

2022年12月8日@大阪

指宿鰹節 × 三木金物 鰹節削り器コラボ企画 「最高の鰹節をあなたの手で」 ～人がつなぐブランド化～

8 働きがいも
経済成長も



9 産業と技術革新の
基盤をつくろう



17 パートナースhipで
目標を達成しよう



地方創生☆政策アイデアコンテスト2022 プレゼン資料

三木市広報戦略会議プロジェクトチーム

兵庫県 三木市 総務部税務課

総合政策部縁結び課

岡部 真由子（入庁4年目）

清水 暁彦（入庁8年目）

最高の盾と矛が出逢い
矛盾という言葉が生まれた

企画イメージ



世界一固い最高の食品と最高の道具が出逢い、
それぞれの強みを活かしたイノベーションを創出



指宿鰹節

鹿児島県指宿市
地域団体登録商標
「指宿鰹節」
本枯本節



- ・ 関西と九州
- ・ 兵庫県と鹿児島県
遠く900km離れた土地と
地域団体登録商標同士
地場産業同士のタッグ

沖縄総合事務局
(地域ブランド支援)
今回のチャレンジをPR



兵庫県三木市
地域団体登録商標
「三木金物」
鉋（かな）



企画概要 地域間連携による相乗効果をめざして

【現状と課題】

- 鹿児島県指宿市では… 日本一の生産量と質を誇る鰹節「本枯本節」を削る「削り器」の生産等に課題を抱え、お客様の声にこたえきれていない。
- 兵庫県三木市では… 時を同じくして、金物のまち三木の基幹産業である大工道具は、近年の工業化工法等による需要の減少に加え、伝統技術の継承等の課題を抱えていた。

【仮説と対応策】

地域を超えて日本を代表する特産品同士が出逢うことで、共にコラボする「足し算」だけでなく、さまざまなものを巻き込んだ「掛け算」によるプラスαの効果が得られないだろうか。

- 取組自体をストーリー化＋本チャレンジを発信し続けることで双方の課題解決を図るとともに、地域資源やプレイヤー、仲間という「点」をつなぎ「線」にし、「線」をつなぎ「面」にする、共に進む・共に創る未来をめざす。
- 常識にとらわれず、PDCAサイクルを高速で回し、人財を育てながら前に進む。
- 部署を超えた広報戦略プロジェクトチームとして、×縦割り ◎庁内外に横ぐしを刺すチャレンジ

【めざす姿】

世界一固い最高の食品と最高の道具が出逢い、
それぞれの強みを活かしたイノベーションを創造する。

市の取組（情報）が
うまく伝わっていない

広報戦略会議プロジェクトチーム

『情報発信がうまく伝わらない』という課題解決のため
設置された庁内部署横断組織

アナザワークス社と連携協定を締結し、
広報専門民間複業人財 + 情報発信に危機感を覚える職員
がチームとなり、課題解決にチャレンジする

× 上司部下 ○ 相棒 → 能力シェアという考え方

自分のことを見つめなおす

三木市と三木金物



- ・神戸北・市街地と緑が広がる「トカイナカ」
- ・酒米の王「山田錦」生産量日本一
- ・ゴルフ場数西日本一「ゴルフのまち三木」
- ・播州三木打刃物「金物のまち三木」

1500年の歴史 最古の金物のまち

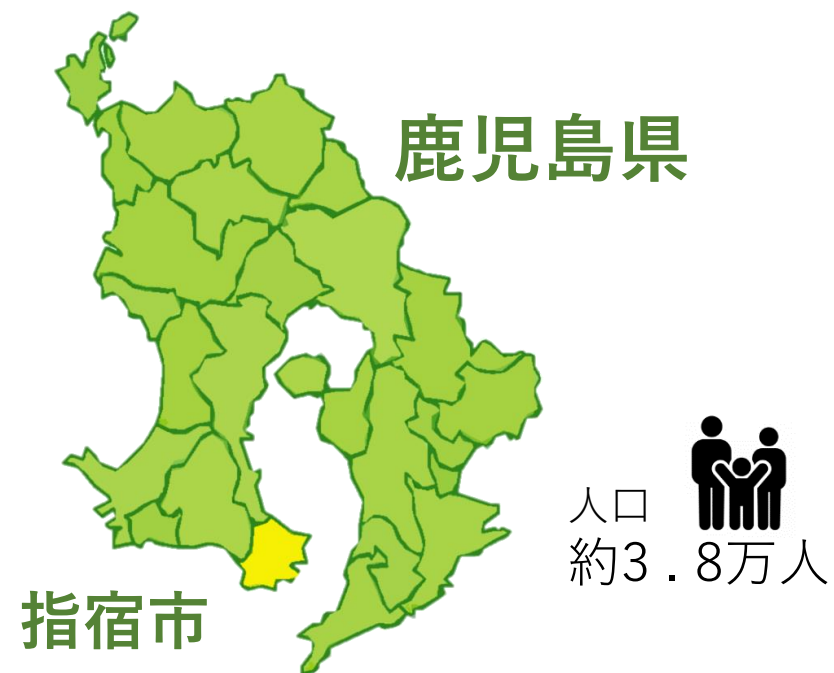
鍛冶職人の手作りの技 × 良質な素材

本企画の刃も、明治時代の貴重な
錬鉄をはじめとする特殊な鋼を使用
職人がひとつひとつ手作業で鍛造



相手のことを知る

指宿市と指宿鰹節



- 天然の砂蒸し温泉「指宿温泉」
- 本土最南端の駅「西大山駅」
- 絶景露天風呂「たまた箱温泉」
- 生産量日本一「最高級鰹節本枯本節」
「そらまめ」「オクラ」

