

令和 6 年度 那須塩原市議会「志絆の会」 行政視察報告書



視察地 : 島根県江津市
視察日 : 令和 6 年 1 0 月 3 0 日 (水)
視察内容 : 江津市ビジネスプランコンテストについて

視察地 : 島根県奥出雲町
視察日 : 令和 6 年 1 0 月 3 1 日 (木)
視察内容 : 日本農業遺産・世界農業遺産の申請と取り組みの内容

視察地 : 島根県出雲市
視察日 : 令和 6 年 1 1 月 1 日 (金)
視察内容 : 縁結びデジタルプロモーション事業

【参加者 : 鈴木 伸彦 小島 耕一 金子 哲也 眞壁 俊郎】

江津市ビジネスプランコンテストについて

視察地 島根県 江津市

視察日 令和6年10月30日

報告者 鈴木伸彦

島根県江津市は人口減少が課題となっている。対策として江津市ビジネスプランコンテスト(Go-Con)を実施しているということで伺ってきた。

1.江津市概要

人 口 22,959人
(2020年国勢調査)

面 積 268.51 Km²

江津市は、島根県の西部、石見地方に属し、日本海に面している。江津市は自然豊かで、特に海や山々が美しいことで知られている。また、江津市は歴史もあり、古い町並みや文化遺産が残っている。江戸時代初めから石州瓦の産地で石見焼きと共に北前船によって北海道まで運ばれた。

市内には、江津港や江津城址公園などの観光スポットがあり、地元の特産品としては、新鮮な海産物や地元の農産物が挙げられる。また、江津市は四季折々のイベントが盛んで、地元の文化や伝統を楽しむことができる。

2.津市ビジネスプランコンテストとは

江津市ビジネスプランコンテスト Go-Con は2010年に始まった。江津市内で、新しいビジネスに挑戦したい人を待ちぐらみで応援する取り組み。大賞を受賞した人には活動資金として賞金1,000,000円を贈呈、毎年12月に開催する。

最終審査会には市内外から多くの観客が来場する。

3.ネーミング

Go-Con は津市ビジネスプランコンテストから名付けた。

4.Go-Con の立ち上げ背景

急速な人口減少、伝統産業の衰退、若者の流出といった地域課題が山積する中で定住対策には産業振興が欠かせないとの考え方から生まれた取り組みである。

リーマンショック(2008)時に定住を促す仕事が無かったことをきっかけに「守りから攻めの定住政策」(人材誘致策)としてビジコンを立ち上げた。人口減少の過疎地域においては、地域に思いを持った”小商い”が重要であり、また、過去にあったような経済合理性に偏重した地域に根差さない企業誘致ではない形が必要と考えた。

5.目指す姿

地域に思いを持った小商いを始める面白い人を呼び込み、発掘した人材が人材を連れてくる環境を作ること。

人材、人に注目して新しい価値とか、新しいものを生み出していくと言う取り組み。

6. 江津市ビジネスプランコンテスト Go-Con の実績

2010年から2023年の間にコンテストを通して起業した数148組、そのうち33組が創業した。

7.Go-Con の雇用と経済効果

2017年度は起業件数18件、雇用39人、売上総額約3億5千万円。現在は5億円を超えている。

8. 江津市ビジネスプランコンテスト Go-Con の成果

①若者の創業や、地域活性化活動を支援する組織が生まれた。NPO 法人手ごねっと石見(2015年 地域再生大賞受賞)

②起業支援コンソーシアムの結成

市、てごねっと石見、商工会議所、商工会、金融機関

③新しいビジネスの創造

デザインオフィス、プロデューサー、ウェブデザイナーなど

④コトを起こしたい人のネットワーク化

「ごうつ」って面白い!?

