

肝付町産業創出基本戦略



肝付町産業創出課

肝付町産業創出基本戦略

I. 基本的な考え方

平成20年度鹿児島県市町村民所得推計を見ると、肝付町の町内総生産額は、43,629,582千円（前年度比△1.3%）町民所得は30,579,944千円（前年度比△6.1%）で減少傾向にある。一人当たりの所得は、県平均の78.1%、大隅地域の平均の88%に当たる1,760千円となっており県内46市町村中（当時）37位と低い水準となっている。産業別の生産額をみても総じて減少傾向にある。

このような状況の中、「県下一元気な町」を実現するために、「連携」と「創造」をキーワードとし、産業クラスターの手法により、高い付加価値を生む新たな産業を創出・育成し、雇用創出を図らなければならない。

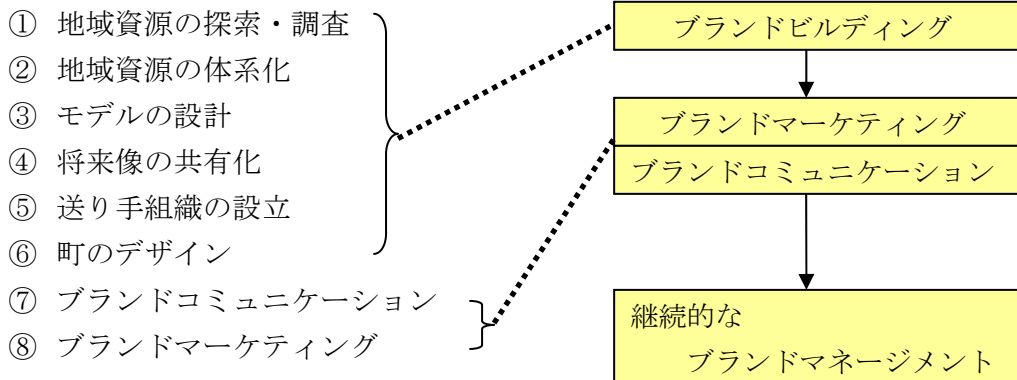
II. 産業創出の柱

1. 新しい産業の創出。現在ある経済活動の発展、また、特産品を開発する場合などにおいて、地域ブランド（地域イメージ）は、大変重要である。このため、地域ブランドを生活者とともに創り上げていく。
2. 農商工連携、6次産業化など、異分野、異業種、産学官などが連携し、新たな技術やアイデアをもとに競争力・優位性に富んだ、製品、商品等を創出する。
また、産業創出クラスターの形成により、産業集積を目指す。
3. すみよい地域社会を作るため、様々な地域課題を解決するコミュニティビジネス（CB）及びソーシャルビジネス（SB）を創出、育成する。
4. 起業支援や人材育成を行う。
5. きもつき産業創出機構を設立し、1～4を実現するための環境整備を行う。

1. 1 地域ブランド確立のための戦略

理想の地域ブランドは、地域の構成員全員で共有されたアスピレーションと、来訪者の多くが心の中で描いているその地域のイメージ、ほとんど同一である状態の地域のことをいうとされている。

