

令和5年度

# 地域再生

## マネージャー事業 報告書



- ふるさと再生事業
- まちなか再生事業
- 外部専門家短期派遣事業
- 地域再生セミナー



# はじめに

ふるさと財団は、活力と魅力ある地域づくりに寄与するため1988年に設立され、今年度35周年を迎えております。

様々な事業活動をできているのも、地方公共団体、金融機関、事業者のご支援、ご協力のおかげであると感謝申し上げます。

今後とも、皆様方と緊密に連携しながら、時代の変化に対応し、地域に活力と魅力をもたらす事業展開に努めてまいります。

さて、当財団はこれまでに、専門的な知識を有する外部専門家を活用して、地域資源を活かしながら地域住民を巻き込んだ魅力ある地域づくりを支援する「地域再生マネージャー事業」とまちなかの賑わい創出などを推進する「まちなか再生支援事業」を実施してきました。

今年度は、両事業を再編し、「地域再生マネージャー事業」として大きくりにすることで、地方公共団体にとってより活用しやすい支援体制としました。例えば、外部専門家短期派遣事業からふるさと再生事業、まちなか再生事業へのステップアップにより、課題の発掘から再生事業への道筋が明確になり、ニーズに沿った対応ができるようになりました。

本報告書では、令和5年度の「地域再生マネージャー事業」での各地の取組みと成果について、ふるさと再生事業（17件18市町村）、まちなか再生事業（4件）、外部専門家短期派遣事業（10件）、地域再生セミナー（2件）の項目ごとのご紹介、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。

各地域の活動状況をご参考にしていただき、「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、ふるさと再生アドバイザー会議委員長の岡司直也様、まちなか再生アドバイザー会議委員長の出口敦様を始めとする地域再生マネージャー事業推進アドバイザーの皆様、関係各位に厚く御礼申し上げます。

令和6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 末宗 徹郎

# ふるさと再生アドバイザー会議 委員名簿

## ■ ふるさと再生アドバイザー会議委員

図 司 直 也	法政大学現代福祉学部福祉コミュニティ学科	教授	委員長
浅 利 美 鈴	総合地球環境学研究所 研究基盤国際センター	教授	
和 泉 真 理	一般社団法人日本協同組合連携機構 基礎研究部	客員研究員	
今 村 まゆみ	観光まちづくりカウンセラー		
川 島 正 治	総務省地域力創造グループ		地域自立応援課長
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	
指 出 一 正	株式会社ソトコト・ネットワーク		会長
高 橋 伸 佳	芸術文化観光専門職大学芸術文化観光学部	准教授	
田 代 洋 久	北九州市立大学法学部	教授	
三 村 聡	岡山大学	副学長	

(敬称略)

## ■ 事務局

一般財団法人地域総合整備財団<ふるさと財団>

事務局長

牛 島 授 公

地域再生部長

野 村 信 之

地域再生部地域再生課長

鈴 木 武 史

地域再生部地域再生課

参事役

丸 山 健 次

地域再生部地域再生課

参事役

清 水 元 彰

地域再生部地域再生課

調査役

坂 元 恵 太

地域再生部地域再生課

調査役

辰 巳 賢

日本経営システム

マネジメントコンサルタント

大 地 亨

日本経営システム

マネジメントコンサルタント

鈴 木 智 博

日本経営システム

マネジメントコンサルタント

小 木 曾 浩 次

日本経営システム

マネジメントコンサルタント

小 原 崇 史

# 「ローカルイノベーションに踏み出す第一歩を 応援する地域再生マネージャー事業」

法政大学現代福祉学部教授 関 司 直 也

この1月下旬に、令和5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、年度の事業を総括するアドバイザー会議が開催された。今年度の報告会では、3つの町から町長にもお越し頂き、各地で地域の皆さんと事業を進めて頂いた自治体職員と外部専門家、そしてアドバイザーや財団の事務局スタッフが一体となって、質疑を交わし、交流会でも熱のこもった情報交換が行われた。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ている。

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。国の農政でも、2020年改訂の食料・農業・農村基本計画において、農村における新たな価値の創出と、所得や雇用機会の確保を目指し、「農山漁村発イノベーション」という新たなキーワードを打ち出している。具体的には、活用可能な農村の地域資源を発掘し、磨き上げ、これまでにない他分野と組み合わせる取り組みに対する政策支援を始めているが、そこには多彩な支援策が並び立つものの、地域再生マネージャー事業が重要視する時間軸に沿った支援発想はまだまだ弱い印象を受ける。

この地域再生マネージャー事業が向き合う、いわばローカルイノベーションに踏み出す第一歩にあたる事業の準備・導入の局面では、専門家が地域側のプレイヤーに寄り添う伴走支援が有効であることが、今回の報告会でも確認できた。特に印象深かったのは、各マネージャーから様々な場面やノウハウの説明だけでなく、時間をかけて地域の様々なステークホルダーと向き合いながら、シーズやニーズ、課題を具体的に共有し、機運醸成を丁寧に図った地域で、ビジネス力への展開がより効果的に発揮されている様子が語られていた点であった。

その点で、この地域再生マネージャー事業には、計画に対して事業の実施量をもとに評価するアウトプット評価だけでなく、事業の実施によって生じた人々の意識や行動に生じた変化からも目標の達成度を評価するアウトカム評価も不可欠であり、この2つの評価軸が大事になることも分かってきた。

まさに、この2つの評価軸は、よりよい社会をつくるために、環境問題や雇用創出、地域活性化といった社会的な課題の解決を図るとともに、経済的な利益の獲得を目指す社会的インパクト投資に求められる視点であり、本事業もその性格を帯びていることを関係者間でも意識的に共有する必要があるだろう。

本事業が目指すローカルイノベーションが地域資源の新たな価値を生み出しながら、多彩な人材のもとで展開するように、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と応援していくつもりだ。

# まちなか再生アドバイザー会議 委員名簿

## ■ まちなか再生アドバイザー会議委員

出口 敦	東京大学副学長 大学院新領域創成科学研究科	教授	委員長
小泉 雅生	東京都立大学大学院 都市環境科学研究科建築学域	教授	委員長代理
足立 基浩	和歌山大学副学長 経済学部	教授	
泉 英明	有限会社ハートビートプラン	代表取締役	
今村 まゆみ	観光まちづくりカウンセラー		
大田 圭	総務省地域力創造グループ	地域振興室室長	
角野 幸博	関西学院大学 建築学部	教授	
坂井 文	東京都市大学 都市生活学部	学部長	
西村 浩	株式会社ワークヴィジョンズ	代表取締役	
政所 利子	株式会社玄	代表取締役	
水谷 未起	一般社団法人讃岐ライフスタイル研究所	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	牛島 授 公
開発振興部長	入江 貴 裕
開発振興部開発振興課長	岡田 正 幸
開発振興部開発振興課 参事役	鳥海 徳 子
開発振興部開発振興課 調査役	川村 浩 平
開発振興部開発振興課 調査役	上鶴 香菜絵
開発振興部開発振興課 調査役	菊地 啓 吾

株式会社富士通総研 行政経営グループ	
チーフシニアコンサルタント	山尾 一 人
株式会社富士通総研 行政経営グループ	
シニアコンサルタント	中島 奈緒美
株式会社富士通総研 行政経営グループ	
シニアコンサルタント	上原 綾
株式会社富士通総研 行政経営グループ	
コンサルタント	金 恩 昊

# 「地域の価値を次世代へ繋ぐ まちなか再生事業」

東京大学副学長 出口 敦

令和5年度の本事業は、新型コロナウイルス感染症の影響を受けずに取り組むことができるようになり、関係者の方々のご尽力により、4自治体での事業を実施することができた。アフターコロナに伴い、まちなかのあり方や人々の行動に変化が生まれ、まちなか再生の取組みにも変化が求められる中で、地域住民や関係者と具体的な取組みを進めていくのは各自治体それぞれのご苦労があったと思う。

こうした状況の下で実施した今年度の事業を通じて、まちなか再生に取り組むにあたり、重要だと認識した点として、以下の3点を改めて挙げておきたい。

1点目は、「まちなか再生に関わる取組みの継続性」である。これまでも、まちなかの衰退原因の一つとして、まちをつくりあげていく担い手が不足し、継続した取組みが行われていないことが挙げられたが、コロナ禍を経て、今まで当たり前のように継続していたことさえ困難な状況になってきた。一度継続が途切れた地域活動を復活するためには時間も労力もかかることから、一過性の取組みで終わらず次世代の担い手を見つけ出し、社会情勢や環境の大幅な変化にも柔軟に対応できるよう継続する仕組みにしていくことが必要である。

2点目は、「人にスポットを当てること」である。今年度に事業を実施した4自治体で共通していることとして、地域で活動している人にスポットを当て活かそうとする取組みが見られた。人にスポットを当てることは、まちなかに新しい人がいる風景をつくりだすだけでなく、次世代を担う人材を生み出すことにも繋がる。そのため、自治体やプロデューサーには、人が活動しやすい環境を目指したビジョンを策定していただきたい。実際に活動する人のモチベーションを上げ、まちなかを個々のやりたいことを実現できるウェルビーイングの場として捉えることも重要である。そうしたソフト的な環境づくりに合わせてまちなかに再投資するタイミングを見極めて欲しい。人の営みと共に新たな投資をして好循環を作ることが、まちなか再生となるのではないかと思う。

3点目は、「まちならではの個性を活かしていくこと」である。従来は、国が定めた都市計画の考え方どおりに進めることがセオリーとされていたが、近年のまちなか再生では、正解を記載する教科書がなく、まちの数だけまちなか再生の取組方法があるといっても過言ではない。そのため、地域自身がどのようなまちなか再生を目指すのか独自に定義付けし、そのまち固有の風土や個性を活かしていくことが成功への鍵となる。個性を活かすには、まちが形成されてきた歴史を紐解き、他の地域にはない独自性を軸としたビジョンをつくることが重要になる。

これからまちなか再生に取り組もうとする自治体やプロデューサーには、過去の歴史を整理するとともに地域が大事にしてきた文化を吸い上げ、まちなかにおいて時代と共に変えていくもの、後世に残し伝えていくものの道筋やビジョンをつくっていただきたい。

まちなか再生は、単年度で終了ではなく、地域の方々と関係性を構築しつつ長期間かけて実施していくことで成果に結びつく。今年度の事業でも、自治体とプロデューサーには上述の3点について意識していただいた。今後も継続性を重視しながら、更なるステップアップを図っていただき、全国のモデルとなることを期待したい。

末筆ながら、現地会議や実績報告会などで毎回熱心にご助言いただいたアドバイザー会議委員の方々、本事業を中心的に進めてくださった自治体、プロデューサー、ふるさと財団、関係者の方々に厚く御礼申し上げます。

# 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 ふるさと再生事業	2
1-2 まちなか再生事業	3
1-3 外部専門家短期派遣事業	3
1-4 地域再生セミナー	4
2 事業の進め方	5
2-1 ふるさと再生事業の内容	5
2-2 まちなか再生事業の内容	9
2-3 外部専門家短期派遣事業	11
2-4 地域再生セミナー	12
第2章 ふるさと再生事業の取組みと成果	13
1 採択事業の特徴など	14
2 個別事業の取組概要	15
2-1 北海道小樽市【国内外からの旅行者や地域住民が心地よく幸福な時間を過ごす「おもてなし都市・小樽」を目指すプロジェクト】	16
2-2 北海道寿都町【～観光条件不利地の新たな観光ビジネス戦略～“寿の都”港町ブランディング創出モデル事業】	23
2-3 宮城県栗原市【地球をでっかく遊ぼう！環境にやさしいアドベンチャートラベルと食の推進事業】	30
2-4 山形県庄内町【庄内町ブランドの構築による地域の稼ぐ力創出事業】	37
2-5 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】	44
2-6 茨城県鉾田市【産学官が連携した「まちの未来を創るチャレンジプロジェクト」】	51
2-7 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～】	58
2-8 千葉県銚子市【銚子資産を活かした「学び」でつながる関係人口創出事業】	65
2-9 富山県上市町【地域資源を人材育成と観光産業に活用する新規事業構築と事業推進のための新設法人設立プロジェクト】	72
2-10 大阪府東大阪市【「モノづくり×デザイン」による地域経済活性化事業】	79
2-11 奈良県十津川村【特産品と人材の開発&ブラッシュアップ事業】	86
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】	93
2-13 山口県萩市【「魚が美味しい町・萩」活魚・活締め鮮魚流通プロジェクト】	100
2-14 高知県室戸市【室戸市佐喜浜町にぎわい創出・産業活性化プロジェクト】	107
2-15 福岡県大刀洗町【大刀洗町直営移動市場を核とする小さな起業支援事業】	114



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】	121
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】	128
<b>3</b>	<b>過去事業のフォローアップ</b>	<b>135</b>
3-1	フォローアップの概要	135
3-2	フォローアップからの示唆	137
<b>第3章</b>	<b>まちなか再生事業の取組みと成果</b>	<b>139</b>
<b>1</b>	<b>個別事業の取組概要</b>	<b>140</b>
1-1	茨城県常総市【令和5年度水海道地区まちなか再生業務】	141
1-2	愛知県半田市【令和5年度半田市中心市街地活性化業務】	148
1-3	福岡県直方市【直方市中心市街地エリアマネジメント業務】	155
1-4	鹿児島県志布志市【志布志東部地区エリア基本計画策定業務】	162
<b>2</b>	<b>過去事業のフォローアップ</b>	<b>169</b>
2-1	フォローアップの概要	169
2-2	フォローアップからの示唆	171
<b>第4章</b>	<b>外部専門家短期派遣事業の取組みと成果</b>	<b>173</b>
	<b>外部専門家短期派遣事業</b>	<b>174</b>
1	北海道士別市	175
2	北海道余市町	177
3	秋田県湯沢市	179
4	埼玉県春日部市	181
5	新潟県阿賀野市	183
6	岐阜県瑞浪市	185
7	岐阜県美濃加茂市	187
8	愛知県岡崎市	189
9	兵庫県朝来市	191
10	宮崎県木城町	193
<b>第5章</b>	<b>地域再生セミナー</b>	<b>195</b>
	<b>地域再生セミナー</b>	<b>196</b>
1	鹿児島県地域再生セミナー	197
2	埼玉県地域再生セミナー	199
<b>第6章</b>	<b>地域再生マネージャー事業の成果と課題</b>	<b>201</b>
<b>1</b>	<b>地域再生マネージャー事業の成果と課題</b>	<b>202</b>
1-1	ふるさと再生事業の成果と課題	202
1-2	まちなか再生事業の成果と課題	209
1-3	外部専門家短期派遣事業の成果と課題	222
<b>2</b>	<b>地域再生マネージャー一覧</b>	<b>223</b>
	終わりに	225



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

地域再生に取り組む市町村等に対して、各分野の専門的知識や実務的ノウハウを有する外部の専門の人材（外部専門家）の活用を支援することにより、当該地域の実情に応じた地域再生を推進し、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の人材のことである。

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。

本事業では、次のメニューにより、市町村等の地域再生への取組みをサポートする。

### 1-1 ふるさと再生事業

市町村等が、地域再生に取り組もうとする際の課題への対応について、外部専門家を活用して地域住民主体による持続可能な実施体制を構築し、地域資源を活用したビジネスの創出、観光・農林水産業等の振興による地域経済の活性化、地域への移住・定住の促進、関係人口の創出等を図るために市町村等が実施する事業に対し、当財団がその費用の一部を補助する。

#### ふるさと再生事業の公募等の概要

補助対象者	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）
補助率	補助対象経費の2/3以内
補助上限額	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
補助対象経費	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）
補助対象期間	令和5年4月1日～令和6年2月20日
公募期間	令和4年11月1日～12月12日

## 1-2 まちなか再生事業

市町村等が、まちなか（一定程度の定住人口が集積し生活に必要な各種機能を有する区域）において生じているまちとしての魅力・求心力の低下等の課題への対応について、外部専門家を活用して総合的な見地からまちなかのにぎわい創出など都市機能等の充実を推進し、まちなかの再生を図るために実施する事業に対し、当財団がその費用の一部を補助する。

### まちなか再生事業の公募等の概要

補助対象者	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）
補助率	補助対象経費の2/3以内
補助上限額	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
補助対象経費	外部専門家（まちなか再生プロデューサー）または外部専門家が所属する法人との業務委託契約にかかる経費 助成の対象は、業務委託契約で定められた人件費、旅費、社会保険料、一般管理費、物件費、事務所賃借料等、業務を履行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）
補助対象期間	令和5年4月1日～令和6年2月20日
公募期間	令和4年11月1日～12月12日

## 1-3 外部専門家短期派遣事業

市町村等が地域再生に取り組むにあたり、地域の課題や課題解決に向けた方向性が明確になっていない段階において、当財団から外部専門家を派遣し、必要な助言等を行うもの。外部専門家は、現地調査を行い、地域課題の抽出や課題解決に向けた方向性の提言を行う。

### 外部専門家短期派遣事業の公募等の概要

助成対象者	市町村（特別区含む）
派遣内容	① 原則として1件当たり1回（1人）まで ② 市町村が単独で実施する場合は、次のいずれかの方法とします。 (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。 ③ 複数の市町村が共同で実施する場合は、隣接する市町村の場合は連続する3日間で現地調査を行い後日オンラインで提言、隣接しない市町村の場合は原則として連続する2日間の現地調査をそれぞれの市町村で行い、後日オンラインで提言。
経費	外部専門家の派遣に係る費用（旅費・謝金）について、原則として財団が負担し、外部専門家へ直接支払う。（算定方法については、財団の規定によります。）
派遣実施期間	令和5年4月1日～令和6年1月31日
公募期間	令和4年11月1日～12月12日

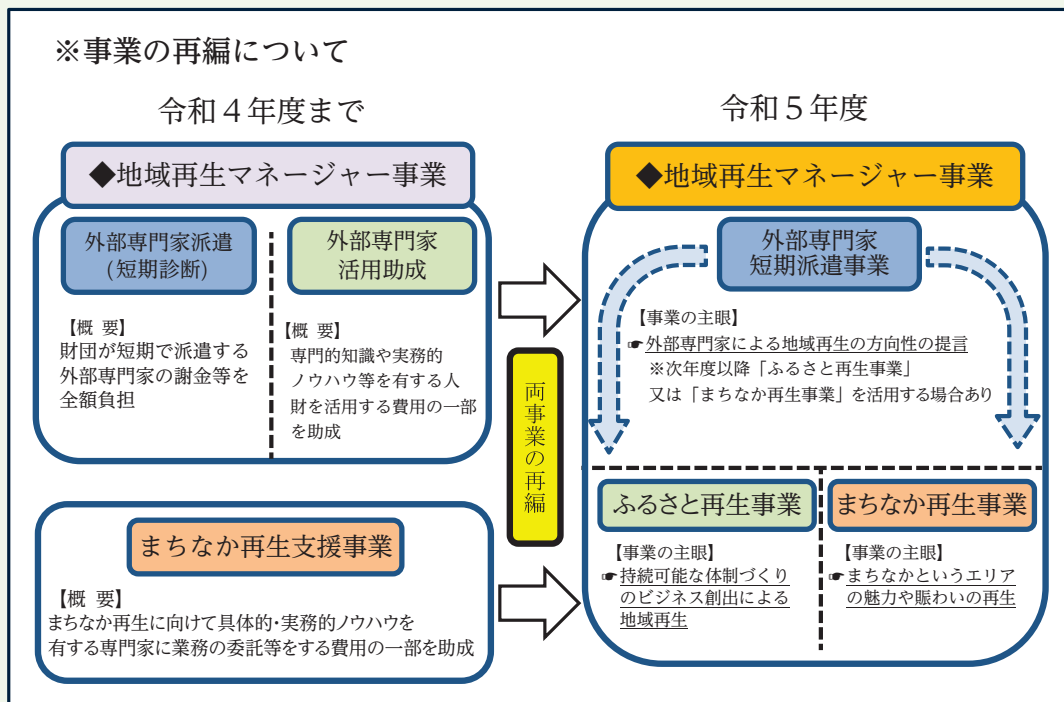


○ 事業の再編について ○

令和4年度は、地域再生マネージャー事業（外部専門家派遣（短期診断）・外部専門家活用助成）とまちなか再生支援事業をそれぞれ実施しておりましたが、令和5年度より両事業を再編し、「地域再生マネージャー事業」として大きくりにすることで、自治体にとって活用しやすい支援制度となりました。（※下図参照）

〈再編のポイント〉

- ① 事業を一体化することにより地方公共団体のニーズに沿った柔軟な対応を可能になりました。
- ② 「まちなか再生事業」について「外部専門家短期派遣事業」からステップアップするルートを新設しました。
- ③ 「外部専門家短期派遣事業」は、地方公共団体が利用しやすいように事業の実施期間を通年としました。
- ④ 事前相談制度を新設し、地方公共団体が申請書を作成する際の支援を行うようにしました。
- ⑤ 「ふるさと再生事業」と同様に「まちなか再生事業」も最長3年の伴走をすることができるようになりました。



## 1-4 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 ふるさと再生事業の内容

### (1) ふるさと再生事業の採択

#### ■ふるさと再生事業 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>
	A-2 成果目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業推進に係わる活動基盤の状況を把握している。</li> <li>・事業実施体制の継続、拡大が見込まれる。</li> </ul>
	B-2 地域における支援体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村の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。</li> <li>・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。</li> </ul>
C 商品力・開発力	C-1 ビジネスの現状把握と方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状分析、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）</li> <li>・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。</li> </ul>
	C-2 ビジネスの継続性・発展性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット・市場の発展性、ビジネスとしての継続性が高い。</li> <li>・地域全体における経済循環が考慮されている。</li> </ul>
D 外部専門家	D-1 外部専門家の知見・実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
	D-2 外部専門家の役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
E 先進性・難易度	E-1 事業の先進性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・他地域のモデルとなるような先進性を有している。</li> </ul>
	E-2 事業の難易度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の難易度（チャレンジ性）が高い。</li> </ul>

## (2) スケジュール

### ■ふるさと再生事業の全体スケジュール

時 期	内 容
令和4年11月～12月	事業公募（令和4年11月1日から12月12日まで）
令和5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
6月～9月	現地視察・オンライン打合せ
10月	中間報告書（9月までの経過報告）の提出
11月	第1回アドバイザー会議
令和6年1月	マネージャー報告会 第2回アドバイザー会議
2月	事業完了・事業報告書の提出

### ■ふるさと再生事業 事業概要

	地域名	事 業 名	事 業 概 要
1	北海道 小樽市	国内外からの旅行者や地域住民が心地よく幸福な時間を過ごす『おもてなし都市・小樽』を目指すプロジェクト	① 勉強会・セミナー開催 ② おもてなし認証制度に関する制度設計 ③ 覆面調査の実施 ④ 啓蒙活動
2	北海道 寿都町	～観光条件不利地の新たな観光ビジネス戦略～ “寿の都” 港町ブランディング創出モデル事業	① 道の駅を拠点とした漁港エリアのブランディング ② 滞在型・体験型観光の推進 ③ 観光資源の活用及び情報発信 ④ 漁港エリアを軸とした回遊促進、広域観光推進：重点資源を核とした回遊性実証 ⑤ 観光消費の増加および高度化の実現 ⑥ 中長期的な視点を持った持続可能な体制づくり
3	宮城県 栗原市	地球をでっかく遊ぼう！環境にやさしいアドベンチャートラベルと食の推進事業	① ネットワーク構築 ② 栗駒山麓ジオパーク特産商品開発 ③ アウトドア商品開発 ④ 「栗駒山麓のめぐみ」ブラッシュアップ ⑤ 「栗駒山麓のめぐみ」パンフレットのブラッシュアップ ⑥ アクティビティの開発 ⑦ 人材育成 ⑧ PR イベント実施
4	山形県 庄内町	庄内町ブランドの構築による地域の稼ぐ力創出事業	① 運営体制の強化：ブランド化推進における地域連携、地域商社化への体制構築 ② 商品開発：ワークショップ開催、地域資源の発掘とブラッシュアップ、試作品の製造 ③ トータルデザイン ④ 販路開拓
5	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 地域資源を活用したビジネスモデルの創出 ② 地域体制の強化



	地域名	事業名	事業概要
6	茨城県 銚田市	産学官が連携した「まちの未来を創るチャレンジプロジェクト」	① 地域プロデューサーの伴走支援 ② 中間支援組織の設立 ③ 第二期地域プロデューサー養成講座 ④ フューチャーセンターの開設 ⑤ 農家連携によるイノベーションプログラム
7	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」を知る：情報発信、シティプロモーション組織の発足、キャッチコピーの活用等を考える市民WS開催、ファッションコンテストの開催 ② 「東の飛鳥」に来る：シールラリー実施、ガイドショップの育成、モニターツアー実施 ③ 「東の飛鳥」で楽しく過ごす：レシコンテストの商品化、史跡公園の新たな活用方法の検討、イベントのボランティア募集 ④ 史跡公園を活用したまちづくりワークショップ
8	千葉県 銚子市	銚子資産を活かした「学び」で繋がる関係人口創出事業	① 銚子資産活用体制構築事業：銚子資産活用協議会の事業推進強化、パートナーシップ制度のトライアル運用開始 ② 「学び」プログラム開発事業：「学び」体験コンテンツの拡大・磨き上げ ③ 銚子の「学び」情報発信強化：「銚子時間」プロモーション強化
9	富山県 上市町	地域資源を人材育成と観光産業に活用する新規事業構築と事業推進のための新設法人設立プロジェクト	① 地域内事業者との事業構想 ② 地域外の企業や人材との連携創出連携を促進 ③ 構想に基づく事業の検証：事業構想に基づく ④ 情報発信：取組の情報発信を行い、社会的な関心を高めるとともに、町内における興味関心を喚起することで、挑戦を志す地域内外の事業者の獲得につなげる
10	大阪府 東大阪市	「モノづくり×デザイン」による地域経済活性化事業	① 新製品開発支援：企業とデザイナーが協働で付加価値の高い製品を開発 ② 発信イベントの開催：HIGASHIOSAKA FACTORies を発信するイベントを開催 ③ 発信ツールの製作：製品・プロセス発信用のウェブサイト、動画、パンフレット等を製作 ④ 展示会出展
11	奈良県 十津川村	特産品と人材の開発&ブラッシュアップ事業	① つながりと学びの場づくり ② 新たな人材の発掘と新商品の開発、既存商品のブラッシュアップ ③ 試作及び商品のモニタリング ④ 販売促進：SNSなどで情報発信してファンを獲得
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 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

	地域名	事業名	事業概要
13	山口県 萩市	「魚が美味しい町・萩」活魚・活締め鮮魚流通プロジェクト	① 実施体制の整備 ② 活魚出荷技術の指導 ③ 活締め出荷技術の指導 ④ 着荷状態評価の実施 ⑤ ビジョン作成とブランド戦略策定 ⑥ 商品ラベル及びポスター作成
14	高知県 室戸市	室戸市佐喜浜町にぎわい創出・産業活性化プロジェクト	① 基礎調査：事業運営主体及び出店候補者の把握、市民ニーズの把握 ② ワークショップ開催 ③ 先進事例の学習と体感、現地プレイヤーとの意見交換 ④ 調査データにおけるトータル評価
15	福岡県 大刀洗町	大刀洗町直営移動市場を核とする小さな起業支援事業	① 法人化に向けた手法の調査研究 ② 運営に関する指導：納品・在庫・売上・手数料等の管理 ③ ブランドコンセプトの表現指導：ショップのブランドコーディネート、人材育成
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 マルシェ運営・SNS ② オンライン交流 ③ リアル交流 ④ 滞在サポート・拠点づくり ⑤ 2030年南大隅町みらい会議
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 (北海道利尻町との広域連携)	① 広域中間支援組織体の運営による人材獲得・共有スキームの運用 ② 人材の受け入れ時に必須となる空き家等の拠点整備スキームの運用 ③ 人材獲得に向けた広報PR・プロモーション ④ 企業・大学等を対象にした広域人材交流の枠組みづくりとモニターの実施 ⑤ 広域連携による物産品交流

## 2-2 まちなか再生事業の内容

## (1) まちなか再生事業の採択

審査ポイント	
1	助成対象としての適合性・妥当性
	(1) 制度趣旨との適合性
	対象区域の概況、市町村における位置づけは、要綱に規定する「まちなか」と合致するものであるかを審査する。 また、要綱に規定する「まちなか再生」の趣旨に沿った長期目標、業務内容・特徴であるか、地方創生に資する事業内容であるかを審査する。
	(2) 助成対象業務内容の妥当性
	業務内容が目的に合致しているか、また、まちなか再生の長期目標を達成するために有効な業務内容となっているかを審査する。
2	助成事業の実現性
	(1) 助成対象業務の推進体制
	事業を実施するうえで市町村内の連絡調整を円滑に図ることができる体制が出来ているかを審査する。 また、受託者側の体制が、事業を行うに当たり充足しているか、市町村との役割分担が明確で、連絡調整を円滑に図ることができる体制が出来ているかを審査する。
	(2) まちなか再生プロデューサーの事業内容との適合性
	まちなか再生プロデューサーの専門分野と事業内容が適合しているか、また、これまでにどの程度申請市町村とかかわっているかを審査する。
	(3) まちなか再生への取組み状況
	まちなか再生に向けて、取組みに対する関係者との合意形成が図られているかを審査する。
	(4) 助成対象業務の内容の具体性
	当該年度の業務内容が明確に示されているか、成果イメージに具体性があるかを審査する。
3	助成事業の継続性
	(1) まちなか再生への取組みの継続可能性
	これまでの積極的なまちなか再生への取組み実績と次年度以降のビジョンがあり継続的な活動が確保されているかを審査する。
	(2) 今後のまちなか再生の担い手となる組織の存在
	助成対象期間の終了後、まちなか再生を主体的に推進していく体制が出来ているか、又は整理されているか、活動内容が明確になっているかを審査する。
4	助成事業のモデル性
	(1) 新たな視点又は他の地域の参考になり得るモデル性の有無
	助成対象業務の特徴から、新たな視点に立った事業又は同様の課題を抱える地域の参考になり得る事業であるかを総合的に判断する。

## (2) スケジュール

### ■まちなか再生事業の全体スケジュール

時 期	内 容
令和4年11月～12月	事業公募（令和4年11月1日から12月12日まで）
令和5年1月～2月	審査、採択、実績報告会
3月～4月	最終委員会、キックオフミーティング
5月	委員長・委員長代理面談（オンライン）
6月～9月	事前現地打合せ、現地会議（第1～4回アドバイザー会議）
11月～12月	中間報告書の提出
令和6年1月	令和6年度採択意見聴取会議（第5回アドバイザー会議）
2月	実績報告会（第6回アドバイザー会議）、事業完了
3月	事業実績報告書の提出

### ■まちなか再生事業 事業概要

	地域名	事業名	事 業 概 要
1	茨城県 常総市	令和5年度水海道地区まちなか再生業務	水海道駅周辺地区の地域資源に新たな文化的価値を付加し、有機的に繋ぐことでエリアの価値向上を図り、その上で令和5年にオープンの地方創生の拠点である「道の駅常総」来訪者と市民が交流・回遊する仕組みを作り、まちなか再生を目指す。
2	愛知県 半田市	令和5年度半田市中心市街地活性化業務	JR武豊線の高架化事業及び区画整理事業を契機に、民間と行政の力で半田市中心市街地を再生し、新たなプレイヤーや周辺地域を巻き込みながら日常的な賑わいにつなげ、起業・雇用を生む仕組みを作り人材が集まる拠点づくりを行う。
3	福岡県 直方市	直方市中心市街地エリアマネジメント業務	総延長1kmを超える直方駅周辺アーケード商店街エリアの再生（子育て支援等公共機能施設整備、起業促進、IT企業誘致など）により、中心市街地活性化とエリアの賑わいを創出する。
4	鹿児島県 志布志市	志布志東部地区エリア基本計画策定業務	地域まちづくり会社が主体となったエリアマネジメントにより、志布志市東部地区の認定日本遺産や古民家再生などの地域資源の魅力を引き出し、人・場・体験づくりによる賑わいを創出する。

## 2-3 外部専門家短期派遣事業

以下の10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。実施時期と派遣先は以下のとおりである。

### ■外部専門家短期派遣事業の実施時期と派遣先

No.	派遣先	派遣申請内容・派遣専門家	実施時期
1	北海道 士別市	人口減少のなか若者が住みやすい士別市にむけて、基幹産業である農業や観光、6次産業化等の磨き上げと若者の移住定住に向けての方策の提言	視察：11月8日(水)～9日(木) ONLINE 報告会：11月15日(水)
2	北海道 余市町	ワインづくりを核とした観光・産業振興について	視察：8月30日(水)～31日(木) ONLINE 報告会：9月13日(水)
3	秋田県 湯沢市	令和8年度湯沢駅周辺複合施設整備事業開始に向けて中心市街地にある4つの商店街の活性化への提言	視察：10月12日(木)～13日(金) ONLINE 報告会：10月26日(木)
4	埼玉県 春日部市	交通ネットワークによりアクセスできる「多極ネットワーク型」コンパクトシティと鉄道駅中心とした各拠点のまちづくり事業	視察：令和6年1月15日(月) ONLINE 報告会：2月5日(月)
5	新潟県 阿賀野市	地元農産物「大豆」をテーマに生産者の生産意欲が向上する仕組みづくり（商品開発、新規事業展開、ブランドづくり）	視察：10月19日(木)～20日(金) ONLINE 報告会：11月10日(金)
6	岐阜県 瑞浪市	瑞浪駅周辺のまちづくり「未来の子どもたちに渡せるまち」 空き家、空き店舗、遊休地活用、まちの魅力向上	視察：9月25日(月)～26日(火) ONLINE 報告会：10月24日(火)
7	岐阜県 美濃加茂市	里山を中心とした地域コミュニティの活性化について	視察：7月26日(水)～27日(木) ONLINE 報告会：8月4日(金)
8	愛知県 岡崎市	中山間地域の良質な川辺空間づくりによる関係人口の創出について	視察：5月25日(木)～26日(金) ONLINE 報告会：6月14日(水)
9	兵庫県 朝来市	生野町への新たな人の流れを創出するべく口銀谷（くちがなや）歴史3施設等の活用方法について	視察：7月12日(水)～13日(木) ONLINE 報告会：7月24日(月)
10	宮崎県 木城町	関係人口の拡大をはかるべく「中之又神楽」と地場産品こんにゃくなどの地域資源の磨き上げについて	視察：6月15日(木)～16日(金) ONLINE 報告会：6月30日(金)

## 2-4 地域再生セミナー

ふるさと財団35周年を記念して、「持続可能な地域づくりを考え、実践する」をテーマにフォーラムを実施した。

宮城県及び長崎県において、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。

### ふるさと財団35周年記念フォーラム

No.	開催地	テーマ・講演者	開催日
1	東京都	テーマ：「持続可能な地域づくりを考え、実践する」 <基調講演> 小田切徳美（明治大学農学部教授） <事例発表> 畦地 履正（(株)四万十ドラマ代表取締役） アダム・フルフォード ((有)フルフォードエンタープライズ CEO) 指出 一正（(株)ソトコト・プラネット代表取締役『ソトコト』編集長） 石山 志保（福井県大野市長）【オンライン出席】 <パネルディスカッション> ・パネリスト 事例発表の4名 ・ファシリテーター 末宗 徹郎（(一財)地域総合整備財団理事長）	10月11日(火)

### 地域再生セミナー（オンライン開催）

No.	開催地	テーマ・講演者	開催日
1	鹿児島県	テーマ：「関係人口の拡大～移住～定住 誰もが安心して暮らせる地域づくりについて」 <事例紹介1> 指出 一正（(株)ソトコト・ネットワーク会長『ソトコト』編集長） <事例紹介2> 朽尾 圭亮（(株)船井総合研究所） 佐藤 禎之（(株)とくし丸 取締役） ※対談形式	11月16日(木)
2	埼玉県	テーマ：「シティプロモーション」 <基調講演> 河井 孝仁（東海大学 文化社会学部 教授） <事例発表> 林 博司（パブリシキング(株) 代表取締役） （合同会社 LOCUS BRIDGE 共同代表）	11月20日(月)

# 第 2 章

## ふるさと再生事業の取組みと成果



# 1

## 採択事業の特徴など

令和5年度は、ふるさと再生事業として全17件が採択された。昨年度からの継続事業が11件で、うち5件が過年度の採択地域である。事業の特徴を「地域性」及び「取組分野」で整理すると以下の通りとなる。

### <地域性での特徴>

全国の各地方からバランスよく採択されている。東北、関東及び九州から各々3地域採択された。広域事業は1件の採択で、北海道利尻町と鹿児島県知名町の遠距離自治体の連携になっている。

### <取組分野での特徴>

令和5年度においては、「観光」、「ものづくり」を対象とした事業が5件ともっとも多い。

「関係人口」を主要テーマとした事業も4件（銚子市、南大隅町、知名町・利尻町など）採択されている。それに関連して、「交流」分野の事業も、郡山市で実施されている。

「起業」分野の事業は、銚田市、上市町、大刀洗町で実施されている。「農業」、「水産業」では庄内町の特産品のブランド化や、萩の活魚ブランド化と販路拡大がある。

地方	市町村名	農 業	水 産 業	もの づく り	流 通	観 光	関 係 人 口	交 流	起 業	備 考
北海道	北海道小樽市					●				『おもてなし都市・小樽』を目指すプロジェクト
北海道	北海道寿都町					●	●			(継)観光不条件立地の観光ビジネス戦略
東北	宮城県栗原市			●		●				アドベンチャートラベルと食の推進事業
東北	山形県庄内町	●			●					(継)ブランド構築による稼ぐ力の創出事業
東北	福島県郡山市							●		(継)外国人目線による地域課題解決事業
関東	茨城県銚田市								●	(継)産学官連携による未来チャレンジ事業
関東	栃木県下野市					●				(継)歴史資源を活かしたまちづくり事業
関東	千葉県銚子市						●			(継)地域資源の「学び」による関係人口構築
北陸	富山県上市町								●	資源を育成と観光に活用する事業と法人設立
関西	大阪府東大阪市			●						「モノづくり×デザイン」による地域活性化事業
関西	奈良県十津川村			●						特産品と人材の開発&ブラッシュアップ事業
中国	広島県府中市			●		●				(継)「産業×文化×観光」ビジネス創出事業
中国	山口県萩市		●		●					(継)活魚のブランド化による販路拡大事業
四国	高知県室戸市			●	●					特定地区の道の駅構想
九州	福岡県大刀洗町								●	(継)町直営市場のブランドコンセプト構築
九州	鹿児島県南大隅町						●			(継)関係人口拡大プロジェクト
九州	鹿児島県知名町 北海道利尻町						●			(継)離島間の担い手確保・関係人口構築

※(継)：昨年度・一昨年度外部人材活用助成採択地域



## 2

## 個別事業の取組概要

令和5年度に採択した地域名及び事業名は以下に示すとおりである。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。

No.	都道府県	事業名
1	北海道 小樽市	国内外旅行者や地域住民が心地よく幸福な時間を過ごす『おもてなし都市・小樽』を目指すプロジェクト
2	北海道 寿都町	～観光不条件立地の新たな観光ビジネス戦略“寿の都”港町ブランディング創出モデル事業
3	宮城県 栗原市	地球をでっかく遊ぼう！環境にやさしいアドベンチャートラベルと食の推進事業
4	山形県 庄内町	庄内町ブランドの構築による地域の稼ぐ力創出事業
5	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
6	茨城県 鉾田市	産学官が連携した「まちの未来を創るチャレンジプロジェクト」
7	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～
8	千葉県 銚子市	銚子資産を活かした「学び」でつながる関係人口創出事業
9	富山県 上市町	地域資源を人材育成と観光産業に活用する新規事業構築と事業推進のための新設法人設立プロジェクト
10	大阪府 東大阪市	「モノづくり×デザイン」による地域経済活性化事業
11	奈良県 十津川町	特産品と人材の開発&ブラッシュアップ事業
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	山口県 萩市	「魚が美味しい町・萩」活魚流通プロジェクト
14	高知県 室戸市	室戸市佐喜浜町にぎわい創出・産業活性化プロジェクト
15	福岡県 大刀洗町	大刀洗町直営移動市場を核とする小さな起業支援事業
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 知名町 北海道 北利尻町	関係人口と地域の担い手獲得のための広域連携事業

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川町広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町  
北海道  
北利尻町

## 2-1

# 北海道小樽市【国内外からの旅行者や地域住民が心地よく幸福な時間を過ごす『おもてなし都市・小樽』を目指すプロジェクト】

## 事業概要

総事業費	3,646千円
助成金額	2,430千円
外部専門家	堀田 雅湖 (こめみそしょうゆアカデミー 理事・事務局長) 角 俊英 (株式会社 MS&Consulting リレーション事業部マネージャー)

## 自治体概要

人口	111,299人 (令和2年国勢調査)
面積	243.8 km <sup>2</sup>
人口密度	445.18人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	32,467,609千円 (令和3年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.46 (令和3年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	91.6% (令和3年度市町村別決算状況調)
担当課室	産業港湾部 観光振興室

## 取組概要

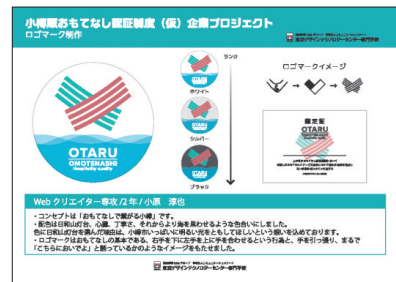
事業開始時点	外部専門家による支援	事業終了時点(成果)
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 小樽観光の魅力や小樽全体にとっての観光の大切さが市民や事業者などに十分に理解されていない</li> <li>■ 一部におもてなしの意識の低さも見受けられる</li> <li>■ 滞在は短時間が主流で札幌を中心とした観光ルートの一部に取り込まれパターン化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 小樽独自のおもてなし認証制度の構築、審査員の育成、周知方法に関する指導・助言</li> <li>■ 覆面調査の実施、覆面調査結果のフィードバック、業務改善支援</li> <li>■ 情報発信・普及啓発に対する指導・助言</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 小樽独自のおもてなし認証制度構築事業の実施体制</li> <li>■ 小樽おもてなし規格認証制度の構築</li> <li>■ 小樽おもてなし規格認証制度 ロゴマークの制作</li> </ul>



小樽観光の課題  
おもてなしに係る気運醸成



勉強会・セミナー開催



小樽独自のおもてなし認証制度

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

小樽は、明治初期から北海道の海の玄関としての役割を担い、明治・大正・昭和初期を通じて北海道の物流拠点、国内有数の商工港湾都市として発展し、古い街並みや歴史的建造物、産業遺産など多様なコンテンツがそろっており、日本有数の豊富な観光資源に恵まれた街である。

第二次小樽市観光基本計画では、小樽観光の課題を、「観光資源」、「受入態勢」、「滞在時間」、「情報発信」の4項目で整理しており、その中で、小樽観光の魅力や小樽全体にとっての観光の大切さが市民や事業者などに十分に理解されておらず、一部にはおもてなしの意識の低さも見受けられること、小樽での滞在は短時間が主流で札幌を中心とした観光ルートの一部に取り込まれパターン化していることが課題として挙げられた。

「受入態勢」のソフト面については、これまでも小樽観光協会が中心となり、おもてなし力の向上に資する取組を推進してきたが、写真業界主催のスタッフ対応等に係る全国審査会において、市内事業者がグランプリを受賞したのが成功事例となり、市内事業者のおもてなしに関する意識転換のきっかけとなったことから、小樽観光協会が「おもてなしプロジェクト」を立ち上げ、更なる向上を進めている。

### b 事業の目的

小樽市が観光都市として更に発展するため、歴史的建造物の保全・活用をはじめ、小樽市特有の都市景観の維持に努め、観光客が豊かな自然、歴史、文化、食などの多彩で奥深い魅力を体感し、「何度でも訪れたいと思えるまち」を目指すこととしており、第二次小樽市観光基本計画では、既存観光資源の磨き上げやナイトツーリズムの魅力発掘などの多様化するニーズへの対応や、小樽市内や後志圏に点在する観光資源の広域連携、ホスピタリティの啓発や観光ボランティア団体の活動促進により市民の意識改革を図り市民が積極的に参加する取組を進め、基幹産業として更なる発展に努め、持続可能な観光地経営を進めることとしている。

小樽へのリピーターを逃さないための取組の一つとして、観光客との接点である「観光事業者」のみならず「小樽市民」のおもてなし力を向上させることで、小樽ファンを増やし、「選ばれる観光地」になる必要があり、本事業では、市全体の広範囲にわたるボトムアップによる全体的な質の向上を目的として、令和5年度は小樽独自のおもてなし認証制度構築を目指すこととした。

## 2 事業実施内容

### a 勉強会・セミナー開催

- ・ 認証制度の実施主体や財源などの運営方法、事業者のおもてなし水準の評価方法や審査基準、調査員が調査する際の設問項目検討。
- ・ 勉強会では、おもてなし知識や制度設計等の講義、セミナーでは、小樽版おもてなし認証制度の構築に関する講義と小樽独自の認証制度構築を目指す取組を広く周知。

### b 制度設計

- ・ 認証制度を運営する実施主体や連携支援体制、運営に必要な財源、認証の有効期限、認証制度の周知方法（認証制度ステッカー、制度のお披露目等）、認証制度に参画する事業者の輪を広げる方法（売上増などの効果を伝える等）の検討。
- ・ 事業者のおもてなしの水準を評価するための審査基準や、審査員育成のあり方、覆面調査を受ける事業者の参加や脱退の取扱い、覆面調査の方法、審査員による調査結果の分析、分析結果をサービス改善に繋げる仕組、一定の水準を満たさない事業者の取扱いの検討。

### c 覆面調査実施・フィードバックセミナー開催

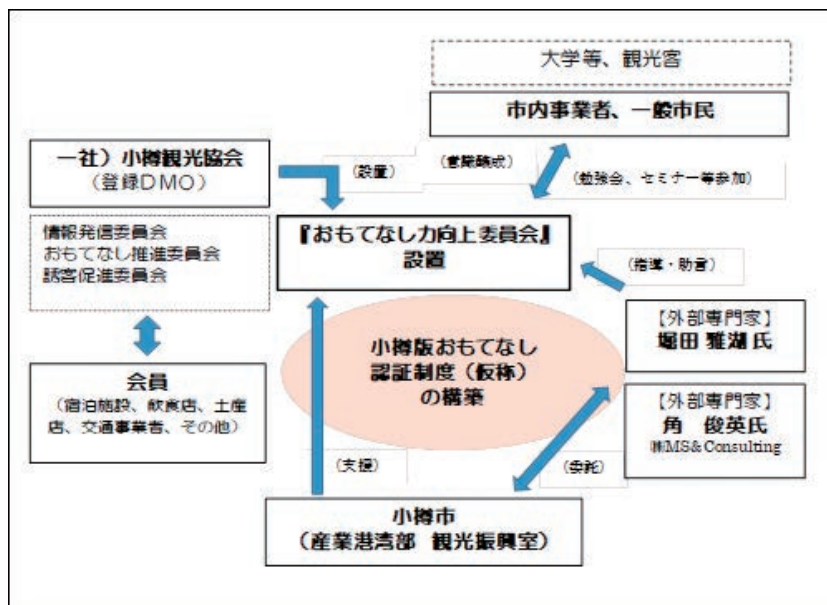
- ・覆面調査（無料）実施、調査結果をフィードバックし業務改善に繋ぐ。
- ・覆面調査は外部専門家に委託して実施。

### d 啓蒙活動

- ・小樽観光協会や小樽市のホームページ及び SNS を活用し、小樽版おもてなし認証制度の構築を目指す取組について情報発信。

## 3 事業実施体制

### a 事業実施図



### b 外部専門家の役割

- ① ファシリテーター：プロジェクトの推進・関係者の合意形成
- ② 勉強会、セミナー開催：おもてなし知識、認証制度の運営主体や連携支援体制、財源、認証の有効期限、審査員・調査員の育成、認証制度の周知方法に関する指導・助言
- ③ 制度設計：小樽版おもてなし認証制度の制度設計、審査員、調査員の人材育成に係る指導・助言、認証制度の持続可能性を高めるための指導・助言
- ④ 覆面調査、フィードバックセミナー：覆面調査の実施、フィードバックセミナー開催、覆面調査フィードバック、業務改善支援
- ⑤ 啓発活動、情報発信：小樽市や小樽観光協会が作成するホームページや SNS 等に対する指導、助言
- ⑥ その他：認証制度を受けた事業者を含む観光コンテンツの造成など、制度の更なる活用に対する指導、助言

## 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	5日 12日	キックオフミーティングに係る打合せ、キックオフミーティング 第1回勉強会
5月	10日	第2回勉強会
6月	19日	第3回勉強会
7月	5日 6日 5～6日 17日	第1回セミナー（おもてなしの重要性とお客様満足度調査の活用） おもてなしの重要性とお客様満足度調査の活用セミナー反省会 地域再生マネージャー事業（ふるさと再生事業）現地調査 第4回勉強会
8月	9日、28日 8～9月	第5回、第6回勉強会 お客様満足度調査（覆面調査）実施
9月	20日	第7回勉強会
10月	5日、10日 18日 19日	第8回勉強会、第9回勉強会 第2回セミナー（お客様満足度調査フィードバックセミナー） 第3回セミナー（おもてなし規格認証の重要性と取組のポイント）
11月	18日	第10回勉強会
12月	11日	第11回勉強会
1月	25日 29日	シンポジウム（小樽版おもてなし認証制度のお披露目） 地域再生マネージャー事業「マネージャー報告会」

## 5 主な成果

小樽独自のおもてなし認証制度構築を目指し、認証制度の運営主体や制度概要等について、勉強会において検討した結果、下記のとおり「小樽おもてなし規格認証制度」を創設した。

## 【小樽おもてなし規格認証制度】

## 1. 運営主体

名称（仮称）小樽おもてなし規格認証機構  
代表団体 一般社団法人小樽観光協会

## 2. 小樽おもてなし規格認証

## 1) 規格認証

## &lt;目的・事業&gt;

市内事業者が提供するサービスの向上、市民や観光客のリピート率向上、売上の増加に寄与することを目的に下記事業を実施

- ① 小樽おもてなし規格認証の制度運用
- ② 小樽独自のおもてなし・ホスピタリティの普及啓発活動

## &lt;対象地域&gt;

小樽市内全域

## &lt;対象業種&gt;

飲食・宿泊、小売、運輸、金融などサービス業全般を対象（医療など一部対象外）

## 2) 申込みから取得までの流れ（年1回）

2月 認証団体へ申込書、エントリーシートを提出 ※審査料（30,000円/店舗）支払

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町  
北海道  
北利

- ↓
- 4月 書類審査 ※書類審査結果を通知
- ↓
- 5月 MS 審査 ※合格ラインに満たない場合には改善指導  
※MS 審査料 (12,000円/店舗) 支払
- ↓
- 6月 現地審査会
- ↓
- 6月 審査判定 ※認定結果を通知 ※審査結果発表
- ↓
- 7月 認証取得 ※認証団体へ登録料・諸経費なし  
認証式 ※事業者に対し認証書・ロゴシールの送付

- ・書類審査：書類審査基準に基づきエントリーシートを事前審査
- ・MS 審査：MS 審査基準に基づき調査員が訪問（覆面）調査
- ・現地審査会：現地審査基準に基づき審査員が個別面談により審査
- ・審査判定：書類審査基準、MS 審査基準および現地審査基準に基づき認定を判定
- ・認証期間：認証の有効期間は3年間（6月から3年後の5月まで）。
- ・費用負担：審査費用30,000円/店舗（税別）。MS 審査費用12,000円/店舗（税別）。
- ・調査員：飲食店等のおもてなしの状況を訪問調査する者。なお、調査員は当分の間、MS & コンサルティングに委託しMS 審査を実施する
- ・審査員：調査員の調査結果を分析し、調査を受けた飲食店等のサービス改善に繋げる者。なお、審査員は日本ホスピタリティ推進協会認定の「ホスピタリティ・コーディネータ（HC）」や「アソシエイト・ホスピタリティ・コーディネータ（AHC）」またはそれらに準ずる者とする。

### 3) 調査員・審査員の育成

- ・調査員：MS 審査は、当分の間、MS & コンサルティングに委託し実施することとし、調査員の育成については引き続き検討する。
- ・審査員：日本ホスピタリティ推進協会認定の「アソシエイト・ホスピタリティ・コーディネータ（AHC）」養成講座等を開催し育成する。

### 4) セミナーの開催

- 7月 審査（書類・現地）フィードバックセミナー
- 10月 認証制度取得事業者向けセミナー
- 1月 次年度募集公募セミナー（今年度成果共有、事例共有、次年度募集告知）

## 【小樽おもてなし規格認証制度 ロゴマーク】

小樽おもてなし規格認証制度（仮）企業プロジェクト  
ロゴマーク制作

Web クリエイター専攻 / 2年 / 小原 淳也

- ・コンセプトは「おもてなしで繋がる小樽」です。
- ・配色は白樺山灯台、心臓、丁字交差点、それらより海を思わせるような色合いにしました。
- ・色に白樺山灯台を思わせるのは、小樽市いっばいに明るい光をともしてほしいという想いを込めております。
- ・ロゴマークはおもてなしの基本である、右手を下に左手を上に乗せ合わせるという行為と、手を引っ張り、まるで「どちらにおいでよ」と誘っているかのようなイメージをもたせました。



認証制度お披露目シンポジウム



小樽雪あかりの路

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

### <持続的発展へ向けた課題>

- ① 勉強会やセミナーを通じて、小樽のおもてなし力向上の必要性について、広く市内事業者や市民に周知するとともに、認証制度に参画することのメリットをしっかりと発信し、登録費用等を負担する参加事業者の輪を広げ、認証制度を財政的に支える仕組みを目指す必要がある。
- ② 本事業を通じて、市内事業者及び市民のおもてなし力が高まることで、市民はもとより、小樽を訪れる観光客のリピート率が向上し、市民や観光客による消費が増え、市内事業者の売上げも増加するという、域内経済の好循環を定着させ、しっかりと稼げる地域、持続可能な観光地経営を目指す必要がある。
- ③ 認証を受けた事業者は、地域で確立された認証制度に基づき、お客様に良質なサービスを提供することで、高単価客層（ラグジュアリー層）の獲得を目指すなど、高付加価値で高単価・高利益の事業戦略を進める必要がある。また、地域全体で取り組むことで、ビジネスを展開するエリアとしての魅力が高まり、新たな事業者の参入を促進する必要がある。
- ④ 認証を受けた事業者（宿泊施設、飲食店、交通事業者など）を含む観光コンテンツの造成など、地域の収益に繋げる仕組みを構築するとともに、運営主体の収益に繋げる仕組みを構築する必要がある。

### <今後の取組>

- ① 令和6年度は認証制度を試行し、令和7年度に本格的運用を開始する。この間、認証制度の問題点を洗い出し、解決に向けた勉強会を定期的で開催する。令和8年度以降は認証制度を自走させる。
- ② 覆面調査（調査員含む）は、当分の間、外部専門家（MS & C）に委託し実施する。
- ③ 認証制度参加事業者が受ける審査（書類・現地審査会）のフィードバックを目的としたセミナー、認証制度を取得した事業者向けのセミナー、新たに認証制度に参加する事業者を募集するセミナー（成果や事例の共有、募集告知）を開催する。
- ④ 小樽観光協会や小樽市のホームページ及びSNSを活用し、「小樽版おもてなし認証制度」について情報発信することで制度の普及拡大に努め関係者の輪を広げる等により、審査員育成に取り組む。
- ⑤ 認証制度を受けた事業者（宿泊施設、飲食店、交通事業者など）を含む観光コンテンツを造成し、運営主体の収益に繋げる仕組みを目指す。

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
秋田市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
北利道町

## 「おもてなし都市・小樽」の実現を目指して



フード&ホスピタリティ コーディネータ

堀田 雅湖(写真左)

株式会社 Ms & Consulting リレーション事業本部

マネージャー 角 俊英(写真右)

### 取り組みの背景と事業概要

観光都市小樽において、観光振興から交流人口の拡大へつながる施策が重要であり、訪問者と小樽の接点となる「観光事業者」と「市民」のおもてなし力を向上させることで、小樽のファンを増やし、リピーター獲得・増加に組み込み、小樽の未来へと繋げていくとともに、小樽を「選ばれる観光地」へと成長させていくためにも持続的なおもてなしによる差別化による付加価値の向上に取り組む。

令和5年度は、まず小樽独自のおもてなし認証制度の構築に取り組み、独自の認証制度を活用しておもてなし向上へ取り組むことにより、以下の施策を行う。

- ① 小樽らしさを活かしたおもてなしの体現による差別化
- ② 特定の人材育成ではなく、広範囲にわたるボトムアップによる質の向上
- ③ 観光事業者のみならず、市民も巻き込んだ取り組みを実現する仕組みづくりを確立し、観光事業者、市民がそれぞれの立場で出来る「おもてなしの実践」の共有や共感の機会創出を行う。

### 課題および、それに対するアプローチ

小樽市の観光事業者の課題として、おもてなし改善に取り組む重要性は理解しているが、具体的な取り組み方がわからない事業者も多く、まずおもてなし・サービス指標の基準となる「お客様満足度調査(覆面調査)」と「フィードバック研修」を実施し、各事業者がおもてなし改善の具体的活動の展開指導を実施。

今後のサービス業の課題となる、生産性向上、高付加価値経営の為の基準を認証により明確化することで、認証に取り組む事業者、店舗、従業員の意識改革と具体的な競合との差別化、離職防止、スキル向上に繋がる環境整備に取り組む。

並行してプロジェクトメンバーを中心とした勉強会と検討会を実施し、令和6年度から実施する小樽独自の「小樽おもてなし規格認証」の制度策定も行った。

またプロジェクトメンバーによる市民向け(高校など)の「おもてなし講座」なども開催され、市民のおもてなし力向上への意識づけにも寄与している。

### 取り組みを通じて得られた成果

今年度策定した認証制度は、運用開始に向けて、1月に事業者・市民向けに制度の目的や仕組み、審査内容、申請方法などの説明会を開催した。認証対象事業者を「小樽らしさを強みにして、顧客体験価値を高められるサービス提供者」とし、インバウンドや国内旅行者、小樽市民の利用者の満足度向上と業績的成果に繋がる活用を目指して運用する。

制度策定の過程において、プロジェクトメンバーや関係者による小樽らしいおもてなしの具体例やおもてなしの改善活動の事例が共有出来たことが、令和6年度より実施する認証事業者へのアドバイスのノウハウ蓄積にもなり、「小樽おもてなし規格認証」により、来年度は、初年度認証取得事業者50施設を目標として、セミナーや、広報活動を実施しながら、制度の有効活用と、参画施設の拡大を目指し、年間での勉強会、セミナーを通じて、おもてなしによる成果事例の拡大と、関連業種、市民への影響力拡大を目指して活動する。



2-2

北海道寿都町【～観光条件不利地の新たな観光ビジネス戦略～  
“寿の都” 港町ブランディング創出モデル事業】

事業概要

総事業費	10,500 千円
助成金額	7,000 千円
外部専門家	篠崎 宏 (リ・マスター合同会社 CEO) 菅野 剛 (株式会社 TAISHI 代表取締役) 木村 潤一郎 (株式会社 TAISHI 取締役)

自治体概要

人口	□	2,738 人 (住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日)
面積	積	95.25 km <sup>2</sup>
人口密度		28.75 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模		2,259,008 千円 (令和3年度市町村別決算状況調)
財政力指数		0.14 (令和3年度市町村別決算状況調)
経常収支比率		83.1 % (令和3年度市町村別決算状況調)
担当課室		産業振興課

取組概要

事業開始時点	外部専門家による支援	事業終了時点(成果)
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 「観光戦略計画」に基づき、「港町ブランド」としての destinations 化を目指す</li> <li>■ 港町ブランディングの確立を基軸とした新たな経済循環「地域エコシステム」モデルの確立を目指し、各種実証を計画                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 道の駅の販売力強化と賑わい創出、顧客データ収集実証</li> <li>② 滞在型・体験型観光実証</li> <li>③ 旅アト消費動向調査実証</li> <li>④ 次世代人材育成実証</li> </ol> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 道の駅商品のリパッケージによる販売力強化実証支援</li> <li>■ 道の駅の賑わい創出実証事業支援</li> <li>■ DX を活用した顧客データ収集、分析支援</li> <li>■ 滞在・体験型観光のモニター実証事業支援</li> <li>■ 旅アトの消費動向を追跡可能な観光動向調査支援</li> <li>■ アントレプレナー教育の推進支援</li> <li>■ 上記個別支援のほか定期ミーティングを実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 実証期間中のリパッケージ商品の売上：対前年比10%増</li> <li>■ 滞在型・体験型観光の販売体制の確立</li> <li>■ DX 顧客データ収集体制の確立</li> <li>■ 旅アト観光動向調査手法の確立</li> <li>■ 次世代人材を育成するアントレプレナー教育推進体制の確立</li> </ul>



寿都町観光戦略ビジョン



滞在・体験型観光モニター実証



商品リパッケージ (従前・従後)

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

寿都町は、通過交通が少なく、観光地としての立地が不利な地域である。そこで、令和4年度の地域再生マネージャー事業では、地域資源の活用可能性調査などを行い、観光戦略計画を策定した。この計画では、「道の駅みなとま～れ寿都」の再興による漁港エリアのブランディングを推進し、道の駅を拠点に寿都らしい港町ブランドとしての観光サービスを展開することを目指しており、マネージャーからは、以下の3つの提言があった。

- 1) “港町ブランド”としてのデスティネーション化
- 2) オール寿都 EC サイトの運用によるオフシーズンの新たな売上確保
- 3) 「道の駅みなとま～れ寿都」の再興による漁港エリアのブランディング

この実現のため、寿都町は、引き続き、地域再生マネージャーの支援を受け、漁港エリアを中心とした“シーサイド寿都”の本格的なエリアゾーニング及び地域エコシステムの確立に着手している。

### b 事業の目的

当町の地域再生の方向性は、一つの観光消費が地元事業者にまで十分に経済効果が及ぶ新たな経済循環「地域エコシステム」の確立である。令和4年度に提言された観光戦略計画の理念「港町観光からはじまるシーサイド寿都」のもと、地域エコシステムを構築する観光開発を推進するとともに、持続可能な観光地づくりに向けた人材育成に取り組み、港町観光のデスティネーション化と次世代観光人材の育成の両輪で強力に寿都町観光を推進する。令和5年度の地域再生マネージャー事業は、観光戦略計画の実行フェーズとして重要なスタートを切る1年目となる。

## 2 事業実施内容

### a 道の駅を拠点とした漁港エリアのブランディング

- ア) 道の駅を拠点とした漁港エリアの販売力を強化する実証（リパッケージ等）
- イ) 道の駅を拠点として漁港エリアの運営体制の強化検討支援

### b 滞在型・体験型観光の推進

- ウ) 社寺、農林水産業を活用した体験観光、寺泊等の新たな宿泊事業の検討、実証

### c 観光資源活用及び情報発信

- エ) DX を活用した情報技術の導入による顧客データの収集、分析

### d 漁港エリアを軸とした回遊促進、広域観光推進

- オ) 重点資源を核とした回遊性の向上の実証

### e 観光消費の増加および高度化の実現

- カ) オール寿都 EC サイトの利用拡大につながる運用支援
- キ) 旅アト消費を獲得する関係人口づくり、プロモーション実証支援

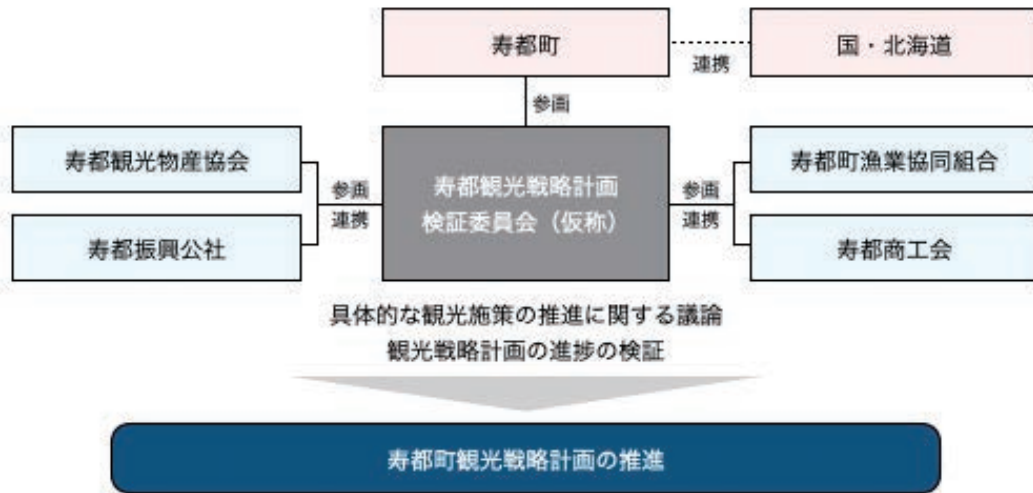
### f 中長期的な視点を持った持続可能な体制づくり

- ク) 次世代観光人材の育成（アントレプレナー教育の推進）の検討会参加、アドバイス支援

### 3 事業実施体制

#### a 事業体制の概要

##### 事業体制図



##### 体制の概要

産業振興課商工観光係が窓口となり、申請業務、精算、事業全体の調整業務を行う。事業の推進にあたっては、地域再生マネージャーの支援により策定された観光戦略計画に基づいて、当町理事者と定期的に打合せを行う為の会議を設置する。観光領域において、当町の目指すべき理想に対して外部からの専門的な知見をもって、より効果的な戦略計画の実現を目指す。

事業の推進にあたっては、「寿都観光戦略計画検証委員会(仮称)」を立ち上げ、観光戦略計画に基づく事業の推進を図る。

#### b 外部専門家の役割

地域再生マネージャーは、3名設置する事で、事業の支援と客観評価を行う諮問組織の役割を担いバイアスがかからない事業推進を狙う。

##### ・篠崎地域再生マネージャー

主に持続可能な体制づくりに向けた「次世代観光人材の育成(アントレプレナー教育の推進)」や、旅アト消費を獲得する関係人口づくりを中心とした支援。

##### ・菅野地域再生マネージャー

主に社寺、農林水産資源を活用した体験観光、寺泊等の新たな宿泊事業の推進、漁港エリアを軸とした回遊性促進を中心とした支援。

##### ・木村マネージャー

主に道の駅のリニューアルや商品リパッケージ等道の駅を拠点とした販売力の強化や観光DXシステムの運用によるマーケティングを中心とした支援。

## 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	11日	ふるさと財団・キックオフミーティング
5月	15日 15～16日	定例会議（事業推進の考え方と取組内容ほか） 関係者（商工会、観光物産協会、振興興社、寿都神社）との事業共有
6月	4日 20日 21日	関係者（漁協）との事業共有 定例会議（各マネージャーのパート別事業推進支援について） 関係者（漁協、寿都中学校、龍洞院、寿都神社）との協議・調整
7月	14日 18日	関係者（寿都高校）との事業共有、協議・調整 定例会議（各マネージャーのパート別事業推進支援について）
8月	2日 9～10日 10日 17日 28日	道の駅における実証事業企画打合せ協議 ふるさと財団現地調査 定例会議&地元関係者中間報告会 寿都漁港を中心とした漁業推進協議 道の駅における実証事業企画打合せ協議・現地調整
9月	1日 21日	寿都漁港を中心とした漁業推進協議 関係者との滞在・体験型観光実証事業の企画打合せ協議
10月	5日 9～10日 16日 19日 29日	道の駅における実証事業企画打合せ協議 滞在・体験型観光（モニタープログラム）の実証 道の駅における実証事業企画打合せ協議・現地調整 定例会議（各マネージャーのパート別事業推進支援について） 道の駅における実証事業（販わり創出）実証
11月	24日	定例会議（実証事業実績報告）、関係者事業報告
12月	19日	定例会議（各マネージャーのパート別事業推進支援について）
1月	16日 23日 29日	アントレプレナー教育プログラム実証 定例会議・関係者会議 ふるさと財団報告会
2月	9日 20日	定例会議・関係者会議 業務完了

