

インナー大会プレゼン部門 2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）センシュウダイガク	フリガナ）ケイエイガクブ	フリガナ）イワタゼミナール
専修大学	経営学部	岩田ゼミナール

※チーム名は参加申込書に記入した名称を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ）チームビー	フリガナ）イチカワミキト	5	無
チーム B	市川幹人		

研究テーマ（発表タイトル）

生ハムを起点とした地方創生！～長野県長和町における 6 次産業化の試み～

※必ず＜企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

現在、日本では東京への一極集中化などの問題から地方創生が重要な課題となっている。そのため、様々な地域で食に関した地方創生が行われている。しかし、特産品を活かしたお土産や B 級グルメによる観光客の集客が中心で、定住人口の増大や雇用の創出のことを考えていないため地方創生の成功例は数少ない。そこで、本研究では、地域資源を活かした 6 次産業化による地方創生のフレームワークとプランを提案することが目的である。その目的のために、人口減少に苦しんでいるが地域資源が豊富な長野県長和町における生ハムづくりの取り組みをもって例証する。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

地方創生の背景には、少子高齢化や人口減少、地方経済の縮小がある。この課題に対し、政府は平成 26 年にまち・ひと・しごと創生法を制定し、まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」「総合戦略」を策定した。それを受けて各地方がそれぞれの特徴を活かした自律的で持続的な社会を創生するため、地方版総合戦略を策定している。しかし、国の総合戦略において国と地方の取組体制と PDCA の整備の必要性が明示されているが、現実的には、国と地方、地方と地方創生の担い手である地域住民との連携がとれておらず、地方版総合戦略に掲げられた各基本目標、各施策、そして KPI(重要業績目標)が連動しておらず、地方創生の担い手まで落とし込まれていない。

3. 研究テーマの課題

国と各地方は、それぞれの長期ビジョンに基づいて地域の特色を活かした総合戦略を策定し、その総合戦略を基本目標、施策、KPI、に落とし込んで PDCA の体勢を整備しようとしている。しかし、各地方と各地方創生の担い手間の連携が取れていないため基本目標、施策、KPI の繋がりが不明瞭である。そのために、地方のさまざまな活動が各地方の総合戦略にどのように貢献しているか見えないという課題がある。

本研究のリサーチサイトとして取り上げる長和町では、以下の基本目標が総合戦略として掲げられている。

- 1.地域資源を活かした地域産業の振興で働いてみたくなる長和町をつくる
- 2.地域資源を活かした観光・交流文化の構築でひとの流れを呼び込む長和町をつくる
- 3.地域資源を活かし、結婚・妊娠・出産・育児・子育てを切れ目なく支援する環境を整え、子育てしたくなる長和町をつくる
- 4.地域資源を活かした安全・安心な環境の確保で、暮らし続けたい長和町をつくる

上記の基本目標をうけて、長和町のある東信地域では様々な地方創生の活動が行われている。たとえば、地域資源であるブランド豚を飼育・PR する養豚農家、その豚を生ハムに加工している生ハム工房、それらの特産品で他の地域から集客しようと試みる観光協会等、1 次産業、2 次産業、3 次産業が個別に活動をしている。したがって、これらの活動は、地方版総合戦略、すなわち総合戦略を落とし込んだ基本目標、施策、KPI とは無関連な状況にある。これは、各地方の総合戦略を知らずに、現場で地方創生に携わっている人たちが多い状況とも言える。すなわち、各地方と地方創生の担い手との連携不足から、国が求める PDCA 体制が整っていないことが大きな課題であると言える。

結論としては、各地方と地方創生の担い手のベクトルを合わせ、連携をとり、PDCA を回すための仕組みが必要である。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

上記の課題に対する解決策として、本企画では、ハーバードビジネススクールのキャプラン教授が提唱した戦略的マネジメント・システムである BSC（バランスト・スコアカード）を用いた各施策の連携プランを提案する。そして、このプランの有効性を例証するために、長和町の 1 次産業である養豚、2 次産業である生ハム、3 次産業である生ハムづくり体験ツアーを掛け合わせた 6 次産業による地方創生の取り組みに対して、アクションリサーチを行う。

まず、長和町全体としての総合戦略を戦略にとって重要な施策の因果関係を表す戦略マップの形で表現する。次に、観光協会やグリーンツーリズム協議会などの組織の戦略マップを作成し、長和町の戦略マップとの連携を検討する。さらに、地方創生の担い手である生ハム工房や養豚農家の戦略マップを作成し、上位組織の戦略マップとの連携を見える化し、調整を図る。長和町の 6 次産業化は、それぞれ組織の目標を達成するための具体的な施策として、養豚農家と生ハム工房の横の連携、それから観光協会やグリーンツーリズム協議会との縦の連携という形をとり、それらが最終的には長和町、長野県の総合戦略の KPI に貢献する。これらを実現するために、地方自治体と地方創生の担い手が戦略マップを片手に調整を図り、施策の PDCA をまわすための会合の場を設けることも提案する。

