

エリアマネジメント専門分科会での検討経過報告

- (1) 既存港湾施設（1号上屋）の民間活力導入について
- (2) 管理運営方法の方向性について
- (3) 全天候型施設導入機能等について
- (4) 外部人材登用状況について
- (5) 機運醸成事業について

令和4年3月29日

芦屋港活性化推進委員会

1) 芦屋港活性化基本計画における計画概要

- 芦屋港活性化基本計画では、現在物流施設として利用されている1号上屋を活用（リノベーション）する計画です。
- 施設整備は、**民間活力活用（民設民営）を前提**とし、芦屋港の集客状況や来訪者の利用実態、社会経済環境を鑑みて検討することが示されています。



2) 既存施設の概要

- 既存港湾施設（1号上屋）は、昭和63年に竣工し、芦屋港活性化エリア開業時点で、築40年程度となります。
- 平屋建て（一部2階建て）の鉄筋コンクリート造（屋根のみ鉄骨造）の建物です。

竣工年	昭和63年 (芦屋港活性化エリア開業時点で築40年程度)
現在の用途	倉庫（砂の保管等）
延べ面積	約1,900㎡ (1階；約1,800㎡、2階；約100㎡)
構造	平屋建て、一部2階建て 柱・梁・基礎；鉄筋コンクリート 屋根；鉄骨



(1) 既存港湾施設（1号上屋）の民間活力導入について 民間活力導入手法の整理

● 建物の所有権が公共で、民間活力の導入が想定される整備運営手法について、次のとおり整理しました。

※RO ; Rehabilitate-Operateの略で、施設所有権は公共が有したまま既存の施設を民間事業者が改修・補修（Rehabilitate）し、管理・運営（Operate）することを指す。

民設民営

	PFI方式（RO方式）	RO方式	公営施設等運営権（コンセッション方式）	指定管理者制度	管理委託
特徴	PFI事業者が施設改修し、施設運営も行う。一定の事業期間が担保されるため、積極的な民間投資が期待でき、行政の初期投資費の平準化が期待できる。	改修設計・大規模改修・運営を一括発注する方式。設計段階から、積極的な民間投資が期待でき、維持管理・運営の効率性が期待できる。行政が、初期投資費用を一括払う必要がある。	利用料金を収受する収益性の高い施設を民間事業者に移管し、施設運営を行う。一般的に事業期間が長いため、民間の裁量が増える半面、行政の関与がしづらい。	条例に基づき新たな施設整備を伴わず、維持管理・管理運営を行い、収益性を高める自主事業を実施できる。	民間事業者に業務契約内容に基づき管理業務等を委託する。民間事業者の自由度が少なく、委託先が限定的になる可能性が高くなる。
模式図					
施設所有	公共	公共	公共	公共	公共
管理運営	民間	民間	民間	民間	民間
一般的な管理期間	概ね10～20年程度	概ね10～20年程度	概ね30年程度 拠点施設の場合は10年程度の場合もある	3～5年程度	基本的に単年度契約

(1) 既存港湾施設（1号上屋）の民間活力導入について 公募型サウンディング調査結果

- 民設民営による事業者選定がより実現性の高いものとするため、事業者と対話をしながら参入意向や参入条件を把握できる公募型サウンディング調査を実施しましたので、その結果を次のとおりまとめました。

