

「ディスカバー農山漁村の宝」(第6回選定)
第1回有識者懇談会 議事次第

令和元年5月21日(火)
17時10分～17時40分
場所：官邸3階南会議室

1 開 会

2 議 事

- (1) 「ディスカバー農山漁村の宝」サミットの開催について
- (2) 第6回選定以降の選定方針について(案)
- (3) 意見交換

3 閉 会

【配付資料】

- 資料1 「ディスカバー農山漁村の宝」サミットの開催について
- 資料2 「ディスカバー農山漁村の宝」大賞(案)
- 資料3 アンバサダー候補者(案)
- 資料4 第6回選定以降の選定方針について(案)
- 資料5 今後のスケジュール
- 参考1 有識者懇談会委員名簿
- 参考2 選定後の選定地区の取組状況
- 参考3 情報発信の取組状況

※資料2は、6月7日(金)開催のサミット終了時まで非公表

- 「ディスカバー農山漁村の宝」の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を目的として、第1回から第5回までの選定地区（143地区）を招待したサミットを開催。
- サミットでは、①「ディスカバー農山漁村の宝」大賞の発表、②アンバサダーの決定等を行うとともに、選定地区同士による交流会も開催。また、サミット翌日には、マルシェを都内で開催。

◆開催概要

日 時：令和元年6月7日（金）14:00～17:00
（17:30から交流会）

場 所：東京ミッドタウンホールA

参加者：第1回から第5回までの選定地区代表者、
有識者懇談会委員、一般参加者等
（300名程度を想定）

※メディアフルオープン

サミットの主なプログラム

開会

有識者懇談会委員による記念講演

「ディスカバー農山漁村の宝」大賞の発表・表彰

アンバサダーの決定（候補者プレゼン→投票）

林座長による第1回から第5回選定までの総括
" 第6回選定以降に向けた提言

閉会

①「ディスカバー農山漁村の宝」大賞

- ・ 第1回から第5回までの選定地区（143地区）の中から、
 - ①選定後も意欲的に取組を継続し、その取組が拡大している
 - ②選定をPRに効果的に活用している
 - ③選定された取組の他地区への横展開に取り組んでいる最優良地区1地区を大賞として選定、サミット場で発表・表彰。

②アンバサダー

- ・ 第1回から第5回までの選定地区の関係者の中から、「ディスカバー農山漁村の宝」の認知度やイメージ向上につながる者を、サミット場で、有識者懇談会委員及びサミット来場者の投票により、アンバサダー（男女1名ずつ）として決定。
- ・ サミットでは、吉本興業株式会社の協力を得て、「住みます芸人」による応援プレゼンも実施。
- ・ アンバサダーは関連イベントでPR活動を実施。



全国47都道府県「住みます芸人」

そうわ

株式会社 早和果樹園

— 有田みかんの6次産業化や加工品の輸出による地域活性化 —



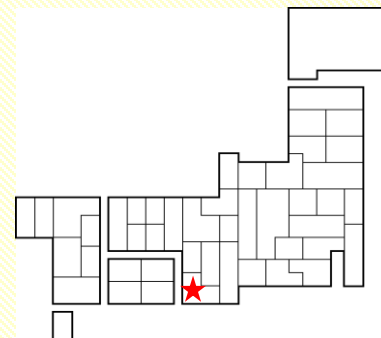
有田みかんの加工品



社員の4割が20代

選定時の取組

- 高品質の有田みかん生産に取り組むほか、みかんジュース、ジャム、ポン酢など有田みかんに特化した商品開発を推進。生産にはICT農業システムを導入し栽培技術の「見える化」を進め、農作業の効率化を推進。
- 各種商談会や百貨店等での販売や海外への輸出など、販売促進と消費者のニーズを把握。消費者との交流事業も実施。
- 農作業や加工などシニア女性の活躍の場である子会社を設立。



ありだ
所在地：和歌山県有田市
選定年度：平成27年度
(第2回選定)

選定後の取組

- 選定後、他社に委託していた搾汁を自社で行うことに転換。これに伴い、搾汁の残渣であるミカンの皮を乾燥させたものを大手漢方薬メーカーと取引するとともに、同様に残渣となるミカンのフクロもスムージーとして販売するなど、新規事業に取り組む。
- これらの取組を通じて、売上高は4.7億円から9.4億円に増加（H25～29年度）
- ミカンの加工品（ジュース、アイス等）を中国等へ輸出し、輸出額は140万円から1,040万円へ増加。（H25～30年度）
- 選定されたことを、全国・海外からの視察者にPRする他、新卒の採用活動でも活用し、毎年4～5名の新卒大学生を採用している。（H31年時点で、社員の4割が20代）

