

令和6年度  
エリアブランディング実証事業  
成果報告書

令和7年3月  
西日本旅客鉄道株式会社

## 目次

<b>1.</b>	<b>本事業の背景及び目的</b>	<a href="#"><u>2</u></a>
<b>2.</b>	<b>業務内容</b>	<a href="#"><u>3</u></a>
	(1) エリアブランディングの先進事例調査	<a href="#"><u>3</u></a>
	(2) 知的財産及びエリアブランディングに関する導入講義	<a href="#"><u>5</u></a>
	(3) ワークショップの開催及びビジョンの策定支援	<a href="#"><u>6</u></a>
	(4) 策定したビジョンに基づく PR の取り組み	<a href="#"><u>19</u></a>
	(5) 事業成果の発表会及び交流会の実施	<a href="#"><u>24</u></a>
<b>3.</b>	<b>本事業の総括と今後の課題</b>	<a href="#"><u>34</u></a>

## 1. 本事業の背景及び目的

「デザイン経営宣言」（平成 30 年公表）において、デザインは「企業が大切にしている価値、それを実現しようとする意思を表現する営み」と定義されている。経済産業省・特許庁では、このデザインを活用した経営手法を、ブランド力やイノベーション力の向上、ひいては企業の競争力そのものを強化する手段として普及推進している。

一方、少子高齢化が進む我が国の地方部に目を向けると、地域は観光・移住・企業誘致などあらゆる局面で他との競争に勝ち抜いて行く必要性に迫られる時代となっている。ふるさと納税を例に取ってみても、今や自治体が民間企業のようにブランディングやマーケティングなどに投資するようになっており、地域にも競争力の向上が求められていると言える。

経済産業省中国経済産業局ではこのような背景を踏まえ、デザイン経営手法をまちづくりへも活用することを目的として検討委員会を開催し、「中国地域のデザインビジョン」<sup>(※)</sup>を取りまとめた。本ビジョンでは、理想の地域の要素を、関係者が当事者となって①固有の価値を見だし、②チャレンジを称賛し、③ゆるやかなコミュニティを形成すること、としている。

本事業では、この要素に基づくまちづくりを実証するため、チャレンジ精神を持ったステークホルダーが集まり、地域の固有の価値（観光施設などの有形資産から知的財産などの無形資産両方を含む）や将来像などを話し合うワークショップを開催する。その機会を通じ、地域の皆が共有できるビジョンの策定や、それに基づく具体的なアクションのために必要なコミュニティの体制作りを行う。それらの結果を取りまとめて示すことで、デザイン経営の普及や、知的財産などの無形資産の持つ価値の見える化の重要性を発信することを目的とする。

なお、本目的達成のためには実証期間内で一定程度の成果が求められるため、実証地域の選定にあたっては、ブランディングの核となる要素について事前に整理・検討しておくことが重要である。その例としては観光資源やグルメ、歴史・文化など多くが考えられるが、本年度は交流・滞在の拠点となるような施設、もしくは地域団体商標などの知的財産権を核とした実証を事業の方針とする。

(※)「中国地域のデザインビジョン」は次のリンク先を参照のこと

<https://www.chugoku.meti.go.jp/topics/ryutsu/220531.html>

## 2. 業務内容

### (1) エリアブランディングの先進事例調査

#### ①調査目的

エリアブランディング先進事例調査の目的は以下に示すとおり。

#### 【目的1】中長期的な時間軸でエリアブランディングに取り組む意義を知る

- ・ 次の目標、一歩先に進む先進事例を参考とすることで、エリアブランディング戦略に基づく取組が地域・企業にもたらす効果を知ってもらい、共感を得ることを目指す。

#### 【目的2】エリアブランディングに取り組む上でのヒントを得る

- ・ エリアブランディングの進め方、体制、取り組む上での視点について知る。
- ・ 地域づくりに関わる多様な主体（MAP'S+O）の視点に基づき取組のポイント等を整理する。

#### ②調査地域の概要

本事業での調査対象は、山口県宇部市、山口県周防大島町及び京都府福知山市とした。

##### ■山口県宇部市

宇部市では、令和3年度より居心地の良い中心市街地の実現に向け、「公・民・学」が共創してビジョンを作り、低未利用地を活用した挑戦が行われている。中心市街地における都市のスポンジ化という課題に対し、「公・民・学」が連携したワークショップを実施し、エリアブランディングビジョンを策定し、若者クリエイティブコンテナ等、様々な事業が実現するにあたって、地域内外の関係者がどのようにつながり、コミュニティが形成され、事業が創出されたか等を、「MAP'S+O」の体制に照らして調査を行った。

##### ■山口県周防大島町

周防大島町では、実証地域と同じく、拠点施設「道の駅サザンセットとうわ」を核に事業が創出されている点から、先進事例での知見・ノウハウの再現性を高めるため、同様の観点で調査を行った。

■京都府福知山市

福知山市では、福知山駅前中心市街地活性化をきっかけに、駅前の空き店舗活用や商業活性化を目的とするまちづくり会社を設立した。同社は地元の若手経営者主体で構成されており、設立から10年間で24店舗の誘致に成功している。まちづくり会社の組織づくりや安定した収益事業といった観点から調査を行った。

③調査対象

■山口県宇部市

宇部市中心市街地活性化推進課 安部課長補佐、落合係長、松本係長  
山口大学大学院創成科学研究科 教授 宋 俊煥氏  
GaiaExaxon 株式会社 代表取締役 富岡 英雄氏  
一般社団法人プレイスマネジメント 江本 翔一氏、田中 翔大氏  
まちづくり会社 village rise 代表 藤重 雅明氏  
アーティスト、飲食店オーナー 葛谷 允宏氏  
株式会社にぎわい宇部 石井 裕氏、大野 智裕氏

■山口県周防大島町

道の駅サザンセットとうわ 代表 椎木 巧氏、支配人 岡崎 竜一氏  
チャレンジショップ出店者

■京都府福知山市

株式会社福知山フロント 奥田 友昭氏、庄田 健助氏、広瀬 今日子氏  
まちづくり福知山 大槻 泉氏

④調査結果

先進事例の調査結果については、別紙1を参照のこと。

## (2) 知的財産及びエリアブランディングに関する導入講義

エリアブランディングに関する理解を深めるとともに、(3)のワークショップの機運醸成を図ることを目的として、導入講義を実施した。

なお、「中国地域のデザインビジョン及び当事業の概要」「(1)の先進事例調査の取組例」を内容とする導入講義は、(3)のワークショップと同時に開催した。

また、「意匠や地域団体商標などエリアブランディングに活用できる知的財産制度の概要・事例」については、ワークショップ前に地域団体商標等に関する説明を行うと、同制度を前提としたブランディングとなる可能性があるとの懸念が示された。これを受けて、実証地域、経済産業省中国経済産業局、請負事業者の間で協議を行い、ビジョンイラスト策定後の戦略の一つとして、地域団体商標等の活用を紹介することが適切との結論になり、(5)事業成果の発表会にて当該制度の説明を行った。

詳細については、「(3)ワークショップの開催及びビジョンの策定支援」「(5)事業成果の発表会及び交流会の実施」において記述する。

### (3) ワークショップの開催及びビジョンの策定支援

実証地域（2地域程度）については、経済産業省中国経済産業局、請負事業者の協議のもと選定し、広島県庄原市高野エリア、山口県長門市仙崎エリアの2地域とした。両地域において、自治体・民間事業者・支援機関・まちづくり会社等を参加者として、地域固有の価値や将来像などを話し合うワークショップ（全3回）及び地域のビジョン策定の支援を実施した。

#### 【実証地域の現状、課題等】

##### 広島県庄原市高野エリア

- ・地域の交流や滞在の拠点であり、庄原市の北の玄関口となっている「道の駅たかの」は、中国横断自動車道 尾道松江線 高野 IC 付近に立地しており、年間来場者100万人、年間売上6億円（いずれも令和5年）を誇る施設である。
- ・平成25年4月の道の駅開業後には、地元農産物を活用した加工品を100品目開発する「高野の逸品100プロジェクト」や、農泊を推進する「着地型観光事業」など様々な事業を展開。平成27年には国土交通省の「地域づくり表彰」を受賞するなど、広域的な地域づくりに取り組んできた。
- ・一方で、人口減少により地域の持続可能性が低下していることや、道の駅の集客力を高野エリア全体に波及させることができていない等の課題が挙げられている。道の駅の来訪者に、高野エリア全体で滞在してもらうための仕組みづくりを考えることを目指して、全3回のワークショップを開催した。

##### 山口県長門市仙崎エリア

- ・古くから水産業と観光業の町として発展し、「近代捕鯨発祥の地」「世界大戦後の引揚地」「金子みすゞ誕生の地」など多くの地域資源を有している。周辺には長門湯本温泉や元乃隅神社なども立地しており、長門市全体の年間観光客数は約200万人（令和5年度）となっている。
- ・平成30年4月には「道の駅センザキッチン」がオープン。令和5年11月に来場者500万人を達成し、地域内外からの多くのお客さんで賑わっている。令和8年には外資系ホテルの開業が予定されており、今後もさらなる観光客の増加が予想される。
- ・高野エリアと同様に、道の駅の来訪者を、みすゞ通り商店街をはじめとする仙崎エリアに呼び込むことができていないとの課題を有している。地域の魅力を引き出すためのコンテンツ創出や、周遊の仕組みづくり、推進体制の構築などを目指して、全3回のワークショップを開催した。

## ①第1回ワークショップ

### ・日時

<高野エリア> 2024年7月18日(木) 18:30-21:00

<仙崎エリア> 2024年7月19日(金) 14:00-16:30

### ・場所

<高野エリア> 道の駅たかの カフェレストラン「そらら」

<仙崎エリア> 仙崎公民館

### ・参加者

<招聘した専門家>

株式会社 umika 代表取締役 谷田 恭平 氏

経済産業省中国経済産業局の「令和5年度エリアブランディング実証事業」において、専門家として広島県東広島市安芸津町のビジョンイラストの策定に従事したほか、広島県福山市「まちの空想倶楽部」の受託など瀬戸内エリアにてまちづくりを起点とした事業の実績を多く持つため。

<事務局>

経済産業省中国経済産業局：松村氏、伊東氏、下地氏、金光氏

西日本旅客鉄道株式会社：内藤氏

株式会社さとゆめ：河内氏、平井氏

<ワークショップ参加者>

高野エリア：28名 仙崎エリア：24名

## ・プログラム

第1回ワークショップのプログラムは以下のとおり。

### 令和6年度エリアブランディング実証事業

日 時 2024年7月18日（木）18:30-21:00 in高野、7月19日（金）14:00-16:30 in仙崎

まちづくりにおける地域のブランディングの重要性を理解したうえで、ブランディングの根幹である「自分たちは何者か」「地域テーマの価値は何か」を出し切るためのワークショップ。更には、まちづくりの体制づくりを見据えて、緩やかに自然なたちで人と人が繋がる場となるワークショップ。

プログラム	担当	高野時間	仙崎時間	計150分
① 受付	河内・経産局メンバー	18:00-18:30	13:30-14:00	
② オープニングスピーチ	地元行政メンバー	18:30-18:35	14:00-14:05	5
③ エリアブランディング事業概要説明	伊東	18:35-18:50	14:05-14:20	15
④ エリアブランディングとまちづくりの講演	内藤	18:50-19:20	14:20-14:50	30
⑤ 休憩・WS準備		19:20-19:30	14:50-15:00	10
⑥ ワークショップ	谷田	19:30-20:30	15:00-16:00	60
⑦ まとめ、次回お知らせ	内藤	20:30-20:35	16:00-16:05	5
⑧ クロージングスピーチ	WS参加者代表	20:35-20:40	16:05-16:10	5
⑨ 集合写真撮影・片付け・交流会準備	全員	20:40-21:00	16:10-16:30	20
⑩ 交流会・ピッチイベント	希望者全員			30

## ・実施概要

### ●事業概要説明

｜経済産業省中国経済産業局 伊東氏

本事業の概要及び「中国地域のデザインビジョン」について説明。まちづくりにおいて、なぜビジョンが重要なのかを説明し、ワークショップ参加者と目線合わせを行った。



●導入講義「よそもの、わかもの、ばかものが拓く地域の未来」

｜西日本旅客鉄道株式会社 内藤氏

まちづくりにおいて重要な視点（「鳥の目」「虫の目」「魚の目」）、重要な要素（「人材」「投資」）について説明。多様な人材と投資を集めるためには、関わる人の共感を生むビジョンが必要であることに触れ、昨年度の実施事例をもとに、ビジョンづくりがもたらす影響や、事業の実施体制を紹介。事業実施後の取り組み体制についても話し、一過性ではなく、地域が主体となり継続していくための手法についても説明した。



●ワークショップ「未来のまちの自己紹介」

｜株式会社 umika 谷田氏

本事業において大切にしたいこと、まちづくりのフェーズごとに意識すべき取り組みを紹介した後、第1回ワークショップの方針イメージを共有し、ワークショップを開始した。

参加者は、以下より2つを選択し自分なりに回答。それを参加者同士で共有しあい、最後に代表者数名が発表を行った。



- ①このまちに関わろう、住み続けよう、関わってみようと思ったきっかけは？
- ②自分の人生を変えた（決めた）出来事とは？
- ③仕事やまち起点のテーマで、自分のモチベーションがあがる瞬間は？
- ④（自分起点で）これから先の空想

1回目のwsイメージ

名前と所属を記載ください。ワークショップ終了後には、本紙面は回収します！

①～④の内、2つを選んでください！

- ①このまちに関わろう、住み続けよう、関わってみようと思ったきっかけは？
- ②自分の人生を変えた（決めた）出来事とは？
- ③仕事やまち起点のテーマで、自分のモチベーションがあがる瞬間は？
- ④（自分起点で）これから先の空想

