



若手後継者育成事業報告書

熊本県商工会青年部連合会

事業名 花の巨大迷路による観光アピール事業

実施商工会青年部 菊陽町商工会青年部

事業の目的 商業集積や人口増加が著しい菊陽町ですが、観光の面では、阿蘇方面や菊池方面への素通り通過が多く、観光の目玉になるものはありません。そこで町の休有地を利用して「花の巨大迷路」を計画、町民や周辺の他地域へ菊陽町をアピールし、来訪いただく機会を提供することを目的に計画しました。実行にあたっては、商工会青年部を中心に、JA 青壮年部等や菊陽町等の協力体制を整え、種から 3 か月間育てて、開花時期の約1か月間を迷路開放期間とし、ロングランのイベントとなった。次年度以降も継続し、事業拡大を図っていく計画。

準備育成期間 7月～9月（約3か月間）

実施時期 平成25年10月～11月中旬（約40日間）

実施場所 光の森多目的広場（菊陽町光の森地区の町所有の休有地）

事業経過の抜粋

【6月】 花の巨大迷路の内容検討・許認可申請等(青年部、農協青壮年部、菊陽町等)	
【7月】 1,000個のプランター、腐葉土、種等の準備、各種団体80名で種植え実施	
【8月】 花の育成、水やり、草取り、追肥は毎日当番制(青年部、農協青壮年部)	
【9月】 花の迷路の予告 PRや案内看板の設置(菊陽まち遊び)	
【10月】 花の迷路の作成	10/ 5(土)
コスモスの花の巨大迷路オープニングイベント実施	10/ 6(日)
【11月】 撤収作業等、次年度以降への反省点や改良点の集約	11/17(日)
【12月】 翌年度へ向けての菊陽町への陳情の予定	

成果や効果

- ・オープニングイベントに約500人が来場し、延べ6,000人以上の来場者あり
- ・菊陽町商工会で主催した「菊陽まち遊び」への波及効果、宣伝効果があった。
- ・商工業者と農業者の初めての共同イベントとして内外より高い評価があった。
- ・ロングランのイベントとしては低コストで実施できたことも大きい成果であった。
- ・祭り等の短期間のイベントとは違って、来場者の評価も高く、達成感もあった。
- ・町行政、マスコミ、各種団体が協力的でPR効果を十分に得られた。

反省点等

- ・夏場の毎日の水やりや草取りなど関係者の負担が大きかった。
- ・専用の駐車場がないため、周辺への影響や迷惑駐車が多少あった。
- ・公園なのでコストは掛からないが、公園行事のバッティングで場所が隅となった。

総事業費 約 600,000 円（内若手後継者等育成事業より 50 万円）

事業名 CosaiCosa（甲佐行こうさ）
～九州のど真ん中から New Life Style を発信中～

事業実施商工会名 甲佐町商工会

事業の目的 甲佐町の空き店舗や空き家を活用し、若い起業家（ターゲットは20代～40代）を県内外から募集して移住していただく。また集客により人を呼び込む事が出来れば、甲佐町が活性化されていく。他にも空き店舗等を活用するメリットとして、景観や、放火・倒壊の防止など安全性の面でも効果が期待される。

そこで、商店街の現状と空き店舗の状況を町内外の多くの人々に知っていただくことが、空き店舗解消による活性化の第一歩であると考えた。まずは、本事業により甲佐町商店街のPRと現状の周知により、商店街内に存在する空き店舗等の現状を知っていただき、その利活用を促していくことを目的とする。

イベント名及び日時 甲佐蚤の市 平成25年9月29日（日）

事業内容 空き店舗のある商店街の一部を歩行者専用道路とし蚤の市を開催。町外の出店業者並びに来場者を呼び込み、空き店舗への出店を促すとともに甲佐町をPRする。

事業効果 9月29日（日）甲佐町商店街（甲南通り）にて「甲佐蚤の市」を開催した。県内外から32の事業者が露店営業し、約2,000人の来場客があった。

事業目的である、町外の事業所と消費者を甲佐町に呼び込み、空き店舗活用事例の紹介（写真・過去の空き店舗活用事業者からのアンケート回答内容をパネル展示）や甲佐町の良さをPRし、空き店舗活用や移住意識を喚起するという事業目的は達成できた。（9/2TKUかたらんね出演、9/24KABクマパワ取材放送、9/24TKU取材ニュース報道、9/30熊日掲載）

また、移住等に関する来場者アンケートを実施し、次年度甲佐町が実施する計画である空き家バンク事業への参考資料としていただくため、その結果を報告した。

事業企画から実行し集客を得るという流れは、企業経営における立案・実行・評価・改善と同じであり、それを部員自ら主体的に実施した本事業は、各部員達の事業活動にも大変役立つ有意義なものであったと考えられる。

本事業終了後、今回の事業参加者（出店者）の空き店舗への入店が1件決まった。この事業がきっかけでの結果ではないが、実際に出店して良い感触が掴めたとのことであった。

行政や地域住民からの協力なくしてはできない事業であった。初めての事業にもかかわらず、町民の方々からの評価が高かったのは事業目的から少しずれた「にぎやかし」の部分についてのことであったと思われる。