## 5 主な成果

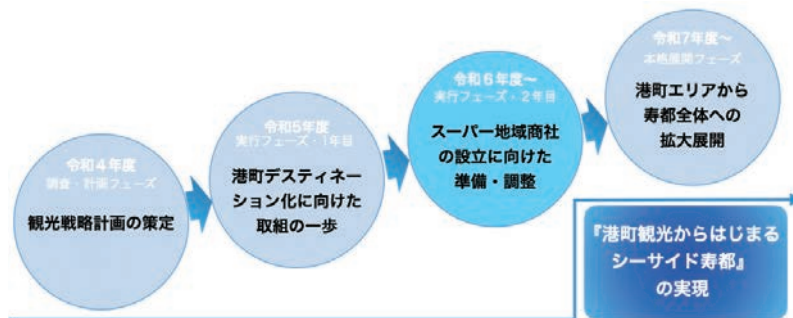
### a 道の駅を拠点とした漁港エリアのブランディング

#### ・実証期間中のリパッケージ商品の売上：対前年比10%増

道の駅を拠点として港町ブランディングを推進していこうとする機運が育まれてきている。道の駅オリジナル商品としてリパッケージをした商品が7点、参画事業者が2社となった。

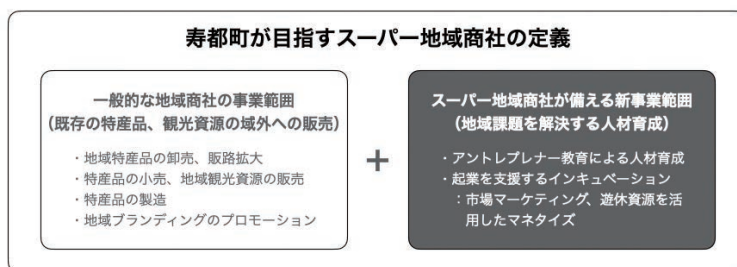






### ～寿都町が目指すスーパー地域商社の定義～

寿都町が設立を目指すスーパー地域商社は、既存の地域商社が有する卸売、小売、製造、プロモーションといった事業に加え、地域課題を解決し起業モデルを生み出すインキュベーション機能を有する組織である。



## 7 外部専門家コメント



### 観光条件不利地の新たなモデル構築へ

リ・マスター合同会社 CEO 篠崎 宏

今年度の業務では、寿都町における観光ビジネスについて具体的な一歩に踏み出すためのアドバイスを中心に行った。タイトルにあるように「観光条件不利地」である寿都町は大都市札幌から車で2時間かかるため閑散期の入込客数の下落が激しく、特に冬期の売上確保や経済の持続性に苦慮している。この点については次の2つを中心に改善することになった。

まず1点目が旅アト消費である。観光消費を旅アト消費を含めた広義の消費としてとらえ、観光客の寿都町に対する生涯消費額を把握するフォーマットを構築した。具体的には、QRコードを使って観光アンケートを通年実施するとともに、最後に「1年後にアンケートを送ることに同意するか」という設問を設定することにより、訪問後1年間の寿都町への消費関連行動を把握することを可能とした。寿都町への再訪、インターネットによる寿都町商品の購入、アンテナショップや物産展等での寿都町商品の購入、寿都町へのふるさと納税の実施、友人知人への寿都町の推奨などが明らかとなる。1年後のアンケートの最後の設問にさらに1年後のアンケートの同意を得ることにより、理論上は1度寿都町を訪れた観光客の同意が継続すれば生涯にわたる消費額を把握することが可能となる。

2点目がビジネスの源泉でもあるアントレプレナー教育の実施である。寿都町も全国の過疎地同様に進学や就職を機に若者が寿都町を離れていく。いくら一時的に観光客が増えようともビジネスの主体者が減少することによりいずれ観光客の減少サイクルを招くことになる。定住人口の減少を交流人口や関係人口でカバーすることにより、進化した経済基盤の構築が可能となる。

今年度は寿都高校の生徒と寿都町の若手社会人を一緒にしたアントレプレナー教育を実施することにより、寿都町のビジネスの可能性やスタートアップの面白さを理解してもらおうことが出来たと考えている。参加者の反応からも、仮に一旦寿都町を離れたとしてもアントレプレナーシップをインプットすることにより将来Uターン起業をする若者が増えると確信する結果となった。

今後は寿都町経済の持続サイクルをより強固なものとするために地域商社を超えたスーパー地域商社の実現に向けてアドバイスをやりたい。



## 小さな成功体験を積み重ね 戦略計画の推進力を加速化

株式会社 TAISHI 代表取締役 菅野 剛

支援2年目となる、今年度は、寿都町の観光戦略推進の基本となるサービス開発のモデルづくりに向けて実証事業に取り組んだ。具体的には、この町の発展を支えてきた漁業をはじめとした第一次産業や寿都の歴史文化を標榜する社寺仏閣といった、地域に潜在する資源を観光サービスとして、磨き上げ世にリリースする為の取り組みとなる。

地域資源の観光サービス化においては、旅行者が満足するクオリティーに仕上げる事が、狙いではあるが、最も重要な事は、サービス提供を行う、「プレイヤーの育成」「継続的に発展する販売の仕組みづくり」が、事業継続の鍵となる。

今年度、実施した実証事業では、寿都町の観光産業をリードする人材の意欲も高まり、サービスを販売する協力事業者を得る事が成果となった。

昨年度目指した、「小さな成功体験づくり」となる実証事業は、観光産業確立に向けての第一歩となったが、観光投資が促進され、新たな経済循環が創出されるまでの道のりは遠い。この小さな成功モデルを元に、地域住民の理解の深化、拡散を図り、昨年度策定した、「観光戦略計画」を次のステップへと進めていく。その為には、地域経営の視点を持つ事が必須であり、観光投資とリターンを数値で論理的に示す事が重要だ。数値データで初年度策定した計画を補強し、今回、生まれた小さな成功モデルを育てていきたい。

漁港エリアが観光地として多くの旅行者が訪れ賑わいある空間へと変化していく未来をイメージすると、これまで寿都町の観光振興にとり組んできたひとりの人間として、ワクワクしている。実現に向けては、当然、多くの課題をクリアしなくてはならないが、観光が寿都町に新たな経済循環をもたらす未来に向かって、中核メンバーとなる役場の職員と一体となり、推進していきたい。



## 外部人材のアサインによるプロジェクト推進

株式会社 TAISHI 取締役 木村 潤一郎

本年度は、昨年度に策定した計画に基づきより実践的な事業を展開するフェーズである。

昨年度に引き続き3人の専門家が役割を分担して支援しており、担当である「道の駅みなとま〜れ寿都」の再興による漁港エリアのブランディングについて成果と課題を以下のように整理した。

成果は、ブランド形成として実証的に統一ブランド（デザイン一元化）による道の駅オリジナル商品の開発を展開したことである。

取り組んだ事業者においては、原価高騰により値上げせざる終えない状況において、パッケージ変更を契機に値上げに踏み切ったケースもあり、今後もパッケージによる寿都ブランドのラインナップの拡充は、商品が増えれば増えるほどに効果を発揮してくるのではと期待するところである。

しかしながら、こうした見た目の変化がある一方で、変化に苦しんでいるのはこのプロジェクトを実現するための体制である。

ローカルエリアにおいては、特に人材不足が深刻であり、1人が何役もこなさなくてはならないのが一般的である。

こうした根本的な課題を解決するために展開しているのが寿都高校の生徒と寿都町の若手社会人とすすめるアントレプレナー教育であるが、ブランディングの骨格を作る初動で成果を求められる当該プロジェクトにおいては、必要に応じて外部から多様な専門知識とスキルを持ったメンバーを集め、それぞれの強みを活かしながら効率的なコミュニケーションと作業進行ができる体制を整えることが重要だ。

ローカルエリアにおいては大半が未経験である「専門知識とスキルを持った外部人材のアサインによるプロジェクト推進」こそが勝敗を分ける大きなポイントになってくることから、次年度はぜひ実行に移したい。

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

名瀬市

北利

## 事業概要

総事業費	10,527千円
助成金額	7,000千円
外部専門家	平尾 由希 (株式会社 FOODSNOW 代表取締役)

## 自治体概要

人	□	63,299人 (住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日)
面	積	804.97 km <sup>2</sup>
人	□	密度 78.64人/km <sup>2</sup>
標準	財政規模	27,800,510千円 (令和3年度市町村別決算状況調)
財政	力指数	0.31 (令和3年度市町村別決算状況調)
経常	収支比率	92.5% (令和3年度市町村別決算状況調)
担当	課室	商工観光部田園観光課

## 取組概要

事業開始時点	外部専門家による支援	事業終了時点(成果)
<ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年3月に「栗原市観光振興ビジョン策定」。</li> <li>栗駒山や伊豆沼・内沼等の屋外観光スポットを利用したアウトドアアクティビティ実践。</li> <li>観光客入込数に対する宿泊客の割合が少ない。</li> <li>観光ハイシーズンにおけるオーバーユースの課題。</li> <li>関係事業者間の連携が不十分。</li> <li>サステナブルな観点を取り入れた商品開発の必要性。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>個別打合せによる事業推進。</li> <li>新商品・アウトドアメニュー・商品開発に伴う先進地事例調査・指導・助言、各種販促物のデザイン制作。</li> <li>「栗駒山麓のめぐみ」既存商品・メニュー・パンフレットのブラッシュアップに伴う指導・助言、デザイン制作。</li> <li>事業推進するうえでの事業者間連携。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域おこし協力隊（主業務は食のコンテンツ開発）を含めた事業者間の連携強化。</li> <li>新商品・アウトドア商品の試作品の開発と販路の開拓。</li> <li>「栗駒山麓のめぐみ」パンフレットのリニューアル。</li> <li>栗原市アドベンチャートラベルネットワークの構築。</li> <li>食とアクティビティの開発商品の連携によるPRイベント開催。</li> </ul>



連携内容確認



アウトドア商品試作



食とアクティビティの連携イベント



## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

栗原市は、宮城県の内陸北部に位置し、面積の8割近くが森林や原野、田畑で占められた岩手・秋田両県に接する自然豊かな田園都市である。面積は県内最大を誇り、市内北部には栗駒山がそびえ、東西には迫川が貫流し、南東にはラムサール条約登録湿地の伊豆沼・内沼がある。

基幹産業は農業で、米・大豆、畜産等の豊かな農畜産物を生産する地域である。また、高速交通体系などの立地性も生かした自動車関連産業、高度電子機械産業などの企業誘致に取り組む。また、日本の原風景ともいえる栗原市の田園風景とその生業、市内全域が日本ジオパークに認定されている栗駒山麓ジオパークや伊豆沼・内沼などの屋外観光スポット、フィールドを活用したハイキング、サイクリングなどのアウトドアアクティビティ、農業体験、インバウンド観光客のニーズに対応したコンテンツ提供といった観光振興にも取り組んでいる。

栗原市の人口は、令和5年10月末時点で61,457人、24,284世帯であり、昭和30年の国勢調査の136,195人以降、減少の一途をたどっている。高齢化率も宮城県の中で4番目に多い41.3%で、今後さらに人口が減少する見込みであり、年々減少する人口や、超高齢化社会による地域活力の低下が懸念されており、様々な課題に対応する施策の実施が喫緊の課題となっている。

### b 事業の目的

上記の課題に対応すべく、近年では、移住定住に向けた重点施策を展開し、「住みたい田舎ベストランキング」において、2017年～2021年まで東北エリア総合部門5年連続でベスト3にランクインしている。また観光施策においても、「地方創生」の切り札として、栗原市や観光関係事業者、観光関係団体で一体感ある取り組みを行う指針となる、「栗原市観光振興ビジョン」を策定し、官民共創による観光振興を進めている。

施策を進める中で、ここ数年移住者が281組727名、観光入込数についても平成28年に200万人達成と一定の効果はあったものの、更なる課題として、移住者の雇用の問題や、観光入込数に対し、宿泊者数が極めて少ないといった課題が新たに現れてきている。また、栗駒山や伊豆沼・内沼といった豊かな自然資源を活用する一方、ハイシーズンにおけるオーバーユース（過剰利用）が課題となっており、登山道の渋滞による自然破壊や自動車の交通渋滞、ゴミの投棄といったオーバーツーリズム（過度の混雑や、マナー違反による住民生活への影響、旅行者への満足度低下）による自然資源への影響が大きく、弊害をもたらしている。

これらの課題の解決策として、これまで相反するイメージが強かった環境保全と経済の両立を観光振興ではかることを目的に掲げ、サステナブルな観点を取り入れたアドベンチャートラベルを令和4年度から推進している。しかし、現状では各事業者が個別に取り組む状況であり、アクティビティやイベント、ツアー（旅行商品）、食のプロダクトが連携できず、効果を発揮しているとは言えない状況である。特に食の分野に関しては、既存の土産品の観点から脱却し、サステナブルな観点を取り入れた商品創出が必要と考えている。

これらの状況を踏まえて、「地域再生マネージャー事業（ふるさと再生事業）」を活用して、アドベンチャートラベルの推進体制と仕組みの構築をベースに、アクティビティやイベント、ツアー（旅行商品）等の調査と開発、専門家の支援による食に関するプロダクト開発への取り組みにより、環境保全と経済の両立を観光振興ではかることを目的とするものである。

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

鎌子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北海道

北利海尻町

## 2 事業実施内容

### a ネットワーク構築

- ・栗原市アドベンチャートラベルネットワーク（アドベンチャートラベルに関係する行政と各事業体のネットワーク）を構築
- ・各事業体の取組みの共有と調整、販売・プロモーションの計画や人材育成を協働で取組む体制作り

### b 栗駒山麓ジオパーク新商品開発

- ・「栗駒山麓のめぐみ」認定制度や販売方法の見直し
- ・新商品の食材調査と企画立案・事業者決定・レシピ試作を実施

### c アウトドア商品開発

- ・「しんこもちぼんぼん えごましるこ」、「しんこもちぼんぼん 川口納豆」に加え、地元の農産物をふんだんに使った「ホットサンド」のメニューを5種類開発し、飲食店で提供
- ・地元食材を使用したアウトドア食の商品開発を目指し、企画立案・事業者決定・レシピ試作を実施
- ・栗駒山麓ジオパークキャンプイベント等でテストマーケティングを実施

### d 「栗駒山麓のめぐみ」ブラッシュアップ

- ・くりはらファーマーズラボ、くりはらツーリズムネットワークと面談、メニュー見直し、レシピ開発、商品パッケージデザイン等を支援

### e 「栗駒山麓のめぐみ」既存パンフレットブラッシュアップ

- ・事業者（飲食店、販売店等）の撮影・取材、市の旬の食材がわかるよう、フェノロジーカレンダーを追加

### f アクティビティの開発

- ・アドベンチャートラベルに適合するアクティビティを調査し、プログラム内容、実施体制、金額等を把握
- ・地域の自然環境を踏まえたアドベンチャートラベルのアクティビティを研究し、令和6年度の販売を目指して今年度は実現可能なアクティビティの調査とテストを実施

### g 人材育成

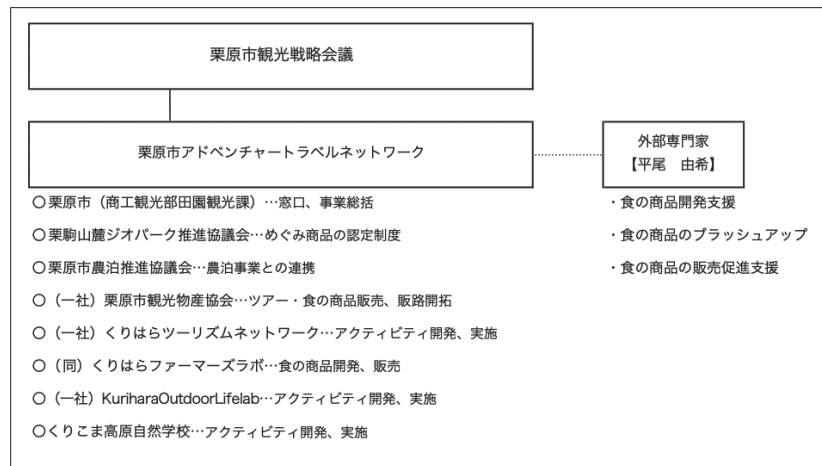
- ・アドベンチャートラベルに必要な知識や技術の習得に必要な3要素 ①リスクマネジメント ②応急手当 ③Leave No Trace (LNT) の人材育成を重点的に実施

### h PR イベント実施

- ・需要喚起やニーズ調査等と合わせ、栗原市のアドベンチャートラベルの取組みをPRするイベントを実施

## 3 事業実施体制

## a 事業実施体制の概要



## b 外部専門家の役割

- ① 栗駒山麓ジオパーク推進協議会新商品開発
- ② アウトドア商品開発
- ③ 「栗駒山麓のめぐみ」既存商品・メニューのブラッシュアップ
- ④ 「栗駒山麓のめぐみ」既存パンフレットのブラッシュアップ

## 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	24～27日	・ 課題の洗い出し、年間スケジュール確認 ・ 「栗駒山麓のめぐみ」ブラッシュアップ 等
5月	15日	・ オンライン打合わせ（栗駒山麓ジオパーク特産品開発） ・ // （アウトドア商品開発 等）
6月	7日	・ Leave No Trace アウェアネスワークショップ
7月	10～12日	・ 「栗駒山麓のめぐみ」既存パンフレットブラッシュアップ ・ 栗駒山麓ジオパークキャンプイベント内容確認 等
8月	3～4日	・ 財団視察（「栗駒山麓のめぐみ」既存パンフレットブラッシュアップ） ・ // （アクティビティ & 食プログラム試作（モニターツアー））等
9月	15日 17日～18日 22日	・ 栗原市アドベンチャートラベルネットワーク打合せ会 ・ 栗駒山麓ジオパークビジターセンターキャンプイベント ・ オンライン打合わせ（「栗駒山麓のめぐみ」既存パンフレットブラッシュアップ）
10月	3～6日 9日	・ アウトドア商品開発打ち合わせ 等 ・ 栗駒山麓ジオトレイルプレルートキックオフイベント
11月	21日 27～29日	・ 第1回 JAPAN TRAIL FORUM 出展 ・ 栗駒山麓のめぐみパンフレットリニューアル用写真撮影
12月	25日	・ オンライン打合わせ（「栗駒山麓のめぐみ」既存パンフレットブラッシュアップ）
1月	11～12日 29日 31日	・ LeaveNoTrace レベル1 インストラクターコース ・ マネージャー報告会 ・ 無人販売店に関する打合わせ 等
2月	1日～2日 15日	・ 栗駒山麓のめぐみ認定式 等 ・ 栗原市アドベンチャートラベルネットワーク打合せ会

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

鎌子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北海道

北見

## 5 主な成果

### a ネットワーク構築

アドベンチャートラベルをより効果的に推進するため、(一社)栗原市観光物産協会、栗原市農泊推進協議会、(一社)くりはらツーリズムネットワーク、栗駒山麓ジオパーク推進協議会、(一社)Kurihara Outdoor Life Lab、くりこま高原自然学校、(同)くりはらファーマーズラボ、栗原市の計8団体による「栗原市アドベンチャートラベルネットワーク」を構築した。

3回開催されたワークショップでは、各団体において、アドベンチャートラベルを推進するうえでの課題や展望、今年度事業の取組に係る情報共有、アクティビティ開発、ターゲットに訴求した販路拡大や収益化の検討等を行った。当該事業の開発商品であるアウトドア商品のしんこもちぼんぼんの試食やアンケート調査によるマーケティング調査を実施し、食とアクティビティの連携の可能性等について検討をすることができた。



### b 栗駒山麓ジオパーク特産商品開発

ニーズを把握するための資源調査として、「栗駒山麓のめぐみ」に認定されている飲食店メニューの試食・事業者の聞き取りを実施した。また、地域資源を掘り起こすため、関係者とのネットワークを構築しながら、栗原の四季の食材、他県の類似商品の試食、商品制作事業者などの地域資源調査を行い、栗原を代表する新たな特産品開発を目指して企画を立案できた。



### c アウトドア商品開発

### d 「栗駒山麓のめぐみ」ブラッシュアップ

外部専門家の支援で商品開発を実施。(同)くりはらファーマーズラボの商品「しんこもちぼんぼん・じゅうねしるこ」のテストマーケティングも兼ねて、(一社)栗原市観光物産協会のアドベンチャートラベルプログラムで行動食としての試食、体験の他、「栗駒山麓ビジターセンターキャンプイベント」参加者に対する試食やアンケート調査を実施した。商品開発には地域おこし協力隊も加わり、商品パッケージ、販促物、レシピのブラッシュアップと販売に向けた協議を行った。また、バイヤーや消費者に向けた商品 PR と販路開拓支援のためのコンテストに出品し、入賞を果たした。



## e 「栗駒山麓のめぐみ」既存パンフレットのブラッシュアップ

市内の事業者の食の特産品・メニュー・レシピを羅列している現行のパンフレットを見直し、栗駒山麓ジオパークと食のストーリー毎にジャンル分け、魅力的な写真や執筆を施したパンフレットに生まれ変わらせ、消費者に商品の魅力と栗駒山麓ジオパークのストーリーをPRできた。



## f アクティビティの開発

インバウンド需要を見込んだ外国人向けの伝統芸能やお祭り体験や、雪のプログラム（スノーハイクやイグルーづくり）をハイルザーム栗駒の宿泊オプションに追加する等、地域資源を利用した新たなアクティビティの開発について栗原市アドベンチャートラベルネットワークで協議できた。



## g 人材育成

インストラクターの塚原俊也氏（くりこま高原自然学校校長）を講師に迎え、アウトドアを楽しむ際に自然へのインパクトを最小限にする方法を学ぶワークショップや、「栗駒山麓デジタルセンターキャンプイベント」において同様のワークショップを開催した。さらに、インストラクターを養成する研修を開催し、自然豊かな栗原市においてアドベンチャートラベルに取り組む際、環境へのインパクト軽減に取り組むために必要な知識や技術を習得することができた。



## h PR イベント実施

10月に栗駒山麓ジオパーク推進協議会が取り組む「栗駒山麓ジオトレイルプレルートキックオフイベント」を開催し、トレイルのロゴアンケートや地元の特産品であるそばだんごの振る舞いを行い、「神の絨毯」と称される紅葉で有名な栗駒山の登山客を対象にアンケートを実施した。また、2回目のPRイベントは、11月に東京池袋で開催された「第1回 JAPAN TRAIL FORUM」においてブースを設置し、「栗駒山麓ジオトレイル」や「栗原市アドベンチャートラベルネットワーク」の取組等のPRを実施した。



## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

栗原市アドベンチャートラベルネットワークを構築し、各事業者の取組みの共有と調整、新しい取組みや財源の検討等を行い、これまで課題となっていた地域の事業者間や、提供するアクティビティと食の連携を図ることができた。

来年度は、2年後の更新に向けた「栗駒山麓のめぐみ」の認定制度の見直しや試作を繰り返した新商品の開発、PR効果の高いイベントへの出展等を行うと共に、今年度事業成果のさらなるブラッシュアップを図り、収益性の確保に向けた販路の開拓、人材育成などの課題解決に取組み、滞在型観光を創出し観光振興を図っていく。



## 「観光×食」をブラッシュアップし、 栗原を稼げる地域に

株式会社 FOODSNOW 代表取締役 / 6次産業化プランナー  
平尾由希

### 食の専門家から見た栗原の課題

栗原市では（一社）くりはらツーリズムネットワークや（同）くりはらファーマーズラボなどの民間団体が、様々な地域資源の価値を見直しながら活動を続け、地域を支えているが、過疎、少子高齢化に伴い、それぞれの団体の活動のあり方をはじめ、観光誘客によるオーバーツーリズム、プレイヤーの不足、事業継承などの諸課題を抱えている。

物産に関しては、小さな事業者が受注生産体制をとっている場合が多く、生産体制の弱さゆえ、いつでも手に入る場所と商品が少ない。こと「お土産物」に関しては、地元の人にも「栗原にはない」と認識されて久しい。

そこで市や団体から依頼されたのが、この事業での「栗原を代表するお土産物開発」であったが、栗駒山麓ジオパークがブランド認定している栗原市の商品やメニュー「栗駒山麓のめぐみ」を調べてみると、この地域に必要なのは、単に新しいお土産物ではないという考えに至った。良い商品はたくさんあるし、良い商品を作る技術も愛情もたくさんある。でも、商品やコンセプト、ロゴ、パッケージデザイン、サイト、パンフレットなどにおいては、もったいないと思う部分が多い。

「栗駒山麓のめぐみ」は、ジオパークを有する地域の先進事例として評価されているが、認定制度に期待される販売・PR力には乏しい。物産PRを担うべき（一社）栗原市観光物産協会では、卸価格を念頭に置かずには作られた利幅の薄い商品の物販が収益に繋がらず、意欲が保てない。

「食の商品」も「観光コンテンツ」も、ものづくりと伝え方が分断されていて、良いものを作ることに一生懸命なのに、良い伝え方をして販売に繋げるということにあまりにも無頓着であるのが栗原市の現状だ。

### 課題に対するアプローチと成果

1年目は、事業者ごとに、商品開発や販売促進のためのデザイン物のブラッシュアップ支援を行いながら、「栗駒山麓のめぐみ」認定制度においては、パンフレットのデザインブラッシュアップにより、商品、メニュー、栗原の食の魅力を伝える「手段」を創造した。

また、初心者や女性にはハードルが高かったアドベンチャーアクティビティに、開発したメニューや商品による食の楽しみを組み込むことで、裾野を広げたプログラムを作ってモニターツアーを行い、メディアでのPRも意識した。

「栗原を代表する新しいお土産物開発」は、人材も含めた地域資源の掘り起こしとブラッシュアップを行い、1年かけて、「担う能力があるかどうか」よりも、「担わなきゃいけない理由があるかどうか」を見てきた。地域課題を解決に導くヒントになるような商品を、立場や役割の枠を超えて協働しながら開発を行っていくためのコンセプトは整ったと感じている。

### 今後の展望

稼げる地域になるための最大の課題「栗原の商品をどこで売るか」は、くりこま高原駅構内に間借りしている観光物産協会のスペースにTTG無人販売システムを導入することにより解消すべく、これまで難攻不落と思われてきたJRとの協議を進めている。

最後は地域の熱量がカギ。地域をいろんな意味で巻き込み、関係者の熱量がこの事業に十分に注ぎ込まれるように鼓舞しながら、地域と共に楽しみながら歩を進めていく。

## 2-4

山形県庄内町  
【庄内町ブランドの構築による地域の稼ぐ力創出事業】

## 事業概要

総事業費	10,003千円（決算ベース）
助成金額	6,600千円
外部専門家	畦地 履正（株式会社四万十ドラマ 代表取締役社長） 畠中 智子（株式会社わらびの 代表取締役） 坂東 真奈（Ban Design Studio）

## 自治体概要

人口	□ 19,897人（住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日）
面積	249.17 km <sup>2</sup>
人口密度	79.85人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	7,652,559千円（令和3年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.30（令和3年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	90.8%（令和3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	外部専門家による支援	事業終了時点(成果)
<ul style="list-style-type: none"> <li>プロジェクトの推進体制が未確定</li> <li>地域資源を活用した商品開発のノウハウやマーケティング不足</li> <li>トータルデザインによるブランドづくりの必要性</li> <li>販路が未開拓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>運営体制に関する指導、助言</li> <li>商品開発ワークショップの企画運営、ファシリテーション</li> <li>商品開発に対する指導、助言</li> <li>売場リサーチ等マーケティング支援</li> <li>トータルデザインによるブランドづくり</li> <li>商談会出展のノウハウ指導、マッチング支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>官民が連携したプロジェクト推進体制の整備</li> <li>新商品3商品の開発</li> <li>ブランドロゴ、パッケージデザイン、ネーミングの決定</li> <li>バイヤー等事業者とのネットワーク構築</li> </ul>

6次産業化の拠点施設  
新産業創造館クラスセ

商品開発ワークショップ



ロゴマーク

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
鎌ケ市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町北海道  
北見市

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

庄内町は、山形県の米どころ庄内平野の南東部から中央にかけて位置し、良食味米のルーツ「亀の尾」発祥の地として知られる「米の町」である。基幹産業は農業であるが、農業者の高齢化等により離農者が増加しており、担い手の確保・育成が課題となっている。また、商業においては、郊外型大規模ショッピングセンターの進出や電子商取引の普及により、既存商店街の衰退と中心市街地の空洞化が進んでいる。

本町ではこのような状況の中、産業振興と雇用創出を目的として6次産業化を推進しており、町が整備した加工施設を活用し、食品製造事業者等との連携のもと、加工特産品の開発・販売に取り組んできた。そして、これらの取組みを更に拡大・発展させていくため、令和4年度から地域再生マネージャー事業により、地域商品のブランド化を進めている。

### b 事業の目的

本町が総合計画に掲げる「地域の農林水産物を活用した特産品開発」、「付加価値の高いビジネスの創出」、「地域ぐるみで総合的に行う6次産業化」という将来像の実現に向け、外部専門家のノウハウを活用して、個々の取組みを新たな産業としての取組みに進化させることで庄内町ブランドを構築し、中長期的な視点で地域の稼ぐ力を創出することを目的とする。

具体的には、足元にある地域資源の発掘と再発見を行うことにより、それらを活用した商品を開発し、トータルデザインによる統一感のあるブランディングを行っていくとともに、一定の規模を持った事業として展開していくため、地域商社を推進母体として、地域連携のもと、持続可能なビジネスの創出を目指していく。

## 2 事業実施内容

### a 運営体制の強化

本事業において昨年度に立ち上げたプロジェクトの名称を「山形庄内かめこめプロジェクト」に正式決定するとともに、その中心となるプロジェクトリーダー及び副プロジェクトリーダーを選出した。

また、民間事業者と行政関係者により、プロジェクトの実行部隊となる庄内町チームを組織して取組みを進めた。

### b 商品開発

外部専門家の企画・運営のもと、全5回のワークショップを開催し、地域資源の深堀とそれらを活用した商品開発について検討を行った。

また、東京都内における米関連商品の売場を視察してマーケティング調査を行うとともに、庄内町チームによる商品開発会議を計10回開催し、外部専門家の支援を受けながら商品開発を行った。

### c トータルデザイン

トータルデザインの考え方のもと、ブランドロゴの制作、商品パッケージデザイン、催事グッズの制作を行った。



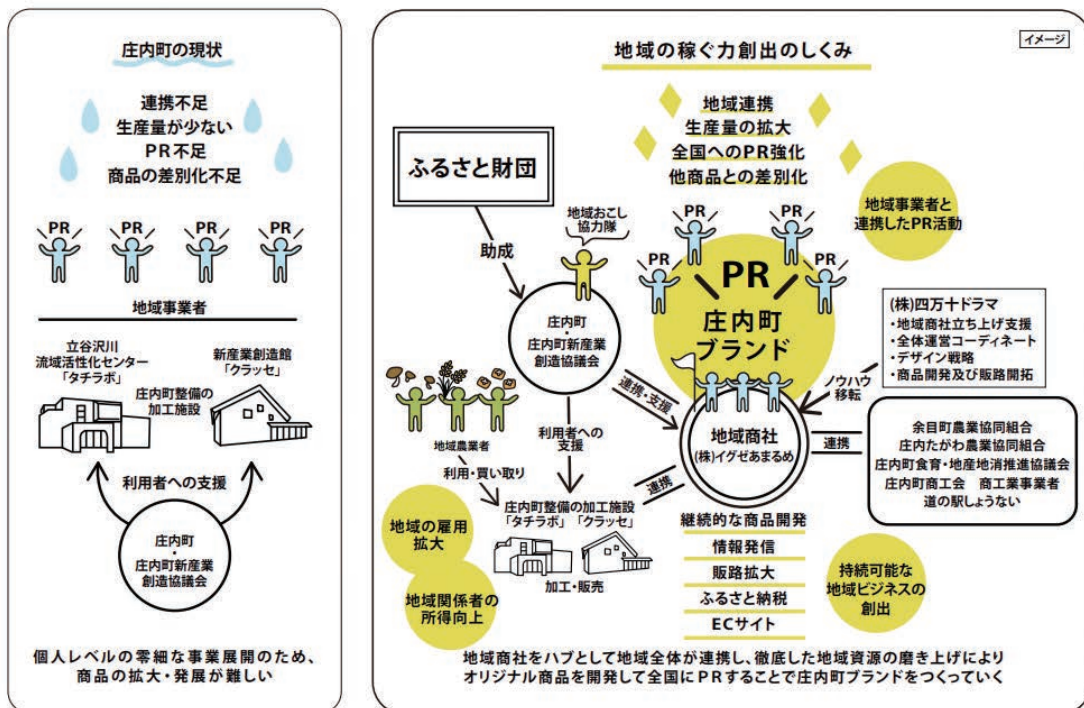
## d 販路開拓

東京都内で開催された株式会社四万十ドラマ主催の「あしもと商談会」(令和5年11月15日)に参加し、開発した商品の商談を行った。

## 3 事業実施体制

## a 事業実施体制の概要

地域商社を核として、町、農業者、商工業者、農協、商工会、道の駅その他関係団体が有機的に連携し、地域商品の開発、製造、流通の体制づくりを行う。



## b 外部専門家の役割

## ・株式会社四万十ドラマ 畦地 履正

本事業の全体コーディネート、事業実施体制構築に関する支援、地域資源を活用した商品開発に関する支援、販売先や連携先等のネットワーク構築支援、商談会出展のノウハウ指導

## ・株式会社わらびの 畠中 智子

ワークショップの企画運営及びファシリテーション、事業全般に関する助言

## ・バンデザインスタジオ 坂東 真奈

トータルデザイン戦略の構築、ブランドロゴの制作、パッケージデザインの制作、商品ネーミング

## 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	4日 19日	庄内・四万十キックオフミーティング 第1回商品開発会議（ビジョン、商品開発の方向性） 視察（亀の尾の里資料館、亀の尾発祥の熊谷神社）
5月	26日 26～27日	視察（月山高原：耕作放棄地の活用、スマート農業） 第1回ブランド創生ワークショップ（昨年度の振り返り、プロジェクトリーダーの選出、ビジョンの確認、プロジェクト名の決定等）
6月	8日 21日 27日	第2回商品開発会議 マーケットリサーチ（東京圏売場） 第3回商品開発会議（リサーチ報告）
7月	5日 5～6日 13日 27日 31日	視察（株式会社井上農場：ブランディング） 第2回ブランド創生ワークショップ（リサーチ報告、ポジショニングマップの確認、商品開発ルールの設定、商品企画案プレゼンテーション） 第4回商品開発会議 第5回商品開発会議 第6回商品開発会議
8月	22日 23日	第7回商品開発会議 第8回商品開発会議
9月	1日 4日 26～27日	第9回商品開発会議 視察（新潟製粉株式会社：米粉、奥阿賀コンビリー：地域連携） 第3回ブランド創生ワークショップ（ブランドロゴの発表、開発商品のプレゼンテーション） ※ふるさと財団現地調査
10月	23日	第10回商品開発会議（商談会に向けて）
11月	1～2日 15日	第4回ブランド創生ワークショップ（商談会へ向けたブラッシュアップ、3年目に向けてやるべきことの整理） あしもと商談会
12月	7～8日	第5回ブランド創生ワークショップ（2年間の成果報告会）
1月		全体まとめ及び企画提案書の提出

## 5 主な成果

### ① 運営体制構築

令和4年度事業において立ち上げ、仮称となっていたブランド化プロジェクトの名称を「山形庄内かめこめプロジェクト」に正式決定するとともに、プロジェクトのビジョンを策定し、関係者間で共有したことにより、本事業の目指す方向性が明確になった。

また、プロジェクトを中心になって進めていくリーダー及び副リーダーを民間から選出した。リーダーをトップとして、プロジェクトにおける様々な取組みを実際に行う庄内町チームを14名で構成し、官民連携体制が整った。

加えて、第3セクターのまちづくり会社「イグゼあまるめ」の中に、将来的に庄内町のブランドづくりを担っていく企画開発部が新たに設置されるという動きがあった。

### ② 商品開発

商品開発ワークショップを計5回開催したほか、庄内町チームによる商品開発会議を計10回開催

し、①庄内町産の米を使うこと、②庄内町をPR することができる商品であることを商品開発のルールとして定め、外部専門家からアドバイスを受けながら検討を重ねた。また、東京圏の米関連商品の売場を視察することにより、価格帯、用途、内容量、客層等のリサーチを行い、求められている商品やトレンドについて情報収集を行った。最終的に、今年度は「庄内米食べ比べセット」、「紅白まるもち」、「つや姫だんご」の3商品を形にすることができた。



ワークショップ



商品開発会議



視察研修



売場リサーチ

< 開発商品イメージ >

・庄内米食べ比べセット



・庄内まるもち



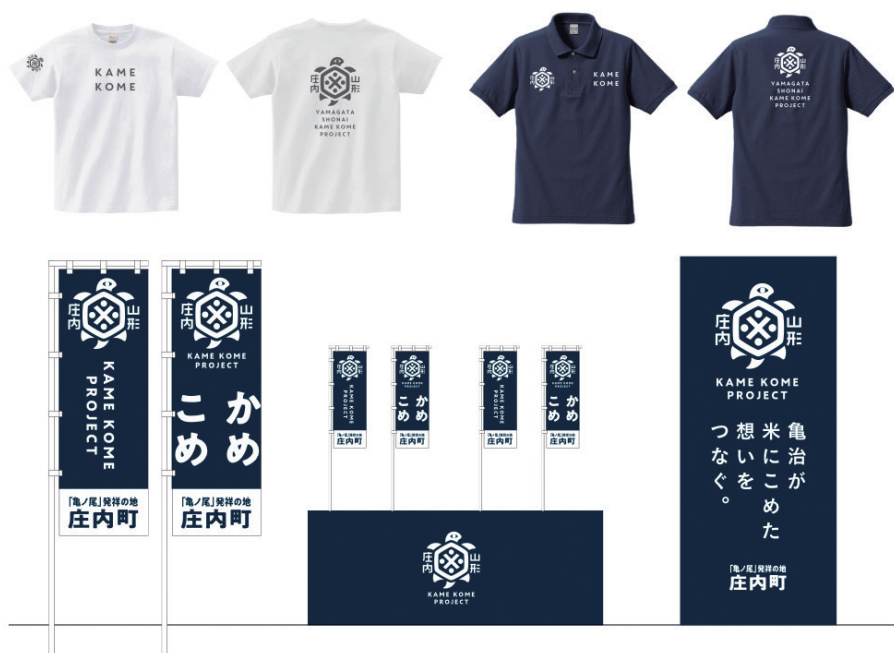
・つや姫だんご



- 北海道  
小樽市
- 北海道  
寿都町
- 宮城県  
栗原市
- 山形県  
庄内町
- 福島県  
郡山市
- 茨城県  
鉾田市
- 栃木県  
下野市
- 千葉県  
銚子市
- 富山県  
上市町
- 大阪府  
東大阪市
- 奈良県  
十津川村
- 広島県  
府中市
- 山口県  
萩市
- 高知県  
室戸市
- 福岡県  
大刀洗町
- 鹿児島県  
南大隅町
- 鹿児島県  
北利道町

### ③ トータルデザイン

「山形庄内かめこめプロジェクト」のロゴデザイン及び催事等で使用する販促グッズを制作した。



### ④ 販路開拓

東京都内で開催された株式会社四万十ドラマ主催の「あしもと商談会」に参加し、8社のバイヤーと商談を行った。今回の3つの開発商品に対する評価や、先方の要望を聞き取ることによって、埋めるべきギャップを把握し、商品をブラッシュアップする際のヒント等有用な情報を得ることができた。また、商談会の内容は、後日開催されたワークショップにおいて、関係者全員で共有した。



商談会の様子



商談会の様子

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

令和4年度事業及び令和5年度事業の取組みの中で、本町の地域資源である米を中心としたブランドづくりを行う「山形庄内かめこめプロジェクト」が立ち上がり、商品開発を進めた結果、3商品を形にすることができた。令和6年度以降は、このプロジェクトから生まれた商品の販売面に重点を置いて事業を展開し、収益性を追求していくことで自走可能な体制づくりに取り組む。

具体的には本町へのバイヤーツアーの実施による関係性の構築、商談会や催事への積極的な参加による販路開拓及び販路拡大、動画やSNSを活用したプロモーションの実施、新たな商品開発等に取り組む。

## 7 外部専門家コメント



## 山形庄内かめこめプロジェクトの土台づくり

株式会社四万十ドラマ 代表取締役社長 畦地履正

昨年からスタートした、「庄内町ブランドの構築による地域の稼ぐ力創出事業」も2年目を迎え、今年度は、①運営体制の構築、②商品開発、③トータルデザイン、④販路開拓に取り組みました。

運営体制の構築では、この事業を効果的に進める運営体制を構築するため、プロジェクトリーダーを選出し、チームの運営や仕組み作りを行い、コンセプトの策定、商品開発、販路開拓等の体制を整えました。今回の事業で一番大事な部分を中心となる「人」です。プロジェクトリーダーが決まったことにより、事業推進がスムーズになり、行政や地域、そして我々との連携も進める体制ができたことが、この事業の一番の成果ではないかと思えます。

商品開発では、今回のプロジェクトで販売する競合商品のマーケティングリサーチを行いました。商品の価格帯やデザイン、販売方法等を各売り場から学ぶことができ、これらのことを参考に開発を進めました。今年度は、「米を真ん中」においた商品開発を進め、既存の商品の磨き上げも行った結果、3つの商品を形にすることができました。「亀の尾」という、お米の「元祖」を庄内町が持っていることを強みにでき、全国流通でもそのことが活かせると思えます。

トータルデザインでは、「山形庄内かめこめプロジェクト」のロゴマークや展開ができました。昨年度は「亀のおにぎりプロジェクト（仮称）」を提案していましたが、地域とのやりとりの中から新たなトータルデザインをまとめることができました。地域の方が納得できるものでないと、今後の事業の進め方にも影響もある中で、プロジェクトメンバーが納得いくトータルデザインができたことも大きな成果となります。

販路開拓では、「あしもと商談会」に参加し、今年度開発した商品をバイヤーにプレゼンしました。商品についてアピールすべきポイント、更なる商品の磨き上げの工夫などについて関係者からアドバイスをいただくことができました。

今年度の課題や取り組みを踏まえ、次年度の新規の取り組みとして「関係性のマーケティング」を実施します。具体的には、取引先のバイヤーの皆様から庄内町に来ていただき、生産者や生産現場について「現地で説明」することにより、商談会をより深く進めていく取り組みを提案したいと思えます。合わせて、商品の情報発信を進めるために、庄内町や商品紹介の「動画」や「パンフレット」の作成と合わせて、引き続き新商品開発とブラッシュアップを今後も進めていくことにより、2年間の「土台」をより一層強いものにすることができると思えます。

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
鎌ケ谷市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
北川町

## 事業概要

総事業費	5,431千円
助成金額	3,619千円
外部専門家	アダム・フルフォード（有限会社フルフォードエンタープライズ CEO）

## 自治体概要

人	□	317,486人（住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日）
面	積	757.20 km <sup>2</sup>
人	□	密度 419.29人/km <sup>2</sup>
標準	財政規模	73,189,627千円（令和3年度市町村別決算状況調）
財政	力指数	0.84（令和3年度市町村別決算状況調）
経常	収支比率	80.3%（令和3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	外部専門家による支援	事業終了時点(成果)
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ フィールドワークによる地域資源の再発見 ～外国人との交流の始まりをきっかけとして、外部からの視点によって見出される魅力が逢瀬町の住民にとっての新しい発見に繋がることに気づき始めている。</li> <li>■ 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出せずにいる状況にある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ フィールドワークによる地域資源の深堀 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 調査員人材の発掘と育成</li> <li>・ フィールドワーク行程の提案と作成</li> <li>・ フィールドワークのアテンド</li> <li>・ データベースシステムの提案と構築</li> </ul> </li> <li>■ 地域体制の強化 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地方創生をテーマにした講演</li> <li>・ 事業全体を通じた人材の発掘</li> <li>・ 地域資源の活用と商品造成に対する提案及び表現に向けた助言</li> <li>・ 活用できそうな人材の紹介と招聘</li> <li>・ 類似地域との橋渡し・類似地域との連携事業の提案</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地域資源を活用したビジネスモデルの創出 ～外国人目線で深堀された地域資源を活用し、商品や取り組みを磨き上げ、自走化に向けたビジネスモデルを創出する。</li> <li>■ 地域体制の強化 ～地域に関わる人材、資源、データ活用等の認識と共有を図り、プレイヤー同士をマッチングさせ、イベント開催、関係団体との交流を実施し、地域全体で関連事業を支える素地を整え、持続性を強める。</li> </ul>



交流の始まり



フィールドワーク



都内インターナショナルスクールの受入

## 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、田園風景が特徴的なのどかな里山が広がっている地域である。

人口は3,512人（2024年2月1日時点）で、多くの住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」が地元の農家を中心として営まれているだけでなく、三菱商事復興支援財団による果樹農家の6次産業化を支援する目的での「ふくしまワイナリープロジェクト」、地域外の人によって立ち上げられた地域活性化等を目的とした団体「一般社団法人LMit（リムイット）」と障がい者支援を目的とした団体「特定非営利活動法人しんせい」による農福連携事業「山の農園」、共創型マルシェイベント「逢瀬の風」を運営する実行委員会の代表も地域外の人であるなど、外部からの逢瀬町の地域資源に対する注目度は高い。

しかし、外部の人たちにより積極的に活動が展開されている反面、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況にある。

これは、令和2年度から逢瀬町をフィールドとして事業を行ってきたことによって見えてきた地域が抱える課題の一つである。

一方で、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、田舎体験をした留学生が魅力的に感じたものが「こたつ」であったことや、ベジタリアンやハラル食などの対応において日本の対応が遅れている中で、地域の食材や食文化がそれらに対応できる可能性を秘めていること、里山文化に残る「日本の普遍的な価値」を外国人観光客等が注目していることなど、外国人目線により新たな気づきが与えられていることによって、外部からの視点の重要性に気づき始めている。

地域内の少子高齢化が進む中、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、地域資源を共有化し、多種多様な人材が逢瀬町に関わり、逢瀬町の人たちと繋がる仕組みづくりを地域全体として考えなければならない時期を迎えている。

### b 事業の目的

- ・住民にはない外部の視点（外国人を含む）による地域資源の深掘りと見える化
- ・見える化された地域の魅力から住民のシビックプライドが醸成され、自分事として地域づくりに関わる人を増やす。
- ・地域に関わる人が魅力的な取り組みを創出し、様々な人にとって逢瀬町を第三の居場所（サードプレイス）とする。
- ・魅力的な商品や取り組みを磨き上げ、稼ぐ力を創出し、取り組みの持続力を高める。
- ・逢瀬町に携わる関係人口を増やし、地域イベントへの参加を促し、賑わいを創出する。

## 2 事業実施内容

### a 地域資源を活用したビジネスモデルの創出

- ・逢瀬町で都内インターナショナルスクールの受入を行い、稲に関する学習、里山探索、地域住民及び逢瀬町小学校児童との交流を通して関係人口の拡大を図った。
- ・逢瀬町の活動プレイヤーのインバウンド受入やプロモーションについて、磨き上げを図った。
- ・JICA つくばセンターにおいて、稲作作業を学ぶ外国人研修員が研修の一環として、安積疏水関連施設を視察した際、逢瀬いなか体験交流協議会が、昼食及び田んぼ見学の受入を担当した。

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町  
北海道  
北見市

- ・インバウンド受入を想定した環境整備の拡充を図るため、外部専門家がコミュニティインターンとして逢瀬町に滞在し、外国人目線で受入環境などを確認した。

## b 地域体制の強化

- ・在住ベトナム人の逢瀬町でのイベント参加に伴い、ベトナム人及び逢瀬町の関係者で販売商品の試食・検討会を実施し、プレイヤー同士の関係性を構築した。
- ・在住ベトナム人の地域イベント参加を通じて、地域住民との交流機会の創出、地域アイデンティティの醸成、地域イベントの振興を図った。
- ・在住ベトナム人が逢瀬町に自生する竹を使った門松づくり体験に参加し、日本文化の理解を深めた。また、竹を使った商品や取り組みの検討会を実施し、今後の交流機会の促進を図った。

## c 地域資源のデータベース化

これまでの活動で見出された地域資源や活動記録を誰でも見ることができる環境を整備。昨年度までに得られた情報をもとにアップデート。



都内インターナショナルスクール受入



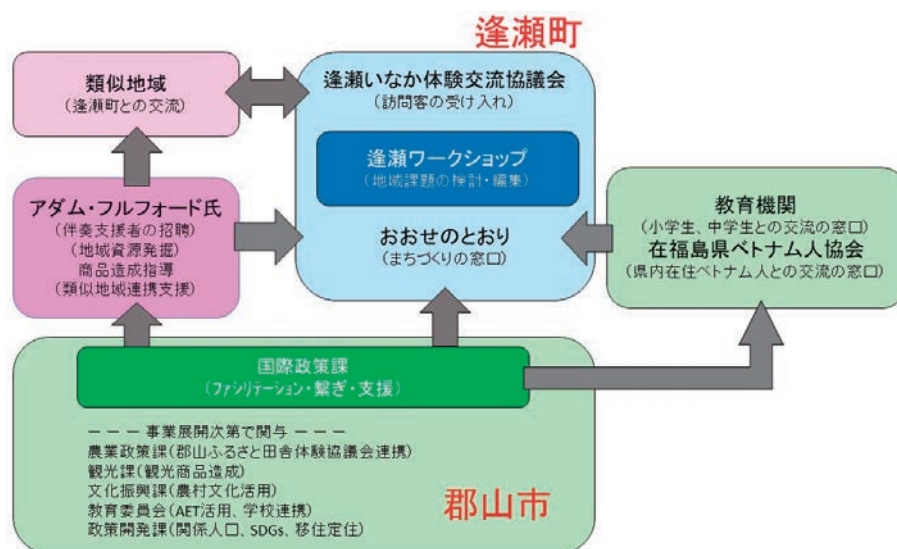
JICA 外国人研修受入



ベトナム人のイベント出店に係る検討会

# 3 事業実施体制

## a 事業実施体制の概要





## b 外部専門家の役割

## ① 地域資源を活用したビジネスモデルの創出（アダム・フルフォード氏）

- ・地域に関わる人たちのアイデアの実現に向けた伴奏支援
- ・事業制度を高めるための専門家の招聘
- ・事業全体を通してのファシリテーション
- ・ワークショップの企画・実施
- ・コミュニティインターンの企画

## ② 地域体制の強化（アダム・フルフォード氏）

- ・実施事業の伴奏支援
- ・類似地域との交流・連携のコーディネート
- ・事業全体を通してのファシリテーション
- ・収集したデータの整理・編集・共有



ワークショップの企画・実施

## 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	13日	インターナショナルスクール受入
	20日	インターナショナルスクール訪問
5月	18日	関係者会議（逢瀬祭 主催者）
	24日	関係者会議（逢瀬祭 ベトナム人）
	29日	関係者会議（逢瀬祭 ベトナム人）
6月	11日	逢瀬祭参加に伴う販売商品の試食・検討会
	27～30日	逢瀬町でのコミュニティインターンテスト
	30日	逢瀬祭前日打ち合わせ
7月	1日	逢瀬祭
	28日	JICA つくばセンター外国人研修員の研修受入
9月	12日	関係者会議（学校間国際交流）
	25～27日	逢瀬町でのコミュニティインターンテスト
	26日	関係者会議（44の失われつつある暮らしの価値）
	28日	インターナショナルスクール受入・学校間国際交流（現地視察）
	29日	農家民宿のインバウンド等受入環境整備に向けた会議
12月	11日	関係者会議（データベース関係）
	17日	在住外国人の門松作り体験
1月	29日	ふるさと財団報告会

※事業期間を通して、外部専門家・地域関係者・郡山市による週1回程度のオンライン会議を実施。

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町  
北海道  
北見市

## 5

## 主な成果

## a 地域資源を活用したビジネスモデルの創出

これまでの事業で実施されてきた「外国人目線を活用した地域資源の深堀」により、見出された地域の魅力を用いて、これまでの事業の継続・拡大や新規事業の創出につなげることができた。

- ・ インターナショナルスクールの受入を継続させ、逢瀬町での体験型ビジネスモデルの確立に寄与した。また、同世代の子どもたちと交流できる機会を設け、より深い関係性を構築することができた。
- ・ 逢瀬町で盛んな稲作を活用し、JICA 研修生を受け入れ、逢瀬町の食材を活用したお弁当の提供や、田んぼ見学などの新たな受入コンテンツを造成した。

## b 地域体制の強化

これまでの事業で知り合った人材や取り組みに、在住外国人をつなげることで、新たな魅力を創出することができた。

- ・ 在住ベトナム人の逢瀬町地域イベント参加を通じて、地域アイデンティティの醸成、地域イベントの振興に寄与した。
- ・ 在住ベトナム人が逢瀬町に自生する竹を使った門松づくり体験に参加し、日本文化理解の促進、地域住民との交流機会の創出を図った。また、竹を使った商品や取り組みの検討会を実施し、逢瀬×ベトナムの商品開発の機運を醸成した。

## c データベース化及び運用について

これまでの活動で見出された地域資源や活動記録を誰でもいつでも見ることができるようおおせのとおり HP 内に整備した。逢瀬町に関わりたい人や市内他地域で持続可能な地域づくりを推進したい人がデータベースを確認することで、目的に合致する施設や人をすぐ把握することができるようになり、円滑な事業展開が可能となった。

また、各団体の受入プログラムも紹介しており、多言語での閲覧も可能となった。



都内インターナショナルスクールとの  
学校間交流



コミュニティインターン



ベトナム人の地域イベント参加



ベトナム人の門松づくり体験

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

### ① 地域資源を活用したビジネスの継続及び拡大

これまでの事業で関係性を構築したビジターに継続的な訪問を促すため、定期的に連絡や情報発信を行いたい。また、新たなプログラムの造成や既存プログラムの磨き上げを行い、訪問満足度の維持向上を図ることが必要である。

また、インターナショナルスクールやJICA研修員のような外国人の受け入れを継続・拡充させるためには、英語で対応できる人材の確保、英語での情報整備などの課題があることから、今後はコミュニティインターンの獲得に向けて、営業活動を行っていききたい。

### ② 地域体制の強化

地域に関わる人材と参加意欲のある人のマッチングによるイベント参加などを行ってきたが、事業内のみ関係にせず、積極的に連携の創出を図り、地域振興を促進していかなければならない。活動の具体化が進むにつれ、関わる人たちも限定される傾向があることから、地域資源のデータベース活用などによる関係者間での情報共有に力を入れ、活動の方向性と関係者の意向との調和を図りながら、より多くの方が地域に関わる体制整備が必要である。

### ③ 地域資源のデータベース化

地域資源データベースのツールやコンテンツなどは整理され、保存するデータも順調に蓄積されており、これまでの事業経過や他地域での地域振興活動に寄与する内容も整備されているが、活用がうまく軌道にのっていない。今後は、幅広いPRや関係者間の情報共有に努め、多くのユーザー層にデータベースの存在が届くようにしていきたい。

また、他地域で同様な活動をしている方や検討している方と繋がり、地域間交流も行っていきたい。

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
銚田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町  
北利海尻



## 心に響く

フルフォードエンタープライズ  
CEO アダム・フルフォード

郡山市逢瀬町との関わりが一区切りとなる本年、外国人の視点を活かして、明るい未来に向けた持続可能な地域づくりを目指し努力を重ねています。

過去3年間、郡山市職員や逢瀬町の住民など多くの方からの確かなアドバイス・サポート、ご指導を受けてきました。中でも特に欠かせない存在だったのが、逢瀬町の魅力に惹かれ、実際に東京から逢瀬町に移り住んだ中潟亮兵さんです。中潟さんがいなければ、私が進めてきた多くの取り組みを成し遂げることはできなかったでしょう。彼の存在は、コミュニティエンゲージメントにおける「信頼関係の重要性」と「逢瀬町の内と外の境界に立つ視点の価値」を具体的に表している好事例だと思います。この役割は、地域コミュニティとの関わりにおいて、地域の効率的かつ効果的な進展に大きく貢献するものと確信しています。

インバウンドの新しい流れは、日本各地の地域活動にも利益をもたらすでしょう。観光客は徐々にゴールデンルートから離れて、未知の目的地を求めるようになってきています。知名度の低い町や集落は、その魅力をどう伝えているのでしょうか？観光客たちは地方に何を求めて旅をするのでしょうか？

逢瀬町は、魅力的なテストケースと言えます。逢瀬町には「きのこ岩」と呼ばれている白亜の奇石や抜群の眺望ロケーションの「御霊櫃峠」のほか、学びのある公園や冒険心をくすぐるキャンプ場・ハイキングコースがあります。また、休石温泉太田屋や市の施設である逢瀬荘などの快適な宿泊施設のほか、福島県産果実や地域の魅力を発信するふくしま逢瀬ワイナリーも存在します。

一方、逢瀬町の近くには、磐梯熱海温泉や、1～2時間圏内には会津若松市や喜多方市、裏磐梯、安達太良山など魅力的な観光地が多くあります。

それでも逢瀬町には、他では体験できないユニークな魅力があり、それは日本人か外国人かを問わず、幅広い訪問者に異日常的な体験を提供してくれます。

旅行者に逢瀬町まで来てもらうために大切なことは、逢瀬町のアイデンティティを明確にし、それを訪問者の心に響かせる方法を見つけることです。

私たちは、本事業を通して、在住ベトナム人が地域資源を活用した日本文化の学習体験に意欲的であることや、東京都内のインターナショナルスクールの子どもたちが田舎での活動に価値を感じていることなど、多くの外国人が逢瀬町を楽しめることを把握できました。

日本の伝統的なコミュニティ文化は、世界中の人々を魅了しています。訪問者たちは地元本来の魅力を求めており、地域の住民や特産品、文化についてのストーリーに関心を抱いています。

地域の魅力を外国人に発信し、継続的に地域で外国人を受け入れるため、「コミュニティインターン」が重要となります。人口の減少は、接客業のキャパシティを弱体化させているため、逢瀬町を拠点として適切な語学能力を持ち、地域のストーリーを様々な訪問者たちに向けて生き生きと伝えることができる「コミュニティインターン」の概念を推進し続けます。

2-6

茨城県銚田市【産学官が連携した「まちの未来を創る  
チャレンジプロジェクト」】

事業概要

総事業費	7,260千円
助成金額	4,840千円
外部専門家	谷津 孝啓 (株式会社 IRODORI 代表取締役) 永井 彩華 (株式会社 IRODORI 執行役員)

自治体概要

人口	47,181人 (住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日)
面積	207.60 km <sup>2</sup>
人口密度	227.27 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	13,681,765千円 (令和3年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.46 (令和3年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	87.9% (令和3年度市町村別決算状況調)
担当課室	政策企画部 まちづくり推進課

取組概要

事業開始時点

- 地域で新しい挑戦をしたいけど相談できる人も場もない
- 新しい人とつながる機会や場がない

外部専門家による支援

- 地域プロデューサーの伴走支援
- 第二期地域プロデューサー養成講座の開催支援
- 継続的な市民会議の開催支援
- フューチャーセンターの開設・運営支援
- 中間支援組織立ち上げ支援
- 東京学芸大学 イノベーションセンターとの連携支援

事業終了時点 (成果)

- 地域で挑戦したい人向けの専門的な知見を活かした相談できる機会の創出
- 地域プロデューサー養成講座参加者7名による事業プレゼン
- 中間支援組織設立予定メンバーの確保
- ほこたフューチャーセンターの開設
- 農家連携プログラム(プロトタイプ)の完成



第二期地域プロデューサー養成講座のリーフレット



ワガママ会議、農家連携プログラム構想会議の様子



最終発表会の様子

北海道  
小樽市

北海道  
寿都町

宮城県  
栗原市

山形県  
庄内町

福島県  
山形市

茨城県  
銚田市

栃木県  
下野市

千葉県  
銚子市

富山県  
上市町

大阪府  
東大阪市

奈良県  
十津川村

広島県  
府中市

山口県  
萩市

高知県  
室戸市

福岡県  
大刀洗町

鹿児島県  
南大隅町

鹿児島県  
知名町  
北海道  
北見市

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

銚田市は、茨城県鹿行地域に位置し、平成17年10月11日に「旭村」と「銚田町」、「大洋村」が合併して誕生した、人口45,973人（R2国勢調査）、面積207.60km<sup>2</sup>の農業の盛んな市である。まちを代表する産業は、全国有数の産出額を誇る農業であり、合併以来、市町村別農業算出額（農水省発表）野菜部門で全国1位を継続している。しかしながら、少子高齢化や人口減少、空家の増加などによる地域の衰退が危惧されている。

特に社会減の大きな要因となっている20～30歳代の若者の流出に歯止めをかけることが喫緊の課題であり、若者の定住を図るためには、まち全体で若者を応援する気風づくりや、若者が生きがいを持ってチャレンジできる環境づくりが重要になってくる。

そこで、学校等と連携したふるさと教育の充実、大学や専門的なノウハウをもつ企業との連携による人の還流をつくり、地域で学び続けられる機会を増やすことで、社会の変化に対応できる人材を育成し、若者が“チャレンジ”、“起業”できるまちを目指し取り組むものである。

### b 事業の目的

本市では、本市のなかに「しごと」をつくり「ひと」を呼び込む、または「ひと」が「しごと」をつくるという、「ひと」と「しごと」の好循環を創造するとともに、その好循環を支える基盤となる「まち」をつくることを目指し、銚田市総合戦略を策定している。

当戦略に記載されている「農業を中心に産業の活性化を図り、安定した雇用を創出する」や「ひとの地域内への還流と新たな人の流れを創造する」という基本目標の実現に向け、本プロジェクトでは、意欲ある若者を支援し、地域雇用の創出や地域活力を高める新産業の創出を目指すとともに、幼少期からの教育プログラムの充実を図り、愛着を持ちながら成長することで持続可能な地域づくりを考える人材の育成を進める。

## 2 事業実施内容

### a 地域プロデューサーの伴走支援

令和4年度に実施した地域プロデューサー養成講座の参加者の実践の伴走支援を行う。市内中学校と連携したプログラムや市民が計画した事業の推進を行う。

### b 中間支援組織の設立

銚田市で活動する市民の伴走支援ができる中間支援組織を設立する。地域に暮らす市民が自分のスキルや経験を活かした活動をすることで、地域全体に活力が生まれるような仕掛け作りを行うとともに行政だけでは推進できない事業の支援も行う。

### c 第二期地域プロデューサー養成講座

令和4年度に実施した養成講座をベースに第二期地域プロデューサー養成講座のプログラム構築を行い、事業プラン発表会までを行う。また、持続可能な取り組みにしていくために、第一期の養成講座に参加した市民が運営側に関わり、令和6年以降も市民が中心となって継続していける仕組みづくりを行う。

### d フューチャーセンターの開設

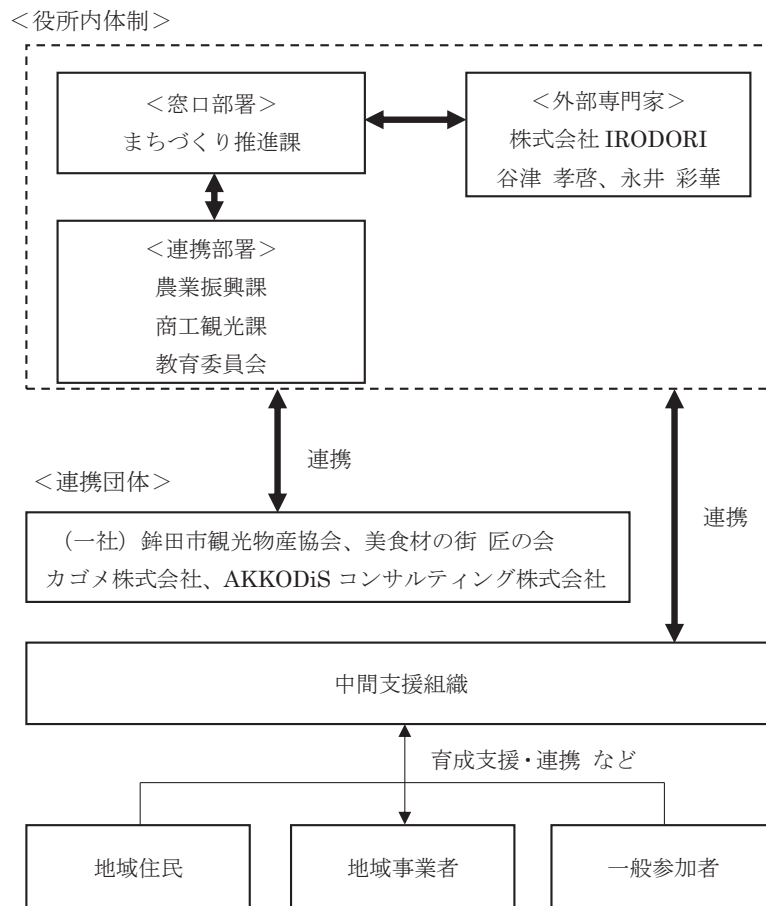
産学官民、利害関係者が集まり、1つの組織では解決できない複雑な課題や中長期にわたる社会問題を多種多様なアイデア・価値を生み出して解決していく拠点「ほこたフューチャーセンター」を開設する。

### e 農家連携によるイノベーションプログラム

令和4年に発足した品質重視の生産だけではなく、出荷・販売・流通に取り組みながら、長期的な視野で農業の担い手を育成するとともに、農業の価値を高め魅力を伝える活動を行っていく「食材の街 匠の会」と連携し、若者が地域資源である「農業」と連携したイノベーションプログラムを構築していく。

## 3 事業実施体制

### a 事業実施体制の概要



### b 外部専門家の役割

- ① 地域プロデューサーの伴走支援
- ② 地域プロデューサー養成講座の企画、設計、運営
- ③ 市民会議（ほこたワガママ会議）の開催支援
- ④ ほこたフューチャーセンターの情報発信支援
- ⑤ 中間支援組織立ち上げ支援

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
銚田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
名瀬市北海道  
北利町

## 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
5月	8日 11日 17日 30日 31日	関係者ミーティング（令和5年度事業について） ふるさと財団 mtg 企業連携ミーティング 第5回ほこたワガママ会議（市民会議） →柏市福祉政策課、社会福祉協議会の受け入れ 鹿島灘海浜公園の事務所の利活用について協議を実施（観光物産協会） 食食材の街 匠の会 理事とイノベーションプログラムについて協議
6月	6日 26日 29日	地域プロデューサー養成講座 関係者キックオフ 企業連携ミーティング 食食材の街 匠の会 理事と関係者ワークショップについて協議 第6回ほこたワガママ会議（市民会議）
7月	3日 13日 14日 21日	関係者ミーティング（第二期地域プロデューサー養成講座について） 地域プロデューサー養成講座講師アサイン mtg_（鍋島さん） 地域プロデューサー養成講座講師アサイン mtg_（青砥さん） 第7回ほこたワガママ会議（市民会議）
8月	4日 10日 18日 19日 22日 29日	農業関係者向けワークショップの実施 関係者ミーティング（市民連携の方向性について） 関係者ミーティング（講座開始直前のすり合わせ） 地域プロデューサー養成講座 DAY1 開催 第8回ほこたワガママ会議（市民会議） 地域プロデューサー養成講座 DAY2 開催
9月	1日 4日 19日 21日 23日 26日	連携企業ミーティング 市内中学校にて探究学習のワークショップ実施 関係者ミーティング（中間支援組織について） 地域プロデューサー養成講座講師アサイン mtg_（毛塚さん） 地域プロデューサー養成講座 DAY3 開催 ほこたフューチャーセンターイベント開催（肉フェス） 地域プロデューサー養成講座講師アサイン mtg_（佐川さん）
10月	5日 17日 26日 29日 31日	関係者ミーティング（市民連携について） 地域プロデューサー養成講座 DAY4 開催 第9回ほこたワガママ会議（市民会議） ほこたフューチャーセンターイベント開催（フリーコーヒー） 関係者ミーティング（農家連携イノベーションプログラム） 関係者ミーティング（伴走支援について）
11月	2日 6日 16日 20日 21日 25日 28日	地域フィールドワークの実施 地域プロデューサー養成講座 DAY5 開催 連携企業ミーティング 第10回ほこたワガママ会議（市民会議） 養成講座参加者伴走支援ミーティング（2名） 関係者ミーティング（農家連携イノベーションプログラムについて） 地域プロデューサー養成講座 DAY6 開催 ほこたフューチャーセンターイベント開催（鉾田出身の若者を探せ） 関係者ミーティング（中間支援組織について）



