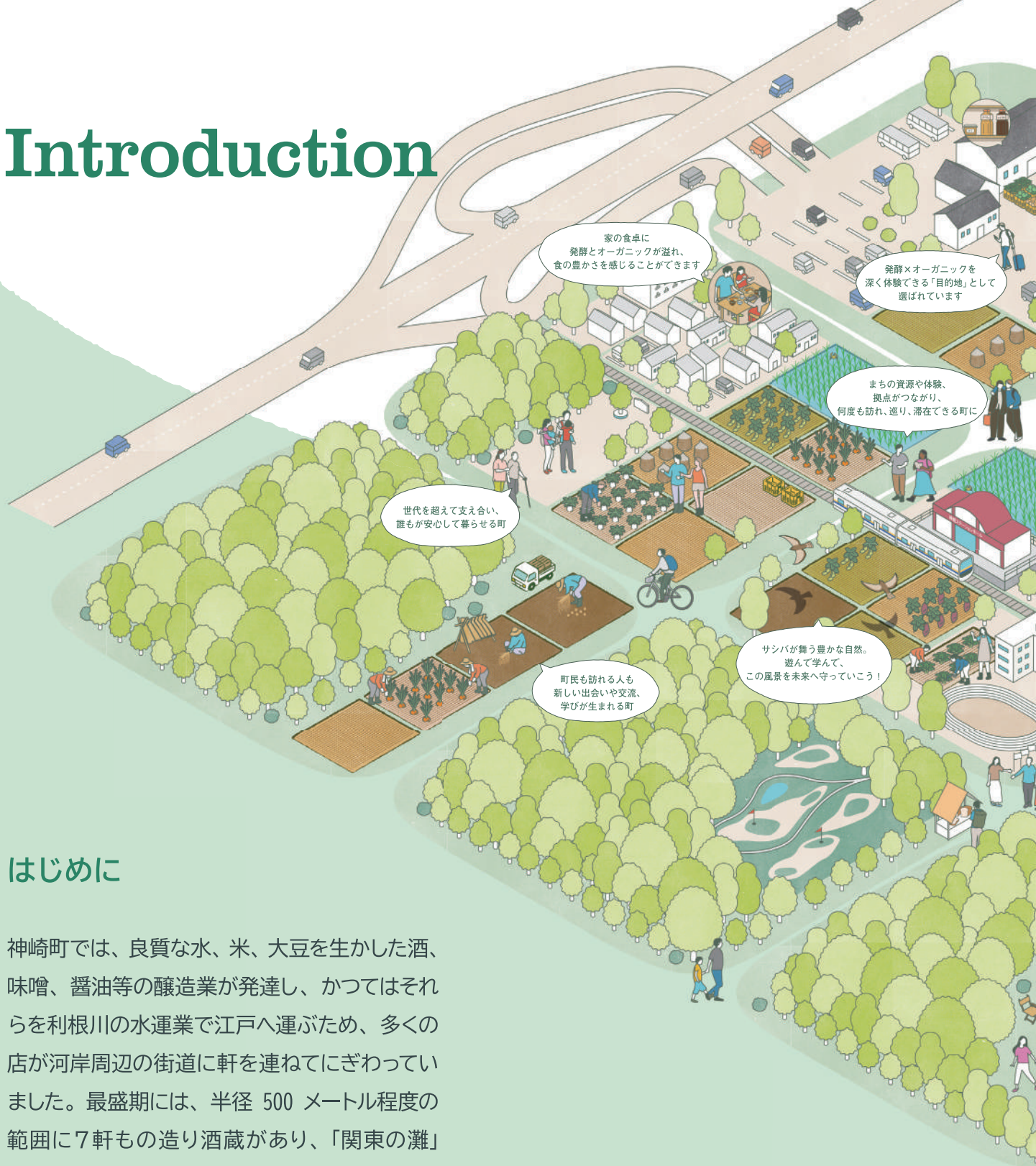


発酵とオーガニックの まちづくり戦略



令和8年
千葉県神崎町

Introduction



はじめに

神崎町では、良質な水、米、大豆を生かした酒、味噌、醤油等の醸造業が発達し、かつてはそれらを利根川の水運業で江戸へ運ぶため、多くの店が河岸周辺の街道に軒を連ねてにぎわっていました。最盛期には、半径 500 メートル程度の範囲に7軒もの造り酒蔵があり、「関東の灘」と呼ばれることもありました。また、利根川沿いの平坦で肥沃な土壌がもたらす豊かな農産物を元に、味噌や醤油も競って造られていました。

時代の変化により、水運は廃れていきましたが、この歴史の中で発展してきた発酵と農業は、まちの暮らしや文化を支え、まちの個性を育んできました。これらは、地域の誇りであると同時に、私たちの暮らしや社会、環境をより良くするための、かけがえのない資源でもあります。

特に農業は、食料自給率の問題や気候変動、さらには食の安心安全、オーガニックへの意識の高まりにより、近年さらに注目を集めています。発酵商品についても、健康志向や伝統的な食文化への関心の高まりを受け、世界的にも注目されています。



発酵×オーガニック みらいの神崎町

道の駅が発酵×オーガニックの
体験・交流拠点に。
町の魅力をここからみんなへ広げます！

自慢の発酵文化・
発酵食品と有機農業。
作り手のこだわりが伝わり、
広く愛されるブランドに

やりたい仕事、理想の暮らし。
若い世代がワクワクしながら
挑戦できる場所に

発酵食や地域の食を楽しむ
飲食店が町のあちこちで
増えています

レンタサイクルや
新しい乗り物で
あちこちを巡り、
町の魅力を発見！

「発酵とオーガニックのまちづくり戦略」では、
こうしたまちの価値を未来へとつなぎながら、
時代に寄り添うまちの姿の実現を目指します。
その実現には、町民、事業者、来訪者など、
多くの人に関わりが欠かせません。さまざまな
人が関わり合いながら、じっくりと仕込むよう
に育てていくものです。
発酵とオーガニックのまち・神崎町を、ともに
つくっていきましょう。

目次

はじめに.....	1
第1章 戦略の策定にあたって.....	4
1 戦略策定の背景と目的.....	4
2 戦略の位置付けと期間.....	4
第2章 神崎町の現状.....	5
1 神崎町と発酵・オーガニック.....	5
2 発酵とオーガニックを取り巻く環境.....	8
3 住民が期待する「発酵とオーガニックのまち」のあり方.....	11
4 「発酵とオーガニックのまちづくり」における課題.....	12
第3章 発酵とオーガニックのまちづくり戦略.....	13
1 発酵とオーガニックのまちづくりが目指す姿.....	13
2 行動指針.....	14
3 基本戦略.....	15
第4章 基本施策.....	17
基本戦略1 「ひと」が交わり、育つ.....	17
基本戦略2 「まち」をひらき、つなぐ.....	20
基本戦略3 「自然」を活かし、循環させる.....	25
第5章 戦略を実現するために.....	28
1 推進体制.....	28
2 進行管理の考え方.....	28

第1章 戦略の策定にあたって

1 戦略策定の背景と目的

神崎町は、利根川沿いの肥沃な土地を基盤に農業と醸造業が発展してきた町で、酒・味噌・醤油等に代表される「発酵」は、風土とともに培われてきた本町固有の文化・資源です。人口減少や産業の衰退に歯止めをかけるため、本町ではこれまで「発酵」をテーマとするまちづくりに取り組んできました。平成21年（2009年）から始まった「発酵の里こうざき酒蔵まつり」や、平成27年（2015年）に開業した「道の駅発酵の里こうざき」等により、地域ブランドの形成や交流人口の創出にもつながっています。

しかし、人口減少は依然として進行しており、担い手不足や地域経済の縮小が進む中で、農業や醸造業をはじめとする地域産業の持続性の確保、住民の暮らしの質の向上が重要な課題となっています。