1回目ワークシート

- ①このまちに関わろう、住み続けよう、関わってみようと思ったきっかけは？
- ②自分の人生を変えた（決めた）出来事とは？
- ③仕事やまち起点のテーマで、自分のモチベーションがあがる瞬間は？
- ④（自分起点で）これから先の空想

名前：

所属：

選んだ番号を記載ください

選んだ番号の内容を記載ください

図 ワークショップで使用したワークシート



写真 ワークショップの様子

## ②第2回ワークショップ

### ・日時

<高野エリア> 2024年8月29日(木) 18:30-21:00

<仙崎エリア> 2024年8月30日(金) 14:00-16:30

### ・場所

<高野エリア> 道の駅たかの カフェレストラン「そらら」

<仙崎エリア> 仙崎公民館

### ・参加者

#### <専門家>

株式会社 umika 代表取締役 谷田 恭平 氏

#### <事務局>

西日本旅客鉄道株式会社：内藤氏

株式会社さとゆめ：俣野氏、河内氏、平井氏

#### <ワークショップ参加者>

高野エリア：11名 仙崎エリア：15名

### ・プログラム

第2回ワークショップのプログラムは以下のとおり。

#### 令和6年度エリアブランディング実証事業

日 時 2024年8月29日(木) 18:30-21:00 in高野、8月30日(金) 14:00-16:30 in仙崎

テーマ できること・やりたいことを具体的にイメージしながら、ビジョンづくりに挑戦していこう

プログラム	担当	高野時間	仙崎時間	計170分
① 受付	河内・経産局メンバー	18:00-18:30	13:30-14:00	
② オープニングスピーチ	地元行政メンバー	18:30-18:35	14:00-14:05	5
③ 専門講義：道の駅とまちづくり	竹中	19:05-19:35	14:35-15:05	30
④ ワークショップ 〔ブレイクタイム〕 地域の歴史、文化を知る	谷田 WS参加者代表	19:35-20:55 (WS途中20分)	15:05-16:25	80
⑤ 先進事例調査発表	河内・俣野	18:35-19:05	14:05-14:35	30
⑥ まとめ、お知らせ	内藤	20:55-21:00	16:25-16:30	5
⑦ クロージングスピーチ	WS参加者代表			5
⑧ 集合写真撮影・片付け・交流会準備	全員			15
⑨ 交流会・ピッチイベント	希望者全員			90

・実施概要

●専門講義「道の駅とまちづくり」

｜株式会社グリーンアップル 竹中氏

ソーシャル&エコ・マガジン「ソトコト」編集部  
在籍時に取材した経験から、全国の道の駅の事例を  
紹介。道の駅が、地域とともに作るにぎわい創出  
の場として、コミュニティ機能を強めている現状を  
共有した。



●ワークショップ「未来のまちの自己紹介」

｜株式会社 umika 谷田氏

改めて本事業で大切にしたいことを共有した後、  
前回のワークショップの振り返りを実施。  
参加者それぞれが考えてきた「現状」と「空想」を  
チーム内で発表。各チームが印象に残っているキー  
ワードを共有した。



●先進事例調査発表

｜株式会社さとゆめ 俣野氏、河内氏

先進的なエリアブランディングの取組が行われて  
いる3地域（山口県周防大島町、山口県宇部市、京  
都府福知山市）の事例について紹介した。



2回目ワークシート 日時：8月29日 時～@  
 まちの未来の自己紹介を考えてみる  
 「現状」と「空想」の2種類のワークシートを記載ください。2回目のワークショップの際には、記載いただいたシートの発表から始めるためこちらのシートを持参ください。枠内には、できるだけ具体的な言葉を記載ください。  
 (抽象的な内容だとビジョンイラストに反映できる要素が見つからないためです。)

名前：
所属：

**現状**

高野は、

な(場所)・(もの)・(人)がある／いるのが自慢です。

まちには、があるので、

(しながら過ごす)・(を営む)・(を目的に訪れる)のがオススメです。

2回目ワークシート 日時：8月29日 時～@  
 まちの未来の自己紹介を考えてみる  
 「現状」と「空想」の2種類のワークシートを記載ください。2回目のワークショップの際には、記載いただいたシートの発表から始めるためこちらのシートを持参ください。枠内には、できるだけ具体的な言葉を記載ください。  
 (抽象的な内容だとビジョンイラストに反映できる要素が見つからないためです。)

名前：
所属：

**空想**

わたしは高野で、

します／つくります。

それによって、まちには、

訪れる／する人が増えます。

訪れる／する人が増えたことで活動の輪が広がり、新しく／さらに  
できるまちにしていきたいです。

図 ワークショップで使用したワークシート

### ③第3回ワークショップ

#### ・日時

<高野エリア> 2024年10月17日(木) 18:30-21:00

<仙崎エリア> 2024年10月18日(金) 14:00-16:30

#### ・場所

<高野エリア> 道の駅たかの カフェレストラン「そらら」

<仙崎エリア> 仙崎公民館

#### ・参加者

##### <専門家>

株式会社 umika 代表取締役 谷田 恭平 氏

##### <事務局>

経済産業省中国経済産業局：松村氏、伊東氏、下地氏、金光氏

西日本旅客鉄道株式会社：内藤氏

株式会社さとゆめ：平井氏

##### <ワークショップ参加者>

高野エリア：36名 仙崎エリア：25名

#### ・プログラム

第3回ワークショップのプログラムは以下のとおり。

##### 令和6年度エリアブランディング実証事業

日 時 2024年10月17日(木) 18:30-20:45 in高野、10月18日(金) 14:00-16:15 in仙崎

テーマ みんなで共有・共感できるビジョンを言葉に、目指す未来の姿をイラストにしていこう

プログラム	担当	高野時間	仙崎時間	計170分
① 受付	平井・現地事務局	18:00-18:30	13:30-14:00	
② オープニングスピーチ	地元行政メンバー	18:30-18:35	14:00-14:05	5
③ ワークショップ	谷田	18:35-20:15	14:05-15:45	100
④ オンラインサロンのお知らせ	平井	20:15-20:25	15:45-15:55	10
⑤ まとめ、お知らせ	内藤	20:25-20:30	15:55-16:00	5
⑥ クロージングスピーチ	WS参加者代表	20:30-20:35	16:00-16:05	5
⑦ 集合写真撮影・片付け・交流会準備	全員	20:35-20:45	16:05-16:15	10
⑧ 交流会・ピッチイベント	希望者全員			90

●ワークショップ「未来のまちの自己紹介」

┆株式会社 umika 谷田氏

第1回、第2回のワークショップの振り返りを行った後、出来上がったビジョンイラスト案を共有。それをもとに、追加するべきポイントや修正するべき点などを話し合い、完成に向けてブラッシュアップを行った。

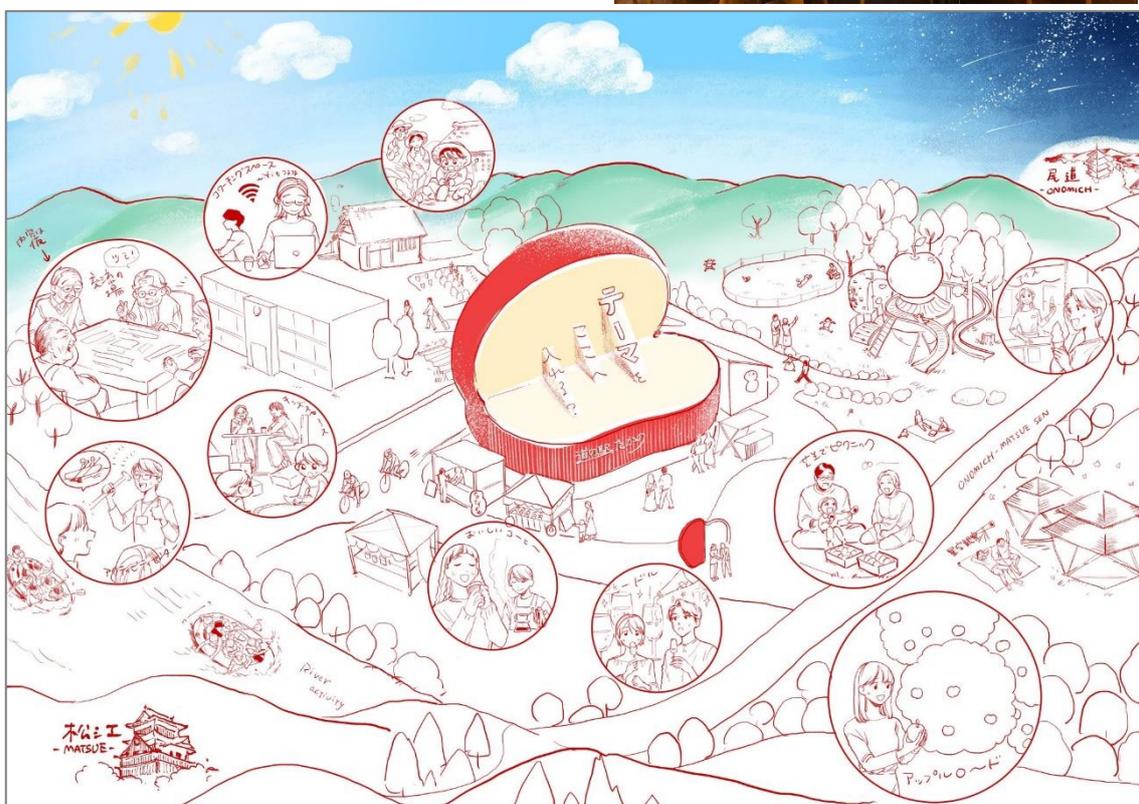


図 高野エリア ビジョンイラスト案

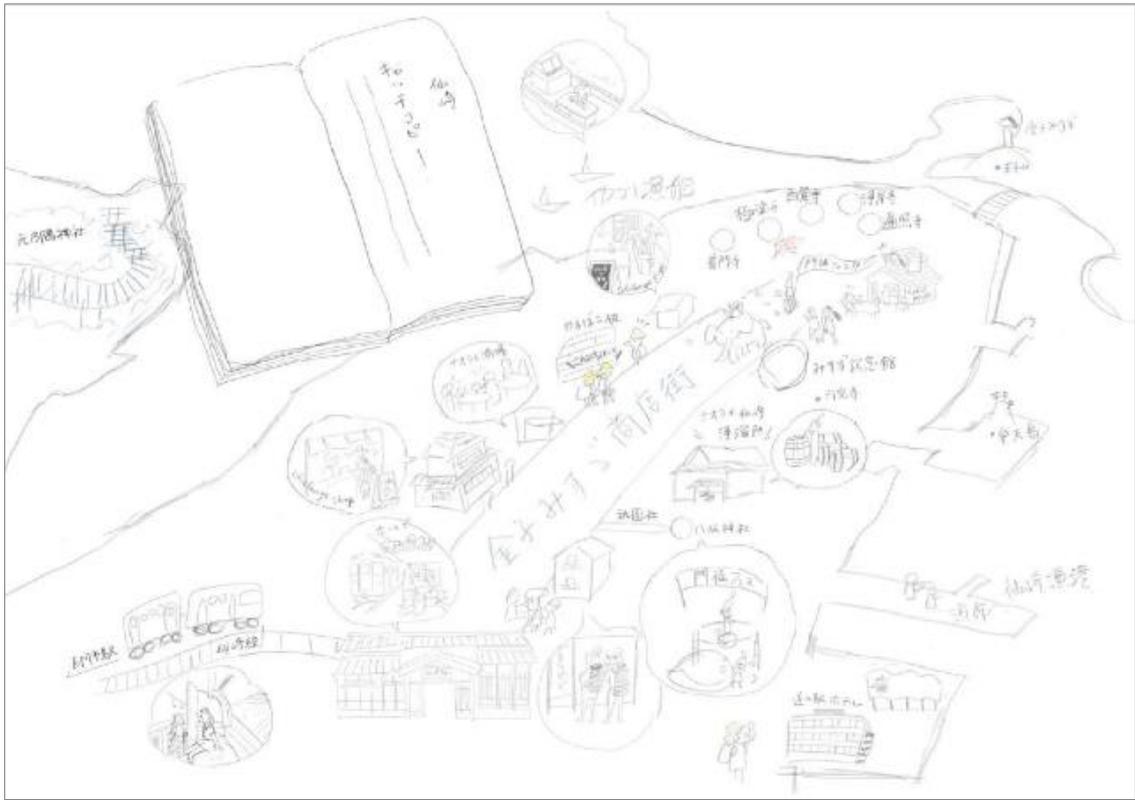


図 仙崎エリア ビジョンイラスト案



写真 ワークショップの様子

#### ④地域のビジョンの策定支援

全3回のワークショップと並行して、実証地域の中心メンバー及び専門家、事務局にて複数回の打ち合わせを実施し、地域のビジョン策定を行った。

- ・ 日時

<高野エリア>2024年9月2日(月)、9月21日(土)、12月2日(月)

<仙崎エリア>2024年9月2日(月)、9月25日(水)、12月13日(金)、  
12月24日(火)、2025年1月8日(水)

