

令和6年度下期のまとめに向けて

I 令和7年度から実施する具体的な取り組み検討

- 1 具体的な取り組み検討の経緯
- 2 令和7年度から実施する具体的な取り組みの概要と今回WGでの意見交換内容
- 3 令和7年度から実施する具体的な取り組みスケジュールの全体像
- 4 本日のグループワークの進め方
 - 4-1 加茂のまちなかコンシェルジュのいるお店
 - 4-2 まちやお店の情報発信
 - 4-3 知って、歩いてまちなかエリアプラットフォーム（店舗内設備等を活用したまちなかの情報発信）
 - 4-4 （仮称）まち・みず・みどりのモニターツアーとガイド養成
 - 4-5 商店街への新規出店者支援

II. 令和7年度以降のエリプラの体制等について

- 1 エリアプラットフォームの体制について
- 2 令和7年度のスケジュールイメージ

I 令和7年度から実施する具体的な取組み検討

1 具体的な取組み検討の経緯

下期のワーキングでは、ワーキングメンバー全員がそれぞれ具体的な取組みの企画提案を行い、その中から短期に着手する取組みを抽出し、更に令和7年度から実施する取組みを絞り込んで、令和7年度の活動スケジュールを検討する流れで議論を進めた。

■具体的な取組み検討の流れ

令和6年9月：ワーキングメンバーが具体的な取組みを企画検討。

第3回WG（令和6年9月25日）

：ワーキングメンバーが具体的な取組みを企画提案（26提案を発表）。

提案された取組みのうち未来ビジョンの実現の観点から特に重要と思われる取組みを抽出して短期・中期・長期のロードマップを作成。

第4回WG（令和6年11月26日）

：短期で実施する取組みである「情報発信（6つの取組み）」と「担い手育成（3つの取組み）」について、グループに分かれて、取組みの主体や協力者、実施に向けた段取りや課題等について意見交換し、令和7年度からスタートする取組みを選定。

第5回WG（令和7年1月14日）

：令和7年度から実施する取組みについて、グループに分かれて、令和7年度のタスクの洗い出しとスケジュールを検討した上で、取組みをけん引する実施主体や協力者を検討。

第6回WG（令和7年2月10日）

：前回の議論の積み残し課題を各グループで検討し、その結果を発表・共有

第2回全体会（令和7年3月18日）

：令和7年度から実施する取組みや検討状況を報告

2 令和7年度から実施する具体的な取組みの概要と今回WGでの意見交換内容

情報発信グループ	加茂のまちなかコンシェルジュのいるお店	
	取組み概要	来街者の求めに応じて、お互いの店舗の紹介やまちなかの観光案内を行う
	今回WG	初期メンバー（候補）について共有した後、スケジュール表を必要に応じて修正
	まちやお店の情報発信	
	取組み概要	店舗の情報を随時HPやSNSで発信（イベント、特売情報、特集記事作成）
	今回WG	積み残し課題となってる「SNS登録店舗を増やすための取組み」等について意見交換【重点的に意見交換】
	知って、歩いてまちなかエリアプラットフォーム（店舗内設備等を活用したまちなかの情報発信）	
担い手育成グループ	取組み概要	店舗内で未来ビジョンの実現に向けた具体的な取組みの広報（チラシ等配架、デジタルサイネージによる放映）
	今回WG	積み残し課題となってる「デジタルサイネージの活用」等について意見交換【重点的に意見交換】
	（仮称）まち・みず・みどりのモニターツアーとガイド養成	
	取組み概要	ツアーに対するニーズ把握とガイド発掘の機会を兼ねたモニターツアーを開催し、ガイド養成の仕組みを検討
	今回WG	モニターツアー実施に向けた前回の宿題（確認事項）を共有した後、スケジュール表を必要に応じて修正
	商店街への新規出店者支援	
	取組み概要	まちなかエリアを対象とした空き物件情報の一元化と空き店舗を利用したい人とのマッチングの仕組みづくり
	今回WG	前回WGでは、タスク整理とスケジュール化が整理途上であったことから継続して意見交換【重点的に意見交換】