表 公募型サウンディング調査の実施概要

<p>調査実施目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・1号上屋の管理運営における参入意向、公募条件を整理するため。 ・当初予定していた民間活力導入（民設民営）の可能性について、現在の社会経済環境を踏まえて、より実現性の高いものとするため、公募要件等の見直しを行うため。 									
<p>実施方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・町ホームページ、日本PPP・PFI協会ホームページにて、資料を公表し、全国から参加を募集 ・全国展開企業～県内等を主とする地元企業等、12業種約120社に対して声掛けを実施 									
<p>実施期間</p>	<table border="0"> <tr> <td>実施要領の公表</td> <td>； 令和3年10月18日</td> <td rowspan="4"> <div data-bbox="1720 726 2139 925" style="border: 1px solid blue; padding: 5px;"> <p>【現地見学会】 ディベロッパー、総合建設業、サービス業等、多数の業種の方に参加いただきました</p> </div> </td> </tr> <tr> <td>第1回現地見学会</td> <td>； 令和3年11月1日……………計2社参加</td> </tr> <tr> <td>第2回現地見学会</td> <td>； 令和3年11月22日……………計5社参加</td> </tr> <tr> <td>個別対話の実施</td> <td>； 令和3年12月15日、17日……………計3社参加</td> </tr> </table>	実施要領の公表	； 令和3年10月18日	<div data-bbox="1720 726 2139 925" style="border: 1px solid blue; padding: 5px;"> <p>【現地見学会】 ディベロッパー、総合建設業、サービス業等、多数の業種の方に参加いただきました</p> </div>	第1回現地見学会	； 令和3年11月1日……………計2社参加	第2回現地見学会	； 令和3年11月22日……………計5社参加	個別対話の実施	； 令和3年12月15日、17日……………計3社参加
実施要領の公表	； 令和3年10月18日	<div data-bbox="1720 726 2139 925" style="border: 1px solid blue; padding: 5px;"> <p>【現地見学会】 ディベロッパー、総合建設業、サービス業等、多数の業種の方に参加いただきました</p> </div>								
第1回現地見学会	； 令和3年11月1日……………計2社参加									
第2回現地見学会	； 令和3年11月22日……………計5社参加									
個別対話の実施	； 令和3年12月15日、17日……………計3社参加									
<p>主な対話項目</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・事業アイデア（事業内容、芦屋港利用者に対するメリット等） ・事業スキーム（事業方式、事業期間、事業体制、費用負担等） ・参画における条件や配慮事項 ・1号上屋以外の芦屋港エリア内施設及び芦屋港エリア全体に対する管理運営意向 等 <div data-bbox="1720 949 2139 1101" style="border: 1px solid blue; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>【個別対話】 サービス業、総合建設業の方に参加いただきました</p> </div>									

- 公募型サウンディング調査では、民間事業者の参入意向を確認するため、芦屋町・日本PPP・PFI協会ホームページ及び約120社への声掛けによる募集を行い、3社と個別対話を実施しました。

【公募型サウンディング調査（個別対話）の結果概要】

- 1号上屋全体を対象範囲として、**民設民営での参入意向はなく、指定管理者としての参入意向**が確認できた。
（ただし、サービス購入型（**施設整備費用は行政負担**）であれば、PFI（RO）方式活用の参入意向があった。）
- **躯体改修工事費を行政が負担し、内装工事費を民間事業者が負担**するという条件で、参入意向が確認できた。
- 雇用面を考慮すると、**管理運営期間は10年**が望ましい。
- テナント入居へ参入する意向があることが確認できた。

【民間活力導入検討の考え方】

上記をふまえ、事業者公募に向けて、民間活力導入の考え方を整理しました。

- 民設民営（PFI方式）が条件付きで可能と回答した事業者は限られており、民設民営の確実性、事業性は難しいと考えられます。
- PFI（RO）方式による民設民営の方法はサービス購入型であり、施設整備費用は行政が負担することとなります。
- 施設整備費を行政が負担すること、事業開始後の運営状況に応じた柔軟な対応ができること、制度の活用実績があり導入に当たって不安が少ないことから、【指定管理者制度】の活用を考えます。

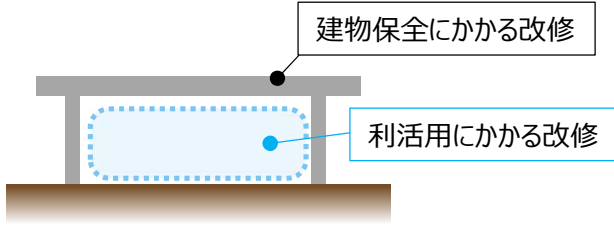
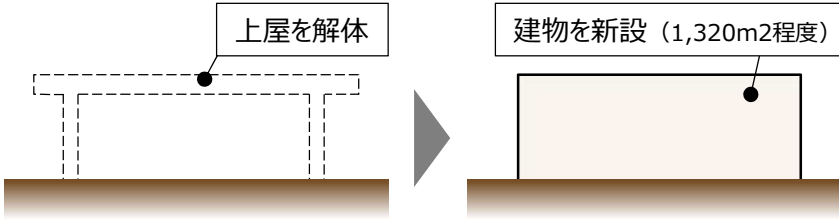
(1) 既存港湾施設（1号上屋）の民間活力導入について 今後の検討事項

