

# 東三河振興ビジョン

## 【主要プロジェクト推進プラン】

### ～ 地域連携事業の戦略展開 ～

東三河ビジョン協議会

平成27年3月

## 目次

I	「主要プロジェクト推進プラン」の策定方針	1
1	テーマの設定	1
2	位置づけ	1
3	策定主体	1
4	計画期間	1
5	3つのリーディングプロジェクト	1
II	各リーディングプロジェクトの主な取組内容	2
1	アンテナショップ等を拠点とした地域ブランドの強化と販路拡大	2
(1)	東三河アンテナショップの設置・運営	2
(2)	首都圏の高級スーパーとの連携等による地域ブランドの強化	3
(3)	東三河の食材を提供しているレストラン等と連携した東三河の魅力発信	4
(4)	推進体制	5
2	戦略的な加工食品開発による海外輸出の本格化	6
(1)	MD(製品化)計画の策定支援	6
(2)	農水産物等を活用した輸出戦略加工品の開発促進	7
(3)	現地バイヤーの招聘やマッチング支援等による輸出事業者の裾野拡大	8
(4)	推進体制	9
3	東三河ジオパーク構想の推進	10
(1)	東三河ジオパーク構想のとりまとめと推進組織の立上げ	10
(2)	ジオツアーの実施やボランティアガイドの育成支援	11
(3)	観光や教育等と連携した取組の推進	12
(4)	推進体制	13
III	推進プランの進捗状況の把握及び見直しについて	14
IV	平成26年度先導事業 東三河農林水産物ブランド化推進事業	15
V	参考資料	16

# I 「主要プロジェクト推進プラン」の策定方針

## 1 テーマの設定

「主要プロジェクト推進プラン」(以下「推進プラン」という。)は、「将来ビジョン」を着実に推進していくために策定するもので、平成26年度は、スポーツが地域振興に及ぼす効果への期待の高まりや、将来ビジョンに示されている施策の具体化の状況を踏まえ、「スポーツ大会を活かした地域振興」と「地域連携事業の戦略展開」をテーマに選定した。

本冊は、このうち、「地域連携事業の戦略展開」についてとりまとめたものである。

本推進プランでは、地域が連携して早期に取り組むべき個別事業(リーディングプロジェクト)を3つ抽出し、核となる自治体を中心となって、産学官連携の下で、早期具体化に向けた取組を戦略的に展開していく。

## 2 位置づけ

県、市町村、経済団体、観光関係団体、大学、民間事業者、NPO等が連携・協働して展開する実施計画

## 3 策定主体

東三河ビジョン協議会(県、東三河の8市町村、経済団体、大学等で構成)

## 4 計画期間

平成27年度から平成29年度までの3年間

## 5 3つのリーディングプロジェクト

1 アンテナショップ等を拠点とした地域ブランドの強化と販路拡大  
(とりまとめ:豊橋市)

2 戦略的な加工食品開発による海外輸出の本格化(とりまとめ:田原市)

3 東三河ジオパーク<sup>1</sup>構想の推進(とりまとめ:新城市)

<sup>1</sup> ジオパークとは「大地の公園」という意味で、自然遺産等を活用して地域の持続的な経済発展を目指す仕組みをいう。

## Ⅱ 各リーディングプロジェクトの主な取組内容

### 1 アンテナショップ等を拠点とした地域ブランドの強化と販路拡大

首都圏において、東三河を演出するアンテナショップの設置及び、東三河の農林水産物を提供するレストランや小売店等（パートナーレストラン、パートナーショップ）の発掘・開拓を行うとともに、これらを活用したキャンペーンを仕掛けることで物語性のあるプロモーションを行い、東三河の地域ブランド強化と農林水産物等の販路拡大を図っていく。

#### 〔3つの主な取組〕

- (1) 東三河アンテナショップの設置・運営
- (2) 首都圏の高級スーパーとの連携等による地域ブランドの強化
- (3) 東三河の食材を提供しているレストラン等と連携した東三河の魅力発信

#### (1) 東三河アンテナショップの設置・運営

首都圏に東三河の農林水産物及び加工品等を販売するアンテナショップ(スペース貸し型)を、平成28年度までに設置し、地域の魅力発信や、新商品開発・販路開拓の情報収集等に活用していく。また、運営状況等を踏まえながら、より本格的なアンテナショップの出店に向けて検討していく。

#### 〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H27	H28	H29
①首都圏への東三河アンテナショップの設置・運営	市町村、観光関係団体、経済団体、民間事業者、県	→		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・アンテナショップ(スペース貸し型)の設置(目標:平成28年度まで)</li> <li>・運営を通じた東三河の魅力発信や新商品・特産品の情報収集</li> <li>・運営状況等を踏まえながら、より本格的な出店に向けて検討</li> </ul>				

〈表〉 東京都内にある自治体アンテナショップの開設目的等

開設目的 ※複数回答	割合	運営効果 ※複数回答	割合	運営主体	割合
特産品のPR	100%	特産品の知名度アップ	96%	民間・NPO等への委託	46%
自治体のPR	87%	自治体の知名度アップ	85%	その他	23%
観光案内・誘客	85%	地域情報発信(マスコミ等)	79%	第三セクター、財団、JAなど運営・委託	21%
地域情報発信(マスコミ等)	83%	特産品の販路拡大	77%	地方自治体とその他団体の複数で共同運営	8%
特産品の販路拡大	81%	消費者ニーズの把握	62%	地方自治体単独	2%