こうした状況を踏まえ、本町は令和6年（2024年）に、まちの未来、そして未来を担う子どもたちのため、発酵と有機農業を融合した持続可能な地域づくりを目指す「発酵×オーガニックビレッジ宣言」を行いました。

そこで、本戦略では、従来の「発酵によるまちづくり」を発展させ、発酵とオーガニックを一体的に推進することにより、暮らし・産業・環境・観光を横断した持続可能な地域づくりを進めるための理念や取組の方向性を取りまとめ、まちの未来、そして未来を担う子どもたちに誇れるまちづくりを推進していきます。

2 戦略の位置付けと期間

本戦略は、「神崎町総合計画」及び「神崎町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を最上位計画とするとともに、他の関連計画とも連携して整合性を図ります。

また、本戦略の実施期間は、令和17年度（2035年度）までのおおむね10年間とします。また、次期神崎町総合計画の策定を5年後に予定していることから、本戦略についてもそれに合わせて5年後に見直しを図ります。

令和8年度 (2026)	令和9年度 (2027)	令和10年度 (2028)	令和11年度 (2029)	令和12年度 (2030)	令和13年度 (2031)	令和14年度 (2032)	令和15年度 (2034)	令和16年度 (2035)	令和17年度 (2036)
神崎町第5次総合計画後期基本計画 第3期神崎町まち・ひと・しごと創生総合戦略					神崎町第6次総合計画 第4期神崎町まち・ひと・しごと創生総合戦略				
発酵とオーガニックのまちづくり戦略					必要に応じて見直しを検討				

第2章 神崎町の現状

1 神崎町と発酵・オーガニック

(1) 神崎町の特徴

神崎町は千葉県北端中央部に位置し、東は香取市、西と南は成田市、北は利根川を挟んで茨城県稲敷市に接しています。面積は19.90 km²、人口は約5,616人（2025年10月1日現在）の「千葉県一小さな町」として知られる、コンパクトな地域です。都心から約60km圏内にあり、圏央道神崎ICに近接し、JR下総神崎駅を有するなど交通利便性にも恵まれています。町の北部には肥沃な沖積低地、南東部には丘陵地が広がり、のどかな田園や里山の風景、県指定天然記念物の神崎森など豊かな自然環境が今も残されています。

(2) 神崎町の歴史と文化

神崎町は、古くから利根川水運の要衝として発展し、江戸時代には、水運を通じて人や物が盛んに行き交い、町の経済や文化の形成に大きく寄与しました。

町内には、約1,300年の歴史を有する「神崎神社」や国指定天然記念物「神崎の大クス」等の歴史文化資源が所在しています。また、香取郡で最古の小学校と言われる神崎町立神崎小学校が現存するなど、教育の町としての側面も持っています。



神崎の大クス

(3) 「発酵のまちづくり」の取組

神崎町では、利根川水運の歴史と自然環境を背景に、酒・味噌・醤油等の醸造産業が発展してきました。現在も創業300年以上の酒蔵「寺田本家」、「鍋店」や、明治創業の老舗「平甚酒店」、「神山酒店」、「鈴木糰店」、「フジハン醤油」が操業を続け、地域の発酵文化を継承しています。

町では「発酵の里」を掲げ、発酵を軸としたまちづくりを推進しています。「発酵の里こうざき酒蔵まつり」や「神崎発酵マラソン」等のイベントの開催をはじめ、平成27年（2015年）には全国初の発酵をテーマとする「道の駅発酵の里こうざき」を開業しました。当施設では発酵食品や地元農産物を販売しており、各種専門誌でも取り上げられる等、全国的な注目を集めています。

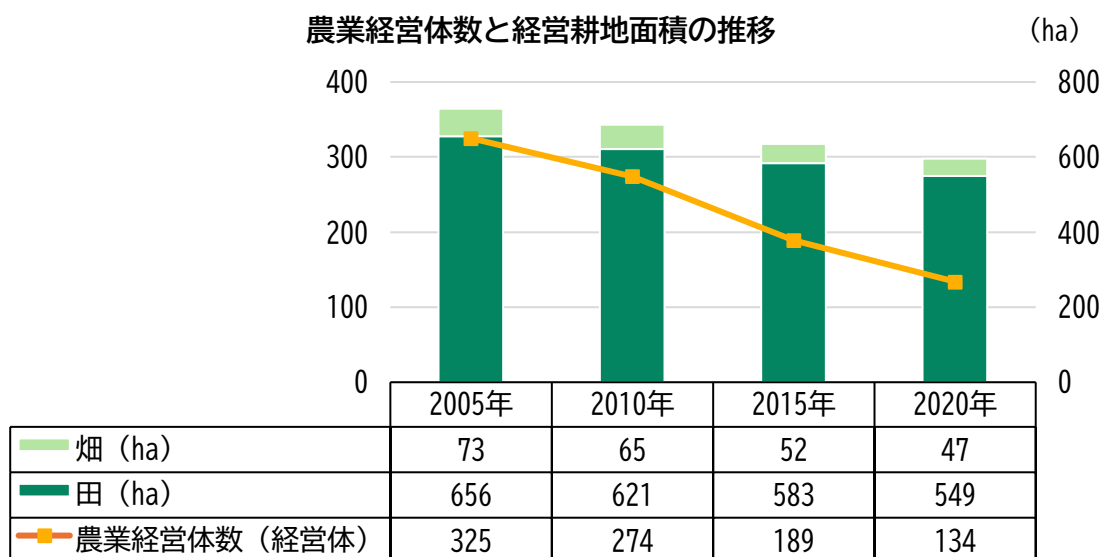


道の駅発酵の里こうざき

(4) 神崎町における農業の状況

神崎町は、利根川沿いの肥沃な土壌に恵まれ、「北総の豊かな米どころ」として昔も今も米づくりが盛んな農業地域です。本町の経営耕地面積 596ha のうち、約9割を田が占めています。また、丘陵地帯には畑も広がり、露地野菜の栽培も行われています。

しかし、経営耕地面積は減少傾向にあり、農業経営体もここ 15 年間で約6割減少し、今後の農業を支える担い手の確保が大きな課題となっています。



2020年農林業センサスを基に作成

本町では、発酵文化と有機農業を融合した持続可能な地域づくりを目指し、農林水産省が推進する「みどりの食料システム戦略」に基づき、令和6年3月1日に「発酵×オーガニックビレッジ宣言」を行いました。その宣言のもと、未来を担う子どもたちのため、学校給食米をはじめとした有機農産物の提供の推進、スマート農業技術の活用等に取り組むこととしています。

令和8年3月時点では、有機農業は10経営体で実施され、作付面積は23.1ha(全体の3.8%)にとどまりますが、豆類や野菜では有機化率が比較的高く、今後の拡大余地がある状況です。

販売目的で作付け(栽培)した主な作物の類別作付(栽培)経営体数及び面積 (ha)

	水稻	小麦	雑穀	いも類	豆類	野菜	果樹	花き・花木
農業経営体数	86	5	1	16	17	27	3	5
有機農業に取り組んでいる経営体数	10 (11.6%)	-	1 (100%)	-	4 (23.5%)	5 (18.5%)	-	-
作付(栽培)面積	397	94	4.5	12	95	10	-	-
有機農業に取り組んでいる面積	7.7 (1.9%)	-	4.5 (100%)	-	6.5 (6.8%)	4.4 (44%)	-	-

