

別紙 2（任意評価様式第 3 号）

農山漁村活性化振興交付金

山村活性化対策

平成 29 年度 事業実績評価 資料

事業主体 小国町

山形県西置賜郡小国町

平成 29 年度 農山漁村振興交付金（活性化対策）実施状況

I 平成 29 年度事業実施計画及び実績について

（1）事業目標に関する成果目標

指標	現在 (H29)	1年目 (H30)	2年目 (H31)	事業目標の 達成年度 (H32)
(所得に関する指標) 本事業による年間売上の総額	—	—	—	100 万円
(雇用に関する指標) 本事業による新規雇用者	—	—	—	1 名
(販売額や商品開発数等の上記以外 の指標) 新商品及びコラボメニューの商品開 発数(累計)	—	—	—	3 件

（所得に関する指標）

- ・山菜やきのこ、米・雑穀を中心とした新商品、新メニューの開発及び販路拡大事業者ごとの年間売上の総額（対 29 年度）

（雇用に関する指標）

- ・山菜やきのこ、米・雑穀を中心とした新商品、新メニューの開発及び販路拡大事業者における新規雇用

（販売額や商品開発数等の上記以外の指標）

- ・山菜ときのこ、米・雑穀における新商品及びコラボメニュー開発数（累計）
山菜ときのこ、米・雑穀に関する新たな商品開発又はコラボメニューの数を目標とする。

（2）平成 29 年度実績（参考）

①本事業による年間売上の総額

平成 29 年度は、事業着手時期が 10 月末ということもあり、目標値を定めていなかったが、他事業を活用して開発された 3 つ商品についての PR や販路拡大の取組みがなされたものである。しかしながら、商品の売上げについては、あくまで試験販売の範囲であり、実績はなし。

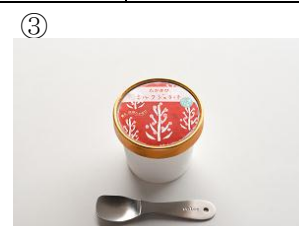
②本事業による新規雇用者

当該事業に係る新規雇用実績はなし。

③新商品及びコラボメニューの商品開発数(累計)

（参考 H29 年度他事業を活用して商品開発されたもの）

番号	商 品 名	開発事業者	
①	たかきび（雑穀）中華まん	(企)旬彩工房	
②	わらび（山菜）中華まん	(株)美森ファーム	
③	たかきび（雑穀）ジェラート	(株)小国いきいき街づくり公社	



Ⅱ 平成 29 年度事業実施計画及び実績について

(1) 地域資源の賦存状況・利用形態等の調査

①先進地地域ブランド調査事業

山菜やきのこ、米や雑穀を中心として販売している岩手県内の道の駅や物産販売所等において、客層やブランドパッケージ、ブランドストーリーの調査を行い、あわせて事業者間における生産、連携体制等の調査を行い、本町特産品におけるブランド化イメージの基礎を固める。

●先進地調査

<事業実績>

実施事業：先進地調査の実施

日 時：平成30年1月16日（火）～17日（水）

視 察 先：富山県魚津市

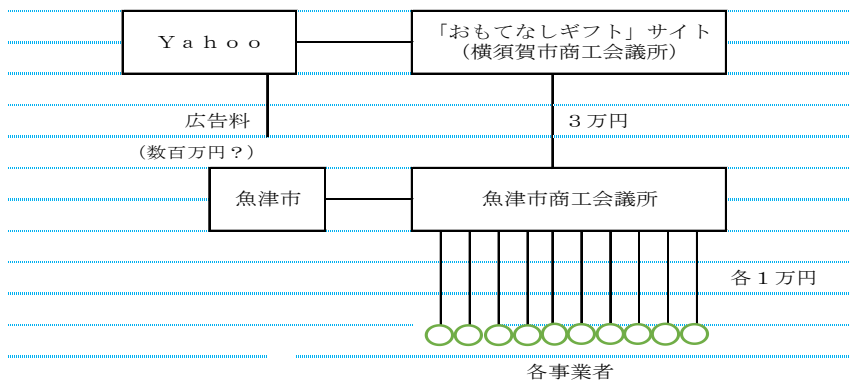
参 加 者：白い森ブランド戦略室3名

内 容：富山県魚津市では、地方創生推進交付金を活用し、地域の特産品の販路拡大の一環として、地域商社づくりを進めながら、ネット販売による販路拡大を計画しているため、その手法等について学ぶ機会とした。