地域ブランドを確立するには、次の手法を用いる。



1. 2 肝付町の地域ブランドコンセプト

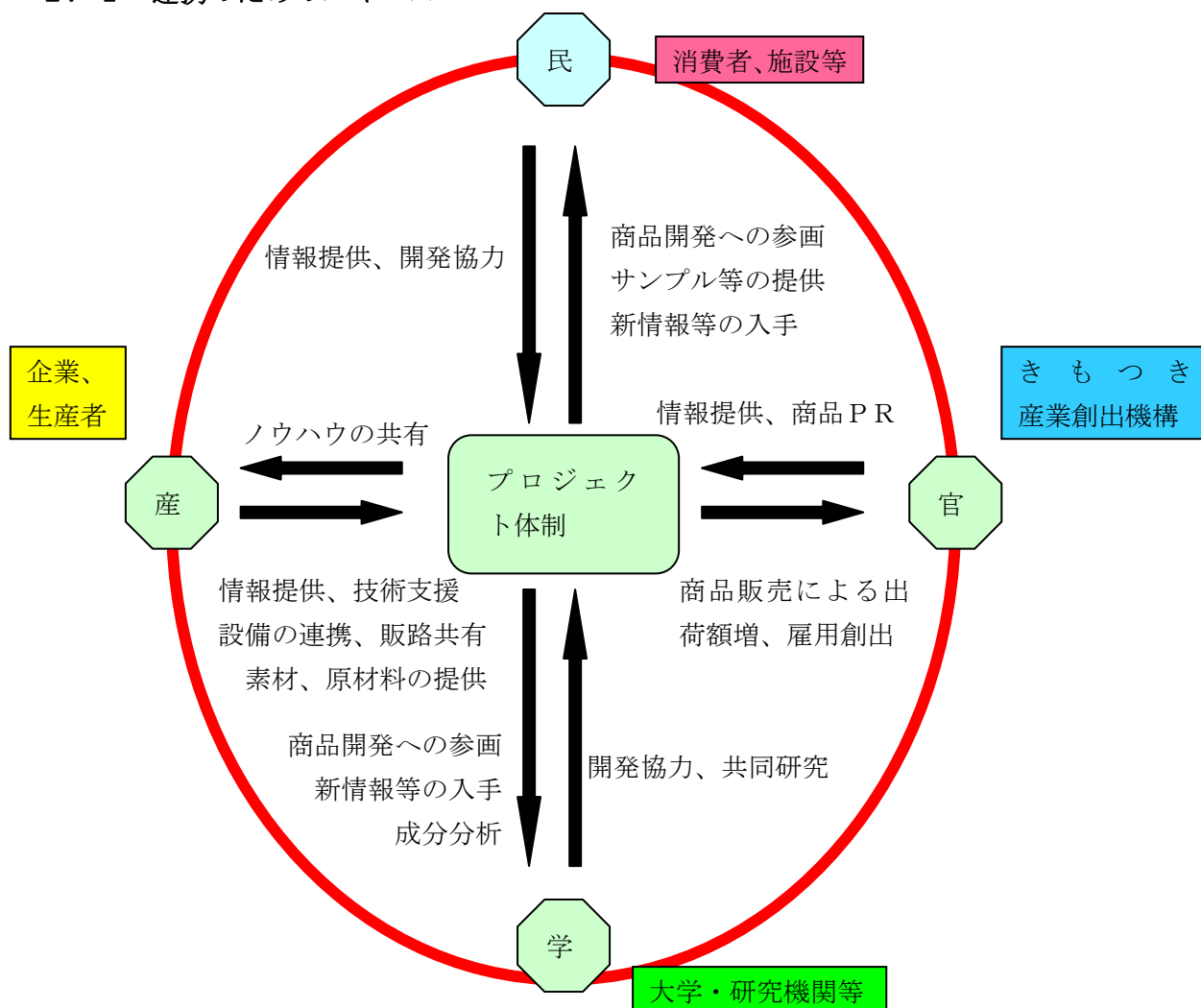
肝付町には、「おいしい食のイベント」、「おいしい特産品」、「心と体においしい観光資源」が豊富に存在する。しかし、その多くは、今だ、プレブランド及びポテンシャルブランドの領域にとどまっている状況である。また、「小惑星探査機はやぶさ」や「流鏑馬」など非常に強みを持っている資源も、多くの生活者において「はやぶさ」＝「肝付町」、「流鏑馬」＝「肝付町」というイメージの想起がなされているとは言いがたい状況である。

このため、ブランドコンセプトを「おいしい」と「元気」を創造する肝付町と設定する。また、次の3つの“まち”ごとに具体的な事業案を推進することで、肝付町のグランドデザインを描いていく。

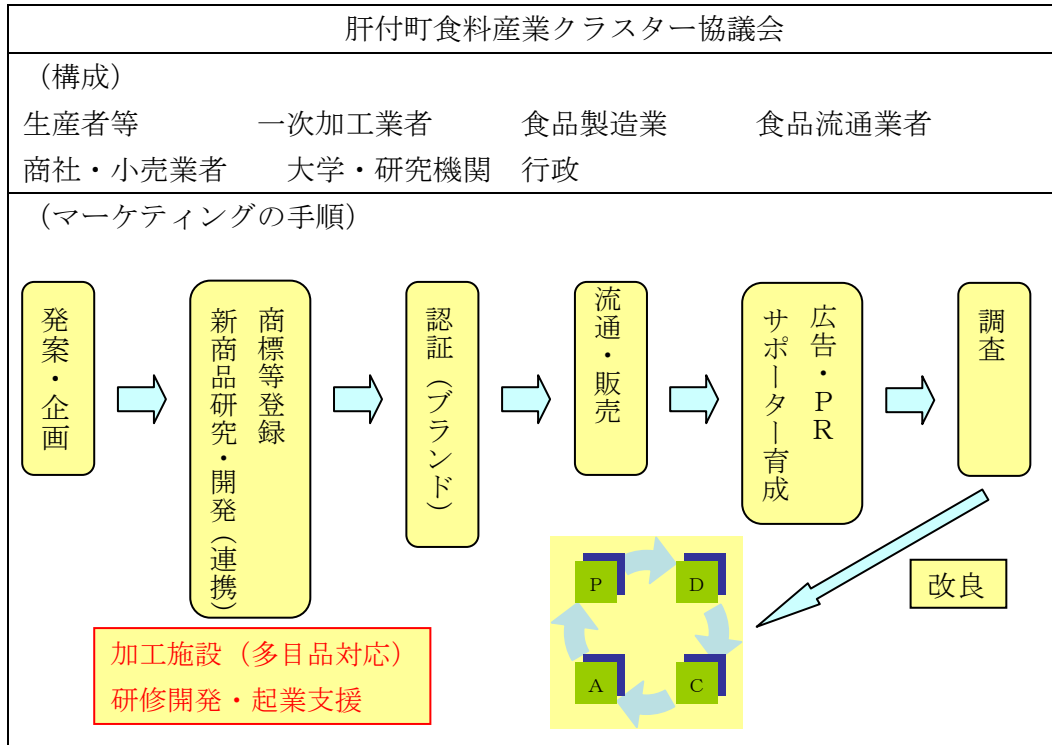
- (1) 「おいしい」と「元気」を約束する食の“まち”
- (2) 「おいしい」と「元気」を約束する特産品の“まち”
- (3) 心と体に「おいしい」と「元気」を約束する観光の“まち”

