

「ディスカバー^む農山漁村^らの宝」（第3回選定）の実施について

1. 趣旨

- 「ディスカバー^む農山漁村^らの宝」は、農山漁村の活性化の優良事例を選定・顕彰することにより、同様の取組を全国に広げようとする取組であり、平成26年度からスタート。
- 有識者委員の審査を経て、平成26年度は23地区（公募地区：251地区）、平成27年度は27地区（公募地区：683地区）を選定。
- 選定地区の代表者等を総理官邸にご招待し、安倍総理御出席の下、交流会を開催。
- これまでの成果を踏まえ、優良事例の全国的広がりを一層推進するため、平成28年度も選定（第3回）を実施。

2. 公募・選定方法

- 全国的な優良事例の発掘に向けて、以下の取組を行う。
 - （1）公募
 - ・ 公募期間は2ヶ月とし、自薦及び他薦による公募方式を継続。
 - ・ 「地域おこし協力隊」や「地方創生コンシェルジュ」等を通じた積極的な情報提供。
 - ・ 政府広報やSNS（農水省Facebook、twitter、メルマガ）を通じた広報。
 - ・ 地方公共団体、各種団体による情報発信を依頼。
 - （2）選定方法
 - ・ 20地区程度を選定（「明日の日本を支える観光ビジョン（平成28年3月策定）」に記載）。
 - ・ 選定地区の認知度の広がりを図るため、広く一般から「応援メッセージ」を募集。
 - ・ 「応援メッセージ」も考慮し、最優良事例として「グランプリ」、政策テーマ（地方創生、インバウンド、輸出、女性・高齢者・障害者の活躍等）に資する取組として「特別賞」を選定。
 - ・ グランプリ及び特別賞の発表は、交流会当日に実施。

3. 今後のスケジュール

6月14日（火） 実施方針決定、公募の開始【第1回有識者懇談会】

↑
↓
8月15日（月） 公募終了、有識者懇談会委員による審査開始
(公募期間は2ヶ月)

10月頃 選定地区の決定【第2回有識者懇談会】

グランプリ及び特別賞の選定に向けて、選定地区を対象に一般からの「応援メッセージ」を募集

11月頃 グランプリ・特別賞の決定【第3回有識者懇談会】

選定地区の代表者等を総理官邸に招待し、内閣総理大臣御出席の下、交流会を開催

【選定証授与式及び交流会】

4. 今後の取組

- 選定地区の知名度向上や選定地区間の相互の取組の磨き上げ等に向けて、以下の取組を検討。
 - (1) 選定地区の更なる情報発信とインバウンド需要への対応
 - ・ これまでの取組（別紙1）に加え、選定地区のPR用動画の作成、海外旅行会社との商談会への出展、観光情報紙配信会社による情報発信を実施（別紙2）。
 - ・ 選定地区を訪日外国人等の農山漁村への呼び込みにつなげるため、食と農の景勝地、広域観光周遊ルートとの連携を検討（別紙2）。
 - (2) 選定地区間のネットワーク化等を通じた地域の魅力の磨き上げ
 - ・ 選定地区の受賞後の実態やニーズを把握した上で、選定地区内のネットワーク化（①取組みの情報共有、②更なる情報発信、③選定地区の相互の磨き上げを促す仕組み）を検討。
 - ・ また、これまでの公募地区（選定地区以外）に対するフォローの在り方についても併せて検討（別紙2）。

「ディスカバー農山漁村の宝」選定地区に係る情報発信

<これまでの取り組み>

受賞事実の新聞報道

(第1回:24回(中央紙2回)→第2回:57回(中央紙12回))

