

「地域再生マネージャー事業」

「地域再生人材相談事業」

(平成21年度 各事業の取り組み概要等)



I. はじめに

「地域再生マネージャー事業」とは、地域再生を目指す市町村に対し、具体的・実務的ノウハウ等を有する企業または人材等に係る情報の提供を行うとともに、市町村がその企業等を「地域再生マネージャー」に選定して地域再生に係る業務を委託する際の経費の一部を助成することで、地域再生を支援するものです。

当事業は平成16年度に創設され、『ふるさと財団』が『総務省』と連携して推進する最長3年間に亘る事業であり、多くの事業実施団体において大きな成果をもたらし、平成22年3月末をもって終了いたしました。

本冊子は、平成21年度8ヵ所において進められた「地域再生マネージャー事業」の取り組みの概要、6年間の事業の成果、そして分析の内容を取りまとめて紹介するものです。

また、「地域再生人材相談事業」の取り組みについても紹介いたします。

今後、外部人材を活用して地域再生に取り組む際の参考としてご活用いただければ幸いです。

平成22年3月

財団法人 地域総合整備財団<ふるさと財団>

理事長 嶋津 昭

目次

I. はじめに	1
II. 『地域再生マネージャー事業』の概要	
1. 趣旨	4
2. 助成対象者	4
3. 助成対象事業	4
4. 平成21年度助成内容	4
5. 手続きフロー	5
6. 平成19年度開始事業(8市町)	6
平成19年度開始事業	
① 石川県七尾市 「和倉まちなか再生と滞在型プログラム開発による賑わい創出」	6
② 静岡県袋井市 「袋井地域産業イノベーション事業」	8
③ 和歌山県高野町 「高野まちなか再生マネジメント事業」	10
④ 島根県海士町 「『合わせ技一本』島型ビジネス展開事業」	12
⑤ 島根県雲南市 「雲南産業再生プロジェクト」	14
⑥ 愛媛県宇和島市 「宇和島地域のブランド化による中心市街地活性化事業」	16
⑦ 山口県山口市 「実践的タウンマネジメントプログラム構築事業」	18
⑧ 熊本県宇城市 「農工商連携型食産業クラスター形成による雇用創出プロジェクト」	20

Ⅲ. 地域再生マネージャー事業の総括	25
Ⅳ. 平成21年度 地域再生人材相談事業の概要	49
1. 地域再生セミナー	50
5県の事例	
2. 地域再生マネージャー等の短期派遣事業	55
11市町の事例	

地域再生マネージャー事業は、(財)全国市町村振興協会の支援を受けて実施する事業です。

ふるさと財団は、地域再生に取り組む市町村を応援します

Ⅱ. 『地域再生マネージャー事業』の概要

1. 趣 旨

- 市町村の地域再生を目的とする取り組みの推進に資するため、市町村が「地域再生マネージャー」に地域再生に係る業務を委託する経費の一部を助成する

2. 助成対象者

- 地域再生を目的とする取り組みに対する具体的・実務的ノウハウ等を有する企業または人材等に係る情報の提供を、ふるさと財団から受けて、地域再生マネージャー等を選定し、地域再生に係る業務委託契約を締結する市町村

3. 助成対象事業（次のすべてに該当する事業）

- ①観光振興、産業振興、商業振興その他地域再生を目的として実施する事業であること
- ②地域再生の観点から、事業の実施に係る実質的成果があることが期待できる事業であること
- ③マネージャー等が実質的、継続的に取り組みを行う事業であること
- ④本事業による取組内容が、地域再生のモデルとなるような事例となり得る事業であること

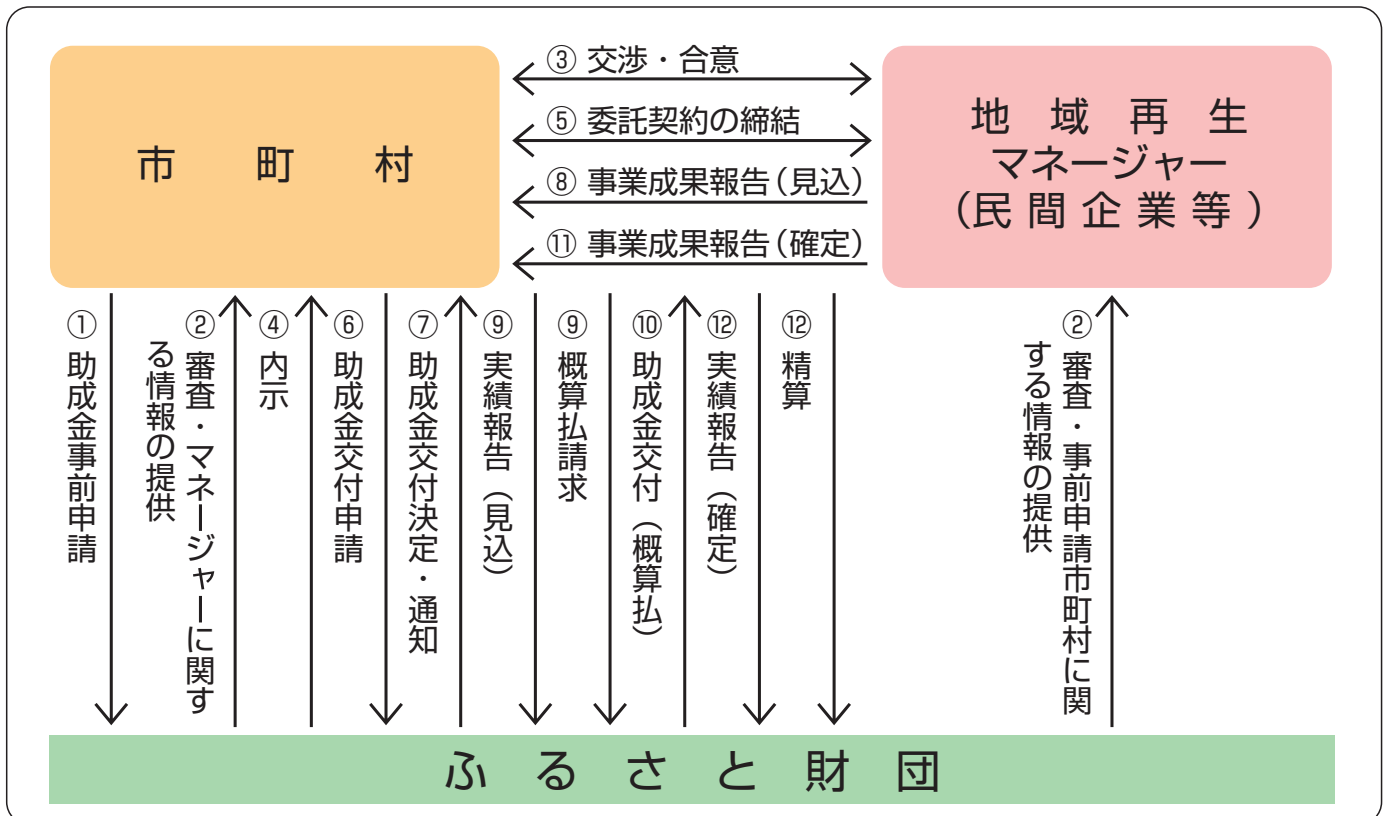
4. 平成21年度助成内容

- ①助成事業数 8カ所
- ②助成金 1,000万円以内／団体（助成率2／3以内）
- ③助成対象事業期間 平成21年4月1日から平成22年3月31日までの間

- ④助成対象経費 地域再生マネージャー等への業務委託費（助成対象事業期間分に係る金額とし、人件費、旅費、交際費、社会保険料、一般管理費、物件費、事務所賃借料等、契約の履行に必要な一切の経費（消費税を含む）を含み、成功報酬部分を除く）

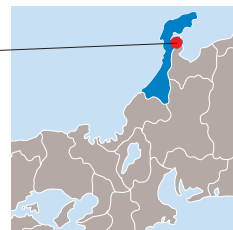
地域再生マネージャー事業

手続きフロー



石川県七尾市

① 石川県 七尾市



「和倉まちなか再生と滞在型プログラム開発による賑わい創出」

事業概要

- 事業名 : 「和倉まちなか再生と滞在型プログラム開発による賑わい創出」
- 総事業費(平成21年度) : 12,000千円
- 助成金申請額(平成21年度) : 8,000千円
- 地域再生マネージャー : 高橋 一夫(神戸流通科学大学)
柏木 千春(株式会社JTB法人東京)

自治体概要

- 人口 : 60,092人
- 面積 : 318.01km²
- 人口密度 : 189.0人/km²
- 標準財政規模 : 19,239,872千円
- 財政力指数 : 0.524
- 経常収支比率 : 97.8%
- 主な産業 : 製造業、観光業
- 主な地域資源 : 和倉温泉、和ろうそく、七尾仏壇、能登野菜、一本杉通り歴史的建造群
- 地域再生マネージャー事業担当課 : 産業部産業振興課

事業概要

(1) 事業の背景

七尾市は、石川県能登半島の中核都市で、宿泊拠点として栄えてきた和倉温泉があります。しかし、近年は観光客のニーズの多様化や魅力不足等により、入り込み客数が伸び悩んでおり、観光産業に依存の大きい本市の地域経済は、半島というハンディキャップや人口減少、少子高齢化の進展などとあわせ大変厳しい状況にあります。平成15年能登空港の開港で首都圏との



「食材」による新たなビジネスを創出（移動式店舗の開設実験）

距離が短縮しプラス効果はありましたが平成3年の160万人のピークには及ばず減少傾向が続いており、平成21年は86万人となっています。さらに平成19年に発生した能登半島地震による風評被害は、顧客の減少を招き、更なる衰退を余儀なくされているところです。

こうした中、七尾市では地域資源（食材、温泉、医療サービスなど）を活用した事業創出をめざし、和倉温泉のまちなかに賑わいを創出できるよう、商店・旅館・住民が一体となってまちなか再生に取り組むものであります。

(2) 事業の概要

本事業は、七尾市の地域特性により育まれた「人材」と「食材」を活かしつつ、「和倉にしかない場所の魅力の発掘」とその価値の極大化を目指し、もう一度和倉のまちなかに賑わいを創出することを目指すものです。そのための手段として商店街の再生を行うために、賑わいの拠点づくり、そぞろ歩きができる環境整備、情報発信、イベント等を行いました。

事業開始年度である平成19年度には、新たなビジネスの創出にかかる調査・イベント等の実施、和倉地区のまちづくりを構想するための調査およびワークショップ等の実施、地域における価値の抽出とその表現方法の実践を中心として、個々の活動を創出するための基盤づくり・人的ネットワークづくりを行いました。

続く平成20年度には、和倉地区全体のグランドビジョンを構想し、実現可能な整備事業を計画するとともに、食を題材としたフェスタ（「能登の旨美」フェスタ）の開催や、周辺地域も含めた「食材」による新たなビジネス創出などを行ってきました。

これらの活動を受けて、最終年度となる平成21年度には、様々な取り組みを「仕組み化」することを重視し、事業を実施しました。

平成21年度の取り組み内容

本年度は、以下の3つを柱として事業を実施しました。第一に、和倉温泉の地域情報発信の実証実験を行いました。これは旅行素材を含む地域情報発信の実証実験として、携帯電話のメールアドレス登録者へ和倉温泉のまちなか情報の発信を行い、今後の情報発信のあり方について実証するもので、最終的には国の公募事業への提案につながりました。



まちなかの賑わいと滞在型観光の実証実験「泊食分離」事業パンフ

第二の柱はまちなか回遊の向上とイベントの定例化で、多様化する旅行者ニーズに対応すべく、泊食分離の実証実験と今後の商品化にむけた検討では「街なかまると選べる夕食」宿泊プランを提案され、旅館11件・飲食店16件・タクシー会社2社の参画を得、温泉街のまちなかにぎわいづくりと旅館の新たな商品開発に助言をいただきました。

第三の柱である回遊性イベントの定例化に向けた支援では、昨年から行っている和倉温泉に特化したイベント「温玉グルメ博」のブラッシュアップ支援を行ったほか、旅館協同組合の「着地型旅行会社」設立に向

けてアドバイスをを行い、観光客の着地型・滞在型観光に迅速に対応出来る将来展望も示されました。

今年度の成果と3年間の総括

街中の回遊性の向上とまちあるきの拠点整備、まちなか社会実験などを通じて、今後のまちづくりのランドデザイン作りや、地域の合意形成などが図られました。このプロセスにおいて、和倉地区の商店、旅館、住民等による委員会を立ち上げ、住民参加による地域資源の発掘や現状分析、モニターツアー事業等を行ったことで、地域住民のまちづくりに向けた意識、感想等に関する情報収集ならびに今後のプロジェクト展開に資する人材の把握やコアとなる人材の確保に努め、地域内にまちづくりの気運が生まれました。また、地域の特色を生かした商品開発を進め、一部には大きな売上を上げる人気商品に成長したものも出てきました。

しかしながら、本事業の成果は地域再生マネージャーが持つノウハウや人脈に負うところも多かったため、今後は地元の人材スタッフにおける企画面、プレーヤー面等で人的不足、資金調達が問題となってくる恐れもあると考えられます。そのため、時間を掛けて地域を担う人材を育成し、地域を活性化する継続的な仕組みづくりをしていくことが、今後の課題であると言えます。(七尾市産業部産業振興課)

「和倉まちなか再生と滞在型プログラム開発による賑わい創出」



七尾市地域再生マネージャー
(神戸流通科学大学)
高橋 一夫

本事業においては、和倉温泉の滞在価値を高め、地域の商店街や産業、自然などの資源を活用し交流を振興する観光まちづくりを目的として、次のような活動を行った。

第一に、ガイドブックにも掲載されないタイムリーな地域情報(例えば、ハスの花が咲き始めたことや地元商店だけで販売されている商品情報など)の発信の在り方を検討するために、携帯電話を活用した実証実験を実施した。メールアドレス登録数87件に対しメール送信895通を送り、登録者から情報発信に対する意見をいただくこ

とが出来た。これにより、今後の情報発信のあり方について知見を得ることが出来た。

第二に、牡蠣やいしる料理など地元ならではの食と温泉の魅力を味わってもらえるように、泊食分離等の実証実験と今後の商品化にむけた検討として、「街なかまると選べる夕食」宿泊プランを企画・提供した。旅館11件・飲食店16件・タクシー会社2社が参画し、インターネット旅行会社(るるぶトラベル、ヤフートラベル)を通じて商品提供をおこない、新たな魅力の発信に努めた。

第三に、イルカウォッチングのように、地元の漁業関係者など町の様々な人たちがサービスの担い手となる旅行プログラム開発のため、2009年度冬季及び2010年度版 地域旅行プログラム「わくらん」のアドバイスをを行った。

第四に、和倉温泉にお越しいただいた観光客に和倉のまち歩きをして頂くことを目的とした回遊性イベントの定例化に向け、閑散期に実施するイベント「温玉グルメ博(12月1日~31日)」のブラッシュアップ支援を行った。

また、上記のような観光街づくりにつながる事業を継続するために、地域と消費者を結び中間支援組織として着地型旅行会社設立のための事業計画の策定をおこなった。2010年春の立ち上げに向けて、和倉温泉旅館組合の組織内調整などの体制づくりも行った。

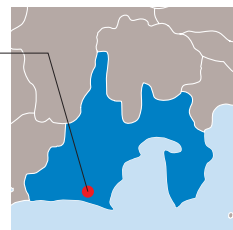
これらの試みにより、携帯電話による情報発信のあり方のノウハウ及び総務省ふるさとケータイ事業の公募による携帯システムや、泊食分離実証実験により初めて地域が(旅館・商店街・タクシー事業者・自治体)一つになる形をつくったこと、着地型旅行会社設立の支援を行うことによって、今後地域が一体となって稼いでいくための組織を立ち上げたことなどの、いくつかの成果を残すことが出来た。

今後は、中間支援組織を中心に和倉温泉と地域が一緒になって観光客の増加と地域のもてなし(コミュニティビジネスの立ち上げなど)をつうじて、七尾市全体への経済的インパクトや地域の人と観光客の交流による社会的インパクトを高めていくための事業の継続が求められている。

静岡県袋井市

② 「袋井地域産業イノベーション事業」

② 静岡県 袋井市



事業概要

- 事業名 : 「袋井地域産業イノベーション事業」
- 総事業費(平成21年度) : 12,900千円
- 助成金申請額(平成21年度) : 9,030千円
- 地域再生マネージャー : 山村 俊弘 (株式会社日本アプライドリサーチ研究所)
大野 幸雄 (同上)

自治体概要

- 人口 : 83,008人
- 面積 : 108.56km²
- 人口密度 : 764.6人/km²
- 標準財政規模 : 18,259,156千円
- 財政力指数 : 1.00
- 経常収支比率 : 92.8%
- 主な産業 : 農業、工業
- 主な地域資源 : クラウンメロン、茶、米、遠州三山をはじめとする寺社仏閣、ふくろい遠州の花火、エコパ、東海道どまん中
- 地域再生マネージャー事業担当課 : 産業環境部商工課

事業概要

(1) 事業の背景

袋井市の産業は、メロン・茶・米等の農業のほか、輸送機器や食品といった製造業など多様な業種で構成されています。しかしながら、近年の長期景気低迷に伴う中小製造業の業態変更の取り組みや新規起業への対応、農業における高齢化や後継者問題など、多岐にわたる課題が顕在化してきています。これらの課題を



袋井地域イノベーションフォーラムパネルディスカッションの様子

解決すべく、企業と大学との交流、情報交換の推進等の産学官連携の取り組みを基盤に、さらに地域の農・商・工業事業者を巻き込んだ新たな連携による新産業の創出や地域産業の課題解決へむけた取り組みが求められていました。

そこで本市では、これらの地域産業の課題対応の一環として、平成13年度より地元の静岡理工科大学と「袋井市産学官連携推進協議会」を設置し、産学官連携に取り組んできました。

(2) 事業の概要

本事業は、既存産業の革新と新たな産業の創出を促し、活力あるまちの構築を図るため、多様な地域資源を活用し、自立的な地域産業の振興を図るなど、地域経営の視点をもって、地域の課題解決に革新的な発想で取り組むものです。特に、農業を核として地域産業の振興（農商工連携）を図ることと、多様な地域資源を活用し、新産業、地域ビジネスの創出を図ることを二つの柱に、取り組みを進めてきました。

事業初年度である平成19年度には、地域の農業を取り巻く現況や課題に関して、データ収集や、農業従事者・関係機関等に対しヒアリングを行い、事業全体の基本構想を策定しました。

2年目にあたる平成20年度には、技術開発（新エネルギーの利活用）商品開発（農商工連携、地域資源活用）、人材開発PT（農業経営塾）の3つのプロジェクトチームを設置し、パイロット事業を開始しました。

これらの活動を受けて、事業最終年度となる平成21年度には、パイロット事業をさらに進めるとともに、リーマンショック以来の景況の悪化を踏まえて、事業計画の見直しを行いました。

平成21年度の取り組み内容

今年度は、事業面では、以下の二つを柱に活動を行いました。第一の柱は、産業イノベーションの推進に関する検討、およびその他事業です。3年間にわたって取組んできた袋井地域産業イノベーション事業を持続的に推進するために、その基盤となる運営体制として「(仮称)袋井地域産業イノベーション機構の設立」について検討を行いました。当初の構想では、袋井市をはじめ、地域の経済諸団体、大学、公的研究機関、地元金融機関等の参加によって、地域が一体となり地域産業の振興に取り組むこととしましたが、その後の



なるCafé in ものづくりフェスタ当時の様子

急激な経済情勢の悪化に対応し、新たな法人設立は当分見送り、地域産業振興にとって必要な事業を洗い出した上で、袋井地域における農商工連携のさらなる推進をめざした「(仮称)六次産業推進室」の担当部署設置の検討など、段階的に事業を進めることとしました。

第二の柱は各パイロット事業の推進です。技術開発プロジェクトチームでは、メロン農家のカーボンオフセットを応援する事業に取り組みました。商品開発プロジェクトチームでは、農商工連携・地産地消をめざして袋井らしい商品の実験事業に取り組み、「スイーツ&フルーティー」をコンセプトにしたカフェ（なるcafé実験事業）を実施しました。人材開発プロジェクトチームでは、昨年度に引き続き、3回の農業経営塾を開催しました。

また、袋井市産学官連携推進協議会の活用、強化案や、イノベーション機構の法人化及び組織運営体制の検討など、将来を見据えたイノベーション事業の推進体制の見直しも行いました。

今年度の成果と3年間の総括

今年度は、袋井地域メロン農家（温室栽培）の重要課題であるエネルギー問題を取り上げ、環境対策のため、重油代替としての木質ペレットの利用、ヒートポンプ等による省エネ対策を支援しました。この成果として、木質ペレットの安定確保のために、岡山県真庭市の木質ペレット供給事業者と浜松・天竜地区の供給事業者及び袋井地域のメロン農家の間で安定供給協定を「山村再生支援センター」の支援を受けて締結するに至りました。さらに、木質ペレットボイラー導入農家が、共同して大手企業との間で国内クレジットによる排出権取引契約を成立させたことなどもあり、袋井市における環境対応型農業という新たなモデルづくりを前進させることが出来ました。

商品開発プロジェクトチームでは、袋井市の地域資源を活用した新しい商品・サービス市場の開拓をめざし、ブランド化とともに、「なるcafé」実験店舗の出店や地域情報誌「なるネタ」創刊準備号を発刊し、実践的な事業を実施しました。

また、農業経営塾には毎回20～30名程度の参加者があり、今後の地域農家の経営力向上に向けた研修事業の基盤整備ができたと考えています。

以上のように、3年間の事業を通じて、本市の産業の現状や課題を掘り下げ、将来の地域および、産業の姿と課題解決のアプローチを描くことができました。地域産業経済、自治体財務環境の急激な変化により、当初想定した財団法人による袋井地域産業イノベーション機構の設立はいったん見送ることとなりましたが、今後は段階的な事業化をめざし、活動を継続・進化させていくことが課題といえます。

(袋井市産業環境部商工課)

「袋井地域産業イノベーション事業」



株式会社
日本アプライドリサーチ研究所
山村 俊弘

今年度は、「袋井地域産業イノベーション事業」として、イノベーション事業を持続可能なものとするための推進組織の検討や、パイロット事業の実施に重点をおいて取り組んだ。しかし、リーマンショック後の急激な景気後退を受け、地域産業や市財政の様相も一転し、一般財団を想定した推進方針から既存組織（袋井市産学官連携推進協議会）の活用、連携といった現実的なものに組み換える必要が生じた。

各パイロット事業で生み出すことが出来た成果は、以下のようなものである。まず、技術開発プロジェクトでは、袋井地域農業における環境対応型農業への対応策の例として、メロン農家を対象とした木質バイオマスの導入・活用など省エネ技術活用事業を行い、メロン農家の課題となっていた安定供給に一応の道筋をつけることができた。

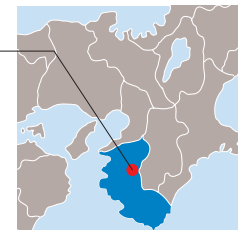
次に商品開発プロジェクトでは、地元有志により袋井の地域資源や地域特性を活かした商品づくりに取り組んだ。この成果として「スイーツ&フルーティー」というコンセプトを設定するとともに、具体的な事業として、「なるCafé」という実証店舗の開設、「なるネタ」（情報発信冊子）の発行などに結び付けていくことが出来た。

そして人材開発プロジェクトでは、静岡理工科大学の協力を得て、平成20年度、平成21年度に計4回の集中講座を開催し、毎回約20人以上の農業者や新規就農・希望者（社）等が参加した。リピーターも増え、農業経営塾としての継続的な活動の基盤ができたと考えられる。

