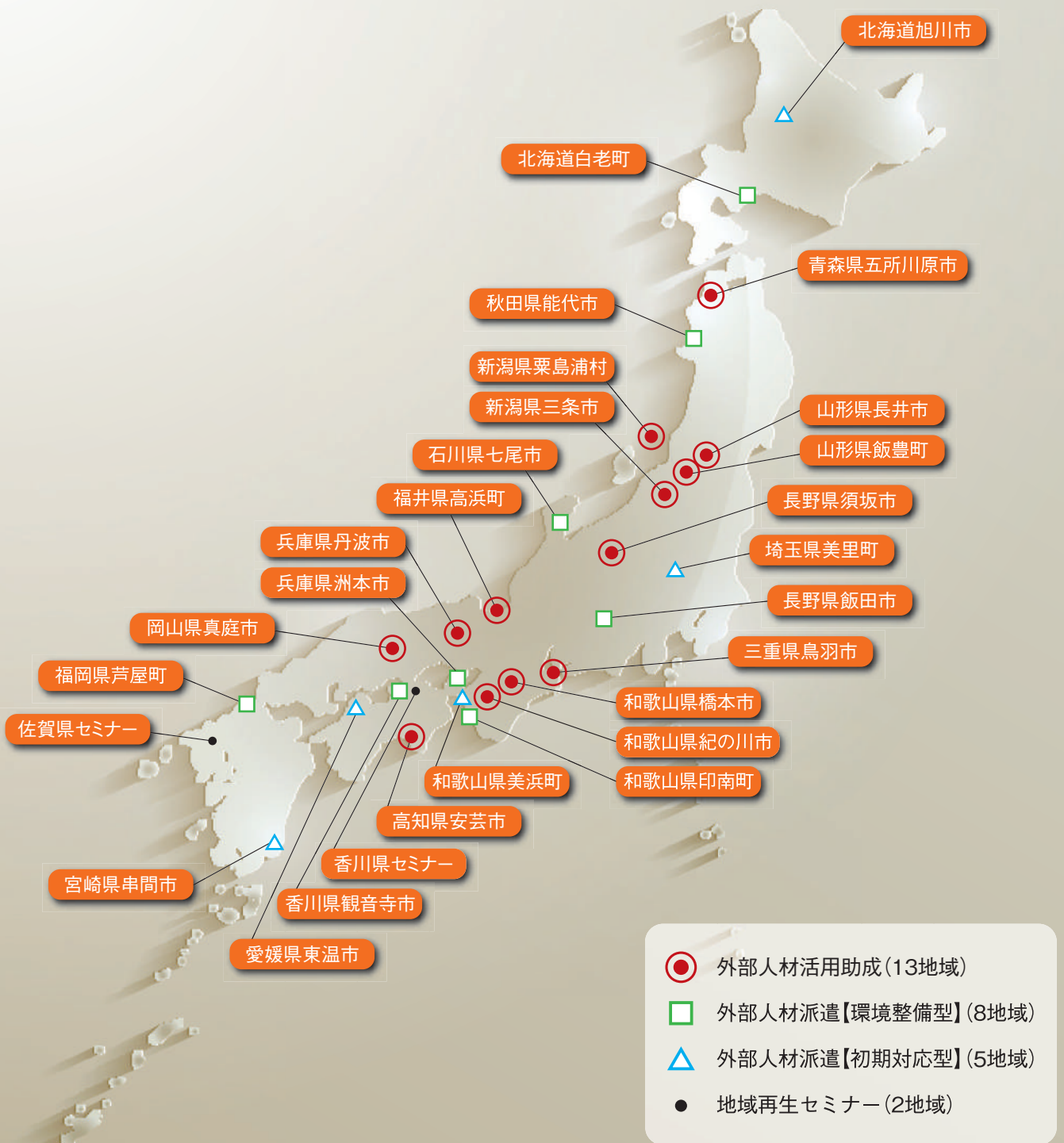


平成27年度

「新・地域再生マネージャー事業」

報告書



平成28年3月

はじめに

「地方が成長する活力を取り戻し、人口減少を克服する」ことを基本目標に地方創生の推進が始まりおよそ一年半が経過いたしました。各自治体では地域再生の取組みを進めながら、「地方人口ビジョン」と「地方版総合戦略」の策定を平成 27 年度中に終え、いよいよ本格的な実行段階に入られていることかと思えます。

一般財団法人地域総合整備財団〈ふるさと財団〉では、地域再生の推進力を高める為には、特に地域の特性に則した地域課題を明確にした上で、地域に眠る資源を掘り起こし、それに磨きをかけ、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ると考えており、その為の、外部の目線・専門的知識を有する外部人材の活用に対して助成を行なう「新・地域再生マネージャー事業」を進めております。

当事業は、当財団が総務省と連携し、一般財団法人全国市町村振興協会の協力を得て実施しており、外部人材活用助成、外部人材派遣、地域再生セミナーから構成されております。

「外部人材活用助成」は、専門的知識や実践力を有する地域再生マネージャー等の外部人材を活用しようとする市区町村に対し、その活動に必要な経費を助成するものです。事業を通して、地域における持続可能性とビジネス性の両面を高め、地域の経済循環や雇用増に繋がる実践的なサポートを実施しております。また、「外部人材派遣」では、地域における課題の抽出、課題解決に向けての方向性の提言や、地域の事業実施体制の整備、機運の醸成など、それぞれの地域づくりの段階に応じた支援を行っております。

更に、「地域再生セミナー」の開催を通じ、地域再生マネージャー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しております。

本報告書では、平成 27 年度事業における各地域の取り組みと成果を外部人材活用助成(13 地域)、外部人材派遣(13 地域)、地域再生セミナー(2 地域)ごとにご紹介、また、当事業全体の総括と今後に向けての課題についてご報告しております。

地域再生マネージャー等の外部人材の活動状況や、地域づくりにおける外部人材の活用状況をご参考頂き、当「新・地域再生マネージャー事業」を通じて、地方創生に向けた施策の立案や実践などにご活用頂ければ幸いです。

末筆ながら、本事業を推進するにあたりお力添えを頂きましたアドバイザーの小田切徳美明治大学教授、佐々木雅幸同志社大学特別客員教授、坂本光司法政大学教授、関司直也法政大学准教授、黒瀬敏文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 28 年 3 月
一般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

外部人材活用助成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	座長
坂本 光司	法政大学大学院	教授	
佐々木 雅幸	同志社大学経済学部	特別客員教授	
関司 直也	法政大学現代福祉学部	准教授	
黒瀬 敏文	総務省地域力創造グループ	地域自立応援課長	
(佐藤 啓太郎	総務省地域力創造グループ	地域自立応援課長	(任期途中まで)
上村 章文	一般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

一般財団法人地域総合整備財団（ふるさと財団）

専務理事		木内 喜美男
事務局長		松藤 保孝
地域再生部	部長	秦 賢蔵
地域再生部	課長	小林 衛
地域再生部	参事役	渡辺 馨
地域再生部	参事役	松山 真人
地域再生部	調査役	谷口 梨絵

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	主任研究員	卯坂 潤一郎

目次

序章	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
1-1. 新・地域再生マネージャー事業(外部人材活用助成)	6
1-2. 新・地域再生マネージャー事業(外部人材派遣)	7
2. 事業の進め方	9
2-1. 外部人材活用助成の内容	9
2-2. 地域再生セミナー・外部人材派遣(初期対応型・環境整備型)	11
第2章 外部人材活用助成の取り組みと成果	13
1. 採択事業の特徴など	14
2. 個別事業の取組概要	15
2-1. 青森県五所川原市「五所川原農林高校と地域事業法人ACTを核とした就農就労型6次化事業」	16
2-2. 山形県長井市「ながいシティプロモーション推進事業」	24
2-3. 山形県飯豊町「いいもんだ中津川 持続可能運営体への道」	31
2-4. 新潟県三条市「「健幸長寿社会を創造するスマートウエルネスシティ総合特区」の具体的な 推進のための横断的な組織づくり」	38
2-5. 新潟県粟島浦村「粟島の未来創生事業」	46
2-6. 福井県高浜町「6次産業振興型 城山ライフスタイル」魅力向上プロジェクト」	54
2-7. 長野県須坂市「保健補導員活動を活用した生涯健康都市/現役都市「すざか」創生プロジェクト」	61
2-8. 三重県鳥羽市「鳥羽市漁業と観光の連携事業による活性化プロジェクト」	70
2-9. 兵庫県丹波市「新エネルギー普及推進事業」	79
2-10. 和歌山県橋本市「広域観光ビジネス共同体の設置による地域イノベーション推進事業 ー日本版DMOによる事業創造に向けてー」	87
2-11. 和歌山県紀の川市「フルーツ・ツーリズムの展開によるファン獲得プロジェクト」	95
2-12. 岡山県真庭市「里山資本主義にもとづく地域振興組織設立支援事業」	104
2-13. 高知県安芸市「おじゃこの世界聖地「じゃこシティ」を目指した食による地域づくり事業」	112
第3章 外部人材派遣(初期対応型・環境整備型)の取り組みと成果	119
1. 初期対応型	120
1-1. 和歌山県美浜町	121
1-2. 愛媛県東温市	122
1-3. 北海道旭川市	123
1-4. 埼玉県美里町	124
1-5. 宮崎県串間市	125

2. 環境整備型	126
2-1. 北海道白老町	127
2-2. 秋田県能代市	128
2-3. 石川県七尾市	129
2-4. 長野県飯田市	130
2-5. 兵庫県洲本市	131
2-6. 和歌山県印南町	132
2-7. 香川県観音寺市	133
2-8. 福岡県芦屋町	134
3. 地域再生セミナー	135
3-1. 香川県地域再生セミナー	136
3-2. 佐賀県地域再生セミナー	138
第4章 事業成果の総括と今後の課題	141
1. 外部人材活用助成の成果と課題	142
1-1. 外部人材活用助成対象地域に見えた成果	142
1-2. 外部人材活用助成の課題	146
2. 外部人材派遣の成果と課題	147
2-1. 初期対応型	147
2-2. 環境整備型	147
3. 地域再生セミナーの成果と課題	148
4. 過去事業フォローアップ	149
4-1. フォローアップの概要	149
4-2. フォローアップからの示唆	151
5. 総括	153
5-1. 地域再生実施の考え方	153
5-2. 外部人材を活用する効果や意義	154
5-3. 地域再生マネージャー等外部人材を受け入れる際の留意点	155
5-4. 終わりに	156

序章

■平成 27 年度「新・地域再生マネージャー事業」事業成果概要

1. 機運醸成～運営組織の設立～ビジネス創出へ繋がる外部人材活用助成

平成 27 年度の外部人材活用助成の対象事業は 13 地域であり、そのうち 4 事業は継続事業であった。新規事業及び継続事業に共通して言えることとして、事業開始当初はキーマンの発掘や地域関係者の機運醸成を図り、事業によっては運営組織を立ち上げるといった流れで進められていることがあげられる。

今年度の対象となった新規事業においては山形県飯豊町では「持続可能運営体」の設立に向けた検討を実施しており、新潟県三条市でも「100 人インタビュー」の実施によるキーマン発掘が実施されている。

継続事業では、昨年度事業により機運醸成が十分に図られ、運営組織の設立がなされるとともに、ビジネス創出に向けた動きが生まれている。青森県五所川原市では昨年度事業において地域事業法人が設立されており、今年度事業においては当該法人による高反収な機能性作物の実証栽培が開始されている。岡山県真庭市でも今年度事業において地域運営組織を設立し、薪燃料供給の事業化、薪の販売といったビジネス創出に向けた取り組みがみられている。

これらの事例を代表として、初年度で機運醸成、2 年目にかけて運営組織の設立、3 年目以降のビジネス創出に向けた環境整備の実施とステップアップする流れが構築されている。

2. 次のステップを明確にする初期対応型と二極化する環境整備型

外部人材派遣として、地域再生初動期の市町村に対し、地域の本質的な課題の抽出、取り組むべき方向性などを 2 泊 3 日の短期間の中で実施する「初期対応型」と、地域での取り組みを進めていくための機運醸成、基盤体制の構築のため、全 6 回程度の外部人材派遣を行う「環境整備型」の 2 つの事業を実施した。

初期対応型は、5 市町で事業を実施、短期間ではありながら外部人材の知見・ノウハウに基づき地域へ指摘や提案を行った。地方創生が謳われる中で、地方公共団体では地方版総合戦略を作るなどの過程で地域課題を一定程度把握していることが多く、具体的な課題に対しての提言を行い、次のステップに繋げてもらう事例が見られている。

環境整備型は、8 市町に対して事業を実施したが、早期に 6 回の派遣を終えるほどの機運が高まり、次の段階へ進める地域と勉強会等の受動的な取り組みに終始する地域に分かれる結果となった。

■平成27年度「新・地域再生マネージャー事業」事業成果概要

	地域名	事業名	事業概要・成果概要
1	青森県 五所川原市	五所川原農林高校と地域事業法人ACTを核とした就農就労型6次化事業	(事業概要) ①ACT連絡委員会、②リーダー人材育成、③新規就農アカデミープログラムの開発、④ブランド認証制度の稼働と検証、⑤生産加工クラブの拡充、⑥消費者クラブの拡充、⑦海外輸出に向けた実施体制の構築 (成果概要) ACT5ヶ年計画の策定。青森県立五所川原農林高等学校の生徒へのフォローアップ研修の実施及び消費者クラブ募集・物販の実施。アグリマイスター認定者40名。機能性食物の栽培開始。生産加工クラブ・消費者クラブの拡充。青森県立五所川原農林高等学校のG-GAP取得。海外バイヤーとの協議。
2	山形県 長井市	ながいシティプロモーション推進事業	(事業概要) ①地域おこし協力隊連携事業、②まちの魅力創造事業、③戦略的情報発信事業、④物的交流拡大事業、⑤交流人口拡大事業、⑥トータルデザイン戦略事業 (成果概要) 地域おこし協力隊事業「ローカル線プロレス列車」「Baby Box企画」の実現。エコツーリズム事業の試行。地域ポータルサイトの開設。リニューアルによるふるさと納税額が3.2億円(倍増)。長井市移住相談会の開催。
3	山形県 飯豊町	いいもんだ中津川 持続可能運営体への道	(事業概要) ①現状把握:平成26年度事業(環境整備型)のおさらい、再認識 ②組織化:持続可能性のある組織形態/中津川地区に最も適した組織のあり方/変化するビジネス環境に対応できる組織構築/先進事例視察 ③組織運営:スタートアップ時の課題/運営キーマンの選定、人材育成 (成果概要) 自立できる経済事業としての地元資源の確認。事業を担う人材の選出。具体的な組織が実施するプロジェクトの検討実施。
4	新潟県 三条市	「健幸長寿社会を創造するスマートウェルネスシティ総合特区」の具体的な推進のための横断的な組織づくり	(事業概要) ①「まちなか交流広場」整備に係る人材育成、②①に合わせた横断的な組織づくり、③スマートウェルネス三条推進計画の推進 (成果概要) 100人インタビューによるキーマンの発掘と意見集約。実現可能性の高い運営基盤組織2候補の抽出。スマートウェルネス三条推進計画における8項目での成果達成。
5	新潟県 粟島浦村	粟島の未来創生事業	(事業概要) ①既存事業の細分化・集約による新たな起業モデル(事業の再配分モデル)構築、②産業連携による地域内消費拡大、③観光基盤の強化、④子どものキャリア教育プログラム、⑤島の多様な働き方検討 (成果概要) キャリア教育の実施。キャリア教育商品の売上の一部を、地域課題に再投資する仕組みを構築。
6	福井県 高浜町	「6次産業振興型城山ライフスタイル」魅力向上プロジェクト	(事業概要) ①儲かる漁師づくり支援:H26に検討した漁家の収益向上に繋がる儲かる仕組みの実践、②漁協の経営改革への取組:H26の各支所ヒアリング結果をもとに漁協経営体質強化、③周辺エリアの賑わい創出支援:渚の交番プロジェクト(海辺の拠点)と街中エリア連携 (成果概要) 遊漁船を活用したモニターツアーの実施。不定期航路船の運行。海藻産品の仕立て直し、茎ワカメ等の商品化を実施。高浜漁港市の実施。
7	長野県 須坂市	保健補導員活動を活用した生涯健康都市/現役健康都市「すざか」創生プロジェクト	(事業概要) ①須坂の奇蹟を他地域に発信、②健康おすそ分けツアーの3回開催、③郷土食は健康長寿食講座、④須坂の匠との人材交流 (成果概要) 出張須坂エクササイズ市内36ヶ所、市外県外12箇所で開催。銀座NAGANOで移住支援との連携イベント「信州須坂健康塾」を実施。健康おすそ分けツアーの開催。

	地域名	事業名	事業概要・成果概要
8	三重県 鳥羽市	鳥羽市漁業と観光の連携事業による活性化プロジェクト	(事業概要) ①地産地消推進事業、②体験プログラム造成及びワンストップ窓口構築事業、③域内調達率の調査、④鳥羽市漁業と観光連携計画の遂行・評価・見直し事業 (成果概要) ブランド化の必要性和コンセプトに係る勉強会開催。体験プログラムの造成。来訪者向けワンストップ窓口としてWEBサイトを構築。域内調達率調査を実施。
9	兵庫県 丹波市	新エネルギー普及推進事業	(事業概要) ①木の駅プロジェクト仕組みづくり、②森林資源調査、③林業民泊「林業民泊プロジェクト」の立ち上げ準備、④薪ボイラー導入・普及 (成果概要) 「未来の森づくりシンポジウム～森を宝に～」を開催、300名を集める。木の駅プロジェクトを開始。木の駅全国サミットで安全対策の先進事例として紹介。
10	和歌山県 橋本市	広域観光ビジネス共同体(DMO)の設置による地域イノベーション推進事業 日本型DMOによる事業創造に向けて	(事業概要) ①行政とプラットフォームの機能整理②事業計画の策定③組織体制の整備④広域の自治体・観光関連事業者への参画要請⑤市民向けセミナーの実施⑥DMO業務管理のシステムによるインフラ整備⑦東京・大阪での観光・特産品プロモーション (成果概要) DMOの事業計画を策定。近隣自治体・関係者への呼びかけを開始、1町から参画確定を得る。アクティビティツアー候補を策定。DMO事業管理システム要件を確定。
11	和歌山県 紀の川市	フルーツ・ツーリズムの展開によるファン獲得プロジェクト	(事業概要) ①商品開発、②体験プログラムの開発と体験イベントの実施、③フルーツのまちの雰囲気づくり、④機運の醸成、⑤フルーツのまちのプロモーション強化、⑥持続的体制の構築 (成果概要) フルーツ料理コンテストを開催し、レシピ集を作成。フルーツに関する試作品を作成・販売。紀の川プレ・フルーツ博覧会を開催し1,500名を集める。フルーツカレンダーを製作、1,000部を700円で販売。
12	岡山県 真庭市	里山資本主義にもとづく地域振興組織設立支援事業	(事業概要) ①組織の法人化、②薪燃料供給の事業化、③薪ビジネスの展開、④特産品開発、⑤民泊受け入れネットワーク構築⑥ホームページ開設 (成果概要) 地域振興組織の設立。薪燃料供給の事業化、192立米を調達、薪販売も開始。クロモジ商品の試作・販売を実施。民泊勉強会・説明会を実施。地域PR用ホームページの開設。
13	高知県 安芸市	じゃこシティを目標した食による地域づくり事業	(事業概要) ①接点構築、②じゃこ漁体験ツアー商品開発・実施、③じゃこ加工見学ツアー商品開発・実施、④サミットにおけるじゃこ実演販売、⑤全国サミットに向けた各種施策展開、⑥機運醸成を目的とした勉強会開催 (成果概要) じゃこ漁体験・加工場見学モニターツアーに19名の参加。全国ご当地じゃこサミットへ3万名の参加。「ちりめん」学講演会に38名の出席。

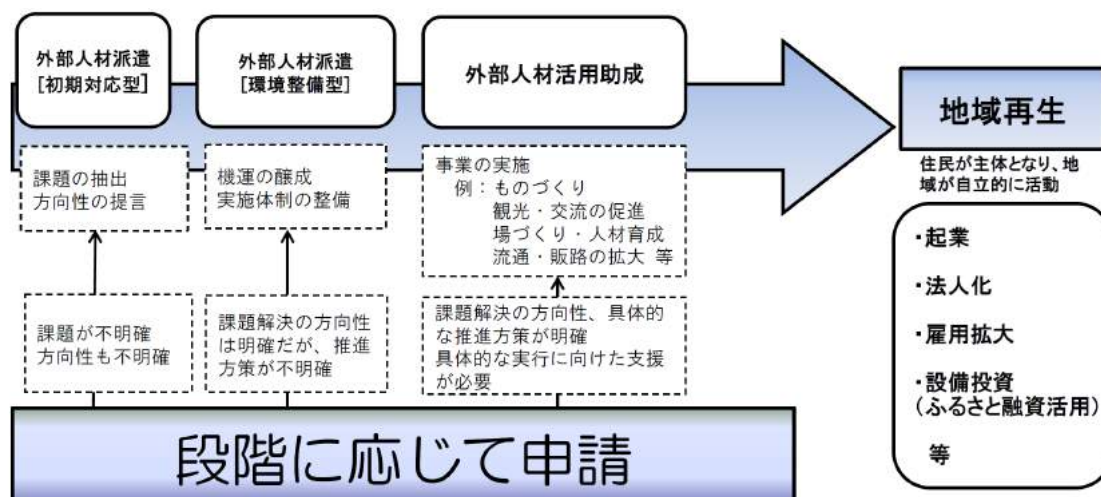
第1章

新・地域再生マネージャー事業とは

1. 事業の概要

本事業は、地域再生に取り組もうとする市町村に対して、具体的・実務的な知識やノウハウ等を有する地域再生マネージャー等の外部の専門的人材の活用に必要な経費の一部を支援することで、当該地域の段階・実情に応じた地域再生の取り組みを促進し、地方創生に資するよう活力と魅力ある地域づくりに寄与することを目的とする。

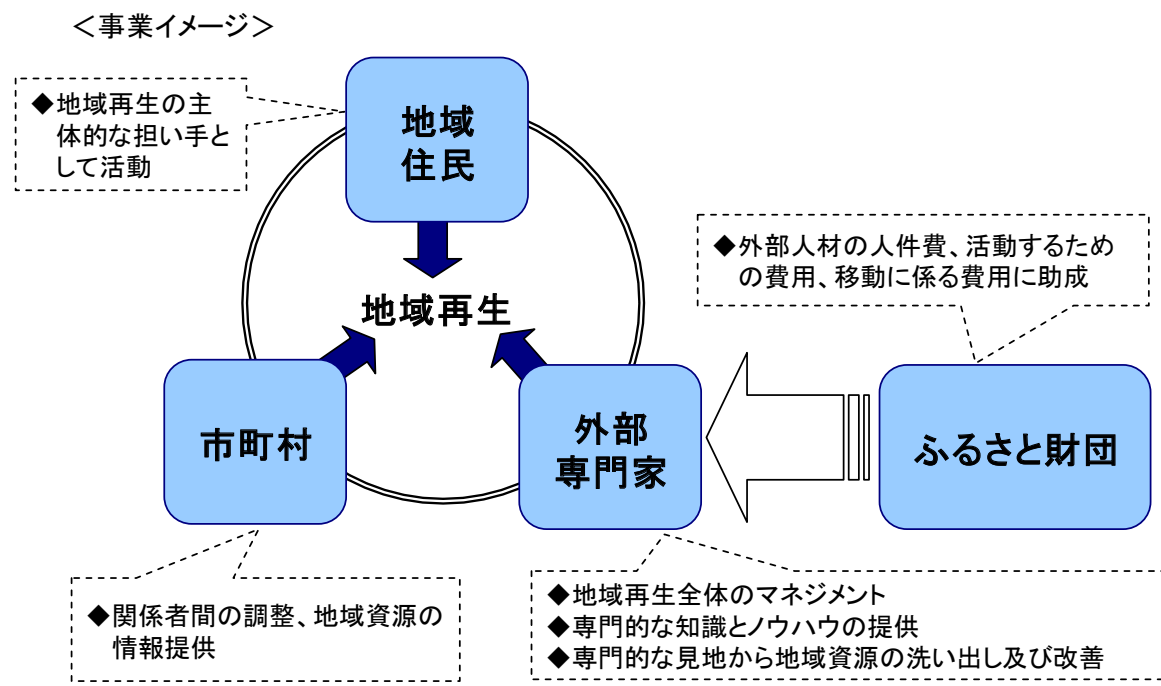
これらの目的を達成するため、本事業では、新・地域再生マネージャー事業（外部人材活用助成）と新・地域再生マネージャー事業（外部人材派遣）の大きく2つの事業を実施する。今年度の新・地域再生マネージャー事業の位置づけを整理すれば、以下のとおりである。



なお、本書において、特に地域再生マネージャーを表現する場合には「地域再生マネージャー」と表記し、地域再生マネージャーとそれ以外の外部専門家を特に分けて表現していない場合などは「外部人材」と表記している。

1-1. 新・地域再生マネージャー事業（外部人材活用助成）

地域再生に向けた地域の課題が明確になっており、その課題解決に市町村が戦略・ビジョン等の策定を行っている段階において、実施体制整備・基盤整備を進めることで持続可能性を高め、商品化・開発力整備を進めることでビジネス志向を高めることにより、基盤充実と安定成長の実現に近づけるため、市町村が外部人材を活用する費用の一部を助成するものである。



新・地域再生マネージャー事業(外部人材活用助成)の概要

助成対象者	市町村
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(複数人材でも可能) 外部人材の人件費(謝金を含む。)及び旅費で助成対象経費の概ね50%以上 ② その他の経費 旅費、委託料、会議費、印刷製本費、広告宣伝費、原材料費、消耗品費、通信運搬費等(消費税及び地方消費税を含む。)
助成対象期間	平成27年4月1日～平成28年2月20日
公募期間	平成27年1月9日～平成27年2月13日
留意事項	① 市町村は、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 ③ 申請書は外部人材と協議のうえ作成すること ④ 派遣する外部人材は、原則市町村で選任すること

1-2. 新・地域再生マネージャー事業(外部人材派遣)

地域再生に取り組もうとする市町村に対して外部人材を派遣し、地域再生に関する助言等を行うものである。地域の課題や課題解決に向けた方向性は明確だが、具体的な推進方策が明確になっていない段階で、地域再生の機運を醸成し、推進体制を整える等、実現に向けた環境整備を行うため外部人材を派遣する①「環境整備型」と、地域の課題や課題解決に向けた方向性が明確になっていない段階で、その解決に向けた方向性に目途をつけるため、外部人材を派遣して現地調査を行い、地域再生の方向性を提言する②「初期対応型」がある。

① 環境整備型

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・体制などの基盤の構築を図る等、地域再生に向けた「始動期」にあたる市町村に対して、外部人材を派遣し、地域再生の取り組みに対する現地調査（視察、ヒアリング、資料分析）、課題整理、助言、提言、情報提供などを行う。

新・地域再生マネージャー事業(環境整備型)の概要

助成対象者	市町村
派遣内容	1件当たり1人6回まで、1回につき2日、最大12日間の派遣とする。
経費	外部人材の派遣に係る費用(旅費・謝金)について、原則として財団が負担し、外部人材へ直接支払う。(算定方法については、財団の規定による。)
派遣実施期間	平成27年4月1日～平成28年2月20日
公募期間	平成27年1月9日～平成27年2月13日
留意事項	① 市町村は、都道府県を經由して、財団に申請すること ② 派遣する外部人材は、市町村が選任すること ③ 予め外部人材と時間を有効活用できるようにスケジュール調整を行うこと

② 初期対応型

本質的な課題の抽出、取り組むべき内容・進むべき方向性の提言等について模索している、地域再生における「初動期」にあたる市町村に対して、外部人材を派遣し、地域再生の取組に対する現地調査（視察、ヒアリング、資料分析）、本質的な課題の抽出、取り組むべき内容・進むべき方向性の提言、情報提供などを行う。

新・地域再生マネージャー事業(初期対応型)の概要

助成対象者	市町村
派遣内容	① 1件当たり2人1回まで、2泊3日以内の派遣とする。 ② 最終日に調査結果を首長等に報告する。
経費	外部人材の派遣に係る費用(旅費・謝金)について、原則として財団が負担し、外部人材へ直接支払う。(算定方法については、財団の規定による。)
派遣実施期間	・平成27年7月1日～平成28年1月31日
公募期間	・平成27年4月1日～平成27年5月29日
留意事項	① 市町村は、都道府県を經由して、財団に申請すること ② 派遣する外部人材は、財団が選任する

そのほか、地域再生に取り組んでいる市区町村による最新情報の紹介、地域再生マネージャー等による全国の地域再生手法や国の施策の動向、最新の技術的知識の紹介などを実施し情報の共有化・活用を図ることを目的とした地域再生セミナーがある。

2. 事業の進め方

2-1. 外部人材活用助成の内容

(1) 外部人材活用助成の採択

地域再生のために外部人材を派遣して実施する新・地域再生マネージャー事業（外部人材活用助成）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13の事業を採択した。

<採択基準>

分類	項目	評価基準
A-事業の 妥当性・戦略性	A-1 事業目的	<ul style="list-style-type: none"> ・地方創生を踏まえ、地域の特色や課題を把握した明確な事業目的であり、地域への貢献度が高い。 ・他の地域に対してもモデルとなる先進性がある。
	A-2 目標設定の明確化	<ul style="list-style-type: none"> ・事業申請時の段階(初期や発展期等)に合わせて、課題解決のための目標があり、取り組む分野・方向性が明確である。 ・成果目標が地域の課題、事業目的の内容に適合している。
B-実施体制 ・基盤整備	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"> ・事業推進に係わる活動基盤の状況を把握している。 ・事業実施体制の継続、拡大が見込まれる。
	B-2 地域における支援体制	<ul style="list-style-type: none"> ・事業に関して市町村の部署横断的な参画が図られ、意欲的に取り組む体制が築かれている。 ・事業を実施する地域住民・団体が存在し、連携が図られている。
C-商品力・開発力整備	C-1 ビジネスの現状把握と方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・現状分析、市場調査が行われている。(基礎となる地域資源の把握等や数値化がされている) ・地域内外で支持されうるビジネスの方向性、事業内容である。
	C-2 ビジネスの継続性・発展性	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・地域全体における経済循環が考慮されている。
D-外部人材の有効活用	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"> ・外部人材が地域の状況(地域の強み・弱み、方向性)を認識している。 ・申請ステージに応じた外部人材を活用し、外部人材の能力が事業内容の実施と地域課題の解決に適している。
	D-2 外部人材の実績と能力、役割と活動予定	<ul style="list-style-type: none"> ・地域づくりに関して十分な実績と能力が認められる。 ・外部人材の役割や活動予定が明確になっており、地域に入り込む度合いが十分である。
E-加点項目	AからDまでの項目以外に特別に評価できる事業には、加点を行う。なお、加点項目はAからDまでの項目以外に評価できる内容、または、同じ項目であっても特別に評価できる内容を評価者が設定して点数を加える。	

(2) スケジュール

採択した事業については、当該市区町村と外部人材が作成した事業計画に沿って、事業を実施した。当財団事務局は、原則事業の開始時点と中間段階での2回の現地調査を実施し、9月末の中間報告の提出、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、今回の事業では平成28年1月の途中段階で、実際に地域で活躍している外部人材による事業への取組み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外部人材の地域での役割、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、採択市区町村間や外部人材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PRの機会となった。

■新・地域再生マネージャー事業(外部人材活用助成)の全体スケジュール

時 期	内 容
平成27年2月	事業公募(平成27年1月9日から2月13日まで)
3月	審査、採択 第1回アドバイザー会議
6月	現地視察(1回目)
7月	現地視察(1回目)
8月	現地視察(1回目)
9月	第1回中間報告書(8月末時点)
10月	現地視察(1回目) 第2回アドバイザー会議
11月	現地視察(2回目)
12月	現地視察(1回目、2回目)
平成28年1月	マネージャー報告会
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. 地域再生セミナー・外部人材派遣(初期対応型・環境整備型)

(1) 地域再生セミナー

2 県において、開催地が求めるテーマに沿った基調講演と外部人材による地域再生の事例発表を実施した。

開催日・開催都市・テーマ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 27 年 11 月 13 日(金)	香川県高松市	『訪れた人が住み続けたいくなる香川を目指して』 ～魅力ある地域ブランドの発信から、地域の活性化へ～
2	平成 28 年 1 月 29 日(金)	佐賀県佐賀市	『持続可能な地域をつくる』 ～このまちに住み続けるために～

(2) 初期対応型

外部人材派遣(初期対応型)で、以下の 5 市町に外部人材を派遣、各地域の課題を確認、方向性について提言を行った。

実施時期は以下のとおりである。

■外部人材派遣(初期対応型)の実施時期と派遣先 (実施時期順)

	実施時期	派遣先
1	平成 27 年 8 月 2 日～8 月 4 日	和歌山県美浜町
2	平成 27 年 8 月 24 日～8 月 26 日	愛媛県東温市
3	平成 27 年 10 月 21 日～10 月 23 日	北海道旭川市
4	平成 28 年 1 月 25 日～ 1 月 27 日	埼玉県美里町
5	平成 28 年 2 月 8 日～ 2 月 10 日	宮崎県串間市

(3) 環境整備型

外部人材派遣（環境整備型）では、以下の 8 市町に対して外部人材を派遣した。派遣先の事業名は以下のとおりである。

■外部人材派遣（環境整備型）の対象先と事業名

	派遣先	事業名
1	北海道白老町	「民族共生の象徴となる空間」整備に伴う活性化推進戦略の構築
2	秋田県能代市	地域資源を活用した地域プロモーション事業
3	石川県七尾市	海業活性化支援事業
4	長野県飯田市	上村御膳プロジェクト
5	兵庫県洲本市	京阪神のごちそう！魚のまち『由良』から、美味しい魚を食卓へ
6	和歌山県印南町	～地域をひとつの方向へ～いまこそ印南のヘンタイ時
7	香川県観音寺市	観光交流の振興による地域づくりまちづくりをめざしたプラットフォームづくり
8	福岡県芦屋町	芦屋町 No1 プロジェクト～地域の独自性を生かしたまちづくり～

第2章

外部人材活用助成の取り組みと成果

1. 採択事業の特徴など

外部人材活用助成では事業分野の多様化や深化等が見られ、複数の分野の事業化に向け、同時並行で検討を進める事業が目立っていた。また、流通や販売といったいわゆる出口を見据えて、商品開発と合わせて販売に向けた取り組みを行う事業も見られた。

このため、対応する外部人材も地域再生マネージャーを中心として複数の異なる専門の外部人材で対応するケースが多くなっている。

また、事業を実施する主体の立ち上げ、継続事業についてはその拡充を行うべく「場づくり・人材育成」に取り組む事業が多く見られた。

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
東北	青森県五所川原市			●	●	(継続事業)
東北	山形県長井市	●	●	●	●	(継続事業)
東北	山形県飯豊町			●	●	
北陸	新潟県三条市	●	●	●	●	
北陸	新潟県粟島浦村		●	●	●	
北陸	福井県高浜町	●	●	●		(継続事業)
中部	長野県須坂市		●	●	●	
中部	三重県鳥羽市	●	●		●	
近畿	兵庫県丹波市	●	●	●	●	
近畿	和歌山県橋本市	●	●	●	●	
近畿	和歌山県紀の川市	●		●	●	
中国	岡山県真庭市	●	●	●		(継続事業)
四国	高知県安芸市	●	●	●	●	

2. 個別事業の取組概要

平成 27 年度の 13 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外部人材からのコメントについて整理を行った。

	地域名	事業名
1	青森県 五所川原市	五所川原農林高校と地域事業法人ACTを核とした就農就労型6次化事業
2	山形県 長井市	ながいシティプロモーション推進事業
3	山形県 飯豊町	いいもんだ中津川 持続可能運営体への道
4	新潟県 三条市	「健幸長寿社会を創造するスマートウエルネスシティ総合特区」の具体的な推進のための横断的な組織づくり
5	新潟県 粟島浦村	粟島の未来創生事業
6	福井県 高浜町	「6次産業振興型 城山ライフスタイル」魅力向上プロジェクト
7	長野県 須坂市	保健指導員活動を活用した生涯健康都市/現役都市「すざか」創生プロジェクト
8	三重県 鳥羽市	鳥羽市漁業と観光の連携事業による活性化プロジェクト
9	兵庫県 丹波市	新エネルギー普及推進事業
10	和歌山県 橋本市	広域観光ビジネス共同体(DMO)の設置による地域イノベーション推進事業 ―日本型DMOによる事業創造に向けて―
11	和歌山県 紀の川市	フルーツ・ツーリズムの展開によるファン獲得プロジェクト
12	岡山県 真庭市	里山資本主義にもとづく地域振興組織設立支援事業
13	高知県 安芸市	じゃこシティを目指した食による地域づくり事業

2-1. 青森県五所川原市「五所川原農林高校と地域事業法人ACTを核とした就農就労型6次化事業」

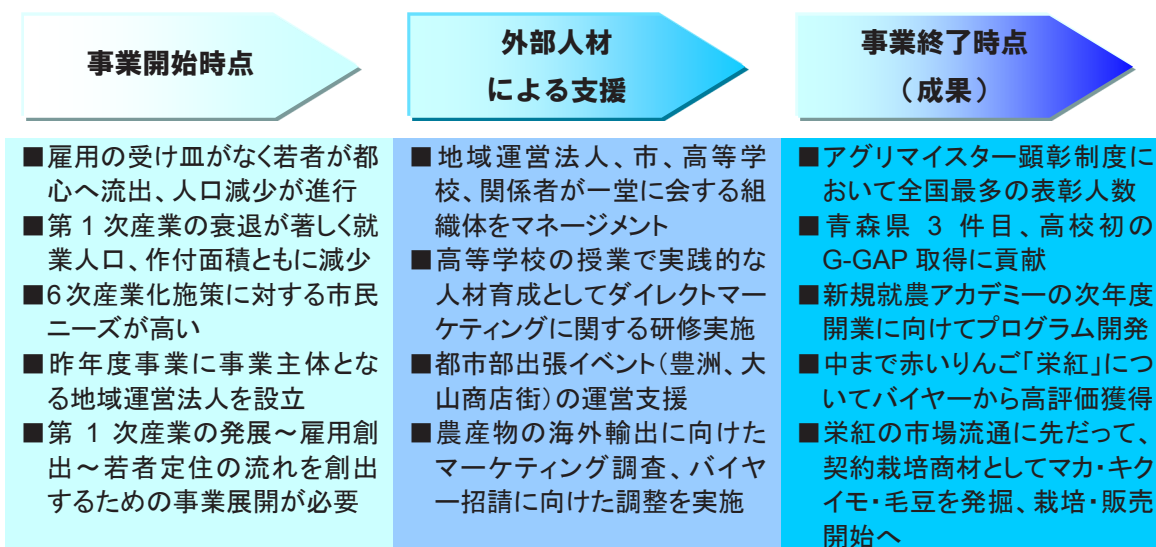
<事業概要>

■総事業費	8,100 千円
■助成申請額	5,400 千円
■外部人材	宮崎 弘道(株式会社 BeTogether) 有賀 裕子(株式会社DMGフォース)

<自治体概要>

■人口	58,109 人(住民基本台帳登録人口:平成 27 年 1 月 1 日)
■面積	404.56k m ² (平成 25 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	143 人/k m ²
■標準財政規模	17,299,441 千円(平成 25 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.32(平成 25 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	96.1%(平成 25 年度市町村財政状況調)
■担当課室	五所川原市 経済部 農林水産課

<取り組み概要>



地域運営法人、市、高等学校、関係者の組織体形成



バイヤーとの意見交換



マカの栽培に着手



(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

五所川原市は大都市等への若者の流出が進み、平成 20 年度末の人口約 61 千人から平成 26 年 12 月末現在で約 58 千人に減少している。

第 1 次産業に目を向けると、全国市町村自治体ベスト 10 の生産量を誇る「りんご」と平成 23～25 年と 3 年連続で日本一の漁獲量を誇る十三湖しじみがある地域であるが、大規模流通依存や安価な輸入品を主因とした価格競争の激化なども影響し、就業人口は年々減少しており、その結果、作付面積も減少するなど、第 1 次産業の市内総生産は平成 17 年時点でも、わずか 3.5%を占めるにすぎない状況となっている。

また、市が平成 25 年 8 月に実施した市民意識調査結果結果では、市政策の市民ニーズとして「2 位：雇用対策の促進」、「8 位：農林水産業の振興」が挙げられており、その解決策としての 6 次産業化施策に対する市民ニーズは変わらず高いものと考えられる。

平成 26 年度に新・地域再生マネージャー事業を活用して、安定的な販売手法の確立を通じた計画的な生産量増加による既存農家及び加工業者の収入増及び地域住民の雇用創出に繋がる受け皿として地域事業法人アグリコミュニケーションズ津軽（以下「ACT」という。）の設立に至った。

今後は「第 1 次産業の発展（計画生産の実現による安定的な収益構造構築と収入増の実現）～雇用創出～若者定住（人口減少の歯止め）」を推進していくことが求められている。

b. 事業の目的

市では平成 26 年度事業の成果を受けて、本事業の目的を「第 1 次産業の発展（計画生産の実現による安定的な収益構造構築と収入増の実現）～雇用創出～若者定住」の具体的な実践を推進すること、また、TPP 対策及び IFORED 対策となる海外展開の推進と位置づけている。

本事業を通じて実現する「産・学が主導し、官が補助する」就農就労型 6 次化事業は地域創生施策策定の礎となる「五所川原市総合計画後期基本計画【平成 23 年度～平成 26 年度】」の 6 つの「施策の大綱」・20 の「基本施策」のうち、3 つの大綱・6 つの基本施策を横断的かつ複合的に実現していく事業として推進することとしている。

(2) 事業の内容と成果

a. ACT 連絡委員会

本事業の推進を図ることを目的として、既存組織である五所川原 6 次産業化推進協議会の内部に ACT 連絡会議を設置し、五所川原市の第 1 次産業の発展（＝計画生産の実現による安定的な収益構造構築と収入増の実現）、雇用創出・若者定住の具体的実践に向けた協議が行われた。

本事業の推進状況を協議会会員に情報共有が図られるとともに、生産加工クラブへの加入促進や本事業への円滑な進行について議論が進められた。

b. リーダー人材育成

外部人材が企画を行い、豊洲マラソンの会場において青森県立五所川原農林高等学校（以下「五農」という。）2 年生 4 名が消費者クラブ募集を行い、55 名の登録に至った。持参した商品「レッドゴールド」や「五農産米」などはいずれも完売した。

昨年度と同カリキュラムで五所川原農林高校 2 年生・3 年生を対象としたフォローアップ研修が実施された。個人情報保護や情報リテラシーの学習を踏まえて、消費者クラブ会員への会員勧誘や販売などの実践教育が行われた。

フォローアップ研修



「全国の農業を学習する生徒の自主的・主体的な学習や競技会、資格取得等の積極的な取組を推進し、進学や就職活動に繋がる顕彰制度」とされているアグリマイスター顕彰制度において、平成 27 年度前期の全国認定者 129 名の内、40 名を五農高生が占めた。

c. 新規就農アカデミープログラムの開発

五所川原農業アカデミープログラム構築及び教育プログラムの設計と指導農家の協力的体制構築の一環として、五所川原市補助金事業を活用した「赤～いりんご」に続く機能性食物（マカ・キクイモ・毛豆）の実証栽培が開始された。

d. ブランド認証制度の稼働と検証

昨年度事業において定めた独自品質基準「スペシャルG」の稼働と検証を行うことを目的として、作物栽培工程管理及び品質管理モデルとして国産マカの実証栽培が開始された。

e. 生産加工クラブ・消費者クラブの拡充

① 五農による Global GAP(G-GAP)の取得

6次化協会員の指導協力を仰ぎ、五農校内約900本のりんご樹がある農園(1.6ヘクタール)で農産物生産の国際規格であるグローバルGap(G-GAP)を取得した。国内では196件、青森県内で他2件のみが認証を受けているものである。

今後のりんご輸出、生徒による海外でのPR活動への追い風となるとともに、地域内事業関係者の生産加工クラブ加入促進が期待できる成果である。

高等学校初の G-GAP 取得



② 地方創生との連動

国が取り組む地方創生事業の「地域住民生活等緊急支援のための交付金事業」と連動した生産加工クラブ・消費者クラブの拡充が行われた。

地域事業者14社15商品を新たな商品パッケージとして企画した上、400部限定のカタログを制作、販売された。

PR施策として消費者クラブ会員向け通販サイト「津軽スペシャルG会員ショップ」で「名産ふるさと便」として販売し、また、テレビショッピング(7月~9月に全28回放送)を展開し、販売・完売した。

