

「ディスカバー^{むら}農山漁村の宝」(第5回選定)

第2回有識者懇談会 議事次第

平成30年10月17日(水)
13時50分～14時30分
場所：官邸2階小ホール

1 開 会

2 議 事

- (1) 第5回選定の選定地区について
- (2) 現地調査結果報告及び2019年度の展開について
- (3) 意見交換

3 閉 会

【配付資料】

- 資料1 第5回選定の応募件数
- 資料2 第5回選定の選定地区(案)
- 資料3 現地調査結果概要
- 資料4 2019年度の展開について(案)
- 参考1 現地調査結果報告
- 参考2 有識者懇談会委員名簿

ディスカバー農^む山^ら漁村の宝(第5回選定)応募件数

第5回選定について、平成30年6月1日から8月13日まで公募したところ、以下のとおり、全国から1,015件の応募があった。(第1回は251件、第2回は683件、第3回は769件、第4回は844件)

都道府県名	応募件数□	都道府県名	応募件数□
北海道	98	滋賀県	11
青森県	27	京都府	10
岩手県	41	大阪府	9
宮城県	39	兵庫県	12
秋田県	29	奈良県	13
山形県	27	和歌山県	11
福島県	21	鳥取県	11
茨城県	12	島根県	15
栃木県	9	岡山県	7
群馬県	14	広島県	4
埼玉県	19	山口県	22
千葉県	14	徳島県	16
東京都	9	香川県	30
神奈川県	7	愛媛県	10
山梨県	21	高知県	28
長野県	29	福岡県	19
静岡県	10	佐賀県	16
新潟県	31	長崎県	24
富山県	19	熊本県	44
石川県	20	大分県	21
福井県	25	宮崎県	23
岐阜県	33	鹿児島県	23
愛知県	23	沖縄県	10
三重県	49	合計	1,015

「ディスカバー農山漁村の宝」第5回選定
選定地区（案）

平成30年10月

「ディスカバー農山漁村の宝」 (第5回選定) 選定地区一覧 (案)

