

概要

- オクシズと称される静岡市の中山間地域は、面積で8割を占めるものの、人口は1割に満たない。このオクシズに、地域活性化の拠点施設があり、地域（集落）住民により運営されており、温泉施設等の集客施設とともに、グリーン・ツーリズム協会会員施設となっている。
- 活性化施設は、開設から15年以上経過し、運営者の**高齢化が進行**。加えて、コロナ禍により**来訪者や売上が減少**。これらにより、施設の継続運営が課題であり、地域の活力低下が懸念される。
- そこで、令和3年度から**国の交付金事業を活用**し、専門家の手も借りながら、運営改善を行うとともに、商品開発や情報発信などを指導し、来訪者数や売上の増加を目指した。
- その結果、**来訪者数や売上は増加に転じた**。施設の運営継続については、引き続き支援が必要である。

具体的な成果

1 施設の運営改善

- （施設A）「**運営改善指針**」の策定を指導し、**月1回の休日を導入**。
- （施設B）現運営者と若手後継世代とで話し合いを行わせ、若手が運営継承することを双方が確認。
- （施設C）月例会議を開催。問題点を見える化させ、**PDCAサイクル**を用い実行策の効果を検証。

2 施設の特徴にあわせた商品開発

- （施設A）既存商品に一手間加えた商品を開発。商品アイテム増。
- （施設A）商品化に真空・冷蔵技術を導入。**令和6年1月から本格販売へ**。
- （施設D）料理人の手を借り調理レシピを改良。原料コストが削減され、調理時間も1/6に。

3 施設間の連携強化

- 来場者がスタンプを押すアナログ方式の**スタンプラリーの応募者増加（R4/H30は2.4倍）**、売上増へ。

4 情報発信力強化

- SNSツールでの動画・写真の撮り方を指導。
結果、投稿数が増加。



写真1 梅ジャムソフト



写真2 冷蔵販売用
スイートポテト

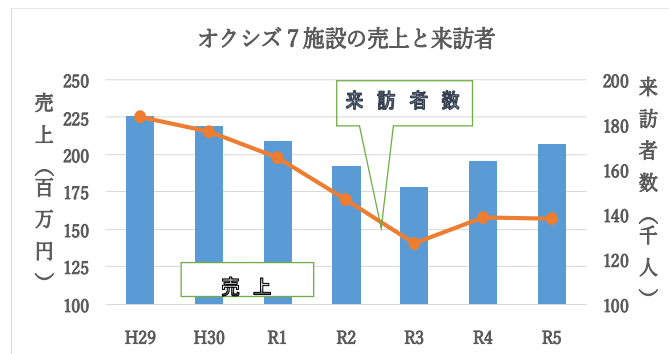


図1 オクシズ地域7施設の年度別売上と来訪者数

普及指導員の活動

令和3年

- **国の交付金事業の活用**を支援。
- 会員施設ごとの現状と課題を把握し、個別対応策及び共通対応策を検討。

令和3年～継続中

- 施設ごとの課題を専門家とともに指導。
（事前に専門家と内容・方法を協議、複数回にわたる指導、机上説明ではなく、試作等、体験させる指導を実施。また指導状況を会員施設で共有化）
※専門家：6次産業化プランナー

令和4年～継続中

- 施設間の連携強化を指導
（スタンプラリーの運営、商品開発、SNSを活用したPR等、検討会や研修会を実施のうえ合意形成を図りながら取り組むよう指導）

普及指導員だからできたこと

- ・ 普及指導員が主担当となって各交流施設の状況の把握に努め、課題解決に向けた個別指導を速やかに開始した。その結果、コロナ禍による各施設の経営危機は回避され、今後も経営改善に向かう運びとなった。
- ・ 施設間連携の強化については、行政、関係機関や業者等の支援や、専門家の協力が必要である。地域と関係機関や専門家との人脈づくり、体制づくりは、普及指導員だから可能である。