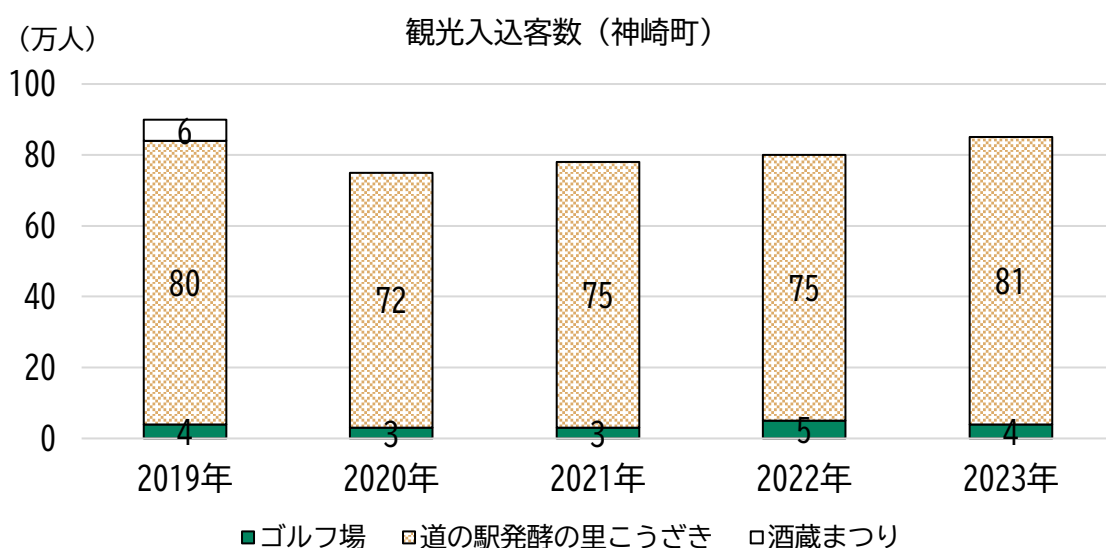
令和7年各調査資料を基に作成

(5) 神崎町における観光の状況

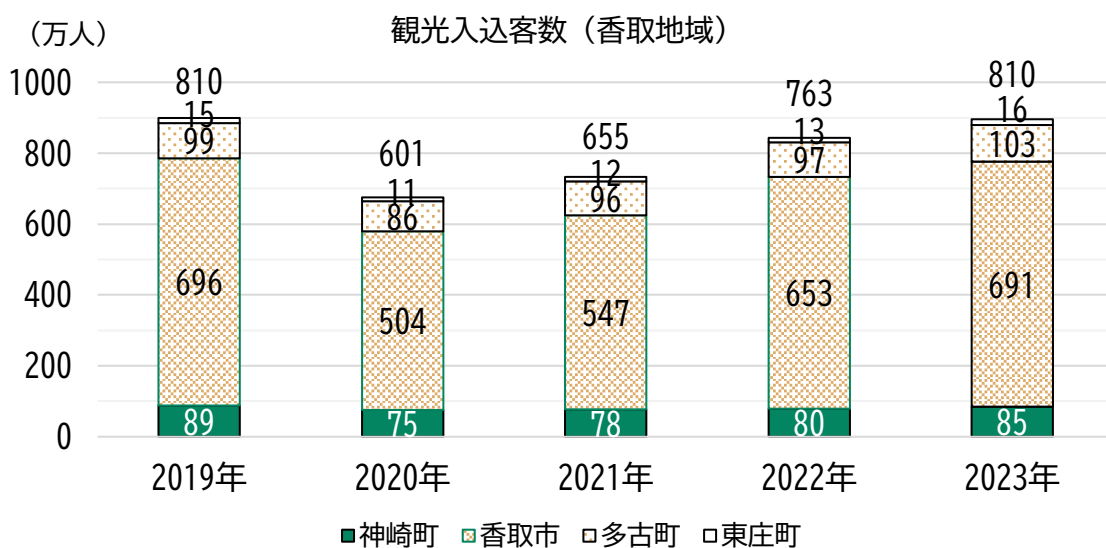
令和5年度千葉県観光入込調査報告書によると、「道の駅発酵の里こうざき」の年間来場者数は約81万人（県内17位）に達し、県内有数の集客拠点となっています。しかし、多くの来訪者が道の駅のみを訪れて帰る通過型観光となっています。

その他の主な観光資源は、酒蔵の「寺田本家」や「鍋店」、「神崎神社」、県指定天然記念物「神崎の大クス」、「ゴルフ場」等が挙げられます。

一方、本町が属する香取地域内では、香取市の「香取神宮」や「道の駅水の郷さわら」の来訪者数が県内上位であり、いずれも「道の駅発酵の里こうざき」を上回っています。香取地域全体として一定の集客力を有するものの、神社参拝や町歩き、水郷観光等の短時間の滞在型が主流であり、依然として日帰り観光が中心となっています。



