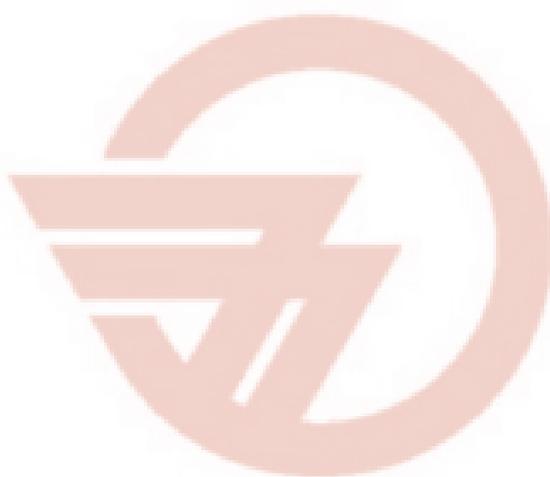


**五條市**

# **地域・産業ブランド戦略**



平成 29 年 3 月

五 條 市

## はじめに

### ○地方創生における五條市地域・産業ブランド戦略の位置づけ

地方創生とは、『まち・ひと・しごと創生法』に基づく取組で、人口や経済活動の東京一極集中を是正し、持続可能な地域社会を構築するため、地域が知恵を絞り、各々の資源を十分に活かし、選ばれる『まち』となるための取組のことです。

五條市においては、平成 27 年 10 月に『豊かな自然と歴史が織りなす なごみとロマンとふれあいの創造都市への創生』をテーマに、五條市版総合戦略が策定され、平成 28 年度には、国の地方創生加速化交付金を活用し、五條市版総合戦略の具体化に向けた取組を行ってきました。

その取組の一つとして「五條市地域・産業ブランド戦略」が位置づけられています。

### ○五條市地域・産業ブランド戦略とは

#### ～選択される地域ブランドをめざして～

五條市には、特色ある自然・歴史資源、豊かな農林水産資源があり、それらを産業や交流へとつなげる人々の営みがあります。しかしながら、現状ではそうした地域資源や人々の営みが、地域のイメージとして、あまり市外の人々に認知されていません。

つまり、五條市という地名を聞いても連想されるものがなく、その地で生産される商品を購入してみたい、その地に行ってみたい、暮らしてみたいといった意識につながりにくい状況にあります。

五條市が、暮らしの場として、観光や消費の場として、あるいは働く場として認識され、その選択肢の1つとなるためには、五條市に由来するイメージを共通化し、発信していく「地域ブランド化」が重要です。

