

### 地域の背景・課題

戦略の基本目標：地域資源を活かしたものづくりからの雇用創出を図る

- JR木葉駅南側は新興住宅の建設により活気づく一方、駅北側が衰退しているため、駅前周辺を一体的に整備する予定（H25～H29）である。
- 今後、駅前に整備した物産施設の運営母体の育成や、商品（野菜、果実、特産品）開発が急務となっている。
- 農業が町を代表する産業であり、様々な果樹等が生産されているが、農家の高齢化・後継者不足等で生産量が増えず、販路拡大も進んでいない。
- 交通の利便性に恵まれながらも通過点になっており、町外での地名度が低い。
  - ⇒ 農家の所得向上を図るための、組織体制を整え、物産施設で取り扱う葉物野菜など、商品の供給体制の整備が必要
  - 日本一の生産量を誇るスモモ「ハニーローザ」をフックに、効果的な情報発信や“売れる”商品づくりが必要
  - 知名度向上を目指し、町のブランディングや情報発信の強化が必要

### 取組の概要

地方への人の流れ：雇用の創出

## 玉東町まちづくり事業委員会

商工会関係者、商工会青年部、女性部、農業従事者及びまちづくりコーディネーターなどで構成。○運営組織の構築 ○特産品開発 ○地域振興 など

■ JR木葉駅前施設（物産施設）を運営するための「まちづくり会社（仮）」を設立し、商品の供給体制等を構築。



■ 収穫期が6月中旬から2週間しかない幻のスモモ、「ハニーローザ」を使った特産品開発を行い、希少な点を付加価値として、都市圏向けにブランディングを行う。



■ 町PRのためのリアルキャラクター「ぎょくとう勝手に宣伝隊」と連携。イベント出演をはじめ、新聞やテレビ等のメディアで町の魅力を発信！



### JR木葉駅前開発の整備イメージ



- ★商品開発  
ジャム、ドライフルーツ、甘酒等
- ★収穫体験  
収穫期が6月中旬から2週間しかないハニーローザの生果を食す収穫イベントを企画。



◎ 今後は・・・  
運営母体となるまちづくり会社を設立し、組織の体制づくりを推進。玉東町農産物の知名度を高めるため、マーケティング調査や販路開拓を目的に商談会にも積極的に参加し、特産物のPRを継続的に行います。