

地方創生SDGs 官民連携優良事例

2023年度
受賞事例紹介

内閣府地方創生推進事務局長賞

歴史的資源の活用と古民家再生でつなぐ
持続可能なまちづくり支援

岐阜県美濃市
×
株式会社十六銀行

プラットフォーム会員間連携部門 優良事例

楽しく買い物しながらロス削減と寄附をする
無料の福利厚生施策

神奈川県
×
株式会社ファーストクラス

プラットフォーム会員間連携部門 優良事例

既存施設のシェアリングにより
周遊旅行の活性化を推進する取組み

熊本県天草市
×
トラストパーク株式会社
(九州周遊観光活性化コンソーシアム)

一般部門 優良事例

学校と社会人をつなぐ
「ゲストティーチャーマッチングサイト」

奈良県生駒市
×
株式会社ユニーク

一般部門 優良事例

「梅ワー」でウェルビーイングな
地域活性と関係人口創出

和歌山県みなべ町
×
一般社団法人日本ウェルビーイング推進協議会

一般部門 優良事例

カルビー miino 粟島 一人娘プロジェクト

新潟県粟島浦村
×
カルビー株式会社



歴史的資源の活用と古民家再生でつなぐ持続可能なまちづくり支援

岐阜県美濃市 × 株式会社十六銀行

観光客の誘致
地域振興・交流



詳細はこちら



事業実施体制



歴史的資源を活かした古民家再生

この取組で解決した課題

岐阜県美濃市は、ユネスコ無形文化遺産である「本美濃紙」の手すき技術で有名な他、「うだつの上がる町並み」で知られる市街地は、国の重要伝統的建造物群保存地区にも選ばれている。一方、美濃市では、歴史的資源の次世代への継承と、それらを活かした観光開発が課題だった。また、市街地の空き家問題も顕在化する中で、「うだつの上がる町並み」に所在する江戸時代に造られた商家など、空き家となった古民家の利活用も同時に求められていた。これらの課題に対して、地元事業者を中心に古民家を改修することで宿泊施設などハード面を整備し、地域外事業者を中心に観光に関わるソフト面を充実させるなど、美濃市を中心として多様な事業者が美濃の歴史的資源を未来に繋ぐ目的のもと、強みを最大限発揮することで、美濃市の地域課題解決に取り組んでいる。

解決に向けた手法

美濃市は、寄附を受けた古民家を活用する企画提案を公募し、古民家再生に精通した「みのまちや」を最優秀提案者とした。「みのまちや」は、これまで3棟の古民家を地元の魅力が堪能できる宿泊施設やオフィスに改修するなど、古民家利活用を推進してきた。改修に伴う資金調達支援は株式会社十六銀行が中心となり、ファンドを含めた多様で効果的な手法を提案し、資金繰り安定化に繋がった。ソフト面の充実には、十六銀行がHISとキッチハイクを美濃市に紹介した。美濃市は、国の地域活性化起業人制度を活用し、HISから人材を受け入れた。HISは、美濃市の町並みを巡る観光ツアーの実施など、地域観光資源を活かした誘客事業を行った。キッチハイクは、保育園留学という独自サービスを提供し、大都市圏から美濃市に留学する園児の親に「WASITA MINO」を coworking space として提供し、美濃市の自然と文化を体験できる機会を創った。美濃市は、十六銀行との連携により、多様な事業者との協働で、古民家再生を軸とした滞在・体験型の観光による魅力・認知度向上に繋がる体制を構築した。「みのまちや」は、現在も地元名家の屋敷をキッチン設備が備わった地域の食イベントの受け皿となる宿泊施設として改修中であり、連鎖的な「面での開発」が進行している。