3 令和7年度から実施する具体的な取組みスケジュールの全体像 ※現時点

	令和7年度												令和8年度				
取組み	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4-6月	7-9月	10-12月	1-3月	
加茂のまちなかコンシェルジュのいるお店	準備（有志への声掛け・広報等）					★	まちなかコンシェルジュによる案内 （4半期に1回など定期的に振り返り会議等を行い、内容を改善）										
まちやお店の情報発信					今回のワーキングで意見交換												
知って、歩いてまちなか エリアプラットフォーム （店舗内設備等を活用したまちなかの情報発信）					今回のワーキングで意見交換												
（仮称）まち・みず・みどりのモニターツアーとガイド養成	★	振り返りと夏の準備				★	振り返りと秋の準備		★				令和8年度が本格実施 ⇒本格実施のスタート時期について、今回WGで意見交換				
	モニターツアー（春）					モニターツアー（夏）			モニターツアー（秋）								
	元ガイドの方による「ガイドの実践例」講習が実施できそうかどうか要確認					振り返り・ガイド育成カリキュラム検討・次年度ツアーの企画											
商店街への新規出店者支援	空き店舗データの一元化の検討																
※スケジュールは前回WGを踏まえた事務局の整理案（議論のたたかれ台）であり、今回WGで要確認	空き店舗利用の問い合わせ窓口、空き店舗マッチングのスキームの検討					不動産事業者ヒアリング（本取組みへの参画意向・条件等）			不動産事業者ヒアリングを踏まえた見直し			令和8年度が本格実施 ⇒本格実施のスタート時期について、今回WGで意見交換					
													本格スタート準備				

4 本日のグループワークの進め方

- ・各グループで前回の議論の振り返りを行ったのち、積み残した課題等について意見交換を継続。

①各グループで前回の意見交換の結果を振り返り…ファシリテータより説明

- ・前回の意見のまとめ
- ・令和7年度のスケジュール（前回のワーク）



②要確認事項（宿題）の確認…取組み主体等から説明



③意見交換

【情報発信グループ】

4－1 加茂のまちなかコンシェルジュのいるお店：前回作成したスケジュール表の確認・修正

4－2 まちやお店の情報発信

4－3 知って、歩いてまちなかエリアプラットフォーム
（店舗内設備等を活用したまちなかの情報発信）

前回は無議論であり、本日、**重点的**に意見交換

【担い手育成グループ】

4－4 （仮称）まち・みず・みどりのモニターツアーとガイド養成：前回作成したスケジュール表の確認・修正

4－5 商店街への新規出店者支援：前はスケジュールに落とし込むまで至ってないため、**重点的**に意見交換

4-1 加茂のまちなかコンシェルジュのいるお店

(1) 意見交換の内容<その1>

スタート時期	- 既存イベントと併せてスタートする。 - 準備期間を考慮し、秋の催事（青海神社 秋季例大祭：8月31日）を目途とする。
スケジュール	有志に声掛けし、趣旨説明会（4月）⇒商店街のお店を知るためのネタのもちより会議（5月）⇒告知物を作る（6月～7月中旬まで）⇒周知（8月）⇒スタート（9月）⇒振り返り（12月・3月）
コンシェルジュが提供する情報等	【コンシェルジュの役割】 - コンシェルジュ及びコンシェルジュ以外の店舗紹介、まちなかエリアの観光スポットを紹介する。 【情報収集の方法】 - ネタのもちより会議では、コンシェルジュ以外の店舗の紹介ネタを持ち寄る。まとめ方は、話し合いをしながら決める。 ※紹介する内容は、個別の商品・値段までの詳細になると、リアルタイムで更新・共有しなくてはならないので、そこまでは想定しない（どういうお店なのか程度であれば、基本的にわかっている）。 ※紹介する内容のネタ出しでは、むしろ、積極的にアピールしたい点を共有するイメージとする。 - 観光スポットの紹介は、市内に住み慣れた人間の場合、「良さ」に気づいてない部分があるため、WGメンバーの協力のもと、紹介内容をリスト化するなどして、コンシェルジュで共有する。 【紹介カードの作成】 - 例えば、ある店主の紹介で来店したときに、「〇〇さんの紹介であること」がわかるよう、紹介カードを作る（来店者に紹介カードを手渡し、紹介先の店舗で手渡しイメージ） ※紹介カードは、店主ごとのコミュニケーションツールになる。 ※紹介カードで来店すれば、ちょっとした特典が付けられないか検討する。

