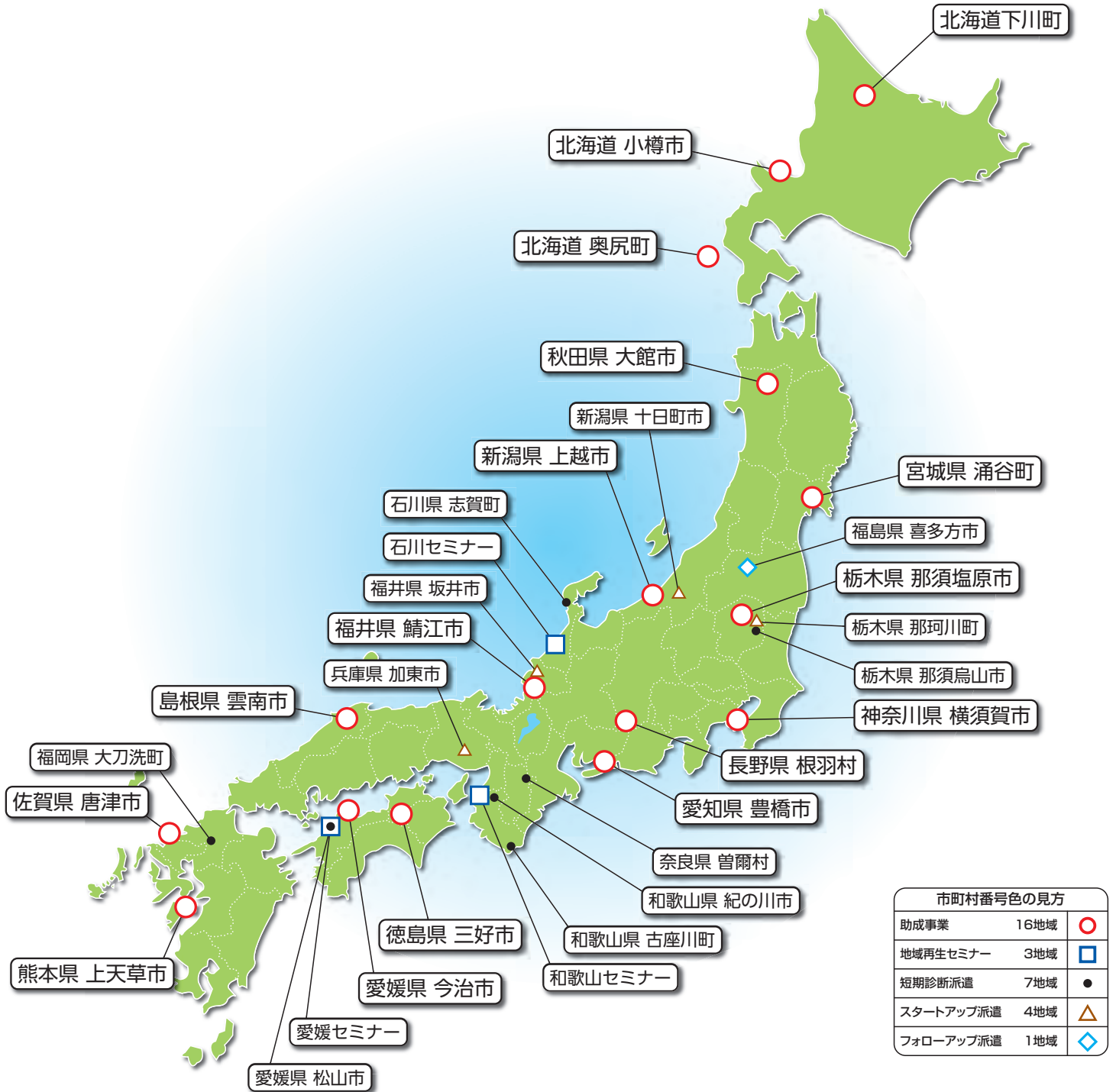


平成25年度

# 「新・地域再生マネージャー事業」

## 報告書



平成26年3月



財団法人

地域総合整備財団〈ふるさと財団〉



# はじめに

---

---

地域には、少子高齢化・人口減少など、日本が抱える問題の縮図があります。逆に言えば、地域が元気になれば、日本も元気になります。従って、地域の頑張る姿が、日本のモデルになると思います。

これを具現化するには、地域に眠っている資源に着目し、地域の多様な人々や団体を巻き込み、魅力ある地域づくりの仕組みを構築する必要があります。そのためには、外からの目線・専門知識を有する外部人材の活用が有効と考えられます。

「新・地域再生マネージャー事業」は、財団法人地域総合整備財団（ふるさと財団）が総務省と連携し、また財団法人市町村振興協会の協力を得て実施しており、助成事業と調査・相談事業から構成されています。

助成事業では、地域づくりに取り組もうとする市区町村の課題への対応について、当財団が知識やノウハウを有する地域再生マネージャー等の外部人材を派遣し、その活動に必要な経費を助成し、住民主体の持続可能な体制を整備するとともに、ビジネスの拡大を通じて雇用を生み出すための実践的なサポートを実施します。調査・相談事業では、助成事業の成果をはじめとする地域づくりの事例等を広くお知らせする「地域再生セミナー」の開催、市区町村の課題に合わせた外部人材の調査派遣（スタートアップ派遣、短期診断派遣、フォローアップ派遣）等を実施しています。

助成事業では、平成25年度は全国の応募の中から16件の事業に対して助成をしました。

多様化する地域課題に対処し、地域が自立的に行動できる仕組みを構築するため、地域住民・組織を巻き込む実施体制・基盤整備に加え、特産品開発、販路開拓、ブランド化等の商品力・開発力整備に取り組んだ結果、多彩な成果につながっています。また、様々な課題に対応するため、新たに加わっていただいた外部人材もあり、当財団からご紹介できる地域再生マネージャーが一層充実しました。

調査・相談事業では、スタートアップ派遣は4市町で、地域住民の機運醸成・推進体制整備を行い、フォローアップ派遣は1市で、持続的な地域づくりのための更なる助言を行い、短期診断派遣は7市町村で実施し、外部人材を活用するために必要な「外部人材活用マニュアル（活用期）」を作成しました。また、3県において地域再生セミナーを開催し、開催地が求めるテーマに沿った基調講演と地域再生マネージャーによる地域づくりの事例発表を行いました。

末筆ながら、本事業を推進するにあたり、アドバイザーの小田切徳美明治大学教授、凶司直也法政大学准教授、馬場竹次郎総務省地域力創造グループ地域自立応援課長、特任アドバイザーの黒澤賢治アグリネット理事長、関係各位に厚く御礼申し上げます。

平成26年3月  
財団法人地域総合整備財団（ふるさと財団）

理事長 柚木 憲一

---

---

## 「新・地域再生マネージャー事業」アドバイザー名簿

---

助成事業を推進するにあたって、「新・地域再生マネージャー事業」アドバイザー会議を3回実施し、アドバイザーより助言を受けた。

### アドバイザー

---

小田切 徳美	明治大学農学部	教授
関司 直也	法政大学現代福祉学部	准教授
馬場 竹次郎	総務省地域力創造グループ	地域自立応援課長
菅 俊一	財団法人地域総合整備財団	常務理事

### 特任アドバイザー

---

黒澤 賢治	特定非営利活動法人アグリネット	理事長
-------	-----------------	-----

敬称略

### 事務局

---

財団法人地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

事務局長	諸戸 修二
地域再生部長	森本 信哉
地域再生部課長	藤田 勝彦
地域再生部参事役	榎本 康夫
地域再生部調査役	丹下 暢孝
地域再生部調査役	隈本 康雄

みずほ総合研究所	社会・公共アドバイザー一部	主席研究員	小宮 一真
みずほ総合研究所	社会・公共アドバイザー一部	上席主任研究員	岩城 博之
みずほ総合研究所	社会・公共アドバイザー一部	上席主任研究員	吉田 健二
みずほ総合研究所	社会・公共アドバイザー一部	主任研究員	丸山 正輝
みずほ総合研究所	社会・公共アドバイザー一部	研究員	増田 陽一
みずほ総合研究所	社会・公共アドバイザー一部	研究員	卯坂 潤一郎
みずほ総合研究所	社会・公共アドバイザー一部	担当研究員	橋本 まり

# 目次

序章 平成 25 年度「新・地域再生マネージャー事業」事業成果概要	1
第 1 章 新・地域再生マネージャー事業とは	5
1. 事業の概要	6
2. 事業の進め方	9
2-1. 助成事業の内容	9
2-2. 調査・相談事業の内容	11
第 2 章 助成事業の取り組み	13
1. 採択事業の特徴など	14
2. 個別事業の取組概要	16
2-1. 北海道小樽市「地域資源を生かした小樽観光の魅力アップ事業」 ～週末食育番屋プロジェクト「伝える」から「伝えてもらう」へ～	17
2-2. 北海道奥尻町「震災 20 周年奥尻島将来への二つの礎事業」	23
2-3. 北海道下川町「森林未来都市しもかわ 持続可能な地域産業づくり」	30
2-4. 宮城県涌谷町 生薬を活かした健康まちづくり	40
2-5. 秋田県大館市「大館発！元気プロジェクト」	47
2-6. 栃木県那須塩原市「市民ファンド活用による太陽光発電装置等普及事業」	54
2-7. 神奈川県横須賀市「横須賀・長井地区 交流のまちづくりプロジェクト」	61
2-8. 新潟県上越市「北陸新幹線開業に向けた特産品開発支援事業」	68
2-9. 福井県鯖江市「めがねのまち鯖江」ブランド構築支援事業プロジェクト	75
2-10. 長野県根羽村「都市と山里をつなぐ木の駅プロジェクト」	82
2-11. 愛知県豊橋市 旧東海道二川宿ブランド化戦略の構築	90
2-12. 島根県雲南市「若者支援プラットフォームづくり事業」	97
2-13. 徳島県三好市 三好ブランド構築による地域振興事業	106
2-14. 愛媛県今治市「平成 25 年度しまなみ海道人材育成・活性化支援事業」	114
2-15. 佐賀県唐津市「廃校を活用したソーシャルビジネスの創出」	121
2-16. 熊本県上天草市「地中海化による観光再生・国際的 6 次産業創出事業」	127
第 3 章 調査・相談事業の取り組み	135
1. スタートアップ派遣及びフォローアップ派遣	136
2. 地域再生セミナー	142
3. 外部人材活用マニュアル作成のための短期診断派遣の実施	146
第 4 章 事業成果の総括と今後の課題	161
1. 助成事業の成果と課題	162
1-1. 助成事業の成果（助成事業の 7 つの取組成果）	162
1-2. 助成事業を通じての地域再生の課題	167

2. 調査・相談事業の成果と課題	170
2-1. スタートアップ派遣、フォローアップ派遣の成果	170
2-2. 外部人材活用マニュアル作成のための調査（短期診断派遣）の成果	170
2-3. 地域再生セミナーの成果	170
3. 総括	171
3-1. 外部人材を活用する効果や意義	171
3-2. 地域の発展段階に応じた地域再生手法の活用	172
3-3. 終わりに	174

# 序章

平成 25 年度

「新・地域再生マネージャー事業」

事業成果概要

## 1. 地域資源や地域人材の発掘で成果をあげた助成事業

平成 25 年度の助成事業支援先は 16 地域であったが、これからどのような地域再生をめざすべきかという「環境整備・構想段階」の市町村においても、地域資源や地域人材の発掘の面で成果をあげた地域が多かった。

交流人口の拡大をめざす観光分野において北海道奥尻町では、地域資源を活かした 20 の新しい観光プログラムが開発され、神奈川県横須賀市では、修学旅行の受け入れに向けた体験プログラムの整備と民泊の受入体制整備などが進められた。

長野県根羽村では、木の駅による地域内経済循環の向上とあわせ地域郷土食の見直しなどを通し女性の力の活用、先進地域であるドイツ・レッテンバッハ村の地域の自治・自立の取り組みの紹介が行われ、「日本で一番幸せな村」をめざして取り組んでいく機運醸成・体制整備が図られた。島根県雲南市では、地域プロデューサーの育成講座を通し、様々な地域づくりの実践が行われた。今後、同講座の修了生などによる中間支援組織が設立され、この人材育成プログラムが他の地域で展開されることにもなっている。

また、販路・マーケティングを意識した取り組みも多かった。新潟県上越市では、マーケット・イン（消費者視点）型の商品開発という観点でのアドバイスなどが行われ、特産品認証の仕組みも構築された。また徳島県三好市でもお茶や柑橘など特産品の販路開拓などが行われた。

16 地域のうち、4 地域（宮城県涌谷町、秋田県大館市、愛媛県今治市、熊本県上天草市）は 2 年度目の採択支援先であったが、事業創出に向け、商品化に向けた取組強化、販路開拓、法人設立に向けた検討開始などの進展が見られた。地域経済へ貢献する事業として実現し、地域に定着することが期待される。（平成 25 年度助成事業の各申請地域や事業成果概要などを次ページに示す。）

## 2. 参加者の満足度が高かった調査・相談事業

平成 25 年度は「調査・相談事業」として、短期診断派遣、スタートアップ派遣、フォローアップ派遣及び地域再生セミナーを実施した。

このうち、スタートアップ派遣は、地域再生への意識醸成を目的として今年度新たな支援メニューとして実施したものであり、どの地域でも地域資源に対する気づきや地域関係者の取組機運の醸成が図られている。短期診断派遣、スタートアップ派遣ともに本格的な地域再生への取り組みにつながることを期待される。

地域再生セミナーについては、和歌山県、愛媛県、石川県において開催された。開催県のテーマに応じた学識経験者などによる基調講演、地域再生マネージャーによる地域再生の事例紹介を行い、いずれのセミナーともセミナー開催後のアンケート調査で「満足」以上とする回答者の割合が概ね 8 割に達している。

### － ステージに応じた支援 －

今年度より短期診断派遣を公募型に切り替え、新たにスタートアップ派遣の制度を設定し公募で実施した。助成事業の公募と合せて、各地域の地域再生へのステージに応じて申請できる制度とした。

短期診断派遣やスタートアップ派遣から助成事業などに発展させていくケースも出ており、「第 4 章 助成事業の総括と今後の課題」の「3-2. 地域の発展段階に応じた地域再生手法の活用」としてまとめた。



■平成 25 年度助成事業の採択地域・事業名と事業目的・成果概要 その 1

	地域名	事業名	事業目的・事業成果
1	北海道 小樽市	「地域資源を生かした小樽観光の魅力アップ事業」	(目的) ・地元のNPO法人が祝津地区を元気にするための取り組みについて、準備等の負担感なく、恒常的に取り組める「仕組み」を構築し、これによって、祝津地区を小樽市の第三の観光エリアとして回遊性を創出することを目的としている。 (成果概要) ・食育に関心のある子育てママをターゲットとした、「週末食育番屋体験プロジェクト」を5回開催し、NPO法人のプログラム実行力を向上させることができた。また、「ぶっかけ飯」や漁師の屋内作業など、地元ではありふれた暮らしの中に地域資源、集客要素があることが確認できた。
2	北海道 奥尻町	震災20周年奥尻島将来への2つの礎事業	(目的) ・①東日本震災地域等に勇気を与える事業、②他の離島の参考となる資金循環モデル、③100年後も揺るぎのない礎、④法定外目的税の導入、観光事業および特産品事業の価値最大化のための人材育成の5つ。 (成果概要) ・全宿泊施設の80%がホームページを保有し、営業活動を行った。20の観光プログラムを開発、ムーンライトマラソンを誘致。法定外目的税(入島税)の準備を開始し、インターネット販売等を開始した。
3	北海道 下川町	森林未来都市しもかわ 持続可能な地域産業づくり	(目的) ・「産業活性化支援機構」を構築するとともに、プロジェクトマネジメントなど「産業活性化マネージャー」を配置して、取り組みを展開する。「産業活性化支援機構」を地域産業振興のプラットフォームとして、積極的・能動的に産業活性化策を展開し、安定的な雇用の場を創出し、現役世代の定住を図る。 (成果概要) ・「和クミ」がようやく収穫できるまでに成長し、ストーリー性のある資源と捉えて有効活用の検討を始めていることなどの地域資源を発掘することができた。デザイナー主導による木製食器製造に関するワークショップの開催により地域住民がデザインの基礎知識の習得ができた。後継者マッチングWEBサイトを開設。
4	宮城県 涌谷町	生薬を活かした健康まちづくり	(目的) ・昨年度からの継続事業で、①住民参加による生薬の生産・加工・商品化と産業活性化、②生薬による身近な健康管理の普及、③住民自らの主体的で独創的なまちづくりの推進の3つを目的としている。 (成果概要) ・生薬の生産・加工等については、耕作放棄地1,100㎡を確保したほか、コガネバナ(オウゴン)等を播種し、商品化をめざすための取り組みとして町民まつりで生薬入りクッキーをつくった。健康管理については多くの町民が講習会に参加し、生薬に関する理解を深めた。涌谷町生薬まちづくりの会が正式に発足し、役員会を中心に各活動を開始した。
5	秋田県 大館市	大館発！元氣プロジェクト	(目的) ・女性パワーを活かした地域活性化、生ハム・山の芋・枝豆などの食ブランドの構築、地域資源を使った新たなメニューの開発、農産物の需要拡大や販路拡大による地域における雇用創出や農家所得向上、農家民宿を核とした体験型ツーリズムの強化による交流人口の拡大をめざす。 (成果概要) ・おもてなし御膳、特産品の販売、ゴスペルや演劇などのステージを行うことを決定し、特産品・商品開発やデザインなどに取り組み団体を対象とし、特産品商品化勉強会を2回開催した。白神生ハム寿司のCMに応募し、秋田県内全25市町村が参加のなか準優勝。農家民宿モニターツアーを3回開催した。
6	栃木県 那須塩原市	市民ファンド活用による太陽光発電装置普及事業	(目的) ・市民に対する再生可能エネルギー創出とその利活用の意義の啓発、太陽光発電事業者の自発的設立に向けた育成事業を行い、その中で、市民ファンドにより調達する資金をもとに、市民参加型の太陽光発電装置を地域で活用する仕組みも研究する。 (成果概要) ・市の広報でのコラム掲載、小中学生向け再生可能エネルギー教室、イベントでのブース展示、環境シンポジウムの開催により、再生可能エネルギーに対する市民の理解と活用に向けた機運醸成が図れた。太陽光発電事業者設立準備会を設立し、民間事業者2社より事業計画案が示されるなど、事業化に向けた動きがでてきた。
7	神奈川県 横須賀市	横須賀・長井地区交流まちづくりプロジェクト	(目的) ・①「観光・交流」を軸とした新たな交流基盤・事業の開発と推進、②「交流のまちづくり」を担う人材の教育と育成、③農業と漁業の6次産業化で経済効果と新・地域資源を生みだし、④様々な主体が連携し主体的に取り組む手法、⑤新しい発想や実験的手法に取り組み、地域づくりのモデルをめざすの5つが目的であった。 (成果概要) ・長井体験たび推進協議会の認知度アップ、来年度、2校の修学旅行の受け入れが決定、長井弁を使った商品や長井の天然ひじきを使用したサラダ開発、漁業関連での体験プログラムの開発等の成果があった。
8	新潟県 上越市	北陸新幹線開業へ向けた特産品開発支援事業	(目的) ・事業者の特産品開発への機運を高めながら、特産品へのアドバイス、提案を行うことで、事業者のスキルの向上、地域内の連携強化、売上の拡大をめざすとともに、市として販売先・販売方法を見据えた特産品の研究開発から市場開拓及び販路拡大までをトータル支援し地域産業の活性化につなげていく。 (成果概要) ・販路を見据えた特産品開発の考え方や高速道路のサービスエリアでの事業展開の事例、メディアの活用方法、現在の特産品のトレンドなどを説明し、これまで市内事業者が商品開発や販売において意識していなかった点について指摘した。個別相談においても、自社の製品のコンセプトやターゲット、サイジングが適正か、開発を行う上での注意点の相談など、非常に多くの相談が寄せられ、可能な限り専門家チームがアドバイスをを行った。開発にチャレンジしてみようとする事業者が大きく増加した。

■平成 25 年度助成事業の採択地域・事業名と事業目的・成果概要 その 2

	地域名	事業名	事業目的・事業成果
9	福井県 鯖江市	「めがねのまち鯖江」ブランド構築支援事業プロジェクト	(目的) ・国内唯一の眼鏡産地「鯖江」のブランド確立に向けて、①若手経営者で作る任意組織「SBW」(Sabae Brand Working group)における「鯖江ブランド」の定義・基準の共有化及び②「鯖江ブランド」(コンセプトや名称、デザイン指針)を試作するとともに、産地内の合意形成を目的とした対内用ブランドブック(啓発用資料)を作成する。 (成果概要) ・SBWメンバーの自主性とヤル気が向上、「自らが取り組むべきこと」と「全体を管理する専任体制」の必要性を認識、SBW(産地の次世代を担う若手経営者有志組織)が描く鯖江ブランドの青写真が完成した。
10	長野県 根羽村	都市と山里をつなぐ木の駅プロジェクト	(目的) ・木の駅をきっかけとした過疎山村における高齢者と1ターン者・都市住民連携による森林・山村資源の活用モデルを構築することを目的とする。 (成果概要) ・毎月1回以上の会議を開催して、実行委員会の立ち上げから説明会および参加者募集と集荷・発券・換金業務と運営が自律的にできるようになった。特養稼働時、確実に良質な薪を安定的に供給できる体制づくりに向け1ターンの若者を中心とした薪供給組織の立ち上げに向けた検討が始まった。郷土食をめぐる女性グループから89品目が出品され、村外からも多くの参加が有り改めて郷土食の豊かさを実感し自信を深めた。
11	愛知県 豊橋市	旧東海道二川宿ブランド化戦略の構築	(目的) ・平成27年の商家「駒屋」の改修復元工事完了と町おこし施設としてのオープンに焦点を当て、豊橋市の地域資源を活用した「観光誘発による来訪者の獲得のためのコンテンツ開発」、そして駒屋を管理運営するための「地域住民が主体となる組織体制の構築」の中で、「地域住民の文化意識、二川に対する親しみ・誇りの醸成」を図ることを目的とする。 (成果概要) ・商家「駒屋」がオープンした際に販売する商品として複数の食を開発し、ボランティアガイドを育成・組織するための勉強会や練習会の実施、体験プログラムの開発等を行った。
12	島根県 雲南市	若者支援プラットフォームづくり事業	(目的) ・①社会起業家や地域貢献を志す若い人材の発掘及び人材育成を行い、地域課題の解決にチームとして貢献できる体制をつくる。②拠点施設、アンテナショップ等若手人材の活動を促す場を提供する。③塾生を中心とするメンバーにより、若者・地域住民等への幅広い支援ができる中間支援団体を構築する。 (成果概要) ・塾生11名が地域活性化や起業についてのマイプランを完成させ、塾生はマイプランに着実に取り組みながら、雲南市の地域活性化に貢献しはじめている。月1回のペースで拠点及び駅の待合スペースでワークショップ等を開催した。「平日は周辺住民がお茶を飲み、談笑。週末のワークショップでは若者層を中心に集まってガヤガヤとやっている。」という形が定着。
13	徳島県 三好市	三好ブランド構築による地域振興事業	(目的) ①農業の高付加価値化を推進するため、ブランド化の手法を用いて六次産業化を推進する、②観光との連携を図り、地域イメージを訴求して観光客の拡大と商品の拡販をめざす、③農業の担い手の高齢化が進み、農産物の出荷量を増やしていくこと自体が難しいため、プレミアムブランド化の先行事例をつくる (成果概要) ・山茶のプレミアムブランド化を検討するため、お茶の専門家などの鑑定をうけ、高額の価格評価があったため、「天空の山茶」として販売をしていく方向性を農家と確認した。プレミアムブランド化を進める製品の具体的な販売戦略を策定し、商談会の設定・参加および百貨店や専門店のパイヤーへのアプローチを行った。
14	愛媛県 今治市	平成25年度しまなみ海道人材育成・活性化支援事業	(目的) ・離島部に配属された12名の地域おこし協力隊の起業・定住へ向けた活動を起動、定着させる「しまなみカレッジ」を開設し、地域住民や地域おこし協力隊が主体となった持続可能な仕組みを地域に構築、根付かせることをめざす。旧町村界を超えた施設・組織として機能し広域へと広めることにより新たなプラットフォームの形成をめざす。 (成果概要) ・地域おこし協力隊と共同して体験活動を企画し実践、農家民宿の営業許可がおりるための要件を満たす防災カーテン、煙探知機等の整備、レモン酢・だいたい酢の醸造試験、サラダドレッシング3種の試作、巡回カフェ実証試験等を行った。
15	佐賀県 唐津市	廃校を活用したソーシャルビジネスの創出	(目的) ・神集島小学校をモデルに廃校を活用したソーシャルビジネスの創出をめざし、廃校活用ビジョンを地域住民とともに作成し、今後の活動基盤となる次世代の地域組織の結成、島内外の若者を中心としたコミュニティを醸成することを目的とする。 (成果概要) ・30代以下の若者たちと九州大学の学生と一緒に「神集島まちづくり研究室(まちケン)」を設立し、廃校活用ビジョンを作成し、これをもとに8つのアクションプランを立てた。このうち、休耕地を活用した畑づくりは、次年度4月から取り組むことが決定した。
16	熊本県 上天草市	地中海化による観光再生・国際的6次産業創出事業	(目的) ・①イタリア南部都市との人材・モノ・産業交流開始と地域資源の活用による滞在型観光の促進により入込数の増加をめざす、②10万匹の稚ナマコ生産開始によるナマコ産業基盤の確立、③平成26年度には、オリーブ栽培本数3,000本、オリーブオイル生産量0.7t達成による産業基盤を確立する。 (成果概要) ・くまもと里海づくり協会で人工交配実験を実施、九州産ナマコの人工種苗5万匹の育成、オリーブ植樹の啓蒙活動や一般市民向けのオリーブ栽培セミナーなどを行った。

# 第1章

---

## 新・地域再生マネージャー事業とは

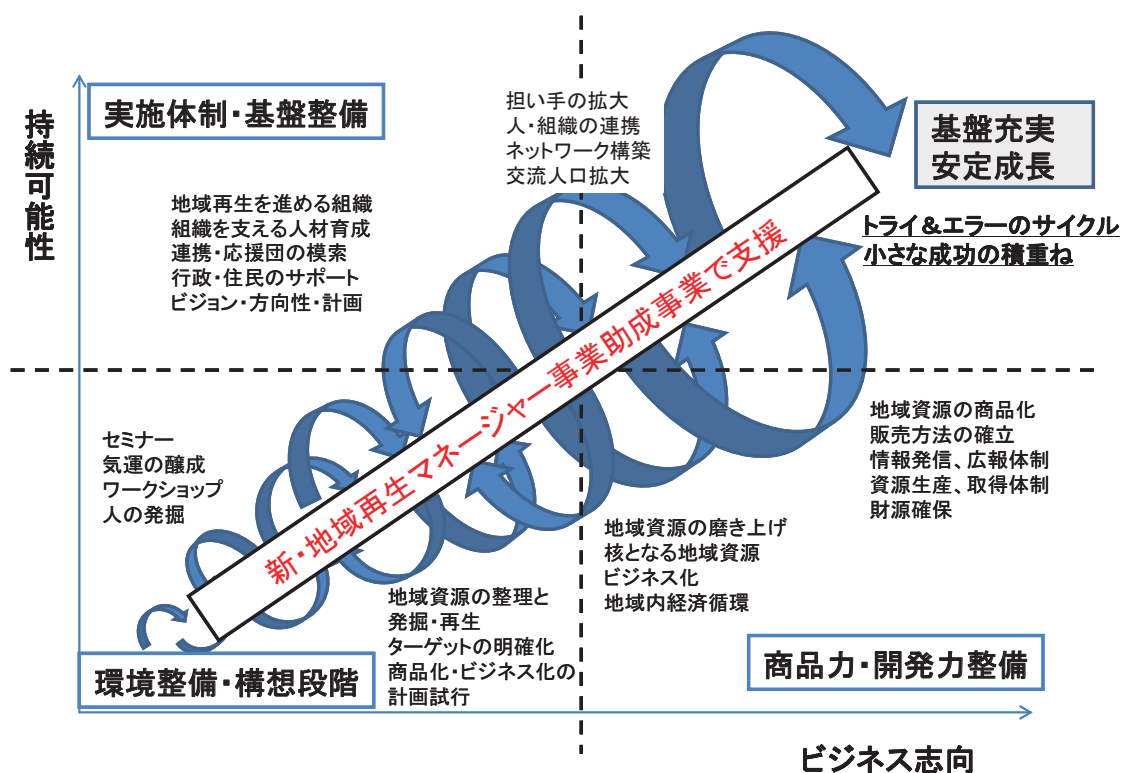
---

# 第1章 新・地域再生マネージャー事業とは

## 1. 事業の概要

本事業では、地域再生をめざす市区町村に対し、その課題に応じて各分野での知識やノウハウを有する地域再生マネージャー等を派遣することにより、持続可能な仕組みの構築などをサポートすることを目的とする。また、地域再生マネージャー等を活用したことの効果を広く市区町村に周知して、地域再生マネージャー等の活用を広めていくこと、こうした地域再生マネージャー活用に向けた市区町村の事務をサポートするためのマニュアル作成なども目的としている。

これらの目的を達成するため、本事業では、助成事業と調査・相談事業の2つの事業を実施する。今年度の新・地域再生マネージャー事業の位置づけを整理すれば、以下のとおりである。



※地域再生マネージャーとは、過去にふるさと財団の地域再生マネージャー事業に携わった経験があり、ふるさと財団に登録されている外部の専門的人材である。

上記の条件を満たしていない外部の専門的人材は、外部人材、または地域再生マネージャー等と表記している。

## (助成事業)

地域再生のための明確な課題があり、その課題解決のために地方自治体が戦略・ビジョン等の策定を行っている段階において、外部人材を派遣し、地域住民の意識を醸成し、地域住民が主体となった持続可能な仕組みの構築等の、地域に資する支援を行うものである。

### 助成事業の概要

助成対象者	市区町村
助成上限額	1事業あたり700万円以内
助成率	助成対象経費の2/3以内
助成対象経費	① 外部人材の派遣に関する経費(人件費・謝金、旅費で総事業費の概ね半分以上) ② その他財団が必要と認めた経費(委託料、会議費・使用料、印刷費・告知宣伝費、原材料費、消耗品、通信運搬料など)
助成対象期間	・平成25年4月1日～平成26年2月21日まで
公募期間	・平成24年12月3日～平成25年1月31日
留意事項	① 都道府県を經由して申請すること ② 期中の概算払いは行わないものであること

## (調査・相談事業)

### ① スタートアップ派遣【公募】

地域再生をめざす市区町村に対して、特に「地域住民が主体となった持続可能な体制づくり」等に向けての取り組みについて、外部の専門的人材(地域再生マネージャー等)を派遣し、現地調査(視察、ヒアリング、資料分析など)、課題整理、アドバイス・提言、情報提供等を行うことにより支援する。

### 調査・相談事業 スタートアップ派遣の概要

事業対象者	市区町村
派遣方法	① 外部人材の選任は、派遣内容を市区町村と協議の上、財団が実施する。 ② 派遣の人数および日数は原則として、1件あたり1人とし、年6回程度、1回につき1～2日程度、最大12日程度までとする。ただし、財団が特に認めた場合は、日数等を増加することができる。
経費	直接的に要する経費(外部人材への謝金・旅費)は原則として財団が負担し、財団から外部人材へ直接払うものとする(財団の規定による)。 その他の必要となる経費は市区町村の負担とする。
対象期間	・平成25年4月1日～平成26年2月21日まで
公募期間	・平成24年12月3日～平成25年2月8日
留意事項	① 都道府県を經由して申請すること ② 応募多数の場合は当財団で選考する

### ② 外部人材活用マニュアル作成のための短期診断派遣【公募】

地域再生をめざす市区町村に対して、当該市区町村の地域再生に係る課題、その対

応策、今後の方向性等について、外部の専門的人材（地域再生マネージャー等）を派遣し、短期間（3日以内）で診断し、提言を行う。

#### 調査・相談事業 短期診断派遣の概要

事業対象者	市区町村
派遣方法	① 外部人材の選任は、派遣内容を市区町村と協議の上、財団が実施する。 ② 派遣の人数および日数は原則として、1件あたり2人とし、2泊3日以内の派遣とする。（財団より1名～2名、財団支援業者1名～2名が同行する）
経費	直接的に要する経費（外部人材への謝金・旅費）は原則として財団が負担し、財団から外部人材へ直接払うものとする（財団の規定による）。 その他の必要となる経費は市区町村の負担とする。
対象期間	・平成25年4月1日～平成26年2月21日まで
公募期間	・平成25年3月1日～平成25年9月30日
留意事項	応募多数の場合は当財団で選考する

#### ③ フォローアップ派遣【財団による選考】

地域再生を実施してきた市区町村に対して、更なる地域資源の磨き上げ・地域経済の活性化等に向けての取り組みについて、外部の専門的人材（地域再生マネージャー等）を派遣し、現地調査（視察、ヒアリング、資料分析など）、課題整理、アドバイス・提言、情報提供等を行うことにより支援する。

フォローアップ派遣は公募によらず、財団による選考で1地域のみ実施した。対象事業者、派遣方法、経費、対象期間については①スタートアップ派遣と同様である。

#### ④ 地域再生セミナー

地域再生に関する情報発信・共有のための会議を開催する。当該会議においては、全国の市区町村に対して、地域再生に取り組んでいる市区町村における事例の紹介、外部の専門的人材（地域再生マネージャー等）による地域再生に係る手法等の紹介、国の施策の動向などの情報を、広く提供していく。

## 2. 事業の進め方

### 2-1. 助成事業の内容

#### (1) 助成事業の採択

地域再生のために地域再生マネージャーを派遣して実施する助成事業については、以下の採択基準に従って事業採択を実施し、計 16 の事業を採択した。

#### <採択基準>

分類	項目	評価基準
A-事業目的の妥当性・戦略性	A-1 事業目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の課題を把握した明確な事業目的であり地域活性化への貢献度が高い</li> <li>・他の地域に対してもモデルとなるような先進的あるいは関心が高い事業である</li> </ul>
	A-2 活用する人・資源の方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域住民、団体、活用する地域資源が事業目的、目標設定を達成する上で戦略的に考えられている</li> </ul>
	A-3 目標設定の明確化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・課題解決のための目標でありその成果、仕組みや体制・ターゲット顧客や市場及び経済効果等のゴールが明確化されている(数値目標を設定できるものについては、数値目標が設定されている)</li> </ul>
B-実施体制・基盤整備の方向性	B-1 活動基盤(担い手)の現状把握と育成、仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業推進へかかわる活動基盤の状況を把握している</li> <li>・地域の持続可能な人づくり、仕組みづくりの連携が明記されている</li> </ul>
	B-2 地域における支援体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村の事業への部署横断的な参画状況、地域における支援の可能性</li> <li>・事業実施体制の継続可能性と拡大発展性</li> </ul>
C-商品力・開発力の整備	C-1 ビジネスの現状把握と方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状分析がしっかりとなされている(基礎となる地域資源の把握等)</li> <li>・地域内外で支持されうるビジネスの方向性か、将来展望が明確に表記されている</li> </ul>
	C-2 ビジネスの継続性・発展性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット・市場の発展性、ビジネスとしての継続性が高い(単年度もしくは中長期ビジョンの中で)</li> <li>・地域全体における経済循環が考慮されている</li> </ul>
D-地域再生マネージャー等の有効活用	D-1 人材活用の具体性・実現性とマッチング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・活用する外部人材の役割が明確であり、複数名入る場合は個々の役割が明確であり重複しない</li> <li>・活用する外部人材は事業と地域にマッチングする</li> </ul>
	D-2 活用する外部専門家の能力と実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・総務省事業やふるさと財団もしくは他同様事業で活動実績がある</li> <li>・総合的に発揮能力が期待できる</li> </ul>
	D-3 活用する外部人材の地域への浸透度合、稼働予定の明確さ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外部人材の稼働予定日数等が明確に記載され、且つ充分である</li> <li>・地域において外部人材が入り込む度合が十分である</li> </ul>

## (2) 助成事業の実施スケジュール

採択した事業については、市区町村と地域再生マネージャー等によって事業計画を作成し、事業計画に沿って、事業を実施した。事業の開始時点と中間段階での2回の現地調査を実施、8月末の中間報告書の提出、本事業実施のためのアドバイザーによる助言などもいただいた。

また、今回の事業では11月の途中段階で、実際に地域で活躍している地域再生マネージャー等による事業への取組状況についての報告・情報交換を実施した。地域再生にあたっての地域側のスタンスの重要性などの意見や地域再生マネージャー等の地域での役割、地域との関わり方などについて様々な意見交換がなされた。また、採択市区町村間や地域再生マネージャー等間での有意義な情報共有がなされ、ネットワークを広げる点でも貴重な機会となった。

助成事業の全体スケジュール

時期	内容
平成24年12月 ～平成25年1月	事業公募(12/3-1/31)
3月	審査、採択 第1回アドバイザー会議
4月	事業実施計画書提出
5～7月	現地視察(1回目)
8月	現地視察(1回目) 中間報告書(8月末)
9月	現地視察(1回目)
10月	現地視察(2回目) 第2回アドバイザー会議
11月	マネージャー報告会 現地視察(2回目)
12月	現地視察(2回目)
平成26年1月	現地視察(2回目)
2月	事業完了・事業報告書
3月	第3回アドバイザー会議



## 2-2. 調査・相談事業の内容

### (1) 地域再生に関する情報発信・共有のための会議(地域再生セミナー)の対象先

3 県において、開催地が求めるテーマに沿った基調講演と地域再生マネージャー等による地域再生の事例発表を実施した。開催場所・テーマ・時期は以下のとおりである。

#### ■地域再生セミナーの開催日・開催都市とテーマ

	開催日	開催都市	テーマ
1	平成 25 年 8 月 26 日(月)	和歌山県和歌山市	『暮らし続けたい魅力ある地域をつくるために』 活用しよう！外部人材&コミュニティビジネス
2	9 月 5 日(木)	愛媛県松山市	『ビジネスの視点を取り入れた集落経営による 地域活性化』
3	10 月 3 日(木)	石川県金沢市	『食資源を活用した地域ブランド戦略』

### (2) 外部人材マニュアル作成のための地域再生に関する調査(短期診断派遣)の対象先

市区町村が、地域再生マネージャー等を活用する際に必要なマニュアルの作成を行うため、以下の 6 県 7 か所に、地域再生マネージャー等を 2 泊 3 日で派遣する短期診断派遣を実施した。

実施スケジュールは以下のとおりである。

#### ■短期診断派遣の実施時期と実施場所

	実施時期	実施場所
1	平成 25 年 7 月 3～5 日	石川県志賀町
2	8 月 7～9 日	愛媛県松山市
3	9 月 18～20 日	和歌山県紀の川市
4	10 月 23～25 日	奈良県曾爾村
5	12 月 2～4 日	福岡県大刀洗町
6	12 月 16～18 日	栃木県那須烏山市
7	平成 26 年 1 月 29～31 日	和歌山県古座川町

### (3) スタートアップ派遣・フォローアップ派遣の対象先

スタートアップ派遣の対象先は、以下の 4 市町、フォローアップ派遣の対象先は、以下の 1 市である。それぞれの事業目的・方向性は以下のとおり。

■スタートアップ派遣の対象先と事業目的・方向性

	対象先	事業目的・方向性
1	栃木県那珂川町	「木の駅プロジェクト」を実施することによる林業の再生、商店街の振興、町の活性化。
2	福井県坂井市	農業再生構想の構築～遊休農地対策と農作物の戦略的販売、地域農業の担い手の育成～
3	新潟県十日町市	市内の農業者グループ「小規模加工団体」による6次産業化、地場産業振興センターに地域商社機能を持たせる。
4	兵庫県加東市	酒米産地 PR と日本酒消費拡大活動を自主的に展開できる体制の組織化

■フォローアップ派遣の対象先と事業目的・方向性

	対象先	事業目的・方向性
1	福島県喜多方市	豊富な農山村資源を活用し、都市と農村の交流、地域経済の活性化、雇用の創出を図るモデル事業の構築と人材育成

## 第2章

---

### 助成事業の取り組みと成果

---

## 第2章 助成事業の取り組み

### 1. 採択事業の特徴など

助成事業全体としては事業分野の多様化や深化等が見られ、観光プログラムの開発と特産品開発等、複数の分野の事業化に向けた検討を同時並行で進めるケースが目立っていた。このため、対応する外部人材も1人ではなく、地域再生マネージャーを中心として複数の外部人材で対応するケースが多くなっている。

助成事業の取組分野については、以下の図表のように多岐にわたっている。

地域別にみると北海道の事業が多い以外は、近畿を除き全体の地域バランスが取れている。

地方	採択市町村	ものづくり	観光・交流	場づくり・人材育成	流通・販売	備考
北海道	北海道小樽市	●	●	●	●	
北海道	北海道奥尻町		●		●	
北海道	北海道下川町	●		●	●	
東北	宮城県涌谷町	●		●		まちづくり(継続事業)
東北	秋田県大館市	●	●	●		(継続事業)
関東	栃木県那須塩原市			●	●	再生可能エネルギー
関東	神奈川県横須賀市		●	●		
北陸	新潟県上越市	●		●	●	産地ブランド
北陸	福井県鯖江市			●	●	産地ブランド
中部	長野県根羽村		●	●	●	
中部	愛知県豊橋市	●	●	●		
中国	島根県雲南市		●	●		
四国	徳島県三好市				●	産地ブランド
四国	愛媛県今治市	●	●	●	●	地域おこし協力隊支援(継続事業)
九州	佐賀県唐津市			●		
九州	熊本県上天草市	●	●	●		(継続事業)

#### (1) 初年度採択先の特徴

本年度の採択事業は16地域中、12地域が新たな採択地域であったことから、環境整備・構想段階の事業が多かった。これからどのような地域再生をめざすべきかという基本方向に関する検討が中心となっていたが、地域資源の発掘や地域人材の発掘の面で成果をあげた地域が多かった。

北海道奥尻町では、地域資源を活かし20の新しい観光プログラム商品を開発し、愛知県豊橋市では旧東海道二川宿の再生事業の一環として体験プログラムの開発等を行っている。地域資源を活用した特産品実現に向けた取組事例も多く、北海道小樽市の「ぶっかけ飯」、神奈川県横須賀市の「天然ひじきを使用したサラダ」など、いくつもの商品化が模索された。

また、地域人材の発掘面でも成果が見られ、佐賀県唐津市では30代以下の若者たちが中心となり「神集島まちづくり研究室(まちケン)」を設立し、廃校活用ビジョンを作成した。

本支援事業により、福井県鯖江市の地元眼鏡協会の若手経営者で構成される団体の取り組み意欲が高まったという報告もされている。

## (2) 継続採択先の特徴

16 地域のうち、4 地域（宮城県涌谷町、秋田県大館市、愛媛県今治市、熊本県上天草市）は2年度目の採択支援先であったが、事業創出に向け、商品化に向けた取組強化、販路開拓、法人設立に向けた検討開始などの成果があがっている。

宮城県涌谷町では、昨年度の検討結果を踏まえ、具体的なアクションプランの実行に移っている。生薬の生産・加工等については、耕作放棄地 1,100 m<sup>2</sup>を確保し、コガネバナ（オウゴン）等を播種している。健康管理に関する講習会には、毎回多くの住民が参加し、生薬に関する理解を深めている。涌谷町生薬まちづくりの会が正式に発足し、役員会を中心に各活動を開始し、法人化の検討も進められ、実施体制の強化に取り組まれた。

秋田県大館市では、「あきたふるさと手作り CM 大賞」に白神生ハム寿司で出品し、秋田県内全 25 市町村が参加のなか準優勝した。また、農家民宿モニターツアーを 3 回開催した。

愛媛県今治市は地域おこし協力隊との協働が特徴である。体験活動を企画・実践し、農家民宿の営業許可がおりるための要件を満たす防炎カーテン、煙探知機等の整備を行った。レモン酢、だいたい酢の醸造試験、サラダドレッシング 3 種の試作、巡回カフェ実証試験等を行った。担い手の定着に向けての取り組みが持続されている。

熊本県上天草市ではナマコとオリーブの産業育成が継続されている。ナマコについては、くまもと里海づくり協会で人工交配実験を実施、九州産ナマコの人工種苗 5 万匹を育成し、オリーブについては、オリーブ植樹の啓蒙活動や一般市民向けのオリーブ栽培セミナーなどを行った。産業創出のための基盤整備が図られている。

## 2. 個別事業の取組概要

平成 25 年度の 16 採択事業について、事業の背景と目的、事業の内容と成果、事業実施体制、主な成果と課題及びマネージャーからのコメントについて整理を行った。

	地域名	事業名
1	北海道 小樽市	「地域資源を生かした小樽観光の魅力アップ事業」
2	北海道 奥尻町	震災 20 周年奥尻島将来への 2 つの礎事業
3	北海道 下川町	森林未来都市しもかわ 持続可能な地域産業づくり
4	宮城県 涌谷町	生薬を活かした健康まちづくり
5	秋田県 大館市	大館発！元気プロジェクト
6	栃木県 那須塩原市	市民ファンド活用による太陽光発電装置普及事業
7	神奈川県 横須賀市	横須賀・長井地区 交流まちづくりプロジェクト
8	新潟県 上越市	北陸新幹線開業へ向けた特産品開発支援事業
9	福井県 鯖江市	「めがねのまち鯖江」ブランド構築支援事業プロジェクト
10	長野県 根羽村	都市と山里をつなぐ木の駅プロジェクト
11	愛知県 豊橋市	旧東海道二川宿ブランド化戦略の構築
12	島根県 雲南市	若者支援プラットフォームづくり事業
13	徳島県 三好市	三好ブランド構築による地域振興事業
14	愛媛県 今治市	平成 25 年度しまなみ海道人材育成・活性化支援事業
15	佐賀県 唐津市	廃校を活用したソーシャルビジネスの創出
16	熊本県 上天草市	地中海化による観光再生・国際的 6 次産業創出事業

## 2-1. 北海道小樽市

「地域資源を生かした小樽観光の魅力アップ事業」

～週末食育番屋プロジェクト「伝える」から「伝えてもらう」へ～

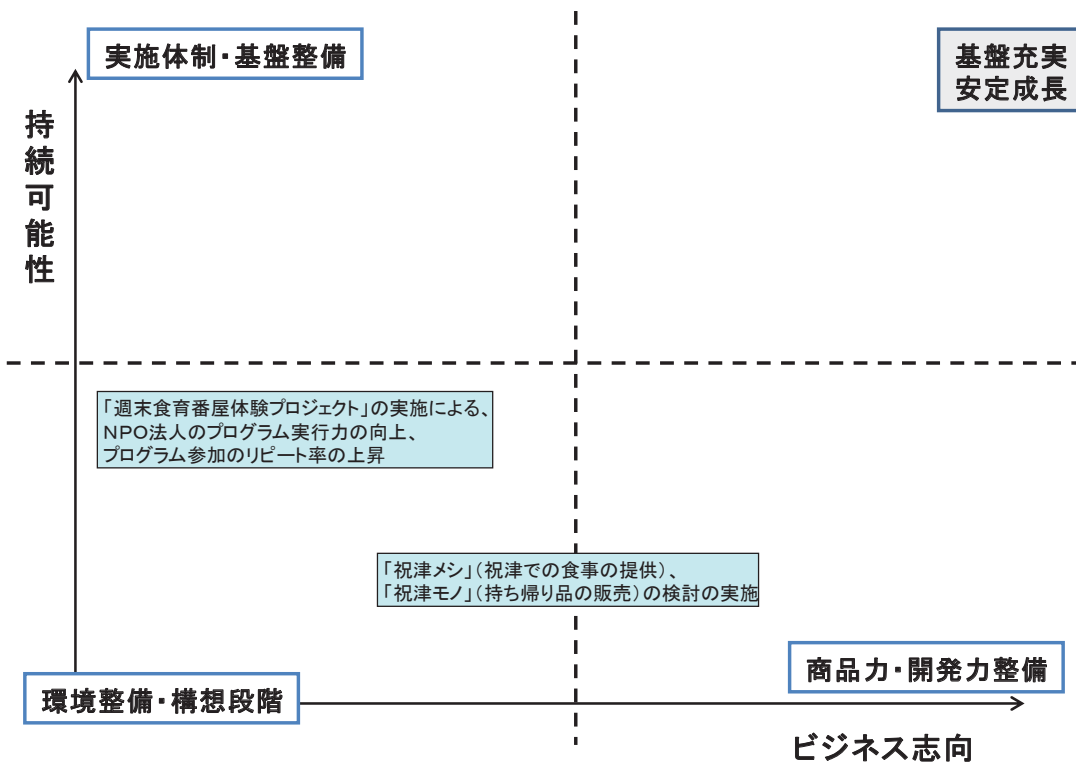
### <事業概要>

■事業名	地域資源を生かした小樽観光の魅力アップ事業 ～週末食育番屋プロジェクト「伝える」から「伝えてもらう」へ～
■総事業費	8,440 千円
■助成金交付決定額	5,590 千円
■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 代表取締役)

### <自治体概要>

■人口	131,928 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	243.30k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	542.2 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	32,635,952 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.44(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	97.8%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	小樽市産業港湾部観光振興室

### <取組(成果)概要>



## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

小樽市は年間 660 万人の観光客が訪れる、国内でも有数の観光都市である。観光入込客数は、平成 11 年度の 973 万人のピークから、東日本大震災が発生した平成 23 年度には 604 万人まで減少したが、観光立国の旗振りの下、訪日外国人の増加や東アジアの北海道人気もあって、インバウンドの伸びが大きな後押しとなり、現在は回復傾向にある。

これら小樽を訪れる観光客の動向の主流は、運河や堺町の日帰り観光であり、より経済効果の高い、時間消費型への移行が課題となっていることから、運河・堺町観光に続く新たな魅力づくりが求められている。

一方、小樽市の北西部に位置する祝津（しゅくつ）地区は、小樽観光重点地域の一つであり、国立公園に指定される勇壮な海岸美や、かつてニシン漁で栄えた歴史的背景を持ち、おたる水族館や鯨御殿などの観光施設、ヨットハーバーなどを有することから、かつては小樽観光の中心であった。しかし、運河や堺町が小樽観光の人気スポットになってからは、水族館と海岸沿いの食堂以外には地域内で回遊されることはなく、地域住民を中心に「鯨祭り」などの地域性を生かしたイベントが開催され、一定の人気はあるものの、住民のイベント疲れによるモチベーションの低下が進み、地域の地盤沈下が危惧されている。

近年の観光推進は、観光施設依存から脱却を図り、「まちづくり」の観点から取り組む方向となっている。国内外共に、これまでのようにマスマーケット（団体旅行等）を対象にした商品造成ではなく、個人旅行者をターゲットに、さまざまな趣向に対応したニューツーリズムの造成が求められ、とりわけ、地元の人々の生活や文化に触れられる体験プログラムなどの着地型の交流観光商品が求められている。

すなわち、観光施設が集積し、マンパワーと海洋素材が豊富な「祝津地区」を運河や堺町に続く新たな魅力的エリアとしてクローズアップさせ、小樽観光の主要拠点として再び脚光を浴びることを地域再生の取り組みとし、地元の人材、資源力を再度見直し、それを強みとして「手間をかけて」対応するという、これまでの小樽観光にはないスタイルで臨むこととしたものである。

### b. 事業の目的

これまで祝津地区を元気にしようと、NPO を含む地元有志が多くの「イベント」を開催してきている。イベントはいずれも祝津地区の関係者が新たなものとして取り組み始めたものであり、一定の成果を上げつつある一方、その準備等で地元の負担感が増しているのも事実である。祝津地区の再生に向けて、本事業はイベントではなく、祝津地域を元気にするために恒常的に取り組める「仕組み」の開発を目的とする。持続できる「仕組み」づくりでは、実施主体の存在が確認されていることから、経済行為を発生させて循環できるようにすることを目標とする。

具体的には、

- ① 地域資源（特に未利用資源）の再発掘、資源活用型商品開発、祝津地区訪問目的創出型販売機会づくり等をめざす。



- ② そのための実施主体、関係機関の役割の明確化、協力体制、経済行為発生の構造構築（その試行と確認）をめざす。

これらの取り組みによって、祝津地区、小樽市における海洋資源の豊かさが直接伝わり、「そこに来て初めて分かる」という付加価値によって新たな回遊性を創り出す。

## (2) 事業の内容と成果

### a. 祝津体験プログラムの実施

「食育」に関心のある子育てママをターゲットに、NPO 法人「たなげ会」を事業実施主体とした「週末食育番屋体験プロジェクト」を 5 回実施した。

■「週末食育番屋プロジェクト」のチラシ	■「週末食育番屋プロジェクト」の各回テーマ
	<p>第 1 回:磯で獲った生き物をいただく            第 2 回:石狩湾の鮭の解体と鮭料理                      + 海水からの塩づくり            第 3 回:うつわを知る            第 4 回:地元の旬なシャコを学ぶ            第 5 回:真冬のニシン漁とニシン料理を学ぶ</p>

この「週末食育番屋体験プロジェクト」の実施により、以下の 5 点の成果があった。

- ① 不特定多数を相手としていたこれまでとは全くことなるアプローチとアウトプットづくりに挑んだ結果、回を重ねるごとにその要領（ノウハウ）が地域に蓄積され、NPO 法人のプログラム実行力が向上した。
- ② 回を重ねるごとにプログラム参加のリピート率が上がり、友人等の誘いも見られるなど、「伝える」から「伝えてもらう」への転換が図られるなど、顔の見える関係がプログラムに好影響をもたらした。
- ③ 各回のプロジェクトでは、日常食である「にしん」の切り身に真水をかけた「ぶっかけ飯」の提供や漁師の屋内作業の見学などを行った。このような地元にとっては当たり前である日常の暮らしの中に集客要素があることが確認できた。
- ④ 「地元が参加者に合わせるのではなく、参加者が地元に合わせて」ことによるプログラムを実行することができ、地元負担軽減のスタイルが試行できた。
- ⑤ プログラム実施に必要な費用（人件費を除く）は参加料で回収することをめざした取り組みを行うとともに、これまでのプログラム実施のコスト構造を分析することで、コスト感覚を共有することができた。

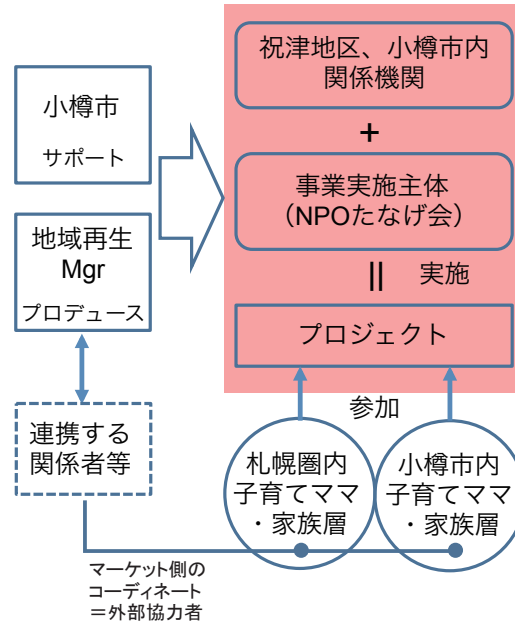
### b. 「祝津メシ」、「祝津シナ」プロジェクト

提供（販売）する行為で実施主体や地域に新たな経済効果をもたらすことを目的に、地域資源を活用した「祝津メシ」（祝津での食事の提供）、「祝津シナ」（持ち帰り品の販売）に関する検討を行った。

### (3) 事業実施体制

#### a. 事業実施体制の概要

週末食育番屋体験プロジェクトの事業実施主体を地元 NPO としながら、「伝えてもらう」ような目的市場へのアプローチは、種々のアウトプットの制作を含め、現地の協力機関と連携した。



#### b. アドバイザーの役割

現地 NPO 等が当初、考えていた地元未利用魚の保存販売等の現実的な事業性を判断し、地元資源の活用を別手法（週末食育番屋体験プロジェクト）で実現するように誘導した。これに伴い、プロジェクトのコンセプトづくり、テーマ設定等をサポートした。

