

みたけ未来ファミリー創出事業 —「第二のふるさと」化による地場産業担い手育成プロジェクト

交付対象事業の背景・概要

A. 地方創生として目指す将来像(交付対象事業の背景)
<p>本交付対象事業を含む関連施策を通じて御高町が目指す将来像は、中山道の歴史的遺産と多世代の交流が息づく環境を継承し、町民が自らの郷土に確固たる誇りを持ち、世代を超えて地域活動に主体的に参画するとともに、多様な知見やスキルを活用し新たな内発的活力(内なる熱)を創出し、若年層の郷土愛と次世代リーダーを育成しながら、その熱が外に波及して関係人口と移住呼び込み持続可能な地域社会の確立である。移住定住や地域の活性化は、外からの魅力訴求だけでなく、そこに住む人々のシビックプライド(郷土愛)が醸成され、内側の熱が熱くなるのが必須条件であると認識する。本事業は、この「内なる熱」を戦略的に醸成し、町民・関係人口が地域の担い手となり、御高町を「未来の地域リーダーが育つための原体験の里」としてブランド化された状態を目指す。</p> <p>産業面では、インナーブランディングにより策定するブランドロゴやステートメントや全世代が口ずさめる「御高町共創テーマソング」をさまざまな事業の旗印として活用し、地場産業の付加価値向上と情報発信力の強化を図ります。同時に、専門性を持つ外部の複業人材と地域課題をマッチングさせる体制を構築し、外部知見の導入による「強い経済」と地方の暮らしの安定を構築していく。また、視覚(ロゴ)と聴覚(歌)の両面から町のアイデンティティを確立し、日常の風景の中に誇りが溶け込んでいる状態を創出する。</p> <p>雇用や教育面においては、地元高校生へのキャリア教育を推進することで、地域への愛着を育みながら、将来の地域経済を支える次世代リーダーを育成・確保していくことを目指す。</p> <p>また、人口の在り方については、東京交流会やファンクラブ運営、そして2年目から開始する滞在学習プログラムを通じて、都市部の中学生や社会人を「お客様」ではなく「みたけ未来ファミリー」として迎え入れる。一過性の観光ではなく、「地域の担い手」としての継続的な関係人口へと深化させ、最終的には関係人口が移住・定住へと段階的に進展する、活力ある循環型社会を目指していく。</p>
B. 地方創生の実現における構造的な課題
<p>目指す将来像と現状の乖離は、単なる人口減少ではなく、町民の主体性を阻害する「アイデンティティの未確立」と、外部ファンへの「深化プロセスの欠如」という構造的な負の連鎖によって生じている。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ブランド軸の欠如による発信力の不足: 御高町等の豊富な資源はあるが、無意識に郷土愛を育む「音」や「メッセージ」といった情緒的な共通言語が欠如しているおり、プロモーションが一過性の観光誘導に留まり、地場産業の付加価値向上に繋がっていない。 2. 関係人口の「担い手化」への導線未整備: 既存ファンクラブ会員は約845名に達しているが、その多くは情報の受領に留まっている。 交流を「地域課題の解決(クエスト)」へと繋げる具体的な支援策や深い滞在体験が不足しており、関係人口が実質的な活動主体へと昇華されない構造的ギャップがある。 3. 次世代リーダーと外部知見の融合機会の不足: 若年層の流出が続く一方、地元高校生が地場産業を自分ごと化する機会が不十分である。また、専門性を持つ外部人材(複業人材等)を呼び込み、住民と共創させる連携体制も未整備であり、産業活性化のスピードを阻む要因となっている。
C. 交付対象事業の概要 (交付対象事業がどのように構造的な課題の解決に寄与するのかを分かるように記載すること)
