

地

令和3年度

域再生

マネージャー事業

報告書



一般財団法人

地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

Japan Foundation For Regional Vitalization

はじめに

はじめに、世界中で感染が拡大している新型コロナウイルス感染症での被害に遭われた方々に心よりお見舞い申し上げます。コロナ禍が未だ続いている状況の中、医療従事者の皆様をはじめ、感染防止にご尽力いただいている皆様に改めて深く感謝申し上げます。

新型コロナウイルスにより私たちの暮らしは激変し、経済社会にも大きな変化が訪れております。

地域経済においては飲食店等の利用客の減少、観光客の減少など大きな影響が続いていますが、一方でテレワークやワーケーションなど新しいワークスタイル・ライフスタイルも浸透しつつあります。オンラインによるコミュニケーション手法は地域住民だけでなく地域外の方々が参加する良い機会となりファン、仲間が育つことにより関係人口の創出に寄与する可能性があるという声も聞いております。

大都市圏への人口集中により「集積の利益」を享受してきた我が国ですが、コロナ禍を経て今後は「都市から地方へ」「集中から分散へ」というベクトルの力が強くなっていくと思われます。

さて日本の人口は2008年の1億2,808万人をピークに約13年間減少が続いており、2021年7月には総人口が1億2,568万2千人となりました。

出生数・出生率の低迷により、若い世代、親になり得る世代の人口が減少している一方、総人口に占める高齢者世代の割合が増加しており、このままでは2053年に総人口が一億人を切り、高齢化率も38%になるという推計が出ています。また都市部、特に東京圏への人口集中により、農村漁村における過疎化が進み、集落機能が失われることが憂慮されております。

こういった背景を踏まえ政府は「まち・ひと・しごと創生総合戦略」に取組み、2020年度からの第2期「総合戦略」においては、将来にわたって、「活力ある地域社会」の実現と「東京圏への一極集中」の是正を共に目指すため、「地方とのつながりを築き、地方への新しいひとの流れをつくる」など4つの基本目標を掲げています。

各自治体においても第二期「地方版総合戦略」を進めておられることと思います。

一般財団法人地域総合整備財団〈ふるさと財団〉では、地域再生の推進力を高める為には、地域の特性に則した課題を明確にした上で、地域に眠る資源を掘り起こし、それに磨きをかけ、地域の多様な人々や団体を巻き込み、魅力ある地域づくりの仕組みを構築する必要があると考えております。

そのため専門的な知識を有する外部専門家の活用に対して助成を行う「地域再生マネージャー事業」を進めております。

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

外部専門家活用助成は専門的知識や実践力を有する外部専門家等の人材を活用しようとする市町村に対し、その必要な経費を助成するものです。

事業を通して、地域住民が主体となり、地域における持続可能性とビジネス性の両面を高め、地域の経済循環や雇用増に繋がる実践的なサポートを実施しております。

また外部専門家派遣（短期診断）では2泊3日の現地視察を行い、地域における課題の抽出、方向性の提言等を通して、それぞれの地域づくりの段階に応じた助成事業を実施しております。令和3年度から複数の市町村が共同で取り組む事業も外部専門家活用助成の対象とすることとし、北海道利尻町と鹿児島県知名町による基幹産業の維持振興、関係人口づくりの事業を支援しました。

更に「地域再生セミナー」の開催を通じ、地域再生マネージャー事業の成果をはじめ、地域づくりの最新の技術的知識の紹介等を広く行っておりますが、令和3年度はオンライン（ライブ配信）で行い、三密を回避しながら参加者数を増やし好評をえました。

本報告書では、令和3年度の「地域再生マネージャー事業」での各地域の取り組みと成果を外部専門家活用助成（17地域）、外部専門家派遣（6地域）、地域再生セミナー（2地域）ごとに紹介、また当事業全体の総括と今後に向けての課題についてご報告しております。

各地域の活動状況や地域づくりにおける外部専門家の活用状況をご参考頂き、当「地域再生マネージャー事業」を通じて、地方創生に向けた施策の立案や実践などにご活用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お力添えを頂きましたアドバイザーの図司直也法政大学現代福祉学部教授、黒澤賢治アグリネット理事長、小泉祐一郎静岡産業大学情報学部教授、三村聡岡山大学地域総合研究センター長、田代洋久北九州市立大学法学部教授、彌米定美総務省地域力創造グループ地域自立応援課長をはじめ、関係各位に厚く御礼申し上げます。

令和4年3月

一般財団法人地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

理事長 稲野 和利

地域再生マネージャー事業推進 アドバイザー名簿

外部専門家活用助成を推進するにあたって、地域再生マネージャー事業推進アドバイザー会議を2回実施しアドバイザーから助言を受けた。

■ アドバイザー

図 司 直 也	法政大学現代福祉学部	教授	座長
黒 澤 賢 治	特定非営利活動法人アグリネット	理事長	
小 泉 祐一郎	静岡産業大学経営学部	教授	
三 村 聡	岡山大学地域総合研究センター	教授	
田 代 洋 久	北九州市立大学法学部	教授	
彌 栄 定 美	総務省地域力創造グループ	地域自立応援課長	
上 杉 耕 二	(一財)地域総合整備財団	専務理事	

(敬称略)

■ 事務局

一般財団法人地域総合整備財団<ふるさと財団>

事務局長		村 田 崇
地域再生部	部 長	尾 崎 豊
地域再生部	課 長	鈴 木 武 史
地域再生部	参事役	赤 津 勝
地域再生部	調査役	菅 原 雅 輝
地域再生部	調査役	近 藤 優 輝

みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社

コンサルティング第2部	主席研究員	吉 田 健 二
コンサルティング第2部	主席研究員	鈴 木 秀 貴
コンサルティング第2部	主任研究員	久 保 比佐司
コンサルティング第2部	研究員	川原田 知 也
コンサルティング第2部	研究員	小 川 拓 弥
コンサルティング第2部	研究員	本 田 和 大
コンサルティング第2部	研究員	渡 邊 武 瑠

地域の新たななりわいづくりを応援する 地域再生マネージャー事業

アドバイザー座長

法政大学教授 関 司 直 也

この1月下旬に、令和3年度地域再生マネージャー事業に取り組んだ17地域によるマネージャー報告会、そして翌日には、7名のアドバイザーがオンラインで集まるアドバイザー会議が開催された。私が知る限り、ここまでの労力と時間を割いて、各地の動きを丁寧にフォローしているソフト事業は他になく、改めて本事業に懸ける財団の強い想いを実感したところだ。

財団では、この事業が掲げる「地域再生」という言葉にこだわり、募集要項でも意識的に説明を加えている。そこでは、地域再生のプロセスとして、地域住民が当事者意識を持って活動を持続的に展開する「地域力」とともに、地域資源を磨き上げ、その価値を高めて経済循環を生み出す「ビジネス力」の両面を高める必要性が示されている。

実は、現場でこの2つの力を発揮させるのは容易ではない。農政でも、産業政策と地域政策の「車の両輪」と表現し、両立する必要性を打ち出すものの、この間は経営体創出や農産物輸出といった産業政策に力点が置かれた。その結果、コミュニティの持続性の観点が手薄となり、農村政策の補助輪化、むしろ脱輪ではないか、と政策上のバランスの悪さが指摘されたこともあり、現在、新しい農村政策のあり方について検討会での議論が進んでいる。

その点で本事業は、まさに両輪をつなぐ「車軸」の重要性にいち早く着目し、「地域の新たななりわい構築」がそれに当たるものとして、そのサポート役に地域再生マネージャーを位置づけた。先般のマネージャー報告会でも、その勘所が披露されていた。

本事業で初めて東京都からの採択となった東京都あきる野市では、國廣純子さん（都市研究室 hclab. 主宰）が、市街地エリアの空き店舗対策や情報発信とそれを担う新たな人材発掘・育成をサポートした。國廣さんは、人材育成の機会に意識する点として、「座学やスクールは学ぶことが目的になってしまい、現場で展開できない。その点で、私はOJT（=On the Job Training）100%で、すべて実践の中で仕事を任せながら、1人で、複数で動ける条件づくりをしていく。また、地元の組織など古いタイプのリーダーの下にいと地元調整の流れを崩せず稼働しないので、それとは別に、能力を発揮して動けるよう若い人材をスカウトして、外からの新鮮な情報を彼らに届けている」と話されていた。

このように本事業では、マネージャーの皆さんの細やかな戦略に注目が集まるが、それも地元住民の共感があってはじめて形となる。その点で、マネージャーと住民との出会いを設える自治体職員も大事な役割を担っている。こうして本事業を通じて、地域再生の志を同じくできた人たちの下で、各地に新たななりわいが築かれていく。私も引き続きアドバイザーの一員として事業の展開をしっかり応援していくつもりだ。

目 次

第1章 地域再生マネージャー事業とは	1
1 事業の概要	2
1-1 外部専門家活用助成	2
1-2 外部専門家派遣	4
1-3 地域再生セミナー	4
2 事業の進め方	5
2-1 外部専門家活用助成の内容	5
2-2 外部専門家派遣（短期診断）.....	9
2-3 地域再生セミナー	10
第2章 外部専門家活用助成の取組と成果	11
1 採択事業の特徴など	12
2 個別事業の取組概要	13
2-1 北海道厚真町「厚真町×札幌圏の参加型ローカルプロジェクトを通じた 関係人口デザインステップ編」	14
2-2 福島県郡山市「外国人目線を活用した『地域課題と向き合うふるさとづくり』 事業」	22
2-3 福島県磐梯町「会津磐梯山は宝の山よ、『トレジャーハント磐梯』 事業」	30
2-4 栃木県下野市「『東の飛鳥』による歴史文化を活かしたまちづくり事業 ～アフターコロナに向けて～」	38
2-5 群馬県中之条町「農業公園構想を活用した農業担い手就農就労型推進」	46
2-6 東京都あきる野市「東京五日市せせらぎ暮らしプロジェクト 持続可能な地域活性化に向けた新たな人材発掘と育成事業」	54
2-7 石川県宝達志水町「スポーツによるまちづくりを担う組織の育成事業」	62
2-8 福井県越前町「若者夢おこしプラットフォーム構築事業」	70
2-9 三重県南伊勢町「南伊勢『つながり』の連鎖による限界集落チャレンジ事業」	78
2-10 大阪府島本町「京となにわが出会う場所（まち）『島本町』 リノベーション大作戦事業」	86
2-11 和歌山県有田川町「清水地域ランドスケープ再生戦略事業」	94
2-12 広島県府中市「持続可能な『産業（ものづくり）×文化×観光』 ビジネス創出事業」	102
2-13 徳島県東みよし町「世界農業遺産×デザイン地域資源発掘・課題解決事業」	110
2-14 長崎県雲仙市「『雲仙人プロジェクト』による地域活性化事業」	118

2-15 長崎県波佐見町「地域循環モデル構築をベースとした地域価値創造事業」	126
2-16 鹿児島県南大隅町「関係人口拡大創出プロジェクト事業」	134
2-17 鹿児島県知名町・北海道利尻町「関係人口と地域の担い手獲得のための 広域連携事業」	142
第3章 外部専門家派遣（短期診断）の取組と成果	151
1 外部専門家派遣	152
1-1 北海道奥尻町	153
1-2 宮城県白石市	155
1-3 長野県長野市	157
1-4 長野県上田市	159
1-5 長野県阿智村	161
1-6 福岡県大刀洗町	163
2 地域再生セミナー	165
2-1 山形県地域再生セミナー	166
2-2 徳島県地域再生セミナー	168
第4章 事業成果の総括と今後の課題	171
1 外部専門家活用助成の成果と課題	172
1-1 外部専門家活用助成対象地域に見えた成果と展望	172
1-2 外部専門家活用助成の課題	176
2 外部専門家派遣（短期診断）の成果と課題	177
3 地域再生セミナーの成果と課題	177
4 過去事業フォローアップ	178
4-1 フォローアップの概要	178
4-2 フォローアップからの示唆	180
5 総括	182
5-1 地域再生実施の基本的な考え方	182
5-2 外部専門家を活用する効果や意義	183
5-3 地域再生マネージャー等外部専門家を受け入れる際の留意点	184
地域再生マネージャー一覧	186
終わりに	188

第1章

地域再生マネージャー 事業とは

地域再生マネージャー事業

<https://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/>



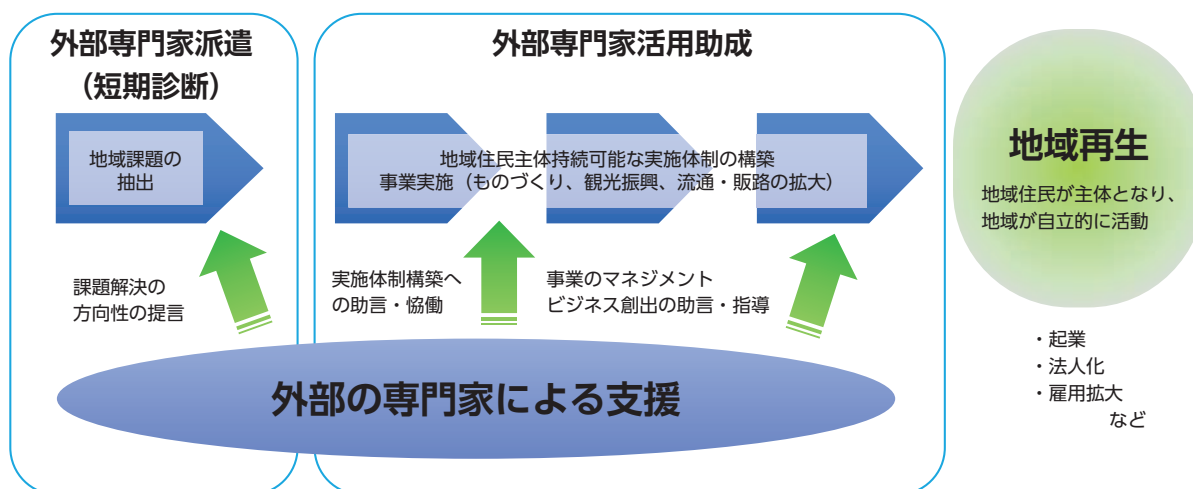
1 事業の概要

地域再生マネージャー事業（以下、「本事業」という）は、地域再生に取り組もうとする市町村に対して、各分野の専門的知識や実務的ノウハウを有する地域再生マネージャー（※）等の外部の専門家を活用する費用の一部を支援することで、当該地域の段階・実情に応じた地域再生の取り組みを促進し、地方創生に資するよう活力と魅力ある地域づくりに寄与することを目的とする。

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

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

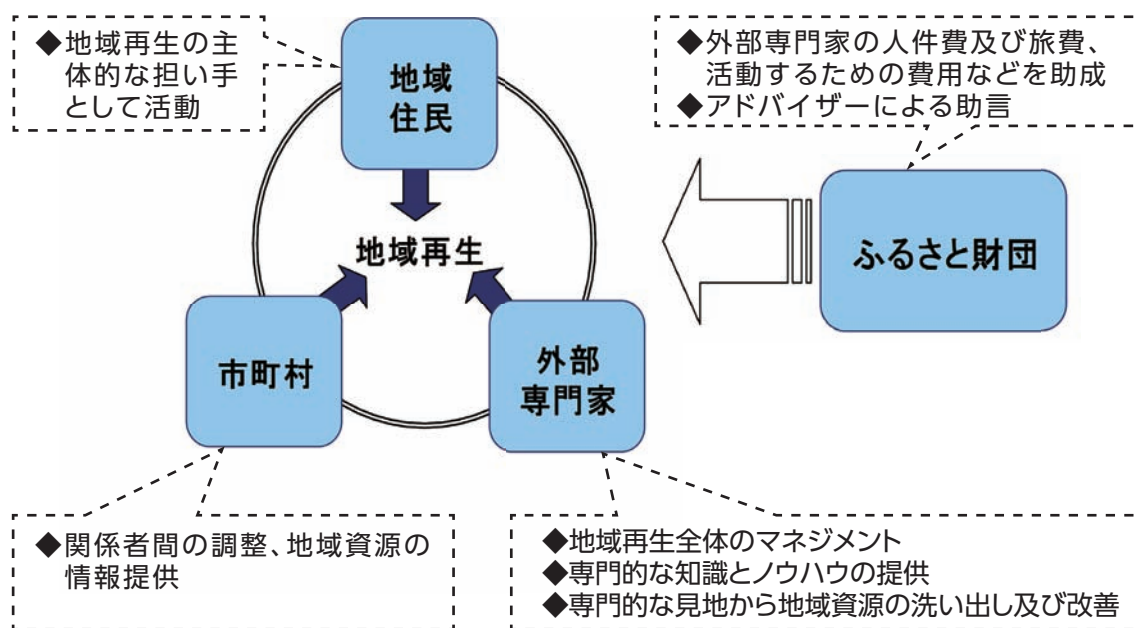
上記の目的を達成するため、本事業では、外部専門家活用助成と外部専門家派遣（短期診断）の大きく2つの事業を実施する。この2つの事業の位置づけは以下のとおりである。



1-1 外部専門家活用助成

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

<事業イメージ>



外部専門家活用助成の公募等の概要

助 成 対 象 者	① 単独で事業に取り組む市町村（特別区を含み、政令指定都市を除く。） ② 複数の市町村が共同で取り組む事業を代表する団体 （広域連合等地方自治法に基づく団体を含む）
助 成 率	助成対象経費の2／3以内
助 成 上 限 額	① 市町村が単独で取り組む事業： 1事業あたり 700万円以内 ② 複数の市町村が共同で取り組む事業： 1事業あたり 1,000万円以内
助成対象経費	① 外部専門家の派遣に関する経費（複数人も可） 外部専門家の人件費（謝金含む。）及び旅費 ② その他の経費 旅費、委託料、会議費、印刷製本費、広告宣伝費、原材料費、消耗品費、 通信運搬費等その他の助成対象事業を実施するために必要となる経費 （消費税及び地方消費税を含む）
助成対象期間	令和3年4月1日～令和4年2月20日
公 募 期 間	令和2年10月1日～12月7日
留 意 事 項	① 市町村は、都道府県を経由して申請すること ② 書面審査の他、必要に応じ現地でのヒアリングを実施することがある ③ 期中の概算払いは行わない ④ 外部専門家の派遣に関する経費が助成対象経費の概ね半分以上であること ⑤ 申請書は外部専門家と協議のうえ、市町村が作成すること ⑥ 派遣する外部専門家は、原則市町村で選任すること

1-2 外部専門家派遣

「外部専門家派遣」は、地域課題や課題解決に向けた方向性が明確になっていないケースにおいて外部の知見を確認したい、という地域に対し行っている。

外部専門家2名が該当地域に1泊2日又は2泊3日滞在し、当初2日間は行政担当者の案内により観光、自然、食材など地域資源を視察し、最終日に首長をはじめとした行政関係者、民間の事業者や地域住民に集まって頂き、外部専門家より2時間の提言を行う機会を頂いている。

令和3年度より最終日の提言を後日オンラインで報告会として実施する方法も選択できるようにした。

外部専門家派遣の公募等の概要

助 成 対 象 者	市町村（特別区含む）
派 遣 内 容	① 1件当たり1回（2人）まで、1泊2日又は2泊3日の派遣とする ② 最終日に調査結果を市町村長等に報告する
派 遣 方 法	① 現地調査と報告会を連続する3日間で実施する方法 ② 連続する2日間で現地調査を実施し、後日オンラインで報告会を実施する方法
経 費	外部専門家の派遣に係る費用（旅費・謝金）について、財団が負担し、外部専門家へ直接支払う（算定方法については、財団の規定による）
派遣実施期間	令和3年4月1日～令和4年1月31日
公 募 期 間	令和2年10月1日～12月21日
留 意 事 項	① 市町村は、都道府県を經由して、財団に申請すること ② 派遣する外部専門家は、原則財団が選任する

1-3 地域再生セミナー

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

令和2年度よりオンラインセミナーとし、開催都道府県の市町村職員は職場や自宅などから場所に制約されることなく参加でき、講師と双方向で質疑応答もできるようにした。

2 事業の進め方

2-1 外部専門家活用助成の内容

(1) 外部専門家活用助成の採択

地域再生のために外部専門家を派遣して実施する外部専門家活用助成については、以下の採択基準に従って審査し、17事業（18市町村）を採択した。

■外部専門家活用助成 採択基準

分 類		項 目	評 価 基 準
A 事業の妥当性	A-1	事業目的	・ 事業目的が、地域の特色や課題を把握した明確なものとなっている。 ・ 地域住民の自主的・主体的な活動を促す事業となっている。
	A-2	成果目標	・ 成果目標が、事業目的や取組内容に合致した形で設定されている。 ・ 次年度以降の目標や取り組む方向性が適当で継続性・発展性が期待できる。
B 実施体制	B-1	活動基盤（担い手）の現状把握と育成、仕組みづくり	・ 事業推進に係わる活動基盤の状況を把握している。 ・ 事業実施体制の継続、拡大が見込まれる。
	B-2	地域における支援体制	・ 市町村の各部署間における横断的な参画が図られ、意欲的に取り組む体制が築かれている。 ・ 事業を実施する地域住民・団体が存在し、連携が図られている。
C 商品力・開発力	C-1	ビジネスの現状把握と方向性	・ 現状分析、市場調査が行われている。 （基礎となる地域資源の把握等や数値化がされている） ・ 地域内外で支持されうるビジネスの方向性、事業内容である。
	C-2	ビジネスの継続性・発展性	・ ターゲット・市場の発展性、ビジネスとしての継続性が高い。 ・ 地域全体における経済循環が考慮されている。
D 外部専門家	D-1	外部専門家の知見・実績	・ 外部専門家が地域の状況（地域の強み・弱み、方向性）を把握している。
	D-2	外部専門家の役割	・ 外部専門家の役割や活動予定が明確になっており、地域に入り込む度合いが十分である。
E 先進性・難易度	E-1	事業の先進性	・ 他地域のモデルとなるような先進性を有している。
	E-2	事業の難易度	・ 事業の難易度（チャレンジ性）が高い。
F	加点項目 AからEまでの項目以外に評価できる内容、 または同じ項目であっても特別に評価できる内容には加点を行う。		

■外部専門家活用助成 事業概要

	地域名	事業名	事業概要
1	北海道 厚真町	厚真町×札幌圏の参加型ローカルプロジェクトを通じた関係人口デザイン運営ステップ編	① 札幌コミュニティ活動支援 ② 札幌での社会人ネットワーク形成 ③ 厚真町内での参加者確保 ④ 札幌での活動拠点体制整備支援から観光協会活動促進支援 ⑤ 多様な関係人口形成を目指した他地域との連携構築
2	福島県 郡山市	外国人目線を活用した「地域課題と向き合うふるさとづくり」事業	① フィールドワークによる地域資源の深掘り ② 地域体制の強化（キーパーソン発掘） ③ 地域体制の強化（ネットワーク構築） ④ 地域資源のデータベース化
3	福島県 磐梯町	会津磐梯山は宝の山よ、「トレジャーハント磐梯」事業	① 磐梯まちづくり協議会体制強化 ② 地域産品強化 ③ 自然/歴史文化資源活用 ④ 地域情報発信
4	栃木県 下野市	「東の飛鳥」による歴史文化を活かしたまちづくり事業～アフターコロナに向けて～	① 「東の飛鳥」の浸透・定着を目指した情報発信・広報活動 ② 文化財を活用した観光振興を目指したツアーメニューの企画 ③ 郷土の歴史に関わる食材を活かした食メニュー等の開発
5	群馬県 中之条町	農業公園構想を活用した農業担い手就農就労型	① 全体管理（推進組織） ② 地域関係事業者アプローチ・全体管理 ③ 商品開発、販売の実施（「食のビエンナーレ」期間限定レストラン開催） ④ ブランド販売戦略づくり ⑤ 次世代の農業研究活動（実証農園の整備） ⑥ 地域事業者連携 小さな加工（工房）整備 ⑦ 「中之条地域マネジメント組織」事業構想事業計画の整備 ⑧ 運営組織の資金調達検討
6	東京都 あきる野市	東京五日市せせらぎ暮らしプロジェクト～持続可能な地域活性化に向けた新たな人材発掘と育成事業～	① 空き店舗・空き家対策 ② 情報発信支援 ③ 仕組み化支援
7	石川県 宝達志水町	スポーツによるまちづくりを担う組織の育成事業	NPO 法人宝達スポーツ文化コミッションの人材育成及び運営体制の強化
8	福井県 越前町	若者夢おこしプラットフォーム構築事業	① プラットフォームの形成、実働と勉強会の開催 ② テーマ別部会の形成 ③ 視察研修の実施 ④ 支援組織の形成
9	三重県 南伊勢町	南伊勢「つながり」の連鎖による限界集落チャレンジ事業	① 竈方集落の取組みの深化 ② これまでの取組みを横ぐしでつなぐプラットフォーム機能の構築 ③ 「集落学芸員（仮）」制度による新しいつながり ④ 出身者、縁のある人との「つながり」の再生ネットワークの構築 ⑤ 魅力ある海洋産業の創出

	地域名	事業名	事業概要
10	大阪府 島本町	京となにわが会える場所（まち）「島本町」リノベーション大作戦事業	① 地域再生ビジョンの検討 ② マーケティング・ターゲティングの検討・設定 ③ リ・ブランドの検討 ④ ソフト的しかけの土壌づくり
11	和歌山県 有田川町	清水地域ランドスケープ再生戦略事業	① しみず温泉の検討・設計 ② 移住インキュベーションセンターの検討・設計 ③ 清水地区の公園的まちづくりの検討 ④ 諸施設間の機能分担と連携の整理・検討 ⑤ 具体的な事業開発 ⑥ 起業支援策のシステム化検討
12	広島県 府中市	持続可能な「産業（ものづくり）×文化×観光」ビジネス創出事業	① 地域の合意形成（インナープロモーション） ② 旅行商品の磨き上げ ③ 観光客向け店舗の魅力向上 ④ 地場産品等販売のビジネス化 ⑤ 販売・プロモーション ⑥ 空き家・空き店舗を活用した交流拠点の検討
13	徳島県 東みよし町	世界農業遺産×デザイン地域資源発掘・課題解決事業	① 地域資源の調査及び課題の整理 ② 課題精査と機運醸成 ③ 事業推進体制の整備 ④ マーケティング・ターゲティングの検討 ⑤ 世界農業遺産の世界観を伝えるデザインコンセプトの検討
14	長崎県 雲仙市	「雲仙人プロジェクト」による地域活性化事業	① 持続的体制の構築 ② 「雲仙人」ネットワークの拡大 ③ 情報発信の強化 ④ 商品開発 ⑤ 体験イベントの企画
15	長崎県 波佐見町	地域循環モデル構築をベースとした地域価値創造事業	① 地域内循環モデル構築のための排出側へのアプローチ ② モデル構築のための中間処理場へのアプローチ ③ モデル構築のための農地利用にかかる実証及びマーケティング調査 ④ モデル構築のための建築内外装利用にかかる実証及びマーケティング調査 ⑤ 下請け構造の問題解決となる副業モデルの確立と連携モデルの意識簡易ヒアリング調査 ⑥ ブランド化確立に向けたマーケティング調査、商品化、試験販売
16	鹿児島県 南大隅町	関係人口拡大創出プロジェクト事業	① マルシェ（食：関心人口） ② オンライン交流（食、旅：好意的人口） ③ リアル交流（旅：準住民） ④ ワークーション（旅、住＝準住民）、移住（住＝住民） ⑤ 女子旅：広報 ⑥ 2030南大隅みらい会議
17	鹿児島県 知名町 北海道 利尻町	関係人口と地域の担い手獲得のための広域連携事業	① 広域連携による人材獲得・共有のスキーム構築 ② 広域中間支援組織の体制構築 ③ 広域連携による地域産業の受け皿となる中間支援組織体の構築・立ち上げ ④ 地域内空き家等受け入れ人材の拠点整備のための調査 ⑤ 人材獲得に向けた情報発信 ⑥ 地域内事業者向け支援メニューの整備

(2) スケジュール

採択した事業については、当該市区町村と外部専門家が作成した事業計画に沿って概ね1年間にわたって進められた。4月、5月にオンラインキックオフミーティングを自治体・外部専門家・当財団事務局の3者間で行い、事業の進め方、年間スケジュールを確認した。その後当財団事務局は、オンラインでの打合せや現地調査を実施するとともに、9月提出の中間報告及び2月の最終報告をもとに各事業の進捗や成果達成状況の確認を行った。また、現地調査や10月開催のアドバイザー会議を通じて、各事業の成果を高めるためのアドバイザーによる助言を得る機会を設けた。

令和4年1月には、各地域の外部専門家による事業への取組状況についての報告・情報交換を目的としたマネージャー報告会をオンラインで開催した。地域再生にあたっての地域側のスタンスの重要性や外部専門家の地域での役割、地域との関わり方などについて様々な意見交換がなされた。また、採択市区町村間や外部専門家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。

マネージャー報告会の翌日にはアドバイザー会議を開催し、マネージャー報告会の年間報告に対して、7名のアドバイザーから助言をいただき、各市町村へフィードバックを行った。

■外部専門家活用助成のスケジュール

時 期	内 容
令和2年10月～12月	事業公募（令和2年10月1日から12月7日まで）
令和3年1月～2月	審査 アドバイザー会議 採択
4月～5月	オンラインキックオフミーティング
7月	現地視察・オンライン打合せ
8月	現地視察・オンライン打合せ
9月	現地視察・オンライン打合せ 中間報告書（8月までの経過報告）の提出
10月	現地視察・オンライン打合せ アドバイザー会議
11月	現地視察・オンライン打合せ
12月	現地視察・オンライン打合せ
令和4年1月	マネージャー報告会（オンライン） アドバイザー会議
2月	事業完了・事業報告書の提出

2-2 外部専門家派遣（短期診断）

以下の6市町村に外部専門家を派遣し、各地域の課題確認、方向性についての提言を行った。最終日に行う報告会は、従来は現地で派遣最終日に行っていたが、後日オンラインライブ配信で行う方法も選べるようにした。派遣先と内容は以下のとおりである。

■外部専門家派遣（短期診断）の派遣先と派遣内容と派遣専門家と実施時期

No.	派遣先	派遣申請内容・派遣専門家	実施時期
1	北海道 奥尻町	・人口減少傾向にある町の地域再生策について 大久保昌宏（NPO 法人 離島経済新聞社） 政所 利子（株玄）	派遣日：12月21日(火)～23日(木) オンライン報告会：1月12日(火)
2	宮城県 白石市	・少子化による小中学校閉校が進む地域の活性化について 塚田 佳満（株DMG フォース） 矢部 佳宏（一般社団法人 BOOT）	派遣日：7月6日(火)～7日(水) オンライン報告会：7月9日(金)
3	長野県 長野市	・「真田十万石まつり」を中心とした地域の活性化について 榎本 善晃（beniw 合同会社） 篠崎 宏（株 JTB 総合研究所）	派遣日：11月4日(木)～5日(金) オンライン報告会：11月19日(金)
4	長野県 上田市	・武石地域における地域活性化について 栗田 拓（NPO 法人トイボックス） 朽尾 圭亮（株船井総合研究所）	派遣日：10月27日(水)～29日(金) 現地報告会：10月29日(金)
5	長野県 阿智村	・農業資源を活用した新たな産業振興策について 小川 和（SAS 合同会社） 谷本 瓦（まち&むら研究所）	派遣日：11月9日(火)～11日(木) 現地報告会：11月11日(木)
6	福岡県 大刀洗町	・町の特産品販売 PR の場「さくら市場」を中心とした地域の活性化について 河野 公彦（inc1合同会社） 堀田 雅湖（こめみそしょうゆアカデミー）	派遣日：6月29日(火)～7月1日(木) 現地報告会：7月1日(木)

2-3 地域再生セミナー

山形県及び徳島県の2県において、開催地が求めるテーマに沿った講演及び事例紹介を、オンラインライブ配信で実施した。開催場所及びテーマ・講演者、開催日は以下のとおりである。

■地域再生セミナーの開催地と概要

No.	開催地	テ ー マ・講 演 者	開催日
1	山 形 県	・テーマ 「関係人口の拡大 そして移住に向けて」 ＜講演＞指出 一正 (sotokoto online) ＜事例紹介＞根岸 えま (ペンターン女子)	9月8日(木)
2	徳 島 県	・テーマ1 「多様な人材をいかに呼び込むか ～ふるさと副業・ダブルワークで新たな人の流れを生み出す～」 ＜講演＞大久保昌宏 (NPO 法人離島経済新聞) ・テーマ2 「地域おこし協力隊が盛り上げる！ ～地域活性化～」 ＜講演＞養父 信夫 (九州のムラ)	8月27日(金)



第2章

外部専門家活用助成の 取組と成果

外部専門家活用助成

<https://www.furusato-zaidan.or.jp/katsuyojosei/>



1 採択事業の特徴など

令和3年度は、外部専門家活用助成として全17件を採択した。昨年度からの継続案件が9件で、うち6件が過年度の外部専門家活用助成採択地域であり、3件は外部専門家派遣（短期診断）採択地域である。事業の特徴を「地域性」及び「取組分野」で整理すると以下のとおりである。

<地域性での特徴>

これまで採択のなかった東京都から初めて採択した。今年度より実施の広域事業からも1件採択した。広域連携先が、鹿児島県知名町と北海道利尻町という遠隔地どうしであることも大きな特徴である。

<取組分野での特徴>

「農林水産業」分野、「観光・交流」分野、「流通・販売」分野を対象とした事業が多い。また、「関係人口」を主要テーマとした事業も3件（厚真町、南大隅町、知名町・利尻町など）採択している。

「農林水産業」分野では、特産品のブランド化や歴史・文化資源との連動により付加価値を高める事業（下野市、東みよし町など）がある。

観光・交流分野では、スポーツという新たな視点からの事業（宝達志水町）、初の外国人外部専門家を活用した事業（郡山市）がある。

「流通・販売」分野では、若者等の起業を意識した事業（あきる野市、越前町など）がある。

地方	採択市町村名	農 林 水産業	も の づくり	観光・ 交 流	流通・ 販 売	備 考
北海道	北海道厚真町	●	●	●	●	(継)札幌圏等との関係人口構築事業
東 北	福島県郡山市			●		外国人目線でのふるさとづくり事業
東 北	福島県磐梯町	●		●	●	(継)磐梯山のジオを活かした産業振興
関 東	栃木県下野市	●		●	●	(診)歴史文化を活かしたまちづくり事業
関 東	群馬県中之条町	●		●	●	(継)農業公園構想による就農支援事業
関 東	東京都あきる野市				●	まちなかを中心とした活性化事業
中 部	石川県宝達志水町			●		スポーツによる組織育成事業
中 部	福井県越前町		●	●		若者の夢おこしを中心とした事業
中 部	三重県南伊勢町	●		●	●	(継)地域力・ビジネス創出事業
近 畿	大阪府島本町			●	●	(診)ブランディングの再構築事業
近 畿	和歌山県有田川町			●	●	(継)ランドスケープ再生戦略事業
中 国	広島県府中市		●	●	●	産業（ものづくり）×文化×交流
四 国	徳島県東みよし町	●		●	●	農業遺産を核とした地域資源発掘
九 州	長崎県雲仙市			●	●	人材確保・育成による地域活性化事業
九 州	長崎県波佐見町	●	●		●	(継)地域循環モデルによる地域価値創造
九 州	鹿児島県南大隅町	●		●	●	(診)関係人口拡大創出プロジェクト
九 州	鹿児島県知名町 北海道利尻町	●		●	●	離島間における関係人口・担い手獲得事業

※(継)：昨年度・一昨年度外部人材活用助成採択地域／(診)：昨年度外部専門家派遣（短期診断）採択地域

2 個別事業の取組概要

令和3年度に採択した地域名及び事業名は以下のとおりである。次ページ以降、各事業の背景と目的、事業実施内容、事業実施体制、事業実施スケジュール、主な成果、持続的発展へ向けた課題、今後の取組及び外部専門家からのコメントを整理した。

	地域名	事業名
1	北海道 厚真町	厚真町×札幌圏の参加型ローカルプロジェクトを通した関係人口デザイン運営ステップ編
2	福島県 郡山市	外国人目線を活用した「地域課題と向き合うふるさとづくり」事業
3	福島県 磐梯町	会津磐梯山は宝の山よ、「トレジャーハント磐梯」事業
4	栃木県 下野市	「東の飛鳥」による歴史文化を活かしたまちづくり事業～アフターコロナに向けて～
5	群馬県 中之条町	農業公園構想を活用した農業担い手就農就労型
6	東京都 あきる野市	東京五日市せせらぎ暮らしプロジェクト ～持続可能な地域活性化に向けた新たな人材発掘と育成事業～
7	石川県 宝達志水町	スポーツによるまちづくりを担う組織の育成事業
8	福井県 越前町	若者夢おこしプラットフォーム構築事業
9	三重県 南伊勢町	南伊勢「つながり」の連鎖による限界集落チャレンジ事業
10	大阪府 島本町	京となにわが会おう場所（まち）「島本町」リノベーション大作戦事業
11	和歌山県 有田川町	清水地域ランドスケープ再生戦略事業
12	広島県 府中市	持続可能な「産業（ものづくり）×文化×観光」ビジネス創出事業
13	徳島県 東みよし町	世界農業遺産×デザイン地域資源発掘・課題解決事業
14	長崎県 雲仙市	「雲仙人プロジェクト」による地域活性化事業
15	長崎県 波佐見町	地域循環モデル構築をベースとした地域価値創造事業
16	鹿児島県 南大隅町	関係人口拡大創出プロジェクト事業
17	鹿児島県 知多町 北利海尻町	関係人口と地域の担い手獲得のための広域連携事業

北海道
厚真町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
島本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
東みよし町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
知多町
北利海尻町

2-1 北海道厚真町「厚真町×札幌圏の参加型ローカルプロジェクトを通じた関係人口デザインステップ編」

事業概要

総事業費	5,280千円
助成申請額	3,520千円
外部専門家	中島 淳（株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ 代表取締役）

自治体概要

人口	4,420人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面積	404.61km ²
人口密度	10.92人/km ²
標準財政規模	3,540,092千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.50（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	85.5%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室	産業経済課 経済グループ

取組概要

事業開始時点

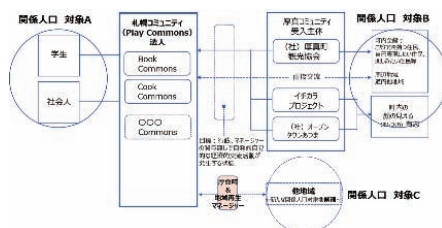
- 札幌圏とのネットワークの持続的進展が求められていた。
- 学生主体では厚真町を軸とする動機づけが弱く、持続性にも限りがあることが明確であり、事業の流れを継承しながら新たなネットワークの構築が不可欠であった。

外部専門家による支援

- 札幌圏の他に近隣地域とのネットワーク主体形成の模索と法人化支援
- 周辺地域有志の参加促進
- 学生との新たな関係模索

事業終了時点（成果）

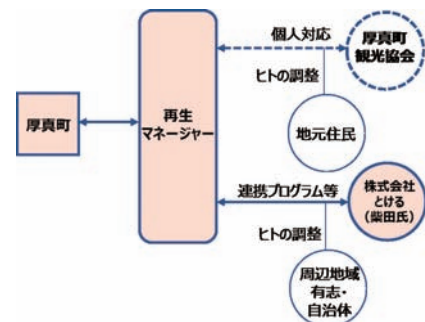
- 主体の法人化と現地活動の開始
- 周辺自治体との連携可視化
- 学生との新たな関係づくりの可能性（個人から組織へ）
- 既存組織（観光協会）の新たな役割の可能性



<脱・学生依存>
(R3事業申請時)



<新ネットワーク形成>



<実体化>

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

厚真町はこれまで「関係人口の創出」を目的に観光協会を軸とした交流事業を実施してきたが、いわゆる交流人口の域を超えることができず、事業参加者との関係は一過性のものとなっていた。

そのため、昨年度は厚真町内及び札幌圏内において自発的に交流取り組む主体形成支援に臨み、主として札幌圏内での主体形成の可能性を見出した。

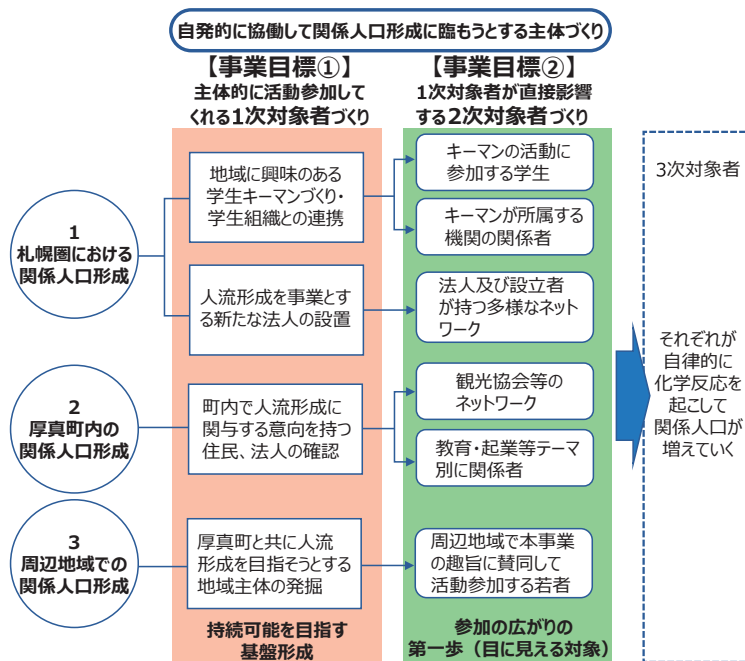
令和3年度事業では、この主体活動の自立と厚真町内における「多様な参加」の創出を目指すと共に、厚真町にとって新たに多様な交流を生む「他地域との連携」の可能性を探ることを目標とした。

昨年度では、ようやく関係人口構築において最も大切な条件である「自発的に厚真町と交流しようという主体」の形成が札幌圏で確認できた段階であることから、本年度はその主体の確立が求められた。

b 事業の目的

厚真町が目指す「持続可能性」は地方創生の本質であり、以下の3点を本事業の目指す目的とした。

- ① 自発的に動く主体の形成
- ② 自立的に動ける経済性（キャッシュポイント）の確立
- ③ 周辺地域との連携体制づくり



1次対象者および2次対象者は、事業趣旨に賛同するコアな関係人口を指す。事業ではその形成に注力した。目的は事業終了後も関係人口形成の動きが継続する関係性づくりであり（1次、2次対象者の確保）、まずは事業に参加してくれる関係者自体を厚真町関係人口と設定してその獲得の可視化を目指した。3次対象者を含めて多様な可能性を見出していく。

2 事業実施内容

a 札幌コミュニティ活動支援

昨年度のトライアルから可能性を見出した北海道大学恵迪寮というコミュニティとの連携を模索し、恵迪寮生の厚真町での活動を支援する。

昨年度は主として学生個人の活動を支援したが、面として広がりにくい面があるため、今年度はそこから派生したつながりの中から、組織（団体）単位を対象として取り組む。

b 札幌での社会人ネットワーク形成

昨年度事業で繋がった任意の民間活動で、北海道を盛り上げようと道内外の有志でできることを考えていく集まりである「北海道プロジェクト（以下「島プロ」という。）」との共同事業を模索する。

c 厚真町内での参加者確保

厚真町は全国的なローカルベンチャー推進自治体であり、外部から多様な起業家が集まっているが、本事業では受け皿を外部からの有志に頼らず、出来るだけ地元有志の中から見出していく。

d 札幌での活動拠点体制整備支援から観光協会活動促進支援へ

当初想定していた札幌市内における島プロ等柴田氏の活動拠点がコロナ禍にあり、ネットを介しての多様な集まりを対象にし始めていることから、「札幌での活動拠点整備支援」ではなく、関係人口創出の取り組みを支援する「観光協会の活動推進支援」を行う。

事業では、観光協会の既存取り組みの1つである「被災地ガイド」を新たな協会のコアコンテンツにする支援ならびに、参加者との関係性を「協会の関係人口」として捉え、その発展と新たな人流形成の在り方を検討する。

e 多様な関係人口形成を目指した他地域との連携構築

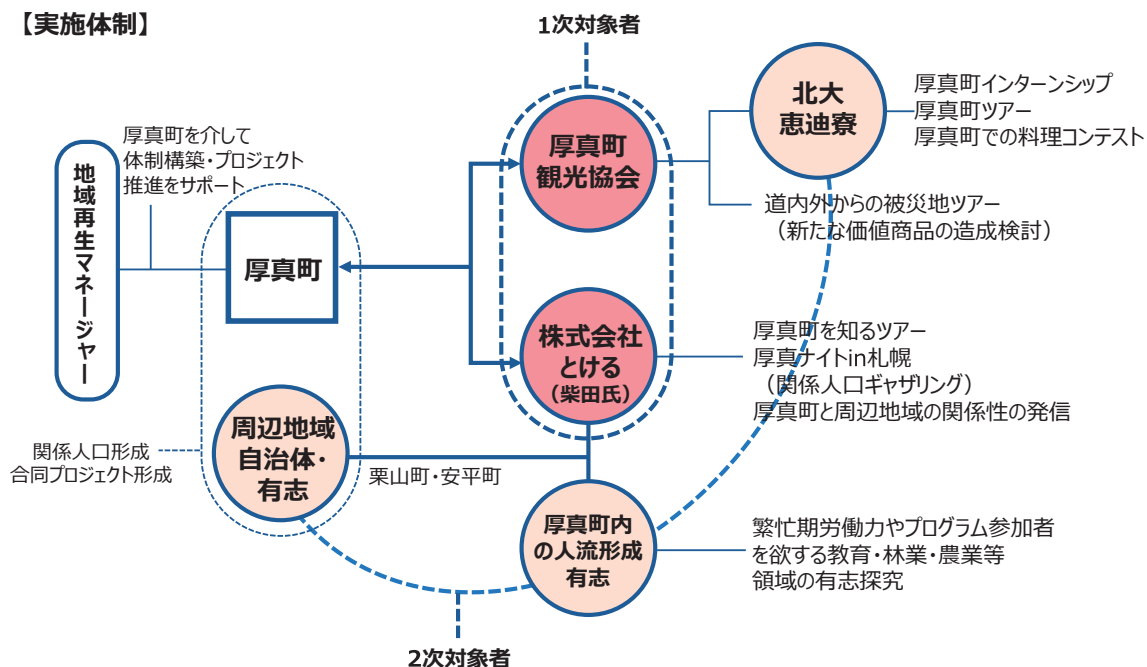
関係人口視点で考えると、活動の対象は厚真町だけでなく道内各地と繋がりたいとの意識が強いものと考えられる。むしろ関係人口からの厚真町も厚真町からの関係人口もお互い多様なチャネルの1つとなることが理想と考えられる。

このような観点から、厚真町と関係人口を共有できる他地域との連携構築に取り組むこととした。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

事業を通じて、人流形成を自身の事業として取り組める1次対象者ならびに1次対象者と共に人流形成に参加する2次対象者等、各ステークホルダーの関係性を可視化することができた。本事業終了後も取り組みが持続できる体制である。

b 外部専門家の役割

外部専門家は関係人口創出を担う主体となる「株式会社とける」及び厚真町観光協会と地元を繋ぎ、今後の継続的な体制や人流創出の仕組みづくりをサポートする。

また今年度は、周辺地域との連携の可能性を探る。

4

事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
4月	7～8日	北大恵迪寮にて寮生（キーマン）と厚真町との関わり方について検討会実施 キーマンのインターンシップについて町と検討
	9日	寮生キーマンの鶴川漁協インターンシップに関して調整開始
	10、13日	＜オンライン＞寮生より企画原案（厚真素材を使った料理コンテスト）の提案を受け、企画案をブラッシュアップし厚真町関係者に提示。
	21日	主体になる可能性を持った柴田氏と法人化を含めた今後について協議
5月	10日	＜オンライン＞料理コンテストの内容をチェックし厚真町と調整。
	15日	恵迪寮にて料理コンテスト実施（オンライン参加）
	16日	※寮生キーマンが鶴川漁協にインターンシップ開始
6月	8、15、25日	＜オンライン＞柴田氏と、厚真町内で関係人口形成に協働してもらえるキーマンについて検討、ピックアップし協力依頼開始
	29日	厚真町にて厚真ツアーについて検討。寮生キーマンのインターンシップ終了。 ＜オンライン＞柴田氏と新法人設立に関する最終確認
7月	7～8日	厚真町にて町内関係人口形成キーマンと受け入れについて検討
	16日	安平町にて安平町の関係人口協力窓口キーマンと連携の可能性検討
	17日	北大恵迪寮生による厚真町での料理コンテストと厚真町ツアー実施
	20日	むかわ町（観光協会）、安平町（企画課）、栗山町（定住推進課）それぞれにて、個別と関係人口形成連携の可能性について協議・検討
	23日	LIFULL グループ LivingAnywhere と厚真町での展開について協議検討
8月	7、25日	＜オンライン＞柴田氏と新法人「とける」について（厚真町での関わり方、活動イメージ、周辺地域連携、移転の可能性等）検討
9月	14日	＜オンライン＞「とける」柴田氏、栗山町、安平町と連携について初検討
	21日	厚真町にて、観光協会の紹介で新たな町内関係人口訪問
	22日	栗山町、安平町内にて各連携関係人口と初会合。相互協力を確認
10月	5日、25日	＜オンライン＞柴田氏より厚真町での関係人口（人流）形成企画提示 町と共に内容確認 + 昨年度学生キーマンと新たな若手の可能性検討
11月	5日	横浜にて、恵迪寮生2年生次期キーマン（高澤氏）と次年度以降の恵迪寮と厚真町との関係づくりについて検討
	9日	＜オンライン＞柴田氏、栗山町と来年度連携の在り方等検討
	17日	札幌にて、恵迪寮生1年生次期キーマン（石川氏）と次年度以降の恵迪寮と厚真町との関係づくりについて検討
		厚真町にて、観光協会と既存交流関係商品を検証
	18日	厚真町にて、町、栗山町、柴田氏と次年度の自治体連携について検討
		観光協会と新たな関係人口（人流）形成の可能性について検討①
	22日	＜オンライン＞観光協会と新たな人流形成の可能性について検討② ＜オンライン＞厚真町・栗山町・柴田氏と来年度連携内容確認
12月	10日	厚真町にて、観光協会が関わる関係人口（人流）形成の新たな在り方と協会の位置づけ（役割）を検討＋被災地ガイド実地体験
	14日	＜オンライン＞周辺キーマンアプローチに関して協議
	17日	柴田氏と栗山町、安平町のキーマンヒヤリング（オンライン参加）
	21日	＜オンライン＞柴田氏と厚真ナイト、厚真ツアーの集客を検討
1月	13日	厚真町にて、（1月予定の）厚真ナイト、ツアー内容について検討
	17日	＜オンライン＞町と報告会に関する内容確認
	28日	＜オンライン＞厚真ナイト、ツアーのオンライン実施を2月実施で決定
2月	4日	＜オンライン＞厚真ナイト、厚真ツアーのオンラインバージョン企画を検討
	8日	＜オンライン＞観光協会、厚真町林業担当と新企画を検討
	9日	観光協会に新たな人流形成ツアー案を提示
	15日	厚真ナイトオンライン実施
	19日	厚真ツアーオンライン実施

