

こゆ地域づくり推進機構視察報告書

委員名： 愛敬 重之

1. 視察先：こゆ地域づくり推進機構

2. 視察日時：令和1年11月6日（水）11時20分～

3. 視察事項：こゆ財団について

4. 視察を通しての考察・参考となった事例・感想等

第11回日本自治創造学会の中で「財団法人こゆ地域づくり推進機構代表理事」の事例発表でインパクトがありすぎたので今回フォーラム新桑名の皆さんと一緒に新富町にいく事になりました。

一般財団法人こゆ地域づくり推進機構は「世界一チャレンジしやすいまち」を掲げ、スピード感あふれる展開をしていました。説明を伺っている間でも、隣では、ある品物のパッケージのデザインなど協議していました。



地域商社こゆ財団とは

・人口 17,000 人宮崎県こゆ郡新富町役場の スーパー公務員岡本啓二が財政難・少子高齢化に強い危機感を感じ、当時の町長らに提言（その当時一番問題であったのは議会でした）

・「稼げる地方・自立した地域づくり」を目標に観光協会を解散し設立

なぜこのような「チャレンジしやすい町」をつくったのか基本的な考え方として

●地域経済と、それを支える地域社会を活性化させるため、以下のような取組が求められる。

・各地域がそれぞれの特性をいかしつつ域外から稼ぎ、域外から人材と資金を呼び込むこと

・域内において効率的な経済循環を実現すること

・生産性が高く、活力にあふれ、収益性のある産業を形成すること

・若者や女性・高齢者を含む全ての働き手にとって魅力のある、働きやすい職場と生活環境を生み出すこと

●また、このような地域の実現に向けて、以下のような視点を踏まえた課題の整理・政策の検討が必要。

・AI、IoT等の未来技術の社会実装

・若い世代を中心とする就業意識の変化、女性の活躍や高齢者の経験・知識の活用

・自然災害への地域の対応力強化と被災地における地方創生の促進

・暮らしやすい街づくりやSDGsに関する社会的気運の高まり

事業モデルはシンプルで、特産品で稼いで、人材育成に投資する。（説明ではふるさと納税の推移ではH27年では2,000万円→H30年では19.0億円となり寄附額の6%を運営費に充当）

ふるさと納税も限界があるので次の手段を考えていました。新富町は農業が盛んで、この農業で次の手段を考えていました。応援野菜セットというもので、野菜ソムリエが厳選した旬の新鮮な新富野菜セットを販売月平均1,300セット販売できているようです。空き店舗を活用では、技術の力で日本の農業課題を解決する拠点づくりを始め出していました。10社程の企業が誘致されるようです。こゆ財団とつながっている新富町では、ベンチャー企業がAIやロボットの実験をすぐに始められる（スピード感）理想的な環境がある為です。その他、地元の主婦が商店街にカフェを出店していましたのでここで昼食を取りながら説明を伺いました。

次ページは空き店舗を利用した店です。



地元野菜を沢山使ったサラダ、カレーです。食べて笑顔になるカレーやサラダでした。

地元のそばを使った新商品も紹介があり、地元名産そばを利用し、「そばフロランタン」を開発そして、地元の方があつまる方法のひとつとして「こゆ朝市」を開催。写真の商店街で実施しており、コミュニケーションの場として展開。

現在では民泊も展開しており、一泊 3,000 円のモノや、一泊 30,000 円から 50,000 円の宿など展開しており 役割を終えた空家を今の時代に新しい形で利用していました。

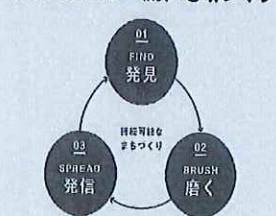
最後に、説明者の方は桑名の総合計画作成にも関わった方でした。一言、総合計画も小回りができるように作成することです。とヒントをいただきました。

日本自治創造学会での資料を「地域づくり」の参考として添付しました。

財団法人の核になる価値観の 「やってみよう、なんとかなる、あなたらしく、ありがとう」が「やってみよう文化」と「個の発揮」を支えている。



シリコンバレー流、地域づくり

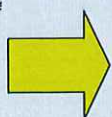


まず、**【発見】=課題の発見**

具体的なアクションとして
・現場の生の声を聴く
・まち歩き
・歴史を調べる
『発見』でのポイント
・数をだす事が重要
・「これ以上でない」まで出す
・答えをいそがない
・あらゆる角度から分析する

【磨く】=ビジネス構築

具体的なアクションとして
・ビジネスモデルのプランを構築
・アウトプットを5w2hに
・顧客視点のデザイン物
『磨く』でのポイント
・顧客のニーズから考える
・ブルーオーシャンを狙う
・既存の価値を再構築する
・市場の成長性を考える
・自分で買いたい商品か？



【発信する】稼ぐ！

具体的なアクションとして
・クラウドファンディング
・ネットでテスト販売
・直売会で売り上げをあげる
『発信する』でのポイント
・PDCAのDOが重要
・顧客の生の声を聴く
・高速PDCAで売れるポイントを探す
・数字を追求する



視察して感じたまとめ

一言このスピード感は民間ならではの思いました。確かに数値（結果）を出し、町が明るくなり活気が出てきた実感が出始めてから市民に説明をしていく方法もあるのかなと思いました。収益を、地域経済の活性化に還元する仕組みづくりの1例では、「こゆ朝市」です。出店者は新富町の生産者に

限定せず、町外の魅力的な生産者に声をかけることにより町民にとっても、町外の人にとっても魅力的にしており、出会いの場（広がり）にもなっており重要な事業でした。役場とも役割分担が

できており、役場がやりにくいところを財団が実施し、結果「世界一チャレンジしやすい文化をつくろう、個性を活かそう。」と財団が目指す、稼いだお金を人材育成に投資していると思いました。私も、妬み、僻み、嫉妬、足の引っ張り合いのまちではなく、ワクワク元気に働けて持続可能なまちにしていきたいと感じました。

以上