楽しく買い物しながら ロス削減と寄附をする 無料の福利厚生施策

神奈川県 × 株式会社ファーストクラス

採用・人事・福利厚生
廃棄物(ゴミ)対策
生活福祉



詳細はこちら



ECサイトで職域に限定して販売



賞味切迫や型落ち品などの訳あり品を買取り

この取組で解決した課題

日本における食品ロスは年間523万トンにも及んでいる。食品ロスの削減に向けた取組は様々あるが、まだ食べられるもので廃棄の対象となる食品のロスを削減する方法の1つは、消費に向けてより安価に販売することである。しかし、メーカーによる値引販売はブランド毀損のリスクもあり、持続可能な取組とは言えない。この食品ロスの課題を解決するため、神奈川県は、株式会社ファーストクラスと連携し、当該企業が構築した食品販売スキームにより、15,399個/2.19トンの食品ロスを削減した。また、当該企業が運営する「クローズドマート」は、従業員100人以上の企業等を対象とする会員限定のECサイトであったが、神奈川県と協定を締結することで、従業員数に関わらず利用可能な無料の福利厚生制度として、人材不足に苦しむ福祉・介護現場などの福利厚生の向上に貢献している。

解決に向けた手法

ファーストクラスは、賞味期限間近等の商品を会員限定で安価に販売するECサイト「クローズドマート」を運用し、食品ロス等の削減に努めてきたが、この取組をさらに推進するため、2022年8月に神奈川県と①食品ロス削減、②中小企業支援、③生活困窮者への寄附という3つの目的をもって協定を締結し、本来、従業員100人以上の企業等を対象としていたECサイトをそれに満たない規模の企業・団体でも利用可能とした。神奈川県と協定を締結したことで、かながわSDGsパートナーに加え、人材難に苦しむ福祉・介護業界が無料の福利厚生制度として利用ができるようになり、かながわ福祉サービス振興会や神奈川県障害者地域作業所連絡協議会が利用団体に加わった。その際、SDGsパートナーに対しては、従業員の購入利用と併せ、廃棄予定商品のクローズドマート出品も呼びかけた。その結果、生活困窮者を支援する5団体に購入金額の3%に相当する合計25万円の寄附をすることができた。また、この取組を他自治体にも呼びかけたところ、横須賀市や徳島県など全国に広がりを見せている。

既存施設のシェアリングにより周遊旅行の活性化を推進する取組み

熊本県天草市 × トラストパーク株式会社
(九州周遊観光活性化コンソーシアム)

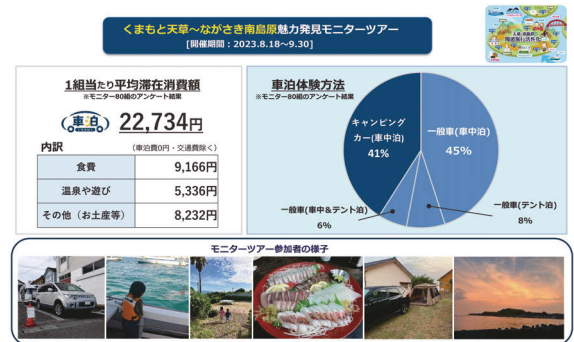
移住・定住
観光客の誘致
地域振興・交流



詳細はこちら



天草～南島原魅力発見モニターツアー



車泊(くるまはく)モニターツアーの結果

この取組で解決した課題

熊本県天草市は、市の人口の8割以上を占める「下島」が、九州では対馬に次いで2番目に面積が広く、メインとなる観光スポットが点在している。大阪・福岡空港を利用した空路や天草五橋を渡る陸路、長崎県・鹿児島県などからのフェリー等アクセスの手段が充実しているにもかかわらず、多様化するニーズに対応する宿泊施設が少ないため観光客が滞在しにくいという課題があった。また、元々キャンピングカーなどのRV泊ユーザーに人気がある島であったため、新規ユーザーの獲得に向け、2023年4月に2つの公共施設がRVパーク(車泊拠点)を開設したが、周遊の利便性と地域滞在の受け皿として、安心・安全な車中泊スポットは不十分であった。そこで、点在する観光スポットを線をつなぐ周遊ルートとして、トラストパーク株式会社と地元の事業者と連携し、2023年7月に天草～南島原9施設の駐車スペース等をシェア活用するモニターツアーを実施することで、周遊旅行のニーズや課題の可視化を図りながら、滞在観光客の増加を実現した。