No.25 徳島県 阿南市
 加茂谷元気なまちづくり会
 個性とチームワークで住民主体のむらづくり

No.26 愛媛県 西予市
 企業組合 遊子川ザ・リコピンズ
 リコピンパワーで町づくり人づくり若づくり

No.27 高知県 北川村
 北川村ゆず輸出促進協議会
 村のゆずからJAPONの「YUZU」へ

No.28 福岡県 太宰府市
 福岡県立福岡農業高等学校
 食品科学科梅研究班
 地域の縁を繋ぐ「太宰府梅サイダー」

No.29 大分県 豊後大野市
 株式会社 成美
 地域資源と女性愛で「美味しい笑顔」を創る

No.30 大分県 国東市
 ウーマンメイク株式会社
 女性が輝く！女性だけの農業法人

No.31 宮崎県 串間市
 株式会社 くしまアオイファーム
 小芋で世界へ～強い農業はこえていく～

No.32 沖縄県 南城市
 株式会社 美らイチゴ
 地域に広がる笑顔の輪～南国の母狩り～

No.20 兵庫県 丹波市
 有限会社 こやま園
 新丹波ブランド 丹波なた豆茶を世界に発信

No.21 奈良県 川上村
 一般社団法人 吉野かわかみ社中
 室町時代から続く吉野林業を次の500年へ

No.22 島根県 大田市
 おおだ一日漁推進協同組合
 伝統漁法「一日漁」で地域活性化！

No.23 岡山県 美作市
 地美恵の郷みまさか
 (美作市獣肉処理施設)
 まさか、みまさか ジビエ日本一を目指して

No.24 山口県 周防大島町
 株式会社 瀬戸内ジャムズガーデン
 人の繋がりが地域資源

No.19 京都府 与謝野町
 与謝地域山村活性化協議会
 農福連携で次世代に繋ぐ農村のかたち

No.01 北海道 帯広市
 株式会社 いただきますカンパニー
 畑ガイドツアーで十勝農業を発信

No.02 北海道 北竜町
 黒石事業協同組合
 これからの人類を救う、生命の源黒石大豆

No.03 北海道 雄武町
 農業生産法人 株式会社 神門
 新品種で町興し！韃靼そばが雄武を変える！

No.04 岩手県 遠野市
 遠野・三陸ブランド海外輸出協議会
 空飛ぶ遠野・三陸のブランド、海外へ

No.05 宮城県 仙台市
 農事組合法人
 仙台イーストカントリー
 地域の宝を活かした明るい農村の振興

No.06 宮城県 大崎市
 大崎の米『ささ結』
 ブランドコンソーシアム
 ササニシキ系の復権で震災復興を！

No.07 秋田県 大館市
 大館市まるごと体験推進協議会
 本場のきりたんぽとかっチャが魅力♪大館市

No.08 福島県 猪苗代町
 農事組合法人 結乃村農楽団
 見祢集落は、「結乃村」宣言！！

No.09 栃木県 足利市
 有限会社 ココファームワイナリー
 山の学園はワイナリー

No.10 栃木県 茂木町
 株式会社 もてぎプラザ
 6次産業を通じた雇用機会の拡大

No.11 埼玉県 秩父市
 一般社団法人
 秩父地域おもてなし観光公社
 「ちかいなか秩父」農村交流リゾートへ

No.12 山梨県 市川三郷町
 株式会社 桑郷
 奇跡の桑で農山漁村(むら)おこし

No.13 富山県 南砺市
 南砺市商工会利賀村支部
 いま、利賀だから感じる緑と水と人の恵み

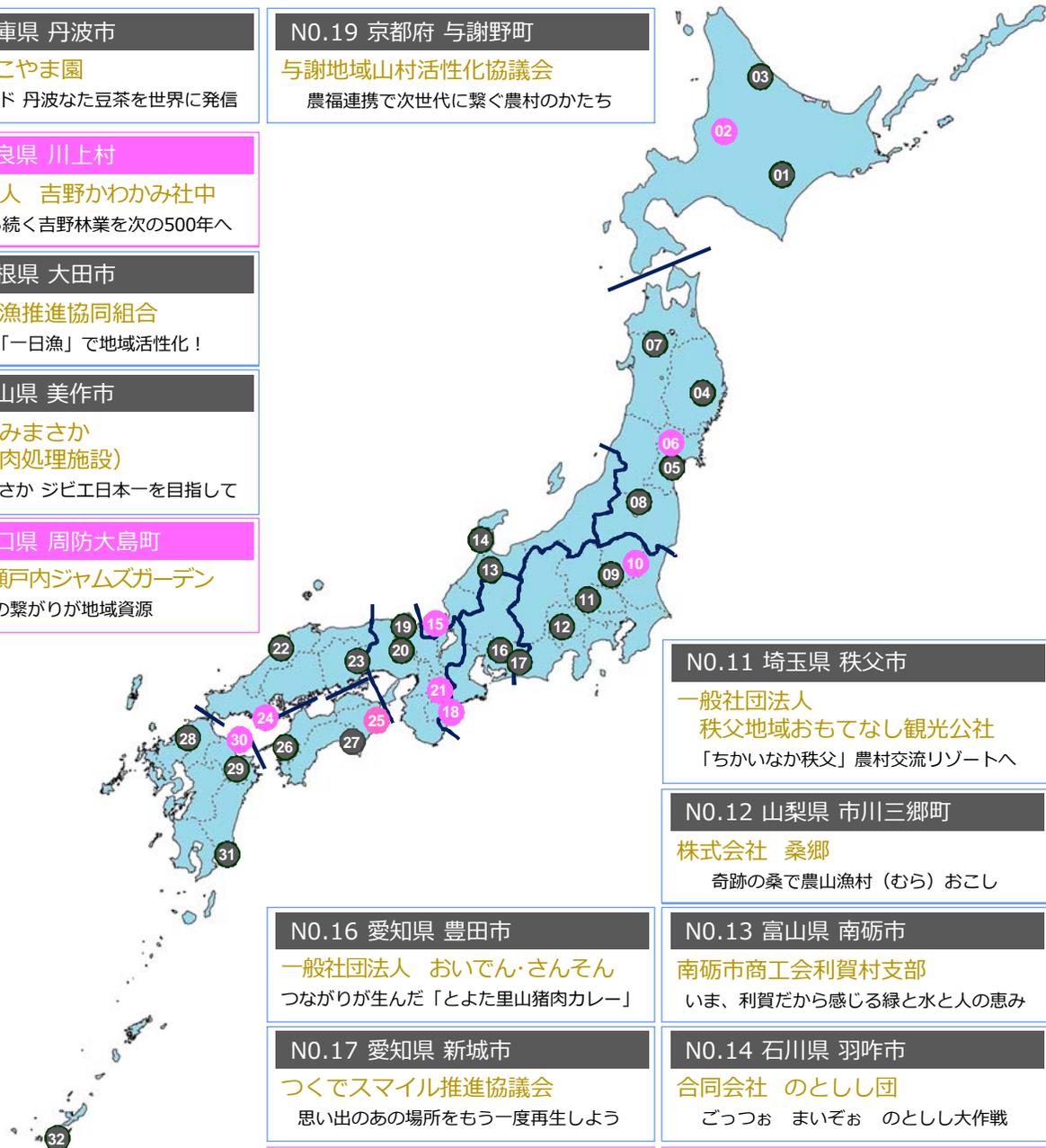
No.14 石川県 羽咋市
 合同会社 のとしし団
 ごっつお まいぞお のとしし大作戦

No.15 福井県 小浜市
 小浜市阿納体験民宿組合
 「いただきます」を未来のこどもたちへ！

No.16 愛知県 豊田市
 一般社団法人 おいでん・さんそん
 つながりが生んだ「とよた里山猪肉カレー」

No.17 愛知県 新城市
 つくでスマイル推進協議会
 思い出のあの場所をもう一度再生しよう

No.18 三重県 尾鷲市
 株式会社 梶賀コーポレーション
 小さな漁村の百年燻製文化で全国制覇！



(注) 桃色で表示した地区は、各ブロックで最も評価が高かった地区



農林漁業・農山漁村
文化体験

地元食材の提供・活用

女性・高齢者の活躍

— 畑ガイドツアーで十勝農業を発信 —

定年退職者や主婦などが
有償の畑ガイドとして活躍



小麦畑の風景にも景観価値が
あることを証明



畑の真ん中で素材を活かした
シンプルな昼食



概要

- 十勝では専業農家が多く、農業体験の場がなかったため、子育てサークルを立ち上げ農業体験イベントを始めたことをきっかけに事業化。
- ガイドと一緒に畑を歩き、そこで採れたものを食べる体験「畑ガイドと行く農場ピクニック」を日本で初めて実施。
- 地域の子どもたちに農業を伝えるため、学校へも無料で出前訪問を実施。

成果

- 夏休みは首都圏からの家族連れ、春・秋は外国人旅行者など、通年での集客ができており、外国人観光客の割合は20～30%に達している。
- 畑ガイドツアーの参加者数は、150人から約2,600人に増加。(H25～H29)
- 参加者数の増加に伴い、ツアーの売上は、約300万円から約1,200万円に増加。(H25～H29)

くろせんごく
黒千石事業協同組合

ほくりゆうちょう
 北海道 北竜町



食育・教育

地元食材の提供・活用

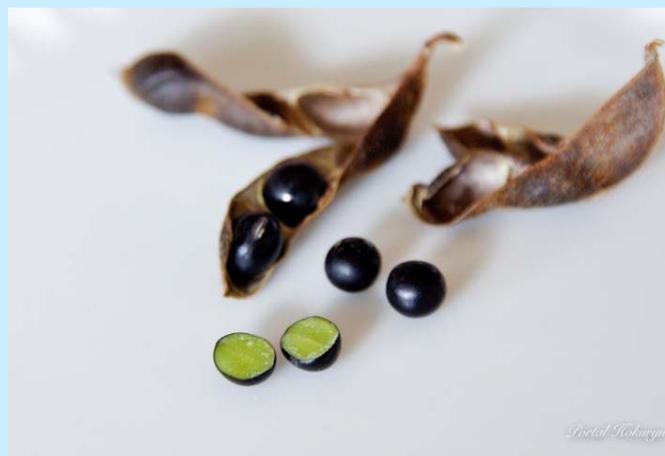
6次産業化

— これからの人類を救う、生命の源 黒千石大豆 —

広大な北海道の大地で
 栽培される黒千石大豆



極小黒千石大豆
 「皮は漆黒、中実は緑色」



北竜町物産展
 @台湾台中市の高級スーパー



概要

- 北海道の在来種である黒千石大豆は、栽培が難しく、栽培が途絶えていたが、納豆業界の小粒の黒大豆への要望を受けてH17から栽培を復活。
- 黒千石納豆、黒千石きな粉、ドレッシングなどの商品を開発。
- 北海道内での各種イベントでのPRやバスツアーによる収穫体験、台湾の高級食品マーケットでの物産展でも販売。

成果

- 品種改良により、安定多収で美味しい黒千石が供給可能になり、生産者は、38人から53人に増加。(H25~H29)
- 生産量も、約130tから約240tに増加。(H25~H29)
- 黒千石の栄養成分が注目され、黒千石茶、カラメルパイなど次々に商品開発を推進。
- 町内店舗では、オリジナルメニューも開発されるなど、町内への広がりも進む。



