



Operation Plan

Ver.1



Operation Plan Ver.1

Contents

	<i>Page</i>
1 はじめに	13
2 各プロジェクトで展開する事業リスト	14
3 事業の具体的な内容	15
1 スポーツタウンプロジェクト	15
2 ビューティ&ヘルスタウンプロジェクト	18
3 文化と芸術のまちプロジェクト	22
4 みなかみブランドマーケティングプロジェクト	25
5 移住・定住プロジェクト	27
6 人を育むプロジェクト	30
7 みなかみハピネス計画PRプロジェクト	32

1 はじめに

この「みなかみハピネス計画 Operation Plan」では、みなかみ町の特性や素材を活かし、より効果的にまちづくりを行うため、「みなかみハピネス計画 Basic Plan」で示した各プロジェクトで展開する事業の内容を説明します。

プロジェクトで展開する事業は、施策と組織を横断しているため、その目的【対象と意図】や成果指標、成果向上余地を考察するための評価等については、行政評価システムを通じて事業担当セクションが設定している内容と整合性を保ち、連携を取りながら、優先順位を考慮して実施する必要があります。

また、町と民間企業等の双方にメリットがある事業を展開するため、「行政サービスとビジネスの接点及びコラボレートによる相乗効果」を見出しながら、町は何をすべきなのか、民間企業等に何を支援してもらうのか等、相互の役割と立ち位置を明確にしなが、タイミングを重視して進めることが求められます。

このため、町と民間企業等が常に情報を共有しながら連携を取り、プランニングから実践まで、スピード感を持って取り組み、それぞれの立場で事業実績等を評価して今後の成果向上地を検証して行きます。



Operation Plan Ver.1

2 各プロジェクトで展開する事業リスト

- 1 スポーツタウンプロジェクト
 - 1-1 町民向けスポーツ・健康教室事業
 - 1-2 スポーツを軸とした誘客事業
 - 1-3 みなかみハピネススポーツファンド運用事業

- 2 ビューティ&ヘルスタウンプロジェクト
 - 2-1 食育推進事業
 - 2-2 ドールランドみなかみファンクラブ事業
 - 2-3 みなかみハピネスファーム事業
 - 2-4 (株)ドールとコラボレートしたブランディング事業

- 3 文化と芸術のまちプロジェクト
 - 3-1 みなかみアートフェスタ事業
 - 3-2 みなかみWebギャラリー事業
 - 3-3 みなかみの歴史・文化活用事業

- 4 みなかみブランドマーケティングプロジェクト
 - 4-1 ブランドコミュニティ事業
 - 4-2 特産品ブランディング事業

- 5 移住・定住プロジェクト
 - 5-1 みなかみハピネス村運営事業
 - 5-2 みなかみに住みたいわけ情報発信事業
 - 5-3 みなかみに住みたくなる情報整備事業

- 6 人を育むプロジェクト
 - 6-1 みなかみを担う人材育成事業
 - 6-2 人材ネットワーク形成事業

- 7 みなかみハピネス計画PRプロジェクト
 - 7-1 みなかみハピネス計画PR事業

3 事業の具体的な内容

1-1	スポーツタウンプロジェクト 町民向けスポーツ・健康教室事業
-----	---

■事業概要

小学生から高齢者までの町民のみなさんを対象に、(株)デサントのネットワークを活用して著名な講師をお招きし、各種教室や講演会など、健康づくりのきっかけの場を提供します。

1 平成24年度の主な事業展開

[1] アトランタオリンピック日本代表元体操選手田中光さんの監修により、オリジナルの「ティーチャーヒカルプログラム＝体力向上教育プログラム」を活用したスポーツ・健康教室

- ① 町内全小中学生を対象とした「すこやかキッズスポーツ塾」
【(株)デサント単独費用事業】
- ② 20～49歳までの女性を対象とした「みなかみガールのための運動教室」
- ③ 40～64歳までの女性を対象とした「生活習慣病予防教室」

