

ふるさと名物応援宣言による自治体へのメリット

「地域ブランド」をテコに地域を活性化します。

自治体が旗振り役となって、地域の多様な関係者が連携した面的な取組を行うことにより、地域資源の魅力を活かした地域ブランドによる地域活性化をすることができます！

活性化事例①

エミューを活用した耕作放棄地解消と所得向上へ

(佐賀県基山町)

- ・耕作放棄地の対策としてエミューの放牧を推進。
- ・エミュー肉を使用した「エミューキーマカレー」やエミューオイルを使用した商品開発を支援。
- ・応援宣言の効果もありテレビ・新聞(30件程度)に取り上げられ話題に。



オーストラリア原産の大型鳥エミュー

活性化事例②

有名デザイナーを使って産地をブランド化(愛媛県今治市)

- ・安価な海外製品との競争で産地は疲弊。
 - ・市の後押しで、工業組合が有名デザイナーをディレクターに起用し、国内外にPRし、産地のブランド化に成功。
 - ・最近では、「今治タオル」のショップや工房館が観光スポットとなる等、産業観光にも発展。
- 今治のタオルメーカーは現在約120社、従業員数は約2,500人



佐藤可士和のデザインしたロゴマーク

集中的な国の支援

情報発信

各市町村の「ふるさと名物応援宣言」を「ミラサポ」等を通じて一元的に情報発信します。

さらに、経済産業局(経産局)、独立行政法人中小企業基盤整備機構等の支援事業を通じて、「ふるさと名物」の認知度向上を後押しします。

「ミラサポ」は、中小企業庁のポータルサイト

人材育成

地域の関係者を巻き込み、地域の特色を活かした産品の開発や販路開拓、ブランド化等の取組を進める中核の人材を育成するため、実績ある「ふるさとプロデューサー」の下で、中長期のOJT研修を実施します。「ふるさと名物応援宣言」をした自治体の関係者は、当研修に優先的に参加できます。

優先採択に当たっては、「ふるさと名物応援宣言」が中小企業庁が定める基準に合致したものとして、原則、中小企業庁がウェブサイトで当該「ふるさと名物応援宣言」を公表していることが条件となります。

平成28年度に実施された本事業では、日本中に26カ所の受け入れ先、総勢50名の研修生がふるさとプロデューサーとして生み出されています。彼らは、それぞれの地域に戻り、プロデューサーとしての活動を始めています。

補助金

「ふるさと名物応援宣言」の対象となっている地域資源活用事業計画及び地域資源活用事業支援計画(観光協会や物産協会等が作成するもの)に対し、国の「ふるさと名物支援事業」「JAPANブランド育成支援事業」(事業者及び支援機関に対する補助金)において、優先的に採択します。

優先採択に当たっては、「ふるさと名物応援宣言」が中小企業庁が定める基準に合致したものとして、原則、中小企業庁がウェブサイトで当該応援宣言を公表していることが条件となります。