結 果：Y a h o o の「おもてなしギフト」コーナーに魚津の専用ページを設け、その広告費を市が負担する。おもてなしギフトに自治体として参画するのは魚津が初めて。基本的には各商工会議所が窓口となっている。（全国で約50商工会議所が登録済み）

事 業 費：42,600円

<魚津版地域商社の仕組み>



産気楼の見える街から産直逸品をお届けします。

魚津「食」の特選品



～全国の隠れた逸品で本当のおもてなし～

全国 おもてなしギフト

～OMOTENASHI～



事業成果：山菜、きのこ、米、雑穀の販路開拓の一つとして考えられるネットショップについて、地方創生交付金を活用しながら取り組んでいる事例を学び、本町における取組の方向性のひとつとして、今後、検討していく材料となった。

<事業実績>

実施事業：先進地調査の実施

日 時：平成30年2月10日（土）～11日（日）

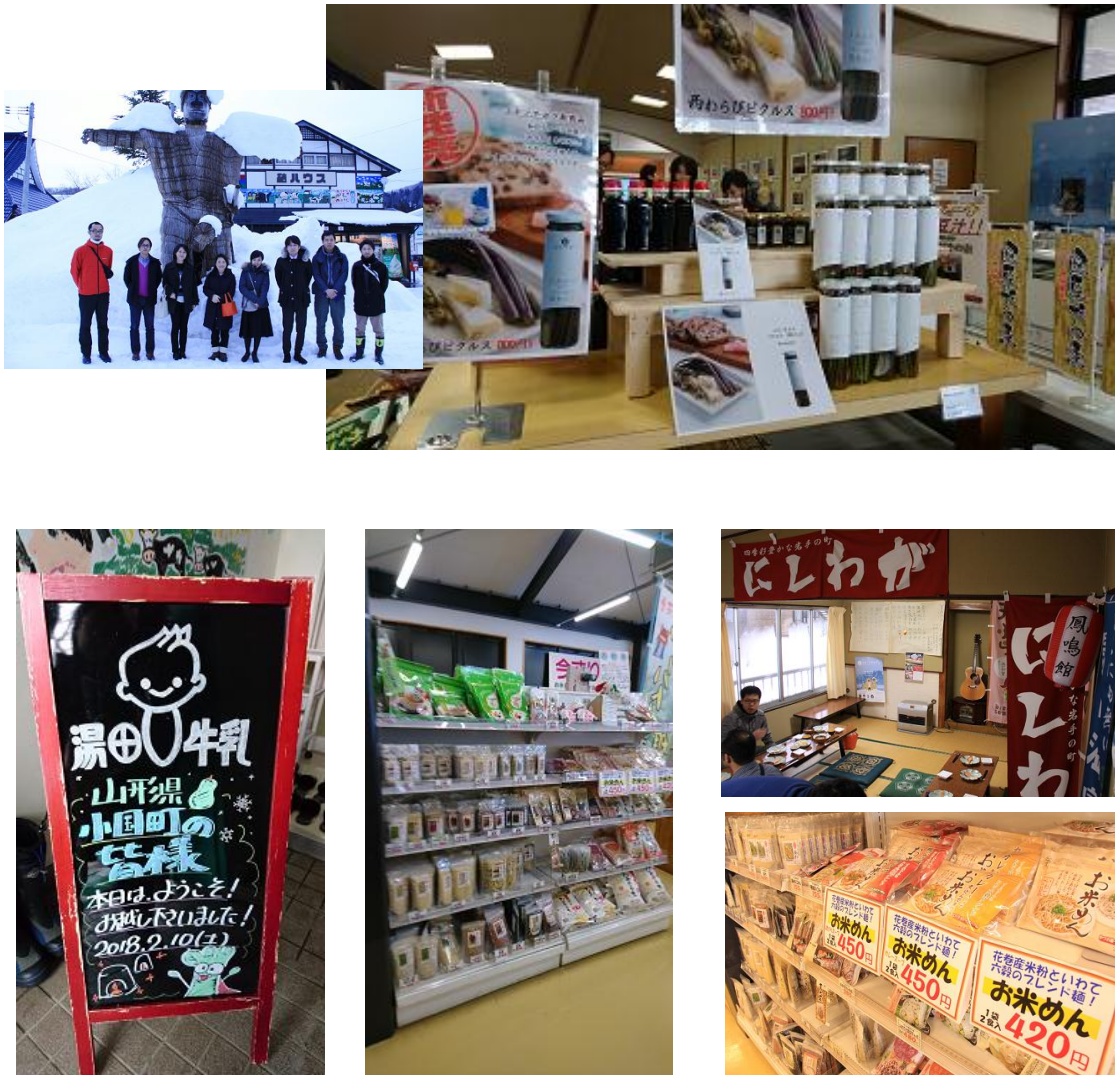
視 察 先：岩手県西和賀町

参 加 者：白い森まるごとブランドPJ7名（うち白い森ブランド戦略室2名）

内 容：2015年より、町内事業者とデザイナー、地元金融機関が連携して西和賀デザインプロジェクト「ユキノチカラ」を展開し、山菜の魅力ある商品づくりをすすめている。

結 果：西和賀町には大きな企業もなく、農産物に付加価値をつけようということで地域資源である「西わらび」をブランド化して売り出してきた。このほか、冬の厳しい寒さの中で熟成させた大根の一本漬け、湯田牛乳、納豆汁などの特産品がある。

事 業 費：113,600円



事業成果：地元の特産品「西わらび」を中心とする山菜類を「ユキノチカラ」ブランドとして売り出しており、ブランド化に至るまでの取組手法等を学ぶことができた。
当町が進めようとする「白い森ブランド」では、山菜やきのこ、米、雑穀といった特産品のブランド化が手始めとなるため、今後の事業の参考となった。

(2) 地域資源を活用するための合意形成、組織づくり、人材育成

①地域ブランド戦略検討事業