反省点等 継続開催の要望があるので、事業目的である空き店舗対策や移住意識の喚起についてを町民へ明確にPRするなどの改善を図って実施していきたい。

また、空き店舗の紹介等については宅建業法による規制があるので、今後は宅建業者や行政と連携して、町の発展に繋がるような事業を実施していきたい。

氷川町商工会 八代市商工会

事業名 八代・氷川筋歴史観光ウォーク事業

事業実施商工会名 氷川町商工会、八代市商工会

事業の目的 江戸時代末期に氷川町宮原から釈迦院（八代市泉町柿迫）までの道筋を描いた「氷川筋往還絵巻」の存在を広く地域の方々、特に子供たちに知ってもらうことにより地域文化の継承を図るとともに、「氷川筋往還絵巻」に描かれている景勝地や史跡、歴史的建造物等を絵巻に沿って探索するウォーキングを氷川流域の新しい観光のモデルケースとして提案することにより、八代地域の観光事業の活性化につなげていくことを目的とする。

対 象 八代・氷川地域在住の児童と学生及び保護者、歴史に興味を持っている方

実施時期 平成 25 年 11 月 17 日（日）

実施場所 八代市東陽町「東陽交流センターせせらぎ」から 氷川町宮原「三神宮」の往復約 8 km の道筋周辺

内 容 【歴史観光ウォーク】

参加者には、コースマップ（氷川筋往還絵巻の縮小版）を手渡して、片道約 4km のコースを青年部員等が同行して散策を行った。道筋に点在する史跡等には、青年部員を 1～2 名程度解説担当者として配置し、参加者に対して説明を行い、氷川筋往還周辺の観光資源に対する理解を深めていただくことができた。

①募集人員：150 名程度

②参加募集：八代市・氷川町の広報誌を活用するとともに、小学校にチラシなどを配布する。

③コ ー ス：八代市東陽町「東陽交流センター せせらぎ」から氷川町宮原「三神宮」の往復 8km の道筋周辺コース

④参 加 費：500 円

成果と効果 地域外からの参加者も多く、109 名の参加となり、当初の計画よりも多くの方に参加いただくことができ、八代地域への興味の高さを窺うことができた。更に、地域外へも今回の取り組みの情報を発信したことにより、八代・氷川地域の観光の魅力アップにも役立つこともわかり、観光事業の活性化につながる事が確認できた。また、八代地域内の他地域における観光モデルケースとしての活用も可能だということが確認できた。

反省点等 今後は、九州国際スリーデーマーチなどを活用し、地元の祭りウォークを連携するとともに、地域のウォーク愛好者を増やすだけでなく地域内に限定されやすい祭りの客を地域外から集めることが望まれる。また、参加者の年齢層が予想していたより高かったため、若年層をいかに取り込むかも課題となった。当日は、雨天であったためコースについては、雨天時のルート変更を再検討する必要がある。参加者の中にはウォークを楽しむことが中心にしている方も多かったため、史跡・歴史的建造物等への興味をいかに高めて、目を向けてもらうのかも課題として残った。

事業名 イルカと子供の夢島プロジェクト

実施商工会青年部 天草市商工会青年部

事業の目的 天草はイルカウォッチングをはじめ、自然あふれる癒しの観光地である。その癒しの力を結集させたツアー「ヒーリングツアー」を開発し、これからの天草の新たな観光商品として売り出すべく、モニターツアーを開催する。
対象としては天草市の小学校に通う生徒で、特別支援学級に在籍する生徒および保護者である。子供達へのヒーリング効果はもちろん、保護者への効果波及を目的に実施する。

準備育成期間 9月～11月（約3か月間）

実施時期 平成25年11月9日（土）、10日（日） 一泊二日

実施場所 天草市五和町（イルカウォッチング）、御所浦町（観光、宿泊）

事業経過の抜粋

【6月】	11日: 県青連プレゼンにて予算(50万円)の獲得
【9月】	25日: 第1回プロジェクト会議(本渡にて)
【10月】	6日、7日: モニターツアーを予定したが、台風により延期 21日: 第2回プロジェクト会議(御所浦にて)
【11月】	9日、10日: モニターツアー実施
【2月】	25日: 第3回プロジェクト会議(御所浦にて)

成果や効果

- ・天草市佐伊津小学校の特別支援学級より生徒4人、保護者4人の参加であった。
- ・イルカウォッチング、ヨガ、太鼓演舞体験、化石発掘と体験型のプログラムを中心に構成した為、心身共にリフレッシュできる内容になった。(アンケートより)
- ・行った旅行プランに対し目安となる金額を調べる為にアンケートを行った。今後実際に商品とする際の金額設定の参考にする。
- ・運営側、参加者から本プランの需要、有効性を確認することができ、これからの具体的な商品づくりの良いデータが採取できた。

反省点等

- ・子供達への理解が不足しており、今後様々な対処法を学ばなければならない。
- ・参加者が少ないこともあり、コストが高くなってしまった。ニーズに合致した金額でプランを作成することが今後の一番の課題である。