12月	1日	養成講座参加者伴走支援ミーティング（1名）
	2日	養成講座参加者伴走支援ミーティング（1名）
	5日	養成講座参加者伴走支援ミーティング（1名）
		東京学芸大学 イノベーションセンター教授と教育関係者の mtg
	11日	関係者ミーティング（プラン発表会について）
	16日	プラン発表会
	19日	第11回ほこたワガママ会議（市民会議）
	22日	関係者ミーティング（中間支援組織について）
	27日	連携企業ミーティング
1月	12日	関係者ミーティング（中間支援組織設立について）
	20日	福島県白河市 コミュニティカフェ EMANON 視察 福島県矢祭町 ヒガシダテ待合室 視察
	23日	関係者ミーティング（市民連携について）
	26日	第12回ほこたワガママ会議（市民会議）
	29日	マネージャー報告会
2月	1日	関係者ミーティング（中間支援組織設立について）
	7日	東京学芸大学 イノベーションセンター教授と市内高校の連携に向けたミーティング 市内高校 DX ハイスクールの探究活動の連携に向けたミーティング
	17日	関係者ミーティング（中間支援組織設立について）
	20日	市内高校 GSNP 参加学生に向けた授業実施 第13回ほこたワガママ会議（市民会議）

## 5 主な成果

### a 地域プロデューサーの伴走支援

第1期・2期地域プロデューサー養成講座の参加者に対する伴走支援を実施している。現在伴走中の内容については以下の通りである。

- ・ 銚田市内の学生の居場所作り
- ・ 地域住民が交流できるリラクゼーションサロンの立ち上げ
- ・ 銚田市で多様な働き方ができるコワーキングスペースの立ち上げ
- ・ コミュニティスペースを活用した地域福祉の実現
- ・ 地域を巻き込んだ持続可能な探究活動の推進
- ・ 大学進学を機に地域外に出ざるを得なかった若者の起業促進

### b 中間支援組織の設立

第1期地域プロデューサー養成講座参加メンバーが中心となって、若者の挑戦を支援していく団体（中間支援組織）の設立が予定されている。メンバーは教育関係者、建築士、コミュニティスペース運営など多様な経験、スキルを持っており、銚田市で新しい挑戦を支援していく団体となる可能性がある。

### c 第二期地域プロデューサー養成講座

昨年度から開催している地域プロデューサー養成講座の第二期。今年度はスポット参加も可能にしたこともあり、20名を超える参加者になる会も出てきた。また、今まで繋がることのできなかった「地域で何かを始めたいと考えている市民」との接点も徐々に増えはじめた。

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
銚田市栃木県  
下野市千葉県  
鎌子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
北利

## ■講座開催日程

月 日	内 容
8月19日	銚田市で挑戦を始める1歩目を考える
8月29日	地域のひとたちが健康で生き活きと挑戦する仕組みをつくるには
9月23日	銚田市で挑戦するキーパーソンを取材しよう
10月17日	行政を巻き込んだ地域づくりを考える
11月 2日	地域を盛り上げる、産業のアップデートと課題解決について考える
11月21日	若者たちが集う場づくりの可能性を考える
12月16日	発表会

### d フューチャーセンターの開設

ほこたフューチャーセンターを開設し、市民会議（ほこたワガママ会議）を毎月開催している。参加者は延べ100名を超え、市民発案の「地域で実現したい活動」を実現していく流れも出てきている。また、Instagram アカウントも開設し継続的な情報発信を開始した。現在フォロワーは100名を超え、投稿を見て市民会議に参加してくれる人も増えてきた。また、東京学芸大学教育インキュベーションセンターと連携し、銚田市の学生向けのプログラム開発にも着手しており来年度には本格的にプログラムを運営予定。

### e 農家連携によるイノベーションプログラム

野菜産出額日本一を支える銚田市の農家組織「食食材の街 匠の会」と連携した研修プログラム（プロトタイプ）が完成した。今年度から首都圏の企業を中心に声がけを行い企業版関係人口の創出を行なっていく。

## ■プログラム

- ① 事前研修（SDGs、社会課題、地域課題、銚田市を知る）
- ② 地域フィールドワーク（農業体験、住民取材、アイデアソン）
- ③ 企画提案（銚田市の課題解決につながる & 事業者のアセットを活用した企画提案）

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

昨年度の報告の際に記載している銚田市で何か挑戦をしたいと思っても相談できる組織や場所がないという課題に対して、今年度は「ほこたフューチャーセンター」の立ち上げを行い Instagram を開設して情報発信の強化をしてきた。また、昨年オープンしたコミュニティスペース「ばれっとらいふ」を活用した市民会議（ほこたワガママ会議）を継続的に開催することで、新しく地域で活動を始めていく機運が出来上がってきた。また、農家連携によるイノベーションプログラムの研修メニューもプロトタイプが完成し、いよいよ多様な挑戦者が銚田市と連携する土壌ができあがってきたと感じる。

持続的発展に向けた課題としては、地域課題に取り組むメンバーが専門的な知見やスキルを持った支援が必要になった際のサポート体制であり、さらにはローカルファンドのような地域課題の解決の為の資金分配団体からの支援等が必要になってくる。

初年度からの活動で言及しているが、中間支援組織の立ち上げは先程挙げた課題の解決に向けたアプローチが可能になってくるため、来年度に向けて現在立ち上げ予定の団体に対して専門家の力も借りながらバックアップをしていきたい。

## 7 外部専門家コメント



## 地域で暮らす若者が 挑戦したくなる環境づくり

株式会社 IRODORI 代表取締役 谷津孝啓

2023年12月のある日ことです。銚田市出身で大学進学を機に地域外に流出した20代女性のメンバーが、大きな決心をした様子で言いました。「私、地域団体の代表をやります」と。彼女は昨年度から事業に関わってくれていたものの、控えめな印象でしたが、多くの仲間と共に地元を若者が挑戦できる地域に変えていきたいと決断し、自分自身も挑戦することになりました。自分の地元で新たな挑戦をすることは簡単なことではありません。私たちは約2年という時間をかけて地域で暮らす方々とつながり、出番をつくってきました。地域再生マネージャーという制度がなければこのような伴走はできなかつたと思うので、とても感謝しています。

地域活性化というと外部の専門家や企業が支援をする立場で地域で暮らす住民は支援してもらう立場という構造になっている活動が多いと感じます。しかし、それだと専門家に依頼する費用である補助金や交付金がなくなった瞬間に活動そのものがストップしてしまいます。どのようにすれば地域で暮らす住民が主体的に活動を生み出す側にまわることができるのか？について真剣に向き合い実践を繰り返してきたのが銚田市での活動です。

銚田市を代表する産業は全国有数の産出額を誇る農業であり、野菜産出額は全国1位です。一方で多様な職業選択ができる状況ではなく、働きたい仕事がないというのが理由で20代～30代の若者の流出につながっています。そこで、2年目である今年度は第二期地域プロデューサー養成講座の企画段階から1年目に関係を構築した地域住民を巻き込み、チラシデザインやSNSの立ち上げから運用、講師とのミーティングに至るまで全てのプロセスに関わってもらうことにしました。

都市部の企業が多く担っている企画やデザイン、コーディネート業務やディレクションという活動は地域にはほとんどありません。しかし、それらを地域に暮らしながら経験することで、地元で暮らしながらも多様な仕事ができる可能性があることを体感できます。また、地域プロデューサー養成講座という多様な講師から全国の実践事例やフレームワークを教えてもらう「学びの場」と毎月の市民会議（ほこたワガママ会議）という自分のやりたいことをアウトプットする「実践の場」を循環させることで、地元には何も無いというネガティブな感情から、仲間と一緒にいろんなことに挑戦したいというポジティブな感情が生まれてくるようになります。ここが地域で持続可能な活動をつくる大きなポイントで、地域で暮らす方々が周囲の目を気にせずに、自らの言葉でやりたいことを宣言できるようになり、それを仲間に応援してもらえる「場」があるかなんかが若者の挑戦が継続的に生まれる地域かどうかの分かれ目だと感じます。

さて、2年間かけて銚田市で作り上げてきた土台はある程度完成しました。3年目になる来年度は中間支援組織がハブとなり、地域住民や地元事業者の挑戦を後押ししていく活動と、日本一の野菜産出額を誇る農家と連携した企業研修プログラムなど実践の年になります。さらにはワーキングスペースの立ち上げや高校生の居場所づくりなどの動きも出てきました。持続可能な活動を生み出し続けられるよう私たちも引き続き地域と関わりながら共に成長していきたいです。

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

銚田市

栃木県

下野市

千葉県

鎌子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北海道

北見市


## 事業概要

総事業費	6,301千円
助成金額	4,151千円
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（6次産業化・飲食・デジタルDMO 専門家） 是永 聡（ブランドコンサルティング、インナーブランディング 専門家）

## 自治体概要

人口	□ 60,140人（住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日）
面積	74.59 km <sup>2</sup>
人口密度	806.27 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	15,820,436千円（令和3年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.72（令和3年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	84.5%（令和3年度市町村別決算状況調）
担当課室	下野市教育委員会事務局文化財課

## 取組概要

事業開始時点	外部専門家による支援	事業終了時点(成果)
<ul style="list-style-type: none"> <li>市の文化財を指定・未指定に関わらず幅広く周辺環境まで含めて活用を図るために、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。</li> <li>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。</li> <li>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展開</li> </ul>  <p>東の飛鳥ロゴマーク</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>①「東の飛鳥」を知る <ul style="list-style-type: none"> <li>下野市文化財バーチャルミュージアムによる市の文化財に関する情報発信</li> <li>「東の飛鳥」を幅広く周知するためのキャッチコピー活用方法についての支援</li> <li>東の飛鳥ファッションコンテストの実施に向けた支援</li> </ul> </li> <li>②「東の飛鳥」に来る <ul style="list-style-type: none"> <li>東の飛鳥ツーリズム事業の実施に向けた支援</li> <li>ツーリズム事業に協力するガイドショップの発掘とレシピの商品化に向けての支援</li> </ul> </li> <li>③「東の飛鳥」で楽しく過ごす <ul style="list-style-type: none"> <li>エゴマ灯明の会開催に関し、交流人口の増加やボランティア募集に伴う関係人口増加へと繋げていくための助言</li> <li>市民参加による史跡公園の新たな活用方法の検討に係る助言</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>①「東の飛鳥」を知る <ul style="list-style-type: none"> <li>下野市のキャッチコピー活用WSの実施</li> <li>キャッチコピーの商標登録申請</li> <li>東の飛鳥ファッションコンテストの継続実施</li> <li>東の飛鳥をモチーフにした図柄をシルクスクリーン印刷するWSの開催及びエゴマ灯明の会での披露</li> </ul> </li> <li>②「東の飛鳥」に来る <ul style="list-style-type: none"> <li>東の飛鳥シールラリーの実施及び飲食店（ガイドショップ）の協力依頼の実施。</li> <li>市外（主に首都圏）に向けた東の飛鳥ツーリズムの開催</li> </ul> </li> <li>③「東の飛鳥」で楽しく過ごす <ul style="list-style-type: none"> <li>エゴマ灯明の会開催に伴うボランティアの募集</li> <li>市内外の10代後半から20代を含む若い世代のボランティア参加</li> <li>史跡公園を活用したまちづくりワークショップの実施 <ol style="list-style-type: none"> <li>a. しもつけ燈桜会、エゴマ灯明の会の実施と会場設営ボランティアの募集</li> <li>b. ジャイロ紙飛行機作りワークショップの実施</li> <li>c. 色紙作りワークショップの実施</li> </ol> </li> </ul> </li> </ol>

## 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造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など、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なかで事業の効果が歴史ファンなど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いただいた。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り組みが課題であることが明らかになった。

令和4年度の事業を通じて明らかになった、以下の課題の解決を目指して、令和5年度も継続して本事業に申請を行った。

- ・本市の文化財の有する「歴史的価値」は非常に高いが、歴史に関心が薄い人々の理解が得にくい。
- ・地域で活動する事業者やプレイヤーなど、地域づくりのコアになる人材は存在するが、さらなる人材の発掘が必要である。

### 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的に増やしていくには、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る。また、直接、転入人口につながらなくとも、本市の交流人口から「関係人口」の増加につなげる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など、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。

そこで、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」による観光や地域産業の振興を図る。

## 2 事業実施内容

### a 「東の飛鳥」を知る

#### ・下野市のキャッチコピー活用WSの実施

これまでの検討を踏まえ、全庁的な取り組みと市民の巻き込みに向けた方策を検討し、キャッチコピーの商標登録申請する。

#### ・東の飛鳥ファッションコンテストの継続と市民の巻き込み

史跡公園の活用のため、古来よりの織物文化に着想を得たWS及びファッションショーを開催。地元業者への委託によって実施する。

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

鎌子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

北利

## b 「東の飛鳥」 に来る

### ・東の飛鳥ツーリズムの実施

アフターコロナに向けて、県外に向けて東の飛鳥のモニターツアーを実施。ツアーの募集については、地元のバス会社に委託を行い実施する。

### ・東の飛鳥シールラリーの実施

市内の文化財・飲食店等の周遊による観光収益の増加を目的としたツーリズムの継続実施。シールラリーとして事業者へ委託する。

### ・東の飛鳥シールラリー実施に伴う飲食店（ガイドショップ）の協力依頼の実施

東の飛鳥のガイドとなるショップを発掘するため市内の飲食店にシールポイントを依頼し、商品購入者にシールやマップを配布してもらうことで、観光収益の増加につなげる。

## c 「東の飛鳥」 で楽しく過ごす

### ・令和4年度実施事業のレシピブックを活用したメニューの開発

市内小中学校の教員にレシピを配布し、給食メニューへの検討を依頼。また、シールラリー協力店舗にも商品化に向けレシピを配布し依頼。

### ・史跡公園を活用した公園あそびワークショップの実施

史跡公園の活用を目的として以下の事業を実施。

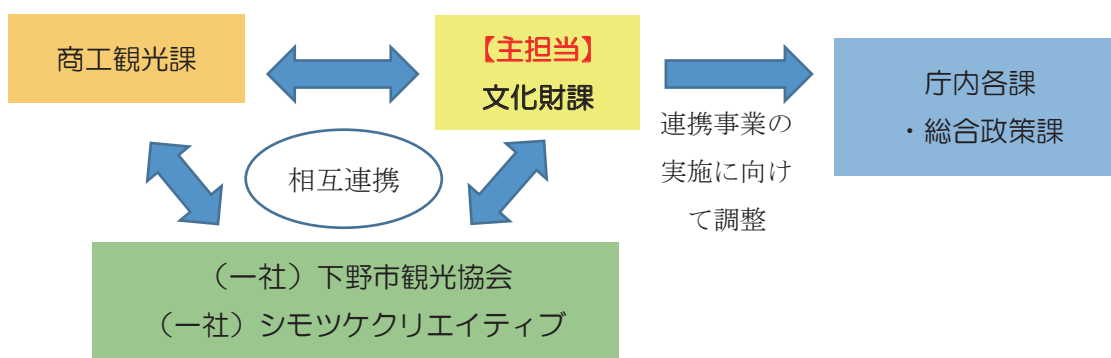
- (ア) エゴマ灯明の会の実施と会場設営ボランティアの募集
- (イ) ジャイロ紙飛行機作りワークショップの実施
- (ウ) 色紙作りワークショップの実施

## 3 事業実施体制

### a 事業実施体制の概要

教育委員会事務局文化財課が中心となり、産業振興部商工観光課等の庁内関係各課と連携を図りながら進める。昨年作成したキャッチコピーの活用、ツアーメニューや市内公園の活用等の企画においては市内のまちづくり団体、一般社団法人シモツケクリエイティブ、下野市観光協会と連携し、事業に取り組んだ。

#### 事業実施体制図



## b 外部専門家の役割

## ① 「東の飛鳥」を知る

下野市の文化遺産の魅力を伝える HP の掲載に関する支援と助言

- ・「東の飛鳥」のブランディング手法についての支援と助言
- ・東の飛鳥ファッションコンテストの実施についての支援

## ② 「東の飛鳥」に来る

- ・東の飛鳥ツーリズム事業の実施に係る支援
- ・東の飛鳥」のブランド力向上に向けた検討会の開催についての支援

## ③ 「東の飛鳥」で楽しく過ごす

- ・令和4年度に作成した東の飛鳥レシピ集の商品化に関する支援
- ・市民参加による史跡公園の新たな活用方法の検討に係る助言

## 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	19日	年間スケジュールの打合せ
5月	2日	年間の事業打ち合わせ（下野市役所）
	17日	「東の飛鳥」のブランディング活用法の検討（下野市役所・オンライン）
6月	8日	「東の飛鳥」のブランディング活用法の検討（下野市役所・オンライン）
	16日	エゴマ灯明の会開催に伴うボランティア募集について（下野市役所）
7月	26日	「東の飛鳥」キャッチコピー活用市民WS開
	27日	「東の飛鳥」のファッションワークショップのための打合せ
8月	25日	東の飛鳥ツーリズム事業者打合せ（下野市役所）
9月	7日	「東の飛鳥」のファッションワークショップに伴う打合せ
	16日	「東の飛鳥」のファッションワークショップの開催
		エゴマ灯明の会の開催
10月	3日	東の飛鳥ツーリズム事業者打合せ（下野市役所）
	18日	東の飛鳥シールラリー打合せ（下野市役所）
11月	16日	東の飛鳥シールラリー及び公園遊びWS打合せ（下野市役所）
	29日	「東の飛鳥」キャッチコピー活用打合せ（オンライン）
	29日	東の飛鳥ツーリズム事業者打合せ（下野市役所）
12月	8日	東の飛鳥ツーリズム事業者打合せ（下野市役所）
	9日	東の飛鳥ツーリズム開催（42名参加）
	18日	「東の飛鳥」関連事業打合せ（オンライン）
	24日～2月12日	東の飛鳥シールラリー 2023・2024の実施（～2月上旬まで）
1月	19日	「東の飛鳥」プロモーションについて研修会
	29日	事業報告会
2月	4日	色紙作りワークショップ（公園遊び）
	12日	ジャイロ紙飛行体作りワークショップ（公園遊び）

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
鎌子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町  
北利

## 5

## 主な成果

## a 「東の飛鳥」を知る

## ・下野市のキャッチコピー活用ワークショップ

市民と市の若手職員によるWSによって、キャッチコピーの使用方法について検討した。

今後、対外的にプロモーションを実施するために「シモツケ ウツツケ」のキャッチコピーの商標登録申請を行う予定。



## ・東の飛鳥ファッションワークショップ

令和4年度は、機織形埴輪や結城紬など本市の歴史文化に着想を得たファッションコンテスト・ファッションショーを実施した。今年度は、不要な衣類などをリサイクルする取り組みとして、下野市の文化財をイメージしたオリジナル文様をシルクスクリーン工法で印刷するワークショップを開催し、制作した作品を多くの来場者がある下野薬師寺跡エゴマ灯明の会のオープニングイベントで披露した。日ごろ史跡等に来る機会が少ない親子連れなどの若年層が主体で、とても楽しかったという感想をいただいた。



## b 「東の飛鳥」に来る

## ・東の飛鳥ツーリズム

アフターコロナに向けて、市外に向けて東の飛鳥のモニターツアーを開催した。ツアーの募集等については、地元のバス会社に委託をおこなった。県内の募集は地元新聞社の広告欄で行い、県外については、市が運営する首都圏向けシティプロモーション専用サイト等での周知を図った。



## ・東の飛鳥シールラリー

シールラリーのポイントとして、昨年度は飲食店12店舗の協力を得たが、今年度は18店舗の協力を得ることができた。協力店舗には、東の飛鳥ガイド店として登録して貰い、次年度以降もイベントPRや関連パンフレットなどの配布などを継続して依頼する。



## c 「東の飛鳥」で楽しく過ごす

### ・エゴマ灯明の会の実施と会場設営ボランティアの募集の実施

ボランティア募集については、今年度発足した若者の地域参画や若者の挑戦を支援することを目的とし設立されたNPO法人青二才に委託して実施した。

令和4年度からイベントボランティアを募集し、グレードアップしたポスター・チラシを作成したことによって来場者数がコロナ前の2倍へと増加し、令和5年度も同様の来場者があった。また、若者の地域参画を応援するNPO法人にボランティア募集を委託したことにより、史跡に来訪する機会の少ない10代後半から20代が半数以上ボランティアとして参加してくれた。

来場者からは、「癒される」「こんなイベントがあるのを知らなかった」などの声があった。また、会場設営に参加したボランティアからは「来年も参加したい」などの声があった。

### ・ジャイロ紙飛行体作りワークショップの実施



## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

今後庁内のワーキンググループを正式に発足させ、PR方法や各事業との連携方法などについて検討し、将来的には市民参加の促進（インナーブランディング）から、関係人口の創出による移住・定住の促進に向けた取り組みを展開していく。「本事業の発展に向けた多くの市民を巻き込む仕組みづくり」として、史跡公園を活用した下野薬師寺跡のエゴマ灯明の会を開催、東の飛鳥ファッションWS及びコンテストを実施した。下野薬師寺跡のエゴマ灯明の会では、周知方法等を工夫した結果、来場者数がコロナ前の2倍へと増加しただけでなく、普段は文化財に接する機会が少ない層を集客することができた。

今後も、東の飛鳥ファッションコンテストや公園活用のWSなどのイベントを継続的に開催し、公園の来客増加、エゴマ灯明の会などの集客率の高いイベントの磨き上げが課題となる。また、来場者がイベントに参加する仕組みづくりによって、交流人口の増加を促し、ボランティアなど関係人口の増加へとつなげていく。

東の飛鳥ツーリズムについては、今年度初めて市外に向けたモニターツアーを開催し、首都圏からの参加者もあった。参加者アンケートではツアーの満足度も高かったため、地域の観光事業者とも連携したイベントを継続的に実施し、東の飛鳥の魅力を県外に伝えていくことが大切と実感した。今後はふるさと納税の返礼品メニューなどに「東の飛鳥を巡る旅」などのツアーメニューも加え、下野市の魅力を市外に伝える。

シールラリーは今年度で3年目になり、協力店舗はガイドショップとして文化財のマップやイベント案内の掲示も協力している。観光収益の増強と事業の自走化が課題だが継続的に実施していることから認知度も上がってきているため、引き続き市内周遊を楽しみながら文化財を巡るイベントを企画する。また、観光集客の強化及び関係人口の創出のため、今回新たに完成したキャッチコピーを活用しつつ、県外へのPRについても効果的に実施する。

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
鎌子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
北利



## 市民が良さを語れる観光戦略

本田屋本店有限公司 代表取締役 本田 勝之助

### 【下野市民が魅力を発掘したくなるインナーブランド戦略】

東の飛鳥という文化財の特徴を先ず市民が面白く自分事にして魅力を語るようになるにはどうしたらよいか？「地域の魅力を『発掘』しましょう！」。

『シモツケ〇〇ウツテツケ』。みなさんにとっての『〇〇』とは何ですか？

それを集めて眺めてみると新たな魅力に気づくことができる。そんな観光戦略の土台を役所の部署横断で実施することを決め動き出しました。益々その後の成果が楽しみな取り組みです。

### 【下野市全体でのオーソライズとコンセンサスという成果】

昨年度までの取り組みで、「方向性が定まり」かつ市長幹部の理解も経て、およそ全部署で取り組むことになった「シモツケくらしウツテツケ」。もとより、市民や民間事業者こそが、扱いやすく、使ってみたい、自社や自店舗でも使ってみたい。という声の大きかったこのフレーズに大号令がかかることができました。

何で「下野市」を記憶してもらおうか。「ウツテツケ」というポジティブな言葉をそれぞれが好きに使えば使うほど、それが頭にこびりつく。使うと癖になる。そんな取組が、それぞれの部署や民間事業者から始まっていくと思います。予算があり推進役がいなければ進まない事業ではなく、もはや、勝手に、それぞれが使いたい！取り組みたい！と思ってもらえ、自由に取組むほど成果が出る「言葉という仕組み」がオーソライズ（コンセンサス）されたのは大きな成果だと思います。

### 【暮らしの魅力に着目し、VFRトレンドを踏まえた仕組みづくり】

暮らすように滞在すること。UNWTO（国連世界観光機関）が伸びが高いと発表している、「Visit Friends & Relatives」会いたい友人がいるから何度も訪問する。観光のトレンドを先取りした仕組みづくりだと思っています。「シモツケ〇〇ウツテツケ」の「〇〇」が自分との共感値が高いと仲間になりやすい、会ってみたいと思わせる効果を高めます。また、知らない暮らしの魅力もPRされることで、知ってみたい、体感してみたい。という興味を喚起させることにもつながります。いかに魅力的な暮らしの魅力が発見できるか、どうPRするのか？魅せられるのか？が実は難しく、上手にできている地域が少ないのが実態です。

「ウツテツケ」という言葉は「シモツケ」ゆえに用いられる言葉ですが、このフォーマットは他地域の暮らしの魅力を発掘から魅せる方法として、VFR推進の方法としてモデルになりえるのではないかと思います。

## 2-8 千葉県銚子市【銚子資産を活かした「学び」でつながる関係人口創出事業】

### 事業概要

総事業費	3,000千円
助成金額	2,000千円
外部専門家	小川 和 (SAS 合同会社 代表社員)

### 自治体概要

人口	56,373人 (住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日)
面積	84.12 km <sup>2</sup>
人口密度	670.15人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	15,307,304千円 (令和3年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.61 (令和3年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	84.8% (令和3年度市町村別決算状況調)
担当課室	銚子市教育委員会社会教育課文化財・ジオパーク室

### 取組概要

#### 事業開始時点

- 中期にわたって持続可能な事業推進体制の構築  
→ 官民連携による事業の推進体制構築、その体制による事業推進の必要性
- 特徴的な歴史文化や自然の地域資源活用  
→ 日本遺産、ジオパーク等、認定された地域資源を活用した「学び」観光強化の必要性
- 銚子市の政策目標としての関係人口拡大  
→ 地域ブランディングと観光事業強化を通じ、認知と収益の向上を伴いながら目標を追求

#### 外部専門家による支援

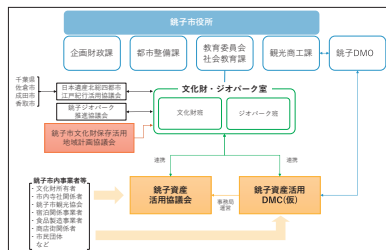
- 銚子資産活用体制構築
  - ・ DMC化に向けた準備・調整
  - ・ 地域の外部人材の巻き込み
- 「学び」プログラム開発
  - ・ 「学び」体験コンテンツの拡充
  - ・ コンテンツを活用したツアー化準備
  - ・ ブランディングやコンセプトの整理
- 銚子の「学び」情報発信強化
  - ・ コンセプトに基づく情報発信 (資料作成・配布、SNSでの発信)

#### 事業終了時点(成果)

- 銚子資産活用協議会の強化
  - ・ DMC機能の位置付け再整理
  - ・ 地域民間プレイヤーとの連携
- 「学び」コンテンツ整理・開発
  - ・ 「学び」関連体験コンテンツのブラッシュアップ・追加
  - ・ 「学び」体験コンテンツの開発
  - ・ ツアー化に向けた課題整理
- Webでの情報発信、地域ブランディング



特徴的な歴史文化・自然資源



官民連携の事業推進体制



体験コンテンツの整理・開発

北海道  
小樽市

北海道  
寿都町

宮城県  
栗原市

山形県  
庄内町

福島県  
郡山市

茨城県  
鉾田市

栃木県  
下野市

千葉県  
銚子市

富山県  
上市町

大阪府  
東大阪市

奈良県  
十津川村

広島県  
府中市

山口県  
萩市

高知県  
室戸市

福岡県  
大刀洗町

鹿児島県  
南大隅町

鹿児島県  
知多町

北  
利

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

千葉県銚子市は、市域の三方を利根川と太平洋に囲まれ、夏冬の気温差が少ない温暖多湿の気候となり、江戸時代以降、地の利や気候が水産業や醤油醸造業などの産業の発展を支え続けている。この地形や風土、そして歴史を背景に、本市の歴史文化や自然を「地域の宝」として守り、伝えていこうという機運が市民の中で高まり、ジオパークや日本遺産などの各種文化的なプログラム認定を取得しながら、地域振興や観光振興につなげようと取組んでいる。そこで、本市は2017年に「銚子市歴史文化基本構想」を策定、さらに2020年に「銚子市文化財保存活用地域計画」を作成し、前述の活動とあわせて、地域の多様な主体者との連携・協働による文化財保護、ストーリーを活かした歴史文化観光による地域活性化を図っている。

本市は、急激な人口減少に直面しており、将来にわたる地域経済の縮小を克服するために、歴史文化・自然に基づく豊富な地域資源を活かしながら、地域内の産業を活性化し、仕事を創り出す必要がある。その中で、ジオパークや日本遺産といったプログラムは、地域ブランディングや観光等の収益向上といった部分での効果が十分ではなく、こうした状況を改善し、関係人口増加と地域経済への寄与といった成果を上げ、官民連携により強力な推進体制の構築と事業展開に取組み、若い世代が求める「しごとづくり」を第一目標として、さらに「ひとづくり」「まちづくり」の施策を推進することで、地域資源が循環する銚子創生を目指そうとしている。

### b 事業の目的

地域資源が循環する銚子創生を目指す中で、「文化財を活かしたまちづくり」を推進し、①地域内外の人に対する地域の歴史文化・自然に関する情報発信と普及啓発、②文化財保護のための活動や文化財を活用した収益活動、③文化財保存活用を牽引する地域人材の見出しと育成、体制構築を柱として、官民が連携して、統合的に事業を推進するために、「銚子資産を活かした「学び」創出事業」を実施することとした。本事業は、拠点施設の整備を中心としたハード事業、地域の歴史文化・自然を活かした「学び」体験コンテンツ開発を中心としたソフト事業、「学び」を核としたブランディングと情報発信、これらを推進していくための体制づくりから構成されている。このような取組みを進めることで、市民のシビックプライドの涵養、さらに地域外の人々の銚子に対する関心を高め、移住増、関係人口増につなげていくことを目的としている。

## 2 事業実施内容

### a 銚子資産活用体制構築事業

歴史文化・自然を活かした「学び」ツーリズム等による収益財源化と、DMC 設置を目標に据えて、地域プレイヤーの見出しと巻き込み、事業協議・連携を進めた。

市域内で活動しているジオパークや文化財のガイドや、外川地区を中心に観光中心のまちづくりを行う若手グループの連携を図るため、コミュニケーションを活発化させた。外川地区の1名は、協議会事務局や外部専門家との定期的なミーティングに参加し、企画の具体化や推進の連携を深めている。

### b 「学び」プログラム開発事業

前年度のコンテンツ整理を基にコンセプトの整理や、コンテンツを活用したトライアルツアーに取り組み、今後に向けた検証を行った。

特に、ベースコンセプトとして、銚子の二大資源であるジオパークと日本遺産を融合した「銚子時間。」を伝えるため、地域の住民や事業者の理解を深めていくことが重要と考え地域プレイヤーの巻

き込むために実施した情報共有・意見交換会等で、本事業への参画関係者間での共有を始めた。

### c 銚子の「学び」情報発信強化事業

ブランディングの方向性やコンセプトに基づき、リーフレットの作成と配布（まずは地域の関係者に対して活用。来年度にかけて観光スポット等への設置を検討中）、SNSでの発信を進めることとした。

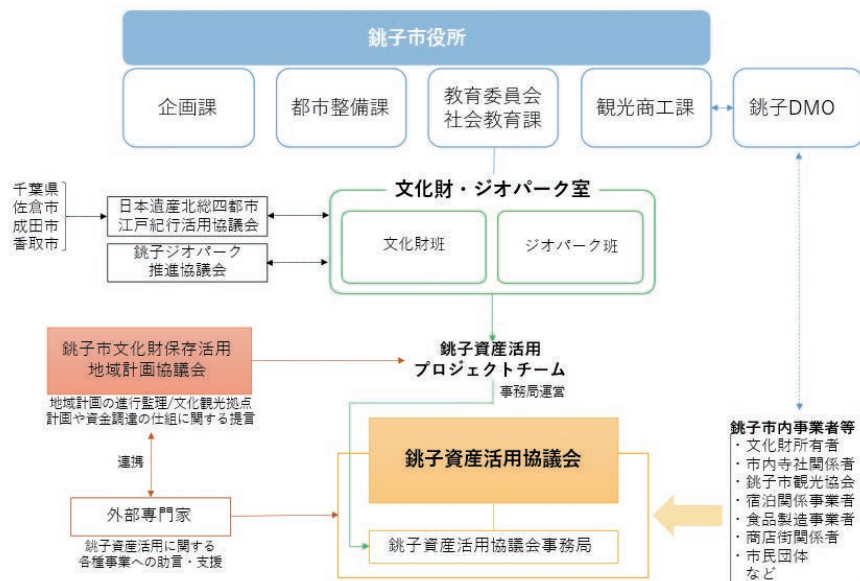
## 3 事業実施体制

### a 事業実施体制の概要

事業の実施主体である文化財・ジオパーク室は7名体制で、室長を中心に文化財班及びジオパーク班の各班長及び班員とともに推進し、以下3点の役割を担った。

- ・本事業のゴール課題であるDMC化に向けた体制構築のための準備・調整
- ・「学び」プログラム構築のための具体プログラムの準備・調整
- ・「学び」プログラムを軸とした情報発信に向けた事業推進

#### 銚子資産活用協議会の体制



### b 外部専門家の役割

- ① 銚子資産活用体制構築事業
  - ・地域プレイヤー見出しに関する支援
  - ・DMC化に至る準備に関する助言
- ② 「学び」プログラム開発事業
  - ・「学び」体験コンテンツ開発に関する助言・支援
  - ・ツアープログラム検討・準備に関する助言
- ③ 銚子の「学び」情報発信強化事業
  - ・ブランディング整理、アウトプットに関する助言
  - ・情報発信の内容に関する助言

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町北海道  
北利

## 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	11日 25日 27日	今年度の事業内容の確認・協議 体制に関する打ち合わせ ふるさと財団とのキックオフミーティング
5月	1日 25日	コンテンツ整備に関する協議 情報発信に関する協議
6月	13日 16日	事業進捗確認打ち合わせ 体制に関する協議
7月	3～4日	ふるさと財団地域視察、地域プレイヤーとのミーティング実施 事業進捗確認打ち合わせ
8月	7日 21日	事業進捗確認打ち合わせ コンテンツ整備に関する打ち合わせ
9月	1日 11日 20日、27日	体制に関する協議 事業進捗確認打ち合わせ 情報発信に関する協議
10月	4日 10日 26～27日 30日	コンテンツ整備に関する打ち合わせ 事業進捗確認打ち合わせ 着地型観光プログラム「トライアルツアー」実施 実施情報発信に関する協議
11月	16日 22日	事業進捗確認打ち合わせ 情報発信に関する打ち合わせ
12月	21日	事業進捗確認打ち合わせ
1月	15日 24日 29日	体制に関する打ち合わせ 事業進捗確認打ち合わせ ふるさと財団マネージャー報告会
2月	1日～9日	実績報告書作成・提出

## 5 主な成果

### a 銚子資産活用体制構築事業

昨期に検討・整理した DMC 化のロードマップやパートナーシップ制度を踏まえ、具体的な地域プレイヤーの巻き込みに力を入れ、複数の地域プレイヤーとの接点を深め、協働できた。

#### ・中核となる若手プレイヤーの事業への参画・協業

外川地域の若手プレイヤー 1 名が参画し、事業企画や推進で協業したことは今後良い影響を与える。外川地区で古民家をリノベーションした宿泊施設を運営し、また教育旅行の受入れに携わった経験もあり、地域の若手とのネットワークも広く、地域の民間プレイヤー巻き込みがなり進展すると期待する。

#### ・まちづくり協議会との協業による DMC 機能の検討

DMC 機能を稼働させるため、当初、銚子市教育委員会文化財・ジオパーク室内にチームを設置する想定で検討したが、市内にまちづくり協議会の設立の検討が始まった。

## b 「学び」プログラム開発事業

## ・コンテンツリストの拡充

昨年度、取り組んだコンテンツリストの拡充を行ない、地域プレイヤーとの協業によって、22のアクティビティを追加した。

## 体験コンテンツリストの追加・拡充

対象地区	No.	施設/地点名	ポイント/アクティビティ	対象地区	No.	施設/地点名	ポイント/アクティビティ
高野川地区・高田川地区	1	銚子ちぢみ伝統工芸館	日本遺産構成文化財	犬吠埼・外川地区	11	犬吠埼の白帯紀浅海堆積物	日本遺産構成文化財
	2	余山貝塚	縄文時代後期の遺跡。ペンケイガイの貝輪製作址		12	犬吠駅	ぬれ煎餅手焼き体験は10:00～16:00(要予約)
	3	高田川	チバニアンの地層見学ポイント		13	満願寺	
新生地区・銚子みもと地区	4	ヒゲタ醤油・ヒゲタ史料館	日本遺産構成文化財	14	地球の丸く見える丘展望館	銚子ジオパーク関連の展示/ワークショップ	
	5	Henney Farm	キャベツ収穫体験	15	葦海神社の極相林		
	6	ヤマサ醤油(しょう油味わい体験館)	日本遺産構成文化財 2022年11月より工場見学一部再開	16	千騎ヶ岩	日本遺産構成文化財 千葉県最古の岩石を観察可能	
	7	山十商店	日本遺産構成文化財	17	犬岩	日本遺産構成文化財	
	8	銚子漁港第一卸売市場 二階	※団体の場合のみ要予約	18	外川の町並み	日本遺産構成文化財	
	9	飯沼観音	日本遺産構成文化財	19	大杉神社	日本遺産構成文化財	
	10	旧百成家住宅(網針体験)	日本遺産構成文化財	20	外川ミニ郷土資料館	日本遺産構成文化財	
屏風ヶ浦	21	(有)銚子海洋研究所	沖合イルカウォッチングは4～5月、沿岸イルカウォッチングは通年、沖合イルカ・クジラウォッチングは11月～3月に実施。その他サンセットクルーズ(土日祝日のみ)、サンライズクルージング(1月2日、3日)も実施	22	CHOSHI KAYAKS/船TKS	スキーカヤック体験	

## ・トライアルツアーの実施

10月に開催されたジオパーク全国大会は、全国各地から訪問客が増える機会であるため、「学び」ツーリズムに関する2つのトライアルツアーを実施した。一つは“江戸時代からジオパーク!?”として「磯巡りコンテンツ」、二つ目は“海×風×大地 まるっと銚子体験”として「キャベツ収穫体験コンテンツ」「屏風ヶ浦カヤック体験コンテンツ」であった。これらは、「学び」ツーリズムが目指す、銚子の歴史文化資源とジオが融合した、体験しながら銚子資源を学ぶツアーコンテンツとして展開している。



実施したトライアルツアー

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北利

海尻町

### ・ブランドコンセプトの整理

「銚子時間。」を基にしたコンセプト整理を行い、「学び」ツーリズムで訪れる観光客への訴求、旅行会社等への誘客営業活動を行う際や、地域住民に改めて銚子における「学び」ツーリズムの理解度を高め、浸透を図る場面などで、発信の基盤となるメッセージの整理を行った。

## C 銚子の「学び」情報発信強化事業

### ・リーフレットや SNS による発信

ブランドコンセプトに基づき、リーフレットを作成、配布した。また、同様の内容で、事業予算外であるが、「銚子時間。」その他のアカウントによる SNS 発信を予定している。



作成したリーフレット

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

### ① 銚子資産活用体制構築事業

若手のプレイヤーの活発な活動が見受けられ、個別の情報発信活動となっている。また、洋上風力発電事業誘致の決定により、地域の活性化に向けた地域内外での活動も加速しており、まちづくりや観光の領域にも動きが出てきている。このような動きの中で、従来から複数の市民グループによる活動も継続的に行われているが、これらの連携による、「面」としての活動展開が課題である。

市内の環境、課題認識を踏まえると、「学び」ツーリズムの展開は、活発なプレイヤー連携の有力テーマであり、連携を強めて教育にフォーカスした DMC の立ち上げを実効性ある形で進める必要がある。

### ② 「学び」プログラム開発事業

昨年度並びに今年度とコンテンツの整理・拡充やコンセプトの整理といった土台づくりに力を入れてきた。これらを踏まえ、3年目となる来期は、自走を見据えた収益化の準備を加速する必要がある。今年度の着地型のツアートライアルの検証・分析を進めつつ、本市で実績があり、短期的に誘致が見込める、学校への教育旅行誘致の目途を立てる活動に力を入れる必要がある。

### ③ 銚子の「学び」情報発信強化事業

今年度までに、リーフレットや SNS 発信に力を入れてきたが、さらに、コンセプトに沿った形で Web サイトのリニューアルを行うとともに、これらの情報発信ツールを活用しながら、ガイドや地域住民等、地域で活動する人たちの共通理解を図るインナーブランディングの強化が、「学び」ツーリズムの地域外への訴求を強めるために重要と考える。



## 7 外部専門家コメント



## 地域プレイヤーとのタグで 「学び」で地域活性化を推進

SAS 合同会社 代表社員 小川 和

### 地域自走を目指した地域プレイヤーとの連携

銚子市においても観光領域では既存組織がありますが、歴史文化や自然を扱う文化観光に属する内容は、専門性が高いゆえに上手く活用できていない現状があります。本事業で扱う「学び」にフォーカスした観光を実現するため、機動力と実効性のある組織作りに向けた体制のデザイン、そして、その活動を担い、行政と協業する地域内におけるプレイヤーの見出し・育成強化がカギと考えます。本事業の中核となっている文化財・ジオパーク室は庁内関係部署や地域のまちづくり団体と連携して、文化観光や「学び」ツーリズムを訴求する専門機能を次年度に立ち上げていく予定ですが、地域で徐々に役者（地域プレイヤー）の参画が増えていく中においては次に、行政の関係者含め、誰が、何をいつまでに実施するか、といった、役割の明確化が重要になってきます。

この事業で見出した地域プレイヤーとの連携を深めるためにまず、体制内にワーキンググループを設け、参画しやすくすることで、相互に情報共有、意見交換する機会を作っていくことも重要であると考えています。あわせて、そこに参画する地域プレイヤーを増やし、積極的・能動的な協業を広げていくためには、これらの活動を広く周知し、興味関心を高めつつ、協業がメリットとなる運用内容に高めていく必要もあります。

### 地域プレイヤーとともに作るコンテンツ、そのためのブランドコンセプトの共有

体験コンテンツに関する地域内外でのニーズについては、歴史・文化資源の活用の文脈で一定程度、有効であることが昨年度のヒアリングや調査であらためて確認することができました。コンテンツの選定にあたってはまず、銚子の強み（たとえば、ジオに代表される自然・景観や、水産に代表される食など）を活用するアクティビティであることが重要であり、それら資源の訴求力を活用し、情報発信を強めていく必要があります。また、体験コンテンツの見出しや開発を、上述の地域プレイヤーとともに推進しながら、官民協働の体制づくりに活用していくことも有効であると考えており、その有効性は今年度の事業においては、地域プレイヤーのチームへの参加という形で確認することができました。

情報発信についても、既存サイトである「銚子時間。」のブラッシュアップ、銚子資産全体（特に日本遺産とジオパーク）のストーリーの再整理を図ることが重要と考え、今期そうした整理とツールづくりに注力しましたが、今後それらの活用を進めるとともに、コミュニケーション媒体（HP、SNS、紙媒体）間の連携やターゲットごとの媒体の使い分けなど、関連するツールを全体的に再編成していく必要があります。

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

名瀬市

北海道

北見市

## 事業概要

総事業費	9,184千円
助成金額	6,122千円
外部専門家	藤村 雄志 (G&C コンサルティング株式会社 代表取締役)

## 自治体概要

人口	19,228人 (住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日)
面積	236.71 km <sup>2</sup>
人口密度	81.23人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	6,641,722千円 (令和3年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.46 (令和3年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	84.6% (令和3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	外部専門家による支援	事業終了時点(成果)
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地域内事業者同士の連携の素地がある。</li> <li>■ 町の課題解決策の構想を民間主体で検討した。</li> <li>■ 収益の出せる事業内容に関して具体的な検討が必要である。</li> <li>■ 域外企業進出を伴う、より具体的な要素(事業案)の実現に向けた動きが必要である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地域事業者と都市部事業者の連携による地域課題解決に向けた持続性のある新規事業の検討と域外企業を呼び寄せる事業主体の構築に向けた検討。</li> <li>■ 本プロジェクトを広く周知するための全体会議の開催と事業を検討する検討委員会の開催及び取りまとめを実施。</li> <li>■ 都市部でのプロジェクトのPRと上市町への進出見込みのある都市部事業者の上市視察ツアーを開催。</li> <li>■ 実証事業の内容検討と実施。</li> <li>■ KAMIICHI チャレンジプロジェクトHPでの情報発信。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 実証事業を経て地域の課題解決に資する事業を推進する法人について、その内容が定まるとともに、検討に参加した地域の事業者の法人設立に向けた意欲が醸成され、推進する事業内容についても具体化された。</li> <li>■ 地域事業者と都市部事業者の連携により、地域課題解決のための法人設立に向けて、動き出した。</li> <li>■ 連携可能性のある都市部事業者との関係構築が促進され、継続的な関係性が構築できた。</li> <li>■ 地域住民をはじめとする関係者の本プロジェクトへの興味関心を喚起できた。</li> </ul>



● KAMIICHIチャレンジプロジェクトHP



● 活動の様子

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

上市町（以下、本町という）は、富山県の中央東側に位置し人口19,029人（2024年1月1日現在）、面積236.71km<sup>2</sup>で面積の8割が山地の製造業を中心とした田園工業都市である。

本町を代表する産業は、医薬品関連、プラスチック関連などの製造業であり、創業50年を超える地域に根付いた企業も少なくない。本町では、町内事業者、金融機関、地元唯一の県立高校及び町が官民一体となって地域の課題を議論する任意団体「ハッピー上市会」が2013年に設立され、毎月開催される定例会では地域のステークホルダーが意見交換を行い、議論を契機に、地元高校生向けの町内企業紹介イベントなど地域活性化に向けた活動が生まれており、官民連携や企業間連携を推進しやすい素地が形成されている。しかし、町内の関係者のボランティアとして行われる活動のみでは、地域に新たな人の流れや若者が活躍できる事業の創出が難しいという課題があった。

人口減少が進行する中で地域に活力を取り戻すような新規事業を創出していくため、地域外の企業や人材とともに地域活性化を図っていくことが必要と考え、サテライトオフィス誘致事業の展開による都市部事業者のツアー等を実施したが、都市部事業者からは、経営者として本町に魅力を感じても、企業としての進出には至らないという課題が明らかになった。

そこで、地域事業者を中心に「地域の将来像を描き、何を目指すのかを明らかにし、その実現に向けて地域内外の企業連携を進めることで、地域の課題解決を推進する。」という考えに至り、町内企業経営者等の20名弱が地域課題抽出と課題解決に向けた構想を練り、その過程に地域外の企業経営者にも参加してもらう方法を実践した結果、本町の有する山岳等の地域資源を有効活用した人材育成や観光関連産業などの新規事業の創出に向け、地域内企業連携を推進し、そこに地域外の企業や人材を誘致し、事業を継続させるための法人設立と当該法人による事業展開を目指すという具体的な目標が定まった。

### b 事業の目的

「第2期上市町まち・ひと・しごと創生総合戦略」と一体的に、「第8次上市町総合計画」を策定し、その3つの基本目標のうち1つが「にぎわう上市 ～変化と継承へのチャレンジで“にぎわう”産業・基盤」であり、具体的な施策として「起業への支援と企業誘致」を掲げている。具体的には、「既存の枠を超えた地域産業を創発するため、町の地域資源を生かし、産学官金労言士連携と産業間の連携強化、最新技術の社会実装に取り組むことにより、新事業の創出や販路拡大を支援します。」としている。

本事業はこれの具体的な施策に該当する事業であり、地域の企業連携による新規事業を創出し、それを実施する法人を民設民営で設立し、事業を通じて地域に雇用を生み出すことで、民間主導の持続的な地方創生を推進していくことを目的としている。本町の地方創生において非常に重要な位置づけを持つ事業である。

## 2 事業実施内容

### a 地域内事業者との事業構想

令和4年度（2022年度）に実施した本町の事業において、地域の課題解決に向けた事業構想の検討に参加した町内企業の経営者等を中心に、本年度、検討委員会を組織し、取り組む事業の方向性、新設法人の理念、事業計画、組織体制等に関する検討を月1回の頻度で実施し、法人設立に向けた具体的な内容を取りまとめる。

## b 地域外の企業や人材との連携創出

これまで本町を視察に訪れた地域外企業を含めて検討された法人の事業内容に関連する地域外企業及び人材を選出し、法人への参画を視野に地域内外の企業間連携等を促進する。

## c 構想に基づく事業の検証

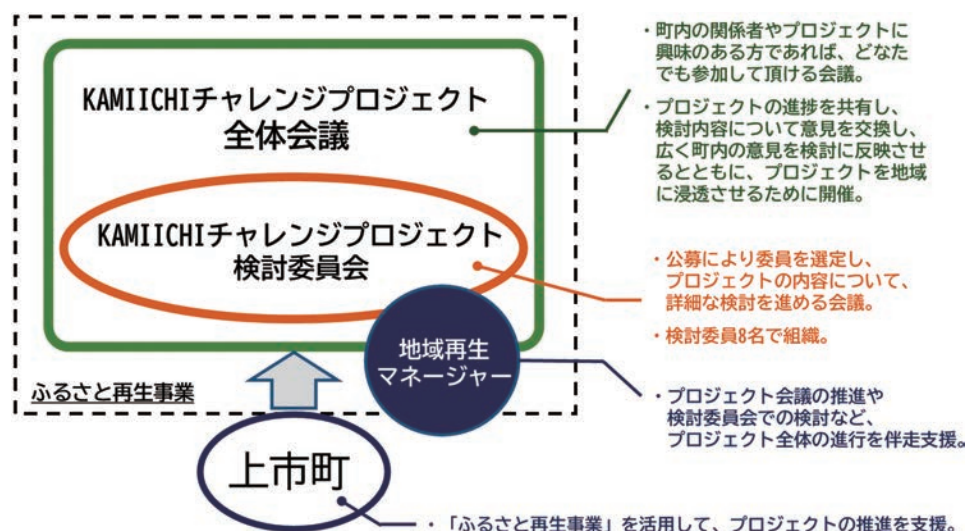
検討された事業内容に関連した事業の実証を複数回実施して、事業性や問題点を確認するとともに、結果を踏まえて事業内容について精査する。

## d 情報発信

当該取組みの情報発信により、事業実装に向けた社会的な関心を高めるとともに、本町における本事業による取り組みに対する興味関心を喚起することで新たに同様の挑戦を志す地域内外の事業者の獲得につなげる。

# 3 事業実施体制

## a 事業実施体制図



## b 外部専門家の役割

本事業では3名の外部専門家を活用した。3名の外部専門家の役割は以下のとおり。

### ① 町内企業ヒアリング

令和4年度に実施した地域課題解決ワークショップ参加企業を中心に町内の事業者が連携した新規事業の創出及び実施体制構築に向けたヒアリングを実施し、地域事業者における中心的な役割を果たす企業などを見極める。

### ② 実施体制構築への助言・指導

地域課題解決に資する新規事業の検討及び事業実施体制（法人設立）に向けた助言・指導。

### ③ 人材誘致・育成への助言・指導

実施体制の構築の要となる、法人設立とその法人を動かすヒトの育成や地域再生マネージャーのこれまでの活動歴を活用した、都市部人材の視察誘致や都市部でのマッチングを実施。

### ④ ビジネス創出への助言・指導

新規事業をビジネスとして構築するための、企画、財務的な視点での助言・指導。

## 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
5月	25日	KAMIICHI チャレンジプロジェクト 第1回全体会議 (キックオフ) (※以降、この表において KAMIICHI チャレンジプロジェクトは「KAMI チャレ」と略す) ・昨年度の取り組みと今年度の取り組みの紹介 ・事業実装に向けて専門家による講演／・検討委員会メンバー募集 ・ふるさと財団現地視察、会議参加
6月	8日 16日 21日	KAMI チャレ 検討委員会メンバー決定 KAMI チャレ 第1回検討委員会 (WEB) ・顔合わせ／・町に足りていないこと、町をどうしていきたいのか KAMI チャレ 第2回検討委員会 ・昨年までの検討状況、今年度のゴール等の共有／・事業案検討
7月	19日	KAMI チャレ 第2回全体会議 ・検討委員紹介／・検討委員会での協議事項の報告 KAMI チャレ 第3回検討委員会 ・検討委員会のリーダーについて／会社理念の検討／・実証事業の検討 ・東京、大阪での説明会について
8月	8日 23日 29～30日	KAMI チャレ 第4回検討委員会 (WEB) ・検討委員会リーダーの決定／・理念の検討 ・東京、大阪での説明会について／・事業案の検討 KAMI チャレ 第5回検討委員会 ・理念の決定・事業項目の決定・東京、大阪での説明会について ・都市部企業の町体感ツアーについて KAMI チャレ 都市部での説明会 ・29日 (大阪) 都市部企業11社11名にプロジェクト説明 ・30日 (東京) 都市部企業11社11名にプロジェクト説明
9月	19～20日 20日 20日	都市部企業の町体感ツアー実施 2社2名ツアー参加 KAMI チャレ 第3回全体会議 ・検討委員会での協議事項報告／・大阪、東京での説明会報告 KAMI チャレ 第6回検討委員会 ・KAMI チャレの方向性／・本年度実証事業内容の検討
10月	12日	KAMI チャレ 第7回検討委員会 (WEB) ・実証事業の決定 (→ ふるさと納税業務の内容と現状の把握のための説明会) (→ 検討委員が地域文化を知るアテンドツアー)
11月	8日 21日 22日 29日	KAMI チャレ 第8回検討委員会 ・実証事業内容検討／・都市部企業の視察ツアー情報共有 ・会社の設立について 都市部企業の町体感ツアー実施 2社2名ツアー参加 実証事業 [検討委員が地域文化を知るアテンドツアー] KAMI チャレ 第9回検討委員会 ・実証事業「地域文化を知るアテンドツアー」の共有について ・実証事業「ふるさと納税に関する講演会」の開催について ・株式会社 KAMIICHI チャレンジ(仮)の体制について 29日 実証事業 [ふるさと納税制度について理解を深める講演会] ・講師：株式会社ウィルドリブ代表取締役 高田 要一郎 様 ・検討委員会を含む町内の30名程度が参加
12月	5日 20日	検討委員、外部専門家による町長への進捗報告 KAMI チャレ 第4回全体会議 ・実証事業の内容報告 ・検討委員会での協議事項報告 (事業内容や法人設立について) KAMI チャレ 第10回検討委員会 ・事業内容及び目標の検討
1月	24日 29日	KAMI チャレ 第5回全体会議 ・本年度の事業の振り返り ・株式会社 KAMIICHI チャレンジについて KAMI チャレ 第11回検討委員会 ・組織の確認、事業内容及び目標の検討 29日 地域再生マネージャー報告会

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町  
北海道  
北見市

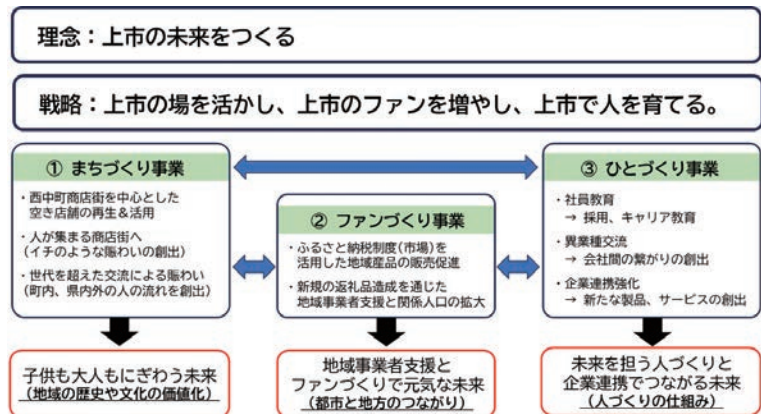
## 5 主な成果

### a 株式会社設立に向けた意識醸成と事業構想

KAMIICHI チャレンジプロジェクト検討委員会を組織し、外部専門家による検討の深化などに関する伴走支援の下、検討委員会を月に1～2回の頻度（計11回）で開催し、「KAMIICHI チャレンジプロジェクト」事業案を練り上げた。また、事業実施を担う実施主体である法人設立についても同時並行で議論し、外部専門家からのアドバイスを受けながら、地域事業者である検討委員が核となって、都市部事業者との連携を生み出すために株式会社を民設民営で設立・運営していく意識が醸成された。

#### 検討委員会の開催

検討委員会での検討結果を広く本町内に情報発信し、KAMIICHI チャレンジプロジェクトの賛同者を増やすため「全体会議」を計5回開催した。平均20～30名の方に参加いただき、会議の内容は報道機関による情報発信も通じて広く周知を図ることができた。



KAMIICHI チャレンジプロジェクトの検討成果  
 （新設法人の方向性と事業内容）

### b 地域外の企業や人材との連携創出

これまで本町を視察に訪れた地域外企業を含むKAMIICHI チャレンジプロジェクトへの関心を有する地域外企業及び人材を対象に、外部専門家のネットワーク等を通じて声掛けし、東京及び大阪においてKAMIICHI チャレンジプロジェクトの説明会を開催した。地域内外の企業や人材との連携促進を視野に意見交換を実施し、行政と民間事業者が地域における地方創生の推進に向けてプロジェクトに取り組んでいることや地方創生に資する事業を新設する法人によって実施することで事業の持続を目指すことについて多くの共感が得られた。

また、9月と11月に説明会の参加者や本町への進出を検討している企業や人材を対象にした本町の視察ツアーを実施した。視察では、本町の資源である地域内企業や観光スポットの見学に加えて、検討している事業に関連する関係者や場所を訪問し、さらに検討委員会メンバーとの意見交換を行った。参加者からは、事業内容に関する提案があり、KAMIICHI チャレンジプロジェクトとの関係性の維持や具体的な連携について進めていきたいという意見が出た。



大阪開催 8/29



東京開催 8/30



第1回視察ツアー  
 9/19～20



第2回視察ツアー  
 11/21～22

都市部の企業や人材に向けたプロジェクト説明会

上市町への進出可能性のある企業を招いた  
 上市町視察ツアー

## c 構想に基づく事業の検証

検討委員会においてとりまとめた新規に取り組む事業の方向性を踏まえて、事業の柱として位置付けた「ファンづくり事業」と「ひとづくり事業」の2つについて、より具体的に検討するために以下の実証事業を行った。

- 「ファンづくり事業」→1) ふるさと納税制度について理解を深める講演会
- 「ひとづくり事業」→2) 地域資源に学ぶツアーの体験

### (ア) ふるさと納税制度について理解を深める講演会について

株式会社ウィルドリブンの代表取締役である高田要一郎氏を講師に招き、ふるさと納税の現状と課題、令和4年10月からの制度改正とその影響、ふるさと納税を活用した地域製品の販売促進戦略、地域の魅力向上や地方創生の推進と連動したふるさと納税制度活用の重要性などについて講演をして頂いた。講義を受け、制度変更を踏まえた納税者の選びやすい返礼品づくりやモノではなくコトを返礼品にしていく取り組みの可能性、さらに、ふるさと納税制度をまちづくりにつなげる意味について理解を深めることができ、今後の事業展開を検討するうえで重要な機会となった。

### (イ) 地域資源に学ぶツアーの体験について

人材育成を検討するなかで、「経営者向けの研修会を上市町で行うとしたら地域資源をどう活用できるか？」という観点から検討委員が自ら地域資源について学び直してみる機会を創出した。

参加者の検討委員からは、「何度も訪れている観光地だが、今回のツアーで初めて体験した内容もあり、地元においてもまだまだ知らないことが多いと感じた。」「ガイドの案内を受けながら、地域を見ることで改めて上市の魅力を感じることができた。」といった内容の感想が得られ、地元の大人であっても地域資源を学び直す重要性を再認識する機会となった。



日石寺ガイドツアー 11/21  
歴史的な内容を中心にしたツアーと  
写仏を体験。



立山寺ガイドツアー 11/21  
森の自然を中心にしたツアーと  
アロマオイルづくりを体験。

地域資源に学ぶツアー

## d 情報発信

KAMIICHI チャレンジプロジェクトとして、令和4年度からの取り組みを継続的に情報発信するプロジェクトホームページを運用している (<https://kamiichi-challenge.com/>)。全体会議や新聞報道で当該プロジェクトに興味を持って頂いた方へのご案内や検討経過を会議参加者が振り返る際に活用するなど、本町における本事業に関する情報を一元的に公開している。また、ホームページを通じた能動的な情報発信に加えて、各種メディアへの情報提供を通じて新聞報道を介しての情報発信も行うことができた。

(2024/1/31現在)

- ホームページ 掲載件数：31件（活動報告21件、お知らせ10件）
- 新聞 掲載件数：9回（2社）

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

令和5年度事業では、地域の課題解決に資する事業を推進する法人の概要、具体的な事業内容の検討を推進した。持続的な取り組みとして、KAMIICHI チャレンジを発展させていくためには、法人を設立して事業に着手し、事業を継続させることで法人の経営を安定させることが重要である。

法人については、「利益は地域課題解決に還元するソーシャルビジネスを推進する会社である」という基本的な考え方に賛同いただいた検討委員会メンバーのなかから、設立後に具体的な役割を担えるメンバーが中心となって設立する予定である。また、会社設立後に速やかに事業展開が図れるよう事業計画、利益予測、資本計画等の会社の骨格となる資料を作成し、年度内の会社設立を目指す。

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北海道

北見市

## 「上市の未来をつくる」 持続する地方創生に向けた事業主体の創出



G&C コンサルティング株式会社

藤村 雄志(写真左)

加藤 倫之(写真中央)

木村 航(写真右)

令和5年度の上市町におけるふるさと再生事業は、同町における KAMIICHI チャレンジプロジェクト（以下、「KAMI チャレ」と言う。）を推進する事業として実施されました。KAMI チャレは、町内の民間事業者が連携し、地域外の企業や人材とも連携しながら地域の社会課題解決に資する事業を構想して、その具体的な事業内容を検討し、事業の実施を通じた社会課題解決の実現を目指すものです。KAMI チャレは、事業を通じて持続可能な地方創生を推進するプロジェクトであり、その進捗に応じて、事業の構想、事業実施体制の確立、事業展開、そして改善の連鎖という異なる段階が想定されます。そして、事業展開と改善の連鎖を行う段階に至っては、終わりのない取り組みとなります。この終わりのない取り組みを続けることこそゴーイング・コンサーン、つまり継続企業的前提であり、その枠組みを地域に創出することがビジネスの創出になります。

### 課題とアプローチ

令和5年度の事業では、KAMI チャレとして事業展開を見据えた具体的な事業内容の検討と事業実施体制の確立を目指して事業を推進しました。実施体制としては、詳細を検討する検討委員会を組織し、その結果をどなたでも参加できる全体会議で報告して広く意見を頂くという形で推進しました。このような体制が令和5年度の事業開始からすぐに構築できたのは、官民の多様な主体が地域課題について意見を交わす任意団体「ハッピー上市会」が存在し、令和4年度に同会のメンバーにも参加してもらう形で地域の社会課題解決に向けた事業を構想するワークショップを開催していたからです。一方で、地域の社会課題について議論する場は地域にあるものの、議論した課題の解決に向けた事業を実施する主体がないという課題が地域にありました。そこで、令和4年度の検討とその際の検討体制を踏まえて、令和5年度の検討体制を組織し、実施主体の設立と事業内容の検討を推進しました。

5月から翌1月までの9か月間に検討委員会を11回、全体会議を5回開催した他、都市部の企業等への事業説明会、地域外からの視察受け入れ、事業内容の実証を行うとともに、KAMI チャレ専用 HP にて情報発信も行いました（QR コード参照）。



### 得られた成果

地域のために何かをしたいという熱い思いをもち、それぞれの立場で活動してきた地域の主体が、「上市の未来をつくる」という理念のもとに事業を行う会社を、得られた利益を町のために再投資することを前提として設立することが決まったことは大きな成果です。そして、事業内容として「まちづくり事業」、「ファンづくり事業」、「ひとづくり事業」の3つを柱に、ふるさと納税という制度も活用しつつ事業を推進する方向性が定まり、地域の方々が楽しみながら事業を構築していく関係性が醸成されたことは、地域にとって大きな一歩であると言えます。



2-10

大阪府東大阪市【「モノづくり×デザイン」による  
地域経済活性化事業】

## 事業概要

総事業費	13,320千円
助成金額	7,000千円
外部専門家	平川 真紀（有限会社ヒラカワデザインスタジオ 代表取締役）

## 自治体概要

人口	□	480,137人（住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日）
面積	積	61.78 km <sup>2</sup>
人口密度	度	7,771.72人/km <sup>2</sup>
標準財政規模		115,592,720千円（令和3年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.75（令和3年度市町村別決算状況調）
経常収支比率		93.1%（令和3年度市町村別決算状況調）
担当課室		都市魅力産業スポーツ部 モノづくり支援室

## 取組概要

事業開始時点	外部専門家による支援	事業終了時点(成果)
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地元製造業×デザイナーのマッチングによる製品開発に取り組んでいる。（第一期：平成30～令和2年度、第二期：令和3～5年度）</li> <li>■ 製品開発におけるデザインの価値、有用性が地域全体に波及しているとは言えない</li> <li>■ 製造業に若者を中心とした働き手が集まらない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 第二期製品開発に関する指導、助言</li> <li>■ 製品開発のノウハウを市内製造業に普及させるための支援</li> <li>■ 第一・二期開発製品の販売促進支援（プロモーションツール、展示会出展）</li> <li>■ 若者への発信に関する提案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 第二期プロジェクトから新製品3点が誕生した</li> <li>■ 発信イベントにおいて参加企業が開発過程で培ったノウハウの地域内に発信した</li> <li>■ 展示会出展を通じ、開発製品のプロモーションを実施</li> <li>■ 市内小学生へ向けた職業アイデンティティ育成活動を実施</li> </ul>



第二期デザインプロジェクト開発製品



展示会出展



発信イベント

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
北利

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

東大阪市は、製造業事業所数では全国第5位、事業所密度は全国1位と、町工場が数多く集積している「モノづくりのまち」である。また、製造業が密集している本市では、他都市で見られる少数の大企業と系列会社で構成されるピラミッド構造ではなく、経営者同士が日常的に顔を合わせて築いてきた「横請け」の関係性がみられ、自社だけでは困難な仕事を、資本関係を持たない近隣企業と協力して解決するネットワークも本市製造業の特色のひとつとして挙げられる。

しかし、事業所数は昭和58年の約1万をピークに減少の一途を辿っている。また、いわゆる3K（きつい、汚い、危険）というイメージが根強いことなどから、若者をはじめ働き手が集まりにくいという課題がある。このような状況が今後も続けば地域の活力が失われる懸念がある。

さらに、本市の製造業の多くは部品製造や賃加工を主業務としており、このような業態は景気動向や発注者側の経営状況に左右されやすいという課題もある。下請企業からの脱却を図るため、これまで培ってきた技術を活かし、自社製品の開発にチャレンジする企業も増えてきているが、マーケティングや企画、プロモーション等に課題があり、成功事例が多く生まれているとは言えない状況である。

### b 事業の目的

上記課題を踏まえ、パイロット事業として、製品の付加価値を高める要素として評価されている「デザイン」という資源を新たに取り入れた「高付加価値新製品開発支援事業」（プロジェクト名：HIGASHIOSAKA FACTORies【東大阪ファクトリーズ】）を東大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略の中に位置づけ、2018年度から推進してきた。

本事業に参加した製造業は、マッチングしたデザイナーと協業することで、製造業単独では創出することが困難な商品のアイデア、企業の強みとマーケットの需要を掛け合わせたコンセプト、ユーザーの立場に立った細部にわたるデザイン性などを体得しつつある。

これまでに7社参加し、グッドデザイン賞ベスト100を受賞する製品が生まれるなど成果が出始めているが、地域全体にこの流れが広がっているとは言えない状況であることから、来年度以降は、これまで培ってきたノウハウの共有を通じて、短期的には下請け企業からの脱却を図る流れを地域内で加速させるとともに、地域の子どもたちにモノづくりの楽しさや創造性を伝えることで、長期的には未来のモノづくり人材とデザイナーを発掘・育成し、それら資源を当該事業に還流させることで、持続可能な体制構築を目指す。