千葉県観光入込客数調査報告書より、市町村別入込客数を基に作成
 ※酒蔵まつりは2020年～2023年はコロナの影響により中止



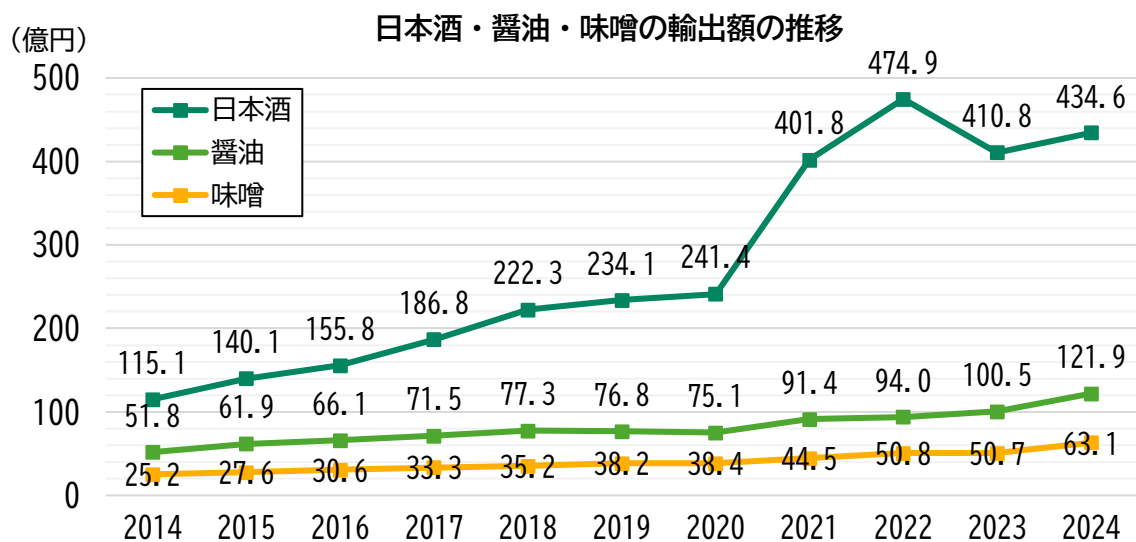
千葉県観光入込客数調査報告書より、市町村別入込客数を基に作成

2 発酵とオーガニックを取り巻く環境

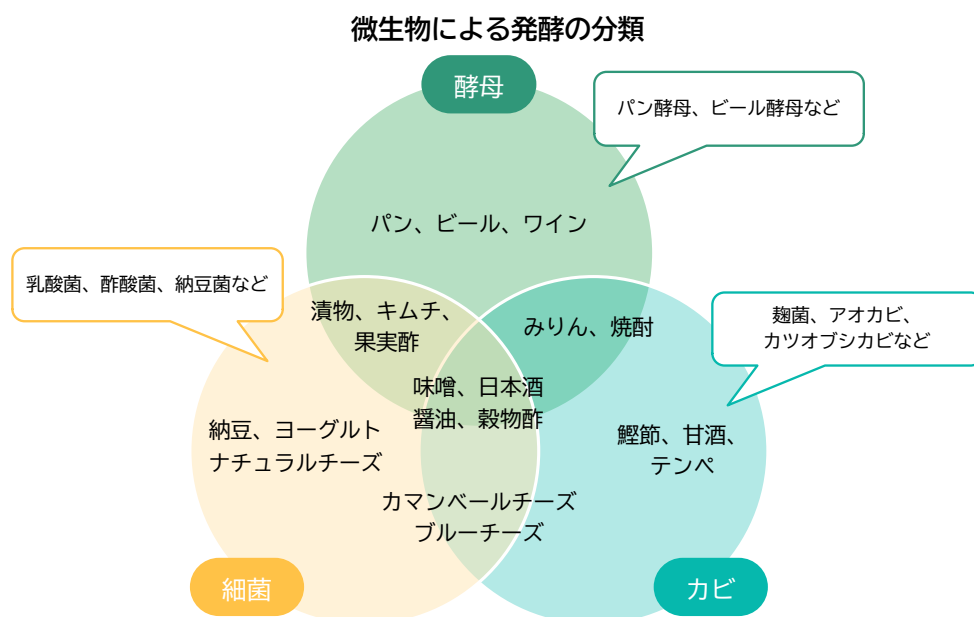
(1) 発酵への関心の高まり

2013年の「和食」のユネスコ無形文化遺産登録を受け、和食に使用される味噌や醤油、酢、みりん、酒といった発酵食品への注目が国内外で高まっており、輸出規模も拡大しています。また、2024年には「伝統的な酒造り」も同遺産に登録され、こうじ菌を用いた酒造り技術が改めて世界的に評価されました。

さらに、これらの発酵食品に含まれる微生物が腸内環境を整える「腸活」の観点からも注目を集めています。調査会社の富士経済が2023年に公表した調査レポートによると、2022年の国内腸活関連の市場は1兆724億円で、2023年には1兆852億円に達すると推計され、今後も継続的な成長が見込まれます。



農林水産省「2024年農林水産物・食品の輸出実績(品目別)」を基に作成



(2) 国における有機農業の推進

2020年代に入り、地球温暖化対策や生物多様性保全といった食料システムを巡る環境問題への対応が世界的に加速している中、国内の農林水産業においても、気候変動の影響や資材調達不安定化が深刻化し、国は令和3年に「みどりの食料システム戦略」を策定し、持続可能な食料システムの確立を目指しています。

同戦略では、食料・農林水産業の調達、生産、加工・流通、消費の各段階において、カーボンニュートラルの実現や環境負荷軽減に向けたイノベーションを推進しています。



出典：農林水産省ホームページ「みどりの食料システム戦略」
<https://www.maff.go.jp/j/kanbo/kankyo/seisaku/midori/>

(3) 消費行動の変化

SDGsの世界的な普及や自然災害の増加等を背景に、消費者の中で環境に配慮した商品やサービスを選ぶ「サステナブル消費」や、商品やサービスの社会的意義・ストーリーを重視する「イミ消費」が広がっています。こうした社会や地域への貢献を重視するこれらの動きは、地域への関心を高め、関係人口の創出にもつながっています。

一方で、昨今の価値観やライフスタイルの多様化に応えるためには、イミ消費だけではなく、モノ消費、コト消費など複数の消費行動を組み合わせることが重要です。

消費行動の変化

消費タイプ	特徴	例
1970・1980年代～ モノ消費 Product	機能／価格の優位性があるか 目に見える商品や財を所有することに価値を見出す	三種の神器、自動車、ブランドの洋服やバッグ、コレクション
1990・2000年代～ コト消費 Experience	ライフスタイルが充実するか 得られる経験や体験に価値を見出す	旅行、グルメ、ライブやフェスなどのイベント、山・川・海などでのアクティビティ
2010年代～ イミ消費 Purpose	商品やサービスが持つ社会的意義、世界観（ストーリー）などに共感できるか 健康維持、環境保全、地域活性、他者支援 歴史や文化への共感などに価値を見出す	クラウドファンディング、エコ商品、地域振興につながる特産品、フードロス

3 住民が期待する「発酵とオーガニックのまち」のあり方

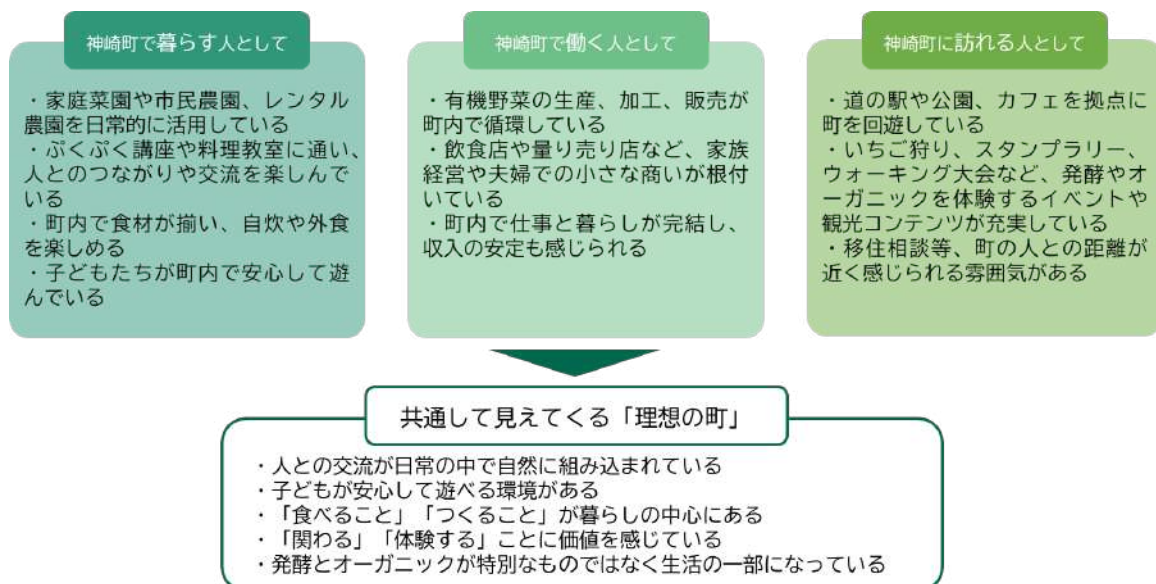
(1) 住民ワークショップから見えたまちの理想の姿

本戦略策定にあたり、「10年後の神崎町における1日」をテーマに、まちの理想の姿を描く住民ワークショップを実施しました。

参加者からは、日々の暮らしの中で、発酵食品や有機農産物を「つくる・食べる」ことが身近にあることや、それらを体験できる機会を望む声が多く寄せられました。加えて、有機農産物の生産から加工、販売までが町内で循環し、飲食店等の「小さな商い」が根付くことで、仕事と暮らしが豊かに結びつく地域像が共有されました。また、来訪者にとっても、道の駅を起点に町内を回遊し、本町ならではの発酵やオーガニックを体験できる環境が整っている姿が描かれました。

全体として、発酵とオーガニックを通じて、多様な交流が自然に生まれ、子どもたちが安心して過ごせる町の実現が望まれていることが明らかになりました。

ワークショップで挙げられた意見



※ぶくぶく講座…神崎町が実施している発酵をテーマとした体験講座

(2) 理想の姿の実現に向けて必要なこと

ワークショップでは、理想の姿の実現に向けて、発酵とオーガニックに身近に触れられる体験や拠点、仕組みの必要性について多くの意見が挙げられました。その一方で、町がこれまで推進してきた「発酵の里こうざき」の取組や、新たに掲げる「発酵とオーガニックのまちづくり」に対する町内の認知度が依然として不十分であることも浮き彫りとなり、町内への周知をより一層強化し、地域が一体となって取り組んでいく基盤を整えることが重要です。

4 「発酵とオーガニックのまちづくり」における課題

神崎町の発酵とオーガニックを取り巻く現状や住民ワークショップの意見を踏まえ、「発酵とオーガニックのまちづくり」における課題を以下の通り整理します。

(1) 町内外における認知度向上とブランド浸透

本町では「発酵の里こうざき」や「発酵×オーガニックビレッジ宣言」のもと、多様な施策を進めてきました。現在、道の駅は県内有数の集客拠点となっていますが、町全体の取組や地域資源の認知度は十分に高いとは言えない状況です。今後は町の取組や地域資源を結び付け、戦略的に情報発信を行うことで、「発酵とオーガニックのまちづくり」のブランドを町内外へ浸透させることが重要です。