解決に向けた手法

天草市と地域事業者が、市内各地の車泊に適した多くの施設等をトラストパークに紹介することで、プロジェクトの趣旨に賛同する事業者が多く集まり、民間主導で予算ゼロスタートによる協賛型のプロジェクト実施体制を構築することができた。天草～南島原エリアにおいて、車泊による周遊旅行のニーズや課題を洗い出すため、道の駅の指定管理者及び民間事業者が管理するスペースやトイレ設備等をシェア活用する車泊モニターツアーを実施し、参加アンケートやデジタルスタンプラリーから周遊滞在データを収集した。これにより、参加80組の1組あたりの滞在消費額に加え、移動ルートや参加者の声など、周遊旅行の活性化に資するデータを可視化し、周遊旅行のニーズ・課題をプロジェクト関係者にシェアリングすることで、天草～南島原ならではの付加価値があるサービスを展開していく予定である。また、自然災害時における被災地の復興支援を見据えて、キャンピングカーなどRV車両やRVユーザーを広域に送り出すことができるよう、プロジェクト参加団体と連携強化を図っていく。

学校と社会人をつなぐ 「ゲストティーチャー マッチングサイト」

奈良県生駒市 × 株式会社ユニーク

教育プログラム・学力向上
起業支援
生涯教育・リカレント教育



詳細はこちら



中学生がゲストティーチャーにプレゼン



提案型プロジェクトの審査員を依頼

この取組で解決した課題

奈良県生駒市では、社会に開かれた教育課程の実現のため、学校にゲストティーチャーを招くにあたり、学校側とゲストティーチャー側双方に4つの課題があった。4つの課題のうち、3つは学校側の課題であり、その1つ目は、ゲストティーチャーを招く際の人選が教員個人の属人的な繋がりによるものが多く、人選のバリエーションに限りがあることや異動などで継続的な招聘が難しくなること。2つ目は、ゲストティーチャーとの調整に関するノウハウの不足で、特に初めてのゲストのバックグラウンドや当日の講演内容の把握・理解が円滑に進まないこと。3つ目は、自治体における予算の都合上、ゲストティーチャーへの謝礼の支払いが難しく、招聘自体を躊躇していること。最後の4つ目は、ゲストティーチャー側の課題として、学生たちに自身の経験などを伝えていきたいが、学校とのつながりがなく、学生たちにどのように発信をしたらよいかわからないこと。

解決に向けた手法

生駒市は、U-29世代向けのコミュニティメディアを運営する株式会社ユニークと連携して、ユニークが今まで取材した方を対象にゲストティーチャー候補者を募ってリスト化し、学校とゲストティーチャーのマッチングサイトを構築した。本マッチングサイトでは、ゲストティーチャー候補者のこれまでの人生や仕事の詳細が記事になっているため、事前にゲストティーチャーの経験や考え方を知ることができ、学校が依頼しやすくなったことに加え、オンラインであれば無償で登壇することを承諾している候補者を集めていることにより、学校が抱いていた謝礼に関する懸念をなくすことに成功した。また、本マッチングサイトを全国の自治体が使えるようオープンにしたことで、すでに他の自治体でも本マッチングサイトを通じたゲストティーチャーの招聘が行われている。さらに、対面での講演も学校とゲストティーチャーとの交渉によって実現できるため、オンラインでの授業だけでなく、対面での授業にも活用が広がっている。