NPO の取り組み、外部協力者のサポート、周辺の事業関係者（地元の漁師等）とのコンセンサス形成をサポートし、種々のアウトプット（告知 DM、ロゴ、参加者への配布資料等）の作成支援を行った。

プロジェクトを実施しつつ、小樽市と共に NPO が自立できるための仕組みを検討した。

#### (4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
4月	3・4日	事業説明会(祝津地区主たるメンバー)、祝津小学校(平成25年3月廃校)資源調査
	24日	NPOへの事業説明
	25日	実際の漁師の営みの確認
5月	15・16日	コアメンバーとの打合せ、庁内関係者とのコンセンサス形成
	17日	水族館、料理人(札幌)等への事業説明
	18日	祝津にしん祭り参加
	21日	コアメンバーとの打合せ(プロジェクトの概ねの方向性について)
	22日	外部協力者へのアプローチ(事業説明)
6月	5・6日	ふるさと財団視察対応+漁師作業の確認+小樽市内子育てママへの試験ヒアリング
	7日	平島氏(のこたべ)=外部協力者とコアメンバー初会合
7月	2日	「食」に関する現地資源調査
	28日	第47回おたる潮まつりを視察
	29日	札幌在住ママへのヒアリング
8月	7日	現地資源調査
	19日	現地プロジェクト会議 中間報告→「週末食育番屋」P立上げ
	20日	たなげ会 内部調整(事業主体になることのコンセンサスづくり)
	27日	たなげ会理事会出席(同上)→「週末食育番屋」P正式承認
9月	7日	第1回 週末食育番屋、第10回祝津花火大会の視察
	13日	現地での祝津シナ検討会①
	28日	現地での祝津シナ検討会②
10月	6日	第2回 週末食育番屋
	27日	第3回 週末食育番屋
	28日	現地での祝津シナ検討会③
11月	10日	第4回 週末食育番屋
12月	11日	第5回目に向けて 現状課題の確認
2月	2日	第5回 週末食育番屋、現地でのシナ検討会④
	18日	現地でのプロジェクト最終報告会

#### (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

今回の事業を通じて、以下の点が課題となった。

週末食育番屋体験プロジェクトでは、地元小学生の参加が実現できたが、プログラムの重要なコンテンツである地元漁師の巻き込みが少なかった点が挙げられる。

NPO法人のプログラム実行力は向上したものの、運営全体を地元主体に任せるまでに至っていない点も課題として残った。

「祝津メシ」、「祝津シナ」プロジェクトでは、「漁師のぶっかけ飯」といった「祝津メシ」の発掘ができた。一方、「祝津シナ」としては、カレーを用いた商品づくりをめざしたが、骨が多いことなどから、試作品づくりは困難を極めた。

今後に向けては、実施スキームとプログラムの改善が求められる。

本事業では最終的にプログラム単体における、人件費を除いての収益確保(もしくは赤字の回避)の構造が見えてきた。

今後、専属の職員を雇用してプログラムを継続するには、規模(回数と人数)×客単価(参加料)の確保が不可欠となる。そのためには、修学旅行の誘致や定期的なプログラム実施が求められることになるが、現時点で祝津地区単独では難しいと判断した。

祝津を元気にすることを目標とする地元有志が、持ち出しこそ回避できる環境の中で、

やりたいことをやってみることが継続のポイントであり、報酬は求めないものとする前提で、プログラムの企画運営を外部団体（例えば札幌圏の「食育」を事業領域とする団体）に任せ、祝津地区をそのフィールドとして使用する。NPO は主として地元関係者の紹介、プログラムでの説明ガイドにとどめることで地元負担を極力軽減することが考えられる。

## (6) マネージャーコメント

### 地域が当事者意識をもって取り組みに臨むために

株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ 代表取締役 中島 淳



小樽市は札幌に近い北海道有数の観光地ですが、全市が過疎指定の状況にあります。そのため、市は既存の観光の在り方とは異なる取り組みで、新たな着地型の交流観光の必要性を考えていました。本事業ではその取り組みの芽を、訪問の目的地として有名な祝津地区に見出そうとしました。すなわち、水族館やニシン御殿といった観光施設訪問の目的ではなく、祝津の地区で地元の住民とそこにある資源を共有し学ぶといった目的を持たせ、これまでにない新たな顧客の獲得をめざした訳です。

本事業は、これまで携わらせて頂いた新・地域再生マネージャー事業の中で最も多くの人が関係し、その調整等に最も多くの時間を費やし、多くのコストをかけたものとなりました。

具体的には、祝津地区としての動きをつくるため、①考え方を共有する有志を見つけ、②取り組みのコンセプト、テーマをわかりやすく投げかけ、③中でも動ける人を当事者として位置づけ、④さらには私の代わりに現場でサポートしてくれる仲間を見つけ、⑤地元有志(NPO 等)と住民(漁師等)とサポーター(市を含む)が創りだそうとする付加価値に反応する市場(顧客)を見つけようとするもので、私自身本当にいい経験になると同時に地域づくりの奥深さ、難しさを感じさせられたものとなりました。

地域再生マネージャー事業の特徴の 1 つとして、地域がめざそうとする取り組みのベクトル(方向性)が異なることがない限りは、取り組みの進捗に応じて柔軟に必要な施策を講じていけることがあげられます。今回もまたその通りとなり、申請時に考えていた手法(未利用魚を冷凍保管し季節をずらして販売してみる試み等)は変化しながらも、祝津地区に「食育」という新たなテーマをもたらし、「食育」に反応する質の高い顧客層の開拓に成功することができました。地元が当たり前と考えている資源が実は極めて有効に経済効果をもたらすかを検証できたことは、これからの地元の取り組みに大きな方向を示唆するものとなりました。

ただし、食育プログラムの実施も地元素材を活用した商品の開発も、地元が当事者意識を持って臨もうとしない限りはただの経験で終わってしまいます。祝津地区が今後、本事業の結果を補助事業等に依存せずに取り組めるような仕組みとステップを、サポーター共々模索を始めたところです。小樽市での新たな滞在型交流のカタチに育っていくためには、地区だけでなく市内により多くの理解者を増やしていく必要があります。本事業ではそのための基礎を構築しました。今後は祝津地区が、それらの理解者を時に顧客として、時にサポーターとして巻き込めるようにサポートできればと存じています。

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。

## 2-2. 北海道奥尻町

### 「震災 20 周年奥尻島将来への二つの礎事業」

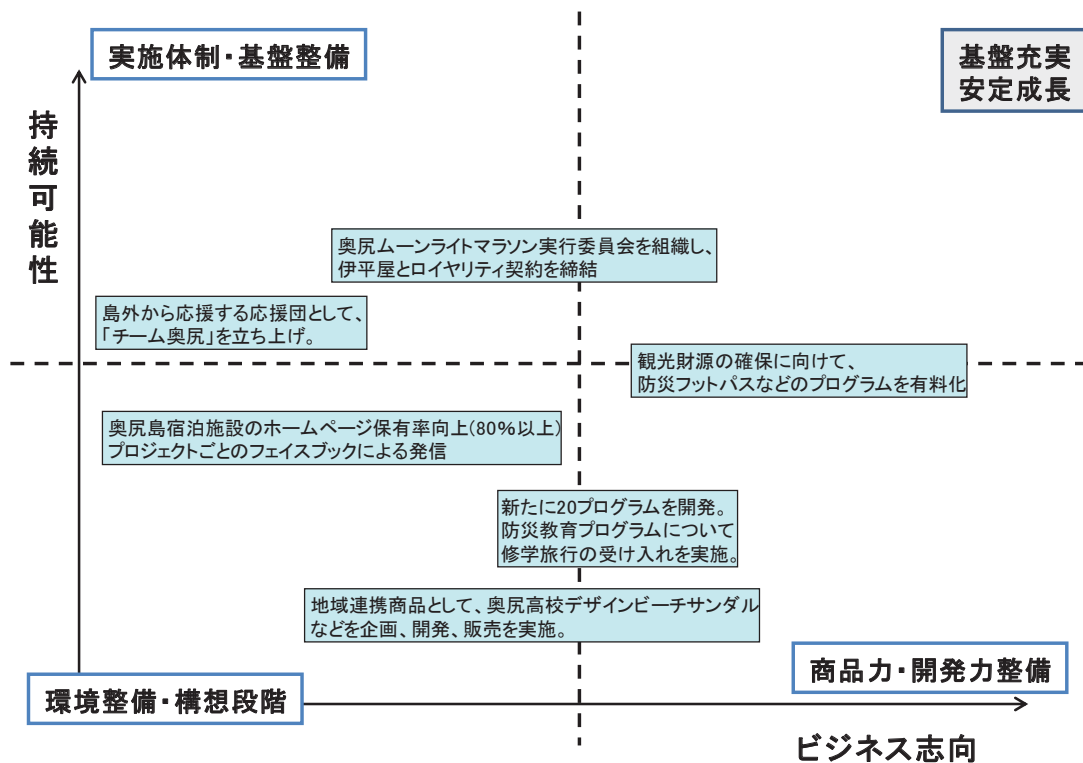
#### <事業概要>

■事業名	震災 20 周年奥尻島将来への二つの礎事業
■総事業費	9,000 千円
■助成金交付決定額	6,000 千円
■地域再生マネージャー	篠崎 宏(株式会社JTB総合研究所 主席研究員)

#### <自治体概要>

■人口	3,033 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	142.99k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	21.2 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	2,361,376 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.14(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	89.8%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	奥尻町地域政策課商工観光係

#### <取組(成果)概要>



## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

奥尻町は、平成 5 年に「北海道南西沖地震」に見舞われ、甚大な被害を受け、奥尻島民の努力や全国からの支援もあり、73 項目に及ぶ復興支援策を講じた結果、予定より 2 年早く震災 5 周年で完全復興を宣言するに至った。

平成 25 年は、震災から 20 周年目の節目であり、復興した奥尻島から東北にエールを送るとともに、自信を失いつつある日本社会に勇気を与える社会的メッセージを発する 1 年であった。

これまでの 20 年の歩みを総括し、これから奥尻島が未来に向かって進むべき方向を明示するためには、過疎化による人口減、観光客減少による地域衰退に歯止めをかけるべく、新たな資金循環モデル（経済循環）を築きあげることが重要である。日本全国共通した課題であるが、津波で町を流された経験があるからこそ、問題意識を持ち、特に言えることである。

また、交通アクセスにおいても平成 21 年にフェリーが減船・減便となり旅客輸送にも大きな影響を及ぼしている。

こうした背景を踏まえて、本事業で構築する資金循環モデルが 100 年後にも揺るぎのない奥尻島の「礎」となることをめざし、奥尻町は観光協会等と協力し事業推進に取り組んだ。

### b. 事業の目的

奥尻島で生まれ育ち、住み続けたいと思っている島の子供たちが、大好きな奥尻島で働き続けることが出来るように、以下の 5 つを事業目的とし、事業を実施した。

- ① 東日本震災地域および日本社会に勇気を与える事業とする。
- ② 他の離島の参考となるように大胆かつ斬新な資金循環モデルを構築する。
- ③ 100 年後も揺るぎのない礎事業の構築を実現する。
- ④ 観光財源の安定化実現のために法定外目的税の導入等を行い、最先端の観光基盤を構築する。
- ⑤ 観光事業および特産品事業の価値最大化のために積極的な人材育成を行う。

## (2) 事業の内容と成果

### a. 情報発信力の強化

ホームページの保有率の向上に向けた取り組みを行い、全宿泊施設の80%がホームページを保有し、営業活動に利用するまでに至っている。また、奥尻島・島ビーサンコンテスト、奥尻島・離島北限のお米を守れプロジェクト、奥尻島観光フォトコンテストの3つのプロジェクトごとにフェイスブックを立ち上げ、情報発信を行った。

### b. 防災教育・視察プログラムの受入体制の強化

新たに20プログラム（島ミニクルージング体験、あわび狩り体験、ウニ獲り体験、ミニ磯釣り体験、島ビーサンデザイン体験、ブナの苗ポット販売、奥尻島のブナの種販売、厳冬の奥尻島散策ツアー、バードウォッチングツアーなど）をニューツーリズムとして創出を試みた。

防災教育プログラムについては、観光協会がオペレーションを担当し、中学校、高校の修学旅行の受け入れを行った。

■体験プログラム(島クルージング体験)



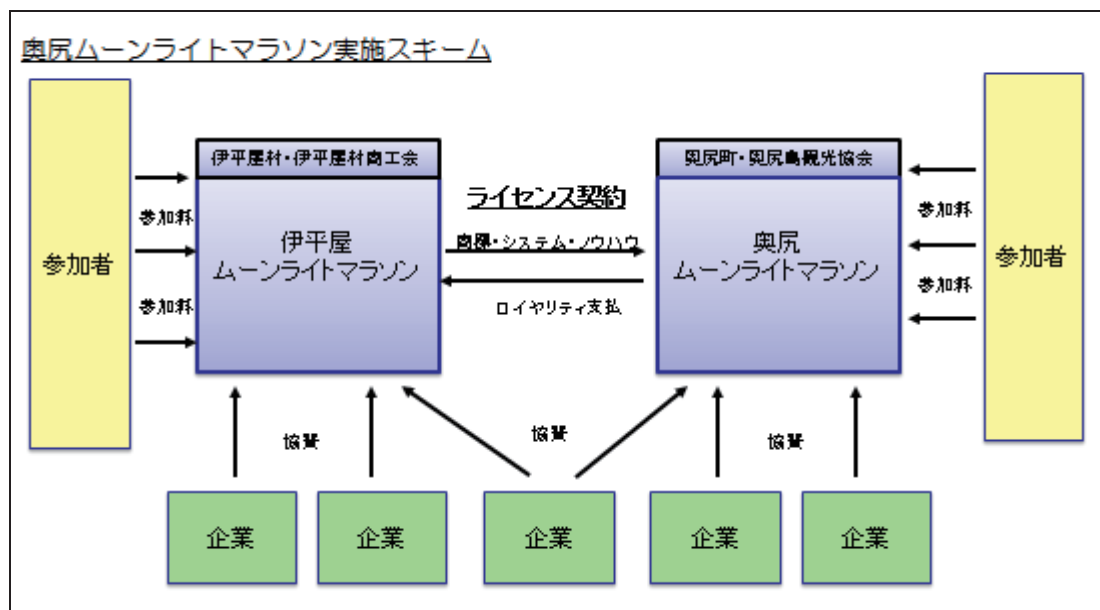
■体験プログラム(あわび狩り体験)



### c. スポーツイベントの誘致・人材育成

沖縄県の伊平屋島で開催されている伊平屋ムーンライトマラソンの誘致活動を行い、本年度に伊平屋ムーンライトマラソン実行委員会において、奥尻島でのムーンライトマラソン実施についての承認が下り、平成26年6月に奥尻島でムーンライトマラソン開催が決定した。奥尻島では、これを受けて、奥尻ムーンライトマラソン実行委員会を組織した。

実施にあたっては、商標登録されているムーンライトマラソンの名称を使用するため、奥尻から商標使用料を支払い、伊平屋からムーンライトマラソン運営ノウハウを奥尻に提供してもらいロイヤリティ契約を締結することで、ライセンスビジネスビジネスモデルを構築することができた。ライセンス契約により運営ノウハウを共有すると同時に、その運用のため、相互に人材交流を図ることを企図している。



d. 観光財源基盤の強化・観光計画の策定準備

観光財源の確保に向けて、防災フットパスなどのプログラムを有料化した。

e. 観光協会のミニ商社機能構築・インターネット販売構築

観光協会で、絵葉書、切手のほか、アワビの貝殻を利用したあわびマグネットや勾玉作りセットなどの販売を開始した。また、観光協会が窓口となり、インターネット販売する体制を整えた。こうした流れを受けて、奥尻島でのインターネット販売は必要であるという認識が広がってきており、事業者が独自でインターネット販売をスタートする動きも出てきた。

f. チーム奥尻の立ち上げ・商品開発強化

奥尻島を島外から応援する応援団として、「チーム奥尻」を立ち上げた。メンバーは、国、道県、マスコミ等幅広い所属から参画しており、50人を達成した。東京で奥尻島関係者を招いた奥尻島PRイベント「奥尻ナイト」なども行った。

また、地域連携商品&企業連携商品の開発として、奥尻高校デザインビーサン、奥尻×(株)ゲンベイ×日本ハムファイターズとのコラボレーションビーサン、奥尻米の開発などを行った。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

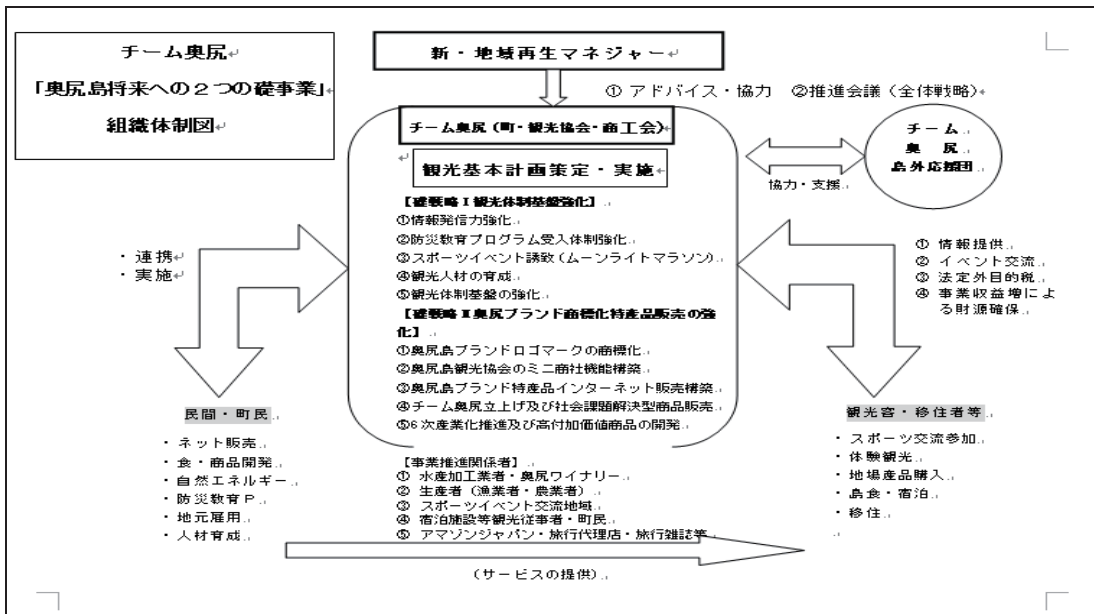
本事業では奥尻町を中心にして、多様な主体が関与する体制をとった。

特に、奥尻島観光協会や宿泊業者等観光事業者、また、漁協やワイナリーなど島内事業

者の他、島外から奥尻を応援する「チーム奥尻」を立ち上げ、当事業も含め、奥尻町だけでは気づかない部分について、アドバイスをもらった。



これに、地域再生マネージャーのアドバイス・提案を基幹とした当事業「2つの礎事業」を実施することにより、奥尻島の将来へ向けた取り組みを進展するに至った。



## b. アドバイザー（外部専門家・地域再生マネージャー）の役割

離島特有の資源や人材の特色を生かした事業を遂行する上で、様々な情報の不足が懸念されるため、地域再生マネージャーによる先進的事例を生かしたノウハウ活用、他地域との交流マッチングなど奥尻島が目標を達成できるための再生マネジメントを、新・地域再生マネージャーに期待した。

地域再生マネージャーは2つの礎事業が将来にわたって奥尻島に資金循環をもたらすことができるように事業サポートおよび的確なアドバイスを行うとともに、観光会議へ出席し、作成した資料をもとに最新の地域活性化事例、ビジネス手法を伝達するなど、事業推進において大きな役割を果たした。

#### (4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
4月	9日 10日 14～17日	スポーツイベント誘致について副町長と打ち合わせ。 商品開発について、(有)ゲンベイ社、日本ハムファイターズ打ち合わせ スポーツイベント誘致に際し、伊平屋村現地視察
5月	10日 11日 22日	奥尻島第8回観光会議開催 奥尻島観光協会と打ち合わせ後、島内観光資源視察 24日プレス発表用資料について奥尻町役場と打ち合わせ、リハーサル
6月	5日 6日 24・25日	奥尻島第9回観光会議開催 奥尻高校ビーサンコンテスト会場現地確認 奥尻島第10回観光会議開催
7月	17日 18日	奥尻島第11回観光会議開催 観光協会とハイシーズンの観光客受け入れについて打ち合わせ
8月	14・15日 21日 22日	特産品開発について、コープおきなわと打ち合わせ、伊平屋村視察 奥尻島第12回観光会議開催 奥尻島観光協会と打ち合わせ
9月	13日 24日	スポーツイベント実施について、コミュニティファンドによる資金調達検討 奥尻島第12.5回観光会議開催
10月	11日 18～20日 25日 26日	チーム奥尻代表幹事会出席 伊平屋ムーンライトマラソン現地視察 奥尻島第13回観光会議開催 奥尻島観光協会と体験プログラム開発について打ち合わせ
11月	12日 13日 14日 27・28日 29日	奥尻島第14回観光会議開催 奥尻島観光協会と体験プログラム開発について打ち合わせ 北海道庁等関係各所訪問、チーム奥尻札幌支部と打ち合わせ 伊平屋村担当者来島アテンド、マラソンコース調査 奥尻島第15回観光会議開催
12月	5日 9日 10日	役場職員、観光協会職員上京に併せ、イベント「奥尻ナイト」開催 特産品開発について、コープおきなわと打ち合わせ 奥尻島第16回観光会議開催
1月	16日 17日 18日	奥尻ムーンライトマラソン実行委員会設立総会出席 奥尻島観光協会と体験プログラム開発について打ち合わせ 奥尻島第17回観光会議開催
2月	4日 5日	奥尻島第18回観光会議開催 奥尻島観光協会と打ち合わせ

#### (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

継続して「観光体制基盤強化」「奥尻ブランド商標化および特産品販売の強化」を目的とした「2つの礎事業」に取り組み、次年度以降はそれぞれの取り組みを発展する形で地域再生を行う。

特に、奥尻島の持続的な発展に寄与する体制作り、また奥尻島内資金循環を強化するための、よりビジネスを志向した取り組みを行っていくことで、奥尻のさらなる発展を実現していく。

## (6) マネージャーコメント

### 震災 20 周年奥尻島将来への二つの礎事業

株式会社JTB総合研究所 主席研究員 篠崎 宏



#### 【資金循環規模縮小による産業の衰退】

奥尻島は北海道の南西に浮かぶ、周囲 84km の島である。島の 80% をブナの木が覆っており、保湿性の高い森から栄養分を多分に含んだ水を周囲の海域に放出、豊富な漁場を形成し島の漁業発展の淵源となっている。島内では離島北限の稲作も行われている。秀峰球島山に足を運べば島内が一望でき、海と山の両方を楽しめる、農林水産業と観光の島である。

この緑豊かな島を津波が襲ったのは 20 年前の平成 5 年 7 月 12 日午後 10 時 17 分である。「北海道南西沖地震」は発生からわずか 5 分後、最大 23m を越える大津波が押し寄せ、その被害は死者 172 名、行方不明者 26 名という被害金額 664 億にも及ぶ大惨事となった。

奥尻島民の努力、全国からの支援もあり震災 5 年目で完全復興を宣言するに至ったが、徐々に人口減少が進み、現在では過疎化が顕著になっている。

この人口減少、過疎化の本質を「島内での資金循環規模縮小による、産業の衰退」と捉え、その解決と奥尻島の発展を促し、島で生まれ育った子供たちが奥尻島で働き生活できるように行う事業が、本事業すなわち「震災 20 周年奥尻島将来への二つの礎事業」である。

#### 【震災 20 周年奥尻島将来への二つの礎事業】

本事業では、島内の資金循環規模を拡大し、産業振興を促すため、まず観光産業において種々の方策を講じた。大きく分けて 2 つ「観光基盤強化」「奥尻ブランド商標化および特産品販売の強化」のそれぞれに 5 つの個別事業目標を設定して取り組みを行ったが、各個別事業に対し島内外からの反響が多数にのぼり、大きな広告効果も得る結果となった。

事業自体としては、大きな点では、観光財源確保のための法定外目的税導入検討、地域成功モデルの水平展開としてスポーツイベント(伊平屋ムーンライトマラソン)の誘致、島特産品の開発等を展開・推進することができた。(詳細は報告書参照)

#### 【将来に向けた島民の意識向上】

新・地域再生マネージャーとして各事業において成果目標を設定し、それらをほぼ達成できたため、平成 25 年度は上記資金循環規模拡大の土台を築けた一年となったといえる。しかし、事業を行った中で一番の成果と言えるのは、やはり「奥尻島の意識の変化」であろう。一年前に奥尻島に入り、そのときに見た顔つきと今の顔つきでは全く別であり、今ではその瞳に将来を見据えた希望の輝きがにじみ出ている。

奥尻島の将来を担うのは私たち地域再生マネージャーではなく、奥尻に住む島民その人であり、島民の意識によりその将来は「明」にも「暗」にもなる。

本年度は制度面での土台を築けただけでなく、将来に向けた意識向上の点で大きな土台を築けた一年であり、大変意義のある一年となった。

奥尻島で生まれ育ち、島に住み続けたいと思う島の子供たちが、大好きな奥尻島で働き続けることが出来るよう、当事業を通じた島の発展を切に期待する。

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。

## 2-3. 北海道下川町

### 「森林未来都市しもかわ 持続可能な地域産業づくり」

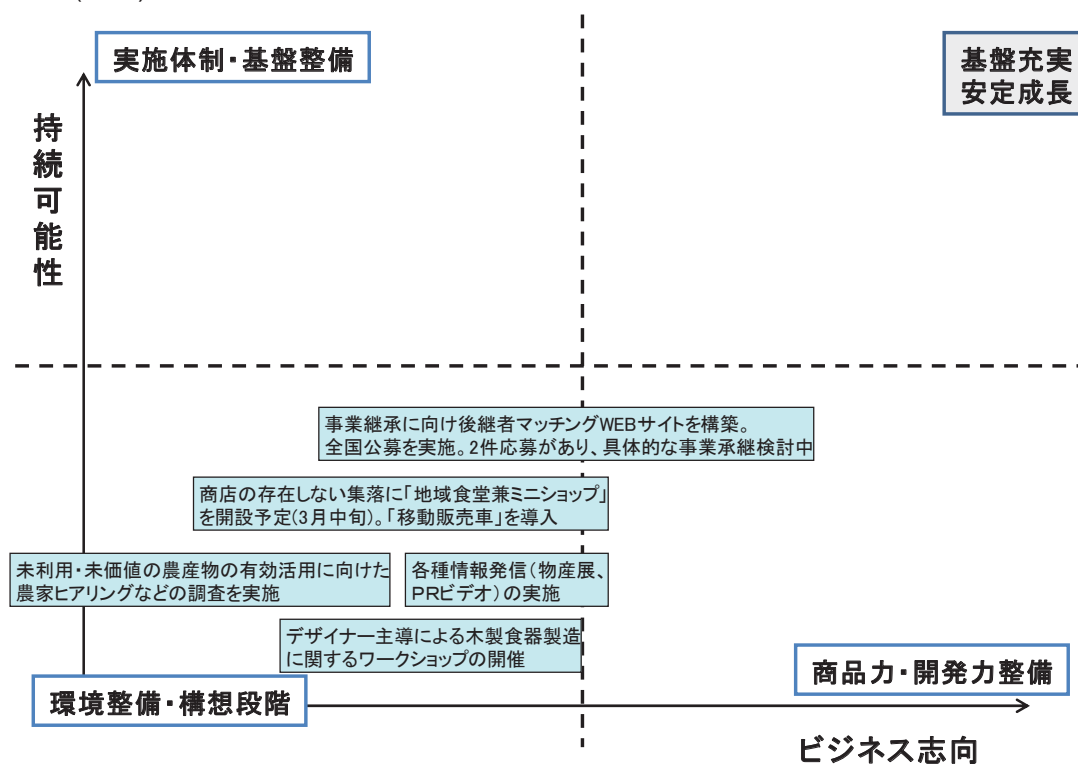
#### <事業概要>

■事業名	森林未来都市しもかわ 持続可能な地域産業づくり
■総事業費	9,324 千円
■助成金交付決定額	6,000 千円
■地域再生マネージャー	清水 友康(株式会社道銀地域総合研究所 執行役員) 北山 謙二(株式会社道銀地域総合研究所 研究員)

#### <自治体概要>

■人口	3,775 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	644.20 k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	5.9 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	3,108,413 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.14(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	83.9%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	下川町環境未来都市推進課

#### <取組(成果)概要>



## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

下川町は、古くから豊富な森林資源を背景とした、林業・林産業が盛んであり、現在は、政府から環境モデル都市、環境未来都市、地域活性化総合特区の選定と指定を受け、森林総合産業の構築、再生エネルギーの完全自給、超高齢化社会に対応する新たな社会システムの構築に取り組んでいる。

本町の地域経済の中核は中小企業であり、町内総所得の75%が給与所得となっているが、ここ10年間の動向を見ると、地域経済（製造・販売額）の低下が、雇用・所得の減少につながり、生産年齢人口の減少と少子高齢化を招いている。

今後の産業活性化策・地域活性化策について、地域の中小企業者・商工会・金融機関などの関係機関と町が協議を行ってきたが、協議の中では、高齢を起因とする廃業増加に対応する事業承継のマッチング機能や総合窓口機能の創設、農林産物を活用した6次産業化や超高齢化社会に伴う買物支援等のソーシャルビジネスなどの新分野進出の可能性などについて意見が出され、特に企業サポートや事業化コーディネートを行う体制の構築と人材の確保が必要であるとされた。こうしたことから、町では、平成25年4月、中小企業振興基本条例の改正を行い、中小企業振興政策を強化し、産業活性化支援機能の構築や経済と密接な関わりにある地域コミュニティの再生、移住定住促進など、持続的な経済づくりを総合的かつ戦略的に展開して、地域活性化を図っている。

### b. 事業の目的

地域を活性化するには、産業を活性化する必要があり、このためには、地域一体となって産業活性化策に取り組んでいくと同時に、これまでの価値観や既成概念にとらわれない、新たな発想や感覚を柔軟に取り入れていくことが重要である。こうしたことから、町及び商工会をはじめとする地域の産業振興関係機関が結集して、「産業活性化支援機構」を構築するとともに、プロジェクトマネジメントなど「産業活性化マネージャー」を配置して、取り組みを展開する。

「産業活性化支援機構」を地域産業振興のプラットフォームとして、「産業活性化マネージャー」を中心に、積極的・能動的に産業活性化策を展開し、持続可能な産業を構築することで、安定的な雇用の場を創出し、現役世代の定住を図ることで地域を活性化し、再生することを期待する。

具体的には、事業者等からの相談や事業承継・起業化の希望に応じたプロデュース、サポート、マーケティング及び事業可能性調査や地域資源の発掘、事業者への企画提案、人材育成などを能動的に実施する。

## (2) 事業の内容と成果

### a. 未利用資源活用実証事業

規格外野菜や農家自家用野菜といった未利用・未価値の資源を有効に活用するため、新たな販売ルートの可能性調査、加工品の商品開発など、産業を創造するための調査、実証試験を行った。ヒアリングの結果、農家においては余剰自家用野菜の活用に消極的であるとともに収集体制の構築が課題となっていること、規格外野菜で利用できる作物は、青ネギ、かぼちゃ及びそばなどがあること、農家持込みの産直市なら可能性があるということがわかった。

地域の酪農家が長年にわたって手作りで栽培を続けてきた「和クルミ」がようやく収穫できるまでに成長したことから、ストーリー性のある資源と捉えて有効活用の検討を始めていることなどの地域資源を発掘することができた。一方、殻を割り中身を取り出す作業は効率化が難しく今のところ手作業に頼るしかない。しかし、来年度以降も継続的に商品開発は行っていく。

その他の未利用資源としては、町内に自生するクマ笹を収穫し、乾燥・裁断・粉碎した後、医薬品原料・健康食品として卸販売する事業が軌道に乗りつつある。

ソバは、一級品に比べるとやや風味が落ちるので焼酎の香りづけに利用する活路を模索して現在仕込み中である。

また下川町の特産品である手延べうどんをフライ加工、味付けをし、新たな特産品として提供する事業を町内菓子店主導のもと進めている。

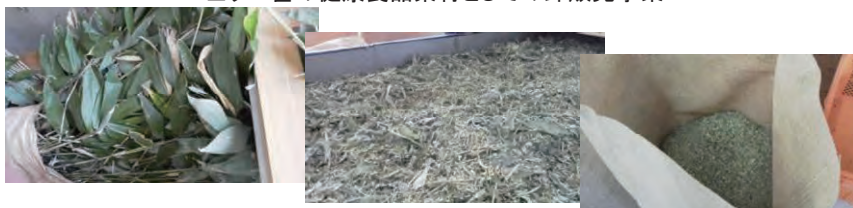
■和クルミを活用したパン(試作)



■手延べうどんのフライ加工品(試作)



■クマ笹の健康食品素材としての卸販売事業



### b. 地域材活用木製品 デザイン開発事業

地域内だけでは、デザイン力の高い商品開発には限界があったが、デザイナー主導による木製食器製造に関するワークショップの開催により地域住民がデザインの基礎知識の習得、デザイン考察をするまでに至った。

■デザインワークショップの様子と試作品

c. 若者事業後継ぎ全国公募事業

町内中小企業向けに事業承継に関するセミナーを開催して、事業承継のポイント、町の支援制度、今年度の下川町産業活性化支援機構における取組概要の説明を行った。



また、後継者不在の町内商工事業所へのヒアリング調査を実施し、全国公募に向けた事業者の情報・条件等を整理した。動画撮影、写真撮影、コメント等のコンテンツを収集し、10月末に後継者マッチングWEBサイトを開設。あわせて啓発用のリーフレットも作成し、11月16日に東京で開催された「北海道暮らしフェア」において公募を開始した。「北海道暮らしフェア」では下川町のブースに32組の移住希望者が来場し、調査票を基に面談した。後日5組の方から移住の可能性を示唆するメールをいただいた。

■説明会－北海道暮らしフェア(11/16東京)



ホームページでの全国公募では、11月中に1件、12月に1件の事業承継申し込みがあり、その内の1件で2次面接まで完了。具体的な事業承継のスケジュール等について検討中である。

その他の成果としては、事業主が高齢化している企業において、町の支援制度を活用した事業承継が1件成立した。

■ホームページでの後継者全国公募(WEBサイトイメージ)

また、産業活性化支援機構では、町内で起業を志す人を全面的に支援する仕組みが構築され、9月には、外国人技能実習生管理事業で1件の起業に結び付けることができた。



『チャレンジ! 田舎の経営者』では、田舎で経営者として自立したい方と、下川町で事業の後継者を探している社長さんとの両者を引き合わせ、地域産業の発展と次世代の担い手を創造します。



下川町移住支援と事業後継者を見つけるサイト。

<http://shimokawa-keiei.net>

d. ハートフルな買物支援サービス事業

NPO 法人地域おこし協力隊が買物弱者対策の補助事業を経済産業省から採択を受けたことにより、商店の存在しない一橋集落に「地域食堂兼ミニショップ」の開設と一橋集落を拠点とする「移動販売車」の導入が可能となった。10月には、買物弱者に対する移動

販売車の詳細なニーズ調査を実施し、移動販売車の仕様、販売体制、地元商店との調整を進め、3月4日から移動販売サービスの実証試験を実施している。また、「地域食堂兼ミニショップ」については、平成25年9月に着工し、平成26年3月中旬のオープンに向け、健康弁当の開発や販売体制の検討を行っている。

e. キラリホール開店事業

①LOPPIS(販売イベント)(7/20,21 北海道苫小牧市イコロの森)

木炭、枕木、トドマツ精油商品、トマトジュースなどの販売及びうどん祭りポスター、チラシ展示を行った。イベントの周知が行き届いていたことから高い集客力、金銭的に余裕のある客層が多く、マーケティング活動はもとより下川町のPR及び他の出店者との情報交流に繋がった。

②札幌コワーキングカフェ 36 下川 PR 月間(展示販売)(7/22~8/25)

下川町観光協会、下川町ふるさと開発振興公社が中心となり、期間中、特産品の常設展示販売を行った他、スペシャルデーを3回開催した。また店内には、下川の観光及びうどん祭りポスター、FSC 森林認証机&椅子、チェーンソーアートなどを展示した。

■LOPPIS(販売イベント)



■札幌コワーキングカフェ 36



③「食べて学んで地域の方と交流！道産小麦に出逢う麦チェンツアー」誘致

—8/31~9/1 下川町五味温泉、フレペ開催、参加者 25 人

ツアーコーディネーターと連携して、上記ツアーを誘致。NPO 法人森の生活と連携して森林ウォーキング体験、環境未来都市関連施設の視察、地元小麦農家と製粉会社との対談、下川産小麦を使ったうどん料理の提供を実施。小麦の産地である下川町の気候特性を生かした栽培方法、小麦産地に至った経過等マニアックな情報提供から、下川ファンの取り込みを行った。

■道産小麦に出会う麦チェンツアー

④下川 PR ビデオの作成

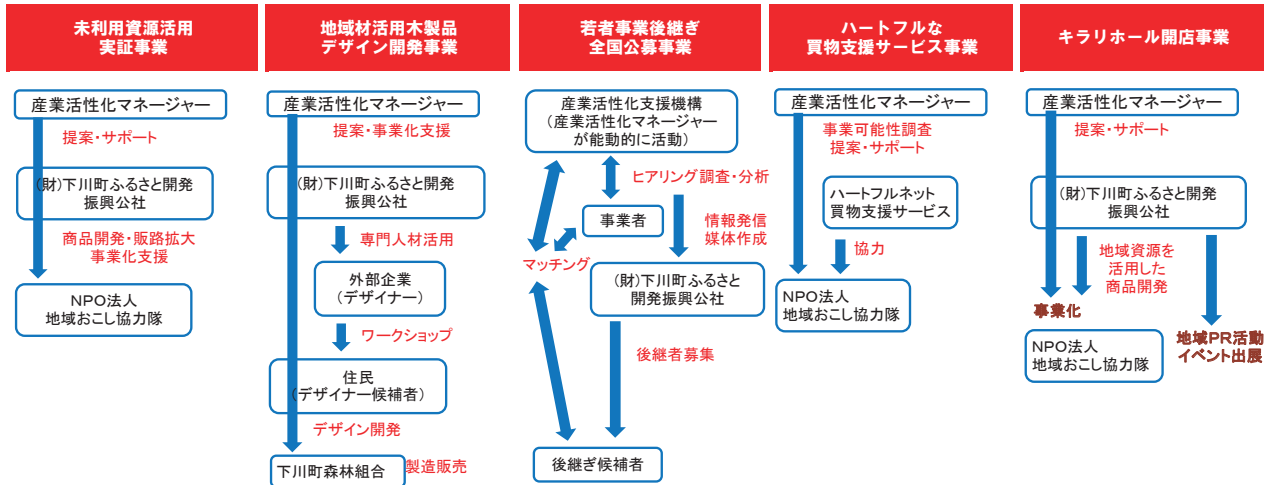
「本気、自己実現、挑戦」といった少々泥臭い構成により、移住の迷いから判断のキッカケとなり、自分の具体的な将来を思い描けるような映像表現をめざしたPRビデオの作成に向けた会議を行った。映像制作は、地域に密着した活動をしているwebデザイナーに依頼した。11月の「北海道暮らしフェア」参加者やメールマガンでの頒布作業を進めている。



### (3) 事業実施体制

#### a. 事業実施体制の概要

平成 25 年 5 月、下川町内の産業振興機関で構成する「産業活性化支援機構」を設立し、その中核的役割にあたる産業活性化マネージャーを 6 人配置して、案件ごとに専門的知識を有するプロジェクトマネージャーがマネジメントを行う体制とする。



#### b. アドバイザー(外部専門家・地域再生マネージャー)の役割

産業活性化マネージャーと役付けし、専門的人材を下川町環境未来都市推進課へ派遣する。人材の派遣については、非常駐、複数人としてその都度適任者を派遣する。

#### ◆産業活性化マネージャーの業務内容

項目	地域再生マネージャー等の役割・取組内容
①未利用資源活用実証事業	・加工品の商品開発アドバイスとマーケティングの実施 ・販売実証の事業適正評価
②地域材活用木製品デザイン開発事業	・木製食器の商品開発のためのアドバイス ・商品開発後のマーケティングと販路開拓支援
③若者事業後継ぎ全国公募事業	・事業承継セミナー・相談会の開催 ・事業者へのヒアリング調査 ・後継希望者と事業者のマッチング
④ハートフルな買物支援サービス事業	・宅配のニーズ把握 ・事業適正評価
⑤キラリホール開店事業	・地域資源の掘り起こし ・物産展出展等に関するアドバイス
⑥仕組みづくり	・産業活性化支援機構の統括 ・事業承継支援、起業・新分野進出支援 ・地域資源活用・産業間連携 ・人材育成・分野調整

#### (4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容
5月	8日 産業活性化支援機構設立会議 10日 キラリホール開店事業会議(1回目) 21日 産業活性化支援機構推進委員会 29日 キラリホール開店事業会議(2回目)
6月	20日 事業承継勉強会(29人参加) 21日 キラリホール開店事業会議(3回目) 23日 規格外野菜利用状況調査(農協)
7月	10・17・18日 木製食器デザインワークショップ(3回開催) 19～26日 事業承継に係る一次ヒアリング調査(5日間7事業者実施) 20・21日 LOPPISサマーマーケット出展 22日 札幌コワーキングカフェ36(8月25日まで) 25日 規格外野菜利用状況調査(アグリトライビジネス)
8月	12日 キラリホール開店事業会議(4回目) 12日 事業承継全国公募に向けた打合せ(1回目) 14日 未利用資源活用事業会議 19日 クルミ活用の検討開始 31日 食べて学んで地域の方と交流! 道産小麦に出逢う麦チェーンツアー誘致
9月	3・4日 事業承継に係る二次ヒアリング調査(2日間4事業者) 13日 事業承継全国公募に向けた打合せ(2回目) 13日 キラリホール開店事業会議(5回目)
10月	23日 ハートフルな買物支援サービス事業会議(1回目) 28日 事業承継全国公募に向けた打合せ(3回目) 31日 事業承継全国公募に向けた打合せ(4回目)
11月	16日 北海道暮らしフェアにて事業承継全国公募開始 21日 木製食器デザインワークショップ(4回目) 25日 キラリホール開店事業会議(6回目)
12月	9日 ハートフルな買物支援サービス事業会議(2回目) 12日 事業承継希望者一次面談
1月	17日 事業承継希望者現地訪問 24日 ハートフルな買物支援サービス事業会議(3回目) 31日 ハートフルな買物支援サービス事業会議(4回目)
2月	14日 事業承継希望者二次面談

#### (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

##### a. 未利用資源活用実証事業

【課題】 町内の農業者に対するアンケートやアグリビジネスを行う事業者へのヒアリング結果によると、現状では、規格品で生計が成り立っているため、規格外品の活用までは手間とコストを考えると事業参加・協力が難しいという意見が多かった。

未利用資源としては、青ネギ・かぼちゃ・2等そば等の資源発掘をしたが、いずれも研究段階で商品化の動きにはなっていない。新規の資源として、町内のお年寄りが自家栽培でくるみの木を育てていたが、10数年かけてようやく結実しはじめ、これを利用することが可能となった。しかしながら、加工の手間や、衛生管理の問題、加工設備の問題等が山積しており、今後これらの課題を一つ一つクリアしていく必要がある。

【今後の方向性】 事業主体の明確化と生産者の協力なしには本事業の事業化は難しい。未利用資源をテーマとしたワークショップや試作品検討会等を開催し、商品化の最初の段階から関わりを持ってもらい当事者意識を醸成していく必要がある。また、商品の事業化のための学びの機会を創出し、加工品の製造・販売についての事業化の道筋をつけ、多くの地域住民の賛同を集めて事業を進めていくことが必要である。

## b. 地域材活用木製品デザイン開発事業

【課題】 町内のデザイナー志望の有志 6 名に集ってもらい、専門家によるワークショップを開催した。参加者のデザインをもとに 3D 木工旋盤機で食器を作成し、町内の福祉施設や幼児センター向けの導入実験が開始されたが、機械的な性能から一つの食器を作るのに時間がかかり、量産化は難しい。

また、デザイナー志望の方々もほとんどが本来業務を持っており、製品の製造、販売等には関われないのが現状である。デザインベースでの関与のみでは、なかなか本来の「ものづくり」の醍醐味を享受することは難しい。

【今後の方向性】 事業化の可能性を今後も継続検討していくことはもちろん重要であるが、工業製品として町外に展開するのか、クラフト製品として地域の工芸品・特産品化していくのか、そのすみ分けが必要。工業製品として出荷するのなら機械的な問題を解決していく必要があり、また、クラフト製品をめざすならば、デザイン力の向上等が重要となる。さらに事業化を進めるための経営力強化、マーケティング力向上が重要となる。

## c. 若者事業後継ぎ全国公募事業

【課題】 承継希望者の全国公募からマッチングまでのシステムは構築できたが、今後事業を継続していく上では、当事者への丁寧なケアやシステムの細かなメンテナンスが必要になる。

実際に今回のマッチングでは事業者に 2 回、承継希望者に 2 回赴き、承継の意気込みや希望条件等の確認を行った他、面談・現地視察も 2 回行うなど、非常に手間と時間のかかるものであった。また、ホームページによる公募では、掲載事業者の改廃や追加等の作業が恒常的に発生し、さらにアクセス数を維持・拡大させるための情報発信施策が必要になってくる。事業主体である産業活性化支援機構(町・商工会・クラスター推進部)の担当者だけでは、複数案件が同時に出てきた場合、処理しきれない可能性がある。

【今後の方向性】 今年度の事業を継続運用しつつ、ノウハウをパッケージ化、マニュアル化し効率的に運用できるようにする必要がある。

また、必要に応じて外部の専門家や移住支援活動を行う地域再生組織の活用を検討する。

将来的には地域の事業者や担当者を育成し、募集、マッチング、メンテナンス、フォロー等をワンストップで賄えるような総合的・恒常的な受け入れ窓口機関・組織を設置していく必要がある。

#### d. ハートフルな買物支援サービス事業

【課題】 移動販売車や町内の商品提供先の確保が完了し、移動販売の実証実験が開始されている。商品に関しては、今年度は町内事業者からの委託販売というかたちになっており、利益率が非常に低く、福祉事業的な側面が強くなっている。

将来的には事業者自らが作ったものを販売し、付加価値を高めていきたい意向があるが商品開発やマーケティングの部分で外部人材の力を借りて事業計画、商品計画を策定していきたい意向もある。収益事業として独立した事業とするのか副業として町の支援策の一環として進めていくのかの判断が課題である。

【今後の方向性】 商品開発やマーケティングについて体系的に学べる機会を創出し、外部有識者等の知見を活用して、事業ドメインを明確にした上で、事業を推進していく必要がある。付加価値の高い収益事業をめざすならば、地域のニーズや市場規模等を十分にリサーチした上で本格的な商品開発を行い、実現可能性を検証していく。福祉支援事業であるなら、事業項目、サービスメニューを確定させ、充実した支援サービスが提供できるように事業目的を明確化させていく必要がある。

#### e. キラリホール開店事業

【課題】 地域資源の掘り起こしと下川町の PR を目的として開設されたキラリホール開店事業であったが、参加者メンバーである観光協会や地域おこし協力隊の本来業務の結果情報を共有する場となっており、発展性に欠けていた。当事者同士の横の連携ができ、イベント出展等での協力体制ができたのは一つの成果であった。後半は本来の目的である町の PR のためのプロモーションビデオを作成し、展開策・活用方法を検討したが、PR の実施担当者が明確になっておらず組織的な展開が十分にできなかったのが課題である。

【今後の方向性】 プロジェクトごとに実施の責任者を決め、当事者としての地域のリーダーを育成していく必要がある。そのためには当事業の多岐にわたる活動の絞り込みを行い、経営が学べる機会等で事業ドメインを明確にしたうえで、役割分担を明確にし、当事者意識を持って進めていく必要がある。

## (6) マネージャーコメント

### 「事業承継マッチングシステム」構築による移住・定住の促進にむけて

株式会社道銀地域総合研究所 地域戦略研究部 研究員 北山 謙二



北海道上川郡下川町は、「環境未来都市」として注目されており、「未来を切り拓くまち」として民放の全国放送で17分間にも及ぶ特集が組まれるなど、非常に注目を集めております。

しかしながら、人口は、昭和35年の15,555人をピークに減少を続け現在約3,600人で、将来予測では、10年後で15%減、20年後で30%減とされ、人口構造も高齢化率が40%を超えると予測されています。

産業の中核は、中小企業であり、町内総所得の75%が給与所得となっていますが、ここ10年間の動向をみると製造及び販売額の低下が雇用及び所得の減少につながり、生産年齢人口の減少と少子高齢化を招いています。

そのような中、下川町では、産業活性化策・地域活性化策について、地域の中小企業者・商工会・金融機関などの関係機関と町が協議を行ってきましたが、協議の中では、高齢を起因とする廃業増加に対応する事業承継のマッチング機能や総合窓口機能の創設、農林産物を活用した6次産業化や超高齢化社会に伴う買物支援等のソーシャルビジネスなどの新分野進出の可能性などについて意見が出され、特に企業サポートや事業化コーディネートを行う体制の構築と人材の確保が必要であるとされました。

新・地域再生マネージャーの役割としては、「産業活性化支援機構」の中核人材として、主体的・能動的に産業活性化策を展開し、安定的な雇用の場を創出し、現役世代の定住を図ることで地域を活性化することでした。

具体的には、事業者等からの相談や事業承継・起業化の希望に応じたプロデュース、サポート、事業可能性調査や地域資源の発掘、人材育成など活動範囲は多岐にわたりました。

下川町内商工業者の事業後継者の発掘と事業者とのマッチングを目的とする「若者事業後継ぎ全国公募事業」では、6月に事業承継セミナーを開催し、セミナー参加者を中心に事業承継ニーズのある事業者ヒアリング調査を実施しました。更に全国公募を希望される事業者への取材をし、10月にホームページを立ち上げ、事業者の動画・プロフィール等を掲載して全国公募を開始しました。11月には東京で行われた「北海道暮らしフェア」に出展し、多くの来場者に事業説明を行いました。

そのような中、ホームページへのエントリーが数件あり、事業者との顔合わせ、具体的な承継方法の検討が行われております。

このような取り組みは、前例がなく道内外でも非常に注目されつつあります。

本事業の課題としては、事業者と承継希望者とのマッチングと一言で言っても最終的には人と人の相性的な部分になるので、合意に至るまでには懇切丁寧なケアが必要になるということです。揺れ動く両者の気持ちを何とか同じ方向に向けさせ、ゴールに向けてともに進んでいけるように誘導していくのが役割となってまいります。

今後の方向性としては、上記のような丁寧なケアを現場で行える事業主体あるいは人材を育成していくことだと考えております。ビジネスとして成立させていくか、もしくは町の総合的な移住促進策として持続的に支援していくことを期待しています。

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。

## 2-4. 宮城県涌谷町

### 生薬を活かした健康まちづくり

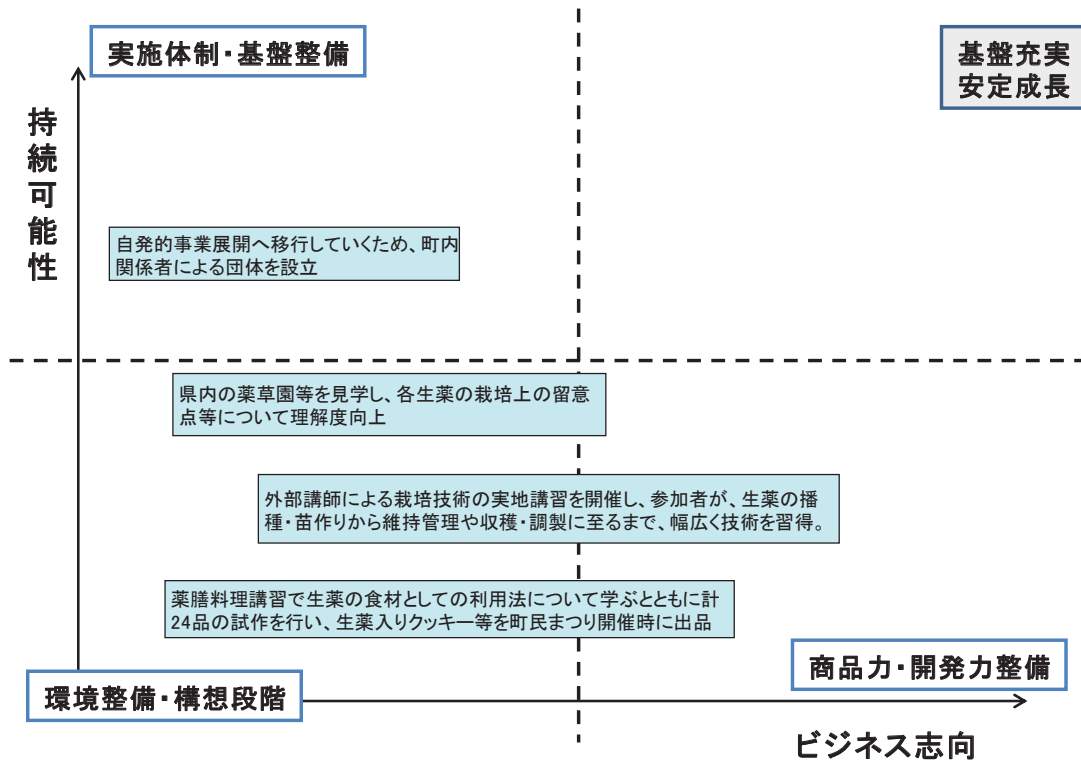
#### <事業概要>

■事業名	生薬を活かした健康まちづくり
■総事業費	7,509 千円
■助成金交付決定額	5,000 千円
■地域再生マネージャー等	飯塚 颯(涌谷町復興まちづくりアドバイザー) 関 隆志(東北大学大学院医学系研究科高齢者高次脳医学寄付講座講師) 古木 益夫(地域特産物マイスター) 加藤 春江・福家 文子(日本薬用植物友の会会員)

#### <自治体概要>

■人口	17,494 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	82.08k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	213.1 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	4,757,625 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.35(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	90.1%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	涌谷町まちづくり推進課

#### <取組(成果)概要>



## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

2011年3月の東日本大震災からの復興まちづくりに向けて、涌谷町は2012年3月に『涌谷町復興まちづくりマスター・プランー生薬を活かした健康まちづくり』を策定し、生薬の多面的活用を通じた包括的な健康まちづくりに着手した。官民一体となって、生薬や漢方による健康づくり（啓発活動）、生薬栽培技術の習得や生薬加工品の開発による産業振興、生薬を用いた景観整備など多面的な取り組みを行っている。

平成24年度および25年度とふるさと財団「新・地域再生マネージャー事業」の助成を受けて『マスター・プラン』の具体化を図っている。今年度は「生薬まちづくりの会」による町民主体のまちづくりを推進するとともに、生薬の販路確保や生薬加工品の開発のための関係企業とのネットワーク構築など、事業のビジネス性の強化に向けた動きもさらに強化することを狙いとして本事業に臨んでいる。

### b. 事業の目的

包括的な町民の健康増進をめざし、以下の具体的な目的を定めている。

- ①**住民参加による生薬の生産・加工・商品化と産業活性化**：自生生薬や栽培生薬に加工を加えて商品化（主に食品）を図り、町内飲食店等で販売。商品価値の高い生薬の栽培も新規導入。生薬栽培の町内での普及も図る（町内各地での植栽等）。
- ②**生薬による身近な健康管理の普及**：生薬に関する正確な知識を普及させ、また、町民（特に高齢者）のもつ薬草による健康法の知見を収集し、町内で共有。
- ③**住民自らの主体的で独創的なまちづくりの推進**：住民と行政が一丸となって健康まちづくりを推進していけるよう、行政の分野横断的な協力や住民参加を促進。