- 既存港湾施設（1号上屋）の指定管理者制度を活用していくうえで、今後の検討事項を下記のとおりまとめました。

【既存港湾施設（1号上屋）に対する今後の検討事項】

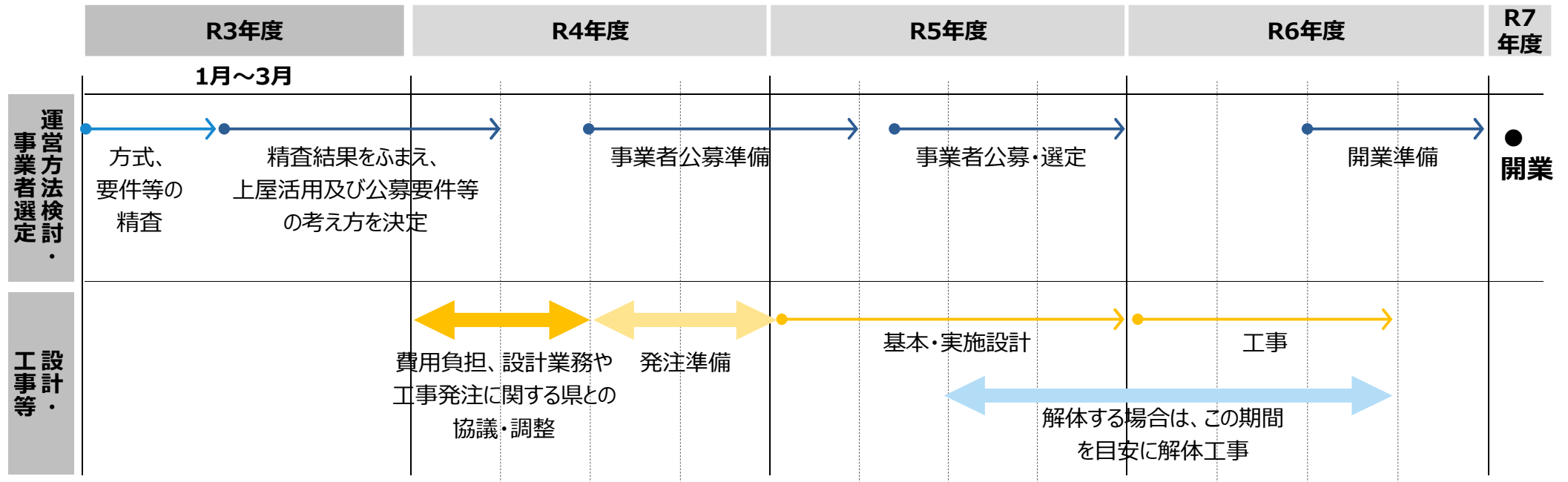
- 公募型サウンディング調査結果のとおり、現状では民間資金による施設改修が難しく、行政が費用負担し整備していくこととなるため、財産管理や費用負担など所有者である福岡県と協議していく必要があります。
- 公募型サウンディング調査において、管理運営を行うには施設規模が大きいという事業者意見が複数あったこと、施設が古く今後の維持管理費もかかることから、施設の解体の可能性も選択肢のひとつとして協議していく必要があります。
- 管理運営期間の設定、運営者の意見を反映した設計方法、県との役割分担については、今後の検討課題となります。

表 1号上屋利活用時と解体時における概算費用の比較

	利活用する場合（建物改修費）	解体する場合（解体費+新設費）
概要・模式図	<p>施設が開業する令和7年時点で築37年となることから、①建物保全にかかる改修と、②利活用にかかる改修の2つを行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①-1；建躯体部分の長寿命化改修 ①-2；屋根・屋上、内外装、設備等の部位更新 ②-1；間仕切壁（内壁）の設置 ②-2；開口部の設置 ②-3；中2階デッキ（200m²程度）の設置 	<p>1号上屋を解体し、民間事業者が利活用する建物（飲食・物販施設320m²程度+サイクルステーション1,000m²程度の計1,400m²程度）を敷地内に新たに整備する。</p> 
概算費用	315百万円程度	63百万円程度（解体）+528百万円程度（新設）
今後の検討課題	<ul style="list-style-type: none"> ・建物保全にかかる改修費の行政負担可否。 ・今後、定期的に大規模改修を行う場合の費用負担。 	<ul style="list-style-type: none"> ・1号上屋の解体可否と費用負担。 ・新設建物設置+利活用にかかる費用負担。

(1) 既存港湾施設（1号上屋）の民間活力導入について 今後のスケジュール

- 躯体改修工事及び解体（新設）する場合の事業スケジュールを整理しました。



(2) 管理運営方法の方向性について 管理運営方法

- 前回の芦屋港活性化推進委員会にて、各施設の管理運営方法は「指定管理者制度」が効果的であるという検討経過を報告いたしました。指定管理者制度を活用していくにあたり、公募型サウンディング調査の民間事業者の意向等により、管理運営施設をまとめ方について、パターン別にメリットデメリットを用いて整理しています。