- ・ 参加者

<専門家>

株式会社 umika 代表取締役 谷田 恭平氏

<高野エリア>

一般社団法人庄原観光推進機構 糸原氏

イラストレーター 伊藤氏

西日本旅客鉄道株式会社 内藤氏

<仙崎エリア>

長門市企業誘致・まちづくり推進課 河野氏、宮本氏、和田氏

イラストレーター 杉村氏

西日本旅客鉄道株式会社 内藤氏

完成したビジョンイラストは以下のとおり。



#### (4) 策定したビジョンに基づく PR の取り組み

##### ①オンラインサロンの実施

地域事業が立ち上がるまでには、人材(キーマン)→計画(ビジョン)→資金→事業のプロセスを経ることになる。

今年度の実証事業は人材(キーマン)→計画(ビジョン)までの支援が主である。来年度以降資金→事業のフェーズに移行する際、各地域が描いたビジョンイラストを介して、地域外からの民間投資を呼び込む必要があるため、オンラインサロンでの PR を通じて、候補となりうる地域外企業へのアプローチを行った。

- ・ 開催日時

2025 年 1 月 10 日(金) 14:00-16:00

- ・ 参加者

44 名

- ・ プログラム

開催プログラムは以下のとおり

1. 開会挨拶

| 経済産業省中国経済産業局 松村 和典 氏

2. 本事業の背景・目的

| 経済産業省中国経済産業局 伊東 直人 氏

3. ゲストスピーカーによる事例紹介

- ①瀬戸田町の事例：地域ブランディングと企業連携の成功例

| 西日本旅客鉄道株式会社 内藤 真也 氏

- ②小菅村の事例：ベンチャー企業との協働による地域活性化

| 株式会社さとゆめ 代表取締役 嶋田 俊平 氏

4. 2 地域の紹介

- ①仙崎エリア

| 福ノ森林業 代表 福永 篤史 氏

- ②高野エリア

| 一般社団法人庄原観光推進機構 副本部長 糸原 秀晴 氏

5. 質疑応答及び参加者とのディスカッション

6. 閉会挨拶とお知らせ

山口県長門市 仙崎 エリア & 広島県庄原市 高野 エリア

## 地域事業者のつどい オンライン交流会

本オンライン交流会では、地域の未来を共に形作るパートナーとして、まちづくり事業に挑む企業と地域のマッチングを目指しております。地域ビジョン策定の重要性や企業連携の可能性を共有し、実際の成功事例や2つの地域特性について具体的に説明します。特に、集客力の高い商業施設を軸にしたまちづくりや観光拠点の開発といった新たな可能性について情報を共有し、質疑応答や情報交換を通じて参加者が新たな連携のきっかけを得られる場を提供します。この機会に、ぜひご参加ください！

タイムテーブル	ゲストスピーカー
1 開会挨拶	【瀬戸田町の事例】 地域ブランディングと企業連携の成功例   内藤 真也 氏 内藤 真也 氏 株式会社中国経済産業局 課長
2 本事業の背景・目的	
3 ゲストスピーカーによる事例紹介	【小栗村の事例】 ベンチャー企業との連携による地域活性化 株式会社小栗の代表取締役 CEO 橋田 俊平 氏
4 2地域の紹介	
5 質疑応答及び参加者とのディスカッション	
6 閉会挨拶とお知らせ	

開催日時: 2025年1月10日(金) 14:00-16:30  
定員30社 参加費無料  
申込期間: 2024年12月18日(水)~1月8日(水)17:00  
申し込み・問い合わせはコチラ

### 仙崎エリア・高野エリアってこんなところ！

長門市仙崎エリアは、日本海に面し、青島島と本土を結ぶ砂州によって形成された平坦な地形が特徴です。仙崎湾や深川湾に囲まれた港町で、北前船の寄港地として歴史的に栄えました。また、北前門海岸国立公園の一部である青島島は「海上アルプス」と称される美しい自然景観を誇ります。

庄原市高野エリアは広島県の最北端に位置し、中国山地の山々に囲まれた高原地帯です。標高が高く、冷涼な気候が特徴で、年間平均気温は青森県とほぼ同じ。豊かな森林と清流に恵まれ、四季折々の美しい自然景観を楽しめます。また、広島県内で最も積雪量が多い地域としても知られています。

### エリアに関連する集客スポット

地元新鮮な食材を始め、年間100万人が訪れる「道の駅セゾンキャッパン」量産型人型子みずすの世界観を体験できるあずま通りにある「金子みすず記念館（年間来館者約4万人）」、エリア周辺には、CNNが日本の最も美しい場所を選んだ、123基の赤色鳥居が並ぶ絶景「元乃関神社（年間来館者約100万人）」や山口県最古となる600年の歴史を持ち美肌効果で人気の「長門湯本温泉（年間来館者約60万人）」がある。

年間100万人以上が訪れる地元産品の宝庫「道の駅たかの」を起点に、川原やツリーアートベンチャー、スノーキャンパスを楽しむ森内徳太郎の大覚寺アートキャンプ場（年間来館者約2万人）や、アップルロードを中心とした17戸のりんご園も、樹齢1000年を超える上高野山の乳下りんご園（広島県天然記念物）や自然豊かな羅漢・羅漢などの自然資源も周辺に点在しエリアの魅力を高めています。

### エリアの農産物と特産品

仙崎港は山口県北部の主要な漁港で、イカやアジなどの水産物が水揚げされています。特に、仙崎イカは地域の代表的な水産物。また、漁師をはじめとする水産加工品の製造が盛んで地域の重要な産業となっています。

昼夜の寒暖差が大きい高野エリアは、「高野りんご」と「高野大梨」が有名。りんご園では樹上完熟、対面販売にこだわった高品質なものが収穫されており、梨には、通常の食べ比べや観光りんご狩りが楽しめる、りんごを使用したシールドやアップルパイなどの加工品や、比賽牛や瀬戸もみじなどの畜産物も特産品となっています。

### 私たちはこんな人々たちを求めています！

- まちづくり会社設立の伴業支援を行う企業
- リノベーションや有休不動産を活用して店舗運営できる企業または個人
- 2拠点居住で地域の魅力を都市部へ発信できる企業または個人
- 商店街のコミュニティ運営、イベント実施を得意とする企業
- 道の駅を中心とした観光ルートのエリアデザインができる企業または個人
- 高野エリアビジョンを深掘りし、計画に落とし込むディベロッパーまたはディベロッパー経験者
- 道の駅のエリアの開発・運営に取り組む「まちづくり会社」的な企業または、まちづくり会社経験者
- 農校利用、空き家、土地活用など再生を得意とする企業
- 2地域居住を支援したい企業
- 農業6次産業化に実績のある地域商社・流通業者など

図 オンラインサロンのチラシ

・プログラム要旨

●本事業の背景・目的

| 経済産業省中国経済産業局 伊東 直人 氏

オープニングとして、本事業の背景・目的について説明。地域の魅力・競争力を高めるためにはビジョンを描くことが必要であること、地域外企業の協力も不可欠であること等について触れた。

●ゲストスピーカーによる事例紹介①

瀬戸田町の事例：地域ブランディングと企業連携の成功例

| 西日本旅客鉄道株式会社 内藤 真也 氏

広島県尾道市瀬戸田町でのビジョンづくりの事例について紹介。どのようなことに取り組んだのか、如何にして関係者を巻き込んだのか等を紹介した。

●ゲストスピーカーによる事例紹介②

小菅村の事例：ベンチャー企業との協働による地域活性化

｜株式会社さとゆめ 代表取締役 嶋田 俊平 氏

山梨県小菅村の事例について紹介。計画戦略策定から村と連携し、どのような村を目指すのかのビジョンを共有。実施事業の決定方法や村、村民、関係会社を巻き込んできた実績を紹介した。

●2 地域の紹介

仙崎エリア

｜福ノ森林業 代表 福永 篤史 氏

高野エリア

｜一般社団法人庄原観光推進機構 副本部長 糸原 秀晴 氏

各エリアの現状や、今回のワークショップに取り組んだ想いを共有。ワークショップで描いたビジョンイラストで将来目指す町の姿を紹介し、参加した地域内外の企業へ協力を呼びかけた。

●質疑応答及び参加者とのディスカッション

発表者への質疑応答や、参加者へ意見を聞く形式で実施した。

(一部抜粋掲載)

質疑・意見	回答
<p>まちづくりにあたって投資をする場合、投資の回収をどれくらいの期間で想定をしているのか。</p>	<p>初期投資としては「補助金」と「融資」の2種類があり、「融資」の点でいうと約10年で返済完了を見込んでいる。 事業によってもっと短いケースもあるが、まちづくりにおいては回収に比較的時間を要する。</p>
<p>行政が中心の公的なまちづくり会社だと決裁が遅かったり、うまくいかないケースもある。</p>	<p>地元の若いやる気のある方々が集まって会社を立ち上げて、経験、知見のある人たちがサポートしていく、というかたちが良いのではないかと考えている。</p>
<p>どの地域も人口が減っていく中で、地域づくりや何かやりたいとなっても担い手の不足が課題となる。そこを担ってくれる人をどうつくっていくか。</p>	<p>移住者が増えればいいが、移住となるとハードルが高い。二地域居住等の人口をシェアするようなかたちでも、地域でお金を使うだけではなく担い手として関わってもらったり、街の事を一緒に考えてくれる人を探していく、巻き込んでいく必要があると考えている。</p>
<p>地域の担い手や、おもしろい若者が集まってくる仕組みのような、すでに取り組んでいることがあれば教えてほしい。 または、課題がどこにあるのか等を共有してもらえれば、解決策を一緒に探していきたいと思っている。</p>	<p>(高野エリア) ・古民家を活用したい ・りんごが有名でポテンシャルが高いが、庭先販売で売切れてしまうことも多い。 ・スマート農業等の新しい農業のかたちにも挑戦していきたいと思っている。</p> <p>(仙崎エリア) ・古民家を改修して若者が集まる場として小さなイベントを開催している。 ・町のポテンシャルは高いし、いい街になると自負している。ただ、仕事と生活を両立できるサイズ感がちょうどいいとも感じているので、あまり手を広げられていないのも現状。</p>
<p>最初のビジョンづくりが非常に大事だと感じたが、はじめる時点でどこまでの細かく描くべきなのか。</p>	<p>コンセプトを実現する中心的な事業は最初の段階で緻密に設計したほうがいいが、それ以外は周りに楽しく関わってもらいながら育てていくのが良い。</p>



図 オンラインサロンの様子

## ②チラシ・ポストカードの作成

策定したビジョンイラストの認知度向上や、エリアブランディングの取り組みに対する機運醸成を目的として、両地域のビジョンイラストのポスター（B1サイズ）30部、チラシ（A4サイズ）1,000部、ポストカード（148mm×100mm）300部の制作を行い、（5）事業成果の発表会における配布や、地域内の主要施設等への設置を行った。

## (5) 事業成果の発表会及び交流会の実施

### ①開催目的

今年度の実証地域である広島県庄原市高野エリア、山口県長門市仙崎エリアの関係者による実証事業の成果報告、エリアブランディングの専門家による講演等の最終報告会を行った。

### ②実施概要

- 開催日時  
2025年2月13日(木) 15:00-17:30
- 参加者  
62名
- 場所  
SWEET AZ (山口県長門市)
- プログラム  
内容は以下のとおり

**エリアブランディング実証事業**  
**成果発表交流会**

道の駅 たかの

令和7年 2.13 THUR 15:00 - 17:30  
SWEET AZ @ 仙崎  
山口県長門市仙崎313-1

主催 経済産業省 中国経済産業局 事務局 JRR西日本

<p><b>プログラム</b></p> <p>15:05 - 実証地域の成果発表 15:50 - 先進地域の事例発表 17:00 - 6地域トークセッション 17:30 - 懇親交流会(飲食付き)</p>	<p><b>入場無料</b> (懇親会4000円)</p> <p>まちづくり会社、自治体、地域事業者と様々な立場で、地域の未来を考え、エリアブランディングに取り組む方々にご逢迎いただき、地域内外の人との関わり方や地域でチャレンジが生まれる場づくりについて伺います。</p>
<p><b>実証地域</b></p> <p>長門市 仙崎 庄原市 高野</p>	
<p><b>先進地域</b></p>	
<p><b>武部 啓吾氏</b> 地域コーディネーター</p> <p>2000年JRR西日本入社。同社の地域貢献センターとして、地域活性化企業人制度を活用し2024年から岡山県西粟倉村に移住。同村の中間企業である株式会社エーゼログループとの協業、成長支援を通じて地域の新たな価値の創出に取り組む。</p> <p>西粟倉村</p>	<p><b>小林 亮大氏</b> 株式会社しおまち企画代表取締役</p> <p>慶應義塾大学卒業後、Insitu Japanへ入社(現 Staple)。2020年にSOIL Setodaの同社専任者として尾道市尾道に移住。高松市のAoshima Beach Village 開業や尾道駅前の駅舎改装プロジェクトなど、開業を経て、2022年8月より尾道市での地域創生を推進する株式会社しおまち企画の代表取締役として。</p> <p>尾道市</p>
<p><b>伊藤 大輔氏</b> 企画政策課兼都市整備課 専門員</p> <p>民間の建設会社で9年間働いた後、土木技師として竹原市役所に入庁。まちづくりに関する実践的な活動に市役所にも取り組む。現在は旧市庁舎の跡地を中心としたエリアへの図書館や市民ホール等の複合施設を整備する事業や、民間機材調達などの官民連携事業に従事している。</p> <p>竹原市</p>	<p><b>新川 隼人氏</b> 合同会社トモシビファーム代表</p> <p>広島県市安芸津利で70年続く製粉株式会社新川の3代目経営者。2023年3月に地域の交流拠点とするべく「まちづくりコワーキングスペース Shiji」を開業。その後、広島市役所のトルテ事業に取り組み、合同会社トモシビファームを設立してまちづくりの主体となる組織とするべく活動を進めている。</p> <p>安芸津</p>