<p>本事業は、「内発的な郷土愛の醸成(内なる熱)」を起点に、「外部発信力の向上」から「持続的な担い手の創出」へと繋げる地方創生のサイクルを構築するため、Bで掲げた構造的課題を以下のソフト事業群で体系的に解決する。</p> <ol style="list-style-type: none"> ①多世代共創型インナーブランディング事業(1年目重点): ワークショップを通じて「御高町らしさ」を体現するロゴ・ステートメントおよび「共創テーマソング」を制作する。これを全事業の「旗印」として統一発信するとともに、楽曲は「夕方の帰宅チャイム」や定時放送として実装し、音によるブランディング(サウンドスケープ)を行うことで、課題1・2を解消し、町民の誇りを可視化する。 ②関係人口創出ファンクラブ運営事業: ロゴやテーマソングを活用した戦略的広報を展開する。交流会の開催や戦略的広告で新規ファンを獲得する。地域活動を「クエスト」として提示し、活動実費補助を行うことで、受動的なファンを具体的な活動主体へと引き上げ、課題2(担い手化の不足)を解決する。 ③みたけ未来ファミリー滞在学習事業(2年目以降): 都市部の中学生を対象とした7日間の滞在プログラム。地域住民との共同生活や仕事体験を通じ、「第2のふるさと」としての深い愛着を醸成する。これは一過性の交流を防ぐとともに、地域側の誇りを再認識させ、課題1・2の解決に寄与する。 ④複業人材活用マッチング・次世代リーダー育成事業: 複業人材を地域課題にマッチングし、解決を加速させる。併せて地元高校生のキャリア教育を実施し、外部知見と地元若年層を融合させることで、課題3(担い手不足と知見不足)を解消する。 ⑤まちづくりネットワーク「みたけのえんがわ」推進事業: 外部専門家を招聘したセミナー等を通じ、住民の自発的な活動を支援する。コミュニティの基盤となる「内なる熱」を醸成し、全事業の土台となる課題1の解決を下支えする。 ⑥地元高校生キャリア教育・職場連携推進事業 地元高校生に対し、地域の歴史・文化理解や地域企業での職場見学・体験学習を提供し、地域愛着の形成と地元定着を促進する。若年層の地域理解と地域担い手としての育成を強化し、地域流出の抑制・地域の持続可能な担い手確保に寄与し、課題3(担い手不足と知見不足)を解消する。
D. 事業分野(大項目)のいずれかを選択した理由(地域未来戦略における3分類(戦略産業クラスター関連事業/地場産業クラスター関連事業/地場産業支援関連事業)との関連性)
<p>本事業が、御高町の地場産業の付加価値向上と、それを支える持続可能な地域経済の維持・拡大を直接的な目的としているため、本分野を選択した。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 付加価値の向上とブランディングの直結 インナーブランディング事業により、町のアイデンティティを象徴するロゴやステートメント、全世代が口ずさめるようなテーマソングを制作する。これらは地場産品や観光コンテンツの発信における統一ブランドとして活用され、地場産業の認知度向上と付加価値の最大化に寄与する。 2. 外部人材による経営課題の解決: 専門知見を持つ複業人材を地場産業の現場へマッチングさせることで、既存事業のブラッシュアップや新規販路開拓を支援し、地場産業の稼働力を強化する。 3. 持続的な担い手(関係人口)の確保: 東京交流会やファンクラブ運営、滞在学習プログラムを通じて獲得する「関係人口」を、単なる消費客ではなく地場産業を共に支える「ファミリー(担い手)」へと深化させる。同時に地元高校生へのキャリア教育を通じて次世代の産業リーダーを育成することで、地域経済を維持するための人材基盤を強固にするものである。 <p>以上の通り、ブランディングによる「発信力強化」と、外部人材・次世代による「担い手確保」を一体的に推進する取組は、地域未来戦略における地場産業の成長プランに合致するものである。</p>

