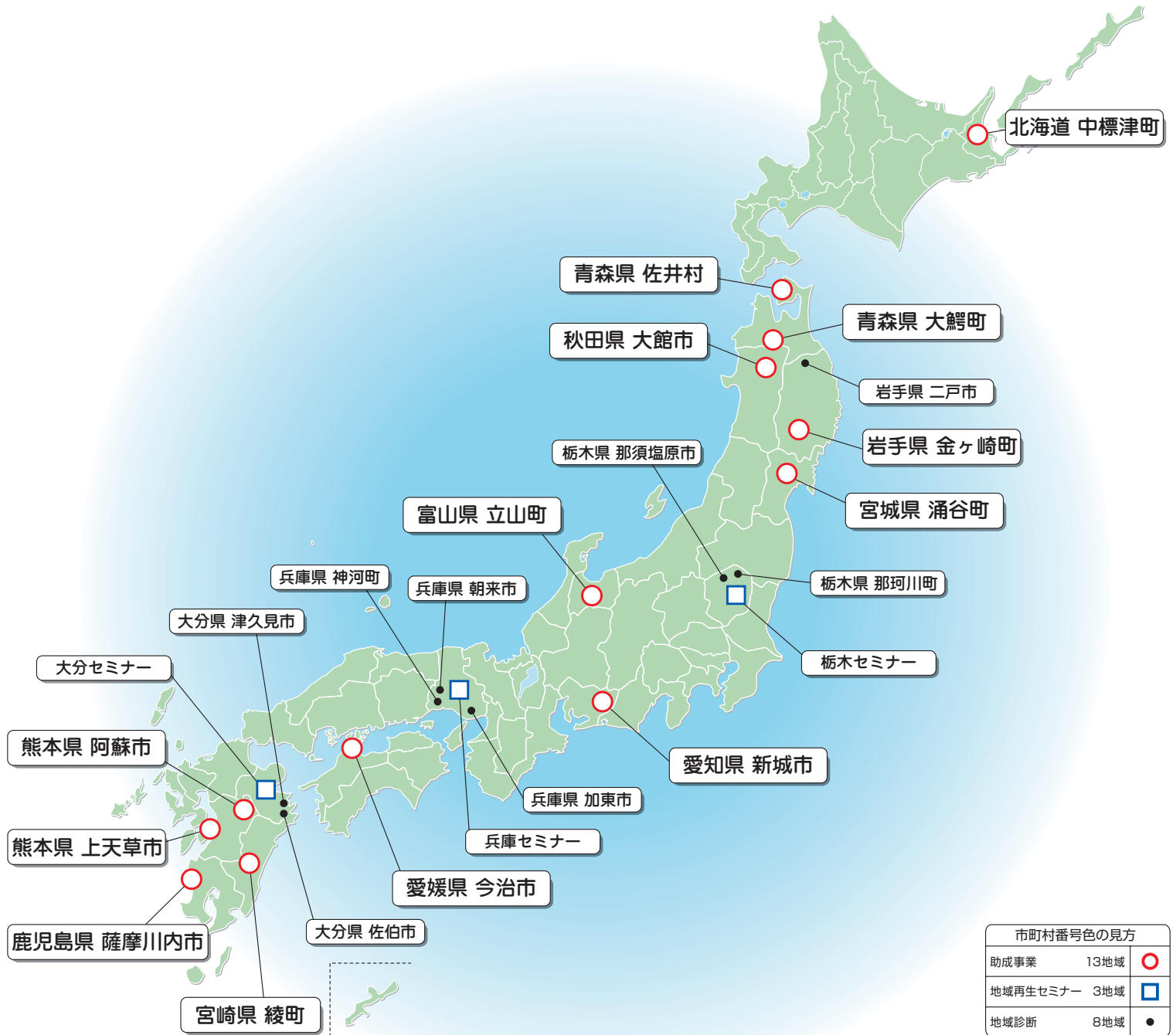


平成24年度

「新・地域再生マネージャー事業」

報告書



平成25年3月



財団法人

地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

はじめに

地域の活力を高めるためには、特色ある地域資源を発掘しつつ、地域の創造力を高めることにより、新たな産業を創出し、雇用の拡大につなげていくことが求められます。しかも、こうした地域活性化に向けた持続可能な仕組みを構築するには、地域の人々が誇りと愛着をもって長く育てようとする機運の醸成と、人の交流、地域のビジネス志向を高める取組みが大切になります。

地域に眠っている資源に着目し、磨き上げるには、地域の外の人を持つ新鮮な感覚を活用することが必要です。また、地域の多様な人々や団体をつなげて「絆」を生み、総合的な地域力を高めていくには、しがらみのない「アイデアを生み出す人材・目利き」が接着剤の役割を果たすことがあります。そして、地域にお金を落としたり回したりするビジネスを創出し、交流人口を増やし定住促進させるには、専門知識のある外部人材によるサポートが有効と考えられます。

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

助成事業は、地域再生に関する専門的な見識・経験を有する外部人材（地域再生マネージャー等）を地域に派遣し、その活動に必要な経費を助成することにより、人を含めた地域資源の活性化支援を行い、地域に密着した地域協発型のビジネスを発展させるための実践的なサポートを実施します。相談事業は、助成事業の成果をはじめとする地域再生の事例などを広くお知らせする「地域再生セミナー」の開催、地域再生マネージャー等が2泊3日で地域再生に関する調査（短期診断）などを実施するものです。

助成事業は、平成24年度は全国の応募の中から13件の事業に対して助成を行いました。

多様化する地域課題に対処し、広域狭域の人・組織を巻き込む環境の整備に加え、地域資源の有効活用のための事業活動を行う体制の構築や具体的な商品化、販路拡大、地域経済循環といった多彩な成果につながっています。また、多様な課題に対処するため、新たに加わっていただいた地域再生マネージャー等もあり、当財団からご紹介できる外部人材が一層充実しました。

相談事業は、3県において地域再生セミナーを開催し、開催地が求めるテーマに沿った基調講演と地域再生マネージャー等による外部人材を活用した地域再生の事例発表を行いました。また、8市町村で短期診断を行い、外部専門家を活用するために必要な「外部人材活用マニュアル（実施期）」を作成しました。外部の専門的人材を活用して地域の活性化に取り組む際の参考としてご活用いただければ幸いです。

末筆ながら、本事業を推進するにあたり、アドバイザーの小田切徳美明治大学教授、関司直也法政大学准教授、牧慎太郎総務省地域力創造グループ地域自立応援課長、関係各位に厚く御礼申し上げます。

平成25年 3月

財団法人地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

理 事 長 柚 木 憲 一

「新・地域再生マネージャー事業」アドバイザー名簿

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

アドバイザー

小田切 徳 美	明治大学農学部	教授
関 司 直 也	法政大学現代福祉学部	准教授
牧 慎太郎	総務省地域力創造グループ	地域自立応援課長
(森 源 二	総務省地域力創造グループ	地域振興室長 (任期途中まで))
菅 俊 一	財団法人地域総合整備財団	常務理事
(木 村 功	財団法人地域総合整備財団	専務理事 (任期途中まで))

敬称略

事務局

財団法人地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

事務局長	田 中 豊
地域再生部長	島 田 大 輔
地域再生部参事役	藤 田 勝 彦
地域再生部調査役	松 本 卓 也

みずほ総合研究所	研究開発部	主席研究員	小 宮 一 真
みずほ総合研究所	研究開発部	上席主任研究員	岩 城 博 之
みずほ総合研究所	研究開発部	担当研究員	卯 坂 潤一郎

目次

序章

- 平成24年度「新・地域再生マネージャー事業」事業成果概要……………5
- 助成事業の採択地域・事業名と事業目的・成果概要……………6

第1章 新・地域再生マネージャー事業とは

- 1. 事業の概要……………10
- 2. 事業の進め方……………12
 - 2-1. 助成事業の内容……………12
 - 2-2. 相談事業の内容……………16

第2章 助成事業の取組み

- 1. 採択事業の特徴など……………18
- 2. 個別事業の取組概要……………20
 - 2-1. 北海道中標津町「エリアラッピング型・中標津町観光ブランド形成の可能性検討調査事業」……………21
 - 2-2. 青森県大鰐町「大鰐温泉もやしブランド化推進事業」……………27
 - 2-3. 青森県佐井村「佐井村特産品開発支援事業～ヒトとモノが共創した特産品で村をPR」……………36
 - 2-4. 岩手県金ケ崎町「金ケ崎町特産品開発・ブランド化プロジェクト事業」……………44
 - 2-5. 宮城県涌谷町「生薬の加工・商品化を通じた健康まちづくり」……………51
 - 2-6. 秋田県大館市「大館発！元気プロジェクト」……………60
 - 2-7. 富山県立山町「清流と雪の大谷の立山・地域ブランド構築事業」……………68
 - 2-8. 愛知県新城市「奥三河連携木の駅プロジェクト～森林と地域通貨を利用した地域再生プロジェクト～」……………74
 - 2-9. 愛媛県今治市「しまなみ海道人材育成・活性化支援事業」……………84
 - 2-10. 熊本県上天草市「国際的6次産業創出・観光再生・地域人材育成事業プロジェクト」……………91
 - 2-11. 熊本県阿蘇市「阿蘇市観光地域づくり事業」……………101
 - 2-12. 宮崎県綾町「守りながら知ってもらおう・来てもらおう「倉輪地区（集落）」の挑戦 ～わくわく・くらわ 隠れ里プロジェクト～」……………108
 - 2-13. 鹿児島県薩摩川内市「薩摩川内市ぽっちゃん計画プロジェクト」……………117

第3章 相談事業の取組み

- 1. 地域再生に関する情報発信・共有のための会議（地域再生セミナー）……………126
- 2. 外部人材活用マニュアル作成のための調査（短期診断）……………133

第4章 事業成果の総括と今後の課題

1. 助成事業の成果と課題	146
1-1. 事業発展段階の取組みにおける成果・課題	147
1-2. 今年度の特徴的な取組み	151
2. 相談事業の成果と課題	154
2-1. 外部人材活用マニュアル作成のための調査（短期診断）の成果	154
2-2. 地域再生に関する情報発信・共有のための会議の開催の成果	154
3. 総括	155
3-1. 外部人材を活用する効果や意義	155
3-2. 地域再生マネージャー等を受け入れるための留意点	156
3-3. 終わりに	159

序章

■平成24年度「新・地域再生マネージャー事業」事業成果概要

1. 「百花繚乱」の地域再生プロジェクトを支援した助成事業

平成24年度の助成事業支援先は、これからどのような地域再生を目指すべきか、あるいは地域再生につなげるためにどのようなビジネス創出を目指すべきかという「環境整備・構想段階」の市町村が多かったが、地域内関係者を巻き込み、地域再生マネージャー等のファシリテート力やコーディネート力を活用することで、地域関係者が地域資源や課題を再認識し目指すべき方向性を見出している。ビジネス創出機運が高まっている市町村では地域関係者主体の組織も設立され、事業創出のための議論へとステージアップしている。

平成24年度の助成事業支援先からいくつか特徴的な取組みを紹介する。

1つの地域で対応するのではなく広域連携・圏域連携で産業創出を目指そうとしている北海道中標津町や愛知県新城市、高齢化社会の本格的な到来を見据え「生薬」をテーマにしたまちづくりを推進する宮城県涌谷町、まちづくり会社が旅行会社免許を取得し情報化戦略も取り入れ観光ワンストップサービス化を進める富山県立山町、地域おこし協力隊の定住化と産業創出を目指す愛媛県今治市、海外市場でのビジネス展開を視野に入れ機動的に動き始めた熊本県上天草市など、実に多様な地域再生の取組みが行われ、各地域で成果が得られている（平成24年度助成事業の各申請地域や事業成果概要などは次ページ参照）。様々なジャンルの経験豊富な地域再生マネージャー等が地域関係者と力を結集して地域課題の解決に取り組んでいることが好結果につながっていると思われる。

2. 参加者の満足度が高かった相談事業

平成24年度の「地域再生セミナー」は兵庫県、大分県、栃木県において開催され、開催県のテーマに応じた学識経験者などによる基調講演、地域再生マネージャーによる地域再生の事例紹介、並びに地元有識者などによる座談会を行った。

各セミナー共に、地方公共団体関係者を中心に多くの参加者が集い、熱心に聴講された。セミナー開催後のアンケート調査では「満足」以上とする回答者の割合は概ね8割に達した。

一方、セミナー終了後、市区町村に対し、「短期診断」として外部人材を受け入れる手順をマニュアル化するための調査を実施し、1箇所当たり2人の地域再生マネージャー等を2泊3日で8市町に派遣した。派遣された地域再生マネージャー等は、現地にて精力的に地域関係者との意見交換や視察を行い、その診断結果を報告書としてまとめ、関係者に対して提言を行った。限られた時間内での診断ではあるが、報告会においては、経験や知見が豊富な地域再生マネージャー等による真摯な提言に対し、多くの参加者から「気づきを得た、進むべき方向性を確認出来た」などの賛辞や謝辞をいただいた。

■助成事業の採択地域・事業名と事業目的・成果概要

	地域名	事業名	事業目的・成果概要
1	北海道 中標津町	エリアラッピング型・中標津町観光ブランド形成の可能性検討調査事業	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> 圏域観光の持続発展的な産業構造の確立を目指し、観光産業による拠点都市としての可能性を探る。行政境界の制限にとらわれない「エリアのパッケージ化」によるブランド形成に向けて、行政・事業者・団体・学識者・事業者などと連携し、観光振興による活性化可能性を検証する。 <p>(成果概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> 委員会を設置し議論を開始するとともに、生態系講座のテキストブックを完成させた。アンケート調査で観光客の多くが知床エリアを目的としている事を確認、羅臼町と中標津町を結ぶ観光モデルルートの開発を進めている。
2	青森県 大鰐町	大鰐温泉もやしブランド化推進事業	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> 関係機関と連携し、350年の伝統ある「大鰐温泉もやし」の価値向上、後継者育成、生産体制確立、販路拡大により、雇用創出を通じて、町を活性化し、「自立して稼げる地域」となる。 <p>(成果概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> 「大鰐温泉もやしキムチ」、「大鰐温泉もやしナムル」、「大鰐温泉もやし御膳」、「大鰐温泉もやし鍋」などを開発し、販売を開始。大鰐温泉もやしの首都圏新規取引先の開拓に取組み、25件の開拓に成功した。
3	青森県 佐井村	佐井村特産品開発支援事業～ヒトとモノが共創した特産品で村をPR～	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> 域外ニーズに対応できる人材発掘・育成を行い、付加価値のある商品製造・販売を行う。「佐井」ブランドのきっかけを作り、地域内で継続して製造を行うとともに、地域外への販売体制を構築し、域内雇用、域内経済活性化交流人口の増加にも寄与する。 <p>(成果概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> 人材育成講座を開催し、市場に受け入れられる商品をもとに理解・把握した。その結果を踏まえ、既存の漁協商品を大手百貨店インターネット販売で提供する準備を進めている。特産品の開発にも着手した。
4	岩手県 金ケ崎町	金ケ崎町特産品開発・ブランド化プロジェクト事業	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> 町内食料自給率285%を誇る豊富な農畜産物を活かした「金ケ崎ブランド」の構築を推進する。人材育成、雇用の創出、農業産出額・農業所得の向上、金ケ崎町のイメージアップなどを目指す。 <p>(成果概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> 特産品（仮称：アスバラ焼き）の開発を進めるとともに、農事法人や産直施設で、お惣菜、お菓子、漬物などの独自商品の販売に取組む活動が始まった。
5	宮城県 涌谷町	生薬の加工・商品化による健康まちづくり	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> 医療に過度に依存しないまちづくりを実現するため、「生薬」を1つのモチーフに包括的な健康推進に取組む。住民参加による生薬の加工・商品化や健康問題に対する住民や行政の意識改革を図る。 <p>(成果概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> 食材や浴用剤など広い用途に使われる生薬の苗の植樹を実施した。甘草を用いた食品を開発した。毎月1回の住民啓発講座では、70名～100名の参加者を得た。平成25年1月に「生薬まちづくりの会」の説明会が実施され4月1日に発足する。今後、行政主導から住民主導に徐々に移管される。活動内容や目指すべきまちづくりの方向性について白熱した議論が交わされた。
6	秋田県 大館市	大館発！元気プロジェクト	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> 「比内地鶏」や「きりたんぼ」をはじめとした、大館の地域資源を磨き上げ、大館産品の価値向上と情報発信を図る。体験型ツーリズムによる交流人口の拡大を図る「地域おこし協力隊」の定住を目指す。 <p>(成果概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> 料理研究家と地元農家のお母さんとの連携で地域素材（生ハム、枝豆、山の芋）を活かした25品の新メニューを開発し、料理講習会を行った。女性グループ「大館エグスベシヤ」を組織化し、独自イベントの開催を決定した。ANA総研と連携し体験型観光のモニターツアー（曲げわっぱづくり、きりたんぼづくり、農家の生活など）を3回開催した。
7	富山県 立山町	清流と雪の大谷の立山・地域ブランド構築事業	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> まちづくり会社が旅行会社免許を取得し、ワンストップサービスを行えるように体制を整備し、平地観光を推進する。立山ブランド認定品の販売力強化。Facebookを活用した情報発信とEC事業を推進する。 <p>(成果概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> まちづくり会社が旅行会社免許を取得（平成24年10月）し、平地観光を推進するため、陶芸体験モニターツアーを実施した。大手旅行会社との連携で修学旅行誘致活動に努め、7校約1,200名の修学旅行生の受け入れが決定した。FacebookでのEC事業化のためにシステムを構築し、まちづくり会社に委託することで運営体制を整備。販売サイトで立山ゆかりの特産品を掲載した。

	地域名	事業名	事業目的・成果概要
8	愛知県 新城市	奥三河連携木の駅プロジェクト～森林と地域通貨を利用した地域再生プロジェクト～	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> 行政境界の制限にとらわれない3つの木の駅間の広域連携で、山村活性化の在り方を模索し、全国初の木の駅広域連携モデルを構築することを目的とする。各地の「木の駅」会議へ他の市町村の会議メンバーを参加させ、現場感を掴んでもらい、自らの場所での会議へとフィードバックすることができるようになる。また、「用材とエネルギー利用」に関する合同研修会を実施する。 <p>(成果概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> 3市町村のうち2市町での木の駅設立に向けた取組みが行われた。残りの1村については諸事情で設立への動きに至らなかったが、広域連携に向けた呼びかけなどを行った。また地域通貨の逆ザヤを解消すべく、温泉施設での薪ボイラー利用の事業可能性について成立可能性があるかと判断、今後の取組みに期待。
9	愛媛県 今治市	しまなみ海道人材育成・活性化支援事業	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> 「農産物の6次産業化」、「シクロツーリズム」、「畑地・林地再生」の3つの課題に取組む。農産物の6次産業化については、「発酵」、「乾燥」、「冷凍」技術の習得及び店頭直売の社会実験を行い、販路拡大を目指す。シクロツーリズムについては、滞留活動モデル確立研究を行う。畑地・林地再生については、耕作放棄地の再生や林地の活用方法などを検討する。 <p>(成果概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> 島しょ部6集落に12名の「地域おこし協力隊」隊員に対してガイダンスを実施し、スムージーやスープの販売、珈琲焙煎技術の習得などの活動を通して今後の起業・定住に向けた方向性を見出せた。シクロツーリズムでは社会実験で200人を動員でき、来年度は巡回カフェで協力隊員の起業・定住を模索する。耕作放棄地の貸し出しを申し出る住民も多く現れ、協力隊員向けの農業研修を行う予定。
10	熊本県 上天草市	国際的6次産業創出・観光再生・地域人材育成事業プロジェクト	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> ナマコ産業とオリーブ産業での国際的6次産業創出による産業活性化を図る。里海里山を活かした「地中海イメージ」創出による観光再生と若手の人材育成による持続可能な地域活性化を目指す。 <p>(成果概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> 研究用として稚ナマコ800匹の育成を開始し関係者の巻き込みができた。オリーブ300本のパイロット植樹を実施した。人材育成のため観光事業経営者、次世代経営者などの属性別の部会（昇龍会、紅龍会、緑龍会、黒龍会など）を設置し、関係性の向上と機運醸成を図った。
11	熊本県 阿蘇市	阿蘇市観光戦略づくり事業	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> 「住んでよし、訪れてよしの観光地づくり」を基本テーマとする。マネージャーによるセミナーなどを通して、地域全体のおもてなしの向上を図る。大学生インターンシップを受け入れ、若者にも選ばれる観光地を目指す。地域の食材を活用したオリジナリティ溢れる料理・スイーツをさらに磨き上げる。 <p>(成果概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> 豪雨災害の影響があったものの、それが契機となり、宿泊施設の従業員同士が共に地域を盛り上げようという連帯感・機運が生まれた。大学生インターンシップは温泉街の新しい活性化のアイデアを提案してもらう方針で、都内レストランでのイベント、マルシェなどを経てPR・販路開拓を行った。また阿蘇deスイーツ巡りはメディアにも取り上げられ人気を博し住民主導型に移行しつつある。
12	宮崎県 綾町	守りながら知ってもらおう・来てもらおう「倉輪地区(集落)」の挑戦～わくわく・くらわ隠れ里プロジェクト～	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> 新たな綾町ブランドを担う地区資源の活用を22戸の倉輪地区(集落)で、地元住民などとワークショップを実施し、6次産業プログラムの検討を行う。地域資源を活用した都市と農村の交流づくりと交流によってもたらす地区住民の生きがいづくり、内部循環システムを構築して倉輪地区モデル事業とする。 <p>(成果概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> 交流により、地区内に経済循環ができる事業モデルをテストとして実行した。ユネスコエコパーク事業での地域内循環につながる改良モデルを提示した。また、地域での受入体制の検討を実施した。
13	鹿児島県 薩摩川内市	薩摩川内市ほっちゃん計画プロジェクト	<p>(目的)</p> <ul style="list-style-type: none"> 甌島などの地域資源を活かした着地型旅行商品や物産商品を開発し、販路拡大を図る。若年層や女性層の消費者ニーズを把握するために大学生インターンシップの受け入れと企業内マルシェを実施する。薩摩川内シティセールスに関する情報発信を強化する。 <p>(成果概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> ANAのリソース(翼の王国など)を利用し地域イベントの広報、周知、集客活動を実施し、新たな集客方法を確立した。大崎ゲートシティマルシェにおいて、特に甌島産品の商品開発及び販売を意識した取組みを行った。

第1章

新・地域再生マネージャー事業とは

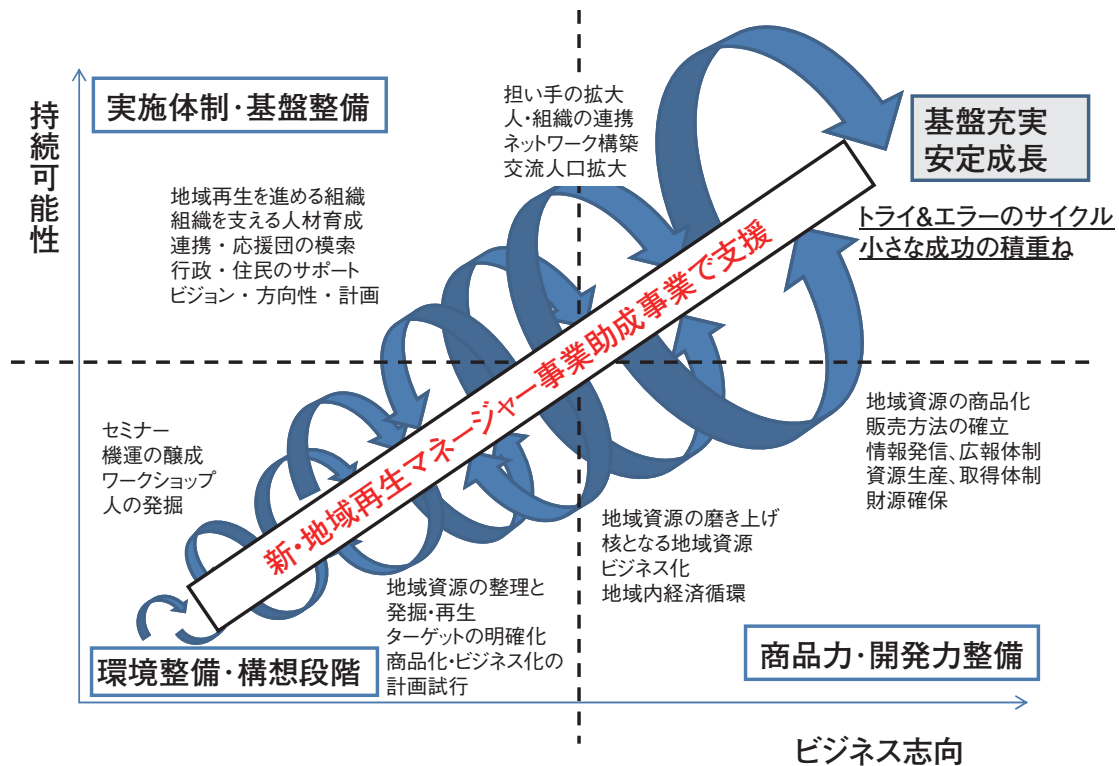
1

事業の概要

(目的)

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

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



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

尚、地域再生マネージャー等とは、地域再生マネージャーと地域再生マネージャー以外の外部の専門の人材を含んだ総称である。

(助成事業)

助成事業では、地域再生マネージャー等を活用して地域再生に取り組む市区町村に対して、その経費の一部を助成する。

助成事業の概要

助成対象者	市区町村
助成上限額	1事業あたり700万円以内
助成率	助成対象経費の2/3以内
助成対象経費	・専門的人材の派遣に関する経費（人件費・旅費） ・その他財団が必要と認めた経費
助成対象期間	・平成24年4月1日～平成25年2月21日
公募期間	・平成24年2月21日～平成24年3月23日
留意事項	(1) 都道府県を経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

(相談事業)

相談事業では、地域再生のための外部人材受け入れにあたっての手順などを解説する「外部人材活用マニュアル」を作成する。本事業では、そのマニュアルが機能するか検証するために実際に外部人材を受け入れ、地域課題に対しての診断を行う地域に関する調査を実施する（短期診断）。

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（地域再生セミナー）。

相談事業の概要

(1) 外部人材活用マニュアル作成のための調査（短期診断）

調査を行う地域再生マネージャー等の派遣に要する費用（旅費相当額および謝金）は、財団が負担。

(2) 地域再生に関する情報発信・共有のための会議の開催（地域再生セミナー）

会議講師などの派遣に要する経費（旅費相当額、謝金及び会場費）は全額財団負担。

（ふるさと財団から直接支払い）

2 事業の進め方

2-1. 助成事業の内容

(1) 助成事業の採択

地域再生のために地域再生マネージャー等を派遣して実施する助成事業については、以下の採択基準に従って事業を選考し、計13件の事業を採択した。

<採択基準>

分類		項目	評価基準
A-事業目的の 妥当性・戦略性	A-1	事業目的	<ul style="list-style-type: none"> 地域の課題を把握した明確な事業目的であり地域活性化への貢献度が高い 他の市区町村に対してもモデルとなるような先進的あるいは関心が高い事業である
	A-2	目標設定の明確化	<ul style="list-style-type: none"> 課題解決のための目標でありその成果、仕組みや体制・ターゲット顧客や市場及び売上・利益等のゴールが明確化されている
	A-3	活用する人・ 資源の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 地元の人の巻き込み方、活用する地域資源が記載されており、活動資源の広域化を目指している※記載された地域資源の地域特性は問わない
B-実施体制・基盤整備の 方向性	B-1	活動基盤（担い手）の現状把握と育成、仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> 事業推進にかかわる活動基盤の状況を把握している 地域の持続可能な人づくり、仕組みづくりの連携が明記されている
	B-2	地域における支援体制	<ul style="list-style-type: none"> 市区町村の事業への部署横断的な参画状況、地域における支援の可能性 事業実施体制の継続可能性と拡大発展性
C-商品力・開発力の 整備	C-1	ビジネス（コミュニティビジネス）の現状把握と方向性	<ul style="list-style-type: none"> 現状分析がしっかりなされている（基礎となる地域資源の把握等） 地域内外で支持されうるビジネスの方向か、将来展望が明確に表記されているか
	C-2	継続性・発展性（販路拡大・市場拡大の可能性）	<ul style="list-style-type: none"> ターゲット・市場が明確であり、ビジネスとしての継続性・発展性が高いか 地域全体における経済循環が考慮されているか
D-地域再生マネージャー等の有効活用	D-1	人材活用の具体性・実現性とマッチング	<ul style="list-style-type: none"> 活用する外部専門家及びその役割が具体的であり、活用実現性が高いか（複数名入る場合個々の役割が明確であり重複しないか） 活用する外部専門家が事業と地域にマッチングするか
	D-2	活用する外部専門家の能力と実績	<ul style="list-style-type: none"> 総務省事業やふるさと財団もしくは他同様事業での活動実績がある 総合的に発揮能力が期待できる
	D-3	活用する外部専門家の地域への浸透度合、稼働予定の明確さ	<ul style="list-style-type: none"> 外部専門家の稼働予定日数等が明確に記載され、且つ充分であるか 地域において外部専門家が入り込む度合が十分であるか

<採択事業>

	地域名	申請事業名	事業目的・概要
1	北海道 中標津町	エリアラッピング型・中標津町観光ブランド形成の可能性検討調査事業	圏域観光の持続発展的な産業構造の確立を目指し、町内に事務局を置く観光協会を営利組織として独立させ、観光産業による新たな経済循環を創出する拠点都市として、人口減少社会における圏域自立に向けた可能性を探る。行政境界の制限にとられない「エリアのパッケージ化」によるブランド形成に向けて、行政・事業者・団体・学識者・事業者などと連携し、観光振興による活性化可能性を検証する。
2	青森県 大鰐町	大鰐温泉もやしブランド化推進事業	関係機関と連携し、350年の伝統ある「大鰐温泉もやし」の価値向上、後継者育成、生産体制確立、販路拡大により、雇用創出を通じて、町を活性化し、「自立して稼げる地域」とする。また、特産品の核として「大鰐温泉もやし」ブランドを強固にし、そこから大鰐ブランドを確立する。
3	青森県 佐井村	佐井村特産品開発支援事業～ヒトとモノが共創した特産品で村をPR～	5つのプロジェクトチームのうち「農業振興」と「産直市」の2チームを通じて地域外販売体制を構築し、「佐井村」を域外に浸透させるために、域外ニーズに対応できる人材発掘・育成、付加価値のある商品製造・販売を行う。「佐井」ブランドのきっかけを作り、地域内で継続して製造、地域外への販売体制を構築し、域内雇用、域内経済活性化交流人口の増加にも寄与する。
4	岩手県 金ケ崎町	金ケ崎町特産品開発・ブランド化プロジェクト事業	町内食料自給率285%を誇る豊富な農畜産物を活かした「金ケ崎ブランド」の構築を推進する。人材育成、雇用の創出、農業産出額・農業所得の向上などにより金ケ崎町のイメージアップ、地域イメージ・地域資源を基本とした新しい産業を育成する。
5	宮城県 涌谷町	生菓の加工・商品化による健康まちづくり	医療に過度に依存しない包括的なまちづくりを実現する。住民参加による生菓の加工・商品化と産業活性化と健康問題に対する住民の啓発を図り、健康まちづくりに対する行政・住民の意識向上を促す。
6	秋田県 大館市	大館発！元気プロジェクト	「比内地鶏」や「きりたんぼ」をはじめとした、大館の地域資源を磨き上げ、大館産品の価値向上と情報発信、体験型ツーリズムによる交流人口の拡大を図る「地域おこし協力隊」の定住を目指す。
7	富山県 立山町	清流と雪の大谷の立山・地域ブランド構築事業	まちづくり会社が旅行会社免許を取得し、ワンストップサービスを行えるように体制を整備し、平坦地観光を推進する。また、ブランド認定品の販売力強化やFacebookを活用した情報発信とEC事業を推進する。
8	愛知県 新城市	奥三河連携木の駅プロジェクト～森林と地域通貨を利用した地域再生プロジェクト～	本事業では3つの木の駅間の広域連携で、山村活性化の在り方を模索し、全国初の木の駅広域連携モデルを構築することを目的とする。各地の「木の駅」会議へ他の市町村の会議メンバーが参加することで、現場感を掴んでもらい、自らの場所での会議へとフィードバックすることができるようにする。また、次年度以降の木材の売り先が気になりだす、第2回の社会実験と同時期に「用材とエネルギー利用」に関する合同研修会を実施する。
9	愛媛県 今治市	しまなみ海道人材育成・活性化支援事業	「農産物の6次産業化」、「シクロツーリズム」、「畑地・林地再生」の3つの課題に取組む。農産物の6次産業化については、「発酵」、「乾燥」、「冷凍」技術の習得及び店頭直売の社会実験を行い、販路拡大を目指す。シクロツーリズムについては、サイクリストニーズ把握を行い、滞留活動モデル確立研究を行うため、石窯を建設し、シクロカフェのあり方を検討する。畑地・林地再生については、耕作放棄地の再生や林地の活用方法などを検討する。
10	熊本県 上天草市	国際的6次産業創出・観光再生・地域人材育成事業プロジェクト	ナマコ産業とオリーブ産業での国際的6次産業創出による産業活性化と里海里山を活かした「地中海イメージ」創出による観光再生を図る。若手の人材育成による持続可能な組織を作り地域活性化を目指す。
11	熊本県 阿蘇市	阿蘇市観光戦略づくり事業	「住んでよし、訪れてよしの観光地づくり」を基本テーマとする。マネージャーによるセミナーなどを通して、地域全体のおもてなしの向上を図る。都会の大学生をインターンシップで受け入れ、若年層の阿蘇旅行ニーズの掘り起こし、若者にも選ばれる観光地を目指し、Facebookなどを活用し、阿蘇ファンの増加とイメージ向上を図る。昨年度までに開発した地域の食材を活用したオリジナリティ溢れる料理・スイーツをさらに磨き上げるとともに、その他の隠れた食の魅力を発掘する。
12	宮崎県 綾町	守りながら知ってもらおう・来てもらおう「倉輪地区（集落）」の挑戦～わくわく・くらわ隠れ里プロジェクト～	新たな綾町ブランドを担う地区資源の活用を22戸の倉輪地区（集落）で行う。地元の実施体制を構築して地元住民などとワークショップを実施し、6次産業プログラムの検討を行う。地域資源を活用した都市と農村の交流づくりと交流によってもたらす地区住民の生きがいがづくり、内部循環システムを構築して倉輪地区モデル事業とする。
13	鹿児島県 薩摩川内市	薩摩川内市ぼっちゃん計画プロジェクト	甑島などの地域資源を活かした着地型旅行商品や物産商品を開発し、企業内マルシェを実施し、販路拡大を図る。また、若年層や女性層の消費者ニーズを把握するために大学生インターンシップの受け入れを行うとともに、薩摩川内シティセールスに関する情報発信を強化する。

(2) 実施スケジュール

採択した事業については、市区町村と地域再生マネージャー等によって事業計画を作成し、事業計画に沿って、事業を実施した。事業の開始時点と中間段階での2回の現地調査を実施、8月末、11月末の2回の間接報告の提出、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11月の途中段階で、実際に地域で活躍している地域再生マネージャー等による事業への取組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地域再生マネージャー等の地域での役割、地域との関わり方などについて様々な意見交換がなされた。また、採択市区町村間や地域再生マネージャー等間での有意義な情報共有がなされ、ネットワークを広げる点でも貴重な機会となった。

助成事業の全体スケジュール

時期	内容
平成24年3月	事業公募 (2/21-3/23)
4月	審査、採択 第1回アドバイザー会議
5月	事業実施計画書
7月	現地視察 (1回目)
8月	現地視察 (1回目) 第1回中間報告書 (8月末)
9月	現地視察 (1回目) 第2回アドバイザー会議
10月	現地視察 (2回目)
11月	マネージャー報告会 現地視察 (2回目) 第2回中間報告書 (11月末)
12月	現地視察 (2回目) 第2回アドバイザー会議
平成25年1月	現地視察 (2回目)
2月	事業完了・事業報告書
3月	第3回アドバイザー会議

(3) 現地視察などのスケジュール

採択事業に対して実施した、ふるさと財団による進捗管理のための現地視察などのスケジュールは以下のとおりである。

採択事業の現地視察など

時期		訪問先地域・内容
平成24年6月	7・8日	富山県立山町、事業実施計画の確認・協議
6月	13・14日	北海道中標津町、事業実施計画の確認・協議
6月	20・21日	青森県大鰐町、事業実施計画の確認・協議
6月	26・27日	愛媛県今治市、運営協議会参加、事業実施計画の確認・協議
7月	5・6日	秋田県大館市、事業実施計画の確認・協議
7月	9・10日	熊本県阿蘇市、事業実施計画の確認・協議
7月	17・18日	愛知県新城市、実行委員会など参加、事業実施計画の確認・協議
7月	24・25日	宮城県涌谷町、市民啓発講座参加、進捗状況確認
7月	26～28日	鹿児島県薩摩川内市、事業実施計画の確認・協議
8月	1・2日	宮城県綾町、事業実施計画の確認・協議
8月	6・7日	熊本県上天草市、意見交換会参加、事業実施計画の確認
8月	7・8日	青森県佐井村、事業実施計画の確認・協議
9月	10日	岩手県金ケ崎町、研究会参加・進捗状況確認
10月	22・23日	愛媛県今治市、運営協議会参加・進捗状況確認
10月	31日	宮城県涌谷町、検討会議参加・進捗状況確認
11月	8・9日	青森県佐井村、ワークショップ参加・進捗状況確認
11月	21・22日	青森県大鰐町、ワークショップ参加・進捗状況確認
11月	29・30日	愛知県新城市、事業実施状況など確認
12月	3・4日	富山県立山町、インターカレッジ・コンペティション傍聴・状況確認
12月	5日	岩手県金ケ崎町、アスパラ焼試食会兼お披露目・進捗状況確認
12月	6・7日	北海道中標津町、成果報告会参加・進捗状況確認
12月	8日	宮城県綾町、地域のおもてなしイベント参加・進捗状況確認
12月	12～14日	鹿児島県薩摩川内市、事業進捗状況確認
12月	20・21日	熊本県上天草市、検討会議参加・進捗状況確認
平成25年1月	13・14日	秋田県大館市、シンポジウム参加・進捗状況確認
1月	22・23日	熊本県阿蘇市、事業進捗状況確認

2-2. 相談事業の内容

(1) 地域再生に関する情報発信・共有のための会議（地域再生セミナー）

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

	開催時期	開催場所：テーマ
1	平成24年8月17日（金）	兵庫県朝来市：「誇りが持てる地域となるために」
2	9月18日（火）	栃木県宇都宮市：「地域コミュニティを活かした集落再生」
3	10月10日（水）	大分県別府市：「日本一のおんせん県おおいた ♪ 味力も満載」

(2) 地域再生に関する調査（短期診断）

市区町村が、地域再生マネージャー等を活用する際に必要なマニュアルの作成を行うため、以下の4県8か所に、地域再生マネージャー等を2泊3日で派遣する短期診断を実施した。実施スケジュールは以下のとおりである。

	実施時期	実施場所
1	平成24年6月27～29日	岩手県二戸市
2	10月31日～11月2日	兵庫県朝来市
3	11月7～9日	兵庫県神河町
4	11月14～16日	兵庫県加東市
5	11月26～28日	栃木県那珂川町
6	12月17～19日	大分県津久見市
7	平成25年1月9～11日	栃木県那須塩原市
8	1月28～30日	大分県佐伯市

第2章

助成事業の取組み

1

採択事業の特徴など

本年度の採択事業の抱える地域課題や対応する分野・テーマは多岐に及んでいる。取組分野について、「ものづくり」「観光・交流」「場づくり・人材育成」「流通・販売」という形で分類をして整理を行うと、以下のように複数の分野にまたがった取組みが行われている。最も多いのは「場づくり・人材育成」に関する取組みであり、「ものづくり」「観光・交流」といった分野の取組みも多い。また、備考に示しているように広域展開での事業実施、高齢化社会の到来を見据えた健康まちづくりという観点での取組み、「地域おこし協力隊」の支援・マネジメントを行う取組み、22戸という小規模や集落を対象に交流モデルを構築しようとする取組みなどの特徴的な事業もあった。

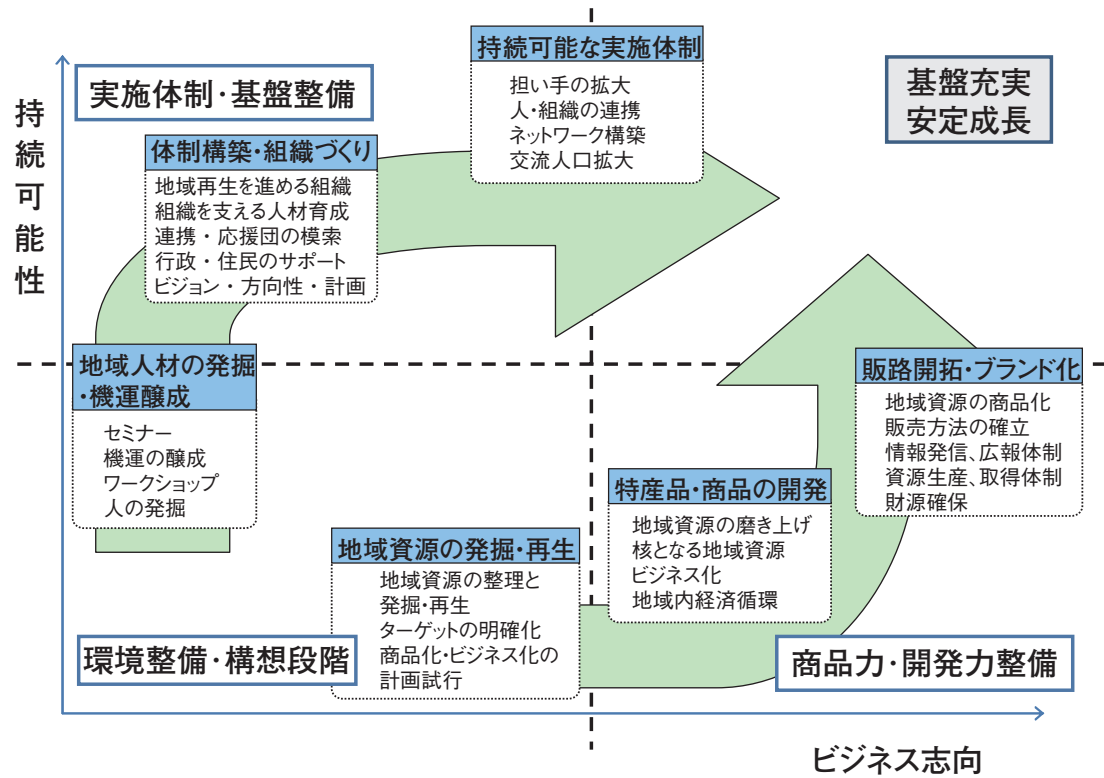
また、地域としては、東北地方、九州地方の事業が多かった。

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
北海道	北海道中標津町		●	●		広域展開
東北	青森県大鰐町	●		●	●	
東北	青森県佐井村	●		●	●	
東北	岩手県金ケ崎町	●				
東北	秋田県大館市	●	●	●		
東北	宮城県涌谷町	●		●		健康まちづくり
北陸	富山県立山町		●	●	●	(継続事業)
中部	愛知県新城市			●	●	広域展開
四国	愛媛県今治市	●		●		「地域おこし協力隊」支援
九州	熊本県阿蘇市		●	●		(継続事業)
九州	熊本県上天草市	●	●	●		国際6次化
九州	宮崎県綾町		●	●		小規模集落再生
九州	鹿児島県薩摩川内市	●	●			

採択事業においては、「場づくり・人材育成」に関する取組みが多いことから想定されるように、環境整備・構想段階にある事業が多かった。ただし「持続可能性」「ビジネス志向」の軸について、同じ事業の中でも地域での取組みの熟度の違い、目指す方向性の違いなどもあり、必ずしも1つの事業を1つのステージに位置づけられない状況となっている。

事業を進めていく上で重要となる2つの軸が、上述の「持続可能性」「ビジネス志向」である。地域における人材発掘・機運醸成を行い、人材を育成しながら地域住民を巻き込み、持続的な取組みを行うことのできる組織を構築していき「持続可能性」を強化していく軸と、地域資源を発掘、再評価しながらマーケットを見据えて地域資源を磨き上げつつ商品化を行い、情報発信やブランド化などを発展させてビジネスとして成立させていく「ビジネス志向」を強化する軸である。「持続可能性」の軸に沿った取組みとしては、セミナーやワークショップを通じた「地域人材の発掘・機運醸成」が図られ、そこから発展して「地域を支えていく体制・組織づくり」などが行われた。さらに、本事業の中では、自ら取組んでいける組織へのステップアップなど「持続可能な実施体制」の整備という取組みが進められた。「ビジネス志向」の軸に沿った取組みとしては、初期段階での地域資源の再評価やビジネス化へ向けた初期の検討な