### ③プログラム要旨

高野エリア | 一般社団法人庄原観光推進機構 副本部長 糸原氏

#### 【要旨】

- ・ 道の駅たかのは、売上高約 6 億円強、レジ通過者 42 万人（来訪者 100 万人強）の県内トップクラスを誇る道の駅。
- ・ 高野エリアは、道の駅開業時（2013 年）には、710 世帯約 2,000 人の人口だったが、2024 年現在では 626 世帯約 1,400 人まで人口が減少。
- ・ このままではまちがなくなってしまうという危機感を持っている。
- ・ 道の駅来訪者の滞在時間は平均で 30 分以下。長時間滞在したくなるようなコンテンツを整備することが必要。
- ・ ワークショップを通じて、「道の駅」第 3 ステージに向けた気づきを得ることができた。（第 1 ステージ：通過する道路利用者のサービス提供の場（1993 年～）、第 2 ステージ：道の駅自体が目的地（2013 年～）、第 3 ステージ：地方創生・観光を加速する拠点へ（2020～2025 年））
- ・ ワークショップを通じて、地域に住む若者の想いを共有することができ、地域外の方とのつながりも作ることができた。
- ・ ビジョンイラストにも、クラインガルテン（農泊体験）や、アップルパイ専門店、シェアキッチンなど、たくさんの夢が描かれている。
- ・ 次のステップとして、さらに仲間の輪を広げていくこと、ビジョンを行政とも共有し、実現に向けたステップを組み立てていくことを目指していく。



【要旨】

- ・ 高校卒業後、一度上京したものの、1ターンで仙崎に戻り、林業に携わる
- ・ 林業×まちづくりの観点で、まちと寄りをつなぐことに取組んでいる。
- ・ まちとひとが混ざり合う場所作りとして、古民家を改装したまちづくり拠点「おはを」創り、様々なイベントを企画運営している。
- ・ 仙崎には多くの空き家があり、リノベーションをして宿泊業や飲食業などのサービス業を行い、まちをさらに活性化させたいという思いがある。
- ・ 元乃隅稲成神社、センザキッチンという年間100万人以上が訪れる観光拠点があり、そこを訪れる観光客を如何にみずぎ通り商店街を中心とした仙崎エリアに呼び込むかを模索している。
- ・ 長期滞在できるようなゲストハウスの整備や、イベントの開催等、観光と日常が入り混じるまちを目指す。
- ・ 作成したビジョンイラストには、コーヒースタンドやクラフトビールが飲めるお店、ゲストハウスや銭湯など、仙崎エリアにあったらいいなと思うものがたくさん詰まっている。
- ・ すでに同じ想いを共有できる仲間がたくさんいる。描いたビジョンの実現に向けて、共に動いてくれる企業の力を借りながら、チャレンジを続けていきたい。



**【要旨】**

- ・ これまでは、経済成長分を地方に投資（分配）することで、日本中どの地域においてもインフラが整備されてきた。近年、人口減少が進む中で、2008年に開始された「ふるさと納税」制度のように、これからは地方にも競争が求められるようになってきている。
- ・ 地域間の競争環境を整えるべく、特許庁では2006年より「地域団体商標」制度をスタート。事業協同組合や商工団体、NPO法人など営利を目的としない団体が取得できる仕組みになっており、地域のブランディングや競争力の強化を促している。
- ・ 地域間の競争は全国的にもスタートしたばかりであり、関係者が一体となってブランディングに取り組んでいる地域は少ない。高野・仙崎両エリアともに今回策定したビジョンに基づく取組を進めることで、全国の中でも先進地域となり得ると考える。

【要旨】

- 西日本旅客鉄道株式会社からの出向で西粟倉村へ移住。
- 目指すところは、地域でまちづくりを担うプレイヤーに対して、西日本旅客鉄道株式会社の持つノウハウや資金、人材を提供することで、地域づくりの取組みをより加速させていくこと。
- それが地域価値を高め、持続可能な地域をつくることにつながる。
- 村として取り組んでいるのは、①村の面積の90%を占める森林を美しく育てていくための「百年の森林事業」、②エネルギーを地域内で循環させるための「再生可能エネルギー事業」、③産業の多様化や地域人材の受入を通じた人が集まる村づくりとしての「ローカルベンチャー事業」
- 持続可能な開発の今後として、資源の生産の場としてだけでなく、グリーンツーリズムという言葉もあるように、自然を楽しみながら学べる体験の提供を行っていく。



【要旨】

- 株式会社しおまち企画の親会社である株式会社 Staple は、ソフトデベロッパー。都市とローカルと自然をソフトなインフラでつなぎなおす役割を担っている。
- 尾道市瀬戸田に SOIL Setoda（カジュアルなホテル+ラウンジ+アクティビティセンター等の複合施設）を立ち上げるタイミングで移住。
- 様々な人が集まる交流施設として、1階にはカフェ、2階に宿泊施設のような建物を作り、ある程度まちににぎわいが出来たら、面で広げていく。
- ひとつ建物を作るにしても、地元の人々はもちろん、観光客も関わられるような施設を作ることが地域にとって大きなインパクトになる。
- プロダクトを創ることが地域づくりにとって大事。観光客を待つだけでなく、地域外に出て PR していくことも可能になる。
- 観光を中心として人流を増やしていくことで、移住者や関係人口も増え、来訪者も増える等、ポジティブな効果が出ている。
- 人の流れを作り続けていくことが今後取り組んでいけないといけない課題。



【要旨】

- ・ 竹原駅前エリアにおいて取り組むウォークアブルなまちづくりについて、行政の立場も踏まえ、取り組んできた内容について紹介した。
- ・ 地元と住民との勉強会からスタートしたが、行政が絡むとどうしても堅苦しくなりがち。まちづくりに関わる人が動きやすくなる体制作りが重要。
- ・ 人任せではなく、自らやる、という意識づけを大事にした。
- ・ 行政、地域住民、事業者が同じイメージを持つためのビジョンがとても大事で、壮大な夢ものがたりではなく、協力すれば実現できるというビジョンにする。
- ・ 実証実験などをおして、地域の人たちのイメージを具体化し、地域の将来像を共有する工夫をした。



【要旨】

- ・ 東広島市安芸津町で取り組んできたことを交えながら、地域が持続的に発展していくために必要となる MAP'S+O の展開を紹介。
- ・ 家業である建設業の新規事業としてワーキングスペースを開設。田舎に来て仕事をする人は多くないため、まちづくりに特化したワーキングスペースとした。
- ・ 東広島市主催の提案型課題解決事業「TORQUE (トルク)」をきっかけにまちづくり法人を設立した。
- ・ 当時安芸津町には MAP'S+O の O (オーガナイザー) が不在の状態だった。プレイヤーは多くいるものの、相談役、まとめ役がいなかったため、自らがその存在となり、新しく参加するプレイヤーの新規開業までがうまくまわるような循環を目指した。
- ・ 様々な地域を視察して、安芸津町の強みは地域コミュニティであり、視察したどの地域よりも優れていると感じている。
- ・ 今後はその強みを活かして NPO 法人を設立。営利法人であるまちづくり会社と非営利団体の NPO 法人をうまく使い分け、町全体の発展に寄与していきたい。



## 6 地域トークセッション

### テーマ1 | これからのローカルの可能性またはローカルの発展に必要なこと

#### 【要旨】

- ・ ローカルの強みは、分かりやすく変化が見えること。  
発展に必要なことはその環境、地域にどう住み続けていく仕組みをつくるか。長期的な関係性づくりが必要。(小林)
- ・ 過去と比較して、SNS等の発展により情報が取りやすくなった。必ずしも大通り、メイン通り沿いになくても事業が成り立つようになった。可能性がとても広がっている。  
発展に必要なことは、ローカルでもやっていけるということを次世代につないでいくこと、ローカルでやっていく人材を育てていくこと。周りにそういう人材がいないと、イメージもつきにくい。(新川)
- ・ 顔が見えて、相手との関係性を築けること。まち全体で喜びを共有できる、小さな幸せに包まれる、そういう距離感がローカルの魅力。  
仙崎にもプレイヤーは多くいると思っているが、それを生かす、街を動かす強さとなる組織(まちづくり会社)が必要だと思っている。(福永)

### テーマ2 | まちづくりにおける民間と地元行政の役割または理想的な連携の姿

#### 【要旨】

- ・ 視察に来てもらうことも増えており、西粟倉の取組みを話す機会も増えた。行政の取組みを民間企業へ伝えていく。民間と行政を分けて考えるというよりは、間でつなぐハブとなる人が必要。(武部)
- ・ 最近感じているのは、行政だけではまちづくりは出来ないし、行政職員の現場力も低下しており、行政主導は難しくなっている。民間は収益がないと継続が出来ない。まちづくりでいうとDMOのような中間組織が重要。そういう組織がまちの将来ビジョンを描きながらマネジメントしていく。行政は民間主導をいかに支えていくか、という視点が大事だと思う。(糸原)
- ・ まちづくりの主役はそこに住む住民。民間の方々。行政としては、そういう民間の人々が発想しやすい、活躍しやすい環境を整えることが重要になる。プレイヤーを育てていくことが大事な役割。民間と行政が一緒にまちづくりに取り組んでいくことが必要。(伊藤)



図 最終報告会の様子

### 3. 本事業の総括と今後の課題

#### (1) 総括

##### ①多様なプレイヤーの掘り起こし

- ・ 高野エリア、仙崎エリアそれぞれの地域において、ワークショップを通じて地域に想いのあるプレイヤーを掘り起こすことができた。
- ・ 高野エリアについては、これまで本事業のようなワークショップがなかった中で、若者が集まり、地域に対する想いを共有できたことで、今後の事業発展に期待ができる。

##### ②ビジョンイラストの作成

- ・ 地域のプレイヤーの想いを共有し、それをビジュアル化できたことで目指すべき方向性を明確化することができた。
- ・ このビジョンイラストを元に、今後取り組みを進める中で支援が必要な場合において、対外的にも想いを共有することができ、地域外からのまちづくり参加を促しやすくなるを考える。

##### ③地域資源の知的財産化に関する学びについて

- ・ 地域団体商標の制度や事例を紹介することで、ワークショップで地域資源を見える化した先に、それを無形の資産として扱う環境が法的にも整備されていることを学んだ。実際に権利を取得するかどうかに関わらず、地域のブランド化を検討していく上で、企業のブランドが使っている商標のような存在を意識することの重要性は共有できたと考える。

#### (2) 今後の課題

##### ①実証地域の実態に応じた取り組みの支援

- ・ 当然のことながら、地域ごとの立ち位置は異なる。
- ・ 高野エリアは、街づくりに取り組む仲間探しには成功しているが、地域事業の立ち上げに必要な人材（キーマン）が地域内から生まれる必要がある。MAP'S+Oの体制構築を進めるサポートが求められる。
- ・ 仙崎エリアは、すでに人材（キーマン）、計画（ビジョン）は明確化されているため、事業化に移るフェーズであり、資金調達のサポートが必要となる。それと同時により多くの人材が関われるよう支援していくことも必要だと考えられる。

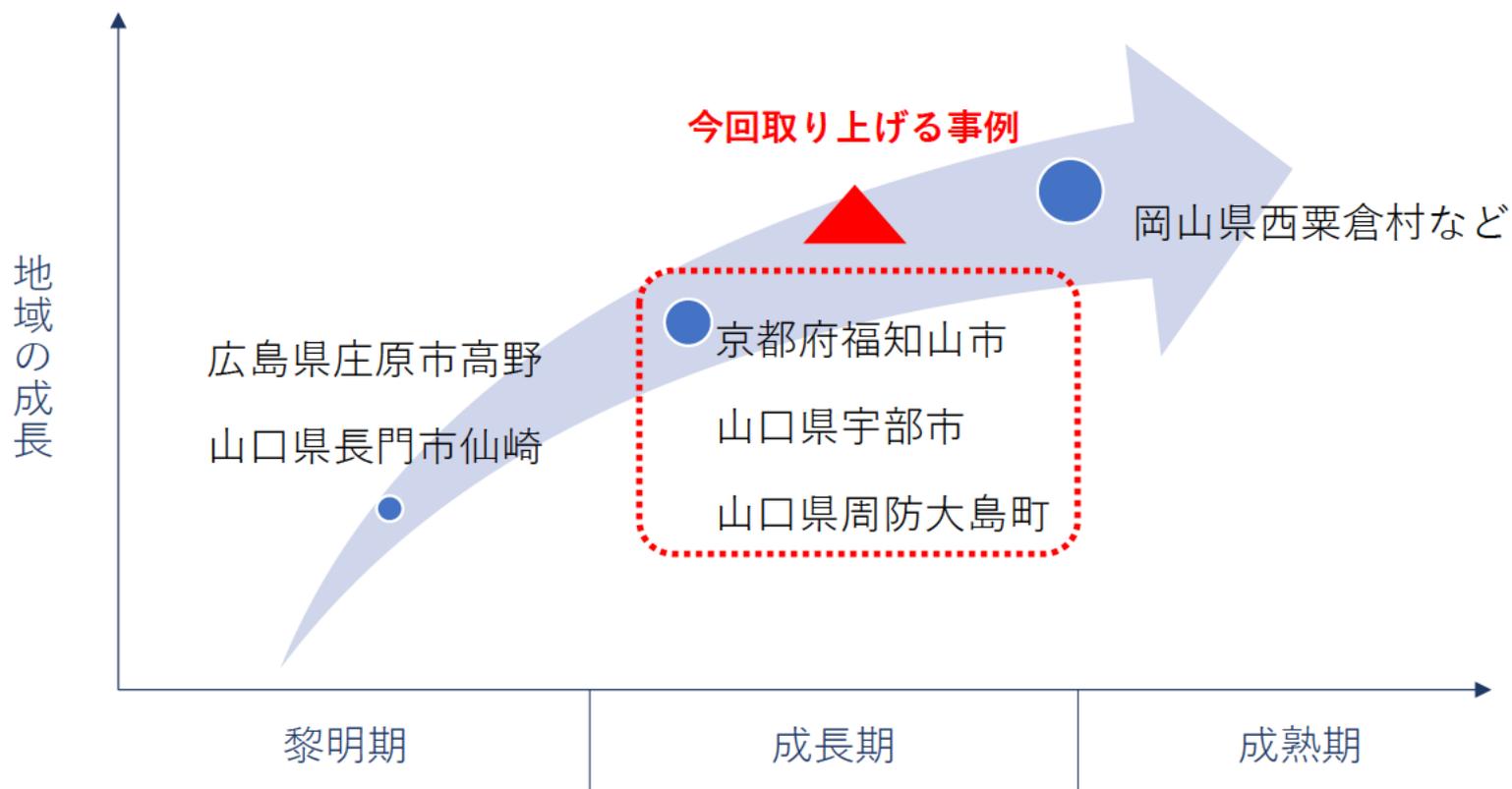
令和6年度エリアブランディング実証事業

# エリアブランディング先進事例 調査報告書

# 1. 調査目的

- 中長期的な時間軸でエリアブランディングに取り組む意義を知る  
→次の目標、一歩先に進む先進事例を参考とする
- エリアブランディングに取り組む上でのヒントを得る  
→エリアブランディングの進め方、体制、取り組む上での視点等