有識者懇談会委員 評価コメント

- 本格的な事業を展開しており、今後のさらなる発展が期待できる。
- 生食のミカンでなく、加工による新しい商品開発の力。
- 多額の投資によるチャレンジ精神と海外への輸出にも意欲的、女性の為の職場を考える等、前向きな活動が素晴らしい。
- クオリティの高い6次産業を実現し、魅力ある雇用の場も形成し、成長発展している。
- 受賞後も売り上げの向上やさらなる投資を続け拡大、地域への貢献も行っている。

釜石地方森林組合【岩手県釜石市】

《第4回選定:プロデュース賞》

とうばい かずき
東梅 和貴（25歳）

- ・壊滅的被害を受けた故郷で、森林資源をどう活用して復興をはじめ地域課題を解決するのか日々学んでいる。
- ・より良い未来を築くために林業の現場で邁進している自分の姿を見てほしい。

大崎の米『ささ結』ブランドコンソーシアム【宮城県大崎市】

《第5回選定》

すずき いたる
鈴木 至（33歳）

- ・「ささ結」を生産する専業農家。ササニシキ系のコンテストで上位入賞。
- ・世界農業遺産の「大崎耕土」でのコメを国内外にPRしたい。

仙北市農山村体験推進協議会【秋田県仙北市】

《第3回選定:フレンドシップ賞》

さかもと たかね
坂本 昂嶺（23歳）

- ・市のグリーンツーリズム担当を4年勤め、農山村体験の普及に精力的に活動。
- ・20代前半の自分が関わることで幅広い年齢層に知ってもらえるようになるなら協力したい。

NPO法人ASO田園空間博物館【熊本県阿蘇市】

《第4回選定:グランプリ》

はらだ あやか
原田 恵佳（38歳）

- ・広報担当として、観光だけでなく地域住民の活動もSNSで発信。
- ・阿蘇にある宝を伝えるだけでなく、他の地域に眠っている宝も発信したい。

高千穂ムラたび協議会【宮崎県高千穂町】

《第3回選定:プロデュース賞》

さえき えりこ
佐伯 絵里子（32歳）

- ・自分が生まれた集落を知ってもらうため、自社商品を世の中に広めて、商品だけではなく集落のファンも増やしたい。
- ・他の地域とも繋がりをもちたい。

株式会社美らイチゴ【沖縄県南城市】

《第5回選定》

さとう ちはる
佐藤 千晴（24歳）

- ・生産量最下位の沖縄でのイチゴ狩りを当たり前にするため、商品開発やイベント企画にも注力。
- ・全国の農山漁村で眠っている魅力を発信していきたい。

- 昨年11月の有識者懇談会において、有識者懇談会委員から「これからは賞としてのブランド力や価値をますます高めていく必要」といった意見があったところ。
- 「ディスカバー農山漁村の宝」の更なる発展のため、引き続き情報発信を行うとともに、これまでの有識者懇談会委員及び選定地区からの意見を踏まえて、第6回選定（令和元年度）以降の選定方法の見直しに着手。