[2] 町内全小中学生を対象とした「アントン・ウィッキーのスポーツ&英会話教室」【(株)デサント単独費用事業】

2 平成25年度以降の事業展開

[1]の①～③については、イベント期間中の5年間毎年継続して実施する。

[2]については、今年度の様子を見て、来年度以降を検討する。

■目的

対象/町民→意図/運動の大切さや楽しさを知ってもらう。

対象/児童生徒→意図/教室等を楽しい授業の一つと感じてもらう。

1-2	スポーツタウンプロジェクト スポーツを軸とした誘客事業
-----	---------------------------------------

■事業概要

(株)デサントのネットワークと町の特性であるアウトドアスポーツのフィールド、事業者の経験、提供できるアクティビティとを融合、連携して、相乗的、効果的な誘客事業を展開します。

1 平成24年度の主な事業展開

- [1] デサントキッズスポーツ教室(夏バージョン・冬バージョン)
【(株)デサント単独費用事業】
- [2] デサント藤原湖マラソン大会の開催
- [3] (社)アウトドア連合会に所属する事業者の中からプロジェクトに賛同していただける事業者を募り、アクティビティ利用料のクーポンを発行
- [4] 来年度のからの具体化に向けた、(社)アウトドア連合会とタイアップしたツアー・イベントを企画する場の創設
- [5] (株)デサントが主催する各種スポーツコンペティションへの協力
- [6] (株)デサントがメインスポンサーとなり、みなかみ町をフィールドとして実施できるコンペティションを整理し、具体化するための検討を開始

2 平成25年度以降の事業展開

継続可能な事業を考察しながら実施し、具体化できたものから、優先順位を明確にして新規事業を随時展開していく。

■目的

対象/来訪者→意図/スポーツのフィールドとして、みなかみ町の魅力を体感してもらう。

1-3	スポーツタウンプロジェクト みなかみハピネススポーツファンド運用事業
-----	--

■事業概要

町をはじめ、みなかみハピネス計画に参画していただいているメイン企業及び関連企業、地元企業・団体、個人等から資金を募り、「みなかみハピネススポーツファンド」を創設し、資金を運用して町内で活動するスポーツ団体、指導者や選手の活動を支援します。

1 平成24年度の主な事業展開

ファンドの資金調達に関する仕組みづくりと趣旨の周知及び資金調達の開始

※現金をダイレクトに提供してもらうほかに、町内にハピネスファンド専用の特別自動販売機(清涼飲料)を設置してもらい、売り上げの一部をファンドに積み立ててもらう事業も検討

2 平成25年度以降の事業展開

資金活用の仕組みづくりと資金調達の増額、及びモデル事業への資金提供、運用内容のグレードアップ

■目的

対象/資金を提供してくれる企業・団体、個人等→意図/趣旨を理解したうえで、ファンドの資金を提供してもらう。

対象/町内のスポーツ団体、指導者、選手→意図/資金を有効に活用してもらう。

2-1	ビューティ&ヘルスタウンプロジェクト 食育推進事業
-----	-------------------------------------

■事業概要

平成24年3月20日、(株)ドールとの協働のまちづくりのシンボルとして「採る、作る、食べる」をテーマにドールランドみなかみがリニューアルオープンしました。今後、この施設を核に協働事業者である(株)ドールより健康料理のレシピの提供やフルーツ・野菜などの協賛をいただき、また、各種料理講座・講演会等を通して親子や町内外の人を対象に、食に興味を持っていただく契機となる事業を実施します。

1 平成24年度の主な事業展開

- [1] 食育推進ウィーク各種教室の開催
- [2] 夏休みフェア→ドールランドみなかみ、町内宿泊施設、アウトドア事業者と連携したパッケージ商品を開発・販売
- [3] トロピカルフルーツフェア→トロピカルフルーツを主軸に夏休みに訪れる家族向けイベントを企画・実施
- [4] ドールランド内遊具設置事業→施設内キッズスペースが好評のため、屋外にフルーツをモチーフにした遊具の設置

2 平成25年度以降の事業展開

毎年6月は食育月間であり、平成25年度以降も継続して事業を実施する。また、食育事業のプランニングにおいて、各種講座内容のマンネリ化の防止や開催期間等の検討を行う。