- 有識者委員による情報発信(雑誌掲載、青空マルシェ招待、現地訪問 等)
- 政府広報による情報発信(農林水産省広報誌及びSNS、内閣府政府インターネットテレビ等)
- 政府イベントと連携したPR(フード・アクション・ニッポンのイベントへの出演、シンポジウムでのグランプリ地区の講演)
- 地方農政局によるセミナー開催、事例集作成
- 政務による現地訪問(森山大臣:遠野・住田ふるさと体験協議会、佐藤政務官:馬瀬地方自然公園づくり委員会、ハートランド株式会社及びやんばる畑人プロジェクト)
- テレビ特集番組に対し団体を紹介(BS11、マレーシアテレビ番組放映)
- 選定地区の取扱い産品に関心のある民間企業との橋渡しによる出展・販売(よしもと47市場等)



・3月に行った青空マルシェの様子



・よしもと47市場への出展

今後の取組の具体検討項目(案)

(1) 選定地区(第1~3回)の更なる情報発信とインバウンド需要への対応

- 海外の旅行会社との商談会にインバウンドに取り組む選定地区の出展を支援
 - 旅行関係の業界紙等による選定地区の情報発信を働きかけ
 - インバウンドやグリーン・ツーリズムに取り組む選定地区のPR用動画を作成し、国内外向け発信サイトを通じて発信
- ⇒ 海外へのPRにもつなげていく
(例「お菓子な郷推進協議会」第2回選定地区)
- 食と農の景勝地との連携※
(選定地区に「食と農の景勝地」に係る公募等の情報を提供し、参加検討を後押し)
 - 観光庁が認定した広域観光周遊ルート(参考5)との連携
(選定地区の情報を地方のルート選定主体に提供しルートへの組み込みを依頼)

※「食と農の景勝地」とは、多様な地域の食やそれを支える農林水産業、特徴ある景観等の観光資源の魅力を効果的かつ一体的に海外発信し、訪日外国人旅行者を誘致する取組。本年秋頃には、「食と農の景勝地」の第1弾を認定する予定。



・海外旅行会社との商談会
(写真はVISITJAPAN2015の様子、第2回選定地区の「遠野・住田ふるさと体験協議会」も参加(ディスカバー選定前))



・PR用動画の発信
(写真は第1回選定地区の「ハートランド株式会社」がココヨのHPで紹介しているPR動画)

今後の取組の具体検討項目(案)

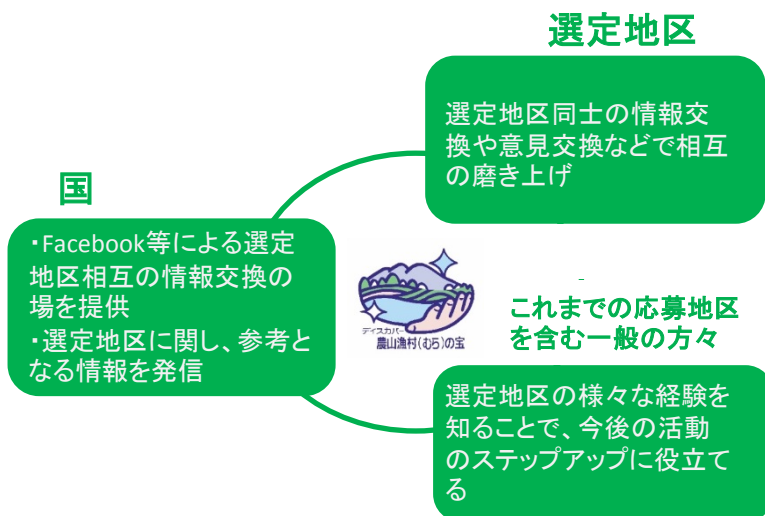
(2) 選定地区間のネットワーク化等を通じた地域の魅力の磨き上げ

○ Facebook等のSNSを活用して以下の取組を実施

① 選定地区同士で様々な経験を共有する情報交換の場の創出。
(有識者懇談会委員の参加も検討。)

② 応募地区を含む一般の方々を対象に、①で得られた参考となる情報や国の行政情報の提供などの情報発信を検討。

○ シンポジウム(選定地区による事例発表やパネルディスカッションなど)を通じた相互の磨き上げの仕組みを検討



・Facebook等を活用してのネットワーク化



・シンポジウムの開催(イメージ)