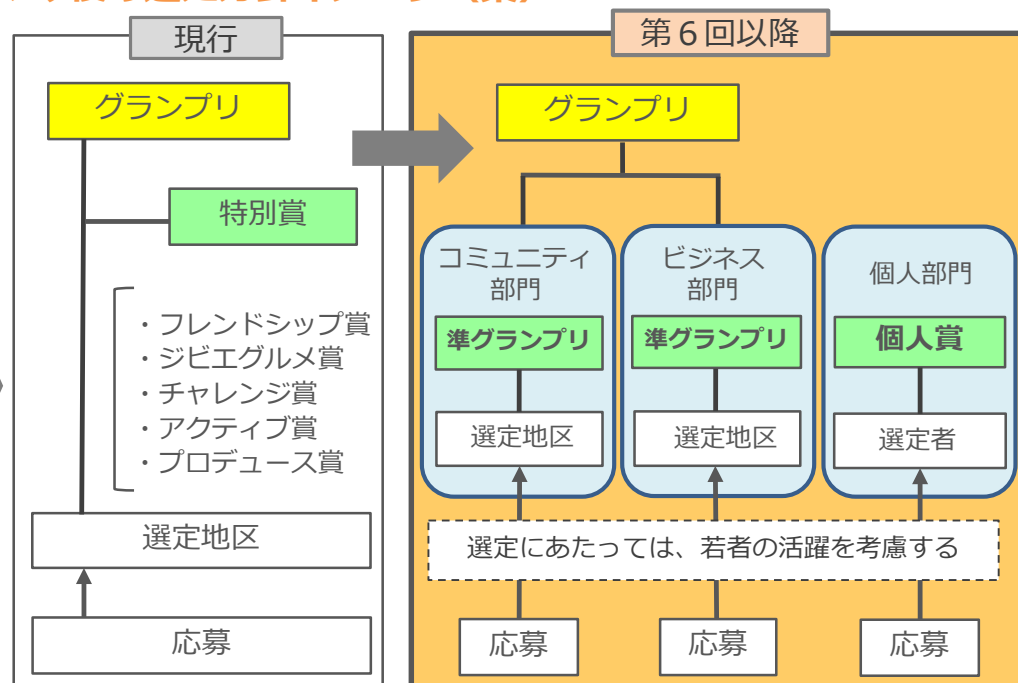
◆有識者懇談会委員・選定地区の主な意見

- ・ 集落以外の取組、個人を評価することができるという（有識者）
 - ・ 地域のパイオニア的な存在、地域に根差した活動をするプロデューサー等、個人を表彰する賞があるという（選定地区）
- ➡ 個人への表彰に関する意見

- ・ 数字ではなかなか計り知れないが、新たな展開を行っている団体に贈る賞があるという（選定地区）
 - ・ 利益に関係なく農山漁村の盛り上げや活性化に貢献している団体に贈る賞があるという（選定地区）
- ➡ 地域活動による活性化に対する表彰に関する意見

- ・ ディスカバーで若い人を選定していくのが、若い人たちにとって非常にやる気につながるのではないかと（有識者）
- ➡ 若者の取組に関する意見

◆今後の選定方針イメージ（案）



今後の選定方針イメージ（案）について

- ビジネス部門（例：事業化を通じて所得向上や雇用を生み出す取組等）と、コミュニティ部門（例：関係者の連携による活動で地域に活力をもたらす取組等）の部門ごとに優良事例を募集・選定することに加え、個人部門（例：地域でリーダー的な活躍をしている者等）として地域の優秀者を募集・選定することとしてはどうか。また、それぞれの部門の選定にあたっては、若者の活躍を考慮することとしてはどうか。
- さらに、選定地区と選定者の中から、以下のような賞を設けることとしてはどうか。
 - ・ 全ての選定地区の中から、最優良地区を「グランプリ」
 - ・ グランプリ以外の選定地区の中から、それぞれの部門の最優良地区を「準グランプリ（各部門）」
 - ・ 個人部門の選定者の中から、最優秀者を「個人賞」

令和元年 5月21日	● 第1回有識者懇談会 ・サミットの実施内容決定 ・第6回選定以降の選定方針の議論
6月7日	● 「ディスカバー農山漁村の宝」サミット 【於：東京ミッドタウン】
6月8日	● 「ディスカバー農山漁村の宝」マルシェ 【於：有楽町駅前】
6月下旬	● 第2回有識者懇談会 ・サミットの報告 ・第6回選定以降の選定方針の決定
7月～8月	● 第6回選定地区の募集
秋頃	● 第3回有識者懇談会 ・第6回選定地区の決定
	● 第4回有識者懇談会 ・第6回選定グランプリ等の決定 ● 選定証授与式及び交流会 ・第6回選定グランプリ等の発表 等 ● 「ディスカバー農山漁村の宝」マルシェ