これらの成果をより発展させていくために、今後は継続的な運営の受け皿を当面市役所が担うこととしているが、庁内での農業・商工・環境といった部門間のさらなる横断的な連携や地域人材の活用による運営が望まれる。

和歌山県高野町

③和歌山県 高野町



③「高野まちなか再生 マネージメント事業」

事業概要

- 事業名 : 「高野まちなか再生マネージメント事業」
- 総事業費(平成21年度) : 9,000千円
- 助成金申請額(平成21年度) : 6,000千円
- 地域再生マネージャー : 奥村 玄(株式会社GENプランニング)

自治体概要

- 人口 : 4,048人
- 面積 : 137.08km²
- 人口密度 : 29.5人/km²
- 標準財政規模 : 2,029,558千円
- 財政力指数 : 0.24
- 経常収支比率 : 103.7%
- 主な産業 : 観光業
- 主な地域資源 : 高野山、世界遺産、弘法大師
- 地域再生マネージャー事業担当課 : 企画課

事業概要

(1) 事業の背景

世界遺産に登録された真言密教の聖地「高野山」を中心とする高野町では、年間百数十万人の観光客が訪れる観光都市であり、豊富な歴史・文化遺産に恵まれています。

しかしながら、かつては高野山文化圏の中心都市として、人や物が集中して栄えた高野山がその機能を失い、完全に都市部に依存する一地区になってしまったことにより、昔から続いていた周辺集落とのつながりも失われつつあるのが現状です。また、モータリゼー



産直市2009夏(中央が奥村マネージャー)

ションの進展による観光の質の低下、人口の急減による中心市街地の活力低下なども近年の課題となっています。

(2) 事業の概要

本事業は次の二つを柱に、地域の活性化を図るものです。第一の柱は、中心集落としての高野山の復権で、コンパクトシティとしての高野町の特徴を生かして、住みやすいまちのあり方を見つめなおすとともに、歴史的な景観の保全を核とするまちづくりを住民主体で進めることで、この町に暮らすことの価値を高める作業を行います。第二の柱は周辺集落との関係性の再生です。かつての高野山は構造的な意味で文化、経済の中心であり、周辺に位置する集落とは切っても切れない密接な関係をもって結ばれてきました。これらのつながりをもう一度見直し、現代の暮らしに沿って丁寧に再生していくことで、この地域を再生する糸口を見出そうとするものです。

事業初年度にあたる平成19年度には、住民に対するインタビュー調査やワークショップ開催等により地域のニーズを把握し、住民ニーズ、再生テーマに対応した地域再生プロジェクトの企画を行いました。

2年目となる平成20年度は、事業全体、高野町、周辺地区の3つの観点から、それぞれの地域を活性化するための各プロジェクトを開始しました。これらの活動を受け、事業最終年度となる平成21年度は、各プロジェクトの更なる深化を行いました。

平成21年度の取り組み内容

今年度は、基本的には昨年度に開始された各プロジェクトをさらに進めるかたちで、事業を推進しました。

まず、地域全体としては、「共育フォーラム」、「まちづくりフォーラム」、「まちづくり活動報告交流会」の3つの活動を柱に、子どもを含めた住民参加によるまちづくりの企画や方針策定などを行いました。

次に中心となる高野山地区では、「街並み景観計画」、五の室地区「街並みづくり座談会」、西小田原「まちづくり座談会」、高野山地区「職人のまち高野」、高野山地区「地域モデル住宅づくり支援」など、各地域に分かれて様々なまちおこしプロジェクトを実施しました。

一方、周辺地区では、富貴地区を中心とした周辺集落「産直市」、富貴地区「子どもの生活環境づくり」、



むらづくり支援員ミーティング

大滝地区「山の学校」基本設計づくりワークショップ、湯川地区の福祉タクシー、むらづくり支援員活動支援などを通じて各地域を活性化するとともに、高野町との関係づくりを進めました。

今年度の成果と3年間の総括

経済的な成果としては、産直市の定期的な開催によ

り固定客を獲得し、食堂、お弁当屋さんへの販売ルート開拓に成功したほか、町内イベントとの効果的な連携により住民や観光客にも周知されてきました。

また景観まちづくりについては、修景事業が定着し歴史的な景観保全を核とするまちづくりを進めており、公共交通機関の利用促進や高野山駅のバリアフリー化、交通社会実験、携帯電話での交通案内などの、歩行中心のまちづくりと、地域住民自らが積極的にまちづくりに参画し、行政と一体となって事業を推進していることが評価され、国土交通省による「第一回まちづくり賞」を受賞することが出来ました。

一方、短期的な成果に加えて、本事業の実施により住民参加のまちづくりの機運が高まると同時に、様々な機会を通じて周辺集落と高野山地区の結びつき、周辺集落同士の町民の交流の場が充実しつつあるなど、地域活性化の基礎となる人材や組織、そしてそれを支える住民のまちづくり意識の醸成が図られました。

今後は、これらの成果を活かし、事業が地域再生マネージャーの手を離れる次年度以降も、持続的な事業発展を行っていくことが課題です。

(高野町企画課)

「高野まちなか再生マネージメント事業」



和歌山県高野町
地域再生マネージャー
奥村 玄

高野町は、世界遺産を擁し年間130万人が訪れる宗教都市である。かつては中心部の高野山地区と多様な個性を備えた周辺集落との有機的なつながりが見られ、それが基盤となって高野町が成り立っていた。本事業では、まちの歴史に学びながら、住民にとって暮らしやすいまちづくりを、住民主体で取り組むことを目指した。

本事業の全体を通じて、いくつかの地区では、住民参加のまちづくりの機運が高まりつつあり、また様々な機会を通じ

て周辺集落と高野山地区の結びつき、周辺集落同士の町民の交流の場も充実してきた。さらには、住民との会議を充実するための手法を行政職員と共有できつつあるなど、まちづくりの手法が浸透してきたことも成果といえよう。

今後は、プロジェクトの進捗状況について、関係部署の意思疎通を十分に図ること、地区ごとの活動を横につないでいくこと、複数の主体の連携によるプロジェクトの総合化が課題である。また、活動の持続性や公開性を確保し達成感を高めるために住民や行政職員と協力して分かりやすいプロセスを組立て、事業の進捗管理も課題のひとつである。

3年間で住民の声から始まったプロジェクトは10を数え、それぞれの地域別プロジェクトの成果も上がってきている。その中からいくつかのプロジェクトを振り返る。「産直から始まる地産地消」プロジェクトでは、一部地区から始まった活動が他の地区にも広がり、結果として地区同士の交流の場とすることが出来た。今後はむらづくり支援員の協力を得て中心地区のスーパーで定期的に販売するなどの事業展開も期待されている。

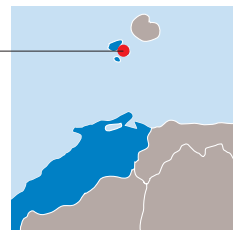
「大滝山の学校づくり」プロジェクトでは、ワークショップを通じて住民と一緒に「山の学校」のプログラムを練り、旧分校の改修プランを立案した。2010年4月オープン予定である。また、子どもたちの世代と協力して村づくりを進めたいという願いを込めて様々な方策を考え、まず、自らの創意工夫で村の魅力を高めようと、試行錯誤がスタートしている。

「職人のまち再生」プロジェクトでは、高野町らしい職業のひとつとして職人に注目し、高野山中学校のカリキュラムとタイアップして、中学生が職人の職場を訪問取材した成果を高野山大学の学生がリーフレットにデザインし観光協会などで配布することで、子どもたちにもっと自分たちの町と人の魅力を伝えたい。

まちづくりの取組みは息の長いスパンでとらえる視点が必要であり、複眼の思考も求められる。3年間で、多様なテーマにおいて多くの地域の方々とのつながりが生まれ、目に見えるかたちでいくつかの成果も上がった。次年度以降は、これまで進めてきた様々な事業の連携範囲を広げていくことで、各地区の住民が交流を深め、自分たちの地区や高野町に誇りを持つようになること、地域内循環を活発にすることで、かつての高野文化圏を現代に再生することを目指して、事業を継続・発展させていきたい。

島根県海士町

④ 島根県 海士町



④ 「『合わせ技一本』 島型ビジネス展開事業」

事業概要

- 事業名 : 『『合わせ技一本』島型ビジネス展開事業』
- 総事業費(平成21年度) : 7,500千円
- 助成金申請額(平成21年度) : 5,000千円
- 地域再生マネージャー : 大塚 幸雄(株式会社B.U.L.街づくり研究所)

自治体概要

- 人口 : 2,370人
- 面積 : 33.5km²
- 人口密度 : 70.7人/km²
- 標準財政規模 : 2,245,041千円
- 財政力指数 : 0.10
- 経常収支比率 : 94.6%
- 主な産業 : 観光業、水産業、農畜産業
- 主な地域資源 : 農水産品、名水百選、大山隠岐国立公園
- 地域再生マネージャー事業担当課 : 産業創出課

事業概要

(1) 事業の背景

海士町は島根半島沖合約60Kmに浮かぶ隠岐諸島の中の一つ中ノ島の、1島1町の小さな島で、対馬暖流の影響を受けた豊かな海と、名水百選(天川の水)に選ばれた豊富な湧水に恵まれ、自給自足のできる半農半漁の島であり、豊かな自然資源や農産物・海産物に恵まれています。従来は農業・漁業・建設業を基幹産



海士町 牡蠣の養殖風景

業としてきましたが、農産物・海産物価格の低迷と公共事業の縮減によって島内における雇用の維持は極めて困難となっています。

こうした背景を受け、海士町では離島のハンディを克服すべく、「島ならではの付加価値商品づくり」を推進し、農水産業と加工産業が共同で相乗効果を生むような、島内連携の雇用対策を続けてきました。その結果、生産・加工分野においては、消費者に納得していただける製品が誕生しはじめており、さらにもものづくりを核とした1.5次産業の分野への波及効果も生まれています。

しかし、地域企業が小規模ながら発展しつつあるものの、現段階では島内経済全体が活性化するまでには至っておらず、やっと兆しの見えた雇用拡大の動きも、悪化する国内の景気動向に影響を受け将来的に不安を抱えていました。

(2) 事業の概要

本事業は、島外への進出展開がようやく芽生え始めている企業を産業振興策の牽引役と位置づけ、商品ブランドの確立を海士町ブランドの確立につなげていくことで、信用力の強い地域ブランドを構築し、地域内に自立心に満ちた意欲ある起業家を創出し、地域内企業の経営安定と雇用の確保を目指すものです。

平成19年度および20年度は、牽引役3事業(海士のいわがき「春香」、旬感凍結CAS商品、島生まれ・島育ち隠岐牛のブランド化事業)における外貨獲得に向けた取り組みを強化するため、コディネーターの配置、島外協力企業を模索するとともに、コミュニティ産品の商品化に向けた取り組みや、観光魅力アップのためのまちなみ景観づくりプロジェクト強化などを行ってきました。

これらの結果を踏まえて、事業最終年度となる平成21年度については、牽引役3事業(商品)について、島外でのイベント参加や都内外食産業、食品メーカー等への働きかけ等を通じて販路の拡大を中心に事業を実施しました。

平成21年度の取り組み内容

今年度は、様々な形での販路拡大を中心に取り組みを行いました。第一に、全国各地での食に関するイベントに積極的に参加しました。例えば、千代田プラットフォーム神田祭、横須賀カレーフェア、桃太郎寿し



隠岐牛の放牧場風景

練馬店隠岐フェア、ふるさと全国県人会まつり産直市など、多くのイベントに参加しました。特に、地域密着型の営業展開を図る飲食企業と親戚づきあいのネットワークを構築し、店舗敷地内で開催される定期的な朝市イベントに参加したことで、徐々にではありますが、顔が見える産地として海士町が認知されはじめています。

第二に、エバラ隠岐牛応援プレゼントキャンペーンなど、大手メーカーとの連携による販路拡大や、(株)ブ

ロントコーポレーションと共同での新商品開発など、大手企業と協働しての販路拡大と商品開発を行いました。

今年度の成果と3年間の総括

平成19年度から21年度までの3年間の事業を通じて、地域産物を活用した新規事業9組織・個人の起業と、また、特産品開発によるアゴ干物他9アイテムの新商品が誕生し波及的に生産者グループ等により地域のコミュニティ力が向上するなど、当初目標としていた雇用創出・育成という大きな成果が上がりました。

また域外での販路拡大も進み、海士ブランドのリーディング商品や、域外メーカー等との協働による特色ある商品づくりなどの効果もあり、売上増加にもつなげることができました。

これらの成果から3年間の合計で63世帯85人のUIターン者が出るなど、雇用確保と地域活性化が図られるなど、大きな成果を生むことが出来ました。

しかしながら、第一次産業の維持には、歯止めがかかる兆しが見えたものの、加工産業を支える生産者の経営安定、従事者の増加までには至っておらず、今後も既存の加工業支援の方向性を維持しながら、安定的に供給できる地域資源の保全確保に関する事業など、海士町らしさを生かした事業展開をさらに進めていくことが課題と言えます。(海士町産業創出課)

海士町“合わせ技一本”展開への想い、いま、そして…



海士町地域再生マネージャー
株式会社B.U.L.街づくり研究所
大塚 幸雄

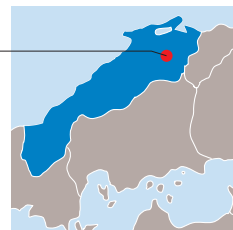
振り返れば、海士町まちづくりと深く付き合い始めて10年近く(それ以上か)、特にこの数年、この町の動きというカスビード感は、私自身驚く程であり、これまでの地元及び関係者等の活動・成果・実績は称賛に値するものと思う。

付き合い当初は、お互い(多くが30代後半以下の連中と50代初めの私)の想い・勢いと意欲の試行錯誤の中、

様々なぶつかりあい・行き違いが多く、実感できる成果も少なく、今になってその状況(関係性?)が色々思い出されるところである。

地域再生マネージャーの肩書きを付けられたこの3ヶ年(時代状況大変化、不況感漂う中)産業振興の先攻・外貨獲得を主眼とする“合わせ技一本”の展開は、地道な且つ緊急な作業ではあったが、着実に内・外に根を下ろし始め、様々な評価を獲得しつつある。その評価のひとつは、地元関係者自身の牽引役・追従役・循環役の商品・産品・活動想定、それぞれが状況を切り開くその目標値設定・達成度、及びそれらの合わせ技連携の萌芽、二つ目は、それらを支援するマネージャー・コーディネーターの適切な役割配置及びそれらの人的ネットワークの最大活用(種々のメディア活用も含めて)、三つ目は40代後半から50代になった地元関係者層が着実に産業振興まちづくりのリーダー(先導役)に、加えて若年・高齢者意欲層の牽引役にもなっている。

『心・技・体』一体的推進海士町まちづくりは、人づくり・モノづくり・健康づくりの連携推進を図り“海士町まるごとブランド化”を目指している。これまでも『心・技・体』それぞれ進捗の状況の差異はあれ、着実なステップを刻み込んでいる。今後も各々が確実なステップアップの歩みと、それぞれのステージ状況把握と連携調整を図りながら、適切なステージアップ、“海士町まるごとブランド化”に向けて邁進してもらいたい。その為にも、これまで培ってきた軌跡を踏まえ、50代前後のリーダー層の持続的拡充活動が望まれ、UIターン30代前後層の更なる活躍、そしては挟まれた40代前後層の一層の奮起を期待するところである。



⑤ 島根県雲南市 「雲南産業再生プロジェクト」

事業概要

- 事業名 : 「雲南産業再生プロジェクト」
- 総事業費(平成21年度) : 7,500千円
- 助成金申請額(平成21年度) : 5,000千円
- 地域再生マネージャー : 青木 千栄子 (株式会社シー・ブルー)

自治体概要

- 人口 : 44,019人
- 面積 : 553.37km²
- 人口密度 : 79.5人/km²
- 標準財政規模 : 18,210,579千円
- 財政力指数 : 0.27
- 経常収支比率 : 96.9%
- 主な産業 : 米、畜産、酪農、花卉、一般機械・電気機械製造業、食料品製造業など
- 主な地域資源 : 加茂岩倉遺跡・銅鐸(国宝)、菅谷たたら山内、棚田、神楽、蛭、桜など
- 地域再生マネージャー事業担当課 : 政策企画部政策推進課

事業概要

(1) 事業の背景

平成16年に5町1村の合併により誕生した雲南市は、島根県の東部に位置し、北部は松江市、出雲市に、南部は広島県に隣接する中山間地域に位置しており、やまたのおろち伝説を中心とした様々な歴史・文化的資源や豊かな自然、質の高い農産物などに恵まれたまちです。

しかしながら過疎地域としての課題も抱えており、



H19年7月 市長によるプロジェクト開始宣言

新たな地域活性化の仕組みが求められています。現在の雲南市では、新たなコミュニティとして概ね公民館単位で地縁による様々な地域団体・住民により組織される地域自主組織が全域で発足し、まちづくりの担い手としてその基盤の強化が期待されており、これらの組織を活用し、持続可能な地域づくりを目指して本事業を実施しました。

(2) 事業の概要

本事業は、雲南市が有する地域資源のなかでも特に食を活かしたコミュニティによる産業活動を主体としたコミュニティビジネスモデルを確立し、市内全域への波及効果を高めることにより、持続可能な地域づくりと地域活性化を目指すものです。そのため、雲南市の魅力を発信していくことでまず「雲南市」をブランド化し、地域住民に自らの地域に誇りと愛着を持ってもらうことを目指して活動を行いました。

事業初年度である平成19年度は、「食と農のたな卸しと基準づくり」を行いました。まず食の拠点づくりとして、廃校となった小学校の活用による交流施設づくりを決定しました。また、どぶろく特区と連携した地元コミュニティによる田舎料理レストランが開店するなど、具体的な事業に結びついた地域も出てきました。さらに東京国際フォーラムで『「幸運なんです。雲南です。」体感フェア』を開催し、雲南の食の提供などを行い、広く雲南の魅力をもPRしました。

続く平成20年度には(1)「食」の拠点整備、(2)「食」の拠点とネットワークの構築、(3)供給体制の構築、(4)その他「食」の活用の4つを主な柱として活動を行い、雲南さくら祭りでの体感フェア開催、雲南ブランドブック、雲南ブランドウェブサイト開設によるPRなどを行いました。

これらを受けて事業最終年度となる平成21年度には、地元の農業者によるグループにより古民家を改修して食の拠点となるオーベルジュ施設を整備し、今後の雲南の幸の発信拠点として開設後のコミュニティや生産グループなどとの連携による波及効果の中心としていくことを目指しました。

平成21年度の取り組み内容

最終年度となる平成21年度は、以下の3点を柱に活動を行いました。第一に、拠点施設となるオーベルジュについての検討です。設計施工内容、コンセプト



H20年4月 「幸運なんです。雲南です。」体感フェア@雲南さくら祭り（100mの超ロングテーブル）

ト、今後の運営スキームなどについて検討を重ね、平成22年2月に施設が完成し、4月中のオープンに向け準備が進められています。このオーベルジュは宿泊可能なレストランで、従来はイベント等のみで提供していた雲南の食を、定常的にPRできる場としていくものです。施設として地域の文化遺産である古民家を改装するとともに、昔から伝わる伝統食そのままのスタイルではなくあらたにアレンジして提供するなどにより、地域のもつ魅力を最大限に活用しつつ、現代の消費者に魅力あるものとしていくことを目指しています。

第二に、地元の中高生や域外の学生なども交えての地域づくりワークショップ開催により、地域への関心を持ってもらうとともに、ふるさと教育・キャリア教育の場として機能させることも出来ました。

第三に昨年の活動をさらに進め、ウェブ等の活用や体感フェア開催による、雲南の魅力のPRを行いました。このフェアの開催をきっかけとして、地元商店街へ観光客が流入したことで、商店街の活用機運が生まれ空き店舗への新たな商店の開設に結びつくという成果も得られました。

今年度の成果と3年間の総括

3年間の取り組みを通じて、雲南の商品の販路開拓などの直接的な成果に加え、「幸運なんです。雲南です。」体感フェア@雲南さくら祭り開催を契機に食による交流に取り組むコミュニティが出てきたり、遊休公有施設の活用方策調査を契機に、廃校を活用した交流事業に取り組むコミュニティが誕生するなど、地域づくりを担う組織がいくつか立ち上げられ、育成されるという大きな成果を得ることが出来ました。今後はこれらの団体が地域づくりを進めていく基盤となることが期待されます。

また長期的な視点では、ワークショップを通じ市外からまちづくりに関わる学生が増え、まちづくりの機運が生まれるなど、活動を通じ具体的な各事業に関わる人が増えてきたとともに、ワークショップや体感フェアの際に、地元中高生が関わることにより、ふるさと教育・キャリア教育の場として活用されるなど、人材作りの成果も出てきています。

今後はこれらの組織と人材を活用しつつ、引き続き地域資源の素晴らしさに気づく活動を継続しつつ、目に見える成果につなげていき、またこれらの活動を継続的な取り組みにしていくことが課題といえます。

（雲南市政策企画部政策推進課）

「幸運なんです。雲南です。」

雲南市地域再生マネージャー
（株式会社シー・ブルー）
青木 千栄子

「幸運なんです。雲南です。」を合言葉に始めた「雲南市」のブランド化プロジェクト。雲南市は、一見全国どこにでもあるような農村部のまち。でも、人々の営み、豊かな自然環境、日本の起源を伝える神話や青銅器・たたら製鉄文化などの歴史や文化があり、この地の風土が育む食は実に豊かです。

ここには、日本の原点を垣間見ることができるのです。

しかし、そこに暮らす人々にとっては何気ない日常であり、その素晴らしさになかなか気づきません。

そこで、「幸運なんです。雲南です。」を合言葉に、「人と自然と歴史と食と たくさんの幸にありがとう。」というメッセージで、雲南ブランド化プロジェクトに取り組んできました。

一年目は、まず内外の人々に豊かさに気づいてもらうこと。

ロゴを創り、元気になるメッセージを質感高く発信しました。そして東京・丸の内で行った体感フェアは、予想以上の成功を収め、二年目の活動につながりました。

二年目は、東京・丸の内の成功体験を地元・雲南で開催することにより、より多くの市民に成功体験を積み重ねてもらうことができ、どのようにすればいいのかを感じてもらうことができたと思います。また、雲南市の豊かさを表現した雲南ブランドブック「幸運なんです。島根県雲南市」の出版や、雲南ブランドウェブサイトの開設を通じ、メッセージをより多くの人に伝えてきました。

三年目に取り組んでいるオーベルジュがオープンし成功すれば、目に見える成果として拡がりが増えていくでしょう。

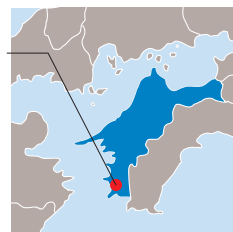
これからは、今までの成功体験をより拡げ、目に見えるものを少しずつ積み重ねていくことが大切です。ふわふわとしたイメージが、やがて目に見え、実感できるものに…。

「幸運なんです。雲南です。」と多くの人々が実感できるように、たゆむことなく挑戦を続けていくことが大切です。

そこに暮らす人々が、そのまちに生まれ、育ち、暮らすことに誇りを持てるように…。



「宇和島地域のブランド化による 中心市街地活性化事業」



事業概要

- 事業名 : 「宇和島地域のブランド化による中心市街地活性化事業」
- 総事業費(平成21年度) : 9,000千円
- 助成金申請額(平成21年度) : 6,000千円
- 地域再生マネージャー : 小林 詳子 (株式会社ANA総合研究所)