	施設個別での管理運営	複数施設をまとめて管理運営
概要	各施設で分けて指定管理者制度を導入する。	複数施設をまとめて指定管理者制度を導入する。
模式図		
メリット	<ul style="list-style-type: none"> 各施設の特徴に応じて、専門性の高い民間事業者が単独でも参入しやすい。 各施設で指定管理者制度を導入するため、段階的な供用開始に対応することができる。 	<ul style="list-style-type: none"> 複数施設をまとめて管理運営できるため、事務手間を軽減できる。 施設の特徴に応じて民間事業者が連携して管理運営を行うことが考えられ、民間事業者が連携した創意工夫を期待できる。
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> 各施設で指定管理者制度を導入するため、施設数分の事務手間がかかる（複数施設をまとめた場合よりも事務手間が煩雑）。 民間事業者間の連携が生じづらく、民間事業者の創意工夫には限りがあると考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> 施設の特徴に応じて、適宜、民間事業者間でJV等の組成が必要。 複数施設をまとめてひとつの指定管理業務とするため、指定管理業務発注時期（管理期間）の調整が必要。

【管理運営施設のまとめ方】

- より質の高いサービスを提供できること、事務手間を軽減できることから、複数施設をまとめて管理運営した方が効果的と考えられます。
- どの施設をまとめて管理運営するかについては、外部人材及び形成される運営組織と、引き続き検討していく事項となります。

(2) 管理運営方法の方向性について 管理運営組織

- 前回の芦屋港活性化推進委員会にて、民間事業者1社が芦屋港エリア全体の管理運営を行うことは、公募型サウンディング調査による参入意向がなかったことから、非常に困難であり、地域組織や町内者を巻き込むながら、新たに組織化することが望ましいという検討経過を報告いたしました。
- これから外部人材を中心に管理運営組織を形成していくにあたり、運営組織の形態について、次のとおり整理しました。

	法人格を有しない組織	法人格を有する組織 (営利活動ができない)	法人格を有する組織 (営利活動ができる)
	任意組織	一般社団法人やNPO法人	株式会社
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ・収益事業だけでなく、公益性のある事業も行うことができる 	<ul style="list-style-type: none"> ・NPO法人のみ、公益性のある事業しかできず、収益事業は行うことができない 	<ul style="list-style-type: none"> ・収益事業だけでなく、公益性のある事業も行うことができる
財産	<ul style="list-style-type: none"> ・財産を所有する場合は、代表者名義または全員の共有名義となる 	<ul style="list-style-type: none"> ・法人名義で財産を所有できる 	<ul style="list-style-type: none"> ・法人名義で財産を所有できる
活動資金	<ul style="list-style-type: none"> ・法人税が課税される（人格のない社団等として扱われる） ・収益事業から得た所得に対して課税を受ける 	<ul style="list-style-type: none"> ・法人税が課税される ・一般社団法人の場合は全ての所得に対して、NPO法人の場合には収益事業から得た所得に対して課税を受ける 	<ul style="list-style-type: none"> ・法人税が課税される ・全ての所得に対して課税を受ける
設立	<ul style="list-style-type: none"> ・設立にあたって、許認可等が必要ない ・設立登記が不要 ・出資は不要 	<ul style="list-style-type: none"> ・設立時に、一般社団法人の場合は公証人による定款の認証、NPO法人の場合は所轄庁による認証が必要 ・設立の登記が必要 ・設立のための出資が必要（現物出資も可） ・NPO法人のみ、必要人数の規定（10人以上）がある 	<ul style="list-style-type: none"> ・設立時に、公証人による定款の認証が必要 ・設立の登記が必要 ・設立のための出資が必要（現物出資も可）

※営利活動／非営利活動；「非営利活動」では、事業で得た利益を法人の構成員に分配してはいけません。一方、「営利活動」では、事業で得た利益を法人の構成員に分配することができます。

(2) 管理運営方法の方向性について 管理運営組織

- これから外部人材を中心に管理運営組織を形成していくにあたり、エリアマネジメントに関連する組織体について、次のとおり整理しました。

	まちづくり会社	地域商社	観光DMO (観光地域づくり法人)
定義 特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・良好な市街地を形成するためのまちづくりの推進を図る事業活動を行うことを目的として設立された会社等 ⇒広く、まちづくりを推進することを目的とする組織を指す言葉 	<ul style="list-style-type: none"> ・地方創生や地域経済の活性化等のため、地域の優れた産品・サービスの販路を新たに開拓することで、従来以上の収益を引き出し、そこで得られた知見や収益を生産者に還元していく事業を営む会社 ⇒地域経済活性化のためのとりまとめ組織を指す言葉 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人 ⇒観光地域づくりのまとめ組織を指す言葉
定義 出典	財務からみたまちづくり会社の現状と課題（経産省）	内閣府HP中小・地域金融機関向けの総合的な監督指針	観光庁HP