そこで、五條市地域・産業ブランド戦略では、各地域の資源や人々の思いを踏まえ、五條市の地域ブランド化に向けて必要な取組と、その推進手法についてお示しします。

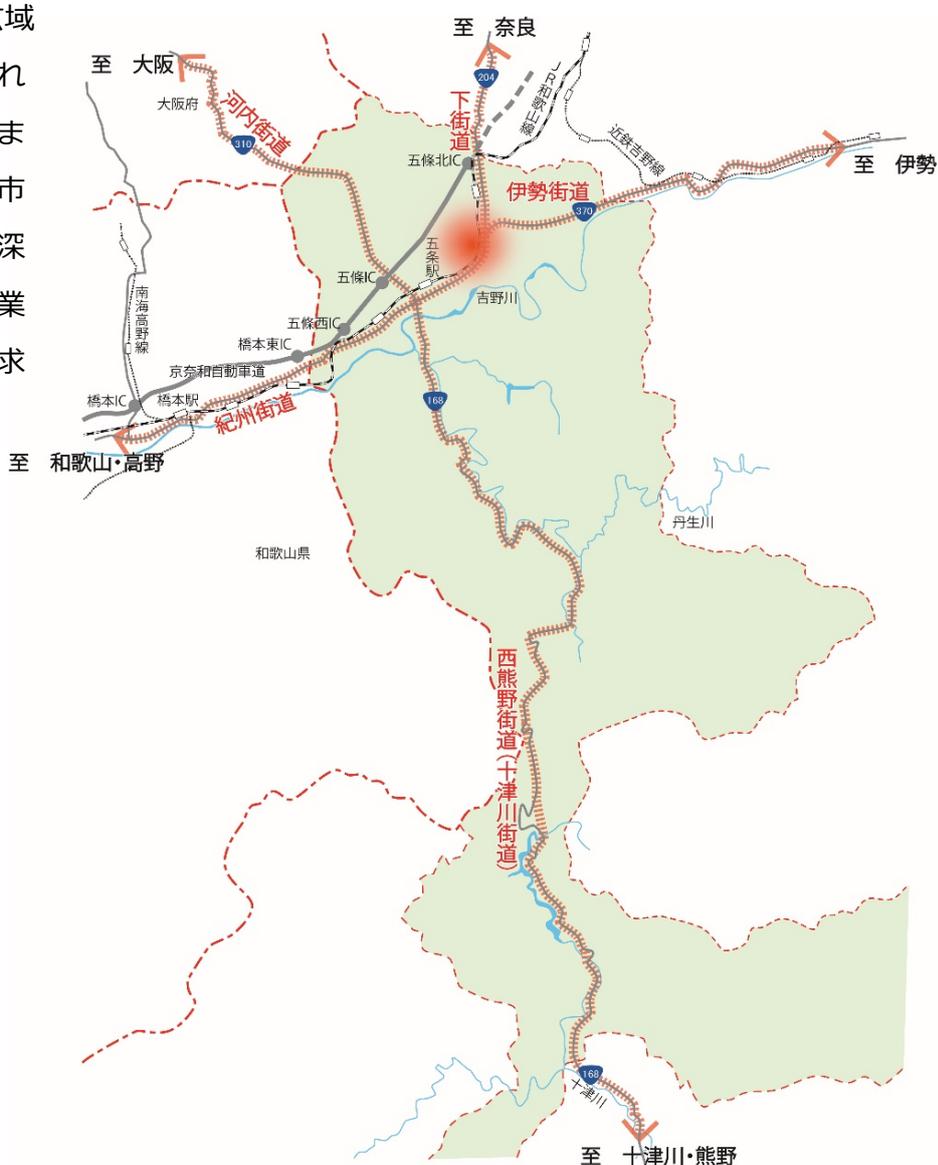
## 五つの道と人が交わるまち

# 五條 = 五条 × 人

五條市は、古くより五つの街道が交わる交通の要衝であるとともに、道だけでなく、人や文化の交わりも生まれるまちであったことから「五條市」となったという説があります。

その名の通り五條市は、紀伊半島のほぼ中心、さらに、金剛、吉野、高野の真ん中に位置し、道を通して、奈良、伊勢、大阪、和歌山・高野、十津川・熊野などの各方面と「つながる」ことにより、かねてより南和地域の中心的役割を果たしてきました。

京奈和自動車道が供用され、広域的なネットワークがさらに強化されようとする今、このような本市のまちの歴史や特性を強みととらえ、市内外の人や資源との連携をさらに深めながら、地域の可能性、民間事業の可能性を最大化していくことが求められています。



# 資源の数だけ、物語がある

## 地域の宝 = 資源 × 物語



### 【山岳信仰】

狩猟民族等の山岳と関係の深い民族が、山や自然に対して抱く畏敬の念、恐れ敬う感情などから発展した山岳信仰が今も息づいている

### 自然や生活の中から生まれた信仰

御霊信仰 **山岳信仰**  
修験道 辯天宗



### 【吉野川祭り】

日本の花火文化の礎となった花火師「鍵屋弥兵衛」は五條市大塔町の出身と伝わっており、弥兵衛が花火造りを始めたと言われる吉野川では、毎年、レーザー光線と花火で、夏の夜空が彩られる

### 生活に根付く 伝統行事

吉野川祭り 岳祭り  
陀々堂の鬼はしり  
流し雛



### 【陀々堂の鬼はしり（国重要無形民俗文化財）】

毎年1月14日、大津の念仏寺陀々堂では燃えさかるたいまつを振りかざした父鬼・母鬼・子鬼が堂内を豪快に走り回り、住民の災厄を払う火の祭典「鬼はしり」が行われる

### 生産量日本一の柿をはじめとする農産品

**柿** つるし柿  
梅



### 【柿】

五條市は西吉野地域を中心に、広大なカキの果樹園が広がり、全国有数の産地である

### 【ジビエ】

ふるさとの野山で共に暮らしているイノシシや鹿の命を大切に思い、五條市食肉処理加工施設「ジビエール五條」を整備し、新たな特産物としてジビエの活用を進めている

### 過去～現在へ 受け継がれる 食文化

**柿の葉寿司 ジビエ**  
柿の加工食品



### 【柿の葉寿司】

熊野灘で獲れたサバは、塩漬けされ紀ノ川・吉野川をさかのぼり、五條へ運ばれており、そのサバの切り身に酢を加えたにぎりをつけて、裏山の柿の葉で包む柿の葉寿司が、郷土食として知られている