自治体概要

- 人口 : 88,055人
- 面積 : 469.53km²
- 人口密度 : 187.5人/km²
- 標準財政規模 : 24,290,139千円
- 財政力指数 : 0.39
- 経常収支比率 : 91.9%
- 主な産業 : 農業、水産業、商工業
- 主な地域資源 : 農水産資源(真珠、魚介類、柑橘など) 観光資源(宇和島城、闘牛、牛鬼、遊子の段畑など) 特産品・郷土料理(じゃこ天、鯛めしなど)
- 地域再生マネージャー事業担当課 : 産業経済部商工観光課

事業概要

(1) 事業の背景

宇和島市は、真珠養殖、魚類養殖、柑橘栽培などの農水産業や農水産物加工業を基幹産業としています。平成17年に隣接する3町と合併し新しい宇和島市が誕生したことに伴い、第一次産業のウエイトが増加しました。しかしながら、慢性的な価格低迷、経営者の高



まちづくりBeppin塾会議

齢化などの影響から、これら業界を取り巻く情勢は非常に厳しい状況にあります。

こうした中、宇和島市の中心商店街は、基幹産業の衰退による購買力の低下をはじめ、高速道路延伸による消費の流出、郊外大型店の出店などによって、商店街の空洞化が進行しており、活性化のための取り組みが求められていました。

(2) 事業の概要

本事業では、宇和島のシンボルのひとつともいえる真珠のブランドを活かしながら本市を全国的にアピールし、地域産業の振興と交流人口の拡大を図ると同時に、商店街をファッション性の高い商業地としてデザインアップし、宇和島ブランドの情報発信基地として活用することにより、商店街を中心とする本市中心市街地の活性化を図るものです。女性の視点をまちづくりに生かすことで、地域の「元気アップ」を目指して活動を行いました。

初年度である平成19年度は、女性を中心とする地域住民による「まちづくり女性会議」を立ち上げ、第1回「海の恋人まつり」において手作りでイベントの企画、広報、運営などをおこないました。続く平成20年度は、まちづくり通信「Vif」の創刊などによる広報・PR活動の実施と、「まちづくりBeppin塾」を核とした中心市街地活性化の活動を行ったほか、勤務中など普段から真珠を身につける「パールビズ運動」の提案や真珠を使った化粧品の開発など、真珠を使った特産品の事業化支援に取り組みました。

これを受けて事業3年目となる平成21年度は、いまままで実施した事業について当初の目標どおりの成果を挙げるのが難しい部分もあることから今までの事業内容を見直しつつ、更なる事業展開を図りました。

平成21年度の取り組み内容

活動の3年目となる今年度は、まちづくりの担い手となる組織である「まちづくりBeppin塾」の整備強化を図るなかで、商店街MAPの作成等を行いました。また地域再生マネージャーのコーディネートにより、愛媛大学と連携しての商店街の現状把握のための実態調査を行うなど、大学との連携によるまちづくりの推進を行いました。また地域外の視点を生かすべく、早稲田大学の学生との連携も行い、観光振興チームと産業振興チームに分かれ、宇和島市各所を視察し、地元



海の恋人まつり

住民と懇談し、地域活性化への提言を行いました。

また、まちづくり事業の一環として、「旧木屋旅館再生プロジェクト」（司馬遼太郎を初め多くの文化人が愛した旧木屋旅館を再生し、宇和島市の交流人口拡大と賑わいの創出を目的とするプロジェクト）に中核となり参加することでまちづくり活動を進めているほか、4月にオープンした交流拠点施設と中心市街地商店街との効果的な連携を図るため、ベロタクシーの導入、運営にも積極的に係わっています。

このほか、昨年度まで進めてきたパールエステ化粧品や、接遇セミナーである「お接待塾」によるホスピタリティの向上などにも、引き続き取り組みました。

今年度の成果と3年間の総括

第一に、中心市街地活性化の取り組みについては、

中核組織である「まちづくりBeppin塾」により、広報誌の発行や、接遇セミナー「お接待塾」の開催などを行いました。最終年度となる今年度は、市役所及び市民対象の接遇セミナーを開催し250人が参加するなど、ホスピタリティを地域に広めることができました。

第二に、広報・PR活動については、「海の恋人まつり」などのイベント実施や、真珠産業のブランド強化のためのデザインコンテスト、独自ブランドの確立を目指したデザイン研究会の立ち上げや商品開発など、特産品の真珠を活用した地域PRなどを行ってきましたが、最終年度となる今年度は、パールエステ化粧品の開発、販売のための企業組合を設立し事業展開を達成することが出来ました。

これらの3年間の活動を通じて、地域住民である「まちづくりBeppin塾」のメンバーが、事業成果を出したことから今後の地域づくりの担い手としての自信をもち、新たに活動を広げていくようになりました。また、単なるボランティア活動ではなくビジネスとして「宇和島」を発信しながら、如何に地域全体と連帯し、お金が回る仕組みを構築していくかを考え、売っていくことの厳しさを体験し、困難に挑戦していく気概がうまれたなど、地域活性化のための人材・組織育成という成果も生み出すことが出来ました。

今後はこれらの人材育成と組織力強化を引き続き行っていくとともに、商店街店主をはじめ、市民の地域に対する熱い“思い”をどのように引き出し、連帯感を醸成し、自主的な活動につなげていくことが課題と言えます。

（宇和島市産業経済部商工観光課）

「宇和島地域のブランド化による中心市街地活性化事業」



宇和島市地域再生マネージャー
（株式会社ANA総合研究所派遣）
小林 詳子

「中心市街地の活性化」は地域再生マネージャー事業の一番の課題であり、「まちづくりBeppin塾」の実践的な活動により、地域に波動を起こせたことは間違いのない。しかし、「商店街の活性化」に関しては、事業期間中に関しては大きな変化をみるには至らなかった。だが、その様な状況の中で、地域再生マネージャー事業として、以下に挙げるようないくつかの成果を地域に残すことができたと思う。

第一の成果は、組織と人材づくりである。「まちづくりBeppin塾」のメンバーが、まちづくり通信「Vif」の資金集め・企画・取材・編集・発行や、イベント等の企画・運営を全て自分達で実施し、成果を納めた事で自

信をもち、それがあらたな行動へ展開させていくことができた。

第二の成果は、ビジネスの創出と基盤づくりである。企業組合「Women's Nest」の設立と「花真珠」化粧品の発売や、それを使用した「パールエステ」の企画と関連企業を巻き込んだツアー造成への展開などを図った。これらの事業を通じ、単なるボランティア活動ではなくビジネスとして「宇和島」を発信しながら、如何に地域全体と連帯し、お金が回る仕組みを構築していくかを考え、売っていくことの厳しさを体験し、困難に挑戦していく気概がうまれた。

第三の成果は、地域資源の発見とPR拡大である。「パールビズ運動」の展開により、「昔からあった宇和島特産の高価な“真珠”は、宇和島アピールの為の、手軽で身近でかつ効果的な“素材”であった」との再発見と運動拡大の動きが継続している。

第四の成果は、もてなし文化の浸透である。伝統の「お接待文化」にさらに磨きをかけるべく、一步踏み込んで「おもてなしのこころ」を表現することの重要性に対する認識をある程度深めることが出来た。

また、振り返って地域に課題として残されたものもある。「まちづくりBeppin塾」メンバーの人材育成と組織力の強化、商店街店主をはじめ、市民の地域に対する熱い“思い”をどのように引き出し、連帯感を醸成し、自主的な行動へとつなげていく工夫、引き続き「真珠」をテーマとしたブランド化を進めながらも、宇和島市の比類ない文化・歴史・風土をさらに際立たせ、他地域との差別化をはかり交流人口を増加させることなどである。

そして、上記3つを解決させるために、行政がどのように具体的にサポートしていくか、目標や役割分担、方法を明確にしておくことも、第四の課題と言える。

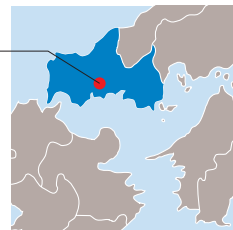
以上をもって最終年度の報告書と致したい。

山口県山口市

⑦山口県 山口市



「実践的タウンマネージメント プログラム構築事業」



事業概要

- 事業名 : 「実践的タウンマネージメントプログラム構築事業」
- 総事業費(平成21年度) : 15,000千円
- 助成金申請額(平成21年度) : 10,000千円
- 地域再生マネージャー : 三原 久徳(株式会社まちづくりカンパニー・シーブネットワーク)

自治体概要

- 人口 : 195,092人
- 面積 : 1023.31km²
- 人口密度 : 190.6人/km²
- 標準財政規模 : 43,694,786千円
- 財政力指数 : 0.74
- 経常収支比率 : 94.1%
- 主な産業 : 卸売・小売業、サービス業
- 主な地域資源 : 鉱工業品(山口外郎、大内塗) 観光資源(瑠璃光寺五重塔、湯田温泉)
- 地域再生マネージャー事業担当課 : 経済部商工振興課

事業概要

(1) 事業の背景

平成17年10月に1市4町が合併し、平成22年1月には隣接する阿東町と合併し発足した現在の山口市は、人口約19万人、市域面積は約1023.31平方キロ、山口県のほぼ中央に位置しており、豊富な自然と多様な文化などの魅力に満ちた都市です。

中心市街地には、商店や飲食店、金融機関等の事業



道場門前商店街の秋の彩りフェスタ (H20年10月)

所、周辺に公園、市役所、山口情報芸術センターなどが立地し、様々な都市機能が集積しており、山口市の中心市街地には中市商店街、米屋町商店街、道場門前商店街の3つの商店街が隣接して一繋がりを中心商店街を構成しています。しかしながら、近年中心商店街の売り上げ、通行量共に減少しており、中心市街地活性化のための取り組みが求められていました。

(2) 事業の概要

本事業は、平成19年に策定された中心市街地活性化基本計画に掲げられる9つの具体的プロジェクトの推進を図ることで、周辺地域全体のエリア・マネージメントの構築を行い、より魅力ある中心市街地の再生・形成を目指すことを目的とするものです。

事業初年度である平成19年度は、関係団体へのヒアリング調査や消費者調査などによる現状を把握し、コンセプトを含めた事業の方向性を決定しました。また、特に中市商店街での活動を中心として、継続的なワークショップの開催等を通じて、各団体の課題や方向性の把握や調整を行い、おおまかな基本構想を策定しました。

続く平成20年度は、商業施設アルビ跡地の施設に関する協議・検討など各事業についての検討を進めるとともに、地元説明会の開催等を通じて、地道な地域の合意形成の努力を行いました。また、米屋町商店街、道場門前商店街についても活動を開始しました。

これらを受けて平成21年度も引き続き「タウンマネージメントプログラム」を構築し、「マーケットプラザ事業」「米屋町ロハスガーデン」「道門プロジェクト」の各プロジェクトを推進するためのマネージメントを実施するとともに、多様な関係者とのヒアリングや協議等を通じて、個別案件についての合意形成を図りました。

平成21年度の取り組み内容

今年度は、相乗効果を得る為の適切なエリア設定を行い、中心商店街全体の活性化に波及しうる「核づくり」となる事業を明確化し、「デザインコード」、「事業計画(主体とスキーム)」、「MD戦略」を設定し事業プログラムを構築することで、それぞれのプロジェクトが波及効果をもたらすものとなるようなマネージメントを展開しました。

第一に「(商業施設)アルビ跡地活用事業」について



中市商店街スペインフィエスタの様子（H21年11月）

では、テナントや飲食店とのリーシング交渉等を継続的に実施してきており、既存市場の店舗及びキーテナントとの仮契約を行う予定です。また、施設の実設計がほぼ完了し、建築確認申請の準備段階に入っています。

第二に「梅田邸活用事業」については、中心商店街に不足している「食」をテーマに飲食店やレストランウエディング、町家ホテルなどの事業企画案を継続的に検討しており、所有者及び権利関係者等との協議及びテナントリーシングを進めています。梅田邸は、中心商店街に唯一残る江戸後期の町家であり、中心商店街の繁栄に歴史を象徴する建物として修復保全・活用し整備する計画です。

第三に「米屋町ロハスガーデン事業」については、街区全体の整備、運営スキームやコンセプト、建築空間についての検討を行うとともに、各地権者へのアンケート調査、個別ヒアリングなどを行い、合意形成を図りました。

第四に「道場門前商店街：西の核づくり」事業については、コミュニティシネマ事業やホームケア事業などのプロジェクトについて検討を行うと共に、昨年より急激に増加している空き店舗への対応についても合わせて検討を行っております。

今年度の成果と3年間の総括

本事業では、3つの商店街ごとにそれぞれの地域づくりプロジェクトを進めてきましたが、これらの各プロジェクトが、市全体のタウンマネージメントにおいてどのように位置づけられるのかを明確にすることで、今までにない全体での合意形成を目指すという機運が醸成されました。

今後は、この地域再生マネージャー事業により、各商店街や事業主体とマネージャーとが協議を重ねて築いた信頼関係をもとに、事業実施に向かうための次のステージに上げることが必要となります。また、あわせて今後の中心商店街のマネージメントの担い手となる「街づくり山口」の運営体制の強化を行い、先行事業の事業収益の中からマネージャー事業経費相当分を捻出するなど、今後の同様事業の原資として活用する事業実施の体制作りが今後の課題であると言えます。

（山口市経済部商工振興課）

「実践的タウンマネージメントプログラム構築事業」



山口市地域再生マネージャー
（株式会社まちづくりカンパニー・
シーブネットワーク）
三原 久徳

この3年間で「3つの商店街 6つのプロジェクト」について、事業熟度の違いはあるものの、単なる計画づくりに終わるのではなく、事業化に向けて一歩前に踏み出すプログラムづくりができたことは、地域にとってもマネージャーにとっても有意義でありました。

計画・設計から事業へ移行するための共通理解、合意形成に向けた手法として、わたしどもは、複数ラウンドの検討を重ねることで、徐々に精度を上げていくという手法をとっています。一つの検討項目

目を詳細に検討して答えを出してから次に進む、積み上げ型のアプローチ・論理ステップですと、議論・検討が暗礁に乗り上げることが多いのです。それは全ての検討事項が、密接に絡んでいるからに他なりません。仮説を立てておいて、螺旋を描くように検討ラウンドを重ねる。こうしたステップを採ることは、時間はかかりますが、結果的に最も効率的にリアリティある最善解を引き出す、と考えています。

私どもは、地権者、商店街、関係機関の皆さんとこうしたアプローチで検討を進めてきております。事業化を着実に進めるためにこのような検討ステップ、アプローチが重要であることを、地域の方々になんげご理解いただきつつあると期待しております。

時間とパワーが必須ですが、成功事例を生み出すためには必要な過程であったと、後に回顧していただけることを期待しています。

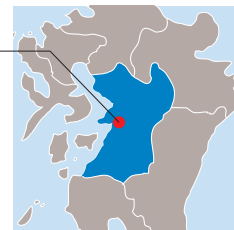
3つの個性的な商店街から構成される中心商店街なので、現状ではそれぞれの商店街が個別に取組むプロジェクトを事業化に向けて検討することで手一杯になっています。無理ありません。それぞれのプロジェクトは、エリア全体の活性化、商店街再生の第一歩でしかありません。中心商店街が再びまち全体の中で、中心であるという魅力、吸引力を発揮し、絶えざる経済活動を活力として、新たな担い手が中心商店街から育っていく、そのような展開をめざしていきます。この意味で、3商店街全体からなる活力再生のための協働のシナリオ、連携イメージなどがまだ共通理解されていませんし、明確な像を結んでいない状況です。それぞれのプロジェクトの検討、事業化を通じて、今後、成果を生み出せるように努力を継続していきたいと考えています。

熊本県宇城市

⑧ 熊本県 宇城市



「農工商連携型食産業クラスター形成による雇用創出プロジェクト」



事業概要

- 事業名 : 「農工商連携型食産業クラスター形成による雇用創出プロジェクト」
- 総事業費(平成21年度) : 15,000千円
- 助成金申請額(平成21年度) : 10,000千円
- 地域再生マネージャー : 柳田 剛一 (株式会社ANA総合研究所)

自治体概要

- 人口 : 63,377人
- 面積 : 188.56km²
- 人口密度 : 336.1人/km²
- 標準財政規模 : 17,198,886千円
- 財政力指数 : 0.44
- 経常収支比率 : 98.0%
- 主な産業 : 農業、商工業
- 主な地域資源 : 国指定重要文化財「三角旧港(三角西港)」、神秘の火「不知火」、デコボン、干し柿、塩トマト、ばってん茄子
- 地域再生マネージャー事業担当課 : 企画部雇用対策課

事業概要

(1) 事業の背景

宇城市は、農業を基幹産業のひとつとしていますが、若者の流出による後継者不足や高齢化という問題を抱えています。こうしたなか、専業農家は認定農業者制度を活用して経営規模拡大や農作業の機械化を進めるとともに、JAや地元の商工業者と連携して農作物



まちなか研究室「ひまわり」開設

の高付加価値化に取り組んできました。

合併により、市の農水産物は柑橘類をはじめとして海の幸から山の幸まで多彩な顔ぶれとなり、商工業者の数も一気に増え、「連携の可能性」が一段と増えました。

こうした背景を踏まえ、農林水産業・工業・商業が連携して、特産品の開発、生産・販売体制の構築、中核的な人材の育成などを行い、産業クラスターを形成し新たな雇用機会を創出することを目的として本事業を実施しました。

(2) 事業の概要

本事業は、農林水産業、工業、商業の連携による産業クラスター形成のため、食品加工技術の習得、販路拡大のための研修、新商品開発・生産・販売体制の構築、クラスターの中核となる人材の育成等を行うものです。また、東京都に住む宇城市出身者の会である「東京宇城市会」の支援を仰ぎつつ、東京都府中市と協力してのアンテナショップの開設や相互交流を行うことで、域外からの視点を取り入れた事業運営を行いました。

事業推進は事業期間3年間のうち、初年度である平成19年度には各地域のまちおこしグループとの対話を中心に事業の構想を立案するとともに、「宇城のむのむ生産組合」「リナックスカフェ」などの事業組織や、地域の大学と連携し本事業の中核となる組織である「まちなか研究室」の立ち上げを行いました。続く平成20年度は、徒歩圏マーケット形成のためのまちなかショップ「がんごろう」や、東京都府中市のアンテナショップ「どぎゃん」、稼働率が悪かった加工場を改装してのコミュニティボトラー開業など、事業を本格的にスタートさせました。また製造販売の面では、トマト農家5件によるトマトジュース、ジャム、ケチャップの製造販売、ぶどう農家3軒によるぶどうジュースの製造も行いました。

これをうけて事業最終年度となる平成21年度は、事業のさらなる深化や、立ち上げられた事業の販路拡大などを行うとともに、成果を踏まえての既存事業の見直しも実施しました。

平成21年度の取り組み内容

今年度は販路拡大に事業を絞り、地域再生マネージャーの出身母体であるANA関連企業へ宇城市の商材の販売の可能性を試みることで効果的に事業成果を出すよう試みました。



生産者（のむのむ生産組合）による各種イベントへの参加風景

具体的には、ホテルグループであるニュースカイホテルでのトマトジュース販売や、ANA総研主催の「企業マルシェ」やANAのウェブショップにおける宇城市の商材販売などを実施しました。

これらと同時に、売れる商材づくりのため既存商品のブラッシュアップや、農家がこれまで販路に乗せることがなかったB級商品を試験的にモニター販売などの商品見直しも行い、特にB級商品の販売は大きな反響を得ました。さらに、塩トマトを利用した高級トマトソースの開発や、柑橘の「はるか」を使ったデザートの開発など、宇城市の農産物を生かした商品開発も行いました。

今年度の成果と3年間の総括

3年間の事業実施により、生産者やまちづくり組織の育成と、新たな商材開発や販路の拡大などの成果を挙げることが出来ました。具体的には、宇城のむのむ生産組合の設立によるトマトジュース等の製造・販売、リナックスカフェ起業によるインターネットを通じた特産品の販売、コミュニティボトラーによる生産拠点づくりなどに加え、地域再生マネージャーの出身母体であるANAと連携しての販路拡大に成功しました。しかし、一方で黒字化出来なかった徒歩圏ショップ「がんごろう」やアンテナショップ「どぎゃん」は廃業・閉店するなど、成果を踏まえての事業見直しも行いました。

3年間を通じて、地域再生マネージャーの積極的な事業運営や、出身母体であるANAとの効果的な連携により成果を出すことができました。また、宇城のむのむ生産組合（農産品加工）、松合町並保存会（観光・まちづくり）、リナックスカフェ（IT活用・特産品開発および販売）、アグリパーク豊野加工室（コミュニティボトラー）など、各方面で今後の地域活性化を担う団体が立ち上げられ、少しずつ事業を軌道に乗せてきています。地域再生マネージャー事業の終了後は、これらの団体の更なる進展も含めて、地域において中心となる人材を確保・育成し、継続的に事業を発展していくことが課題となります。

（宇城市企画部雇用対策課）

「農商工連携型食産業クラスター形成による雇用創出プロジェクト」



宇城市地域再生マネージャー
（株式会社ANA総合研究所）
柳田 剛一

1、地域再生マネージャーとして地域に残せたもの

H19年～H22年の3年間の事業の中で、ANA総合研究所は平成21年度の1年を担当させていただいた。テーマは「地域産品の拡販」。実施内容は①地域特産品の販路促進支援②地域特産品の開発①については空港売店・WEBサイト・カタログによる販売促進～ANA機内販売（通信販売）誌（ANAスカイショップ1月～2月号）への掲載。デパート・ホテル販売促進～航空食品通じた取り組み。熊本ニュースカイホテル売店でのトマトジュース販売を展開中。

②についてはANAグループでの「企業マルシェ」での宇城市産品の販売を実施。（羽田空港及びANA本社にて実施。宇城市から2社出店）3月もANA以外での取り組みを実施予定。B級品の取り扱いについては、弊社Webサイトを通じた、宇城の果物を中心に試験販売を実施中。宇城市トマト生産部会とのB級品販売も協議中である。

1年間と言う限られた事業期間では実施項目も限られるが、「販路の拡大」に事業を絞った事で、ANAのグループを効果的に利用し、宇城市にとっては全く新たな販売ルートを作るうえでのきっかけ作りになったのではないだろうか。また、宇城の産品が都会でも十分通用する商品であることも確認が出来たと思われる。

2、地域再生マネージャー事業を振り返って地域に課題として残されたもの

宇城市での一番の課題は人材の育成。幸い事業の実施は、コーディネーターが主体的に行動してくれた事により比較的スムーズに遂行出来た。コーディネーターは事業当初より関わっており、初めの2年間の村おこし型事業、後半の販路の拡大にも大きく貢献。事業で培ったノウハウは今後伝承されるべきであるが、コーディネーターの任期も今年度末に終了するため、せっかくのノウハウが市に伝承されない。確かに地域再生マネージャー事業は3年で終了であるが、地域づくりはその地域にとっては永遠のテーマであり、3年間の事業は地域が地域として行動する為の「きっかけづくり」にすぎない。そのためには3年間関わった人材が主体的に行動し伝承し次の人材を作っていかなければならない。特に地域再生の推進役の人材の育成は重要と考える。幸い宇城市では次年度も事業継続の意向があり、出来る事ならば地域再生事業を主体的に実施する自治体の職員で構成するプロジェクトチームの設置をお願いし、コーディネーターのノウハウを吸収する場の設置を行い、そのチームを中心に、H21年度に積み残した①販路の拡大の更なる深化 ②ANA機内食メニューに使える食材の開発 ③地域作りを兼ねた観光資源の開発 を実施したい。

以上

「地域再生マネージャー事業報告会を開催」

ふるさと財団は総務省と連携し、地域再生マネージャー事業（平成16年度～平成21年度）をはじめ、様々なかたちで全国各地の地域再生を支援してまいりました。平成16年度から現在までに全国の39の地域に地域再生マネージャーが派遣されました。