(1) 意見交換の内容<その2>

広報関係	・ 各自が持っている広報媒体等を提供して「コンシェルジュ」の情報発信を支援 【市報】 ・ 市報に出すスケジュール：8月15日発行号とし、原稿は7月20日まで。 ※枠（紙面の大きさ）は加茂市商工観光課と要相談。 ※1ページ全体を使うになると課で負担することになる（これについては、市内部で調整）。 【情報発信】 ・ 素材は画像データ（JPEG等）、ワード等テキストファイルなど柔軟に対応可能。 ・ 掲載前の2～3日までにデータを提出する。 ・ 周知期間を考慮し、8月中旬くらいの掲載を予定（スタート当日もSNSで告知可能）。 【店舗でのチラシ配架】 ・ 加茂支店と本町出張所の2箇所に配架。チラシをもらって翌日には配架できる。 ※申し込み等の手続きは不要（店内で配架してよいかどうかの形式的な審査がある程度）。 【チラシ等の作成】 ・ 印刷費など、なるべく経費をかけずに、自分たちでできる範囲で作成する。 ※経費が発生したとしても、コンシェルジュ等有志の方でお金を負担し合うことができるレベルとする。 ※商店街のチラシ類は、既にいろいろある。何種類もあると、わからなくなるので、多くの枚数は必要ない。 ※今回の取組みは、お客さんに店主（人）が、口頭で説明することを重視。これから広がる取組みでもあるので、チラシ類も今後更新が想定され（刷り直す可能性大）、時間・手間はかけすぎない。 ・ 内容は、①コンシェルジュが始まったこと、②そのお店はどこかというリスト、③どういう内容を聞くことができるのかということ がわかる程度を想定（手作り感満載でかまわない。プリンタで印刷してコピーする程度）。 ・ チラシのデザイン等は、商店街に得意の人がいるので、そういう人が参加すればお願いします。また、観光協会でもデザイン・レイアウトの面で協力することは可能。 【コンシェルジュの看板（標章）】 ・ ステッカーでもよいし、費用をかけないのであればラミネート加工したもので良い。 ※例えば「気軽に尋ねてください。まちのことに詳しいです」のような文面イメージ。 【その他】 ・ 10年くらい前に店主の魅力を収録した「加茂本」というのがあった。 ・ コンシェルジュの取組みで、店主の魅力が伝わり、取組みの輪が広がることを目指したい。
------	--

(1) 意見交換の内容<その3>

WEBでの店舗の
マッピングの仕
組み（今後の検
討課題）

【前回のワーキングでの意見】

- ・ 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。
- ・ グーグルマップよりも頼りになる存在をイメージ。例えば、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」のイメージ。

【WEBでの店舗のマッピングの有効性】

- ・ スマホは最近高齢者でも使っており、例えば各店舗がインスタで情報発信して、写真等がマップ上でピン止めされていると「まち歩き」が便利になる。
- ・ 最近ではインスタで検索してお店に行く行動が増えている。
- ・ ピンに紐づいている利用者の投稿を見れば、お店がどれくらいはやっているかもわかるし、消費者の感想をみてもらうことで、来街者のお店選びに使ってもらえる。コンシェルジュが、お薦めするときの参考資料にもなる。

【WEBでの店舗のマッピングの実現性】

- ・ 現在、公共駐車場はグーグルでマッピングされており、同じような仕組みはできる。
- ・ 加茂市の場合、現時点ではインスタ上のピンの数は少ない。そこを増やして、一般ユーザーが口コミ投稿するときにピンを利用する仕組みを作ることにはできる。
- ・ 対象店舗数は絞らないといけませんが、自組織で店舗の紹介をしながら、ピンを付けることはできる。
- ・ この仕組みは、インスタをもっていない店舗にも対応できる。
- ・ これにかかる時間は例えば20店舗であれば、3か月前から取り掛かりたい。
※取材・写真撮影してコンテンツ作成するまでに3か月はかかる。

【WGメンバーが次回までに確認する事項】⇒11ページに記載

- ・ 自組織のアカウントの運用方針を変える必要がある（内部での調整は必要になる）。
- ・ このようなサービスを有料の会員向けに行っており（会員の費用負担も活用してSNSを構築している）、実際にやるとなれば内部的に調整が必要（会費をいただいて構築したSNSを会員外の店舗の紹介に使ってよいのかどうか）

(2) 令和7年度のスケジュール（前回のWGにおける意見交換の整理）

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
参加商店主（候補）への 声掛け・説明会												
（必要に応じて、まち歩 きやワークショップ）												
参加店主による打合せ （紹介するコンテンツの 持ち寄り、共有）												
チラシ、看板（標章）、 紹介カード等作成												
原稿・データ入稿				★市報原稿入稿（7/20） ★データ入稿 チラシ設置 看板（標章）の配布（8月上中旬）								
周知（市報、WEBでの情 報発信、店舗でのチラシ 配架）												
コンシェルジュサービス												
振り返り会議												

(3) 取組み主体、協力者からの報告

コンシェルジュに参加する有志の見込み	・ 初期メンバーは5店舗を想定。 ・ 上記のメンバーで最初に話し合いをし、どのように行っていくかの形にしていきたい。 ・ その後、さまざまな業種に声がけをし、10～15店くらいでスタートさせたい。 ・ どのタイミング（時期）で初期メンバーに声掛けをするか。
WEBでの店舗のマッピングの仕組み	・ WGメンバーが運用するSNSは、会員の会費負担も原資として運営する仕組みとなっているため、現時点では非会員の情報発信の媒体として活用することは難しい。 ・ コンシェルジュの店舗が会員になってもらえれば問題はない（年会費の負担は必要）。 【参考】 ○正会員：8,000円～/年、賛助会員：2,000円～/年 ※正会員は総会における議決権あり ○会員特典：情報発信・ブランディングのサポート ※運営側から提案する等 オリジナルWEBサイトや動画制作（特別価格） Googleマップ向けの地図エンジンで検索結果が上位に表示される対策（特別価格） SNS運用代行（特別価格） WGメンバーが運営しているサイト・SNSの活用 特集記事＋SNS拡散広告（会員割引価格：36千円/回～、一般価格：70千円～/回） サイト上の会員一覧への掲載（無料） 勉強会、懇親会の案内

