築の留意点や、より多くの利用者に使ってもらえる工夫などの知見、ノウハウの習得につながった。

◎資金、人材の確保

安定的に中間支援活動を継続するために、資金や専従人材の確保が必要であり、民間主体の支援体制への移行を図り、収益事業を導入するとともに専従人材の雇用を確保することが課題と考えている。

5 地域づくり活動支援体制としての今後の展望

◎認証制度の拡充と新商品開発支援活動の継続展開

綾町では、平成 27 年度にまちづくり協議会スタッフとして「地域おこし協力隊」を採用する準備を進めており、関係主体と連携して認証制度の拡充やアプリによる広報、新商品開発支援の継続に取り組んでいく予定となっている。

◎活動体制の充実と新たな事業の展開

綾町と宮崎大学は、包括連携協定締結に向けた協議を行っており、インターン生の受入を通じた支援ネットワーク充実や、体験ツアーのプログラム開発などに取り組むことを想定している。

また、観光客などにサービスを提供するビジター・センターの設置検討など、民間が主体となった組織基盤づくりに取り組む予定となっている。