どの「地域資源の発掘・再生」へ向けた動きがあった。また、地域資源を磨き上げ、どのように地域内に経済循環させるのかというビジネスモデルを描き、具体的なモノを作り上げていく「特産品・商品の開発」の取組みも行われた。さらに作り上げた商品への付加価値づけ、マーケティングを行っていく「販路開拓・ブランド化」といった取組みも行われた。



2 個別事業の取組概要

以下、平成24年度の13採択事業の取組概要について、背景・目的と実施内容、実施体制などと主な成果と課題、及び採択事業を担当したマネージャーからのコメントについて整理を行った。

市区町村	事業名
北海道中標津町	エリアラッピング型・中標津町観光ブランド形成の可能性検討調査事業
青森県大鰐町	大鰐温泉もやしブランド化推進事業
青森県佐井村	佐井村特産品開発支援事業～ヒトとモノが共創した特産品で村をPR
岩手県金ケ崎町	金ケ崎町特産品開発・ブランド化プロジェクト事業
宮城県涌谷町	生薬の加工・商品化を通じた健康まちづくり
秋田県大館市	大館発！元気プロジェクト
富山県立山町	清流と雪の大谷の立山・地域ブランド構築事業
愛知県新城市	奥三河連携木の駅プロジェクト ～森林と地域通貨を利用した地域再生プロジェクト～
愛媛県今治市	しまなみ海道人材育成・活性化支援事業
熊本県上天草市	国際的6次産業創出・観光再生・地域人材育成事業プロジェクト
熊本県阿蘇市	阿蘇市観光地域づくり事業
宮崎県綾町	守りながら知ってもらおう・来てもらう「倉輪地区（集落）」の挑戦 ～わくわく・くらわ 隠れ里プロジェクト～
鹿児島県薩摩川内市	薩摩川内市ぽっちゃん計画プロジェクト

2-1. 北海道中標津町

「エリアラッピング型・中標津町観光ブランド形成の可能性検討調査事業」

<事業概要>

■事業名	エリアラッピング型・中標津町観光ブランド形成の可能性検討調査事業
■総事業費	10,500千円
■助成申請額	6,938千円
■地域再生マネージャー等	菅野剛（株式会社TAISHI）

<自治体概要>

■人口	23,982人（国勢調査人口：平成22年10月1日）
■面積	684.98km ² （平成22年10月1日現在）
■人口密度	35.0人/km ²
■標準財政規模	8,527,961千円（平成22年度市町村財政状況調）
■財政力指数	0.36（平成22年度市町村財政状況調）
■経常収支比率	87.2%（平成22年度市町村財政状況調）
■担当課室	中標津町経済部経済振興課

（1）事業の背景と目的

a. 事業の背景

中標津空港を有する中標津町は、道東における交流・物流の中心であり、基幹産業である酪農業は、全国でもトップクラスの品質を誇る生乳を日々生産している。また、商圏人口が人口の2倍以上である商工業は、町内だけでなく周辺エリアを支える産業に成長し、開陽台からの眺望、養老牛だけでなく市街地でも楽しめる温泉など、中標津が誇れる「地域ブランド」が存在する。

これらの地域ブランドを活かし、交流人口拡大による地域経済の活性化を達成するには、マーケットへの「可視化」が早期に達成すべき目標となっている。

これまで、域内にて町民を中心に賑わいを提供してきた観光協会の役割を新たに、交流人口拡大の推進とし、観光の産業化に向けたフロント組織としてリーダーシップを取ることを検討している。

b. 事業の目的

北海道トップクラスの酪農業、周辺市町村を商圏とした商業や空港を持つ拠点都市としての優位性を活かし、圏域観光の持続発展的な産業構造の確立を目指す。その具体的な手法としては、現在、中標津町に事務局を置く観光協会を営利組織として独立化を図り推進にあたる。中標津町の目指すべき姿である観光産業による新たな経済循環を創出する拠点都市として、来るべき人口減少社会における圏域の自立に向けた可能性を探る。

(2) 事業実施内容

中標津町を中心とした広域観光、ブランド形成を図るために、次の取組みを行う。

a. 中標津町を中心とした圏域の観光資源の抽出と整理編集

地域、研究者、販売事業者などで組成された委員会を設置し、資源のストーリー化に向けたワークショップを開催し、中標津町を拠点とした観光モデルルートの開発及び観光資源情報発信ツールを作成する。

b. エリアパッケージモデルによる圏域のブランディングの可能性調査

モニターツアーを実施するとともに、首都圏、札幌圏及び観光客を対象としたアンケート調査を実施することにより、圏域の観光資源価値を把握する。

c. 地域及び周辺市町村の合意形成の促進

モニターツアー及びアンケート調査結果を活用した事業報告会を開催し、地域及び周辺市町村との合意形成を図る。

d. 観光協会独立化に向けた事業計画案の策定

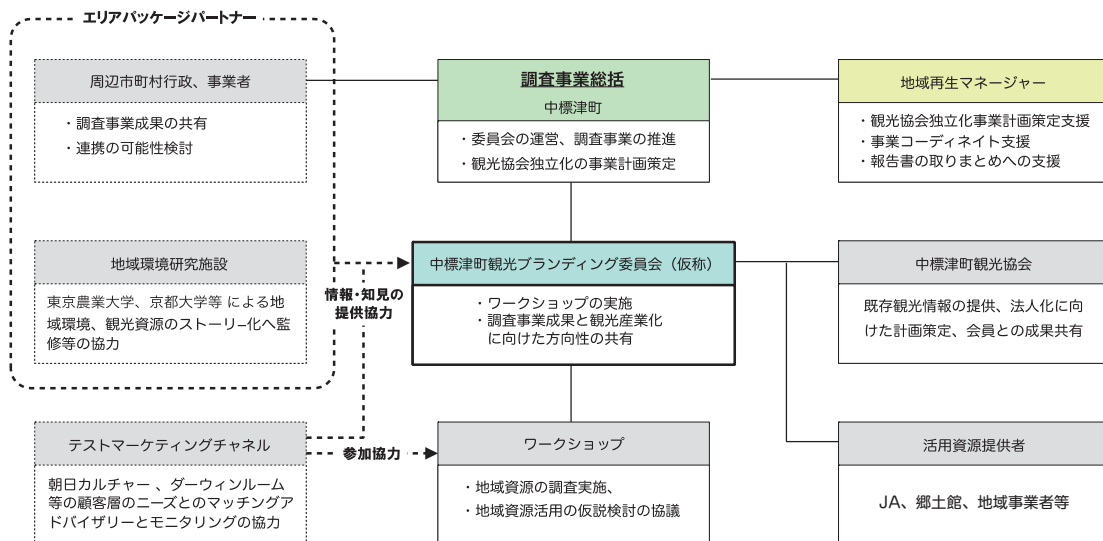
本調査により把握できた中標津町及び圏域の観光資源を有効活用した事業性の高いビジネスモデル確立に向けた観光協会の事業計画案を策定する。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

中標津町経済部経済振興課観光振興係が窓口となり、調査検討の推進体制として、当町の観光施策推進に一体となり取り組んでいる「中標津町観光協会」と連携し事業を進める。

中標津町を拠点にエリアをパッケージ化した連携モデルによる観光振興策の可能性の実態把握と周辺地域との合意形成の達成により、周辺市町村との連携体制を整備する。



b. 地域再生マネージャー等の役割

地域内を中心に議論されてきた観光資源を可視化し、資源価値の検証に向けたモニター事業の実施にあたっての助言及び執行支援を行い、その検証結果をもとに周辺地域との合意形成に向けた推進支援を行う。

また、これらを踏まえて、圏域の観光振興方策を主体的に推進する事業会社として観光協会の独立化を図るうえでの、事業計画策定に向けた助言及び支援を行う。

(4) 事業実施スケジュール

a. 主な活動内容

中標津観光ブランディング検討委員会を設置し、3回の委員会を開催した。また、ワークショップにおいて、モニターツアーの観光モデルルートの検討を行った。

モニターツアー及びアンケート調査を実施し、観光資源の価値を検証し、この結果を踏まえて、圏域内の市町村向けに事業報告会を開催し、広域連携に向けた合意形成を図った。

これらの検討成果をもとに、観光協会独立に向けた事業計画案の策定を行った。

b. スケジュール

月	取組み実施内容	
5月	14・15日	中標津町観光協会総会、第1回中標津町観光ブランディング検討委員会の開催
	24・25日	可能性検討地元ワークショップ事前打合せ、中標津町資源ヒアリング及び町内視察
6月	12～14日	ワークショップ事前打合せ、可能性検討地元ワークショップ
	28・29日	第2回中標津町観光ブランディング検討委員会事前打合せ、中標津町内乳製品取扱事業者ヒアリング及び視察
7月	9日	第2回中標津町観光ブランディング検討委員会
	17・18日	モニターツアーなどの事前打合せ及び地域資源チェック
8月	1・2日	モニター事業の進捗報告、調整事項の擦り合せおよびアンケート調査などの進捗報告
	27日	モニター事業の打合せ
9月	4～6日	モニター事業及び講座の事前打合せ
	13日	中標津町観光の魅力把握調査
	20日	中標津講座の実施（朝日カルチャーセンター）
	21～23日	“開拓史から酪農の発展に触れる旅”モニターツアーの実施
10月	2日	中標津町観光協会役員会
	29日	第3回中標津町観光ブランディング検討委員会
11月	5日	新・地域再生マネージャー事業 マネージャー報告会
12月	6・7日	事業報告会

(5) 取組み概要



(6) 主な成果

a. 地域、研究者、販売事業者などで組成した可能性調査としての委員会設置

これまでに計3回の委員会を開催した。第1回委員会では地域資源の強みについて、第2回委員会では「酪農」を軸とした観光についての検討、第3回委員会では乳製品を使った特産品や体験施設の充実などの課題、中標津町観光協会のあり方について議論した。

b. マーケット視点を取り入れた、観光情報発信ツール（マップ・ポスターなど）の制作

モニターツアーの事前学習と位置づけた朝日カルチャーセンターでの講座と、モニターツアーにおける生態系講座に使用する解りやすいテキストブックが完成した。

整理した地域資源をマップにプロットし、市街地を周遊可能なドライブマップと町内中心部を散策するためのフットパスマップを開発した。

テキストブック



ドライブ&フットパスマップ



c. 中標津町を拠点とした観光モデルルートの開発

町内で実施したアンケート調査結果からは、中標津町に立ち寄る観光客の半数以上が、知床エリアを目的としていることが明らかになった。そのため、羅臼町と中標津町を結ぶ観光モデルルートの開発を進めている。

d. エリアパッケージモデルによる圏域ブランディングの可能性調査

首都圏8名・札幌圏6名の合計14名が参加し、2泊3日の行程でモニターツアーを開催した。参加者の事後アンケートでは、ツアーで企画したプログラム全てに高い評価を得ることができた。

講座の開催



モニターツアーの実施



e. 首都圏、札幌圏及び観光客を対象とした圏域の観光資源価値の実態把握に向けたアンケート調査の実施

中標津町内475サンプル、札幌圏296サンプル、首都圏338サンプルの合計1,109サンプルから中標津町観光の魅力进行调查・分析することが出来た。

f. 地域及び周辺市町村の合意形成の推進

エリアラッピング事業（略称）は第1段階の連携範囲を根室管内1市4町（根室市・別海町・中標津町・標津町・羅臼町）とし、事業成果の共有により、構想への合意形成までは達成した。

g. 観光協会法人化に向けた事業計画案の策定

これまでの調査事業から収集したデータを元に役員会にて方向性を共有した。観光協会の3本柱を“酪農文化の推進（チーズを核とした事業）”“スポーツ・コンベンションの誘致拡大（MICE事業）”“教育旅行を核とした団体旅行誘致事業”として、次年度以降の具体的なアクションプランを検討することとした。

(7) 今後の課題、次年度以降の取組み

連携対象市町村共通の成果目標である地域への利益誘導（観光客誘致）を明確化出来ないことが課題として顕在化した。また、集客実績のない現状においては、将来に渡る経済効果の予測を連携対象市町村に示すのは困難であり、段階的な解決手段を持って目指すべき連携体制を

確立することが本事業実施の結論となった。

次年度以降は、本事業の成果として見えてきた可能性と課題を元に、エリア独自の観光客誘致モデルを確立し、エリアラッピング構想に基づき、連携体制構築の具体化に向けた成果づくりを展開するものとする。

(8) マネージャーコメント

“エリアラッピング構想”の実現に向けて



株式会社TAISHI 菅野 剛

■ “エリアラッピング構想”の実現に向けて

本事業実施の背景には、人口減少が進む圏域の新たな産業構造を確立する上で、観光振興により交流人口を拡大し、新たな経済潮流の創出に向けて、2010年より、事業を主体的に展開可能な観光協会の法人化を進めてきたことにある。

周辺地域と連携し、圏域における共通ブランド確立を目指す“エリアラッピング構想”は、中標津町が観光協会を法人化するにあたって必達の事項であり、それが個人旅行化した観光マーケットにおける成功条件と捉えている。

一方、連携に向けて同様の課題を持つ多くの地域が、様々な試みを行っているが、依然として明確な成功モデルは確立されていないのが現状と言える。

その実現にあたって、重要な要素として挙げられるのが、連携地域間での成功体験の共有であり、目に見える成果を段階的に生みだし、成功イメージを創り出す事こそが、エリアの強みを有効に活用する事へ直結すると考える。したがって、“エリアラッピング構想”は、マーケットに対して訴求力の高い資源を抽出し、地域における新たな観光誘発の実現がファーストステップと位置づけている。

今年度は、アンケート調査から中標津町と周辺地域の持つ観光資源の可能性や課題を抽出し、マーケットニーズやウォンツの把握に注力した。その結果、“エリアラッピング構想”の中標津町と隣接する別海町における主要産業である酪農の優位性を活かした事業展開が有望として、一定の方向性づくりに成功した。

また、これまで圏域では実現できなかった、共通ビジョンを示すための、会議の場を設置し、大きく一歩前進することが出来た。

■ 酪農景観を最大限に活用した“ロングトレイル”の注目が高まる。

新たな観光プラットフォームとして期待が高まるロングトレイルは、中標津町の民間事業者が主体となり独自で、開発を進めているが、注目を集め始めている。例えば、日経トレンディの2013年ヒット予測ランキングで1位になるなど、観光業界における新たな潮流として期待が高まっているところだ。中標津町を中心にルートが整備されている、ロングトレイル“北根室ランチウェイ”は、同誌にも採り上げられるなど、最近ではメディア露出が増え注目を集めている。更に2013年10月には“日本ロングトレイル協議会”が主催する全国大会の実施も予定されており、大きな展開が期待されている。

しかし、観光後発地である中標津町においては従来の商業観念に当てはめるとロングトレイルの開発が直接的な経済効果を創出するイメージが難しく、町全体での理解は深まってこなかったのが実情である。2013年は、外部からの評価が高まりつつあることで大きな転換期を迎える事を期待している。

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

2-2. 青森県大鰐町

「大鰐温泉もやしブランド化推進事業」

<事業概要>

■事業名	大鰐温泉もやしブランド化推進事業
■総事業費	6,465千円
■助成申請額	4,315千円
■地域再生マネージャー等	三上亨（青森コミュニティビジネス研究所） 伊豆川嘉規（伊豆川事務所） 坂田啓一（坂田啓一税理士事務所）

<自治体概要>

■人口	10,978人（国勢調査人口：平成22年10月1日）
■面積	163.41km ² （平成22年10月1日現在）
■人口密度	67.2人/km ²
■標準財政規模	3,991,161千円（平成22年度市町村財政状況調）
■財政力指数	0.23（平成22年度市町村財政状況調）
■経常収支比率	82.0%（平成22年度市町村財政状況調）
■担当課室	大鰐町企画観光課

（1）事業の背景と目的

a. 事業の背景

大鰐町の人口は、平成22年の国勢調査では10,978人で、一貫して減少傾向となっており、この30年間に5,334人減少（減少率32.7%）している。平成22年の高齢化率は33.5%となっている。

昭和62年に始まったリゾート開発の失敗により、町は平成9年に約90億円の負債を損失補償することとなった。結果として、自治体財政健全化法により平成21年から財政健全化団体となった。こうした状況が、町財政を圧迫すると同時に、産業活動停滞の要因にもなっている。大鰐町の事業所・従業者数は、平成3年に666事業所・4,033人であったが、平成23年には484事業所・3,134人にまで落ち込んでいる。大鰐町は、「人口減少→地域活力の低下→閉塞感の広がり」といった悪循環に陥っている。

こうした悪循環を好循環に転換するためには、行政に依存するだけでなく自律的な意思決定をしながら行動できる民間団体が育つことが求められている。地域に新しい信頼関係を醸成した上で、地域の多様な主体が協働・連携して地域づくりを進め、合わせてビジネスを起こすことを目指している。そうした取組みの結果として「自立して稼げる地域」になることを実現したい。

厳しい現状の中でも、平成19年に「OH!!鰐元気隊」がまちづくり活動を開始し、元気隊を母体として設立された「プロジェクトおおわに事業協同組合（以下、プロジェクトおおわに）」が指定管理業務を受託し、赤字施設だった「鰐come」の黒字化を成功させるなど、民間団体が主導した形で行政や他団体と協働・連携する動きもみられるようになってきた。「プロジェ

クトおおわに」は、「鰐come」が町直営時の40人の職員を継続雇用し、さらに9名の新規雇用に創出している。

また、「プロジェクトおおわに」は地場企業との連携した鰐comeプライベートブランドや「大鰐温泉もやし組合」と連携した後継者育成事業などに取組んでおり、地域住民・関係団体を巻き込んだ、さらなるビジネスの創出が期待される。大鰐町には規模の大きな製造業などがあるわけではないので、こうした地域資源を活用した6次産業化や着地型観光の取組みを着実に進めていくことが、地域再生を進める上で非常に重要だと考えている。

b. 事業の目的

本事業の目的は2つある。

1つは、「自立して稼げる地域」実現への1つのプロセスとして大鰐温泉もやしブランド化推進に取組むことである。

具体的には、「大鰐温泉もやし」に携わる関係機関が連携し、生産体制の確立、加工品の開発、販路の拡大などに取組むことである。加工品開発・販路拡大は、数値目標を掲げ具体的な成果を上げることが目標である。町特産品の核として「大鰐温泉もやし」のブランド化を強力に推進し、そこから「大鰐ブランド」を確立していくための大きなステップにしたいと考えている。こうした取組みを通して、新たな雇用を創出し、町を活性化させることを目指している。

もう1つは、民間団体が主導して行政や他団体と協働・連携しビジネスを起こし雇用を創出できる体制・ネットワークを構築することである。

具体的には、大鰐温泉もやしブランド化推進委員会の開催などを通じて、地域としての目標を確認し、ブランド化に向けた各主体の合意形成をするとともに、地域全体での取組みとしての機運を高めることである。

(2) 事業実施内容

a. 大鰐温泉もやし活用新商品開発

大鰐温泉もやしキムチ、大鰐温泉もやしナムル、大鰐温泉もやし鍋（3種類）、大鰐温泉もやし御膳の新商品を開発した。

売店において大鰐温泉もやしキムチ、大鰐温泉もやしナムルの試験販売を行っている他、レストラン「花りんご」で大鰐温泉もやし御膳を提供している。

b. 大鰐温泉もやし首都圏販路開拓

生産者が自立できる価格を目標に買い取り、首都圏の高品質小売店や高級飲食店をターゲットにした販路開拓を行った。

c. 大鰐ブランド首都圏販路開拓

大鰐温泉もやしだけでなく、町の優良な特産物である大鰐高原野菜・大鰐高原りんごなどの首都圏販路開拓を行った。大鰐温泉もやしとの相乗効果で大鰐町の知名度アップと大鰐ブランドの浸透を目指した。

d. 他地域との連携も含めた魅力あるイベントの開催

他地域の団体とも連携しながら、首都圏との交流会、「海の幸」・「山の幸まつり」 in 鰯 come、「大鰯温泉もやしまつり」で新商品お披露目会を開催した。

e. 大鰯温泉もやしブランド化推進委員会（4回／年）の開催

町、「大鰯温泉もやし組合」、「プロジェクトおおわに」などでブランド化推進委員会を立上げ、地域としての今後の目標を確認し、具体的な取組みを実践していくこととした。

	開催期日	検討内容
1	7月17日（火）	大鰯温泉もやしの生産体制、販路開拓、新商品開発及び今後の進め方について協議
2	9月20日（木）	「地域づくりと地域ブランド化の動きについて」の講演と生産者との意見交換
3	11月22日（木）	大鰯温泉もやしのブランド化に向けて現状と課題、課題解決の方向性について協議
4	2月 7日（木）	ブランド化に向けた地域目標と実践に関し合意形成

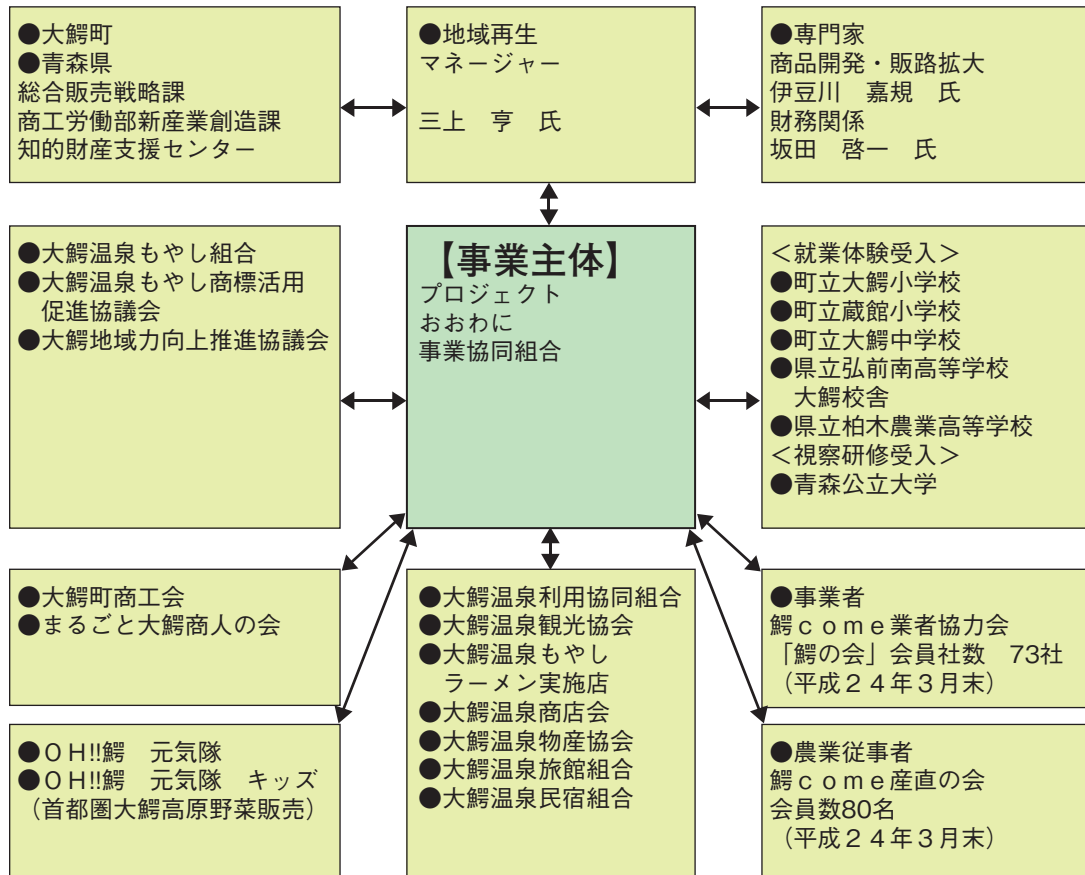
f. 経営サポート会議の開催

大鰯温泉もやしを活用した新商品開発、大鰯温泉もやしを含む地域特産物の販売促進、ブランド化推進委員会での合意形成などのテーマを中心に経営サポート会議を開催した。併せて、理事及びスタッフのスキルの向上に関するアドバイスをを行った。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

事業主体である「プロジェクトおおわに」が、地域再生マネージャー等との協議やアドバイスを受け、町や関係する団体などと連携を取りながら主体的に事業を進めていった。



b. 地域再生マネージャー等の役割

経営サポート会議、大鰐温泉もやしブランド化推進委員会及び関係機関との連携など事業全体に係わる方向性と企画、進行状況管理と専門家のコーディネート、地域連携・組織強化におけるアドバイスを担い、本事業実施のキーパーソンとしての役割を果たした。

特に、「大鰐温泉もやし生産組合」の組合長にブランド化推進委員会への参加を促し、これまで、公式の場で発言する機会があまりなかった組合長や生産者たちが考えていることを引き出し、生産者、「プロジェクトおおわに」、町の3者の合意形成に向けた意見交換をすることができたことにより、大鰐温泉もやしブランド化が進展していくきっかけができた。

(4) 事業実施スケジュール

月	取組み実施内容	
5月	20・21日	経営サポート会議の実施
6月	20・21日	地域総合整備財団、大鰐町との打合せ、経営サポート会議の実施
7月	17～19日	大鰐温泉もやしブランド化推進委員会、経営サポート会議の実施
8月	12日、22・23日	「海の幸」・「山の幸」祭りプレイベント、経営サポート会議の実施
9月	18～20日	大鰐温泉もやしブランド化推進委員会、経営サポート会議の実施
10月	17・18日	経営サポート会議の実施
11月	21・22日	大鰐温泉もやしブランド化推進委員会、経営サポート会議の実施
12月	9日、19～21日	「海の幸」・「山の幸」祭り、経営サポート会議、大鰐温泉もやし祭りの実施
1月	16・17日	経営サポート会議の実施
2月	7・8日	大鰐温泉もやしブランド化推進委員会、経営サポート会議の実施

(5) 取組み概要



(6) 主な成果

a. 大鰐温泉もやし活用新商品開発（目標5件：実績6件）

外部専門家の伊豆川氏の友人の無添加キムチのたれなどの製造販売事業者の指導を受けて「大鰐温泉もやしキムチ」、「大鰐温泉もやしナムル」を開発した。新商品は、それぞれ「金キムチ」「吟ナムル」とネーミングし、12月下旬から「鰐come」で試験販売を開始した。

また、「鰐come」内の飲食店「花りんご」の料理長を中心に「大鰐温泉もやし御膳」、「大鰐温泉もやし鍋」を開発し、前者は、「花りんご」において7月下旬から提供しており来店客の評

判も上々である（販売実績223食、263,140円）。後者は12月の「大鰐温泉もやし祭り」でお披露目したが、味を味噌、醤油、トマトスープの3種類にすることとして、味の最終調整をしている。

大鰐温泉もやし御膳



吟ナムル



b. 大鰐温泉もやし首都圏販路開拓（目標10件、実績25件）

新規の取引先の目標を10件としていたが、外部専門家の伊豆川氏からの助言・協力を得て、副理事長とスタッフが中心となり25件の開拓に成功した。11月下旬から1月末の出荷は、2,993把、823,075円となっている。

また、伊豆川氏は、関西圏にも高品質小売店、高級飲食店との人的ネットワークを有しており、今後、確保できるもやしの数量をにらみながら、京都、大阪などの関西圏も視野に入れて営業活動を展開することとしている。新規開拓先は以下のとおり。

伊勢丹新宿店、AEN（あえん）、いろり家東京銀座店、ヒカリエd47MUSEUM、てっぺん渋谷女道場、GOHAN、居酒屋てっちゃん、山さき、ごち、北町善知鳥、跳人、味泉、なみへい、あおもり湯島、高島屋玉川店、温野菜、ペニンシュラホテル東京、ナチュラルアート、アンディアーモ、ヒルズクラブ、福田屋百貨店、八木橋百貨店、大丸百貨店、すき焼きのちんや、モスフードサービス

c. 大鰐ブランド首都圏販路開拓

催事への出展依頼が増えている大鰐温泉もやしの生産が間に合わない時期もあった（催事：8回、売上金額4,890,560円）。首都圏以外では、京都大丸からの依頼があり出展した（10月）。

d. 他地域との連携も含めた魅力あるイベントの開催

・首都圏団体との交流会の開催

当初は、スカイプを利用しての乾杯大会を計画していたが、10月7日（日）、鰐comeレストラン「花りんご」に東京の青森居酒屋「りんごの花」の常連客や本県出身者が訪れ、直接の交流会を実施した。距離を置いた交流とは格段に違う親密さや共有感を味わうことができた（参加者数首都圏側：4名、大鰐町側：9名）。

・第1回 海の幸・山の幸まつりin鰐comeの開催

12月9日（日）深浦町、横浜町、八戸市、五所川原市など8市町村の14団体がそれぞれの地元の産品を販売した（出展団体：14団体、売上金額：1,811,952円）。

祭りを盛り上げるため、津軽三味線の生演奏が披露され、訪れた客に大変、喜んでいただけた。「鰐come」には、冬場としてはかつてないほどの客の入込がみられた（入館者数2,221人）。

また、そのイベントとして8月12日（日）に深浦町水産物及び加工品の店頭販売を実施した。山の町である大鰐町では海産物は人気があり、マグロの解体ショーを行ったところマグロは即座に売り切れ、本番に向けての自信につながった。

・大鰐温泉もやし祭りの実施

12月21日（金）、役場や町内の関係団体、生産者など40人に参加いただき、「大鰐温泉もやし祭り」を開催した。「大鰐温泉もやしキムチ」、「大鰐温泉もやしナムル」や「大鰐温泉もやし鍋」などを賞味していただいたところ、参加者からは「こうした食べ方はかつて経験したことがない。とてもおいしい」「大鰐温泉もやしの価値を見直した」など大鰐温泉もやしやそれを利用した料理などに対し、評価する声が多く寄せられた。

e. 大鰐温泉もやしブランド化推進委員会の開催（目標4回：実績4回）

大鰐温泉もやしブランド化に向けて、生産者、町、「プロジェクトおおわに」、県（総合販売戦略課、新産業創造課知財センター）、地域再生マネージャー等などが一堂に会して意見交換や情報交換を行う場の設定は初めてのことであった。

350年の伝統を誇る「大鰐温泉もやし」であるが、地元の人々にとってあまりにも身近な食材であったために、「大鰐温泉もやし」が本来もっている価値に対する認識が、生産者はもとより関係者も十分でなかった。

地域再生マネージャー等の町外の人たちの意見は、地元の人々にとって新鮮で説得力を持つものであった。さらに委員会での真摯な意見交換により、地元関係者もようやく「大鰐温泉もやし」の持つ本来的価値を理解するようになり、生産量拡大の必要性や生産体制の整備、さらには需給調整などへの理解が進み、推進委員会のメンバーを中心にブランド化に向けての課題解決に対する意欲が喚起された。

第4回委員会では、地域としての目標が確認され、来年度も引き続きブランド化推進委員会を開催し、具体的な実践をしていくことで合意形成した。

f. 経営サポート会議の開催

地域再生マネージャーや専門家より経営サポートを受けることにより、大鰐温泉もやしブランド化へ向けた課題及び課題解決の方向性、具体的なブランド化実践について、理事・職員が理解を深めることができた。併せて、まちづくり会社の理念や経営改善に関しても学ぶことができた。

まちづくり会社としての「プロジェクトおおわに」は、「大鰐町を元気で希望ある町にする」ことを使命としているが、そのためには、自身の経営安定化・経営の黒字化が最低限の条件となる。職員自身が目先の業務、部門の利益などのみにとらわれず、客観的な現状把握を行い、優先順位づけをして戦略的組織運営をしていくことが必要である。本会議を通して組織として、部門ごとの予算や実績数値の把握はある程度正確にできるようになってきており、改善す

べき課題やその優先順位についての判断ができつつある。

経営数値を正確に把握することによって、大鰐温泉もやしをはじめとする町の産品を町内外に売り出すことの重要性がますます浸透し、同時に大鰐温泉もやしブランド化推進事業の必要性や重要性についても肌で実感できるようになってきている。

g. 地域団体商標の登録

「大鰐温泉もやし生産組合」や町などとの合意形成の上で、「プロジェクトおおわに」が2011年6月大鰐温泉もやしの地域団体商標登録の出願をし、2012年6月登録が認められた。

出願に当たって、町、大鰐温泉もやし生産者、「プロジェクトおおわに」の他、町内の主な団体も加わり、大鰐温泉もやし商標活用推進協議会（会長：町農林課長）が組織された。1月には、「プロジェクトおおわに」が提案したロゴマークを協議会で会員が積極的に活用することが確認された。また、会員の大鰐町温泉利用組合の委員から「運営費も必要になるだろうから会費を集めたほうがいいのではないか」という前向きな意見も出され、地域全体で温泉もやしのブランド化を進められる機運が生まれつつある。

(7) 持続的発展へ向けた課題、今後の取組み

大鰐温泉もやしブランド化に向けた最大の課題は、「大鰐温泉もやし」の生産量が過少であることと価値通りの価格で販売されていないことである。生産については、従来のもやし生産者の家族以外の後継者が育成されるなど生産量の減少傾向に歯止めがかかり、増加傾向に転ずる可能性が大きくなった。また、大鰐温泉もやしの生産者販売価格、出荷基準などについて、生産者、「プロジェクトおおわに」、町がそのルールについて協議する場を設けることで合意し、継続的に取組むこととなった。

本事業で主体となった「プロジェクトおおわに」は、まちづくり会社として自らを位置づけているが、地域再生を軌道に乗せていくためにも、自らの経営を安定させることが重要な課題である。戦略的な経営を実践するためには、本部機能として理事者の経営方針を噛み砕いた上で、各部門の職員が現場で取組んでもらう必要がある。そのために、2月1日から「営業推進室」という新たなセクションを発足させた。その中核を担うのは、経営サポート会議に毎月参加していた中堅職員であり、その場での学習や意見交換によって、まちづくりの意義や大鰐温泉もやしブランド化の重要性に対する理解を深めていった。同時に、経営数値の把握の仕方や営業活動を行う際の注意点などについても知識を積み重ねていった。ただ、営業推進室を担うための力量を十分身に付けているとは言えないので、今後も具体的に営業推進室の仕事をイメージできるような指導をしながら人材を育成する必要がある。

次年度以降、「大鰐温泉もやし」を本当の価値ある農産物として評価し、それに見合った加工・販売の仕組みを6次産業化構築事業として地域全体で創っていくことが重要な目標となる。こうした仕組みは、生産・加工・販売における一連の流れを近代合理的な仕組みにしていることが経済的側面では重要になるが、一方では、これまで大鰐温泉350年の歴史を守ってきたベテラン生産者たちの功績に敬意を表し、その伝統的価値を大切にしたい進め方が不可欠であることを忘れてはならない。来年度もブランド化推進委員会を継続して開催し、着実に6次産業化を推進していきたい。

(8) マネージャーコメント

新しい価値観とシステムで大鰐温泉もやしのブランド化推進を！



青森コミュニティビジネス研究所 三上 亨 (写真左)

伊豆川事務所 伊豆川 嘉規 (写真右)

大鰐温泉もやしブランド化の検討は、平成20年度の地方の元気再生事業が始まりであった。その当時のわれわれの問題意識は、「大鰐温泉もやし」が地域内で価値通り販売されていないこと、そのことにより生産者が専業で「大鰐温泉もやし」に取組めない環境にあったことである。

一方で、350年の歴史ある食材であること、マスコミの報道などで知名度が高まったことなどで「大鰐温泉もやし」のブランド化が可能な環境となり、「大鰐温泉もやし」を先兵とした大鰐ブランド推進を視野に入れることが可能な環境ができてきた。

実際の実績は、平成20年度から「プロジェクトおおわに」が、首都圏への出荷を開始し少しずつではあるが出荷先を開拓してきた。本事業では、新規開拓先10件の目標の2倍以上の成果を上げることができた。その結果、高級食材としての取引することに大きな手応えを感じることもできた。また、6次産業化につながる新商品の開発も成功することができた。

本事業では、地域再生マネージャーの三上亨が全体の戦略構築・コーディネート、外部専門家の伊豆川嘉規が販路開拓・新商品開発への支援を担当した。

ただ、首都圏への出荷が徐々に増えていったといっても首都圏向けの出荷は平成23年度で年間5700把（約1.7トン）程度であり、生産量が圧倒的に少ないのが現状である。

「大鰐温泉もやし」は一子相伝で伝承されてきた、ある意味地域の伝統文化である。しかし、「家族以外には技術を教えない」という習慣があり、後継者を育成するための新しい価値観やシステムが求められている。

「プロジェクトおおわに」としては、今後、地域のもやし生産者に寄り添い、若手生産者が専業でも暮らしが成り立つ価格で買い取りし、後継者を増やしていく条件を整えていこうと考えており、ブランド化推進委員会でそのことを表明している。一子相伝で続いてきた「大鰐温泉もやし」の生産であるが、現状のままでは、ますます増えていくと見込まれる需要に供給が追い付かないと、関係者が気付くようになった。そのため、生産方法についての生産者の考え方に変化の兆しが見えつつある。また、町においても、若手後継者育成や大鰐温泉もやし圃場整備の必要性に対する認識が本事業の進捗とともに強く認識するようになった。こうした3者の歩み寄りや努力が、本事業の最大の成果である。

今後、生産者・「プロジェクトおおわに」・町の3者が合意形成しながら、さらなるブランド化の推進をしていくことが期待される。また、そうした体制の整備と並行して、町内のさまざまな主体を巻き込み、「大鰐温泉もやし」を最大限活用した地域を挙げたまちづくりの活動が求められる。

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

2-3. 青森県佐井村

「佐井村特産品開発支援事業～ヒトとモノが共創した特産品で村をPR」

<事業概要>

■事業名	佐井村特産品開発支援事業～ヒトとモノが共創した特産品で村をPR
■総事業費	5,700千円
■助成申請額	3,800千円
■地域再生マネージャー等	山田里美(一般社団法人あおもりコミュニティビジネスサポートセンター) 亀田武嗣(一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会) 滝沢英哲(オステリア・デル・ボルゴ)

<自治体概要>

■人口	2,422人(国勢調査人口:平成22年10月1日)
■面積	135.03km ² (平成22年10月1日現在)
■人口密度	17.9人/km ²
■標準財政規模	1,649,605千円(平成22年度市町村財政状況調)
■財政力指数	0.11(平成22年度市町村財政状況調)
■経常収支比率	85.2%(平成22年度市町村財政状況調)
■担当課室	佐井村総務課

(1) 事業の背景と目的

a. 事業の背景

青森県佐井村は、下北半島の西側に位置し、津軽海峡に面している、人口約2,400人の南北に細長い村である。その歴史は慶長時代より始まり、現在の主な産業は第1次産業、特に水産業が基幹産業となっている。

佐井村における課題は、大きく分けると3つある。①人口減少については、自然減少の拡大もさることながら、働く場が少ない、地域業種が限定されているなどの要因による社会人口減少の拡大である。②基幹産業の衰退については、国の政策転換や漁業従事者の減少・高齢化による「捕りたくても捕れない」という状況と、魚や加工品のブランド力が弱く、販売システムが硬直化していることなどによる収入の低下など様々な課題がある。③財政状況の悪化については、人口減少や産業の衰退による税収の減少や、経常経費の増加が背景にあり、このままでは衰退の加速を招くばかりである。

平成22年度より、青森県による「生業づくりへの挑戦」の一環として佐井村の現地調査が実施され、牛滝地区住民によるワークショップを3回行った。その結果、女性7名が中心となり、平成23年6月に販売施設をオープン、加工品や乾物の販売をはじめた。7月からは佐井村第4次長期総合計画に基づき様々なプロジェクトを開始、その中では海産物オーナー制度や産直市の実証実験が行われるなど、地域内で様々な動きが出てきている。

このような一連の動きは、地域住民自ら行動し、実践したものである。先に述べた課題についての危機感に対して「とにかくやってみよう」という、住民の間にある機運を生かし、さらに地域内の協働と連携を進めることで、住民の自信と希望を取り戻す必要がある。

b. 事業の目的

本事業では、平成23年度に結成した、5つのプロジェクトチームのうち「漁業振興」と「産直市」を通じて地域外（特に首都圏）への販売を構築することが目的である。そのためには、地域外のニーズに対応できる人材の発掘と育成、付加価値のある商品の製造・販売を行う下地作りを目的とする。

その後、地域内で継続して製造、地域外へ販売できる仕組みを作ることで「佐井」ブランドのきっかけを作り、「佐井村」という名前を地域外に浸透させる。結果、域内での雇用や、地域内の経済活性化につながり、さらに、こうした商品を通じて、佐井村への興味から来訪につながり、交流人口の増加にも寄与すると考える。

(2) 事業実施内容

a. 検討会の実施

事業について村民への周知を図るため、村内のワーキンググループリーダーを中心とした委員会を結成し、最終報告会を行った。

b. 佐井村特産品開発支援事業「“あおい環” 戦略会議」の開催

村内における地域外との交流を担う人材の発掘を目指し、域外に関する勉強会を8回実施した。（各回のテーマは、事業実施スケジュール参照）

c. 特産品の開発

地元の第1次産品を利用した加工品を専門家のアドバイスに基づき、5品の試作を行った。

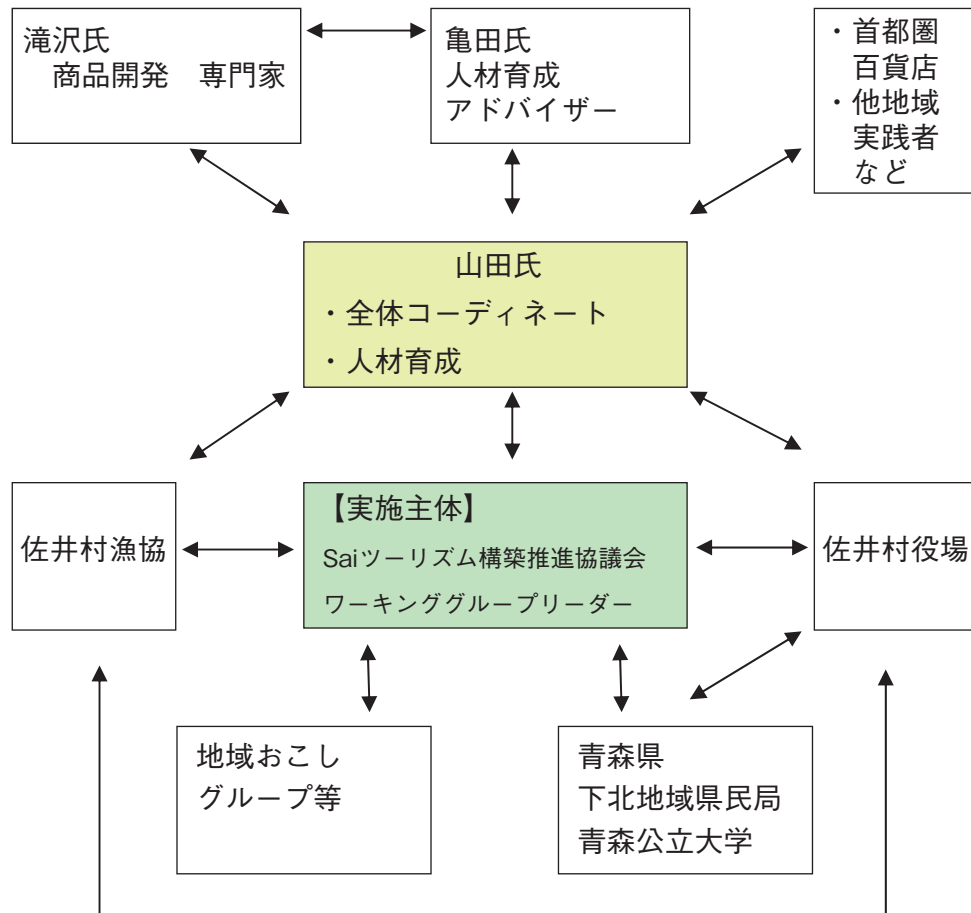
- ①鮑のコンフィ ②鮑の水煮 ③鮪のハム仕立て ④鱈の昆布締め ⑤ウニの磯炊き
①と②については、販売の方向で、現在東武百貨店品質検査室にて検査中である。

d. 開発商品のテストマーケティングの実施

開発した商品のテストマーケティングを実施した。プロ向けとしてはライター、飲食店経営者などを迎えて実施、18品について評価をいただいた。一般向けとしては、飲食店を貸切り、42名の方に評価をいただいた。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要



b. 地域再生マネージャー等の役割

1. 山田里美氏（一般社団法人あおもりコミュニティビジネスセンター理事・事業マネージャー）
事業全体の企画、進行管理、他専門家などの連携コーディネーター、テストマーケティングの進行管理を実施した。青森県内のコミュニティビジネスの創業・運営支援も行っていることから、今後のフォローも期待できる。
2. 亀田武嗣氏（一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会事務局長）
人材育成は、亀田氏を中心に実施した。同氏は、長崎大学のキャリア教育講師と首都圏百貨店のマーケティングアドバイザーの傍ら、全国各地の特産品の開発と販路開拓を行っていることから、県内だけではなく、首都圏や全国的な傾向を紹介、商品開発や販売の方法・考え方について参加者能力向上に貢献した。
3. 滝沢英哲氏（八戸市イタリア料理店「オステリア・デル・ボルゴ」オーナーシェフ）
県産食材に精通している滝沢氏は、村内設備を確認したうえで佐井村の海産物を中心とした加工品のレシピ作製を行った。また、加工例として4品の商品開発も実施した。