自然・景観・伝統・継承

6次産業化

学生・若者の活躍

— 新品種で町興し！^{だったん} 韃靼そばが^{おうむ} 雄武を変える！ —

親子蕎麦打ち体験



耕作放棄地再生後の韃靼そば畑



韃靼そばギフトセット



概要

- 先人の切り拓いた広大な農地を後世に残すこと、雄武町の新たな特産品づくりのため、農業生産法人を設立。
- 耕作放棄地を再生し、消費者の健康志向に対応した韃靼そばを栽培。自社製粉貯蔵施設も整備し、乾麺の製造を開始。
- 乾麺の製造のほか、地元特産の鮭節と利尻昆布を使っためんつゆなども開発、販売。

成果

- 耕作放棄地の再生により、韃靼そばの栽培面積は、55haから約210haに増加。(H25～H29)
- 生産量も25tから約180tに増加。(H25～H29) 乾麺は、発売1年半で5万束を販売。
- スマート農業、ほ場整備による区画の大型化により、新卒者の新規採用も実現し、所得の安定を後押し。



地元食材の提供・活用

6次産業化

輸出

— 空飛ぶ遠野・三陸ブランド、海外へ —

アメリカ カリフォルニア州での
 遠野市物産展



台湾の高級スーパーとの商談会



台湾スーパーでの販売



概要

- H27年から海外への販路開拓に取り組み、台湾の高級スーパーを招いて商談会を開催。
- このスーパーと協定を締結し、これを契機に、物産展を開催。市内及び県内事業者が農水産物の加工品を販売。
- 米国の「東北復興応援フェア」にも参加し、乳製品の通常取引契約が成立するなど米国でも販路を拡大。

成果

- 台湾の物産展での取引による市内事業者の取引額は、2年目の平成29年度は約1,000万円。
- 遠野高校と共同開発したスイーツも物産展に出展し、地域の若者の社会経験の機会も提供。高校生の交流が、修学旅行の受入にもつながった。
- 市内の他事業者に輸出の意識が拡大。



食育・教育

復興

女性・高齢者の活躍

— 地域の宝を活かした明るい農村の振興 —

見事な復興を果たし、営農する喜びを感じる



蔵で造られる伝承の味噌はまさに地域の宝



親子が一緒に味噌づくり講習会は毎回大好評



概要

- 東日本大震災による津波被災後、いち早く営農を再開し、復興を牽引。
- 後継者育成のため、独立を目指す若者を雇用し、野菜の栽培指導を実施。
- 震災によって職を失った女性の働く場として、農産加工施設と農家レストランを開設。
- 地元小学校で伝統の味噌づくりの体験授業や親子を対象とした味噌づくり講習会も実施。

成果

- 農産物加工にかかる売上は、約1,800万円から約3,600万円に増加。(H25~H29)
- 消費者が仕込んだ味噌を自社の蔵で保管するオーナー制度「Myタル」を開始。
- 総菜等の新商品開発やギフト商品の開発、海外での商談会に参加。

大崎の米『ささ結』ブランドコンソーシアム

宮城県 大崎市



6次産業化

企業・地域住民・大学との連携

復興

— ササニシキ系の復権で震災復興を！ —

仙台都市圏住民との「ささ結」
稲刈り体験



台東区内の小中学校で「ささ結」
ごはんの学校給食



「ささ結」と「純米大吟醸酒ささ結」
の商品



概要

- ササニシキ発祥の地である大崎市で新品種開発に取り組み、環境配慮、食味の基準をクリアした新ブランド米「ささ結」を発表。
- 仙台都市圏の家族向けの田植え等の体験イベントを実施し、環境配慮型農業や世界農業遺産の認定をPRするほか、学校給食への提供も行う。
- 酒蔵とも連携し、「純米大吟醸酒ささ結」を開発・販売。

成果

- H27年度に販売を開始した「ささ結」は、H29年度には、5kgで約2,500円と高価格帯で販売され、約5,200万円を売上。
- H28年度から生産を開始した「純米大吟醸酒ささ結」はH29年度に約500万円を売上。
- ササニシキ系の食味コンテストを実施し、生産技術の向上、多様な食のニーズへの対応にも取り組む。

おおだてし 大館市まるごと体験推進協議会

おおだて
秋田県 大館市



農泊

インバウンド

女性・高齢者の活躍

— 本場のきりたんぽとかつちゃが魅力♪大館市 —

アメリカのお客様も大喜びの
たんぽ体験



秋田弁ラジオ体操♪を楽しむ
外国人団体客



農家民宿で日本ならではの
「書道体験」



概要

- 本当に美味しいきりたんぽを食べさせたいとして、大館市の農家のお母さん達（かつちゃ）が集まり、伝統食「きりたんぽ」と農業体験を実施し、修学旅行や個人旅行を受入れ。
- これを海外の方にも体験してほしいと、かつちゃ自ら、台湾でキャンペーンを実施。
- 外国人ブロガーによる情報発信も実施し、海外へPRを実施。

成果

- H28年度から外国人の受入れに向けた取組を行い、H29年度には、日帰り体験約440人を受入れ、売上は約84万円。
- また、農家民宿への宿泊では、H29年度に、186人を受入れ、売上は約140万円。
- 農業体験や秋田弁ラジオ体操は、外国人旅行者にも好評でSNSで発信され、PRにもつながっている。

ゆいのむらのうがくだん 農事組合法人 結乃村農楽団

いなわしろまち
福島県 猪苗代町



国内観光客の誘致

地元食材の提供・活用

女性・高齢者の活躍

— 見^み祢^ね集落は、「結乃村」宣言！！ —

都市農山村交流先での
親子餅つき体験会場



千葉県の中学生による
アスパラガス収穫体験



女子会が活躍する農家レストラン
結の厨房



概要

- 集落が衰退していくことの対策として、集落全戸全員参加の集落営農組織を立ち上げ、首都圏の自治会や大学などとの交流を開始。
- 生産した農産物の提供を目的に、農家レストランを開設し、女性が活躍する場として運営。
- アスパラガスの栽培管理を高齢者グループに依頼し、希望者をパート雇用。

成果

- 体験農業の受入を事業化することで、受入れ人数は、20人から400人に増加し、法人の主な収益事業となっている。
- 農家レストランは、地産地消のメニューの開発などにより好評となり、営業日を増やし、売上は立ち上げ時の100万円から1,100万円に増加。(H26~H29)
- 平成27年からブランド米の輸出の開始。