「ディスカバー^{むら}農山漁村の宝」有識者懇談会委員名簿

あん・まくどなると 上智大学大学院教授、慶應義塾大学特任教授

今村 司 日本テレビ放送網(株)執行役員事業局長

織作 峰子 大阪芸術大学教授、写真家

田中 里沙 事業構想大学院大学学長、(株)宣伝会議取締役

永島 敏行 俳優、(有)青空市場代表取締役

◎ 林 良博 国立科学博物館館長

藤井 大介 (株)大田原ツーリズム代表取締役社長、
(株)ファーム・アンド・ファーム・カンパニー代表取締役社長

三國 清三 オテル・ドゥ・ミクニ オーナーシェフ

向笠 千恵子 フードジャーナリスト、食文化研究家、
郷土料理伝承学校校長

横石 知二 (株)いんどり代表取締役社長

<◎：座長>

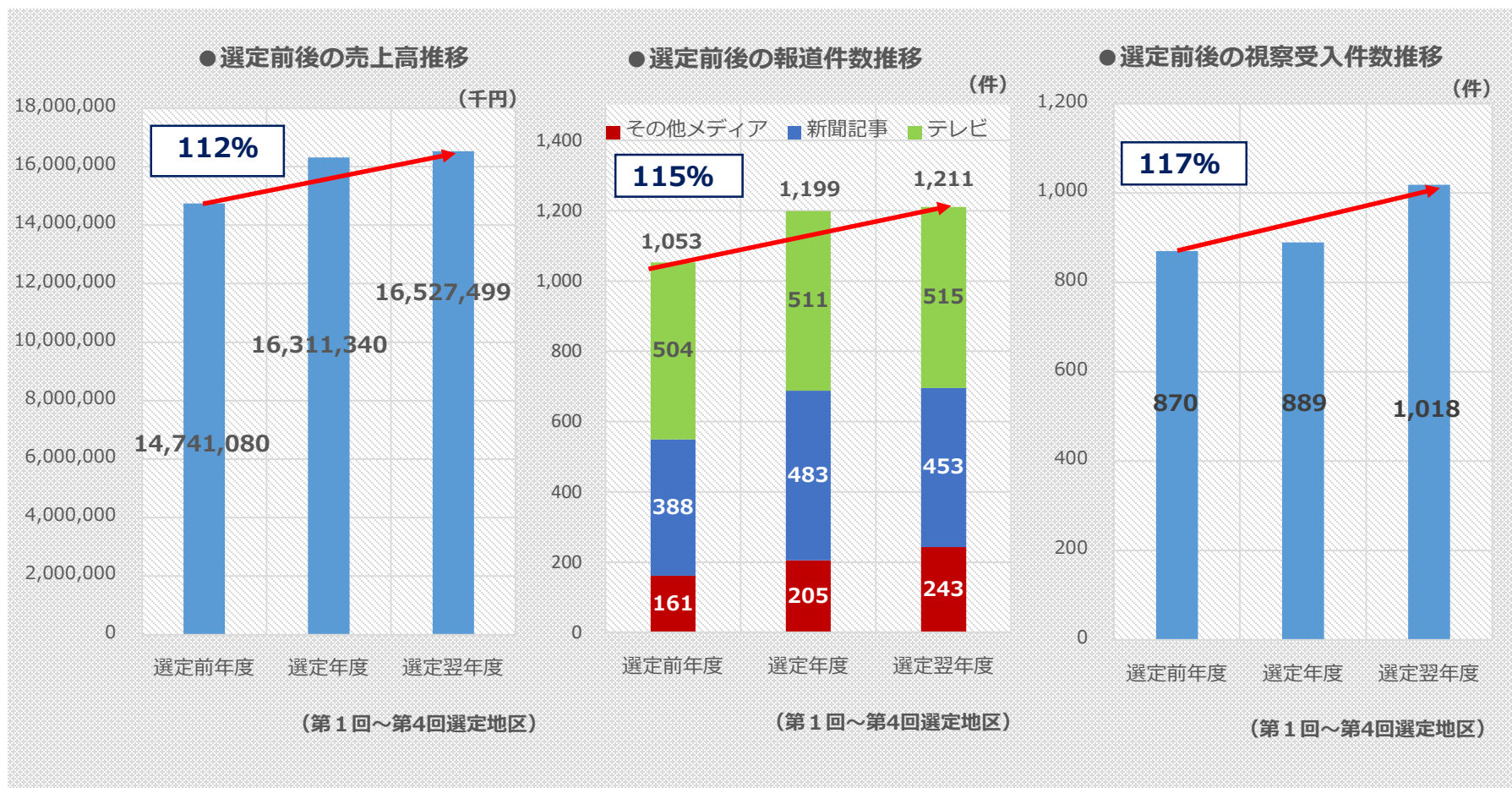
【五十音順：敬称略】

選定後の選定地区の取組状況

令和元年 5 月

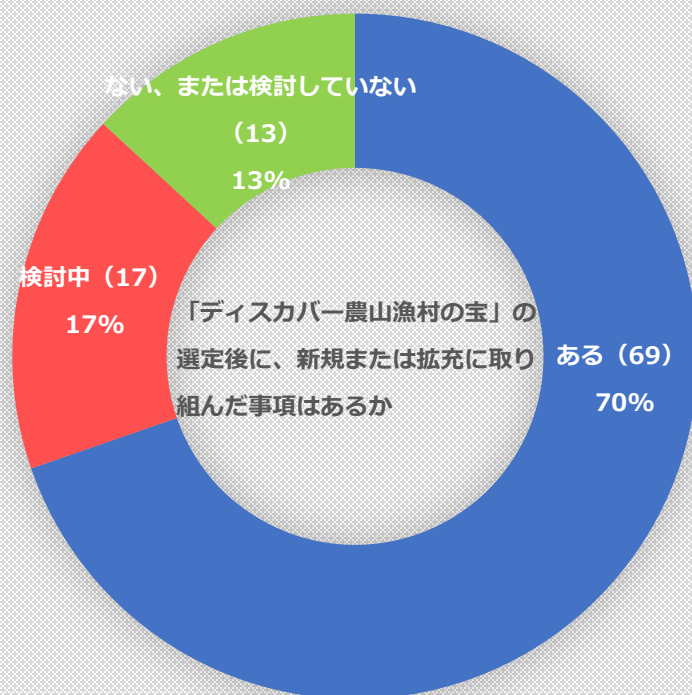
選定後の選定地区の取組状況①（選定前後の売上等の推移について）

- 第1回から第4回選定地区において、選定前年度から選定翌年度の売上高等の推移を確認したところ、選定後では、売上高は選定前年度比112%、報道件数は同115%、視察受入件数は同117%とそれぞれの項目について選定後に増加していた。