【エリアブランディングの取組フェーズのイメージ】

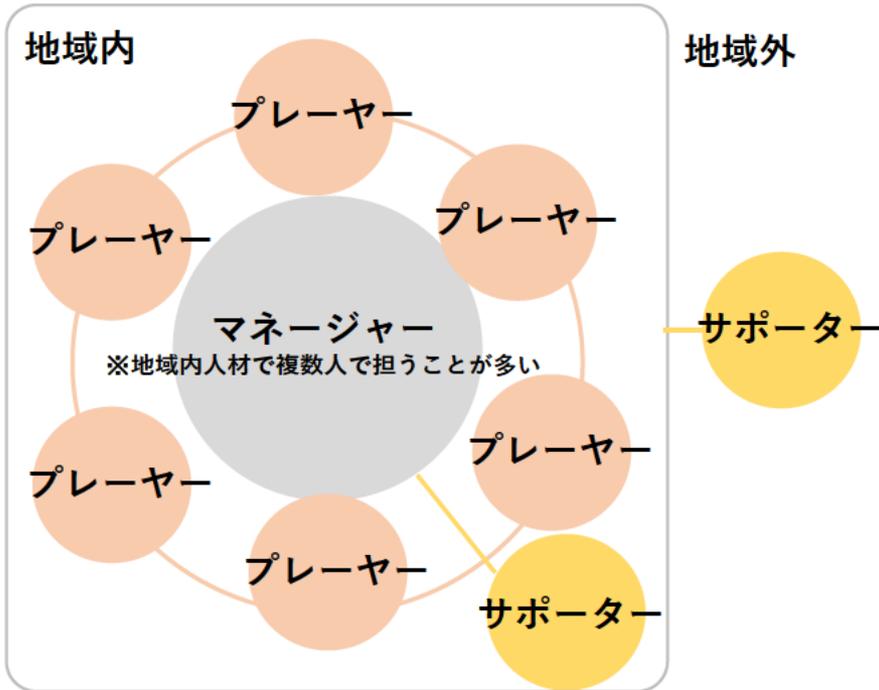


# 1. 調査目的

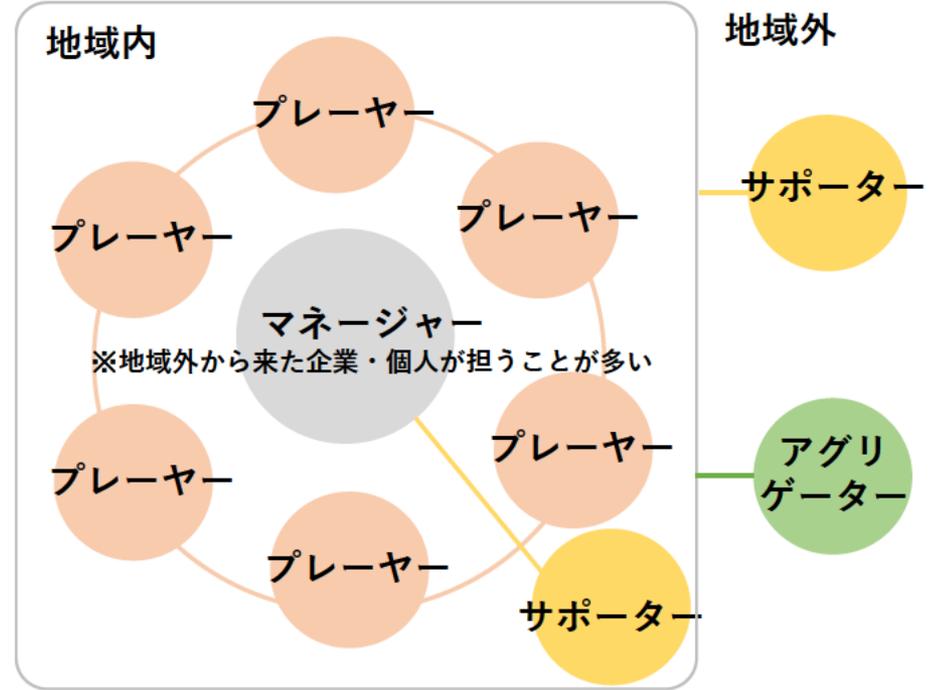
## 《まちづくりの“推進体制”のタイプ》

地域内でまちづくりに必要な役割を持つ者が集まる“インナーマッスル型”  
 地域内外の協力・連携する“アウトーマッスル型”

### ①インナーマッスル型



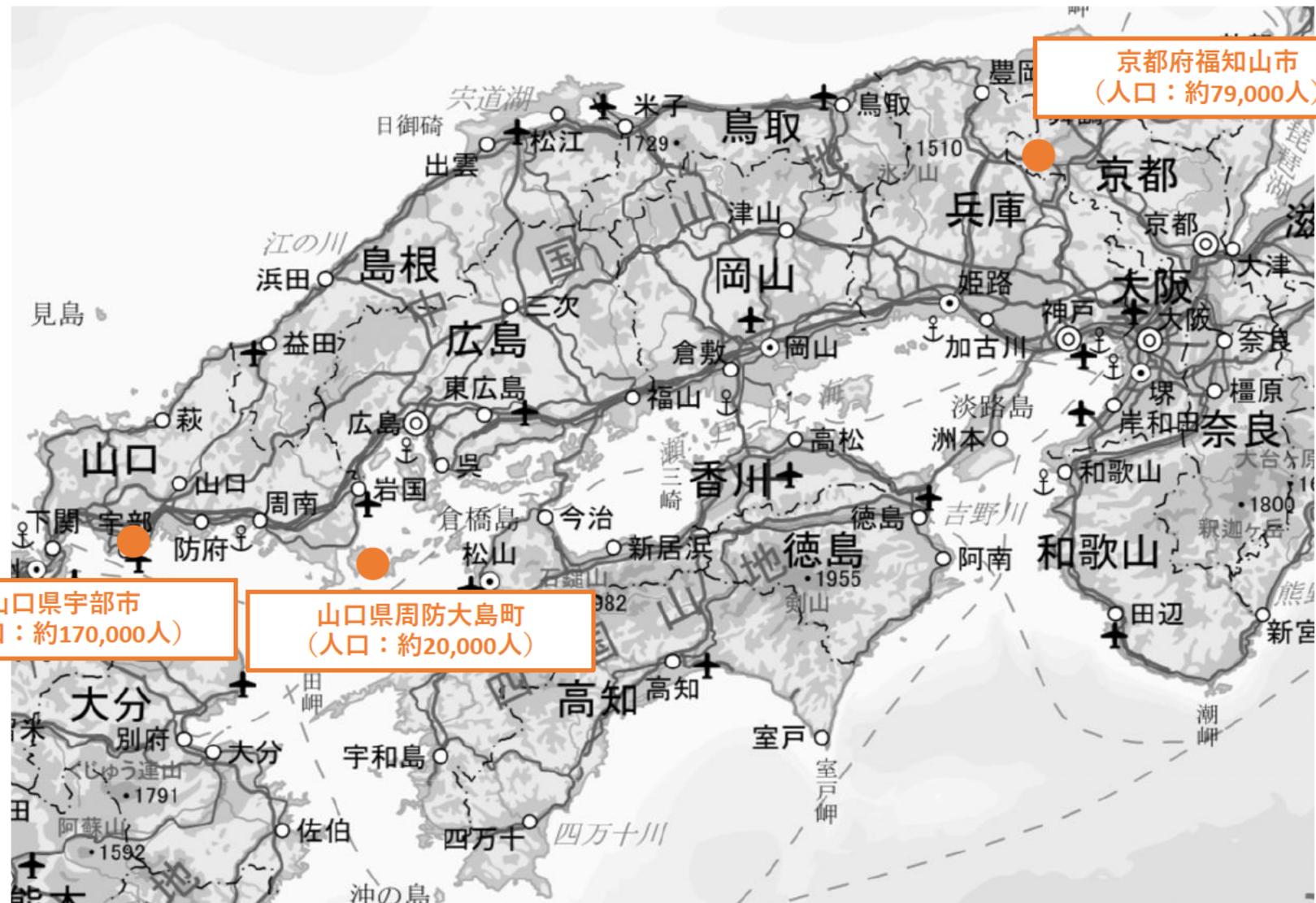
### ②アウトーマッスル型



マネージャー	地域経営の視点を持ち、地域と合意を取りながら持続的発展に取り組む中核的な人材 ※インナーマッスル型では複数人でこの役を担うこともあり
アグリゲーター	広域に対し、地域の持続的発展に資する製品又はサービスを提供する組織
プレイヤー	マネージャーに対し協力・連携する地域内外の組織・人材
サポーター	マネージャー（又は所属組織）へ支援を行う地方公共団体、人材

## 2. 調査地域の概要

### (1) 調査地域の位置図



## 2. 調査地域の概要

### (2) 調査地域の概要

調査地域	主な推進主体	組織タイプ	取り組み概要	ポイント
山口県 周防大島町	有限会社サザンセ トとうわ	インナー型	・本島への移住・起業希望者が「第一ステップ」を踏み出す場として、敷居低く事業に着手できるチャレンジショップを運営。	①チャレンジショップのスキーム ②チャレンジ精神を育む体制づくり ③挑戦者を応援する風土の根付かせ方
山口県 宇部市	・宇部市役所 ・株式会社にぎわ い宇部	アウター型	中心市街地、常盤通り商店街におけるウォークアブルなパブリック空間の整備及び空間の有効活用	①パブリック空間の上手な使い方 ②地域ビジョンの課題と世代間の目線合わせの重要性
京都府 福知山市	福知山フロント株 式会社	インナー型	・福知山駅前中心市街地活性化をきっかけに、駅前の空き店舗活用、商業活性化を目的とするまちづくり会社設立 ・地元の若手経営者主体で構成され、設立から約10年間で約24店舗の誘致に成功。 ・現在は自立可能な事業モデルを構築に至っている	①地域の若者主体のまちづくり組織づくり ②サブリース事業を中心とした連続的なリノベーション実施、まちづくり会社の収益確保

# 3. 事例調査 1 : 山口県周防大島町 一道の駅サザンセットとうわー

## (1) 事業概要 ー全体概要ー

《開業年》1998年開業 ※チャレンジショップは2011年4月オープン

《運営組織》有限会社サザンセットとうわ ※町長が代表を務める第三セクター

《来場者数》年間来場者数約40万人（令和元年度 山口県 宿泊者及び観光客の動向調査）

《事業内容》

- ・物販事業
- ・レストラン事業
- ・チャレンジショップ（5店舗）事業 など



施設外観



施設平面

※道の駅サザンセットとうわ公式HPより引用

# 3. 事例調査 1 : 山口県周防大島町 一道の駅サザンセットとうわー

## (1) 事業概要 ーチャレンジショップの状況ー

### 《チャレンジショップ事業》

- ・周防大島町への移住・起業促進に向けた取り組みとして開始
- ・15店舗がチャレンジショップを活用、うち5店舗が島内で独立
- ・公募時は倍率約2倍、テナントは常に稼働状態

### 《チャレンジショップのスキーム》 ※2024年現在

#### ●体制

- ・チャレンジショップの募集と審査は町役場が担当

#### ●審査のポイント

- ・収支計画等も確認するが、まち全体への貢献度が重要

#### ●利用料

- ・賃料 1.2万円/月
- ・2年1期で最大4年利用可能

### 《チャレンジショップ店舗一覧》

桜波夏 (おはな) : ラーメン店  
島たこ ショウちゃん : たこ焼き屋  
Hawaiian Tacos B-3cafe (ビーサンカフェ) : カフェ  
MINAPACOFFEE (ミナパコーヒー) : カフェ  
ma-lu (マール) : パン屋

※2023年7月時点

### 《チャレンジショップの利用状況》

- ・地域外だけでなく、地域内の利用も多い
- ・定期的に夜一も開催 (17~20時)