また、地域ブランド・マネジメントの理論に基づいて、買いたい→訪れたい→交流したい→住みたいという地域ブランド構築の流れに沿って、地域資源を活かした生ハムについて知ってもらうためにまずイベントや SNS などを活用して PR を行い、地域資源を活かした生ハムの認知度を高めて、購買に結びつける。そして、試食等で興味を持ってもらえたら、生ハムの原木を一から作る教室にグリーンツーリズムとして来てもらい、長和町の魅力も併せて感じてもらうのが第 2 段階である。第 3 段階として、生ハムづくりや長和町の魅力を感じてもらうことで、移住希望者が現れ、生ハムづくりのライセンスを供与することによって雇用を生み、生ハム工房が集積し、各工房が切磋琢磨しながら、人や仕事を呼び込む豊かな町になっていくと考えられる。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

地方創生に関する法律は制定されたばかりであり、リサーチサイトの長和町でも、何をして良いのか手探り状態である。また、同じリサーチサイトの生ハム工房も開業間もない状況で、自らのビジネスが地方創生に繋がるということは経営者は意識はしているものの、どのような形で長和町の総合戦略と関連しているのかよく見えていない段階である。そのため、地方創生の PDCA を確立させるために、長和町の総合戦略と地方創生の担い手である生ハム工房や観光協会などの活動を BSC を用いて連携させようと、私たちのチームが現場に入って 6 次産業化の一端を手伝いながら、各主体に働きかけている(アクションリサーチを実施している)。

現在は、役場、観光協会、地方創生の担い手との連携が実を結び、養豚、生ハムづくりが、生ハムづくりを起点としたグリーンツーリズムとして 6 次産業化する一歩手前の段階である。具体的な活動としては、2016 年 8 月 27、28 日に長和町で行われたウイスキー & ビアキャンプ 2016 において、生ハムを PR するための出店に協力をした。また、生ハムを地方創生に繋げるための研究として、2016 年 9 月 15 日にふじさわ生豚をつくる有限会社 NORMA と初期からその活動を支えてきた公益財団法人湘南

産業振興財団に対してインタビューを行った。そこで、地域資源を活かした地方創生の実践と課題を学ぶことができた。さらには、長和町の観光状況などを調査するため、2016年9月20日に長和町役場の産業振興課に対してインタビューを行った。そこでは、長和町の地方創生の取り組みや課題について学ぶことができた。また、私たちの提案を活かした地方創生の活動をするにあたりサポートしていただけるような関係を築く第一歩になった。

6. 結果や今後の取り組み

2016年10月30日に長野県茅野市(長和町の隣)の車山高原で行われる French Blue Meeting 2016 という日本中のフランス車&グルメ付きが集まるイベントに出店する生ハム工房をサポートするチャンスを得ている。そこでは、単なる生ハムの試食 PR だけではなく、6次産業化に向けて、生ハムづくりを起点としたグリーンツーリズムを紹介し、生ハムづくり体験の申し込み募集を行う予定である。また、2016年11月13日には銀座 NAGANO にて生ハムの PR 活動を行う予定である。

今後の取り組みとしては、地方創生の担い手と総合戦略との関係を連携、調整を促し、PDCA を回すための仕組みとしてバランスト・スコアカードの活用を長和町や地方創生の担い手が集まる長和町の地方創生戦略会議で具体的に提案する予定である。また、6次産業化に関する全体的な構想としては、1年目に生ハムの知名度を高め購買につなげることに力を入れ、地方創生の担い手である生ハム工房に経済的に貢献したい。2年目には、生ハム工房を起点としたグリーンツーリズムで長和町に訪れる観光客数の増加に力を入れたい。3年目には、長和町への定住者の増加に力を入れ、転入者数の増加に貢献したい。

7. 参考文献

和田充夫・菅野佐織・徳山美津恵・長尾雅信・若林宏保(2009)「地域ブランド・マネジメント」有斐閣。

ロバート・S・キャプラン、デビッド・P・ノートン(2007)「BSCによるシナジー戦略—組織のアライアンスに向けて」ランダムハウス講談社。

長和町ホームページ, <http://www.town.nagawa.nagano.jp/> as of 2016.8.1

観光庁ホームページ, <http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/ikiiki.html> as of 2016.8.1

ウイスキー&ビアキャンプ長和町ホームページ, <http://wbc.nagawa.info/index.html> as of 2016.8.27

French Blue Meeting 2016 ホームページ, <http://www.kurumayama.com/fbm/index.htm> as of 2016.8.1

首相官邸ホームページ「まち・ひと・しごと創生基本方針 2016」, <http://www.kantei.go.jp/> as of 2016.9.26

長和町「長和町まち・ひと・しごと創生総合戦略」,

http://www.town.nagawa.nagano.jp/docs/2016031800272/file_contents/downfile4138256224.pdf as of 2016.9.26

農林水産省 平成 26 年度 6 次産業化サポート事業 6 次産業化ネットワーク活動全国推進事業「6 次産業化優良事例 25 選」,

http://www.nomuraholdings.com/jp/company/group/napa/data/20150401_a.pdf as of 2016.9.26

インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項

--	--

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となります。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項」に記入してください。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。