(4) 令和7年度からの取組みについて（今回意見交換）

・ 前回の振り返りと取組の主体、協力者からの報告を踏まえ、令和7年度のスケジュールを最終確認 ・ 必要に応じて、(2) 令和7年度のスケジュールを修正
--

4-2 まちやお店の情報発信

取組みを進める上での課題 (第4回WG)	- 令和6年8月からSNSを立ち上げているが、現時点では掲載店舗が少ない状況 - まちやお店の情報を発信を進めるためには掲載店舗を増やしていくことが課題
課題解決に向けたこれまでの取組み (今回報告)	- 以下を説明 ○SNS掲載を働きかけるターゲット業種（飲食店や体験型のコンテンツを提供できる個人・団体等） ○現在、情報発信面に取り組んでいること又は取り組もうとしていること（店主や市内で体験コンテンツをお持ちの方へのインタビューと映像化等） ○取組みを進める上で課題となっていること など
令和7年度からの取組みについて (今回意見交換)	- グループにいるメンバーが、協力できること/できそうなこと、協力に向けた段取り・流れ、解決すべき課題 - 取組主体への逆提案（こんなふうにした方がよいのではないか） - 実現に向けて巻き込んだ方がよい個人・団体 - 今後の展開スケジュール（取り組もうとしていることすべてが令和7年度から着手できるわけではないため、取組の優先順位も議論）

4-3 知って、歩いてまちなかエリアプラットフォーム (店舗内設備等を活用したまちなかの情報発信)

取組みを進める上での課題 (第4回WG)	- 当初提案の中で店舗内のデジタルサイネージを使ったエリアプラットフォームの広報活動を記載したが、デジタルサイネージの利用は有料となっている。 - エリアプラットフォームの広報活動に限って、一時的な取組みとして、デジタルサイネージの使用料を無料又は割引できる可能性はゼロではないが、持続性を考えると望ましい対応とは言えない。
デジタルサイネージの特徴等 (今回報告)	- デジタルサイネージのサービスや活用事例等について説明（別紙資料） ○デジタルサイネージは県内の各店舗に設置されており、映像は広域的に配信されるシステム ○加茂市民等をターゲットとしたよりも県内の広域を対象とした情報発信に有効 など
令和7年度からの取組みについて (今回意見交換)	- デジタルサイネージによる情報発信が有効なケースについて意見交換 (例) 人材育成グループで議論しているツアーの集客や空き店舗利用者の募集に有効ではないか など - また、デジタルサイネージの活用促進を図る上での課題（費用、コンテンツ、スキーム等）や課題の解決方法について意見交換

4-4 (仮称) まち・みず・みどりのモニターツアーとガイド養成

(1) 意見交換の内容<その1>

これまでの 取組みと課 題	【昨年度までの状況】 - これまでの加茂山ツアーは、ガイドの方が高齢のためできなくなり、今年度から事業そのものがなくなった。 - 昨年度の実績は、5人程度の申し込み（特に情報発信はしていなかった）。 - 加茂山の入込客数は15～20万人/年（ただし、リス園がベースの数値）。 - ガイドを養成する特定の講師はおらず、これまではガイドの中でノウハウが伝承されていた（簡単なマニュアルはあったらしい）。ガイドがどのような案内をしていたのか共有化されていない。 【ガイドによるツアー再開にあたっての課題】 - ツアー参加者は何を求めているか、ガイド育成の講師をどうするか、安全管理をどうするかを詰めていく必要がある。 - 加茂山だけでよいのかどうか、商店街や水辺にもつなげていく必要があるのではないか（ネイチャーだけでよいのか）。 ※燕市の国上山トレッキングは、温泉もあり、20～30名の参加者と聞いている（加茂山だけでは弱いかもしれない） ※マネタイズも課題であるが、今回は自組織の事業を検討しているわけではないので、お金のかからない方法で、 「担い手を育成する（自然、歴史などタウンガイドの担い手を育成する）」ことを考えたい。 ※加茂農林高校の植生を調べている学生に参加してもらう機会をつくるなど担い手のすそ野を広げる仕掛けも必要。
モニターツ アーによる 検証（ガイ ド候補者の 発掘も兼ね る）	- モニターツアーを実施することとし、モニターツアー時に参加者アンケートを行い、「もっと、こういうことが知りたい」等を把握する。また、モニターツアーの参加者からガイドの担い手を発掘する。 - 加茂山に限っても春（新緑）、夏、秋（紅葉）で植生は違うため、モニターツアーを複数回実施する。 - 春は雪椿まつり（4月）の春山ハイキング（約20名）を活用する。春山ハイキング（令和6年）は、加茂山を若宮公園の方から出て、商店街、山重（カフェ）、鯉のぼりに行く（1時間30分）といった「まち・みず・みどり」を巡るコースであり、「まち・みず・みどり」のコースになり得る。 - 夏に市民大学講座で加茂山の自然に詳しい有志の方に講義をしてもらう準備をしており、夏のモニターツアーはそのタイミングに合わせる方向で考える。秋は紅葉の時期（10月下旬～11月中旬）のタイミングで検討する。 - 冬は次年度（令和8年度）に向けた「まとめ」の時期とする。 ※冬のメニューも考えられるが（例：かんじき履いて動物の足跡を探す等）、安全管理の観点から今回は実施しない。 - モニターツアーの様子（ガイドが解説する様子）を映像記録として残し、ガイド養成のカリキュラム検討に活用する。