こうした活動を通じて地域再生マネージャー事業の実施団体が実践してきた取り組みやその成果を地域を越えて共有し、今後の発展につなげるために、事業報告会・意見交換会を、平成21年9月7日（月）と8日（火）の二日間に渡って開催いたしました。

事業報告会は二日間の日程で開催されました。

一日目は二部構成で実施されており、第一部では地域総合整備財団 嶋津 昭 理事長、総務省地域力創造審議官の椎川 忍氏より挨拶がありました。次に、島根県海士町 山内 道雄 町長より「離島発！地域再生への挑戦 ～最後尾から最先端へ～」、和歌山県高野町 高橋 寛治 副町長より「私たち 共通の未来へ ～高野町からの提案～」と題した基調講演がありました。続いて、平成19年度から事業を開始した8つの地域から事例発表がありました。最後に、事務局から6年間

の成果を踏まえた成果分析結果について発表がありました。

第二部では、意見交換会が行われ、地域再生マネージャー実施39地域の地域再生マネージャー、行政担当者による意見交換、交流が行われました。

二日目は、「地域再生マネージャー事業を経験して残したいメッセージ」と題してA～Fの6つのグループに分かれて議論が行われました。各グループには、議論をとりまとめて発表をして頂きました。

一日目の山内 道雄 島根県海士町町長からは「当初は地域再生マネージャー事業を産業振興の目的で実施したが、人材育成という面でも成果を収めたと考えている。自分自身も第三セクターを経営しているが、ビジネスの視点で学ぶことも多く、大変勉強になっている」という指摘がありました。高橋 寛治 和歌山県高野町副町長からは「地域再生マネージャーには、徹底的に地域のオルガナイザーとしての役割を担っていただいた。つまり、住民や各種団体を共通の目的に向けて有機的につなぎ合わせてもらい、高い成果を上げている」という指摘がありました。

また、事例発表では、8つの地域がそれぞれの取り



総務省・椎川審議官



ふるさと財団 嶋津理事長



平成21年度地域再生マネージャー事業報告会参加の皆さま

組みと成果について発表しました。

事務局からの報告では、6年間の事業を総括した上で、地域再生マネージャーが果たした役割や、事業の特性・タイプ、成果や事業終了後の展開について発表がありました。

二日目に行われたグループでの議論では、それぞれのグループで活発な議論が展開されました。



事例発表される島根県海士町の山内町長



事例発表される和歌山県高野町の高橋副町長



愛媛県宇和島市の小林マネージャー

地域再生マネージャー事業一覧

開始年度	番号	都道府県	市町村名	事業名	マネージャー企業
平成16年度開始事業	1	北海道	上士幌町	農山村の資源を活かしたまちづくり事業	株式会社HVC戦略研究所
	2	岩手県	遠野市	遠野地域ビジネス支援システム事業	フューチャーベンチャーキャピタル株式会社
	3	栃木県	日光市	鬼怒川・川治温泉「自分らしくなれる町」実現に向けての再生計画	株式会社JTB法人東京 株式会社共同通信PRワイヤー
	4	神奈川県	厚木市	地域再生推進事業	株式会社イリア
	5	愛知県	一宮市	尾張一宮駅周辺地域再生整備事業	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
	6	三重県	鳥羽市	鳥羽集客交流戦略事業	近畿日本ツーリスト株式会社
	7	岡山県	西粟倉村	西粟倉村観光事業再生アクション	アマタ株式会社
	8	長崎県	対馬市	歴史海道・「対馬」づくり事業	全日本空輸株式会社
	9	熊本県	荒尾市	地場産業と住民の共生対流による起業創造と雇用機会の増大	イング総合計画株式会社
平成17年度開始事業	1	北海道	東川町	自然体験型観光開発推進事業	有限会社アグリテック
	2	山形県	遊佐町	地域資源活用交流戦略事業	株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ
	3	千葉県	銚子市	銚子市産業再生マネージャー事業	株式会社アフタヌーンソサエティ
	4	富山県	氷見市	氷見市におけるブランド戦略の強化とITツールを有機的に活用する地域活性化事業	合同会社家守公室
	5	福井県	あわら市	あわら温泉湯けむり再生計画	近畿日本ツーリスト株式会社
	6	三重県	伊賀市	伊賀新産業の創出地域再生マネージャー事業	株式会社三菱総合研究所
	7	滋賀県	高島市	環の郷・なりわい再生事業	アマタ株式会社
	8	愛媛県	松山市	スポーツが「ひと」と「まち」を元気にする！	特定非営利活動法人MIPスポーツ・プロジェクト
	9	佐賀県	唐津市	からつ邪馬台国ミステリアス再生事業	産学共同映像研究所有限責任事業組合
	10	宮崎県	高千穂町	交流・供給型ビジネスによる地域再生プロジェクト	全日本空輸株式会社
平成18年度開始事業	1	北海道	釧路市	合併効果を活かした観光まちづくり推進事業	財団法人日本交通公社
	2	北海道	稚内市	観光基盤再構築事業	全日本空輸株式会社
	3	山形県	大江町	最上川舟運の港町にぎわい再生プロジェクト事業	近畿日本ツーリスト株式会社
	4	石川県	白山市	白山麓地域産業観光再生事業	財団法人地域振興研究所
	5	長野県	飯田市	天龍峡再生マネジメント事業	豊後高田市観光まちづくり株式会社
	6	長野県	麻績村	小さな村の大きな挑戦～麻績村 観光事業で再生プロジェクト～	財団法人長野経済研究所
	7	京都府	舞鶴市	舞鶴市地域内発型産業活性化プロジェクト事業	株式会社京都イングス
	8	岡山県	倉敷市	「倉敷ブランド」(有形・無形の地域資源)とICTを活用した地域再生事業	T&T株式会社
	9	岡山県	真庭市	バイオマス等他産業との連携による産業観光創出事業	NPO法人樹木・環境ネットワーク協会
	10	香川県	小豆島町	地域ブランドの構築による地域振興事業	株式会社乃村工藝社
	11	大分県	姫島村	地域の資源や人材を活かした観光振興事業	株式会社マイダスコミュニケーション(JTB九州)
	12	沖縄県	南城市	歴史遺産と統合医療による地域活性化計画	財団法人日航財団
平成19年度開始事業	1	石川県	七尾市	和倉まちなか再生と食を活用したコミュニティビジネス創出	株式会社JTB法人東京
	2	静岡県	袋井市	袋井地域産業イノベーション事業	株式会社日本アプライドリサーチ研究所
	3	和歌山県	高野町	高野まちなか再生マネジメント事業	株式会社 GENプランニング
	4	島根県	雲南市	雲南産業再生プロジェクト	株式会社シー・ブルー
	5	島根県	海士町	「合わせ技一本」島型ビジネス展開事業	株式会社B.U.L. 街づくり研究所
	6	山口県	山口市	実践的タウンマネジメントプログラム構築事業	株式会社まちづくりカンパニー・シーブネットワーク
	7	愛媛県	宇和島市	宇和島地域のブランド化による中心市街地活性化事業	株式会社ANA総合研究所
	8	熊本県	宇城市	農工商連携型食産業クラスター形勢による雇用創出プロジェクト	株式会社ANA総合研究所

注) 3年間の事業を行なった団体のみ掲載しております。

Ⅲ．地域再生マネージャー事業の総括

1. 事業の特徴

■ 最長3年間にわたって専門的な人材が常駐する事業は省庁でも初の試み

地域再生マネージャー事業は、総務省自治行政局地域振興課（当時）を中心に、平成15年度に企画された事業である。市町村には地域振興の計画はあっても、計画を実践する人材や組織が必ずしも発掘、育成されていなかったため、計画を実践に移すことのできる専門的な人材（民間企業等が中心）に最長3年間にわたって市町村に常駐（または常駐に近い滞在）してもらい、市町村の計画に基づいて、地域の資源を首都圏等の市場と結びつける役割を担うことを趣旨としている。

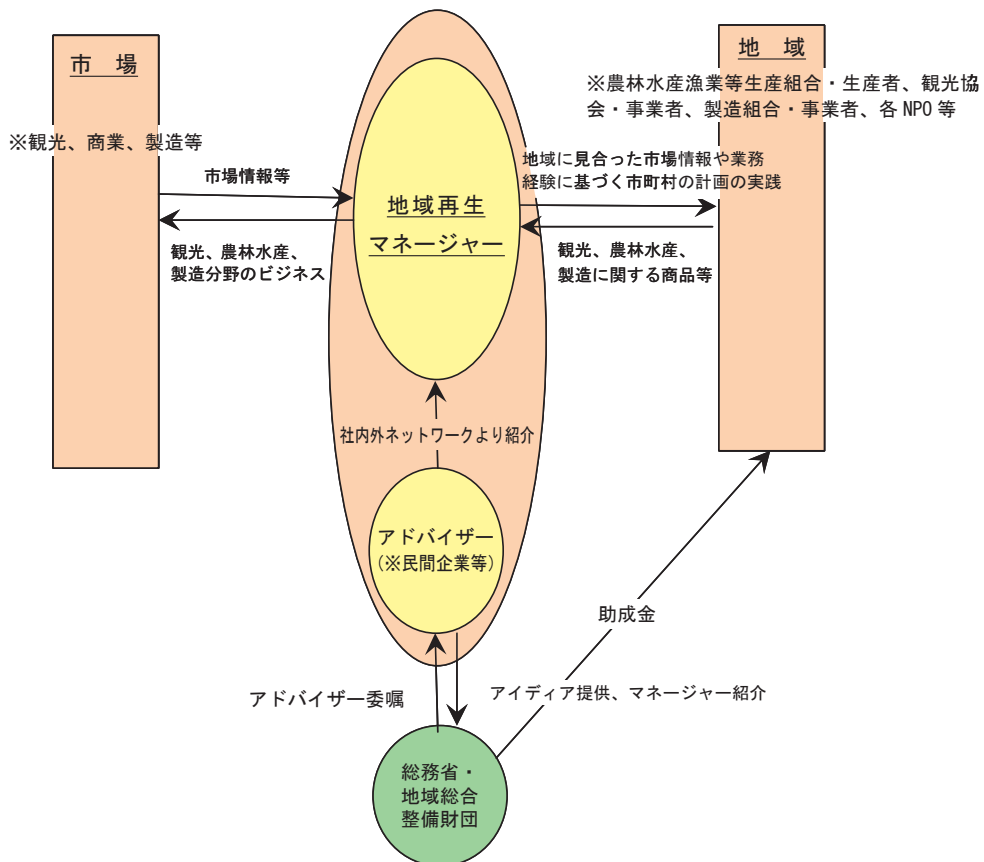
地域振興のためにコンサルタント等をアドバイザーとして市町村に派遣する事業は、多くの省庁で実施されているが、このような単年度のアドバイザーではなく、民間企業等の専門的な人材が最長3年間にわたって常駐（または常駐に近い滞在）する事業は省庁でも初の試みであり、まさに画期的な事業といえる。

事業の開始当初、地域振興を実践するためのアイデア提供や地域再生マネージャーの紹介等において、以下のアドバイザー（地域再生アドバイザー）の方々にご協力いただいております。この場を借りて深く感謝を表したい。

事業の応募要領（抜粋）

- 助成対象**：地域再生を目的とする取り組みに対する具体的・実務的ノウハウ等を有する企業または人材に係る情報の提供をふるさと財団から受けて、地域再生マネージャーを選定し、地域再生に係る業務委託契約を締結する市町村（政令指定都市を除く、特別区含む）
- 助成対象事項（次の全てに該当する事業）**：
 - （1）産業振興、商業振興、その他地域再生を目的として実施する個別かつ具体的な事業であること
 - （2）地域再生の観点から、事業の実施に係る実質的成果があがることが期待できる事業であること。また、マネージャーとの連携を円滑に行う体制の整備等、本事業がより効果的に実施されるような仕組みを有する事業であること
 - （3）マネージャーが、実質的、継続的な取り組みを行うことが可能な事業であること
 - （4）本事業による取り組み内容が、他の市町村における地域再生のモデルとなるような事例となりうる事業であること
- 助成額**：1000万円以下／団体（助成率2／3以内）
- 助成期間**：1年間毎に助成（最長3年間）
- 助成対象経費**：地域再生マネージャーとの業務委託料（対象事業期間分に係る金額とし、人件費等、契約の履行に必要な一切の経費（消費税含む）を含み、成功報酬部分を除く）
- 募集方法**：6月補正による予算措置と9月補正による予算措置を想定し、2度に分けて募集

地域再生マネージャー制度の特徴（制度創設当初のイメージ）



2. 応募と採択の状況

■ 倍率は4年間を通じて1.7倍（金額ベース）でそれほど高くはない

各年度の応募及び採択の状況は以下の通りである。初年度である平成16年度の倍率は、件数ベースで2.6倍、金額ベースで2.5倍で新規事業を採択した4年間を通じて最も高く、平成19年度が最も低かった。これは、採択市町村のうち23団体が合併市町村であり（後述）、合併を通じて壮大な計画の策定と実施を意図したためと考えることができる。4年間の平均倍率は、件数ベースで1.8倍、金額ベースで1.7倍であった。

なお、ふるさと財団が同時期に実施した助成事業である「eビジネス推進事業」（平成16～17年度。単年度事業）及び「大学と連携した地域づくり」（平成18～19年度。単年度事業）と倍率を比較すると、地域再生マネージャー事業のほうが倍率が低くなっている。これは、最長で3年間に及ぶ事業であり、トップを含む市町村の強い意思がなければ応募しにくかったためと考えられる。

応募と採択の状況

（単位：件、千円、倍）

開始年度	応募件数	採択件数	倍率A (件数)	応募金額	採択金額	倍率B (金額)
H16年度	28	11	2.6	202,758	80,732	2.5
H17年度	16	11	1.5	126,832	95,788	1.3
H18年度	21	12	1.8	134,665	94,325	1.4
H19年度	11	8	1.4	87,550	59,030	1.5
合計	76	42	1.8	551,805	329,875	1.7

注) 金額はふるさと財団の採択年度における助成額（助成率は上限2/3）であり、最長3年間の合計助成額ではない

類似事業の応募と採択の状況

開始年度	応募件数	採択件数	倍率A (件数)	応募金額	採択金額	倍率B (金額)	
eビジネス 支援事業	H16	136	11	12.4	1,157,236	100,000	11.6
	H17	80	11	7.3	680,727	100,000	6.8
大学と連携した まちづくり	H18	64	23	2.8	271,624	100,000	2.7
	H19	90	15	6.0	416,210	80,000	5.2

注) 金額は財団の助成額ベース。助成率は上限2/3

3. 採択事業の特徴

■ 観光、産業振興案件が多い。合併市町村が全体の6割

採択事業を地域別にみると、北海道が4件、岡山県が3件、山形・石川・長野・三重・島根各県で2件等となっている。テーマ別には、観光が14件、産業振興が12件、農林水産振興7件等となっている。なお、全体で23団体が合併した市町村（平成16年4月1日以降の合併）となっており、市町村合併に伴う新市建設計画の実践として取り組んだ市町村が多くなっている、

採択件数

開始年次	市町村数
平成16年度	11 (4)
平成17年度	11 (6)
平成18年度	12 (7)
平成19年度	8 (6)
合計	42 (23)

注) カッコ内は平成16年4月以降に合併した市町村

4. 助成総額

助成総額は、初年度の平成16年度が80,732千円（11件）で、最終年度の平成21年度は88,629千円で（8件）である。平成18年度は、助成事業数が32件で最も多く、助成額も279,086千円と最多である。また、6年間の助成総額は1,009,802千円、事業費は1,524,548千円であった。

助成総額

(単位：千円)

開始年次	助成額	(参考) 事業費	助成件数
H16年度	80,732	121,100	11
H17年度	179,320	272,830	20
H18年度	279,086	422,579	32
H19年度	253,136	379,815	31
H20年度	158,498	239,595	20
H21年度	59,030	88,629	8
合計	1,009,802	1,524,548	42

5. 事業の目的

■当初は3年間の継続事業に慣れず目的が曖昧な市町村が多かったが次第に明確に

平成16年度に開始した事業の業務委託仕様書や実施計画書をみると、3年間の継続事業（原則）の活用に慣れていないこともあり、平成19年度開始事業に比較すると、①ホップ・ステップ・ジャンプのプロセスが見えない、②3年間の調査研究計画になっているものがある、③3年間の目標設定と取り組み内容が抽象的である、④行政や地域関係者との役割分担が曖昧である、⑤地域との信頼関係構築への取り組みが不十分等の特徴がみられる。

これに対して、平成19年度開始事業の特徴は、①3年間のプロセス（ホップ・ステップ・ジャンプ）が明確に記載されている事業がかなりある、②成果目標が記載されている事業がある（売上目標や移住者数の設定等）、③支援内容が具体的に記述されている、④役割分担が明確である、⑤地域との信頼関係構築への配慮がなされている等の特徴がある。

平成16年度開始事業における地域再生マネージャーは、取り組む内容や目標、行政を含む地域関係者間の役割分担等が曖昧な中、初年度には地域との信頼関係の構築に取り組み（ホップ）、2年目は地域とともに地域再生のプランをつくり（ステップ）、3年目はプランに基づいて実践に移す（ジャンプ）というサイクルを生み出してきたが、このことが後続する事業にも反映され、平成16年度開始事業に比較してより効果的に事業を進めることができたといえる。

地域再生マネージャー事業の取り組み内容の変化

項目	探索期 (平成16年)	発展期 (平成17・18年度)	安定期 (平成19年度事業)
実施計画書・業務委託仕様書の内容	<ul style="list-style-type: none"> ●ホップ(1年目)、ステップ(2年目)、ジャンプ(3年目)のプロセスが見えない ●3年間の調査研究計画であるべきところが、単年度の計画になっている ●3年間の目標設定や取組内容が曖昧・抽象的である ●地域との信頼関係の構築への視点が弱い 	<ul style="list-style-type: none"> ●3年後のゴールが記載されている事業が出てきている ●成果目標(売上目標等の設定)が記載されている事業が出てきている ●支援内容が具体化してきている ●地域との信頼関係への視点が出てきている 	<ul style="list-style-type: none"> ●3年後のゴール及び3年間のプロセスが明確に記載されている事業がかなりある ●成果目標(売り上げ目標等の設定)が記載されている事業がかなりある ●支援内容(マネージャーからのアドバイス内容)が具体的に記載されている ●地域との信頼関係構築への配慮がなされている
マネージャーとの関係性・事業の進め方への影響	<ul style="list-style-type: none"> ●マネージャーの専門性が明確には把握されておらず活用が十分でない ●マネージャーと地域関係者の役割分担がうまくできていない ●マネージャーにとっても何を実施すればよいのが手探りの状態 	<ul style="list-style-type: none"> ●マネージャーの専門性が地域に浸透してきており、何を依頼するのが明確になってきている ●マネージャーと地域関係者との役割分担も明確化されてきている ●ただし、多くをマネージャーに期待している現状がある 	<ul style="list-style-type: none"> ●マネージャーが果たすべき役割と地域関係者が果たすべき役割がそれぞれ明確化されており、効果的な役割分担がなされている ●このため事業成果創出に向けた事業生産性が向上している
事業成果	<ul style="list-style-type: none"> ●マネージャーの力がフルに活用できていない地域が多く、結果として事業成果も期待された水準には達していないケースが見られた 	<ul style="list-style-type: none"> ●求める成果に向けてマネージャーの専門性が効果的に活用され、成果が表れてきている 	<ul style="list-style-type: none"> ●多くの地域でマネージャーの活用度が向上し、成果が表れている



取り組みの課題が後続する事業に反映された

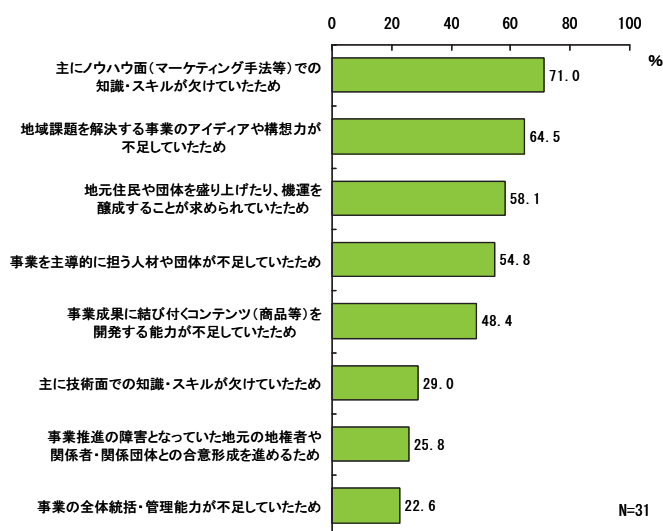
6. 事業実施の背景と狙い

■ 合併による新市建設計画を実行に移したいとする市町村が多い

アンケート調査（市町村）によれば、地域再生マネージャー事業を実施する背景は、「主にノウハウ面での知識・スキルが欠けていたため」が71.0%と最も多くなっており、次いで、「地域課題を解決する事業のアイデアや構想力が不足していたため」（64.5%）、「地域住民や団体を盛り上げたり、機運を醸成することが求められていたため」（58.1%）となっている。

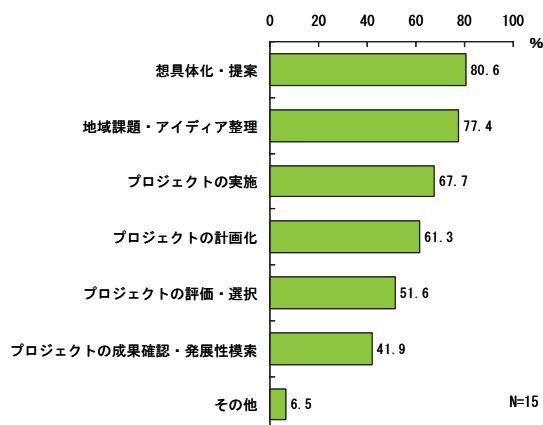
また、事業に求める目標は、「構想の具体化・提案」が80.6%と最も多く、次いで、「地域課題・アイデア整理」（77.4%）、「プロジェクトの実施」（67.7%）となっており、新しい市町村の建設計画を実行に移したいとする市町村の意思が窺われる。

地域再生マネージャー事業を申請する背景



出所）「地域再生マネージャー事業に関するアンケート調査」（2009.8） ※自治体担当者対象
注）以下、表記のない限り、出所は同アンケート調査

地域再生マネージャー事業実施の狙い（アンケート結果）

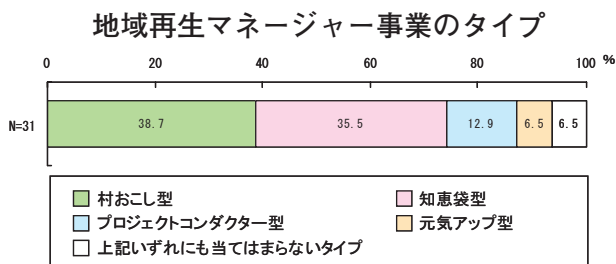


7. 事業のタイプとマネージャーの果たした役割

(1) 事業タイプ

■ 村おこし型が最も多い

地域再生マネージャー事業のタイプは、マネージャーを中心に事業をほぼゼロから立ち上げる「村おこし型」（標準型）が38.7%と最も多く、次いで、事業推進に関わるアドバイスを中心にする「知恵袋型」（35.5%）、となっている。マネージャーのリーダーシップにより事業を牽引するプロジェクトコンダクター型（12.9%）、さらに、地域の元気を高める「元気アップ型」（6.5%）の4タイプに分類することができる。