5 主な成果

本事業の最も本質的成果は、厚真町における関係人口形成を持続的に担う主体（1次対象者である法人「とける」とその代表）を見出すことができたことである。

なお、取り組みプロセスで得られた今後に繋がる定量的成果は以下の通りである。

<可視化できる定量的成果> 本事業で形成できた対象者

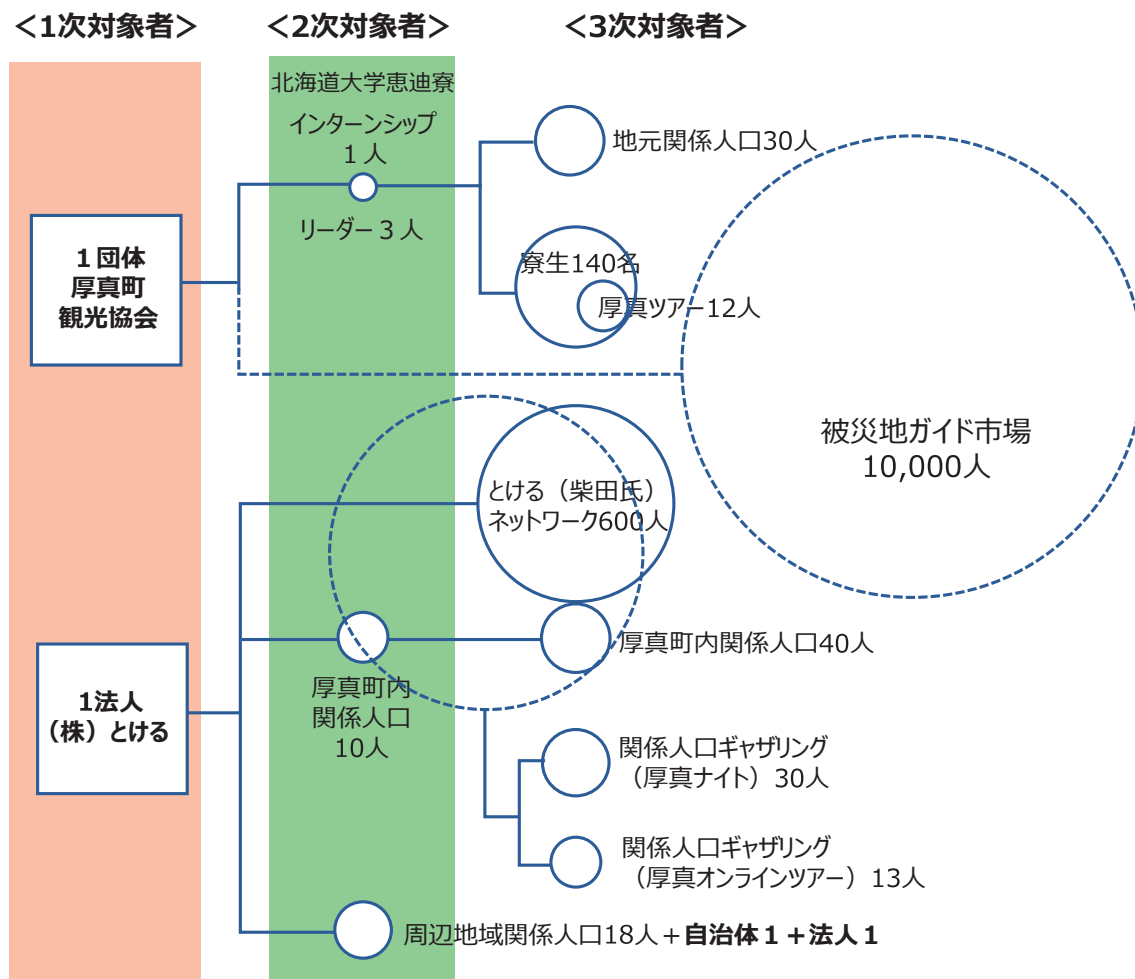
- ① 1次対象者：2団体（厚真町観光協会、株式会社「とける」）
- ② 2次対象者：3団体（北大恵迪寮、栗山町、株式会社「FoundingBase」=安平町）
32名（北大生リーダー4名、厚真町内有志10名、周辺地域有志18名）
- ③ 3次対象者：学生インターンシップにより地元関係者 30名
 北大恵迪寮イベント参加者 150名
 観光協会被災地ガイドツアー参加関係者 10,000名
 株式会社「とける」ネットワーク 600名
 株式会社「とける」の厚真町関係者 40名
 厚真町での関係人口イベント参加者 43名
 周辺地域からの活動参加者 18名

<定量的成果> 本事業で形成できた「取り組みを継続させる土台」

- ① 株式会社「とける」の厚真町への法人登記移転ならびに代表者の厚真町移住
- ② 北大恵迪寮との連携体制の形成
- ③ 栗山町の自治体としての参加（来年度、広域連携事業で共同参加予定）
- ④ 観光協会の新たな付加価値商品造成
- ⑤ Web【拝啓 未来】での発信開始（全国からの参加者拡大を期待）

北海道
厚真町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美まよし町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
鹿嶋町北利
海尻町

本年度の活動結果で見いだせた厚真町関係人口規模とその関係



6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

コロナ禍の影響が大きいとはいえ、持続的取り組みの仕組みづくりが進んだ一方、事業への厚真町側の参加者が少ない。今後、予定している交流プログラムを「とける」を軸に厚真町側の参加者（2次対象者）を巻き込み、「労働力の補完」にとどまることなく、関係人口の創出を目指して生活や人生（営み）に係る価値を提供するプログラムに仕上げ、関係人口にとって意味あるものにしていくことが求められる。

さらに周辺地域の新たな人流形成に参加する若者たちと合同プロジェクトを推進し、1町では創出できない多様な関係人口（3次対象者）形成を目指す。

7 外部専門家コメント



「厚真町×札幌圏の参加型関係人口デザイン」 活動の難しさとその結果

株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ
代表取締役 中 島 淳

定義が広い「関係人口」は、本来対象地居住者とそれ以外のヒトとの何らかの接点の延長にある結果として生まれるものですが、そこには双方に「関係を続けたいという意思」が必要となります。マネージャーは接点づくりのサポートは出来ませんが、関係構築を希望する意思是都市部側と地域側の対象者が持たなければ成立しません。

本事業は、自然発生するのが理想的な関係人口を意図的に創り出す試みです。そこには「誰がそれを望んでいるのか」「誰がそれに主体的に取り組むのか」という難しい課題がありました。初年度は、札幌圏で学生と厚真町で観光協会と協議を重ね、双方の接点づくりを実施しました。共により関係性を構築できたものの「持続可能な仕組み」を形成するには至っていません。学生と公的機関が受ける多様な制約は、主体的に動く環境形成の大きな阻害要素となり直ちに克服できるものではありません。こうした中に見出されたのが、道内外の人流創出を主体的に目指している人物の存在です。2年目である本年度はその人物、柴田氏を本人の意思確認の上で取り組みの主体として位置付けて展開しました。

関係人口は「状態」を示すものですが、状態づくりのプロセスである人流形成は「事業」として成り立つと考えます。主体が明確なら、イベントやツアーもサービスとして付加価値をもたらせて参加費を徴収することができる一方、行政も建設的にその主体に事業を委託できます。本年度はコロナ禍の影響で予定していた主体形成と人流形成の事業可否の試行は十分に展開することが出来ませんでした。結果として関係人口を形成する主体の可視化するかわち法人化と、結果として法人の今春の厚真町移転並びに主体者である柴田氏の厚真町移住に結び付いています。厚真町はその重要性を早くから気づいていて、法人の厚真町移転や柴田氏の移住を積極的に支援しています。多様な出会いのきっかけをマネージャーがつくり、現実的な場は行政が用意するという連携の結果は、来年度以降に残る仕組みをもたらしています。

一方、厚真町は関係人口を「来る側の視点」でも捉えており、来る人（都市部の関係人口）がより多様で多くの価値を見出せるように、本事業では取り組みの展開を厚真町内に限ることなく周辺地域にも呼び掛けています。来年度は、主体の存在が明確な周辺地域との連携を、柴田氏を軸に展開することを目指しています。都市部の対象者づくりの前に町内ならびに周辺の有志同士がまず関係人口になることが大切であり、当事者たちがワイワイと楽しみながら取り組むさまに都市部居住者が興味を持って参加する流れが形成できることを願っています。

2-2 福島県郡山市「外国人目線を活用した『地域課題と向き合うふるさとづくり』事業」

事業概要

総事業費	5,412千円
助成申請額	3,608千円
外部専門家	アダム・フルフォード（フルフォードエンタープライズ CEO）

自治体概要

人	口	321,394人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面	積	757.20km ²
人	口	密度 424.45人/km ²
標準財政規模		68,572,944千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.84（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率		88.4%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室		文化スポーツ部国際政策課

取組概要

事業開始時点

- フィールドワークによる地域資源の深掘り
 - ・外国人との交流をきっかけとして、地域内では外からの視点によって見いだされる魅力が逢瀬町の住民にとつての新しい発見に繋がることに気づき始めている
- 地域体制の強化
 - ・逢瀬町に魅力を感じている外部の人たちにより積極的に活動が展開されている一方で、それらの活動と逢瀬町の人たちとの繋がりが希薄であり、地域内での広がりや新たな展開を見いだせずにいる状態にある

外部専門家による支援

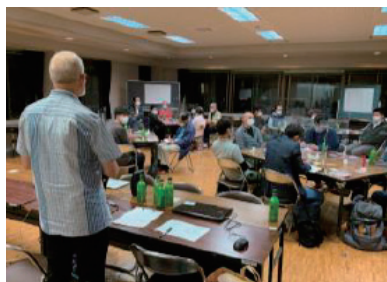
- フィールドワークによる地域資源の深掘り
 - ・調査員人材の発掘と育成
 - ・フィールドワーク行程の提案と作成
 - ・フィールドワーク時のアテンド
 - ・データベースシステムの提案と構築
- 地域体制の強化
 - ・地方創生をテーマにした講演
 - ・事業全体を通じた人材の発掘
 - ・地域資源の活用と商品造成に対する提案及び実現に向けた助言
 - ・活用可能な人材の紹介と招聘
 - ・類似地域との橋渡し
 - ・類似地域との連携事業の提案

事業終了時点（成果）

- フィールドワークによる地域資源の深掘り
 - ・外国人目線を活用し深掘りされた地域資源（魅力・課題）のデータベース化
- 地域体制の強化
 - ・逢瀬町の住民や関係者が主体となってイベント（令和3年度はクリスマスイベント）を開催
 - ・類似地域との交流を通じて、逢瀬町だからこそ提供できる価値を再認識



交流の始まり



ワークショップの様子



地域資源の深掘り

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

福島県郡山市の中西部に位置する逢瀬町は、猪苗代湖から取水した安積疏水や安積山（額取山）の雪解け水に恵まれた、田畑の広がるのどかな里山である。

人口は4,077名（2020年1月1日時点）で、多くの町民が農業従事者として野菜や果樹を生産している。肥沃な土壌で育てられた農産品はどれも良質で、中でも盛んな米づくりは、全国有数の米どころである郡山市の収穫量を支えている。

地域の歴史や文化により培われた「いなか体験農家民宿」や「安積アルプス縦走トレッキング」といった特色ある取り組みも多く、“ふとした時に逢瀬を思い出す人口づくり”が進められている。

一方、地域内で行われている取り組みにつながりがなく、広がりや新たな展開を見出しにくい状況にある。

このような中、当該地域では「いなか体験農家民宿」を通して東京農工大学の留学生を毎年受け入れており、外国人目線による新たな「地域の魅力と課題」に気づき始めている。

地域内の高齢化が進む中、各種取り組みの継続性や逢瀬町としての持続性を養うためにも、「地域の魅力と課題」を共有化し、様々な人達がそれらに関わっていく仕組みづくりを地域全体として考え直す時期を迎えているところである。

b 事業の目的

以下の取り組みを通じて関係人口の創出と多文化共生の実現を図ることを目的とする。

- ・地域住民にはない外国人目線を通して「地域の魅力と課題」を見える化する。
- ・見える化された「地域の魅力と課題」を地域に関わる人達で共有化する。
- ・地域内外の様々な立場・役割から「地域の魅力と課題」の編集に関わる。

北海道
厚別町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
鹿嶋町北利
海尻町

2 事業実施内容

a フィールドワークによる地域資源の深掘り

外部専門家、福島県在住ベトナム人協会と連携し逢瀬地域の魅力と課題を深掘りする。地域資源の見える化、さらには外国人目線で洗い出された新たな魅力を編集、発信していく。

b 地域体制の強化（キーパーソンの発掘）

令和2年度から行っている逢瀬地域内外のキーパーソン発掘を継続して実施する。発掘した地域内外のキーパーソンによる地域資源を活用したアクションにつなげるとともに、多様な逢瀬地域との関わり方を創出する。

c 地域体制の強化（ネットワークの構築）

逢瀬町のコミュニティづくりにおける地域内外のネットワークを構築する。類似地域との交流を通し、地域づくりを考えるきっかけとする。

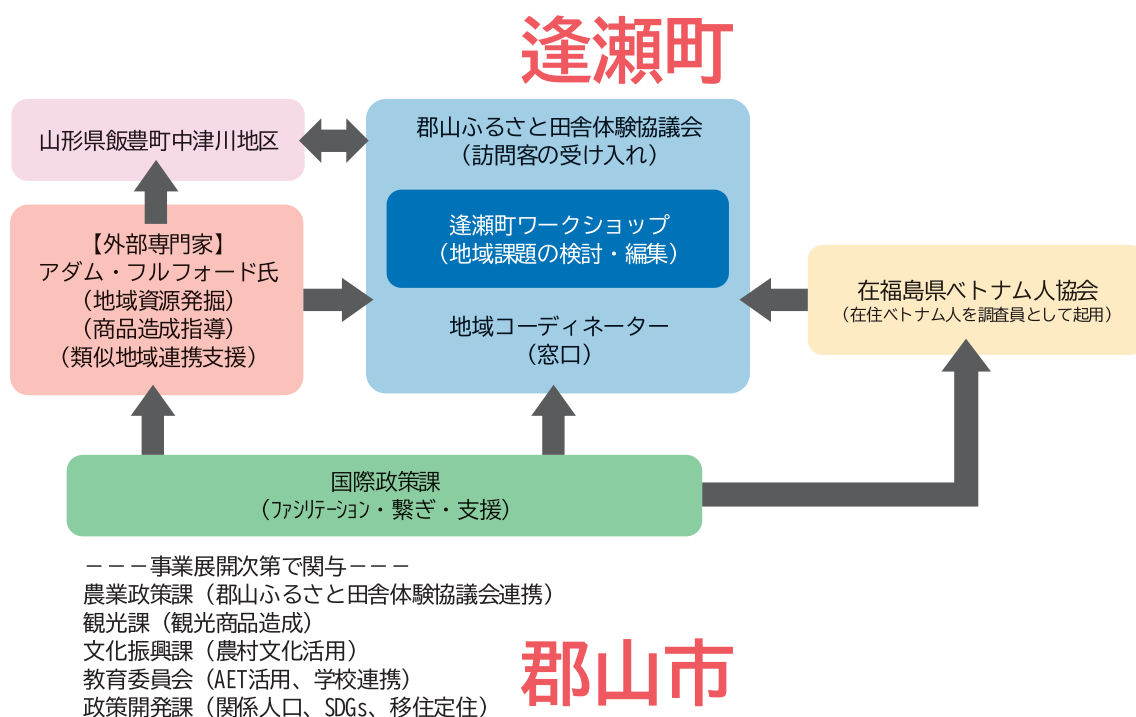
d 地域資源のデータベース化

令和2年度及び今年度の実施事業により得られた情報を整理、データベース化し、逢瀬地域の活性化に取り組む個人や団体を活用可能な状態にする。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

逢瀬町でのワークショップを主体とした体制を構築し、ワークショップにおいて企画されたイベント等を実施している。また、地域資源の発掘においては、在住のベトナム人を調査員として起用している。

b 外部専門家の役割

外部専門家の役割は以下のとおりである。

項 目	外部専門家の役割
① フィールドワークによる地域資源の深掘り	・調査員人材の発掘と育成 ・フィールドワーク行程の提案と作成 ・フィールドワーク時のアテンド ・データベースシステムの提案と構築
② 地域体制の強化（キーパーソン発掘）	・地方創生をテーマにした講演 ・事業全体を通じた人材の発掘 ・地域資源の活用と商品造成に対する提案及び実現に向けた助言 ・活用可能な人材の紹介と招聘
③ 地域体制の強化（ネットワーク構築）	・類似地域との橋渡し ・類似地域との連携事業の提案

4

事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
9月	2日	定例オンラインミーティング
	8日	定例オンラインミーティング
	15日	定例オンラインミーティング
	24日	定例オンラインミーティング
	26日	フィールドワーク説明会（オンライン）
	28日	講演会（オンライン）
10月	4日	定例オンラインミーティング
	11日	定例オンラインミーティング
	12日	第1回ワークショップ
	21日	定例オンラインミーティング
	27日	定例オンラインミーティング
11月	2日	定例オンラインミーティング
	8日	定例オンラインミーティング
	15日	第2回ワークショップ
	19日	定例オンラインミーティング
	21日	第1回フィールドワーク現地調査実施
	25日	中津川地区の代表者との打ち合わせ
	30日	定例オンラインミーティング
12月	1日	クリスマスイベント実行委員会会議
	5日	クリスマスイベント及び現地視察
	8日	定例オンラインミーティング
	15日	第1回ヒアリング調査（逢瀬町内の小中学校）
	16日	逢瀬いなか体験交流協議会の役員会参加
	19日	第2回フィールドワーク現地調査実施
	24日	定例オンラインミーティング
1月	4日	定例オンラインミーティング
	8日	第2回ヒアリング調査（6次産業の専門家現地見学）
	9日	第3回フィールドワーク現地調査実施
	11日	定例オンラインミーティング
	18日	定例オンラインミーティング
	19日	第3回ヒアリング調査
	25日	定例オンラインミーティング
	30日	中津川地区オンライン交流イベント
2月	2日	講演会（オンライン・産業6次化の専門家招聘）
	8日	事業報告会
	20日	地域資源データベース完成・納品

5 主な成果

a フィールドワークによる地域資源の深堀り

福島県内在住ベトナム人3名が「調査員」として、全3回のフィールドワーク（現地調査）を実施した結果、逢瀬町の地域資源を生かした、ベトナム人のコミュニティにとって魅力的な取り組みのアイデアを得ることができた。

また、料理を通した文化交流イベントでは、調査員が参加者と一緒にベトナム料理や逢瀬町の郷土料理を作り、ベトナムの伝統舞踊を披露したことで、地元との様々な交流が生まれた。



ベトナム人調査員によるフィールドワーク



文化交流イベント



b 地域体制の強化（キーパーソンの発掘）

2回のワークショップと2回の講演会、事業報告会では、逢瀬町の住民や関係者24名が参加した。また、逢瀬町内の中学校と小学校の代表者へのヒアリングを行った結果、生徒たちによるプレゼンテーション大会の開催に関心があることを確認することができた。

令和2年度の事業のワークショップに参加していたキーパーソンが継続して参加していることもあり、活動の方向性が明確になってきている。

参加者は、令和2年度のワークショップから見出した「子どもたちがワクワクする逢瀬町」というビジョンに向かって積極的に取り組んでいる。今年度1回目のワークショップをきっかけとして、逢瀬町の住民や関係者が主体となって「クリスマスマーケット実行委員会」を立ち上げ、町内で開催されているイベントにおいてクリスマスをテーマとしたブースの出店を計画し、子どもたちが加わって実施することができた。また、ワークショップ参加者が、逢瀬町住民とベトナム人の互いのニーズに合致するイベントや着地型体験、その他の魅力的な商品やサービスをアイデアとしてまとめてもらうことができた。



ワークショップの様子



クリスマスイベントの様子



c 地域体制の強化（ネットワークの構築）

逢瀬町の地域コーディネーターである中潟氏と協議し、中津川地区と交流する目的を次の2つに絞ることができた。

【テーマ1】 地域の物語や伝統を次世代に継承していくための取り組みを学ぶこと

【テーマ2】 農業、観光、修学旅行等の分野で、2つの地域が協力することで得られるビジネスチャンスを発掘すること

その上で、2022年1月に、山形県飯豊町中津川地区と、その目的に沿ってオンライン交流会を実施し、地域間の交流を深めることができた。

d 地域資源のデータベース化

第2回ワークショップの参加者を対象に、今後作成する地域資源データベースに関するアンケートを実施した。その結果、「地域の施設情報」、「町の歴史」、「観光PRに使える素材」が地域資源データベースに求められるコンテンツであることがわかった。また、キーパーソンが考えるデータベースの活用方法を把握することができた。

ワークショップ参加者の数名からは、自分たちが紙で保管している情報（町の歴史文等）をデジタル化したい、またはデータベースの更新に携わりたいという声があがった。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

① フィールドワークによる地域資源の深掘り

ベトナム人にとってサードプレイスになり得る地域資源を見出しているものの、言語の問題や交通手段などのアクセスの問題が大きな課題として残っている。

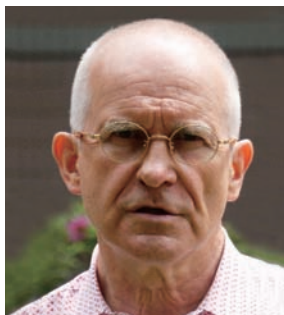
言語の問題については、フィールドワークの調査員を務めているベトナム人が案内や通訳の担い手となることも含め検討を進めている。

② 地域体制の強化

ワークショップにおいて、各グループよりベトナム人のニーズに応えるイベントや着地型体験のアイデアが出たが、実現に向けて、各グループがとるべき次のステップを明確にするためのフォローアップが必要である。

次年度は、産業の6次化を専門とする講師を招聘し、各グループのビジネスアイデアを、実現可能、かつ持続可能なものにするための指導を行うことを予定している。

7 外部専門家コメント

子どもたちがワクワクする逢瀬町へ
向かってフルフォードエンタープライズ CEO
アダム・フルフォード

郡山市逢瀬町地区で進めているのは、「外国人目線を活用した『地域課題に向き合うふるさとづくり』事業」である。

キャンプ、イベント、修学旅行、企業研修等のポテンシャルがある逢瀬町には、観光スポットや歴史的な場所等様々な魅力的なポイントがある。この潜在的価値を持続可能な方法でフルに活用することが重要だ。

高齢化や過疎化という、日本各地のコミュニティが向き合う課題は逢瀬町も直面している。重要な課題の一つは、最寄り駅がある郡山市中心部との間に路線バスが途中までしか運行していないことだ。

活動の順調な進捗に大いに貢献するのは数年前に東京から逢瀬町に移住した地域コーディネーターだ。

「逢瀬町が外国人にとっての居場所になる」が事業目的の一つ。我々は特に在日ベトナム人に焦点を当てている。郡山市では近年その数が十数名から数百名に増えている。福島県で働くベトナム人にとって、逢瀬町は果たして第二のふるさとになり得るだろうか。

事業には在県ベトナム人3名が調査員として参加しており、新しい「出逢い」の形を模索する逢瀬町の住民にとって、BBQ パーティー、結婚式、技能実習生向けのイベント等という発想のきっかけとなる刺激的な存在だ。私のチームにはインド人が1名いる。私自身はイギリス人。一緒に、多様な国際的な視点から「出逢い」に相応しい「逢」瀬町の可能性を、効果的・効率的に検討できる。

これまでに「国際料理会」とクリスマスマーケットといった、重要なイベントが2回開催された。

料理会はベトナム風和食と和風ベトナム料理を試す機会だった。一緒に新しいチャレンジに取り組む交流が年齢層問わず魅力的だった。

ふくしま逢瀬ワイナリーで開催されたイベントに出店したブースの成功に重要な役割を果たしたのは、地元の商品を説明し販売した子どもたちだった。

「子どもたちがワクワクする逢瀬町」という最終的な目的に向かって前進する上で、これらのイベントは重要な役割を果たすかもしれない。

地元の文化に触れることがビジターにとって大事なポイントの一つ。また、子どもにとって、地域の文化の特徴に気づきながら、育つ事が大切だ。そこで地元の学校の代表者と共に、「ふるさと自慢」をテーマにプレゼン大会を開催する可能性を模索している。

北海道
厚岸町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町

2-3 福島県磐梯町「会津磐梯山は宝の山よ、 『トレジャーハント磐梯』事業」

事業概要

総事業費	9,600千円
助成申請額	6,400千円
外部専門家	本田 勝之助（本田屋本店有限会社 代表取締役社長） 小川 和（SAS 合同会社 代表社員） 彦田 和詳（サンクスバンク株式会社 代表取締役） 谷川じゅんじ（JTQ 株式会社 代表）

自治体概要

人	□	3,407 人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面	積	59.77km ²
人	□	密度 57.00人/km ²
標準財政規模		2,249,584千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.30（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率		96.3%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室		商工観光課 商工観光係

取組概要

事業開始時点

- 地域民間有志等による、活発な地域活性化活動
→連携による、まちづくり体制構築の必要性
- 湧水や気候を活かして産出される優れた品質の農産物
→市場に対応、消費者視点の商品開発の必要性
- 慧日寺等、訴求力ある歴史資源の存在
→地域自走に向け、磐梯山文化の「学び」、観光活用の必要性
- 地域の象徴・磐梯山の恵みとしての自然資源
→令和時代の観光トレンドに対応した取組の必要性
- 磐梯町役場による、政策目標としての関係人口拡大
→地域ブランディングによる認知

外部専門家による支援

- 磐梯まちづくり協議会設立
・多様な地域プレイヤーが参画、連携する協議会の設立
・収益事業体を視野にした活動
- 地域産品強化事業
・販路の拡大
・強みの品質と技術の高さを活かし、健康や環境配慮などの消費者視点にたった商品開発
- 自然 / 歴史文化資源活用事業
・慧日寺の更なる訴求
・磐梯山、磐梯の歴史文化の学び、観光の拠点計画検討
・資源特性を踏まえたブランディング
・滞在型観光に対応する、自然資源を活用したプログラム検討
- 地域情報発信事業
・地域プレイヤーブランディング
・地域産品、観光取組の訴求
以上を踏まえた Web サイト制作

事業終了時点（成果）

- 磐梯まちづくり協議会発足
・地域プレイヤーによる議論
・ばんだい振興公社の立ち上げ
- 地域産品商品開発、販路開拓
・COVID-19 禍に対応した、近隣地域やネット中心とした、販路展開
・健康や環境に配慮した、商品・パッケージ開発
- 自然・歴史文化資源を基にした地域ブランディング
・中長期滞在型のプラン・モデルルート策定、トライアル実施
・慧日寺門前までの導線検討、イベント実施
- Web での情報発信、地域ブランディング



地域の恵みの源・磐梯山

まちづくり協議会を軸とした
事業推進体制地域ブランディングを土台にした
事業の推進

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

磐梯町は、「宝の山」、会津磐梯山南麓に位置する里山地域である。磐梯山を中心に、古来より続く当地の自然は、会津仏教発祥といわれる慧日寺に代表される歴史・文化、評価の高い雪質を活用したスキーを主とした観光、日本名水百選にも選ばれている湧水を活用した農業を主力とした産業を生み出すなど、磐梯町の営みの源となっている。

そうした資源豊富な当地も、他地域同様、人口が減少しており、過去10年では約10%減になるなど、減少傾向が加速している状況である。この状況に危機感を抱いた当町役場や町内の住民・事業者の若手有志が関係人口増加を目指して、まちづくりのイベントを行ってきた。ここ数年は磐梯山麓の傾斜を活かしたサイクルイベント、慧日寺門前市にあわせたイベントなど、町役場が媒介になりながら、町内の民間有志によるハンズオンのまちづくりの取組が各種展開されてきている。

主に町内向けの取組に加え、令和元年には、磐梯町が所有するペンション地域の旧保養所、七ツ森センターに、一般社団法人 Living Anywhere に所属する株式会社ライフルを指定管理団体として誘致し、都市部のワーカーの滞在拠点として整備するなど、移住につながる仕組みづくりを進めている。

以上のように、近年、活発となってきている磐梯町の諸活動であるが、民間含め、個人や団体が個別、散発的な取り組みに終始しており、関係人口増加のために必要な磐梯町の認知、地域ブランディングのための、地域プレイヤー間での連携、統一的な活動態勢になっていない、という課題があり、町役場中心に、連携体制構築と、その体制による事業推進を行っていくことが必要との問題意識を共有するに至っている。

b 事業の目的

以上の背景、課題認識を踏まえ、本事業においては、

- ・地域プレイヤーの連携による体制づくり
- ・（その連携体制による）強い地域資源を活用した収益事業の育成・促進を目的とし、以下の4点を目標として事業展開・推進していくこととした。

1) 地域連携のプラットフォーム構築

2) 農産物を中心とした地域産品のブラッシュアップとブランディング強化

北海道

厚岸町

福島県

郡山市

福島県

磐梯町

栃木県

下野市

群馬県

中之条町

東京都

あきる野市

石川県

宝達志水町

福井県

越前町

三重県

南伊勢町

大阪府

墨本町

和歌山県

有田川町

広島県

府中市

徳島県

美まよし町

長崎県

雲仙市

長崎県

波佐見町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

鹿嶋市

北利海

利海町

3) 有力な地域資源である自然資源、歴史・文化資源を活用した観光事業の強化

4) 効果的な情報発信・プロモーション展開

以上の事業を通じ、民間主体の実行体制づくりと維持・保全の進む地域資源を活用した適切な産業育成を推進していく。特に、地方創生総合戦略の指標となる「人口移動」「特殊合計出生率」、そして磐梯町総合戦略に掲げる「住み続けたい町」「未来を拓く子ども」「歴史的風致を生かしたつながり」に関わる住民まちづくり事業、そして関係人口を育て「稼ぐ力の強化」を実現するための民間まちづくり事業をバックアップしていく。

2 事業実施内容

a 磐梯まちづくり協議会体制強化事業

昨年度、地域の民間キープレイヤーを集めてワークショップ等を行い、これからの構想や中長期的な計画を議論するなどのプロセスを経て、BtoB（企業向け）の合宿（ワーケーション等）を実施してみたい、という意見に基づき、本年度はその取組の実践の場・体制づくりを行ってきた。また、一方で磐梯町として観光や物産振興を推進する役割として「ばんだい振興公社」の立上げ支援を行った。

b 地域産品強化事業

「ばんだいジオファーマーズ」等、農産品を主とした磐梯町内事業者の加工商品開発、パッケージ開発についてのアドバイスや開発支援、地域内外の販路開拓を実施した。今期は特に販路開拓に注力し、地域内販路に加え、地域外販路へのアプローチを強化した。

並行してパッケージ開発を中心とした商品開発を行い、上記販路開拓のなかで、販路先バイヤーのアドバイスを取り入れるプロセスを取り入れ、推進した。

c 自然／歴史文化資源活用事業

昨年度、観光事業やまちづくりプロジェクトに携わる地域プレイヤーと連携し、磐梯町の自然や歴史を体験するコンテンツを開発し、事業化を見据えた滞在プランづくりを行ったが、今年度はそのプランを参考に企業研修ツアーにアレンジし、地域プレイヤー主体で事業化していくための実証実施を行った。

具体的には、大手精密機械販売企業向けの入社2年目新人研修プラン（48名）と大手IT企業のワーケーションプラン（7名）の2プランを実施した。営業、企画立案、プラン設計、実施計画、実施運営を地域プレイヤーが主体となり、互いの連携によって実現するプロセスを通じて、事業化に向けた体制構築をはかった。

上記実施後、企業からのフィードバック、研修参加者のアンケート結果などを地域プレイヤーと共有し、今後に生かすための協議を行った。

d 地域情報発信事業

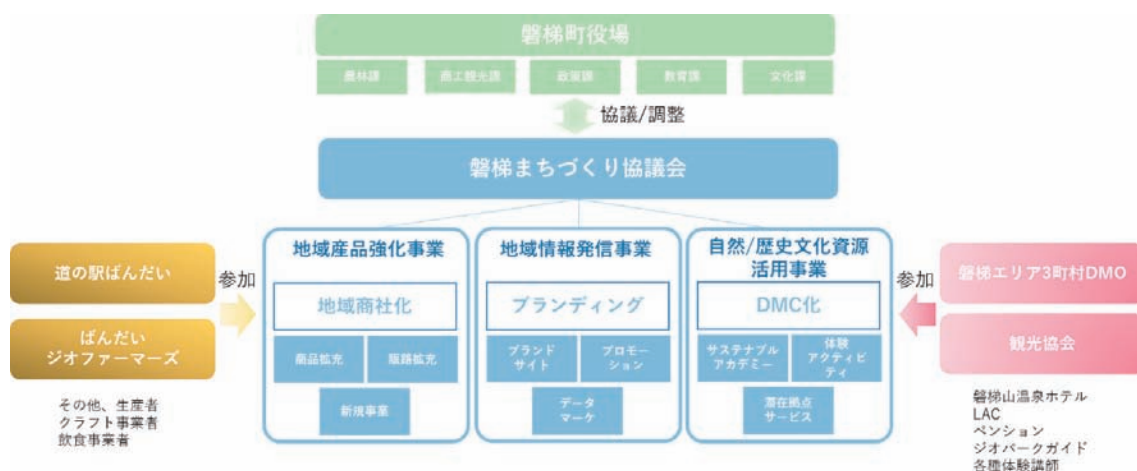
磐梯ジオファーマーズの情報発信力を活かした「BANDAI MEDIA」情報サイトのバージョンアップ（SEO対策）を行った。また磐梯ジオファーマーズのブランディングを目的とした

「BANDAI GEO FARMARS」ブランディングサイトを新設した。新設サイトにはジオファーマーズの産品などを販売するECを構築し、直販できる仕組みを整えた。また、トライアルとして、アニメを活用した話題性を狙った施策も行った。上記両サイトの連携により、磐梯ジオファーマーズの認知度向上による磐梯町全体の情報発信強化をはかった。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

磐梯まちづくり協議会を中心に、地域産品強化事業、地域情報発信事業、自然/歴史文化資源活用事業を実施するためのプレーヤーとして、道の駅ばんだい、ばんだいジオファーマーズ、観光協会等が参画するほか、磐梯町や近隣の磐梯エリア3町村DMOも参加する体制である。

b 外部専門家の役割

- ・ 地域全体のブランドコンセプト、ブランドデザイン提言、その具体化推進
(地域産品強化、自然/歴史文化資源活用各事業とブランドコンセプトの整合)
- ・ 地域の官民協働体制である「磐梯まちづくり協議会」の立ち上げの企画、支援
- ・ 地域ブランドコンセプトに連動した体制強化、機能強化支援

4 事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
4月	5日 7、8日 14日 28日	磐梯まちづくり協議会ワークショップ実施 関係者との今年度方針共有・検討 販路開拓に関するミーティング 地域プレイヤーと事業化に向けたキックオフ
5月	7日 17日 18日 26日	磐梯町関係者・専門家定例ミーティング 事業化に向けた打ち合わせ 事業者等、専門家による地域訪問 事業化に向けた打ち合わせ
6月	3、18日	自然資源を活用した施策についてのミーティング 地域情報発信についての検討ミーティング 事業化に向けた営業活動および企画検討
7月	9日 27日	歴史資源を活用した施策についてのミーティング 磐梯町関係者・専門家定例ミーティング 磐梯町長との協議 事業化に向けた営業活動および企画検討
8月	6～10日 18日 27日 31日	具体案件に向け地域プレイヤーを交えた企画検討、企画立案 地域での受け入れ体制構築、地域プレイヤーの役割分担 大手企業と商談開始 大手 IT 企業と商談開始
9月	3日 6日 7日 9日 15日 16日 28日 29日 30日	販路開拓に関するミーティング 磐梯町関係者・専門家定例ミーティング 歴史資源を活用した施策についてのミーティング 自然資源活用施策モニターツアー概要協議 都内百貨店催事への出展 販路開拓に関するミーティング 自然資源活用施策モニターツアー参加候補先との協議 自然資源活用施策モニターツアー参加候補先との協議 磐梯まちづくり協議会ワークショップ実施
10月	4日 5日 11日 12日 15日 26日 27日	星野リゾート磐梯温泉ホテルより大手企業への正式見積書提出 LAC より大手 IT 企業への正式見積書提出 自然資源活用施策モニターツアー具体案協議 自然資源活用施策モニターツアー参加候補先との協議 販路開拓に関するミーティング（道の駅） 自然資源活用施策モニターツアー具体案協議 磐梯町関係者・専門家定例ミーティング
11月	4日 8日 10日 11、12日 18～20日 23日 25日	自然資源活用施策モニターツアー具体案協議 自然資源活用施策モニターツアー参加候補先との協議 自然資源活用施策モニターツアー参加候補先との協議 自然資源活用施策モニターツアー実施（1回目） 自然資源活用施策モニターツアー実施（2回目） 磐梯町関係者・専門家定例ミーティング 歴史資源を活用した施策についてのミーティング
12月	2日 6、7日 7日 21日	自然資源活用施策モニターツアーフィードバックミーティング ふるさと財団視察・意見交換 自然資源活用施策モニターツアーフィードバックミーティング 販路開拓に関するミーティング
1月	11日 27日	販路開拓に関するミーティング ふるさと財団マネージャー報告会
2月	—	—

5 主な成果

a 磐梯まちづくり協議会体制強化事業

- ・ 専門家が磐梯町振興公社の立上げに対するアドバイスをを行い、立ち上がった。
- ・ 次年度以降を見据え、磐梯まちづくり協議会および磐梯町、磐梯山広域3町村との体制案整理をしてきたことから、広域に対してのアプローチを開始した。

ばんだい振興公社を中心としたまちづくり体制▶



b 地域産品関連の販路開拓、商品開発

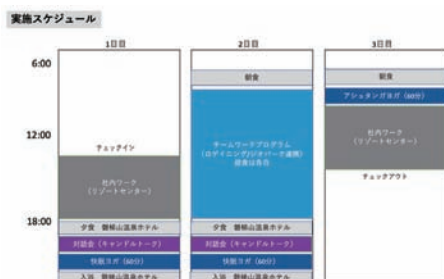
- ・ 会津域内小売店、道の駅、磐梯山温泉ホテル、磐梯山 SA、東山温泉等、地域内販路を構築した。
- ・ 東京の松屋等、地域外販路を構築した。
- ・ 地域産品の特性を活かした、事業者ロゴ・パッケージの開発支援、事業者の商品開発（シュートレン）支援を行った。

百貨店催事の模様（2021年9月実施；銀座松屋）▶



c 自然/歴史文化資源活用事業

- ・ BtoB 向けの企業研修プランとワーケーションプランのプラン設計と実施計画の作成、ならびに継続的な実施を視野に入れた事業スキームを構築した。
- ・ 企業研修プランについては主要宿泊施設である星野リゾート磐梯温泉ホテルと地域プレイヤーが連携する形で磐梯町オリジナル事業を実施できた。
- ・ 専門家により、スマートシティ等で会津地域に進出した企業十数社に対してヒアリングや磐梯町での取組提案等を行い、2社での実施に至った。
- ・ 事業化のプロセスを通じて、地域プレイヤー同士の連携が生まれ、役割分担が明確になった。実施運営を含めた地域での体制が構築できた。



企業向け研修のスケジュール



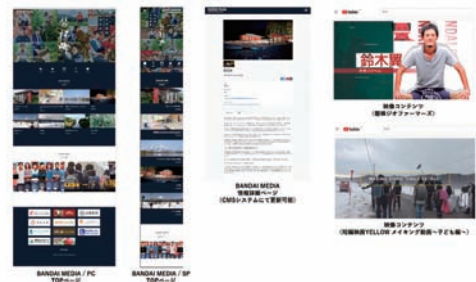
企業向け研修の様子

d 地域情報発信事業

- ・ 磐梯ジオファーマーズの情報発信力を活かした「BANDAI MEDIA」情報サイトをバージョンアップした。（SEO 対策）
- ・ 磐梯ジオファーマーズのブランディングを目的としたサイト「BANDAI GEOFARMARS」

を新設し、ジオファーマーズの産品などを販売するECを構築し、直販できる仕組みを整えた。また、トライアル企画として、ジオファーマーズをアニメキャラクター化し、サイト内ゲーミフィケーションを取り入れ、アニメをきっかけに話題性を狙った。

- ・上記両サイトの役割を分け、かつ連携させて情報発信を行うことで、磐梯ジオファーマーズの認知度向上による磐梯町全体の情報発信強化をはかった。



「BANDAI MEDIA」情報サイト

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

■「まちづくり協議会」を経て「振興公社」の立上げによる体制の強化

民間事業者自らが意思を明示したBtoBでの企業合宿（ワーケーションの取組）を今年度計画、実施した。また、町を中心とした「ばんだい振興公社」を立上げた。

今後は、地域の民間事業者と「ばんだい振興公社」を事業計画上でしっかり接続し、よりひとつの連携体制を強化していくことが必要だと思われる。

3年を経た後に3町村（広域）での取組に着手できるよう、まずは磐梯町としての「ばんだい振興公社」と民間事業者間での一体化を図りながら、広域連携の体制が出来るように推進していきたい。

■地域産品のさらなる強化・拡充と自走体制の確立

磐梯町の農産物や6次化産品の消費者視点での事業や商品開発推進・磨き上げ、について、本年度も会津近隣地域や首都圏を中心とした販路の構築に特に注力して取り組んだが、今後もそれらを継続しながら、さらに磐梯町産品を地域ブランドとして「面として」訴求していくこと、拡充・強化を課題として認識して取り組んでいくことが重要である。

令和4年度は、それと平行して、「ばんだい振興公社」が主導した活動にシフトしていけるよう、意識的に専門家からの指導・助言を得て推進していきたい。

■観光関連事業の強化

・事業実施体制の強化

企業研修の受け入れについて、企業側の要望をツアー化し、案件化する役割（営業）を今年度は専門家が担ったこともあり、その役割を振興公社などに引き継いでいくことで継続的な事業へと発展すると考える。また、引き継ぎ先が旅行代理事業者であれば、事業の幅は広がり、より事業性が高まるため、それも踏まえ体制構築を推進していきたい。

・BtoC 向け事業への展開検討

今年度はコロナ禍でもあったため、BtoB向けに特化した取り組みにより実証実施を行ったが、事業の可能性としてはBtoC向けも十分に考えられる。今後、BtoC向けの事業モデル構築についても検討していきたい。

・更なる地域プレイヤーの巻き込み強化

今年度実施に参加したプレイヤーを中心に、他のプレイヤーに広げていくことで、地域の一体感が生まれ、より継続性が生まれ、地域ブランディングに繋がると考える。そのために、上記の課題への取り組みとあわせて、他のプレイヤーの巻き込みを図っていきたい。

7 外部専門家コメント



まずは自分達でリアルにやってみる、 地域主体の実証事業

本田屋本店有限会社 プロデューサー 彦田 和 詳

■事業目的

昨年度までに核となる地域プレーヤーと共に地域資源（歴史、自然、人）を掘り起こし、地域ブランディングのコンセプトとコンセプトに沿う観光振興事業案の作成まで行っていた。今年度はその事業案の実証実施を行い、事業化に向けての課題抽出と対策検討を行い、自走に向けての目処をつけることを目的とした。

■アプローチと成果

観光振興事業案をコロナ禍の時代背景にあわせ、より限定的な環境で実施でき、感染対策防止策が徹底できる BtoB 向け事業に選択と集中を行った。具体的には、企業研修向け、企業ワークショップ向けをターゲットに定め、スマートシティ等で会津地域に進出した企業の内、十数社に対してのヒアリングや磐梯町での取組提案等を行い、2社での実施が実現した。また実現に向けて以下を取り組んだ。

- (1) 地域プレーヤー、事業者の連携強化
- (2) 地域プロデューサー（事業のまとめ役）選定と事業プロデュースのサポート
- (3) 企業研修向けと企業ワークショップ向けの提案作成
- (4) ターゲット企業へのヒアリングと取り組み提案
- (5) 実施が決定した企業と地域プレーヤーとの具体プラン内容の調整
- (6) 事業実施に向けた準備と実施運営サポート
- (7) 実施後の事業の収益性考察と自走に向けた課題抽出

■今後の展望

BtoB 向け事業の収益性は、実証事業を参考に見直すことで改善が期待される。また BtoC 向けについても、B 向け実証事業での経験を生かし今後事業化を検討する。加えて更なる地域プレーヤーの巻き込み強化も進めていく。自走に向けては課題が残る。自走スキームとして、今年度設立されたばんだい振興公社が本事業を含む観光振興事業の事業主体となることが望ましく、今後は公社が引き継ぎ、各地域プレーヤー及び事業者と連携強化を図ることが望ましい。公社との連携強化については、体制構築、産品開発、販路開拓等の面でも同様であり、公社が地域商社、DMC を担う事業推進体制の構築は次年度の重点課題と考える。引き続き自走化に向けサポートしていきたい。

北海道
厚別町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町

2-4 栃木県下野市「『東の飛鳥』による歴史文化を活かしたまちづくり事業～アフターコロナに向けて～」

事業概要

総事業費	5,645千円
助成申請額	3,763千円
外部専門家	本田 勝之助（本田屋本店有限会社 代表取締役社長） 小川 和（SAS 合同会社 代表社員）

自治体概要

人口	60,163人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面積	74.59km ²
人口密度	806.58人/km ²
標準財政規模	14,752,734千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.75（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	87.6%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室	教育委員会事務局文化財課

取組概要

事業開始時点

- 平成28年に「下野市歴史文化基本構想」を策定。その後、基本構想をもとに平成31年に「下野市歴史的風致維持向上計画」、令和2年に「下野市文化財保存活用地域計画」を策定し、市の歴史文化を活用したまちづくり事業に取り組む
- 市の歴史的特性を活かしたまちづくりを進めていくため、「東の飛鳥」と名付けて商標登録を行い、普及啓発イベントの開催、グッズの企画・販売を実施
- 市内の小中学校での歴史学習授業（ふるさと学習・里山活動）や民具、伝統産業であるかんぴょうを活用した小学校での出前授業等を行い、子ども達の郷土愛醸成を育む普及啓発事業を実施

外部専門家による支援

- ① 「東の飛鳥」の浸透・定着を目指した情報発信・広報活動の支援
 - 下野市の文化遺産の魅力を伝えるホームページの更新に関する助言
 - 「東の飛鳥」のブランディング手法の検討
 - 新たな客層の獲得に向けた講座・イベント等の企画に関する助言
- ② 文化財を活用した観光振興を目指したツアーメニューの企画に関する助言
 - 史跡地の新たな活用方法に関する助言
- ③ 郷土の歴史に関わる食材を活かした食メニュー等の開発支援
 - 下野市ならではの食メニューや商品、サービスの開発支援
 - ブランド力向上につながる商品等の開発支援

事業終了時点（成果）

- ① 「東の飛鳥」の浸透・定着を目指した情報発信・広報活動の支援
 - 下野市文化財バーチャルミュージアムについてのスマートフォン対応ページ作成
 - 東の飛鳥に関するイベントを周知するための掲示板をバーチャルミュージアムに作成
 - 文化財巡りに関するページの改訂作業
- ② 文化財を活用した観光振興を目指したツアーメニューの企画
 - 東の飛鳥ガイドショップ認定
 - 東の飛鳥シールラリー2022
- ③ 郷土の歴史に関わる食材を活かした食メニュー等の開発支援
 - 東の飛鳥幸せレシピコンテスト2022の実施



ふるさと学習の様子(左)、「東の飛鳥」ロゴマーク(右)

イベント周知ポスター

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

下野市は、古代の下毛野国の支配領域を示すしもつけ古墳群や、東国における国家仏教の拠点であった下野薬師寺跡等、東国の飛鳥時代の変遷を表す重要な文化財が存在する歴史的特性を有している。この特性を観光や教育の資源として総合的に活用した地域づくりを進めるために「東の飛鳥プロジェクト」と名付け、商標登録を行い、文化財を活用したグッズの制作やシンポジウムの開催等に取り組んでいる。

しかしながら、文化財を活用した地域づくりを進めていく中で、事業の効果が歴史ファン等の一部の人々に限られており、幅広い人々への効果的なPR方法の検討が必要ながことが判明したことから、令和2年度に本事業の外部専門家派遣（短期診断）に申請し、外部専門家よりこれまでの取組について提言を受けた。この結果、従来の発想に無い文化財や史跡公園・資料館の活用方法の検討と併せて、インナーブランディングの強化、コロナ時代を見据えた取組が課題であることが明らかになった。

短期診断で明らかになった課題の解決に向けて、インナーブランディングの強化によるファン層の拡大（関係人口の増加）を図り、事業の担い手となる人材の発掘及び育成と組織化を目的に、令和3年度の本事業への申請に至った。

b 事業の目的

本市の人口は横ばいで推移しており、市民の定住（転出超過の緩和）に関しては一定の成果を得られているが、転入者を今後も安定して増やしていくためには、産業との連携により職住が近接して暮らしやすい都市づくりが求められている。また、直接、転入につながらなくとも、交流人口から「関係人口」の増加につなげていく取組も求められていることから、第二期下野市まち・ひと・しごと創生総合戦略では4つの基本目標を設定し、達成に向けた施策の取組を進めている。また、施策の実施に加え、国の方針で示されているSDGs（持続可能な開発目標）を原動力とした地方創生の取組や本市のこれまでの取組（ブランドづくり、シティプロモーションなど）を活かした「関係人口」の創出・拡大への展開、民間との協働、誰もが活躍できる地域社会の形成等、新たな視点による事業の展開も積極的に推進することを目指す。

上記を踏まえ、第二期下野市まち・ひと・しごと創生総合戦略における関連事業を「東の飛鳥プロジェクト」における文化財の活用事業に位置付け、文化財の新たな活用方法や外部に対するPR手法について官民協働で検討し、地域の人々の誇りとなる「東の飛鳥ブランド」による観光

北海道
厚岸町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
熊伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美まよし町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町

や地域産業の振興を図る。

2 事業実施内容

a 「東の飛鳥」の浸透・定着を目指した情報発信・広報活動の支援

東の飛鳥に関する情報発信強化のため、スマートフォン対応ページを作成し、WEBを活用したツアーマップの公開を行うとともに、市内の観光スポット情報や東の飛鳥関連イベント等の情報発信機能を有する情報掲示板を構築した。

また、観光自転車等を活用して観光スポット・店舗等と併せて付近の文化財を回るシールラリーを活用した市内周遊型のツアーを開催した。後述するガイドショップ（下野市観光協会・しもつけ風土記の丘資料館・三王山ふれあい公園・グリムの館・10picnictables・道の駅しもつけ・大松山運動公園）をシールラリースポットに指定することで、観光客の周遊を促した。

b 文化財を活用した観光振興を目指したツアーメニューの企画

東の飛鳥の情報発信を担う地域人材として、市内の公共施設等をガイドショップとして認定し、シールラリースポットを設定したほか、市内を周遊するためのガイドブックを配架し、トイレ等の便益施設の提供やガイドブックの配付を依頼した。

c 郷土の歴史に関わる食材を活かした食メニュー等の開発支援

古代、当地域においては、下野薬師寺や下野国分寺・尼寺の僧侶が薬師（医師・薬剤師）として地域の健康（医療）を担っていたという歴史的特性を活かして、「健康で幸せになれる」をテーマに、地域の食材を活かした食メニューの募集を行った。

4

事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
4月	15日	年間スケジュールの打合せ・現地視察
6月	21日	市役所関係課及び民間事業者課題ヒアリング（下野市役所）
7月	29日	地元事業者・専門家との事業内容の検討・ふるさと財団現地視察
9月	17日	① 地元事業者・専門家との事業内容の検討（下野市役所） ② 市役所関係各課、市民とのワークショップ（下野市役所） 専門家からの事業説明等の後、グループに分かれて今後の取組みの方向性についてワークショップを実施した。
10月	14日 26日	地元事業者との事業内容の検討（下野市役所） 地元事業者・専門家との事業内容の検討
11月	26日	① 地元事業者・専門家との事業内容の検討（下野市役所） ② 市役所関係各課、市民とのワークショップ（下野市役所） 専門家からの事業説明等の後、グループに分かれて今後の取組みの方向性についてワークショップを実施した。
12月	3日	市文化財課、地元事業者との事業打合せ（しもつけ風土記の丘資料館） 今後実施する事業についてのスケジュール確認等を行った。
1月	20日 27日 5～31日	事業報告会打合せ 事業報告会参加、講評 ① 東の飛鳥シールラリー2022の実施（～2月13日まで） ② 東の飛鳥レシピコンテスト2022の実施（～31日まで） ③ 文化財ホームページ更新業務完了
2月	14日	東の飛鳥レシピコンテスト2022審査会の実施

5 主な成果

a 「東の飛鳥」の浸透・定着を目指した情報発信・広報活動の支援

① 文化財ホームページ更新業務

次年度以降に向けた市内の周遊促進と来訪者増加の土台を構築するため、市の文化財を紹介するホームページとして運用している下野市文化財バーチャルミュージアムのスマートフォン対応ページの作成、東の飛鳥に関連するイベントを周知するための掲示板機能の追加、市内の文化財を巡るための文化財マップの機能強化を実施した。