地域の数だけ資源があります。そしてそこには物語があります。

それらは、地域の宝として、人々によって受け継がれ、語り継がれています。



#### 【幻の五新鉄道】

五條市から新宮市までを結ぶ構想であった「五新線」は、経済社会情勢等の変化により開通の夢途絶えた未成線である

### 叶わなかった想いを伝える物語

#### 幻の五新鉄道

天誅組 賀名生皇居跡

### 街道沿いに残る寺社仏閣

大澤寺 栄山寺

御霊神社  
金剛寺

#### 【金剛寺】

金剛寺の薬師如来は「病気封じの薬師さん」といわれ、七福神の大黒天とともに「長寿と福を授かるお寺」として知られている



### 古の歴史を伝える街並み

栗山家住宅 藤岡家住宅  
五條新町

#### 【五條新町】

慶長13（1608）年に松倉重政がひらいた五條新町には、様々な年代を代表する建築様式が残されており、その歴史的景観は重要伝統的建造物群保存地区に指定されている



### 豊かな自然・景勝地

金剛山 賀名生梅林  
森林（山林） 温泉  
日本あかね

#### 【日本あかね】

江戸時代に初演の人形浄瑠璃で「大和五條のあかね染」とも語られることにちなみ、日本あかねの栽培が行われている

### 季節ごとの様々なアクティビティ

#### 自然体験

カヌー 鮎釣り  
BBQ キャンプ

#### 星のくに

#### 【星のくに】

緑あふれるすがすがしい高原にあり、夜には満天の星空を見上げながらロマンティックな気分になることができる



#### 【自然体験】

春や秋は吉野山の桜や紅葉を巡るウォーキング、夏には吉野川での川遊び、冬には金剛山に挑むトレッキングなどが楽しめる



## 思いの数だけ、可能性が広がる

---

可能性 = 地域の宝 × 思い

五條市の各地には、地域の宝を磨き、生業としている人達がいいます。

それぞれが、自らの事業の未来と地域の未来とのベクトルをあわせて、集客や販売促進に努力されています。

人口減少が進むこの五條市に、どのようにすればお越しいただけるか、知名度を上げられるか、そして、五條市を好きになってもらえるかを考え、行動されています。

五條市の活力を維持したい、向上したいという思いは皆同じなのです。

しかし、それを実現するための場所や手法は様々です。

また、それぞれの活動は、まだまだ個々の動きにとどまっているようです。

そして、個々の動きをつなげるには地域特有の難しさもあるようです。

**地域の宝とそれに対する人々の思いの数だけ、まちづくりの可能性は広がります。**

**思いをつなげることで、様々な場所や手法の組み合わせが生まれてくるのではないのでしょうか。**

<事業者へのヒアリング調査で得られた地域の思い>

### 五條の由来である五街道への注目を

- ・五條市を認知してもらうには、五條の由来である5つの街道に注目し、その要としての役割を考えるとよい
- ・吉野、高野など、周辺地域・自治体との連携が必要である

### ここにしかないものに着目しアピールしたい

- ・五條市の食や農への着目、ブランド化が必要である
- ・温泉は各地にあるが、星との組み合わせとなるとほかにはない
- ・ジビエの加工施設は、県内では五條市にしかない
- ・奈良県下で唯一ラフティングができる場所がある

### 個々の動きをつなげ連携して取り組むことが重要である

- ・新しいことを持ち込んでも受け入れられにくい風潮がある
- ・個別に努力しているが、事業者間の連携がないためエリアとしての魅力が創出できていない
- ・個々の動きをつなげ、情報発信の窓口を1つにして、PR活動を展開する必要がある

### 逆転の発想が必要である

- ・五條市は、何も無いことを魅力としてアピールしてはどうか
- ・捨てるもの、使われていないものを売れるものにするという発想が必要である

## 地域をつなげ、新たな夢を描く

---

# 新たな物語 = 地域の宝 × ネットワーク

つながらなかった五新線。

叶わなかった天誅組の思い。

南朝の歴史に代表される栄枯盛衰。

赤根屋半七の恋物語。

五條市では、こうした実らなかった物語が長く語り継がれてきました。

しかしこうした物語は、五條市にとって決して負の遺産ではありません。

かつて叶わなかった思い、つながらなかった歴史があるからこそ、そうした題材をテーマに、今こそつなげるとどうなるか、という夢を描くことができます。

**街道のまち五條は、かつてよりつながることによって発展してきたまちです。**

**これからの五條市では、5つの街道周辺に有する宝を活かし、つなげることによって、新たな物語やイメージを描いていきたいと考えています。**



## 人をつなげ、夢を実現させるチームをつくる

---

# 実現性 = 個々の思い × ネットワーク

新たなまちづくりの物語やイメージを描き、それを実現させるためには、個々の事業者単体の動きや既存の組織体制では限界があります。

事業者それぞれが地域の課題を共有し、その解決に向けた協働での取組をコーディネートする場が必要です。また、新しい発想力と行動力を持った人材、そして、課題解決のための財源も必要となります。

