

いちにちりょう  
**おおだ一日漁推進協同組合**

おおだ  
 島根県 大田市



自然・景観・伝統・継承

食育・教育

地元食材の提供・活用

— 伝統漁法「一日漁」で地域活性化！ —

ロゴデザイン、シール、  
 のぼり  
 幟等を作成



地元小学生への地域社会学習  
 (食育)



地元イベントでの「一日漁」PR



概要

- 出漁した日の夕方に水揚げした魚が競りにかけられる、この地域ならではの漁形態をブランド化しPR。
- 行政と連携し、学校給食に一日漁の鮮魚を多く取り入れてもらう等、魚食普及に努める。
- デザインロゴを作成し、ポスターや幟をスーパーや卸売業者に配布。

成果

- 売上は、11.2億円から17.6億円に増加。(H25～H29)
- ブランド化により魚価が高くなり、若い船員の後継者が多く存在。
- 消費者の認知度向上に加えて、テレビ等のメディアでも取り上げられ、地域での評価が高まり、地元購買も進む。

# じ び え さ と 地美恵の郷みまさか

みまさか  
岡山県 美作市



鳥獣被害防止

ジビエ

地元食材の提供・活用

— まさか、みまさか ジビエ日本—を目指して —

道の駅での人気商品  
シカ肉カレー



新人猟師への狩猟講習会



鹿革クラフト体験は、  
全国的にも珍しい



## 概要

- 有害鳥獣の駆除や、ジビエ活用のため、狩猟講習会の開催やジビエ普及イベントを開催。
- 猪肉を活用したコロッケを開発し、学校給食へ提供。
- 企業と連携し、鹿革を使ったクラフト体験の実施や、商品開発を行い、市の観光塔にも寄与。

## 成果

- 食肉販売量は、約4tから約9tに増加。(H25～H29)
- 処理施設の整備により猟師の捕獲意欲が高まり、平成29年度には、二ホンジカを捕獲した猟師の約7割が施設に搬入。
- 食肉等の利活用が進み、全国では約1割である食肉率が、当地域では約5割と高い水準。

# せとうち 株式会社瀬戸内ジャムズガーデン

すおうおおしまちょう  
山口県 周防大島町



国内観光客の誘致

移住・定住

6次産業化

— 人の繋がりが地域資源 —

耕作放棄地再生・農家と連携  
・いちご実証

地域を巻き込んだ6次産業商品

島の漁協や農家を巻き込んだ  
イベントを主催



## 概要

- 農家や企業と連携し経済循環を造るとともに、U・Iターン者を応援する会を創設。
- 多数の農家と連携し、地域性のある多種類のジャムを生産する等、雇用拡大や耕作放棄地解消に貢献。
- 定住促進協議会や観光協会と連携し、観光交流人口増加を目的とした、ツアーやイベントを企画。

## 成果

- 10万瓶しか製造できなかった設備を増築し、平成29年度には約15万瓶を製造。これに伴い、売上は6,500万円から1億円に増加。(H25~H29)
- 観光交流人口は、約92万人から約106万人に増加。(H25~H29)
- 取組が移住企業のモデルとして注目され、地域と連携した移住者や企業者が増加。

# かもだに 加茂谷元気なまちづくり会

あなん  
徳島県 阿南市



移住・定住

6次産業化

企業・地域住民・大学との連携

— 個性とチームワークで住民主体のむらづくり —

都会からの大学災害復興  
ボランティア



移住就農希望者への農業体験ツアー



チンゲンサイで就農した移住家族



## 概要

- 都市部での就農誘致イベントに住民自らが出展し、地域をPR。
- 短期体験ツアーの企画運営、都市部の大学生の農業インターンシップの受入れ等、移住・定住を促進。
- 移住者への個別相談会を開催し、生活面から営農指導までトータルサポート。
- スーパーでのインスタ販売による6次産業化に取り組む。

## 成果

- 平成27年度から毎年若い家族が1組ずつ移住し、平成29年度までには合計で13家族、52名が定住。
- 農産物直売活動に取り組み、交通の便が悪い地域における経営スタイルを確立し、売上は約300万円から約5,800万円に増加。(H26~H29)

# ゆすかわ 企業組合遊子川ザ・リコピンズ

せいよ  
愛媛県 西予市



地元食材の提供・活用

6次産業化

女性・高齢者の活躍

— リコピンパワーで町づくり人づくり若づくり —

地元農家さんから  
原材料のにんにくの納品

遊子川ファンづくりのための  
トマトオーナー制度導入

トマト酢をベースに製造販売中の  
トマト加工品



## 概要

- 出荷できず破棄されていた規格外トマトを活用し、加工品の商品開発を開始。
- 併設した農家レストランで地域で採れる旬の野菜やトマトを使った加工品を提供。また地域のコミュニティの場としても提供。
- 地域の雇用を創出するとともに、トマトオーナー制度、移住体験ツアーも実施する等、地域活性化に取り組む。

## 成果

- 加工品の売上は、約300万円から約600万円に増加。(H26~H29)
- 特産品開発事業・農家レストラン事業の推進により、交流人口の拡大に貢献。
- 加工原料となる地域農産物の買取により、農家の収益性の向上や経営安定化に寄与。
- 県内をはじめ都市部の取引先が増え、輸出も開始。

## 北川村ゆず輸出促進協議会



移住・定住

輸出

女性・高齢者の活躍

— 村のゆずから JAPON の「YUZU」へ —

パリで行われたゆず賞味会 (H23)



青果輸出作業



SIAL2012(パリ)で青果ゆず出展



## 概要

- 北川村ゆずの価格平準化及び販売拡大を目的として、海外編の販路を求め輸出促進協議会を設立。
- フランスで開催されたゆず賞味会により、現地での青果の要望が高まり、世界初となるEUへの「青果ゆず」の輸出を開始。
- 輸出拡大により国内外の販売価格も向上し、平均年齢70歳となる生産者の意欲が向上。

## 成果

- ゆず果汁の輸出数量は、約50tから約72tに増加。(H25~H29)
- 青果ゆずの輸出数量は、約3tから8tに増加。(H25~H29)
- 加工用ゆずの精算単価は、約140円/Kgから約167円/kgに増加。(H25~H29)
- ゆずの販売単価の向上に伴い農家の収入が増加したことにより、ゆず専業農家を目指す若手が増加。