有限会社ココ・ファーム・ワイナリー

あしかが
栃木県 足利市



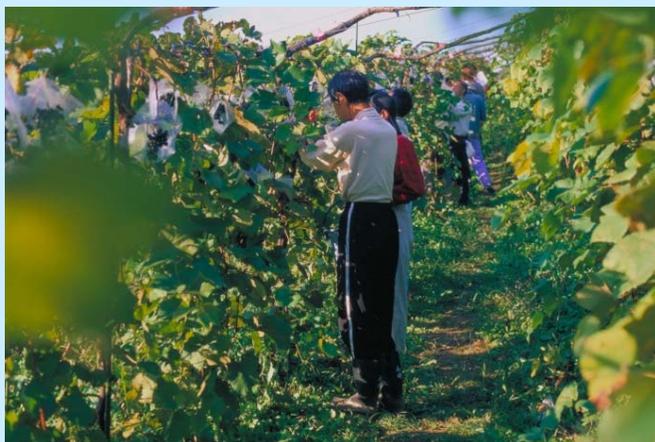
6次産業化

企業・地域住民・大学との連携

医療・福祉との連携

— 山の学園はワイナリー —

葡萄畑での作業状況



毎年11月に開催される
収穫祭の賑わい



主なワイン商品ラインナップ



概要

- 隣接する障がい者支援施設「こころみ学園」の園生150名とともに葡萄栽培、ワイン製造に取り組む。
- 福祉を売り物としない、国際水準のおいしいワインを製造するため、海外の醸造技師やコンサルタントを招聘。
- 地元畜産農家と連携し、葡萄の搾りかす（マール）と二条大麦等を配合した独自の飼料を開発。

成果

- ワイン、農産物加工品等の売上約が6.5億円から約7.4億円に増加。（H25～H29）
- 製造したワインがサミットやJALのファーストクラスで提供される等の高い評価を受ける。
- 地元畜産農家と連携し、独自に開発した飼料で育てた牛が「足利マール牛」としてブランド化。

株式会社 もてぎプラザ

もてぎまち
栃木県 茂木町



地元食材の提供・活用

雇用

6次産業化

— 6次産業を通じての雇用機会の拡大 —

ゆずを加工している様子



手づくり工房で製造している
商品の一部



「バウム工房ゆずの木」
の内観



概要

- ゆずの加工品や、町内産米粉と地元産たまごを使用したバウムクーヘンを開発し、地産地消に貢献。
- 加工品等の売上の増加に伴い、「バウムクーヘン第2工場」をオープンするなど、地域の雇用機会の拡大に貢献。
- 平成28年に農事組合法人を立ち上げ、高齢化による将来的な農産物の供給不足に対応。

成果

- 地域の雇用にも貢献し、雇用者数が、4名から34名に増加。（H25～H29）
- 道の駅全体での売上が約3,300万円から約1.8億円に増加。（H25～H29）
- 平成28年には「ゆず」だけでなく「いちご・ブルーベリー・えごま・りんご・梅・米」の買取にまで拡大し、農家の所得向上に貢献。

ちちぶ
一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社

ちちぶ
埼玉県 秩父市



農泊

インバウンド

6次産業化

— 「ちかいなか秩父」農村交流リゾートへ —

農泊：農家家庭との交流
第2のふるさと



秩父夜祭山車曳き体験
外国人ツアー開催



6次産業化商品プロデュース
地産紅茶等



概要

- 「滞在型観光の推進」「外国人観光客の増加」「地域ブランドの確立と販売促進」を目指し、公社を設立。
- 教育旅行に特化した農泊を、個人観光客や、インバウンドに広げるためPRを実施。
- 地域商社を構築し、直売会の定期開催・6次産業化商品の開発及び販売等に取り組む。

成果

- 教育旅行からターゲットを拡大し、平成29年度には約5,000人の外国人観光客が宿泊。
- 農泊に関するマネジメント組織の体制整備、体験型プログラムやコンテンツの磨き上げ等を行い、平成29年度には宿泊売上（農泊）が約1,100万円まで増加。

株式会社 桑郷

くわのさと

 いちかわみさとちょう
 山梨県 市川三郷町


インバウンド

自然・景観・伝統・継承

6次産業化

— 奇跡の桑で農山漁村（むら）おこし —

耕作放棄地を再生し
桑の新植を実施



地元の人の雇用拡大、
定住や地域活性化



昔ながらの青々とした
桑畑の景観が蘇った



概要

- 養蚕業ようさんの衰退により、耕作放棄地となった桑畑を復活。
- 平成20年に会社を設立し、桑の葉を使用した「桑茶」を開発。
- 過疎化が進む地域においても、「桑茶」を活用し、自立促進に貢献。
- JICAの海外支援事業や農福連携にも取り組む。

成果

- 耕作放棄地解消面積は、2haから7haに拡大。（H25～H29）
- 雇用者数は、4人から31人に増加。（H24～H30）
- 桑茶の生産量は、H29年には12.5tとなり、売上も約2千万円から約1億円に増加。（H24～H29）

なんとし とがむら
南砺市商工会利賀村支部

農林漁業・農山漁村
 文化体験

地元食材の提供・活用

学生・若者の活躍

なんと
 富山県 南砺市



— いま、^{とが}利賀だから感じる緑と水と人の恵み —

獅子舞の衣装をつけて、
 地域の祭礼に参加



青山ファーマーズマーケットで
 利賀の産物出展



外国人 この山村で流し素麺に
 初チャレンジ



概要

- 都市部の大学生を継続的に受け入れ、山村文化体験と食資源のPRを実施。
- 修学旅行等、都市部の小中学生を対象とした、長期宿泊体験を実施。
- 村内の祭事やイベントに合わせ、外国人観光客や若者ボランティアを受入れる等、地域活性化に取り組む。

成果

- 山村文化体験に参加した大学生が、SNS等で情報発信を行ったこと等から、平成29年度には180人の外国人旅行者が訪問。
- 都市部の学生と協力し、土産品の開発を実施し、都市部でのPR及び売上向上を図る。
- 500人余りの地域住民のうち、120人がFB等のSNSを活用した情報発信を行う。

合同会社 のとしし団

鳥獣被害防止

地元食材の提供・活用

ジビエ

— ごつつお まいぞお のとしし大作戦 —

はくい
石川県 羽咋市



被害対策として捕獲檻を設置



ぼたん鍋用の精肉



道の駅「のと千里浜」での店頭販売



概要

- 平成27年に獣肉加工施設を整備し、捕獲したイノシシを地域資源として活用する、「のとしし大作戦」を開始。
- 地域おこし協力隊1名が「合同会社のとしし」の代表となり自立。解体・販売等のノウハウを習得し、ジビエの生産を開始。
- ふるさと納税の返礼品に登録し、返礼品ランキングの首位となる等高評価を受ける。

