

渥美半島学生ビジネスコンテスト

地域創生は君たちが主役だ！！

平成29年8月

渥美商工会観光部会
田原市

説明会式辞

- 開会挨拶 コンテストの目的について
 - 関係者挨拶
 - 田原市について
 - 渥美半島の観光について
 - コンテスト応募方法説明
 - 参考講演：地域ビジネスのポイント
-

次世代を担う
生徒・学生の学習機会提供
と
次世代に続く地域経営人材づくり

愛知県立福江高等学校に平成31年観光ビジネスコーススタート

渥美半島の観光ビジネス事業者へのビジネスヒントへ

東三河地域の振興と地域経営人材づくりとして

2

渥美半島学生ビジネスコンテスト スケジュール

8月2日(水) 現地説明会 募集開始

8月7日(月) 東京参加者ワークショップ

8月中 作成支援相談

8月28日(月) 現地視察会勉強会
(応募学生・関係者現地体験泊)

9月8日(金) 締め切り

9月中 事業発表会 (予定) 表彰式

地域の抱える課題について

愛知県田原市について



地域の抱える課題について

渥美半島観光ビジネスの現状



応募方法

- ✓ 提案書は、自由です。
- ✓ できれば提案の内容を、「地域づくりプロジェクトシート」に概要を記入してください。
- ✓ 9月8日（金）シートメール必着
説明資料は電子データにて

応募方法

世界標準の指定フォーマットで応募も可能です。

国際標準化機構（ISO）によるPDM（プロジェクトマネジメント）の標準フォーマット

プロジェクト名	説明書名	作成者
プロジェクト名	説明書名	作成者
レベル	内容	いつまでに
1. 提案の目標（OK/NG）	説明書に記述する	2020年12月
2. 地域社会を担う特性を活かして多様な人材の確保及び地域における新たな多様な就業の創出		
3. 地域社会の発展（OK/NG）	11. 地域社会を担う人材の確保	12. 地域社会の発展
4. 具体的な成果（OUTPUT）	14. 事業計画・売上・利益計画	15. タイムスケジュール
5. 活動（ACTION）	17. 活動内容（INPUT）	
	18人 1000	2000人 21000

※応募用PDMのみでも可能です。



説明用資料
様式は自由

提案書
イメージ写真
イラストなど

- ・ 応募フォーマットについて
- ・ 地域づくりプロジェクトマネジメント PDCM手法について

新規事業作りはプロジェクトマネージメントを知ること

- **新規事業成功はプロジェクト管理が90%**
- **地域づくりプロジェクトマネージメント手法（PDCM）を使用。**

新規事業作りはプロジェクトマネジメントを知ること

PDM(プロジェクトデザインマトリックス)は世界共通の事業管理ツール

PCMの利用度

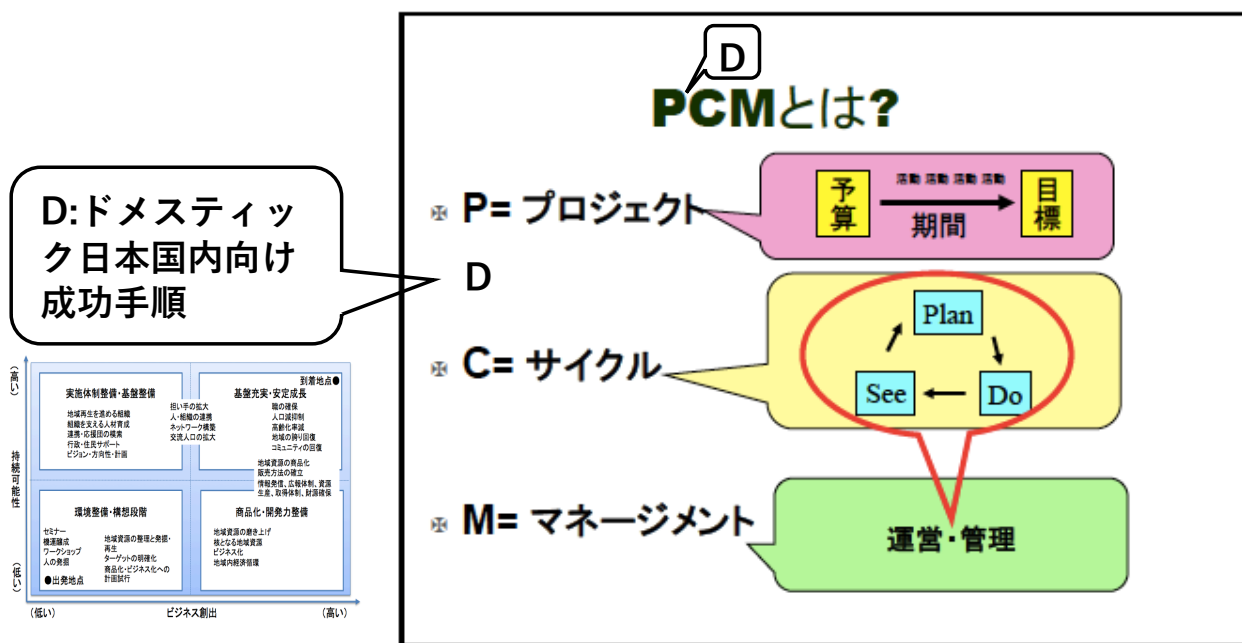
- ログ・フレーム(またはPDMプロジェクト・デザイン・マトリックス)は国際協カプロジェクトのPMの世界的共通言語
- JICA(国際協力機構)がすべての技術協カプロジェクトにログ・フレーム(=PDM)を利用
- 国内では環境庁や地方自治体などが住民参加型プロジェクトに計画手法を応用
- 最近では企業や大学から、人材育成の研修ツールとしての要望も多い。(グローバル人材)

