

平成21年度広域地方計画先導事業

「県境を越えた広域的な地産地消圏の形成プロジェクト」業務

報告書

平成22年3月

三遠南信地域連携ビジョン推進会議(SENA)

<目 次>

1	事業概要	1
2	「三遠南信地域資源」発掘・魅力向上事業	4
2-1	三遠南信地域ブランド研究会	4
2-2	地域資源調査の実施	6
2-3	地域資源データベースの作成	7
2-4	データベースの分析・研究	11
2-5	地域資源に関するアンケート調査結果	12
2-6	「三遠南信地域資源」発掘・魅力向上事業の課題と評価	29
3	「三遠南信地域資源」情報の発信事業	30
3-1	情報誌「三遠南信ガイドブック」の作成	30
3-2	未利用資源の公募ポスター・チラシ	32
3-3	メールマガジンを活用した情報発信	33
3-4	情報誌「JB-Style」(4-5月号)における情報発信	34
3-5	社会実験の周知用ポスター・チラシ	35
3-6	「三遠南信地域資源」情報の発信事業の課題と評価	36
4	「三遠南信地域資源」の商品化可能性調査事業	37
4-1	商品評価会	37
4-2	社会実験	55
5	三遠南信地域内への周知	78
6	まとめ	79
	資料編	83

1 事業概要

(1) 事業名

「県境を越えた広域的な地産地消圏の形成プロジェクト」

(2) 事業の背景

三遠南信地域は、愛知県東部の東三河地域、静岡県西部の遠州地域、長野県南部の南信州地域からなり、県境を越えた広域的な地域連携に取り組んでいる。

この地域は、古くは「塩の道」と呼ばれる街道や天竜川などの水運を通じて人やモノが行き交い、物流や文化的交流が盛んに行われるなど、歴史的つながりが深い地域である。

平成5年度以降は、地域内の市町村や経済界が中心となって、毎年1回の三遠南信サミットを開催し、地域の将来を見据えて議論と交流を重ねてきた。

平成20年3月には、地域住民、大学、経済界及び行政が一体となって「三遠南信250万流域都市圏の創造」をテーマとする「三遠南信地域連携ビジョン」を策定した。

この三遠南信地域連携ビジョンは、地域の課題解決や自立性の高い圏域の形成に向けた地域振興の指針として、三遠南信自動車道の整備促進など中部圏の中核となる地域基盤の形成や持続発展的な産業集積、中山間地域を活かす流域モデルの形成などを政策の基本方針に掲げている。

さらに、平成21年8月に策定された中部圏広域地方計画においては、三遠南信地域連携ビジョンの推進がリーディングプロジェクトのひとつとして位置づけられるなど、浜松市、豊橋市、飯田市を中心として、我が国における新たな広域連携の先駆けとなる、県境連携モデルの構築を目指している。

本年度においては、国土交通省の広域地方計画先導事業に、三遠南信地域連携ビジョン推進会議が提案した「県境を越えた広域的な地産地消圏の形成プロジェクト」が採択され、地域資源の発掘や情報発信、商品化可能性調査などを実施した。

三遠南信地域に存在する農林水産・自然・文化教育・観光・産業・交通・情報など多種多様な地域資源（地域資源とは、農林水産資源（一次・二次産品など）、自然資源（山・川・海・湖・風景など）、文化教育資源（お祭り・文化芸術・スポーツなど）、観光資源（温泉・景勝地・名勝・旧跡など）、産業資源（販売業・飲食業・鉱工業品など）、交通資源（鉄道・道路・空港・港など）、情報資源（伝説・言い伝え・逸話・物語など）とする。）には、一定の知名度を持った観光資源や全国的に販売を展開している農林水産資源もあれば、未だに利用されていない地域資源、限定された小地域内での循環に留まる地域資源も存在している。

未利用であったり、小地域内での循環に留まる地域資源は個々に十分魅力を持ちながら、知名度や認知度の低さ、個々の発信力の限界などにより地域に埋もれてしまい、その特長が活かし切れず、十分に活用できていない状況が見受けられる。