まちづくり会社、地域商社、観光DMOの関係性

【管理運営組織の考え方】

- 既存にある地域組織や町内者を巻き込むながら、新たに組織を形成することが望ましい。
- 運営組織が自走化することを前提として、より良い組織形成に向けて、組織形態等は外部人材と引き続き、検討していく事項になります。

(2) 管理運営方法の方向性について 組織化までのロードマップ

● エリアマネジメント組織の組織化までのロードマップを整理しました。

施設名 / 年度	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11
交付金事業位置付け	ステップアップ	育成	深化	高度化	自走				
芦屋港活性化基本計画	芦屋港活性化基本計画の年次計画【第1期】				芦屋港活性化基本計画の年次計画【第2期】				
(芦屋港活性化エリア) 新規整備施設	ポーターク (具事業)	漁協エリア分け 工事	実施設計	管理運営事務 委託締結	工事	●開業			
	海釣り施設 (具事業)	実施設計	工事			●開業			
	物流機能集約	実施設計・工事	工事						
	全天候型施設・広場	観光動向調査、 導入機能調査検討	測量、地質調査 設計		工事、 開業準備	●開業			
	複合施設 (上屋活用)	利活用における 官民連携事業調査検討	・整備方針決定 ・県との整備、管理協定 ・事業者公募・選定	設計	工事、 開業準備	●開業			
	各施設の 管理運営事業者			選定・決定	開業準備 ※指定管理予定者	指定管理期間 (5年間)			
	既存施設の 管理運営	芦屋町観光協会が 指定管理		指定管理期間を2年延長		指定管理期間 (5年間)			
	次期指定管理者		選定・決定					選定・決定	
組織形成	組織形成に向けた 準備・調整 (庁内)	組織形成に向けた準備・調整 (庁内+外部人材+観光協会)		組織 設立	開業準備	開業/組織育成~組織自走化			
	・組織事業計画 (案案) 等の作成	・外部人材登用状況をふまえた、 組織事業計画案 等の深度化 ・関係団体等との協議・調整		組織設立 手続き等	・施設開業に向けた 事業者間の調整	<ul style="list-style-type: none"> ・収益増に向けた取り組みの試行 (PDCAサイクルを回しながらより良いかたちを探る) ・芦屋港活性化エリア及び芦屋町の観光に関する継続的な情報発信・PR、エリアのブランド方向上 ・芦屋港活性化エリアの認知度向上による来訪者増 ・町内の観光施設等との連携 			
組織形成の考え方			法人化		社会的地位・信頼性を有する、法人組織として活動				
外部人材の登用	プロジェクト マネージャー人材	人材募集 ・選定	●人材登用：プロジェクトマネージャー人材の登用期間 (4年間/組織立ち上げ~開業年まで)						
	リーダー人材	人材募集 ・選定	●専門スキルを有するリーダー人材を登用						
機運醸成	・人材育成 ・情報発信 (仕組みづくり) +効果的な情報発信)		・人材育成 ・テストマーケティング ・プロモーション展開		・人材育成 ・オープニングイベント ・プロモーション				

(3) 全天候型施設導入機能等について

- 観光動向調査により、芦屋町の観光動向と、観光集客施設に対する来訪意向を把握しました。

【観光動向の傾向と課題】

- 芦屋海浜公園、洞山、モーヴィ芦屋など各施設を目的地として来訪し、**町内の他施設（目的）への周遊が低い**傾向にあります。
- 各施設への来訪者は、遠賀郡4町や北九州市など**近隣から**が多いが、本町特有の文化的施設である「**芦屋釜の里**」や、全室オーシャンビューである宿泊施設「**マリンテラスあしや**」は**遠方から**の来訪者が多い傾向にあります。
- 各施設の利用時間は短く、**町内での消費額は低く**、「**芦屋釜の里**」の来訪者は、他施設と比べて**消費額が高い**傾向にあります。
- 来訪頻度の高い近隣居住のファミリー層、遠方居住で消費額の高い年配層、男性釣客と、来訪者の特徴は大きく3つに分類されます。