■目的

対象/親子→意図/調理体験や各種講座を通して、食に興味を持ってもらい心身ともに健やかに育ってもらう。

対象/町民、町外の人→意図/各種イベントに参加してもらい、食育に関する知識を持ち帰ってもらう。

2-2	ビューティ&ヘルスタウンプロジェクト ドールランドみなかみファンクラブ事業
-----	--

■事業概要

ドールランドみなかみを訪れた町内外のお客様がフルーツを「摘み取り、食べる、作る」体験をしていただくだけでなく、またドールランドみなかみを訪れたいとする仕組みとしてファンクラブを開設します。

1 平成24年度の主な事業展開

- [1] 利用者に施設アンケート調査の実施→協力者に会員カードを発行
- [2] 特典など付加価値の調整→商店・日帰り温泉施設等、観光事業者参画店の募集
- [3] 会員向け情報のコンテンツ調査と整理
- [4] 会員向け特別企画(抽選会等)の内容の調整・整理

2 平成25年度以降の事業展開

- [1] 平成25年度以降も事業を継続し、ドールランドファンの獲得を目指しながら、町内の参画事業者の募集も行う。
- [2] アンケートによって得られたドールランドに対する事業・新商品開発等の提案に基づき、具体化の可能性について検討し事業展開していく。

■目的

対象/町内外の人→意図/ドールランドみなかみのファンになってもらい応援(商品開発や消費)してもらう。

対象/商店・観光事業者→意図/ドールランドファンクラブを応援してもらい、販売額・出荷額を伸ばしてもらう。



2-3	ビューティ&ヘルスタウンプロジェクト みなかみハピネスファーム事業
-----	--------------------------------------

■事業概要

みなかみ町の土壌で生産される果物・野菜は瑞々しく地元や観光客にも好評であることから、消費から生産するきっかけづくりとして、みなかみハピネスファームを開園します。

1 平成24年度の主な事業展開

- [1] 耕作放棄地の調査と候補地の絞込み
- [2] 耕作対象者の調査とターゲットの絞込み
- [3] 管理・運営調査結果で収集したデータの整理

2 平成25年度以降の事業展開

平成24年度に調査した情報を整理し、平成25年度以降は参画する企業や関係団体と協力関係を築きながら、平成24年度に調査した情報を整理し事業の具現化について詳細を詰める。

■目的

対象/町外の人→意図/みなかみの自然を五感で感じてもらい、移住の候補地として考えてもらう。

対象/農家→意図/耕作放棄地を活用してもらい、耕作者との交流を通して楽しく農業を営んでもらう。

2-4	ビューティ&ヘルスタウンプロジェクト (株)ドールとコラボレートしたブランディング事業
-----	---

■事業概要

(株)ドールよりフルーツ栽培等に関するノウハウを提供していただき、農産物の品質を高め、また、他の地場産業とのコラボレーションにより、更に付加価値を付け地元特産品として販売を行うとともにマーケティング調査を行います。

1 平成23年度の実績

(株)ドールが実費でブルーベリー苗300本を購入し、ドールランド内のビニールハウスで栽培を開始。平成26年6月に収穫した果実で商品化しマーケティングを行う。

栽培用の機器類並びに費用は(株)ドール負担。管理はみなかみ農村公園公社。

2 平成24年度の事業展開

フルーツを和紙と桐でパッケージし、付加価値を付けて(株)ドールが富裕層向けに販売し、マーケティングを行う。

3 平成25年度以降の事業展開

平成24年度のマーケティング結果に基づき改良を行う。また、新たな農産物を特産品として選定し付加価値を付けて販売し、マーケティングを行う。

■目的

対象/農家→意図/質の高い農産物を生産してもらう。

対象/商工業者→意図/質の高い製品を開発してもらい、生産・販売額を伸ばしてもらう。

3-1	文化と芸術のまちプロジェクト みなかみアートフェスタ事業
-----	--

■事業概要

東京藝術大学と「芸術文化の薫るまちづくり」事業を展開し、町民をはじめ町外に方々に、より芸術に触れていただく機会を創出するため、卒業・修了制作作品寄贈者による個人作品展の開催やこれまで寄贈された151作品を軸に企画展を開催し、町民のみなさんに芸術文化への理解をより深めていただく活動を行います。