地域再生マネージャー事業のタイプ（分類）

村おこし型	地域課題はある程度明確であるが、解決のためのアイデアや構想が明確でなく、マネージャーを中心として事業をゼロから立ち上げたパターン。基本的には1年目は地域との対話及びアイデア・構想発意、2年目は構想の具体化・プラン作り、3年目は実施・成果創出という流れで事業が進められるパターン
知恵袋型	地域課題やそれを解決するためのアイデア・構想はある程度明確であるが、構想具体化・計画づくりから実施までを効果的かつ効率的に進めるためのアドバイスをマネージャーの主な役割とするパターン。技術、ノウハウ等に関する相談、悩み聞き、指南がマネージャーによって行われるパターン
プロジェクトコンダクター型	地域課題やそれを解決するためのアイデア・構想はある程度明確であるが、事業を実施する推進力が不足している場合、マネージャーによる強力なリーダーシップによって事業成果に結び付けられるパターン。事業を主導するリーダー。自らタスクもこなす
元気アップ型	地域課題を解決する以前に、地域の活力や機運そのものが十分でない場合であり、地域の「元気」そのものを高めることをマネージャーの役割とするパターン

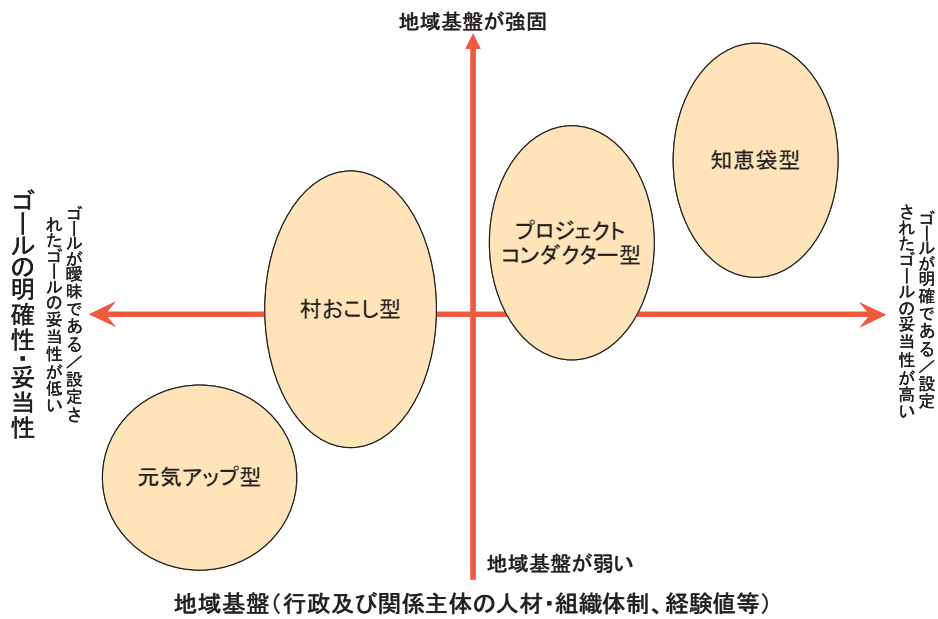
(2) 事業タイプ選択の考え方とタイプ別のマネージャーの役割

■ 地域における人的基盤とゴール・アプローチ設定の妥当性により分類

これらのタイプは、設定されたゴール及びアプローチ（取り組み）の妥当性（横軸）と、地域の人的基盤（縦軸）により、概ね以下のように分類することができる。設定するゴール及びアプローチ（取り組み）の妥当性とは、具体的な目標設定や取り組みの詳細ではなく、地域における人的基盤をある程度前提にしたものである。また、地域の人的基盤とは、地域における人材・組織の活力や自治体の推進体制等を指す。

全体を通じて、それぞれのタイプに適した地域再生マネージャーがマッチングされた市町村が成果を出しているといえる。

地域再生マネージャー事業のタイプ（分類）



4つの事業タイプの特徴と求められる地域再生マネージャーの役割は以下の通りである。

①村おこし型

(ゴールが若干曖昧またはその妥当性が不十分／地域基盤はある程度整備されている地域)

<タイプの特徴>

この地域の場合、ゴールが明確には設定されていないものの地域が抱える課題は明らかであり、課題解決の先に向かうべき地域像(=ゴール)を描くことが求められる。そして、ゴールを描く際には地域の幅広い関連主体を巻き込みながら行うべきである。また、地域基盤はある程度整備されているため、地域基盤をうまく活かしながらステップアップしていくことが求められる。このタイプの地域の場合、まずはゴールを明確にすること、行政を中心として地域の関係主体も巻き込みながらステップアップしていくことが求められる、「村おこし型」による事業展開が妥当である。

<求められるマネージャーの役割>

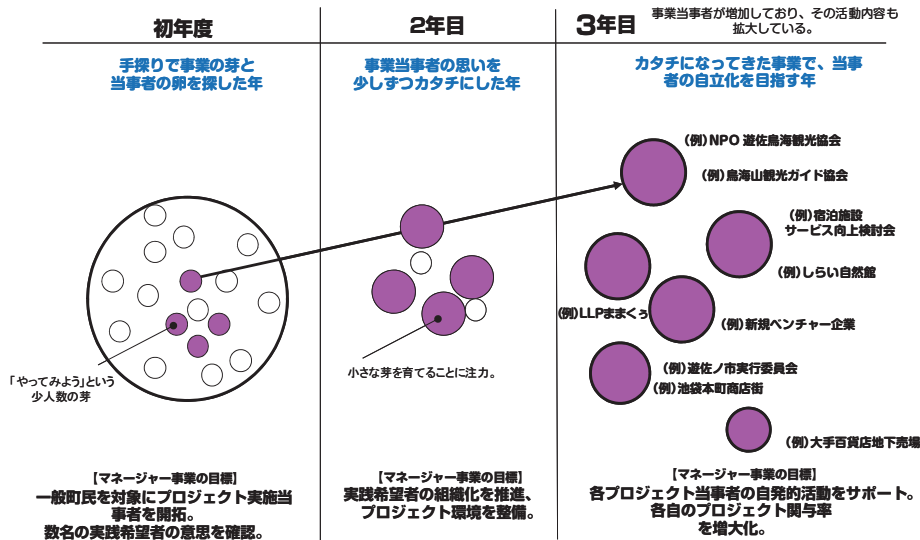
村おこし型においては、マネージャーは「事業構想やビジョンなどのアイディアや具体的方向性、シナリオを描く」事業構想者としての役割や、「事業や地域の活性化をけん引し、地元住民や機運醸成を担う」プロモーターとしての役割、「地元関係者を事業目的・内容に応じて調整する」コーディネーター、及び「事業のゴールに向けた業務プロセスの設計や進捗管理などの管理運営を担う」プロジェクトマネージャーとしての役割が求められる。

<事例：山形県遊佐町>

遊佐町は、事業を開始する時点では、地域に豊富な資源はあったがそれをどう活用すればよいのかが分からないという状況であった。また、地域資源を活用して地域を活性化するための活動をけん引する地域人材も分散していた。このため、マネージャー事業においては、地域資源や人材を発掘し、地域活性化のための構想づくりから開始することが求められていた。遊佐町では、村おこし型で事業を発展させてきている。初年度は、事業の構想期に当たっており事業の芽を発掘することに重点が置かれている。初年度は事業構想及びそれを担

いたいと思う当事者意識を持つ人材を発掘することに取り組んだ。この段階でのマネージャーが担っていた役割は、地域に眠る人材や資源に目を付けて、「やってみよう」という意識を醸成することにあった。つまり、「プロモーター」としての役割が発揮されていた。

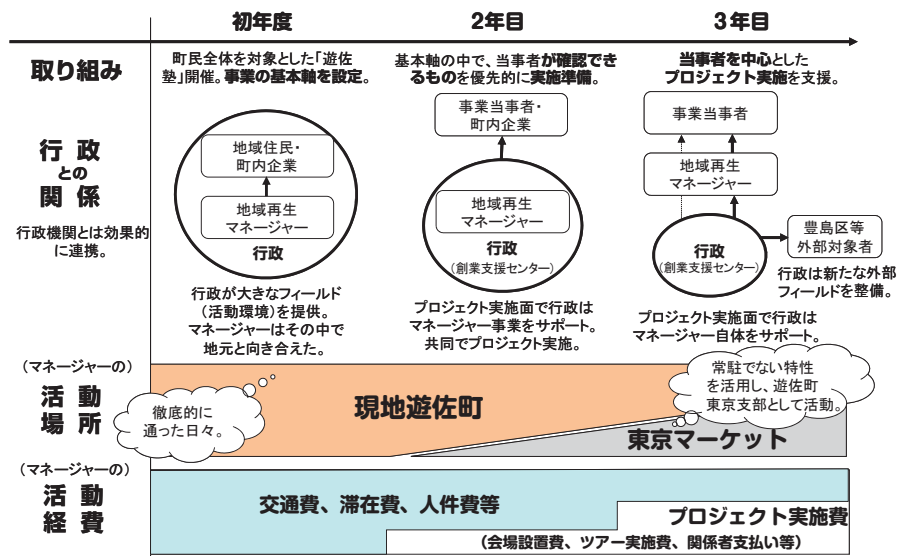
遊佐町における村おこし型での事業展開（3年間の発展段階）



2年目は、事業当事者の思いを形にすることに重点が置かれている。事業の具体化と実施のための組織づくりに取り組んだ。この段階でのマネージャーの役割は、事業の立ち上げから運営に至るノウハウを提供することにあります。つまり、「ノウハウアドバイザー」としての役割が発揮されていた。

3年目は、育ってきた事業の自立化に重点が置かれている。自立化に向けて、それぞれに育ってきている事業が自主的に取り組みを進展させていった。この段階でのマネージャーの役割は、それぞれの事業に具体的に係るのではなく、全体を俯瞰して、統括管理する過程で自立化に導くことにあった。つまり、「プロジェクトマネージャー」としての役割が発揮されていた。

遊佐町における村おこし型での事業展開（年度別取り組みの詳細）



<求められる派遣形態>

この地域に村おこし型でマネージャーが活動する場合、事業構想やビジョンを検討するためには深く地域のことを理解することが必要であり、また、行政を中心とした関連主体を巻き込むためには粘り強い継続的なコミュニケーションが求められる。このため、マネージャーが地域にほぼ常駐（目安として月の半分以上は滞在）した上で事業を展開することが妥当である。

ただし、3年目は地域で練り上げてきた計画を実現に移す段階であり、マネージャーが必ずしも常駐しなければならないということはない。集中的なイベントの支援等を除いて、要所所で地域を支援する体制であってもよい。

②知恵袋型

（ゴールが明確又はその妥当性がある程度高く、地域基盤もある程度整備されている地域）

<求められる事業タイプ>

この地域の場合、地域が抱える課題は明らかであり、課題解決の先に向かうべき地域像（＝ゴール）についてもある程度の方向性は明確化されている。また、地域基盤は整備されているため、行政や地域の関係主体と一緒に伴走しながら事業を進めていくことが求められる。このタイプの地域の場合、明確なゴールに向けて、行政や関係主体とパートナーシップを組みながら事業を進めることが求められるため、「プロジェクトコンダクター型」による事業展開が妥当である。

<求められるマネージャーの役割>

プロジェクトコンダクター型においては、改めてゴールを確認するためのマネージャーは「事業構想やビジョンなどのアイディアや具体的方向性、シナリオを描く」事業構想者としての役割や、行政主導を進めることにはまだ難しさが残るため「自らタスクもこなしながら事業を主導するリーダー」であるプロジェクトリーダーとしての役割、行政基盤は強固であるが、特定分野の専門性までは持ち合わせていないため「事業推進に対する専門知識・ノウハウ面で助言する」ノウハウアドバイザーとしての役割が求められる。

<事例・島根県海士町>

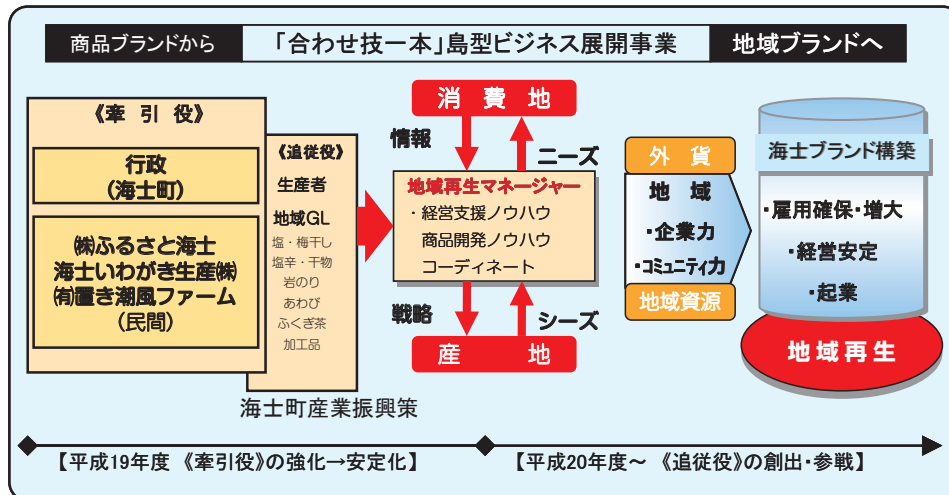
海士町では、事業を開始する時点では、離島のハンディを克服すべく、「島ならではの付加価値商品づくり」を推進し、農水産業と加工産業が共同で相乗効果を生むような、島内連携の雇用を創出するという課題は明確であったが、どのような手法を用いて解決策を作り出していくのかが模索されていた。このため、マネージャー事業においては、島外への進出展開がようやく芽生え始めている企業を産業振興策の牽引役と位置づけ、商品ブランドの確立を海士町ブランドの確立につなげていくノウハウが求められていた。

海士町では、知恵袋型で事業を発展させてきている。海士町では、平成19年度および20年度は、牽引役3事業（海士のいわがき「春香」、旬感凍結CAS商品、島生まれ・島育ち隠岐牛のブランド化事業）における外貨獲得に向けた取り組みを強化するため、コーディネーターの配置、島外協力企業を模索するとともに、コミュニティ商品の商品化に向けた取り組みや、観光魅力アップのためのまちなみ景観づくりプロジェクト強化などを行ってきた。事業最終年度となる平成21年度については、牽引役3事業（商品）について、島外でのイベント参加や都内外食産業、食品メーカー等への働きかけ等を通じて販路の拡大を中心に事業を実施した。ここでマネージャーが担った役割は、島外・都市などの消費地の持つニーズや情報を町内の推進役である行政や民間企業に届けることや、経営企画・商品開発支援ノウハウを提供し販売戦略実行を支援するというものであった。つまり、「ノウハウアドバイザー」

としての役割が発揮されていた。

事業を展開する過程で、外部の専門家を海士町に招聘することで町内にはない知見を提供することでもマネージャーは貢献していた。つまり、「コーディネーター」としての役割も発揮されていた。

海士町における知恵袋型での事業展開



<求められる派遣形態>

この地域にプロジェクトコンダクター型でマネージャーが活動する場合、事業構想やビジョンを検討するためには深く地域のことを理解することが必要であるが、地域基盤が整備されているため関連主体が主体的に事業を展開することが可能であり、必ずしも常駐しなければならないわけではない。適宜、必要に応じて月のうち一定期間を地域で活動し、他の期間は地域外からアドバイザーとして助言を行うなどの対応が可能である。むしろ、地域外から客観的な視点でとらえたり、外部のネットワークを効果的に活用することのほうが重要といえる。

③プロジェクトマネージャー型

(ゴールが明確またはその妥当性が高く、地域基盤も整備されている地域)

<求められる事業タイプ>

この地域の場合、地域が抱える課題は明らかであり、課題解決の先に向かうべき地域像(=ゴール)についても明確化されている。また、地域基盤も強固であるため、行政や関係主体が中心となって事業を進めていくことが可能である。このタイプの地域の場合、明確なゴールに向けて、行政や関係主体中心の事業展開の効果性・効率性を高めることが適切な支援と考えられるため、「知恵袋型」による事業展開が妥当である。

<求められるマネージャーの役割>

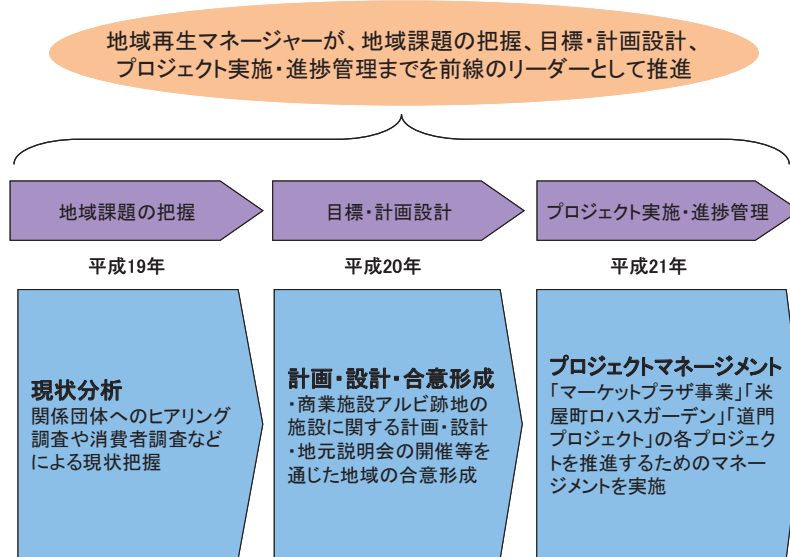
知恵袋型においては、地域基盤は強固であるが、特定分野の専門性までは持ち合わせていないため「事業推進に対する専門知識・ノウハウ面で助言する」ノウハウアドバイザーとしての役割を果たすことで事業の円滑な遂行を支援することが可能である。

<事例：山口県山口市>

山口市では、プロジェクトコンダクター型で事業を発展させてきている。山口市では、中

心市街地を構成する3つの商店街それぞれで事業を展開することで、商店街の再生を図っており、9つの具体的プロジェクトを推進し、周辺地域全体のエリア・マネージメントを行っている。ここでマネージャーが担った役割は、地域資源のポテンシャルを最大限に活用する構想を練り、事業成果に結びつけるためのマネージメント、中心市街地活性化に求められる取り組みに関するアドバイス、コンサルティング及び地元関係主体の連携コーディネートであった。つまり、「事業構想」「ノウハウアドバイザー」「コーディネーター」「プロジェクトマネージャー」としての役割が発揮されていた。

山口市におけるプロジェクトコンダクター型での事業展開



具体的には、まず最初に地域の抱える課題に関して現状分析を行うことで、目指すべき方向性を明らかにする。そして、この段階では絵に描いた餅に過ぎないが、住民や関係主体との対話を重ねる中で、構想を具体的な目標・計画へと一段階具体化し、計画を示した上で資金調達を図りプロジェクトを実施へと移行させている。このような、最前線でプロジェクト実施までの取り組みを牽引している。

<求められる派遣形態>

山口市の事例も踏まえると、目標・計画設計の段階では、ノウハウを生かして取り組みを進めることが求められるが、必ずしも地域に常駐する必要はない。ただし、プロジェクトの実施段階やその手前の合意形成などにおいては、地域の関係主体と共同歩調をとる必要があり、常駐型が有効であると考えられる。

④元気アップ型

(ゴールが曖昧またはその妥当性が低い／地域基盤も弱い地域)

<求められる事業タイプ>

この地域の場合、まずは「どんな地域になりたいのか。そのために何をすべきなのか。」から検討する必要がある。そして、その検討は地域の幅広い関連主体を巻き込み機運を盛り上げた上で行うべきである。また、地域基盤が弱いため、ゴールの検討や関連主体の巻き込みにおいては、マネージャーによる強い関与が求められる。このタイプの地域の場合、まずは課題を明確化した上でゴールを描くこと、地域関係者を巻き込み機運を盛り上げることが

先決であるため、「元気アップ型」による事業展開が妥当である。

<求められるマネージャーの役割>

元気アップ型においては、マネージャーは「事業や地域の活性化をけん引し、地元住民や機運醸成を担う」プロモーターとしての役割や、「自らタスクもこなしながら事業を主導するリーダー」であるプロジェクトリーダーとしての役割が求められる。

<事例：愛媛県宇和島市>

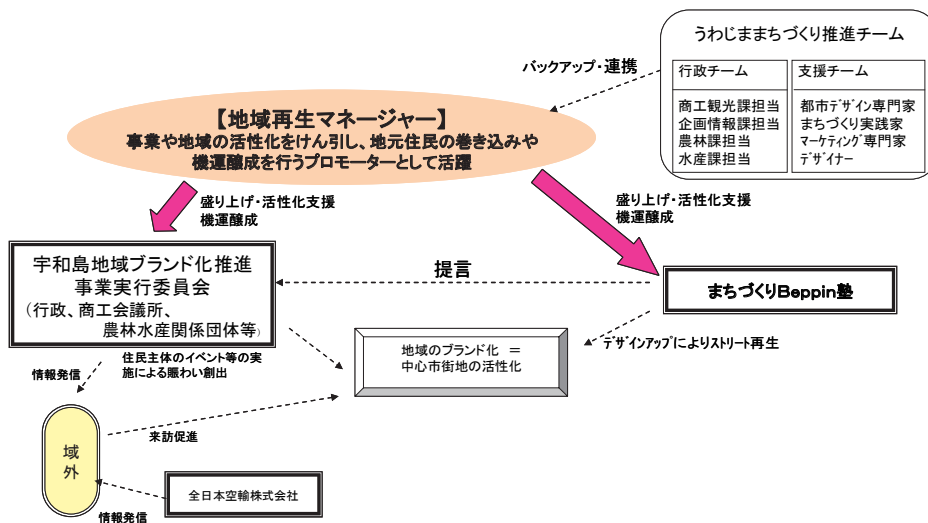
宇和島市では、まちづくりに女性の力をうまく活用することができていない状況があり、マネージャー事業において、女性を中心とした地域住民のまちづくりに関する意識を高め、共に活動を行うことで、地域人材のエネルギーを最大限に活用することが求められていた。

そこで、宇和島市では、全国に知られた真珠の高級イメージを活用し、宇和島ブランドの確立を図るとともに、高級感のあるまちづくりを目指して事業に取り組んでいる。

具体的には女性を中心とする地域住民によるまちづくり女性会議を主宰し、中心市街地活性化について市に提言を行った。

ここでマネージャーが担った役割は、地元関係者を巻き込み、ネットワーク化・組織化し、地域ブランド創造に向けて機運を盛り上げることや、出来上がった組織で展開する事業の初動を担う主体的推進役であった。つまり、「プロモーター」「プロジェクトリーダー」としての役割が発揮されていた。

宇和島市における元気アップ型での事業展開



<求められる派遣形態>

宇和島市の事例も踏まえると、元気アップ型の場合、マネージャーは常駐型が望ましいと考えられる。その理由は、地元関係者を巻き込みながら、ネットワーク化・組織化をし、地域ブランド創造に向けて機運を盛り上げるためには、地域に拠点を置き、地域関係者と共同歩調をとることが求められるためである。

