

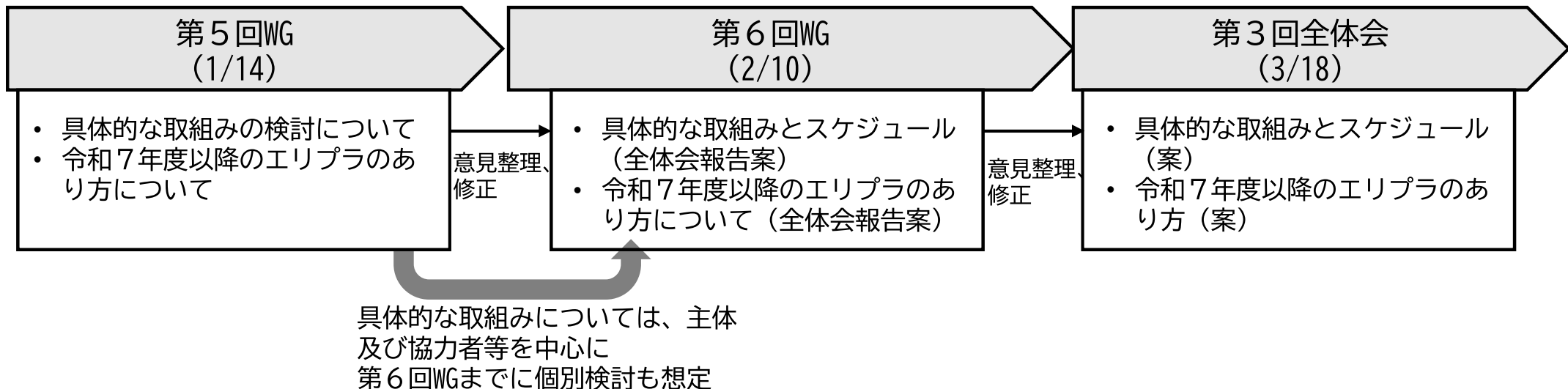
エリアプラットフォームのあり方について

下期のワーキングでは、具体的な取組みについて議論を進めてきました。令和7年度から取組みをスタートさせるには、具体的な取組みについての検討と並行して、令和7年度以降のエリプラのあり方を見据えることも重要です。今回は、以下の2つについて意見交換を行います。