なお、受注商品及びアンケート結果により、消費者ニーズの高い地域産品の判定を行っており、調査結果を基に更なる地域産品のブラッシュアップが予定されている。

消費者クラブ向け通販サイト



テレビショッピング



f. 海外輸出に向けた実施体制の構築

海外販路開拓及びマーケティングとして、バイヤー招請と上海市場調査が実施された。

上海・台湾・タイから計7社8名のバイヤーが招請され、りんごに加え、津軽りんごを育んだ文化の視察を受け入れた。また、「赤〜いりんご栄紅(商標:スペシャルガール)」の上海市場調査として「01e 浦東嘉里店」と「01e 港匯恒隆広場店」を訪問、市に來訪した Shanghai Winnerfield Trading Co.,Ltd.との面談も実施している。

バイヤーからは赤肉系りんごの商品価値とともにストーリー性に魅力を感じ、6社より赤肉系りんごの量産出荷が可能となった時点での取引商談の希望が示されている。

バイヤーとの意見交換



(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

五所川原6次産業化推進協議会内に「ACT連絡委員会」を設置して、ACT、青森県立五所川原農林高等学校、五所川原市などが相互連携して本事業を実施した。

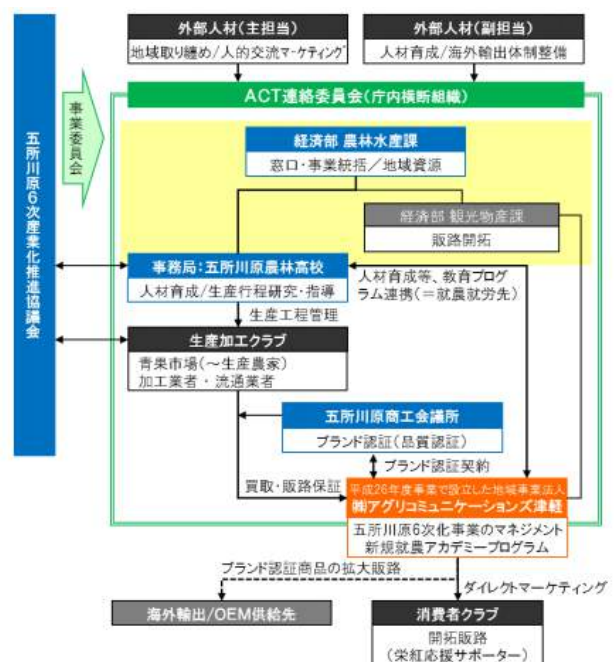
b. 外部人材の役割

生産・加工～販売・販路開拓～顧客フォローアップをワンサイクルで行う6次化収益事業構築のために、ダイレクトマーケティングにより消費者クラブの強化及び地域事業者の声を総合的に取りまとめた生産加工クラブへの参加企業の拡大を行った。

独自品質基準「スペシャルG」策定への足がかりとなるG-GAP取得推進、海外バイヤー招請と上海市場調査を実施するなど、事業推進に大きな役割を担った。

<外部人材が実施した主な役割>

- ・ 地域事業者の生産加工クラブへの加入促進を図り、域外消費者に向けた販売を支援
- ・ 消費者クラブの運営と栄紅応援サポーター募集活動の拡大と実務支援
- ・ 消費者クラブ向け五所川原特産品の選定と通販サイト強化及び、業務運営体制構築
- ・ 消費者クラブのフォローアップの研修及び実施指導（ダイレクトマーケティング）
- ・ 都市部出張イベント（豊洲、大山商店街）の運営支援
- ・ 地域事業法人ACTの運営強化及び事業計画の策定支援



(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容
4月	3日 地域再生マネージャー事業の五所川原市役所所管課会議
	4日 観光物産課所管「ふるさと名物通販事業」の連携実施を協議、十三漁協においてしじみ6次産業化会議
	7日 本事業の所管課会議(契約及び業者登録の確認と新担当一戸補佐に事業内容の詳細説明)
	8日 栄紅苗木募集説明会(りんご農家参加者32名)、海外輸出に向けた戦略会議、五農新教頭への事業説明会議 ふるさと名物商品、パッケージ及びカタログ制作会議及び、テレビショッピング収録に向けた協議
	12~14日 生産加工クラブ及び消費者クラブ拡充に向けた、ふるさと名物商品の商品開発 企業面談及び商品のリスト化対応 30日 第1回五所川原6次産業化推進協議会(兼:ACT連絡委員会)等
5月	1日 ふるさと名物商品進捗会議、フォローアップ研修会議
	11日 「海外輸出に向けた実施体制の構築」と五農グローバルギャップ取得に向けた協議 生産加工クラブ取扱い商品の開発支援活動、十三漁協においてしじみ6次産業化会議
	21~23日 フォローアップ研修に向けたカリキュラム協議、アグリアカデミー施設の農業センター活用の可能性を協議 十三漁協「冷凍しじみ6次産業化」を地方創生事業としての計画立案に向けた協議 五農全校田植え大会視察及び、五農グローバルギャップ取得に向けた協議
	30~31日 走れメロスマラソンでの消費者クラブ会員の募集、五所川原中央青果・木村社長との意見交換
6月	9~10日 フォローアップ研修カリキュラム確認 津軽スペシャル G会員ショップの本格稼働開始に向けたリーダー人材育成協議
	22日 消費者クラブ募集・フォローアップ研修について説明
	23日 ECサイト「津軽スペシャル G会員ショップ」のACT完全運用に向けた協議
	24~25日 第一回フォローアップ研修、しじみ6次産業化に向けた協議 五農グローバルギャップ取得に向けた協議 一般財団法人海外産業人材育成協会(HIDA)の公募事業及び海外輸出体制整備協議
7月	1~2日 地方創生事業(津軽鉄道~十三湖・地域動脈沿線活性化事業)の協議、しじみ6次産業化に向けた協議
	7~8日 ECサイト「津軽スペシャル G会員ショップ」での受注登録手順の共有化及び、フルフィルメント業務の流れの確認
	10~15日 ACT 地方創生計画立案の協議、五農グローバルギャップ勉強会 生産加工クラブ勉強会
	13~14日 地方創生事業(津軽鉄道~十三湖・地域動脈沿線活性化事業)の協議 第二回フォローアップ研修、生産加工クラブ勉強会
	26~28日 地方創生事業(津軽鉄道~十三湖・地域動脈沿線活性化事業)の協議 第三回フォローアップ研修、ACT 地方創生計画立案の協議及びマカ実証栽培の協議 31日 ACT 地方創生計画立案の協議
8月	1日 ACT 地方創生計画立案の協議
	6~8日 立佞武多運行参加、ACT地方創生計画立案の協議
	19~20日 ACT 地方創生計画立案の協議(農業センターのACTへの業務委託に関して他) ふるさと財団視察受入に向けた最終確認
	29日 五農グローバル GAP勉強会参加 31日 ふるさと財団視察対応(五所川原中央青果面談、農業センター、豊心ファーム、立佞武多の館 他)
9月	1日 ふるさと財団視察対応(副市長面談、市所管課会議、五農校長面談、フォローアップ研修、五農校内視察)
	9~10日 ふるさと財団視察結果を踏まえた今後の方針協議 マカ実証栽培事業及び、海外輸出に向けた実施体制の構築協議
	17~19日 ACT 臨時役員会、海外輸出に向けた実施体制の構築に係る各種協議
	24~25日 海外バイヤー来訪プログラム構築と五農全校稲刈大会の視察 五農生各種イベント参加及び、アグリマイスター顕彰制度報告会視察
10月	8~9日 マカ実証栽培事業の交付決定通知書受領、農業センターのACTへの業務委託に向けた意見交換 豊洲マラソン及び海外バイヤー来訪プログラム最終確認
	26日 今後の消費者クラブ商品の展開協議、海外バイヤー来訪プログラム(HIDA)の直前確認
11月	11~12日 五所川原6次産業化推進協議会の平成28年度予算要求に向けた骨子及び運営体制協議 海外バイヤー来訪プログラム実施結果を踏まえた海外戦略協議、アカデミープログラム構築に向けた協議
	17日 津軽スペシャルG会員ショップ等を通じたダイレクトマーケティングの今後の展開協議
	23~24日 平成28年度五所川原6次産業化推進協議会運営体制協議、ACT役員会開催に向けた事前協議
	30日 マカ実証栽培状況とマカ実証事業の今後に向けた意見交換 平成28年度五所川原6次産業化推進協議会運営体制協議 マカ実証栽培状況とマカ実証事業の今後に向けた意見交換
12月	1日 平成28年度五所川原6次産業化推進協議会運営体制協議 マカ実証栽培状況とマカ実証事業の今後に向けた意見交換
	4~6日 ACT役員会、おやつ作りコンテスト表彰式・農業教育表彰式及び、街づくりフォーラム・6次化協臨時総会
	23~26日 上海出張(赤~いりんご栄紅、上海マーケティング)
1月	27~28日 H27 年度事業の総括協議と H28年度以降に向けた事業体制の協議

(5) 今後の展望、次年度以降の取り組み

昨年度の本事業を通じて発足したACTを中心に、販売にはまだ数年かかる「赤～いりんご栄紅」に先立ち、機能性作物としてマカ・キクイモ・毛豆を来年度から販路を確保するとともに、一定の収穫環境も整った。また、新規就農者育成のためのアグリアカデミーの開校準備も整っている。

これにより、高反収が期待できる機能性作物を中核とした継続的な就農就労型 6 次産業化が軌道に乗ったといえる。

しかし、実業としての定着を目指す上では、次の 2 点の課題を内包している。

- ・ 農家収入増にも繋がるACTによる機能性作物の契約栽培により販売事業は、平成 28 年度からの開始となっていることもあり、それまでに同社の経営基盤向上に向けて取り組んでいく必要がある。
- ・ 機能性作物の収量増要請がなされている中、現在参画予定の生産者による収量だけでは足りないことは明白の中、まだ多くの生産者が機能性作物に認知が少ないため、機能性作物の二次生産者の募集に向けて取り組む必要がある。

これらの課題解決に向け、平成 28 年度からのACTによる新規就農者育成のためのアグリアカデミーに向けられた期待は大きく、本事業により推進してきた就農就労型 6 次産業化事業が「五農・アグリアカデミーによる若者就農就労者の育成」、「高付加価値の機能性作物の契約栽培（＝安定販路の獲得）による農家収入増及び新規就農者増」として確立することとなり、「赤～いりんご栄紅」の出荷年度（3 年程度先）を前に、平成 28 年度での自走が期待できる。

(6) 外部人材コメント

地域の未来を支える就農就労型6次産業化事業の醸成	
	株式会社 BeTogether 代表取締役 宮崎 弘道 株式会社 DMG フォース 取締役 有賀 裕子
	 
<p>【取り組み姿勢について】 地域再生の重要なファクターとして、雇用創出と若年層の域外流出防止が上げられますが、中長期的に見据えた施策が実行されていないことも多いのではないのでしょうか。</p> <p>しかし、五所川原市での取り組みは、五所川原農林高校を核とした五所川原6次産業化推進協議会、同協議会を通じて発足したビジネス推進に向けた地域事業者出資による株式会社アグリコミュニケーションズ津軽など、中期的ビジョンで推進されています。</p> <p>その中での取り組みとしては、私たちが支援できることは多岐に渡るとは思いますが、中期的ビジョンでの推進時に必ず起こるキーマン責任者の世代交代を、継続的かつ発展的に継承できるかを外部視点で世代交代の問題点と新キーマンの強みを分析して解決策を明確にして、発展的な協議継承を実現するように努めました。</p>	
<p>○宮崎（都市連携マーケティング構築専門家） 私の専門である都市連携マーケティング手法のひとつであるコミュニティ作りとして、世代交代を伴う実施体制の円滑な移行に繋げるよう、施策提言・解決協議の場の設定など、人と人の接着剤として推進しました。併せて、都市型連携マーケティングの実践及び海外ネットワークの構築など、新人材キーマンの強みを活かした施策なども支援しました。これからも、人と人を活かす手法で地方創生に貢献していきたいと思えます。</p>	
<p>○有賀（ダイレクトマーケティング専門家） 私の専門である地域に域外の消費（体験消費）を取り込むダイレクトマーケティングの販売手法を、ふるさと名物商品として地域に体験して頂けたことは、ダイレクトマーケティングによる顧客開拓が効果的であるということを感じ頂けたのではないかと思います。今後も、地域にダイレクトマーケティング手法の認知と実践を支援することで、地域経済の活性化に貢献していきたいと思えます。</p>	
<p>【まとめ】 平成27年度事業においては、昨年度の本事業を通じて発足した株式会社アグリコミュニケーションズ津軽を中心に、販売にはまだ数年かかる赤～いりんご栄紅に先立ち、同じ機能性作物としてマカ・キウイモ・毛豆が、平成28年度からの販路を確保した中で一定の収穫を実現できる環境と、新規就農者育成のためのアグリアカデミーの開校準備が整いました。これにより、高反収が期待できる機能性作物を中核とした継続的な就農就労型6次産業化が、実業として軌道に乗る環境に近づいたと言えると思えます。</p> <p>一方、持続的な農家等の収入増、雇用創出等の地域経済に寄与する実業化のメドは立ちましたが、これを実践しなければ地域（未協業・非認知の事業者・住民等）はついてきません。</p> <p>今後も、現在の体制構築の礎となった継続的なダイレクトマーケティング・都市連携マーケティングを通じて、実業としての農産業としての醸成に貢献していきたいと思えます。</p>	

2-2. 山形県長井市「ながいシティプロモーション推進事業」

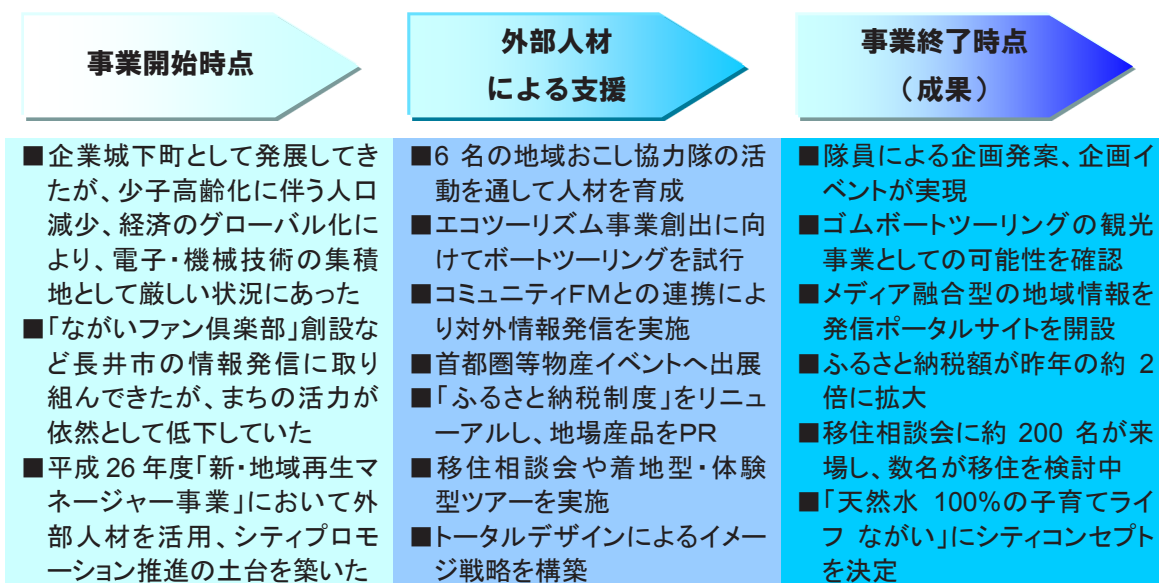
<事業概要>

■総事業費	10,410 千円
■助成申請額	6,940 千円
■外部人材	櫻井 政人((財)置賜地域地場産業振興センター) 本田 勝之助(本田屋本店有限会社) 渡辺 政彦(税理士) 石井 利明(株式会社クラフトワークス)

<自治体概要>

■人口	28,271 人(住民基本台帳登録人口:平成 27 年 1 月 1 日)
■面積	214.69k m ² (平成 25 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	131 人/k m ²
■標準財政規模	7,957,105 千円(平成 25 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.42(平成 25 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	90.9%(平成 25 年度市町村財政状況調)
■担当課室	長井市 総合政策課 総合戦略室

<取り組み概要>



シティプロモーション戦略会議



JR蒲田駅との共同イベント



長井市移住相談会



(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

長井市は山形県南部に位置し、東西に朝日山系と出羽丘陵、南北に最上川が貫流している「水と緑と花のまち」である。上杉米沢藩の頃、日本海と最上川舟運の拠点として商業が発展し、以降、生糸・絹織物の産地として郡是工場や東芝工場が立地するなど、企業城下町として発展してきた。しかしながら、少子高齢化に伴う人口減少、経済のグローバル化により、電子・機械技術の集積地として厳しい状況となっている。

近年、全国的な少子高齢化及び人口減少の流れは止められず、長井市においても昭和30年の36,569人が平成22年には29,476人と3万人を割り、人口の自然減と転入減・転出による社会減が共に著しく、急速に進行している。人口減少は、市民生活の活力の低下や地域経済等に大きな影響を与え、地域の存立基盤に関わる問題となっている。

こうした状況から、平成20年度に「ながいファン倶楽部」を立ち上げ、併せて「ふるさと納税制度」を活用したPR活動により、本市に興味を持ってもらうための土台作りをスタートさせた。その後、首都圏での販路拡大を目的に、(財)置賜地域地場産業振興センター東京事務所(現、長井市東京事務所)を平成21年7月に開設し活動をしている。

また、平成23年度から本市出身者やゆかりのある方を対象に「ふるさと長井しあわせ応援大使」として委嘱し、様々な場面において長井市の情報発信等に取り組んでいる。

しかしながら、まちの活力の低下が依然として進んでいる現状にあり、これらの様々な取り組みを、戦略的に実行しながら長井市全体の売り込みを展開することが課題となっている。

b. 事業の目的

長井市では、平成27年9月に「長井市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、その基本方針において「長井市の魅力を高め、ひとの循環・交流を強くすること」を定め、「教育・子育て」を戦略の柱とし、“子どもや子育て世代にとって魅力あるまちへ”をキャッチフレーズに事業を展開することで、「移住・定住・交流」、「雇用・働く場」、「まちづくり・地域づくり」の好循環を目指している。

市の総合戦略においては、このシティプロモーション推進事業を、知名度向上や交流人口拡大の取り組みによって、長井を知り、好きになる人を増加させ、長井市への新しい人の流れをつくるものとして位置付けている。

シティプロモーションの強化により、地域の魅力を高め、田舎暮らしを志向する人や若い子育て世代に選ばれる自治体を目指すことで、人口減少の抑制・地域経済の活性化・活発な地域づくりに繋げていくことを目的としている。

(2) 事業の内容と成果

a. 地域おこし協力隊推進連携事業

地域おこし協力隊員が企画した、フラワー長井線を利用して史上初となる「ローカル線プロレス列車」が実現した。SNSをはじめ、テレビ、新聞、雑誌などで取り上げられ、大きな話題を集めることができた。

また、新たな子育て支援事業「Baby Box企画」の発案等、今までになかった取り組みが生まれており、今後も隊員の創造的なアイデアを取り入れながらシティプロモーション活動を展開し、重要なプレイヤーとして育てていくこととしている。

ローカル線プロレス列車



b. まちの魅力創造事業

NPO法人最上川リバーツーリズムネットワークの主催により、ながい百秋湖「三淵溪谷ゴムボートツーリング」を試行した。今年度の運航実績は、34日間で乗船者773人・乗船率69%となるなど好評で、観光の目玉と成り得る魅力があることを確認できた。

今後は、運営スタッフの雇用により運営体制を磐石にするため、事業の牽引役となるリーダーを配置しながら、定期運航への発展と事業化を進め、周辺資源の利活用を含めたエコツーリズムの創出を目指していく。

三淵溪谷ゴムボート
ツーリング紹介記事



c. 戦略的情報発信事業

地域資源やまちの魅力などを様々なメディアの融合により効果的に発信する、「長井人いきいきポータルサイト“おらんだちゃんねる”」を平成28年2月に開設した。

今後は地域情報を収集する体制として、住民自らが地域の魅力を伝える「地域特派員」の育成を行いながら、住民の地域への誇りや愛着を醸成するインナープロモーションをあわせて進めていく。

おらんだちゃんねる
開設紹介



d. 物的交流拡大事業

ふるさと納税制度を活用し、地場製品のPRとリピーターの獲得・販路拡大を行うために内容のリニューアルを行った結果、昨年の約2倍の3億2千万円（1月末時点）となり、地場製品の流通拡大が図られた。

今後は、PR等の出口戦略として「ふるさと納税クラウドファンディング」の導入を

研究し、事業資金の調達とファンの獲得を目指していく予定である。

ふるさと納税記念品カタログ



ふるさと納税効果を紹介する新聞記事



e. 交流人口拡大事業

総務省が設置する移住・交流情報ガーデンにおいて「長井市移住相談会」(8/21~27)を開催し、6日間で約200名の来場者があり、うち数名が長井市への移住を検討している状況である。今後、定住への動機づけを担う人材として、地域住民と移住希望者との橋渡し役となる「移住定住コンシェルジュ」の配置を行い、移住者受入体制の整備を進めていく。

また、長井市への着地型体験型ツアー「田舎・いい仲実感癒し旅」(11/7~8)を実施し、食と自然を通じての交流、グリーンツーリズム活動の推進を図ることができた。

移住相談会の案内



着地型体験型ツアー案内



f. トータルデザイン戦略事業

長井にある地域資源の強みを際立たせるため、コンセプトメイクによる魅力の絞り込みを行いながら、何をどのように売り込むかのブランド戦略づくりを進めた結果、他の地域にはない“とんがり”として、「天然水 100%の子育てライフ ながい」のシティコンセプトを地域一丸となって打ち立てた。

このコンセプトを具現化していくために発案された企画が「Baby Boxプロジェクト」(育児で必要となるグッズを詰め合わせた箱を新生児が生まれる家庭に配布するもの)であり、地域ものづくり企業や有名デザイナー等の協力を得ながら、他では手に入らない“長井オリジナル”Boxの製作を目指していく。



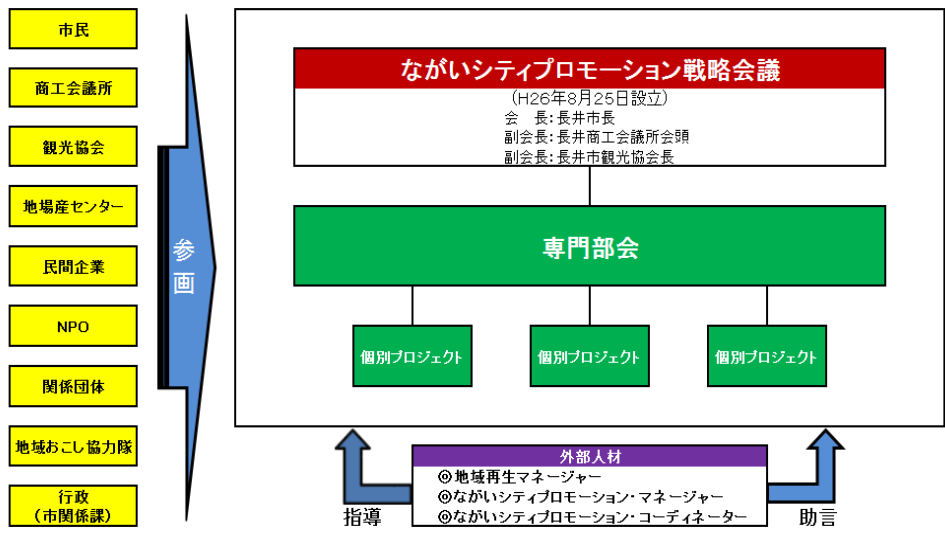
Baby box プロジェクト紹介記事



(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

シティプロモーション事業をまち全体で推進するために、市民・民間団体等・行政の協働により、「ながいシティプロモーション戦略会議」を平成 26 年 8 月に設立した。また、各事業の具体的展開を図るために、事業化に向けた検討組織として個別プロジェクトを立ち上げている。



b. 外部人材の役割

平成 27 年度は、3 年計画で進められている本事業の 2 年目にあたり、昨年度に引き続き、長井市東京事務所顧問が「ながいシティプロモーション・マネージャー」として、長井市東京事務所アドバイザーが「ながいシティプロモーション・コーディネーター」としての役割を担った。また、今年度は、新たに、ふるさと財団の地域再生マネージャーより指導を受けながら、事業の推進を図っている。

地域住民が主体となった取り組みとするために、外部人材の牽引により市民の意識を醸成し、自分たち自身が主役であることの火付け役を担った。

(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
4月	13日	地域おこし協力隊への委嘱状交付
5月	11日	第1回庁内連絡調整会議
	14・15日	マネージャーとの打合せ
	20日	第1回ながいシティプロモーション戦略会議
6月	20・21日	JR蒲田駅との共同イベント(PR活動)
7月	8日	長井市議会「創生会」による大田区視察
	9日	ながいシティプロモーション戦略会議第1回専門部会(ワークショップ)
	23日	ふるさと長井しあわせ応援大使・サポーターとの情報交換会・分科会
8月	18日	ながいシティプロモーション戦略会議第2回専門部会(ワークショップ)
	21~27日	東京「移住交流情報ガーデン」にて長井市移住相談会を開催
9月	8日	長井北中学校生徒による大田区梅屋敷商店街での地場産品PR活動
	8日	長井南中学校生徒による早稲田西商店街での地場産品PR活動
	10日	ながいシティプロモーション戦略会議第3回専門部会(ワークショップ)
	11日	三淵渓谷遊覧プロジェクトの打合せ
	13日	ふるさと回帰フェア(東京国際フォーラム)へ出展
10月	5・6日	ふるさと財団現地調査
	17・18日	大田区「おおた商い観光展」にて地場産品のPR販売
	18日	大田区民との芋煮会交流(東京)
11月	7・8日	大田区「デザイン百貨店」にて長井フェアを開催
	7・8日	着地型体験型ツアーを開催
	10日	第2回庁内連絡調整会議
	16日	BabyBoxプロジェクトの記者発表
	16日	ながいシティプロモーション戦略会議第4回専門部会(ワークショップ)
	17日	地域おこし協力隊全体会
	19・20日	大田区との防災連携協定の協議
28日	ふるさと長井しあわせ応援大使・サポーターとの意見交換会・分科会	
12月	10日	大田区町工場との工業連携に向けた打合せ
	11日	「ふるさと長井会」設立に向けた打合せ
1月	10日~	ふるさと納税拡大キャンペーン
	19日	新・地域再生マネージャー事業報告会(東京)
2月	1・2日	大田区との防災連携協定の協議
	25・26日	BabyBoxプロジェクトの打合せ
3月	9日	地域おこし協力隊活動報告会
	19日	大田区「池上本門寺」にて雪灯り回廊を開催

(5) 今後の展望、次年度以降の取り組み

シティコンセプト「天然水100%の子育てライフ ながい」が定まり、今後はこのコンセプトに紐づいたアクティビティ(企画や産品など)を引き上げていく段階となる。「BabyBoxプロジェクト」をはじめとするアクティビティの具体的な検討を進め、プレイヤーを養成しながら、次年度以降のビジネス化と地域住民が主体となった取り組みへの発展を目指していく。

また、長井市東京事務所が立地する東京都大田区との地域間連携を更に強化し、工業連携や人材連携等を具体的に進めながら、首都圏から長井市への新しい人の流れを促進していく。

(6) 外部人材コメント

地域一丸となった「長井創生」へ



長井市東京事務所 顧問 櫻井 政人
本田屋本店有限会社 代表取締役 本田 勝之助

長井市は、人口減少が急速に進行しており、その影響は、市民生活の活力低下や地域経済等に大きな影響を与え、地域の存立基盤に関わる問題となっております。そんな状況の中、今こそ長井市の建て直しをはかり、元気な街へと再生して行かなければならない、その取組みが「ながいシティプロモーション推進事業」でありました。

市内の団体、企業、生産者、工場等の様々なジャンルの皆様と地域おこし協力隊を交えた「戦略会議」を立ち上げ、そして具体的なアクションを興していく「専門部会」も組織して活動を行っております。今年度は、下記の主な取組みが進められました。

1. コンセプトを創り、アクティビティを引き上げる

世界にも誇れる「水」を有する長井。その魅力を内外へ発信していく仕組みづくり、商品づくり等を行っていくための、コンセプトとシンボルマークを市民一丸で創りました。

【シティコンセプト】 天然水 100%の子育てライフ ながい

2. 地域の担い手育成

平成 27 年度は 6 名の協力隊員が在籍。それぞれの隊員が個性を活かし地域を連携した活動を展開。事業のプレイヤーとなっている。任期終了後 3 名以上の定住を見込んでいます。

3. エコツーリズム事業の創造

ながい百秋湖での再生可能エネルギーによる「ソーラー発電等（電気式）遊覧船」を検討中。地元 NPO によりバッテリー船による運行を開始。季節毎の自然を活かした新たなアウトドア観光メニューも検討中です。

4. 地域の売り込み

地域 FM 放送（おらんだラジオ）と連携し、地域情報を効果的に発信するための街ネタサイトを構築。地域の魅力を伝える「特派員」の育成を行いながら、住民の地域への誇りや愛着を醸成するインナーブランディングをあわせて展開中です。

5. 地場製品の販売拡大

ふるさと納税 PR 活動、返礼品の拡充等によって大幅に増額を続けております。今後はクラウドファンディングの導入も検討し、事業資金調達と長井市ファン獲得を更に進めます。

6. 移住者受け入れ体制の確立

東京事務所に移住相談所を開設、長井市と連携した移住サポート体制を確立しています。同時に婚活サポートも東京～長井で展開中です。

7. 東京・大田区との連携

大田区との防災連携協定の締結を予定しています。それによって両地域の工業連携を含む様々な連携が期待されることです。

この 2 年間のながいシティプロモーション推進事業を通じて、当初は、あまり連携が出来てなかった様々な立場の皆さんが、今では共に協力して新しい長井市を創り続けています。今後もこの流れを絶やさずことなく、地域一丸となった「長井創生」を進めて参ります。

2-3. 山形県飯豊町「いいもんだ中津川 持続可能運営体への道」

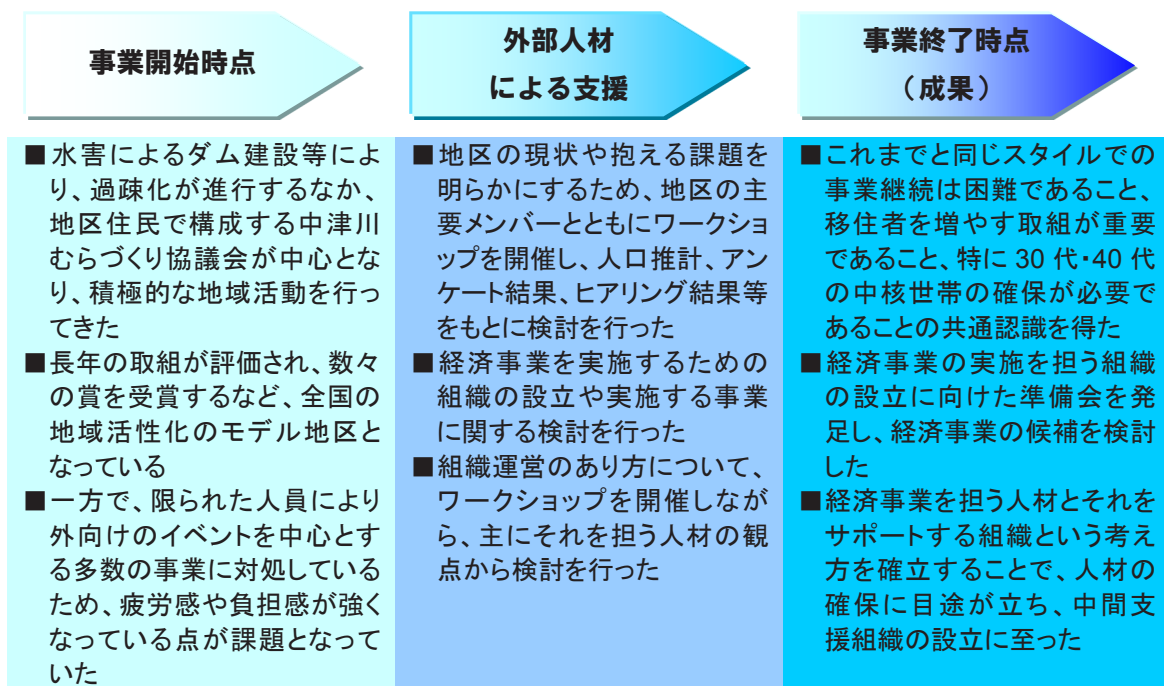
<事業概要>

■総事業費	6,000 千円
■助成申請額	4,000 千円
■外部人材	中島 淳(株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ)

<自治体概要>

■人口	7,688 人(住民基本台帳登録人口:平成 27 年 1 月 1 日)
■面積	329.6k m ² (平成 25 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	23 人/k m ²
■標準財政規模	3,941,510 千円(平成 25 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.18(平成 25 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	83.7%(平成 25 年度市町村財政状況調)
■担当課室	飯豊町 総務企画課 総合政策室

<取組み概要>



中津川地区の未来を考える会



地区運営法人設立準備会



中間支援組織「すける」



(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

飯豊町中津川地区は、町中心部より南方約 20km の山間部に位置する山林地域である。昭和 30 年代は 3,000 人の人口を抱え、集落ごとに年中行事が盛んに行われてきたが、昭和 42 年の羽越水害に起因した白川ダム建設などにより過疎化が進行した。

中津川地区では、「中津川むらづくり協議会」が中心となり地域活動を行ってきた。その長年の取り組みが評価され、平成 26 年 3 月、農山漁村の景観保全や景観を生かした地域活性化に取り組む団体を表彰する「美の里づくりコンクール」の最高賞である農林水産大臣賞、平成 26 年 10 月、「第 12 回オーライ！ニッポン大賞」で準グランプリを受賞、また、地区内で農家民宿を営む組織「なかつがわ農家民宿組合」は「地産地消優良活動表彰」において農林水産大臣賞を受賞している。

全国的な賞を多く受賞するなど地域づくりが活発な地区であるが、平成 26 年度に実施した新・地域再生マネージャー事業<環境整備型>において以下のような問題が明らかになった。

- ① 全ての地域づくり活動は、いわゆる補助事業をその源泉としている。
- ② 活動の中心メンバーは選出された限られた人員であり、多くの事業に対処する結果、疲労度、負担感が極めて高い。
- ③ 長年の取り組みの中で目的と手段が混同され、実施の意味が共有されていない。

この不安定な状態の解決と、地域自らが創意工夫しながら持続可能な地域経営の仕組みづくりと体制整備を行っていくには、地域が抱える課題について地域住民が情報を共有化し、地域の在り方の将来目標を実現するための新たな組織の設立と活動全体のコーディネーター役となる人材の育成に取り組む必要があった。

b. 事業の目的

中津川地区は地域づくりとして新たなステージに臨むことが求められていることから、外部の視点を入れて、スクラップ&ビルドし、再構築することを目的とした。再構築のポイントは以下の 3 点である。

- ① 取り組み対象の転換（外ばかりに向けていた視点を地区内部に向けなおす）
- ② 活動源泉の見直し（補助事業に頼らないやり方を模索する）
- ③ 取り組み主体、当事者づくり（誰がそれらを実行していくのか）

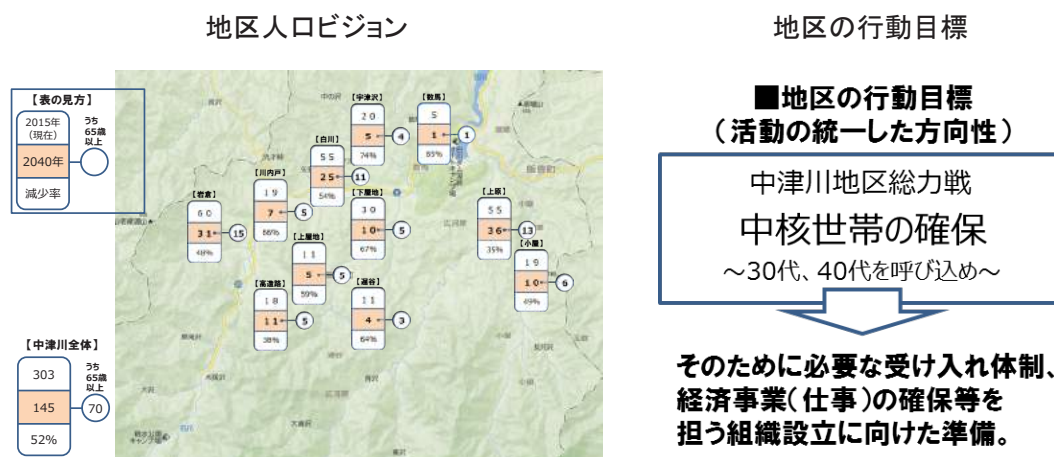
(2) 事業の内容と成果

a. 現状把握

中津川地区が抱える「見えない課題」を明らかにするため、「中津川むらづくり協議会」幹部のほか、地区長、公民館長など地区の主たるメンバーとともにワークショップを重ね、地区の現状や課題を共有した。

現状把握にあたっては、地域住民に対する将来についてのアンケート調査や地区人口ビジョンの作成、若者団体・地元組織幹部・生産者団体・地区へのIターン者等との情報交換、ヒアリングを行った。

その結果、①これまでと同じスタイル、同じ考え方によるこれ以上の事業継続は極めて難しく、「地区の元気の在り方とは」を考え直す時期に来ていること、②全ての活動は「移住者を増やし、地区人口を出来る限り保持する」という目的を持つこと、③特に自治を含む地域活動に欠かせない中核世帯の確保を強く意識すること、についての認識共有が図られた。



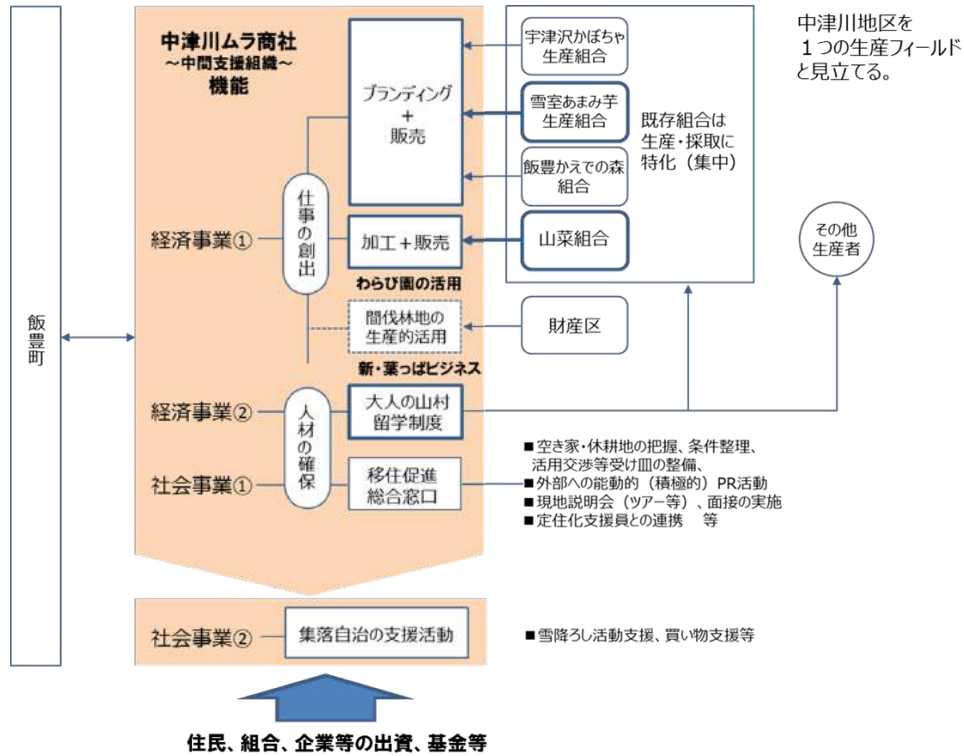
b. 組織化

中核世帯の確保のために必要な受け入れ体制、経済事業の実施を担う組織の設立に向け、「中津川むらづくり協議会」の中に公式に「地区運営法人設立準備会（以下、「準備会」）を設置した。

準備会においては、個々のイメージを統一するため、中津川地区における経済運営組織の概念の共有、地元資源の活用のあり方についての検討、組織化に伴う新たな地域づくりで活躍が期待される次世代人材に対する研修を行った。

また、準備会では、地区が自力で経済事業を実施することが何よりの移住促進策になると位置づけ、準備会構成メンバーとワークショップを繰り返し、実施の可能性がある地区ビジネスのスタイルイメージを共有した。

地区ビジネスのスタイルイメージ



c. 組織運営

組織運営を検討するにあたって重要となるのは、誰がそれを担うのかという運営キーマンの選定である。企画、事業運営、課題掌握等に長けた人材が必要となる。

事業を専任的に担う人材を確保することは困難であったことから、地区に新たな経済事業を生み出すために、その任を担う組織を新しく設置するのではなく、経済事業を生み出すのは既存の生産者、又は「やりたいことはあるがどうやっていいのかわからない」と考えている者を対象に、それをサポートする組織をつくるという考え方に転換した。

これによってサポート組織は常に任を負うことはなく、支援業務時間以外では自身の仕事に従事できることを条件とすることで、その任を担う人材を確保することができ、中間支援組織「すける」の設立に至った。

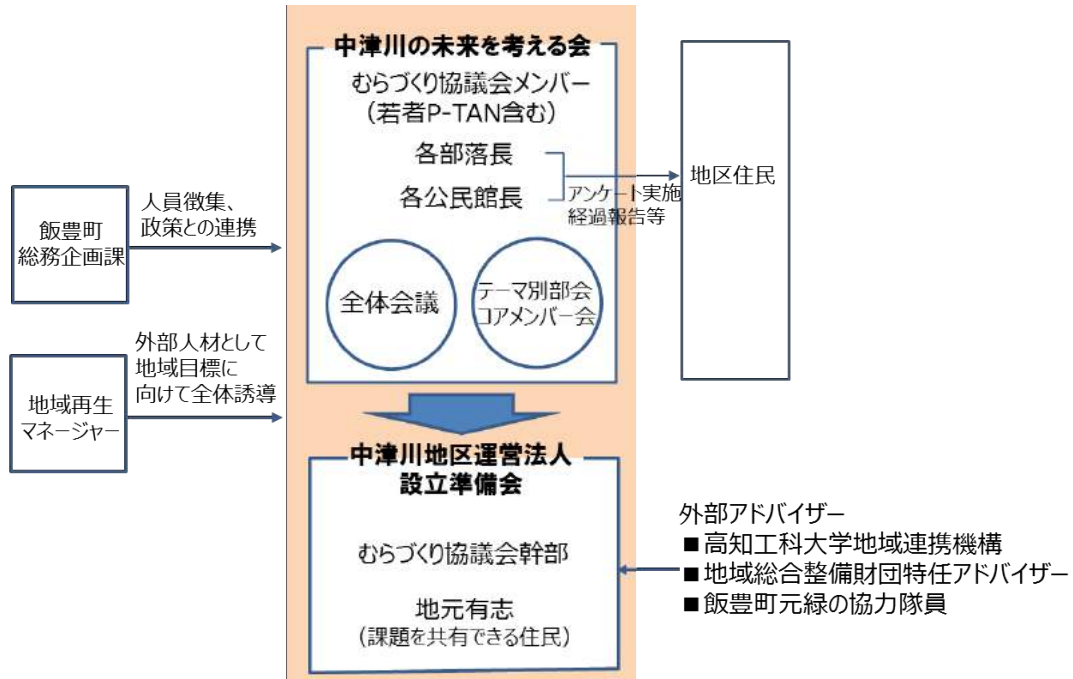
中間支援組織では、現在、次のような地区ビジネスの支援を検討している。

- ① 保管施設である雪室を更に活用するプロジェクト
- ② 中津川ツーリズムの商品化プロジェクト
- ③ 新・葉っぱビジネスプロジェクト
- ④ 観光わらび園の構造改革と新経済事業化プロジェクト
- ⑤ 地元産品の更なる付加価値化プロジェクト