※東京都内の自治体アンテナショップ数は、平成26年12月11日現在56店舗(都道府県41、市町村15)

出典：(一財)地域活性化センター「平成26年度自治体アンテナショップ実態調査」及び「自治体アンテナショップ情報(都内)(2014.12.11現在)」をもとに愛知県東三河総局作成

## (2) 首都圏の高級スーパーとの連携等による地域ブランドの強化

東三河の地域ブランドを強化するため、首都圏の高級スーパー等をメインターゲットに、日本一の生産量を誇る花きなど東三河の農林水産物等売り込むとともに、売場や店舗広告、商品パッケージ等を活用して東三河のプロモーションを展開していく。

### 〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H27	H28	H29
①首都圏の高級スーパー等をメインターゲットとしたプロモーションの展開  H26 県先導事業関連	県、市町村、経済団体、観光関係団体、民間事業者	→		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・高級スーパー等への売り込み、連携先の開拓</li> <li>・売場等を活用した東三河のプロモーションの展開</li> </ul>		



H26 県先導事業「東三河の花フェア」



首都圏スーパーでの農産物フェア



首都圏マンション内カフェでのマルシェ

<表> 首都圏における東三河の農林水産物の販売促進活動事例（平成26年度）

実施主体	実施時期	場所	主な内容
愛知県農産物需要拡大推進協議会（構成：愛知県、JAあいち経済連）	10月	サンシャインシティ（東京都豊島区）	展示即売（第53回農林水産祭実りのフェスティバル）
	11月	新宿駅西口広場	販売・PR、トップセールス（愛知県 観光と食フェア）
	27年2月	ライフ錦糸町駅前店（東京都墨田区）	トップセールス、販促フェア
豊橋市	4月	東京交通会館（東京都千代田区）	販売・PR（ええじゃないか豊橋物産展）
	5月、7月	大型マンション（東京都大田区）の居住者専用カフェ	マルシェ
	8月	ゲートシティ大崎（東京都品川区）	農産物・ご当地スイーツの販売、レストランでの特別メニューの提供（ええじゃないか豊橋マルシェ）
	8月	東京スカイツリー	「やさいの日」イベント（主催：JA全農、日本野菜ソムリエ協会）での試食・PR
	27年2月	東急ストア二子玉川店（東京都世田谷区）始め4店舗	販促フェア
東三河のJA	—	首都圏のスーパー等	トップセールス、販促フェア

出典：検討ワーキング資料をもとに愛知県東三河総局作成

### (3) 東三河の食材を提供しているレストラン等と連携した東三河の魅力発信

東三河の食材や特産品を提供するなど、東三河とゆかりがあるレストランや小売店等（＝パートナーレストラン、パートナーショップ）を発掘・開拓し、「いいともあいち運動<sup>2</sup>」等と連携しながら、東三河の魅力を発信する場として活用していく。

また、アンテナショップや東三河の自治体等が首都圏で実施するイベント等の情報をホームページやSNS（ソーシャルネットワーキングサービス<sup>3</sup>）で効果的に発信するとともに、冊子を作成し、首都圏で配布していく。

#### 〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H27	H28	H29
①パートナーレストラン、パートナーショップの発掘・開拓	市町村、県、経済団体、観光関係団体、民間事業者	→		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・在京東三河出身者等を通じた発掘・開拓</li> <li>・いいともあいち運動等と連携した東三河のPR</li> <li>・パートナーシップの充実に向けた取組の検討・具体化（東三河の生産者の紹介や特産品カタログの作成、食材調達の支援等）</li> </ul>		
②首都圏に向けた戦略的な情報発信	市町村、県、経済団体、観光関係団体、民間事業者	→		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページやSNSの開設・運営</li> <li>・東三河をPRする冊子の作成、配布</li> </ul>		

#### <事例紹介 野菜ソムリエのジュースキッチン「百果百菜」（東京駅構内）>

東京駅 GRANSTA DINING にあるジュースバー「百果百菜（ひゃっかひゃくさい）」は、一般社団法人日本野菜ソムリエ協会（東京都渋谷区）とコラボし、野菜・果物の素材の魅力を最大限に表現したジュースを提供する専門店。

東三河の農産物では、これまでにJA豊橋産のブランドトマト「美（び）」や高糖度イエロートマト「あまえぎみ」を使ったジュースが販売されたのを始め、平成26年10月には、生誕100年を迎えた豊橋特産の次郎柿を使ったジュースが販売されている。