地域の多様な主体の参画

地方公共団体名	分類	産	官	学	言	住民全般	金	
岐阜県御高町	主体名	御高町商工会	御高町観光協会	岐阜県可成県事務所	岐阜県立東濃実業高校・東濃高校	ケーブルテレビ可児(CTK)等報道機関	まちづくり団体等	御高町金融協会
	主な役割、参画及び改善方への反映	ブランドワークショップへの参画。地域資源の発掘、地場産品の販路開拓支援。 【意見・改善方策】 ブランドガイドライン策定時、地元商店の利用実態や経営課題を反映させ、実用性の高いプロモーションツールとして事業計画に落とし込む。	ブランドワークショップへの参画。地域資源の発掘、地場産品の販路開拓支援。 【意見・改善方策】 ブランドガイドライン策定時、実用性の高いプロモーションツールとして事業計画に落とし込む。	県の総合戦略や関連施策との整合性の確保。広域的なネットワークを活用した事業PRの支援。 【意見・改善方策】 県と足並みを揃えた広域連携の視点を導入し、他市町村の先進事例を事業のブラッシュアップに反映させる。	若者リーダー育成事業への参画。多世代共創ワークショップへの学生代表としての参画。 【意見・改善方策】 若年層への情報発信チャネル(SNS・動画)選定に関する意見を聴取し、プロモーション戦略やキャリア教育の内容に反映する。	各種事業の地域内外への戦略的広報。活動のドキュメンタリー発信による認知度向上。 【意見・改善方策】 参加者や認知度増加に向けた効果的なメディア露出タイミングやコンテンツ構成の提案を、プロモーション事業に反映する。	ブランドワークショップや地域貢献活動に主体的に関わり、活動内容や募集時期について実情に即した意見を出し、事業運営に反映させる体制とする。	各種事業のマネタイズに関する助言・提案。 【意見・改善方策】 自走化に向けた事業構造への転換。

<2026年度(1年目)>		ソフト事業1年目に実施する全事業の中で、最も早い支出負担行為日(契約日、交付決定日等)				2026	年	4	月	1	日
全事業期間における本年の位置付け		アイデンティティ確立と「出会い」の創出・方針:町の軸となるブランドを確立し、都市部での認知度を圧倒的に高めるファン獲得。複業人材と地域、地元企業と若年層といった新たな出会いの創出。・柱:インナーブランディング、東京交流会、ファンクラブ新規会員獲得、複業人材活用プロジェクト、企業見学型キャリア教育									
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③				
2026年4月	2027年3月	2026年3月	当初	年 月		年 月					
交付対象事業経費										11,338千円	
交付対象事業におけるソフト事業経費					要素事業数	5	計	11,338千円			
1	多世代共創型インナーブランディング・プロモーション事業				関連するKPI	①、②		4,950千円			
	町のブランド軸を確立し、都市部での認知とファン獲得を狙う。多世代ワークショップを通じて「御高町らしさ」を定義し、それにもとづきブランドロゴ、キャッチコピー、ステートメント(宣言)等を制作し、今後の全ての事業の「旗印」とする。 ○ブランドロゴ等制作委託料…4,950千円(委託料:人件費、役務費、需用費、ファンリテーター報酬費)										
2	関係人口・交流人口創出事業				関連するKPI	①、②		1,898千円			
	関係人口・交流人口創出に向けた交流会の開催や、SNS・WEBを活用した戦略的な広告宣伝を展開し、都市部の潜在層を新規会員として強力に獲得する。 ・首都圏での関係づくり・プロモーションイベント需用費 350千円 ・物品運搬手数料 58千円 ・各種イベント告知のためのSNS/WEB広告費 150千円 ・関係づくり・プロモーションイベント運営委託料 440千円(委託料:人件費、役務費、需用費) ・関係づくり・プロモーション施設借上料 150千円 ・プロモーション戦略専門家招聘 750千円										
3	まちづくりネットワーク「みたびのえんがわ」推進事業				関連するKPI	①、②		600千円			
	郷土愛醸成やみたびのえんがわネットワーク等での持続可能な地域づくりに向けたセミナーを実施する。 ・講師謝礼 600千円										
4	複業人材活用マッチング・課題解決支援事業				関連するKPI	①、④、⑤		2,460千円			
	複業人材と地域課題をマッチングする仕組みを活用し、高品質かつ効果的・効率的な解決を進める。 ○複業人材活用マッチング業務 1,980千円(委託料:人件費、サービス利用料) 複業人材バンクに登録されている人材と地域課題をマッチングする民間サービスを活用する。 ○複業人材活動謝礼 480千円 マッチングした複業人材の活動に応じた謝礼を支払う。										
5	地元高校生キャリア教育・職場連携推進事業				関連するKPI	①、④、⑤		1,430千円			
	地元高校生に対し、地域の歴史・文化理解や地域企業での職場見学・体験学習を提供する。 ○キャリア教育プログラム運営業務 1,430千円(委託料:人件費、役務費、需用費、事業者が現地へ訪問するための旅費)										
交付対象事業における施設整備・事業設備・備品経費					要素事業数	0	計	0千円			