(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要



b. 外部人材の役割

地域再生マネージャーは、これまで中津川地区で自ら行ってきたイベント実施や商品開発、組織体制の構築、地元住民の意識向上等の取組を外部の視点からスクラップ&ビルドし、再構築する役割を担った。

また、地域再生マネージャーのほか、「伐採林地の効果的活用」を先進的に研究している高知工科大学地域連携機構や、農業領域の専門家である地域総合整備財団特任アドバイザーからのアドバイスを受けた。

(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
4月	28～29日	事業実施打合せ (中津川むらづくり協議会会長、若者団体)
5月		
6月	15～16日	関係団体ヒアリング (中津川むらづくり協議会、若者団体、生産者団体3団体)
7月	13～14日 23～	「中津川地区のこれからを考える会」開催 住民アンケート調査実施
8月	18～19日	「中津川地区のこれからを考える会」開催 (第1回財団現地調査)
9月	14～15日	「地区運営組織設立準備会」開催 町長面談
10月	6～7日 13～14日	「地区運営組織設立準備会」開催 「中津川地区のこれからを考える会」開催
11月	18～19日	「地区運営組織設立準備会」開催
12月	1～2日	「地区運営組織設立準備会」開催、関係団体ヒアリング (第2回財団現地調査)
1月	7～8日	「地区運営組織設立準備会」開催
2月	8～9日	「地区運営組織設立準備会」開催、中間支援組織設立

(5) 今後の展望、次年度以降の取り組み

本事業では、経済支援事業を1つの職として取り組む担い手が確保でき、中間支援組織が設立された段階であり、検討中のプロジェクトが今後スタートする。

プロジェクトが担うミッションは、以下の3点にある。

- ① 高齢化を理由に、地元資源活用の可能性を縮めさせない。
- ② 新たな経済事業が動き出すことで（それが目に見えるようにすることで）、地区で住んでいけることを移住希望者に示す、外で働いている若者が地元で働くようにする。
- ③ 自身の時間を拠出し、リスクを負う事業実施者（現場の生産者や支援組織の担い手など）が正当に還元を受ける結果を示す。

これらの実現はこれまで多くの受賞歴を持つ中津川地区における新たな挑戦となり、補助事業に依存しない活動が実現、継続できるかは、担い手の行動力、地区の理解とサポートなど多くが必要となる。

(6) 外部人材コメント

いいもんだ中津川 持続可能運営体への道	
株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ 中島 淳	
	<p>今回一緒させていただいた飯豊町中津川地区は、オーライ！ニッポン大賞 準グランプリなど数多くの受賞実績を持つ活発な地域です。交流事業を始めとする多様な活動を長年自発的に実施しています。ところが、少子高齢化の影響は避けられず、地区の新たな方向性を見出す必要性が問われ始めていました。</p> <p>中津川地区が大きなエネルギーを使って取り組んできた、集落単位としては全国に先駆けてのインバウンド観光や農家民宿の組織化、地区イベントの開催等は主に外部に向けたものでした。</p> <p>今回の地域再生マネージャー事業の趣旨は、使うエネルギーを内部すなわち自分たちに向け直すというものです。これまでやってきたことを否定することなく、自信を持っている認識を転換してもらうのはとても難しいことです。これは、地区として「まずはやってみること」から「稼ぐこと」へのレベルアップであり、稼ぐ目的を自分たちのために置くことに他なりません。地区という単位での経済事業を実施し、その成果を地区に戻すという流れは、自立自治への一歩です。</p> <p>地域再生マネージャーとして多くの地域に関わらせていただきましたが、今回は極めて難しい挑戦でした。そしてまだ結果を見ていません。マネージャーはきっかけをつくるのが仕事で、実行する主体（当事者）は地元になければなりません。イベントではなく仕組みづくりはそれを担う人材がいなければ動かないため、事業では地元の人と地区における経済事業の在り方の検討しながらも、表に出ない部分では人材探しに奔走していました。</p> <p>地区で動ける（取り組みの意味を理解し、コトを動かす）人材は当然自分の仕事を持っており、「地区内起業」に挑む者は見当たりません。どこに着地点があるのかを探るのに時間を要してしまったのは、自身の力不足と無理をしては全てが壊れてしまうのではないかという危機感があったためです。</p> <p>幸いにして事業終盤に、新たに事業そのものを担う（起業する）のではなく、既に事業をしている（生産している）者を「サポートする」機能こそが必要なのではということになり、ならば時間を作れてハードルも低いため取り組めるかもしれないという人材が誕生しました。このサポートから有償の還元をつくりモデルづくりが始まります。</p> <p>全国のどの地域、集落にも同じような悩みと課題がありながら、人材がいなかったためという理由で取り組めない状況が見られます。本事業でのプロセスは大きな経験になりました。これからに役立て、他地域と共有していく所存です。ようやくスタート基盤が出来たに過ぎませんが、これまでご心配をおかけしながらも多くのご協力、ご指導を頂戴しましたふるさと財団、飯豊町ほか事業関係者に深く感謝申し上げます。</p>

2-4. 新潟県三条市「健幸長寿社会を創造するスマートウエルネスシティ総合特区」の具体的な推進のための横断的な組織づくり

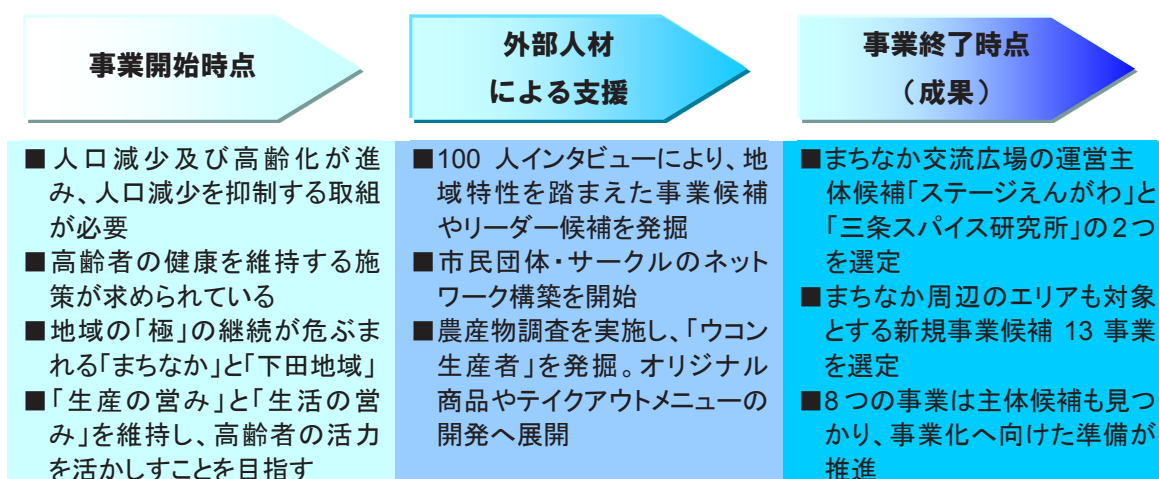
<事業概要>

■総事業費	11,048 千円
■助成申請額	7,000 千円
■外部人材	近藤 ナオ(株式会社アソボット クリエイティブ・ディレクター) 伊藤 一城(SPICE CAFE)

<自治体概要>

■人口	101,775 人(住民基本台帳登録人口:平成 27 年 1 月 1 日)
■面積	432.01k m ² (平成 25 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	235 人/k m ²
■標準財政規模	24,556,812 千円(平成 25 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.62(平成 25 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	93.1%(平成 25 年度市町村財政状況調)
■担当課室	三条市 福祉保健部 福祉課 スマートウエルネス推進室

<取り組み概要>



会議の様子



高齢者教室



オープン間近の交流広場



(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

三条市では急速な人口減少や高齢化が進み、高齢者の健康維持は社会保障費の抑制や高齢者サービスの担い手不足への対応の観点が重要な課題となっている。

高齢者の健康問題の多くが生活習慣病に起因するにも関わらず、予防のための運動や食生活改善に取り組む市民は、全体の約3割にすぎない。また、高齢者の強い社会参画意欲を活動へとつなげる仕組みが整っていない。

このため三条市では、高齢者の意欲や能力等を様々な活動に結び付け、社会で活躍できる環境を整えていく仕組みを構築していくことが喫緊の課題であると捉え、この解決が市民の個々の人生を更に豊かにするとともに、高齢者が長寿社会における重要な担い手となる地域社会を形成していくと考えている。

b. 事業の目的

人口減少社会ではコンパクトシティが有効であるとされているなか、三条市ではそれぞれの地域における「極」を維持し続けることが重要であると考えて地域再生・維持に取り組んできているが、「極」としての存続が危ぶまれる地域もある。子どもや若者がその地を離れ市内で最も高齢化率が高い三条小学校区を中心とする「まちなか」と人口減少による過疎化が進む「下田地域」がその代表的な地域である。

本事業ではこの2つの地域を対象にして「生産の営み」と「生活の営み」を維持し続けるための施策展開を通じて、高齢者の活力を活かした持続可能な地域社会の形成を目指すこととしている。

中心市街地である「まちなか」では、まちの主役ともいえるべき高齢者の活躍の場を創出するための核施設として、「まちなか交流広場」が平成28年3月にオープンすることとなっている。外出機会が少なくなりがちな高齢者が出掛け、「縁側」のように気軽に立ち寄り、思い思いの時間を過ごせる空間として、また、「ヒト」「マチ」「コト」をつなげていくハブ的な機能を果たすことが期待されている。

「下田地域」では、豊かな自然を背景とした農業中心の産業構造を活かした「極」づくりを通じた持続可能な地域づくりを目指すこととしている。

これらの2つのモデル地域での取組をさらに市内の他地域にも波及させていくため、市民と市内業者及び市の連携による体制（組織）づくりや継続的な事業（市民参加のイベント、地産地消流通モデルの構築、新たな特産品（農産物）の開発及び販路開拓）の検討を行うことを目的としている。

(2) 事業の内容と成果

a. 「まちなか交流広場」整備に係る人材育成

外部人材と地域おこし協力隊が一体となり、高齢者等を対象とした「100人インタビュー」を行った。三条市では100人規模の意見聴取の取組は初めてのことであった。1人当たり60分～90分かけてインタビューを行い、地域のキーマンや地域活動に積極的に取り組んでいる方を次々に紹介してもらい、市の職員が認識できていなかった新たなリーダー人材候補を発掘することができた。

100人インタビューを行う中で見えてきた方向性から、地域で必要とされている事業候補に関する仮説を構築し、まちなかの高齢者を対象として、健康に関する意識と欲求に関する興味・関心分野に関するアンケート調査を実施した。さらに、国内外の高齢者をメインターゲットとした事例から13の事業化の可能性のある事業候補を選んだ。

100人インタビュー活動を通じ、200の市民団体・サークルが「まちなか」にあることが分かったことから、活動の見学やヒアリングを行い、市民団体・サークルのネットワーク構築を開始した。



b. 「まちなか交流広場」整備に合わせた横断的な組織づくり

まちなか交流広場の運営組織の基盤となり得る組織化の検討を開始し、まちなか交流広場の運営組織の検討については、「ステージえんがわ」と「三条スパイス研究所」の2つの組織を抽出し、オープン当初は2チーム体制でスタートすることとなった。どちらも中核的な運営組織となる可能性が十分にあるものと思われる。

c. スマートウエルネス三条推進計画の推進「まちなか交流広場」整備に係る人材育成

まちなか交流広場のみならず、まちなか周辺のエリアも対象とする新規事業候補13事業についてリーダー人材候補の発掘を開始し、以下の8事業は平成28年度前半に事業をスタートできるように準備している。

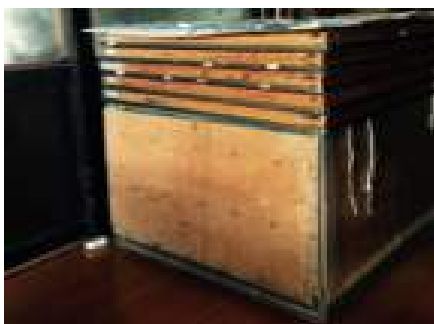
① まちのたまり場 まちなか交流広場「ステージえんがわ」

100人インタビューを行う中で、リーダー人材を発掘し、リーダー人材を中心に市と民間（地域住民/団体）が一緒になってまちなか交流広場のオープンに向けて準備を進めている。高齢者の心身の健康と精神的満足を満たす施設（拠点）であり、市民団体のネットワーク拠点や地域の文化継承拠点としての事業計画も検討している。

② にほんのくらしにスパイスを「三条スパイス研究所」

リーダー人材を発掘し、飲食事業プロデューサーの外部人材と農産物の調査などを行った。通常は高温多湿を好み、新潟が生産北限地と言われているウコン生産者を下田地域で見つけた。ノウハウ継承のためのワークショップやウコンを利用したメニュー開発を行うことで、三条市に鍛冶・金物以外の地域特産品を生み出す可能性ができた。その他にも、定期露店市から野菜を食材として仕入れ、メニューに反映させることによって地産地消モデルのプランニングが実施されている。

下田の生産者が開発したウコン乾燥機とウコン

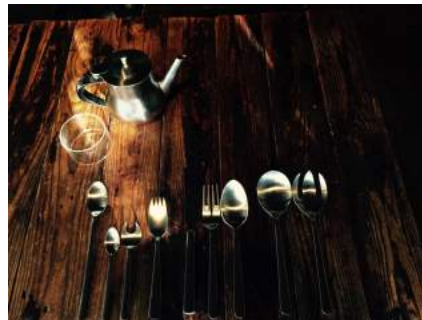


オリジナル商品やテイクアウトメニューの開発を行った。日常食の中に健康に関連性の高いスパイスを取り入れ易くする工夫を行い、平成27年10月にイベント「工場の祭典」で提供し、100食が完売された。カトラリーや調理器具は、燕三条製品や燕三条技術を利用した加工品を多用している。外部人材のコンセプト力から県内外からの顧客も見込まれている。三条スパイス研究所は「燕三条製品のプレゼンテーションの場」としての機能すると考えられる。

飲食店メニュー・試作品



飲食店カトラリー



③ 65歳以上しか入団できない「劇団」

65歳以上しか入団できない「劇団」はリーダー人材を中心として展開されているが、一般的にプロレベルの「劇団」を目指して利益を生むことは困難な中で、「演劇を学ぶ教室」という月謝制事業モデルでプロレベルの舞台を目指す。単発型の教室を実施したところ、募集期間わずか2週間で14人の参加者があり、開催後のリピート申込者が4人あった。

演劇体験教室の様子



④ みんなで一緒に歌う「うたごえ喫茶」

リーダー人材は1950～1960年代が最盛期だった歌声喫茶をリバイバルした「うたごえ喫茶」をイベントとして行っている。歌詞カードの貸し出し、アコーディオンやピアノなどの生演奏、参加者からのリクエスト曲に答えて参加者全員で合唱する形式など、現在の高齢者が楽しめるように工夫している。

イベントの様子等



⑤ 一人で参加する団体旅行

イギリスで30年以上前からある「一人で参加する団体旅行企画会社」をモデルに、三条を出発または到着地点にした旅行の企画を予定している。本事業ではJTB三条支店が協力的であり、今後の成功が期待される。

⑥ 女性たちに活躍の場「BABA ラボ」

埼玉県でBABA ラボのノウハウを移転して、手芸好きな女性の活躍の場を作る。リーダー人材発掘とBABA ラボ拠点としての決定を待っている。

⑦ 高齢者へのペット貸し出しサービス

福島県で保護犬の宿舎運営経験があるふくしまプロジェクトが主導し、市内で事業化を試みる予定である。動物愛護が浸透している新潟県ならではの「ペットホテル事業」を基幹に考えており、高齢者へペット貸し出しを行う。

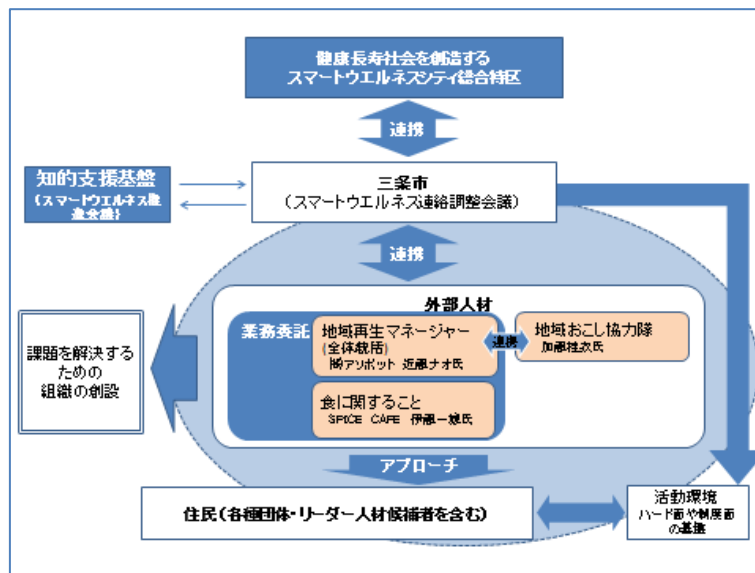
⑧ お金を賭けない健康ギャンブル

高齢者にとって関心が高いギャンブルの場を、お金を賭けない形で利用することにより交流・脳の活性化を狙っており、体は健康であるために施設利用をしない方・抵抗を示す方・その他出不精の高齢者の生活の質を高める。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

外部人材と地域おこし協力隊でプレイヤーの発掘・育成等のソフト面の検討を行い、市はハード面や規制等の制度面の基盤づくりを進める。将来、住民が主体となった持続可能な運営組織（(仮称) まちづくり会社）の構築を目指している。



b. 外部人材の役割

外部人材と地域おこし協力隊が目的達成上の本質的な課題を抽出するとともに、専門的な知見や経験上のノウハウ、また様々な業種・人材とのネットワークを活用し、課題解決策の提案、プレイヤーの発掘・育成等を行った。


(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
4月	7日 20・21・28日	三条市・キックオフミーティング 地域の飲食関連事業者との打ち合わせ
5月	7～9日 11日 14・15日 18・19日 25・26日 29日	インタビュー・調査 スパイス料理店視察 インタビュー調査、ミーティングなど 地域生産者視察 地域生産者視察 三条市長インタビュー
6月	11～15日 15・16日 19日	インタビュー・調査など(12・13 ふるさと財団現地調査) 地域生産者視察 スパイス料理店視察
7月	2～6日 6・7日 10日 13日 27・28日	インタビュー・調査、ミーティングなど 地域生産者視察 建築設計事務所との施設コンセプト打ち合わせ 講演会・調査など インタビュー・調査など
8月	13～16日 17・18日	インタビュー・調査など 飲食商品開発・メニュー開発、ミーティング
9月	4～7日 7・8日	インタビュー・リーダー人材の育成・事業調整、ミーティングなど 飲食商品開発・メニュー開発
10月	1・2日 1・2日 26・27日 26・27日	インタビュー・リーダー人材の育成・事業調整、ミーティングなど 飲食商品開発・メニュー開発 インタビュー・リーダー人材の育成・事業調整など 飲食商品開発・メニュー開発
11月	16・17日 16・17日 19・20日	インタビュー・リーダー人材の育成・事業調整、ミーティングなど 飲食商品開発・メニュー開発 リーダー人材の育成・事業調整など(ふるさと財団現地調査)
12月	7・8日 17・18日	飲食商品開発・メニュー開発 リーダー人材の育成・事業調整、ミーティングなど
1月	11・12日 11・12日	リーダー人材の育成・事業調整、ミーティングなど 飲食商品開発・メニュー開発
2月	8・9日 9・10日	リーダー人材の育成・事業調整、ミーティングなど 飲食商品開発・メニュー開発

(5) 今後の展望、次年度以降の取り組み

次年度以降は、まちなか交流広場を核とした民間主体の持続可能な事業運営が展開されるよう、引き続き外部人材の活動により、運営組織の基盤づくりや今年度発掘したリーダー人材の育成や自走可能な運営等に関する取組を行っていくことが予定されている。

(6) 外部人材コメント

<p>人の欲求に寄り添った「全ての人に1つは届く」外出の場の創出</p> <p>近藤ナオ（株式会社アソボット クリエイティブ・ディレクター）</p>	
	<p>【事業概要】 三条市は『「健康長寿社会を創造するスマートウエルネスシティ総合特区」の具体的な推進のための横断的な組織づくり』をテーマに事業を行ってきました。簡単に言うと「生涯にわたり健康に暮らせる街は、良い街だ!」というコンセプトの元、行政だけに頼るのではなく、街の人々が中心になり、それを実現するための市民主体の組織づくりを行うという事業です。</p>
<p>【抱える課題、及びそれに対するアプローチ】 課題は大きく別けると2つありました。1つは、行政が主体で事業を行うと、どうしても綺麗な事だけしか実行できなくなる現実があるという事です。本件においては、『健康』という綺麗なキーワードのみで事業をおこなってしまう部分の事です。自治体の意図としては、すべての人たちに、最低限の健康になれる機会として『出歩く場』を提供したいという事でした。しかし、人は、誰もが「もっともっと健康になりたい!」と純粋に思っている訳ではないのでは?という仮説を立て調査を進めました。高齢者約100人に取ったアンケートでも、健康欲よりも奉仕欲、承認欲、食欲、物欲、ひいては性欲などの欲求の方が高い数値を示しました。なので、今回は、健康というキーワードにとらわれるのではなく、何歳になっても人間が根源的に求める欲求に寄り添いながら、外出する機会を作り出す事に重きを置き事業を進めていきました。</p> <p>もう1つの課題は、地域で事業を主体的に進めるリーダーを見つける事ができず、自治体が予算も人も出して実行するしかないという現実です。今回は、何をやるかを決める前に、地域の次世代のリーダーを探すために『100人インタビュー』を実施しました。『100人インタビュー』とは、地域で活動をしている人、もしくは、これからしたい人を100人を目途に探し出し、個別インタビューをし、人材の掘り起こしをする行為です。</p>	
<p>【取組を通じて得られた成果】 『100人インタビュー』の中で、まだ地域には見えてきていない、やる気と能力のあるリーダー候補8人を見つけ、その8人と欲求に寄り添い外出する機会を作り出す事を考慮しながら、8個の事業の立ち上げを行いました。動きの早い4つの事業は、2016年3月からスタートします。その他、4つに関しては、2016年度のスタートを予定しています。今後は、スタート後2年以内に事業を黒字化させ、リーダーが必要な収入を得れるようになり、事業が自立継続できるようにしていきます。</p>	

2-5. 新潟県粟島浦村「粟島の未来創生事業」

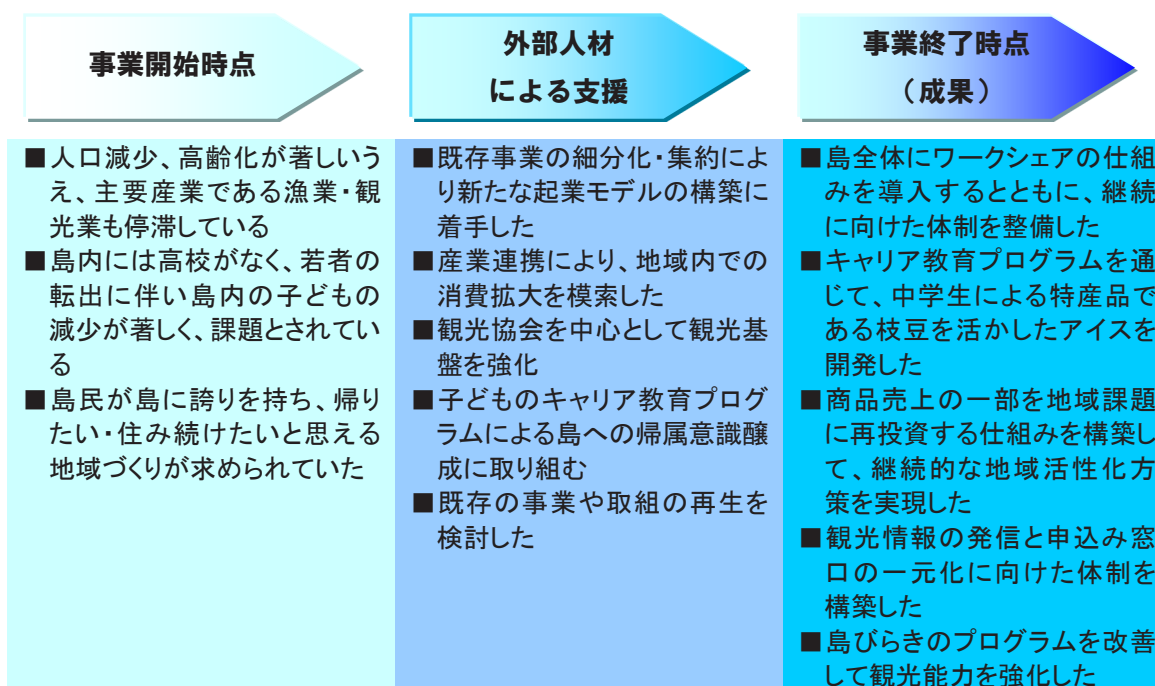
<事業概要>

■総事業費	10,500 千円
■助成申請額	7,000 千円
■外部人材	上田 嘉通(株式会社JTB総合研究所) 篠崎 宏(株式会社JTB総合研究所)

<自治体概要>

■人口	358 人(住民基本台帳登録人口:平成 27 年 1 月 1 日)
■面積	9.86k m ² (平成 25 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	36 人/k m ²
■標準財政規模	438,987 千円(平成 25 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.08(平成 25 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	77.2%(平成 25 年度市町村財政状況調)
■担当課室	粟島浦村 総合政策室

<取り組み概要>



(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

粟島浦村は、新潟市の北方 63km、村上市岩船港の北西 35km に位置する人口 342 人、高齢化率 45.3% (H26 年 4 月時点) の小規模離島であり、日本で 4 番目に小さい村である。

人口減少、高齢化が著しく、1980 年と比較して 2014 年の人口は 57%まで減少 (595→342 人) し、高齢化率は倍以上に上昇している (17.0→45.3%)。国立社会保障・人口問題研究所の推計によれば、2040 年には人口が 180 人にまで減少するとされている。

島内の主要産業は、漁業と観光業である。漁業は、年々魚価が低下し、燃料高騰により漁家経済に負の影響を及ぼしている。また、観光業は、平成 4 年に 57,000 人の入り込みがあったのをピークに年々減少し、近年では 20,000 人程度 (宿泊者数は 15,000 人) で推移している。かつて約 70 軒あった民宿は、高齢化、後継者不足で 33 軒まで減少しており、観光客の受け入れ容量が減少する懸念を抱えている。

島内には高校が無い。粟島浦小中学校に児童生徒 25 名 (平成 26 年度) が通っているが、若者の転出に伴い島内の子どもの減少が著しく、島外から児童生徒を受け入れる「しおかぜ留学」を実施している。

こうした背景を踏まえて、自立的・持続的な地域を目指す上で、以下が課題である。

- ・高齢化に対応可能な「持続可能なビジネスモデル構築」
- ・所得向上につながる「競争力のある産業育成」「多様な働き方実現」
- ・子どもたちが島に帰りたと思える「誇りづくり」、帰ってこられる「仕事づくり」
- ・地域づくりを島民主体で持続的に実現するための「安定した財源確保方策」
- ・島内産業が一体となった「地域内の経済循環モデルの構築」

b. 事業の目的

島民が島に誇りを持ち、帰りたい・住み続けたいと思える地域づくりに向けて、以下の 6 つを事業の目的とした。

- ①高齢化に対応した観光サービス提供側の持続可能なモデルを構築する。
- ②地域内産業の連携強化を行い、地域産業の競争力強化、地域内資金循環モデルの構築を図る。
- ③人口規模に基づく適正な産業規模を実現し、島民の所得水準を向上させる。
- ④教育と産業の連携を促し、子どもたちの「地域の誇り」「ビジネスマインド」の醸成を図る。
- ⑤自己改善(PDCA)と、観光財源の確保を通じ、自立的・持続的な取組実施体制の実現を図る。
- ⑥島の多様な働き方を考え、ワークライフバランスを高める仕事の仕方を実現する。

本事業の実施に当たり、事業終了後も持続的、自立的、効果的に取組が実施されることを念頭に置き、そのための基本的な方向性として以下の方針を掲げて取り組んだ。

- ①既存の人・モノ・金・情報の活性化を通じて持続可能な産業構造を実現する。
- ②島内産業の連携により、島の総合力で競争力強化を図る。
- ③既存の観光協会の体制を強化し、ビジネスとして自立させる。
- ④島民所得の向上を明確に数値目標として掲げて事業に取り組む。
- ⑤既存制度では実現できないものについては、特区も含めて革新的な取組に挑戦する。

(2) 事業の内容と成果

a. 既存事業の細分化・集約による新たな起業モデル構築

民宿事業者の役割（仕入、朝食、夕食、掃除、洗濯、送迎など）の細分化や、民宿事業者の高齢化により困難となる仕事を抜き出して集約し、別事業として起業するモデルの可能性検討（ワークシェアリングの仕組み構築）を行い、民宿の事業者の支援だけでなく、島全体のワークシェアの仕組み導入、試行実施に体制整備を行った。

可能性検討時の資料



また、旅館組合の価格規定の見直し（サービスに合わせた適正価格の導入）にも取り組んだ。ただし、旅館組合の根強い抵抗があることから、最低限のサービス水準の均一化を目指し、観光協会でのアメニティグッズ販売事業を平成28年5月より開始することとした。

b. 産業連携による地域内消費拡大

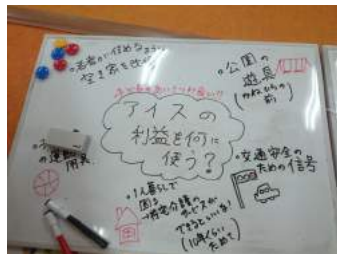
伝統料理の復活と民宿による提供（オプションメニュー）の仕組み構築に向け、文化遺産保全・活用実行委員会がフェノロジーカレンダーを作成した。これを活用して、若者を中心に伝統料理をつくる会が月1回程度開催されている。

後述するキャリア教育によるアイスクリームの売上の一部を地域課題に再投資する仕組みを構築し、その使い道を島民で検討することとしている。

フェノロジーカレンダー



地域課題へ再投資する仕組み作り検討の様子



商品1個につき5円を基金に、
 1万個売れると、5万円
 100万個売れると、500万円

↓

子どもたちの教育支援に
 高齢者の生活支援に
 漁業や観光振興に
 移住者（Uターン）支援に

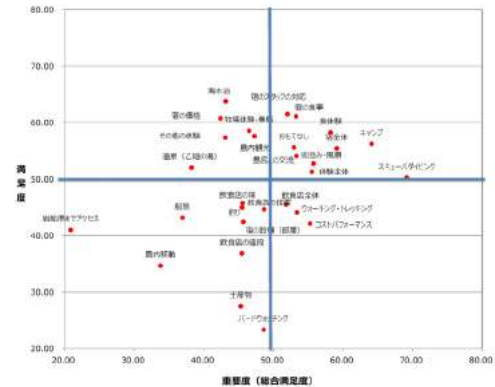
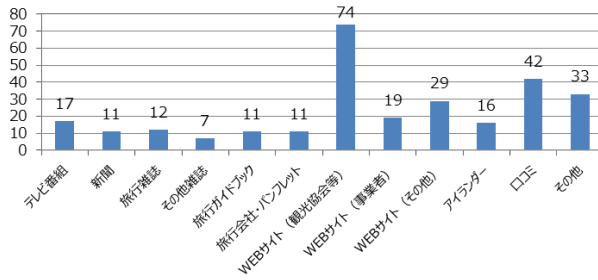
↓

粟島では、どうする？

c. 観光基盤の強化

平成27年5月2日～9月30日まで観光案内所窓口にて来訪者調査を実施した。

来訪者調査結果



来訪者調査で把握した課題解決のため、観光客の情報収集手段として最も利用されていた栗島観光協会のwebサイトのリニューアルを実施した。webサイトのリニューアルだけでは、閲覧者は増えないため、webサイトへ誘導するための口コミサイト構築も実施している。

観光協会 web サイトの改善

- ・ 民宿の申込を web フォーム化 (従来は電話のみであった)
- ・ 島内の飲食店の開店情報の提示 (従来は、どの店がいつ開いているかわからなかった)
- ・ スマートフォン対応のレスポンスデザインの導入

観光協会 web サイトへの誘導策

- ・ web 上でのソーシャルメディア活用
- ・ 栗島好きが自由に投稿できるクチコミサイトの構築

後述するキャリア教育をきっかけに、従来、島外に流通していなかった枝豆「一人娘」を、漁協を通じて生産・供給してもらい原材料を確保した。これが、生産者の自信となり、生産拡大に向けた県の農業普及員を招いた勉強会の開催につながり、次年度は、今年以上の供給量を見込んでいる。

栗島のファンが、栗島の環境や産業を支える仕組みづくりの検討も行われた。観光客が島内に入る場合の課金 (環境保全・離島振興協力金) について総合戦略に盛り込まれ、次年度以降、本格的に検討に入る。ふるさと納税についても、今年度は返礼品・サービスが十分整わなかったものの、次年度からの体制を強化し、力を入れる方針となっている。

d. 子どものキャリア教育プログラム

教育と産業の連携を促し、子どもたちの「地域の誇り」「ビジネスマインド」の醸成を図ることを目的とした「子どものキャリア教育プログラム」として以下の活動が行われた。

- ・総合学習の時間を利用したキャリア教育の実施（全4回）
- ・商品企画、味の検討
- ・パッケージデザイン、ネーミングの検討
- ・商品の付加価値化のための地域のPR手法検討
- ・販売戦略（売り方、売り場、価格など）の検討
- ・開発商品の販売実習（新潟市など）

アイスの企画発表



メーカーとの商談



メーカーとの商談



完成した商品



ネーミング、
パッケージデザインの検討



新聞記事



e. 既存の事業・取組の再生

若者、民宿のおかみさんなどを集い、島最大のイベントでありながら、近年マンネリ化が課題となっている「島びらき」について、課題と改善策を出し合い、次年度の取組内容を検討した。

3月4日の観光協会の総会で提案した後、5月の開催に向けて準備を進めていく。

<島びらきの改善案>

①景品の提供の仕方を再検討

鮮魚は後日発送、もしくは、民宿や飲食店でさばくサービス
景品を選択式にする（鮮魚か民宿割引券か、など）

②イベントでのわっぱ煮提供をやめる

わっぱ煮は飲食店で提供している旨の周知を徹底（提供に時間がかかることも周知）

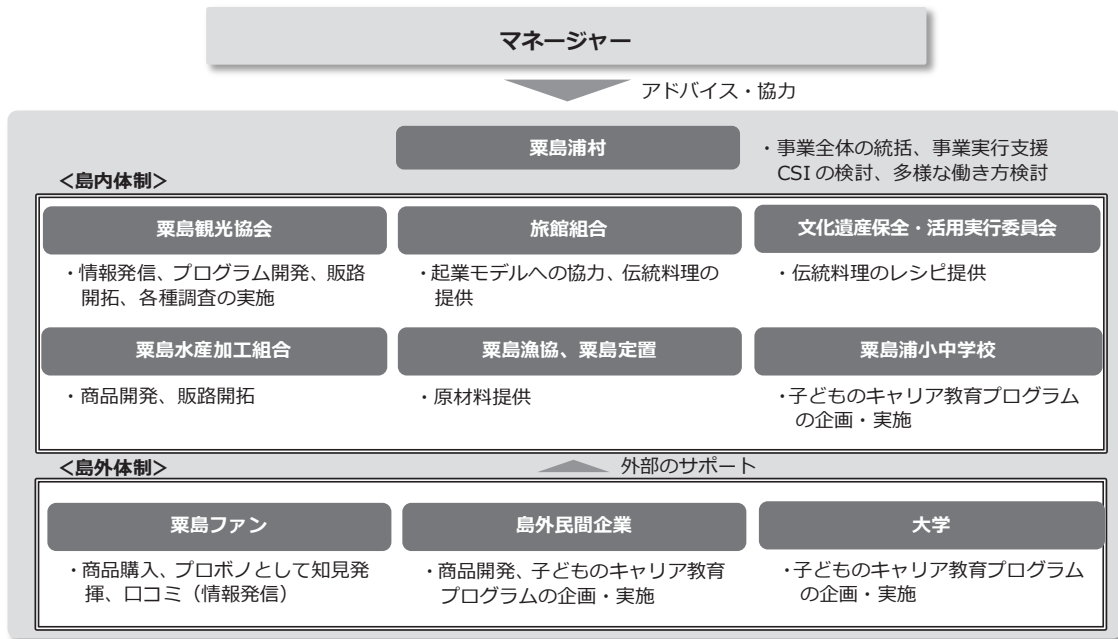
③特販をやめて、体験型イベントを充実

島民が教える島の遊び方入門、乗馬体験、魚釣り体験、山菜取りツアー、島一周ガイドツアー、粟島をドローンで見てみよう、など、島民が無理せずできそうなものを試行的に実施してみる

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

本事業の実施に当たっては、粟島観光協会が中心となり、役場の総合政策室、教育委員会のサポートのもと、島内外が一丸となって事業を推進した。



b. 外部人材の役割

事業推進のコーディネーターとして関わり、島内の課題・ニーズを深堀り、顕在化させ、既存組織の改革や課題解決が可能な島外事業者とのマッチングなどを通じ、事業の推進力としての役割を果たした。外部人材が不在となった後の事業の自立性・継続性の重要性を踏まえて、「人」に依存しない事業実施ができるような仕組みづくりに力を入れていた。

島民の「できるかわからない」という不安な気持ちを払拭し推進するための勇気を与えること、島外の事業者等との調整・マネジメントをする姿を見せる、やり方を伝えることが重要との認識のもと、最初の一步を踏み出すための背中を押す役割を意識したとしている。

(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容
4月	9日 粟島浦村と包括連携協定を結んでいる敬和学園大との打合せ 10日 観光協会、役場産業振興課、教育委員会と事業実施についての打合せ 23日 新潟総合生協と事業の内容の共有と実施方針について調整 24-25日 教育委員会、粟島浦中学校と子どものキャリア教育の進め方、活用する地域資源、商品の案の検討を実施
5月	2日 島びらきに合わせて、来訪者調査開始(8月末まで継続実施) 22日 民宿ヒアリング調査の打合せ 25-29日 民宿全軒ヒアリング調査実施
6月	3日 民宿へのヒアリング結果を踏まえたアウトソーシングの可能性検討 10-11日 キャリア教育の進め方、日程等について調整 (教育委員会、粟島浦中学校、メーカー) 25-26日 ふるさと財団視察
7月	8日 新潟県のアンテナショップ「ネスパス」での既存商品のモニタリング 16日 第1回のキャリア教育を実施、第2回の内容打合せ
8月	6-7日 サザエ・アワビの密漁問題、キャンプ場の管理の問題の解消と消費拡大に資する仕組みと担い手検討 12日 キャリア教育のアイスの試作品の検討 31日 来訪者調査終了・調査票回収
9月	6日 地方創生に関する事業の全体説明会開催 8日 キャリア教育の関係者との事前調整 9日 第2回のキャリア教育を実施、第3回の内容打合せ 14-15日 来訪者調査結果の分析
10月	1日 第3回のキャリア教育に向けた関係者調整 2日 キャリア教育のパッケージデザインの進め方検討(沖縄県立芸大と) 15日 第3回のキャリア教育を実施、第4回の内容打合せ 29日 ふるさと財団視察 30日 第4回のキャリア教育を実施、県知事贈呈・販売体験の打合せ
11月	1日 アイスパッケージ、販促のぼりの印刷手配 9日 観光客動向調査を踏まえた旅館組合との意見交換会実施 12日 新潟県泉田知事訪問、記者会見、販売実習
12月	8日 民宿のおかみさん会議、若者会議×旅館組合会議の開催 9日 観光協会情報発信窓口一元化に向けた打合せ 15日 島びらきの反省会、来年の島びらきに向けた意見交換会
1月	22日 観光協会の業務改善に向けた体制・役割検討に関する打合せ 23日 観光協会サイトリニューアルに向けた打合せ(観光協会会長) 24日 観光協会サイトリニューアルに向けた打合せ (観光協会事務局長、役場産業振興課)
2月	4日 キャリア教育の取組村民報告会 5日 次年度の観光事業(自然体験プログラム開発体制、観光協会の役割、島びらきの改善等)の打合せ
3月	4日 観光協会総会開催 (次年度事業、観光協会の体制、島びらきの改善等について説明)

(5) 今後の展望、次年度以降の取り組み

今年度事業の経験を活かし、「教育」をキーワードとしながら、多くの関係者を巻き込み、稼げる商品づくりを推進することを今後の展望としている。

(6) 外部人材コメント

粟島から考える小規模・高齢化地域の未来	
株式会社 JTB 総合研究所 上田 嘉通	
	<p>【キーワードは「子ども」と「分け合う」】</p> <p>粟島浦村は人口 364 人。担い手が限られる。また、過去のいくつかのプロジェクトの失敗から、島民の中に不信感がある方が多かった。そのような中での事業実施となった。</p> <p>この 2 つ逆境の中で、「子ども」を中心に据え、「分け合う」ことを切り口にプロジェクトを進めようと考えた。</p>
<p>【いつか島に戻るための誇りを育む】</p> <p>粟島には高校がなく、中学卒業とともに島を離れる「15 の春」を経験する。今、中学校に通う 19 名が、中学卒業までに、島に誇りを持てる教育をできないかと考えた。そこで、教育と産業振興を連携させたキャリア教育による商品開発を提案した。幸い中学校の校長、教頭、教育委員会は非常に乗り気では一気に進んだ。ポイントは以下の 3 つ。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○第 3 次産業と連携し、そこから第 2 次産業を紹介してもらうことでスムーズに商品開発チームを構築した ○子どものためであれば皆が協力者になる。島の大人や高齢者をプロジェクトに巻き込んだ ○まずは島外で加工を行い、リスクを抱えずに市場だけ持つという戦略をとった <p>後から聞けば、学校教員は、「夢のような話で本当にできるのか」と半信半疑だったようだが、商品ができてきて、子どもたちの顔色が変わってくると、考え方が変わったようである。その勇気に感謝したい。このキャリア教育のモデルは、他地域でも汎用可能であり、特に、地域の一体感がないようなケースでは、「子ども」が効果的と考える。商品が生まれ、産業振興にもなるため、一石二鳥である。</p>	
<p>【無いからこそ、人材のシェアを】</p> <p>観光面では、特に民宿の高齢化によるマンパワー不足が深刻で、それをどう補うかが大きな課題であった。民宿は労働集約型産業であるとともに、高齢化による廃業が観光客の減少に直結してしまうので深刻だ。とはいえ、島には 364 人しかいない。この状況では、比較的時間のある方が、忙しい人を手伝うワークシェアリングしか道はないと考えた。民宿に限らず、観光ガイド、公園清掃、加工品作業など、島内の仕事はすべてが対象だ。観光協会がプラットフォームとなり、島民のスケジュールをマネジメントする。</p> <p>今年度は、試行的な試みであるが、ワークシェアリングにより島民の所得も上げることができれば、仕組みとしてうまく回る可能性がある。いちばんの課題は、最も若い組織が村役場であること。地方公務員の副業を認め、役場職員も取組に参画できれば、島内の仕事の負担平準化をぐっと図りやすくなる。村は前向きなので、是非期待したい。</p>	
<p>「小さい島だからできない」とは言われたくない。島には、成功体験がなく、自信がないから「できないと思っている」だけだ。ひとたび気持ちが変われば、364 人の島は変化も早い。子どもを核に、大人の意識が変わってきている。焦らず、丁寧に取組を進め、良い方向に向かうよう、今後も尽力していきたい。</p>	