現状及び先進地視察調査結果を踏まえ、その課題解決に向けた検討を行うとともに、若者・女性など新規顧客へ客層を拡大させるなど、新たなターゲットやマーケットの検討や、消費者ニーズに合わせた改良点の検討を行う。

また、町民参加の白い森まるごと塾を開催し、研修会を兼ねた試食会やブランド化に関する発表会を行い、特産品の地域ブランドづくりに向けて住民の関心や意欲を高め、住民参加型で構築していくきっかけづくりを行いながら、それぞれの特産品のブランドストーリーを取りまとめる。

- 研修会
- 住民試食会及び発表会

<事業実績>

実施事業：白い森まるごと塾（Vol.2）「OGUNI・de・フレンチ」

日 時：平成29年12月11日（月）

＜第1部＞ 「小国食材を使ったフレンチレシピ講座」 11:00～14:00

＜第2部＞ 「小国食材を使ったカジュアルフレンチ」 18:30～20:30

会 場：道の駅 あいあい

講 師：Bistro COLORIS オーナーシェフ 川瀬 彩 氏

内 容：＜第1部＞ 小国の食材を使ったおもてなし料理教室

＜第2部＞ 小国の食材を使ったフランス料理の実演

参 加 者：＜第1部＞ 23名（町内宿泊業関係者及び町内飲食店経営者、生産者ほか）

＜第2部＞ 42名（一般町民30名、関係者12名）

結 果：＜第1部＞ 第1部のフレンチレシピ講座については、町内飲食店等からも参加いただき、きのこや雑穀といった小国の食材を用いたフレンチの調理法を学んだ。写真や動画を撮影する参加者も多く、熱心に取り組んでいただいたものと感じた。

＜第2部＞ 会場のセッティングや配膳する従業員のエプロン等にもシェフからアドバイスいただき、フレンチにふさわしい雰囲気をつくることができた。

事業費：187,353円 ※＜第2部＞は補助対象外



事業成果：米、雑穀、山菜、きのこといった地元の食材が工夫次第で、十分にフランス料理としても使用できることを学んだ。また、参加した地元の飲食店経営者において、講習会をヒントに新たなメニューを開発した。（2経営者、各1メニュー）