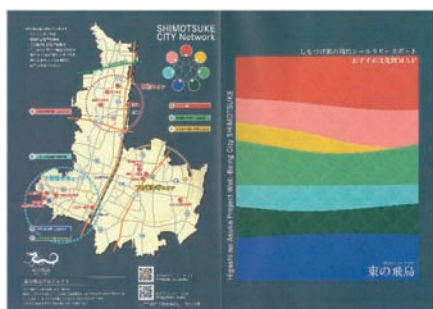
文化財バーチャルミュージアム
市内文化財体験コースページ

② 東の飛鳥シールラリー2022の実施

道の駅等の市内の観光施設と連携し、観光自転車等を活用した市内観光施設と近隣の文化財を巡るためのシールラリーを令和4年1月5日から2月13日まで実施した。7か所のスポットを設定し、合計1,000部の台紙を配置した。シールを5枚以上収集した参加者に天平の丘公園（10picnictables）にて記念品を贈呈した。

b 文化財を活用した観光振興を目指したツアーメニューの企画

東の飛鳥シールラリー2022実施に伴い、道の駅しもつけ、三王山ふれあい公園、グリムの館、大松山運動公園、しもつけ風土記の丘資料館、天平の丘公園（10picnictables）、オアシスポッポ館の7か所を東の飛鳥ガイドショップとして認定し、シールラリーに必要な業務の協力を依頼した。また、シールラリーを補助するためのガイドブックを制作し、ガイドショップにてシール台紙やシールとともに配付した。令和4年2月7日時点において、シールラリーを終えて記念品を受領した参加者の人数は191名となった。



東の飛鳥シールラリーガイドブック

c 郷土の歴史に関わる食材を活かした食メニュー等の開発

東の飛鳥を多くの人に知ってもらうため、市の歴史をイメージした料理レシピコンテスト「東の飛鳥レシピコンテスト2022」を実施した。古代の下野市の周辺には地域の人々の健康（医療）を担う僧侶が多く活動していたという歴史的な背景があることから、「健康で幸せになるレシピ」をテーマに令和4年1月31日まで郵送、SNSにて募集した。2月7日時点でのレシピの応募件数は40件となった。なお、今年度の応募レシピは次年度に市内飲食店での商品化や学校給食化、レシピ集の作成を予定している。



レシピコンテスト応募作品（一部抜粋）

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

コロナ禍により当初実施を予定していた事業内容を変更する事態が生じたが、専門家のアドバイスやワークショップでのまちづくり事業に携わる地域プレーヤーとの意見交換によって、次年度以降の事業を推進していくための合意形成を図ることができたほか、将来まちづくりの核となる担い手の獲得や育成のきっかけを作ることができた。引き続き事業を推進していくため、定住の促進、市の特産品（農産物）の活用等の事業について、さらなる展開を図る。また、ワークショップによる市民の巻き込みを実施することで市民との様々な関係性を構築し、行政主導のまちづくりから市民主導によるまちづくりへと移行できるよう、市民の自主的な活動を促す運営体制を整備していく。

今年度の取組みを通して、歴史を活用したまちづくりをさらに進めていくためには、市の歴史を現代の生活に合わせて上手に翻訳し、地域に根付いた精神性や価値観を発信していくことが大きなポイントであることから、次年度は「東の飛鳥」を幅広く周知するためのコンセプトテーマの磨き上げを進めていきたい。

7 外部専門家コメント



地域プレイヤー連携による 「東の飛鳥」地域ブランディング

SAS 合同会社 代表社員 小 川 和

事業概要

下野市は、飛鳥期の東日本における重要な文化財が存在する歴史的地域です。これらの歴史的資源を観光等の資源として活用した地域づくりを進めるために「東の飛鳥プロジェクト」と名付け、2020年に本市文化財保存活用地域計画の策定・認定された後、それを土台として、商標登録、文化財を活用したグッズの制作、シンポジウムの開催等、各種取組を展開してきました。

本事業においても、これら、下野市の特徴的な資源である歴史・文化を活用し、以下の3点を展開するものとなっています。

- ① 「東の飛鳥」の浸透・定着を目指した情報発信・広報活動
- ② 文化財を活用しての観光振興を目指したツアーメニューの企画・実施
- ③ 郷土の歴史に関わる食材を活かした食メニュー等の開発・展開

地域の抱える課題、及びそれに対するアプローチ

文化財活用に限らず、地域活性化のためのプロジェクトにおいては、地域内の事業者や住民等プレイヤーの参画、官民連携・協働での体制づくりが重要となりますが、下野市においては、活発に活動する地域プレイヤーが散見されるものの、個別活動に終始し、官民連携・協働での体制づくりの点が弱い、という課題があります。地域内外への訴求、PRの不足することによる認知不足、という現状も、地域がまとまって活動することが足りない、という課題が影響しているものと考えられます。

そうした課題認識から、実施計画にある、観光、食、情報発信の各種事業を推進しながら、その基盤としての地域プレイヤー複数と官民による体制づくり、彼らメンバーによるブランディングコンセプトの検討・設定、を進めることとし、年度末には地域プレイヤーと共に数度のワークショップを実施、事業の目標やコンセプトの検討を行ってきました。今後、メンバーの地域プレイヤーを介して、下野市内でのインナーブランディング、下野市外に対するアウトターブランディング、のそれぞれを継続的に強化していくこととしています。

取組を通じて得られた成果

上述の通り、今期は官民共同での体制づくりを重視し、地域プレイヤーの見出しと体制づくりに取り組み、けん引役となる地域プレイヤー、けん引役をサポートするその他のプレイヤーの見出しを行うことができました。けん引役となるプレイヤーは従来から、地域を盛り上げる活動を活発に行われており、また、複数のプレイヤーによる地域ブランディングに対する思いも強いことから、本事業にも適した、今後の活動に向けたキーになる人材を得ることができたと考えています。

次年度以降、この活動結果と体制基盤のうえに、地域の持つ特性や歴史的背景を現代価値につなげたブランディングをはかりながら、食、観光、情報発信などの活動とともに、地域プレイヤーの巻き込みの拡大・強化を進めて、地域自走の強化をはかっていきます。

北海道
厚岸町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町

2-5

群馬県中之条町「農業公園構想を活用した農業担い手就農就労型推進」

事業概要

総事業費	9,721千円
助成申請額	5,859千円
外部専門家	塚田 佳満（株式会社DMGフォース 代表取締役） 三好 崇弘（有限会社エムエム・サービス 代表取締役）

自治体概要

人口	15,553人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面積	439.28km ²
人口密度	35.41人/km ²
標準財政規模	6,176,472千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.39（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	89.5%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室	農林課

取組概要

事業開始時点

- WITH コロナの事業推進
- 地域に様々な資源が散在
- 生産者が積極的に活動
- 中之条ガーデンズ整備中
- 地域担い手人材の不足
- 新規ビジネス創出の優先順位が未整理

外部専門家による支援

- 国際的プロジェクト管理手法による活動推進
- NPOの立ち上げ支援
- フードラボの立ち上げ支援
- 大学生・地域外関係者・団体との接点づくり
- 地域お取り寄せ品の開発

事業終了時点（成果）

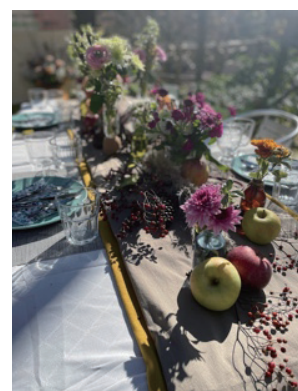
- コロナ影響をコントロールしたプロジェクト推進で事業実行
- NPOでの運営開始
- フードラボとソーラーシェアリング設備の具体化
- 駐日大使館との関係づくり
- SDGsを実現する特産品づくりの具体化



中之条ガーデンズの施設



地域外若者の参加



花のポップアップレストラン



隣接するりんご生産者



フードデザインコンペ



ソーラーシェアリングづくり

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

中之条町では、人口ビジョンの独自推計値2020年16,455人に対し、すでに人口数は下回っており、人口減に歯止めがかかっていない深刻な事態である。

街中のイベントである中之条ビエンナーレは1ヶ月遅れで縮小開催され、健康を重視した温泉観光との連携を進める国際的なトレイルラン大会や、町中リレーマラソン大会などは中止となり観光客の回復も見通しが立たない状況である。

町での雇用促進策として最も現実的な方法は、本年度農家有志で地域マネジメント組織として結成された NPO 中之条コネクトを中心に地域住民・事業者の活力と豊かな農地を生かした農業の振興であると改めて認識し、農業の振興と観光の融合という新たな産業創出が必要になっている。

b 事業の目的

本事業は、中之条町で取り組んできた＜自然保護活動・再生エネルギー活用・文化芸術支援＞などのイメージ資源・温泉地を目的とした観光客を合わせ交流人口140万人を活用し、課題である産業振興を解決することを目的としている。

With コロナ時代における町の雇用促進策として最も現実的な方法は、豊かな農地を生かした農業の振興と改めて認識し、オンラインを活用できる次世代担い手人材づくりと中心市街地の空き店舗活用などにつながる農商業の連携した新たな産業創出が必要と考えている。

そこで、美野原地区の200ヘクタールの農地の中心に位置する「中之条ガーデンズ」を活用し、現状の観光ガーデンから生産・商品開発の拠点、中山間地の農業のハブとして位置付けた。その上で、独自の「美野原農業公園」構想の推進により地域生産品の特産品として加工販売までを手がけ、地域の産業を振興していくこと、その元となる農業の担い手育成の持続的な仕組みをつくることを喫緊の課題として取り組むものである。

北海道
厚岸町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利鹿児島県
北利

2 事業実施内容

a 全体管理（推進組織）

全34回のオンライン会議を開催。コロナ対応から現地6回の委員会開催計画から、毎週のオンラインで実施に変更して実施した。

b 地域関係事業者アプローチ・全体管理

中之条コネクットの職員として、現役大学生の地域おこし協力隊の活動がスタートし、NPO申請の準備活動から担当し、マネージャーのサポートなど関係者の支援で申請設立に至った。

9月設立後、本格活動を進めた。

c 商品開発、販売の実施（「食のビエンナーレ」期間限定レストラン開催）

7月からの募集を開始グローバルフードデザインコンペの参加者募集を実施し、11月に表彰式を開催した。

コロナ対応のため、「食のビエンナーレ」期間限定レストランを宿泊事業者の中庭で限定して実施した。

d ブランド販売戦略づくり

再エネルギーを使ったブランドづくりの構想も地域電力会社との連携で実施可能なことが判明しSDGsに沿った地域ブランドのイメージ作りを実施した。

e 次世代の農業研究活動（実証農園の整備）

ソーラーシェアリングの候補地を選定し、設置組み立て体験会を実施し設置組み立て後、関係者での視察を実施。吾妻中央高校との協議もすすめた。

f 地域事業者連携小さな加工（工房）整備

中之条ガーデンズの施設一部を再整備するフードラボの委員会を開催し、設備の方向性の合意形成を実施した。

g 「中之条地域マネジメント組織」事業構想事業計画の整備

「中之条コネクット」のNPO認証申請書類の整備に伴い、今後3ヶ年の活動計画、事業計画を作成した。

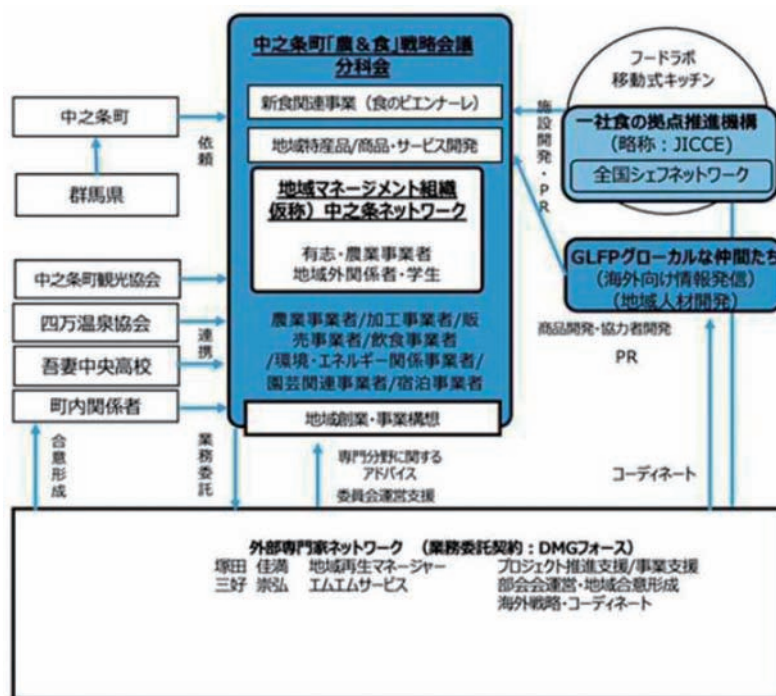
h 運営組織の資金調達検討

中之条コネクット設立後、産官学金の推進体制の構築を開始した。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

農業生産者、加工業者、観光事業者などが参加する中之条「農&食」戦略会議内に計画書にもとづく事業の専門委員会から、地域の農家を中心としたNPO法人中之条コネクトが発足し、10月から事業推進の中心となっている。

b 外部専門家の役割

- ・プロジェクトの推進・関係者の合意形成
- ・プロジェクトの品質管理マネジメント
- ・フィジビリティースタディーの企画・実施のサポート
- ・グローバル展開のサポート 海外シェフなど地域外関係者・大学生などの連携促進
- ・商品開発の助言・サンプルの提供
- ・持続可能性を強化する、地域外の組織・団体などの紹介・連携サポート

4 事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
4月	1日 8日 10、11日	第1回オンライン定例会開催（以降12月まで34回開催） 第1回フードラボ検討委員会開催 第1回地域プロジェクトマネージャー研修会開催（13名参加者）
5月	11、20日 22、23日	フードラボ検討委員会開催 第2回地域プロジェクトマネージャー研修会開催（14名参加者）
6月	17日 18、19日 26日	地域事業者訪問活動 ポップアップレストラン実施意見交換など 六合地区関係者訪問（ラムサール締結地・芳ヶ平湿原1泊2日） 地域プロジェクトマネージャー研修会商品開発専門研修実施
7月	23～25日 29日	「中之条ネクスト次世代育成ツアー」開催。大学生ら4名 第2回グローバルフードデザインコンペ募集開始
8月	29～31日	美野原農業公園構想マスタープランの構築着手（9月末まで） ネイチャー型（自然資源活用）の地域づくり専門家育成研修会開催（オンライン×現地中継）
9月	21日 22日	ソーラーシェアリング実証圃場候補地 整備作業 中之条コネクト理事会 財団アドバイザーとの意見交換を実施 中之条コネクト理事会
10月	20日 27日 30～2日	「グローバルフードコンペ」締め切り 料理人オンラインプレゼンテーション ネイチャー型（自然資源活用）の地域づくり現地研修会（中止）
11月	9、10日 10日	グローバルフードデザインコンペティション表彰式 沢渡温泉食のアートフェスティバル実証ポップアップレストラン
12月	8日 16日 16日	実証圃場候補地にてソーラーシェアリング設備設置体験会の実施 ソーラーシェアリング地域関係者視察会実施 第34回オンライン定例会（年度最終回）開催
1月	13日	（オンライン定例会議を開催。来年度新組織の活動を検討）

5 主な成果

a 全体管理（推進組織）

コロナ禍により、会議開催方式を毎週のオンラインに変更した。10月からは設立された NPO 中之条コネクト事務局の運営に移行することができた。

b 地域関係事業者アプローチ・全体管理

地域の宿泊事業者がグローバルコンペ審査員として参加するなど、事業に参画が進み宿泊事業者への地域生産物の供給の具体的な声につながった。

地域体験会が継続開催され、若者受け入れの新たな宿泊施設事業者と連携した。また、六合地区にてネイチャーガイド講習会を開催し連携が進んだ。

地域生産品・特産品を紹介する地域農家のウェブや SNS の整備体制が宇都宮大学の学生の協力を得て整えることができた。

c 商品開発、販売の実施（「食のビエンナーレ」期間限定レストラン開催）

グローバルフードデザインコンペに31作品がエントリーし、地域生産物から SDGs を配慮したビーガンパエリアなど世界のシェフの協力で特産品レシピが開発された。

「食のビエンナーレ」期間限定レストランを実施したところ、好評を博した。その結果、次年度「食の国際アートフェスティバル」として開催する予定となった。



グローバルフードコンペ

d ブランド戦略づくり

期間限定レストランの実施時期が、地域の花弁生産のピークタイミングと重なり、大量の花に囲まれた食事場所など新たなブランド作りに活かすことができることが判明した。

再エネルギーを使ったブランドづくりの構想も地域電力会社との連携で実施可能なことが判明し、SDGs に沿った地域ブランドの合意ができた。



ポップアップレストラン

e 次世代の農業研究活動（実証農園の整備）

SDGs 取り組みにつながるソーラーシェアリングを地域の生産者、関係者が実物を確認できたことで、具体的な設置や不耕作地への活用など検討の機運が生まれた。

f 地域事業者連携小さな加工（工房）整備

中之条ガーデンズの施設一部を再整備するフードラボの委員会が3ヶ月にわたって開催され年度内の設置が確定した。来年度から、地域マネジメント組織「中之条コネクト」が施設の運営や商品開発の推進を担うべく調整中となっており、令和4年4月から稼働予定となっている。

g 「中之条マネジメント組織」事業構想事業計画の整備

「中之条コネクト」のNPO認証書類の整備に伴い、今後3ヶ年の活動計画、事業計画が作成され活動をスタートしている。

h 運営組織の資金調達検討

産官学金の推進体制の構築が進み、地域の体験観光のコンテンツを提供する農業・アウトドア・自然再生エネルギー施設を生かした体験型観光運営などを推進するローカル10000プロジェクトへの申請準備に入ることができた。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

① 地域マネジメント組織の組織力の強化

「中之条コネクト」という地域住民主体の地域マネジメント組織が公式に立ち上がった。中之条コネクトが担う地域づくりマネジメントという目標を達成するには町の事業委託先として十分な運営体制と人材の充実、更に、様々な事業実行体制を構築することが必要不可欠である。

② 美野原農業公園構想の長期的なビジョンに基づく新たな地域資源の認識づくり

昨年よりキッチンカーやオンラインイベントなどさまざまな活動を進めてきたが、その最終的な目標でもあり基幹計画でもある「美野原農業公園構想＝大きなビジョン」をNPOなど関係者から広く地域住民に共有を進め、事業完了年度に向けて具体的に持続可能な収益事業を立ち上げ、検証しNPO事業を離陸させるため、町と民間事業者が連携し推進する予定である。

7 外部専門家コメント

農業と観光ガイドを副業とする新たなパラレルキャリアの就労スタイルにチャレンジ、地域の将来が明るくなる魅力的な事業推進組織 NPO「Nコネ」が地域の光に



株式会社 DMG フォース 代表 塚田 佳満(写真左)

有限会社エムエムサービス 代表 三好 崇弘(写真右)

■事業概要

本事業は、中之条町の農業の持続的な発展と魅力ある地域づくりとして美野原地区をモデルに民間事業者により地域の特産品を生産から加工・販売まで観光と農業で地域ぐるみの連携を醸成、農業担い手育成と地域連携をマネジメントする持続的な仕組みを構築する事業です。2年目として、地域生産者及び観光や行政までを含めた地域マネジメント組織である NPO 法人「中之条コネクト」（通称 Nコネ）が発足しました。本年は、オンラインの活用による若手人材発掘をさらに進め、世界レベルのフードデザインコンペ開催などを、外部人材主導から新組織「Nコネ」による地域主体の取り組みとして実施、また、商品開発やテスト販売の拠点となるフードラボを町の施設（中之条ガーデンズ）内に設置する委員会開催で合意形成、他の地域（六合地区）の湿原保護地を生かした観光人材研修や拠点構想づくりなど、町全体の地域づくりの構想・運営基盤をつくりました。コロナで停滞していた、地域内の教育機関（中学・高校）との連携に向けた協議も Nコネ設立によりスタートできました。

■抱える課題とアプローチ

持続的な地域の担い手育成には、地域に根付いた地域マネジメント組織が必要不可欠としてスタート初年度の活動を通じ地域での機運が高まり、行政の積極的な支援もあり3か年での設立計画を1年前倒して NPO 法人「Nコネ」の設立に至りました。一方、前倒しの弊害として、農業生産者が中心となり、観光や行政も参加する「地域参加型」の地域マネジメント NPO 組織は全く新しい概念であり、NPO 運営した経験もなく、またイベントや商品開発を行政以外の事業者で行った前例もあまりなく、また経営基盤（人材・財政・施設含む）も走りながら考える弱いものでした。さらに活動はモデル作りの視点から、町の一部の参加しかなく、例えば将来の人財育成を担う地域の高校などの教育機関・地域全体でみれば六合（くに）地区の活動がほぼなく地域全体の動きになっていないことが課題でした。

そこで、Nコネの組織力強化については、従来の外部人材がリードするやり方ではなく、「Nコネ」が主体的に判断し推進、各活動は N コネのメンバーがリードし、外部人材はそれを見守り、必要に応じて十分なサポートをするという形にしました。特に人的運営基盤についても、初年度事業で実施した研修会から地域おこし協力隊が大学在学中に参加できることになり、着任する人物により成果に影響が出やすい地域おこし協力隊員の活用を、大学や教育機関と連携することで、『人が入れ替わっても成果が地域に残るモデル新しい就農就業人材育成活動』中之条アカデミー事業の着想につながりました。次年度、確実にモデルが機能し「協力隊員がいなくなった」としても成果が地域に残る検証が残っています。一方、地域で1,500万円以上の解体費用が問題となっていた農業研修施設「ふれあいの森」旧キャンプ場施設を『再活用し解体費用を長期で民間組織が生み出す』という宿泊も含めた地域担い手研修活動拠点施設を整備するアクションプランができました。この2つの大きなチャレンジがこれからの取り組みとして課題が残っています。

■取組を通じて得られた成果

新組織「Nコネ」は、すでに、地域の地域イベント（マルシェ）の活動に取り組んできており、行政との連携もコロナ対策事業の受託、「子ども農山漁村交流プロジェクト」の受け皿団体としての活動が予定されており、長期での農業担い手育成がスタート、「農業×観光の民間事業」を確立し自立が期待されます。今後は地域主体の町づくりをリードする組織として活動が具体化、休眠状態である「ふれあいの森」を再活用、農業と観光ガイドを副業とする新たなパラレルキャリアの就労スタイルなど、地域の将来が明るくなる魅力的な事業の推進事業組織そのものが成果と考えます。

2-6 東京都あきる野市「東京五日市せせらぎ暮らしプロジェクト 持続可能な地域活性化に向けた新たな人材発掘と育成事業」

事業概要

総事業費	9,910千円
助成申請額	5,909千円
外部専門家	國廣 純子（あきる野市五日市タウンマネージャー）

自治体概要

人口	80,221人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面積	73.47km ²
人口密度	1,091.89人/km ²
標準財政規模	16,561,478千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.72（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	99.3%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室	商工振興課

取組概要

事業開始時点

- 五日市活性化戦略委員会のメンバー勧誘、運営改革検討
- 空き店舗対策事業の定例化に向けたチーム編成検討
- 情報発信事業の自立化へ向けたチーム運営検討
- まちづくりを推進するための組織に関する基礎的な検討開始

外部専門家による支援

- 五日市活性化戦略委員会の活動を通じたメンバー OJT
- 空き店舗見学会実施
- 空き店舗見学会オンライン配信ツールの新規実施
- 建築アドバイザーの育成
- 五日市まちづくり通信の編集発行
- 五日市まちづくり通信の複数の SNS 連携強化
- IT コミュニケーションを活用した記者活動支援
- まちづくり先進地視察（市有地活用事業、まちづくり事業）
- パブリックスペース整備事例視察

事業終了時点（成果）

- 五日市活性化戦略委員会の新体制へ向けた運営改革
- 空き店舗対策事業の事業リーダー育成完了
- 情報発信事業の事業リーダー育成完了
- まちづくり協議会の来年度の秋に設立へ向けた地域全体を巻き込んだ具体的な合意形成プロセスへ



五日市まちづくり通信の制作運営と人材育成のための OJT



まち歩き空き店舗見学会の運営と人材育成のための OJT



まちづくり協議会設立へ向けた具体的議論の推進

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

市と協働でまちづくりに取り組んでいる五日市活性化戦略委員会(以下、活性化委員会という。)や商店街組織である五日市商和会では、長年、地域活性化を目指した活動をしてきたが、イベントの実施が主となるばかりで、地域課題の分析とそれに伴う状況を改善できる事業活動の自立的な推進ができなかった。

このような背景から、市街地の課題を正確に分析し、地域再生に効果的な事業を立案しながら人材発掘や育成支援をサポートしてくれる外部専門家(タウンマネージャー)を受け入れる必要性が高まり、地域活動者の要請から当該事業の実施に至ることとなった。

b 事業の目的

都心からも通える自然環境に恵まれた立地を生かしながら、市街地の新たな魅力創出を行い、五日市流の「住みたい・働きたい(開業)・遊びたい」を叶える目的地として、未来世代に選択してもらえるような地域プロデュースのために必要となる事業、チーム編成を外部専門家がを行い、地域のメンバーに対して OJT 支援をしながら自立的なまちづくり事業を運営できるようにする。

また、地域の若手や女性、クリエイターなどの多彩な人材を持続的にまちづくりに寄与してもらえる環境づくりのために、市や商工会、商店街組織などを含めた関係者のなかで合意形成を図り、自立的なまちづくり組織の設立に向けた研究や具体的な組織設立の推進を外部専門家が支援する。

北海道
厚別町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利海町

2 事業実施内容

a 空き店舗・空き家対策事業

五日市市街地の空き店舗に関する課題は、以下の3点に集約できる。

- (ア) 商店主の高齢化による廃業が相次ぎ、空き店舗が増加しているが、第三者へ物件を貸し出す所有者が少ない
- (イ) 供給される賃貸物件があっても物件状態と賃貸価格が活用希望者の希望に合わない
- (ウ) 市街地に事業者が活用できる駐車場の確保が困難

こうした背景を踏まえ、ハード整備課題の検討を並行しつつ、定期的な空き店舗・空き家所有者への調査を通じた物件の賃貸交渉、地元の不動産会社との連携推進、見学会の企画実施や開業希望者と所有者のマッチング、創業支援につながる一連の流れを外部専門家が総合的に支援し、一連の空き店舗対策事業を企画運営できる地域人材の発掘と育成を実施する。

b 情報発信支援事業

五日市エリアに在住の方々は地域の安定した生活の中で、市街地の新しい動きにも無関心であり、観光来街者や新しい移住者と地元との接点も少ない状況が続いている。五日市をめぐる様々な立場の方が市街地への関わり、交流機会を作るきっかけとして、大きな意識改革が必要なのは地域住民側であると仮説を立て、地域新聞である「五日市まちづくり通信」の発行とそれに連動した複数 SNS の運用による、まちづくり機運を高める情報発信を仕掛ける。同時に、市民有志を記者として育成し、移住クリエイターとの制作協働、編集企画など様々なスキルアップを外部専門家が総合的に支援し、自立的な情報発信媒体の運営チーム育成を行う。

c 仕組み化支援事業

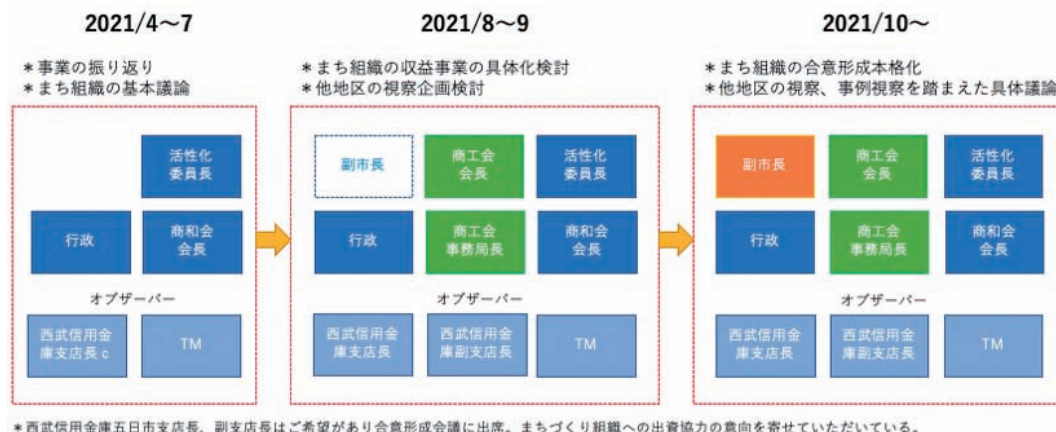
地域人材を発掘し、まちづくり事業に関わってもらいながら、自立運営が可能なチームとして育成支援する一方で、こうした活動をまちとして持続できる環境を構築するため、市や商工会、商店街組織などを含めた関係者のなかで合意形成を図り、自立的なまちづくり組織の設立に向けた研究や具体的な組織設立の推進を外部専門家が支援する。まちづくり組織の設立については、幅広い選択肢があり、視察や勉強会を実施しながら、五日市にふさわしい組織づくりを目指し、市街地整備課題(五日市ひろば整備、市街地駐車場整備など)を位置付けていくことを目標とする。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図

合意形成検討の体制



b 外部専門家の役割

(ア) 空き店舗・空き家対策事業

空き店舗・空き家の所有者へ直接コンタクトをする調査や賃貸提供に向けた物件交渉のノウハウ供与、地元不動産会社の協力や連携推進の助言、見学会実施やオーナーとのマッチング、創業相談につなげるまでの事業化の総合的支援、地元活動者の育成支援を行った。

(イ) 情報発信支援事業

紙面やSNSなど各種ある情報発信ツールのうち、効果のある発信方法や投稿の作り方、また、利用する世代の分かれている複数のSNSをどのように連動させて更新するかなどについて、地域のメンバーが自発的かつ継続的に情報発信できる力を身につけることができるような指南を各メンバーに対して個別に支援を行った。

(ウ) 仕組み化支援事業

安定して「空き店舗・空き家対策事業」や「情報発信事業」の活動が遂行できるような体制や環境づくりについて、自立運営に向けて来年度の準備を進めたほか、合意形成の基盤となるまちづくり協議会設立を目指す方針を固めていけるよう支援を実施した。また、具体的にまちづくりを推し進める合意形成の基盤の強化に向けて、中心メンバー（市、商工会、活性化委員長、五日市商和会長ほか）のための知識習得や先進地視察など、地域をリードする立場の人間への支援を重点的に行った。

4

事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
4月	<5日稼働>	*事業開始に向けた、各関係者との調整会議等
5月	<16日稼働> 10日 11日 17日	*行政担当者の複数交代に伴い事業主旨や推進意義の再レクから開始 ふるさと財団顔合わせ 活性化委員会（定例会議） 商店街リノベーション事業定例会議（空き店舗対策及び仕組み化検討会議）
6月	<16日稼働>	*情報発信事業、空き店舗事業各自立運営化へ向けた OJT 支援等
7月	<15日稼働> 6日 9日 13日 28日	*情報発信事業、空き店舗事業各自立運営化へ向けた OJT 支援等 活性化委員会（定例会議） 空き店舗対策会議 ふるさと財団現地調査 商店街リノベーション事業定例会議
8月	<15日稼働> 5日	*まちづくり組織設立へ向けての協議本格化 商店街リノベーション事業定例会議（商工会関係者への会議参加要請）
9月	<21日稼働> 9日	*引き続きまちづくり組織設立へ向けての協議準備、各事業現地支援のほか、 中間報告書の提出を含む 活性化委員会（定例会議）
10月	<18日稼働> 12日 18日 29日	*まちづくり組織設立へ向けての協議本格化 市街地整備のための都内先行事例の視察 （下北沢 bonus track、南池袋公園、イケ・サンパーク） 商店街リノベーション事業定例会議 商店街リノベーション事業定例会議
11月	<12日稼働> 8日 12～14日 15日 17日 30日	*まちづくり組織設立へ向けての協議 活性化委員会（定例会議） まち歩き空き店舗見学会（現地ツアー 2日間、オンラインツアー 1日間） まちづくり協議会・組織設立のための先進地視察 （青梅市中心市街地活性化協議会、株式会社まちづくり青梅） 商店街リノベーション事業定例会議（視察振り返り） 活性化委員会（班長会議キックオフミーティング）
12月	<6日稼働> 8日	*まちづくり組織設立をまちづくり協議会、来年（秋）の設立へ方向性をシフトさせての継続協議本格化 商店街リノベーション事業定例会議 （まちづくり協議会の設立へ向けた具体的スケジュールの組立て）
1月	<5日稼働> 12日 14日 18日 19日 27日	*まちづくり協議会の来年（秋）の設立へ向けた具体化協議 商店街リノベーション事業会議（活性化の改革） 活性化委員会（定例会議） 活性化委員会（班長会議：次年度事業や体制検討） 商店街リノベーション事業定例会議 （まちづくり協議会の来秋設立へ向けた具体的な段取り確認） ふるさと財団報告会

5 主な成果

a 空き店舗・空き家対策事業：空き店舗の定例調査開拓

- ・上半期の物件調査実績5件のうち、賃貸同意物件の3件については、それぞれ見込みのありそうな活用希望者の過去リストへの連絡を実施。物件情報及び建築・改修行為に伴う法的注意事項レポートの提供を行った。

b 空き店舗・空き家対策事業：空き店舗見学会の定例実施

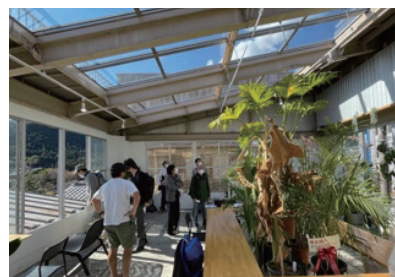
- ・空き店舗見学会は、新型コロナウイルス感染症の感染対策により、少人数限定ツアーと配信によるオンライン内覧で実施。空き物件ツアーには、21人の参加があった。SNS広告により、関東地方一円で見学会情報を広報したところ、多摩地区内での開業検討者以外にも潜在的に移住及び開業ニーズが広範囲に存在することが分かった。



空き店舗見学会の様子

c 空き店舗・空き家対策事業：空き店舗活用開業者の支援

- ・昨年度、市のサテライトオフィス等を設置するための改修補助金を活用して改修された建物について、その活用者を公募したところ、地元から3件の応募があり1階がカフェ、2階がコワーキングスペースとなる企画が通過。外部専門家が、コワーキングスペースの契約書作成などを支援。1階のカフェは、6月にオープン。2階のコワーキングスペースは、10月に開業し、様々な団体と交流する場にもなっている。



コワーキングスペース

d 情報発信支援事業：五日市まちづくり通信 紙版編集チーム育成

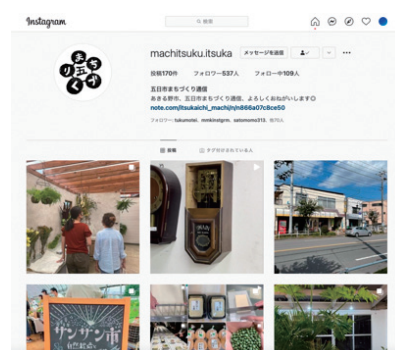
- ・編集会議を毎月1日に開催し、取材活動は5人の記者が毎月1本ずつ執筆をすることになっている。活性化委員会の事業告知などの記事を各担当班長が書くなど、編集体制面では自主自立体制の構築ができた。



編集チームの様子

e 情報発信支援事業：五日市まちづくり通信 SNS 発信

- ・現在、五日市まちづくり通信では、SNS 4 メディアを連結して稼働している。令和 2 年 3 月までは、Facebook を中心とした投稿をしており、twitter や instagram との連結はイベント開催時などに限られていた。SNS 連結が進むにつれて、instagram のフォロワーが約 5 倍に伸びた。これまでの紙媒体での情報発信から、今後は SNS 投稿を積極化してルーティーンを構築する。



Instagram (Facebook と連結)

f 仕組み化支援事業：商店街リノベーション事業会議の実施

- ・仕組みづくりに関する会議体は、当該事業の総合的な調整を図る目的もあり、ほぼ同一のメンバー(市、活性化委員長、五日市商和会長、建築アドバイザー、外部専門家、西武信用金庫五日市支店)で協議を実施。空き店舗に関する事業の進捗報告の会議なども兼ねている。市民にとって有益な市街地整備を改めて認識してもらうために視察を計画し、市街地整備の参考となる都内先進地や小規模なまちづくり組織を運営する先進地の視察を実施した。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

令和 3 年度の外部専門家派遣事業により、五日市市街地が再生に向かうための商業・居住に関する環境整備、にぎわいの創出、人材育成など、個別の事業を行いながらハード及びソフト面における市街地課題はほぼ整理し尽くす見通しであり、様々な課題の優先順位も整理しつつある。具体化可能な時間軸を見極めながら各事業を推進していくためには、これまでどおりの有志による人的マネジメントによるプロジェクト推進だけでは、持続性にも限界がある。長期を見据えたまちづくりへの直接貢献を限定的なものにしないため、長期的な視野で市街地整備を目指し、新たな合意形成のために地区専用のまちづくり協議会の立ち上げを来年度の秋に予定して調整を進めていく。これらは合意形成の基盤を構築するためであり、市街地整備が協議会設立だけで実行できるわけではない。将来は、市街地整備事業を実際に執り行う組織づくりは不可避である。地域としてどのように財源を確保し、事業主体を定めて各整備事業を遂行し、その中で育成して来た人材を登用し、効果的な事業として連携を進めていくのか、その先の新しい局面へ歩を進めていく必要性も高まっている。

7 外部専門家コメント



地域協同の経験値を重ね、新しい仕組みをもつ決断

あきる野市五日市タウンマネージャー 國 廣 純 子

あきる野市五日市では、市が経営する温泉や観光協会が経営する野外行楽施設、民間の宿泊・飲食施設などが連なり観光産業への転換が戦後早い段階で進んだ。東京都民にとっては随一の知名度と西多摩地区上位の観光客数を誇り、今も移住に人気の街であり続けているにも関わらず、市街地の衰退は激しかった。今なら武器にできた古い町並みはほとんど残されておらず、交通量の多い街道筋にまばらな店舗群、閉鎖的な商店街組織のしがらみ、貸し出されない空き店舗の増加。市街地の個性を打ち出したイベントなど風物詩を多く企画してきたにも関わらず、諦め感が強まり、まちの修復が叶わない状況に陥っていた。

この数年間で最初に取り組んだ事は、商店街組織内部の世代交代、既存イベントの課題を踏まえた大幅な人事改変、形骸化しつつあった五日市活性化戦略委員会的大幅な人事改変と事業改革である。ソフト事業や人材育成はいつからでも着手できるだけにスピード感が重要だ。同時に、行政やリーダーポジションの人材にも意識改革が必要であった。タウンマネージャーとして、空き店舗対策事業、情報発信事業、市街地にあるひろばを活用した野外上映事業の来場データなどから市街地への高いニーズを証明しつつ、事業を運営できる地元からの人材発掘や登用、同時に市街地環境のシビアな現状分析を関係者と共有し続け、課題を明確に突きつけて改革着手への意思決定ができるよう支援した。一方、そのプロセスから、このエリアの本質的な市街地の構造的課題として、①活用可能な空き店舗を掘り起こしても確保できる駐車場が徒歩5分以内に非常に少ないこと、②市街地に存在する五日市ひろばで実施される情報が発信されていないことやプラスαの整備を加えれば活力源として稼働率を上昇させる余白があること、③駅から観光拠点へ直結してしまう人の流れを市街地に誘導するための駅周辺を含めた一体的な市街地整備の必要性、が明確になっていく。

1年かけて、市、商工会、商店街組織、五日市活性化戦略委員会組織などと構造的な課題整理結果の読み込みをすすめ、先進地の視察を重ね、彼らの意識改革を促してきた。同時に五日市活性化戦略委員会に登用した若手・主婦・クリエイターたちのスキル向上、当事者意識を醸成する。情報発信や空き店舗の調査と見学会の定例化、プレーヤーの急成長により、このエリアを開業の目的地に引き上げる機運づくりは既に出来上がった。市街地への開業機運のかつてない高まりを目前にし、難しいハードルとして構造的課題を放置するのか、それとも新たな合意形成に動き出すのか。この街は、後者を選択する。地域独自の合意形成のプラットフォームづくりに向け、来年度を待たずに動き出している。未来世代へ街を引き継ぐため、責任世代が覚悟をもって行動を起こす。地域再生の協同に終わりは無い。

北海道
厚別町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美まよし町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利海鹿児島県
北利海

2-7 石川県宝達志水町「スポーツによるまちづくりを担う組織の育成事業」

事業概要

総事業費	566千円
助成申請額	376千円
外部専門家	白枝 淳一（NPO 法人出雲スポーツ振興21 専務理事）

自治体概要

人口	12,790人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面積	111.52km ²
人口密度	114.69人/km ²
標準財政規模	5,305,115千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.38（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	91.0%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室	教育委員会生涯学習課

取組概要

事業開始時点

- NPO 法人宝達スポーツ文化コミッションについて、体育施設の一部を指定管理しており、経営は安定（低位安定）しているものの、自立した事業体と言うには不十分である
- 体育施設のほとんどを管理し、各施設の活用を促進することで、自主財源及び人材を確保し、経営基盤の安定を図る必要がある
- 組織の人員不足を解消し、人材のレベルアップを図る必要がある
- スポーツによるまちづくりを担う組織としての体制が十分に整備されていない

外部専門家による支援

- 年間を通じた指導・助言により、NPO 法人宝達スポーツ文化コミッションの人材育成及び運営体制の強化を図る
- 町に提出する町体育施設等指定管理者事業計画書及び申請書に対する助言
- 諸規則等（給与規程、就業規程等）の内容について助言
- 各世代で、スポーツの間口の広さを活かし、教育・福祉・経済・観光・文化など多様な分野と連携して、スポーツコミッションに何ができるかを助言

事業終了時点（成果）

- 体育施設の管理について、令和4年度から3年間、7施設を加えた13施設について、指定管理者として指定を受けることができた
- 管理施設及び収入の増加により、経営基盤の安定並びに職員の増員による人材不足の解消を図ることができた見込み
- 職員を守り組織を守るための諸規則等を整備することができた
- 外部専門家による町幹部への直言により、労働環境の改善を図ることができた見込み
- 組織の理念・ミッション・将来像について、職員の意見交換により、意識改革を図った
- スポーツによるまちづくりを担う組織として、将来に向けた一歩を踏み出すことができた



地域再生マネージャー
(外部専門家) 委嘱式 (7月)



町幹部 (町長・副町長・教育長) との
懇談 (7月)



宝スポ職員等と意見交換を行う
外部専門家 (1月)

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

本町は能登半島の入口に位置し、＜北陸の中心地＞金沢から最も近い能登の自治体である。東に能登最高峰の「宝達山」が鎮座し、西に日本のベストビーチ「千里浜なぎさドライブウェイ」が広がり、世界農業遺産「能登の里山里海」を凝縮して味わうことができる。自然環境には恵まれているものの、金沢から能登（輪島・七尾方面）に向かうツーリスト達に「素通り」されている。

このような立地環境の下、子どもからお年寄りまで幅広い年齢層が生涯にわたり、健康的に個々のライフスタイルに合わせた活動ができるよう、平成22年3月に総合型地域スポーツクラブ「宝達志水スポーツクラブ」が設立され、各種スポーツ教室やレクリエーション等を開催してきた。

同クラブは平成26年4月にNPO法人となり、平成28年4月から、町のスポーツ施設の一部を指定管理者として管理している。

町は、令和2年度に、スポーツ庁の「スポーツによる地域活性化推進事業（スポーツによるまちづくり・地域活性化活動支援事業・設立支援）」の事業採択を受けて、各種事業を展開。令和3年度には「NPO法人宝達志水スポーツクラブ」を母体に「NPO法人宝達スポーツ文化コミッション」が発足した。

b 事業の目的

NPO法人宝達スポーツ文化コミッションは、平成28年度から令和3年度の6年間、町の南半分の6スポーツ施設について、指定管理者の指定を受け、職員4人で地域スポーツの一翼を担う組織として努力を重ねてきたところである。経営は安定（低位安定）しているものの、スポーツ施設の指定管理料の収入が主であり、自主事業による活動及び収入も少なく、組織に必要な諸規則の整備も十分でないため、自立した法人と言うには不十分である。

同法人が、今後、多様化する住民のニーズに応え、業容の拡大に対応するためには、人員不足を解消し、人材のレベルアップを図る必要がある。

また、令和4年度からの3年間は、さらに町の北半分の7施設を加えた13施設について、引き続き指定管理者の指定を受けるとともに、各施設の活用を促進することで、利用者の増加、利用率のアップ、会員の増加の実現により、指定管理料及び施設利用料などの財源を確保し、経営基盤の安定を図る必要がある。

今後、スポーツによるまちづくりの実施体制を整え、その人材育成、収益性の確保並びに組織

北海道
厚賀町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美まよし町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町鹿児島県
北利根町

としての自立を促すことにより、運営体制の強化を図り、町にあるスポーツ資源、観光資源を活かし、スポーツ関係のイベント開催、合宿誘致等を通して、スポーツによる誘客（交流人口の拡大）、さらには地域経済の活性化につながることを期待したい。

2 事業実施内容

a NPO 法人宝達スポーツ文化コミッションの人材育成及び運営体制の強化

「スポーツによるまちづくりを担う組織の育成事業」により、外部専門家（NPO 法人出雲スポーツ振興21専務理事の白枝淳一氏）による年間を通じた指導、助言により、人材育成及び運営体制の強化を図るなど体制を整え、地域に不可欠の存在になりたいと考えている。

令和4年度から、町のほとんどのスポーツ施設を指定管理者として管理することとなるため、申請書に記載する施設管理運営方針、事業計画、収支計画、リスク管理、今後の方針等の事業計画書の記載内容について、助言を受ける。併せて、自主事業に関し、令和4年度以降のソフト事業の組み立てを行う。

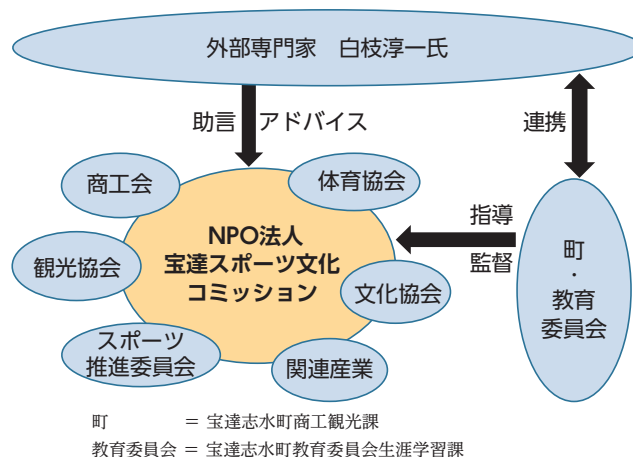
職員を守り組織を守るための諸規則等（給与規程、就業規程、事務局規程、会計規程、事務分担当表）が十分に整備されていないため、その確認及び整備を行うとともに、現在実施している事業の分析を行う。

また、組織の経営方針（理念・ミッション・将来像）の再構築、職員の目的意識の共有化、地域内組織との連携内容の検討、地域ニーズ及び課題の整理、自主財源確保の方策の検討を行う。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

NPO 法人宝達スポーツ文化コミッションは、スポーツによるまちづくりを担う組織として、町にあるスポーツ資源、観光資源を活かし、スポーツによる誘客（交流人口の拡大）、さらには地域経済の活性化につながることを期待している。

このため、同法人の理事には、町体育協会、町観光協会、町商工会、町文化協会、町スポーツ推進委員会の代表が就任し、協力体制を整えている。

また、町及び教育委員会は、外部専門家（白枝淳一氏）と連携を取りながら、NPO 法人宝達スポーツ文化コミッションを指導・監督している。

b 外部専門家の役割

NPO 法人出雲スポーツ振興21は自立したスポーツコミッションとして全国有数の優良事例であり、白枝淳一氏には本町に滞在していただき、現場を見て、幅広くご指導ご助言いただく。

白枝氏による年間を通じた指導・助言により、NPO 法人宝達スポーツ文化コミッションの人材育成及び運営体制の強化を図る。

スポーツをより町民により身近なものとし、町民が心身ともに健康に暮らし、地元に誇りと愛着を持つ地域づくりを目指し、幅広く指導・助言してもらう。

町民が健康で豊かな人生を送れるよう、誕生から天寿を全うするまでの間（各世代で）、スポーツの間口の広さを活かし、教育・福祉・経済・観光・文化など多様な分野と連携して、スポーツコミッションに何ができるかを助言してもらう。

4

事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
5月	13日	組織基盤を固めるために必要なこと（オンライン）
	14日	地域再生マネージャー事業の第1回事業ヒアリング（オンライン）
	19日	NPO 法人宝達スポーツ文化コミッションの理事会の傍聴（オンライン）
	31日	指定管理の基本協定、年度協定、業務仕様書の内容確認（オンライン）
6月	17日	組織の育成のための問い掛け（人材のレベルアップ）（オンライン）
7月	13日	組織の育成のための問い掛け（人材のレベルアップ）（オンライン）
	27日	地域再生マネージャー（外部専門家）委嘱式（現地）
	28日	令和4年度以降の事業計画及び収支見積り（現地）
	29日	令和4年度以降の事業計画及び収支見積り（現地）
	30日	令和4年度以降の事業計画及び収支見積り（現地）
8月	19日	令和4年度以降の事業計画及び収支見積り（オンライン）
	24日	令和4年度以降の事業計画及び収支見積り（オンライン）
	31日	令和4年度以降の事業計画及び収支見積り（オンライン）
9月	7日	令和4年度以降の事業計画及び収支見積り（オンライン）
	14日	令和4年度以降の事業計画及び収支見積り（オンライン）
	28日	令和4年度以降の事業計画及び収支見積り（オンライン）
10月	18～19日	ふるさと財団による第1回現地調査（外部専門家：欠席）（現地）
11月	29日	今後の日程及び令和4年度以降の事業計画（オンライン）
	30日	今後の日程及び令和4年度以降の事業計画（オンライン）
12月	15日	今後の日程及び令和4年度以降の事業計画（オンライン）
	17日	指定管理の進捗状況について（オンライン）
	21日	指定管理者の指定の報告及び問い掛け「6」について（オンライン）
	22日	問い掛け「6」についての宝スポ職員（2人）の個人面談（オンライン）
	24日	問い掛け「6」についての宝スポ職員（2人）の個人面談（オンライン）
	27日	今後の日程及び令和4年度以降の事業計画（オンライン）
	28日	今後の日程及び令和4年度以降の事業計画（オンライン）
1月	6日	今後の日程、令和4年度以降の事業計画及び諸規則等の精査（オンライン）
	7日	令和4年度以降の事業計画及び諸規則等の精査（オンライン）
	11日	令和4年度以降の事業計画及び諸規則等の精査（オンライン）
	13日	令和4年度以降の事業計画及び諸規則等の精査（オンライン）
	17日	令和4年度以降の事業計画及び諸規則等の精査（オンライン）
	18日	令和4年度以降の事業計画及び諸規則等の精査（オンライン）
	19日	令和4年度以降の事業計画及び諸規則等の精査（オンライン）
	21日	令和4年度以降の事業計画及び諸規則等の精査（オンライン）
	24日	令和4年度以降の事業計画及び諸規則等の精査（現地）
	25日	組織の経営方針（理念・ミッション・将来像）の再確認（現地）
	26日	組織の経営方針（理念・ミッション・将来像）の再確認（現地）
	27日	地域再生マネージャー事業 マネージャー報告会（現地）
	28日	組織の経営方針（理念・ミッション・将来像）の再確認（現地）
	31日	主な成果及び今後の取組についての確認（オンライン）

5 主な成果

事業実施スケジュールでは、定期的に本町に滞在して頂き、現場を見て、幅広く指導・助言して頂く予定であったが、新型コロナウイルスの影響及び外部専門家の体調不良により、現地（宝達志水町内）での活動ができない期間が多く、オンライン（ZOOM）等により問題点や不明箇所の解決にあたっての指導・助言を受けることが多かった。

a 町体育施設の指定管理者の指定による経営基盤の安定及び人材の確保

- ・令和4年度から3年間、7施設を加えた13施設について、令和3年12月17日に町議会の議決を経て、令和3年12月22日付けで宝達志水町長から指定管理者に指定する旨の通知があった。令和4年度からは、管理する施設が増えるため、収入の増加による経営基盤の安定及び職員の増員による人材不足の解消を図ることができる見込みである。
- ・また、職員を守り組織を守るための諸規則等（給与規程、就業規程、事務局規程、会計規程、事務分担表）を整備することができ、外部専門家による町幹部への直言により、労働環境の改善を図ることができる見込みである。
- ・さらに、現状から見る課題として、組織の理念・ミッション・将来像について、職員の意見交換により、意識改革を図ることができた。
- ・本事業により、スポーツによるまちづくりを担う組織として、将来に向けた一步を踏み出すことができた。