【観光動向から確認できた内容】

- **町内を周遊したくなるような魅力ある（特徴ある）施設**が必要です。
- **遠方からの来訪者を集客**するため、「芦屋釜の里」のような他地域にはない**本町の独自性を活かした観光機能**となる必要があります。
- 7・8月の来訪者は、年間の観光入込客の約50%で海水浴やレジャープールの利用者です。次に、「あしや砂像展」や「芦屋基地航空祭」の大きなイベントで来訪者が多く、「**あしや砂像展**」は、**年間の観光入込客の約6%と多く、来訪意向も高い**。
- 消費額が多い「芦屋釜の里」来訪者を取り込むことで、消費額の増加が期待できます。

【芦屋町特有のコンテンツ】

来訪者が多い「芦屋海浜公園・芦屋海岸」



新型コロナウイルスの感染拡大により来訪者数は落ち込んだが、屋外レジャー施設に対する需要の高まりで、芦屋海浜公園や芦屋海岸への来訪者は増加している。

本町特有の文化的資源「芦屋釜」



芦屋町のオンリーワンの文化的資源である「芦屋釜」は、砂鉄から取り出した希少な鉄「和銑（わすく）」を用いるなどから品質を高めた。

本町独自の集客力がある「砂像イベント」



福岡市や県外からの来訪者が全体の20%と、本町の観光動向と比べて多く、**幅広い年代の人が気軽に楽しめる**集客力のあるイベントである。また、認知度が高く、来訪者の半数が訪れたことのある芦屋町独自のコンテンツである。

(3) 全天候型施設導入機能等について

- 調査結果を踏まえ、全天候型施設の導入機能を以下のとおり整理しました。

【全天候型施設導入機能の考え方】

- 芦屋町の**独自性を活かしたコンテンツである砂像**は、**認知度が高い**。
- 砂像の屋内常設展示については、「砂像の製作展示は芸術性が高い」、「照明等による演出が楽しみ」、「天候に左右されずに楽しめる」、「展示期間が長くなれば見に行くことができる」など**期待も高く、幅広い年齢層で気軽に楽しめるコンテンツ**となります。
- 観光集客施設となる全天候型施設の活用方法は基本方針どおり**「砂像」**とし、施設規模などの施設概要の検討をすすめていきます。

【砂像の屋内常設展示に対する意向として確認できた内容】

- ✓ 砂像の屋内常設展示施設が整備された場合の来訪意向は、幅広い年齢層で高く、特に福岡市や県外など遠方居住の来訪意向が高い傾向にあります。幅広い年齢層が来訪している芦屋町で、誰もが気軽に楽しめる「砂像」は効果的なコンテンツです。
- ✓ 砂像の屋内常設展示施設への来訪意向理由は、「芸術性の高い砂像（迫力、美しさ、SNS映え、非日常）が見たい」、「照明や音響などの演出が期待できる」、「天候に左右されずにゆっくり見ることができる」、「展示期間が長くなれば見に行くことができる」など。
- ✓ 芦屋釜の里への来訪者は、屋内砂像展示への来訪意向が他の施設利用者に比べて高い傾向にあります。芦屋町における「砂」はオンリーワン資源である「芦屋釜」に通じるもので、「砂」をストーリー展開することで施設間連携を図ることが求められます。

【屋内砂像展示施設の事例】鳥取砂丘砂の美術館（鳥取県鳥取市）※砂の美術館提供



※芦屋町における砂像展示施設の施設概要は、砂像プロデューサーなどの製作関係者と協議し、検討していきます。

(4) 外部人材登用状況について 現況報告

- 外部人材の登用に向け、町ホームページ等を通じて公募を行い、併せて、材派遣実績がある企業に対して、芦屋港活性化事業に対する人材派遣可能性について声かけを行いました。

表 公募概要

公募状況 外部人材	公募	・町ホームページ、総務省ホームページにて情報公開及び募集 ・一般社団法人 移住・交流推進機構に相談 (JION)
	実施期間	・令和4年11月～令和4年1月の約3か月間
	声掛けした企業	・7業種 計20社程度 (観光・旅行業、広告業、情報・通信業、飲食業、サービス業、建設業、シンクタンク) ・全国的に展開している企業



【外部人材の募集結果】

- 「地域活性化起業人制度」を活用した企業からの派遣応募があり、**プロジェクトマネージャー1名を登用**することが決定しました。
- 派遣元企業は「日本航空株式会社」、派遣期間は令和4年4月1日から令和7年度までの4年間を登用します。
- 「リーダー人材」に関する企業からの派遣可能性について、引き続き、企業等に声掛けしていきます。