静岡県

グリーン・ツーリズム施設の運営改善や集客・売上増による オクシズ地域の地域活性化

活動期間：令和3年度～継続中

1. 取組の背景

静岡市は県のほぼ中央に位置し、総面積は141,190ha（全県比18.1%）で、そのうち耕地面積は4,450ha（同7.2%）である。このうち「オクシズ」と称される中山間地は、人口で10%に満たないが、面積は80%を占めており、今回指導対象とした静岡県グリーン・ツーリズム協会中部支部会員施設は、1施設を除きこのオクシズ地域にある。地域活性化のための拠点施設として地域住民により運営されている施設が多いが、コロナ禍による売上減少の他、運営者の高齢化に伴う事業継続が問題となっている。

このため、農山漁村振興交付金（中山間地農業推進対策）を活用し、専門家の協力を得て、全体研修や施設の実態を踏まえた個別指導を行い、運営改善や集客・売上増に向けた商品開発や情報発信等について指導を実施した。

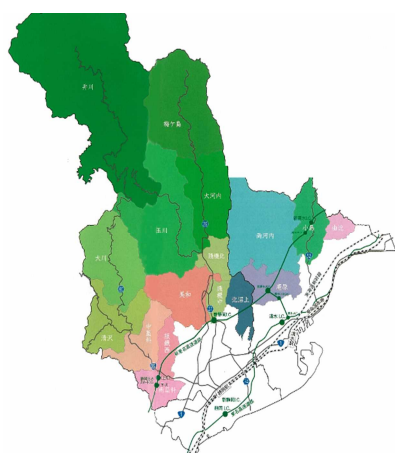


図1 静岡市におけるオクシズ地域

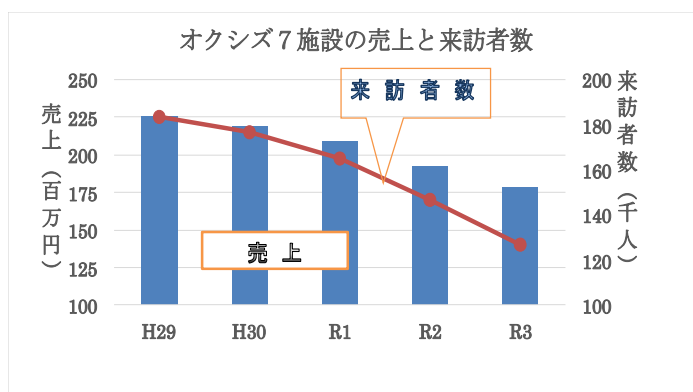


図2 オクシズ7施設の売上と来訪者数

2. 活動内容（詳細）

(1) 使用した事業名

令和3年度：農山漁村振興交付金（中山間地農業推進対策）のうち地域密着型農業者等サポート体制強化事業

令和4～6年度：農山漁村振興交付金（中山間地農業推進対策）のうち中山間地農業ルネッサンス推進事業（元気な地域創出モデル支援）

(2) 施設の運営改善

①施設 A（令和 3～5 年度）

施設の運営体制、及び担い手の状況調査を実施した。運営継続のための「業務改善指針(案)」の策定を指導した。

労働負荷軽減と新たな商品開発に向け、菓子類等の冷凍及び解凍技術について実習研修を開催した。

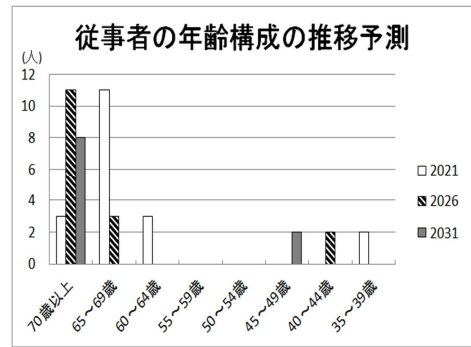


図 3 施設 A の年齢構成と予測

②施設 B（令和 3～4 年度）

施設のイメージ統一のため、統一感のあるシンボルマークを開発した。

今後の運営継続を鑑みて、現運営者と特定部門を担う若手世代それぞれの意向を確認した上で、話合いの場を設定した。併せて、現運営者による事業棚卸の実施を支援した。

③施設 C（令和 4 年度～継続中）

市やコンサルタントを交えた会議の月例化を指導した。課題の数値化（見える化）と細分化を図ったうえで対応案を決定し、実施結果をさらに検討するよう指導した。

PCDA サイクルにより運営改善を図っている。

(3) 施設の特徴に合わせた商品開発

①施設 A（令和 3 年度～（継続中））

既存の商品に一手間加えた商品や既存商品に別の商品の材料を組み合わせた商品を開発し、商品アイテムを増やした。

