

自治体テーマ集 (東部地域)

【目次】

- ✓ 観光：P.2～5
- ✓ 農林水産：P.6～7
- ✓ 新素材・新産業：P.8

表題：

年間1,500万人の交流人口を「地域のファン」に

カテゴリー

観光業

Ω 対象

- ✓ 特定の施設利用者が顧客の中心であり、経済的な波及効果が限定的である市内宿泊施設、飲食店、体験施設など
- ✓ 御殿場プレミアム・アウトレットやゴルフなどを目的として訪れるものの、富士山や豊かな自然環境等の多様な魅力や、地域と深く関わる機会を知らないまま帰ってしまっている来訪者

📌 課題

- ✓ 御殿場市には、御殿場プレミアム・アウトレットを中心に、年間1,500万人もの方々が訪れます。しかし、その多くが日帰りの滞在であり、この膨大な交流人口を、地域との継続的な関わりを持つ「関係人口」や将来の「移住者」へと繋げる、「仕組み」が不足しています。
- ✓ 市の観光戦略が目指す「ひとがめぐり、ひとがつながる 御殿場」を実現するために、来訪者が「一消費者」から「地域のファン」へと変わるための、「きっかけ」と「場」づくりが必要です。

💡 現状

- ✓ 移住相談ワンストップ窓口の設置・運営:移住希望者からの相談に対応するため、市役所内に専門の窓口を設置し、問い合わせに対応しています。
- ✓ 多様な媒体での情報発信:市の公式ウェブサイトやYouTube、LINE、InstagramなどのSNSを活用し、市の魅力を発信しています。
- ✓ 体験型観光コンテンツの強化:「御殿場温泉・サウナ天国めぐりキャンペーン」や「富士山木のおもちゃ美術館」など、アウトレット以外の新しい魅力づくりにも取り組んでいます。

🔗 実現したい未来（アウトカム）

- ✓ 来訪者が「消費者」から「地域のファン」へと自然にステップアップできる仕組みを構築し、愛着をもって御殿場市と関わり続ける関係人口が増加する状態を目指します。
- ✓ 特に、都市部に住む若者・女性をターゲットに、彼らが週末や休暇に気軽に訪れ、地域の魅力を体験し、交流できる「第二のふるさと」のような存在になることを目指します。

👉 スタートアップ等との協業イメージ ※以下記載以外にも、ご提案可能な点がございましたらご自由にご提案ください

この未来を実現するため、既存概念にとらわれず、魅力的な事業提案を広く募集します。私たちは、特にスタートアップならではの技術やアイデアで、以下のようなテーマの課題解決に挑戦してくださるパートナーに関心があります。

- ・新しい交流拠点・コミュニティの創出：オンラインとオフラインを融合させ、多様な人々が繋がり、活動の「場」となるような新しい仕組みのご提案。
- ・関係人口と地域課題のマッチング：都市部の人材と地域のニーズを結びつけ、副業やワーケーションなどを通じて地域に貢献する新しい関わり方を創出するご提案。
- ・継続的な関係を築くためのエンゲージメント・プログラム：一度きりの訪問で終わらせず、ふるさと納税やサブスクリプションモデルなどを活用し、継続的に地域と関わりたくなるような体験やサービスのご提案。

💡 担当部署（御殿場市役所 企画課）より

私たちの強みは、首都圏からの好アクセスや富士山の恵みである様々な地域資源、年間1,500万人という新規事業を試す上でこの上ない規模の交流人口です。この大きなポテンシャルを持つ御殿場市を、皆様のサービスやプラットフォームを社会実装するためのフィールドと捉え、「ひとがつながる御殿場」という未来を共に実現してくれるパートナーからのご連絡をお待ちしています。

表題：

オール三島の持続可能な観光地域づくり

カテゴリー

観光業

対象

- ✓ 新幹線やバス等を利用し三島駅に降り立つものの、市内の魅力に気づかず、観光消費に至っていない三島駅の乗り換え利用者
- ✓ 駅周辺に多くの潜在顧客がいるにも関わらず、市内へ誘客する効果的な手段がなく、ビジネス機会を逸している地域の観光・飲食・宿泊事業者