「梅ワー」で ウェルビーイングな 地域活性と関係人口創出

和歌山県みなべ町 × 一般社団法人日本ウェルビーイング推進協議会

地域振興・交流
農林水産業振興
文化・コミュニティ対策



詳細はこちら



みなべ町公式キャラクター「ブララ」も応援



青空の下みんなでやるから楽しい梅収穫

この取組で解決した課題

和歌山県みなべ町では、人口減少・流出・高齢化による梅農家の労働力不足に対し、時給を上げて求人募集を出しても人手が集まらないという課題があった。一方、都会で働く人々には、自然に触れたり非日常体験をしたりすることで、ストレス発散・解消したいという潜在的なニーズがある。この2つを結びつける取組が、みなべ町と一般社団法人日本ウェルビーイング推進協議会が連携して実施している「梅収穫ワーケーション」(通称:「梅ワー」)である。「梅ワー」では、梅収穫作業の補助員として参加者を募り、梅農家の人手確保を実現しながら、参加者自身が作業に没入することにより得られるフロー状態を体験できる効果と、梅農家との触れ合いを通じて、ウェルビーイングを向上させることができる。過去2年間の取組を通じて、参加者が収穫時期のみならず年間を通じてみなべ町を訪れるようになり、関係人口の増加などの相乗効果も生み出している。

解決に向けた手法

日本全国で真のワーケーションを推進する日本ウェルビーイング推進協議会の、代表理事島田氏が主宰するコミュニティ「Team WAA!」のメンバーと共に約5ヶ月をかけて「梅収穫ワーケーション」をみなべ町に企画し、「地元」と「よそ者」が連携した取組がスタートした。その際、みなべ町の未来を考える若年層の住民・事業者の4名(通称:みなべ仲間)を含む「梅ワー」の運営メンバーが、本企画での梅収穫作業ができる梅農家の確定をはじめ、本企画の告知、参加者の集客、梅農家とのマッチングを行った。初年度の2022年は、6月の30日間で11件の梅農家と梅ワーを展開し、参加人数は123人(のべ240人)、2年目の2023年は、5月1日から7月9日の70日間で19件の梅農家が参画し、参加人数は238人(のべ382人)に上った。毎年収穫期になると、労働力不足からくる疲労感と悲壮感を漂わせていた梅農家だったが、「梅ワー」参加者と作業や談笑の様子を見た近隣農家から、「梅ワーに参加したい」と役場に問い合わせが相次ぐほど、梅農家のウェルビーイングは向上し、関係人口の創出にもつながっている。

カルビー miino 栗島 一人娘プロジェクト

新潟県栗島浦村 × カルビー株式会社

地域振興・交流
農林水産業振興
地域情報・行政情報発信



[詳細はこちら](#)



カルビー栗島一人娘プロジェクト



栽培支援ツアー参加者 集合写真

この取組で解決した課題

日本海にぼつんと浮かぶ栗島(新潟県栗島浦村)は、人口わずか325人の、日本で4番目に人口が少ない自治体であり、なおかつ高齢化率が最も高い離島の一つである。この離島で長年育てられてきた在来種の青大豆『一人娘』は、他人に教えたくない程おいしいことから「いうなよ」という別名も持っている。この『一人娘』は、島外には一切出荷されず、現在は栗島と長野県の一部でしか栽培されていない幻の豆となっており、島の人口減少と生産者の高齢化の影響で生産量が減り続け、品種の存続が危ぶまれている。株式会社カルビーは、2020年に『一人娘』に出会うとともに島の状況を知り、すでに販売を展開している豆スナック「miino(ミーノ)」のブランディング施策と独自のSDGsアクションの一環として、『一人娘』の存続のため、離島の持続可能性と新たな農業モデルの開発に取り組んでいる。

解決に向けた手法

カルビーは、栗島浦村や栗島観光協会と連携しながら島北部の耕作放棄地を開墾し、播種から収穫までをほぼ全て手作業で実施した。この『一人娘』の栽培には、毎回カルビーの社員に加え、栽培ツアーの参加者として、カルビーファンや大学生が来島し、生産支援、関係人口づくり、後継者育成、PRでの情報発信など、島の課題解決と活性化に取り組んでいる。そして、初めてカルビーが島を訪れてから3年経った2023年、ついに初めての商品を発売した。開墾地は70aを超え、いまや島でいちばん大きな圃場となっている。栽培ツアーは自費参加であるが、毎回北海道から九州まで日本全国のカルビーファンが参加しており、リピーターも多く、年間参加者はのべ100名を超える。「商品売る」から「物語と体験を共創する」ステージへ、持続可能なビジネスモデルが日本海にぼつんと浮かぶ離島で構築・推進されている。



地方創生SDGs
官_民連携
プラットフォーム