1 平成24年度の主な事業展開

- [1] 作品寄贈者の個展開催
- [2] 寄贈作品の企画展開催
- [3] 谷川岳高山植物図鑑の展覧会開催

2 平成25年度以降の事業展開

- [1]及び[2]については継続して開催。但し、前年度開催結果(会場、時期、来場者数)を踏まえ次年度のプランニングを実施する。

■目的

対象/町民→意図/文化芸術活動に参加し、芸術を身近なものに感じてもらおう。

対象/町外の人→意図/みなかみ町と東京藝術大学の取り組みを知ってもらい、またみなかみ町に来てもらう。

対象/アーティスト→意図/みなかみ町にアトリエを構えてもらう。

3-2	文化と芸術のまちプロジェクト みなかみWebギャラリー事業
-----	---

■事業概要

みなかみ町では平成18年度より、東京藝術大学を卒業・修了した方々の制作作品を収蔵し、町内の旅館・ホテル等で展示していますが、展示会場が広域に点在しているため1日では見切れない状況にあります。そこで収蔵作品の151作品を中心にインターネットを活用したみなかみWebギャラリーを開設し、自宅でも気軽に芸術に触れられるようにします。また、みなかみWebギャラリーは東京藝大関係者や寄贈者のネットワークを活用し、全国のアーティストが誰でも参加できるような仕組みにします。

1 平成24年度の主な事業展開

- [1] 東京藝術大学関係者とWebギャラリー基本方針の策定
- [2] WebギャラリーのHP作成にかかる調査

2 平成25年度以降の事業展開

全国から多くの出展者を募るため、町と東京藝大で築いてきたネットワークを最大限に活用しながら、平成24年度に調査したデータに基づきHPを開設、運営する。

■目的

対象/町内外の人→意図/芸術作品に身近に触れていただき、親しんでもらう。

対象/東京藝大卒業・修了生を含む全国のアーティスト→意図/①町と東京藝大の取り組みを知ってもらい、芸術のまちづくりを応援してもらい、②Webギャラリーに作品を出展してもらい、アトリエを構えてもらう。

3-3	文化と芸術のまちプロジェクト みなかみの歴史・文化活用事業
-----	---

■事業概要

みなかみ町には、若山牧水、与謝野晶子、太宰治などの文人墨客が訪れ、この地を称賛し多くの歌が詠まれています。また、秀吉の天下統一の契機となった名胡桃城址の歴史、それぞれの地域毎に獅子舞等の伝統芸能が脈々と伝承されています。

これらの歴史や伝統芸能を後世に伝承し、活かし、守るための取り組みをみなかみハピネス計画賛同企業、関係団体等からご提案いただき実施します。

1 平成24年度の主な事業展開

文学・歴史・史跡などを活用した宣伝・保存事業の企画、立案に必要な調査を行うとともに、その企画に参加する企業にタイアップを働きかける。

2 平成25年度以降の事業展開

平成24年度に調査した情報を整理し、25年度以降は参画する企業や関係団体を選定し協力関係を築きながら、収集した情報を整理し事業の具現化について詳細を詰める。

■目的

対象/町内外の人→意図/①町の歴史や文化に親んでもらい伝承してもらおう。②町の歴史や文化に触れてもらい、また来てもらう。

4-1	みなかみブランドマーケティングプロジェクト ブランドコミュニティ事業
-----	--

■事業概要

「みなかみブランド」に対する思いや価値観の共有を図り、興味を持った方をサポートメンバーに登録し、ブランドコミュニティを形成して「みなかみブランド」をツールとした情報交換と交流の場を提供します。

1 平成24年度の主な事業展開

- [1] 商工会が実施する「空き店舗事業」で開店する町内3地区(月夜野・新治・水上)の店舗にブランドマーケティングの拠点(アンテナショップ)を開設
- [2] 友好都市を中心とした地域間交流事業などで交流を強化しブランドコミュニティを形成
- [3] サポートメンバー登録時オリジナルノベルティーを配布することでサポーターの証とし、町内で消費する際、何らかの特典を受けられるシステムを構築

2 平成25年度以降の事業展開

サポートメンバーから収集した情報を分析し、特産品の開発・販売に活かすほか、コミュニティを充実、拡大するためにネットワークを強化する事業を展開する。

■目的

対象/町外者(町外団体)→意図/①サポートメンバー登録してもらう。②「みなかみブランド」を通じ町民と活発に交流してもらう。③優れた批評家として、ブランドや商品へのアドバイスしてもらう。④口コミやWebを通じ情報を発信してもらう。