(4) 事業実施スケジュール

月	取組み実施内容	
6月	14日	商品開発 現地視察 漁協施設などの視察を行った
	21日	第1回人材育成講座 「コミュニティビジネスとは」
	25日	第2回人材育成講座 マーケティング「市場に受け入れられる商品とは」
	26日	講座 現地視察 漁協施設、販売施設などの視察を行った
7月	19日	第3回人材育成講座 マーケティング「消費動向と顧客」
8月	7日	第4回人材育成講座 商品開発ワークショップ 前回講座を踏まえ、どんな商品が受け入れられるか具体的な商品のワークショップを行った。
	17日	東武百貨店と販売に向けて打ち合わせ開始
9月	4日	第5回人材育成講座 試食会
10月	23日	第6回人材育成講座 「百貨店における販売」「百貨店における品質管理」 東武百貨店から販売担当マネージャー、品質管理担当マネージャーを招き説明を受け意見交換を行った。
	28日	漁協組合員向け講座「売れる魚の処理の仕方について」 青森市内「塩谷魚店」常務による講座を行った。(参加者47名)
11月	8日	第7回人材育成講座 事例紹介「がっつんと辛い山わさび漬けができるまで」 合同会社大地のりんご代表道山氏を迎えて、商品開発から販売までどのように行っていったかについての講演と意見交換を行った。
12月	3日	第8回人材育成講座 今年度の振り返りと次年度に向けて
1月	25日	首都圏テストマーケティング（業者向け）
	26日	首都圏テストマーケティング（一般向け）
2月	16日	村内報告会

(5) 取組み概要



(6) 主な成果

a. 佐井村特産品開発支援事業「“あおい環”戦略会議」の開催

人材育成講座における最大の成果は、市場に受け入れられる商品がどのようなものか具体的に理解・把握でき、チーム内の役割分担が明確になったことである。原料となる海産物は漁師、加工製造については漁協や飲食店・今回のグループメンバー、プロモーションはグループ内のデザイナーや販売職経験者が担当する体制が構築された。

佐井村の基幹産業の1つとして「漁業」があげられる。しかし、国の政策転換や漁業従事者の減少・高齢化、魚や加工品のブランド力が弱く、販売システムが硬直化していることなどによる収入の低下、また、採算性の低下による「捕らない」ことなど、このままでは衰退の加速を招くばかりである。そこで、「生業づくり」のため、コミュニティビジネスの手法を使い、共有されている危機感とともに、「付加価値」と「流通の現状」を把握し、域外ニーズに対応できる人材の発掘と育成を行う必要があった。

全8講座を行ったことで、現在取組んでいることがコミュニティビジネスであるという認識がついたこと、地域外（特に首都圏）の顧客志向の現状を把握し、佐井村の資源について考えるきっかけとなったと思われる。また、11月に実施した合同会社大地のりんごの取組みを知ることで、「小さく産んで大きく育てる」というコミュニティビジネスの手法に対する理解及び主婦である道山氏が起業したきっかけに始まる「共感」、実際に商品化し、首都圏で流通させるために必要な理解（首都圏の現状と品質管理についてのコンプライアンスなど）を得られた上での東武百貨店池袋店の視察などで域内の機運は盛り上がり、後はスタートするばかりである。

手始めに、既存の漁協商品を実際に東武百貨店のインターネットで販売し、小さな成功体験を作ることを目標とし、現在品質検査などを実施している。

b. 特産品の開発

特産品開発における最大の成果は東武百貨店への販売ルートが構築できたことである。また、人材育成講座を通して様々な試作品が出来上がった。

付加価値のある商品を作るためには、①価格のつかない素材を加工することでより高値で売ること、②高価格で取引されている季節限定の素材を加工することで通年販売するという2点がポイントとしてあげられる。漁業はまさにこの2点とも活用することが可能であるため、その点に留意した特産品を試作した。

7月には、脂がのらないため、非常に低価格（1kg200円）で取引されているブリを使った生ハム、サバの冷燻を試作し、試食を行った。

9月の試食会では、佐井村漁協が、県の協力により、エゴ（海藻：全盛期の価格の1/20になっている）を使ったムース・ジュースをテスト製造した。また、メンバーによる「ウニの炊き合わせ」のテスト商品が3種（味の濃さを変えたもの）と、鯛の漬け井が出された。また、他のメンバーも「海苔の佃煮」「南蛮みそ」など持参し、アンケートに評価を記入、フィードバックを行った。

10月下旬には、漁協所属の漁師を対象に、高付加価値を付ける鮮魚処理の1つである「活締め」「神経抜き」という処理方法を学ぶため、青森市内の魚店（卸）の方を招き講座を実施した。50名弱の漁師が集まり、中にはビデオを撮りながら聞いている20代の後継者もあり、今後の展開が期待される。

11月には東京西新橋にある青森食材を扱う「ボワヴェール」というレストランに紹介したところ、サンプル出荷の後、漁協からレストランへの定期出荷が始まった。

試作を重ねた結果、最終的には以下の5品の試作品ができた。以下の①と②については、販売の方向で、東武百貨店品質検査室にて検査中である。

①鮑のコンフィ	コンフィとはフランス料理の技法の1つで、食材の風味をよくし、なおかつ保存性を上げることのできる物質（オイルなど）に浸して調理した食品の総称である。通年で販売できるように、オリーブオイル、ハーブを使い真空調理し、冷凍で出荷できるようにした。
②鮑の水煮	水煮は一般的ではあるが、津軽海峡の塩分濃度に合わせた塩水で処理。そのまま食べたり、サラダや炊き込みご飯などにも利用できるようにした。
③鮪のハム仕立て	鮪は青森県の魚でもあり、佐井村漁協が中心となって「青天ひらめ」（青森の天然ひらめ）というブランド化を行っているところである。時期により売れる価格に大きな開きがあることから、今回は「魚のハム」という加工を施した。
④鱈の昆布締	鱈の昆布締めは昔から食べられている、食べ方の1つである。新鮮な鱈が水揚げされるが、大量に獲れすぎ価格が下がったり、鮮度の低下が早いことから困っているという話を聞いていたため、今回は昆布締めを作った。
⑤ウニの磯炊き	佐井村はウニが特産の1つである。地元の食堂での提供や漁協による甘塩ウニの瓶詰など、これまでも作られてきた。1人のメンバーの発案により、佐井産のウニと昆布、山で採れたしいたけ、青森県産の白醤油と水あめ、津軽海峡の塩を使って佃煮を作った。

c. 開発商品のテストマーケティングの実施

開発した商品のテストマーケティングを実施した。プロ向けとしてはライター、飲食店経営者などを迎えて実施。18品について評価をいただいた。一般向けとしては、飲食店を貸切り、42名の方に評価をいただいた。

プロ向けのテストマーケティングでは、概して評価が高く、素材のポテンシャルを感じた。

特に③鰯のハム仕立て、④鱈の昆布締の評価が高かった。また、既存商品としては、漁協加工品であるホタテソフト、ホタテのみみ、甘塩ウニ（ビン詰）などの評価が高かった。また、地元食堂経営者が提供したタコのどうぐ（内臓）を味噌汁仕立てにしたものは、普段は食べることができないものであり、奥深い味わいもあることから、評価が高かった。

アンケートの結果は、現地へフィードバックし、次年度に向けて取り入れていく。また、プロ向けテストマーケティングを実施した会場である、「全国うまいもの交流サロンなみへい」より、佐井村のフェアをやりたいという申し出があり、2月末まで実施、同時に特産品の販売も行った。

（7）持続的発展へ向けた課題、今後の取組み

a. 佐井村特産品開発支援事業「“あおい環”戦略会議」について

今後の実施主体がどこになるかが課題としてあげられる。1月末までの取組みで現状が把握できたことから、まずは漁協が中心となり販売を行い道筋を作り、その後、今回の試作品の商品化・販売という流れを想定している。今回の会議メンバーの中から、以前より乾物を製造販売している牛滝地区の主婦や飲食店で加工品参入を考えているところなど、チャレンジしたいというメンバーも発掘された。加工品製造については免許などの問題もあり、今後、地域内での調整が必要であるが、現在のところは漁協を想定して継続していく。

次年度以降の取組みについては、今年度は「商品」についてのマーケティングを行ったが、「販路」のマーケティングも必要であると考えている。大手の流通では価格競争に巻き込まれる。全国でも「いいもの・おいしいもの」はたくさん作られている。では、どこで勝負するのか。様々なリスク対策として、新たな販路を開拓する必要性について検討していく。

b. 特産品の開発

今年度は専門家による試作で終わったが、試食していただいたことにより、販売の手前まで持っていくことができた。今回開発したレシピ提供などは了解を得ているが、今後どの主体が中心となって進めていくかが現段階では決まっていない。

また東武百貨店では販売していきたいという意向をいただいていることから、現在は漁協既存商品に対して百貨店販売に必要な検査を実施しているところであり、その後、表示の修正などを経てまずは小さな実績を作り、その後地域内が連携し商品提案を行えるようにしていく。

今回開発した商品は、百貨店のスケジュールでは春の商品提案はお歳暮に反映されることから、お歳暮での販売を目指す。また、今回実施したアンケート結果から、改良が必要となる商品については、今後ミーティングを行い、商品の改良に反映させていくことが必要である。

次年度は、今年度の試作品のブラッシュアップを行い実売に向けること、百貨店における販売までのスキームが把握できたことから、免許の問題をクリアした上で定期的に商品提案を行っていくことを目指す。

(8) マネージャーコメント

はじめの一步！～ヒトとモノが共創した特産品で「佐井村」をPR



一般社団法人あおもりコミュニティビジネスサポートセンター 山田 里美

青森県佐井村は、下北半島の西側に位置し津軽海峡に面している、人口約2,400人の村です。その歴史は慶長時代より始まり、江戸時代にはヒバ木材の切り出しでにぎわいを見せていましたが、明治時代に国有林となったことから、現在は水産業が基幹産業となっています。

人口減少、基幹産業の衰退、財政状況の悪化という課題を抱え、大きな危機感を持つ佐井村では、平成23年度より青森県の支援を受け調査を始めました。調査終了後には女性7人が中心となり小さな販売施設をオープン、海産物の加工・販売を開始しました。平成23年度からは、第4次長期総合計画に基づき、地域一体となったむらづくりに取り組むこととなり、その中で、海産物オーナー制度の実験や産直市の実験が行われるなど、いろいろな動きができています。

本事業では、総合計画内で結成された5つのグループのうち、「漁業振興」と「産直市」グループを通じて、地域外（特に首都圏）への販売を構築することを目的としています。しかし、販売は最終目的ではなく、「佐井村」という名前を地域外に浸透させ、村への興味から来訪につながり、交流人口の増加に寄与することが本来の目的と考えています。そのためには、地域外のニーズに対応できる人材の発掘と育成、付加価値のある商品の製造・販売を行うことできっかけを作り、地域内で継続して製造、地域外へ販売できる仕組みを作ることが必要です。結果、域内での雇用や、地域内の経済活性化に寄与すると考えました。

漁業従事者の減少・高齢化による「捕りたくても捕れない」という状況と、魚や加工品のブランド力が弱く、販売システムが硬直化している事などによる収入の低下、また、採算性の低下による「捕れるのに捕れない」ことが課題となっていました。環境の変化から魚場が変わり、捕れた物の価格は全盛期の1/3、ひどいものは1/20となっていたことも現地に入ってわかったことです。また、付加価値をつけるために加工品の製造販売を行ったはずなのに、値入や製造原価など収益向上になっているか疑問な商品も多くなりました。

本事業においては高付加価値で販売するために必要な事を、まずは「商品」という切り口から学び、その成果を販売先と想定する首都圏ニーズに合っているか調査することとしました。

今年度の成果としては、百貨店での販売準備が整ったこと、首都圏レストランへ鮮魚の出荷が始まったことがあげられます。また、首都圏に向けた加工品の販売について地元商店や今回の参加者による試作品が作られました。

次年度以降は商品のブラッシュアップとともに、「販路」という切り口で実施する必要があると考えています。既存の販路では、大量流通による価格競争、すでに全国各地で取り組み作られている「いいもの」との商品力競争・・・それ以外の新しい「販路」を見つけるべく、できることから、役割分担をして、少しずつでも前に進むことが大切です。

後に振り返ったときに、佐井村の皆様にとってやってよかったと言われるように、当該年度だけでなくサポートを続けていきたいと思っています。

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

2-4. 岩手県金ケ崎町

「金ケ崎町特産品開発・ブランド化プロジェクト事業」

<事業概要>

■事業名	金ケ崎町特産品開発・ブランド化プロジェクト事業
■総事業費	6,746千円
■助成申請額	4,000千円
■地域再生マネージャー等	政所利子（株式会社 玄）

<自治体概要>

■人口	16,325人（国勢調査人口：平成22年10月1日）
■面積	179.77km ² （平成22年10月1日現在）
■人口密度	90.8人/km ²
■標準財政規模	5,450,058千円（平成22年度市町村財政状況調）
■財政力指数	0.56（平成22年度市町村財政状況調）
■経常収支比率	71.2%（平成22年度市町村財政状況調）
■担当課室	金ケ崎町農林課

（1）事業の背景と目的

a. 事業の背景

金ケ崎町は、岩手県南西内陸部に位置し、駒ヶ岳山麓の裾野に広がる扇状地に形成された町である。基幹産業は農業であり、米、畜産、野菜の複合経営などを推進している。

また、金ケ崎町には、県内最大の工業団地があり、医薬品、半導体、自動車の3大産業により雇用の場の確保に努め、県内市町村でも高い1人当たりの所得を維持しているが、ピーク時の平成12年以降は減少傾向にある。

今後、人口構造が変化していく中で、農業、商業、工業のあらゆる産業の振興を図りながら、自然と歴史・文化が調和した田園都市を維持、発展させていく必要がある。

b. 事業の目的

農業情勢の変化から農業の担い手が個人、集落営農組織（任意団体）から農業生産法人へ移行する地域がある中で、労働力、人材、複数品目の農産物、一定量のロットの確保などの強みを持つ法人や産直施設など、地域の中心として6次産業化に取り組むことは、法人や団体の収益向上だけでなく地域特産品の開発による雇用や特産品を中心とした観光客誘致につなげる第一歩と考えられる。

本事業では、町の総合計画の重点事項である農業産出額、農家所得の向上のきっかけづくりとして、本年度、特産品の商品開発を図り、販売までのステップに向けて取組んでいくものである。

(2) 事業実施内容

本年度は、農畜産物を活用した2つの商品開発を検討することを目標としており、その取組みとして以下のとおり実施してきた。

a. 農畜産物を活用した特産品の商品化に向けての検討

特産品開発に向けて、地域再生マネージャー等がこれまで当町で実践してきた商工関係者との話合いや町の総合計画での関わりの中から、町内の「城内諏訪小路（重要伝統的建造物群保存地区）」を観光で訪れる人が休憩時に気軽に食べられるものが欲しいとのニーズを把握し、町の農畜産物を使った焼きものを提案し、気軽に食べられて持ち帰りの出来る特産品（アスパラ粉を使った「アスパラ焼（仮称）」）の開発を目指すこととした。

b. 試作品の研究

町内の農畜産物を使った今川焼風の焼き物を作る鋳物は、地元の南部鉄器を使ったものとし、及源鋳造(株)（奥州市）と型枠製造の打合せ製作を行い、特産品を作る道具にも地元産にこだわったものとしてPRをしていくこととした。

鋳物型枠のデザインは、地域再生マネージャー等の提案で町のアスパラガスのキャラクターである「アースくん・パーラちゃん」を取り入れ、特産品開発とともに町のPRにも活用できるような仕組みづくりを行った。

c. 各団体での商品開発

町内の農事組合法人と2つの産直施設が地域再生マネージャー等とのヒアリング、商品化に向けたノウハウについての検討を重ねながら、独自の6次産業化の取組みの活動が始まるきっかけづくりを行った。

d. 商品開発と連携したPR活動

町の特産品であるアスパラガスのイメージキャラクター「アースくん・パーラちゃん」と商品化に向けた「アスパラ焼（仮称）」をタイアップさせた町のPR活動も併せて実施した。

① アースくん・パーラちゃんの入籍届

昨年11月22日の「いい夫婦の日」に入籍届を提出、町長から特別証明書の交付を受けた模様を新聞や町広報誌などでPRを図った。

② アースくん・パーラちゃん結婚披露宴

昨年12月に「アスパラ焼（仮称）」の試食と2人の結婚披露宴を開催、関係機関や農家の方への試食提供を行い、新聞や町広報誌などでPRを図った。

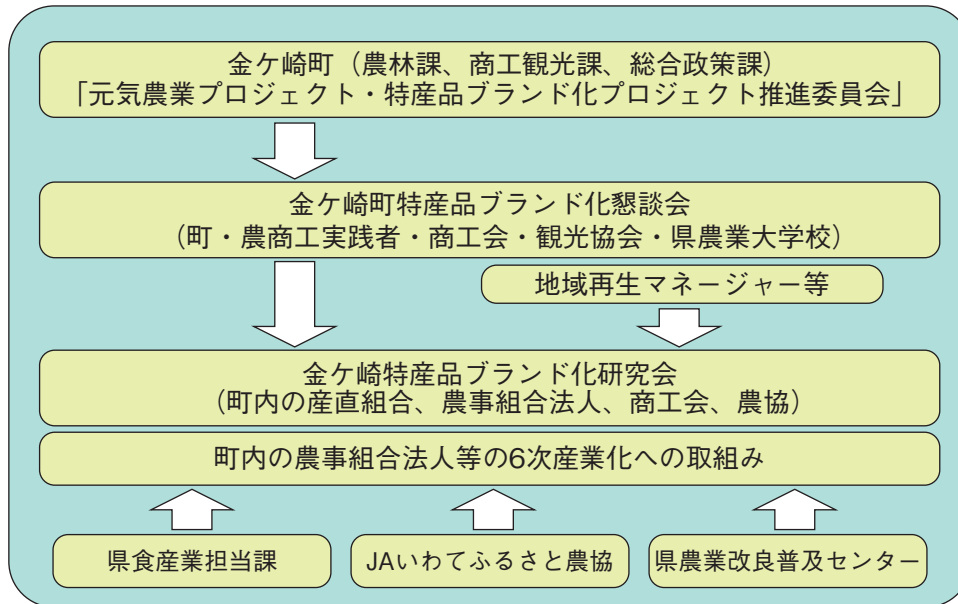
③ いわて銀河プラザ（東京）での「アスパラ焼（仮称）」のPR

「アスパラ焼（仮称）」の試食提供とアンケート調査とともに、東京での町のPR活動も実施した。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

特産品開発については、町のプロジェクト推進委員会での企画をもとに、「金ケ崎町特産品ブランド化懇談会」での実施結果に基づく意見集約、「金ケ崎町特産品ブランド化研究会」での実践作業と役割分担を行い、その懇談会などに地域再生マネージャー等の助言、支援を受け事業を実施してきた。



b. 地域再生マネージャー等の役割

協議会主導の特産品開発と町内の6次産業化を実践する団体などへのアドバイザーとして以下の具体的な支援を行った。

- ① 事業推進母体としての協議会設立支援（メンバー構成の選定・メンバーとの折衝・行政との折衝・協議会概要の作成などの支援）
- ② 新商品開発のための検討会でのコーディネート及び支援（新商品開発のための1次製品の検討・決定、外部サンプル商品の選定、コンセプト決定、ターゲット・販売先などの方向性の検討、セミナーなどの実施）
- ③ 試作品の開発支援（開発者との協議・折衝、試食会開催のコーディネート、アンケート実施・回収・検討）
- ④ 試作品商品開発のデザイン作業、鋳型等の製造設計、プロモーション用のユニフォームコーディネート等、商品開発に関する一貫したデザイン作業

(4) 事業実施スケジュール

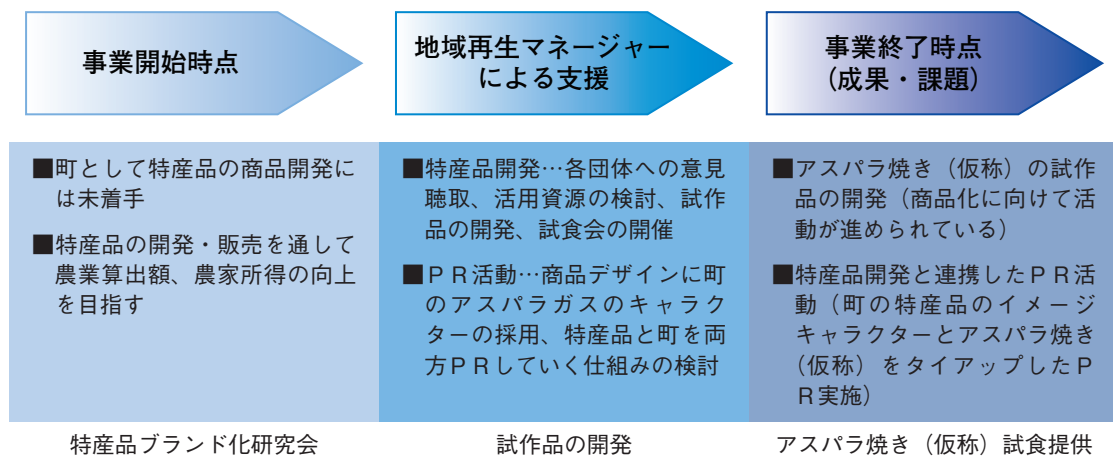
a. 主な活動内容

特産品の開発にあたり、まず、地域内の各団体から意見聴取を行い、地域の資源や求められている商品のコンセプトなどを把握した。金ヶ崎特産品ブランド化研究会では、現状把握をもとに、試作品を開発し、試食会を重ね、商品の磨き上げを行った。

b. スケジュール

月	取組み実施内容	
7月	18日	地域再生マネージャー等との事業計画の検討
	30日	各団体からの状況調査（現況、取組み状況）
8月	21日	全体スケジュール打合せ
9月	10日	アスパラ焼（仮称）試作調理
	26日	各団体との商品開発の意見交換
10月	26日	アスパラ焼（仮称）試作調理
11月	29日	アスパラ焼（仮称）試作調理
12月	1日	幼稚園児・保護者へのアスパラ焼（仮称）試食提供
	5日	関係機関へのアスパラ焼（仮称）試食提供
1月	12・13日	一般消費者へのアスパラ焼（仮称）試食提供
2月	18日	町特産品ブランド化懇談会

(5) 取組み概要



(6) 主な成果

a. 特産品開発の進展

「アスパラ焼（仮称）」については、商品化に向け活動が進められ販売には至っていないが、試作品のアンケート結果の声を基に商品化へ向けた取組みを行っている。

また、「漬物」、「菓子」については本事業の推進に伴い加工場の改良などが進められ、商品化に向けてはずみがつき、質の向上が図られてきたことに加えて、販売チャネルの開拓などについての助言により、加工場設計などに効率的な改善が図られた。

地元幼稚園での試食提供



いわて銀河プラザでの試食提供



b. 団体などにおける6次産業化の取組み

農事法人や産直施設が独自に取組むお野菜やお菓子、漬物等団体が自ら販売に取組む活動が始まった。

これらについても、各地域で各々展開されてきたことが、本事業の協議会設立によって、相互の情報交換がなされ、各団体の資源や保有する技術などの共有化が図られた。今後の町の活性化に向けて、産業の基盤づくりのみでなく、地域づくりの礎となることが期待される。

(農) SUファーム長志田による取組み



産直ろくちゃんによる取組み



(7) 持続的発展へ向けた課題、今後の取組み

今後の課題として、当面は「アスパラ焼（仮称）」の本格販売に向けた保健所関係の届出の手続、効率的な販売方法、「漬物」・「菓子」の加工場の法令遵守などについて、早急に対策・対応すべきである。これらの課題は、事業の進捗に合わせて官民協力体制で今後対応、検討していく必要がある。

また、各団体の6次産業化への支援については、今後なすべき体制の強化や「ものづくり」の質の向上のため、是非に次のステップへと進めるため、地域再生マネージャー等の助言・支援を活かし、地域の専門機関のネットワークを活用した6次産業化相談・支援体制の構築が必要となる。

(8) マネージャーコメント

担い手を育て、強くする基盤創造



株式会社 玄 政所 利子

1. 事業概要

農業情勢の変化から農業の担い手が個人、集落営農組織（任意団体）から農業生産法人へ移行する地域がある中で、労働力、人材、複数品目の農産物、一定量のロットの確保などの強みを持つ法人が地域の中心として6次産業化に取り組むことは、法人の収益向上だけでなく地域特産品の開発による雇用や特産品を中心とした観光客誘致につなげる第一歩と考える。平成24年度は事業を活用し特産品の商品開発を図り、販売までのステップを取組んでいく。また、持続可能な組織体制の確立のため、実施主体内部での中長期目標の明確化と年間作業スケジュールの中での役割分担を決定し構成員が過度の負担を感じることなく働くための体制作りの支援を行っていくことが目的と事業の実践である。

<中長期ビジョン>

①農畜産物を活用した新商品開発・販売、②販路拡大、③農業産出額・農業所得の向上、④人財育成・雇用の創出、⑤金ケ崎町のイメージアップ、⑥地域イメージ・地域資源を基本とした新しい産業の育成

集落営農組織の法人化に伴う支援は、従来から市町村、県、国の補助事業などによる施設設備、技術的な支援はあったが、今回の農商工連携・6次産業化への支援は、ゼロから農商工連携・6次産業化に取り組む実施主体への支援モデル手法として確立し、町内外へ波及させていきたい、とする明確な目標を持った事業として位置づけられる。

2. 抱える課題、及びそれに対するアプローチ

人口は16,329人（H22）、10年前（H12）の16,383人と比べほぼ同数であるが、少子高齢化は同年に比べ進んでいる。就業人口（H22）は第1次産業1,114人（H12:2,031人）、第2次産業が2,828人（H12:3,252人）、第3次産業が3,801人（H12:3,841人）と全ての産業分野で就業人口は減少しているものの、各産業の就業者割合は第3次産業が割合を増やし第1次産業の割合が減少している。

金ケ崎町には、県内最大の工業団地があり医薬品、半導体、自動車の3大産業により雇用の場の確保に努め、県内市町村でも高い1人当たりの所得を維持しているが、ピーク時の平成12年（3,758千円）以降は減少傾向にある。（H20：3,029千円（県平均：2,261千円））

今後、人口構造が変化していく中で、農業、商業、工業のあらゆる産業の振興を図りながら、自然と歴史・文化が調和した田園都市を維持、発展させていく必要がある。

当町は、「人と地域が支えあうまち 金ヶ崎」を将来像に、地域の活性化と主体性のあるまちづくりを目指し、第九次金ヶ崎町総合発展計画（平成23年～平成32年）を策定、その中で、「活力ある農林業づくりの推進」を掲げ、「地域ブランドの推進」を1つの基本方針として進めていくこととしている。当町の基幹産業は農業であり、米、畜産、野菜などの複合経営と安全で品質の高い農畜産物づくりに取り組み、特に、米、牛肉とアスパラガスの付加価値を高め、持続可能な農業経営を目指していく必要がある。そのためには、従来の農産物の品質向上、販路拡大だけでなく、農工商連携・6次産業化を推進し、経営の多角化を進め、生産者などの所得向上を図ることが不可欠である。

「食」を生み出す生産者は、安全・安心な「食」を継続して提供する重要な使命を担っており、その生産者が生き生きとした農業経営を築くことは、地域の自信や誇りが高まることにもつながることと考える。また、生産者自身が生産している農産物を見つめ直し、後継者育成を主眼に置き、新たな可能性を生産者と行政、関係機関が協働して創りあげていく必要がある。

3. 取組みを通じて得られた成果

持続可能な組織体制の確立のため、実施主体内部での中長期目標の明確化と年間作業スケジュールの中での役割分担を決定し構成員が過度の負担を感じることなく働くための体制づくりの支援を行っていく。

日本各地において、地域内に様々な形で未利用資源は、持続的な地域づくりのために今後、益々掘り起こしが必要である。事業者において、金ヶ崎町の未利用資源の「人」・「物」・「宝」様々な形で浮き彫りとなり、町民多くの理解の上で進められ、町内に今までにない、「出会い」・「発見」が可視化されたことが大きな成果である。

引き続き息の長い運動として、「ものづくり」を通じた活動をより多くの人々に伝えていくことが肝要である。こうした町づくりの基本となる体制づくりが成されたことが町内活動創造の礎となったと言える。

地域内に眠る様々な資源が各々浮き彫りにされた。「ヒト」、「モノ」、「コト」、「想い」など、多種多様な地域資源が、連携体において「力」として機能し始める契機となった。

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

2-5. 宮城県涌谷町

「生薬の加工・商品化を通じた健康まちづくり」

<事業概要>

■事業名	生薬の加工・商品化を通じた健康まちづくり
■総事業費	7,458千円
■助成申請額	4,972千円
■地域再生マネージャー等	飯塚顕（涌谷町復興まちづくりアドバイザー） 関隆志（東北大学大学院医学系研究科先進漢方治療医学寄附講座） 古木益夫（日本特産農作物協会） 高野健人（東京医科歯科大学大学院健康推進医学分野）

<自治体概要>

■人口	17,494人（国勢調査人口：平成22年10月1日）
■面積	82.08km ² （平成22年10月1日現在）
■人口密度	213.1人/km ²
■標準財政規模	4,853,991千円（平成22年度市町村財政状況調）
■財政力指数	0.36（平成22年度市町村財政状況調）
■経常収支比率	89.4%（平成22年度市町村財政状況調）
■担当課室	涌谷町企画財政課

（1）事業の背景と目的

a. 事業の背景

2011年3月11日の東日本大震災を受け、涌谷町は被災者と住民の健康を重視し、産業・環境・教育などあらゆる分野に健康の視点を取り込んだ復興まちづくりに着手した。

当町は保健・医療・福祉の一体的提供において全国の先駆的モデルであり、町民1人あたりの医療費は県内最低水準である。しかし、高齢化が進む中、医療機関への過度な依存が問題となりつつあり、予防や教育を含む多面的な健康づくりが求められている。

涌谷町は、生薬を1つのモチーフにそのような包括的な健康推進に取り組んでいくこととなった。生薬の栽培・加工・商品化は産業振興につながり、共同の栽培作業はコミュニティ再構築にも寄与しうる。鑑賞用生薬の普及は、景観整備や散策エリアの拡大にもつながる。家庭や地域での生薬・漢方への理解や関心の高まりを通じて、日常的な健康管理の改善も実現しうる。地元生薬やそれに対する住民の知識や言い伝えは貴重な地域資源であり、かかる資源を最大限に活用し、生薬の多様な効用を引き出すことができれば、力強く自立的な復興を実現できるはずである。

b. 事業の目的

本事業の主眼は、医療に過度に依存せず、産業、環境、教育を含む包括的な健康まちづくりを実現することである。具体的には、以下の目的の実現を目指す。

① 住民参加による生薬の加工・商品化と産業活性化

当町自生の生薬を町民が採取し、あるいは町内で生薬を栽培し、これに比較的簡素な加工を加えて商品化を図り、販路も確保して産業振興を狙う。まずは、町内産の生薬を地域特産品（食品など）に加工して町内で販売する地産地消モデルの構築を目指す。

② 健康問題に対する住民の啓発

生薬や漢方に関する啓発講座への住民参加を通じて、近年見直されつつある東洋医学や漢方に対する正確な知識を普及させ、住民の日常的な健康管理を改善させる。

③ 健康まちづくりに対する行政・住民の意識向上

住民と行政が一丸となって健康まちづくりを推進していけるよう、行政の分野横断的な協力や住民参加のあり方を改善させる。また、生薬をモチーフとした健康まちづくりの担い手を町民有志の中から組織化する。

(2) 事業実施内容

a. 生薬の栽培・加工

生薬の栽培・加工・活用について、外部専門家による町民向けの実習を行った。農地での生薬栽培の実習や民間薬の作成演習を行った他、一部の町内民間団体（商店や社会福祉団体）に対して生薬を用いた食品加工に関する指導も行われた。

b. 生薬・漢方に関する啓発

東洋医学の専門家を招き、毎月1回、一般町民向けの啓発講座を行った。毎回、各自の体質にあった食物や生薬が紹介され、日常的な健康管理のポイントが示された。

c. 実施体制構築

生薬をモチーフとした健康まちづくりの担い手を「生薬まちづくりの会」として組織化すべく、町民有志への説明会を行うとともに熱心な意見交換を行った。

d. イベント開催

2013年2月2日の「食の町民祭り」において本事業の成果を披露するため、町内商店や社会福祉団体と協議の上、生薬入り食品を開発し、イベント当日には試作品を無料配布した。

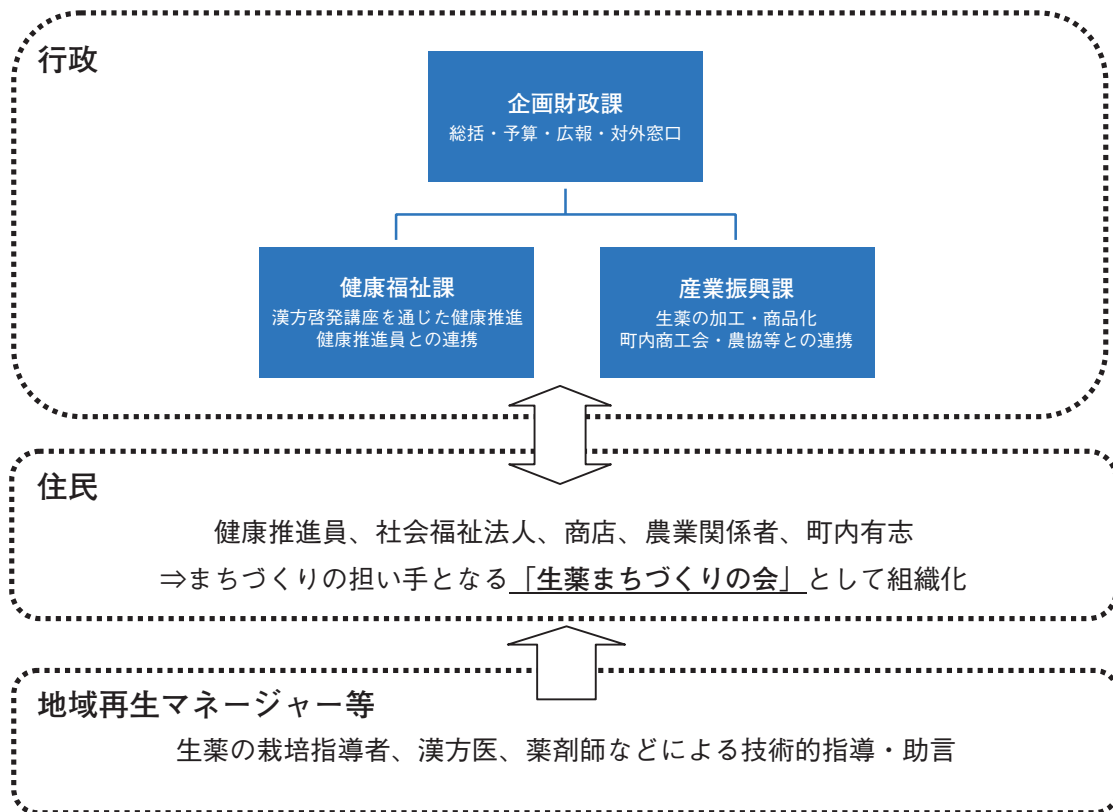
e. 行政研修

健康まちづくりの手法（住民参加のアプローチや健康に関する情報活用など）について、主に行政職員を対象とした研修を行った。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

初年度事業においては、行政（役場）が事業実施主体の役割を担ったが、次年度以降は町内の民間団体による自発的な事業展開へと移行していくため、生薬に関心を持つ町内各関係者による「生薬まちづくりの会」の設立を目指し、これを実現した。



b. 地域再生マネージャー等の役割

- ① 生薬の専門家（栽培指導者や薬剤師）は、収益性・戦略性の高い生薬とその用途に関する助言や、実際の加工や商品開発に関する技術指導を行う。
- ② 漢方医は住民に対して生薬・漢方の普及啓発を行い、各生薬の効能や、家庭レベルでの健康管理における適切な利用・活用方法について指導を行う。
- ③ 事業全体のコーディネーターは、複数の外部専門家との折衝を行いつつ事業全体の調整を行うとともに、事業全体の一貫性と有機的な連携を図る。
- ④ 健康まちづくりの専門家は、分野横断的・多職種連携や住民参加による健康まちづくりの手法を、国内外の事例を通じて指導を行う。

(4) 事業実施スケジュール

月	取組み実施内容	
5月	18日 21・22日	役場内プロジェクト・チーム発足（キックオフ） 復興まちづくりフォーラムin涌谷 （災害支援パブリックヘルス・フォーラムとの共催）
6月		
7月	4・5日 24日 26日	第1回実践講座（生薬の栽培・流通、自生生薬の加工法） 第1回漢方啓発講座「生薬の魅力」 行政研修①（住民参加と健康情報の活用）
8月	28日	第2回漢方啓発講座「夏の生薬」
9月	7日 20日 25日	第2回実践講座（民間薬の作成演習） 行政研修②（町民の健康状態のアセスメント） 第3回漢方啓発講座「肌を美しく」
10月	30日 31・1日	第4回漢方啓発講座「体に潤いを」 第3回実践講座（農地での生薬栽培実習）
11月	2日 中旬 27日	行政研修③（健康づくりに関するワークショップ） 町内400以上の家庭に高級食材用生薬の種子を配布 第5回漢方啓発講座「血をさらさらに」
12月	14日 25日	まちづくり住民組織の立ち上げに向けた説明会 第6回漢方啓発講座：「ほかほか体に」
1月	22日 25日	第7回漢方啓発講座：「気分はれやか」 「生薬まちづくりの会」発足 （町内社会福祉法人の作成した甘草入りの蒸しパンとキムチの試食）
2月	2日 下旬～3月	食の町民祭り （町内のパン屋さんの作成した甘草入りパンの町民へのお披露目） 生薬まちづくりの会（オリジナル薬膳開発プロジェクト開始予定）

(5) 取組み概要



(6) 主な成果

a. 生薬の栽培・加工

町内のパン屋と社会福祉法人が、医薬品の他にも甘味料として幅広く用いられている甘草を用いた食品を開発した（甘草自体については、町内農地にて実験栽培中）。米粉パン（写真）と蒸しパン、そして甘草入りキムチの3品が作成され、米粉パンと蒸しパンでは甘草の甘味を利用することにより砂糖の使用量が抑えられている。米粉パンは2月2日に行われた「食の町民祭り」でも町民に配布され、砂糖が減量されているにもかかわらず「甘みがある」と子供にも大好評で（写真）、約230食が即完売だった。関係者を驚かせる好評ぶり、今後、町内の学校給食へ導入すべきとの提案もなされた。



甘草以外の生薬については、11月1日に町内の農地で行われた実習にて、トウキ、センキュウなど、食材や浴用剤など用途の広い生薬の苗の植樹が行われ、16名の町民が熱心に栽培技術を習得した（写真：P56左上）。高級食材として用いられるある生薬については、別途健康推進員協議会を介して400戸以上の家庭に種子が配布されており、来年度の秋の収穫が大きな希望と共に待たれている。また、生薬の民間薬としての活用については、9月7日の実践講習にて、火傷などに効くとされる紫雲膏の作成実習が行われ、こちらも21名の参加者に好評だった

(写真：P56右上)。



b. 生薬・漢方に関する啓発

毎月1回、概ね70名~100名程の参加者を得ることができた(写真)。各自の体質にあった食物や生薬やツボの押し方など実用的な内容であり、参加者からは2年度目の継続に対するリクエストが多数出されている。



c. 実施体制構築

12月の住民向け説明会（写真：左下）を経て2013年1月に「生薬まちづくりの会」が発足し、今後の活動内容や目指すべきまちづくりの方向性について白熱した議論が交わされた（写真：右下）。参加者からは自身の所有地を生薬栽培用に無償貸与するといった提案が飛び出したり、生薬の植樹に適した土地の提案がなされたりするなど、地域の人的ネットワークの強みを実感させられた。



d. イベント開催（写真：内容についてはP55a.参照）



e. 行政研修

行政職員や健康推進員を対象として、地域レベルでの健康づくりを専門とする学識経験者による研修が行われ、延べ170名超の職員のスキルアップが図られた。

（7）持続的発展へ向けた課題、今後の取組み

事業当初、自生生薬を採取・加工して全国的な流通網に乗せるという構想であったが、放射線の風評被害や生薬を巡るビジネス環境に対する見通しが甘かったことから、そのままは実現できないことが判明した。

そのような難点を回避するため、生薬入りの地域特産物の開発と、その原料となる生薬を町内で栽培するという地産地消のモデルを追求することとなり、実際に甘草入りのパンやキムチの開発が行われるに至った（甘草は既に町内にて栽培中であり、来年度以降は町内産甘草を利用できるようになる）。町民の反応も良かったことから、類似の商品開発を来年度も継続していく。甘草の他にも、高級食材として利用可能な生薬を始め、食品加工が容易な生薬の栽培を

導入していく。販路としては、町内の飲食店や産直を想定している。

涌谷町の実践は、地域特産物の開発と販売を通じた産業振興にとどまらず、景観整備への生薬の利用や生薬栽培を通じた高齢者の生きがい作りなど多面的なものである。そのようなまちづくりに町全体として取り組んでいくため、生薬を活用したまちづくりに関心を持つ町民有志20名前後による「生薬まちづくりの会」が設立された。この会には、健康推進員、産直関係者、農業生産者、その他の民間団体の関係者が含まれている。参加者の多くは、今年度の種々の事業に積極的に参加してきた人々であり、来年度以降、町民による自発的な取り組みとして本事業を拡大・発展させていくことが期待できる。

また、生薬の食品への加工については、薬効についての正しい知識はもちろんのこと、法令面や安全面など種々の事項に配慮する必要とされるところ、この度「日本薬用植物友の会」から本事業への技術的・専門的な支援（主に薬学関係者）を得られることとなり、早速、薬膳料理の開発のための専門家派遣について合意した。

上述のとおり、次年度以降は、「生薬まちづくりの会」を中心に事業を展開していく。甘草入り食品の開発の実績を踏まえ、今後は、食材として利用しやすい生薬に焦点を当て、涌谷町ならではの地域特産品としてより多くの健康食を開発していく。今年度は、初の試作品ということで、まだ町内の商店などで販売する段階には至っていないが、来年度は産直や町内飲食店の関与を通じて、あるいは、学校給食などでの活用を通じて、開発した地域特産品の町内外での普及をいかに効果的に進めていくかが課題となる。また、この地域特産品の開発を、生薬による景観整備といかにリンクさせ、町全体の観光資源の増大につなげていくかも来年度以降に本格的に取り組む課題となる。

(8) マネージャーコメント

マネージャーの得意分野を活かした連携で地域の取組みを加速！



涌谷町復興まちづくりアドバイザー 飯塚 顕

当初の想定を超えた明確な成果の1つは、町民有志による「生薬まちづくりの会」の発足です。申請時には、本事業を通じて実現すべき組織化として、農業・商業・老人クラブなど町内の各界の代表者からなる「ワーキング」という姿を漠然と想定していました。しかし、実際に設立された組織は本年度の事業（生薬栽培・加工のための実践講座や漢方啓発講座）に積極的に参加し、生薬によるまちづくりに大きな関心を寄せるいわば人々の集まりとなりました。当初の構想では、農協、商工会といった各組織を形式的に代表するだけで、実質的な議論や取組みを進める能力のない人々の集団となる恐れもありましたが、その危険を回避できました。この「まちづくりの会」には、産直関係者、農業生産者、生薬関連商品を今後の事業展開の主軸の1つに見据えている社会福祉法人そして健康推進員と比較的幅広い分野のメンバーが含まれています。これらのメンバーはみな積極的で、生薬の栽培や加工を自分の業にしようという意気込みも強くみられます。住民の創意工夫による持続的な地域再生という、町の復興の基本方針を体現するものと期待しています。

