

戸沢村とのyori-i

yori-i project コーディネーター 吉野優美

戸沢村役場プロジェクトコーディネーター 勢古口信子

山形県ソーシャルイノベーション創出モデル事業
yamagata yori-i project
2026年2月10日



戸沢村の課題の整理と仮説設定

課題の整理

- 戸沢村のふるさと納税は、近年 平均1億円規模で推移していた
しかし令和6年度は 約5,000万円に半減
- 村として寄付額の回復と返礼品拡充が急務となっていた
- （※米偏重・豪雨影響が大きかった）

地域資源の横展開 商品開発＋PR支援



ふるさと納税共通返礼品 広域連携（3市町村連携）

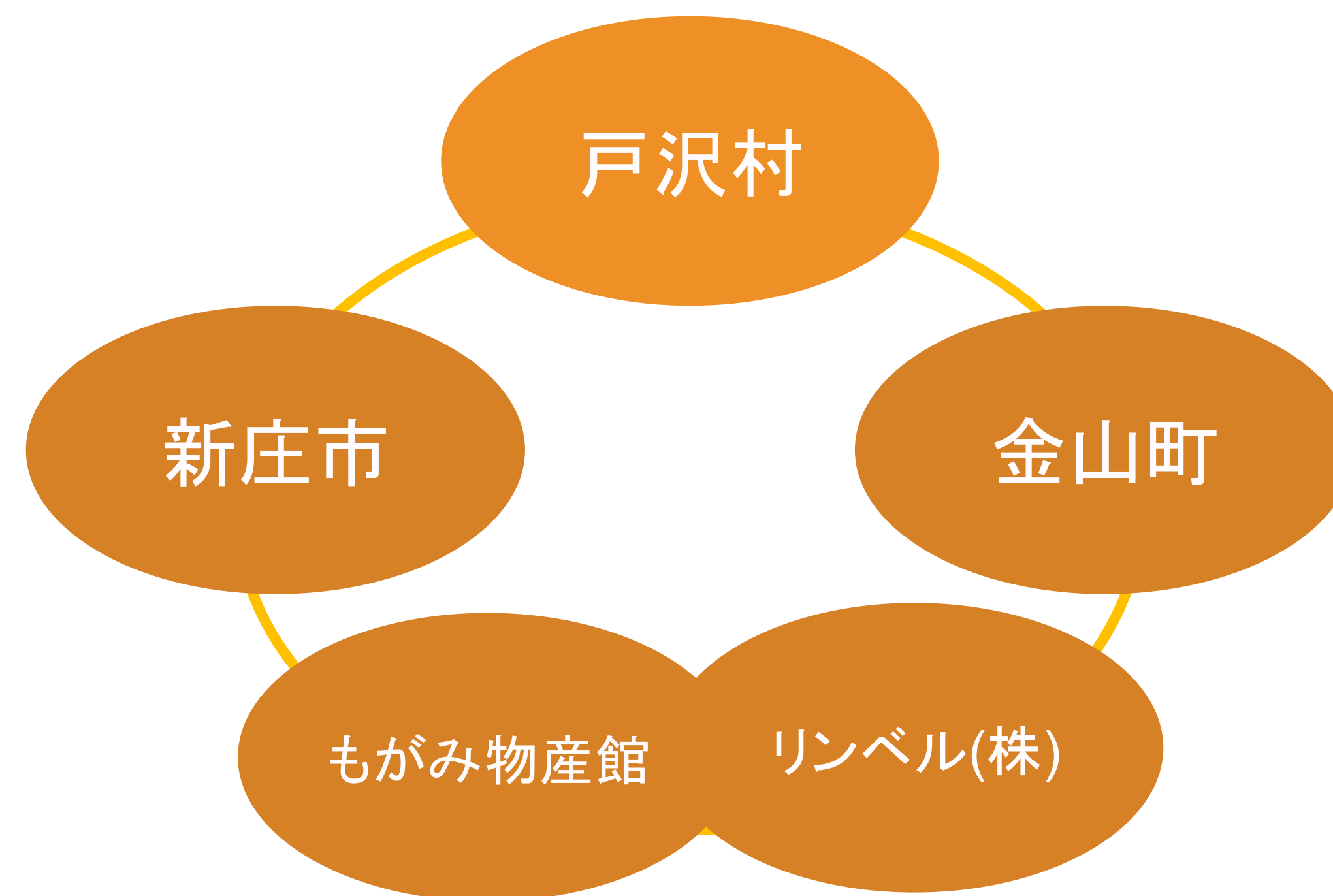
事業概要とyori-iとの連携体制

事業概要

戸沢村・地域活性化起業人でありアドバイザーである勢古口さんをプロジェクトのコーディネーターとして改めて連携し、戸沢村の課題を改善するためにヨリアイプロジェクトのこれまでのリソースを活用し、地域課題の解決につなげる。