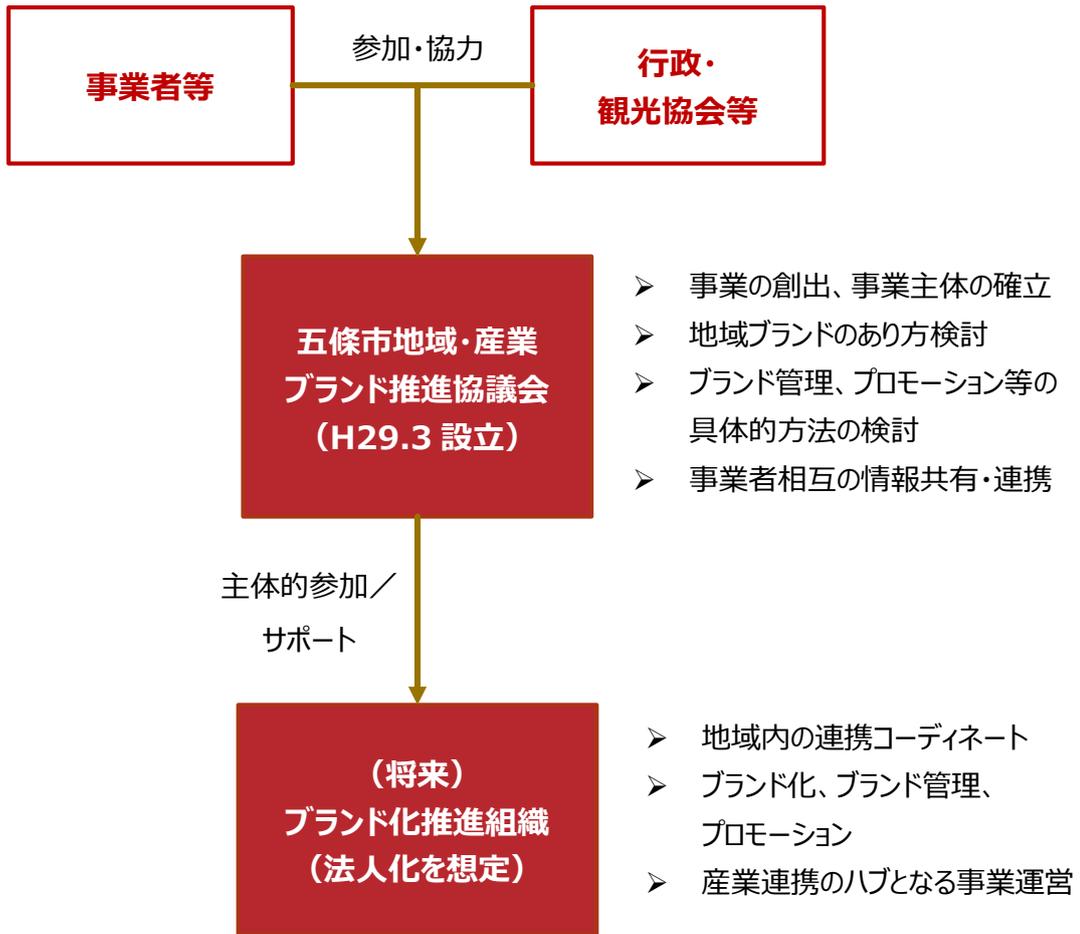
こうしたことを実現させるためには、新たな地域連携の核となる組織が必要です。

平成 29 年 3 月、五條市内外の民間事業者の参画によって、五條市地域・産業ブランド推進協議会が立ち上げられました。

この協議会は、「五條市の地域ブランド化に取り組む主体や地域ブランド化を支援する主体により、五條市内各地にある地域資源を最大限に活用し、五條市の産業振興や雇用促進につなげるための事業を創出するとともに、それらの事業を通して、五條市の地域ブランドを高めるための方策を検討し実践する」ことを目的に設置されました。