さらに、シンボル・プロジェクトを展開し、住民及び生活者と共有、協働して地域ブランドを育てていく。

2. 1 連携のためのスキーム



2. 2 肝付食料産業クラスター



2. 機能等

- ① 食料産業クラスター推進協議会
- ② 認証制度 (審査機関の設立)
- ③ 新商品 (製品) 開発
- ④ 流通・販売
- ⑤ サポーター募集、交流イベント等
- ⑥ 市場調査

食料産業クラスターとは？

地域の食材、人材、技術等の資源を有効に結びつけ新たな製品・販路、新たな地域ブランド等を創出することを目的とした集団

2. 3 肝付町環境産業クラスター

環境産業クラスター			
(構成)			
大学・研究機関 利用者 (機関)	行政	研究機関	バイオマス生産者
(事業内容)			
バイオマスの研究、利活用 小水力発電の利活用			

3. 1 コミュニティビジネス

コミュニティビジネス（CB）とは？

町民が主体となって、地域が抱える課題をビジネスの手法により解決し、またコミュニティの再生を通じて、その活動の利益を地域に還元するという事業のことの総称です。

コミュニティビジネスに期待されていること

- 地域の特性を生かした新しい地域社会づくり
- 商店街、まちの活性化
- 顔の見える地域社会の再生
- 地域での雇用創出
- 生き甲斐づくり etc

コミュニティビジネス
■活動の主体者 地域住民、主に高齢者(特に定年退職者)、主婦、学生、商店主、 障害者、若年者(フリーター)などの市民
■活動の支援者 行政(自治体)、企業、学校、金融機関、専門家、専門機関、一般町民、 中間支援組織(インターメディアリー)、コーディネーターなど
(コミュニティビジネスの概要)
■主な活動分野 ①福祉、保健、医療 ②青少年教育 ③環境 ④まちづくり ⑤就業支援 ⑥地域資源活用 ⑦災害支援 ⑧観光、交流 ⑨文化、芸術、スポーツ ⑩上記活動に関する支援、サポートなど
■地域性 中学校区の単位、生活圏(振興会)の単位、市町村の単位などの範囲
■事業性

事業活動をおこなっており、独立した事業体として自立していること

■ **事業の継続性**

イベント的な活動ではなく、継続して活動を実施している事業体

■ **事業と補助の割合**

補助・助成に頼らず、事業活動による事業収入を中心としている

■ **活動形態**

個人事業、任意団体、NPO、会社、組合など問わない

(コミュニティビジネス創出のための支援手法)

- ① コミュニティビジネス創出育成のための「人づくり」
 - 普及・啓発
 - 仲間づくり支援
 - コーディネーターの委嘱
- ② コミュニティビジネス創出育成のための「場づくり」
 - インターメディアリーづくり
 - 活動の場づくり
 - 地域課題の共有と地域資源の活用
- ③ コミュニティビジネス創出育成のための「仕組みづくり」
 - コミュニティビジネス推進協議会
(民・産・官のプラットフォームづくり)
 - 行政との協働
 - 資金支援



コミュニティビジネスという場 (出典:「コミュニティビジネス経営力向上マニュアル」)

4. 1 起業支援及び人材育成

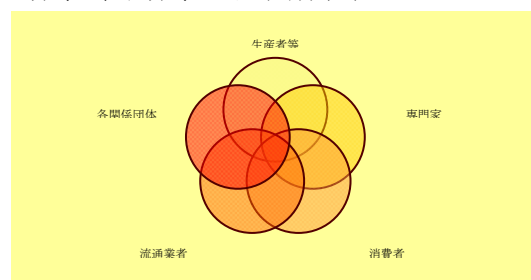
- (1) 起業支援相談窓口を設置し、起業を目指す人のサポートを行う。
- (2) 人材育成をするための、研修会を開催する。

5. 1 産業創出機構の創設

肝付町産業創出機構（財団法人化する）を次のとおり設置する。

(1) 構成員

- ①生産者等（農業、漁業、林業、飲食店、食料品製造業、食料品加工業、旅客輸送業、土木、建築業、酒類製造業、縫製加工業、印刷業、生産団体他）
- ②専門家（大学及び研究機関、検査機関など）
- ③消費者（公募・推薦）
- ④流通業者
- ⑤各関係団体



(2) 機能

- ①企業ニーズに基づく「産学」コーディネート支援
- ②マーケティング支援
- ③情報収集・発信（パブリシティ活用）
- ④人材育成（ネットワーク、研修会）
- ⑤補助事業の活用支援
- ⑥知的財産権の活用支援
- ⑦起業支援
- ⑧各クラスター等のコーディネーター