講師をしてくださった「Bistro COLORIS」において、小国の食材（きのこ）を定期的に取り引していただくこととなり、新たな販路が開拓された。

<事業実績>

実施事業：白い森まるごと塾（Vol.3）「小国のたからものを 売れる商品に」

日 時：平成30年2月28日（水）

＜第1部＞ 特産品づくり講演会 16:00～17:00

＜第2部＞ 住民試食会 17:00～20:30

会 場：おぐに開発総合センター

講 師：(株)生産者直売のれん会 コンサルティング事業部部長 伊藤 拓哉氏

内 容：＜第1部＞ 特産品販売に関する講演会

＜第2部＞ 開発商品（山菜、雑穀中華まん及びきのこ料理）の試食会

参 加 者：＜第1部＞ 40名（町内特産品販売関係者及び生産者ほか）

＜第2部＞ 35名

結 果：ブランド化の概念、販路構造等について、大変わかりやすく説明いただいたため、聴講者の満足度も高かったと思われる。アンケート結果では、講演内容について満足、やや満足が71%、講師について満足、やや満足が79%であった。
講演終了後、特産品として開発中の山菜中華まん等の試食およびアンケート調査を行った。（試食のアンケート結果は別途）

事 業 費：106,620円



事業成果：地元料理を使った食の商品開発について、共感していただく町民が多かった。
食を通じて「見て、味わって、評価する」ことは、住民参加型の特産品づくりに効果が高く、今後も山菜やきのこ等の家庭料理の改良、磨き上げに努めていくきっかけとなった。

<事業実績>

実施事業：山村活性化人材育成研修の実施

日 時：平成30年2月5日（月）～7日（水）9時00分～18時00分

会 場：東京都中央区八丁堀駅前4階 ハロー貸し会議室4階

参 加 者：白い森ブランド戦略室1名、白い森ブランドPJ2名

内 容：◆研修目的 地域を導くビジネス感覚を持った人材を育成する。

- ◆研修目標
- ①地域振興を行う上で最も大切な考え方（センス）を理解できている。
 - ②地域導く上で重要なポイントとなる理想像を描けている
 - ③問題発見力・解決力の向上のポイントが理解できている

結 果：3日間の研修を通し、リーダーシップとは何か、自己啓発の技法、理想の地域に近づけるための会議の持ち方等を学んだ。
研修に参加した、白い森ブランドプロジェクトのメンバーにとっても今後の地域活動の実践に役立つ貴重な経験となった。

事 業 費：473,100円

事業成果：参加メンバーの中には、すでに地域の特産品販売に携わっている者もあり、今後の地域づくりを実践していくための人材育成につながった。

(3) 地域資源の消費拡大や販売促進、付加価値向上等を図る取組

①地域ブランドプロモーション事業

地域住民等が主体になっている地域おこしのイベントに、山菜やきのこ、米や雑穀の新しい料理や加工品を出展・PRし、試食やアンケート等を実施する。

また、手間がかからず調理できるような商品や調理方法とあわせ、ブランドイメージのPRやアンケートも行う。

特定の取引先として期待される東京若葉台のマンション管理組合の秋のイベントに出展し、小国の山菜やきのこ、米や雑穀のPRとともに、小国のよさを理解してもらい、今後の交流事業の基礎固めを行う。初年度は、小国町を知ってもらうためのイベント開催からはじめる。

●地域イベント（町内）出展

<事業実績>

実施事業：おぐに再発見自然の恵み大感謝祭への出展

日 時：平成29年11月5日（日）

会 場：山形銀行小国支店前駐車場

参 加 者：おぐにまると農商工NW協議会員1名、白い森ブランド戦略室3名

内 容：山菜中華まん、雑穀中華まんの試食、アンケート

きのこ料理（きのこスティック、木耳肉巻き）の試食、アンケート

観光パンフ等チラシの配布による白い森の国おぐにのPR

結 果：アンケート結果は下記のとおり

事業費：32,162円



【味の調査】

試食品名	男	女	計	美味しい	普通	今ひとつ
山菜中華まん（味噌）	5	4	9	6	3	0
山菜中華まん（醤油）			0			
山菜中華まん（かぼちゃ）	3	16	19	18	1	0
たかきび中華まん	15	36	51	37	13	1
しいたけスティック	13	17	30	27	3	0
			0			
きくらげ肉巻き	15	11	26	24	0	2
	51	84	135	112	20	3