課題

- ✓ 三島市は、首都圏と伊豆・箱根方面を結ぶ交通の要衝であり、新幹線駅には多くのインバウンド観光客が降り立ちます。しかし、そのほとんどが乗り換えのために駅を利用するだけで、市内を訪れることなく他の観光地へ流れてしまう「通過型観光」が最大の課題です。
- ✓ コンパクトで魅力的な中心市街地がありながら、駅や主要観光拠点と機能的に結びついていません。また、観光客にその魅力が届く効果的な情報発信ができていないのが現状です。
- ✓ また、市内の路線バスはある程度エリアをカバーしているものの、観光客のニーズや動線に最適化されておらず十分に活用されていません。

現状

- ✓ 三島駅は新幹線とバス等のハブ機能を有し、多くのインバウンド観光客が利用しています。
- ✓ 中心市街地は徒歩で散策可能なコンパクトなエリアで、「せせらぎ」や「湧水」といった独自の地域資源があります。
- ✓ 着地型旅行商品を造成する等、地域性の強い観光資源をもとにしたプログラムを企画しています。
- ✓ 観光協会サイトでは多言語でおすすめルートを掲載していますが、サイトへの流入が少なく、観光客に情報がリーチできておらず、その要因分析を行い、効果的な情報発信・魅力的なコンテンツ造成を行う必要があります。

実現したい未来（アウトカム）

- ✓ 三島駅を単なる「乗り換え地点」から、旅の始まりとなる魅力的な「ゲートウェイ」へと転換させます。
- ✓ 駅に降り立った観光客が自然にまちへと誘われ、その魅力を発見・体験し、滞在・消費したくなるような、シームレスで新しい観光体験を創出します。

スタートアップ等との協業イメージ ※以下記載以外にも、ご提案可能な点がございましたらご自由にご提案ください

- 「通過型観光」からの脱却という大きな課題に対し、デジタル・非デジタルを問わず、以下の領域で既存の枠組みにとらわれないソリューションの共創を期待します。
- ✓ マイクロツーリズム・体験コンテンツ開発：乗り換えの待ち時間でも楽しめる、湧水や食文化をテーマにした短時間・高満足度の体験プログラム等の企画
 - ✓ 観光特化型モビリティ：既存の交通網を補完し、駅と中心市街地、三島スカイウォーク等の主要観光拠点をストレスなく結ぶ、観光客にとって分かりやすく使いやすい二次交通サービス（オンデマンド交通、シェアサイクル、周遊バス等）の導入・運営
 - ✓ 統合デジタルガイド：市内の周遊ルート検索、モビリティの予約・決済、観光施設の情報をワンストップで提供するスマートフォンアプリやウェブサービスの開発
 - ✓ 観光客の動態データを分析し、「なぜ周遊しないのか」という根本原因（情報不足、魅力不足、交通の不便さ等）を特定し、データに基づいた施策改善を可能にする仕組みの構築

担当部署（三島市役所 商工観光まちづくり課）より

三島市には富士山の雪解け水が湧き出す美しいせせらぎがあります。少し歩けば、歴史ある街並みにも出会えます。この魅力をどうしたら観光客に伝え、足を運んでもらえるのか。新しい視点と技術で、この「すぐそこにあるのに届かない」距離を埋め、乗り換え客をまちのファンに変える挑戦に、共に取り組んでいただけるパートナーからのご提案を心よりお待ちしております。

表題：

「通過されるまち」から「滞在して楽しむ町」へ。
小山町の観光資源をつないでいく。

カテゴリー

観光業

対象

- ✓ 全国区の集客資源を持ちながら、来訪者の多くが町内を周遊・宿泊することなく流出してしまう「通過型観光」を課題に持つ小山町
- ✓ 特定施設への来訪者がもたらす経済効果が地域全体に行き渡らず、ビジネス機会を逸している町内の事業者（飲食店、宿泊施設、小売店など）
- ✓ 地域に点在する魅力を知る機会がなく、より深い観光体験ができていない来訪者