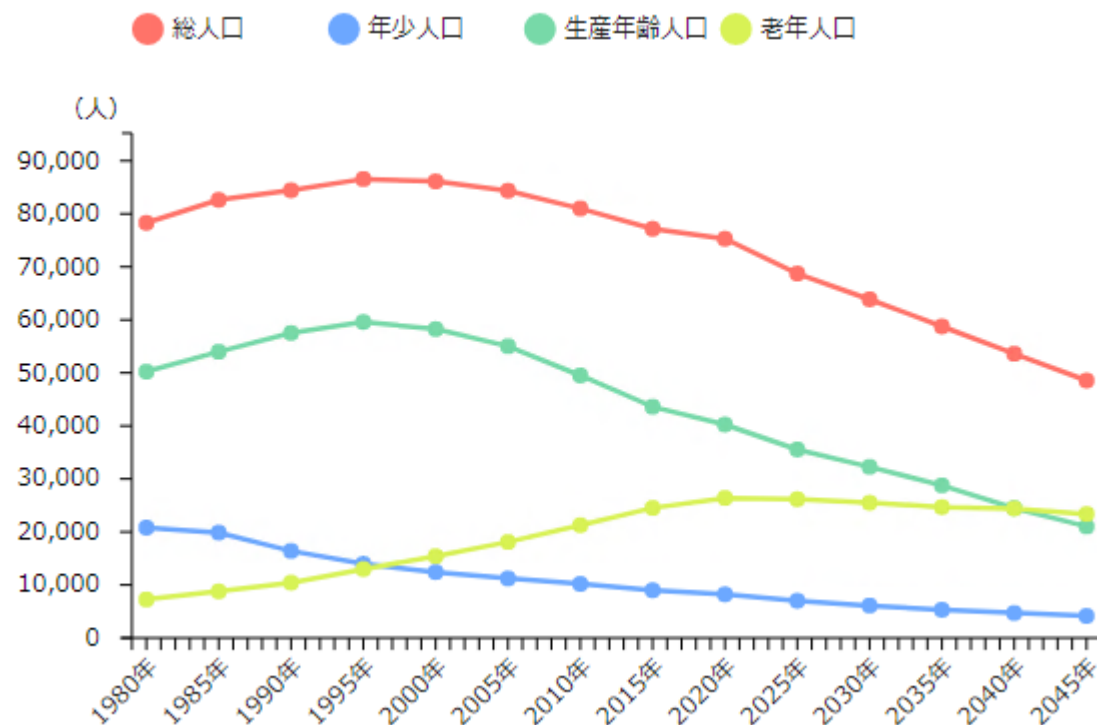
原点にして頂点

明治時代からはじまった鰹節の製造には、
受け継がれてきた伝統の技が今なお息づく
熟練の職人たちの真摯な思いと技術の蓄積
が産地を育て、**和食の原点**を支えている