## (2) 事業実施内容と成果

### a. 生薬栽培技術の普及

2013年5月、7月、10月、2014年1月および3月の計5回、外部講師による栽培技術の現地講習を開催。各回15名前後の参加者が、生薬の播種・苗作りから維持管理や収穫・調製に至るまで、幅広く技術を習得した。現在町内の圃場3カ所とミニ薬草園2カ所にて計25種の生薬を栽培中。

来年度より一部の自生生薬と栽培生薬の約3〜5品目について販売できる見込みがたち、事前に行った放射能濃度測定検査ではセシウム等は不検出であった。これを受けて、今年度の栽培講習では出荷に向けた収穫・調製についても具体的な指導を受けた。出荷予定の生薬については乾燥重量にて数百キロの生産を予定しており、具体的な出荷を念頭に、会員向けに生産体制（含む収益分配）の説明会を実施するとともに、耕作放棄地を圃場（1,100㎡）として確保した。

■生薬栽培圃場の様子



景観整備については、町立病院の周辺に2カ所のミニ標本園を整備し（写真）、加えて黄金山神社参道にコガネバナ（オウゴン）を播種し、生育を確認（写真）。来年度にむけ、400㎡規模の景観兼栽培圃場を整備した。

■ミニ標本園



■景観整備、コガネバナの播種



## b. 生薬特産品の開発

計4回、薬膳料理講習を実施（毎回の参加者は20名強）し、各季節に応じた生薬の食材としての利用法について学んだ。計24品の試作を行い、2月1日の「食の町民まつり」では生薬（ウイキョウ、クコ、ベニバナ）入りクッキーとその場で煎じた町内産ハト麦茶、カンゾウ入りキムチを出品。特に約900個のクッキーは大変好評であった。4回の薬膳料理講習の成果として、講習を通じて試作した24品のレシピ集（飲料、菓子を含む）を製本し、これもあわせて来場者に配布した。レシピ集には、各料理のレシピに加えて各生薬にちなんだ健康へのヒントも記載。来場者やまちづくりの会の会員への配布に加えて、関係企業や省庁にも広く配布した。来年度には、町内産の生薬を用いた清涼飲料をOEMにて開発・製造する方向で関係企業との協議が整い、初年度は2万4千本を目標に製造し、これを町内にて販売・配布することを予定している。

■食の町民まつり(2月1日)(左)と提供した生薬入りクッキー(右)



このように、本事業では健康に着目した食の市場の拡大をめざした。

## c. 生薬・漢方の知識向上

町外視察を2度実施。6月は県内の薬草園2カ所を見学し、薬学研究者の解説を通じて各生薬の栽培上の留意点等について理解を深めた。9月には新潟県胎内市と村上市を訪れ、生産体制及び生薬による地域おこしの事例を視察。

7月、9月、11月の計3回、東洋医学の医師による啓発講座を開催（毎回の参加者30名程度）。漢方における各臓器の役割や各種症状との関わりについて解説を受け、日常の健康管理への活用法を学んだ。外部専門家による講習（栽培、薬膳、啓発）や町外視察を通じて、生薬まちづくりの会の会員の生薬に対する関心と理解がさらに深まった。薬膳講習参加者へのアンケートでも、来年度の講習への参加を希望する人が圧倒的大半を占め（20/21）、講習で得た知識を日常の生活に取り入れているという意見が多数出た。

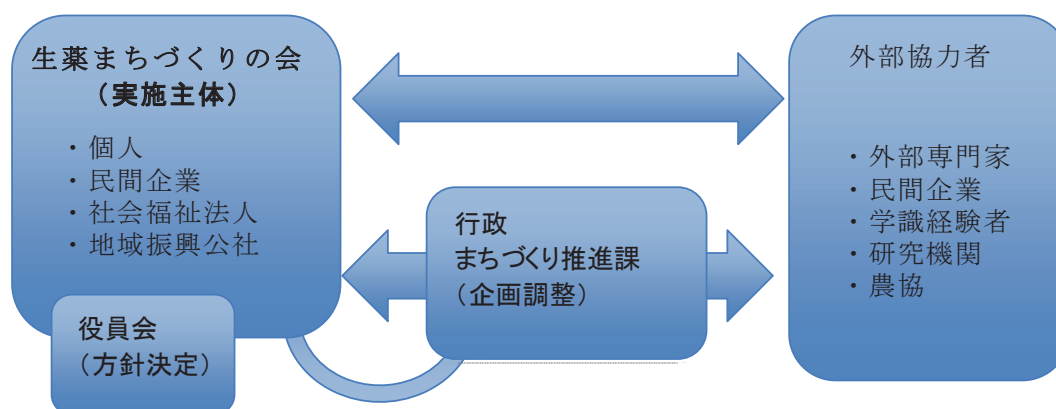


#### d. 実施体制の強化

4月に「涌谷町生薬まちづくりの会」の設立総会を行い、本事業の主体となる住民組織が正式に発足。本事業における各種事業の実施主体となり、外部専門家との連絡調整にも役員が積極的に関与している。各行事に併せて毎月1回を目途に役員会を開催しているほか、来年度以降の事業の方向性や組織の運営方針など重要議題については、特別に役員会を開催し集中的な議論を行っている。とくに12月および1月の役員会では、次年度以降の事業拡大（生薬の出荷販売や加工品の開発・製造販売）や法人化の是非等についての本格的な議論に着手した。3月には会報を発行し、町内全戸に配布した。

### (3) 事業実施体制

#### a. 事業実施体制の概要



2013年4月発足の涌谷町生薬まちづくりの会が本事業を担うが、事務作業、関係企業や研究機関との折衝、事業の基盤整備（用地確保等）は事務局である涌谷町役場まちづくり推進課が重点的に支援。薬膳料理講習など、既に外部専門家との連絡・調製および準備作業を実質的にまちづくりの会の会員が担っている。事業の運営方針は、まちづくりの会の役員会とまちづくり推進課が定期的に協議を行い決定している。

#### b. アドバイザーの役割

氏名	役割
古木益夫	長年にわたる生薬の国内産地化の経験を踏まえ、用途・販路を踏まえた生薬の選択や、栽培・維持管理・収穫・調製について実地の技術指導を行う。
加藤 春江・福家 文子	薬膳料理に精通する薬剤師であることから、薬膳料理講習で取り上げる各レシピについて助言。
関 隆志	東洋医学を専門とする医師として、生薬や漢方の考え方や日常的な健康管理へのそれらの活用について講座を実施。
飯塚 顕	役場まちづくり推進課と緊密に協議しつつ事業全般の企画運営に関する各種調整。保健医療分野の外部専門家や企業との連携による事業展開も模索。

#### (4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
4月	30日	涌谷町生薬まちづくりの会第1回総会(設立総会)
5月	10日	生薬栽培 実践講座(春植え)および景観整備
	28日	第1回 薬膳料理講習(春の薬膳料理講習)
	28日	実施体制 生薬まちづくりの会(役員会)
6月	7日	生薬栽培 景観整備(コガネバナの播種)
	25日	町外視察(宮城県立薬草園および東北大学薬学部薬草園)
7月	23日	第1回 漢方啓発講座(心と肝)
	30日	生薬栽培 実践講座(維持管理および自生生薬の収穫・調製)
8月	27日	第2回 薬膳料理講習(夏の薬膳料理講習)
	28・29日	生薬栽培(生薬産地化を巡る協議)
9月	17日	第2回 漢方啓発講座(肺と脾)
	25・26日	町外視察(新潟県胎内市および村上市の生薬による地域振興策)
10月	22日	第3回 薬膳料理講習(秋の薬膳料理講習)
	29日	実施体制 生薬まちづくりの会(臨時役員会)
	29日	生薬栽培 産地化を巡る協議
	30日	生薬栽培 実践講座(秋植え、収穫、調製)
11月	20日	新・地域再生マネージャー事業報告会
	21日	生薬栽培 産地化について事業提案(食品関連企業)
	25日	生薬加工 生薬入り清涼飲料水開発に向けた関係企業との協議
	26日	第3回 漢方啓発講座(腎)
12月	17日	第4回 薬膳料理講習(冬の薬膳講習)
1月	14日	実施体制 生薬まちづくりの会(臨時役員会)
	30日	食の町民まつり 出展準備
	31日	生薬栽培 産地化に関する会員向け説明会
2月	1日	食の町民まつりへの出品(生薬入りクッキー・ハト麦茶)
	1日	レシピ集の配布
3月	1日	会報発行
	18日	実施体制 生薬まちづくりの会(臨時役員会)
	25日	生薬栽培 実践講座(春植え)

#### (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

事業当初より、本事業で取り扱う生薬の種類が多いことに対して町民から「方向性が見えない」、「わかりづらい」といった声が寄せられることがあった。このため、今年度の事業では外部専門家や業界関係者の助言を得て、医薬品原料として出荷する生薬、地域で消費する薬膳料理の原料として用いる生薬、景観整備に用いる生薬という3つの視点から重点作物の絞り込みを行った。また、昨年度より生薬を用いた地域特産品の開発をめざしつつも具体的な「商品」につながらずにきたことから、今年度は実験的な試みとして町内産生薬入りの清涼飲料水をOEMにて製造する方針を決定し、関係企業を選定した上で具体的な作業に着手することができた。こうして、現在は生薬の出荷販売に向けた具体的な準備作業(作付面積、作り手、作業分担、収益、作業場)や、生薬入り清涼飲料水の製造販売のためのスキーム構築に取り組んでいる。

「方向性が見えない」という点については、本事業が生薬の栽培・加工・啓発という多岐にわたる内容を含んでいたことも理由に挙げられる。しかし、そのような多岐にわたる取り組みを通じて「健康」をキーワードとする地域活性化を図っていくことが本事業の目

標である以上、事業の一部だけを切り離して進めていくことは長期的なビジョンを犠牲にすることになりかねない。各会員にとっての関心分野の多様性を認めつつも、事業全体としてのバランスと整合性をいかに維持していくかが課題となる。その観点からは、本事業の担い手でもある「涌谷町生薬まちづくりの会」が昨年 4 月に発足したことは画期的であった。とりわけ同会の役員会は栽培・加工・啓発のいずれの分野にも興味を持ち熱心に取り組んで下さる方によって構成されており、ほぼ毎月開催されている役員会が来年度以降も事業全般の推進役を果たすことが見込まれる。

次年度には生薬の出荷、生薬入り清涼飲料水の製造、耕作放棄地での生薬栽培の導入などが控え、さらに一定の事業収入も生じることから、会計処理を含む各種の事務作業や対外折衝への対応など、組織体制の更なる強化が求められる。まちづくりの会の法人化に加え、傘下の各事業部門の法人化も視野に入れて実施体制を検討していくこととなる。この先まだ 1、2 年は事業収益が限定的であることから、外部資金に頼らざるを得ない。しかし、できるだけ早期に自己資金による持続的な事業展開が可能となるよう、事業のビジネス性をさらに追求するとともに、知識とノウハウを会のまちづくりの会および各会員に蓄積させていくことが肝要となる。幸い、この 2 年間の助成事業を通じて今後の中長期的なまちづくりの核となる事業を特定し、その担い手となるリーダーも発掘することができた。次年度以降、例えば学校教育での生薬の活用や、従来の地域保健活動と生薬によるまちづくりのタイアップなど、役場内の多部門の連携を通じてさらに事業の裾野を広げ、町を挙げでの活気ある取り組みとなるようめざしていく。

## (6) マネージャーコメント

### 地域社会の変革に向けた果敢な挑戦に感動

涌谷町復興まちづくりアドバイザー 飯塚 顕



平成 24 年度より「生薬を切り口とした多面的な健康づくり」をテーマに涌谷町のまちづくりに取り組んでいます。日常の健康管理に生薬を取り入れ、医薬品原料として出荷できるよう生薬の栽培技術を習得し、さらに町内産生薬を用いた健康食品など加工品を開発し、生薬による景観整備も行う等々。具体的な事業内容は至ってシンプルなものです。

この 2 年間でこの町の何が変わったのだろうと振り返っています。生薬の出荷販売のめどが立ち、耕作放棄地の活用も具体化。地域特産品の商品化に向けた企業との折衝にも着手。そしてまちづくりの会の意欲あふれる方々が、まちのあるべき姿を真剣に議論している。嬉しい成果は山ほどあります。

しかし、この 2 年間でより本質的に変わったものがあるとしたら、それは「知識」の 2 文字に集約される気がします。生薬の効能、栽培・加工方法、関連法令、業界や市場の動き。こうした多くの事柄について役場の担当者やまちづくりの会の会員の知識が驚異的に増え、それがまちにとって貴重な資産になりつつあります。新たな知識が新たな行動の機会を増し、新たなチャンスはさらなる知識の探求を促す。たとえまだ小さな事業であれ、このダイナミズムが涌谷町で始動しつつあるのを感じずに入られません。

マネージャーとして自分はどんな付加価値をこの町にもたらすことができたのか？ 恐らくごく限られたものに違いありません。にもかかわらず、町の人たちが新たな知識を糧に理想のまちづくりに果敢に挑む姿に接するにつけ、そのような地域社会の深く意味のある変革のささやかなきっかけになれたことへの喜びを抑えることができません。

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。

## 2-5. 秋田県大館市

### 「大館発！元気プロジェクト」

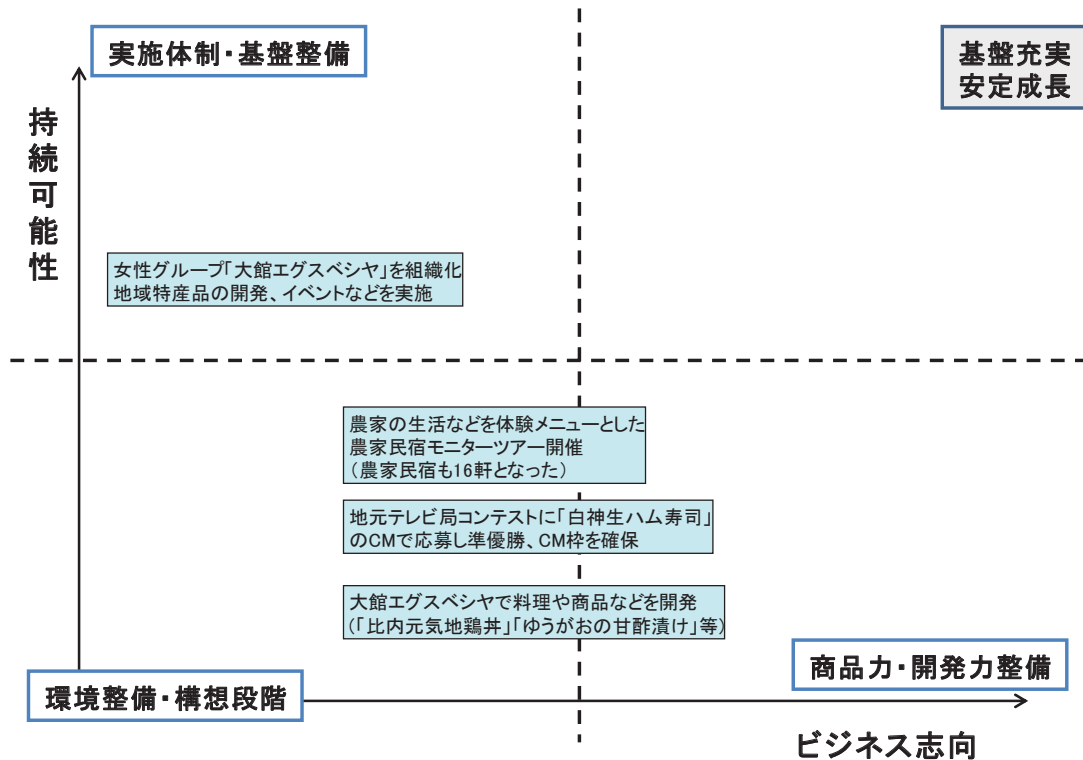
#### <事業概要>

■事業名	大館発！元気プロジェクト
■総事業費	8,622 千円
■助成金交付決定額	5,204 千円
■地域再生マネージャー	小林 詳子(全日本空輸株式会社 元客室乗務員)

#### <自治体概要>

■人口	78,946 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	913.70k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	86.4 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	22,036,126 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.42(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	91.0%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	大館市産業部観光課

#### <取組(成果)概要>



## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

大館市の人口は年少人口や生産年齢人口を中心に年々減少を続け、高齢化は全国を上回る速度で急速に進んでいる。人口規模の縮小、高齢化に傾斜した人口構造の変化は、産業経済の規模を縮小させ、地域活力の衰退及び福祉・医療などの社会保障費の増加、さらにはいわゆる限界集落の発生、地域コミュニティの低下などを引き起こす大きな課題となっている。

課題解決に向けて、以下の2つの取り組みを重点的に進める必要があると捉えている。

#### ① 産業振興による雇用の場の確保

これまでの地場産業の振興や企業誘致の促進に加え、忠犬ハチ公のふるさととしての知名度、きりたんぼや曲げわっぱ、比内地鶏などの優れた物産品、多くの温泉資源など高い観光ポテンシャルを生かし、観光関連産業や特産品産業の活性化を図り、新たな雇用に結びつける。また、多彩な地域資源を生かした体験型ツーリズムを推進することによって、交流人口の増加を図る。

#### ② 地域コミュニティを支える協働の仕組みづくり

地域コミュニティ機能の維持・強化に向けて、地域住民の連帯感を醸成する取り組みや地域の身近な課題に対して地域住民が自発的に取り組んでいく機運を高める必要がある。このため、住民の自発的な地域づくりを支援する地域づくり協働推進支援事業や地域おこし協力隊の活用を通じたコミュニティビジネスの推進、地域コミュニティの維持再生に向けた取り組みを実施する。

### b. 事業の目的

本事業では、地域再生マネージャーのノウハウとネットワークを活用し、女性パワーを活かした地域活性化、生ハム・山の芋・枝豆などの食ブランドの構築、地域資源を使った新たなメニューの開発、農産物の需要拡大や販路拡大による地域における雇用創出や農家所得向上、農家民宿を核とした体験型ツーリズムの強化による交流人口の拡大をめざす。

## (2) 事業の内容と成果

### a. 持続可能な地域づくり

昨年度事業において市内の各団体等で活躍している女性を集めて結成された女性グループ「大館エグスベシヤ」※を組織化し、月1回計8回意見交換会（参加者：延69名）を実施した。会員間の情報交換やコラボ事業実施と並行して、今後の方向性を話し合った。

その結果、単独での「大館エグスベシヤ祭」開催を決め、地域特産品が詰まった「おもてなし御膳」、特産品の販売のほか、ゴスペルや演劇などのステージを行うことを決定した。

また、特産品・商品開発やデザインなどに取り組む団体を対象とし、特産品商品化勉強会を2回開催（参加者：延23名）し、霞マルシェで大人気となった陽気な母さんの店の「比内地鶏元気丼」や外川原町内会の「ゆうがおの甘酢漬け」などの商品が生まれた。

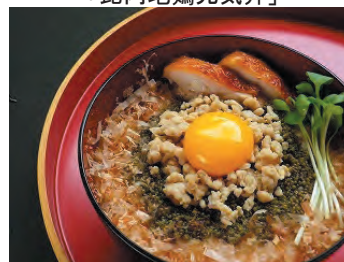
■大館エグスベシヤ会議  
（「おもてなし御膳」検討会）



■特産品商品化勉強会  
（講師：県総合食品研究センター）



■霞マルシェに向け商品化された  
「比内地鶏元気丼」



※ エグスベシヤ:「良くしよう」という意味の大館弁「えぐすべしや」をカナ表記にしたもの。

### b. 訴求力のある商品とメニュー開発

大館市の廃校舎を活用して生産された生ハムを新たな食ブランドとして確立するため、「大館市ふるさと CM 製作実行委員会」と連携し地元テレビ局で主催する「あきたふるさと手づくり CM 大賞」に白神生ハム寿司の CM を応募した。秋田県内全25市町村が参加のなか大館市は準優勝となり、年間100回の放映権を取得した。

また、白神生ハム寿司のブランド化に向けて「大館市鮭商組合」に白神生ハムの原木を寄贈した。

■新メニュー  
（白神生ハム寿司）



■CM ロケ現場



■CM 製作実行委員会  
スタッフ



■白神生ハム原木を寄贈



### c. 体験型観光の推進

ANA 総研と連携した農作業・曲げわっぱづくり・きりたんぼ作り・農家の生活などを体験メニューとした農家民宿モニターツアーを3回開催した。昨年度及び今回の反省点からブラッシュアップを図った。また、受け入れの手伝いをしていた農家から今年新たに3軒の農家民宿が参加し、合計16軒となった。

修学旅行時期以外での体験型観光の推進のため、スポーツ合宿や外国人ツアー等の受け

入れを行い、受入体制の充実を図った。

秋田弁によるお客様のおもてなしと新たな体験型観光のメニューの創設をめざし、移住モニターツアーをきっかけに大館市に移住した俳優を講師とした「体験型秋田弁講座」を6回実施し、その成果を「エグスベシヤ祭」のステージで発表した。

GT（グリーンツーリズム）関連記者を招き、農家民宿への宿泊と様々な体験メニューを経験してもらい、GT 雑誌、新聞折り込み等に掲載してもらうことができた。

■ふるさとおおだて食農体験  
モニターツアー(りんご狩り体験)



■新たな体験型観光メニュー  
体験型秋田弁講座  
(俳優の熱血指導)



■外国人ツアーの受け入れ  
(7/4 独立記念日のおもてなし)



#### d. 大館の人と特産品に関する情報発信と販路拡大

都内霞ヶ関ビルで開催された「霞マルシェ」に大館ブースを出展し、大館産品 27 品目を販売した。また、キッチンカーでは、比内地鶏、とんぶり、山の芋などの大館市の特産品を詰め込んだ「比内地鶏元気丼」や「白神生ハム」を販売し情報発信と需要拡大を促した。

12 月に沖縄県那覇市において「第 2 回全国おばあちゃんサミット」が開かれ、第 1 回目を開いた大館市から開催記念として、この日のために製作した「大館曲げわっぱトロフィー」を贈呈した。大館の伝統工芸品を PR するとともに特産品を売り込み、PR に繋げた。

■霞マルシェ(50 人の行列ができた  
比内地鶏元気丼のキッチンカー)



■霞マルシェ  
(大好評だった特産品販売)



■全国おばあちゃんサミット in 那覇  
(曲げわっぱトロフィー贈呈による  
伝統工芸品の PR)

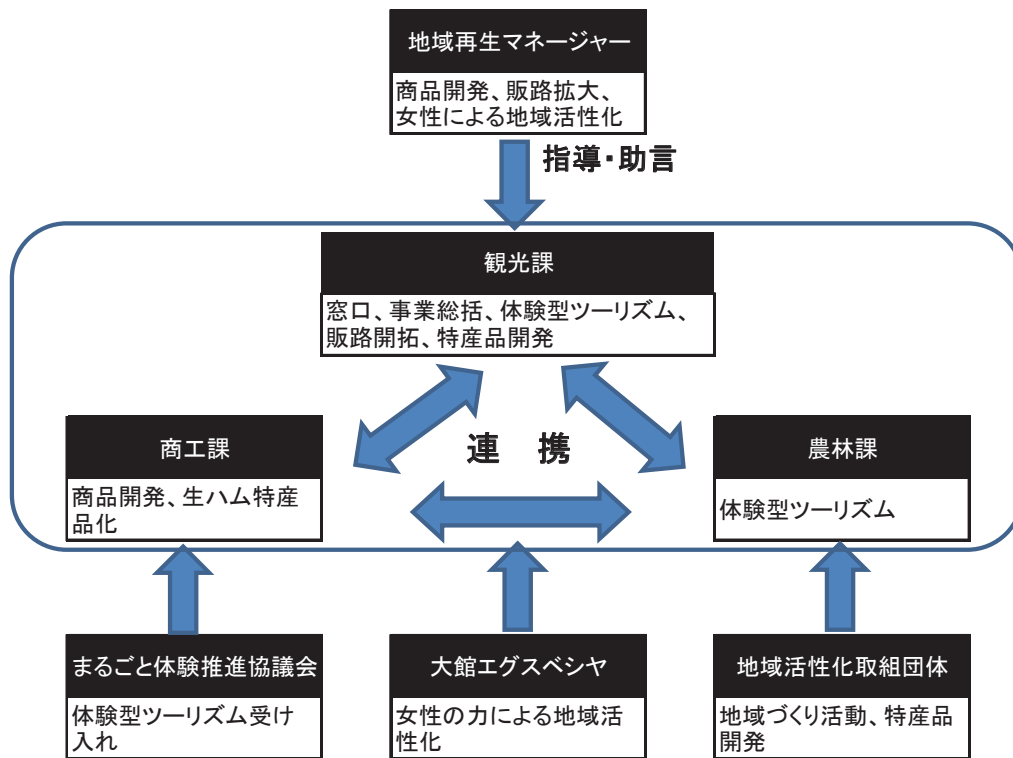


### (3) 事業実施体制

#### a. 事業実施体制の概要

地域再生マネージャーのアドバイスのもと、大館市産業部観光課が事務局として取り組み、体験型ツーリズムの受け入れに取り組んでいる「大館市まるごと体験推進協議会」（事務局：大館市産業部）や女性の力による地域活性化をめざす「大館エグスベシヤ」、商店街活性化に取り組んでいる商工会議所、地域づくりの取り組み団体、市内女性グループなどと連携しながら事業を実施する。





#### b. アドバイザーの役割

女性パワーを活用した地域活性化の実現をめざし、地域再生マネージャーの持つ「人をポジティブにさせる対話力」を活用して地域活性化に取り組む女性グループの組織化とその活動の活発化を図るとともに、市内各種女性団体会員や地域づくり活動取組団体の特に女性会員のやる気を引き出す「火付け役」としての役割を担う。

また、地域再生マネージャーの持つネットワークを活用し、地域資源を使った新たなメニュー開発、大館製品の需要拡大や販路拡大の役割を担う。

#### (4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
7月	4日 6月25・31日	北米地域の青少年交流事業受け入れツアー開催 市内女性懇談会「大館エグスベシヤ」開催(1・2回目)
8月	1日 2日 20日 21・23日	第1回特産品商品化勉強会 大館市の新たな特産品生ハムのCM撮影 市内女性懇談会「大館エグスベシヤ」開催(3回目) スポーツ合宿歓迎レセプション・きりたんぼ体験受け入れ
9月	18日 19日 20・21日	第2回特産品商品化勉強会 市内女性懇談会「大館エグスベシヤ」開催(4回目) ふるさとおおだて食農体験モニターツアー(1回目)
10月	12・13日 15日 16日 30・31日	大館市の観光素材PRのための取材受け入れ 市内女性懇談会「大館エグスベシヤ」開催(5回目) モニターツアー打ち合わせ及び検証会 霞マルシェへ出展(霞ヶ関ビル)
11月	6・7日 8・9・28日 25日 26・27日	JTBパブリッシング記者雑誌掲載のための取材 ふるさとおおだて食農体験モニターツアー(2回目)／打ち合わせ及び検証会 市内女性懇談会「大館エグスベシヤ」開催(6回目) 定年時代記者紙面掲載のための取材
12月	7日 15日 16日	第2回全国おばあちゃんサミット in 那覇において情報発信、物販 市内女性懇談会「大館エグスベシヤ」開催(7回目) 体験型秋田弁講座開講式
1月	16・24・30日 21日 23日 24・25日 30日	体験型秋田弁講座(1・2・3回目) 航空貨物による販路拡大打ち合わせ 市内女性懇談会「大館エグスベシヤ」開催(8回目) ふるさとおおだて雪国体験モニターツアー(3回目) 商品開発販路拡大研修会開催
2月	6・13・20日 15～18日 17日～ 23日	体験型秋田弁講座(4・5・6回目) 那覇市における物販販売と情報発信 大館の食材を使ったメニュー公開による情報発信 「大館エグスベシヤ祭」開催

#### (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

地域再生マネージャーを中心に組織化された「大館エグスベシヤ」も今年2年目となり、会員同士のコラボ事業や独自のイベントを開催するまでに至っている。この組織を維持・発展することが課題となる。会員間のコミュニケーションを図りながら年に1回以上イベントを開催するなど、今後の組織運営方法を検討する必要がある。

修学旅行の誘致も今年は1,699人、来年は2,000人超と増加傾向になっているが、受入体制の確保が困難になってきている。受け入れを増やすため、ほかの集団営農団体などに対し説明会を開くなど、新たな農家民宿の開業を推進する必要がある。

特産品のポテンシャルを生かして「比内地鶏元気丼」「白神生ハム寿司」等の新メニュー開発を行った。今後もこれらを生かしながら、観光関連産業や特産品産業の活性化を図り、新たな雇用に結びつけられるよう各団体と協力しながら進んでいかなければならない。

## (6) マネージャーコメント

### 地域資源はみんなの中にあった！

全日本空輸株式会社 元客室乗務員 小林 詳子



大館市の女性の“元気”を集めた「大館発！元気プロジェクト」は新・地域再生マネージャー事業 2 年目を迎えた。地域の活性化の起爆剤として、今まで点在していた女性の力を結集し、商工や農業関係の分野で活動している女性達に集まってもらったのが約 3 年前、月一回の割合で、研修や意見交換等を行い、相互の繋がりを深めることによって、今までやってこられなかったことにチャレンジしたり、各活動のさらなる進化を図る事を目的として、「大館を良くしよう」という意味そのままに「大館エグスベシヤ」となった。

今年度は大館エグスベシヤの活動の総決算として、自分達が今まで積み上げてきた経験や得意技、開発した商品等、現在、各自の持てるもの全てを出し合ったイベント「～あずましく、食べて・しゃべって・笑って～大館エグスベシヤ祭」を実施することになった。「あずましい」とは「ゆったりして心地いい」との意味で、昔から深い雪に囲まれた 3 か月は農作業も出来ないため、家の中で自分の趣味を心ゆくまで楽しんだり、地域の女性で集まって服を作って着て、見せ合ったり、おしゃべりを楽しんだりした懐かしい豊かな時間を思い起こし、ひと時あずましく過ごしてもらいたいと願いを込め、得意分野で担当を分け動き出した。中身はというと、地元食材を使ってメンバーが既に開発していた惣菜を詰め合わせた「おもてなし御膳」を食し、メンバーの歌や踊り、地元の伝統的行事のファッションショーや秋田弁演劇等を鑑賞しながら、冬の一日をゆったり楽しんでもらおうというものだ。これには地元商店街振興組合、本場大館きりたんぼまつり実行委員会も加わることとなり、正に「地産地SHOW」の輪がひろがった。

また、ここでの出し物の一つである秋田弁演劇は、体験観光推進の一つとして生まれたもので、アイデア豊富で言葉を操るのがうまい二人の行政職員が基本構想を練り、脚本を書き上げ、昨年大館に移住してこられた俳優の方の指導のもと、体験受け入れ農家の父さん、母さんが秋田弁を面白おかしく紹介する寸劇だ。この“協働”は、毎週喜々として稽古に励んでおられる農家の皆様の努力もあり、第一回目の本番では、素の愛嬌が笑いをもたらし、訪問客との距離を短時間でぐっと近づけ、大好評だった。この台本は優れもので時間もやり方もアレンジがきき、状況に応じて臨機応変に対応できるので、母さん達のアイデアもどんどん加算される。

まず、寄り合う。自分達が出来そうなことに向かって取り敢えず動き出す。その中で皆の得意技を出し合い評価し、さらに出来そうなことを探る。どういう形になったとしても、自分達が楽しめばいいと開き直り、最後まで成し遂げる。その中からまた何かを見つけて動き出す。この繰り返しの中でさらに絆が強まり、共感した多くの人ともつながっていけば、個人も団体の個性も輝きを増し、面白く、あずましいまちになっていくのではないだろうか？

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。

## 2-6. 栃木県那須塩原市

### 「市民ファンド活用による太陽光発電装置等普及事業」

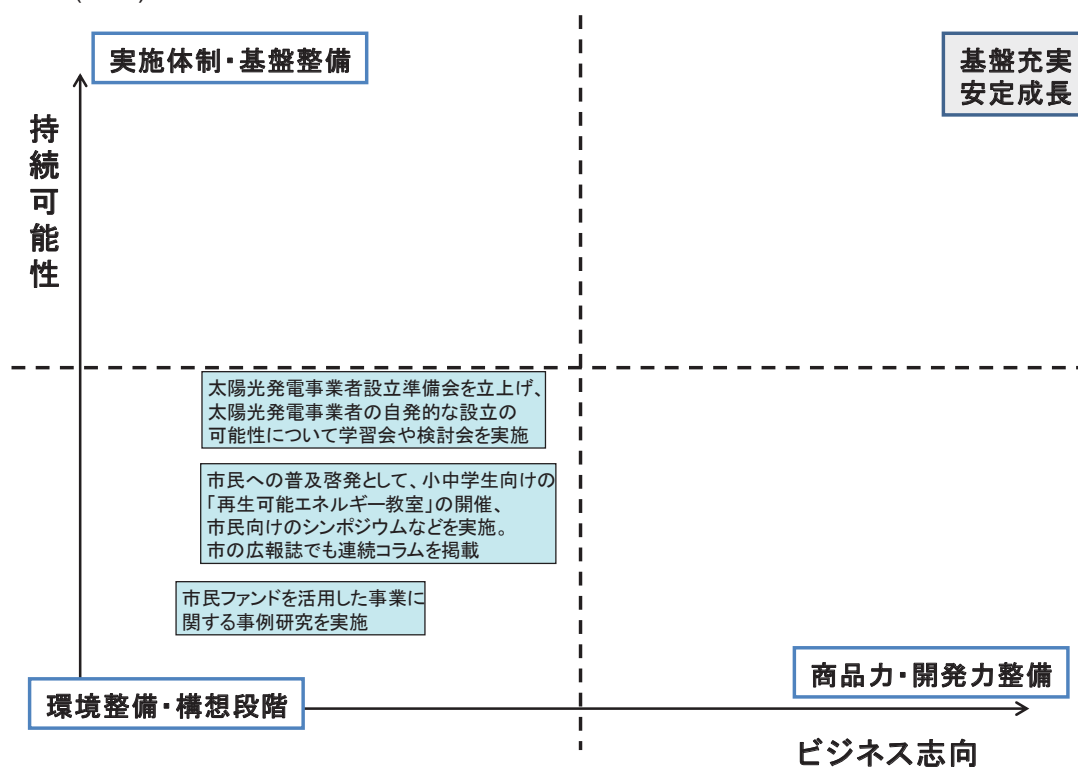
#### <事業概要>

■事業名	市民ファンド活用による太陽光発電装置等普及事業
■総事業費	8,790 千円
■助成金交付決定額	5,666 千円
■地域再生マネージャー等	猪股 舞(おひさま進歩エネルギー株式会社) 谷口 彰(おひさま進歩エネルギー株式会社)

#### <自治体概要>

■人口	117,812 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	592.82 k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	198.7 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	27,078,163 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.81(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	93.9%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	那須塩原市生活環境部環境管理課

#### <取組(成果)概要>



## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

地域再生の一つとして、原子力発電や火力発電といった中央集中型のエネルギー供給に依存する仕組みから、地域で使うエネルギーを地域自らが創出する仕組みに転換を進める必要があることとした。

那須塩原市地球温暖化対策実行計画【区域施策編】では、温室効果ガスの排出削減を官民協働でいかに進めるかを記しており、再生可能エネルギーの創出と利活用を推進することは課題解決に向けた一歩となる。

### b. 事業の目的

市民に対する再生可能エネルギー創出とその利活用の意義の啓発、民間事業者の自発的設立に向けた育成事業を行い、その中で、市民ファンドにより調達する資金をもとに、市民参加型の太陽光発電装置を地域で活用する仕組みも調査、研究をする。

## (2) 事業の内容と成果

### a. 再生可能エネルギー普及及び利活用周知

市の広報「なすしおぼら」にて「那須塩原でエネルギーの地産地消！」と題した連続コラムを連載し、本事業の紹介、市民向けイベント等の案内、市内の再生可能エネルギー事業の紹介などを掲載した。

■広報「なすしおぼら」8月5日号(左)と12月5日号(右)



#### **b. 太陽光発電事業者(法人)設立の支援**

那須塩原市太陽光発電事業者設立準備会を5月29日に立上げ、太陽光発電事業者の自発的な設立の可能性について学習会や検討会を行った。

第4回設立準備会では、会員6名より頂いた提案の発表と意見交換を行った。第5回設立準備会では、前回のファンドの募集方法についての解説や会員からの提案の整理結果を基に、具体的な提案が可能な2者から、より詳細な事業計画の発表があった。

#### **c. 市民ファンドを活用した事業に関する検討**

設立準備会において、先進事例である長野県飯田市の例を基に、市民ファンドを活用した事業に関する検討を行った。

#### **d. 施工業者向け学習会の企画・開催**

太陽光発電装置施工業者を育成するため、市内の電気工事業者や電気店等を対象に、太陽光発電システムの仕入れ、販売、工事、各種手続き、メンテナンス等についての学習会を実施した。

受講者10名にアンケートを実施した結果、今後の見通しとして、「積極的に施工販売していきたい」が30%、「できる程度で施工販売していきたい」が40%で、受講者の今後の新規参入が期待できることが分かった。

#### **e. 市民向け講演会等の企画・開催**

市内イベントでの再生可能エネルギーについてのブース出展や地球環境問題についてのシンポジウム開催を通し、市民への再生可能エネルギーの普及啓発活動を行った。

また、小中学校や公民館、放課後児童クラブなどで再生可能エネルギーについての理解を深めるための「再生可能エネルギー教室」を開催した。

参加した生徒からは、「太陽光発電は電気をつくるだけでなく、自然を守るという点でも役立っているのだと思った」「那須塩原市の現状を知ることができて、すごく勉強になった」「これからも再生可能エネルギーが増えて地球温暖化がなくなればいいと思った」などの感想があった。

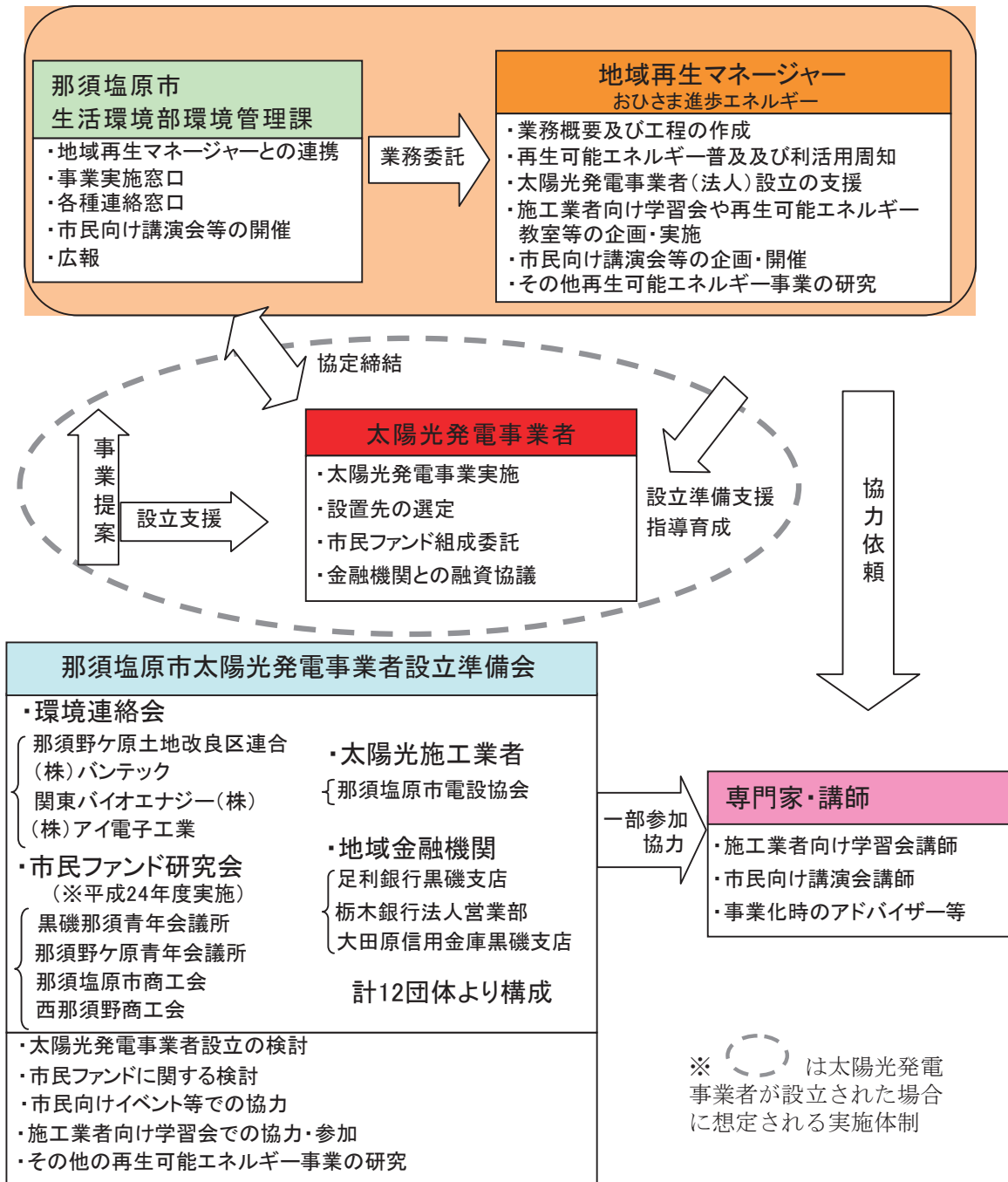
#### **f. その他再生可能エネルギー事業の研究**

設立準備会には、小水力発電などの再生可能エネルギーに取り組んでいる事業者がいることから、事例発表を通し、相互研究を行った。

会の中で会員同士の取り組みを発表し、理解を深めることで、今後の太陽光発電以外の市の再生可能エネルギー事業実施に向けた協力体制構築の足がかりとなった。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制



※那須塩原市が市民ファンドの仕組やおひさま0円システムについて研究するために設立した会で、そのメンバーに準備会への参加要請をした。  
活動期間は平成24年11月～平成25年1月

#### b. 地域再生マネージャー等の役割

地域再生マネージャーとして、おひさま進歩エネルギー株式会社から派遣された猪股舞氏は、那須塩原市役所と共に事業全体の企画、進行管理、太陽光発電事業者設立準備会事務局の運営、市民向けイベントや学習会の企画実施、広報「なすしおぼら」の原稿やイベントのチラシ作成等を行った。

太陽光発電事業者設立準備会のコーディネート、事業者立上げに向けたアドバイス等は同社の谷口彰氏が担った。

そして、事業全体の総括を同社の原亮弘氏が行った。

さらに、11月からは市民への普及啓発活動を強化するために、同社の田中聡氏も現地駐在員として赴任した。

#### (4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
5月	29日	那須塩原市太陽光発電事業者設立準備会 設立会
6月	19日	第1回太陽光発電事業者設立準備会 会員の取り組みの事例発表と意見交換
7月	17日 25日	厚崎中学校 3年3組公民授業 黒磯小学校 再生可能エネルギー教室
8月	5日 7・8日 22日	大山児童クラブ 再生可能エネルギー教室 長野県飯田市への「おひさま発電所事業見学ツアー」の開催 西那須野幼稚園内 再生可能エネルギー教室
9月	18日	西那須野公民館 再生可能エネルギー教室
10月	10日 19・20日 28日	第2回太陽光発電事業者設立準備会 西那須野産業文化祭ブース展示「再生可能エネルギーを体験しよう！」 太陽光発電装置施工事業者育成のための学習会<第1回座学>
11月	8日 11日 18日 25日	第3回太陽光発電事業者設立準備会 太陽光発電装置施工事業者育成のための学習会<第2回座学> 太陽光発電装置施工事業者育成のための学習会<現場見学会> 太陽光発電装置施工事業者育成のための学習会<第3回座学>
12月	14日 14日 15日 16日 26日	大山公民館 再生可能エネルギー教室 黒磯駅前キャンドルナイト ブース展示 宇都宮共和大学那須キャンパス 生涯学習振興大会ブース展示 太陽光発電装置施工事業者育成のための学習会<第4回座学> 第4回太陽光発電事業者設立準備会
1月	18日 23日	那須塩原市環境シンポジウム 第5回太陽光発電事業者設立準備会
2月	9日 16日 27日	とよら公民館 再生可能エネルギー教室 消費生活と環境展ブース出展「再生可能エネルギーを体験しよう！」 第6回太陽光発電事業者設立準備会



## (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

先進事例である長野県飯田市での取り組みを参考に、那須塩原市において市民ファンドを活用した個人住宅向け太陽光発電事業の実施の可能性を検討するため、再生可能エネルギー事業に取り組む事業者等により太陽光発電事業者設立準備会が組織された。準備会の活動として、飯田市視察等の調査を行った中で、飯田市では強力なリーダーが存在し、金融機関や行政が連携することで事業に取り組んだことが分かった。また、従来から公民館活動などの地域活動が盛んであり、地域づくりに市民自らが参画する意識が強く、それが形となったのが市民共同発電事業であった。今後、那須塩原市において先駆者となり得る人材を育成・発掘していくことが課題であると考ええる。

市民への普及啓発については、再生可能エネルギー教室や市民向けイベント、シンポジウムの開催を通して、子供から大人まで多くの参加者があった。参加者からは「地球温暖化の問題を再認識した」、「自分たちにもできる取り組みをしていきたい」などの声があったことから、意識の向上を図るために、今後も市民への啓発活動を引き続き行っていく必要がある。

太陽光発電装置施工事業者育成のための学習会には、地域の電気工事店や電気店からの受講者が多く、講義を通し、「新規参入をしていきたい」、「可能な範囲で施工・販売をしていきたい」という意見があった。学習会をきっかけとして、太陽光発電装置の施工・販売に参入し、市内の太陽光発電装置の受注率向上に繋がること、更には市内の雇用創出や経済活性化へ繋がっていくことに期待をしたい。今後も、施工業者を育成・誕生させるための工夫が必要である。

太陽光発電事業者設立の可能性の検討は、設立準備会において進めてきた。その中では、市民ファンドを活用した個人住宅向けの太陽光発電事業は、収益性が低いため、事業を実施する上で採算の確保が課題であった。その解決方法として、収益性が高い大規模な太陽光発電事業を並行して実施することも検討されたが、市や金融機関の資金面での援助が無ければ事業の継続が難しいという検討結果であった。このことを踏まえ、市民ファンドを活用した個人住宅向け太陽光発電事業は、採算性を求める事業ではなく、社会貢献事業としての意味合いが強いという認識がされた。

市民ファンドを活用した太陽光発電事業の実施のためには、社会貢献の意思を持った資金が事業に投資され、地域に流れることで地域経済が活性化されるという認識・手法を持った事業者の設立又は発掘が重要であると考ええる。

## (6) マネージャーコメント

### エネルギーの地産地消を通じた地域づくり

(写真左より)おひさま進歩エネルギー株式会社 猪股舞(写真左)  
同 田中聡(写真中左)  
同地域開発・市民出資グループ長 谷口彰(写真中右)  
同代表取締役 原亮弘(写真右)



私たちおひさま進歩エネルギー株式会社は、長野県の最南端にある飯田市で 10 年前に設立された地域のエネルギー会社です。全国に先駆けて市民の出資金をもとに、太陽光発電システムを設置する取り組みを行いました。

同様の仕組みの構築を那須塩原市で出来ないか、というお話をいただいたとき、人材の発掘がもっとも重要だと感じました。地域のエネルギー会社を立上げ、それを担う人材、支える市民、行政、金融機関、多くの人々の支援がなければ成し遂げることは出来ません。

事業実施のために地域に入り込み、得た多くの出会いの中で、私は「那須塩原市にはたくさんの宝がある」と思いました。太陽光発電事業者設立準備会の会長をしてくださった那須野ヶ原土地改良区連合の方は、20 年以上も前から、連合の管理する農業用水路で小水力発電事業を行い、農家の人々の負担軽減に役立っていました。全国でも 2 番手のバイオディーゼル燃料を作っている事業者がいました。木質燃料や燃料電池の取り組みを地道にやっておられる方々がいました。施工業者学習会の講師をしてくださった方は、全国 100 以上の施工会社を束ね、日本の太陽光発電技術向上のためにまい進していました。多くの市民が「再生可能エネルギー、エネルギーの地産地消に賛成！」と応援してくださいました。多くの子どもたちが環境のこと、エネルギーのことを学んでくれて、楽しいと言ってくれました。そういった一人ひとは、間違いなく地域の宝だと思います。

しかし、私たちは外部人材として提言や支援、きっかけづくりは出来ても、市のエネルギーの未来を担うのは市民の皆様です。様々なプレイヤー同士で連携し、同じ理念を共有し、自分が自発的に市民ファンドを用いた太陽光発電事業を担っていかうという決定的な人材が現れるかどうかは、まだ見えない状況です。

今後、地域のエネルギー会社が立ち上がるかどうか、やるとすればどのような形が最適なのか、まだまだ議論の必要があるかと思っています。その時は私たちも仲間として応援していきたいと思っています。

そのような中でも、太陽光発電事業者設立準備会や施工業者向けの学習会を通して、太陽光発電をはじめとした再生可能エネルギーについて様々な方が集まり、知恵を出し合う機会を創出することが出来ました。このようなきっかけを提供し、市内の様々なプレイヤーが協力体制を構築するための一助になったと考えます。

最後に、まだまだ経験の浅い私を受け入れてくださった那須塩原市環境管理課の皆様、ありがとうございました。那須塩原市で培った経験と多くの出会いは何物にも変えがたい糧となりました。(猪股舞)

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。

## 2-7. 神奈川県横須賀市

### 「横須賀・長井地区 交流のまちづくりプロジェクト」

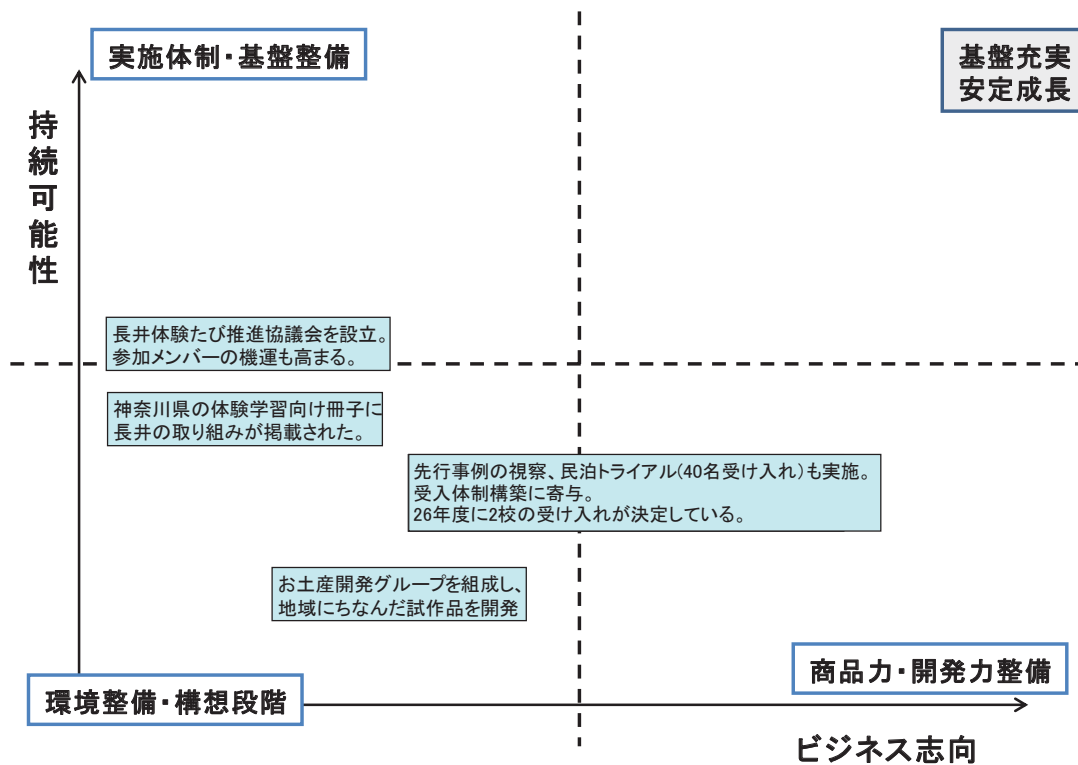
#### <事業概要>

■事業名	横須賀・長井地区 交流のまちづくりプロジェクト
■総事業費	3,600 千円
■助成金交付決定額	2,300 千円
■地域再生マネージャー等	藤澤 安良(体験教育企画 代表) 主担当 鈴木 守(株式会社 JTB コーポレートセールス グループリーダー) 副担当

#### <自治体概要>

■人口	418,325 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	100.71k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	4,153.8 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	83,039,774 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.83(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	95.7%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	経済部商業観光課 集客・プロモーション担当課

#### <取組(成果)概要>



## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

「国際海の手文化都市」を将来像に掲げる横須賀市では、人口減少・少子高齢化等の社会経済環境変化に伴う、財政悪化や都市活力の低下等の影響や課題がある。横須賀市は平成 25 年の転出超過全国第一位（1,772 名）となる。合わせて有効求人倍率も低く、定住と雇用の問題が首都圏の横須賀市で起きている。

横須賀市西部の長井地区は相模湾に面する横須賀市最大の漁港を持ち、ダイコンやキャベツを中心とする農業など第 1 次産業が盛んな、人口 9,000 人ほどのまち（農漁村）である。また海や丘、農の豊かな自然景観をはじめ「長井海の手公園ソレイユの丘」や「長井漁港の朝市」などの観光・集客資源も有している。しかし長井地区は横須賀市からみて、中央部の山や丘陵を挟んで三浦半島の反対側に位置し、観光産業から取り残された感がある。

また、後継者不足や若者世代の流出が人口減少・高齢化の進行に拍車をかけ、町の賑わいや地区全体の活力の低下、農業・漁業の競争力の低下、観光・集客資源を十分に活かされていない等の課題を有している。

そこで長井の自然を生かしたプログラムを開発し、修学旅行を中心とした学校団体の受け入れを切り口に交流人口を増加させ、活性化を図る。取り組みの中で 1 次産業従事者に体験サービスの運営、開発、インストラクターとしての新しい取り組みに挑戦させ、6 次産業化を図る。平成 24 年 7 月に、様々な分野の地域団体・組織が集まり「長井地区体験たび推進協議会」を発足。住民主導で、地域の活力と未来を生み出す取り組みが始まっている。

### b. 事業の目的

本事業の目的は、地域全体の活性化と持続可能な地域づくりをめざして「交流のまちづくり」に向けた新しい地域基盤・地域資源を創出することである。

#### ①「観光・交流」を軸とした新たな交流基盤・事業の開発と推進

長井地区が有する多様な資源を活用して、この地への訪問客（集客）を拡大し、魅力的な体験・交流の提供を通じて、にぎわいと経済効果を生み出すことをめざす。そのための基盤となる「装置（施設・システム・しくみ）」や事業の開発を進める。

#### ②「交流のまちづくり」を担う人材の教育と育成

長井地区が活力ある「交流のまち」として持続可能な地域を実現するには、それを担う住民の力をこれまで以上に高めていく必要がある。そのために現在の担い手には研修等を通じて発想力やコミュニケーション力等を高めるとともに、新たな担い手の発掘と人材教育を進める。（若者の定住や交流人口の拡大効果も期待できる）

#### ③農業と漁業の 6 次産業化で経済効果と新・地域資源を生み出す

長井地区の資源である農業・漁業を他の産業分野と連携させた「6 次産業化」を進める。これにより、土産物開発（食品加工）や飲食・小売業をはじめ、幅広い地域産業に経済効果を生み出すとともに、新たな地域資源として、初来訪の動機付け（きっかけ）やおもてなし、再来訪に向けた満足度の向上に活用していく。

#### ④様々な主体が連携しつつ、主体的に取り組む手法を構築・推進

「交流のまちづくり」をキーワードに、協議会の提案する事業や商品等を、分野ごとにそれぞれの主体（漁協、JA、住民、企業等）が連携しつつも自律的に推進。地域を挙げてのネットワーク体制で事業を展開する「自立共生型」の事業推進方法を構築・推進していく。さらに周辺市町村や企業等との広域連携事業にもつなげる。

