

テーマ：地域総合商社事業の推進(資源を活用し資産を創る：)

氏名：田辺良則

1. 受講動機

長岡国際ビジネス研究会個人会員として、地場産業を俯瞰する中で、製造業をはじめ、サービス、観光分野でも only one, special one, number one が長岡にあることを強く感じている。長岡に点在する、特徴あるこれらは間違いなく地域資源であり、国内はもとより、広く海外でも有用性が認められると思ひ、これらの資源をどのように経済的に価値化し、効率的に外部へ展開できるかを考えてみたいと思う。

2. 研究する地域資源

特定の資源に拘らず、事業基盤の形成に利用することが期待できる固定資源及び流動資源を対象とする。

理由：伝統文化の価値化や経済振興を目的とする上で、直接・間接を問わず、経済効果が認められる資源を総動員することで相乗効果が期待でき、媒介機能として地域商社を活用することが効率的と思われる。

3. どのように価値を与えるか ※ 地域資源をどのような方法で継続する価値を与えるか

- ◇ ひと・モノ・カネ・情報はそれ自体では価値を持たず、活用・拡散することで初めて価値が生じ、経済的効果を生み出せる。経済的効果が地域貢献として評価されるためには、定住人口の増加、雇用拡大、所得増加、インフラ整備等への反映が求められることより、地域経済の循環～拡大再生産を促す事業への取組が必要となる。
- ◇ 古来、産業の発生や貿易の交流には資源を求めて人が集まり、人の交流が交易をもたらすが、これらは時代と共に、地上・海上・空路の活用により東西南北に拡散して来ている。長岡に欠けているものがあるとすれば、このダイナミズムであり、規模の多寡にかかわらず地元で埋もれている資源の発掘を地元から拡散まで行える担い手である。これを行なえる企業体が地域には不可欠であり、行政・民間の支援も必要であり、この企業体が必要に応じて、地域資源の加工・保管・物流・生産性向上・投資を通じての機能を果たすことで活性化が拡大再生産に繋がると思う。
- ◇ 地域総合商社「長岡藩」は、上記の機能を付与することで長岡の魅力を顕在化 & 創造し、同時に地域資源の「現在価値」の評価にとどまらず、「潜在価値」を顕在化させていく役割を担う組織として、総合的発展への取組が可能となる。

4. 長岡のビジョン ※ 長岡がどうなるか

- ◇ 一次産業は六次産業化を促進し、域内消費からアウトバウンド（県外・海外）への展開、二次産業は独自ブランドによる高付加価値製品の開発、三次産業は県内外＋インバウンド需要創出を目的にすることで大きな伸びしろが期待できる。
- ◇ これらの連携を地域商社が担い、新たな事業・企画を生み出すことで、各産業がそれぞれ拡大すると同時に、産業全体が拡大し得る plus-sum（プラスサム）の環境の下、SDGs（持続可能な開発目標）を掲げる都市になる。

5. 参考文献

- 内閣官房 まち・ひと・しごと創生本部他関係省庁 「地域商社に関する支援メニュー」
- 国土交通省 まちづくり会社の設立・活動の手引き Q&A

令和3年度まちなか大学院
「地域資源研究コース」成果発表

地域総合商社事業の推進

指導ディレクター
樺沢 敦
唐澤 頼充

発表者：田辺 良則

長岡版地域商社設立概要



◆社名： 株式会社 長岡藩DMC

◆所在地： 長岡市□□町1丁目1番地1号

◆資本金： 50百万円

第一段階：官民の資金で設立経営責任者には経験豊富な民間人を登用

第二段階：資本金100百万円に増資、民間資本主導に切り替える

◆出資者（出資比率）：

行政（長岡市） 10百万円（20%）

長岡商工会議所 5百万円（10%）

金融機関 10百万円（20%）

民間企業・個人 25百万円（50%）

◆設立： 2022年10月1日

◆役員： 取締役会長 1名（行政関係者）
代表取締役社長 1名（民間出身者）
代表取締役 3名（銀行・民間出身者）
監査役 1名（銀行出身者）



ヨロシクオネガイシマス

地域総合商社 長岡藩の機能

地域商社長岡藩は、個々の生産者、事業者に代わり、以下の機能を担い、主に県外都市圏および海外市場への販路拡大に注力する

- ◆販路を開拓し、販売先へ商品を引き渡す**営業機能**
- ◆物流経費の負担を圧縮し、ジャストインタイムに配送する**物流機能**
- ◆生産者の商品企画に役立つ商品開発に関する**コンサルティング機能**
- ◆流通業の**受発注**情報を一元的に管理し（業者・顧客のデータ蓄積）、多数の商品を**集荷在庫**する機能
- ◆流通業の取引口座開設に係る**信用を補完**する機能
- ◆売上代金の決済に関する**金融決済機能**