2-6. 福井県高浜町「「6次産業振興型 城山ライフスタイル」魅力向上プロジェクト」

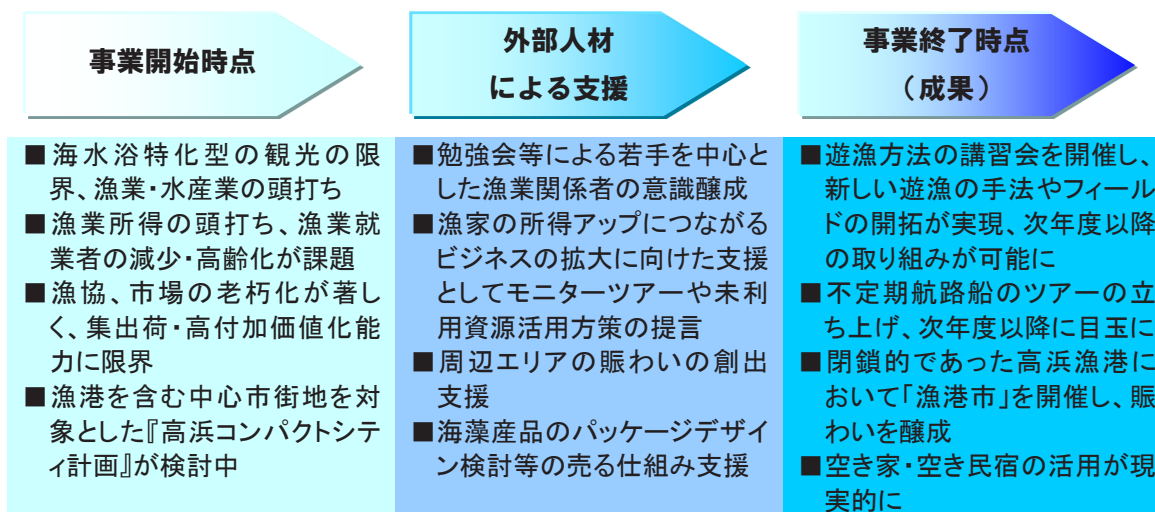
<事業概要>

■総事業費	10,500 千円
■助成申請額	7,000 千円
■外部人材	松尾 省二(株)エンジョイ・フィッシャーマン) 富田 宏(株)漁村計画) 本田 勝之助(本田屋本店有限会社)

<自治体概要>

■人口	10,841 人(住民基本台帳登録人口:平成 27 年 1 月 1 日)
■面積	72.2k m ² (平成 25 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	150 人/k m ²
■標準財政規模	3,808,081 千円(平成 25 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.97(平成 25 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	91.1%(平成 25 年度市町村財政状況調)
■担当課室	高浜町 産業振興課

<取り組み概要>



外部人材との検討・打合せ



外部人材による勉強会の実施



高浜漁港市の開催



(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

福井県高浜町は、かつては、京阪神の京の奥座敷としての賑わいと観光経済効果をもたらしてきたが、近年は海水浴特化型の観光の限界から縮小傾向にあると同時に、地場産業である漁業・水産業の頭打ち傾向により、地域全体の過疎高齢化の進行と地域活力の低下に歯止めが掛かかっていない状況にある。こうした状況の中、高浜町では中心市街地を対象とした『高浜コンパクトシティ計画』が検討されており、漁業・水産業と美しい海のポテンシャルを活かした観光と漁業を核とした6次産業振興とともに、活力ある地域社会を目指したまちづくり再生の一環として取り組んでいる。

現在の若狭高浜漁業協同組合（以下「漁協」という）は、若狭グジなど比較的中高級とされる魚種を漁獲し、内浦湾の原発温排水利用魚類養殖も軌道に乗ってきたにも関わらず、漁協本所、市場の老朽化が著しく、集出荷・高付加価値化能力に限界が出てきている。また、水揚げの6～7割を占める定置をはじめ天然資源依存型漁業が中心であるため、漁獲変動が大きくなっている。漁業者自身の魚介類の高鮮度、高品質な取扱いに関する意識が徹底していないところも課題となっている。

夏場の海水浴客規模は周辺市町よりも多い状況にあるが、観光へ活用すべき付加価値型の地場流通等の6次産業の仕組みが未形成な状態となっている。

以上のように、漁協自体が必要十分な漁家所得向上や地域漁業振興施策に関する、積極的な指導体制がとれていない問題を抱えており、結果として漁家所得の頭打ちと漁業就業者の減少・高齢化に有効な歯止めがかけられない状況にある。

高浜町のコンパクトシティ計画の成功の『鍵』は、健全な漁業、伝統的な美しい海、景観、文化の蓄積と活用をテコとした観光・交流を含めた6次産業のソフト事業との連携による魅力的なまちづくりにある。

b. 事業の目的

平成26年度事業に引き続き、事業関係者の意識を醸成し、関係者が主体となった持続可能な仕組みの構築を図る具体化として、関係者が自立的に行動し、収入アップにつながるビジネスを拡大（販路開拓・拡大を見据え、ニーズにあったビジネスの推進）し、発展的に雇用が広がるような仕組みの構築に必要な課題解決のための支援事業方策の『光の見える』部分について、更なる展開を図ることを目的としている。

特に本年度は、地域横断的かつ専門部会組織の連携により、現在進行形のハード事業計画（衛生管理型魚市場および周辺施設、漁協事務所施設、6次産業振興施設）と歩調を合わせて、①衛生管理や商品管理の徹底や高浜ブランド形成による取扱い魚介類の単価向上、②多様な6次産業化による一部低価格魚介類などの付加価値化を通じて、限られた資源と低迷する魚価に歯止めをかけ、漁家所得の向上に結び付けると同時に、コンパクトシティ型まちづくりの魅力の一環を担う高浜漁港の再構築を推進するとしている。

(2) 事業の内容と成果

a. 遊漁の多角化

新たな遊漁方法の講習会（モニターツアー）として、近年人気の高い「イカメタル」漁法について、プロアングラーを講師に招聘するとともにモニターを募って開催した。

新しい遊漁の手法やフィールドの開拓を行うことができ、モニターツアー結果については対象者にフィードバックし、次のイカ漁のシーズンから展開していくこととなった。

モニターツアー実施の様子



b. 不定期航路船

不定期航路船は、航路申請を完了し、実施可能な段階に至った。今後は、地元観光協会とともに、試験的な運航や料金体系、営業窓口の検討を行い、アクティビティツアーのメニューに加え観光の目玉となることが期待できる。

不定期航路船運行の様子



c. 海藻製品の仕立て直し

外部人材の指摘により従来の海藻製品は容量が大きく、土産物としてマーケティング要素が弱いことから、容量を半分にしたパック、新しいパッケージデザインを作成した。

町内の道の駅で試験販売を行い、それを踏まえた商品の作り込みを進めていくことが予定されている。

d. 茎ワカメ等の商品化

未利用資源である茎ワカメの商品化（佃煮加工）を目指し、佃煮業者との試験加工についての商談やブランドコンセプトの検討を行ってきた。今年度4月の漁期において、町内の原料を収穫・確保する体制が整わなかったが、次年度の漁期に向け、体制構築と主体（担い手）形成までが整った段階になっている。

e. 「浜の活力再生プラン」の実践例 高浜漁港市の実施

高浜漁港で水揚げされた新鮮な魚を漁協女性部が中心となって直接販売を行った。消費者との交流を深め、また、消費者との交流から、消費者が求めているものを把握し、今後の高浜水産業の振興に役立てることができた。

現在整備計画中の6次化施設が開設した際には、定期的に漁港市を開催するため、採算性を重視しながら行っていくこととしている。

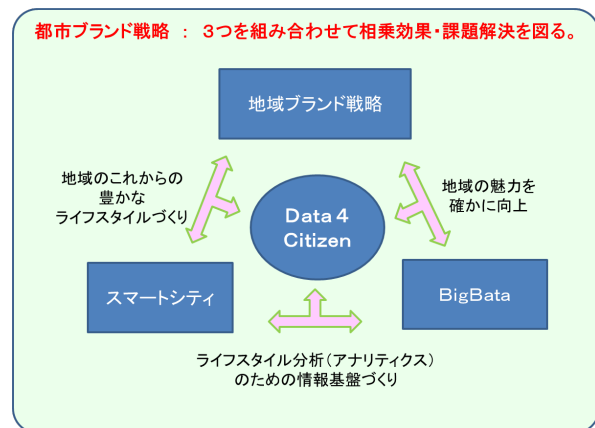
高浜漁港市



f. 周辺エリアの賑わい創出支援

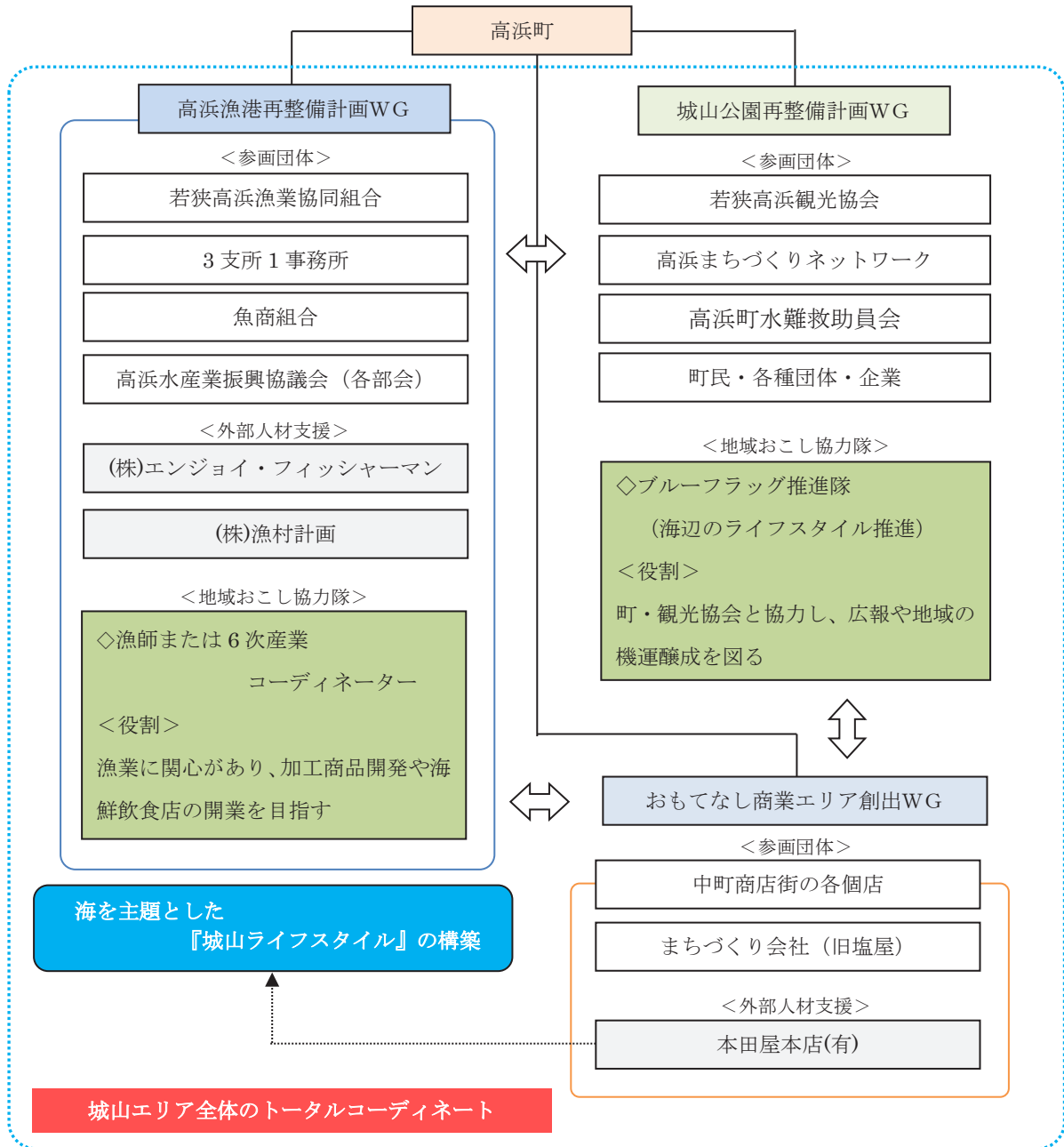
渚の交番プロジェクト（海辺の拠点）とまちなかエリアを連携させ、海辺の家屋の特徴を活かしたまちなみを形成し、魅力ある商業エリアとするため、役場職員を対象に都市ブランド戦略についての講演会の実施や宿・食・遊再構成に向け空き家、空き民宿を活用した取り組みを行った。

都市ブランド戦略についての講演会での検討の様子



(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要



b. 外部人材の役割

「持続可能な組織づくりとビジネス志向」のもと、漁業関係者の意識を醸成し、関係者が主体となった持続可能な仕組みを構築した。その具体化に向けて、関係者が自立的に行動し、漁家の収入アップにつながるビジネス（販路開拓・拡大の出口を見据えてニーズに合った新ビジネスの推進）を拡大し、発展的に雇用が広がるような仕組みの構築を行った。

(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
4月	14日	外部人材との事業計画の検討・打合せ
	20日	漁協組合長へ事業説明
	22日	安心安全な海構築に向けた提案(ブルーフラッグ推進部会)
5月	13日	6次化検討委員会にオブザーバーとして出席
6月	3日	若手事業者と新たなビジネスに向けた意見交換会
	16日	浜の活力再生プラン「漁師収益アップ部会」の実施
	17日	漁協幹部会にオブザーバーとして出席
	25日	「都市ブランド戦略講演会」を開催
	30日	官・民・学の連携協議(福井大学)
7月	3日	新商品開発に向け事業者と打合せ
	7日	「浜の活力再生プラン」検討会議にオブザーバーとして出席
	27日	漁港再整備計画情報共有会議にオブザーバーとして出席
8月	6日	神経メ講習会の事前協議
	12日	安心安全な海構築に向けた提案
9月	9日	外部人材との事業計画の検討・打合せ
	10日	漁港再整備計画協議会にオブザーバーとして出席
	22日	モニターツアーによる「イカメタルゲーム」の実施
	28日	モニターツアーによる不定期航路船の実施
10月	15日	まちづくり団体と今後の方針について協議
11月	21日	高浜漁港市の開催
12月	8日	浜の活力再生プランフォローアップ協議会にオブザーバーとして出席
	25日	高浜町水産振興協議会にオブザーバーとして出席
1月	25日	宿・食・遊再構成に向けた提案
2月	1日	空き家・空き民宿の利活用に向けた提案
3月	5日	高浜漁港市の開催
	25日	新商品の試験販売

(5) 今後の展望、次年度以降の取り組み

漁協では販売(市場運営)部門の人材の登用、販路拡大、集荷誘致努力など体制強化を推進することとしている。「浜の活力再生プラン」は各部会(経営強化部会、漁師所得UP部会、漁協女性部会)ごとに次のステップへ進み、新商品の開発、情報発信、漁港市の開催、HPの開設による情報発信などの企画・実施により本格始動をする予定である。

また、周辺エリアとの連携では「渚の交番プロジェクト」を推進し、海辺の拠点にするため、海・山のアクティビティを使った体験プログラムの発信や空き家・空き民宿を活用した民泊の実施など持続可能なビジネスモデルの構築を目指す。まちなかとの連携により、海を主体とした「城山ライフスタイル」を目指したコンセプトやストーリー性のある通年観光施策推進メニューの推進ならびに海辺とまちなかを繋げた景観デザインの統一などトータルデザインを発信する。

上記の実現のため、NPOまたは株式会社、第3セクターなど運営母体設立に向けて具体的な体制強化を図るとともに、町民自らが守り育てていけるよう参画機運を高めるため、積極的に体験型ワークショップやイベントを実施していくことが求められる。

(6) 外部人材コメント

身の丈に合った「プラスワン」に向けた担い手の意識醸成を実質的な活性化行動につなげる



株式会社漁村計画代表取締役 富田 宏

株式会社エンジョイ・フィッシャーマン代表取締役 松尾省二

現在進行形の高浜町市街地におけるコンパクトシティ型まちづくりが、空間的にはウォーターフロント部分に高浜町漁業の中核基地である高浜漁港や隣接する城山観光拠点、美しい砂浜海岸が立地し、ソフト面では基幹産業である漁業・水産業の魅力をまちづくりに活かし、共存共栄を図っていくというテーマに取り組んだ2年間であった。

まちづくりは、さまざまな立場の住民や産業従事者が将来のまちのあるべき姿を共有しつつそれぞれの立場でプレイヤーとして関わり、フィードバックとスパイラルアップを繰り返しながら進めていくものであろう。私たちは、漁業や漁村振興を専門領域としており、高浜のまちづくりあるいは活性化の主要なプレイヤーである漁協や漁業者の意識や取組みの「プラスワン」の積み上げとステップアップを目指し、まずは身の丈に合った取組みを通じて、まちづくりの基礎となる「新しい若狭高浜漁業と漁協」の創出をめざす必要があった。

漁業者の減少と高齢化、漁業生産高の漸減、漁協経営基盤の脆弱化など高浜の漁業は全国の縮図を見る思いがあった。一方、定置網や延縄、魚類養殖を中心とした若狭グジやフグを筆頭とした中高級魚の集積は漁獲量に一定の限界はあるものの付加価値化の可能性は大きく、町全体に分散立地する漁村はその原風景を今に伝える魅力をもっている。また、漁協自営加工に参加する女性部や一般世帯の主婦を始め、若手漁業者の中に高い資質を垣間見ることできるし、商工業者等異業種の担い手のまちづくりに対する意識の高さなど、「プラスワン」の可能性は十分にこの2年間の活動で認識できたところである。

1年目から2年目の初期段階まで個々の漁業者や仲買人組合の人々にきめ細かに接し、漁獲物の付加価値化（神経メや施氷方法の改善、衛生管理体制の確立方向）や新たな形態の遊漁や漁業体験、新魚介類養殖の可能性といった取組みを中心的に担ってきた松尾マネージャーが、事業半ばにして突然、病に伏したことは痛手であったが、関係した人々の意識は確実に「プラスワン」の方向に変わっていた。一方、富田は、漁業振興と個々の漁業者の所得向上（※量の拡大ではなく質と価値の向上）の中核的役割を担う漁協の組織強化に力を注いだ。明らかに漁協職員や女性部メンバー、個々の組合理事や一定の漁業者などの意識に変化が見られ、高浜漁港では初めて「漁港市」と銘打った直販イベントを実施し、関係者の自信と夢の共有につながったものと確信している。

いずれにしても、漁業振興やまちづくりは、活動の主体となるべき個人や組織の気づきと発意を行動に結び付けていく意識の醸成が出発点になる。その意味では、いわゆる我々“よそ者”が一定の刺激を与えることで、先ず身の丈に合った取組みを通じて前へ進もうという関係者の意識全体の底上げにつながったものと自負している。しかし、取組みの本格化はこれからであり、永遠の地域支援組織である自治体（高浜町）は、絶え間なく関係者に有効な“弾”を打ち続けていく必要があるだろう。

2-7. 長野県須坂市「保健補導員活動を活用した生涯健康都市/現役都市「すざか」創生プロジェクト」

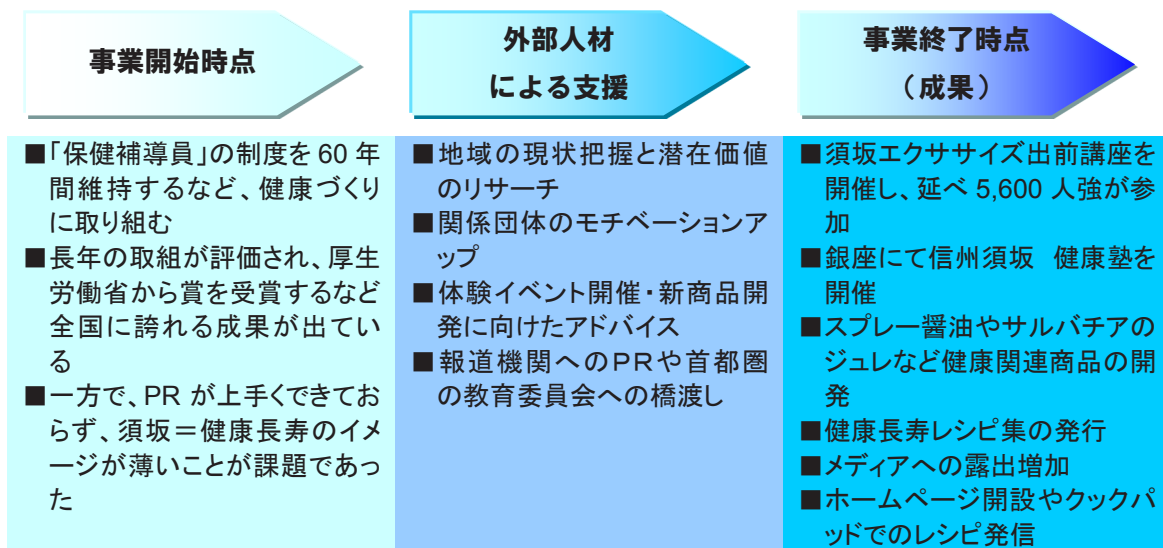
<事業概要>

■総事業費	5,871 千円
■助成申請額	3,913 千円
■外部人材	伊藤 隼也(株式会社医療情報研究所)

<自治体概要>

■人口	51,990 人(住民基本台帳登録人口:平成 27 年 1 月 11 日)
■面積	149.84k m ² (平成 25 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	346 人/k m ²
■標準財政規模	12,230,221 千円(平成 25 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.51(平成 25 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	89.1%(平成 25 年度市町村財政状況調)
■担当課室	須坂市 健康福祉部 健康づくり課

<取り組み概要>



保健補導員による指導



関係団体との打合せ



須坂エクササイズ出前講座



(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

須坂市は、地域住民の健康増進活動に取り組む「保健補導員」発祥の地であり、地域の健康課題解決のために学習を重ね、家庭や地域で実践してきた。「保健補導員」の活動開始以来 60 年間、地域住民により活動が継続され、現在、「保健補導員」経験者は約 7,000 人に及んでいる。「保健補導員」の活動は国内だけでなく、国外からも評価を得ており、人々の保健の向上と福祉の増進に寄与することを目指している公益財団法人ジョイセフが行うワークショップの視察地として、昭和 50 年代から継続して受け入れを行っている。

また、保健補導員活動と併せ、食と健康づくりの普及に取り組む「食生活改善推進協議会」の活動も活発である。

長年にわたる地域での健康づくりの取り組みが評価され、平成 26 年には、「第 3 回健康寿命をのぼそう！アワード」において、厚生労働大臣最優秀賞を受賞した。取組の成果は平均寿命にも表れており、平成 25 年の発表値では、長野県が男女とも 1 位になった。特に須坂市は、県内 19 市の中で介護認定率が最も低く（平成 27 年 5 月末現在 14.0%）、健康で長寿の方が多く暮らしていると言える。

須坂市に人を呼び込み、交流人口と須坂ファンを増やし、移住・定住へと結びつけていくため、保健補導員会や食生活改善推進協議会といった地域の「人財」を柱に、両活動を中心とした、健康と観光をセットにした「健康観光」を発信し、「須坂に行けば健康の秘訣が分かるから行ってみたい」となることを目指した取り組みを計画した。

b. 事業の目的

本事業により、来訪者には、須坂市を訪れて健康達人（保健補導員会や食生活改善推進協議会など）と交流し、須坂の旬を食べて健康意識を高めてもらい、健康の増進、親子関係の見直しや、都会との二地域居住による生きがい創出を狙う。交流人口を増加させ、最終的には移住・定住へとつなげることを目指す。

地域住民にとっても、自ら行っている健康増進や地域づくりの活動が、須坂市の地域ブランドとしての価値を高めることで、さらに生きがいを感じる暮らしができるようになる。また、様々な健康増進活動の情報発信により、自らもさらに健康作りに励み、健康寿命の延伸へとつながることが期待できる。

観光面においては、地域に潜在する宝（人、モノ、サービスなど）を発掘し、つなぎ合わせ、健康を機軸とした新たな体験型の観光プランを構築することを目的とする。

産業面においては、健康を意識した新たな商品開発を目指し、市内企業等と連携し、一般販売を目指す。

情報発信面においては、須坂エクササイズをシンボルに、須坂市の健康づくりを多方面に情報発信する。情報発信を強化することにより、須坂市への来訪者増へとつなげることを目指す。

(2) 事業の内容と成果

a. 須坂の奇蹟を他地域に発信

① 須坂エクササイズ出前講座

須坂エクササイズ体操ユニットによる出前講座を公共団体等の依頼により市内 36 か所、市外県外 12 か所（1 月末現在）で実施し、延べ 5,600 人強が参加した。マスコミ等からの出演、掲載依頼も多く、全国へ須坂市の健康づくりを PR する好機となった。

須坂エクササイズの様子



② 銀座 NAGANO の活用

平成 26 年に開所した長野県の首都圏総合活動拠点「銀座 NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～」にて、観光・商業・工業・農業、また移住支援と連携したイベント「信州須坂健康塾」を実施した。須坂エクササイズの紹介や須坂市の朝食を体験する講座、市内企業の商談会等を実施し、商談成立といった成果が見られた。

信州須坂健康塾の様子



③ 視察ツアーの商品化

「第 3 回健康寿命をのばそう！アワード」での厚生労働大臣最優秀賞受賞後、市内への視察ツアーの申込みが大幅に増加したことを受け、JTB と連携し、視察ツアーを JTB プログラム「地恵のたび」の中で市観光協会を窓口とした商品として平成 28 年春より実施することが決定した。

b. 健康おすそ分けツアーの開催

① およこ遊学 in 信州須坂～「農」で「脳」を育てる親子宿泊体験～の実施

須坂のファン、リピーターへとつなげる狙いで、首都圏等の親子を対象に一泊二日の宿泊体験を実施し、東京都、横浜市等から4組9人の親子が参加した。

② 「マイみそ作りツアー」の実施

市内に豊富にある味噌資源を活用し、首都圏の健康に関心のある方を対象とした「マイみそ作りツアー」を実施し、39名が参加した。

③ 自治体職員向け保健補導員活動実践セミナー

自治体、医療機関、国際機関等の8団体約85人に対し、セミナーを実施した。

c. 郷土食は健康長寿食講座

① 健康長寿食のレシピ本作成

食生活改善推進協議会、シニア野菜ソムリエNAHOの協力のもと、健康長寿食レシピ「笑顔あふれる健康長寿レシピ集」を作成し、「銀座NAGANO」のイベントで配布した。

② 新たな健康長寿メニューの開発

健康長寿レシピ集作成にあたり、減塩を意識したメニューや、須坂の伝統野菜（村山早生ごぼう、八町きゅうり）を活かしたメニューを開発した。

③ その他

市内の社会福祉法人「夢工房福祉会」の協力のもと、健康に良いと注目されているオメガ3脂肪酸を豊富に含むサルバチアを使ったジュレを開発した他、市内味噌蔵、企業と連携し、行政が監修のもと「スプレーしょう油」を開発・販売した。

また、レシピ投稿サイト「クックパッド」内に須坂市公式ページを開設し家庭料理や郷土料理のレシピを発信している。

本事業で開発した商品及び郷土料理レシピ



d. 須坂の匠との人材交流

「おやこ遊学」や「信州首都圏総合活動拠点 銀座 NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～」におけるイベントの際、農業生産者や健康達人と参加者による交流が実現した。

e. その他

① プロジェクトのロゴの作成

本事業のプロジェクト名を「健康長寿発信都市『須坂 JAPAN』創生プロジェクト」と改め、プロジェクトを象徴するロゴを作成した。趣旨に賛同し申請のあった商品、広告物等に対して、プロジェクトとして認証し、ロゴの使用を許可しており、許可件数は5件となっている。

プロジェクトロゴと設定主旨



◎ロゴデザインの意味

- 1 須坂市章の亀甲紋と、長寿のシンボルである亀をかけた。また、六角形はあらゆる原子結合の中で最も強い結合。
- 2 色は健康長寿発信都市の魅力を表し、対角線の関係にある2色をセットにした。
 赤：須坂エクササイズ 厚生労働大臣 最優秀賞
 紫：巨峰 ナガノパープル 生産量日本一
 黒：日本人の伝統や和の心
 黄：須坂市民のおもてなしの心
 緑：市の木 クマスギ 臥竜公園 上信越国立公園
 白：蔵と雪

② プロジェクト独自のホームページの作成

プロジェクトの内容を市民、また全国へと発信していくため、平成27年11月25日にホームページを開設した。平成28年2月10日現在、6,700アクセスを記録している。

③ 長野県との連携

長野県では、今年から「信州 ACE プロジェクト」を実施し、世界一の健康長寿を目指している。須坂市でも同プロジェクトに参画し、ウォーキングコースの考案や健康に配慮したメニューの開発等で連携・協力している。

④ 長野県医師会との連携

長野県医師会が取り組んでいる「げんきながいき信州プロジェクト」に協力し、CM、ラジオ、テレビ番組等を通じて須坂市の健康づくりをPRした。

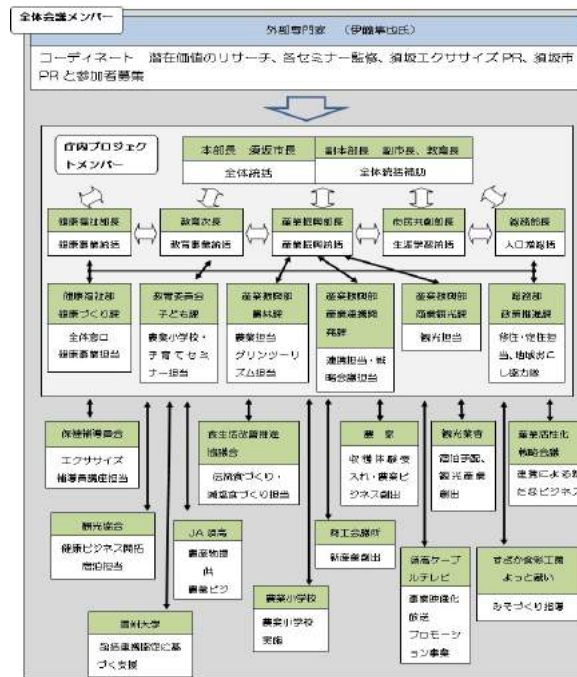
⑤ 須坂市版総合戦略におけるプロジェクト

須坂市総合戦略「須坂市人口ビジョン、まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、健康長寿発信都市「須坂 JAPAN」創生プロジェクトの具体的な取り組みを内容に盛り込んだ。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

市が中心となって進めているが、関係団体との連携が不可欠であり、保健指導員会や観光協会といった全ての関係団体を含んだ機関を「全体会議」メンバーとし、協力・連携しながら事業を実施している。



b. 外部人材の役割

- ① 調査：須坂市の現状を把握し、潜在価値のリサーチを実施
- ② 整理・立案：潜在価値のリサーチ、整理、新たな価値創生の計画を立案、実行
- ③ 地域づくりの実施：市内に点在している資源をつなげて面にし、創生を図る
 起業支援の一環として、新たな商品開発に向けた助言
- ④ 外部活動：報道機関等へのPR、ツアーでの首都圏教育委員会等との調整
- ⑤ その他：プロジェクトロゴの作成、ホームページ企画・修正、観光協会への提言等

(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
4月	9日 14日 23日 24日	外部人材、理事者等まじえてミーティング実施。観光協会とミーティング。 コアメンバー会議 庁内プロジェクト会議、ゲストハウス蔵、蝶の博物館視察 森林組合、仙仁温泉金井社長ミーティング
5月	2日 14日 15日 18日 19日 27日	長電ゆけむり号特別列車にて須坂エクササイズ出前講座実施 千葉県袖ヶ浦市行政視察。須坂エクササイズ披露 銀座NAGANO熊谷所長打ち合わせ。 プロジェクト全体会議 ももふくふく、仁礼会、湯っ蔵んどミーティング コアメンバー会議
6月	4日 12日 20日 22日	コアメンバー会議、保健補導員会が県知事表彰 産業活性化戦略会議において、プロジェクトについて説明 食育推進全国大会にて、須坂市の食育についてステージ発表 JTB長野支社とプロジェクトについて打ち合わせ
7月	8日 9日 10日 29日 31日～	楠ワイナリー、湯っ蔵んど、丸源鋸、ももふくふく、須坂温泉視察 前日に引き続き現地調査。庁内プロジェクト会議もあわせて開催 市長の定例会見において、プロジェクトのロゴ発表 アジア人口開発協会が保健補導員の活動を視察 おやこ遊学 in 信州須坂の実施
8月	4日 17日 20日 27日	銀座NAGANO打ち合わせ おやこ遊学の反省会実施 八十二銀行須坂支店長、長野経済研究所研究員と打ち合わせ JTB長野支社と打ち合わせ
9月	2日 11日 12日 20日 30日	NHK長野放送局「イブニング信州」にて須坂エクササイズ生中継 健康長寿レシピ集の打ち合わせ 静岡県健康大会において、保健補導員の活動について発表 全国レクリエーション大会(長野市)にて須坂エクササイズ講座実施 おやこ遊学反省会メンバー(おすそ分けの会)による協議
10月	6日 7日 15日 18日 23日 26日	ジョイセフ視察 神奈川県綾瀬市長来須。プロジェクトについて 市内福祉施設「夢工房」にて、新商品について打ち合わせ 竜の里須坂健康マラソン全国大会にて須坂エクササイズ披露 NHK Eテレ「団塊スタイル」にて須坂エクササイズ放送 おすそ分けの会協議
11月	7日 10日～11日 17日～18日 20日 24日 25日	「感動物語コンテスト2015」(京都市)において、プロジェクトの概要スピーチ 銀座NAGANOにて「信州須坂健康塾」開催 よっと蔵い、糺屋本藤醸造舗視察 げんきながいき信州プロジェクトCM撮影 銀座NAGANO反省会実施、プロジェクトホームページ開設 ロゴの商標登録打ち合わせ、フジテレビで須坂エクササイズが放送
12月	6日 14日 15日 21日 24日	ふるさとCM大賞にて「演技賞」受賞 庁内コアメンバー会議 げんきながいき信州プロジェクト特別番組撮影 受入れ人材育成事業関係部課長打ち合わせ 庁内プロジェクト会議
1月	12日 24日	みそ作りツアー協力団体等打ち合わせ 南信州観光公社高橋社長講演会
2月	16日	南信州観光公社視察
3月	5日、13日 22日	マイみそ作りツアー プロジェクト全体会議

(5) 今後の展望、次年度以降の取り組み

① 健康おすそ分けの会（仮称）の体制づくり

本年度事業の「おやこ遊学 in 信州須坂」協力団体等を中心に、将来的には「健康おすそ分けツアー」を検討・企画する、地域住民による自主的な組織へと発展させる。

② 須坂エクササイズ出前講座

要望に応じ引き続き実施するとともに、市外県外への出前講座については、平成 28 年度から有料化を実施し、活動の自立化を図る。

③ 健康を意識した商品づくり

本年度事業で開発した「スプレーしょう油」は、大量の発注に応えられる製造の仕組みの構築が課題となる。また、「須坂 JAPAN」創生プロジェクトのロゴを付けて販売している商品が 5 商品と少ないため、プロジェクトの認知度を上げ、次年度は、より多くの須坂発の健康を意識した商品にロゴを付けて販売を行う。

(6) 外部人材コメント

超高齢社会を見据えたこれからの地方創生のための新たなプロジェクト

株式会社医療情報研究所 代表 伊藤隼也



<取り組みのきっかけと目的>

2013年6月に衝撃的なデータが厚生労働省から発表されました。我が国では5人に1人が65歳以上という世界でも例がない超高齢社会ですが、厚生労働省の研究班の報告によれば認知症患者が推定値で462万人（65歳以上人口15%に該当）に達するという内容でした。さらに、認知症予備軍といわれる軽度認知障害を含めると862万人以上が何らかの問題をかかえているという結果でした。

当時、この報告は医療・介護の業界を始め、多くの関係者に衝撃を与えました。認知症患者の増加は日本全国どの地域においても共通する問題となるのは明らかです。中でも、地域再生において重要なのは住民力であり、地域再生を支える人達の健康長寿は最も重要だという事実改めて気がついた関係者は少なくないでしょう。

その後、私は国家戦略にもなっている認知症対策について、その予防法や現場での取り組みなどを探るために全国の研究者や多くの地域を回りました。その際に、須坂市が持つ地域力で住民の健康長寿を守ってきたという紛れもない事実が気付き、それが今回の地域再生「健康長寿発信都市『須坂 JAPAN』創生プロジェクト」への取り組みに繋がりました。

まさにこれまでの積み重ねと、その実績が生み出したプロジェクトと言えるでしょう。

須坂市には、長寿県で有名な長野県の中でも、60年にわたり、健康増進活動を行う住民組織である「保健補導員会」があり、その後、県全体に広がった保健補導員活動の発祥の地です。これまで、地域の健康課題解決のために学習を重ね、家庭や地域で実践してきた実績があり、現在まで、保健補導員の経験者は約7,000人。須坂市は県内19市の中で介護認定率が最も低く、保健補導員活動の重要性が見えてきます。

地域には新鮮で様々な野菜や果物、酒・味噌など多様な食文化、多岐にわたる健康長寿に関する資源や知恵、そして人材が埋もれています。今回のプロジェクトでは、これら隠れた「宝」を掘り出し、それらを強く結びつけることで、新たな地域再生と須坂市の健康長寿をキーワードにした、他に類のないブランド化を図ることが目的です。このような取り組みは地域の価値を高め、住民の生きがいや健康を増進するだけでなく、全国に向けて様々な健康増進活動の情報発信などを通じ、観光、他地域との交流や二地域居住から定住の促進、新たな商品やビジネスの創出などを目的にしています。

<課題>

- ・健康長寿をブランド化するという類のないビジョンの周知徹底
- ・行政や関係機関の縦割り構造を超えての連携が成功の鍵
- ・地域住民や行政が、日常に埋もれている地域の宝を再発見する喜びの共有
- ・生きがい、やりがいの創出とその共有
- ・世界に通用するジャパンブランドを創り出すという明確な意思の確立
- ・あらゆる成果を分かりやすく「見える化」してHPを使い世界へ発信する

<成果>

- ・「須坂エクササイズ」出前講座 市内市外で開催、マスコミ出演多数
- ・プロジェクトのロゴマーク作成、ホームページ公開
- ・「おやこ遊学 in 信州須坂」（首都圏の親子対象 一泊二日のツアー）実施
- ・「マイみそ作りツアー」実施
- ・「銀座 NAGANO」でイベント「信州須坂健康塾」開催
- ・「笑顔あふれる健康長寿レシピ集」作成
- ・商品開発（減塩スプレーしょう油、サルバチア入りジュレ など）
- ・自治体の視察受入れ、視察の商品化検討（JTB との連携）
- ・「信州 ACE プロジェクト」と連携（三ツの星レストランでの健康御膳制作など）

2-8. 三重県鳥羽市「鳥羽市漁業と観光の連携事業による活性化プロジェクト」

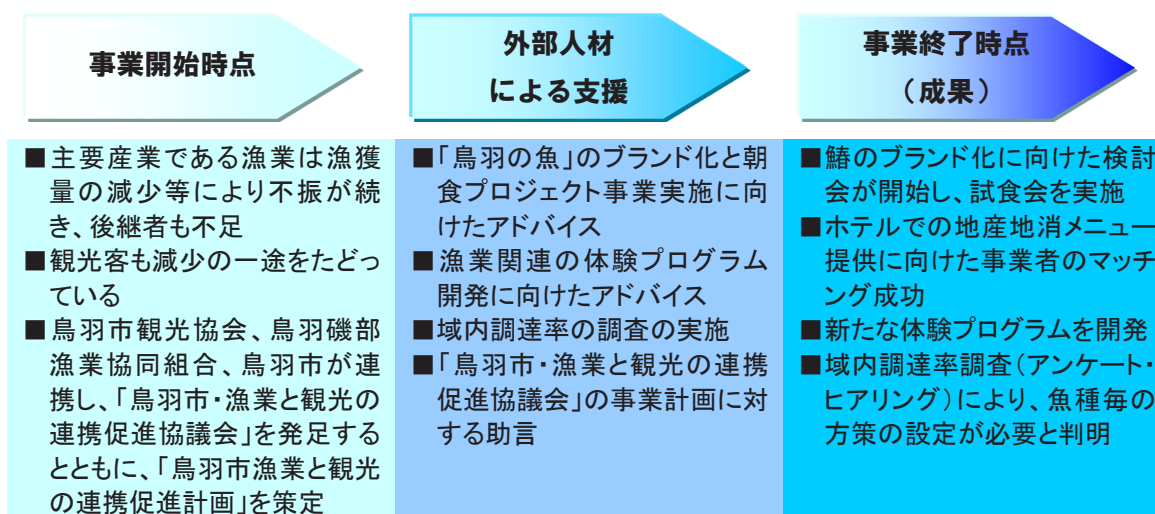
<事業概要>

■総事業費	8,465 千円
■助成申請額	5,642 千円
■外部人材	常 清秀(三重大学) 江崎 貴久(有限会社オズ) 西川 亮(公益財団法人日本交通公社) 梅川 智也(公益財団法人日本交通公社) 通山 千賀子(公益財団法人日本交通公社)

<自治体概要>

■人口	20,445 人(住民基本台帳登録人口:平成 27 年 1 月 1 日)
■面積	108.05k m ² (平成 25 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	189 人/k m ²
■標準財政規模	6,222,278 千円(平成 25 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.46(平成 25 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	86.4%(平成 25 年度市町村財政状況調)
■担当課室	鳥羽市 観光課

<取り組み概要>



三者の連携が開始



体験プログラム開発会議



鯖のブランド化に向けた試食会



(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

鳥羽市の主要産業は漁業と観光業であるが、昨今の漁業は、漁獲量の減少、魚価の低迷、燃油の高騰などが起因し、漁師の後継者不足とともに、日本一の海女数を誇る海女の存続にも影響を及ぼしている。観光業においても、各地域での多種多様な観光メニューの増大と観光ニーズの変化により、国内外の観光客の旅行先の選別が進行した結果、観光客も減少の一途をたどっている。それに起因して、宿泊施設や観光施設の老朽化・耐震改修への対応が困難になり、後継者問題が深刻化している。

鳥羽市を訪れる観光客の80%は海産物を求めて来訪している。漁獲量の減少等は、今後の宿泊事業者の経営にも大きな打撃を与えることが予想され、危惧されている。

このような課題背景を受けて、平成26年度に鳥羽市観光協会、鳥羽磯部漁業協同組合、鳥羽市の三者がそれぞれの強みと魅力を生かした事業展開を行い、地域経済の発展を目指すことに合意した。

漁業者の方々への聞き取り実態調査を実施し、その課題や意見を基にした「鳥羽市漁業と観光の連携促進計画」を策定し、中長期的な事業展開を図っており、その一環として本事業を活用し、地域活性化に取り組むこととしている。

b. 事業の目的

鳥羽市の基幹産業である漁業と観光業が連携し、それぞれの強みを活かした魅力づくりによる産業基盤の強化を図り、鳥羽を元気にすることを本事業の方向性としており、漁業者と観光事業者、行政が連携して事業を展開し、活性化を図る。

漁業と観光の連携事業による活性化が、漁獲高や魚価の向上、観光入込客数の増加へつながり、ひいては、各産業従事者の所得向上、新たなビジネスの創出、後継者育成に結び付けるための事業として位置付けている。

(2) 事業の内容と成果

a. 地産地消推進事業

① 鳥羽ざかなブランド化事業

ブランド化の必要性とコンセプトの議論、ブランド化の成功事例や失敗事例を踏まえた勉強会を開催した。その結果、ブランド化のためには「安定供給」が必要であり、「ブランド」として定着させるためには、認定制度だけに限らず、他商品との差別化と販売促進により、地域自体のブランド化を図る必要があるとの認識が共有されるようになった。

ブランド化の第一候補として「鱈（サワラ）」を推し進めることで関係者意見が一致し、サワラを中心とした漁業者一押しの水産物を持ち寄り、試食会が開催された。

試食会の様子



サワラを刺身で提供し、「鳥羽に来ていただかないと食べられないサワラのお刺身」として、市内での消費拡大、高付加価値化、観光客増加を図ることとした。

② 朝食プロジェクト推進事業

離島を中心とした宿泊事業者とワークショップを開催し、水産物の活用方法、提供方法について協議し、合わせて実施した試食会では食べ方の例（刺身、焼き、塩辛、フレーク、あぶり、漬け、茶漬け、寿司）や食材候補が決定した。

大手ホテルと鳥羽の水産物の消費拡大を目指す漁業者とのマッチングが実現し、大手ホテルの朝食での鳥羽の水産物の活用実現に向けた話し合いが進んでいる。

また、中京圏で鳥羽の食フェアを実施し、旅行商品化に向けた取り組みが始まった。

b. 体験プログラム造成及びワンストップ窓口構築事業

漁業者等とのワークショップやフィールドワークにより、体験プログラムの造成を行った。牡蠣養殖業者のオフシーズンである夏に新たな収入源として、未利用船を活用したクルージングや夏場に作業工程を見学することが可能なアサリ養殖での体験プログラムが確立した。

