

# 過疎地の地域活性化について



過疎データ(kaso-netより)  
市町村数: 全国の46.4%  
面積 : 全国の58.7%  
人口 : 全国の8.9%

## 弊社における過疎地への取組み内容

### 【地域振興事業】

- ・地域活性化の実施サポート
- ・人材育成
- ・地域資源を活かし自社製品開発
- ◆2014年10月、「(株)紡・海士町オフィス」設立

### 【ハイブリッド型地域サポート】※隠岐地域

- ・「合同会社しまま」多様な専門分野の4社7名により設立

### 【海外輸出に向けた商品企画】※進行中

- 例①過疎地域の酒造会社との連携
- 例②地域のクラフト雑貨との連携

# 地域活性の鍵は「ものづくり」～事例：島根県・海士町～



さざえカレー販売数：約2.5万個/年



岩牡蠣やCASを使った海産物(※)



新産品・海士の塩と隠岐牛(※)

(海士町ホームページより抜粋)

地域資源を生かす産業面の取組み ⇄ 人口・雇用増と地域の活性化

第一弾  
さざえカレー

岩牡蠣

CAS導入

塩

隠岐牛

UIターン移住  
673名  
(H19～)

高校魅力化PJ  
県外枠2.2倍  
(H19～)



地域発の観光振興

※民営化  
(一社)海士町観光協会

※関連会社  
(株)島ファクトリー

- ・旅行商品販売  
(第三種旅行業取得)
- ・島内リネンサービス



海士町観光協会メンバー

次年度から  
インバウンド事業に挑戦

継続的な資源活用による産業振興 → 雇用創出 → 人口増の好循環  
次の産業振興のステップは「インバウンド」事業

# ローカルクールジャパンを目指して～現場から見たこと～

## <現場の声①>

「初年度の予算が大きいと土台固めよりも事業実施に追われる

### <背景>

初年度は、試作・マーケティング等、特に体制整備に注力し、2年目以降の本格稼働時に充実した経費を得たい

## 【事業資金支援】

「初年度＞次年度以降」型から  
「初年度＜次年度以降」型へ

## <現場の声②>

「誰に相談すればいいのか  
わからない」

### <背景>

都市部以外の地域では、やる気はあっても情報収集や、情報を知恵に変える機会を得にくい。そのため行動に移すまでに時間がかかる

## 【現場の機能充実】

1回きりのアドバイザーではなく  
きめ細かな相談体制、情報提供  
(各種専門家)

地域の資源(人、自然、産業)を継続的に活かすサポートの必要性  
特に「資金」の在り方と「知恵」のサポートが重要