人口統計から見る両市

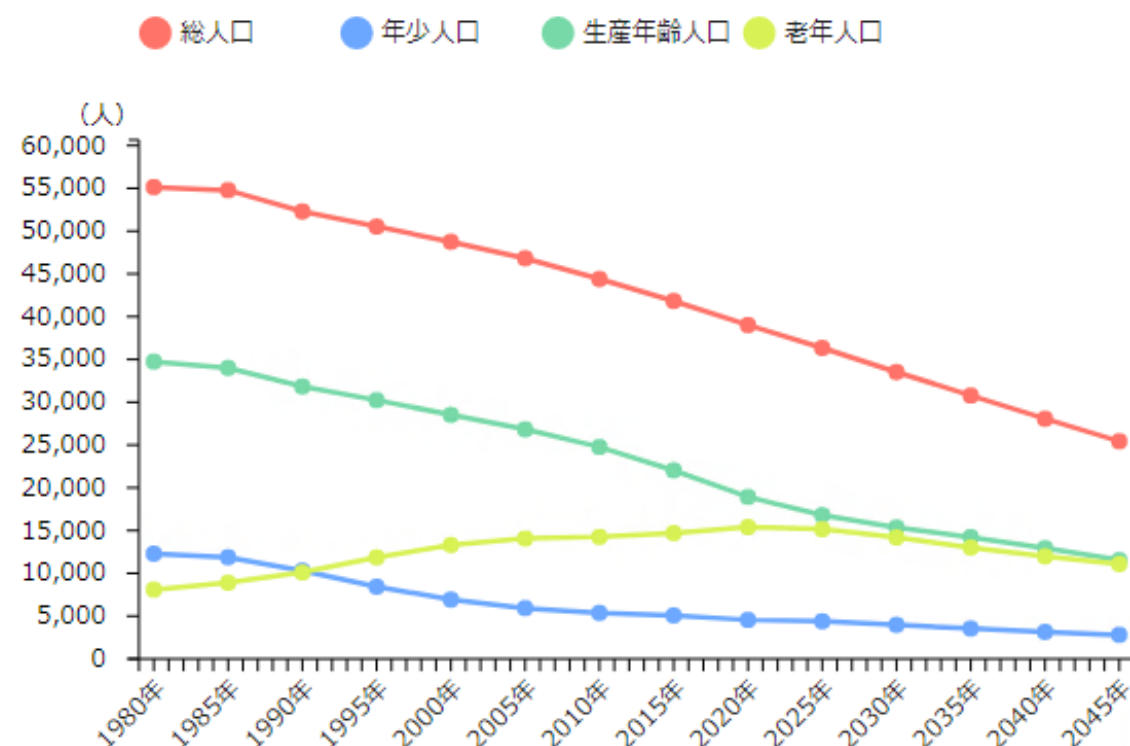
【兵庫県三木市】



2025年に91.3%、2035年に78%、2045年には64.5%

両市ともに、2020年の老年人口は県平均よりも高く、年少人口割合及び生産年齢人口は県平均よりも低い → **すべて県平均を下回る水準**

【鹿児島県指宿市】

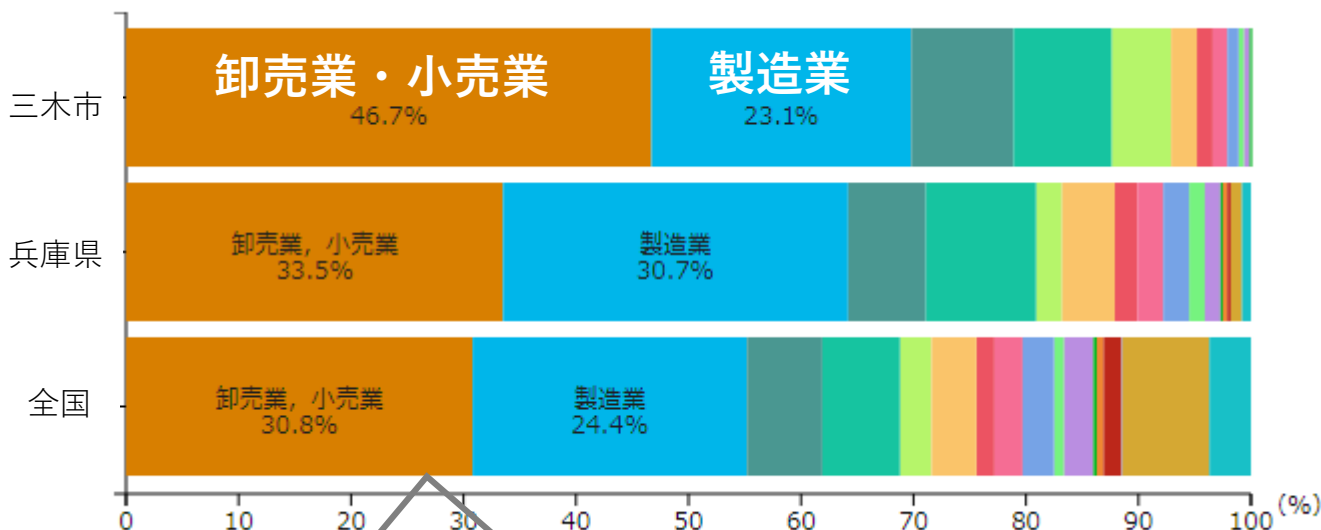


2025年に93.2%、2035年に78.9%、2045年には65.2%

【出典】 RESAS、RESASデータ分析支援、総務省「国勢調査」、
国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