ラーメン店



カフェ



チャレンジショップスペース

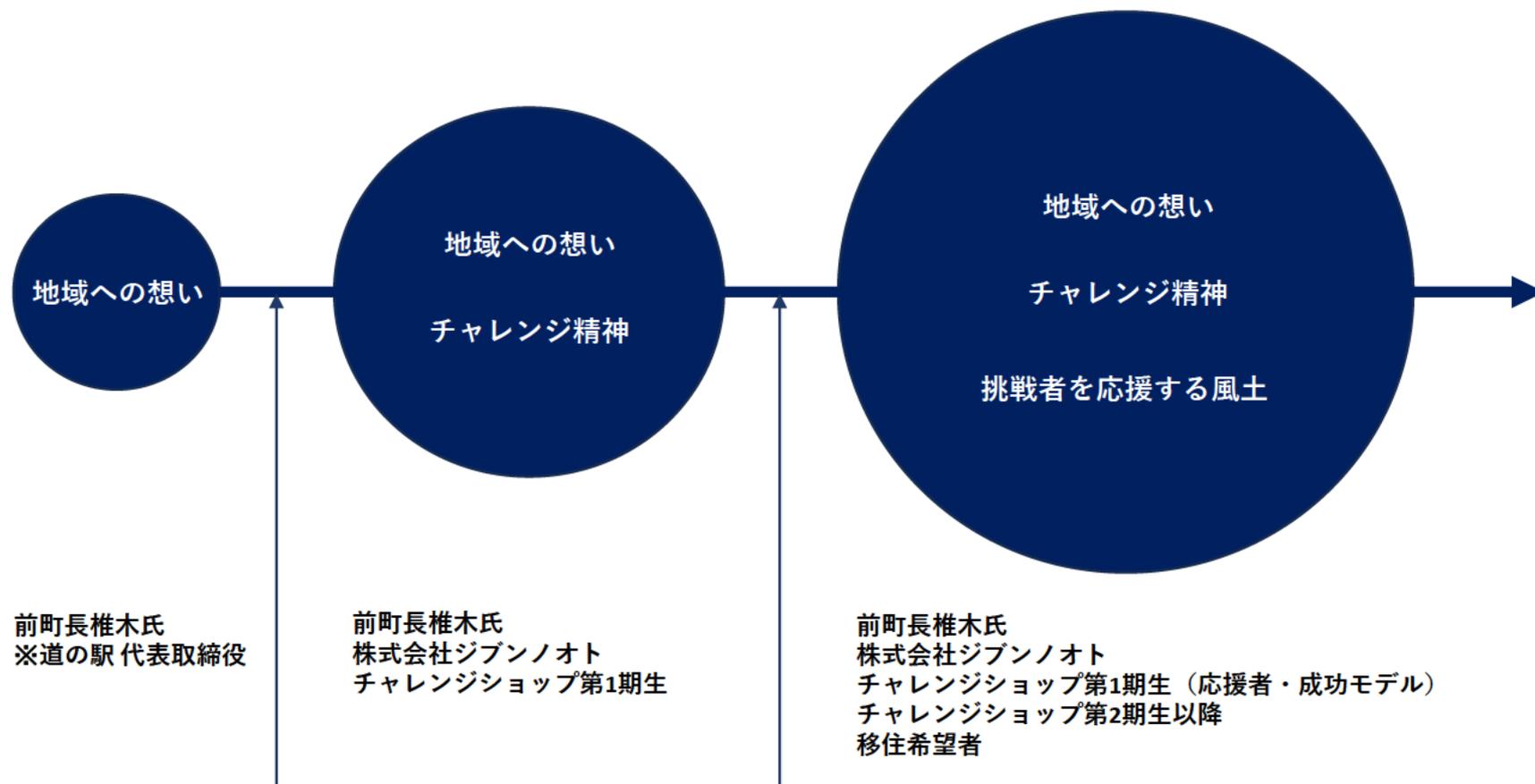
### 《参考：島内中学校等との連携》

- ・キャリア教育等を手がける島内企業「株式会社ジブンノオト」との連携のもと、中学生のビジネスプランコンテスト、事業体験等も過去には実施 (学生の郷土愛の醸成)

### 3. 事例調査 1：山口県周防大島町 一道の駅サザンセットとうわー

#### (1) 事業概要 ーチャレンジショップの地域への効果ー

- ①チャレンジショップにより、地域に想いを持つ人材が掘り起こされ、チャレンジ精神が育つ
- ②挑戦者が次の挑戦者を生み出し、挑戦者を応援する風土が根付く



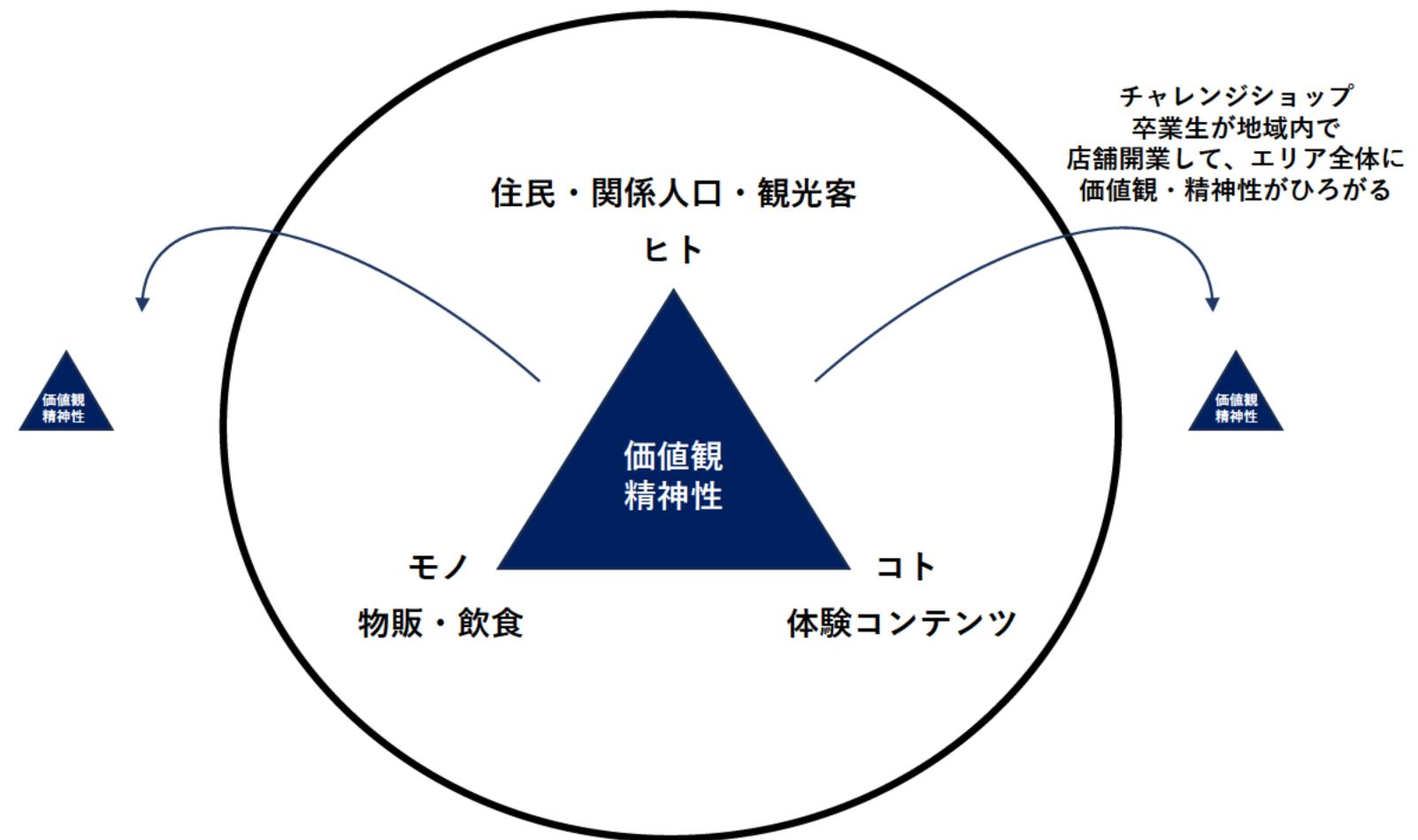
- ・ショップの審査基準に「まちをどうしたいか」がある  
→経済的リターンだけでなく、社会的リターンの両立が必要
- ・これにより、フリーライダー（地域に想いが無い人材）を回避

- ・チャレンジショップの先輩起業家がチャレンジの成功モデルになる
- ・次の挑戦者が「自分でも出来るかも」とチャレンジ精神が生まれる

### 3. 事例調査 1 : 山口県周防大島町 一道の駅サザンセットとうわー

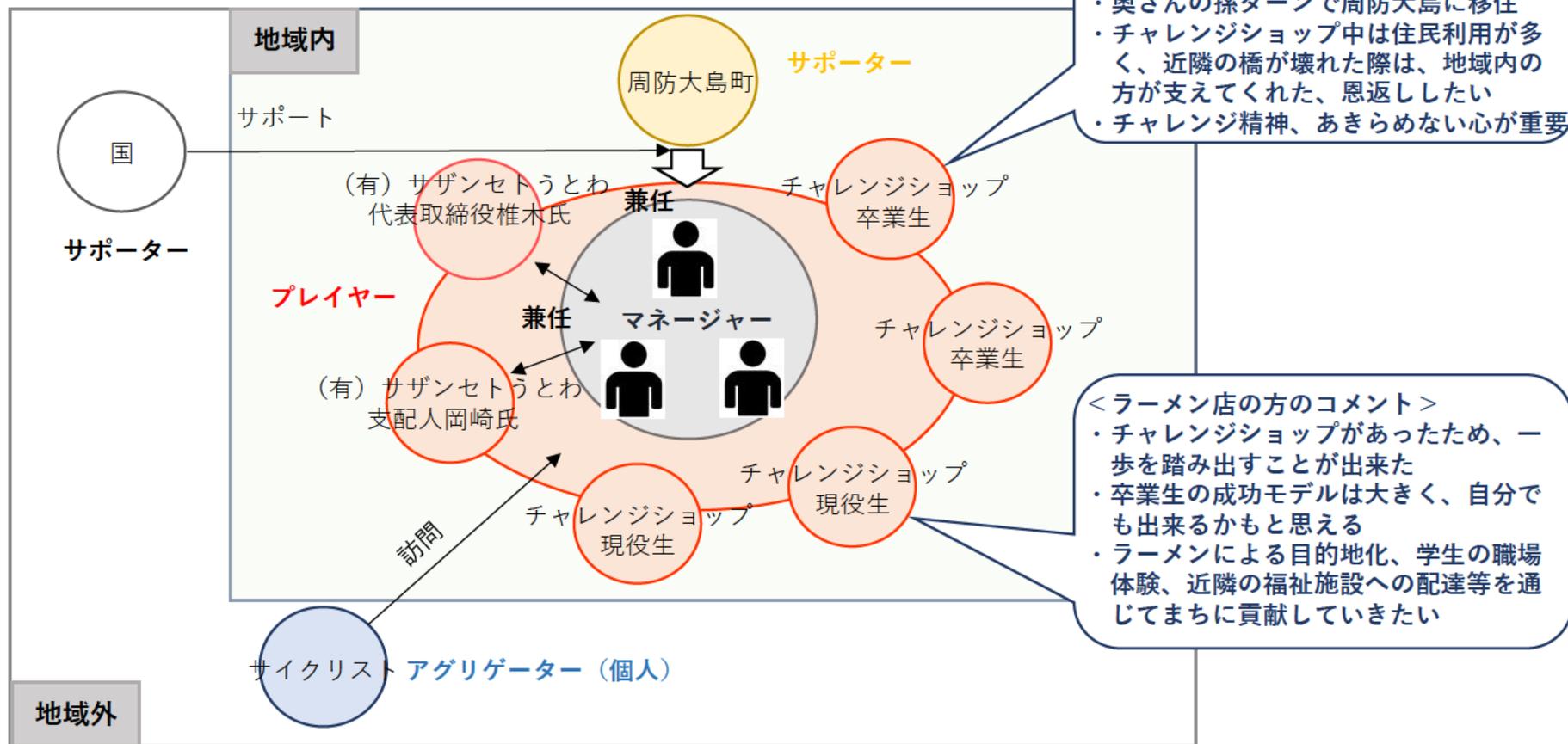
#### (1) 事業概要 一道の駅の役割・機能一

- ①道の駅を訪れば、そのまちの全てがわかる、シンプルな構造が重要と思慮  
→そのまちの全て：ヒト、モノ、コトだけでなく、**価値観・精神性（を凝縮）**
- ②道の駅サザンセットうとわでは自然発生的に移住希望者とチャレンジショップの交流が生まれ、移住相談会も道の駅で開催している状況（道の駅＝ミニ周防大島町を体感）



### 3. 事例調査 1：山口県周防大島町 一道の駅サザンセットとうわー

#### (2) まちづくりの体制、キーマンの役割



マネージャー	・地域の持続的発展に取り組む中核的な人材
アグリゲーター	・広域に対し、地域の持続的発展に資する製品又はサービスを供給する組織
プレイヤー	・マネージャーに対し協力・連携する地域内外の組織・人材
サポーター	・マネージャー（又は所属組織）へ支援を行う地方公共団体

## (3) 得られた知見とポイント

### 《ポイント 1》 挑戦者が一步を踏み出しやすいチャレンジショップのスキーム

- ・ 賃料1.2万円/月、2年1期で最大4年利用可能
- ・ チャレンジショップの成功モデル（先輩）も存在し、経営面でも相談可

### 《ポイント 2》 挑戦者の地域への関わり方・想いを評価ポイントにした審査制度

- ・ 収支計画等以外にも、まち全体への貢献度も評価ポイントに設定  
⇒ 経済的リターンだけでなく、社会的リターンも評価に組み込み、フリーライダーを回避

### 《ポイント 3》 道の駅の新たな役割・機能

- ・ 周防大島町のヒト・モノ・コトだけでなく、価値観・精神性も道の駅に凝縮
- ・ チャレンジショップにより価値観・精神性が育まれ、卒業生の地域内への店舗開業により、地域全体にその価値観・精神性が波及