成果

- 精肉販売額は、100万円から1,600万円に増加。(H27~H29)
- 「のとしし」の猪肉をメニューとして提供する店舗は、7軒から35軒に増加。(H27~H29)
- 産業廃棄物として大半が処理される皮も、皮革製品として活用する取組を開始。

おばまし あ の 小浜市阿納体験民宿組合

おばまし
福井県 小浜市



農林漁業・農山漁村
文化体験

地元食材の提供・活用

食育・教育

— 「いただきます」を未来のこどもたちへ！ —

ブルーパーク阿納空撮



初めてのチャレンジ
マダイの捌き



漁村の暮らしの話に目を輝かせる
子供たち



概要

- 養殖したマダイを「釣って、捌いて、食^{さば}べる」体験施設を設置し、教育旅行の受け入れを開始。漁家民宿へ宿泊し、漁村集体特有の文化体験を行う。
- 毎年20～30校の県外の中学校等に漁家が訪問し、自ら地域の魅力をPR。
- 大自然の中でのシーカヤック体験、養殖イカダ・餌やり等、地域資源を活かした新たな体験メニューを開発。

成果

- 漁家民宿への宿泊者数は毎年2.5万人を越え、平成29年度には、漁家1戸あたりの収入が約430万円増加。
- 体験学習施設の売上は、約2,900万円から約5,600万円に増加。(H25～H29)
- 体験をきっかけに県外から地元の高校に入学する生徒が5名現れる等、定住やIターンにもつながり、漁村集体の活性化にも貢献。

一般社団法人おいでん・さんそん

とよた
愛知県 豊田市



鳥獣被害防止

ジビエ

食育・教育

— つながり生んだ「とよた里山猪肉カレー」 —

あすけ
足助高校で第1弾「猪肉キーマカレー」商品発表会



イベント出展では足助高校生が販売促進に大活躍



愛知県知事公邸で試食会
話題化に拍車がかかる



概要

- 山村地域の社会基盤整備や経済対策のため中間支援機関を設立し、マッチング事業を柱とする持続可能な地域づくりに取り組む。
- 企業と地域を連携させ、耕作放棄地の解消にも貢献。
- 企業、高校、猪肉を扱う会社の3者を連携させ、猪肉カレーを開発。

成果

- 企業と高校を連携させ開発した「猪肉カレー」は、平成29年度に約700万円の売上。
- 市場の高い評価を背景に、第2弾の「猪肉和風カレー」を開発。発売2ヶ月不足で2,300食販売。
- 平成28年度に46件のマッチングを実施する等、毎年約30件以上の都市と山村をつなぐマッチングを実施。

つくでスマイル推進協議会

ジビエ

地元食材の提供・活用

女性・高齢者の活躍

— 思い出のあの場所をもう一度再生しよう —

しんしろ
愛知県 新城市



旧菅守小学校跡地全景



そば打ち体験



アマゴのつかみ取り体験



概要

- 小学校閉校により地域コミュニティカの減退を懸念する住民の声をきっかけに地域活動組織を発足し、廃校を交流拠点施設とした活動に取り組む。
- 小学校の廃校を活用し、鹿や猪を使ったジビエ料理、地域の農水産物を使用した料理を提供する農家レストランを開始。
- 周辺施設を里山博物館と見立て、木工体験、ピザ作り体験等の各種体験を実施。

成果

- 農家レストランの利用者数は、約2,500人から約4,200人に増加。(H26~H29)
- 各種体験参加者数は、102人から390人に増加。(H27~H29)
- 企業の地域活性化事業の場としても利用され、そば打ち体験、アマゴのつかみ取り体験等を実施し、地域外へもPRを実施。
- 新たにWEBサイトを立ち上げ、地域住民47人がライターとなって地域の魅力を情報発信。

株式会社梶賀コーポレーション

おわせ
三重県 尾鷲市



自然・景観・伝統・継承

地元食材の提供・活用

女性・高齢者の活躍

— 小さな漁村の百年燻製文化で全国制覇！ —

梶賀のあぶり製造風景
昔ながらの手作業



地元朝市・尾鷲イタダキ市での
出店販売



地元・尾鷲高校の課外授業で
あぶり体験



概要

- 高齢化・人口減少が進む中、100年以上前から伝わる魚の燻製食「梶賀のあぶり」の商品化に取り組む。
- 平成28年に赴任した地域おこし協力隊2名を核に、梶賀婦人会で株式会社を設立。
- 町民のみが株主となれる制度を設け、増収・増益に伴う町民からの仕入れ値アップや株主の配当を行い、町民全体に利益を享受。

成果

- 「梶賀のあぶり」の売上は、約260万円から約1,200万円に増加。(H25～H29)
- 町民からの仕入れ値は、約130万円から約360万円に増加。(H25～H29)
- 地元特産品として有名になり、テレビや雑誌等への露出により知名度が向上し、また、県外の店舗でも取り扱われるほか、SNS等での情報発信により、お盆や正月の帰省者が増加。

よさ 与謝地域山村活性化協議会

よさのちよう
京都府 与謝野町



雇用

6次産業化

障がい者の活躍

— 農福連携で次世代に繋ぐ農村のかたち —

京都×キャンプ(大学生)と
連携した農産物の商品開発



農福連携と雇用の促進



都市農村交流イベントの様子



概要

- 未利用野菜を高機能冷凍機で長期保存可能なカット野菜にし、旬でない時期に販売することで高付加価値化を実現。
- 大学生と連携し、農産物を活用した商品開発や販売促進イベントを開催。
- 協議会と企業が連携し、「ひまわりフェスティバル」や「秋の収穫祭」等、様々なイベントを企画・開催。

成果

- 農産物加工品の売上は、約1,500万円から約2,000万円に増加。(H25~H29)
- 農産物加工所の売上増加に伴い、健常者とともに障がい者の雇用も増加。
- 協議会委員を中心とした、地域の魅力の情報発信により、近年では町外からの移住者が見られるようになった。



地元食材の提供・活用

6次産業化

輸出

— 新丹波ブランド 丹波なた豆茶を世界に発信 —

原材料のなた豆は
地元グループ農家と栽培



なた豆の栽培から商品まで
自社にて一貫生産



ベトナムのスーパーにて
試飲販売の様子



概要

- 昔から丹波地方で民間薬用に栽培されてきた「なた豆」を「なた豆茶」として、加工販売。
- 地元農家と連携し、自社農園で原料のなた豆を栽培。加工も自社工場で行い、自社での一貫した生産を実施。
- 海外展開も積極的に行い、香港やベトナムに現地法人を立ち上げ、輸出を開始。