【購買意欲の調査】

試食品名	価格	男	女	計	買う	どちらとも いえない	買わない
山菜中華まん（味噌）	300	3	2	5	2		3
山菜中華まん（醤油）				0			
山菜中華まん（かぼちゃ）	300	2	8	10	10		0
たかきび中華まん	300	6	15	21	13		8
しいたけスティック	200	4	12	16	14		2
				0			
きくらげ肉巻き	100	8	1	9	9		0
		23	38	61	48	0	13

事業成果：地元のイベントに出展することで、地元食材の価値を改めて知ってもらうとともに、新たに開発した商品について、商品価値が高いとの評価を得ることができた。また、住民ぐるみで特産品を振興していく機運づくりができた。

<事業実績>

実施事業：小玉川雪まつりへの出展

日 時：平成30年3月11日（日）

会 場：旧小玉川小中学校グラウンド

参 加 者：白い森ブランド戦略室3名

内 容：山菜中華まん、雑穀中華まんの試験販売

観光パンフ等チラシの配布による白い森の国おぐにのPR

結 果：山菜中華まん、雑穀中華まんともに売れ行きは好調であった。

販売価格 250 円（山菜）300 円（雑穀）、販売実績 35 ケ（山菜 21 ケ、雑穀 14 ケ）

事 業 費：補助対象外



●地域イベント（町外）出展

<事業実績>

実施事業：新潟キャレル（新潟市）への出展

日 時：平成30年1月19日（金）～20日（土）

会 場：新潟市メディアシップ

参 加 者：町長、おぐにまるごと農商工NW協議会員2名、町内事業者1名

白い森ブランド戦略室4名

内 容：雑穀関連商品の販売、つる細工等の販売

観光パンフ等チラシの配布による白い森の国おぐにのPR

結 果：当初の見込みどおり40代から60代の女性客がほとんどであり、健康や美がイベントのテーマであったため、雑穀やつる細工への関心は高かった。特にイベントチラシにも掲載されたグリッシーニは、試食を行ったこともありほぼ完売であった。

事 業 費：247,800円



事業成果：雑穀やつる細工の特定の世代に対する関心の高さを知るきっかけとなった。興味を持ってくださったお客様が、新たな顧客となっただけのよう、次につながる販売戦略等の必要性を感じた。

<事業実績>

実施事業：J O I N移住・交流&地域おこしフェア（東京都）への出展

日 時：平成30年1月21日（日） 午前8時30分～5時（イベントは午前10時～）

会 場：東京ビッグサイト 西1ホール

参 加 者：おぐにまると農商工NW協議会員1名

内 容：雑穀関連商品の販売

観光パンフ等チラシの配布による白い森の国おぐにのPR

結 果：出展ブースが少なく、飲食スペースも狭かったことから、来場者に限りがある中でも、たかきびアイスは、相当数の販売量があった。その他の雑穀商品は、少量の販売に留まった。アイスの販売により、小国町の雑穀のPRはできた。

事 業 費：85,320円



<事業実績>

実施事業：North Japan Exhibiton（東北暮らしの展示会）（仙台市）への出展

日 時：平成30年3月24日（土）～25日（日）

会 場：仙台市勾当台公園 LIVE+RALLY PARK

参 加 者：町長、白い森ブランド戦略室4名

内 容：山菜中華まん、わらび一本漬けの試食、アンケート

山菜、米、きのこ、雑穀関連商品の販売、つる細工等の販売

観光パンフ等チラシの配布による白い森の国おぐにのPR

自治体首長（小国町長&南陽市長）ライブトークイベント

結 果：わらびの一本漬けの試食効果から、山菜関連商品は、比較的売れる傾向にあった。「きくらげ」が、1日目で完売になるほどであった。商品の価値を説明することで、お客様への理解が得られ、購買につながった。