町内商店との連携が最も難航した点です。幸いにして、事業の終盤になってパン屋さん1件を本事業に関与させることに成功しました。しかし、もともと商店街の勢いが乏しく、それに震災の追い打ちが加わったためか、今年度の事業についても節目節目で商工会などには声をかけてきたものの、目に見える結果につなげることができませんでした。ただ、旧来の商店街とは別に、新進気鋭の経営者の手による飲食店も少なからず存在することから、来年度はこれらの経営者を早い段階から事業展開に関係づけていくことができると考えています。さらに、「まちづくりの会」のメンバーには、自分達が事業主体として将来的に生薬や関連商品の販売を手がけていってもよいのではといった積極的な意見の持ち主もいることから、そのような町民自身の自発的な動きを大切にしたいと思います。

初年度の事業を終えて「ようやく動き出した」という実感を持つことができました。マネージャーである私自身の存在が「まちづくりの会」のメンバーを中心に知られ始め、町を訪れる度に、「飯塚さん、是非この取組みを続けていきましょう！」、「こんなに素晴らしい取組みなのだから、町民にしっかり周知して町を挙げてやっていきましょう」といった勇気づけられる発言を耳にするようになりました。役場から志のある町民へとバトンタッチをしていく準備ができたとの印象を持っています。

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

2-6. 秋田県大館市

「大館発！元気プロジェクト」

<事業概要>

■事業名	大館発！元気プロジェクト
■総事業費	8,625千円
■助成申請額	5,720千円
■地域再生マネージャー等	小林 詳子（全日本空輸株式会社 元客室乗務員）

<自治体概要>

■人口	78,946人（国勢調査人口：平成22年10月1日）
■面積	913.70km ² （平成22年10月1日現在）
■人口密度	86.4人/km ²
■標準財政規模	22,418,890千円（平成22年度市町村財政状況調）
■財政力指数	0.43（平成22年度市町村財政状況調）
■経常収支比率	91.2%（平成22年度市町村財政状況調）
■担当課室	大館市産業部地域振興課

（1）事業の背景と目的

a. 事業の背景

本市の人口は年少人口や生産年齢人口を中心に減少を続け、高齢化は全国を上回る速度で急速に進んでいる。人口規模の縮小、高齢化に傾斜した人口構造の変化は、産業規模の縮小、限界集落の発生、地域コミュニティの低下などの課題をもたらしている。

こうした課題解決に向けて、本市では、産業振興による雇用の場の確保、地域コミュニティを支える協働の仕組みづくりを重点的に進めることとしている。

具体的には、以下のとおりである。

① 産業振興による雇用の場の確保

これまでの地場産業の振興や企業誘致の促進に加え、本市ならではの豊かな地域資源を活かし、特産品産業の活性化や体験型ツーリズムなどの新たな観光振興策により雇用の場の確保を図る。

② 地域コミュニティを支える協働の仕組みづくり

地域コミュニティ機能の維持・強化に向けて、地域住民の連帯感を醸成する取組みや住民の自発的な地域づくりの支援を行う。

b. 事業の目的

本事業では、地域再生マネージャーのノウハウとネットワークを活用し、女性パワーを活かした地域活性化、生ハム・山の芋・枝豆などの食ブランドの構築、大館製品の需要拡大、農家民宿を核とした体験型ツーリズムの強化による交流人口の拡大、「地域おこし協力隊」をはじめとした外部人材の定着を目指す。

(2) 事業実施内容

a. 訴求力のある商品とメニューの開発

地域再生マネージャーより紹介された料理研究家と連携し、地域素材（生ハム、枝豆、山の芋）や地場産の季節野菜を活かしたメニューを開発する。

b. 持続可能な地域づくりに向けた取組み

市内の各団体などで活躍している女性を集め、組織化するとともに、地域再生マネージャーのノウハウにより、女性パワーを活かした地域活性化を図るための機運を醸成する。

また、一般市民を対象とした持続可能な地域づくりをテーマとした講演会、中学生を対象としたふるさと教育に関する講演会を開催する。

c. 体験型観光の推進

農作業体験、曲げわっぱづくり体験、きりたんぼ作り体験などの体験メニューのブラッシュアップのほか、各種観光施設や今年度開業予定の農家民宿の受入れ態勢の充実や「おもてなし力」強化のため、ANAグループ社員を対象としたモニターツアーを開催する。

d. 大館の人と特産品に関する情報発信と需要拡大

本市特産品の首都圏でのPRのため、都内霞ヶ関ビルで開催される「霞マルシェ」に大館ブースを出展するほか、都内3店舗において、大館の食材を使ったメニューを提供するレストランフェアを開催する。

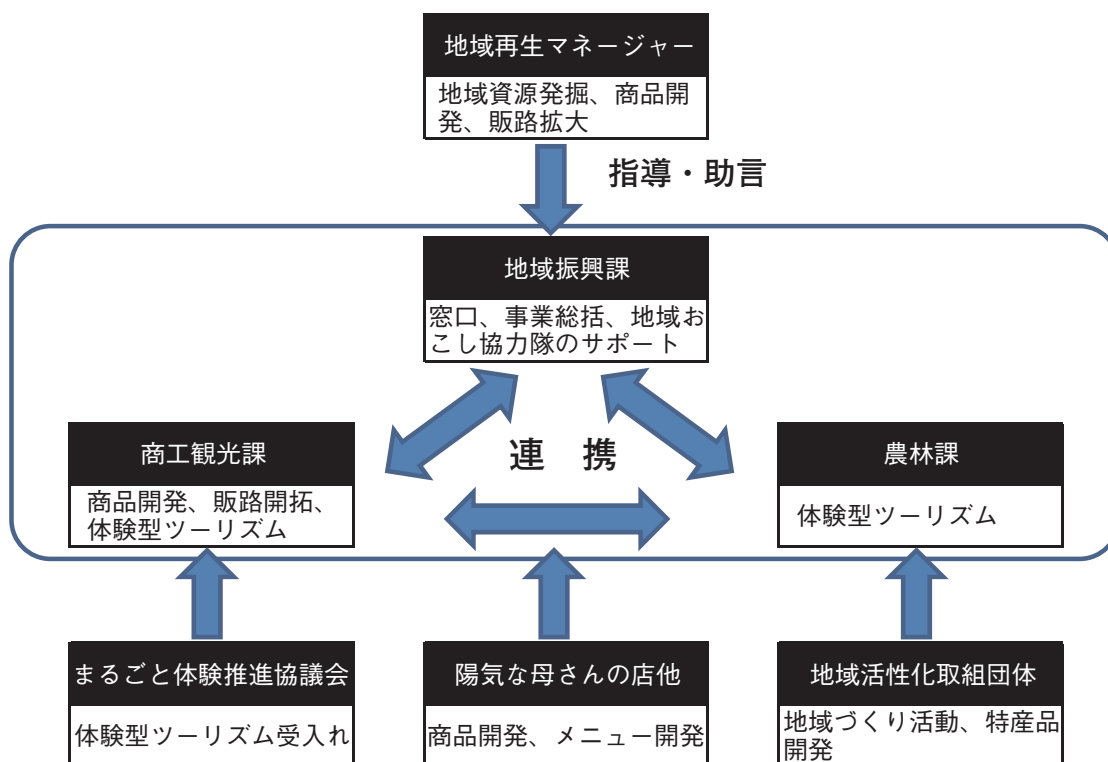
e. 「地域おこし協力隊」の起業・定住サポート

「地域おこし協力隊」との連携を強化し、地域住民とのコミュニケーションを図りながら、隊員の定住、起業に向けた意見交換、アドバイスを行う。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

地域再生マネージャーのアドバイスのもと、大館市産業部地域振興課が事務局となり、大館市内の幅広い層を対象にしたネットワークを形成しながら、事業実施に当たる。具体的には、体験型ツーリズムの受け入れに取り組んでいる「大館市まるごと体験推進協議会」（事務局：大館市産業部）、農産物直売施設を運営する「陽気な母さんの店」、商店街活性化に取り組んでいる商工会議所、「地域おこし協力隊」、地域づくりの取組み団体、市内女性グループなどと連携しながら事業を実施する。



b. 地域再生マネージャー等の役割

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

また、地域再生マネージャーの持つネットワークを活用し、地域資源を使った新たなメニュー開発、大館産品の需要拡大や販路拡大につなげていきたい。

(4) 事業実施スケジュール

a. 主な活動内容

市内女性懇談会や各種団体との意見交換会など合わせて計16回開催したほか、大館特産品と季節野菜を使った新メニューの開発とその料理講習会、体験型ツーリング強化に向けたモニターツアー及び大館産品の首都圏でのPR事業などを開催した。

b. 主なスケジュール

月	取組み実施内容	
5月	12日	地域づくり活動団体との意見交換会（計8回開催）
6月	16日	市内女性懇談会開催（計8回開催）
7月	4日 5日～6日	キャリア教育講演会（中学生対象）、おもてなし力アップセミナー 新メニュー料理講習会（生ハムと夏野菜:8品）
8月	24日	モニターツアー・地域づくり講演会の内容検討
9月	12日～13日	新メニュー料理講習会（枝豆と秋野菜:9品）
	15日	全国ばあちゃんサミットin大館開催
	20日	生ハム料理試食会
	21日～22日	ふるさとおおだて食農体験モニターツアー開催
10月	3日～5日	霞マルシェへ出展（霞ヶ関ビル）
	26日	モニターツアー検証会
11月	1日～30日	大館レストランフェア [都内3店舗:なみへい（神田）、AKITA DINNING なまはげ 銀座店及び別邸]
	9日～10日	ふるさとおおだて里の紅葉体験モニターツアー開催
12月	17日～18日	新メニュー料理講習会（山の芋と冬野菜:8品）
1月	13日	おおだて地域づくり・未来づくり講演会開催
	25日～26日	ふるさとおおだて雪国体験モニターツアー開催
	28日	地デザイン講座 in 大館開催

(5) 取組み概要



(6) 主な成果

a. 訴求力のある商品とメニューの開発

地域再生マネージャーより紹介された料理研究家と地元農家のお母さんとの連携により、地域素材（生ハム、枝豆、山の芋）や地場産の季節野菜を活かした新メニュー25品を開発した。また、その新メニューを題材とした料理講習会を、市内で飲食店、スーパー、農家民宿を営む方や今後農家レストランを開業予定の方などを対象に計3回開催し、延べ67人が参加した。その結果、参加者が経営する2店舗で、本事業で開発された新メニューや独自にアレンジした料理が提供された。

また、本市の廃校舎を活用した生ハム工場で生産された生ハムを新たな食ブランドとして確立するため、本事業で開発された生ハム料理を含め全7品を提供する生ハム料理試食会を市内飲食関係者、宿泊関係者、報道機関など全65名を集め開催した。

新メニュー
(生ハムねぎ鮎寿司)



新メニュー
(枝豆と比内地鶏のささみのゼリー寄せ)



新メニュー
(山の芋の和風グラタン)



生ハム料理試食会



b. 持続可能な地域づくりに向けた取組み

市内の各団体などで活躍している女性を集め、女性グループ「大館エグスベシヤ(※)」を組織化し、月1回ペースで計8回意見交換会を実施した。その結果、来年度独自イベントの開催を決定した。また、地域づくり活動に取り組んでいる各種団体との意見交換会を通じて、地域を活性化していくうえで女性パワーが如何に大切かという持論を説いた。その結果、女性会員のやる気が生まれ、主体的にしかも積極的に参加していくという意識が芽生えた。その他、地域再生マネージャーのネットワークを活用し、特産品・商品開発やデザインなどに取り組む方を対象とし、自称「百姓デザイナー」迫田司氏を講師とする「地デザイン講座in大館」を開催（参加者: 34人）した。

一方、一般市民を対象とした持続可能な地域づくりや高齢者・女性の起業をテーマとした講演会を開催（入場者:計350人超）したほか、中学生を対象としたふるさと教育に関する講演会・フォーラムを開催（参加者:約290人）した。

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

大館エグスベシヤ意見交換会



全国ばあちゃんサミットin大館
(講師:株いろどり 横石社長)



ふるさとフォーラム
(比内中学校)



c. 体験型観光の推進

農家民宿の開業支援、農家民宿及び農産物直売所の関係者を対象とした「おもてなし力アップセミナー」並びにANA総研と連携した農作業・曲げわっぱづくり・きりたんぼづくり・農家の生活などを体験メニューとし宿泊先を農家民宿としたモニターツアーを3回開催した。その結果、本市で初めてとなる農家民宿が開業し、その数は13軒に達したほか、各種体験メニューのブラッシュアップ、観光施設及び農家民宿の受入れ態勢の充実につながった。

ふるさとおおだて食農体験
モニターツアー



ふるさとおおだて里の紅葉体験
モニターツアー



ふるさとおおだて雪国体験
モニターツアー



d. 大館の人と特産品に関する情報発信と需要拡大

都内霞ヶ関ビルで開催された「霞マルシェ」に大館ブースを出展し、きりたんぼ、地酒、生ハム、各種農産物、漬物などの加工品及びスイーツなど大館産品40品目、3500点を販売（総売上額約1,300千円）した。また、なみへい（神田）、AKITA DINNING なまはげ銀座店及び別邸の都内3店舗において、山の芋、生ハムなど大館の食材を使ったメニューを提供するレストランフェアを11月の1か月間開催した。3店舗合わせたフェア期間中の来店者数は約9,000人となり、利用者の中にはきりたんぼ料理のおいしさに驚かれた方がいるなど大館産品の首都圏でのPRに繋がったものと考えている。

霞マルシェ
(農産物販売)



霞マルシェ
(生ハム販売)



霞マルシェ
(きりたんぼ販売)



e. 「地域おこし協力隊」の起業・定住サポート

「地域おこし協力隊」との計4回の意見交換会、現地滞在期間での様々な交流及びメール交換を通じ、隊員の定住、地域活動、起業に向けた指導・助言を行った。

(7) 持続的発展へ向けた課題、今後の取組み

体制面においては、本事業により地域再生マネージャーを中心に女性グループが組織化され、独自のイベント開催が決定するなど活動の活発化が図られているが、今後、地域再生マネージャーが不在となった際、いかにして組織を維持し活動を高めていけるかが課題となってくる。そのため、来年度は女性グループの今後の組織運営方法を検討する必要がある。

また、本事業において宿泊予約、体験メニューなどの調整を含めモニターツアーの受付業務を全て行政で実施してきたが、今後体験型観光を産業化していくうえでは、受付団体が儲かるような仕組みづくりと体験型観光の受付機能を担う「大館市まるごと体験推進協議会」の組織強化が課題となってくる。そのため来年度以降、体験メニュー・農家民宿などの受入先の採算性を考慮し、かつ受付団体にも利潤を生めるような料金体系の検討とともに、「大館市まるごと体験推進協議会」をNPO法人など行政から独立した団体へ移行する。

事業内容においては、本事業での生ハム料理試食会により、地域内での知名度は向上したものの、今後生ハムを地域ブランド化していくうえでは、地域住民の機運醸成が不可欠である。そのため来年度以降、市内飲食業組合と連携し、話題性の高いイベントへの生ハム料理の提供を目指す。

(8) マネージャーコメント

地域を元気にするカギは 人と人の横のつながり、そして、女性のチカラ



全日本空輸(株) 元客室乗務員 小林 詳子

1月に大館市に訪れた時、秋田全域に風雪注意報がでて、飛行機も着陸できるかどうかという最悪の天気であった。「陽気な母さんの店」という直販所で働くあるお母さんは、吹雪で先が見えない程の状況の中でも、普段と変わらない表情で軽四を運転しながら「こうやって働く場所があってえー、楽しく働けてえー、本当にしあわせですうー。」としみじみとゆったりした声で言った。

日々の暮らしに「生きがい」が感じられて、しかも「楽しい」と思えることは人間の「幸せ」の大事な条件で、多くの人々がそうありたいと願っていると思う。大きなことを言わせていただけるのなら、私も、1人でも多くの「幸せ」につながればと願いこの1年活動してきた。

市内では、様々な女性団体やグループや個人が、其々の立場や状況に応じて、また其々の切り口で「何とかまちを元気にしたい。」と頑張っている。意外なことは、それらの団体・グループ・個人はお互い顔ぶれや、活動状況をあまり知らないことだ。そこで、1つ1つそれらをつなぎ、混ぜ合わせて「化学反応」を起すことによって、“思惑外れの”大きな力にしていこうと結成したのが「大館エクスベシヤ」(「大館をよくしましょう!」という意味の方言)だ。

接着剤は「熱い思い」のみで、特にメンバーの役割も決めていない。誠に“緩く”、“柔らかい”集団だが、メンバー自体は数々の武勇伝を持っている“強者”も混じっていて、時には「思い」と「思い」が発火し、会場の空気が熱を帯びることもある。月1回の会合の内容は、基本的にみんなの要望で決め、各活動内容の紹介、情報発信や情報の共有、時には個人の体験や夢を語ったり、セミナーを開催したりと学びの場でもある。この前進のチカラを生み出す大事な機会と場を、事業終了後も継続的に確保し、お互いの活動を支援したり、あらたなうねりの発信源となる“やわらか”で“かたい”組織として継続的に成長していけるかが、今後のまちの活性化のカギになると思う。

いつも大館市を訪れる度に感じるのは、お母さん達の暖炉のような温かさや、控えめなユーモアを混ぜこんだ明るさや、その根底ある、物事をありのまま受け入れるしなやか強さ、ねばり強さだ。この素晴らしい資質と各人の持ち味を、お互いがつながり影響を与え合うことによって、もっと引出し、調和させていけば、まちはもっと面白くなっていける。その際、女性のチカラが「粘り強い持続の行動」となって、遺憾なく発揮されれば未来も明るい。

現在、女性の女性による女性のための“おしゃれな冬のイベント”を計画中だが、そのイベントを成功に導くまでの悪戦苦闘の過程の中で、知恵や工夫を出し合い、力を結集させていくことの醍醐味を経験し、みんなで「幸せ」な瞬間を味わっていくことが、次の「幸せ」を生み出していくと確信している。もちろん、その瞬間に私も参戦させて頂く予定である。

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

2-7. 富山県立山町

「清流と雪の大谷の立山・地域ブランド構築事業」

<事業概要>

■事業名	清流と雪の大谷の立山・地域ブランド構築事業
■総事業費	10,503千円
■助成申請額	7,000千円
■地域再生マネージャー等	高橋一夫（近畿大学経営学部）

<自治体概要>

■人口	27,466人（国勢調査人口：平成22年10月1日）
■面積	307.31km ² （平成22年10月1日現在）
■人口密度	89.4人/km ²
■標準財政規模	7,204,414千円（平成22年度市町村財政状況調）
■財政力指数	0.46（平成22年度市町村財政状況調）
■経常収支比率	81.7%（平成22年度市町村財政状況調）
■担当課室	立山町商工観光課

（1）事業の背景と目的

a. 事業の背景

立山町は、世界的にも優れた周辺の観光資源を最大限に活かして農林水産業や商工業と結びつけ、地域産業全体を活性化させる観光地づくりを戦略的に推進するためのプランニングと実施体制の確立を図ることが緊急の課題となっていた。特に、立山黒部アルペンルートには年間100万人を超える観光客が訪れているが、立山町の「まちなか」に訪れることは稀で、素通りされているという現象が見られ長年の課題となっている。

この課題に対応するため、①立山黒部アルペンルートの長野県側にある大町市と協働のプラットフォームとしてまちづくり会社（株式会社たてやま）の立上げ、両市町の課題である年間100万人の観光客の平坦地への誘導を図る仕組みづくり、②そのための事業計画の取りまとめ、③平坦地観光の推進を進めるにあたり、地域への経済効果の受け皿となる特産品開発のきっかけとなるよう、行政主導での「立山ブランド」の認定、という内容で、昨年度の新・地域再生マネージャー事業を進めてきたところである。

b. 事業の目的

本年度は、昨年度の成果を踏まえ、「株式会社たてやま」を中心に、①旅行会社免許の取得と平坦地観光の推進、②「立山ブランド」認定品の販売力強化、③Facebookを活用した情報発信とEC事業の推進、の3点を目的に事業を実施した。

(2) 事業実施内容

a. まちづくり会社の旅行会社免許の取得と平坦地観光の推進

「株式会社たてやま」において、旅行業法に基づく第3種旅行業の資格を取得し、まちなか誘客部会において平坦地観光につながる旅行商品（モデルコース）の造成を図る。

また、大手旅行会社との連携強化により、メディア販売旅行会社及び関西地区・九州地区からの修学旅行を誘致するとともに、農家民泊をはじめとしたグリーン・ツーリズムの担い手づくりによる経済効果を創出する。

b. ブランド認定品の販売力強化

ブランド認定につながる特産品の掘り起こしを行う。また、トレーサビリティの確保によるブランド認定品の付加価値化を推進する（安心・安全のブランド価値構築）。さらに、農産物の加工品化による付加価値化を推進する。

c. Facebookを活用した情報発信とEC事業の推進

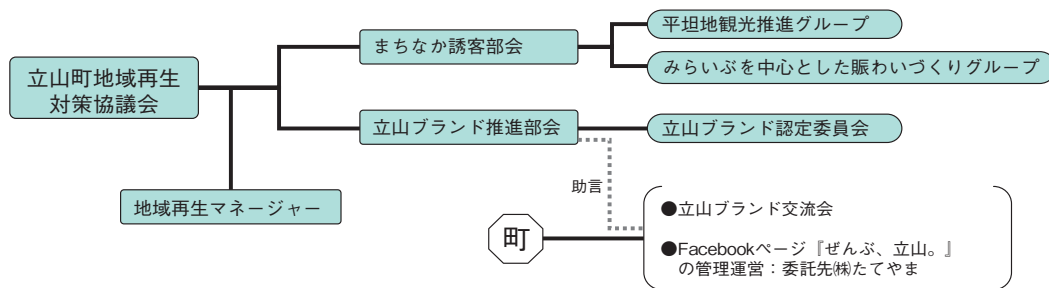
まず、FacebookでのEC事業化のためのシステムを構築するとともに、EC事業推進のための体制を構築し、ソーシャルネットワークによるプロモーションノウハウを取得する。

EC事業の推進にあたっては、品揃えを増やし、消費者に「特産品を買う楽しみ」を感じさせるために立山ゆかりの特産品を募集する。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

町長を会長、商工観光課地域振興係を事務局とする地域再生対策協議会を置き、目標の実現に向け、まちなか誘客部会（平坦地観光推進グループ、みらいぶを中心とした販わいづくりグループ）及び立山ブランド推進部会を設置して検討、事業化を行う。



b. 地域再生マネージャー等の役割

本事業の円滑な推進を図るため、地域再生対策協議会、部会、部会が行う事業、部会の指導を受けて「株式会社たてやま」が行う公益的事業などにおける指導、助言を行う。

(4) 事業実施スケジュール

a. 主な活動内容

「平坦地観光の推進」に関しては、農家民泊受入説明会を開催するとともにモニターツアーを実施した。また、大手旅行会社と連携し、修学旅行誘致促進のための現地研修を行った。さらにインターカレッジ・コンペティションの実施に向けた助言を行った。

「ブランド認定品の販売力」に関しては、ブランド認定を受けた事業者で構成する「立山ブランド交流会」の立ち上げや、ブランド認定品の募集・認定、物産展の開催などを行った。

「EC事業」に関しては、Facebook販売サイトをシステム構築し、販売促進活動を行った。

b. スケジュール

月	取組み実施内容	
5月	5～8月	Facebookページ上特産品販売サイトの構築及び販売促進（サイト作成準備、打合せ、出店事業者訪問、規約取交し、販促キャンペーンの開催、など）
	25日	立山ブランド交流会設立準備会
6月	8日	立山町地域再生対策協議会
	22日	農家民泊受入説明会
	24日	平坦地観光推進のためのモニターツアー（陶農館陶芸体験コース）
7月	7～10月	特産品販売力強化のための都内物産展開催にかかる準備（参加事業者説明会の開催、現地視察、など）
	20～22日	民間大手旅行会社と連携した修学旅行誘致促進のための現地研修
	24日	第1回立山ブランド交流会
8月	8～9月	インターカレッジコンペティションフィールドワーク
	9日	第1回農業体験実習協議会設立準備委員会
	22日	一般客向け農家民泊モニターツアー
	28日	第1回立山ブランド推進部会
9月	20日	第1回まちなか誘客部会
10月	10月31日～11月5日	「ぜんぶ、立山。」物産展（イトーヨーカ堂アリオ亀有店）
11月	9・10日	「ぜんぶ、立山。」物産展（有楽町東京交通会館）
	12日	平成23年度認定の立山ブランド認定事業者へのヒアリング
	19日	第2回農業体験実習協議会設立準備委員会
	28日	立山町農家民泊推進協議会設立総会
	11月19日～12月7日	立山ブランド認定品 第2回募集
12月	3・4日	インターカレッジ・コンペティション 予選・本選・表彰式
	13日	立山ブランド認定申請者への面談調査 第2回まちなか誘客部会
1月	8日	立山ブランド認定委員会オブザーバーへの意見聴取
	11日	立山ブランド認定委員会
2月	1日	平成24年度立山ブランド認定 認定証交付式

(5) 取組み概要



(6) 主な成果

a. まちづくり会社の旅行会社免許の取得と平坦地観光の推進

「株式会社たてやま」において旅行業法に基づく第3種旅行業の資格を取得した（平成24年10月登録完了）。

平坦地観光につながる旅行商品を造成し、陶芸体験モニターツアーを実施した。

大手旅行会社との連携により修学旅行誘致活動を実施した結果、7校約1,200名の修学旅行生の受け入れが決定した。

立山町農家民泊推進協議会を立ち上げ、農家民泊モニターツアーを実施し、11名が参加した。

修学旅行誘致に関する新聞記事



立山町農家民泊推進協議会設立総会



b. ブランド認定品の販売力強化

ブランド認定品の募集・選定を行い、昨年度認定した6品目に2品目が追加された。

事業者主体の運営のあり方を検討し、「立山ブランド交流会」を発足させ、立山ブランドの危機管理対応についての理解とそのフローについて議論を進めた。

立山ブランド推進部会、立山ブランド交流会での意見をもとに、農産物の加工品化に取り組んだ。

都内2箇所にて「ぜんぶ、立山。物産展」を開催し、物産展を訪れた買物客にFacebook販売サイトを周知するチラシを配布し、新規顧客の開拓を図った。

ブランド認定品
(かあさん漬け)



ブランド認定品
(立山三六そば)



物産展に関する新聞記事



c. Facebookを活用した情報発信とEC事業の推進

FacebookでのEC事業化のためのシステムを構築し、その運営を「株式会社たてやま」に委託することで運営体制の構築を図った。

品揃えを増やし、消費者に「特産品を買う楽しみ」を感じさせるために立山ゆかりの特産品を募集、掲載した。(現在、14品目27商品取扱中)

(7) 今後の課題、次年度以降の取組み

平坦地を中心にした観光振興事業及び立山ブランド推進事業を中心に行ってきた。前者についてはまちづくり会社「株式会社たてやま」を設立し、ここをプラットフォームとして修学旅行事業の誘致を進めるなど一定の成果があった。今後は26年度の北陸新幹線開業をにらみ、立山黒部アルペンルートを前面に押し出して80万人台に減少した観光客数の増加を推進し地元における雇用創出を進めていく。

一方、後者においては、新幹線開業により増加が見込まれる観光客へのアプローチを中心に「売れるブランド」づくりをめざしていく。

(8) マネージャーコメント

まちづくり会社を主体とする平坦地観光の推進と特産品販売



近畿大学経営学部 高橋 一夫

今年度は、新・地域再生マネージャー事業の2年目にあたり、事業終了後の事業の継続・発展を考慮しながら事業の展開を進めてきた1年であった。

2012年4月に当初の計画通り、町営宿泊施設の「グリーンピア吉峰」を管理運営していた「(財)立山グリーンパーク」を株式会社化し、地域のまちづくり会社としてプラットフォームの役割を果たしていくこととなった。このようなまちづくり会社の課題のひとつに経営人材の確保が挙げられるが、今回は役員を民間からスカウトすることになり、観光まちづくりを推進する企画力・管理運営能力を持つ方(島 雅啓氏)に着任していただいた。筆者とは以前からの知己であったこともあり、(1)まちづくり会社の旅行会社免許の取得と平坦地観光の推進、(2)ブランド認定品の発掘と販売力強化、(3)Facebookを活用した情報発信とEC事業の推進という事業目標の計画と課題認識についても、スムーズなコミュニケーションで議論、事業推進を行うことができた。

特に、島氏が旅行会社の役員経験者であったこともあり、(1)平坦地観光の推進においては、目標を上回る成果を上げることができた。「立山黒部アルペンルート80万人の立ち寄り観光」という前年の目標を改め、①大手旅行会社との連携強化(関西地区からの修学旅行誘致)、②それに伴う農家民泊をはじめとしたグリーンツーリズムの担い手づくりによる経済効果の創出に力を注ぎ、農家の方々の理解と関西の大手旅行会社の協力で、初年度に7校1,200人の修学旅行生が立山の平坦地を訪れ、地域の人たちとの交流が行われることになった。この他に全国11大学からの参加のあったインターカレッジ・コンペティション、2013年度に予定される立山ヒルクライムなどのイベント事業でも成果が表れた。

一方で、(2)ブランド認定品については、「三六そば」「立山の黒ニンニク」「味付き味噌」など立山の1次産品を活用した特産品の開発は進み、東京の大手スーパーなどでの物産市にまでこぎつけたものの、強力なブランドとしての認識にまでは至らなかった。「文句なく美味しい」、「一定の量が確保できる」、「消費者が感情移入するほどのストーリーがある」という3点が、地域特産品のブランド化において必要であるが、そこまでに至る特産品が少なく年度当初の目標6件を下回り2件の認定となった。

また、(3)Facebookを活用した展開においては、8月立上げ当初は立山ブランド認定品のプレミアム桃が完売するなどの勢いを示したものの、継続的な成果には至っていない。SNSにおいては絶え間のない情報発信と読者へのフォローが重要であったが、それがスムーズに機能をしなかったことが課題として見えてきた。

これらの成果と反省を踏まえ、今後の事業展開は以下のように進めていきたいと議論している。

● 観光振興事業

- ① 2014年の北陸新幹線開業をきっかけにした立山黒部アルペンルートの首都圏へのマーケティング活動
- ② 東日本大震災や国交問題が影響したインバウンド対策
- ③ アルペンルート閉鎖期間の冬場対策
- ④ 農家民泊による平坦地観光の推進

● 立山ブランド推進事業

- ① 北陸新幹線新駅への出店調整(新幹線開業による観光客増を見越し、土産品として立山ブランドを中心に販売)
- ② 選ばれる商品に向けて、商品力アップ、パッケージなどのデザイン力のアップ、コミュニケーション力の強化
- ③ SNSに対応する人材の育成

事業推進による雇用の確保、乗数効果の上がる事業展開を達成していきたいと考えている。

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

2-8. 愛知県新城市

「奥三河連携木の駅プロジェクト

～森林と地域通貨を利用した地域再生プロジェクト～

<事業概要>

■事業名	奥三河連携木の駅プロジェクト ～森林と地域通貨を利用した地域再生プロジェクト～
■総事業費	5,400千円
■助成申請額	3,600千円
■地域再生マネージャー等	丹羽健司（地域再生機構） 高橋啓（穂の国森林探偵事務所） 森大顕（地域再生機構）

<自治体概要>

■人口	49,864人（国勢調査人口：平成22年10月1日）
■面積	499.00km ² （平成22年10月1日現在）
■人口密度	99.9人/km ²
■標準財政規模	14,916,409千円（平成22年度市町村財政状況調）
■財政力指数	0.63（平成22年度市町村財政状況調）
■経常収支比率	87.8%（平成22年度市町村財政状況調）
■担当課室	新城市産業部森林課

（1）事業の背景と目的

a. 事業の背景

愛知県東部山間部、奥三河地域は、新城市、設楽町、東栄町、豊根村の4市町村で構成される。域内人口は約6万人である。東三河地域を縦断する豊川（とよがわ）下流部、豊橋市・豊川市・蒲郡市の水源地域である。奥三河地域の森林率は80%を超え、そのうち80%がスギ・ヒノキ人工林で構成されている。

奥三河地域の中心である新城市に産業（第2・3次）が集中し、その上流域の就業を支えている。奥三河地域の町村の高齢化率は40%を共に超え、集落コミュニティ運営や移動・買い回り・医療などの生活活動の課題が発生しており過疎化、森林の荒廃などの典型的な山村の問題を抱えている。その解決策として、木の駅に取り組むこととした。

b. 事業の目的

木の駅は2009年に岐阜県恵那市中野方町（笠周地域）で始まり、鳥取県智頭町、愛知県豊田市、新城市、岐阜県大垣市など全国約20箇所で立ち上がっており、爆発的普及の兆しがある。

今後、収集された材をエネルギー用材としての安定供給や、複数市町村に持ち山がまたがる山主の効率的な出荷、発展的な活動を行うために各地域が刺激し合い、教え合う関係づくりの実施などの点で、木の駅のある近接する地域が連携することで相乗効果を生みだすことが期待される。そのため、木の駅間の広域連携で、山村活性化の在り方を模索し、全国初の木の駅広域連携モデルを構築し、木質バイオマスエネルギー利用による、地域通貨とエネルギーの地域

内循環を目指す。具体的には、以下の3つを目的とする。

- ①奥三河で木の駅を3駅（新城市、東栄町、豊根村）立ち上げる。
- ②木の駅間の広域連携の可能性と内容を検討する。
- ③収集した林地残材のエネルギー利用に関する具体的な計画を策定する。

（2）事業実施内容

a. 木の駅立ち上げ

奥三河3市町村で3つの「木の駅」を立ち上げるため、説明会や関係団体との調整、視察や講演、社会実験などを行う。なお、立ち上げにあたっては自立的・自治的に「木の駅」運営を行っていく実行委員会型の「木の駅」会議を地区の有志を募って設置する。

b. 森林エネルギー利用計画策定

「木の駅」で集められたチップを熱エネルギーとして利用するための薪ボイラーなどの導入可能性などについて検討を行う。これによりエネルギーの地産地消の実現と外部に流出していた資金の地域への還流、それを通じた域内循環増を目指す。本事業では「とうえい温泉」での薪ボイラー導入について検討した。

c. 広域連携事業

「木の駅」の広域連携モデルの実現に向け、各「木の駅」会議間での顔の見える関係づくり構築からはじめるため、相互視察や関連施設視察、講演会・広域連携検討会議などを開催した。

（3）事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

新城市産業部森林課が当事業の窓口を担い、新城市は他奥三河地域2町村（東栄町、豊根村）産業課・企画課と連携を取りながら各地域の木の駅プロジェクトの運用支援を実施した。

各市町村プロジェクトの実施は、各地域住民で構成された実行委員会が担えるように、プロジェクトに伴う各プログラムの企画・実施支援を、外部人材の丹羽健司氏の下、地域再生機構、穂の国森林探偵事務所が行った。

また、事業全体では愛知県山村振興室、林務課と連携を行った。

各プログラムの実施に際しては、地元森林組合、当奥三河地域を含む豊川流域森林の整備活用を支援する東三河流域森林・林業活性化センター、奥三河山間過疎地域振興を行う（社）奥三河ビジョンフォーラム、さらに地元行政区、コミュニティ、商工会、NPOなどとの協力体制を構築した。

全体の企画と個別の指導（特に初期の立ち上げと運営）及び連携を丹羽健司氏、森林作業の研修企画・指導を穂の国森林探偵事務所の高橋啓氏、調査とエネルギー利用全般を地域再生機構の森大顕氏が担った。

	新城市	東栄町	豊根村
地域再生マネージャー： 丹羽健司：木の駅実行委員会募集、立ち上げ、運営、実施の指導	○	◎	◎
森林探偵事務所穂の国： 高橋啓：山仕事研修の企画・指導、木の駅運営	◎	○	○
地域再生機構： 森大顕：調査企画・実施、運営補助	○	○	○

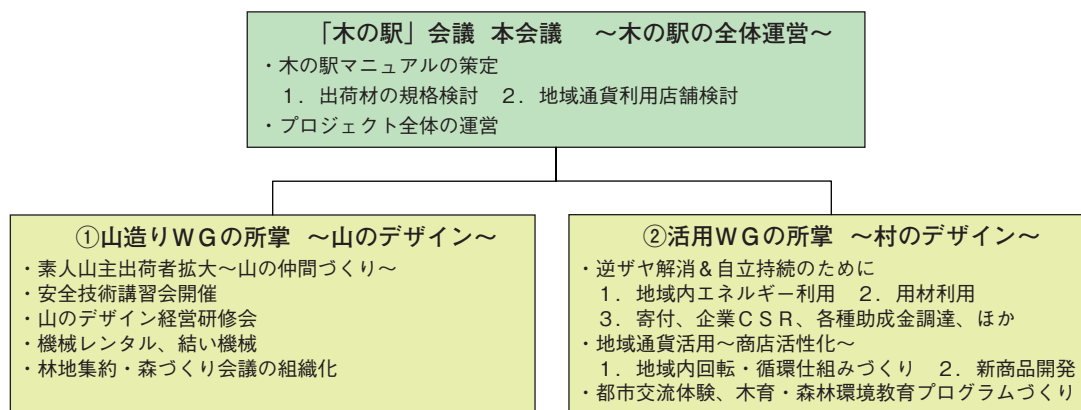
b. 地域再生マネージャー等の役割

また、地域別には、主として東栄町と豊根村を丹羽健司氏と森大顕氏が、新城市を高橋啓氏が担った。

東栄町・新城市では、自立的・自治的に木の駅の運営を行っていく実行委員会型の「木の駅」会議を地区内の有志（山主、商店、行政、森林組合、商工会、ヨソモノ、有識者など）を募って立ち上げた。

前述と下図のように①山造りWGと②活用WGをつくった。全体を外部専門人材（丹羽健司氏）がコーディネートし、①は主に穂の国森林探偵事務所（高橋啓氏）が、②は地域再生機構（森大顕氏）がサポートした。

地域再生マネージャー等の役割は市町村と密接に連携して、住民や関係団体が本事業に賛同し自発的に実行委員会を組織し、自治的に運営できるようになるまでサポートしていくことにある。そのためには、実行委員会には多様なセクターや老若男女や職業の枠を超えた広範な人材が関わっていくようにし、なおかつ、そこでは対等平等で自由な議論が保証されるように運営することが必要である。



(4) 事業実施スケジュール

月	取組み実施内容	
4月	23日	東栄町木の駅説明会
	24日	豊根村、新城市打ち合わせ。東栄町関係機関説明
5月	5日	Iターン集団と森林作業、木の駅説明
	11日	奥三河4市町村課長会議で木の駅説明会
	17日	東栄町木の駅実行委員会準備会
6月	6日	とうえい実行委員会、豊根村打ち合わせ
	7日	秋葉道木の駅実行委員会
	21日	豊根村打ち合わせ
	26日	古戸集落木の駅説明会
	28日	とうえい実行委員会
7月	5日	秋葉道木の駅実行委員会
	10日	新城市全域木の駅説明会
	11日	豊根村関係機関説明
	17日	とうえい搬出研修、実行委員会
	25日	和歌山県北山村ボイラー視察
8月	6日～	商店ヒアリング開始
	7日	とうえい実行委員会
	11日	山主アンケート発送
	17日	秋葉実行委員会
	21日	豊根村木の駅説明会
	27日	東京都檜原村他ボイラー視察
9月	4日～	商店ヒアリング
	11日	秋葉路木の駅出荷者説明会
	24日	とうえい木の駅実行委員会
	27日	東栄町商工会木の駅説明会
	29日	秋葉道木の駅オープン
10月	2日	秋葉道木の駅実行委員会
	7・8日	澁澤寿一講演会／とうえい木の駅キックオフイベント
	12日	チップ工場見学
	18日,23日	秋葉道、とうえい木の駅実行委員会
11月	13日	設楽町サテライト木の駅打ち合わせ
	15日	秋葉道木の駅実行委員会
	21日	奈良県吉野町林業研究会視察。とうえい木の駅実行委員会
	22日～	とうえい温泉ボイラー調査
12月	7・8日	新城市布里只持地区、作手見代地区木の駅説明会
	11日	とうえい木の駅実行委員会、秋葉道木の駅森林整備計画説明会
	12日	豊根村打ち合わせ
	26日	とうえいボイラー調査
1月	16日	新城市作手地区農業用ボイラー調査
	29日	木の駅広域連携交流会
2月	15日	とうえい木の駅実行委員会ヒアリング
	22日	奥三河広域連携木の駅事業報告会

(5) 取組み概要



(6) 主な成果

a. 木の駅の立ち上げと社会実験の実施

1. とうえい木の駅の立ち上げ

東栄町及び新城市では、木の駅立ち上げに向け事業実施スケジュールに記載しているように説明会や関係段階との協議、参加者募集などを実施した。その結果、東栄町での社会実験は、10月8日にはじまり11月末までの集荷期間で、出荷登録者15戸・4団体、商店登録48店、集荷量74トン、発行地域通貨720枚（36万円相当）の規模となった。第2期は1月から始まり目下進行中である。新城市では、集荷期間を9月29日から12月9日まで、地域通貨の使用を1月末日として社会実験を実施、出荷登録者7戸、商店登録31店、集荷量150トン、発行地域通貨636枚（63万円相当）となった。



豊根村は地域説明会を開催したが、木の駅立ち上げには至らなかった。

特徴的な現象として以下のようなことがあった。

①NPO法人「てほへ」

全くの素人集団が山作り研修を経て木の駅に出荷。最終的に地元山づくりグループを抜き最大の出荷団体となった。素人でもこんなにやれるんだというショックと勇気を地元に与えた。

②古戸推進会

地元のリタイヤ者たちを組織し3年前から山づくりに取組んできたもののこれまで出荷経験のなかったグループが木の駅に林地残材を大量に出荷した。それで得た地域通貨での宴会や分配で活気づいた。山村高齢世代の元気なモデルができた。

③東栄町商工会

実行委員会の議論を経て趣旨を理解し、通貨デザインから流通マニュアル作成、のぼり旗作成、商店説明会設営まで自発的に動き出した。このような事例は全国でも初めてである。

④東栄町森林組合

当初は理解はあるものの具体的な行動が伴わなかったが実行委員会での協議を経て、山主アンケートの配布から回収への組織を上げての協力、施業地あとの林地残材の「志～材」提供申し出、Iターン労務班員の「宵荷」推奨、森林整備地域説明会での林地残材提供合意書作りの提案まで木の駅への森林組合への取組みとしては全国的にも異例の連携が始まった。

⑤山仕事への意欲増進

より安全で楽な集荷林業機械の取り扱い講習やレンタル制度づくり、より有利で多様な出荷先開拓が始まった。特に細い材は杭にするとか薪ストーブユーザーへの販売など、実行委員の個性に応じたアイデアがたくさん出されるようになった。

⑥山から商店へのエール

秋葉木の駅実行委員会での論議が伐木技術や出荷方法だけでなく大きく地元商店への思いやりにシフトしていった。地域通貨利用ゼロの店をなくすにはどうするかなど、せっかくの地域通貨を最大限に有効活用して地元商店を活性化したいとの願いの発露だった。

b. 森林エネルギー利用計画策定

既存の化石燃料ボイラーとのハイブリッドシステムで、補助熱源として薪ボイラーを導入することを想定し、とうえい温泉での調査結果を元に、経済性の試算を行った。経済性の試算の条件は下記のとおりである。

この結果より、とうえい温泉で購入する重油価格が1リットルあたり88円以上であれば、機械の償却まで含めて経済性が認められることがわかった。単にランニングコストだけでみると、重油価格が1リットルあたり88円であっても、年間100万円ほどのコスト削減ができる可能性があることがわかる。

バイオマスボイラー条件

項目	条件	
燃料	薪	
導入規模	250,000	kcal/h
	291	kW
ボイラー効率	85	%
補助率	50	%
イニシャルコスト	40,000	千円
機械	25,000	千円
建築	15,000	千円
耐用年数	15	年
保守メンテナンス	500	千円/年
消耗部品	200	千円/年
ばい煙測定費	10	千円/年
灰の処分費用	60	千円/t
電気条件	平均負荷	5 kW
	稼働時間	5,066 h/年
	電気単価	20 円/kWh

この場合、1年間の薪利用量は原木で500m³である。薪の価格は6,000円/m³（≒12,000円/t、含水率30%（WB）を想定）である。この、算定根拠は、とうえい木の駅プロジェクトで4,500円/m³（≒6,000円/t）で買い受けたスギやヒノキなどの針葉樹を、1mで玉切り、半割り、乾燥（半年）までの加工を1000円/m³、木の駅土場からとうえい温泉までの運賃を500円/m³（ユニットで10m³を1回輸送すると5,000円の謝金で対応を想定）として計算している。この価格で供給できれば自立的な木の駅運営も可能になる。