成果

- 「なた豆茶」の売上は、8,000万円から1.2億円に増加。(H25～H29)
- 輸出額は、100万円から1,000万円に増加。(H26～H29)
- 「なた豆茶」を通じて、地元丹波の食材(栗・黒豆・野菜等)を首都圏のレストランのメニューに取り入れてもらう等、丹波ブランドの知名度向上に貢献。

よしの しゃちゅう 一般社団法人吉野かわかみ社中

かわかみむら
奈良県 川上村



雇用

6次産業化

林業の振興

— 室町時代から続く吉野林業を次の500年へ —

ハウスメーカーと連携した
吉野林業見学ツアー



吉野スギをふんだんに使用した
福祉施設



新商品開発製品をPRするための
展示会出展



概要

- 製材加工施設を整備し、原木加工から最終製品まで対応できる体制を構築し、消費者ニーズに合致した商品開発に取り組む。
- 住宅メーカーと連携した吉野杉ツアーの実施により、住宅建設を検討している消費者に吉野杉の活用を販促。
- 全国初の国産材楽器「吉野スギバイオリン」を開発。

成果

- 林業・木材業新規従事者は、1人から15人に増加。(H27~H29)
- 木工製品等の売上は、約20万円から約5,500万円に増加。(H27~H29)
- 売上増加に伴い、新たな雇用が創出され、定住につながっている。
- ホテルや各店舗との取引が広がり、林業従事者の雇用拡大に貢献。

いちにちりょう おおだ一日漁推進協同組合

おおだ
島根県 大田市



自然・景観・伝統・継承

食育・教育

地元食材の提供・活用

— 伝統漁法「一日漁」で地域活性化！ —

ロゴデザイン、シール、
のぼり
幟等を作成



地元小学生への地域社会学習
(食育)



地元イベントでの「一日漁」PR



概要

- 出漁した日の夕方に水揚げした魚が競りにかけられる、この地域ならではの漁形態をブランド化しPR。
- 行政と連携し、学校給食に一日漁の鮮魚を多く取り入れてもらう等、魚食普及に努める。
- デザインロゴを作成し、ポスターや幟をスーパーや卸売業者に配布。

成果

- 売上は、11.2億円から17.6億円に増加。(H25～H29)
- ブランド化により魚価が高くなり、若い船員の後継者が多く存在。
- 消費者の認知度向上に加えて、テレビ等のメディアでも取り上げられ、地域での評価が高まり、地元購買も進む。

じ び え さ と 地美恵の郷みまさか

みまさか
岡山県 美作市



鳥獣被害防止

ジビエ

地元食材の提供・活用

— まさか、みまさか ジビエ日本—を目指して —

道の駅での人気商品
シカ肉カレー



新人猟師への狩猟講習会



鹿革クラフト体験は、
全国的にも珍しい



概要

- 有害鳥獣の駆除や、ジビエ活用のため、狩猟講習会の開催やジビエ普及イベントを開催。
- 猪肉を活用したコロッケを開発し、学校給食へ提供。
- 企業と連携し、鹿革を使ったクラフト体験の実施や、商品開発を行い、市の観光塔にも寄与。

成果

- 食肉販売量は、約4tから約9tに増加。(H25～H29)
- 処理施設の整備により猟師の捕獲意欲が高まり、平成29年度には、二ホンジカを捕獲した猟師の約7割が施設に搬入。
- 食肉等の利活用が進み、全国では約1割である食肉率が、当地域では約5割と高い水準。



国内観光客の誘致

移住・定住

6次産業化

— 人の繋がりが地域資源 —

耕作放棄地再生・農家と連携
・いちご実証

地域を巻き込んだ6次産業商品

島の漁協や農家を巻き込んだ
イベントを主催

概要

- 農家や企業と連携し経済循環を造るとともに、U・Iターン者を応援する会を創設。
- 多数の農家と連携し、地域性のある多種類のジャムを生産する等、雇用拡大や耕作放棄地解消に貢献。
- 定住促進協議会や観光協会と連携し、観光交流人口増加を目的とした、ツアーやイベントを企画。

成果

- 10万瓶しか製造できなかった設備を増築し、平成29年度には約15万瓶を製造。これに伴い、売上は6,500万円から1億円に増加。(H25～H29)
- 観光交流人口は、約92万人から約106万人に増加。(H25～H29)
- 取組が移住企業のモデルとして注目され、地域と連携した移住者や企業者が増加。

かもだに 加茂谷元気なまちづくり会

あなん
徳島県 阿南市



移住・定住

6次産業化

企業・地域住民・大学との連携

— 個性とチームワークで住民主体のむらづくり —

都会からの大学災害復興
ボランティア



移住就農希望者への農業体験ツアー



チンゲンサイで就農した移住家族



概要

- 都市部での就農誘致イベントに住民自らが出展し、地域をPR。
- 短期体験ツアーの企画運営、都市部の大学生の農業インターンシップの受入れ等、移住・定住を促進。
- 移住者への個別相談会を開催し、生活面から営農指導までトータルサポート。
- スーパーでのインスタ販売による6次産業化に取り組む。

成果

- 平成27年度から毎年若い家族が1組ずつ移住し、平成29年度までには合計で13家族、52名が定住。
- 農産物直売活動に取り組み、交通の便が悪い地域における経営スタイルを確立し、売上は約300万円から約5,800万円に増加。(H26~H29)

ゆすかわ 企業組合遊子川ザ・リコピンズ

せいよ
愛媛県 西予市



地元食材の提供・活用

6次産業化

女性・高齢者の活躍

— リコピンパワーで町づくり人づくり若づくり —

地元農家さんから
原材料のにんにくの納品

遊子川ファンづくりのための
トマトオーナー制度導入

トマト酢をベースに製造販売中の
トマト加工品



概要

- 出荷できず破棄されていた規格外トマトを活用し、加工品の商品開発を開始。
- 併設した農家レストランで地域で採れる旬の野菜やトマトを使った加工品を提供。また地域のコミュニティの場としても提供。
- 地域の雇用を創出するとともに、トマトオーナー制度、移住体験ツアーも実施する等、地域活性化に取り組む。

成果

- 加工品の売上は、約300万円から約600万円に増加。(H26~H29)
- 特産品開発事業・農家レストラン事業の推進により、交流人口の拡大に貢献。
- 加工原料となる地域農産物の買取により、農家の収益性の向上や経営安定化に寄与。
- 県内をはじめ都市部の取引先が増え、輸出も開始。

北川村ゆず輸出促進協議会



移住・定住

輸出

女性・高齢者の活躍

— 村のゆずから JAPON の「YUZU」へ —

パリで行われたゆず賞味会 (H23)