離島地区では、ワカメ養殖の作業体験といった「受ける」だけではなく、観光客が作業を手伝う「労働力を提供する」体験プログラムが造成されている。

利用者の利便性向上のためワンストップ窓口となる WEB サイトが構築された。今後の販路拡大のため、オンライントラベルエージェント（インターネットで取引を行う旅行会社）と話し合いを進め、広く周知を図る方策が検討されている。

ワカメ養殖作業体験現場



ワンストップ窓口(ウェブ)



c. 域内調達率の調査

域内調達率アンケートの実施に当たり事前ヒアリングを行い、観光事業者が抱える課題を抽出した。

鳥羽の代表的な魚介類 6 種類（伊勢えび、アワビ、サワラ、ウニ、海苔、わかめ）について調査を行い、499 通のアンケートを発送し、126 件の回答が得られた。

その結果、魚種によって利用実態や利用するための課題が違うことが判明し、地産地消を進めるための施策は水産物の種類等によって方策を変える必要があり、また、消費者への発信方法等、新たに検討すべき項目があげられた。

結果は「鳥羽市・漁業と観光の連携促進協議会」へ報告し、地産地消推進に向けた事業の企画などを話し合うこととなっている。

d. 鳥羽市漁業と観光連携計画の遂行・評価・見直し事業

鳥羽市漁業と観光の連携促進協議会及び運営委員会を6回開催し、当事業の進捗状況や改善点などを協議した。また、新しく実施すべき事業についても協議を行っている。

当事業の他に、漁業と観光の連携を図る事業として「海女さん応援基金構築事業」等10の事業を実施しており、それらについても協議されている。

海女さん応援基金構築事業では、海女さんを応援する宿泊プランを造成販売し、宿泊料金の中から1%を積み立て、その資金を海女さんを応援する事業に活用することとしている。

平成27年6月～11月分の同宿泊プランの利用者数は461人、売上額は7,539,424円で、基金積立額は75,394円となった。この資金を活用し、海女の主な捕獲資源であるアワビの稚貝を放流しており、2～3年後には成長したアワビとなり、海女さんがこれを捕獲し、観光客に提供されるといった循環型プログラムが実現している。

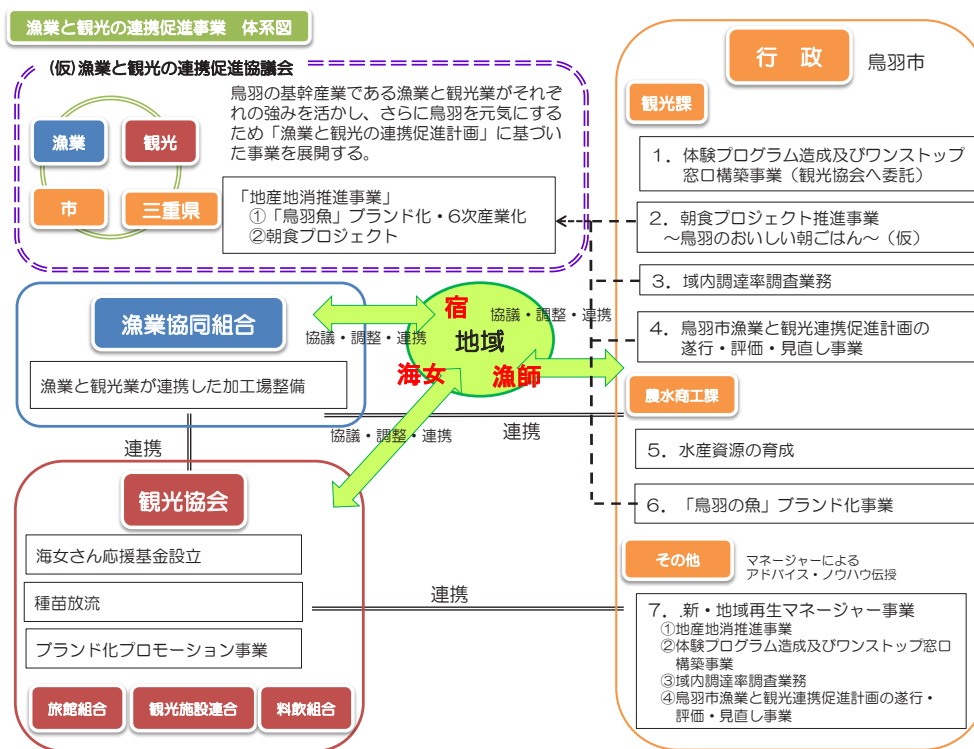
海女さんを応援する宿泊プラン



(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

平成 27 年 2 月に設立された漁業者と観光業者、行政の三者で構成される「鳥羽市・漁業と観光の連携促進協議会」が事業を推進している。漁師や海女、宿泊事業者とともに協議やフィールドワーク等を実施し進められている。



b. 外部人材の役割

事業項目毎に専門的外部人材を変えて、効率的かつ効果的に事業を進めている。

- ① 地産地消推進事業（常マネージャー）
 - ・「鳥羽の魚」を活用したブランド化を行うためのアドバイスを行う。
 - ・朝食プロジェクト事業を実施するためのアドバイスを行う。
- ② 体験プログラム造成及びワンストップ窓口構築事業（江崎マネージャー）
 - ・新しい体験プログラムの造成を行う。
- ③ 域内調達率の調査（西川マネージャー）
 - ・域内調達率の調査全般に係るアドバイスや分析を行う。
- ④ 鳥羽市漁業と観光連携計画遂行・評価・見直し事業（梅川・渡辺マネージャー）
 - ・事業計画に基づく事業実施とその評価、見直しに係るアドバイスを行う。

(4) 事業実施スケジュール

地産地消推進事業⇒地産地消 体験プログラム造成及びワンストップ窓口構築事業⇒体験プロ
 域内調達率の調査⇒域内 鳥羽市漁業と観光連携計画の遂行・評価・見直し事業⇒漁観

月	取り組み実施内容(主なものを抜粋)
4月	14日 地産地消: 宿泊事業者との会議により主旨説明 20日 漁観: 第1回漁観連携協議会開催 20,21日 域内: アンケート作成のための事前ヒアリング(3事業所へ聞き取り)
5月	8日 体験プロ: ワークショップ開催 22日 域内: アンケート推計のため総務省統計局へデータ取得申請 25日 地産地消: ブランド化に向けた勉強会開催 26日 地産地消: 宿泊事業者との会議で協議開始 26日 漁観: 一次加工場整備検討会議
6月	1,15,30日 体験プロ: 漁師との協議、体験プログラム検討 4,5日 域内: アンケート作成のための事前ヒアリング(3事業所へ聞き取り) 17日 地産地消: 大手ホテルと協議 25日 地産地消: 宿泊事業者との会議で協議 29日 漁観: 第2回漁観連携協議会開催
7月	9,13日 体験プロ: 打合せ、視察ツアー造成最終調整(1件) 14日 域内: アンケート作成のための事前ヒアリング(1事業所へ聞き取り)
8月	16日 地産地消: 大手ホテルと漁業者のマッチングの場設定 25日 漁観: 第3回漁観連携協議会開催 31日 体験プロ: ワンストップ窓口等検討
9月	7日 地産地消: ブランド化に向けた勉強会開催、ブランド化魚種の候補検討 28日 体験プロ: 体験プログラム造成検討(離島にて)
10月	1日 漁観: 第4回漁観連携協議会開催 16日 域内: 域内調達率アンケート発送(〆切11月20日) 28日 体験プロ: 体験プログラム造成検討、フィールドワーク(離島にて)
11月	15日 地産地消: 離島ハイキングイベントにてサワラ丼提供(試験的に提供) 16日 漁観: 第5回漁観連携協議会開催 17日 地産地消: 試食会開催、魅力ある朝食づくり、調理活用方法検討 16,17,20,21日 体験プロ: 体験プログラム造成検討、フィールドワーク(離島含む)
12月	19,20,25日 体験プロ: 漁業者受益指標作成のためのヒアリング(離島にて)
1月	2日 体験プロ: 漁業者受益指標作成のためのヒアリング(離島にて) 21日 域内: 速報値を確認し、今後の施策について打合せ
2月	9日 漁観: 第6回漁観連携協議会開催

(5) 今後の展望、次年度以降の取り組み

a. 漁業者の目を観光産業に向ける

本事業は、漁業者と観光事業者の連携を密にして発展していくものであり、両者にとって Win - Win の関係となり、相互に発展し続けるように継続して連携することが必要であり、市が調整役を担う。

b. 漁業者の収入向上による後継者不足の解消を目指す

漁協組合員 1 人当たりの漁業収入は、目標値を 459 千円上回る 2,753 千円となった。漁業は天候や環境によって漁獲高や水産物の価値が左右され、本事業実施による成果が直接影響しているとは断言できないが、天候や環境によって左右されるからこそ、本事業による漁業者の安定的な収入確保が重要である。

今後も、鳥羽ざかなのブランド化推進や、体験プログラム造成による漁業者の新たな収入源の確保に取り組み、域内調達率調査によって得られた結果をもとに、新たな事業の検討等が必要である。

c. 自立、持続する事業へと発展させる

地産地消推進事業や体験プログラム造成に取り組み、アサリ養殖業者、ワカメ養殖業者、牡蠣養殖業者、海女、自治会の方々、宿泊事業者等が事業の担い手として取り組むことになった。

また、ワンストップ窓口として、鳥羽市観光協会の体制も強化され、「稼ぐ仕組み」が構築されつつある。今後は、さらに受入体制の強化、事業の担い手の拡大、販路の拡大に取り組み、自立、持続する事業へと発展させることが期待される。

(6) 外部人材コメント

鳥羽再生のカギ、「漁観連携」による町の基盤強化の取組

有限会社オズ 江崎 貴久



【事業の背景】

鳥羽市を支える産業は観光と漁業である。市民はこの二つが基幹産業であり、これらの振興が市全体の振興に影響することも認識されている。しかし、市では、この基幹産業が衰退しつつある中、個々には様々な手を打っているものの、地域における二つの産業の密接な関係性に基づいて複合的に活性化させる戦略を取ってこなかった。そして、平成26年度の第2次鳥羽市観光基本計画の策定において、漁観連携（漁業と観光の連携）を大きな戦略の柱として打ち出されたことが、この事業のきっかけとなっている。

【事業実施のポイント】

流通、体験プログラムとワンストップ窓口、域内調達率の向上と大きく3つのプロジェクトが始まった。漁業者へのヒアリングに基づき観光側が主となり漁協と企画したものである。漁業と観光の連携という観点から見た「特産品開発」や「体験プログラム開発」が行われがちである。これは、観光資源開発や集客に直結し観光の効果が出やすいことと、地域資源の活用のパターン化に由来していると言える。しかし、今回の取り組みは、漁業の観点からの観光活用となることが不可欠であった。そのためにまず、事業実施前に観光事業者のチームが市内全漁村に直接ヒアリングを実施し、漁業や漁村の問題の抽出から始めた。これは、観光が漁業の本質に向き合う姿勢をつくり、漁業には観光のための「お付き合い」となってしまうリスクを大きく軽減した。このファーストステップは、今後の地域における産業連携の手法に大きく役立つ試みであったと考える。

【事業の発展】

ここから、ある程度の形ができあがったものの、これらが今後漁業に対して諸効果を生み出すことを確認する必要がある。そこで、今後、持続的に産業間で納得できる評価軸が課題となる。そのため、観光が漁業に対して果たす役割の認識を得るために、漁業者の評価が必要となる。しかし、合併が進む中、漁協と漁業者は必ずしも同じ立ち位置ではない。そこで、最後に、再度、漁協職員ではなく、漁業者や漁協支所の理事（※漁業者が担っている）にヒアリングを行い、漁業者自身が観光事業をどう評価するのか、どんなことに役立つと考えるのかについて調査した。このヒアリングにより、逆に「漁業の観光活用」について考える機会にもなったことで、漁業者が観光を利用価値があるものと認識した点が最も大きな成果であると言える。これは漁観連携の大きな一歩ではあるものの、今後漁業者からの観光への期待が大きくなることが予想されるため、さらなる精度の高さが必要である。

【今後の展開】

引き続き行われる漁観連携の取り組みや以前から継続している漁観連携に属する取り組みを、漁業者評価から導き出した指標で計ることで、個々の目的の細分化と明確化が可能であると考えられる。さらにそれにより取り組みの精度を向上させ、漁業と観光の振興への具体的なロードマップを描くことが望まれる。

2-9. 兵庫県丹波市「新エネルギー普及推進事業」

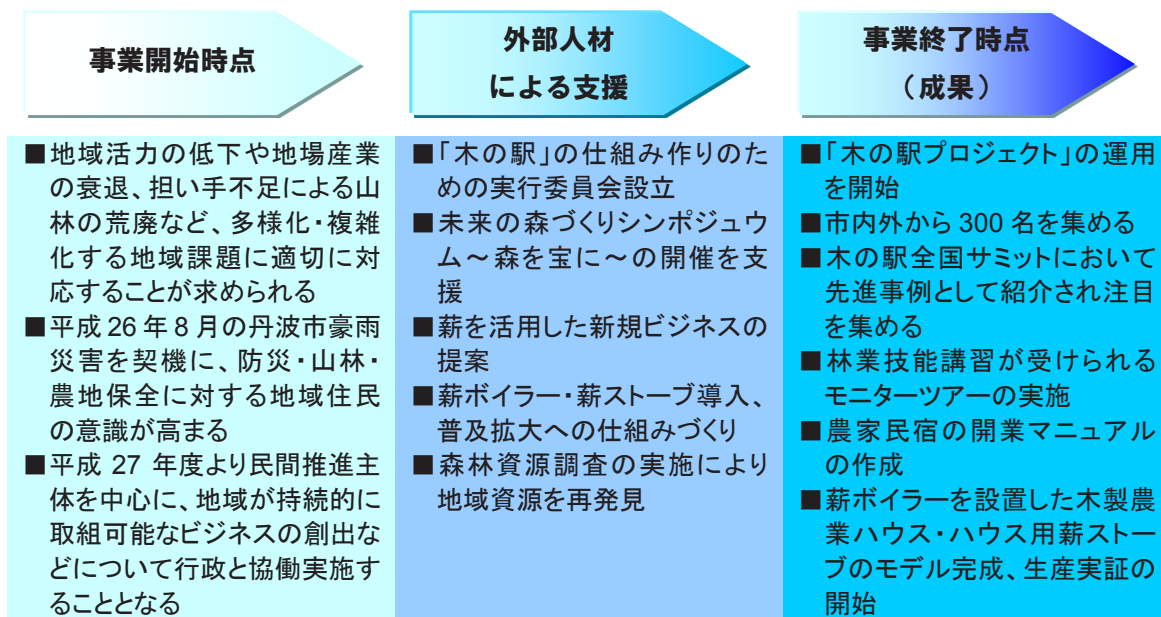
<事業概要>

■総事業費	9,252 千円
■助成申請額	6,100 千円
■外部人材	能口 秀一(有限会社ウッズ) 福島 征二(グリーンラボラトリー) 山崎 春人

<自治体概要>

■人口	67,551 人(住民基本台帳登録人口:平成 27 年 1 月 1 日)
■面積	493.28k m ² (平成 25 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	136 人/k m ²
■標準財政規模	22,651,468 千円(平成 25 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.44(平成 25 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	81.2%(平成 25 年度市町村財政状況調)
■担当課室	丹波市 生活環境部 市民環境課

<取組み概要>



災害による地滑り現場



実行委員会準備会



木の駅への初出荷の様子



青森県
五所川原市

山形県
長井市

山形県
飯豊町

新潟県
三条市

新潟県
粟島浦村

福井県
高浜町

長野県
須坂市

三重県
鳥羽市

兵庫県
丹波市

和歌山県
橋本市

和歌山県
紀の川市

岡山県
真庭市

高知県
安芸市

(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

丹波市は兵庫県の中央東部に位置し、平成 16 年 11 月 1 日に旧氷上郡 6 町が合併し誕生した農山村地域である。県の中央部に位置し、市内各所で気候風土や生活習慣等の地域性に違いが多く、古くから多様な文化の交流があったとされている。

近年は人口減少社会の到来、経済成長の鈍化、市民参画型社会への移行などの社会経済情勢が変化中、丹波市においても高齢化や人口減少による地域活力の低下やコミュニティの形骸化現象、地場産業の衰退、さらには担い手の減少による田畑・山林の荒廃など多様化・複雑化する地域課題に適切に対応することが求められている。

その中で、平成 26 年 8 月に甚大な被害をもたらした丹波市豪雨災害により、防災・山林・農地保全に対する地域住民の意識が高まっている。

丹波市では、重点的に推進するエネルギーとして、木質バイオマスを選定し併せて経済効果、雇用創出、地域再生を目標に、「市民」「企業・事業者」「行政」の協働体制の構築を目指している。平成 27 年度からは民間推進主体が中心となり、地域資源である林地残材、農産物（加工）など地域が持続的に取組可能なビジネスの創出、人材の育成、雇用創出などについて行政と協働取組により実施していくこととなっている。

b. 事業の目的

丹波市では本事業のテーマを自然エネルギーの利活用を中心に農・林・環境教育など多角的視点から地域の再生を推進していくこととし、その中で継続的に地域ができる仕事を作り、地域の高齢者、若者（I・Uターン）の雇用を創出し、地産地消による地域再生を図ることを目指している。

今回の災害を地域創生のチャンスと捉え、復興事業を地域活性化の先導的モデルと位置付け、地域課題である林業や農業を中心に、地産地消の地域内循環型社会の構築を目指している。持続可能な地域づくりのためのビジネスモデルの提案とその実現に向けた指導・助言を行うため、外部人材を登用し、復興計画の中で取組む新しいまちづくりの成果を丹波市全域のリニューアルに結びつけていくことを期待している。

(2) 事業の内容と成果

a. 「木の駅プロジェクト」地域ネットワーク、運用システムの構築

市民が地域の森林に関わる新しい取り組みとして「木の駅プロジェクト」を導入し、森林管理の観点から地域の環境保全の観点を重視した「総合的な森林の利活用」へと森林所有者の意識改革と醸成を図った。

7月には「未来の森づくりシンポジウム～森を宝に～」を開催し、「木の駅」の第1人者であり、地域再生マネージャーでもある丹羽健司氏の講演、木の駅プロジェクトの紹介、森づくりから地域づくりへのビジョンを共有するための地域実践者によるパネルディスカッションを行い、市内外から約300名の参加を集めた。荒廃する森林の再生を目指す市民と危機意識が共有され、新たに山の価値を創造する取り組みの契機となった。

8月には参加者有志による実行委員会が設立され、「NPO法人丹波グリーンパートナー」がその事務局を担うこととなった。月例会を開催し、木の駅プロジェクトの素案を元に参加者自ら仕組みづくりについて協議し、9月に丹波市木の駅プロジェクトが開始された。

木の駅参加者には、安全装備の着用、安全作業方針、出荷方法などの講習受講が義務化されており、全国の木の駅プロジェクトの共通課題である安全対策についての先進的事例として木の駅全国サミットで紹介されている。

未来の森づくりシンポジウム～森を宝に～



b. 多様な森林利活用のための森林資源調査

豪雨災害の被災地である市島町前山地区を中心に、山菜等の有用資源の分布調査を実施し、種子植物の山菜46科118種、シダ植物の山菜4科6種の計50科124種が確認された。シカの急増により、防護柵の上方(山側)では高さ1.5m以下の植物がほとんど食べつくされており、特に草本性の山菜が極めて少なかったが、一方で、防護柵の下方(里側)では、畦や林縁などに多くの種類の山菜が確認された。安定的な資源として活用していくためには、シカによる獣害の抑制などの工夫が必要であることが確認され

た。

森林資源調査の結果をもとに、季節や対象学年毎の環境教育プログラム案を作成した。丹波市は面積が広く、複雑な地形や多様な気候風土により、地域ごとに少しずつ生物相や学校周辺環境が異なるため、今後は、それぞれの地域に適したアレンジを加えたプログラムの改良が必要であると分析されている。

森林資源調査の様子



c. 「林業民泊プロジェクト」立ち上げ準備

既存農家民宿から聴き取り調査を行い、農山村民宿の課題を洗い出すとともに「民泊」と「木の駅」の取り組みにより、地域づくりを積極的に行っている先進地を訪れ、事業展開のための情報収集を行った。農家民宿開業に向けて、関係官庁・部署と協議を重ね、農林漁家民宿を新たに開設する際の許認可から実際の体験メニューを網羅した開業マニュアルを作成した。

広報面では、既存の農家民宿の連携による集客やイベント開催ができるように紹介する専用のフェイスブックを開設した。

さらに、林業の技術講習が受けられるモニターツアーを実施し検証することで、滞在交流研修型商品が完成し、民泊を活用した講習会ツアーを実施することが決定した。

林業民泊プロジェクト



d. 薪ボイラー導入コンサルティング、薪エネ農業ビジネス検証事業

薪の販売・配達システムについては、市役所薪ストーブへの薪販売を皮切りに農業ハウス等への薪の供給体制が構築された。そのうえで、薪ボイラー・薪ストーブを市内に普及させ、エネルギー利用のみならず、薪エネルギーを用いた新規事業を創出するために、薪ボイラー導入可能性調査やコンサルティングが実施された。

薪ボイラーを設置した木製農業ハウスとハウス用薪ストーブのモデルが完成し、生産実証が開始された。農業用ハウスでの薪ボイラーを活用したシイタケの試験栽培を行うための準備が整い、市内若手農業者の関心と意欲の創出につながったとされる。農業高校、農家との連携によるハウス栽培実証事業の生産体制も立ち上げ段階に至っている。

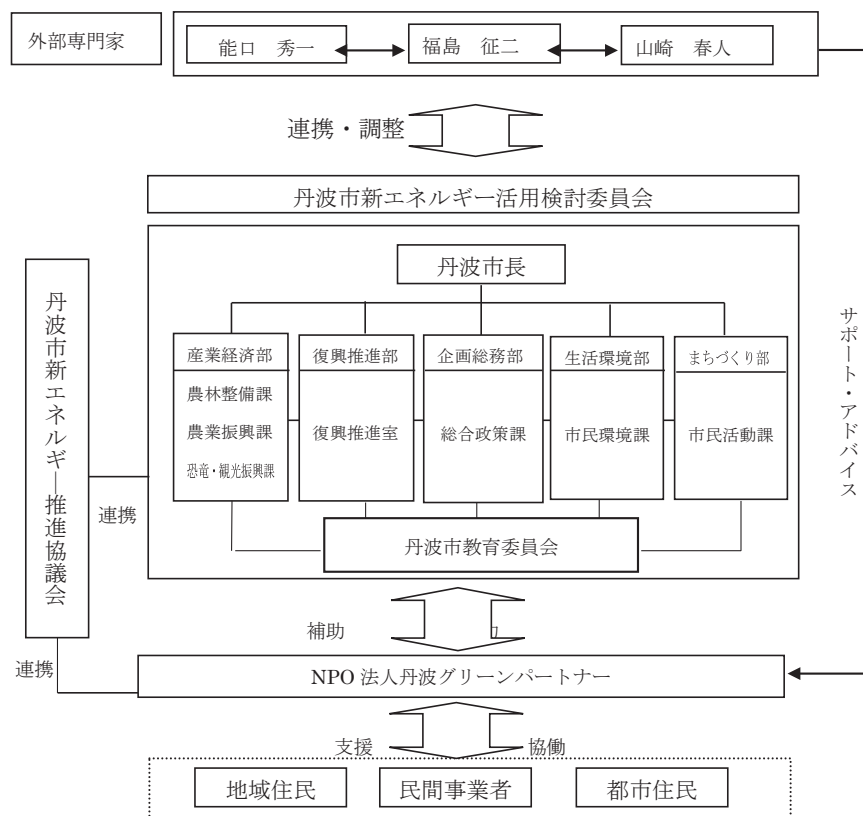
薪ボイラー導入、新エネ農業ビジネス検証事業実施の様子



今後は、自然エネルギーで生産された農林産物の高付加価値化と自然エネルギー、オーガニックのイメージを「丹波」ブランドに付加し、世界に発信し、都市部・海外での販路拡大とともに、ビジネスモデルを地域に普及させ、安定供給システムが構築されることが期待される。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要



b. 外部人材の役割

木の駅プロジェクト推進のために、実行委員会設立やフォーラム、安全講習開催等担い手育成のための支援が行われた。また、薪の需要開拓として、薪エネルギー活用ビジネスの提案、薪ボイラー・薪ストーブの導入、普及拡大のための仕組みづくり、薪ボイラー導入可能性調査の結果をもとに企業等への導入アプローチと管理サービスシステムの構築が図られた。さらに、地元の里山保全と活用を担う長期的な人材育成及び子供たちの郷土意識の醸成のために、森林資源調査が行われた。

(4) 事業実施スケジュール

月	取組み実施内容	
6月	9日 10日	農家民宿経営ヒアリング 事業計画検討、打合せ会議
7月	1日 10日 11～12日 20日 21日 23日	林業民泊モニターツアー実技講習講師打合せ 第1回木の駅実行委員会準備会 林業民泊モニターツアー実施 未来の森づくりシンポジウム開催 農家民宿ネットワーク化検討会 先進地視察研修(薪宅配システム)
8月	3～4日 6日 28～30日	薪ボイラー導入先進事例視察研修(シイタケ栽培・温泉、他) 第1回木の駅実行委員会(以降毎月第2木曜日開催) チェーンソー特別講習・木の駅入門講習実施
9月	9日 11日 12～13日	兵庫県議会農政環境常任委員視察(木の駅プロジェクト) 木の駅入門講習実施 近畿ブロック木の駅サミット(篠山市・丹波市共催)
10月	8日 16日	木の駅実行委員会定例会 たんばGOGOフェスタ出展(木の駅・薪ボイラー)
11月	2日 10～30日	民泊についての意見交換会 薪ボイラー導入可能性調査(6カ所)
12月	3日 15日 28日	薪販売ビジネスプランの検討 木の駅集材木の燃料以外の活用方法についての意見交換 丹波農林振興事務所との林業事業体と連携した取組みの協議
1月	13日 15日 22日 23日 31日	丹波市における木育の取組みについての協議 神戸モトマチ大学と木の駅の神戸市と連携した事業展開の検討 木製温室キット製作打合せ 環境セミナー運営支援 チェーンソー特別講習フォローアップ
2月	5日 29日	篠山市森づくりネットワークとの連携協議 薪ボイラーを導入した農業ハウス整備のための打合せ
3月	1日 7～9日 19～20日	民泊開業者との打合せ 試験栽培用農業用ハウス整備(春日町多田地内) チェーンソー合宿講習民泊モニターツアーの実施

(5) 今後の展望、次年度以降の取組み

持続可能地域社会を確立するために、木の駅の集積所の市内全域への拡大や、自治会単位での木の駅への参加を促進し、環境保全に留まらない地域コミュニティの活性化が期待される。

活動拠点の拡大のためにはシンポジウムを開催するなど、将来の担い手育成のための研修や環境学習、森林資源調査結果を受けた取組みの展開が求められる。

また、木の駅と連携した民泊プログラムモニターツアーの実施、薪ボイラー、薪ストの販売体制の構築と導入した農業施設でのシイタケ・ワサビの生産から流通までの仕組みづくりも今年度事業結果を踏まえて展開されることが求められる。

(6) 外部人材コメント

身近な森を宝に！森林資源活用のしくみづくり

有限会社ウッズ 代表取締役 能口秀一



【森林所有者の意識】

身近な森林に囲まれながら、森林との関わりを遠く感じる人が多くなっている。戦後拡大造林以降、社会情勢の変化と木材価格の長期低迷と相まって、森林所有者が林業を生業とする事が困難な状況になった。放置される山林に囲まれ、潜在的な課題に対し対策を打てない状況は、多くの中山間地域で見受けられる。

豪雨災害により、その課題に直面した丹波市は、森林資源の地域内循環により地域の森林を宝に変えるしくみづくりに着手した。これは多くの中山間地域の森林管理の方法を変えるものと考えられる。全国的な林業の現状は、木質バイオマス発電による間伐材利用の取り組みが、大規模木材流通体制の整備を促し、森林所有者への還元がない森林整備事業が主流になっている。このような状況で、市独自に環境保全の観点から森林所有者の意識を高め、地域が取り組む森林資源の需要と供給を同時につくるプロジェクトの意義は大きい。

【まずは森を知る】

境界がわからない。相続したがどうすればよいかわからない。

森林所有者を訪ねると、身近な森林の管理に対して意欲的な声は少なく、このような声が聞こえてくる。しかし、その次の言葉は何とかしたいとの思いが語られる。森林の情報が不足し、その価値が見えない森林所有者に対し、森林の多様な価値を実感できる環境づくりが必要と考え、森林資源の調査を実施した。今後の森林環境保全と担い手育成の方向性を地域住民が決定するための基礎資料として、有効なものになると確信している。また、市単独事業でも木材利用可能性調査など連携可能な事業が展開されている。次年度は自治体単位の活用提案と、森林資源活用のシンポジウムを開催し森林管理意識の醸成につなぐ事が可能となった。

【森に関わる—新たな担い手を育成】

丹波市木の駅プロジェクトは、安全性を第一に考え入門講習とチェーンソ特別教育の受講を義務化した。導入にあたりハードルが高いと心配されたが、参加者の声を聞くと、地域のチェーンソ経験者は基本的な技術習得の機会がないまま従事していることが多く、新しい安全基準を知らないことがわかった。各講習のカリキュラムを検討した結果、新たな担い手育成の必要性を実感した。丹波市木の駅プロジェクトは約半年で50名以上の参加登録があり、実行委員会の話題は、地域の森を宝にかえる森づくりの方針へと向かっている。

【地域コミュニティのカープロジェクトの原動力】

被災地では復興に向けた多くの事業が展開されている。その中で地元自治会の積極的な協力を得てプロジェクトが進行していることに、地域の期待と大きな可能性を感じている。

本年度は循環する一歩手前まで。森を宝にするために今後は供給体制の拡大と販路開拓が必要と考える。

尚、同事業は能口秀一のほか、山崎春人、福島征二の3名により実施した。

2-10. 和歌山県橋本市「広域観光ビジネス共同体の設置による地域イノベーション推進事業－日本版 DMO による事業創造に向けて－」

<事業概要>

■総事業費	9,000 千円
■助成申請額	6,000 千円
■外部人材	高橋 一夫(近畿大学) 堀切 久壽((一財)和歌山社会経済研究所)

<自治体概要>

■人口	65,664 人(住民基本台帳登録人口:平成 27 年 1 月 1 日)
■面積	130.31k m ² (平成 25 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	503 人/k m ²
■標準財政規模	15,569,081 千円(平成 25 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.49(平成 25 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	96.6%(平成 25 年度市町村財政状況調)
■担当課室	橋本市 経済部 商工観光課

<取り組み概要>

事業開始時点	外部人材による支援	事業終了時点(成果)
<ul style="list-style-type: none"> ■宿場町・商業集積地から人口減少、高齢化が進展 ■紀州へら竿、パイル織物、柿、巨峰、柿の葉ずしなどの特産品のブランド化を推進 ■観光交流に向けて取り組みを検討しているが、高野山などの広域的な資源を活かした取り組みに至っていない ■広域で観光に取り組む DMO での取り組みを検討 	<ul style="list-style-type: none"> ■行政と DMO の役割の明確化 ■DMO の事業計画を関係者間と協議のうえ策定 ■地域でのネットワークを活用して DMO の構成メンバーとしての声掛けを展開 ■DMO 設立時の事業としての着地型ツアーを検討 ■業務管理システムの要件を検討 ■都心部へのプロモーション活動を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ■関係者との意見調整を踏まえた DMO の事業計画を策定 ■かつらぎ町の参画確定、その他の地方公共団体についても前向きな反応を獲得、実現に向けて前進 ■着地型ツアー候補の立案、次年度以降の検証が可能に ■業務管理システム要件の確定、システムの目的を明確化 ■東京・大阪でのプロモーションを実施、知名度を向上

構成メンバーへの声掛けを展開



DMO 事業計画を策定



プロモーション活動の実施



青森県
五所川原市

山形県
長井市

山形県
飯豊町

新潟県
三条市

新潟県
粟島浦村

福井県
高浜町

長野県
須坂市

三重県
鳥羽市

兵庫県
丹波市

和歌山県
橋本市

和歌山県
紀の川市

岡山県
真庭市

高知県
安芸市

(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

橋本市は世界的観光地である高野町、フルーツの町かつらぎ町、真田幸村所縁の九度山町、重要伝統的建造物群保存地区を有する奈良県五條市と隣接し、宿場町・商業の集積地として栄えてきたが、現在は人口減少、高齢化が進展しつつある。

地域産業としては全国シェア 90%の伝統的工芸品「紀州へら竿」や肌触りの良いパイル織物、柿、巨峰、柿の葉ずしなどの特産品があり、ブランド化への取り組みが始まっている。

一方、観光交流では霊峰高野山などの世界遺産『紀伊山地の霊場と参詣道』への玄関口であり、古来より地域住民の薬湯として利用されたため限られた人のみが知る秘湯「やどり温泉いやしの湯」、高野山へ向かう国道 371 号沿いを流れる名勝玉川溪流などの観光資源があり、宿泊客 2 万人、日帰り客 90 万人強が訪れている。

現在は広域の観光資源を活かした取組には至っておらず、これを活かすべく、地方創生の取り組みの一環として広域の観光資源を活かした取り組みを始めている。

b. 事業の目的

和歌山県を取り巻く観光に係る環境変化に対応するためには、徹底的な消費者目線での観光振興を推進する必要がある、そのためには民間主体の組織を構築し、行政とのパートナーシップのもと観光振興の一元的なプラットフォームを構築し、裾野の広い経済効果を地域にもたらす工夫が求められる。

こうしたプラットフォームに欧米型の DMO(Destination Marketing/Management Organization)の考え方を取り入れ、主体的・戦略的に集客をおこなう仕組みづくりとノウハウの獲得を目指すこととし、事業目的として以下の 3 点を位置づけている。

- 1 観光には経済的効果・社会文化的効果・環境保全効果など、多様な効果を期待できることが実証されている。橋本市においても、宿泊・飲食事業者、各種小売、一次産業従事者、特産品製造販売事業者に直接的な経済効果をもたらすことが可能であり、さらに雇用、税収増などの間接効果も確保する
- 2 従来からの情報発信機能のみならず、Web を活用したワンストップ窓口機能や橋本の魅力を取り入れた着地型の旅行商品造成機能、スポーツコミッション機能を持ち、これらを徹底的な消費者志向で運営する
- 3 一方、社会文化的効果についての役割も期待されている。橋本市民のアイデンティティづくりにもつながる橋本の魅力を取り入れた商品造成により、市民も知らない橋本の良さを改めて認識することで、「くらし潤う創造都市 橋本」の実現に寄与する

(2) 事業の内容と成果

a. 行政と DMO の機能整理

DMO が責任と権限を持って取り組むようにするため、行政との機能分担の議論が行われた。受益者が明らかではないことは行政が担い、はっきりしていることは DMO が担うこととした。また、DMO という民間だからこそ可能なことを整理した。

行政と DMO での役割分担イメージ

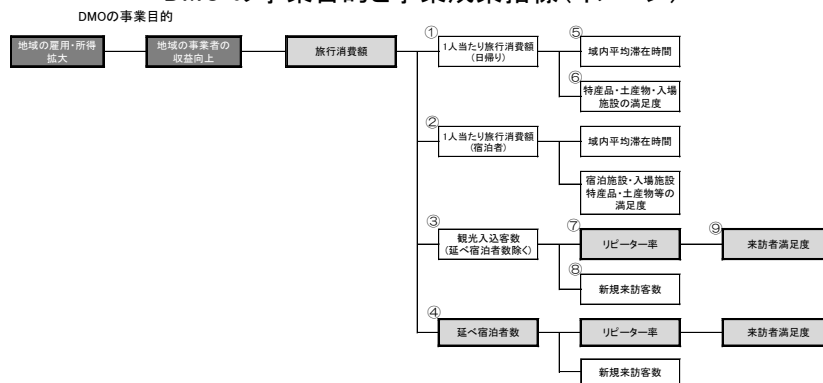
項目	橋本市	DMO
戦略・計画づくり	政策として	DMOとして
予算確保、庁内調整（政策への反映）	◎	-
マーケティング	都市ブランド、特産品ブランドマーケティング	観光マーケティング
プロモーション・情報発信	都市ブランド関連	◎
スポーツイベントの誘致(スポーツコミッション機能)	○	機能設定の範囲による
アクティビティツアーの開発・実施	○	◎
観光地としての新しい魅力づくり	◎	○
	◎=主な役割の項目	○=補助的役割に項目

b. 事業計画の策定

DMO の設立にあたっての事業目的、事業評価指標、マーケティング重要課題、基本戦略、事業内容を取りまとめた事業計画を策定した。策定にあたっては、観光が創り上げる価値を幅広い業種で享受するため、従来の観光振興の担い手だけでなく、新たに参画する官民の担い手も想定することとしている。

事業成果の評価指標としては一人あたりの旅行消費額の向上（日帰り）、一人あたりの旅行消費額の向上（宿泊者）、観光入込客数、延べ宿泊者数の4点を設定している。

DMO の事業目的と事業成果指標(イメージ)



c. 組織体制の整備及び広域自治体及び観光関連事業者への参画要請

観光客は自治体のエリアの中を周遊することはなく、必要とする観光行動において自治体間を動き回るため、紀北地域での広域連携によるプロモーションや受け入れ体制の整備を進める必要があるため、高野山等の有力資源との複合化による価値の向上を目指し地域連携の DMO を構築するため働きかけを行った。

かつらぎ町の参画が確定した他、田辺市（旧龍神村に該当する地区）、高野町、九度山町、五條市、河内長野市、吉野町は課長クラスの了解を得た。

d. 市民会議の実施

事業方針、事業計画が取りまとまった2月に、市民のなかでも関心の高い方々に向けての説明、意見集約の場が設けられた。

橋本市の観光の現状、広域での地域連携 DMO の設立、事業方針、課題を説明したところ、DMO の事業エリアの設定根拠、出捐金の妥当性、大河ドラマ「真田丸」との連携策、DMO の第2種旅行業の妥当性など数多くの質問があり、市民の観光事業への関心の高さがうかがわれる会議となった。

市民会議の様子



e. 橋本市内のアクティビティツアー案及び DMO 業務管理のシステムの要件

橋本市内での着地型商品候補として6つの商品案を策定した。

着地型商品候補(一部)

また、こうした商品を受け付け、精算をするためにも必要なシステムを構築するため、システムの要件を整理した。

- ① DMO の旅行業事業として着地型旅行商品のネット販売
- ② 旅行商品の予約管理、手配管理
- ③ ふるさと納税決済、返礼品発送管理への発展的利用
- ④ クラウドファンディング（購入型、寄付型）の決済、管理への発展的利用

f. 東京・大阪での観光・特産品プロモーション

東京・大阪のフェアや見本市において、橋本を中心にした紀北の観光プロモーションや地域の地場製品の紹介、即売を12回実施し、知名度を高めた。

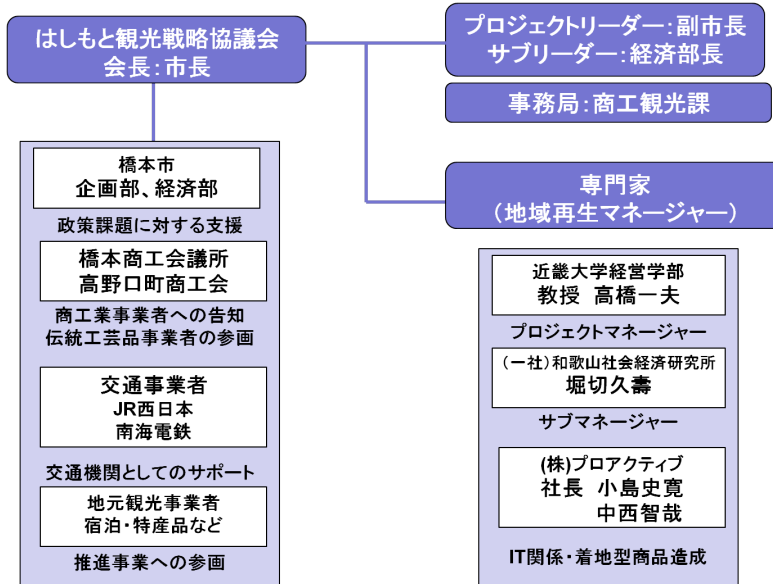
特産品プロモーション



(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

事業の実施においては以下に示す市長が会長となる「はしもと観光戦略協議会」を進めた。行政体制は必要な政策課題に対応をするため、他のセクションと横断的に進めた。



b. 外部人材の役割

事業全体のマネジメントを高橋氏、堀切氏が実施している。

高橋マネージャーは事業目的、評価指標、事業項目の整理を踏まえたDMOの事業計画策定を、堀切氏は地域金融機関での人脈を活かした関係者間の意見・合意形成を中心とした役割を担った。

DMO業務管理のシステムによるインフラ整備に向けた検討や橋本を中心にした資源掘り起こしと着地型商品のあり方検討などの専門的分野は小島氏、中西氏が実施することで役割分担を行っている。

項目	外部人材の役割・取組内容	外部人材名
プロジェクトマネージャー	事業計画を取りまとめるにあたり、DMOの事業目的、評価指標、事業項目の洗い出し、指導。「はしもと観光戦略協議会」や「プラットフォーム構築部会」での資料の取りまとめ、観光庁、近畿運輸局等のDMO登録申請情報などの全体計画推進のアドバイス	高橋一夫
サブマネージャー	地元関係者の意見の取りまとめ、周辺自治体・観光関連事業者への広域連携への働きかけ。	堀切久壽 藤本迪也

項目	外部人材の役割・取組内容	外部人材名
ICT を活用した業務管理	DMO 業務管理のシステムによるインフラ整備に向けた要件が必要かをとりまとめ。	小島史寛
着地型旅行商品の推進	橋本を中心とした資源掘り起こしと着地型商品のあり方を提案。	小島史寛 中西智哉

(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
4月	7日、9日 16日	周辺自治体参画要請 はしもと観光戦略協議会キックオフ
5月	8日 13日、27日 28日	橋本市創生総合戦略での取り組み施策のとりまとめ 周辺自治体参画要請 第1回プラットフォーム構築部会の開催
6月	4日 9日	DMO 事業機能と組織のあり方の議論をスタート 高野山金剛峯寺への参画要請
7月	2日 23日	第2回プラットフォーム構築部会の開催 第2回 DMO 事業機能と組織のあり方会議
8月	6日 24日	周辺事業者への参画要請 第3回プラットフォーム構築部会の開催
9月		観光庁への日本版 DMO 政策の方針確認(電話、メール)
10月	14日	事業計画策定会議
11月	12日	事業計画策定会議
12月	11日 17日 22日 28日	事業計画策定会議 南海電鉄 DMO 事業計画説明と参画要請 高野山金剛峯寺、吉野町 DMO 事業計画説明と参画要請 かつらぎ町長 DMO 事業計画説明と参画要請→了解
1月	14日 15日 22日 26日 29日	事業計画策定会議 高野町 DMO 事業計画説明と参画要請 五條市、河内長野市 DMO 事業計画説明と参画要請 田辺市 DMO 事業計画説明と参画要請 田辺市旧龍神村 DMO 事業計画説明と参画要請
2月	3日	市民会議、事業計画策定会議

(5) 今後の展望、次年度以降の取り組み

今後は DMO の運営主体となる法人を設立し、事業計画に沿ったマネジメントを進め軌道に乗せていくことが必要である。DMO は連携する地域の雇用・所得の拡大、事業者の収益向上など経済的価値を地域に作り出すことが不可欠であるため、旅行者の消費額を向上させる事業展開をする必要があり、そのためには事業成果の評価指標を定めることで目的を達成することが重要である。

地域の観光関連事業者との情報共有や他の事業者とのマッチングサービスの提供が必要であることから、以下の取り組みを展開することが必要である。

①広域の自治体への参画要請の継続

かつらぎ町は町長の了解を得たが、他の理解を示している自治体についても市町としての了解を得ることが求められる。周辺の資源（例えば高野山、五條市の重要伝統的建造物群など）と連携したり、訪日教育旅行の誘致などテーマによる連携をすることにより、「観光資源の価値の向上」を図る。

②広域市町の観光関連事業者への DMO への参画と出捐金の要請

橋本市内の観光関連事業者のみならず周辺の主要観光関連事業者に対して、事業計画に基づき今年度から順次 DMO への参画要請を進めており、この参画事業者数を増やすことが求められる。