# 3. 事例調査2：山口県宇部市 ーウォークャブル化ー

## (1) 取り組みの経緯

### 《宇部市中心市街地活性化基本計画の策定》

- ・宇部市では令和2年3月「宇部市中心市街地活性化基本計画」を策定、内閣府の認定を受けた。
- ・中心市街地活性化計画では、「**官民協働による多世代がにぎわう安心・快適・利便性の高いまちづくり**」の実現を掲げ、計画的な市街地整備とにぎわい創出や商業などの活性化につながる民間主体の事業の推進を図っている。

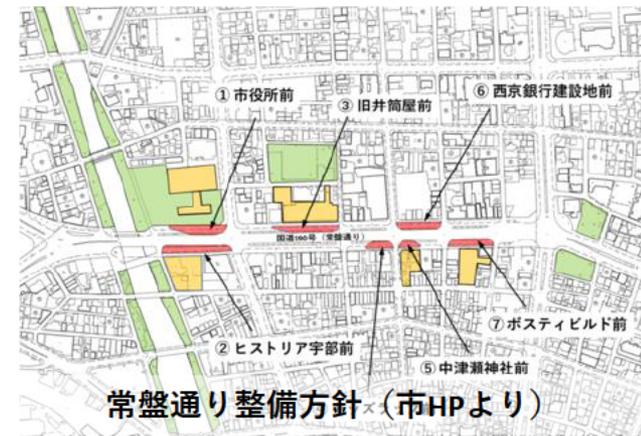
### 《国道190号（常盤通り）のウォークャブル化》

- ・上記中心市街地活性化計画を踏まえ、みんなが自由につかえる「ときわTerrace（通称：T-Terrace）」をキャッチフレーズに、「**自由に使いながら自分達を表現する場所**」として、快適でありながらもときめきが生まれる空間、家の庭のように市民が愛着を持って使える空間作りを目指している。
- ・常盤通りでは、各種施設整備や道路空間での公園整備のほか、道路空間のサードプレイスの活用（イベント実施等）に関する社会実験等も実施されている。

### 《宇部中央町 グランドデザインの策定》

- ・上記宇部市中心市街地活性化計画を踏まえて、YCCU（若者クリエイティブコンテナ）にて中心市街地エリアの一部、宇部中央町におけるグランドデザインを策定。

「**OPEN CITY Ube**」ーひらき、なおろう、うべーをビジョンに掲げ、4つのコア（施策方針）と14の戦略が掲げられている。（詳細後頁）



# 3. 事例調査 2 : 山口県宇部市 ーウォーカブル化ー

## (2) ウォーカブルなまちづくり

山口大学が主体となり、地域ビジョンを策定  
株式会社にぎわい宇部（産官学）がエリアマネジメントを推進

**Mobility Core**  
多様な交通手段  
によって繋がる

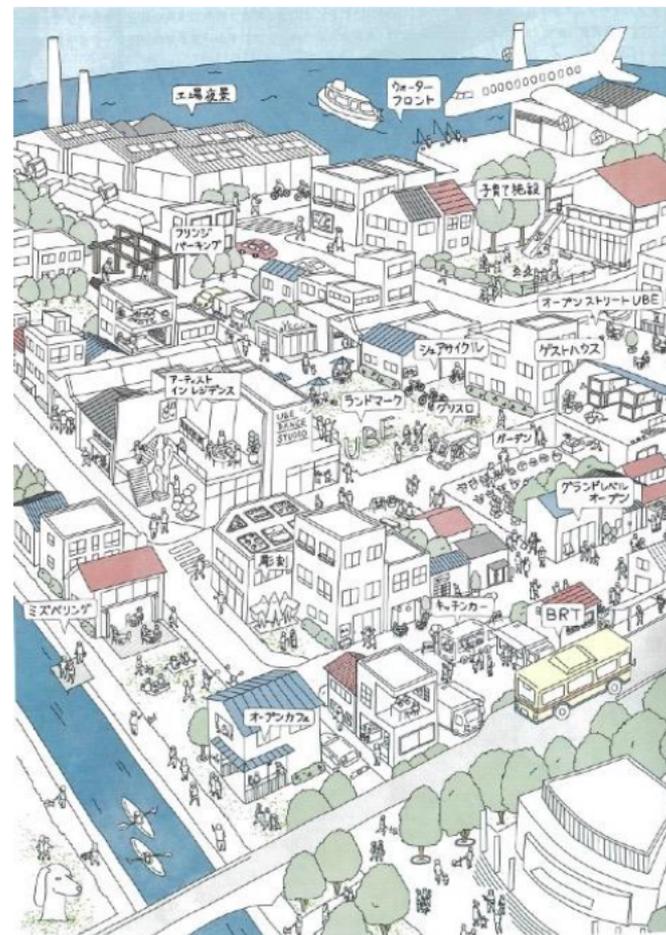
**Business Core**  
地域に根付いたビジネス  
を生み出す基盤を形成

**Community Core**  
訪れた人々の  
交流が生まれる

**Amenity Core**  
日常の暮らしを  
豊かにする

14の戦略	戦略1	多様なモビリティの整備
	戦略2	駐車場の集約と余剰空間の有効活用
	戦略3	歩きたくなるみち
	戦略4	ビジネスの場づくり
	戦略5	地産地消・地域経済の充実
	戦略6	情報発信プラットフォームの構築
	戦略7	職・住・商が重なり合うまちの形成
	戦略8	安心・安全で愛着の持てるまちへ
	戦略9	地域コミュニティと来訪者の交流
	戦略10	魅力あるパブリックスペースの実現
	戦略11	行きたくなるサードプレイスづくり
	戦略12	花と緑が溢れる豊かな都市空間の創出
	戦略13	彫刻のまちとしての魅力づくり
	戦略14	居心地の良い親水空間の整備

宇部中央町4つのコアと14の戦略



未来のうべのすがた みらいスケッチ

# 3. 事例調査 2 : 山口県宇部市 ーウォークابل化ー

## (2) ウォークابلなまちづくり

クリエイティブコンテナおよび前面空地活用 ー多世代が交流する空間の創出ー



若者クリエイティブコンテナ (YCCU)

- ・大学の専門性を軸とした人材発掘・育成や新規事業を創出



まちづくりカフェ

- ・昔の賑わいを取り戻したい、人が集まる場所をつくりたい、という想い



しばふ広場

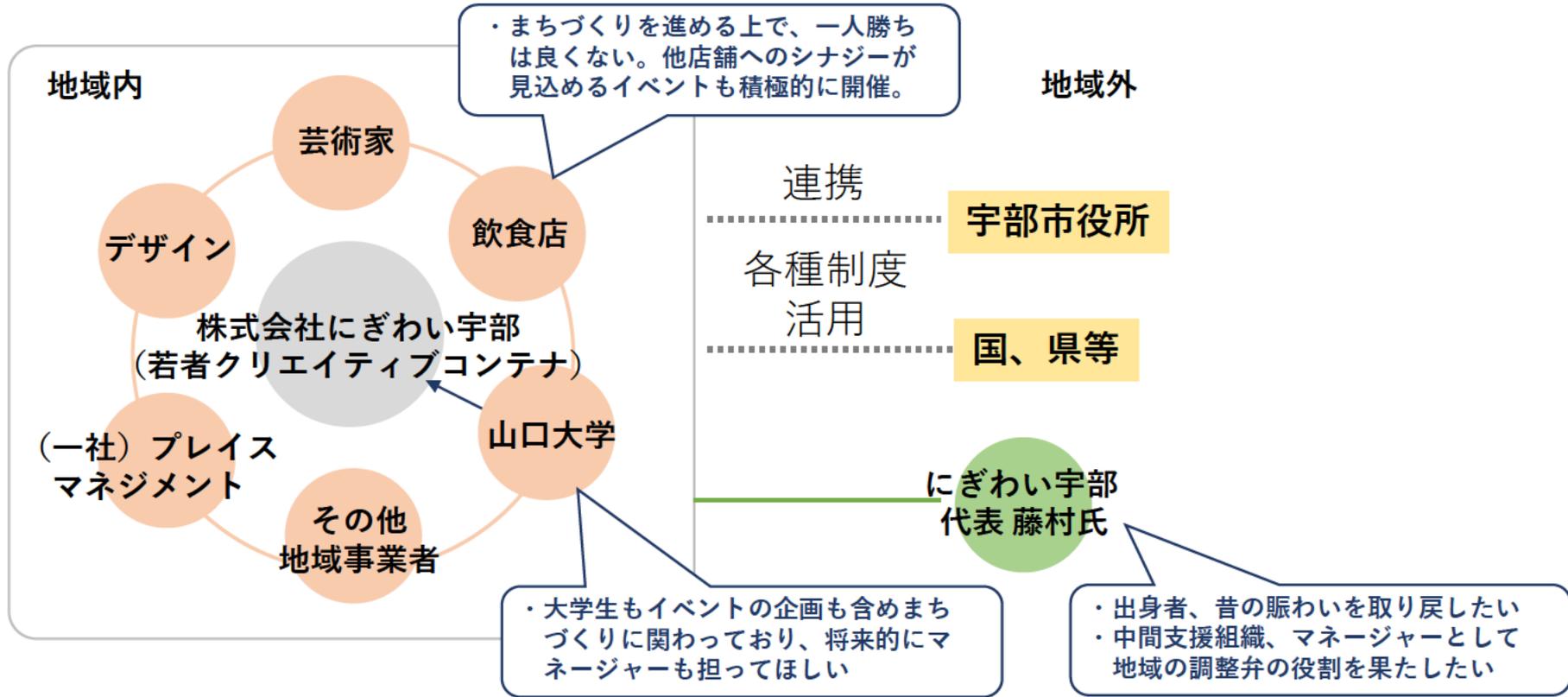
- ・低・未利用地の暫定利用(行政から賃貸)
- ・イベントなど多数実施



前面空地活用 ※YCCU HPより抜粋

# 3. 事例調査 2 : 山口県宇部市 –ウォークアブル化–

## (3) まちづくりの体制、キーマンの役割

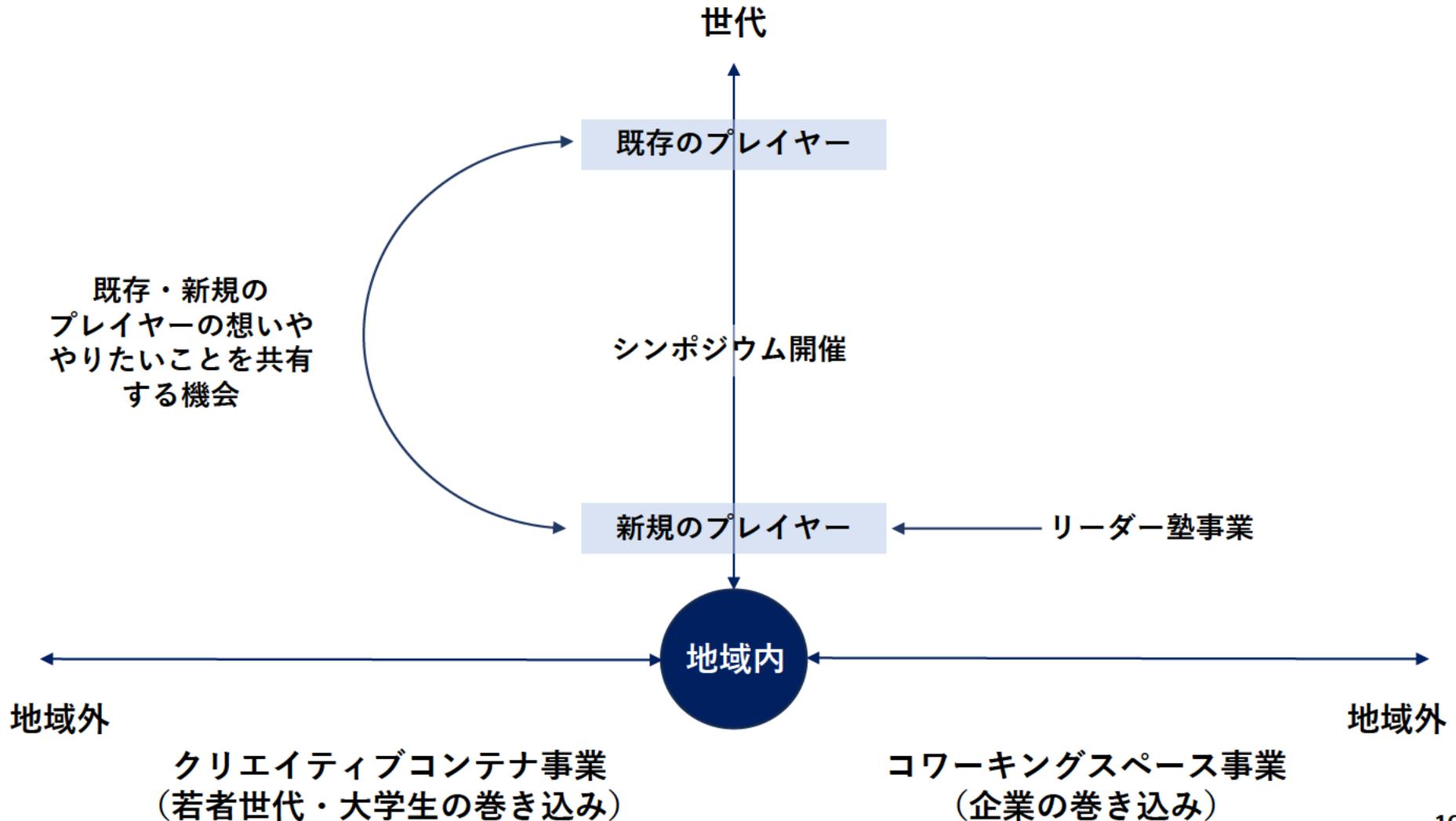


	役割	組織、人物概要
マネージャー	グランドデザイン策定、プランの実行	まちづくり推進組織
プレーヤー	山口大学、地域事業者等	学生から市内事業者まで多様なプレーヤーが活躍
アグリゲーター	地域外からの協力企業等とのネットワーク	にぎわい宇部 代表 藤本氏
サポーター	計画策定、法的規制緩和等	国、県、市役所等