渥美半島学生コンクールの応募フォーマットに使用しています。

PCMTokyo PCM研修会資料より

新規事業作りはプロジェクトマネジメントを知ること

PDCM(地域づくりプロジェクトマネジメント)もPCMの発展系



PCMTokyo PCM研修会資料より

新規事業作りはプロジェクトマネジメントを知ること

PDM(プロジェクトデザインマトリックス)を使ってプロジェクトを成功に結びつけます

ログ・フレーム
Logical Framework

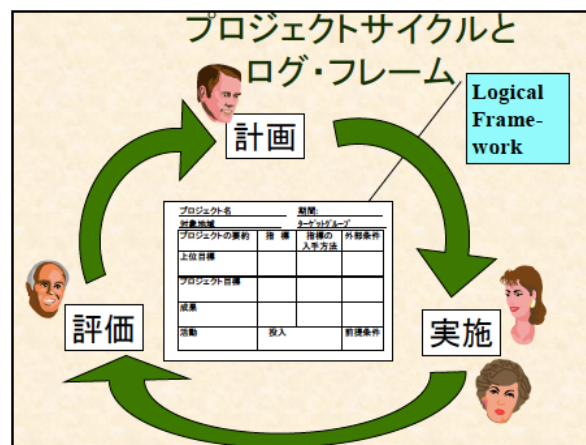
プロジェクト名		期間:	
対象地域		ターゲットグループ	
プロジェクトの要約	指標	指標の入手方法	外部条件
上位目標			
プロジェクト目標			
成果			
活動	投入		前提条件

PCMTokyo PCM研修会資料より

12

新規事業作りはプロジェクトマネジメントを知ること

PDM(プロジェクトデザインマトリックス)で計画し、実施（モニタリング）、評価まで



PCMTokyo PCM研修会資料より

13

記入方法：提案内容を応募用紙（PDM）にまとめ

瀬美半島学生ビジネスコンテスト PDM(プロジェクトデザインマトリックス)

①プロジェクト名	②団体名	③作成日
④対象地域	⑤期間	⑥Ver.
レベル		内容
⑦未来の目標 OBJECT		⑧指標:どれくらい
⑩地域の変化 OBJECT		⑪地域は変化してどうなる
⑬具体的な成果 OUTPUT		⑭事業規模・売上/利益計画
⑯活動ACTION		⑰活動内容 INPUT
		18人 19物 20資金 21備考

持続可能な地域に

効果がある

成果がでる

活動すると

⑤期間は最長5年程度で

⑧⑨将来2060年にはどうなっているのでしょうか

⑩・⑪・⑫に地域へどのような変化や影響を与えるのかを説明してください

13～15事業アイデアを実施するとどのような会社や働く場所ができるのでしょうか。成果を説明してください

16～21どのような活動をするのでしょうか？活動の内容と実施に必要なひと・必要なもの・資金を説明してください

記入例：プロジェクト評価は地域への貢献です

瀬美半島学生ビジネスコンテスト PDM(プロジェクトデザインマトリックス)