(2) 発酵と農業を支える担い手・後継者の確保

本町が誇る発酵文化と農業の現場において、担い手不足は喫緊の課題となっています。発酵文化と農業を融合したまちづくりを持続的に推進するためには、次世代を担う人材の育成・確保や経営継続支援に加え、有機農業の拡大に向けた支援体制の構築が必要です。

(3) 農産物の供給体制の強化と高付加価値化

町内では主に道の駅で発酵食品や農産物が販売されていますが、全体の販売量に占める町内産の割合は限定的です。また、町内の有機農業の作付面積も全体の3.8%にとどまっています。「発酵×オーガニックビレッジ」の実現には、有機を含む町内産農産物の生産拡大と安定供給体制の構築が課題です。さらに、加工・販売機能との連携を強化し、地域資源の高付加価値化を図る必要があります。

(4) 多様な人材・来訪者を受け入れるための環境・体制の整備

本町は首都圏からのアクセスに恵まれ、道の駅には多くの来訪者が訪れる一方で、町内の滞在を促す拠点や宿泊施設が不足し、来訪者が地域と深く関わる環境が整っていません。今後、発酵とオーガニックのまちづくりを推進するには、滞在や体験活動を支えるハード面の整備に加え、受入体制の充実により、多様な人々が関わりやすい基盤を整えることが重要です。

(5) 町内における滞在・周遊を促す仕組みづくり

道の駅が高い集客力を有する一方で、町全体ににぎわいを波及させる動線が十分に整備されておらず、通過型観光にとどまっている現状があります。町内の拠点や観光資源等を有機的に結びつけ、回遊性を高める仕組みづくりが必要です。これにより滞在時間の延長と町内消費の拡大を促し、地域経済の活性化につなげていく必要があります。

第3章 発酵とオーガニックのまちづくり戦略

1 発酵とオーガニックのまちづくりが目指す姿

町の特性や課題を踏まえ、「発酵とオーガニックのまちづくり」が目指す姿を次のように設定します。

～「発酵とオーガニックのまちづくり」が目指す姿～

ひと・まち・自然を混ぜあわせ、
豊かな暮らしを醸す

「発酵とオーガニックのまちづくり」が目指すのは、人・地域・自然が調和し、ともに健やかで生き生きしている持続可能なまちの実現です。先人たちが築き上げてきた伝統的な発酵文化や、地域を支える農業を次世代へつなぐことは、神崎町の未来をつくるうえで大切な基盤となります。

発酵や農業の過程において「混ぜる」という作業が重要であるように、町の内と外、人と人、そして人と自然を丁寧に混ぜあわせることで、多様な出会いや関わり、学び、活動、にぎわいを生み出します。これにより、町の豊かな自然を守りながら、住民や来訪者、町に関わるすべての人々の豊かな暮らしを醸成する「発酵とオーガニックのまち」を実現していきます。

2 行動指針

「発酵とオーガニックのまちづくり」の推進にあたり、住民や地域事業者・団体、来訪者などの多様な主体が、暮らしや生業（なりわい）、滞在の中での行動のよりどころとできるよう、3つの行動指針を定めます。

① 町の食卓が豊かになることを目指します



家庭や学校、飲食店など、まちのあらゆる食卓に発酵やオーガニックを広げ、食べることを楽しみ、食の豊かさを大切にする健康で幸せな暮らしを育てていきます。

② 子どもたちの未来を一番に考えます



未来の子どもたちにとって価値ある地域を育んでいく視点を持ち、町の発酵文化と農業、想いが次の世代につながるように、世代を超えて支え合い、神崎町の未来を育てていきます。

③ 小さな町だからこそできることを大切にします



小さな町を強みととらえ、人と人とのつながりを生かし、失敗を恐れず新しいことへの挑戦を繰り返し、柔軟かつ迅速に取組を広げていきます。

3 基本戦略

「発酵とオーガニックのまちづくり」が目指す姿の実現を図るため、本戦略では、3つの基本戦略に基づいた取組を実施していきます。

基本戦略

1

「ひと」が交わり、育つ

「発酵とオーガニックのまちづくり」は、観光振興にとどまらず、地域の暮らしや生業（なりわい）等の中でも実践されてこそ意義があります。しかし、少子高齢化が進み、伝統ある発酵文化や農業を次世代へと継承するには、その担い手の育成・確保が課題となっています。

このため、行政だけではなく、地域事業者・団体、住民がそれぞれの立場で主体的に参画できるよう、機運醸成に向けた普及・啓発や教育を推進します。あわせて、新たな活動に挑戦する地域事業者・団体や住民の支援や主体間の連携・協働を促進します。これにより、子どもから大人まで、一人ひとりが主役となって活動できる、活気あふれる発酵とオーガニックのまちの形成を目指します。

基本戦略

2

「まち」をひらき、つなぐ

神崎町は、かつて利根川水運の要衝として人や物が行き交い、酒や醤油等の醸造業が発展してきました。発酵文化も、外部との交流の中で技術や知恵を取り入れながら培われてきたものであり、町の持続的な発展のためには、地域の枠組みを超え、多様な主体との関係を広げていくことが重要です。

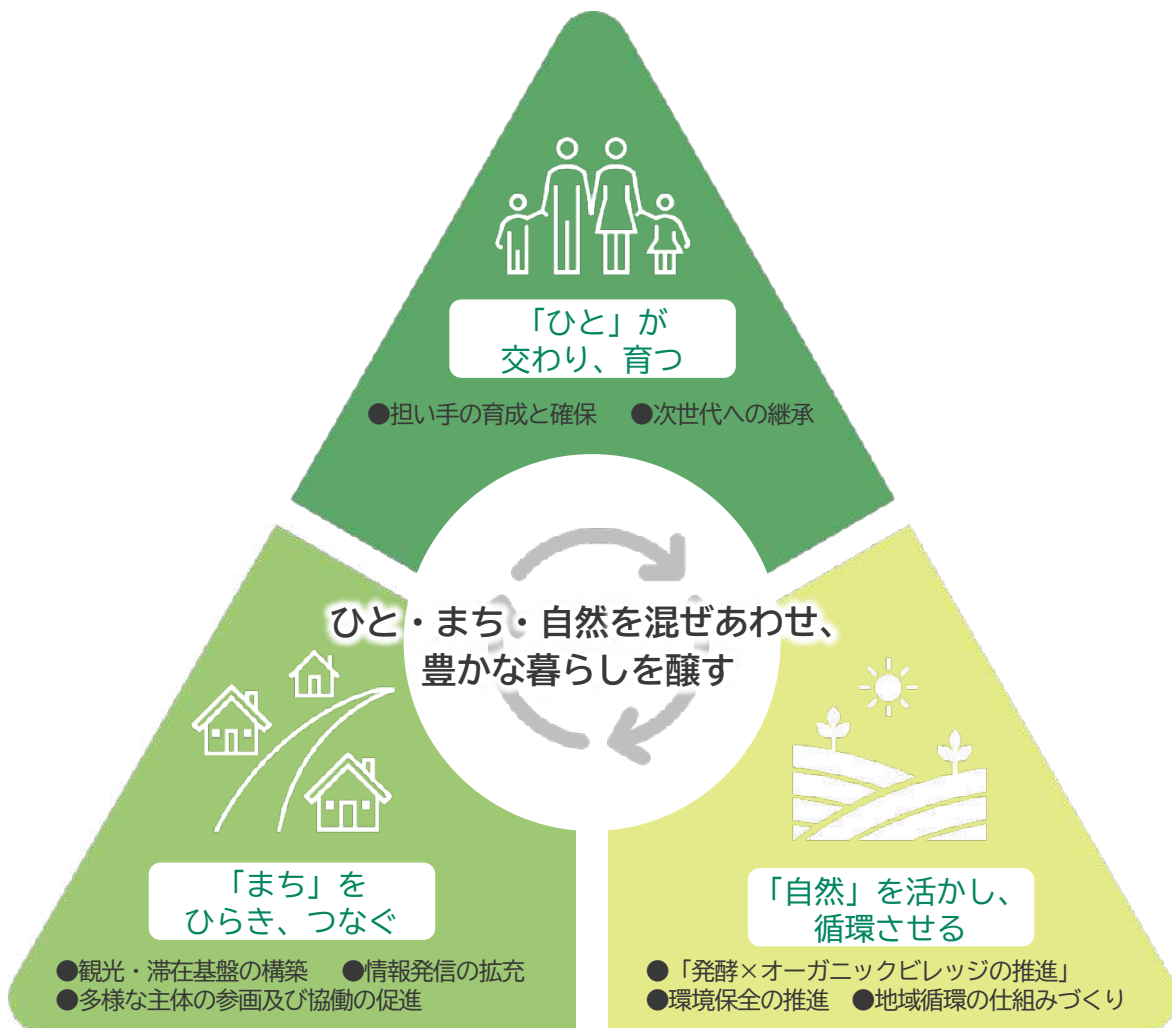
このため、県や近隣地域、企業、大学等の外部主体との連携・共創を進め、新しい視点や知見を取り入れながら地域資源のさらなる価値向上を図ります。あわせて、地域資源を磨き上げた魅力ある体験コンテンツの造成や滞在拠点の整備を進め、来訪者が町に滞在し、地域と関わる機会を創出します。さらに、WEB等を用いた戦略的な情報発信を強化し、本町や取組の魅力を広く伝えることで、共創する仲間や本町のファンの拡大を目指します。

