

第3回かぬまエコノミーティング記録

■開催日時：令和7年10月17日(金) 13時30分～15時40分

■開催場所：栗野商工会

■ミーティングテーマ：協働・共創による新たな産業・経済振興策について

「いちご市パワーアップ事業（「Made in 鹿沼」の推進）」 and
みんなで進める「移住・定住」促進作戦 をベースに

■ミーティングの内容

テーマ	主な意見
協働・共創による新たな産業・経済振興策について 「いちご市パワーアップ事業（「Made in 鹿沼」の推進）」 をベースに	
鹿沼のいちごの実力を もっとアピール	・ いちごは生で食べるのが一番おいしい。いちごの販売所を増やし、消費者に届ける ・ 「いちご神社」をPRして、出会いの森いちご園で直接食べてもらう ・ いちごが嫌いな人は少ない。かわいいいちごのマスコットの的なものを商品化すれば人気が出るか ・ 奈佐原直売所は県内で一番いちごを郵送した実績のある直売所。大田市場で高い評価を得ているいちごがここにはある。この事実をアピール
いちご市鹿沼の施策 展開	【いちご関連】 ・ 鹿沼にお客さんが来て、生のいちごをそこで食べてもらえる環境を作るのが一番 ・ 出会いの森いちご園などを年間を通してバスが来る施設に（小山市の「いちごの里」のように） ・ 出会いの森は新規就農者の研修の場にもなっている。ハウスの周りにはまだ土地もあるので、さらなる後継者の育成、技術継承を期待 ⇒民間との連携により新たな魅力創出を検討 ⇒規模拡大に向け、スタッフ確保等も検討 ・ いちごを集約した施設や場所があるといい ・ 栽培方法に特色を持たせ、鹿沼産いちごとしてプレミアムを付ける ・ 良いいちごでも、5月の連休を過ぎると鹿沼ではジャムになる。PRにより販売につなげていきたい。 ・ 農業のスマート化も進める 【木材関連】 ・ 鹿沼の木材は優秀で、市内外、特に都市部に営業をかけたい

テーマ	主な意見
新たなPR戦略	・ SNSは爆速で広がる。映えを意識したPRとか。鹿沼にもインスタグラマーがいるので、その人たちと連携できるといい。紙媒体は駅に置くとか。空中戦と地上戦のハイブリットで、どういうものが刺さるか。五感に訴えて、第六感に響かせる ・ 県のイベントに相乗りした販促活動 ・ 他県の成功事例を調査研究し、他県と連携したPR活動を実施 ・ 1月15日(いいいちごの日) 近辺で、県や各市町、文星芸大等と連携し、ファッションショーなどいちごに関する様々な展開を実施。真岡市とも何か一緒にできないかとアイディアを出し合っている ・ 観光面で、鹿沼と隣接市町、特に大谷の観光客を呼び込むような協働の企画が出来ればいい ・ 鉄道会社との連携イベント（いちご以外にもシウマイに興味をもってもらった） ・ 市内にお金が落ちる方策を検討し、まちの活性化につなげる
新商品の開発	・ いちごドレッシングをブラッシュアップして商品化を目指す ・ 冷凍イチゴを使って、焼き菓子等の商品開発など、健康にいいものを作りたい

テーマ	主な意見
協働・共創による新たな産業・経済振興策について 「みんなで進める“移住・定住”促進作戦」をベースに	
“移住・定住”促進作戦の施策展開	🏠 施策展開の手順として、まず「観光誘客」を ・（移住・定住には）関係人口を増やすことがスタートだと思う。鹿沼市の知名度は低い。まずは観光で興味を持ってもらい、それから移住なのではないか。移住への補助はあるが、それ以前にもっと観光誘客に力を入れてほしい。 ・お客さんで栗野を目指してくる人も多い。花や山、川、自然、ダムなどを生かしたPRを増やし、観光客を誘致してほしい。 ・「キャンプ+（プラス）」の観光戦略。鹿沼市は確かに知名度は低い。市だけでやっていくのは限界がある。協働・共創、市民誰もがインフルエンサー、これが理想。観光戦略は「Made in 鹿沼」の中心になると思っている。 ・さつきが名産品でも知られていない。再アピールで周知をはかる。 🏠 “移住・定住”への環境整備 ・空き家などを社宅として活用し、移住者に提供 ・市が空き家を使って無料の社宅を作れないか。どの会社に行ってもその社宅が使えるとなれば、小さい会社でも人を集めやすい。 ・市営住宅を空けておくのはもったいないので、企業に借りてもらって社宅として使ってもらってはどうか。 ・東京に通勤しながら住める地域にするには、電車の本数を増やすこと、もっと遅い時間まで電車があることが重要。 ・東武新鹿沼駅前の活性化に向け、どんなことができるかアイデアコンテストを開催する。各企業や団体が、それぞれの立場で何ができるか考えることは重要 ・“移住・定住”には、余暇をいかに過ごすかという「遊住」と働き先を確保するための「職住」がある。移住者が「遊住」を目的に鹿沼に留まるよう、遊べる場所もPRしたい。（キャンプ場やダム、ハイキング、こんな木が見れる等をPR） ・一企業の努力（サービス）でも移住者へのPRの材料となる。

テーマ	主な意見
“移住・定住”促進 作戦の施策展開	🍷 働く意欲のある若者への対応・支援 ・森林組合には、自然の中で働きたかったからという若者が意外と多い。今は山仕事に魅力を感じる人も多く、県の林業大学校や県外の大学生などから就職について問い合わせもある。自然の中で働くことは魅力がある。 ・新規就農者、特にいちご農家については、労働環境の改善（長時間労働の解消等）を支援していきたい。 🍷 離職・転職の防止 ・今は新入社員も少なく、同期も少ない。せっかく入った新入社員なので、「合同企業交流会」のような新入社員同士の交流の場が定期的にあると、離職や転職が減り、定着につながるのではないかな。 ・合同入社式を開催し、新入社員同士の連絡先の交換やコミュニティの場の設定などに協力したい。 🍷 コミュニティの充実 ・自治体だけでなく、移住してきた人を受け入れる地域のコミュニティづくりが大切。 ・コミュニティの充実が生活のしやすさ、住みやすさにつながる。

■■■令和7年度かぬまエコノミーティングにおける市長総括■■■

- まちづくりは行政が全てやるのではなく、協働・共創、実施主体は市民だと考えている。
このエコノミーティングは、産業・経済・金融を横ぐしに、話し合う場を持ちたいという私の思いから始まった。
- 鹿沼はポテンシャルが高い。しかし、魅力を生かし切れていない。だから知名度も低い。
粘り強く取り組みを進めていきたい。
- 一つの動きとして、ある企業の新入社員が、自発的に市内同期の交流会を開こうとしている。それぞれが未来の鹿沼に向けてできることをやっていく。その作戦会議がこの場だと思っている。