①プロジェクト名	海外の農業生産者が視察旅行にやってくる瀬美半島やさい栽培視察ツアープロジェクト	②団体名	瀬美やさいを世界にプロジェクトチーム	③作成日	2018年8月2日
④対象地域	愛知県田原市（東三河 瀬美半島地域）	⑤期間	2018年10月～2023年10月	⑥Ver.	2
レベル		内容		いつまでに	
⑦未来の目標 OBJECT		⑧指標:どれくらい		⑨2060年には	
⑩地域の変化 OBJECT		⑪地域は変化してどうなる		⑫いつごろ	
⑬具体的な成果 OUTPUT		⑭事業規模・売上/利益計画		⑮タイムスケジュール	
⑯活動ACTION		⑰活動内容 INPUT			
		18人 19物 20資金 21備考			
海外からの農業生産者が視察旅行にやってくる瀬美半島やさい栽培視察ツアープロジェクト		外国人対応できる観光人材が地域で1000名。海外観光客受入施設80%が受け入れ可能となっている。		多くの海外観光客が普通になっている。	
世界から農産物生産の視察者が地域に来ることで、外国語に対応できる人、施設が増える。		海外からの来訪者受け入れが整い、海外に関心ある事業者が増え、地域観光関連事業者の収入が増え、外国語を使える若者が施設で働く人が増えている。		2023年。事業開始から5年後	
海外からの農業視察者からの意見をもらい、国際的に認められる農産物となる。		農産物が海外に知られブランド化することで農家の海外輸出など新たな販路が広がり、農家の収入が増え、農業をする若者が増えている。			
海外からの農業視察の受け入れ体制作り		研修費込1泊15,000円×6000人=900万円（視察1人当たり6泊とし1人9万円として設計した）		2018年事業開始。2021年に達成	
地域の知名度が上がり、観光客が増加し、観光向けのお土産、特産品などの販売収入が上がる。		視察観光客の購入商品販売手数料100万円（観光客1人1万円購入としその販売手数料10%×1000人として設計）		2018年利用状況を見て19年に開始。21年には達成	
イ) 瀬美半島農業生産地の国際的対応の研究調査		研修・宿泊施設 8,000円×500人×12ヶ月=480万円		年間売上高910万円/年間利益340万円(3.7%)	
ロ) 農業視察ツアーの受け入れ体制作り		外部委託 1000千円		制作費・サーバー費用として	
ハ) 農業視察ツアーの受け入れ農家研修施設費用		広告宣伝 30万円×12ヶ月=3600千円		活動経費 年間87,600千円	
ニ) 海外向け農業視察ツアーのHP運営					
ホ) 海外向け農業研修受け入れの告知・集客活動					

渥美半島学生ビジネスコンテスト

地域の未来は君たちが主役だ！！

平成29年8月

地域創生プラットフォーム 登録専門家
総務省 地域力創造アドバイザー
塚田佳満

自己紹介：地方企業支援で26年。地域活性化に取り組み

- ダイレクトマーケティング（B2B、B2C、B2B2C）
- データ駆動型マーケティング（ビッグデータ活用）
→経験を生かして地方の活性化にチャレンジ
- 総務省：（ふるさと財団）地域再生マネージャー
- 地方創生専門家コンソーシアムメンバー
- （一社）日本特産品促進協会 理事
→日本商品を海外へ
- 総務省：地域力創造アドバイザー
- 座右の銘は「屈辱は力だ！」
- 好きな言葉「我逢人」（がほうじん）

地域創生プラットフォーム
登録専門家 塚田 佳満

<https://rrpf.jp> Email:tsukada@rrpf.jp



渥美半島ビジネスコンテスト

地域づくりの基本知識



日本列島改造論

1972年田中内閣によって打出された構想。日本の産業構造と地域構造を積極的に改革して、過密と過疎の弊害を同時に解消し、産業と文化と自然とが融和した地域社会を全国土に広めることを目的とした。（ブリタニカ国際百科事典：KOTOBANKより）

明治元年(1868年)からの約100年、日本は東京一極集中が進んだ歴史だったと指摘。その流れを変えるために「国土維新」を掲げ、都市と地方を結ぶ鉄道網、高速道路網を整え、地方に工業を再配置して、地方で豊かに暮らせる国づくりを唱えた。その後の国土開発の基礎となった半面、公共事業の拡大、開発主導による地価上昇を招いた。（2012-04-30 朝日新聞 朝刊 1 経済：kotobankより）

地方創生とは

まち・ひと・しごと創生本部

地方が成長する活力を取り戻し、人口減少を克服する。

- ✓ まち・ひと・しごと創生本部では平成26年末に「長期ビジョン」と「総合戦略」を閣議決定した。
- ✓ 長期ビジョンでは、2060年を展望し、人口減少問題の克服と成長力の確保を目指すこととしている。
- ✓ 総合戦略では、2020年までの基本目標として大きく『「しごと」と「ひと」の好循環作り』、『好循環を支える、まちの活性化』の二つを掲げ、
- ✓ 業績評価指標を設定し、雇用創出やまちづくりなどに向けた様々な施策を展開することとしている。

20

地方創生の法律

まち・ひと・しごと創生本部

地方が成長する活力を取り戻し、人口減少を克服する。

まち・ひと・しごと創生法

(平成二十六年十一月二十八日法律第百三十六号)