「自然」を活かし、循環させる

神崎町は、利根川の水と緑豊かな里山に囲まれ、自然の恵みを楽しみながら農業や醸造業を営んできました。しかし近年、気温の上昇や自然災害の激甚化・頻発化が深刻な課題となっており、この豊かな自然環境を保全・継承し、人と自然が共生するまちづくりを進めることは私たちの重要な責務となっています。

そこで、令和6年（2024年）に表明した「発酵×オーガニックビレッジ宣言」に基づき、有機農業とスマート農業の両輪を推し進めるとともに、環境保全や資源循環にも取り組んでいきます。さらに、町の豊かな自然資源を最大限に活かした魅力あるまちづくりを通じて、人と自然が共生する未来の実現を目指します。

■発酵とオーガニックのまちづくり戦略の構成



第4章 基本施策

前述の基本戦略を実現するため、以下の主要施策に基づく取組を実施します。

基本戦略1 「ひと」が交わり、育つ

1-1 担い手の育成と確保

「千葉県一小さな町」である神崎町において、人口減少や高齢化も相まって、発酵や有機農業を担う人材の確保・育成は喫緊の課題です。このまちづくりを持続的な取組とするため、担い手の育成や地域一体での支援体制の構築、移住しやすい環境づくりを推進することで、町内外から多様な人材が参入しやすい環境を整えます。

●数値目標

指標	単位	令和6年度 (実績値)	令和12年度 (目標値)
新規就農者数	人(年あたり)	1	1
起業支援数	事業者数	2	3
空き家の利活用数	件	-	12

主要施策(1) 発酵と農業の担い手育成

- 発酵に興味を持つ人材を発掘し、伝統文化の継承者として活躍できるよう意識向上や知識習得を目的とした勉強会の開催に取り組みます。
- 有機農業に親しみ、学ぶ機会を広く提供するために、研修や講習会等を開催し、新規就農や慣行農業から有機農業への転換を支援します。

主要施策(2) 就農・起業支援

- 新規就農者への農業機械・器具等の導入補助や技術研修を充実させます。
- 有機農業で新たな品目を販売目的として栽培する農業者に対し、種苗や資材の購入経費の助成、技術指導等の多角的な支援を行います。
- 発酵やオーガニックに関連する起業や新たな事業展開を目指す方に対し、事業のテストマーケティングやプロモーション等ができるチャレンジショップ制度を検討します。



チャレンジショップの事例
(静岡県藤枝市)

出典：内閣官房・内閣府総合サイト「地方創生」

主要施策（3） 受入環境・体制の整備

- 新規就農者等の移住・定住に向けて、空き家の利活用を促進し、改修やリノベーションに対する支援を行います。また、移住総合相談窓口を設置し、気軽に相談できる体制を構築します。
- 新規就農や規模拡大を目指す農業者に対し、町内の耕作放棄地や貸付希望農地のあっせんを行い、農地の有効活用と有機農業の耕地面積の拡大を図ります。
- 町内の農業者や事業者等を発掘・見える化し、お互いに連携・共創ができるようネットワークを構築します。これにより、情報やノウハウの共有を活発化させ、新たなビジネスモデルや高付加価値な商品の創出を促します。

1-2 次世代への継承

町の未来を担う子どもたちが、授業や給食を通じて、発酵やオーガニックを日常的に学び、体験する機会を創出することで、健康や環境への関心を高めるとともに、町への愛着や誇りを育みます。また、町内外の幅広い世代が参加できる講座等を開催し、発酵とオーガニックへの意識向上を図るとともに、多様な主体がまちづくりに関わるきっかけを提供します。

●数値目標

指標	単位	令和6年度 (実績値)	令和12年度 (目標値)
中学生の町への愛着度	%	79.0	85.0
学校給食における有機米の割合	%	50.0	80.0
発酵体験講座受講者数	人（年あたり）	530	1,330

主要施策（1） 子どもたちの食育と体験の充実

- 町内の小中学校を対象に、農業者や事業者、学識者等の専門的知識を持つ講師が、発酵やオーガニックに関連する講義や体験プログラム等を実施し、子どもたちが楽しく深く学べる場をつくります。
- 学校給食に地域の有機農産物や発酵食材を積極的に取り入れ、子どもたちが日常の食事を通じて町の豊かな食文化に触れ、健康や環境への関心を高める機会を提供します。



学校給食の様子

主要施策（２） 誰もが参加できる学びの場づくり

- 町が実施している発酵をテーマとした体験講座「ぷくぷく講座」を充実させるほか、発酵やオーガニックをテーマにした講座や体験教室等を定期的で開催します。町内外からの参加を促し、町のファンづくりとまちづくりへの参画の輪を広げます。

<現在実施している「ぷくぷく講座」の内容（例）>

みそ玉づくり、みそ仕込み、藍染め体験、梅干し仕込み等



みそ仕込み体験



藍染め体験

基本戦略2 「まち」をひらき、つなぐ

2-1 観光・滞在基盤の構築

神崎町には、「道の駅発酵の里こうざき」や「発酵の里こうざき酒蔵まつり」など、来訪者を集める観光資源がありますが、現状では通過型・一過性の観光が中心となっています。来訪者が町内に滞在し、周遊を楽しみながら消費を促す仕組みづくりにより、地域経済の活性化を図ることが重要です。そのため、町の資源を活かした魅力ある観光コンテンツや商品を開発するとともに、滞在・周遊の拠点となる環境の整備を推進します。

●数値目標

指標	単位	令和6年度 (実績値)	令和12年度 (目標値)
年間観光入込客数	万人	81	137
道の駅来場者数	万人	76	129
道の駅売上高	百万円	866	1,446