対象/みなかみブランド生産者(作成者)→意図/①みなかみブランドに対する思いをコミュニティで伝えてもらう。②サポートメンバーの意見を新商品開発などに役立ててもらう。

4-2	みなかみブランドマーケティングプロジェクト 特産品ブランディング事業
-----	--

■事業概要

地元特産品の中から品質の高い商品を選定し、価値を高めると共に販売市場を拡大します。また、市場調査から消費者のニーズを把握し新商品を開発します。

1 平成24年度の主な事業展開

- [1] ブランド化対象商品(高品質)選定及び新商品の認定を行うための機関を設立
- [2] 選定、認定された商品のプロデュースを(株)Y&A、(株)ドール等と協力して実施
- [3] 企業のチャンネルを利用し、町とタイアップできる商品を探り、その商品の背景にみなかみ町をイメージさせる戦略を立案
- [4] ブランド・コミュニティ事業とリンクし、市場調査を実施

2 平成25年度以降の事業展開

- ①[商品のプロデュース]→②[商品の試験販売と市場調査]→③[市場調査結果による改良]→④[新商品の販売とPR]→⑤[売り上げからの分析]→⑥[新商品の協議、選定]→⑦[ブランド化対象商品の選定、認定]というサイクルを確立して事業を展開する。

■目的

対象/町内生産者→意図/質の高い特産品を生産(製造)してもらう。

対象/ブランディング推進協議会→意図/厳選なる審査のうえ、ブランディング対象商品の選定及び認定をしてもらう。

対象/コーディネーター→意図/商品のブランディングと市場を拡大してもらう。

対象/消費者→意図/みなかみブランドを消費してもらう。

5-1	移住・定住プロジェクト みなかみハピネス村運営事業
-----	-------------------------------------

■事業概要

「みなかみハピネス村」を開設し、村長及び副村長をみなかみハピネス計画に関係する著名人に依頼し、その方のネットワークを活用して、みなかみでの田舎暮らしの様子をリアルタイムで発信するとともに、みなかみハピネス計画のHP等で、誰もが田舎暮らしに参加できる仕組みをつくり、情報を交換できる場を提供します。

1 平成24年度の主な事業展開

- [1] みなかみハピネス村の基地となる古民家の再建築と運営に関する具体的な計画を策定
- [2] みなかみハピネス村の村長、副村長についての確約
- [3] 古民家の再建築に携わってくれる人を募集
- [4] 情報を発信する仕組みを構築

2 平成25年度以降の事業展開

- [1] 古民家の再建築
- [2] 古民家を活用した田舎暮らしをスタート
- [3] 田舎暮らしの情報をリアルタイムで発信
- [4] SNS等でみなかみの田舎暮らしに興味を持っていただいている方々にダイレクトで移住を提案

■目的

対象/村長、副村長ほか村民→意図/みなかみハピネス村で生活し、田舎暮らしの様子をWeb上で発信してもらう。

対象/田舎暮らしに興味のある町外者→意図/みなかみハピネス村の様子をWeb上で見てもらう。



5-2	移住・定住プロジェクト みなかみに住みたいわけ情報発信事業
-----	----------------------------------

■事業概要

町民のみなさんから、みなかみが大好きな方を募集し、みなかみハピネス計画のHP活用して、様々な切り口から「みなかみに住みたいわけ」をコメントしてもらい、町外者がみなかみに住みたいくなるような情報発信することで、みなかみに住んでみたいと思えるような情報や機会を創出します。

1 平成24年度の主な事業展開

- [1] 町民のみなさんから、みなかみが大好きな方を募集→町内のみなかみサポーター
- [2] みなかみが大好きな町民からみなかみに住みたいわけをコメントを聴取
- [3] コメントをみなかみハピネス計画のHPに専用ページを設置して情報を発信
- [4] HPにアクセスした方から、コメントをもらい情報交換を実施