さらに、この木の駅での収集、加工、運搬の経費をすべてオニ券（地域通貨）で支払えば、6,000円×500m³で、毎年300万円の経済効果が町内の商店に得られることとなる。

燃料価格		円/kWh	80	82	84	86	88	90	92	94
導入想定規模	薪ボイラー	kcal/h	250,000							
		KW	291							
エネルギー供給量	対象とする総熱供給量	Gcal/年	1,997							
	エネルギー代替率	%	34							
	薪による熱供給	Gcal/年	679							
	化石燃料による熱供給	Gcal/年	1,318							
	イニシャルコスト	千円	40,000							
	薪消費量	t/年	250							
	薪単価	円/kg	12							
	化石燃料消費量	kWh/年	165,000							
〈費用〉										
固定費 (補助率50%とする)	減価償却費	千円/年	1,214							
	固定資産税	千円/年	252							
変動費	バイオマス調達費	千円/年	2,995							
	電気代(追加動力)	千円/年	1,317	1,350	1,383	1,416	1,449	1,482	1,515	1,548
	人件費	千円/年	620							
	維持管理費+消耗品費	千円/年	700							
	ばい煙測定費	千円/年	10							
	灰の処分費	千円/年	150							
	重油代	千円/年	13,200	13,530	13,860	14,190	14,520	14,850	15,180	15,510
費用合計①:	千円/年	20,458	20,821	21,184	21,547	21,910	22,273	22,636	22,999	
(変動費計)	千円/年	18,992	19,355	19,718	20,081	20,444	20,807	21,169	21,532	
従来の化石燃料使用量	kWh/年	250,000								
コストメリット	化石燃料削減量	kWh/年	85,000							
	化石燃料削減費	千円/年	6,800	6,970	7,140	7,310	7,480	7,650	7,820	7,990
従来の化石燃料費:②	千円/年	20,000	20,500	21,000	21,500	22,000	22,500	23,000	23,500	
年間収支:③(②-①) -は赤字を表す	千円/年	-458	-321	-184	-47	90	227	364	501	
年間収支(資本費を除く):④(③+固定費)	千円/年	1,008	1,145	1,282	1,419	1,556	1,693	1,831	1,968	
CO2排出削減量:⑤	t-CO2	230								

c. 木の駅広域連携

①とうえい木の駅実行委員会から豊根村への連携呼びかけ

隣村の豊根村に対し「とうえい木の駅実行委員会」から出荷土場の提供と地域通貨の発券・換金事務作業の協力を申し出た。これは、自らが苦勞しながらも事業を開始したことによって感じた心地よさを分かち合いたいという気持ちからのものである。実現はしなかったものの、広域連携を目指した動きの中で非常に大きな成果だった。

②大学との連携

地元商店活性化については女性や若者の発想が必要との議論から、豊橋創造大学と協働して商店ヒアリングや商品開発を開始した。

③地域の様々な課題への関わり

秋葉木の駅では地域通貨や志～材の新たな活用先として地域の子供会との協働が芽吹いた。今後、子供の木の駅や地域通貨の創出を通じて、子供たちを積極的に地元の山や商店へ関わらせていこうとする画期的な試みとなるだろう。

④スキルアップと相互交流

素人山主が共に学び合いながら一緒に汗を流すなかで連携ができていった。各地で実施した技術研修や安全研修に加えて市町村から離れた名古屋港や豊橋市に出かけてのチップ工場や木材市場の視察で交流が始まりスキルも見識も高まった。さらに遠く奈良県や千葉県からの視察を迎えるようになり「木の駅」を実施することの意義ややりがいも感じられつつある。

さらに澁澤寿一氏を招いての山村活性化講演会「あるものさがしの山村再生」では、我が村に暮らし続け次の世代に森林だけでなく文化や誇りをバトンタッチしていくことと「木の駅プロジェクト」の意義が述べられ、共感が得られた。

⑤広域連携検討会議

1月29日、広域連携検討会議を開催し、新城市、東栄町の関係者および、愛知県を招いて「木の駅」間の連携の必要性と可能性について検討した。特に、隣接する地域（東栄町と新城市大野地区）での木材出荷と地域通貨の共用、とうえい温泉や湯谷温泉での今後のバイオマス利用時の必要量の確保対策などが話し合われ、実現の可能性が出てきた。

(7) 持続的発展へ向けた課題、今後の取組み

a. 木の駅の展開

①課題

木の駅はこれまで非常に順調に展開してきた。それは、過疎や少子高齢化、森林荒廃や商店の減少に悩む山村のキーパーソンたちが、たまりかねて藁にもすがる思いで木の駅プロジェクトに救いを求めてきたものがほとんどだったためでもある。しかし、今回実行委員会の立ち上げにいたらなかった地域については、同様の状態にありながらもキーパーソン発掘や住民の意識醸成とそのコーディネートに難渋し、不発に終わった。もっときめ細やかな対応が必要だったと悔やまれる。

②発掘

実行委員会作りに着手できた2つの駅では、自ら課題を見つけて自分たちであるいは外部人材や他地域の事例を参考に解決しようとする姿勢が醸成できた。想定しなかった発想や提案が多様な人材の集まりから生まれてきた。実行委員会がまるで糠床のように多様な人材で相互に刺激し合いながら人材を育成し、解決するノウハウを身につけていく場となった。こうした動きは、当初の想定をはるかに上回り、山村の底力を感じた。

③発展

実行委員会で提案されたアイデアを多様な人々が民主的に話し合い自治的に解決していく土壌はほぼ出来上がったと考える。今後はエネルギー利用や地域の未利用資源を同様の発想と手法で、課題を発掘し解決していくものと思われる。経済的な大飛躍は望まれないかもしれないが、老若男女やよそ者が背筋を伸ばして生き生きとして、山村に暮らす誇りと喜びを次世代に堂々と伝える村になって欲しい。

b. 森林エネルギー利用計画策定

とうえい温泉への薪ボイラー導入については事業可能性があると現時点では判断できるため、平成25年度以降詳細な調査および基本設計が行われることを期待したい。しかし、今回経済性を判断した収集量は2回の木の駅実証事業の収集量を上回る量であるため、一層木の駅での収集量を高め、安定性を高めるためには、仲間づくりや山林への道づくり、出荷者の林業技術向上が必須である。また、収集量を補うためには近隣の製材工場で発生する端材などの提供も受けることも検討していくべきである。

一方で、徐々に収集量を高めていくために、今回想定したものよりも小型のボイラーを導入し、徐々に台数を増やしていくような手法で、安定供給できる量から取組むことも詳細調査の際には必要となろう。

(8) マネージャーコメント

「木の駅プロジェクト」で村の自治と誇りを再生する



地域再生機構 丹羽 健司 (右)

高橋 啓 (中)

森 大顕 (左)

木の駅プロジェクトとは、間伐して切り捨てられ放置されている林地残材や、間伐しても出荷できない低級材を人力で軽トラックに積載して「木の駅」と呼ばれる集荷土場に出荷すると、その代金をその地域でのみ使える地域通貨で支払われる仕組みだ。これまでゴミのように見捨てられていた林地残材を地域の小さなお宝として資源活用して、さらに大型スーパーでない地元商店を循環して地域経済を潤す。

この事業では、実行委員会が木の出荷ルール、木の販売先や売り方の工夫から、地域通貨の使い方や商店の選別までを、当事者たちが自治的に決定することを大切にしている。その実行委員会立ち上げとその運営の過程において参加者が大きく変貌を遂げる。自発的に自治的に木の駅にまつわる個別具体的な諸課題が討議され決定されていく過程で、地域の課題に向き合わざるを得なくなる。「俺たちの村のことは俺たちで決める、決めれるんだ」その成功体験が自治を育む。

ただ木を山から出して軽トラックに乗せて土場に出荷する。それに対して地域通貨を発券して地元商店で流通させる。これだけの行為なのだが、その1つ1つの過程で、地域で暮らす様々な人々にとっての「心地よさ」を思いやるようになる。

それは、これまでのプロでしか関われなかった山仕事や貨幣の流通を「自分たち流」に新しく作り直していく営みだから刺激的なのだろう。それはまるで新しい国づくりのような、独立国づくりのような魅力があるようだ。

おおよその全国標準のマニュアルが用意されているものの、それを「自分たち流」にアレンジして適合させていく作業を、アドバイザーや外部人材がそれぞれの専門性を活かして伴走する構図でもある。また、山村へのアイターン者や学生たちを巻き込めることも大きい。

このようなシステムを持つ実行委員会の基礎ができれば、次の対象は木だけでなく地域にふんだんにあるほかの資源や観光にも対象は広げることができる、いや、自発的に、自動的に広がり続ける。「お金じゃないんだよ。子供らが帰ってくるたびに暗かった山や竹藪、荒れた土手がどんどんきれいになっていく。おじや年寄りが背筋を伸ばして山や野良でイキイキ仕事をし、軽トラをぶっ飛ばしている。そんな村の景色や年寄りの姿を帰省のたびに見ていると、自分もいつか帰ろうと思うようになるんじゃないかな」木の駅で出荷者がつぶやく。

「美しい村などはじめからあったわけではない。美しく暮らそうという村人がいて、美しい村になるのである。～柳田國男～」

「木の駅プロジェクト」から美しい山村を再生したい。

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

2-9. 愛媛県今治市

「しまなみ海道人材育成・活性化支援事業」

<事業概要>

■事業名	しまなみ海道人材育成・活性化支援事業
■総事業費	10,500千円
■助成申請額	7,000千円
■地域再生マネージャー等	斉藤俊幸（イング総合計画株式会社）

<自治体概要>

■人口	166,532人（国勢調査人口：平成22年10月1日）
■面積	419.89km ² （平成22年10月1日現在）
■人口密度	396.6人/km ²
■標準財政規模	47,101,523千円（平成22年度市町村財政状況調）
■財政力指数	0.58（平成22年度市町村財政状況調）
■経常収支比率	85.5%（平成22年度市町村財政状況調）
■担当課室	今治市総合政策部地域振興課

（1）事業の背景と目的

a. 事業の背景

瀬戸内海のほぼ中央に位置する今治市は、人口約17万人、山間部から市街地、島しょ部を抱える多様な地勢を有する県下第2の都市である。一方、約2万5千人が暮らす島しょ部（大島・伯方島・大三島・関前諸島）では、人口の減少や高齢化が一層進行しており、地域力の維持向上を図るためには、担い手となる人材の確保が重要な課題となっている。

こうした課題を解決するために、平成24年4月よりこの島しょ部の全6集落に1集落2名、合計12名の「地域おこし協力隊」の配属が決まり平成24年4月2日に赴任し活動を開始した。「地域おこし協力隊」隊員は、今後、定住や地域貢献へ向けた様々な活動について本事業を契機に開始している。

b. 事業の目的

本事業では、「地域おこし協力隊」による活動を起動させ、地域住民との柔軟な協働体制を確立し、地域への定住促進を図るために地域再生マネージャーが中心となり「しまなみカレッジ」を開設するものである。その中に、様々な地域課題に対応した研究会を立ち上げ、社会実験として具体的な取組みを実施することにより、住民、「地域おこし協力隊」が協働する機会を設けるものである。また、あわせて「地域おこし協力隊」の隊員の定住へ向けた起業支援に資する取組みを行うものである。

(2) 事業実施内容

a. ガイダンス

地域おこしやまちづくり分野について、「地域おこし協力隊」の隊員や住民を対象としたガイダンスを実施した。

b. 6次産業化

農水産物の「発酵」「乾燥」「冷凍」技術による賞味期限が延長できる商品分野を研究した。あわせて販路開拓、6次産業化を図るため店頭やイベントなどでの直売の社会実験を行った。こうした取組みにより、島の製品の販売促進と自立事業化を目指す。

c. サイクルツーリズム

サイクリストの昼食滞留のあり方を模索するため石窯建設を行いカフェのあり方の社会実験を行った。こうした取組みにより、島での滞留モデルの確立を目指すとともに巡回カフェ、移動カフェの自立運営を目指す。

d. 畑地・林地・空家再生

耕作放棄した畑などの再生を検討し、新規営農のあり方、観光農業のあり方を検討した。こうした取組みにより、協力隊員などの定住促進を目指す。

e. IT化・観光化

離島におけるUターン、Iターンを促進するためには、IT環境整備を行う必要がある。今年度は、この前段階として、どのような環境整備が必要かについて研究する。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

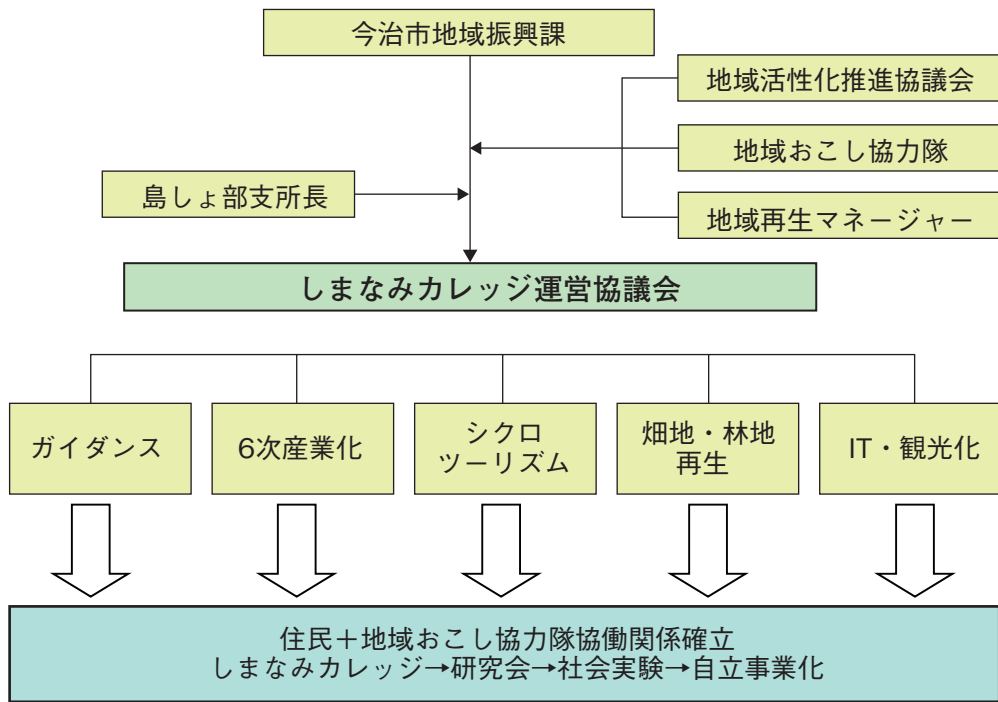
市の地域振興課が中心となり、島しょ部の6地区にある地域活性化推進協議会長、6支所の支所長及び「地域おこし協力隊」を構成員とする「しまなみカレッジ運営協議会」を設立し、本事業を推進した。年間3回の報告会を行い各隊員の活動状況を把握し、各地域の取組みの情報共有を図るとともに、今後の方向性についての示唆が得られる協議会として開催した。

市の地域振興課と島しょ部の各支所が住民（地域活性化推進協議会長）と協議しプログラムを策定し、地域再生マネージャーと「地域おこし協力隊」が連動し活動を推進した。

b. 地域再生マネージャー等の役割

外部専門家である地域再生マネージャーは、市の地域振興課と島しょ部の各支所が住民と協議しプログラムを策定した「しまなみカレッジ」のカリキュラムに基づきの運営主体の事務局となり、6集落に配置された「地域おこし協力隊」と連動して研究会を開催した。各研究会は専門的な見地を有する講師による指導のもと起業やコミュニティ強化のための研修を実施し、その後は自力開催を行えるよう活動環境の整備を行った。

「地域おこし協力隊」が地域住民と協働して地域課題の解決に取組み、起業・定住へと結びつける手法の確立を目指し、また、「しまなみカレッジ」自体は観光プログラムとして自立できるものもあり、そのビジネス・モデル化を目指している。



(4) 事業実施スケジュール

a. 主な活動内容

「しまなみカレッジ」が検討する地域課題として「農水産物の6次産業化」、「サイクルツーリズム」、「畑地・林地・空家再生」、「IT化・観光化等」の4つの分野について、それぞれ研究会を通し、「地域おこし協力隊」の定住・起業に向けた活動の支援を行った。

b. スケジュール

月	取組み実施内容	
4月	22日	竹炭・竹酢液研究会（製造現場の視察）
5月	12日	耕作放棄地再生（ブルーベリー移植）
	29日	耕作放棄地再生（有機農業研修）
6月	26・27日	しまなみカレッジ運営協議会 第1回協議会
7月	17・18日	ダンススクール（中学生ダンスワークショップ）
	20日、24日	ダンススクール（小学生ダンスワークショップ）
8月	13日	はかた夏祭り（ダンスの発表）
	21日	竹酢液製造
	27日	空き家、空き店舗研究
9月	18日	ガイダンスの実施
	26日	まちあるきシステムの検討
	26・27日	スムージー製造試験
10月	13日、20日、27日	こよりカフェ
	22・23日	しまなみカレッジ運営協議会 第2回協議会
	27・28日	バラ祭り（石窯ピザ、スムージーの店頭販売）
11月	12日、19日、26日	ガイダンスの実施
12月	10日	珈琲焙煎の検討

月	取組み実施内容	
1月	17日、21日	ガイダンスの実施
2月	13～15日	住民・「地域おこし協力隊」成果発表会（大三島、上浦、伯方、吉海、宮窪）
	22日	住民・「地域おこし協力隊」成果発表会（関前）

(5) 取組み概要



(6) 主な成果

a. ガイダンスの実施により市民への「地域おこし協力隊」の存在を大きくアピール

「地域おこし協力隊」として地域に赴任した隊員に対してまちづくり分野の動向や専門的見地を深めることを目的にガイダンスを実施した。大学教授などの講演を受け、「地域おこし協力隊」は実際の現場での研鑽を深めることに大きく寄与できた。また、経営学の世界的権威の藤本隆宏東京大学教授や椎川忍前総務省自治財政局長の講演にあっては広く参加者を募り、公開講座として講演を実施するとともに、「地域おこし協力隊」の活動報告を合わせて行うことにより、市民へ「地域おこし協力隊」の存在を大きくアピールすることができた。

b. 6次産業化は店頭販売の社会実験で大きな成果

スムージーやスープの販売、珈琲焙煎技術の習得などの活動を通して今後の起業・定住に向けた方向性を見出せた。また、石窯の協力隊員と住民との協働による建設やピザや米粉パンの技術習得、サフラン栽培やパエリアの料理教室などを通して地域住民との大きなつながりができてきた。職能訓練や社会実験による活動の推進は大きな成果が見られた。

石窯の製造



パエリアの料理教室



c. サイクルツーリズムから巡回カフェへ

サイクルツーリズムでは「こよりカフェ」社会実験を実施した。美術館を活用した「こよりカフェ」は3日間で200人の入込み客があり、来年度は集会所を活用した巡回カフェを実施する予定である。

d. 畑地・林地再生から耕作放棄地を解消する搾汁施設設立へ向けての協議開始

協力隊員が地域になじむにつれて、耕作放棄地の貸し出しを申し出る住民たちも多く現れ、来年度はJAからの研修貸与により農業研修を行う体制ができた。こうした耕作放棄地に観光客、学生などを入れて農業プログラムの展開ができないか。ここで収穫された柑橘類を搾汁し、瓶詰めできないかとの協議に入っている。農家は3時間かけて遠方でのジュース瓶詰めを行っており、島しょ部での小規模搾汁施設の設立は悲願でもある。こうしたニーズにも応えられる搾汁施設設立を来年度協議する。

e. IT・観光化で島のICTやダンス普及に大きな成果

島のICT化は研究が継続できたこともあり、機運が盛り上がりを見せているが、上位計画との調整が課題である。ダンスは地域住民の継続要望が高く、来年度も実施すべく協力隊員は活動を継続している。教育長からは体育教員の研修事業として取組めるよう検討してほしいとの話もあり大きな成果を得たといえる。

ダンス研究会



(7) 持続的発展へ向けた課題、今後の取組み

島しょ部は、人口減少や高齢化が進行している中、特に農業従事者の高齢化に伴い、特産である柑橘類の耕作放棄地が増加し続けており、その解消が急務となっている。また、農業従事者の営農意欲低下を招く有害鳥獣対策も重要な課題となっている。他方、柑橘類のジュースを製造するための搾汁施設は、島しょ部に存在するものの、大規模ロットのみの大型工場となっており、営農者たちの多くが有料道路を使い、3時間以上をかけて遠方（西予市明浜）にある搾汁施設に出向いている状況にある。こうした課題を解決するため、付加価値の高い柑橘商品を開発し、観光ポテンシャルのある島しょ部内で製造販売できる資金循環を構築することにより、営農意欲の向上と耕作放棄地の解消を図っていくなどの仕組みづくりが必要である。そのため、耕作放棄地のプログラムによる観光農園化と当地区内に存在する小規模ロットでも運営が可能な搾汁施設の整備と旧保育所などを活用したカフェ整備により地域経済循環を図るとともに地域力の創造していくことが必要である。

来年度は、「地域おこし協力隊」による旧町村の壁を乗り越えた積極的な活動が求められている。巡回カフェ、店頭販売、耕作放棄地の観光農園化と搾汁施設の設立などが大きな課題となっている。またこうした取組みより、「地域おこし協力隊」の定住・自立への道を模索する必要がある。

(8) マネージャーコメント

「地域おこし協力隊」導入初動期に機能するプログラムの実践



イング総合計画株式会社 齊藤 俊幸

(1) 各地域の事業概要

愛媛県今治市は、平成17年1月に全国でも類を見ない12市町村が合併し、人口16.6万人、陸地部と島しょ部といった多様な地勢を持つ人口県下第2の市である。島しょ部の6地区（吉海、宮窪、伯方、上浦、大三島、関前）は、瀬戸内しまなみ海道（1999年5月に開通の有料高速道路）と航路によって繋がっており、島嶼部を形成している。これにより利便性が確保されている反面、ストロー現象の発生により都市部への若者の流出、いわゆる「担い手世代」の喪失が顕著となっており、人口減少、高齢化が大きな問題となっている。このような状況の中、平成24年4月より島しょ部の6地区に12名の「地域おこし協力隊」が導入された。また、「地域おこし協力隊」の監督として、起業・定住支援として地域再生マネージャーが着任し、地域再生マネージャーは吉海支所総務課で活動を開始した。

今治市島嶼部には合併前に6町村があった。今治市に合併したとは言え、今後の地域活性化を進める上では旧町村の壁を乗り越えた取組みが重要である。6地区に2人ずつ「地域おこし協力隊」が配置され地域おこし活動を開始した。しかし、島同士、地区同士の交流がないまま、地域おこし活動を個別に取組むことには問題があるとの協議から、地域再生マネージャー事業のもと「しまなみカレッジ推進協議会」を設立し、起業・定住へ向けたプログラムを実施することになった。こうした取組みを通し、島しょ部全域でのプラットフォームを形成することを目指した。

(2) 各地域の抱える課題及びそれに対するアプローチ

地域住民代表（地域活性化推進協議会長）、「地域おこし協力隊」、支所長を構成要因としてしまなみカレッジ運営協議会を設立した。「しまなみカレッジ」が検討する地域課題は「農水産物の6次産業化」「サイクルツーリズム」「畑地・林地・空家再生」「IT化・観光化等」の4つの分野とし、合わせて地域おこし活動の方向性を示す「ガイダンス」を実施した。

6次産業化分野では農水産物の「発酵」「乾燥」「冷凍」技術による賞味期限が延長できる商品分野を研究した。あわせて販路開拓、6次産業化を図るため店頭やイベントなどでの直売の社会実験を行った。これにより島の製品の販売促進と自立事業化を目指すものである。

サイクルツーリズム分野ではサイクリストの昼食滞留のあり方を模索するため石窯建設を行いカフェのあり方の社会実験を行った。これにより島での滞留モデルの確立を目指すとともに巡回カフェ、移動カフェの自立運営を目指す。

畑地・林地・空家再生分野では耕作放棄した畑などの再生を検討し、新規営農のあり方、観光農業のあり方を検討した。これにより、協力隊員などの定住促進を目指す。

IT化・観光化分野では離島における若いUターン者、Iターン者の移住を促進するためにはIT環境整備を行う必要がある。この前段階としてどのような環境整備が必要かを研究した。

(3) 取組みを通じて得られた成果

2年度目に入る「地域おこし協力隊」隊員は問題意識を持ち始めている。プログラムの推進と実践を通して個別に話し合いを重ねてきた。こうした経験の延長線上に起業・定住の糸口を見出したいと考えている。他の地域の「地域おこし協力隊」隊員に比較して問題意識、定住覚悟の醸成が促進できているのではないかと。地域の中で生活することでたくさん問題も露呈したが、こうした問題を共有することで田舎に住むことが都会で住むこととは違うことが意識でき、より柔軟に、より賢明に地域の中で定住できてゆけるのではないかと思う。しまなみカレッジ運営協議会のもと、それぞれの隊員の活動を情報共有する体制も大きな成果をあげられたと思う。

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

2-10. 熊本県上天草市

「国際的6次産業創出・観光再生・地域人材育成事業プロジェクト」

<事業概要>

■事業名	国際的6次産業創出・観光再生・地域人材育成事業プロジェクト
■総事業費	11,000千円
■助成申請額	7,000千円
■地域再生マネージャー等	小島慶藏（阿蘇オーガニック・トスカーナ株式会社）

<自治体概要>

■人口	29,902人（国勢調査人口：平成22年10月1日）
■面積	126.15km ² （平成22年10月1日現在）
■人口密度	237.0人/km ²
■標準財政規模	11,555,120千円（平成22年度市町村財政状況調）
■財政力指数	0.27（平成22年度市町村財政状況調）
■経常収支比率	85.2%（平成22年度市町村財政状況調）
■担当課室	上天草市経済振興部商工観光課

（1）事業の背景と目的

a. 事業の背景

上天草市は平成16年3月の4町合併により誕生した。市の人口は、近年の少子高齢化により、平成12年の国勢調査人口35,314人から平成17年国勢調査時には32,502人、平成22年の国勢調査時には29,901人と、10年間で15.3%も減少している。

また、65歳以上の高齢者が人口に占める割合を示す高齢化率は、平成22年国勢調査時に熊本県平均の25.6%に対し33%と7.4ポイントも上回っている。

本市を含む熊本県天草管内における雇用の目安となる求人倍率は、平成24年3月期で0.59、全国平均の0.76と比べると大きく下回っているほか、熊本県の0.69と比しても0.1ポイントも下位であるため、早急な雇用の創出が必要と捉えている。

地域の産業は、柑橘類や花卉の栽培が盛んに行われているほか、全国有数の出荷量を誇る車エビ、とらふぐの養殖など豊富な自然を背景とした第1次産業のほか、観光業及び海運業などの第3次産業が営まれており、これまで海と深く関わって発展を遂げてきた地域である。近年の景気低迷などによる地場産業の衰退、観光ニーズの多様化による観光客の減少により、当市の総生産額（熊本県所得推計）は平成13年度1,000億円であったものの、平成20年度は805.5億円とわずか7年間で194.5億円も減少している。

低迷する経済状況と加速する過疎化の現実の中、市の「再生と自立」を実現するため、政策の軸足を経済振興へシフトしてきており、「食」と「観光」を柱とした経済振興策に取り組んでいるが、効果的な成果が少ない。この事業により、民間と行政の役割分担と一体となった具体的な展開を模索する。

b. 事業の目的

本市が抱える恒常的な雇用機会の不足や地場産業、商店街の衰退などの地域経済の諸問題を解決するために、地域の特性を活かした農業・漁業及び観光産業などの基幹産業の関係者のみならず、市民が一体となって地域を活性化させる強い意識を持って取組むことが、雇用の創出、地域経済の活性化を目指すうえで重要である。この課題を解決するための人材とソフトが不足している現状を真摯に捉え、地域再生マネージャーと協業し、問題解決が出来る地域人財と組織を育成し、持続可能な仕組みを作ることである。

具体的には、既存の資源や新規産物の新商品開発やマーケティングなどを実施するうえで、市内事業所及び生産者と協力し、マーケットの需給ギャップを認識したうえで、市場ニーズの高い新たな1次産品加工品を開発し、6次産業化と併せて付加価値増進を図る。

また、「観光再生」が要で、里海・里山の資源を結びつけた滞在型・体験型観光を推進するため、上天草らしい観光資源の付加価値増進と地中海イメージの融合による新たな魅力を創造する。これらの地域経済再生の具現化と実行による産業創出と雇用創出を図り、継続可能な地域活性化を推進することを最大の目的とする。

(2) 事業実施内容

a. ナマコ産業創出

漁業者（漁協）との意見交換、市場調査、先進地研修（福井県）、県水産研究センターなどとの意見交換、人工種苗育成の仕組み化に向けた協議

b. オリーブ産業創出

パイロット栽培開始、先進地研修（イタリア・小豆島）、栽培可能地調査、栽培予定者への啓発・意見交換、オリーブ料理教室、販路創出への初動

c. 「地中海イメージ」「お宝発見巡り」による観光再生

資源の確認、仕組みづくり、お宝素材開拓、資料化の検討

d. 人財育成

観光事業者への訪問ヒアリングによる実態把握、若手経営者などとの意見交換各会合・意見交換会開催

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

市役所内の体制	
農林水産課	オリーブ、ナマコ生産予定者・関連団体・関係者との調整
ブランド推進室	国際的6次産業化、販路創出
農業委員会	オリーブ生産予定者との諸調整
企業誘致課	人材育成事業、連携部署との諸調整
商工観光課	観光再生事業、地域再生マネージャーとの調整、連携部署との諸調整

外部団体等の体制	
天草漁協	ナマコ事業の展開・促進
JAあまくさ等	オリーブ植樹の促進
ブランド推進協議会	ナマコ、オリーブの加工開発・販路創出の促進
産業雇用創出協議会	人材育成事業における若手経営者の斡旋
上天草市商工会	人材育成事業における若手経営者の斡旋、観光再生事業の促進補助
天草四郎観光協会	地中海化による観光再生事業の調整・促進



b. 地域再生マネージャー等の役割

里海・里山を活かした国際的6次産業（ナマコ産業、オリーブ産業）創出、地中海化による観光再生、人材育成による持続可能な地域活性化を展開するために、グローバルな見地とローカルな視点で、当市の課題を解決する地域人材を育成し、持続可能な仕組み作りによる地域再生力を培うためのプロデュースと指導・実践。

(4) 事業実施スケジュール

月	日数	取組み実施内容
4月	6 1 1 3	オリーブ用地の確認 福井県にてナマコの現地調査 市長、市職員との事業展開の意見交換 スパなどの調査、実施計画書提出準備
5月	1 1 11 2 1	福井県にてナマコについての意見交換 事業の進め方、考え方、効果について市職員との意見交換 観光スポット、ナマコ、オリーブ用地などの調査 オリーブ300本植樹 セスナ機遊覧飛行実施のための仲介
6月	5 5 5	京都府、福井県にてナマコ事業支援の要請 オリーブの市場調査 本市の資源調査、オリーブ育成状況調査
7月	5 6 7 1	地中海化情報収集 京都府、福井県にてナマコ意見交換 マルシェ開催打合せ、オリーブ育成課題協議、現地調査 市役所にて事業展開協議
8月	4 5 1 2 6	京都府、福井県にてナマコ情報収集、打合せ 香港にて市場調査 料理教室講師依頼、打合せ ふるさと財団事業説明、事業内容確認会議、観光資源、オリーブ育成確認 オリーブ育成確認、食、土産などの観光資源確認
9月	3 10 3 1 1	庁内にて事業推進方法協議、観光事業者との勉強会 オリーブ育成確認、食、土産などの観光資源確認、イベント参加 京都府、福井県にてナマコ情報収集、打合せ 市長と京都府、福井県にてナマコ視察 市内漁協にてナマコの意見交換
10月	10 1 2 3 2 2	イタリアにて地中海化、国際的6次産業化可能性、オリーブ調査及び準備 市内にてオリーブオイルセミナーの支援、福岡にてイタリア企業との打合せ 市内のオリーブ生産予定者との意見交換、オリーブ育成確認 オリーブ育成確認、観光事業者との意見交換、庁内での意見交換 福井県にてナマコ情報収集、打合せ 福井県にて市職員及び漁協職員とナマコ研修
11月	4 4 2 6 1 1 1	福井県と稚ナマコ送付方法協議、意見交換、お礼 市長と地中海化打合せ、市職員と現状確認、今後の展開打合せ、イベント参加 オリーブ植樹可能地調査、観光事業者とオリーブとナマコの意見交換 オリーブオイルセミナー準備、打合せ、申請準備、小豆島視察準備 マネージャー報告会に担当者と参加、意見交換 熊本県水産研究センターにて意見交換、稚ナマコ800匹到着の確認 市役所へイタリア企業の紹介
12月	8 4 2	オリーブ植樹可能地調査、観光スポット調査 料理教室打合せ、地中海化調査、会議準備 ふるさと財団現地調査同行、庁内協議
1月	2 9 1 1	紅龍会（観光おもてなし、商品開発会）準備、発足 漁協での意見交換、観光事業者との意見交換、庁内での意見交換 地中海オリーブ料理教室開催 マネージャー会議出席、意見交換

月	日数	取組み実施内容
	2	福井県にてナマコ情報収集、打合せ
2月	2	小豆島オリーブ研修
	1	地中海オリーブ料理教室開催
	6	次年度以降に向けての活動（各部会発足準備、市役所・民間関係者との協議）

(5) 取組み概要



(6) 主な成果

a. ナマコ産業創出

上天草市役所経済振興部の係長級以上の職員と地域再生マネージャーによるナマコ事業開始のための協議会を実施し、事業展開の共有を図り、産業創出に向けてスタートした。

福井県栽培漁業センターに市長と農林水産課長、担当者、漁協関係者を同行アテンドして、紹介、説明実施した。(同行訪問を2回実施)。

京都大学教授(京都大学水産試験場所長)、福井県庁農林水産部に協力支援を取り付けたことにより、福井県栽培試験場より試験用稚ナマコを提供頂いた。これは、当初想定していなかったことである。現在、研究用として熊本県水産研究センターで育成し、センターと市農林水産課及び漁協が育成方法について協議しており、産業化に向けて大きく進み始めた。また、市農林水産課が主体となりナマコ育成のための活動を始め、熊本県水産研究センター、くまもと里海づくり協会(旧熊本県栽培漁業協会)と協議し、種苗確保・育成のための仕組みづくりに取り組んだ。

最大の成果は、この事業構想に基づく地域再生マネージャーと市関係職員の活動をきっかけに、ナマコ産業創出の初動としての関係者の巻き込みができたことである。今後の展開の中で最も大事なポイントは、ナマコ種苗技術の養成、付加価値の高いナマコ加工技術の習得、販売先の確保拡大などの産業化のコアポイントを押さえて着実に進めていく必要がある。

国際的6次産業化マスタープランを策定し、本事業も先駆的アクションの1つとして展開していく。

福井県栽培試験場研修・稚ナマコ確認



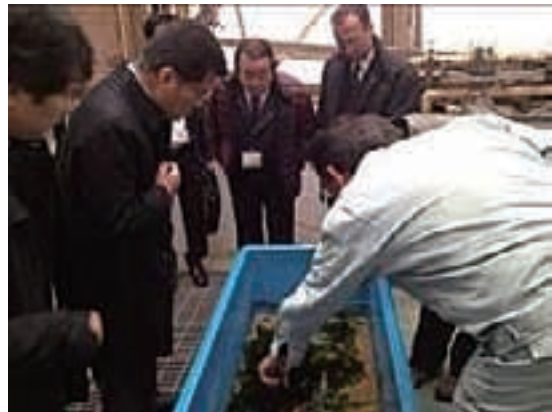
熊本県水産研究センター所長面談



熊本県水産研究センターにて意見交換



稚ナマコ育成状況確認



b. オリーブ産業創出

オリーブ300本のパイロット植樹を実施した（市長、市職員も参加）。

上天草市役所経済振興部の係長級以上の職員と地域再生マネージャーによるオリーブ事業開始に向けた協議を行い事業展開の共有を図り、産業創出に向けてスタートした。

オリーブの新規植樹を観光事業者に提案し、地中海化イメージ創出を初動した。

農林水産課も主体的に、生産予定者との意見交換や先進事例情報収集を行い、産業創出に向けての初動としての巻き込みが出来た。

オリーブ栽培予定者との意見交換と情報提供を行い、部会発足の支援を行った。

小豆島先進地研修により、生産拡大の方法と課題や役所内の連携プロジェクトなどが勉強でき、当市での施策に反映させるヒントを多く得た。また、6次産業創出に向けては、生産法人と意見交換により、当市の栽培者との連携ポイントも見えて来た。

市役所前と物産館にオリーブ鉢を設置したことにより、多くの市民がオリーブ現物を視認することにより、植樹希望者が徐々に増えてくるなど普及啓発になった。

市内旅館・ホテルや飲食店のオーナーとシェフ向けに、上天草市の食材を活かしたオリーブオイル料理教室とオリーブオイル講習を行った結果、参加店舗などにて新メニューの提供を検討し始めた。

市長とオリーブ植樹



市役所玄関横オリーブ設置



先進地小豆島にて研修



オリーブオイル料理教室



c. 「地中海イメージ」「お宝発見巡り」による観光再生

セスナ総代理店を市長へ紹介し、当市上空デモ飛行を実現し、地中海化プロジェクトをスタートさせた。

上天草市の地中海化プロジェクトで観光再生を目指し、観光事業経営者、次世代経営者と頻りに意見交換を行い、関係性の向上と雰囲気醸成につながった。

姉妹都市締結に向けた下調べ調査を実施（南イタリア）し、次年度以降の姉妹都市提携と産業交流などへの足がかりが出来た。

昇龍会の実施で、観光協会、市役所と共に、姉妹都市の必要性の認識を共有した。

地中海化の意識効用と、市内の地中海料理のレベルアップによる観光客の増加を図るために、「オリーブオイル料理教室」、および「オリーブ講習会」を実施した。

香港フードエキスポに参加、加工品の輸出の仕組みづくりを開始した。

観光協会との提携により、トレッキングコースの設定・情報発信し滞在型観光資源としての「お宝」に磨き上げが出来た。

地中海料理教室およびオリーブオイル啓蒙教室の開催により、オーナーシェフ、レストラン・オーナー、ホテル・オーナー、市内企業経営者なども、地中海化に向けたグルメ、癒し、オリーブ植樹などの意識高揚が見られるようになって来た。

国際的6次産業創出も含めて、観光の地中海化イメージ創出による観光再生により、10年で100億円以上の新産業創出が可能となる道筋が、当初計画通りに見えてきた。

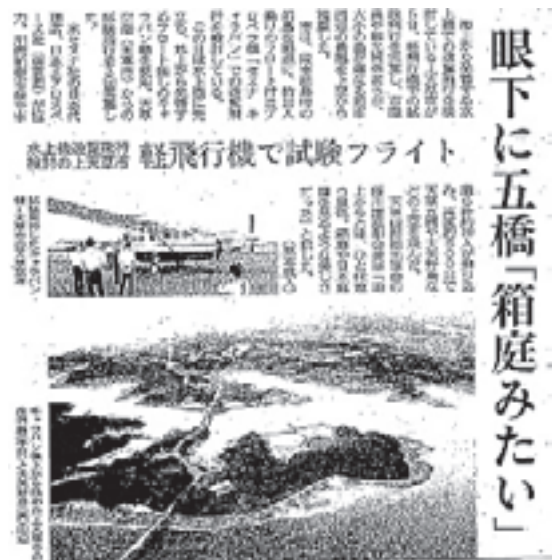
観光マスタープランを策定し、イメージ戦略などで本事業と連携し動き出した。

「オリーブオイル料理教室」



平成25年1月26日 熊本日日新聞掲載

「セスナ機デモフライト」



平成24年7月6日 熊本日日新聞記事

d. 人財育成

持続的な地域活性化、産業創出、雇用創出、大自然を活かした潤いのあるまちづくりを行うために、OJTを行いながら人材育成を行うために、説明会、料理教室、オリーブオイル啓蒙講座の開催や、ホテル・オーナー、レストラン・オーナーへの訪問を繰り返して、地域再生の意識の高揚を行なった。

その結果、具体的な仕組みとして、地域再生マネージャーと市役所を中心に各種の勉強会を企画、提案して立ち上げつつあり、市内の方々の好評を得ている。

観光協会長との意見交換・合意形成



観光事業者との意見交換会（昇龍会）



生産希望者との意見交換



商工会事務局長との意見交換



(7) 持続的発展へ向けた課題、今後の取組み

テーマが大きいため、地域再生マネージャー事業としての期間のみならず、総務省の地域力創造アドバイザー制度の活用も視野に入れて、本事業の最終到達点まで地域再生マネージャー等と協業で行っていく。

今後の課題としては、持続的発展が可能な仕組みを作り安定化させるために、市役所以外の実施体制を整え、組織化し、多くの市民を巻き込んでいく必要がある。その対策として人材育成で示した各部会（昇龍会、紅龍会、緑龍会、黒龍会など）を設置し、関係者が主体的に考え実施し、皆が潤う仕組みを構築していく。

その顕われの1つとして、来年度の「地域おこし協力隊」制度活用を前提としたオリーブ普及を担う人材を確保することが喫緊の課題であり、重要な取組みの1つである。

今後の課題を受け、「ヒト・モノ・カネ・情報」を回すノウハウを拡充し、参加者へ伝承する。更に、付加価値創出、販路創出と地域ブランド向上による安定成長を促進する。

(8) マネージャーコメント

マネージャーの得意分野を活かした連携で地域の取組みを加速！



阿蘇オーガニック・トスカーナ株式会社 小島 慶藏

一言で言えば、上天草市との出会いと、素晴らしい方々との出会いに感謝の1年でした。

単純明快な新規産業創出を事業目的とすることができました。ただ、地域再生マネージャー事業の発進には、当初は苦労の連続でした。市長の強いリーダーシップと市役所幹部、職員の方々の御協力のおかげで、なんとか、発進でき、後半に盛り上げられることが出来たと思われます。

上天草市は平成16年に4町が合併した3万人規模の街で、街全体が産業創出面でも経験不足感もあり、平成20年までの9年間で200億円の総生産額が減少していた状況でした。

市民の平均所得も約190万円/人・年と他の九州の諸都市と比較しても、厳しい水準で、身の引き締まる思いでした。若者の定住確保のためにも、大型の新規産業創出が必要と考えた次第です。

現在の市長が第1期目の踏ん張りで財政再建に成功され、23年度よりの2期目は財政再建と併行して、「攻めの産業創出」も行われたとのことであり、23年末の初めての出会いで、市長と小職との意見と感想が合致いたしました。

初めて訪れた上天草市の海と山の大自然は、小職にとっては、まさしく、地中海のイメージで明るく素晴らしい開放感と景観でありました。市長も地中海のイメージには同感であり、目標は合致しました。

また、産業割合において1次産業比率が平成12年に7%だったのが、平成20年には4%まで落ち込んでおり、熊本県の平均よりも大幅に少ない状況でありました。

小職としては、大自然の環境面、立地面から、単なる6次産業創出で考えるのではなく、国際的6次産業としてこの街を活性化しようと考え命名しました。海外も絡ませて、6次産業創出を提案したところ、市長をはじめ、職員の方々からも御賛同を得て開始することになった。実質の事業開始宣言は23年末で、当時は、アベノミックスの1年前でしたが、地域の皆様の柔軟な発想により、積極的な国際的視野での事業が受け入れいただいたものと理解、感謝しています。

革新的な新規創造的的事业は、常に一步前に出て、地域の方々に、いかに「見える化」を図り最終ビジョンを示すことが出来るかが大事と痛感した次第です。人材育成は、国際的6次産業創出と地中海化イメージの観光再生で出た効果を持続的に発展拡大できる人材を地域の若手の担い手、レストラン、ホテル、企業の若手オーナーなどを対象にして、地道にコミュニケーションを図ることで行いたいと思いました。

役割分担の基本は、市民が地域の担い手として実施、市役所各専門課が分担支援、地域再生マネージャーは事業のプロデュース、実践として、市役所窓口御担当者（スーパー公務員の1人）は橋渡しとサポートと情報管理としました。すべての基本は現場主義で正解は現場にありと、地域の方々、事業者などと友達になり、情報収集して実態を把握して、問答を繰り返し、出てきたポイント項目を繋ぎ合わせて、産業創出に向けることが大事と実感いたしました。

抽象論でなく、具体的に、ヒト、モノ、オカネ、ブランド、情報、夢を回す仕組みをつくり、それを理解していただき、若手の担い手、行政職員の若手のスーパー公務員の方々にお伝えして、実行して頂き、根付かせたいと考えた次第です。