主要施策（1） 新たな観光コンテンツや体験機会の創出

- 町の地域資源を掘り起こし、地域の事業者や団体・農業者等と連携しながら、ガストロノミーツーリズムやアグリツーリズム等の観光コンテンツを開発し、「発酵とオーガニックのまち」を深く体験できる機会を提供します。あわせて、町内を巡る周遊ルートや移動手段、宿泊環境の整備により、滞在時間の延長と町内各所への回遊を促します。
- 発酵×オーガニックマルシェ等のイベントを定期的で開催し、町内外の人が身近に発酵とオーガニックに触れられる機会を創出します。



酒造り見学

主要施策（2） 高付加価値商品の開発

- 町の伝統的な発酵食材（酒・味噌・醤油等）や農産物（米・野菜・豆類・小麦等）等を活用し、ニーズやトレンドを捉えた神崎町ならではの新品やメニューの開発を推進します。
- 商品開発に取り組む事業者等の支援や商品のプロモーションを行い、来訪の目的となる高付加価値商品の充実を図ります。

主要施策（3） 既存施設の活用及び機能強化

- 現在、圏央道神崎パーキングエリア（仮称）の整備が進められており、「道の駅発酵の里こうざき」では連結に向けた改修整備事業が進められています。町では、道の駅を「発酵とオーガニックのまちづくり」における多様な活動や体験、交流を支える重要拠点と位置づけ、改修整備事業と連携しながら、最適な機能や活用方針を検討します。
- 神崎ステーションホール等の町が所有する施設や町内の空き家について、それぞれの立地や特性を活かした利活用を推進し、道の駅と有機的に連携させることで町を周遊する拠点としての役割を強化し、町内の回遊性を高めます。



道の駅発酵の里こうざき 改修後のイメージ

2-2 情報発信の拡充

町内外に「発酵とオーガニックのまち」の魅力を浸透させるためには、戦略的な情報発信が必要不可欠です。多様な媒体を駆使したプロモーションの充実を図るとともに、町独自のブランド認証制度の構築により、その価値を明確化します。あわせて、ふるさと納税やECサイトの販路を拡大することで、町内外を問わず、「発酵とオーガニックのまち」の魅力に触れ、選んでもらえる機会を創出します。

●数値目標

指標	単位	令和6年度 (実績値)	令和12年度 (目標値)
WEBサイトのPV数	PV	-	400,000
ブランド認証品数	件	-	5
ふるさと納税受入額	千円	25,000	300,000

主要施策（1） WEBサイト・SNS等を活用した情報発信の充実

- 「発酵とオーガニックのまち」の魅力を発信するため、WEBサイトやSNS、パンフレット等を制作します。各媒体の特性を活かし、観光客や移住・就農希望者等ターゲットに応じた効果的な情報発信を行います。

- 発信する情報については、町の文化や歴史、暮らしといった「町のストーリー」を伝えることを重視し、読み手の共感と愛着を育み、一過性ではない関係を構築することを目指します。

主要施策（２） 認証制度によるブランド力の強化

- 神崎町産の発酵食材や有機農産物等を活用して、「発酵とオーガニックのまち」の魅力を伝えられる特産品や加工品等の商品を認証するブランド認証制度を検討し、ブランド力を強化します。
- ブランド認証品のプロモーションや販路拡大等の積極的な支援を行い、魅力ある商品の流通を促進することで、「発酵とオーガニックのまち」としてのイメージ浸透と地域経済の活性化を図ります。

主要施策（３） ふるさと納税・ECサイト販売の強化

- ふるさと納税の返礼品の充実やECサイトを通じた販売強化により、直接来訪できない層に対しても町の魅力を届ける接点を増やします。
- ターゲットに応じたプロモーションを行い、サイトの閲覧や商品の購入をきっかけに町への関心を高め、将来的な来訪や町のファン創出につなげます。

2-3 多様な主体の参画及び協働の推進

地域課題等の複雑化・多様化が進んでいる現代社会において、新たな取組に挑戦する上では、行政や地域事業者・団体、住民といった地域の枠組みを超え、外部のノウハウやアイデア、技術を積極的に取り入れていく必要性が高まっています。このまちづくりを牽引する司令塔的組織を設立するとともに、町内外の多様な主体がまちづくりに関わり、柔軟な発想と実行力を組み合わせて協働していく体制を構築することで、発酵とオーガニックのまちづくりの持続的な発展を目指します。

●数値目標

指標	単位	令和6年度 (実績値)	令和12年度 (目標値)
まちづくり機構（仮）の売上高	千円	-	10,000
関係人口（ファン）の創出	人	-	300

主要施策（１） 神崎町まちづくり機構（仮称）の設立

- 「発酵とオーガニックのまちづくり」は、観光振興にとどまらず、地域の暮らしや産業振興全般に関わる包括的な取組です。これらの施策を戦略的に進め、発展させていくには、行政、民間、住民、町外をつなぎ活動を牽引する司令塔

的組織が不可欠となるため、これを担う新組織の設立を目指します。

- 新組織を自立させるためには、稼ぐ力を持つ組織であることが必要です。町全体をマーケティング・マネジメントする視点を持ちながら、観光業や農業、醸造業等の地域産業の活性化に寄与するDMOのような機能を検討します。



出典：観光庁ホームページ「観光地域づくり法人 (DMO)」

https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/dmo/dmotoha.html

主要施策 (2) 外部との連携による新たな価値創出

- 神崎町で培われてきた伝統文化や知恵、資源と、外部のノウハウやアイデア、技術を結びつけることで、新たな価値を創出するため、町内外の企業や大学等との連携を推進します。発酵やオーガニックに関する研究や実証実験等に挑戦できるフィールドの提供や取組の支援等を行います。
- 神崎発酵大学（仮称）を設立し、住民や地域事業者・団体、本町の課題解決や発酵文化に興味を持つ外部人材が、ともに学び、活動できる場を創出します。これにより、外部人材による新たな視点の導入と町のファンの創出を図るとともに、住民にとっても「発酵とオーガニックのまち」としての魅力を再発見し、地域への誇りを醸成する機会とします。



神崎発酵大学（仮称）活動イメージ

主要施策（3） 広域連携の強化

- 「全国発酵のまちづくりネットワーク協議会」を通じた全国で発酵のまちづくりに取り組む自治体・団体との連携や、千葉県が推進するプロモーション「発酵県ちば」をはじめ、県内外で発酵やオーガニックを推進する他地域とのネットワークを強化します。
- 広域的なプロモーションや情報交換、連携・協働を通じて、発酵とオーガニック全体の魅力向上と発信力の強化を図ります。

基本戦略3「自然」を活かし、循環させる

3-1 「発酵×オーガニックビレッジ」の推進

令和6年（2024年）に表明した「発酵×オーガニックビレッジ宣言」に基づき、発酵文化と有機農業を融合し、神崎町ならではの食と農のブランドを確立するとともに、環境と調和した魅力ある農業の展開を図ります。

●数値目標

指標	単位	令和6年度 (実績値)	令和12年度 (目標値)
オーガニック栽培取組面積	m ²	223,776	253,776
スマート農業取組面積	ha	376	451

主要施策（1） 有機農業の拡大とブランド化の促進

- 新規就農者や慣行栽培から有機栽培への転換に取り組む農業者を対象に、農業機械の導入補助や生産技術向上を目的とした講習会を行い、有機農業の拡大を図ります。
- 道の駅等へ有機農産物コーナーを設置し、有機農業に対する消費者理解を促すとともに、消費の拡大を図ります。また、オーガニックマルシェ等への出店など町外への販路開拓を積極的に行い、神崎町の有機農産物の価値向上を目指します。

主要施策（2） スマート農業の推進

- 農業者の高齢化や担い手不足によって生じる作業員の負担や作業ムラといった課題を解決するため、スマート農機の導入補助を行います。最新技術の活用により、若い世代が意欲を持って有機農業に参入・継続できる環境をつくりま
- スマート農業の推進は有機農業に限らず、スマート農業技術を活用した栽培管理により、作業の効率化や省エネ、農薬・肥料散布量の最適化を図ります。資源の無駄を省くことで、生産コストを抑制するとともに、環境負荷を最小限に抑えた持続可能な農業を推進します。



