

市区町村名	川島町	担当部署	政策推進課
		電話番号	049-299-1752

### 1 取組事例名

みんなが知らない埼玉県川島町の地方創生チャレンジ「人と人とのつながりに力を注ぐK Jとさまちか」

### 2 取組期間

平成 28 年度～（継続中）

### 3 取組概要

埼玉県川島町の地方創生を実現するため、町内事業者とタッグを組んで進める地方創生の取組です。当町の課題を「知名度の向上」と「地域ブランドの確立」と設定し、平成 28 年度の「るるぶ」作成を皮切りに、「K Jブランドの創出」や「一般社団法人さまちか」の設立など、事業者の皆様と「一緒に」課題解決に向けて活動を続けました。そして、令和 4 年 1 月には、地方創生実現に向けた先導役を担う地域商社の設立に至りました。

今後は、地域商社「一般社団法人さまちか」を中心に、川島町の地方創生や地域活性化など課題解決に向けた活動を加速化させます。

※K Jブランド…川島町の地域ブランドを表す言葉で、「KawaJima」のKとJを用いています。

※一般社団法人さまちか…川島町の地域商社として令和 4 年 1 月に設立。「埼（さ）玉の真（ま）ん中の小（ち）さなまち川（か）島」から名付けました。

### 4 背景・目的

地方創生の取組において、地域ブランドの創出やプロモーション活動の強化など、当町の課題解決に向けた様々な活動を実施してきました。前述のとおり、町内の事業者である民間事業者の活躍こそが地方創生のポイントと捉え、行政はバックアップに回る意気込みで活動してきました。

しかし、やはり民間事業を行政にて先導し、行動変容につなげることには限界がありました。

そこで、当町の地方創生や地域経済活性化に向けた活動の中心を担う団体を立ち上げる必要がると一念発起し、地域商社の設立を決意しました。

今後は、地方創生の先導役として、町内事業者と行政のパイプ役や川島町の広告塔としての役割を果たすことのできる団体となるよう町としても支援を継続していきます。

## 5 取組の具体的内容

### 平成28年度 プロモーション強化（その1） 【事業総額：41,939千円】

- 知名度の高い観光情報紙「るるぶ」を作成し、プロモーション活動のスタートを切りました。
- 自分たち知らない「弱点」を知るため、モニターツアーを実施しました。
- これらの実施過程で行った調査・研究をもとに「KJブランド戦略」を策定しました。



### 平成29年度 プロモーション強化（その2）【事業総額：26,103千円】

- J:COMと連携し、「PR動画」と「ロゴマーク」を制作しました。
- J:COMとの縁から、TVに出演して町のPRを強化しました。（年間6回）



### 平成30年度 プロモーション強化（その3）【事業総額：12,465千円】

- 「特定の事業者を応援したい」「町の特産品の品質を上げたい」という思いから、「KJブランド認証制度」を創設しました。
- 当時の「商品力」を確認するため、東京都（浅草）で物産展開催。都内飲食店でのプロモーションも実施しました。



### 令和元年度 特産品・地域資源の改良 【事業総額：25,269千円】

- 商品の課題を克服するため、特産品の磨き上げを実施しました。商品の製造方法や価格設計、パッ

ケージデザインなどの改良を専門家が支援しました。

- 商売する場所を拡充するため、平成の森公園のリニューアルを中心とした町内の**観光ゾーン創出**に向けた**コンセプト**を作成しました。



### 令和2年度 地域商社設立準備 【事業総額：10,859千円】

- 行政が先導することの限界を感じ、**民間団体の設立**を決意しました。
- 関係する町内事業者一人ひとりにヒアリングを実施。地域の「稼ぐ力」を向上させるため、**地域商社の設立**に着手しました。同時に、設立メンバーを探し始めました。
- コロナ禍においても地域を盛り上げるため、新しい生活様式に対応するイベント「**ドライブインシアター**」を開催しました。



### 令和3年度 地域商社設立、販路開拓【事業総額：19,998千円】

- 生産者の販路を拡大するため、ECサイト「**かわじま百貨店**」を構築、地域商社による運用をスタートしました。
- 町内事業者を中心とした7名の役員のもと、**地域商社「一般社団法人さまちか」**を設立しました。



## 6 特徴（独自性・新規性・工夫した点）

- ・一連の取組を経て誕生した地域商社は「行政主導」の「単発的」なものではなく、地方創生の担い手である町内事業者と二人三脚のプロセスにより設立することができました。地方創生の取組において、行政と民間事業者が同じ課題を共有し、実現に向けて共に取り組んだ点は、熱意を持って拘り抜いた点と言えます。
- ・設立された地域商社は、これまで行政と民間事業者が対話を重ねることで土台を築いてきたことから、参画したいと考える方が輪に入りやすいようワーキンググループの参加者を広く募ることで、事業企画の立案を行うこととしています。
- ・町内の特産品取扱事業者のうち、特に農産物生産者はネット販売に対するハードルを高く感じていることから、町内事業者の販路拡大のプラットフォームとなるべく独自のECサイトを構築しました。
- ・地域商社の運営主体となる事務局には、埼玉県が独自で実施する「埼玉県版地域おこし協力隊」制度を活用し、隊員の採用により一般社団法人さまちかの経営に取り組んでいます。