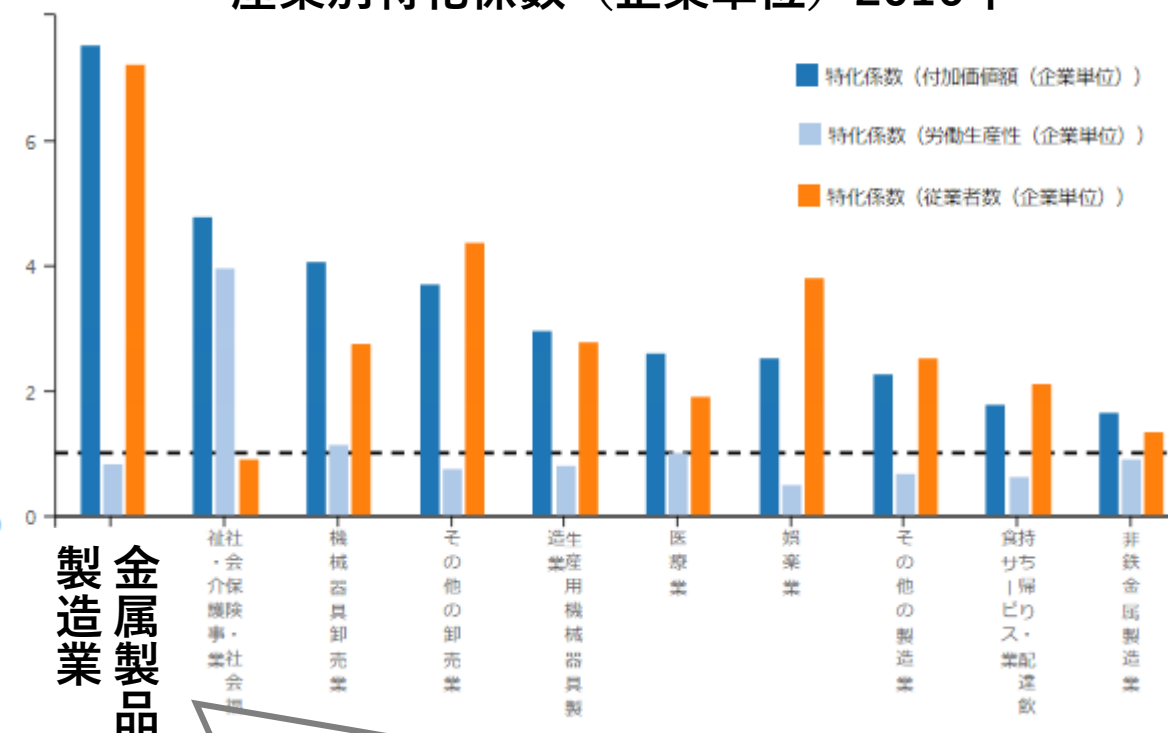
産業から見る両市（三木金物）

売上高（企業単位） 2016年



- 卸売業・小売業の占める割合が
全国平均及び県平均よりも高い
- 卸売業・小売業と製造業で**約7割**を占める
→金物製造業と金物卸売業が盛んである影響か

産業別特化係数（企業単位） 2016年

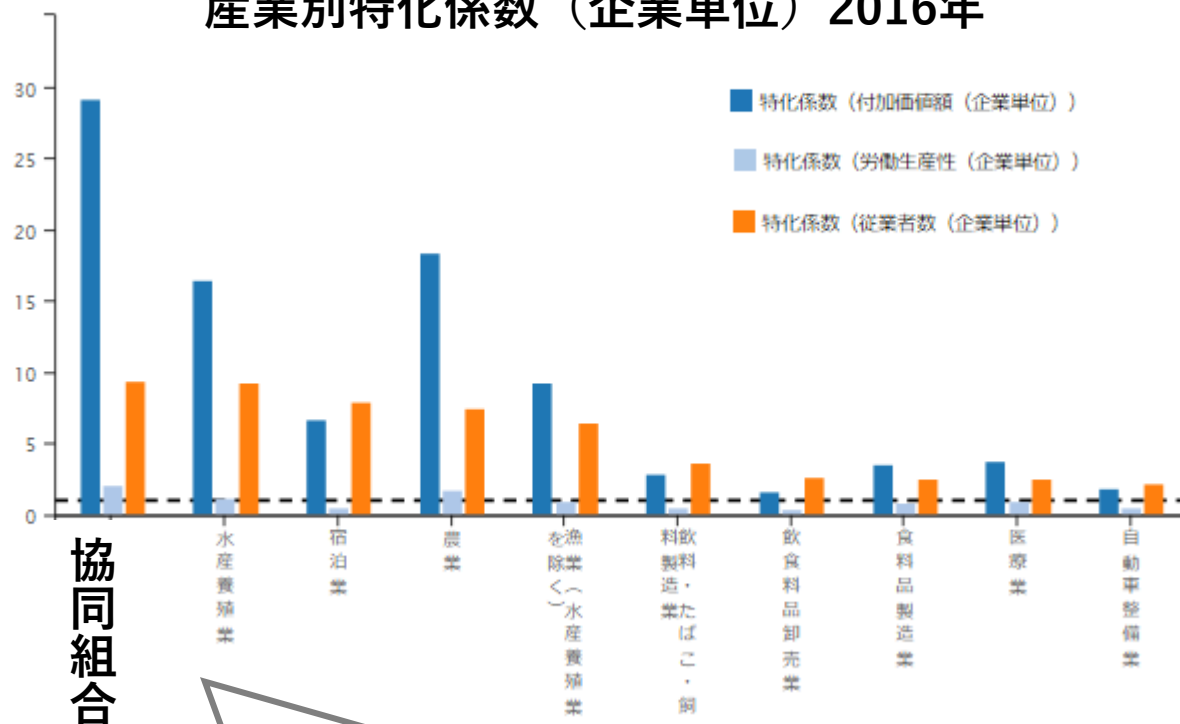


付加価値額・従業者数：全国平均を大きく上回る
→全国と同業者と比較し**競争力が高い**
→金物産業に従事している人が多い、地域の**基幹産業**

労働生産性：全国と比較し**低い水準**
→競争力が高いのに対し**低い労働生産性が課題**

産業から見る両市（指宿鯉節）

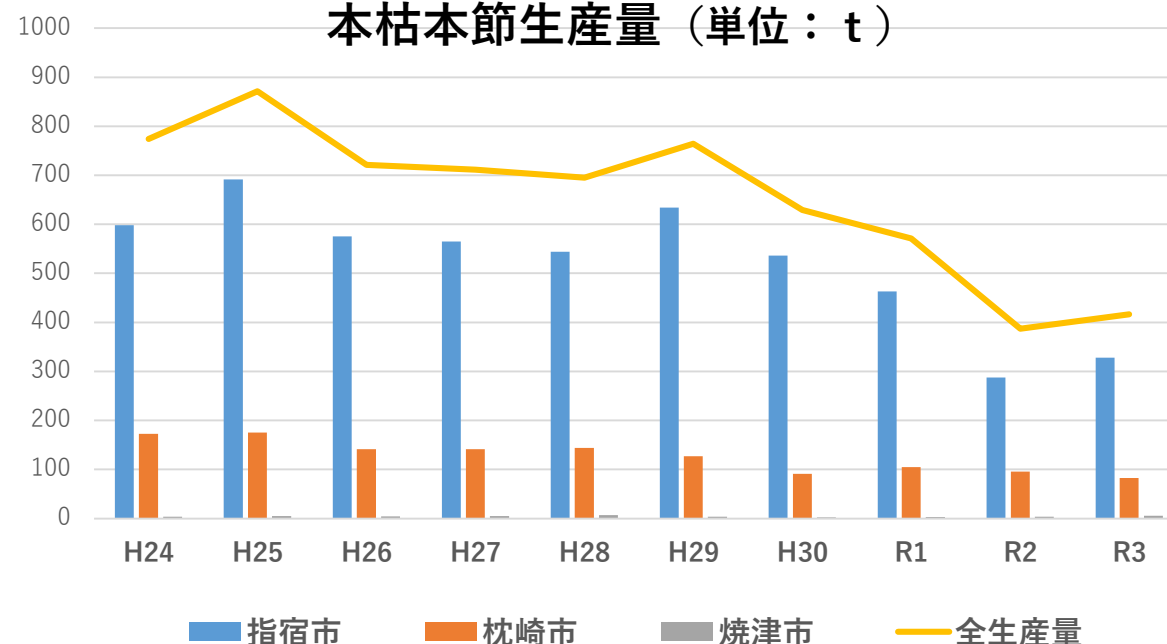
産業別特化係数（企業単位）2016年



付加価値額・従業者数：全国平均を大きく上回る
 →全国の同業者と比較し**競争力が高い**
 →従事している人が多い、地域の**基幹産業**

労働生産性：全国と比較し**低い水準**
 →競争力が高いのに対し**低い労働生産性が課題**

本枯本節生産量（単位：t）



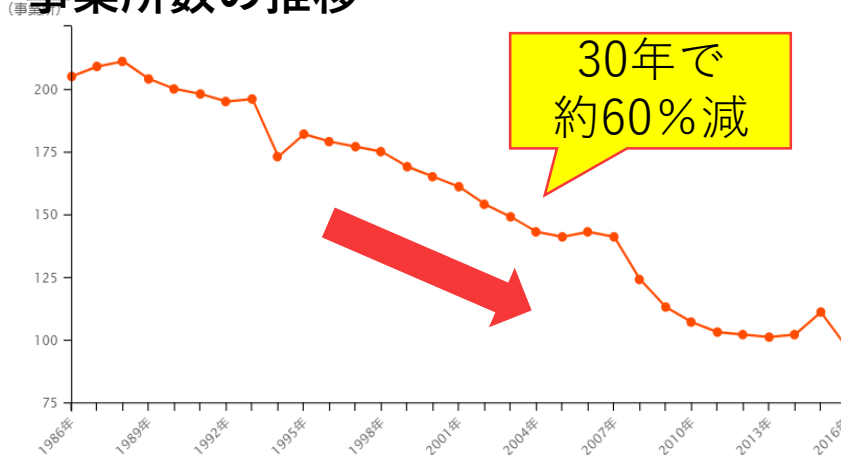
最高級鯉節本枯本節の**生産量**は**指宿市が圧倒的**
 だが全体の生産量は**減少傾向**にあり、特に新型コロナウイルス感染症の流行により生産調整が行われ、**消費の低迷**も含め今後も大きく影響を受けられる