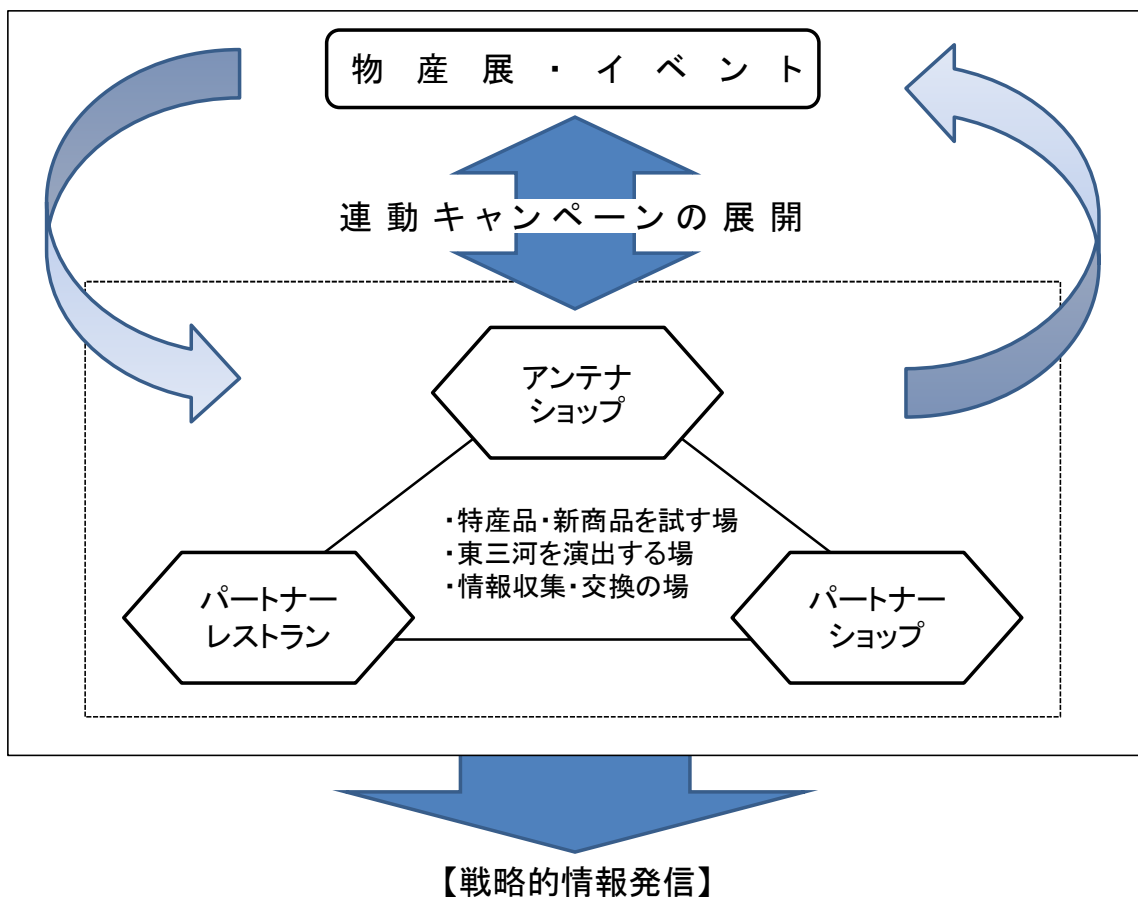
<sup>2</sup> 愛知県の農林水産業の振興や農山漁村の活性化を通じて県民全体の暮らしの向上を図るため、県民の方々に「愛知県農林水産業の応援団」になってもらい、消費者と生産者が一緒になって愛知県の農林水産業を支えていこうという運動。

<sup>3</sup> Social Networking Service の略。「Facebook」や「Twitter」など、人同士のつながりを促進・支援するコミュニティ型の Web サイト。

#### (4) 推進体制

豊橋市首都圏活動センターが戦略的情報発信の拠点となり、経済団体や観光関係団体、民間事業者、県、市町村等がそれぞれの強みを発揮しながら、地域ブランドの強化・販路拡大に取り組んでいく。

<取組イメージ>



<主な役割分担>

- ・豊橋市首都圏活動センター  
戦略的情報発信の拠点、パートナーレストラン等の発掘・開拓
- ・県・経済団体  
東京事務所を中心に、首都圏における情報収集、情報発信、需要拡大
- ・経済団体、観光関係団体、民間事業者、県、市町村  
アンテナショップへの出展・出品、イベント等での連携



## 2 戦略的な加工食品開発による海外輸出の本格化

将来的な国内市場の縮小・経済のグローバル化を見据え、東三河が誇る農水産物等を活用した競争力の有る加工品を新たに開発するとともに、生鮮品輸出と連携した国際的な販路形成を図ることで、地域経済の持続性を高め、活力向上に寄与する。

**〔3つの主な取組〕**

- (1) MD (製品化) 計画<sup>4</sup>の策定支援
- (2) 農水産物等を活用した輸出戦略加工品の開発促進
- (3) 現地バイヤーの招聘やマッチング支援等による輸出事業者の裾野拡大

### (1) MD (製品化) 計画の策定支援

県や市の海外派遣員、バイヤー等から現地情報を収集し、経済団体や民間事業者と連携を図りながら、ターゲットとなる輸出先の絞込みに取り組んでいく。

そして、経済団体や民間事業者による現地マーケットの調査や開発製品のモニタリングを支援し、マーケットインの視点から求められる製品・パッケージのあり方、販売方法等を検証していく。

さらに、国のオールジャパンでの戦略の動向を踏まえながら、東三河統一ブランドのあり方等についても検討を行っていく。

### 〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 7	H 2 8	H 2 9
①MD (製品化) 計画の策定支援	市町村、県、経済団体、民間事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県や市の海外派遣職員、バイヤー等からの現地情報に基づく輸出先の絞込み</li> <li>・現地マーケット調査や開発製品のモニタリング結果等を踏まえたMD計画の策定支援</li> <li>・国のオールジャパンでの戦略の動向を踏まえた東三河統一ブランドのあり方等の検討</li> </ul>		