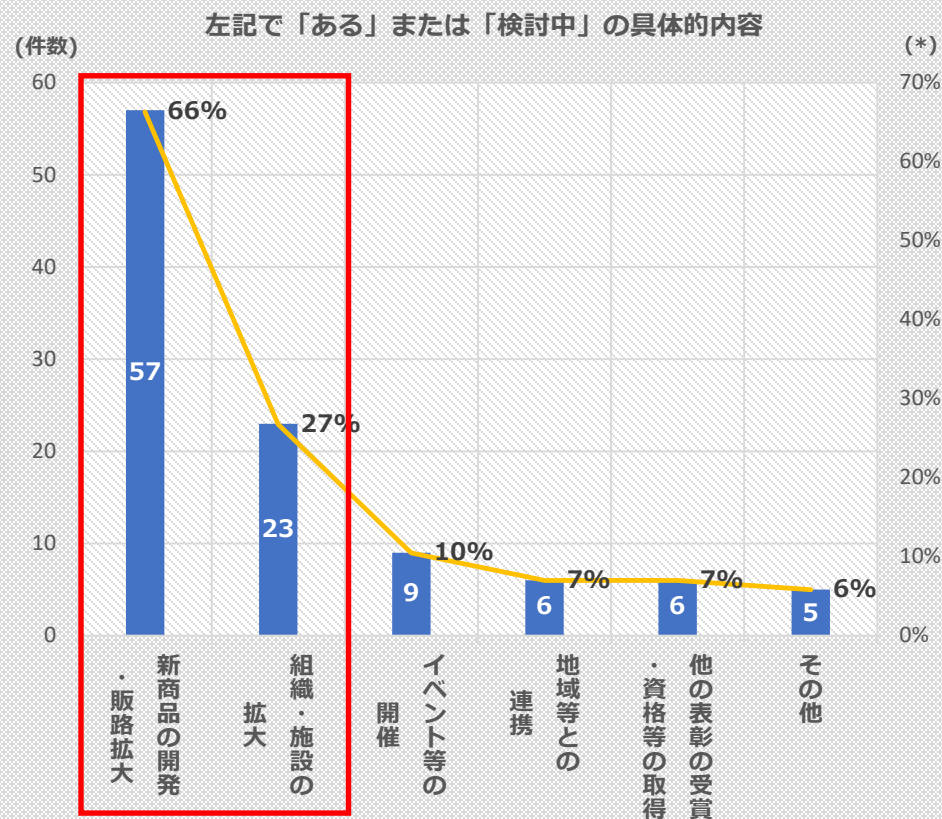


選定後の選定地区の取組状況②（選定後の取組について）

- 選定後に新規または拡充に取り組んだ事項の有無についての設問で、「ある」、「検討中」の回答が合わせて9割となり、選定後も意欲的に取り組んでいる地区が多いことが伺えた。
- 具体的な内容は、「新商品の開発・販路拡大」が多く、「組織・施設の拡大」が続く結果となった。