北海道
厚真町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利海町

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

NPO 法人宝達スポーツ文化コミッションは、NPO 法人出雲スポーツ振興21を手本とし、まずは①町内の体育施設の管理・運営、②総合型スポーツクラブ、③町体育協会やスポーツ推進委員会の事務局、④町観光協会のスポーツツーリズム部門の実行部隊を兼ねる「町のスポーツのワンストップ窓口」となり将来的には、「スポーツによるまちづくりを担う組織」となることを目指している。

町にあるスポーツ資源、観光資源を活かし、スポーツ関係のイベント開催、合宿誘致等を通して、スポーツによる誘客（交流人口の拡大）、さらには地域経済の活性化につながることを期待している。

この地域再生マネージャー事業（外部専門家活用助成）により、外部専門家の白枝淳一氏からの助言を活かし、組織として自立し、行政のパートナーとして機能する組織となるよう、経営方針に基づいて組織活動の検証・評価と改善の継続を図っていく。

そして「コミッションがあれば、町のスポーツは大丈夫」と言われるような組織を目指す。

7 外部専門家コメント



スポーツの振興から スポーツ振興によるまちづくりへ

NPO 法人出雲スポーツ振興21 専務理事 白 枝 淳 一

「事業概要」

本事業の目的は、既存の総合型地域スポーツクラブをスポーツコミッションに改組し、「町のスポーツのワンストップ窓口」から「スポーツによるまちづくりを担う組織」に整備する。特に、DMOの機能を持ち交流人口の拡大による経済効果の創出を図れる組織に進化する礎を作ることである。このためNPO法人宝達スポーツ文化コミッション（以下コミッション）に対し、経営方針の再構築、諸規則等の検証・整備、指定管理者制度への対応、他分野との連携を含む事業の組み立てなどを通し、人材育成及び運営体制の強化を図り、同時に行政に対しても必要に応じて助言を行うこととした。

「課題及びアプローチ」

来年度以降、スポーツによるまちづくりに取り組み、地域の多様性と向き合い、共に活動し、地域に必要とされる組織を目指し再スタートすることになる。しかし、現状は組織として不安定で、メンバー個々の頑張りで支えられている側面が強く、おのずと目の前の対応に追われ、将来ビジョンに向けた建設的な組織活動がしにくい状態であった。

そのためまずはコミッションが組織として安定し、目的に向かってしっかりと機能するようテーマごとの取り組みを行った。

その際、受け身にならないよう順次問い掛けを行い、できるだけ自ら考え、気づきを得るよう心掛けた。その過程で意識改革、組織改革、事業改革へと進み、既存の組織から新たな組織へブラッシュアップを目指した。

他方行政に対しては、コミッション育成の観点から指定管理者制度への取り組みについて改善点を指摘し対応を要請した。

「取り組みを通じて得られた成果」

コロナ禍と自身の体調不良により現地での活動が制約され、オンライン中心での活動となった。このため当初予定していた他分野との連携に関する活動に取り組めなかったことは残念だが、少なくとも以下の内容でスポーツによる地域づくりを進める組織の基礎を固め、将来に向けた一歩を踏み出すことができたと思う。

○組織の理念・ミッション・目指す将来像を策定し、組織の軸を固めた

○R4年度以降の指定管理者の指定が見通せ、業務改善にも着手した

○人員の確保、諸規則の整備、予算の確保等自立への条件整備ができた

○意見交換や問い掛けを通し職員の意識改革を図り、チームとして組織活動に協同する共通認識ができた

人口減少が進む中、まちづくりは地域の生き残りをかけた取り組みともいえる。住民の健康増進、子育て環境の充実、高齢者の社会活動活性化、地域コミュニティの再構築、交流人口の拡大など、コミッションがスポーツによるまちづくりを担う組織として、地域と共に歩み、地域に貢献していくことを期待している。

北海道

厚別町

福島県

郡山市

福島県

磐梯町

栃木県

下野市

群馬県

中之条町

東京都

あきる野市

石川県

宝達志水町

福井県

越前町

三重県

南伊勢町

大阪府

墨本町

和歌山県

有田川町

広島県

府中市

徳島県

美まよし町

長崎県

雲仙市

長崎県

波佐見町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

北利

北利

2-8 福井県越前町「若者夢おこしプラットフォーム構築事業」

事業概要

総事業費	4,861千円
助成申請額	3,240千円
外部専門家	小島 慶藏（福井オリーブ研究会 会長）

自治体概要

人 口	20,940人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面 積	153.15km ²
人 口 密 度	136.73人／km ²
標準財政規模	7,445,088千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.34（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	98.7%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室	地域創生室

取組概要

事業開始時点

- 深刻な少子高齢化問題
- 若者の地域外流出の抑制
- 若者が暮らしたい住み続けたい町への転換が必要
- 若者の想いやアイデアをカタチにする組織、人材が必要
- 地元若者が中心となって地方創生を考える勉強会として「TEAM 越前夢おこし」が発足

外部専門家による支援

- 若者夢おこしプラットフォームの立上げ支援
- プラットフォームへの若者の誘導
- 地域に付加価値を生み出す新たな資源の発見
- 若者の新規プロジェクトの立上げ及び具体化に係る支援
- プロジェクトマネージャーの育成
- 若者の活動を支援する組織の設立支援

事業終了時点（成果）

- 若者夢おこしプラットフォームの形成・運営体制の構築
- オリーブの特産化による地域創生プロジェクトの始動、部会の設置
- 地域課題となっている空き家利活用プロジェクトの始動、部会の設置
- 県内の大学等と連携したオリーブプロジェクトの支援体制の確立



勉強会の開催



オリーブの植樹



空き家を活用したワークショップ

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

越前町の人口は、昭和60年の26,128人から21,538人（平成27年国勢調査）まで継続的に減少しており、全国的な傾向よりも早い段階で人口減少が続いている。

人口減少に伴い地域では少子高齢化、過疎化が進み後継者不足、空き家等の増加など生業や地域コミュニティを維持するための課題が山積している。特に社会減の大きな要因となっている地元若者の地域外流出の抑制とU・I・Jターン促進による若者の地域定着が喫緊の課題である。

若者の地域定着を促進するためには、あらたな産業の振興と雇用の創出が必要であり、それとともに地域資源を活用した町全体の賑わいの創出と、常に若者が活動している場と環境の形成が必要である。

そこで、若者の視点やアイデアを「ふるさと越前町の創生」に反映させる仕組みづくりに取り組むこととなった。

b 事業の目的

本事業で、若者一人ひとりの想いやアイデアをカタチにするためのチャレンジを後押しする「若者夢おこしプラットフォーム」の構築と、その運営を担う持続可能な若者主体の組織づくりを行い、官民学金が連携のもと、地域の課題解決に向けた事業を展開し、「ふるさと越前町の創生」を実現し、次世代の若者が暮らしたい住み続けたい町へ転換することを目的とする。

北海道
厚真町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利

2 事業実施内容

a プラットフォームの形成、実働

地域の若者で組織する「TEAM 越前夢おこし」をプラットフォームの活動母体とし、「若者・女性による地域の課題を解決するビジネスの創出」を基本テーマに若者が主役となって地域創生に取り組む「若者夢おこしプラットフォーム」を形成し、各プロジェクトの実現に取り組んだ。

b 勉強会の開催

毎月1回、TEAM 越前夢おこしメンバーを中心に勉強会を開催。勉強会では、地域の課題、各プロジェクトの進め方、到達点などについて認識を共有し、プラットフォームで取り組むプロジェクトを具体化し、実施に向けた検討を行った。また、メンバー相互のノウハウの共有や能力向上なども図った。

c テーマ別部会の形成

プラットフォーム内にオリーブ部会及び空き家利活用部会を形成し、各部会において、プロジェクトマネージャーを会員から選任し、プロジェクトの推進体制を構築した。

d 視察研修の実施

オリーブ部会において、オリーブの栽培、6次産業化に向けた視察研修を実施。視察研修は、新型コロナウイルス拡大予防の観点から、最低限の人員で実施。視察研修後、勉強会において視察研修の報告を行い、研修内容を会員で共有。研修内容を基に今後の展開について協議した。

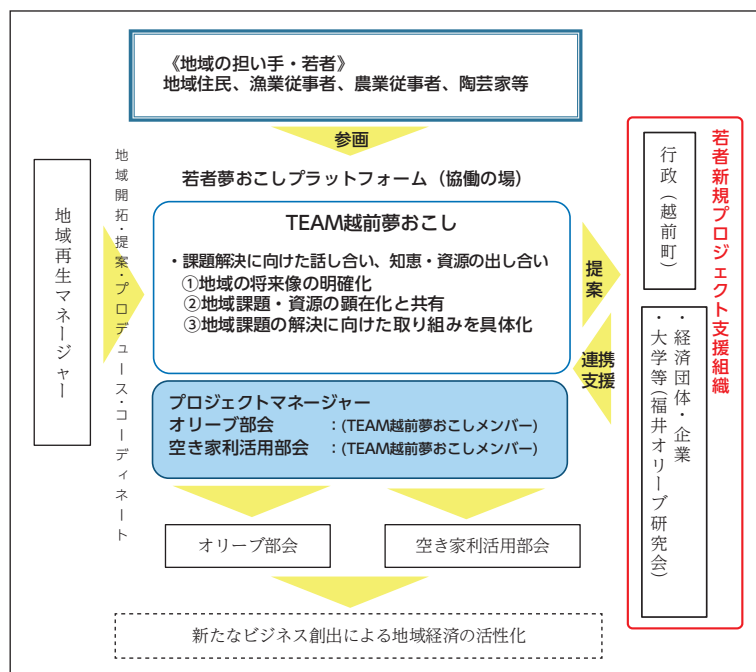
e 支援組織の形成

外部専門家の協力のもと、福井大学が中心となり、行政及びオリーブの実務者等で福井県のオリーブ産業を育成し、福井県の魅力度アップと経済活性化に寄与することを目的とした「福井オリーブ研究会」を令和3年2月22日に発足させ、オリーブ部会のプロジェクトを官民学連携のもと支援する体制を構築。7月にはプラットフォームと福井オリーブ研究会の共催でオリーブの植樹及びセミナーを開催。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

「TEAM 越前夢おこし」を中心に、地域資源等を活用したビジネスの創出について、意欲のある若者の支援及び交流を促進させるプラットフォームを形成。若者によるビジネス創出に向けた話し合い、知恵、資源を出し合う場を創出するとともに、プラットフォームで出たアイデアを具体化するテーマ別部会を形成し、具体化した新規ビジネスを実現させる仕組みの構築と実行を主導するプロジェクトマネージャーの育成を行い、持続可能な組織の形成を図っている。

また、プラットフォームの実働に向け、地域再生マネージャーが専門的な知見からプロデュース・コーディネート等を行い、若者の活動を支援。さらに、行政や経済団体、企業、大学等と連携した支援母体を組織し、若者による新規ビジネスの創出を加速する体制を構築。

b 外部専門家の役割

- ・プラットフォームへの若者の誘導
- ・若者の新規事業の立ち上げ、取り組みの指導及び支援
- ・地域内の付加価値資源を発見
- ・ビジネス検討時の相談及び支援
- ・支援組織の設立支援
- ・社会実験事業およびイベント等の提案及び支援
- ・地域外からヒト・モノ・カネを地域に呼び込む仕組みの構築支援

4

事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
4月	15日	「若者夢おこしプラットフォーム」キックオフ 勉強会の開催 (プロジェクトの進め方などについて認識を共有) (オリーブと空き家プロジェクトの立ち上げ)
5月	20日	勉強会の開催 (オリーブ部会、空き家部会の形成、各事業の意見交換)
	31日	福井大学「福井オリーブ研究会」との連携に係る協議
6月	15日	勉強会の開催 (各事業の具体化に向けた意見交換)
	28～29日	視察研修 (小豆島 山田オリーブ園)
7月	15日	勉強会の開催 (視察研修報告、各事業の具体化に向けた意見交換)
	17日	オリーブ植樹祭及びオリーブセミナーの開催 (福井大学「福井オリーブ研究会」との共催)
8月	5日	遊休耕作地の活用に向けた農業関係者との調整
	23日	空き家利活用に向けた空き家所有者との調整
9月	16日	勉強会の開催 (空き家利活用に係る契約内容の検討、オリーブの配布及び管理方法の検討、植樹に係る検討)
	27日	空き家活用の拠点となる空き家の使用契約の締結
10月	9日	空き家利活用プロジェクトの始動 (定期的なワークショップの開催)
	12日	オリーブの植樹
	21日	勉強会の開催 (TEAM 越前夢おこし事業計画に係る意見交換)
11月	18日	勉強会の開催 (ワークショップ開催に係る打合せ、オリーブの事業計画に係る意見交換)
12月	18日	ワークショップの開催 (空き家を活用し、オリーブを使ったリースづくり)
1月	17日	視察研修 (京都府宮津市)
2月	14日	オリーブ部会栽培研修会の開催

5 主な成果

a プラットフォームの形成、実働と勉強会の開催

地域の活性化に取り組む若者が活躍できる環境を整備することができ、若者の視点やアイデアを本町の地方創生に反映させる仕組みづくりの第一歩となった。

勉強会の開催により、メンバーの地域創生に係る意識の高揚を図ることができたとともに、プラットフォームのメインプロジェクトとなるオリーブ事業が始動した。また、空き家利活用プロジェクトも始動するなど、若者が活動できる環境が整備された。



勉強会の様子

b テーマ別部会の形成

プラットフォーム内にテーマ別部会を設け、各部会においてプロジェクトマネージャーを設置したことにより、プロジェクトの意思決定が明確となり、進捗が向上した。

《オリーブ部会の設置》

オリーブを地域の新たな産業として、若者に魅力ある働き場所、ビジネスチャンスを生み出すことで、地域外からヒト・モノ・カネを呼び込む起爆剤とし、オリーブの植樹拡大と6次産業化に向けた検討、地域の課題となっている遊休耕作地の解消などに向けた取組みを行った。

《空き家利活用部会の設置》

地域に増え続ける空き家について、UIJターン者への「住む場所」を提供する仕組みの検討や実際に空き家を活用したイベントやワークショップを通じ、地域住民の空き家利活用意識の向上に寄与した。



遊休耕作地へのオリーブの植樹



空き家を活用したワークショップ

c 視察研修の実施

オリーブ栽培の先進地である小豆島において、オリーブ農家から直接指導を受け、オリーブ栽培で利益を出すために必要な栽培、搾油、加工、販売のノウハウについて学び、本町におけるオリーブの栽培、6次産業化の有用なノウハウ、情報を得ることができた。



視察研修の様子

d 支援体制の構築

オリーブ部会のプロジェクトにおいて、福井大学総合自然教育センター及び福井オリーブ研究会との産・官・学の連携体制を構築し、オリーブ部会の活動支援を図ることができた。

7月にはオリーブの植樹及びセミナー等を共同で開催するなど、今後は、オリーブの栽培ノウハウの向上、6次産業化に向け連携して取組みを促進する。



植樹祭及びセミナーのチラシ



植樹祭の様子



オリーブセミナーの様子

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

本事業により、若者の夢を実現させる仕組みの構築、各プロジェクトの推進体制の骨格をつくることのできた半面、各プロジェクトのプレイヤーとなる人材の確保と自走化に導くビジネスモデルの構築が課題となっている。

オリーブプロジェクトにおいては、オリーブの栽培、6次産業をUIJターン就職の受け皿とし、地域内外から若者を誘致する取組みを推進していく必要がある。若者を誘致するにあたり、オリーブ産業を稼ぐ産業へ発展させ、若者の安定した収入を確保することを目的とした、生産段階から流通・販売までを一貫して見据えたマーケティングを担う地域商社の設立を目指す。

空き家プロジェクトにおいては、空き家を利活用するプレイヤーを支援するため、起業（ビジネス）という視点で利活用を推進する。

7 外部専門家コメント



美しい大自然を活かした無から有を生む 地方創生

福井オリーブ研究会 会長 小島 慶 藏

【取組み背景と事業概要】

福井県越前町は、人口減少が継続的に続いており、特に若者の地域外流出が顕著であり地域の若者の地域外流出の抑制とU I J ターン促進による若者の地域定着が喫緊の課題となっています。

本事業では、この課題を解決するため、若者の想いやアイデアをカタチにし、夢を実現することができる環境づくりを進め、次世代の若者が住み続けたい町へ転換することを目指しています。

【課題、及びそれに対するアプローチ】

本事業のキックオフとして、地域の若者の想いやアイデアを引き出すための勉強会を開催しました。その中で、地域には若者が活躍できる場と働き場の確保、地域に増え続ける空き家の有効活用が重要であるとのことで意見が一致し、課題解決に向けた検討を重ねた結果、本年度は以下のプロジェクトを展開することとなりました。

①若者が活躍できる新たな「しごと」と「人の流れ」を生み出すオリーブの特産化プロジェクト（以下「オリーブプロジェクト」）

②空き家の利活用モデルとU I J ターン者への「住む場所」を提供する仕組みの構築プロジェクト（以下「空き家プロジェクト」）

この2つのプロジェクトを展開するにあたり、各プロジェクトの立上げ当初は、参加者の各自の想い、意見、立場、関心点の違いがあり、その意見を取りまとめる人材が必要不可欠であったため、各部会員からプロジェクトマネージャーを選任し、部会員の意見の取りまとめと、プロジェクトの最終到達点や規模、スケジュールなどを具体的に協議し、計画を立ててプロジェクトのコントロールを行ったことで、各プロジェクトをスムーズに進めることができました。

また、私も含め、各プロジェクトマネージャーや部会員が、現場主義の徹底、人脈の輪の拡大、地域の若者、住民との情報共有を心がけながら活動を行った結果、勉強会やワークショップには、次第に若者や地域住民が参加いただけるようになり、プロジェクトの輪が広がっていきました。

【取組みを通じて得られた成果】

オリーブ部会ではプロジェクトを成功に導くため、成功事例をつくり地域内外で信頼関係を構築→成果を出す→地域外に情報発信→地域外からヒト・モノ・オカネの呼び込み、というプロセスが重要であり、各プロセスに関わる人材の確保とオリーブ産業・観光の集客の核となるランドマークを地域内に創っていくというプロジェクトの骨子ができあがりました。

また、福井大学総合自然教育センター、福井オリーブ研究会と共催でオリーブ植樹祭・オリーブセミナーの開催、地元農家と連携した農地の確保など、オリーブプロジェクトの活動を支援する体制についても構築することができました。

空き家プロジェクトでは、拠点となる空き家を部会で借り受け、子育て世代の女性を対象としてワークショップやベビーヨガの開催、また、オリーブ部会と共同でオリーブ葉のクリスマス・リースづくりと販売等も行い、利活用のモデルケースとして地域住民の空き家利活用の意識醸成につながりました。今年度はU I J ターン者の「住む場所」を提供する仕組みを構築することはできませんでしたが、次年度以降は、オリーブプロジェクトと連携し、U I J ターン者の受け皿づくりの仕組みの検討を進めます。

今後は、各プロジェクトのプロセスを計画的に進め、地域住民やステークホルダーとプロセスを共有しながら持続拡大可能な体制の構築を目指すとともに、プロジェクトを担う人材の育成を図っていきます。

北海道
厚岸町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美まよし町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町

2-9 三重県南伊勢町「南伊勢『つながり』の連鎖による 限界集落チャレンジ事業」

事業概要

総事業費	7,247千円
助成申請額	4,831千円
外部専門家	千田 良仁（皇學館大学 現代日本社会学部 教授） 松井 隆宏（東京海洋大学 海洋生命科学部 海洋政策文化学科 准教授） 長谷川琢也（一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン 事務局長）

自治体概要

人	□	11,985人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面	積	241.89km ²
人	□	密度 49.55人/km ²
標準財政規模		5,814,527千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.21（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率		92.8%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室		まちづくり推進課

取組概要

事業開始時点

- 耕作放棄地の解消（令和2年度7.5反）
- 令和3年度生産の純米吟醸道行電の生産本数目標2,000本分
- 塩の販売個数目標200個
- 大学生によるフィールドワーク2地区
- 過疎集落への移住希望者が就業できる環境の不足

外部専門家による支援

- 酒のブランド化、販売促進支援
- 塩の広報販売促進支援
- 学生同士をつなぐ機会の運営支援
- 集落学芸員の派遣支援
- 他出者への情報発信の企画支援
- 水産業での若者担い手育成の機会創出支援

事業終了時点（成果）

- 耕作放棄地の解消（令和3年度12反）
- 令和3年度生産の純米吟醸道行電の生産本数2,000本分
- 塩の販売個数1,568個（12月末現在）
- これまでの取組を横ぐしでつながるプラットフォーム機能の創出1回
- 大学生によるフィールドワーク2地区
- 地域住民による他出者への情報発信（仮称：電方通信）7地区
- 若者の漁業就業に関する機運の醸成、中間支援者の設置と支援に関する合意形成の創出



集落学芸員活動



テレビ取材風景



漁業担い手育成支援

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

南伊勢町の「竈方集落」は、かつて平家の落人が隠れて生活をしていた集落で、町内に7集落が存在する。竈方集落は南伊勢町において特に人口減少に伴う高齢化が著しく、地域の活力が失われつつあり、日常生活の支援だけでなく、途絶えかけている固有の文化の保存や伝統行事の継承が課題となっている。

平家落人固有の誇りやアイデンティの再生・強化及び竈方集落のネットワークの形成に向け、平成28年には、「南伊勢町まち・ひと・しごと創生総合戦略」における「伝統文化を核とした小さな拠点の多目的活用によるローカルブランディングと生涯現役プロジェクト」のもと、大学との協働により次世代への文化継承やUターンの可能性を探るためT型集落点検を実施した。

その結果、同じく地方創生事業として、平家の落人の子孫が集まる竈方集落が結束し、竈方親交会が結成され、過去に行われていた竈方まつりを復活させるに至った。

そして今回、その竈方親交会が発展し、さらに地域の伝統文化を復活させるために、かつて平家の落人たちによって伝えられた「塩づくり」の復活を目的とした「塩づくりプロジェクト」を開始するとともに、道行竈では耕作放棄地の解消を目的として産官学連携による「酒米づくり」に取り組む「地域連携日本酒プロジェクト」を立ち上げた。

竈方集落においては、「塩づくりプロジェクト」や「地域連携日本酒プロジェクト」におけるビジネスの実施体制の強化に向けた取組を行うとともに、伝統行事の継承による誇りの再生に向けた取組、地域の出身者やゆかりのある人々の竈方集落への関わりを増やすための取組等を通して、地域の活力維持・持続可能性を強化する必要がある様々な取り組みを行っている。

b 事業の目的

本事業は、「南伊勢町まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づき、竈方文化の保存・振興をきっかけとした特産品や雇用・関係人口の創出、竈方集落相互の交流強化によるネットワーク形成、アイデンティの再生・強化による竈方集落の取組みの深化をフラッグシップに、周辺地域も含めた「新しい『つながり』づくりにチャレンジする集落の仕組みづくり」を目的としている。

更には、地域の持続可能性の維持のために、竈方集落を含む町内で稼ぎ、生活できる環境の創出を目的にしている。

北海道
厚別町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町

2 事業実施内容

a 竈方集落の取組みの深化

「竈方の塩」や「純米吟醸道行竈」について、テレビ放送、広報、新聞等を通して情報発信を行った。「竈方の塩」については、町内での販売所を当初の5か所からオンラインも含め10か所に拡大し、ふるさと納税の返礼品にも登録する等、販路拡大に取り組んだ。また、「純米吟醸道行竈」については、オンライン通販やふれあい市での販売を開始し、新たにみなみいせブランドに認定され、ボルドー酒チャレンジでは銀賞を受賞した。

b これまでの取組みを横ぐしでつなぐプラットフォーム機能

南伊勢町へ関わる関東の学生団体「南伊勢の扉」と集落学芸員として町へ関わる学生同士の交流の機会を持ち、南伊勢町へ関わる人々を横ぐしでつなぐきっかけづくりを行った。

c 集落学芸員（仮）制度による新しいつながり

皇學館大学の学生とのオンラインでの授業や意見交換、首都圏の大学生と南伊勢町の中学生とのオンラインでの交流会、日本モバイル建築協会との協定による、テレワークができる滞在型の多目的施設の整備等を実施した。

d 出身者、縁のある人の「つながり」の再生ネットワーク

地域で出身者や縁のある人の掘り起こしを行い、リスト化した。近年取り組んでいる、酒づくりや塩づくり、大学生との交流等について、リスト化した対象者に向けて竈方通信を発行し、情報発信を行った。

過去に竈方集落に訪れた大学生、元大学生が竈方集落に訪問し住民と交流する機会を持ち、一過性でない継続的なつながりをもつ機会をつくった。

e 魅力ある海洋産業の創出

町役場の若者定住係、水産係が、新規漁業者受け入れ態勢の構築として宮城県石巻市が実施している「石巻市水産業担い手対策事業」の視察を行い、水産業担い手センターの運営、担い手育成のための親方制度等について情報収集を行った。また、魅力ある海洋産業創出プロジェクト委員会において、南伊勢町の海洋資源を活用した新たな産業の創出に向けた意見を、千田教授、松井准教授に諮問した。

4

事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
4月	21日	塩づくり振興協議会
5月	26日	塩づくりテレビ取材
6月	15日 25日	ボルドー酒チャレンジ申請 魅力ある海洋産業プロジェクト委員会
7月	16～17日	石巻市水産担い手育成視察
8月	3日 3日 7～9月	日本酒プロジェクトテレビ取材 魅力ある海洋産業プロジェクト委員会 町外学生応援特産品給付
10月	21日 19～21日	魅力ある海洋産業プロジェクト委員会 水産業担い手育成地元聞き取り
11月	1～2日 2日 3日 13日 20日	水産業担い手育成地元聞き取り、講演 魅力ある海洋産業プロジェクト委員会 ハケ竈八幡神社遷宮取材 ソルトコーディネーター製塩所訪問 集落学芸員現地訪問（皇学館） オンライン移住体験ツアー
12月	5～6日 9日 11日 12～13日 24日	水産業担い手育成地元聞き取り ボルドー酒チャレンジ銀賞受賞発表 ホテル季刊誌取材 集落学芸員滞在【東大生】（道行竈） 日本酒発売
1月	9日 29日	南伊勢×大学生オンライン交流会（三重テラス） 「にほん」の「ほんもの」を巡る旅マガジン“NIHONMONO”での竈方の塩 紹介記事掲載、魚にあう塩として販売 Otonamie 記事掲載 ホテル季刊誌発行 田曽浦地区将来ビジョンづくり【皇学館大学】
2月	4、8、9、10日	首都圏大学生（南伊勢の扉）と南伊勢町の中学生とのオンラインによる交流の実施

5 主な成果

a 電方集落の取組み深化

- ・ 電方の取組みの民放放送（3回）
- ・ 塩に関する記事掲載（3回）
- ・ 純米吟醸道行電ボルドー酒チャレンジ銀賞
- ・ 耕作放棄地の解消（令和2年度7反半→令和3年度12反）
- ・ 令和3年度生産の純米吟醸道行電の生産本数2,000本分
- ・ 塩の販売個数【目標：200個→成果1,568個】（令和3年12月末時点）
- ・ 道行電の米や電方の塩を活用した弁当の販売
- ・ 伊勢志摩サミット会場となった志摩観光ホテルにおいて電方の塩を使った料理や日本酒「道行電」と電方の塩を使ったオリジナルカクテルの提供
- ・ 純米吟醸「道行電」南伊勢ブランド認定
- ・ 電方の塩販売店舗5店舗→10店舗（オンライン含む）



テレビ取材の様子



道行電の米や電方の塩を活用した商品

b これまでの取組みを横ぐしでつなぐプラットフォーム機能

- ・ 南伊勢×大学生オンライン交流会1回
- ・ 南伊勢町にゆかりのある大学生同士の交流参加者数20人



交流会の様子

c 集落学芸員（仮）制度による新しいつながり

- ・ 大学生によるフィールドワーク 2地区 活動日数3日
- ・ 集落学芸員等がテレワークができる滞在型の多目的施設の整備 1か所



フィールドワークの様子

d 出身者、縁のある人の「つながり」の再生ネットワーク

- ・地域住民による他出者への情報発信（仮称：竈方通信）
7地出身者168人
- ・出身者への地域応援給付（ふるさと産品の送付）の送付者数 71人
- ・南伊勢町での暮らしに興味のある人向けのオンラインツアーでの塩づくりに関する情報発信 1回
- ・道行竈の米、竈方の塩等を用いる飼養殖業者や移住定住コーディネーター、南伊勢町へ訪れているインターン生を製塩所へ招いた、塩の理解を深めるミニセミナー 1回



セミナーの様子

e 魅力ある水産業、海洋産業の創出

- ・若者の漁業就業に関する機運の醸成、中間支援者の設置と支援に関する合意形成



視察・打合せの様子

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

① 竈方集落の取組み深化

酒づくりや塩づくりについては、取組みの担い手のさらなる確保、取組みについての一層の情報発信を進めていく。

② これまでの取組みを横ぐしでつなぐプラットフォーム機能

大学生が安定的に地域に関わる仕組みをつくるとともに、学生活動の受け入れ体制としてのプラットフォーム構築を学生等とともに進めていく。

③ 集落学芸員（仮）制度による新しいつながり

学生を招致するためのプラットフォーム機能の構築、学生が地域活動に関わるインターンシップに要する経費を一定程度支援する仕組みの整備に取り組む。

④ 出身者、縁のある人の「つながり」の再生ネットワーク

竈方通信を通じた情報発信を継続するとともに、行政主導で進めてきた情報発信を地域住民主体の体制に移行していくよう支援する。

⑤ 魅力ある水産業、海洋産業の創出

担い手育成の仕組みをフィッシャーマンジャパンの支援を引き続き得ながら進める。

7 外部専門家コメント



限界集落において地域課題解決にチャレンジする 姿勢が共感され、つながりの連鎖が生まれる

皇學館大学 現代日本社会学部 教授 千 田 良 仁

事業概要

南伊勢町にはおよそ800年前に平家の子孫が移り住んで切り開いたとされる「竈方(かまがた)」と呼ばれる歴史ある7つの集落がある。これらの集落は、南伊勢町の中でも特に人口減少に伴う高齢化が著しく、山の荒廃や耕作放棄地の増加に伴い、地域の活力が失われつつあり、日常生活の支援だけでなく、途絶えかけている固有の文化の保存や伝統行事の継承が課題となっている。本事業では、竈方文化の保存・振興をきっかけとした酒、塩などの特産品づくりや、大学との連携による雇用・関係人口の創出、竈方集落相互の交流強化によるネットワークの形成などのこれまでの取り組みをさらに深化させ、竈方の取組みをフラッグシップにした周辺地域も含めた新しい『つながり』づくりにチャレンジする集落の仕組みづくりにより、地域の持続可能性を高め、地域での就業環境を創出することを目的とする。

地域の抱える課題、及びそれに対してのアプローチ

再生マネージャーとして、①竈方集落の再生の活動計画策定等の活動立上支援、②これまでの取組みを横ぐしでつなぐプラットフォーム機能、③大学生の活動や地域での学生と地域住民の関係創出に対する支援、④出身者、縁のある人との「つながり」の再生ネットワーク化、⑤竈方集落の同志の連携力強化やつながりの連鎖をつくる仕組みの構築支援、⑥魅力ある産業の創出や竈方集落周辺での若者の就業機会の創出立ち上げ支援を行った。つながりを創出することを念頭に置き、私だけでなく地域課題に応じた専門性を有する外部専門家にも協力してもらいチームとして取り組みの支援を行った。コロナの影響により専門家の地域での活動は当初の予定より少なくなりましたが、オンラインミーティング等も活用し、専門家と地域で活動する方々の関係性の向上が図れる「場」をできるだけ多く作り出せるよう支援を行った。

取組を通じて得られた成果

竈方集落の取組みにおいては、今年度新たに4.5反の耕作放棄地を解消し、竈方の塩の販売もスタートし当初の販売目標の200個を大幅に上回る1,568個を販売することができた。また日本酒「道行竈」も順調に売上を伸ばし、世界的な日本酒品評会である「ボルドー酒チャレンジ」で銀賞を受賞するなど、地域ビジネスとしての収益性と主体性の向上による取組みの深化がみられた。この取組みの深化により、これまで参加していなかった都市部の大学生や地域の若者の参画や畜産業、水産業といった他分野での連携、関係が希薄になっていた出身者、縁のある人とのネットワークの再生により新しく多様な「つながり」を創出することができた。次年度からは「集落学芸員制度」を創出し、これらのつながりの継続性を高め、つながりの連鎖を生み出し、限界集落の課題解決と地域ビジネスの創出、担い手および就業機会の確保という好循環を維持するシステムを構築していきたい。

北海道
厚真町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美まよし町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
鹿嶋町鹿児島県
北利

2-10 大阪府島本町「京となにわが会う場所（まち）『島本町』リノベーション大作戦事業」

事業概要

総事業費	3,473千円
助成申請額	2,315千円
外部専門家	濱 博一（株式会社アスリック 代表取締役）

自治体概要

人口	31,916 人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面積	16.81km ²
人口密度	1,898.63人/km ²
標準財政規模	6,762,481 千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.78（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	97.2%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室	都市創造部にぎわい創造課

取組概要

事業開始時点

- 島本町の知名度の低さ
- 西国街道沿いの店舗数減少
- サントリー山崎蒸溜所を訪れる観光客に町内を周遊してもらえない
- 離宮の水ブランド事業の見直しが求められる
- 外部専門家派遣事業（短期診断）により、商業的なにぎわい創出と本町のブランド価値向上を目的としたマスタープランの再構築を検討

外部専門家による支援

- 「離宮の水」等のリ・ブランド化等地域再生ビジョンに必要な整理及び具体的事業を構築する際の指針の明確化
- マーケティング・ターゲティングの検討及び設定
- 「離宮の水」のリ・ブランドの方向性検討
- 離宮の水ブランドの再構築
- タウン・プロモーションに向けた諸要素の整理
- 起業や創業の支援制度創設のため、ソフト的仕掛けの土壌づくりの実施

事業終了時点（成果）

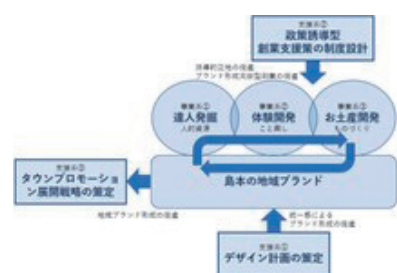
- 現状把握及び具体的整理による地域資源の発掘・深掘り
- 地域ブランド開発の検討
- STP マーケティングの検討及び製品開発プロジェクトの検討
- 新たな地域ブランディングの検討及びデザイン基本計画の検討
- 人的発掘プロジェクトの実施
- 各項目における今後の取り組むべき方向性の明確化



離宮の水



民間団体（SMALL）の会議での意見交換



今後取り組むべき内容

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

島本町は、町域の約6割を山林が占める自然豊かなまちであり、その自然がはぐくんだ地下水は、大阪府内で唯一名水百選として選ばれた「離宮の水」として、本町の代名詞とも言うべき地域資源となっている。安土桃山時代には千利休がこの地の水を愛し、秀吉のために茶をたてたと伝えられていることや、本町で最も多くの観光客を集めるサントリー山崎蒸溜所は、この水を求めて本町に創設されたとも言われており、水は本町の貴重な地域資源となっている。

現在、その貴重な資源である水を商業活用しようと、離宮の水ブランドという地域ブランドを立ちあげ、島本町のブランド価値向上や商業的なにぎわいづくりを目指し、3年が経過した。

しかしながら、離宮の水ブランド自身の知名度が上がらず、商業的なにぎわいづくりや本町のブランド価値の向上にはあまり結びついていない現状であることから、離宮の水ブランドの再構築が求められている。

他方、本町にあるサントリー山崎蒸溜所には年間13万人（コロナ感染症以前）の観光客が訪れる町内で一番の観光スポットとなっている。また、西国街道における商業的なにぎわいづくりを模索しているが、店舗数は年々減少し、訪れた観光客を町内の他の観光スポットに周遊させるに至っていないことが、本町観光施策の大きな課題となっている。そのため、サントリー山崎蒸溜所を起点として西国街道沿いに商業的なにぎわいを創出することが求められている。また、本町の中心市街地である水無瀬駅前についても、活気があるとは言えず、町全体の商業活性化が必要な状況となっている。

以上のことから、離宮の水のリ・ブランド化による商業的なにぎわいづくりと本町のブランド価値の向上、サントリー山崎蒸溜所からの観光客を町内へ周遊させるため、西国街道沿いの商業的なにぎわいの創出、加えて、水無瀬駅前も含めた本町全域での商業的なにぎわい創出を図るためのマスタープランを再構築する必要がある。

b 事業の目的

人口減少を克服し、将来にわたって成長力を確保するため、「稼ぐ地域をつくる」「地方への新しい人の流れをつくる」など地方創生の考え方を踏まえ、リ・ブランド化による商業的なにぎわいづくりと本町のブランド価値向上により、地方でもきらりと光る魅力的なまちを目指すとともに、サントリー山崎蒸溜所から観光客を周遊させることによる関係人口の増加、それらに付随する商業的なにぎわい創出により、持続可能な地域社会を形成していくことを目的としている。

北海道
厚岸町福島県
郡山市福島県
喜望峯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
島本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北郷町鹿児島県
北郷町

2 事業実施内容

a 地域再生ビジョンの検討

地域特性を把握するとともに対象地区の客観的ポジショニングを整理し、地域ブランドの核となる「離宮の水」等のリ・ブランド化等、地域再生ビジョンに必要な整理を行い、具体的事業を構築する際の指針を明確化する。

b マーケティング・ターゲティングの検討・設定

交流人口・関係人口・移住人口についての考え方の整理を行い、対象とすべき層の属性を検討及び設定するために、段階的計画を設定する。

c リ・ブランドの検討

貴重な地域資源の核である「離宮の水」について、リ・ブランドの方向性を検討する。また、リ・ブランドの検討に伴い既存事業の再構築についても必要に応じて検討し、タウン・プロモーションに向けた諸要素の整理を行う。

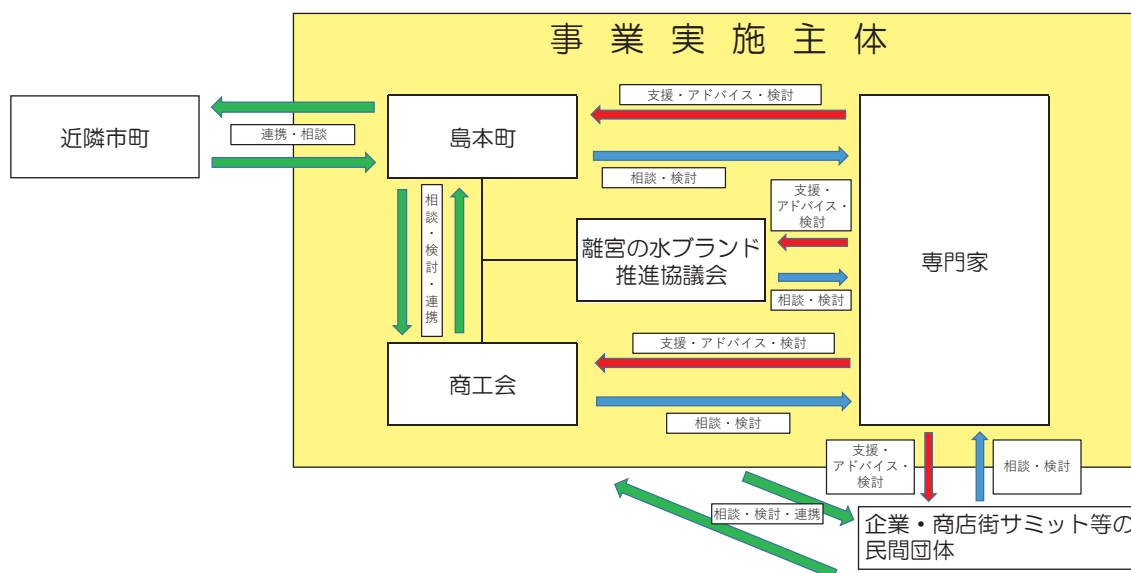
d ソフト的しかけの土壌づくり

商店街・街道の再生へとつながる都市的な再生・展開のためにはその芽を活かす土壌づくりが重要であることから、「起業塾」やそれに連なるネットワークづくりの現状にも入り込みながら、人的交流や相互学習・成長の「場」づくりを行う。また、移住を伴う新規の個店出店を支援する制度づくりを行い、近い将来に「起業支援システム策」となるように取り組む。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

島本町と離宮の水ブランドの事務局である島本町商工会が軸となり、地域再生マネージャーに相談・助言をいただくとともに、町内各プレイヤーや活動団体、関係団体、企業などと連携を密にして意見交換等を行いながら、事業を遂行する。

b 外部専門家の役割

- ・地域再生ビジョンに必要な整理、具体的事業を構築する際の指針の明確化支援
- ・対象とすべき層の属性を検討及び設定のために、段階的計画を設定するための支援
- ・「離宮の水」のり・ブランドの方向性検討支援
- ・タウン・プロモーションに向けた諸要素の整理をするための支援
- ・デザイン計画として策定するための現地調査等基礎調査の実施
- ・人的交流や相互学習・成長の「場」づくり
- ・移住を伴う新規の個店出店を支援する制度づくりの支援

4 事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
8月	2～5日	島本町観光施策推進連絡会議開催 町文化財担当者との意見交換、歴史文化資料館の視察 町長を交えて、今回調査の基本的な方向性の確認 離宮の水ブランドについて島本町商工会と意見交換 町内で活躍されている各プレイヤーとの意見交換 起業支援策について島本町商工会と意見交換
9月	21～24日	島本町観光施策推進連絡会議を開催 地域愛の醸成、マイクロツーリズムの提案 離宮の水ブランドについての協議 町内で活躍されている各プレイヤーとの意見交換 創業セミナー視察 複数の店主との意見交換を実施 創業支援策の制度設計について島本町商工会と協議
10月	26～29日	島本町観光施策推進連絡会議開催 離宮の水ブランドについて島本町商工会と意見交換 「離宮の水ブランド関係者による意見交換会」開催 SMALL 会議への出席及びメンバーとの意見交換
11月	16～19日	島本町観光施策推進連絡会議開催 デザイン基本計画についての検討及び打合せ キーマンとの意見交換及びフィージビリティスタディ SMALL 会議への出席及びメンバーとの意見交換
12月	19、21～24、28日	今年度事業の報告及び次年度事業の説明を実施 デザイン基本計画について基礎調査の実施 SMALL 会議にて次年度事業及び体制づくりの説明
1月	27日	デザイン基本計画について基礎調査の実施 Zoom による報告会を実施
2月	9、15日	デザイン基本計画のターゲットヒアリング調査 デザイン基本計画のヒアリング調査結果及びペルソナ仮説の検証、議論（WEB 会議） 次年度事業に向けて検討及び打合せ

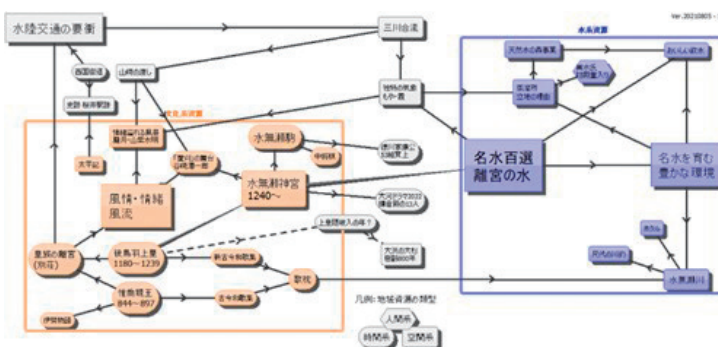
5 主な成果

a 地域再生ビジョンの検討

町の現状把握をはじめ、庁内関係課との意見交換の実施や具体的な整理をすることで改めて地域資源を発掘することができた。また、発掘した地域資源の深掘りや離宮の水と地域ブランドの関係性の検討をすることで、地域ブランド開発の検討や今後本町が取り組みたいことや取り組むべき方向性を確認することができ、再生シナリオとしての方向性を明確化した。



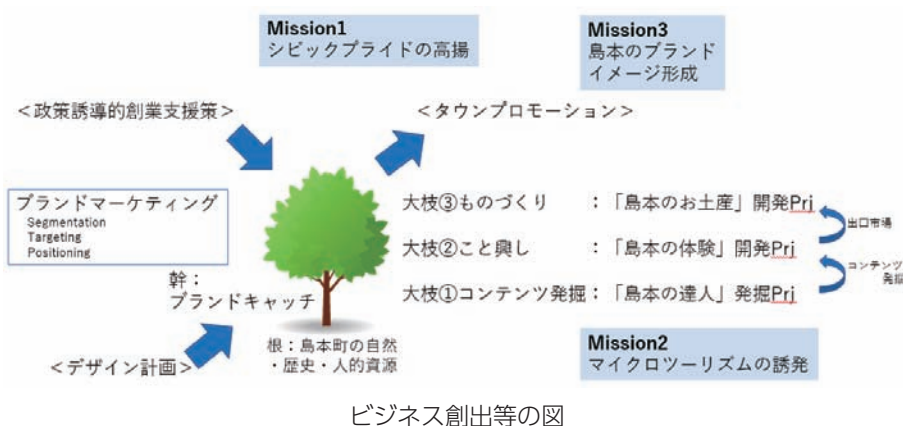
島本町観光施策推進連絡会議の様子



島本町の地域資源・背景

b マーケティング・ターゲティングの検討・設定

基本的なマーケティング要素やターゲティング要素について議論し整理することで、住民に対する地域愛の醸成、近隣に対するマイクロツーリズムの提案、広域に対する地域ブランドの発信等、取り組むべきことが明確になった。また、対象ややるべき内容が明確になったことで、STPマーケティングの検討を行うとともに、産品開発やプロジェクトについても検討を行う等、地域ブランドや各種事業で想定すべきセグメント・ターゲットを明確化し、目指すべきポジショニングを明確化することができた。



ビジネス創出等の図

c リ・ブランドの検討

離宮の水ブランドについて、ブランドそのものの在り方の検討を行い、本町にとって「離宮の水」がどうあるべきであるのか、また他の地域資源との関係性を整理及び検討し地域再生ビジョンとの関係性や位置付けについての検討を行うことで、新たな地域ブランディング及びデザイン基本計画の検討を行うことができ、既存事業の位置付けを再定義しながら、基本となる考え方を整理し今後の方向性を設定した。

d ソフト的しかけの土壌づくり

町内で活躍されている各プレイヤーと意見交換をすることで、行政と各関係機関で今後どのようなことができるのか改めて検討を行った。その中で、具体的な取り組み内容として「島本の達人」なる人的発掘プロジェクトの実施に向けた検討を行うとともに、発掘された達人による体験プログラム開発プロジェクトやテストイベント開発、産品開発プロジェクトについて検討を行い、今後地域再生のために実施すべき事業系や、これらを実施するための支援系プロジェクトを設定した。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

三大地域資源要素である「ひと・地勢・歴史」資源のうち、最も飽きない「ひと」資源を最初に発掘し、その人的資源をコンテンツとした体験プログラムなどを提供（こと興し）し、一定の集客ができるタイミングで地域を代表・象徴するお土産品・逸品を提供する（ものづくり）というシナリオを基本とした場合の検討課題は、次のとおりである。

① 離宮の水のリ・ブランド化と本町のブランド価値の向上

「離宮の水ブランド」認定事業がある程度活動されているため現行事業は当面現状どおりとするものの、今後取り組む「こと興し」「ものづくり」プロジェクトとの関連性を意識して島本の地域ブランドの主要な柱として活用していく。

② サントリー山崎蒸溜所から周遊させる西国街道沿いの商業的なにぎわいの創出

世界ウイスキーサミット（仮称）の開催＋蒸溜所とのコラボツアーの企画・催行など「人的資源の発掘」とそれを源とする「こと興し」体験プログラムの開発・試行から着手していく。

③ 水無瀬駅前など商業的なにぎわい創出

一連の「人的資源の発掘」「こと興し」「ものづくり」を推進する過程を政策誘導的に実施することで解決へと導くものとする。

7 外部専門家コメント



地域資源豊富な眠れるコンパクトタウンが目覚めるとき

株式会社アスリック 代表取締役 濱 博 一

●取り組みの背景と事業概要

取り組みに際して、当初の要請は、①町内唯一の観光資源サントリー山崎蒸溜所から旧西国街道への人流・にぎわい創出、②府内唯一の名水百選認定：離宮の水ブランドのテコ入れ、③JR島本駅－阪急水無瀬駅間の商店街形成だった。

地域資源調査ですぐに判明したのは、平安時代初期にまで遡る水陸交通の利便性と文化的資源の豊富さ、そして千年にも亘る水資源・自然資源の豊かさであった。一方で、内閣府 RESAS による域内経済分析では、民間消費における支出入出率が、-27.0%と全国的にも低位であり、このままでは数十年後に訪れる就労世代のリタイアに伴い域内民間経済の急速な縮小を招くと予想され、これを防ぐ生活関連サービスの拡充による商店街振興と、交流人口拡大による外貨獲得の両面で、域内経済の構造を変えていく必要性が浮かび上がった。

本取り組みでは、初年度であることから、計画論の上流工程である再生ビジョンの構築と具体的プロジェクトの抽出、今後のプロジェクトを担うと想定されるプレイヤー・関係者・関係団体との意見聴取・調整、ならびに人的な信頼関係の構築に務めることとした。

●課題および、それに対するアプローチ

再生ビジョンの構築に際して、まず STP マーケティングの手法を応用して、あるべきポジショニングを検討。交流人口の嗜好を地域資源の特性に併せてセグメントし、その中からターゲット層を想定した。地域資源の活用には、人間・空間（地勢）・時間（歴史）の主要3要素から、近年モノ消費からコト消費へと移行しつつある動向を踏まえ、コトを生み出すヒトに着目。①先鋭的・先進的領域でイノベータ層となっている住民を発掘し、②彼らの有する体験・経験・スキルをコンテンツとするコト興し、そのトライアルの中からアフターコロナ時代の流れと予想される着地型マイクロツーリズムを本格化し、③その市場に対して開発した特産品を提供するモノづくり、④これらを持続的に循環させていくステージとしての街道筋・商店街形成と地域ブランディングを地域再生の基本シナリオとした。

度重ねた関係諸団体との意見交換では、総じて好意的・積極的な方が多く、今後の事業化に向けた見通しも明るいものと思われる。

●取り組みを通じて得られた成果

これらの複合的な取り組みにより、再生ビジョンを具体化する事業として、事業系では「島本の達人」発掘・「島本の体験」開発・「島本のお土産」開発の3事業。それらの支援策として地域ブランディングの指針となる「デザイン計画」・プロモーション展開戦略・政策誘導型創業支援策制度設計の3事業を、次年度着手すべきものとして抽出した。当初課題もこれらを通じて解決できるものである。

●今後の取り組みに向けた動き

次年度は、上記6事業に着手し、成果を具体化する段階となるが、そのための動きとして、100名の達人取材候補の検討が完了しており、持続的な地元活動につなげるため取材などに携わって頂くプレイヤー集団とも調整中である。さらに、デザイン計画のための基礎調査、ターゲット層からのペルソナ仮設の検討など、次年度へ向け現在も積極的に取り組んでおり、今後の活動が楽しみである。

2-11 和歌山県有田川町「清水地域ランドスケープ再生戦略事業」

事業概要

総事業費	7,329千円
助成申請額	4,886千円
外部専門家	濱 博一（株式会社アスリック 代表取締役） 矢部 佳宏（一般社団法人 BOOT 代表理事） 古田 大泉（JISSEN.CO）

自治体概要

人 口	26,104人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面 積	351.84km ²
人 口 密 度	74.19人/km ²
標準財政規模	9,830,401千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.34（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	93.1%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室	商工観光課

取組概要

事業開始時点

- 人口減少による地域経済活動の低下
- 少子高齢化による地域産業の衰退
- 観光客数の減少
- しみず温泉老朽化問題
- 外部専門家派遣事業（短期診断）による清水地域のまちづくり再検討の機運が高まる
- 清水地域のランドデザイン作成