〈図〉 国別・品目別輸出戦略



出典：農林水産省「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」

<sup>4</sup> MD は merchandising の略。消費者の需要に適合するような製品等を適正な数量・価格で、適切な時期・場所に供給するための計画。マーケティングリサーチを参考にして、製品等の品質、デザイン等を検討し、売れる製品を作ることが目的とする。



## (2) 農水産物等を活用した輸出戦略加工品の開発促進

食農産業クラスター推進協議会<sup>5</sup>を活用し、東三河の農水産物等を用いて、「健康」をキーワードとする新たなメニュー開発に取り組み、加工品の開発を促進する。なお、平成26年度に先導事業として3品目（フルーツグラノーラ<sup>6</sup>、野菜グラノーラ、プレミアムドライトマト）の加工品開発を行っており、平成29年度までに5品目の開発を目指す。

### [3 箇年工程表]

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H27	H28	H29
①戦略的加工品の開発促進  H26 県先導事業関連	食農産業クラスター推進協議会（事務局：(株)サイエンス・クリエイト）、民間事業者、県、市町村			→
		・「あいち中小企業応援ファンド」等の活用を検討するとともに、戦略的加工品の開発促進（加工品の開発・評価等を行いながら平成29年度までに5品目開発）		

<表> 先導事業で開発した輸出戦略品の概要

品名	使用した東三河の農産物等	概要
フルーツグラノーラ	大麦（国内産）、柿、梨、りんご（国内産）	パフ化（膨化）した大麦に、ドライ化（乾燥）した柿などのフルーツをミックスしたもの。牛乳をかけるなどして食べる。
野菜グラノーラ	大麦（国内産）、キャベツ、にんじん、ラディッシュ、たまねぎ	パフ化した大麦に、ドライ化したキャベツなどの野菜をミックスしたもの。牛乳をかけるなどして食べる。
プレミアムドライトマト	トマト	トマトをドライ化したもの。そのまま食べたり、パスタや煮込み料理に混ぜて食べる。



グラノーラ（フルーツ、野菜）



プレミアムドライトマト

<sup>5</sup> 農業、農業関連企業、製造業、流通業、外食産業など「食」と「農」を経営資源とする業種を連携させながら、新しい価値（商品・事業・市場・生産や加工方法）を生み出し、次世代に継承できる地域産業を集積していく事業をサポートする民間企業主体の実行組織で、平成19年に設立。事務局は、(株)サイエンス・クリエイト。

<sup>6</sup> グラノーラ（英語 Granola）は、麦、ナッツ等に、蜂蜜やメープルシロップを混ぜて、オーブンで焼き上げるなどしたシリアル食品の一種。

### (3) 現地バイヤーの招聘やマッチング支援等による輸出事業者の裾野拡大

東三河の輸出事業者の裾野拡大を図るため、現地バイヤーなど専門家を招聘し、セミナー等により海外マーケットの情報提供を行うとともに、生産農家や食品事業者とのマッチングや商品開発に関するアドバイスを行う。

#### 〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 7	H 2 8	H 2 9
①現地バイヤー招聘等によるセミナーやマッチング等の開催	㈱サイエンス・クリエイト、市町村、県、ジェトロ名古屋	→		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・現地バイヤーなど専門家セミナー等による海外マーケットの情報提供</li> <li>・生産農家や食品事業者とのマッチングや商品開発に関する助言</li> </ul>		



海外事業者との商談会や専門家セミナー等の風景

<表> 海外展示会への出展状況（東三河関係・平成26年度）

海外展示会	開催時期	場所	出展された主な加工品 ※順不同
香港フードエキスポ 2014 (香港貿易発展局主催)	平成26年8月	香港	<ul style="list-style-type: none"> <li>・精麦【豊橋糧食工業㈱・豊橋市】</li> <li>・ゼリー【金城製菓㈱・豊橋市、杉本屋製菓㈱・豊橋市】</li> <li>・つくだ煮、ごはんじゅれ【㈱平松食品・豊橋市】</li> <li>・日本酒【福井酒造㈱・豊橋市】</li> <li>・練り製品【㈱ヤマサちくわ・豊橋市】</li> </ul>
愛知フェア in タイ・バンコク (愛知県主催)	平成26年9月	タイ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・和風めん(きしめん、ひやむぎ、細うどん)【㈱金トビ志賀・蒲郡市】</li> <li>・つくだ煮、ごはんじゅれ【㈱平松食品・豊橋市】</li> </ul>