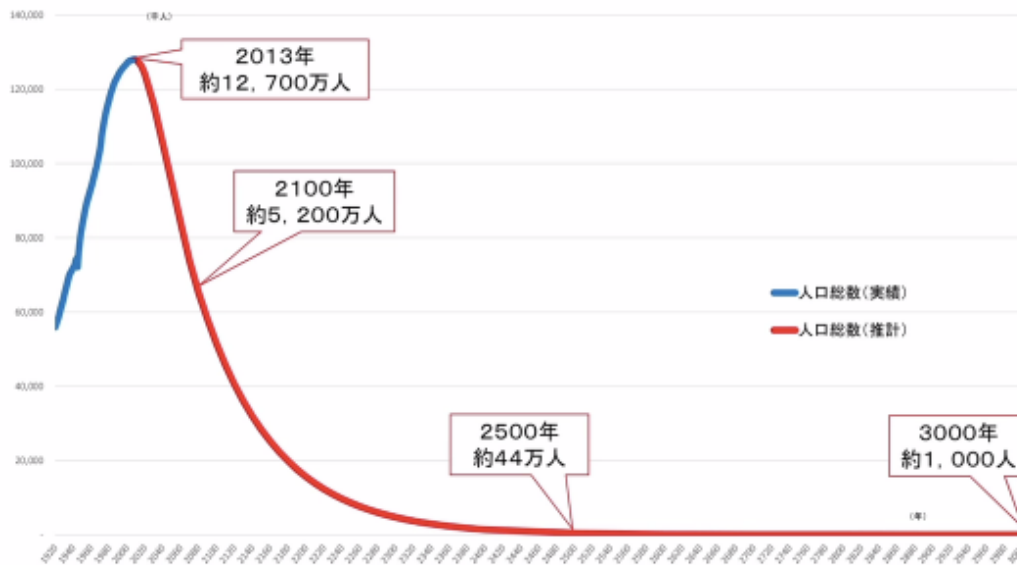
(目的)

第一条 この法律は、我が国における急速な少子高齢化の進展に的確に対応し、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくためには、**国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域社会の形成、地域社会を担う個性豊かで多様な人材の確保及び地域における魅力ある多様な就業の機会の創出を一体的に推進すること**（以下「まち・ひと・しごと創生」という。）

21

地方創生 実は深刻

仮に出生数・死亡数が今後一定で推移した場合の将来人口



石破地方創生大臣講演資料より

22

地方創生 実は深刻

◎人口問題に対する基本認識 —「人口減少時代」の到来

- ・ 2008年に始まった人口減少は、今後加速度的に進む。人口減少は地方から始まり、都市部へ広がっていく。
- ・ 人口減少は、経済社会に対して大きな重荷となる。
- ・ 東京圏には過度に人口が集中しており、今後も人口流入が続く可能性が高い。東京圏への人口の集中が日本全体の人口減少に結び付いている。

◎今後の基本的視点

○3つの基本的視点

- ①「東京一極集中」の是正
- ②若い世代の就労・結婚・子育ての希望の実現
- ③地域の特性に即した地域課題の解決

○国民の希望の実現に全力を注ぐことが重要。

参考：平成23年合計特殊出生率1.39

「期間」合計特殊出生率：ある期間（1年間）の出生状況に着目したもので、その年における各年齢（15～49歳）の女性の出生率を合計したもの。

地方創生 実は深刻

◎目指すべき将来の方向 —将来にわたって「活力ある日本社会」を維持する

○若い世代の希望が実現すると、出生率は1.8程度に向上する。

- ・国民希望出生率1.8は、OECD諸国の半数近くが実現。我が国においてまず目指すべきは、若い世代の希望の実現に取り組み、出生率の向上を図ること。

○人口減少に歯止めがかかると50年後1億人程度の人口が確保される。

- ・2030～2040年頃に出生率が2.07まで回復した場合、2060年には1億人程度の人口を確保すると見込まれる。

○さらに、人口構造が「若返る時期」を迎える。

- ・人口減少に歯止めがかかると、高齢化率は35.3%でピークに達した後は低下し始め、将来は27%程度にまで低下する。さらに高齢者が健康寿命を延ばすと、事態はより改善する。

○「人口の安定化」とともに「生産性の向上」が図られると、50年後も実質GDP成長率は、1.5～2%程度が維持される。

◎地方創生がもたらす日本社会の姿

<地方創生が目指す方向>

○自らの地域資源を活用した、多様な地域社会の形成を目指す。

- ・全国一律でなく、地方自らが地域資源を掘り起し活用することにより、多様な地域社会を形成。

○外部との積極的なつながりにより、新たな視点から活性化を図る。

- ・外部人材の取り込みや国内外の市場との積極的なつながりによって、新たな発想で取り組む。

○地方創生が実現すれば、地方が先行して若返る。

○東京圏は、世界に開かれた「国際都市」への発展を目指す。

—地方創生は、日本の創生であり、地方と東京圏がそれぞれの強みを活かし、日本全体を引っ張っていく

参考：平成23年合計特殊出生率1.39

出典：石破地方創生大臣 地方創生の推進について平成27年1月9日 資料3
<http://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kyouginoba/h26/dai3/siryou3.pdf>