DMO・DMC⇒地域商社

全国登録数：広域連携DMO10件、地域連携DMO95件、地域DMO108件 **計213件**

2021年11月4日時点

新潟県登録DMO：

申請区分	名称	マーケティング・マネジメント対象とする区域（自治体単位）
広域連携DMO	(一社) 東北観光推進機構	青森県、岩手県、秋田県、宮城県、山形県、福島県、 新潟県
	(一社) 関東観光広域連携事業推進協議会	福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、 新潟県 、山梨県、長野県
地域連携DMO	(一社) 雪国観光園	魚沼市、南魚沼市、湯沢町、十日町市、津南町 、群馬県みなかみまち、長野県栄村
	(公社) 新潟県観光協会	新潟県 + 山形県庄内エリア
	(一社) 信州いいやま観光局	【長野県】飯山市、中野市、山ノ内町、信濃町、飯綱町、木島平村、野沢温泉村、栄村 【新潟県】妙高市
地域DMO	(一社) 新発田市観光協会	ようこそ、食の町新発田へ
	(一社) 糸魚川市観光協会	観光案内
	(一社) 妙高ツーリズムマネジメント	官民一体型観光振興
	(一社) 佐渡観光交流機構	観光案内

＜参考＞ **株式会社 くもとDMC** 設立：2016年12月 URL: <http://k-dmc.co.jp/>

熊本県・くもと未来創生ファンド・肥後銀行が出資。日本初の地域銀行と自治体が出資する「日本版DMO」として熊本の食と観光資産を生かしマーケティングからツアー造成までを行う。

機能としては、ビッグデータを活用して商品や企画のニーズの方向性を抽出し、具現化する「**コンサルティング機能**」

食と観光の連携により高付加価値なオプションツアーを造成し、内外へ販売する「**ランドオペレーター機能**」

そして「**地域商社機能**」



戦略立案のポイントー公的支援の利用

◆地域未来投資促進法（経済産業省）

「地域経済牽引事業の促進による地域の成長発展の基盤強化に関する法律」

地域の特性を活用した事業の生み出す経済的波及効果に着目し、これを最大化しようとする**地方公共団体の取組を支援するもの**

<新たな成長分野の例>

- ① 成長ものづくり分野（医療機器、航空機部品、新素材等）
- ② 物流関連分野
- ③ 農林水産、**地域商社分野**
- ④ 第4次産業革命（IoT、AI、ビッグデータ活用）
- ⑤ 情報通信関連産業分野
- ⑥ エネルギー関連分野
- ⑦ 観光・スポーツ・文化・まちづくり分野
- ⑧ 建設産業分野
- ⑨ 教育サービス分野
- ⑩ 健康関連産業・ヘルスケア分野
- ⑪ 医療・ヘルスケア分野