2 平成25年度以降の事業展開

平成24年度に実施した事業を継続して行い、情報交換の内容が充実してきた段階で、みなかみ町に移り住む意向がないかなど、具体的なコンタクトをとるように展開する。

■目的

対象/町外者→意図/みなかみが大好きで、みなかみで暮らす方のみなかみに住みたいわけを知ってもらう。

5-3	移住・定住プロジェクト みなかみに住みたいくなる情報整備事業
-----	--

■事業概要

みなかみに住みたいわけ情報発信事業で収集した町民のみなさんの「みなかみに住みたいわけ」コメントやみなかみクラブメンバー、みなかブランドサポートメンバー等、みなかみを応援して下さる方々からのコメント、土地建物など住環境に関する様々な情報を収集して取りまとめ、移住定住専門の情報誌を発行するほかWeb上で公開します。

1 平成24年度の主な事業展開

情報誌とWebサイトを作成するための情報を収集する。

2 平成25年度以降の事業展開

収集した情報を取りまとめて情報誌を作成し、Webサイトを開設する。また、みなかみへの移住について、興味を持っていただいた方に、土地建物等の物件を紹介する。住環境に関する情報の充実と物件等の紹介は、継続して実施する。

■目的

対象/みなかみ町を応援して下さる方々(町民・町外者)→意図/みなかみに住みたいくなるようなコメント等を提供してもらう。

対象/移住を考えている町外者→意図/情報誌及びWeb上でみなかみの情報を見て、みなかみの良さを感じてもらう。

対象/町内外の不動産業者→意図/事業の趣旨に賛同していただき、土地建物に関する情報を提供してもらう。



Operation Plan Ver.1

6-1	人を育むプロジェクト みなかみ町を担う人材育成事業
-----	------------------------------

■事業概要

町の特性を活かした地域づくりや産業振興に意欲のある町民を対象に、中長期的な研修プログラムを提供し、スキルを磨きあげ、町の次代を担う人材を育成します。

1 平成24年度の主な事業展開

アグリツーリズム調査研究事業(参加者12名程度を予定しており、目標とする指標は100%)

2 平成25年度以降の事業展開

テーマを設けた研修事業を企画立案して実施する。

■目的

対象/町内の自営業者→意図/先進地視察研修や勉強会を通じてスキルを磨きあげ、町の特性を活かした地域づくりや産業振興を担う人材を育成する。

6-2	人を育むプロジェクト 人材ネットワーク形成事業
-----	----------------------------

■事業概要

みなかみ町のまちづくりを応援する都市住民等による「(仮称)みなかみクラブ」を創設して、みなかみ町のまちづくりに対して、アイデアや物的・人的支援をして頂ける方々のネットワークを形成し、その方々との協働のまちづくり活動を展開します。

1 平成24年度の主な事業展開

みなかみクラブの創設

2 平成25年度以降の事業展開

順次入会者数を増員する。

■目的

対象/都市等町外に暮らしながら、みなかみ町のまちづくりを応援・協力する意志のある人→意図/みなかみクラブに入会し、まちづくりに協力してもらう。



Operation Plan Ver.1

7-1	みなかみハピネス計画PRプロジェクト みなかみハピネス計画PR事業
-----	---

■事業概要

町民にみなかみハピネス計画を周知するとともに、各種メディアやイベントへの参加を通してみなかみ町やみなかみハピネス計画の取り組みを町の内外にPRします。

1 平成24年度の主な事業展開

町民に対するみなかみハピネス計画の啓発とメディア対応

2 平成25年度以降の事業展開

成果・実績を考察し、継続的に、より効果的に事業を展開する

■目的

対象/町民→意図/みなかみ町スポーツ・健康まちづくり宣言を具現化するための「みなかみハピネス計画」を周知して展開する事業に参加協力してもらう。

対象/メディア→意図/みなかみハピネス計画の取組を取材してもらい、みなかみ町の認知度を高める。

みなかみハピネス計画 Operation Plan Ver.1

公表年月日

みなかみハピネス計画 Operation Plan Ver.1

平成24年5月23日

企画・作成

みなかみ町役場 まちづくり交流課

監修

株式会社ヤマノアンドアソシエイツ

みなかみ
ハピネス
計  画

Basic Logo



Four Seasons Logo
Summer Version

「みなかみハピネス計画」というキャッチフレーズとロゴタイプのデザインは
エディトリアル・ディレクター(雑誌編集者)/石川次郎さんの監修です。