(4) 外部人材登用状況について 今後のスケジュール

- 今後のスケジュールを次のとおりとします。

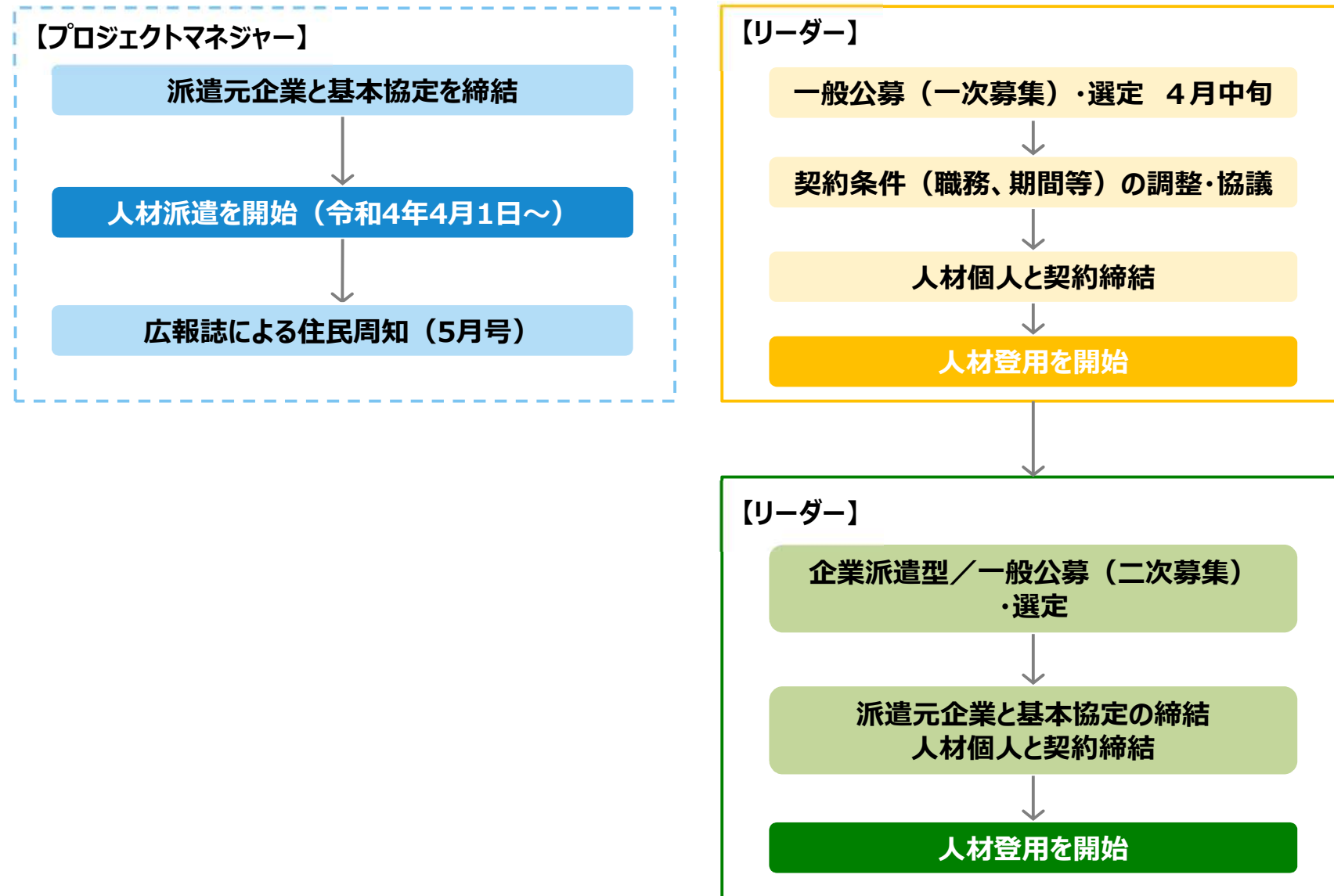


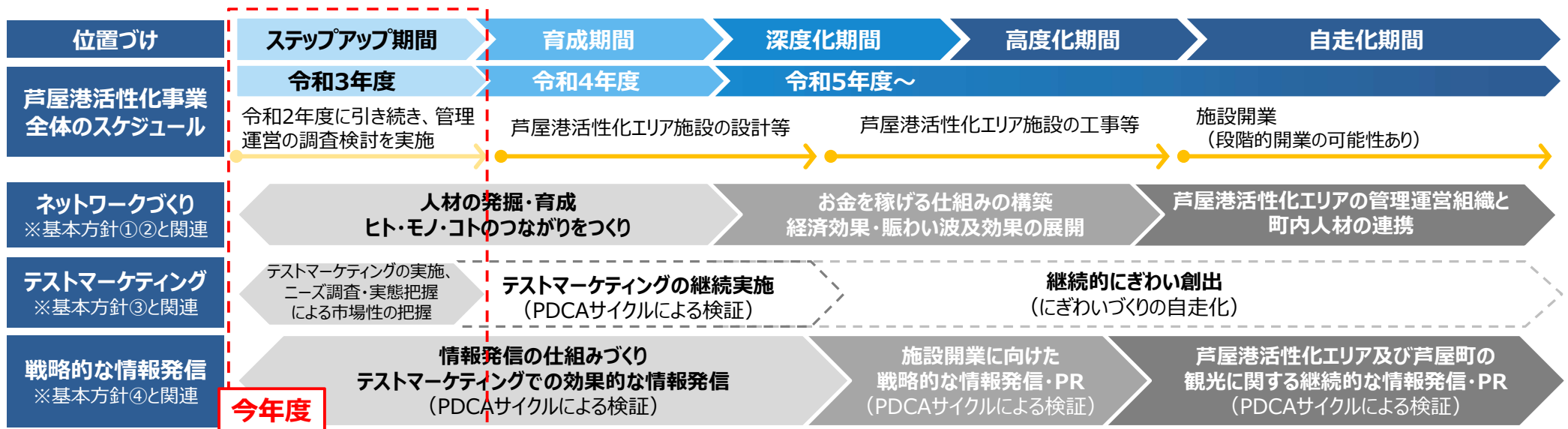
図 検討および人材の選定フロー

(5) 機運醸成事業について 進捗状況

- 機運醸成事業は、下記に示す基本的な考え方に基づき、令和4年度以降の3年間で4～6のテストマーケティング試行に向けて、取り組みをすすめています。

【機運醸成事業の基本的な考え方】

- ① 芦屋町の活性化に意欲のある人材の発掘、担い手の育成を図るとともに、芦屋町の様々な資源となる「ヒト・モノ・コト」のネットワーク化を目指す。
- ② 意欲のある人材によるワークショップやテストマーケティングを実施する。
- ③ P D C A サイクルを意識した戦略的かつ継続的な情報発信方策の立案や、SNSを活用した情報発信を行う。



2) 今年度の取り組み内容

- 今年度は、ワークショップの開催（計2回）、町内回遊マップづくり、SNSを通じた情報発信のルールづくり等に取り組んでいます。

【ワークショップの実施内容】

- ① テストマーケティングアイデアの洗い出し、具体化
- ② 情報発信内容・方法、ルールに関する意見交換
- ③ 町内回遊マップに関する意見交換

令和4年度には、テストマーケティングを試行開始