#### ⑤新しい発想や実験的手法に取り組み、地域づくりのモデルをめざす

「新しい交流の基盤としくみづくり」「農業や漁業等の6次産業化」「自立共生型の推進手法」など、住民主導で進めることで従来にはない発想や手法による事業計画や成果が期待される。横須賀市では「長井モデル」として展開し、市全体の活性化に活用する考えを持っているが、全国に存在する「都市の中の中山間地」や漁港にとっても、地域再生や持続可能な地域づくりに向けたモデルとなると考える。

## (2) 事業の内容と成果

### a. 長井体験たび推進協議会の体制作り

推進協議会を設立し、学校団体の受け入れに向けて事業を進める中で、長井体験たび推進協議会の認知度がアップしたことで、住民の関心が高まってきている。また、市長からも記者会見などで発表してもらったこともあり、推進協議会のメンバーにもやる気と自信が湧き、活動にも力が入ってきている。

### b. 民泊受入体制作り

地域住民も含めて民泊の先行事例の視察を行い、現地で実際の受け入れの状況を見ることができた。受け入れ家庭を対象とした勉強会も実施し、受け入れの考え方や方法を習得してもらった。また、民泊のトライアルを実施し、40名の受け入れを行った。受け入れ家庭として登録している地域住民が、実際の受け入れと同じ体験をすることができ、来年度の本格的な受け入れに向けた練習をすることができた。民泊のトライアルでの住民の反応は、「民泊家庭の情報共有がもっと必要。協力しあうことで受け入れ家庭同士が親しみを持つことができる」「高校生との関わりを通し、久しぶりに食卓での団らんが生まれ楽しく過ごすことができた」や「ぜひ、来年5月の本番も受け入れたい。受け入れまでに少しでも不安をぬぐえるようにしていきたい」などの声や「子供達を叱ることができなかった」や「色々和悩むことが多い。どのように対応するか具体的に知りたい」など、住民の民泊に関する期待や課題に関する思いに変化が見られたことであった。また、地域再生マネージャーのネットワークを活用したプロモーション活動の実施により、来年度、2校の修学旅行の受け入れが決定した。

■ 民泊のトライアル実施状況(受け入れ状況(左)、離村式(右))



### c. お土産開発

お土産開発グループを組成し、「長井にもともとあるもの」「長井の人」をコンセプトに、長井弁を使った商品や長井の天然ひじきを使用したサラダなどの試作品を作成した。

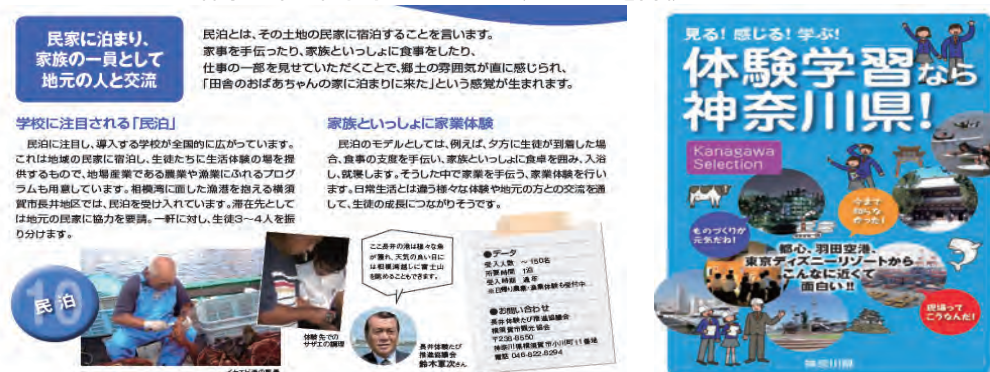
■お土産開発グループの試作品(長井弁の手ぬぐい(右)) (長井の天然ひじきを使用したサラダ(右))



### d. 簡易宿所の登録条例緩和または民泊の指針の発信

長井民泊を神奈川県全体の取り組みとして考えてもらえるように、神奈川県の実験学習の冊子に長井民泊を掲載してもらおうなど、情報発信を行い、長井民泊のプロモーションを行うことができた。

■神奈川県の実験学習向け冊子(長井民泊を掲載してもらった)

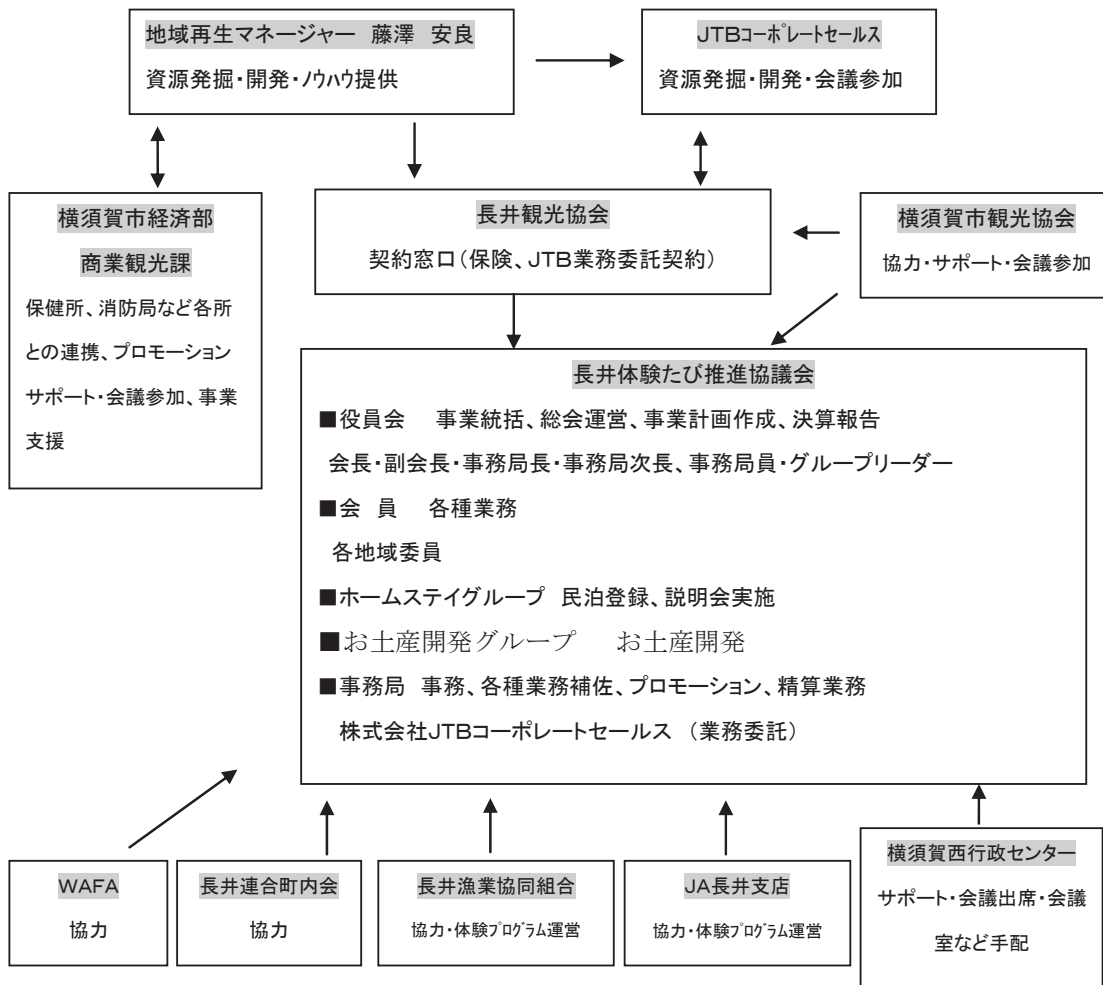


### e. 体験開発と体制作り

来年度の本格的な民泊の受け入れに向けて、トライアルを実施し、体験についても農業と漁業をそれぞれ実施した。また、漁業関連での体験プログラムの開発にも取り組んだ。これらの体験プログラムには、魚さばき体験、釣り体験、漁船乗船体験、キャベツ収穫体験などがある。

### (3) 事業実施体制

#### a. 事業実施体制の概要



#### b. アドバイザー(外部専門家・地域再生マネージャー)の役割

全国の民泊事業の立ち上げから運営に関わる第一人者の経験、ノウハウ、人脈を活用して、各地で展開されている民泊を超える受入先としての長井ブランドを確立すべく地域住民に多くのことを教授してもらっている。また民泊の持続的な成功には神奈川県にも協力をしてもらう必要がある。そのため各自治体と民泊受入整備をしてきた経験を生かして、神奈川県に理解してもらえるよう働きかけていただく。さらに今後は全国での認知度アップやインバウンドの受け入れ、オリンピック開催とさらに進化が必要であり、そのため先進地域の組織のノウハウや経験を伝授してもらう。

(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
4月	1,5日 13日 16~19日	体験開発視察会 長井体験たび推進協議会総会(キックオフ) 九州(大分、福岡、鹿児島、熊本)プロモーション
5月	7・25・28・31日 24日	各種団体にて住民説明会 長井観光協会総会にて決議
6月	8日 14日 24・25日	定例全体会 神奈川県庁 民泊実施の指針打ち合わせ 九州(長崎)プロモーション
7月	1日 13日 29日	体験開発視察会 お土産開発会議 JA葉山よこすかでの説明会
8月	2日 10日 8・23・26・30日 24・25日 29日 31日	埼玉エリアプロモーション 定例全体会 各種団体にて住民説明会 京都視察対応 神奈川・町田エリアプロモーション 全国ほんもの体験フォーラム参加(~9月1日)
9月	2日 3日 6日 11・12日 18日 21日 24・27日	広島エリアプロモーション お土産開発会議 茨城エリアプロモーション 上越市先進地域視察会 神奈川県庁 民泊実施指針について打ち合わせ 兵庫、福知山視察対応 各家庭への住民説明会
10月	1~3・8日 6日 30日	各家庭への住民説明会 定例の全体会 民泊受入家庭対象勉強会(13:30と19:00の2回実施)
11月	9・10日 18・19日	民泊トライアル実施(40名の受け入れ) 愛知・岐阜プロモーション
12月	9日 13日 14日	お土産開発会議 忘年会(30名参加) 定例全体会
1月	9日 27・28日 29日	お土産開発会議 名古屋プロモーション(半田・豊田) 神奈川県 民泊指針について
2月	12日 15日 17・18日 24~26日	家庭料理持ち寄り会 定例全体会 久留米・博多プロモーション 大阪・神戸プロモーション

(5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

今後は、長井の人達にどれだけ長井体験たび推進協議会に参加してもらえるかが鍵であり、来年度の本格的な民泊の受け入れに向けた準備や、実際に受け入れの体験をしてもらうことにより、地域に民泊が根付いていくための取り組みを継続して実施していく必要がある。



体験交流を通じた地域再生・まちづくり

体験教育企画 代表 藤澤 安良



【体験交流と地域振興】

多くの社会問題がある中で、本当の豊かさとは何かが問われており、「物や金」だと追いつけてきた高度成長の影で、忘れられていた「心の豊かさ」に他ならないと気づいた今日。その豊かな自然と素朴で人情厚い人々こそが掛け替えの無い地域資源である。つまりは、地域の人々が持つ教育力(生業・技・匠・趣味・生き様)を生かし、体験交流をプログラム化し、旅の目的として交流人口の拡大をめざすことが地域振興の具体策となる。今こそ、地域住民自らの意識の向上と行動が不可欠である。

【経済的効果と精神的効果】

地域にもたらす影響には経済的効果と精神的効果がある。この両方が無くては、継続しないし発展もない。地域外貨獲得が地域振興の基本である。折角の地域外貨が都市に逆流したり、近隣地域の経済効果に戻らぬように、地産地消(地産地商)を心がけなければならない。体験交流はプログラム料金(人件費・材料費含)・宿泊(民泊)・食事・物産(土産品開発)とほぼ全額が地域にしみこむお金となる。一次産業から始まり6次産業化までの道筋が確かであり波及効果は大きい。

是非また来たいという旅人と、また受けてもいいという地域の人々の心が継続の力である。受け側の人々も元気になり、やりがい、生き甲斐、誇りが生まれないとそういう気にはならない。この事業は長井地区の「地域の人作り戦略」ともいえる。

【民泊の推進と教育旅行誘客の視点】

長井地区でも高齢化や過疎化が進んでおり、地域の活力の低下が懸念されている。しかしそこには、澄みきった空、相模湾をとおして見る世界遺産の富士山、畑地から海に続く豊かな自然がある。そして、隣近所との信頼関係、家族の絆、人間関係が希薄な時代に日本人が忘れかけていた「心豊かな田舎の暮らし」がある。そんな農家や漁家に滞在し、作業を手伝い、家の回りで採れた新鮮な山菜や野菜、あるいは海の魚などの地域食材でつくる田舎料理を学び、祖父母の年代とのコミュニケーションが生まれ、家庭の団らんを味わい、生活が全く異なる体験をすることから、地域の人々の生き様や、命の源の食生産を担う農山漁村の役割を理解し、自らの生活や家庭や生き方を省みる機会となって欲しい。お客としてではなく家族の一員として迎え、親子や家族という当たり前にあるべき人と人の関係を確認して欲しい。それは心に刻まれるものであり、互いの人生に大きく影響を与える巡り会いである。さらには農山漁村の暮らしの真実や、命の源の食生産に関わる大切に誇りある仕事を深く理解する機会となる。まさに、食育、食農教育、魚食振興の現場である。そして、家庭の温かさや家族の絆を胸に刻むことになり、人と人の心の通い合いであり、理念ある民泊の教育効果は絶大であり、誘客の鍵となる。教育旅行マーケットにおいては大きく伸びている。長井地区も全国各地から東京を訪れる修学旅行生の目的地とすべく営業活動を推進している。九州や関西から予約も入り未来に希望が広がる。

【長井民泊のねらいと教育効果】

- 共に暮らして深まる交流とコミュニケーションにより人間関係能力の構築機会。
- 仕事を通して初めて分かる農山漁村の真実。産業や食生産現場の重要性を理解。
- 共同調理で理解する作物の作り方、捕り方、調理の仕方、食べ方を学ぶ。食育。
- 山、森、田畑、川、海まで続く自然や生き物との関わり、自然体験。命の教育。
- 田舎の歴史文化、コミュニティの形成、地域慣習、生活の規範を学ぶ。社会性。

【画く戦略は横須賀市長井地区が「ほんもの体験ワールド」としたい】

自然とそこに暮らす人々がいる。訪問者がその中に直接飛び込んで、主人公となりふれあい、交流し、体験し、そして学び感動をし、リピーターになり、地域のファンになり、第二のふるさととなり、定住へとつながる可能性を持つ。そのストーリーを具現化することである。

【今後の課題を確実に推進していく】

- ①体験プログラムの開発 長井の地域特性を生かしたプログラム
- ②受け入れ民家の拡大 目標 100軒
- ③インストラクター及び受入家庭の養成研修(受入進行手順・安全対策・危機管理)
- ④教育旅行から企業研修及び外国人までの誘客プロモーション営業活動
- ⑤受入体制整備とコーディネーター組織の充実
- ⑥土産品及び物流に繋がる商品開発

【長いスパンでの計画と行動】

始まったばかりではあるが、立ち上がりの理念やシステムが間違えと成功できない事業であり、特に二年先の教育旅行が大きなターゲットであることから継続的な事業にしなければならない。

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。



## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

上越市は、全国の動向と同様、人口の減少が見られ、1年に1,000人を超える減少が続いている。自然動態、社会動態ともに減少傾向は続いているが、近年、社会動態の減少が顕著に見られていることから、少子化対策や定住促進、企業誘致、交流・観光促進などの対策を講じている。

当市の観光客は高田城百万人観桜会や春日山城跡、海水浴場など、年間約550万人で推移しているものの、減少傾向にある。当市では、平成26年の高田開府400年祭、新潟ステーションキャンペーン、平成27年の北陸新幹線開業など、全国に向けて発信できる事業が続くことから、これら契機をチャンスと捉え、知名度向上と交流人口の拡大につながるため、知名度向上イベントをはじめ、着地型旅行商品や当市を代表する食材の魅力、その食材を使ったメニュー、弁当の販売など、各分野での取り組みを組み合わせながら多彩な提案を行っている。

特産品の開発については、これまでも市内事業者の創意工夫により行われてきたが、製品にはなるものの、商品化されない事例が多く、また、優れた技術や生産能力を持っているが、販売戦略と戦術が弱く、販路拡大、売上の拡大につながっていない状況にある。

### b. 事業の目的

本事業では、これまでの現状課題を踏まえ、地域再生マネージャー等が事業者の特産品開発への機運を高めながら、特産品へのアドバイス、提案を行うことで、事業者のスキルの向上、地域内の連携強化、売上の拡大をめざすとともに、市として販売先・販売方法を見据えた特産品の研究開発から市場開拓及び販路拡大までをトータル支援し地域産業の活性化につなげていく。

## (2) 事業の内容と成果

### a. 特産品開発の機運醸成

3回のセミナーでは、販路を見据えた特産品開発の考え方や高速道路のサービスエリアでの事業展開の事例、メディアの活用方法、現在の特産品のトレンドなどを説明し、これまで市内事業者が商品開発や販売において意識していなかった点について指摘した。

また、個別相談においても、自社の製品のコンセプトやターゲット、サイジングが適正か、開発を行う上での注意点の相談など、非常に多くの相談が寄せられ、可能な限り専門家チームがアドバイスをを行った。

これらのセミナーや個別相談は「何から手をつけていけばよいかわからなかった」「商品のどこを改良すればよいかわからない」といった事業者の悩みを解決、開発にチャレンジしてみようとする事業者が大きく増加した。

■特産品開発セミナー



■個別相談



#### b. 地域資源の再発掘から販売戦略までのトータルコーディネート

延べ 25 社の個別相談や産地メーカー 22 社への訪問を通じ、上越市が持つ地域素材、地域資源を実際に見ながら、それらを活用した商品化について検討した。専門家チームは、発酵食品に着目し、品評会で高い評価を受けている味噌業者と歴史ある飴屋をコラボし、付加価値の高い商品の研究開発が動き始めた。

#### c. 特産品開発等の支援

専門家チームへのアドバイスを希望する事業者が多く、場合によってはメール等でアドバイスを受けたこともあった。アドバイスを受け、商品のサイジング、パッケージなどの変更を行った事業者も多い。また、専門家チームが持つ販路先で試作品のテスト販売を行い、実際に商品化し販売がスタートした商品も誕生した。

さらに、市が特産品開発に対し補助金を交付する支援事業において 6 件の申請があり 3 件を採択した。この審査委員会にも専門家チームが審査委員となり、さらなるレベルアップに向けた助言を行った。

■産地メーカーへの視察



■試作品のテスト販売



#### d. メイド・イン上越の認証支援

専門家チームに制度設計の助言ももらいながら、地域ブランドとなる認証制度を立ち上げた。認証のキーワードは、「北陸新幹線開業に向けたチャレンジ」「認証後も進化していく」こととした。

1 回目は 5 事業者 9 商品を認証した(桜くちどけサブレ、バジル塩糰、どぶろくショコラ、どぶろくレアチーズ、どぶろくフロマージュ、タマリープ、甘えびの糰漬、いかのもろみ

漬、上越名立の干物(幻魚))。市内イベントに合わせて認証品のお披露目を行うほか、地域外への販路拡大に向け、首都圏で行うスーパーマーケット・トレードショー2014にも出展し、広くPRしてきた。

認証事業者のモチベーションも上がってきており、さらなるブラッシュアップにも取り組み始めている。また、26年度の認証をめざそうとする事業者からの照会も増えている。

■メイド・イン上越認証品お披露目



■メイド・イン上越 ロゴマーク、パンフレット完成記者会見



■メイド・イン上越パンフレット



#### e. 販路拡大・販売促進の支援

北陸新幹線開業に向けた販路拡大、販売促進につなげるため、上越妙高駅や新幹線のグランクラスでの車内サービス、車内カタログ販売をはじめ、ネクスコや百貨店などで取り上げてもらえるような商品作り、販売をめざしているが、その第一歩としてメイド・イン上越認証審査委員会の委員として、専門家チームの広いネットワークをいかして販売側で活躍されているバイヤーなどから入ってもらい、商品PR、販売の後押しに協力してもらっている。実際、メイド・イン上越の認証品では、それらルートを通じて、新幹線の始点である東京駅にある店舗との商談や商品を扱いたいとの引き合いが増えてきている。

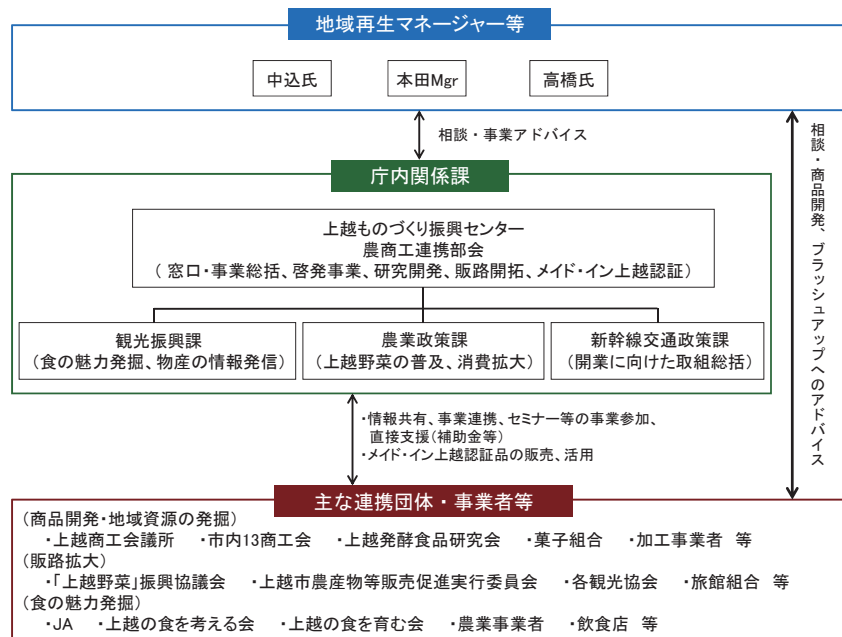
### (3) 事業実施体制

#### a. 事業実施体制の概要

窓口は、上越ものづくり振興センターを事務局とする「上越ものづくり振興センター運営協議会」が組織する「農商工連携部会」が担う。この部会は、農商工連携に取り組む11団体で組織し、異業種間交流を促進し、それぞれの持つ技術やノウハウを共有化することで新たな事業機会の創出をめざしている。

また、北陸新幹線の開業にあたり、「食」に関する団体の情報共有と連携を図り、団体同士の連携を強化しながら、各団体が主体となった特産品開発を推進するため「上越市食関連団体連絡会議」を立ち上げた。これら情報を地域再生マネージャーとの共有を図りなが

ら、産地メーカーなどを訪問しアドバイスを実施してきた。



#### b. アドバイザー(外部専門家・地域再生マネージャー)の役割

北陸新幹線開業に向け、ビジネスチャンスが拡大することから事業者の事業拡大への取り組みが高まっている。このタイミングを逃すことなく、特産品開発についても、上越市の特徴、資源を生かし、販売先・販売方法を見据えた研究開発や現在の土産物のブラッシュアップへのセミナーやアドバイスなどにより事業者の機運を盛り上げていくための支援を実施した。

また、販路拡大、販売促進につなげていくために、新たに設置するメイド・イン上越の認証制度に対しコンセプトの作成、認証基準などへのアドバイス、マネージャーの持つネットワークを生かしたバイヤーやシェフとのマッチングを行った。

本田マネージャーに現地を視察していただいた中で、上越市は水産物と発酵食品のポテンシャルが高いとのことから、本田マネージャーのネットワークで水産物に詳しく、高速道路のサービスエリアなどの設立を手掛けている中込進氏と発酵食品専門家の高橋香葉氏を加え、3人体制の専門家チームとして事業者への特産品開発や販路拡大支援を展開した。

#### (4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
4月	5日	本田地域再生マネージャーとの事業計画の検討・打合せ
	22日	第1回特産品開発セミナーの開催(本田マネージャー)、個別相談
5月	8日	第2回特産品開発セミナーの開催(中込専門家)、個別相談
	9日	産地メーカーを視察し、アドバイス及び地域素材、地域資源の発掘
	22日	第3回特産品開発セミナーの開催(高橋専門家)、個別相談
	23日	産地メーカーを視察し、アドバイス及び地域素材、地域資源の発掘
6月	13日	特産品開発支援事業審査委員会(第1次)の開催
	14日	産地メーカーの視察及び市との打合せ
8月	9日	特産品開発支援事業審査委員会(第2次)の開催、個別相談
9月	12日	メイド・イン上越の認証審査委員会【工業製品】の開催、個別相談
	13日	産地メーカーを視察し、アドバイス及び地域素材、地域資源の発掘
10月	3日	メイド・イン上越の認証審査委員会【特産品】の開催、個別相談
	4日	マネージャーによる市長への中間報告
	11日	メイド・イン上越認証書交付式
	26・27日	越後・謙信 SAKE まつり 2014 でメイド・イン上越の認証品を紹介
11月	26日	メイド・イン上越の認証ロゴ及びパンフレットのメディア発表、個別相談
1月	30日	メイド・イン上越認証事業者の事例発表会、個別相談
	31日	個別相談
2月	12~14日	スーパーマーケット・トレードショー2014 への出展

#### (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

上越市はこれまで、工業製品の研究開発への支援は継続的に実施してきたが、特産品に関しては充実した支援制度がなかった。北陸新幹線開業を機に、特産品開発への機運を高めるため、地域再生マネージャーを活用した本事業により、地域の事業者が何かをしてみたいとの思いを知ることができ、また事業者は何をすべきかを知る大きなきっかけとなった。まだまだ積極的な事業者は多くはないが、この取り組みを継続することでより多くの事業者が研究開発に関心を持つように仕掛けるとともに、加工業者だけではなく、農業生産者、飲食店など、異分野、異業種との連携を行うことで、今ある商品の付加価値を高めた新商品の展開にもつなげていく必要がある。メイド・イン上越認証制度については今年度初めての認証ということもあり、各メディアにも取り上げられ、販売先からの引き合いもみられているが、今後、まずは地域内の知名度向上に取り組む。新幹線開業により上越妙高駅に降りたが、認証品が売っていない、食べられないということがないよう、認証品と飲食店、ホテル、小売店、観光協会などとの連携を強化し、より持続的な取り組み、地域に根付いた特産品産業となるよう、チームとなって産品普及や名物料理展開などを推進できるような地域内需要を増やす取り組みを行っていく必要がある。

来年度は、新幹線開業の年となるため、地域外販路の拡大として、今回の事業で知り合った首都圏のバイヤー、シェフなどとの情報交換や商品情報の提供により販売につなげていく予定である。

## (6) マネージャーコメント

### 追いつくための脚下照顧と追い越すための戦略英断

有限会社津食のルネッサンス 代表取締役 本田 勝之助



#### 【上越市はこのチャンスにかけねばならぬ】

「東に行けば佐渡、西に行けば富山・金沢、上越市は挟まれて何も無い。」訪問初期に多く耳にした地元の言葉でした。地域産品、地域グルメ、各地が競って地域ブランドを高めようと加熱するのを横目に何かしなければならぬ。そんな気持ちを一気に加速させたのが、『2015年北陸新幹線開業』でした。

#### 【実は学びたかった地域ブランドのやり方】

地域ブランド産品や、ブランド戦略は日々進化し、成果が全国に知られる頃には、2,3ステップ先の準備や活動を先行地域は始めているものです。真似てやってみるのでは、成果が出てきたころには市場は既に飽きている。という辛いフォロワーポジションの連続では、せっかくの意欲を失ってしまいます。そうならないように、まずは地域性市場の最先端、地域ブランドの見えざる戦略が実は重要であることをレクチャーしていきました。

#### 【たくさんの専門家の中からチーム上越専門部隊をつくる】

上越まで走る新幹線は東京が発。首都圏の食の事業者が上越という地域に期待するのは何かをリサーチした結果、日本海の海の幸。上越市で熱心に活動をしているテーマや事業者の領域は何か？それは発酵食品。このツールをつなぐため、2名の専門家と共に3名の体制をとりました。

世界77か国駐在経験があり、海洋沿岸部地域の開発で実績をあげている、中込進氏。塩麴・しょうゆ麴という発酵の食で若い女性に注目されている専門家の高橋香葉氏です。

#### 【出来る限り1社でも多く個別相談アドバイス】

講演セミナー後の個別事業者アドバイス、翌日の現地訪問アドバイス。3つの専門性を示しながら、出来るだけ多くの事業者の相談を受けてきました。そこで共感できた改善をいつまで実現するか。その目標が「メイド・イン上越」であり、それを支える開発支援事業を合わせて推進しました。

#### 【めざすコンセプトを示し、販路につながる認証制度：メイド・イン上越立上げ】

地域産であり、問題がなければ認証をしてきた地域ブランド産品。集まるほど統一感もなく、地域性が見えなくなるコンセプト不在のブランド認証。そんな課題を抱える地域に追いつけ追い越せとなる、新たなブランド認証を立ち上げました。第1回の認証品もその戦略が実って、想定以上のPR効果と販路先からの問い合わせや販売が実現されています。来年は我が社も！という事業者の熱い想いもこの冬からじわじわと高まってきました。

#### 【めざすのはどこか】

新幹線開業に向けて開発するというこの難しさ、でもこれからどうすれば良いかが見えた。安易に開発してはいけない。上越市の事業者が一つになって、統一性を重視して開発するこの重要性などを理解してもらい、確実な歩みを始めました。開通がゴールではなく、開業こそがスタート。東京オリンピックが7年後という中期目標があることで、抱けるビジョンは大きく描けるのです。職員の根気強い事業者への働きかけ、それに応えようと立ち上がる事業者が増えてきています。地域ブランドづくりは、部門横断型の戦略的な取り組みでこそ、力を発揮します。その理解と英断、そして実行を出来るかどうか最大のキーになると思います。

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。



## 2-9. 福井県鯖江市

### 「めがねのまち鯖江」ブランド構築支援事業プロジェクト

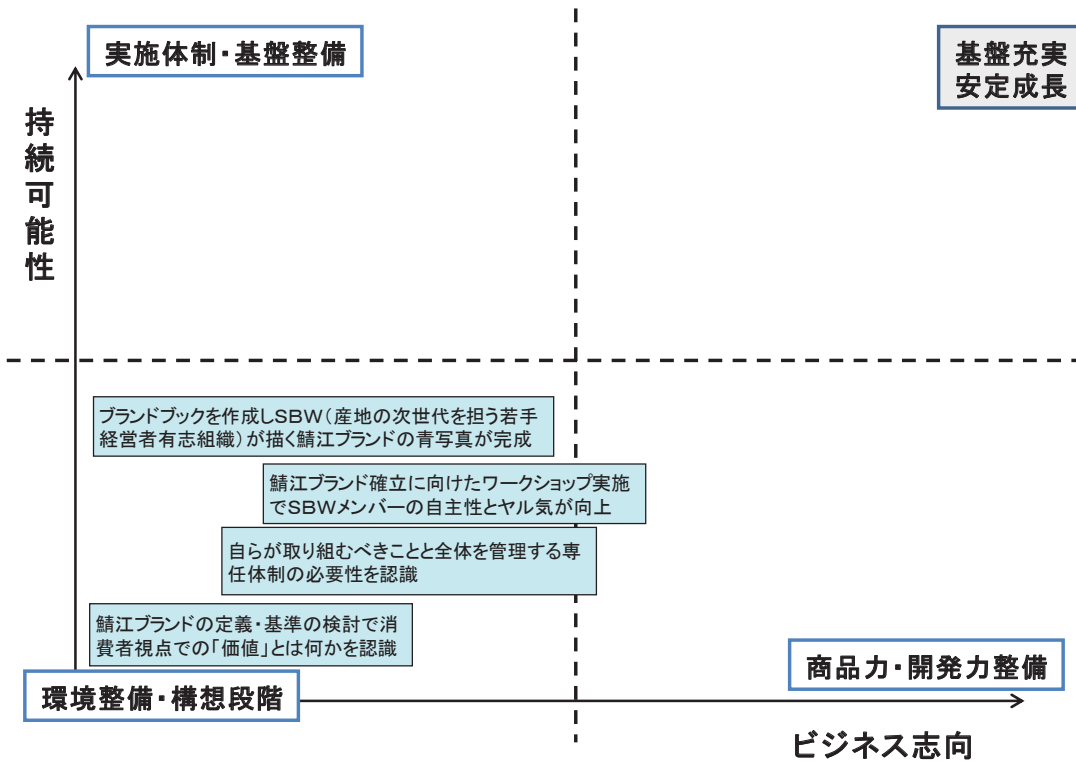
#### <事業概要>

■事業名	「めがねのまち鯖江」ブランド構築支援事業プロジェクト
■総事業費	9,137 千円
■助成金交付決定額	6,000 千円
■地域再生マネージャー等	山田 敦郎(グラムコ株式会社 代表取締役社長)

#### <自治体概要>

■人口	67,450 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	84.75k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	795.9 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	13,895,472 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.68(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	89.2%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	鯖江市産業環境部商工政策課

#### <取組(成果)概要>



## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

眼鏡フレームの国内生産シェア約 9 割を誇る鯖江産地は、1 世紀余の歴史の中で、「作ること」のみに注力してきた結果、1980 年代に世界初の「チタン製眼鏡フレーム」の量産化に成功。以降、世界最高峰の技術品質を誇る産地としての地位を確立している。

しかし、近年は、低コストで大量生産を得意とする中国産地の技術品質の向上や、ファッション性とブランド力を活かしたライセンスビジネスを得意とするイタリア企業の台頭により、鯖江産地の出荷額は、この 10 年間で約 4 割も減少。加えて、海外産地との競合により、受注単価の下落と採算性の低い製造を強いられる中、中堅メーカーが相次ぎ倒産するなど、産地は大変厳しい状況下に置かれている。

また、市場の成熟とともに、価格に見合う「価値」を求める消費者が増える中、デザインやファッション性を「価値」とする消費傾向が強まる一方、本産地は今日まで OEM 受注に依存してきたことから、「企画開発力」や「デザイン感性」、「販売力」が脆弱ゆえ市場ニーズに合った製品開発や販売面で苦戦しているほか、OEM 主体の秘密工場的な存在ゆえに「産地」としてのブランド力に欠けるという構造的課題を抱えている。

### b. 事業の目的

国内唯一の眼鏡産地「鯖江」のブランド確立に向けて、下記を目標とした。

- ① 産地「鯖江」のブランド化をめざす若手経営者で作る任意組織「SBW」(Sabae Brand Working group)における「鯖江ブランド」の定義・基準の共有化
- ② 上記①を通じて、“SBW”(=産地の次世代を担う若手経営者)が描く「鯖江ブランド」(コンセプトや名称、デザイン指針)を試作するとともに、産地内の合意形成を目的とした対内用ブランドブック(啓発用資料)を作成し、産地全体の取り組みへと進化させるための基礎固めを行う。

## (2) 事業実施内容と成果

### a. 鯖江ブランド確立に向けたワークショップ実施

#### → SBW メンバーの自主性とヤル気が向上

産地鯖江のブランド化をめざす若手経営者で作る任意組織「SBW」のメンバーを対象に下記の b.~d.を検討・立案するためのワークショップを計 8 回開催した。

併せて、産地の現状と今後を「キーワード」、「色」、「写真」等により可視化する作業にも取り組んだ。

何をもって「鯖江ブランド」とするのかの方針策定、認定基準の開発、商標取得方針について、検討を重ねることで、SBW 内で共有しつつ結果をまとめた。

マネージャーの的確なファシリテーションと、毎回、的を得た分かりやすい資料によるワークショップを通じ、産地再生に向けて「今やれること」、「今後やらなければならないこと」、「鯖江が持つ実力と秘めた可能性」等が明確に見えてきたことで、SBW メンバーに希望が芽生えるとともに、自主性とヤル気が向上した。

第1回ワークショップ



第5回ワークショップ



第7回ワークショップ



## b. 鯖江ブランドの定義・基準の検討

### → 消費者視点での「価値」とは何かを認識

ブランドの定義・基準を定める上で、各メンバーの立ち位置（メーカー、商社、2次加工、レンズ、材料商社）から多角的に意見を出し合えたことで、メンバーそれぞれに新たな気付きが芽生えると共に、消費者が価値と感じられる基準作りの大切さを再認識できた。

当初、既存のメーカーブランド群や製品を包含する産地ブランドの仕組みを構築できれば、産地全体のブランド力や製品価値が自ずと上がるとの考えを持っていたメンバーも、今では、自らが「鯖江ブランド」を押し上げるような魅力的な製品と、個々におけるブランドの再構築なしには、産地ブランドの確立は成し得ないとの考えを持つようになった。

## c. 実行計画の立案

### → 「自らが取り組むべきこと」と「全体を管理する専任体制」の必要性を認識

平成26年度以降、具体的に何をしていくかについて、下記の視点で検討を行った。

・海外戦略、プロモーション戦略の計画／展示会計画／小売店への働きかけ／

各種ブランド接点（Webサイト・展示会・店頭・各種ツール）の開発方針の策定

新たに、「小売店との連携によるブランド育成」をテーマとした特別セッションも実施。

日本市場参入以降、右肩上がりの成長を遂げているスイス製高級腕時計ブランド「ブライトリング」の日本における「チャネル戦略」、「小売店と共にブランドを育てる考え方」、「そのための体制構築」、鯖江の魅力を活かした「新商品の具体的検討」について、同ブランドの成長を支えてきた実務者3名（輸入総代理店副社長、広告担当者、有力小売店）と延べ8時間にわたるディスカッションを行った。

メンバー内に「まずは自分たちで出来ることから取り組もう！」との意識が芽生えた。その結果、2015年に鯖江で眼鏡見本市を開催。さらに、2020年には、産地初の国際眼鏡見本市の開催をめざす。という産地にとりこれまでにない希望ある大きな目標が出来た。

ブランドを厳格に管理し、PR・営業を戦略的に実行管理する専任の事務局を設けることの重要性に気付くとともに、体制構築に向けた動きが出始めている。

## d. 鯖江ブランドの試作

### → 産地のめざすべき方向が明確化。メンバー間の相互理解が深化。

ブランド名称（標記要素）／VI（ビジュアルアイデンティティ：シンボルマークやロゴタイプ）／デザイン指針について試作を行った。「ブランド名称」、「VI」について、本質的な議論を重ねたことで、メンバー間の更なる相互理解にもつながった。

### e. ブランドブックの作成

→ SBW(産地の次世代を担う若手経営者有志組織)が描く鯖江ブランドの青写真が完成  
上記 a.~d.の議論で得られた結果を基に、SBW メンバー (産地の次世代を担う若手経営者) が描いた「鯖江ブランドの青写真」として、ブランドブックにまとめた。

以降、産地内の合意形成を図るためのツールとして活用する。(A5 版 16P 1,000 部)

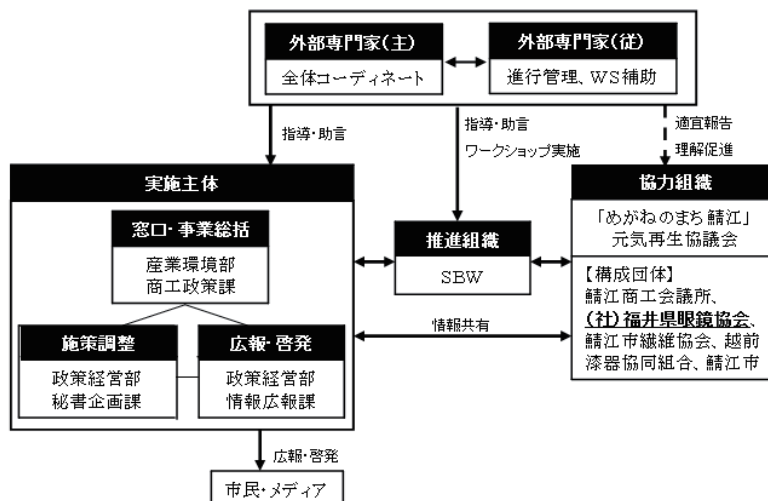
シンプルで分かりやすいブランドブックが完成。産地内における合意形成の早期実現をめざし、早速、SBW メンバー各自が産地関係者に同ブックを基に説明を開始している。

### f. その他 → 産地業界団体の幹部役員における「鯖江ブランド」に対する理解の芽生え

産地業界団体の 3 役に対し、マネージャー自らが膝を突き合わせて「鯖江ブランド」確立の意義と今後の進むべき方向性を説明したことで、本取り組みが産地全体の利益に寄与する取り組みである旨、業界団体の幹部層での理解が進みつつある。

## (3) 事業実施体制

### a. 事業実施体制の概要



### b. アドバイザーの役割

ブランディング実務の第一人者としての知見とノウハウを基に、産地鯖江のブランド化をめざす若手経営者グループ「SBW」のメンバーおよび産地関係者に対し、産地ブランドを確立することの意義と効果を再認識させるとともに、リーダーとなる人材を育成する。

また、本事業で実施するワークショップ等を通じて、SBW メンバーの想いと「ヤル気」を引き出すとともに、相互調整を図ることで、産地鯖江ブランド確立に向けての理想的な着地点に導く。

(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
6月	5・6日	SBW 代表者とマネージャー間で事業方針に関する事前協議 (一社)福井県眼鏡協会幹部役員に対し、取り組み説明
7月	29日	第1回ワークショップ (鯖江ブランドの定義づけの方針検討、イマジンセッションの実施)
8月	28日	第2回ワークショップ (鯖江ブランドの定義基準、名称の検討、実行計画の立案)
9月	20日	SBW 検討委員会 (ブランドの定義基準、名称、実行計画案についてメンバー間で検討)
10月	4日 18～20日	第3回ワークショップ (鯖江ブランドの定義・基準、名称の検討、実行計画について議論) 市内で開催された「さばえものづくり博覧会」に SBW のブースを出展。 鯖江のブランド化の取り組みについて、映像を交えて地域の人に紹介した。
11月	28日	第4回ワークショップ実施 (鯖江ブランドの定義・基準、名称のたたき台を基に議論。VI デザインの方向性確認、ブランドブックの構成検討)
12月	17・18日	第5回ワークショップ実施 (ブランドブックの内容確認、認証基準検討、VI・デザイン指針の試作) 福井県眼鏡協会幹部役員(3役)との意見交換会 (協会3役に対し、マネージャーとSBWメンバーから取組内容と鯖江ブランド確立の意義を詳細に説明し、役員との相互理解の場を設けた。)
1月	16日 28日 29日	第6回ワークショップ実施 (認証基準、VI案の検証・絞り込み、ブランドブックの構成検討) (一社)福井県眼鏡協会の会長、副会長に対し、マネージャーとSBW幹部が、鯖江ブランド確立の意義と今後の方向性について詳細に説明。 第7回ワークショップ実施 (VIの最終検討・決定、ブランドブックの修正箇所確認) 小売店との連携によるブランド育成をテーマとした特別セッションを実施 (高級時計ブランドの日本法人副社長と、有力眼鏡小売店の経営者をゲストに迎え、チャンネル戦略の在り方と小売店が欲しい眼鏡ブランドと産地に期待するサポート体制について議論)
2月	13日	第8回ワークショップ実施 (VIの決定、ブランドブックの最終確認、今後の取組課題を議論)
3月	上旬～	SBWメンバー自らが「ブランドブック」を用いて産地関係者への個別周知活動を展開

## (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

鯖江ブランドの根幹ともいえる「基準・指針」、「名称」、「VI」等のたたき台を作る過程で「消費者視点での価値創造」の重要性にメンバー自身、改めて気づきを得たと共に、鯖江ブランドの価値を高めるための新たな製品開発と自社ブランドの再構築に産地企業自らが取り組むべきとの機運が高まっている。

また、完成した「ブランドブック」を手に、参加メンバー自らが業界関係者に対し、産地内の早期合意形成を図るべく啓蒙活動を早速開始するなど、メンバーの自主性とヤル気が急速に高まる中、本取り組みに理解を示す産地関係者が徐々に増えつつある。

今後は、これら産地の若きリーダー（SBW メンバー）を核に、産地内はもとより、全国の小売流通の巻き込みを図り、眼鏡業界全体の取り組みに進化させることで、鯖江ブランドの情報発信力の強化と販売増による、持続可能な体制の構築をめざしていきたい。

そのため、次年度は、まずは、鯖江ブランドの更なる精緻化、産地内の合意形成に向けた活動強化、ブランド接点（WEB サイト、店頭、各種ツール）の開発に取り組むほか、鯖江ブランドとしての新たな価値軸を発掘、再構築するとともに、同価値を前面に打ち出した新製品と製品ブランドの開発・投入に産地各社が懸命に取り組んでいく。

また、一日も早く、産地業界全体の取り組みに進化させ、（一社）福井県眼鏡協会が主体的に取り組む実施体制を構築するとともに、鯖江ブランドを管理・推進する専任人材（事務局）を同協会内に設ける必要がある。

## (6) マネージャーコメント

### 『日本最大の眼鏡産地が、再び羽ばたく日のために』

グラムコ株式会社代表取締役社長・グラムコ上海有限公司董事長  
日本 CI 会議体幹事 山田 敦郎



鯖江市は、福井県のほぼ中央に位置した平坦地にあつて、厳しく長い冬の寒さとは逆に、温厚な人々が暮らし、業を営んでいる素敵な文化を持った町です。当地の眼鏡産業は、農閑期を潤す内職として 100 年前に始められたもの。ハートフルな人たちが、時間を掛け心を籠めて丁寧に、ひとつ一つ造り上げるのが鯖江眼鏡の本質といえるでしょう。ご縁があつて一昨年から鯖江通いを始めた私ですが、今では戴いたものも含め何枚もの鯖江産眼鏡を愛用し、仕事やプライベートで出会う人たちに、「この眼鏡いいでしょう」と言ってお勧めするほどのファンになってしまいました。

産地鯖江の眼鏡を日本中に、そして世界へ。多くの人々を虜にする産地ブランドに育成していくために、若手経営者たちが結成した SBW (Sabae Brand Working Group) の取り組みを支援してきた 1 年でした。

1. 危機感からのスタート: 鯖江市は、国産眼鏡フレームの生産シェアで 9 割を占める国内 No.1 の眼鏡産地です。しかし近年では、海外からの安価な眼鏡フレームが国内市場に流入し、国内販売におけるシェアでは 3 割前後（最盛期には 8 割）まで落ち込んでしまいました。長引くデフレで国内市場そのものが縮小し、域内の眼鏡関連企業数も激減、世界三大産地と讃えられたかつての輝きは失せてしまっています。

そこで、このままでは鯖江の眼鏡づくりの未来は無いと、危機感を募らせた眼鏡関連企業の若手経営者たちが一念発起し、「産地鯖江のブランド化」をめざして立ち上げたのが SBW です。私や下間をはじめ、昨年から SBW 支援を行ってきたグラムコ(株)は、我が国で最大の実績を持つブランディングファームとしてのノウハウを総動員して、産地鯖江が世界に誇る眼鏡のブランドになる後押しをしようと、この活動を陰から支える鯖江市とともに頑張ってきたつもりです。

2. 活動の推移: 平成 25 年度は、ブランドが勢いよく展開されていくための「基盤構築」という、建築でい

えば基礎づくりをするような大事な1年でした。延べ8回に及ぶSBWメンバーとのセッションで議論を重ねた結果、24年度から検討してきた鯖江ブランドコンセプトを確定させ、さらに認定基準の検討や実行計画の立案、ブランド名称とビジュアルアイデンティティ(VI=シンボルマークやロゴタイプ)案などの決定をみる事が出来ました。2月末には、域内の関係者を巻き込み、魂に火を付けて行くための啓蒙の書(ブランドブック)も完成させる運びです。これは非常に重要な「道具」となるものです。基本的に域内関係者向けですが、眼鏡店の方々や国内業界関係者にも胸を張って開示できるものをめざしています。

3. 付帯的な成果:日本でも有数の売上を誇る関西の時計店オーナーと、著名なスイスの時計ブランドの日本法人副社長をお呼びしての勉強会を開催しました。時計店には、元々眼鏡店だったところも多く、お招きした関西の時計店は、現在でも眼鏡を扱っておられます。時計ブランドと時計店の深い信頼の絆づくりがいかに大切か、さらにお店のスタッフに共感されるためにメーカーブランドは何をしなればいけないか、など多くの学びがあり、元々逞しいSBWメンバーのやる気を更に高める効果があったようです。

さらに、福井県眼鏡協会会長らを招いての意見交換会や交流会を催した結果、高い理解を得ることが出来、今後は歩調を合わせていけそうな流れも作れました。私は、SBWが鯖江眼鏡のシンクタンク的存在になると見ています。福井県眼鏡協会や鯖江市商工会議所をも巻き込む、大きなムーブメントが生まれつつあるのです。

4. 最後に:鯖江は、長年眼鏡の秘密工場的なポジションに甘んじてきました。OEM受注に依存してきたことで、自らが考え自らが売り抜き、さらに国内はもとより海外へ打って出る、といった発想や行動が不足しがちでした。全ての業界関係者があまねく歩調を合わせる、というよりも、まさにやる気溢れた創造的事業者が沢山名乗りを上げ、産地ブランドがそれを前へと牽引していく一、そんな構図が作れたらと考えています。

取り組みを推進していくための体制にもまだ宿題が残りますが、計画を一つずつ実行していくことで、産地鯖江が世界のブランドとして羽ばたく日が見えてくると感じています。

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。

## 2-10. 長野県根羽村

### 「都市と山里をつなぐ木の駅プロジェクト」

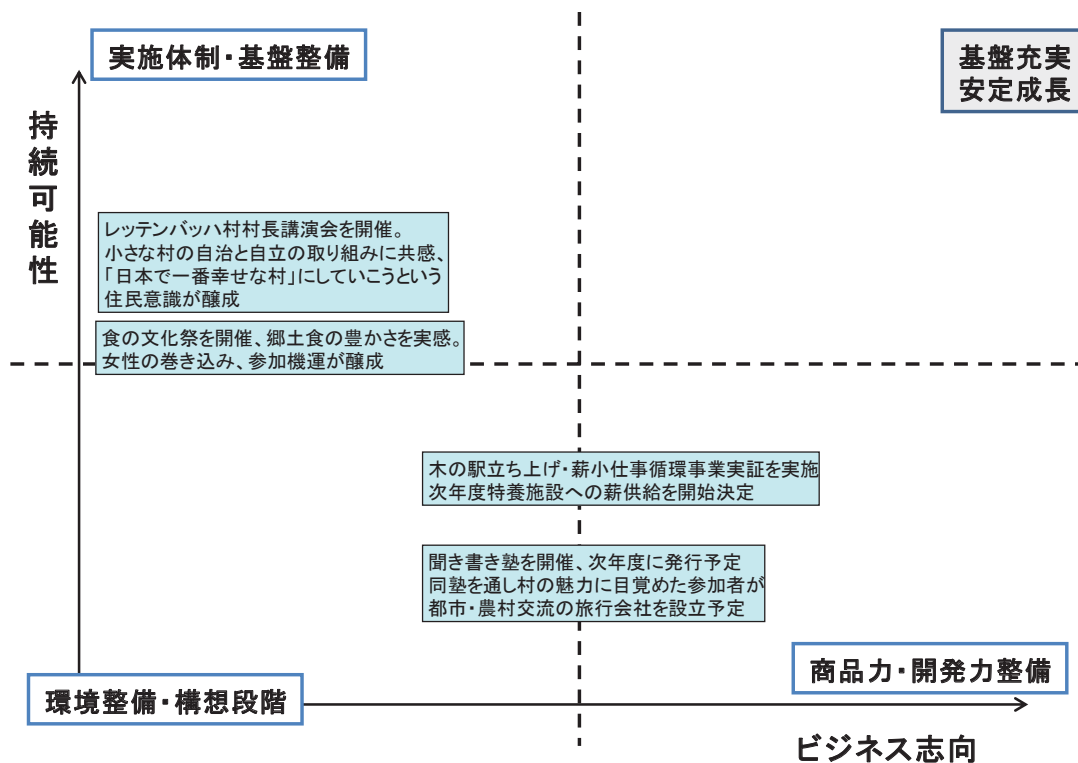
#### <事業概要>

■事業名	都市と山里をつなぐ木の駅プロジェクト
■総事業費	5,556 千円
■助成金交付決定額	3,700 千円
■地域再生マネージャー	丹羽 健司(NPO 法人地域再生機構) 森 大顕(NPO 法人地域再生機構 理事) 清藤 奈津子(山里文化研究所)

#### <自治体概要>

■人口	1,129 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	89.95 k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	12.6 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	1,054,413 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.11(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	67.9%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	根羽村総務課

#### <取組(成果)概要>





## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

根羽村は長野県の最南端に位置し、村の総面積のうち森林が 92%を占めている。古くから林業が盛んで、全戸森林組合員で、地籍調査では境界も全て確定し、森林組合による団地化の森林整備も比較的進んでいる。最近では丸太を生産する 1 次産業から、住宅用材として加工する 2 次産業、材料を住宅建設現場へ直送する 3 次産業までの流れを「トータル林業」として確立し、村を挙げて取り組んできた根羽杉ブランドも定着しつつある。

また矢作川の上流と下流には密接な連携があり、今日まで水源涵養林の整備を始め、様々な環境教育にも取り組んできた。「流域は一つ、運命共同体」を合言葉とした流域連携の取り組みが盛んで企業との連携も定着してきた。

一方、過疎と高齢化は加速し、人口は 40 年間で 1050 人に半減、高齢化率 45.5 と歯止めがきかず、小中学校の生徒数は 1 学年 10 人を切って久しい。また、団地化や集約化による森林整備が進むものの山主の持ち山への関心は急激に薄れてきている。反面、I ターン森林組合作業員数が 30 人を超え、家族も含めると村人口の 1 割以上を占めるようになった。彼らは村の担い手としてかけがえのない存在となっている。

村では、増加する高齢者の出番作りと商店振興、I ターン者の定着、U ターン者の増加、その生計を賄うための林業の振興とグリーンツーリズムの進展、月 3 万円プラスの小仕事作りなどが求められている。中でも村民による自治的自発的な取り組みが求められている。

### b. 事業の目的

木の駅をきっかけとした過疎山村における高齢者と I ターン者・都市住民連携による森林・山村資源の活用モデルを構築することを目的とする。

## (2) 事業の内容と成果

### a. 木の駅立ち上げ

毎月 1 回以上の会議を開催して、実行委員会の立ち上げから説明会および参加者募集と集荷・発券・換金業務と運営が自律的に行えるようになった。

3 ヶ月で、30 戸、100 トン目標に対して、出荷登録者 32 戸、商店登録店舗 22 店、集荷 122 トン（+志~材約 15 トン）という成功を収め、マスコミを通じて広く村内外に報道された。また、10 月には根羽村小学校と中学校で子どもの木の駅体験授業を実施して子どももり券を特別に発行した。

■木の駅の立上げ



■子どもの木の駅体験授業



## b. 薪小仕事循環事業の実証実験

土場に出荷された原木の、玉切り・薪割り・薪積み・品質管理・出荷までのコスト計算とシミュレーションを行い、特養施設ボイラーへの供給に必要な作業工程とマニュアル等を作成した。これらの結果を受け、特養稼動時、確実に良質な薪を安定的に供給できる体制づくりに向けIターン若者を中心とした薪供給組織の立ち上げに向けた検討が始まった。

■薪小仕事実証実験



## c. 地元学～山村資源マップとカレンダーづくり～→小仕事開発

根羽村食の文化祭の開催にあたり杉っ子餅や葬式料理請負い隊など、郷土食をめぐる女性グループの活動が盛んだが、バラバラだったのを一堂に会して開催を決め広く村民に呼びかけた。その結果、89品目が出品され、村外からも多くの参加が有り、改めて郷土食の豊かさを実感し自信を深めた。提供された食材の素材と調理レシピ記録については作成する予定である。また、「猟師談議」では普段聞けないハンター達の苦労や喜びに触れることができ非常に好評だった。参加者アンケート結果やふり返り会での協議の結果で毎年開催が決まった。

