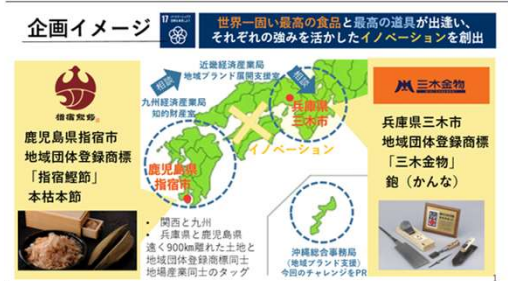


指宿鯉節×三木金物鯉節削り器『最高の鯉節をあなたの手で』

兵庫県三木市 × 山山水産加工業協同組合、常三郎

取組概要

鹿児島県指宿市山山水産加工業協同組合では、日本一の生産量と質を誇る鯉節「本枯本節」を削る「削り器」の生産等に課題があった。兵庫県三木市では、金物のまち三木の基幹産業である大工道具は、近年の工業化工法等による需要の減少に加え、伝統技術の継承等の課題があった。地域を超えて日本を代表する特産品同士が出逢いコラボする「足し算」だけでなく、さまざまなものを巻き込んだ「掛け算」によるプラスαの効果をめざす。



三木市の三木金物鉋と指宿鯉節のコラボ

基本情報

| | |
|------------|---|
| 代表地方公共団体 | 兵庫県三木市 |
| 代表民間団体 | 山山水産加工業協同組合、常三郎 |
| 他の連携団体等 | 鹿児島県指宿市 |
| カテゴリ | 地域振興・交流／農林水産業振興／ふるさと納税・企業版ふるさと納税 |
| 事業費 | 事業費 0 |
| めざすSDGsゴール | 8 豊かになり、質の高い生活を、持続可能な開発目標を達成しよう、9 産業、科学、技術革新を加速させよう、17 パートナーシップを世界に変えていこう |
| 事業化までの期間 | 2021年5月にオンライン会議から2022年10月製品化 |

取組内容



仮説と対応策



訪日外国人の鯉節削り体験の様子

| | |
|-------------|---|
| この取組で解決した課題 | 金物のまち三木の地域資源の一つである播州三木打ち刃物のひとつである鉋は、近年の工業化工法の普及による需要の減少や事業所数の減少により、持続可能な将来のため、新たな視点による取り組みが必要であった。時を同じくして鹿児島県指宿市の生産量日本一を誇る本枯れ本節を削る道具の受注に問題があり、経済産業局を通じて、世界最高の硬い食べ物と世界最高品質の鉋が出逢い、『最高の鯉節をあなたの手で』プロジェクトとして、情報発信及びふるさと納税による出口戦略を組み合わせた新たなブランドによる解決をめざしている。 また、市が抱える情報が伝わっていないという課題解決に向けて、民間企業であるアナザークロス社（複業人材派遣プラットフォーム運営）と連携協定を締結し、民間広報戦略アドバイザーを3名招致した三木市広報戦略会議を設置し、この取組を市内横断プロジェクトチームとして発信する仕組みを創り、情報発信の見える化にチャレンジするとともに、職員の人財育成に取組んだ。 |
| 解決に向けた手法 | 令和3年5月鹿児島県指宿市山山水産加工業協同組合から生産量日本一を誇る世界一高い食品である鯉節、本枯本節を削る鉋に係る相談を九州経済産業局から近畿経済産業局に連絡が入り、三木市につないでいただきプロジェクトがスタートした。令和3年11月には指宿市から三木市の鉋製造事業者常三郎を訪問いただき、課題共有から試作品製造への流れに移った。令和4年3月には、三木市から試作品を持ち指宿市山山水産加工業協同組合を訪問し、詳細に係る意見交換を行い、令和4年10月の販売をめざし進めている。なお、行政としての出口戦略として、ふるさと納税返礼品による販路拡大及びPRを担うスキームとして役割分担を行いながら進めている。 |

取組詳細

| | |
|----------------|---|
| 事業推進上の各団体の役割分担 | <p>山川水産加工業協同組合…最高級本枯本節製造 常三郎…最高の鏝削り器製造・刃研ぎ 指宿市…ふるさと納税による出口戦略 三木市…ふるさと納税による出口戦略、体験コンテンツ化、PR、連携等</p> |
| 地域関係者との連携方法 | <p>指宿市本枯本節生産量日本一×播州三木打ち刃物、金物のまち三木の持つそれぞれの突き抜けた強みを活かしたイノベーションにより新たな価値を創造し、Well-Beingな世界をめざす。 この出逢いは九州経済産業局×近畿経済産業局のネットワークから、地域ブランドエコシステム構築を協働し進める三木市に声が掛かり、情報発信とブランド化という視点で魅せながら、様々な事業と複合的に組み合わせて進めてきた。</p> |
| 資金調達方法 | 企業努力 |
| 資金調達方法の補足 | 企業努力 |
| 事業推進上の課題・工夫 | <p>行政と民間事業者との役割分担と、同じ方向でブランド化をめざすにあたる熱量の共有を行う為、双方が訪問し、信頼関係の構築からスタートさせた。担当課ではない人間がこの事業に関わり続けるために指宿鏝削アンバサダーに就任し、三木市のブランド化×鏝削という新たな視点で取り組んだ。</p> |

担当者のコメント

大工道具という飽の姿に、食との縁を結び、突き抜けた地域資源に新たな価値や意味を持たせる。そんなストーリーを描きながら、この取組を誰よりも楽しみながら進めてきた。更に自分の仕事と複合的につなぐことで、行政が補助をしながら進める姿から、持続可能なマネタイズ化をめざし、伴走することで自分たちが出来ることを考えながら、失敗を恐れず取り組んでいる。更に、人財育成の視点から情報発信に危機感を覚える若手職員と広報戦略プロジェクトチームを組み、上司と部下の関係性ではなく、自分にはない能力を持つ相棒として、能力をシェアする形でのプロジェクト推進を進めることで、庁内に横割しを刺し、さらには県をまたいだ横割しを刺すことにチャレンジしている。見方を変えることで、地域資源にスポットライトを当てる。そしてその姿を2025大阪・関西万国博覧会で世界中の人に知っていただきたい。まだまだ理解されない仕組みや取組かもしれないけれど、様々な関係者と本当の意味での仲間となり、Well-Beingな世界をめざし、突き進んでいきたい。あくまで主役は事業者であるという前提のもと、行政の役割についても見方を変え取り組んでいきたい。



人と人がつなぐ新たなブランド化

優良事例応募項目

| | |
|----------------|--|
| 取組のポイント（3つの視点） | <p>①地方創生SDGsの視点 SDG s 8 働きがいも経済成長も SDG s 9 産業と技術革新の基盤をつくろう SDG s 17 パートナリーシップで目標を達成しよう それぞれの地域資源を組合せ、近畿経済産業局がめざす、持続可能な地域ブランドエコシステムの構築により自走できる仕組みを広域連携によりめざします。</p> <p>②ステークホルダーとの連携 役割分担により、それぞれが出来ることを明確にし、補完しあう関係づくりをめざし進めている。</p> <p>③モデル性・波及性 突き抜けた強みを掛け合わせることで新たな広域連携の可能性につながるかと考える。また、チャレンジする姿と経験がまだ見ぬ波及効果を生むと信じている。</p> |
|----------------|--|