③経営人材の確保

DMO のトップ人材は、地域のまたがる行政関係者や関連事業者の理解を得ながら中間支援の役割を果たしていく必要があり、郷土愛に富み地域の活性化に貢献しようとする意欲がなければ地域の人たちがついてこない。一方で、一定レベルの観光マーケティングスキルを有し、各種のデータの収集・分析を商品造成やプロモーションに活かせる中核人材の確保も必要である。

次年度は、上記の取り組みを中心に、DMO の運営主体となる法人を設立、2017 年 4 月から本格的な稼働ができるようステップアップすることが求められる。

(6) 外部人材コメント

紀北の観光地経営を担う「高野吉野路ツーリズムビューロー」

近畿大学 高橋 一夫

一般財団法人和歌山社会経済研究所 堀切 久壽



私たちが担当をした橋本市は、和歌山県の北東端にあり、ミシュランガイドの3つ星に選ばれた世界的な観光地高野町、年中観光農園が開かれているフルーツの町かつらぎ町、真田幸村所縁の九度山町、重要伝統的建造物群保存地区を有する奈良県五條市など観光地として一定の知名度をもった市町に囲まれています。この地で橋本市は積極的に観光事業を始める決断をし、2014年からの議論で橋本市版DMOを立上げ、観光振興の主体となるように事業計画を取りまとめていくことになりました。

DMOとは、「地方自治体と民間事業者による観光ビジネスの共同体で、観光地経営を担うための機能と高い専門性を有し、観光行政との役割分担による権限と責任を明確にしたプロフェッショナルな組織」のことを言い、欧米では観光地経営を担っています。

しかしながら、橋本市自体には一定規模の宿泊施設は宿泊特化型のホテルが1つしかありません。また、2016年中の世界遺産への追加登録を目指している「黒河道（くろこみち）」や国登録有形文化財である美しい木造三階建ての旅館建造物「葛城館」などがあるものの、知名度のある観光資源には恵まれていません。そこで、観光の成果の考え方を「観光客数」だけでなく、「消費単価の向上」や「地域内の調達率」にも目を向け、これらの3つの積を如何に大きくしていくか、という考え方でDMOを作っていこうということになりました。

そのためには、広域でDMOを作る必要があります。自治体だけでなく、観光の実（富）をつくるのは地元の民間関連事業者ですから、こうした関係者の合意を取り付けないといけません。ここで活躍をしたのが堀切マネージャーです。紀陽銀行で和歌山事業部長として地域活性化のため、自ら県内をくまなく飛び回って構築した、地元での広い人脈と交渉力がありますので高野山真言宗の方々をはじめ、民間団体や事業者の方々の合意を取っていきました。同時に橋本市内の皆さん方との会議で意見を集約し、事業計画を取りまとめたのです。筆者（高橋）は日本のDMOの先駆けの一つとなった田辺市熊野ツーリズムビューローで事業計画の取りまとめをした経験もあったため、身近な成功事例を頭におきながら整理を進めて行きました。事務局内のワークショップでは、橋本市の担当の方々（井上さん、大林さん）だけでなく堀切マネージャーの部下でもある藤本さんが活躍してくれました。

この事業計画を基に、橋本市経済部長、商工観光課長と堀切マネージャーが再度、周辺自治体や観光協会、民間団体や事業者などを回り、参加・出捐協力の取り付けを進めています。来年度が勝負の年です。さらに頑張っていきたいと思います。

2-11. 和歌山県紀の川市「フルーツ・ツーリズムの展開によるファン獲得プロジェクト」

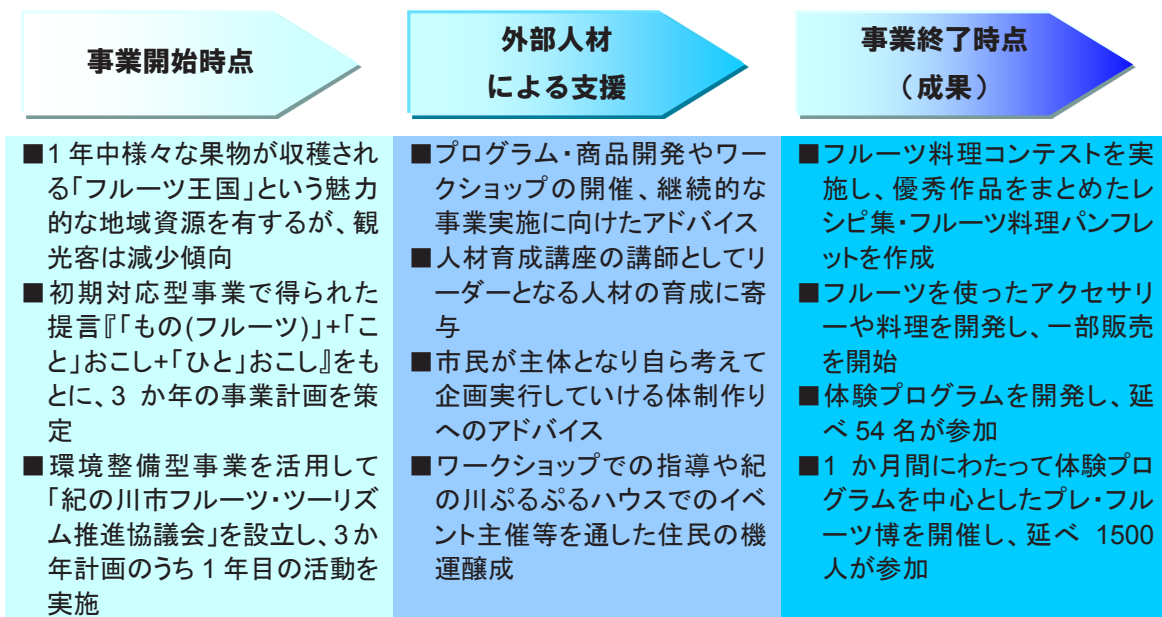
<事業概要>

■総事業費	11,000 千円
■助成申請額	7,000 千円
■外部人材	野口 智子(ゆとり研究所)

<自治体概要>

■人口	65,982 人(住民基本台帳登録人口:平成 27 年 1 月 1 日)
■面積	228.24k m ² (平成 25 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	289 人/k m ²
■標準財政規模	18,331,205 千円(平成 25 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.45(平成 25 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	94%(平成 25 年度市町村財政状況調)
■担当課室	紀の川市 商工観光課

<取り組み概要>



活動に向けたアイデア出し



紀の川ふるふるワークショップ



プレ・フルーツ博開催



青森県
五所川原市

山形県
長井市

山形県
飯豊町

新潟県
三条市

新潟県
粟島浦村

福井県
高浜町

長野県
須坂市

三重県
鳥羽市

兵庫県
丹波市

和歌山県
橋本市

和歌山県
紀の川市

岡山県
真庭市

高知県
安芸市

(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

平成 17 年 11 月に 5 町が合併した、県内一で全国的にも有数の農業生産地である和歌山県紀の川市は、さまざまな果物が 1 年を通じ、豊富に収穫できる「フルーツ王国」である。しかし、観光客は、平成 19 年の 232 万人から、平成 24 年には 196 万人に落ち込んでいる状態となっている。

その様な状況下、紀の川市の魅力の発掘や観光振興策への助言を目的として、平成 25 年 9 月に短期診断派遣事業を実施し、地域再生マネージャー（野口智子氏）から、紀の川市の最大の魅力であるフルーツを中心に、「もの(フルーツ)」+「こと」おこし+「ひと」おこしの 3 つを繋げた観光振興についての提言があった。

提言を踏まえ、紀の川市は平成 26 年度から 28 年度までの 3 か年計画を策定した。平成 26 年度には、市民が主体となり自ら考えて企画実行していける体制作りを進める上で必要な助言を行うため、環境整備型事業による外部人材の派遣を行い、前年に引き続き、野口氏より通年でのアドバイスを実施した。平成 26 年 8 月には市内外から 100 名を超える参加者が集まり、出されたアイデア総数 465 件を元に、参加者が主体的に企画実行していく為の組織として「紀の川市フルーツ・ツーリズム推進協議会」が設立され、機運の醸成・実施体制が整ってきた。

b. 事業の目的

近郊大都市住民をターゲットに体験型観光を推進するとともに、紀の川市の一番の魅力＝地域資源である「フルーツ」に焦点をあてたグリーンツーリズムの展開により、誘客の仕掛けと体制を整え、情報発信を行うことで、紀の川市の観光ファンの獲得と観光消費額の増加を図るものであり、地方創生でいう「外部人材（地域再生マネージャー）を活用することにより新たな視点から地域の活性化を図る」とともに、「自らの地域資源を活用した多様な地域社会の形成」を目指す。

具体的には、「フルーツのまち紀の川市」としての地域イメージを強化し、紀の川市ブランドを高めることで、農作物および地域資源を活用した「ふるさと名物」の開発・拡販につなげ、地域産業や経済の活性化を図る。

また、地域住民自らが地域資源を発掘し、「フルーツのまち紀の川市」の魅力を再発見することで、地域内住民の愛着や帰属意識を高める「ふるさとづくり」に取り組む。基幹産業である農業の高齢化が進んでいる中、地域内住民の愛着意識の高まりによる農業の担い手の育成や、体験イベント実施などの都市農村交流により移住にもつなげたい。

現在、当市の観光地域づくりの推進主体である「紀の川市観光協会」は、市商工観光課が事務局となった行政主体で取り組まれている。「紀の川市＝フルーツのまち」をテーマとして市民自らが企画・実施していく本事業の取り組みを通じ、市民主体の観光地域づくり団体の育成を支援し、市民主体での豊かな農山漁村、魅力ある食文化等の観光資

源を生かした地域づくりと体制づくり、受け入れ環境の整備等を推進する。

(2) 事業の内容と成果

a. 商品開発

① フルーツ料理コンテスト

紀の川市特産フルーツを使用した料理を募集して6作品を優秀作品として選出し、11月7日開催の「紀の川プレ・フルーツ博覧会」メインイベントのステージで表彰式を実施した。優秀作品はフルーツ料理レシピ集としてまとめ、家庭でもフルーツ料理が作られることを目指したパンフレットを製作した。また、市内飲食店へフルーツ料理のメニュー化を働きかけ、29店舗のフルーツメニューが掲載されたフルーツグルメマップを作成した。

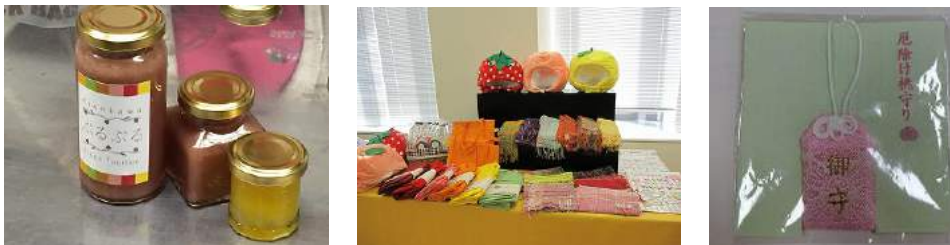
フルーツレシピ & フルーツグルメマップ



② フルーツブランドの試作

長寿の象徴「桃守り」の開発の他、様々な用途に活用可能な「フルーツ・ソース」や、「フルーツのまち」らしいアクセサリー、「さをり織り」「フルーツ色のトートバッグ」「フルーツ和菓子」などフルーツ・ブランドの試作開発、一部販売が始まった。

試作された商品



③ 講座の商品化

フルーツを活用したカルチャー講座として、7月から1月までに全10回「フルーツアクセサリー作り講座」を開催（延べ53名参加）した。また、8月31日の「フルーツ

活用講座 「フルーツ石鹸を作ろう！」を含め活用講座を6講座開催（延べ26名参加）し、講座の商品化を進めた。

b. 体験プログラムの開発と体験イベントの実施

「フルーツのまち」の活動をPRするため、11月1日～28日に開催した「紀の川プレ・フルーツ博覧会」（オンパク手法による体験参加型博覧会）に向け、7月12日「ブルーベリー狩りとピラティス体験」（9名参加）、8月8日「親子でふるふるマスコット作りとフルーツかき氷体験」（9名参加）、9月23日「いちご苗植付体験」（36名参加）などの、体験イベントを試行した。そして、「紀の川プレ・フルーツ博覧会」では、メインイベントとして、11月7日（土）に、フルーツをテーマにしたステージ、フルーツマルシェ、フルーツプチカルチャー講座（6種類を開催、124名参加）、ふる～つ大茶会（79名参加）等を実施した（延べ1500人の参加）。さらに、期間中には「ブランド紀の川柿収穫と作って味わう郷土料理」「フルーツトッピングのお団子と柿型の上生菓子作り」「フルーツの木を使った木工体験」「フルーツを食べながら百合山ウォーク・ラリー」「ふるふるフルーツトレイン」等の19種類の体験プログラムを開催した（プログラム参加者延べ440人）。

紀の川プレ・フルーツ博覧会



c. フルーツのまちの雰囲気づくり

平池緑地公園をイルミネーションでライトアップする貴志川イルミネーション（12月5日～1月10日）というイベントへ参加し、フルーツキャラクター「紀の川ふるふる娘」のイルミネーションを製作し点灯させた。また、デザインが「紀の川ふるふる娘」になっている路上飛び出し注意看板（240枚）を作成し、地域を訪れる人や、地域内住民へ「フルーツのまち」の雰囲気ある街並みを作り出す取組みを開始した。

d. 機運の醸成

研究会の活動や「フルーツのまち紀の川市」の魅力をPRするため「紀の川ふるふるフルーツカレンダー」を制作した。四季を通して果物がとれる紀の川市ならではの農作業の様子や風景などの絵366枚を一般の方や市内小学校から集めた。1,000部制作し1部700円で販売した。市内外に広めることで、市外に対しては紀の川市のフルーツイメージ

を高めるとともに、住民の生きがいや郷土愛を高めた。

フルーツイメージ醸成のための取り組み



e. フルーツのまちのプロモーション強化

紀の川市観光協会ホームページのリニューアルに合わせ、フルーツ・ツーリズム研究会専用ページを作成し、活動状況等の各種情報発信を実施している。また「紀の川プレ・フルーツ博覧会」体験イベント予約受付サイトを開設し、予約受付を実施した。

以前から継続して投稿を行っている「紀の川ふるふるクラブ」Facebook では、今年度から研究会参加市民 23 人が活動を書き込める体制にし、市民目線の四季折々の風景や日々の生活文化を情報発信できる仕組みを構築した（2月時点で「いいね 748 人」）。

また、ファンクラブを設立し、情報発信やサービス提供等を継続的に行う仕組みを構築した。

メディアへの掲載件数は、テレビ 9 件、ラジオ 4 件、新聞 13 件、その他紙媒体 16 件に増加した。（例：8/20NHK テレビ「朝イチ」、9/24ABC テレビ「キャスト」、9/24 読売テレビ「ten」、9/7 読売テレビ「ZIP」他）

f. 持続的体制の構築

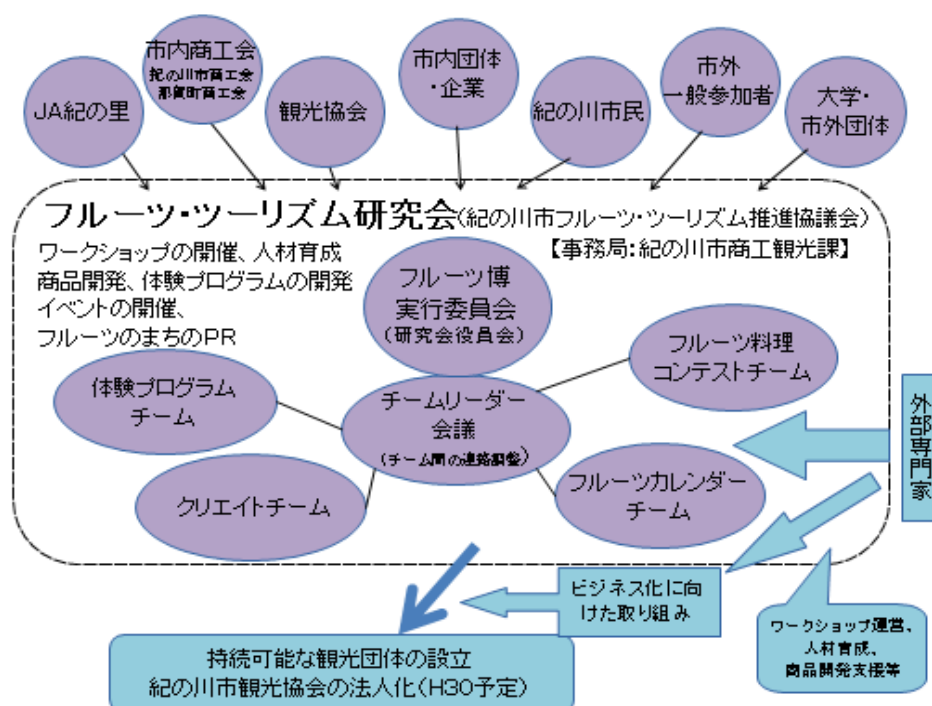
「紀の川ふるふるハウス」を 5 月から開設し、地域再生マネージャーの宿舎にするとともに、メンバーの打合せやカルチャー講座、体験イベントを実施するなど「フルーツ・ツーリズム研究会」の活動拠点として利用した。

また、マネージャーが講師となり、市民主導で研究会を継続していくために必要となる地域おこし人材を養成する講座を開講した（全 8 回、のべ 82 名）。その結果、10 名の地域おこし人材の育成に成功した。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

本事業実施団体である「フルーツ・ツーリズム研究会」は、市内外の様々な職業、社会的立場、年齢など、垣根を越えたメンバーで構成されており、紀の川市観光協会、紀の川市内の商工会、農協など市内各種団体をはじめ、市外の各種団体からも参加協力をいただいている。さらに和歌山大学学生等が参加していることで、ワークショップに活気が出て、若者の視点から斬新な意見が出ている。日本政策金融公庫や和歌山県社会経済研究所からも参加しており、地域資源を生かした6次産業化や創業などビジネス化の可能性が出てきたときに円滑に進むよう支援していただくことも期待できる。



b. 外部人材の役割

平成25年度の短期地域診断事業、平成26年度の環境整備型事業と平成27年度の外部人材活用助成事業にと3年間にわたり当市の地域再生マネージャーとして活動を継続しており、フルーツ・ツーリズム研究会の設立当初から、市民が主体となり自ら考えて企画実行していける体制作りへのアドバイスを実施している。また、紀の川市について熟知しており、地元のまちおこし関係者との信頼関係も構築している。

(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容
5月	10日 「第6回紀の川ふるふるワークショップ」開催 29日 「第1回紀の川フルーツ博実行委員会」 30日 「コーディネーター講座①」開催 31日 「フェイスブック講座①」開催
6月	7日 「第7回紀の川ふるふるワークショップ」開催 13日 「フェイスブック講座②」、「コーディネーター講座③」開催
7月	12日 「ブルーベリー狩り&ピラティス体験」開催 18日 サイクリングイベントで桃パスタを提供 19日 「フェイスブック講座③」、「コーディネーター講座③」開催 20日 「第8回紀の川ふるふるワークショップ」開催 25日 粉河祭開催に合わせフルーツかき氷を販売、また商品開発した「桃守り」を販売、さらにうちわ作り体験を実施 27日 「第2回紀の川フルーツ博実行委員会」
8月	8日 「親子でふるふるマスコット作りとフルーツかき氷体験」開催 9日 「チラン作り講座」、「第9回紀の川ふるふるワークショップ」、「第3回紀の川フルーツ博実行委員会」開催 27日～28日 静岡県藤枝市で、「藤枝おんぱく 2015 成果報告会」に出席し、事務局と意見交換会を実施
9月	5日 「フェイスブック講座④」、「体験交流コーディネーター講座④」開催 6日 「第10回紀の川ふるふるワークショップ」、「第4回紀の川フルーツ博実行委員会」開催 17日 紀の川市内にある「和歌山県果樹試験場かき・もも研究所」を視察 23日 「いちご苗植付体験」を開催 29日 「第5回紀の川フルーツ博実行委員会」開催
10月	11日 「フェイスブック講座⑤」、体験交流コーディネーター講座⑤」開催 12日 「第11回紀の川ふるふるワークショップ」、「第6回紀の川フルーツ博実行委員会」開催 23日 「第7回紀の川フルーツ博実行委員会」開催
11月	1日～28日 「紀の川プレ・フルーツ博覧会」開催
12月	5日 「フェイスブック講座⑥」、「体験交流コーディネーター講座⑥」開催 6日 「第12回紀の川ふるふるワークショップ」開催 23日 「いちご収穫体験」を開催
1月	8日 「第8回紀の川フルーツ博実行委員会」開催 10日 「フェイスブック講座⑦」、「体験交流コーディネーター講座⑦」開催 11日 「第13回紀の川ふるふるワークショップ」開催
2月	2日 御坊日高博覧会事務局との意見交流会 5日 秋津野ガーデン視察、地域づくりネットワーク和歌山県協議会研修交流会 6日 「フェイスブック講座⑧」、「体験交流コーディネーター講座⑧」開催 7日 「第14回紀の川ふるふるワークショップ」開催
3月	12日 「フェイスブック講座⑨」、「体験交流コーディネーター講座⑨」開催 13日 「第15回紀の川ふるふるワークショップ」開催 25日 フルーツレシピ&フルーツグルメマップ完成

(5) 今後の展望、次年度以降の取り組み

今後は、さらに市民寄りに軸足を移していくため、現時点では市が担っているフルーツ・ツーリズム研究会の事務局部門を含めた研究会全体のマネジメントについても、市民中心で行う体制を目指している。また、来年度以降で採用を予定している「地域おこし協力隊」が本研究会に深く関わることで、より一層の市民活動の活発化、市民主体の取組を進める。

また、29年3月を中心に開催を計画している「紀の川フルーツ博覧会」では、市民・学校・大学・研究機関・金融機関・各種団体・市役所が約1ヶ月間に渡り市域全体で体験プログラムを50プログラム程度実施、またメインイベントとして、フルーツマルシェ、ステージ、フルーツスポーツ、フルーツカルチャースクール、フルーツ茶会等を計画し、近郊大都市・海外のお客様も呼びこみ、経済効果を得る。

今後のさらなる活動の発展を目指すためには、リーダー的人材を多く育成すること、新たな研究会メンバーの確保や外部との人的ネットワークを構築することが必要である。これまでの経験を活かしたさらなるフルーツ・ツーリズム活動の展開により、紀の川市内および周辺地域に対し、研究会の取組を理解し、賛同してもらい、市民一人ひとりが「フルーツのまち」の住民としての意識を持ち、同時に研究会活動への参加・協力を呼びかけ、活動の底辺をさらに広げることを期待する。

(6) 外部人材コメント

市民力の発芽と急成長を見た

ゆとり研究所 野口 智子



紀の川市にはじめてうかがったとき、市当局は観光の目玉は何だろう？と迷っていました。よそ者の私には「もちろん果物でしょ？」と思えました。果物産地であまりに身近であると、それに気づかない、よくあることです。ただ、それは、一キロいくらという農産物としての果物だけでなく、歴史文化、生活提案、アート、人、まで含む幅広い果物の世界です。そして「フルーツ・ツーリズム」という言葉が生まれました。果物は皆に関係あること、“果物でまちおこし”が可能だと気がきました。

果物をテーマに自分がやりたいことを考え出し、実際にやりながら、市民力で何かをやり遂げるお稽古をしました。そして、なんでも先行して効率的にやっけてしまいがちな行政の方々には、少し我慢して黒子に徹し、市民が手間暇かけて失敗しながらも達成感を得るまでの工程に付き合うようにしていただきました。

市民は4つチームに分かれ各テーマプロジェクトを実行、さらに合同で力を出す文化祭のようなイベントで2000人を集めました。「フルーツ料理コンテスト」では、果物が料理素材になることを広め、開発された料理レシピで飲食店にフルーツメニューという新商品が生まれつつあります。市内各所で果物料理が味わえる「フルーツグルメのまち」を目指します。「フルーツカレンダー」作りでは、年間毎日果物とともに暮らす土地である確認と、その発信ができました。実施した数ある「体験プログラム」のなかで、特に“ふる〜つ茶会”は次年度にはインバウンドのお客様への旅行商品に進化するでしょう。フルーツをテーマにしたことにより参加者が急増したウォーキング、フルーツ列車運行などは、京阪神からのお客様を呼ぶ商品になります。「フルーツブランド ぷるぷる」で売り出すクラフト、ファッション、そして一次加工品「フルーツソース」の試作も始まりました。

企業・行政だけの経済おこしは大きく早くできるでしょう、しかし、消滅も早いものです。紀の川市では今後、市民力の要となる法人をつくりながら、小さくとも市民の強い支持で続けていく“生業おこし”を進めていきます。

2-12. 岡山県真庭市「里山資本主義にもとづく地域振興組織設立支援事業」

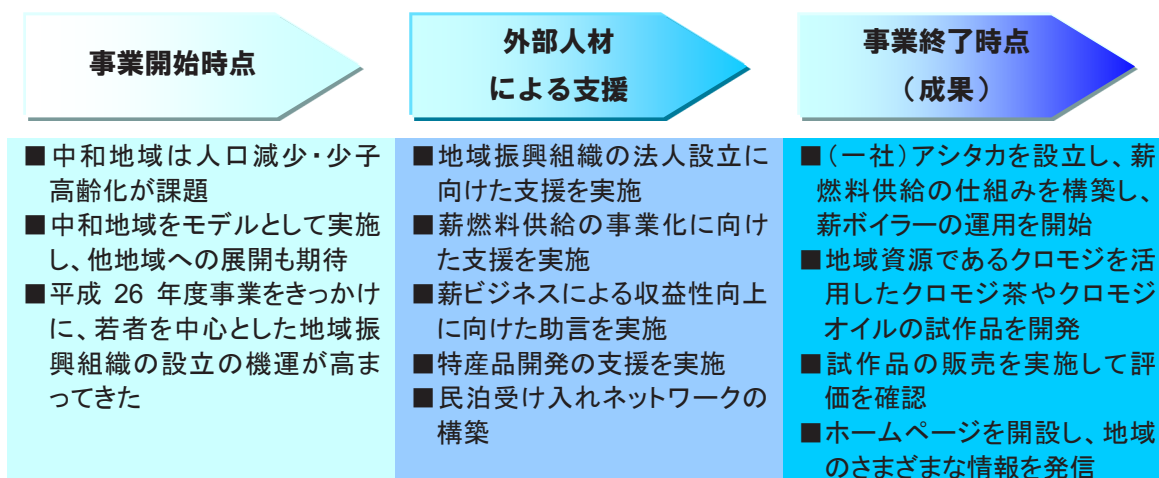
<事業概要>

■総事業費	10,000 千円
■助成申請額	6,600 千円
■外部人材	渋澤 寿一(東京農業大学農山村支援センター) 竹田 純一(東京農業大学農山村支援センター) 牧下 圭貴(東京農業大学農山村支援センター) 吉野 奈保子(東京農業大学農山村支援センター)

<自治体概要>

■人口	48,544 人(住民基本台帳登録人口:平成 27 年 1 月 1 日)
■面積	828.43k m ² (平成 25 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	58 人/k m ²
■標準財政規模	21,514,878 千円(平成 25 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.31(平成 25 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	82.3%(平成 25 年度市町村財政状況調)
■担当課室	真庭市 総合政策部 定住交流推進室

<取り組み概要>



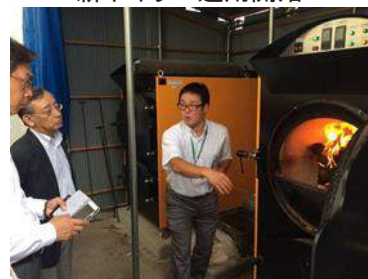
関係団体との打合せ会議



一般社団法人アシタカの設立



薪ボイラー運用開始



(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

岡山県真庭市の中和地域は、市北部の山村地域で、人口減少や少子高齢化が課題となっており、平成26年度の事業では、同地区の観光・交流拠点である「津黒高原荘」並びに「津黒いきものふれあいの里」を核とした交流人口の拡大と薪ボイラーの導入による新たな生業創出に取り組んできた。その成果として、同地区に新たな薪生産組合が結成されるとともに、里山資源の活用による新たなビジネス創出を目指した地域振興組織を、若者を核に設立しようとする機運が高まってきている。

b. 事業の目的

地方創生においては地域の特性を活かした創業の促進・事業活動の活性化により、魅力ある就業機会を創出することが基本理念のひとつとして謳われている。真庭市の中和地域は、典型的な中山間地域であり、里山資源を活かした新たなビジネス創出のモデルをつくることにより、それが他地域にも波及することが期待できる。

本事業では、地域振興組織の法人化とともに、薪燃料供給事業を発展させながら、新たな薪ビジネス（薪販売、ホダ木生産等）や特産品開発、民泊受け入れの仕組みづくり等に取り組むことにより、新たな雇用の創出を生み、若者の移住定住促進にもつなげることを目的としている。

(2) 事業の内容と成果

a. 組織の法人化

薪燃料供給事業の実施主体として、平成27年5月に一般社団法人「アシタカ」を設立した。同組織を、中和地区の「地域振興組織」として位置づけるとともに、同組織の代表者（30代男性）を中心に薪ビジネスや特産品開発、民泊受け入れの仕組みづくり等に取り組んだ。現在、代表社員1名のほか、アルバイト1名の雇用が生まれている。

b. 体験・防災教育・視察プログラムの販売および受入体制強化

津黒高原荘への薪燃料供給を実施するために、薪供給組合、地域振興組織、津黒高原荘指定管理者、真庭市の4者で安定供給協定を6月に締結した。薪ボイラー運用を開始するとともに、薪の安定供給を行うために、市有林の伐採計画を立案し、薪生産組合による伐採・搬出作業を実施した。その結果、開始から半年余りで私有林、公有林併せて約192立米の薪の調達が実現している。

薪生産組合による伐採・搬出作業



c. 薪ビジネスの展開

薪ストーブ用の薪販売や椎茸ほだ木の生産など、薪ビジネスをさらに展開するために、(株)山城もくもく(徳島県三好市)の大内忠治氏を招いて勉強会が開催された。また、6月以降の薪ボイラーの運用データを共有し、中和薪生産組合、地域振興組織、津黒高原荘指定管理者、真庭市担当職員、講師、マネージャーによる意見交換が行われた。

ボイラーへの燃料供給のほか、夏場には津黒高原荘にキャンプ用の薪としての販売が開始された。薪を乾燥するためのストックヤードの整備も完了し、今後、薪ストーブ用など、薪の販路を拡大していくための環境が整備された。

薪ビジネスに関する勉強会



d. 特産品開発

里山に自生するクロモジを商品化するために、先進的な取組みとして(一社) moribio(富山県南砺市)を視察した。クロモジ茶を製作するとともに、クロモジオイルの抽出を試験的に行った。オイル抽出の際の副産物であるクロモジウォーターは、地元草木染色家とコラボし、クロモジの香りのする草木染のハンカチを製作とクロモジオイルの試作品をつくり、10月に真庭市で開催した「全国水源の里シンポジウム」で試験販売を行った。

特産品開発による試作品等



e. 民泊受け入れネットワーク構築

民泊受け入れの可能性を探るために、先進地域として、春蘭の里実行委員会(石川県能登町)の視察を行った。また、(一財)都市農村漁村交流活性化機構の花垣紀之氏を招き、農家民宿の開業と子どもの農山漁村プロジェクトに関する勉強会を開催した。こうしたことを契機に、集落単位で所有するコミュニティハウス(公民館)の宿泊利用について検討を開始し、平成27年1月には、一の茅集落にて子どもを対象としたモニターツアーを実施した。モニターツアーの参加者と地域住民とのふれあいはもちろん、地元子供たちの交流も図られるなど、今後の展開への期待が高まっている。

農家民泊受け入れに関する取り組み



f. ホームページ開設

(一社) アシタカのホームページを開設し、同社による薪燃料供給の取組み等の紹介のほか、地区の特色やイベント情報等、地域のさまざまな情報を発信することにより、地域のポータルサイトとしての役割を担っている。

(一社)アシタカホームページ

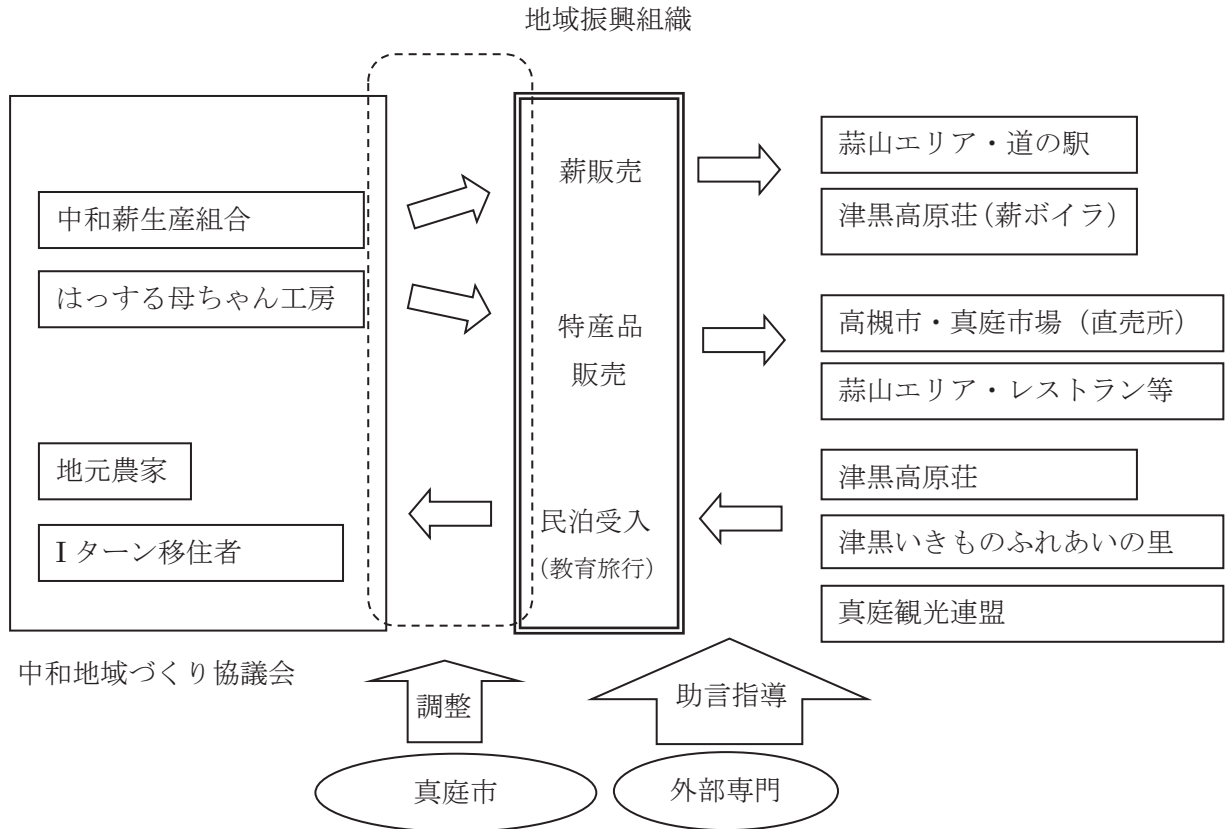


ホームページアドレス

<http://ashitaka.or.jp/>

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要



b. 外部人材の役割

①組織の法人化支援

地域振興組織の法人化や事業計画の策定に対する助言・指導を行った。

②薪燃料供給の事業化支援

薪燃料の安定供給協定締結に関わる助言・指導を行うとともに、市有林の伐採許可の仕組みづくりに関する助言を行った。

③薪ビジネスの展開支援

先進地視察に同行し、市場調査、ネットワークづくり等を支援。薪に関する勉強会を企画し、ボイラー運用や今後の薪ビジネスの展開に関する助言を行った。

④特産品開発支援

先進事例視察し、試作品開発、市場調査、販路開拓等を支援した。

⑤民泊受け入れネットワーク構築

民泊受け入れのための仕組みづくりを支援した。

⑥ホームページ開設

構成や文章に関する助言、デザイナーの紹介等を行い支援・助言を行った。

(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
4月	27日 28日	関係団体との事業打ち合わせ(キックオフ) 本年度事業の打ち合わせ
5月	13日 14日 21~23日 28日 29日 30日	薪の買取り等に関する打ち合わせ及び説明会 農家民泊受け入れ等に関する打ち合わせ 先進地視察…春蘭の里実行委員会、(一社)moribio 等 各集落の自治会長に対する本年度の事業説明 HPの構成の打ち合わせ 地域の農家民宿ヒアリング
6月	4日 26~7月3日	薪供給に関する4者協定締結 特産品開発や民泊受入に関する集落単位のヒアリングを実施
7月	6日 29日	民泊に関する岡山県との協議/民泊勉強会の開催 クロモジオイル試験抽出実施
8月	22日~26日	ふるさと財団関係者による現場視察/民泊受入等の調整
9月		特産品開発に関する助言/試作品製作等
10月	20日~22日	全国水源の里シンポジウムでの特産品試験販売/モニターツアー協議
11月	27~29日	ボイラー稼動状況のヒアリング/移住定住促進に関する意見交換等
12月		モニターツアー開催のための準備/広報
1月	18日 22~24日	薪勉強会開催 モニターツアーの準備/実施
2月		事業とりまとめ/次年度に関する協議等

(5) 今後の展望、次年度以降の取り組み

本年度より津黒高原荘に設置した薪ボイラーの運用が開始された。中和薪生産組合による市有林等の伐採作業も始まり、薪は想定していた以上に調達可能であることが実証されている。一方で、薪ボイラーを効率的、安定的に運用していくためには、薪の含水率の改善、薪の投入・燃焼方法の改良、ボイラー管理者の育成等が今後の課題である。

また、(一社)アシタカが管理する薪土場についてはストックヤードが確保されたものの、薪の含水率を一定に保つためには、作業スケジュールや作業方法の見直し、薪の乾燥・保管方法を改善していくことが、今後の課題となっている。

そのため、今後は薪ボイラーや薪土場の管理運営に関する専門家による指導・助言による事業の実施・展開が必要である。

今年度事業で30代の若者を中心に地域振興組織「一般社団法人アシタカ」を設立したことは地域に希望を与えたとされている。薪燃料供給事業をはじめ、特産品開発、コミュニティハウスを活用した民泊受け入れ等により、地域住民が、さまざまな活動に対して積極的に取り組むようになり、外部に対しても開かれた地域になりつつある。

(一社)アシタカの今後の課題としては、薪ストーブ用の薪販売を軸に、里山資源を活用した特産品づくりを事業化することにある。特産品については、当事業で試作品を製作したクロモジ関連商品のほか、薪を活用した燻製商品の開発、販売についても可能性が見えてきた。一方、薪ストーブ用の薪販売については、薪生産体制の整備とあわせ

て、需要開拓のための調査や薪ストーブ販売会社等との連携が不可欠である。

地域振興組織の担い手として、移住定住を希望する女性をアルバイトで雇用し、特産品の生産等を行っているが、若手の人材不足はどうしても否めない。

次年度からは真庭市交流定住推進課を中心に、「真庭なりわい塾」（若手人材育成事業）を通して、域外からのさらなる人材確保に向け、対応することが予定されている。

中山間地域は、少子高齢化が進み、地域の将来を担う若者が不足しているが、「地域振興組織」は、次世代の若者たちを中心に、将来、地域経営の核となる組織として成長、発展することが期待されている。薪ビジネスの事業化や特産品の販路拡大を軸に、「アシタカ」の経営基盤をさらに充実させ、持続可能な自立した組織になることが重要である。

(6) 外部人材コメント

里山資本主義による循環と自立の地域再生を目指して

東京農業大学農山村支援センター 吉野奈保子



岡山県真庭市中和地区は、人口 600 人余り、高齢化率 40%。他の多くの中山間地域と同様に少子高齢化と人口減少が課題である。地域が協働で、前向きに取り組む方向性を何か具体的に提示する必要があった。たまたま、同地区の交流拠点である「津黒高原荘」の灯油ボイラーが老朽化していたことを私たちは好機としてとらえ、新たな薪ボイラーの導入を提案した。地域住民が薪を供給することで、小さな経済がまわりだす。これまで、地域外に出ていたお金が、地域の中を循環する。そんな「小さな里山資本主義」の取組みから、地域を再生したいと考えた。

幸い、この提案に賛同する 60 代～80 代の方々を中心に中和薪生産組合が組織された。本年度は市有林の本格伐採もはじまり、想像以上に多くの薪が集まった。薪土場の管理は、地元の 30 代の若者が地域振興組織「一般社団法人アシタカ」を立ち上げ、担うこととなり、6 月以降、薪燃料供給事業が本格的に動き出した。ただ、課題は多い。薪ボイラーは灯油ボイラーと違い、ボタンひとつで稼動するわけではない。薪の含水率の調整や効率的な燃焼法などについては、専門家の知見や指導が必要である。

一方、薪土場集った広葉樹を、特産品開発に生かす動きも生まれた。地域の特産である蒜山大根を燻製にし、いぶり大根にする。大豆、卵、川魚など燻製商品のバリエーションを増やす可能性も見えてきた。また、里山に自生するクロモジを活用して「クロモジ茶」・「クロモジオイル」の試作品も出来上がった。

そのような若者の動きを、地域住民は積極的にサポートした。「アシタカ」の企画による子ども体験プログラムの実施のため、公民館は宿泊施設として開放され、集落の女性たちが食事を提供した。

いよいよ地域の歯車がまわりだし、これからが正念場である。薪燃料供給事業を軌道にのせて、安定化させること。さまざまな試作の中から売れ筋の商品を選び、販売促進を行うこと。また、薪は、ボイラーだけではなく、ストーブ用の薪として販路拡大を図っていく。いずれも「アシタカ」の経営基盤を充実させるために不可欠なことである。

そして、この地域振興組織は、単に薪や特産品を売るための組織ではない。地域の交流・定住促進の窓口として、また、地域経営の核となる組織として成長、発展させていきたい。若者が新たに地域振興組織をつくり、それが地方創生の原動力となる。そのモデルづくりを真庭市中和地区からはじめたいと思う。次年度は、薪ボイラーや薪ビジネスの専門家も参集し、さらに強力な布陣で、バックアップしていきたいと考えている。

2-13. 高知県安芸市「おじゃこの世界聖地「じゃこシティ」を目指した食による地域づくり事業」

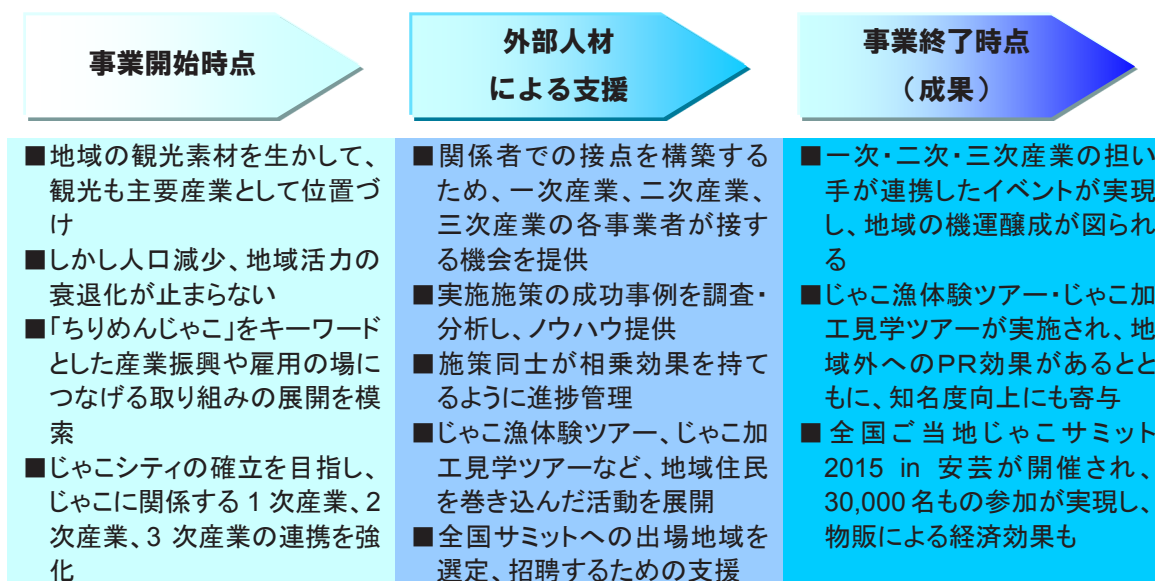
<事業概要>

■総事業費	6,000 千円
■助成申請額	4,000 千円
■外部人材	朽尾 圭亮(株式会社船井総合研究所)