■食の文化祭(11月24日(左)、パンフレット(右))



## d. 聞き書き塾立ち上げ～翌年初に書籍刊行

話し手11名の選定と聞き手11名を募集し、9月末に1泊2日の聞き書き塾を開催、聞き手(書き手)を養成し、各自数回の聞き取りと12月9日の読み合せ会を経て作品の添削指導を行い編集し原稿を完成させた。(印刷発行は翌年度予定)

■聞き書き塾の様子



## e. 水源の森上下流交流での木の駅とのリンクと皮むき間伐の実施

交流の相手先の既存事業の計画を変更することが困難だったことなどで実施の時期を逃した。また、滋賀県甲賀市での上下流交流実績を視察の結果、スギでの皮むき間伐の安全

性の確保（ヒノキに比べて落枝の危険がある）にやや課題があり、試行を次年度に延期した。ただし次年度での新たな事業として農家民泊ツアーへのプログラム組み込みが決まった。このツアーは聞き書き塾参加者が趣旨に賛同し旅行業として起業するものである。

## f. 講演会の実施

渋沢寿一氏講演会と海外での地域資源と地域通貨活用による地域活性化成功事例であるドイツバイエルン州のレッテンバッハ村長の講演を実施した。講演には、近隣市町村や遠隔地からの来場も多く 200 人定員に 350 人が参加し立ち見と座り見で溢れた。内容も示唆に富んだもので、特に根羽村と同じく小さな村の自治と自立の取り組みは大きな共感と自信を村民にもたらした。レッテンバッハ村村長と村民とで和やかに交流会が催され、そこには餅つきや子供らの踊り、郷土食でもてなしがあつた。食の文化祭での自信作が披露され、両村の絆をより強めるものとなった。このイベントをきっかけに、根羽村とレッテンバッハ村の交流学习活動を深めていくことを約束し、そのための組織作りを早急に行うことを決め、2月20日の報告会でその準備に入った。

■ドイツバイエルン州レッテンバッハ村長の講演会



**ドイツで一番幸せな村の村長講演会**

ドイツの小さな村に根羽村の未来が見える  
バイエルン州 レッテンバッハ村

**「自治と自立の村の物語 一地域が生き返り、若者が戻ってきた」**

日時 平成26年1月11日（土）14:00～17:00  
会場 根羽村老人福祉センター「しゃくなげ」  
主な内容 村長講演 「自治と自立の村の物語 一地域が生き返り、若者が戻ってきたドイツで一番幸福な村」  
村長対談 Wilhelm Fischer 村長 大久保誠一 村長

主催：根羽村 協力：財団法人 地域総合開発財団、NPO法人 地域再生機構

### g. 情報発信

本事業の取り組みを「山里プロジェクト・山里木の駅通信」として合計 9 回、全戸配布し、進捗状況をつぶさに報告し、村民全体で共有した。

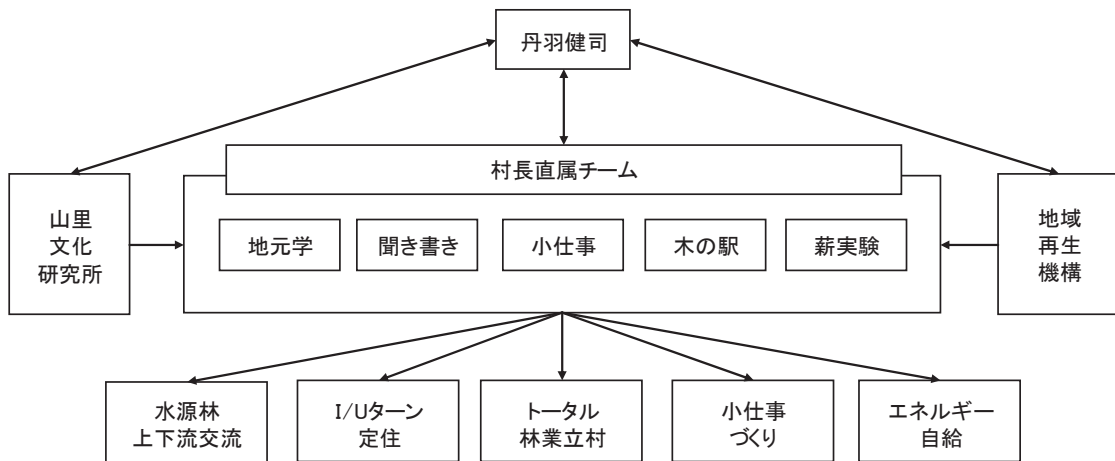
■本事業を通して実施した村民向けの情報発信「山里プロジェクト・山里木の駅通信」



6

### (3) 事業実施体制

#### a. 事業実施体制の概要



上記のような実施体制で着手したところ、事業が進展するにつれて実態に即した体制が整ってきた。特に、木の駅実行委員会は村の男性社会に関わる分野についてはほとんどをカバーできた（山仕事、小仕事、エネルギー等）。一方村の女性社会に関わることは、食の文化祭に集ってきた女性グループがほとんどをカバーできるようになってきた。レッテンバッハ村イベントは、まさに村の老若男女すべてをカバーする形で成功した。

#### b. アドバイザー(外部専門家・地域再生マネージャー)の役割

木の駅の仕組みづくりは、単に林地残材を収集しそれを地域商品券で支払うことでなく、地域住民の自治意識の醸成が最も重要である。同時に、村に持続的に生き続ける村人の魂を学び伝える「聞き書き」により誇りをもち、食の文化祭などを通じて地域の宝物に目覚める。そして村に暮らし続け、次の世代にも安心してバトンタッチしていくために未来を展望できるようにレッテンバッハ村イベントを実施した。

その基礎となる木の駅のノウハウ移転と自治再生の手法を丹羽マネージャーが、食の文化祭や聞き書きなどについては同氏が副理事長を務める(特非)山里文化研究所の清藤氏が、エネルギー利用とレッテンバッハ村イベントについては(特非)地域再生機構の森大頭が役割を担った。

#### (4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
5月	9日	村長直属チーム発足会議
	28日	木の駅準備会議
6月	1日	山里プロジェクト通信準備号発行
	14日	1ターン者ミーティング開催
	15日	山里プロジェクト通信準備2号発行
	5日	薪ボイラー先進地視察(山梨県、東京都)
7月	1日	山里プロジェクト通信3号発行
	11日	澁澤寿一講演会&事業説明会
	16日	木の駅実行委員会発足
	17日	山里木の駅通信4号発行
	29日	第2回木の駅実行委員会
31日	山里聞き書き塾募集開始	
8月	1日	山里木の駅通信5号発行
	15日	山里木の駅通信6号発行
	20日	薪ボイラー意見書提出
	26日	第3回実行委員会
	27日	食の文化祭説明会
9月	1日	山里木の駅通信8号発行
	8日	木の駅出荷デモンストレーション
	9日	木の駅商店説明会
	15日	山里聞き書き塾村内向け募集
	20日	第4回木の駅実行委員会
	25日	食の文化祭準備会
28・29日	山里の聞き書き塾	
10月	6日	木の駅出陣式
	22日	食の文化祭チラシ全戸配布
	23・31日	子どもの木の駅体験授業(小中学校)
	28日	木の駅第5回実行委員会
11月	2日	薪の駅(恵那市山岡)勉強会
	23日	木の駅出荷デモンストレーション・実行委員会
	24日	食の文化祭
	29日	皮むき間伐による上下流交流現場視察(滋賀県甲賀町)
12月	7日	山里の聞き書き読み合わせ会
12月	9日	食の文化祭振り返り会
	13日	レッテンバッハ村長講演会チラシ全戸配布
	1月	11日
22日		レッテンバッハ村長交流会
27日		全戸アンケート発送
2月	6日	アンケート中間検討会
	14日	木の駅第6回実行委員会
	20日	地域再生マネージャー事業報告会

## (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

### ●持続的組織体制・特産物・サービス・ビジネスモデルが構築、人材育成・発掘

#### ①木の駅プロジェクト

多くの村民の参加を得て、当初の目標を大きく上回る成果を得た。根羽村小学校と中学校では子どもの木の駅体験授業が実施され、実際に子ども用の特別地域通貨も発券された。村民にも認知され、持続的に自治的に執行していける体制が確立された。この事業をきっかけとして、もっぱら事務局として奮闘してきた35歳のIターン者が、薪供給を主として大人の森林塾から子どもの森林環境教育までの事業を行うNPO法人を立ち上げる事となった。木の駅立ち上げから薪供給ビジネスまでの一連の流れは今後の各地のモデルになると思われる。

#### ②食の文化祭

村民は、村にはこれほど豊かな食とその作り手が存在しているのかと、驚きとともに自信を深めた。これまで村で別々に活動していた食や福祉に関わる女性グループが一堂に会しイベントを成功させることができたことでさらに自信を深めることになり、今後の毎年開催する方向も決まった。さらに村の普段食に舌つづみを打つ都会の人たちの姿を目にして「根羽村の郷土食」の惣菜店舗や配食ビジネスの可能性を感じ始めた。

#### ③聞き書き塾

参加者の一人が村の魅力に目覚め、旅行会社を立ち上げることになった。都市と水源の村を結び、農家民泊を活用し都会の子供たちに山村の豊かさを体験させる事業をスタートさせることになった。

#### ④レッテンバッハ村村長講演会

本年度の事業（木の駅と山里プロジェクト）の未来の姿を見せるものだった。第一に地域にある資源に向き合いその恵みを感じる仕掛け作り。これはまさに聞き書きや食の文化祭などで確認してきた。第二に地域内で循環させること。これは特養薪ボイラーの設置と木の駅と地域通貨で多くの村民が体感できるものだった。村民にとって「ネバーギブアップで、小さな街でも諦めなければレッテンバッハ村になれるかもしれない」と自信が芽生え始めたのが最大の収穫だった。

### ●課題

課題は、フィッシャー村長が最も重要と言った「子どもたちに村の魅力を伝え刷り込むこと」だ。1月22日に、急遽フィッシャー村長による小中学生向けの特別授業が実施されたのもそのことからだった。

大久保村長とフィッシャー村長は今後の交流を誓う固い握手を壇上で交わし、そのための組織づくりを進めていくことも決まった。その交流組織づくりの中で「日本で一番幸せな村」にするための広範な議論が重ねられることになる。

## (6) マネージャーコメント

### 自信と思いやりが連鎖する村

特定非営利活動法人地域再生機構 丹羽健司



「やっぱり木の駅やりてえよね、根羽村で」…石原明治さんのそんな深夜の電話からプロジェクトは始まった。

根羽村では思いやりと自信が連鎖した。「根羽村の薪でお年寄りの心と体を温めよう」と特別養護老人ホームに薪ボイラー導入を決め、そのために木の駅が動きだした。山に転がる残材や間伐材を村だけで使える地域通貨を発行することで残り少ない商店を守ろう、森林組合も残材持ち出しできるようにするから山を持たないIターン者も参加できるようにしよう、会議の中で一つ一つルールが決められ10月6日スタート。月末には小学校と中学校で子供の木の駅授業、子供森券も発行された。木の駅事務局の南木さんはIターン5年目の森林組合作業員、木の駅に集まった丸太を薪にしてボイラーにくべる組織を立ち上げるようになった。その若者を村の重鎮たちも支えるようになった。自信と思いやりが連鎖した。

オヤジたちが木の駅で楽しくやるのなら、オナゴ衆も頑張ると、食の文化祭の準備が始まった。根羽村の郷土食、普段食を集めよう、ちょっと大皿に一品ずつ持ち寄って振舞おうと声をかけた。11月24日「根羽村食の文化祭」、出品総数89皿、65人が腕によりをかけて作った。誰もがこんなに集まるとは予想しなかった。だから「根羽村ってすごい！」と当の出品者たちが一番驚嘆した。「来年もやろう！ざーっとやろう」「レシピ集を作ろう」「惣菜屋さん、いや農家レストランをやろう」…オナゴ衆たちに自信が深まり夢も広がった。

1月11日、「ドイツで一番幸せな村」といわれるレッテンバッハ村の村長を招いての講演会。根羽村老人福祉センターが人であふれた。館内の椅子を全部出しても足りない。壁際の立ち見、通路や舞台前の床座りで350人の超満員。「自分たちで決めて自分たちでやろう」「村の資源を循環させよう」「子供たちが自慢し誇れる村にしよう」ドイツの小さな村の実践を感動的に伝えた。「ひょっとしたら日本のレッテンバッハ村になれるかもしれない」多くの参加者がそう感じ始めた。村長同士が固く握手して今後の交流を誓い合った。そのための提案組織を村民主導で立ち上げるようになった。

「この頃根羽村が何か変わり始めた」近隣の町村が噂するようになった。1000人足らずの小さな村の試みに村内外が激しく反応した。小さな村ゆえに、思いやりと自信が素直に連鎖し急速に村を変えていく。根羽村はすごい、心底そう思う。

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。

## 2-11. 愛知県豊橋市

### 旧東海道二川宿ブランド化戦略の構築

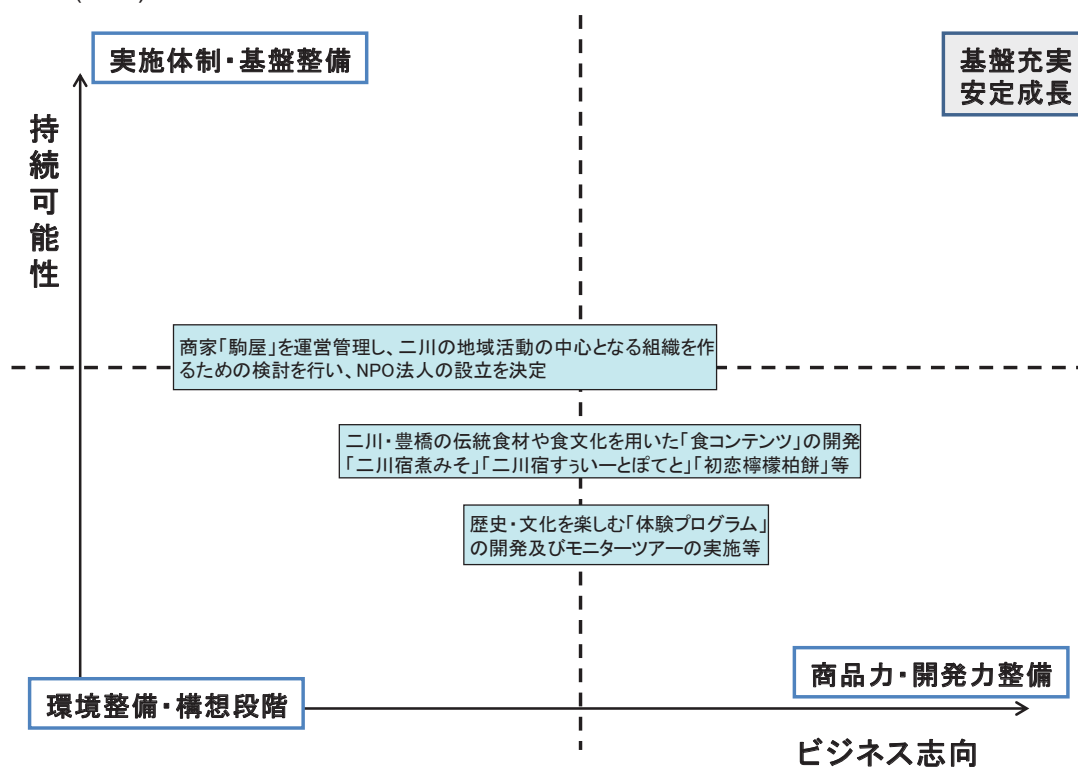
#### <事業概要>

■事業名	旧東海道二川宿ブランド化戦略の構築
■総事業費	4,800 千円
■助成金交付決定額	3,200 千円
■地域再生マネージャー等	櫻井 太郎(株式会社 JTB 総合研究所)

#### <自治体概要>

■人口	376,665 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	261.35k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	1,441.2 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	72,289,828 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.96(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	86.8%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	豊橋市教育部美術博物館二川宿本陣資料館グループ

#### <取組(成果)概要>





## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

東海道は、江戸時代には江戸と京・大坂を結ぶ大動脈として、物流や人の移動が最も盛んな街道であったが、町並み全体の景観は失われ、街道沿いの商店街は衰退し、宿場町としての魅力が失われつつある。

二川宿では、本陣・旅籠屋「清明屋」が改修復原、一般公開され、平成 27 年度には商家「駒屋」の改修復原工事が完了し、歴史的建造物である文化財が 3 か所同時に見学できる全国唯一の宿場町となる。今後は、これら歴史的建造物である文化財を観光資源として積極的に発信し、本物の歴史文化を活かしたまちづくりを官民協働で推進していく。そのための前段階として、外部専門家による支援の下、ただのまちづくりではなくそれをビジネスとして成立させ、成長していくための戦略・ブランド構築を推進する。

### b. 事業の目的

二川は複数の文化的価値のある資源が点在しているものの、それを活用するための仕組みやコンテンツの構築が進んでいない。本年度は、平成 27 年の商家「駒屋」の改修復原工事完了と町おこし施設としてのオープンに焦点を当て、豊橋市の地域資源を活用した「観光誘発による来訪者の獲得のためのコンテンツ開発」、そして駒屋を管理運営するための「地域住民が主体となる組織体制の構築」の中で、「地域住民の文化意識、二川に対する親しみ・誇りの醸成」を図ることを目的とする。

## (2) 事業実施内容と主な成果

### a. 二川・豊橋の伝統食材や食文化を用いた「食コンテンツ」の開発

二川の「食べるものが無い」・「お土産が無い」・「長い間滞在してもらえない仕掛けがない」という大きな課題を解決するため、お土産・特産品としての「食」を開発する。地域の女性メンバーが中心となる「食文化研究会」が主体となって事業を推進し、商家「駒屋」がオープンした際に販売（OEM で域内事業者へ委託して製造し販売、および駒屋内の土蔵で調理して販売）する商品として複数の食を開発した。

#### ①二川宿煮みそ（仮称）

豊橋周辺で食べられている地域伝統食。本陣資料館の向かいにある「西駒屋（江戸時代から醤油・味噌を造販）」の味噌と季節の豊橋野菜を使用。一定のレシピを設けず、調理担当者（日替わり）が各家庭で作っているそのままの味を再現する。今後は「二川宿煮みそ」という名称で、豊橋市内のマルシェ等に出品して認知度を上げ、またさらなる改良と売り方の研究をしていく。

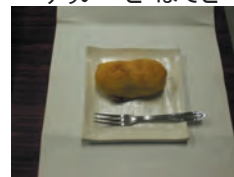
■二川宿煮みそ(仮称)



## ②二川宿すういと・ぽてと

豊橋のさつまいも「ベニイムレ」を使用し、豊橋出身である河井氏の経営するスイーツ専門業者「かわいや」で製造し、駒屋で販売する。イモと中に入っているクリームとのハーモニーが絶品。商品を一口大にした「玉繭」と、豊橋産の干し柿を入れたバージョンも試作した。

■二川宿  
すういと・ぽてと



## ③初恋檸檬柏餅

テレビなどでも紹介されている豊橋の無農薬レモン（初恋レモン）と、かつて二川宿で提供されていた柏餅を融合させた商品。二川宿より徒歩2分にある老舗の和菓子屋「中原屋」に製造を委託する。次年度4月29日に二川宿本陣で開催されるイベント「鎧・兜を着てみよう」にて試験販売（テストマーケティング）を実施する他、地域の子供に食べてもらい意見を聞く「子供モニター」を随時実施する。

■初恋檸檬柏餅



## ④二川紅茶

全茶園を農薬・化学肥料を一切使わない特別栽培で作られた豊橋和紅茶。豊橋市の茶葉専門業者「ごとう製茶」より茶葉の提供を受ける。すりおろした「初恋レモン」を加え、さっぱりとした味わいで頂く。駒屋での販売をするにあたっては、「二川紅茶」という名称を使う（許諾済み）。

■二川紅茶



## b. 二川の歴史・文化を楽しむ「体験プログラム」の開発

### ①ボランティアガイド組織の設立

二川宿の歴史・文化を案内するボランティアガイド組織である「二川案内人（あないびと）駒屋ふれあい組」を設立した。法人化などはせず、本年度の取り組みで設立するNPO組織の一部として活動する。ガイドのレベルアップや人材確保に向け、取り組みの情報発信や勉強会を開催している。

■ボランティアガイド組織



### ②ガイドコースの作成

約90分で二川宿の周辺スポットを周遊する「基礎コース」および「基礎テキスト」を制作した。分科会メンバーを中心にボランティアガイド「二川案内人駒屋ふれあい組」として案内する。10月までに、計2回のモニターツアーを実施した。

### c. 体験プログラムの開発

二川の文化や歴史的遊びを楽しむための体験プログラムを創出し、体験いただいた。

#### ①豊橋カルタ

モニターツアーや年始イベント（1月5日）に実施したカルタ大会。豊橋の文化や歴史に関する言葉が使われたカルタを楽しむことで、豊橋の歴史に関する勉強もできる。参加者が自らハサミを使ってカルタを作り、さらにそのカルタで競技する。

■豊橋カルタのカルタ大会



#### ②ひなまつり特別イベント

2月1日～3月16日に二川宿本陣資料館で開催されるひなまつりにて、特別企画として「つるし飾り作り講座」と「二川案内人駒屋ふれあい組による展示説明」を実施する。イベント告知のため、市役所で催された記者会見に分科会メンバーが出席し、PRをおこなった。

■ひなまつり特別イベント



### d. モニターの実施

#### ①本陣・旅籠屋に泊ろう

江戸時代の旅館であった本陣・旅籠屋に一般公募で宿泊者を募集（合計20名）し、宿泊・食事などを体験するモニターツアー。4台の山車が町内に繰り出す二川八幡神社の祭礼を見学。本陣・旅籠屋内は電池式ロウソクによる照明を点灯、江戸時代の雰囲気を出した。

■モニターツアー



#### ②専門家によるモニター・意見交換

本年度9月までに分科会が検討した内容を実際に催行し、各分野の専門家に評価を頂く。外部からの客観的評価を受けることで、取り組みの優位点や不足している部分などを明らかにし、品質の向上を図るためのヒントを得た。また、二川宿と駒屋についてその存在を専門家に周知するとともに、ネットワークづくりをおこなった。

招聘した専門家は、以下の4名。

#### ●(株)JTBパブリッシング ー出版事業本部 編集長 石川敏晴氏ー

るるぶ等、旅行関連雑誌を出版する出版社の編集長として、今後二川をどのようにPRしていくべきか、情報発信の手法についてご意見を頂くことを目的に招請。

#### ●中山道妻籠宿 妻籠を愛する会 ー常務理事 藤原義則氏、野田武氏ー

二川宿と同様、宿場町として地域活性に取り組んでいる先輩として、駒屋ふれあい組のガイド内容・宿場町として今後取り組むべき内容等についてアドバイスを頂くために招請。

#### ●オフィス花谷 ー花谷みどり氏ー

卸売業・食品開発業と幅広い業務経験を持つ食のスペシャリストとして、開発した

食の評価や売り出し方についてアドバイスを頂くために招請。

#### e. NPO 組織の設立

平成 27 年の駒屋オープンに合わせ、地域活動を主体的におこなう新組織を設立するための協議をおこなった。

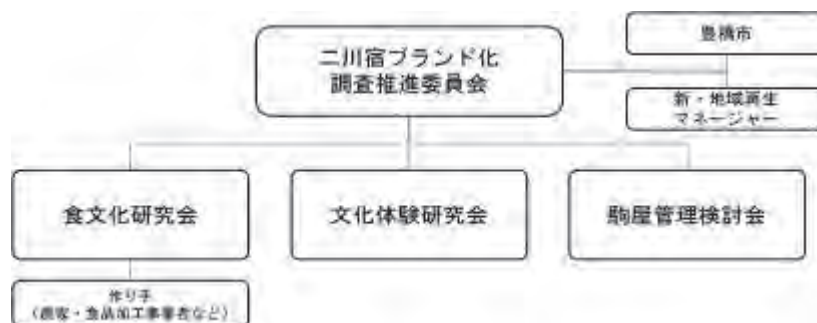
商家「駒屋」を運営管理し、かつ二川の地域活動の中心となる組織を作るための検討や資料作成をおこなった。検討にあたっては、NPO の根幹となる設立の目的や目標を明確に定め、域内居住者が理解し、応援してくれる組織にすることを前提条件とした。域内理解を促進するため、本事業の活動について記した「二川の瓦版」を域内に配布している。本年度中に必要書類を作成し、2 月中に設立総会を催す。また、2 月 27 日に NPO 組織設立の申請をおこない、申請が許可されれば 6 月 27 日には認証、7 月に登記となる。

### (3) 事業実施体制

#### a. 事業実施体制の概要

平成 27 年の「商家 駒屋」のオープンに向けて、二川の魅力を満喫してもらうためのプログラム・ソフト事業の拡充をめざす本取り組みは、「二川宿ブランド化調査推進委員会」による統括の下、以下の 3 つの分科会に分かれ、事業を推進する。

- ①食文化の創出（食の開発）： 食文化研究会
- ②ボランティアガイドの育成・体験プログラムの開発： 文化体験研究会
- ③駒屋の運営を担う組織体制の構築： 駒屋管理検討会



#### b. アドバイザーの役割

##### ①食文化の創出

フードコーディネーターなど専門家の登用と商品化の内容検討に対する助言。販売促進の仕組づくりの支援。

##### ②ボランティアガイドの育成・体験プログラムの開発

来訪者のマーケットニーズに対する助言及びプログラム作成支援。ボランティアガイドの内容（ガイドルート・案内の内容）検討支援。

##### ③駒屋の運営を担う組織体制の構築

NPO 法人設立にあたる支援及び先進事例の提供。組織運営全体に関するアドバイザー。

#### ④その他

各分科会や委員会の議事録作成、協議アジェンダの考案、会議コーディネート。

#### (4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
6月	10日	ブランド化調査推進委員会全体会
9月	10日	ブランド化調査推進委員会全体会
10月	13日	モニター「本陣・旅籠屋に泊まろう」
	27日	「専門家によるモニター意見交換会」
11月	9日	ブランド化調査推進委員会全体会
1月	22日	ブランド化調査推進委員会全体会
2月	23日	ブランド化調査推進委員会全体会
	25日	NPO 法人設立総会
3月	29日	まちなかマルシェ試験販売

※上記の他、毎月各分科会の協議を実施

#### (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

取り組み・事業を持続させていくために最も重要なポイントの一つは、主体となる人材（地域住民）のモチベーションと主体性であると考えます。年度初めは、ノウハウも無い中、実施項目が多い本年度事業内容に対して「このスケジュールで、我々だけで本当にできるのか」というような不安の声も多かった。しかし、自らが作り出したアイデアが膨らみ、形になっていくに連れて主体性が生まれ、また成果を出したことで、年度終わりには取組全体に主体性が生まれていった。

次年度以降は、設立する NPO 組織の運営体制・事業実施基盤・事業ノウハウの確立を主業務としつつ、ビジネスとして成長を続けるための事業ドメイン拡大を進めていくことになる。平成 27 年の商家「駒屋」のオープンを皮切りに、二川地区が地域および豊橋市の中心となって地域づくりを進めていくことができるよう、取り組みを推進していく所存である。

## (6) マネージャーコメント

### 東海道宿場町「二川宿」でのまちづくり

株式会社 JTB 総合研究所 櫻井 太郎



旧東海道五十三次の 33 番目、三河国最東端の宿場町である「二川宿」は、かつて著名な大名や公家などが宿泊する「本陣」を筆頭に、複数の旅籠や商家でにぎわう町であったようです。しかし今日では、本陣や旅籠屋・商家など文化財の整備保全是進められてきたものの、町並み全体の景観は失われ、街道沿いの商店街は衰退し、空家が増え、地域住民の高齢化が進み、まちとして、歴史ある東海道の宿場町としての魅力が失われつつあります。この状況を打破し、二川宿ににぎわいを取り戻すため、二川を愛する住民で構成された「二川宿ブランド化調査推進委員会」が中心となり、官民一体となったまちづくりのための協議が勧められています。

二川には、立派な集客施設である「二川宿本陣資料館」があります。週末になれば多くの人が集まり、東海道の歴史について学んでいきます。しかし、それ以外に二川を「売る」ためのコンテンツがありません。二川は、滞在時間が短く、地域にお金が落ちにくい立寄り型観光が主流の地域となっているのです。

本年度は、二川を売るためのコンテンツを複数創出し、人の流れがまちへ波及するための仕組みづくりに注力しました。その結果、地域住民の皆様の積極的な活動参加のおかげで、二川の地域文化・歴史に深くかかわる素材を沢山抽出し、商品としてまとめ上げることができました。

また、「地域活動の中心となる組織を作る」という大きな課題も成し遂げつつあります。NPO 組織の骨格が完成し、設立申請のための準備も完了しました。今後は、地域住民の方々へ、NPO 組織の意義をきちんと理解いただき、積極的な参画を働きかけていく段階に入ります。

平成 27 年には商家「駒屋」の改修復原工事が完了し、二川宿は、歴史的建造物である文化財が 3 か所同時に見学できる全国唯一の宿場町となります。このチャンスを活用し、地域住民が地元を誇りを持ち、そして楽しく地域活動に参加できる環境づくりのお手伝いをこれからも続けていきたい所存です。

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。

## 2-12. 島根県雲南市

### 「若者支援プラットフォームづくり事業」

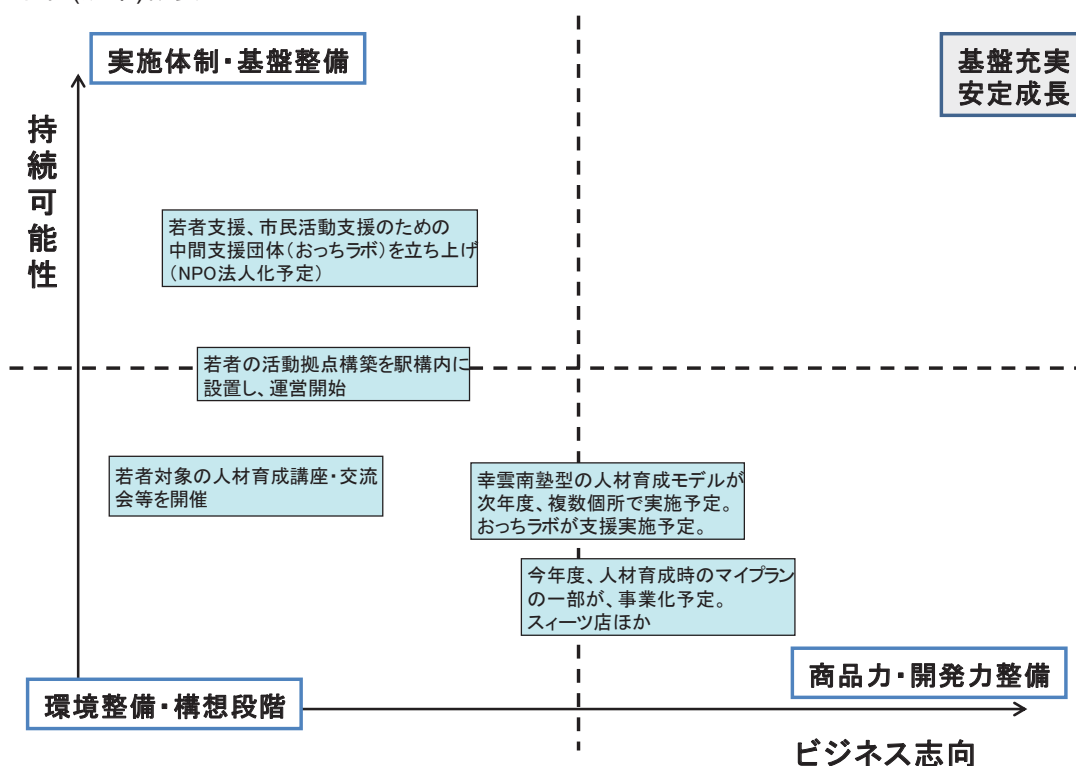
#### <事業概要>

■事業名	若者支援プラットフォームづくり事業
■総事業費	4,465 千円
■助成金交付決定額	2,900 千円
■地域再生マネージャー	宮地勇輔(NPO 法人農家のこせがれネットワーク 代表理事) 尾野寛明(有限会社エコカレッジ 代表取締役) 銀鏡佳(おっちラボ 事務局長)

#### <自治体概要>

■人口	41,917 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	553.37 k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	75.7 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	19,444,884 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.25(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	88.1%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	雲南市政策企画部政策推進課

#### <取組(成果)概要>



## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

雲南市は島根県東部の中山間地域に位置し、人口は 41,917 人（H22 年国勢調査）で、5 年間に 2,486 人減少するなど少子高齢化が大きな課題となっている。しかし、農家レストランや商店再生等のコミュニティビジネスが高齢者層を中心に先進的に展開されている地域である。

その反面、市内での若者の活躍があまり見られなかったことから、2011 年に若い人材の発掘と育成を目的とする「幸雲南塾～地域プロデューサー育成講座～」を立ち上げ、2 年間で 24 名の修了生を輩出してきた。このことにより意欲ある若者のコミュニティが形成され、修了生独自の活動や修了生同志が連携して取り組む地域活動が成果を出し始めており、地域からも少しずつ認識されるようになってきた。

しかし、今後更に少子高齢化が進行するなか、コミュニティを維持・発展させるためには、行政の直接支援だけでは限界があり、継続的な支援体制を構築する必要がある。さらに現状ではまだ限定的な若者の支援に留まっているため、幅広い若者・地域住民等と連携が図れるよう拠点・団体をつくり、多種多様な交流を仕掛けていく必要がある。

### b. 事業の目的

- 社会起業家や地域貢献を志す若い人材の発掘及び人材育成を行い、若手人材の異業種ネットワークを構築。地域課題の解決にチームとして貢献できる体制をつくる。
- 拠点施設、アンテナショップ等若手人材の活動を促す場を提供し、多様な人材の交流を促進する。また、若者の地域活動のリクルートセンターとして機能する。
- 塾生を中心とするメンバーにより、若者・地域住民等への幅広い支援ができる中間支援団体を構築する。団体設立に対しては中山間地域の地域活性化モデルとなるよう自立的かつ持続的な組織をめざし、財源や業務内容等を検討する。

これらの取り組みが定着し、民間主導で行政等と連携し、中山間地域の課題を解決する社会起業家・地域プロデューサー等が継続的に育成されるようになれば、地域の雇用や定住にも大きく貢献するものと期待している。



## (2) 事業の内容と成果

### a. 若者対象の人材育成講座・交流会等を開催

6月から11月にかけて全6回にわたり、「幸雲南塾 2013～地域プロデューサー育成講座～」を開催した。最終的に塾生11名が地域活性化や起業についてのマイプランを完成させ、多くの聴衆の前で発表した。それらの成果は、今後、平成26年4月にスイーツ店を開店させるもの、多文化共生のまちづくりをめざして3月に市と協働して多文化フェアを開催するもの、4月から大学を卒業して雲南市内の病院に就職するものなど、塾生はマイプランに着実に取り組みながら、早くも雲南市の地域活性化に貢献しはじめている。

この取り組みは地域貢献を志向する若者層を掘り起こし、若手・多分野のネットワークをつくる効果がある。その証拠に幸雲南塾モデルは、来年は東北や中国地方など約7か所で地域活性化策として取り入れられる予定になっている。

総数35名になった塾修了生は、シニア層中心につくられてきた雲南市の地域づくりに、大きなインパクトを与えられる集団になってきたと考えている。本格的にはこれからの展開次第ではあるが、地域からの期待も高まっている。

#### ■平成25年度 幸雲南塾 マイプラン最優秀賞(小冊子「R54」)



制作した小冊子「R 54」を手に。緑色の表紙には「味な道、味な店」などの文字とイラスト

# 雲南

きのう今日あす

☐雲南支局  
雲南市三刀屋町三刀屋 1121  
電話 0854・45・8991  
ファクス 0854・45・8993

## 丹念な取材で小冊子「R54」 マイプラン最優秀賞を受賞

社会企業や地域貢献を志す若い人材の発掘と育成を目的とした雲南市の「幸雲南塾(こううんなんじゅく)」地域プロ

幸雲南塾3期生 原ゆりこさん

デザイナー育成講座3期生の一人で、九月に市内であった最終報告会で発表したマイプランが最優秀賞に選ばれた。雲南市掛合出身の会社員(デザイナー)原ゆりこさん(28)は、松江市の「R(リアル)54」は「地域を伝えるローカルデザイン」R54は「松江市や出雲市の若い女性などをターゲットに、国道54号沿線の飲食店を紹介した小冊子「R(リアル)54」を作った。

三刀屋高校卒業後、地元で就職するが、会社が兵庫県へ移転になり、同県へ。島根が恋しくなると十九歳でUターン。自分のやりたいことを模索するなか、出雲高等技術学校グラフィックデザイン科の募集チラシが目にとまりデザイナーを目指した。現在、印刷会社のデザイナー。

新しいことにチャレンジし自信をつけたいと、同塾を受講。デザインには地域を盛り上げる力がある、デザインで地元を元気にできればと、松江自動車道開通で交通量が減少した国道54号に注目してプランを練った。勤務のかたわら、土・日に取材も、途中でくじけそうになるほど時間と努力がかかったが、塾生仲間や講師らの協力で、初めて手付けた小冊子が出来上がった。冊子では、レストラン、カフェ、創作料理の店、パン屋などを、店主の話も交えて紹介している。

取材してみても、高速道路開通に左右されない、地域と店や人との強い絆を感じたという。「ぜひ行ってみてほしい」と話していた「R54」は二百五十部作り、完売を自指している。

### b. 若者の活動拠点構築

おっちラボの活動拠点を JR 出雲大東駅の構内につくった。駅前といっても1～2時間に一本しか通らないローカル線(単線)で、数年前に県道のバイパスが開通したため、駅前の交通量が激減し、駅周辺は移転や閉店する店が増えている状況にある。活動拠点も駅構内にあった店舗移設によって生じた空きスペースを利用したものである。

平日は週 3 回程度開設し、また、月 1 回のペースで拠点及び駅の待合スペースでワークショップ等を開催した。「平日は周辺住民がぼちぼちと集まり、お茶を飲み、談笑。ワークショップで作成した棚にある本やパンフレットなども見たりしながらリラックス。コタツを出した 11 月ごろからはだんだんと常連の方も増えてきた。週末のワークショップでは若者層を中心に集まってガヤガヤとやっている。」という形が定着して

きた。また、Wi-Fi スポットとしてインターネットが自由に使えるようにしたことなどから、サテライトの事務所として使うということも始まっている。さらに隣接する店舗の協力を得て塾生の商品を委託販売するスペースも設置した。このようなことから駅の利用者が増えてきており、少しずつ賑やかになってきている。

#### ■JR出雲大東駅構内のおっちラボ活動拠点



### c. 若者支援、市民活動支援のための中間支援団体の立ち上げ

#### ○中間支援団体「おっちラボ」設立

幸雲南塾の修了生を中心に、若者及び地域支援等を行う中間支援団体として、7 月に任意団体として「おっちラボ」を立ち上げ、幸雲南塾の運営支援等を行ってきた。

塾終了後にはNPO 法人設立のための準備を行い、1 月に申請、4 月 1 日には NPO 法人として設立する予定となっている。

#### ■「おっちラボ」設立

##### 「おっちラボ」とは

幸雲南塾の塾生が中心となり、若者と地域の活動を支援する団体として、本年4月に結成。出雲大東駅ナカに活動拠点を開設し、地域資源の活用や課題解決の社会実験に取り組み、発信していく。



おっちら「ゆっくりと」  
 L Learning「学ぶ」  
 A Action「アクション」  
 B Business「ビジネスをつくる」  
 O Openspace「誰にでも開かれた場」

#### ○「おっちラボ」活動の成果

##### ■商品開発「サバーガー」

郷土料理である焼き鯖をつかった新しい商品（サバーガー）を地域の食の団体や病院などと連携して開発。出雲大東駅のふれあい祭り、雲南市民病院の病院祭などで販売するとともに 2 万人が集まる県内有数の食イベント「米—1 グランプリ」にも参加。鯖で地域活性を考える県内 3 団体と TEAM 鯖イブを結成し、600 食を売り上げ、7 位入賞を果たす。今後も地域イベント等で出店、県内事業者との連携による商品化・飲食店提供等、鯖文化で地域を盛り上げていくこととしている。

##### ■クラウドファンディングへの挑戦

地域活性化の取り組みを資金面で応援するインターネットサイト「FAAVO 島根」を活用して資金調達を行った。提案内容は「雲南市で受け継がれるふるまいを広める運動」で、9 月 25 日から 1 か月間強で目標 20 万を超える 33 万 4 千円が集まった。この経験をもとに塾生等若者や市民のチャレンジを支援できると考えている。

## ■コミュニティ調査

塾生をはじめとした若者とコミュニティ組織のマッチングの可能性を1月～3月にかけて調査する。この成果を来年度の塾へ活かしていく予定である。

## ■高校生への支援

雲南市には大学や専門学校がなく、雇用先も少ないため、高校卒業後に人口が極端に減ってしまう。30才近辺で戻ってくる傾向もあるが、戻ってくる人が絶対的に少ない。この地域課題に取り組むべく、高校生からの主体的な地域づくりへの参画やキャリア教育の推進を支援している。11月10日に実施した「うんなん若者会議」では、高校生と大学生と社会人をアート、食、教育・医療の3つのテーマに分け、グループごとに提案を行った。参加した生徒が積極的な提案をするなど高校側からも高い評価を得た。今後、幾つかの提案を高校生とともに実現させる予定である。

## ○外部専門家（地域再生マネージャー）がいたからこそできたこと

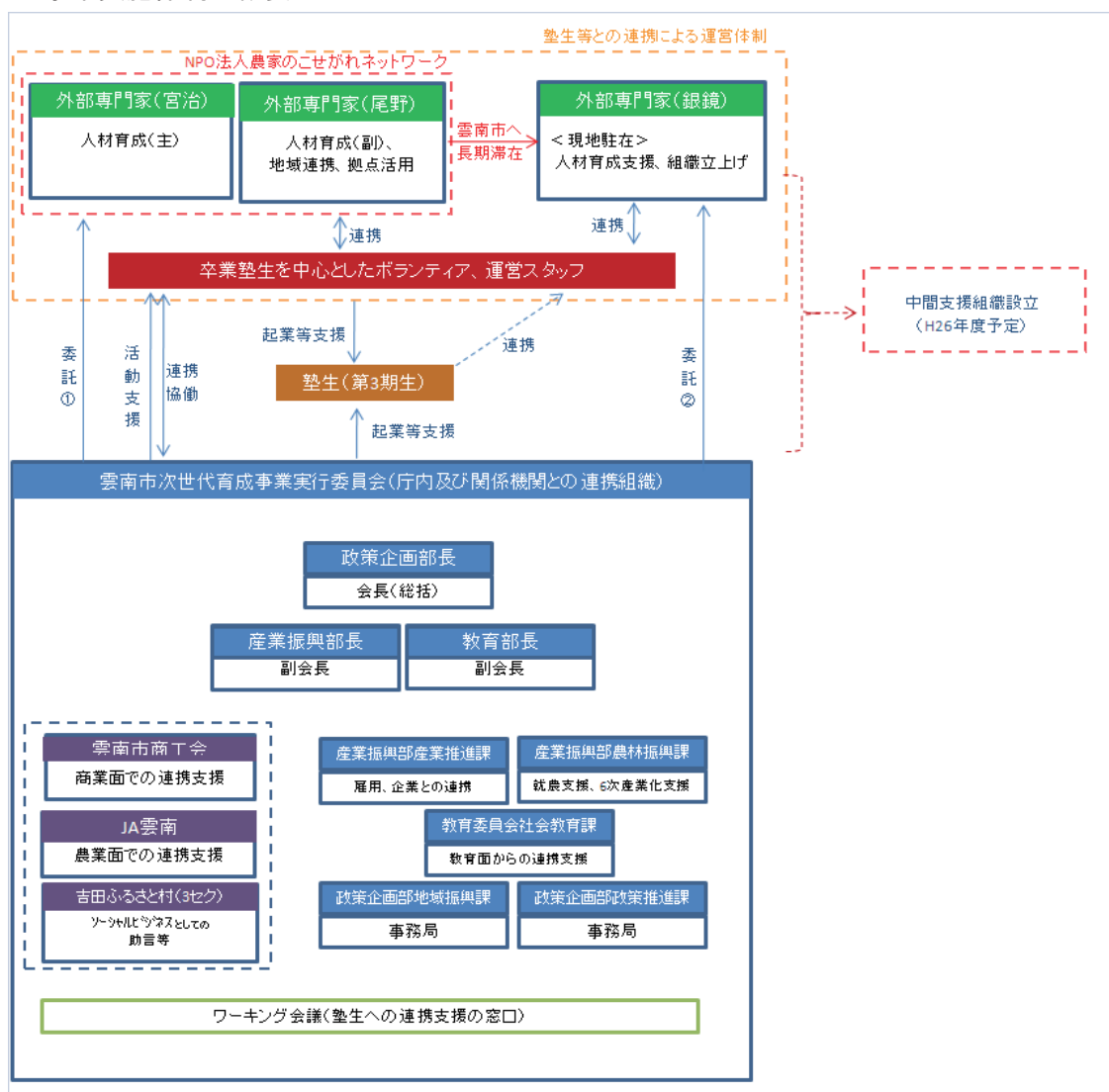
特に銀鏡氏に雲南市に移住して、この事業に関わってもらったことが大きかった。おっちラボ代表との連携も抜群であり、銀鏡氏が雲南市に滞在し、この取り組みにコミットしなければ恐らくこれだけの組織化や法人化はできなかった。

また、「あのNPO 法人農家のこせがれネットワークの銀鏡さんが島根・雲南市に移住したから、どんなところか見てみたい」とか、移住後の活動をSNS上で情報発信することによって、「おっちラボ」をめぐって県外からの多くの訪問や視察、「ソトコト」などの雑誌や新聞取材が相次いだ。これも全国的なネットワークをもつ銀鏡氏の効果であり、雲南市に居ながらにして全国の様々な方々や活動と触れ合うことができた。

宮治氏、尾野氏は地域人材ネットにも登録されている全国的な若手リーダーである。同世代の彼らの志、言動が塾生たちを突き動かし、6か月間で大きく変えていく。この塾になくてはならない存在である。

### (3) 事業実施体制

#### a. 事業実施体制の概要



#### b. アドバイザー(外部専門家・地域再生マネージャー)の役割

3名のアドバイザーの役割は以下のとおりである。

マネージャー	役割
宮治勇輔	幸雲南塾の運営(塾生への指導)
尾野寛明	塾生の活動支援(プレゼン指導)、拠点活用に関する支援、中間支援団体設立支援(団体と地域のマッチング調査実施)
銀鏡佳	塾の進行管理、塾生中心とした若手コミュニティづくり、中間支援団体設立、拠点活用した塾生等支援

#### (4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
5月	26日	・出雲大東駅ナカ活用に関するワークショップ
6月	14日	・次世代育成事業実行委員会勉強会
	15日	・【塾】第1回 幸雲南塾
	16日	・市内視察
7月	2日	・出雲大東駅「おっちラボ」お披露目会
	13日	・【塾】第2回 幸雲南塾
	14日	・みんつくワークショップ
	27日	・サバーガー試食会「鯖の時間」
8月	7～9日	・【交流】先進地視察(島根県海士町)
	13日	・【塾】第3回 幸雲南塾
	17日	・みんつくワークショップ
	25日	・出雲大東駅ふれあい祭りへの出店「サバーガー」
9月	7日	・【塾】第4回 幸雲南塾
	21日	・シマネナイト(横浜で銀鏡マネージャーが島根での活動を報告)
	28・29日	・うんなん医療見学ツアー
10月	5日	・【塾】第5回 幸雲南塾
	19日	・みんつくワークショップ
	26・27日	・食のイベント「米—1 グランプリ」へ出店「サバーガー」
11月	9日	・【塾】幸雲南塾・最終報告会
	10日	・うんなん若者会議
	20日	・マネージャー報告会(銀鏡マネージャー、市担当が参加)
	23・24日	・先進地視察(徳島県・香川県・岡山県)
12月	22日	・みんつくワークショップ
1月	9日	・NPO 法人申請
	12日	・宮城県亘理町視察受け入れ・塾ノウハウ移転について協議
	13日	・徳島県神山町視察受け入れ・拠点づくりに関する意見交換会
	20・21日	・コミュニティ調査
	24日	・みんつくワークショップ
28日	・「現地会議 IN 岩手」で事例発表	
2月	7・8日	・コミュニティ調査
	9日	・宝発見シンポジウム(高校キャリア教育)
	15日	・みんつくワークショップ
	22・23日	・場づくりの学校(空き家見学ツアー)
	25日	・コミュニティ調査
3月	2日	・うんなん若者会議・作戦会議
	8日	・みんつくワークショップ
	22日	・コミュニティ調査成果報告会 & 幸雲南塾プレセミナー
	27日	・コミュニティ調査
4月	1日	・NPO 法人「おっちラボ」設立(予定)

#### (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

##### 【中間支援団体設立への対応】

若手人材(地域プロデューサー)を育成する塾を開催し、3期で35名の修了生を輩出した。そして幸いにも我々は意欲的なメンバーに恵まれ、塾修了生を中心に中間支援団体「おっちラボ」ができた。これは本当に幸運なことだと考えている。

これからの地域社会には中間支援団体は必要不可欠だとしても、その組織がどんな形であるべきか、継続的に維持できるのか甚だ不透明である。そのような組織の代表になるには、相当な覚悟が必要であるが、重い決断をして一期生メンバーが代表になってくれた。

NPO 法人の事務局長経験のある銀鏡氏の加入や、財政面で対応してくれるスペシャリス

トの加入、4月から退職しておっちラボの運営をしたいという一期生が現れるなど、おっちラボとして活動する中で人材が集まってきたことも、彼女の決断や努力によるところが大きい。

来年度に向けては市からの幸雲南塾運営委託、県外での幸雲南塾モデル運営支援なども行う他、国、県の補助メニューを活用していく。更に島根大学とのコミュニティの評価に関する研究事業への協力を含めコミュニティへ貢献できるよう引き続き研究を進める。その他関東のITベンチャーとの連携をして、市内でのサテライトオフィス開設に取り組む。また、中国地方各地で中間支援組織の設立が始まってきており、そうした団体とのノウハウ交換など交流を進めていきたい。市内においても塾修了生をはじめとした若者たちとの勉強会を開催して活動の輪を広げていき、高校生から大人までフラットにつながり、成長できる場や機会を市内につくり、挑戦に優しいまちづくりに貢献する。

### 【次期の幸雲南塾について】

引き続き、雲南市内各地の地域づくりに携わる若い担い手をふやすための裾野づくりというコンセプトを継承して進めていくが、第4期は市内コミュニティとのマッチングの推進と成果にこだわって開催する。塾生OBが市内各地のコミュニティと手を組んで活動する動きが見られるようになってきたが、まだ面として地域づくりに携わりたい若者と担い手を求める地域コミュニティをマッチングする仕組み作りまでには至っていない。おっちラボメンバーや塾生・塾OBによる地域コミュニティへのヒアリングなどを積極的に後押しすることで、マッチングの仕組み作りを構築していきたい。また、雲南市のコミュニティのニーズを積極的に開示し、コミュニティとのマッチングを試みる。コミュニティを巻き込んだ優良な取り組みについては、行政として資金面を含めて具体的に支援する。

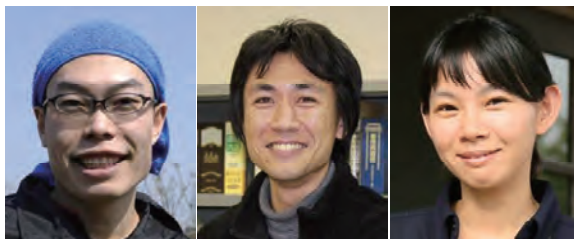
塾の受講形態としても、個人の受講から2~3名のチームでのエントリーも可能とし、塾修了生も参加できるようにする。

## (6) マネージャーコメント

### 「塾」から次世代育成・まちづくりの「中間支援機能を備えた拠点」へ

(写真左より)NPO 法人農家のこせがれネットワーク 代表理事 宮治 勇輔  
有限会社エコカレッジ 代表取締役 尾野 寛明

おっちラボ 事務局長(NPO 法人農家のこせがれネットワーク 元 理事 事務局長) 銀鏡 佳



●平成23年度にスタートした雲南市の「次世代育成事業」。立ち上げ時は、塾のコンセプトやプログラム設計、塾生募集など苦労しましたが、粘り強く話し合いを重ねながら、進めてきました。平成25年度は修了生による紹介や前年の一般聴講から応募する塾生が多くなり、3年目にして次世代育成のモデルとして「幸雲南塾～地域プロデューサー育成講座～」が実を結んだような一年でした。

●中間支援団体「おっちラボ」の組織化、拠点構築にあたっては、代表の矢田さんはじめ、修了生、塾生が主体的に関わってくださり、これもまた塾の取り組みやこれまでの信頼関係を積み重ねてきた賜物であることを感じました。

●本事業の担当である雲南市役所・政策推進課の方々には、多様なセクター・セクションが構成メンバーとなった「次世代育成事業実行委員会」、若手職員・社員による「ワーキング会議」の設置、週1回の「定例会議」の実施などバックアップ体制を図っていただきました。

またこの一年だけでも事業ごとに雲南市役所の各セクション、雲南市教育委員会、雲南市立病院、島根大学、島根県庁、地域自主組織、市内各高校、市内事業者など様々なステークホルダーの皆さまとつないでいただき、連携体制を築いていただきました。

●地域の担い手を育む「次世代育成」というテーマは、即効性があるものではありませんが、官民の皆さんが危機感と先見性をもって、様々な先進的な取り組みをしてこられた雲南市だからこそできる「モデルづくり」だと思います。

皆さんの熱意と労を惜しまぬ伴走に、敬意と感謝を申し上げるとともに、改めてこのような取り組みの重要性を感じました。

●我々マネージャーとしては、島根県内や全国の地域づくりに取り組む各専門分野の人材誘致や協働、それぞれの活動の学び合いと相互ノウハウの移転などの連携にも積極的に働きかけました。

平成26年度には「幸雲南塾」モデルが岡山県や宮城県、石川県など7カ所で展開される予定となっており、今後の発展性・地域間の連携に期待を高めているところです。

●「おっちラボ」は、平成25年度中にNPO法人として設立。平成26年度は常勤スタッフを3名おき、「課題解決型事業」として、7つのテーマ【食/医療保健/教育/産業/プロモーション/交流・場づくり/後方支援】を掲げ、活動を推進していきます。また今後、より裾野を広げるべく、修了生はじめ市内外の若手人材が中心となって、市民への周知や多様なネットワーク化を図り、子どもからシニア層まで「総働による次世代育成・まちづくり」をめざし、「中間支援機能」を備えた拠点として、チャレンジしてまいります。

ぜひ雲南市の今後の活動・展開にも引き続きご注目ください。

▼雲南市ブランドサイト:<http://www.co-unnan.jp/>

▼おっちラボ:<http://www.occhilabo.com/>(平成26年4月開設予定)