<2027年度(2年目)> ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。

全事業期間における本年の位置付け		1年目に策定したロゴ等をフル活用し、滞在型プログラムを通じて「深いファン(ファミリー)」を育成する。外部知見と地域課題を具体的に結びつけ、収益モデルの試行を開始する。					
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
2027年4月	2028年3月	2027年3月	当初	年 月		年 月	
交付対象事業経費							24,450千円
交付対象事業におけるソフト事業経費				要素事業数	6	計	24,450千円
1	ブランドロゴ活用・地場産品高付加価値化事業			関連するKPI	①、②、③		5,400千円
	制作したロゴ・ステートメントを地場産品のパッケージ、関係人口向けPR施策に展開する。ブランドの統一感を高め、地域産品や地域の付加価値向上を図る。 ブランドパンフレット委託料(デザイン委託費、印刷製本費) 400千円 ブランドサイト構築委託料 5,000千円(人件費、役務費、使用料及び賃借料)						
2	関係人口創出・プロモーション事業			関連するKPI	①、②、③		12,160千円
	関係人口・交流人口創出に向けた交流会の開催や、SNS・WEBを活用した戦略的な広告宣伝を展開し、都市部の潜在層を新規会員として強力に獲得する。また移住者や関係人口としてかかわっている人を追ったドキュメンタリー風動画制作を行い、御嵩町での挑戦的な生き方を可視化し、共感を呼ぶ広報を展開する。 ・首都圏での関係づくり・プロモーションイベント需用費 400千円 ・物品運搬手数料 60千円 ・各種イベント告知のためのSNS/WEB広告費 300千円 ・関係づくり・プロモーションイベント運営委託料 500千円(委託料:人件費、役務費、需用費) ・関係づくり・プロモーション施設借上料 150千円 ・プロモーション戦略専門家招聘 750千円 ・動画作成委託料 10,000千円(委託料:人件費、旅費、需用費、使用料及び賃借料、役務費)						
3	みたけ未来ファミリー滞在学習事業(実行委員会補助)			関連するKPI	①、②、③		2,000千円
	都市部中学生を対象とした7日間の滞在プログラム。地域の仕事・暮らし・人との深い出会いを創出する。 実行委員会に対する補助2,000千円 ・補助対象者:実行委員会 ・補助対象経費:報償費、需用費、役務費、事業者が現地へ訪問するための旅費、使用料及び賃借料、記録映像・撮影費(個人給付に類するものは含まず) ・補助率:1/2、補助上限:2,000千円						
4	まちづくりネットワーク「みたけのえんがわ」推進事業			関連するKPI	①、②、③		1,000千円
	郷土愛醸成やみたけのえんがわネットワーク等での持続可能な地域づくりに向けたセミナーを実施する。 ・講師謝礼 1,000千円						
5	複業人材活用マッチング・課題解決支援事業			関連するKPI	①、④、⑤		2,460千円
	複業人材と地域課題をマッチングする仕組みを活用し、高品質かつ効果的・効率的な解決を進める。(複業人材と地域事業者とのマッチングを進め、経済効果の発出を目指す) ○複業人材活用マッチング業務 1,980千円(委託料:人件費、サービス利用料) 複業人材バンクに登録されている人材と地域課題をマッチングする民間サービスを活用する。 ○複業人材活動謝礼 480千円 マッチングした複業人材の活動に応じた謝礼を支払う。						
6	地元高校生キャリア教育・職場連携推進事業			関連するKPI	①、④、⑤		1,430千円
	地元高校生に対し、地域の歴史・文化理解や地域企業での職場見学・体験学習を提供する。(地域活性化に資する成果・実績の発出を目指す) ○キャリア教育プログラム運営業務 1,430千円(委託料:人件費、役務費、需用費、事業者が現地へ訪問するための旅費)						
交付対象事業における施設整備・事業設備・備品経費				要素事業数	0	計	0千円