9. 所感と NPO 法人てごねっと石見について

江津市ビジネスプランコンテスト (Go-Con) の取組の成功は「NPO 法人てごねっと石見」の存在が大きいと感じた。江津市ビジネスコンテスト (Go-Con) のコンセプトを受けたコンサル的な存在である。市は事業としてメンバーが食べていけるよう経済面でも支援をしている。

住み続けたい人、帰ってきたい人に帰ってこられる地域であり続けるためにも、仕事や生業は重要である。創意工夫で新しいしごとを創り出す人が増え「創造的なチャレンジ」を応援できる地域を目指している。

テゴネット石見は、起業する人の伴奏者となり、まちづくりのつなぎ役をする団体である。江津市ビジネスプランコンテスト (Go-Con) に応募される方や応募を検討している方に過去の出場者や地域の方関係機関などをつないでいき、より具体的なプランになるようにサポートしている。

その結果、コンテストの出場者が地域で実践するようになって、コンテストの出場者以外でも、地域の方が挑戦する土壌が出来、変化に繋がっている。

もともと 30 店舗以上の空き店舗があったが、みんなが挑戦するということで、若者がお店を出店し今では多くが埋まっている。女性の企業相談も多数寄せられており、挑戦しやすい土壌がこの江津に出来上がって来ているとし、続けていることの結果でありそこに意味があるとしている。

江津市ビジネスプランコンテスト (Go-Con) 最終審査までに、第一次審査会を通過した約 6 名の方と最終審査会までに 3 回の公開ブラッシュアップ勉強会を開催している。2 つの部屋が設けられていて、1 つの部屋では専門的なアドバイスによりビジネスとしてのプラを磨き上げて行く。もう一つの部屋では、市民や過去の出場者の方々がプランを聞いて、街のニーズや声を届けて行くような役割をしている。

金融機関や商工会議所のサポートなどもあるなど、多くの方々からの助言や支援をもらえる環境になっている。

直接、市民の方々と話をする機会、勉強会があり、コンテストの前の機会をつくっているおり、このことがプランのヒントや課題の抽出にも役立っている。出場者同士も、お互いが回を重ねるごとにそれぞれのプレゼンがどんどん進化していき、それを肌で感じながらまた起業に向けてのネットワークがつながる場でもある。

コンテストと言うと、大賞がクローズアップされがちだが、合コンの価値は、人と人が刺激しあいつながりを得られるところが 1 番の魅力であるとしている。

人とのつながり、人材をうまくつなげると言うところに力を入れている。ここに 12 年間続いた理由がここにある。

本市には起業支援としては商工会がその役割を一部になっているかもしれないが、「NPO 法人てごねっと石見」はそれに特化した組織と感じた。非常に参考になった。



テーマ 日本農業遺産・世界農業遺産の認定について

視察地 島根県奥出雲町

視察日 令和 6 年 10 月 31 日

報告者 小島 耕一

奥出雲町の概要

奥出雲町は島根県の南東部に位置し、人口 11,214 人、面積 368 平方キロで、平成 17 年に仁多町と横田町が合併してできた。地形的には中国山地の連なる中山間地にあり、中央には斐伊川が流れている。特産品は良食味の仁多米、奥出雲和牛、奥出雲そばが有名である。また、たたら製鉄に由来する奥出雲の資源循環農業として平成 31 年に日本農業遺産に認定されている。

古事記にでてくるスサノウが高天原から降り立った地としても有名である。



日本農業遺産・世界農業遺産の経緯について

平成 28 年に奥出雲町農業遺産推進協議会を設立し、平成 30 年に申請書を農林水産省へ提出した。平成 31 年「たたら製鉄に由来する奥出雲の資源循環型農業」として日本農業遺産に認定された。令和 2 年に「たたら製鉄が生んだ奥出雲の資源循環型農業」と題して世界農業遺産認定に係わる承認申請書を国へ提出した。令和 3 年には「たたら製鉄から持続可能な農業へ 奥出雲の農村開発システム」と題して国連食糧農業機関（F A O）へ申請書を提出した。現在、F A O で評価中。

奥出雲町の農業生産の現状

棚田において良食味でブランド化された仁多米を生産している。(1,377ha)

酒米 30ha(五百万石、改良雄町)生産しており、清酒造りが行われている。

奥出雲和牛(繁殖牛 919 頭、肥育牛 1539 頭)

奥出雲そば(87.5ha)がブランド化されている

水田転作(39ha)、国営開発農地(48ha)