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。

## 2-13. 徳島県三好市

### 三好ブランド構築による地域振興事業

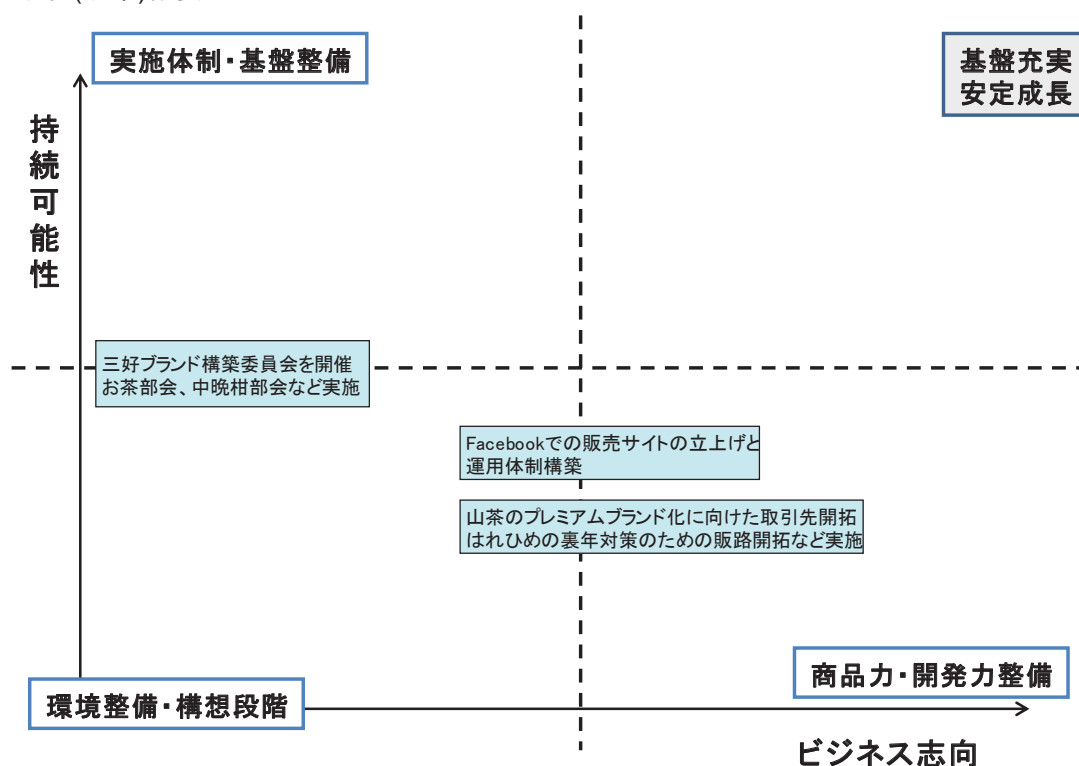
#### <事業概要>

■事業名	三好ブランド構築による地域振興事業
■総事業費	9,520 千円
■助成金交付決定額	6,000 千円
■地域再生マネージャー	高橋 一夫(近畿大学 経営学部 教授) 林 亜有子(一般財団法人電源地域振興センター)

#### <自治体概要>

■人口	29,951 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	721.48k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	41.5 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	16,668,537 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.21(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	88.2%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	三好市農業振興課

#### <取組(成果)概要>





## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

三好市は、平成18年3月に4町2村（三野町・池田町・山城町・井川町・東祖谷山村・西祖谷山村）が合併してできた四国で1番広い面積を持つ市である。高低差も1,900mあることから、気候や地理の特性を生かした農業が営まれてきた。しかしながら、耕地面積は2%ほどしかなく、そのほとんどが急傾斜の中山間地域で、過疎・高齢化が進み農業後継者が育成出来ない状況で農業経営は非常に厳しい状況である。

また、農産物等の加工品も市内で製造されているが、販売経路を持たない小規模な事業者で販売方法にも苦慮している。

なお、市内にはかずら橋や大歩危・小歩危などの観光地もあるが、観光産業とも連携して特産品として認知されている商品はあまりない状況にあり、地域産業の発展のための戦略的な取り組みが必要な状況にある。

本事業では、消費者視点で地域ブランドの構築に取り組んだ。旧6町村それぞれの地域資源を新たなまち（三好市）の共有財産（資源）として地域再生の火種となるよう、地域独自の魅力をもったコンテンツを掘り起こしや創造を進めるとともに、持続性のある取り組みとする。

### b. 事業の目的

上記の課題を解決し、対応の方向性を考慮して、三好市の商品やサービスが価格競争から脱却し収益性を向上させるために、地域ブランドの手法を導入し評価を高めることとした。

すなわち、

- ①農業の高付加価値化を推進するため、ブランド化の手法を用いて6次産業化を推進する
- ②観光との連携を図り、地域イメージを訴求して観光客の拡大と商品の拡販をめざす
- ③農業の担い手の高齢化が進み、農産品の出荷量を増やしていくことが難しいため、プレミアムブランド化の先行事例をつくる

## (2) 事業の内容と成果

### a. ブランド化の検討

#### ①山茶のプレミアムブランド化

これまで、お茶農家が自家用にしていた山茶のプレミアムブランド化を検討するため、お茶の専門家などの鑑定をうけた。その結果、専門家（思月園代表取締役 高宇政光氏）の鑑定によれば販売用としてきた「やぶきた」の7倍の価格が付く（1万5千円/kg）可能性があること、また台湾の商談会では2万円/kgの価格評価があった。そのため、「天空の山茶」として販売をしていく方向性を農家と確認した。また、(株)和みとは、今春鎌倉にオープンする店舗に日本全国の緑茶を揃えとのことで徳島県のお茶として「天空の山茶」「山城のやぶきた」を置いてもらうことになった。

■山茶のパッケージ案



一方、他の販売会社との取引についても打合せがはじまっており、価格・取扱量などの条件のすり合わせを茶業組合と行っている。

## ②三野のはれひめ(裏年対策)

中晩柑である「三野のはれひめ」は、糖度が12度以上で皮もむきやすく、オレンジの香りがすると評判で評価が高い。しかし、水分調整を徹底するマルチ栽培のため、現状では裏年ができ実が硬く大きくなってしまふ。そこで、裏年のはれひめをスイーツやコンフィチュールなどの加工品に使用してもらえるように関西の店に働きかけをしたところ、大阪の伊勢丹三越のインショップ「みかげ山手ロール」や神戸の自然食品販売で名高い「マルメロ」、徳島出身の京都八幡「ナチュラルシロモト」での取扱いが決まり、農家の手取り増加へのきっかけがつかめた。農家が安心して高級品の栽培に力が注げるようになり、一定量の確保に向けての歩みが始まった。

■はれひめの大阪でのPR



■はれひめロール(左)とはれひめのジャム(右)



## ③Facebookによる販売

facebook サイト「三好の旬感」構築による独自ブランドでの販売をはじめ、少量で独自性のある特産品の販売及び観光、農産物、特産品の連携によるタイムラインでの投稿をきっかけとした地域プロモーションを実施してきた。12月16日の立上げに合わせて販売を始めた「三野のはれひめ」は完売となった。

1年中 facebook の購買サイトが賑わうようにしていくための掘り起こしのため各月ごとの特産品やイベント・行事などをまとめた「facebook 商品 LINEUP!」を作成した。来年度は観光コンテンツの販売サイトが立ち上がるため、特産品だけでなく、観光イベント・行事なども評価を進めた。

■facebookサイトのイメージ



## b. 流通販売戦略の策定

「a. ブランド化の検討」を通じて、プレミアムブランド化を進める製品の具体的な販売戦略を策定し、商談会の設定・参加および百貨店や専門店のバイヤーへのアプローチを行った。

■百貨店バイヤー、専門店バイヤーとの商談会(左・中)パッケージデザイン相談と制作(右)



## c. 三好ブランド構築委員会の開催及び各種部会の開催

25年6月5日に、三好ブランド構築委員会(別称:6次産業化推進のための三好ブランド推進協議会)の設立総会を開催、各種部会の計画の承認及び全体計画のオーソライズを行った。

また、お茶ブランド化部会、はれひめ部会を設置し、個別の課題の承認と解決に向けての議論を行った。

お茶ブランド化部会では、訪問調査を実施し、百貨店バイヤーなどから出された課題についての対応策に

についても検討するとともに、お茶の専門家(高宇政光氏)を招き、お茶のマーケット環境(消費の減少)にあった特徴ある嗜好品としてのリーフ(お茶の葉)の生産・販売についても議論を重ねた。

はれひめ部会では糖度の高さとオレンジの高い香りという特徴のある「三野のはれひめ」を作り続けるためにも、裏年対策(大玉品のスイーツ等加工品利用)を充実させていくことを確認した。

これらの過程で、本事業が機運の醸成と住民の参画及び人材の育成を通じて、持続可能性を有しており、地域資源を再発掘し、ターゲットを都市の安全安心を求める消費者に絞り、少量でも流通可能な、facebookを通じた直販や専門店や料理店などを中心に販路開拓を進める方向性を確認した。

## d. 市内観光事業との連携

観光客への地域の食の提供、特産品の販売に向けて、観光事業者等と検討を進めた。地産地消や朝食プロジェクトの推進のため、宿泊施設と農家とを結ぶ配送システムと安定供給のあり方について、関係者と検討を行った。

■三好ブランド構築委員会の開催



2013年6月6日の徳島新聞朝刊

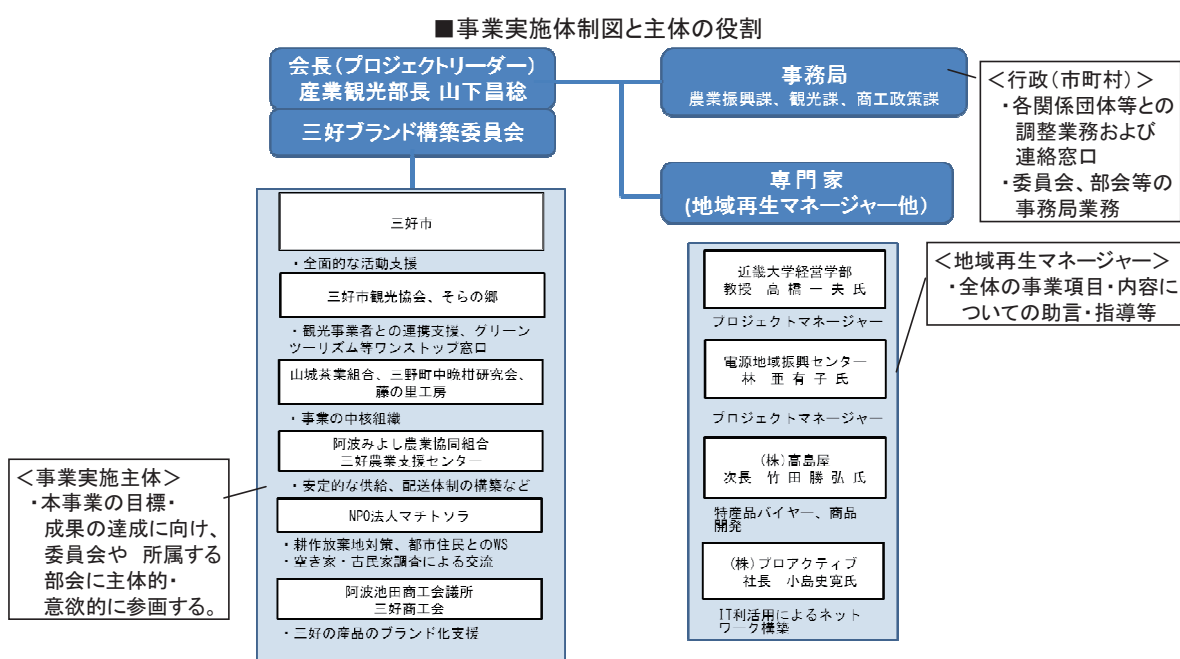
#### d. 市内観光事業との連携

観光客への地域の食の提供、特産品の販売に向けて、観光事業者等と検討を進めた。地産地消や朝食プロジェクトの推進のため、宿泊施設と農家とを結ぶ配送システムと安定供給のあり方について、関係者と検討を行った。

### (3) 事業実施体制

#### a. 事業実施体制の概要

三好市産業観光部長をプロジェクトリーダーとし、産業観光部の農業振興課、商工政策課、観光課に横ぐしを差して推進する体制をとった。一方で、専門家はプロジェクトマネージャーに地域再生マネージャーを置き、流通・商品、ICTの専門家を配置して、本プロジェクトに必要な専門家集団として機能するよう構築した。



#### b. アドバイザー(外部専門家・地域再生マネージャー)の役割

アドバイザーにはそれぞれの以下の役割を担ってもらった。

マネージャー	役割
高橋一夫氏	地域ブランド及び観光マーケティングに知見を有する専門家である同氏には、本事業のプロジェクトを有機的にマネジメントしていくことを求めた。全体事業を取りまとめる「三好ブランド構築委員会」やプロジェクトごとの部会の運営をはじめ、全体計画の推進のアドバイスを求めるとともに、同氏の人脈による販売ルートの確保、ECサイトの構築運営などを依頼した。
林亜有子氏	プロジェクトマネージャーを補佐するとともに、所属する電源地域振興センターの人脈を活用し、個別課題の解決につなげる役割を依頼した。
竹田勝弘氏	百貨店バイヤーの立場から、三好の商品の価値、販売先のあり方についてアドバイスをもらった。
小島史寛氏	フェイスブックのECサイトの構築、タイムラインプロモーションの進め方と講習、観光ECサイトとの連携などWEBビジネスに関するアドバイスとともに、研修員の講習を依頼した。

(4) 事業実施スケジュール

月	主な取り組み実施内容	
4月	4日 19日	第1回産業観光部農業振興課、商工政策課、観光課の全体会議 第2回同上会議及び市内観光事業者との連携会議
5月	2日 9日 24日	NPO 法人マチとソラ理事長との連携策の打合せ 百貨店バイヤーに山茶、はれひめの営業開始 お茶の専門家の鑑定により山茶の可能性を確認
6月	5日 12日 27日	三好ブランド構築委員会設立総会開催、各種相談 百貨店バイヤーに山茶の試飲、外商への紹介営業 来年度ボランティアツアーの紹介依頼(山茶、果樹園の耕作放棄地対応)
7月	2日 3日 24日	百貨店バイヤーからの要望ヒアリング 第1回お茶部会の開催 facebook の EC サイト構築に向けて情報政策課と職員の情報セキュリティポリシー、アカウント乗っ取りなどへの対応協議開始
8月	20日 23日	facebook の EC サイト実施計画の打合せ開始 百貨店の個人外商への働きかけ開始
9月	11日 19日	三好市役所関係箇所への facebook の EC サイト構築及び SNS プロモーションの説明会開始 山茶の2番茶の扱い方についてのヒアリング
10月	9日 17日	取扱い範囲を拡大するためお茶専門店への営業開始 三好ブランド構築委員会での facebook の説明会、要望確認
11月	8日 20・22日 28日	facebook のデモ説明会及びタイムラインのレギュレーション確認 東京、関西の専門店、飲食店卸への山茶、はれひめの営業 新市長への事業説明を行ない了解を得る
12月	6日 17・18日 26日	関西地区専門店、卸への継続営業、EC サイト運用会議 EC サイト「三好の旬感」の運用開始にあたっての推進会議。 三野のはれひめの EC サイトでの取扱い開始 はれひめジャムの試食と今後の方針打合せ
1月	9日 10日 17・18日 11日～ 29・30日	研修生向け ICT 講習会の実施 WEB 販売サイトオインックスへの商品紹介、山城茶業組合との取引交渉開始 JR 大阪三越伊勢丹内のみかげ山手ロールで「三野のはれひめロール」の販売開始 研修生向け ICT 講習会の実施
2月		2月～3月にかけて観光関連事業者部会を開催予定

## (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

### a. 研修員の育成

持続可能な組織体制に向けての人材育成の一環として、事務局の三好ブランド構築委員会に研修員を置き、facebook の販売サイト「三好の旬感」の担当とした。

マネージャー事業の一環として、販売サイトのメンテナンスや解析ができるように、商品情報追加・編集、デザインの変更・フリーページの作成、facebook インサイトと Google Analytics の解析方法などの研修を行っている。

また、地域との関わりを持てるように、関係各所への紹介、人脈の育成についても取り組んでいる。

### b. 来年度以降の事業について

#### ①課題と対応

「天空の山茶」は従来自家用で使用していたため、取扱い農家を増やしていくことが課題である。そのため、来年度は高評価の価格での取引を始めることで、その実績をテコに取扱い量を増やしていくことが必要である。

「三野のはれひめ」は裏年対策を軌道に乗せることで、手間のかかる栽培手法でも割が合うことを示し、高品質のはれひめ栽培を増やしていくことが必要である。

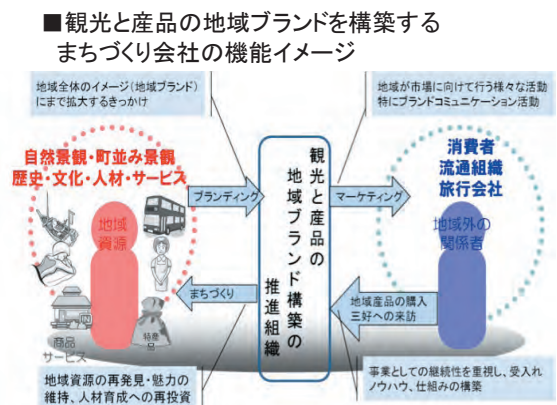
観光事業者との連携を進めるため、話し合いを進めたものの、成果は藤の里工房からのお菓子の納品にとどまっている。農産物の毎日の配送ルートの確保、お茶農家との連携による着地型商品の開発などを、地域の着地型旅行会社「一般社団法人そらの郷」との連携を進めていくようにする。来年 facebook で着地型旅行商品や体験コンテンツの販売を始め準備が整ったので、一步踏み込んだ連携を観光事業者と行う。

「天空の山茶」「三野のはれひめ」につづく第 3、第 4 の商品開発が必要である。商品ラインアップをもとに、事業者への働きかけを進め、売れる商品づくりをすることが必要である。

#### ②持続可能な組織のあり方の議論

現在までの成果、来年度以降の取り組みを持続可能なものとするために、「三好ブランド構築委員会」の機能を引き継げる組織のあり方を取りまとめなければならない。

新たなまちづくり会社の設立、「三好の逸品」事務局の機能強化、「そらの郷」への機能譲渡、「NPO 法人マチとソラ」の機能強化などの選択肢のなかから実現可能なあり方を議論し、実施する。



## (6) マネージャーコメント

### ブランドづくりは周囲からの期待と注目の視線から

(写真左から)近畿大学経営学部 教授 高橋 一夫  
一般財団法人電源地域振興センター 課長代理 林 亜有子



徳島県の三好市は吉野川の上流に位置し、剣山を望むなど自然豊かなところです。11人の部員だけで甲子園準優勝をした蔦監督率いる池田高校があるところといった方が、名前が通っているかもしれませんが。県面積の1/6を占める県内最大面積の市町村ですが、可住地面積はそのうち僅か13%しかありません。急な斜面の山に囲まれ、奥まった溪谷には「かずら橋」が現存し、平家の落人伝説が残るところでもあります。

三好市には固有の地域資源がありますが、一次産業においては高齢化や狭隘な山間部の土地柄で、あるいは二次産業においては経営規模の点から商品の数量が期待できません。また、生活改善グループなどによるコミュニティ・ビジネスでは、地域住民の生きがいがづくりや所得向上に寄与することも求められています。

これらの課題を解決し、三好市の商品やサービスが価格競争から脱却し収益性を向上させるために、地域ブランドの手法を導入し評価を高めることが必要という方針になりました。そうすることで、地域ならではの産業構造を見据え、地域産業や経済の活性化をはかることが可能になるのではないかと、あるいは、地域住民の生きがいがづくりや新規就農者の増加につながるのではないかと、ということです。

一方で、観光との連携を図ることも課題です。地域イメージを訴求して観光客の拡大と商品の拡販をめざすことも必要です。そのため、三好市の産業観光部の農業振興課だけでなく、商工政策課や観光課も一緒になっての議論となりました。

こうした中から、「天空の山茶」「三野のはれひめ」をトップバターとして、その価値の高さを売り込むとともに、生活改善グループの開発商品を地域の宿泊施設のおもてなしのお菓子として採用してもらい働きかけが始まりました。百貨店のバイヤーへの持ち込みなども行ないましたが、当初は量の問題や知名度の低さからなかなか色よいお話を頂くことはできませんでした。しかし、味方は現れるもので、専門店への紹介や専門家の高評価があり、徐々にではありましたが成果が上がってきました。こうしたことは、先述の事業成果に書かれています。

また、ICTの利活用も進めようとfacebookでのECサイト「三好の旬感」も立上げることになりました。ここでも観光や商工との連携も重要です。観光情報の発信によってfacebookの公式サイトに集客した見込み客をECサイトへ誘導することにより、物販につなげるのですから、観光課だけでなく観光協会や三好の逸品の関係者の協力があって花開きます。「三好の旬感」のタイムラインは、こうした皆さんのお蔭で成り立っています。

少しずつですが、周囲からの期待と視線が集まり始めました。この期待と視線に応えられるようにすることがブランド化の第一歩です。小さな一歩がやがて大きな歩みとなるように、地域の皆さんと歩んでいきたいと思えます。

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。

## 2-14. 愛媛県今治市

### 「平成 25 年度しまなみ海道人材育成・活性化支援事業」

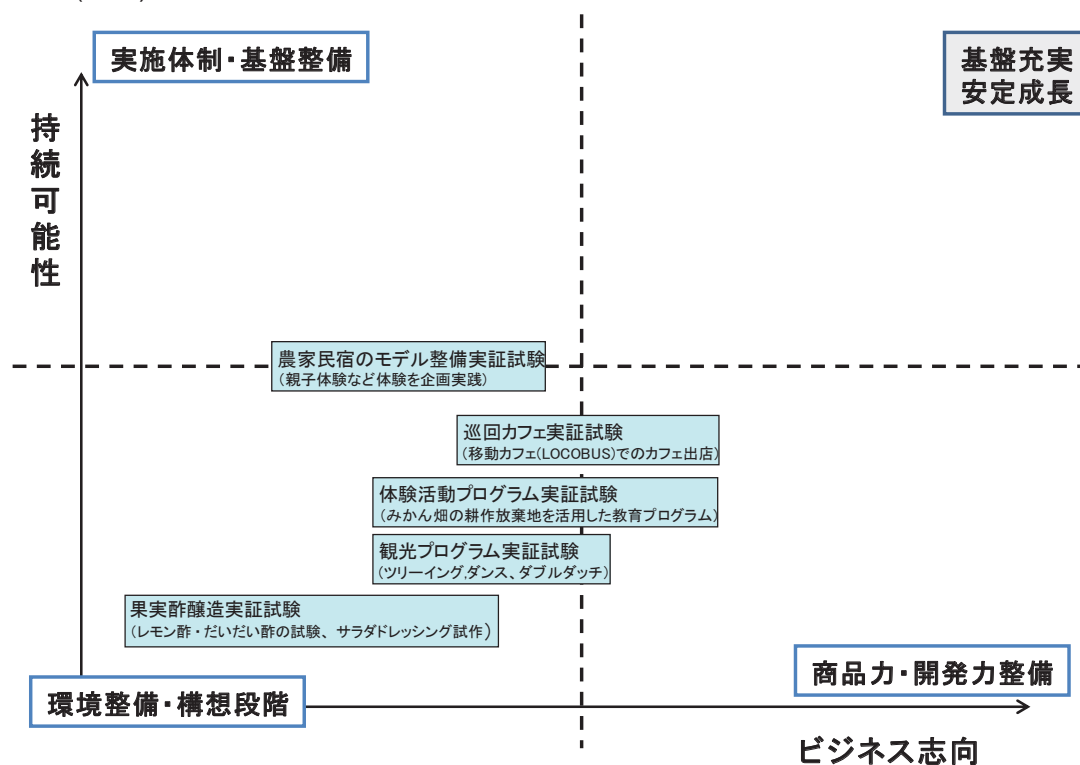
#### <事業概要>

■事業名	平成 25 年度しまなみ海道人材育成・活性化支援事業
■総事業費	9,000 千円
■助成金交付決定額	6,000 千円
■地域再生マネージャー	斉藤 俊幸(イング総合計画株式会社 代表取締役)

#### <自治体概要>

■人口	166,532 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	419.90k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	396.6 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	46,922,560 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.59(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	90.8%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	地域振興課

#### <取組(成果)概要>





## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

瀬戸内海のほぼ中央に位置する今治市は、人口約 17 万人、山間部から市街地、島しょ部を抱える多様な地勢を有する県下第 2 の都市である。しかし、約 2 万 5 千人が暮らす島しょ部（大島・伯方島・大三島・関前諸島）では、人口の減少や高齢化が一層進行しており地域力の維持向上を図るためには、担い手となる人材の確保が重要な課題となっている。こうした課題を解決するために平成 24 年 4 月よりこの島しょ部の全 6 地区に 1 地区 2 名、合計 12 名の地域おこし協力隊が配属され、あわせて地域おこし協力隊の監督として地域再生マネージャーが定住し吉海支所に配属されその業務を遂行した。

平成 24 年度事業にあっては地域おこし協力隊の活動を起動させ、地域住民との柔軟な協働体制を確立し、地域への定住促進を図るために「しまなみカレッジ」を開設した。初年度は、まちづくりに関するガイダンス、6 次産業化、畑地・空き家再生、サイクルツーリズム、IT 化・観光化の分野に関する研究会や社会実験を実施し地域住民との協働の糸口をつかむことができた。2 年度目にあたる本年度は、地域おこし協力隊の定住へ向け、体験活動プログラム実証試験、農家民宿としてのモデル整備実証試験、果実酢醸造実証試験、巡回カフェ実証試験、観光プログラム実証試験/ツリークライミング実証試験、観光プログラム実証試験/ダンス実証試験に焦点を絞り協力隊員の情報共有を図った。

### b. 事業の目的

本事業は離島部に配属された 12 名の地域おこし協力隊の起業・定住へ向けた活動を起動、定着させることをめざし「しまなみカレッジ」を開設し、地域住民の意識を醸成しながら、地域住民や地域おこし協力隊が主体となった持続可能な仕組みを地域に構築、根付かせることをめざす。2 年目となる本年度は地域再生マネージャーとともにしまなみカレッジで実施した研究会の延長線上にあり特に地域おこし協力隊の定住・起業に寄与し地域とともに自立的に行動しビジネスを拡大できる実証実験を行い、島しょ部における雇用創造に結びつけるものである。

平成 24 年度に実施したしまなみカレッジの研究会開催で各地区の NPO や住民組織との連動、協働体制の萌芽が生まれている。こうした組織・団体と地域おこし協力隊との協働活動を集中的に支援し、旧町村界を超えた施設・組織として機能し広域へと広めることにより新たなプラットフォームの形成をめざすものである。また、平成 26 年度に愛媛県、広島県両県で開催が予定されている瀬戸内しま博覧会の開催に向け貢献できる受け皿形成をめざすものである。

## (2) 事業の内容と成果

### a. 体験活動プログラム実証試験

みかん畑の耕作放棄地を活用し教育プログラムとして耕作放棄地再生をめざした。雑草刈り、枝打ち、摘果、収穫に学生や子供、観光客を入れ込み教育プログラム化した。当実証試験では地域おこし協力隊と共同して体験活動を企画し実践した。

### b. 農家民宿としてのモデル整備実証試験

農家民宿のモデル整備実証試験で農家民宿の営業許可がおりるための要件を満たす防災カーテン、煙探知機、等の整備を行った。また、地域おこし協力隊と共同して体験活動を企画し実践した。この成果を盛地区の住民に広く公開し、更なる空き家を農家民宿化し、観光客の受け入れられる受け皿形成をめざす。

■親子農業体験の様子



### c. 果実酢醸造実証試験

レモン酢、だいたい酢の醸造試験、サラダドレッシング 3 種の試作を行った。今年原料となるレモン、だいたいの収穫を終えており伯方グリーンツーリズム協会が中心となり商品化試験を行う予定である。

### d. 巡回カフェ実証試験

巡回カフェこよりカフェ等のイベントにて「LOCOBUS」でカフェを出店してきた。珈琲機械の製造速度が遅いことや中古発電機の性能が悪いなどの問題があったが発電機を買い替えたことや珈琲製造機械を大型に買い替えたことなどにより課題解決してきた。多くの住民から開催場所提供の申し出があり今後も継続して実施する予定である。

■巡回カフェの実証実験



#### e. 観光プログラム実証試験/ツリークライミング実証試験

ツリークライミングの研修を受け指導者としての資格を取得した。これにより伯方地区の児童館に集まる子どもたちを対象にツリークライミングの実習を積み重ね、伯方地区を超えてイベントが開催される各地で子供たちの活動支援に取り組んでいる。収益事業とはなりにくいがしまなみ海道で必要とされているアウトドアスポーツ、活動に対応する数少ない人材に成長している。

■ツリークライミング実証試験



#### f. 観光プログラム実証試験/ダンス実証試験

ダンス、ダブルダッチ、クラシックコンサートのイベントの開催を実施した。伯方地区の住民もアートの島としての活動が盛り上がり、島博覧会に向けた住民連携が見え始めている。

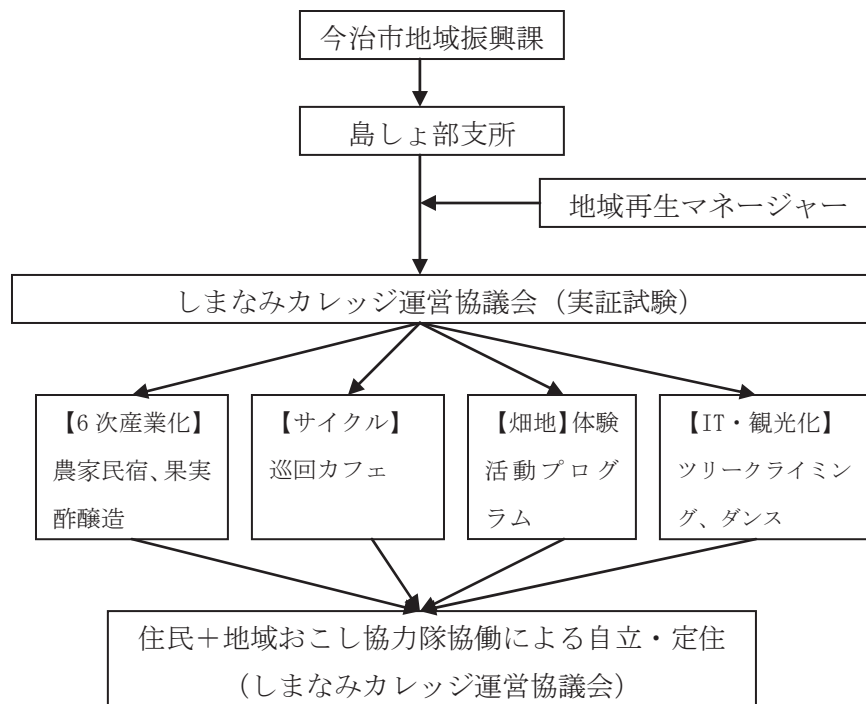
■ダンスのイベント(左)とクラシックコンサートイベント(右)



### (3) 事業実施体制

#### a. 事業実施体制の概要

地域おこし協力隊は起業・定住に向け地域住民や地域団体と連携し、今治市地域振興課及び島しょ部の支所と連携して事業に取り組んだ。また、6地区にある地域活性化協議会と綿密に連携を図るため、12名の地域おこし協力隊員と各地域活性化協議会長によって構成される「しまなみカレッジ運営協議会」を継続し、事業の運営状況の把握に努めた。島しょ部の各地域活性化推進協議会との連携を図り事業を実施した。地域再生マネージャーは各社会実験を管理し地域おこし協力隊や住民との活動の調整を進めた。「しまなみカレッジ運営協議会」は平成26年3月末日を持って閉会とし地域振興課がその後の議事運営を引き継ぐこととする。



#### b. アドバイザー(外部専門家・地域再生マネージャー)の役割

外部専門家である地域再生マネージャーは今治市地域振興課と島しょ部の各支所が住民と協議しプログラムを策定した「しまなみカレッジ」の実施計画に基づきの各事業主体の事務局となり、6地区に配置された地域おこし協力隊と連動して社会実験を実施する。各社会実験は、地域おこし協力隊の定住・起業を推進するもので、地域住民と協働しながら実施した。地域再生マネージャーは社会実験の事業化へ向けた流れをつくるものであり、その後は自立した事業環境整備を推進した。

(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容
5月	9・11・23日 体験活動プログラム実証試験
	1・10・24日 巡回カフェ実証試験
	15・28日 観光実証試験/ツリークライミング実証試験
	3・4・7・22日 観光実証試験/ダンス実証試験
6月	26日 体験活動プログラム実証試験
	4・22日 農家民宿モデル整備実証試験
	5日 果実酢醸造実証試験
	4・22日 観光実証試験/ツリークライミング実証試験
	17日 観光実証試験/ダンス実証試験
7月	13・22日 体験活動プログラム実証試験
	21日 農家民宿モデル整備実証試験
	26日 果実酢醸造実証試験
	1・7・20日 巡回カフェ実証試験
	4日 観光実証試験/ツリークライミング実証試験
	16・17・19日 観光実証試験/ダンス実証試験
8月	2・29日 体験活動プログラム実証試験
	17・18日 農家民宿モデル整備実証試験
	1・9日 果実酢醸造実証試験
	31日 巡回カフェ実証試験
	4～13日 観光実証試験/ダンス実証試験
9月	11・17・25日 体験活動プログラム実証試験
	11日 農家民宿モデル整備実証試験
	17日 果実酢醸造実証試験
	7・14・17・26・17・27日 巡回カフェ実証試験
10月	17日 観光実証試験/ツリークライミング実証試験
	9・30日 体験活動プログラム実証試験
	15日 農家民宿モデル整備実証試験
	17・26・27日 巡回カフェ実証試験
	31日 観光実証試験/ツリークライミング実証試験
	1日 観光実証試験/ダンス実証試験
11月	30日 観光実証試験/ツリークライミング実証試験
12月	10日 農家民宿モデル整備実証試験
	21日 巡回カフェ実証試験
	20日 観光実証試験/ツリークライミング実証試験
1月	7日 農家民宿モデル整備実証試験
	7日 巡回カフェ実証試験
2月	各実証実験の確認

(5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

本事業では、地域おこし協力隊の定住に向けた取り組みを支援しながら、地域と協働した地域活性化の取り組みを行ってきた。また、昨年度に設立した「しまなみカレッジ」の運営により、島しょ部の地域間での情報共有や連携も図られてきた。

今後は、有能な外部人材の誘致に向け、地域おこし協力隊の制度の運用の継続も視野に入れながら、若い外部人材がどうやって定住していけるかについて、次年度以降の地域おこし協力隊の取り組みなどを行政と地域とで見守っていくべきであると考えている。また、地域住民と外部人材が連携して地域課題を解決していく取り組みが増えることを期待する。

## (6) マネージャーコメント

### 過疎地域における起業による定住は地域力創造に大きく寄与する。

イング総合計画株式会社 代表取締役 齊藤 俊幸



総務省の最新の地域おこし協力隊のアンケート(平成25年度地域おこし協力隊の定住状況等に係るアンケート結果)によると、3年の任期を終えた協力隊員の6割が定住もしくは地域協力活動に従事するという。そのうち、起業9%、就業53%、就農26%となっており、起業による定住は難しいハードルであることを示している。20代で地域おこし協力隊に入った隊員は地域内での就業が望ましいと思う。大学新卒、大学院新卒と言った隊員は社会経験を積む必要がある。ハードルが高い起業を地域で行うのは30代以上が望ましいと考える。家族がいると夫婦で話し合う機会が多いせいかな定住へ向けた覚悟ができていく隊員が多い。30代という若さで家族として地域に定住することが覚悟できれば地域に定住できる。苦しい時も家族のため頑張れるはずだからだ。またこうした地域に定住する覚悟のある隊員は3年間の任期を無駄に過ごさず能力を

高めることができ、起業に向けた質の高い準備ができるのではないかと。こうした見本となる元地域おこし協力隊員は全国各地で生まれている。地域おこし協力隊の成果とは今まで培ってきた経験の延長線上で過疎地といえどもその技術を活かして、実に創造的に起業できた彼らのような存在なのではないかと。新たな担い手が生まれれば過疎地域といえども起業による定住は地域力創造に大きく寄与する。

愛媛県今治市の新・地域再生マネージャー事業で挑んできたことはまさにこの難しいハードルへの挑戦であった。そして今治市の地域おこし協力隊においても数は少ないものの大三島地区でキッチンカーによる巡回カフェの社会実験を積み上げている松本隊員、宮窪地区で飲食を伴う拠点づくりを進める川崎隊員等が自費を投入しての起業をめざしており今後の活動が注目される。起業・定住によるハードルは高いが是非頑張ってもらいたい。

上浦地区で就農に向け頑張っている鍋島隊員は、しまなみ海道の観光ポテンシャルを見据えた観光農業をめざす就農形態に挑んでおり非常に特徴的である。耕作放棄地となったミカン畑の再生、炭焼き小屋の復活による地域エネルギーの活用など地域課題に対置し、農業、地域の教育プログラム化で定住を目論んでいることは称賛に値する。しかしここに定住するためにはもう少し安定的な収入が得られる就業も求めなければならない。鍋島隊員は20代と若いので地域の観光支援組織への“就業”と“就農”という兼業のビジネス・モデルが見えてきている。今後、行政サービスの集約化とそれにとまなう住民サービスの低減が進み、地域を支える民間人材がクローズアップされる時期がやってくる。離島という簡単に行けない場所にある地域では行政サービスの役割の一旦を担える民間人材の養成は考えるべきで、こうした行政負担のかからない役割分担と就農などとの兼業化によって新たな定住のかたちが見えてくる。今治市島しょ部はこうした職業開発の先端にあり、有能な外部人材誘致に向け、地域おこし協力隊制度の運用を継続的に進めてゆく必要があるだろう。若い外部人材がどうやって定住できるかも退任後ももしっかり見守るべきであろう。伯方地区に赴任した増元隊員はツリーイング等のアウトドア活動を指導できる人材に成長している。しかし彼も同様でありそれだけでは定住はできないだろう。地域を支える職能を見出しこうしたサービスを担う民間人材として成長してほしいと考える。今後の彼の活動のあり方にも注目してゆきたい。

自立すること、地域で家族とともに定住することは過疎地ではそう簡単ではない。しかし、今まで地域に仕事がないから都会へと向かった人たちから見ると、都市でノウハウを身に付け30代で帰省というライフサイクルの確立が見えてこないだろうか。地域おこし協力隊の卒業生たちが地域での起業により生活ができること、収益を上げることができることを見せてくれている。こうした新たなビジネス・モデルの発展は必ずや日本の成長に寄与する。我々がいる場所はフロンティアであるからだ。2013年11月6日に行われた愛媛県地域おこし協力隊交流研修会での私の講評を以下に記す。

『起業して32年。もうすぐ60歳。不安定でずっと不安感がつきまとったが慣れた。「捨てる神あれば拾う神あり」でなんとか続いてきた。苦しい時も何度もあったが、何とかかなとの思いであつという間の30年が過ぎ去った感がある。本日聞いた地域おこし活動はみなレベルが高い。しかし、もう一歩前へ進む必要があるのではないかと。我々に与えられた3年間という時間はフロンティアを切り開く能力が問われている。宮崎県小林市で養蜂業の専業で定住をめざす協力隊員がいる。高知県の町でシタケ栽培の専業で定住をめざす隊員がいる。今までその地域では百業の一環として行われてきた生業。この間隙をぬって専業化する協力隊員に興味がある。彼らこそフロンティア。一歩前へ。フロンティア、フロンティアへ。』

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。

2-15. 佐賀県唐津市

「廃校を活用したソーシャルビジネスの創出」

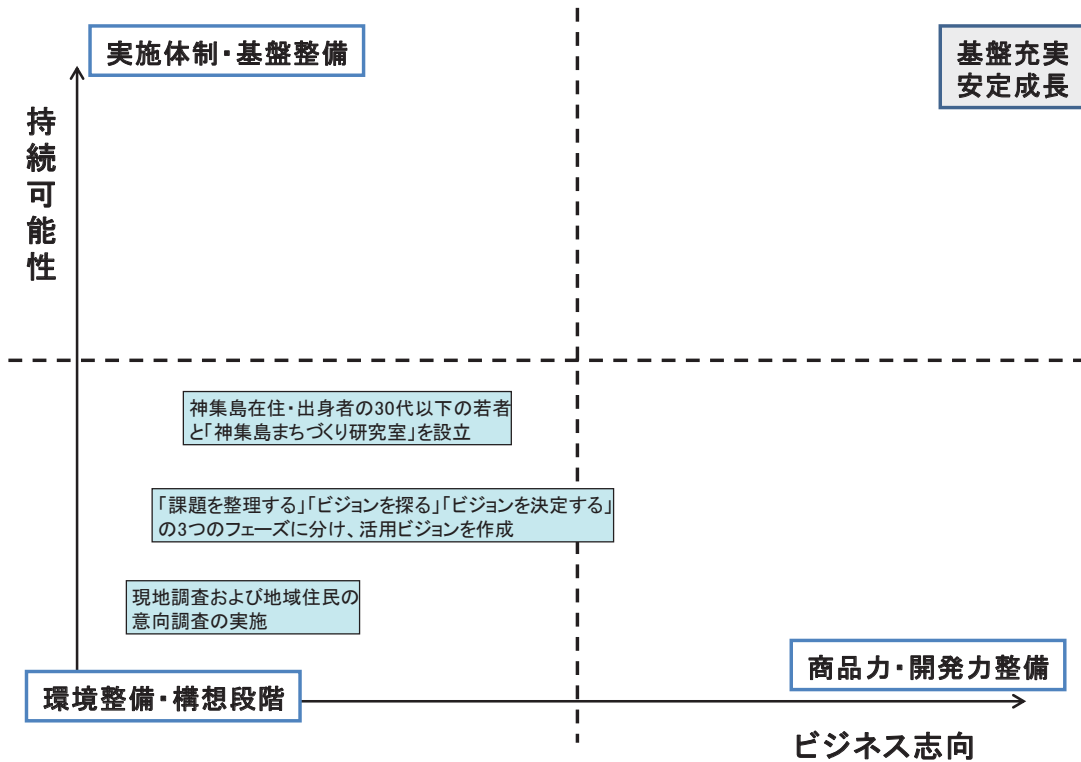
<事業概要>

■事業名	廃校を活用したソーシャルビジネスの創出
■総事業費	2,790 千円
■助成金交付決定額	1,860 千円
■地域再生マネージャー	田北 雅裕(九州大学 人間環境学研究院 専任講師)

<自治体概要>

■人口	126,926 人(国勢調査人口:平成 22 年 10 月 1 日)
■面積	487.48 k m <sup>2</sup> (平成 23 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	260.4 人/k m <sup>2</sup>
■標準財政規模	36,643,839 千円(平成 23 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.42(平成 23 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	87.8%(平成 23 年度市町村財政状況調)
■担当課室	唐津市男女共同参画・地域づくり課

<取組(成果)概要>



## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

平成 17 年、18 年に 1 市 6 町 2 村の市町村合併により、新しい唐津市が誕生した。合併当時の人口は 132,075 人、高齢化率が 23.9% だったのが、現在、人口 129,885 人、高齢化率 26.0% となり、合併時と比較して人口が△2,190 人（率△1.7%）、高齢化率が 2.1 ポイント上昇している。特に旧町村での人口減少・高齢化が深刻で、地域力が低下してきており市の基礎的組織である町内会、自治会の維持・存続が危ぶまれている。また、少子化の進展により学校の統廃合を余儀なくされており、合併時に小学校（分校含む）47 校、中学校 24 校、計 71 校だったのが、平成 25 年度には、小学校 38 校、中学校 20 校、計 58 校に減少し、地域力の低下に拍車をかけている。

そんな中、地域コミュニティの拠点のひとつであった学校（廃校）を活用した事業の展開を地域住民に呼びかけているが、人材不足やノウハウの蓄積がないために実現できていないのが現状である。

そのため、モデル地区として神集島（かしわじま）に位置する廃校・神集島小学校を設定し、専門的人材（地域再生マネージャー）の支援を受けながら、地域資源を活かした産業やコミュニティビジネスを創出する廃校活用ビジョンの作成に取り組むこととした。

神集島（かしわじま）は、佐賀県唐津市の北西部沖合約 1km に位置する人口約 400 人、周囲 7km ほどの離島である。島の北西側の湾に神集島漁港があり、唐津市湊町の港から定期船で約 8 分の距離にある。島名は、神功皇后が新羅出兵に際し、この島に神々を集めて海上の安全を祈った儀式に由来する。遣新羅使においては日本最後の停泊地となり、横穴式古墳群等の文化財も存在する。また、万葉の七首の歌がうたわれており、歌碑が設置され、観光資源として活用されているが、人口減少・高齢化が進む中、交流人口が伸び悩んで今に至る。

### b. 事業の目的

神集島は、唐津市域の中でも、人口減少・高齢化が深刻で、自治組織の維持や地域力の低下が危惧されている地域の一つである。したがって、まずは当該エリアに位置する廃校・神集島小学校をモデル地区として、専門的人材の支援を受けながら、地域資源を活かしたソーシャルビジネスの創出をめざす。ひいては、そのノウハウを他の地域へ展開することを最終目標とする。その中で本年度は、次年度以降の具体的展開に向けた「廃校活用ビジョン」を地域住民とともに作成すると同時に、今後の活動基盤となる次世代の地域組織の結成をめざし、島内外の若手を中心としたコミュニティを醸成することを目的とする。



## (2) 事業の内容と成果

### a. 現地調査および地域住民の意向調査

地域住民のヒアリングや、学校の状態や地域資源等の現地調査を行い、最終的に「神集島の課題 10」として取りまとめた。

### b. 地域の組織づくり

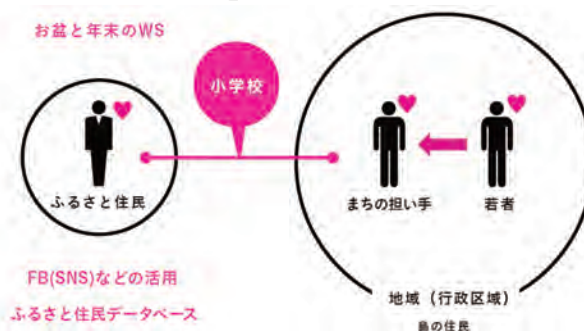
今後の自治組織の中核を担う神集島在住・出身者の 30 代以下の若者と「神集島まちづくり研究室（以下、まちケン）」を設立。住民とともにワークショップ（以下、まちケン談義）と調査分析を繰り返しながら、コミュニティを醸成していった。

「まちケン談義」は、第 1 回をお盆に開催し、年末に「中間発表」を開催するなど、島出身者が集まりやすい工夫を行った。また、将来的なブランディングと、島から離れていてもプロジェクトに関わりやすいように、ロゴマークと facebook ページの作成を行い、積極的に情報発信を行い、オンライン上のコミュニティも育てていった。また、まちケン談義に関わった若者については、その属性や職業等をヒアリングし、今後のまちづくりに活用できる人材データベースを作成していった。

#### ■作成した「まちケン」のロゴマーク



#### ■ふるさと住民を活かしたコミュニティづくり



## 神集島まちづくり研究室 | コミュニティづくりのポイント

### c. 活用ビジョンの作成

まちケン談義を「課題を整理する」「ビジョンを探る」「ビジョンを決定する」の 3 つのフェーズに分け、8月から2月まで、計 14 回開催し、活用ビジョンを作成した。

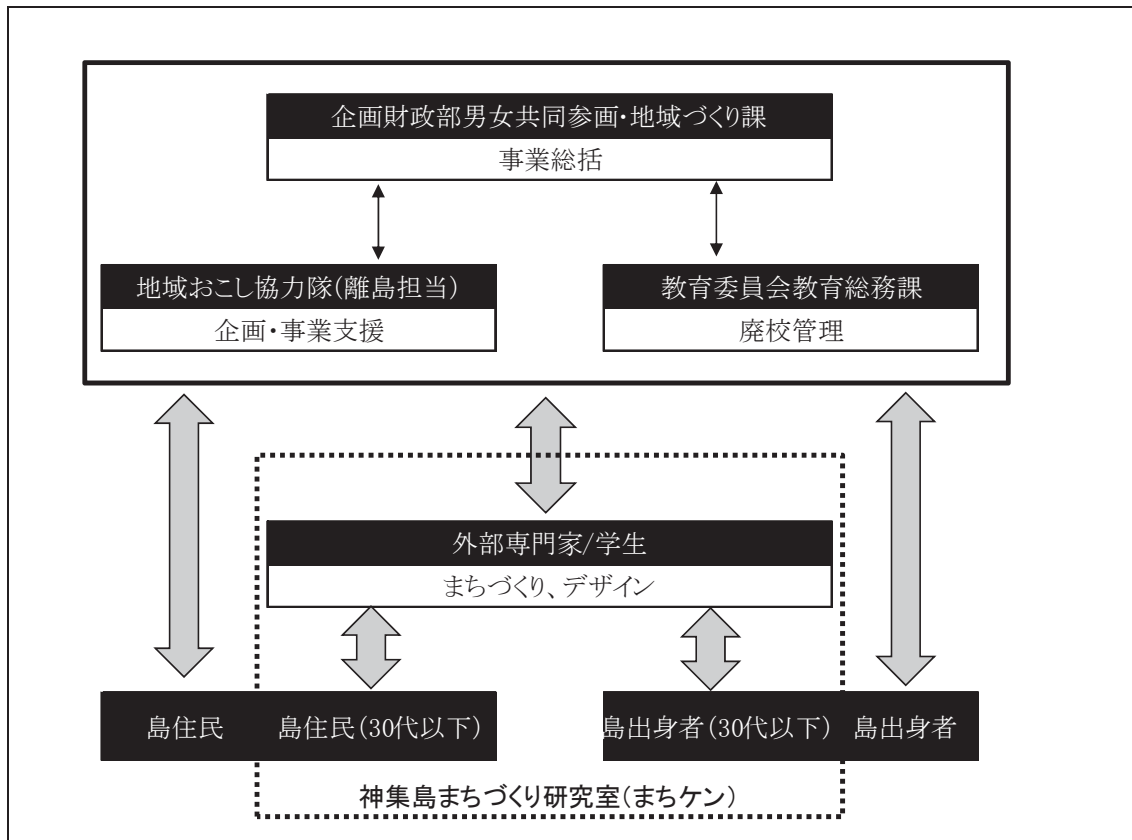
その結果、

- ①農陶祭（唐津焼と食とを連携させた唐津市で実践されてきたイベント）を企画し 2014 年 8 月に開催すること
- ②農陶祭企画に併せて「特産品」「メニュー」を開発すること
- ③日常的な廃校活用を見越した「実験的な取り組み」を農陶祭で実践すること
- ④広報媒体の精査・戦略づくり
- ⑤学校の施設活用に関連する「費用」「設備」「手続き」の確認
- ⑥休耕地を活かした畑づくり、大豆づくりのマネジメント
- ⑦若手を中心にした開かれた組織（法人）づくり
- ⑧実践に必要な資金の検討・ファンドレイジング

の、8つのアクションプランを見出すことができ、今後具体的に行動を起こしていくことになった。特に、⑥の休耕地を活かした畑づくりは、場所を決定し、早速来年度の4月から取り組むことが決まっている。

### (3) 事業実施体制

#### a. 事業実施体制の概要



#### b. アドバイザー(外部専門家・地域再生マネージャー)の役割

今回、地域再生マネージャーとなった田北雅裕氏は、熊本県小国町杖立温泉に移住し、まちづくり機関「杖立ラボ」を設立して、「当事者になる」ことをスタンスとして、住民の立場からまちづくりに取り組んできた。また「南阿蘇えほんのくに」事務局長を歴任するなど福岡市をはじめ北部九州などでのまちづくりに参画しており、これまでの経験や知識を活かし、過疎化の進む島での地域再生へ助言、指導を行ってもらうことを目的に、全体企画・調査分析・ワークショップの企画運営・意見のとりまとめ等を担当して頂いた。

#### (4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
6月	3・6～8日 14・15日	現地調査および地域住民の意向調査
7月	20日	現地調査および地域住民の意向調査
8月	5日 9・10日 13日 20日	現地調査および地域住民の意向調査 facebook ページの立ち上げ 第1回まちケン談義 第2回まちケン談義
9月	4・17日 20日	現地調査および地域住民の意向調査 第3回まちケン談義
10月	5日 17日 28・29日 31日	「九州・沖縄地域づくり会議 in 唐津」開催・参加 第4回まちケン談義 現地調査および地域住民の意向調査 第5回まちケン談義
11月	5・28日 14・16日	リーダー会議 現地調査および地域住民の意向調査
12月	2日 8日 9日 13・18日 17日 19日	第7回まちケン談義 現地調査および地域住民の意向調査 第8回まちケン談義 リーダー会議 第9回まちケン談義 中間発表会
1月	15日 20日 21日 27日	第10回まちケン談義 リーダー会議 第11回まちケン談義 第12回まちケン談義

#### (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

神集島の現地調査を重ねていく中で、地域づくりの現場で若手の活躍する場が少ないことが判明し、また、その中でも人口構成において20代のボリュームが大きかったため、30代以下の若手で「神集島まちづくり研究室（通称：まちケン）」というチームをつくり、次世代の人材育成を鑑みながら、一体感を維持しながら進めていった。

ただ、「まちケン談義（ワークショップ）」の時間は島民の仕事の関係で、限られた時間しかなく、かつ、意見を出し合うことに慣れていないメンバーで話を進めることとなったので、「まちケン談義」とは別に「リーダー会議」と「全体会議」の計3種類の会議を組み合わせ、議論と合意形成がスムーズに進む構成とした。より深い議論については「リーダー会議」で行い、40代以上の知恵や知識、島民全体の共有が必要な内容については「全体会議」で議論・共有し、それを「まちケン談義」にフィードバックする構成にした。

来年度以降は、この3つの会議に、プロジェクト毎に立ち上げる「プロジェクト会議」を加えた4種類の会議を維持する。そして「まちケン」を中心とした組織についても、新たに「アドバイザーボード」を設け、将来的な法人化に向けて、若手人材の当事者感覚を育む体制で進めていく予定である。

また、今後は「“神集島の食卓”をつくろう！- 食を活かしたコミュニティビジネスの実現 -」というビジョンのもとに、①食卓をつくる（学校を食堂として活用する）、②食卓を届ける（学校で弁当や惣菜をつくり、配達する）、③食卓を囲む（地域住民が多世代で交流

できるアクティビティをつくる)、④食卓を支える(休耕地を開拓し、食を提供する際に用いる材料を育てる)、という4つの視点から、8月に向けてより具体的にメニュー等を開発していくことになる。

#### ■今後の組織構成

<p>①まちケン→ゆくゆくは若手を中心に法人化へ          今まで通り、30代以下の若手+学生          リーダー1名、サブリーダー2名を決める          現時点では一般社団法人かNPO法人を検討</p> <p>②アドバイザーボード          地元年長者+唐津市+大学          法人化した際にもオブザーバーとして関係を維持</p> <p>今後の組織構成</p>
---

#### ■今後の会議の種類(4つ)

<p>①まちケン談義【核となる場】          (参加者：まちケン+α)</p> <p>②リーダー会議          (参加者：リーダー+サブリーダー+学生+α)</p> <p>③全体会議          (参加者：まちケン+アドバイザーボード+α)</p> <p>④プロジェクト会議…農陶祭企画会議など          (参加者：プロジェクト対象者)</p> <p>今後の会議の種類4つ</p>
---

### (6) マネージャーコメント

#### 「ふるさと住民」を活かすこと

九州大学 人間環境学研究院 専任講師 田北 雅裕



唐津市における旧町村での人口減少・高齢化は深刻で、かつ、少子化の進行により学校の統廃合が進んでおり、市内には、現在10以上の廃校が存在する。一方で、人材不足やノウハウがないために、その活用がなされていない現状がある。

まちづくりにおける人材不足は、唐津市に限ったことではない。現在1億2千万ほどの国内の人口は、2060年には9千万ほどにまで減少するという試算もあり、今後全国的にさらに加速していくと考えられる。

本プロジェクトは、未だ生かしきれていない市内各所の廃校活用の先鞭をつけるべく、旧神集島小学校をモデル地区として推進した。最終的な目標は、地域資源を活かしたソーシャルビジネスを廃校を舞台に創出し、そのノウハウを他の地域へ展開することであるが、その一方で、人口減少が進行していく中、適切に人材を集め、力強くプロジェクトを推進していく体制を如何に創出していかか、その新たな視点が望まれていた。

そこで本プロジェクトは、神集島出身者を「ふるさと住民」と総称し、その中でも30代以下の若者たちとともに、プロジェクトを共有し、推進していける体制づくりをめざした。一般的に地方では、小中学校を卒業した後、都市部の高校・大学等に進学し、そのまま戻ってこないケースが少なくない。神集島も例に漏れず、学ぶ場と働く場を求めて、多くの若者が島を出てしまっている。