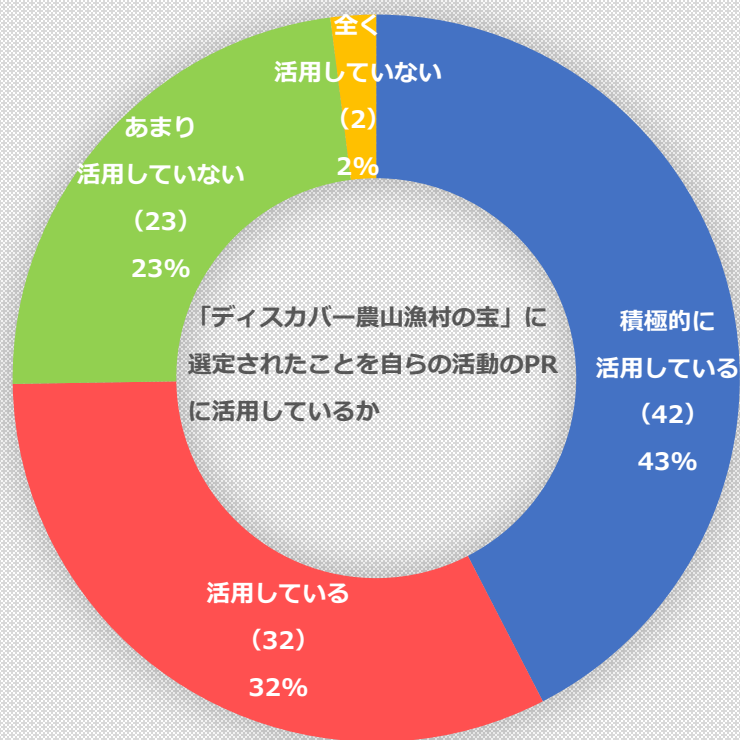
（未回答地区除く99地区）



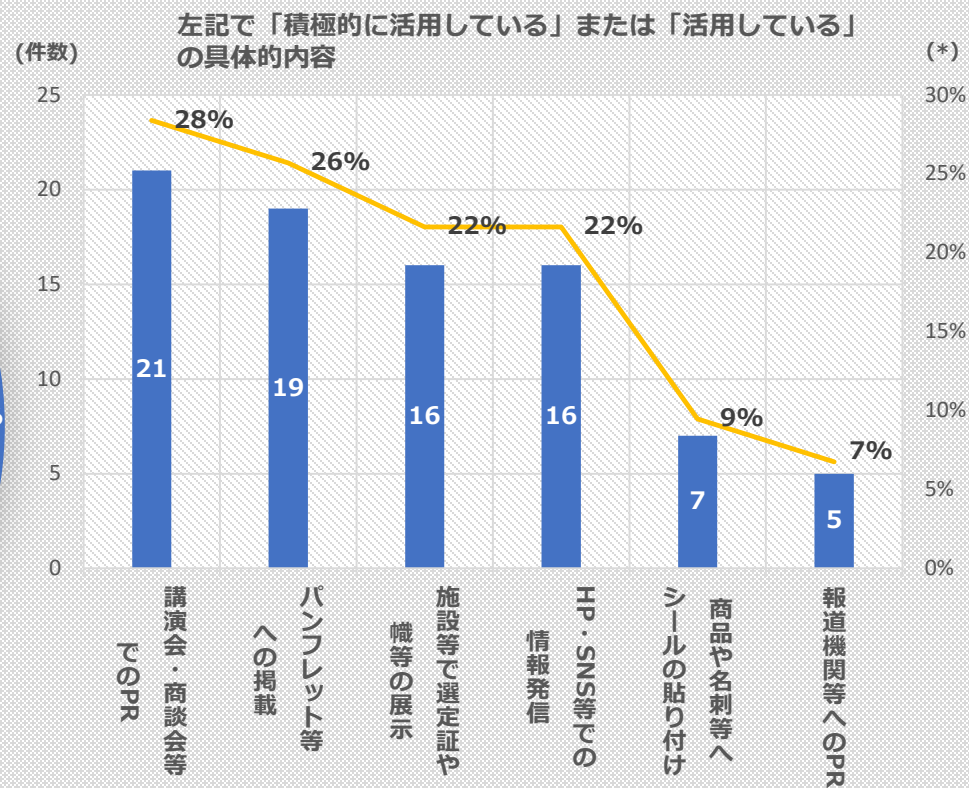
（*）左記で「ある」または「検討中」と回答のあった86地区に占める割合（複数回答）

選定後の選定地区の取組状況③（PRへの活用について）

- 選定されたことを自らの活動のPRに活用しているかについての設問では、「積極的に活用している」、「活用している」との回答が4分の3を占めた。
- 具体的な活用方法は、「講演会・商談会等でのPR」、「パンフレット等への掲載」をはじめとして多様な内容だった。