外部専門家による支援

- 清水地域のランドデザインを基に、ハード事業の具体化検討
- 地域資源を活用したソフト事業の検討
- 住民の自立的活動への火付けと火種づくりの支援

事業終了時点（成果）

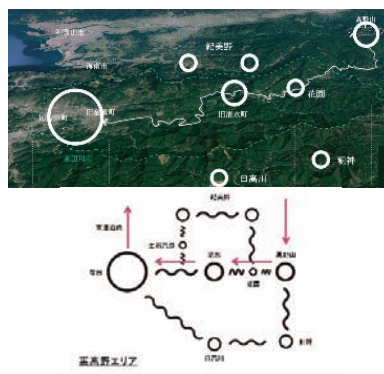
- ハード事業の具体化として、基本構想（マーケティング戦略）を作成
- 諸施設間の機能分担と連携の整理
- 観光周遊させる広域的エリアの整理
- 派生プロジェクトの発生
- 棚田（あらぎ島）アイス商品化



清水地域のシンボル『あらぎ島』



ふたがわ寮設置・運営について検討



観光周遊させる広域的エリア検討図

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

当該申請の清水地域は、2006年の3町（吉備町、金屋町、清水町）合併により誕生した有田川町の東部に位置する地域で、国の重要文化的景観・日本の棚田百選に選ばれている「あらぎ島」をはじめ、優れた自然環境や生産量日本一の「ぶどう山椒」等の農産物がある魅力にあふれた地域である。

しかし清水地区はいわゆる過疎地域で、合併後14年間で約41%の人口減や高齢化率54.4%という高齢化の進展による地域産業の衰退、生活基盤の弱体化、集落消滅の危機など、さまざまな課題に直面している。

主な産業は、稲作やぶどう山椒などの農業・林業であるが、高齢化・後継者不足や木材の価格下落等が原因で、他の地域と同じように衰退の一途をたどっている。一方策として、温泉や宿泊施設をはじめとする観光業を行っているが、こちらのほうも陳腐化等による宿泊客減少が続いている（なお、この地域の主な観光施設は一般財団法人有田川町ふるさと開発公社が指定管理を受け運営している）。また、地域には小さな企業や福祉事業所がいくつかあるが、いずれも人材不足が課題となっており、地域全体が負の連鎖に陥っている。

行政としても、合併後さまざまな振興策を模索していたが、総じて単発的なイベントが中心となっており、地域に持続的な経済循環を生むまでには至っていない。

このような状況のなか、当町では一昨年度、貴財団の外部専門家派遣（短期診断）を、昨年度においても外部専門家活用助成事業を活用し、外部専門家による現地調査や関係者へのヒアリングを実施させていただいたところ、いくつかの指摘事項やアドバイスを受け、今後重点的に取り組むべきプロジェクトを絞り込むことができた。そこで昨年度実施した事業の成果であるグランドデザイン等をもとに、引き続きプロジェクトの具体化をすすめるため申請に至った。

b 事業の目的

地域再生の最終的な目的は、移住・定住人口の増加である。地域外の方が移住・定住に至るには「縁・職・住」が整う必要がある。

そして、最初に何らかの「縁」がなければそこから先に進むことができない。このため、地域再生を具体化するに当たって最も重視すべきは「縁」を結び紡ぐ仕掛けと仕組みを構築することである。これらにより、交流人口から関係人口へ、関係人口から移住人口へと関係性を深化させる必要がある。

関係性を深化させる過程の入り口として重要な点は、その地域が持つ資源の価値を分かりやすく視覚化することである。景観十年・風景百年・風土千年という言葉があるように、景観として視覚に捉えられる光景を通して、その土地の暮らしぶり・歴史性・文化性も読み取ることができる。地域資源の価値を説明的にならず、的確に表現し整えることは、移住・定住につながるご縁を結び紡ぐために重要な一步となると考えられる。

このため、地域全体を統一的なコンセプトで捉え、地域資源の価値を再定義するための再生ビジョンの策定と、それをより視覚化するランドスケープデザインを重視する必要がある。

北海道
厚岸町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美まよし町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
名瀬市北利
海城道

2 事業実施内容

a しみず温泉の検討・設計

令和2年度より検討しているしみず温泉の今後について、清水地域の観光の中心的存在であることが再確認され、作成したグランドデザインに基づきマーケティング戦略をたて、よりお客さんと呼べる施設となるべく、設計・デザインをワークショップ等実施し、具体的に検討した。

b 移住インキュベーションセンターの検討・設計

移住インキュベーションセンター及びドミトリーの整備をめざし、基本設計への仕様を立案し、地域住民との協働事業として地元の方々含めワークショップを実施し、設計・デザイン等を検討した。

c 清水地区公園的まちづくりの検討

子どもをもつお母さんたちが中心となって、子どもとその親世代が集える広場が必要という要望から始まったプロジェクト。清水地域の中心市街地全体を公園とみなして、みんなが集え、楽しめる『場』を創るプロジェクトとして実施。運営組織のあり方、福祉事業者との協働、イベント等での活用方法等検討を繰り返し行った。

d 諸施設間の機能分担と連携の整理・検討

施設整備・事業開発のスケジュールと、移住・定住化を目指した関係性の深化プロセス（地域再生プロセス）との調整を図り、施設単体での整備効果に留まらない施設間連携・有機的波及効果を持たせるための検討を行った。

e 具体的な事業開発

交流人口から関係人口へ、関係人口から移住人口へと紡ぐために、就農体験なども含めたフィールドワーク的な体験プログラム・交流プログラムなどのソフト事業の開発を検討した。

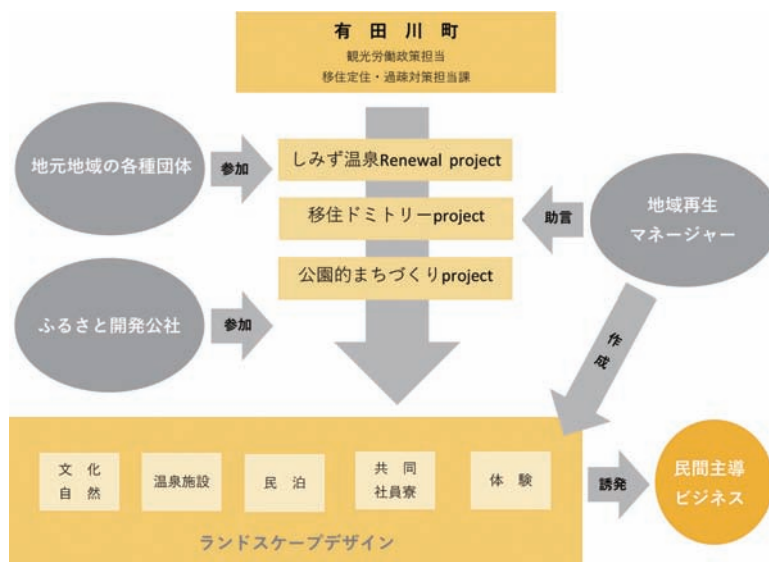
f 起業支援策のシステム化検討

長期的に持続的な「縁・職・住」の連関システムの構築を目指し、派生的に拡がる「職」の開発・起業支援の体制を地域に根付かせるために必要な事項を検討した。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

有田川町と、各プロジェクトの実行主体である地元地域の団体（移住ドミトリー：地元事業者連合会、公園的まちづくり：子を持つお母さん世代の集まり、しみず温泉：しみず温泉検討委員会）、そして清水地域の観光施設全般を指定管理者として運営している（一財）有田川町ふるさと開発公社も加わり、地域再生マネージャーのアドバイスのもと本事業を進めた。

b 外部専門家の役割

各プロジェクトへの助言と、各プロジェクトからの考えや地域資源を整理し、昨年度実施した事業の成果であるランドデザイン等をもとに、引き続きプロジェクトの具体化へのアドバイスを実施。またそれらが長期的に持続的な「縁・職・住」の連携が行われるシステム構築を目指し、地域に基本的な考え方等を根付かせるノウハウ移転を実施した。

北海道
厚真町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町

4

事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
4月	13～15日 14日	・ 地域資源の調査、整理 ・ 公園的まちづくりプロジェクト会議 ・ 移住ドミトリープロジェクト会議
5月	18日	・ 公園的まちづくりプロジェクト会議（オンライン会議） ・ 移住ドミトリープロジェクト会議（オンライン会議）
6月	5～8日 6日 7日 8日	・ 観光周遊させる広域的エリアの検討及び地域資源の調査、整理 ・ 公園的まちづくりプロジェクト会議 ・ 移住ドミトリープロジェクト会議 ・ しみず温泉 Renewal プロジェクト会議 ・ 移住ドミトリープロジェクト会議
7月	19～22日 19日 20日 21日	・ 観光周遊させる広域的エリアの整理 ・ しみず温泉 Renewal プロジェクト会議 ・ 移住ドミトリープロジェクト会議 ・ しみず温泉 Renewal プロジェクト会議 ・ 公園的まちづくりプロジェクト会議 ・ 移住ドミトリープロジェクト会議 ・ 派生プロジェクト（遠井地区関係）相談・検討会議
8月	19～21日 19日 20日 21日	・ 施設間機能の連携検討 ・ 公園的まちづくりプロジェクト会議 ・ 派生プロジェクト（遠井地区関係）相談・検討会議 ・ しみず温泉 Renewal プロジェクト会議 ・ 移住ドミトリープロジェクト会議
9月	15、17日 15日 17日	・ 施設間機能の連携検討 ・ 公園的まちづくりプロジェクト会議 ・ しみず温泉 Renewal プロジェクト会議 ・ 移住ドミトリープロジェクト会議
10月	18日 20日	・ 公園的まちづくりプロジェクト会議 ・ 移住ドミトリープロジェクト会議 ・ 移住受け入れ態勢検討
11月	8日 9日	・ 移住ドミトリープロジェクト会議 ・ しみず温泉 Renewal プロジェクト会議 ・ 公園的まちづくりプロジェクト会議
12月	14日 15日	・ 移住ドミトリープロジェクト会議 ・ 若者の流れづくりとして運営候補者視察交流イベント実施 ・ 公園的まちづくりプロジェクト会議 ・ しみず温泉 Renewal プロジェクト会議
1月	25～26日	・ しみず温泉 Renewal プロジェクト会議

5 主な成果

a しみず温泉の再生

温泉施設としての在り方とマーケティング的な条件整理を実施。また施設設計におけるこれらの考え方を反映させるプロデュース的な取り組みを行った。



マーケティング手法の活用

b 移住インキュベーションセンターの設立

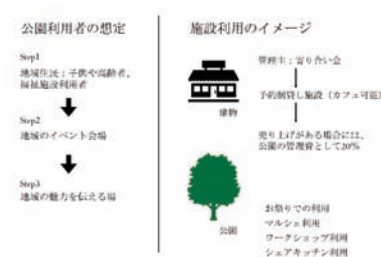
「縁・職・住」ニーズに対する一体的・関連的対応体制を整える施設として基本構想を作成。また運営体制の検討及び運営者募集に際して必要な事業イメージ及び整理した地域資源の表現デザインを実施。



インキュベーション施設の検討の様子

c 公園的まちづくりの推進

地元住民に公園設置が「まち」の再生につながるという可能性が認識され、住民の自立的な意識が発生してきた。また新たな公園を住民主体で管理する方法についての検討が重ねられた。



公園コンセプト

d 広域的に観光周遊させるエリアの整理

既に広く知られている高野山に縁ある、まだ魅力が十分に伝わっていない小さな魅力が点在する周辺エリアとともに、新たな1つの観光エリアとして設定し、周辺エリア全体を一体化させる戦略が必要であると再認識し、次年度以降の目標を設定した。



観光周遊エリアの検討

e その他（派生した事業）

あらぎ島の米生産者と棚田でアイスを作る事業者とのマッチングが図られ、地元お土産品となり、また、棚田維持を応援するコンテンツの1つとなる「あらぎ島（棚田）アイス」が誕生した。

公園的まちづくりのメンバーが空き家古民家を再生し、若者の集える場所（ジム）を開設した。

このように、本事業実施過程において地域資源の価値と魅力を再認識した地元の方が自発的に地域再生のプロジェクトを実施し始めた。



空き家再生作業の様子



地域再生プロジェクトの様子

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

■新しみず温泉（観光関係）

しみず温泉のリニューアルに伴い、観光施設全体の関係性が発揮できる体制準備が必要となる。そのために今後は下記事項について、温泉リニューアルを効果的に、相乗的に地域全体に成果が表れるように準備を行う。

■移住ドミトリー

今年度に引き続き移住ドミトリー運営法人が取り組むべき下記の諸事業の検討と具体化を図る必要がある。またできる限り早い段階において運営スタッフを雇い入れ、そのスタッフとともに本事業を立ち上げ（作り上げ）ていくことが、プロジェクト成功への足掛かりとなる。

■公園的まちづくり

候補地が決定したため、その候補地の基本設計等住民と一緒に検討し基本設計を作成し、今年度に引き続きワークショップを通じて、住民に対して公園まちづくりのイメージ醸成と、求められる公園機能の具体化を図る必要がある。

7 外部専門家コメント

ブランドデザインをプロジェクトへつなぐ



株式会社アスリック
代表取締役
濱 博一



一般社団法人BOOT
代表理事
矢部 佳宏



JISSEN.CO
古田 大泉

取り組みの背景と事業概要

和歌山県有田町は、「有田みかん」の産地として有名であるが、今回の事業対象地である清水地区（旧清水町）は、町全域を貫く有田川の上流に位置する山間地域であり、平成の合併以降、下流の旧吉備町や旧金屋町への移住が増え、人口が著しく減少。生産量日本一の「ぶどう山椒」や、重要文化的景観・日本棚田百選・日本農業遺産に指定・認定されている「あらぎ島」など潜在資源は多いものの、農林産業や観光産業による収益拡大、地域住民によるボトムアップ型の地域活性化と移住者・地域の担い手の獲得が大きな課題となっている。

課題、及びそれに対するアプローチ

昨年度、地元からの要請をもとにしつつ、地域住民が自ら地域再生に取り組む機運を醸成しながら、地域の未来に対する共通課題意識が持てるよう、ワークショップや議論・街歩きなどを重ねる中で、ブランドデザインを提案したが、それに加えて地域の価値を知り尽くして山・川で遊びと暮らしを融合させている住民を再評価し、地域ブランディングの軸となるコンセプトを「遊ぶように暮らす Shimizu + X」と明確にした。

今年度は、それをベースに、地域ブランディングを醸成する第一歩として、具体的なプロジェクトを始動させる活動を行った。しみず温泉のリニューアルについては、和歌山県内の温泉との比較検討をベースに温泉市場をセグメントし、同温泉のポジショニングを明確化した上で、想定されるターゲット層に対して先導的に利用・口コミなどをしてもらうシーダー層のペルソナを設定するなど、STPマーケティング手法を導入して基本的な枠組みを構築し、建築設計への反映・アドバイスした。

山間地故に、新卒就業者の住・生活環境の課題を解決し、同時に新しい体験交流プログラムを開発・起業化するインキュベーション機能を併せ持たせる「ふたがわ寮（移住ドミトリ）」では、関係者間の調整と設計へのアドバイスのみならず、事業計画・プレイヤー候補者との意識合わせなどソフト面でのフォローに注力した。

子育て世代の女性から長年寄せられていた地区中心部への公園設置では、地区全体も巻き込んで「まち遊び」や「川遊び」などの体験の舞台とするなど、公園の基本的な使い方のイメージの具体化を丁寧に重ねながら、適地候補を数案に絞り、用地取得の下調整などを関係者をお願いした。

取り組みを通じて得られた成果

新・しみず温泉は、リニューアルのための基本的な設計を終え、最終的な地元調整を踏まえ、実施設計・施工段階へと移行していく予定で、今後、店作りとしての暖簾など各種デザイン、スタッフのトレーニング、産品開発などの新開業を備えたソフト的なフォローアップに取り組む必要がある。ふたがわ寮は、運営形態の枠組み・組織形態について関係者の合意が図られ、プレイヤーの公募・地元受け入れ体制の具体化を図る段階に至っている。今後は、「しみずの人事部」的なタウンマネジメント人材と組織づくり、事業開発を具体化する重要な段階に入る。公園のまちづくりでは、最適と考えられていた場所の所有者に基本的な同意を頂くことができ、用地取得を経て、住民参加のワークショップなどを通じて具体的な整備を進めていく。

引き続き、ブランドデザインをベースとしたそれぞれのプロジェクトを推進し、軌道に乗せられるよう、きめこまやかなアドバイスを重ねていく必要があると考えている。

北海道
厚岸町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町

2-12 広島県府中市「持続可能な『産業（ものづくり）×文化×観光』ビジネス創出事業」

事業概要

総事業費	7,800千円
助成申請額	4,000千円
外部専門家	養父 信夫（一般社団法人 九州のムラ 代表理事）

自治体概要

人口	38,204 人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面積	195.75km ²
人口密度	195.17人/km ²
標準財政規模	11,612,186 千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.47（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	97.7%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室	経済観光部 観光課 観光振興係

取組概要

事業開始時点

- 各地域の観光振興における取組みの進捗に差があるため、エリアを細かく区切り、各地域の課題に沿って事業を開始した
- 矢野エリア
新たに地域づくりを担う組織が設立され間もない状態
- 井永エリア
直売所のリニューアルに合わせた、交流型体験事業への取組みを目指す
- 白壁エリア
文化資源の活用や来訪者の滞在時間の伸長、宿泊客の増加を目指す
- 阿字エリア
和紙を使った商品開発や体験プログラムの造成を目指す

外部専門家による支援

- 各地域の現状ヒアリングを実施し、“観光地域づくり”に対する考え方の啓発
- 矢野エリア
地域資源の見直しとその活用について協議
- 井永エリア
年間を通じた交流型体験プログラムを検討
- 白壁エリア
歴史的建造物の保存活用について、勉強会や地域住民向けのシンポジウムを実施
- 阿字エリア
阿字和紙を活用した商品の開発の検討及び禅寺等を活用した体験プログラム造成に向けた調査
- サイクリングルートの造成及びモニター検証の実施
- ものづくり産業と観光との連携策の検討

事業終了時点（成果）

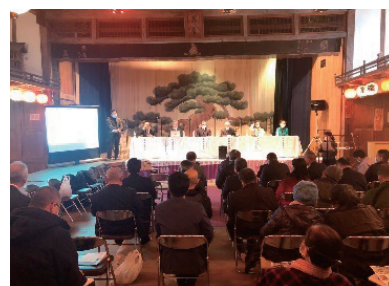
- ものづくり産業と観光との連携として
 - ①府中家具の特徴である「蟻組構造」を活かした桐箱に、地元アーティストの図案と、地元のレーザー印刷加工を施したサンプル品を作成し、土産物箱や、ふるさと納税返礼品としての活用を検討
 - ②阿字和紙を活用し、サイクリング事業の中でセット販売できるよう、御朱印帳の試作品の作成
- 白壁エリアにおいて、地域に残る建物の保存と活用に向けたシンポジウムを開催し、地域住民の合意形成を促進



桐箱の試作品づくり



専門家招聘（サイクリング）



シンポジウム

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

府中市は古くから「ものづくりのまち」として、第2次産業（製造業）を主として栄えていた。しかし近年、定住人口の減少に加え、「市町内総生産」で製造業の割合が減少し、代わりに第3次産業（サービス業）が増加する傾向にあった。その中で2020年4月に観光協会が法人化し、2020年6月には「府中市観光振興ビジョン」を策定するなど、市全体として観光を推進する体制作りを始めていた。観光が府中市を支える産業の1つとなることを目指し「選ばれる観光地づくり」、「地域で稼ぐ観光の実現」、「観光を推進する地域づくり」を基本方針としてオール府中で観光を推進していくことを目指した。

b 事業の目的

「府中・上下エリアの歴史・文化」、「府中市が誇るものづくり」、「地域住民と観光客の交流」という3つの要素を組み合わせた旅行商品を造成し、外部に発信することで、府中らしい「ライフスタイルツーリズム」を推進し、「地域で稼ぐ観光」を実現する事を目的とする。そのため本事業では、対象とする地域を分け、各エリア内で実践者の育成及び、質の高い交流型体験プログラムの造成を行う事とし、最終的にそれぞれのエリアを繋ぎ、府中市全域でのツーリズムへと展開していく。

2 事業実施内容

a 地域の合意形成（インナープロモーション）

歴史・文化などの地域資源を学び理解するための勉強会や、今後の担い手発掘のための女性・若者の意見を集約する場づくりを行う。

b 旅行商品の磨き上げ

ガイド商品をはじめとした、付加価値の高い旅行商品を造成する。料金設定が高額でも予約されるガイド（インタープリター）の育成のほか、マーケティング戦略に沿って、ターゲットに即

北海道
厚岸町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美まよし町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
鹿嶋町鹿児島県
北利

した旅行商品やガイドンスツールを造成する。さらに、造成した商品は、モニター検証による磨き上げを行う。

c 観光客向け店舗の魅力向上

観光エリアにある小売店、飲食店等の店舗について、個人客でも気軽に立ち寄れるような魅力向上を図ることで、地域内での滞在時間を伸ばし、かつ観光客の満足度を高める。

d 地場産品等販売のビジネス化

既存の地場産品や土産物は、地域内で購入できる場所が限られているため、市内・県内における販路拡大と、新たな地場産品等の開発により、地域内消費を促すことで、安定的な販売収入に繋げる。また、「びんご府中のものづくり」や「府中市内の文化観光」をコンセプトとした魅力的な地場産品等がないため、専門家の指導を得ながら商品開発を行う。

e 販売・プロモーション

観光協会が中心となり、造成した旅行商品や地場産品等の販売戦略を立て、販売促進を進めるとともに、実践する地域団体等がノウハウを共有し、自ら販売や情報発信に挑戦していくことで、ビジネスへと繋げる土壌を作っていく。都市部や首都圏のほか、将来的なインバウンド誘客も視野に入れ、海外へのプロモーションも実施する。

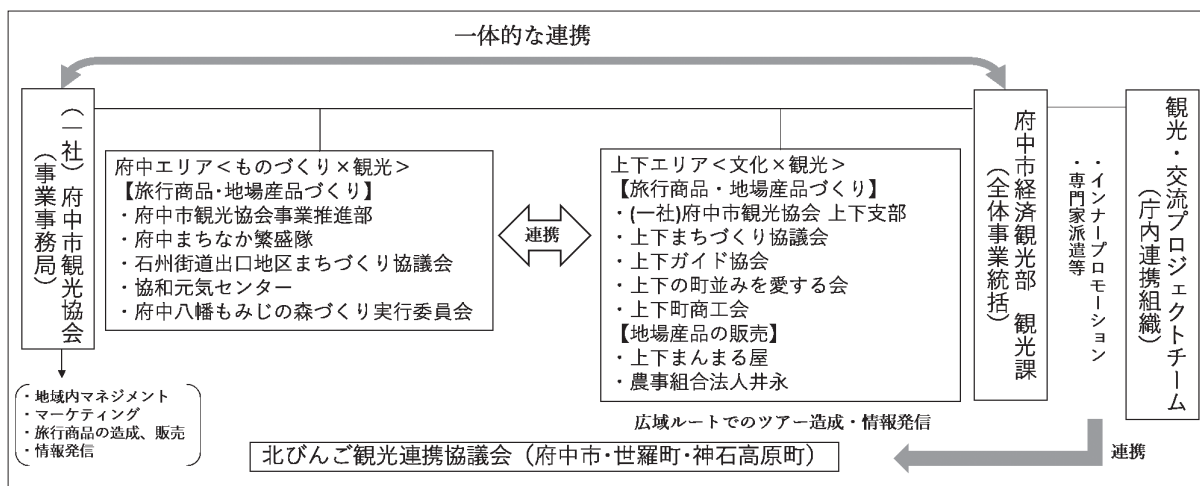
f 空き家・空き店舗を活用した交流拠点の検討

府中エリア、上下エリアともに空き家・空き店舗が目立ち始め、地域の賑わいに影響を及ぼしており、地域の景観維持に加え、来訪者との交流やビジネスを生みだしていくためにも、空き家等の活用は必須である。このため、モデル地域を選定し、今ある空き家等の活用を検討しながら、交流拠点となり得る店舗（飲食・土産物等）のトライアル運営に取り組む。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



b 外部専門家の役割

(一社)九州のムラ 養父 信夫

- ・事業を統括した指導を行う。全地域を対象に現地踏査・地域内実践者ヒアリング、地域資源の見直し、人材の発掘、今後の事業展開についての指導を行い、必要に応じて専門家を招聘した。

(一社)RIDE 堀 啓二

- ・サイクリングルートの造成及び、モニター検証時の実施アドバイスをを行った。

NPO 法人まちづくりネット八女 北島 カ

- ・白壁エリアの地域に残る歴史的建造物の価値の見直し、保存と活用策について、八女市福島町の事例を基に勉強会を開催した。

奈良女子大学教授 藤田 盟児

- ・11月に開催したシンポジウムにおいて、白壁エリアにおける歴史的建造物の調査報告を共有し、歴史的建造物の保存と活用策についての事例を紹介した。

北海道

厚別町

福島県

郡山市

福島県

磐梯町

栃木県

下野市

群馬県

中之条町

東京都

あきる野市

石川県

宝達志水町

福井県

越前町

三重県

南伊勢町

大阪府

墨本町

和歌山県

有田川町

広島県

府中市

徳島県

美まよし町

長崎県

雲仙市

長崎県

波佐見町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

鹿嶋町

北利

海城道町

4

事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
6月	30日	矢野エリア：資源踏査、取組みヒアリング
7月	1日	サイクリングツーリズム：方向性の検討 白壁エリア：キックオフミーティング 井永&協和エリア：現地ヒアリング
	2日	府中エリア：星野木工&本山町里山倶楽部 現地ヒアリング 事務局会議
	14日	サイクリングルート試走（上下～矢野コース） 白壁エリア：勉強会内容及びスケジュールについての協議
	15日	サイクリングルート試走（府中市内の御朱印巡りコース） 矢野エリア：コンセプトワーク1回目
	16日	井永エリア：体験プログラムの検討 栗生エリア：現地ヒアリング 事務局会議
8月	25日	井永エリア：体験プログラムについて（オンライン）
	27日	事務局会議（オンライン）
9月	15日	事務局会議（オンライン）
	30日	事務局会議（オンライン）
10月	20日	矢野エリア：コンセプトワーク2回目 白壁エリア：歴史的建造物の保存と活用勉強会
	21日	井永エリア：体験プログラムの造成 協和エリア：阿字和紙の活用検討協議
	22日	事務局会議
11月	23日	白壁エリア：シンポジウム
	24日	府中エリア：サイクリングツール制作（撮影） 井永エリア：体験プログラムの造成 矢野エリア：コンセプトワーク3回目 白壁エリア：今年度の振返りと次年度計画についての協議
	25日	事務局会議 協和エリア：宿坊体験プログラムの検討
12月	15日	矢野エリア：コンセプトワーク4回 白壁エリア：上下の「食」についての協議 協和エリア：阿字和紙の活用検討協議
	16日	井永エリア：体験プログラムの造成 事務局会議：今年度事業の振返りと次年度事業についての協議
1月	27日	白壁エリア：上下チャレンジショップについての協議
2月	1～20日	サイクリングツール制作（リーフレット・WEB） & プロモーション
	7日	井永エリア：体験プログラムの造成

5 主な成果

a 地域の合意形成（インナープロモーション）

（矢野エリア）

今年から地域づくり団体が立ち上がったばかりということもあり、コンセプトワークを通じて、「観光地域づくり」を推進する目的や意義などを実践者らに啓発した。来訪者向けのコンセプトワードを「神山の里 矢野の荘 悠久の時を旅する」とし、散策マップの造成へと展開することができた。

（白壁エリア）

文化×観光をテーマとし、地域に残る歴史的建造物の価値の見直しに向け、これらの資源を維持・活用するための方法の一つとしての、重要伝統的建造物群保存地区に関する勉強会や、まちづくりシンポジウムを開催した。今後も地域住民が主体となり、地域資源の見直しに関する「建物調査、文化財の学び直し」を行い、文化財を観光資源として活用していく体制の土台作りができた。



会議の様子



視察の様子

b 旅行商品の磨き上げ

（レンタサイクリング）

府中エリア、上下エリアそれぞれを自転車で巡るモデルコースを造成。前者は「御朱印」をテーマとし、後者は農村部から白壁の町並みまでのコースと路地裏コースといった、計4つのルートを作成。

（井永地区）

農村部に位置するこの地域では、農事組合法人井永が実践者となり、地域の農産物や農村景観を活かした体験プログラムを検討中。農作物の収穫シーズンに合わせ、収穫した作物をその場ですぐ調理できるような体験プログラムなど、体験型交流プログラムのアイデア出しを行った。次年度はこれらのモニタリング検証をしながら、商品化へと繋げることを目指し、協議していく。

（協和地区）

禅寺「松林寺」では、座禅堂を活用した座禅体験の他、宿坊についての可能性も調査するために、専門家とモニター宿泊を行った。住職も受入に関しては好意的であったため、本格的な受入に向け、檀家総代らの関係者との協議の他、ターゲットの設定とそれに即したプログラム等を検討していく。



レンタサイクル



井永地区



協和地区

c 観光客向け店舗の魅力向上

(井永地区)

今年10月にリニューアルオープンした法界山産地直販センターをサイクリングルートに入れ込むことで、サイクリング客をターゲットとした商品開発及び、周辺のキャンプ場と連携した商品開発を行う事などを協議した。次年度はターゲットに合わせた商品開発の他、店舗内のPOP等の改善も行っていく。



法界山産地直販センター

d 地場産品等販売のビジネス化

(府中家具の技術を活かしたクラフト商品)

府中家具の特徴である蟻組技法を活かした桐箱に、地元アーティストの図柄を地元のレーザー加工会社の技術で施した土産物BOXを試作。当初は、市内のクラフトスポットを巡るサイクリングコースでの使用を検討していたが、材木の価格高騰の影響で価格が合わなくなり、ふるさと納税の返礼品としての活用を検討し始めた。



クラフト商品(左)と阿字和紙(右)

(阿字和紙を活用した商品開発)

阿字和紙の復興・伝承に向け、阿字和紙を活用した体験プログラムや商品開発について検討中。サイクリングコースで「御朱印巡り」を行うことから、そこで使用する御朱印帳のサンプルを作成。価格帯や製造体制などは今後の検討事項である。また協和地区にある禅寺「松林寺」において、座禅堂を活用した座禅体験の他、宿坊なども検討し始める中、松林寺での阿字和紙を活用した体験プログラムも併せて検討中。一つの案として、寺に宿泊された方が和紙あかりを作成し、夜の風景を楽しむプログラムも検討した。

e 販売・プロモーション

レンタサイクル事業において、モデルコースを作成し、ホームページやリーフレットを通じてプロモーションをしていく。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

今年度は各エリア毎にテーマを設定し、地域内実践者との協議の中で方向性・アイデア出しを行うことができた。これらを持続可能な取組みにするためには、観光商品として提供し、経済的な効果を得ていく必要がある。次年度は検討してきた事柄をモニタリングで検証し、商品として販売する体制を整備する他、販促・営業活動に注力していく。

7 外部専門家コメント



広域複数エリアでの取組みは、 個々のテーマ設定、意識の共有を

一般社団法人 九州のムラ 代表理事 養 父 信 夫

広島県府中市の地域再生マネージャー事業は今年度が1年目ということもあり、活動当初は、重点エリアと目される地域を複数ご案内いただいた。各地域の取組み状況、体制、機運など総合的に判断し、最終的に後述の5地域に絞って今事業で取り組むことをご提案。

府中家具、府中味噌、備後絣、紙すきなど「ものづくり」が盛んな府中市まちなかエリア及び周辺の協和エリアでは、ものづくり×観光を、白壁の町並みが残る白壁エリアでは、文化×観光を、そして矢野及び井永エリアの農村部では農村風景×観光を推進し、従来のような物見遊山型観光ではなく、地域の自然、歴史、文化も活かし、環境保全にも寄与する持続可能な観光を新たに創造すること、その糸口を作ることが初年度のミッションである。各エリアの課題、取組みのアプローチは以下の通り。

1. 白壁エリア：重要伝統的建造物群保存地域としての登録に向けて、更に地域住民の意識を高めていくこと。そのために有識者、市幹部も交えてのまちづくりシンポジウムの開催。

2. 矢野エリア：地域内の温泉施設も閉鎖し入込み客は激減。地域が作成中の地域マップ作成に合わせて、地域づくりのコンセプト、方向性についてのワークショップを重ねた。

3. 井永エリア：高齢化により以前のような大量集客型イベント（きのこ狩り）は中止に。新たに地域の直売所がリニューアルされる事を機に、少人数分散型・高収益交流事業を検討。

4. 府中市町中エリア：ものづくり拠点を観光につなげる仕組みが弱く、今回 SDGs 視点からも自転車を使ったルートづくり、ストーリー作りについて関係者と協議、実践を。またふるさと納税返礼品につながる商品づくりについても検討を行った。

5. 阿字協和エリア：地域文化としての和紙づくりを復活したもののビジネス展開には至っていない状況。そこで女性グループの皆さんに体験受入れのための視察研修、新たな商品（御朱印帳など）作りの場を設けた。また座禅体験、宿坊を検討されているご住職には、モニター受け入れを提案、まずは実際に受入れていただくことに。

今年度の成果としては、(上記地域番号と連動して記載) 以下の通り。

1. まちづくり勉強会、シンポジウムの開催により重伝建の機運が高まり、来年度に繋がる。
2. 「神山の郷・矢野の荘～1300年悠久の時を旅する～」というコンセプトを元に取り組む。
3. 農水省研修事業もつなげ、キノコ山への山道も整備。集落丸ごと直売所の取組み始動。
4. 「びんご府中御朱印巡り」のサイクルルートを作成。ふるさと納税返礼品案を提示。
5. 阿字和紙を使った御朱印帳、和紙あかりのサンプル作成。また宿坊体験モニターの実施。

なお、サイクルルートについては、「天領上下・路地裏散策ルート」更に上下白壁・矢野・井永エリアも網羅した「上下散走ルート」も整備した。

<https://fuchu-kanko.jp/cycling/>

北海道
厚岸町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美まよし町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
鹿嶋町鹿児島県
北利

2-13 徳島県東みよし町「世界農業遺産×デザイン地域資源 発掘・課題解決事業」

事業概要

総事業費	6,000千円
助成申請額	4,000千円
外部専門家	吉泉 聡 (TAKT PROJECT 株式会社 代表) 本田 敦 (TAKT PROJECT 株式会社) 内藤 稔

自治体概要

人口	14,066人 (住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日)
面積	122.48km ²
人口密度	114.84人/km ²
標準財政規模	4,878,838千円 (令和元年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.32 (令和元年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	91.2% (令和元年度市町村別決算状況調)
担当課室	産業課

取組概要

事業開始時点

- 山間部の暮らしが価値あるものと認められ世界農業遺産に認定され3年が経過するが、認知度不足
- 山間集落の過疎高齢化は急速に進み、耕作放棄地増などの問題を抱えている
- 地域資源の魅力をどのように内外に発信するか、山間集落への人の流れをいかにして作っていくかが課題

外部専門家による支援

- 地域資源の調査及び課題の整理
- 課題精査と機運醸成
- 事業推進体制の整備
- マーケティング・ターゲティングの検討
- 世界農業遺産の世界観を伝えるデザインコンセプトの検討

事業終了時点(成果)

- 具体的施策の構想構築と地元キーマンとの合意形成
- 施策実施候補地の選定
- 持続的な運営を担うために必須となる、地元有志との連携構築と、具現化へ向けた合意形成



世界農業遺産に認定された文化



専門家による地域資源調査



地元キーマンへのヒアリング

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

東みよし町は、町の中央部に吉野川が流れており、町民の大部分は吉野川沿いの平野部に居住しているが、標高100～900mの山間部にも集落が点在しており、山間部の傾斜地に暮らしが息づいているという特徴を持つ。これらの山間集落では、傾斜地のまま農業を行うための独自の技や知恵を培い、自然や生命を守り集落を守ってきた。400年以上継承されてきた、この山間集落の景観や食文化、伝統行事などのシステムは、未来に向けた持続可能なものとして国連世界食糧農業機関が認定する、世界農業遺産に平成30年3月に認定された。山間集落の自然とともに生きていく暮らし方は、持続可能性を求めるSDGsの考えに合うものであり、今後経済的な価値軸以外の新しい価値軸として本当の豊かさや幸せが求められてくる中で、残していくべき非常に価値の高い地域資源となっている。現状としては、持続可能な農法を強みとして農産品のブランド化の推進や、世界農業遺産に認定された農法や在来作物の継承に取り組む住民団体も生まれ、町の中での地域資源としての活用機運は高まっている。

一方で、山間集落の過疎高齢化は急速に進み、今後ますます山間集落の人口減と耕作放棄地増が続くと、次第に平野部へ被害が拡大することが想定される状況である。地域資源の魅力をどのように内外へ発信し、山間集落への人の流れをいかにして作っていくか、多面的な取り組みへとどう展開させていくかが課題である。

b 事業の目的

本事業では、持続可能な農法に代表されるこの地域だけが持つ価値という、目に見えないものをいかにして伝えるかが事業のポイントとなる。そのため、必要な外部専門家としては課題解決を具体的なものとして形を創るデザイナーを招聘することとなった。地域社会デザインとして、地域社会の持続的発展や経済の活性化につながるデザインを創りあげることが目的とする。発信していくべき価値の整理、情報発信のためのデザインコンセプトの設定、そして整理された素材を活用していく地域団体の体制づくりを、地域住民と連携して取り組む。

北海道
厚真町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
東みよし町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町

2 事業実施内容

a 地域資源の調査及び課題の整理

まちづくりに関係するキーマンに対して、外部専門家がヒアリング調査を実施した。キーマンとしては、農業部門5人、まちづくり部門5人を想定して実施した。ヒアリング調査をとおして、表面化していない潜在的な地域資源の調査を行うとともに、課題を整理し、ワークショップのテーマ設定の材料とした。

b 課題精査と機運醸成

ヒアリング調査を実施したキーマンを中心に、世界農業遺産を地域資源として取り組む町内の団体や個人を集めて、ワークショップをテーマごとに実施した。ワークショップは合計3回開催し、ヒアリング調査では把握できなかった地域資源を残していくための課題や、地域資源を活用したビジネス展開における課題の洗い出しを行い、機運の醸成につなげた。

c 事業推進体制の整備

ヒアリング調査やワークショップを通して、事業推進体制の核となってくる人材との協力体制を築いた。新たな体制として整備する予定の、「世界農業遺産のまち東みよし町推進協議会（仮）」は、課題を解決していくために必要とされるマクロ視点の取り組みを主に担う。ミクロ視点での取り組みは各地域団体等が実施し、その際の具体的な事業の調整機能も役割として持つこととなる。

d マーケティング・ターゲティングの検討

整理した情報をもとに、持続可能なビジネス展開を行うためのマーケティング・ターゲティングの検討を行った。

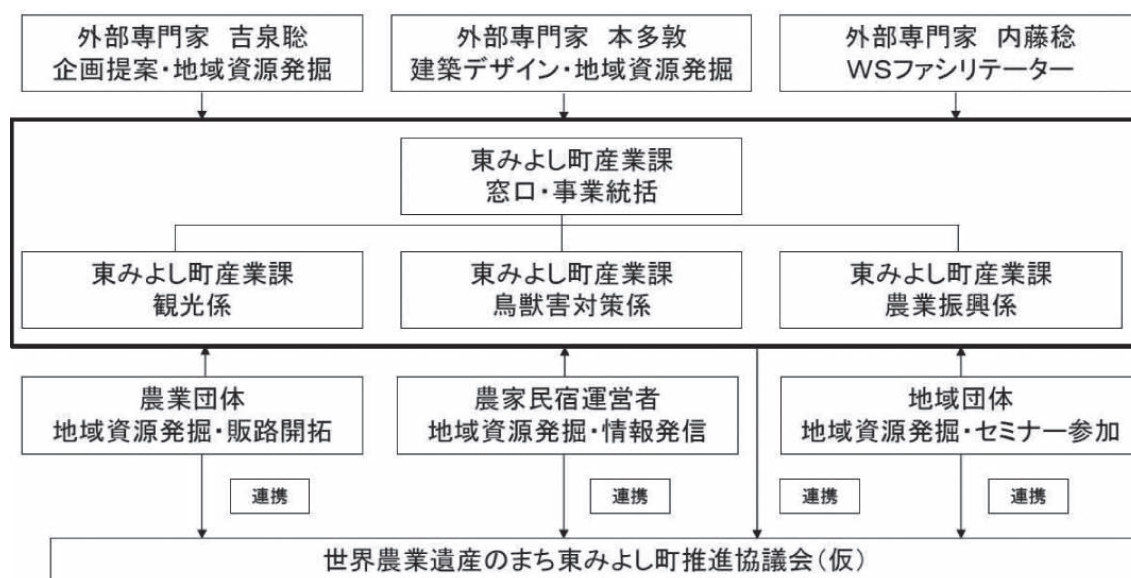
e 世界農業遺産の世界観を伝えるデザインコンセプトの検討

世界農業遺産の世界観をターゲティング設定した消費者に伝えるためのデザインコンセプトを検討した。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



b 外部専門家の役割

- ・ヒアリング調査（地域住民は気づいていない潜在的な地域資源や課題の整理）
- ・ワークショップの開催（地域住民とは異なる視点での意見提案・新たな気づきを与える）
- ・マーケティング、ターゲティングの検討
- ・デザインコンセプトの検討（地域団体の個々の活動に対して、統一感を生み出すため、世界農業遺産の暮らしをビジネス展開していくためのデザインコンセプトを設定）

4

事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
4月	14日	第1回 web 打ち合わせ（方向性の打ち合わせ）
6月	18日	第2回 web 打ち合わせ（現地ヒアリング調査の打ち合わせ）
7月	8～10日 19日	現地ヒアリング調査 第3回 web 打ち合わせ（現地ヒアリング調査のまとめ）
8月	24日 30、31日	第4回 web 打ち合わせ（web ヒアリング調査 事前打ち合わせ） web ヒアリング調査
9月	2日	第5回 web 打ち合わせ（web ヒアリング調査のまとめ）
10月	4日 13、14日 21日	第6回 web 打ち合わせ（現地ヒアリング調査 打ち合わせ） 現地ヒアリング調査 第7回 web 打ち合わせ（現地ヒアリング調査のまとめ）
11月	22日 23、24日	第8回 web 打ち合わせ（ワークショップの事前打ち合わせ） 第1回ワークショップ開催・現地調査
12月	7日 13～15日	第9回 web 打ち合わせ（ワークショップのまとめ） 第2回ワークショップ開催・現地調査
1月	28日	地域団体との web 協議
2月	2日 25日	第10回 web 打ち合わせ（来年度の活動について打ち合わせ） 地域団体との web 協議

5 主な成果

a 地域資源の調査及び課題の整理

中山間部における暮らしと農業の関係を具体的に把握した。農業関係と町づくり観点という2つの視点における複数のキーマンに面会しヒアリングすることで、現在へ至る歴史的変遷、また、それらが現状どのように分布しているかなど、現状を立体的に理解することが出来た。



ウェブヒアリングの様子



地域資源調査

b 課題精査と機運醸成、初期仮説の構築

キーマンにヒアリングを行ったことで得られた課題を整理し、外部専門家が考える初期仮説をワークショップにて提案した。

【初期仮説1】 農業と生活は一体であり、切り離して考えるべきではない。

「世界農業遺産」として農業だけを切り離すのではなく、山の資源や地形を最大限生かしながら暮らすこと、その知恵や思考そのものを「価値」とすべきであると仮説立てた。



ワークショップの様子

【初期仮説2】 中山間部と平野部をつなげ、人の流れをつくる必要がある。

農業と共にある中山間部の暮らしを残していくためには、まずは同じ東みよし町の平野部との接続を意図的に作ることが、全体の流れや関係人口の創出上不可欠であると仮説立てた。

【初期仮説3】 中山間部に、美しい環境を動機づけとしたコモンスペースを。

平野部から中山間部を訪れる動機づけと、だれでも立ち寄れるコモンスペースを設けることで中山間部の孤立した生活圏を開く事ができるのでないかと仮説立てた。

【初期仮説4】 水の循環のように、山から川までつながるコモンスペースを。

初期仮説3のコモンスペースを、水と関連づけた場所に、山のみならず平野部まで設置することで、水の循環のように地域がつながっていくことができるのではないかと仮説立てた。

c 課題感の把握・事業推進体制の整備

初期仮説は大きな仮説でもあり、時間軸や費用など、様々な実現可能性を完全には考慮出来ていないものである。初期仮説をあえて制限をつけずに議論する事で、「問題の本質は何か？」を考えつつ、今後本当に実現可能なことは何かを議論する必要がある。また、中山間部で生活してきた方々がもつ、生活圏への他者の流入が受け入れられるか否かは、繊細な判断が必要な事でもある。



外部専門家による課題の把握

そのような認識のもと、10名ほど地元のキーパーソンとワークショップを行い、さらにそこで初期仮説3・4に共感した方々を軸に、コモンスペース具現化へ向けた地元有志のチームとの連携合意を得る事ができた。

d マーケティング・ターゲティング・デザインコンセプトの検討

『山間部の活性化＝集落の住民増加』と考える事は、政策上も難しい現状がある。初期仮説に基づき、活性化の目的・デザインコンセプトを、「ひらかれた山間部」にする事と定め、その起点としてコモンスペースを設ける事を定めた。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

コモンスペースはあくまで「ひらかれた山間部」の実現のための起点であり、持続的な活動と、持続的かつ、広大な山間部へ出来るだけ広くインパクトを出していくためには、ソフト的な運営を担う人材と、設置場所を増やしていく事が必要となる。人材に関しては地元有志団体の合意を得られたため、これから共同で企画していく体制が整った。設置場所の増加については、増える事が理想だが、運営可能性のバランス、また最初のコモンスペースの成果を可能な限りフィードバックしたい。パイロットスポットとして、実験的な運営を行い、今後の広がりを慎重に検討していきたい。

7 外部専門家コメント



「ひらかれた山間部へ」 山間部集落の文化資産を町の地域力の源泉へ

TAKT PROJECT Inc.