課題

- ✓ 私たちの最大の課題は、富士スピードウェイの来訪者、富士登山の来訪者といった、目的が異なるそれぞれの顧客層に対して、彼らの興味を惹きつけ、町内での「もう一泊」や「もう一か所」に繋げるための、魅力的な体験や宿泊の選択肢を十分に提供・発信できていないことです。
- ✓ 当町のこれら観光拠点とコト消費が一体となり、点ではなく、面的な観光コンテンツの造成及び効果的な情報発信が必要です。

現状

- ✓ 観光振興計画の策定: 「滞在型観光地」への転換を明確な目標として掲げた「小山町観光振興計画」を策定し、町を挙げて課題解決に取り組む方針です。
- ✓ 主要観光資源の活用: 富士スピードウェイでのイベント開催支援や、富士山須走口登山道の維持管理・PRなど、既存の観光資源の価値向上に努めています。
- ✓ 情報発信の試み: ウェブサイトやパンフレット等で町内の魅力を発信していますが、来訪者の次の行動を促すまでには至っていません。

実現したい未来（アウトカム）

- ✓ 来訪者一人ひとりが、主目的の訪問に加えて小山町の多様な魅力を発見・体験し、「泊まって、巡る」滞在型観光地へと転換します。
- ✓ これにより、観光消費額が増加し、地域経済全体が潤うことを目指します。



スタートアップ等との協業イメージ ※以下記載以外にも、ご提案可能な点がございましたらご自由にご提案ください

この未来を実現するため、小山町の既存資源と未活用資源を組み合わせ、新たな滞在・周遊ビジネスを創出していくスタートアップを募集します。

< 提案を期待する事業領域（例） >

- ✓ テーマ性のある宿泊施設等の開発・運営：地域の空き家や古民家を活用し、モータースポーツファン向け、あるいは登山客向けなど、特定のテーマに特化したユニークな宿泊施設（一棟貸し、ホステル等）をプロデュース・運営
- ✓ 体験ツアーの企画・販売：新たな体験型コンテンツを企画し、オンラインで販売・催行
- ✓ 二次交通ソリューションの提供：主要な観光拠点間（例：御殿場駅、富士スピードウェイ、須走口五合目、金時公園など）をスムーズに結ぶ、観光客向けのオンデマンド交通や、ユニークなレンタルビークル等のサービス事業



担当部署（小山町 商工観光課）より

私たちの観光振興計画は、民間事業者様との連携による新たな観光コンテンツ創出を重要な戦略と位置づけています。富士スピードウェイや富士山という世界的な集客装置を最大限に活用し、新しいビジネスを共に成功させたいという、熱意あるパートナーからのご連絡をお待ちしております。

表題：

「目的地として選ばれ、立寄りたくなるまち」へと転換
裾野市の挑戦

カテゴリー

観光業

Ω 対象

- ✓ 裾野市の観光に新たな価値を求めている観光客
- ✓ 観光振興によって事業機会の拡大や地域の活性化を目指す市民・市内事業者

📌 課題

- ✓ 裾野市には全国的に著名な観光レジャー施設（富士サファリパーク・ぐりんぱ・スノーパーク イエティ等）がありながら、情報アクセス不足もあるのか、来訪者の多くは日帰りです市内他地域コンテンツ（食、歴史、自然、スポーツ施設等）を周遊せず通過してしまう「通過型観光」、が長年の課題。

💡 現状

- ✓ 2024年11月に「裾野市観光戦略」を策定し、2019年度（コロナ禍以前）まで約220万人だった観光交流客数を2030年度までに300万人達成という目標を掲げ、観光にも力を入れていきたい。
- ✓ 来訪者の発地は静岡県内や神奈川県が多い。首都圏から100km圏内のアクセスの良さが強み。
- ✓ 近隣の富士・御殿場・伊豆・箱根エリアには、いずれも1,000万人を超える観光客の来訪がある。クロスポイントとなる裾野市への立寄り動線が形成できると大きな市場創造につながる可能性有り。
- ✓ 標高・気候を活かしたスポーツツーリズムにも力を入れていて（S-SPO）、順調に推移している流れがさらに加速できるよう、次なるステージアップを図りたい。<https://www.susonost.com/>
- ✓ 固定観光施設だけでなく、年間を通してモータースポーツやランニングなど大型イベントも多く開催。
- ✓ 新たな観光交流拠点「道の駅」を開設予定。ウーブン・シティは2025年秋のオフィシャルローンチ。