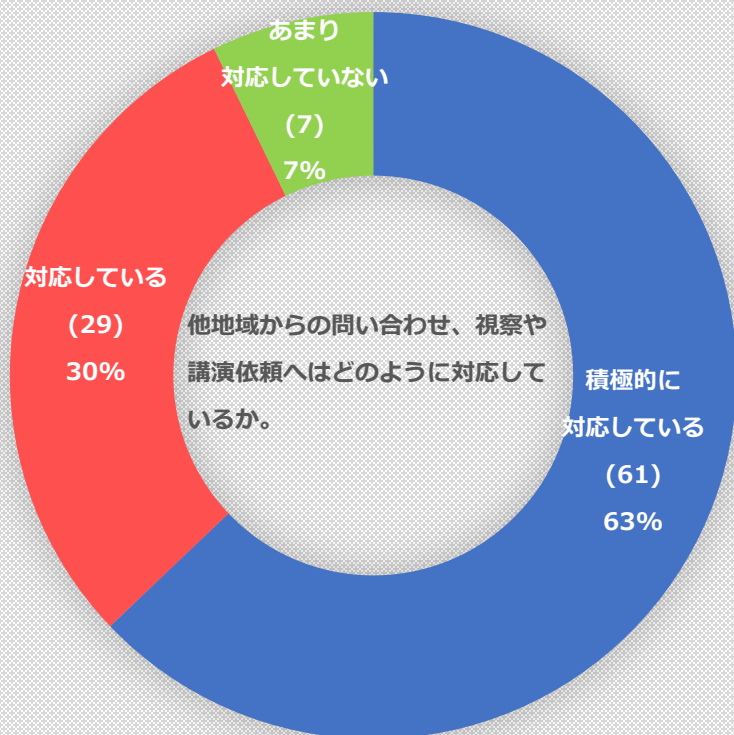
（未回答地区除く99地区）



（*）左記で「積極的に活用している」または「活用している」と回答のあった74地区に占める割合（複数回答）

選定後の選定地区の取組状況④（視察や講演依頼への対応）

- 他地域からの視察や講演依頼への対応については、「積極的に対応している」または「対応している」との回答が9割を占めた。
- 内容については、自らの取組の特色を活かしたものや、相手方のニーズに合わせた内容等、各地区によって様々な手法で対応をしていることが伺えた。



（未回答地区除く97地区）

左記で「積極的に対応している」または「対応している」の具体的な内容

- 小学校、高校、大学での食育講演だけでなく消費者向けの食育セミナーでも講演。その他、雑誌に特集を組んでいただき、それが縁で、市内の大型デパートにて食育セミナーを開催し、講演と合わせて試食販売を実施。（第1回選定地区）
- 視察受入れ時に実際に農泊を体験していただく事により、域内の受入れ実践者が少なからずアドバイザーとしての意識が芽生える事、来訪者とのネットワークを各々で築いている事が成果。（第2回選定地区）
- 農業分野における障がい者の就労の場の拡大、労働力の提供等当法人の経験等を開示・説明している。その結果、取材依頼の増加、視察者等交流者数が平成29年度以降倍増している。多くの方に情報を発信することで、多様な幅広い分野と情報の交換や連携が可能になりつつある。（第2回選定地区）
- 視察や講演依頼には、依頼先の目的や状況に応じて様々なスタディーケースを準備して対応している。例えば、地域づくりのリーダー育成を目的としたセミナー等では、フィールドワークの必要性を説き、自らの事業現場への訪問研修につながった。（第3回選定地区）
- 視察受入の際には、地域住民で製作したPR映画の上映会を開催し、映像の中に地域の自然や文化、過疎の現状、トマト料理などを取り入れトマトと少女の恋の物語の内容を通して、当地域に興味を持っていただき、ファンづくりにつながっている。（第5回選定地区）

（回答抜粋）

情報発信の取組状況

令和元年 5 月

情報発信の取組状況について① - Web・SNSを活用した情報発信 -

- 特設WebサイトやSNSを活用したオンラインでの情報発信に加え、シンポジウム及びマルシェの開催、農林水産関係イベントへの出展等オフラインでの情報発信を行い、「ディスカバー農山漁村の宝」選定地区の取組等を広く国内及び海外へ発信することで、選定地区の取組の横展開を図るとともに、幅広い層に対して「ディスカバー農山漁村の宝」自体及び選定地区の知名度向上を図るPRを実施。

● 特設Webサイトでの情報発信

モバイル端末にも対応した「ディスカバー農山漁村の宝」特設Webサイトを開設し、選定地区（全国版・地方版）の取組紹介や各種イベント情報など、地域活性化に取組む団体・企業等向けの情報のほか、選定地区のオススメ商品を紹介するページ（通販サイトへのリンク貼付）を作成し、国内外の幅広い層に向けての情報発信も実施。（閲覧数:161,256（2019年3月末時点））

【特設Webサイトトップページ】



・取組の紹介ページ
（全国選定及び地方版選定地区）



・オススメ商品の紹介ページ
→通販サイトへリンク



・開催の告知や、結果報告など各種イベント情報ページ

・上記のほか、「選定証授与式及び交流会の様子」「有識者懇談会委員による現地調査の概要」「ディスカバー農山漁村の宝PR動画」など様々なコンテンツを掲載。

（URL）<https://www.discovermuranotakara.co.jp/>

● SNSを活用した情報発信

「ディスカバー農山漁村の宝」Instagramを開設し、写真を活用して選定地区の魅力を発信。

国内外の幅広い層に対して知名度向上を図るため、選定地区から提供いただいた写真と紹介文を日本語と英語で投稿。また、Instagramと連携したTwitterとfacebookも運用。

（投稿への「いいね数」 計1,121件）

【Instagram】



・国内及び海外へ向けて、日本語及び英語で発信



・インフルエンサーによる「ディスカバー農山漁村の宝」についての投稿

（アカウント）discovermuranotakara

情報発信の取組状況について② - イベントの開催・出展 -

● シンポジウムの開催

2018年7月にカンファレンスランチ銀座において、選定地区の取組の横展開及び「ディスカバー農山漁村の宝」自体及び選定地区の知名度向上を目的としたシンポジウムを開催。本シンポジウムでは、有識者懇談会委員を務める田中理沙氏による講演や、これまでの選定5地区による取組発表・パネルディスカッションを実施。（来場者108名）