## 7 取組の効果・費用

- ・当町において、地方創生に意欲のある事業者とのネットワークが構築できたことは、大きな効果であったと捉えています。今般の地域商社設立に向けた準備を進めるにあたって、それまでに構築したネットワークにより協力を得ることができました。
- ・一連の地方創生の取組における経費については、前述のとおり平成28年度41,939千円、平成29年度26,103千円、平成30年度12,465千円、令和元年度25,269千円、令和2年度10,859千円、令和3年度19,998千円です。いずれの事業も国の地方創生推進交付金（平成28年度は加速化交付金）を活用して実施しています。
- ・事業者それぞれの売上は把握していませんが、当町の特産品でありKJブランド認証を受けている「米、いちご、いちじく」の販売額が、取組期間中に12.5%向上し、また、認証品を多く取り扱う農産物直売所の売上も11%向上するなど一定の効果が確認されました。

## 8 取組を進めていく中での課題・問題点（苦労した点）

- ・地方創生の実現は、民間事業者の活躍が鍵となりますが、町内事業者に当町の課題を理解していただき、主体性を持って参画してもらう気運を醸成することに苦労しました。当町のこれまでの経緯によるものもありますが、「町の一過性の取組」との印象が事業開始初期は強くあったので、民間事業者と行政と一緒に取り組んでいきたい意向を伝え続けました。
- ・また、庁内の気運醸成にも課題はありました。地方創生の実現には職員全体で課題解決に向けた取り組むことが不可欠です。KJブランド認証品のPRやロゴマーク・動画の活用、物産展への協力など、事業への理解と協力を得られるように職員への働きかけにも力を入れました。事業の企画段階から関係課が参画する体制とし、組織を横断したプロジェクトチーム体制により推進しました。
- ・地域商社の設立段階では、特に町内事業者の主体性が求められるため、ヒアリングや意見交換を何度も行い、「当町の課題を解決する地域商社とはどのような組織か」について議論を重ねました。
- ・行政主導で推進する地域商社やまちづくり会社が発展する事例は皆無です。このため、町内事業者の主体的な活動の促進は、今後も継続して対応すべき課題です。時間をかけてでも、町内事業者が自分事として捉えて取り組む環境を構築していきたいと考えています。

## 9 今後の予定・構想

・ 今後は、地域商社「一般社団法人さまちか」が主体となり、地方創生の実現に向けた取組を加速化させていきます。具体的には、ふるさと納税業務を受託し、寄附件数増加を図り返礼品取扱事業者の売上向上につながる取組や、イベントへの町内事業者出店を支援することで商機を創出する取組、農産物の収穫などで設計する体験型観光商品の販売、平成の森公園のリニューアルにより整備する収益施設の企画立案や事業参入などを予定しています。

・ 将来的には、再生エネルギー事業や人材育成事業にも力を入れ、地方創生の主体となる団体として成長していくことを期待しています。

## 10 他団体へのアドバイス

・ 前述しましたが、地方創生や地域の活性化には民間事業者の活躍が不可欠です。地域商社やまちづくり会社が行政主導で成功する事例はありません。補助や委託に頼って存続することになっては本末転倒です。このため、民間事業者が主体的に、積極的に、熱意を持って取り組んでもらえる環境づくりには、時間をかけて丁寧に取り組むことをお勧めします。

・ 町内事業者とのネットワークが強固になれば、今回ご紹介した取組以外にも、派生した様々な事業に協力してもらえる関係となります。行政側の視点ですが、他の業務が円滑に進むことも期待されますので、時間や労力を惜しむことなく人と人とのつながりを構築するべきと考えます。

・ また、企画段階から民間事業者が参画することにより、都度発生する問題への対応アイデアの幅が広がります。民間事業者が持つ人脈やアイデアは、地域内の情報全般を把握している行政でも持ち得ないものが数多くあります。官民連携の推進という視点でも、民間事業者との関係構築は重要だと捉えています。

## 11 取組について記載したホームページ

- ・ KJ ブランド創出プロジェクト <https://www.town.kawajima.saitama.jp/4254.htm>
- ・ 一般社団法人さまちか <https://samachika.jp/about/>
- ・ EC サイトかわじま百貨店 <https://kawajima-dept.com/>
- ・ 地域おこし協力隊 <https://www.town.kawajima.saitama.jp/6682.htm>