事業内容

I. 初動期：収益事業として物販とインバウンド事業の基盤形成を行う

- 地域商社事業（地域産品の国内販売および輸出入）
- インバウンドマーケティング事業（ランド・オペレーター事業）
- 観光開発事業

II. 発展期：事業基盤を堅固なものにし、新たな事業にも取り組む

- 観光コンサルティング事業（地方自治体対象）
- オンライントラベル予約サイト運営事業

III. 拡充期：地域中核企業としてインバウンド・アウトバウンドの推進役を担う

- 海外広告事業
- 海外プロモーションセンター事業
- 地方創生コンサルティング事業

IV. 成熟期：確立した営業基盤を背景にメディア戦略・イベント事業を推進

- WEBメディア運営事業
- イベント運営事業

長岡市 & 産業界への提言

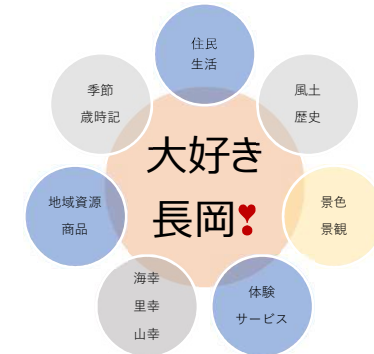
赤字は地域総合商社「長岡藩」でも喫緊の課題としてやらねばならぬこと！

分野	検討事業
インフラ	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 物流（輸送・保管）拠点（環状道路の建設・貨物便就航※） ➤ ラウンドアバウトで繋ぐ市内⇔関東・北陸関西・東北アクセス
産業支援	<ul style="list-style-type: none"> ➤ グローカル企業の育成（例：日本精機、大原鉄工、岩塚製菓） ➤ 下請けから自社ブランド製品へ ➤ 農林水産品のブランド化（米・野菜・魚・木工製品）
地政学	新潟県の“へそ”に位置する立地上の優位性をアピール
産学共同	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 3大学 & 1工専 + まちキャン（生涯教育）との連携 ➤ 地域おこし協力隊との連携
インバウンド	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 観光資源としての信濃川の活用（橋・大河津分水） ➤ 長岡国際花火フェスタ（大手企業・海外からの誘致） ➤ 歴史遺産（ブラックツーリズム：戊辰戦争、第二次大戦、中山隧道）
アウトバウンド	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 国内：都市圏での物産展 <ul style="list-style-type: none"> ・ 常設：ネスパス、ブリッジ新潟 ・ 巡回：仙台、横浜、京都、福岡 ➤ 国際：北東アジアから欧米市場への展開

※航空貨物便就航の必要性については添付「那覇空港物流ハブ視察記」参照

まとめ

- 世界では、大幅な人口増加にともなってグローバル食料市場が拡大すると予測され、**農産物・食品の輸出を拡大する大きなビジネスチャンス**を迎えている
- 機械加工、鋳造業などの基盤的技術をもった企業や大手メーカーの集積と、伝統的技術や技術を生かした仏壇、木工家具、アパレル、食品製造、醸造などの産業もあり、多様な「ものづくり技術」を活かした**長岡ブランド産品・製品を形成**する
- “インバウンド”を観光誘致と誤解しない
ツーリストはホンモノに集まる、ホンモノを欲しがる、リピーターになる
インバウンドが地域の成長や学びにつながる、つなげる
- “インバウンド”と“アウトバウンド”は一卵性双生児・表裏一体
海外をより深く知ることによって長岡をより強くPRできる
長岡のモノを海外でも買える仕組み作りがポイント
- 地域商社・DMO・DMCを作る・育てる・活用する取組み
自治体が方向性を示し、民間企業がその活力とノウハウで具体的事業に結びつける



ご静聴ありがとうございました。

TANABE Yoshinori

田辺 良則

まちなか大学院「地域資源研究コース」受講生

TEL/FAX : 0258.66.2622(Nagaoka)

E-mail: biz. tanabe@nct9.ne.jp



本資料の内容は、全て田辺良則個人の見解・意見であり、所属する団体を代表・代弁するものではありません。
みなさまのご理解をお願い申し上げます。

© 2022-23 Biz Buzz Asia - Yoshinori Tanabe

産業別市内総生産

参考資料 1.