【出典】 RESAS、RESASデータ分析支援、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工、山川水産加工業協同組合調べ

事業所数・出荷額で見る両市の事業

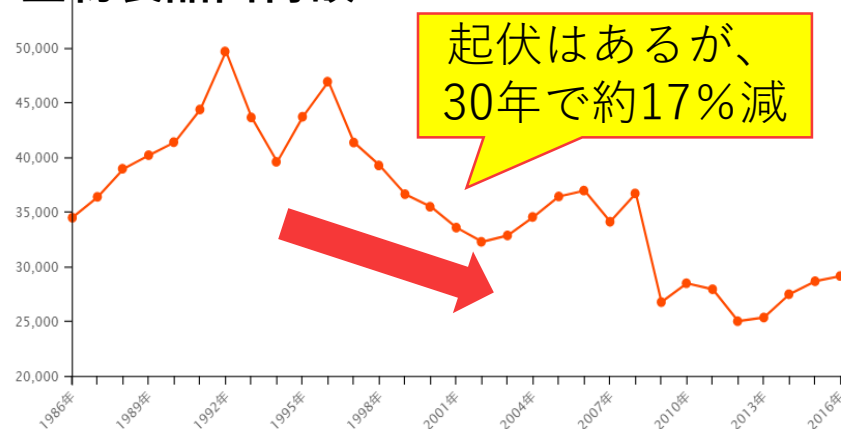
金属製品製造業
事業所数の推移

【兵庫県三木市】



使用木材の
工場での事
前加工や、
軽量鉄骨造
が主流に
大工道具の
需要は減少

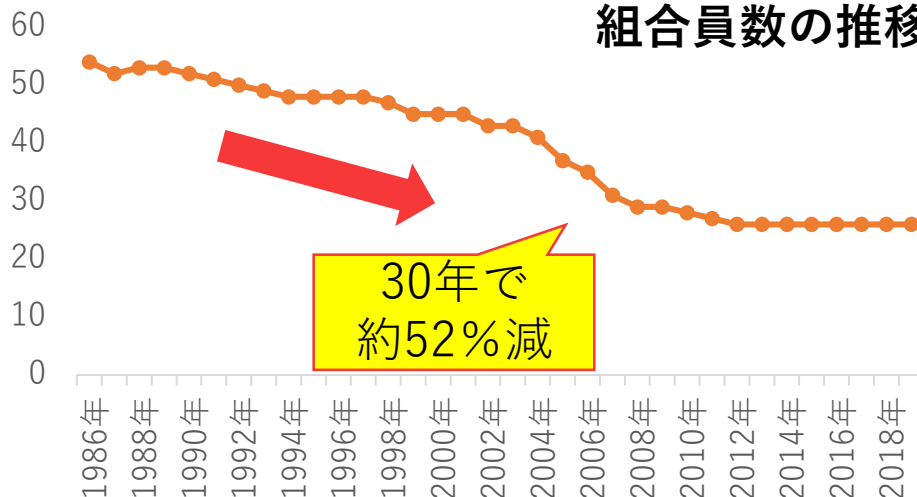
金物製品出荷額



近年のESG
投資に係る
木造建築増
加の可能性
はあるが、
ただ購入を
待つだけで
ない**新たな
取組が必要**

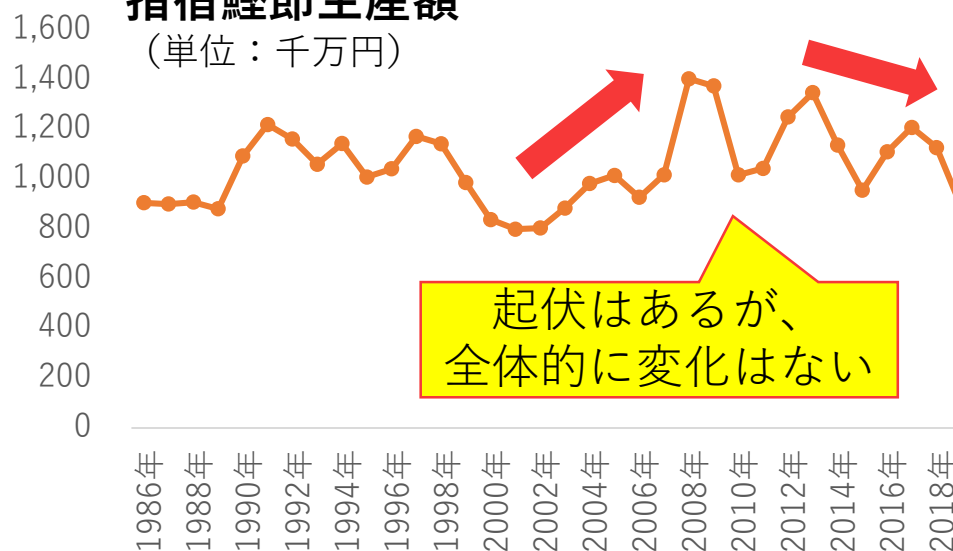
【鹿児島県指宿市】

山川水産加工業協同組合
組合員数の推移



鯉節は原料と
相場に影響さ
れやすい産業
であるため、
生産額はその
年の**価格変動
により大きく
左右される**

指宿鯉節生産額
(単位：千万円)



特産品の高い
ポテンシャル
を最大限に生
かす、**新たな
取組が地域経
済の活性化に
つながるの
ではないか**

【出典】 RESAS、経済産業省「工業統計調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」、山川水産加工業協同組合調べ