🔗 実現したい未来（アウトカム）

- ✓ 裾野市を目的地とする観光客には市内周遊を、近隣を訪れる観光客には裾野市へ立寄りたくなる仕組みを作り、市内観光施設等での消費拡大を目指したい。
- ✓ 観光を市の新たな成長産業として構想を含めて再構築し、2030年度までに観光交流客数を300万人達成させていきたい。（スポーツツーリズム、「道の駅」を活かした市全域の賑わい創出など）
- ✓ ウーブン・シティのオフィシャルローンチも控え、長期的にさらなるインバウンドの来訪者・観光客が見込めるため、グローバル水準に適應できる観光情報に関するDX対応や多言語対応も進めたい。

🤝 スタートアップ等との協業イメージ

当市の観光戦略で掲げる「エリア戦略」「テーマ戦略」「基盤強化」を軸に、当市を実証フィールドとして活用頂けるよう市役所もサポートしつつ、以下のような官民共創 Pointを期待しています。

- ✓ 観光レジャー施設が立地する北部、富士山の景観を活かしたパノラマロード沿線、「道の駅」構想を掲げるまちなか等の各エリア特性を活かし、来訪者が周遊・滞在したくなるような仕組みの創出。（周遊につながる新たなサービス、宿泊・飲食・体験コンテンツの開発やツアー商品化など）
- ✓ 「道の駅」整備を見据え、市内観光事業者や関係団体と連携した魅力的な土産物の創出。特に地元企業の技術力と裾野市の特産品の掛け合わせによる六次産業化。
- ✓ 市全体を観光フィールドと捉えた時の、インバウンド視点での観光情報のグローバル化。

💡 担当部署（裾野市 産業観光スポーツ課）より

裾野市は豊富な地域資源（富士山・水・自然・文化・標高差など）を有するまちですが、来訪者の滞在時間が短く、多くは通過してしまうのが現状です。この状況を打破すべく、新たな観光戦略を策定しました。皆様の斬新なアイデアと技術で、市民や市内観光事業者と共に持続可能な観光地づくりが実現できるよう、ご提案をお待ちしています。

表題：

カテゴリー

健康福祉

市民の健康を未来へつなぐ ヘルスケア事業の新提案

対象

- ✓ 健診受診や生活習慣改善の重要性は理解しつつも、「手続きが面倒」「自分はまだ大丈夫」といった心理的なハードルから、健康づくりに向けたアクションを後回しにしがちな住民。
- ✓ 電話での問い合わせが多く、対応に追われる職員。

課題

- ✓ 市の特定健診の受診率が目標である「60%以上」を下回り、約40%にとどまっています。特に若年層の受診率が低いことが課題です。
- ✓ 既存の健康増進キャンペーン（ぬまづ健康マイレージ事業）の効果を最大化できておらず、市民の自発的な健康行動を十分に促進できていません。
- ✓ 単なる情報発信だけでは市民の行動変容につながらず、幸福度の向上や地域全体の活力向上を阻害しているため、行動変容を促す新たな「仕組み」の構築が急務となっています。

現状

- ✓ 広報媒体やAIの活用による健診案内を行いました。受診率の向上という行動変容にはまだ結びついていません。
- ✓ 健診に関する電話問い合わせが多く、職員の業務負担が大きいという課題もあります。

実現したい未来（アウトカム）

- ✓ 市民の特定健診の受診率を向上させます。
- ✓ 市民一人ひとりが自発的に健康づくりへ取り組む文化を醸成し、市の第2次健康増進計画に掲げる目標（健康寿命の延伸）の達成を目指します。