支援人材：総務省地域力創造アドバイザー

地域独自の魅力や価値の向上の取組を支援する民間専門家や先進市町村で活躍している職員（課）を「外部専門家（地域力創造アドバイザー）」としてデータベース（地域人材ネット）に登録。



平成29年7月1日現在、民間専門家（324名）、先進市町村で活躍している職員（16名）組織（7）を登録。計347名・組織
(<http://www.soumu.go.jp/ganbaru/jinzai/index.html>)

地域支援団体（相談先、専門家）

- 地域作りの専門家ネットワーク
- 600超の個人団体ネットワーク
- GGAP/HACCP/PCM専門プロジェクトチーム



地域創生プラットフォーム

Regional Revitalization Platform

TEL : 03-4405-7184 (大代表)

FAX : 050-3153-2377

26

地域支援団体（自治体への助成団体）



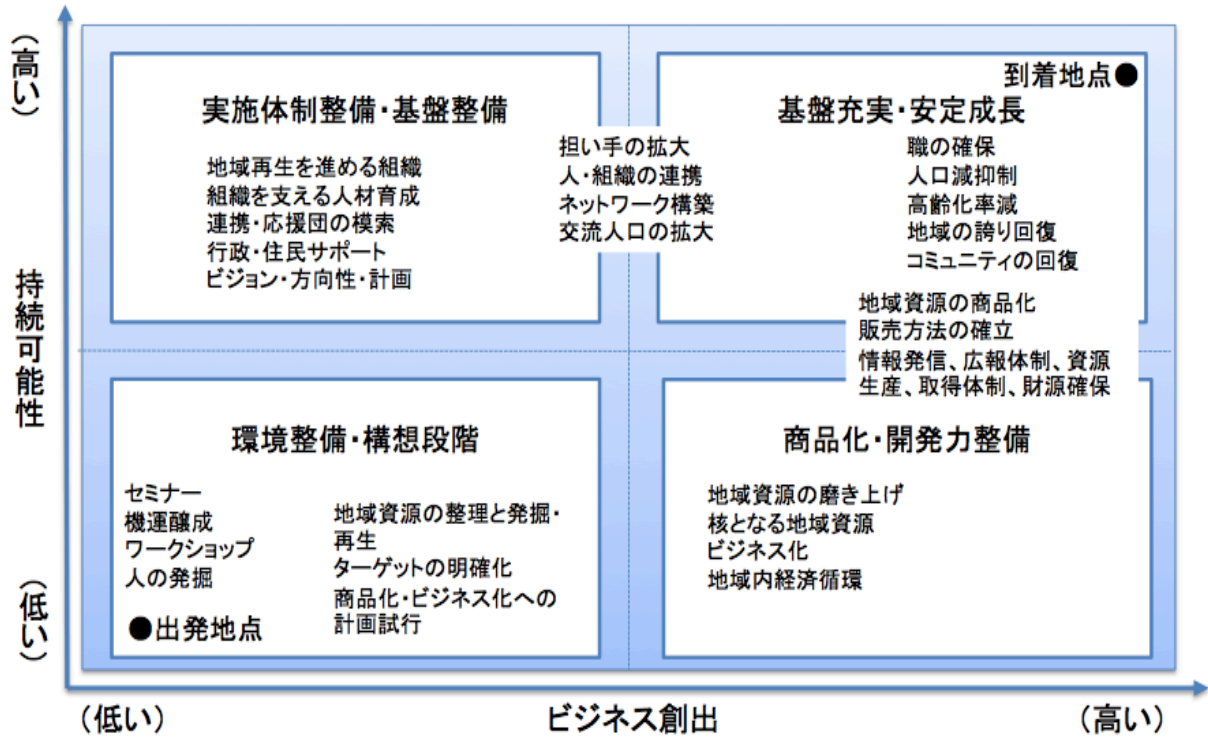
地域総合整備財団（ふるさと財団）は、地域における民間能力の活用、民間部門の支援策として考え出され、昭和63年12月21日、自治大臣（現：総務大臣）及び大蔵大臣（現：財務大臣）の許可を得て、都道府県、政令指定都市の出捐による財団法人として発足しました。

新・地域再生マネージャー事業

新・地域再生マネージャー事業では、市区町村が地域再生に取り組もうとする際の課題への対応について、その課題解決に必要な知識、ノウハウ等を有する地域再生マネージャー等の外部の専門的人材を活用できるように必要な経費の一部を支援するものです。

27

地方振興 成功理論：2軸4象限



出典：地域整備総合財団平成27年度「新・地域再生マネージャー事業」手引きP6⁸

地方創生の取り組み

「ふるさと名物」による地域活性化の事例

多様な関係者が連携し、地域資源を活かして地域ブランド化を図り、地域活性化に取り組んでいる事例

ゆず加工品で年商30億円（高知県馬路村）

- ・人口1000人弱の山村。
- ・林業が衰退する中、**農協の組合長が中心**となり、ゆず加工品を開発。
- ・**テレビCM(村が半額補助)**で、村の知名度も上がり、**年商30億円、雇用100人創出**