【現状と課題】から【仮説】へ

人口減少・生活様式の変化
により、需要は減少傾向
今のままでは衰退の一途

既にブランド化されている
品質もよく競争力も高い
にも関わらず伸び悩む

今の「販売」「PR」だけでない、
新たな価値の創造が必要なのではないか？



それぞれが抱える課題を解決するため
それぞれの突き抜けた強みを活かす

見方を変える

それぞれを人がつなぐ

点在する資源

—— ストーリーを紡ぐ ——→

目標となるゴール

点から線へ



きっかけと経緯 そして実証へ

【仮説と対応策】

【経緯】 山川水産加工業協同組合、指宿鰹節とセットで仕入れた削り器を販売するが、
うまく削れないという声が多く寄せられる
世界一硬い食べ物 鰹節をきれいに削ることができる、最高の削り器を探し始める

- 令和3年 5月12日 山川水産の相談を受けた九州経済産業局が近畿経済産業局に共有する
近畿経済産業局が金物のまち三木市を紹介する
- 6月 4日 両市・両事業者等 関係者によるオンライン会議開催
～ コロナ蔓延により訪問時期の調整 ～
- 11月30日 山川水産が三木市を訪問 課題と方向性を確認
常三郎 試作品製造 (吉野杉の箱×三木金物)
三木市 広報戦略プロジェクトチームが誕生
- 令和4年 3月24日 常三郎が試作品とともに指宿市を訪問 **☞新たなチームが誕生**
- 3月25日 鹿児島県庁訪問 **☞新たな仲間づくり**
- 3月27日 大阪梅田『うめきた外庭スクエアイベント』参加 **☞日本酒試飲×鰹節**
- 4月～ 2025年大阪関西万博や世界へのPRをめざした実証を開始
- 9月 在京都フランス総領事館ル・マルシェ参加 **☞世界に届ける**
- 10月 鉋製造見学×鰹節削り×食す体験型コンテンツ実装 **☞世界に届ける商品化**
- 11月 地域ブランドプロデューサー育成事業講師登壇 **☞沖縄で、仲間を増やす**

まず、動いてみる

令和3年11月 チーム指宿、三木市を訪問

- 山川水産、指宿市、九州経済産業局、指宿観光デザインが三木市を訪問
- 世界一硬い食べ物・鰹節を削るには、それに負けない強度と粘り強さをもつ刃が必要
- 課題の共有と生産に係る相談
- 既成品での試し削り

互いを
知る



山川水産 坂井組合長 常三郎 魚住社長



←
うまく削れないと粉ばかりだが…

最高の刃を使えば、まるで花びらのような削り節 →



【メディア発信の成果】 地方紙・神戸新聞への掲載



令和4年3月 チーム三木、指宿市を訪問

- 常三郎、三木市が指宿市を訪問
- 両市をオンラインでつないだ連携記者発表
- 試作品の発表と商品化に係る具体的な協議
- 実際に削る！見せる
- 実際に試食！味わう
- 鰹節工場等の製造工程を見学

初めての
チャレンジ

三木市 岡部



山川水産坂井組合長

常三郎魚住社長

三木市での様子



笑顔でアピールする市長



記者の前で実際に削る職員

指宿市での様子



試し削りや試食、具体的な打合せ

【メディア発信の成果】

南日本新聞・神戸新聞・
毎日新聞への掲載
TV局2社でニュース放映



チャレンジし続ける × 様々な事業を複合的に捉える

更に動いてみる

更なる展開と挑戦

- ☑ 山川水産での鰹節+削り器セット販売
 - ☑ 市内飲食店等への営業 **2店舗採用**
 - ☑ **ふるさと納税返礼品への追加(出口戦略)**
 - ☑ 両市の寄附サイトをリンク・相互PR検討
 - ☑ 同封チラシや**使い方動画の作成**
 - ☑ **アンバサダー就任**による相乗効果
- などによる**付加価値創出**だけでなく、
新たなチャレンジ



In うめきた外庭スクエア



In 在京都フランス総領事館

- ☑ うめきた外庭スクエア SDGsイベントへの参加
『**日本酒試飲×鰹節**』目の前で削る鰹節をアテに
- ☑ 在京都フランス総領事館 ル・マルシェへの参加
世界に向けたPR + 鰹節削り体験
- ☑ 海外ゴルフ旅行事業者が三木市 常三郎を訪問
インバウンド体験型コンテンツ造成
『**金物鍛造見学×鉋・鰹節削り体験×卵かけご飯**』
- ☑ 万博ひょうごフィールドパビリオン事業申請
モニターツアー、ファムツアー、メディアツアー等
- ☑ イギリス・フランスでの情報発信に向けた、
総務省映像コンテンツ活用実証事業にも**チャレンジ**

一回きりのコラボで終わらせない、
両市・両事業者が継続的につながる
持続可能なブランド化を推進

世界に届けてみる：日本の伝統的食文化 × モノづくり文化 価値を伝え体感してもらう



工房見学



木を削る体験



鯉節を削る体験



削りたてを食す 23

つながりを紡ぐ：持続可能な体制構築



10月～指宿市返礼品コラボ企画
鰹節削り器本枯れ本節セット



三木市返礼品
鰹節削り器



風味が違う！世界一硬い食品、鰹節の削り方

- ① 鰹節の扱い
鰹節は削った状態で加工を止める荒節、カビを付けて乾燥させる枯節、さらに熟成させて水分も極力無くした本枯節があります。用途に応じて使い分けます。
一般的に、うどんなどには荒節、関東では枯節を使います。
豆腐やあん物に本枯節を用いると、香り、口当たりが最高です。
- ② 鰹節の部分選択
本枯節には、腹と背があります。好みによりますが、腹は油分が少し多いです。
- ③ カビの除去
鰹節の周りについているカビは食べても大丈夫ですが、削る部分は乾いたタオル等で拭き取ってください。
- ④ 逆目を見分ける
本と逆目には逆目があります。逆目を削ると粉しか出ません。順部分を下にして、筋目をよく見極めてお使いください。
- ⑤ 削る角度
30°～35°程度に立てて削ります。横に倒して削ると、削る面が次第に大きくなり、負担がかり削りにくくなります。
- ⑥ 本枯節は少しあれば綺麗な削り
市販の削り器は、水分を約20%含んだ鰹節を特殊刃の機械で削っています。本枯節は水分を極限まで無くし、硬質でカチンカチンです。故に市販品のように綺麗な削り花は出にくいですが、しかし削りたては風味、口当たりは市販品には無い本枯節独特の味わいです。削る前には、水分を含んだ布で削り面を少し湿らせるか、ガスコンロで削り面を温めるか電子レンジで暖めてから削ると、綺麗に削れます。
- ⑦ 使う分け削りましょう
削った時から酸化がはじまります。使うだけ削り、残りの鰹節はラップで包んで冷蔵庫にて保存してください。
- ⑧ 切れ味は刃物の手入れが肝心
鰹節は非常に硬く、刃が钝化しやすいです。切れ味を良く保つためには、定期的な研ぎが必要です。研ぎが鈍化した刃で削ると、削り花が粗くなり、削り残りが多くなります。研ぎが鈍化した刃は、研ぎ棒や砥石を使って研ぎ、切れ味を回復させてください。