代表・デザイナー 吉 泉 聡

事業概要

町民の多くが平野部に居住する東みよし町だが、標高100～900mの山間部にも集落が点在し、山間部の「傾斜地」に農業を行う独自の技や知恵を培い、400年以上集落を継承してきた。この山間集落の景観や食文化、伝統行事などのシステムは「世界農業遺産」に認定されたが、地域資源として町内外ともに認知不足である。その間にも、山間集落の過疎高齢化は急速に進み、耕作放棄地増などの問題も待ったなしの状態といえる。「山間部」という地域資源の魅力をどのように内外へ発信し、山間部への人の流れを作っていくか、また、多面的な取り組みへとどう展開させていくかが本事業の目的である。

地域の抱える課題、及びそれに対するアプローチ

山間部のキーマンに対し、直接ヒアリングを実施する所から始めた。また同時に、町内平野部からの視点も意識しながら調査を行った。その結果、次の3つを課題に纏わる気づきとし明文化した。

・気づき1：農業と生活は一体である。

世界農業遺産に登録された背景から、農作物のブランディング活動が真っ先に想像されるが、山間部集落の価値は自然と寄り添う「生活」そのものにある。価値となりうる物を「農作物」に絞ることは、価値の一部にしか触れていない。

・気づき2：第三者にとって「山間部＝他人の生活の場」である。

山間部は素晴らしい景色を持ち、一度訪れると誰かに教えたい魅力がある。しかし、山間部はあくまでそこに暮らす人々の生活の場である。つまり、関わりのない第三者への敷居は高く、山間部の人にとっても見知らぬ人へは警戒心が強い。

・気づき3：山間部と平野部の繋がりが希薄である。

山間部の文化的価値が、東みよし町全体にとっての地域資源と考えられていない。実際は、水資源や鳥獣被害の観点で、山間部の存在は平野部と直接的に関係している。山間部の問題を共有化し、山間部の文化を街全体の価値として継承していく必要がある。

この3つの視点が折り重なり、「山間部」の課題が生み出されている。その根源的な問題は「山が他者に対して閉じている」のである。そのような理解のもと「ひらかれた山間部へ」をグランドコンセプトに、具体的な施策を考えていくアプローチとした。

取り組みを通じて得られた成果

「ひらかれた山間部」を具現化する最初の取り組みとして、山間部にコモンスペースを生み出すアイデアが生み出された。前述した通り、山は生活の場であり、第三者にとって承認された場所は見当たらない。その美しい景色や場を根源的な動機づけに「行ってみたい」と思わせ、また実際に第三者を承認する場が、まずは最低限必要なのである。地元のNPOと協力する事で、コモンスペースで定期的に山間部の農業や暮らしの知恵を体験できるイベントを運用する事で、山間部に関わりのなかった人々に、さまざまな深度で山間部への興味を持ってもらうサイクルを生み出す計画を現在地元のNPOと進行中である。「ひらかれた山間部」になることで、山間部にある文化資産を町の地域力の向上の源泉とすることも目指していきたい。

北海道
厚真町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
東みよし町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町

2-14 長崎県雲仙市「『雲仙人プロジェクト』による地域活性化事業」

事業概要

総事業費	3,980千円
助成申請額	2,653千円
外部専門家	野口 智子（ゆとり研究所 所長）

自治体概要

人口	42,783人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面積	214.31km ²
人口密度	199.63人/km ²
標準財政規模	16,311,978千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.28（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	84.0%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室	総務部政策企画課

取組概要

事業開始時点

- 人口減少・少子高齢化の進行
- 観光客数・観光消費額の減少
- 漁業・農業の担い手不足
- 「雲仙人プロジェクト」をきっかけとした人と人のつながりによる新たな取り組みの芽生え

外部専門家による支援

- 「雲仙人プロジェクト」の事務局機能を市民主体へ移行することによる持続的体制の構築
- 「雲仙人」ネットワークの拡大
- 情報発信の強化
- 商品の開発
- 体験イベントの実施

事業終了時点（成果）

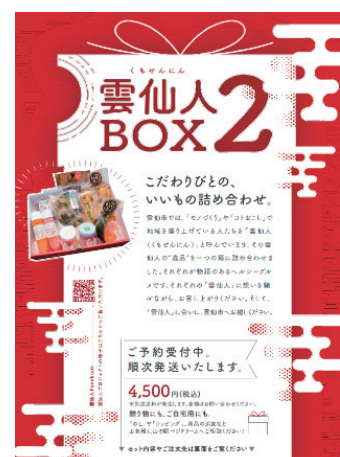
- 市民主体の事務局の構築
- 「雲仙人サロン」を通じた市民同士、市民と市外在住者同士のネットワークの拡大
- 「雲仙人 Facebook」を活用した情報発信
- 「雲仙人 BOX 2」の販売
- 「雲仙人ツーリズム」の実施



「雲仙人」ロゴマーク



「雲仙人サロン」の様子



「雲仙人BOX 2」チラシ

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

雲仙市は、平成17年に7町が合併した市である。基幹産業は農林水産業と観光業であり、農林水産業については、水稻やばれいしょ、ブロッコリーなどの露地栽培を中心に、いちごや花きなどの施設栽培、肉用牛、酪農などの畜産業、カタクチイワシや養殖ハマチなどの水産業が盛んである。観光業では、全国有数の泉質と湯量を誇る雲仙温泉、小浜温泉を抱えているほか、国の重要伝統的建造物群保存地区である神代小路地区、日本一長い足湯「ほっとふっと105」など、魅力的な地域観光資源が多く存在する。

その一方で、合併当時から人口減少が続き、各産業の担い手不足、空き家の増加などが生じているほか、旧町の垣根を越えた住民同士のつながりが弱いことが課題である。

このような課題を解決するため、平成30年度から令和2年度まで総務省の「地域力創造アドバイザー制度」を活用し、市内の「ものづくり」や「ことおこし」を通じて雲仙市の良さを引き出している人を「雲仙人（くもせんじん）」として掘り起こし、「繋がり」づくりと「発信」を行う「雲仙人プロジェクト」に取り組んできた。市民同士による商品開発やイベント開催などの取り組みが生まれ始めているが、地域だけで取り組みを継続できる体制が整っていない。

そのため、本年度は、市民主体による「雲仙人プロジェクト」の実施体制を構築し、市民同士の繋がりにより地域の新たな価値の創出や魅力を向上させ、最終的には地域資源を活用した新たな商品開発やビジネスの創出による更なる地域活性化に繋げていく。

b 事業の目的

本事業は、「雲仙人」同士を繋ぎ合わせ、市内外へ発信する「雲仙人プロジェクト」を実施し、市の魅力をアピールすることで、交流人口及び関係人口の創出・拡大を図るだけでなく、「雲仙人」同士の繋がりをはじめとした市民協働による市の将来像「“つながり”で創る 賑わいと豊かさを実感できるまち」を実現することを目的とする。

具体的には、以下の視点により本事業を実施し、雲仙市ならではの地域再生を目指す。

① 「雲仙人」を核とした地域おこしの取り組み

- ・「雲仙人」や市民、市外在住者が集う「雲仙人サロン」を実施することにより、さらなる関係人口の創出・拡大や商品開発、ビジネスの創出へ繋げる。

② 「雲仙人」を通じた市の魅力発信

- ・「雲仙人」の取り組みについて、FacebookなどのSNSで発信し多くの人へ本市の魅力を伝えることで、市外への人口流出の防止及び将来のUターン者の増加、観光客や関係人口の創出・拡大に繋げる。

③ 持続可能な活動体制の構築

- ・現在の「雲仙人プロジェクト」は市が事務局となっているが、今後の事業継続のためには、市民が主体となって取り組む必要があるため、その体制づくりを行う。

2 事業実施内容

a 持続的体制の構築

「雲仙人プロジェクト」を実施する事務局機能を行政から市民へ移行し、市民が持続的に活動できる体制を構築する。

b 「雲仙人」ネットワークの拡大

市内で「ものづくり」や「ことおこし」に取り組む人「雲仙人」をスピーカーとする「雲仙人サロン」を定期的の実施し、市内外の人々とのネットワークを拡大する。

c 情報発信の強化

「雲仙人 Facebook」にて、「雲仙人」や「雲仙人サロン」の様子などを定期的に情報発信する。
令和2年度末に発行した、「雲仙人」を紹介する冊子「あいにかんば雲仙人」を市のホームページに掲載する。

d 商品開発

「雲仙人」の逸品を詰め合わせた「雲仙人 BOX」の新バージョンとして、生鮮商品を中心とした「雲仙人 BOX 2」を企画・販売する。

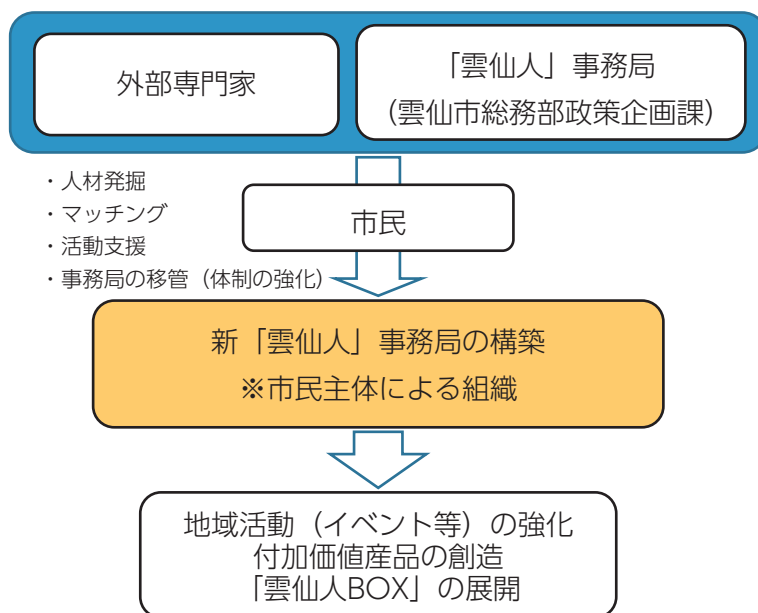
e 体験イベントの企画

「雲仙人」による体験イベント（野菜の収穫体験、小物づくりのワークショップ等）をプログラムとしてまとめた「雲仙人ツーリズム」を実施する。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

外部専門家のもと、市が「雲仙人」事務局を担い、市民の交流や活動を推進する体制となっているが、新たに市民主体の「雲仙人」事務局を構築し、令和4年度からは、市民主体により、地域活動のさらなる強化を進めていくこととしている。

b 外部専門家の役割

○持続可能な体制づくりの支援

- ・市民が主体となった実施体制を構築するための支援
- ・実施体制構築後の円滑な運営方法に関する助言等の支援

○人材の発掘支援

- ・雲仙市内での市民主体のまちづくり体制の強化に不可欠な人材の発掘及びネットワークの構築支援

○プロモーション支援

- ・インターネット、SNS等を活用した効果的なプロモーションの支援

○商品開発支援

- ・「雲仙人」をテーマにした魅力的な商品の開発支援

○体験イベント開発支援

- ・体験イベントの企画から実施に至るまでの全般的支援

4

事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
6月	9日 17日 23日 30日	オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（事務局）
7月	7日 13～17日 16日 21日 29日	オンライン打合せ（事務局） 現地活動（雲仙人サロン、事務局打合せ、関係者ヒアリング） 第22回 雲仙人サロン オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（事務局）
8月	3日 12日 25日	オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（事務局）
9月	1日 3日 8日 14日 15日 16日 22～26日 23日 29日	オンライン打合せ（事務局） 雲仙人おしゃべり会（オンラインによる市民との意見交換会） オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（雲仙人サロンについて） オンライン打合せ（事務局） 雲仙人おしゃべり会（オンラインによる市民との意見交換会） 現地活動（雲仙人サロン、事務局打合せ、関係者ヒアリング） 第23回 雲仙人サロン・ワークショップ オンライン打合せ（事務局）
10月	6日 13日 14日 15日 20～23日 21日 27日	オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（事務局） 雲仙人おしゃべり会（オンラインによる市民との意見交換会） オンライン打合せ（事務局） 現地活動（雲仙人サロン、事務局打合せ、関係者ヒアリング） 第24回 雲仙人サロン オンライン打合せ（事務局）
11月	2日 11日 24～27日 26日	オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（事務局） 現地活動（雲仙人サロン、事務局打合せ、関係者ヒアリング） 第25回 雲仙人サロン
12月	2日 8日 13日 22～25日 22日 23日 28日	雲仙人おしゃべり会（オンラインによる意見交換会） オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（雲仙人 BOX 2 について関係事業者との協議） 現地活動（雲仙人サロン、事務局打合せ、関係者ヒアリング） 「雲仙人 BOX 2」発表 第26回 雲仙人サロン オンライン打合せ（事務局）
1月	5日 7日 12日 13日 19日 20日 26～30日 30日	オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（雲仙人ツーリズムについて） オンライン打合せ（事務局） オンライン打合せ（事務局） 現地活動（雲仙人ツーリズム、事務局打合せ、関係者ヒアリング） 「雲仙人ツーリズム（雲仙ハーバリウムを作ろう）」実施
2月	2日 8～12日 12日 16～18日	オンライン打合せ（事務局） 現地活動（雲仙人ツーリズム、事務局打合せ、関係者ヒアリング） 「雲仙人ツーリズム（とろうで猪とミニトマト）」実施 現地活動（事務局打合せ、人材育成研修、関係者ヒアリング）

5 主な成果

a 持続的体制の構築

- ・令和4年度から「雲仙人プロジェクト」を市民で持続的に実施するための体制を構築した。

b 「雲仙人」ネットワークの拡大

- ・定期的な「雲仙人サロン」の実施により、市内在住者同士または市内在住者と市外在住者同士のネットワークを構築した。



雲仙人サロンのチラシ



雲仙人サロンの様子

c 情報発信の強化

- ・「雲仙人 facebook」において、「雲仙人プロジェクト」の内容や雲仙市内の様子などを随時更新するとともに、雲仙市のホームページにおいて令和2年度に発行した「雲仙人」を紹介する冊子「あいにかんば雲仙人」を閲覧できるページを設定し、情報発信の強化に努めた。

d 商品開発

- ・「雲仙人」が製造する冷蔵商品をメインとした詰め合わせ商品「雲仙人 BOX 2」を企画し、市内店舗において取り扱いを開始した。



雲仙人 BOX 2 発表の様子

e 体験イベントの企画

・「雲仙人」による体験イベント「雲仙人ツーリズム」を実施し、「雲仙人プロジェクト」の活動の発信及びまちの賑わい創出に努めた。

雲仙人ツーリズム
KUMOSENNIN TOURISM

これまでの雲仙人サロンは、学びとネットワークが広がる場でした。今回はそこから一歩飛び出した、雲仙人による小さな旅のご案内です。やってみよう、の気持ちではじまります。

一歩知らない世界をのぞいてみる。
今日のはあの人と共にすごしてみる。
そんな時間があってもいい。
さあ気軽にプチぼうけんへ。

新型コロナウイルスの感染拡大状況により予定が変更になる場合がございます。あらかじめご了承ください。

1/30(日) 雲仙ハーバリウムを作ろう
時間 9:45集合 10:00～12:00 定員5名
場所 小沢総合支所会議室1 (雲仙市小沢市北本町14) 申込み 1/27まで
参加費 2000円 (材料費)
持ち物 ハーバリウムに入れない物

2/12(土) とうろで猪とミニトマト
時間 14:45集合 15:00～17:00 定員5名
場所 宇土町民会館
お米1000円、ミニトマト300円(各々5名以上)
ミニトマト、ミニトマト500円(各々5名以上)
参加費 オンライン2000円 (ミニトマト付) 申込み 2/4まで

まだまだ予定していますツーリズム⇒続報は 雲仙人 Facebook をチェック！
ゆせんべいパーティ / 雲仙こぶ高菜を漬けよう！
デジタルライフに一歩旅立ちとうろそのほか

申込み方法
・雲仙人Facebookのメッセージまで
・Mail: kikaku@city.unzen.lg.jp
・TEL: 0957-38-3111
・FAX: 0957-38-3514
雲仙市総務部政策企画課 (小沢田、唐川、鎌山)

雲仙人ツーリズムのチラシ



雲仙人ツーリズム「雲仙ハーバリウムを作ろう」



雲仙人ツーリズム「とうろで猪とミニトマト」

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

本年度は、これまで取り組んできた「雲仙人サロン」を主軸とした、市民同士または市民と市外在住者同士によるネットワークづくりを行い、情報発信の強化や新たな商品等の開発を行うとともに、令和4年度から市民主体で取り組むことができるような体制づくりに取り組んだ。

令和4年度からは市民が主体となって「雲仙人プロジェクト」を実施していくこととなるが、持続的な発展に向けて、継続的なネットワークづくりと活動の認知度向上、自主財源の確保が課題になると考えられる。

今後においては、基本的な活動となる「雲仙人サロン」を開催しながら、市内外のネットワークづくりを行い、新たな「ものづくり」や「ことおこし」に取り組んでいくとともに、「雲仙人」による生産・製造した商品の販売イベントの実施や、オンラインショップの開設など、認知度の向上及び自主財源の確保に繋がるような新たな取り組みにもチャレンジしていけるよう、市としても支援を行っていきながら、地域の活性化に努めていきたい。

7 外部専門家コメント



「雲仙人（くもせんニン）」がネットワークを活かし、多様な動きを起こすように。

ゆとり研究所 所長 野 口 智 子

■事業概要

雲仙市では平成30年から、「ものづくり」「ことおこし」に取り組む人を「雲仙人（くもせんニン）」と呼び、その繋がりを育ててきました。市民の技や発案はある種の“神通力”である、だからみんなが仙人だ、という考え方です。知っているようで知らない身近な雲仙人の、活動や考えを知り、繋がることで人が育ち、人と人が連携し、何かを起こし、関係人口も広がっていくという筋道です。

昔からの観光地・雲仙として観光客は来ても、市民とは繋がりが無い。基幹の一次産業では、作って、とって、出荷して、にとどまり、その産物の文化を広め、発信するという動きは二の次になってきました。

普段の農作業の尊さ、普通の人の魅力、それに気づいた人たちの輪は、必ず化学反応を起こすはず、と地域の人から学び楽しむ場「雲仙人サロン」を昨年度までに21回開催してきました。その動きを、今年度はさらに深めながら、繋がりの要となる事務局を行政から市民へ徐々に受け渡していく時期に来ていました。そこを睨みながらの、プロジェクト実施となりました。

■抱える課題とアプローチ

人が中心のプロジェクトで、リアルに人が会えないコロナ禍は痛手でした。雲仙市は豪雨災害も受け、身動きとれない時期もありました。そんななか、オンラインも活用し「雲仙人サロン」を開催。「雲仙人」商品の詰め合わせ第2弾「雲仙人 BOX 2」などの開発も、オンラインで進行了しました。雲仙人を訪ねる体験プチ旅「雲仙人ツーリズム」については、当初案の規模・回数は諦め、次に繋がる実験の場に切り替えました。

そのすべてに次年度からの市民事務局候補の方に関わってもらい、一緒に事務局として動いてもらいました。

■得られた成果

“この指とまれ型”の人の集まりを維持するには、その事務局は大変です。最初からいくつかの組織に声かけし、新たな組織を作ってしまうのは簡単ですが、気持ちが高まらないうちに事業に追われることになります。「雲仙人プロジェクト」では、組織先行、売上優先にできなかったために、これまで地域おこしの場に出にくかった、ご婦人たち、趣味活動ママさん、農家青年、高齢者なども集まりました。

オンライン「サロン」では、観光客ではない、市民と一緒に考え楽しむ市外の仲間が生まれました。例えばジャガイモ農家の話を聞いた埼玉県の女性は、5種類・15キロのジャガを買い、種類に合う料理研究を仲間と始めています。野菜料理の話をしてくれたシェフの畑へ、「サロン」参加者が草とりに行きさらに仲良くなったり。特産の「がね」（ワタリガニ）をみんなで食べた後、カニに関する土地の方言を紹介するYouTube番組が出来たり。思いがけない動きがたくさん起きています。多様な変化が起きることがこのプロジェクトの醍醐味、今後も楽しみです。

北海道
厚岸町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美まよし町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
名瀬市北
利根町

2-15 長崎県波佐見町「地域循環モデル構築をベースとした地域価値創造事業」

事業概要

総事業費	8,793千円
助成申請額	5,862千円
外部専門家	河野 公彦 (inc1合同会社 代表) 平尾 由希 (株式会社FOODSNOW 代表)

自治体概要

人口	14,565人 (住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日)
面積	56.00km ²
人口密度	260.09人/km ²
標準財政規模	3,658,676千円 (令和元年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.43 (令和元年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	85.2% (令和元年度市町村別決算状況調)
担当課室	商工観光課

取組概要

事業開始時点

- 今年度の本事業計画づくり
- 本事業の体制改善調整
- 協議会運営及びゴール設定
- 実証実験の改善及び準備
- 町内キーマンとのすり合わせ

外部専門家による支援

- 2つの協議会の改善と運営
- 実証実験の実施と改善
- リサイクルの運用改善
- 個別打合せによる事業推進
- 合意形成に係る調査会合

事業終了時点(成果)

- リサイクル率アップ
- 専門機関と3品目実証評価
- 米粉クッキーの数々の受賞
- サステナブルイベント実施
- 目標達成と来年度計画策定



協議会・打合せの様子



リサイクル運用改善 (上)
白いまち構想の象徴づくり (下)



米粉クッキー(上)
サステナブルイベントの開催 (下)

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

波佐見町は全国の一般家庭で使われている日用食器の約17%を生産し、美濃、有田に次ぐ3番目の産地で、陶磁器関連の工業出荷額は年間約70億円（H29工業統計調査より）あり、400年の歴史を有する全国屈指の「やきもの」生産の町である。

波佐見焼の製造工程はユニークであり、ろくろでの生地成型ではなく、基本的に石膏型（生地を流し込む型）を使い、繰り返し同じ生地が量産できるよう工夫している。この石膏型が中量生産中級ブランドで必須であり生命線となるものである。

生産プロセスごとに型屋（生地を流し込む型を製造する主体）、生地屋（陶磁器の原料である生地を製造する主体）、窯元（型づくられた生地を陶磁器にするよう下絵付けや焼成を中心とする製造主体者）、上絵付け（陶磁器にデザインをする主体）、商社（完成した陶磁器を販売する主体）などの事業所が分かれて多数存在している。



波佐見焼の生産を支える事業所は、個人事業主や家族経営を中心にそれぞれ数十、数百社ある状況であるが、生地屋をはじめとする下請側を中心に後継者不足が問題となっている。

このような産業構造の中、生産工程上不可欠である使用済み石膏型の産業廃棄物処分が長年の課題であり、町内中間処理場はあるが、在庫などのリスクを抱えている状況である。

また、ここ1年前から長崎県内にある安定型最終処分場において、廃石膏型の受入れが法令等の関係で拒絶されており、いよいよ産地としてのリサイクルの必要性和適正運用が待ったなしの状況となっている。しかしながら排出者の法令条例認知の低さも課題であり、これらを解決するべく2年ほど前から外部専門家にも協力を要請し、リサイクル構築に向けて関係機関、関係団体と協議を進めている。

一方、そのような波佐見焼の生産現場の課題がある中でも、波佐見焼の認知度や人気はここ数年首都圏での展示やメディア露出等により上昇しており、特に30～40代の女性を中心に人気が高まってきている。フェアトレードを中心とするエシカル消費の市場拡大傾向を考慮すると、リサイクルの問題や下請け側の後継者不足問題は敏感に反応するものであり、意図的に解決する物語を伝達することで消費量が増えたり、販売価格を高めるブランド価値を認識して少し高単価でも購買する可能性があると考えられる。

b 事業の目的

今後、波佐見焼をブランドとして強固なものにしていくためには地域の様々な問題を解決し、リスクを最小限にし、チャンスを最大限にすることが前提である。上記の通り問題となっている波佐見焼の生産に欠かせない石膏型の廃棄物を豊かな循環モデルでサイクルアップさせる。また同時に働き手が幸せになる仕組み等を構築する。それらをビジネス創出を通じてまちの価値や資産が増幅していくことで持続可能な町づくりに近づいていくことが目的である。

2 事業実施内容

a 地域内循環モデル構築のための排出側へのアプローチ

リサイクルの行動を促すためのビジョン及び目的の明確化と浸透、目標設定（リサイクル率90%以上）と自主的な行動促進（分別、屋根下保管等）とともに、埋立費用よりもリサイクル費用が下回ればリサイクルを選択することに署名する活動や説明会を実施し、署名回収中（生地組合員82%、型組合員100%、工業組合員100%署名、次年度は組合員外の署名を集める）。

b モデル構築のための中間処理場へのアプローチ

- ・既存中間処分会社とは安価な処分費で処分できるための仕組みを構築
- ・町内で新規の中間処分量の設立に向け、事業計画、資金調達、人員確保等を準備整理

c モデル構築のための農地利用にかかる実証及びマーケティング調査

- ・実証モデルの計画、実行、実証の質を上げる
- ・工業協同組合のPBブランド米の生産、販売（イベント試験販売、ふるさと納税販売予定）
- ・陶箱クッキーの季節バージョンアップ、GOOD DESIGN 賞、長崎県デザインアワード受賞等

d モデル構築のための建築内外装利用にかかる実証及びマーケティング調査

- ・歴史文化博物館で壁塗り実証、鬼木古民家の改修において九州大学と連携し内外装材活用の実証
- ・内装材の建材試験の実施、サステナブルイベントで再生石膏粉の看板づくり開始

e 下請け構造の問題解決となる副業モデルの確立と連携モデルの意識簡易ヒアリング調査

- ・生地業×観光業のモデル、生地屋のモデル実行者の募集等の実行状況確認、フォロー

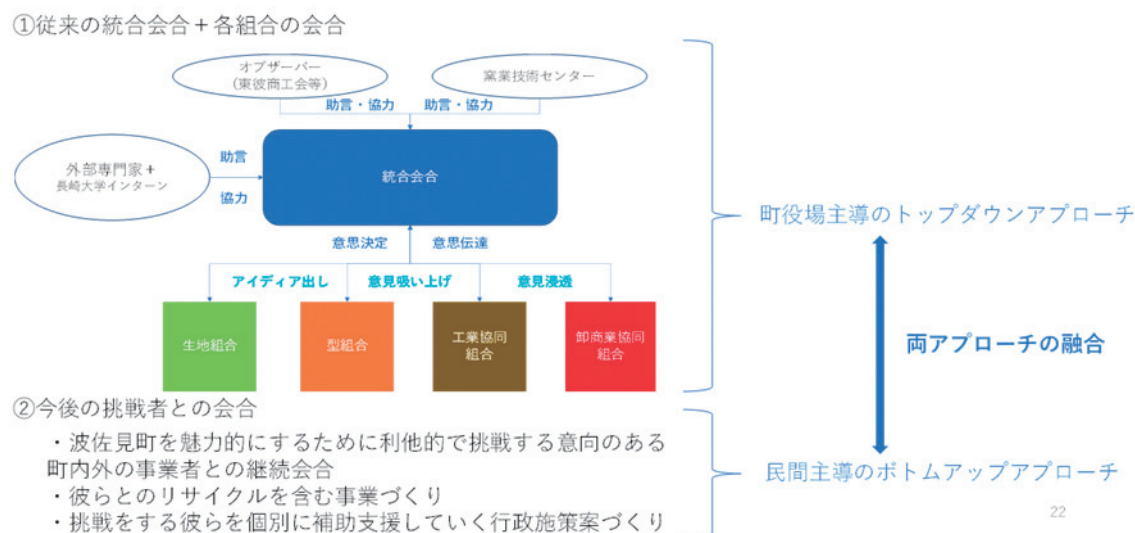
f ブランド化確立に向けたマーケティング調査、商品化、試験販売

- ・陶磁器のサステナブルブランド協議会を継続実施
- ・顧客、競合、協業、価値変遷などの簡易マーケティング調査を実施
- ・コンセプト案に基づきロゴマーク案やガイドライン案を提示
- ・サステナブルな工場、工房づくりの調査（原料安定調達含む）実施

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



b 外部専門家の役割

- ・事業実施者及び市町村が真に求めていること、魅力的であること、課題と認識すべきこと、そして独自の地域資源等（中心人物を含む）を発見し、存在意義を高めるべく磨き上げること。
- ・本マネージャー事業のビジョン、理念、目標の設定、合意形成、スケジュール、段取り、準備の実施。
- ・上記を効率的かつ効果的に進めるためのコミュニケーション活動の実施。
- ・将来的には事業実施主体者及び市町村がビジネス創出及び持続可能性を両立させ、自走するための仕組み構築を支援。総じて事業の実現可能性を常に高めるための活動を実施。
- ・加えて民間移行、自走化に向けたリーダーづくり、創業者づくりを実施。

北海道
厚真町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町

4

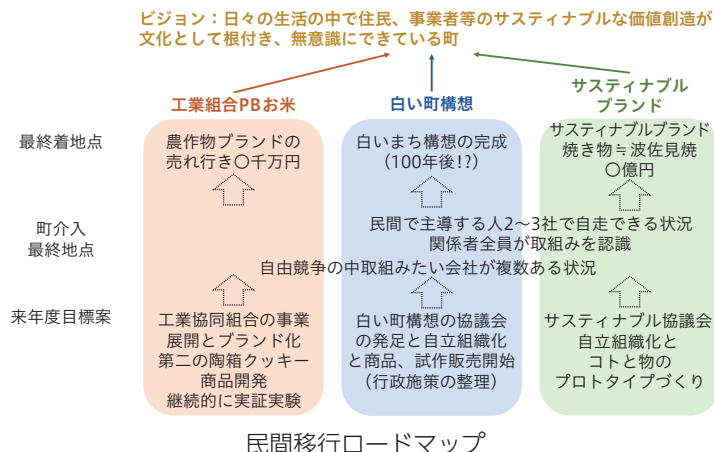
事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
4月	12日 13日 12～15日	リサイクル協議会キックオフ サステナブル協議会キックオフ 各目標ごとの進展促進、調査及び合意形成（準備含む）
6月	21日 22日 23日 21～23日 24～25日	第2回リサイクル協議会 第1回サステナブル座談会 第2回サステナブル協議会 各目標ごとの進展促進、調査及び合意形成（準備含む） リサイクルの最終ユーザー候補との意見交換、交渉等
7月	19日 20日 19～22日	第2回サステナブル座談会 第3回サステナブル協議会 各目標ごとの進展促進、調査及び合意形成（準備含む）
8月	23日 24日 24日 23～26日	第3回リサイクル協議会（外部キーマン追加参加1名） 第4回サステナブル協議会（座談会メンバー参加開始） 組合外へのリサイクル説明会（昨年は組合への説明会を実施） 各目標ごとの進展促進、調査及び合意形成（準備含む）
9月	13日	第5回サステナブル協議会
10月	11日 11日 12日 14日 15日 11～15日	第4回リサイクル協議会（外部キーマン追加参加2名） ライトアップイベント企画打合せ及び準備現地視察 第5回サステナブル協議会 リサイクル材料提供会社（九州電力、九電産業）との打合せ 再生石膏紛の副さん肥料登録にかかる確認事項すり合わせ 各目標ごとの進展促進、調査及び合意形成（準備含む）
11月	5日 5日 2～8日	農地の土壌改良にかかる実証実験、肥料登録の仕方すり合わせ 石膏型の延命処置の方法論すり合わせ サステナブルイベント（11/3～11/7）の準備、フォロー等
12月	13日 13日 16日 13～16日	リサイクル材料提供会社（九州電力、九電産業）との打合せ 第5回リサイクル協議会（外部キーマン追加参加1名） 第6回サステナブル協議会 各目標ごとの進展促進、調査及び合意形成（準備含む）
1月	17日 18日 17～19日	町役場、商工会、振興会、観光協会等と来年度施策打合せ 第7回サステナブル協議会 各目標ごとの進展促進、個別打合せ、調査及び合意形成（準備含む）
2月	14日 15日 14～17日	サステナアワード表彰式（オンライン） 第8回サステナブル協議会 第6回リサイクル協議会 各目標ごとの進展促進、個別打合せ、調査及び合意形成（準備含む）

5 主な成果

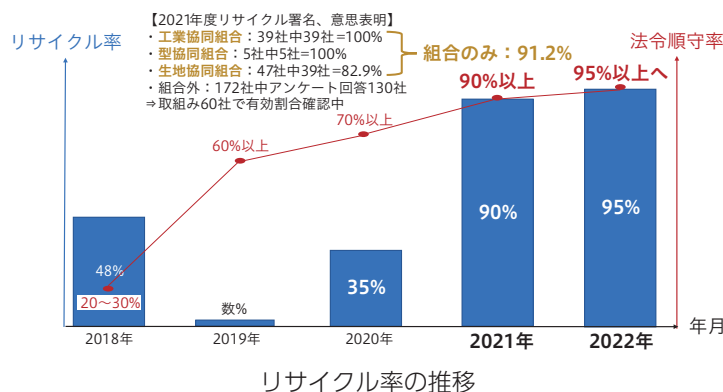
a 民間移行ロードマップ概要及び目標設定

民間移行ロードマップ概要は下記の通り図で明確化。来年度までに詳細を詰める予定。



b リサイクル率 90%以上と自主的な改善活動確立

- ・組合外への説明会、行政補助施策及び組合内外への署名活動実施（排出事業者回答90%以上署名）
- ・積み替え保管（絆解研舎）のアームロール導入による運搬効率改善（P.126写真の通り）
- ・分別区分表を完成させ、分別精度を向上



c 中間処理場の採算性改善と構想確立

- ・既存中間処理場（県央リサイクル開発）での許可更新支援及びリサイクル費用削減に向けた最終ユーザー開拓と取引契約（来年度稼働見込み）
- ・町内新規中間処理場（絆解研舎）の中間処理構想確立

d 実証実験の進展と簡易マーケティング調査の実施

- ・工業組合 PB 米の実証生産開始及びイベントにて試験販売
- ・農地土壌改良実証の3品継続の実施及び実証精度の向上
- ・歴史文化博物館及び交流館（予定）での壁塗りし、象徴的な場づくり
- ・再生石膏品のテスト品質確立（予定）
- ・簡易マーケティング調査の実施



農地土壌改良の実証

e 新ブランドの構想確立

- ・サスティナブルイベントを開催
- ・観光協会にて生地業×観光業のモデルになるイベントを実施及びその支援
- ・陶箱クッキーの躍進
- ・ガイドライン案の策定



サスティナブルイベントの様子



体験観光のモデルイベント



陶箱クッキー

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

本事業2年間で行政主導で様々な成果があった。また、『陶箱クッキー』の快進撃、サスティナブルイベントの実施などのように町役場及び専門家による成果も出ている。

ただし、民間主導で成果に繋がっていることがまだ少なく、工業協同組合の『石膏を利活用したPBお米づくり』など一部のモノづくりに留まっている。また、金富良舎などの民間企業の若手中堅の集まりにいる方々が介入していくことで『白い町構想』などが発想されているが、具体的な成果を自走してつくるまでの段階には至っていない。

具体的な成果を自走してつくるためには民間主導でモノづくり、コトづくりを実施するとともに、本事業の取組みの協議会や各PJを動かしていく人づくり（民間リーダー）、それに賛同する民間の複数の人づくり、そして共感する顧客、観光客、ファン層、もっと言うと関係人口、移住者などもつくっていく仕組みが必要になる。

本事業3年目としてテーマを『行政主導から民間主導へ～自立した企業や人財づくり～』としていく。まず、リサイクル95%以上に向けて着実に排出事業者がリサイクルを選択し続けられるようにリサイクル処理費≤埋立処理費の状況をつくるとともに、排出事業者が率先して選択し続けるようにインナーブランディング、啓発活動を続けていく。具体的には協議会や説明会のみで伝達していた取組みを様々な媒体、振興会のサイトや打合せの場などで露出を増やしていくことで町全体へのインナーブランディングに昇華させ、町内の人づくりをしていく。また、各取組みをプロセスエコノミ的に露出もしていくことでビジョンと存在意義の軸から閲覧者の共感、自分事化を増幅していき、共創型の商品、コト、事業づくりを目指していく。さらにはファン層づくりから関係人口や移住者づくりまでに繋がる仕組み化を検討していく。

7 外部専門家コメント

地域の課題を価値に変える『循環のわ』を目指して



incl 合同会社 代表 河野 公彦(写真左)

石膏型農業利用、陶箱クッキーなど6次産業化プランニング担当
株式会社FOODS NOW代表/フードコーディネーター
平尾 由希(写真右)

1. 事業概要と抱える課題

波佐見町は全国的一般家庭で使われている日用食器の約17%(美濃、有田に次ぐ3番目)を生産し、400年の歴史を有する全国屈指の「やきもの」生産の町である。波佐見焼の製造工程はユニークであり、基本的に石膏型(生地を流し込む型)を使い、繰り返し同じ生地が量産できるよう工夫している。この石膏型が波佐見焼の中量生産中級ブランドを支えており、生命線ともなるものである。

しかし、その生産工程上不可欠である使用済み石膏型の産業廃棄物処分が長年の課題であり、町内中間処理場はあるが在庫等のリスクを抱えている状況である。

また、生地屋をはじめとする下請側を中心に後継者不足が課題となっている。

これらの課題に対して石膏を農地の土壌改良剤、建築の内外装材、土木の土壌改良剤などの用途に有効活用する、豊かな地域内循環モデルを構築することで石膏の課題を解決するだけでなく、新たな事業やブランド品等の価値が創造されていくことを目論んでいる。そうしていくことで波佐見町が魅力的な町になっていき、少し時間はかかるが後継者不足等も解決されていくことを目指している。

2. 課題に対する取組み

石膏型の廃棄物処分に対する課題は健在化しており、対策として数年前からリサイクル協議会が何度か開催されていたが、十分な成果が出ていない状況であった。

そんな中、昨年度事業1年目は排出事業者だけではなく、地域内循環モデルに関係する主体者も協議会に参画してもらい活性化を図るとともに、PJを複数立ち上げ個別ミーティングも重ねた。

また、今年度事業2年目は協議会や個別ミーティングを重ねるだけではなく、様々な成果も生まれており、更なる成功事例づくりを進めている。

具体的には排出事業者が埋立よりもリサイクルを選択する意思表示として署名活動を実施するとともに中間処理場の採算性改善への取組みも重ねた。また、中長期的な取組みとして農地の土壌改良剤、建築の内外装材の実証実験を重ねるとともに、実証の品質を上げた。

また、農地の土壌改良からは米粉の陶箱クッキーの商品開発、窯元のPBお米づくり、商社のサスティナブルイベントなど協議会や個別ミーティングから成果に向けてPJを推進している。

3. 取組みの成果と今後の取組み

取組みの成果は短中期的にはリサイクルルートの構築として分別区分のルール化、最終ユーザーの開拓とともにリサイクル率を向上(事業前でリサイクル率8%、1年目35%、2年目90%(組合外は詳細確認中)以上)させた。

また、中長期的には同モデル構築のための石膏の農地利用実証、建物の内外装材の継続実施で様々な成果が上がっている。石膏の農地利用では米粉の陶箱クッキーが人気商品となり、GOOD DESIGN賞、長崎デザインアワードなど数々の受賞とともに販売後即時完売し続けている成果も出ている。建物の内外装材では歴史文化博物館にて和室にアートの壁塗りをし歴史文化の一員になるとともに観光客の関心を集めている。

さらに、本取組みに協力する窯元、商社等ではサスティナブルブランドづくりを進めており、窯元ではPBのお米づくり、商社ではサスティナブルイベントを実施できた。

来年度は短中期的な目標としてリサイクル率を95%以上にし、町内に中間処理場を設立する。また、中長期的な目標として実証実験の継続実施と評価精度向上、サスティナブル商品のプロトタイプづくりなどを一層進める予定である。

そして今後、行政主導の『循環のわ』事業コンセプトの展開から、民間移行をメインテーマとし、事業推進の精神、技術等の伝承を含めた人づくり、会社づくり、体制づくりを整えていく予定である。

北海道
厚岸町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北川町

2-16 鹿児島県南大隅町 「関係人口拡大創出プロジェクト事業」

事業概要

総事業費	10,164千円
助成申請額	6,776千円
外部専門家	棕本 修平（ムクモト設計株式会社 代表取締役） 野村 達男（野村企画 代表）

自治体概要

人	口	6,792人（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）
面	積	213.57km ²
人	口	密度 31.80人/km ²
標準財政規模		4,030,529千円（令和元年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.17（令和元年度市町村別決算状況調）
経常収支比率		96.4%（令和元年度市町村別決算状況調）
担当課室		企画課

取組概要

事業開始時点

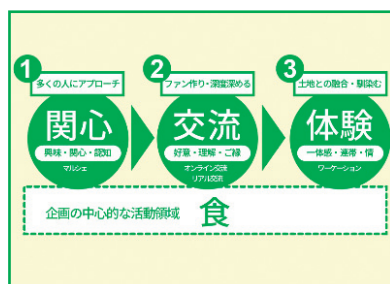
- 特産品の外販力が低い
- 魅力の発信力が低い
- 現地体験プログラムの受入方法が未確立
- 町有資源活用の方向性が無い
- 持続可能な取組設計が無い
- 人口減少の中、移住者推進策が十分でない

外部専門家による支援

- 特産品の消費地ニーズ指導
- 効果的な消費地との交流方法指導
- 現地体験プログラムの整理指導
- 有効人材の招聘と視察
- 協議体スキームの指導
- 地域情報発信方法の指導
- 首都圏における認知度向上策の指導

事業終了時点（成果）

- 特産品の外販モデルの設定と売上
- 生産者が交流の場に立つ体験
- 農業体験受入告知開始
- 町有資源の最大価値化とする提言書完成
- 住民主体の協議体の設立
- 将来に向けた設計書の作成
- 町の情報の定期発信



総合振興計画に基づいた事業プラン



専門家による指導及び伴走



町の魅力を発信・町の魅力を発掘

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

南大隅町は、鹿児島県大隅半島南部に位置し、三方を海に囲まれ、町の南端には、本土最南端の佐多岬を有している。人口は昭和25年頃をピークとして減少が続いており、令和2年4月1日住民基本台帳登録者は6,949人となり、高齢化率も鹿児島県内で最も高い状況である。

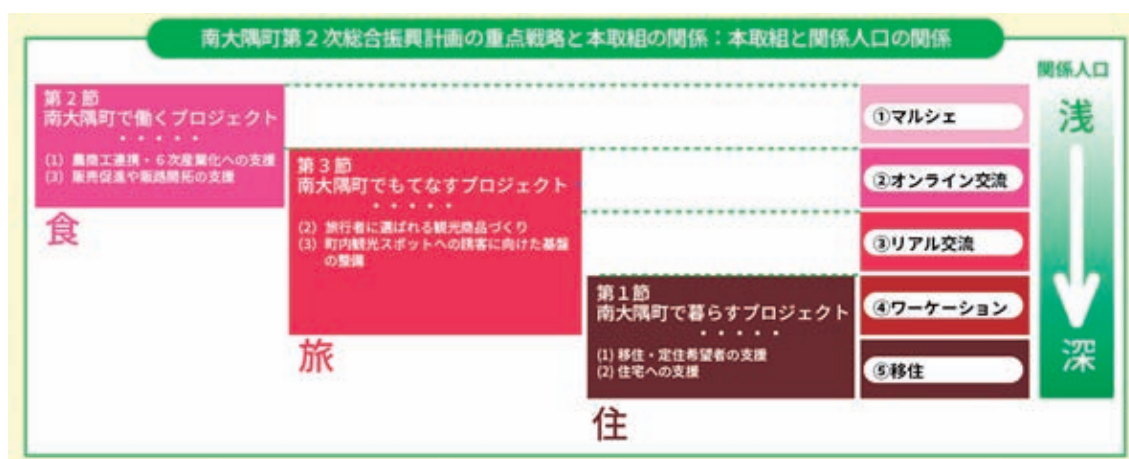
産業は、温暖な気候や自然環境を活かした第一次産業が中心であり、就業者の高齢化、担い手不足が課題となっている。また、近年は佐多岬や雄川の滝を中心とした観光振興等により交流人口、関係人口の増加に取り組んでいる。

ところが、昨今のコロナ禍において、従来の観光振興は人の移動が制限されることで大きな打撃を受けており、首都圏を中心に地方移住への気運が高まってはいるものの、それに向けた町の有効なPRが打てていないのが現状である。

b 事業の目的

第2次総合振興計画に基づき、地域活力の向上のため、新しい生活様式を前提とした「食の設計を起点とした地域創生」を「関係人口拡大創出プロジェクト事業」として、2021年度より開始した。この事業は、地域の魅力を「食・旅・住」という大きな3つの柱で区分し、関係人口を可視化するとともに、リモート環境などを活用して、町の魅力を“発見+構築+発信”していくものである。

また、今回の事業は「南大隅町まち・ひと・しごと創生総合戦略」の重点戦略テーマにおける「暮らす」「働く」「もてなす」の各プロジェクトに沿った内容で構成をしており、関係人口拡大に伴い派生する様々な取り組みに方向性を設けて、町の重要課題に取り組んだものである。



2 事業実施内容

a マルシェ（食：関心人口）

首都圏における町の知名度と新規販路獲得を目的として、町の特産品であるパッションフルーツやアボカド、パインアップルなどの南国フルーツ（果物、加工品）を中心に東京都 JR 大崎駅前のマルシェで6回合計12日間販売を行った。

b オンライン交流（食、旅：好意的人口）

マルシェや SNS で南大隅町に好意的な印象を持った方々を中心に、南国フルーツ生産者との交流を行う“オンライン交流会”を開催した。

c リアル交流（旅：準住民）

現地でリアルに交流を行うプログラムの計画を立てたが、コロナ感染拡大が続くなか、年度内でのリアル交流の実施は困難であると判断し、リアル交流会を行うための事前準備事業へと変更した。

d ワークेशन（旅、住：準住民）、移住（住：住民）

マルシェ、交流会などで関心をもった人がワークेशनや2拠点生活を行うための環境整備と該当施設を企業がサテライトオフィスとして活用するための検証を行った。

e 女子旅：広報

町の日常生活を通して魅力あるコンテンツと事業イベントの発信を行うチームを発足させ、SNSを活用した定期的な情報発信を行った。地域住民の生活感や店舗・施設紹介を行うことで、ガイドブックに掲載されていない町の魅力発掘と情報発信に対する住民意識の向上へとつないだ。

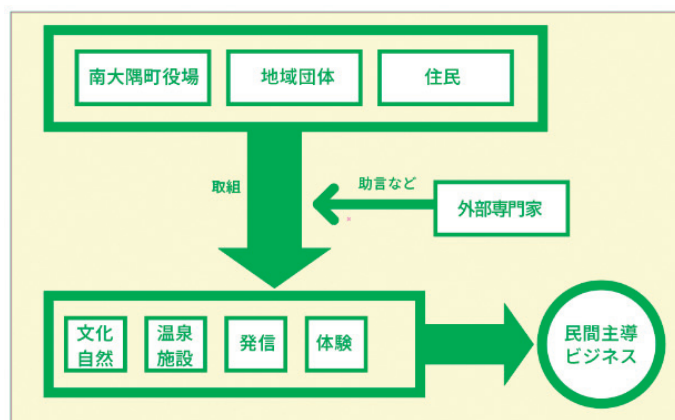
f 2030 南大隅みらい会議

2030年の南大隅町のあるべき姿を描き、その将来像実現に向けた計画作成と取組を進めるための会議体「2030南大隅みらい会議（以下、みらい会議）」の準備組織を発足させた。組織は、地域住民を主体とし、定期的な開催を行い、目標実現を進めた。準備会議実施と共に、地域商社構想など、将来像の協議を行った。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

初年度事業開始時の構想として、地域住民、地域団体、行政の3者が参加して協働する体制に、外部専門家が助言を行う立場で参加することを計画した。これをみらい会議における基本的な体制とし、発足に向けた準備会議を実施した。次年度以降においては、みらい会議の発足と民間主導のビジネス発足へ発展させていく。具体的には、地域商社の設立を2022年に行う計画である。

プロジェクトの運営と人材育成を目的に、若手職員より挙手制でメンバーを募集し、20～30代の職員で構成されるプロジェクトチームを発足させた。メンバーは、町長より特任辞令を受け、所属する組織に拘束されることなく役場内を横断的に活動できる立場とした。プロジェクトメンバーは、みらい会議の事務局としての運営を推進する機能を持ち、同会議の安定運営を担う立場とした。

b 外部専門家の役割

- ・事業統括：関係人口創出事業の全体設計と管理。
- ・販売指導：マルシェ、交流会などにおける販促広報活動及びデザイン作業。
- ・地域ビジネスの骨子提案：地域商社構想の立ち上げ補助。
- ・住民、職員を対象とする将来の人材育成：課題抽出方法とその解決策のプロセス指導。
- ・町有資源の活用提案：施設、建物、自然、文化を最大価値化するための提言。

4 事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
7月	5日 8日 15、16日 30日	町長より職員メンバーへ特任辞令 町役場と専門家による事業キックオフ 専門家から役場職員へ事業レクチャー 女子旅プロジェクト SNS 発信開始
8月	6、7日 14日 23～25日	第1回マルシェ：JR 大崎駅前マルシェに出店 第1回オンライン交流会開催 役場メンバーと専門家による各部会会議
9月	24、28日	役場メンバーと専門家による各部会会議
10月	11～13日 26、27日	住民参加のプロジェクト会議 役場メンバーと専門家による各部会会議
11月	5、6日 8～11日 15、16日 20、21日 26、27日	第2回マルシェ：JR 大崎駅前マルシェに出店 町有資源の活用提言の為の視察：内閣府クールジャパンアンバサダーポール氏来町 現地 NPO 法人と農業体験について会議、など 町有資源の活用提言の為の視察：日建設計仁科氏来町 第3回マルシェ：JR 大崎駅前マルシェに出店
12月	4日 17、18日 20～22日	第2回オンライン交流会開催 第4回マルシェ：JR 大崎駅前マルシェに出店 第1回2030南大隅みらい会議開催
1月	21、22日 28、29日	第5回マルシェ：JR 大崎駅前マルシェに出店 第6回マルシェ：JR 大崎駅前マルシェに出店 農業体験告知パネル展示の同時開催

5 主な成果

a マルシェ（食：関心人口）

◆合計6回のマルシェ実施：客数720名、売上61.9万円、販売点数1,230点

東京都 JR 大崎駅前のマルシェで6回合計12日間販売した。町の知名度向上と顧客化へと導くとともに、生産者8名が参加し、新たな販路づくりと EC 販売への意欲的な取組への意識改革へと結び付けた。



マルシェの様子

b オンライン交流（食、旅：好意的人口）

◆合計2回のオンライン交流会：客数35名、満足度95%

オンライン交流会を2回開催。延べ客数35名。アンケート集計から、満足度は95%。「南大隅町を好きになった」「行ってみたい」「長期滞在も考えている」などの回答を得ることができ、関心度を高める成果を残すことができた。また、生産者側でも「直接お客様の声が聞けて良かった」「生産の励みになった」などの感想を得て、意欲向上につながることもあった。



オンライン交流会の様子

c リアル交流（旅：準住民）

◆マルシェと同時開催した農業受入体験の告知写真パネル展示

JR 大崎駅改札前に特別ブースを組み、南大隅町の農業受入体験をPRする写真パネル展示を行った。来場者には、特産品に関する知識や南大隅町へ興味を結び付ける情報をパンフレットにまとめ配布し、住民自ら体験についての説明を行う機会を設けたことで、より深い関心を持っていただくこととなった。



パネル展示の様子

d ワークーション（旅、住：準住民）、移住（住：住民）

◆地域再生のグランドデザイン（町有資源活用提言書）の作成

外部専門家へ、特産品販売や、オンライン交流、農業体験などを通じて、今後の来町者がより頻繁に町への来訪を促すために、南大隅町の地域再生グランドデザインを依頼し、作成した。特に、町有資源の最大価値化を目指した南大隅町におけるワークーションや2拠点生活時の環境整備や誘客及び企業誘致策への活用方法を提言書としてまとめた。



提言書の内容（抜粋）

e 女子旅：広報

◆女子旅プロジェクト「南大隅町と私。」発足

「女子旅」「町に住む私」の目線で情報発信を実施。SNS（twitter、instagram、facebook）のフォロワー約200名（2022年2月現在）に対し、定期的な投稿を行った。町内での取材において、取材される側でも地域を発信するという共通の認識が生まれ、住民の意識変化を促す取組にもなっている。



公式 SNS アカウントとロゴマーク

◆2030南大隅みらい会議発足

2030年の南大隅町のあるべき姿を描き、その将来像実現に向けた会議体設立に向け、準備活動を開始した。地域住民の参加を得て、準備会議実施と共に、地域商社構想など、将来像の協議を行った。



会議のメンバー

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

◆次世代リーダーの育成

10年後20年後も町が存続していくために強力なリーダーの存在が不可欠である。町内には、生まれつき町で育ち、働く人もいれば、移住してきた人もいて、なんらかの変革を求めている層が確実に存在していることから、その中から次世代をつくるリーダー的存在となる人を探し、その人を中心に推進する活動を目指す必要がある。

また、町役場においても、町長が特任辞令を発し若手職員を任命し、活動を始めたことの認知度が低いことから住民とも共有し、住民、地域団体、役場による三位一体となった継続的、かつ、安定した運営体制を早期に実現することが必要と考えている。

◆地域住民の意欲や活動をフォローする町役場の活動

地域住民によるビジネス創出や円滑に活動するための環境づくりは、町役場の大きな使命である。その為には、住民の声を聴き、迅速な行動ができる意識づくりと将来に向けた町の姿を実現させるための情報収集を行うと同時に、みらい会議への有効施策の投下と参加者の役割を整備し続けることを目指す必要がある。

◆具体的な成果の積み重ね、誰にでも分かる形を作る

みらい会議において、まずは、2030年にどのようにありたいかを目標として掲げている。これを、着実に達成に結び付けるための細かな計画が必要となり、そのひとつひとつを達成していくことの積み重ねが重要となる。計画と達成を発信し、その姿勢に対する共感を生み出す工夫が必要である。共感理解者は増やすこととなり、その結果、協力者の増加、移住希望者の増加へとつながるものと考えている。

7 外部専門家コメント



高齢化率が鹿児島県1位の町で、 平均年齢30歳の若者の挑戦

ムクモト設計株式会社

代表取締役 棕 本 修 平

【概 要】

1) 町の概要

高齢化率（65歳以上人口割合）が鹿児島県内で最も高い町です。町の南端に本土最南端の佐多岬を有しています。産業は、観光業や南国特有の一次産業が中心です。

2) 事業に至った経緯や課題

人口減少、高齢化が進む町で、地域活力向上のために、新しい生活様式を前提とした「関係人口拡大創出プロジェクト事業」を推進することになりました。

3) 事業概要

「食」を中心に取組を展開し、認知、興味から好意へと関係人口の深度を深めていく取組です。具体的には、都内マルシェへのリモート出店、オンライン交流会などを通じて、参加者にファンになってもらう取組です。

【取組の特徴的なポイント】

1) 若手職員、若手住民の活躍

高齢化率の高い町で、平均年齢30.5歳の若手職員15名が自ら立候補し、町長より特命人事を交付されました。次世代リーダーの育成を具体的に進める町の姿勢に驚かされました。所属課を飛び越えた若手職員15名が、真摯に取り組む姿に非常に感銘を受けました。また、2030南大隅町みらい会議と称した町の将来を作る会議にも、事業を行う若い住民が多く集まりました。これは、本プロジェクトの最も特徴的なポイントと感じています。

2) コロナ禍でも成果を出す取組

オンライン会議ツールなどを駆使したマルシェや交流会の実施を行いました。参加した生産者や役場職員が、オンラインでの取組は初めてであるにも関わらず、前向きに取り組んでいた姿が印象的でした。画面越しでの接客、画面越しでの町案内、そこに至るまでの準備、取組のどの瞬間を見ても町の若い職員・住民の熱意が感じられ、それが成果に結びついたものと考えています。

【今後の取組や成果】

1) ビジネス志向

住民参加のみらい会議の中で、地域商社の構想や、農業受入などの取組が生まれました。今後は、イベントなどでテスト運用を行い、町の考えを事業フレームに出来たら、事業者へ委託か譲渡する形で地域事業に昇華していく流れが望まれます。

2) 持続可能性

将来的な目標や町のあるべき姿を、役場と町民で共有しつつ、具体的な取組を行っていくことが持続可能性につながると考えています。本取組では、みらい会議と題して役場と町民で課題や実施取組を検証する会を設けています。今後は、将来構想作成とスピード感のある取組が望まれます。

3) 地域の巻き込み

本取組では、都内マルシェ出店やオンライン交流会などで具体的な地域住民の巻き込みを行っています。取組をきっかけとして、外販への意識が変わった生産者もいます。今後は、町外での取組以外に、町内でのイベントや取組などを行って、より多くの地域住民の巻き込みを図っていく必要があるように感じています。

北海道
厚賀町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北川町鹿児島県
北川町

2-17 鹿児島県知名町・北海道利尻町 「関係人口と地域の担い手獲得のための広域連携事業」

事業概要

総事業費	13,500千円
助成申請額	9,000千円
外部専門家	大久保 昌宏（特定非営利活動法人離島経済新聞社 理事）

自治体概要

	鹿児島県知名町	北海道利尻町
人口（住民基本台帳登録人口：令和3年1月1日）	5,796人	1,964人
面積	53.30km ²	76.50km ²
人口密度	108.74人/km ²	25.67人/km ²
標準財政規模（令和元年度市町村別決算状況調）	3,492,947千円	2,080,156千円
財政力指数（令和元年度市町村別決算状況調）	0.17	0.11
経常収支比率（令和元年度市町村別決算状況調）	94.8%	77.1%
担当課室	企画振興課	総務課

取組概要

事業開始時点

<知名町>

- 人口減少・少子高齢化の加速
- 人口が2021年12月時点5,731人から2045年約3,400人になるとの将来推計
- 20年間（1995～2015年）で第一次産業就業者数が約530人減少
- 農業、商工業等における働き手の不足（特に10～5月の農業繁忙期）
- コロナ禍による観光入込客数の減少（沖永良部島への入込客数：90,959人（2019年）/51,936人（2020年））

<利尻町>

- 人口減少・少子高齢化の加速
- 人口が2021年12月時点1,934人から2045年に約700人になるとの将来推計
- 基幹産業である漁業者の高齢化（2020年時点での平均年齢：61.95歳）と漁業協同組合員数の減少（2010年の311人から2020年の203人）
- 養殖昆布の着業者数・水揚量減少（着業者数：31事業者（2010年）→25事業者（2020年）/水揚量：約245トン（2010年）→約160トン（2020年））
- 6～9月の漁業・観光繁忙期における漁業・商工業の働き手の不足

外部専門家による支援

<両町共通>

- 両町・各町関係各所との連携体制づくり
- シェア人材登録のためのWEB動線の制作
- 全体ロードマップと連携スキームづくり
- 広域連携のハブとなる中間支援組織体の構築作業支援
- 登録人材獲得のための情報発信
- 特産品連携・交流のための両町事業者コーディネート