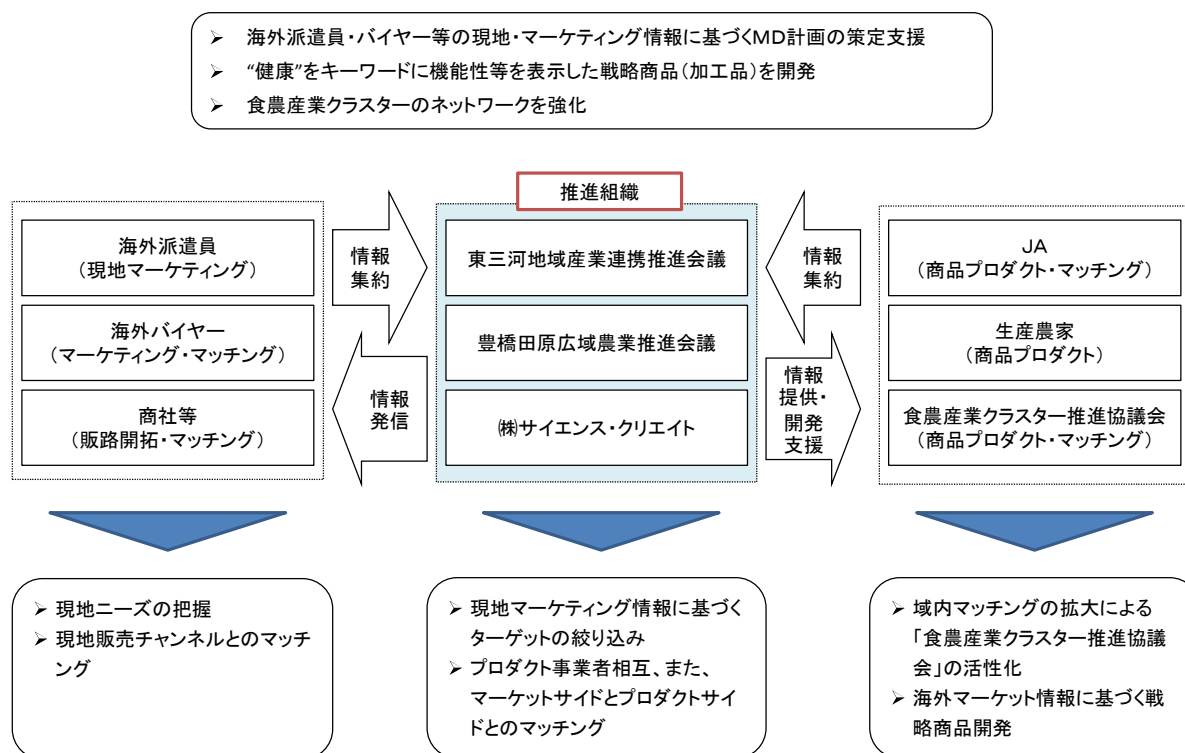
出典：愛知県及び東三河市町村、㈱サイエンス・クリエイト調べ

#### (4) 推進体制

東三河県庁のもとに設置した東三河地域産業連携推進会議<sup>7</sup>、豊橋田原広域農業推進会議<sup>8</sup>等を母体として、東三河の行政、経済界、JA等の連携による推進体制を構築する。

また、具体的な商品開発の担い手となる食農産業クラスター推進協議会の一層の機能向上を図るため、東三河の生産事業者・加工事業者に対し、同協議会への参画を要請していく。

#### <取組イメージ>



<sup>7</sup> 東三河の各市町村、東三河広域経済連合会、(株)サイエンス・クリエイト、豊橋技術科学大学、(公社)東三河地域研究センター、県等が連携して、東三河地域の特性を踏まえ、その産業の可能性を追求し、活力ある東三河の創造を目指すことを目的として、平成24年5月に設置。

<sup>8</sup> 豊橋田原広域市町村圏における農業・農村のIT化を推進し、農産物輸出及び食農教育等、時代のニーズに対応した農業分野における先進的な取組と、農業の活性化を図ることを目的に設置。豊橋市、田原市、豊橋農業協同組合及び愛知みなみ農業協同組合で構成。

### 3 東三河ジオパーク構想の推進

ジオパークとは、「大地の公園」という意味であり、これを活用して地域の持続的な経済発展を目指す仕組みである。東三河ジオパーク構想は、東三河の豊かな自然や優れた文化遺産を「共通の資源」としてとらえ、大地の成り立ちと人々の暮らしを結ぶ壮大な物語としてまとめるものである。

東三河は日本最長の断層帯「中央構造線」がつくる谷と川によって山と海が結ばれ、人々の豊かなくらしを培ってきた。東三河の大地は、学術的に貴重な地質や地形、美しい景観と豊かな自然環境に恵まれ、そこに生息する固有の生物や多様な人々のくらしと文化を育み、天然記念物や自然公園の指定範囲は県下でも傑出した地域となっている。

この物語をとりまとめ、魅力的な観光資源として地域内外から足を運んでもらえるよう、東三河全体でジオサイトの統一的な保全・整備計画を策定し、ジオツーリズムを通して地域の振興や防災につなげることを目的とし、平成 29 年度までに「東三河ジオパーク構想推進協議会（仮称）」を立上げ、早期の「日本ジオパーク」の認定を目指す。

#### 〔3つの主な取組〕


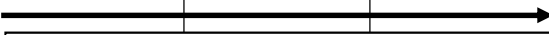
- (1) 東三河ジオパーク構想のとりまとめと推進組織の立上げ
- (2) ジオツアーの実施やボランティアガイドの育成支援
- (3) 観光や教育等と連携した取組の推進

#### (1) 東三河ジオパーク構想のとりまとめと推進組織の立上げ

県と市町村、学術・教育機関、観光関係団体等の連携のもとに東三河ジオパーク構想をとりまとめ、地域を巻き込んだ強力な推進組織を立ち上げ、保全・整備計画を策定していく。