会場の様子



田中理沙氏による講演

● マルシェの開催

都内においてシンポジウム（2018年7月）や選定証授与式・交流会（2018年11月）の開催に合わせ、「ディスカバー農山漁村の宝」及び選定地区について広く情報発信するためのマルシェを開催。選定地区が出展し、来場者に直接オススメ商品や取組の紹介を行った。また、交流会の動画も放映しPRを実施。



選定地区（10地区）による
マルシェの様子
（@有楽町 来場者約7,500名）



第5回選定地区（26地区）による
交流会翌日のマルシェの様子
（@日本橋 来場者約4,500名）

● イベントへの出展

2019年5月11から12日に新潟市で開催されたG20新潟農業大臣会合において、新潟県及び隣県の4つの選定地区を中心に出展。パネル展示、試食、動画放映等を通じ、「ディスカバー農山漁村の宝」及び選定地区の取組を国外に向けてもPR。

（34の国と機関が参加。我が国から吉川農林水産大臣等が出席）



G20新潟農
相会合での
出展の様子

2019年2月にATCアジア太平洋トレードセンターにおいて開催された国産農産物・展示商談会「アグリフードEXPO」に出展。全国のバイヤーに向けて「ディスカバー農山漁村の宝」のPRとともに、選定地区の広域的な販路拡大を図った。

（2日間計 来場者約13,000名）

● 地方版「ディスカバー農山漁村の宝」の選定

2017年度に引き続き、各地方農政局等においてもブロック毎に優良事例を選定するとともに、選定証授与式を実施。

2018年度は、全国9ブロックで計88地区を地方版として選定。



九州ブロックでの
選定証授与式の様子
（2018.12@九州農政局）



選定証授与式の他、
意見交換会も実施。
（2018.12@関東農政局）

情報発信の取組状況について③ - 各種メディアでの情報発信 -

● 海外でのテレビ放映

(株)ABCインターナショナル(朝日放送グループ)が制作する海外向け番組のロケ地として「ディスカバー農山漁村の宝」選定地区の中から、2017年度は「相差海女文化運営協議会」(三重県鳥羽市/第2回選定)、2018年度は「一般社団法人えん-TRANCEわづか」(京都府和束町/第4回選定)が選出。



番組ロゴ



放送のキャプチャー画像



ロケの様子

番組名: 「Tình không biên giới」(国境のない愛)

放送期間: 2017年12月6日～2018年2月28日(毎週水曜22:45～23:15)

相差地区の放送日: 2018年2月7日 視聴率3.7%(約200万人にリーチ)

番組概要: 「日本人×ベトナム人」の国際結婚夫婦を取り上げ、夫婦の絆を描く。言語や文化などの壁を乗り越えながら人生を共に歩む姿を通じ、日本がベトナムにとって信頼できるパートナーであることを伝える。



番組ロゴ



放送のキャプチャー画像



ロケの様子

番組名: 「NGƯỜI KẾT NỐI - Ân nhân nơi Đất Khách-」(あの人に恩返し)

放送期間: 2018年10月17日～2019年1月9日(毎週水曜22:45～23:15)

和束地区の放送日: 2018年12月5日 視聴率4.3%(約227万人にリーチ)

番組概要: 日本で頑張るベトナム人と、彼らの異国の地での成功を支える日本人の絆を描く過程で、日本の文化・風習や名所などの紹介のみならず、日越お互いが信頼し合える関係であることを伝える。

● 「よしもと47ご当地市場」での物販

「ディスカバー農山漁村の宝」選定地区の特産品が、なんばグランド花月にある「よしもと47ご当地市場*」で販売。



「ディスカバー農山漁村の宝」
特設コーナー



吉本興業所属芸人による
店頭でのPR販売

※全国のご当地品を取り扱う物産店(なんばグランド花月)

● プロモーション動画の発信等

2019年3月に、第5回選定グランプリ地区の「もてぎプラザ」をロケ地とした「ディスカバー農山漁村の宝」プロモーション動画を制作。動画は日本語版と英語版(各々フルver.とショートver.の2パターン)を制作し、国内外の幅広い層へ向けての知名度向上のため、Youtube(農林水産省公式チャンネル「MAFFチャンネル」)や特設Webサイト等で配信。また、ポスター及びリーフレットも作成し、地方自治体等への配布やイベントでの配布を行うなど、様々な媒体を活用して「ディスカバー農山漁村の宝」のPRを実施。



プロモーション動画
(左:日本語版 右:英語版)



ポスター及び
リーフレット