ゆず



ゆずドリンク
「ごっくん馬路村」



「亀田の柿の種」



テレビCMで
村も有名に

有名デザイナーと組んで産地ブランド化

（愛媛県今治市）

- ・安価な海外製品との競争で産地は疲弊。
- ・工業組合が**デザイナー佐藤可土和**をディレクターに起用し、国内外にPRし、**ブランド化に成功**。
- ・最近では、「今治タオル」の工房館で**産業観光**。

※今治のタオルメーカーは現在約120社、従業員数は約2,500人



佐藤可土和のデザインしたロゴマーク



市がワイン普及を支援、観光にも利用

（山梨県甲州市）

- ・**国、県、市の支援の下**、組合、事業者が「甲州ワイン」のブランド化に取り組み、海外展開を実現。
- ・市は「原産地呼称ワイン**認証制度**」や「ワイン原料用甲州種ぶどう栽培奨励補助金」などで支援。
- ・**ワインをテーマとした観光商品**にも展開。



甲州ワイン



ブドウ踏み体験



平成26年10月19日開催
ゴール後にワインが提供される
「甲州フルーツマラソン大会」

大手百貨店への販売で高級栗ブランド化

（熊本県山江村）

- ・リーマンショックで会社を整理した**若手経営者が山江利平栗の再ブランド化**を目指して創業。
- ・高級路線を打ち出し、**東京の百貨店や有名レストラン**にも販売。JR九州の「ななつ星」にも採用。
- ・山江利平栗の単価も**250円/kgから620円/kgに上昇**。