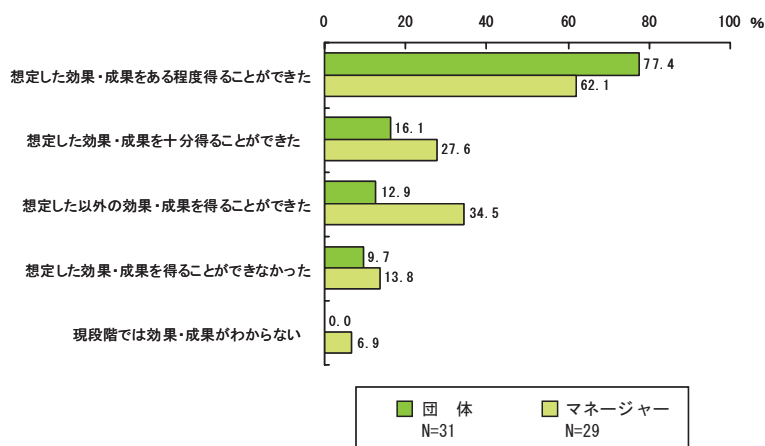
8. 事業の成果

■ ほぼすべての市町村で大きな成果。想定外の成果も

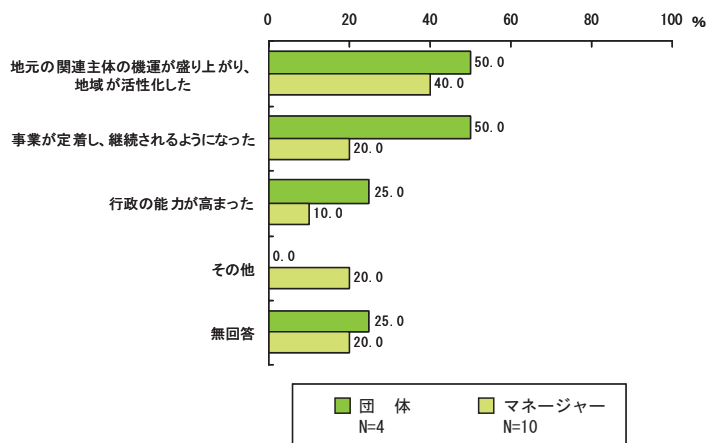
地域再生マネージャー事業の成果は、「想定した効果・成果を十分得ることができた」と「想定した効果・成果をある程度得ることができた」を合わせると自治体とマネージャーのいずれも約9割が効果・成果が上がった。

「想定した以外の効果・成果を上げることができた」は自治体が12.9%である一方で、マネージャーは34.5%となっている。外部の視点から見ると自治体には把握できていない想定した以外の効果・成果が見て取れる。

地域再生マネージャー事業の成果（アンケート結果）



地域再生マネージャー事業の想定した以外の成果（アンケート結果）



注) 3年間にわたり事業を実施した39団体を対象

成果に関しては、当初、地域再生マネージャー事業が目論んだ地域振興計画の実践（地域資源を市場に結び付けてビジネスを推進する）という点では、多くの市町村で特産品、地域ブランド、市場・顧客の開発が進んだ。

しかし、地域再生マネージャー事業の最大の成果は持続可能な市町村づくりに向けた人材の発掘・育成と、組織の立ち上げ、そして仕組みづくりだったといえる。特に、着地型観光や域内市場の開発等の新たなビジネスモデル、環境循環型地域社会モデル、地域ファンド、

地域内外の連携等の仕組みづくりは地域再生マネージャーの最長3年間の努力によりもたらされた功績といえる。

また、地域に入り込んで、地域住民や行政職員の意識を啓発したことで、地域に連帯感をもたらし、また、行政において事業の継続や発展が見られたことも大きな成果である。

そして、地域に密着して人材を発掘・育成しながら、地域を再生するという地域振興手法を確立したことは、外部人材招へい事業制度や地域おこし協力隊制度の導入にもつながる成果と言える。

取り組んだ全市町村の主な成果は以下の通りである。

<平成16年度開始事業>

①上士幌町

3年間の成果として、「イムノリゾート上士幌構想」というフレームの中で、地域の豊富な資源がまとめ上げられたことで情報発信力が強化され、全国的に知名度が上昇したことが挙げられる。その中でも特に、北海道にスギ花粉がないという大きな資源に気付いて「スギ花粉リトリートツアー」が立案され、その事業推進主体としてNPO法人が立ち上げられたことは大きい。本事業がこの3年間で終わるのではなく、今後も継続的に実施される体制が整ったことも大きな成果といえる。

②遠野市

3年間の成果として、起業や新分野進出を目指す市民を応援する「遠野地域ビジネス支援システム」を基軸とした支援スキームの確立が挙げられる。創業を資金面から後押しする「遠野元気ファンド」の設立、専門的な知見や豊富な経験を活かしたハンズオン支援による市内初の合同会社の誕生、それら具体的手立ての蓄積など、これまでに無い新たなビジネス支援モデルが生み出され、産業創出の基本フレームを作り上げることに繋がった。

③日光市

3年間の成果として、勉強会などを通じて、各事業者の間で「おもてなし意識」に関する具体的な検討が進み、その重要性が共有されてきたことが挙げられる。また、広報の重要性についても関係者間で意識の共有が図られ、ニュースレターやメールマガジンが実際に発行されるようになったことも大きな成果といえる。

④厚木市

マネージャーのノウハウの活用や調査の結果等を通して、市民や市内の事業者に対して、地域活性化の必要性や方向性に関する新たな視点が提供されてきた。また、顧客満足度調査の結果に基づいた実験イベントの開催により、新たな集客効果も得られている。

⑤一宮市

本事業の成果としては、一宮市の中心市街地を活性化するための基本コンセプト、4つの目標像、7つの取り組みテーマが決定された事でまちづくりの方向性が明確化されたことが挙げられる。7つの取り組みテーマが設定され、順次事業化に着手している。

⑥鳥羽市

3年間の事業の中で、地元食材にこだわった答志島モニターツアーの実施や、答志島の海産資源を活かした体験学習を取り入れた修学旅行の企画提案など、これまでの観光振興とは異なる形での「集客交流」に関する具体的な取り組みが始まったことは大きな成果であると

考えられる。

⑦西粟倉村

本事業では、1年目に関係者間の意識共有が深まったことで、2・3年目の具体的な動きの促進に結びついたと考えられる。特に、林業振興の中核となる林業ベンチャー企業の設立、その企業による地元住民の新規雇用、観光施設の赤字解消に加えて、積極的に地域資源を活用していく体制の強化、1ターンの増加による“都落ち”ではない地域の自立モデルの形成などが成果である。

⑧対馬市

個人型旅行プランの商品化や「対馬食フェア」の継続的な開催により、島外から対馬の産品に対する注目が高まり、対馬の具体的なイメージの情報発信に結びついてきた。また、マネージャーが農林・漁業関係者と一緒に実施した販路拡大策が成功したことで、地元の意識の改革が進み、自ら地元産品を積極的に外部に売り込もうという動きが見られるようになったことは大きな成果である。

⑨荒尾市

本事業では、マネージャーが荒尾市の中央商店街に住み込み、地元事業者・住民・学生と一緒に考え、行動をしてきたことで、地元関係者の自発的な動きにつながった。実際に、まちなか研究室での農産物販売や新商品開発等による経済効果が発生し、今後も活動の継続・深化につながっている。

<平成17年度開始事業>

①東川町

住民が主体となった地域資源の洗い出しを踏まえて行われたモデルツアーが、地域に即した形で深化され、地域の新たな魅力の発掘に結びついたと考えられる。また、全国のレストランでのクラフト製品の紹介やホームページなどを通じて東川町を積極的に情報発信することによって、町の新たな魅力の対外的なアピールにもつながっている。14種類の体験メニューの完成とそれらを提供する体制が構築されたことも成果である。

②遊佐町

具体的な成果としては、観光に関しては、NPO法人遊佐鳥海観光協会が立ち上げられ、地域で継続して観光を担える主体ができ、今後の「遊佐ツーリズム」の方向性が見えてきたことが挙げられる。また、農業においては、東京のプレゼンテーションで好評を博した遊佐の在来糯米を使用した丸餅が百貨店に採用されたり、雑誌やテレビの取材を受けて、広がりをもせつつある。豊島区の「遊佐ノ市」といった、物産展などのイベントでない持続的・地域間交流のカタチもできた。

③銚子市

平成17年度に提案された60の再生テーマを基にしたモデル事業は、マネージャーによりTシャツウェブショップが立ち上げられたほか、キンメダイの販路拡大、イワシ・サバ・キャベツ・豚など地元食材のPRなどの取り組みを行った。また、デイスパを核に据えた美容健康促進施設など、モデル事業となりうる民間事業者の立ち上げや、地元食材を使い新しい特産品の開発・販売を目指す店主のグループなどの活動を支援した。

④氷見市

「オテル・ドゥ・ミクニ」の三國清三氏を招いての「三國の旨美フェア」開催以後、地域内で自発的な調理関係の勉強会が開催されるようになったこと、LLPによって「ヤモリカフェ」が設立されたこと、また、「ヤモリカフェ」の店長が他県から氷見市に移住してきたことなどが成果として挙げられる。

⑤あわら市

地域資源である「温泉」「農産物」「芸妓」「体験施設」などを再認識し、それを活用した「温泉プリン」「農と観光の連携」「芸妓の芸にふれる旅」「創作体験プラン」など、多くの事業が実施または計画され、まちなか観光が推進された。また、地域住民らの手により、旅館や商店、農家の若手グループによる「あわら湯けむり創生塾」と、アートと地域のネットワーク委員会「awarartの会」が立ち上げられた。

⑥伊賀市

集客交流面では、平成18年度に伊賀鉄道西大手駅界隈で地元有志とまちづくり団体により「西のしあわせ通り 灯りの細道」事業を、また平成19年度には、伊賀鉄道広小路駅界隈で地元商店街と自治体の連携により、「伊賀・大和街道 灯りの芭蕉路」事業をいずれもボランティアと手づくりで成功させた。一方、研究開発面では、「三重大学伊賀拠点設置推進委員会」の検討を経て、平成19年度4月に三重大学と伊賀市は三重大学伊賀拠点設置に関する協定を締結し、具体的な建設の準備が進められている。

⑦高島市

①農業分野では、環境保全型の農法による「たかしま生きもの田んぼ米」のブランド化、生産グループの組織体制づくり、課題解決に向けた生産・販売ルールづくりの進展、②林業分野では、「地場産業の家づくり」を軸とした地域産木材の流通ネットワーク構築、③観光振興・人づくり・仕事づくりの分野では、ビジネスプランオーディションを通じ、事業の具体化支援、地域資源を活用した事業のスタートアップ支援の仕組み化などの成果があった。

⑧松山市

スポーツが「ひと」と「まち」を元気にする”をコンセプトに、スポーツを「する」「みる」「ささえる」人を支援することで、交流人口拡大や市民の健康増進、地域経済の活性化等を図るため、3つのプロジェクトチームを立ち上げた。その結果、民間企業との連携によるスポーツ関連商品の企画・販売、「大会・合宿誘致業務マニュアル」の作成、コーディネーショントレーニング普及に加え、スポーツコンシェルジュサイトの構築・運営、「スポーツ大会・合宿等開催助成金制度」の策定・交付などに取り組んでいる。

⑨唐津市

成果としては、「唐津エリアツーリズムエージェンシー」が構築され、具体的な活動が始まっている。特に、「唐津の宝」開発部会で提案された市内の体験・周遊プログラムを実際の旅行マーケットに販売するための着地型旅行会社（ATA）が立ち上げられたことは成果である。また、「唐津の宝」発信部会のメンバーを中心に、月刊のニュースレター「唐津んもんだより」が発行されるようになり、唐津の生の情報が全国550箇所に配信されるようになった。

⑩高千穂町

「物流・物販」については、マネージャーが東京での新しい販路を紹介したところ想像以上の反響があり、生産者の大きな自信となるとともに、新しいビジネスチャンスが生まれた。また、「観光・交流」については、体験型ツアーなど新しい旅行商品の販売、航空会社の協力によるPR強化などの支援で、着地発信型旅行業の展開が実現する運びになった。

<平成18年度開始事業>

①釧路市

都市型観光地と温泉観光地の2つの特性を活かすため、地域再生マネージャーが提案したMICEという両者が共有可能な観光まちづくりを釧路市全体で推進することで、合併後の一体感醸成に寄与することが出来た。MICE市場を誘致することは釧路市全体に経済効果が発生することが明確になり、釧路地域における誘客対象として位置づけられた。

②稚内市

マネージャーの出身会社グループと連携し、個人型旅行商品「ニッポン最北端スタンプラリー」の企画提案を行い、商品化に向けた検討を進めた。また、個人旅行客が旅館やホテルを予約しやすくするために、インターネットを活用したトラベルオンラインシステムの導入を進めた。さらに、宗谷シーニックバイウェイ、稚内観光協会や他地域との連携を図りながら、国内観光客誘致のため首都圏を中心に中部圏・九州圏の誘致キャンペーンを実施した。

③大江町

第一は、観光に対する意識改革が進んだことであり、これにより観光物産協会の機能強化のため専従職員の配置にも繋がっている。第二はまちなか観光が進んだことである。歩いて観光・散策する人が増えたのに加え、観光バスが通る姿も良く見受けられるようになったことから、町に人が多くきているという感じが町民に伝わるようになってきた。そのため町で案内板の整備や、景観作り、清掃活動等にも熱が入るようになってきた。第三の成果は観光人材づくりが進んだことである。

④白山市

3年間の活動を通じて、行政頼みから地域住民の自立の意識も徐々に高まっており、自分たちで観光に取り組む姿勢が整えられてきた。特に、白山まるごと観光塾を修了した人たちはいずれもその学習成果に手ごたえを感じており、新年度からは白山まるごと観光人材バンクに登録し、観光ガイドやイベントの企画、運営、観光モニターなどで活躍することになっているなど、長期的な観光産業発展に向けた基盤を整備できた。

⑤飯田市

「天龍峡再生プログラム」に位置付いた再生計画が徐々に現実化していく過程で、地域住民の再生・活性化へ向けた意識（自主性）が向上し、具体的な取り組みとして「昭和乙女の会（昭和乙女の店・宿）」・「正調龍峡小唄伝承の会」の活動への展開など、地域づくりの取り組みが広く普及し、活性化してきた。さらには、平成20年度は「天龍峡再生元年」として取り組んだ数々の事業と天龍峡IC供用開始により、観光客が増加するなどの成果も出ている。

⑥麻績村

地域再生マネージャー事業の実施により、地域の観光資源や課題が明確となり、経営改革、情報発信、観光体制の整備などが進められてきた。地域住民と連携した、HPによる情報発信の強化や月をテーマとした取り組みなどを行うことにより、独自商品の開発を行うなど住民グループ・個人の関心も次第に大きくなり、地域内の連携活動も活発になりつつある。

⑦舞鶴市

3年間の本事業の実践を通じて、企業の意識変革や経営力の向上、舞鶴港の活用など数々の成果を上げる事が出来た。特に中国におけるプラント設備の受注、製品の販売・輸出、販売店の設置などこれまで行政がなしえなかったビジネス支援が、商社勤務のノウハウを活かしてマーケティング等に精通したマネジメントができた。こうした取り組みは、他の市内企業に大きな刺激を与え、意欲ある若手企業家が内から外に向けた販売開拓や製品開発に挑戦する機運が高まりを見せた。

⑧倉敷市

「倉敷ブランド」の認定事業者の自立組織となる「(仮称)倉敷ブランド推進協議会」の設立に向け、認定事業者から合意を得られたことは大きな成果であった。「倉敷ブランド」がスタートして3年目であるが、認知度も徐々に向上しており、認定事業者の中には、積極的に海外の見本市へ出展したり、異業種の認定事業者同士が組んで新たな商品開発や共同出店を行うなど、地域経済活性化の一翼を担っている。

⑨真庭市

真庭市全体の産業づくりや地域づくりを紹介する「バイオマスツアー真庭」は「観光回廊真庭」として初の商品となり、関係する地域での経済効果も発生しており、当初の計画どおりの成果を得る事が出来た。この3年間で培ったノウハウや育成した人材、ネットワーク等をフルに活かし、バイオマスツアーを基本とした新たな産業観光の創出につながっている。

⑩小豆島町

オリーブ植栽100周年の記念の年にもあたり、様々なイベントを実施することにより、オリーブ公園の観光客入れ込みが20%以上増加した。また、CLUB OLIVEの設立により島外への情報発信や町への提言、地場製品の振興など全国的ネットワークの構築が出来た。こうした取り組みにより、オリーブが貴重な地域資源であることが再認識され、栽培面積は着実に拡大している。

⑪姫島村

体制面では、地域振興に向けた推進体制が組織化され、定期的・継続的な研修の開催に地域振興に向けた意識改革が進んだ。また実行を担う組織である「はりこもう会」については、すでに規約を制定し、事業終了後も継続的に組織を構築できるまでに発展しており、さらに今後は、旅行者受入コーディネート企業、土産品店、観光船運営業者などが中心となった観光振興会社、特産品開発、販売会社の3つの営利企業の立ち上げも予定している。

⑫南城市

世界遺産の「斎場御獄」など心の拠り所としての文化財や自然環境を価値ある地域資源として明確にし、情報発信したことにより、その保護と活用に向けた活動が促進された。また、地元食材を用いた健康食づくりに取り組む組織への支援やノルディックウォーキングの実践により、市民の心と体の健康づくりを促進した。文化財ガイドを対象とした健康講習会を開き、独自の人材養成も行った。これらにより健康をテーマとしたまちづくりを行う市の取り組みに貢献できた。

<平成19年度開始事業>

①七尾市

今後のまちづくりのグランドデザイン作りや、地域の合意形成などが図られた。中でも、和倉地区の商店、旅館、住民等による委員会を立ち上げ、モニターツアー事業等を行ったことで、地域住民のまちづくりに向けた意識啓発や、今後のプロジェクト展開に資する人材の把握、コア人材の確保など、地域内にまちづくりの気運が生まれた。また、地域の特色を生かした商品開発を進め、一部には大きな売上を上げる人気商品に成長したものも出てきた。

②袋井市

袋井地域産業、とりわけ地域農業の課題解決をめざして、産学官連携や農商工連携を活用した3つのパイロット事業（農業経営塾、地産地消をめざした商品開発、環境対応型農業としての木質ペレットの活用支援など）を実施した。事業実施にあたっては、地域の農家、商工業者、大学等関係者をはじめ、熱心なメンバーの参加を得ることができた。特に、商品開発チームでは、地域の文化や資源を活かした「なるカフェ」実験店舗の開催や地域情報誌「なるネタ」の創刊準備号の発刊を行い、イノベーション事業を引き継いだ継続的な活動を予定している。

③高野町

経済的な成果としては、産直市の定期的な開催により固定客を獲得し、町内イベントとの効果的な連携により住民や観光客にも周知されてきた。また景観まちづくりについては、修景事業が定着し歴史的な景観保全を核とするまちづくりを進めており、地域住民自らが積極的にまちづくりに参画し、行政と一体となって事業を推進している（快適都市実現委員会「第一回まちづくり賞」を受賞）。

一方、地域活性化の基礎となる人材や組織、そしてそれを支える住民のまちづくり意識の醸成が図られた。

④雲南市

3年間の取り組みを通じて、雲南の商品の販路開拓などの直接的な成果に加え、「幸運なんです。雲南です。」体感フェア@雲南さくら祭り開催を契機にした食による交流に取り組むコミュニティが出てきたり、遊休公有施設の活用方策調査を契機に、廃校を活用した交流事業に取り組むコミュニティが誕生するなど、地域づくりを担う組織がいくつか立ち上げられた。

⑤海士町

3年間の事業を通じて、地域産物を活用した新規事業9組織・個人の起業と、また、特産品開発によるアゴ干物他9アイテムの新商品が誕生、波及的に生産者グループ等により地域のコミュニティ力が向上するなど、当初目標としていた雇用創出・育成という大きな成果が上がった。また、域外での販路拡大も進み、海士ブランドのリーディング商品等の開発により、売上増加にもつながった。これらの成果から3年間で63世帯85人のU・Iターン者が出るなど、雇用確保と地域活性化が図られた。

⑥山口市

本事業では、3つの商店街ごとにそれぞれの地域づくりプロジェクトを進めてきたが、これらの各プロジェクトが、市全体のタウンマネジメントにおいてどのように位置づけられるのかを明確にすることで、今までにない全体での合意形成を目指すという機運が醸成された。

⑦宇和島市

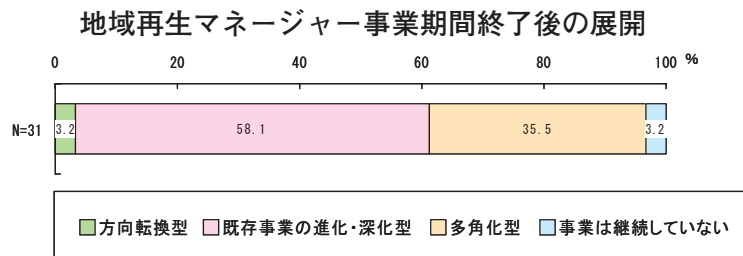
女性の視点によるまちづくりグループとして「まちづくりBeppin塾」が立ち上がり、その中の一部のメンバーが新たに企業組合を立ち上げてパールパウダー（真珠粉）を使ったオリジナルの化粧品「花真珠」の販売や「パールエステ」の実施など、単なるボランティア活動ではなく、コミュニティビジネスの活動の中から「宇和島」を情報発信するという、新たな動きが見られるようになった。

⑧宇城市

3年間の事業により、生産者やまちづくり組織の育成と、新たな商材開発や販路の拡大などの成果を挙げることが出来た。具体的には、宇城のむのむ生産組合の設立によるトマトジュース等の製造・販売、リナックスカフェ起業によるインターネットを通じた特産品の販売、アグリパーク豊野加工室（コミュニティボトラ）による生産拠点づくりなどに加え、地域再生マネージャーの出身母体であるANAと連携しての販路拡大に成功し、各方面で今後の地域活性化を担う団体が立ち上げられた。

9. 事業終了後の展開

事業期間終了後の展開は、「既存事業の進化・深化型」が最も多く58.1%、次いで「多角化型」は35.5%となっている。「事業は継続していない」はわずかに3.2%であり、ほとんどの市町村において事業終了後もなんらかの展開がなされている。



既存事業の進化・深化型とは、①地域再生マネージャー事業と同様の事業が継続（地域再生マネージャーは入らない）、②地域再生マネージャーが引き続き残って関連する事業を継続、③地域おこし協力隊のような外部人材が地域再生マネージャー事業を引き継ぐ3つのパ

ターンがある。

①は、山形県遊佐町、熊本県荒尾市、島根県海士町、長野県飯田市等をはじめとして、多くの市町村にみられるパターンである。②については、例えば沖縄県南城市のように、これまで取り組んできた当事業の集大成である「神のさと・南城ウォーク」で、助成事業終了後も継続できるよう3年間は市を挙げて支援すること等が決定している（事業主体及び活動拠点が市商工会に移したため、地域再生マネージャーは商工会の事務局長に就任して事業を引き継ぐ）。

また、岡山県西粟倉村のように、事業終了後、まだまだ雇用の受け皿が少ないということで、地域再生マネージャー自らが当初「トビムシ」という支援会社をつくり、地元の地域雇用促進計画を策定するなど地道な活動を続け、平成21年には、地域資源を発掘・開発・販売する地域に根差した地域商社「株式会社西粟倉・森の学校」（廃校になった小学校跡地を活用）としてスタートしている。

さらに、愛媛県宇和島市や宮崎県高千穂町のように、延長契約により地域再生マネージャーが引き続き残り、中心市街地の活性化や特産品の開発に向けて取り組むことが決定した市町村もある。

③については、「イムノリゾート上士幌構想」として全国でも知名度が上がった北海道上士幌町のように、年間を通じて楽しめる「イムノリゾート」へのステップアップを図るため、地域おこし協力隊（平成22年度から6名が活動予定）を活用予定である。

事業終了後の展開

タイプ	該当市町村
【既存事業の進化・深化型】	
①地域再生マネージャー事業と同様の事業が継続（地域再生マネージャーは入らない）	遊佐町、荒尾市、松山市、山口市、海士町、飯田市、雲南市等
②地域再生マネージャーが引き続き残って関連する事業を継続	南城市、宇和島市、高千穂町、西粟倉村、舞鶴市等
③地域おこし協力隊のような外部人材が地域再生マネージャー事業を引き継ぐ	上士幌町、高野町、高島市等
【多角化型】	
事業が深化するとともに、他の分野にも展開	あわら市、小豆島町