(1) 意見交換の内容<その2>

ガイドの講師となる人材	・ ツアーの内容が、加茂山の歴史（城）なのか、自然なのかでガイドの内容も変わってくるため、歴史編や自然編の講習ができる人材が必要。 ・ 観光協会では加茂山の自然に詳しい有志の方とネットワークがあり、有志の方から他分野（歴史等）に詳しい方を紹介してもらえないか働きかけて人材を確保する。 ・ 主婦などにおいて、SDGs（特に食）に関心のある人が増えていることから、環境の切り口でガイドの担い手を募ることも考えられる。 ・ モニターツアーの結果を踏まえて、講師となる人と一緒にカリキュラムを検討する。
ガイドの認定と活躍の機会	・ 尾瀬の場合、一般社団法人エコツーリズム協会から講師を派遣してもらい、安全管理を含めて10回くらい講座をやって、受講者に認定書を渡す流れであるが、そこまで大がかりになると、実施までに時間がかかるため、もっと簡易な流れを考える。 ・ 受講者の活躍の機会を用意しないとガイド育成が継続しない（受講者が置いてけぼりになるのは避ける）。 ※例えば、3人のガイドが誕生したら、翌年等に3回のツアーを企画し、受講者の方が活躍する機会をつくる。 ・ ガイドの受講者として、中学生や高校生も想定するのであれば、モニターツアーの3回のうち2回参加すれば認定書を出すようなことは考えられる。 ・ 最終的にはガイドの人たちだけで、ツアー企画や担い手育成が自律的に動くようになると良い。 ※燕市の国上山のガイドは、使命感があるからなのか大変熱心であり、加茂市にも必ずしも報酬が前提でなくても活躍してくれる人はいるのではないかと。
ツアーの付加価値のアイデア	・ 加茂山の植生を知ることから、温暖化の影響を体感することもできるのではないかと。加茂山の植生は過去20年間でだいぶ変わっているらしい。 ・ 環境やSDGsを伝えるようなツアーにすると、関心をもってもらえるのではないかと。 ・ 「まち・みず・みどり」のツアーであれば、漁協の協力で加茂川で魚とりをできないかと。 ・ 最近は学校で夏休みの自由研究がなくなっているため自然体験のニーズは高いのではないかと（自由研究の受け皿になるようなツアーの企画）。 ・ 健康ウォークと絡めることや、JCのカモレンジャーと歩くツアー、大学生が考えるまち・みず・みどりの楽しみ方ツアー、WGメンバーと歩く空き店舗見学ツアーなど、各団体・企業の強みを生かしたガイド・ツアーも考えられる。 ※付加価値のあるツアーについてはマネタイズ（ちょっとした料金）も可能になるかもしれない。
加茂山の環境整備	・ 遊歩道などの整備は加茂市建設課、草刈りは商工観光課で対応しており、必要に応じて環境整備をしてもらう。

(2) 令和7年度のスケジュール（前回のWGにおける意見交換の整理）

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
モニターツアー	★春山ハイキング (中旬)				→ 夏のモニターツアー			→ 紅葉の時期のモニターツアー				
モニターツアー準備関連	→ アンケート作成、 撮影準備	→	→ 夏のモニター ツアー準備			→ 秋のモニター ツアー準備						
モニターツアー振り返り		→			→				→			
元ガイドの方からのガイドの内容のヒアリング又は現地調査			(今回ワーキングで実施時期を検討)									
次年度実施するガイド養成のカリキュラム、講師の検討								→				
次年度実施するツアーの検討								→				

(3) 取組み主体からの報告

春山ハイキングや市民大学講座との連携可能性	- 雪椿まつりの各催しは、実行委員会内（観光協会が事務局）に部会を設け対応中であり、春山ハイキングのモニターツアー化は、部会長に打診済（今後、改めて打合せする） - 春山ハイキングにはガイド役が決まっており（昨年度と同じ人）、ガイドの様子を記録すれば、ガイド育成のツールとして活用可能
講師となるガイド確保の見込み	- 過去ガイドをされていた方へのヒアリングやガイドの様子の再現については、シルバー人材センターを通じた打診をし、基本的には了解をいただいた。また、過去のガイドのマニュアルも残っていることを確認 - 新たな講師の発掘については、今後有志の方に相談