冷凍技術に加え、冷蔵及び真空技術を活用した商品製造の実証を行うとともに、パッケージ等について検討を行った。

②施設 D（令和 3～4 年度）

労働負荷低減、コスト削減を目指し、カレーレシピの改良を行った。インターネット販売の指導を行った。

(4) 施設間の連携強化（令和 4 年度～（継続中））

来場者が施設訪問時にスタンプを押し、巡った施設数で景品が当たるアナログ方式のスタンプラリーを平成 30 年度から実施している。

スタンプラリーに参加する会員施設及び協賛施設の増加に向け、オクシズ地域の観光農園等に働きかけを行った。

また、若者世代の集客に向け、SNS を活用したスタンプラリーの展開について協議を開始した（アナログ方式と併用予定）。

施設間の連携によるセット商品の開発や、各施設での産物を使用した新商品の開発も行った。

(5) 情報発信力強化（令和4年度～（継続中））

研修会で専門家を招いて、各種 SNS の特徴を把握し、顧客拡大につながるツールを選択した。ツールに適した動画・写真の撮り方を指導した。

3. 具体的な成果（詳細）

(1) 施設の運営改善

①施設 A

将来の運営が困難になることを施設が認識。

運営改善指針(案)では、従事者及び安定的な原料の確保、規則・規約の改正、事務作業の業務改善、お客様目線の商品配列などが挙げた。

これを受けて、月1回の休日が確保された他、売り場レイアウトの見直し、レジにてキャッシュレス決済が導入され、事務作業が改善された。

②施設 B

若手世代が次の運営者になることに内定した。ただし、子育て中の者が多いため、当面は現運営者にがんばってもらう予定。なお、業務の棚卸し結果を受け、引継ぐ業務と廃止したい業務の仕分けを行っている。

③施設 C

運営改善に向けた実行策は少しずつ成果を上げ、解決すべき課題が明確になってきている。売上の利益率、諸原価を計算して、商品の価格を再検討した。店頭販売の売上げが低い月を把握して、製造・販売数量を計画し、店員の配置（人数と担当業務）を改めた。

(2) 施設の特徴に合わせた商品開発

①施設 A

既存商品に一手間または別商品を組み合わせた商品を開発

ア ソフトクリーム

梅ジャムをトッピングした「梅ジャムソフト」、饅頭の餡をトッピングした「餡ソフト」の2つを商品化したことにより、ソフトクリームは全5種類となった。

イ 冷蔵・真空商品

よもぎ饅頭、味噌饅頭、きんつば、スイートポテト、生ソバを商品化して販売中。



写真1 梅ジャムソフト



写真2 冷蔵よもぎ饅頭



写真3 冷蔵スイートポテト

②施設D

自前のカレーレシピを専門家の指導により改良した結果、原料コストが削減できた他、調理時間が1/6となり1人で製造できるようになった。また、自社製品や地場産品を取り込んだレシピになっており、特徴のある商品に仕上がった。