一方、多角化型とは、福井県あわら市のように、地域再生マネージャー事業で立ち上がった「あわら湯けむり創生塾」を核にして終了後も事業展開するだけでなく、着地型観光の地域旅行会社（第3種）の立ち上げ（平成22年度予定）、市の観光協会とのタイアップによる「あわら芸妓」（現在15名）の全国募集（厚生労働省「ふるさと雇用再生特別基金事業」を活用）、湯の町駅前の空き地を再生する事業（平成21年度からスタート）、「湯けむり創生塾」が管理運営する温泉屋台村「湯けむり横丁」事業の推進等、温泉地の再生からまちづくりへと展開している。

また、香川県小豆島町のように、平成20年度オリーブ100年祭をもって再生事業は終了したが、オリーブ検定やオリーブ品評会を21年度も継続実施している。また、島のオリーブ・ブランドを全国に定着させるため、平成22年度については、東京でのPR活動の強化も検討している。

こうした取り組みを通じて、オリーブ協会会員も30社まで増加し、2社は10億円強の事業者となっている。雇用についても小豆島のオリーブ関連企業全体で、新たに100名以上の創出が図られている。

さらにオリーブの作付面積も39haから12年後の平成21年度末で100ha程度（最盛期同等）まで回復している。なお、平成21年度の農林水産省の「田舎で働き隊事業」を活用した農業体験で15名の方がオリーブ農業体験で来島し、3名の方が永住を希望して平成22年度以降も残ることが決まっている。

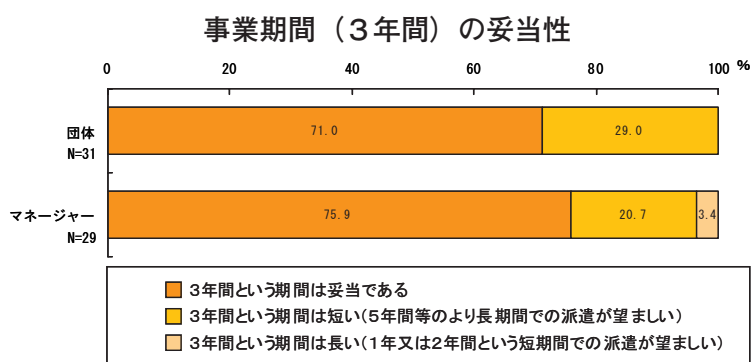
商品開発のなかでは、オリーブハマチ（餌にオリーブの葉を混ぜた養殖ハマチ）が、劣化が少ないため市場で高値を呼んでいる。また、肉牛についてもオリーブの搾りかすを混ぜた肉牛の肥育を始めており、今後が期待される。

10. 事業の妥当性

■ 事業期間は概ね妥当

自治体とマネージャーのいずれも70%以上が3年間で妥当と捉えている。これは、地域に入り込み、地域とコミュニケーションをとりながら課題発見をし、事業立案、実施という一連のプロセスを完遂することができる一連のサイクルから3年間は妥当とみている。

事業タイプ別にみると、知恵袋型において81.8%が「3年間という期間は妥当である」と捉えている。3年間かけて知恵が地域に伝授され、その後は地域が自立的に動き出している。また、村おこし型及びプロジェクトコンダクター型は「3年間という期間は短い」という回答がほぼ半数となっている。



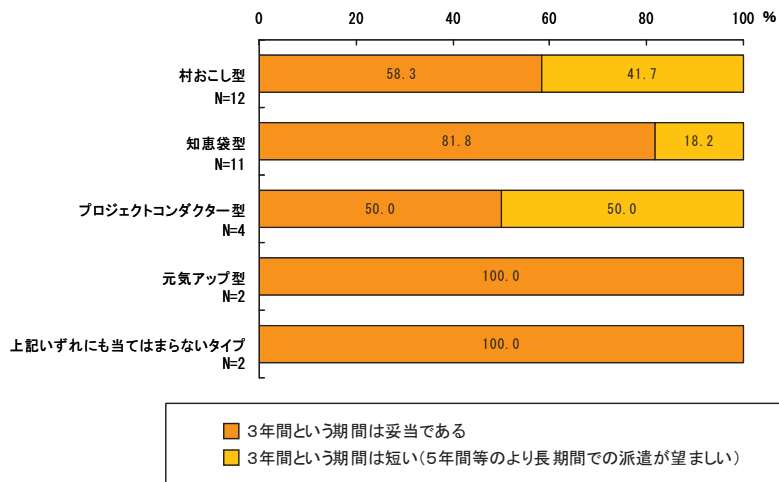
村おこし型については、ほぼゼロから事業がスタートされるため、3年間では短いという地域もある。プロジェクトコンダクター型においては、マネージャーが事業を主導しており、3年間では地域に事業が十分定着していない場合、もう少し長くマネージャーに事業を主導して欲しいというニーズがある。

一方、元気アップ型は、「3年間という期間は妥当である」が100%となっている。3年間で地元関係主体の連携促進、機運情勢が図られていることが窺える。

3年間以上となると、マネージャーに頼りがちになり、地域の自立・自発的な取り組みや意識が薄れてしまうという認識が自治体内には多い。

ただし、3年間では短いとする声も自治体では29.0%、地域再生マネージャーでは21.0%ある（自治体はフォローアップの期間などが必要としている）。また、マネージャーは、観光などにおいて集客の成果につなげるには3年間は短いという声等がある。

事業タイプ別の事業期間（3年間）の妥当性



■ 常駐型が前提のため費用面でやや過剰な稼働もあったが総合的には妥当な事業

妥当性を費用面でみると、マネージャーが常駐または常駐に近い滞在（月の稼働日数が22日程度）を想定しているため、「元気アップ型」を除いて、やや過剰な稼働となっている可能性がある。

しかし、前述のように、当初、地域再生マネージャー事業が目論んだ地域振興計画の実践に終始することなく、持続可能な市町村づくりに向けた人材の発掘・育成、組織の立ち上げ、仕組みづくりを生み出したことや、地域に連帯感をもたらしたこと、行政において事業の継続や発展が見られたこと、そして、地域に密着して人材を発掘・育成しながら、地域を再生するという地域振興手法を確立したことなどを総合的にみれば、事業は妥当であったといえる。

IV. 『地域再生人材相談事業』の概要

1. 趣 旨

- 平成16年度にスタートした「地域再生マネージャー事業」は、6年間で計39の自治体において事業が実施され、地域における人材の育成やノウハウの指導が図られた（平成22年3月終了）

この6年間で蓄積されたノウハウをより広く活用すべく、平成20年度より地域再生人材に関する情報をデータベース化（登録制※）し、人材情報等の提供、セミナーの開催、地域再生人材等の短期派遣（地域診断）、地域再生に関するアドバイス等を各自治体向けに積極的に行う

2. 主な事業内容

① 地域再生人材相談窓口「いいひと人材情報デスク」の設置

地域の課題に対応するため、各分野における高度な専門知識を有する民間企業・個人（主として地域再生マネージャー経験者）の情報を提供する相談窓口（デスク）を設置し、アドバイスを行う

② 人材データベース（DB）への登録 ※総務省「地域人材ネット」と連携

主として地域再生マネージャー経験者を登録する。「いいひと人材情報デスク」はこのデータを活用し市町村からのご相談に適切かつ迅速に対応する

③ 地域セミナーの開催

地域再生マネージャーの人材活用が地域課題の解決に有効かつ効果的であるということをも多くの自治体職員等にご紹介するために、地域再生マネージャーによる地域再生事例の紹介や再生手法等をテーマにした地域再生セミナーを開催する（※財団は講師派遣費・会場費等を含む事務経費を負担する）

④ 地域再生マネージャー等の短期派遣

「いいひと人材情報デスク」にご相談いただいた市町村を対象に財団と地域再生マネージャー等が簡易な地域診断（地域課題・地域の資源等の発掘の現地調査）のため、短期派遣する（※財団はマネージャー派遣費・事務経費を負担する）

3. お問い合わせ先

各事業に対する要望・問い合わせについては、随時「いいひと人材情報デスク」で受付。

電話：03-3263-3450

e-mail：iihito-oshiete@furusato-zaidan.or.jp

地域再生セミナー

沖縄セミナー

平成21年6月11日(木)

【セミナー内容】

セミナーは二部構成で実施されており、第一部では、ふるさと財団 嶋津 昭 理事長による開会の挨拶にはじまり、続いて沖縄県の主要産業である観光について、平安女学院大学教授で観光カリスマの佐藤喜子光氏より「観光『静脈』を鍛えよう」というテーマで基調講演がありました。

第二部では、総務省地域振興室の伊藤 信室長より「人材を活かした地域の活性化」をテーマとした挨拶があり、その後、中島 淳 地域再生マネージャー（山形県遊佐町）、佐藤和幸 地域再生マネージャー（沖縄県南城市）より、地域再生に取り組んだ事例紹介があり、最後に事務局より、ふるさと財団の「短期派遣事業」について紹介がありました。第一部の基調講演では、「来たお客さんをどうやって満足してもらって帰ってもらうかが静脈である。購入段階（＝旅行会社に申し込んだ段階）で終わるのでなく、消費段階（＝現地で旅行を楽しんでもらう段階）が重要。満足した客は100人のよいセールスマン役になる。」といった指摘があったほか、質疑応答では「観光産業を育成・発展させるために必要なものは、受け入れる人材の育成ではないか」等の意見がありました。



沖縄セミナーでご挨拶する嶋津理事長



基調講演をする 佐藤喜子光氏



山形県遊佐町の事例紹介をする中島マネージャー



沖縄県南城市の事例紹介をする佐藤マネージャー

秋田セミナー

平成21年 7月22日(水)

【セミナー内容】

第一部では、ふるさと財団 嶋津 昭 理事長、秋田県 足立雅英 総務企画部長による開会の挨拶にはじまり、続いて総務省 椎川 忍 地域力創造審議官より「地域資源を活かしたムラづくり」というテーマで基調講演がありました。続いて斎藤俊幸 地域再生マネージャー（熊本県荒尾市ほか）より「地域再生マネージャーによる事例発表と魅力づくりの視点」と題した地域再生に取り組んだ事例及び知見の紹介、門間 良雄 五城目町まちづくり課主査より「五城目町馬場目地区における事例『地域資源を活かした高齢化等集落の挑戦』」と題した事例の紹介がありました。

第二部では、椎川審議官、斎藤俊幸 地域再生マネージャー（熊本県荒尾市ほか）、集落代表者、市町村職員等を交え、吉田理沙 市民活動支援アドバイザーによるコーディネートで座談会が実施されました。最後に、ふるさと財団の「短期派遣事業」について紹介がありました。

第一部の基調講演では、「地域力は地域の資源と人間力の二つだと思っている。その中でも人間力は能力とやる気の積和と考えている。いかに“やる気”と“能力”のある人をその地域に集められるかが地域再生の鍵である。」といった指摘がありました。座談会では、「重要なことは地域の課題を探したら、すぐにそれに取り掛かること。計画つくって補助金もらってからの開始では遅い。次の日から投資してやりたいと思えることがあるかどうか重要である」という指摘がありました。



総務省
椎川審議官



秋田セミナー全体風景



座談会風景（左 斎藤マネージャー / 中央 椎川審議官 / 右コーディネーターの吉田理紗氏）



座談会ご参加の地元代表の皆様



荒尾市・宇城市の事例紹介をする斎藤マネージャー



秋田県五城目町馬場目地区の事例を紹介をする門間氏

宮崎セミナー

平成21年9月2日(水)

【セミナー内容】

セミナーは二部構成で実施されており、第一部では、ふるさと財団 荒井 弘正 地域再生部長、総務省自治行政局地域自立応援課地域振興室長の水野靖久氏より挨拶がありました。次に、宮崎県のブランド構築の方向性について、株式会社ブランド総合研究所代表取締役社長の田中章雄氏より「地域資源を活用したブランド戦略～地域の魅力を付加価値にしよう！～」というテーマで基調講演がありました。

第二部では、大島 康孝 地域再生マネージャー（香川県小豆島町）、柳田 剛一 地域再生マネージャー（宮崎県高千穂町ほか）により、地域再生に取り組んだ事例紹介があり、最後に事務局より、ふるさと財団の「短期派遣事業」について紹介がありました。

第一部の基調講演では、「ブランド戦略とは付加価値を高め、ビジネスチャンスを大きくするものである。ビジネスチャンスが大きくなれば、地域が活性化する。モノを売るのではなく、付加価値を高めることを目的とすることが重要である。」といった指摘がありました。また、大島 康孝地域再生マネージャーからは「ブランドは構築したらおしまい、ではない。構築したブランドを守り、管理していく継続的な努力が重要である。」という指摘が、柳田 剛一地域再生マネージャーからは「高千穂町での4年間の取組を通して、「よそ者、馬鹿者、若者」が重要だということに改めて感じている。」という指摘がありました。



基調講演者 田中章雄先生の講演風景



小豆島町の事例紹介をする大島マネージャー



宮崎県セミナー全体風景



高千穂町の事例紹介をする柳田マネージャー

福井セミナー

平成21年10月7日(水)

【セミナー内容】

第一部では、ふるさと財団 荒井 弘正 地域再生部長、総務省自治行政局地域自立応援課地域振興室長の水野靖久氏による挨拶に始まり、次いで地域での観光施策のあり方について、平安女学院大学教授 国際観光学部長の佐藤喜子光氏より「観光静脈を鍛えよう！」というテーマで基調講演がありました。

第二部では、高橋 一夫 地域再生マネージャー（石川県七尾市ほか）、田澤 由利 地域情報化アドバイザーより地域再生に取り組んだ事例紹介がありました。

第一部の基調講演では、「観光の手段と目的をはっきりさせることが重要である。観光客にとって最も重要なのは、旅行中のプロセスである。その部分に対応する業者を育成していくことが課題である。」といった指摘がありました。また、高橋 一夫地域再生マネージャーからは「現在は時間消費型の観光街づくりが重要になっており、以前のような金銭消費型の観光街づくりの重要性は低下してきている。」という指摘が、田澤 由利地域情報化アドバイザーからは「重要なのは、消費者がどのようなニーズを持って、どのようなプロセスをたどって旅行していくのか、ということサービスを提供側が考えていくことである。」という指摘がありました。



福井県セミナー実施風景



基調講演中の佐藤喜子光先生



地域情報化アドバイザー田澤由利氏による事例紹介



石川県七尾市の事例紹介をする高橋マネージャー

鳥取セミナー

平成22年 1月12日(火)

【セミナー内容】

第一部では、ふるさと財団 嶋津 昭 理事長による開会の挨拶にはじまり、続いて平井 伸治 鳥取県知事による挨拶がありました。

基調講演では、増田 寛也 野村総合研究所顧問・元総務大臣から「豊かな地域社会作りに向けた多層的連携」と題した問題提起がありました。

第二部では、渋澤 寿一 地域再生マネージャー（岡山県真庭市ほか）より「産学官連携による環境循環型地域づくり」と題した地域再生に取り組んだ事例及び知見の紹介、斉藤 青雲 株式会社JCK代表取締役社長より「広域連携による海外ブランドの形成」と題した事例の紹介がありました。最後に、ふるさと財団の「短期派遣事業」について紹介がありました。

第一部の基調講演では、「国の持つパワーを地方に移すだけでなく、横の関係の強化も重要である。県同士や市町村同士で協力関係を構築することで、強みと弱みを補完し合い、お互いに発展することができる」といった指摘がありました。

第二部では、渋澤氏から、「社会は、地域主導で社会経済の仕組みを決定していかなければならなくなっている。真庭市では林業を核として利益を出し、地域に雇用を生む取り組みをしてきた。」という事例紹介があったほか、質疑応答では「農林業活性化には特効薬はなく、忍耐と継続的な取組が必要である」という意見がありました。また、斉藤氏から、「中国での現在の日本のりんごは市場での認知度が向上して安定しているが、県と県が連携して商品のPRをするなどの取り組みがなければ中国を相手にするためには、一つの県ではキャパシティが小さすぎる。」という課題も提示された。



基調講演中の増田寛也・元総務大臣



平井・鳥取県知事



鳥取セミナー全体風景



真庭市の事例紹介をする
渋澤マネージャー



海外でのブランド化に向けた事例紹介をする(株)JCK斉藤社長

地域再生マネージャー等の短期派遣

富山県南砺市

平成21年6月30日(火)～7月2日(木)

地域再生マネージャー 谷本 互 (財団法人地域振興研究所)

つぐま たかこ (フードコーディネーター)

世界遺産に登録されている合掌造り集落を核とした観光振興戦略について検討しました。

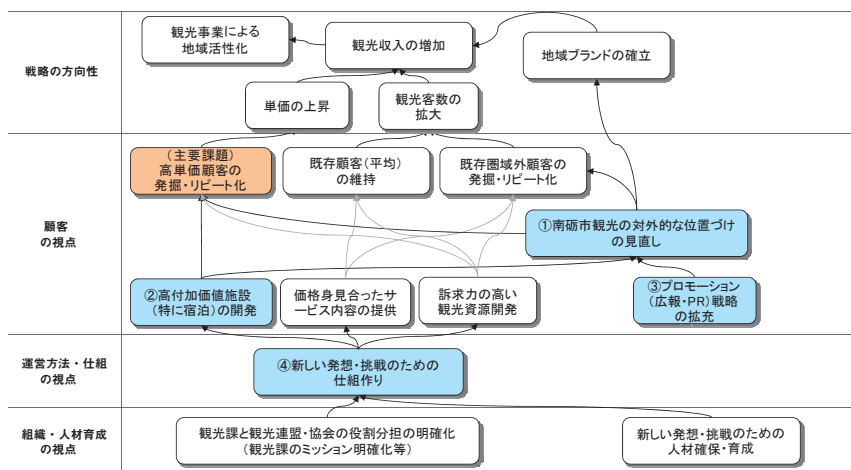
①地域再生マネージャーから指摘された南砺市観光の課題

地域再生マネージャーからは、「近隣エリアからの日帰り客が多く、十分な観光収入に結び付いていない。」「世界遺産というたぐいまれな強みを持っていながら明確な対外的打ち出しが出来ていない」「生活が存在する合掌家屋である世界遺産という強みが十分に活かされておらず、本来受け取れるはずの高客単価が享受できていない」「世界遺産としての認知度が十分でない」という課題の指摘がありました。

②提言された戦略・対応方向性

課題に対しては、次のような戦略・対応方向性が提言されました。一つ目は、「南砺市観光の対外的な位置づけの再定義」、二つ目は、「単価も高いけれども、お客様の感じる価値も高い」という対外的な位置づけに基づく「高付加価値施設（特に宿泊施設）の開発」、三つめは、プロモーション（広報・PR）戦略の拡充です。

提言の全体像（網かけ①～④が主要な提言された戦略・対応方向性）



世界遺産である合掌造り家屋

沖縄県豊見城市

平成21年8月9日(日)～8月11日(火)

地域再生マネージャー 高橋 一夫 (神戸流通科学大学)

柏木 千春 (株式会社JTB法人東京)

豊見城市では観光振興について検討しました。

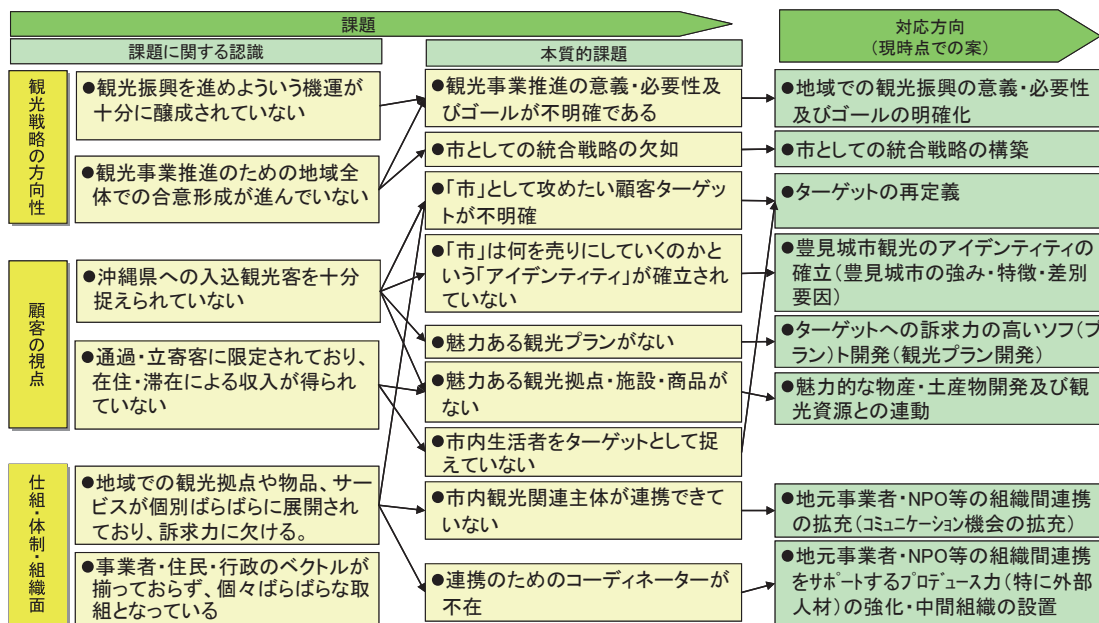
①地域再生マネージャーから指摘された豊見城市の観光振興の課題

豊見城市是那覇市のベッドタウンとして発展してきた市であり、沖縄県のなかでは、それほど観光振興の盛んな地域ではないものの、近年は、那覇空港への近さを生かした観光開発計画が立てられるなどしている地域です。また、ラムサール条約に指定された湿地や、戦跡などの、観光資源もあります。しかし、取組にはこれからという点が多く、次のような指摘が地域再生マネージャーからなされました。「事業者、住民、行政の間で観光振興に向けたベクトルが個別ばらばらに行われている。」「市としての観光客のターゲットが明らかでない。」「沖縄県への観光入込客を十分捉えきれておらず、立ち寄り客に限定されている。」などです。

②提言された戦略・対応方向性

上記のような課題の対応としては、まず、地域全体で住んでよし、訪れてよしのまちを目指す、「観光まちづくり」の考え方、ビジョンを共有することが重要であると提言されました。また、観光地として発展していく際には、まずは地域の人達が、自らの地域の魅力に気づく必要があります。そこで、豊見城市の観光振興の初期段階においては、市内の生活者など身近な人に楽しんでもらえる観光プランや見所を用意し、それを磨き上げることで、県の他地域、ひいては県外からの観光客の集客につながるといった、実際に観光振興を図る段階にて有用なアドバイスもなされました。

豊見城市の観光振興に向けての課題と対応方向性



沖縄県石垣市

平成21年 8月20日(木)～ 8月22日(土)

地域再生マネージャー 中島 淳 (株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ代表)