※戸沢村における地域活性化起業人の業務内容は、「戸沢村の地方創生や地域活性化に伴うすべての業務」とされています。

yori-iとの連携体制



R7~のYori-iプロジェクトでは：

(1) Yori-iノウハウ共有によるPCO育成を通じて、地域での再現性のある地域課題解決プロセスの実行支援とその定着を図る。
(仕組み構築)

(2) PCO自身およびPCOによる支援を通じて、地域課題解決につながるビジネスが創出される。(起業家の創出)

(3) 結果として間接的に地域課題の解決につなげる(地域課題の解決)

PCO育成による地域課題解決フレームワーク

	地域 (全体アウトライン)	プロジェクト コーディネーター(PCO) ソーシャルビジネス創出(の支援)		Yori-i コーディネーター PCO育成
役割	地域課題解決型ビジネス創出	業務	PCOに期待されるスキル等	業務
フェーズ0 発掘/整備	・(自治体からの)課題提供 ・PCO人材の発掘と環境整備		<input checked="" type="checkbox"/> 地域課題解決へのモチベーション <input checked="" type="checkbox"/> PCOとして従事できる環境	①PCO人材の発掘
フェーズ1 観察/分析	・課題設定 ・地域のリソース集め ・検討体制構築	①データ集め ②ステークホルダーヒアリング ③検討体制構築の調整 (分科会/テーマ会、等)	<input type="checkbox"/> 地域課題を理解・設定できる <input type="checkbox"/> ステークホルダーが把握できる <input type="checkbox"/> 検討体制構築の調整ができる	②課題/リソース集め サポート
フェーズ2 方向決定	・実施体制発足 ・事業計画策定 ・対外PR	④実施体制発足の調整 ⑤対外PR	<input type="checkbox"/> 事業目的等を言語化できる <input type="checkbox"/> 実施体制構築の調整ができる <input type="checkbox"/> 情報発信等の調整ができる	③体制発足サポート ④対外PRサポート
フェーズ3 実行	・事業トライ ・改善サイクル ・効果測定	⑥個別案件の企画 ⑦案件の進行管理 ⑧クロージング	<input type="checkbox"/> 個別の案件を企画できる <input type="checkbox"/> 実効性のある計画を策定できる <input type="checkbox"/> 計画の進行を管理できる	⑤案件企画サポート ⑥進行サポート
フェーズ4 自律循環	・自律化 (ゴールは課題の解決・緩和)	⑨自律化 (マネタイズ/公的事業受託、など)	<input type="checkbox"/> 持続可能なヒト/モノ/カネの 循環を構築できる	⑦自律モデル化へ支援