国際的6次産業創出においては、当初、準備開始までに時間は掛かりましたが、24年度後半で実務者の方々、漁協、農業者などとの幸運な出会いがあり、理解が一気に高まり、県外にての研修も効を奏して、県外からの行政諸機関、大学からも御支援が入り、まさに思いがけない追い風が吹いたのも事実です。今回の事業では、観光再生は効果が大きく、国際的な規模での観光を図ることを考えていましたが、当初の想定よりも大きな成果が得られる手応えが出てきました。

中長期的には、国際的6次産業も踏まえて観光再生で新規産業創出が100億円規模で出てくると感じております。人材育成では、レストラン、ホテル、企業の若手オーナー、市役所職員の方々と、いっしょに勉強させて頂き、自分も成長できれば有難いと思っております。

皆様のおかげさまで、24年度事業では、予想以上の仕組みつくりの準備完了を行うことができ、地域の担い手の方々に、当事業に対する意識の高まりと成功させようという気分が醸成されてきたことも感じられました。

25年度は目標に向かって、準備された仕組み通りに実行の開始がなされるのが待たれるばかりです。

上天草市役所の市長、職員、観光協会、漁協、地域の皆様方には、最大の御支援を頂いており、また、総務省、ふるさと財団の方々よりの温かい御支援の賜物と御礼と深謝をいたす次第です。

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

2-11. 熊本県阿蘇市

「阿蘇市観光地域づくり事業」

<事業概要>

■事業名	阿蘇市観光地域づくり事業
■総事業費	7,000千円
■助成申請額	4,660千円
■地域再生マネージャー等	前田香保里（株式会社ANA総合研究所／地域振興マネージャー）

<自治体概要>

■人口	28,444人（国勢調査人口：平成22年10月1日）
■面積	376.25km ² （平成22年10月1日現在）
■人口密度	75.6人/km ²
■標準財政規模	9,946,945千円（平成22年度市町村財政状況調）
■財政力指数	0.36（平成22年度市町村財政状況調）
■経常収支比率	86.3%（平成22年度市町村財政状況調）
■担当課室	阿蘇市経済部商工観光課

（1）事業の背景と目的

a. 事業の背景

阿蘇市は、年間570万人の観光客が訪れる阿蘇山上や内牧温泉をはじめとした自然が豊かな九州を代表する熊本県最大の観光地であるが、近年の観光ニーズの多様化・高度化や社会環境の変化に対応していくことが喫緊の課題であった。

こうした課題を踏まえ、本事業を活用した“観光地域づくり”を進めていたところ、平成24年7月12日に「九州北部豪雨災害」が発生した。今回の災害は、阿蘇市に対して甚大な被害をもたらし、観光業においても、宿泊施設の閉館、風評被害やアクセス道路の規制、観光客の激減が発生し、地域経済の面からも非常に大きな打撃となった。

災害以降、復旧作業が最優先事項となり、通常業務は一時完全にストップせざるを得ない状況に陥ったが、10月頃から観光業の振興を通して豪雨災害からの復興、並びに地域全体の元気につなげようと再スタートした。

b. 事業の目的

本事業を活用し、専門家を招聘することで「住んでよし、訪れてよしの観光地づくり」を基本テーマとして以下の各事業に取り組んできたが、豪雨災害以降は『阿蘇は元気です!』と風評被害の払拭のための観光プロモーション活動や関係団体が復興支援イベントとして開催する物産展などのイベントへの協賛・支援を重点的に実施した。

(2) 事業実施内容

a. おもてなしの向上

宿泊施設従業員を対象とした「おもてなし・接客セミナー」、市民を対象とした「おもてなしセミナー」を開催し、おもてなし意識の向上につとめた。更に、事業完了後も継続的かつ自主的に教材として活用できる「阿蘇おもてなしHANDBOOK」を作成した。なお、マネージャーの呼びかけや触発されて発足した「阿蘇女性の会」や「古神繁栄会」についてもおもてなしに関する取組みを自律的に展開している。

また、阿蘇観光の新たな魅力発掘とその結果をもとに今後の「お一人様受入れ」の可能性を探るため、1泊2日の観光モニターツアーを開催した。

阿蘇地域では、2013年中に世界農業遺産の登録を目指しており、地元の農業者と商工・観光事業者との意見交換も行い、登録後の観光面での活用について意見を交わした。

b. 「大学生インターンシップ」の受入れ

学生の夏休み11日間に関東の大学生4人を市初となる“観光インターンシップ生”として受け入れ、職場体験、フィールドワークなどを通して、テーマに基づいた提案を受けた。

c. 食の磨き上げ

阿蘇食材の知名度向上、販路拡大を目的として、東京・六本木農園での「阿蘇うまかもんフェア」、企業や駅などでのマルシェ、「ジャパン・フードフェスタ」の開催及び出店を行った。

地域内ではチケット制により市内菓子店を回る「阿蘇deスイーツめぐり」や「阿蘇のお土産お菓子コンテスト」の開催、「阿蘇のレシピブック」の制作などに取組み、阿蘇食材や郷土色の浸透を行った。

また、阿蘇地域7市町村で登録を目指す「世界ジオパーク」実現のため、阿蘇の大地を連想させる商品を「阿蘇ジオパークブランド」として認定する制度を設けた。

d. その他

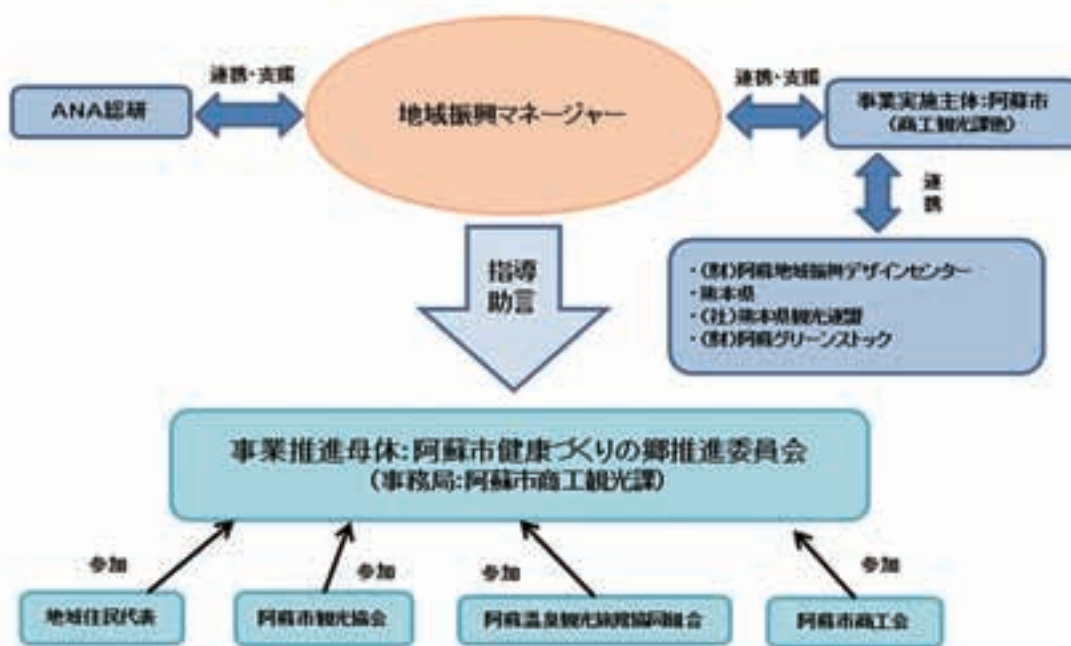
マネージャーのネットワークを活用して、市花であるリンドウのイラストをあしらった「ご当地阿蘇プレーン」の就航やANA公式ホームページ「旅達空間」での情報発信、ANA機内誌「翼の王国」での阿蘇市のイベント情報の紹介などを通じて、阿蘇の魅力を紹介した。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

阿蘇市商工観光課が事務局を担う阿蘇市健康づくりの郷推進委員会が主体となり、マネージャーや各種関係主体が一体となり、地域を巻き込んだ活動を展開している。

阿蘇市における事業推進体制



b. 地域再生マネージャー等の役割

外部専門家という客観的な立場から、地域の問題点や課題の整理、阿蘇の観光資源の発掘・磨き上げ、ネットワークを活用した観光振興及び販路開拓につながる情報発信、企画の提案、課題解決に向けた指導・助言を行う。

また、観光事業者や地域住民に対する「おもてなしセミナー」を開催し、講師として、接客技術の向上とおもてなしの意識向上に関する機運を醸成する。

(4) 事業実施スケジュール

a. 主な活動内容

おもてなしの向上、大学生インターンシップ、食の磨き上げを中心として、事業実施内容に記載されている取組内容を地域住民と一体的に展開した。

b. スケジュール

月	取組み実施内容	
4月	3・4日 5日 2～6日 28日～実施中	宿泊施設従業員へのおもてなしセミナー、新入社員研修「ビジネスマナー」 阿蘇女性の会実施とコーディネート 各地域訪問による住民との対話、阿蘇deスイーツめぐり企画案の作成 阿蘇deスイーツめぐりの開催
5月	23日 24日	宿泊施設従業員へのおもてなしセミナー実施 インターンシップ生宿泊先の視察・選定
6月	18・19日 20日	地域内視察・資源の掘り起し 宿泊施設従業員へのおもてなしセミナー実施
7月	9日 9・10日 11日 12日 23～25日	宿泊施設従業員へのおもてなしセミナー実施 ふるさと財団現地調査 阿蘇女性の会実施、インターンシップについて打合せ 未明に九州北部豪雨災害発生（今晚予定していたセミナーは中止） マネージャー自ら災害ボランティアに参加
8月	20～27日 28日～9月7日	宮本健真氏による豪雨災害復興支援イベント「シェフズ・キッチン」への支援 大学生インターンシップの受入れ（11日間）
9月	1・2日 ～7日 24～28日 27日	第2回大阿蘇元気ウオーク開催（インターンシップ生もスタッフとして従事） インターンシップ実施・調整 東京メトロ銀座駅での「ソラチカマルシェ」開催 ご当地阿蘇プレーン就航（羽田-熊本）記念イベント実施
10月	1日～継続中 3～5日 22・23日 24～26日	阿蘇deスイーツめぐりSEASON2の開催 東京都霞が関での「霞マルシェ」出展 ANA機内誌「翼の王国」掲載内容調整、ジオパークブランド認定品審査会審査 阿蘇プラザホテル従業員集中セミナー実施
11月	3・4日 5日 6・7日 12・13日 17日	東京丸の内で開催された「ジャパンフードフェスタ」への支援 ふるさと財団マネージャー報告会 ANA機内食担当とあか牛について協議、ANA阿蘇マルシェ開催 阿蘇女性の会開催、地域づくりセミナー（地域住民向け）の開催 東海大学でのインターンシップ学内発表会出席
12月	3・4日 5～7日	ANA阿蘇マルシェアンケート結果などの協議、旅館女将の会との意見交換 モニターツアー実施に向けた準備・調整
1月	17～19日 21・22日 22・23日 24・25日	六本木農園「阿蘇うまかもんフェア」開催 女子一人旅モニターツアー実施 ふるさと財団現地調査 世界農業遺産登録に向けた意見交換、阿蘇のお土産お菓子コンテスト審査会
2月	4～8日 7日	六本木農園阿蘇フェア、女子一人旅モニターツアーの地元関係者への報告 「阿蘇deスイーツめぐり」実行委員会、阿蘇温泉旅館組合理事会出席

(5) 取組み概要



(6) 主な成果

a. おもてなしの向上

豪雨災害の甚大な影響があったものの、それが契機となり、宿泊施設の従業員同士が共に地域を盛り上げようという連帯感・機運が生まれた。

また、観光モニターツアーでは、女性視点からのヒント、改善策が得られた。

JR宮地駅前に花のプランターを設置する、昨年にも引き続いて実施した竹灯籠イルミネーションを改善するなど、地域の人たちが自ら考えて、良い方向へと自発的に活動している。

b. 大学生インターンシップの受入れ

豪雨災害を受け、テーマに「豪雨災害からの復興に向けて」を付け加え、観光産業に重点をおき、温泉街の新しい活性化のアイデアを提案してもらうこととした。地域の人たちとの交流、就労体験を通じて、コミュニケーション能力の向上、仕事に対する姿勢、目指す大人の姿など多くのことを学んだ様子が見え、地域側にとっては、新しい視点や若者の感性が感じられ、双方にとってメリットがある取組みとなった。

c. 食の磨き上げ

都内レストラン、企業や駅などでのマルシェなどを経て、PR及び販路開拓を行った。それぞれアンケートを行うことで、関係するイベントHPアクセス数が増加するなどのPR効果があったことに加えて、地域生産者へのフィードバックを行うことができた。

阿蘇deスイーツめぐりにおいては、当初期間を延長し、現在でもSEASON2として継続して開催している。参加店舗も増え、各参加店舗からは今までにきたことのない客層まで訪れるようになったという声もあがるなど客側と店側双方にメリットが生まれている。

阿蘇の誇る素晴らしい食材と郷土料理の普及・啓発のためにレシピブックを制作し、2012年の市立図書館の年間貸出本ランキングで第1位を獲得した。

学生インターンシップでの成果発表



都内レストランで提供されたあか牛料理



(7) 今後の課題、次年度以降の取組み

「阿蘇deスイーツめぐり」は次年度以降も実行委員会のもと、継続できるまで成長した。これらの活動を阿蘇の隠れた魅力のひとつとして活かし、従来の団体型観光地から既存の魅力を個人でも楽しめる個人型観光地へと変化が求められる。

(8) マネージャーコメント

阿蘇の人と資源をつなげる



株式会社ANA総合研究所 前田 香保里

世界最大級のカルデラ「阿蘇」の中央には、今も噴煙をあげる中岳を中心として“阿蘇五岳”があり、多くの観光客が訪れる。しかし、このカルデラの北側に位置する阿蘇の内牧温泉街は、かつては団体の観光客ですれ違うのが大変なほどであったというが、今は歩く観光客はほとんどなく、ただ昔話として繰り返し語られるのみである。多くの人が訪れる火口から、カルデラの底にある阿蘇市の中に人が流れるよう、地域全体で観光客を迎え入れる態勢を整えること、そして、かつてのようにはいなくても、少しでも街歩きができるようにするという課題がある。

阿蘇市は広い面積を持ち、阿蘇神社のある一の宮エリア、温泉のある内牧温泉エリア、高原にある波野エリアの大きく3つに分かれている。それぞれに魅力が存在し見どころも多いが、その情報発信も活動も、単一エリアだけにとどまる形になっている。同じ市でありながら、点と点で存在している。しかし、阿蘇神社に訪れた人が源泉かけ流しの内牧温泉に立ち寄りきっかけや仕組みがあれば、人の流れができ滞在時間も伸びると感じた。ある1点の地だけで滞在時間を増やすには限界がある。しかし、阿蘇市を広く眺めてみると、どの場所にも訪れたいような魅力的な場所があり、エリアをつなげて周遊してもらえることで市全体での滞在客を増やすことは可能となるだろう。

そこで、魅力的な場所をみてまわってもらいきっかけに、点在する阿蘇のスイーツ商品を提供する店をつなげ、1チケットで3つのスイーツを食べ歩ける「阿蘇deスイーツめぐり」を開始した。しかし、地域でなにかを取組もうとすると様々な壁はあり、開始するにあたって関係者から敬遠されるような進め方は避けたかった。

今回は「お金をかけない。新しいものは作らない。やりたい人がやれることをやる。」をコンセプトに、まず行動してみようと呼びかけた。そのため、当初は全て手作りで、市役所の職員が自らチケットを印刷し、お店を回り、ちらしのデザインも自分たちで作っていった。

この市役所の方々の行動力と意識の高さには驚かされた。実は、動き出すまで悶々と時間がかかっていたが、いざ動くときまったら、あっという間に参加店舗が20店舗を超え、4月末からのGWに間に合うように開始できたのである。さらに、半年で状況を見て“うけなかったらすぐやめる”と考えていたが、始めてみたら予想以上に好評で、2ndSeasonに入り、目標以上の売り上げとなっている。

売上の増加とともに課題は大きくなる。運営体制、商品の質の向上、繰り返し訪れてもらえるような仕掛けなど考えなくてはならないことはたくさんある。しかし、小さな試みから始まったこの仕組みは、今ではお店の方が自ら運営に参画し、市の関わりはバックアップしていく形となり、地域に密着した活動に変化してきている。エリアを超えて人がつながり、新しい一歩を踏み出した様子は、あらためて市職員を含め、地域をなんとかして活性化しようという人々の意識と意欲の表れであると実感する。私はきっかけを作ったにすぎない。地域振興は、人と資源をつなげるのが重要であることを再確認した1年だった。

阿蘇市は7.12の九州北部豪雨災害で甚大な被害があり、今もその爪痕は深く復興への途上にある。亡くなられた方、被災された方には哀悼の意を表するとともに、復旧復興に向けてすべての日常業務がストップし、予定していた本事業に時間を割くこともかなわなかったにもかかわらず、それでもこの1年の事業を可能な限り遂行していこうと尽力をされた市役所の職員及び地域の皆様、支援して下さった関係者の皆様に、心からの敬意と謝意を表したい。阿蘇は必ずや笑顔あふれる魅力ある地域へと復興するだろう。

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

2-12. 宮崎県綾町

「守りながら知ってもらおう・来てもらおう「倉輪地区（集落）」の挑戦 ～わくわく・くらわ 隠れ里プロジェクト～」

<事業概要>

■事業名	守りながら知ってもらおう・来てもらおう「倉輪地区（集落）」の挑戦 ～わくわく・くらわ 隠れ里プロジェクト～
■総事業費	3,000千円
■助成申請額	2,000千円
■地域再生マネージャー等	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	7,224人（国勢調査人口：平成22年10月1日）
■面積	95.21km ² （平成22年10月1日現在）
■人口密度	75.9人/km ²
■標準財政規模	2,770,197千円（平成22年度市町村財政状況調）
■財政力指数	0.23（平成22年度市町村財政状況調）
■経常収支比率	88.9%（平成22年度市町村財政状況調）
■担当課室	綾町企画財政課

（1）事業の背景と目的

a. 事業の背景

本町は宮崎県のほぼ中央部に位置し、日本最大規模の照葉樹林が現存し、その森林が育んだ文化を永い歲月大切に守ってきた。そのような地域資源を守り継承をいち早く意識したまちづくりやそこから生まれた文化は綾ブランドと呼ばれ、全国から注目を受けている。

一方、全国的な傾向である過疎、少子高齢化などがもたらす負のスパイラル現象（生産人口減少による地域経済循環の停滞など）は、本町でも例外でなく、特に山間地域が顕著であり社会情勢の変化に対応した方策が課題となっている。

また、これまで取組まれてきた「照葉樹林プロジェクト」を成果の1つとして、綾町は今年度ユネスコエコパークに認定されたが、エコパークの対象となる地域の暮らしや地元の風景が地域資源になるという認識が町内に浸透していない。そのため来る人にとっては「エコパークとして新たに何ができるのか」が見えにくい状況にある。

今回地区住民のまとまりが最も強く、地域資源などが多く残され、都市と農村との交流が図られることの可能性が高い倉輪地区をモデル地域に選定し重点的に施策を講じ、活性化策を図っていくことで他地域への波及効果を狙いとする。倉輪地区は22戸の小さな地区で、町の中心から約6kmの比較的近くに存在するものの、町民の多くは訪れたことがない。

b. 事業の目的

エコパークに認定された綾町で今後最も戦力化が期待されるのが「地区」という単位であり、暮らしの営みや里山風景、地域文化などが照葉大吊橋などの施設に代わる新たな地域資源

になると考える。そこで地区の資源が経済力を発揮できるかを確認、経済力にするためには何が必要なのかを検証するために、倉輪地区をモデルとして以下のことをイメージするために事業を実施した。

倉輪地区ではこれらの取組みを「わくわく・くらわ隠れ里プロジェクト」として位置づけた。

【事業目的】

- ①地区にあるダム湖を利用する「顔の見える」特定者を対象とした、地区主体の新たな取組み
→【事業実施内容の項目】地元での受け入れ体制づくり
- ②地区全体をフィールドとした場合、「不特定者」（不特定に訪れる一般訪問者）を相手にする地区主体の取組み
→【事業実施内容の項目】ユネスコエコパーク事業に対する集落活動の可視化
- ③取組みの効果を上げるために、地区ではなく町としてのオペレーション機能
→【事業実施内容の項目】町の窓口主体（ランドオペレーション機関）の想定

（２）事業実施内容

a. 地元での受け入れ体制づくり ～ダム湖利用の「顔の見える」特定者に対して～

倉輪地区には広沢ダム湖（農林水産省管轄）があり、今年度から本格的に宮崎県の上水スキー連盟による本格的な湖面利用が推進され始めた。地区から10分程度にあるダム湖には水上スキーの関係者が週末、休日などに定期的に一定の人数規模で訪れており、いずれも倉輪地区内を通過して移動する。これらのダム湖利用者に対する新たな交流事業を実施していくために、公民館を使った「夏合宿」の実施、週末練習への昼食差し入れの試行的実施を行い、交流事業のイメージを理解してもらうことを実施した。

b. ユネスコエコパーク事業に対する集落活動の可視化 ～不特定の訪問者に対して～

今後、ユネスコエコパーク訪問者の集落への訪問も増加することが予想される。集落の人にとっては当たり前の風景・営みが、訪問者にとっては魅力的であることはなかなか理解できない。そのため将来的に地区資源を地区住民が案内することを目標に、地元情報の共有から開始した。本事業では、地元歩きへの参加、倉輪集落での地域資源の発掘、簡易マップを作成した。

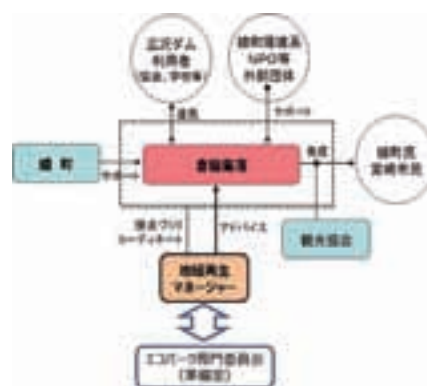
c. 町の窓口主体（ランドオペレーション機関）の想定

綾町は早くからの自然保護活動、循環型農業への取組みなどが有名であり、また自然観察のシンボルとなる大吊橋も完成したことから多くの入込客数を持つ一方、自然保護活動、自然体験企画、観光施設運営、スポーツ合宿、イベント実施などが殆ど別々の組織で実施されている。そのため、エコパーク領域において利用者に対するランドオペレーション機能を発揮する体制が整っていない。そのため、体制作りについて検討を行った。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要

地域再生マネージャーが綾町や関係機関と連携しながら事業実施予定集落での新たな交流の在り方などを提案、検討するための様々な機会の実現を目指した。なお、地域再生マネージャーは「エコパーク専門委員会（準備室）」委員となり、本事業の取組みとエコパークの方向性について連携をとった。



b. 地域再生マネージャー等の役割

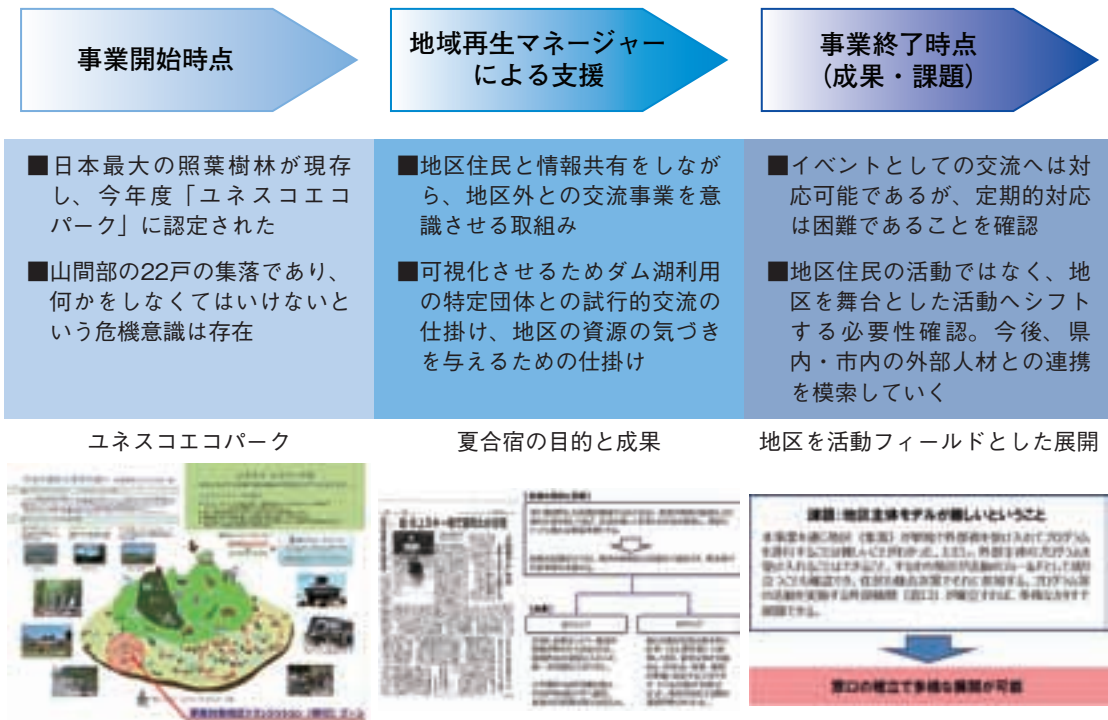
本事業では、地区（対象とした倉輪地区以外も）の状況から

①急がせず ②やらされ感を持たせず ③少しでもこれまでにない変化をもたらすを行動指針として、地区では主体性を持って関係を構築することが難しい多くの関係者を巻き込んで、地区の人には「気づき」を与え、町には現実的な運営策を提案する役割を担った。

(4) 事業実施スケジュール

月	取組み実施内容	
5月	12日	東京日比谷公園「森林の市」にて、照葉樹林プロジェクトと事業実施前の検討会を実施
6月	10日	第1回地区ワークショップ 事業説明と地区で取組むという意思確認
7月	4日	第2回地区ワークショップ ダム湖利用の宮崎県水上スキー連盟と初めての共同会議実施。利用者側の交流ニーズを確認。合宿について検討開始
8月	1日 20日	事業事務局の現地視察。台風にて第3回ワークショップは延期 公民館での水上スキー練習生合宿を初実施（5日間）
9月	18日	第3回ワークショップ スキー合宿報告、地区ツーリズムの検討開始。 NPO「てるはの森の会」とフィールドワークについて検討
10月	24日	第4回ワークショップ 地区フィールドワーク（地元歩きの実施） 地元資源力の確認、実施に当たっての課題の把握
11月	29日	第5回ワークショップ 婦人部とダム湖での練習生への差し入れ企画を検討 & エコパーク専門委員会準備会に地域づくりの立場で出席
12月	8日	第6回ワークショップ ダム湖会場にて練習中の選手と初めての交流実施（豚汁の差し入れ）。有料サービスへの可能性を検証
2月	7日	第7回ワークショップ 事業のまとめと今後の地区での受け入れ、動き方の確認。 行政との組織体制、エコパーク推進上の課題と今後の方向性の確認

(5) 取組み概要



(6) 主な成果

a. 地元での受け入れ体制づくり ～ダム湖利用の「顔の見える」特定者に対して～

第三者として団体と地元を結び、これまで支出が多かった地区にとって小規模ながら「ストック」できる事業の芽を見出す機会をつくった。

①公民館を活用した「夏合宿」の実施

地区公民館を解放し、夏季のオンシーズン合宿生に宿泊してもらおうモデルとして実施したものである。

②週末練習への差し入れ食の提供実施

定期的に一定規模の入り込みを示す対象者（スキー練習者）に対して、食事の提供を検討した。具体的には冬季の練習に対して暖かい味噌汁（実際は豚汁）の提供となり、その準備手順と、スキー練習者の反応を確認した。



【成果】

ポジティブ	地区と広沢ダム湖（湖面）利用者との本格的な交流事業が開始された。実際に選手と話す機会を持つ住民も多く、住民側にとって相手を把握できる状況となった。
ネガティブ	簡単な作業を目的に、豚汁提供にしたが、それでも平日農作業に従事している女性部にとっては毎休日の交流事業の実施は負担であり、今後は一定期間の時間をおいての提供になることが確認された。

b. ユネスコエコパーク事業に対する集落活動の可視化 ～不特定の訪問者に対して～

地区の資源を活かし、トランジションゾーンとしての魅力を見せるツアーを地区で実施することを目標として、本事業ではまず「地元の資源を知る」、「地区資源を活かすということを理解する」ことを実施した。

①地元歩きの試行と実施体制の確認

地元を歩く、ましてや生活上いつも通る隣地区を歩くという企画に対して、当初は倉輪地区の理解度は極めて低く、参加予定者は少数であった。しかし、ヒアリングを重ねると「歩いた」経験は少なく、実はよく知らないことをわかってもらい、「楽しむ」意味を知るためにも地元歩きの必要性を確認できた。

実際の地元歩きは倉輪地区住民にとって新鮮で、住民は改めて日頃の暮らしの中で使える資源を知ることとなったとともに、直接の関係を実感していなかったエコパークという概念を確認した。



※トランジションゾーン：ユネスコパーク3つの地域の1つ。核心地域（コアゾーン）、緩衝地域（バッファゾーン）、移行地域（トランジションゾーン）で、人が自然環境と共生する持続的な暮らしを営んでいる地域。

②地区資源の発掘（簡易MAP作成）

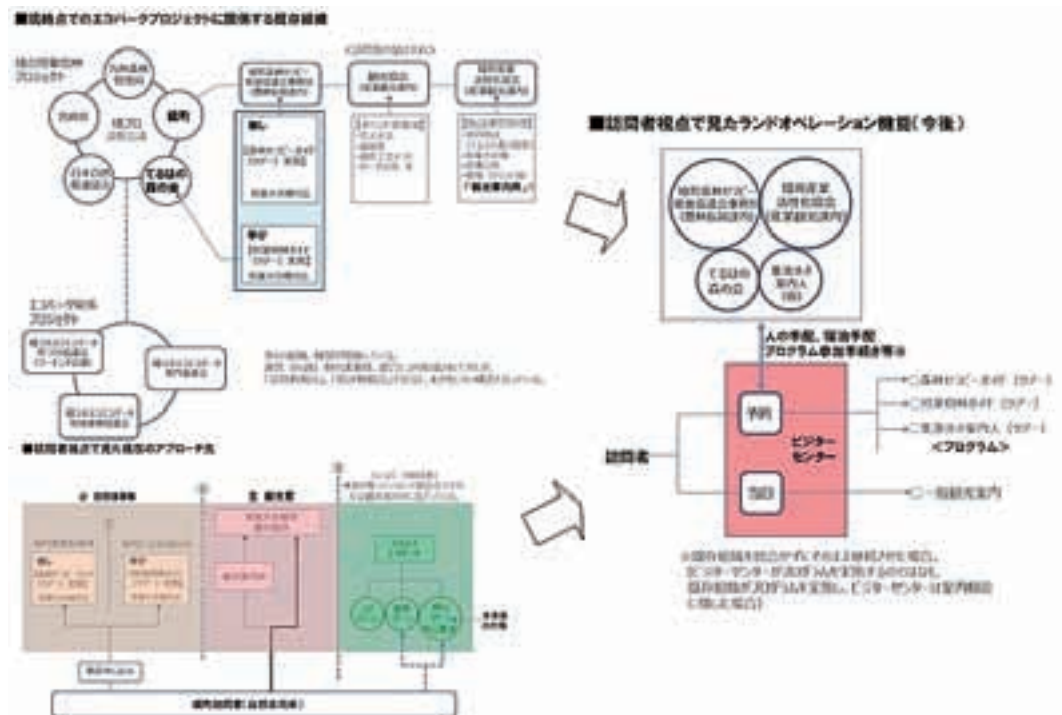
綾町の中でも人の出入りが少なく、地元から隠れ集落とも言われる倉輪地区には、里山景観のみならず貴重植物が残っている。この自然環境こそがエコパークのトランジションゾーンに値するものであり、集落を舞台としたツーリズムの可能性を有する。

事業では倉輪地区の資源を地元NPOとともに見直した。



c. 町の窓口主体（ランドオペレーション機関）の想定

綾町の集客体制につき、事業を通し、地区主体での集客事業が難しいこと、地区をフィールドとして他団体などが目的を持って行動するのは問題がないこと、訪れる側にとってわかりやすい情報発信が必要なことなどが集客体制に求められていることが確認できた。一方、綾町には、様々な受入体制が構築されていることも判明した。また、ユネスコエコパークなどでの新規集客が期待されるなか、対応する窓口、体制が構築されていないことなどが判明し、次年度に向けて地区側の窓口ともなる案内窓口の創設などについて、提案を行った。



(7) 持続的発展へ向けた課題、今後の取組み

本事業を通して、地区（集落）が単独で外部受入プログラムを遂行することは困難と判明した。ただし地区が活動のフィールドとして成り立つことは確認でき、地区住民も機会次第で参加は可能である。そのため、プログラムを実施する外部機関（窓口）を確立できれば、多様な形での展開は可能となる。

a. 地元での受け入れ体制づくり ～ダム湖利用の「顔の見える」特定者に対して～

ダム湖を利用者との交流事業の可能性を確認でき、当初の事業目的は右のような展開を目指すこととなる。すなわち、モデルとなる倉輪地区単位を離れ、綾町単位で臨むことで効率が上がり影響の範囲が広がる。



b. ユネスコエコパーク事業に対する集落活動の可視化 ～不特定の訪問者に対して～

地区（集落）をフィールドとした集客には、

- ① 地元案内もユネスコエコパーク専門の案内も特に必要とせず、わかりやすい情報の提供で対応する「フットパス」制度
- ② ユネスコエコパーク専門の案内人がガイドする「案内人」制度を考える。



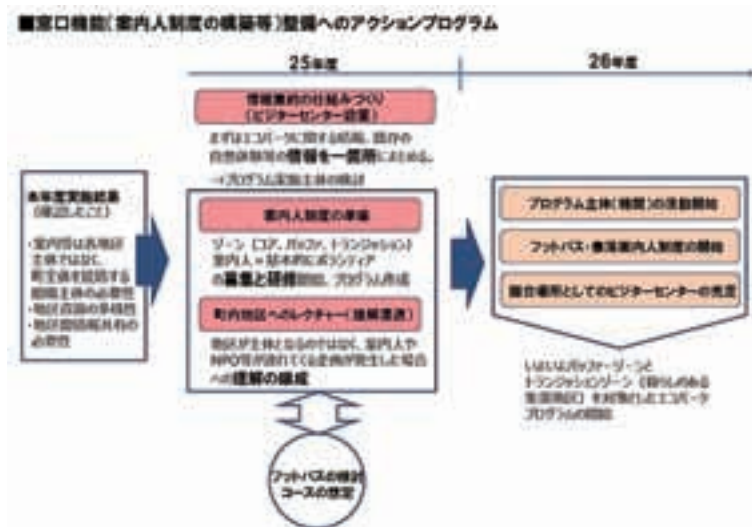
本事業では、地区活動の今後について、右のような施策を提案しており、概ねその方向で動くことが想定されている。すなわち、受け入れ体制についての課題と認識が明確になったことからその現状を踏まえ、より一層地区力を伸ばすための具体的な事業に実施の必要性を共有した。



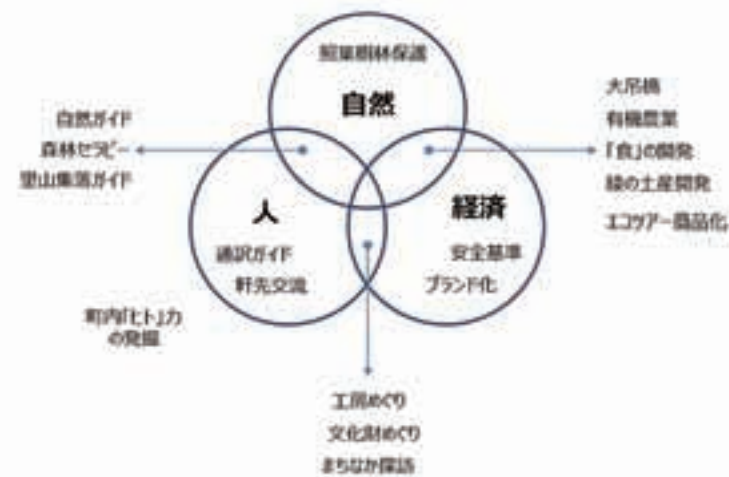
c. 町の窓口主体（ランドオペレーション機関）の想定

窓口機能の想定は、同時に町で「案内人制度」を整備する必要性を意味する。地区住民が来訪者を案内することが難しく（時折イベント的に発生するものを除く）、窓口機能の整備は単なる情報案内機能の構築だけではなく、町内の地区（集落）で行われるプログラムの企画、実施（案内など）を行う機能を有することが求められる。

本事業では、機能構築の前に案内などの人材育成、制度の検討を進めることが必要だと確認した。また、地区をフィールドとした集客方法である「フットパス」に対する検討も同時に行う。「フットパス」は案内人を必要としないが、情報自体の発信が必要であることから、「フットパス」、「案内人制度」のいずれも情報案内窓口の整備が必要である。



■ プロジェクトの今後は「遊び、学び、遊び」



(8) マネージャーコメント

地区（集落）に当事者を創るといふことの難しさ



株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ 中島 淳

宮崎県綾町は、人口が7,000人強の小さな町ですが、長く照葉樹林保全活動や循環型農業推進に取り組んでおり、町づくりの先進地の1つとして有名です。関係者の弛みない活動と努力により自然が守られ、その代表的な存在である「照葉大吊橋」には多くの観光客が訪れているほか、町なかの直売所「ほんものセンター」は今も認定基準制度で生産物が売られており、訪れる人から信頼を得ています。

このような取組みの積み重ねにより綾町は昨年7月、ユネスコエコパークに認定されました。エコパークとは人間と自然の共生実現に向け、「生態系の保全と持続的利活用の調和」を目的として保全・開発・学術の3つの機能を持つ地域を示し、核心地域、緩衝地域、移行地域に分けられています。本事業はこのうち移行地域といういわゆる「人が住み営みが見られる居住区」にある地区（集落）をもって町の新たな交流の在り方を模索しました。モデルとした倉輪地区は町の中心部からひと山超えないといけな場所位置する22戸の小さな農村集落で、後継者問題や高齢化問題など将来に向けた課題があるところです。全国的に失われつつある里山・里道の農村風景がそのまま残されていますが、農業の継承や地域の資源の継承方法についても展望がなく、地域の存続そのものが危惧されていることから、本事業では注目されるエコパークという考え方をもち新たな可能性を探った訳です。

報告のように地区や市場に対して多様なアプローチを試した結果、地区の可能性と課題が浮き彫りになりました。すなわち、経済的事業を実施するにあたり極めて有効な環境下にあるにもかかわらず、それを実施する主体（当事者）の存在を事業で見極めることが難しく、やろうとしていたことは事業後も継続しますがその回数は予定よりも少なくせざるを得ません。高齢化だけでなく地区の人たちは日頃からとても忙しく、新たなことに取組む余裕がないのです。対象地にリーダー、キーマンが不在であるケースは国内に極めて多くあり、外部専門家（地域再生マネージャー）はそれを地域活性化の難しい理由としてはならず、無理にリーダーづくりをすることなく地域を盛り上げていく仕組みを示し、体感してもらえるように努めなければならないことを改めて考えさせられた気がします。「せっかくな環境なのに」と周りが言ったところで当人たちに余裕がなければ事態は動きません。そこで本事業では途中から「地区が主体となる」ではなく「地区が舞台となる」という方向で、交流事業の実施主体を外部に求めることにしました。

地区（集落）のご当人たちに事態に取組む余裕がなくても、何とかしたいという意思が確認される限り、周りの関係者が関与する余地があります。ちょうどこの原稿修正締め切り直前に、現地から連絡があり、集落の人たちが自ら集まって話し合いを続け、自分たちで本年度の取り組みを継続・発展させていこうということになったようです。常々その重要性を説いてきたリーダーの存在も明確にされたようで、いわばこの連絡こそが最大の成果であると喜んでます。本事業でも思いを共有した行政担当者やこれまで長く集落活動などを支えてきたNPOが、今後「地区を舞台」とした取組みに臨みます。私も引き続き思いの可視化に向けた仕組みづくりに関わり、本事業を継続します。

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

2-13. 鹿児島県薩摩川内市

「薩摩川内市ぽっちゃん計画プロジェクト」

<事業概要>

■事業名	薩摩川内市ぽっちゃん計画プロジェクト
■総事業費	8,000千円
■助成申請額	5,000千円
■地域再生マネージャー等	柳田剛一（株式会社ANA総合研究所）

<自治体概要>

■人口	99,589人（国勢調査人口：平成22年10月1日）
■面積	683.50km ² （平成22年10月1日現在）
■人口密度	145.7人/km ²
■標準財政規模	30,972,140千円（平成22年度市町村財政状況調）
■財政力指数	0.47（平成22年度市町村財政状況調）
■経常収支比率	88.0%（平成22年度市町村財政状況調）
■担当課室	薩摩川内市商工観光部観光・シティセールス課

（1）事業の背景と目的

a. 事業の背景

鹿児島県薩摩川内市（以下、「本市」という。）は、鹿児島県の北西部に位置し、その中心部が鹿児島市から新幹線で12分の位置にある本土地域と甕島地域からなる人口約10万人の都市である。平成16年10月12日、川内市・樋脇町・入来町・東郷町・祁答院町・里村・上甕村・下甕村・鹿島村の1市4町4村が合併して誕生したが、当時、全国でも数例しかない外洋離島（本土部から26kmの距離にある）を含む広域合併として注目され、その市域は685.5平方キロメートルにも及ぶ。

本市の人口は減少が継続し、現在（平成22年）の約10万人が平成37年には9万人を割り込むと推計している。

一方、九州新幹線全線開業によってJRや旅行会社における観光地としての甕島の潜在的可能性は高い評価を得ている。地域資源、観光資源を活かした観光振興を通じた地域経済の活性化が今後の課題となっているが、その戦略、戦術の立案には、観光消費者のニーズを的確かつタイムリーに把握し、効果的な事業を展開するノウハウが必要であった。

本市では、2年前の九州新幹線全線開業を契機に薩摩川内人（びと）の心「薩摩川内スピリッツ」をキャッチフレーズとして市民ぐるみのシティセールス（地域資源を磨き上げて市をまるごと売り込むこと）を展開している。

また、地域資源の掘り起こしによる都市ブランドの構築、活力と豊かさを感じる地域づくり、商工業の振興や観光・農林畜産業及び水産業など付加価値の高い地場産業の振興及びこれからの多様な活動主体を基軸としたまちづくりを担う人材・組織の育成などといった次世代の礎となる政策展開を追求する必要性も大きな背景として挙げられる。

b. 事業の目的

地域再生マネージャー柳田剛一氏のノウハウ及び人的ネットワークを活用しながら、本市甌島を中心に以下の事業に取り組むことで、商品開発・販路拡大及び販売促進につなげることにした。

①新たな着地型旅行商品の開発・販路拡大に対するアドバイス

平成24年度に計画する「観光商品企画人材育成セミナー」の内容をセミナー終了後の実践活動に連動したものにするためのアドバイスや、受入側視点ではない消費者視点からの旅行商品づくりと販路拡大に関する指導を受けることで、効率的かつ効果的な観光誘客を図る。

②地域資源を活用した物産品の開発・販路拡大に対するアドバイス

平成24年度に計画する「特産品開発人材育成セミナー」の内容をセミナー終了後の実践活動に連動したものにするためのアドバイスや、開発者視点ではない消費者視点からの物産商品づくりと販路拡大に関する指導を受けることで、効率的かつ効果的な販売促進を図る。

③大学生インターシップの受入

若年層の消費者ニーズを把握し、前述①・②の商品開発や販路拡大に反映させる。

④薩摩川内シティセールスに関する情報発信のアドバイス

本事業の取組状況を含めた市民ぐるみのシティセールスを情報発信することで観光商品・特産商品の販売促進につなげる。

(2) 事業実施内容

a. 新たな着地型旅行商品の開発・販路拡大に対するアドバイス

島内で開催予定の観光イベントに関する広報・周知調整を、「旅達空間」「翼の王国」およびANAグループのイントラネットを中心に実施し、航空機利用者やANAグループ社員などに広く甌島の魅力を発信した。