インターネット販売は好調で、地元産酒米を使用した数量限定の日本酒は、販売と同時に売り切れとなっている。

(3)施設間の連携強化

①スタンプラリー

コロナ禍のため、令和2年度(令和2年9月～令和3年5月)を中止したため、令和3年度から広報を強化。

その結果、令和4年度の応募者は、平成30年度の2.4倍となった。

なお、景品も施設にて引き換える方式のため、施設を訪問する必要があり、売上げに貢献している。

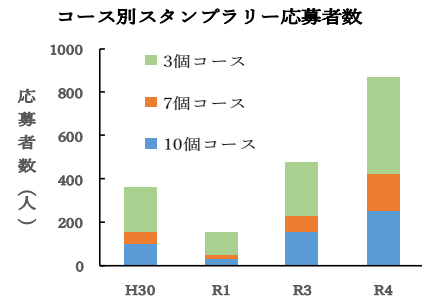


図4 年次別スタンプラリー応募者数

②セット商品

各施設の味噌をセットにした”味噌セット”を試作販売した。好評であったが、常温販売に難があったため現在は製造していない。

オクシズ産の産物を使い、常温で長期保存できる商品の開発が望まれたことから、ドレッシングの開発(5種類)を開発した。本格販売は令和6年度からの予定。

(4)情報発信力強化

①全体研修

SNSのツールごとの特徴及び、どのようなユーザーが利用しているかの研修を行った上で、ターゲットに「伝えたいこと」が伝わるようツールを選ぶよう指導した。

また、専門家から提案のあったInstagramを活用した投稿型のスタンプラリーについて検討中である。

②個別指導

情報発信ツールの特長を活かした、人目を引く動画・写真の撮り方、掲載頻度を増やすことを指導。その結果、以前からSNSを活用している施設では投稿回数が増加し、フォロワー数が増加した。

施設に対する個別指導は継続している。

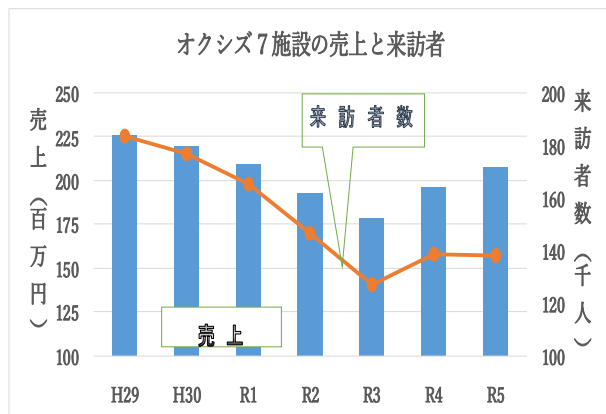


図5 活動後の売上と来訪者数の変化

表1 施設別売上と来訪者数の比較
(R5/R2)

	来訪者	売上	
施設 A	101.5%	110.0%	ともにUP
施設 B	78.9%	121.2%	客単価の上昇

4. 農家等からの評価・コメント

静岡県グリーン・ツーリズム協会中部支部代表、

特定非営利活動法人 複合力 理事長 加藤伸一郎氏（静岡市清水区）
個別の交流施設が持つ課題に応じたきめ細かい指導、支援もあり、コロナ禍で落ち込んだ売上げは総じて回復してきている。今後も専門家の派遣など、施設の個別指導を依頼したい。

また、交流施設が連携した誘客活動も、来訪者数の増加に図るうえで効果があると考えられる。今後も施設間の連携強化を図り、スタンプラリー、商品の開発・販売、情報発信など、全施設一丸となって取り組んでいきたい。

5. 普及指導員のコメント

静岡県中部農林事務所 地域振興課・課長・吉坂忍

交流施設を個別に訪問して詳細を聞き取り、施設ごとの課題（運営改善、誘客、売上げ増加等）を明確にしたうえで、専門家の協力を得た効果的な取り組みを迅速に支援、指導することができた。

さらに、コロナ禍で実施が危ぶまれた施設間連携の取り組みも、施設間の連絡調整や情報共有を図り、国庫事業の活用を支援することで、同時に推進することができた。

6. 現状・今後の展開等

今後の展開として、下記のことを計画している。

- ・運営改善、新商品の開発（継続）
- ・オクシズ産の原料を用いた日持ちする商品の開発と取扱店の確保
- ・Instagram 併用によるスタンプラリーの展開
- ・周遊モニターツアーの検討、実施

各施設を盛り上げることにより、オクシズ地域の活性化を図る事が最終目標である。