1. 具体的な取組みについて

- 1－1. 担い手育成グループにおける前回の意見交換まとめ
- 1－2. 情報発信グループにおける前回の意見交換まとめ
- 1－3. 意見交換の進め方

2. 令和7年度以降の体制等について



1. 具体的な取組みの検討について

1-1. 担い手育成グループにおける前回の意見交換まとめ

取組み名（提案者） ★：令和7年度から実施	主体と取組み （主体がこの場にはない場合、その巻き込み方策も記載）	協力者の取組み
★加茂山ネイチャーガイド養成講座の実施 【概要】 カリキュラムの作成、講師など外部への依頼、募集・告知	●取組み主体 - 加茂山の自然の魅力や、まちの歴史など、発信する材料は揃っているが、講師役を担う人がいない。 - 市史の編纂に携わった経験のある方などに協力をお願いして、ガイドの育成講座を開催（あるいは、講座の講師になる人がガイドになる）。 - 未来ビジョンで方向性が出たのであとは動き出すのみ。	- 講師派遣など - 市史の編纂に携わった経験のある方など
★商店街への新規出店者支援＝商店街の活性化 【概要】 日常業務の中である開業相談の際に商店街を中心とした空き家物件の紹介、新規開業にかかる各種補助金の提案、事業計画書作成の支援	●取組み主体 - 自店舗の空き区画をチャレンジショップの場として貸出。 ●空き店舗・空き家情報の一元化主体が必要 - まちなかエリアの物件に特化した空き店舗のデータベース（一元化）の作成（秘情報も整理）と、所有者と利用希望者の間をマッチング。 - 空き物件の評価基準の作成。 - 加茂で暮らしたり、商売することのメリットを発信し、空き店舗利用者を外から誘致する動きも実施。 ●空き店舗活用にあたっての課題 - 空き店舗であっても空き家ではなく人が住んでいる（特にトイレが居住者と店舗賃貸者との間で共用になる）。 ⇒解決のアイデア：商店街全体で共用のキレイなトイレをつくる。 - 空き店舗所有者にアプローチする際に、特定の人を介することにより交渉がスムーズになる可能性もあり。 ⇒こうした情報も空き店舗・空き家情報の一元化主体が収集・管理。	各機関それぞれで空き家情報を持っているので、一元化のために情報提供
起業希望者が殺到するノーリスク起業のビジネスコンテストで観光に頼らない関係人口増加イベント （加茂市商工会議所まちづくり委員会） 【概要】 大中規模企業が子会社を設立する形での起業型ビジネスコンテストを行い、優秀提案については大中規模の企業が資本金を提供し、商店街の空き店舗で起業してもらうビジネスコンテストを開催	●窓口や調整役となる法人 - 現在実施しているビジネスコンテストは「学び」の延長の性格（高校生や大学生が中心）。 ⇒地域活性化のイベントではなく本格的なビジネスコンテストへ。 - 窓口や調整役となる法人が必要（マッチングや連携する企業を捌く役割）⇒まちづくり法人も選択肢の一つ。 - 創業支援セミナーの仕組みは既にあるが、コンテスト後に起業家を育成・支援する仕組みを用意する。 - 募集：市内外から広く募る。昨年は応募10件以上、今年は3件と減っている。「自分でもできるのではないか」と思わせるような事例紹介やアイデアを想起させる勉強会も開催する。 - 加茂市で創業したいと思うようなメリットをつくり、発信する。	●一部上場企業・地元企業など 特に親和性のある企業と連携して、一緒に取り組む

1-2. 情報発信グループにおける前回の意見交換まとめ（その1）

取組み名（提案者） ★：令和7年度から実施	主体と取組み (主体がこの場にはいない場合、その巻き込み方策も記載)	協力者の取組み
★加茂市の観光コンシェルジュのいるお店 【概要】 各個店に買い物や飲食にきてくださったお客様に、他の店舗の紹介や市内の観光施設の案内を行う	●取組み主体 - 他の店舗の紹介や市内の観光施設の案内。 ●有志の募り方 - 有志を想定できているので、個別に交渉。 - スタート時は20店舗程度を想定（現時点でのイメージ）⇒徐々に輪を広げていく。 ●コンシェルジュの利用者（想定） - 商店街のヘビーユーザーというよりも、商店街の利用経験が少ない人の利用を想定。 ⇒加茂西地区の住民をターゲットとしつつ観光客も視野に入れる。 ⇒観光客から「この辺の見所は？」と尋ねられた場合、現状では、尋ねられた人が個人の感覚で回答する程度。改めて見所をみんなが同じ情報で紹介できる素材を作成。 ●やること ①スタート時のメンバーを固める ②各店舗の提供商品・サービスを共有（概ねわかっているが） ③各店舗に掲示するステッカー/看板の作成 ④周知のためのチラシの作成 ⑤スタート日時の確定と、それにあわせた周知活動 ※コンシェルジュメンバーも個々にSNSを活用している場合がある	- コンシェルジュの仕組みがスタートしたことをSNS等のメディアで情報発信 - コンシェルジュの仕組みがスタートしたことを周知するチラシ類を店舗に設置 ⇒銀行内での手続きは追って確認 - コンシェルジュのスタートの周知は、市報でもとりあげてもらいたい
★まちやお店の情報発信 【概要】 お店の情報を随時HPやSNSで発信（イベント・特売情報、特集記事作成）	●取組み主体 - コンシェルジュや加茂市民推しランキングも含めて、情報発信は引き受ける。 - また、SNSは8月から立ち上げて、現時点では掲載店舗が少ない状況であるが、コンシェルジュのお店は必ず掲載。 ●情報発信に対する意見（今後検討） - 外から来た人はどこに何があるかわからないので、マップのようなものがあると良いかもしれない。グーグルマップよりも頼りになる存在。グルメサイトであれば、近くのお店を表示してくれるが、そういうサービスの加茂の「まちなか版」。	●各店舗 - 情報提供、取材協力であるため、特にハードルはない ●店主との連携 - 商店主などの「ありのままのまちなか暮らし」を情報発信する取組みもユニークではないか
★知って、歩いてまちなかエリアプラットフォーム 【概要】 店舗内のデジタルサイネージを使ったエリアの広報活動	●取組み主体 - すぐにできることはチラシ等の配置（コンシェルジュの周知や加茂市民推しランキングの呼びかけ等は随時対応可能）。 - デジタルサイネージは利用可能であるが、使用料は頂くことになるイメージ。配信は全店舗で行われるシステムであることから市外も含む情報発信に有効。	