<2028年度(3年目)> ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。

全事業期間における本年の位置付け		プログラムを洗練させて収益化の道筋をつけ、地域全体でファンを支える体制を定着させる。交付金終了後を見据え、受益者負担や協賛金による自走モデルへ移行する。					
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
2028年4月	2029年3月	2028年3月	当初	年 月		年 月	
交付対象事業経費							29,050千円
交付対象事業におけるソフト事業経費				要素事業数	5	計	29,050千円
1	多世代共創型インナーブランディング・テーマソング制作事業			関連するKPI	①、②、③		22,160千円
	<p>関係人口・交流人口創出に不可欠な交流会の開催や、SNS・WEBを活用した戦略的な広告宣伝を展開し、都市部の潜在層を新規会員として強力に獲得する。またブランドステートメントに基づき、全世代が親しみを持てるシビックプライド醸成・関係人口創出を喚起させる楽曲を作成する。制作した楽曲は、「夕方の帰宅チャイム」や防災行政無線の定時放送音源として町全域に流すことで、子供から高齢者までが毎日「御高町の誇り」を耳にする環境を創出する。これにより、郷土愛を無意識層にまで浸透させる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏での関係づくり・プロモーションイベント需用費 400千円 ・物品運搬手数料 60千円 ・各種イベント告知のためのSNS/WEB広告費 300千円 ・関係づくり・プロモーションイベント運営委託料 500千円(委託料:人件費、役務費、需用費) ・関係づくり・プロモーション施設借上料 150千円 ・プロモーション戦略専門家招聘 750千円 ・ブランディング・楽曲制作費:15,000千円 <p>作詞・作曲、録音に加え、*防災行政無線等への導入用アレンジ費用、著作権処理等を含む。 プロモーション・MV制作費:5,000千円 夕暮れ時にチャイムが流れる町の風景を取り入れた映像制作。</p>						
2	みたけ未来ファミリー滞在学習事業(実行委員会補助)			関連するKPI	①、②、③		2,000千円
	<p>都市部中学生を対象とした7日間の滞在プログラム。地域の仕事・暮らし・人との深い出会いを創出する。 実行委員会に対する補助2,000千円</p> <ul style="list-style-type: none"> ・補助対象者:実行委員会 ・補助対象経費:報償費、需要費、役務費、事業者が現地へ訪問するための旅費、使用料及び賃借料、記録映像・撮影費(個人給付に類するものは含まず。) ・補助率:1/2、補助上限:2,000千円 						
3	まちづくりネットワーク「みたけのえんがわ」推進事業			関連するKPI	①、②、③		1,000千円
	<p>郷土愛醸成やみたけのえんがわネットワーク等での持続可能な地域づくりに向けたセミナーを実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講師謝礼 1,000千円 						
4	複業人材活用マッチング・課題解決支援事業			関連するKPI	①、④、⑤		2,460千円
	<p>複業人材と地域課題をマッチングする仕組みを活用し、高品質かつ効果的・効率的な解決を進める。(仕組みの自走化を目指す)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○複業人材活用マッチング業務 1,980千円(委託料:人件費、サービス利用料) 複業人材バンクに登録されている人材と地域課題をマッチングする民間サービスを活用する。 ○複業人材活動謝礼 480千円 マッチングした複業人材の活動に応じた謝礼を支払う。 						
5	地元高校生キャリア教育・職場連携推進事業			関連するKPI	①、④、⑤		1,430千円
	<p>地元高校生に対し、地域の歴史・文化理解や地域企業での職場見学・体験学習を提供する。(仕組みの自走化を目指す)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○キャリア教育プログラム運営業務 1,430千円(委託料:人件費、役務費、需用費、事業者が現地へ訪問するための旅費) 						
交付対象事業における施設整備・事業設備・備品経費				要素事業数	0	計	0千円

3 ページ