### 3. 事例調査 2 : 山口県宇部市 –ウォーカーブル化–

#### (4) まちづくりの推進体制の強化 (今後の展望)

まちに新陳代謝がおこると、まちづくりプレイヤーの世代も増えていく  
ビジョンで関係者の目線を合わせ、コーディネーターが縦・横をまとめることが重要



### (5) 得られた知見とポイント

- **地域内外・世代を超えた関係者がともに“ビジョン”を作る、共有することの重要性**

- ・ 地域内外、世代の異なる多様な主体の力が必要なまちづくりにおいて、関わるプレイヤーが同じビジョンを描く、またその過程を共有することが、円滑な取り組みの遂行においても重要

- **行政と連携のもと都市空間の規制緩和等も含めた魅力的な空間づくり**

- ・ 道路空間や水辺空間の暫定利用によるサードプレイスづくりなど、行政機関も含め法的な規制の緩和等も含めた魅力的な空間、機会づくりの検討

- **地元大学と連携した各種企画、実行部隊の確保**

- ・ 山口大学の協力のもとでの各種空間づくり、イベント等の企画、実行

# 3. 事例調査 3 : 京都府福知山市一福知山フロント株式会社一

## (1) 取り組みの経緯

### 《中心市街地活性化計画の策定》

福知山市では2011年から、第1期中心市街地計画に着手。福知山城に商業拠点隣接『ゆらのガーデン』、城下町の中心地『広小路商店街』、福知山駅北側の『市民交流プラザふくちやま』の3つの集客拠点を整備。

第2期計画（2016年4月～2021年3月）では、駅正面通り商店街「駅正面通りのリニューアル事業」中核事業に位置づけ、その推進主体として「福知山フロント株式会社」を設立。

第1期計画で整備された3拠点と合わせて、「駅正面エリア」、  
「福知山城周辺エリア」、「広小路エリア」で駅からまちなかへ  
流れを作り、回遊性向上を図る狙いで、各種事業が進められました。

### 《福知山フロント株式会社設立》

駅正面通り商店街は、JR福知山駅の北側、南北300mの商店街。ピーク時の昭和40年代には90店舗もの商店や大型商業施設が並んでいたが、各種取り組み前には商店街の会員数は30店舗程まで減少していた。

今後の商店街活性化にあたり、旧来から事業者による既存商店街組織では新たな投資は難しいと判断しことは難しいという判断に至り、「スピード感をもって多様な事業を計画的・継続的に展開できる体制」を作る必要性を事前に認識し、商店街エリアの30代・40代の若手事業者を含む意欲ある有志と商店街組織の共同出資により、2015年に福知山フロント株式会社が設立された。



駅正面通商店街



スピード感と機動力で事業を推進

中心市街地の3つの拠点エリア



福知山フロント（株）設立メンバー

# 3. 事例調査 3 : 京都府福知山市一福知山フロント株式会社一

## (2) 福知山フロント社の戦略

### 《戦略1》スピーディーな事業展開を支える組織体制

トップ：地域に「話が通せる」が、若者たちの活躍を陰で支える「地域の顔」

プレーヤー：経営者視点を持った「動く株主」

バックオフィス：事務力の高く各種行政支援等をスピーディーに処理対応できるコンサル経験者

### 《戦略2》ハード・ソフト両面での取り組み

ハード事業：空き店舗のリノベーション、店舗誘致

ソフト事業：まちのブランディングにつながるイベント実施、店舗希望者向けの説明会等の実施

### 《戦略3》国、府、市の支援の活用

国支援：（認定）中心市街地活性化計画の補助メニューとして、毎年ハード1/2補助を活用し、コンスタントに事業実施

市支援：上記国制度が活用できるための素地づくり（基本計画策定）、組織自走化までの事務局運営費の補助

### 《戦略4》駅に近いエリアから集中的に事業展開

取り組みの初期段階は事業インパクトのより大きなエリア（福知山駅に最も近い右図Aエリア）に投資、その後他エリアへ展開





# 3. 事例調査 3 : 京都府福知山市

## (3) 取り組み概要

《出店店舗・建物改修例》



■1階 レンタルリビング



■2階 モンクローシェ



■2階 スマホのちどり



■2階 内観



クラフトビール工場・ブリュワリー  
“CRAFT BANK”

※旧銀行ビルを活用

カジュアルホテル  
“NORTH FRONT HOSTEL”

※空ビル1棟活用

複合商業施設“銀嶺ビル”

※旧パチンコ店ビル活用

# 3. 事例調査 3 : 京都府福知山市

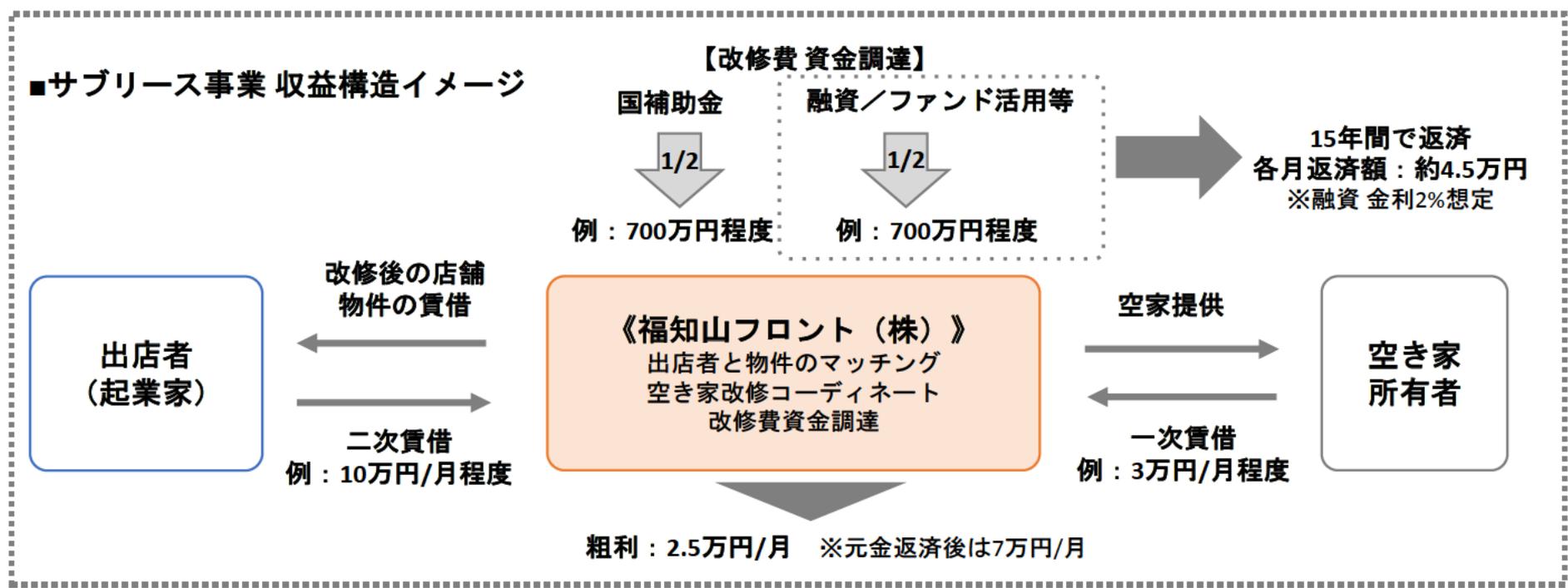
## (4) 事業スキーム、取り組みのポイント

### 《事業スキーム》

- ・地域での与信性の高さを活かした「サブリース事業」を着実に積み上げ、会社としての収益を確保している。(下記図参照)
- ・事業収益が一定規模となるまでの期間は市役所からの事務局活動費支援を受けたが、近年に支援なしでの自走化を実現

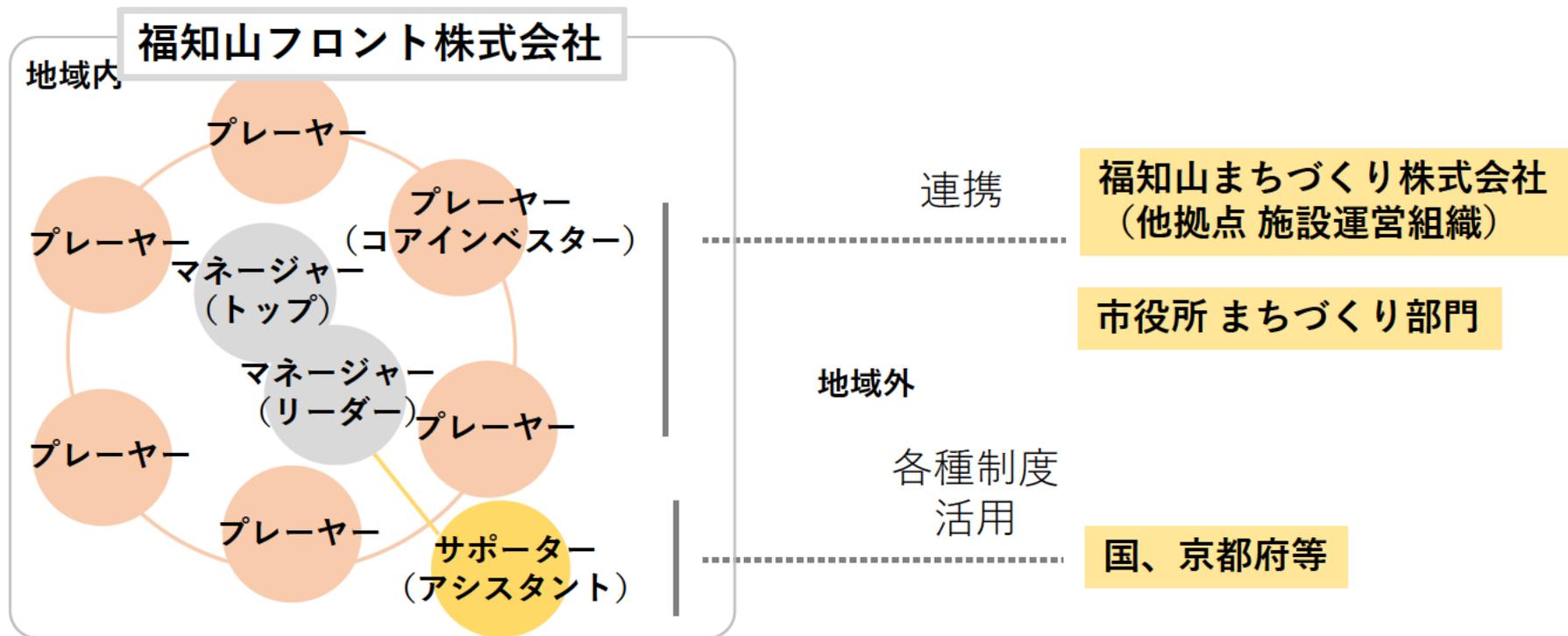
### 《サブリース事業運営のポイント》

- ①当エリアでの起業希望者への物件紹介・支援説明会を定期的に行う
- ②面談および事業希望者の事業計画の精査により事業者の適正を判断
- ③出店者を「事前に決めてから」物件改修に着手  
⇒事業者が決まっていることで事業者の個性を活かした空間づくりが可能となる



### 3. 事例調査 3 : 京都府福知山市

#### (5) まちづくりの体制、キーマンの役割



	役割	人物像
マネージャー (トップ)	意思決定、地元との各種調整	古くからの商店街事業者 (商店街理事長等兼任、70-80歳代)
マネージャー (リーダー)	地域活性化の方針、アイディア出し、地域外とのネットワーク	30歳代 地域づくりコンサル経験者 (企画系)
プレイヤー	各種事業の実施、事業者の誘致	30-40歳代 代各種事業者 (印刷屋、服屋、ガス業者等)
プレイヤー (コアインベスター)	コア事業への先導的投資家	40歳代、地域の大規模事業者2代目社長
サポーター (アシスタント)	会計業務、補助金等の活用・処理、各種行政資料作成	40歳代 地域づくりコンサル経験者 (事務系)

# 3. 事例調査 3 : 京都府福知山市

## (6) 得られた知見とポイント

### 《ポイント1》 エリア戦略の策定

- ・ エリアを広域で捉え、面的な派生効果（周遊促進）を見据えた事業戦略
- ・ 限られた経営資源、資金を有効に活用するための「投資するエリア、優先度」の選択と集中

### 《ポイント2》 経営感覚のある地域の“若い力”を最大限に活かす組織構成

- ・ まちづくりの推進組織内の調整役（地元の顔）とプレーヤー、バックオフィスの最適配置

### 《ポイント3》 組織運営の原始が中長期で着実に積み上がるサブリース事業による収益確保

- ・ 事業構築後は手間が少ない不動産収益（転貸益）を土台とした事業展開

### 《ポイント4》 行政支援の有効活用とそれを見据えたバックオフィス体制の整備

- ・ 返済不要な国や都道府県補助金の有効活用、その前提となる行政基本計画の策定（中心市街地活性化基本計画、立地適正化計画等）
- ・ 難解な行政手続きを遂行するバックオフィス、行政事務専門職員の配置（社員等用ではなく委託契約）