また、並行して、広く利用可能な箇所と危険な箇所等を選別し、利用が見込まれるサイトは説明看板や駐車場整備等を行っていく。

#### 〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 7	H 2 8	H 2 9
①東三河ジオパーク構想のとりまとめ	県、市町村、学術・教育機関	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・豊橋市自然史博物館と鳳来寺山自然科学博物館が中心となって検討会を開催</li> <li>・ジオパークの全体テーマやサブテーマの設定、ストーリーづくりを検討</li> <li>・平成 28 年度までにとりまとめ</li> </ul>		
②「東三河ジオパーク構想推進協議会（仮称）」の立上げ	県、市町村、学術・教育機関、観光関係団体	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・東三河県庁の連絡調整のもとに東三河ジオパーク構想連絡会議を開催</li> <li>・推進組織の在り方や保全・整備計画の内容を検討</li> <li>・平成 29 年度までに立上げ</li> </ul>		
③ジオサイトの整備推進	市町村、学術・教育機関、観光関係団体	 <ul style="list-style-type: none"> <li>・専門家と地元によるジオサイト候補地の選別と現地調査の実施</li> <li>・ジオサイトの説明看板や駐車場等の整備</li> </ul>		



## (2) ジオツアーの実施やボランティアガイドの育成支援

東三河ジオパーク構想の普及・啓発を図るため、教育機関が先行して開催しているジオツアーに基づき、サイトごとにジオガイド養成講座を開催していく。

また、既存のジオツアーの中で、新たなサイトやコースの開拓をしつつ経験と実績を積み上げ、東三河各地で特色あるジオツアーを展開していく。

### 〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 7	H 2 8	H 2 9
①ジオガイド養成講座の開催	市町村、学術・教育機関、観光関係団体	→		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・教育機関が先行して開催しているジオツアーに基づき、サイトごとにジオガイド養成講座を開催</li> <li>・ジオパーク構想のとりまとめ後、ジオガイド養成を本格展開</li> </ul>		
②ジオツアーの展開	市町村、学術・教育機関、観光関係団体	→		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・各地の特色あるジオツアーを造成・開催</li> <li>・ジオパーク構想のとりまとめ後、ジオツアーを本格展開</li> </ul>		

<表> 東三河で開催されたジオツアーの概要



「海から陸から 三河湾周遊ツアー」(豊橋市)



「新城市の中央構造線をめぐる」(新城市)



「渥美半島を探検しよう～ジオツアー～」(田原市)

ツアー名	概要
東三河ジオツアー 「海から陸から 三河湾周遊ツアー」 (豊橋市)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・開催日 H26年 7月 30日(水)</li> <li>・参加者数 25名</li> <li>・主なジオサイト:三河湾(船)、蔵王山、小山海岸(バス:田原市)</li> </ul> (実施結果) 三河湾を船で一周し、湾に面した田原市側のジオサイトをバスで周遊するツアーを開催した。違う地質帯からなる島々をめぐる、海上で中央構造線の位置を想定するなど、船でなければできない体験ができた。
ジオツアー「西浦の石めぐり」 (蒲郡市)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・開催日 H26年 9月 21日(日)</li> <li>・参加者数 親子20組</li> <li>・主なジオサイト:西浦半島遊歩道、蒲郡市生命の海科学館</li> </ul> (実施結果) 午前中は西浦半島先端部の遊歩道をめぐり、複数の露頭を観察した。午後は蒲郡市生命の海科学館にて、岩石の成り立ちを学び、岩石から鉱物を分離して観察を行った。
新城市の中央構造線をめぐる (新城市)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・開催日 H25年 5月 12日(日)</li> <li>・参加者数 30名</li> <li>・主なジオサイト:新城市桜淵公園～長篠～巢山～七郷一色</li> </ul> (実施結果) 新城市内を縦断する日本最長の断層帯である中央構造線の露頭や地形をめぐり、日本列島の成り立ちや、足元の大地の地質の多様性を実感した。
渥美半島を探検しよう～ジオツアー～ (田原市)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・開催日 H26年 8月 11日(月)</li> <li>・参加者数 21名</li> <li>・主なジオサイト:光岩～鸚鵡石～日出の石門～高松新井貝化石層</li> </ul> (実施結果) かなりハードな行程だったが、参加者は渥美半島の自然に触れ満喫できた様子であった。当日の朝ウミガメの産卵情報があり、急ぎ産卵場所に行き初めて見たウミガメの卵に感動していた。

### (3) 観光や教育等と連携した取組の推進

観光や学校教育、博物館、大学、経済団体、NPO等と連携した取組を進め、地域内外への情報発信に取り組んでいく。

#### 〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H27	H28	H29
①観光や学校教育等と連携した取組の推進	県、市町村、観光関係団体、経済団体、学術・教育機関、NPO			→
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ジオサイトと関連づけた観光ツアーの造成や特産品開発の検討・実施</li> <li>・子ども向けガイドツアーや子どもガイドの養成の検討・実施</li> </ul>		
②地域内外への情報発信	市町村、学術・教育機関、観光関係団体			→
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページの開設やパンフレット等の作成</li> <li>・ジオパーク構想説明会の開催</li> <li>・先行ジオパーク認定地等との交流、視察</li> </ul>		