こうした状況は特に中山間地域を中心に圏域内の多くの地域に見られ、この地域の共通した課題となっていることから、三遠南信地域連携ビジョン推進会議（SENA）では、三遠南信地域全体の地域資源情報を集積・一元化するとともに、特長を持った個々の地域資源と共通または同種の地域資源などを結び付けるなどして新たな付加価値を生み出し、三遠南信地域の特色を引き出すことで差別化を図りながら地域の魅力を圏域全体に発信し、地域資源の知名度・認知度を向上させて広域的な地産地消の循環を起し、地域活力を高めることとした。

(3) 事業目的

県境を越えて広域的に連携する三遠南信地域において、圏域内に存在する地域資源を調査・発掘し、新商品等の開発やブランド化を検討するとともに、地域資源情報を盛り込んだツールによる情報発信により地域の知名度・認知度の向上を図る。また、地域資源の圏域内循環を促進させて県境を越えた広域的な地産地消圏を目指す。

(4) 事業内容

1) 「三遠南信地域資源」発掘・魅力向上事業

三遠南信地域内の民間有識者等で構成する専門的な三遠南信地域ブランド研究会を設置して、未利用資源を含めた三遠南信地域に存在する多種多様な地域資源を産学官民の関係機関の協力により調査・発掘し、地域・分野等の情報を盛り込んだデータベースを作成する。

さらに、そのデータを分析して、共通事項や関連性などを把握する中で、三遠南信地域の独自ブランドイメージの構築に向けた研究を行う。

三遠南信地域ブランド研究会を設置

地域資源調査の実施

- ・三遠南信地域連携ビジョン推進会議関係者から情報収集
- ・未利用資源の公募
- ・地域資源に関する住民アンケート調査

地域資源データベースの作成

データの分析・研究

2) 「三遠南信地域資源」情報の発信事業

情報発信による三遠南信地域の知名度・認知度の向上を目指し、圏域内での地域資源情報の共有を図る。把握した圏域内の地域資源データを活用して、一次・二次産品や特産品などの農林水産資源、お祭り・文化芸術などの文化教育資源、温泉・景勝地・名勝・旧跡などの観光資源、食材・料理、鉱工業品などの産業資源情報を分野別に掲載した「情報誌」を作成し、三遠南信地域連携ビジョン推進会議（SENA）の構成員への配布をはじめ、その関連施設や圏域内の拠点施設、道の駅などに設置するとともに、SENA ホームページに掲載する。

情報誌「三遠南信ガイドブック」

未利用資源の公募ポスター・チラシ

社会実験実施のポスター・チラシ

メールマガジンによる情報発信

情報誌「JB-style」4-5月号への三遠南信地域資源情報の掲載

3) 「三遠南信地域資源」の商品化可能性調査事業

商品評価会

三遠南信地域資源の魅力向上、差別化による独自ブランドの創出およびコミュニティ・ビジネスの育成による圏域および中山間地域の活性化を目指し、把握した情報を基に、素材の生産地情報や近隣の観光情報、生産や開発のエピソードなどを組み合わせた情報を付加させた一次・二次産品を中心に、商品化に向けた市場調査を目的として小売業者・卸売

業者の視点による商品評価会を実施し、試食会を通して商品価値の把握をするとともに、商品の需要状況を把握する。

社会実験

新たに付加価値をつけた一次・二次産品を中心とした新商品の消費者ニーズを把握するとともに、圏域内への周知と情報共有を図ることを目的に、圏域内で社会実験を実施する。

この社会実験では、昨年度の社会実験で得られた多くの成果を活用し、より発展させた手法と戦略を立て、三遠南信地域の全体の地域資源情報の発信と合わせて実施する。

4) 三遠南信地域への周知活動

平成21年11月13日に開催した「第17回三遠南信サミット2009 in 東三河」において、平成21年度広域地方計画先導事業の概要を説明した。

また、平成22年度に開催予定の「第18回三遠南信サミット2010 in 南信州」においても、本事業の報告を行う。