単位：百万円										
産業区分	平成25年度		平成26年度		平成27年度		平成28年度		平成29年度	
総 額	1,076,202	100.0	1,083,285	100.0	1,103,686	100.0	1,130,454	100.0	1,136,977	100.0
第1次産業	10,144	0.9	8,517	0.8	9,135	0.8	11,068	1.0	10,725	0.9
農 業	9,468	0.9	7,839	0.7	8,494	0.8	10,489	0.9	10,141	0.9
林 業	538	0.0	541	0.0	484	0.0	418	0.0	425	0.0
水 産 業	138	0.0	137	0.0	157	0.0	161	0.0	159	0.0
第2次産業	333,520	31.0	335,592	31.0	341,038	30.9	364,986	32.3	357,663	31.5
鉱 業	50,337	4.7	50,891	4.7	37,196	3.4	36,719	3.2	46,626	4.1
製 造 業	206,865	19.2	219,665	20.3	245,223	22.2	241,599	21.4	249,991	22.0
建 設 業	76,318	7.1	65,036	6.0	58,619	5.3	86,668	7.7	61,046	5.4
第3次産業	724,895	67.4	729,933	67.4	745,616	67.6	749,488	66.3	762,219	67.0
イ ン フ ラ	21,318	2.0	22,172	2.0	23,731	2.2	24,845	2.2	25,854	2.3
卸 売 ・ 小 売	134,059	12.5	133,033	12.3	137,012	12.4	136,671	12.1	142,291	12.5
運 輸 ・ 郵 便	46,222	4.3	49,034	4.5	48,622	4.4	46,719	4.1	47,486	4.2
宿 泊 ・ 飲 食	24,949	2.3	25,593	2.4	25,213	2.3	26,538	2.3	28,604	2.5
情 報 通 信 業	30,183	2.8	30,261	2.8	30,620	2.8	30,689	2.7	30,390	2.7
金 融 ・ 保 険	48,285	4.5	47,598	4.4	48,506	4.4	46,606	4.1	45,449	4.0
不 動 産 業	127,596	11.9	129,328	11.9	135,286	12.3	138,433	12.2	141,920	12.5
業 務 支 援	62,522	5.8	62,342	5.8	63,556	5.8	65,621	5.8	65,057	5.7
公 務	39,836	3.7	40,719	3.8	40,361	3.7	39,906	3.5	40,169	3.5
教 育	52,196	4.9	53,276	4.9	52,902	4.8	52,408	4.6	52,602	4.6
保 健 衛 生	90,031	8.4	88,779	8.2	91,467	8.3	92,957	8.2	93,135	8.2
そ の 他	47,698	4.4	47,798	4.4	48,340	4.4	48,095	4.3	49,262	4.3
輸 入 関 税	13,626	1.3	18,294	1.7	18,186	1.6	16,170	1.4	17,875	1.6
消 費 税 (控 除)	5,983	0.6	9,051	0.8	10,289	0.9	11,258	1.0	11,505	1.0

Destination Management/arketing Organization (Company)の概念

日本版DMOは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人です。

このため、日本版DMOが必ず実施する基礎的な役割・機能（観光地域マーケティング・マネジメント）としては、

- (1) 日本版DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- (2) 各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立
- (3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーションが挙げられます。

また、地域の官民の関係者との効果的な役割分担をした上で、例えば、着地型旅行商品の造成・販売やランドオペレーター業務の実施など地域の実情に応じて、日本版DMOが観光地域づくりの一主体として個別事業を実施することも考えられます。

生鮮青果物の最適な貯蔵条件と貯蔵限界

品目	貯蔵最適温度 (°C)	貯蔵最適湿度 (%)	貯蔵限界の目安	エチレン生成量	エチレン感受性
苺	0	90~95	7~10日	少	低
枝豆	1	—	20日	—	—
柿	0	100	1週	少	高
カボチャ	12~15	50~70	2~3月	少	中
キャベツ(早生)	0	98~100	3~6週	極少	高
キャベツ(秋冬)	0	98~100	5~6月	極少	高
西瓜	10~15	90	2~3週	極少	高
大根	0~1	95~100	4月	極少	低
トマト(完熟)	8~10	85~90	1~3週	多	低
トマト(緑熟)	10~13	90~95	2~5週	極少	高
梨	0	90~95	2月	多	高
茄子	10~12	90~95	1~2週	少	中
ニンジン	0	98~100	3~6月	極少	高
葡萄	0	90~95	2~3月	極少	少
桃	10	90~95	1~2週	多	高
メロン(ネットメロン)	2~5	95	2~3週	多	中
メロン(その他)	7~10	85~95	3~4週	中	高
レタス	0	98~100	2~3週	極少	高
蓮根	0	98~100	1.5月	—	—

那覇空港国際物流施設視察感想記（NICO PRESS 2018年4月号寄稿）

本年（注：2018年）1月に那覇空港物流施設の視察に行ってきました。目的は那覇空港の地理的優位性と24時間機能を活かした国際物流ハブ機能に関心があり、地方からの農水産品輸出拡大を考える参考にするためですが、この企画は真夜中のANA 沖縄貨物ハブ視察に沖縄地区税関、那覇商工会議所、現地企業との交流会が盛り込まれた大変有意義なものでしたので、是非ご紹介したいと思います。

40年ぶりの沖縄訪問は、厳寒の雪国新潟から、外国路線並みの3時間というフライトでいきなり気温20℃超の那覇到着に始まり、「ゆいレール」の車窓から景観の変化に見とれているうちに市内到着。慌てて沖縄税関による説明会場に駆け込んでお聞きした内容は、地政学的影響による沖縄の特徴的な面にも言及した興味深いものでした。那覇商工会議所との交歓会の泡盛に酔う間もなく真夜中の視察へと結構ハードなスケジュールに多少疲れを感じた時、昼夜逆転したようなANAカーゴの業務現場には150名近い同社職員が荒ただしく業務にあたっておられ、時間との闘いに緊張感が漲っており、積み込みを待つ居並ぶB767型フレイター（貨物専用機）の雄姿に睡魔が吹き飛びます。

