

# No.78 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」の運営会社に対する経営改善、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）】

- 直営店における経営改善支援  
⇒現状分析や価格転嫁を行い、業務効率を向上させ損益改善したことにより、PR力強化等に取り組むための原資等の確保を図った。
- 誘客促進のためのプロモーションの実施  
⇒ブランディングや新商品開発を通じて氷見市の特産品の価値を高め施設への誘客促進につなげた。  
新メニュー：氷見しゃぶ（春・秋）、氷見牛ひつまぶし、うに氷見牛にぎり等  
（年間の入込客数R6年1,020,800人からR7年1,142,900人に増加）
- 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強化を図った。また、新メニューや企画立案に対し伴走支援を行った。



（左）氷見市の特産品である「氷見牛」を使った新メニュー（氷見牛ひつまぶし）

（右）今年度開催した「ひみぶり出世魚→ク」チラシ

# No.87 福井県勝山市（観光地域資源ブラッシュアップ・人材育成等推進業務）

地域力創造アドバイザー	金山 宏樹 氏（A478）
活用分野	地域資源を活用した地域経済循環（地場産品発掘・販路開拓）
活用期間（頻度）	令和7年度～令和9年度（月1,2回程度）
キーワード	#商品開発 #地域活性化 #販路開拓 #伴走支援 #メニュー開発 #人材育成 #自走化支援 #高付加価値化

## 【目的】

地域資源を活かした商品開発を担う一般社団法人に専門家を派遣し、地域内の生産者や事業者への収益還元を強化するとともに、道の駅等を拠点とした新たな販路を開拓し、地域経済の活性化に貢献する。

商品開発及び販路開拓を行うだけでなく、知識・スキルを定着させることを重視し、スタッフが主体的に商品開発を展開できる「自走化」の仕組みを構築する。

## 【内容】

- 地域事業者との面談及び地域資源を活かした具体的な商品開発の企画・提案
- 実践的な販路開拓・ブランディングの支援
- 事業継続に向けたスタッフへの研修・スキル・知識の定着と組織の自走化支援

## 【成果（見込み）】

- オリジナル商品の開発、販路開拓
  - ・これまで飲食店での提供に限定されていた「勝山 やまのサーモン」について、他地域の成功事例を提示いただき、「まるごと一尾」「半身冷凍」での商品開発を実現。
- 商品開発に対する当事者意識と専門的スキルの向上による組織力の向上
  - ・スタッフ研修（計2回 参加者延べ16名）
  - ・運営体制の改善のための定期的なヒアリング、ミーティング。
    - 日報制度導入による売上・コスト意識の向上。現場の課題をタイムリーに共有する習慣が定着。スタッフ間で改善案を出し合い、速やかに実行に移す体制が構築された。
  - ・市役所職員研修（課長職向け参加者23名）



スタッフ研修



地元事業者への提案

# No.119 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



新メニュー試作品



新メニュー試食会

## 【成果（見込み）】

- 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。淡路島3年とらふぐを使用した冬季メニューを開発し、集客、単価アップを目指す取組みを実施。また、経営改善の取組みにより、食品原価率においては2025年度4月から10月についても平均30%代を維持しているが、さらにF Lコストを下げる仕組みを構築していく。
- 洲本市「海の幸」ブランド化に向け地元漁協に働きかけ、道の駅開設に向けた前準備として各種イベントへ参加する方向で協議を行い具体化を目指し進めた。（2026年3月～漁協青年部として各種イベントへ出店予定）イベントを通じ課題やリピーター確保に向けた取組みを進めていく体制づくりを行う。
- 浴場部門はプランの見直しを2025年1月に行っているが、さらに増収に向けた取組みを行うとともに、今後は価格の改定や大規模改修を実施し、赤字を縮小させていく。
- 宿泊やレストラン等で新たに行う取組み等については、メディアやSNSを積極的に活用し、リピーターや新規客の獲得に向けた取組みを実施。
- 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。



道の駅建設設計業者との打合せ

※2年度目となる令和7年度は、前年度からの課題解決に向け、経営基盤を支える健全な仕組みづくりを具体化していくため、さらなるコスト削減や課題の抽出、赤字の改善に向けた各種取組みを行った。

# No.163 福岡県添田町（魅力ある道の駅の再構築）

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、メディア活用策、地場産品発掘・販路開拓
活用期間（頻度）	令和7年度～令和9年度（月1回程度）
キーワード	#道の駅再生 #魅力度向上 #人材育成 #メディア活用 #情報発信 #ブランディング #経営力強化

## 【目的】

町の特産品や地域の特性を活かした取り組みをはじめ、人材育成を通じた組織体制の強化や経営課題の整理を図ることで、「わざわざ行きたくなる魅力ある道の駅」を目指し、来場者及び観光消費額の増加並びに地域経済の活性化につなげる。

## 【内容】

- ・人材育成支援
- ・経営課題の整理
- ・施設の魅了度向上に関するアドバイス
- ・情報発信の強化支援



（分科会ミーティング）



（関係者全体会議）

## 【成果（見込み）】

- ・スタッフのスキル向上、意識改革
  - 低迷する運営状況からの脱却に向け、運営組織における課題について6つの分科会を設定し、毎月課題解決に向けたミーティングを実施。課題を整理しながら、自発的な提案と「他人事」から「自分事」へ意識改革を図っている。
- ・効果的な情報発信
  - 道の駅公式ホームページにおけるスタッフブログの開設（毎日投稿）により、情報発信と共に商品等に対する知識や伝達スキルの向上につながっている。
- ・施設管理状況の改善
  - お客様目線での改善点の洗い出しや、希薄だったテナントとの意見交換・情報共有を行えるようになり、施設環境づくりに対する関心意識が高まっている。



（スタッフブログ）

# 【R6】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）

# 【R6】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



新メニュー試作品



新メニュー試食会

## 【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。



地元漁業協同組合との意見交換会