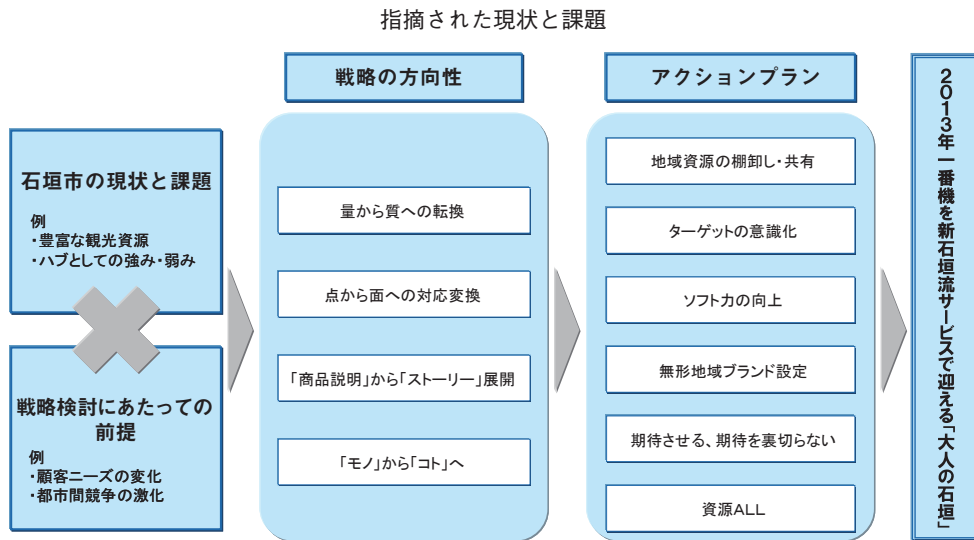
国内でも有数の観光リゾート地の中長期戦略について検討しました。

①地域再生マネージャーから指摘された石垣市観光の課題

地域再生マネージャーからは、石垣市が離島観光のハブ拠点であるがゆえのデメリットの存在と、既に豊かな観光資源を持っているが故の観光産業振興への意識の弱さが指摘されました。また、中島マネージャーは、既に多くの観光客が来訪しているという事実があるために、これ以上観光産業に注力する必然性が地域住民の間に共有されておらず、「何もしなくてもどうにかなる」という意識が生まれてきている可能性について言及しました。また、それゆえに石垣の観光資源やそれらの資源の強みが把握し切れておらず、訴求するターゲット顧客も特定されていないのではないか、という点について指摘がなされました。

②提言された戦略・対応方向性

課題に対しては、「量から質への転換」、「点から面（島全体）への対応変換」、「商品説明からストーリー展開」という3つの視点で戦略および対応の方向性が提案されました。



マネージャーを交えたディスカッション



豊かな自然が魅力の石垣市

秋田県由利本荘市

平成21年9月30日(水)～10月2日(金)

地域再生マネージャー 齊藤 俊幸 (イング総合計画株式会社)

地域の産業振興を目的に市が出資する第3セクターである(有)天鷲ワインと(株)鳥海高原コースパーク・ミルジー部門の診断と再生への処方箋について検討しました。

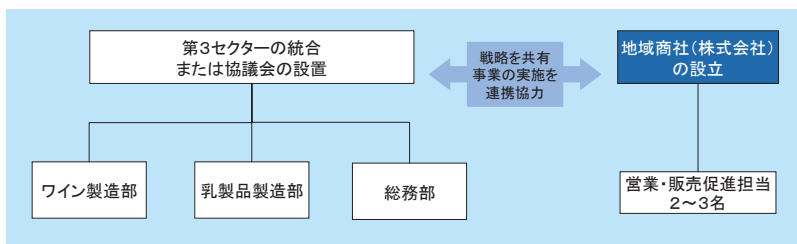
①地域再生マネージャーから指摘された課題(天鷲ワイン)

(有)天鷲ワインは全国的にも珍しいプラムを使ったワインを製造・販売しています。しかし、最盛期の販売本数は12万本であるのに対して、現状は3～4万本に減少しており、財務上も赤字が拡大しています。Product(商品力)、Price(価格帯)、Place(販路)、Promotion(PR・広報)という4つの視点それぞれで課題がありましたが、特にPlace(販路)では利幅が薄い販路になっていること、またPromotion(PR・広報)については商品の特徴が明確化されていない(単なるプラムのワインというプロダクトアウトな商品コンセプトになってしまっている)ことが大きな課題と診断しました。

②提言された戦略・対応方向性(天鷲ワインについて)

コストカットと売り上げアップの両面からワイン事業を立て直すことを検討しました。前者については現在観光と製造の両方の機能を持つ施設を製造に特化させ、人件費を縮減することなどが提案されました。後者については、ワインという“もの”を売る発想から、ワインを活用した経験、“こと”を売るという発想に転換し、市町村合併後交流が少ない市民間の交流イベント等といっしょにワインを販売することが提案されました。安易な販路拡大や多角化よりも、地元で親しまれるようにすることが先決との診断を行いました。

第3セクターの今後の在り方(案)



・ワイン城にてワインの醸造と関連商品の製造を担う
・部長はワインの原価管理と商品改良・新商品開発の責任者

・ミルジーにて牛乳・乳製品の製造を担う
・部長は牛乳・乳製品の原価管理と商品改良・新商品開発の責任者

・会計・財務管理、庶務を担う。
・機材の有効活用のための支援や国等の支援策との調整も担う。

・観光地、直営店等への販路拡大や市民需要喚起を担う。
・社長はワイン、乳製品の営業責任者。
・一部成功報酬を導入。



天鷲ワインを製造・販売するワイン城

宮崎県えびの市

平成21年10月14日(水)～10月16日(金)

地域再生マネージャー 大島 康孝 (株式会社乃村工藝社)

吉本 由美子 (吉本事務所)

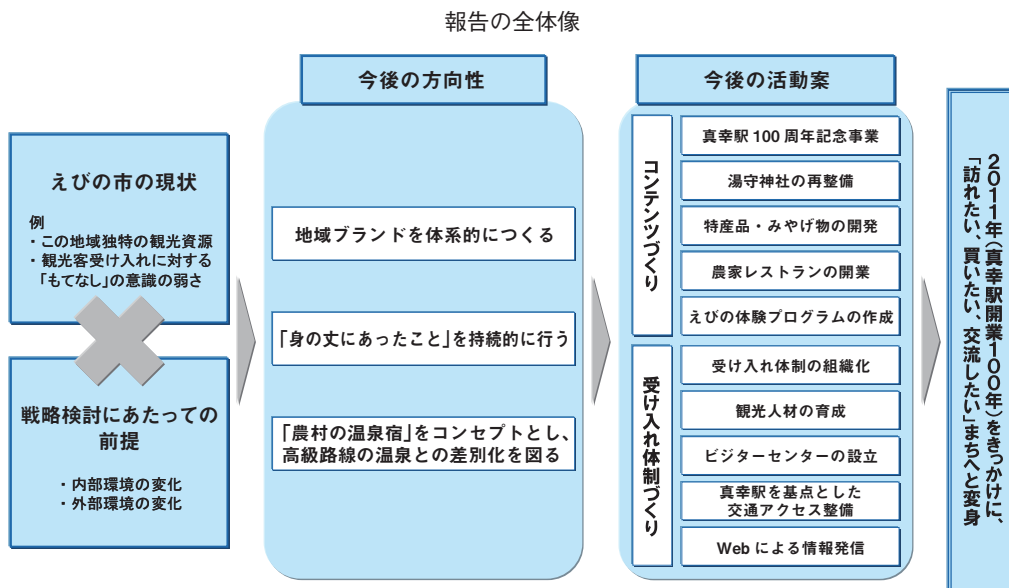
えびの市に古くから伝わる京町温泉郷・吉田温泉郷を核とした観光振興戦略について検討しました。

①地域再生マネージャーから指摘されたえびの市観光の課題

地域再生マネージャーからは、「全国的に認知されている真幸駅や、地域に根付いた風習・田園風景のポテンシャル(=観光資源となりうるもの)は高い」「テーマの設定と実態の間にギャップがあり、外部に与える印象や外部の持つ期待に沿っていない(「京町温泉郷」という名称を前面に出すと、京の町をイメージした温泉郷という印象を与える)」「えびの市全体としての統一的なテーマを持っていない」「おもてなしの心はあまり感じられない」という課題の指摘がありました。

②提言された戦略・対応方向性

課題に対しては、次のような戦略・対応方向性が提言されました。一つ目は、「えびの市としての地域ブランドの体系化」、二つ目は、「身の丈にあったことの継続」、三つめは、京町温泉・吉田温泉のポジショニングの見直しです。



農業神「田の神さあ」と田んぼ



地元の方々との意見交換会

石川県奥能登2市2町

平成21年10月27日(火)～29日(木)

地域再生マネージャー 谷本 互 (財団法人地域振興研究所)

井上 弘司 (地域再生診療所)

珠洲市、輪島市、能登町、穴水町という能登半島北部に位置する2市2町の連携による観光振興戦略について検討しました。

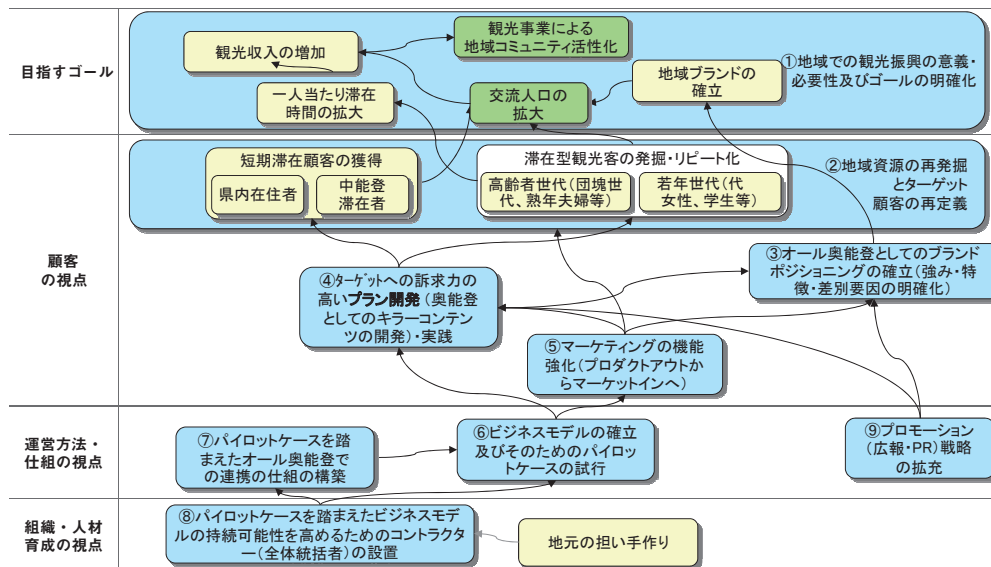
①地域再生マネージャーから指摘された奥能登地域の観光における課題

地域再生マネージャーからは、「奥能登全体の観光活性化に関する方針がない。」「どのような顧客に来てほしいのかというターゲットが曖昧である」「近隣地域や県外の特徴ある地域に対する優位性が明確でない」「個々の観光拠点や観光プログラムが個別に作られており、点での展開となっている」という課題の指摘がありました。

②提言された戦略・対応方向性

課題に対しては、主に次のような戦略・対応方向性が提言されました。一つ目は「オール奥能登としてのブランドポジショニングの確立」、二つ目は「ターゲットへの訴求力の高い観光プラン開発」、三つめは、「ビジネスモデルの確立及びそのためのパイロットケースの試行」です。

提言の全体像 (①～⑨が主要な提言された戦略・対応方向性)



関係者・団体との意見交換会



輪島市・ふるさと体験学習館での豆腐作り体験

宮崎県美郷町

平成21年11月11日(水)～11月13日(金)

地域再生マネージャー 柳田 剛一 (株式会社ANA総合研究所)

喜安 英伸 (航空食品株式会社)

平成18年に合併して出来た美郷町の農産物・農産加工品の営業展開、地域ブランド構築、地域連携の在り方について提言しました。

①地域再生マネージャーから指摘された美郷町の課題

美郷町での視察の中で、地域再生マネージャーからは「美郷町として目指すべきゴールイメージの共有」、「誰に・何を・どうやって買ってもらうのかの明確化」、「地域の強みを維持しつつ顧客の接点を一元管理できる仕組み作り」の3つが課題として挙げられました。

②提言された戦略・対応方向性

これらの課題に対して地域再生マネージャーから示された主な戦略・対応の方向性は、次の通りです。一つは、「いつまでに」、「何を成し遂げるのか」ということについての美郷町内での合意を形成することで美郷町としてのゴールを共有すること、二つは、美郷町だけが持っている強み、特徴の明確化、地域内での合意を形成することで「美郷町ブランド」を確立すること、三つは、個別ばらばらに展開されている開発～サービスまでのプロセスを見直し、効果・効率を高めることです。

このような提言をもとに、具体的にはどのような顧客をターゲットとすればよいのか、選んだ消費者に対してどのような方法で商品・サービスを販売すればよいのかを具体的に示していきました。

提言の全体像と具体的な対応の方向性について (顧客の見極め、ビジネスプロセスの最適化)

美郷町に必要な視点	課題	対応の方向性
将来像についての視点 美郷町として目指すべき ゴールイメージの共有	①オール美郷町としてのゴールが共有 されていない	●「何を成し遂げるのか」「いつまでに」ということについての美郷町内での合意形成を作る
	②オール美郷町としてのブランドが確 立されていない	●美郷町だけが持っている強み、特徴とは何か、ということについての美郷町内での合意形成をはかり、 どのような地域として打ち出していくのかを明確化する (地域ブランドの確立)
マーケティングの視点 「誰に」「何を」「どうやっ て」買ってもらうのか	③ターゲットが明確でない	●美郷町の顧客を分析し、顧客タイプの分類をする
	④コア事業が明確でない (あれもこれもになっている)	●ニーズを満たすような「イチオシ商品」を選んで集中投下する
組織の視点 地域の強みを維持しつつ 顧客との接点を一元管理 できる仕組みづくり	⑤マーケティングができていない (生産者志向であり顧客志向が弱い)	●目標とした顧客は商品を「いくらで買ってくれるのか」、「どのようにPRしたら買ってくれるのか」、「どのような販路を構築すれば買ってくれるのか」を検討する
	⑥ビジネスプロセスが個別ばらばらで あり最適化されていない (特に流通以降のプロセスが弱い)	●個別ばらばらに展開されている開発～サービスまでのプロセスを見直し、効果効率を高める (オール美郷町としてのビジネスプロセスの最適化)
	⑦オール美郷町としての全体統括者が いない	●消費者と事業者との間を仲介する部署の設置。マーケティング機能、営業機能などの一元化。 (オール美郷町としての全体統括者の設置)

宮崎県小林市

平成21年11月25日(水)～11月27日(金)

地域再生マネージャー 室岡 祐司 (株式会社JTB九州)

茂木 宏子 (スポーツジャーナリスト)

小林市のスポーツ合宿誘致推進および観光振興について検討しました。

①地域再生マネージャーから指摘された小林市の課題

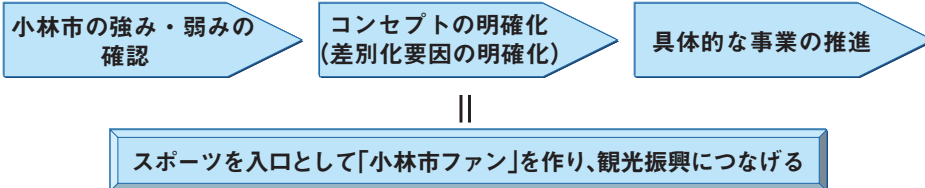
地域再生マネージャーからは、スポーツ合宿の誘致や観光振興について、「小林市はスポーツ分野(特に高校駅伝)で、高い知名度やブランド力を誇り、質の高い施設もある」「地域の観光資源の掘り起こしに意欲的に取り組んでいる方々がいる」という強みがある一方で、「窓口が一本化されておらず、組織間連携が不十分」「小林市ならではの、というコンセプトが不明確であり、何をセールスポイントとしたいのかが分かりづらい」「価格が差別化要因となっており、他地域との値下げ合戦に巻き込まれてしまっている」という弱みがある、との指摘がありました。

②提言された戦略・対応方向性

課題に対しては、次のような戦略・対応方向性が提言されました。一つ目は、「コンセプトの明確化」、二つ目は、「ワンストップサービスの提供」、三つめは、スポーツ合宿を誘致するための様々なアイデアが地域再生マネージャーから提案されました。

診断にあたっての基本的な考え方・全体像

- 貴市のスポーツ合宿誘致推進、観光振興について、現地視察・関係者の皆様との意見交換を実施しました。
- 外部(ヨソ者)の目から見た率直な意見をご説明します。
 - 短期間の滞在であり、失礼なことを申し上げるかもしれませんが、その点はご容赦下さい。
- コンセプトの明確化が鍵。
 - 来訪者は訪問先に「コンセプト」を求めている。
 - コンセプトが明確になっていないと、地域内が一丸となって活動するのも難しい。
 - コンセプトを明確にすることはすなわち、差別化要因を明確にすること。
 - コンセプトが明確化されれば、ターゲットは自然に決まる。



総合運動公園陸上競技場



地元の方々との意見交換会

宮崎県日之影町

平成21年12月7日(月)～12月9日(水)

地域再生マネージャー 中島 淳 (株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ代表)
養父 信夫 (「雑誌「九州のムラへ行こう」編集長)

宮崎県の最北端に位置する日之影町における官民が一体となった観光振興の在り方について、住民とのディスカッションを行いながら、検討しました。

①地域再生マネージャーから指摘された日之影町観光の課題

日之影町のよさはたくさんあります。しかし、現状ではそのよさが観光客には十分に伝わっていません。癒し、森林セラピーというコンセプトは打ち出されているものの、誰にどうなってほしいのかというビジョンは曖昧です。日之影町に来る人は旅を始める前に訪れる目的を明確化しているはずで、国道をたまたま通った人をターゲットとするのではなく、日之影町を旅先として選んでもらうように、日之影町のよさをストーリー立てて伝えることが重要と診断されました。

②提言された戦略・対応方向性

日之影町を訪れるよさを明確にするために、「日之影流 ひだまり ツーリズム」というコンセプトや従来型の観光ではない「ムラたび」(ムラの物語や暮らしに触れる旅)という考え方が提言されました。また、住民が日之影町のよさをストーリー立てて伝えられるようになるための取組についても提案がありました。

提言の骨子 (日之影町の観光のコンセプト)

日之影流 ひだまり ツーリズム

日之影流

日之影町が持っているポテンシャル(名前の由来、景観、歴史、自然資源、匠の技、産物、風味などを活かした交流=ツーリズム展開を行うという意味。何故マチの人たちは阿蘇、由布院、高千穂ではなく日之影を目指すのか？

ひだまり

宮崎地方はその昔、日向(ひむか)と呼ばれており、その名前は「古事記」「日本書紀」にも登場し、その中に書かれている国生みの伝説を始め、神話の最も重要な舞台が、「日向(ひむか)」なのです。
日向(ひむか)を「日迎」と置き換えると、日を迎える場所となります。
「ひだまり」とは、「陽溜まり」。つまり、日当たりがよくて暖かい場所、太陽の暖かさを溜める場所です。
人がいつも寄り集まる一定の場所(溜り場)になって欲しいという意味を含め、今回の日之影町のツーリズムのコンセプトを「ひだまり」としました。
ひらがなで表記することで、日之影のムラ人たちのやさしさ、温かさをより表現できるのではと考えます。



廃線となった高千穂鉄道の軌道



昔ながらの風景

福井県鯖江市

平成22年 1月20日(水)～22日(金)

地域再生マネージャー 大塚 幸雄 (B.U.L. 街づくり研究所 代表)

野口 直樹 (株式会社エー・トゥー・ビー 代表)

福井県鯖江市の農業活性化戦略について検討しました。

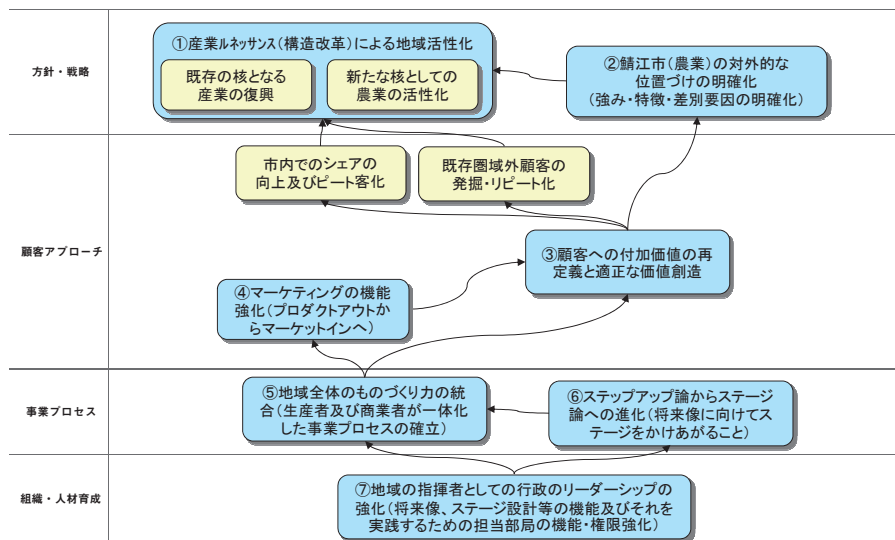
①地域再生マネージャーから指摘された鯖江市の農業における課題

地域再生マネージャーからは、「鯖江市といえば〇〇という誰もが認知できるブランドイメージがない」「顧客がなぜその商品を購入するのか、という顧客ニーズが十分掴めていない」「自分が納得のいくものを作りたいというのは分かるが、農業は芸術ではない。作り手主導の生産になっているのではないか」「生産者が個々で事業を展開し連携できていない」という課題の指摘がありました。

②提言された戦略・対応方向性

課題に対しては、主に次のような戦略・対応方向性が提言されました。一つ目は、「鯖江市農業の対外的な位置づけの明確化」、二つ目は、「顧客への付加価値の再定義と適正な価値創造」、三つめは、「思いつき開発から脱却し、顧客ニーズに基づく開発を進めること」、四つ目は、「地域全体のものづくり力の統合（生産者と商業者が一体化した事業プロセスの確立）」です。

提言の全体像（①～⑦が主要な提言された戦略・対応方向性）



関係者・団体との意見交換会



農業生産者のハウス見学

北海道上川郡剣淵町

平成22年 2月14日(日)～2月16日(火)

地域再生マネージャー 中田 浩康 (有限会社アグリテック)

野口 直樹 (株式会社エー・トゥ・ビー代表)

剣淵町の特産品開発および観光振興について検討しました。

①地域再生マネージャーから指摘された剣淵町の特産品開発および観光振興の課題

特産品開発については「確かに品質の高いものはあるが、これといって打ち出せるものがない」、「立派な農産物加工センターがあるが、新商品を作る際の発想がプロダクトアウトになっている」、「絵本の里として長い歴史を持っているが、まちの集客施設である絵本の里は教育研修施設という位置づけであり、それが観光振興に結びついていない」、「集客施設はあるが、観光客に消費をおとしてもらう収益施設が少ない」といった課題が示されました。

②提言された戦略・対応方向性

特産品開発については野口マネージャーより、「入念な下準備と、営利を目的とした事業性のある商品開発をする必要がある」というメッセージが出されました。また、中田マネージャーからは、「旭川以北の道北の観光振興を図っていくためには、その玄関口となる剣淵をまず観光地にする必要がある」という指摘とともに、道北地域の観光の将来像として、道北地域の固有の動物種（剣淵のアルパカ、下川のエミューなど）を活かし、旭山動物園への来場者をターゲットに集客を狙う「アニマルライン構想」や、北海道でも有数の手付かずの自然を生かす「天塩川くんだり（スローリバーツーリズム）」といった具体的な提言がなされました。

特産品開発のための10ステップ

STEP 1	一番自慢できるものを探す。
STEP 2	似た物探しをする。
STEP 3	賛同者を集める。
STEP 4	予算化する。
STEP 5	5W1Hを考える。
STEP 6	6つのPJTを進める。
STEP 7	何度も試作品を作る。
STEP 8	テスト販売する。
STEP 9	苦言・苦情を聞く。
STEP 10	充分条件を再確認する。



道の駅剣淵



アルパカ牧場

「地域再生マネージャー事業」
平成22年3月 発行

編集・発行 財団法人 地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

〒102-0093
東京都千代田区平河町2-5-6 新平河町ビル
TEL 03-3263-5736 FAX 03-3263-5732
URL <http://www.furusato-zaidan.or.jp/>
E-mail : furusato@furusato-zaidan.or.jp