取り組んだ業務

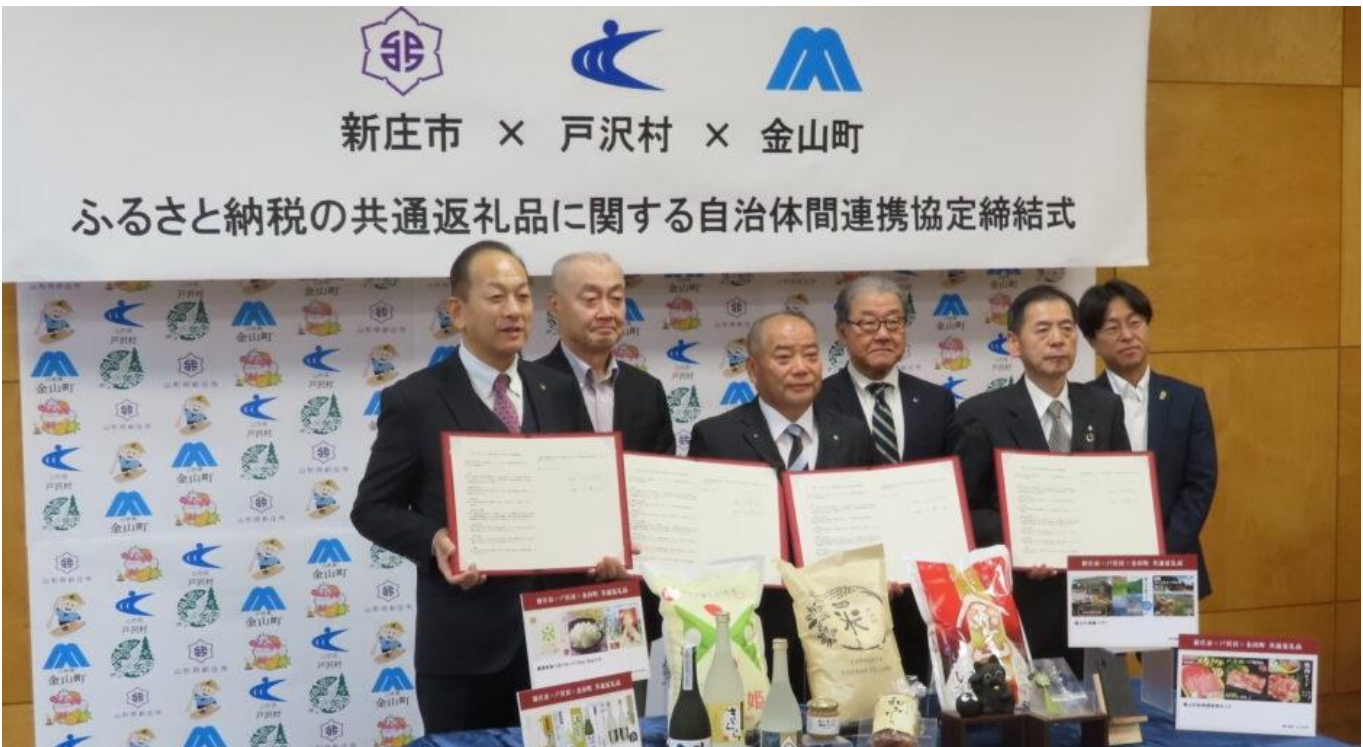
（コーディネーター側）

活動経過
2024年5月：各市町村役場を訪問し、事業説明・課題整理・新規プロジェクトの可能性をヒアリング。戸沢村役場では地域活性化起業人・勢古口氏の存在を共有いただき、地域事業事例の発表や今後の連携可能性の提案を受ける。
2024年11月6日（水）：市町村向け活用説明会を開催。以降、月1～2回以上のペースで戸沢村役場にてヒアリングを実施。協議を重ね、勢古口氏をプロジェクト・コーディネーターとしてアサインし、連携体制を構築。

具体的活動（令和7年度以降） 2025年
6月4日：戸沢村役場訪問（挨拶・ヒアリング）
7月11日：新庄市役所にて合同ミーティング①（ふるさと納税担当者）
7月25日：金山町役場にて合同ミーティング②
8月28日：オンライン合同ミーティング③：連携協定締結に向けた日程調整
9月26日：オンライン合同ミーティング④：連携商品の企画・選定・申請準備
10月22日：オンライン合同ミーティング⑤：準備・掲載作業の進捗確認
11月21日：連携協定締結・締結式（プレスリリース）

アウトプット(結果)

3市町村間での
ふるさと納税連携協定締結



複数のメディアに掲載されました。

- ・ 2025年11月21日 テレビユー山形
- ・ 2025年11月21日 NHK
- ・ 2025年11月22日 山形新聞
- ・ 2025年12月5日 読売新聞

アウトカム(成果)

- ①村内外と連携した商品開発
3市町村共有返礼品
- ②戸沢村産食材での新商品開発
えごま焼き菓子／深田菓子舗
- ③ふるさと納税担当者市町村間の
枠を超えた関係性
- ④商品数が増加
お米以外の売上増加（？）