<自治体概要>

■人口	18,655 人(住民基本台帳登録人口:平成 27 年 1 月 1 日)
■面積	317.37k m ² (平成 25 年 10 月 1 日現在)
■人口密度	58 人/k m ²
■標準財政規模	6,674,583 千円(平成 25 年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.28(平成 25 年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	82.9%(平成 25 年度市町村財政状況調)
■担当課室	高知県 安芸市 商工観光水産課

<取り組み概要>



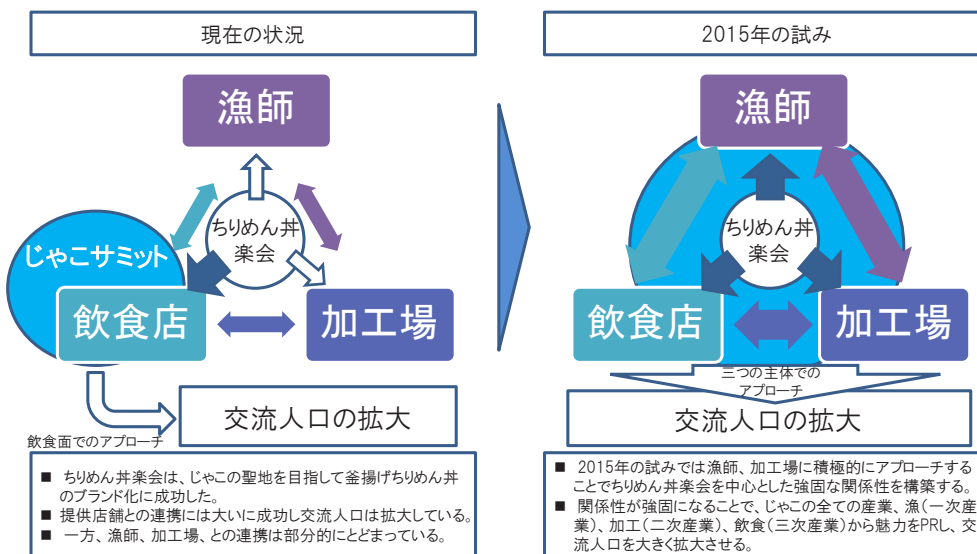
(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

安芸市は、南は土佐湾に面し、北は四国山脈を背に徳島県と接する、高知県東部の田園都市で、古くから施設園芸が盛んな1次産業のまちである。観光面においては、土居廓中の古い町並みをはじめ、三菱グループ創業者の岩崎彌太郎の生家が残り、書道・童謡・陶芸のまち、また阪神タイガースのキャンプ地としてのまちづくりに取り組んできたが、人口減少、地域活力の衰退化は止まらない。これらの観光素材を生かして、今後は観光も主要産業として位置づけ、産業振興や雇用の場につなげる必要がある。その要と位置づけているのが「ちりめんじゃこ」であり、市民グループ“安芸「釜あげちりめん井」楽会”の活動を中心に、1次産業の漁業者と2次産業の加工業者、3次産業の飲食店との関連性を強化し、各事業者から、地域の食の魅力や観光素材を全国にアピールすることで産業そのものの活性化につなげることを模索している。

b. 事業の目的

商工会議所、観光協会、J A、市、地域おこし協力隊、ボランティアガイドの会、飲食店、加工場、青年会議所、一般市民等との連携で本事業を進める。漁協との連携、高知県・高知大学の支援も受けて協力関係を築き、新たなパートナーとして包括協定を結んだ(株)四国銀行、高知県立大学とも今後連携をさらに深める。これら、産・学・官・民の連携により、これまで行政と地域が一体となって取り組んできたじゃこシティの確立を目指し、じゃこに関係する1次産業、2次産業、3次産業の連携をさらに強化する。同連携により、各産業の従事者の経済効果を高めることで雇用を創出し、将来的には移住・定住等にもつなげることで「食による地域の活性化」を目指す。



(2) 事業の内容と成果

a. じゃこに関する一次、二次、三次事業者間の接点構築

じゃこに関連する主体である漁師、及び加工場との接点の創出、及びアイデアレベルの意見交換を行うため、具体的な実施内容として接点となるイベント「じゃこ大感謝祭」を平成 27 年 4 月 25 日に実施した。安芸市長をはじめ、ちりめん井楽会、漁業者、加工業者、飲食店を含め 45 名が参加した。これまでコンタクトが難しいと思われていた一次産業を担う漁業者との懇親が深められた。同会議での話し合いにより、今後の施策の柱となっていた「じゃこ漁体験ツアー」への積極的な協力、「じゃこサミット」における漁協としての独自イベントの展開が約束された。

b. じゃこ漁体験ツアー商品開発・実施

じゃこを水揚げする「漁」という行為に特化した体験ツアーを開発することでじゃこにおける重要な要素である「海」を感じられる場を創出することを目指した。平成 27 年 11 月 27 日に J R 四国が主催する形でツアーを実施した。漁協、遊漁船が協力し、実際にじゃこ漁を太平洋沖で観察する内容となった。3,000 円の価格で販売し、合計 19 名の参加者が参加して行われた。

じゃこ漁見学の成否は季節や天候に大きく左右されるため時期については熟慮が必要でありながら、一方でじゃこ関連のさまざまなコンテンツを組み合わせることにより「じゃこ」のさまざまな魅力を伝えるツアーの造成が可能であることを学ぶ機会となった。今回は、テストマーケティングとしての位置づけが強いが、今後はこの学びを活かしてツアーを本格的に作りこみ、定着させることが望まれる。

じゃこ漁体験ツアーパンフレット



じゃこ漁体験ツアーの様子



c. じゃこ加工見学ツアー商品開発・実施

じゃこを加工する工程を体験できるツアーを加工場と共に開発することにより、じゃこの成り立ちや成分についての理解を深めるため、じゃこ漁体験ツアーに紐付ける形で加工場見学を組み込んで実施した。

天候に左右されるじゃこ漁と比較して陸地で行われる加工場見学は中止のリスクが少なく、またじゃこの競りや天日干しといった特殊コンテンツは普段触れることが難しいことから、満足度が非常に高くなる点を確認された。

じゃこ加工見学ツアーの様子



d. サミットにおけるじゃこ実演販売

多くの来場者が期待できるじゃこサミットにおいて、来場者に対してじゃこを現場で販売することで、加工業者と消費者の直接の接点を創出するため、じゃこサミットに併設する形で「安芸海区 おさかな祭り」を展開した。その中でじゃこを直接販売するブースを設けた。

e. 全国サミットに向けた各種施策展開

全国からじゃこでまちおこしを行う地域を招聘し、上記 a～d の施策を試験的に実施する場として活用した。10月10、11日の両日にサミットを開催。これまでのじゃこサミットにおいて最大の集客となる3万人を集客した。人口1.8万の安芸市においても近年まれに見る成功事例となった。

■ 全国ご当地じゃこ サミット 2015 in 安芸
 じゃこの聖地 安芸市に 全国のじゃこグルメが集し覇を競う
 ・開催日 : 10月10日(土曜)、11日(日曜)
 ・形式 : 200～500円のじゃこグルメを食べて投票するフードバトル
 ・店舗 : 全国のじゃこを活用したご当地グルメ19店舗
 ・客数 : 約30,000人



← 継続的に情報を浸透させる手法の例 (facebook)

瞬間的に広める手法の例 → (報道を狙う試食会)



なお、共同事業として、1次産業に携わる漁業者を中心としたイベント「安芸海区 おさかな祭り」、さらに2次産業に携わる加工業者を中心とした「直売の試み」が行われた。これらのイベントにおいては、当初準備した魚やじゃこの在庫が不足するほど盛況となっている。この結果、1次産業、2次産業に携わるメンバーは、直接消費者と接点を持つことへ意欲をより高めることとなった。

f. 機運醸成を目的とした勉強会開催

じゃこに関する勉強会を行い、知識を蓄積することによりちりめん井楽会、県水産指導所、漁業者、加工業者を含めたじゃこ産業関係者の連携を深め、同時にじゃこブランド化施策による経済効果を高めるため、7月14日に「ちりめん」学のすすめ講演会（高知大学総合研究センター海洋生物研究教育施設 木下泉氏）を開催し、38人の関係者が出席した。

(3) 事業実施体制

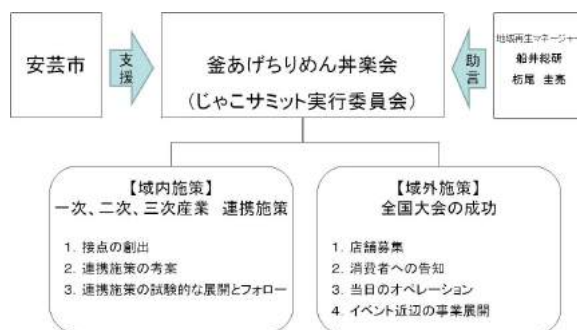
a. 事業実施体制の概要

安芸市において水産資源「じゃこ」によって地域ブランド化を図る安芸「釜あげちりめん井」楽会を中心として実施された。

活動人数：安芸市を中心とする商工業者、住民、行政を中心とする約30名

活動頻度：毎月1回の定例会 + 実働（イベント出展）

活動領域：施策の検討・決定、ツール整備、施策実現への実働



b. 外部人材の役割

全国的な類似事例の調査・分析、及び成功へ向けたノウハウの提供、さらに安芸市のじゃこに関する独自性の抽出支援を担った。

第一に本事業の6つの施策について、各施策の成功に向けて成功事例を調査・分析し、ノウハウ提供を行い、さらに施策同士が相乗効果を持てるよう進捗管理を要請。さらに、じゃこの全国市場の分析を行い、全国サミットへの出場地域を選定、招聘するための支援の要請を行った。

(4) 事業実施スケジュール

月	取り組み実施内容	
4月	25,26日	キックオフ じゃこ大感謝祭開催
5月	13,14日	釜あげちりめん井楽会 会議 開始 「じゃこ大感謝祭」レビュー 勉強会構想
6月	22,23日	釜あげちりめん井楽会 会議 開催 サミット構想の共有 勉強会準備
7月	27,28日	釜あげちりめん井楽会 会議 開催 サミット 準備開始 勉強会実施 勉強会レビュー
8月	21,22日	釜あげちりめん井楽会 会議 開催 サミット 準備 じゃこ漁体験ツアー 構想
9月	3,4日 12日 16,17日	釜あげちりめん井楽会 会議 開催 じゃこサミット メディア向け試食会開催 スタンプラリー準備 じゃこ漁体験ツアー 準備
10月	2,3日 9,10日	釜あげちりめん井楽会 会議 開催 じゃこサミット最終準備 じゃこ漁体験ツアー 準備 スタンプラリー準備 全国 ご当地じゃこサミット開催
11月	26,27日	釜あげちりめん井楽会 会議 開催 じゃこサミットレビュー、 じゃこ漁体験ツアー実施 スタンプラリー開始
1月	20,21日	次年度に向けた方向性 検討会 開催
2月	16,17日	次年度に向けた方向性 メンバー間説明会

(5) 今後の展望、次年度以降の取り組み

今後、安芸市では大きく広げた事業を継続・発展させる必要がある。そのためには「成長した人材や興味をもった事業者をとりまとめていくこと」＝「組織力の強化」が必須である。

このため、来年度は今年度以上に接触を広く、深くすることで利害調整を行い、全体を巻き込みながら関係性を強化し、信頼度の強い組織を作る必要がある。

(6) 外部人材コメント

安芸市におけるじゃこシティ化に向けた考察



株式会社 船井総合研究所 パブリック・イノベーションチーム
プロジェクトマネージャー 枋尾 圭亮

高知県安芸市は、恵まれた立地環境から高知県東部地域として歴史的にも長く栄えており、またその自然環境から生み出されるじゃこを含めた豊富な一次産品が多い地域です。またブランド化を含めて地域の今後を考え、行動する人材も多く、地方創生において強い実行力を持つ地域の一つである点も一つの有力な強みであると言えるでしょう。

一方で人口減少のスピードは早く、これまでの「出荷」を中心とした一次産品をより地域で有効活用し、消費者からの注目度を上げることが課題になっていました。

本事業はこの課題に対して、地元が誇る水産資源である「じゃこ（しらす）」に注目した動き（平成22年よりスタート）を加速させ、1次、2次、3次事業者がそれぞれで関わる事業を創出し、安芸市全体をじゃこの聖地にしていくことを目的としていました。特にこれまでかかわりの薄かった1次、2次事業者を、以下の施策により巻き込むよう試みました。

1次事業者 ⇒ じゃこ漁見学ツアー

2次事業者 ⇒ じゃこ加工場見学 + 直売

1次+2次+3次 事業者 ⇒ 全国じゃこサミット開催 + じゃこスタンラリー

特に1次事業者を巻き込むために接点創出や勉強会の開催などを行い、徐々に事業へ参加を促すよう試みました。この結果、ツアー事業への参画を含めて、当初想定したよりも積極的に事業に関わる事業者が増加する結果になりました。地域再生マネージャーとしては事業そのものの成果と共に、事業者の意識変革、及び事業への参画を促すことができた点が評価できると考えられます。

一方で、今後の課題としては以下の三点が挙げられます。

第一に取り組むべき課題は、中心組織である安芸「釜あげちりめん丼」楽会の強化です。これまでの取り組みでは、会のリーダー層が中心となり企画、運営に取り組んできました。既存のトップダウンでの組織が機能した背景としては、対象となる事業者が飲食店を中心とする3次産業に限られていた点が大きいと言えます。一方、本年度の事業によりこれまでかかわりの薄かった1次、2次産業の事業者が積極的に関わるようになっており、今後は事業間連携の強化、さらに事業をめぐるステークホルダー間の利害調整が必要になると考えられます。よって今後は、今回の事業で発掘された人材を活用し、会の運営に積極的に関わってもらうことで、中心メンバー層を増加させる必要があると考えられます。

第二の課題は、事業による参画事業者への積極的な利益還元です。本年度は1次、2次産業の事業者を対象とした事業を展開しましたが、ほとんどが萌芽的な試みであるため、事業者への利益還元までにはいたっていません。よって、来年度以降は利益が得られるように、事業そのもののブラッシュアップを行い、利益構造を作り上げる必要があります。特にコスト構造を見直し、安定的に利益を生み出せる仕組みを模索する必要があります。

第三の課題は、安芸市の他の資源との連携強化です。本年度の取り組みは「じゃこ」という一つのテーマにおいて1次、2次、3次の産業間連携を高めることに主眼が置かれました。一方で安芸市には岩崎弥太郎の生家等の歴史的に魅力的な資源や、じゃこ以外のさまざまな一次農林水産物が存在します。中でも安芸市が誇るわが国でも屈指の生産量を誇る「ナス」や、高知県を代表する「ゆず」など「陸」と、じゃこを中心とする「海」とのつながりを創出することが重要になると考えられます。

以上の三つの課題については、いずれも時間を要することが予想されますが、これまでの試みを続ける中で一つ一つ解決することによって、より安芸市の地域ブランドは高まると考えられます。

最後に、地域再生マネージャー事業を含め合計4年にわたり安芸市に関わった所管としては、「じゃこ」という資源での試みを開始してから、徐々に幅と深さの両方を追求できた点は地域再生マネージャー冥利に尽きる体験となりました。今後も安芸市が全国的に輝くよう応援したいと思います。

また今後の地方創生を考える場合、安芸市での事例は決して特殊事例ではなく、どの地域においても「やる気のある住民、企業、行政」が地域の「キラッと輝く素材」にしっかり取り組めば可能です。ぜひ、他地域でもその手法を参考にいただければと思います。

第3章

外部人材派遣（初期対応型・環境整備型）の取り組みと成果

1. 初期対応型

本事業では、地域の課題や課題解決に向けた方向性が明確になっていない段階で、その解決に向けた方向性に目処をつけるため、外部人材を以下の5市町に2泊3日派遣して、現地調査を行い、地域再生の方向性に関する提言を行った。

初期対応型の提言終了後に聞き取りを行ったところ、地方人口ビジョン及び地方版総合戦略の策定等を行う中で、地域課題の把握は一定程度把握していたり、地域課題を踏まえて、何かしらの取り組みを行っている事例が大半であった。その方向性について、地域再生マネージャーが具体的な事例を紹介しながら助言するという形の地域が多かった。

例えば和歌山県美浜町では民間主導で夕暮れ市に取り組んでいるものの、一部の地域での活動となっていることが確認されたため、それを地域全域に広めることの重要性が示唆されるとともに、具体的な方向性や目指すべきゴールを具体例とともに紹介されている。

また、埼玉県美里町では里山・平地林再生事業における「竹林再生」が課題であることが確認されたため、それを逆手にとった取り組みが提案されている。

また、この初期対応型の結果を踏まえ、外部人材活用助成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への取り組みを進めたいとの意見も多く地域から挙げられた。

個別の初期対応型事業の結果概要は次頁以降に示す。

実施時期	派遣先
平成27年8月2日～8月4日	和歌山県美浜町
平成27年8月24日～8月26日	愛媛県東温市
平成27年10月21日～10月23日	北海道旭川市
平成28年1月25日～1月27日	埼玉県美里町
平成28年2月8日～2月10日	宮城県串間市

1-1. 和歌山県美浜町

平成 27 年 8 月 2 日～8 月 4 日

外部人材：堀田 雅湖（こめみそしょうゆアカデミー）

塚田 佳満（株式会社DMGフォース）

<地域の問題意識>

美浜町は第一次産業の後継者不足、農産物の低迷や資材高騰の影響を受け、一層の衰退が懸念されている。そのような中、第一次産業観光スポットでもある砂浜海岸「煙樹ヶ浜」の松葉堆肥を利用した松きゅうりや松いちごのブランド化を推進してきたが、成果に結びついていない状況である。

また、煙樹ヶ浜のキャンプ場利用者数も年々減少している。町内には神社などの歴史的・文化的資源や日ノ岬などの自然資源、更には豊富な農産物、海産物もあるものの地域外にどのように PR をするべきかが分からずに、方向性を定められずにいた。

この状況を受け、美浜町が有する豊富な地域資源を組み合わせることによる地域活性化についての助言を求められていた。

<外部人材からの提言>

視察時に民間主導での夕暮れ市などの取り組みが展開されていることが確認されたことを受け、特定の地域活動から、より広域な活動へと広げて、町全体で地域活性化に取り組むことの重要性が提言された。

堀田氏からは「食」の視点からの地域ブランディングについての説明がなされた。世の中で多数販売されている商品の中から差別化する方法やブランディングに必要な要件、具体的な構築の考え方を事例も交えて紹介を行った。美浜町ならではの商品を作るためには、提供に関係する人々が、商品の持つ魅力や価値をお互いに共有して進めることが重要であるとの提言がなされた。

塚田氏からは美浜町の地域活動を一元化することによる新規ビジネスの創出とその具体的な進め方について説明がなされた。地域活動を一元化することで、「まちの活動」での来訪者・関係者を把握し、アプローチできる環境整備を一元的に行い、美浜町地域応援団を結成することで自らの販路を切り開くことが出来ると提言された。

「伝える」ために表現する

美浜町ならではの商品を作るためにパートナーと共感する・伝える
⇒ 関わる全ての人や組織が共感できる関係づくり

- ① 誰に？…原材料提供者、開発担当、製造担当、デザイナー、コピーライター、販売担当、卸、小売、どんな消費者
- ② 何で？…言葉、会話、文章、絵、画像、匂い
- ③ いつ？…打合せ、生産現場、製造現場、開発現場、売り場、
- ④ 何を？…具体的な商品の要素や魅力
- ⑤ どうやって？…直接か間接（対面かメディアなのか）

提供するものやことに関わる人が「共感」する
→ 売れるということ = 製品が商品になる。

提供側に関わる人々がその価値に共感していることが基本。

方向性について

- ・ 地域はダイレクトマーケティング活用でビジネス創出をスタート・維持できる可能性がある。
- ・ 地方の自立的な活動を大都市消費者が情報を知り、「イベント販売」から「おとりよせ」や、「個人旅行」などの経済活動が地方振興に大きく貢献している。
- ・ 事業者は「ふるさと名物」は大手小売業者等に任せるのではなく地方の中核企業を目指し、自ら販売することが必要。つまり、自分(地方)で売り先(見込客)を確保する事が鍵

結論：
地域でのイベントと施設を生かし、事業者と連携で取り組む

1-2. 愛媛県東温市

平成 27 年 8 月 24 日～8 月 26 日

外部人材：丹羽 健司（特定非営利活動法人地域再生機構）

谷本 亙（まち&むら研究所）

<地域の問題意識>

東温市は愛媛県の県庁所在地である松山市に隣接し、自然豊かな環境と、高速道路、鉄道等の交通アクセスも整う好立地条件であり、愛媛大学医学部附属病院を中心とした各種医療機関も充実している「住みやすい」環境である。市の面積の約 24%を占める平野部はその好立地条件を活かして発展してきた一方、約 76%の面積を占める山間部の振興が遅れていることが課題となっている。

また、地域活性化に向けた取り組みとしては、東温市の豊かな水・土から育まれた米で造る「どぶろく」の構造改革特区として平成 20 年に認定を受け、市内の 3 蔵元がどぶろくづくりを行ってきた。

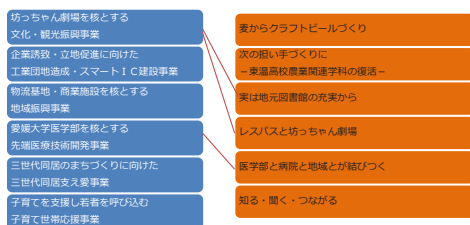
東温市の総合戦略策定にあたり、地域の現状を総合的に分析し、取り組むべき内容と進むべき方向性について外部の視点からの助言を求められていた。

<外部人材からの提言>

谷本氏からは、「今ある素材をこれまでと違った視点で組み合わせることで、新たな魅力を生み出す」というコンセプトの元、盛んな麦作を活かしたクラフトビール製造、小規模な医療・看護・福祉の MICE を建設し、生薬のための薬木・薬草栽培の展開など林業・農業分野と連携するなどの具体的な提案がなされた。

丹羽氏からは、山間部の住民の声が汲み取られていないことが指摘された上で、鳥取県智頭町で行われている、住民からアイデアを出した企画に対し、町が資金を提供して実行していく制度の紹介があった。また、山間部でも地域活性化の種になる取組が生まれているが、一つ一つが小粒であるため、山間部内での連携に加え、山間部と市街部の連携が必要であるとの提言がなされた。

これからの東温市、どうするか



つなぐ！

- 街と山をつなぐ
…棚田オーナー、産直野菜、森の学校、森の健康診断、森のようちえん
- 谷と谷をつなぐ
…素人山主手習い塾、自伐林業推進、木の駅 p j、森づくり委員会、谷筋ネットワーク



17

52

1-3. 北海道旭川市

平成 27 年 10 月 21 日～10 月 23 日

外部人材：中田 浩康（有限会社アグリテック）

宮崎 弘道（株式会社 BeTogether）

<地域の問題意識>

旭川市の「旭川市まちづくり基本条例」では、各地域の拠点となる施設を整備するように定めている。今回の視察対象である近文地区では、既存の会館が老朽化しており、住民からも新しいコミュニティ施設建設の要望が出ている。また、近文町 25 丁目に未利用私有地が約 2.7ha あり、今後の有り方を検討しているところである。

近文地区はアイヌの先住民の歴史と直結する地区であり、文化、歴史、周辺環境との環境等を整理した上で、持続的なコミュニティ施設を建設するべく、地域住民の意見を聞いているところであるが、「思い」や「願望」が拡散し、方向性が定まっていない。

外部の視点から、地域住民の思いを反映させた地域の拠点施設像をまとめていく上で、考え方の整理や今後の方向性の助言を求められていた。

<外部人材からの提言>

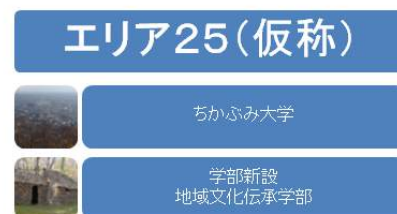
現在、協議に参加している住民の間で各人の立場ごとにニーズが異なり、時間軸もずれていることが一番の課題であるとされた。行政側やアイヌ関係団体の方は、新設する施設をアイヌ文化の継承につながる施設としたいという思いを持っているが、既に市内にアイヌ文化関係の施設は点在しており、箱の問題ではなく、人が箱をどう活していくか、の方が重要な課題であると指摘された。

近文町 25 丁目の未利用私有地の具体的な活用方法としては、コミュニティ施設機能と緊急一時避難施設を兼ね備えた機能集積型学習センター「ちかぶみ大学」とする案が提案された。地域コミュニティに必要な機能と地域資源を集積し、世代を超えて家族が集まって学ぶ場とすることにより、住民の間でずれている時間を取り戻すことを目指すべきとの提言がなされた。

機能集積型学習センター
ちかぶみ大学
+
コミュニティ施設機能
+
緊急一時避難施設（2階以上）
+
（今後の検討による追加機能等）

※自助運営を視点とした
経済観念による計画に

●ずれている時間軸を戻す
機能集積+地域資源集積



1-4. 埼玉県美里町

平成 28 年 1 月 25 日～1 月 27 日

外部人材：井上 弘司（地域再生診療所）

<地域の問題意識>

美里町では古くから養蚕が盛んであったが、養蚕業の衰退後、代わりとなる作物がなく、担い手の高齢化や後継者不足などにより遊休農地が増加している。特に、圃場整備されなかった里山周辺の丘陵地では、有害鳥獣による被害もあり、若者の流出や空き家の増加が続いている。

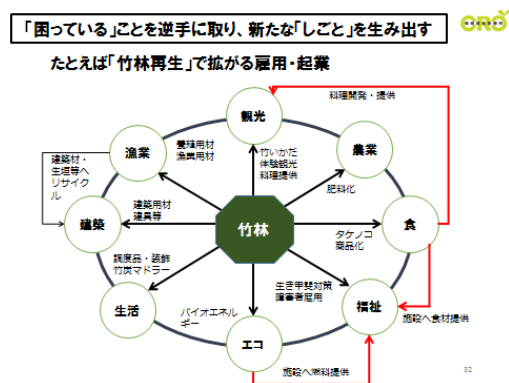
現状を打破するため、埼玉県が進める里山・平地林再生事業や町独自の観光果樹園 100 町歩構想に取り組んできたが、実現に時間を要している。

丘陵地を中心とした有害鳥獣被害を回避しつつ収益性のある農業生産の実現と、地域資源を活用した都市住民との交流及び 6 次産業化等による人・もの・お金が循環する持続可能な地域づくりのための助言を求められていた。

<外部人材からの提言>

2045 年までの各地区の人口シミュレーションや日本の高齢化率等のデータを見て現実を認識するとともに、今から「発展的縮小モデル」を作れば世界のトップランナーになれる可能性の指摘や、過疎地域の中で高齢者が活躍している事例の紹介が行われた。

農業を活性化しつつ持続的な地域づくりをするための具体的な案として、「健康の郷」をキーワードに美里の資源を活かした新たな加工品を開発する、「竹林再生」など困っていることを逆手に取り、観光用いかだの製作やバイオエネルギーの活用などの新たな雇用・起業につなげる、ジビエ料理を活用するといった提案があった。また、地域づくりの担い手となる人材については、地域内の女性・若者や地域おこし協力隊を活用していくべきという指摘がなされた。



1-5. 宮崎県串間市

平成 28 年 2 月 8 日～2 月 10 日

外部人材：奥村 玄（株式会社GENプランニング）

<地域の問題意識>

串間市は、温暖多照な気象条件を活かした多品目の農業、杉中心の林業、沿岸漁業と養殖業が主体の水産業等、食糧の供給基地として第一次産業とともに発展してきた。しかし近年では人口は一貫して減少傾向にあり、農業離れや農地・林地の荒廃、魚価の低迷等を受け、まちの活力も停滞している。

現在は、地域資源の活用と組み合わせによる魅力ある産業の育成と雇用の創出を大きな目標に掲げ、総合戦略の作成に取り組んでいる。今回の訪問では、串間市の最大の資源である農業を活かした「くしま」農畜産物オリジナルブランド推進対策事業への提言や、他地域との差別化による地域活性化を図るための助言を求められていた。

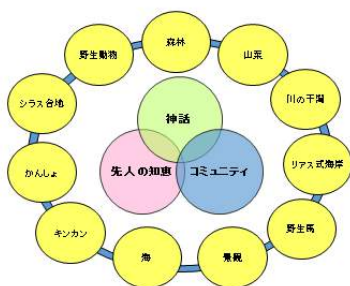
<外部人材からの提言>

串間市の豊かな自然の恵みやこれまで育んできた資源を将来に引き継ぐため、30年後を見据えて持続可能な活動を行い、住み続けたいと思える地域にしていくことが必要であるという大きな方針が示された。

串間市の課題を「『くしま』オリジナルブランド」「魅力とは」「情報発信」「プロモーション活動」「教育・継承」の5つに整理した上で、それぞれの課題に対する対応策の提言がなされた。また、ヒアリング先各所についても問題点の整理を行い、他地域との差別化に向けて大切にすべき「キーワード」を提案するなど細やかなアドバイスが実施された。

最後に、串間市民は地域への愛着を持っているが、地域活性化に向けた動きにつながっていない点を憂慮し、まずは自由に語り合える会を立ち上げて住民同士が語り合うことから始めよう、という提言がなされた。

串間の資源の曼荼羅



まずは、「3,500円の会」
を立ち上げよう！

当日の写真、
募集します！

- ・最初は、目的なんてなくても良い
- ・いろんな視点から風通しの良いコミュニケーション
- ・話しているうちに何が大切かが見えてくる
- ・異業種の壁をどんどん超えていく
- ・もっと女性にも入ってもらいたい
- ・行政任せはダメ、当事者が汗をかく
(でもね、親身な行政は串間の誇り)

2. 環境整備型

本事業では、地域の課題や課題解決に向けた方向性は明確であるが、具体的な推進方策が明確になっていない段階で、地域再生の機運を醸成し推進体制を整える等、実現に向けた環境整備を行うことを目的に、以下の8市町に対して、外部人材を派遣した。

市町村名	事業名
北海道白老町	「民族共生の象徴となる空間」整備に伴う活性化推進戦略の構築
秋田県能代市	地域資源を活用した地域プロモーション事業
石川県七尾市	海業活性化支援事業
長野県飯田市	上村御膳プロジェクト
兵庫県洲本市	京阪神のごちそう！海のまち『由良』から、美味しい魚を食卓へ。
和歌山県印南町	～地域をひとつの方向へ～ いまこそ印南のヘンタイ時
香川県観音寺市	観光交流の振興による地域づくりまちづくりを目指したプラットフォームづくり
福岡県芦屋町	芦屋町 No 1 プロジェクト～地域の独自性を生かしたまちづくり～

各地域の取組成果については、次頁以下のとおり。

2-1. 北海道白老町

事業名	「民族共生の象徴となる空間」整備に伴う活性化推進戦略の構築
外部人材	篠崎 宏（株式会社JTB総合研究所）

【事業概要】

◇背景・経緯

白老町は、過去25年間の人口減少率が20.4%となり、平成26年度に過疎地の追加指定を受けている。平成32年に国が白老町に「民族共生の象徴となる空間」として国立アイヌ博物館や民族共生公園などを整備する予定である。町ではこの整備を町活性化の好機として捉え、「白老町活性化推進会議」を設立し、「白老町活性化推進基本構想」を作成したところである。今後、基本構想で示した方向性を具現化する事業を選択し、民間を主体とした推進体制を構築し、事業の推進を戦略的に進めていく。



▲アイヌ民族博物館ヒアリング

◇取組内容

象徴空間整備の情報発信や学習会の開催、キャッチフレーズ・ロゴマークの決定など、町民の身近な参加機会の提供を進めることにより、地域再生の機運を醸成した。

活性化推進協議会を中心に推進プランの策定、取組事業の決定を行い、商業・観光をはじめとした活性化の核となる施設等の管理・運営を担う民間組織（まちづくり会社など）の設立に向けた検討や官民による基盤整備を推進する財源確保手法の検討を行った。



▲観光協会ヒアリング

【事業成果】

本町のまちづくり上位概念を「多文化共生」とし、民族共生、自然共生、芸術共生などとともに、本町における共生の形として、文化の共生・産業の共生・暮らしの共生といった、町民一人ひとりが持つ多様性を互いに認めるまちづくりの必要性について、共通理解が得られた。

そのうえで、本町のガバメントキャパシティが限界に達する中で、収益事業と非収益事業のバランスを取りながら、本町が抱える課題を解決しつつ、新たなまちづくりを推進する組織団体が必要との結論に達した。あわせて大幅に増加する交流人口に対して、マーケティングノウハウを駆使し、地域をマネジメントするDMOの存在も不可欠であり、白老町活性化推進会議での議論の結果、平成28年度中にまちづくり会社「株式会社まちづくりしらおい（仮称）」を設立することが決定した。



▲多文化共生合同学習会

【今後の展望】

「白老町が目指す多文化共生社会の実現に寄与する」「地域をマネジメントし、白老町経済の活性化を実現する」「白老町が将来にわたって発展するための人材を育成する」の3つを基本理念とするまちづくり会社「株式会社まちづくりしらおい（仮称）」を平成28年度中に設立する。

平成28年3月に策定の白老町活性化推進プランに基づき、株式会社まちづくりしらおいは白老町のカウンターパートナーとして、まちづくりを推進するとともに地域経済活性化の牽引役を担っていく。

2-2. 秋田県能代市

事業名	地域資源を活用した地域プロモーション事業
外部人材	元祖爆笑王（放送作家）

【事業概要】

◇背景・経緯

能代市では、伝統の祭りである役七夕で街なかを練り歩く日本一の大型灯籠を製作し、注目を集めたところである。また、昭和12年に建設され、近年まで営業した旧料亭金勇は本因坊戦で使用されるなど価値が高まっている。

これらの資源はもとより、他の地域資源の魅力が広く認知され、地域の更なる誇りと集客の目玉にするためには、内外に向けた効果的なプロモーションが必要となっている。

◇取組内容

市の認知度の拡大・深化と、それによる魅力と愛着を高め、通年で観光客の増加や、本市を取り巻く経済活動の活発化を目指して、シティセールス推進指針、シティセールス行動計画を検討しながら、試験的な取り組みも含め、戦略的に広報活動を展開し、情報発信の強化を図る。

【事業成果】

能代七夕「天空の不夜城 愛季」の「ふるさと祭り東京2016」出展が能代市を全国へ向け情報発信する機会と捉え、各団体等と連携を図りながら能代市の情報発信をすすめた。

市公式フェイスブックページへの「いいね！」件数は期間中に96件の増加があり、さらに情報の拡散効果が見込まれる。

会場内の観客の3分の1の方が秋田県出身の方であった。マスメディアや主催者側ホームページ、市フェイスブック等による情報発信の効果が表れたものと考えられる。

【今後の展望】

「天空の不夜城」を「ふるさと祭り東京2016」に出展したPR効果により、能代市の注目度が増していることから、平成28年度には市内関係団体と連携し効果的な地域情報の発信について検討をすすめるとともに、民間事業者への情報提供をすすめ、地域情報を相互に連携した地域情報発信の体制構築を目指す。



▲能代観光協会ヒアリング



▲おなごりフェスティバル視察



▲USTREAM 出演



▲ふるさと祭り東京2016出展



▲あきたびじょん室打合せ

2-3. 石川県七尾市

事業名	海業活性化支援事業
外部人材	松尾 省二（株式会社エンジョイフィッシャーマン） 宮本 茂樹（地域再生型ツアー研究会）

【事業概要】

◇背景・経緯

七尾市の能登島を囲む海は、波静かな湾内と天然のいけすと言われる富山湾を有し、豊富な水産資源と海に関わる暮らしの文化が息づく地域である。加えてのどじま水族館やイルカウォッチング、ダイビングなどマリンレジャーもあり、多様な地域資源と海の魅力を楽しめる島である。

しかし、人口減少や少子高齢化、海の新鮮な水産物を売りにしてきた民宿や漁業の衰退が進行しており、持続可能な漁村地域とする新たな取り組みが求められている。

◇取組内容

海と漁村地域の資源を活かした生業づくりを目指し、能登島地域の漁業や、マリンレジャー、民宿、地域づくりなどの関係者に対する聞き取り調査と、中学生の教育旅行での体験プログラムの現地調査を実施した。

次に、能登島の魅力を活かす観光地域づくりについてセミナーを開催した。

セミナーでは、地域資源を活かした地域活性化の方法として観光へのニーズの変化と、観光は地域の総合力を高めることが成功への道筋ということ、先進地事例や手法の紹介をしながら学んだ。

加えて、参加者に地域の連携が必要という意識づくりを図った。

【事業成果】

セミナーには、農林漁業者や民宿を営む人、マリンレジャー関係、地域づくり関係など多様な方が参加し、観光地域づくりによる活性化の可能性と、それを実現するための連携の必要性や、具体的な手法について理解を深める機会となった。

また、教育旅行の受入れについては、外部人材の専門的な助言により、能登島観光協会が体験プログラムをはじめとした受入れ体制の整備について課題を認識するとともに、具体的に取組むことを参加者自らが実感することができ大きな収穫となった。

【今後の展望】

第一目標として、観光協会を中心に5月から始まる教育旅行の受入れについて、安全管理も含めた役割分担や情報を共有するためのマニュアルなどを定期的な話し合いの場を作りながら整備する。実施後は、振り返りを行い、改善点を検討し修正を加えながら能登島モデルを作り上げていく。

将来的に地域の多様な業種業態が連携しながら海を中心とした地域資源を活かし、体験プログラムの開発や情報発信を行う体制の確立、6次産業化による商品開発などの取り組みから、海業を展開して地域経済の好循環が生まれ持続可能な地域になっていくことを期待する。



▲現地調査（勝尾崎）



▲現地調査（教育旅行）



▲現地調査（通漁港から漁船で）



▲観光セミナー

1. 初期対応型

2. 環境整備型

3. 地域再生セミナー

北海道
白老町

秋田県
能代市

石川県
七尾市

長野県
飯田市

兵庫県
洲本市

和歌山県
印南町

香川県
観音寺市

福岡県
芦屋町

2-4. 長野県飯田市

事業名	上村御膳プロジェクト
外部人材	関口 泰子（株式会社フロントヤード）

【事業概要】

◇背景・経緯

飯田市の上村地区は、南アルプスふもとに位置する人口 500 人未満の急峻な山村集落である。急峻な地形を活かして小水力発電設備を設置し、その売電収益の一部を地域の課題に再投資することにより、自立的な地域再生が実現できると考えている。

その先導的な取組として、上村の食文化を活かした「上村御膳」を開発し、観光等の来訪者に提供するコミュニティビジネスを立ち上げることで、地域の活性化を実現することになった。

◇取組内容

将来的な『上村御膳』の販売を目指し、上村食文化について、上村の「食資源」の再認識を行うとともに、食資源の活用方法や伝統的な調理法の学習、食材購入者へどのように情報発信をするかについて検討を行った。また、将来的な都市部への食材流通による交流やこれらを通じた、上村食のファンを増やし食材に対する付加価値づけについて研究した。

上村御膳のメニュー考案や実施体制の検討を行い、市内で食からの地域活性化に先進的に取り組んでいる事例見学や当該団体との意見交換を行った。

「食」を発信していく中で重要な『地域内での食材の確保』のために、農業従事者の高齢化及び担い手不足解決に向けた農業振興との連携についても検討に着手した。

【事業成果】

三角寿司の実験販売、試食といった具体的な取り組みで、上村御膳の第一弾となるメニューを開発することができた。こうした試食、試験販売で飯田市内に上村御膳プロジェクトの取り組みを広く PR することができた。

第二弾のメニュー開発として、上村地区の目玉となる「クルミ」を活用するメニューの検討に入っている。

上村御膳プロジェクトのメンバー内で役割分担、責任者を決定することができ、小水力発電事業の開始時期をにらみながら、上村御膳を販売する組織化に向けて、これを支える地域内の支援組織のあり方について、方向性を見出すことができた。

【今後の展望】

第一弾の「上村御膳プロジェクト」が自立に向けて動き出していることから、新たなプロジェクトの掘り起しが必要である。平成 25 年度に実施したワークショップで挙げられた意見を参考に、次のような「食」以外の地域づくりプロジェクト検討を進める。

- ・上村全体のブランディング（ビジョン共有と実践）、取組の質の担保（外部の目）、住民自治の装置（資金循環の受皿）として上村全体の地域づくりをコーディネートする組織を構築する。
- ・上村の食を発信するためのコーディネート組織としての位置づけが必要である。これまでの検討をもとに、上村御膳プロジェクトがコーディネート組織として今後自走できるような組織とする。



▲部会での検討の様子



▲ムトス飯田交流会での試食



▲長野原そばの会との交流会①



▲長野原そばの会との交流会②

2-5. 兵庫県洲本市

事業名	京阪神のごちそう！海のまち『由良』から、美味しい魚を食卓へ。
外部人材	大島 肇（株式会社アール・ピー・アイ）

【事業概要】

◇背景・経緯

洲本市由良地区は、人口の減少と著しい高齢化が進む中、基幹産業である漁業においても漁業就業者の減少と高齢化、水産物荷捌所といった基礎的なインフラの老朽化、燃油高やコスト増加等、漁業経営は厳しい状況となっている。

現在、由良町漁協では、わかめや未利用魚の干物等の加工販売に積極的に取組むため、加工施設を整備し、試験的に稼働を始める等、漁協の副組合長（現：組合長）のリーダーシップの下に、中核的な経営体を中心に、将来に向けた、新たな取組への漁業者の意欲は高まっているところでもある。

◇取組内容

平成26年度に実施した調査事業の成果を活用しながら、京阪神の関連業者、流通関係者等へのヒアリングを実施し、地域資源の現状と課題を確認した。

若い漁業者、漁協関係者、流通関係者等によるワークショップ、協議を5回実施した。

ワークショップの前半では、ハード施設整備について、製氷施設中心に考え、市場の改善はその後とするという中期的な点については、漁業者を含めて確認した。

後半では、地域全体でのイベント開催を通じて、販路開拓の成果のほか、新たな取組の為の組織の必要性を検討する機会とした。

【事業成果】

当初のワークショップの開催により、地域全体と漁業の課題が共有されたと考えられる。その後、市場補修方針の決定、新商品開発、販路開拓と多くの取組が実施された。

こうした新商品開発、漁協独自の営業活動、京阪神の高級飲食店との意見交換の準備に関わる調整の中で、産地ブランド形成のための、産地仲買人との連携、漁協内の事業運営体制の課題が浮き彫りになってきている。

新組合長としてもいくつかの取組を経て、今後は体制を整える必要があるとの認識も持つようになっており、青年部、新たな女性部の立ち上げと繋がっていくものと考えられる。

【今後の展望】

飲食店との意見交換等地域が共同で行うイベントを進めることとなった。こうした取組の中で、年度当初と比べ、意欲的に視察の受入れを行う等営業活動が活発化したこと、生産者と流通関係者の連携の必要性を双方が認める等、漁協幹部や流通関係者の意識に変化がみられた。

これにより、漁協、流通関係者等による課題意識の共有を図ることができたと考えられ、こうした流れから、新たな産地ブランド形成等の基盤を確立し、水産業の振興、ひいては、地域の活性化に資することが期待される。

今後は、具体的に生産者と流通関係者との意見交換の場の設定、京阪神の飲食店との交流の深化（定例化）、空き家の活用等、漁業以外の分野を巻き込んだ地域の取組への展開を図る。



▲ワークショップの様子



▲新商品開発に関する協議会



▲せり後の水産物搬送の様子



▲通称「ドラゴンタチウオ」

2-6. 和歌山県印南町

事業名	～地域をひとつの方向へ～ いまこそ印南のヘンタイ時
外部人材	中島 淳（株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ）

【事業概要】

◇背景・経緯

印南町の基幹産業は第一産業であるが、価格の低迷や、資材の高騰などにより、経営が安定せず後継者不足となっている。また、人口減も大きな問題となり過疎化が進んでいる。さらに、商店についても近隣市の大型店舗への流出が避けられず、衰退の一途をたどっている。

そのような中、印南町産業振興協議会を発足させ、農業・商業・漁業等各団体が連携し、地域産業の総合的な振興・発展を目指している。

平成26年度外部人材派遣〈初期対応型〉での提言を受け、関係者が同じ方向を向くコンセプト作りやサービスエリアを町の顔にするプロジェクト、若者・大人の受け入れプロジェクト、海と山のコラボ商品の検討等を行うこととなった。