**これまで個々に活動してきた事業者が、ひとつのチームを結成し、地域の利益と自らの利害関係を考えながらともに行動しようとする、五條市にとってかつてなかった動きが生まれたのです。**

<ブランド化推進組織形成の流れ>



## ブランド力を高める

---

**ブランド化とは、地域に由来するイメージや価値を共通化し、地域の経済力を継続的に高めるため、地域が共有できる価値を具体化する行為であると考えます。**

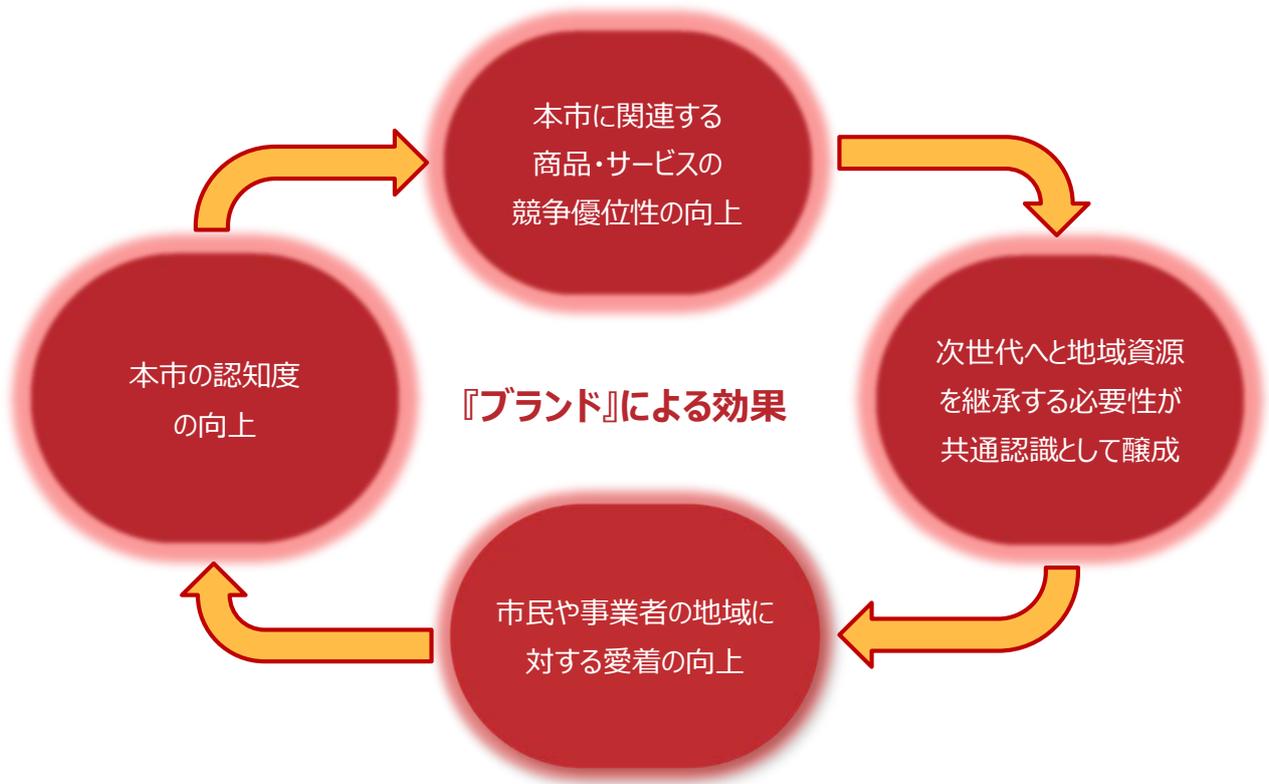
ブランド化により、本市に関連する商品・サービスの競争力が高められるとともに、本市の認知度の向上、市民や事業者の地域に対する愛着（シビックプライド）の向上にもつながることが期待されます。

また、有形無形の地域資源が経済活動と結びつくことで、次世代へと地域資源を継承する必要性が、共通認識となっていくことも期待されます。

ブランドを考える場合、地域全体のブランドから個々の商品・サービスのブランドに至る、階層を体系化して管理することが重要となります。

本市では、**市を上位の「地域ブランド」と設定し、その下位階層は地区ブランドや商品・サービスブランドなど、「地域資源ブランド」が臨機応変に関係性を保てることが望ましいと考えます。**

<ブランドによる効果>



<ブランドの階層性のイメージ>

	京都府	ニセコ町	輪島市	五條市
地域ブランド	歴史・伝統文化・高品質	北の大地・豊かな自然	能登半島・歴史・技	
地域資源	京野菜 観光地	体感型観光	伝統工芸 地域体験	・地区ブランド ・商品・サービスブランド等
	賀茂なす 寺社仏閣	パウダースノー 尻別川 (清流日本一)	輪島塗 (漆器業) 朝市・輪島塗体験	

