

事業のタネシート

活動地域・団体名：静岡県富士宮市

事業名称 1：水のまち富士宮 ふれあい大作戦（ビジョン：エコツーリズム「通過型」から「滞在型」観光）

あらすじ

富士登山をはじめ、多くの観光資源がある富士宮市には、毎年国内外から多くの観光客が訪れている。しかし、環境保全の視点から見た時に、観光客のマナーに関する課題がないとはいえず、また、地域活性化の面からも、観光客が周遊せず、多くの観光客が訪れていても、商店街などの中心市街地に立ち寄らないなど、お土産の購入や地域の特産品などの販売や地元事業者などのポテンシャルが活かされていない。これまで市内観光地に立ち寄ったあと、他の地域に宿泊するといった「通過型観光」から、近年では、豊かな自然やアクティビティなどを満喫することを目的に、キャンプ場などに訪れる「滞在型観光」への観光客が増えている。こうした観光客のニーズを分析し、富士宮地域の強みである、「富士山と水」をはじめとする自然資源と、歴史・文化を有する町の資源や地元の商品販売を結び付けるなど、地域経済の活性化につながるアイデアを検討し、関係機関とのネットワークを広げ、新しい観光スタイルを作り出したい。
（地域に根差した観光スタイルで地域活性化）

ストーリー

・新しい観光として環境に配慮した観光商品や「富士山に行くならガイドと一緒に」をキャッチフレーズに、市内に多くいるエコツアーのガイドとのネットワークを構築し、安心安全で、季節に合った観光の楽しみ方やツアーを企画。北部地域で完結していた観光スタイルに、市街地の資源（歴史名所、宿泊施設、特産物、お土産等）を取り込み、北部地域と中心市街地の交流から生まれる（ヒト・モノ・カネの循環による）にぎわいを市全体に広げる。
・環境保全と地域活性化の両立を目指すため、エコな移動手段として「E－BIKE（イーバイク）」のレンタルを実施。自然と親しみながら自ら観光地を回ることができるため、周遊コースを増やし、人の流れを作り出すことで、特産物、お土産の販売や、飲食店の利用活性化など、地域への波及につなげたい。

事業の骨子		現時点で想定される 課題・ボトルネック
①ありたい未来	エコツーリズム「通過型」から「滞在型」観光 持続可能な観光（地域の魅力を発信）	観光による環境への配慮 地域特産や商品の販売手法の検討 コロナ対策 富士山と水のブランド化の手法
②課題	観光の在り方、宿泊施設が少ない、北部地域の公共交通、富士山の自然保全などの配慮、トレッキングガイドが点在、市街地への人や物などの流れ	
③なぜこの事業をやるのか（Why）	「水のまち富士宮」のイメージ向上と誘客 店舗来客数や商品販売額の増加 富士山と水を生かしたブランディング	
④地域資源	富士山と水、豊富な食材、旅行者、トレッキングガイド アクティビティの充実、自然、キャンプ場（聖地）	
⑤商品・サービスの具体的な内容（What）	「水」に関するものを有機的に結びつける→商品化 （水、お酒、にじます、加工品、野菜など） E－BIKEレンタルで北部地域を周遊（複数コース） 商品のPR（出張販売やネット販売、キャンプ場などの現地受け取り）	
⑥担い手（Who）	旅行業者他、商店街連盟、商工会議所、キャンプ場経営者など トレッキングガイド・ネイチャーガイド	課題・ボトルネックを乗り越えるために力を借りたい人物・企業像

⑦事業で生じる循環	ヒト→観光客・旅行者、市民 （地域の良さ「自然・歴史・文化」を見直すきっかけ） モノ→回遊性の向上により滞在時間が長くなり宿泊やお土産等の波及 （モノが動く） 中心市街地（商店街）から北部地域への商品の流通 （都市と農村の交流により収益増大を図る） カネ→観光商品として販売できれば収益が出る （既存のものを結びつける） 情報→関係組織のホームページ、メディア利用 ファミトリップによるエージェント利用 資源→「水」観光資源、産業	市民、来訪者（観光客） 市内の活動家（キャンプ場経営者、環境活動団体（トレッキングガイド）、旅行者等、市内企業等） ブランド力を高めるためのコンサル
⑧事業で生じる成果	観光ガイドと旅行者のネットワークの構築 観光商品開発「水のまち富士宮」のイメージ向上と誘客 中心市街地（商店街）の活性化（稼ぐ力） 歴史・文化の伝承等 エコツーリズム・ワーケーション等	