1-2. 情報発信グループにおける前回の意見交換まとめ（その2）

取組み名（提案者） ★：令和7年度から実施	主体と取組み （主体がこの場にはない場合、その巻き込み方策も記載）	協力者と取組み
加茂市民推しランキング 【概要】 加茂市推奨品等に対して、加茂市民から四半期ごとに投票してもらい、土産物センター等で上位何品かを販売	●取組み主体（未定） - 投票や集計のシステムは協力者（外部発注含む）にお願いするとしても、システムの構築も含めて全体のマネジメントを行うことができる主体が必要。 ●代替案 - 試行的に、実行委員会的な体制でできる範囲（紙ベースの投票）で実施 - 例えば、商店街のイベント時にブースを出して投票イベント - 結果の公表は観光協会のSNS等	- 加茂市推奨品の仕組みを管轄しており、この取組を承認してもらう ⇒ どのようなルートで働きかけるか？（エリプラ？） - その上で、推奨品の事業者からエントリーを募る。 - 加茂市推奨品のうち食べ物・土産物等のわかりやすいジャンルから開始。 - 投票結果等の情報コンテンツを発信することは可能。 - 協力者の目途がついたらコストや構築期間を相談。 ※ネット上での投票ばかりでなく、学校を通じて紙ベースで告知し、紙ベースで投票を受けると、投票数が増える。 ⇒この場合でも、入力・集計の人員・体制が必要。
ふるさと納税を軸とした加茂市特産品のPR・セールス強化 【概要】 「ふるさと納税」市場への訴求を強化。ふるさと納税事業・エリアプラットフォーム・観光など関連各課の共通KPIを「寄付額」に設定し、得た財源をエリアプラットフォームで検討するまちづくりの財源化	●取組み主体 提案内容は制度的・技術的には可能 ⇒「ふるさと納税」と絡めるので加茂サイドと協議・調整するプロセスになると想定	●ふるさと納税返礼品・出品業者 魅力ある返礼品の開発・出品 ※加茂市民推しランキングの上位事業者との連携も想定される
観光案内所の設置 【概要】 観光情報の案内	●取組み主体 場所の確保（物件検討）や体制、運営（マネタイズ）について議論が必要なため、令和7年度は協会内で詰めていきたい。	

1－3. 意見交換の進め方…担い手育成G、情報発信Gそれぞれで意見交換

- 前回のワーキングでは、「短期重点」の取組みを対象に、主体・協力者の役割や実現にあたっての課題等について議論し、令和7年度から具体化する取組みを設定しました。
- 今回は、前回に引き続き、課題となっている事項をどのように解決するのも含め、令和7年度から具体的にどのように進めていくのかを中心に議論します。