しかし、その一方で小中学校時代の子どもの頃の思い出が、地域への愛着を強固にしているものである。島に何ら関わりのない人材を集めるのではなく、小学校を基点として、その思い出を共有する機会を通して「ふるさと住民」を集め、顔が見える関係を保ちながら、コミュニティを育んでいくことができれば、当事者感覚を持って関わられる人たちと連携しながら、プロジェクトが推進できる可能性が高くなるはずだと考えた。

具体的には、第1回目のワークショップ(まちケン談義)を、帰郷者・同窓生が集まるお盆に開催し、その開催までに、facebook ページ等、離れていてもプロジェクトの情報を共有できるインフラを整備した。その結果、想像以上の人数が集まるとともに、活発な意見交換へとつながることができた。また、集まった人材のデータベースをつくり、今後のプロジェクトを推進していく上での基礎固めができたようにおもう。

お盆に始まった「まちケン談義」は、その後全12回開催し、最終的に、今年度の目標である廃校活用ビジョンを策定することができた。次年度以降は、ビジョンに応じて取り決めたアクションプランを、地域の自治に寄与するコミュニティづくりと並行しながら、遂行していくこととなる。

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。

## 2-16. 熊本県上天草市

### 「地中海化による観光再生・国際的6次産業創出事業」

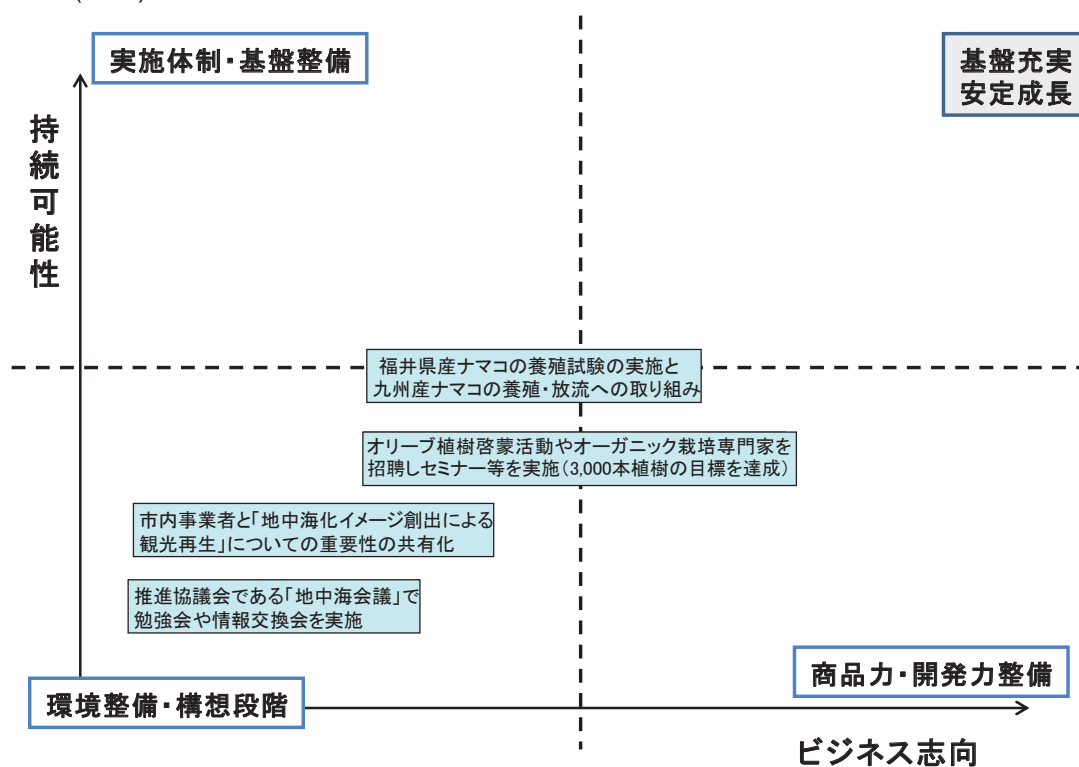
#### <事業概要>

■事業名	地中海化による観光再生・国際的6次産業創出事業
■総事業費	10,105千円
■助成金交付決定額	6,000千円
■地域再生マネージャー	小島 慶藏(阿蘇オーガニック・トスカーナ株式会社)

#### <自治体概要>

■人口	29,902人(国勢調査人口:平成22年10月1日)
■面積	126.15k㎡(平成23年10月1日現在)
■人口密度	237.0人/k㎡
■標準財政規模	11,285,809千円(平成23年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.26(平成23年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	90.7%(平成23年度市町村財政状況調)
■担当課室	上天草市経済振興部 産業雇用創出課

#### <取組(成果)概要>



## (1) 事業の背景と目的

### a. 事業の背景

上天草市の人口は、近年の少子高齢化により、平成 12 年の国勢調査人口 35,314 人から平成 22 年の国勢調査時には 29,901 人と、10 年間で 15.3%減少している。

雇用機会の不足や地場産業、商店街の衰退などの地域経済の諸問題を解決するためには、市民が一体となって、地域を活性化させる強い意識を持って取り組むことが重要である。

上天草市では上天草市国際的 6 次産業化マスタープランや観光マスタープランを策定し、上天草らしい観光資源の付加価値増進と地中海イメージの融合による新たな魅力の創造に取り組んでいる。

### b. 事業の目的

上天草市では、地中海化による観光再生、国際的 6 次産業（オリーブ産業・ナマコ産業）創出により、10 年後に 100 億円総生産額増をめざしており、大きく以下の 3 項目に注力して施策展開を行っている。

- ①イタリア南部都市との人材・モノ・産業交流開始と地域資源の活用による滞在型観光の促進により入込数の増加をめざす。
  - ②10 万匹（先進県並）の稚ナマコ生産開始によるナマコ産業基盤を確立する。中期的には、1 年間に 10 億円、長期的に 30 億円のナマコ産業創出をめざす。
  - ③26 年度には、オリーブ栽培本数 3,000 本、オリーブオイル生産量 0.7 t 達成による産業基盤を確立する。中期的には、オリーブ栽培本数 10,000 本、10 t をめざす。
- 本事業ではこれらの目標を達成するため、持続性・広がりのある事業として定着させる。

## (2) 事業の内容と成果

### a. ナマコ産業創出

#### ①福井県産ナマコの養殖試験

昨年度事業において福井県栽培漁業センターより提供を受けた約 800 匹を熊本県水産研究センターにおいて、養殖等の手法を変えた数種類の試験栽培を実施した。

また、新たに福井県栽培漁業センターより 4 月に親ナマコの提供を受け、くまもと里海づくり協会で人工交配実験を実施するとともに、11 月にも約 1,000 匹の提供を受け、角の形状変化を研究している。

#### ②九州産ナマコの養殖・放流への取り組み

平成 25 年 4 月から、九州産ナマコの人工種苗 5 万匹の育成を行い、平成 26 年 1 月に市内沿岸部への 8,000 匹の放流を行った。

また、出口戦略として乾燥ナマコの販路創出を行い、高価格帯で販売可能な台湾、香港、中国に取引先を開拓し、日本の食産業のグローバル展開をめざした。

来年度のナマコ産業創出に向けて、人工種苗、陸上養殖（エビ養殖場の放棄地）の実施等について民間事業者と意見交換を行い、民間事業者 2 社が取り組むこととなった。うち 1

社は既に北海道で水産研究を 20 年以上行った経験を有しており、日本初の陸上養殖を活用することで、乱獲による資源管理の心配のない体制作りを実施する話を進めている。

■熊本県水産研究センターで  
飼育中の福井県産ナマコ



■ナマコ加工に関するセミナー



■九州産ナマコの放流



## b. オリーブ産業創出

4月に緑龍会（オリーブの6次産業化の勉強会）や土龍会（オリーブ植樹の勉強会）を開催し、5月以降は市民、市内事業者を訪問してのオリーブ植樹の啓蒙活動や香川県小豆島からオリーブのオーガニック栽培を行う専門家を招聘し、一般市民向けのオリーブ栽培セミナーなどを行った。また、7月にはオリーブ植樹支援者として「地域おこし協力隊」1名に委嘱を行い、異業種経営者や一般市民植樹者向けに、市内の植樹の促進活動を展開しており、植樹本数拡大に向けた取り組みを展開している。

これらの取り組みにより、市民及び市内事業者のオリーブ意識は高まり、紅龍会（お土産、料理メニューなどの勉強会）、市内レストランやホテルで地中海料理メニューの開発が見られるようになった。12月末時点でオリーブ植樹本数が目標超の3,010本に至った。

また、オリーブ公園の整備に向けた最適地として、長崎の普賢岳を見渡せる夕陽も美しい地中海化イメージに最適な場所を選定した。追加費用も掛からない平地で、土を入れる程度でオリーブ園を作れる最適の場所である。オリーブの世話などは自発的に行って頂けるとの申し出も出てきており、地域の機運醸成も進んでいる。

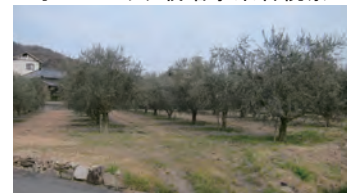
■オリーブセミナー



■地域おこし協力隊との打ち合わせ



■小豆島のオリーブの  
オーガニック栽培事業者視察



## c. 「地中海イメージ」による観光再生

市内事業者と「地中海化イメージ創出による観光再生」についての重要性共有の打ち合わせやイタリア企業経営者を招待してのイタリア商品のプレゼンを受けるなど、意識醸成及び認識の共有化を進めた。

11月にはイタリア・シチリア島のアグリジェント市を訪問し、アグリジェント市長と会談を行い、姉妹都市締結可能な状況となった。

12月に、視察訪問団全員で、「地中海会議」を立ち上げて、今後の姉妹都市締結の推進、地中海化に向けた勉強会、国際人財育成を目的とすることを決定した。

■アグリジェント市長との面会



■アグリジェント市長の記者会見



■アグリジェント市内の  
オリーブ生産者訪問



#### d. 人財育成

昨年度に姉妹都市締結の推進協議会である「地中海会議」を追加し、以下の6団体において勉強会や情報交換会を実施した。

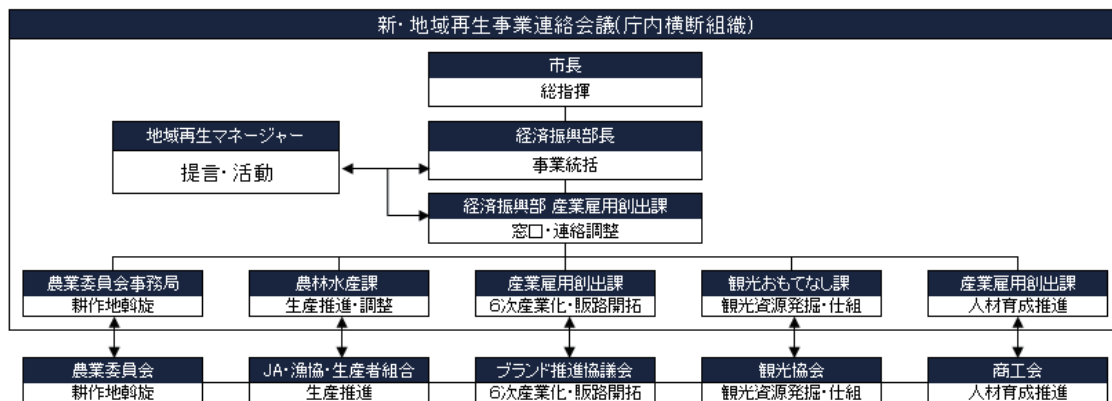
- ① 昇龍会：地中海イメージの創出の推進に関する勉強会
- ② 緑龍会：オリーブ植樹に関する勉強会
- ③ 紅龍会：オリーブ産業、オリーブの特産品開発の勉強会
- ④ 黒龍会：ナマコ産業振興に関する勉強会
- ⑤ 土龍会：オリーブ植樹、計画の勉強会
- ⑥ 地中海会議：地中海都市との交流に関する勉強会・情報交換会

### (3) 事業実施体制

#### a. 事業実施体制の概要

経済振興部産業雇用創出課を窓口として、観光おもてなし課、農林水産課、農業委員会と連携して庁内横断的に取り組んでいる。

また、熊本県水産研究センター、くまもと里海づくり協会、福井県栽培漁業センター、天草漁協等、JAあまくさ等、ブランド推進協議会、産業雇用創出協議会、上天草市商工会、天草四郎観光協会などの団体との連携した取り組みを展開している。



#### b. アドバイザーの役割

市民、市内事業者などを主役プレーヤーとして実施するため、意識の醸成、実行開始の火付け役を担う。また、ナマコ、オリーブに対する見識、新規ビジネス創出の経験を活かし、全体プロデュース役も担う。さらに人脈を活かし、オリーブやナマコセミナー、先進県・栽培漁業センターなどからのナマコの調達、イタリア視察の企画、販路創出等も行い、市民、市内事業者の活動を支援する。



(4) 事業実施スケジュール

月	日数	取り組み実施内容
4月	1	平成 25 年度事業の推進方法に係る打ち合わせ
	1	熊本県水産研究センター、くまもと里海づくり協会打ち合わせ
	1	土龍会、緑龍会開催
	6	オリーブ園候補地探し及びオリーブ園整備
5月	2	イタリア-日本で事業を展開する事業者との面談
	3	市内観光事業者訪問
6月	1	オリーブ産業振興などに係る打ち合わせ
	1	「地中海イメージ」による観光再生に係る打ち合わせ
	1	昇龍会開催
	4	オリーブ園の候補地探し及びオリーブ園整備
7月	1	紅龍会開催
	5	オリーブ園の候補地探し及びオリーブ園整備
	3	イタリア視察日程の作成・調整
8月	5	オリーブ園の候補地探し及びオリーブ園整備
	1	熊本県水産研究センター打ち合わせ、くまもと里海づくり協会打ち合わせ
	1	イタリア視察の内容作成と現地側行政と民間との調整
9月	2	小豆島の専門家によるオリーブセミナーの準備・開催
	1	オリーブ助成に係る打ち合わせ
	1	イタリア視察の内容作成と現地側行政と民間との調整
	1	ナマコ産業創出に係る市内事業者との打ち合わせ
	2	福井県における稚ナマコ提供についての打ち合わせ
	1	京都の乾燥ナマコ事業者と上天草市での事業についての打ち合わせ
2	オリーブ園の候補地探し及びオリーブ園整備	
10月	2	オリーブ園の候補地探し及びオリーブ園整備
	1	昇龍会、紅龍会開催
	1	「地中海イメージ」による観光再生に係る打ち合わせ
	2	「地中海イメージ」による観光再生に係る市内事業者との打ち合わせ
11月	4	イタリア視察の準備・詳細調整
	2	イタリア訪問の最終打ち合わせ
	8	イタリア・シチリア島視察・訪問
	1	「地中海イメージ」による観光再生に係る市内事業者との打ち合わせ
	1	昇龍会、紅龍会開催
	1	オリーブ園の候補地探し及びオリーブ園整備
	1	黒龍会開催
1	ナマコ産業創出に係る市内事業者との打ち合わせ	
12月	1	市及び地域おこし協力隊との意見交換会
	3	昇龍会開催
	5	オリーブ園の候補地確定及びオリーブ園整備
	1	アグリジェント市との姉妹都市締結を目標にした委員会の設置
1月	4	オリーブ園の候補地視察及びオリーブ園整備
	1	ナマコ産業創出に係る市内事業者との打ち合わせ
2月	2	オリーブ先進地・小豆島への現地視察の実施
	2	ナマコ・セミナーの準備・開催

## (5) 今後の課題、次年度以降の取り組み

### a. ナマコ産業創出

今年度参加が決定された民間事業者が人工種苗育成を特許出願案件も見据えて展開する。乱獲から守れる「陸上養殖」をエビの養殖の放棄地 7 千㎡を活用して開始、継続発展を実施していく。

販売にあたっては、輸出品としての乾燥ナマコ、国内向けとしてナマコ石鹸、ナマコ雑炊、ナマコふりかけ、ナマコ・サプリメントなど開発中である。これらを「黒龍会」が継続して取り組んでいくことが必要となる。

### b. オリーブ産業創出

オリーブ産業創出のイメージシンボルになるべき「弓ヶ浜オリーブ公園（仮称）」の開設に地域住民の方々を主役として取り組んでいく。また、上天草ブランドのオリーブオイルや化粧品・雑貨を開発予定であるが、これを紅龍会が担っていく必要がある。

### c. 「地中海イメージ」による観光再生

姉妹都市締結が今後の継続的拡大のためには最大の課題となる。「昇龍会」「地中海会議」を中心に上天草市や関係者が一体となりイタリア・アグリジェント市との姉妹都市締結を実現する。店舗や宿泊施設に姉妹都市の看板を掲げるなど、地中海化イメージに「お墨付き」を与えて、観光客増加をめざすとともにアグリジェント市との産業・人材・文化交流を図り、真の意味での地中海化イメージの創出を図る。

また、地中海化の中心となる拠点づくりとして「前島開発」を進め、「地中海イメージ」による観光再生の継続的発展を行っていく。

前島構想のハード面の構想は今年度概ね完成した。平成 26 年度は従来型の大衆観光客相手の物産館さんぱーるや藍のあまくさ村の競合となってしまうことを避けるため、高級感のある滞在型リゾートイメージを確保できるソフト面の構想づくりを行う。

### d. 人財育成

「地中海イメージ」による観光再生を見据えて、上天草市民、事業者向けに「新規ビジネス創出の勉強会」、「ベンチャー企業立ち上げの勉強会」「国際的人財の育成」「海外ビジネスの基本の勉強会」などに取り組むことが必要となる。

## (6) マネージャーコメント

### 心より感謝～夢の街、上天草市の国際的6次産業と地中海化構想の実現に向けて～



阿蘇オーガニック・トスカーナ株式会社 小島 慶蔵

本年は上天草市との強い御縁を感じた1年でした。おかげさまで、国際的6次産業も観光協会、市内経営者を中心に熱く盛り上がりおられ、特に、今年度の後半戦は本当に小説のストーリーのように、次々と幸運な展開、場面が繰り広げられた次第です。市民、市内経営者を主役プレイヤーとした仕組み仕掛けについて、市役所職員の方々、市長との情報共有、前向きな意見交換、そして、皆様の即断即決の実行が、成果に繋がったと実感できており、感謝しております。

ナマコ産業の最大のネックである親ナマコの確保のために、県内初の種苗育成に成功して、今後の民間事業体の立ち上げにも目途がつき、年間10億円の売上、利益5億円以上のナマコ事業の計画が見えてきました。

市内のオリーブ植樹も、公約以上の3010本となり、また、先進地のオリーブのオーガニック栽培のパイオニアを講師としてセミナー開催を行い、さらなる付加価値の実現をめざし、日本で初めてのオーガニック・オリーブの街・上天草市の実現に向けて、オリーブ産業創出30億円に向け、支援の火ぶたをきることができました。

地中海化構想も、市役所職員、観光協会若手幹部、市内経営者と地中海都市・市長を訪問できて、大歓迎を受けることができました。上天草市、ふるさと財団、総務省などのご支援のおかげと深く感謝しております。地中海都市とは、訪問1年前から、エージェントなしの手作りの周到な準備を行い、それでも飛び込み訪問に近い形だったのですが、地中海都市・首長2名連携の3日間のフル・アテンド(1日目3時間の市長会見、2日目半日の2市長連携の我々のためだけのイベント開催と輸出入の現地生産者50名による産業ビジネス交流、3日目・現地の市長主催の我々との共同プレス・リリース等々)、映画の1シーンを地でゆく展開でした。友人である現地・通訳の言葉も、地中海都市・市長を訪問する前日まで、「開けて、ビックリ玉手箱」状態で、不安で、いっぱいだったことが懐かしい思い出となっています。

市長の親書作成も、訪問後の御礼状も、翻訳は公用語が必要で難易度が高く、現地の友人の通訳の御主人(現地人)に公用語の翻訳をボランティアで行って頂き、御支援に感激しています。

地中海化構想については、従来の和風文化を重視して、その上に、新たに女性観光客家族層の癒やしの滞在型観光をめざした地中海化イメージを創出して、現状の128万人/1年の観光客を、新たに地中海イメージ化による観光客150万人以上/1年を呼び込み、100億円以上の観光創出による観光再生を行うものですが、観光協会の若手幹部には手応えを感じて頂いており、川端市長も、雑誌「熊本経済」、テレビ番組などで地中海化構想による100億円以上の観光再生による産業創出の話をしておられます。

これからは、ナマコの民間事業の立ち上げ、オリーブ公園の実現、地中海都市との姉妹都市締結による地中海都市宣言を行い、国際的人財の育成を行いながら、当事業の自立的展開によるヒト、モノ、オカネ、情報を回して、ブランド化、夢の実現支援を行なっていきたいと思っております。印象に残った大学先生のお話は、地域再生は縦軸、横軸に、継続拡大性、ビジネスのプラットフォーム作りを念頭に活動すべきことなどが、参考になりました。市民、ふるさと財団、総務省、上天草市役所、熊本市役所副市長、地中海でお世話になった方々の皆様に深謝を申し上げます。

※「マネージャーコメント」は、ご本人の意思を尊重し、誤字脱字と思われるもの以外は原文の表現を優先して掲載しております。



## 第3章

---

### 調査・相談事業の取り組み

---

### 第3章 調査・相談事業の取り組み

#### 1. スタートアップ派遣及びフォローアップ派遣

本事業では、以下の5市町村を対象にスタートアップ派遣及びフォローアップ派遣を実施した。それぞれの地域での事業目的・方向性は以下のとおり。

対象先		事業目的・方向性
栃木県 那珂川町	スタートアップ 派遣	「木の駅プロジェクト」を実施することによる林業の再生、商店街の振興、町の活性化。
福井県 坂井市	スタートアップ 派遣	農業再生構想の構築～遊休農地対策と農作物の戦略的販売、地域農業の担い手の育成～
新潟県 十日町市	スタートアップ 派遣	市内の農業者グループ「小規模加工団体」による6次産業化、地場産業振興センターに地域商社機能を持たせる。
兵庫県 加東市	スタートアップ 派遣	酒米産地 PR と日本酒消費拡大活動を自主的に展開できる体制の組織化
福島県 喜多方市	フォローアップ 派遣	豊富な農山村資源を活用し、都市と農村の交流、地域経済の活性化、雇用の創出を図るモデル事業の構築と人材育成

各地域の取組成果については、次頁のとおり。

(1) 栃木県那珂川町

申請市町村名	栃木県那珂川町
地域再生マネージャー等	地域再生機構 丹羽 健司

**【事業概要】**

◇背景・経緯

当町は林野率が64%の典型的な中山間地域であり、人口減少、少子高齢化が顕著となってきている。基幹産業である農林業も従事者の高齢化と後継者不足により、手入れが行き届かないまま伐期を迎えている森林や遊休農地が増加している。



▲木の駅オープニング式

◇取組内容

このような状況下において、木質バイオマス発電の燃料として、地域通貨券を用い森林資源を買い取る「木の駅プロジェクト」の有効性が認められたことから、「木の駅プロジェクト」実行委員会設立準備会を設け、地域再生マネージャーの助言を受けながら、森林資源の買い取り制度と地域通貨券活用制度の確立をめざして取り組みを行ってきた。



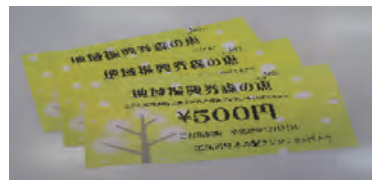
▲木質資源集積所

**【事業成果】**

12月15日から3月末までの期間で、森林資源の買い取り制度が狙いどおりに機能するか、地域通貨券がうまく流通するか実証試験を行った。森林資源の買い上げ価格は1t当り6千円に設定、目標数量を50tとし、1月末まで収集を行ったところ、目標の約3倍となる147.5tの森林資源が集った。参加者の間で881千円の地域振興券が流通し、3月末までに使用された商店に換金が行われている。この結果に基づき、継続的取り組みに移行させるため、地域再生マネージャーの助言で、町や森林組合、商工会、事業者へ、木の駅プロジェクト支援の要望活動を行った。



▲搬入状況



▲地域通貨券

**【今後の展望】**

所期の目的を達成したばかりでなく、要望活動まで行い支援の見込みが立ったが、参加者が限定的であることから、今後の目標を全町的なものにすべく取り組みを拡大することになっている。また、木質バイオマス資源のみでなく、暖房用の燃料としても有効であることから、取り組む幅を広げ、薪の販売も視野に入れている。こうした取り組みが林業再生につながるものと思われる。

(2) 福井県坂井市

申請市町村名	福井県坂井市
地域再生マネージャー等	西辻 一真 (株式会社マイファーム)

**【事業概要】**

◇背景・経緯

全国的な遊休農地の増加や農作物価格の低迷また TPP 参加など将来の農業情勢が不安定な中、農業・農村の再生をめざして、将来の地域農業構想を描き、将来性のある農業を検討する。



▲会議打合せ

◇取組内容

生産者と消費者の距離をより近づけることが、人と農をつなげることになる意識の共有。  
人材の育成は対話することで、お互いに理解し情報の共有ができ、新たなものを作り出すきっかけになることの理解。  
TPP に関する現状を踏まえて、将来の農業について考察。  
参加者と意見交換をすることで、農家の現状と行政の取り組みを理解する。  
自分たちに必要なアグリステーションを作り、新たな地域の農業の形を創造し、作り上げる。



▲研修状況

坂井農業みらいプロジェクト参加登録簿	
氏名	
住所	
連絡先	
登録日	
備考	

▲坂井農業みらいプロジェクト参加登録書

**【事業成果】**

生産者は、坂井農業みらいプロジェクト参加登録を行い、農村コミュニティセンターNora を坂井農業の実践の『場』として、POP、情報を発信、農業者と消費者との交流や販売促進を行う基礎を構築した。



▲農村コミュニティセンターNora

**【今後の展望】**

坂井農業みらい塾は、第 6 回をもって終了するが、今後はアグリステーション坂井（仮称）を中心に (1) 集う（勉強会を行う）(2) 招く（就農したい人向けの情報を発信する・農業体験者を受け入れる。）(3) 出会う（地元の消費者との交流や販売を行う）(4) 外へ（マルシェや農業人フェアなどのイベント出店や共同集荷を行う。）の活動に取り組む。



(3) 新潟県十日町市

申請市町村名	新潟県十日町市
地域再生マネージャー等	本田 勝之助 (有限会社津食のルネッサンス)

**【事業概要】**

◇背景・経緯

十日町市では、これまで小規模加工団体（農家のお母さん等を含む）が農産物等の加工品作りに取り組んできたが、継続的な生産活動は厳しい状況にあった。そこで完成した商品をどうやって売るかではなく、首都圏に販路のあるバイヤーの視点で売れる商品についてアドバイスしていただき、ターゲットを絞り込んだ「売れる商品開発」に取り組むことになった。

◇取組内容

本事業では、市内の小規模加工団体（農家のお母さん等を含む）をターゲットとし、現地視察により現状の問題点を掘り起し、アドバイスをいただきながら試作品開発に取り組むという手法で 5 回のセミナーを行った。毎回、それぞれの試作品を試食し、味覚や製法などのアドバイスに加えて次回までの課題を設定し、技術の向上と相互の施設の連携などの情報交換を行った。最終回は、食の専門家やバイヤーも交えて売れる商品づくりについて販売する側との情報交換を行い、結果として商品化の可能性が高い試作品が複数開発された。

**【事業成果】**

本事業により事業者間の情報が共有できたことで、相互に連携し、ネットワーク化が進むことになった。また、当市は豪雪地のため果樹の栽培は難しく柑橘系の農産物はないとあきらめていたものが「サルナシ」栽培と加工に取り組む事業者との情報交換により、これまでにない地域の特徴を取り入れた試作品づくりが行われることになった。これにより市内の事業者が連携して地域外へ向けた商品開発に取り組む機運が生まれた。また、地域の素材の掘り起しから商品化一歩手前の試作品が複数開発され、この試作品の完成度を高め商品化をめざしたい。

**【今後の展望】**

地域産品を首都圏の売り場へ繋がる地産外消（外商）をめざしていく。今回開発された試作品に改良を重ね実際に売れる商品化に取り組む。また、地域外から収益をもたらす地域商社化の仕組みを構築することにより地域内で雇用機会を生み出し地域再生につなげていきたい。



▲セミナー



▲現地視察



▲試作品開発状況



▲事業成果

(4) 兵庫県加東市

申請市町村名	兵庫県加東市
地域再生マネージャー等	谷本 互 (まち&むら研究所)

**【事業概要】**

◇背景・経緯

加東市の特産である酒造好適米「山田錦」は、全国の酒造会社から高い評価を受けているが、酒米生産農家の高齢化や後継者不足により、良質な酒米生産体制の継続が困難な状況が表面化している。平成24年度に同事業の短期診断派遣を受け、生産農家と地域が「山田錦」の価値を認識する必要性や、「山田錦」を用いた特産品開発へのチャレンジなどの提言を受けた。「山田錦」に対する価値観を十分に認識し、酒米生産農家を中心として、酒米産地PRと日本酒消費拡大活動などを自立的に展開できる組織編成が喫緊の課題となっている。

◇取組内容

加東市内外への積極的な産地PRと日本酒消費拡大活動、酒造会社と生産農家の関係強化のために、一般消費者を対象としたイベント「『山田錦』乾杯まつり」を初めて開催した。イベント準備と並行して、生産農家を中心とした組織編成にも取り組み、「加東酒米部会」に生産農家、JA、行政機関による幹事会を設置した。イベント当日は酒造会社と幹事会が協力して酒蔵ブースを運営するなど、生産農家と酒造会社の信頼関係の強化、生産農家による産地PRを実施した。また、市内酒米生産農家が一堂に会する「加東酒米生産者大会」において、生産農家の生産意欲の向上と生産意識を高めるために、「加東市産山田錦の世界的な価値と継承」と題した講演を行った。

**【事業成果】**

加東市産山田錦の産地PR及び日本酒消費拡大活動を継続するために、持続可能な体制として「加東酒米部会幹事会」を設置した。酒造会社と活発に交流している村米制度地区や集落農家の代表者が中心となり、イベントへの協力だけでなく、定期的な意見交換を行うことで、酒米生産農家の代表者の意識が醸成された。また、平成25年度加東酒米生産者大会では、加東市産山田錦が世界的に評価の高い日本酒の原料となっていることを認識し、酒米生産農家の生産意欲の向上を図ることができた。地域住民に向けては、全国的に有名な酒造会社に参加する山田錦振興イベント「『山田錦』乾杯まつり」などにより、加東市産山田錦の価値を伝え、地域資源としての再認識につなげることができた。

**【今後の展望】**

近年の山田錦振興の取り組みにより、生産農家や地域住民に加東市産山田錦の世界的な価値の認識が広がり、地域資源としての重要性が増している。これからは、量・質ともに酒造会社の期待に応えるため、暗黙知となっている篤農家のノウハウのデータベース化などによる生産体制の充実、酒造会社からの需要量を維持するための産地PR及び日本酒消費拡大活動を加東酒米部会幹事会が中心となり継続して実施する。加東市とJA、生産農家が定期的に意見交換し、それぞれが必要としていることの認識や目的意識の意思統一を図りながら山田錦を核とした地域の活性化を推進する。



▲会議打合せ



▲地元酒造会社視察



▲現地視察



▲『山田錦』乾杯まつり 2013

(5) 福島県喜多方市

申請市町村名	福島県喜多方市
地域再生マネージャー等	曾根原 久司 (NPO 法人えがおつなげて)

**【事業概要】**

◇背景・経緯

喜多方市では、市内の建設業者や製造業者が農業生産法人を設立し農業へ進出したものの、生産物の高付加価値化や6次産業化を図ることは困難であった。そのような中、都市と農山村を結ぶ事業を展開し、地域の産業振興と雇用創出により地域の活性化が図られている事例があることを知った。そこで、その事例を参考とし、喜多方市でも豊富な農村資源を生かした新たなビジネスモデルを構築し、地域振興を図りたいと考えた。

◇取組内容

都市と農山村をつなぐ『企業ファーム』をテーマに、地域資源をいかしたビジネスモデルの構築を行った。

このセミナーで学んだ最大のポイントは、「地域資源×ニーズ」の捉え方についてであり、プロジェクトの参加者は、6回のセミナーを通して、それぞれが喜多方の地域資源と都市のニーズを考え、実現可能なビジネスモデルを構築し事業実施に向けた取り組みを行った。

セミナーでは、講義、ワークショップ、現地視察により理解を深め、最後に、商品として売り込むためのプレゼン資料を作成し、事業化に向けて動きだした。

**【事業成果】**

喜多方の農山村資源には無限の可能性があることを再確認し、都市に住む人や企業にもそれを求めるニーズがあることを理解した。

成果としては、それを掛け合わせて事業化するための仕組み、体制や収支計画等を具体化したビジネスモデルを作成した。また、作成したビジネスモデルを成果報告会で発表し、課題や問題点等につき個別に指導を受けた。

【主なビジネスプラン】コレクティブハウス／國酒プロジェクト／蕎麦・友の会プロジェクト／会津人参プロジェクト

**【今後の展望】**

今回作成したビジネスモデルの全てが事業化できる状態ではないが、具体的な計画を立てている者や手始めに規模の小さいモニターツアーを企画している者もあり、着実に動き始めている。今後は、関係機関との調整や企業へのプロモーション活動などにより、事業展開がなされる見込みである。これら事業は、地域資源を生かした農山村活性化に向けた取り組みであり、今後の展開に期待したい。



▲セミナーの様子①



▲現地調査



▲セミナーの様子②



▲成果報告会

## 2. 地域再生セミナー

本事業では、以下の 3 県を対象に地域再生セミナーを実施した。各セミナーの概要については、次頁以下のとおり。

	開催日	開催都市	テーマ
1	平成 25 年 8 月 26 日(月)	和歌山県和歌山市	『暮らし続けたい魅力ある地域をつくるために』 活用しよう！外部人材&コミュニティビジネス
2	9 月 5 日(木)	愛媛県松山市	『ビジネスの視点を取り入れた集落経営による 地域活性化』
3	10 月 3 日(木)	石川県金沢市	『食資源を活用した地域ブランド戦略』

(1)和歌山県地域再生セミナー

日時	平成 25 年 8 月 26 日(月)13:30～16:30	
場所	和歌山県自治会館 201・202 会議室	
テーマ	『暮らし続けたい魅力ある地域をつくるために』活用しよう！外部人材&コミュニティビジネス』	
基調講演	明治大学農学部 教授	小田切 徳美
事例発表	株式会社四万十ドラマ 代表取締役社長	畦地 履正

セミナーは『暮らし続けたい魅力ある地域をつくるために』活用しよう！外部人材&コミュニティビジネス』と題して、基調講演および事例発表による構成にて実施された。

柚木憲一 ふるさと財団理事長の挨拶に続き、小田切教授による基調講演が「地域づくりとは何か」と題して行われた。続いて畦地氏より「四万十川方式 地域発着型産業づくり」をテーマに、高知県四万十町における取り組みが紹介された。

小田切教授からは地域づくりの概念は内発性・総合性・多様性・革新性に集約でき、実際の取り組みにあたっては暮らしのものさしづくり・暮らしの仕組みづくり・カネとその循環づくりの3点を意識することが重要であるとのお話をいただいた。

畦地氏からは「四万十に負担をかけないものづくり」をモットーに、地域資源を巧く活用し経済循環を創出している事例としてしまんと新聞ばっぐ、四万十の栗再生プロジェクト、道の駅四万十とおわ等の取り組みが紹介された。

セミナーの参加者は106名で、セミナーに対する満足度は94%と高い評価を得た。



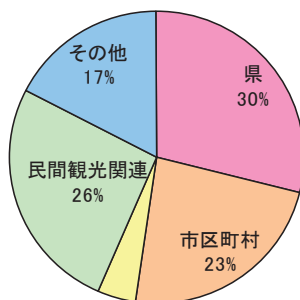
明治大学 小田切氏



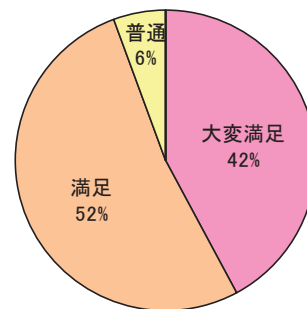
四万十ドラマ 畦地氏



会場内の様子



セミナーの参加者層



セミナーに対する満足度

(2)愛媛県地域再生セミナー

日時	平成 25 年 9 月 5 日(木)13:30~16:30	
場所	えひめ共済会館	
テーマ	『ビジネスの視点を取り入れた集落経営による地域活性化』	
基調講演	食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー	金丸 弘美
事例発表	株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ 代表取締役	中島 淳

セミナーは「ビジネスの視点を取り入れた集落経営による地域活性化」と題して、基調講演および事例発表による構成にて実施された。

柚木憲一 ふるさと財団理事長の挨拶に続き、金丸氏による基調講演が「地域の誇りが人をつなぎ、小さな経済を動かす」と題して行われた。続いて中島氏より「集落経営をめざした取り組み奮闘中」をテーマに、全国各地における取り組みが紹介された。

金丸氏からは長野県飯田市、兵庫県豊岡市、愛媛県今治市、内子町等における成功事例の紹介をもとに、既に地域にある資源の価値を正しく見極め、適切に加工すれば、小規模でも地域にお金が回る仕組みを作り出すことは十分に可能であるとのお話をいただいた。

中島氏からは地元の人々を中心とする地域資源を活用した取り組みの事例として、高知県須崎市安和地区における柑橘類の東北への販路開拓や福島県塙町矢塚地区の廃校舎を住民の集まるバーとして再利用したケース等が紹介された。

セミナーには 92 名が参加し、満足度は 8 割超であった。



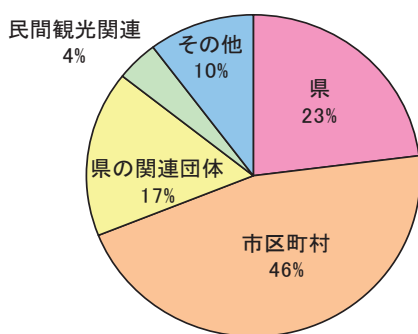
食環境ジャーナリスト 金丸氏



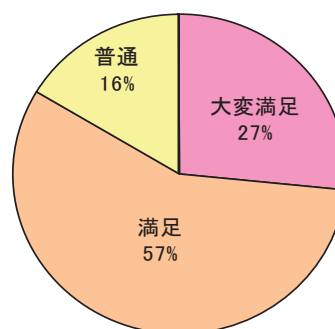
カルチャーアットフォーシーズンズ  
中島氏



会場内の様子



セミナーの参加者層



セミナーに対する満足度

### (3)石川県地域再生セミナー

日時	平成 25 年 10 月 3 日(木)13:30～16:30		
場所	いしかわ総合スポーツセンター		
テーマ	『食資源を活用した地域ブランド戦略』		
基調講演	ノンフィクション作家	島村 菜津	
事例発表	(株)船井総合研究所 地域活性化コンサルタント	朽尾 圭亮	

セミナーは「食資源を活用した地域ブランド戦略」と題して、基調講演および事例発表による構成にて実施された。

柚木憲一 ふるさと財団理事長の挨拶に続き、島村氏による基調講演が「スローフードと地域の底力」と題して行われた。続いて朽尾氏より「目からウロコの食の産業化手法～岩手県一関をもちのせきに！～」をテーマに、岩手県一関市における取り組みが紹介された。

島村氏からはイタリア各地におけるスローフードのまちおこしの事例をもとに、グローバル化による地域や食の文化の均質化に対抗するには、土地、季節や家庭ごとに異なる味がもたらす多様性に、より高い関心を寄せることが肝要であるとお話をいただいた。

朽尾氏からは岩手県一関市において地域の伝統食であるもちに着目し、「ご当地もちサミット」というグルメイベントを開催・成功させた事例の紹介から、地域ブランドづくりにおけるテーマおよびストーリー設定、効果的な情報発信、地域人材育成の重要性についてお話をいただいた。

セミナーの参加者は 56 名であり、満足度は 4 分の 3 から満足との回答を得た。



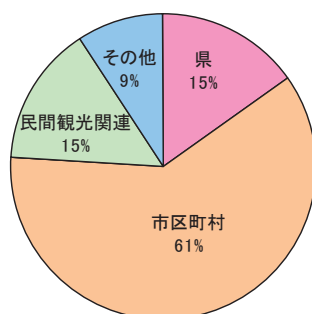
ノンフィクション作家 島村氏



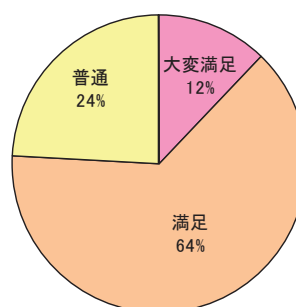
船井総合研究所 朽尾氏



会場内の様子



セミナーの参加者層



セミナーに対する満足度

### 3. 外部人材活用マニュアル作成のための短期診断派遣の実施

地域再生マネージャー等の外部人材の活用を検討する市町村用のマニュアルを作成するため、地域再生マネージャーを以下の7市町村に2泊3日派遣して短期診断を実施した。個別の短期診断派遣の結果概要は次頁以下に示す。

短期診断の派遣先にアンケート調査を実施したところ、課題と対応策についての成果を感じている回答が多かった。例えば紀の川市の回答では「それぞれの団体は地域活性化に向けての良い活動をしているが、団体間の情報共有（交流）が不足しており、連携不足である」等の課題が明らかになり、「地域活性化に向け市民が積極的に意見を出せる交流の機会を数多く作り、地域活性化に向け協力し合う体制作りを行う。」等の対応策が明確になったとのコメントがあった。

また、この短期診断派遣の結果を踏まえさらにスタートアップ派遣や助成事業等へのステップアップを図り、地域関係者の更なる巻き込みや外部人材を活用した地域再生の取り組みを進めたいとの意見もあった。外部人材の活用については短期診断結果を踏まえ、地域おこし協力隊の導入を決定したとのコメントもあった。

外部人材活用マニュアルについては「外部人材活用マニュアルは役に立った」とのコメントが多かった。本格的に外部人材を活用する助成金事業等の取り組みに向けても役立つ部分が多いと考えられる。外部人材を活用することを検討される地域においては、本報告書に添付した「外部人材活用マニュアル」を参考にされたい。（本マニュアルはふるさと財団ホームページでも公表）

#### ■短期診断派遣の実施時期と実施場所

	実施時期	実施場所
1	平成 25 年 7 月 3～5 日	石川県志賀町
2	8 月 7～9 日	愛媛県松山市
3	9 月 18～20 日	和歌山県紀の川市
4	10 月 23～25 日	奈良県曽爾村
5	12 月 2～4 日	福岡県大刀洗町
6	12 月 16～18 日	栃木県那須烏山市
7	平成 26 年 1 月 29～31 日	和歌山県古座川町



## (1) 石川県志賀町

平成 25 年 7 月 3 日（水）～7 月 5 日（金）

地域再生マネージャー等：谷本 亙（まち&むら研究所）

：安藤 隆一（まちづくり工房「隆」）

### <地域の問題意識>

志賀町には、能登金剛や福浦港といった観光名所や能登リゾートエリア増穂浦（滞在型観光施設）をはじめとした観光施設があるものの、観光客数が減少している。

能登有料道路の無料化（平成 25 年 3 月）や北陸新幹線金沢開業（平成 26 年度末）を機に、都市部の交流人口拡大策を模索している中、観光資源を有機的に結んだ観光振興策と地域資源を活用した特産品開発などの新たな取り組みについて助言を求めている。

### <地域再生マネージャー等からの提言>

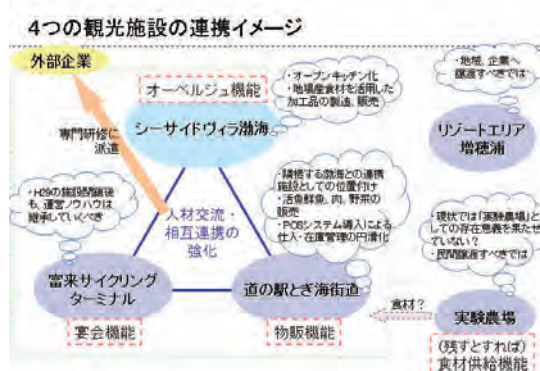
地域の視察を通して、自然資源が豊富で食材のレベルも高く、美しい景観が各地域に見られるものの、それらの地域資源を活かすための工夫が足りないとの認識が示された。また、各観光施設においても施設のコンセプトや魅力が分かりづらいとの指摘がなされた。

そのうえで、地域再生マネージャー等からは以下の 3 点について提言がなされた。

1 点目は、施設のテーマ性を明確化することである。各施設の目的を明確化したうえで、地域の資源である「食」を中心に位置づけた施設のコンセプトを再構築する必要がある。

2 点目は、地域資源を活用した魅力の向上である。地域の産品（肉・魚・野菜）を積極的に活用するとともに、豊かな自然資源を活用した体験型観光（モニターツアーなど）についても実践していくべきである。

3 点目は、人材育成と役割分担（組織体制）の明確化である。現場が働きやすい環境づくりを構築すること、施設・職員間の連携を積極的に図っていくことや施設運営を地域や企業に委託することなどについて、各施設一体の運営の枠組みの中で検討する必要がある。



## (2) 愛媛県松山市

平成 25 年 8 月 7 日（水）～8 月 9 日（金）

地域再生マネージャー等：奥村 玄（株式会社GEN プランニング株式会社）

：柘尾 圭亮（株式会社船井総合研究所）

### <地域の問題意識>

松山市三津浜地区は、三津の朝市をはじめとして、江戸から昭和初期の商家や古民家、三津の渡し、正岡子規や富岡鉄斎など文人墨客の足跡が残る歴史と文化の港町であったが、最近では港町としてのまちの活力が失われ、商店街でも空き店舗が目立つようになってきた。

一方で、住民が主体となって「三津浜地区まちづくり協議会」が設置され、町家や空き店舗を活かした、まちづくりへ向けての新たな活動が生まれている。

このような状況の下、地域資源を活かしたまちづくり、商店街の活性化の事例や手法について助言を求めていた。

### <地域再生マネージャーからの提言>

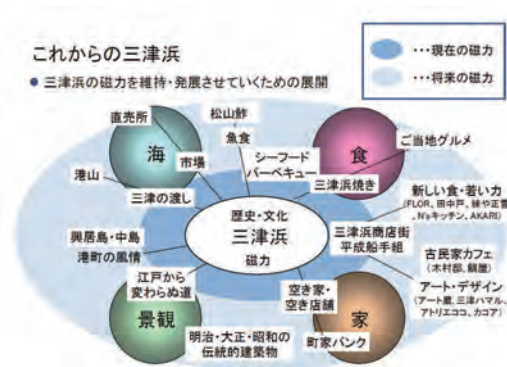
三津浜が持つ圧倒的な地域文化、港町ならではの外部のものや新しいものに対する寛容さといった、人を引き付ける「磁力」を維持・発展していくためには、「海」、「食」、「景観」、「家」の4つの資源を活かすことが重要であるとの提言があった。

「海」は、三津浜の最大の資源であるにもかかわらず、そこから離れてしまっているので、「まちが海に近づく」取り組みをする必要がある。

「景観」を活かすためには、文化財的な建物を見るだけでなく、使うことにより「生きた景観」にすることが重要である。

「家」を活かすためには、ピラミッド構造でタイプ（文化財・町屋バンク・不動産流通候補）に分けた対処方法を考えることが必要である。

「食」を活かすためには、朝市の展開、婦人部などの魚食文化再興への動きや三津浜焼きなどの資源をもっと活用した展開を図っていくべきである。三津浜焼きについては、ブランド化に向けて、「団体組織化」、「認証制度」、「教育制度」の3つを整備することが必要である。



### (3) 和歌山県紀の川市

平成 25 年 9 月 18 日（水）～9 月 20 日（金）

地域再生マネージャー等：野口 智子（ゆとり研究所）

：岩崎 比奈子（株式会社 JTB 総合研究所）

#### <地域の問題意識>

紀の川市は、平成 17 年に 5 町が合併で誕生したまちで、平成 22 年に近畿地方で初めて「食育のまち」宣言を行った農業が基幹産業のまちである。各旧町の特徴を活かしながら観光 PR を行っているものの、観光客が減少している。

今後、観光客数を回復させるために紀の川市の魅力の発掘や観光振興策について助言を求めている。

#### <地域再生マネージャー等からの提言>

野口マネージャーからは、「食育」について、食育を「コト育」、「ヒト育」につなげていく必要性について指摘された。「食育」には、食べ物以外の「コト」が半分以上あり、どんな食べ物でも食べ方や食べる環境で印象が変わってきてしまうため、観光の観点からは「コト育」が重要な要素である。「めっけもん広場」などは、食材の売り場だけでなく、農業の世界を見せる場として活用することが大事である。また、これらの「コト」を外部の方に伝える「ヒト育」も必要であり、そのためには地域内のネットワークが重要である。

岩崎マネージャーからは、現地視察・ヒアリングを通して、市全体の「長期的な観光戦略」が不明瞭であり、観光資源の良さが外へ伝わっていない。また市内の観光関係者の連携が取れていないなどの指摘がなされた。

それを踏まえた観光振興における取り組みとして、①お客様のニーズを理解したうえで地域資源を発掘し、それを「見える化（ストーリー化）」した商品開発をすること、②効率的な生産・販売方法、情報発信や人材育成などの後方部門を強化すること、③多様な人材の連携を進めることの 3 点が必要であるとの提言がなされた。



#### 求められる基本認識と3つの取り組み

##### 求められる基本認識：

- 地域の魅力を高め、地域振興・観光産業の振興につなげる。
- 地域内で、こうした基本認識を共有する（観光振興の意義、を理解する）。

##### 必要な3つの取り組み：

1. お客様を理解し、地域資源を発掘する。
2. 効率的な生産・販売方法や情報発信、人材育成など、後方部門を強化する。
3. 多様な連携を進める。

#### (4) 奈良県曽爾村

平成 25 年 10 月 23 日（水）～10 月 25 日（金）

地域再生マネージャー等：齊藤 俊幸（イング総合計画株式会社）

：前川 進介（株式会社みんなの村）

##### <地域の問題意識>

曽爾村では、米作を中心にホウレンソウ、トマトなどの高原野菜の栽培が行われており、大阪や名古屋に近い立地条件を活かし、村を訪れる観光客に対して農産物直売所での新鮮な農産物を供給している。しかし、少子高齢化や農業離れにより経営耕地面積は減少の一途をたどり、農地は遊休化が進行している状況となっている。

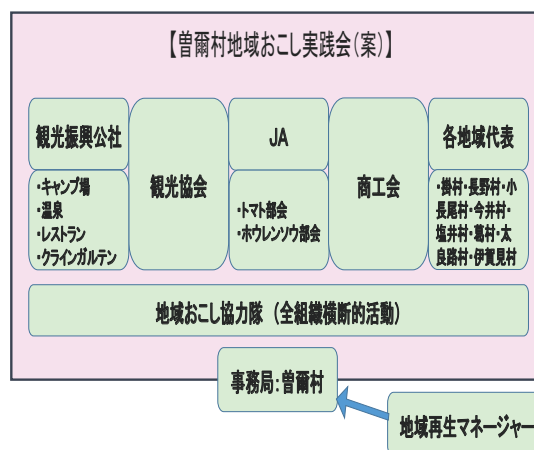
この状況を打開するため、農家の安定的な収入確保を目的とした、農林産物の 6 次産業化による経営基盤の抜本的な改革に対する提言を求めている。

##### <地域再生マネージャー等からの提言>

6 次産業化及び体験ツーリズムを通して、「外貨を稼ぐ」ことの必要性和「定住促進」の取り組みについて指摘し、それらに向けた実施体制として、下図のような「曽爾村地域おこし実践会（案）」が示された。

6 次産業化に向けては、ネット通販が有効である。特に曽爾村においては「リアル（サンプル提供や収穫体験など）で繋がってその後の販売を自社サイト通販で行うこと」が有効であり、ネット通販を成功させるカギとして、「顧客のファン化」「お得感を出す」「特別感を出す」「筆まめであること」の 4 点が示された。また、観光客と現地の人が一緒に体験する「体験ツーリズム」を取り入れることで、「人との繋がり」を生み、リピート（再来、ネット通販）につなげていくべきであるとの提言がなされた。

「定住促進」の取り組みについては、地域おこし協力隊が暮らすシェアハウスが必要であり、そこを地元の人との情報交換の場や地域の課題解決の場となるような「場づくり」をしていくことが大切であるとの提言がなされた。



## (5) 福岡県大刀洗町

平成 25 年 12 月 2 日（月）～12 月 4 日（水）

地域再生マネージャー等：齊藤 俊幸（イング総合計画株式会社）

：安永 啓彦（総務省 地域資源・事業化支援推進アドバイザー）

### <地域の問題意識>

大刀洗町は、国からの地方交付税交付金や補助金に歳入の多くを依存している町であるため、地域でビジネス指向を高め、交付金のみには頼らない自立・継続した地域課題解決のためのまちづくりをめざしている。

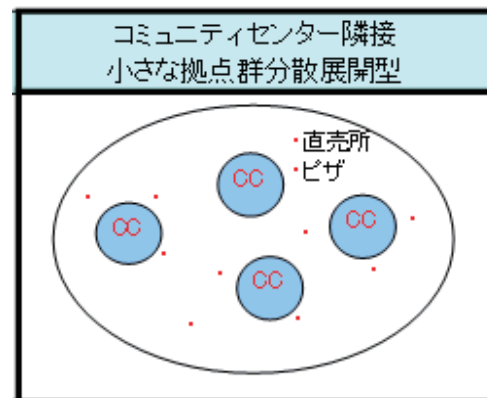
総面積の約 6 割を農地が占める農業の町として、地産地消の推進等、町内で経済が循環する仕組みを構築するため、コミュニティセンターを核とした地域づくりの推進、地元産品を販売する「さくら市場」（移動市場）の運営や Facebook による情報発信などに取り組んできた。また、企業誘致や起業家育成にも努めてきた。しかし、いずれの事業も自立に向けた税収の確保までには繋がっていないのが現状である。

このような状況の下、地域資源を活用した内発型雇用創造の観点から、新たな資金循環を構築し創発する担い手グループづくりに繋がる提言を求めている。

### <地域再生マネージャー等からの提言>

大刀洗町は、農産加工が未発達であるため、地域内における販路開拓をもっと進める必要がある。その拠点となる場所がないことが問題であり、シンガポールや Facebook といった外向きの販路開拓だけでなく、大刀洗町が持っている「大都市近郊」というポテンシャルをもっと活かすべきである。それは、「道の駅」のような大きな拠点ではなく、コミュニティセンターに隣接した小さな直売所を拠点とした展開であり、そこで地域おこし協力隊と連携して活動、その活動を「こと」として Facebook などで発信していくことが重要である。「もの」だけではなく「こと」を売ることの重要性を提言された。

また、分散展開型の小さな拠点群を形成することにより資金循環の構造を作っていくことが重要であると提言された。資金循環を作るための知恵と工夫を出し合い、小さな社会実験を繰り返していくことにより、予期しない成功（創発）が生み出される。同時に社会実験の中で、担い手も育成していくべきであるとの提言がなされた。



## (6) 栃木県那須烏山市

平成 25 年 12 月 16 日（月）～12 月 18 日（水）

地域再生マネージャー等：奥村 玄（株式会社GEN プランニング株式会社）

：堀田 雅湖（NPO 法人こめみそしょうゆアカデミー）

### <地域の問題意識>

那須烏山市は、農林業が主産業であるが、近年の人口減少と少子高齢化を背景に、担い手の高齢化、農地基盤整備の遅れや人口流出に伴う農林業の後継者不足等による耕作放棄地の山林荒廃が進展している。