※そして地域の変化を記載する

■コーディネーター視点での評価・気づき

市町村が総務省の政策の1つである『**地域活性化起業人**』を活用し、その座組で戸沢村に派遣された勢古口さんが専門的なノウハウや知見を活かしながら**即戦力人材として業務に従事したこと**により、「ふるさと納税制度」の仕組みを活用し、商品開発や地域連携をつなぎ、根本的な地域課題を解決するきっかけになる1つのモデルを作り上げたことが大きな成果だと思っています。

地域内にプロジェクトを1つ1つ進め、調整していくプロジェクトコーディネーターがいることの存在価値が改めて示された事例だと思っています。

■今後の展開・次に繋がる動き

勢古口さんの任期は来年の8月末迄と伺っています。現在マニュアルを作成し、春以降に役場行政担当者などが変更になっても一定はできるように仕組み化しているとのこと。これも大変な仕組み作りの1つだと考えています。

今後、地域のプロジェクトコーディネーターを担っていく人材がさらに求められると考えており、地域活性化起業人、地域おこし協力隊などの他に行政、地域企業で人材を確保する仕組みができると良いと考えています。



勢古口 信子

せこぐち のぶこ

【PCOとしての信念と姿勢】

「本気出す」

単に口を出すだけのアドバイザーではなく、地域の方と同じ法被を着て汗を流す「現場のプレイヤー」として活動します。

「弱みを強みに、ピンチをチャンスに」

知名度不足や災害被害といった戸沢村の課題は、すべて「のびしろ」です。媚びない、群れない、嘘をつかない「よそもの」の視点で、地域の宝を再発見します。

百貨店バイヤーとしての経験値と、 現場主義で挑む戸沢村の「のびしろ」開拓

【経歴・バックグラウンド】

・ 大手百貨店三越での経験

1993年入社。婦人服販売、外商部での法人営業を経て、販売促進部にて媒体広報の戦略担当、バイヤーを歴任。さらに豪華客船のお土産の商品企画やショップ運営など、多面的な流通・マーケティング実務を経験。

・ 現場再生のプロフェッショナル

業績低迷期の店舗において「また行きたくなる店づくり」を徹底。顧客視点に立った商品選定と売場改革により、売上向上とリピーター増を実現した現場叩き上げのキャリアを持つ。

・ 株式会社ロコ・プロモーション代表

2009年に早期退職後、翌年起業。大手アパレルのアドバイザー、制服プロデュース、スタートアップ支援など、経営者視点でのコンサルティングを展開。

・ 戸沢村地域活性化起業人

現在は戸沢村の地域活性化アドバイザーとして、ふるさと納税の拡大から地方活性化に関わる幅広い実務を一手に担う。

事業成果（PCO→事業全体）

取り組んだ業務

- 「売れる商品のディレクション」
深田菓子店と伴走し、130年の伝統に「戸沢村産エゴマ」という付加価値を融合。市場で選ばれるクオリティを徹底追求しながら着任以来の夢であった観光客や村民が手土産として購入できる「戸沢村オリジナル」のお菓子を作成しふるさと納税の返礼品としても展開。
- 「戦略的PRの展開」
連携協定締結式（11/21）を最大の発信機会と捉え、「お披露目の場」として演出。メディア各社へ「PCOの現場活動」を直接アピール。締結式を単なる行政行事で終わらせないよう共通返礼品の展示準備。またオリジナルお菓子の開発に込めた想いを直接メディアに伝え「お披露目・試食会」として構成し、メディアが記事にしやすい「画（え）」と「ストーリー」を提供した。

アウトプット(結果)

- ・ 3市町村（新庄・金山・戸沢）連携が開始。各ポータルサイトで共通返礼品計53品目展開
- ・ 戸沢村産エゴマを使った新たな戸沢村オリジナルお菓子完成
- ・ NHK、山形新聞など多くのメディアで紹介

【実績】(11/21～1月末現在)

寄付申込総額: 69,579,500円
(2,174件)
内、共通返礼品: 2,091,500円
(53件)

前年比 +473% の
驚異的な伸長を記録

アウトカム(成果)