※ 付属の研ぎ棒は、安全のために研ぎ棒の先端を丸く加工しています。

削り方説明書

最高の鰹節を
あなたの手で
削るために

Youtube
動画配信 ①

指宿鰹節削り器 使用方法

動画での説明など詳しくはこちら→
動画視聴しQRコード

- ① 削り花の出方
鰹節の腹を金槌で叩き、刃を出します。左右均等に出来ない場合は、頭の左右を木槌で叩いて調整してください。
- ② 削り花の入れ方
出し過ぎた刃を戻す場合や、刃を鰹台から外す場合は、台頭を木槌で叩いて外します。
※ 刃の出し合を微調整することで、良い削りができます。
- ③ 刃の手入れ
使い終わったら、乾いた手ぬぐいで乾拭きします。長期間使わない場合は、乾拭き後に食用油を軽く塗ってください。
※ 次に使う場合は、油分を拭き取ってから使用してください。
- ④ 刃が切れにくくなった
刃を研ぎます。まず市販の中仕上げ砥石（#800～#1000）で研ぎ、次に砥石（#4000～#6000）で仕上げ研ぎをします。慣れるまでは刃が上手く付きませんので、通販で購入できる補助工具（シャープニングガイド）を使って研ぐか、製造メーカーに研ぎをご依頼ください。
（1 図分のサービス券をご利用ください。）
（株）

刃研ぎで
つながる
ファン



三木市体験型観光
鰹製造見学等体験



三木市返礼品
鰹製造体験

見方を変える

常識にとらわれない 人と人がつなぐブランド化

三木市の職員としてだけでなく**指宿鰹節アンバサダー**として、
そして**指宿を訪れ指宿に触れた一人のファン**として参画 ➡ **新しい関係人口の形**



令和4年「**指宿鰹節アンバサダー**」に就任
行政職員の部署異動で事業が止まってしまう…
なんてことはない

【メディア発信の成果】
新聞を見て興味を持ってくれた関西TV局による取材
ニュース放映



**最高の鰹節を
あなたの手で**

鰹節と金物、2大産地による
初コラボ商品 試作品が完成！

兵庫県三木市 播州三木打刃物 常三郎 × 鹿児島県指宿市 指宿鰹節 山川水産加工業協同組合

日本有数の鰹節生産量を誇る指宿市・山川水産加工業協同組合。自宅で本格的な鰹節が楽しめる鰹節器をセットで売り出しましたが、固い本枯本節を「うまく開けない」との声が寄せられ、切れ味のよい鰹節器を探していました。そこで、経済産業省 九州経済産業局加納財産室と近畿経済産業局地域ブランド展開支援室、指宿市役所と三木市役所が仲介。指宿鰹節×三木金物をつなぎ、新たな商品開発がスタートしました。

令和4年2月、試作品が完成。金物のまち三木、常三郎の鰹節、硬く粘り強い鰹と柔らかな鰹を組み合わせる伝統的な技術でつくられます。常三郎の誇りがつまった鰹節器を手に、指宿へ。試作品で鰹節を開き、鰹節を使った料理の試食など、「ホンモノ」の切れ味と風味を実際に味わっていただきます。

ふるさと納税返礼品への追加や、飲食店での提供など、目の前で開かれる花開きの楽しさやかどおしい匂い、あつあつごはんの上で花開く鰹の香りを味わう、食卓で楽しむメニューをお楽しみに。

NEXT>>>

**最高の鰹節と最高の鮑刀
山川水産加工業協同組合と常三郎が出会うまで**

全国有数の鰹節の産地、鹿児島県指宿市の鰹節製造業者 山川水産加工業協同組合と、全国一の金物の産地、兵庫県三木市の鍛冶人常三郎、串刺しにて約540キロ離れた両者が出会い、最高の鰹節削り器が完成しました。

世界一硬い食品を開くためには、刃の強度だけでなく粘り強さが求められます。従来の削り器では、「うまく開けない」という声が寄せられ、より強く、より指宿をアピールできる削り器を求めた山川水産加工業協同組合は、よい金物事業者がないか経済産業省 九州経済産業局に相談しました。そこで、近畿経済産業局地域ブランド展開支援室や、指宿市役所、三木市役所が仲介。指宿鰹節×三木金物をつなぎ、新たな商品開発に向けた最強タッグが生まれました。最高の鰹節と最高の削り器だからこそ味わえる、至高の逸品をお楽しみください。

指宿市と 指宿鰹節

鹿児島県薩摩半島の最南端にある指宿市は、天然の砂蒸し温泉や絶景露天風呂などが有名なほか、そもそも、オクラ、本枯本節の生産量一位など、食の宝庫としても知られています。中でも最高級の鰹節である本枯本節「指宿鰹節」は、明治時代から受け継がれてきた伝統の技が今なお息づいています。どこよりも美味しい鰹節を作り、職人の職人たちの真摯な思いと技術の蓄積が、和食の原点を支えています。