事業名称 2：再生可能エネルギーを軸とした地域活性化プロジェクト（ビジョン：自立分散型エネルギーシステム）		
あらすじ		
富士宮市は水資源が豊富で、年間を通じて安定的な水量と北部から南部に傾斜による落差などの地形に恵まれ、既存に水力発電所が多く存在している。近年、再生可能エネルギーの地産地消など、自立分散型エネルギーとして地球温暖化対策や災害時の電源など、全国的にさまざまな地域資源を活用した再生可能エネルギーの導入が進んでいる。平成 30 年度に富士宮市で開催した全国小水力発電大会を契機に、平成に入り新規に4基の小水力発電所が開所した。そのうち、1 基は地域の N P O 法人が、将来地域の電力として使用することを目的に小水力発電を設置した。設置後は、地元の小学生や中学校などの環境教育として、地域に根差した再生可能エネルギーの必要性や重要性、ごみ問題、水資源の保全など、環境問題を学ぶ活動につなげている。地域資源を活用した再生可能エネルギーの導入を進めるとともに、農業利用や商品開発、観光利用などにつなげ、次世代を担う地域の人がいままで住み続けることができるよう、北部地域の活性化につなげたい。		
ストーリー		
小水力発電を設置し、地域のエネルギーとして活用する。観光客が多く訪れるキャンプ場を起点とした E－B I K E での周遊コースに盛り込み、観光スポットとして見せる小水力発電を整備し、観光客に対し地域の特産品、農産物などをお土産として販売・購入できる場の創設につなげていく。地域の稼ぐ力が増えることで、北部地域の農業人口の減少を抑え、新しい商品開発につなげていく。 「水のまち富士宮 ふれあい大作戦」のプロジェクトと連携し、人の流れを作り出すことで、特産物、お土産の販売や、飲食店の利用活性化など、地域への波及につなげたい。		
事業の骨子		現時点で想定される課題・ボトルネック
①ありたい未来	地域資源を活用した再生可能エネルギーを導入し、地域で使う電力を確保する	小水力発電所設置に高額な資金が必要となるため、現時点で資金調達や事業主体を明確にできない。 事業計画から設置までに時間を要する。（水量調査や手続きなど） 防災やレジリエンス強化 設置場所（土地の確保など） 水利権等手続き
②課題	小水力発電所設置に対し、高額な資金が必要。	
③なぜこの事業をやるのか（Why）	富士山と水を生かした地域活性化 地域資源を活用した地域の電気として活用し次世代に残していく	
④地域資源	年間を通じて安定した水量と落差のある農業用水 富士山の景観、豊富な水、湧水（滝など水に関する観光地が多い） 観光地・観光客	
⑤商品・サービスの具体的な内容（What）	水資源を生かした再生可能エネルギーを通じた地域活性化 E－B I K E レンタルで北部地域の周遊コース（観光スポット）	
⑥担い手（Who）	N P O 法人富士山スマートエナジー 猪之頭地域（地元自治会）	課題・ボトルネックを乗り越えるために力を借りたい人物・企業像
⑦事業で生じる循環	ヒト→地元区民（市民）、観光客 モノ→地域のエネルギー、新しい商品開発 お土産等販売の波及 （モノが動く、都市と農村の交流により収益増大を図る） カネ→地域の農産物や商品などが観光商品として販売できれば収益が出る 情報→周辺レジャー施設との連携、関係組織のホームページ、メディア利用	水力発電事業者 発電機製造事業者 市民、観光客 地元企業（水力発電に対する出資者など） ブランド力を高めるためのコンサル
⑧事業で生じる成果	地産地消エネルギー 農業の活性化、新しい商品開発と販売 北部地域のネットワークの構築	