本事業を通じ、市民、若者も含めた地域全体がモノづくりの担い手としての主人公となり、本市を付加価値の高い製品を次々と生み出す「『クリエイティブな』モノづくりのまち」へと成長させることで地域が再生し、まちへの誇りの醸成や誰もが働きたくなるまちへの発展を遂げ、地域経済の活性化や雇用促進などの好循環を加速させる。

## 2 事業実施内容

### a 新製品開発

- ・令和4年度にマッチングした企業とデザイナーが協働で新製品開発を推進した。
- ・定期的にミーティングを開催し、進捗報告や課題を共有し、必要に応じて外部専門家がサポートにあたった。
- ・2025年大阪・関西万博において開発製品を出展すべく、大阪ヘルスパビリオン「リボンチャレンジ」に応募した。

## b 発信イベントの開催

- ・製品開発に取り組んだ企業とデザイナーによる成果の発信イベントを開催した。

## c 発信ツールの製作

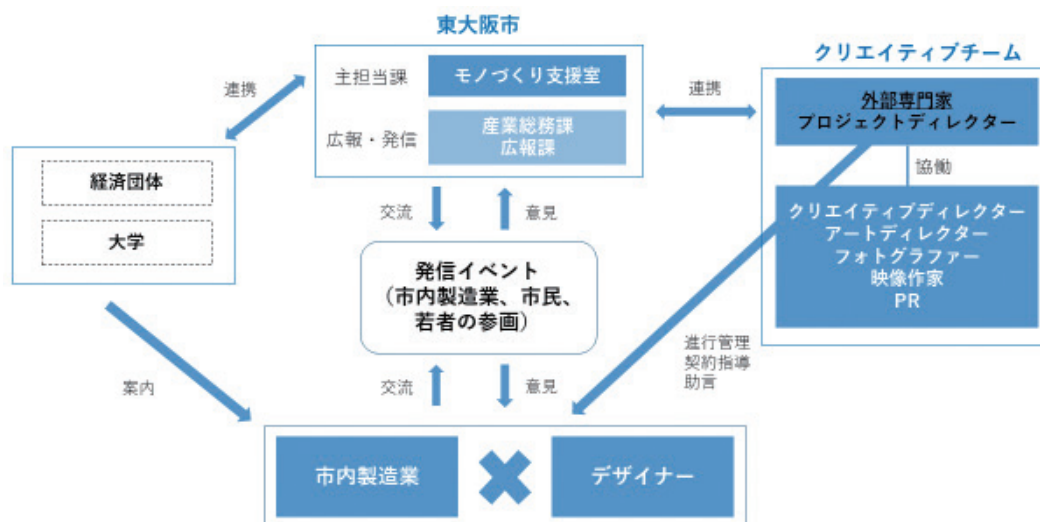
- ・開発した新製品紹介のウェブサイト、パンフレットを製作した。
- ・小学生向けにモノづくりやデザインの役割、本事業に関わる職業の紹介をする冊子を製作した。

## d 展示会出展

- ・2月6～8日に東京ビッグサイトで開催された展示会「ギフトショー」に出展した。

## 3 事業実施体制

## a 事業実施体制の概要



## b 外部専門家の役割

## ① 新製品開発支援

開発進捗の管理・推進、企業、デザイナー間の調整、契約指導、課題に対する助言等、製品開発全般に関わるマネジメント

## ② 発信イベントの開催

発信イベントの企画・運営

## ③ 発信ツールの製作

ウェブサイト、プロモーションビデオ等発信ツールの企画・製作、クリエイティブチームの運営

## ④ 展示会出展

出展管理、クリエイティブチームとの運営

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

鎌子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北利

北海道

北利

## 4 事業実施スケジュール

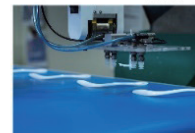
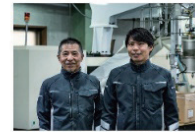
月	取組実施内容	
4月	4、13、17日 19日 20日	ミーティング（今年度の事業方針の確認、発信イベント関係） 発信イベントの会場となる東大阪市文化創造館の視察 ふるさと財団キックオフミーティング
5月	9日 12日 24日 25日	ミーティング（進捗報告） 近畿大学にとの連携に向けた意見交換 ミーティング（進捗報告） 発信イベント配信業者との打ち合わせ
6月	27日	近畿大学との連携に向けた意見交換
7月	18日 19日 20～21日 24日	ミーティング（製品開発にかかる調整） 東大阪市文化創造館会場の下見 ふるさと財団現地確認 近畿大学との連携に向けた意見交換
8月	25日	万博リボーンチャレンジ説明会への参加
9月	12、13、26日	ミーティング（進捗報告、万博関係、製品開発にかかる調整）
10月	13日 16日 19日 23日 25、30日	メディア対応 ミーティング（進捗報告、展示会出展に向けた打ち合わせ） MOBIO リボーンチャレンジ勉強会 近畿大学イベント視察 ミーティング（進捗報告、次年度の方向性について）
11月	6日 14日 27日	ミーティング（次年度の方向性について）、MOBIO リボーンチャレンジワークショップ 三菱 UFJ 銀行との面談（万博関係） MOBIO リボーンチャレンジワークショップ
12月	4、7、21日 27日	ミーティング（知財関係） ミーティング（展示会、万博関係）
1月	9、16日 18日	ミーティング（進捗報告、展示会関係） 三菱 UFJ 銀行リボーンチャレンジ選考（万博関係）
2月	2日 4～5日 6～8日 14日	ミーティング（展示会関係） 東京インターナショナル・ギフト・ショー（設営）東京ビッグサイト 東京インターナショナル・ギフト・ショー（出展）東京ビッグサイト 発信イベント@東大阪市文化創造館

## 5 主な成果

### a 新製品開発

プラスチック製品、精密打抜き、丸編みニット生地および製品の専門企業3社とデザイナー3名の協業により新たな製品を開発し、発表を行った。

TABLEWARE 甲子化学工業株式会社 × 熊野 巨  
独自開発のエコ素材「SHELLTEC」で成型したアウトドア用テーブルウェア



PC ACCESSORIES 株式会社サンコー技研 × 今井 裕平  
唯一無二の打ち抜き加工による世界最薄の Mac 向けアクセサリ



DRAWSTRING TOTE BAG 株式会社文殊 × 小関 隆一  
丸編みニットの柔軟性と伸縮性を生かしたバッグ



北海道  
小樽市

北海道  
寿都町

宮城県  
栗原市

山形県  
庄内町

福島県  
郡山市

茨城県  
鉾田市

栃木県  
下野市

千葉県  
銚子市

富山県  
上市町

大阪府  
東大阪市

奈良県  
十津川村

広島県  
府中市

山口県  
萩市

高知県  
室戸市

福岡県  
大刀洗町

鹿児島県  
南大隅町

鹿児島県  
知名町

北海道  
北見市

## b 発信イベントの開催

第二期デザインプロジェクトのそれぞれの製品の開発プロセスを含めたプレゼンテーションを行った。また、デザイナー、企業担当、プロジェクトメンバーによるクロストークを交え、全体の成果を発信した。YouTubeにて配信を行いアーカイブすることにより、多くの方に視聴いただけるコンテンツとなった。

(専用 YouTube チャンネルにて 当日視聴者45名、アーカイブ視聴者474名 / 2024年3月9日時点)



## c 発信ツールの製作

ウェブサイト、パンフレットを作成し、ギフトショーでバイヤー等来場者に配布した。

「モノづくり体験教室」に参加する市内小学生約3,000名にモノづくりやデザインの役割、本事業に関わる職業の紹介をする冊子を配布した。



展示会用パンフレット (抜粋)

## d 展示会出展

「東京インターナショナル・ギフト・ショー春2024」において製品4点を出展した。また、ビジネスガイド社主催のセミナープログラムに「行政がデザインと目指す未来～共創の継続が生み出すプロジェクト成功の秘訣」と題し、外部専門家、市役所担当者、企業担当者が登壇した。

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

令和5年度までは製品開発のフェーズとして活動し、本事業から7製品が誕生した。令和6年度以降はビジネス創出につなげ7製品の開発が成功事例として地域にノウハウを波及できるよう、プロモーションのフェーズに移行する。

プロモーションの実施にあたっては、大阪・関西地域に注目が集まる2025年大阪・関西万博を絶好の機会と捉え、万博への参画を目指しながら、万博に関連付けたプロモーションを行うことを計画している。

また、今年度にトライアルとして小学生向けに実施した地域内における職業アイデンティティの育成活動については、次年度以降は対象を中学生、高校生に広げ、また、近畿大学との連携を図りながら、市内の若者がモノづくりやデザインの魅力を知り、製造業やデザイナーを将来の選択肢のひとつとして意識してもらう機会を創出することで、モノづくり人材の育成を目指す。

## 7 外部専門家コメント



## 「モノづくりのまち東大阪」が デザインと創る未来

有限会社ヒラカワデザインスタジオ  
代表取締役・デザイナー 平川 真紀

### 事業概要と地域の抱える課題

東大阪시는、約6,000もの事業所が集積する世界でも屈指の「モノづくりのまち」として知られる。景気や発注者の経営状況に左右されず、経営を安定するために新事業の創出を望む経営者も多いが、そのためのリソースは社内にはない場合が多い。また、単体の素材や加工しか扱ったことのない企業の自前の技術のみでの新製品の創出は困難を極める。このような現状を踏まえ、地域のブランド力向上を目指し東大阪市と立ち上げたパイロット事業が「HIGASHIOSAKA FACTORies」である。デザイナーとの協業による新事業や新製品開発を推進し、成果を発表する。そのプロセスはプロジェクト参加者全員による共創の場となり、新たな学びへと繋がっている。

### 課題に対してのアプローチ

「デザインと創る未来」を掲げ推進しているが、企業とデザイナーによる新製品開発事業の他に、多角的な視点でプロジェクト全体の設計を行ってきた。各社への綿密な事前ヒアリングと実地調査を踏まえたデザイナーの選定、契約や推進に関する指導等もそれに含まれるが、根幹は「ビジネス全体の枠組み作り」にある。専門性の高いクリエイティブディレクターやフォトグラファーなどで構成したクリエイティブチームがプロジェクト全体の企画、運営、進行管理やPRを担い、地域のブランディングという「広義のデザイン」も強く推進する二段構えのスキームになっている。このプロジェクトのアプローチの最大の特徴は、「狭義のデザイン」と「広義のデザイン」が並行して走る仕組みを作ったことにある。

### 取り組みを通じて得られた成果

#### 1. 新製品の創出

各社とデザイナーの協業により、企業の新たな価値を創出する第二期の新製品が完成した。また、第二期の製品化や導入への推進支援の指導を行った。

#### 2. 新製品開発支援の実施

定期的なミーティングの開催や専門的知見に基づくアドバイス等、開発に必要な支援を行うことにより、円滑な推進と学びに繋がった。

#### 3. 発信ツールの製作

効果的に発信するためのウェブサイト、パンフレット、展示会ブースデザインの制作を行った。クリエイティブチームによる統一されたデザインで質の高いコンテンツを制作した。

#### 4. 展示会出展

ギフトショー LIFE×DESIGN での出展を行った。新たな製品、そして「モノづくりのまち東大阪」の都市イメージを広く発信できた。

#### 5. 発信イベントの開催

成果を発表するイベントをオンラインにて開催。公益財団法人 日本デザイン振興会の協賛事業として、広く成果を共有できるPRを行った。

#### 6. 職能教育への広がり

市内の小学生に向け、モノづくりにまつわる仕事を考えるきっかけとなる教材を配布した。シビックプライドの醸成、関係人口の増加に役立てばと考える。

#### 7. 2025大阪・関西万博への参画にかかる伴走支援

大阪ヘルスケアパビリオン「リボンチャレンジ」への応募等、参画を目的とした活動を実施した。

#### 8. 大田区産業局でのセミナーの実施

公益財団法人 大田区産業振興協会にて本事業についての講演を行い、成果を他地域へ共有できた。上記は企業・行政・デザインによる共創の学びの成果である。継続することで生まれたシナジーを今後も大切に育み、学びをシェアしていきたいと考えている。

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

鎌子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北海道

北見市

## 事業概要

総事業費	2,356千円
助成金額	1,570千円
外部専門家	野口 智子 (ゆとり研究所所長)

## 自治体概要

人口	□	2,960人 (住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日)
面積	積	672.38 km <sup>2</sup>
人口密度	度	4.40人/km <sup>2</sup>
標準財政規模		3,622,796千円 (令和3年度市町村別決算状況調)
財政力指数		0.23 (令和3年度市町村別決算状況調)
経常収支比率		81.1% (令和3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	外部専門家による支援	事業終了時点(成果)
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 生産加工者の勉強やネットワークづくりが不十分</li> <li>■ 生産物や加工物はあるが販売するには購買意欲に欠ける。</li> <li>■ 新たな商品等が生まれていない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地元ワークショップの企画運営</li> <li>■ 商品に関する指導、助言</li> <li>■ 試作及びモニタリング調査の支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 学びの場としてのワークショップの構築</li> <li>■ 既存商品のブラッシュアップ</li> <li>■ 商品としての季節の定期便セットと体験BOXの試作</li> </ul>



ブラッシュアップ前の商品



ワークショップの開催



ブラッシュアップ後の商品



## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

十津川村は、紀伊半島の中心部に位置し、面積は672km<sup>2</sup>、奈良県の約5分の1の面積を有する日本一大きな村である。村の96%が森林で1,000mを越す山々に四囲された急峻な山岳地帯で、平地はほとんど無く、斜面にへばりつくように200の集落が点在している。

主要産業は、豊かな森林資源を活用した「林業」と、世界遺産にも登録されている熊野古道や日本初の源泉かけ流し宣言など歴史・自然を生かした「観光業」であるが、全国に先んじて1960年から人口減少が始まり、人口は2,858人（令和5年12月）、高齢化率46.3%と少子高齢化・過疎化が進んでいる。文化行事や地域行事の維持の限界、空き家や不使用施設の増加、移動の不便など、我が国における地方創生を図る上での課題先進地として位置づけられる。

村内では狭小な農作地であり、キノコの施設栽培を除いて、通年で生産・加工販売する農林産物が少なく、少量生産のためコストが割高となり事業を行うことが難しい状態にある。また、生産者及び加工者の高齢化により、販売まで一貫して対応するのが不十分若しくは不得意であり、適正価格での販売や消費者の購買意欲を掻き立てるようなパッケージや包装、商品の価値・物語性など訴求が来ていない。

現在の生産加工者の勉強やネットワークづくりが不十分なうえ、さらに、新たな事業参入が期待される移住者や若い世代が、地域や世代を超えてのコミュニケーションをとる機会が少なく、その対策に向けて積極的な取組は来ていない状況にある。

### b 事業の目的

本村の活性化移住定住の促進の好環境づくりの実現を目指す「第2期 十津川村こころ豊かなむら・ひと・しごと創生総合戦略において「十津川村の“こころ”を合わせる」「十津川の“幸せな暮らし”を作る」「十津川の“糧”をつくる」とされており新しい“しごと”づくりを目指すとされている。

これまで、大字単位での活動が、人口減少により機能しなくなってきた現状があり、その解決策として、日本一大きな村の村民が村全体で意見交換の場を持つことで、これまでの生産者と新しい生産者のつながりが創出され、やりがいや生きがいを感じながら、新しい“しごと”づくりを目指していくことを期待する。

北海道

北海

道

寿

宮

山

福

茨

福

山

大

奈

山

山

高

福

鹿

鹿

北

## 2 事業実施内容

### a 生産加工者・新規参入者のつながりと学びの場づくり

面積が広く交通の便が悪い本村では、かなり意識的に場づくりをしていかないと、出会いや繋がりが育ちにくい。外部との交流も少なく、学びの機会も少ない。村内の生産加工者、新たにものづくりを始めている村民が共に学び、発案を訓練し、知恵を出し合う場を作る。あわせて、村外、都市部とのつながりも進めていく。

### b 新たな人材の発掘と新商品の開発、既存商品のブラッシュアップ

村内には特産品、逸品となるものや技術が眠っている。それらを皆で探し、売れるものに育てていく。また既にある素材を活かして商品化していくことも、学びながら実践していく。これまで手の届かなかった、ネーミング、商品説明、パッケージデザインなどにも取り組む。

### c 試作及び商品のモニタリング

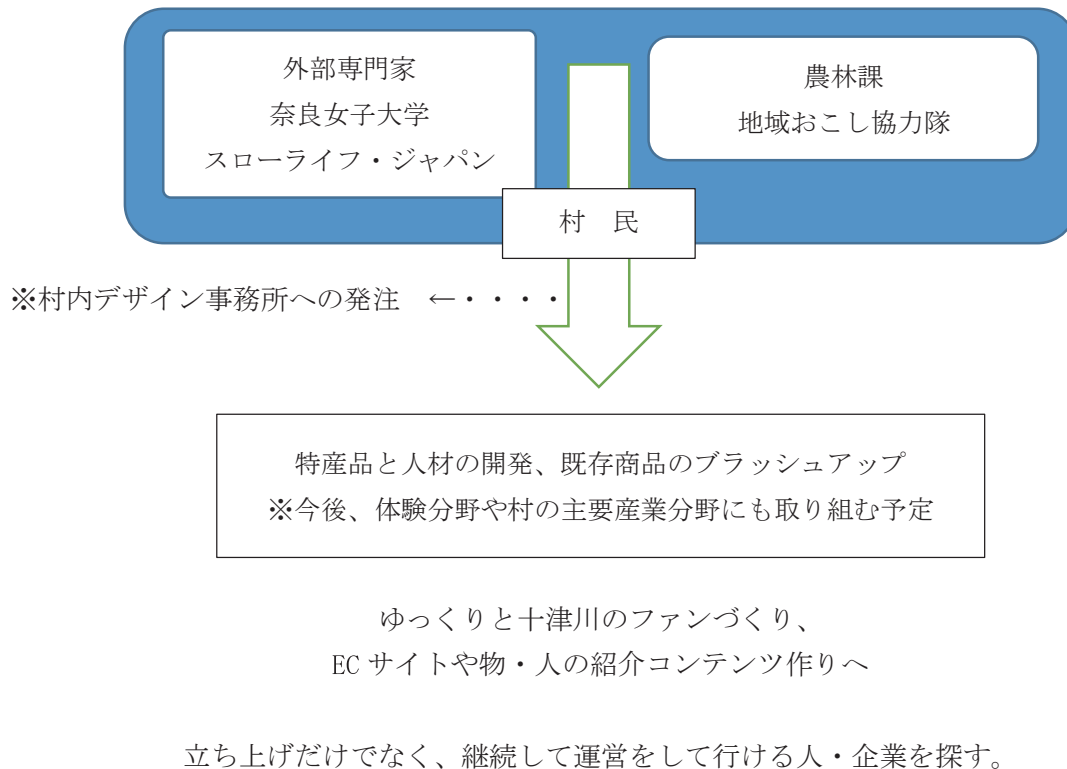
既存商品の都市型ライフスタイルの人達の意見集約や村外の若い人たちがどう感じるか意見を集約し、ブラッシュアップに活かす。

### d 販売促進

十津川ファンクラブともいえる人達のまとまりを獲得し、プロジェクトそのものの進行を SNS などで情報を発信してファンを獲得する。

## 3 事業実施体制

## a 事業実施体制図



## b 外部専門家の役割

本事業においては1名の外部専門家を活用した。活用内容についてはそれぞれ次の通りである。

- ① つながりと学びの場づくり
- ② 新たな人材の発掘と新商品の開発、既存商品のブラッシュアップの支援
- ③ 試作及び商品のモニタリングの支援
- ④ 宣伝・販売促進の支援

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町北海道  
北利

## 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
5月	31日～	第1回地元ワークショップ (事業の説明・特産品開発の基礎知識レクチャー)
6月	～1日	同上
7月	3～5日  23～25日	第2回地元ワークショップ ・会の愛称「十津川暮らしのおすそ分けをみがく会」決定、取組内容のスケジュール感把握 第3回地元ワークショップ ・現場確認、デザイン等作成開始
8月	28～30日	第4回地元ワークショップ ・ブラッシュアップ商品（温泉パン・タマゴなど）を含め、外部モニターからの試食・試用の意見発表と交流 ・ふるさと財団視察
9月	25～27日	第5回地元ワークショップ ・売り方の原則確認、ポップ講座 ・よもぎ餅パッケージ・説明作成 ・新メンバーによる「木タマゴ」紹介
10月	24～25日	第6回地元ワークショップ ・新メンバーによるキノコ生産についての現状説明 ・メンバーが開店する「カフェ」のコンセプト出し ・「カフェ」ロゴ作成へ ・「季節の定期便セット」試作、「体験BOX」案出し
11月		・メンバーの「カフェ」オープン
12月		・「カフェ」のロゴ作成開始 ・「木タマゴ」パッケージデザイン作成開始 ・「体験BOX」試作・試行段取り
1月	18～19日  29日	第7回地元ワークショップ ・「めはり寿司体験BOX」試行、意見出し（メンバーの開店したカフェを利用） ふるさと財団報告会
2月		・最終調整 ・カフェのロゴ完成・「木タマゴ」パッケージ完成

## 5 主な成果

### a 生産加工者・新規参入者のつながりと学びの場づくり

本年度事業において、ワークショップ「十津川暮らしのおすそ分けをみがく会」を6回開催した。自分たちが生産している商品などを持ち寄り、各参加者のやりたいことや取り組みたい事など意見出しや、商品の購買意欲を刺激するようなポップ教室や売り方についての学びの場が開かれた。



### b 新たな人材の発掘と新商品の開発、既存商品のブラッシュアップ

ワークショップ内において「即やること」と希望があった、既存商品についてブラッシュアップを随時行い、村内のデザイナーへ発注を行った。商品の「見た目、ネーミング、説明」に重点を置き、ラベル・説明書き・パッケージを制作した。完成したラベルは即、商品に使用している。



### c 試作及び商品のモニタリング

都市で生活する人や若い世代からの意見を収集する為に、「スローライフジャパン会員」と「奈良女子大学」に商品を送り、生産加工者へのフィードバックを行った。収集した意見では「村そのものをもっと売り出す」「ネーミング・パッケージが大事」「説明が必要」「詰め合わせに」という意見が出され、関係者全員で共有しラベルや説明書きの参考とした。また「詰め合わせ」という意見からワークショップ内で「季節のおすそわけBOX」の試作へと繋がった。

### d 販売促進

参加者の中にはインターネットやスマートフォンを利用して商品の売買やPRを行いたいが、不慣れである方々が多いので、ワークショップ開催前の時間を利用し、LINEやFacebookの講座を開いた。また外部講師によるポップ教室も開催し購入してもらう人々にどう伝えるかを学び、共有した。

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

今年度事業では、生産加工者や地域おこし協力隊が集まり、互いに意見交換する場、学びの場としての要素を多く含んだ事業となった。自分たちが住んでいる村内でも知らなかった資源や商品などが再発見される機会となった。参加者の中にはブラッシュアップを行い商品の売上が上がった成果が感じられる方もおられた一方で商売に徹していない状況もある。

今後の展開としては、「十津川暮らしのおすそ分けをみがく会」学びの場として継続し行政も協力した上で更なるブラッシュアップ事業として継続していく。



## 知り合うっていいな、試すっていいな。

ゆとり研究所 野口 智子

十津川村とは、10年近くのお付き合いがあります。その間、たびたび聞いていたのが、「村に、もっといろいろなお土産が増えるといい」という意見でした。日本初の「源泉かけ流し宣言」をした土地です。それなりに観光客はいらっしゃるのですが、買う物・買う場所がまだまだ不足しているのです。かと言って、極端に平地の少ない山の村に、とびぬけた農産物はなく、大きな製造業もありません。

そこで、まずは顔を合わせて、というところから始まりました。当初は何品も特産品を開発しよう、観光おこしも手掛けようと意気込みがあったのですが、集まった村内生産者は実に“のんびり型”でした。趣味の延長でいい、無理はしたくない、ガツガツ儲けたくないという方々。新しく何かを考えるより、今のものを磨くことからスタート、そのうちいつか、というスピード感となりました。

つい、「商品開発しなくては」と焦りますが、実は、もっと根本的な「人磨き」の方が重要に思えたからです。広い村に少ない人口、出会いの場、人が人を磨く機会が少なかったのです。そういう村民に混じっているいろいろな場面で参加した、移住者や大学生の存在はお互いに刺激になりました。年齢差だけでなく、違うライフスタイルからの発言やアイデアが行ったり来たり。村外都市部のモニターからも多く意見をいただきました。今や、交通の便の悪い村でもオンラインでコミュニケーションがとれます。役場や移住者の手を借りれば、誉め言葉や辛口のアドバイスを含め、外部の方々の意見を聞き、一緒に話し合い、案を練ることができました。皆のものを詰め合わせたら？とか、村固有の伝統文化を外部の人にオンライン体験してもらい、それを商品化したら？という案も育っていきました。その実験が「めはり寿司体験 BOX」の試作・試行です。

ワークショップや試作・試行を通し皆さんが仲良くなり、知見が広がり、お互いがアドバイザーになれる、そして、一緒なら何かできるという手ごたえを感じてくださったかと思います。「移住者の方にパッケージデザインしてもらったら、売れた～！」と喜ぶ方もありました。オンラインで伝統食体験をした学生さんは、「教えてくれた村の女性にどうしても会いに行きたい」と発言されました。小さいながらも大きな変化をつかんだ事業だったと思います。当初展望した、EC サイトや観光分野の開拓などは先の先でしょう。でも、撒かれた種は必ず育っていくことと信じます。

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
助成金額	5,200千円
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	□	36,563人（住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日）
面積	積	195.75 km <sup>2</sup>
人口密度		186.78人/km <sup>2</sup>
標準財政規模		12,431,134千円（令和3年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.45（令和3年度市町村別決算状況調）
経常収支比率		90.6%（令和3年度市町村別決算状況調）
担当課室		経済観光部 観光・地域ブランド推進課 観光振興係

### 取組概要

#### 事業開始時点

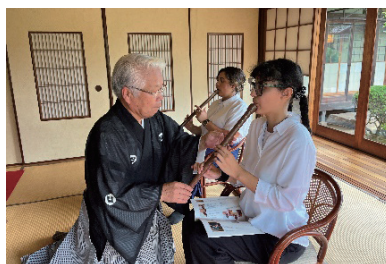
- 地域の合意形成  
協和地区については、阿字和紙後継者と松林寺との連携のための合同ワークショップ、地域住民向けモニターの実施を検討している段階
- 旅行商品の磨き上げ  
インバウンドを対象とした府中市内の体験プログラムを検討
- 地場産品等のビジネス化  
阿字和紙を活用した商品づくりやふるさと納税返礼品の周知について検討
- 販売・プロモーション  
これまで作成してきた商品の販売促進、営業計画を検討している段階



松林寺で阿字和紙の団扇づくり  
商品化に向けたモニター検証の実施

#### 外部専門家による支援

- 地域の合意形成  
松林寺にて阿字和紙を使った体験プログラム造成のアドバイス
- 旅行商品の磨き上げ  
府中市内の文化的施設「恋しき」にて、インバウンドを対象とした日本文化体験プログラム造成アドバイス
- 地場産品等のビジネス化  
ふるさと納税返礼品の周知についてのアドバイスの他、天領上下ガチャ企画・運営についてアドバイス
- 販売促進・プロモーション  
インバウンド向けの動画及びアンテナショップでの販売促進、旅行会社への営業活動サポート



インバウンド向け  
日本文化体験商品造成

#### 事業終了時点(成果)

- 地域の合意形成  
協和地区において阿字和紙メンバーと松林寺の関係者らとの協議を実施する他、地域住民を対象としたモニター検証の実施
- 旅行商品の磨き上げ  
日本文化体験プログラム造成の為、関係者らと協議
- 地場産品等のビジネス化  
天領上下ガチャのトライアル検証。地域住民らの手づくり小物、骨董品などを入れ今後も継続した設置を検討
- 販売促進・プロモーション  
インバウンド向けの動画作成の他、1月にアンテナショップでの販売促進活動を計画



天領上下ガチャ  
市長プレゼン

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北海道

北見

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

当市は従来「ものづくりのまち」として第2次産業（製造業）が強い構造にあったが、近年は製造業の割合が減少し、第3次産業（サービス業）の数値が上昇する傾向にあった。令和2年4月に観光協会が法人化した事に加え、令和2年6月に「府中市観光振興ビジョン」を策定し、「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する体制づくりに取り組む体制整備を進めようとしている段階であった。

### 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」の推進と、「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、対象とするエリアを分け、それぞれの地域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こととし、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 インナープロモーション

協和地区において阿字和紙後継者と松林寺についての意見交換会の実施、地域住民向けモニターツアーの実施（各1回）

### b 産業×観光（対象エリア：府中エリア）

松林寺で阿字和紙を使った体験プログラムの造成

### c 文化×観光（対象エリア：上下エリア）

「上下の市」において、上下町らしいビジネス創出のための仕掛けの検討及びトライアル運用

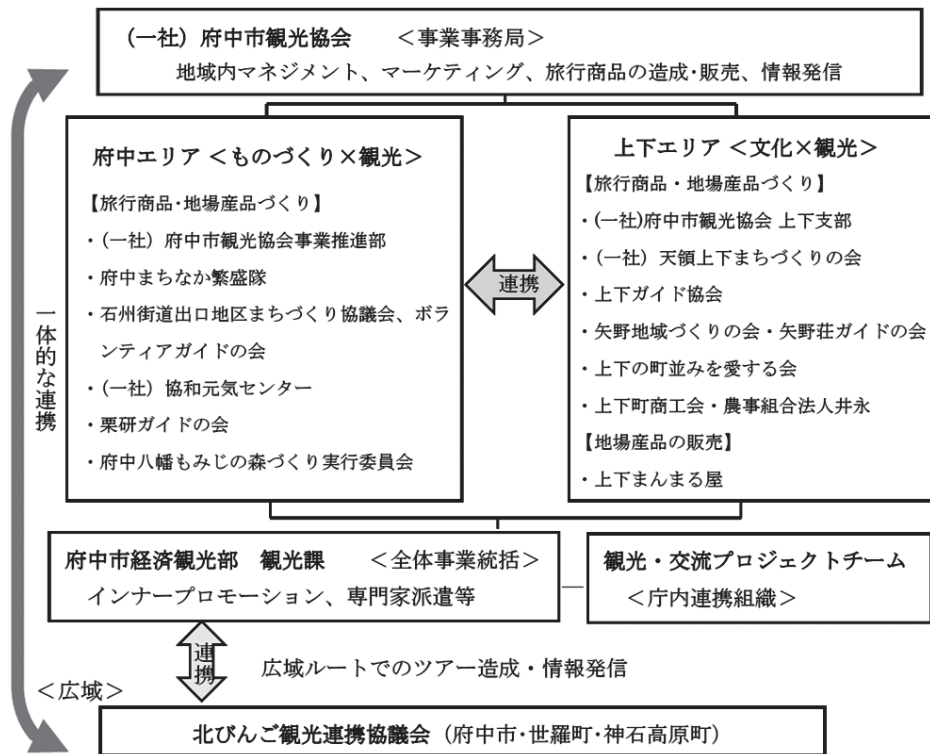
### d 販売促進・プロモーション戦略

ふるさと納税返礼品の周知及び都内アンテナショップでの販売促進活動、旅行会社等への営業活動



### 3 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要



※令和5年度より 観光課は観光・地域ブランド推進課に機構改革で課名変更、令和3年度、令和4年度は観光課

#### b 外部専門家の役割

- ・事業を統括した指導を行う。全地域を対象に地域内実践者らと協議しながら、交流型体験プログラムの造成、ガイド研修、散策ルートの検証、チャレンジショップの実施等について指導し、必要に応じて講師を招聘する。

- 北海道  
小樽市
- 北海道  
寿都町
- 宮城県  
栗原市
- 山形県  
庄内町
- 福島県  
郡山市
- 茨城県  
鉾田市
- 栃木県  
下野市
- 千葉県  
銚子市
- 富山県  
上市町
- 大阪府  
東大阪市
- 奈良県  
十津川村
- 広島県  
府中市
- 山口県  
萩市
- 高知県  
室戸市
- 福岡県  
大刀洗町
- 鹿児島県  
南大隅町
- 鹿児島県  
知名町
- 北海道  
北利

## 4

## 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	19日	事務局とキックオフ
5月	24日	天領上下まちづくりの会と今年度事業概要について協議 阿字和紙後継者らと昨年度事業の振り返り及び今年度事業の協議
	25日	松林寺関係者と今年度事業について協議 天領上下まちづくりの会とインバウンド会社との打合せ同席 矢野地域づくりの会と今年度事業について協議
	26日	事務局と今年度事業の実施概要及びスケジュールについて協議
6月	21日	外部専門家（北島氏）を招聘したまちづくり勉強会の開催
	22日	松林寺において阿字和紙を使った体験プログラム概要について協議 ふるさと納税返礼品プロモーションについて協議 観光協会と府中エリアの実施概要について協議
7月	27日	阿字和紙後継者らと団扇づくりの流れ、制作時のポイントについて確認 まち歩きを促進するお土産ガチャ企画について意見交換
	28日	松林寺にて阿字和紙を使った体験プログラム造成のためのモニター検証について事前打合せ 事務局協議
8月	18日	上下の市にて試験運用する「天領上下ガチャ」について協議
	19日	松林寺にて阿字和紙を使った体験プログラム造成のためのモニター検証の実施
9月	20日	まち歩きを促進するガチャ企画の運用面について意見交換 団扇づくりキット商品化について意見交換
	21～22日	インバウンド向け体験プログラムを紹介動画撮影
10月	19日	ふるさと財団現地調査
	20日	
11月	16日	府中市観光協会と旅行会社への営業活動について協議 11月3日開催した「上下の市」の振り返り
	17日	都内アンテナショップでの販売促進活動の可否について協議
12月	20日	天領上下まちづくりの会の次年度以降の事業について協議
	21日	阿字和紙後継者らと1月販売促進活動について協議
1月	29日	事業報告会
	30日	東京アンテナショップでの販売促進活動及び旅行会社との商談

## 5 主な成果

### a インナープロモーション

協和地区において阿字和紙後継者と松林寺関係者らとの協議を実施する他、地域住民を対象としたモニター検証を実施。関係者自らが実体験をすることでより理解が深まり、協力体制を築くことが出来た。

### b 旅行商品の磨き上げ

府中市内にある文化的施設「恋しき」の活用を視野に、地元で琴・尺八・三味線・茶道・香道などに携わる師範を講師とした体験プログラムを検討。トライアルとして地元 ALT や財団の現地視察の際に体験していただくことで関係者らの理解を深めることができ、プログラム造成のイメージを共有することが出来た。

### c 地場産品等のビジネス化

上下町エリアでは「上下の市」の際に、地元住民らの手づくり雑貨や骨董品店などの商品を入れた「天領上下ガチャ(散策みくじ付)」を商品化。11月の上下の市の際にお披露目を行い、来訪者から高評価を得たことから、持続的に運用できる体制や仕組みを整備する段階へと繋がった。

### d 販売促進・プロモーション

上記②の文化体験やこれまで造成した商品を紹介するインバウンド向け動画を作成した他、1月に東京都内にある府中市のアンテナショップでの販売促進活動を実施した。

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

銚田市

栃木県

下野市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北利

海虎

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

### ① DMO 的なマーケティング機能を持った体制づくり

地域再生マネージャー事業を3年間実施してきた。来年度以降は本事業で造成した観光地域づくりプログラムの更なるブラッシュアップ、作成したパンフレット、動画コンテンツなどを最大限活用したPR活動（時間と共に常にブラッシュアップしていく必要がある）、またインバウンド誘客が必要となってくる。FIT（個人客）対応を行いつつ、受入れ体制が整備されるまでは、パッケージツアーでの誘客を行うためにも旅行会社への営業、ネットワーク構築を常に行っていくことが重要である。

### ② 観光地域づくりに関わる地域住民の機運醸成

“住んでよし、訪れてよし”という持続可能な観光のキーワードを踏まえ、上記1の観光事業者の体制づくりと並行し、各地域の住民を巻き込み、地域住民にとっても経済的であること、シビックプライドの醸成を含め、参画していくための視点が重要となる。阿字・協和地区にとってもインバウンドの誘客が進んでいくことで、同様のことが起こりえる。府中市内についても、文化活動に関わる方々を今事業のトライアルをきっかけに、更に、商品造成に組み立てていきたい。

### ③ 観光庁モデル事業など、PR・営業・販売支援をサポートする事業の積極的活用

来年度以降、国としてもインバウンド需要のチャンスを地域にまで波及させていくための支援モデル事業の活用を検討中である。3年間のこの事業で各地域の方向性、販売していく観光地域づくりの商品造成は行ってきたので、この流れを更に加速していくためにも以下の4項目を行うことが望ましいとの意見を外部専門家からいただいた。

- (ア) インバウンド旅行関係者、通訳案内士などにモデルツアーに参加いただき、ファムトリップを実施
- (イ) 今年度作成した動画の活用、SNSでの発信
- (ウ) 上下町については歴史的町並みや景観が最大の魅力であることから「建物図鑑（仮称）日本語・英語版」を作成し、誘客につなげる他、有料で販売できるよう検討
- (エ) 府中市の文化体験プログラムについては、商品化のためのタリフの作成

上記については観光事業者、観光部局、地域住民とコンセンサスを得ながら、府中市観光協会主導でチャレンジしていくことが望ましいとのことで、いただいた意見を活用し、今後の観光発展に取り組んでいきたい。

## 7 外部専門家コメント



## 1年目は機運醸成、 2年目に商品造成、 3年目は生業創出を！

一般社団法人 九州のムラ 代表理事 養 父 信 夫

最終年度となる3年目はビジネス創出を意識して取組みを行いました。外部専門家の役割は“外の目”を持って、その地域の宝（地域資源、人材含め）を見出し、その地域に住む人たちの矜持、誇り、シビックプライドに基づいたストーリーを一緒に考え、そこから導かれるコンセプト、商品（ツーリズム商品含む）造成、情報発信など 地域内外に対して地域の“見える化”をお手伝いすること、地域の皆さんのやる気と機運を醸成することです。

2年目にはビジネス創出につながる様々な商品造成を行い、更に磨き上げるためにモニターの皆さんにもご協力いただき、実証実験も繰り返し、同時に府中市さんの場合は、最初の1年目にこの事業で取り組む候補地域が可能性調査も含め、かなりのエリア数になっていたこともあり、その見極めを行いつつ、最終的には3地域に絞って取組みを行いました。

重伝建を目指す上下エリアでは『上下天領ツーリズム』を掲げ、インバウンドの誘客も立ち上がっていたもののコロナ禍で一気にその動きは沈静化に。この事業では空き家を活用して地元で飲食を営んでもらえる人材を見つけるためにチャレンジショップを企画したり募集したり（この取組みは実を結ばず・・・）、今年度は上下オリジナルの手作り小物・アクセサリを“天領上下ガチャ”企画で実現、打ち上げ花火の様な大きなイベントでなくとも、小さな成功体験を積みあげていくことは地域住民の自走を促していきます。上下エリアではこの事業取組み期間中に、「上下天領の市」というアクセサリ販売や骨董市が定期的に立ち上がり、インバウンドも復活し、今年度は旅行会社が年間16本ものインバウンドツアーを上下町に送り込み、地方にインバウンドの動きを伝える全国放送番組では、インバウンド誘客伸び利率で府中市が全国7位と紹介されるなど、着実に地域が動いてきています。海外からのツアーが上下を訪れる何回かは、地元中学生も授業の一環でガイドとして一緒に歩いたり、地元小学6年生がこの動きに合わせて英語のパンフレットを作成したり、まさに地域をあげての取組みになってきていることが最大の成果だと感じています。この地域住民の地域づくりの機運の高まりは必ずや重伝建の取組みに繋がっていくと確信しています。

協和エリアでは、昔の地域の生業であった和紙づくりを復活した地域の皆さんと商品造成協議を重ね、近隣のお寺での写仏、和紙灯り、団扇づくりなども実現。東京都にある府中市アンテナショップ「NEKI」で阿字和紙を使ったパフォーマンスや体験を行い、販路拡大に向けた取組みを行い、府中市エリアでは職人の匠の技を組み合わせ、「匠の昆虫標本桐筆筒」としてふるさと納税の返礼品も作り、全国のカブトムシ、クワガタムシのマニアからの注文も入ってくるようになってきました。

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

鎌子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北海

道庁

## 事業概要

総事業費	2,834 千円
助成金額	1,889 千円
外部専門家	井手 修身 (アイデアパートナーズ株式会社 代表取締役) 河野 智和 (大都魚類株式会社 活魚部活魚課 課長) 渡邊 瑛之 (日建リース工業株式会社 東京活魚センター 仕立て人)

## 自治体概要

人口	43,685 人 (住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日)
面積	698.31 km <sup>2</sup>
人口密度	62.56 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	18,021,533 千円 (令和3年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.32 (令和3年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	87.9 % (令和3年度市町村別決算状況調)
担当課室	農林水産部水産課

## 取組概要

事業開始時点	外部専門家による支援	事業終了時点 (成果)
<ul style="list-style-type: none"> <li>漁業就業者、漁獲量、水揚高すべてが過去と比べ半分程度まで減少。 〔漁業就業者〕 H10：1,629人→H30：729人 〔漁獲量〕 H18：10,648トン→R4：5,697トン 〔水揚高〕 H18：5,794百万円→ R4：2,943百万円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持続可能な水産業の実現を目指したビジョン作成及びブランド戦略を策定と実施体制の整備</li> <li>活魚及び活締め鮮魚の取扱技術の指導、着荷状態評価の実施</li> <li>商品ラベル及びポスター作成指導</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>水産業に関わる方々の今後の指針となるビジョン作成やブランド戦略を策定することが出来た。</li> <li>活魚及び、活締め鮮魚の取扱技術を習得したことで、鮮度による他地域との差別化を進める素地が出来た。</li> <li>マーケットインの視点を踏まえた商品ラベル等を作成することが出来た。</li> </ul>



ビジョン形成・ブランド戦略検討会



血抜き・活締め講習会



市場に出荷される活締め鮮魚に貼る  
2種類の活メラベル

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

萩市は、山口県北部に位置する日本海に面し、吉田松陰をはじめ、高杉晋作や伊藤博文など近代日本の礎を築いた人々を輩出した町である。また、日本で唯一「江戸時代の地図がそのまま使えるまち」といわれるほど、江戸時代の佇まいが今も残り、萩城下町は「明治日本の産業革命遺産」として世界遺産登録されるなど、観光都市として有名である。

また、第一次産業の就業者数や生産額のウェイトも高く、山口県漁協全体の取扱額の約3割を占める県下有数の水産業地域であるが、漁業就業者、水揚げ高、漁獲量すべてがピーク時の50%以下に減少するなど、第一次産業の振興が喫緊の課題となっている。

### b 事業の目的

新たな強みとなる活魚並びに活締め出荷技術習得と流通体制の構築及びビジョン形成・ブランド戦略策定による魚価の向上・高値安定並びに販路拡大。

## 2 事業実施内容

### a 実施体制の整備

- ・地元関係者が運営主体となって持続的に事業を担うことが出来るよう、漁業者、仲買人や行政だけでなく、観光や商工関係者などの多様な事業者の横断的な連携による実施体制を整備する。

### b 活魚出荷技術の指導

- ・地元漁業者を対象に、活魚流通の長所や、活魚の水揚げ時の取扱の注意点などの講義並びに、魚の斃死率を減らすため、実際に水揚げされる漁業現場での実践的技術指導を行う。

### c 活締め出荷技術の指導

- ・地元漁業者や仲買人等を対象に、活締め出荷の長所や取扱の注意点などの講義、並びに実際に水揚げされる漁業現場や卸売市場で、実践的な技術指導を行う。

### d 着荷状態評価の実施

- ・地元仲買人組合や都市圏の市場関係者や飲食店等と連携し、活魚や活締めされ出荷した魚が飲食店等に到着した状態を確認。結果を漁業者へフィードバックすることで品質改善につなげる。

### e ビジョン作成とブランド戦略策定

- ・漁業関係者、仲買人など水産業関係者のほか飲食店など、商工・観光事業者など多様な方々を巻き込み、マーケットインの視点を踏まえた今後のビジョン作成やブランド戦略策定を検討する。

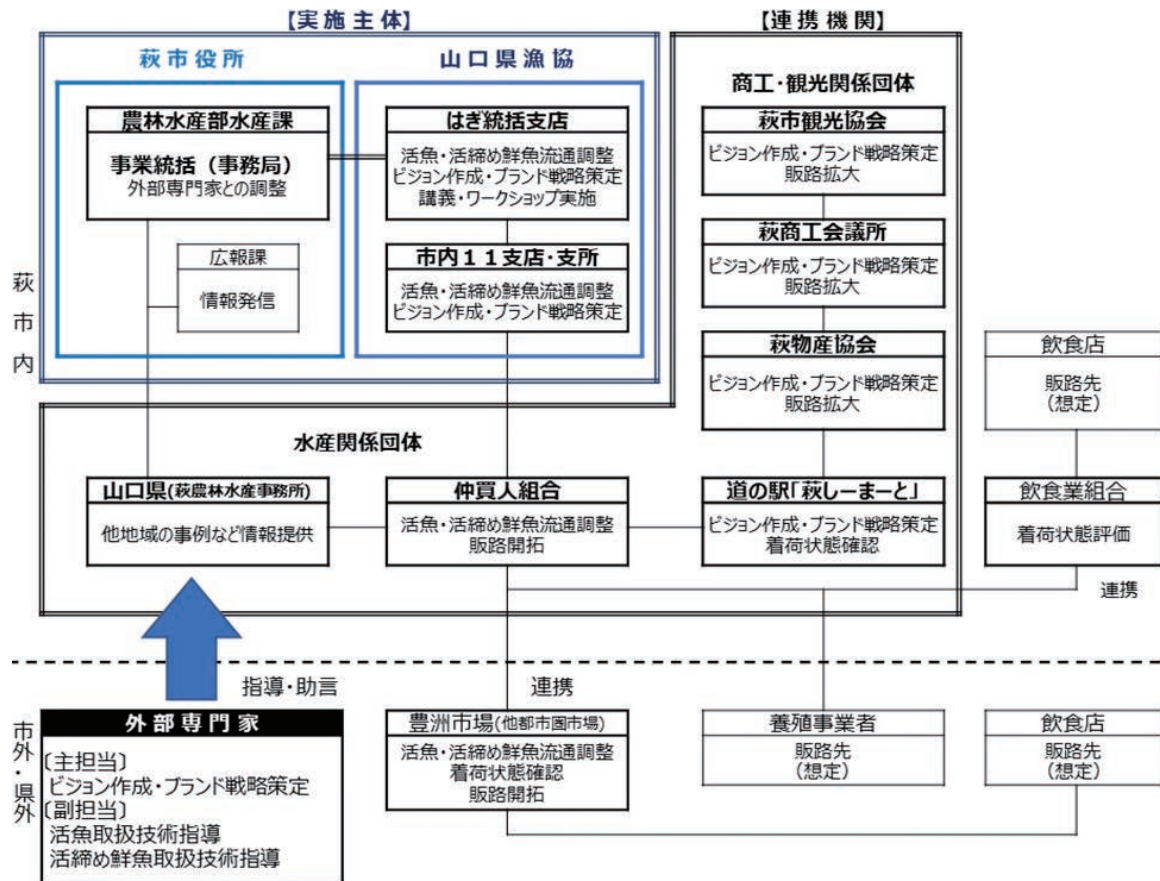
### f 商品ラベル及びポスター作成

- ・外部専門家の指導の下、地元関係者が主体となり、ターゲット設定やブランド戦略を踏まえた商品ラベルや消費者へ情報周知するためのポスターを作成する。

### 3 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

- ・農林水産部水産課内に当事業の事務局を設置。水産課長を事務局長とし、係長を主担当、主任を副担当とする3名の体制で事業を実施する。
- ・新たな取組に対する消費者の認知度を増やすため、広報課職員と連携し、萩市公式 facebook 等を活用した情報発信を行う。



#### b 外部専門家の役割

- ① ビジョン作成・ブランド戦略策定及び運営体制の整備
- ② 活魚及び活締め鮮魚取り扱い技術指導、着荷状態評価の実施
- ③ 商品ラベル及びポスターの作成指導



## 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	28日	「魚が美味しい町・萩」活魚流通プロジェクトにかかる事前協議
5月	9日	全体キックオフミーティング
6月	6日 8日	「魚が美味しい町・萩」活魚流通プロジェクトにかかる事前協議 「魚が美味しい町・萩」活魚・活締め鮮魚流通プロジェクト事前協議
7月	10日 11日 11日 28日	活魚流通プロジェクトミーティング 魚の旨味と売上を上げるための血抜き・活締め講習会（1回目） 「持続可能な水産業」の実現を目指したビジョン形成・ブランド戦略検討会 「魚が美味しい町・萩」活魚流通プロジェクトにかかる事前協議
8月	10日	「持続可能な水産業」の実現を目指したビジョン形成・ブランド戦略検討会
9月	4～5日 5日 5日	ふるさと財団現地調査 魚の旨味と売上を上げるための血抜き・活締め講習会（2回目） 「持続可能な水産業」の実現を目指したビジョン形成・ブランド戦略検討会
10月	13日 24日	活締めラベルの認定審査等の協議 「持続可能な水産業」の実現を目指したビジョン形成・ブランド戦略検討会
11月	10日 23日 23～24日	外部専門家等との活締め出荷に係る協議 魚の旨味と売上を上げるための血抜き・活締め講習会（3回目） 活魚出荷確認（広島中央卸売市場）
12月	5～7日	活魚・活締め鮮魚着荷状況確認、飲食店ヒアリング
1月	26日 29日	活締め技術取得者認定会議 マネージャー報告会
2月	13日 19～20日	活締め技術認定式 活メラベル鮮魚入荷状況確認・飲食店等ヒアリング

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町  
北利道  
海尻町

## 5 主な成果

### a 実施体制の整備

- ・漁業者、仲買人や行政だけでなく、観光や商工関係者などの多様な事業者による横断的な連携による実施体制を構築することが出来た。

### b 活魚出荷技術の指導

- ・水温管理が適切に出来るようになったため、広島県と首都圏へのテスト出荷において、魚の斃死を抑えることが出来るようになった。外部専門家による指導により生きた魚を扱うための心得を学べたことで、活締め鮮度保持技術の向上に活かすことが出来た。

### c 活締め出荷技術の指導

- ・地元漁業者や仲買人など多くの参加者が、外部専門家から、取組の重要性や、実践的な技術指導を受けたことにより、活締め技術の習得とすることが出来た。

### d 着荷状態評価の実施

- ・外部専門家の協力により、市場や飲食店等に届いた時点での活魚や活締めされて出荷した魚の状態を確認する体制を整備することができた。

### e ビジョン作成とブランド戦略策定

- ・漁業関係者、仲買人など水産業関係者のほか飲食店など多様な方々により、ビジョン作成やブランド戦略を策定することができた。

### f 商品ラベル及びポスター作成

- ・外部専門家の支援により、エンドユーザーである飲食店などのニーズに沿った活締めラベルやポスターを制作することができた。



活締め認定式

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

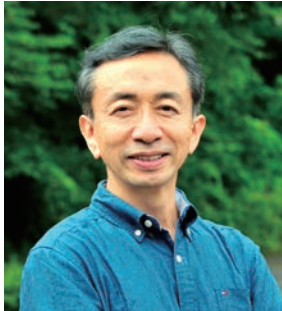
### ① 持続可能性について

- ・令和5年度、地域再生マネージャー事業を活用し、外部専門家の指導・助言を受け、萩の魚のこれからのビジョンとブランド戦略を策定した。
- ・次年度は、策定したビジョンとブランド戦略に基づき、生産者、仲買人など水産関係者に加え、旅館や飲食店など商工・観光関係者やマスコミなど、生産から消費に関わる多様な事業者による横断的な連携による実施体制により、事業を推進していく。

### ② ビジネス創出について

- ・魚の高付加価値化による漁業者の所得向上を目指し、令和5年度、地域再生マネージャー事業を活用し、「鮮度による差別化」を図るため「活魚及び活締め鮮魚の出荷」に取り組んだ。
- ・来年度は、活締め技術の確立及びその取組の認知度を高めるため、大都市圏の飲食店など、新規取引先を増やすとともに、PR用の出荷ラベルやチラシの作成、有名観光地である利点を生かした観光事業者との連携したフェアなどを実施し、地域経済循環を高めることで、地域に雇用と所得を生み出し、水産業を成長産業化させていく。
- ・また、今年度行ったビジョン形成・ブランド戦略会議で漁業者から提案のあった、萩市場に活魚で水揚げされる「評価の低い天然フグ」など低利用魚の消費拡大し、漁業所得の向上につなげていく。

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町  
北利



## 多様な方々が関わり続ける

### 「魚が美味しい町・萩」

アイデアパートナーズ株式会社

代表取締役 井手修身

#### 各地域の抱える課題、及びそれに対するアプローチ

令和4年度は、江崎の魚のブランド化という一地域での取り組みを行ったが、萩市全体のコンセプトが不明瞭で、萩の魚のビジョン形成、ブランド戦略の策定が必要であるという課題が明確になった。そこで、令和5年度は、萩市全体事業者の連携による推進体制の構築を行い、今後の指針とするビジョン形成とブランド戦略の策定に着手した。漁業関係者、仲買人など水産業関係者のみならず、飲食店など、商工・観光事業者や地元マスコミなど多様な方々を委員として、横断的に取り組む体制の構築を行った。ワークショップ形式で、萩の魚の強みと課題を抽出し、目指す方向性、基本施策の柱、戦略遂行のための具体的な事業を4回にわたり開催した。漁業関係者以外の委員から、萩市内での「萩の魚」認知度向上や消費する取組みが重要で、旬のおいしい「未利用・低利用魚」の活用、地学校などと連携して地魚の給食提供などの提案がなされた。そして、【基本理念】「食べたい 行きたい 旬の地魚がおいしいまち・萩」を策定して、5つの基本方針「萩の魚」について①価値を高める、②持続的に提供する、③市内で消費する、④市外で販売する、⑤認知度を上げる取組を策定し、13の基本施策とその事業例を導き出した。

#### 取組を通じて得られた成果

今後の5年、10年を見据えての萩市全体のビジョン形成とブランド戦略策定ができたことにより、各々の事業で、多様な関係者を巻き込み、施策を連携させながら、KPI（重要業績評価指標）を達成していく手順が明らかになった。令和6年度は、重点的な事業として、活締め処理した鮮魚の販路開拓等の「活締め出荷技術と流通体制の確立」と未利用魚の活用やフェア開催や動画、SNS 広告等のネットメディア等を活用した戦略的広報で、「旬の地魚の認知度向上」に取り組んでいくことになる。

引き続き、ビジョン形成とブランド戦略策定（Plan）から具体的な事業の実施（Do）を行い、それを検証・評価（Check）し、次年度への取組みに改善（Action）していく PDCA サイクルを入れて、本プロジェクトの持続可能な体制の構築をはかっていく。



## 価値の最大化から現状への落とし込み

大都魚類株式会社

活魚部活魚課 課長 河野智和

今年度の取り組みとして昨年度に引き続き活魚流通のスキーム構築を目標に掲げました。

しかしながら実際に作業に当たる漁業者の方々には昨年度の苦労や失敗からモチベーションを大きく下げている、協力を得るのは難しい状況でした。そこで今年度は活魚の他に活締め処理を行った高鮮度な鮮魚の流通に重点を置くことにしました。

活締め処理は締める直前の状態が大切です。弱った魚を締めても血がきれいに抜けず、身質もよくなりません。

本当に価値のある活締めをするために、昨年度から取り組んできた活魚出荷の水揚げから港まで魚を活かす取り扱いが生きてくると思います。

漁業者の方々の様々な取り組みの成果が数字として実感できるようになってきた後に、また活魚出荷にもチャレンジしてもらいたいと考えています。

# 2-14 高知県室戸市【室戸市佐喜浜町にぎわい創出・産業活性化プロジェクト】

## 事業概要

総事業費	7,123千円
助成金額	4,748千円
外部専門家	畦地 履正（株式会社四万十ドラマ 代表取締役社長） 畠中 智子（株式会社わらびの 代表取締役） 坂東 真奈（Ban Design Studio） 森本 健二（株式会社南山城 代表取締役） 刈谷 貴泉（株式会社とおわ 取締役）

## 自治体概要

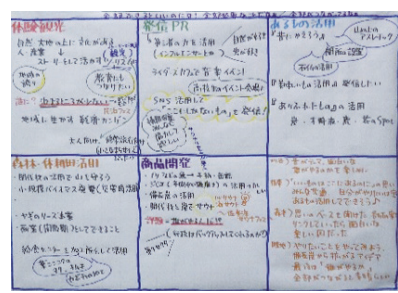
人口	12,015人（住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日）
面積	248.22 km <sup>2</sup>
人口密度	48.40人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	5,844,788千円（令和3年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.22（令和3年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	85.2%（令和3年度市町村別決算状況調）
担当課室	産業振興課農林振興班

## 取組概要

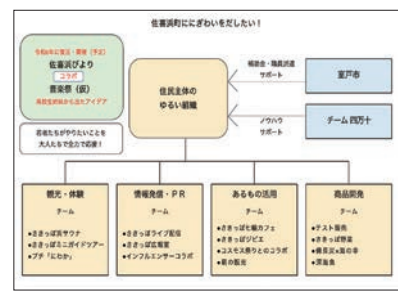
事業開始時点	外部専門家による支援	事業終了時点(成果)
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 関西圏からの観光客対策や地域住民のコミュニティを支える地域拠点施設として道の駅等の整備</li> <li>■ 地域資源の磨き上げによる商品開発</li> <li>■ 事業運営主体の発掘・育成・連携</li> <li>■ 供給量の少なさやPR不足による認知度の低さ</li> <li>■ 地域住民間の連携不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 本事業における運営体制の構築及び地域の取りまとめ</li> <li>■ 地域資源発掘ワークショップの企画運営及びファシリテーション</li> <li>■ 道の駅や商品開発、他地域の参考となる事例の紹介</li> <li>■ 地域課題の解決について主体的に考える機会の創出</li> <li>■ 調査データにおけるトータル評価</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地域住民のやりたいことの具体化と共有</li> <li>■ 地域住民が抱える課題の共有による機運醸成</li> <li>■ 地域住民が連携した地域イベントの企画</li> <li>■ 既存団体及び高校生などの新しい世代の連携</li> </ul>



ワークショップの開催



地域のやりたいこと



地域住民の連携

- 北海道 小樽市
- 北海道 寿都町
- 宮城県 栗原市
- 山形県 庄内町
- 福島県 郡山市
- 茨城県 鉾田市
- 栃木県 下野市
- 千葉県 鎌ケ谷市
- 富山県 上市町
- 大阪府 東大阪市
- 奈良県 十津川村
- 広島県 府中市
- 山口県 萩市
- 高知県 室戸市
- 福岡県 大刀洗町
- 鹿児島県 南大隅町
- 鹿児島県 知多町
- 鹿児島県 北利町

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

室戸市は、高知県の東南端に位置し、地形は室戸岬を頂点とする逆三角形を形成し、太平洋にV字に突き出ている。市の東部に位置し、関西圏からの入口である佐喜浜町は、地域の拠点となる施設がないことや情報発信がうまくできていないことから、観光客の素通りが多いことや人口減少率の高いことが地域の課題となっている。その地域の課題を解決するため、地域のにぎわいや産業活性化の核となる道の駅等の拠点施設の設置を目指している。

道の駅等の設置は、佐喜浜町の拠点施設として、道路利用者に24時間安心して休憩でき、災害時にも対応できること、観光拠点としての情報発信や連携により既存の施設の魅力を引き出すこと、市内に点在する観光素材を結び付け、地域住民のコミュニティを支えることなどが期待できるが、事業運営を担う地域住民や事業者の発掘、地域住民等の連携、地域住民の合意形成、農水産物の安定的な供給などの多くの課題を抱えている。

### b 事業の目的

本市が「第2期 室戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に掲げる『産業振興により「働ける室戸」をつくる』、『ジオパーク等地域資源を活かし、国内外から新しい人の流れをつくる』の実現に向けて、外部専門家が有するノウハウを活用し、個々の取組の連携や道の駅等有するさまざまな機能を活用し、新たな産業としての取組に発展させることを目的とする。

具体的には、道の駅等の拠点施設の設置に向けて、地域住民との意見交換やワークショップを通して、地域の合意形成や事業運営を担う地域住民や事業者の発掘を行う。発掘した地域住民や事業者が中心となり、事業実施体制の構築と併せて地域の魅力の発見や地域資源の磨き上げによる商品開発を行い、雇用の場の確保や交流人口の拡大、関係人口の創出・拡大を目指す。

## 2 事業実施内容

### a 基礎調査

室戸市内及び佐喜浜町内の主要施設等の視察や地域住民の意向ヒアリングにより現状把握を行い、本事業を推進するにあたって中心となる地域住民の発掘及び育成を行う。また、活用できる地域資源や施設、事業者間連携の可能性を探る。

### b 地域資源の発掘

地域資源発掘等の意見交換やワークショップを開催する。意見交換やワークショップにおいて、地域に埋もれた資源の発掘とブラッシュアップ、地域資源の生産、流通、販売等における現状と課題の整理、連携可能な地域内プレイヤーやネットワークの把握、地域内事業者の機運醸成、理解促進を図る。

### c 視察フィールドワーク

先進地域の視察フィールドワークを実施し、先進事例の学習と体感と併せて現地プレイヤーとの意見交換を行い、本事業への理解促進と機運醸成を高める。

### d 評価

基礎調査、意見交換、ワークショップの実施データにおけるトータル評価を実施する。

### 3 事業実施体制

#### a 事業実施体制の概要

意見交換やワークショップを通して、本事業の趣旨・方向性の合意形成及び事業運営主体(リーダー)の発掘を行い、発掘した事業運営主体(リーダー)が中心となり、農業者、漁業者、事業者等で構成する協議会を立ち上げる。また、その協議会が商工会、農業協同組合その他関係団体と連携し、事業実施体制を構築する。

#### b 外部専門家の役割

本事業の全体コーディネート、トータルデザイン、ファシリテーター、指導・助言を行う。具体的には、外部専門家自身が運営している道の駅や商品開発など参考となる事例の紹介、外部から見た地域の魅力の調査、ワークショップにおける広報デザイン、運営及び進行、地域住民の意見を踏まえたアイデアの提案を行う。また、事業運営を担う地域住民の育成、視察等の必要が生じた際に同行を行う。

### 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	25日	キックオフミーティング
6月	5日	外部専門家とのオンラインミーティング(事業内容の確認)
	23日	室戸市内主要施設見学・視察 第1回意見交換会・ワークショップ「あるもの探し」
	24日	外部専門家との打ち合わせ(ふりかえり、次回の展開) 室戸市内主要施設見学・視察
7月	11日	佐喜浜町内主要施設見学・視察 第2回意見交換会・ワークショップ「こんなのあったら」
	12日	外部専門家との打ち合わせ(ふりかえり、次回の展開) ※ふるさと財団による現地調査
8月	1～31日	地域住民意向ヒアリング・情報交換
10月	22日	外部専門家とのオンラインミーティング(今後の方針、進め方)
	25日	第4回意見交換会・ワークショップ「やりたいこと」
11月	17日	外部専門家とのオンラインミーティング(今後の方針、進め方)
12月	2日	第5回意見交換会・ワークショップ「まとめ」
1月	5日	全体まとめ及び報告書提出

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

鎌子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北利

海尻町

5

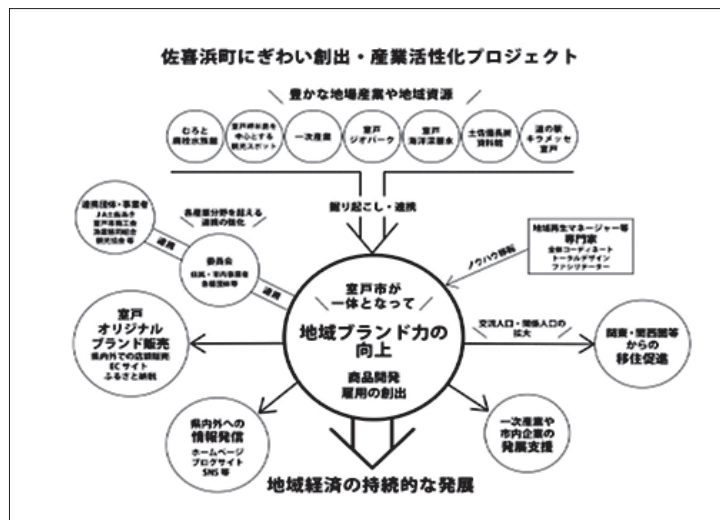
主な成果

a

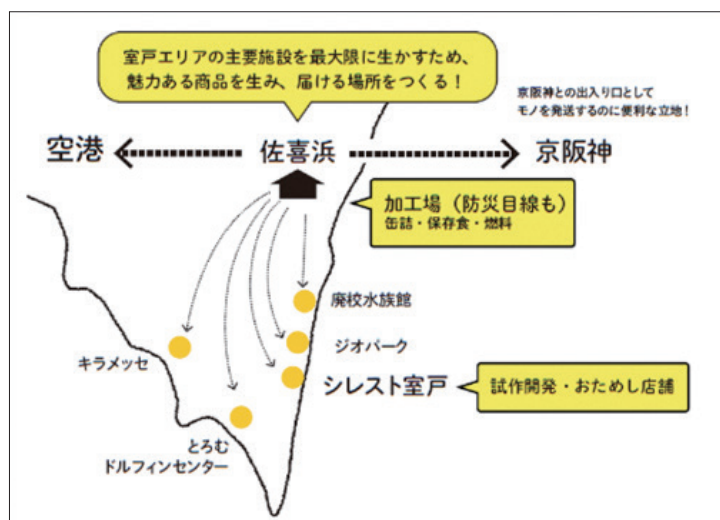
基礎調査

外部専門家の方々による市内主要施設の視察・見学の結果、十分に活用できていない既存の公共施設があることや室戸ならではの地場産品を活用した加工品などが少ないことなどが課題としてあげられた。また、意見交換・ワークショップの中で地域住民から紹介された佐喜浜町内の良いと思う施設などを見て回り、魅力的に外部の人が感じられる場所か調査を行った。これらの調査を通して、外部専門家の方々から、新たな施設の整備のみにこだわらず、既存の公共施設を活用して地場産品を使った商品開発を核として事業を実施することで佐喜浜町を含めた室戸市全体のにぎわい創出・産業活性化に繋げることができるのではないかと提案を受けることができた。

また、当初の想定よりも道の駅を含んだ新たな施設の整備に対する財政面や運営面を不安視する意見が多く出されたことや全体の会の中ではなかなか意見を出しづらいという声があったことから、地域住民への個別ヒアリングを実施した。その結果、行政が描く地域産業活性化に向けた取り組みと地域住民が求めているものに相違があることが分かってきた。このことから、本事業については、それらを踏まえて地域住民が考えるやりたいことを5つのテーマに分けて、課題の共有、解決、連携に向けた情報交換を行うこととした。