(4) 令和7年度からの取組みについて（今回意見交換）

- 前回の振り返りと取組の主体からの報告を踏まえ、令和7年度のスケジュールを最終確認
- 必要に応じて、(2) 令和7年度のスケジュールを修正（令和8年度からの本格実施のスタート時期も決める）

4－5 商店街への新規出店者支援

(1) 意見交換の内容<その1>

空き店舗等のデータの現状	- 市でもデータの一元化の話が出ている。 - 空き店舗情報はそれぞれの主体がもっていても、発信元は同じであったりし、逆にレアな物件の情報は集まっていない。 - 商工会議所は市役所と情報の共有をしたが、それをどう活用するか、外に出していいかまでの話は進んでいない。「この物件はいくらぐらいの賃料で出店できる」まで情報が得られれば活用しやすい。 - 成約に至るかどうかは別にすれば、金融機関への出店の問い合わせはポツポツある。 - 昨年度のこのWGに提出された商店街で調査したデータがある（所有者の活用意向含む）が、この情報は金融機関でも把握していたことから、更に情報収集が必要がある。例えば不動産事業者と協力するなど。 - 既に出店意欲のある人を取り逃している（機会逸失）していると思う（グループ全員がそのような肌感覚）。
空き物件の一元化	- 情報を外に出していい人、だめな人の確認が必要。 - 集約した情報を受け持つ「器」が必要（ここに来れば空き店舗情報が得られる） ※現状は「どこかに出店場所がないか？」が口伝えで動いている程度。 - 業務でできるのかというと、業務量による。業務開拓にはなるので前向きにはやりたい。 - 加茂市がもっているデータを活用するとなると、公的な性格をもった主体が窓口になるのがよいのではないかと（窓口としての信頼性の観点） - WGメンバーとしても賑わい創出が求められているとの認識はあり、窓口になれる可能性はゼロではない。 ※現状の団体名だと空き店舗利用の意欲のある人がピンとこないのであれば、名称変更が必要かもしれない。 - 空き店舗の活用とセットで創業支援の話が出てくれば、そこから先は商工会議所で受けることができる。 - R7年度のゴール：物件情報一元化と問い合わせ窓口の一元化。 （加茂市で開業したいのであれば、ここにきてくださいという窓口のイメージ） - 開業したい人は通常不動産事業者に行っていると考えられ、不動産事業者も巻き込む必要がある。 （市内には不動産事業者が数社程度） - 契約行為のところで不動産事業者間の取り合いにならないようにすることが必要。 - 不動産事業者への意向確認は商工会議所を通じてできる（夏までにある程度方向性をまとめ、ヒアリング実施）

(2) 令和7年度のスケジュール（前回のWGを踏まえ、事務局でたたかれ台として作成）

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
空き店舗情報のフォーマットの確認・検討													担い手育成G
空き店舗データの持ち寄り一元化													担い手育成G
データの公開に関する所有者確認													担い手育成G
空き店舗データの一元化・問い合わせ窓口の主体の検討													主体は、今回継続検討
空き店舗マッチングのスキームの検討 （さかさま不動産の仕組みの検討も含む）													担い手育成G
不動産事業者への意向調査（ヒアリング）													商工会議所を通じて実施
本格実施の準備													主体は、今回継続検討

(3) 事務局からの報告

商店街協同組合・加茂市で共有している空き店舗データの情報項目	①住所 ②所有者氏名 ③所有者の居住の有無 ④賃借の可否（可・不可・不明） ⑤購入の可否（可・不可・不明） ⑥賃貸・購入の意向（確認可・確認不可）
--------------------------------	--