事業名称 3：おいしいでつながる地産地消（ビジョン：フードバレー構想 食のまちづくり）		
あらすじ		
富士宮市は、農畜産物（野菜、お茶、乳製品、肉、卵、にじます、お酒など）のおいしいものがたくさんある。食によるまちづくりとして、新商品などの取り組みや地産地消などの取り組みが進められてきた。しかし、ごみの削減、食品廃棄物などの循環については、具体的な対策や解決に向けた話し合いに至らない状況であった。異業種、異分野からなるメンバーの提案から職の地産地消や農業者の育成、さまざまな業種の連携による循環型社会の構築について検討し、ごみを地域資源として活用することで地域の宝である「富士山と水」を守り、環境保全につなげたい。 有機野菜生産などの若い農業者が増えている。農業経営の拡大による耕作放棄地問題の解消などにつなげたい。		
ストーリー		
さまざまな分野と連携し循環型社会の「富士宮モデル」を構築する。店舗・リサイクル事業者や市民を巻き込み、農家の育成や食育につなげる。また、将来プラスチック容器から紙容器へ転換し、プラごみ削減と紙のリサイクルを目指したい。 また、たい肥などの製造が、有機野菜などを生産する若い農業者の経営を後押しできるような仕組みの構築や、耕作放棄地問題の解消など、おいしい野菜が市内で流通し、畜産たい肥や食品残渣のたい肥化から、おいしい野菜が生産される資源循環につなげたい。		
事業の骨子		現時点で想定される課題・ボトルネック
①ありたい未来	食によるまちづくり（おいしいでつながつ地産地消） 循環型社会の構築 食品リサイクル、ごみの削減	市民の巻き込みや理解、協力が必要 （地域の農産物を積極的に購入し農家を支える仕組みの構築） 製造した肥料の販路確保 紙容器製品の取り扱い業者が少なく、プラ容器に比べ現状ではコスト面で割高となる
②課題	耕作放棄地問題 事業化に向けた法的解釈や手続き	
③なぜこの事業をやるのか（Why）	地域で生産されたものをより多く販売する 地域内循環するしくみにより、地域の環境保全につなげる	
④地域資源	無農薬野菜生産農家が多い（少量多品目） 畜産たい肥（酪農がさかん） 古紙リサイクルとして地域に回収場所がたくさんある 高い古紙リサイクル技術のある会社がある	
⑤商品・サービスの具体的な内容（What）	製造した肥料等販路がある（さらに販路を拡大したい） 古紙のリサイクルによる製品販売（トイレtpペーパーなど） 有機野菜の生産や乳製品などの生産物の付加価値やブランド化	
⑥担い手（Who）	地元農業者、酪農家、たい肥製造事業者（産業廃棄物処理）、古紙等リサイクル事業者、紙容器製造業者	課題・ボトルネックを乗り越えるために力を借りたい人物・企業像
⑦事業で生じる循環	地産地消と持続可能な循環の仕組み（地域・店舗・お客さまの参画） ・お店からの食品残渣→リサイクルによる肥料化→農家が野菜生産→出来た野菜を店舗で販売・加工→消費者 ・プラ容器を紙容器へ転換し、紙の資源化→リサイクル商品の活用や購入 ヒト→市民・農家・店舗、リサイクル事業者 モノ→地域の生産物、紙容器、古紙等、食品残渣 カネ→農産物の販売、リサイクル製品の販売、運搬・配送 情報→啓発チラシ等	店舗など市内事業者 産業廃棄物処理業者 古紙等リサイクル事業者 農家 消費者（市民） 廃棄物やバイオマスなどの専門家 紙容器製造業者
⑧事業で生じる成果	新しい循環型社会の仕組みによるネットワークの構築 食品ロス、ごみの削減による地球温暖化防止 地域の特産品や商品開発の販路確保 農業者の増加	