目指すべき将来

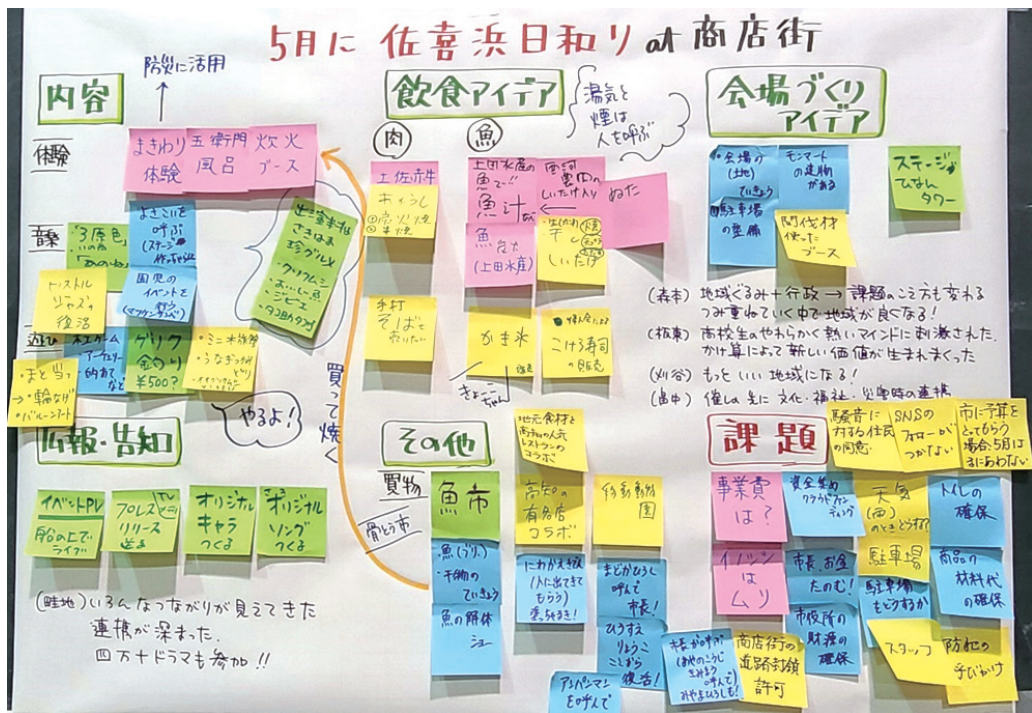


外部専門家からの提案



**b 地域資源の発掘**

佐喜浜町に合うにぎわいや産業活性化の方法を共に考えながら、併せて、地域資源の発掘や磨き上げをテーマに全5回の意見交換・ワークショップを実施した。その中で、外部専門家による道の駅や商品開発などの参考となる事例の紹介、佐喜浜町を活かした事業提案などを行い、地域資源の発掘や活用に向けたアイデア出しを実施した。地域住民からは、道の駅を含んだ新たな施設の整備を中心に進めるのではなく、既存のイベントや地域資源を活かした取り組み、地域の目玉となるような地場産品の開発の基礎となる農業振興の強化などを優先して実施していくべきではないかななどの意見が出された。これらの意見や地域住民への個別ヒアリングを踏まえて、地域住民が考える佐喜浜町のにぎわいを出すためにやりたいことを5つのテーマに分けて、課題の共有、解決、連携に向けた情報交換を行った。これにより、以前に開催されていた空き家を活用した地域産品の販売イベントである「佐喜浜びより」の復活と参加していた高校生から意見が出された「音楽フェス」を連携し、同時に開催する案ができた。また、開催に向けて時期や目標、主体となる人材が決まるなど、これまで個々での活動が多かった地域が、この度の取り組みで、地域住民の連帯感や地域課題の解決に取り組むための機運の醸成につながった。



地域住民主体による佐喜浜町にぎわい創りイベント（2024年5月実施予定）

**c 視察フィールドワーク**

意見交換・ワークショップを通して、本事業の趣旨・方向性の合意形成及び事業運営主体（リーダー）の発掘を行い、先進事例の学習・体感を想定していたが、地域内での合意形成及び事業運営主体の発掘に至ることができなかつたため、未実施とした。

- 北海道  
小樽市
- 北海道  
寿都町
- 宮城県  
栗原市
- 山形県  
庄内町
- 福島県  
郡山市
- 茨城県  
鉾田市
- 栃木県  
下野市
- 千葉県  
鎌ケ市
- 富山県  
上市町
- 大阪府  
東大阪市
- 奈良県  
十津川村
- 広島県  
府中市
- 山口県  
萩市
- 高知県  
室戸市
- 福岡県  
大刀洗町
- 鹿児島県  
南大隅町
- 鹿児島県  
知念町
- 北海道  
北見市

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

地域住民から道の駅を含んだ新たな施設の整備に対する財政面や運営面を不安視する意見が当初の想定よりも多く出され、事業運営主体や協力体制の構築、地域内での合意形成には至らなかったことから、今後においても、地域住民と行政の相互理解と信頼関係の構築が必要である。一方で、本事業を実施したことで、地域住民の連帯感や地域課題の解決に取り組むための機運の醸成につながったことは大きな成果であり、今後は、意見交換・ワークショップで提案された地域住民主体による佐喜浜町地域にぎわい創りイベントの「佐喜浜びより」と「音楽フェス」の連携開催に向けた支援を実施していく。この地域イベントの開催を行政としてサポートすることで、それぞれの運営主体を中心にやりたいことの相互理解や連携事業の実施、課題解決への取組を今後も継続して実施し、今後の事業運営主体（リーダー）の発掘、地域の合意形成、佐喜浜町のにぎわいを通して産業活性化へつなげていく。

また、市全体の産業振興につなげていくため、外部専門家の方々より提案があった未活用の既存の公共施設の活用と地場産品を使った商品開発事業についても、地域産業活性化に向けた取り組みを進めていく。

## 7 外部専門家コメント



## 佐喜浜地域のヒト・コト・モノの掘り起こし

株式会社四万十ドラマ 代表取締役 畦 地 履 正

2023年よりスタートした本事業「室戸市佐喜浜町にぎわい創出・産業活性化プロジェクト」の1年目は、最終的には、佐喜浜町の住民同士が連携するための第一歩を踏み出すことができた取り組みとなった。

室戸市には金目鯛をはじめとする魚介類やびわ、西山金時、また土佐備長炭や室戸海洋深層水などここにしかない豊かな資源があり、室戸ジオパークやキラメッセ室戸、シレストむろとなどの大きな観光施設も存在している。佐喜浜町だけを見ても、魚介類、土佐備長炭、大敷組合の定置網、椎茸、こけら寿司、ジビエなど魅力的な資源が多い。

しかし、本事業を進めていく中でも 地域住民の声として上がっていた「お土産物が少ない」「既存施設が活用できていない」「農水産物の安定供給」「高齢化による人材不足」「耕作放棄地」などは深刻な課題であることを実感した。特に、地域内での連携不足により地域を巻き込んだ動きになっていない、単独プレーにより十分な集客に繋がっていない、そもそもコミュニケーションすらとることができない、など地域活動を行う上で非常に重要な「連携」に課題があった。地域において何かを行う際、単独でできることは非常に限られてくる。「点」ではなく「面」になることで、地域内外に大きな影響を生み出すことができるのである。

そういった視点から見ると、今年度の最終回となった12月2日のワークショップでは、今までなかなか連携が難しかった佐喜浜町の皆さんが、「面」になるための第一歩を踏み出した。生産者、宿泊施設、観光施設、飲食店、自営業、高校生、市役所など幅広い世代が集まり、今年度積み重ねてきたコミュニケーションにより「地域住民主体による佐喜浜町にぎわい創りイベント『佐喜浜びより（仮称）』」を2024年5月に佐喜浜商店街にて実施することが決定した。

協議会などまだ具体的な新たな組織団体が立ち上がったわけではないが、佐喜浜にある既存団体を中心にしながら、そこへ高校生などの新しい世代が関わっているという点が評価できる。

2024年の5月にはイベントが無事実施され、その後の佐喜浜住民の意識にどのような変化が生まれるのか。そしてこれを機に、佐喜浜が室戸市の東の玄関口となるようなにぎわいが将来的に生まれることに期待している。

北海道

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北海道

北利

海尻町

北利

## 事業概要

総事業費	2,666千円
助成金額	1,777千円
外部専門家	堀田 雅湖（こめみそしょうゆアカデミー 理事・事務局長）

## 自治体概要

人口	□	16,038人（住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日）
面積	積	22.84 km <sup>2</sup>
人口密度	度	702.19人/km <sup>2</sup>
標準財政規模		4,282,600千円（令和3年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.47（令和3年度市町村別決算状況調）
経常収支比率		78.6%（令和3年度市町村別決算状況調）
担当課室		地域振興課

## 取組概要

### 事業開始時点

- ブランドコンセプトの言語化が完成
  - ①モノの委託販売
  - ②つくり手の自走支援

### 外部専門家による支援

- 自走するためにかててが担う新たな役割
  - 実践の場・学びの場・自走に向けて具体的な検討
- ブランドの確立
  - ショップづくり、組織としての体制強化、戦力的出店計画と試験出店

### 事業終了時点（成果）

- かてて販売（委託）時の魅力の発信が上達した。
- 実践の場や学びの場で出品者とのコミュニケーションが深まった。また出品者の出店意欲が高まった。
- かてて自走に向けての具体的な検討をした。

#### 3-1. 成果報告

##### (1) ブランド創出に関するコンセプトワーク

大刀洗町とは... 手仕事をする人が多いまち  
かててとは... 町内と町外の人に  
大刀洗の人がつくったものを提供する

モノを大切にする人  
→ヒトを大切に  
→前に使ったヒトを認めて  
→つながる人  
→向上心がある

①モノの委託販売  
②つくり手の自走支援  
実践の場や学びの場での具体的な検討  
学びの場（講座）や実践場（ワークショップ）  
・発信、広報

■ 大刀洗の「モノ」を大切に、ヒトを大切に人がつくったモノを提供する。  
■ 「常に使うヒトを想ってものづくりする向上心がある人」を支援する。



#### 3-4. 成果報告

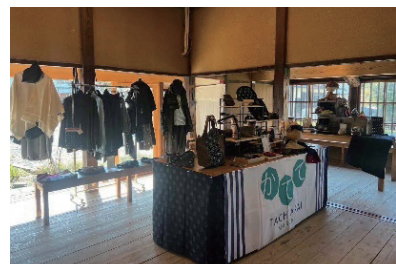
##### ■ 決定版ロゴマークを制作 商品・サービスのデザインと開発



ブランドコンセプト  
■ 大切に「モノ」を大切に、ヒトを大切に  
■ 「常に使うヒトを想ってものづくりする向上心がある人」を支援する。

かててに求められる価値  
① 原産地「ちとせ」の  
② 町に個性が「ちとせ」文化を大切に  
③ 年を問わず「一人一人」が活躍  
④ 作り手や作品の想いを「伝える」場  
⑤ 生活の「場」かててとなる

ビジネス支援のポイント  
色々なものを扱う「マルシェ」、色々な人が関わって、そこから色々な展開を期待して、色々な可能性を創出する。かてては、一緒に「場」が活躍している。かてても応援している。



ブランドコンセプト

勉強会

かててマルシェ、試験出店

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

平成22年度、大刀洗町のPRと農産物物販を目的として発足。移動市場という形態で、開催地へ出向き屋内・屋外、町内・町外を問わず出店。まちの特産品を販売PRしている。

現在、出品者は106名に及び、うち36名は65歳以上の出品者である。子育て世代から高齢者、福祉団体、農家など多様な方が出品されており、「かてて」の出品が在宅高齢者や子育て世代の社会参画や生きがい作りの推進にも繋がっている。

主な出品物としては、農産品・農産物加工品（漬物・ジャムなど）・手芸品などがあげられる。

スタッフは3人体制で町の会計年度職員として雇用しており、販売活動のほかに、出店計画、在庫・売上管理、出品者の交流会企画・実施等を行っている。

令和3年度に短期診断を実施し、現状と課題の整理、令和4年度の地域再生マネージャー事業では浮き彫りとなった課題解決すべく、ブランドコンセプトの言語化を目的に実施した。行政、スタッフ、出品者とコンセプトワークを重ね、団体としてどうあるべきかの方向性を示し、「さくら市場」から「大刀洗マルシェかてて」という名称の変更やロゴマークの作成など土台づくりを行った。

### b 事業の目的

令和4年度地域再生マネージャー事業を実施したことで、出品者も運営スタッフもステップアップし、今までは出品するだけだった出品者がマルシェの運営に積極的に関わるなど自立をしてきている。

令和5年度では、持続可能な団体に成長するために、かてての担う新たな役割を研究していく必要がある。また、言語化したブランドコンセプトをもとにかててのブランド確立と今後継続していくための体制づくりについてのアドバイスを受けつつ、かてての出品者自らがかてての活動に主体的に関わる仕掛けづくりを実施する。

## 2 事業実施内容

### a 自走するためにかててが担う新たな役割の明確化

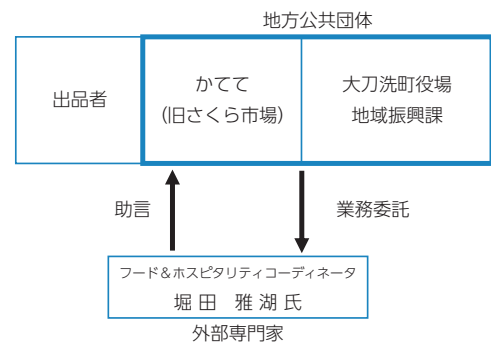
#### 具体的内容

- ・つくり手の支援＝実践の場：かててと共同出店、かててマルシェ2回  
学びの場：起業支援や商品規格に関する講座等の開催
- ・新たな営利的収入の調査＝参考事例の視察、かてて自走化の在り方にむけて具体的な検討

## 3 事業実施体制

### a 事業実施体制の概要

大刀洗町	所轄	地域振興課	メンバー
	地域振興課長	村田	まみ
	係長	原口	智美
	主査	濱砂	悠
	主任主事	嶋田	美月（担当）
かててスタッフ		秋山	裕美
		宮崎	愛子
		猿渡	英里
かてて出品者		112名	（子育て世代から高齢者、福祉団体、農家など）

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
銚子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
萩市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町  
北川町

## b 外部専門家の役割

### ① 自走に向けた手法の調査・指導

1. 人材育成（起業支援や商品規格に関する講座の調整・開催等）
2. 参考事例の視察（自走する小商い団体の成り立ちを調査）

### ② 組織としての運営・指導

1. ブランドの確立支援（ショップづくり、出店準備、情報発信、等）
2. ブランド基準に沿った商品規格の整理と健全な店舗運営のための体制づくり（納品・在庫管理・売上・手数料等）
3. 戦略的な出店計画（出店場所の整理・選択・目的整理・ターゲットや売上目標の設定等）

## 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容
4月	キックオフミーティング オンライン 4月4日 事業内容協議（堀田さん、村田、嶋田） 5月9日 キックオフミーティング（財団、堀田さん、村田、嶋田）
5月	年間スケジュール打合せ・スタッフと方向性の共有 5月22日（行政）年間スケジュール、方向性確認 5月23日（スタッフ）年間スケジュール、方向性、現状の共有
6月	商品規格勉強会①（小松宣仁さん） 6月14日（スタッフ向け）モノづくり運営について基本講座、「藍と大刀洗」ローリング視察 6月15日（出品者向け）値付け、商品アドバイスなどを個人面談方式で7人実施 ※スタッフはアドバイスの仕方を学ぶ
8月	ブランド向上研修 8月8日 視察研修・糸島市 またいちの塩、新三郎商店（代表：平川さん） 8月9日 生産者交流会 農家さんと意見交換会 かててマルシェ・中間報告 8月17日 八女市古民家視察（旧八女郡役所） 8月18日 ふるさと財団中間報告 8月19日 かててマルシェ、3者MTG
9月	起業支援勉強会①（山田さとみさん） 9月4～6日 ・大刀洗町とかててのこれからの関係性について（最適な法人のスタイルを協議） ・法人化できるようになるための勉強会 ・出店者向け小さな起業支援の勉強会 など
10月	商品規格勉強会②（小松宣仁さん） 10月3・4日 ・八女イベント向けの調整・ディスプレイトレーニング など
11月	八女市古民家にて物販実施 11月26～28日 6月、10月の商品規格勉強会（小松宣仁さん）の学びを実践的に挑戦する
12月	起業支援勉強会①（山田さとみさん）リモート 12月20日 進捗報告、現状共有、フィードバック
1月	事業報告会（庁舎内） 1月9日 事業報告発表 1月10日 内容整理、最終調整 事業報告会（東京） 1月29日 事業報告発表
2月	かててマルシェ 2月16日 部室企画・出店準備 2月17日 かててマルシェ

## 5 主な成果

## a 自走するためにかてての担う新たな役割

## 【実践の場】

## ■かててマルシェ

・ 8/19開催 vol.4

集客結果：437人、出店者数：53(当日出店者数：42)、売上：717,580円、かてて収入：47,500円

・ 2/17開催 vol.5

集客結果：421人、出店者数：52(当日出店者：44)、売上：666,500円、かてて収入：46,500円

## ■共同出店、出品者出店

- ・ 5/27～28 イオン甘木店野外駐車場マルシェ
- ・ 7/29～30 大刀洗えだまめ収穫祭
- ・ 8/19 かててマルシェ
- ・ 9/9 同和人権研修
- ・ 10/28～11/5 キリンビール工場コスモスフェスティバル
- ・ 11/26～28 かたるマルシェ (旧八女郡役所)
- ・ 12/3 人権講演会
- ・ 2/17 かててマルシェ

実践の場として、出品者が自分の商品を自分で販売し魅力の発信や気づきを直接得るための出店の機会を積極的に設けた。出店する時にはかててブランドが崩れてしまわないよう出店同意をもらうようにし、スタッフは1枚でイベント情報が分かる出店募集フォーマットを作成したり、売上報告とともに出店時の様子や感想等を出品者から聞き取ったりなどしながら進めた。出品者のみで出店する時はイベント規模や雰囲気等を調査し戦略を立てる練習としてリーダーを任命し、出品者の育成を図るなど、次につながる情報交換や出店者の記録し、振り返ることで作り手もスタッフもレベルアップにつながった。

## 【学び・交流の場】

・ 6/14～15 商品規格勉強会① 講師：小松宣仁さん

スタッフは委託販売を進めていくうえで必要となる商品セレクトや出品者との関係構築、またかててブランドの発信方法について学び、出品者は作業時間や制作費用をきちんと換算することや本来の値付けの方法、付加価値のつけ方、商品の魅せ方について学んだ。

・ 8/8 出品者視察研修 ブランド力向上＋出品者交流

これまでの出品者研修は交流会がメインであったが、今回から交流会要素にプラスして、みんなのブランド力が上がるような学びのある研修にした。スタッフは手法（陳列・つかっているもの）ばかり見るのではなく、なぜそうしているのかという視点で裏側を学んだ。

・ 8/9 生産者交流会

生産者から以下のような要望が出た。

- ・ 消費者の声がききたい、知りたい
- ・ 売り場の情報を知りたい
- ・ 売り場の様子見てみたい、生産者として立ってみたい
- ・ 野菜販売時に予約注文受けるのはどうか。

薬物は鮮度が命、時間勝負。値下げするならなるべく店頭で元気なうちになど多くの意見やアイデアがあり、中間報告として次回も開催することが決まった。

また、参加されたハンドメイド作家さんが農家さんに刺激をうけ、自分の商品を見直してみがきたいという声が出た。

買い手・使い手の  
語る場もつくらう

かててに含まれる意味

- ①筑後弁(ちっごべん)の「かたらせて=仲間に入れて」
- ②町に根付く「手しごと」文化を大切に
- ③手をつなぐ=人と人がつながる
- ④作り手や作品の想いを「語る・かたる」場
- ⑤生活の「糧・かて」となる

かたるノート

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

鎌子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北海道

北見市

後日スタッフに相談にこられ、かててらしい出品者支援の活動につながった。

ゆっくりではありながらも、着実にかてての想いが出品者に伝わってきている。

・9/4～6、12/20～21 起業支援勉強会 講師：山田里美さん

行政、スタッフ、出品者別にかてての体制や小さな起業準備等の勉強会を行った。

かててでは会計の整理を重点的に、会計を管理することの重要性を理解した上で、具体的に目標設定をした。以降、検証ができるようになり、戦略的に出店計画を立てるなど取り組む姿勢も変わった。

スタッフが運営側としての学びを深め、自らの課題を解決し実践に取り組んできたことで、その経験が自然に作り手の支援、アドバイスが出来るような体制に育っていることが、今年度の最大の成果だと思われる。

・10/3～4 商品規格勉強会② 講師：小松宣仁さん

「期間限定 shop 展示のいろは」について学びを深めた後、戦略的な出店の八女出店に向けたディスプレイの見直しをしながら、出品者の自由質疑を行った。

今回は4名の出品者が参加し、さまざまな場でマルシェに出店しているものの、ディスプレイでの魅せ方や表現で悩んでいるとのこと。しかし、自主的に勉強会に通ったり、身近な方へ客観的に見てどうかの調査をしたりなど、積極的な姿勢でモノづくりに取り組んでいることがわかった。

また、出品者 LINE グループに本勉強会の様子を共有したところ、参加者の表情やかててのディスプレイをみて、どういう内容だったのか教えてほしいと出品者からの連絡を受けた。ディスプレイの重要性について気づいている出品者にとっては関心度の高い内容であったとわかった。

また八女出店については、まとまっていて大変良いとの評価を受けた。さらに具体的なショップ運用として八女出店時の商品以外の作りこみで、お買い上げいただいた際の包装やショップカードなどを検討した。

・ワークショップや交流会の開催

出品者が自ら出店者となる機会や大規模イベント等での実践の場を提供し、商いにつながるワークショップや交流会を開催し、参加者は10%増加した。

・出店依頼 7件 総出店者数：14人（同出店者含む）

・6/15 商品規格勉強会 7人

・8/8 視察研修 2人

・8/9 生産者交流会 6人

・8/19 かててマルシェ 53人（出品者16人、その他37人） ※キャンセル11人

・9/6 こあきない研修 2人

・10/28～11/5 キリンピール工場コスモスフェスティバル 13人

・11/11 ドリームまつり 4人

・11/26～28 かたるマルシェ（旧八女郡役所） 8人

・12/3 人権講演会 6人

・2/17 かててマルシェ（出品者16人、その他36人）

・商品規格の整理により、それに準じた商品の品質向上による売上10%アップとリピータ増。

6月の勉強会に参加した出品者をはじめとして出品者が商品規格の見直しを行った。出品者の意向もあるため、コミュニケーションを積極的にし、徐々に規格を整理。野菜は価格調整を実施した。

## 【かてて自走化の在り方にむけて具体的な検討】

### ■理想とする姿

大刀洗町の商品を売るという機能から、町のブランドを伝えるための取組をするという機能に進化しています。ブランド発信とかてての「作り手支援・学びと実践の機会創出そして、場の提供」などにより「こあきない」で活躍する人が増え、地域の経済が活性化することで町が元気になり、より魅力的になること。

### ■現状・課題と解決策

町産品を購入できる場所が少ない、出品者があまり稼げていない、町産品を取りまとめている団



体がない等の課題があることから、かててが民間団体となり営利活動を行うことを解決策とし、検討を進めた。

「かてて」のブランドコンセプトで記しているように「ヒト」を支援することがかてて事業の核であり、そこに集う作り手・ヒトが大刀洗町の財産である。また、かてての活動によって町の人が集まる機会、場が出来ることで、新たな取り組みへのきっかけ作りにもなると思われる。今後、新たななかててブランドとして「作り手集団・かてて48（KTT48）」を組織化し、編み物教室の講師や同じジャンルの作り手交流会など実現に向けた準備を進める。

#### ・12/12～14 参考事例の視察（福島県福島市、宮城県利府町）

かてて自走化の在り方にむけて具体的な検討をするため、町と連携しながら一般社団法人として業を成している団体に設立までの経緯や関係性を調査した。

### ② ブランドの確立

【ブランドコンセプトの確立】と【組織としての体制強化】については①参照。

#### 【戦略的な出店計画・戦略的な試験出店】

##### ・11/26～28 戦略的な出店計画、試験出店「かたるマルシェ」

最初から集客が難しいとはきいていたものの作戦があまく十分な発信ができなかったため、お客さんの来店が少なかった。課題は山積みであるが、これまでに勉強してきたことを生かせる場となり、拠点で活動となったときのイメージがわく出店となった。また、1ブース八女市のづくり手が参加した。2月に開催するかててマルシェに参加したいということで、新たなつながりができた。（出品者8店舗、総売上55,000円）

- ・ショップの視覚的魅力の向上を図り、かててマルシェ（販売会イベント）の来場者数20%増。商品規格勉強会や視察研修にてショップの視覚的魅力の向上を図った。
- ・商品に関する納品・在庫・売上・手数料等の事項を整理し戦略的な出店をすることで売上10%増。
- ・登録出店者数10人増。（R4時点106人、R5.12月時点 112人）

## 6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

かててを自走する団体にするための方策として、以下4つを検討していく。

### ① 団体は一般社団法人として独立する。

運用に必要な資金の調整や具体的な実施計画の作成を進める。

### ② 安定した収入を得る

町の課題を解決するための支援を模索し、学び、実践、そして交流の場を提供し、出品者の育成に取り組むことで安定した収入を目指す。

### ③ 人を確保する

重点的に人財の育成・発掘に取り組む。かててブランドの魅力は作り手であり、作り手のブランド力を高めることは、かててブランド、町のブランドを高めることになる。また、今年度事業で学びと実践の繰り返しが人材育成に効果的であることがわかったため、来年度以降もこれを積極的に実施し、町の魅力として一番大切な大刀洗町の作り手の人材育成を継続する。

### ④ PR・販売の場を充実させることが必要です。

引き続き町のブランド発信を積極的に行い、新たなブランド発信として、かててオリジナル商品の開発や、積極的なイベント開催などをする。

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

鎌子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

北利



## 「かてて」スタイルの作り手・ヒトの 魅力磨きと大刀洗町のブランド発信

フード&ホスピタリティ コーディネータ  
堀 田 雅 湖

### 1) 取り組みの背景と事業概要

平成22年度より移動販売という形態で町の作り手の作品を販売しながら、町のPRを行う町直営の組織「大刀洗マルシェかてて」は活動している。運営は、3名の臨時職員が中心となり、登録している町内の作り手・約100名とその作品をとりまとめている。令和4年度に構築した「大刀洗マルシェかてて」の“大刀洗の「モノを大切にし、ヒトを大切に作る人」がつくったものを提供する。そして「常に使う人を想ってモノづくりをする向上心がある人」を支援する。”というブランドコンセプトのもと、令和5年度は、そのブランドの確立と作り手支援の体制づくりや組織運営のための学びと実践、運営スタッフによる「作り手支援」に取り組んだ。

### 2) 課題および、それに対するアプローチ

「かててブランド」の魅力伝えるための商品規格の整備、そしてその規格を作り手との共通認識を持つための研修を実施した。この過程で運営側は、各作り手の魅力の特性を整理も実施した。

作り手の魅力を伝え、価値に共感してもらうためのディスプレイの現地研修として、ブランドコンセプトに相応しい出店先を選定し、戦略な商品選定、ディスプレイを行い、その検証を繰り返し、魅力の伝え方・ディスプレイ手法の磨き上げを行った。

今年度は、「かててブランド」構築のみならず、参画している作り手の個々のブランド構築支援にスタッフが関わることで組織として、作り手や商品の魅力に共感する関係づくりにも取り組んだ。戦略とその検証は、売上予想と実績を数字できちんと把握する重要性をスタッフが理解して計画を組むことや商品の在庫管理の改善にも取り組んだ。

### 3) 取り組みを通じて得られた成果

作り手が自ら売ることには挑戦する場を「かてて」が提供することで作り手の自立支援を担うことが出来、「かてて」ならではの「小商い支援」のスタイルの基礎が構築できた。

「かてて」の様々な形式の出店が大刀洗町のブランドショップ的な役割を果たすなかでそこに関わる若い世代の作り手が「かてて」の活動自体を自分ごととして、とらえるようになり、作り手同士のコミュニケーションも積極的になり、活動が充実した。

「かてて」と作り手が共有する研修や活動の時間が増えたことで、良好な関係も構築でき、これからの活動が活性化する体制も整いつつある。

商品を売ることから、町の魅力発信という機能も担うようになった「かてて」が、「作り手支援・学びと実践の場と機会の創出」を展開することで、小商いで活躍する作り手人が増え、地域経済へ寄与する人が増えていることが町の活性化へつなげられている。

小商いの学びと実践の場へ参加した作り手の評価は、とても高く「かててスタイル」の人材育成が効果的であることも明らかになった。

「作り手・ヒト」を支援することがかてて事業の核であり、そこで育つ作り手・ヒトが大刀洗町の最大のブランド資産である。

作り手の魅力の発信と共感から、人々の交流がより活発になり、大刀洗町の魅力の共感の輪が広がるような活動を継続できる組織づくりを目指して欲しい。

## 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	11,061千円
助成金額	7,000千円
外部専門家	棕本 修平（ムクモト設計株式会社 代表取締役）

## 自治体概要

人口	6,364人（住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日）
面積	213.57 km <sup>2</sup>
人口密度	29.80人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	4,553,253千円（令和3年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.17（令和3年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	89.6%（令和3年度市町村別決算状況調）
担当課室	企画観光課

## 取組概要

## 事業開始時点

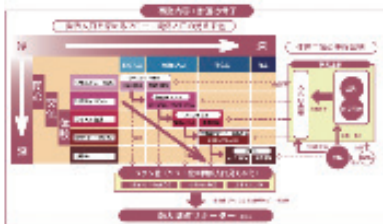
- 関係人口との接点作りが多くない
- 住民主体への移行が不確実
- 関係人口のリストは出来たが、そこから更なる発展できるツールが無い

## 外部専門家による支援

- 関係人口との接点におけるポイント指導
- 関係人口に成り得る町外事業者のマネジメント
- 協議会の設計指導
- サポーター制度設計指導

## 事業終了時点(成果)

- マルシェや交流イベント、SNSや新規PR冊子で関係人口との接点づくり
- 住民主体の協議会が発足し、自主イベント開催
- 関係人口との双方向やり取り可能な仕組みとして、サポーター制度の規約完成



関係人口をステップに分けて  
取組みを計画



専門家による指導及び伴走



関係人口作りから発展・深化まで

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

名瀬市

鹿屋市

北郷町

# 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年頃をピークに減少が続いており、平成27年国勢調査時点で7,542人であり、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、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状態である。

ところが、昨今のコロナ禍において、従来の観光振興で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。そのため、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年度より推進することとなった。地域の魅力を「食・旅・住」という大きな3つの柱で区分し、関係人口を可視化しながら、町の魅力を発見＋構築＋発信するに至った。

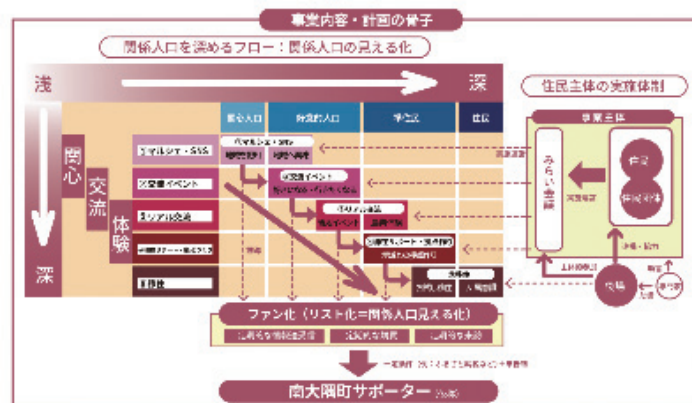
これまでの取組では、リモートを活用したマルシェや交流イベントを実施して、関係人口の創出を推進してきた。既移住者を中心に、30～40代の若手地域住民同士の協議の場を設けて、2030年の未来構想に着手が始まった。2022年度には、未来構想を将来ビジョンから具体的な施策案まで盛り込んだ「みらい白書」を作成し、持続可能な状態を目指した新たなビジネス計画も動き出している。未来構想の中で、持続可能な状態として新たなビジネス計画も動き出している。役場内では若手職員を、地域内では地域活性化に取り組む若い住民を中心とした次世代リーダーの育成も進捗している。

## b 事業の目的

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しており、関係人口の増加から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

関係人口の深度を以下のステップに分類し、取り組みを整理している。



## a マルシェ・SNS（関心人口）

首都圏や地域外への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、大将季などの南国フルーツ（果物、加工品）を中心に、夏は愛媛県今治市の直売所「さいさいきて屋」、冬は東京都 JR 大崎駅前のマルシェで販売を行った。購買者数は合計1,000人弱。売

上合計150万円。町内事業者合計18者が参加した。

冬の東京都 JR 大崎駅前マルシェでは、特産品の「ねじめ黄金カンパチ」を販売し、完売した。

夏と冬の販売を経て、参加事業者とプロジェクトメンバーで総振り返り会議を行った。これを通じて、外販の重要性と自分たちの商品への自信が感じられるコメントが多く出た。事業者のやりがいや、気付きの場としてもイベントが機能していると感じられた。町としては関係人口拡大創出を目的とし、事業者は顧客との接点として、販売イベントの重要性を確認できる機会となった。



特産品のマンゴーやパッションフルーツ販売の様子



販売を行った事業者



総振り返り会議の様子

### b 交流イベント・リアル交流（好意的人口）

町の資源を活かしたイベントづくりを行うことで、町外関係人口創出を行った。年に2回イベントを実施。夏には、本町がある本土最南端：佐多岬から最北端：宗谷岬をバイクで目指すライダー向けに「最南端バイクミーティング」の中で町の魅力発信を行った。冬には、錦江湾と黒潮が合わさる良質な釣り場を活かした「南大隅町黒潮カップ」を開催した。



バイクミーティング  
チラシ



本土最北端を目指し出発



南大隅町黒潮カップの  
ロゴ・デザイン等

### c 滞在サポート・拠点づくり（準住民）

廃校の旧宮田小学校の活用プランを現実的なものとする為のテスト運用として、飲食や物販イベントを実施した。みらい会議から生まれた住民主体組織の「みんなみらい LAB」が主催となり運営を行い、352名の参加者が集まった。

また、本プロジェクトの関係人口が南大隅町で新会社を設立した。その新会社の新事業として、町内に新たな滞在スペースをオープンさせる。体験農場を兼ね備えた宿泊施設になっている。町花のハイビスカス畑を有した敷地にはバーベキューや作業場などもあり、農業体験をしながら企業合宿も出来る機能を備えた場所になっている。



廃校を利用した飲食物販+映画上映会チラシ



イベントの様子

- 北海道  
小樽市
- 北海道  
寿都町
- 宮城県  
栗原市
- 山形県  
庄内町
- 福島県  
郡山市
- 茨城県  
鉾田市
- 栃木県  
下野市
- 千葉県  
銚子市
- 富山県  
上市町
- 大阪府  
東大阪市
- 奈良県  
十津川村
- 広島県  
府中市
- 山口県  
萩市
- 高知県  
室戸市
- 福岡県  
大刀洗町
- 鹿児島県  
南大隅町
- 鹿児島県  
北市

## d サポーター制度

関係人口が深く能動的な関わりを持ってもらい、町と関係人口が双方向で情報のやり取りが出来るよう、関係人口であるファンを「南大隅町サポーター」に設定する制度設計を行った。設計段階においては、関係人口から町内に新会社を設立した大重氏にアドバイスをもらい、サポーター規約の作成を行った。

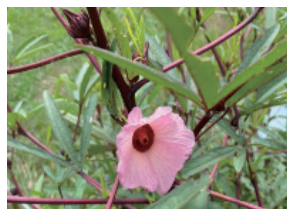
## e 2030 南大隅町みらい会議

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会議体、地域住民を主体とする会議体の設立と定期的な開催を行い、目標実現を進めた。

みらい会議の実務体として協議会を9月26日に発足した。協議会長の選出、規約などの検討を進め発足に向けた活動を行った。発足では、協議会名を親しみやすいよう「みんなみらいLAB」と命名した。みんなみらいLABが主催で、協議会メンバーが主体的に実施する初めての取組として廃校を利用した映画上映会と飲食物販などのマルシェイベントを実施した。

## f その他

これまでの本プロジェクトの取組から生まれた関係人口の一人である大重雄進氏が、町の近隣事業者と新会社「株式会社モエノバ」を南大隅町内に設立した。南大隅町の地域創生を事業内容にし、交流拠点や宿泊所、特産品開発に着手しており、古民家改装した宿泊施設、耕作放棄地を活用した町花ハイビスカスの栽培及び商品化を開始している。



町内の耕作放棄地で特産品開発の為に、ハイビスカスを栽培始める

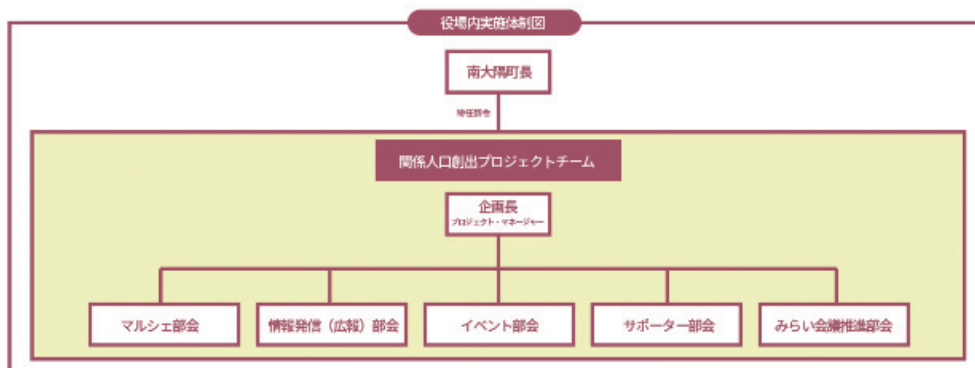
古民家改装の宿泊施設

## 3 事業実施体制

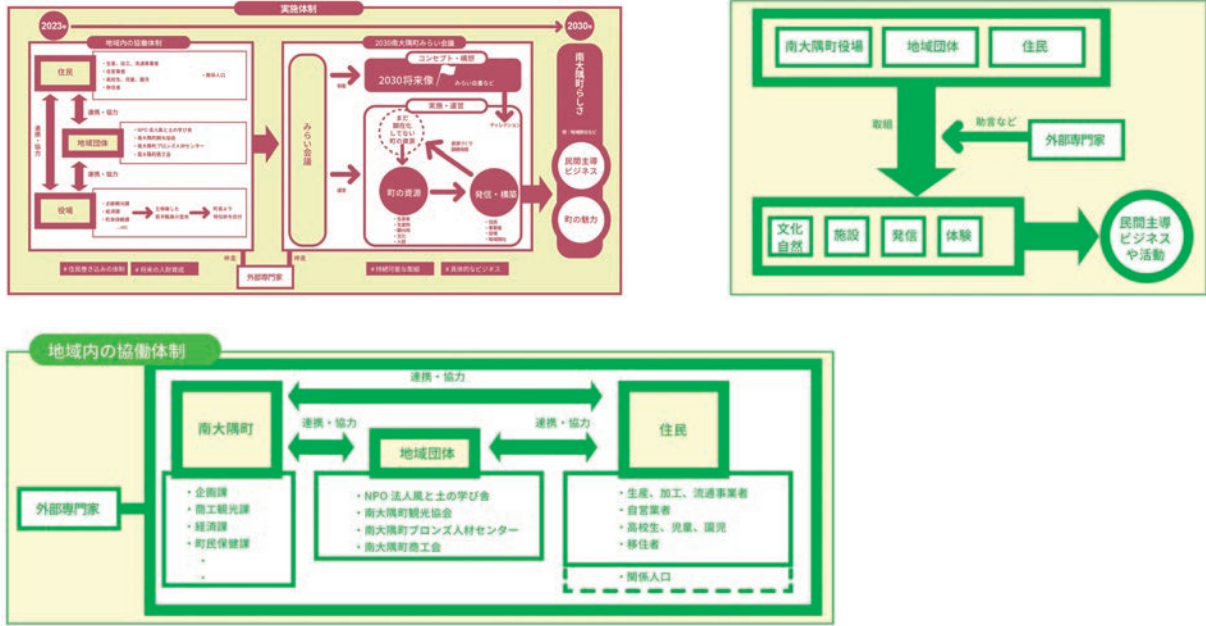
### a 事業実施体制の概要

事業実施主体は、住民を巻き込んだ形で推進した。9月に発足したみらい会議協議会や町内事業者などがプロジェクトの取組を継続発展させていく。

① 役場内体制：昨年度に引き続き本業務を兼務した職員でプロジェクト活動を実施。



② 地域住民、民間団体、みらい会議の体制：



b 外部専門家の役割

地方公共団体が住民主体となる組織づくりを行う際の助言を行い、常に役場職員、住民と伴走をすることで活動を成果に結びつける。

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
5月	1日～ 1日～	プロジェクトで作成した町の魅力発信冊子を配布 SNS を活用した地域情報の発信
7月	14日 15～16日 22日～23日	本プロジェクトで生まれた関係人口から町内に新会社モエノバ設立 最南端バイクミーティング及び前夜祭を開催 愛媛県今治市の直売所「さいさいきて屋」にて、町の特産品販売会
9月	26日	みなんみらい LAB (みらい会議協議会) 設立
11月	18～19日 19日	廃校活用した映画上映会と物販飲食マルシェをみなんみらい LAB 主催開催 南大隅町黒潮カップ in 佐多岬 (釣りイベント) 開催
12月	8～9日 12日 20日	東京都品川区 JR 大崎駅前マルシェに出店 マルシェ総振り返り会議の実施 南日本新聞朝刊に魅力発信冊子について掲載
2月	上旬	新たな滞在スペース、プレオープン
3月	中旬	議員・職員を対象にした事業報告会

5 主な成果

a マルシェ販売2回合計4日間：購買者数合計約1,000人。売上合計約150万円。町内事業者18者参加。事業者の外販への意識向上

首都圏や地域外での関係人口拡大創出の接点作りの為、南国フルーツを中心に夏に愛媛県今治市、

- 北海道 小樽市
- 北海道 寿都町
- 宮城県 栗原市
- 山形県 庄内町
- 福島県 郡山市
- 茨城県 鉾田市
- 栃木県 下野市
- 千葉県 銚子市
- 富山県 上市町
- 大阪府 東大阪市
- 奈良県 十津川村
- 広島県 府中市
- 山口県 萩市
- 高知県 室戸市
- 福岡県 大刀洗町
- 鹿児島県 南大隅町
- 鹿児島県 鹿野町
- 鹿児島県 北利

冬に東京都 JR 大崎駅前のマルシェで販売実施。購買者約1,000人、売上150万円。夏は町長や地元 FM で販促、冬は「ねじめ黄金カンパチ」で完売記録。振り返り会議で外販の重要性和商品への自信を再認識。

#### **b SNS を活用して、情報発信を定期的実施。結果的にフォロワーが昨年より 160% 増加**

SNS 広報チームを設立し、地域情報と事業イベントを SNS で発信。地域の生産物や店舗を中心に内容を展開。首都圏のインフルエンサーの協力を得て、町の情報発信を強化。結果、SNS の総フォロワー数は825名に増加。オリジナル冊子は、南日本新聞に掲載され、各所から問い合わせを頂戴する。

#### **c 交流イベントを 2 回合計 3 日間実施。それぞれ、全国のライダー128名、釣り人58名が参加。飲食物販事業者5社参加。イベント後も情報発信できる連絡先を68名取得**

夏の「最南端バイクミーティング」には全国のライダー 128名が参加し、町の魅力を PR。冬には「南大隅町黒潮カップ」で58名が参加し、釣りの競技を楽しんだ。イベントでは地元の特産品や飲食を提供し、地域交流を促進。特に、YouTuber のとよちゅーぶ氏の協力で大きな注目を集め、公開10日で6000回以上の視聴回数を達成。参加者から高い評価を受け、地域の盛り上げや関係人口の深化が出来た。

#### **d 廃校の利活用プランの推進として、映画上映会と飲食物販マルシェを開催。合計352名が参加。イベントは町民主体のメンバーが主催となって開催。1 棟貸の滞在スペースがオープン**

廃校を利活用し、映画上映会と合わせて飲食物販マルシェを開催。主催は住民主体組織「みんなみらい LAB」で、352名が参加。このテスト運用は、町の交流スペースとしての可能性を確認。また、プロジェクト関係者が新会社を設立し、2024年3月に町内の古民家を改装した滞在スペースをオープン予定。この施設は体験農場を含み、農業体験や企業合宿などの活動に適した場所となる。

#### **e サポーター制度の規約を作成。特典のノベルティデザイン案が完成。**

南大隅町が「サポーター」制度を設計。条件と申告により双方向の情報交換を促進。新会社設立者のアドバイスをしつつ、サポーター規約とノベルティデザインを作成。2024年度に制度始動し、サポーターサミットで交流促進する契約である。

#### **f 住民主体のみらい会議から、協議会が発足。みんなみらい LAB として、映画上映会や飲食物販イベントを実施**

2030年の南大隅町の将来像を描き、地域住民主体の「みんなみらい LAB」を設立。9月に協議会が発足し、映画上映会やマルシェイベントを初実施。廃校活用のテスト運用も行い、将来への取り組みを推進。

#### **g 関係人口の 1 人が、地域住民と一緒に町内で新会社を設立。**

大重雄進氏が南大隅町で新会社「株式会社モエノバ」を設立。地域創生を目的に交流拠点や宿泊所、特産品開発を開始。城内地区で古民家改装の宿泊施設とハイビスカスの栽培・商品化を展開した。

## **6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組**

持続的発展へ向けた鍵は、さらなる人財育成に感じる。ここまで事業内で、町の若手人財が活躍してきた。その活躍の幅をさらに広げ、推し進めるためには、人財の引き続きのレベルアップが求められる。時代の流れとともに、何が求められていて、どこに注力すれば良いかなどの自己プロデュース力の研鑽や、新しい情報を取捨選択できる感覚を養う事や、ビジョンから戦略や戦術に落とし込むディレクション力など、更なる育成があれば、本質的な主体性が生まれてくる。今度は、引き続きプロジェクトを進めながら、人財の更なるステップアップが町の発展へ繋がると考える。



## 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

### 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、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、若くして事業を行う住民が多く集まり、その大半が移住者であることも町の可能性を感じました。種まきイベントや廃校活用などに住民が主体的に取り組んでおり、若い人財の活躍が楽しみになる事業になったと感じています。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) 取組を楽しむこと

本取組を通じて、感じたことは「楽しくやっているところには人が集まってくる」という事です。役場職員、事業者、協議会メンバー、町内の関わるメンバーが自分事として、楽しく取組を行っていました。事業目的は、関係人口を拡大創出する事ですが、マルシェやイベントに取り組んでいる時は、目の前の人に「美味しい」や「楽しい」を伝えたい気持ちが前面に出ているように感じます。故に、話し相手や参加者も楽しい。まずは楽しいことから関係性がスタートする。そこから、地域の課題点などを知ることで、更に関係性が深まる場合がある。最初に「楽しい」があり「課題を知り」「やれることで関わる」という、この関係人口作りの流れに、数字に表れない濃度の濃い関係人口創出拡大の本質があるように感じました。

### 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

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、都内マルシェへの出店、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。

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北海道

北見市

## 事業概要

総事業費	14,835 千円
助成金額	9,890 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

自治体名	知名町	利尻町
人口 (住民基本台帳登録人口：令和5年1月1日)	5,634 人	1,894 人
面積	53.30 km <sup>2</sup>	76.49 km <sup>2</sup>
人口密度	105.70 人/km <sup>2</sup>	24.76 人/km <sup>2</sup>
標準財政規模 (令和3年度市町村別決算状況調)	4,049,237 千円	2,358,973 千円
財政力指数 (令和3年度市町村別決算状況調)	0.16	0.11
経常収支比率 (令和3年度市町村別決算状況調)	84.7 %	73.0 %
担当課室	企画振興課	総務課

## 取組概要

事業開始時点	外部専門家による支援	事業終了時点 (成果)
<p>&lt;知名町&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 人口減少・少子高齢化の加速</li> <li>■ 2022年12月 (事業申請) 時点で5633人が2045年には約3,400人になるという将来推計</li> <li>■ 20年間 (1995～2015年) で第一次産業就業者数が約530人減少</li> <li>■ 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) / 65,845人 (2022年))</li> </ul> <p>&lt;利尻町&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 人口減少・少子高齢化の加速</li> <li>■ 2022年12月 (事業申請) 時点で1895人の人口が2045年に約700人という将来推計</li> <li>■ 基幹産業である漁業者の高齢化</li> <li>■ 養殖昆布の着業者数・水揚量減少</li> <li>■ 6～9月の漁業・観光繁忙期における漁業・商工業の動き手不足</li> </ul>	<p>&lt;両町共通&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 各町関係各所との連携体制作り</li> <li>■ 広域中間支援組織体運用支援</li> <li>■ 人材獲得に向けた各種メディアの出稿計画設計・出稿、進行管理</li> <li>■ 企業・大学等とのマッチング</li> <li>■ 企業・大学等誘致におけるモニタープラン作成と運用支援</li> <li>■ 両町事業者交流・商談機会創出</li> </ul> <p>&lt;知名町&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ モデルエリア拡大のコミュニケーションサポート</li> <li>■ 空き家調査等の実施</li> <li>■ 集落独立採算の住宅管理・運用スキームの実践支援</li> <li>■ 人材受け入れ時のコーディネート</li> </ul> <p>&lt;利尻町&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 養殖昆布の働き手獲得のための連絡窓口業務サポート</li> <li>■ 人材受け入れ時のコーディネート</li> <li>■ 既存アルバイト人材と受け入れ漁家へのアンケート実施</li> <li>■ 次年度に向けた受け入れ漁家の受け入れ条件見直し支援</li> </ul>	<p>&lt;両町共通&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 前年度モニターに基づく運営上の課題・改善点の抽出</li> <li>■ 上記に基づく運営資料の改善</li> <li>■ 地域内関係各所との各種打ち合わせ実施</li> <li>■ 人材獲得に向けた各種メディアへの出稿計画</li> <li>■ 各種メディアへの出稿掲載</li> <li>■ 企業・大学等を対象にしたモニター実施</li> <li>■ 広域連携による物産品交流を目的とした両町事業者交流</li> </ul> <p>&lt;知名町&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 新たなモデルエリアの選定</li> <li>■ 各集落における空き家調査</li> <li>■ 人材受け入れ</li> </ul> <p>&lt;利尻町&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 既存アルバイト人材への満足度・改善点等に関するアンケート</li> <li>■ 受け入れ漁家を対象にした受け入れ条件のブラッシュアップ</li> <li>■ 人材受け入れ</li> </ul>



知名町：サトウキビ作業



知名町：鹿児島大学等訪問



知名町：大学等への設置資料

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

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、基幹産業は、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である。基幹産業である農業においては、人口減少と比例するように就業者数が減少しており、地域における担い手の減少が顕著となっている。一方で、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（平成30年）には直近10年間で最多となる89,045人を記録している。しかし、2020年（令和2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。事業開始から3年度目を迎えた今期は、これまでの取り組みをさらに加速し、両町に実際に人材を送り込む実装、人材獲得の間口を幅広くしていくための企業・大学等の連携とモニターツアーの実施などを中心に、両町事業者の物産品の交流等も含めて、地域の働き手・将来的な担い手の獲得を進めるために事業実施に至った。

### b 事業の目的

本事業においては、町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、町内消費にも貢献するリゾートバイト等の人材を確保し、町内各所に送客していくための受け皿となる中間支援組織の運営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け入れ窓口および、人材不足に悩む町内事業者に向けた人材バンク機能を提供できると同時に、北海道利尻町との広域連携を行うことによって、これまで知名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、幅広い人材確保を可能にすることができる。これは北海道利尻町にも同様のことが当てはまると考える。

## 2 事業実施内容

### a 広域中間支援組織体の運営による人材獲得・共有スキームの運用

前年度までに構築した人材獲得・共有のためのスキーム運用を実施。前年度に実施したモニター受け入れによって可視化した運営手法の課題・改善点などを視覚化し、ブラッシュアップを図った。

### b 人材の受け入れ時に必須となる空き家等の拠点整備スキームの運用

前年度まで実施していた空き家調査の対象地域を拡大するとともに、各集落で自走していける空き家の利活用手法を地域内で水平展開し、受け入れ可能な空き家の増加等を図った。

### c 人材獲得に向けた広報 PR・プロモーション

ターゲットとなる人材のみならず、企業や大学等、人材獲得のための間口を広げるために複数メディアへの出稿計画を作成。計画に基づいて出稿を行っていく（今後実施予定）。

### d 企業・大学等を対象にした広域人材交流の枠組みづくりとモニターの実施

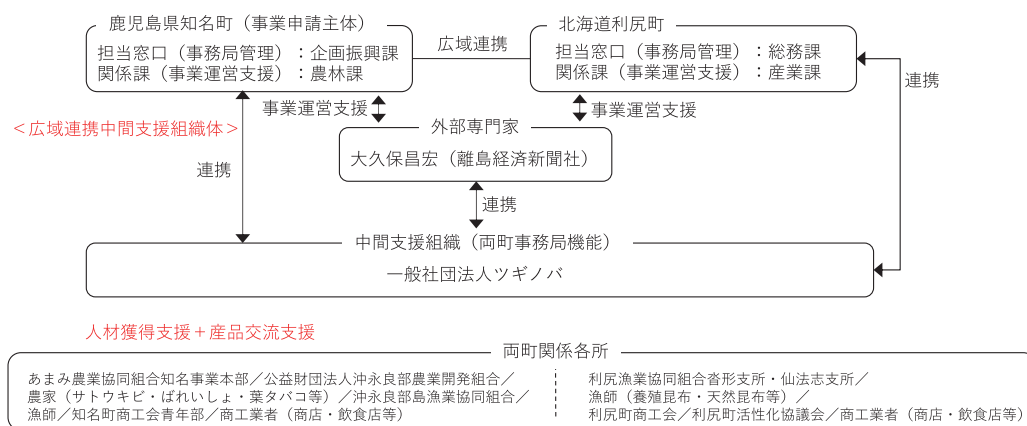
広域連携対象地域のみならず、幅広い間口を設け、新たな人材を獲得・シェアしていきけるようにするために、企業・大学等との協働・連携を企画。日本エアコンピューター(JAC)との連携により、モニターツアーを実施。ツアー参加の大学生が3月から1ヶ月間、タバコ農家への就業を決めるなど、新たな関係値構築を進めている。併せて、鹿児島大学でのインターンシップ受け入れなどを1月以降に進めていく予定。

### e 広域連携による物産品交流

北海道利尻町から飲食店事業者を招聘し、両町特産品を活用した産品開発に着手。併せて、利尻町の閑散期にあたる11月～3月の期間での飲食開業などの検討を開始。

## 3 事業実施体制

### a 事業実施体制の概要



### b 外部専門家の役割

外部の専門的知見に基づき、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・体制運用、各種ツール等の制作支援等を実施。知名町役場と利尻町役場の連携体制を軸とし、本事業における中間支援組織体として利尻町で利尻町定住移住支援センターを運営する一般社団法人ツギノバとの連携・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て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、両地域事業者の交流機会創出等）を行なった。

## 4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容
4月	5日 両地域における事務局機能を担うチーム間での内部キックオフ MTG 5日 事業実施に向けた利尻町総務課企画振興係との打ち合わせを実施 5～19日 知名町における相談窓口設置に伴うフローの整理と必要資料の作成 5～28日 知名町における季節アルバイト募集のための主要作物資料作成 5～30日 広報 PR・プロモーションの全体設計とメディア選定 19日 両町業務フローにおける両地域事務局打ち合わせを実施 19～28日 知名町における全軒空き家調査フローの精査 28日 知名町における全体事業キックオフ会議を実施（コミュニケーションツールとして Slack を導入、利尻町役場との事業推進打ち合わせの実施）
5月	1～31日 広報 PR・プロモーションの全体設計とメディア選定 7～14日 両町における求人情報の取りまとめと両町事務局における掲示を実施 7～25日 利尻町における求人情報（漁業以外）の取りまとめと知名町の掲示実施 9日 知名町における全軒空き家調査等のフロー共有 10日 区長会にて全軒空き家調査等について説明・共有を実施 15～31日 知名町季節アルバイト人材の利尻町漁業者への紹介 17日 利尻町側人材受け入れ時のフロー打ち合わせ 30日 両町における全体事業キックオフ会議を実施 31日 知名町たばこ農家のヒアリングを実施
6月	1～21日 知名町季節アルバイト人材の利尻町漁業者への紹介 1～30日 広報 PR・プロモーションの全体設計とメディア選定 5、9日 知名町の空き家調査を実施 16日 知名町企画振興課との事業進行 MTG を実施 20～30日 知名町内農業者求人シートの作成と内容確認 27日 利尻町側での知名町からの人材受入フローの打ち合わせを実施 28日 利尻町役場総務課との事業進行 MTG を実施
7月	1日 利尻町側での知名町からの人材受入フローの打ち合わせを実施 3、24日 人材獲得のための WEB サイト制作打ち合わせ 25日 利尻町観光協会との人材受け入れ打ち合わせ 31日 知名町企画振興課との事業進行 MTG を実施
8月	3日 人材獲得のための WEB サイト制作打ち合わせ 7～8日 鹿児島県内教育機関との連携に向けた資料と打ち合わせ等取りまとめ 9日 人材獲得のための WEB サイト制作打ち合わせ 16～18日 鹿児島県内教育機関・企業との連携のための打ち合わせ・視察実施 22日 利尻町役場総務課との事業進行 MTG を実施 22日 日本エアコンピューター株式会社モニターツアー受入の関係各所の調整 26日 知名町小米の空き家調査を実施 30～31日 広域連携による物産品交流に向けた打ち合わせ及び運動教室の実施
9月	1日 広域連携による運動教室、利尻町仙法志の空き家調査を実施 1～2日 広域連携による物産品交流に向けた打ち合わせ 1～30日 企業・大学等のモニター企画設計 4、5日 利尻町役場総務課との事業進行 MTG を実施 6～7日 ふるさと財団の利尻町視察アテンド 11日 知名町企画振興課との事業進行 MTG を実施 16日 知名町瀬利覚字の空き家調査実施 21日 知名町における全軒空き家調査におけるシステム打ち合わせ 22日 知名町瀬利覚字の空き家調査実施 25～27日 知名町の利尻町視察アテンド
10月	1～5日 企業・大学等のモニター企画設計 1～8日 利尻町昆布漁師漁家・アルバイトアンケート作成 4日 利尻町養殖昆布干しアルバイト受け入れ振り返りのための打ち合わせ 4日 知名町瀬利覚字の空き家調査実施 9日 漁家・アルバイトアンケートの配布 18日 人材獲得のための WEB サイト制作打ち合わせ 24～27日 利尻町から合同会社 HiR 代表取締役・江刺家堂真氏とシェフ・新谷卓美氏を知名町に招聘。物産交流等に向けた現地視察等を実施 27日 日本エアコンピューターによる SDGs ツアー受け入れ（事業紹介等を実施） 30～31日 ふるさと財団視察対応、空き家調査個人情報取得フロー打ち合わせ

北海道

小樽市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

鉾田市

栃木県

下野市

千葉県

鎌子市

富山県

上市町

大阪府

東大阪市

奈良県

十津川村

広島県

府中市

山口県

萩市

高知県

室戸市

福岡県

大刀洗町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

知名町

北海道

利尻町

月	取組実施内容	
11月	1日 4～5日 5日 7日 9日 17日 18～19日 25～29日 29日 30日	利尻町からのアルバイト人材（2名）受け入れ対応 人材獲得のためのWEBサイト制作のための撮影 日本エアコミューターによるSDGsツアー受け入れ（事業紹介等を実施） 知名町税務課との空き家調査個人情報取得フロー打ち合わせ 知名町上平川字の空き家調査実施 事業者交流・産品開発における合同会社HiRとの打ち合わせ実施 タバコ農家のビニールハウス建てにアルバイト人材をマッチング 利尻町から合同会社HiRのシェフ・新谷卓美氏が来島。試食会等を開催 知名町住吉字の空き家調査実施 利尻町漁家との今年度振り返り・次年度フロー等の打ち合わせ日程調整
12月	1～7日 1～7日 5日 6日 8～22日 9日 15日 21日	タバコ農家のマルチシート張り作業にアルバイト人材をマッチング サトウキビ作業にアルバイト人材をマッチング 利尻町からのアルバイト人材（1名）受け入れ対応 利尻町杵形・仙法志両地区の漁業協同組合打ち合わせ サトウキビ作業にアルバイト人材をマッチング 空き家について知名町瀬利覚字の区長ヒアリング 神奈川大学の知名町農業インターンシップ相談対応 人材獲得のためのWEBサイト制作打ち合わせ
1月	4～26日 5日 5～31日 11日 23日 25日 25日	人材獲得のためのWEBサイト実装のための確認作業 神奈川大学の知名町農業インターンシップ相談対応 空き家調査（徳時、大津勘、上平川、芦清良、小米、知名、住吉、正名、田皆、屋子母、新城、下平川、屋者、黒貫） 利尻町漁家との今年度振り返り・次年度フロー等打ち合わせ実施 利尻町への知名町求人情報の掲載 北海道札幌からのアルバイト人材（1名）受け入れやりとり 琉球生産組合のアルバイトの宿泊施設相談対応実施
2月	中旬予定 中旬予定 下旬予定	メディア出稿 日本エアコミューターモニターツアー受け入れ 産品開発案の検討

## 5 主な成果

### a 相談対応フローの作成

季節アルバイト人材からの問い合わせ等に対応するためのフローを整理・作成

### b 相談カルテの作成

季節アルバイト人材からの問い合わせ等に対応するためのカルテを作成

### c 事業者向けヒアリングシートのブラッシュアップ

季節アルバイト人材を受け入れたい事業者向けのヒアリングシートを前年度からブラッシュアップ

### d 求人シートの作成

両町事務局掲示用の求人シートを作成・掲示

### e 仕事紹介パンフレットの精緻化

前年度作成した仕事紹介パンフレットのブラッシュアップを行い、掲示を実施



**f** 南北連携事業紹介フライヤー

区長会等で活用するために、事業紹介を行うフライヤーを制作

**g** 鹿児島県内企業・大学等への配布フライヤー

県内企業・大学等に向けた配布フライヤーを作成。モニターツアーへの誘導を図るためのツールとして活用

**h** WEB制作

人材獲得のためのPR・プロモーションの一環としてWEBサイトの実装作業を実施中

**i** 利尻町視察

知名町役場にて利尻町視察を実施

**j** モニターツアーの受け入れ

日本エアコミューター等の開催するモニターツアーを受け入れ、事業趣旨の説明と農業体験等を実施。

**k** 空き家調査の継続実施

前年度までおこなってきた空き家調査を継続実施。全集落の全軒調査を行い、受け入れ時に活用可能な空き家の可視化を図る。

**l** 利尻町の昆布漁師、アルバイト人材へのアンケートを実施

受け入れたアルバイト人材の満足度や漁家の対応や課題等を把握し、次年度以降のブラッシュアップに活用するために、アンケートを実施

**6** 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

## &lt;課題&gt;

利尻町においては、漁業者への人材送り込みは日程調整等の都合で叶わなかったが、知名町内の季節アルバイトに興味を示す人材は多く、次年度以降、日程調整の方法をどう行えばスムーズに送り込めるかの検証を行うことができたので、更なる結果が得られる手応えがあった。シーズン終了後に養殖昆布をおこなっている漁家・漁家が受け入れたアルバイト人材を対象にアンケートを実施し、次年度以降の人材繋ぎ込みのフロー等のブラッシュアップを図っていく。また、企業・大学等との連携では、今後は鹿児島大学によるインターン募集などを実装していくために1月に開催予定の説明会等への参加などを進めていく。利尻町側については、日程調整等を細かく行うためのより緻密な受け入れ体制や、現場で抱えている課題感の更なる掘り起こし（人材の不足以外の課題＝販路（産品交流部分）や受け入れ後のコミュニケーション等のミスマッチ防止等）が今後の取り組み推進における課題となる。今後、持続可能な取り組みとして発展させていくために、人材受け入れ窓口の精緻化・間口の拡大等を図りながら両地域における事務局の体制強化が必要不可欠である。3年間の取り組みの中で積み上げた知見やノウハウをさらに活用して、次年度以降の人材獲得数の増加を目指していきたい。

北海道  
小樽市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市山形県  
庄内町福島県  
郡山市茨城県  
鉾田市栃木県  
下野市千葉県  
鎌子市富山県  
上市町大阪府  
東大阪市奈良県  
十津川村広島県  
府中市山口県  
秋田市高知県  
室戸市福岡県  
大刀洗町鹿児島県  
南大隅町鹿児島県  
知名町  
北海道  
北利



## 間口を広げ、

## 次のフェーズに向けたスタート

(地域再生マネージャー)

特定非営利活動法人離島経済新聞社 常任理事

一般社団法人ツギノバ 代表理事 大久保 昌 宏

### <事業概要>

3年目を迎えた関係人口と地域の担い手獲得のための広域連携事業。この事業の大きな特徴は、鹿児島県知名町（沖永良部島）と北海道利尻町（利尻島）という遠く離れた2地域での人材シェアであること。10月～5月までが基幹産業の農業の繁忙期となる知名町、6月～9月が漁業の繁忙期となる利尻町。異なる繁忙期の働き手・担い手の不足を補うために、それぞれの地域にすでに来たことがある、これから来てみたいといった季節アルバイトなどの関係人口となり得る人材の両地域へのつなぎこみが、この事業においては最も重要なポイントになります。過去2年間の取り組みを通じて、つなぎこみの体制づくりや両地域の交流などを進め、3年目となる今期は両地域で実際に人材をシェアすることを目指しつつ、2地域だけに限定された動きにならず、より多くの人材と地域とのつなぎこみを行うために、連携できる間口をさらに広げるために企業や大学等との新たな連携構築などにも取り組んできました。

### <課題とアプローチ方法について>

両地域の地域課題というよりは事業における課題として、過去2年間の取り組みの中で、円滑な地域間連携を行うために両地域における事務局の設置など、さまざまな課題に対するアプローチを行ってきましたが、実際に人材を動かすことになった3年目は、物理的な距離とコミュニケーションサポートのあり方という面で課題を感じました。物理的な距離については、実際に移動をする人材となる人たちの高額な旅費交通費というハードルをどのように対応するか。コミュニケーションサポートについては、人材が地域側に入りたい時期と、地域側が来てほしい時期のズレを解消し、切れ目なく2地域間を動けるようにすることなど、想定以上に細やかな伴走体制の必要性を感じました。前者の距離、高額な旅費交通費については、金額の高さをハードルと感ぜないように、地域に入った後の実際に働く現場やそこで得られる交流機会などを可視化。距離が離れていても行ってみたいと思ってもらうことに視点を切り替えてアプローチをしました。後者については、両町の事務局における情報共有の割合を増やし、受け入れ側と人材側、双方に対するコミュニケーションの頻度を高めることで対応できたと考えています。

### <取り組みを通じて得られた成果と今後の動き>

今年度の大きな成果としては、北海道利尻町だけでなく、民間企業や大学等の教育機関との連携が進み、鹿児島県知名町としての受け入れ窓口を広げることができたことです。特に日本エアコミューター株式会社との連携でモニターツアーを行うなど、取り組み自体を多くの人たちに説明、紹介する機会を多く作れたことで、地域内外における認知度の向上を図ることができました。今年度は3年間の中でも実装の年と考え、そのための動きを行ってきましたが、4年目以降に続けていくためのきっかけを多く作ることができたと考えています。今後は、協力・連携できる間口をさらに広げながら、これまでの取り組みを継続・拡大しつつ、人口減少・少子高齢化が進む社会の中で、地域と関わりしるを持てる関係人口層を奪い合うのではなく、分け合うことで、より賑わい、活力のある地域づくりにつなげていきたいと考えています。



# 3 過去事業のフォローアップ

## 3-1 フォローアップの概要

本年度は、平成30年度以降に本財団が支援をした事業の現在の取組状況について、市町村担当者へのアンケート調査を行った。29地区へのアンケートに対し、以下の24件の回答があった。

都道府県	市町村	事業名	採択年度				
			H30	R1	R2	R3	R4
北海道	石狩市	地域と企業を結び観光でまちの未来を創るプロジェクト	●	●			
北海道	むかわ町	「むかわ町恐竜ワールド構想」に基づくまちづくり推進事業	●	●	●		
岩手県	陸前高田市	ALL陸前高田で目指す～交流人口拡大に向けた「サンリク観光ゲートウェイ」構築事業～	●	●			
新潟県	阿賀町	もりあがるプロジェクト～阿賀町の「栗」「くりみ」で盛り上がろう～	●	●			
福井県	高浜町②	観光×移住×次世代によるクリエイティブビーチ創出プロジェクト	●				
福井県	若狭町	WAKASA! チャレンジプロジェクト	●	●			
長野県	中川村	荒廃森林を地域通貨で輝く資源に～地域おこしの新しい可能性を探る～	●	●			
奈良県	吉野町	地域力人材育成と結集による「木のまち吉野」再生プロジェクト	●	●	●		
和歌山県	広川町	HIROGAWA Re:branding Project～栢陵さんの魅力再発見～	●	●	●		
福岡県	うきは市	"うきは"ライトプロジェクト～古民家に灯を取り戻せ～	●				
北海道	砂川市	チーム"SUNAGAWA"ブランディングプロジェクト		●			
北海道	利尻町	利尻町漁業の担い手獲得・育成のための支援組織設立事業		●	●		
群馬県	館林市	文化Connectたてばやし～食文化をつなぐ 人をつなぐ 未来をつなぐ～		●	●		
長野県	小川村	小川つなぐラボ～小川村つなぐ人口創出事業～		●	●		
岡山県	真庭市②	歴史を生かした里山資本主義による持続可能な未来集落形成事業		●	●		
広島県	熊野町	熊野町観光コンテンツ創出事業		●			
香川県	三豊市	三豊市地域農産物付加価値づくり事業		●	●		
愛媛県	内子町	極上の田舎の目的型ツーリズム！地域エンパワーメント事業		●	●		
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			●	●	
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			●	●	
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			●	●	
富山県	舟橋村	農業を核とした舟橋村のブランディング・活性化事業			●		
三重県	南伊勢町	籠方アケ籠・官学連携による地域力・ビジネス創出事業			●	●	
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			●	●	
長崎県	波佐見町	地域環境モデル構築をベースとした地域価値創出事業			●	●	●
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				●	●
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～				●	●
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～				●	●
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				●	
福井県	越前町	若者夢おこしプラットフォーム構築事業				●	
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				●	●
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				●	●
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				●	●
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				●	
福岡県	添田町	修験ツーリズム 英彦山観光地域づくり造成事業					●