<知名町>

- 利尻町との連携窓口となる組織づくり
- 人材受け入れのための空き家調査
- 空き家利活用を進めるモデル集落選定と集落による自立的利活用スキームづくり
- 受入事業者へのヒアリングと募集人材内容等の確定支援

<利尻町>

- 人材受け入れのための空き家調査
- 養殖昆布事業者への季節アルバイトの受け入れ窓口業務のフロー整理
- 受け入れ事業者へのヒアリングと募集人材内容等の確定支援
- 企業連携のためのワーケーションモニター受け入れ
- 特産品交流・連携のための利尻町商工事業者視察（沖永良部島来島）コーディネート

事業終了時点（成果）

<両町共通>

- 両町広域連携体制の構築
- 各町関係各所との広域連携体制構築
- シェア人材登録のためのWEB動線のローンチと運用開始、人材登録開始
- 広域連携のハブとなる中間支援組織の枠組み完成（R4年度に設立予定）
- 登録人材獲得のための情報発信
- 特産品連携・交流の開始

<知名町>

- 利尻町側との連携窓口となる組織の枠組み完成
- 空き家調査に基づいた共通改修プラン（物件タイプによる劣化傾向と一般的な改修方法、平均コスト等）完成
- モデル集落による空き家改修実施＋管理・運用スキーム構築
- 受け入れ事業者登録

<利尻町>

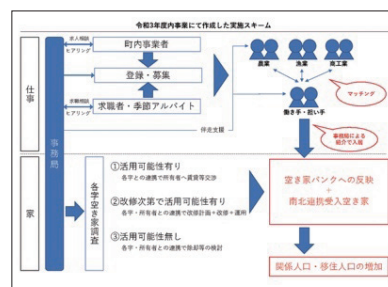
- 空き家調査に基づく物件情報の整理と賃貸・売却・譲渡による受け入れ準備
- 養殖昆布事業者への季節アルバイト受け入れ窓口業務の開始
- 受け入れ事業者登録



知名町：サトウキビ作業



知名町：事業者ヒアリング



両町共通：事業スキーム

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

サトウキビや花き、ばれいしょ、葉タバコの栽培、畜産などを中心とした農業と観光業を基幹産業とする鹿児島県知名町は、奄美群島の南西部、鹿児島市から546km南にある沖永良部島の南西部に位置し、同じ島内にある和泊町と隣接。人口減少は加速度的に進んでおり、国立社会保障・人口問題研究所の推計によると2045年には約3,400人になると見込まれている。農業では、人口減少と比例するように就業者数が減少し、地域における担い手の減少が顕著となっている。一方、観光においては、第三次産業の就業者比率は年々増えており、観光入込客数も2018年には直近10年間で最多を記録したものの、2020年からの新型コロナウイルス感染拡大に伴い、観光需要の停滞・団体ツアーの減少等が発生。個人旅行や都市部からのワーケーションニーズをどのように獲得していくのかが、今後の観光の在り方に大きく影響を及ぼすと考えられる。

このように、鹿児島県知名町においては、①地域における産業の担い手不足、②新たな観光の形の確立といった地域課題が存在している。同様に、本事業において広域連携を行う北海道利尻町においても、基幹産業である漁業を中心とした担い手の不足、ウィズコロナ・アフターコロナでの新たな観光形態の確立は大きな課題となっている。また、両町ともに離島地域であること、1島2町で空港・港は隣町にあること、基幹産業が一次産業（知名町は農業・利尻町は漁業）と観光業であること、などの共通項を持っており、基幹産業である一次産業の繁忙期が異なる（知名町の農業：10～3月／利尻町の漁業：5～9月）ことから、広域連携を形成し、両町に訪れるそれぞれの関係人口や季節アルバイト（リゾートバイト）などの働き手を共有し、人材不足の解消と関係人口拡大に伴う新しい観光施策の創出、それらの人材による地域経済への波及効果を図るために、事業立ち上げに至った。

b 事業の目的

本事業においては、鹿児島県知名町・北海道利尻町以外の都市部を拠点とする関係人口層や、中長期で地域内に滞在し、地域産業の担い手となりつつ、両町の地域内消費にも貢献するリゾートバイト等の人材を確保し、広域連携によって知名町・利尻町の両町各所に送客していくための受け皿となる協議会立ち上げを大きな目的とする。これにより、関係人口等に特化した受入窓口および、人材不足に悩む両町の事業者に向けた人材バンク機能を提供できる。また、知名町・利尻町の広域連携により、これまで両町ですでに働き手・担い手として地域を訪れている季節アルバイトの人たちで知名町・利尻町の存在を知らなかった層や、知っていてもつながれなかった層

といった、幅広い人材の確保を可能とする仕組み（季節アルバイト人材と両町事業者とのマッチングフロー、受け入れ人材の住居確保のための空き家利活用フロー等）づくりも、本事業の目的とする。

2 事業実施内容

a 広域連携による人材獲得・共有のスキーム構築

知名町・利尻町、両地域の関係各所との連携体制づくりを行い、定常的な打合せ実施や事業スキーム構築に向けたロードマップを作成。上記各種協議やロードマップに基づき人材獲得・共有のスキームを構築。実際の業務内容等も含めた全体図を作成した。

b 広域中間支援組織の体制構築

上記aを実際に運営・実施していくための体制構築を行い、関係各所の協力のもとに、外部専門家も含めた組織の構成員・体制図を作成。

c 広域連携による地域産業の受け皿となる中間支援組織体の構築・立ち上げ

知名町の農業、利尻町の漁業、両地域における各領域での不足人材の確保を目的とした人材受け入れ、紹介、育成等を行う中間支援組織体の枠組みを構築。知名町・利尻町の両地域で異なる繁忙期を往来する中長期の働き手を獲得し、シェアできる仕組みづくりや、町外・島外企業との協働関係づくりを行い、ワーケーション誘致のための受け入れ体制構築等を目的に、中間支援組織体の立ち上げ準備を行なった。

d 地域内空き家等受け入れ人材の拠点整備のための調査

上記a～cにより人材獲得やワーケーション誘致を図った際に活用できる空き家等、受け入れ人材の拠点となり得る場所の整備を前提に、両町で空き家調査を実施。知名町では、空き家利活用の運用スキームづくりと、町内21の集落（字）の中から重点的に受け入れを行なっていく字の選定を行い、モデルケースとなり得る空き家の利活用プランを作成した。

e 人材獲得に向けた情報発信

農業（知名町）・漁業（利尻町）を軸に、両地域に不足した人材獲得に向け、各地域の基本情報や地域特性などについて、各種広報PR・プロモーションを実施（R4年2月時点で掲載準備中）。地域と人をマッチングさせることを前提としたメディアにおいて、人材募集と事務局における人材登録の動線機能を備えた情報発信を行なっている。

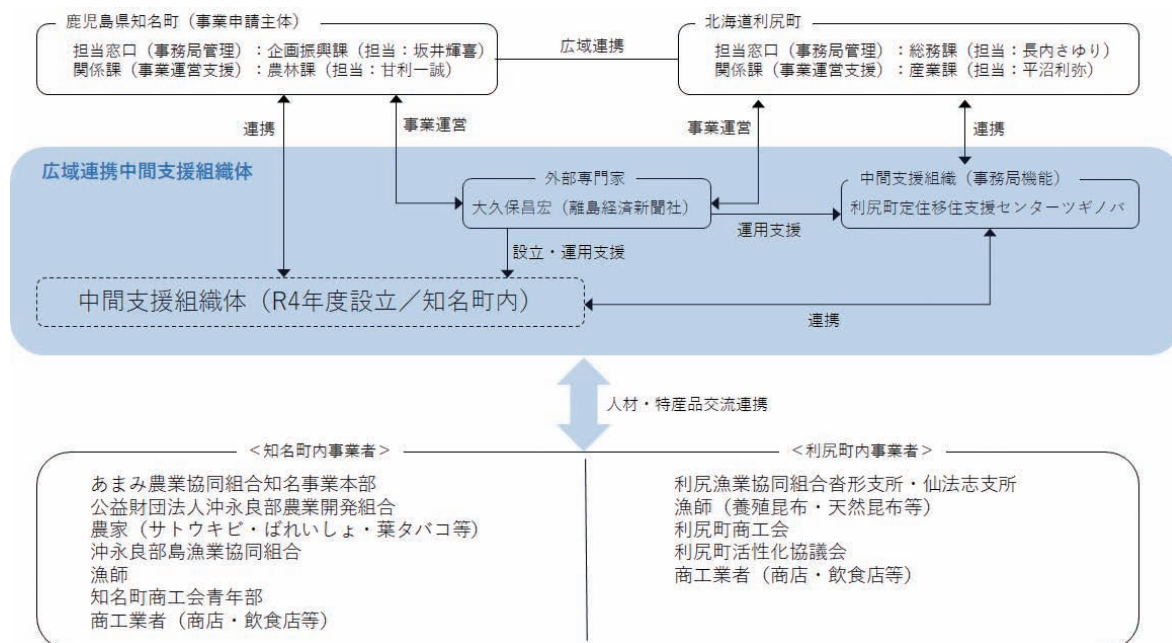
f 地域内事業者向け支援メニューの整備

人材獲得後のアフターフォローも含めた伴走体制を構築するために、雇用元となる地域内事業者への人材受け入れ後も含めた懸念点等のヒアリングを実施。持続的に人材を活用するための支援メニューを検討している。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

知名町役場企画振興課が事業実施主体（窓口担当）として、利尻町役場総務課企画振興係と連携。各町の関係課として知名町役場農林課・利尻町役場産業課が、人材受入・産品交流時の関係各所との連携支援を実施。両町内の上記体制に外部専門家が両町への連携支援、事業運営支援を行う形でハブとしての役目を持ち、両町の中間支援組織体（知名町は令和4年度に設立予定／利尻町は利尻町定住移住支援センターツギノバ）への本事業における運用支援を実施。両町中間支援組織体が連携することによって広域連携中間支援組織として機能し、両町の関係各所・事業者（以下、体制図参照）への人材受入・産品交流支援を実施。

b 外部専門家の役割

外部の専門的知見に基づいて、知名町・利尻町の強み・弱みを分析。両町共通課題としての人材（担い手・働き手）不足等の現状を把握した上で、共通課題の解決策として広域連携による関係人口と地域の担い手獲得施策における支援スキーム・体制を構築する支援等を実施。知名町役場と利尻町役場の連携体制を軸として、知名町の中間支援組織体の構築支援、利尻町の中間支援組織体である利尻町定住移住支援センターツギノバへの本事業の運用支援、両町関係各所・町外民間団体・企業等におけるコミュニケーションサポートとコンサルティングを主な役割とし、事業における具体的な施策（人材マッチングと空き家調査、地域内事業者向け支援メニュー整備等）を行なった。

4 事業実施スケジュール

月	取 り 組 み 実 施 内 容	
4月	13～15日 19～23日 5～30日 5～30日	全体キックオフ（事業資料についての確認等）／関係各所への事業説明 関係各所と広域中間支援組織の体制構築等定例打ち合わせ 事業資料作成（キックオフにて確認後、修正等も実施） 各種企画検討（空き家調査・情報発信・支援メニュー）
5月	10～14日 18日 1～31日	各種定例会議開催（両町、関係各所） ふるさと財団とのキックオフ会議（両町担当課） 各種企画検討（空き家調査・情報発信・支援メニュー）
6月	3～11日 27～30日 1～30日	各種定例会議開催（両町、関係各所） 事業者ヒアリング（知名町） 各種企画検討（空き家調査・情報発信・支援メニュー）
7月	1～2日 5～9日 12～23日 1～30日	関係課打ち合わせ（知名町農林課・建設課） 各種定例会議開催（両町、関係各所）、関係課打ち合わせ（利尻町産業課） 空き家調査1次結果データリサーチ等を実施 各種企画検討（空き家調査・情報発信・支援メニュー）
8月	2～6日 16～17日 18～20日 1～31日	各種定例会議開催（両町、関係各所） ふるさと財団視察受入（知名町） 区長会長との連携会議、議会勉強会にて本事業趣旨説明（知名町） 各種企画検討（支援メニュー）／両町空き家調査開始／媒体選定開始
9月	1～24日 2日 1～31日	事業実施のためのロードマップと全体図資料作成／広域中間支援組織体 実施体制図の作成／情報発信媒体選定／支援メニュー検討 区長会にて事業説明・モデルエリアを選定（知名町） 両町空き家調査実施
10月	1～29日 25～28日 25～29日	広域中間支援組織構築のための立ち上げ検討／情報発信媒体選定 産品等交流のための利尻町事業者視察（知名町へ） 両町空き家調査実施（～1月まで実施想定）
11月	1～30日 14～20日 14～30日	人材受入時の空き家利活用について検討資料作成（調査結果に基づく） 広域中間支援組織の枠組確認→R4年度に正式立上／支援メニュー作成 情報発信掲載メディアとの打ち合わせ（掲載内容等）
12月	8～9日 13～18日	ふるさと財団視察受入（利尻町） 空き家利活用の方向性確定／情報発信掲載メディアとの打ち合わせ（掲載内容等）／登録人材のための動線づくり／登録事業者ヒアリング
1月	13～16日 16～21日 21日 22～26日 27日 28～31日	メディア掲載準備／オンラインイベント準備（各種打ち合わせを実施） 事業者登録シートと支援メニュー内容の検討 空き家利活用について打ち合わせ（モデルケースとなる集落の進捗状況等についてヒアリングを実施／進行サポート） メディア掲載・登録人材動線となるWEBサイト打ち合わせ（さかさま不動産） ふるさと財団事業報告会参加 事業者登録用のヒアリングシート作成中
2月	1日 2日 3～10日 10日以降	利尻町側の登録人材の動線となる空き家バンク公開（利尻町） 空き家利活用についてモデル集落（上平川）の物件についての改修資料等作成サポート 支援メニュー作成中 事業者登録ヒアリングシート・支援メニュー完成 メディア掲載・オンラインイベント実施
3月		人材受入開始／支援メニュー等実装

5 主な成果

a 広域連携による人材獲得・共有のスキーム構築

- ・年度内の事業進行のためのロードマップを作成し、フェーズ1～4に基づいて進め方をまとめた。利尻町との広域連携に基づき事業の全体図を作成した。

b 広域中間支援組織の体制構築

- ・本事業を推進していく上で、必要な広域連携中間支援組織体を中心とした広域連携組織体制図を作成し、各所の役割の明確化を行なった。

c 広域連携による地域産業の受け皿となる中間支援組織体の構築・立ち上げ

- ・中間支援組織体の役割整理、運営を担う中核チームの構築などを実施。組織体の法人は令和4年度早々に設立する予定。

d 地域内空き家等受け入れ人材の拠点整備のための調査

- ・両町における空き家一次調査を実施し、各町の空き家情報を総括・集約した空き家調査総括表を作成した。そして、一次調査による総括表等の基礎データに基づいて空き家調査を実施し、基礎データ等との整合性や空き家の傾向等の把握を行なった。その上で、両町における空き家調査結果に基づき、活用した場合の改修プランや改修方法等を作成・取りまとめた。



空き家調査の様子

e 人材獲得に向けた情報発信

- ・複数メディアによる人材登録動線と受入事業者紹介等を行うための広報PRやプロモーションを実施した。

f 地域内事業者向け支援メニューの整備

- ・両町において受入希望事業者に対してのヒアリングを実施し、人材受入時に必要となる支援メニュー等を検討・作成した。また、産品交流のための事業者支援として利尻町事業者による知名町訪問を実施した。事業者同士による連携が進み、利尻町事業者による沖永良部島フェアを開催した。



沖永良部島フェア

北海道
厚岸町福島県
郡山市福島県
磐梯町栃木県
下野市群馬県
中之条町東京都
あきる野市石川県
宝達志水町福井県
越前町三重県
南伊勢町大阪府
墨本町和歌山県
有田川町広島県
府中市徳島県
美波町長崎県
雲仙市長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北郷町鹿児島県
北郷町

6

持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

① 本事業実施により見えた課題と解決策

■人材獲得時における両町事業者の雇用条件の格差

知名町の農業、利尻町の漁業、両町の商店・飲食店等の事業者において雇用条件（時給等）の格差があり、受入事業者側として、どのようなオペレーションが最適なのか等、懸念点が発生した。解決策としては地域内事業者（農業であれば品種ごとの農家グループや、商店・飲食店といった事業者であれば商工会青年部など）といったグループ単位で時給等の待遇を統一し受け入れることを基本形として、ヒアリング・調整等を実施した。

■人材シェアにより獲得した人材が入居できる空き家の利活用について

空き家調査を行い、物件把握を行なっても改修費や管理費等がかかるため、ランニングコストをどうしていくかという課題が発生。本事業では、知名町であれば各集落（字）によって改修・管理・運用していけるよう集落予算を各集落内にて確保してもらい、その予算を活用した改修・運用によって、家賃収入等をランニングコストに充てていく形を採用。利尻町では、すでに保持している漁業就業者向けのシェアハウスや定住移住支援センターツギノバを軸にした空き家バンクの活用の中で、大家・管理者・中間支援組織である定住移住支援センターツギノバにて都度、適切な活用方法を検討していく形を採用した。

② 持続的組織体制とビジネスモデルについて

利尻町ではすでに中間支援組織体として定住移住支援センターが存在しており、新たに知名町側にも同様の組織体を構築し、両者を連携することで、行政主導で終わらずに2町による広域連携および官民連携体制が構築できる見通しがたった。これにより、持続的に取組を主導していける組織体制構築ができ、ビジネスモデルについても、利尻町側にて5社のワーケーションモニター受け入れを実施し、かなりの好反応を得ていることから、企業の合宿型ワーケーションや大学のゼミ合宿等の受け入れを行なうことで収入を得たり、空き家改修に伴う住設支援機能を保持するなど、事業としてのビジネスモデルの運用・持続化が期待できると考えている。

③ 次年度以降の事業継続・発展について

関係人口層となる人材の登録・シェアの実装を令和3年度内で開始し、本格的な運用は令和4年度からとなる。次年度については、登録者数や実際のシェア人数、各町に入った人材の満足度、各町にて人材を受け入れた事業者の満足度を高めることに注力し、本事業の本質である不足人材の広域連携による共有と受け入れ人材と地域の関係値向上による関係人口化を継続的に進めていきたい。合わせて、持続的に発展していくために、ビジネスモデルを運用開始し、収益の獲得と定常的に受け入れ人材の拠点となる空き家活用による家賃収入の獲得等を進めて、自走化できる仕組みづくりを図っていきたい。

7 外部専門家コメント

互いの不足を補い合う広域連携で
共通課題の解決を目指す

特定非営利活動法人離島経済新聞社
理事 大久保 昌 宏

◎事業概要

人口減少と少子高齢化が進む鹿児島県知名町と北海道利尻町。日本列島の南北に3,500km離れた離島地域である両町に共通する課題は、基幹産業である農業（知名町）・漁業（利尻町）と観光業などの働き手や地域の担い手となる人材の不足です。この共通課題を解決する手段として、一次産業の繁忙期（知名町：10～5月／利尻町：6～9月）が異なる特性を活かして、すでに両町に季節アルバイトや多拠点居住で訪れている人たちが、全国の他の地域で同様の働き方をしている人たちを呼び込み、不足人材の確保を目的とした両町事業者による人材シェアの仕組みづくりを行うことが本事業の目的です。

両町で広域連携の事業体制を構築し、お互いの繁忙期に不足している人材をシェアしあうことで、これまでアプローチできていなかった人材にリーチすることができるとともに、新たな関係人口の創出や移住者の獲得にまでつなげていくことを企図しています。

◎地域が抱える課題と課題へのアプローチについて

知名町・利尻町、両地域に共通する課題として、共に繁忙期に関係人口となり得る季節アルバイトをすでに受け入れているが、各事業者任せになっていた、翌年度以降も継続雇用できるような仕掛けが確立できていませんでした。また、1事業者の雇用だけでは収入が少なく、雇用される側の視点として、両地域を選ぶ大きなメリット・魅力を感じられないという点などもありました。結果として、せっかく関係性を築いても、一期一会となってしまう、地域における貴重な人材を手放している状況でした。各地域の個別課題においても、知名町では人材受け入れ時の滞在拠点となる住居等が事業者任せになっていた点、利尻町では働き手・担い手が欲しい事業者・集落の視覚化ができていなかった点などがあります。

これらの共通・個別課題に対してのアプローチとして、両地域で人材が欲しい、受け入れたい事業者（農家、漁家、商工・観光事業者等）への詳細なヒアリングを通して、両地域に不足している具体的な機能の可視化を図ることから事業を開始しました。特に、人を呼び込む上で大事な要素となる収入に対しては、地域の1事業者のみで囲い込むのではなく、両地域でシェアした人材をさらに地域内の事業者でもシェアできるように、各事業者からの意見等に基づいて地域内複業の仕組みを構築するなど、地域に応じた柔軟なアイデアを地域内関係各所も巻き込んで取り組んでいくことを心がけました。

◎取組を通じて得られた成果

本事業を通じて得られた最も大きな成果としては、知名町・利尻町ともに抱えている人材不足・担い手不足という課題に対して、解決を目指すための大きな一つの枠組みができたという点です。知名町においては、町内に21ある字（集落）ごとに空き家を改修・管理・運用していく仕組みや、事業者同士の連携による人材シェアを可能とする複業の仕組みなど、次年度以降、高い実効性・効率性をもって事業を運営していくための道筋をつけることができました。利尻町はすでに移住や関係人口に対してのワンストップ窓口があり、そこを起点にした空き家バンクなども運用していましたが、本事業を通じて、具体的に中・長期滞在や将来的な移住希望者を含めて、期間限定で地域に入ってくる人々を包括的に受け入れるフローを組み立てることができました。

また、両町での人材シェアの流れから、事業者交流・産品交流の機運が高まり、利尻町では知名町の特産品やお土産物などを販売する沖永良部島フェアを開催する事業者も出てきたことは、今後の広域連携体制にとって大きな成果の一つと考えられます。

次年度以降は、この全体の枠組みを活かして、実際に人を受け入れるフェーズに入ります。地域内外への情報発信による取組周知はもちろん、人の受け入れから定着、広域連携の両地域でのシェアの頻度向上など、より地域全体で一丸となって取り組んでいくことが求められます。同時に、持続的に事業運営をしていくためのビジネスとしての仕組みづくりも非常に重要なポイントになってきます。広域連携の大きな利点は、一つの地域では解決が困難と思える課題でも、複数地域の特性を活かして補い合えば、解決への可能性が高まるということ。これらのことに留意しながら、引き続き、両地域への伴走支援を行なっていきたいと考えています。

北海道

厚岸町

福島県

郡山市

福島県

磐梯町

栃木県

下野市

群馬県

中之条町

東京都

あきる野市

石川県

宝達志水町

福井県

越前町

三重県

南伊勢町

大阪府

墨本町

和歌山県

有田川町

広島県

府中市

徳島県

美まよし町

長崎県

雲仙市

長崎県

波佐見町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

利尻町

第3章

外部専門家派遣（短期診断） の取組と成果

外部専門家派遣（短期診断）

<https://www.furusato-zaidan.or.jp/tankishindan/>



1 外部専門家派遣

地域の課題や課題解決に向けた方向性等が明確になっていない段階で、その解決に向けた方向性に目処をつけるため、今年度は以下の6市町に対して外部専門家を1泊2日もしくは2泊3日派遣して、現地調査を行い、地域再生の方向性に関する提言を行った。

	実 施 時 期	派 遣 先
1	令和3年12月21日～23日 令和4年1月12日（オンライン報告会）	北海道奥尻町
2	令和3年7月6日～7月7日 7月9日（オンライン報告会）	宮城県白石市
3	令和3年11月4日～11月5日 11月19日（オンライン報告会）	長野県長野市
4	令和3年10月27日～10月29日	長野県上田市
5	令和3年11月9日～11月11日	長野県阿智村
6	令和3年6月29日～7月1日	福岡県大刀洗町

今年度の外部専門家派遣では、地域側が特定の地域資源を有しており、それを活かした地域再生のための具体的な進め方の提言を求めているものが多く見られた。

具体的な例としては、宮城県白石市では地域の歴史的建造物である「検断屋敷」を中心として地域活性化を図るための地域の巻き込み方や運営方法等、長野県長野市では真田十萬石の城下町である松代地区の歴史資産を活かした観光まちづくりの取組の方向性などが挙げられる。これらの地域資源を活かした地域活性化に向けて、地域のビジョンの策定やブランドづくりに関する提言がなされた。

外部専門家からの助言・提言例としては

- ・奥尻町「離島ならではの自然との共生の歴史や文化をストーリー化した商品開発」
 - ・白石市「将来のリーダーとなる若者を巻き込んだ地区の未来プラン作成・実行」
 - ・上田市「自然・アート・住民の力を活用した地区の未来ビジョン作成」
 - ・阿智村「既存の『日本一の星空』のブランドイメージを活用した農産物のブランディング」
- 等があった。

また、外部専門家派遣による提言を受け、実際に事業として着手するため、外部専門家活用助成の制度を利用したいとの意向も多く頂いた。

1-1 北海道奥尻町

実施時期	令和3年12月21日～12月23日、令和4年1月12日（オンライン報告会）
外部専門家	大久保 昌 宏（特定非営利活動法人離島経済新聞社） 政 所 利 子（株式会社玄）

<地域の抱える課題>

奥尻町は、主要産業は農漁業を中心とした第一次産業であり、とりわけ、海産物（ウニ、アワビ、イワガキ、海藻等）が魅力である。これらの第一次産業と観光が連携した滞在型観光の推進により、減少傾向にある観光客数の回復が課題となっている。そこで、外部専門家には、漁業者、農業者が連携して取り組める宿泊プログラムや新たな観光コンテンツ開発のノウハウ構築方法についての助言・提言が求められていた。

<地域の背景と経緯>

奥尻町は、農漁業の基盤整備の遅れ等による地場産業の不振、若者の都会志向の進行による島外での就職、などにより人口減少が進んでおり、昭和35年の7,908人をピークに、令和2年10月末時点で2,510人まで減少した。

近年では、町内の大型宿泊施設の休館とそれに伴うフェリー航路の休止、新型コロナウイルス感染症の影響、などにより観光客の減少も進んでいる。このような中、農漁業と観光産業の振興により、奥尻町の地域再生を図る必要があった。

<外部専門家からの提言>

今回の視察を通じて、奥尻町が持つ海産物等の地域資源の魅力が再確認されたとともに、体験観光プログラムの整備、海産物の直売所の設立等の観光振興に向けた取組が進められている様子が確認された。外部専門家からは、滞在型観光の仕組みづくりを担う中核団体の形成、ブランド力向上に向けた取組、農泊・渚泊の高付加価値化等について助言が行われた。

大久保氏からは、観光業と第一次産業を活かした稼げる地域づくりに向けてのアドバイスがなされた。とりわけ、個別の観光コンテンツを創出することよりも、包括的な取組の土台を形成することが先決であり、戦略的かつ実効性・効率性の高い滞在型観光の仕組みづくりを担う中核団体を立ち上げることの重要性、具体的な組織組成のプロセスについて紹介がなされた。

1-2 宮城県白石市

実施時期	令和3年7月6日～7月7日、7月9日（オンライン報告会）
外部専門家	塚田 佳 満（株式会社 DMG フォース） 矢部 佳 宏（一般社団法人 BOOT）

<地域の抱える課題>

白石市の斎川地区は、人口1,000人を切る地域であり、少子化により小中学校が相次いで閉校するなど、地域の存続に対して地区住民は強い危機感を抱いている。また、地区の中心部には検断屋敷があり、検断屋敷を活用した地域再生の検討を進めているが、これまで十分な手入れがされていなかったため廃屋寸前の状態であることや、非常にスケールが大きいことから活用方法について課題を抱えている。

<地域の背景と経緯>

白石市の斎川地区では、「斎川まちづくり協議会（白石市斎川公民館の指定管理者・地域運営組織）」が中心となり、主管課の市民経済部まちづくり推進課と連携しながら持続的な地域づくりに取り組んでいる。検断屋敷の活用方法についても「全ての世代の交流の場」、「生活支援体制の拠点」、「体験教室の場」、「地域の特産品を活かして小商いをする場」などの意見も出されているが、具体的な活用方法については見定まっていない状態となっている。そこで、検断屋敷を中心とした斎川地区内の地域再生を図るため、活用の方向性、他市町村等での事例の提供、実現に向けた資金獲得の方法、運営方法とそのノウハウ、地域住民を巻き込む方法等についての助言・提言が求められていた。

<外部専門家からの提言>

今回の視察を通じて、白石市が持つ歴史資源の魅力が再確認されたとともに、活発な公民館活動を中心とした地域住民のコミュニティが形成され、各種取組が行われている様子が確認された。外部専門家からは、地域に残る歴史資産の活用やそのための人材育成、体制づくりについて助言が行われた。

塚田氏からは、白石市における地域にある公民館活動の更なる活性化に向けた事業体制、人材育成についてアドバイスがなされた。とりわけ、将来のリーダーとなる地域の10代の若手を巻き込んだ地区の未来プラン作成、実行の重要性について言及した。また、事業実施にあたって実行可能なスケジュール案と、活用すべき国の支援制度等の紹介がなされた。

1 斎川訪問 資源と課題

国道4号線立地 →旧街道 呼び込み可能
東食堂・馬牛沼直売センター
 →地域の販売事業 外部向けから内部向けも
田村神社・甲冑堂→強い地域の思い・祭会場
検断屋敷跡
 →歴史ストーリーは十分・地区の中心
旧学校→福祉作業所として活用も重民連携は？
公会堂
 →キッチンあり住民活動拠点、
 若い人が集まるには、魅力不足

Copyright (c) 2016 D&A 4 Inc. All rights reserved.

6 考える地区共助事業のストーリー

1 斎川地区の未来を住民・地域10代若手で共有

- ・東食堂・直売所は地域の事業所としてどう存続する
- ・田村神社は地域活動の拠点の一つどう取り組む？
- ・旧学校は福祉施設として機能しつつある。地域住民連携は？
- ・公民館はどう整備していく。必要機能は？
- ・検断屋敷跡破竹の中心地。まず活用プラン作りが必要。

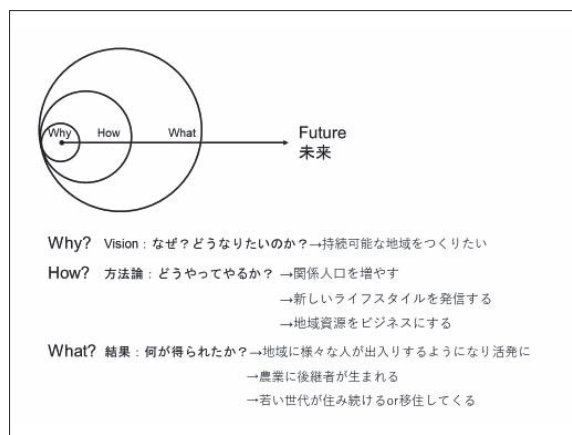
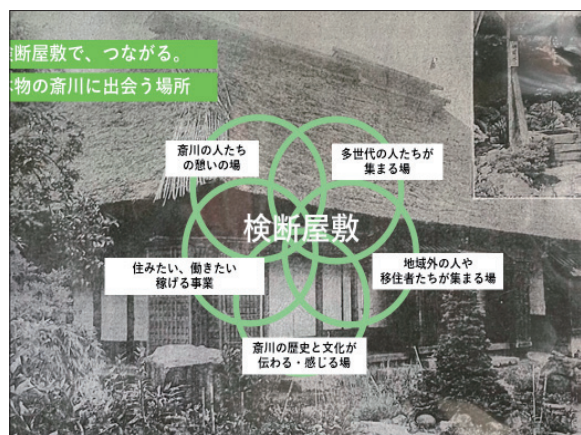
2 斎川地区の未来プラン（総合戦略）策定



3 斎川地区のビジネス創出と実行組織 整備

Copyright (c) 2016 D&A 4 Inc. All rights reserved.

矢部氏からは、斎川地区と同様に高齢化、人口減が課題となっている他地域の取組を例に、地域の資源を活用した仕事づくりや住みたくなる地域づくりについて、成功ポイントの紹介がなされた。また、斎川地区の歴史的建造物である斎川検断屋敷について、現状分析を踏まえた今後の活用方針について、提案がなされた。



<(参考) 主な視察先>

・白石市での短期診断では以下のような先を視察した。

1	馬牛沼産直センター	7	109-one
2	斎川公民館	8	一般社団法人みのり
3	斎川検断屋敷	9	こじゅうろうキッズランド
4	甲冑堂、孫太郎虫資料館	10	おもしろいし市場
5	白石城	11	弥次郎こけし村
6	壽丸屋敷	12	粹(sui)

1-3 長野県長野市

実施時期	令和3年11月4日～11月5日、11月19日（オンライン報告会）
外部専門家	榎本 善晃（beniw 合同会社） 篠崎 宏（リ・マスター合同会社）

<地域の抱える課題>

真田10万石の城下町である松代地区は、松代城を中心に、残存する真田邸や文武学校、武家屋敷の街並みを利用して、観光を通じたまちづくりを展開している。なかでも10月に行われる「真田十万石まつり」内の武者行列は、年間を通じてメインのイベントの一つとなっており、過去には、真田幸村を主人公にした NHK 大河ドラマが放送された影響もあり、多くの観光客が松代町を訪れた。もっとも、近年は新型コロナウイルス感染症の影響でイベントの中止が続いており、また、松代地区では高齢化が進んでいることから、観光まちづくりの持続性に課題を感じている。

<地域の背景と経緯>

松代町は、長野市の南にたたずむ人口18,000人の町であり、観光地として決して大きな町ではない。長野市には善光寺や戸隠など有名観光地が多く、近隣市町村では小布施町、松本市など有名観光スポットもある。

松代町は、真田十万石まつりを開催し、『真田十万石の城下町』を大々的に PR しているほか、松代町には縄文時代の大室古墳、童謡の町、地下壕、佐久間象山等の多くの偉人など観光の要素になるものは多い。また、松代地区の中心市街地活性化基本計画に位置付けられている「信州松代まるごと博物館構想」の実現に向けて、地域住民の有志で様々な取組を行ってきた。しかしながら、松代町の知名度は高くなく、新型コロナウイルス感染症の影響下で観光客数も大きく減少しており、観光まちづくりの今後の取組の方向性についての助言・提言が求められていた。

<外部専門家からの提言>

今回の視察を通じて、松代町には数多くの歴史的建造物をはじめとする魅力ある地域資源が存在し、地域住民も含めた関係者が観光まちづくりに熱心に取り組んでいる様子が確認された。外部専門家からは、これからの世代のまちの当事者を増やすこと、松代町の観光経営を再設計すること等について提言がなされた。

榎本氏からは、松代町には、豊富な観光資源・コンテンツがあり、地域関係者による活動も活発である一方、食や土産、休憩所など、観光地としての地域資源やコンテンツ・サービスの向上・磨き上げは継続して行っていく必要がある、その担い手として、これからの世代のまちの当事者を増やすことが課題であるとの説明があった。そして、まちを再訪する人の動機は地域の“人”にあるとし、地元の人に地元の魅力を伝えるローカルメディアを立ち上げた事例の紹介とともに、松代に住む人の生活に寄り添った新規事業の開発を進める次世代のまちの当事者を増やしていくことが重要であるとの提言がなされた。

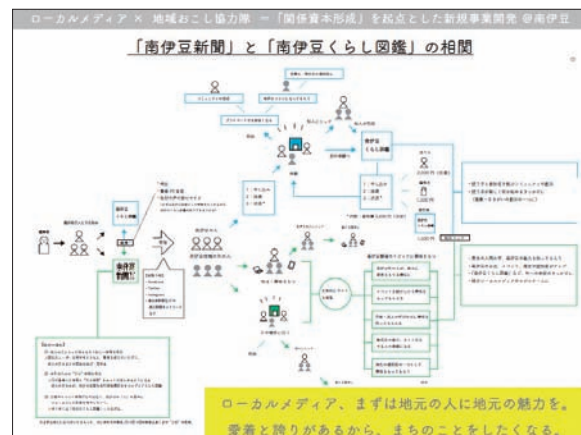
「これから世代の、まちの当事者を増やす」

そのための方向性を示す具体策として、
静岡県南伊豆町で行った

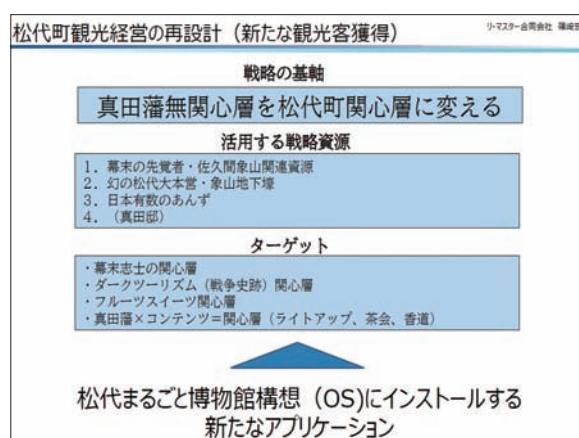
ローカルメディア × 地域おこし協力隊
= 「関係資本形成」を起点とした新規事業開発

がヒントにできると思います。

人口は減ります。が、当事者は増やせます。



篠崎氏からは、まず、松代地区の地域資源の競争力やポテンシャルに関するコメントが示された。その上で、これまでに実施されたイベント等の取組を振り返りつつ、地域経済活性化が実現するための設計（地域エコシステム）を行い、地域の産物やサービスの供給過程に踏み込み、地元の事業者や住民が経済的に豊かになるための観光を推進することが重要であるとの説明があった。そして、新たな観光客の獲得と域内経済循環の構築に向けて、松代町観光経営の再設計が提案された。



松代まるごと博物館構想における松代町観光経営の再設計

小マスター会同会社 篠崎氏

【プロジェクト名】
松代まるごと博物館構想における松代町観光経営の再設計～新たな観光客の獲得と域内経済循環の構築～

【実施事項】

- ①戦略資源のストーリー化と誘客戦略構築（真田藩無関心層を松代町関心層に変える）
- ②域内事業者マッチングの実施（農家・食品加工業者&飲食店・土産店・小売店）
- ③観光客消費ポイントの強化
- ④情報発信の多角化（オンラインツアー等）
- ⑤旅アト消費の強化（オフ期の収益確保）

<（参考）主な視察先>

・上田市での短期診断では以下のような先を視察した。

1	真田宝物館・真田邸	6	旧横田家住宅
2	松代城跡	7	象山神社
3	文武学校	8	山寺常山邸
4	松代まち歩きセンター	9	象山地下壕
5	松代陶苑		

1-4 長野県上田市

実施時期	令和3年10月27日～10月29日
外部専門家	栗田 拓（特定非営利活動法人トイボックス） 朽尾 圭亮（株式会社船井総合研究所）

<地域の抱える課題>

長野県上田市は平成18年に旧上田市、旧丸子町、旧真田町、旧武石村の4市町村が合併し現在の上田市となっている。旧武石村にあたる武石地域は人口減少が著しく、高齢化率が38%を超え4地域のなかでも最も高い地域である。地域の主産業は、林業、農業であるものの、地域の高齢化が進む中、担い手の確保も難しく、兼業農家が中心となっている。商業についても、地域の中央通りの店舗も減少傾向にあった。

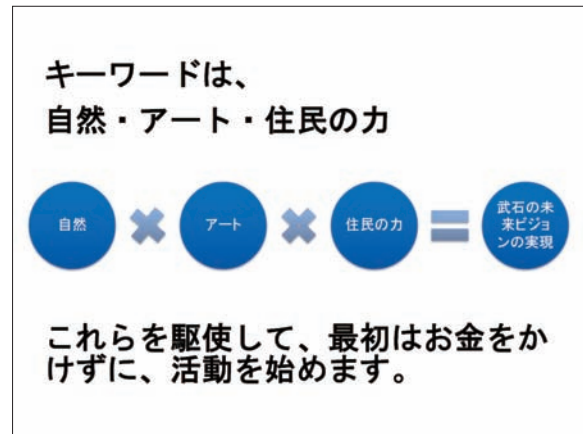
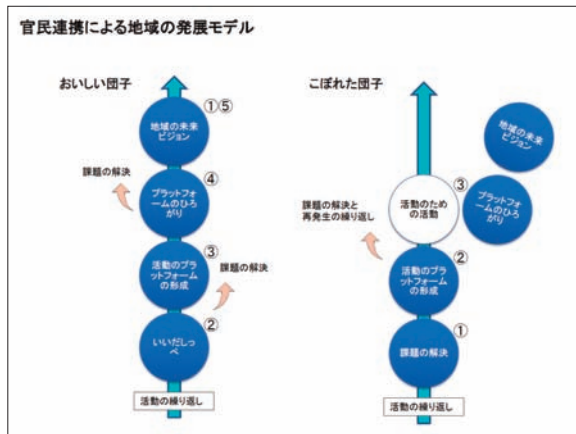
<地域の背景と経緯>

長野県上田市の武石地域は、人口減少の中においても、住民全員が会員となっている自治組織「住みよい武石をつくる会」が組成され、地域活動を主体的に担っている。また、当地域は美ヶ原高原をはじめとする豊かな自然と文化資産を有し、東京都練馬区の保養所が位置するなど都市との関係も深い。このような中、地域の活性化に向けて、住民自治組織の活動の更なる促進、東京都練馬区との関係性や地域資源を活かした市営温泉宿泊施設のあり方、などについての助言・提言が求められていた。

<外部専門家からの提言>

今回の視察を通じて、上田市武石地域が持つ豊かな自然の魅力が再確認されたとともに、住民主体の自治組織が中心となり様々な取組が行われている様子が確認された。外部専門家からは、豊富な自然や美ヶ原高原美術館といった文化資源を活用した武石地域の活性化に向けた取り組み方針について提言がなされた。

栗田氏からは、武石地域における豊かな自然や恵まれたアート環境と、活発な高齢者の活動などが強みとして挙げられた。その一方で、上田市内の他地域との連携が不足している点、地域としての未来ビジョンがないことなどが課題として指摘があった。その上で、「自然」、「アート」、「住民の力」を活用した地域の未来ビジョンの策定が提案され、その未来ビジョンをもとに具体的なプロジェクトにおいて地域間連携を図ることで、地域の魅力向上・活性化を目指す方向性が提示された。



枋尾氏からは、自然をはじめとする豊かな地域資源や地域で活動する人材、東京都練馬区とのつながりが強みとして挙げられ、類似する環境を持つ他自治体の事例が紹介された。続いて、東京都練馬区民をターゲットとした「武石ブランド」の構築に向けて、事前情報発信、宿泊拠点、商品・体験・イベント、事後情報発信、の4つのポイントに沿ってアクションプランが提案された。

1. マネージャー所感：武石の3大長所！
武石地区 3大長所！

その1. 地域資源、特に自然！

その2. それを活用する人の力！

その3. 首都圏「練馬」とのつながり

4. 武石ブランド化戦略 ②4つの展開軸
4つの時間軸でそれぞれにアクションが必要

	事前情報発信	滞在(宿泊)	商品・体験・イベント	事後情報発信
目的	■ 武石に関する事例、トレンド情報を伝えることで興味関心を喚起する。	■ 宿泊を伴う長期滞在を促すことで交流のチャンスを増やす。	■ 地域資源を消費できる形に加工し、滞在そのものの満足度を上げ、ファン、サポーターに変えていく。	■ 武石を離れた後にも継続してコンタクトできる仕組みを作り、再度訪問の機会を創出する。
アクション	■ 練馬区広報・Web ■ SNS ■ イベント出張 ■ 区内展開	■ 滞在拠点強化 ■ ベルデ武石 ■ 観光センターキャンブ・協議会	■ 商品開発 ■ 体験開発 ■ 商品・体験連携 ■ イベント開発 ■ 主要商業施設	■ お礼はがき・メール ■ メールマガ ■ SNS展開 ■ ファンクラブ
達成度	▲	◎	△	▲

<(参考) 主な視察先>

・上田市での短期診断では以下のような先を視察した。

1	子檀嶺（こまゆみねの）神社	7	武石番所ヶ原スキー場
2	余里一里花桃の里	8	ベルデ武石
3	岳の湯温泉雲溪荘	9	武石河川公園
4	道の駅美ヶ原高原・美ヶ原高原美術館	10	上田市立武石小学校
5	武石観光センター	11	まめや
6	巣栗溪谷緑の広場	12	武石ともしび博物館

1-5 長野県阿智村

実施時期	令和3年11月9日～11月11日
外部専門家	小川 和 (SAS 合同会社) 谷本 亙 (まち&むら研究所)

<地域の抱える課題>

阿智村は、長野県の南に位置し、環境省から認定された日本一の美しい星空や1万本の花桃等の地域資源が豊富にある地域である。昼神温泉への観光が中心と思われるが、基盤産業は農業であり、畜産堆肥を利用した有機農業を推進している。しかしながら、中山間地域での農業は衰退の一途であり、生産者不足に陥る中で、補助事業等により衰退の流れを緩やかにしているのが現状である。

<地域の背景と経緯>

阿智村では様々な農産物を生産しているものの、特産品として定着している農産物は存在していない。こういった状況を踏まえて、今年度からは「ブドウ」のブランド化を図るため研究に取り組んでいるが、全国的な市場の状況、阿智村の立地条件、顧客のニーズ等も考慮したうえで、今後どのような農産物に注力していくべきかを判断するための助言・提言が求められていた。

<外部専門家からの提言>

今回の視察を通じて、農業振興を目的として官・民それぞれにおいて多種多様な取組が行われていることが確認された。外部専門家からは、阿智村産業振興公社が今後取り組むべき農業振興の方向性、ICT活用・データ活用を通じたスマート農業化、農産物のブランド化の進め方等について提言がなされた。

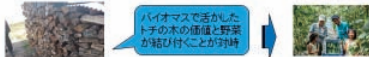
谷本氏からは、阿智村産業振興公社はこれまでに販売促進、栽培指導、農業振興に関する調査研究等の機能を担ってきたが、それらに加えて、収益の獲得に繋がる営農支援モデルの提案、伝統野菜の保存育成支援、農産物のブランド化の方向性の提案等についても取り組み、村の農業振興における仕組みづくりを実現することが重要であるとの提言がなされた。また、地域の農産物を活用した加工品は現段階においても数多く存在しており、今後は多品種の加工品の中から特に注力して売り込むものを抽出し、特産品として情報発信に取り組むことが有効であるとの指摘があった。

阿智村産業振興公社の在り方論として「公社」の命題

- 公社はJAの役割、機能の代替を担ってきた。販売促進、栽培指導、生産拡大、完熟たい肥の安定供給、農業振興に関する調査研究など→**さらにあるのではない**
- 次世代の農業展開のための布石を打つこと、小さな芽を育てること、資格となる稼げるモデルの提案 + 魅力ある作物(目)の導入など → **村の農業振興に対して「見えない仕組み」を作っていくこと**

例えば

- 〇もうかる営農支援モデルの提案→**柿+キュウリ+〇の魅力ある、自分が興味あるもの**
- 〇樹木の継承論とは→「果樹」の樹木の継承のための公社での一時管理→継承者への引継ぎにつなげる
- 〇意味ある助成金制度→
- 伝統野菜保存育成支援、特殊な野菜、作物などのトライアルと販路探索、名店シェフなど使い手の誘致と農家とのマッチング、研修生の視察研修と合わせた自立支援制度
- 〇新しいカテゴリーの提案
- 通常商品、有機農業の他に天然、自然に出来上がったものにに対して別のカテゴリー、第三の価値を提案する。バイオマスでのハウス栽培でも新しい作物の導入試験、あるいはナラ新で造ったエスニックと作物をテーマとしてドラッキングさせる。ストーリー戦略など



標高差の農業的な価値をどうするか

- 500mから1000mに対して標高差を利用できないか。500と1000mとは取れるものが違うのではない。標高差で違いが出るものを考える。
- トウガラシ、ピーマン類、トウモロコシなどについて標高差の違い出る。在来種など含めて、標高での景観、農家などを入れて情報を出して行く。標高に付加価値を付けていく。
- 標高差での農業は高くなると狭小耕地では作業が難しくなるであろうが、そこでIoTなどの技術を活用していく。ドローンで状態確認や販売拠点に収穫物を下ろしていく。あるいはデータを取って活かしていく。
- これまでないもの、温暖化での標高差を利用してできるものなど挑戦できないか。ブドウなども耕地の状態よりも標高差での栽培特性の違いも打ち出せば



小川氏からは、阿智村の農業振興のために実施すべき施策は、生産者不足への対応、特産品づくり、販路の拡大の3つに整理することができるとの説明があった。生産者不足への対応策としては、新たな担い手の確保に加えて、それぞれ異なるスキルを有しているベテラン農家と新規就農者との連携や、スマート農業化による生産性の向上が重要であるとの提言がなされた。また、特産品づくりと販路拡大を進める上では、「日本一の星空」という阿智村が有している既存のブランドイメージを有効活用しつつ、その中に農産物が有する「サステナブル」という価値を掛け合わせて発信することが有効なPRに繋がり得るとの指摘があった。

提案：省力化の打ち手 スマート農業の活用

スマート農業の効果

- ① 作業の自動化
ロボットトラクタ、スマホで操作する水田の水管理システムなどの活用により、作業を自動化し、人手を省くことが可能に
- ② 情報共有の簡易化
位置情報と連動した経営管理アプリの活用により、作業の記録をデジタル化・自動化し、熟練者でなくても生産活動の主体になることが可能に
- ③ データの活用
ドローン・衛星によるセンシングデータや気象データのAI解析により、農作物の生育や病虫害を予測し、高度な農業経営が可能に

農業データ連携基盤

スマート農業をデータ面から支えるプラットフォーム。生産から加工・流通・消費・輸出に至るデータを連携。

ICT活用とデータ活用！
省力化と「攻めの農業」の実現

ブランディングの話

「日本一の星空」は訴求力が高い！
…これにのせて、「阿智の魅力」「阿智の価値」を伝えられないか？

<ブランドの定義とブランド要素（ブランド・エレメント）>
アメリカ・マーケティング協会（AMA）のブランド定義
『個別の売り手もしくは売り手集団の商品やサービスを識別させ、
競合他社の商品やサービスから差別化するための
名称、言葉、記号、シンボル、デザイン、あるいはそれらを組み合わせたもの。』

阿智村の売りのポイント
他には(あまり)ないポイント

合致

(潜在も含めて) 顧客の価値観

地域資源

ターゲット

地域を伝える際には「One Voice」が伝えやすい！

<(参考) 主な視察先>

- ・阿智村での短期診断では以下のような先を視察した。

1	あちの里	3	堆肥センター
2	干し柿ハウス	4	研修圃場・養液栽培ハウス

1-6 福岡県大刀洗町

実施時期	令和3年6月29日～7月1日
外部専門家	河野公彦 (inc1合同会社) 堀田雅湖 (こめみそしょうゆアカデミー)

<地域の抱える課題>

大刀洗町の直営移動式販売所である「さくら市場」は、町の知名度向上、農産物の販売を目的として設立された。現在では、当初目的としていた機能に加えて、市場での出品者をはじめとする地域住民の居場所づくりの役割も担っている。しかしながら、十分な販売手数料を取っておらず、安定的に収益を確保できる事業形態となっていないことから、事業としての持続性に課題を感じている。

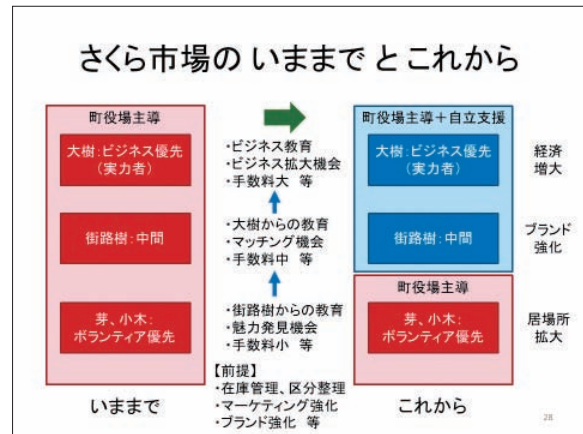
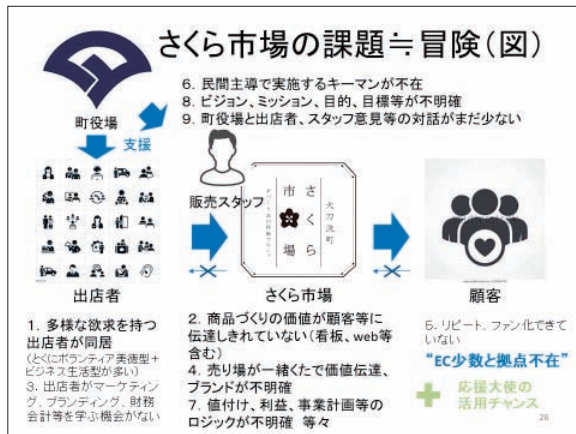
<地域の背景と経緯>