事 業 費：374,400円



●若葉台交流

<事業実績>

実施事業：東京若葉台団地（稲城市）への出展及び交流

日 時：平成29年11月3日（金）

会 場：東京都稲城市若葉台ファインストーリア

参 加 者：おぐにまるごと農商工 NW 協議会員 2 名、白い森 PJ 1 名
白い森ブランド戦略室 4 名

内 容：山菜中華まん、雑穀中華まんの試食、アンケート
きのこ料理（きのこスティック）の試食、アンケート
山菜、米、きのこ、雑穀関連商品の販売
菌床しいたけの展示、山形芋煮の振る舞い
観光パンフ等チラシの配布による白い森の国おぐにの PR
若葉台マンション管理組合との交流、協議

結 果：菌床しいたけには大きなしいたけが生育しており、注目を集めた。しいたけスティックの試食もあり、肉厚の大振りなしいたけは好評であったため、展示や試食など、実際に目にしてもらうことが新規購入につながるものと思われる。
山菜やきのこの食べ方に関する質問もあったため、白い森のイメージにあったデザイン性のあるレシピ集の作成についても検討したい。
会場の団地だけでおよそ650世帯、2,000人の人口規模であるため、ネット販売や通信販売などがより充実するよう、支援策について検討したい。

事業費：561,919円



<課題が残った点・改善すべき点（管理組合より）>

（１）お米の販売・注文が入らなかった。

⇒住民ごとにすでに買うルートを持っており、試食販売（味勝負）等の検討を。

（２）きのこに関しても、食べ方を知らない人が多い。

⇒レシピや料理例の紹介および試食販売の検討も。

（３）小国町の PR にも課題。（芋煮は印象に残ったが・・・）

⇒初年度であり、継続することが必要か。

⇒町の紹介 VTR やポスターの積極的な活用。

②特産品ブランドプロジェクト事業

地域ブランド戦略検討事業により、今後の事業展開に必要な事業を実践するプロジェクトとして実施する。

初年度は、小国の特産品プロジェクト事業のうち、おもてなし料理の開発から着手し、山菜やきのこ、米や雑穀を中心としたおもてなし料理を開発し、これらを提供できるしくみづくりの企画・提案を行う（道の駅、町内交流施設、農村レストラン、町内飲食店）。

●おもてなし料理の開発（→まるごと塾にて実施）

<事業実績>

実施事業：米袋の作成

業 者：(株)マルタカ

内 容：白い森ロゴマーク、やくみつるデザイン「むすびの一番」の２種類の米袋製作

事業費：１１３，１８４円



実施事業：中華まんのぼり旗の作成

業 者：(株)キョウリツ

内 容：山菜、雑穀中華まんについて、それぞれ２種類ののぼり旗製作

事業費：６０，４８０円



事業成果：米袋は、現在試験販売中。取り扱っている直売所からは、これまで以上に売れ行きがよくなっているとの話がある。また、のぼり旗についても、中華まんの試食や試験販売の段階では、注目を集めることができた。

●アルバイトの雇用

<事業実績>

実施事業：アルバイトの雇用

対 象 者：齋藤幸平

内 容：白い森まるごと塾作業補助、住民試食会・講演会等業務補助
地域イベント出展業務作業補助、首都圏等ブランド PR 出展業務作業補助
おもてなし料理の開発業務作業補助、既存商品改良作業補助作業補助
お土産品開発作業補助、体験ツアー企画作業補助・
おぐにまるごと農商工連携 NW 協議会団体における特産品販売活動等実態調査
おぐにまるごと農商工連携 NW 協議会団体における特産品販売活動等協力活動

事 業 費：298,944円

実施事業：特産品ブランド実地調査の実施

調査期間：平成30年3月8日から3月19日 ※6日間

調 査 者：齋藤幸平

事 業 所：No.1 まちの駅アスモ（㈱いきいき街づくり公社）

No.2 道の駅（㈱白い森物産直売所）

No.3 美森マルシェ（㈱美森ファーム）

内 容：①既存商品・主力商品の状況

②今後の特産品振興の方向性

結 果：各事業者からの調査結果を取りまとめ、次年度の事業に生かしていく。

その他の事業者についても、随時実施していく予定

事業成果：アルバイトの雇用により、業務の遂行管理が向上した。インターネットや SNS を活用し、新商品の開発・PR に効果があった。

特産品ブランド実地調査では、関係業者の現状把握や次年度以降のお土産品開発や販路開拓のための基礎資料の収集ができた。