フォローアップから見出された結果について、「事業の継続性」、「実施主体の継続性」、「外部の継続性」について以下のような考察を行った。

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に掲載をしているので、参照されたい (<https://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/jisseki/>)。

## a 事業の継続性

調査対象24地域中、継続している地域は12、継続していない地域は11、コロナの影響で中断中が1地域であった。半数の地域においては、何らかの形で事業が継続されていた。

### ① 継続している地域

継続している地域の多くは、国からの助成金など、何らかの形で財源を確保している。

- ・空き家対策総合支援事業補助金（国交省）（和歌山県広川町）
- ・地域づくり総合交付金（北海道）、いきいきふるさと推進事業助成金（公益財団法人）（以上砂川町）
- ・特別交付税（三重県南伊勢町）
- ・デジタル田園都市国家構造交付金（地方創生推進タイプ）（内閣府）

事業が継続していても、事業規模の大きさや投資の必要性が高い事業の一部の自治体では、自力での財源確保が難しく苦労している。

また、継続している地域は、総じて事業内容が充実しており、HP上でも事業について積極的なPRが行われている。

- ・地域の食文化を広めるためのブランド構築、認知度向上、販路拡大のためのイベント実施（群馬県館林市）
- ・地域産品ブランドづくりのための認定事業推進（6事業者22品の認定実現）（香川県三豊市）
- ・限界集落の活性化（大学生のフィールドスタディー誘致、学芸員制度による関係づくり等）（三重県南伊勢）

事業を持続させるための主な課題、苦労点としては以下のような回答があげられていた。

- ・高齢化等による事業を推進する上で中心となる人材（キーマン）の不足
- ・関係者以外の地域住民や事業者に対して、事業の広がりが少ない。
- ・売上規模が小さく収入が不足しており、事業の財源を確保できない。
- ・地域おこし協力隊の任期終了に伴い、今後どのように活用していけばよいか決まっていない。
- ・若い世代など、事業継続のモチベーションの確保が難しい。

### ② 継続していない地域

継続していない地域では、事業継続上で苦労した点について以下があげられている。最も大きな課題は“人”絡みの問題であった。

- ・人材関連（地域住民の巻き込み不足、中心的な人材の欠如、人材のモチベーション確保の難しさ）（多数）
- ・投資、事業活動の財源不足
- ・木材、食材など原材料の高騰

逆に、継続していない地域でも、その理由が前向きで、むしろ発展的な解消を図った地域も見られた。

- ・当初の目標が達成され、運営組織が自立して活動できているため（北海道石狩市）
- ・事業が拡大し、今後は収益事業として継続することになり、各事業者の活動を尊重（福井県若狭町）
- ・具体的な事業が動き、次の段階に進んでいるため（和歌山県有田川町）
- ・地域が主体となって活動を行うことができる仕組み作りができたため（東京都あきる野市）

## b 実施主体の継続性

対象24地域のうち、3分の2にあたる16地域が現時点でも事業の実施主体を存続させていた（継続していないのは5地域、不詳3地域であった）。

事業が継続していなくても、実施主体は継続している先が多かった（北海道石狩市、岩手県陸前高田市、奈良県吉野町、広島県熊野町、和歌山県有田川町、東京都あきる野市、石川県宝達志水町）。

実施主体の活動を拡大する上での課題として、以下があげられていた。“実施主体あってこそその事業継続”と考える自治体が多いと思われ、事業継続のための課題と重複するところが多い。

- ・ 自主財源の確保
- ・ 安定した収入源の確保
- ・ 委員会メンバーのモチベーション維持
- ・ 事業に対する民間事業者の理解度
- ・ 人材不足
- ・ 原材料の確保
- ・ 次世代への継承

実施主体の活動が縮小してきている理由については、事業が拡大したことにより主体の必要性が薄れたという回答もあったが、概ね事業が継続しない要因と同様な課題があげられていた。

## c 外部人材の継続性

24の対象地域のうち、現在でも外部専門家と連携関係にあるのは13地域、関係を保持していない地域は9地域、無回答2地域であった。過半数の地域は連携関係を保持しており、終了以降も外部専門家との関係も維持できているところが多かった。

外部専門家との連携の具体的な内容については、以下があげられている。

- ・ メール、SNS、定期訪問等でのコミュニケーション（多数）
- ・ 人的ネットワークによる販路（販路、バイヤー等）の紹介
- ・ 人的ネットワークによる人材の提供
- ・ 自身の活動をHP、SNS等で情報発信し、地域のPRに貢献
- ・ 外部専門家が自身で地域において起業し、事業と密接な関係を持つ

興味深いのは、複数の地域が外部専門家の持つネットワークをあげており、これを活用して販路開拓を行ったり、事業のPRを行ったりしていることである。事業終了後も、外部専門家の直接的・間接的なフォローが行われており、それが事業継続に深く関係しているものと思われる。

連携を保持する上での主要な課題としては、以下があげられていた。

- ① 外部専門家に委託する費用の財源確保（多数、特に予算規模の小さい市町村）
- ② 地域に関する専門家との認識が擦りあっていない。
  - ① については、本当に専門家が必要であれば、市町村の一般財源で委託契約を結ぶ自治体もあるということである。もちろん、外部専門家に頼りすぎる面があれば、ある程度改める必要があるが、終了後も適切なタイミングで継続的に相談に乗り、持続可能な発展を維持できるようなアドバイスが自治体から求められているように思えた。（長崎県波佐見町、大阪府島本町）
  - ② については、外部専門家を選定する際、専門家の地域に対する見方、テーマに対する専門性と問題解決能力のレベル、市町村担当者との相性等を総合的に勘案し、より慎重に選定を行う必要があることが指摘されていると思われる。

## 3-2 フォローアップからの示唆

### a 事業継続の鍵は人材と財源

今回のフォローアップアンケート結果、改めて地域再生マネージャー事業を将来的に持続可能にするのは、事業推進の中心となる人材の発掘と育成、及び事業継続のための財源の確保と認識した。

事業計画を立案し、実施主体が自走をはじめ軌道に乗るまでは、事業基盤をしっかり固めていくことが重要であり、そのために“事業の真ん中”にいる中心人物の早期確保と事業の中での育成を行う必要がある。地域の中でそのような人材が少ない場合は、地域おこし協力隊など、外部からの若い世代のパワーを投入し、地域のニーズと彼らのシーズが折り合うよう調整を図ったうえで適性のある人材を採用することが重要になる。

それと同時に、特に事業の立ち上がりにおいては、事業での収入がそれほど大きくないことで運営資金の不足が考えられ、これを埋めるための施策が求められている。各事業の身の丈に合わせた適正規模の事業運営を行うための資金調達が必要となる。

行政側の支援としては、アンケート結果にあった政府による交付金、補助金や都道府県、一般財団法人の助成金等、地域創生に関連する援助を有効に活用し、必要な資金を確保することが考えられる。

ふるさと財団においても、本年度において終了する事業に対しては、引き続き持続可能な検討を継続できるよう、地域再生マネージャー事業を内閣府の地域創生事業に引き継ぐことで、さらに最大3年間の助成を得る流れを構築しようとする検討が行われている。

地域住民や事業者を中心に盛り上げてきた地域再生の火を絶やさず事業を繋いでいくために、このような施策が必要になると思われる。

## **b** 実施主体継続のための主体者意識の醸成

アンケートの結果によれば、地域再生事業の実施主体について、ふるさと再生事業の取り組みの段階ですでに十分自走できる体制が構築されている地域もあれば、プロジェクトの高齢化による人材不足、地域住民を今今ひとつ巻き込みきれていないことなどによる関係者のモチベーションの低下、地域産品・宿泊施設の販売事業における初期の運営資金不足などにより、実施体制が不十分なところも見受けられた。

ただ、実施体制の整備においてもっとも重要なことは、地域再生マネージャー事業の中で、外部専門家が、自ら意識して地域住民と丁寧な関係づくりを行い、合意形成のためのプロセスを重視して事業を推進する姿勢にあると考える。それが最終的に地域住民らの主体者意識の醸成につながり、関係者の潜在的なパワーを引き出すことで事業終了以降の活動に反映されてくると感じられた。

## **c** 外部専門家との連携

外部専門家との連携については、多くの地域が地域再生マネージャー事業終了以降も定期的にコンタクトを取り、継続的に助言を得ているという回答が多かった。本年度のマネージャー報告会やアドバイザー会議でも出ていたように、外部専門家の役割分担が明確で、必要な時に必要な助言を得られるような形になっていけば相互の信頼関係も深められ、事業が終了した後も引き続きフォローできるような関係になっていくと思われる。

一度信頼関係を構築した外部専門家は、事業終了後も地域と関わり、適切なタイミングで必要な助言を行っているようである。また、外部専門家の保有している幅広いネットワークを活かした販路開拓や事業のPRに関する支援を行っており、彼らを活用することで効果を最大限に発揮している。

逆に、地域に関する基本的認識が自治体と外部専門家とで異なり、事業が円滑に運営されなかったケースも見受けられた。自治体担当者と外部専門家の相性の問題も関係しそうであるが、ふるさと財団の地域再生マネージャーの中から選定する場合には、きめ細かい観点から検討を行い、地域にとって最適なマネージャーを選定することが大切になると考える。本年度より、自治体側と関係の深い専門家を先方から希望できる形に変更されたことは、上記の解決する上で、一定の有効な手段になると思われる。

# 第 3 章

## まちなか再生事業の取組みと成果



## 1

## 個別事業の取組概要

令和5年度に採択した地域名と対象区域、及び事業内容は以下に示す通りである。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、今後の取組及びアドバイザー会議委員からのコメントを整理した。

(市町村コード順)

地域名	対象区域	事業内容
茨城県常総市	水海道駅周辺地区	水海道駅周辺地区の地域資源に新たな文化的価値を付加し、有機的に繋ぐことでエリアの価値向上を図り、その上で令和5年にオープンした地方創生の拠点である「道の駅常総」への来訪者と市民が交流・回遊する仕組みを作り、まちなか再生を目指す。
愛知県半田市	半田市中心市街地	JR武豊線の高架化事業及び区画整理事業を契機に、民間と行政の力で半田市中心市街地を再生し、新たなプレイヤーや周辺地域を巻き込みながら日常的な賑わいにつなげ、起業・雇用を生む仕組みを作り人材が集まる拠点づくりを行う。
福岡県直方市	中心拠点 JR直方駅周辺地区	総延長1kmを超える直方駅周辺アーケード商店街エリアの再生(子育て支援等公共機能施設整備、起業促進、IT企業誘致など)により、中心市街地活性化とエリアの賑わいを創出する。
鹿児島県志布志市	志布志東部地区	地域まちづくり会社が主体となったエリアマネジメントにより、志布志市東部地区の認定日本遺産や古民家再生などの地域資源の魅力を引き出し、人・場・体験づくりによる賑わいを創出する。

## 1-1 茨城県常総市

## 事業概要

総事業費	7,000千円
助成金額	4,666千円
プロデューサー	染谷 拓郎（株式会社ひらく 代表取締役）

## 自治体概要

〈市町村全体〉

面積	123.64 km <sup>2</sup>
人口	59,314人
人口密度	482人/km <sup>2</sup>

〈対象区域：水海道駅周辺地区〉

面積	0.72 km <sup>2</sup>
人口	1,503人
人口密度	2,087人/km <sup>2</sup>
営業店舗数	約210店舗
空き店舗数	約70店舗

## 取組概要

	今年度の実施内容	次年度展望
中長期的ビジョン	・ビジョン/アクションプランを策定	・ビジョン/アクションプランに基づいて推進
短期的な核となる事業	・対象区域の中心部を対象に、 <u>実証実験を企画、実施</u>	・（道の駅など）対象区域を拡充しながら継続的に実証実験を実施
推進体制	・実証実験を通して <u>人材を発掘</u>	・今年度に顕在化した人材を中心に推進体制を検討

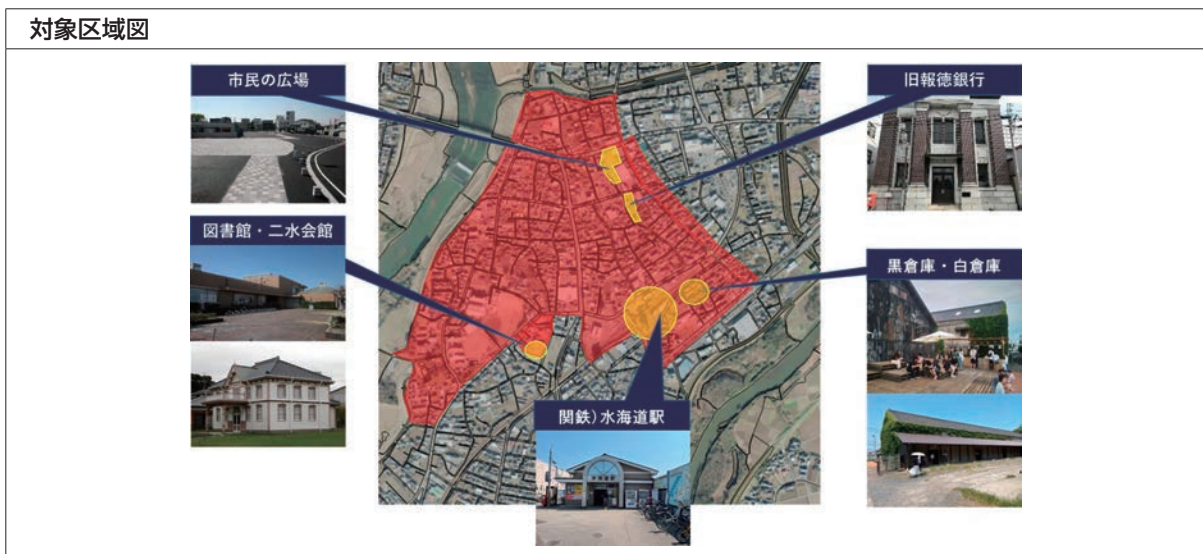
## 1

## 事業の背景と目標

## a 事業の背景

対象区域の旧水海道市の核となっている「水海道駅周辺地区」は、鬼怒川の水運と常総鉄道を通じた交流で栄えた歴史と文化が蓄積された場所である。歴史的建築物が集積する宝町・栄町・本町など各通りの沿道には、五木宗レンガ蔵<sup>1)</sup>や旧報徳銀行<sup>2)</sup>などの街なみや、二水会館(旧水海道町役場)<sup>3)</sup>といった貴重な文化財により歴史・文化的景観、個性的な建築物・工作物などと一体となった特徴的な景観が残る。また対象区域は、駅、図書館、小学校、高校等の公共施設や銀行、小売商業、サービス施設が集積しており、「まちの顔」とも言うべき地域であるものの、モータリゼーションの進展、流通構造の変化等による大規模集客施設の郊外立地などドーナツ化が進み、さらに居住人口の減少等により、中心市街地が具備すべきコミュニティ集積機能が低下している。また、商業地区として、顧客・住民ニーズに十分対応できていないことなどにより、空き店舗の増加や来訪者の減少が顕在化し衰退しつつある。

## 対象区域図



## b 事業の目的

- ① 対象区域におけるまちなか再生に向け、公民連携まちづくりシンポジウム、ワークショップ等を開催、市民や民間プレイヤーのまちづくりに対する興味と意識を醸成し、まちづくりに主体的に取り組むプレイヤーを発掘する。
- ② 社会実験を行い、公共空間の民間活用による新たな風景を可視化することで、まちに関わる市民や民間プレイヤーと将来のまちの姿を共有し、公民連携まちづくりビジョンの策定を目指す。
- ③ 地域資源（文化財等の歴史的価値を有する建物等）を活用し、新たな文化的価値（食、本、音楽、映画、デジタル等）の創出と発信を行い、それらを連携してエリアの価値向上を目指す。

1) 会津藩の廻米を扱うなど廻漕業を営んでいた五木田家、明治15（1882）年建造と伝えられるレンガ蔵である。  
[https://www.city.joso.lg.jp/kurashi\\_gyousei/kurashi/gakkou\\_kyouiku/isan/naregi\\_bunka\\_tangible/gksurnggr.html](https://www.city.joso.lg.jp/kurashi_gyousei/kurashi/gakkou_kyouiku/isan/naregi_bunka_tangible/gksurnggr.html)

2) 旧報徳銀行水海道支店は、大正元（1912）年に水海道町字五本榎（現水海道諏訪町）に設置された。現存する建物は、大正7～12（1918～1923）年に現在の場所に建築されたといわれている。  
[https://www.city.joso.lg.jp/kurashi\\_gyousei/kurashi/gakkou\\_kyouiku/isan/cityregi\\_bunka/tate/htkgnk.html](https://www.city.joso.lg.jp/kurashi_gyousei/kurashi/gakkou_kyouiku/isan/cityregi_bunka/tate/htkgnk.html)

3) 大正2（1913）年、水海道町役場庁舎として建てられた。昭和59（1984）年に、市立図書館敷地内に移築され、保存・活用に努めている。  
[https://www.city.joso.lg.jp/kurashi\\_gyousei/kurashi/gakkou\\_kyouiku/isan/naregi\\_bunka\\_tangible/nsikikn.html](https://www.city.joso.lg.jp/kurashi_gyousei/kurashi/gakkou_kyouiku/isan/naregi_bunka_tangible/nsikikn.html)



### まちなか再生の長期目標

鬼怒川の水運を活かして発展した商人文化を象徴する歴史的建造物及び公共空間等の地域資源に、新たな文化的価値（食、本、音楽、映画、デジタル等）を付加しそれらを有機的につなぐことで、エリアの価値の向上を図る。

そのうえで、令和5年春にオープンした道の駅をはじめとする地方創生の新たな拠点「アグリサイエンスバレー常総<sup>4)</sup>」の来訪者がまちなかを回遊する仕組みづくりを進め、市民と来訪者が交流・回遊する憩いの場として地域資源を活用し、まちなかの再生を図る。

#### 【達成度を測る評価軸】

- ・新たに活用を始めた地域資源の数（回遊性の高いまちづくり）…5箇所
- ・空き店舗の活用数（新規出店者数）…3店舗
- ・路線価の上昇…下落傾向から横ばい・上昇に転換し、令和元年度の水準まで回復

### 今年度の目標

- ◆ シンポジウム及びワークショップの開催 3回
- ◆ 未来の姿を示した企画書を作成し発表会を実施
- ◆ アクションプランを策定し発表会を実施

## 2 事業実施内容

### a 公民連携まちづくりシンポジウム及びワークショップの開催を通じた方向性の示唆

まちなかの生活者及び事業者、各種団体、歴史文化有識者及び市長へのヒアリングを実施したうえで、まちづくりの方向性を立案し、併せて、活用可能なまちなかの空き店舗及び空き家を把握する。

公民連携まちづくりシンポジウム及びワークショップを通じて、プロデューサー、他地域のまちづくりの実践者、及び市長によるまちづくりの方向性を提示する。

### b 市民の広場<sup>5)</sup>及び旧報徳銀行を中心とした地域資源を活用した社会実験(トライアル・スクエア)の企画、運営

公民連携まちづくりシンポジウム及びワークショップの開催を通して社会実験を行い、考え得るまちなかの未来を提示する。

空き店舗や軒先の活用、歴史文化の学び舎、まちなかの市民の居場所づくり、本を活用した新たな場づくり等を実践する。

### c 地域資源を活用した公民連携まちづくりビジョン及びアクションプランの検討

公民連携まちづくりシンポジウム及びワークショップの開催、及び社会実験の実施で得られた意見や結果をもとに、ビジョンとアクションプランを策定し、市民と共有する。

### d 道の駅来訪者がまちなかに呼び込む方策の検討

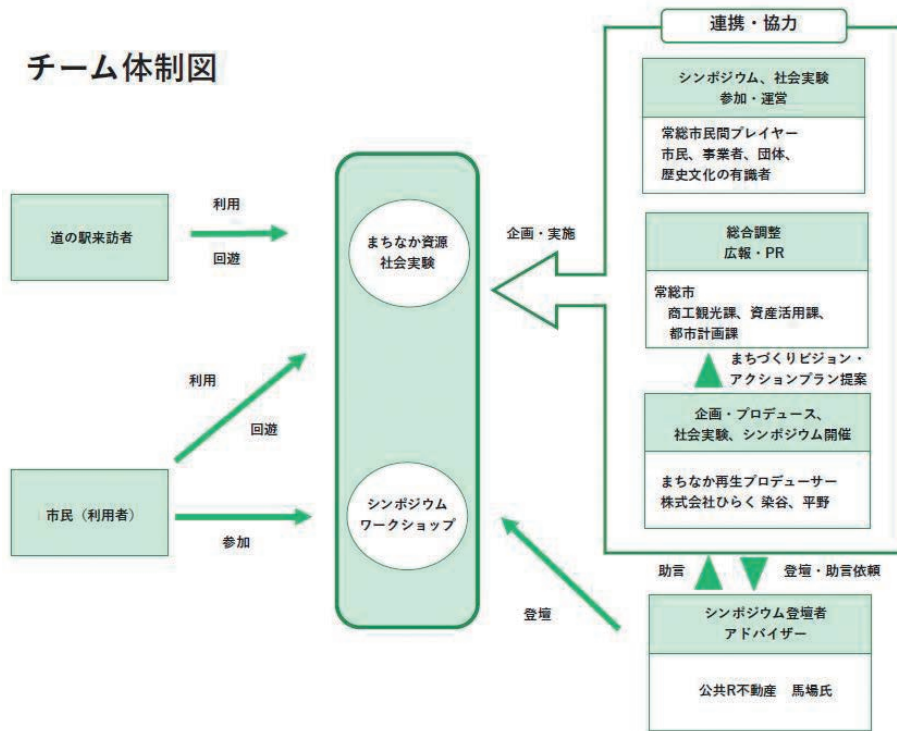
「アグリサイエンスバレー常総」周辺の事業者や、地元関係団体（じょうそう観光地域づくりLaboメンバーなど）と協議を行い、多くの来訪者が訪れる道の駅等と連携した社会実験を実施したうえで、連携方策を検討する。

4) 圏央道常総インターチェンジ周辺の約45haに「農地エリア」と「都市エリア」を形成し、生産・加工・流通・販売が一体となった地域産業の核となる産業団地を形成し、“常総市の新たな玄関口”として「食と農と健康」をテーマに6次産業化を軸としたまちづくりと地域活性化を目指すプロジェクト  
<https://www.city.joso.lg.jp/section.php?code=19>

5) 市民の広場は水海道中心市街地にある、市民の交流を促進し、にぎわいを創出する広場であり、災害発生時には一時避難場所としての機能も備えている。  
[https://www.city.joso.lg.jp/kurashi\\_gyousei/kurashi/shisetsu\\_koukyou/hiroba/hiroba.html](https://www.city.joso.lg.jp/kurashi_gyousei/kurashi/shisetsu_koukyou/hiroba/hiroba.html)

### 3 事業実施体制

#### a 事業実施体制図



#### b まちなか再生プロデューサー

##### 所属



##### 染谷 拓 郎

株式会社ひらく 代表取締役

株式会社 ASHIKARI 取締役

日本出版販売株式会社プロデュース事業 チームシニアプロデューサー

##### 経 歴

2009年 日本出版販売株式会社に入社

2015年 株式会社ひらく代表取締役に就任

##### <専門分野>

「本のある場所」づくりを通じた新規事業開発、公共プレイス企画事業、地域活性のプランニング等を行う。日本最大の出版取次事業会社「日本出版販売株式会社」の子会社として、本の新たな可能性を提案する「ひらく」代表取締役。シンポジウムや講演会等で、さまざまな自治体の首長との対談経験や、TV・雑誌・新聞などの露出がある。

##### <関連する主な実績など>

「箱根本箱」の立ち上げ、キャンペーン「森の生活」開催、イオンモール上尾「Park of Tables」プロデュースなど

## 4 事業実施スケジュール

事業内容 (仕様書記載項目等)	実施手法等	実施時期										
		5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
1 公民連携まちづくりシンポジウム及びワークショップの開催	広報、PR			→								
	シンポジウム及びワークショップ						●					
	シンポジウム及びワークショップの参加者を社会実験に取り込む						↓					
2 市民の広場及び旧報徳銀行を中心とした地域資源を活用した社会実験の企画・運営(トライアル・スクエア)	社会実験①			●								
	社会実験② 市民の広場及び旧報徳銀行を中心とした社会実験							→				
	まちなか資源の開放・ライトアップ			→				→				
3 地域資源を活用した公民連携まちづくりビジョン及びアクションプランの検討	ビジョンの骨子作成				→							
	ビジョン策定							→				
	アクションプランの策定								→			
4 道の駅来訪者をまちなかに呼び込む方策の検討	道の駅と連携した社会実験						●	●				
	方針の検討								→			
その他	プロデューサーと市長の面談(4月)	●										
	契約			●								
	ふるさと財団 現地会議			●								
	地元プレイヤーとの面談、体制構築	→										
	戦略会議			●	●	●	●	●	●	●	●	
	成果報告の取り纏め								→			
	実績報告会での成果報告										●	

## 5 主な成果

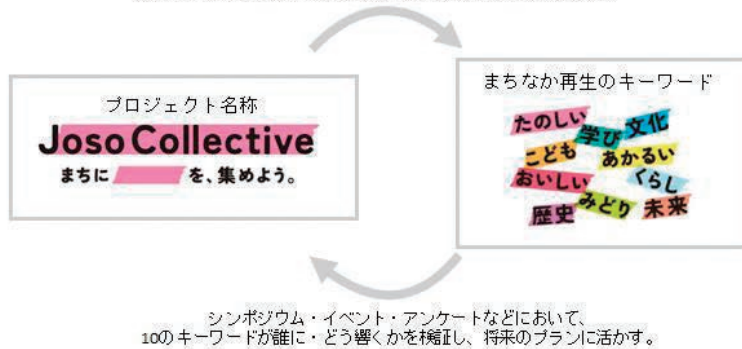
### ◆ 社会実験を通じたまちなか再定義に向けて地域資源のキーワードを抽出、人材発掘

・本事業では、対象区域の新たな魅力・求心力となる地域資源を“集める・集まる”ことを目指して「Joso Collecctive ～まちに〇〇を集めよう～」をプロジェクト名称として掲げ、公民連携まちづくりシンポジウムやワークショップを行うとともに、タネ地としての活用が期待される「市民の広場」を拠点に社会実験を実施した。



- ・こうした活動を通して、今後まちなかでの活躍が期待される人材を発掘するとともに、まちなかに呼び込みたいターゲット層や魅力・求心力となる地域資源やキーワードについて抽出した。

まちなか再生の象徴となる名称とビジュアルを定め認知を進める。



#### ◆ まちづくりビジョン、マップ作成によるまちなかの目指す方向性を共有

- ・公民連携による様々な取組みを通し、今後のまちなかが目指したい姿について情報を収集し、対象区域のまちづくりビジョンを設定した。

**Joso Collective** 「多様な人・活動・魅力が集積し  
チャレンジできるまち」

- ・また、まちなか再生で目指す対象区域の変化がビジュアル面で住民にわかりやすくイメージしやすいよう、将来 MAP を作成した。



## 6 持続的発展に向けた課題、今後の取組み

### ◆ 市民の「やりたい」が集まり発揮される仕組み「コレクティブ部」

- ・社会実験を通して一時的に多くの人々が訪れ、まちなかでの活躍が期待される人材も発掘されつつあるなか、こうした取組みを日常的なものとしていく必要がある。
- ・まちが楽しくなるアイデアを思いついたら仲間を集めたり、応援してもらえたりする仕組みとして、それらを部活動に見立てて部員を募集し活動する、「コレクティブ部」として立ち上げる。
- ・行政においては、今年度に活用した「市民の広場」のほか、公民館、歴史的建造物などまちなかの様々な場所が利活用できるように支援し、民間のまちづくり活動の敷居を下げることに繋げる。

## ◆ 市民の「知りたい」「残したい」につながるメディアの整備・新設

- ・「コレクティブ部」を始めとした様々な取組みを継続させ、より多くの市民や観光客に活動内容等を届け来訪を促し、将来的には自発的な参加を促す仕組みづくりが必要である。
- ・まちなかの情報を効率的に発信していくことが求められることから、市の既存メディアの効果的な活用方法、新規メディアの立ち上げ等を検討する。

## ◆ 市民が集まり、活動するための複合拠点の整備

- ・魅力的な地域資源が対象区域内に点在しているため、特定のエリアから活動を始め次第に他に波及させるなど、取組みを戦略的に進める必要性について、アドバイザー会議委員より示唆があった。
- ・タネ地としての活用が期待される「市民の広場」、「旧報徳銀行」を起点とし、徐々に賑わいや活用建造物を広げる構想を描きつつ、行政が今後予定している公民館の移設等については公民連携で拠点整備・運営を行い、エリアリノベーション<sup>6)</sup>を先導するモデル事例となるよう発展させる。

## 7 アドバイザー会議委員コメント

## ◆ 市民を巻き込んだイベント企画・開催

- ・今年度の社会実験は、主にプロデューサーが中心となって企画を実施されており、プロデューサーの得意とする書籍を活用したイベントとして「まちじゅうライブラリー」が開催されたが、書籍がまちづくりに偏りすぎていると聞いた。誰かが選書したものだ当事者意識を持ちにくいいため、企画自体を市民と一緒に作り上げていくことも有効であると思われる。

## ◆ 短期的、中長期的の両側面でのハード整備の検討

- ・重点的に取り組もうとされている「市民の広場」、「旧報徳銀行」エリアにおいては、行政にて公民館の移設等も検討されているが、「市民の広場」はコンクリート敷きの広場であるため、無機質な印象を受ける。公民館移設などの大規模なハード整備は起爆剤になり得るため、移設までの期間も殺風景なままにしておかず、日陰や芝生の設置など、短期的なハード整備についても併せて検討すると良い。

## ◆ 自治会等と連携した推進体制の検討

- ・住む人や活動している人が、交流の場やスキームを作るためには自治会との連携も有効と思われるが、そのためにはクオリティの高い活用風景を見せていくことが重要である。社会実験等を通してまちが変化する姿を自治会と共有しながら、結果として自治会に受け継がれていくとよい。どこの自治会でも、参加者の高齢化が課題だと思うが、外部の人が参加しやすいオープンな運営ができると、地域の発展が進むのではないかと。
- ・新たなチャレンジは、地元の人々が主体となるのが理想であり、活動を進めていくなかで、私はこれをやりたいと手を挙げる人が出てくると思うが、今後、公民館の運営など企画の側で関わってもらうことも良く、その結果「コレクティブ部」の活動にもつながりやすくなると思われる。

## ◆ 豊富なユーザー・チャンネルを有するメディアとの連動

- ・市の公式な広報手段では、「観光」は「移住・定住」と同じカテゴリで括られており扱いが小さいため、観光だけを切り離して積極的にPRしていくことも考えられる。文字だけではなく、写真を入れるなど工夫し、地道に取り組んでほしい。
- ・集客力のある道の駅、千姫まつり<sup>7)</sup>といった施設やイベントでの情報周知が考えられ、特に道の駅は多くの人々が訪れていることから、情報が広がる可能性が高く、情報を目にしたメディアやインフルエンサーがさらに情報発信してくれる可能性もあるため、発信力のある人たちにアクセスすることが重要である。
- ・自治会はメディアとしての役割も持っているため、自治会と連携し、そのチャンネルを活用することで、情報を町じゅうに伝えることができる。

6) 都市計画という名のもとに主に行政が中心となった大規模な開発を伴うまちづくりではなく、低利用の公共空間や空き家・空き地等を活用し、小さなエリア(点的)からチャレンジできる場づくりやリノベーションにより、まちの魅力を積み上げ、面的に展開し、エリアの価値やイメージを向上させるエリア形成手法

7) 2001年から始まった常総市を代表するまつりの1つ。徳川家康の孫娘・千姫ゆかりの地で、多くの市民や観光客が千姫行列の時代絵巻などを楽しめる。

[https://www.city.joso.lg.jp/data/doc/1676621294\\_doc\\_5\\_0.pdf](https://www.city.joso.lg.jp/data/doc/1676621294_doc_5_0.pdf)

## 1-2

## 愛知県半田市

## 事業概要

総事業費	6,010 千円
助成金額	4,006 千円
プロデューサー	伊藤 大海（半田市中心市街地活性化市長特任顧問）

## 自治体概要

〈市町村全体〉

面 積	47.42 km <sup>2</sup>
人 口	117,859 人
人 口 密 度	2,485 人/km <sup>2</sup>

〈対象区域：半田市（中心市街地）〉

面 積	0.8 km <sup>2</sup>
人 口	10,257 人
人 口 密 度	12,821 人/km <sup>2</sup>
営 業 店 舗 数	約 180 店舗
空 き 店 舗 数	約 30 店舗

## 取組概要

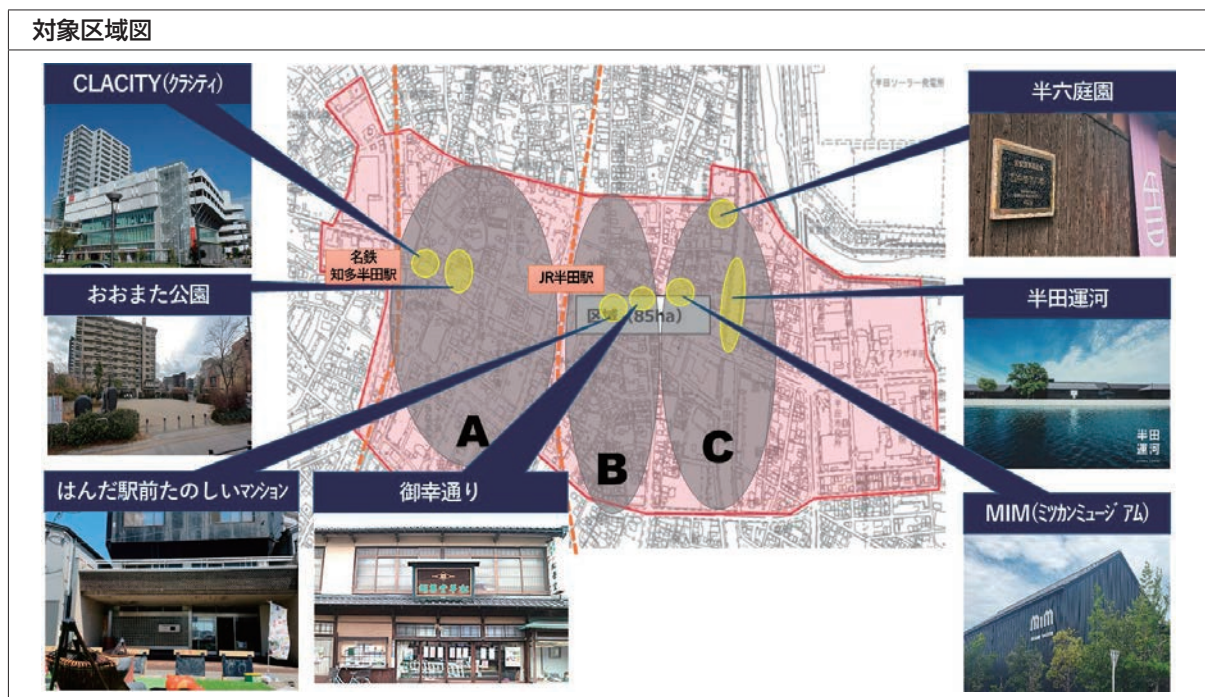
	今年度の実施内容	次年度展望
中長期的ビジョン	・ 中心市街地活性化推進方針に基づき、基本計画の策定に向けた調査実施	・ 中心市街地活性化基本計画の策定
短期的な核となる事業	・ 重点エリアにおける拠点整備に向けた実証実験を企画、実施	・ 重点エリアにおける拠点整備の事業化に向けて計画を具体化
推進体制	・ 中心市街地活性化基本計画の策定を見据えて公民連携で検討中	・ 中心市街地活性化基本計画の策定を公民連携で推進

# 1 事業の背景と目標

## a 事業の背景

対象区域は、JR 半田駅（武豊線）と名鉄知多半田駅（河和線）の2つの鉄道駅を有し、公的サービス・商業・文化などの基幹的な都市機能施設が集積し、半田の顔とも言えるエリアである。かつて商店がひしめき合い、周辺市町からの集客も多く見られたが、名鉄知多半田駅前の再開発以後、高架化されていない鉄道（JR 武豊線）がまちを貫く形で通るため市街地が3つに分断され、地権者の土地の高度利用への意欲も低く、メインストリートすら青空駐車場が多くみられるようになっている。イベント時には人が集まるものの、コロナ以降は、空き店舗・空きテナントはさらに増加した。

対象区域内は、名鉄知多半田駅周辺の高度化されたAエリア、歴史・文化的な空間が広がる半田運河周辺のBエリア、公共施設が集積する半田市役所周辺のCエリアの3つのエリアが設定されており、別個の都市空間を形成している。なお、現在は JR 武豊線の高架化事業及びそれに伴う区画整理事業という大型プロジェクトが進捗中で、まちの姿が大きく変わる当該機会に、民間・行政の知恵と力を結集し、取組みをはじめた。



## b 事業の目的

- ① 対象区域におけるまちなか再生に向け、市の重要課題である「中心市街地活性化」に関して、民間から専門家を登用し、民間人材の知見や経験を活かした課題解決を目指すとともに、民間の発想や仕事の進め方等を市職員に浸透させることで意識改革を図る。
- ② 公民の幅広い関係者が参画して活性化に取り組むために、議論・共有する場として、プラットフォームを構築する。

まちなか再生事業で掲げる長期目標と今年度の目標を以下に示す。

### まちなか再生の長期目標

選ばれる中心市街地づくりを行うことにより、事業環境や地域の持続性を高めていく。半田市中心市街地においては、下記2テーマを優先的に進める。

- ① 「来たくなる、関われる」…日常、非日常的に訪れたいまちを実現するため、ハード・ソフト両面からの環境やことづくりを進める。

② 「働きたくなる、働ける」…半田市外に出ずとも、中心市街地で働ける、働きたくなるような環境を構築するとともに、職業人材を育成していく。

上記のテーマの推進に伴い、下記テーマを誘発していく。

③ 「住みたくなる、住める」…日常的に心地よく便利に暮らしていける環境やコミュニティ、その他必要なまちの機能や、活動などをさらに整えていき、居住人口を増やしていく。

### 【達成度を測る評価軸】

・中心市街地（ランプリングエリア<sup>8)</sup>）歩行者通行量（年）

※基準値：H29～R 4平均→現在：85%→R 6：90%→5年後：120%→10年後：150%

### 今年度の目標

- ・拠点施設整備に向けた組織の立ち上げ、デザインワークショップの開催、人材の発掘、運営団体の公募開始
- ・中心市街地活性化事務局連絡会議の開催（月2回以上）
- ・中心市街地活性化協議会準備会（公民）、中心市街地活性化庁内連絡会議（庁内）の立ち上げ
- ・中心市街地活性化に資する勉強会の開催（5回以上）
- ・半田市中心市街地コンセプトブックの作成
- ・空間を利活用した社会実験の実施（2回以上）

## 2 事業実施内容

### a 活性化活動のプレイヤーや生業・副業を営む人材の活動・育成拠点／活性化たまり場施設の整備

拠点整備を行う場所の選定、企画作成、公民連携方策を検討し、中心市街地エリア内に活動拠点となる施設を設置する。

### b 『中心市街地活性化協議会』等、活性化活動を担うエンジンづくり、中心市街地ビジョン検討

発想力を高めるためのまちづくり勉強会を実施し、中心市街地活性化に向けた気運を高め、中心市街地活性化にかかる事務局連絡会議、中心市街地活性化協議会を組成する。

また、半田市役所内に中心市街地活性化推進体制（庁内連絡会議）をつくる。さらに、中心市街地ビジョンワークショップを企画、実施するとともに、対象区域内にある3つのエリアにおける、エリアマネジメント<sup>9)</sup>組織の組成を支援する。

### c 空き地や空き家、低未利用地、道路、公園などの活用を推進するワークショップ、社会実験

効果的なワークショップを実施するための支援力・企画力の向上を図る勉強会を開催する。

また、対象区域におけるエリアビジョンや公園等を利活用した取組みに向けたワークショップの実施、人材の発掘、巻き込みを図る。さらに、社会実験等による利活用の実践を図る。

### d ニーズ把握調査

市民や空き店舗等所有者へのニーズ調査を行い、戦略的に利活用を推進する物件の抽出を行う。

### e 先進地視察

事業の企画推進にあたって、より効果的な事業実現につなげるために積極的に情報を収集する。さらに、推進にあたってのコアな関係者の共通意識、知見、視点づくりを進めていく。また、半田市で取り組みたい事業等を前提に、選定した地域・団体等への視察を実施する。

8) 名鉄知多半田駅前にある商店街「半田ランプリングタウン」

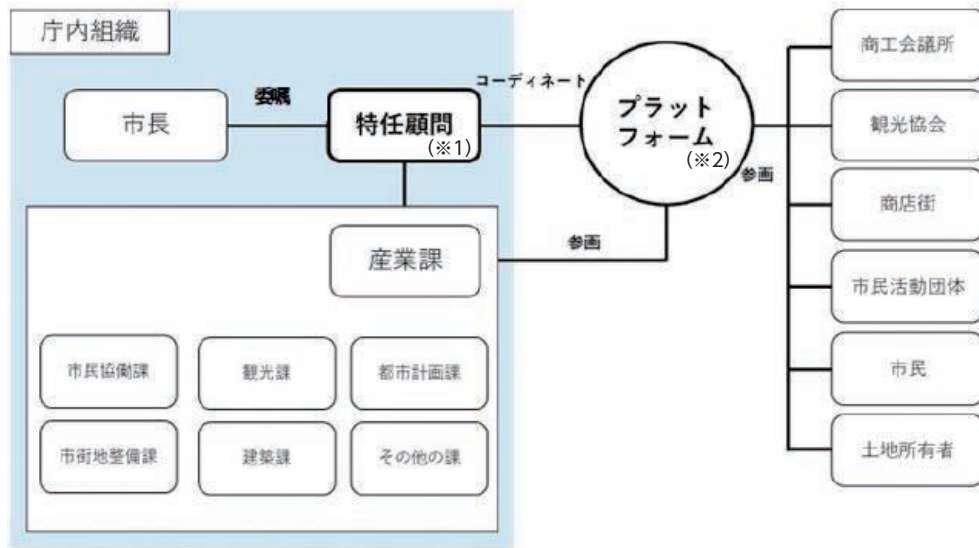
[https://www.handa-kankou.com/cms/wp-content/uploads/2023/07/20230723114800\\_page-0002.jpg](https://www.handa-kankou.com/cms/wp-content/uploads/2023/07/20230723114800_page-0002.jpg)

9) 地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取り組み（国土交通省「エリアマネジメント推進マニュアル（平成20年度）」）



### 3 事業実施体制

#### a 事業実施体制図



(※1) まちなか再生プロデューサーは、市長特任顧問の立場にて参画

(※2) 対象区域内の3つのエリアにて公民連携による共創まちづくりを担うプラットフォーム形成を目指し、エリア部会等を設置し検討

#### b まちなか再生プロデューサー

##### 所属



**伊藤 大海**  
半田市中心市街地活性化市長特任顧問

##### 経歴

2002年よりまちづくりコンサルタントとして独立。主に支援機関を通し日本各地での中心市街地活性化プロジェクトの支援実績があり、大分県竹田市では中心市街地活性化タウンマネージャーとして、設立したばかりの若いまちづくり会社を軌道に乗せるための支援を行う。

##### <専門分野>

中心市街地活性化

##### <関連する主な実績など>

経済産業大臣登録中小企業診断士、『独)中小機構』中小企業大学校講師、東京都粕江市商業振興プラン策定副委員長 など

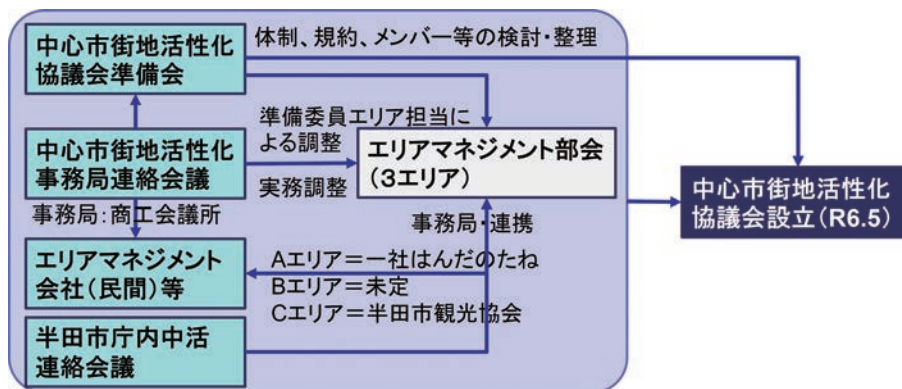
## 4 事業実施スケジュール

事業内容 (仕様書記載項目等)	実施手法等	実施時期											
		5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月		
周辺住民や活性化活動のプレイヤーのたまり場となる拠点施設の整備	・ 拠点整備を行う場所の選定（地権者交渉）、条例改正等手続												
	・ 中心市街地エリア内に活動拠点となる施設を設置（構想作成）												
「中心市街地活性化協議会」等、活性化活動を担うエンジンづくり、中心市街地ビジョン検討	・ 気運向上勉強会												
	・ 継続的かつ自主的に活動できる事業に興味・関心のある方を募集												
	・ 中心市街地活性化協議会設立に向けた準備会の組成、事務局連絡会議運営												
	・ 中心市街地ビジョンワークショップの企画実施												
空き地や空き家、道路、公園などの活用を推進するワークショップ、社会実験	・ 効果的なワークショップを実施できる講師の選定、スキル／企画力アップ勉強会												
	・ 活性化ワークショップの実施、社会実験の企画実施												
ニーズ把握調査	・ 市民ニーズ調査												
	・ 所有者へのニーズ調査												
	・ 戦略的に利活用を推進する物件の抽出												
先進地視察	・ 本市のモデルとなり得る中心市街地の情報取得 ・ 選定した先進地へ視察を実施												

## 5 主な成果

### ◆ 中心市街地活性化にかかるエンジン・機関立ち上げ

- ・ 半田市は次年度に中心市街地活性化基本計画の策定を予定しており、本事業では、中心市街地活性化を担うエンジン・機関立ち上げの支援を実施した。
- ・ 具体的には、中心市街地活性化協議会準備会、中心市街地活性化事務局連絡会議、半田市市内中活連携会議の運営・コーディネートを実施したほか、対象区域には大きく特徴の異なる3つのエリアが存在することから、各エリアのエリアマネジメント組織の立ち上げを見据えてエリアマネジメント部会を開催し、将来的に各エリアの中心的な役割を担うことが期待される組織・人材と連携を図った。



### ◆ エリアコンセプトの方向性の設定と中心市街地コンセプトブックの取り纏め

- ・ 対象区域における3つのエリアにおいて、エリアマネジメント部会にて公民連携での今後の各エリアづくりの方向性について議論を重ね、各エリアのエリアコンセプトの方向性を定め、中心市街地コンセプトブックとして取り纏めた。



◆ 重点エリアにおける核となる事業の創出

- 対象区域において異なる特徴を有する3つのエリアのうち、名鉄知多半田駅とJR半田駅をつなぐAエリアにおいては、区画整理事業による整備が完了しているが、土地所有者が駐車場として活用している場所も多く、なかなか活用が進んでいない。
- そこで当該エリアを重点的に、行政が主導して賑わいを創出することを目指し、同エリアの主要幹線道路沿いにある用地を確保し、「半田市創造・連携・実践センター」の設置を決定した（令和6年度に開設予定）。



6 持続的発展に向けた課題、今後の取組み

◆ 中心市街地活性化基本計画の策定

- 中心市街地活性化基本計画（対象期間：5か年）を策定するとともに、それに伴う各主体の活性化、及び事業の検討・進展を図る。
- 公民連携による明確な位置づけでの協議会運営と、主体性を持った活性化事業のラインナップを整備していく。

◆ エリアマネジメント組織の立ち上げ

- 特徴の異なる各エリアにおいて、活躍が期待される組織・人材との協議を重ねながら、活性化につながる事業を着実に創出していき、プレイヤーの巻き込みを図る。
- 多くの人材を確保し、まちなかに多くの人々を呼び込むべく、事業のブラッシュアップを行うとともに、情報発信を強化する。
- 事業の実現性を高めるために、事業実施予算の確保に向け、公民連携で検討を継続する。

#### ◆ 「半田市創造・連携・実践センター」の開設・効果波及

- ・重点エリアにおけるリーディングプロジェクトとなる「半田市創造・連携・実践センター」について、令和6年度中の開設に向けて引き続き、準備を進める。

#### 「半田市創造・連携・実践センター」の機能（予定）

- ▷ コワーキングスペース：机・イスなどを共有しながら仕事・勉強できるオープンスペース
  - ▷ レンタルオフィス：業務に必要な環境が整っている個室（月貸し）
  - ▷ 交流スペース：多様な目的の施設利用者が交流できる空間
  - ▷ その他の施設等（カフェ、ベンチ、トイレなど）
- ・同センター開設後は訪れる人々・コトの集積を促すための実行支援を行うとともに、レンタルオフィス機能による地域人材の発掘と育成の進展に取り組む。

## 7 アドバイザー会議委員コメント

#### ◆ 地域資源の磨き上げ

- ・活用可能性のある地域資源としては、1点目は人材である。「はんだ山車まつり」<sup>10)</sup>に代表される地元の人たちの力であり、モノづくりを家業として担ってきた人たちなど、眠れる人材を積極的に活用してほしい。2点目は文化である。愛知県特有の文化である「モーニング」を展開している店舗が（半田市には）少ないという話があったが、インバウンド観光客の人気、学生の需要などを背景に復活させても良いのではと思う。代々、継承されている「はんだ山車まつり」については、モノづくり技術を伝承する要素がまちの中にないため、未利用資源を今一度十分に調査し、活用していただけたら良い。
- ・まちなか再生事業への提案が、ワークショップの実施や、行政内での勉強会や横連携を通して示されたエリアコンセプトの方向性が「一般解」に留まっている印象があるため、今後、都市間競争の中で市のアイデンティティを確立していくためには、市独自の「特殊解」を導き出さなければいけないと思う。

#### ◆ 広域圏での計画立案

- ・対象区域には名鉄知多半田駅とJR半田駅の2つの鉄道駅を有しており、名鉄知多半田駅は特急が停まる駅となっている。さらに空の玄関口である中部国際空港（セントレア）も近いという地理的優位性を有しているため、市を越えて広域的に連携し南知多半島の玄関口として、ツーリズムの起点になれるポテンシャルがある。

#### ◆ 人材の活動に視点を置いたデザインコードの整備検討

- ・区画整理事業により整備が完了しているエリアであるが、ある種のデザインコード<sup>11)</sup>のようなものを考えたら良いのではないかと。一般にデザインコードというと、軒の高さや色等を定めるイメージがあるが、それよりも、気軽に立ち寄れる軒下空間などの要素を丁寧に拾っていくなど、「通りから人の活動が見える」デザインコードとなると良い。

#### ◆ 公民連携の推進体制の確立

- ・プロデューサーは民間より登用された中心市街地活性化市長特任顧問であり、本事業は市役所のインハウス型<sup>12)</sup>で進み、住民参加が活発化している。インハウスのプロデューサーが行政内を変えることは大切だが、平等性という観点で限界もあり、外部のプロデューサー、あるいは民間側の人材発掘・組織形成が出てくると、バランスも取りやすいのではないと思われる。

10) 5年に一度、市内10地区31輛の山車が集結する半田あげて行われる勇壮な祭りイベント  
<https://dashimatsuri.jp/dashimatsuri>

11) デザインコードとは、景観構成要素の「あり方」およびその「組み合わせ」についての視覚的な約束事を示し、例えば「配置」や「色」、「形」、「素材」などについての共通性を定義すること

12) 外部に委託せずに自組織内で実施することを指し、まちなか再生事業ではプロデューサーを外部に委託する機会が多いが、半田市では市長顧問という行政の立場から関与しているという趣旨

## 1-3 福岡県直方市

## 事業概要

総事業費	7,000千円
助成金額	4,666千円
プロデューサー	木藤 亮太（株式会社ホーホウ 代表取締役）

## 自治体概要

〈市町村全体〉

面積	61.76 km <sup>2</sup>
人口	55,957人
人口密度	906人/km <sup>2</sup>

〈対象区域：中心拠点〉

面積	0.96 km <sup>2</sup>
人口	3,661人
人口密度	3,813人/km <sup>2</sup>
営業店舗数	約122店舗
空き店舗数	約77店舗

## 取組概要

	今年度の実施内容	次年度展望
中長期的ビジョン	・将来ビジョンを策定	・将来ビジョンに基づく推進
短期的な核となる事業	・多世代交流拠点における事業創出に向けた調査	・多世代交流拠点における社会実験の企画・実施
推進体制	・地域で活躍する人材の発掘・分析 ・体制づくりに向けた検討	・体制づくり

# 1 事業の背景と目標

## a 事業の背景

対象区域は、直方市の主要駅である JR 直方駅を有し、市域全体の生活、産業、交通、医療・福祉等の中心地である。住宅、商業・業務施設、公共施設など様々な都市機能が集積し、まちなかの賑わいを創出する拠点エリアとなっている。

直方市の商業は、中心市街地の商店街を核として発展してきたが、購買形態の多様化、店主の高齢化や担い手不足などにより、商店街の空洞化が進んでいる。衣料品を中心に小売業の販売額は減少傾向にあり、商業だけに依存した商店街の振興は難しい状況となっている。

さらに、店舗の家賃相場や飲食不可などの条件が借主の意向に沿わず、空き店舗が埋まらないなど、シャッターを閉めた状態がまちの疲弊感を増幅させる形となっており、商業以外の生活サービス機能の向上や IT 事業者の誘致といった新たな取組みを進めているが、誘致した事業者と地域との協働の仕組みづくりなどが課題である。

一方、中心市街地の商店街は公共交通の利便性が高く、アーケードに覆われていることから天候に関わらず自由に歩行できるなどの強みがあり、普段は寂しい商店街が市内外から訪れる多くの買い物客で賑わいを見せる五日市（毎月5日に開催される60年以上続いてきた歴史あるイベント）を始め、直方を盛り上げたいと地元の若手が中心となって開催されている直活祭やクリスマスマーケットといった催しが民間主導で行われており、イベント等により今後も需要が見込める。

また、民間による人材育成セミナーが開催されるなど、民間主導の活動が活発ではあるが、総合的なエリアの賑わい創出にはつながっていないため、商店街の課題を整理したうえで商店街に関わる人々を交え、本質的な中心市街地エリアの賑わいづくりの検討を進める必要がある。

対象区域図



## b 事業の目的

- ① 対象区域におけるまちなか再生に向け、市民や民間団体の積極的な参画を促し、将来のビジョンについて検討する場を設定する
- ② 当該ビジョンを実行していく体制の構築、自走に向けた支援を通じて、本質的な中心市街地エリアの賑わい創出を図る

まちなか再生事業で掲げる長期目標と今年度の目標を以下に示す。

### まちなか再生の長期目標

購買形態の多様化、店主の高齢化や担い手不足などにより、商店街の空洞化が加速度的に進んでいる。それに対し、商業だけに関わらず、中心市街地エリアへの必要な機能の集約を推進すると同時に、本市が持つ文化や伝統、そこに関わる人材といった資源を活かしたまちづくりを民間主導で行うことにより、まちの中心に恒常的な賑わいをつくり、魅力あるまちの創出につなげる。

#### 【達成度を測る評価軸】

- ・居住誘導区域の人口密度 R01：51.5% → R07：54.0%
- ・営業店舗率 R01：60.8% → R12：70.0%

### 今年度の目標

- ◆ 商店街エリア現状把握・分析
- ◆ まちづくりに関与する関係者の相関整理及び人材の発掘
- ◆ 商店街エリアの将来ビジョンの作成

## 2 事業実施内容

### a 市職員に向けた説明会の開催

本事業について、単なる助成金事業ではなく直方市の未来をつくる社会実験的な取組みだという意識を持ち、複数の課が横断的に関わりを持てるよう、職員向けの「セミナー」を開催し、意識付けを行っていく。

### b 商店街エリアにおける現況把握支援

商店街関係者へのヒアリング等によって商店街に関する人材についての現況把握を行う。既存の人脈・ネットワークを起点にヒアリングを実施し、既に課題意識を持って取り組んでいる人材に働きかける。

また、商店街エリアの現状について、市や関係機関が保有する客観的なデータを中心とした情報収集を行い、基礎情報を整理する。

さらに、不動産や人材に関する情報については、既存情報やヒアリング等を通じて明らかにするとともに、市民との対話といったきめ細かい調査から得られるような市民目線の情報をつきとめる。

### c 商店街エリアの将来ビジョンの検討・作成

活性化のビジョンとして「商店街に限った課題解決」のみを掲げるのではなく、まち全体を広く見渡したときに市民が共感しやすい課題を提示する視点が大切である。

さらに、ビジョンの検討・KPIの設定をするなかで、「活動人口」すなわち「地域に対する誇りや自負心を持ち、地域づくりにいきいきと活動する者」を増やし、熱量をさらに磨いて輝かせ、魅力として見せていく“市民のチャレンジと応援、その連鎖”を生み出す。

主体となる体制や人材の検討においては、マネジメントの意識を有する人材を集め、活性化を持続していくためのチーム・組織をつくり上げる。ヒアリング等から得られる情報を基にリスト化し、体制づくりについては協議を重ねながら最適な方法を検討していく。

### d 賑わいづくり事業が持続するための体制づくり支援・検討

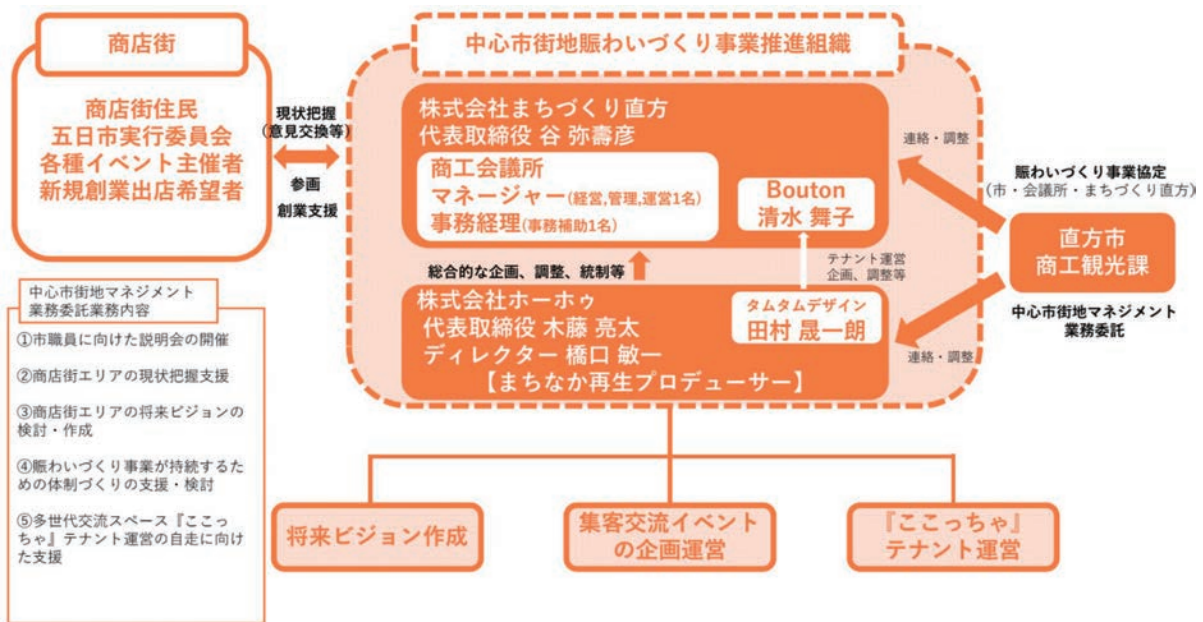
商店街エリアの将来ビジョンの検討・作成において主体となる人材や体制づくりの方法について、具現化していくための支援を行う。類似の取組みや先行事例を研究し、商店街エリアのマネジメントに最適な体制をつくるための試行に取り組む。

## e 多世代交流スペース「ここっちゃん」の開設を契機とした賑わいづくり支援

多世代交流スペース「ここっちゃん」<sup>13)</sup> や他の既存店舗へのサポートを「市街地・商店街の新しい価値を考え、創造する機会」と捉え、新しい市街地・商店街の姿を考える機会をつくる。(2ヶ月に一度の協議)

## 3 事業実施体制

### a 事業実施体制図



### b まちなか再生プロデューサー



所属  
木藤 亮太  
株式会社ホーホウ 代表取締役  
株式会社油津応援団 専務取締役

#### 経歴

九州芸術工科大学（現九大）、同大学院を出て14年間、株式会社エスティ環境設計研究所に勤務、5年間取締役を務める。

日南市が実施した全国公募により2013年7月1日から2017年3月31日までテナントミックスサポートマネージャーとして採用された。

2018年1月からは福岡県那珂川市に拠点を移し、株式会社ホーホウを設立し現職に至る。

#### <専門分野>

商店街再生、エリアマネジメント

13 「『こども×商店街』=賑わいの創出」をコンセプトに直方市が設置している複合施設であり、地域子育て支援センターや一時託児施設、飲食・物販テナントが設置  
[https://www.city.nogata.fukuoka.jp/shisei/\\_1242/\\_2793/\\_12358.html](https://www.city.nogata.fukuoka.jp/shisei/_1242/_2793/_12358.html)



<関連する実績など>

子守町の里五木の村づくりで2008年に土木学会デザイン賞を受賞、重要文化的景観「蕨野の棚田」、かなたけの里公園、古湯・熊の川温泉等各種プロジェクトに関わる。

4 事業実施スケジュール

事業内容 (仕様書記載項目等)	実施手法等	実施時期											
		5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月		
1 市職員に向けた説明会の開催	本事業を単なる助成金事業ではなく、直方市の未来をつくる社会実験的な取組だという意識を持ち、複数の課が横断的に関わりを持ってよう、職員向けの「セミナー」を開催し、意識付けを行う。	人員と日程の調整	セミナー①		セミナー②		セミナー③		セミナー④				
2 商店街エリアにおける現況把握支援	関係者へのヒアリング等によって商店街に関する人材についての現況把握を行う。既存の人脈・ネットワークを起点にヒアリングを実施し、すでに課題意識を持って取り組んでいる人材に足を運んで働きかける。	ヒアリング第1弾			ヒアリング第2弾								
① 商店街関係者のヒアリング													
② データ分析	商店街エリアの現状について、市や関係機関が保有する客観的なデータを基礎とした情報収集を行い、基礎情報を整理する。			人材 関連 整理①				人材 関連 整理②					
③ 空き店舗や不動産情報の調査及び人材発掘	不動産や人材に関する情報については、既存情報やヒアリング等を通じて明らかにするとともに、市民との対話から聞き出せるきめ細かい調査から得られるような市民目線の情報をつぎとめる。	調査計画～とりまとめ			補足調査								
3 商店街エリアの将来ビジョンの検討・作成	活性化のビジョンとして「商店街に限った課題解決」のみを掲げるのではなく、まち全体を広く見渡したときの市民が共感しやすい課題を立てる視点が大切。	実施計画準備	草案作成	ビジョン会議① 初稿		ビジョン会議② 第2稿		素案作成			ビジョン会議③ 素案		素案完成
① 協議する場の企画	「直方市における新しい暮らし方をテーマに、事業者のみならず幅広く参加を募る。												
② 魅力的なプログラムの構築	「20年後の直方市のあるべき姿」というテーマでディスカッション、その後商店街エリアをまち歩きし、駅前・商店街の現状を知る。												
③ ビジョンの検討・KPIの設定	「活動人口」すなわち「地域に対する誇りや自負心を持ち、地域づくりにいきいきと活動する者」を増やすこと。熱量をさらに磨いて輝かせ、魅力として見せていく「市民のチャレンジと応援、その連鎖」を生み出す。							KPI案					KPIの設定
④ 主体となる体制や人材の検討	マネジメントの意識を有する人材を集め、活性化を持続していくためのチーム・組織をつくり上げる。ヒアリング等から得られる情報を基にリスト化し、体制づくりについては協議を重ねながら最適な方法を検討していく。							人材リスト	① 人材との協議	② 人材との協議			
4 賑わいづくり事業を持続するための体制づくり支援・検討	③④で検討した人材や体制づくりの方法について、具現化していくための支援を行う。類似の取組や先行事例を研究し、商店街エリアのマネジメントに最適な体制をつくるための試行に取り組む。											体制案	試行に取り組む 引き続き検討
5 多世代交流スペース「ここっちゃん」交流エリア運営の自走に向けた支援	多世代交流スペース「ここっちゃん」や他の既存店舗へのサポートを「市街地・商店街の新しい価値を考え、創造する機会」と捉える。新しい市街地・商店街の姿を考える機会をつくる。(2ヶ月に1度の協議)	実情ヒアリング	①目標設定		②進捗確認		③進捗確認			④効果検証		⑤今後の方針	

5 主な成果

◆ 市職員説明会の開催による市内一体的な推進

- 対象区域において核となる拠点(タネ地)である「ここっちゃん」は子育て機能と商店街活性化機能を担う複合施設であるなど、まちなか再生に向けては市内が一体的に推進していく必要があることから、市内がワンチームでまちなか再生に向けて事業を推進する意識を醸成するために、市職員向けの説明会を定期的開催した。



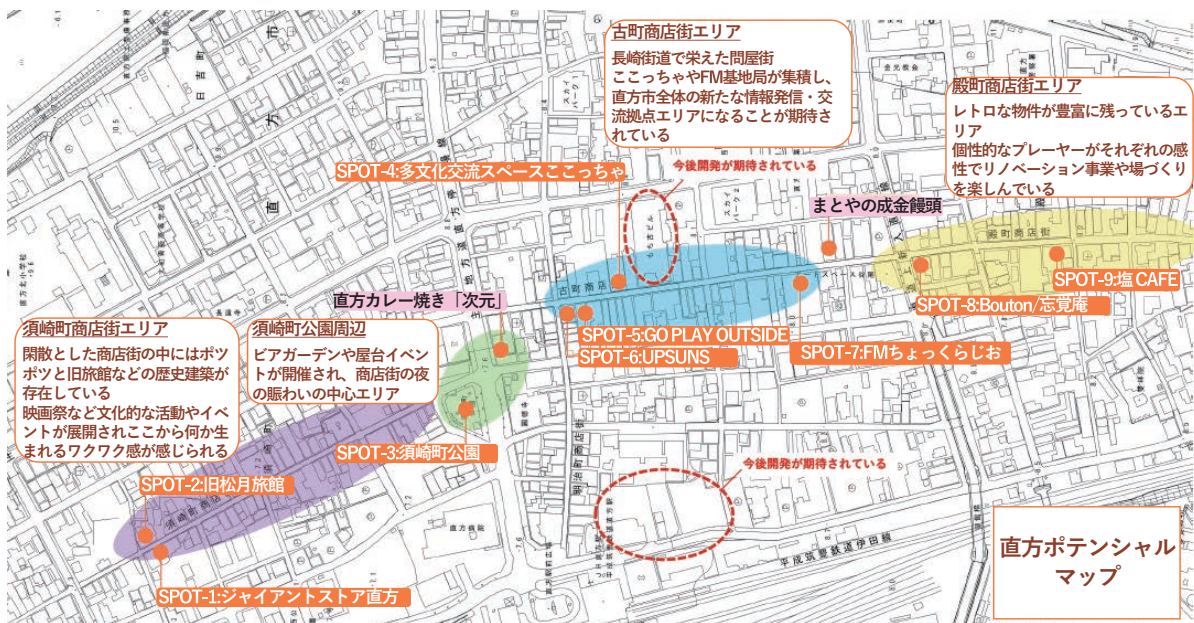
複合施設「ここっちゃん」



市職員説明会

◆ 対象区域における地域資源（人材・店舗など）の整理

- ・対象区域では、中心市街地商店街で60年以上の歴史を有するイベント「五日市」が開催されるなど、同地域で長らく生業を行っている商店が存在する一方で、近年は、地域外から対象区域で新たに起業する人材も多く、人材育成セミナー（エンボるスクール）が立ち上がるなど、民間主導の活動が活発化している。
- ・本事業では、商店や店舗、人材など対象区域における様々な物理的・人的地域資源を整理しビジュアル化するとともに、既に活躍している人材・組織のキャラクターや目指すまちなか再生のビジョン・期待等を整理した。