スマート農業の様子

3-2 環境保全の推進

神崎町の森林や里山、河川等の豊かな自然環境を次世代へと継承するため、町内外に向けて環境教育や情報発信、体験機会の提供に取り組むことで、その価値の理解を深めます。また、絶滅危惧種のタカ科の渡り鳥サシバをはじめ、生物多様性を維持・保全し、自然と共生する持続可能なまちづくりを推進します。

●数値目標

指標	単位	令和6年度 (実績値)	令和12年度 (目標値)
自然体験プログラムの参加者数	人	-	120
有害獣等被害防止対策補助金 申請数	申請数	4	8

主要施策（1） 環境教育・啓発の推進

- 住民が町の自然環境の大切さを再認識し、環境を守る意識がより身近なものになることを目指し、町内の小中学校での環境教育や、広報・SNS等を活用した積極的な情報発信に取り組みます。
- 豊かな自然環境をフィールドとした自然体験プログラムの開発やエコツアーの推進により、町外からの来訪者が神崎町の自然環境の魅力や価値を肌で感じられる機会を提供します。

主要施策（2） 生物多様性の保全

- 農地や里山のモニタリング調査を継続的に行い、絶滅危惧種のサシバや多様な動植物の生息状況を把握します。里山の整備および活用を推進し、生物多様性を支える健全な環境を維持します。
- 生態系や農作物に影響を与える有害鳥獣について、防護策の整備や捕獲活動の支援を強化します。これらの対策を長期的に維持できる地域連携体制を構築し、自然・農業環境を保全します。



神崎町の風景



絶滅危惧種のサシバ

3-3 地域循環の仕組みづくり

神崎町が持続可能で活力あるまちであり続けるためには、地域の資源を最大限に活用し、環境・経済・社会が調和して循環する仕組みづくりが大切です。地産地消や未利用資源の活用促進、廃棄物の削減により、環境負荷を軽減しながら新たな価値創出や地域経済の活性化につなげる本町ならではの循環型社会を目指します。

●数値目標

指標	単位	令和6年度 (実績値)	令和12年度 (目標値)
未利用資源等を用いた商品の 開発数	件	-	5
給食残渣の堆肥化	%	-	50.0

主要施策（1） 地産地消の促進

- 町内で生産された有機農産物や発酵食材を活用する飲食店等のPRや道の駅等での販売機会拡大の支援を行います。地域内で「つくり、選び、食べる」地産地消の循環を構築し、地域経済の活性化を図ります。
- 地域の農業者や住民が地域の資源を活かして商品開発・製造ができるシェアキッチンを整備し、小規模な起業や商品開発を支えることで、地域資源に新たな付加価値が生まれる仕組みを構築します。

主要施策（2） 資源循環の推進

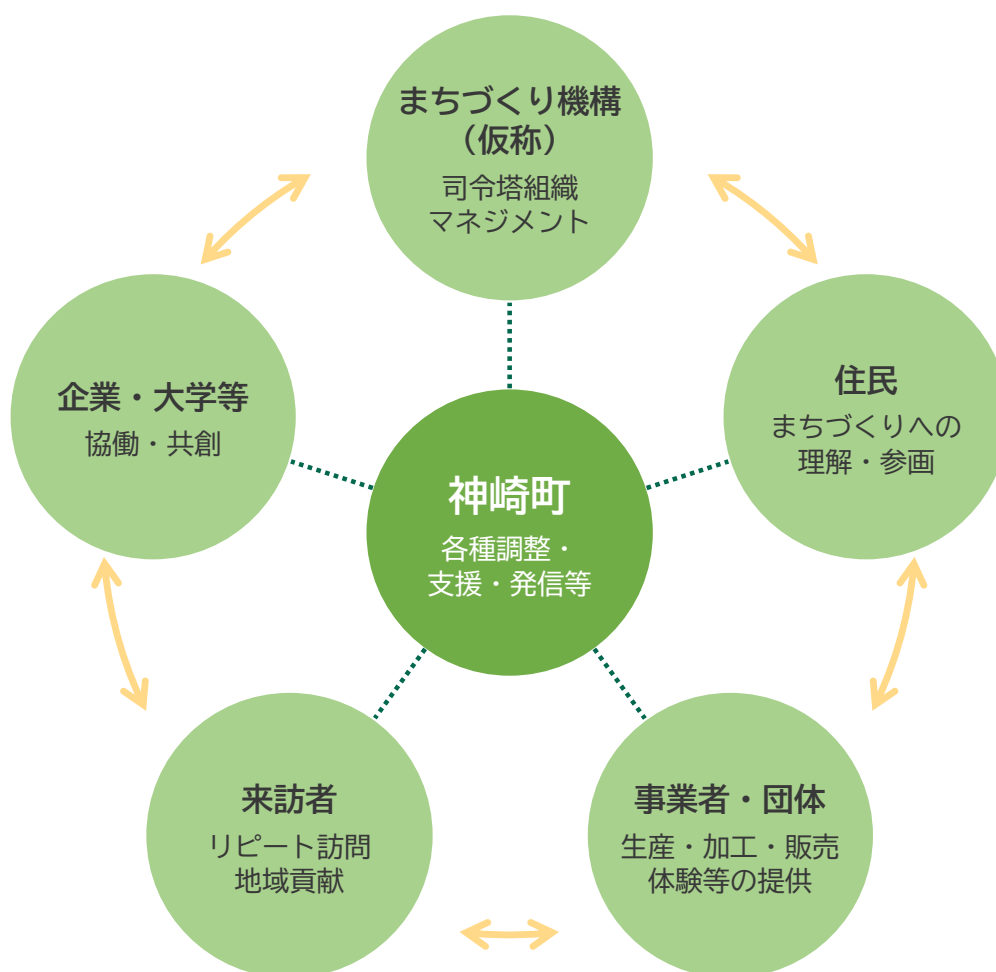
- 「R e f u s e（断る）・R e d u c e（減らす）・R e u s e（再使用）・R e c y c l e（再生利用）」の4Rを地域事業者・団体や住民に広く普及・啓発します。ごみの減量化と資源の有効活用を推進し、環境負荷の少ない循環型社会を目指します。
- 未利用食材や規格外品等を活用した商品開発を行い、食品廃棄物の削減に取り組むとともに、新たなビジネスチャンスの創出を図ります。
- 学校給食残渣を回収・堆肥化し、その堆肥を使って再び有機農産物を栽培することで、食品廃棄物の削減及び資源の地域循環を目指します。また、そのプロセスを環境学習に取り入れ、子どもたちの環境・食育学習にもつなげていきます。

第5章 戦略を実現するために

1 推進体制

「発酵とオーガニックのまちづくり」の推進にあたっては、行政のみならず、住民や地域事業者・団体、来訪者、企業・大学等といった多様な主体が、発酵や農業の過程のようにまざり合いながら、お互いの個性や強みを活かして取組んでいくことが重要です。

町は、各主体を結びつけるハブとなり、情報やノウハウ、アイデアを共有し合える共創の場を創出しながら、本戦略を推進してまいります。



2 進行管理の考え方

「発酵とオーガニックのまちづくり」の実現には、継続的な進行管理による施策の実行・振り返り・改善が必要です。計画期間は10年間としますが、年度ごとに各施策を振り返り、その成果と課題を明確化するとともに、達成できなかった施策については、その要因や問題点を分析し、その後の施策に反映させていきます。

発酵とオーガニックのまちづくり戦略
令和8年(2026年)3月 発行

編集・発行 神崎町総務課企画財政係
住所 千葉県香取郡神崎町神崎本宿 163 番地
TEL 0478-72-2111
FAX 0478-72-2110
町ホームページ <https://www.town.kozaki.chiba.jp>
