



総務省

Ministry of Internal Affairs
and Communications

地域人材ネット

国家戦略特区養父市での地域活性化事業

三野昌二

(みのしょうじ)

合同会社ミノスカンパニー (サンフィールドマネジメントサポート) 代表



○ 登録者情報

所在地

京都府京都市

略歴

総務省 地域力創造カアドバイザー
株式会社あい・ヒューマンリサーチ シニアコンサルタント

日本旅行、トラベルジャーナル
財団法人日本ホテル教育センター
日本ホテルスクール アメリカ校代表
郵船クルーズ株式会社 客船飛鳥オフィサー
株式会社うかい オールゴールの森総支配人
株式会社ハウステンボス 執行役員
産業再生機構 (日光・那須塩原 2旅館CEO)
兵庫県養父市副市長(国家戦略特区)
やぶパートナーズ株式会社 代表(養父市100%出資)
株式会社ユニマツプレシャス 取締役副市長

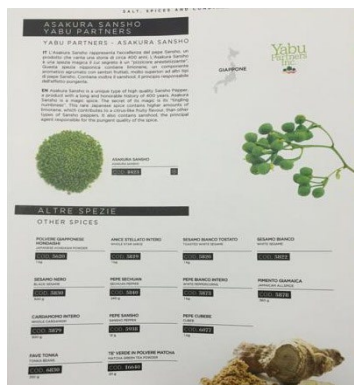
著書・論文等

なし

○ 国家戦略特区養父市での地域活性化事業

取組の内容

- ・兵庫県養父市の国家戦略特区指定を受けると同時に養父市100%出資の地域公共会社を設立、行政と公共会社が民間的な発想による中山間地域の活性化に取り組みました。
- ・地元の棚田のオーナー制度、棚田米のブランディング化
- ・地元特産品朝倉山椒の商品化、ミラノ万博出品、海外輸出営業



業者の高級食材カタログに掲載



イタリアの高級食材取扱業者商談(ミラノ本社で)

実績

地域に埋もれた農産物などのブランディング化

養父市の特産品朝倉山椒のミラノ万博出品と朝倉山椒のPRと海外販路開拓にあらゆるルートを探し実現する。

ミラノ万博出品により海外のバイヤー獲得と数度の海外営業を実施、パリのミッシェラン日本人シェフへの売り込みを実現。売上は少ないが現在6カ国へ輸出している。この海外営業により国内での知名度アップにもなった。

養父市の小さな酒蔵の中国輸出の可能性の調査と現地販売先ルートを開拓、数回の輸出を行うも、酒類の中国輸出規制変更などで頓挫する

工夫した点や苦勞した点

養父市行政による初の海外へ営業のため、予算化と議会説明

ミラノ万博、海外営業は全く初めてのことであり現地事前調査（食に関して）、JETRO、金融機関の支援取付には苦勞した。取組に行政的発想でなく民間的な発想を行ったこと。

ひとつPR

地場産発掘においては民間的な発想がとても大切。

市場ニーズ、ブランディングが大切、地域には宝物が眠っている可能性が多き、視点を変えて観ることが大切

○ 参考

取組分野の分類

登録者の取組を12の政策分野に分類しています(複数の分野に該当するものもあります)。

1.地域資源を活用した地域経済循環	2.まちなか再生
○ 地場産品発掘・販路開拓	中心市街地活性化
○ 6次産業化	空地・空家・空きビル・空き店舗等対策
○ 経営資源の引継(事業承継等)・起業支援	○ 商店街活性化
○ 地域中核企業等の支援	その他
その他	
3.生活機能の維持	4.環境保全・SDGs
地域医療・福祉	分散型エネルギーシステム
地域交通	地球温暖化対策
集落機能の確保	廃棄物・リサイクル対策
その他	その他
5.防災減災・危機管理	6.観光振興・交流
建築物耐震化・長寿命化	○ DMOとの連携
地区防災計画	○ インバウンド対応
BCP	○ 民泊・農泊
避難所運営	○ 地域おこし協力隊の推進
感染症対策	その他
その他	
7.関係人口の創出・拡大	8.移住・定住促進
○ 滞在・活動の場づくり	○ 起業・事業承継等支援
○ 地域おこし協力隊の推進	空地・空家対策
地域と関係人口の協働	○ 地域おこし協力隊の推進
その他	その他
9.少子化対策、子ども・子育て支援	10.地域づくり人材の育成・教育
結婚・出産・子育て支援	○ 人材研修
働き方改革	ふるさと教育
子どもの貧困対策	地域と教育機関の連携(高校魅力化・域学連携等)
その他	その他
11.自治体経営イノベーション	12.シティプロモーション・地域PR
財政マネジメント(公共施設管理・公会計整備)	○ 地域ブランディング
○ 官民連携(PPP・PFI)	○ メディア活用策
○ 自治体間連携	効果の把握・評価
住民参加	その他
その他	

関連ホームページ

ミノスカンパニー	https://8800.biz/index.html

連絡先

メールアドレス	mino [アットマーク] sunfield.biz		
---------	----------------------------	--	--

※メールを送る際には[アットマーク]を『@』に変えてください。