青果輸出作業



SIAL2012(パリ)で青果ゆず出展



概要

- 北川村ゆずの価格平準化及び販売拡大を目的として、海外編の販路を求め輸出促進協議会を設立。
- フランスで開催されたゆず賞味会により、現地での青果の要望が高まり、世界初となるEUへの「青果ゆず」の輸出を開始。
- 輸出拡大により国内外の販売価格も向上し、平均年齢70歳となる生産者の意欲が向上。

成果

- ゆず果汁の輸出数量は、約50tから約72tに増加。(H25~H29)
- 青果ゆずの輸出数量は、約3tから8tに増加。(H25~H29)
- 加工用ゆずの精算単価は、約140円/Kgから約167円/kgに増加。(H25~H29)
- ゆずの販売単価の向上に伴い農家の収入が増加したことにより、ゆず専業農家を目指す若手が増加。



地元食材の提供・活用

6次産業化

学生・若者の活躍

— 地域の縁を繋ぐ「太宰府梅サイダー」 —

観光列車旅人での販売



梅園での収穫作業



太宰府梅サイダー



概要

- 地元特産物の「太宰府の梅」を活用し、地域のブランド化を強化するため、行政・企業と連携し「太宰府梅サイダー」を開発。
- 福岡農業高校の生徒が梅の収穫から梅シロップの加工・製造を実施。

成果

- 太宰府天満宮の参道店舗や、観光列車でも販売される等、太宰府市の新たな名産品として、地域の観光振興や活性化に貢献。
- 梅園維持・環境整備に貢献するため、売上の一部を太宰府市へ寄付し、地域ブランド向上を目指した地域循環型プロジェクトに貢献。
- JAと連携し、新規就農の創出や所得向上に向けた取組へと発展。



ジビエ

6次産業化

女性・高齢者の活躍

— 地域資源と女性愛で「美味しい笑顔」を創る —

「働き盛り」「子育て盛り」の
女性たちの活躍の場に



地元食材の良さを知ってもらうため
全国の展示会を駆け巡る



弊社オリジナル商品
女性ならではのデザインが特徴



概要

- 従業員は全員女性で、働き方改革をいち早く取り入れ、地域の中でフレキシブルに働ける環境を創出。
- 地元等産物の規格外品を、付加価値を付けた加工品として商品にすることで、生産者の所得向上に貢献。
- 県のジビエ振興協議会に加入し、ジビエ料理の普及拡大や消費拡大に努める。

成果

- 売上高は、200万円から約7,200万円に増加。(H25~H29)
- 企業や生産者と連携する等、平成29年度には商品数が45商品にまで増加。また、自社オリジナル商品も平成29年度には13商品に増加。
- 仕入れ食材の種類は、4種類から27種類に増加し(H25~H29)、地元生産者の安定収入に寄与。

ウーマンメイク株式会社

雇用

医療・福祉の活躍

女性・高齢者の活躍

— 女性が輝く！女性だけの農業法人 —

くにさき
大分県 国東市



全員女性☆19歳から65歳までの従業員！



女性目線で開発した
商品パッケージ



子連れ出勤OKな環境



概要

- 課題の多い農業分野において、新時代は女性が創るとの想いを込めて、女性だけで起業。
- 柔軟な勤務形態でレタス栽培に取り組み、地元雇用を創出。
- 社会福祉法人と連携し、業務委託や精神障害を抱える若者を積極的に採用。
- 女性の感性を活かし、商品開発でブランド化を図り、売上を伸ばす。

成果

- レタスの売上は、4,200万円から6,200万円に増加。(H28~H29)
- ライフスタイルやニーズを考えた商品開発を行い、独自ブランドで全国展開。
- 安定的に利益が上がる農業システムを確立したことで、国内外からの視察が増加。
- 視察を機に、農業へ参入した企業もある等、他地域への波及にも寄与。

株式会社くしまアオイファーム

くしま
宮崎県 串間市



雇用

6次産業化

輸出

— 小芋で世界へ～強い農業はこえていく～ —

奈留本社事務所



集出荷貯蔵施設



地元高校生との苗売え(農業体験)



概要

- これまで廃棄されていた小芋が海外で需要があることに着目し、輸出を開始。
- 意図的に小ぶりさつまいもを栽培する「小畝密植栽培法」を開発・実践。
- 海外販路開拓の確保、海外拠点での中心人物の育成のため、ベトナム人実習生を受け入れ。
- 生産・貯蔵・加工施設市内に整備し、雇用の場を創出。

成果

- さつまいもの売上は、4,600万円から7.2億円に増加。(H26～H29)
- さつまいもの輸出量は、69tから511tに増加。(H27～H29)
- 雇用者数は9人から63人に増加。(H26～H29)
- 契約農家への支払額が平成29年度には3.1億円となる等、地域経済の活性化、地域創生に貢献。

ちゅら 株式会社美らイチゴ

なんじょう
沖縄県 南城市



インバウンド

雇用

企業・大学等
との連携

— 地域に広がる笑顔の輪～南国の苺狩り～ —

【学生受け入れ】
新しい風が吹く



【SNS工夫】
子どもたちも使える



【スムージー】
イチゴをふんだんに使用し人気



概要

- 中古ハウスや遊休農地に新規グリーンハウスを建設し、いちごの栽培を開始。
- バリアフリー対応のイチゴハウスを観光農園として開園し、地元客や観光客、介護施設等からも需要が高い。
- ハウスに併設した選果場を利用し、いちごのパフェ・かき氷作りの体験ワークショップを実施。
- 閉園時も、イベントや観光地に出展し、継続的な雇用を創出。

成果

- 平成29年度に開園したいちご農園の来園者数は3,000人となり、売上は260万円。
- SNS映えするような仕掛けを工夫し、来訪者が情報発信を行い、新たな集客に結びつくスタイルにつながっている。
- いちご狩りにより、地元客やインバウンドを含めた観光客が増加し、地域の活性化に貢献。

「ディスクカバー農^む山^ら漁村の宝」
現地調査結果概要

平成30年10月

現地調査の概要

1. 趣旨

「ディスカバー農山漁村の宝」に選定されたことによる効果の検証を行うとともに、地区の取組の背景や、具体的な工夫の仕方等のより深掘した内容を聴取し、情報発信を行うため、有識者懇談会委員による現地調査を実施。

2. 調査概要

◆調査地区・調査委員等

調査日	調査地区（所在地）	選定回	調査委員	調査結果
7/26（木）	鳥羽マルシェ有限責任事業組合（三重県鳥羽市）	第3回	向笠委員	参考1：P3～5
7/29（日）	農業法人有限会社わくわく手づくりファーム川北（石川県川北町） <small>かわきたまち</small>	第4回	織作委員	参考1：P6～8
8/3（金）	株式会社九神ファームめむろ（北海道芽室町） <small>きゅうじん めむろちょう</small>	第3回	林座長、横石委員	参考1：P9～11
8/7（火）	株式会社早和果樹園（和歌山県有田市） <small>そうわ ありだし</small>	第2回	藤井委員	参考1：P12～14