【意見交換の流れ】

①令和7年度から実施する取組みのスケジュール（行動計画）の作成

- 令和7年度中の具体化を前提に、「やること」を洗い出し、それをスケジュール表（実現に向けたプログラム、ステップ）として作成します。
 - ※「これならできそうだ」の視点でスケジュール表を作成
 - ※課題解決の方策が直ちに決まらない内容の場合は、課題解決のための段取りを検討（例えば、本日参加しているワーキングメンバー以外の主体や協力者など巻き込みが必要な場合、どのように巻き込むのかの段取りを検討）



②取組み主体、協力者の確認

- ①の作業により、今後の進め方についてある程度見通し・道筋を確認した上で、次年度以降の取組みの主体と協力者を確認します。



③第6回WG（2月）までに検討を深める事項

- 今回のワーキングで積み残された事項については、第6回WG（2/10）までに各グループで検討を実施→第6回WGまでに検討する課題を整理します。
- 提案者（取組み主体）を中心に検討をお願いします。各グループでの検討の最中で、事務局への相談や支援・フォローアップが必要な場合は、グループ間でのメールのやり取りにCCで事務局を入れるなどにより情報共有をお願いします。
事務局アドレス：m.kondo@city.kamo.niigata.jp 及び r.arimoto@city.kamo.niigata.jp

【ワークシート】（当日A O判を机上に配置）

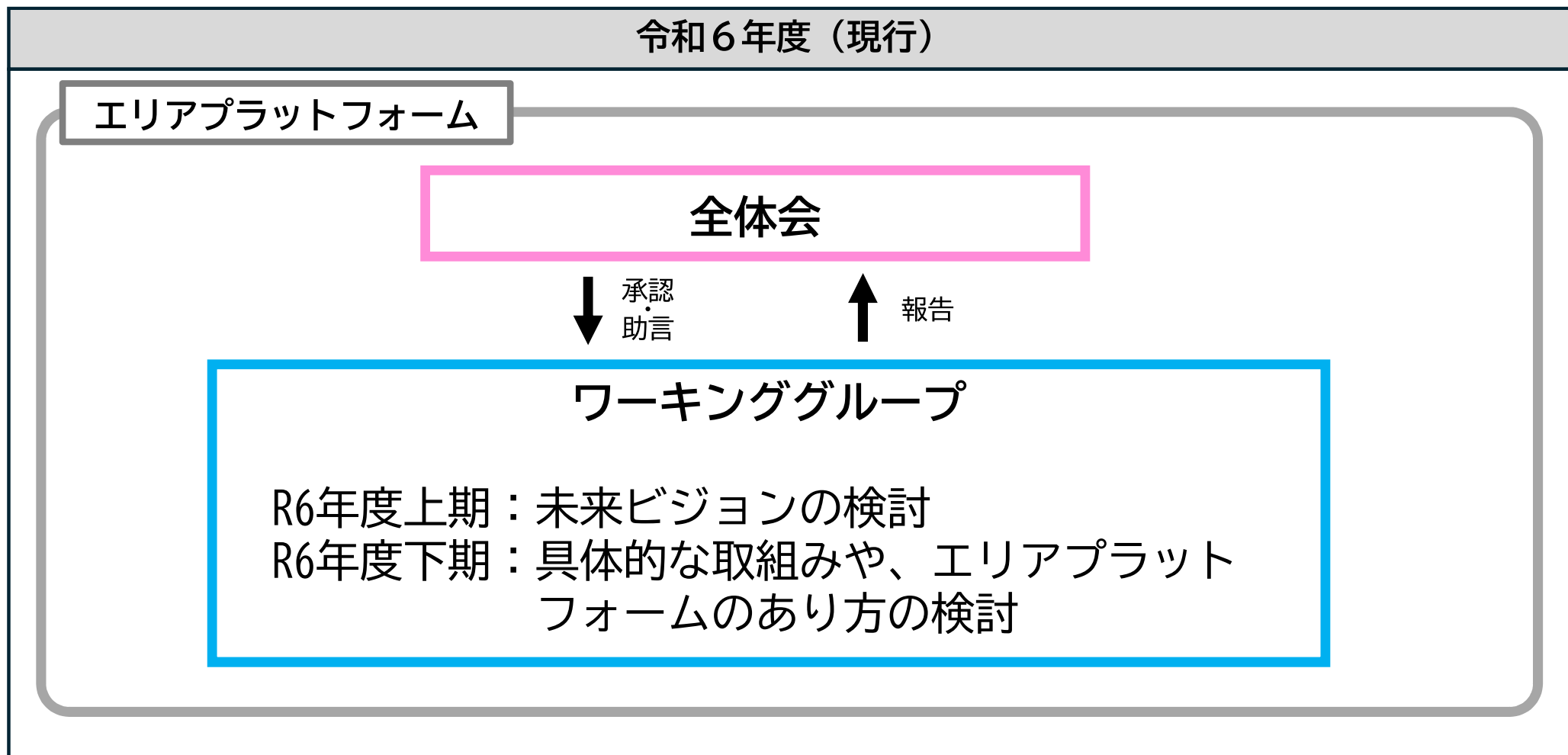
やること	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	主体
●●●													■■■■
	▲▲▲▲		▲▲▲▲										
●●●													■■■■
			▲▲▲▲										
打合せ等													