(5) 機運醸成事業について テストマーケティングのアイデア

- ワークショップにて、以下のアイデアが出されました。

【漁業】

- 有料船体験
- 漁業体験（取る→捌く→食べるのサイクル）
→飲食店などと連携し実施
- 食に関するイベント（朝市など）
→サワラサミット、サワラフェアなどの実施

【農業】

- 農産物の軽トラ販売
→他イベントと連携し実施
- インターネット販売の展開
→新たな販路拡大

【芦屋釜・芦屋鋳物】

- 酒器（焼酎、日本酒、ワイン、ビールの器）
→お湯でも熱くならない器
→県事業で実施
- 地域貢献（芦屋鋳物のブランディング）
→大内雛酒器（芦屋鋳物と大内人形とのコラボ）
- 鋳物の販路拡大

【食】

- 芦屋膳の開発
→地魚やサワラの加工食、地元農作物などを使った芦屋膳（春夏秋冬の旬の食材使用）
→飲食店、漁業、農業と連携し食材を提供
- 松本市と連携し旬の食材提供（芦屋町の不足を補足）
- マリントラスあしやとの連携

【キャンプ場】

- キャンプ場を拠点としたパッケージ化
→「魚取る、捌く、食べる、泊まる」をパッケージ化し展開
※Jeepキャンプ実施実績（2泊3日）
体験はなかったが、町外から28名来訪

- ① 芦屋釜・芦屋鋳物のブランディング
- ② キャンプおよび地域体験のパッケージ

❖ 芦屋釜・芦屋鋳物のブランディング



❖ キャンプおよび地域体験のパッケージ