#### <先進地の取組事例>



山陰海岸ジオパーク  
鳥取因幡Gバスツアー  
山陰海岸GeoparkをGururi(ぐるり)とめぐり、鳥取の大自然を満喫するGバスツアーを実施。  
・出発日 7月~11月の毎週日曜日・ハッピーマンデー  
・募集人員 40名  
(最少催行人数1名)  
・旅行代金 大人(中学生以上)3,000円 子ども(3才~小学生)2,000円※昼食付  
・主催 鳥取市観光コンベンション協会  
出典:鳥取市観光コンベンション協会 Web サイト



伊豆半島ジオパーク  
ジオ菓子  
お菓子のモチーフに伊豆半島各地のジオサイトを取り入れ、シリーズ化。9 ジオ入りコンプリートBOX 価格 3,000円 (左上段から右へ)  
・下田市爪木崎磯磯 柱状節理クッキー  
・西伊豆町一色 枕状溶岩クッキー  
・松崎町室岩洞 伊豆石クッキー  
・下田市柿崎 斜交層理パイ  
・南伊豆町弓ヶ浜砂嘴クッキー など  
※「ジオ菓子」はジオガシ旅行団の商標登録です。  
出典:ジオ菓子旅行団 Web サイト



南紀熊野ジオパーク  
定置網見学&紀伊大島  
ジオクルージング体験  
「伊勢海老まるごと天井」でおなじみの串本町の樫野漁港で、夏休み期間中の体験イベントを開催。  
・期間: 7月末~8月末  
・場所: 紀伊大島樫野漁港  
・料金: 大人6,500円、子供4,500円(7人以上)\*6人以下の場合、40,000円(固定)で実施可。  
・コース: 『定置網見学&ジオクルージング』(朝食付き)  
・主催 樫野釣公園センター  
出典:南紀熊野ジオパーク推進協議会 Web サイト



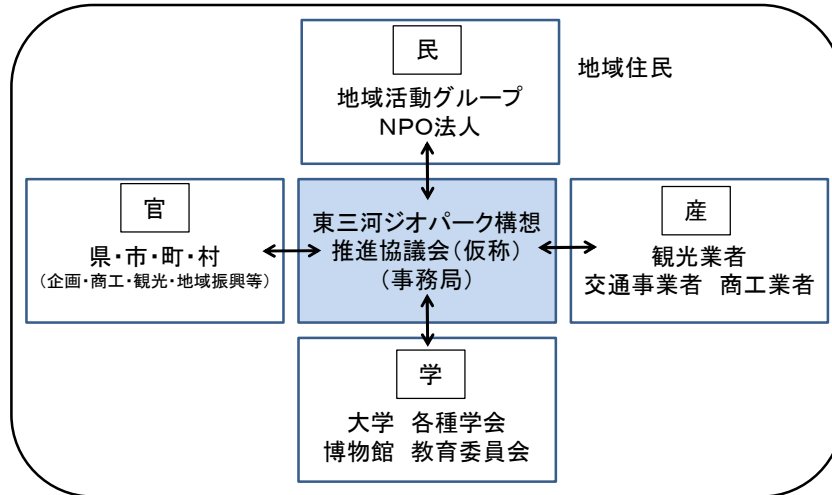
南アルプス(中央構造線エリア)ジオパーク  
ロゴマーク使用商品  
ジオパークのPRのため、「ご当地自慢のうまいもん」や「ジオスイーツ」、「ジオが育んだうまい水とうまい酒」など約30商品がロゴマークを活用中。左の商品「伊那雑穀カレー(雑穀レストラン野のもの)」は、メイン食材となる雑穀を100%自家生産し、上伊那農業高等学校作物班と共同開発。  
出典:南アルプス(中央構造線エリア)ジオパーク協議会 Web サイト



#### (4) 推進体制

豊橋市自然史博物館と鳳来寺山自然科学博物館が中心となって、東三河ジオパーク構想をとりまとめる。

さらに、地域が一体となった推進組織の立上げを目指し、東三河県庁の連絡調整のもとに連絡会議を開催しつつ、市町村、学術・教育機関、観光関係団体、経済団体、NPO等の幅広い賛同が得られるよう取り組んでいく。



#### <認定に向けての取組>

「ジオパーク」を名乗るため、日本ジオパーク委員会による認定に向けた取組として、大まかに以下の準備段階が必要である。

①ジオパークの周知と気運を高める	②協議会立ち上げ準備	③認定を目指す準備	④日本ジオパーク委員会に申請、審査→認定	⑤認定後
平成 25(2013)年から一部取組	平成 26(2014)年から一部取組	協議会発足後、日本ジオパークネットワーク準会員に	認定後、日本ジオパークネットワーク正会員に	4年に一度監査