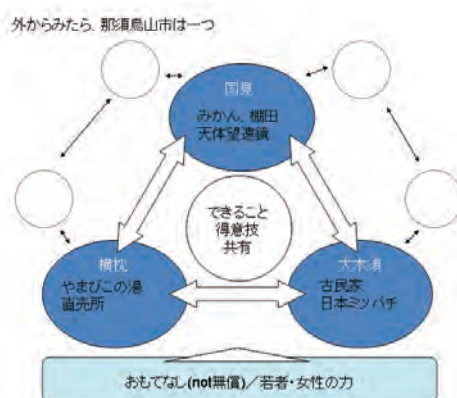
こうした中、大木須地区では、地域内全戸参加組織として「里山大木須を愛する会」を発足し、古民家を拠点として里山資源を活用した地域ブランドを創出、小規模コミュニティビジネスにつなげる取り組みをしている。そのほか、横枕地区においては、若者を中心とした青年団による地域間交流促進や小木須地区においては、観光みかん園や国見棚田を活用した観光にも取り組んでいる。

これら既存資源の活用や新たな地域資源の発掘・活用について提言を求めていた。

### <地域再生マネージャー等からの提言>

「おもてなし」は無償と同じではないこと、事業開始前にボランティアからビジネスへの転換するための壁をしっかりと認識すべきであると指摘された。そのうえで、古民家については、自分たち自身が古民家の持つ魅力を知り、それを来訪者に効果的に伝えていく工夫をすること、地域資源の活用については、他地域との違いを理解し、商品にするために価値を伝えることにより、関わる全ての人や組織が共感できる関係づくりを構築することが重要であると示された。

また、3 地区だけでも連携できる切り口が幾つもあるため、地域外の人に向けて伝えていくだけでなく地域の人に伝え、知ってもらうことにより、地域内でお金を回していく仕組みを作っていくことが重要であるとの提言がなされた。



## (7) 和歌山県古座川町

平成 26 年 1 月 29 日（水）～1 月 31 日（金）

地域再生マネージャー等：井上 弘司（地域再生診療所(GRC 合同会社)）

：谷本 亙（まち&むら研究所）

### <地域の問題意識>

古座川町は、かつては林業を中心とした町であったが、長引く木材不況等により、厳しい情勢を迎えたことから、木材以外の特産品として柚子、シキミ、千両などの開発を進めてきた。特に主力である柚子は、「古座川ゆず平井の里」を中心に加工品づくりにも取り組み、成果を上げてきた。しかしながら、柚子農家の高齢化を背景に、柚子自体の生産量が年々減少しているのが現状である。

このような状況の下、「古座川ゆず平井の里」の今後のあり方と、観光資源及び特産品を活かしたまちづくりに対する助言を求めている。

### <地域再生マネージャーからの提言>

「古座川ゆず平井の里」については、「ゆず」という良質な素材、「モスフード」という力強いパートナーがありながら、活かしきれていないとの指摘があった。商品の見える化（素材の明示など）、商品ラインナップの効率化（サイズの統一など）、効率のいい販路開拓や企業の CSR の活用などを計画的に行っていくべきであると提言された。そのためには、ビジョンを明確にすることが重要であり、計画遂行に向けた体制を再構築する必要性があるとの提言をされた。

まちづくりについては、「ゆず」というまちの基盤となる「大物役者」（主要商品）を大切にしつつ、「若手役者」（新たな商品）を発掘し、それを「スター」（主要商品）に育てていくことが大事であるとともに、投資しても売れない「大根役者」（整理する商品）を早期に見極めて切り捨てることが重要であると示された。また、人材育成が重要な要素となるため、事業を継続させるための人材を育成するシステムを持つ必要があると提言された。



### こんなことはできませんか

商品の見える化→系統樹(素材)

利益寄与率分析→何が柱

サイズの統一化→絞り込み

安定収入確保→ふるさと便

企業CSR(資金・人の応援)→もっと活用

No	項目	内容	関連資料	チェック
ステップ1 外部人材の活用に関する検証				
1-1	問題意識の検証	<b>地域が抱えている課題の本質が何か明確にする。</b> <ポイント> ・地域が抱えている課題が何か、何を解決すれば地域再生・活性化に繋がるかを事前に明確に炙り出しておくことが事業実施の大前提となる。 ・なお、このプロセスにおいてもスポット的に外部の専門的人材(以下、外部人材)を活用して一緒に検討することも有効である。		
1-2	適用可否の検証	<b>実施しようとしている施策が、外部人材の活用に適しているかどうか検証する。</b> <ポイント> ・まず、持続可能性、ビジネス志向の両面を持った施策である事が前提になる。その上で実施主体が不明確、体制が不十分、施策に関係する組織間のしがらみがネックになりそう等、外部人材の活用が適していると考えられる理由・意図を整理しておく。		
1-3	事例の検証	<b>他の地域における類似の実践事例を参考とし、成果や必要な期間や関連施策等を検証する。</b> <参考> ・総務省 モデル事業報告関係ページ <a href="http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/model_jigyo.html">http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/model_jigyo.html</a> ・ふるさと財団 地域再生関係ページ <a href="http://www.furusato-zaidan.or.jp/">http://www.furusato-zaidan.or.jp/</a>		
1-4	期間の検証	<b>外部人材を受け入れる期間はどれくらい必要か。可能であれば予算措置も含めた検討を行う。</b> <b>(各種補助事業等を活用する場合、「ステップ5 申請手続き」を参照)。</b> <ポイント> ・期間については、外部人材を決めてから外部人材と相談の上、決定しても良い。 また、当初から本格実施を決めず、まずは外部人材に短期間来てもらい、地域資源等への助言等を受けることも有効である。 <参考> ・特別交付税による外部人材活用への財政支援措置 3年 ・ふるさと財団の新・地域再生マネージャー事業 ○助成事業 1年(最長2年) ○調査・相談事業 スタートアップ派遣 1年		
1-5	人材の検証	<b>施策に合致する外部人材を検討する。</b> <b>(複数の外部人材をチームで受け入れる検討も可)</b> <ポイント> ・外部人材に心当たりがない場合、以下の人材リストや1-3で挙げた他地域で活用された外部人材を参考とすることが有効。どのような人材が良いか、アドバイスを受けたい場合等は、ふるさと財団に相談することも有効である。 ・総務省地域人材ネット <a href="http://www.soumu.go.jp/ganbaru/jinzai/index.html">http://www.soumu.go.jp/ganbaru/jinzai/index.html</a> ・ふるさと財団(地域再生部 電話番号 03-3263-5736) <a href="http://www.furusato-zaidan.or.jp/">http://www.furusato-zaidan.or.jp/</a> ・内閣府地域活性化応援隊名簿 <a href="http://www.cas.go.jp/jp/seisaku/tiiki/070330meibo.pdf">http://www.cas.go.jp/jp/seisaku/tiiki/070330meibo.pdf</a> ・人材の検討から次に進む前に、行政内部の関係部署との合意形成を行っておくことが望ましい。また、首長の理解を得られれば、なお良い。合わせて、施策に関係する団体・企業・大学等との連携もある程度打診しておくことと良い。		



No	項目	内容	関連資料	チェック
ステップ2 外部人材の受入準備、日程調整等				
2-1	依頼内容の整理	<b>外部人材に依頼する内容を整理し、結果報告の方法を明確にしておく。</b> <ポイント> ・依頼内容(期待している事、して貰いたい事)を整理することで外部人材の取り組みが具体的になり、成果が上がりやすくなる。又、外部人材の取り組みの結果を報告書で提出してもらうのか、報告会で発表してもらうのか等を依頼前に決めておく。		
2-2	外部人材への連絡	<b>外部人材の連絡先を入手し、連絡を取る。</b> <ポイント> ・人材リスト等にある所管部署への問い合わせ、インターネットによる検索、過去取り組んだ団体への聴取等により外部人材の連絡先を確認。尚、連絡の際は、「〇〇を見て」、「〇〇市町村での実績を知って」と伝えるとよりスムーズとなる。		
2-3	日程調整 ①	<b>外部人材の受入日を決定する。</b> <ポイント> ・日程の設定に当たっては、外部人材側の都合は勿論、以下、外部人材と面談する関係者の日程も調整する。 <b>【調整が必要な関係者例】</b> 関係部署、首長等、関連団体(商工会、JA、漁協、NPO、住民組織代表等)	—	
2-4	日程調整 ②	<b>外部人材訪問時のスケジュールを関係者・調査(視察)先と調整の上、確定する。</b> <ポイント> ・日帰り対応か、宿泊対応か、外部人材がどのような交通手段を用いるか等について、調整が必要。なお、精算時に齟齬がなきよう、外部人材に対する旅費等について、市町村内の手続きと支給要件についても事前に確認。 ・関係者との面談、地域内の調査(視察)を効率的に組み合わせることが重要。特に、役所外の関係者との面談をセットする場合、庁舎で行うか、相手先で行うかも含めて検討する。また、2-8の資料により、外部人材が予定外の関係者、調査地の追加を求めて来た場合は、柔軟に対応する。	—	
2-5	庁内の受入体制の調整	<b>外部人材を迎え、事業を実施する上で必要な受入体制を明確にする。</b> <ポイント> ・本事業を進めていく中で、担当部署以外の他部署との連携が必要になる。そのため、関係部課間での役割分担とその範囲などを事前に調整しておく等、事業をスムーズに進めていくための行政内部での体制整備が必要となる。なお、2-6のように首長を含めて情報の共有化が図られると共に、担当部署に一定の裁量権が与えられていることが理想である。 ・事業を進める中では地域自らが取り組むことが不可欠となる。そのため、主担当者には、①地域づくりに見識を持っていること、②地域との人的ネットワークを築けること、③地域に愛着を持っていること、④顧客ニーズを把握出来ること、⑤行政内部での調整能力を有していること、⑥根気強いこと、等の能力を有した人材を確保しておくことが望ましい。		
2-6	情報共有	<b>庁内関係者との問題意識・課題、事業目的の共有化を行う。</b> <ポイント> ・1-1による課題の本質を、事業に取り組む全関係者が共有化して取り組むことが事業を円滑に進める上で不可欠である。 ・2-5において庁内の人的受け入れ体制を明確にした後に、関係者間で問題意識や地域課題、事業を行う目的を共有化する。		
2-7	★地域体制の把握	<b>地域づくりを担う人材・キーマンの把握</b> <ポイント> ・地域づくりを実際に担う人材・キーマンと早期から連携して事業を進めることが地域課題の解決においては有効である。 ・そのため、外部人材受け入れ段階から、庁内職員のネットワーク等を活用して、地域づくりに関心のあるキーマン候補を把握することが大切である。更に、どのような団体・人材で、どのような事業に適応するのかを明確にしておくことが望ましい。		
2-8	資料送付	<b>事前に外部人材に対し、基本的な資料を送付する。</b> <ポイント> ・市町村の基本情報、①人口、②沿革、③地域再生等の施策に関連して既に取り組んでいるもの、④関係団体情報等に加え、⑤地域資源、⑥調査候補地の関連資料、⑦パンフレット等を送付する。送付手段については、外部人材の希望を踏まえ、メール、郵送等、資料の内容により最も適切な手段を選択する。		
2-9	視察準備	<b>市町村内の移動手段、会議室等の手配、経費の支出準備を行う。</b> <ポイント> ・外部人材の人数(1人の場合以外)、同行する関係者の人数を把握したうえで、必要に応じて公用車等の手配を行う。 ・面談、調査等に経費が発生する場合(施設入館料、関係者への謝金等(発生する場合のみ)も日程調整に合わせて確認すると良い。	—	

No	項目	内容	関連資料	チェック
2-10	事前周知	<p><b>外部人材の受け入れの趣旨目的等について、関係者に周知する。</b></p> <p>&lt;ポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2-3で関係者との調整時に概要を説明しているはずだが、日程等確定後、改めて今回の外部人材受入の趣旨目的、当日の流れ等について、関係者に説明する。また、関係者からの質問事項等があれば、事前に聴取しておき、場合によっては、事前に外部人材に送付しておく、当日スムーズに面談等が進む。</li> </ul>		
2-11	役割分担	<p><b>外部人材受入時に必要な資料、役割分担の準備をする。</b></p> <p>&lt;ポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・(会議やヒアリングを行う場合、必要に応じて) 関係者作成の資料、次第、参加者名簿、席次表、ネームプレート、マイク、プロジェクター等、会議に必要なものに加え、パンフレット等もあると良い。</li> <li>・会議やヒアリングの司会、あいさつや説明について、役割分担を明確にしておく。</li> </ul>		

※★は長期で外部人材を活用する際に特に重要な項目を意味する。

No	項目	内容	関連資料	チェック
ステップ3 受入時				
3-1	最終調整	<b>前日までに外部人材に最終的な日程の確認等を行う。</b> <ポイント> ・①外部人材が送迎地点に来る時間、②交通手段、③待ち合わせ場所について、確認しておく。 ・当日の緊急連絡先（担当部署の連絡先、担当者の携帯番号）について事前に連絡する。 ・担当者は外部人材への同行等、終日庁舎から離れる可能性が高いため、不在時の連絡体制について、留守番担当等との調整を図る。 ・関係者への連絡手段、連絡者（当日の日程等変更による対応等）について、事前に役割分担を決める。担当者が外出先等から直接連絡する場合は、関係者の連絡先リストを作成し、持ち歩くようにする。	—	
3-2	送迎	<b>待ち合わせ場所で迎える。</b> <ポイント> ・外部人材が利用する交通機関の状況、日程上通行するルート等の交通状況について把握し、問題がないことを確認する。交通機関等の混乱等により、予定の日程が組めない場合は、その場で日程の組み替え等を行う必要がある。		
3-3	案内	<b>面談、会議への案内や視察先の案内等を行う。</b> <ポイント> ・まず、地域ガイダンスを実施する。 ・可能であれば、前の予定が終了した時点で、次の予定先に連絡を入れると良い。 ・外部人材より視察の追加、変更の希望がある場合は柔軟な対応が必要。 ・外部人材の意見、コメント等はメモしておく。また、視察等の状況については、デジカメ等で保存し、メモと合わせて後日、視察概要を作成する準備をする。	—	
3-4	報告、日程調整	<b>報告を受け、次回の日程を調整する。</b> <ポイント> ・外部人材から挨拶、総評、コメント、アドバイス等、総括的な対応が必要な場合は、会場の設定、関係者への周知を忘れずに行うこと。その際、外部人材からの配付資料等がある場合は、入手次第、必要部数を事前に印刷等、用意すること。 ・継続して外部人材を受け入れる場合、次回の予定等について調整すること。 （具体的な日程が決まっていなくても、予定時期の調整は行っておいた方が良い）。		
3-5	送迎	<b>見送る</b> <ポイント> ・外部人材は多忙な方が多いので、遅れないよう、時間に余裕をもって終了する。		
3-6	★取組姿勢	<b>外部人材との一体的事業遂行</b> <ポイント> ・事業遂行においては、外部人材と二人三脚で地域をより良くしていくという事を十分に認識することが必要である。又、事業が軌道に乗るまでは、外部人材と地域住民・団体との橋渡し役を果たし、外部人材・地域と十分にコミュニケーションを図ることが重要である。 ・また、外部人材の専門的な知見・ノウハウを鵜呑みにせず、自分なりに咀嚼して地域に応用することが重要である。		

※★は長期で外部人材を活用する際に特に重要な項目を意味する。

No	項目	内容	関連資料	チェック
ステップ4 外部人材受入後				
4-1	記録作成、周知	<b>外部人材訪問時の記録を作成し、関係者に周知する。</b> <ポイント> ・受入時のやりとり、外部人材からの指摘やアドバイス、調査・視察の状況について概要を作成し、関係者に周知する。 ・概要作成時には、可能な限り、外部人材訪問により得られた事項（効果やアドバイス）とそれに対する対応（課題とその解決、施策への反映等）、次回訪問予定等についても盛り込むと良い。	—	
4-2	意見等の聴取	<b>関係者からの意見、今後の意向を聴取する。</b> <ポイント> ・外部人材訪問時の協議内容等について、関係者間で情報を共有し、同じ方向性を持って取り組むことは重要である。4-1 で実施した訪問記録の確認を踏まえて認識の共有化を図る。 ・また、外部人材訪問時に受けた指摘、アドバイスに対しての感想や意見、またそれを踏まえた今後実施予定の行動計画を聴取する。		
4-3	連絡	<b>外部人材との連絡を取る。</b> <ポイント> ・アドバイス等への感想（及び今後の対応予定等）、今後の外部人材訪問予定等について、時間を置かずに連絡を取る。 ・その際に、4-2 で聴取した地域関係者からの意見、意向を伝え、地域関係者と外部人材の実施内容の方向性確認を行う。		
4-4	今後の検討	<b>関係部署、関係者を交え、今後の外部人材活用について検討を行う。</b> <ポイント> ・関係者を交え、訪問時の対応等（感想、反省、アドバイス等への対応等今後の展開、次回外部人材活用時の内容等）について、検討を行う。		
4-5	次回の検討	<b>次回外部人材受入について検討を行う。</b> <ポイント> ・同一外部人材の再訪、異なる外部人材の活用、外部人材によらない施策の実施等、方向性を定めようとして、次回の調整等を実施する（ステップ1に戻る）。		

No	項目	内容	関連資料	チェック
ステップ5 国やふるさと財団等における事業に申請する場合				
5-1	情報入手	<p><b>申請を検討する事業の情報を入力する。</b> <b>(遠慮せず申請前に相談することも重要である)</b></p> <p>&lt;ポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>申請に関する情報については、政令指定都市を除く市区町村では都道府県の担当課から送付されてくる場合が多い。また、この場合、申請も都道府県経由で行う場合が多い。</li> <li>事業を実施しようとする部署と都道府県から情報が提供される部署が必ずしも同じ部署ではないため、関係部署との連絡は密に取ること。</li> <li>担当部署が異なる場合、庁内締切の設定がタイトな場合があり、また、他部署との調整、連携も必要な場合があるので、事前準備・調整も進めておくこと。</li> <li>上記都道府県経由の他、各団体において、ホームページ等に情報が掲載されることがあるので、関係団体への問い合わせやホームページ等の確認を行うこと。</li> </ul> <p>・地域活性化情報総合サイト（国の地域活性化関係施策を検索出来る） <a href="http://www.chiiki-info.go.jp/measures/">http://www.chiiki-info.go.jp/measures/</a></p> <p>・ふるさと財団 <a href="http://www.furusato-zaidan.or.jp/">http://www.furusato-zaidan.or.jp/</a></p>		
5-2	申請要件確認	<p><b>申請希望内容が対象事業であるかを要領等で確認する。</b></p> <p>&lt;ポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>不明な点があれば、申請を所管する団体・部署へ確認を行うこと。この場合、直接ではなく、都道府県経由や取りまとめ部署経由で行う必要がある場合がある。</li> </ul>		
5-3	内部調整	<p><b>申請にあたり関係部署等と調整を行う。</b></p> <p>&lt;ポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>予算担当部署、事業関係部署等との調整を行う。</li> <li>特に 100%助成事業や実証モデル事業等ではない限り、自己財源の裏付けが必要となるので、申請前に必ず予算担当部署との調整を行うこと。</li> <li>部内調整と同時に、事業実施に当たり、庁外の関係者との調整が必要な場合、適宜、情報交換や意見聴取等も進めること。</li> </ul>	—	
5-4	申請準備	<p><b>申請に向けた準備を行う。</b></p> <p>&lt;ポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>担当部署、担当者の明確化と関係部署との役割分担。</li> <li>予算措置と事業実施可能時期の明確化。</li> <li>申請書類の作成、申請に必要な資料等の作成及び調整。</li> <li>外部人材への事前相談等。</li> </ul> <p>&lt;参考&gt;</p> <p>(例) 新・地域再生マネージャー事業【ふるさと財団所管】の申請書記載事項</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>外部人材を活用希望する背景（課題認識）</li> <li>これまでの取組経緯</li> <li>希望する支援内容</li> <li>外部人材導入によって達成したい目標</li> <li>受入希望スケジュール</li> <li>事業収支計画</li> <li>担当部署、連絡先</li> </ul>	—	
5-5	申請	<p><b>申請を行う。</b></p> <p>&lt;ポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>期限内に、必要な手続き等（決裁等）を必ず終えた上で、所定の手続きに沿って申請を行うこと。</li> <li>申請先からの問い合わせ等がある可能性があるため、申請書類一式はコピーを取り、手元に保管しておく。</li> </ul>		
5-6	計画確認	<p><b>スケジュールの確認等を行う。</b></p> <p>&lt;ポイント&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>申請から採択までのスケジュール、採択後のスケジュールについて確認すること。</li> <li>採択後、スムーズな事業のスタートを行うための事前準備・調整を行うこと。</li> <li>①外部人材との日程調整と訪問時の対応相談、②関係部署、関係者との事前調整と役割分担の明確化、③事業期間を踏まえた計画表の策定と関係部署、関係者との意識・情報共有等</li> <li>万が一、採択されなかった場合の対応についても、申請段階から念のため、検討しておくこと。特に財政の裏付けを行っている場合、その予算執行等についても、予算担当部署との調整のうえ、単独事業でも実施すべきか、執行しないこととするか、検討する。</li> <li>特に、事業期間が採択決定日時より早い場合、採択を見越して事前に事業を実施してしまう場合も考えられるが、採択されなかった場合のリスクを考慮して、不採択の場合、休止するか、単独事業として継続できるような状況にしておくこと。</li> </ul>		

No	項目	内容	関連資料	チェック
5-7	採択受理	<b>採択に関する連絡を受ける。</b> <ポイント> ・採択については、「内示」がある場合と、直接「採択通知書」が送られてくるケースがある。 ・申請先には、採択通知受領後（内示連絡後）、事業開始時期や年度内のスケジュール、助成期間終了後の手続き等について、確認を行う。		
5-8	事業開始	<b>事業を実施する。</b> <ポイント> ・事業の実施に当たり、必要なステップからの手順により、事業を開始する。		

以上

## 第4章

---

### 事業成果の総括と今後の課題

---

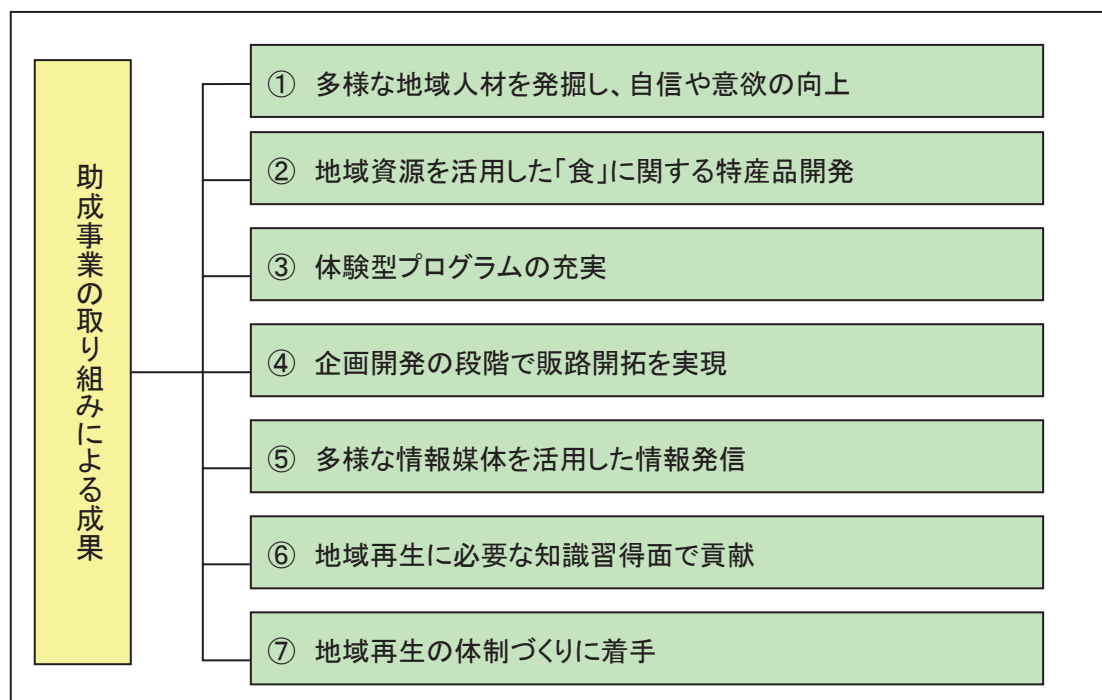
## 第4章 事業成果の総括と今後の課題

### 1. 助成事業の成果と課題

#### 1-1. 助成事業の成果(助成事業の7つの取組成果)

今年度の助成事業の成果は以下の7点に集約できる。

##### ■ 助成事業の7つの成果



##### (1) 多様な地域人材を発掘し、自信や意欲を向上させた

助成事業では地域資源の魅力探しのため、地域再生マネージャー等及び当該市町村担当者が個別に地域関係者にインタビューを行ったり、地域の関係者を一同に介して、地域資源の魅力や課題に関する意見交換を行う。このような助成事業の取り組みは、地域における多様な人材を発掘する絶好の機会として機能している。

島根県雲南市では、若者を対象とする地域塾を開設し、地域塾生（11名）が地域活性化や起業についてのマイプランを完成させ、多くの聴衆の前で発表し、実現に向けた取り組みを始めている。この取り組みは地域貢献を志向する若者層を掘り起こし、若手・多分野のネットワークをつくる効果があるものとして注目され、東北や中国地方など約5か所で地域活性化策として取り入れられる予定になっている。若者を対象とする同様の取り組みとして、佐賀県唐津市でも、自治組織の中核を担う神集島在住・出身者の30代以下の若者と「神集島まちづくり研究室（以下、まちケン）」を設立し、ワークショップと調査分析を繰り返しながら、新たなコミュニティ作りの機運が醸成できた。



愛知県豊橋市では、当初は参加者に不安の声があったようだが、自らが作り出したアイデアが膨らみ、形になっていくに連れて主体性が生まれ、また成果を出したことにより自信を持つことができたとの報告がされている。

福井県鯖江市では、産地再生に向けて、ワークショップ等を通じて、「今やれること」、「今後やらなければならないこと」、「鯖江が持つ実力と秘めた可能性」等が明確に見えてきたことで、参加者の自主性とヤル気が向上したとのコメントがあった。

このように助成事業は、地域人材の自信や意欲を掘り起こす機会として機能しており、年齢や職業を問わず、様々な地域人材を発掘する成果をあげている。

## (2) 地域資源を活用した「食」に関する特産品開発で一定の成果をあげた

助成事業の実施により、多くの地域で地域資源を再確認でき、地域資源を活用した「食に関する特産品開発」という実績をあげた地域が多かった。

徳島県三好市では、お茶農家が自家用にしていた山茶に着目し、「山茶のプレミアムブランド」化を検討した。お茶の専門家などの鑑定を受けたところ、これまで販売してきたものよりも高額の価格評価が得られたことから、今後は高額商品としての展開に向けての検討を進めることになっている。

秋田県大館市では、マルシェに出品したところ大人気となった陽気な母さんの店の「比内地鶏元気丼」や「ゆうがおの甘酢漬け」などの商品が生まれた。

宮城県涌谷町では、生薬のまちづくりをめざしており、「食の町民まつり」で生薬（ウイキョウ、クコ、ベニバナ）入りクッキーと町内産ハト麦茶、カンゾウ入りキムチを出品している。また、どのような生薬が高額商品になるのか、専門商社の意見を聴取している。

愛知県豊橋市では、二川地区における、「食べるものが無い」、「お土産が無い」、「長い間滞在してもらえない仕掛けがない」という大きな課題を解決するため、お土産・特産品としての「食」を開発することを目的として取り組み、味噌と季節の豊橋野菜を使用した二川宿煮みそ（仮称）、豊橋のさつまいも「ベニイムレ」を使用したスイート・ポテト、豊橋の無農薬レモン（初恋レモン）と、かつて二川宿で提供されていた柏餅を融合させた新商品、紅茶などの商品を開発した。

このほか、北海道小樽市の地元猟師のまかない飯、北海道下川町のクルミの実を活用したパン、愛媛県今治市のレモン酢、だいたい酢の醸造に関する取り組みやサラダドレッシングなどの商品開発、島根県雲南市における郷土料理である焼き鯖をつかったバーガーなど、多くの地域で地域資源を活用した食に関する特産品開発に取り組み、一定の成果をあげた。

いくつかの事例に見られるように、専門家による評価を受け、試食会を開催することで現状の市場評価、あるいは課題や解決方向の確認等を行えていることから、特産品開発にあたっては、早めに市場調査を組み込んで計画を立てることが大切と思われる。

### (3) 体験型プログラムの充実に取り組んだ

体験型プログラムの充実に取り組み、ニューツーリズムの創出に努力した地域も多数あった。

神奈川県横須賀市では、長井地区の自然を生かしたプログラムを開発し、修学旅行を中心とした学校団体の受け入れを切り口に交流人口を増加させ、活性化を図ることを目的として、1次産業従事者に体験サービスの運営、開発、インストラクターとしての新しい取り組みに挑戦し、漁業・農業関連での体験プログラムの開発等を行っている。

北海道奥尻町では、地域資源を活用して、新たに20プログラム（島ミニクルージング体験、あわび狩り体験、ウニ獲り体験、ミニ磯釣り体験、島ビーサンデザイン体験、ブナの苗ポット販売、奥尻島のブナの種販売、厳冬の奥尻島散策ツアー、バードウォッチングツアーなど）を開発した。

秋田県大館市では、ANA総研と連携し、農作業・曲げわっぱづくり・きりたんぼ作り・農家の生活などを体験メニューとした農家民宿モニターツアーを開催した。修学旅行時期以外での体験型観光の推進のため、スポーツ合宿や外国人ツアー等の受け入れを行い、受入体制の充実に図った。

愛知県豊橋市は、二川の歴史・文化を楽しむ「体験プログラム」を開発するため、ボランティアガイド組織の設立、ガイドコースの作成をするとともに、二川の文化や歴史的遊びを楽しむための体験プログラムを創出した。地域再生マネージャー以外の専門家による外部評価も組み込んでいる。

愛媛県今治市では、しまなみ海道で必要とされる人材を育成するため、みかん畑の耕作放棄地を活用した教育プログラムを作成した。地域おこし協力隊と共同して体験活動を企画し、雑草刈り、枝打ち、摘果や収穫に学生、子供など観光客を入れ込み教育プログラム化した。

多くの地域で「自然との共生」が共通するテーマとなった。また、「観光」だけでなく、「教育や人材育成」との組み合わせに重きを置いた取り組みも目立ったが、これらの視点は地域再生をめざす上で重要な視点であると思われる。

### (4) 企画開発の段階で販路開拓にも成功した

地域再生の事業化に向けては販路開拓が大きな課題となることも多くなっているが、今年度の助成事業の中では商品開発・特産品開発の過程で販路開拓支援を行い、事業化の目処が見えているものもあった。

新潟県上越市では、北陸新幹線開業に向けた販路拡大、販売促進につなげるため、上越妙高駅、新幹線のグランクラスでの車内サービス、車内カタログ販売や高速道路サービスエリアや百貨店などで取り上げてもらえるような商品作りをめざし、販売側で活躍されているバイヤーなどに商品PR、販売の後押しに協力いただいている。新幹線の始点である東京駅にある店舗との商談や商品を扱いたいとの引き合いも出てきている。

また、愛知県三好市では、プレミアムブランド化を進める商品の具体的な販売戦略を策定し、商談会の設定・参加および百貨店や専門店のバイヤーへのアプローチを行い、大阪

の大手百貨店のインショップや神戸の自然食品販売店等での取り扱いが決まった。

消費団体とのコラボレーションで商品開発と販路開拓に成功している事例もあった。島根県雲南市では、郷土料理である焼き鯖をつかった新しい商品（サバーガー）を地域の食の団体や病院などと連携して開発し、出雲大東駅のふれあい祭り、雲南市民病院の病院祭などで販売している。

その他、神奈川県横須賀市では、県に対して簡易宿所の登録条例緩和または民泊の指針作成を働きかけながら、教育旅行受入の民泊を整備し、平成 26 年度に 2 校の学校受け入れが獲得できた。

熊本県上天草市では、販路を正式に確立できたわけではないが、その販路先を具体的に見越して輸出商品となるナマコを育成から始めており、イタリアの都市との姉妹都市提携先も具体的に見えてきている。

今後も人口減少が進むと事業成立が非常に厳しくなると予想されることから、販路開拓はますます重要になるだろう。このように商品や特産品の企画段階でバイヤーや地域内の大きな消費需要と連携することも事業実現に向けた重要なポイントになると考えられる。

#### (5) 多様な情報媒体を活用した情報発信を行った

様々な情報媒体を活用して情報発信強化に取り組んだ。地域住民が日頃から目にする機会の多い地域の広報誌等を活用した取り組みが行われた。栃木県那須塩原市では、市の広報「なすしおぼら」にて「那須塩原でエネルギーの地産地消！」と題した連続コラムを連載し、本事業の紹介、市民向けイベント等の案内、市内の再生可能エネルギー事業の紹介などを掲載した。長野県根羽村では、「山里プロジェクト・山里木の駅通信」を全戸配布し、村民全体で共有した。神奈川県横須賀市は、神奈川県の体験学習の冊子に長井民泊を掲載してもらうなどの情報発信を行った。

北海道下川町では、若者事業後継ぎ全国公募でホームページを活用、事業承継申し込みがあり、2 次面接まで完了し 1 件が検討中である。また、あわせて「北海道暮らしフェア」で下川町ブースに 32 組の移住希望者が来場し、調査票を基に面談した。後日 5 組の方から移住の可能性を示唆するメールをいただいた。

北海道奥尻町では、ホームページの保有率の向上に向けた取り組みを行い、全宿泊施設の 80% がホームページを保有し、営業活動に利用するに至った。奥尻島・島ビーチサンダルコンテスト、奥尻島・離島北限のお米を守れプロジェクト、奥尻島観光フォトコンテストの 3 つのプロジェクトごとに Facebook を立ち上げ、情報発信を行った。

マルシェ等への出展で PR する取り組みもあった。秋田県大館市では、都内霞ヶ関ビルで開催された「霞マルシェ」に大館ブースを出展し、大館産品 27 品目を販売した。沖縄県那覇市において「第 2 回全国おばあちゃんサミット」が開かれ、第 1 回目を開いた大館市から「大館曲げわっぱトロフィー」を贈呈し、大館の伝統工芸品の PR や特産品販売を行った。また、地元テレビが主催する CM コンテストに参加、準優勝を獲得し、地元テレビでの 100 回分の CM 枠を獲得、情報発信につながった。

新潟県上越市では、地域ブランドとなる認証制度を立ち上げ 5 事業者 9 商品を認証し、市内イベントに合わせて認証品のお披露目を行うほか、地域外への販路拡大に向け、首都

圏で行うスーパーマーケット・トレードショー2014にも出展し、広くPRした。

以上のように、PRの目的、アピールしたい想定ターゲット層の違いを踏まえ、情報発信を適切にかつ継続的に実施していくことで、地域再生の取り組みに対する認知度向上や理解の進展につながることを期待される。

#### (6) 地域再生に必要な知識習得面でも貢献した

助成事業は地域関係者の資源や地域再生に関する知識習得面でも貢献した。

北海道奥尻町では、知識・ノウハウの獲得へ向け観光会議の定例化を行い、イベントの検証等を通して問題の確認と打開策の検討を行うなど観光協会の機能強化に取り組んだ。また、沖縄伊平屋島のムーンライトマラソンをビジネスモデルとしてロイヤリティ契約を結び運営ノウハウを獲得し、平成26年度に奥尻島ムーンライトマラソンを実施する予定となっている。

宮城県涌谷町では、地域関係者の生薬栽培に関する知識の習得のため、町外視察を2度実施し、薬草園を見学、薬学研究者の解説を通じて各生薬の栽培上の留意点等について理解を深めた。また、新潟県胎内市と村上市を訪れ、生産体制及び生薬による地域おこしの事例を視察している。一方、町民全体の生薬に対する理解促進のため、東洋医学の医師による啓発講座を開催し、漢方における各臓器の役割や各種症状との関わりについて解説を受け、日常の健康管理への活用法を学んだ。

栃木県那須塩原市では、市内のイベントでの再生可能エネルギーについてのブース出展や地球環境問題についてのシンポジウムの開催を通し、市民への再生可能エネルギーの普及啓発活動を行い、小中学校、公民館や放課後児童クラブなどで再生可能エネルギーについての理解を深めるための「再生可能エネルギー教室」を開催した。

長野県根羽村では、地域資源と地域通貨活用による地域活性化成功事例であるドイツのバイエルン州レッテンバッハ村長の講演を実施し、根羽村と同じく小さな村の自治と自立の取り組みに大きな共感と自信を村民にもたらし、大成功をおさめた。

熊本県上天草市では、オリーブ産業やナマコ産業の創出などの6テーマに分けた団体を設置し、勉強会や情報交換会を実施した。

このほか人材発掘でも紹介した島根県雲南市や佐賀県唐津市の取り組みは地域関係者の教育や啓蒙という意味でも成果をあげた。

地域に根付いた地域再生を実現するためには、より多くの地域関係者の正しい理解や認識が不可欠である。地域関係者に対する啓蒙等の効果面でも大いに貢献したと考えられる。

#### (7) 地域再生の体制づくりに着手できた

助成事業を通じて地域再生実現に向けての体制づくりにも着手した地域があった。

北海道奥尻町では、観光協会のミニ商社化など観光と物販での法人化をめざすこととなった。

宮城県涌谷町では、本事業の主体となる住民組織として「涌谷町生薬まちづくりの会」を設立し次年度以降の事業拡大（生薬の出荷販売や加工品の開発・製造販売）や法人化の

是非等について活発な議論を行った。

神奈川県横須賀市では、長井体験たび推進協議会の学校団体の受け入れに向けた体制づくりを進めた。

栃木県那須塩原市では、那須塩原市太陽光発電事業者設立準備会を立上げ、太陽光発電事業者の自発的な設立の可能性について学習会や検討会を行った。

長野県根羽村では、木の駅実行委員会が立ち上がり、説明会から参加者募集、集荷・発見・換金業務と運営が自律的に行えるようになった。I ターンの若者を中心とした薪供給組織の立上げを支援し、特養稼働時、確実に良質な薪を安定的に供給できる体制づくりが始まった。

愛知県豊橋市では、商家「駒屋」を運営管理し、かつ二川の地域活動の中心となる組織として NPO 法人を想定し、その根幹となる設立の目的や目標を明確に定めた NPO 組織設立の申請をおこない、来年度認証を受ける予定となっている。

島根県雲南市でも NPO 法人の設立を視野に入れて取り組みが行われた。若者及び地域支援等を行う中間支援団体を立ち上げ、幸雲南塾の運営支援等を行ったが、今年度中を目途として、NPO 法人設立が予定されている。

地域再生に向けては体制づくりも重要なポイントであり、その第一歩として、関係者による協議会設立等のアクションが起こされている。また、事業主体として NPO 法人の設立を想定している場合には、今年度の事業支援成果を受けて申請等の手続きまで着手されている。しかしながら、地域関係者による株式会社設立などの事例は見られなかった。

## 1-2. 助成事業を通じての地域再生の課題

今年度の助成事業を通じて、地域再生の実現に向け、以下のような点が課題ではないかと思われる。

### (1) 人件費の捻出

多くの地域で特産品開発等が実現できているが、人件費を安定して吸収できるほどの収益確保まで期待できる事例は少ないようである。

例えば北海道下川町では、農産品は規格品で生計が成り立っているため、規格外品の活用までは手間とコストを考えると事業参加・協力が難しい。くるみの実実は 10 数年かけて利用することが可能となったが、加工の手間や、衛生管理の問題、加工設備の問題等が山積しているとのコメントがあった。

秋田県大館市でも、「比内地鶏元気丼」「白神生ハム寿司」等の新メニュー開発を行ったが、新たな雇用に結びつけるまでには至っていないとの認識が示された。

一つの商品の付加価値化を模索して収益をあげる、人件費を捻出できるような個数を販売するためにバイヤーと連携する、一つの商品で人件費を全て捻出することが難しい場合には、他の業務との組み合わせで捻出する等を検討することが考えられる。

## (2) 地域における認知度・理解度の向上(啓蒙)

地域再生を実現するためには、引き続き地域関係者の認知度・理解度をあげることが重要であると認識している地域が多かった。

栃木県那須塩原市の報告では、意識の向上を図るために、今後も市民への啓発活動を引き続き行っていく必要があるとの意見があった。

神奈川県横須賀市では、長井の人達をどれだけ長井体験たび推進協議会に参加してもらえるかが鍵であり、来年度の本格的な民泊の受け入れに向けた準備や、実際に受け入れの体験をしてもらうことにより、地域に民泊が根付いていくための取り組みを継続して実施していく必要があるとの認識であった。

福井県鯖江市でも鯖江ブランドの更なる精緻化、産地内の合意形成に向けた活動強化が必要との意見があった。

## (3) 地域関係者の人材育成

地域再生において、地域に自信を取り戻し、人材の能力を発揮させ、新たな成長分野を切り開いていくことが重要である。

愛媛県今治市では、有能な外部人材の誘致に向け、地域おこし協力隊の制度の運用の継続も視野に入れながら、若い外部人材がどうやって定住していけるかについて、地域おこし協力隊の取り組みなどを行政と地域とで見守っていくべきであるとコメントしている。

当該市町村担当者や地域再生マネージャーが相談し、教育機会を創出し、時間を要するかもしれないが、地域リーダーとなるための環境を整え経験と自信をもってもらうためのサポートやフォローが求められる。

栃木県那須塩原市では、再生可能エネルギーの市民ベースでの普及に取り組んだが、先進地で存在していたような強力なリーダー、自発的に市民ファンドを活用した太陽光発電を担っていこうという決定的な人材・事業者が現れるかどうか、まだ見えない状態であることなどをコメントしており、人材育成・発掘の重要性がカギとなる。

## (4) 組織体制

組織体制のあり方については、悩みを抱えている地域が多かった。

宮城県涌谷町では、まちづくりの会の法人化に加え、傘下の各事業部門の法人化も視野に入れて実施体制を検討していくことが求められる。

秋田県大館市では、会員同士のコラボ事業や独自のイベントの組織を維持・発展することが課題となる。定期的なイベントを開催するなど、今後の組織運営方法を検討する必要がある。

新潟県上越市では、地域の事業者が何かをしてみたいとの思いを知ることができ、また事業者は何をすべきかを知る大きなきっかけとなった。加工業者だけではなく、農業生産者、飲食店など、異分野、異業種との連携を行うことで、今ある商品の付加価値を高めた新商品の展開にもつなげていく必要があるとのコメントであった。

福井県鯖江市では、鯖江ブランドを管理・推進する専任人材（事務局）を同協会内に設ける必要がある。

愛知県豊橋市では、設立するNPO組織の運営体制・事業実施基盤・事業ノウハウの確立が課題であるとのコメントがあり、島根県雲南市では中間支援団体は必要不可欠だとしても、その組織がどんな形であるべきか、継続的に維持できるのか甚だ不透明であるとの悩みのコメントがあった。

地域産業に関わる様々な関係者が知恵やノウハウを持ち寄り商品やサービスを開発し、販路を開拓していくことが求められる。地域リーダーを中心に、多くの地域関係者を巻き込んでいく重層的な地域産業創出のためのマネジメントシステムの構築を実現していくことが重要である。

地域産業創出のためのマネジメントのあり方としては、強力なリーダーの下で実現するパターンもあるだろうし、地域関係者の合議制を大切にされたパターンも考えられる。助成事業の実施により地域人材を発掘できた地域では、次のステップアップをめざし、地域人材のやる気や自信を最大限に活かすことが出来る、地域事情に応じたマネジメントシステム（法人設立等の検討含む）の構築が次の検討課題になる。

## 2. 調査・相談事業の成果と課題

### 2-1. スタートアップ派遣、フォローアップ派遣の成果

今年度は新たな試みとしてスタートアップ派遣 4 件、フォローアップ派遣 1 件を実施した。スタートアップ派遣は、地域再生をめざす市区町村に対して、特に「地域住民の地域再生への意識を醸成し、地域住民が主体となった持続可能な仕組み」等に向けての取り組みについて、外部人材を派遣し、地域の持続的活性化のための助言等を行うものであった。一方、フォローアップ派遣は外部人材を派遣して過去の助成事業等の成果、進捗状況など検討・分析し、地域の持続的活性化のためのさらなる助言や、作り上げたビジネスの拡大、交流人口の拡大、定住人口の拡大等のための助言や情報提供を行うものであった。

特にスタートアップ派遣は、地域再生マネージャー等が地域に本格的に入り込む前の段階において地域の課題や問題点を検証出来ること、また、地域の受入体制の状況などを把握出来ることは、地域にとっても地域再生マネージャー等にとっても大変に有益であるとのコメントをいただいている。

### 2-2. 外部人材活用マニュアル作成のための調査(短期診断派遣)の成果

外部人材活用マニュアルの検証・拡充に向け、「短期診断派遣」として外部人材を受け入れる手順をマニュアル化するための調査を実施し、1 箇所当たり 2 人の地域再生マネージャー等を 2 泊 3 日で 7 市町村に派遣した。平成 25 年度はふるさと財団ホームページで広く募集したため派遣先が分散した。石川県 1 町、愛媛県 1 市、和歌山県 1 市 1 町、奈良県 1 村、栃木県 1 市、福岡県 1 町であった。

派遣された地域再生マネージャー等は、現地にて精力的に地域関係者との意見交換や視察を行い、その診断結果を報告書としてまとめ、関係者に対して提言を行った。限られた時間内での診断ではあるが、報告会においては、経験や知見が豊富な地域再生マネージャー等による真摯な提言に対し、賛辞が送られた。

短期診断派遣から助成事業へステップアップして地域再生に本格的に取り組む事例が毎年度、数事例みられ、相応の結果を出している。また、今年度からスタートアップ派遣も開始している。このような段階別の取組推進も有効であると思われる。

### 2-3. 地域再生セミナーの成果

平成 25 年度の地域再生セミナーは和歌山県、愛媛県及び石川県において開催され、開催県の要請に基づくテーマに対して、学識経験者などによる基調講演や地域再生マネージャーによる地域再生の事例紹介を行った。

どのセミナーも県下の地方公共団体関係者を中心に多くの地域関係者が集い、熱心に聴講された。また、インターネットなどを広く活用して周知した結果、活況を呈し、セミナー後のアンケート調査で「満足」以上とする回答者の割合は概ね 8 割となっている。



### 3. 総括

平成 25 年度事業の総括として、外部人材を活用する効果、意義及び留意点をまとめてみたい。

#### 3-1. 外部人材を活用する効果や意義

##### (1) 新たな気づき・モチベーション

「新たな気づき・モチベーション」という点では、地域再生マネージャー等から指摘されたことで地域の再確認ができた、今まで見えていなかった課題に気づかされたなどといったことが挙げられている。また、地域再生マネージャー等が地域に入り、一緒に事業を行うことで行政担当者自身が多くのことを学べた、あるいは、住民や関係団体にも大きな影響を与えたなど地域の「人材育成」に大きく貢献したという意見もあった。

複数の専門家が担当する、あるいは専門家ネットワークを活用し、外部専門家を活用するパターンも増えている。事業創出が複雑化・高度化していることに対応しての専門家活用であると思われる。

##### (2) 販路開拓

事業振興にあたっての「専門家アレンジメント」や「販路開拓支援」などで地域再生マネージャー等のネットワークなどの効果的な活用が行われたことが成果につながったという意見や、地域再生マネージャー等が本事業と他の類似事業と連動させて実施するなど「事業マネジメント」面での工夫をしたことで相乗効果を引き出せたとした回答もあった。

地域再生マネージャー等の豊富な経験やノウハウによるアドバイスや、ものの見方の適切性や先進性などに対して行政担当者が効果や意義を実感していることがうかがえる。また、地域内人材の経験や人脈だけでは対応が難しい場合に地域再生マネージャー等の能力やネットワークが機能したケースにおいて効果などが感じられている。

##### (3) 女性マネージャーの活用

平成 25 年度事業でも多くの女性マネージャーが活躍した。

それぞれの地域での溶け込み方、事業の進め方は異なっているが、総じて地域の人達との距離が近く、特に女性を巻き込みながら事業を進めているように見受けられる。目標を設定し、そこに向けて地域全体を引っ張っていくというマネジメントスタイルと比べると、様々な主体・地域の人を「ワイワイガヤガヤ」しながら巻きこみ、いつの間にか、その気にさせて、自らが動くように仕向けているというタイプのマネジメントに長けているようにも思える。

また、地域の女性の声や活動を引き出すという点において、女性の地域再生マネージャー等の貢献は大きい。地域において女性が、積極的に発言し、活動していくことが好まれていないとする声も聞かれる。そうした中で、外部者であることを強みとして、男性中心

に議論が進む中で女性側の視点からの意見を事業に反映すること、同性という気軽さから女性の意見を引き出しやすくする雰囲気づくり、体制づくりなどを行う中で地域の女性の声を引出し、活動を展開させていくことの効果は大きい。

女性の力を引き出すために、女性の地域再生マネージャー等の方が有利な面もあるが、地域再生を進めていくうえで、地域の女性の声を吸い上げ、力を引き出すための様々な工夫などについては男女に関係なく、積極的に取り組んでいく必要がある。

#### (4) 販路・顧客などのニーズから入る商品開発

6次産業化や交流人口の拡大をめざした取り組みでは、販路・誘客などマーケットを見据えた商品開発が必要となる。本事業においても販路からのアプローチによる商品開発をめざした例があった。

専門的ノウハウを有する外部人材と地域関係者との一体感を醸成し、プロダクト・アウト型（生産者視点からの開発）ではなくマーケット・イン型（消費者視点からの開発）で、経営ノウハウを活用してマーケティングにもとづく販売戦略を機能させることが重要である。

最終的には開発した商品の売上が伸びなければ、それまでの努力は報われない。そのため、6次産業化や交流人口の拡大をめざす取り組みについて、当初から販路・誘客を見据えた実践が望まれる。

ふるさと財団では、事業概要の中で「地域再生に関する参考情報」として販路情報や他地域における取組事例などを以下、URLにより公開している。より実践的な成果を達成するうえで参考としてもらいたい。

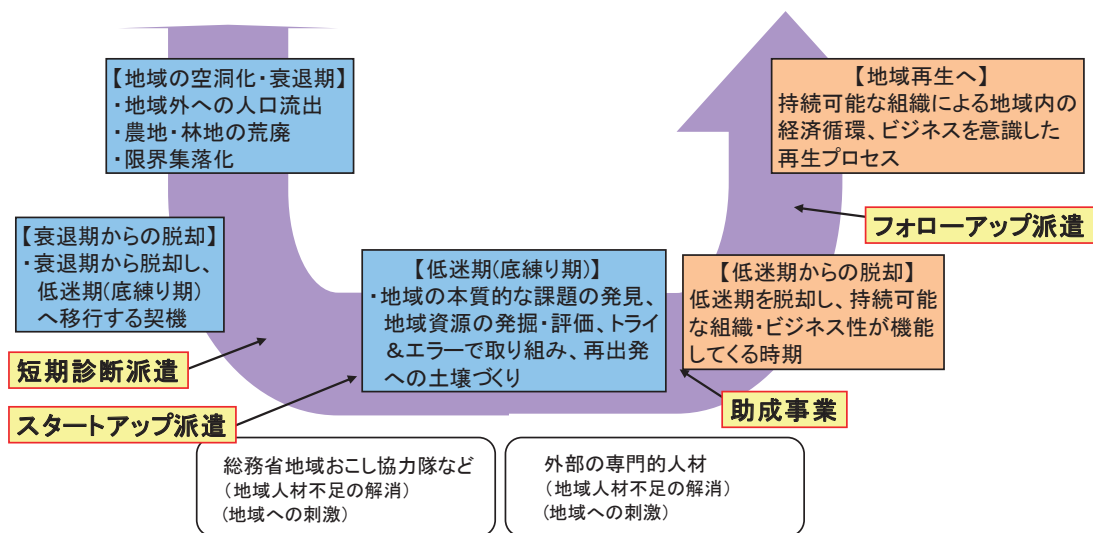
地域再生参考情報：<http://www.furusato-zaidan.or.jp/tiikisaiseisankoujouhou.pdf>

### 3-2. 地域の発展段階に応じた地域再生手法の活用

平成16年度より「地域再生マネージャー事業」としてスタートした当初は、1地域で概ね3年間にわたり事業を継続する形であった。その後、幅広く、多くの地域で外部人材活用の成果を享受できるように単年度事業へ転換し、環境整備・構想段階から実施体制・基盤整備や商品力・開発力整備を行いながら基盤充実・安定成長をめざす取り組みの支援を行ってきた。ただ、こうした成長段階を経て最終目標を達成するためには、複数年かかるケースも少なくない。

また、明治大学小田切教授が指摘しているように、地域や地域コミュニティの再生は、衰退が止まってすぐにV字での再生が行われるのではなく、一旦、衰退が止まり、底練り期を経たうえで再生期に入っていくU次型の地域再生曲線を描くケースが多い。地域の置かれた局面により、外部人材に求める役割も異なってくると考えられる。

そのため、平成25年度事業では、これらの地域のステージに対応した形での派遣のパターンを想定した制度により事業を実施した。



ここで改めて、段階別の派遣の意義と展開イメージについて以下に整理を行う。

事業	事業の発展・展開イメージ
短期診断派遣	人口減少、高齢化が進展するなか地域が疲弊しており、危機感はあるが、どう展開していけばよいか分からない地域に対して、衰退期から脱却するための契機となるべく外部専門家を派遣し、外部の目線で地域を見直し、方向性などを提言する。 地域としては、外部人材を受け入れることの効果確認、受け入れるための方法を外部人材派遣マニュアルを活用し、習得する機会ともなる。 地域再生の方向性・ベクトルを見間違わないためにも必要となる。 市町村・地域にとって、この診断結果が、自らの再生の方向性を見直すきっかけとなる。
スタートアップ派遣	短期診断派遣などで、地域再生の方向性が定まったが、地域の中での取り組み体制、機運などが整っていない状況のなか、外部人材に地域に入ってもらいセミナーやワークショップを通して地域内の機運醸成、カギとなる地域資源・人材の発掘・育成など環境整備を行っていく。 これらを通して、中核となる組織・再生のカギとなる資源の磨き上げを進め、ビジネス展開のための土壌づくりを行う。
助成事業	短期診断派遣やスタートアップ派遣などを通して地域再生に向けた機運、取組体制などの環境が整備された後で実施することで事業がスムーズに立ち上がり、事業成果の達成にもつながる。
フォローアップ派遣	当初、立ち上げた組織やビジネスが、規模の拡大、市場の転換などを図っていくために、販路の見直し、商品・プログラムの見直しが必要となってきた段階で、外部専門家の力を活用していくものである。

実際、昨年度・今年度の事業の中で短期診断派遣の実施から、スタートアップ派遣を今年度実施した事業、助成事業のステージに展開した事業も出てきている。また当財団の事業ではなく別の助成事業などでステップアップを図って地域再生を進めている事例も多く存在しているものと考えられる。事業ステージに応じた外部人材派遣の手法の有効性の検証に向け、過去の事業も含めてフォローすることについても検討が必要と考えられる。

### 3-3. 終わりに

地域再生の実現までには相応の期間が必要になり、それまでの間に経済社会情勢なども大きく変化する可能性がある。このため、受け入れる市町村と地域再生マネージャー等が社会情勢の変化なども加味した上で、中長期的な視点に立った地域再生ビジョンとビジョン実現のためのロードマップや事業化戦略を構築し、実現に向けアクションを持続・継続させ、地域全体を巻き込んでいくことが重要である。

どのような地域再生ビジョンを描くのが難しい、あるいは複数の事業化のイメージがある場合には、まずは地域関係者が動きながら様々な事業化を模索するアプローチも考えられるが、この場合もアクションの持続・継続や地域の巻き込みは重要である。

市町村、地域関係者及び外部の専門的人材である地域再生マネージャー等の人脈、経験、熱意などを結集して地域再生に持続的・継続的に取り組むことで、クリティカルパス(もつとも長い時間を要する工程の組合せ)を短縮して、地域再生の早期実現化が期待できると思われる。

「新・地域再生マネージャー事業」  
平成26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](mailto:furusato@furusato-zaidan.or.jp)