一洗皮煮5粒入りを1万円
で販売

「ななつ星」のスイーツと
しても採用



地域で産業化を進めた高知馬路村



高知県安芸郡馬路村

人口 899人 429世帯

【平成29年5月31日現在】

高知空港から車で2時間



馬路村風景・ゆずの森工場全景



馬路村のゆず

収穫期は11月の1ヶ月間

「ふるさと名物」事例 高知馬路村の通信販売

馬路村のイメージイラスト。地元高知のイラストレーター田上(たのうえ)泰昭氏の画



受注センター

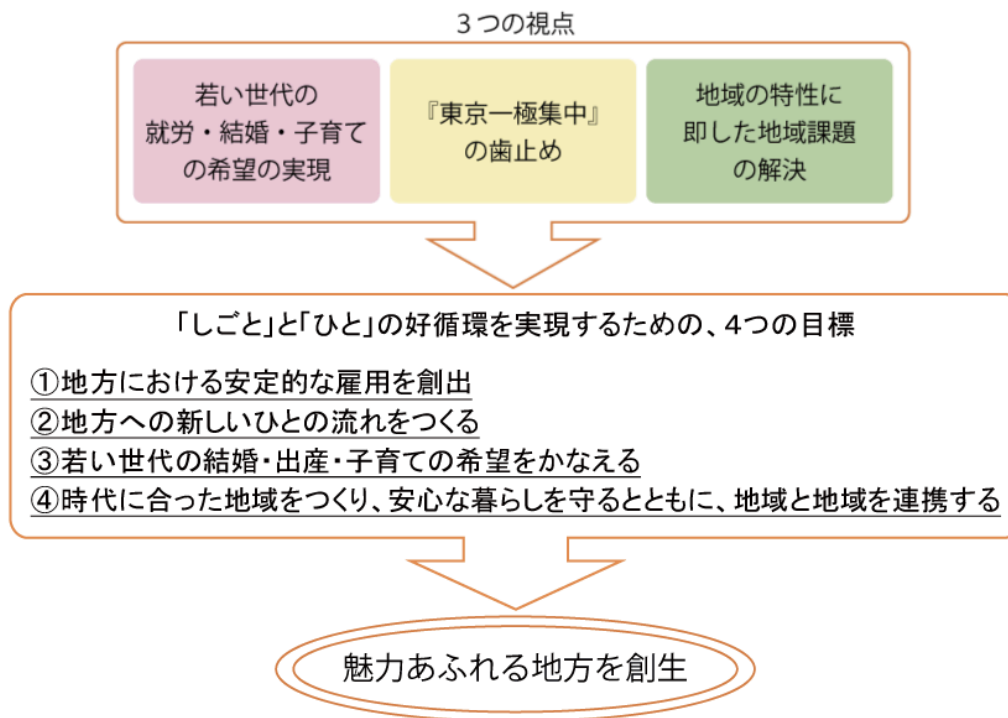


発送センター

研修風景



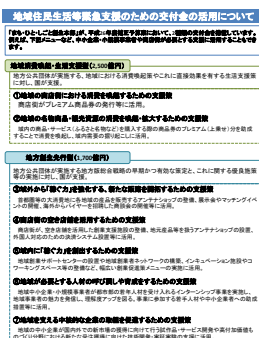
地方創生 3つの視点と4つの目標



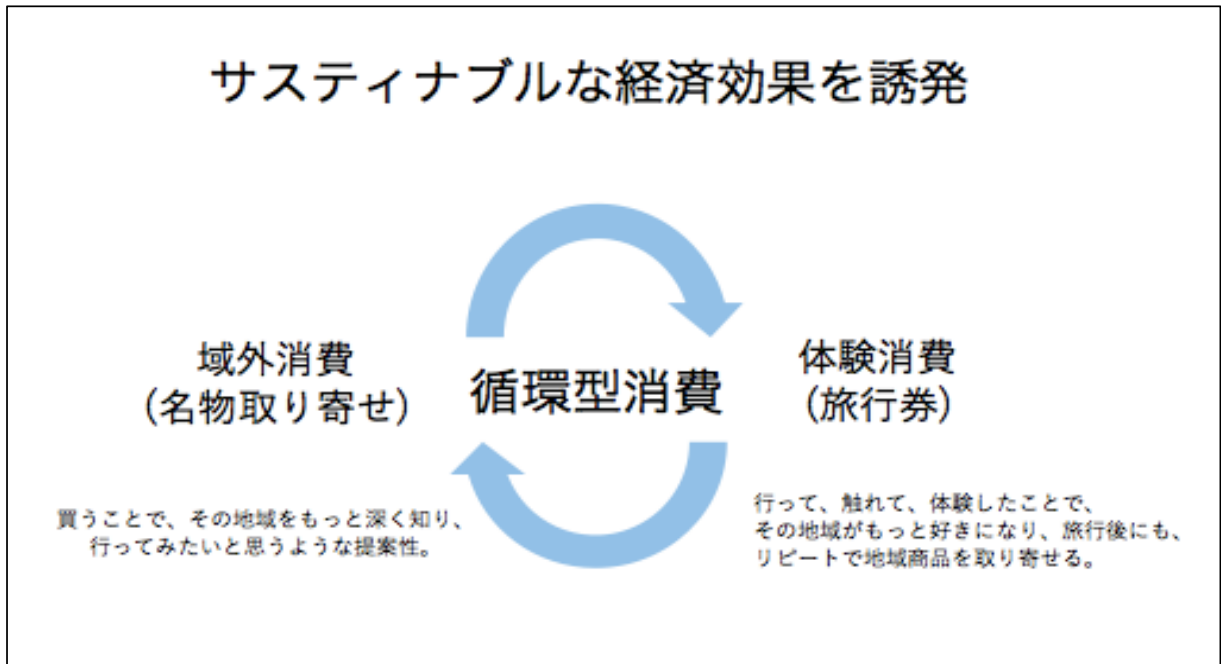
出典：政府ホームページより

地方創生 7つの支援策

- ① 地域の商店街における消費を喚起するため
- ② 地域の名物商品・観光資源の消費を喚起・拡大するため
- ③ 域外から「稼ぐ力」を強化する、新たな販路を開拓するため
- ④ 商店街の空き店舗を活用するため
- ⑤ 域内に「稼ぐ力」を創出するため
- ⑥ 地域が必要とする人材の呼び起こしや育成をするため
- ⑦ 地域を支える中核的な企業の取り組みを促進するため