10 数店舗のそば店が人気である。

日本農業遺産認定後の奥出雲農業の P R 活動

- ・ 観光協会と連携し、田んぼの生き物観察会を開催し、日本農業遺産の紹介、コウノトリや水田の生き物について調査するイベントを開催。
- ・ 雑誌「農産物ブランドw a l k e r」に日本農業遺産認定と仁多米を P R
- ・ 群羊社発刊「土の教え」に奥出雲の農業紹介
- ・ 奥出雲の農業遺産紹介漫画冊子の配布
- ・ 木次線利用促進イベントで農業遺産紹介チラシ配布
- ・ 奥出雲たたら展を奥出雲たたらと刀剣館で開催
- ・ 農業遺産マルシェ i n 大阪の開催
- ・ 日本農業遺産のロゴマークを作成
奥出雲町産の農林畜産物にロゴマークのついたシールを貼り付けて販売し P R した。
- ・ たたら製鉄の砂鉄採取「鉄穴流し」の説明看板の設置
- ・ 棚田に幻想的な灯火をともし「たたら灯」のイベントを開催（2024、9 月 29 日～10 月 26 日）ペット蛸 6000 個
- ・ 迫田地区の特別な棚田が国の重要文化的景観に指定された。
- ・ プロモーションビデオの制作



農泊や農業体験で観光の活性化

日本農業遺産で奥出雲町のPRを行ったことから、農泊施設の整備や農業体験を行い、観光地としてのグレードアップを図っている。

農家民泊

6件の農家民泊があり、古民家の改装やログハウスなど自然の中でのんびり過ごしたい方が交流を深めたい方の要望に応じている。

- ・奥出雲百姓塾、にしゆのの宿 縁（えん）、三井野原ガーデン、蔵宿うずまき、たたら原、禾と恵に咲くお宿 まつ

体験メニュー

現在、22種類の体験メニューがあり、旅行ツアーに体験メニューを組み込んだものを販売している。コロナ禍では、小中学校等の修学旅行のメニューとして旅行会社へ販売。

具体的な体験メニュー

田んぼの生き物調査
お米作り体験（稲刈り体験）
そば打ち体験
牧場探検とバターづくり体験
豆腐作り 湯葉すくい そろばん作り
包丁づくり、ミニ畳づくり、ブルーベリー狩り

世界農業遺産認定に向けて

- ・食料と生計の保障
農林業の振興 農産物のブランド化 担い手の育成確保、六次産業か
- ・農業生物多様性
多様な生物の維持保全、生態系の維持
環境負荷を低減する農業生産
- ・伝統的知識
先人の知識継承
子供たちへのふるさと教育の充実
- ・文化・価値観・社会組織
伝統行事、食文化など農文化の継承活動
まつり、郷土芸能など農業に関わる文化の伝承
保護活動
- ・ランドスケープの特徴
農業を通じた土地利用、里地・里山の保全
地域固有の文化的景観の理解促進、棚田の維持
活性化

農業遺産の今後の取組

日本農業遺産認定から世界農業遺産認定へ世界に向けて情報発信、認知度向上が課題になる

農業遺産×SDGs（持続可能な開発目標）

持続可能な社会を作るために、経済成長、社会的包摂、環境保護を統合的に解決する。

世界農業遺産の認定地域は、SDGsの概念に沿った取組を推進し、経済・社会・環境の側面における新しい価値の創造を通して持続可能な社会の実現を目指す。

所感

奥出雲町は、「たたら製鉄に由来する奥出雲の資源循環型農業」として日本農業遺産認定された。この日本農業遺産は、たたら製鉄を生産するときに必要とする砂鉄を掘削した後に棚田が生まれたこと、その棚田を中心に水稻栽培と肥育牛生産、キノコ等の林産物の生産が資源循環型農業となっていることから認定された。

最初は日本農業遺産をPRし、農産物の有利販売が中心であったが、徐々に観光地として農家民宿や農業体験といったアグリツーリズムの取組を強化していった。

こうして農家民泊や農業体験が行われ、近年では棚田にペット蛭 6000個をともす「たたら灯」が行われるなど集客能力を高めている。

日本農業遺産を農業振興や観光振興つなげたという点で素晴らしい事例であった。

現在は世界農業遺産認定に取り組んでいるとのことなので、今後の認定を期待したい。

本市で日本農業遺産になる可能性がある事例は、明治から始まった酪農であろう。那須野が原開墾の中心となった那須開墾社では明治時代に酪農に取り組んだとの歴史もあり、那須野が原の飼料作物と牛乳生産は歴史も古い。