※本市において独自に分析・整理

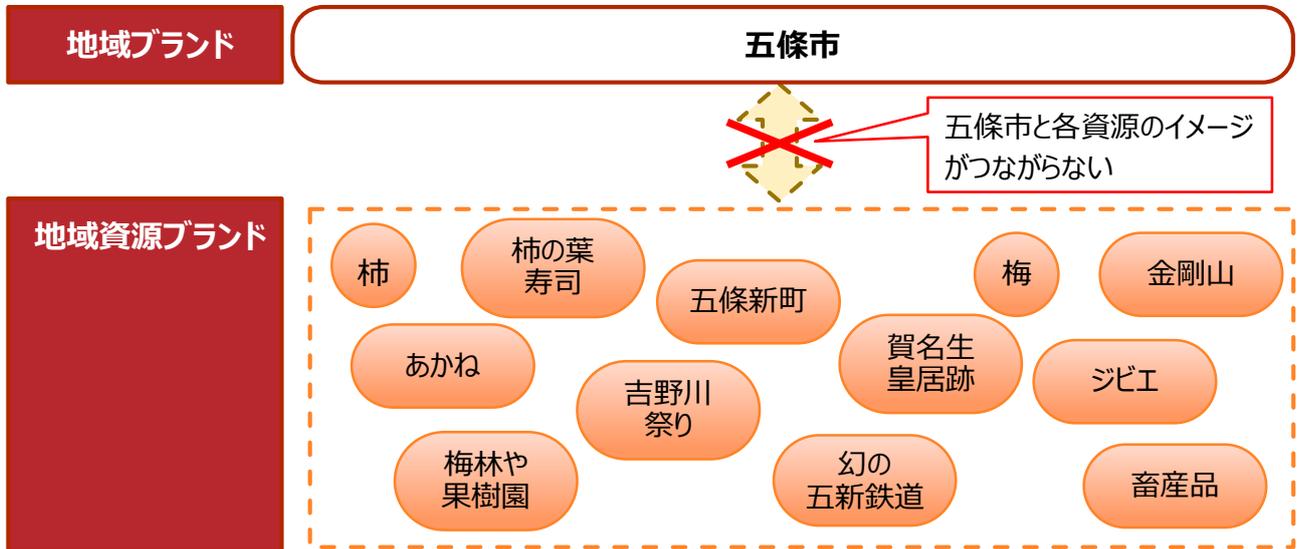
## 「資源」のイメージと「五條市」のイメージをつなげる

---

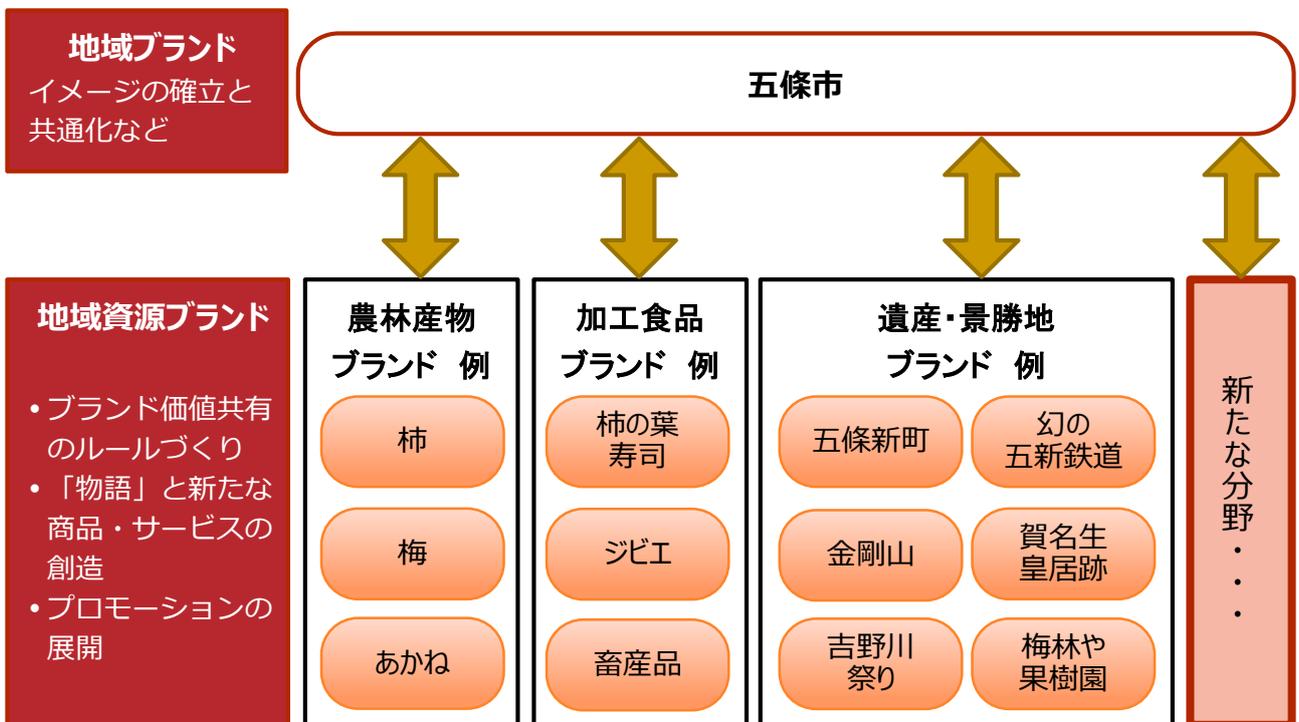
五條市及び地域資源の認知度は非常に低く、「地域」「資源」ともにブランドが確立されているとは言えません。「歴史・文化のまち」や「魅力的な街並みや歴史的建造物」は比較的まちのイメージや評価につながっている一方、本市の特徴的な地域資源である「柿」「柿の葉寿司」「吉野川」「金剛山」などはまちのイメージや地域資源の評価につながっているとは言えない現状にあります。