「さくら市場」は平成22年度に発足した。移動販売の形態で開催地へ赴き、町内外での出店を重ねてきた。町内で生産された農産物や農産物加工品、手芸品等を出品者から引き受け、町の臨時職員として雇用されたスタッフが受託販売を行っている。中長期的に事業を継続する上で、民営化や固定的な販売拠点の設立等の選択肢も含めて事業形態の見直しの必要性が高まっており、今後の事業の方向性や事業スキームについての助言・提言が求められていた。

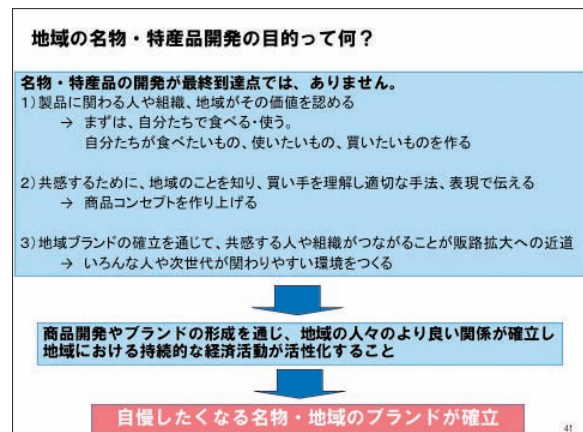
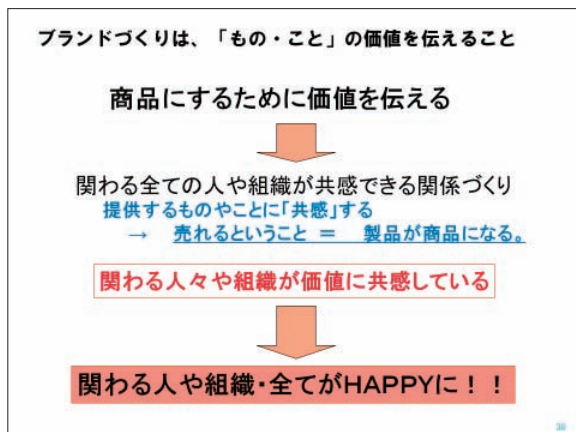
<外部専門家からの提言>

今回の視察を通じて、「さくら市場」をはじめとする大刀洗町が持つ資源の魅力が再確認されたとともに、官・民それぞれにおいて多種多様な取組が行われている様子が確認された。外部専門家からは、ビジネス志向の出品者への自立支援、地域ブランドを確立する上で重要な視点等について提言がなされた。

河野氏からは、出品者の中には、趣味として販売を行っている人、ビジネスとして確立することを目指している人等、多様な目的を持つ人々が混在しており、その結果としてブランドが不明確になっており、リピーターやファンを獲得することができていないことが課題であるとの説明があった。今後は、ボランティア志向の出品者とビジネス志向の出品者とで、販売ブースを区分する等の取組を通して、地域住民の居場所としての機能を拡大しつつも、ビジネス志向の出品者の自立化を図ることが重要であるとの提言がなされた。



堀田氏からは、今後「さくら市場」のブランド力を向上させる上で重要な視点として、ブランドづくりとは、関わる全ての人や組織がその商品に共感できる関係づくりであり、まずは提供側で関わる人々がその価値に共感したうえで、魅力の発信に取り組むことが重要であるとの説明があった。また、商品開発やブランド形成の目的とは、地域の人々のより良い関係を確立し、地域における持続的な経済活動を活性化させることであるとの指摘がなされた。



<(参考) 主な視察先>

・大刀洗町での短期診断では以下のような先を視察した。

1	今村天主堂	5	大谷ファーム
2	手作りの店「青い木」	6	宮崎酒店
3	IZANAGI COFFEE	7	さくら市場
4	ふなき製菓		

2 地域再生セミナー

本事業では、有識者や地域再生マネージャーによる国の施策の動向、地域再生手法、最新の技術的知識の紹介、および、地域再生に取り組んでいる市区町村における最新情報の紹介などを実施している。

今年度は、山形県及び徳島県において地域再生セミナーを実施した。各セミナーの概要については、次頁以降のとおり。

	開催日	開催都市	テーマ
1	令和3年9月8日	山形県	「関係人口の拡大 そして移住に向けて」
2	令和3年8月27日	徳島県	「関係人口の拡大から移住・定住に向けて～持続可能な地域づくり～」

特に地方都市において人口減少に伴う過疎化や少子高齢化が進行する中で、地域外に拠点を持ちながらも、地域と継続的に関わる「関係人口」が地域活性化の新たな担い手として着目されている。今年度は、こうした関係人口創出に向けた取組の一助となることを目的に地域再生セミナーを実施した。

2-1 山形県地域再生セミナー

日	時	令和3年9月8日(水) 13:30~16:00	
場	所	オンラインにて実施	
テ	ー	マ	「関係人口の拡大 そして移住に向けて」
講	演	1	ソトコト・プラネット 代表取締役 指出 一 正 氏
事	例	発 表	ペンターン女子 根 岸 え ま 氏

セミナーは「関係人口の拡大 そして移住に向けて」と題して、基調講演および事例発表による構成で実施した。

稲野和利氏（ふるさと財団理事長）の挨拶に続き、指出氏による基調講演「関係人口のつくりかた」が行われた。続いて、根岸氏により、「唐桑半島へペンターン ～移住が増える気仙沼唐桑半島～」をテーマに地域における取組事例が紹介された。

指出氏からは、自身が携わった関係人口創出のプロジェクトの事例を交え、関係人口の創出をうまく進めていくためのポイント等について説明がなされた。

〈指出氏講演のポイント〉

- ・ 関係人口とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことを指す。
- ・ 少子高齢化による人口減少が進む中で、定住人口を増加させるとともに関係人口を増加させる取組を行う必要がある。また、国としても日本の関係人口を世界中に増やすことを目指している。
- ・ 関係人口を創出するためには、受け入れる側の地域や人とのフィーリングがマッチすることが重要である。また、地域の人々や関わる人が新しい取組をすることで、更なる関係人口の創出につながると考えている。
- ・ 佐賀市の事例を紹介する。コース探しに課題を持っていたマウンテンバイクの愛好家が、地域の清掃活動等を手伝いながら交流を深め、地域の理解と協力を得てマウンテンバイクのコースを造成した事例がある。このようにお互いにメリットとなる関係性を構築することで、関係人口の創出をうまく進めていくことができる。
- ・ 関係人口をつくるサステナブルな視点として、以下の4点を意識して取り組むことが重要である。
 - ① 関係案内所（人と人が出会える場所）があるか
 - ② 関係人口となる方が未来をつくっている手ごたえを感じることができる仕組みづくりができるか
 - ③ 「自分事」として楽しむことができるか（関係人口として地域外から来る方だけでなく、地域住民にとっても楽しむことができるか）
 - ④ 関係人口の方たちは、その町のことを考える仲間と思ってもらえているか

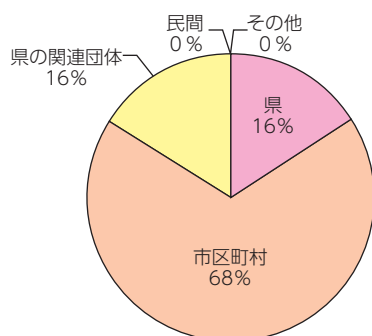
根岸氏からは、自身の移住経験の紹介の他、新規移住者のリアルな声の紹介があった。また、唐桑半島における近年の移住者（ペンターン女子）の特徴や、受け入れ側の地域のあり方について説明があった。

〈根岸氏発表のポイント〉

- ・ペンターンとは、“Peninsula turn”の略であり、「半島移住（Iターン）」を意味する造語である。根岸氏は2011年の東日本大震災のボランティアとして気仙沼と接点を持ち、2015年の大学卒業後に気仙沼市唐桑町へ移住。ペンターン女子として様々なまちづくり活動を行っている。
- ・実際に移住してくる人の特徴として、以下の5つの点が挙げられる。
 - ① 「一緒にいたい、働きたい」と思う人と出会っている
 - ② 移住前に何度か訪問経験がある
 - ③ 移住前から移住後の生活イメージができている
 - ④ 関わりしろ（自分が地域にかかわれる余白）を感じることができている
 - ⑤ 一生暮らす場所だと思っていない
- ・移住後の生活をイメージしやすくするために、シェアハウスでのお試し移住等の取組も行っている。
- ・地域が移住先として選ばれるためには、受け入れ側の地域にも成功の要因がある。受け入れ側の地域のあり方として、唐桑町の特徴を紹介。
 - ① 外から来る人に対して寛容であり、受け入れる土壌ができている
 - ② 学歴や肩書きではなく、人間性を見てくれる
 - ③ 移住後に一生暮らすことを強要しない
- ・関係人口の創出、移住の促進のためには、地域におけるキーパーソンとなる人の存在、キーパーソンと移住検討者とをつなぐ人・機関の存在は重要である。



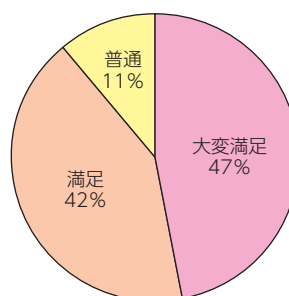
ソトコト・プラネット
指出 一正 氏



セミナーの参加者層



ペンターン女子
根岸 えま 氏



セミナーに対する満足度

2-2 徳島県地域再生セミナー

日	時	令和3年8月27日(金) 13:30~16:05	
場	所	オンラインにて実施	
テ	ー	マ	「関係人口の拡大から移住・定住に向けて～持続可能な地域づくり～」
講	演	1	特定非営利活動法人離島経済新聞社 理事 大久保 昌 宏 氏
講	演	2	一般社団法人 九州のムラ 代表理事 養 父 信 夫 氏

セミナーは「関係人口の拡大から移住・定住に向けて～持続可能な地域づくり～」と題して実施した。

稲野和利氏（ふるさと財団理事長）の挨拶に続き、大久保氏による講演「多様な人材をいかに呼び込むか～ふるさと副業・ダブルワークで新たな人の流れを生み出す～」が行われた。続いて、養父氏による講演「地域おこし協力隊が盛り上げる！～地域活性化～」が行われた。

大久保氏からは、関係人口の創出を進める上で重要な視点等について説明がなされた。

〈大久保氏講演のポイント〉

- ・関係人口の創出において重要とされる「ふるさと副業」は、2020年に株式会社リクルートキャリアが提唱した新しい働き方の総称である。本業だけでは得られない挑戦機会を望む働き手と、事業創造のヒントや知見の不足に悩む地方企業との新たなマッチングの形として期待が高まっている。
- ・ただし、現在提唱されている「ふるさと副業」は、都市部人材を主体とした目線で考えられたものであることに注意が必要である。地域視点の「ふるさと副業」を再定義し、地域にとって本当に必要な人材の可視化を図ることで、真の関係人口創出に繋げることができるのではないか。
- ・地域にとって必要な副業人材を検討する際には、「担い手/働き手」、「人口視点/経済視点」という2つの軸で地域のニーズを整理することが重要である。
- ・上記の2軸で整理をすると、副業人材獲得の目的は、①「地域との関係性重視」、②「不足機能の充足重視」の2つの方向性に分類することができる。
- ・①の場合は、地域の関係人口となる都市部人材の呼び込み、既に確保できている関係人口層との協働体制づくり（担い手づくり）が有効な取組となる可能性が高い。
- ・一方で、②の場合は、都市部人材・企業とのマッチング（働き手の確保）に取り組むことが重要である。
- ・①の場合も、②の場合も関係人口創出に資する取組を効果的に進める上では、受け皿となる「人」の育成についても注力する必要がある。その上で、受け皿となる地域内人材と地域外人材とを結びつけるタッチポイントを増やしていくことが重要である。

養父氏からは、地域おこし協力隊制度を地域活性化において有効的に活用する方策について説明がなされた。

〈養父氏発表のポイント〉

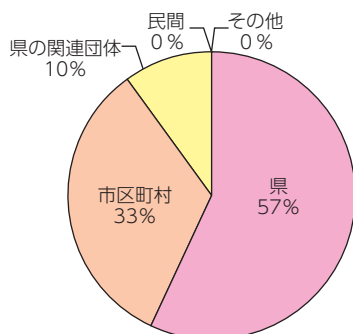
- ・地域おこし協力隊制度を有効的に活用する上では、導入までの事前準備、採用の段階、1年目、2年目、3年目（最終年度）、任期終了後の各ステップにおいて重要となるポイントが存在する。
- ・導入までの事前準備においては、まずは受け入れ自治体の中で部局をまたいだ検討により、モデル地域を決定することが重要である。
- ・事前準備の最終段階においては、隊員に求める人物像、求めるスキル等について、自治体と受け入れ先となる組織とですり合わせを行うことが重要である。このすり合わせにより、隊員が担うべき役割やアプローチすべき課題が明確化する。
- ・採用の段階においては、通常の募集に加えて、地域住民からの推薦枠を設けることで、Iターン・Uターン人材の獲得に繋がる可能性が高まる。また、最終面接は受け入れ地域において実施することで、書類等では把握しきれない人物像を確認することが重要である。
- ・着任1年目においては、まずは地域を知ること、地域の人々に知ってもらうことが重要であるため、積極的に地域に入る機会を設けるようにする。それに加えて、自治体内及び県内、全国の地域おこし協力隊員とのネットワーク作りについても意識的に取り組むことが重要である。
- ・2年目においては、任期終了後の隊員の地域への定着を図るため、任期中から積極的に受け入れ地域・組織を主体として、国、県、自治体のモデル事業を起案し、隊員にも積極的に関わらせていくことが重要である。
- ・3年目（最終年度）においては、任期終了後に向けた隊員の自主的な活動についても時間や経費を認めることで、退任後の地域への定着を促進することが重要である。
- ・任期終了後においては、任期中に関わった業務を継続することで得られる収入、地域の団体や協議会等からの事務局委託等による収入等、複数の収入源を組み立てることで隊員の生活水準を維持することが重要である。



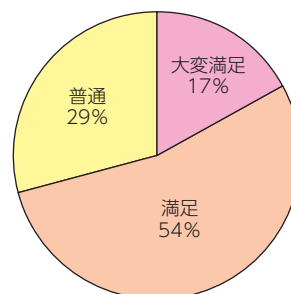
特定非営利活動法人離島経済新聞社
大久保 昌宏 氏



一般社団法人 九州のムラ
養父 信夫 氏



セミナーの参加者層



セミナーに対する満足度

第4章

事業成果の総括と 今後の課題



1 外部専門家活用助成の成果と課題

1-1 外部専門家活用助成対象地域に見えた成果と展望

今年度の外部専門家活用助成対象の17地域についてそれぞれの成果と展望を確認する。

<北海道厚真町>

地域において自発的に活動できる主体を形成し、周辺地域や地域内外の有志とのネットワークを構築する事業である。今年度は、本事業で生まれた札幌圏との関係人口の一人が厚真町に移住し、関係人口創出の中心となる法人を設立した。この法人を通じて周辺自治体である栗山町、安平町とも連携を開始し、活動基盤が強化された。

今後は周辺自治体との連携強化を図りながら札幌圏内へアプローチすることで、関係人口創出の維持・拡大が期待される。

<福島県郡山市>

外国人の目線を通じて再発見される地域の魅力を活用し、関係人口の創出や多文化共生社会の実現を目指す事業である。今年度は、市内在住のベトナム人調査員を活用した地域資源のデータベース化や周辺地域住民も交えたワークショップや交流会を開催して、地域の魅力やワークショップによって様々なアイデアが生まれたところである。引き続き、農村民泊体験など外国人の受け入れを積極的に行うとともに、今後は地域の子供たちも巻き込んで外国人へ地域資源を発信していく取り組みを行うことで事業効果の拡大が期待される。

<福島県磐梯町>

「磐梯まちづくり協議会」を経て、「ばんだい振興公社」が設立され、地域の活動基盤が強化された。また、ホテルと連携した企業研修やワーケーションの誘致も行われるなど、事業が形になってきている。

今年度は地域のブランド強化に向けたテストマーケティングが大きく進展したところであり、今後は民間事業者との更なる連携の強化により、事業の継続的な実施が期待される。

<栃木県下野市>

地域の文化財やそのPRを通じて、地域ブランドを構築し、観光業等の産業振興へと繋げる事業である。今年度は、バーチャルミュージアムや文化財を活用した観光プログラム、地域食材を活用したレシピコンテスト等により、ブランドの浸透・強化を図った。

今後は、ワークショップによって地域住民を巻き込み、市主導のまちづくりから市民主導によ

るまちづくりへの移行が展望されている。

<群馬県中之条町>

農業者中心の持続可能な地域マネジメント組織の設立を目指す事業であり、今年度は運営組織となる NPO 法人「中之条コネクト」を設立し、地域おこし協力隊員が事務局運営を担うとともに若手農業者の積極的な事業参画によって体制が整いつつある。

今後は NPO 法人の収益事業確保や事業体制の強化を図り、主体となって地域マネジメントを進めて行くことで、将来の地域開発ビジョンである美野原地区の農業公園構想の実現が期待される。

<東京都あきる野市>

空き店舗の賃貸物件化、創業支援までをコーディネートできる仕組み化と、事業に参画する人材の育成によって、五日市地区の地域再生の土台を構築する事業である。今年度は、実際に空き店舗を活用した開業者が事業を開始するなど、事業の成果が見られた。

今後は、引き続き人材育成に取り組むとともに、地域の合意形成を促進するため、本事業の主体となるまちづくり協議会の設立が見込まれており、事業の推進力強化が期待される。

<石川県宝達志水町>

NPO 法人宝達スポーツ文化コミッションの体制強化を通じて、地域のスポーツ・観光資源を活かした地域活性化を図る事業であり、今年度は組織の指定管理施設の増加や内部体制強化によって、収入、人材不足に対する経営基盤改善がなされた。

今後は、NPO 法人がスポーツによるまちづくりを担う組織として主体的にイベントの開催、合宿誘致等を実施することにより、交流人口の拡大及び地域経済の活性化につながる事が展望される。

<福井県越前町>

若者の想いやアイデアの実現を後押しする若者主体のプラットフォームを形成する事業である。今年度はプラットフォームの構築と、その中の部会で生まれたオリーブ栽培と空き家対策について、取り組んだ。

今後は、オリーブによる収入の安定化に向けたマーケティングを担う地域商社設立や、空き家を活用する主体への支援の拡充が見込まれる。

<三重県南伊勢町>

本事業は、竈方集落の文化の保存・振興を目的として、塩の商品開発・販売、日本酒の販売、学生とのオンライン交流会を開催した。塩や日本酒はコロナ禍においても、新たな販路を開拓しており、事業の進捗が見られる。

今後は安定的に事業の担い手を確保すべく、大学生をはじめとする地域外のネットワークを活用する仕組みの構築が見込まれる。

<大阪府島本町>

「離宮の水」のり・ブランディング、サントリー山崎蒸留所を絡めた西国街道沿道への周遊を図ることにより、町のブランド価値向上や関係人口創出を目指す事業であり、今年度はり・ブランディングの方向性やブランドを活用したソフト事業について検討がなされた。

今後は、町内のキーパーソン発掘を行いながら、地域資源を活かした体験プログラムや旅行商品の開発など、島本町のブランド発信や関係人口創出に向けた取り組みが展望される。

<和歌山県有田川町>

地域の温泉施設のリニューアル、移住ドミトリーの開設、地域の公園づくりの3つを柱として、ハード及びソフトの両面から地域住民と連携して事業を進めた。

各事業において着実な進展が見られ、外部専門家のノウハウを地域に移転することで、事業の継続性の基盤を強化することが期待される。

<広島県府中市>

観光産業による地域活性化を図る事業であり、今年度はエリアごとに地域住民と観光の方向性やアイデア出しが行われ、レンタサイクリングのモデルコースを造成するなど、事業の進捗が見られた。

今後も継続的に、地域住民との協議の中で出された方向性やアイデアを盛り込んだ旅行商品の開発や観光ガイドの人材育成など、事業の拡大が期待される。

<徳島県東みよし町>

世界農業遺産に認定された地域の山間集落の文化を、ブランド化・発信することで、山間集落への人の流れをつくる事業である。ヒアリングやワークショップを通じてコンセプトを定めた。

今後は、今年度に定めたコンセプトを具体化するための運営を担う人材の確保・育成を通じて、事業の拡大が展望される。

<長崎県雲仙市>

「ものづくり」や「ことおこし」に取り組む人材を「雲仙人」としてPRし、関係人口の創出や地域活性化を図る事業である。「雲仙人サロン」による情報発信や新たな商品の開発、体験イベントの実施などによりネットワークが強化されている。

今後は、持続的な事業とすべくオンラインショップの開設や販売イベントの開催などにより、独自の財源の確保が展望される。

<長崎県波佐見町>

廃石膏の再利用による地域循環モデルの構築、ブランド農作物による魅力的な仕事を創出することを目的としており、今年度はりサイクルに向けた体制構築、地域住民を巻き込んだサステナブルイベントの開催、農業ブランド（米粉事業）の拡大等を行った。

石膏リサイクルへの関係住民の協力体制が確立しつつあり、廃石膏のリサイクル率向上や米粉以外の農作物への廃石膏の利用など、自走に向けた民間主導の更なる拡大が期待される。

<鹿児島県南大隅町>

「食・旅・住」の観点で、関係人口の拡大を目指すべく、東京でのマルシェ運営、オンラインを活用した交流会、リアル旅、移住促進策の企画検討を行った。また、地域住民と行政が一緒になって地域の将来を考える「2030南大隅町みらい会議」を設立した。

オンラインの活用によって、マルシェでの販売をECやオンライン交流人口の増加につなげることができている。「みらい会議」にて地域のビジョンを策定し、更なる事業の裾野拡大が展望される。

<鹿児島県知名町（北海道利尻町との連携事業）>

地域産業の繁忙期が異なる利尻町との間で、関係人口やリゾートバイト等の人材を共有することで、人材不足解消や新たな観光施策を検討する事業である。今年度は運営主体となる中間支援組織の設立に向けた検討や、関係人口の受け入れに必要な空き家調査等が行われた。

来年度には中間支援組織の設立が予定されており、本格的な運用が開始される見込みである。ビジネスモデルを確立することで自走可能な仕組みづくりが期待される。

以上のように、各地域の成果と展望を整理したが、各事業は外部専門家の知見・ノウハウ、ネットワークを活用して地域毎の状況や課題解決に対して、一定の成果があげられたと認識している。新型コロナウイルスの影響もあり、当初の計画から変更を行った地域も多いが、オンラインでの実施や他の事業での代替等が確認できた。これらを眺めてみると、各事業にはそれぞれに共通する課題が存在しており、それらに対して外部専門家がどのようにアプローチしているかが、事業の成否に繋がっている。この点につき、次項で具体例をまじえて確認したい。

1-2 外部専門家活用助成の課題

外部専門家活用助成事業には、障壁となるポイントが幾つか存在する。具体的には「地域資源・担い手の明確化」、「地域住民・団体との認識共有」、「第三者の評価への配慮」、「オンライン対応」等が挙げられるが、これらに対して外部専門家からどのようなアプローチが行われることが望ましいかが外部専門家活用助成の課題であり、以下はその成功事例である。

<地域資源・担い手の明確化>

事業を進める上で、各地域の有している資源が何か、そしてそれが地域においてどのような位置づけの資源であるかを明確に把握しておくことが必要である。そして事業を担っていくキーパーソンや組織体についてもある程度の抽出が出来ていることが必要である。

特にこれらの情報は事業開始当初に外部専門家が事業方針を検討する際に必要となるため、初年度事業に応募する際には明確に整理されていることが不可欠であると考えられる。この事前の情報整理に時間を短縮することができれば、組織化や商品化に向けた時間を割くことができるため、成果を効果的にあげることができると言える。

長崎県波佐見町では、特産品である「波佐見焼」の関連産業を中心として持続可能な地域循環の形成を目指している。本事業では、キーパーソンとなる民間事業者を核とした運営組織が形成され、他の民間事業者や地域住民と連携することで、事業の推進力が生まれている。

<地域住民・団体との認識共有>

事業が一定程度軌道に乗り出した後は、地域住民や地域団体の一層の巻き込みや協力体制の構築が重要である。今年度事業でも SNS や HP の活用により、取組の情報発信をしている事例が多くみられた。

東京都あきる野市では、空き家店舗を活用すべく、調査・マッチングや創業支援に取り組んでいる。「五日市まちづくり通信」を発行し、地元メンバーによる取材、執筆、編集が可能な自立した体制を構築し、地域を巻き込みながら複数の SNS で情報発信を行っている。

<第三者の評価への配慮>

事業化に際しては、実際に地域外のクライアントを対象とした試行を行い、外部の声を取り込むことで実際の事業に反映することが必要である。展示会やテストマーケティング、モニターツアー、居住体験などが試行と位置付けられる。

福島県磐梯町では、自然・歴史文化を活用した企業研修プランを地元プレーヤー、大手宿泊業者と連携してテスト誘致した。継続実施を見据えて、参加者からの意見収集を行った。

<オンライン対応>

今年度は新型コロナの影響により地域内外の移動が制限された。そのため、外部専門家が地域に入れないケースや地域外でのイベントを実施できないケースが多く見られ、事業の計画変更や進捗の遅れなどが発生した。

こうした状況下において、各地域ではテレビ会議などのツールを活用し、オンラインでの会議や交流会を実施することで事業に取り組む様子が見受けられた。

このようなオンラインでの取組は平時においても実施することを念頭に置くことで、事業の効率化や有事の際のスムーズな応対につながると考えられる。

2 外部専門家派遣（短期診断）の成果と課題

外部専門家派遣では、対象地域のテーマに応じて地域再生マネージャーを含む外部専門家を2泊3日もしくは1泊2日で派遣し、短期間の中で地域への処方箋を提案するものである。今年度は長野県から3カ所、北海道、宮城県、福岡県からそれぞれ1カ所、全国6市町村に対して実施した。

各地域ともに、現地にて精力的に地域関係者との意見交換や現地調査を行い、短期間のなかで得た結果を報告書としてまとめ、関係者に対して提言を行った。1日半～2日程度の短い期間での現地調査であるが、外部専門家自身のこれまでの知見、他地域事例との比較検証という観点からなされた提言に対して、各地域から賛辞が贈られた。

今年度は、地域が有する伝統文化や自然遺産等の活用や、地域ブランディング、新規事業の取組等への提言を求められるものであったが、いずれの地域においても、地域が目指すべき方向性の検討とその共有に対する提言が外部専門家からなされた。外部専門家派遣の診断後に実際に取組み始めることを検討している地域も確認でき、今後の地域再生のあり方や方策に悩む地域への一助となることができたとみられる。

報告会の際には外部専門家活用助成へのステップアップ事例を紹介しているが、興味を示す地域も少なくないことから、次年度以降の外部専門家活用助成へのステップアップについても期待したい。

3 地域再生セミナーの成果と課題

今年度の地域再生セミナーは「関係人口」をテーマに山形県及び徳島県の2県で開催した。テーマに対して地域再生マネージャーやアドバイザーによる基調講演や地域再生マネージャーによる地域再生の事例紹介を行った。なお、コロナ禍を鑑み、昨年度と同様にオンラインで実施した。

いずれのセミナーも県内の市区町村関係者を中心に多くの地域関係者が参加した。また、オンラインでの開催としたことにより、場所に制約されることなく多くの方々が視聴可能となった。セミナー後のアンケート調査で「満足」とする回答者の割合はいずれも7割を超えた。地域再生

に取り組む中で、他地域における成功事例やその要因、また、自らの地域との比較など、参加者自らの具体的な活動に結び付けたいとする需要も多く、次年度以降もアドバイザー及び地域再生マネージャーの有する知見を提供する場はますます有用なものになると思われる。

開催県及び市区町村と連携して、より一層の事前広報を行うことで、適切な周知、PRを行うこととしたい。

4 過去事業フォローアップ

4-1 フォローアップの概要

平成27年度以降にふるさと財団が支援をした事業の現在の取り組み状況について、市町村担当者にに対しメール・電話でフォローアップを行った。

フォローアップから見出された結果について支援終了後の「事業の継続状況」、「外部専門家との関係性」の2点から整理すると以下に集約できる。

なお、過去にふるさと財団が支援した事業は以下のふるさと財団のウェブサイトで掲載をしているので、参照されたい。(http://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/jisseki/)

a 事業の継続状況

対象事業の多くは支援期間終了後も取り組みの規模や程度は異なるものの、継続または発展していることを確認した。継続している事業にみられた特徴を以下に整理する。

① 事業の継続と事業規模の拡大

事業を継続している地域の中には事業内容に大きな変更はせず、その規模を拡大している地域がみられる。支援した事業期間で可能性を検証した上で、支援期間終了後に注力して取り組んでいることがわかる。

岩手県八幡平市（平成28年度支援地域）は、個人旅行化の進む観光市場に向けて、八幡平市の持つ観光の魅力を直感的に訴求することが可能な動画を多用したプロモーションにより、新たな観光需要の創出を目指した。現在では、平成30年に設立した観光プロモーションを担う株式会社八幡平DMO（観光庁指定「重点支援DMO」）による事業の継続のほか、令和2年には産官学金連携による観光協議会を設立し、プロモーションの更なる拡大を図っている。

福井県高浜町（平成30年度支援地域）は、「サステナブルタウン」の実現とビーチをはじめとした地域資源を活用した産業の育成に向けて、民間主体の実行体制づくりを目指した。現在も外

部専門家と連携し、令和元年には地域商社「株式会社まちから」を設立し、ECサイトをオープンし活動を開始した。さらに、「株式会社うみから」を設立し、令和3年には海の6次産業施設UMIKARA（産直・物販・飲食の複合施設）も開業するなど、事業が拡大している。

三重県鳥羽市（平成27年度支援地域）は、基幹産業である漁業と観光の連携を通じた特産品のブランディング等による地域経済の活性化に取り組んだ。現在では、令和3年には、ロゴマークを商標登録するなど、ブランドを強化し、厳しい品質管理の下、条件を満たしたサワラを「トロさわら」として販売している。その結果、ブランド化以前と比較してサワラの販売価格が上昇し、漁業者の所得向上に寄与している。加えて、観光客からの人気も高く鳥羽市の知名度向上と観光業の振興にも貢献している。

② 支援事業を起点とした事業の多角化

過年度の支援事業の中には、事業の主軸となる取組を置きつつ、そこから派生した新たな取組の実証を行う地域も多い。これらの地域の中には新たな取組を活かして、事業の拡大や参加者の裾野を広げている地域もみられる。

静岡県南伊豆町（平成29・30年、令和元年度支援地域）は、南伊豆ならではの学びや体験を提供することで、交流の促進を図る「南伊豆新聞」や「南伊豆暮らし図鑑」を発刊・公開した。これらの運営は、事業の中心であり任期終了後に南伊豆町に移住した地域おこし協力隊の元隊員によって継続されている。また、この元隊員は、地域で宿泊業を起業するなど、支援事業がきっかけとなり事業の広がりが見られている。

山形県長井市（平成26・27年度支援地域）では、「ながいシティプロモーション戦略会議」を設立し、まち全体のプロモーションを実施した。事業の一環であった、地域おこし協力隊が企画した「ローカル線プロレス列車」は、多くのメディアでも取り上げられ、市の知名度向上に貢献した。現在では、「ながいシティプロモーション戦略会議」は解散したものの、会議内で発生した活動が様々な新たな取組につながっており、地域の活力創出に寄与している。

③ 地域住民を巻き込む体制の持続

事業を継続するために事業実施主体を担う地域団体等の存在が重要なことは、過年度においても示されている。

愛媛県内子町（令和元年、2年度支援地域）は、観光開発を目指すモデル町内3地区を軸とした着地型観光（目的型ツーリズム）の促進を図るツーリズム事業を実施した。令和3年度では、ツアーの受け入れ組織の活動が活発化したことに加えて、溪谷を活用したキャンプ事業の進展、5組の移住者がレストランを中心とした廃校活用への参画、栗のブランド化によるメディア露出の増加など、事業の拡大が見られる。また、独自に各地区のキーパーソンが繋がり、交流ツアー事業を興すチームがでてくるなど、地域住民が主体となった活動の拡大が見込まれる。

一方で、新たな担い手、関係者の巻き込みに苦慮している地域からの声が確認できた。

b 外部専門家との関係

事業が継続している地域の中にはふるさと財団による支援期間終了後も行政が一般財源や他の事業予算を活用して外部専門家を起用し、連携して事業を進めている地域がある。事業が地域主体で軌道に乗るまでの期間は、事業の背景に精通し地域住民との関係も築いている外部専門家と

連携したいと考える傾向にあることがわかった。

一方、地域主体で事業が軌道に乗った場合や予算の関係等で外部専門家と引き続き契約関係にはない地域であっても、随時外部専門家と連絡を取り合い、現況の報告や意見交換を行っている地域は多くあった。

事業の終了に伴い、外部専門家との関係が断たれた地域も一部あるが、大半の地域では外部専門家との関係は保ちつつ、事業の段階に応じて委託契約を結ぶなどの連携体制を検討していることが分かった。

4-2 フォローアップからの示唆

フォローアップ実施結果を踏まえると、外部専門家派遣や外部専門家活用助成を通じて事業を継続的・発展的に行うには、以下の点への配慮が重要であると思われる。

a 外部専門家の役割の適切な移管

地域再生マネージャー事業が目的とする「地域再生」とは、「地域住民が主体となり、地域が自立的に活動」することであり、具体的には若者の創業や地域団体の法人化、産業発展に伴う施設整備などが想定される。その中で、外部専門家の役割は行政と協力しつつ、地域資源の発掘や、事業内容の検討、地域住民の巻き込み、地域側の担い手へのノウハウ伝授など段階に応じて適切に支援することである。

ふるさと財団による支援期間中に自主的に取り組める地域側の担い手が確保（組成・法人化等）され、上記の外部専門家の役割が移管されていくことは事業が継続される重要な要素である。

特に、「地域住民の巻き込み」は、地域外から派遣される外部専門家ならではの役割であり、苦慮している地域も多い。継続が確認できた地域では地域おこし協力隊の起用や若年層への積極的な声掛け等の様々な方策で行政が新たな地域住民・団体の巻き込みを図っており、地域側の担い手と行政で役割を明確にしつつ派遣期間終了後の体制を検討することが地域に求められる。

b 継続を見据えた多様な事業シナリオの検討

事業期間中に、取組がメディアに取り上げられ当初の想定以上の発展がみられる地域もあれば、食産品開発における一次産品の不作・不漁など想定外の事象により事業が停滞する地域もある。今回のフォローアップでは、当初の想定とは異なり、事業の一部が著しく発展している地域や、支援期間終了後に新たな派生メニュー開発が行われている地域がみられた。

こうした事業の可能性・リスクを踏まえた多様なシナリオを用意することや、事業期間中に核となる取り組みは持続しつつ、目的を逸脱しない範囲で豊富なメニューを検討することは事業継続の一助となり、思わぬ発展・拡大をもたらしたり、リスクが顕在化した際の適切な対応に繋がったりすることが考えられる。

今般の新型コロナウイルスの感染拡大が、過年度事業にも大きく影響を与えていることがフォローアップから判明した。一方で、新型コロナウイルスによる事業停滞期のなかでも、地域住民

のモチベーションを維持しつつ、次なる一手を打つための「準備期間」と捉え直すことで、中長期的な今後の展開が期待される。

C 地域のキーマンの発掘と地域のフォロー体制の構築

ふるさと財団の支援期間後も、事業を自走させ継続・拡大できる地域には、リーダーシップを持ち事業を力強く推進できるキーマンが存在することが多い。このようなキーマンは、ふるさと財団の支援期間中は、外部専門家と地域住民との間の架け橋となり円滑な事業運営の要となっている場合が多く、支援期間後については、自らが中心主体となり事業推進の役割を担う。具体的には地域で設立された、任意団体や法人の代表者となることが想定される。フォローアップでは、地域おこし協力隊のメンバーが任期終了後も定住し、さらに起業することで事業の継続・拡大の中心となっている事例も見られた。

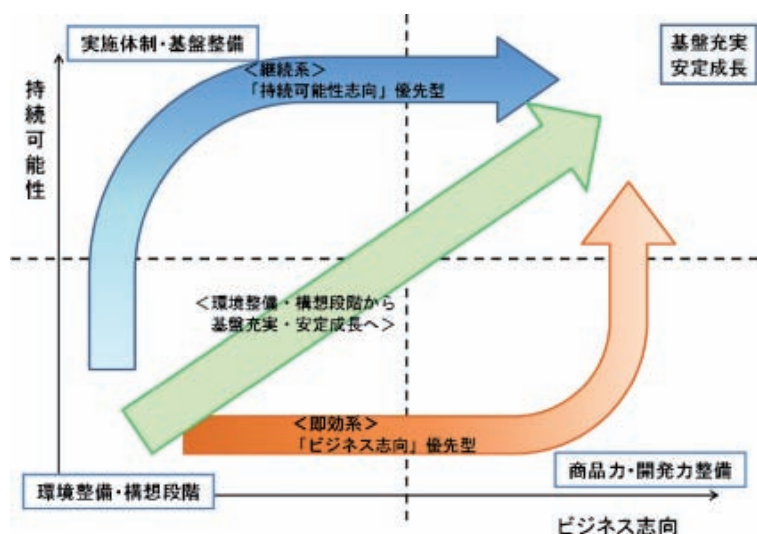
しかしながら、キーマンは必ずしも当初から目立って存在しているわけではない。ふるさと財団の支援期間中に外部専門家の支援と地域のフォローの下、発掘と育成を図ることが事業の長期的な継続・拡大に資すると考えられる。

5 総 括

今後、外部専門家を活用した地域再生を進める地方公共団体への参考となることを期待して、令和3年度事業を実施した結果を総括することとしたい。なお、外部専門家を活用する効果、意義及び留意点は基本的に不変であるが、昨今の地域再生に関する状況変化などを踏まえて記載する。

5-1 地域再生実施の基本的な考え方

ふるさと財団が支援する「外部専門家活用助成」では、地域の機運を醸成し、取組主体となる組織や人材を育成する「持続可能性」と、地域資源などを活用してビジネスを開発・改良・販売する「ビジネス志向」の2つの軸を伸ばして地域活性化を目指していくことを想定している。理想的には、図中の緑色の矢印のように、持続可能性、ビジネス志向の双方の軸が共に同時に発展して、左下の「環境整備・構想段階」から「基盤充実・安定成長」の右上の象限に成長していくことが望ましい。ただし、地域や取組主体、ビジネスの状況、実施期間等により、成長経路はそれ以外に大きく2通りあると考えている。1つは図中のオレンジ色の矢印のように、「ビジネス志向」を優先するものであり、「環境整備・構想段階」(左下)から「商品力・開発力整備」(右下)を経由して「基盤充実・安定成長」(右上)をたどる経路である。もう1つは図中の青色の矢印のように、「持続可能性」を優先し、「環境整備・構想段階」(左下)から「実施体制・基盤整備」(左上)を経由して「基盤充実・安定成長」(右上)をたどる経路である。



この2つの成長経路は常にいずれかが正しいということではなく、地域資源や担い手の有無、実施予定期間等により異なる。さらに言えば、各地域が目指す事業の目的や取組方針によって、この考え方も変化するものと考えられる。

地域再生マネージャー事業として実施する場合には、外部専門家には、持続可能性（縦軸）を伸ばす事が得意なタイプとビジネス志向（横軸）を伸ばす事を得意とする両タイプがいることに留意されたい。事業着手初期段階においては、各地域が目指す事業の目的や取組方針が明確に定まっていないケースも少なくない。その場合には、持続可能性（縦軸）を伸ばす事が得意なタイプとビジネス志向（横軸）を伸ばす事を得意とするのいずれかを選定するというよりは、まず地域の状況をしっかりと把握してコンセプトを定めてから事業に臨むことが重要である。また、事業の進捗度に合わせて外部専門家の適切な組み合わせも重要であり、複数年に跨る事業の場合は、スポット的により専門性の高いノウハウを有する外部専門家を起用することで、対象事業へのきめ細かいアドバイスも可能になる。

5-2 外部専門家を活用する効果や意義

a 人材発掘・育成、運営団体設立支援による「持続可能性」の向上

外部専門家が地域と行政の仲介となり、人材発掘・育成を行うとともに、組織化支援を行うことで持続可能性に貢献することが期待できる。

今年度事業では、福島県磐梯町の「（一社）ばんだい振興公社」、群馬県中之条町の「NPO 法人中之条コネクト」は外部専門家が介在することで組織化に向けて前向きな目途がたった事業と言える。

b 商品開発や販売戦略策定支援による「ビジネス性」の向上

ノウハウを有する外部専門家を活用することで、地域関係者と一体となり、売れるために必要な「消費者視点」からの開発支援を受けるとともに、実績豊富な外部専門家のネットワークを活用した販売戦略策定も期待できる。

今年度事業では、三重県南伊勢町の塩・酒づくり、長崎県波佐見町の「陶箱クッキー」などには外部専門家が大きく関与している。

c 想定外事象への臨機応変な対応による事業成果の実現

地域再生マネージャー事業は、地方公共団体から申請された事業計画に沿って行われるが、地域の内外要因や環境や天候などの変化によって、想定外の事象は頻繁に発生している。外部専門家はこういった当初計画されたAプランが頓挫した場合、Bプランで対応する事で成果を出せるケースも多い。

今年度は新型コロナウイルスの影響により当初の計画から変更が見られるケースが見られた。鹿児島県南大隅町では現地での「リアル旅」が困難になったことを受けて、マルシェを通じて関係を持った地域外の方々との「オンライン交流」により注力し、関係人口の創出に取り組んだ。

d 第三者視点での気づきの提供

上述したように、外部専門家は他地域での地域再生における成功事例を数多く経験しているため、地域住民が当たり前で気が付かなかった資源や魅力といったプラス面を発見できる。逆に、克服すべき課題を抽出し解決に向け率直な提言を行うなど、第三者視点での多くの気づきを提供する事ができる。

また、行政や地元事業者には属さず、文字通り外部の専門家として公平な立場で発信された提言が、地域住民の方々にも受け入れ易い点も特徴と言える。

5-3 地域再生マネージャー等外部専門家を受け入れる際の留意点

上記5-2に示したとおり、外部専門家を活用することで地域再生に大きな効果を及ぼすことが期待できる一方で、外部専門家が地域で十分に活躍するためには、地域側においても外部専門家の受け入れに向けた準備を整えておく必要がある。

また、外部専門家としても、地域に入っていく上で留意すべき点がある。

a 地域側の留意点

まず、外部専門家は期間限定の支援者であるため、支援期間終了後に地域主導で事業継続できるように体制構築を行うことが重要である。外部専門家に対する「委託」という観点からすべての業務を任せているのではなく、地域主導になるよう、受け入れる地域としても伴走するような姿勢をとる必要がある。今年度事業であれば、長崎県波佐見町は2年目事業であるが、地域住民や地域の中核企業の経営者、工業組合が主体的に活動しており、地域が自走できる体制が整いつつある。このような多様な主体を巻き込んだ地域ぐるみでの取組が重要である。

また、地域のキーパーソンの育成、地域関係者のネットワーク構築について当事者意識を欠かさずに、方向性を共有して協働して取り組むこと、ビジネス志向では、事業開始当初から地域での資金循環を意識することも重要となる。

そのほか、事業の進捗目的を明確に設定し、外部専門家には状況・分野に合わせた協力を仰ぐことが重要である。大阪府島本町では令和2年度に外部人材派遣（短期診断）を実施し、地域の状況を把握し、魅力・課題、今後の方向性を地域再生マネージャーによって診断されている。事前に課題と目的が整理されていることにより、具体的な計画立案のほか、スムーズな事業推進が図られていると言える。

<地域側の主な留意点>

- | | |
|---------------------|---------------------|
| ・事業継続体制を意識して取り組むこと | ・当事者意識、協働で動く姿勢 |
| ・地域主体等との方向性の共有 | ・資金循環を意識して取り組むこと |
| ・状況に合わせた外部専門家に協力を仰ぐ | ・様々な関係主体との連携・内部での調整 |
| ・関係主体等と外部専門家の仲介 | |

b 外部専門家側の留意点

外部専門家も自らが限定された期間の支援者であることを踏まえ、期間終了後の事業継続を意識して取り組むことが重要であり、事業終了後に活動主体となる人材の育成や組織の設立などが代表的な取組である。もし、事業を実施する中で地域内に人材が不在であると判断される場合には地域おこし協力隊等の地域外の人材の登用可能性を検討し、地域側が受け入れられるように助言することなどが重要である。

1 外部専門家活用助成の
成果と課題2 外部専門家派遣（短期診断）の
成果と課題3 地域再生セミナーの
成果と課題

4 過去事業フォローアップ

5 総
括

地域再生マネージャー一覧

ふるさと財団の地域再生マネージャーは、地域の課題に対応する為の有益なアドバイザーとなりうる、各分野における高度な専門知識を有する人材です。

令和3年12月時点の地域再生マネージャーは以下のとおりです。詳細はふるさと財団ホームページを参照されたい。(https://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/chiiki-mgr/)

	氏 名	所 属
1	畦 地 履 正	株式会社四万十ドラマ
2	石 川 紀 子	株式会社ブルー・アンド・カンパニー
3	石 黒 侑 介	北海道大学 観光学高等研究センター
4	井 手 修 身	イデアパートナーズ株式会社
5	伊 藤 隼 也	株式会社医療情報研究所
6	井 上 弘 司	CRC 地域再生診療所
7	榎 本 善 晃	beniw 合同会社
8	大久保 昌 宏	特定非営利活動法人離島経済新聞社
9	大 野 幸 雄	株式会社日本アプライドリサーチ研究所
10	岡 山 史 興	70seeds 株式会社
11	奥 村 玄	株式会社 GEN プランニング
12	柏 木 千 春	大正大学 社会共生学部
13	河 瀬 悟 郎	個人
14	河 野 公 彦	inc1合同会社
15	菅 野 剛	株式会社 TAISHI
16	木 下 斉	一般社団法人エリア・イノベーション・アライアンス
17	栗 田 拓	特定非営利活動法人トイボックス
18	小 島 慶 藏	福井オリーブ研究会
19	近 藤 ナ オ	個人
20	西 郷 真理子	株式会社まちづくりカンパニー・シープネットワーク
21	斉 藤 俊 幸	イング総合計画株式会社
22	篠 崎 宏	リ・マスター合同会社
23	澁 澤 寿 一	特定非営利活動法人共存の森ネットワーク
24	清 水 友 康	株式会社道銀地域総合研究所
25	関 根 祐 貴	株式会社船井総合研究所 地方創生支援部
26	千 田 良 仁	株式会社アイファイ
27	高 橋 一 夫	近畿大学 経営学部 商学部
28	橘 昌 邦	株式会社 POD
29	谷 本 互	まち&むら研究所

	氏 名	所 属
30	塚 田 佳 満	株式会社 DMG フォース
31	照 井 正三郎	一般社団法人日本食品・バイオ知的財産権センター
32	朽 尾 圭 亮	株式会社船井総合研究所 地方創生支援部
33	中 川 晶 子	株式会社 JTB 霞が関事業部
34	中 島 淳	株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ
35	中 田 浩 康	有限会社アグリテック
36	丹 羽 健 司	特定非営利活動法人地域再生機構
37	根 本 実	個人
38	野 口 智 子	ゆとり研究所
39	畑 中 直 樹	株式会社地域計画建築研究所（アルパック）
40	濱 博 一	株式会社アスリック
41	馬 場 正 尊	株式会社オープン・エー
42	東 田 一 馬	チャレンジつねよし百貨店実行委員会
43	ヒ 口 中 田	株式会社リクルートライフスタイル じゃらんリサーチセンター
44	藤 崎 慎 一	株式会社地域活性プランニング
45	藤 澤 安 良	株式会社体験教育企画
46	藤 村 雄 志	G&C コンサルティング株式会社
47	堀 田 雅 湖	こめみそしょうゆアカデミー
48	本 田 勝之助	本田屋本店有限会社
49	前 田 香保里	ケイ・コンソナンス
50	政 所 利 子	株式会社玄
51	三 原 久 徳	有限会社 ANCHOR（アンカー）
52	守 屋 邦 彦	公益財団法人日本交通公社 観光地域研究部
53	柳 田 剛 一	個人
54	山 田 さとみ	特定非営利活動法人東北みち会議／株式会社マネジメント・アソシエイツ
55	山 村 俊 弘	株式会社日本アプライドリサーチ研究所
56	養 父 信 夫	一般社団法人九州のムラ
57	吉 本 哲 郎	地元学ネットワーク

終わりに

令和3年度もコロナ禍の収束が未だ見通せない厳しい環境の中、地域再生マネージャー事業は大きな影響を受けた。

予定していたイベントの延期や中止など、当初の計画に沿った事業推進が困難となるケースが多く見られた。厳しい状況ではあったが、市町村は逆風の中で知恵を絞り、オンラインの活用等を含め柔軟な戦略の転換を図ることで一進一退しながらも事業を進捗させる努力を粘り強く続けた。

当財団においてもオンラインの活用を積極的に推進し、外部専門家活用助成においては事業スタート時にキックオフミーティングをオンライン形式で行うなど市町村担当者と外部専門家と会議を重ねリアルとオンラインの併用を推進した。

外部専門家派遣（短期診断）においては、3日目（最終日）の報告会を従来の現地で実施する形式の他に後日オンラインで実施する形式との選択制とした。

地域再生セミナー（山形県、徳島県で開催）においては、講師が自らの居住地から県内の市町村に向けてインターネットを通じてライブ配信を行ったところ、質疑応答が活発に行われた。

オンラインを取り入れた結果、市町村職員の事務や時間の軽減とともに会議や報告会への参加者を増やすことができた。また専門家が発表準備の時間を確保できたため報告会の質が高まった。

このようにオンライン活用は多くのメリットをもたらすことになったが、一方で対面で行う情報交換にも良さがあり、今後もオンラインとリアルとの融合を進めていきたい。

今年度は外出など制約がある中で人々の価値観やライフスタイルの多様化がIT技術の進化や社会の情報化という環境変化によってさらに進み、リモートワークなどによる「働き方改革」が広がった。今年度から助成対象とした複数の市町村が共同で取組む事業では、鹿児島県知名町（沖永良部島）と北海道利尻町（利尻島）の連携による基幹産業の維持・振興に向けた取組みを支援した。この事業はリゾートバイトやマルチワーカー等が異なる繁忙期に働くという、多拠点居住や新しい働き方の可能性を提示する「働き方改革」の一面を持っている。

市町村同士が連携することでお互いの強みを活かし弱みを補完し、新たなビジネスや地域住民間の交流が生まれる。知名町と利尻町の事例のような市町村の連携事業が今後増えいくことを期待したい。

事業を成功させるひとつのパターンとして、外部専門家派遣（短期診断）で課題の把握を十分に行った上で外部専門家活用助成を活用した、いわゆる「ステップアップ」が上げられる。今年度で言えば、下野市、中之条町、島本町、有田川町、府中市、南大隅町が該当する。

短期診断で現地調査が終わって課題が共有されてから外部専門家活用助成の事業がスタートするというメリットがあり、活用を進めたい。

最後に、この報告書の紙面上では事業の象徴的な成功事例の紹介が主となっている。しかし、コロナ禍において各事業を推進するにあたっては、地域住民の皆様はもとより、市町村担当者や外部専門家の方々が、広く事業の理解や参画を得るために様々な困難や障壁を乗り越え、多大な努力の結果として成功に結び付いたケースも多い。ここで改めて事業推進にご協力いただいた関係者の方々に深く感謝し、さらに地域再生マネージャー事業の推進に努めていきたい。



地 域 再 生 マネージャー事業 報告書

令和3年度



ふるさと財団

検索

編集・発行 一般財団法人

地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

Japan Foundation For Regional Vitalization

〒102-0083 東京都千代田区麹町4-8-1 麹町クリスタルシティ東館12階

TEL : 03 (3263) 5736 FAX : 03 (3263) 5732

ホームページ URL : <https://www.furusato-zaidan.or.jp/>

E-mail アドレス : furusato@furusato-zaidan.or.jp

令和4年3月 発行