那覇空港の国際貨物取扱量は成田、関西、羽田に次ぐ国内第4位にありますが、アジア主要国へのドア・ツー・ドア輸送は、ANAカーゴの場合アジア主要都市との間で7路線（ソウル、上海、広州、香港、台北、バンコク、シンガポール）・週35便（※2017ウインターダイヤ）就航しており、従来2泊3日を要していたリードタイムが、那覇発深夜便利用により翌朝目的地到着の1泊2日に短縮できることが最大のメリットと言えます。但し、積替え手数発生により輸送コストが1.5倍に膨らむこともあり、輸出貨物は半導体製造装置に使用する精密機器や電気機器等の高付加価値製品が主体であり、食品・日用品等には先ずコストと国内物流という課題が立ち塞がります。これは、沖縄ハブ深夜便ネットワークの活用には国内ネットワークとの接続が前提になりますが、現状では新潟県内で商品化された生鮮食品を同日中に那覇空港まで持ち込む手段がほとんどないことと、旅客便の貨物スペースが限られていることや、首都圏の空港への寄り道工程を経ることの時間や経費要因を考えて頂ければ容易に理解できると思います。

一方で、地域性を最大活用することで飲食・ホテル・貿易等の国際事業を立ち上げられた地元企業（株）JCCの事業展開は、新規事業立上げと海外販路開拓を検討する上でも大変参考になり、「沖縄で海外販路開拓の予行演習を行っては!？」の言葉に乗せられ、私が期待する農水産品や生鮮食品の輸出を、この沖縄国際物流ハブを利用した「地産外消」により拡大し、新潟経済の活性化を図るという図式化できれば、双方の地域経済発展の後押しが可能になるのではという期待が大いに膨らみます。無論、日本からの競合製品がひしめく海外市場で、容易に差別化を図ることが出来る付加価値の高い商材であることも必要条件になります。

このように、出発前は空港物流施設視察だけでも十分参考になるのではと思っていましたが、地域産品

の海外向け販路開拓やインバウンド誘致を考える上でも大変参考になる視察となりました。

また、その後金沢を訪問する機会があり、小松空港の国際航空貨物便利用状況を聴取しました。現在、貨物専用機はカーゴルックス航空が週4便（ルクセンブルグ3便、シカゴ1便）、中東アゼルバイジャンのシルクウェイ・ウェスト航空がバクーへ週2便就航しています。地元石川県企業の貨物量は1割程度と低調でありながらも、「小松空港活性化プラン」に基づき近隣県である富山県、福井県に加え、中部圏からの貨物の取り込みを得て便数を減らされることなくその存在感を示し、地方空港ゆえの強みを如何なく発揮し、国際貨物取扱量は全国第7位にあります。

もし新潟空港で長野、福島、山形等近隣県から、鮮度が求められる食材も含め航空輸送に適した商材を受け入れることが出来るようになれば、日本海側における国内ハブ空港として航空輸送機能の飛躍的改善が期待できます。この記事をお読みになって自社製品のアジア主要国への短時間輸出にご興味を感じられた方には、より具体的且つ実務的なご相談に応じたいと思いますので、遠慮なくご連絡ください。

以下閑話休題になりますが、沖縄の人達はみなさん親切です。メインストリートの「国際通り」両岸はステーキ、焼肉、土産物の看板で埋め尽くされ、どこもかしこも中国語と韓国語がかまびすしく飛び交い、マイナーな日本人観光客は通りの端をすまなそうに歩いています。少し裏通りに鮭屋を見つけ、地魚を肴に泡盛を嗜むと板前さんも心を開き世間話が花開く嬉しいタイミングとなります。聞けば、外地人は泡盛を好み、内地人が日本酒を飲む、それも新潟清酒が圧倒的に人気の由。新潟を誇らしく感じる時でつい酒肴が進みます。メのにぎりをお好みで適当につまむと、心身共に満腹となり、心からご馳走さまでそのまま幸せな気持ちで雪の待つ新潟への帰途につきました。



ANA カーゴ沖縄ハブ 深夜の作業光景

NICO 事業コーディネーター 田辺良則