そのため、「**地域ブランド**」のイメージ向上、「**地域資源ブランド**」の価値共有のルールづくり等に、**体系的に取り組むことによって、各資源のイメージと五條市のイメージをつなげていく必要があります。**

<地域ブランドの現状>



<地域ブランドの方向性>



## 地域ブランドのルールをつくる

---

本市におけるブランド価値を統一していくため、「ブランド認定」、「品質管理」、「地域資源ブランドの育成」に関するルールをつくる必要があります。

### ○ブランド認定

地域イメージ、ブランドの価値観の統一をめざして、ブランド管理ポリシー、認定基準、認定者を設定します。

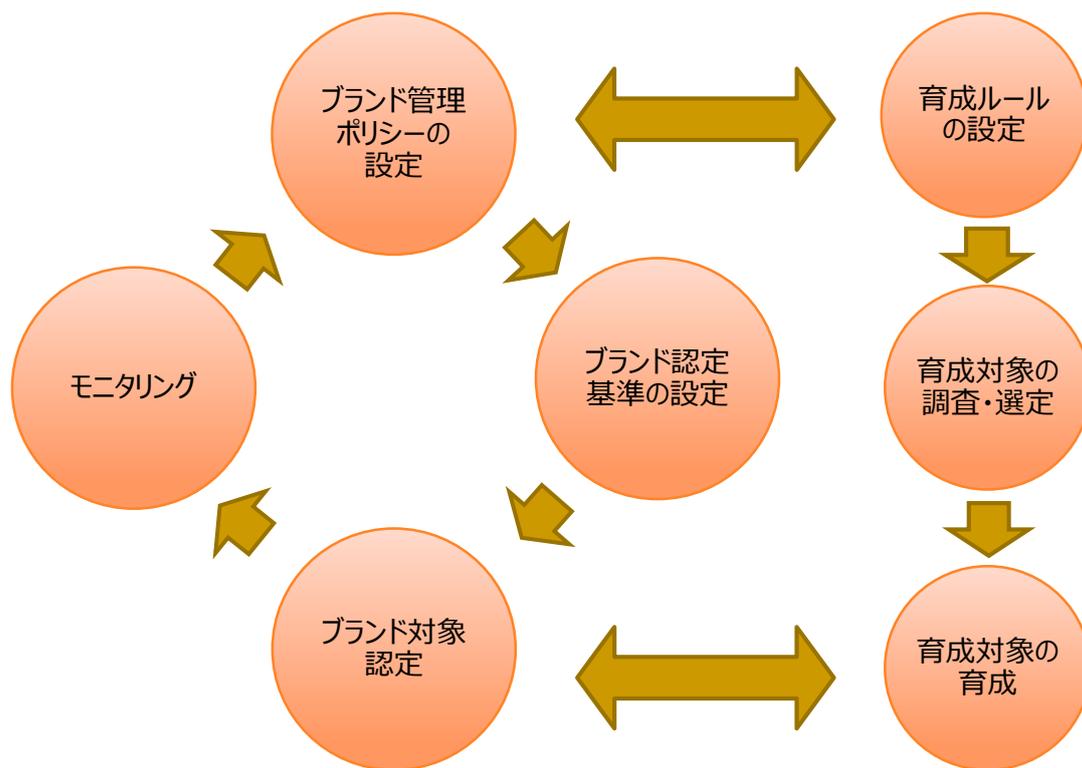
### ○品質管理

ブランド価値につながる品質管理として、顧客志向への転換、顧客の囲い込み、クチコミ活動を兼ね、一般消費者サポーターによるブランドのモニタリング及び自己評価を行います。

### ○地域資源ブランドの育成

新たな地域資源を発掘して、ブランドとして展開していくため、育成ルールを定め、育成対象を調査・選定し、計画的な育成を行います。

<地域ブランドのルールづくりの関連図>



## 地域ブランドを共通化する

---

五條市としての「地域ブランド」を構築し、浸透させていくためには、市内外の関係者に地域のイメージを連想させ、その共感を広げていく必要があります。

そのため、**地域ブランドを象徴するロゴマークの作成や、地域ブランドの知的財産管理など、地域ブランドを共通化する取組を進めます。**

### ○地域ブランドを象徴するロゴマークの作成

地域イメージや将来に向けた共感・協働・共創のシンボルとして機能することを目的に、本市の自然・歴史等を反映したロゴマークを作成します。

### ○地域ブランドの知的財産管理

地域イメージやブランドの価値観の統一、地域資源ブランドの商品・サービスの保護のため、商標権登録や利用対象の設定などの知的財産管理を行います。

<五條市に現在あるロゴマーク>



<ロゴマーク作成・利用のポイント>

- ・ロゴマークは、地域のブランドとして認定した対象に用いるものと、より広く、協賛企業などが用いるものの2種類検討する。
- ・ロゴマークには、五條市に由来した自然・歴史等を反映する。
- ・ロゴマークには、利用対価を設定し、ブランドを管理する組織の収入とする。