スタートアップ等との協業イメージ ※以下記載以外にも、ご提案可能な点がございましたらご自由にご提案ください

最新の知見や技術を活用した画期的な提案を期待しています。

■ 市民の行動変化を促すための取組

- ✓ ぬまづ健康マイレージについて、市民が楽しみながら参加できる工夫や、効果的なPR方法の提案。
- ✓ 特定健診やがん検診について、受診対象者に合わせた情報発信や受診勧奨方法の提案。

■ 市民の利便性向上と行政の業務効率化に係る取組

- ✓ 電話による問い合わせに自動で対応できるシステムの導入など、市民の利便性を向上させつつ、行政の業務効率化を実現するための提案。

担当部署（沼津市 健康づくり課）より

「市民の自発的な健康推進」を本気で実現するためには、行政だけの努力では限界があります。そこで、これまでのやり方や常識にとらわれない、スタートアップの皆様が有する斬新なアイデアやテクノロジーの力をお借りしたいと考えています。市民の健康を未来へつなぐヘルスケア事業の新提案をお待ちしております。

表題：

「ウェルネス」をまちの魅力へ。
市民と来訪者の「心と体の健康」を共創

カテゴリー

健康福祉

Ω 対象

- ✓ 自然や地域資源を活かして、健康やウェルネスをテーマに新しい体験・サービスを共創したい観光・関連事業者
- ✓ 健康志向が高く、「自分らしく健やかに過ごす時間」に価値を見出す都市部の若者や女性層をターゲットとしたビジネスに関心のある方

📌 課題

- ✓ 世界遺産・富士山の麓に位置する富士宮市は、清らかな水や空気、豊かな自然、新鮮な食材といった、人々の心と体を健やかにする「極上のウェルネス資源」に恵まれています。
- ✓ これまで市のシティセールスでは「美」をテーマに打ち出してきましたが、“富士山”という圧倒的な存在ゆえに、他の地域資源の魅力が十分に伝えきれない課題がありました。
- ✓ 今後は、人の気持ちや行動を動かすようなシティセールスへ転換し、他市町と差別化できる切り口として「ウェルネス」に注目しています。観光振興だけでなく、関係人口の創出にもつながる新たな展開を目指しています。

💡 現状

- ✓ 市では現在、令和8年度から始まる「第6次総合計画」の策定を進めており、その中でも「健康」や「ウェルネス」がまちの将来像を描く重要なキーワードのひとつとなっています。
- ✓ また、市民の健康データ等の基礎的な情報も一定程度保有しており、適切な形でのデータ提供・連携も可能です。
- ✓ シティセールスの取組は始まっていますが、「ウェルネス」という視点でのブランディングやサービス化はまだこれからです。

🔗 実現したい未来（アウトカム）

- ✓ 富士宮市が持つ自然・文化・人の営みを「ウェルネス」の視点で再構築し、市民・来訪者双方の心と体の健康を高める新たな価値やサービスを創出したいと考えています。
- ✓ そのプロセスを通じて、健康寿命の延伸とともに、富士宮市に何度も足を運びたいような行動を生む地域の魅力を共創し、持続可能な地域の活力につなげます。

👉 スタートアップ等との協業イメージ ※以下記載以外にも、ご提案可能な点がございましたらご自由にご提案ください

- ✓ **ウェルネス資源の「価値の見える化」と「ブランディング」の共創**
 - ・富士宮市の水・空気・森林・食文化などの健康的価値を可視化し、それを活かした魅力的なコンテンツやブランドコンセプトを構築
 - ・「ウェルネスシティ富士宮」を発信するためのキャッチコピーやストーリー設計、情報発信ツールの企画・実行
 - ・ターゲット層（例：都市部の若年層や女性層）のニーズ調査や分析を行い、より響くサービスやプロモーションの設計
- ✓ **ウェルネス体験の開発とサービス化**
 - ・個人の健康状態や目的に応じて体験を提案するヘルスケアアプリやウェルネスプログラムの共創
 - ・自然環境を活かした企業向けマインドfulness研修やワーケーション、医療・保健分野と連携したリトリートツアーなどエビデンスに基づいた高付加価値の体験サービスの企画・実行