「競争から協調へ」
自治体の枠を超え担当者同士が日常的に相談し合える強固な関係性を構築

「事業者の意識変革」
自社の商品や素材も、視点を変えた企画やプロデュース次第で「全国で評価される宝物」に生まれ変わる成功体験

「知名度の壁の突破」
他自治体の集客力を活用させていただきながら、全国の寄付者が「戸沢村」を認識する導線が誕生

「地域創生モデルの提示」
PCOが介在することで小さな村でも広域連携の主役になれることを実証

具体的な活動

「他自治体の胸を借りる」知名度の壁を突破する、実益優先の広域連携戦略

【戦略的アプローチの深掘り】

「競争から協調へ」：

広域連携による発信力の最大化 単独自治体での発信には限界があるという課題を三町村で共有し、行政の枠組みを超えた広域連携を形にした。三町村が足並みを揃え、足し算ではなく「掛け算」で魅力を伝えることで、これまで接点がなかった全国の幅広い寄付者層に、戸沢村を含むこの地域の存在を力強く認識してもらう導線を設計した。

「窓口という形式」よりも「地域の実益」を優先した決断：

今回の連携では、窓口（寄付受領）をどこにするかという形式的な議論にとらわれず、三町村が連携することで「地元の事業者確実に発注が届く仕組み」を最優先とした。三町村が知恵を出し合い、お互いのリソースを補完し合うことで、地域経済が直接潤う、実利を重視した新しい自治体連携のモデルを構築した。

「生産者をつながる」商品開発：

新庄市で創業130年の歴史を誇る深田菓子店と連携し、戸沢村の特産素材「えごま」と伝統の技術を融合させた新たな手土産を開発した。着任当初から掲げてきた「戸沢村オリジナルの手土産づくり」という目標を実現し、新商品「ねーじゅ・ふりあん」として商品化した。

本商品は単なるふるさと納税の返礼品にとどまらず、「観光客や村民が誇りを持って手渡せる手土産をつくりたい」という思いから誕生したものである。

事業成果 【アウトプット（形になったもの）】

- 広域連携の具現化と発信力強化：
新庄市・金山町・戸沢村の3市町村連携による「共通返礼品」の誕生を軸に、戦略的な広域PRを推進。
- NHKによる「PCOの活動」密着特集：
3市町村連携に向けたPCO（勢古口）の戸沢村での活動がNHKに取材され、ニュース特集として放映。専門人材が地域課題に挑む姿と共に戸沢村をはじめ新庄市、金山町3自治体の取組みも注目された。
- 多角的なメディア露出によるブランド向上：
NHKのほか、山形新聞、読売新聞、テレビユー山形など、多数の有力メディアに掲載。単独自治体では成し得なかった「戸沢村」の認知度向上を実現。

【アウトカム（現場に起きた変化）】

- ✓ 事業者の自信：
自社商品が他市町村の顔として全国へ届くことによる、次なる挑戦への意欲。
- ✓ 行政の新たな形：
隣接自治体と「競争」するのではなく、互いの強みを活かして「協調」する新しい連携モデルの確立。
- ✓ 行政の仕組み化：
担当者が変わっても連携が継続できるよう、業務をマニュアル化し、自走できる体制を構築。

事業総括 競争から協調へ。最上全域を一つの経済圏にする「もがみ共通返礼品」構想

【PCO視点での評価・気づき】

二人三脚が目標達成の鍵：

全体を調整するコーディネーター（CO）と、実務と専門性を担うプロジェクトコーディネーター（PCO）の連携が、スピード感ある地域課題解決には不可欠。

「客観的な視点」が生む価値：

地域外からの視点があるからこそ、地域の当たり前の中に眠る「宝物」を再発見し、市場に届く形へと磨き上げることができる。

「最上地域は一つ」というビジョン：

隣接自治体と競い合うのではなく、互いの強みを活かして「協調」することで、最上地域が一体となって全国に存在感を示すべき。

【今後の展開・次に繋がる動き】

「モノ」から「体験・観光」へ：魅力的な返礼品を入りに、体験型コンテンツの開発や、地域全体を巡る「広域観光」への発展を目指します。

寄付者を「関係人口」へ：ふるさと納税を通じて戸沢村を知った方々を、一度きりの寄付で終わらせず、継続的に村を応援し、訪れてくれる「ファン」へと育てていきます。

結びに：私の夢は、最上全域を巻き込んだ「もがみの共通返礼品」を完成させることです。それが地域経済を支え、次世代が誇りを持って暮らせる未来に繋がると信じています。

「戸沢村を、最上を、もっと全国へ」PCOとしてこれからも現場に寄り添い歩み続けます。