◆ 将来ビジョンの立案

- ・対象区域がもつ地域資源の魅力、及び現在そして今後も活躍が期待できる組織・人材のまちなか再生に対する思いを丁寧に拾い上げ、将来ビジョンを立案した。



屋台・音楽・アウトドア・教育・農業・映画・・・  
 特定の「誰か」が  
 商店街の色を決めるのではなく  
 多様なプレイヤーやグループが  
 それぞれ「違い」を認め  
 異なる色を加え商店街の魅力を描く。  
 プレイヤーの多様性を大切にしながら  
 商店街のエリア価値を上げていく。

6 持続的発展に向けた課題、今後の取組み

◆ 「ここっちゃん」を活用した社会実験と運営体制の整備

- ・本事業で策定した将来ビジョン「多様性を楽しめる商店街」の実現に向け、拠点として多世代交流

スペース「ここっチャ」の有効活用が期待される。

- ・今年度は同施設を運営する組織や利用者へのヒアリング調査を実施したが、同施設の機能である「子育て」と「商店街振興」という2つの観点の融合を図りながらさらなるまちなかへの回遊を促進すべく、社会実験を企画するとともに、同施設の運営体制のあり方について整備する。

#### ◆ 既に活躍する人材・組織の連携・融合のあり方検討

- ・対象区域では既に多くの人材・組織が活躍していることが強みである一方、取組みが個々になされておき、効果が局所的になっていることが課題である。
- ・今年度は各人材・組織のキャラクターやまちなか再生への想いについて把握したところであるが、まちなか再生に向けた効果の最大化を図るために、点的な取組みを面的な取組みへと発展させるべく、同じ想いを持つ人材・組織間の連携等をより一層高める方策について検討する。

## 7 アドバイザー会議委員コメント

#### ◆ 対象区域における空間利用のポイント

- ・対象区域における集客の拠点、核として「ここっチャ」がポイントになると思うが、それ以外にハード面で工夫できるとすればアーケードになると思う。天候に関係なくまち歩きが出来るアーケード部分を「前庭」と捉えて活用していけると良いと思われる。

#### ◆ 集客拠点「ここっチャ」の運営体制のあり方

- ・「ここっチャ」については、行政の担当課が縦割りになっていることもあり、多様な交流機能をうまく盛り込めていない印象がある。また、賑わいづくりと子育て支援のスペースが分かれていて、外から見るとどのような施設なのかが分かりにくい。新しい現場スタッフを募集しているとのことだが、どちらも担える人材が理想であるものの、施設全体の運営については、子育て支援よりも全体の横連携に取り組める人材、また商売センスのある人が良いのではないかとと思われる。
- ・加えて、そうした人材を守り、円滑に施設を運営していくためには、関係者が集まって定例の運営委員会を行うなど、しっかりとコンセプトを固めることが求められるため、行政の中での連携体制を確立することも重要である。

#### ◆ 既に活躍する人材・組織の連携を促す施策

- ・こだわった活動をしている人がたくさん存在しており、人材の宝庫で、非常に魅力的だと思った。プレイヤーが多いことでまとまらないことが課題になるが、無理にまとめなくても良いと思う。ただし、アイデアをひとつにまとめる必要はないが、共通のキーワードのようなものは作ったほうが良いと思われる。
- ・イベントも積極的に行われているようなので、色々な立場の人をまとめる調整型の人材が見つかると思うが、最終的に誰が中心になってマネジメントしていくかが問題だと思う。一人に集約するというよりも、色々な視点からスーパーバイザーのような立場でマネジメントに関わる人が複数いるようなかたちが実現できると良いのではないかと。

#### ◆ 地域外への情報発信

- ・広域的に人を呼べるような魅力的なコンテンツが多数あるため、来年度は情報発信にももう少し力を入れてもいいのではないかとと思われる。
- ・店舗を運営している人、尖ったコンセプトを持った人は、外部から人を惹きつける要素になるため、活動をバックアップしていけたら良い。また、コミュニティ的なスペースが複数あるため、そういった人同士の情報共有や交流も重要だと思われる。

## 1-4

## 鹿児島県志布志市

## 事業概要

総事業費	15,000 千円
助成金額	7,000 千円
プロデューサー	小田切 俊彦（株式会社つぎと九州 代表取締役）

## 自治体概要

〈市町村全体〉

面積	209.3 km <sup>2</sup>
人口	29,329 人
人口密度	101.0 人/km <sup>2</sup>

〈対象区域：志布志東部地区〉

面積	0.75 km <sup>2</sup>
人口	1,551 人
人口密度	2,068 人/km <sup>2</sup>
営業店舗数	約 145 店舗
空き店舗数	約 40 店舗

## 取組概要

	今年度の実施内容	次年度展望
中長期的ビジョン	・エリアコンセプトの <u>立案</u>	・エリアコンセプトに基づく推進
短期的な核となる事業	・リーディングプロジェクトの <u>事業計画立案</u>	・リーディングプロジェクトの事業化着手
推進体制	・事業実施体制の検討	・事業実施体制の具体化

## 1 事業の背景と目標

### a 事業の背景

対象区域は、志布志市志布志町の東部に位置し、域内の端となる志布志城<sup>14)</sup> から志布志駅周辺まで徒歩で約20分程度の地区であり、「薩摩の武士が生きた町～武家屋敷群「麓」を歩く～」として、日本遺産にも認定された志布志麓を含むゾーンである。武家住宅、武家門、石垣、名勝庭園、商家など点的な保存はなされているものの、全体としては空き家の増加や高齢化が進み、衰退の一途をたどっている。

また、志布志城や志布志麓<sup>15)</sup> を目当てに来訪する観光客は少なからず（3,500人／年）いるものの、それだけが目的となっており、市内や地域の回遊には至らない状況である。加えて、志布志港を有しており、「志布志—大阪間」を毎日就航するフェリー「さんふらわあ」が発着するが、その利用者のほとんどは志布志東部地区を素通りしている現状があり、志布志市を目的地として捉えてもらえるような、発展的な施策の展開につなげていきたいと考えている。

さらに、商店街については、補助金等での集中的な活性化を実施し、活気のある事業継承者や、市外からU・Iターンした若者事業者などが新たな小商いを始める状況がみられているものの、取組みが点となっており、エリアとしての相乗効果が得られていない状況である。

そこで、志布志市では、対象区域について歴史的資源を活用しながらも、生活面、観光面の充実を相乗的に図る「観光まちづくり」に取り組むべく、「歴史遺産を活用した魅力ある観光まちづくり計画」を令和2年3月に策定した。

点での保全から、面への活用へと舵を切り、地区の価値向上や人の流れの創出を図りたい、その原石がこの志布志東部地区であると考えている。



### b 事業の目的

対象区域におけるまちなか再生に向け、志布志東部地区歴史的資源活用エリア基本計画を策定する。まちなか再生事業で掲げる長期目標と今年度の目標を以下に示す。

14) 中世山城であり、内城・松尾城・高城・新城の4城を総称  
<https://www.city.shibushi.lg.jp/soshiki/22/1564.html>

15) 中世の武家集落を基礎としてその骨格を変えることなく近世に至った麓であり、志布志城に囲まれた谷間に形成  
<https://www.city.shibushi.lg.jp/soshiki/22/1569.html>

## まちなか再生の長期目標

観光客に向けた施策だけでなく、これからの志布志を支える新たな住民の創出を見据えた施策を行いながら、単なる観光地化ではない自走可能な「まち」づくりを行っていくことが求められている。

上記の目標を達成するため、具体的には下記を実施し自走可能なまちづくりを目指す。

- ・ 点在する歴史的建造物を活用した観光客の受け皿整備（宿泊施設などの拠点整備）
- ・ 志布志東部地区における新たな生業の創出（住む人が意欲的に働ける新たな産業の創出）
- ・ 認知度の低い歴史的文化施設のソトへの発信
- ・ 観光客を受け入れるための域内連携体制の構築、運用

### 【達成度を測る評価軸】

- ・ 歴史的建造物を活用した事例の創出 3件（R8）
- ・ 新たな生業の創出数 3件（R8）
- ・ 志布志市における宿泊客数 90,000人（R8）
- ・ 観光消費額の増加 500,000万円（R8）
- ・ 総合案内所訪問者数 15,000人（R8）

## 今年度の目標

- ◆ 空き家活用に向けた活用エリアコンセプトの立案
- ◆ 魅力的な滞在場所にしていくための滞在プラン・受入態勢の計画立案
- ◆ 空き家を活用したなりわい創出（事業化）のための事前準備：活用候補物件3件程度（基本プラン提案、基本設計、事業費試算）
- ◆ 事業実施体制提案まちづくり会社設立に向けてのスキーム、事業計画、設立組織体検討
- ◆ 資金調達手法提案（金融機関との連携体制づくり）

## 2 事業実施内容

下記3つの事業を実施するにあたり、以下、7つの施策を実施した。

- ① 現地調査・物件調査  
既存検討資料の把握、旅行動向、インバウンド動向、地方移住動向などの調査、及び、活用を予定する物件について現地調査の実施
- ② エリアの要素整理と可能性分析  
歴史・立地・周辺環境・食文化などの要素整理、観光における地域資源について調査、分析の実施
- ③ エリアコンセプトの検討  
ターゲット検討、方向性、地域アクティビティの可能性、広域連携の可能性などを検討し、基本となるエリアコンセプト及びエリア内の観光導線及び施設配置案を検討
- ④ 滞在体験の調査・企画  
ターゲット設定、域内の体験、滞在プランの企画提案や、連携事業者選定
- ⑤ 基本プランの検討、基本設計、事業費試算、物件活用方法の提案  
空き家3活用物件を対象とした基本計画図の作成、事業計画及び概算事業費の算出、活用方法の提案
- ⑥ 歴史的建造物を利活用した事業実施に係るスキーム及び体制の検討  
まちづくり会社組成に向けてのスキーム、事業計画、設立組織体検討
- ⑦ 資金調達手法の検討  
資金調達方法を検討し、活用方法の提案

本計画の策定にあたり、プロジェクトマネジメントを行うこととし、発注者との協議については、概ね月1回程度を目安に実施した。

**a** 町家(千軒町)、門前町、麓それぞれへの拠点づくり 点を線とする関光拠点の面的整備の計画づくり

山中邸<sup>16)</sup>、旧東郷医院<sup>17)</sup>、福山邸<sup>18)</sup>をつなぐ面的開発で、歴史的まちなみ景観の保全と地域活性化を、まちづくり活動の両輪として波及させていく。

**b** 歴史的資源を守り活用するまちづくり会社の組成

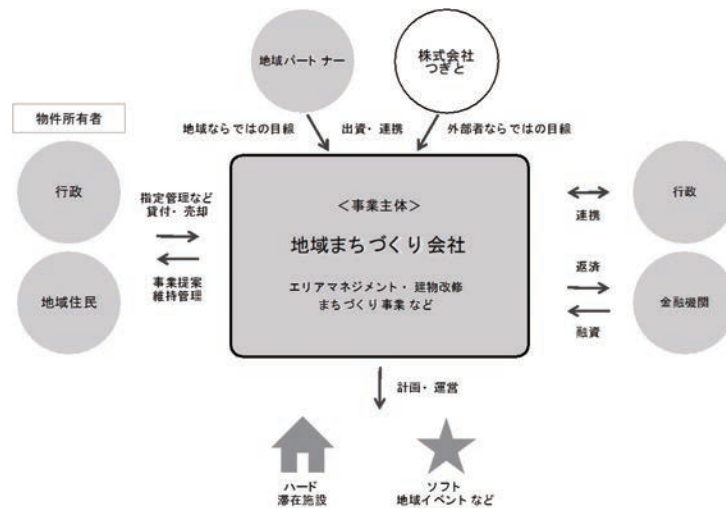
地域事業者とつぎと九州との共同出資による歴史的資源を活用した観光まちづくり会社を組成する。

**c** アクティビティの開発などの観光商品開発を進行する、コミュニティ存続のための域内連携

地域事業者との域内連携を意識した観光商品開発を進行するとともに、志布志市観光特産品協会と強固に連携をする。

**3** 事業実施体制

**a** 事業実施体制図



**b** まちなか再生プロデューサー

所属



小田切 俊彦  
株式会社つぎと九州 代表取締役

経歴

- 2008年 乃村工藝社入社  
商業施設から文化施設まで広範なプランニング業務を推進後、古民家活用市場に参画
- 2021年 株式会社つぎと設立

16) 2階建土蔵造の町家であり、明治15年建設と伝えられる商家である。  
<https://www.city.shibushi.lg.jp/soshiki/22/1447.html>  
17) 江戸時代末期に、設置された診療所(和館)で以後、増築が複数回され、大正7(1918)年には洋館が建造された。  
<https://www.city.shibushi.lg.jp/soshiki/22/1439.html>  
18) 築山枯山水様式を取り入れた庭園で、庭園を入ると築山の全面に広い前庭を持ち、武芸の鍛錬場として利用されていた。  
<https://www.city.shibushi.lg.jp/soshiki/22/1493.html>

## <専門分野>

エリア計画・事業計画の策定、古民家を活用した宿泊施設等の開発・運営、建築・ランドスケープの設計、行政コンサルティング、ホテルオペレーション支援、ファイナンシャル・アドバイザー、生業継承、イベント企画運営

## <関連する主な実績など>

個人の実績として、島根県出雲市、福岡県八女市、熊本県上益城郡甲佐町等の歴史的資源を活用した観光まちづくりに携わる。

## 4 事業実施スケジュール

事業内容 (仕様書記載項目等)	実施手法等	実施時期												
		5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月			
1 現地調査・物件調査	既存検討資料の把握、旅行動向、インバウンド動向、地方移住動向なども含む、活用を予定する物件について、現地調査を実施。		動向調査・現地調査											
2 エリアの要素整理と可能性分析	歴史・立地・周辺環境・食文化などの要素整理、観光における地域資源について調査、分析を実施。		地域資源調査											
3 エリアコンセプトの検討	基本となるエリアコンセプトの検討、ターゲットの検討、方向性、地域アクティビティの可能性、広域連携の可能性等を検討し、エリア内の観光動線及び施設配置案を検討。	ターゲット検討	コンセプト/アクティビティ/連携先検討			観光動線・施設配置案検討								
4 滞在体験の調査・企画	ターゲット設定、域内の体験、連携事業者選定、滞在プランの企画提案			滞在プラン等企画										
5 基本プランの検討、基本設計、事業費試算、物件活用方法の提案	・主要3物件の基本計画図等の作成 ・活用が検討される3物件について、基本計画図の作成、事業計画及び概算事業費の算出、及び活用方法の提案を行う。	物件調査(活用案検)		基本計画作成(活用案検)		概算事業費積算		活用案精査						
6 歴史的建造物を活用した事業実施に係るスキーム及び体制の検討	事業実施体制の検討(まちづくり会社設立に向けてのスキーム、事業計画、設立組織体制検討)	事業スキーム・体制検討					事業計画作成							
7 資金調達手法の検討	資金調達方法を検討し、活用方法の提案を行う。	調達方法検討					金融機関との連携協定検討							
8 プロジェクトマネジメント	戦略会議(進捗共有・確認事業協議)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
その他	各種会議				現地会議	●	中間報告	●				実績報告	●	

## 5 主な成果

### ◆ エリアコンセプトの立案

- 志布志市では、「歴史遺産を活用した魅力ある観光まちづくり計画」を令和2年3月に策定し、取組みを開始したところであるが、歴史的建造物を活用することで守り、生業をつくることで雇用を生むまちづくりを目指していくうえで、地域住民と連携したまちなか再生に取り組むべく、ワークショップを開催し、エリアコンセプトを立案した。

### <エリアコンセプト>

#### 交易のまち 多文化・多世代が交わり 学びと賑わいが行き交うまち

中世から海上交通の要所、藩政期には貿易の要所として栄えた港町・志布志。

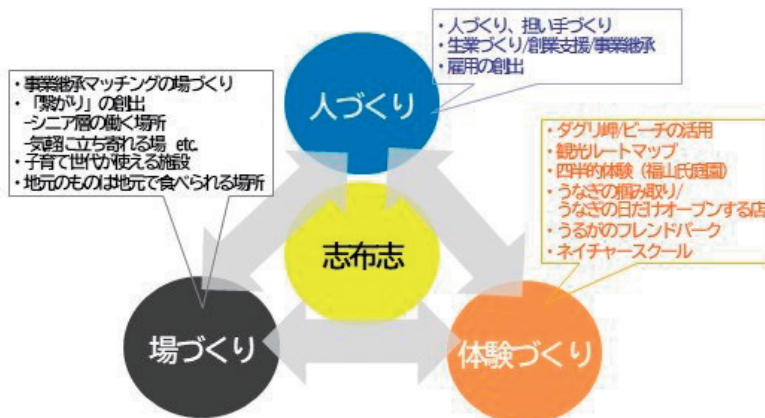
千軒町としての賑わいもありながら、古刹・大慈寺は地方僧の学問の拠点として存在した。

海外や藩外からの流通を厳しく取り締まりながらも生活や学びに異文化やものを取り入れ栄えた志布志で、独自の地域資源を継承し風景を守り継ぎながら新たな縦と横の交わりを作り、多世代が生き生きと暮らすまちを目指す。



## ◆ まちづくりの方向性と事業アイデアの立案

- 立案したエリアコンセプトの実現に向けて、集客する「場づくり」のほか、おもてなしする「人づくり」、及び志布志市ならではの体験ができる「体験づくり」の3つの観点から取り組むべく、想定される事業アイデアをとりまとめた。



## ◆ リーディングプロジェクト(場づくり)の事業計画立案

- まちなか再生に向けたリーディングプロジェクトとなる、対象区域への誘客を促す「場づくり」として、3つのエリアの特徴を活かし、門前町エリア「旧山中氏邸」、町家エリア「旧東郷医院」および武家屋敷エリア「木下氏邸<sup>19)</sup>」などの古民家再生プロジェクトの事業計画を立案した。

## 6 持続的発展に向けた課題、今後の取組み

## ◆ リーディングプロジェクト(古民家再生プロジェクト)の事業推進

- リーディングプロジェクトとして事業計画を立案した、古民家再生プロジェクトについて、事業化に向けて継続的に取組みを進める。
- 資金調達に際しては地域金融機関との協議を重ねているところであり、事業リソースの確保を行いながら、事業の実現性を高めるべく継続的に事業化に向けて検討を進めるとともに、事業スキームの検討を行う。

## ◆ 「人づくり」「体験づくり」に向けた地域住民との協議(継続)

- リーディングプロジェクトの事業化と並行して、「人づくり」、「体験づくり」の主演となる地域住民との協議を継続的に実施する。
- 現在は、多世代を巻き込むコミュニティが存在しておらず、地域住民の巻き込みが重要な課題となっており、加えて、若い世代が将来的に志布志に戻ってくるような、子どもたちが市政や歴史について学び、地域に愛着を持つ機会づくりが必要だと考えている。そこで、引き続き地域住民との協議の場を設けて、エリアコンセプトの周知やまちづくりへの参画促進を図っていく。

## ◆ 地域内外への情報発信

- 観光客に志布志の魅力を伝えながら、地域内にいる住民でも気付かなかった魅力を再認識してもらうことが重要であるため、地域資源を発掘し、志布志独自の魅力の発信につなげていく。
- ローカルメディアなど発信する場がないため、メディアによる発信、地域新聞づくり、志布志独自の文化や食、歴史的文化財などの地域資源を活かした体験づくりなど、効果的な情報発信に努める。

## 7 アドバイザー会議委員コメント

## ◆ エリアコンセプトの磨き上げ

- 首都圏から現地を訪れた印象として、志布志市は不便なのが良いところだと感じた。あまり便利にしすぎると個性がなくなってしまうのではないかと感じる。

19) 明治10年建築とされる武家住宅で、市に寄付された。老朽化が著しい建物だが、現地調査の結果、屋根裏から鍍と番士の道具が発見されている。

- ・琉球文化の名残があり、鎌倉時代頃から交易が盛んに行われていた港（津）町で、江戸時代には密貿易により繁栄したという、怪しさも感じられる。こうした背景を踏まえると、プロデューサーの発表にあったコンセプトよりも、例えば「琉球王朝とこっそり貿易していたまち」という響きの方により一層、興味を惹かれるように感じる。何をすることも大事だが、まちの特徴として特にフォーカスすべきところを明確にすることが重要だと思われる。

#### ◆ 事業の優先順位の立案

- ・現在はエリアコンセプトの実現に向けて、様々な事業アイデアを洗い出している段階だと理解しており、そうした点においては、全体のバランスが取れておりとても良いと思うが、現在の取組み内容では、地元の人の顔が見えないため、より訪れた際の楽しさが想像できるような内容になると良い。
- ・3つの性格が異なるエリア・物件について、どのような優先順位で取り組んでいくかが非常に難しい。3箇所はそれぞれ活用の目的・方向性が異なるものなので、それらをひとつにつなぐ工夫があると良い。武家屋敷エリアは比較的、面的整備がしやすいと思うが、それ以外は、まちなかとしてはかなり疲弊している。単体の建物を整備するだけでなく、地域の人にまちなかの魅力を伝えていく工夫が必要だと思う。体験（こと）エリアについては、建物には改修の余地があるため、建物を改修しつつ、武家屋敷の庭にはこんな楽しみ方・魅力があるということが体験できる仕組みをつくり、それぞれを街路でつなげられると良い。

#### ◆ リーディングプロジェクトの事業の実現性向上、ターゲットの明確化

- ・アセットの持ち方については明確にしておいたほうが良く、運営していくことを踏まえると、所有と運営を分離するのが良いのではないかとと思う。
- ・伝統的建造物の改修には莫大な費用がかかるため、カフェやレストランとして活用し、修復・修繕を行っていくという仕組みでいつまで持続していけるのか、事業の実現性を危惧している。誰にアピールするのかという点については、ラグジュアリー、ロングステイ、金融商品化といった方向性での商品化が考えられる。残すのか、使うのか、お金を集めるのか、はっきりさせて戦略を立てるのが良い。志布志市そのものが歴史博物館のような存在であり、外国人のあいだでは日本庭園にも注目が集まっていることから、お金を集めるという観点からいうと良いタイミングだと思う。ヨーロッパでは、伝統的建造物を貸し出し、賃貸された人が自ら費用負担して修復しつつ来訪者を集めるといった資金の集め方もある。単体の物件をアンカーポイントの一つとして考えるのではなく、よりスケールの大きい話として捉えるべきだと思う。
- ・伝統的建造物の保存について考えていくと、資金面は地域外に頼るという手段も考えておいたほうが良い。歴史的、文化的に価値ある住宅を住宅遺産として持続的な継承を目指し活動している住宅遺産トラストでは、以前は物件がリスト化されて順次保存に取り組んでいたが、現在では伝統的建造物群保存地区を支援したい人のウェイティングリストがあるという話も聞いたことがある。そういった人たちに支援してもらいながら、運営は地元の人が担うという枠組みにできると良いのではないかとと思われる。

#### ◆ 次世代人材発掘・継承に資するまちなか再生に向けたストーリーの立案

- ・リーディングプロジェクト以外にも様々な事業アイデアが挙げられていたが、やや物語性が欠けていたように思う。志布志市独自のローカリティやターゲットに着目し、観光を体験として昇華できるような戦略にまとめられると良いのではないかとと思われる。
- ・様々な事業アイデアが挙げられたが、やりたいことにヒエラルキーを付けて、時間軸を持った企画としてブラッシュアップが必要である。大手旅行会社ではなくローカルの旅行業など地元を知る人たちが、旅行商品になるところまで精査できると良い。
- ・次世代人材の確保を見据えた場合に、若年層が一度、志布志市を離れても戻ってきたいと思う「カッコいい大人がいない」という話もあったが、それは結果に過ぎず、無理やり集めること自体には意味がないのではないかと。今回の取組みが、志布志独自のローカリティを生かしたものにできれば、だんだんと子どもが帰ってきたいと思える場所になるとと思われる。

## 2 過去事業のフォローアップ

### 2-1 フォローアップの概要

まちなか再生に向けた取組みは、中長期的なビジョンを持ち、短期的な事業を繰り返しながら、継続的に進めていく必要がある。

まちなか再生事業の助成期間中は、ビジョンの策定や体制整備といった取組みが中心となっており、いわばまちなか再生を推進するうえでの基盤整備が中心となる。

そこで、こうしたまちなか再生事業の成果となるビジョンや体制に基づいて着実に事業が継続化されているか、またその後どのような課題が発生したか等を把握することを目的に、フォローアップを実施した。

#### a 事業の継続状況

過去4カ年（令和元年度～令和4年度）でまちなか再生支援事業<sup>20)</sup>にて助成した団体の現在の状況を以下に示す。

年度	市町村名 (対象区域名)	現在の状況、課題
R 4	北海道長沼町 (長沼町市街地(都市計画区域用途地域の範囲))	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年度のまちなか再生支援事業のプロデューサーに従事した事業者が同町と包括連携協定を締結しており、令和5年度には国土交通省「官民連携まちなか再生推進事業」の普及啓発事業者に選定され、継続的に検討を推進中</li> <li>行政と同事業者、及び首都圏の大学に通う学生との産官学連携による共同プロジェクトが開始</li> </ul>
R 4	埼玉県熊谷市 (中心市街地(星川沿道)区域)	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年度のまちなか再生支援事業、及び国土交通省の「官民連携まちなか再生推進事業」の指定を受けた「熊谷まちなか再生エリアプラットフォーム」での検討成果を踏まえ、「熊谷まちなか再生未来ビジョン」を策定</li> <li>同ビジョンは官民連携で策定されており、行政の計画である都市計画マスタープランや立地適正化計画、地域公共交通計画との連動を図りながら官民連携による継続的な検討を実施中</li> </ul>
R 4	愛知県岡崎市 (乙川リバーフロントエリア)	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年度のまちなか再生支援事業のプロデューサーに従事した事業者が同市と包括連携協定を締結しており、継続的な関係性を保持</li> <li>同市は国土交通省・内閣府地方創生推進事務局「新しいまちづくりのモデル都市」として対象区域内で様々な活動が継続中</li> <li>令和4年度のまちなか再生支援事業の重点エリアであった、康生通り～籠田公園については、まちづくり会社や自治会が中心となり、活動中</li> </ul>
R 4	大阪府松原市 (河内天美駅周辺区域)	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域の主体となる松原商工会議所が松原市まちなか活性化支援事業として「イルミネーションイベント」を開催するなど、段階的にぎわい創出に向けて活動を推進中</li> </ul>

20) 令和5年度よりまちなか再生事業に事業名を変更しました。

年度	市町村名 (対象区域名)	現在の状況、課題
R 4 R 3	大阪府門真市 (門真市駅・西三荘 駅周辺ウォークアブル エリア)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちなか再生支援事業にて対象区域であった門真市駅（令和3年度）、西三荘駅周辺（令和4年度）については、門真市駅周辺エリアリノベーション推進会議にて門真市駅及び西三荘駅周辺におけるエリアの課題や今後の取組みの方向性についての検討が継続的に実施中</li> <li>・令和5年度は古川橋駅にもエリアを拡充し、「古川橋駅周辺地区まちなかウォークアブル推進事業」を展開</li> </ul>
R 3	長野県佐久市 (中込地区)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちなか再生支援事業の成果を基に策定した「中込地区まわるまち構想」に基づいて様々な事業を展開中</li> <li>・都市再生整備計画を令和4年4月に策定後、終了年度を令和8年度に設定して継続的に取組みを進めており、公共施設（中央グリーンモール及びサングリモ中込）の再整備に向けては、令和4年9月に基本設計に着手し、策定が完了したことから、令和5年度に住民への説明会を実施</li> <li>・中込地区の将来像として「人それぞれの新たなワクワクを感じに、多くの人が集うまち」と設定して様々な活動が展開されるなか、令和5年度には JR 中込駅構内にまちづくり拠点「TonaRide（トナリデ）」が開設</li> </ul>
R 3	香川県三豊市 (詫間庁舎区域)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちなか再生支援事業の成果を基に、「三豊市詫間庁舎周辺整備基本構想」を取り纏め、令和9年度を目標年次としたさまざまな事業が掲示されており、個々の事業についての検討に着手</li> <li>・讃岐造船所跡地（ドック跡地）については、助成当時にはインフォメーションセンターやエントランスハブなどの機能を担うように整理され検討を進めてきたが、様々な課題から令和4年度中に計画を今一度検討される方針が示され、周辺の文化会館の大規模改修や市民センターの建設に伴い、駐車場や広場として活用を模索し、令和5年度に測量を実施</li> </ul>
R 3	高知県四万十町 (窪川地域中心市街地)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和6年度開館予定の文化的施設の基本設計を担っているプロデューサーが関与し、まちなか再生支援事業で策定した再生戦略ガイドブックを一般に公開</li> <li>・令和6年度に文化的施設の開館が控えるなか、全国から無料で集めた本を、四万十町の窪川市街地の空き家や街路に配置することで街中を魅力的にする、まちおこしプロジェクト「しまんと古書街道」を一般社団法人しまんと街おこし応援団が展開中</li> </ul>
R 2	島根県江津市 (有福温泉エリア)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちなか再生支援事業にて設定した「温泉地まるごとホテル」化をコンセプトに、2021年度より街なみ環境整備事業など公民連携による多数の再生プロジェクトを創出して展開中</li> <li>・新たなレストランや宿泊施設が開業されているほか、有福温泉振興会が各種イベントを定期的開催しており、ポータルサイトやアプリなど多様な手段にて情報発信を実施中</li> </ul>
R 2 R 1	岡山県津山市 (城下地区及び中心 商店街)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちなか再生支援事業（令和元年度～2年度）では、市が民間から譲渡された津山城下の空き地の活用に向けて、社会実験を実施したが、その後、城下地区が地域の発展をけん引し、市民の暮らしを豊かなものにする魅力と活力を生む場所となるため、また、城下町の歴史文化を継承し、地区の特徴を踏まえて将来にわたり持続可能なまちづくりを行うために「津山城下まちづくりビジョン」を策定</li> <li>・市が独立行政法人都市再生機構とまちづくり協定を締結し、津山市城下地区における文化施設を活用したまちづくり方策について継続検討中</li> </ul>
R 2 R 1	長崎県雲仙市 (国見町多比良・神 代地区)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちなか再生支援事業（令和元年度～2年度）では、既に地域内で活躍しているまちづくり団体が存在していたが、団体間の連携ができていない状況があり、協議の場を設け、またイベント等を通して新たな地域資源の発掘等取組みを実施。</li> <li>・現在も市がまちなか再生業務の予算を確保し、多様な専門人材を活用して事業を継続中</li> </ul>

年度	市町村名 (対象区域名)	現在の状況、課題
R 2	鹿児島県肝付町 (新富地区)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちなか再生支援事業では、新富地区における地域資源の発掘や既存ストックの活用可能性、行動計画等を策定したが、同成果を踏まえつつ、町の各種計画と連動しながら、段階的に検討中</li> <li>・肝付町観光協会が中心となりながら、新富地区をはじめ、JAXA 宇宙空間観測所・ロケット発射場のある内之浦エリアなど他地区と連携しながら観光イベントを展開</li> </ul>
R 1	大阪府阪南市 (尾崎駅周辺地区)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちなか再生支援事業では、南海電鉄尾崎駅前の再開発の動きが停滞しているなか、駅前活性化の機運を醸成するために、駅前にある駐車場の活用や駅前道路の一方通行の社会実験を実施し、駅前の価値向上を模索</li> <li>・令和5年度から駅前道路の一方通行化を行い、歩道を拡幅する工事を実施中</li> </ul>
R 1	兵庫県西脇市 (西脇市まちなか(中心市街地)区域)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちなか再生支援事業では、まんなかから、つながるまち・西脇市まちづくりプラットフォームをコンセプトとした、まちなかでの活動を行う人材を支援する中間組織・支援拠点「西脇135」を設置</li> <li>・現在もプロデューサーが関与しながら、起業支援、運営支援、まちづくり活動支援等を展開中</li> </ul>
R 1	鳥取県智頭町 (智頭地区内)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちなか再生支援事業では、次年度(令和2年度)に新しくオープンする図書館から、国指定文化財「石谷家住宅」までの約500mの道並みをまるごと図書館にしよう、というコンセプトのもと「まちづくり戦略」を立案し、まちのなかにある空き家や空き物件の活用促進に向けたDIY イベントなどを持続的に展開</li> <li>・現在は智頭町商工会や地域団体「智頭まちゼミ」が中心となり、様々なイベントを展開中</li> </ul>

## b プロデューサーとの関係

まちなか再生事業で登用したプロデューサーとの関係について確認したところ、令和4年度に採択した5団体については全て、また令和3年度以前では、10団体のうち5団体が関与している。

関係が継続しているプロデューサーの特徴としては、プロデューサー自身がまちづくりに積極的に関与している団体や、プロデューサーが所属する事業者が市町と包括連携協定などを締結している団体が挙げられる。

一方、プロデューサーとの関係を継続していない市町では、市町の方針として当該事業の優先順位が低くなり、段階的に賑わいを創出する事業への取組みを優先している場合や、プロデューサーが関与していた事業(ハード整備など)が完了し、以後は地元が中心となり継続的に推進されている場合などが挙げられる。

## 2-2 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、まちなか再生事業にてより効果的、かつ継続的・発展的な支援を行っていくうえで、配慮すべきと思われる点を以下に示す。

### a プロデューサーの対象団体との関係性の構築までの支援

まちなか再生事業においては、まちなか再生に向けた道筋、基盤を構築するまで継続的に関与することが期待される。当然ながら、プロデューサーが半恒久的に関与が難しい場合は、地域で主体的な活動を持続するための推進体制の整備が不可欠である。

プロデューサーと継続的な関係を構築している団体の特徴は前述のとおりであるが、加えてまちな

か再生事業に支援する年度以前から地域に入り込んでいたり、あるいは行政との関係性を保有していたことも大きな特徴である。

一方で、プロデューサーとの関係が継続していない団体では、フォローアップ対象となるまちなか再生事業の支援期間ではコロナ禍という制約があったものの、単年度だけでは現地に入る機会も限られ、十分な人材・発掘や調査が行えなかった印象も否めない。

そのため、プロデューサーが対象団体に対してどの程度関与、あるいは理解しているのかなども十分に配慮し、必要に応じて継続的な支援を行えるように配慮していくことが期待される。

## **b** まちなか再生の段階に応じた多様な専門人材の活用

まちなか再生事業においては、まちなか再生に向けた道筋、基盤を構築するという分野での経験や知見を有するプロデューサーが担うことが多いが、まちなか再生事業で策定したビジョン策定後は、核となる事業の展開はハード面、ソフト面と多様な取組が求められるため、まちなか再生の段階に応じて多様な専門人材の活用が必要とされる。

ソフト面においては、地域で主体的な活動を行う産業団体やまちづくり団体が中心となり展開している自治体が多数見られたほか、ハード面においては民間事業者と協定を締結して検討を継続している自治体も存在している。

第 4 章

外部専門家短期派遣事業の  
取組みと成果



# 外部専門家短期派遣事業

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10地域に対し外部専門家を1泊2日で派遣して現地調査を行い、後日オンラインにて地域再生の方向性に関する提言を行った。

	派遣先	現地調査	オンライン報告会
1	北海道 士別市	11月8日(水)～9日(木)	11月15日(水)
2	北海道 余市町	8月30日(水)～31日(木)	9月13日(水)
3	秋田県 湯沢市	10月12日(木)～13日(金)	10月26日(木)
4	埼玉県 春日部市	令和6年1月15日(月)	令和6年2月5日(月)
5	新潟県 阿賀野市	10月19日(木)～10月20日(金)	11月10日(金)
6	岐阜県 瑞浪市	9月25日(月)～26日(火)	10月24日(火)
7	岐阜県 美濃加茂市	7月26日(水)～27日(木)	8月4日(金)
8	愛知県 岡崎市	5月25日(木)～26日(金)	6月14日(水)
9	兵庫県 朝来市	7月12日(水)～13日(木)	7月24日(月)
10	宮崎県 木城町	6月15日(木)～16日(金)	6月30日(金)

今年度の外部専門家短期派遣事業は、昨年より4件多い10件の現地視察を行った。総じて、地域コミュニティの再生や地域資源を活かした観光振興、将来的な移住・定住に向け、その第一歩として関係人口を増やすための施策に向けた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、岡崎市の地域資源を利用した中山間地域の関係人口の創出と移住・定住の促進、宮崎県木城町では町内の中之又地区を起点とした地域再生、北海道余市町のワインツーリズムを活用した観光振興、北海道士別市の「まちの未来創造」に向け、「移住・定住」のための関係人口の創出といったようなものであった。

全地域で現地視察を行い、地域住民や事業者、市の関係者のお話を聞き、視察後には全員で振り返りのミーティングを行い、自治体側のニーズと提言の方向性を確認した。その後、各地域担当の外部専門家から、高い専門性を活かした提言がなされた。

また、これら10件の中から、北海道士別市、岐阜県美濃加茂市、兵庫県朝来市、宮崎県木城町の4件が、令和6年度のふるさと再生事業にステップアップすることとなった。



## 1 北海道士別市

現地調査	令和5年11月8日(水)～9日(木)
オンライン報告会	令和5年11月15日(水)
外部専門家	株式会社とける 代表取締役 柴田 涼平

## &lt;地域の抱える課題&gt;

士別市における人口減少、特に若者の減少が、地域の農村の限界集落化、まちなかの商店街の消費落ち込み等、地域にもたらす影響は非常に大きい。「第2期士別市まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、2060年の定住人口を11,000人と展望し、「まちの未来創造」において、「移住・定住」施策を関係人口創出に関する重要な取り組みと位置づけている。

今後の定住人口の増加に向けては、「若者の呼び込み」を柱とし、士別市出身者を含む市外に居住する若者が1人でも多く市を訪れ、短期移住や二地域居住、U I J ターン、さらには定住化に繋がるよう、彼らの集い、交流、チャレンジを応援することが重要となっている。

## &lt;地域の背景と経緯&gt;

若者が住みやすいまちの理想と士別市を比較し、足りないものは何か。また、一定数のU I J ターン者はいるものの、士別出身の若者が地域に盛んに戻ってこないのはなぜか。また、これと関連して、「① 地域における雇用、② 移住・定住」政策に関連付けた分析や診断、それに基づく今後のあり方についての指導や助言が求められた。

## &lt;外部専門家からの提言&gt;

柴田氏により、視察を通じて把握できた士別市の主要課題を以下のように整理した上で、帰結の方向性についての提言が行われた。

- ① 士別市としてのブランディングコンセプトが絞りきれていない。  
【提案1】 羊を士別市としてのメインブランディングに据えた、シティブランディングの確立。
- ② 関係人口の手前にある「交流人口」の生み出しが意識的に行われていない。  
【提案2】 交流人口の一部が関係人口になっていく流れを作っていくことを意識した、士別市の風物詩のようなイベント企画の立案。
- ③ 関係人口を創出したいとお聞きしているが、関係人口を創出するまでの流れの理解とその上での関係人口創出のデザインがまだ不明瞭である。  
【提案3】 交流人口と関係人口の「関わりしろ」があるイベントやプロジェクトの立ち上げと、声かけの実践。
- ④ 短期間の滞在のイメージは湧いているが、長期間士別市に関わってもらおうためのアイデアがまだ不足している。

【提案4】 士別市フリーランス養成講座（例）、inazoファームとの連携、エストアールでの滞在を通じたプチ移住体験等、長期間滞在してもらうためのプロジェクトの立ち上げ。



【視察】 視察を通じて見えた良い兆し

- ・佐藤さんや荒又さん、(今回お会いできていませんが)石川さん夫婦など、20代~30代の、まちづくりに関わりを持ちたいと思い、行動しているUターン者がいる。
- ・鈴木さんのような1ターナー者が、地域おこし協力隊期間満了後にそのままに根付いていること。
- ・行政職員である菅原さんが、視察初日の説明で「士別市の魅力は人との繋がりを大切にする方の多さ」と発言していたこと。
- ・食の豊かさ。(食したものの全てが本当に美味しかったです。)
- ・inazoファームの存在
- ・交流ができる宿泊施設がすでにあること
- ・「羊」という圧倒的の魅力でありコンテンツを保有していること。

地域資源であるサフォークラムの「羊」のイメージ市として統一するブランディング戦略の構築、羊関連のイベント企画による交流人口の生み出し、また、交流人口の中から、この町の運営に関わってみたいというファンのためのプロジェクト作り、士別市への愛着を高めるための、養成講座やイベントや農業体験などの長期滞在の工夫が提言された。

関係人口を創出するための企画提案としては、「士別市 VS 標津町~本当の「しべつ」はどちらだ!？」という二市町間の関係性を育むプロジェクトや士別市、剣淵町、和寒町の「天塩川流域」という切り口の流域関係人口の視点での共同プロジェクトなど広域連携のアイデアも提案された。



<参考> 主な視察先>

1	羊と雲の丘 (レストラン・牧場)	4	U I Jターナー者との意見交換
2	株式会社イナゾーファーム (農業経営)	5	北海道士別翔雲高等学校 (授業見学)
3	道の駅 羊のまち侍・しべつ	6	ペコラキッチン (かわにしりの丘しずお農場内)

## 2 北海道余市町

現地調査	令和5年8月30日(水)～8月31日(木)
オンライン報告会	令和5年9月13日(水)
外部専門家	一般社団法人エリア・イノベーション・アライアンス代表理事 木下 斉

## &lt;地域の抱える課題&gt;

余市町は、ワイン用ブドウの収穫量が北海道の自治体の中で最も多く、温暖な気候、広大な畑、農家の高い栽培技術により、高品質なワインが作られていることで注目を集めている。

ワイン産業を軸とした地域再生を目指し近年は自ら醸造を手がけるドメーヌも次々と設立され、移住定住分野や農家の所得向上に好影響を与えている。

しかしながら、ワインツーリズム振興においては様々な課題があり、ワインを観光資源として活用しきれていないのが現状である。一方で人口減少に歯止めがかからないという課題がある。そのような状況から脱するためツーリズムの更なる推進を図りたい。

## &lt;地域の背景と経緯&gt;

ワインを核にした余市町の地方創生に関して、特に、創造的まちづくりの実現における観光・産業振興、交流人口の拡大についての助言およびワイン関連事業者への支援に関する助言が求められた。

## &lt;外部専門家からの提言&gt;

木下氏より「世界とアジアから見る観光業」について、その動向と課題を整理した説明の後、他地域での事例を紹介しながら余市町への具体的な提言が行われた。

## ① ウェブへの投資

- ・一般的に行政ドメインは検索で上位に表示されるので、余市ワインに関するサイトをさらに強



化して、町として充実させるべきである。余市町には中小のドメーヌが多いが、だからこそ、町としての地域資産を集約したサイトをつくるのが効果的である。各種メディアへの紹介などについても、SNSだけでなくサイトでコンテンツを蓄積していくことが重要である。

- ・外国人向けに余市ワインについて情報を充実させた英語対応のサイトが必要である。

## ② ランドスケープデザインの統一

- ・ワイナリーのランドスケープ（景観）については、畑の案内板や看板、屋根などを含めた建造物への適切な誘導・規制は必要であると思われる。無秩序に投資をして整備を進めるよりもむしろ、地域としての統一感を持たせることが重要である。

## ③ トップラインの引き上げ

- ・お金を使う楽しさを作り出すことが大事である。
- ・トップクラスのドメーヌでも価格設定が低い。限定された本数に対して需要が旺盛であり、海外でのプロモーションも積極的に行っている一方で、価格設定がまだまだ低い。
- ・個別価格の引き上げは難しくても、食事、宿泊、ワインツーリズムを組み合わせた高額ツアー企画で価格を引き上げることが重要である。
- ・フーディー(foodie)<sup>※注</sup>向け企画などをベースにした宿泊企画などの高付加価値化のようなトライがもっと必要である。

## ④ 目的地になるレストランの設置

- ・目的地になるレストランについては余市町でも検討している領域だと認識しているがさらに複数の選択肢が出てくるのが極めて重要である。
- ・ワイナリー付近の複数のレストランがある程度集積すれば、宿泊施設についてより多様化が可能になり、連泊の需要も考えられる。札幌、ニセコエリアとの距離感を大きく活かして、2～3泊のワインツーリズム宿泊ができるような選択肢を作り出すことが重要になる。
- ・特に個別ワイナリーでの接遇は難しいことから、レストラン部門の充実が大切である。固定資産税優遇策、地域おこし協力隊制度など移住定住政策と組み合わせた開業支援、企業版ふるさと納税などでの開発ファンドなども検討する意義がある。

※注：美食を求めて旅する人々

### <(参考) 主な視察先>

1	Yoichi LOOP	6	余市ワイナリー
2	DOMAINE MONT (ドメーヌ モン)	7	Domaine Takahiko (ドメーヌ タカヒコ)
3	余市 SAGRA	8	キャメルファームワイナリー
4	余市ヴィンヤードグランピング	9	ニトリ観光果樹園
5	中井観光農園	10	ニッカウヰスキー余市蒸溜所

## 3 秋田県湯沢市

現地調査	令和5年10月12日(木)～10月13日(金)
オンライン報告会	令和5年10月26日(木)
外部専門家	一般社団法人BOOT 代表理事 矢部 佳宏

## &lt;地域の抱える課題&gt;

湯沢市の駅前には4つの商店街があり、市として商店街の活性化のためのイベント支援や空き店舗対策の支援を多々行ってきた。商店街も各々の自助努力で挽回を図ってきたが、なかなか成果が出てこない。

その中で、市主導による湯沢駅東口の周辺複合施設整備事業が開始され、令和8年度の開館を目指すことになった。

既存の商店街と、複合施設との回遊性を高めることで、各々の商店街の活性化につなげていきたい。商店街どうしが連携することなどにより、彼らが主体となって振興策を検討してほしい。

## &lt;地域の背景と経緯&gt;

国道バイパス沿いに大型テナント進出や大型ショッピングモールがないことから、経済的に活発な区域を作り出す施設は4つの商店街に限られてしまっている。

商店街を軸にした中心街活性化を図るため、現地調査による現状での課題整理と課題解決に向けた方向性の提言を求められた。

## &lt;外部専門家からの提言&gt;

矢部氏より、現地視察の結果、商店街活性化のための課題として以下の3つの点が挙げられ、引き続いて、西会津町の事例を踏まえながら、湯沢市に対する提案があった。

## 短期診断を経て

- 昭和レトロな雰囲気を活かせる可能性がある
- 中心市街地がコンパクトにまとまっている  
(駅⇄市役所の距離間が良い)  
(ロードサイドストアさえも中心市街地に近い)
- 商店街毎にそれぞれ景観の個性を生んでいるのが面白い
- 高校生がまちなかに多く居ることは大きなポテンシャル
- 起業・経営相談のスペシャリストがいる

## 短期診断を経て

- 新しいヒト、モノ、コトが生まれ続ける“土”が育っていない
- 中心市街地の未来ビジョン(役割・あるべき姿)が明確ではない
- 地域の魅力や資源のPRがバラバラで相乗効果が弱い

- 新しいヒト、モノ、コトが生まれ続ける“土”が育っていない
- 中心市街地の未来ヴィジョン（役割・あるべき姿）が明確ではない
- 地域の魅力や資源のPRがバラバラで相乗効果が弱い

課題解決のアプローチとして、まず、まちなかに住む人が増えること、まちなかを歩く人が増えること、その状態を持続することによるまちなかの活性化が唱えられ、それに基づいて以下の提言が行われた。

**【提言】**

- 起業型の地域おこし協力隊の採用で空き店舗の活用
- リノベーションスクールの実施
- 空き店舗のリノベーションプロポーザルをセットにしたビジネスコンテストの開催
  - ・まずは稼ぐのに場所を選ばない建築家やデザイナーをターゲットにする。
  - ・観光客や交流・関係人口の滞在時間を長くするための商店街内空き店舗活用宿泊事業もテーマにする。
  - ・サードプレイスが少ないので必要。
- 複合施設の商業施設部分にも、地域資源を活かした商品などを販売するブースがあると良い。



< (参考) 主な視察先 >

1	湯沢駅東口周辺	6	力水
2	サンロード商店街	7	雄勝郡会議事堂記念館
3	大町商店街	8	両関酒造
4	柳町商店街	9	川連漆器伝統工芸館
5	中央通り商店街		

## 4

## 埼玉県春日部市

現地調査	令和6年1月15日(月)
オンライン報告会	令和6年2月5日(月)
外部専門家	株式会社オープン・エー 代表取締役 馬場 正尊

## &lt;地域の抱える課題&gt;

春日部市は首都圏のベッドタウンとして発展してきたが、近年の市街地の低密度化が懸念されるという課題に直面し、「多極ネットワーク型コンパクトシティー」の実現に取り組んでいる。

そのような中、調査対象の武里駅周辺地域は、かつて大規模団地を中心に市街地が発展し活気にあふれていたが、近年は商店街への加入店舗が減少し、空き家・空き店舗が増加するなど、かつての賑わいが失われている状況が課題となっている。

市では、空き家や空き店舗などの既存ストックを活用した「リノベーションまちづくり」を目的にリノベーションスクールを開催しており、受講生による民間事業が動き出している。

## &lt;地域の背景と経緯&gt;

市が、リノベーションスクール受講生の事業化を支援しているが、まちづくりが持続可能なものになるには、率先して取り組む「まちづくり会社（家守会社）」の存在が不可欠と考えており、地域の機運を高めていく中で会社設立につながるよう、「市が取り組むべきこと」や「民間事業者へのアプローチ」について診断・助言が求められた。具体的な依頼内容は以下のとおりである。

## ■民間まちづくりの持続

- ・「地域を盛り上げたいプレイヤーが集まってきた一方で、市がこの動きを持続させるためにどのように関わっていくか悩んでいる。「プレイヤー同士の連携」、「家守会社の設立」など、今後の進め方についてアドバイスして欲しい。

## ■商店街との連携

- ・商店街とリノベーションスクールのユニットは良好な関係にあるが、互いの接点は限定的で具体的な連携が見えない状況である。このまま個々の取り組みとして継続すべきか、市が連携を誘導すべきかアドバイスして欲しい。

### <外部専門家からの提言（現地視察時の質疑応答より）>

依頼内容の1点目（民間まちづくりの持続）については、馬場氏から、リノベーションスクールのユニットの枠をさらに取り払い、例えばまちづくりを総合的な視点から考えられる人材、財務や資金調達に詳しい人材、あとは建物の内装・デザインができる人材、建築に詳しい人材、市役所と全体の統轄（ガバナンス）に長けた人材といったプレイヤーたちで広く連携していけばよいとのアドバイスがあった。

2点目（商店街との連携）については、各商店街やリノベーションユニットの施設がある、通りのデザインやロゴを統一することから始めてみてはどうかとのアドバイスがあった。これに対しては市側も商店街も含め、是非実践してみようという気運になってきており、その中で両者共通のビジョンが膨らんできたとの感想が市から聞かれた。

現地視察後、馬場氏から自身の起業経験や各地でのエリアリノベーションの事例についてレクチャーがあり、その後、参加者同士が残りお互いの考えを伝えあう話し合いが行われたが、そのような相互の考えを伝えあう場が設定できたことが市にとっては喜ばしいとのことであった。

### <（参考）主な視察先>

1	武里団地及び周辺の車上視察	4	武の子やったりプロジェクト（ミルクイーウェイ）
2	商店街 ①武里西口名店会	5	私設図書室「暮らし図書室」
3	商店街 ②武里平成通り商店会	6	みんなの食卓 ごはんのじかん



## 5 新潟県阿賀野市

現地調査	令和5年10月19日(木)～10月20日(金)
オンライン報告会	令和5年11月10日(金)
外部専門家	株式会社四万十ドラマ 代表取締役社長 畦地 履正

## &lt;地域の抱える課題&gt;

転作作物「大豆」への転換を図っているが、交付金の減少や収量の少なさにより、「大豆」を生産する意欲が低下している。

阿賀野市産のうち、笹神産の「大豆」は、地元の豆腐製造事業者が原料として使用しているが、その多くは生協の宅配システムを通じ県外へ商品が販売されている為、市内の大豆生産者の目に触れる機会や市民が購入する機会も少なく、消費者からの評価の声も生産者に届かないことから、生産意欲に直結する“喜び”や“やりがい”を感じにくい状況にある。

令和4年8月に「道の駅あがの」が開業したが、事業展開が小さいことから、大豆生産者から注目されることはあまりなく、消費者が自ら情報拡散するような展開にはいたっていない。

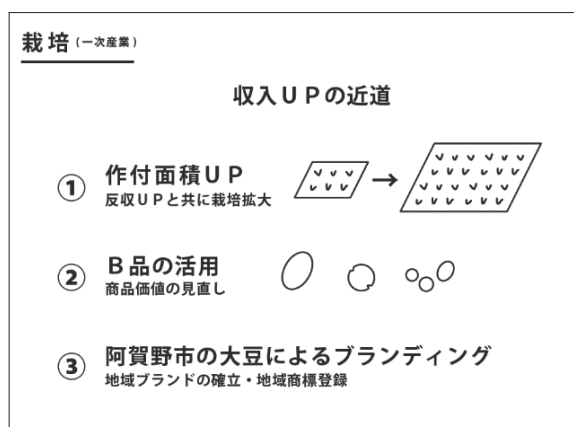
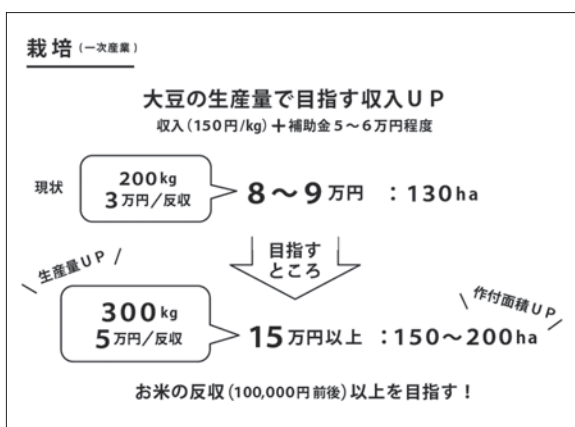
## &lt;地域の背景と経緯&gt;

販売・加工・情報発信機能を有する「道の駅あがの」を活用することで、解決できる可能性があると考えている。

地元農産物「大豆」をテーマに、生産者の生産意欲が向上する仕組みづくり（商品開発、新規事業展開、ブランドづくりなど）の提言をお願いしたい。

## &lt;外部専門家からの提言&gt;

畦地氏により、現地視察を通じて、地域住民が阿賀野市の大豆を積極的に栽培しようという気持ちになるには、まず、栽培の工夫を行うことで大豆の収量を上げ、収入をアップさせることが重要との提言があった。



収量アップの方策としては、

- ① 作付面積の向上を通じた反収と栽培拡大
- ② B品（生産基準に達していない大豆）の活用を通じた商品価値の見直し
- ③ 阿賀野市大豆によるブランディング（地域ブランドの確立・地域商標登録）

ブランディングの施策としては、

- ① ブランディングを検討する主体としてのブランド協議会の設立
- ② “道の駅あがの”とブランド協議会との提携
- ③ 出口戦略の明確化

などが示された。



なお、ブランディングを活用した実際の販売は、行政支援によるところから始めて、ネットワークのある生協のバルシステムほか、その他の企業やJAといった農業組織に購入してもらえるようなことを目指す必要があり、すでに取引関係のあるバルシステムを軸に展開していくことが示された。

事業の推進には、キーマンとなる地域の中の主体的推進者が必要であり、今回の視察で関係のあった事業者の中から該当する人が出てくることが強く求められた。

### <(参考) 主な視察先>

1	豆腐工場（株式会社ささかみ）	3	味噌製造所（月岡糀屋）
2	ライスセンター（エコファームささかみ株式会社）	4	道の駅（株式会社あがの）

## 6 岐阜県瑞浪市

現地調査	令和5年9月25日(月)～9月26日(火)
オンライン報告会	令和5年10月24日(火)
外部専門家	株式会社まちづくりカンパニー・シープネットワーク 代表取締役 コミュニティ・デザイナー 西郷 真理子

## &lt;地域の抱える課題&gt;

商店街やまちなみが整備されてから40年以上が経過し建物の老朽化、住民の高齢化が進み、商店街の賑わいの喪失、空き店舗・空家の増加等、多くの課題を抱えている。

市内に高校3校、大学1校があり、瑞浪駅の乗降客は1日1万人近くあるものの、まちに滞在する目的や場所がなく、駅利用者がまちを素通りしている状況である。

「未来の子供たちに渡せるまち」というまちづくりのコンセプトを掲げ、まちの課題を解決し、瑞浪市の中心市街地として相応しい活気や魅力のあるまちにすること、次のまちづくりの主役となる若者が「住みたい」、「使いたい」、「活動したい」と思えるまちづくりを行うことにより、市全体の魅力向上と市民満足度の向上につなげたい。

## &lt;地域の背景と経緯&gt;

駅南側は市街地を再開発することで、商店・住居を備えた再開発ビル、駅前広場の拡張、便利で居心地が良く、歩きたくなるようなまちなみづくりを目指し、駅北側は、図書館を中心とした複合公共施設の整備を計画しており、既設地下自由通路の改良や改札口の新設等により、南北地区の事業を連動させ駅周辺が一体となったまちづくりを目指している。

市街地の再開発に関して、以下の事項に関するアドバイスが求められた。

- ① 再開発事業の推進
- ② 周辺エリアの空き家・空き店舗、遊休地の活用
- ③ その他まちの魅力向上

## &lt;外部専門家からの提言&gt;

現地視察を行った後、瑞浪駅前の再開発について、駅周辺で可能な市街地再開発の手法、及び計画立案の手法が教示され、埼玉県川越市や滋賀県長浜市、香川県高松市及び丸亀市などの再開発の事例を紹介しながら、以下のような提言があった。

<p>2.瑞浪駅周辺エリア事業手法</p> <p>市街地再開発事業</p> <p>優良建築物整備事業</p> <p>暮らしにぎわい再生事業</p> <p>内閣府エリアマネジメント事業</p> <p>小規模事業者支援</p> <p>ヘルスケア事業支援等</p> <p>政府系金融支援（高度化資金等）</p>
--

<p>2.瑞浪駅周辺エリア計画手法</p> <p>地区計画制度</p> <p>地区整備方針</p> <p>地区整備計画</p>
---

- ・この再開発において重要なことは、瑞浪市が自らの意思を持って構造を考えるべきであり、そのためには、地元の事業者や地権者を巻き込んで、彼らが開発に参加したいと思うようなものにすべきであること。それが固まった上で、デベロッパー等専門事業者の協力を得ること。また、地域外の事業者が思わず参加したくなるような、新しい商業ゾーンの形成が必要である。
- ・国や県の関連資金を活用して再開発を進める場合は、さらに上位のコンセプトづくり等の計画の策定が必要である。

- ・商店街の活性化に関するアイデアは、昔のまちなみと新しい建物が混在する開発手法もあり、5～6軒程度の店舗の集積を戦略的に設定してエリアを作り、自治体が店舗を集め、事業を実施していくために“まちづくり会社を設立する”ことが考えられる。
- ・小公園のようなものを駅前に作り、土岐川へ繋がることで雰囲気は変わる。ビルの屋上からの景色がきれいで、川沿いに桜も咲き、さらに素晴らしい雰囲気を醸し出す可能性があり、近くに宿泊施設、飲食施設等が集積できれば、事業者を集めやすくなる。まちづくりは地形から考えることが大切である。

< (参考) 主な視察先 >

1	瑞浪駅周辺、アーケード街	4	瑞浪市総合文化センター
2	糸びす屋	5	瑞浪市化石博物館
3	瑞浪市内の主要施設	6	一乗院から瑞浪市を一望

## 7 岐阜県美濃加茂市

現地調査	令和5年7月26日(水)～7月27日(木)
オンライン報告会	令和5年8月4日(金)
外部専門家	株式会社地域計画建築研究所(アルパック) 取締役 畑中 直樹

## &lt;地域の抱える課題&gt;

持続可能な社会を実現する可能性として里山が注目が集まりつつある中、美濃加茂市においても、里山やそこで受け継がれてきた暮らしの価値を見直し、新しい活用方法を模索中である。

市では里山を身近に感じ、担い手を育成するための取り組みを進めているが、市主導のため、外部からの意見が少なく市民視点の課題が明確にされにくいほか、拡がりや継続性を持たせることが困難な状況にある。

## &lt;地域の背景と経緯&gt;

市民中心の里山の魅力づくりと活用方法を展開するために、主に以下の観点から、外部専門家に診断と助言が求められた。

- 里山資源の活用方法、ブランディング、地域内循環の仕組みづくり
- 歴史的資産の活用方法
- 地域住民、特に高校生や若者、外国人の巻き込み方
- 持続可能な組織体制づくり、地域住民を主体とした運営方法
- 里山で暮らす知恵や技術の次世代への継承
- 山間地域における少子高齢化、地域間の格差、若者の地域外流出




## <外部専門家からの提言>

畑中氏より、まず、美濃加茂市の里山に関する取り組みの課題として、取組が多様であるがゆえに分散しており、効果を十分に発揮できていないこと、また、市が主体となって頑張っており取り組んでいるが、地域住民など他の主体との連携が今ひとつ薄いことなどが課題としてあげられた。

**「里山」を活かした統合的解決に向けて**

5 その他特に力を入れる取組

- ・山主(地域コミュニティ)との「関わり」  
木の駅 出口の確保がポイント 例:kikito、神戸市
- ・企業との「関わり」  
社員研修・福利厚生  
統合報告書(紙)  
ノベリティグッズ ほか
- ・統合的「関わり」  
サステナブルツーリズム  
里山+農+地域歴史文化+食+…



230804 様式書 29

**「里山」を活かした統合的解決に向けて**

4 様々な「関わり」を広げるための多様な主体が連携する仕組みづくり

- ・プラットフォーム ポイントは事務局(市?)
- ・合わせて情報発信も  
例:アサザ基金  
湖東地域材循環システム協議会/(一社)kikito  
こうべ森と木のプラットフォーム

5 その他特に力を入れる取組

- ・「関わり」を増やす人材育成  
→エンパワーメントできる人材に焦点 例:HsO

230804 様式書 30

里山を活かしたまちづくりに関しては、

- ① 多様な取り組みについて、分散してイメージが共有しづらい状態を解消するための共通のネーミングを導入し、イメージを皆で共有できるようにすること。
- ② どのターゲットに対して、どのような取組みを、どういう順序で行うかの戦略を立案すること。
- ③ モデルケースとしての成功事例を作り水平展開すること。
- ④ 様々な「関わり」を広げるための多様な人材が連携する仕組みを整備すること。
- ⑤ 「関わり」を増やす人材を育成すること。

などの重要性が提言された。

## <(参考) 主な視察先>

1	リバーポートパーク美濃加茂	7	いぶカフェ
2	蜂屋町の里山	8	正眼寺
3	森のようちえん	9	伊深交流センター、伊深の里山、天王用水
4	個人農園	10	旧櫻井邸
5	旧伊深村役場庁舎	11	喫茶つみき
6	いぶいぶひろば		

## 8

## 愛知県岡崎市

現地調査	令和5年5月25日(木)～26日(金)
オンライン報告会	令和5年6月14日(水)
外部専門家	株式会社地域計画建築研究所(アルパック) 取締役 畑中 直樹

## &lt;地域の抱える課題&gt;

岡崎市の面積の6割を占める中山間地域は、水源かん養、自然災害防止、生物多様性の保全、文化継承の重要な役割を担う地域とされる。

この地域は、市内を流れる乙川、男川などの水源地であり、ホタルの群生やアユの遡上などがみられる自然豊かな場所であるが、近年、若年層の都市部への流出や少子高齢化の進行による地域コミュニティの弱体化、担い手不足による農林業等の産業低迷につながっている。

市は令和3年度に中山間政策課を新設し、さらに「岡崎市中山間地域活性化計画～オクオカイノバージョン2030～」を策定するなど、地域資源を利用した関係人口の創出、移住・定住の促進につなげ、地域を活性化させるための施策に取り組んでいる。

岡崎市中山間地域活性化計画では、地域活性化の拠点施設において川遊びでの活用を検討していることから、川遊びの環境整備を図ることが今後必要である。

## &lt;地域の背景と経緯&gt;

豊かな自然を求めて中山間地域への訪問者が増加しているが、川辺空間全体での整備ができておらず、地域への回遊を図れていない。また、川辺空間の整備方針が未決定であり、来訪者の受入体制ができていない。

今後、良質な川辺空間を整備するため、地域への回遊促進のための手法、川遊びの整備方針、環境保全のための手法についての助言が求められた。

オクオカの課題

高いポテンシャルを  
必ずしも活かしきれていない

230614 畑中直樹

オクオカの課題

- 地域としての一体感が希薄
  - 当該地域は約230km<sup>2</sup>と広く、また、河川流域も複数の谷に分かれており、空間としての一体感は感じられない
  - オクオカとしての取組も、まだスタートしたばかり
- 仕組み
  - 個々の担い手は存在するが、地域全体をマネジメントする仕組みが必ずしも十分ではない
  - 取組を持続可能なものにするための経済的仕組みも必要

230614 畑中直樹

## &lt;外部専門家からの提言&gt;

視察の中で、磨けば光るダイヤモンドの原石のような地域資源はたくさんあった。今後は個々

の地域資源をこの中山間一体として来訪者にどう感じさせることができるか、そのために個々の資源をどうつないでいくか、エリア全域にどう響かせるかに注力すべきである。一体感を出しながら地域全体を運営するための工夫として、畑中氏より以下の提案があった。

- ① オクオカを具体化するコンセプトの設定（中山間部共通の具体的な大目標の共有）。
- ② オクオカにおける多様な担い手・取り組みが関われる「組織型（関係者のみでの意思決定・実行）」と「プラットフォーム型（広く共有する場）」の中間的な仕組みの整備を通じた、地域全体のマネジメント体制の構築。
- ③ 空間としての一体感を形づくるサイン類や WEB 等による各種情報発信、複数のサテライトにまたがる広域的取組みの支援等、地域全体のマネジメントの実践。
- ④ ②、③の具体化に向けた、地域全体をマネジメントする仕組みの立ち上げ（立ち上げステップ例：地区ごとの座談会→オクオカ全体での準備組織→中間支援組織設立） および、マネジメント体制を運営する資金の仕組みの検討。

中山間の観光振興のための行政対応という点については、行政が過度に主体となるようなことはせず、受け皿を作ることで、例えば、情報発信のコンテンツは個々のサテライトが作成するが、それをまとめて“地域全体として生きている”という表現で、一体感を出した情報発信を行政がすることである。

地域の観光資源はいずれも魅力的であったが、観光客がお金を落とせる部分がない。地域全体を運営していくには運営費用を賄う必要があり、それをどう獲得していくかが、事業を持続可能なものにするために求められる。

**持続可能なオクオカづくりに向けて**

1 オクオカを具体化するコンセプトの設定  
 ・個々の目標を超えた、**中山間部共通の具体的な大目標の共有**  
 市民：**市民共有の財産**（水源他多様な恵み）  
 地域住民：**ふるさと**

例：**「地域まるごと生きた博物館」**（エコミュージアム）

**個々の資源はそれを構成するサテライト**（展示物）

230614 畑中 11

**持続可能なオクオカづくりに向けて**

2 「**関わり**」を強くするための**地域全体をマネジメント**する仕組みづくり  
 ・「**関わり**」を強くするための**中間支援**する仕組みづくり  
 ・広域であるため、**多様な担い手・取組が関われるよう**、「**組織型**（関係者のみでの意思決定・実行）」と、少しゆるやかな「**プラットフォーム型**（広く共有する場）」の**中間的な仕組み**に  
 ・なお、「**地縁型コミュニティ**」と「**テーマ型コミュニティ**」のバランスにも配慮が必要