◆調査内容

【現地視察】 工場、レストラン・直売所、農場等の稼働状況の視察 等

【意見交換会】 これまでに選定された111地区を対象としたアンケート結果を踏まえ、以下の調査項目について、意見交換を実施

<共通調査項目>

- 取組のきっかけや拡大の背景
- 「ディスカバー農山漁村の宝」に選定されたこと
の具体的な活用方法
- 選定後のフォローアップとして、国に行って欲しい
こと

<個別調査項目>

- 各調査対象地区において、アンケート調査の結果、
選定前年度と選定翌年度を比較し、より選定の効果
が確認できる事項
- 特徴となる取組における課題やその対応方針
- 有識者懇談会委員の関心事項等 など

現地調査の結果（とりまとめ）

現地調査結果のとりまとめ

- ・ 選定されたことを、SNS等での情報発信、海外へのニュースリリースや商談等に活用するとともに、従業員のモチベーションアップにも活用していることなどが確認できた。
- ・ 選定後も、他製品と差別化を図った商品開発やIT技術の活用等により売上高を増加させる取組を継続的に実施していることなどが確認できた。
- ・ 一方で、知名度向上につながるPRや、選定地区が集まる交流会の開催等を望む意見があった。

○共通調査項目調査結果の概要

【取組のきっかけや拡大の背景】

- ・ 「取組のきっかけ」については、キーパーソンとなる人物の熱意やリーダーシップが大きな要因となったことが共通して見られた。
- ・ 「拡大の背景」については、販路拡大や商品開発等において、行政や企業・地域等との連携、また、現状を客観的に把握し対応する経営者の判断力・行動力が大きな要因となったことが多く見られた。

【選定の具体的な活用方法】

- ・ レストランや直売所等で、選定証や交流会の様子の写真等を掲示。
- ・ SNS等での情報発信、海外へのニュースリリースや商談・取材時のPRに活用。
- ・ 従業員のモチベーションアップに活用。

【フォローアップとして、国に行って欲しいこと】

- ・ 取組事例の紹介等の情報交換や、現状の課題及びその対策について意見交換を行うため、これまでの選定地区が集まる交流会の開催。
- ・ 選定の効果をより高めるため、「ディスカバー農山漁村の宝」の知名度向上につながるPR。

○個別調査項目調査の結果概要

【売上高の増加】

- ・ 行政・企業等との連携による、継続的かつ他の製品との差別化（ブランド化）を図った商品開発。
- ・ 販路を確保したうえで“売れる”商品の開発。
- ・ IT、ICT技術を活用した業務効率化・コスト管理。
- ・ 就労者数の増加ではなく、就労者の能力向上による、生産量増加。

【人手（後継者）不足への対策】

- ・ 第1次産業従事者の期間雇用や、JA・JFからの出向者の起用。
- ・ 就職説明会へ参加し、大学新卒者の採用。

「ディスカバー農山漁村の宝」2019年度の展開について（案）

- 第4回選定までで累計111地区が選定されているが、有識者委員からは、選定して終わりではなくフォローアップが必要、選定地区からは、更なる情報発信や選定地区同士の交流の場が必要といった意見があるところ。
- このため、2019年度では第6回の選定に加えて、より効果的な展開に向けて、ニュースバリューを高めた情報発信や、選定地区の更なるモチベーション向上等を目的とし、過去5回の選定地区の中から選定後も意欲的に取組を続けている地区（「ディスカバー大賞」(仮)）を選定し、発表・表彰する「サミット」を開催してはどうか。
- それを踏まえて第6回以降の地区選定の実施方針を検討し、その後、第6回の選定を実施してはどうか。

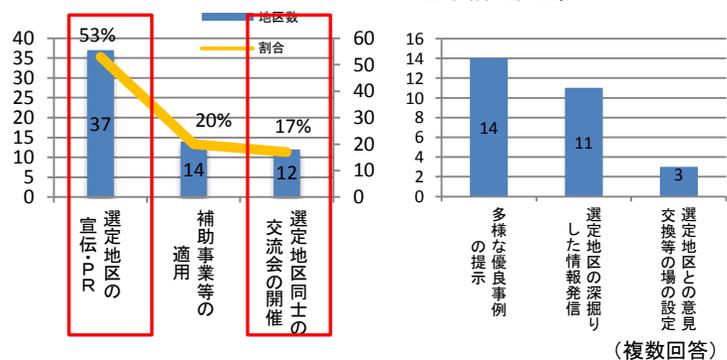
2018年度

2019年度

●特設ホームページ・SNS等での情報発信 ●シンポジウム・マルシェの開催 ●イベント出展 等

◆アンケート調査（2018.3～5月実施）

- ・選定後のフォローアップとして国に行きたくすること（選定111地区に調査）
- ・「ディスカバー農山漁村の宝」に期待すること（選定地区の視察を行った27団体に調査）



◆現地調査（2018.7～8月実施）

現地調査での意見交換会において、選定地区から、フォローアップとして国に行きたくすることとして、「マルシェや交流会等で、同業種だけでなく他業種の地区との交流・情報交換を行いたい」、「選定されことの効果をより高めるため、知名度向上につながるPRの実施をして欲しい」等の意見があったところ。

サミットの開催

1日目

- ディスカバー大賞(仮)の発表・表彰
- 大賞地区からの取組内容の紹介
- 第1回～第5回選定の総括
- 過去の選定地区同士による交流会

2日目

- 過去の選定地区によるマルシェ等を実施

※「ディスカバー大賞(仮)」選定地区の中から、選定後も意欲的に取組を続けている地区（大賞）を決定。

2019年度のスケジュール（案）

2019年	内容	備考
2月	○過去の選定地区へのアンケート調査	
3～4月	○アンケート調査を踏まえてディスカバー大賞の審査	サミット
5月	【第1回有識者懇談会】 ・サミットの具体の開催内容の決定 ・ディスカバー大賞の決定	
6月	サミットの開催	
7月	【第2回有識者懇談会】 ・第6回以降の地区選定の実施方針の決定 ○第6回選定の募集開始	第6回選定
9月	○選定地区の審査	
10月	【第3回有識者懇談会】 ・第6回選定地区の決定	
11月	【第4回有識者懇談会】 ・第6回グランプリ及び特別賞の決定 ○選定証授与式、交流会、マルシェ	