三木市と 三木金物

兵庫県神戸市の北側にある三木市は、酒米の王「山田錦」の生産量一位、ゴルフ場数日本一の「ゴルフのまち」、そして、1500年の歴史をもつ最古の「金物のまち」です。特に大工道具が名高い「三木金物」は、鍛冶職人の手づくりの技と良質な素材によって成り立っています。当削り器の月も、古い磨刀に使われていた、今は生産されていない明治時代の貴重な鋼鉄をはじめとする特殊な鋼を使用し、職人がひとつひとつ手作業で鍛造しています。

① 鰹節の表面を拭く
② 頭と尾を見極める
③ 削る

岡部が作成したPR資材
記者発表資料、鰹節削り器の同封
チラシ、使い方説明動画制作など

事業者主体による持続可能な姿

8 働きがいも
経済成長も



9 産業と技術革新の
基盤をつくろう

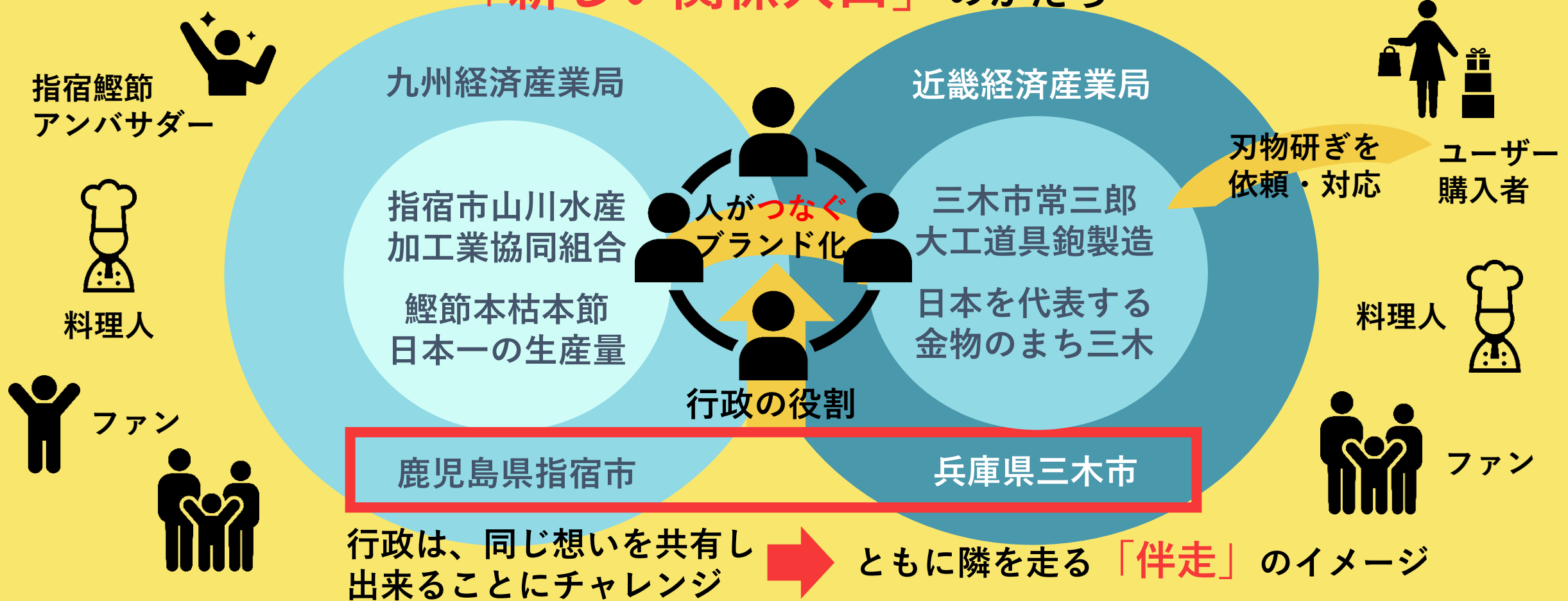


17 パートナシップで
目標を達成しよう



【めざす姿】

「新しい関係人口」のかたち



行政だけでなく…より多くの人に「知ってもらう」「体験してもらう」ことによりファンが増え、
両事業者を含めた、両市の産業、両市のイメージなど、総合的なブランド力向上を図る

点から線、そして面へ

ブランド化イメージ

目標：地域の魅力を世界中に広める！

KPI（目標値）案

- コラボ参画事業者数 20社
- ふるさと納税寄附数 100件
- 持続可能な体制構築

5か年で実現するために
広域連携の推進
世界へのPRに向けて企
業版ふるさと納税募集

Well-Beingな未来へ

ファンや人が支えるマネタイズ化

KPI実現のための事業から自走へ



5月大阪・関西万国博覧会開幕
2,820万人の来場者に魅力発信
体験型コンテンツ事業化



PR戦略・情報発信
新たな文化創出(成熟期)



兵庫DC、地域ブランドエコシステム構築
地域間連携・拡大（成長期）

新商品販売、派生プロジェクトづくり、共感を呼ぶファンづくり
PR戦略による認知度向上、仲間づくり、体験コンテンツ造成、出口戦略

コロナ禍におけるスモールスタート
新商品開発・PR戦略検討

- PR戦略
- 異業種コラボによる仲間づくり
- 地域ブランドエコシステム構築 等

指宿本枯本節 × 三木金物鉋協働開始

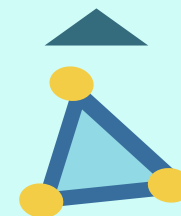
三木市ゴルフツーリズム 連携支援計画（2020～22年）体験型コンテンツ造成、モデルプラン造成等
近畿経済産業局の地域ブランドエコシステムモデル事業に選定 等

【めざす姿】

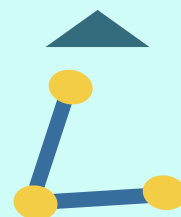
イメージ



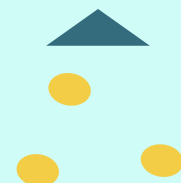
更に線をつな
ぎ、円にする



線をつなぎ
面にする



点在する資源を
つなぎ線にする



点在する資源

地域を知り、体感し、共感を生み
一人のファンになっていただく。

あなたも
『最高の鰹節をあなたの手で』
体感してみませんか？