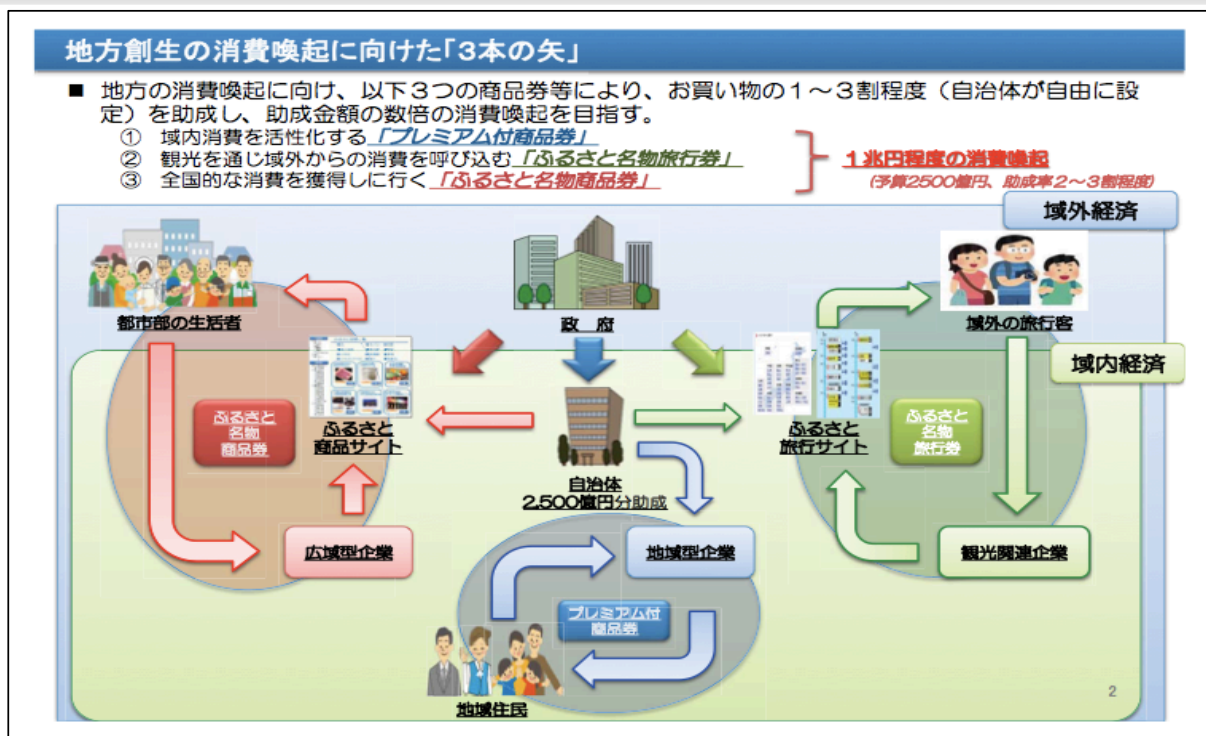


地方創生本部 地方消費喚起の方策



出典：ふるさと名物商品券・旅行券 プレミアム付商品券について別添1 平成27年1月まちひとしごと創生本部事務局

地方創生の消費喚起に向けた「3本の矢」



出典：「ふるさと名物商品・旅行券名品指定の方法に関する参照資料 別添2」平成27年1月まちひとしごと創生本部事務局

2015年7月12日のNHKウェブニュース
「石破氏 教育を書くに地域の活性化を」

地方創生の方策として教育との連携を支援を推進し
新型交付金の活用も語ったと報道

五所川原農林高校での顧客フォローアップ研修授業



平成27年6月23日 五所川原農林校にて

地方創生は高校との地域連携が話題

- 平成27年6月20日第2回魅力化による高校の生き残り地域活性化（公財：地域活性化センター）事務局を入れ60人を超える盛況。熱い議論が行われる。（地域再生マネージャー齊藤氏報告）
- 日本地域政策学会7月11日明治大学生田キャンパス「人口減少時代の地域力創造と地域政策」高校など地域の学校の地方創生
- 高校の魅力化と地域づくりが直結するような取り組み例「五所川原農林高校での6次産業化推進協議会」
- 石破前大臣は「教育を使った地域の創生に、国としてどのような支援が可能か、新型交付金などで地域の創意工夫が生きるような対応をしたい」

42

地方創生は高校との地域連携が話題

高校魅力化と地域づくりが直結するような取り組み例

- 島根県邑南町 島根県立矢上高校の魅力化事業
従来から邑南町職員が高校の職員室に常駐し、教職員ではできない仕事を実施。
- 27年度 「魅力化推進センター」として、組織的に行動。
- また、町内関係者を中心として、「魅力化推進本部」を設置し、本部会議を定期的開催して、外部の意見が常に入るように工夫。
- 島根大学との連携も強化予定。

（島根大学教育学部共生社会教育講座 地理学担当：本部会議議長作野広和氏報告）

43

渥美半島学生ビジネスコンテストの上位目標

- ✓ 国民一人一人が夢や希望を持ち、
 - ✓ 潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域社会の形成、
 - ✓ **地域社会を担う個性豊かで多様な人材の確保**
 - ✓ **及び地域における魅力ある多様な就業の機会の創出**
- ✓ を一体的に推進すること（以下「まち・ひと・しごと創生」という。）

「まち・ひと・しごと創生法条文より」

44

参考 外国人の「JAPANブランド」ってなに？

- ◇ 地方ブームがますます加速
「桜」「ローカルフード」「祭り」「島」など
体験したいことも多様化
- ◇ 日本の世界遺産で最も“認知”が高いのは「原爆ドーム」
"訪問意向"では「富士山」がトップ
- ◇ 日本独自の文化の評価、ますます高まる
"優れている日本の物事"のトップは、前年に続き
「日本のロボット工学」「日本食」「アニメ・漫画」
もトップ3にランクイン

電通、「ジャパンブランド調査2016」を実施調査レポートPDF (345KB) 2016年7月26日
20カ国・地域=中国（北京、上海）、香港、韓国、台湾、インド、シンガポール、タイ、インドネシア、マレーシア、ベトナム、フィリピン、オーストラリア、アメリカ、カナダ、ブラジル、イギリス、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア