

No.20 富山県・氷見市（氷見市に行きたくなる仕組みづくり）

地域力創造アドバイザー	金山 宏樹氏（A478）
活用分野	地場産品発掘・販路開拓、人材研修、地域ブランディング、メディア活用策
活用期間（頻度）	令和6年度～令和7年度（月1回程度）
キーワード	#観光施設の磨き上げ、#伴走支援、#メディア活用、#新商品開発、#メニュー開発、#人材育成

【目的】

本市を全国の観光における「目的地」とするため、観光施設等の集客・回遊性の向上による「氷見市に行きたくなる仕組みづくり」を行うとともに、地域資源の磨き上げとPR力強化、人材育成等を行う。

【内容】

- 観光施設（道の駅「氷見」（氷見漁港場外市場 ひみ番屋街））テナント等に対する新商品・メニューの開発支援
- 道の駅「氷見」による情報発信を通じた地域のブランディングや誘客
- 道の駅「氷見」に対する経営改善、運営体制の改善の支援
- 事業の継続に必要な人材の育成支援

【成果（見込み）】

- 新商品・メニューの開発支援
 - ⇒「氷見ならではの食材を活用した季節のしゃぶしゃぶ」など地元高校と連携し、新たなご当地メニューを開発した（2種類）
- 情報発信を通じた地域のブランディングや誘客
 - ⇒メディア等を集め、新メニューの発表会を行った。
 - また、SNS等を活用した情報発信を行った。
- 事業の継続に必要な人材の育成支援
 - ⇒支援対象施設内での運営体制の改善のため、ヒアリング、ミーティングを行い、組織内で活発な意見交換を行う素地が作られた。
 - また、メニューの開発や情報発信について伴走支援を通じたOJTにより若手社員の育成を行った。



地域の高校と連携し開発した新メニューの発表会
（プレスリリース）

No.26 兵庫県洲本市（道の駅開設支援等アドバイザー）

地域力創造アドバイザー	金山 宏樹氏（A478）
活用分野	人材研修、地域ブランディング、起業支援、地場産品発掘・販路開拓
活用期間（頻度）	令和6年度～令和8年度（月1回程度）
キーワード	#仕掛け #道の駅再生 #起業・開業 #地域ブランディング #ブランディング #商品開発 #繁盛店プロデュース #地域PR #賑わい創出

【目的】 洲本市初となる道の駅開業を見据え、魅力度の高い持続可能な運営体制の構築や、効率的で効果的な施設整備の実現を図る。

【内容】

- 運営管理を踏まえた道の駅施設整備に関するアドバイス
- 運営管理を踏まえた既存施設のリニューアルに関するアドバイス
- 道の駅物販施設の経営戦略と体制整備に関するアドバイス

【成果（見込み）】

- 赤字拡大の要因である無駄なコストを削減するため、レストラン部門のFLコスト（食材原価率45%、人件費59%で計100%超）を見直し、食材原価率を32%で調整。さらに、組織全体で残業ルールの整備、営業形態の見直し、人員配置の最適化を促進。
 - レストラン部門において、地元の旬食材（春・初夏・夏・秋・冬）を活かした新メニューを開発。メディア露出を狙うとともに、メニューのリニューアルと単価アップに向けた新価格を設定。
原価率改定メニューへのリニューアル、納品チェック、正確な棚卸し等により、3月の食材原価率が前月対比43.4%→31.6%
 - 地元の特産品を活用した加工品の開発を推進（ふるさと納税への出品も視野）。
 - 地元漁業協同組合とのヒアリングを重ねた結果、年間約160万人が訪れ、九州・沖縄エリア売上トップを誇る「道の駅むなかた」（福岡県宗像市）の成功モデル導入への方向性が決定。これにより、新鮮な魚の直接販売が可能、他の道の駅との差別化戦略が実現。利益向上やリピーター獲得に加え、洲本市「海の幸」ブランド化の促進。
 - 浴場部門はプランの見直し（2025年01月から実施）や価格改定（2025年4月実施予定）を行うことにより、赤字額が約1,200万円（2024年12月末時点）から約700万円まで縮小できる見込み。
 - 自発的な改善提案の仕組みづくりにより、赤字に対する危機感が薄かったスタッフは、自ら課題を発見し、改善策を提案・報告する姿勢が顕著化。
- ※初年度（令和6年度）は、組織改革を最優先で進め、無駄なコスト削減や課題の抽出、赤字意識の低いスタッフに意識改革などを実施、経営基盤を支える健全な組織の仕組みづくりに注力した。



新メニュー試作品



新メニュー試食会



地元漁業協同組合との意見交換会