💡 担当部署より

富士宮市は、富士山のふもとに広がる自然と文化を、ただの観光資源ではなく、心と体に作用する“価値”として再編集しようとしています。

みなさんのアイデアや技術と一緒に、新しい「ウェルネスのまちづくり」を形にしていけたら嬉しいです。すべてがマッチしなくても構いません。一部でも共感いただける部分があれば、ぜひご応募ください。

表題：

「紙のまち」から「新素材のまち」へ。 富士市CNF関連産業の共創促進

カテゴリー

新素材・新産業

Ω 対象

- ✓ 新たな産業を富士市から産み出すことに精力的な企業や団体
 - ✓ CNFの活用に関心はあるものの、具体的な導入方法や協業先を見つけられずにいる製造業者
- ※CNF：植物や木材を由来としたセルロースナノファイバー（CNF）やセルロース素材を広く含む

📌 課題

- ✓ 富士市は「紙のまち」の強みを活かし、植物由来の新素材CNFの産業集積地となるべく、2019年に「富士市CNF関連産業推進構想」を策定し、産学官連携の基盤を整備してきました。しかし、ポテンシャルは高いものの、以下の3つの大きな壁に直面しています。
製品化の壁：CNFの機能や価値を理解し、実際に新製品開発に取り組む企業がまだ少ない。
認知の壁：CNFという言葉を知っていても、その具体的な利点や可能性が、関心層にすら十分に届いていない。ましてや非認知層へのアプローチは不十分である。
連携の壁：支援体制として「富士市CNFプラットフォーム」を設立したが、一部の企業や大学の連携に留まり、様々なプレイヤーを巻き込み、協業を生み出す「つながる仕組み」を構築できていない。

💡 現状

- ✓ 市内には静岡県富士工業技術支援センター等が立地し、研究開発の拠点が集積しています。
- ✓ これまで、プラットフォームを立ち上げ、セミナー開催やウェブサイト等による情報提供、補助制度の運用など、様々な支援を実施してきました。
- ✓ しかし、これらの活動が点在しており有機的に連携して大きなムーブメントを起こすには至っていません。

🔗 実現したい未来（アウトカム）

- ✓ CNFを軸に、多様なプレイヤーが自然と集い、新たな製品や事業が次々と生まれるエコシステムを構築します。これにより、富士市をCNFの社会実装を牽引する「新素材のまち」へと発展させ、持続可能な地域産業の未来を創ります。

🤝 スタートアップ等との協業イメージ ※以下記載以外にも、ご提案可能な点がございましたらご自由にご提案ください

本課題の解決に向け、以下の3つの領域で革新的なアイデアやソリューションを持つスタートアップとの協業を強力に推進します。

【製品開発・事業化支援】CNFを使った革新的な製品を産み出すスタートアップ

・富士市が持つ研究開発拠点や市内企業とのネットワークを活用し、製品アイデアの試作品開発や実証事業の実施、ビジネスモデルの構築、事業化に向けた取組。

【認知度向上・ブランディング】CNFの価値を社会に届けるスタートアップ

・CNFの技術的な優位性だけでなく、その環境価値や未来の可能性を、非関心層にも伝わる魅力的なストーリーとして発信するコンテンツ企画やPR。「CNFといえば富士市」というブランドイメージを共に構築し、社会全体の関心を高めるムーブメントの創出。

【エコシステム構築】日本中のプレイヤーが集まるハブを創るスタートアップ

・本市が運営する「富士市CNFプラットフォーム」を基盤に、企業間の化学反応を誘発し、具体的な協業プロジェクトや共創企業を連続的に産み出す仕組みの構築。

💡 担当部署（富士市 産業政策課）より

「紙のまち」として100年以上の歴史を紡いできた富士市は今、そのDNAを活かし、環境性能に優れた新素材CNFで、次の100年を創る挑戦を始めています。富士市をCNFの社会実装を牽引するまちへと共に押し上げていただくため、皆様からのご提案を心よりお待ちしております。