## 地域ブランドを発信する

---

地域ブランドの認知度を高めていくためには、様々な媒体、手法によって発信していく、プロモーション活動が必要です。

### ○イベントの実施

地域イメージやブランドの価値観の認識及び体験のため、本市の地域資源の価値や可能性を発信するイベントを行います。

### ○パブリシティの実施

地域イメージやブランドの価値観の認知度向上のため、テレビ、新聞、雑誌などのニュースや特集記事などで掲載されるよう情報提供を行います。

### ○クチコミ、ソーシャルネットワークサービス（SNS）対応

地域イメージやブランドの価値観の認知度向上及び改善事項の把握のため、クチコミやソーシャルネットワークサービス（SNS）を通じた拡散の仕掛けづくりを行います。

### ○広告

地域イメージやブランドの価値観の認知度向上、確立のため、有効な媒体の検討、広告を行います。

### ○販売促進

地域イメージやブランドの価値観の認識向上及び体験を通じたブランドの確立のため、集客施設でのディスプレイ展示や商品提供、費用等の負担軽減施策などを行います。

<ソーシャルネットワークサービスでの発信>



五條市観光協会フェイスブックページ  
<https://ja-jp.facebook.com/gojokanko/>

<チラシ・ポスター等での広報>



全国未成線サミットチラシ

<マスコットキャラクター「ゴーカスター」によるP R活動>



## ブランドづくりを実践する

五條市の地域ブランドが、ブランドとして認知されるようになるには、来訪者に与える印象、市内にて生産・提供される商品やサービスなどに共通のイメージがあり、それが、いつも来訪者や利用者の期待を満足させ続けるものである必要があります。

そうした、実践活動を通じた来訪者や利用者との小さな信頼関係の積み重ねが、「地域資源ブランド」として認知され、それらの集合体が創出するイメージが「五條ブランド」として認知されることになると考えています。

**ブランドを構成する商品やサービス等を創出するための事業の実践。**

**五條市地域・産業ブランド推進協議会によるチャレンジが、今スタートします。**

<関連の動向>

### 「未成線」をテーマとした 広域連携・空間活用

平成 29 年 3 月 4～5 日に第 1 回全国未成線サミット、木レールイベントが開催されました。全国の未成線を有する地域どうしが連携し、その空間を活用した地方創生の実践について、意見交換が行われました。



全国未成線サミット・木レールイベント



あかね染め体験講習会

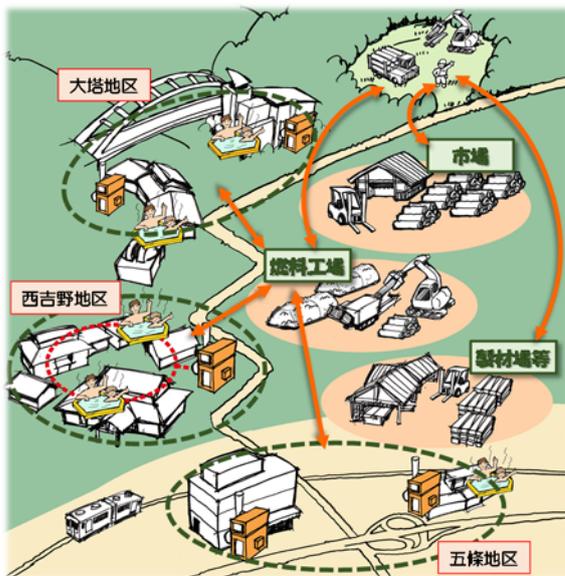
## 特産品開発・販路開拓

生産量日本一を誇る柿のみならず、ジビエやあかね、しいたけといった新たな地域産品を商品化し、流通させようとする動きがあります。

これらのネーミングとともに、どのようにブランド化し流通拡大していくのか、実践的な取組が進められています。



市内飲食店でのジビエ料理の提供



森林資源の活用展開

## 森林資源の最大活用

西吉野・大塔地区の豊富な森林資源を地産地消しようとする取組が進んでいます。公共施設をはじめとする市内建築物における建材としての木材の活用、さらには、温浴施設等における、バイオマスエネルギーとしての活用が検討されています。

## 広域観光・着地型観光のコーディネート

五條市は、吉野や高野といったエリアを代表する観光地に近接しています。また、外国人観光客をはじめ、観光・交流に対するニーズは多様化しています。こうした中で、まだ活用されていない資源を掘り起こし、周辺エリアとの連携による周遊や、市内での様々な体験・滞在を促進する観光プログラムの創出が期待されています。