現在では、本州1位、全国でも2位の生乳生産額であり、フリーストールの飼養体系やデントコーンの飼料作物生産、など多頭飼育体系を確立している。また、国と県の試験研究機関が技術開発を進めており、ホルスタイン共進会が行われ、生乳生産技術や系統選抜など生産量の拡大に取り組んできた歴史は認定の可能性があると感じた。今後の研究課題である。

・縁結びデジタルプロモーション事業について

視察地 島根県出雲市

視察日 令和6年11月1日（月）

報告者 眞壁俊郎・金子哲也



出雲市では、令和2年度まで出雲シティセール事業として、縁結び情報発信や産業観光情報発信等プロモーション事業を展開してきた。令和3年度からは、インターネット上に掲載する動画広告から、幅広い層を専用ウェブサイトへ誘導することで、出雲市への興味を高めてもらうきっかけを作っている。

総括事業では、出雲の潜在的なファンをターゲットにインターネット広告を配信し、出雲市の総括専用ウェブサイト（ランディングページ）へ誘導する。遷移先のランディングページでは、各人の興味・関心に応じた情報を掲載し、出雲市への興味・関心を高めてもらうことで、移住人口、交流人口の増加につなげる。

令和6年度事業費概要

1. 総括（縁結びデジタルプロモーション）600万円

・出雲の魅力や情報を掲載するウェブサイトと互いに関連付けインターネット広告を活用して積極的に全国へ情報発信

2. 産業観光情報発信1,462万円

・分野ごとに条件を設定したターゲットに対してインターネット広告を配信し各ウェブサイトへ誘導するデジタルマーケティングを実施

3. 財源：デジタル田園都市国家構想交付金（国 事業費の1/2）

4. 各情報サイト

（1）産業情報サイト「出雲人-IZUMOZINE-

出雲市のさまざまな産業（工業、農林水産業、伝統工芸、観光等）に従事する（活躍する）人「出雲人」に着目し、その視点から出雲の産業を紹介するサイト。サイトを通じて、全国の皆さんに出雲にある豊富な産業資源を知っていただくとともに、UIターンで活躍している人の目線も加え「出雲で暮らす」「出雲で働く」ことの魅力をPRすることで、定住促進や人材確保にもつなげる。

（2）企業・求人情報サイト「ジョブ・ナビ IZUMO」

出雲市の企業・求人・就職イベント情報をまとめたサイト。企業・求人情報は、市内企業・商工団体で組織された「出雲地区雇用促進協議会」の会員企業が掲載できる。合同企業説明会や地元の高校生を対象とした企業ガイダンス、セミナーなどといったイベントを年間通して実施している。求職者、会員企業に向けてイベントの開催通知・申込募集ツールとしても本サイトを活用している。

（3）出雲ブランド商品等
インターネット広告を利用して、出雲市に関心を持つインターネット閲覧者を

「出雲ブランド商品」「おいしい出雲」専用ウェブサイトへ誘導し、効果的に全国に向けて事業や商品の情報発信を行い出雲の優れた産業・商品等市の魅力をPRするとともに商品販路拡大を図ることを目的としている。

「出雲ブランド商品」については、事業実施前の5.44倍、「おいしい出雲」については、58.25倍となっている。



○成果

- ・令和4年度の課題となった直帰率を改善するためライディングページのデザイン改修を実施
- ・令和4年度と比較しサイト内クリック数は2倍に増加。

○課題

- ・引き続きランディングページからサイト内クリック数を増やすための工夫が必要。
- ・広告から各サイトへたどり着いた閲覧者が最終的に移住であったり特産品の購入であったりといった具体的な行動を起こしたかどうかの検証が困難。

結びに、縁結びデジタルプロモーション事業は、出雲市に興味・関心を高めてもらうことで、定住人口、交流人口の増加につなげることを目的としている。各情報サイトは、多くの人が閲覧しており、有効な手段となっている。しかし、具体的に観光誘客や移住、特産品の購入などの行動に繋がっているどうかの検証が難しい状況である。本市としても、費用対効果を十分考え情報発信の在り方を考えていきたいと思う。