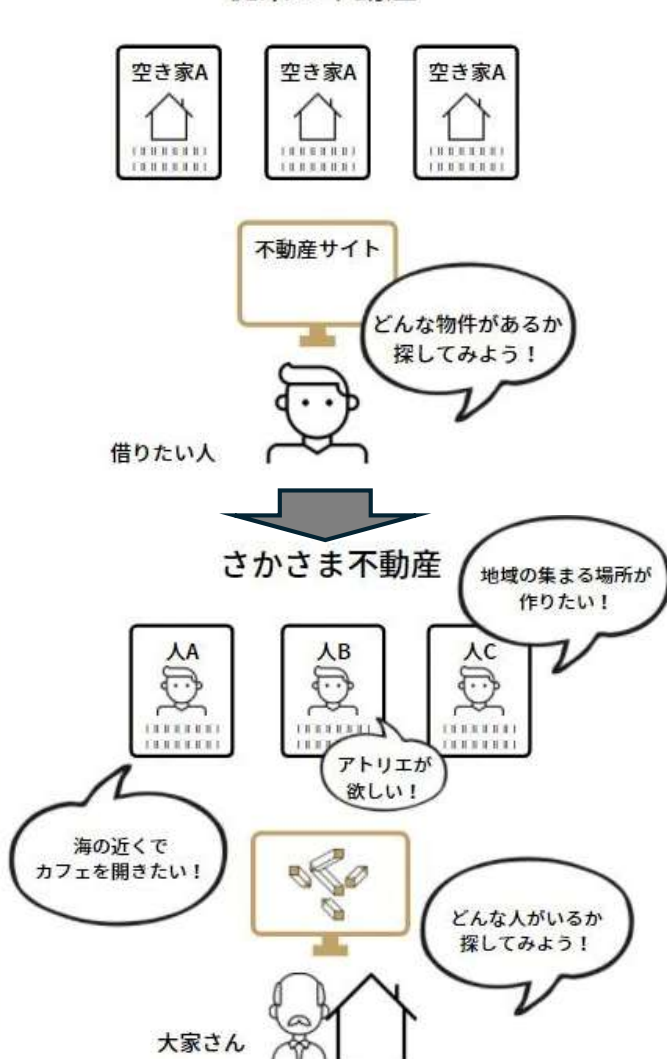
(4) 令和7年度からの取組みについて（今回意見交換）

- 事務局スケジュール案を基に意見交換 - 取組み主体についても、観光協会以外の可能性や課題を検討 - さかさま不動産の取組み（次ページ参考資料）も含めて、空き店舗のマッチングのスキームを検討
--

【参考】さかさま不動産（事例）

- さかさま不動産は、物件情報が並ぶ従来の不動産システムとは逆で、借りたい人の情報が一元化された仕組み（マッチングサイト）である。
⇒借りたい人がどのような目的でその物件を使用したいかを詳細に記載し、その条件に合致する物件所有者が物件情報を提供する形
⇒物件の所有者は、借主が地域に対してどのような貢献をしたいかを理解し、それに共感することで物件の提供を決定
⇒物件のマッチング後は、所有者と借主の関係性が強化され、地域とのつながりが深まることを期待
- 借り手の人物像を開示にすることで、流通に乗っていない空き店舗・空き家の発掘を狙う。