◇取組内容

①まず動いてみることに、②主体は現場（住民）、③次につながる取り組みの3点を前提に、テーマの絞り込みを行った。農家民宿関係者、町内事業者等と意見交換を重ね、「かつお節発祥の地」を謳う印南町には、さば節でとった出汁で炊き込んだ郷土料理「かき混ぜご飯」があり、独自の食文化として着目することとなった。ライフスタイルの変化により、手間がかかる郷土料理は食す機会が減っているため、混ぜご飯の素の開発プロジェクト発足に向け、試作を行った。

【事業成果】

「かき混ぜご飯」が印南町独自の文化として差別化できる可能性を見出し、商品化に向けたプロジェクト立ち上げに向けた合意形成ができた。今年度は産業振興協議会（14団体）の中で商品化に向け動いていくことを確認した。

【今後の展望】

「かき混ぜご飯プロジェクト」（混ぜプロ）として、団体ではなく多くの住民を巻き込みながら、プロジェクト立ち上げ、専門家のアドバイスを受けながら商品化を目指す。



▲コラボ商品



▲あじさい農家と意見交換



▲郷土料理の意見交換



▲「かき混ぜご飯」作り



▲「かき混ぜご飯」試食

2-7. 香川県観音寺市

事業名	観光交流の振興による地域づくりまちづくりを目指したプラットフォームづくり
外部人材	井上 弘司（CRC地域再生診療所）

【事業概要】

◇背景・経緯

観音寺市では、観光はまちの活性化につながる重要な位置を占める総合的な産業として捉えており、観光資源や資源のブラッシュアップ、地場産業と農産物、海産物や食文化を生かした観光振興を総合的かつ計画的に進めていくことが課題である。市の観光を進める市観光協会も、観光関連の組織との連携づくりや観光推進体制が不足する状況にある。

観光を切り口とした地域づくり、地域の活性化を目指すため、その活動の土台となるプラットフォーム、ネットワークを構築し、将来観光が持続的な本市の総合産業となりうるよう事業を進めていきたい。

◇取組内容

地域の課題の確認作業を通して、市民に問題意識と気づきを促し、地域観光の課題と整理を行った。また、外部人材が市内の観光資源の視察、地域のキーパーソン等からの情報収集、部外者の目でみた資源の発掘整理を行い、市民の地域観光資源の再発見、再確認を促した。

外部人材と関係者との懇談会や意見交換、ワークショップを通して、市民が参画する観光まちづくりのためのプラットフォームづくりを行った。新たな観光のためのキックオフシンポジウムを開催し、市民自らが地域づくりに参画する機運の醸成を図った。

【事業成果】

観光交流の振興による地域づくりまちづくりをめざしたプラットフォームづくりとして、年間6回の観光セミナーを開催した。セミナーには、毎回、地域づくり関連団体の関係者や一般市民の参加もあり、地域資源の活用方法や将来を見据えたまちづくりについて考えることができた。

特に最後の6回目は、観音寺市で地域の活性化やまちづくり、地域資源の活用に取り組んでいる3団体をパネラーに観光まちづくりシンポジウムを開催し、これから発展していくための課題や問題点をお互いに確認することができた。

【今後の展望】

6回の観光セミナーを実施し、これまでの取り組みをさらに深く掘り下げ、商品化に向けた取り組みや、地域交流の活性化を促し、市全体に広げていくことが重要であることが分かった。

そこで、特産品開発プロジェクト、まち歩きおもてなしガイド養成プロジェクト、わたのまち発信プロジェクト、瀬戸内国際芸術祭情報発信プロジェクトの4つの観光プロジェクトによる研究を進め、地域資源の商品化や地域を支える人材の育成、情報発信の強化などを継続して実施することにより、ビジネス志向を高めていく必要がある。



▲イリコ加工場視察



▲路地裏視察



▲観光セミナー



▲観光まちづくりシンポジウム

2-8. 福岡県芦屋町

事業名	芦屋町No1プロジェクト～地域の独自性を生かしたまちづくり～
外部人材	朽尾 圭亮（株式会社船井総合研究所）

【事業概要】

◇背景・経緯

芦屋町は、豊富な魚介類や、恵まれた自然環境の中で育成される農産物など、一次産業の特色が挙げられるが、これら農水産物は町内に十分な市場がなく、生産から消費までの流通を町内循環させる仕組みづくりが課題となっていた。

核となる地域資源を発掘し、それらを地域内外へ発信する具体策を見つけるため、平成26年度新・地域再生マネージャー事業の外部人材派遣（初期対応型）を活用し、全国各地で地域ブランド化に取り組む朽尾氏等に助言を求めた。現地を訪問した朽尾氏から、「芦屋町が持つ自然・文化・人・様々な資源を繋ぎ合わせ、地域内外にNo.1を伝えていくことが重要」との提言を受け、短期、中期、長期にわたりテーマを衣替えしながらブランドを構築し、交流人口を増やすための「芦屋町No.1プロジェクト」が始動した。



▲プレ実行委員会



▲職員セミナー

◇取組内容

町を活性化させるためには、産業の活性化が必要であり、このために地域が一体となって取り組んでいくと同時に、町外からの交流人口を増加させ、新たな発想や感覚を柔軟に取り入れていくことが重要となる。

このため、産業・観光に携わる関係機関、事業者が集まる場を設け、相談や事業展開等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地域資源の発掘、事業者への企画提案、人材育成などを実施した。

特に、26年度の外部人材派遣におけるアドバイスのあった方向性を目指し、短期的な取り組みの具現化や中・長期目標を見据えた芦屋ブランドの構築のための環境整備（人材育成）に重点を置き、ヒアリングや実行体制の整備を図った。



▲さわら試食会

【事業成果】

地域活性化の取組第一弾として、町全体での機運醸成を図るためのきっかけとして「さわらサミット」を開催することの合意がとれた。このイベントが単なるイベント開催で終わるのではなく、これを活かして漁業者、商工業者、観光事業者など様々な団体に波及効果をもたらすことが目的であることについても、理解を得ることができた。



▲町長講評

【今後の展望】

将来的な実施体制は、現在の取り組みをより深化させるために既存の「実行委員会」に加え関連機関から参加を促し、必要に応じ分科会形式を採用する予定である。現在の取り組みは特に「海」の資源に特化されるため、今後の進行に応じて、

①「芦屋町芸術・エンタメ部門」⇒砂像を中心とした企画

②「芦屋町文化部門」⇒芦屋釜を中心とした企画

の二つの部会を立ち上げ、既存の「海を活かす」企画と連携させる。

さわら等の認知度を向上させるためのグルメイベントの開催、他のイベントや観光施設と連携した回遊性向上に向けた仕組み作りなどに取り組み、地域内外に芦屋の魅力を発信していく。

3. 地域再生セミナー

本事業では、以下の2県において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27年11月13日(金)	香川県高松市	『訪れた人が住み続けたい香川を目指して』 ～魅力ある地域ブランドの発信から、地域の活性化へ～
2	平成28年1月29日(金)	佐賀県佐賀市	『持続可能な地域をつくる』 ～このまちに住み続けるために～

北海道
白老町

秋田県
能代市

石川県
七尾市

長野県
飯田市

兵庫県
洲本市

和歌山県
印南町

香川県
観音寺市

福岡県
芦屋町

3-1. 香川県地域再生セミナー

日時	平成 27 年 11 月 13 日(金)13:30～16:30	
場所	香川県庁 県庁ホール	
テーマ	『訪れた人が住み続けたいくなる香川を目指して』 ～魅力ある地域ブランドの発信から、地域の活性化へ～	
基調講演	同志社大学経済学部特別客員教授	佐々木 雅幸氏
事例発表	近畿大学経営学部教授	高橋 一夫氏

セミナーは「『訪れた人が住み続けたいくなる香川を目指して』～魅力ある地域ブランドの発信から、地域の活性化へ～」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、佐々木氏による基調講演が「創造性と文化芸術による地域再生」と題して行われた。続いて、高橋氏より、「観光客の体験を住みたい価値に！～神戸・長崎の事例をもとに考える～」をテーマに、長崎県長崎市と兵庫県神戸市における取り組みが紹介された。

佐々木氏からは、21 世紀的な地域再生の形の一つである「創造都市」について、国内外の事例を紹介しながらご説明いただいた。

〈佐々木氏講演のポイント〉

- ・市民一人一人が創造的に働き、暮らし、活動する都市「創造都市」が 21 世紀的な地域再生には必要だと思っている。
- ・スペインの工業都市ビルバオとフランスの工業都市ナントは、文化・芸術の力で衰退した工業都市からの再生を遂げた。ビルバオは現代アートの美術館の誘致に成功するなど、ナレッジワーカーが好む現代アートを中心とした街づくりを行ったことで、活気を取り戻した。ナントは、工場を文化ホールに作り替えるなどして文化創造の場を整備したほか、大衆向けのクラシックコンサートの開催や日常的にアートに触れられる工夫を行ったことで、居住希望者が増え、企業も支店や本社の移転が増えた。
- ・日本国内の代表例として、石川県金沢市では、工芸や職人によるものづくりなど、質の高い文化資本の集積を活かして都市経済の発展をはかる「文化的生産」を目指している。具体的には、現代アートの美術館の設置や、公園・空き家等を活用したアートの展開などを行っている。
- ・国内では神奈川県横浜市や兵庫県神戸市などの大都市に加え、農村でも「創造都市」の考え方に基いた活動が行われている。長野県木曾町では「創造農村ワークショップ」の開催等を通して、文化を活かしたまちづくりを目指している。徳島県神山町では、「創造的過疎」をキーワードに「神山アーティスト・イン・レジデンス」や、若いクリエイティブ人材を逆指名して移住してもらう活動を行っている。

高橋氏からは、地域ブランドの重要性とブランドを作り出す際のポイントを、長崎県長崎市と兵庫県神戸市の事例を紹介しながらお話しいただいた。

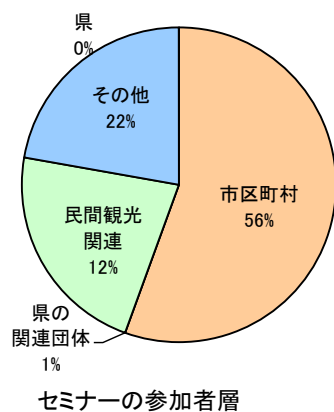
〈高橋氏講演のポイント〉

- 地域ブランディングにおいては、地名を見たときに、イメージが湧くか、そのイメージが期待感に繋がっているかが重要である。さらに観光客が地域に対して愛着を感じられる仕組みを作ると、観光から定住につながりやすくなる。
- 地域住民の意思を無視してブランドを作ることはできない。地域住民と一緒に、地域ブランドを考えていく必要がある。
- 2006年に長崎県長崎市で開催された街歩きの博覧会「長崎さるく」では、約150の街歩きのコース・テーマを市民の手で企画・運営した。ただ施設を見るだけでなく、路地裏や墓地なども見に行き、地域に隠れた物語を聞くという知識体験がリピーターの獲得につながった。
- 兵庫県神戸市の着地型旅行商品「おとな旅・神戸」は、「神戸ならではの」「特別感のある」街歩きや体験といったプログラムを市民の協力のもとで実施した。参加者が神戸市民の生活の質を観光客として体験することで、神戸に住みたいという思いを生むきっかけとなった。

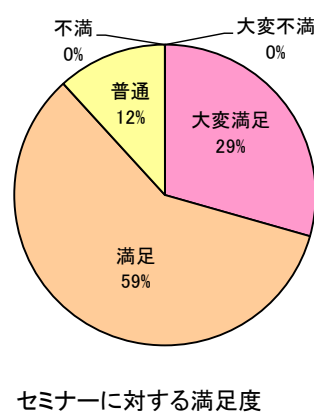
セミナーの参加者は42名で、セミナーに対する満足度は9割弱であった。



佐々木氏



高橋氏



3-2. 佐賀県地域再生セミナー

日時	平成 28 年 1 月 29 日(金)13:30~16:30	
場所	グランデはがくれ ハーモニーホールB	
テーマ	『持続可能な地域をつくる』~このまちに住み続けるために~	
基調講演	法政大学現代福祉学部 准教授	関司 直也氏
事例発表	(株)ANA 総合研究所 研究員	前田 香保里氏

セミナーは「『持続可能な地域をつくる』~このまちに住み続けるために~」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、関司氏による基調講演が「共感が生み出す地域づくりの最前線」と題して行われた。続いて、前田氏より、「女性目線の価値創造~モノ+コトで持続可能な地域づくり~」をテーマに、熊本県阿蘇市における取り組みが紹介された。

関司氏からは、高知県土佐町石原地区の事例を紹介しながら、地域づくりのポイントをご説明いただいた。

〈関司氏講演のポイント〉

- これまで様々な地域の地域戦略を見てきたが、自分(個人)の視点から地方創生のことを考えていない、残念な地域戦略が多い。
- 地域戦略を考える際に、「インバウンド」といった手段が先行することが多いが、本来は「なぜやるのか(Why)」「誰のためにやるのか(Who)」が決まってから手段を決めるべきである。現場の人と向き合い、目的を取り違えないように注意してほしい。
- 現在、若者の農山村への移住希望者が増えている。若者の興味が地方に向いているのは、地域資源を面白いと思っているためである。現代では、世代によって価値観が大きく異なるが、その中で共感を上手く呼び起こしている地域が、若者を呼び込むことに成功している。現在失われている地域の価値を磨いていけば、次の世代に仕事を繋げるのではないか。
- 高知県土佐町石原地区では、買い物難民が増えており、集落単位ではできない支援を小学校区で実施するため、「いしはらの里協議会」を立ち上げ、「働く・稼ぐ」「支える」「実現する」「集う」を4本の柱として活動している。採算性が厳しい事業に収益事業を組み合わせることで、「小さな経済」の持続を目指している。
- 地域で新たな活動や仕事を起こそうと試みる「価値創造活動」だけに取り組むケースは多いが、失敗に終わることも少なくない。住民個人の日常生活を支える「生活支援活動」や地域活動を支える「コミュニティ支援活動」など、地域に寄り添う活動を行うことで、地域の住民から認められ、上手く回るようになっていく。

前田氏からは、どの地域でも、誰でもできる地域づくりの例として、ふるさと財団「新・地域再生マネージャー事業」で取り組んだ熊本県阿蘇市の事例の紹介があった。

〈前田氏講演のポイント〉

- ・地域の魅力は「モノ」ではなく「コト」で引き出せる。「モノ」で引き出そうとすると、全国トップの「モノ」を作らなくてはならないが、大変な労力である。そうではなく、「コト」に魅力を付す。
- ・まずは小さいことから始めて、大きなことへと繋げていく。なにより、思ったことをまずはやってみることが重要である。
- ・熊本県阿蘇市では、今あるお店を使って周遊を促すことができる女性が好むイベントとして、「阿蘇スイーツめぐり」を始めた。500円のチケットで3つの店舗を回る事ができる仕組みにし、最初は4店舗から始めた。パンフレット等も手作りで用意したところ、パンフレットが分かりにくいからこそ、お店の方と会話を生む好結果となった。既存の商品という「モノ」が、スイーツめぐりという仕掛けをつくることで、地域住民との交流と言う特別な「コト」に代わった。

セミナーには58名が参加し、満足度は7割強であった。



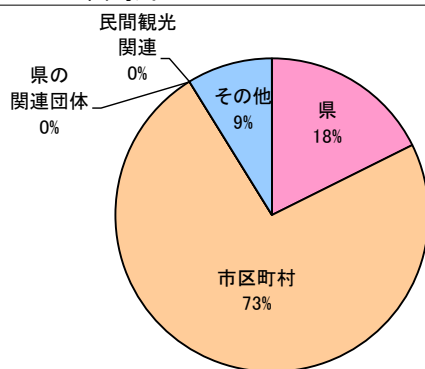
図司氏



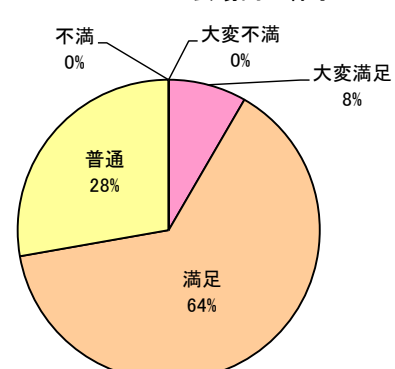
前田氏



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

第4章

事業成果の総括と今後の課題

1. 外部人材活用助成の成果と課題

1-1. 外部人材活用助成対象地域に見えた成果

今年度の外部人材活用助成対象の13地域の成果を振り返るとともに、全体を見た成果を集約する。

<青森県五所川原市>

昨年度事業において設立したACTが事業運営主体となり、各種取り組みを展開している。消費者クラブ制度の導入など、昨年度事業段階から販路を意識した取り組みを展開しており、生産者クラブ（＝地域住民）が安定した価格で出荷できる契約栽培を実現すべく実証段階に入っており、新規ビジネス創出に向けた環境整備が行われたと言える。

地域の農業高校である青森県立五所川原農林高等学校との連携として、授業の中に消費者クラブ会員への販売活動を盛り込むなど、人材育成の取り組みも展開されている。ACTが卒業生の就労の受け皿としても機能しており、地域内の自律的運営に向けた動きが整い始めている。

<山形県長井市>

長井市のシティプロモーション活動として、地域観光資源を活かしたツーリズムや着地型体験型ツアー「田舎・いい仲実感癒し旅」の企画や試行を行い、地域から人を呼び込む取り組みを展開している。移住相談会の参加時には200名の来場者があり、シティプロモーション、交流人口拡大に向けた成果として捉えることができる。

また、地域おこし協力隊企画「ローカル線プロレス列車」「baby box企画」などの新たな取り組みを取り入れることで、シティプロモーション効果とともに、地域活性化の担い手としての人材育成にも寄与している。

<山形県飯豊町>

飯豊町では昨年度の環境整備型を受けて、地域が持続するために必要な組織の運営形態の在り方の検討、方向性の整理を行っている。

地域住民と外部人材が一体となって協議を重ねて、地域の現状把握や組織化の必要性、実施すべき方向性についてを共有するに至っている。

<新潟県三条市>

三条市では今後の少子高齢化社会を見据えて、高齢者が社会における重要な担い手になることを前提とした取り組みを展開している。

今年度事業では外部人材が地域 100 名へのインタビューを実施し、リーダー人材の発掘を行うとともに、「まちなか交流広場」の運営組織となり得る2つの組織を抽出している。次年度に向けて、各種事業を開始する準備が整うに至っている。

<新潟県粟島浦村>

離島である粟島浦村においては、地域内で自律的・持続的な地域を目指した取り組みが展開されている。その一環として実施されている「子どものキャリア教育プログラム」においては子どもたちが地域特産品を活用した商品企画等を検討しており、この中で「枝豆を活用したアイスクリーム」が誕生している。

このアイスクリームの売り上げの一部を地域課題に再投資する仕組みを構築することで検討が進められており、地域内で資金循環を行う事業として展開されている。

地域外から来訪者を呼び込むための調査も展開しており、次年度以降を見据えて観光協会のウェブサイトリニューアルなどを実施している。

<福井県高浜町>

昨年度事業で機運醸成がなされ、今年度事業では漁家所得の向上に向けた具体的な取り組みとして、遊漁の多角化を見据えたモニターツアーの試行、不定期航路船の就航によるアクティビティツアーの拡充といった地域が有する資産を活用した体験型プログラムの検討、収益化の模索といった動きが展開された。

<長野県須坂市>

「須坂エクササイズ」をシンボルとして健康づくりを多面的にPRするなど、全国へ健康づくりの取り組みを情報発信している。マスコミ露出、各種メディアへの掲載依頼も多く、健康と観光を組み合わせた「健康観光」の発信による交流人口拡大をめざした取り組みが展開されている。

具体的な地域へ呼び込むための施策として JTB と連携した視察ツアーの商品化（収益化）、健康おすそ分けツアーの実施（交流人口拡大）が展開されている。

<三重県鳥羽市>

鳥羽市の事業では「地産地消推進事業」「体験プログラム造成及びワンストップ窓口構築事業」「城内調達率調査」「漁業と観光連携計画遂行・評価・見直し事業」の4つの取り組みが展開されているが、各取り組みを専門性が異なる外部人材が担う進め方を採用し、それぞれの取り組みで成果を実現している。

＜兵庫県丹波市＞

丹波市では豪雨災害で山林に受けた大きな被害を契機と捉えて、地域住民主体の運用システムとして「木の駅プロジェクト」の運用を開始している。

事業内で実施された「未来の森づくりシンポジウム」では市内外から 300 名の参加を集め、地域の情報発信にも寄与している。

地域外から人を呼び込む施策として林業民泊プロジェクトの立ち上げ準備も行っており、民泊を活用した講習会ツアーを行う交流研修型商品を完成している。広報施策として facebook を活用するなど ICT の活用も見られる。

＜和歌山県橋本市＞

橋本市では近隣地域に高野山や玉川溪流といった一流の観光資源があることに対して、広域で観光資源を活かしきれていないという認識から、広域での DMO 設立を実現すべく取り組みが開始されている。外部人材が事業計画といった専門的な内容のマネジメントや参加者の呼び込みなどのネットワーク活用で大きな貢献を行い、地域の機運醸成も図られている。

橋本市内で来訪者を獲得する手段として、着地型商品候補を複数策定するなど、次年度以降の DMO 設立後を見据えた取り組みも展開されている。

＜和歌山県紀の川市＞

紀の川市は外部人材派遣〈初期対応型〉、〈環境整備型〉を経て実施されており、地域住民主導で外部人材がサポートをする形での運営が進められている。また、外部人材の宿舎として「紀の川ふるふるハウス」を開設し、運営主体「フルーツ・ツーリズム研究会」の活動拠点として利用されるとともに、地域おこし人材の養成場所としても活用し、10 名の人材育成に成功している。

「フルーツ」を前面に押し出したイベント開催、商品開発、更にはメディア等へのプロモーションを行っており、地域の機運醸成は一層に図られている。

＜岡山県真庭市＞

昨年度事業の結果を受けて、薪燃料供給事業の実施主体を「地域振興組織」として設立し、新たな雇用も創出している。

体験・防災教育・視察プログラムの販売、薪ビジネス、特産品開発などの検討も進められておりビジネス創出に向けた環境整備が整ってきたといえる。

＜高知県安芸市＞

ちりめんじゃこを核とした地域づくりとして、全国じゃこサミットを開催し、30,000 人の集客を得た。じゃこサミット開催に向けて、一次、二次、三次事業者の接点構築やじゃこ漁体験／じゃこ加工場見学ツアーの開発・実施といった次年度以降に繋がる取り組みが展開された。

以上のとおり、各地域の成果を整理したが、外部人材活用助成の主な成果として以下の7点に集約できる。

① 地域の若者を担い手として育成する仕組み作り

- ・青森県五所川原市：五農との連携、ACTが五農卒業生の受け皿としても機能
- ・新潟県粟島浦村：子どものキャリア教育プログラムの展開

② 地域再生の機運醸成の促進による地域（民間）主導の運営主体づくり

- ・山形県飯豊町：地域運営を維持する組織の在り方や方向性を検討
- ・新潟県三条市：100人インタビューから「まちなか交流広場」運営候補を発掘
- ・和歌山県橋本市：観光客を広域で迎えるためのDMOの設立に向けた取り組み
- ・和歌山県紀の川市：フルーツ・ツーリズム研究会設立、人材育成としても機能
- ・岡山県真庭市：薪燃料供給事業の実施主体地域振興組織アシタカを設立

③ 出口を意識した商品開発と販売戦略の並行検討

- ・青森県五所川原市：ダイレクトマーケティングを活用して、販路を先行確保
- ・長野県須坂市：交流人口拡大のために専門企業JTBと連携してツアーを造成

④ メディアやICTを活用した効果的な広報・PR・情報発信の実施

- ・新潟県粟島浦村：運営主体である観光協会がウェブサイトリニューアルに着手
- ・長野県須坂市：マスコミ出演、各種メディアを活用して効果的なPRを展開
- ・兵庫県丹波市：交流人口拡大に向けて民泊を実施、広報にはfacebookも活用

⑤ 体験型プログラムの企画・試行による収益化の模索

- ・山形県長井市：シティプロモーションとしてツーリズムや体験型ツアーを展開
- ・福井県高浜町：遊漁の多角化や不定期航路船の就航など各種ツアーを企画
- ・高知県安芸市：じゃこ漁体験、じゃこ加工見学ツアーの開発・実施

⑥ 地域内の資金循環を意識した事業展開

- ・新潟県粟島浦村：枝豆アイスクリームの売上を地域課題に再投資
- ・三重県鳥羽市：域内調達率調査による地域内循環の現状把握を実施
- ・兵庫県丹波市：地域資源である木材を活用して「木の駅プロジェクト」を実施

⑦ 福祉を活かした地域再生の展開

- ・新潟県三条市：高齢者が社会の担い手であることを前提に取り組みを展開
- ・長野県須坂市：「須坂エクササイズ」による健康づくりによる地域PRを展開

1-2. 外部人材活用助成の課題

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 事業継続を担う運営主体の必要性

外部人材活用助成によって外部人材が地域で活躍する期間は一時的なものであり、いずれは地域で運営を行うことが不可欠となる。また、地方公共団体においても、「自走段階」になるまでの一定期間は支援をする事例もあるが、永続的に実施するものではないことから、地域住民自らが運営主体となって取り組みを持続的に担うことが求められる。

後述の過去事業のフォローアップにおいても、運営主体が明確となり、自走し始めた事業についてはその後も事業継続されている事例が多く、他方で外部人材主導あるいは行政主導であった事業については取り組みが頓挫してしまっているものも見れた。

そのため、本事業に申請する段階から、外部人材がいなくなった後の運営方法を見据えて本事業に取り組むことが重要である。地域再生の担い手となるキーマンを発掘、あるいは育成する、または地域外から見出すことに重点を置く必要がある。

② 事業検討当初からビジネス性を考慮する必要性

地域再生を実現するためには、事業に継続して取り組むことが不可欠である。そのためには、その資金源を得る「ビジネス」を創出することは不可避となる。

今年度事業では、青森県五所川原市の事業において、ダイレクトマーケティングの手法を活用して、「赤〜いりんご栄紅」が販売可能になる前から「消費者クラブ」向けとして販路を確保しており、生産者が安心して事業に協力できる環境を整備している。

ターゲットを明確化し、他地域と差別化をした商品・サービスを地域の中で作りだし、安定的に販売できる環境を整備することが必要である。

③ PDCAサイクルの徹底

地域再生に向かって事業を実施する地域においても、地域関係者にはそれぞれの考えや想いを抱いて取り組むこととなる。また、関係者間が事業目標に向かって、現在どのような位置にいるのか、各取り組みを行うことでどのような変化があるのかを共有することは不可欠であり、常にPDCAサイクルを回すことを徹底することが重要である。

事業実施にあたっては、事業を漫然と進めるのではなく、適宜PDCAを意識することで、情報共有や方向性の明確化を行いながら進めることが可能である。

2. 外部人材派遣の成果と課題

2-1. 初期対応型

初期対応型では、対象地域のテーマに対して1か所の地域へ地域再生マネージャーを含む外部人材を2泊3日で派遣し、短期間の中で地域への処方箋を提案するものである。今年度は北海道、埼玉県、和歌山県、愛媛県、宮崎県からそれぞれ1事業、全国5市町に対して実施した。

各地域ともに、現地にて精力的に地域関係者との意見交換や現地調査を行い、短期間のなかで得た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。提言のタイミングを除くと実質は1.5日程度の短い期間の中での現地調査であるが、外部人材自身のこれまでの知見、他地域事例との比較検証という観点からなされた提言に対して、各地域から賛辞が贈られた。

今年度は各地域において一定の地域課題を地域側が把握していることから、具体的な課題解決に向けたアプローチを提言される事例が多く、初期対応型の診断後に実際に取り組み出すことを検討している地域が多く確認できた。

報告会の際には外部人材活用助成へのステップアップ事例を紹介することで興味をもつ地域もあり、28年度事業へのステップアップについても期待したい。

2-2. 環境整備型

今年度は、環境整備型として8件の派遣を実施した。地域の課題や課題解決に向けた方向性は明確であるが、具体的な推進方策が明確になっていない段階で、地域再生の機運を醸成し推進体制を整える等、実現に向けた環境整備を行うことを目的としている。

また、今年度の8件のうちの3件は、2泊3日で実施する初期対応型を昨年度実施した地域であった。各地域とも1回1~2日程度で全6回程度の派遣を通し、地域の機運醸成、体制整備などを行っている。

昨年度より実施されている環境整備型であるが、実施される地域によってその成果は2極化されている。効果的な地域としては、機運が相当に高まり、派遣される地域再生マネージャーとの協議の場が年度前半に大半を終了するような積極性のある地域も見受けられた。一方で、6回の貴重な派遣機会を関係者を集めた「勉強会」といった参加者が受動的になる形式で終わらせてしまう事例も見られた。

受動的な形式で終わってしまう事業については、その後の成果にも繋がらず、より積極的な住民参加を促すことが不可欠である。また、地域住民が積極的な地域については、機運が一気に高まるため、次年度に外部人材活用助成に応募いただくことがあるが、1年を待たずして、次のステップに進むべき事例も多く出ている。その意味では、6回という回数の制約が事業の進捗を留めてしまっているという考え方もできる。

環境整備型が支援をする「助走期間」は必要であるが、事業の成果達成という点では外部人材活用助成の中で「助走期間」と「次のステップ」の２段階を進めるといったことも考えられる。

3. 地域再生セミナーの成果と課題

平成 27 年度の地域再生セミナーは香川県及び佐賀県の 2 県で開催した。開催県の要請に基づくテーマに対して、地域再生マネージャーやアドバイザー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市区町村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」とする回答者の割合は香川県では 9 割弱と高く、佐賀県においても 7 割強となっている。

地方版総合戦略の策定及び実行にあたり、その参考になる情報を集めているとする参加者も多く、次年度以降もアドバイザー及び地域再生マネージャーの有する知見を学びたいと考える地域活性化に取り組む方々は多数存在するものと思われる。

開催県及び市区町村と連携して、より一層の事前広報を行うことで、本事業の周知、さらには PR を行うことが有用である。

4. 過去事業フォローアップ

4-1. フォローアップの概要

平成23年度以降にふるさと財団が支援をした事業の現在の状況について、市町村担当者及び事業担当の外部人材に対しメールや電話でフォローアップを行い、28団体のご協力をいただいた。

フォローアップ結果から見出された結果について整理すると以下に集約できる。

a. 事業の継続状況

対象事業の多くは支援期間終了後も取り組みが継続・発展している例が多く見受けられた。

① 地域住民の巻き込みや運営主体設立が実現した事業ほど大きな発展

地域側の実施主体の基盤、連携がしっかりとなされている地域ほど、その後の発展性が大きいことが確認できる。

熊本県阿蘇市や熊本県上天草市、茨城県筑西市、愛知県豊橋市などの取組は外部人材なしで自立した代表的な事例であると言える。

熊本県阿蘇市は外部人材と市が一体となり宿泊施設の経営者や女将に対して機運醸成、意識共有を図り、自発的に取組める環境整備を行ったことにより、今もなお、発展的に取り組みが継続されている。

熊本県上天草市については大変積極的な地域団体（観光協会）が方向性を見出したことから、市の動きを追い越して自ら取り組んでいる取り組みとして機能している。

茨城県筑西市や愛知県豊橋市は地域住民から構成される運営主体が設立され、事業理念に基づき、取り組みを展開している。

② 特産品開発・ご当地グルメ開発事業の多くが継続

事業分野として特産品開発やご当地グルメの開発を行った事業は継続されているものが大半であった。地域資源という題材があることから、事業を行いやすいことも継続するうえでの一因となっていると思われる。

その中でも、販路開拓により取り組みが大きく発展している事業も見られている。例えば、青森県佐井村のアワビは、東武百貨店の贈答品のパンフレットにも掲載、取り扱われるようになっている。また、千葉県館山市の「館山炙り海鮮丼」や青森県大鰐町の「大鰐温泉もやしナムル」も継続され、テレビ等のメディアでも取り上げられている。

青森県佐井村では、マーケットインの意識付けをしっかりと地域と共有、百貨店バイヤーなどのアドバイスも得ながら、地域で特産品開発に取り組んだ成果が出た。また、館山市では地域の料理店同士が連携して取り組みを継続している。

③ 支援期間の取り組みを経て支援後に花開く事例も

宮城県涌谷町、愛知県岡崎市、宮崎県綾町などは、支援対象期間に市町担当者が外部人材と一体になって地域人材の発掘や機運醸成、地域資源の発掘を集中的に行った事例である。

これらの事例は事業期間での成果以上に、支援終了後にキーマンが現れた、あるいは地域住民の事業参加意欲が一気に上昇して事業が展開されたことが確認されている。

④ 計画策定事業には発展性が乏しい事例も

事業が継続されていない、あるいは発展性が乏しい事例の共通点として、事業目的を計画やビジョンの策定としている事業が多いことが挙げられる。

計画やビジョンの策定自体は重要であり、それに基づき地域住民、市町村が一体となって事業に取り組むことが地域再生の基本であることは言うまでもない。しかし、事業理念などの整理に留まってしまう場合には、誰（事業実施主体）が何（事業内容）をどのように進めるかが不明瞭のままであり、事業が頓挫してしまう例が見られる。

b. 外部人材との関係

事業終了後も、派遣された外部人材と別事業予算の活用あるいは外部人材自身のボランティア的な活動などにより連携を継続していた事業も複数、存在している。

自立的な事業展開が行われている地域においてはアドバイザーの役割で地域へ助言をしている例や特定の取り組みへの専門家として支援している例が確認できた。

前述のとおり、一部事業では外部人材とは関係なく、地域住民主導の運営主体が自立して取り組んでいるものもあるが、外部人材との関係が全くなくなった事業の中にはその後の取り組みが行われていないケースも確認できた。

4-2. フォローアップからの示唆

実施結果を踏まえて、外部人材活用助成や外部人材派遣のような「外部人材を活用した地域再生」を行う際には、以下の点への配慮が重要であると思われる。

a. 「実行支援」を行う専門家として外部人材を活用する

今回のフォローアップの中で、ビジョン・計画づくり、組織の枠組み検討を目的とした事業では外部人材活用助成終了後の進展が芳しくないものも見られている。ビジョンや計画策定、組織の枠組みを検討するにとどまり、「事業実行」に向けた動きが出来ずに事業が頓挫してしまったものが大半であることも確認できている。

その意味では、外部人材は計画策定の担い手として活躍してもらうのではなく、計画やビジョン自体は地域主体で作成する、あるいは実行段階まで見据えて一体的に取り組むことが不可欠である。

その上で、実行支援を手助けいただくために、外部人材を活用することが地域再生の効果的な成果へと繋がることが期待される。

b. 外部人材の派遣終了後を見据えた事業実施

「外部人材との関係」に記載のとおり、支援期間終了後に事業が頓挫してしまう事例があることは新・地域再生マネージャー事業の課題として受け止めるべき事項と認識する。

地域再生を進める上では、継続的に事業を実施する「持続可能性」は不可欠な要素であることから、事業実施段階からそれを見据え、行政や地域の人材育成・組織体制構築などを行うことが重要である。

c. 適正な支援期間

支援期間内からは予想していなかった発展をしていた事業が幾つか存在していた。いずれも、事業期間内に主体あるいは関係団体で、なかなか解決しえない課題が発生していたものであるが、外部人材と市町村が一体となってその解決に向けた取り組んだものである。

支援終了後に課題が解決されたことで一気に事業が進んだものと思われる。また、これらのケースは共に支援終了後も、行政が別予算の中から外部人材との契約を継続していた。地域との関係性のある外部人材を継続したことが、その後の発展にもつながったものと思われる。地域状況次第では、短期間で成果をあげることは難しい地域もある。

各年度で一定の成果をあげ、ステップアップすることは重要であるが、明確な進捗が

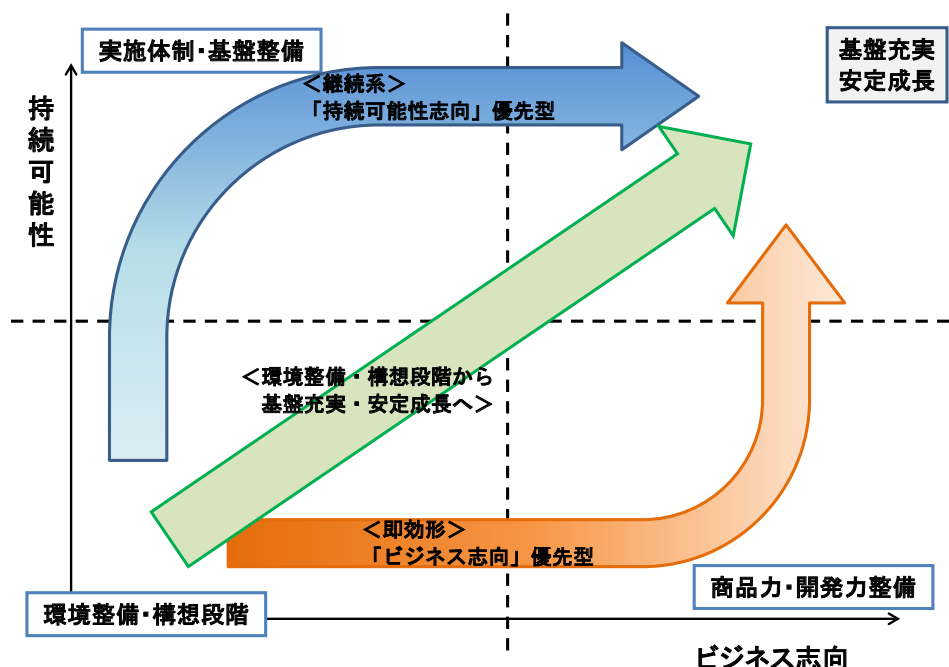
確認できる場合には支援期間を長期化したり、それが難しい場合でも事業進捗などを引き続きフォローアップできる体制構築も必要であるとする。

5. 総括

平成 27 年事業を通じた総括として、外部人材を活用する効果、意義及び留意点をまとめることで、今後、外部人材を活用した地域再生を進める地方公共団体への参考となることを期待したい。

5-1. 地域再生実施の考え方

外部人材活用助成では、地域の機運を醸成し、取組主体となる組織や人材を育成していく「持続可能性」の軸と、地域資源などを活用して特産品やビジネスを開発・改良して販売していく「ビジネス志向」の軸の二つの軸を共に、伸ばして地域活性化を目指していくことを想定している。理想的には、持続可能性、ビジネス志向の双方の軸が共に同時に発展して、左下の「環境整備・構想段階」から「基盤充実・安定成長」の右上の象限に成長していくことが望ましい（緑矢印）。ただし、地域や取組主体、ビジネスの状況により、成長の経路は、「ビジネス志向」を優先し、「環境整備・構想段階」（左下）から「商品力・開発整備」（右下）を経由して「基盤充実・安定成長」（右上）をたどるもの（オレンジ矢印）と、「持続可能性」を優先し、「環境整備・構想段階」（左下）から「実施体制・基盤整備」（左上）を経由して「基盤充実・安定成長」（右上）という発展経路（青矢印）を辿る二つの発展経路があり得る。



外部人材には、持続可能性（縦軸）を伸ばすことが得意な人材やビジネス思考（横軸）を伸ばすことを得意とする人材の両タイプがいる。地域の状況、更には地域が目指すべき方向性に応じて、適切なマネージャーを組み合わせることが重要である。

5-2. 外部人材を活用する効果や意義

a. 第三者視点での気づきの提供

外部人材は地域住民とは異なり、他地域の事例を数多く経験している専門家である。そのため、地域住民では当たり前で気づけなかったことを地域の資源・魅力あるいは課題として認識できるということが効果の一つであるといえる。

特に事業開始時点における地域課題や地域資源の洗い出しが十分に出来ていない時点で重要な意義を持つものと解される。

b. 人材発掘や人材育成による「持続可能性」の向上

今年度事業では新潟県三条市で「100人インタビュー」が実施され、地域のキーマンが現れるなど、外部人材の有する知見やノウハウを活用することで人材発掘を行うことが期待できる。

また、既に地域再生に取り組む団体がいる場合にはモチベーションの向上や複数団体の接点構築などのマネジメント効果が期待できる。高知県安芸市においては外部人材によってじゃこに関する一次・二次・三次事業者の接点を設けて、お互いのニーズ・課題共有に結びついている。

c. 出口を見据えた商品開発による「ビジネス性」の向上

ビジネス性の向上に向けて、6次産業化や観光による交流人口拡大をめざした取り組みは数多く実施されているが、成果をあげるためには販売先・顧客のニーズに合致した商品・サービスを提供することが不可欠となる。

ノウハウを有する外部人材を活用することで、地域関係者と一体となり、生産者視点からの開発ではなく「消費者視点」からの開発支援を受けることが期待できる。

また、試行販売や販路開拓といった取り組みを実現するには一定のネットワークが必要となるが、実績豊富な外部人材のネットワークを活用することも期待できる。

5-3. 地域再生マネージャー等外部人材を受け入れる際の留意点

5-2にしめしたとおり、外部人材を活用することで地域再生に大きな効果を及ぼすことが期待できる一方で、外部人材が地域で十分に活躍するためには、地域側においても外部人材受入に向けた準備を整えておく必要がある。

また、外部人材としても、地域に入っていく上で留意すべき点がある。

a. 地域側の留意点

地域側の留意点として最も重要な点は、外部人材は限定された期間の支援者であることを常に意識し、支援期間が終了した際には地域住民が主導して事業を継続できる体制構築を行うことである。

また、事業の持続可能性と言う点では地域のキーパーソンの育成、地域関係者のネットワーク構築について当事者意識を欠かさずに、協働して取り組むこと、ビジネス志向においては、事業開始当初から地域での資金循環を意識した取り組みを考慮しておくことが重要である。

その上で、様々な関係主体との連携を意識すること、関係主体と外部人材との仲介役を果たすこと、地域の目指す方向と共感し、共に進めていくことなどが事業成果の実現に当たっては必要となる。

- ・協働で動く姿勢・地域主体との方向性の共有
- ・地域と外部人材の仲介役を果たすこと
- ・様々な関係主体との連携・内部での調整
- ・地域の受入体制・キーマンの把握

また、外部人材と「協働で働く」という姿勢も重要である。外部人材の派遣事業ではあるが、行政の協力は不可欠である。特に事業開始当初は地域住民等の機運も十分に盛り上がっていないことが多く、様々な関係主体との連携を意識し、まずは外部人材及び行政が一体となって地域を主導し、盛り上げていく段階が存在する。

その後、活動地域と外部人材の仲介役として、地域住民等と外部人材の間をスムーズに橋渡しすることは地域側の役割として求められる。

b. 外部人材側の留意点

外部人材側も、外部人材が限定された期間の支援者であり、終了後の事業継続を意識して取り組むことが重要である。事業終了後に活動主体となる人材・組織育成、引き継ぐべき既存関係主体とのネットワーク構築を意識づけて行う必要がある。

5-4. 終わりに

平成 27 年度は地方創生が謳われるなか、初期対応型においても一定の地域課題を把握したうえでの申請が多く、例年に比べてより具体的な提言を行うことが多く見られた。また、地域再生セミナーにおいても例年以上に多くの質問があがるなど、地域再生に向けた注目度は高くなっていることがうかがえる。

地域再生に対する取組姿勢が強まる一方で、地域再生の実現までには相応の期間が必要である。また、経済社会情勢なども大きく変化する可能性もあり、柔軟な対応が求められる。

今年度の外部人材活用助成においては継続事業が 4 事業あった。そのうち、例えば青森県五所川原市、岡山県真庭市においては、持続可能な運営組織が立ち上がるなどの目に見える分かり易い成果が実現している一方で、ビジネス性については次年度以降の実施に向けた環境が整った段階である。

全国の地方公共団体が地方創生を進める中で、新・地域再生マネージャーにおいてモデル性のある事業を生み出し、情報発信することは重要な役割であると認識しており、モデル事業創出に向けた事業の在り方を検討することが重要と捉えている。

「新・地域再生マネージャー事業」

平成28年3月 発行

編集・発行 一般財団法人 地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

〒102-0083

東京都千代田区麹町4-8-1 麹町クリスタルシティ東館12階

TEL: 03-3263-5736 FAX: 03-3263-5732

E-mail: furusato@furusato-zaidan.or.jp

<http://www.furusato-zaidan.or.jp/>