#### <図>全国のジオパーク



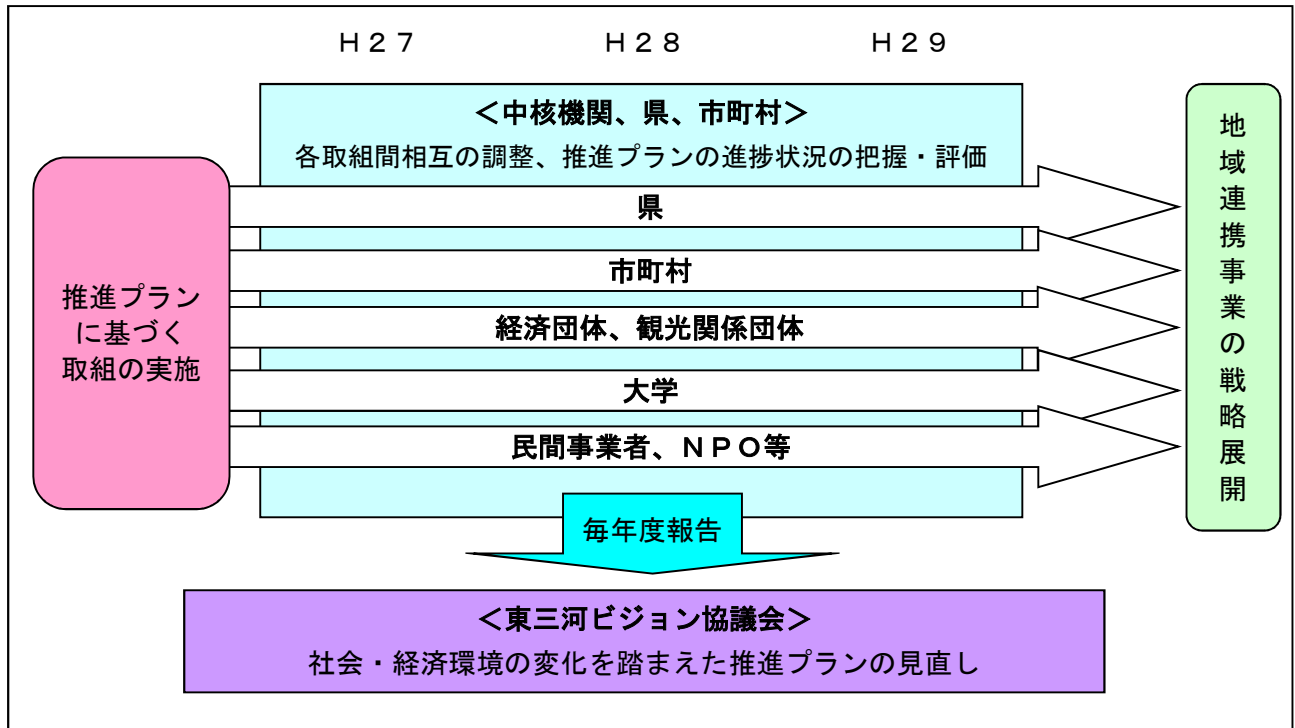
出典：日本ジオパークネットワーク Web サイト(平成 26 年 10 月現在)

### Ⅲ 推進プランの進捗状況の把握及び見直しについて

各リーディングプロジェクトの中核機関、県、市町村が連携・協力しながら、毎年度、推進プランに基づいて実施する取組の進捗状況の把握及び評価を実施し、東三河ビジョン協議会へ報告していく。

東三河ビジョン協議会においては、社会・経済環境の変化を踏まえて随時ローリングを行うなど、推進プランを柔軟に見直していく。

#### 【推進イメージ】



## IV 平成 26 年度先導事業 東三河農林水産物ブランド化推進事業

東三河地域は、農商工のバランスがとれた産業構造となっており、農業産出額が全国的にも有数の規模を誇っているほか、製造業でも食品加工関連の企業の一定の集積が見られる。東三河のこうした強みを活かし、農林水産業の一層の高付加価値化や新たな市場拡大を図る「東三河農林水産物ブランド化推進事業」を実施した。主な内容は以下のとおり。

### 1 首都圏における東三河の農林水産物のテストプロモーションの実施

地元の J A や東京都内のフラワーショップの協力を得て、国内有数の生産を誇る東三河の花きのテストプロモーションを実施した。実施に当たっては、東三河の農産物を P R するロゴマークの試作にも取り組んだ。

実施概要	
1 期間	H27. 2. 19(木)～21(土)
2 場所	都内のフラワーショップ 2 店舗
3 取り扱った花き	バラ、ユリ、胡蝶蘭、スプレーマム等 8 品種・約 1000 本
4 主な取組内容	特設コーナーでの販売、フラワーアレンジメント教室の開催



(ロゴマークの試作品)

### 2 東三河の農産物等を活用した輸出戦略加工食品の企画開発

東三河産の農産物等を使用した輸出戦略加工食品を 3 品 (フルーツグラノーラ、野菜グラノーラ、プレミアムドライトマト) 企画し、試作品を開発した。

開発に当たっては、試食会を 2 回、東京都内と豊橋市内で実施した。

加工食品名	使用した農産物
フルーツグラノーラ	大麦 (国内産)、柿、梨、りんご (国内産)
野菜グラノーラ	大麦 (国内産)、キャベツ、にんじん、ラディッシュ、たまねぎ
プレミアムドライトマト	トマト

#### 【試食会(東京)の評価結果】

項目	評価平均点 (5 点満点)
グラノーラの味	4.0
大麦の食感	4.0
見た目の印象	3.8
健康的である	4.4

出典：試食会アンケート結果  
 実施日 H26.11.23~24  
 実施場所 新宿駅西ロイイベント広場内  
 試食品 グラノーラ 2 品  
 アンケート回答数 416 件