従来の不動産



やりたい想いのホームページでの掲載

兵庫県
沼田 慎一郎

子どもたちが放課後に時間を過ごせる集い場「こどもぼー」を作りたい！

和歌山市
合同会社桜季 代表社員
坂本 佐知子

未病ケアを軸にお口の健康から全身ケア！嚥下ヨガや美活を通じて『生き活』をするための居場所作りをしたい！

香美市
自由気ままな一人旅を謳歌してきた元バックパッカーの会社員
齋藤 祐次

日本を訪れた外国の若者たちのために宿泊者同士が気軽に情報交換できるゲストハウスをつくりたい

高知市
井上WORKS 井上 工房
井上 陽太

海外留学、大工、ダンスやヨガなど自分の経験や特技を活かし地域の交流拠点を作りたい！

西尾市
中根 隆

学生×企業×社会人×異文化の交流から、西尾市が盛り上がる出会いと企画が生まれる場所を創りたい！

大阪府
フリースペース「もいじゃ」運営
全 京子

障害者も健常者も気楽に立ち寄れるフリースペース「もいじゃ」の引越し先を大阪市内で探しています！

掲載者一覧を見る >

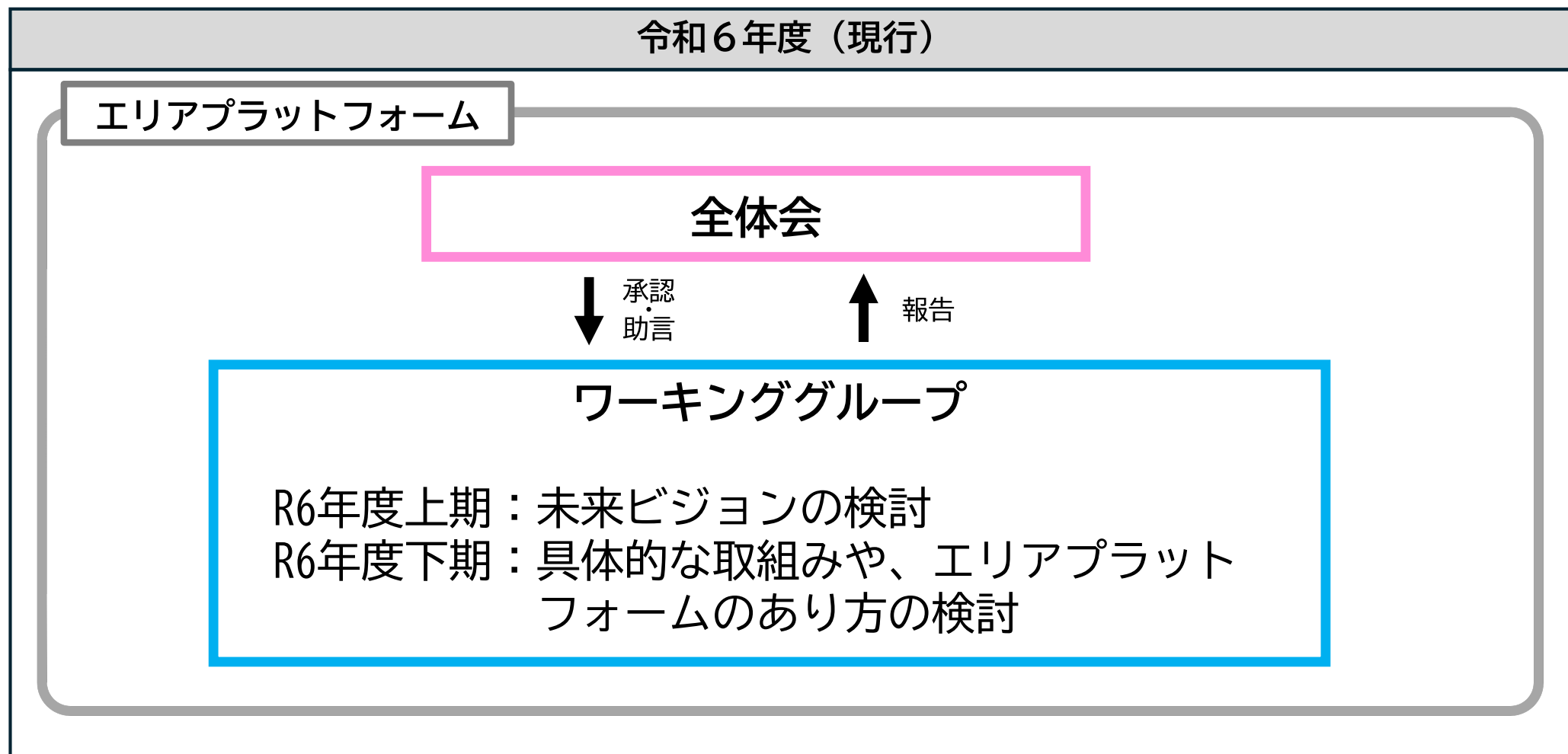


LINEに登録して
最新情報を受け取る

Ⅱ 令和7年度以降のエリプラの体制等について

1 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



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



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

【全体に関する議論の場】

- ・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全体の進捗共有

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



【個々の取組みについての議論の場】

- ・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

取組み主体等
（団体・個人等）

※ボードミーティングとワーキンググループの回数・時期は現時点での想定であり、今後変更する場合がある。

※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。

2 令和7年度のスケジュールイメージ

- 未来ビジョンの実現に向けた取組みを絶やさぬよう、エリアプラットフォームの場を継続。
- 取組み主体は、検討・実施している内容をワーキングで報告・議論（ワーキングは活動の場ではなく、議論の場）
- 取組みを進める中で、課題解決等の必要性が発生した場合は、タイムリーに情報共有し、意見交換することが重要なため、ワーキングは弾力的に開催。
- また、進捗管理の目安として、定例化した情報共有の機会も設ける。
⇒定例開催は、ワーキングで意見交換（2回）した後、ボードミーティングで確認するペースを想定。

R7.4月

R8.3月

※1 会議等の回数や議題は現段階の想定であり、変更することがある。詳細な日時は、令和7年度当初に改めて調整

※2 下図の「C-MTG」はコーディネーションミーティング、「I-MTG」はインキュベーションミーティング

第1回WG (4～5月)	第2回WG (6～7月)	第1回ボード ミーティング (8～9月)	第3回WG (10～12月)	第4回WG (1～2月)	第2回ボード ミーティング (3月)
【議事内容】 (C-MTG) - 未来ビジョンに関する取組み及びスケジュールの確認 【議事内容】 (I-MTG) - 取組み主体からの話題提供	【議事内容】 (C-MTG) - 上期の取組みの進捗状況の確認 【議事内容】 (I-MTG) - 取組み主体からの話題提供	【議事内容】 上期の取組みの進捗状況及び下期の取組み方針の確認	【議事内容】 (C-MTG) - 取組みの進捗状況の確認 【議事内容】 (I-MTG) - 取組み主体からの話題提供	【議事内容】 (C-MTG) - R7年度の取組み成果とR8年度の取組み方針の確認 【議事内容】 (I-MTG) - 取組み主体からの話題提供	【議事内容】 R7年度の取組み成果とR8年度の取組み方針の確認

各主体は活動スケジュールを基本に取組みを実施し、適宜進捗報告
(定例会議にこだわらず、必要に応じて柔軟に報告・意見交換)