第6回WG（2月）までに
検討を深める事項
（次回までの宿題）

2. 令和7年度以降のエリアプラットフォームの 体制等について

■エリアプラットフォームの体制について

- 令和7年度は全体会とワーキンググループの2層の体制を維持しながらも、ワーキンググループでは、事前協議・調整等を引き続き担う「コーディネーションミーティング」と、未来ビジョンの実現に向けた具体的な取組みの推進を担う「インキュベーションミーティング」の2つの議論の機会を構成（次頁のとおり）。



R7年度からの体制図案



■エリアプラットフォームの体制について（つづき）

令和7年度以降（案）

エリアプラットフォーム

ボードミーティング

board：役員会や理事会等重要な会議のこと



承認
助言

報告

ワーキンググループ



コーディネーションミーティング

coordinate：調整する、整合する

- ・ボードミーティングに諮る議題等の事前協議・調整
- ・未来ビジョン実現に向けた取組みの進捗共有

など



インキュベーションミーティング

incubate：＜卵を＞抱く・かえす、
＜計画やアイデアを＞生み出す・考え出す



未来ビジョン実現に向けた議論

- ・未来ビジョン実現に向けた取組みの具体化
- ・既存の取組みを未来ビジョン実現のためにブラッシュアップ
- ・未来ビジョンのバージョンアップの検討

など

必要に応じて会議に参加

※今年度から議論している具体的取組みをはじめとして、ワーキングメンバー自身が取組み主体の場合もある。

取組み主体等
（団体・個人等）

【参考議題】 未来ビジョン実現に向けた「取組みのまちづくり化」を支援する仕組みについて

- 未来ビジョンの実現に向けては、多様なプレイヤーが、自らの取組み（様々な事業活動）を、自ら確保できる資金を活用しながら「まちづくり化」する（未来ビジョンに資する取組みとする）流れを生み出すことが重要。
⇒継続可能かつ自立した「取組みのまちづくり化」が増えていくことで、未来ビジョンの実現に近づく。
- 一方、未来ビジョンの実現に大きく貢献する「取組みのまちづくり化」であるものの、必要な資金すべてをプレイヤー自身で確保することが難しいケースも考えられる。
⇒「取組みのまちづくり化」においては、プレイヤー自身による資金の調達を基本としながらも、状況によっては、必要な資金の一部をサポートできる仕組みづくりが求められるのではないかな。
- 仮に上記のような仕組みが必要となれば、①誰が資金を調達・保有するのか、②その資金をどのように管理するのか、③その資金をどのように供給するのか ④どういう取組みを支援するのか、 が検討事項となる。

■「取組みのまちづくり化」を支援する仕組みが求められる場合の枠組みイメージと検討事項