また、観光商品に関する企画提案やアドバイスを受けることで、「こしきしまアクアスロン大会」や「シンヌウラツアー」など体験型商品を企画・開発し開催した。

b. 地域資源を活用した物産品の開発・販路拡大に対するアドバイス

島内の物産資源の活用方策についてアドバイスを受けて、新たな特産品を開発し都市部を中心に開催した百貨店販売会や企業内マルシェなどに出展した。

c. 大学生インターンシップの受入

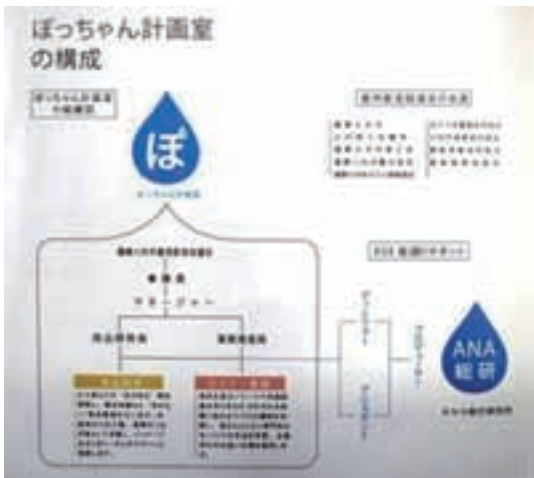
若年層の消費動向やニーズを把握し商品開発や販路拡大につなげるため、首都圏を中心に4大学8名の学生をインターンシップ生として受け入れ、新たな観光企画の可能性に関する提案会を実施した。

d. 薩摩川内シティセールスに関する情報発信のアドバイス

当市のファン獲得や甌島の魅力を全国に発信するため、ANAラッピング機体就航イベントを開催し運航を開始した。

(3) 事業実施体制

a. 事業実施体制の概要



ぼっちゃん計画室の構成

ANA総合研究所

薩摩川内市

平成23年4月、本市の観光・物産の更なる振興を目指し、市行政、商工会議所、商工会、観光協会、農協、漁協などが連携した「薩摩川内市雇用創造協議会」（会長：市長）を発足した。

本事業では同協議会とANA総合研究所とで「ぼっちゃん計画室」と称するプロジェクトチームを設置し、雇用創造協議会構成団体とANA総合研究所が一体となって事業を展開した。

なお、事業主体である「ぼっちゃん計画室」の事務局を担う観光・シティセールス課は、薩摩川内市シティセールス推進会議（第3者機関／会長：商工会議所会頭）、並びに市行政のシティセールス推進本部（本部長：副市長）の事務局機能も担っており、シティセールスサポーター（市内居住者、出身者などからなるPRボランティア）約4,100人と一丸となったシティセールスの原動力となっている。

b. 地域再生マネージャー等の役割

本市シティセールスの活動基盤は市民総ぐるみの体制として整っているものの、観光消費者のニーズを的確かつタイムリーに把握し、効果的な事業を展開するノウハウは不足しており、地域再生マネージャーによる戦略プロモーションが必要であった。

また、受入側の観光地としての本市の知名度や観光魅力度は低く、一方、本市は九州新幹線（12駅）のうち4番目（博多、鹿児島中央、熊本、川内）の乗降者数実績があり、また、九州第2の観光都市である鹿児島市に隣接するという地理的条件が整っている。

これらを活用して観光市場の動向を的確かつタイムリーにつかむため、地域再生マネージャーの助言、指導及び企画提案を受けることとした。

(4) 事業実施スケジュール

月	取組み実施内容（主に現地での取組み）	
4月	17日	ぼっちゃん計画プロジェクト始動
	17～20日	事業実施内容の地域特性との整合・調整（上甑島、下甑島）
5月	17・18日	ご当地プレーン関係の周知、リーフレット内容などの調整
6月	26～29日	上甑～マルシェ出店内容確認、価格設定など 下甑～マルシェ調整、インターンシップ事業受入関係調整
	23～28日	インターンシップ事業受入に関する現地調整、行程打合せ ふるさと財団様現地視察 同行
8月	20～27日	インターンシップ事業の実施
9月	18～22日	鹿児島山形屋甑島フェアのフォロー ANAマルシェ出展商品の調査・確認
10月	2～6日	霞マルシェの準備と実施
	26～29日	第1回アクアスロンの準備と実施
11月	2日	東京ラーメンショー出展状況、売れ筋状況の確認
	13～16日	まちあるきシステム実施打ち合わせ及びコース調査

月	取組み実施内容（主に現地での取組み）	
12月	11～15日	まちあるきシステムのコース作成、説明資料など 現地ガイドとのコース協議及び行程・内容など精査 ふるさと財団様現地視察 同行
1月	18日 21～25日	マルシェ会場視察及び関係先との協議 まちあるきシステムによる新たな観光に関する地元への説明 (実施の内容、コース紹介など) 2月マルシェの出展商品内容・態勢など 最終調整
2月	18～22日 25～27日	マルシェの実施準備と実施 ANA羽田、汐留、大崎ゲートシティ まちあるきシステムQRコード設置と試験運用
3月	13日	次年度事業内容の確認・調整

(5) 取組み概要



(6) 主な成果

a. 新たな着地型旅行商品の開発・販路拡大に対するアドバイス

ANAのリソース（翼の王国、旅達空間、ANAグループイントラネット）を利用した地域イベントの広報、周知、集客活動を実施したことにより、地域観光プログラムの新たな集客方法の確立を図ることができた。

特に10月27・28日に実施した第1回こしきしまアクアスロン大会では、東京・埼玉方面からも参加していただき、今後の新たな着地型観光旅行商品の開発に繋がった。

	開催日	開催地	参加者数	大会スタッフ
こしきしま アクアスロン大会	10/27・28	下甕島（手打～長浜） ロング : 2+20km スタンダード : 1+12km リレー : 1+12km	98名	約200名

ユビキタスシステムを利用した新たな観光開発では、今年度は上甕島1コース、下甕島2コース、本土地区1コースの開発を行い、次年度への本格的な商品展開の目途をつけることが出来た。

上甕島コース	武家屋敷跡～長目の浜展望所～なまこ池・貝池～甕大明神～帽子山展望所～榎の巨木
下甕島コース	八尻展望台～鳥の巣山展望台～夜萩円山公園～松島展望所～前の平展望所～瀬々野浦診療所 ----- 瀬尾の観音三滝～津口番所～下甕郷土館～武家屋敷通り～神籠石～釣掛埼灯台
本土地区コース	入来武家屋敷群～藤川天神～タノカンサー～田苑酒造～新田神社

b. 地域資源を活用した物産品の開発・販路拡大に対するアドバイス

10月実施の霞マルシェ、2月実施の大崎ゲートシティマルシェにおいて、特に甕島産品の商品開発及び販売を意識した取組みを行った事により、甕島のサツマイモを、100%使用したケーキの開発や、甕島の特産であるキビナゴを使った新たな商品の開発に結び付いた。

また、地域おこしグループ「シンヌーラ」のコップもちなど、地域産品の販路拡大にもつながった。

なお、10月に開催した霞マルシェでは、300千円の予算に対し337千円の売上を達成し、知名度の向上とともに新たな販路開拓の可能性を見出すことができた。

霞マルシェ取扱商品	カマスの塩辛	漁師醬	うにみそ	きんかんどレス
	塩あめ	市比野せんべい	魚メンチ	クリームポテト

c. 大学生インターンシップの受入

大学生インターンシップを受け入れ、よそ者、若者の視点で観光資源の洗い出しと提言を受けたことで、当地域の人的・物的資源の整理と新たな商品化の可能性が出てきた。

また、ユビキタスシステムを利用した観光開発の一助となった。

d. 薩摩川内シティセールスに関する情報発信のアドバイス

薩摩川内市ご当地プレーンの就航について、H24年6月より運航している「薩摩川内号」はH24年12月までの実績で就航回数1,137便、月平均162便の就航、ご搭乗いただいたお客様は198,670人に上った。

就航都市は33都市で、主な就航都市羽田387回、伊丹73回、沖縄118回、富山46回、その他となっているが、ご当地鹿児島には29回のみでの就航であり県外への飛行が多いことで、薩摩川内市の宣伝機会が増えた結果となっている。

また機内での薩摩川内市の紹介とリーフレットを掲載していることも情報の発信に大いに寄与した。

ANAの情報誌「翼の王国」や「旅達空間」への投稿、地域イベントをANAグループイントラネットで紹介することで新たな集客へも繋がった。

主な掲載内容	機内リーフレット	ご当地プレーン「地域探訪 薩摩川内」
	翼の王国	甕大明神マラソン
	旅達空間	水辺の学校
	イントラネット	霞マルシェ／ご当地プレーン就航／こしきアクアスロン大会

(7) 持続的発展へ向けた課題、今後の取組み

a. 新たな着地型旅行商品の開発・販路拡大に対するアドバイス

ANAのリソース（翼の王国、旅達空間、ANAグループイントラネット）を利用した地域イベントの広報、周知及び集客事業について、当市で初めての試みということもあり、今後、さらに的確かつタイムリーな情報発信と継続的な実施を図る必要がある。

継続的な実施について、双方で担当窓口を設置するとともに、責任とお客様目線を持った対応を取ることをしたい。

10月27・28日に実施した第1回アクアスロン大会は、当初200名の参加者を予定していたが、最終的に98名の参加者と約200名の大会関係者で会場は大いに盛り上がり、新聞などメディアでも紹介されたが、知名度不足と運営体制の難しさを痛感した。

次回開催に向けて、事前のPR活動はもとより、より具体的な商品化に向けての取組みや、集客方法の確立を検討する必要がある。

その一方で、参加者からいただいたご意見として、島民が一丸となった島を挙げての取組みに一様に感激したとのお声をいただき、島民も島民参加型のイベントに積極的な姿勢が見えて、次回に向けて一定の方向性を確認することができた。

物理的課題への解決について、スタートとゴール地点を同じ場所にとのご意見や、ゴール地点でのお土産ブースの充実などのご意見をいただいたことから、次回に向けて鋭意検討し対処する。

これらをふまえて、今後の取組みとして10商品以上の観光商品の開発を実施する予定である。

また、旅行商品において、市が企画・開発したものを旅行業者が催行する、あるいは市が旅行業者に観光素材を提供し、旅行業者が商品を企画・開発して催行するなどのアプローチを図る。

b. 地域資源を活用した物産品の開発・販路拡大に対するアドバイス

マルシェ会場での出展ブースについて、お客様を意識したレイアウト作り・商品の陳列及び品切れとならないような事前のニーズ調査や出荷調整が必要であることを認識した。

また、お客様との対応の中で、「物販を中心に」から「物販を通じて地域を売る」という意識への切り替えが必要であると感じた。

今後の取組みについて、出展商品に関するモニタリングを強化するとともに、都市部の、特に女性の意見・要望を取り入れることで、当市や甕島が印象付けられる商品作り（10商品以

上) に取組むこととする。

さらに、企業内マルシェを起点として流通業界への売り込みを図ることで、卸販売などの手法確立やビジネスマッチングの機会増加を図る。

c. 大学生インターンシップの受入

今回のインターンシップ事業の受入について、関東関西の4大学から8名の参加で実施したが、各大学の教育方針などの違いから、1つの事象で様々な角度から意見交換や政策提言がなされたことに一定の成果はあったものの、参加者に事前学習の機会がなく、即現地でのワークショップを実施したことについて、学生の戸惑いもあったと思われることから、今後のためにも事業内容や運営体制をしっかりと構築する必要がある。

今後の取組みについて、複数大学でのインターンシップの実施や単一大学のゼミなどを活用したインターンシップの実施の検討など、いずれにしても事前学習を強化し現地でのワークショップは事前学習の再確認を行うとともに、提言の内容に幅をもたせるような事業内容としたい。

また、今回の学生の提言に基づき、個々の現場の魅力を繋げる仕組み作りと、観光地を巡回できるルート設定やお客様をもてなすためのスキルアップに取組むこととする。

d. 薩摩川内シティセールスに関する情報発信のアドバイス

ご当地プレーンについて、同様の取組みを実施している他地域との差別化を図ることで、当市の知名度・好感度を高めるとともに誘客効果に繋げる。

今後の取組みとして、機内設置のリーフレット「地域探訪 薩摩川内市」の記載内容の更新・充実を図ることで、新鮮な情報をお客様に提供することとする。

また、ユビキタスシステムを利用した新たな観光開発では、今年度は上甕島1コース、下甕島2コース、本土地区1コースの開発を実施したが、内容面での課題として、インターンシップの学生から提言があった「意外といいね！薩摩川内」の仕掛け作りの一環として当該システムを有効的に活用することとしたい。

今後の取組みとして、スポット情報及びルート情報の登録を強化するとともに、インターンシップ学生からの提案内容の具体的導入とルート増設に取組むこととする。

(8) マネージャーコメント

意外といいね！薩摩川内



株式会社ANA総合研究所 柳田 剛一

鹿児島県薩摩川内市は、観光地としての潜在的可能性は高い評価を得ているが、地域資源、観光資源を活かした、「観光振興を通じた地域経済の活性化」には大きな課題があった。

その課題解決のためには消費者のニーズを的確かつタイムリーに把握し、効果的な事業の展開をする必要があった。

具体的な事業実施内容は、

- ①新たな着地型旅行商品の開発・販路拡大に対するアドバイス
- ②地域資源を活用した物産品の開発・販路拡大に対するアドバイス
- ③大学生インターシップの受入
- ④薩摩川内シティセールスに関する情報発信のアドバイス

であるが、ANA総合研究所のリソースを活用しながら本土と甕島を中心に商品開発・販路の拡大及び販売促進を実施することとした。

【本事業での成果】

①新たな着地型旅行商品の開発・販路拡大に対するアドバイス

ANAのリソース（翼の王国、旅達空間、ANAグループイントラネット）を利用した地域イベントの広報、周知、集客を実施したことにより、地域の観光プログラムの新たな集客方法の確立が図れた。また、「地域の小さなイベント」を都市地域で紹介する事で、地域に対する興味がわき実際に訪問しイベントへ参加するなどの新たな動きが生まれた。

②地域資源を活用した物産品の開発・販路拡大に対するアドバイス

特に甕島産品の商品開発及び販売を意識した都会地域でのマルシェなどの取組みを行った事により、甕島のサツマイモを、100%使用したケーキの開発や、甕島の特産であるキビナゴを使った新たな商品の開発に結び付いた。

また、地域おこしグループ「シンヌーラ」のコッパもちなど、地域産品の販路拡大にも繋がった。

③大学インターンシップの受け入れ

よそ者、若者の視点で観光資源の洗い出しと提言を受けたことで、当地域の人的物的資の整理と、ユビキタスシステムを利用した観光開発・新たな商品化の一助となった。

表題の「意外といいね！薩摩川内」は参加学生がつぶやいた言葉であり、改めて本事業が目指す方向を確認する事が出来た。

④薩摩川内シティセールスに関する情報発信のアドバイス

ANAの情報網を使って地域イベントや地域産品を紹介する事で、新たな集客や流通の一助とした。また「薩摩川内市ご当地プレーン」の国内線への就航により、機内アナウンスとリーフレットによる同市の紹介は、同市の情報発信に大いに寄与している。

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

第3章

相談事業の取組み

1

地域再生に関する情報発信・共有のための会議(地域再生セミナー)

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

	開催時期	開催場所：テーマ
1	平成24年8月17日（金）	兵庫県朝来市：「誇りが持てる地域となるために」
2	9月18日（火）	栃木県宇都宮市：「地域コミュニティを活かした集落再生」
3	10月10日（水）	大分県別府市：「日本一のおんせん県おおいた 湯 味力も満載」

(1) 兵庫県地域再生セミナー

開催日時	平成24年8月17日（金） 13：30～17：30		
開催場所	朝来市あさご・ささゆりホール		
テーマ	『誇りが持てる地域となるために』		
基調講演	総務省 自治財政局長	椎川 忍氏	
事例発表	イング総合計画(株)代表取締役(地域再生マネージャー)	斉藤 俊幸氏	
座談会			
コーディネーター	(有) スタジオ・カタリスト 代表取締役	松原 永季氏	
パネリスト	総務省 自治財政局長	椎川 忍氏	
	イング総合計画(株)代表取締役	斉藤 俊幸氏	
	東近江市企画部緑の分権改革課主幹	山口 美知子氏	

セミナーは「誇りが持てる地域となるために」と題して2部構成で開催された。

第1部では、柚木憲一 ふるさと財団理事長の挨拶に続き、椎川氏による基調講演が「あるものを生かす地域力創造」と題して行われた。続いて斉藤氏より「地域再生事業の現場から～知恵と工夫の地域再生～」として事例発表が行われた。

椎川氏からは、「緑の分権改革」=地域のあるものが価値を再生し、補助金に頼らずに内発的發展を目指すという考え方や、政治・経済の行政改革と経済・社会システムの分権化をセットでやっていくことが重要であることなどのコメントをいただいた。

斉藤氏からは、アメリカで起きた概念である「創発」(セレンディピティ)が大切で、瓢箪から駒、怪我の功名、思惑倒れから思わぬ成果が生まれるものであることやソーシャルビジネスに最初に取り組んで来たことなど、ご自身の様々な体験をもとに各地の事例をお話しいただいた。

第2部では、地元の松原永季氏がコーディネーターとなり、椎川氏、斉藤氏、山口氏をパネリストとして、「これからの時代における地域再生を考える」をテーマに座談会を行った。

座談会は松原氏が各パネリストのキーワードを上手く整理し、また会場から寄せられた質問にも答える形で進められ、活発な議論や質疑応答が行われた。

セミナーの参加者は兵庫県下の市町村担当者を中心として168名、セミナーの満足度は84%に達している。

セミナー終了後、県下の市町から短期診断の要望があり、朝来市、神河町、加東市で実施した。(短期診断の結果は、第3章、2. (2)、(3)、(4) 参照)



椎川氏



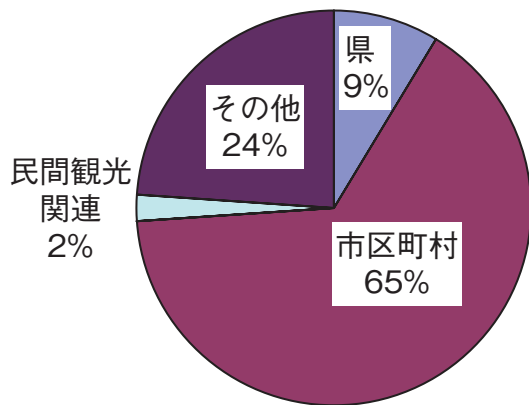
斉藤氏



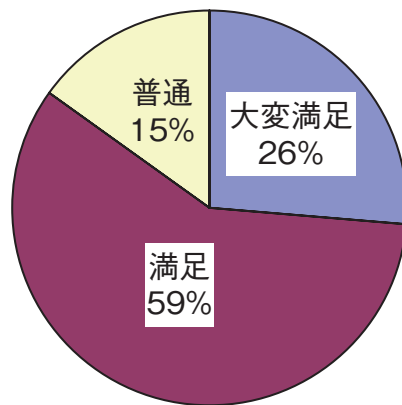
パネリスト（椎川氏、斉藤氏、山口氏）



松原氏



セミナーの参加者層



セミナーに対する満足度

(2) 栃木県地域再生セミナー

開催日時	平成24年9月18日（火） 13：30～17：10	
開催場所	栃木県庁 東館講堂	
テーマ	『地域コミュニティを活かした集落再生』	
基調講演	明治大学農学部教授	小田切 徳美氏
事例発表	NPO法人 地域再生機構 ～木の駅プロジェクト～	丹羽 健司氏
事例発表	全日本空輸(株) 元客室乗務員（地域再生マネージャー）	小林 詳子氏

セミナーは「地域コミュニティを活かした集落再生」と題して、基調講演と2つの事例発表にて実施された。

柚木憲一 ふるさと財団理事長の挨拶に続き、小田切教授による基調講演が「地域再生の課題－農山村の未来－」と題して行われた。続いて、丹羽氏より、「村の誇りと自治を再生する～木の駅プロジェクトの試み～」をテーマに、主に鳥取県智頭町における木の駅プロジェクトの事例が紹介され、引き続き、小林氏より「女子力を活かし、地域を元気に!」をテーマに愛媛県宇和島市の事例が紹介された。

小田切教授からは空洞化の段階的深化及びムラの空洞化段階についての分析をした上で、地域再生を図るためには、新しいコミュニティとして「手作り自治区」の創設と新しい地域産業の構築が重要であるとのお話をいただいた。

丹羽氏からは、伐採木を1トンあたり6,000円分の杉小判（地域通貨）と交換できる仕組み（木の駅プロジェクト）が紹介され、このような取組みが地域の経済循環といった直接的な効果だけでなく、地域住民の「やる気」を増幅するという効果もあることも紹介された。

小林氏からは、自らの客室乗務員の経験を活かした地域活性化の事例として、住民を巻き込んだおもてなし機運の醸成方法について紹介があり、特に、女性の視点・女性の行動力の活用が重要であるとのアドバイスがなされた。

今回のセミナーの特徴は、「集落再生」という課題に対して、基調講演にてその理論的フレームワークを示しつつ、その実践という形で、2つの事例を組み合わせで紹介できたことである。

セミナー参加者は108名で、行政の方が大半を占め、集落再生に対する行政の方々の問題意識の高さが伺え、参加者の満足度は約8割となった。

セミナー終了後、県下の市町から短期診断の要望があり、那賀川町と那須塩原市で実施した。（短期診断の結果は、第3章、2、2-2. (5)、(7) 参照）



小田切氏



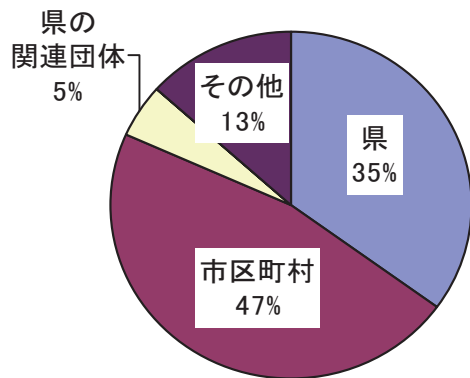
丹羽氏



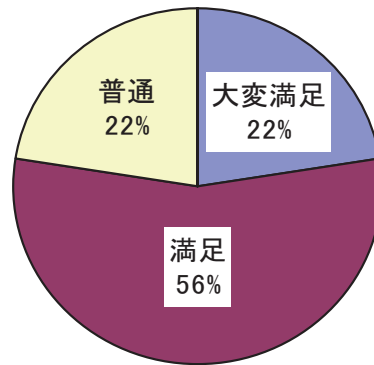
小林氏



講演風景



セミナーの参加者層



セミナーに対する満足度

(3) 大分県地域再生セミナー

開催日時	平成24年10月10日（水）13:00～16:50	
開催場所	ビーコンプラザ中会議室	
テーマ	『日本一のおんせん県おおいた ㊦ 味力も満載』	
基調講演	(株)ジェイティービー 旅行事業本部 観光戦略室 観光立国マネージャー	山下 真輝氏
事例発表	(株)カルチャーアットフォーシーズンズ代表取締役 (地域再生マネージャー)	中島 淳氏
座談会		
コーディネーター	大分県 観光・地域局局長	森竹 嗣夫氏
パネリスト	(株)四万十ドラマ代表取締役社長 特定非営利活動法人 竹田市観光ツーリズム協会 事務局長 つるみ観光(株)ホテル白菊 代表取締役社長 (株)ジェイティービー 旅行事業本部 観光戦略室 観光立国マネージャー	畦地 履正氏 工藤 隆浩氏 西田 陽一氏 山下 真輝氏

セミナーは「日本一のおんせん県おおいた ㊦ 味力も満載」と題して2部構成で実施された。

第1部では、柚木憲一 ふるさと財団理事長の挨拶に続き、山下氏による基調講演が『大分県の新成長戦略「観光立県戦略」を考える』と題して行われた。続いて、中島氏より「交流と観光が重なる、地区という単位の集客」をテーマに事例発表が行われた。

山下氏からは、重要なことは交流人口の拡大による観光戦略であり、大分でも様々な取り組みを行っているが、新幹線開業で大きく人の流れが変わったことに注意することやツーリズム戦略を成功させると大きな企業誘致と同じ程度のインパクトがあること、温泉の取り組みは長期的な視点で取り組み育てていくことがよとのアドバイスをいただいた。

中島氏からは、「地区という小さな観光要素が大きな集客資源と結びついて新たな空間を形成していく」という新しい展開を各地の事例に基づいて紹介いただいた。

第2部では、森竹局長をコーディネーターとして、「大分県ツーリズム戦略の目標達成に向けて」をテーマに座談会が行われた。

地元パネリストとして出席した工藤氏や西田氏からは、大分観光の現状や課題、取り組みなどのコメントをいただき、畦地氏、山下氏からは他地区での取り組み事例の紹介や大分県が取り組むべき事項などについてアドバイスをいただいた。

セミナーの出席者は146名であり、満足度は4分の3が満足と高いものとなった。

セミナー終了後、県下の市町から短期診断の要望があり、津久見市と佐伯市で実施した。(短期診断の結果は、第3章、2、2-2. (6)、(8) 参照)



袖木理事長



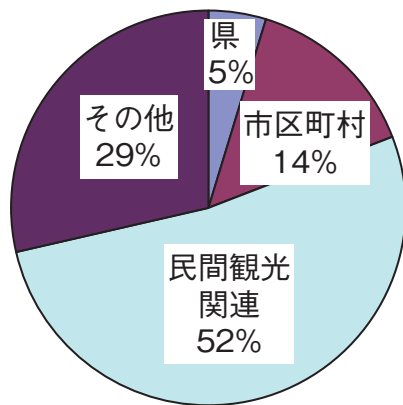
森竹氏



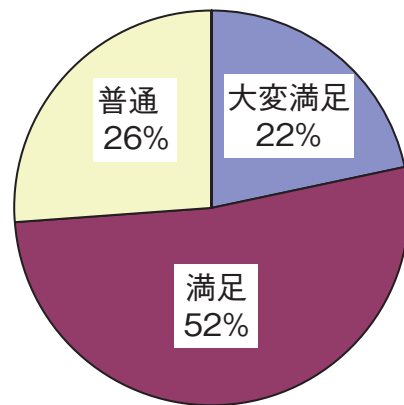
パネリスト（山下氏、畦地氏、工藤氏、西田氏）



会場の様子



セミナーの参加者層



セミナーに対する満足度

2 外部人材活用マニュアル作成のための調査（短期診断）

地域再生マネージャー等の外部人材の活用を検討する市町村にとってのマニュアルの作成のため、地域再生マネージャーを以下の8市町に2泊3日派遣して、短期診断を実施した。個別の短期診断の結果概要は、次頁以下に示す。

	実施時期	実施場所
1	平成24年 6月27～29日	岩手県二戸市
2	10月31～11月 2日	兵庫県朝来市
3	11月 7～ 9日	兵庫県神河町
4	11月14～16日	兵庫県加東市
5	11月26～28日	栃木県那珂川町
6	12月17～19日	大分県津久見市
7	平成25年 1月 9～11日	栃木県那須塩原市
8	1月28～30日	大分県佐伯市

(1) 岩手県二戸市

平成24年6月27日（水）～6月29日（金）

地域再生マネージャー等：井上 弘司（CRC地域再生診療所）

：中島 淳（株）カルチャーアットフォーシーズンズ）

<地域の問題意識>

二戸市では地域の人々から価値があると認められた資源を宝と位置づけ、この宝を活かしたまちづくりを進めてきた。

一方、東北新幹線の停車駅である二戸駅を有するが2次交通や宿泊施設の老朽化などにより十分な成果が現れていない状況であった。

これらの状況を脱して、交流人口を増加させるための具体的な取組み方針について助言を求めていた。

<地域再生マネージャー等からの提言>

地域を視察する中で、数多くの資源、まちづくりに取組む方々が確認できたとの認識が示された。一方で、実施主体それぞれが個別の活動により異なる方向に向かっているとの指摘がなされた。

他方、「宝」の発掘も20年前の取組みであり、新たなスタートとして、継続的なまちづくりの仕組みを作る必要性について説明がなされた。具体的な方策として、「女性の登壇」「域内交流の実施」「窓口の明確化」をキーワードとした視点である。

また、地域が動くための体制づくりとして、ランドオペレーター機能・地域コーディネーター機能といった訪問者と地域住民双方に働きかける組織の必要性についても助言がなされている。



二戸における、やってみる際の「視点」の変更

視点1. 女性の登壇

今回の行程で会った女性は初日交流会での役場の内田さんだけ。この異常な状況を当たり前と思っていることが二戸市の危機。
※登壇としたのは、まず一緒に舞台上に乗せようという意味。

視点2. 域内交流の実施

① 漠然と「外部からの人」というのではなく、まず地元市民に知ってもらうことを意識すること。元気な地域の始は、地元の人とその取り組みを知っている。

② そもそも、今回お会いした人同士がよく知らない状況。
例えば宿の料理人、若手料理人はどのくらい地元の生産者、生産現場を訪れているか、知っているか。

視点3. 窓口の明確化

「したい」（来たい、やりたい）人の立場に立ち、どこに聞いたら、どこに申し込んだらいいのかをしっかり整備。
いつまでも個々の取り組みに終始していると、やりたいことは達成できない。
=情報の一元化：堀内くんの役割はここにあり。

(2) 兵庫県朝来市

平成24年10月31日（水）～11月2日（金）

地域再生マネージャー等：奥村 玄（株）GENプランニング

：今村 まゆみ（街づくりカウンセラー）

<地域の問題意識>

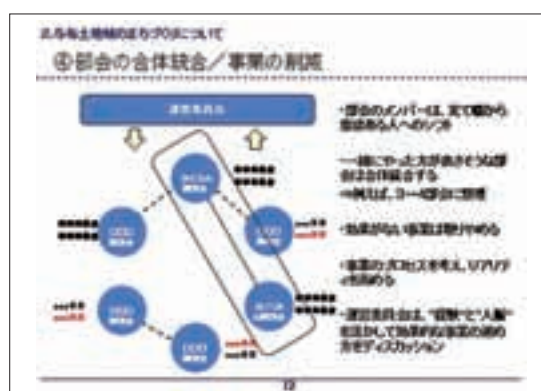
朝来市与布土地域は、農山村集落で、県の自然体験学校などがある他、温泉もある自然豊かな地域であるが、少子高齢化と人口減少が進み、農業の担い手不足による農地管理や、高齢者福祉に対する地域支援が地域課題となっている。

若者の地域定住や新規参入への取組みを図るための農業の活性化、自然環境を活かした都市農村交流の促進を行うなど6次産業化を目指した取組み、地域のものは地域で使う地域循環へのマネジメント、温泉施設を活用した観光資源開発、古民家レストランの運営方法などについての助言指導を求めている。

<地域再生マネージャー等からの提言>

与布土地域自治協議会のこれまでの5年間の活動に関しては、「成果が見えない」、「成果が伝わらない」、「成果と手応えのギャップ」の3点が指摘された。その上で、「楽しんで活動することが継続につながると共に、ただ楽しむだけでなく、自らの活動を記録し、成果を検証することで活動の質を高め、成果を発信することで参加の輪を広げることの重要性が示された。合わせて、6つの部会の統合と事業の削減についても助言がなされた。

次に、「竹田城」という圧倒的な地域資源を活かした観光ビジネスにシフトする事、魅力のアピールのための情報提供などについての提言がなされると共に、「喜古里」（古民家レストラン）、「よふど温泉」、「特産品（ジャム）生産グループ」、「道の駅」、「みのり館」（宿泊施設）のそれぞれについて、活性化に向けた指摘がなされた。



(3) 兵庫県神河町

平成24年11月7日（水）～11月9日（金）

地域再生マネージャー等：井上 弘司（CRC地域再生診療所）

：堀田 雅湖（NPO法人みそしょうゆアカデミー）

<地域の問題意識>

神河町では中山間地域を中心に少子高齢化などによる衰退が進んでおり、地域活性化への取組みが急務となっている。また、コメや自然薯などの特産品を活かした6次産業化を進めているが、いずれも効果があがっていないという課題を抱えている。

よって、6次産業化をキーワードとした地域活性化に取り組むにあたっての今後の推進体制や推進方針について提言を求めている。

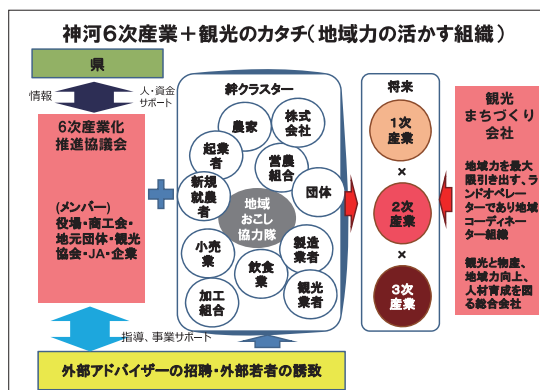
<地域再生マネージャー等からの提言>

当該地域では豊かな自然資源、農作物、豊富な宿泊施設を有していると共に、やる気のある人材が多くいることが確認出来たとの認識が示された。一方で、コミュニティ単位で活動する傾向や域内資源を活用する意識が希薄であること、女性や若者の活用があまり見られないといった課題が示された。

これらの認識に基づき、井上マネージャーからは地域でお金を廻し、人を育てることの必要性が示されると共に、神河町が目指すべき観光の形については、他都市の事例を交えて具体的な助言がなされた。

堀田マネージャーからは地域資源を活かした6次産業化の取組み事例の紹介がなされると共に、神河町の独特の特産品「辛皮（からかわ）」などについて、具体的な活用方針が助言された。

最後にふるさと財団より、地域外部の人材を活用した支援ツールについてその概要及び効果について説明を行った。



(4) 兵庫県加東市

平成24年11月14日（水）～11月16日（金）

地域再生マネージャー等：齊藤 俊幸（イング総合計画㈱）

：谷本 亙（まち&むら研究所）

<地域の問題意識>

加東市は、酒造好適米である「山田錦」の産地として、灘五郷を中心とする酒造メーカーから強い信頼を得ており、その関係は今も続いている。しかし、兼業農家の割合が高く、従事者の高齢化、後継者不足から農業が継続出来なくなる状況が表面化してきている。一方、これらに対応して農作業の集団化（組織化）に取り組んでいるが、その中核をなす農家の高齢化も目立って来ている。そのような中、将来に亘り、良質な酒米生産体制を維持するための活性化の取組みが必要な時期に来ている。

<地域再生マネージャー等からの提言>

地域の生産農家などとのヒアリングや議論を通していく中、山田錦の生産には食用米に比べて何倍もの労力が必要であり丹精込めて作られた逸品であること、それにも関わらず地元で生産されている山田錦が持つ酒造好適米としての素材の良さ・素晴らしさに対して地域のみならず生産者も十分に理解していないことなどが判明した。その対策として「加東市山田錦学校」というプロジェクトを組成して地域で取組んでいく形を提言した。谷本マネージャーからは、同学校を通して地域で生産している山田錦について、生産者も地域も良さを理解して、酒造メーカーとの新しい関係なども構築していくこと、生産者の努力を評価できる仕組みなどを持つことなどを行っていくべきであることなどを提言した。齊藤マネージャーは、農業の所得向上に向けて、山田錦あるいは関連農産物を使って、取組める商品開発が幾つもあり、まずは出来ることから6次産業化、売れるものを作ることにチャレンジしていく必要性などを提言した。



(5) 栃木県那珂川町

平成24年11月26日（月）～28日（水）

地域再生マネージャー等：丹羽 健司（地域再生機構）

：森 大顕（地域再生機構）

：高橋 啓（穂の国森林探偵事務所）

<地域の問題意識>

那珂川町は、森林率64%を誇る自然豊かな町であり、昭和40年代までは林業が盛んであったが、昨今は安い外国産材の輸入により国産材の需要が減少、林業は衰退するなど、山が荒れ放題の状況にある。また、間伐は細々と行われているが、間伐された材木は山に置き去りにされ、利用価値がない。

こうした中、町の林業を活性化させるための方策の1つとして、全国の自治体で取り組み始めている「木の駅」の導入を検討しており、木の駅の概要や先進事例の紹介、導入にあたっての留意点などについてアドバイスを求めている。

<地域再生マネージャー等からの提言>

地域再生マネージャーが現地確認を行い、林業が衰退し山が荒れている結果、山主や地域住民の山に対する関心の薄れ、商店街も衰退するなどの現況を踏まえ、那珂川町へ木の駅プロジェクトの導入の効果と意義についての提言がなされた。また、獣害被害も顕著に現れている状況を踏まえ、獣害対策の手法やプロセスについての提言もなされた。

木の駅プロジェクトの導入に関しては、主に実行委員会の重要性、住民主導による運営の必要性、導入にあたっての具体的な取り組みやスケジュール、「よそもの」・「わかもの」の必要性と地域おこし協力隊の活用、また、建設中のバイオマス発電と組み合わせた新しい木の駅プロジェクトである「那珂川町モデル」などの提言がなされた。



(7) 栃木県那須塩原市

平成25年1月9日（水）～1月11日（金）

地域再生マネージャー等：野口 智子（ゆとり研究所）

：守屋 邦彦（株JTB総合研究所）

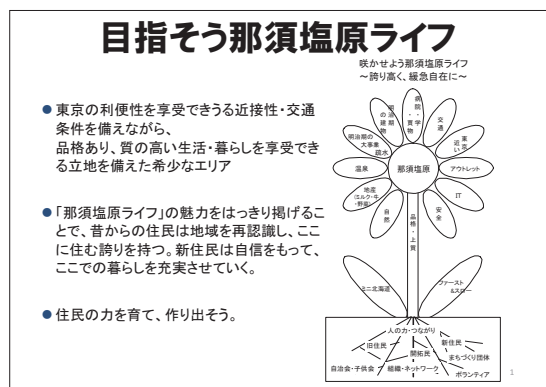
<地域の問題意識>

那須塩原市は、那須御用邸隣接地として、貴賓室を備えたJR駅や御用邸へのアクセス道路、旧塩原御用邸跡地と関連施設、当地域の開拓に貢献した明治期の元勲らの別荘や別邸、疏水などの開拓の歴史資産、豊富な湧水量を誇る塩原・板室温泉郷など、多くの地域資源を有している。そのため、これらの地域資源を生かし、“ロイヤリティ薫るまちづくり”というコンセプトでのまちづくりを進めていきたいと考えているが、そこに向かって、どのように進めていけばいいのか、具体的な取組みのアイデアを模索していた。

<地域再生マネージャー等からの提言>

守屋マネージャーからは、「観光のためのまちづくり」になりがちであるが「観光でまちづくり」をしていくということの理解、そのための主体、根っことなる「人づくり」「推進体制づくり」が重要であること、那須塩原の雰囲気・ストーリーづくりの重要性などについて指摘・アドバイスが行われた。

野口マネージャーからは、「ロイヤリティ」とは、地域の背骨となる品格の事であり、それをベースに、那須塩原地域の生活そのものを発信していく仕組みを作るため、「目指そう那須塩原ライフ」という形で提言が行われた。提言では那須塩原市が、東京との近接性やアウトレットをはじめとした「ファスト」で便利な生活を享受しながら、一方で豊かな自然や温泉、農産物に加え、地域を作り上げた明治期の大規模な開拓とそのDNAなどが残った「スロー」な暮らしぶりの双方を享受できる稀な「ファスト&スロー」な生活のできるエリアであることなどを示し、その生活ぶりの発信の重要性などを伝えた。



(8) 大分県佐伯市

平成24年11月7日（水）～11月9日（金）

地域再生マネージャー等：中島 淳（株カルチャーアットフォーシーズンズ）

：養父 信夫（株マインドシェア）

<地域の問題意識>

佐伯市は、城下町として栄え、「佐伯の殿様、浦でもつ」と言われて来たほど豊富な海・山の食が豊かな地域である。一方で、食観光を柱とした取組みを展開しているが、マンネリ化している部分もあり、売り上げや来客数が落ち込み始めている。また、近未来に予定される高速道路の開通に伴い通過地となるのではとの懸念がある。

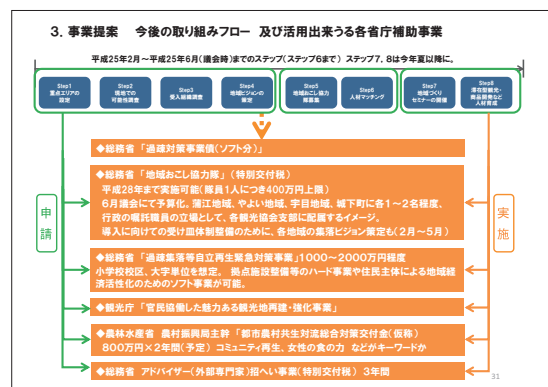
この様な状況下、通過地とならない様、効果的な対策（佐伯市の観光素材・施設の磨き上げや効果的なPRなど）を展開する事が喫緊の課題となっている。

<地域再生マネージャー等からの提言>

先人の知恵を活かした「食」を切り口にした観光・地域づくりの提案がなされ、取組み方針として3点の提案がなされた。

- ①高速道路を延長することを武器とするため、宮崎圏域及び日帰り客の誘客に重点を置き、佐伯市の観光資源の魅力をその資源の物語とともに伝えることで佐伯市に目的をもって訪問してもらうこと。
- ②情報発信（PR）の方法として、なぜその食資源が美味しいか、観光客に納得感を持たせるストーリー作りが必要なこと。（誰がどのように取組むか、他地域の事例を交え、具体的な提案がなされた）
- ③観光客の目線に立ち、これまでの個別の取組みを佐伯市全体の施策として、食構成を再構築する必要性があること

最後に、これらの提案を効果的に実現するための方法として、地域おこし協力隊などの各省庁の支援方策を説明し、具体的に動き出す方法についても提案がなされた。



<外部人材活用マニュアル（実施期）の作成>

前記の8市町の協力を得て、23年度に作成した「導入期」マニュアルの検証を行いながら意見聴取を行い、新たに気付いた点を追加して「実施期」マニュアルを作成した。ここでは「実施期」マニュアルへ向けた取組みを列挙する。

「導入期」マニュアルでは、外部人材の受け入れ検討から、準備段階、受入段階、受入後のステップに応じて時系列的な流れでの整理を行っており、「実施期」マニュアルにおいても、同様の流れを踏襲している。一方で本調査を通して、

- ・受入検討段階での「地域における問題意識・目的の明確化」に向けた検討のステップ
- ・準備段階での「地域の巻き込みに向けた準備」や「体制面の整備」
- ・受入段階での「事業遂行時の留意点」

といった点については以下の様に厚みを持たせた。

<受入検討段階>

(1) 問題意識・目的の明確化

地域が抱えている課題の本質が何かについて十分に協議をすることが重要である。ただ、多くの場合は地域の視点からだけでは見つけられないことも多いため、このプロセスにおいてもスポット的に外部専門的人材を受け入れて一緒に検討していくことも有効である。

<準備段階>

(2) 地域の巻き込みに向けた準備

実際の地域課題に対応して取組んでいく主体となる団体や、周辺の関係団体、地域づくりに参画している地域のキーマンなどとの連携、巻き込みが重要である。そのため、事業を進めていく上では、こうした地域づくりを担う人材・キーマンなどの候補を把握していること、もう一歩進んで、どういった団体・人物であるのかを把握して、事業内容に応じて選択できる様に地域との接点が構築出来ていることが望ましい。

したがって、担当部課室・担当者は地域との接点を普段から多く持っていること、あるいは地域との接点を多く持っている庁内の他部署あるいは職員の情報などを把握している必要がある。事業を進めていく前には、こうしたネットワークを使って事業の目指すべき方向や問題意識などを伝え、関心のあるメンバー候補などを抽出しておくなどの準備が求められる。

(3) 体制面の整備

本事業で取組む課題の多くは、事業を進めていく過程の中で、担当部課室以外の他部署との連携が必要になってくる場面が発生する。また担当者が専任で本事業に関わるのが難しく、同一部課室内での事業に対する理解、目的についての情報共有などが図られていることが重要である。そのため、首長から部、課レベルにおいて事業の目指す方向・目的についての共有などが行われ、一定の裁量権などが与えられていることなどが理想的である。事業の遂行に当たって、想定されうる関係部課室間での役割分担とその範囲などを事前に調整しておくなど、事業をスムーズに進めていくための行政内部での体制整備が必要となる。

また、地域との連絡調整などが求められるため、直接の担当者には地域とのコミュニケー

ションをしっかりと取れる能力、行政内部での調整能力などが必要であり、そうした人材を確保しておくことも必要となる。

<受入段階>

(4) 事業遂行時の留意点

事業を遂行する段階では、地域再生マネージャー等に任せっきりにするのではなく、当事者意識を持って、一緒に地域を作り上げていく姿勢で臨むことは勿論であるが、事業が軌道に乗るまでは、地域再生マネージャー等と地域の住民や団体との調整役としての役割を果たすこと、しっかりとコミュニケーションを図っていくことが重要である。また、地域再生マネージャー等の専門的な知見・ノウハウを活用するにはそのまま鵜呑みにするのではなく自分なりに咀嚼して、地域にあった形で応用してもらうために十分な議論などを重ねることも必要となる。事業遂行においては、地域再生マネージャー等と一緒に二人三脚で地域をより良くしていくということを十分に意識することが重要となる。

第4章

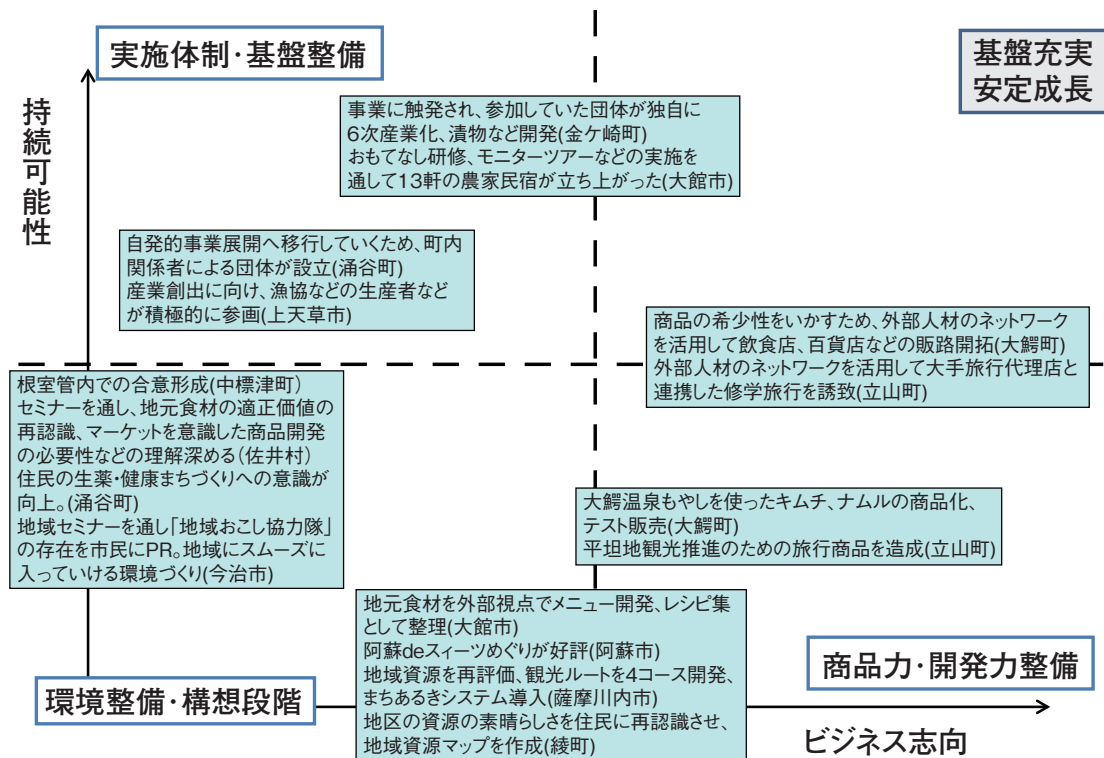
事業成果の総括と今後の課題

1

助成事業の成果と課題

第2章で整理したとおり、24年度の助成事業は様々なテーマでの事業を進めている。また、同一事業の中でも、ビジネス志向に沿った展開と同時に持続可能性の軸に沿った展開などを行いながら、「基盤充実・安定成長」段階への移行を目指して取り組んでいる。

これらの取組みの主要なものを段階別に整理をすると以下のとおりである。ここでは、以下の段階別の取組みの概要について総括を行い、その上で今年度事業で特徴的な取組みとして次年度以降の地域再生マネージャー等による地域の支援のあり方及び地域再生に取組もうとしている市区町村の参考になりうる事例などについて整理を行う。



1-1. 事業発展段階の取組みにおける成果・課題

1-1-1. 環境整備・構想段階の成果・課題

環境整備・構想段階ではセミナーやワークショップなどを通じた「地域人材の発掘・機運醸成」に対する取組み、地域資源の再評価に向けた「地域資源の発掘・再生」についての取組みが行われた。

(地域人材の発掘・機運醸成での成果・課題)

地域人材の発掘・機運醸成では以下のような取組みと成果・課題があった。例えば、宮城県涌谷町では、「生薬」をモチーフとした健康まちづくりに取組むために月に1回の住民啓発講座を実施した。講座には、毎回70名から100名もの住民が参加し、家庭での生薬栽培などに取組む住民などが増えてきている。

一方、地域での機運醸成などの難しさが浮き彫りとなった事例もある。宮崎県綾町では、22戸の小規模集落を対象とした交流による新たなコミュニティビジネスの可能性を検討するため、試行的に交流事業などを実施した。イベントの実施においては積極的な地区住民の参画を得ることができた。しかし、結果的には地区の住民が生産活動などで忙しく、新たな交流事業に取組める余裕がなかったことなどからコミュニティビジネスとして同地区で実施することは困難であることが判明した。次年度以降は「地区住民を主体とした取組み」ではなく、地域外の人による「地区を活動の舞台」とする事業モデルへ転換することとなった。また、木の駅の広域連携に取組んだ愛知県新城市の事例、エリアラッピングでの広域の観光展開に取組んだ北海道中標津町の事例においても、様々な形で広域展開は進んでいるものの、単年度ですべての参加者の合意を得て事業が進むまでに至っていないようである。

このように、今年度の事業においては地域住民の機運醸成などに取組んだものの、広域での展開や小規模集落での展開のように一筋縄ではいかない課題と向き合う場面が出てきている。

市区町村	地域人材の発掘・機運醸成での成果・課題
北海道 中標津町	・外部のアンケート結果などを提示するなどの事業成果を提示、根室管内（1市4町）での合意形成に至った。
青森県 佐井村	・セミナーなどを通して地元食材の適正な価値の再認識ができ、付加価値を付けて販売することの必要性が理解された。また、マーケットを意識した商品開発の必要性などへの理解を深められた。最終的に、商品開発に関するメンバーの役割分担が得られ、プレイヤーが明確化できた。
宮城県 涌谷町	・毎月1回の住民啓発講座では、70-100名の参加者を得た。講座を通して住民の生薬・健康づくりに関する意識が高まり、家庭での生薬栽培などがはじまった。
愛知県 新城市	・3市町村での木の駅設置と、3つの木の駅での広域連携を目標とした。結果として、2市町村で木の駅設立に向けた取組みが進んだが、1市町村では諸事情もあり、進展しなかった。ただ広域連携については、隣接地域での地域通貨の共用などの検討が話し合われた。
愛媛県 今治市	・地域でのセミナーなどを通して「地域おこし協力隊」の存在を市民にアピールした。その結果、「地域おこし協力隊」が地域での活動にスムーズに入れるようになった。
宮崎県 綾町	・22戸の集落の地区住民と交流によるコミュニティビジネスのモデルなどを提示、機運を醸成するため、試行的に交流事業をイベントとして実施した。しかし、地区住民の実態として、交流活動に充てられる時間的余裕がなく、意識醸成はできたが、「地区住民による活動」での交流モデルは困難であった。今後は、「地区を活動フィールド」として機会に応じて地区住民が参加していく形で展開していく方向となった。

(地域資源の発掘・再生での成果・課題)

地域資源の発掘・再生では以下のような取組みと成果・課題があった。例えば、秋田県大館市では、料理研究家と地元農家や飲食店関係の女性たちが連携して地域の食材の新たな調理方法、メニュー・レシピの開発が行われた。これらの取組みに参加した市内飲食店2店では、これらを参考としたメニューを提供するようになっており地域食材の地産地消進展のための新たな可能性などが提示された。また、愛媛県今治市では、柑橘類の耕作放棄地の解消を目指し観光農園化、ジュース製造などの検討が行われた。ジュース製造を検討している中で、搾汁施設が近くになく、しかもロットが大きいことから事業展開においてボトルネックとなることが判明した。そのため、地域再生マネージャー等と「地域おこし協力隊」などで小規模搾汁施設の整備に向けた検討を次年度に向けて行うこととなった。

このように、外部人材が入ることで地域食材の再評価による新たな展開可能性が実現した事例や、今治市のように地域資源を活かすためのボトルネックが発見され、改良へ向けたアクションが取れるようになった事例など外部人材の専門性が効果的に活かされた事例がみられる。

市区町村	地域資源の発掘・再生での成果・課題
北海道 中標津町	・地域資源を整理、マーケット視点に沿ったフットパス、ドライブルートのマップを作成した。 ・首都圏、札幌圏でのアンケート調査による観光価値の再評価、モニターツアーなどから圏域ブランディング可能性を調査した。
秋田県 大館市	・地域食材を、外部の料理研究家が新たな視点でメニュー開発、地元では想定していなかった食べ方・料理方法が発見され、レシピ集として整理した。市内飲食店2店舗で、レシピ集を参考とした料理提供がはじまった。
愛媛県 今治市	・柑橘類の耕作放棄地を解消するため観光農園化やジュース製造を検討した。しかし、ジュース製造販売には遠距離・高コストの搾汁施設がボトルネックとなっており、小規模搾汁施設の整備を次年度協議することとなった。
熊本県 阿蘇市	・「お金をかけない、新しいものは作らない、やりたい人がやれることをやる」というコンセプトではじめた阿蘇deスイーツめぐり（500円で3箇所スイーツを食べ歩ける）が好評であった。想定外であった2期目も実施された。次年度は、実行委員会自らの取組みとして実施することとなった。
宮崎県 綾町	・ユネスコエコパークを契機に地区住民に地区のもつ資源の素晴らしさを再認識する機会を設定した。その上で、倉輪地区内の資源を見直し、資源マップを作成した。
鹿児島県 薩摩川内市	・地域資源を再評価するなかで、上甕島1コース、下甕島2コース、本土地区1コースの観光ルートを開発、まちあるきシステムを使った案内を実施した。

1-1-2. 商品力・開発力整備段階における成果・課題

商品力・開発力整備段階においては、特産品や旅行商品などの開発などの取組み、販路開拓やブランド化に向けた取組みが行われた。

(特産品・商品の開発での成果・課題)

特産品・商品開発では以下のような取組みと成果・課題があった。例えば、青森県大鰐町では、大鰐温泉もやしを使った特産品の開発として、キムチ・ナムルの商品化が行われ、事業主体によるテスト販売が実施されている。商品開発は、地域再生マネージャー等の知人でキムチの製造販売を行っている企業の協力が得られ実現できたものである。そのほか、地域に来て食べてもらうためのメニュー開発として、大鰐温泉もやし御膳が7月から提供され200食を超える

販売実績となっている。また、鹿児島県薩摩川内市では、首都圏での特産品販売の中で「モノを売る」のではなく「地域を売る」ことの重要性を認識したことから地域を意識した特産品開発をめざし、甕島産サツマイモを100%使用したケーキや甕島特産のキビナゴを使った商品開発を手掛けることとなった。

大鰐町や立山町ではいずれも、地域再生マネージャー等のネットワークなどが効果的に発揮された事例となっている。

市区町村	特産品・商品の開発での成果・課題など
青森県 大鰐町	・大鰐温泉もやしを使ったキムチ、ナムルを商品化、テスト販売を実施した。商品化にあたっては地域再生マネージャー等のネットワークを活用した。その他、地域に来て食べてもらうためのメニュー開発（大鰐温泉もやし御膳など）も実施した。一方で生産者との連携は進んだが増産体制の整備がまだ課題となっている。
富山県 立山町	・平坦地観光推進のために旅行商品を造成、陶芸体験モニターツアーを実施した。
鹿児島県 薩摩川内市	・首都圏での販売などを通して甕島産を意識した開発の重要性に気づき、甕島産サツマイモを100%使用したケーキ、甕島特産のキビナゴを使った商品の開発を実施した。

（販路開拓、ブランド化での成果・課題）

販路開拓やブランド化では以下のような取組みと成果・課題があった。例えば、青森県大鰐町では、大鰐温泉もやしの希少性を活かすため素材を活かしてくれる高級な飲食店、厳選した百貨店を対象に地域再生マネージャー等のネットワークを活用し、25件の販路開拓を実現した。また、青森県佐井村でも地域再生マネージャー等のネットワークを活用し、百貨店の贈答品市場をターゲットとした商品開発を行い、贈答品としての販売に向けた品質検査などの段階に進んでいるといった成果を実現した。同様に富山県立山町も、地域再生マネージャー等のネットワークを活かし大手旅行代理店と連携した修学旅行誘致活動を実施し、7校、約1,200名の受け入れが決定した。

販路開拓の面では、いずれも地域再生マネージャー等のネットワークを活かした展開が図られた成果となっており、地域に外部専門家が入ることの効果が高かったといえる。

市区町村	成果など
大鰐町	・地域再生マネージャー等のネットワークなども活用し、大鰐温泉もやしの希少性をいかすために飲食店、一部百貨店を対象に販路を開拓した（25件）。
佐井村	・地域再生マネージャー等のネットワークを活用して大手百貨店と連携、百貨店の贈答品市場向けの商品を開発、販売に向けての品質テストなどを実施中の段階である。 ・首都圏レストランへの水産物の定期出荷が実現した。
大館市	・農作業や農家生活などを体験し、農家民宿を宿泊先としたモニターツアーを3回、開催した（地域再生マネージャーの関係先対象）。おもてなし講座などの開業支援も実施、13軒の農家民宿開業につながった。
立山町	・地域再生マネージャー等のネットワークを活用して大手旅行代理店と連携して修学旅行誘致活動を実施、7校、約1,200名の受け入れが決定した。

1-1-3. 実施体制・基盤整備段階における成果・課題

実施体制・基盤整備段階では、地域再生を進めていく体制構築・組織づくりに向けた取組みや既存の団体や取組みの連携や自律的、継続的な取組みなどが進められた。

(体制構築・組織づくりでの成果・課題)

体制構築・組織づくりでは以下のような取組みと成果・課題があった。例えば、熊本県上天草市では、地域再生マネージャー等が具体的な数値なども提示した目標を掲げ、地域の関係者との協議などを行っていくなかで、ナマコ産業の創出にあたっての核となる漁協などの参画が決まり、生産基盤の体制が決定、事業を進めていく準備が整いつつある状況となっている。また、宮城県涌谷町では、次年度以降には自発的な事業展開に移行していくために、生薬に関心のある町内の関係者などによる「生薬まちづくりの会」が設立された。このほか、秋田県大館市では、地域の女性の力を地域活性化に役立てていくため地域の女性たちによる「大館エグスペシヤ」が設立され、同会では次年度、独自のイベントを開催することを目指した取組みが進められることとなった。

このように体制構築・組織づくりでは、外部専門家が入り、地域主体間の調整や主体の意欲を高めていくことで、活性化に向けた体制構築などを進展させている。

市区町村	成果など
大鰐町	・生産者と販売者、地域の3者がはじめて一体となって大鰐温泉もやしを使った活性化に取り組む「大鰐温泉もやしブランド化推進委員会」を設置、地域活性化に取り組むこととなった。
涌谷町	・次年度以降の自発的な事業展開へ移行していくため、生薬に関心のある町内関係者などによる「生薬まちづくりの会」が設立された。
大館市	・地域の女性の力を地域活性化に役立てるため、セミナーなどを通して、「大館エグスペシヤ」を設立した。同会では、次年度、独自のイベントを開催するための取組みをはじめている。
立山町	・前年度事業で株式会社化した主体にスカウトした人材とマネージャーと一緒に、まちづくり会社での旅行免許取得、平坦地観光の推進を支援した。
上天草市	・ナマコ産業創出にあたり、事業を進めていくなかで、漁協など生産に関与したい関係者まで参画し、事業を進めていけることとなった。

(持続可能な実施体制構築での成果・課題)

持続可能な実施体制構築では以下のような取組みと成果・課題があった。岩手県金ケ崎町では、事業に参画して地域食材の良さや、マーケティングの視点などを学ぶことなどを通し、また地域再生マネージャー等の取組みなどに触発され独自に6次産業化に取り組む、漬物や惣菜などを開発していく動きなどが出てきている。また、熊本県阿蘇市では、昨年度事業で発足した団体などが、今年度も自らが、おもてなしという観点から地域景観改善などでの独自の活動を継続的に実施することとなった。

このように、持続可能な体制構築という点では、地域自らが、これまでの地域再生マネージャー等が働きかけてきた取組みに触発される形で動いたという事例が多かった。

市区町村	成果など
金ヶ崎町	・事業に触発され、参加していた市内2団体が独自に6次産業化に取り組み、漬物や総菜などを開発する動きが起こった。
大館市	・体験交流の実現に向けて農家民泊などの動きを盛り上げるためのおもてなし研修、モニターツアーなどの実施をとおして13軒の農家民宿が立ち上がることとなった。
阿蘇市	・前年度までのおもてなし研修などの経緯などもあり、災害復旧の対応のなかで宿泊施設の従業員同士が共に地域を盛り上げようという連帯感・機運が発生した。 ・前年度事業で発足した「阿蘇女性の会」や「古神繁栄会」などがおもてなしの観点から地域づくりなどで独自の活動を継続的に展開している。

以上のように、「ビジネス志向」の軸に沿った取組みでは、外部専門家の専門性や能力、ネットワークが直接的・効果的に活用できている事例が多いこと、一方、「持続可能性」の軸に沿った取組みでは、外部専門家が、地域と向き合い、協働しながら成果をあげている事例が多いことがわかる。

地域への外部専門家の派遣においては、地域の取組みの方向が2軸のどちらを中心に動いているのかを見極めたうえで、ビジネス志向の軸が高い場合には、全体コーディネーターと専門分野ごとの複数の専門家での対応をすることや、持続可能性の軸が高い場合には、地域に入り込み、地区住民や団体と向き合いながら進めていく専門家で対応していくなど、地域事情に応じた対応が必要と思われる。

1-2. 今年度の特徴的な取組み

<持続可能性の軸に沿った、「法人化」という動き>

24年度事業では、持続可能性という軸に沿った取組みのなかで地域住民を巻き込み、事業主体を法人化、あるいは民間団体や法人がまちづくりの主体となる体制が構築された例、主体的に取組んだ例が多い。例えば、富山県立山町では、前年度事業で株式会社化したまちづくり会社に、民間の観光事業経験者をスカウト、今年度事業で大きな成果をあげている。また、北海道中標津町においても観光協会の法人化に向けて、人材募集を行う段階まで進んだ。そのほか、宮城県涌谷町では熱意ある住民などによる「生薬まちづくりの会」が立ち上がり、秋田県大館市においては女性パワーで地域再生に取り組む「大館エグスベシヤ」が設立された。さらに、青森県大鰐町では、「プロジェクトおおわに」が地域のまちづくり会社としての自負を持った取組みを進め、販路開拓などに成果を出した。そのほか、熊本県上天草市では、明確な目標設定の下、プロジェクト単位で「昇竜会」「紅竜会」「緑竜会」「黒竜会」の4つの人材交流会が立ち上がり、それぞれがプロジェクトを担っていく機運が生まれ、取組みが進められている。

事業を持続的に進めていくためには自立的に継続できる組織が必要であり、そのためには法人化、法人による取組み体制を構築していくことが重要である。本事業では、多くの地域再生マネージャー等が、地域の中で様々な主体間の触媒となり、地域の人々あるいは外部から担い手となる人材を育成し持続可能な組織構築に取り組んだということがいえる。

<ビジネス志向性の高まり>

今年度事業においては、ターゲットを明確化、常にビジネスを意識しながら、ビジネスの「芽」にたどり着いた事例も多い。このうち、地域にこれまで全く素地がない中で新ビジネ

ス・新産業創出にたどり着いた事例として、宮城県涌谷町の生薬を各家庭で栽培し、商品化することで新たな地産地消を生み出そうとする事例、熊本県上天草市のナマコを育成し輸出しようとする新産業創出へ向けた取組み、愛知県新城市の木の駅での間伐材搬出からの域内循環創造の事例などビジネス志向を意識しながら、模索して取組んできている。地域で持続可能な取組みとしていくためには、ボランティア的な取組みとしてのみでは限界があり、行政からの支援や補助なしで自立的、持続的に取組むためにはビジネスにこだわった取組みとすることが重要である。このように、今年度は、こうしたビジネス志向という軸が相当に意識された事業が進められたといえる。

<「地域おこし協力隊」や外部の担い手の活用>

今年度事業では、鳥しょ部や小規模集落など、地域の担い手についての不足が懸念されるエリアを対象とした事業もあった。鳥しょ部の事業としては、鹿児島県薩摩川内市の事業は、離島である上甕島・下甕島を対象としたものであり、愛媛県今治市の事業は同市鳥しょ部のエリアを対象としたものであった。鳥しょ部の2事業は、「地域おこし協力隊」や外部の人材を地域に入れ、新たな担い手としての活用を検討、愛媛県今治市では地域再生マネージャー等が、鳥しょ部に派遣された「地域おこし協力隊」の活動をマネジメントしつつ、各地で様々な仕掛けを起こしながら地域再生のためのビジネスの芽を育てていこうとしているものである。また、小規模集落での取組みもあった。宮城県綾町の事業では、22戸の集落を対象に、交流などによるビジネス創出の可能性を提示しながら、事業実施への機運を高め展開しようとしたものであった。しかし地域住民自らが生産活動や地域活動に忙しく、新たな取組みを行う余裕がないなど結果的には担い手不足の中で外部の担い手を使って、同地区を活動の舞台として活用していく方向での展開が模索されることとなった。

今後、地域において一層の高齢化や過疎化、限界集落への動きが加速していくことが想定されるなか、「地域おこし協力隊」などの外部の担い手の受入れは必要となってくる。彼らがうまく地域に溶け込み、地域でのビジネスを見つけ定住へとスムーズに移行させるための地域再生マネージャー等の役割や機能も、今後、重要になってくるものと思われる。本事業で、どういった支援ができるのかについても検討しておく必要がある。

<広域的連携への対応>

これまでの事業は、単独市区町村を対象とした事業が大半であったが、今回は広域連携を想定した事業が実施された。愛知県新城市と北海道中標津町の2つの事業が広域連携を模索したものであった。愛知県新城市の事業では、3市町村での木の駅設立と木の駅間での広域連携を検討するものである。また、北海道中標津町では、エリアラッピングという考え方で広域市町村での観光誘客を目指していこうという事業であった。特に後者の観光という分野では、利用者は通常、市町村の行政界とは違ったエリアを想定しており、今回のように利用者の想定しているエリアに近い形で戦略を検討し、事業を進めていく方がより効果的である。そのため、特に観光分野での地域再生事業について広域での事業展開を想定した形で地域再生マネージャー等の利用に対するニーズは高まっていくことが想定される。このうち、単独自治体が事業主体となる場合には制約が出てくることが想定される為、観光協会あるいは民間団体を事業主体として事業を進めていくことが望ましく、そういった事業体制を構築して進めていく必要がある。

<地域の女性の声を引き出した女性マネージャー>

平成24年度事業では、13事業のうち4事業で女性の地域再生マネージャー等が活躍した。それぞれの地域での溶け込み方、事業の進め方は異なっているが、総じて地域の人達との距離が近く、特に女性を巻き込みながら事業を進めているように見受けられる。目標を設定し、そこに向けて地域全体を引っ張っていくというマネジメントスタイルと比べると、様々な主体・地域の人を「ワイワイガヤガヤ」しながら巻きこみ、いつの間にか、その気にさせて、自らが動くように仕向けているというタイプのマネジメントに長けているようにも思える。

また、地域の女性の声や活動を引き出すという点において、女性の地域再生マネージャー等の貢献は大きい。地域において女性が、積極的に意見を出したり、活動していくことが好まれていないとする声も聞かれる。そうした中で、外部者であることを強みとして、男性中心に議論が進む中で女性側の視点からの意見を事業に反映すること、同性という気軽さから女性の意見を引き出しやすくする雰囲気づくり、体制づくりなどを行う中で地域の女性の声を引出し、活動を展開させていくことの効果は大きい。

女性の力を引き出すために、女性の地域再生マネージャー等の方が有利な面もあるが、地域再生を進めていく上で、地域の女性の声を吸い上げ、力を引き出すための様々な工夫などについては男女に関係なく、積極的に取組んでいく必要がある。

2 相談事業の成果と課題

2-1. 外部人材活用マニュアル作成のための調査（短期診断）の成果

外部人材活用マニュアル（導入期）の検証・拡充に向け、平成24年度は、岩手県1市、栃木県1市1町、兵庫県2市1町及び大分県2市の計4県8市町において、2泊3日で地域再生マネージャー等による短期診断を実施した。

短期診断は産業振興、特産品開発、観光による再生などの分野で実施され、それぞれの課題にあった地域再生マネージャー等の派遣により、地域へ新たな気付きを与える提案を行った。今年度の助成事業の対象である中標津町の様に短期診断を契機として地域再生マネージャー等を活用した地域再生に取り組む動きが、今回の8市町の中でも顕著に出てきており、上記の8市町の大半が当財団の事業などへの申請を行っている。

なお、短期診断の実施により、地域再生マネージャー等が地域に本格的に入り込む前の段階において地域の課題や問題点を検証出来ること、また、地域の受入体制の状況などを把握出来ることは、地域にとっても地域再生マネージャー等にとっても大変に有益である。

同時に、この短期診断を通して地域が地域再生マネージャー等を受け入れる上で必要な準備・手順などを検討する「実施期」マニュアル（第3章に記載）を作成した。来年度は、各地域で実際に活用していく過程で、さらに磨き上げていきたい。

2-2. 地域再生に関する情報発信・共有のための会議の開催の成果

平成24年度の地域再生セミナーは兵庫県、大分県及び栃木県において開催され、開催県の要請に基づくテーマに対して、学識経験者などによる基調講演や地域再生マネージャーによる地域再生の事例紹介、学識経験者などによる座談会を行った。

どのセミナーも県下の地方公共団体関係者を中心に多くの地域関係者が集い、熱心に聴講された。また、ネットなどを広く活用して周知した結果、これまでになく、民間の参加者が多いセミナーとなった。

セミナー後のアンケート調査で「満足」以上とする回答者の割合は概ね8割となっている。

3 総括

平成24年度事業では、地域再生を目指す市町村担当者と地域再生マネージャー等の双方を対象として、外部人材を活用する効果、意義及び留意点を把握するためのアンケート調査を実施した。平成24年度事業のまとめとして、アンケート調査結果の概要を整理・紹介する。外部人材を活用した地域再生の一層の成果達成の参考にされたい。

3-1. 外部人材を活用する効果や意義

まず、市町村担当者を対象として本事業を実施した効果や意義について感想を求めた。

「新たな気づき・モチベーション」という点では、地域再生マネージャー等から指摘されたことで地域の再確認ができた、今まで見えていなかった課題に気づかされたなどといったことが挙げられている。また、地域再生マネージャー等が地域に入り、一緒に事業を行うことで担当者自身が多くのことを学べた、あるいは、住民や関係団体にも大きな影響を与えたなど地域の「人材育成」に大きく貢献したという意見もあった。さらに、事業振興にあたっての「専門家アレンジメント」や「販路開拓支援」などで地域再生マネージャー等のネットワークなどの効果的な活用が行われたことが成果につながったという意見や、地域再生マネージャー等が本事業と他の類似事業と連動させて実施するなど「事業マネジメント」面での工夫をしたことで相乗効果を引き出したとした回答もあった。

地域再生マネージャー等の豊富な経験やノウハウによるアドバイスや、ものの見方の適切性や先進性などに対して市町村担当者が効果や意義を実感していることがうかがえる。また、地域内人材の経験や人脈だけでは対応が難しい場合に地域再生マネージャー等の能力やネットワークが機能したケースにおいて効果などが感じられている。

項目	市町村担当者コメント（抜粋）
新たな気づき モチベーション	<ul style="list-style-type: none">・行政の考え方ではみえてこなかった課題に目を向けることができた。・既存の感覚・視点では得られない地域の魅力に光を当てていただいたこと、かつ、地域再生マネージャー等がもたらすノウハウや手法により気づかされたことが、地域の素材・資源を磨き上げて売り出す機運・きっかけとなった。・モニター事業などを通して地元民では日常何とも思わないものも都会から来た人にとっては魅力があること、ガイドの重要性などに改めて気づいた。・事業を通し、地域食材の良さの再確認、マーケティングのポイントなどを理解した農業生産法人が独自の6次産業化への取組みを開始した。
新しいコンセプト 事業アイデア	<ul style="list-style-type: none">・地区住民の人に理解しやすい形でターゲットを明確化した交流モデルを作成してくれた。・町の事情を理解し、地域で食べ歩けるお土産、地域食材を活用できるもの、町のイメージキャラクターも活用できるものとしての特産品開発アイデアを提示してくれた。
事業マネジメント ・コーディネーター	<ul style="list-style-type: none">・本事業以外の類似関連事業などを連動させた事業展開により相乗効果が発揮できた。・本事業とは直接関係ないが関連性ある事柄での協力が別の形で事業に反映されるなどの相乗効果が地域にプラスに働いた。・言葉だけの目標ではなく、魅力的なコンセプトと具体的数値を目標として設定をした事業展開により、感度良い事業者などの関心を引き出し、巻き込みが行えた。

項目	市町村担当者コメント（抜粋）
専門家 コーディネート	<ul style="list-style-type: none"> ・特産品開発において専門家ネットワークを使ってシェフや料理研究家、食品加工業者などを招聘、その結果、地域食材の活かし方、特産品開発・加工へのアドバイスが得られ、開発につながった。 ・「地域おこし協力隊」の意識づけ、地域へのアピールのため専門家ネットワークにより講師などを派遣して講演を実施した。 ・実験事業などを通して小さな成功事例を作り拡大していく手法などを学ぶことができた。
販路開拓	<ul style="list-style-type: none"> ・地域再生マネージャー等の人脈を活用し首都圏の販路開拓（高級小売店・飲食店）に取組み、成果があげられた。 ・地域再生マネージャー等のネットワークを活用したことで、百貨店での贈答品市場という販路を想定した特産品開発に取組むことができた。
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> ・地域再生マネージャーの連携支援により、「地域おこし協力隊」隊員個々の活動目標の明確化とスキルアップが図られた。 ・自分自身が担当として地域再生マネージャーの影響を受け、多くのことを学ぶことができた。市民に影響を受けた人は何人もいる。 ・事業を通して外部の知識・情報、多くの人と会うことができた。直接、本事業には関係しないものであるが、将来的に活かされると感じた。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・事業の進捗確認などでの現地視察などでの意見交換・アドバイスに触発された。

3-2. 地域再生マネージャー等を受け入れるための留意点

a. 市町村側からみた地域再生マネージャー等との協働に当たっての留意点

市町村担当者に地域再生マネージャー等を受け入れる際の留意点として、準備段階における留意点と事業推進上の留意点の2点を聴取した。

<準備段階の留意点>

地域再生マネージャー等を受け入れる上で準備しておくこととして、「地域ビジョン・論点の明確化、問題点の共有」、「地域との接点」、「土壌づくり」や「事業推進体制の整備」に関する回答が得られた。

「地域ビジョン・論点の明確化、問題点の共有」では、本事業に入る前の段階で短期診断などにより地域再生マネージャー等に地域を見てもらい問題などを共有していたことが事業推進に有効であったことや、あらかじめ地域の将来ビジョンを住民と行政が共有したうえで入ってもらう必要があるという回答があった。また、本事業を進めていく上で、事業当初は行政（担当者）が、地域再生マネージャー等と地域の関係者との接点・パイプ役を務めるということから、「地域との関わりを持っておくこと」の大切さなどが示された。

また、あらかじめ行政が地域側の受入体制整備、機運醸成などの「土壌づくり」をしておくべきであったとの回答もみられた。事前に土壌づくりができれば地域再生マネージャー等の専門的な知見・手法などを適用することで効率的な事業遂行が期待できる面もあるが、多くの地域では、地域再生マネージャー等に対して地域の土壌づくりについても期待をしていると思われる。事業成果として何を求め、地域再生マネージャー等に何を期待するのかについて受入市町村が事前に十分な検討をしておくことが必要となる。

項目	地域再生マネージャー等を受け入れる上で準備しておくこと
地域ビジョン・論点の明確化 問題点の共有	<ul style="list-style-type: none"> ・事前に地域に入って問題などを共有していたことが有効であった。 ・地域の資源や素材、強み・弱みについての洗い出し作業を綿密に行い、解決すべき課題・問題点を明確にすべきであった。 ・地域の将来ビジョンを明確にして、ビジョンを住民と行政が共有しておくこと。
地域との接点	<ul style="list-style-type: none"> ・担当課なり担当者が常日頃から地域との関わりを持っておくこと。
土壌づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・地域住民や事業者の意識醸成やキーマンの育成、行政と地域住民のビジョン・目的の共有などの土壌づくりを行ったうえで、マネージャー等の知識・ノウハウを投入できれば、より大きな成果が望めたのではないかと。
事業推進体制の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・担当課としての事業推進体制整備 ・庁内関係部署や関係各所との情報共有と連携体制（特産品などは県や農協などの主体との連携も必要）

<事業推進上の留意点>

事業推進上の留意点としては、「目標などの共有」や「二人三脚」での事業実施、「報」「連」「相」の重要性といった回答のほか、人材育成面でもっと活用すべきであったという反省や定住・移住する覚悟を持って事業に望んでほしいという願望、定住はせずとも連続した滞在などで地域理解を深めることの有効性などの回答があった。

「二人三脚」での事業実施という点では、地域側も地域再生マネージャー等という専門家がいるからといって相手任せにせず、互いに取組むことの重要性などが示された。

地域再生マネージャー等との意思疎通・コミュニケーションとパートナーシップのあり方が重要であると認識されているようだ。

項目	地域再生マネージャー等と事業を進めていく上で留意すべきこと
目標などの共有	<ul style="list-style-type: none"> ・首長以下、担当部課、関係課との事業目的・方法・成果指標について組織として共有化しておくこと。トップの考えと事業方向が一致していること。
二人三脚	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の特性とマネージャー等の得意領域が合致し、複数年にわたり二人三脚でやっていけること。 ・マネージャー等との信頼関係。マネージャー等の経験則や考えを一方向的に鵜呑みにするのではなく、地域にあった形に應用してもらうための議論が重要。 ・相手任せではなく、互いに目的達成に向けて取組むこと。
「報」「連」「相」	<ul style="list-style-type: none"> ・行政側とすれば、連絡調整が全てである。地元事業主体にリスクも含めて詳細に伝えること。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・定住にこしたことはないが、月に連続して5日程度滞在してもらったことがよかった ・地域の再生を真剣に考え、逃げずに腰を据えて、移住も覚悟してもらえかがポイント。 ・地域再生マネージャー等と業務を進めることは庁内の人材育成にもつながるので、担当部局だけではなく庁内横断的に活用すればよかった。

b. 地域再生マネージャー等からみた市町村との協働に当たっての留意点

地域マネージャー等に対しては、「市町村に望むこと」「市町村担当者に望むこと」の2点について聴取した。

<市町村に望むこと>

市町村に望むこととしては、「自治体と意思を共有」して事業が進められること、「共に動いていこうとする姿勢」を持っていることや、テーマ・課題の絞り込みが事業の効率化、専門家

とのミスマッチの回避に必要であるといった回答があった。さらに「行政の推進体制」という中では、関連組織も含めた行政の役割、担当範囲の明確化、担当者への権限付与、市町村内での意思共有を図って事業を進めることの必要性などが指摘されている。また、地域再生マネージャー等が地域住民や関係団体を巻き込んで事業を進めていく上で、関連する組織やキーマンとの連携体制確立のための準備や、地域との調整役として軌道に乗るまで入ってもらうことなどの指摘があった。

項目	市町村に望むこと
自治体との思いの共有・共に動く姿勢	<ul style="list-style-type: none"> ・地域をこうしたいという「思い」を自治体と共有できるかがポイント。 ・「自分たちがやらなければ」という本気度を持ってもらうことが大事。 ・地域再生マネージャー等と問題を共有し一緒に動く姿勢。 ・専門家への過度な期待をやめること。地元調整などは行政・地域住民も関係してくるものであり、積極的な行政参画は必要。
テーマ・課題の絞り込み	<ul style="list-style-type: none"> ・「思い」を具体化する上で、多くを望むのではなく、ある程度テーマの絞り込みをしておいてほしい。それが事業効率化につながる。開始直後に詰めることも必要。 ・専門家とのミスマッチを起こさないための課題の明確化が重要。
行政の推進体制・意志統一	<ul style="list-style-type: none"> ・行政としての担当範囲の明確化、関連組織の役割などの明確な整理。 ・市として、守りに強い職員ではなく「攻め」に強い職員を配置すること。 ・ある程度の裁量のある担当者と動けるようにしてもらうこと。もしくは地域との打合せなどに権限ある上司などが参画すること。 ・市町村担当者間での意思共有（地域を良くしようという思いの、市・部・担当課・担当者間での共有）。
地域の受入体制・キーマンの把握	<ul style="list-style-type: none"> ・事業実施主体となる組織、関連団体、キーマンなどの候補の洗い出し及び概況の把握。できれば受入組織・体制の明確化。組織に対して目指す方向を提示し、受入側のイニシアチブを取るキーマンの明確化。 ・地域の事業主体や団体と地域再生マネージャー等との取組みが軌道に乗るまでに調整役として入ってもらうこと。

<市町村担当者に望むこと>

市町村担当者に望むこととしては、地域をよくしようとする強い「思い」を持ってくれていること、事業を進めていく上で発生しうる他部署との連携などで調整力を発揮し、巻き込んでいく姿勢を示せること、地域とのネットワーク・コミュニケーションがとれること、地域と地域再生マネージャー等との調整役として、しっかりとした「報」「連」「相」が行えることなどが回答として挙がっている。

項目	市町村担当者に望むこと
地域への思い	<ul style="list-style-type: none"> ・地元への強い愛着と地域活性化への情熱があること。強い「思い」があれば、日常業務の中にも小さな工夫や厚み、広がりが出てくる。
他部署との連携内部の調整力	<ul style="list-style-type: none"> ・担当課のみならず、必要な他部署を巻き込む行動力、巻き込もうとする意識の提示。 ・行政内部の調整力が必要。
ネットワーク	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の関係各所との人間関係、幅広い面識 ・住民と円滑なコミュニケーションがとれること
「報」「連」「相」	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の悪い情報なども含めて、事業遂行にあたり情報を共有すること（悪い情報などを教えてもらうことで、次善の策などを展開でき、結果的に事業をスムーズに進めることにつながる）

市町村担当者のアンケート結果の留意点でも「論点の明確化」や「コミュニケーション」は

共通して挙げられている。そのほか地域再生マネージャー等が「受け入れ自治体関係者の地域再生に対する思いや姿勢」を重視していることや「地域再生のために不可欠な2つの体制（庁内連携体制と地域人材を核とした体制）づくりのための環境整備」に留意していることがわかる。これから、地域再生マネージャー等の活用を検討する市町村は、これらの点に十分、留意する必要があるだろう。

3-3. 終わりに

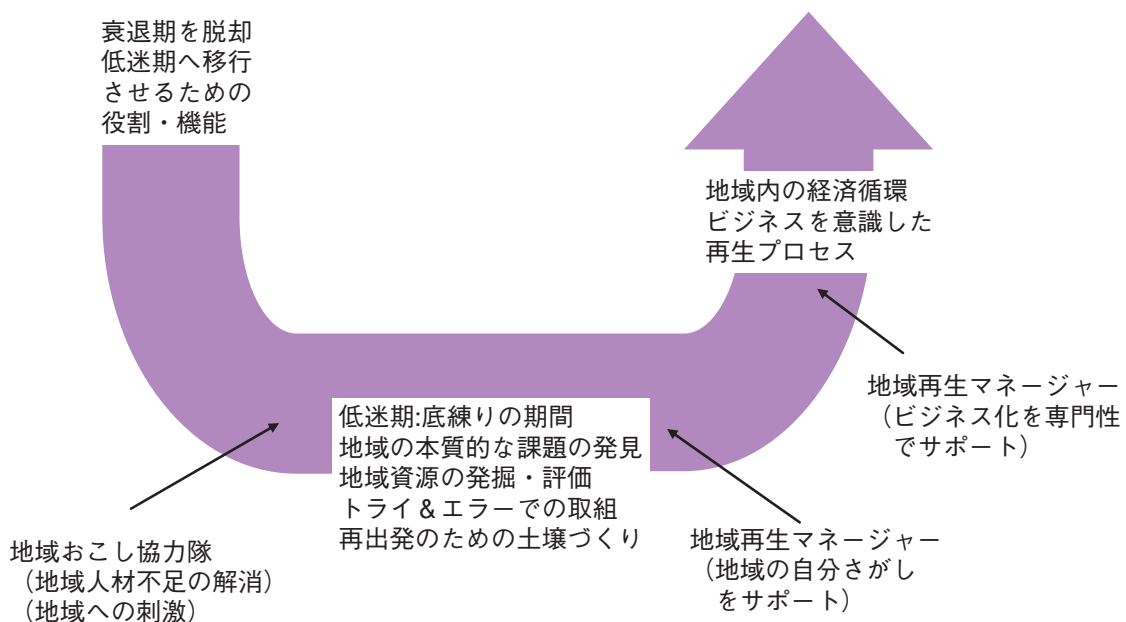
地域再生の実現までには相応の期間が必要になり、それまでの間に経済社会情勢なども大きく変化する可能性がある。このため、受け入れる市町村と地域再生マネージャー等が社会情勢の変化なども加味した上で、中長期的な視点に立った地域再生ビジョンとビジョン実現のためのロードマップや事業化戦略を構築し、実現に向けアクションを持続・継続させ、地域全体を巻き込んでいくことが重要である。

どのような地域再生ビジョンを描くのが難しい、あるいは複数の事業化のイメージがある場合には、まずは地域関係者が動きながら様々な事業化を模索するアプローチも考えられるが、この場合もアクションの持続・継続や地域の巻き込みは重要である。

市町村、地域内関係者及び外部の専門的人材である地域再生マネージャー等の人脈、経験、熱意などを結集して地域再生に持続的・継続的に取組むことで、クリティカルパス（もっとも長い時間を要する工程の組合せ）を短縮して、地域再生の早期実現化が期待できると思われる。

<地域再生曲線の中での外部の専門的人材の役割>

本事業のアドバイザーである明治大学の小田切教授は、地域や地域コミュニティの再生は、衰退が止まってすぐにV字での再生が行われるのではなく、一旦、衰退が止まり、底練り期を経た上で、再生期に入っていくU字型の地域再生曲線を描くと提案している。その場合、地域再生曲線の局面に応じて外部人材に求める役割も異なってくるものと考えられる。



市町村やマネージャーの意見にもあったように、衰退期から底練り期への移行期間、底練り期の期間においては、地域の本質的な課題・問題点の絞り込みなどがなされていないことが多い。そのため、この期間においては地域に入り込み、地区地域住民や団体と問題点を共有し、資源を見つけ、方向性を提示、意識醸成を図っていくことを得意とする外部人材を派遣することが効果的である。一方、地域の問題点が把握でき、方向性が見えた段階、すなわち底練り期から再生期に移行する段階では、具体的な商品開発やマーケティングなどの専門性の高い人材を投入していく効果が高いと考えられる。また、底練り期は地域再生に向けた準備期間であり、地域人材や資源・素材の見極め期といえる。「地域おこし協力隊」などが地域に入って、様々な地域資源の活用可能性を探ることも効果的であるが、その活動を効果的にマネジメントするための地域再生マネージャーの支援も有効になりうる。今後は、地域のステージを見極めて効果的な外部人材の派遣を行っていききたい。

＜臨機応変な外部人材派遣体制＞

地域再生マネージャー等が地域に入り込む中で、当初想定していなかった地域の本質的な問題を発見し、その問題解決が必要になった場合には、地域再生に向けてのアプローチそのものを変えていく必要性が出てくることが考えられる。そうした場合には、当初の地域再生マネージャー等は、地域と向き合い、本質的な問題を発見できたという点で、地域とのマッチングが良好であることは間違いないが、得意分野でのアプローチとは異なる動きを求められることが想定される。こうした事態に対して、当初の地域再生マネージャー等のサポートとしての別人材の紹介、事業への参画支援などについてのアドバイスなどができる体制も必要となってくるものと考えられることから、地域再生マネージャーのデータベースを一層拡充しておくことも必要となろう。

ただ、こうした状況を回避するために、事業の開始前に地域再生マネージャー等による短期診断や、地域関係者との十分な問題意識の共有、本質的な問題の発見、自らの目的の再確認といった準備が既に行われていることが望ましい。

「新・地域再生マネージャー事業」

平成25年3月 発行

編集・発行 財団法人 地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

〒102-0093

東京都千代田区平河町2-5-6 新平河町ビル

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

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

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