230614 畑中 11

<参考> 主な視察先>

1	うしおちけいこく 牛落溪谷	8	くらがり溪谷（自然公園）
2	かじのちょう 鍛埜町	9	絆の森
3	ひちか まで 白近の里	10	café 柚子木
4	みょうけんちょう (元)明見町「星空ひろば」	11	with the river
5	岡崎市農村環境改善センター	12	みつわ広場
6	千万町・白髭神社	13	延命水（湧き水の汲み場）
7	男川やな	14	ホテル学校



## 9 兵庫県朝来市

現地視察	令和5年7月12日(水)～13日(木)
オンライン報告会	令和5年7月24日(月)
外部専門家	G&Cコンサルティング株式会社 代表取締役 藤村 雄志

## &lt;地域の抱える課題&gt;

朝来市の課題は、鉱山の閉山後、企業の撤退等により人口減少が進み、特に生野地区は、市内で人口減少が著しい地域となっていること、また生野観光の拠点施設では、様々なイベント等が実施されているが、運営者の高齢化が進んでおり、施設運営の新たな組織体制構築が必要であることです。

また観光入込数を増やすための課題として、生野の玄関口である駅からの二次交通が不足していること、宿泊施設が不足していること、生野銀山の認知度はあるものの、鉱山の歴史文化的街並み景観を残す口銀谷（くちがなや）地区の認知度が低いことなどです。

## &lt;地域の背景と経緯&gt;

兵庫県のほぼ中央に位置し、町の発展を支えてきた生野鉱山は、かつて「佐渡の金、生野の銀」といわれ、1973年の閉山まで国内有数の大鉱山として繁栄しました。特に生野町は、日本の近代化の礎となった産業遺産として、2017年に日本遺産の認定を受けました。生野町口銀谷地区では、歴史観光3施設（井筒屋、浅田邸、甲社宅）を生野の町家の伝統を色濃く残す施設として再生させ、歴史観光の拠点として地域活性化に取り組んでいます。

## &lt;外部専門家からの提言&gt;

現地視察をされた藤村氏からは、朝来市生野町地区が持つ地域資源の魅力は十分なものであり、そこで働くキーパーソンもそれぞれ魅力的な方たちであるとの所感を述べられました。そのうえで生野地区全体での目標と戦略を設定し戦略に基づいた組織体制を構築していく必要があるとのアドバイスをいただきました。具体的には、経済観念の醸成や働くモチベーションを担保することの重要性といった短期的視点とまちづくり会社の設立による組織運営といった中期的な視点が必要であると提言をいただきました。

北海道  
士別市北海道  
余市町秋田県  
湯沢市埼玉県  
春日部市新潟県  
阿賀野市岐阜県  
瑞浪市岐阜県  
美濃加茂市愛知県  
岡崎市兵庫県  
朝来市宮城県  
木城町

**視察後の所感と提言**

✓□地域資源は十分に魅力的なものがあ、そこで動くキーパーソンもそれぞれ魅力的な方がいる。

✓□その上で、課題としては短期的な2つの問題と中期的な経営視点の醸成が必要である。

✓□生野地区全体での目標と戦略を設定し、戦略に基づいた組織体制を段階的に構築していく必要がある

**個別視察先の所感と提言**

**提言】3年後のビジョンから逆算した組織体制**

初年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>先進地域の視察会の実施</li> <li>まちづくり会社の課題整理（歴史観光3施設を支援、エリア全体のマネジメント等）</li> <li>新卒人材を活用しながら関係人口も増やしつつ経営課題を解決支援</li> <li>歴史観光3施設も集中したプロモーションチームの発定と人材確保</li> <li>成果共有会の実施</li> </ul>
2年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>ワークショップの開催（年2-3回）、「経営課題解決に関わる勉強会開催」</li> <li>経営、マーケティング、プロモーション、商品開発等</li> <li>先進地域の視察会の実施</li> <li>地元産生系の大手企業との積極的な誘致</li> <li>中間支援を行うまちづくり会社の構想整理、参画社の調整</li> <li>成果共有会の実施</li> </ul>
3年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>歴史観光3施設を支援、エリア全体のマネジメントを行うまちづくり会社設立</li> <li>財源はふるさと納税を活用、まちづくり会社が業務委託契約</li> <li>ふるさと納税、地元産生系事業者と連携し歴史観光地場3施設、クリエイティブ生野の支援</li> <li>朝来まちづくりシンポジウムの実施</li> </ul>

上記の提案と共に、古民家や酒蔵所、道の駅など、今回視察した視察ごとの印象と、情報発信の活用の方や、顧客管理の在り方、地域資源の磨き上げ、組織的な連携の工夫など個別具体的な改善ポイントについての指摘があった。

**個別視察先の所感と提言**

**1) 生野まちづくり工房「井筒屋」**

**【所感】**

- 運営者が楽しんで日々の活動に参画している様は、まちづくりの原点である当事者が楽しんでというものを感ずることができた
- 銀山文化と井筒屋の建物の歴史的な意義やストーリーとまちづくりにおける位置付けの説明があった方がよい
- オオサンショウウオの取り扱いが良い意味で全面に出過ぎている感もある
- オオサンショウウオグッズは、丁寧に社内で競争力がある。作業者のプロフィールが見えると良いかも
- コーヒー250円問題（後述）に象徴される経営感覚の欠如については早急に見直しが必要
- 求職者の大半が朝石や神戸、加古川や姫路などからの域外から来訪にもかかわらず、地元の人に気軽に利用してほしいのでという理由で安く良いものを提供するという旨
- 目標が何なのかの問いに対しては、まずは回すので精一杯という回答

**【提言】**

- ① SNS活用・・・生野のオオサンショウウオでの商標登録と商標管理、地元の飲食店、土産物店とのコラボ
- ② 顧客管理・・・来訪者の所蔵収集とコミュニティ化
- ③ オオサンショウウオグッズの磨き上げ・・・アート、デザインのかでオオサンショウウオの付加価値化

↓

主体的に取り組みを発信し、顧客管理を徹底し、経営感覚を持って商品・サービス開発をすれば、来場者数、売り上げは増える  
現地の人材だけのリソースではなく、副業人材（後述）を活用し、ワンチームで解決を図る

**個別視察先の所感と提言**

**2) 磐谷銀山町ミュージアムセンター「旧奥田邸・旧奥川邸」**

**【所感】**

- 銀山文化の説明が大変わかりやすい。価値づけが最初にできた上での視察がスムーズになる。できれば、簡単な資料が渡せると更に良いかも。
- 場所貸し以上の付加価値が提供できるにもかかわらず、そこが活かされていない
- 館の運営も素晴らしい、オペレシユとしても魅力的なロケーションである

**【提言】**

- ① SNS活用
- ② 顧客管理
- ③ 納付施設、オペレシユの強化

**3) 旧生野館山職員宿舎「甲社宅」/志村高記念館**

**【所感】**

- 半自治会の人的パワーで運営らしい運営が行われている。
- 運営者の高齢化が進んでおり、未来が確かなにいく状況と懸念

**【提言】**

ガイドを地元の学生などにさせる

< (参考) 主な視察先 >

1	井筒屋	7	神子畑鉄橋、神子畑選鉱所跡
2	浅田邸・吉川邸	8	道の駅 (Asago Cycling)
3	甲社宅	9	SUGOMoRI リゾート生野高原
4	いくの自治協	10	生野銀山
5	酒造所 2軒～立雲峡	11	現地調査
6	竹田城下		

## 10 宮崎県木城町

現地調査	令和5年6月15日(木)～6月16日(金)
オンライン報告会	令和5年6月30日(金)
外部専門家	株式会社 FOODSNOW 平尾 由希 株式会社 JTBグループ本社 中川 晶子

## &lt;地域の抱える課題&gt;

木城町は宮崎県のほぼ中央に位置し、町面積の約80%以上が森林原野。町を流れる小丸川の下流は平坦で開けているが、上流は山間地帯である。

今回、申請の対象となった「中之又地域」は、最も山間部に位置し、以前は地域の産業であった鉱山が閉鎖され、林業も衰退して、人口減少と高齢化が進んでいる。(申請時点で27世帯、37名。65歳以上の高齢者が全体の9割を占める。)

この厳しい状況のなか、地域の伝統文化である「中之又神楽」、地場産品の「こんにやく」という地域資源に磨きをかけ、関係人口、交流人口を増やすことで地域活性化を図りたい。

## &lt;地域の背景と経緯&gt;

伝統文化の「中之又神楽」は毎年12月第2週の週末、夜を徹して三十三番の神楽が奉納されているが、神楽の舞手が人口減少と高齢化により減少し、後継者不足となっている。何とかして地域の伝統を継承し、神楽の魅力を情報発信することで、関係人口・交流人口を創出したい。

こんにやくを中之又地区の“特産品”にできるように、新商品開発やPRを図ること等により、販売ルートを拡大していきたい。そのためのアドバイスが求められた。

## &lt;外部専門家からの提言&gt;

中川氏からは、今回の視察を通じて感じた木城町の独自性・優位性を把握したうえで、この特徴に対する県内の認知度が低いこと、また、古来から伝わる神楽、絵本、有機農法を含めた食文化の取り組みの有機的なつながりが薄いことが挙げられた。

さらに、事例を踏まえて、それに対する具体的な施策として以下の4つの柱と施策の内容が提言された。

## ① 地域づくりのコンセプト構築

- ・地域づくりにおいては、木城町の特徴を表す基本コンセプトを構築する。

## ② 交流人口・関係人口づくり

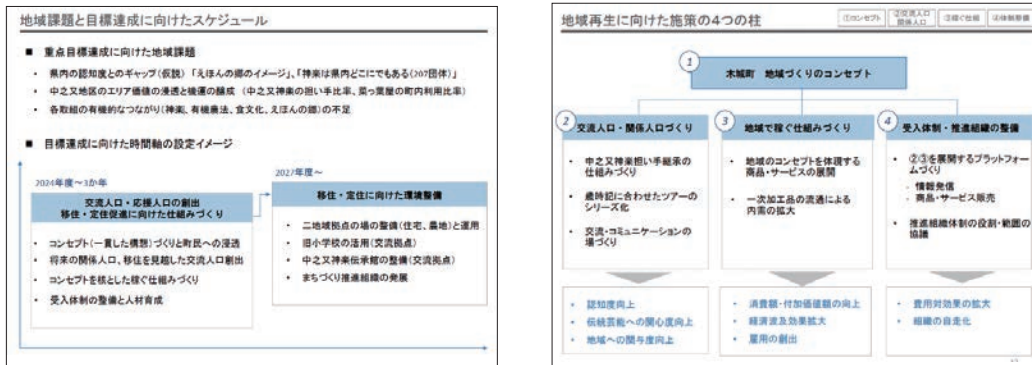
- ・中之又神楽継承の仕組みづくりや歳時記に合わせたツアーの実施、また交流の場づくりにより町の関係人口を創出する

## ③ 地域で稼ぐ仕組みづくり

- ・地域のコンセプトを体現する商品・サービスの展開により、町内連携による内需を創出する。

#### ④ 受入体制の整備・推進組織の整備

- ・ 個々の地域資源をこの中山間部一体としてお客様にどう感じさせることができるか
- ・ そのために個々の資源をどうつないでいくか、エリア全域にどう響かせるかに注力する。



平尾氏からは、事例を踏まえ、課題認識と改善の方向性について以下の4点の提案があった。

#### ① 「食は地域に人を呼び込むツール」であり「地域を知る一番の近道」

- ・ 地域における食の役割、地域の食の掘り起こしを改めて行うべきであり、木城町中之又地区の食に必要なのは「買う側の視点」から食を考えることである。

#### ② 地域課題を解決する商品開発、地域経営飲食店のメニュー開発

- ・ 地域独自の商品開発を行うには、地域資源の組み合わせを考え、地域協働の6次産業化を目指すことが重要である。中之又地区においては、新設のゲストハウス、6次化支援施設（フードオープンラボ）の活用して開発できるポテンシャルがある。

#### ③ 地域の課題解決と地場産業の進行に必要な総合的な地域の取り組み

- ・ 地域資源のブラッシュアップにより、食の高付加価値化を実現するとともに、それを通じて地域内の事業者等のネットワークを形成する。

#### ④ 中之又地区からはじめる「食」と「観光」の地域ブランディング取り組み計画案

- ・ 今回視察した、中之又地区のこんにゃく、神楽、有機農業、道の駅「菜っ葉屋」、ほか飲食店で連携し、地域としてのブランディングへ取り組む



#### < (参考) 主な視察先 >

1	農産物販売所「菜っ葉(なっぱ)屋」視察・責任者ヒアリング	5	こんにゃく生産者視察・ヒアリング
2	有機農業推進協議会ヒアリング	6	尾鈴山蒸留所視察
3	町内有機農業生産者視察	7	木城えほんの郷視察
4	中之又神楽、公民館長ヒアリング	8	石井記念友愛社視察



第 5 章

地域再生セミナー

# 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、地域再生手法や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、ふるさと財団 35 周年記念フォーラムを実施したほか、鹿児島県及び埼玉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、次のとおりである。

なお、ふるさと財団 35 周年記念フォーラムについては別冊に記録誌として取りまとめた。

	開催日	開催都市	テーマ
1	令和5年11月16日(木)	鹿児島県	「関係人口の拡大～移住～定住 誰もが安心して暮らせる地域づくりについて」
2	令和5年11月20日(月)	埼玉県	「シティプロモーション」

地方の人口減少に伴う過疎化や少子高齢化が進行し、地域の担い手が不足する中で、これを解決する方策として、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」が引き続き着目を集めており、また、同じく地域の過疎化と高齢化に伴う買い物難民の発生は全国的な問題として顕在化してきている。さらに、地域のブランディングを行い、それをPRするためのシティプロモーションによる情報発信も、自治体にとっては重要な課題となっている。

今年度は、こうした課題解決の取組の一助となることを目的に、上記のテーマで地域再生セミナーを実施した。

## 1 鹿児島県地域再生セミナー

日 時	令和5年11月16日(木) 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～移住～定住 誰もが安心して暮らせる地域づくりについて」
基 調 講 演	「関係人口とウェルビーイング」 株式会社ソトコト・ネットワーク会長『ソトコト』編集長 指 出 一 正 氏
事 例 発 表	「買い物弱者をどうするか？誰もが安心して暮らせる地域づくりについて」 船井総合研究所 マネージャー 枡 尾 圭 亮 氏 株式会社とくし丸 取締役 佐 藤 禎 之 氏

末宗徹郎（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「関係人口とウェルビーイング」が行われ、続いて、枡尾氏と佐藤氏による事例発表が行われた。

枡尾氏と佐藤氏からは、移動スーパーとくし丸を活用した官民連携事業の可能性等について説明がなされた。

#### <指出氏講演のポイント>

- ・関係人口は、観光以上、移住未満の第三の人口と言われる。移住まではいかないが、地域に興味があり、暮らしているところ以外に拠点を持ちたいと思う人が地域と関わって楽しむという傾向が、ここ10年若い人たちの間で急激に増加した。  
(※セミナーの中では、関係人口に関連して、これまで指出氏が関わってきた群馬県、島根県、福島県、奈良県、郡山市、神戸市などの事例、民間においては、日本航空、良品計画等から数多くの事例が紹介された。交流のための関係案内所の設置、関係人口を作るための学びの機関設置、各種講演など様々な事例紹介があった。)
- ・関係人口も最近では分化してきており、自分も何かやってみたいと思ってもらうための“関わりしろ”を作り、遠くだけでなく、例えば福岡から鹿児島、鹿児島のある地域から別の地域に集まってきて接点を持ちたいと考える“地域関係人口”と呼ばれる人たちが出てきている。  
(※セミナーの中では、宇都宮市、草加市などの事例が紹介された。)
- ・また、県や市町村をまたいで、通常は川沿いの各地域のローカルプレーヤーとして活動しているが、何か共同でイベントを行うことがあれば、集まって一緒にやる。このような川沿いにある共通の文化をベースに関係性を持つ人たちを“流域関係人口”と呼んでいる。最上川(山形県)、筑後川(福岡県)吉野川(徳島県)、江の川(島根県・広島県)、九頭竜川(福井県)などでのような関係人口が創出されている。
- ・コロナ渦で深まった新しい関係人口として“デジタル関係人口”があげられる。普段なかなかいけない場所でリアルの交流がしづらいところをオンラインでアクセスし、まちおこしに関わる事例が秋田県湯沢市や新潟県で出てきている。
- ・セミナーの纏めとして、「関係人口とウェルビーイング」の関係を考察する。事例に挙げてきた関係人口の始まりや深化とウェルビーイングとは親和性が高いと思っている。近年の人口急

減という問題に対しては、人口補填が主目的ではなく、地域の人々の“幸福”をどう担保するかという議論に少しずつ変化してきており、それには関係人口が効果的であると考えている。福井県立大学の高野先生によれば、関係人口とウェルビーイングの関係は非常によいとのことだった。先生によれば、関係人口は観光でなく自分が地域の中での役割、居場所を持っている人が多いので、人が移動することで自分の居場所を見つけることができ、自分の幸福度が高まる。また、ウェルビーイング度を高めていくには、短距離、中距離、長距離の様々な移動を自分の暮らしに取り入れるのがよいとのことであった。

- ・関係人口は自分の鏡にもなるので、関係人口が自分の地域に現れることで、自分も移動した気持ちを持てるし、自分の居場所も再認識できるので、関係人口が現れることでその地域のウェルビーイング度が高まっていくのではないかと感じている。

(※セミナーの中では、西伊豆町の事例が紹介された。)

- ・最後に、関係人口とウェルビーイングを理解するサステイナブルな視点として、地域に関わりしるがあるか、ご機嫌な状態を作れるか、中長期的な幸福を求められるか、「ここにいる」安心感があるかの4点が挙げられた。

#### <栃尾氏及び佐藤氏発表のポイント>

- ・買い物弱者問題の解決は、高齢化や過疎化が進む全国各地で“まったなし”の状況となってきた。特に自分の眼でものを確かめて買い物をしたい高齢者支援のための新たな仕組みが必要である。
- ・今回のとくし丸の移動スーパーのような、民間事業を絡めた官民連携のスキームによって、地域ぐるみの協力による課題解決が可能になると思われる。
- ・鹿児島県でのモデル事業では、移動スーパーとくし丸が奄美市で地域のスーパーの商品を購買者の家の付近まで運び、客はトラックの荷台に陳列された品物を実際に見て買い物を楽しむことができる。官民連携による事業の構築により、地域での好評を得ており、成果が出ている。
- ・上記のような官民連携事業は、事業価値の向上、地域価値の向上の双方にとってプラスとなる。しかしながら、以下のような課題もある。

■自治体と民間企業の連携においては、そもそもの価値観の違いを認識し、それに沿った行動をとる必要がある。

■事業への組み込みには、じっくりと時間と手間をかける必要がある。事業を開始するにあたり、初期投資は行政、民間共に必要である。

■活動を継続することで、徐々に浸透していく事業であり、すぐに成果がでるわけではない。粘り強くトライ&エラーを繰り返すことが重要である。



指出 一正氏



栃尾 圭亮氏



佐藤 禎之氏



## 2 埼玉県地域再生セミナー

日 時	令和5年11月20日(月) 13:30~16:00
場 所	オンラインにて実施
テ ー マ	「シティプロモーション」
基 調 講 演	「シティプロモーションと効果検証 mGAP」 東海大学 文化社会学部 教授 河井孝仁氏
事 例 発 表	「北本市シティプロモーション事例と地域の価値を育むまちづくり事業者の育成」 パブリシंक株式会社 代表取締役 合同会社 LOCUS BRIDGE 共同代表 林博司氏

末宗徹郎（ふるさと財団理事長）の挨拶に続き、河井氏による基調講演「シティプロモーションと効果検証 mGAP」が行われ、続いて、林氏による事例発表が行われた。

林氏は北本市の元職員であり、北本市において地域の価値を育むまちづくり事業者の育成についての発表があった。

#### <河井氏講演のポイント>

- ・シティプロモーションとは、次5つの発想段階に沿って行われる活動をいう。
  - ① 地域にとって最も重要な資源を、地域への関与意欲として把握する。
  - ② 資源としての関与意欲を「定量化」する。
  - ③ 関与意欲を創り出すために、「地域を語る力」を育てる。
  - ④ 意欲を、地域に関わる人々の幸せの実現につなげ、「関与の窓」を設ける。
  - ⑤ 関与の窓を的確に機能させるために、メディア活動などの行動促進を行う。
- ・このうち、第2段階の関与意欲を定量化する指標が“mGAP”にあたる。この指標は埼玉県北本市をはじめ、多くの自治体で導入されてきている。
- ・mGAPは、もともと地域に住む定住人口や地域外において関係させたいターゲット人口に、地域を推奨したい度合い、地域に参加したいと思う度合い、地域に感謝したいと思う度合い等を掛け合わせて算出される、修正地域参画総量指標である。これを高めていくには、地域外を拠点にして、地域と関係性を持つ多様な人材、関係人口が必要であり、そのための手段としてシティプロモーションがある。
- ・シティプロモーションを強化し、自ら情報発信を行うことで、市外からの認知度・イメージが向上し、市民による地域推奨も盛んになり、地域の更なる魅力の向上や地域内外からの参画向上ひいては、地域住民のシビックプライドの強化につながる。
- ・地域活性化においては、地域経営のステークホルダーの行動変容を促すことが必要であり その要素としては、社交、社会的価値、高揚感、実用的金銭価値などがあるが、今回のセミナーでは、“弱みを見せる”ことを要素として提案する。この要素により、例えば、同じ分野において強みを持つ外部とのつながりが可能になる。

### <林氏発表のポイント>

- ・北本市では、現在6.5万人の人口が将来3万人まで減少する可能性が出てきている。この人口減少から脱却するため、シティプロモーションを強化している。
- ・これまで、市のことを好きになってもらうための広報誌のリニューアル、m GAP を活用した分析を行い、もっとも数値の低かった推奨意欲を高めることを最重要課題として、豊かな緑に囲まれた暮らしをプロモーションした冊子の発行や、農家の収穫体験、食体験等のイベントの実施、地域住民の交流の場を作るための公設民営カフェの設置など、地域の担い手を集める施策がとられた。
- ・こうして北本市における mGAP 向上のための最適な事業として、屋外仮設マーケット（みどりといち、& green market など）を開催した。この事業においては、マーケットの学校という市民参加型ワークショップを設立し、北本でのマーケットのあり方や、マーケットで何を実現したいかを話し合い、共有する場とした。現場でのフィールドワークも多く実施し、北本市役所芝生広場では、『芝生広場で朝ごはん』をテーマに小さなマーケットを開催した。
- ・プロモーションの一環として、ふるさと納税を活用した市民参加型のクラウドファンディングによる寄付金集めを行った。集めた寄付金は、市の重要プロジェクトに活用され、事業者に補助金として配分された。
- ・地域づくりを円滑に行うには、地域の価値を育んでいくまちづくり事業者の育成が必要である。行政事業の担い手を域内から調達することが重要であり、北本市では域内のメンバーで“合同会社暮らしの編集”を設立し、ここでノウハウを蓄積していくことが、行政事業を支えるパートナーの育成につながった。
- ・この事例をもとに、各地でやれることについて、以下の提言がなされた。
  - ① 育てるべき域内人材・企業を見つける
  - ② ふるさと納税・空き家空き店舗利活用事業を中心に落とし込む
  - ③ 地域を共に真剣に考える民間企業を見つける



河井 孝仁氏



林 博司氏

第



章

地域再生マネージャー事業の  
成果と課題

# 1

## 地域再生マネージャー事業の成果と課題

### 1-1 ふるさと再生事業の成果と課題

#### ふるさと再生事業対象地域に見えた成果と展望

今年度のふるさと再生事業対象の17事業(18地域)についてそれぞれの成果と展望を確認する。

#### 北海道小樽市

- 外部専門家の支援により、日本を代表する観光地小樽市の事業者や地域住民がおもてなしセミナーを受講し認定を受ける制度が構築されてきており、市全体の将来的な事業運営収益を生み出す基盤が整備された。
- 今後は、セミナーの継続的な実施と市や関係団体からの情報発信により、本制度に関する認知度を高め、裾野を広げていくことが課題となる。

#### 北海道寿都町

- 成果目標として掲げた道の駅のリパッケージ商品の売上が達成され、インバウンド向けの寺泊を中心にした、滞在型・体験型観光について観光プログラム化の可能性を見出すことができた。
- 一方で、地域の事業関係者との合意形成がこれからの鍵であり、地域住民や漁業組合らとの合意形成、信頼関係の構築については、今後の課題として引き続き検討が必要と思われる。事業推進のハブ役としての「スーパー地域商社」の必要性が強調されており、今後は具体的な中身についての検討が課題となる。

#### 宮城県栗原市

- アドベンチャーツーリズム開発に向けて地域のネットワークが構築され、風光明媚な景色を楽しむサイクリング等のアクティビティー開発や、「栗駒山麓のめぐみ」商品などの新商品開発が多面的に進められている。
- 環境対策は、自然へのインパクトを軽減する知識習得のワークショップが開催されているが、今後は地域一体で、具体的にどのような環境負荷対策を練っていくのかが今後の課題である。

#### 山形県庄内町

- 着実に運営体制構築がなされており、事業を主体的に引っ張るプロジェクトリーダーも選定された。ワークショップの開催により地域住民の力を結集させながら、具体的な商品開発が行われた。

- 第三セクターのまちづくり会社の組織の中で新商品の地域商社機能を持たせることになり、商品開発とそれを支える組織基盤も整備されてきている。次のステップを前倒しする形で潜在的な仕入先へのサウンディングも実施され、本事業3年目への布石はすでに打たれている。

### 福島県郡山市

- 外国人との交流のための様々な計画が立案されており、大きなビジネスモデルとして確立されてきている。また、3年間の事業において、郡山市在住のベトナム人がイベント等に参加し交流する機会が増えてきており、地域住民との新しい関係性が生まれつつある。
- この事業の根幹にある「44の失われつつある暮らしの価値」は、DXの時代の中でもっとも大事にすべきAX（アナログの感性を磨いてくこと）であり、それをベースに多くのコンテンツが企画された。

### 茨城県銚田市

- 「地域プロデューサー養成講座」の開催は2年目を迎え、着実に参加人数を増やしており、その中から、実際に地域の中で起業する人物を2名輩出しており、成果が出てきている。
- 中間支援組織についても、上記プロデューサーをメンバーとして今年度設立され、地域のまちづくりや起業等で悩む人たちなどの支援をする主体が整備された。

### 栃木県下野市

- 地域ブランディングのキャッチコピーを市民の力で作りあげ、観光振興のためのファッションコンテスト等のイベントが本年度も開催された。シールラリーでは、協力飲食店がさらに出てきており、地域内の経済循環が期待できそうである。“東の飛鳥”モニターツアーは地域外からの観光客を集めることが期待され、“エゴマ灯明の会”のイベント参加者数も増加した。
- 本事業で醸成したシビックプライドを背景に、今後も自立的なブランド活用と取組みの継続が期待できる。

### 千葉県銚子市

- 「学び」のコンテンツ開発が引き続き行われ、目標を大きく上回った。自走のための主体と体制整備については、銚子で活動する多くの地域市民、事業者といったプレイヤーが参画して充実してきており、組織としては、まずまちづくり会社が設立されることになっている。
- このまちづくり会社が、具体的にどのような形になり、関係人口の創出のためにどのような役割を果たしていくのか、銚子市の関係団体全体を取り込んだ一体的な運営ができるかどうか今後の課題である。

### 富山県上市町

- 本年度の検討により、剣岳や大岩山日石寺等といった地域資源を活用した事業のイメージがコンセプトのレベルで固まってきており、法人設立の検討を行うメンバー候補も、ある程度集まってきた段階である。
- これをベースに、次年度、この地域で推進していく具体的な事業内容の明確化とそれを実現するための体制（法人設立）が確実に固められるよう、迅速に検討を進めていくことが重要な課

題である。

### 大阪府東大阪市

- 市が主体となり、中小企業数社を選定し、研究機関等を巻き込みながらデザイン性ある新製品の開発を支援することで、若い世代を中心とした地域のモノづくりの活力を生み出し、その魅力を広く情報発信することができた。
- 今後は、製品を2025年の大阪・関西万博に出展する意思を明確にすることでさらなる高い目標を掲げ、地域の事業者や大学、自治体内の相互のモチベーションを引き出しながら活動を進めていく。同時に、地元の学生にモノづくりの面白さを、学校教育の中で伝えていく事業も並行で進める。

### 奈良県十津川村

- 村内にある地域資源をベースに、外部専門家の持つ村外のネットワークからの衆智を集めて既存商品のブラッシュアップや新商品の開発に結びつけることが実現でき、実際に売上が増加した事業者もいた。
- 今後は、人材育成や特産品の発掘・ブラッシュアップと並行し、ふるさと納税の返礼品づくりや、観光との連携、道の駅や古民家の有効活用等、商品やサービスの販売機会の充実へ取り組むことを期待したい。

### 広島県府中市

- 市内の各エリアの地域住民の活力を高め、それらを連携させ一つの観光商品・観光プログラムとしていく流れが一貫しており、着実に成果に結びついている。
- 今後は、島根県の石見地方など、府中市と歴史的に関係性のあるエリアと相互連携し、観光振興を広域に拡大していくことが課題となる。

### 山口県萩市

- 活締め技術の導入により、首都圏や地方近郊都市への鮮度を上げた出荷が可能となり、また、その技術を講習会で複数の漁業事業者へ習得してもらうことで漁業を成長産業にする条件が整備された。
- 今回構築されたビジョンについては、行政のみならず、地元の漁業や宿泊・飲食業といった地域住民や民間の事業者の意見も吸収しながら、よりチャレンジ精神あふれる内容に仕立てていくことが課題となる。

### 高知県室戸市

- 前半のワークショップでは、地域住民の求める施設が「道の駅の整備」、「コンパクトな地域拠点の整備」「自然観光を核とした地域の持続的発展」など様々で地域内の合意形成が十分取れず、苦戦した。
- しかし、後半は、市側が地域住民の話を個別に伺い、まず既存公共施設を活かした商品開発や地域でこれまで住民たちがやってきた、もしくはやりたいと思ったイベントをワークショップで話し合い企画に繋げた。これが地域住民の総意の形成につながっていくものと思われる。

### 福岡県大刀洗町

- 移動市場「かてて」は町の事業であるが、地域住民と町役場が手作りで運営しており、起業する町民の創業支援のための機能もあり、町民が地域づくりに参加する生きがいつくりの舞台の機能もある。
- 今後「かてて」から派生した「マルシェ」は、出品者が自ら販売者となるものであり、出品者による運営体制を整備し、町はそれを支援する役割を果たすことで、「かてて」の販売機能は町直営から民営に移行するものと考えられる。
- 「かてて」の機能のうち、人材の発掘、育成、交流、連携等の人づくりの機能は、マルシェの運営者の協力を得て、町が実施する。

### 鹿児島県南大隅町

- 食を中核とした関係人口の拡大創出事業を段階的なフレームを設定しながら推進しており、南国フルーツを核としたマルシェ、SNS等による情報発信、地理的特性を活かした最南端バイクミーティングや南大隅町黒潮カップ、移住に向けた滞在サポートや拠点づくり、廃校を活用した映画上映会、サポーター制度の創設、地域住民を主体とするみらい会議などが行われた。
- 今後は、関係人口の深化という政策目標に照らしながら、担い手層の厚みと共創関係の構築、データを駆使した一層の戦略的な取組みが必要になる。

### 鹿児島県知名町（北海道利尻町との広域事業）

- 北海道利尻町（利尻島）と鹿児島県知名町（沖永良部島）の南北連携事業は、季節の違いを活用して第一次産業の繁忙期を関係人口により補完し合うという点でアイデアに富み、新しい取組といえる。
- 日本エアコミューターとのモニターツアーや鹿児島大学、神奈川大学のインターンシップの受け入れ、利尻町からの食関連者の滞在など、具体的な前進と成果が見てとれた。
- 今後は、関係人口として地域に継続的に関わる人を育てたり、移住に結びつけたりするという中長期的な視点から、「起業」や「プロジェクト」「教育」「福祉」などの能動的なアクションに興味を持つ特定の人材を呼び込み、育てるチャンネルをつくるのが効果的と思われる。

以上のように、各地域の成果と展望を整理したが、各事業においては、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。

#### ふるさと再生事業の課題

今年度のふるさと再生事業全般において課題として挙げられていたものの中から、「関係人口創出への取組」、「事業成果を高めるための事前相談」、「プロセス重視の運営による主体者意識の醸成」を取り上げ、これらに対する対応のあり方について考察した。

#### 関係人口創出への取組

本年度も、複数の地域が高齢化と人口減少を背景にして、地域外からの移住・定住等により次世代の担い手の確保を目指す事業が多かった。

遠く離れた地域から一足飛びに多くの人が移住・定住を実現するのは、家族の事情や雇用の問題等があり現実的には難しいため、多くの自治体では、まずは地域の人々とコミュニケーションをとる機会や地域のイベントでの交流、観光体験を通じて、地域と何らかの関わりしろを持つ関係人口の創出に力を入れている。

地域の人口減少を補い、将来的な移住・定住のきっかけづくりとして関係人口の創出は有効な手段といえるが、一方で、本事業への申請段階でも見られるように、地域外の人たちと何らかの関係性を持たせようとする際、どのようなプロセスでどう関係を構築していくのか、その道筋が見えにくい事業も見受けられる。事業を開始するにあたり、関係人口づくりへの道筋を明確にすることが今後の運営にとって重要なものになると思われる。

### **事業の精度を高めるための工夫（事前相談制度の強化）**

各地域の事業成果が目的に合致したものとして年度末に優れたアウトプットが出てくるかどうかは、事前申請段階での、自治体側の地域再生に関する重要課題の整理と、本事業に対する具体的な目標設定に大いに影響されるとの意見が、複数の専門家から挙げられていた。

これらの議論をもとに、ふるさと財団では、自治体がふるさと再生事業に申請する段階で、事業の目的、事業を進める上での課題、解決の方向性、具体的な事業成果、事業終了後を含む中長期的な自走への展望などについて自治体の相談に乗り、彼らに寄り添いながら事業運営に取り組むための書類作成を支援するプロセスが強化された。

この制度の導入により、ふるさと再生事業で各地域の実現すべき成果目標とそのための検討内容や検討手順、検討体制より明確になり、その後の事業運営を円滑に進められていくことが可能になると思われ、事業終了時に、一層高い成果を導くことが期待される。

### **事業プロセスの重視による主体者意識の醸成**

本年度は、本格的にコロナ明けということもあり、現地に多くの出席者を得て、盛大なマネージャー報告会が開催され、各々の地域が様々な困難に出会いながらも、地域再生マネージャーやアドバイザーの支援を得て、各々一定の成果を上げたことが実感できた。

事業の成果の大きさは、事業予算の規模、事業に関わる検討主体の人数などの地域力に大きく左右される部分があり、簡単には比較できないと思われるが、それ以上に重要なことは、事業を進めていくうえで、地域住民や事業者、その関係者との人間関係を構築していくプロセスにあると思われた。

じっくりと時間をかけ、盤石な検討の基盤を構築していくことは、最終的に、地域住民や事業者が自走していく際の積極的な主体者意識を生み出すことに寄与することになる。

そのために事業運営全般を支援していく地域再生マネージャーの役割は極めて重要であり、各人が各々の事業の中での役割を明確にしたうえで、経験に裏打ちされた知見と高い専門性をフルに活用し地域にとって必要な支援を行っていくことが重要である。特に、マネージャーの人数が複数になる場合は、各人の専門性と経験に照らして、もっとも効果的な支援になるよう具体的な役割分担を明確にしておくことが求められる。



## 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って、事業の中心となる人材の発掘・育成を行うとともに、組織化の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。

今年度の事業では山形県庄内町の地域商社及び手掛ける新商品開発及び製造における中心人物の発掘、茨城県銚田市での地域の若手住民を中心とするまちづくりの中核人材「地域プロデューサー」の発掘と育成、鹿児島県南大隅町の「2030大隅町みらい会議」の実務体としての協議会設立は、外部専門家が介在することで自走に向けて前向きなドライブのかかったものと言える。

### 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、山形県庄内町の「庄内米食べ比べセット」、「紅白まるもち」、「つや姫だんご」の開発と、東京都内で開催された(株)四万十ドラマ主催の「あしもと商談会」への参加、東大阪市の地元中小企業のデザインを意識した新製品開発、十津川村の既存商品の見直しに関するワークショップの中でリニューアルされた地域産品、広島県府中市のインバウンド向け観光商品の開発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。

高知県室戸市では、当初は市内東部に道の駅を設立する計画であったが、ワークショップの展開の中で、再度地域住民が本当に求める施設を作ることが重要となり、外部専門家の機転と自治体との協同作業により、住民らが本当にやりたいと思うことを再整理し、最終的に地域住民主体となるイベントを企画することにより、彼らの主体者意識を作りあげた。

### 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つ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。

宮城県栗原市のグリーンツーリズムに関連する商品として、地元商品販促のための「栗駒山麓のめぐみ」パンフレットのブラッシュアップの必要性和地元の素材を活かした新商品開発に関する助言、福島県郡山市での事業の中で再三にわたり提唱された、DXの世の中であって、日本人古来の生活の知恵をベースに構築したAX（アナログ・トランスフォーメーション）の考え方の重要性の指摘があげられる。

## 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

前述したとおり、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自走できるような体制を構築することが重要である。外部専門家の支援は「委託」という契約に基づいており、業務を完全に任せているのではなく、あくまでも地域が主導で地域再生に取り組めるよう伴走する姿勢をとってもらう必要がある。

山形県庄内町では、首長の地元最大の地域産品である“米”を使用した加工品を開発し、何とでも地域外に販売したいという強い意志を受け、地域住民や事業者が中心となって自治体側がそれを支援する立場を取り、その仲立ちをする形で外部専門家がチームでプロジェクト運営の支援を行い、事業のキーマン発掘を行っていた。

北海道小樽市では、日本を代表する観光地小樽市の事業者や地域住民がおもてなしセミナーを受講し、認定を受ける制度について自治体と外部専門家とで方向性を共有し、市全体の将来的な事業運営収益を生み出す基盤が整備された。

### <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

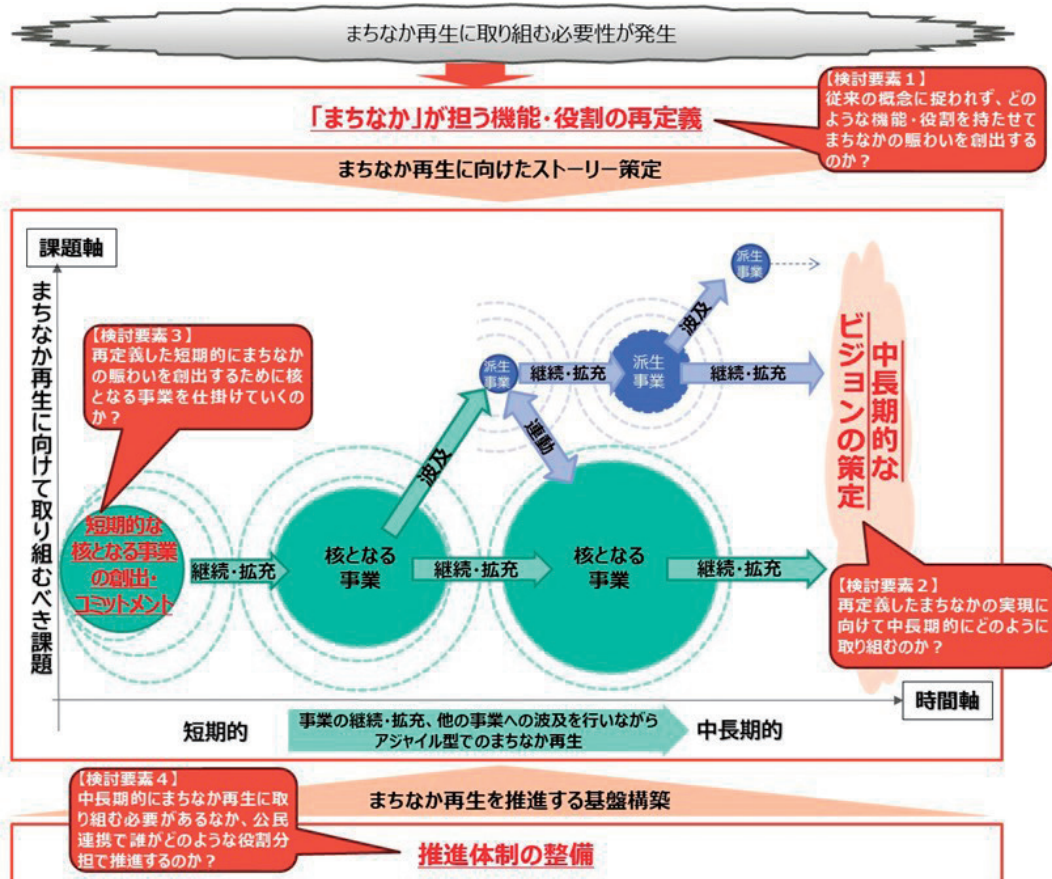
外部専門家も自らが限定された期間の支援者であることを踏まえ、期間終了後の事業継続を意識して取り組むことが重要であり、事業終了後に活動主体となる人材の育成や組織の設立などが代表的な取組である。もし、事業を実施する中で地域内に人材が不在であると判断される場合には地域おこし協力隊等の地域外の人材の登用可能性を検討し、地域側が受け入れられるように助言することなどが重要である。

## 1-2 まちなか再生事業の成果と課題

## (1) まちなか再生に向けた検討要素

「まちなか再生事業」は、従来賑わいのあった「まちなか」の再生に向けて取り組む自治体を支援する事業である。

そこで、「まちなか」の再生に向けて取り組むに際し、検討すべき要素を以下に記載する。



## ① 「まちなか」が担う機能・役割の再定義

「まちなか再生事業」におけるまちなか再生は、以下のとおり定義されている。

「まちなか再生」とは、まちなかの急速な衰退に伴う都市機能の低下や地域活力の減退等、まちなかの抱える様々な課題の解決を図るため、まちなか空間の維持保全・環境改善・施設整備、地域資源のプロモーション、それらの担い手たるコミュニティの再生、人材の育成、組織の設立等を行うことにより、まちなか空間における生活及び交流拠点としての機能の維持・拡大を図ることをいう

従来は、市町村の中心部にある、主に物販店などの商業機能が中心となった中心市街地のような賑わいがあったエリアを「まちなか」として定義しているイメージが強く、本事業でも以前にはこのような助成事業が多く存在していた。

しかし、郊外型大規模店舗の登場やネットショッピングの普及により、「まちなか」の物販店

への消費者のニーズが減少し、従来の考え方の延長で「まちなか」を再生することが困難な状況に陥っている市町村も少なくない。

住民のライフスタイルやワークスタイルの変化に伴い、「まちなか」に期待する役割も大きく変化するなかで、「まちなか」に対する地域ニーズも従来から認識されているものから変化、多様化しつつある。

こうしたなかで、「まちなか」を必ずしも物販店に依存しない魅力で再生することが求められる場合も多く、従来の視点に捉われず、現状及び将来のニーズに応じた「まちなか」が担う機能・役割を再定義することが求められる。

## ② 中長期的なビジョン作成

高度成長期の「まちなか創出」は、マスタープランなどのように、都市全体の長期的なデザインをするプランニングを行い、プランに基づき着実に事業の実施を行うといった流れが主だった。

前述の通り、現在まちなかに対するニーズが大きく変化・多様化するなかで、まちなかが担う機能・役割の再定義が求められており、そのうえでまちなか再生に取り組む必要があるが、高度成長期のように、大規模な都市開発と連動して行う機会は限定的である場合も多い。

そのため大半の地域では、既存ストックの活用といったハード面と、まちにある地域資源を最大限に活用したソフト面での取組みを両輪で進めていくことが求められる。

このようにまちなか再生に向けたアプローチが大きく変化するなか、再定義したまちなかの再生に向けては中長期的に取り組む必要があることから、中長期的に目指すビジョンを定める必要がある。

まちなか再生ビジョンの粒度については様々な議論があり、実行計画やアクションプラン等と一体的に整備する場合も想定されることから、本報告書では上位概念となる以下の構成要素をビジョンとして位置付ける。

### ＜まちなか再生ビジョンの構成要素＞

対象区域 …… ビジョンで対象とするエリア（区域）

将来像 …… 長期的に対象区域が目指したい姿

言語化することは元より、イメージ等で表現することも有効

目 標 …… まちなかにどのような効果をもたらしたいのかを目標として設定

定量・定性両面から目標を設定

方向性 …… 将来像の実現にあたり、どのように取り組むのかを設定

## ③ 短期的な核となる事業の創出・コミットメント

従来の「まちなか創生」のようにプランニングを担って役割が終了するわけではなく、「まちなか再生」においてはまちの資源を活用し、できるところから事業の組み立てを図りながら、事業の連鎖からビジョンの実現を目指す、といういわゆるアジャイル型のアプローチが求められる。

そのため、中長期的な視点で定めたまちなか再生ビジョンの実現に向けては、短期的に先ずなすべき核となる事業を実施し、当該事業の評価を通じて将来像に合致するよう事業を拡充、派生させていくことが求められる。

社会実験を繰り返しながら核となる事業を探求することも有効な手段であり、中長期的なビジョンを実現するうえで、地域の実情に応じて最適なアプローチ（戦術）を組み立て、取り組むことが求められる。

#### ④ 推進体制の整備

中長期的なビジョンの実現、また短期的な核となる事業の推進に際し、まちなか再生を持続的な取り組みとしていくためには、推進体制の整備が重要となる。

今後のまちなか再生に向けては、行政のみならず、公民連携で推進することも重要な要素である。

本事業でプロデューサーの活用を前提としているが、地域外の外部人材をプロデューサーとして採用する場合は、プロデューサーが必ずしも半恒久的に関わるとは限らないことから、地域で主体的に活躍が期待される人材を発掘・確保し、持続的に推進していくための体制を整備していくことが求められる。

### (2) 今年度まちなか再生事業の成果に基づくまちなか再生に取り組む地域への示唆

「まちなか再生事業」は、平成20年度から「まちなか再生総合プロデュース事業」として開始され、まちなか再生に取り組む市町村への支援を行ってきた。

前述の通り、まちなか再生に取り組むに際しては、様々な課題への対応について具体的・実務的ノウハウが必要とされるが、こうした人材を地域内で発掘・確保することが難しい地域が多数存在している。

そこで「まちなか再生事業」では、具体的・実務的ノウハウを有する外部人材（プロデューサー）の活用の際に、市町村がプロデューサー（あるいはプロデューサーが所属する法人）へ業務委託する費用の一部を助成することにより、市町村のまちなか再生をサポートすることを目的としている。

今年度のまちなか再生事業で採択した4市においても、プロデューサーが創意工夫のもと、まちなか再生に取り組んでいる。

そこで、全国の各地域でまちなか再生に取り組むにあたり、共通すると考えられる“まちなか再生の課題”に対し、モデル事業への支援を通じて見えてきた、“あるべき対応策や考え方”をいくつかの切り口に分けて記述する。

ここで紹介する対応策や考え方が、まちなか再生を目指す多くの市町村においても、さらなる取り組みの推進と継続的な展開の一助となることを期待したい。

以下に、「まちなか」が担う機能・役割の再定義」「中長期的なビジョンの策定」「短期的な事業の創出・コミットメント」「推進体制の整備」を検討するうえでのポイントについて示す。

加えて、まちなか再生を推進するうえで「行政が果たす役割」のポイントについて示す。

#### ① 「まちなか」が担う機能・役割の再定義のポイント

従来のまちなかの魅力のみに捉われず、地域のニーズの変化・多様化を踏まえて新たにまちなかの再定義を行うに際して留意すべきポイントとして、次のような事項が挙げられる。

### a 基礎調査の徹底

- 住民の「まちなか」に期待する役割が変化するなか、まちなかの機能や役割を再定義するに際し、対象区域が保有する地域資源（下表参照）に対し愚直かつ丁寧な姿勢で分析にあたることを求められる。

#### ＜地域資源の例＞

ま	ち	……	まちが有する <u>自然資源</u> や史跡、施設などの <u>物理資源</u> など
し	ご	と	…… まちの成長を支えている <u>産業資源</u>
ひ	と	……	まちに活力を与えている住民や労働者、観光客といった <u>人的資源</u>

- データを集め、それを読み解くことを通し、あるいは、歴史を読み解く、人に知見を求めるなど、地域が保有する資源の魅力を読み解く多種多様な手法を用い、定量的・定性的に多面的な分析を実施する真摯な姿勢が必要である。
- 直方市では、既に多くの人々・組織が地域で活躍しており、人的資源が豊富というポテンシャルを有している。そこで、こうした人材面のメリットを最大限にまちなか再生に活用していくことを目指し、プロデューサーが地域内で活躍している人材にヒアリングを行いながら、各人材・組織のキャラクターを把握するとともに、まちなか再生への想いを汲み取りながら、公民連携で検討を進めている。
- 半田市では、次年度に中心市街地活性化基本計画の策定を予定しているなかで、公民連携でのワークショップを通して検討を進めている。様々なアイデアが寄せられる一方で、代々、継承されている「はんだ山車まつり」に代表される地域が持つ歴史や文化、それを支えてきた人材の強み、それらを伝承する要素がまちなかに存在していない現状を踏まえ、地元にある未利用資源を今一度十分に調査し、活用するよう委員から意見が挙げられた。

### b 来訪者（ファン）の再設定

- まちなかへより多くの来訪者の誘客、回遊を促進していくうえで、まちなかに愛着を持つファンを創出していく必要がある。
- 従来の商業機能を目的としたまちなかでは、主に周辺住民がまちなかのファンとなり来訪していたが、今後はこうした従来のファンのみならず、交流人口を含めて、地域内外の多くの人々を新たにファンとして育成・創出していく必要がある。
- 再定義するまちなかが担う機能・役割に応じて、新たな来訪者を着実、かつ段階的に育成・創出していくためには、ターゲットとなる来訪者を具体的に設定する必要がある。
- 例えば周辺住民と一括りに表現しても年代や世帯構成などにより住民のまちなかへの期待や関心は異なっており、また交流人口や観光客においても居住地やインバウンドなど対象によって、来訪者を育成・創出する戦略は異なる。
- そのため、短期的及び中長期的な視点から、まちなかへの集客が期待される来訪者を具体化、因数分解して設定していくことが重要であり、今年度の助成団体においてもまちなか再生に向けた事業が展開された。
- 常総市においては、新たな基幹産業の創出、農業の再生・発展に向けて常総 IC（圏央道）周辺で「食と農と健康の産業団地 アグリサイエンスバレー事業」を推進しており、昨年4月

に開業した道の駅には半年間で年間目標であった100万人が訪れるなど多くの来訪者が訪れるエリアになっている。まちなか再生の対象区域においても同エリアからの誘客が期待されるなか、双方のエリアの顧客層の違いや距離的な課題もあることから、中長期的な来訪者層として設定する一方で、短期的には、周辺住民のほか、通学する学生などを新たな来訪者として育成すべく、短期的視点と中長期的視点の両輪で取組みを進めている。

- 志布志市では、歴史的資源を活用しながらも、生活面、観光面の充実を相乗的に図る「観光まちづくり」に取り組んでいくべく、「歴史遺産を活用した魅力ある観光まちづくり計画」を令和2年3月に策定し取組みを進めているところであり、観光客を期待する来訪者として設定している。ただし、観光客と一括りに表現しても、様々な層がいるため、どのエリアに住む人々なのか、どういった顧客層なのかといったことを具体的に整理すると、より効果的であるとの意見が委員より挙げられた。

### c 対象区域の特徴に応じたエリアの細分化

- 鉄道や道路、区画整理事業といった都市開発が進んできたなかで、従来のまちなかがエリア的に分断されている地域は全国的に多いものと推察する。
- こうした背景を有するまちなかの再生に向けては、必要に応じてエリアをより細分化し、各エリアの特徴を生かしながら検討を進めていくことも効果的である。
- 志布志市では、対象区域において、武家屋敷の街並みが残る歴史を感じるエリアのほか、江戸時代から海上交易が盛んで港町を物語る歴史的な建造物が残るエリア、商店街のほか市役所など公的機関が集積するエリアと、特徴の異なる3つのエリアが存在することから、エリア毎にターゲットを設定し検討を進めている。
- 半田市は2つの鉄道を有しているが、線路を境に東西で異なる特徴を有する3つのエリアに分断されている状況となっている。そこで、各エリアにおいてまちなか再生に向けた検討を進めている。ただし、各エリアにおいて点的に取り組むのではなく、まちなか全体の面的な取組みとしていくためには、エリアが分断されている状況だからこそ、人と人とのコミュニケーションが大切なのではないか、との意見が委員から挙げられた。

## ② 中長期的なビジョンの策定のポイント

まちなか再生は公民連携で中長期的に取り組む必要があるため、最終的な目指す姿についてビジョンを策定するに際して留意すべきポイントとして、次のような事項が挙げられた。

### a 規制に捉われない公民連携によるビジョンの策定

- これまで自治体が策定してきた都市計画マスタープランなどは、道路や公園の整備など、一定の制約に基づいて策定し、まちづくりを推進してきた。
- 今後のまちなか再生に向けては、公共施設や空き家、空き店舗といった既存ストックを活用したり、公共空間を活用したり、場合によっては従来の制約にとらわれない発想でビジョンを策定することも必要になる可能性が高い。
- こうした発想は自治体職員からは出にくい場合が多いため、ビジョンは必ずしも自治体が主導して策定する必要はない。例えば民間が中心となり、妄想でも構わないため壮大な視点でビジョンを作成し、それを基に行政と民間が対話しながらビジョンを策定するなど、公民連携で

取り組むことが重要である。

- 公民連携での取組みを進めるにあたり、ワークショップを実施する団体は全国的にも多いと思われるが、本事業でも半田市、志布志市で同様の手法が活用された。
- 常総市では、今年度を実施したイベントを通して来訪者からまちなかに期待する要素・キーワードをアンケートで収集している。
- 直方市では、既に多くの人材がまちなかで活躍しているというポテンシャルを活かすべく、こうした人材を中心にまちなかに対する想いを取り纏め、今後のビジョン策定に反映しようとしている。

#### **b タネ地の設定**

- まちなかに新たな魅力を創出していくうえで、集客の拠点となり、その拠点から周辺への回遊・波及が期待できる、いわゆるタネ地を見つけることも重要となる。
- 常総市では、まちなかに位置する「市民の広場」をタネ地として設定し、その周辺に有する歴史的建造物を活用しながら、タネ地の周辺エリアを優先して取組みを進めている。
- 半田市では、特徴の異なる3つのエリア毎に検討を進めているが、特に人の滞在が少ないエリアを重点エリアと設定するとともに、人の往来が多い幹線道路沿いにタネ地を確保し、短期的な事業創出に取り組んでいる。
- 直方市では、商店街内に整備されている子育てと商業活性化を目的とした複合施設「こっちゃん」をタネ地として活用するべく、同施設の運営のあり方について検討を進めている。
- 志布志市では、半田市と同様、特徴の異なる3つのエリア毎に検討を進めているが、各エリアにおけるタネ地を確保するべく、古民家等を活用した短期的な事業創出に取り組んでいる。

#### **c ハード面とソフト面の両輪によるビジョンの検討**

- まちにも寿命があることから、公共施設の再整備等が発生する地方都市も出始めている。今年度のまちなか再生事業においては、常総市における公民館の再整備を見据えた、ハード面とソフト面の両輪で取り組むまちなか再生の支援を実施した。
- 一方でまちなか再生に取り組む必要がある地方都市の大半は、こうした大規模な再開発の機会が限定的であることから、既存の空き家・空き店舗などのリノベーションによる活用（ハード面）、核となる拠点の整備及び人材発掘による賑わいの創出（ソフト面）、というハード面とソフト面の両輪でまちなか再生に取り組むことが望ましい。
- 各地域においてハード整備を行った時期は異なることから、まちなか再生に取り組む時期と再開発のタイミングが必ずしも合うとは限らないものの、まちなかが担う機能・役割を再定義していくうえで、既存の物理的資源（空き家・空き店舗・公共施設など）や公共空間を活用しながらハード面をアップデートしていくことはまちなか再生に大きなインパクトがあるという点には留意する必要がある。
- 志布志市では、歴史的な建造物や古民家が多数存在している状況から、こうした物理的資源を活用した事業創出を目指し、並行して中長期的な対象区域のありたい姿をイメージ化し、中長期的なビジョンを描いている。



#### d 地域の個性を生かしたビジョン、メッセージ

- 「アジャイル」型のまちづくりを推進していく際には、まちなか再生の担い手として期待される住民と共に、順次、事業を仕掛けていくことになる。住民の巻き込みや参加を促進するにあたり、策定するまちなか再生ビジョンは、住民にわかりやすく伝わるよう配慮することが求められる。
- 今後誘客を図る地域住民や観光客といったターゲットにも、対象区域の魅力を訴求するメッセージを端的に伝えていくことが期待される。
- 自治体が策定するまちなか再生ビジョンに類似する計画として、中心市街地活性化基本計画が挙げられるが、こうした計画は、これから実施する事業の洗い出しや、地域が抱える課題の整理に留まってしまいがちで、地域が将来的に何をを目指すのかが、イメージしづらい場合が多い。
- 今年度の助成団体においては、常総市、直方市、志布志市で、まちなか再生に向けたコンセプトやメッセージが整理された。こうしたコンセプトやメッセージの設定は、近年のまちなか再生事業では多くの団体で行われており、まちなか再生に向けたプロセスや一般解的な取組みは広く浸透しつつあることを実感した一方で、設定したコンセプトやメッセージが他地域にもそのまま当てはまるような場合も多い。まちなかの個性を発揮するために地域の文化と人の気質を大切にしながら、特殊解を導き出すことの必要性についても、委員より意見が挙げられた。
- 常総市では、まちなかが将来ありたい姿をマップで表現しており、ターゲットとなる地域住民が視覚的に理解しやすいよう配慮している。

#### ③ 短期的な核となる事業の創出・コミットメントのポイント

中長期的なビジョンを持ちつつ、短期的に先ずなすべき核となる事業にコミットメントしていくうえで、留意すべきポイントとして、次のような事項が挙げられた。

##### a 実証実験・社会実験によるテストマーケティング

- 事業を創出していくうえでは、地域外から外発的にヒト・モノ・コト・カネを集めてくる変動要因が多く不確実性の高いハイリスク型ではなく、ローリスク・ローリターンから始めて、やがてリターンを高めるような手法選択が賢明である。
- しかしながら、まちなか再生事業に取り組む地域においては、ハイリスクの事業を力技で進めていくしかない場合も想定される。その場合は高いリスクが伴うため、仮に事業の始めに失敗すると、代償として事業活動の中止を求められる可能性が高い。
- このため、事業あるいは社会実験を少しずつ実施し、小さな結果を出しながら、まちなかが良い方向に変化する好循環を軌道に乗せることが重要であり、事業（あるいは社会実験）を行う物件や事業計画の精度を高め、熟慮しながら実行していく必要がある。
- 社会実験は、民間企業において新商品・サービス開発の際に実施するテストマーケティングと同様の位置づけとなり、施策立案や政策決定のプロセスにおいて有効な手段となり得る。ただし、行政が実施する社会実験は、それ自体が自己目的化し、イベントを実施するだけで終了しているものが散見される。どのような意図を持った政策立案や事業展開のために実施するのか、丁寧に政策とつなげ、考えられた社会実験であるかを熟慮したのちに実施する必要がある。
- 常総市では、タネ地となる「市民の広場」を中心にイベントを開催した。「市民の広場」は、

地面がコンクリート敷きで殺風景な印象があるが、イベント開催時には人が滞留できる場所を確保することで、まちなかが変化している状況を地域住民と共有、まちなかの必要性について再認識してもらえるよう留意した。加えて、まちなかに求めるニーズについてもアンケート等で収集している。「市民の広場」周辺では公共施設の再整備が予定されているが、今年度の成果を継続していくことが重要であることから、再整備までの期間は継続的に「市民の広場」を暫定利用していく必要があると、委員より意見が挙げられた。

#### **b 人材発掘を見据えた実証実験・社会実験の企画の実施**

- 短期的な核となる事業を創出していくうえでは、リソース（資金、施設、人材など）の確保などの問題が発生するため、事業構築時には行政が積極的にリードしていくことが求められるが、持続的に事業を継続・発展させていくためには公民連携で推進することが不可欠である。
- 今年度の助成団体のうち、短期的な核となる事業創出に向けた検討を進めている半田市、志布志市では、本事業を通して行政及びプロデューサーが中心となり企画を進めているが、持続的な経営を見据えた運営体制のあり方については、公民連携で推進するべく協議を進めている。
- また、実証実験・社会実験の実施に際しては、行政やプロデューサーのみが企画・運営を実施するのではなく、民間とも連携して実施することで、民間が自分事と捉え、また人材発掘を図るという点でも有効である。
- 常総市ではイベントを開催したが、今年度はまだ今後活躍が期待される人材が顕在化していないため、プロデューサーが中心となって企画・運営を実施した。今年度のイベントを通して活躍が期待される人材が見え始めたことから、次年度以降はこうした人材が日常的に活躍する場所・機会を確保するべく「コレクティブ部」を立ち上げ、公民連携で取組みを推進するとしている。

#### **c 情報発信の強化**

- 中長期的なまちなかビジョンを設定し、短期的な核となる事業を推進していくうえで、より多くの活躍が期待される人材を発掘するとともに、ターゲットをまちなかに呼び込むためには、情報発信が重要となる。
- 今年度の助成団体も共通して情報発信の必要性について問題意識を有していたが、ホームページやSNS、広報誌など行政が持つ情報発信媒体だけでは十分に情報が行き届かない団体も見受けられた。ただし、各団体においては既に集客力のある施設やイベントがある場合が多く、そうした集客拠点での情報発信が十分に行えていない可能性もあり、既存のチャンネルを今一度見直すことも有効であるとの示唆が委員より挙げられた。
- 実証実験・社会実験に民間を巻き込むことにより、関わった人材が持つチャンネルを活用することも有効である。例えば、学生が関わることで、その家族（両親、祖父母、その他親族など）にも情報が伝わる可能性が高まる、周辺地域の自治会などの参画を促すことで自治会の持つチャンネルを活用する、といった取組みも有効なのではないか、との意見が委員より挙げられた。

#### **(4) 推進体制の整備のポイント**

まちなか再生に向け公民連携で取り組むためには、いくら秀逸なまちなか再生ビジョンを策定したとしても、具体的な取組みの推進を担うまちづくりの担い手がいなければ、絵に描いた餅と

なりかねない。

まちづくりの担い手の発掘・育成は、まちなか再生の成功を左右する最も重要なポイントであると言える。

そこで、まちなか再生の担い手の発掘や育成、推進体制の整備を図っていく過程において、工夫、留意すべきポイントとして、次のような事項が挙げられた。

#### a 既存の人材・組織との連携、ネットワーク活用

- まちなか再生に取り組む様々な団体で、活躍が期待される人材・組織の発掘が課題となっているなか、既に顕在化している人材・組織については積極的に活用することが期待される。
- こうした人材や組織が有する人的ネットワークを活用することで、新たな人材・組織の発掘も期待される。
- 半田市では、特徴の異なるエリア毎に推進体制のあり方について検討を進めている。各エリアで既に活躍している観光協会やまちづくり会社と連携を図り、公民連携での推進体制の構築に向けて取り組んでいる。
- 直方市は、以前より活躍している商店街組合やまちづくり会社に加えて、新たに地域外からも対象区域にて活躍する人材が出始めるなど人材の宝庫となっている。今年度はこうした人材・組織について、各自が持つキャラクターやまちなか再生への想いをとりまとめている。今後は、各人材・組織の活動を尊重しつつ、点的な活動を面的な活動に発展させていくことが期待される。プレイヤーが多いことでまとまらないことが課題になるが、無理に体制やアイデアをまとめようとせず、プレイヤーが同じ方向で取り組んでいくにあたっての共通のキーワードのようなものは作ったほうがいいのか、との意見が委員より挙げられた。

#### b 実証実験・社会実験、ワークショップ等を通じた人材発掘

- まちなか再生の担い手の発掘は、どの地域においても苦勞されているが、一度に多くの人材を発掘することは難しく、市民の意識を高めつつ段階的に発掘していくことが求められる。
- 様々な地域で、プレイヤーが存在せず地域活性化が進まないという話を耳にするものの、全く人がいないのではなく、意欲のある人はいるのに、周辺環境により、参加を阻害されている場合が多く、様々な場面で人材を発掘していくことが求められる。
- 人材の発掘に際しては、直接的に民間と関わる場面を創出することが大事であり、ワークショップや実証実験・社会実験等を通して、まちなかが変化している風景を共有することで、まちなかへの意識を高め、意欲を持つ人々の発掘に寄与することが期待される。
- 半田市や志布志市ではワークショップの開催、常総市ではまちなかでのイベント開催を通して、住民にまちなか再生を自分事として実感してもらい、今後の活躍が期待される人材等の発掘を試みている。

#### c 自治会との連携

- まちなかでの活躍が期待される人材・組織や推進体制のあり方は、どのような魅力・求心力でまちなかの再生を図るかにより異なるが、タネ地として公共空間を利用する場合や地域住民の活躍が期待される場合は、自治会との連携が有効である。
- まちなか再生事業で令和4年度に支援した岡崎市では、公園の利活用に際し、自治会を巻き

込みながら社会実験を実施し、現在は外部からの人材の受入れも図りつつ、自治会を中心とした恒常的な取組みを行っている。

- 常総市は、今年度は人材・組織の発掘段階であるが、タネ地となる公共空間、「市民の広場」の活用に際しては周辺住民の理解や民間の土地活用などが期待されることから、自治会との連携を模索するのが有効ではないか、との意見が委員より挙げられた。

#### d 地域のステークホルダーとの連携

- 創出する事業の効果をエリア全体へ拡充・波及していくためには、地域内のステークホルダーとなる関係団体と連携を図りながら、推進体制を整備する必要がある。
- 常総市では、短期的には地域住民をターゲットとしながら、中長期的には賑わいのある「アグリサイエンスバレー常総」周辺エリアからまちなかへの回遊行動の増加が期待されている。そこで、今年度開催したイベントでは、「アグリサイエンスバレー常総」にて集客力のある民間事業者と連携を図っている。

#### e 次世代のまちなか再生を担う人材育成

- まちづくりの担い手については、高齢化している場合が多いため、次世代を担う人材発掘が急務となっている。
- 担い手の確保については、すぐに活躍できる短期的な視点での人材の発掘が中心となりがちであるが、まちなか再生への取組みは中長期的なものとなることから、将来的にまちづくりへの参画が期待される子どもや学生へも積極的なアプローチを行うことが期待される。
- 常総市では、対象区域の周辺に高校等があり、通学で多くの学生が通過するものの滞留する場所がなかったが、イベントの開催を通してまちなかの魅力を訴求し、次世代の人材確保に向けて取組みを進めている。
- 志布志市では、大学等への進学で地域外に転出する学生が多いことから、将来的に対象区域に戻ってくる人材を育成するべく取組みを進めている。近年は、地域おこし協力隊で移住したり、Uターンにより戻ってきて活躍したりする人材も多いため、こうした人材を積極的に発信するべく検討を進めている。加えて、人材だけに焦点を当てるのではなく、子どもが帰ってきたいと思えるような志布志独自のローカリティ、ストーリーを定めることが次世代の人材育成につながる、という意見が委員より挙げられた。

### (5) 行政が果たす役割

まちなか再生を着実、かつ効果的に実施するためには、プロデューサー任せにしない、行政側の積極的な関与が求められる。

まちなか再生に向けて行政が果たすべき役割として、特に留意すべきポイントとしては、次のような事項が挙げられた。

#### a 公民連携によるまちなか再生の重要性の再認識

- 行政において、まちなか再生の重要性を改めて認識するとともに、民間とも共有していくことが、まちなか再生の前提条件となる。
- 国内では、中心市街地を始めとする衰退したまちなかをなぜ再生する必要があるのか、とい

った議論になりがちであるが、まちなかには地域の発展を数十年（あるいは数百年）支えた産業、住民や交流人口、都市インフラが構築・更新されており、いわば地域の成長を支えた歴史・文化が結集している。こうした背景から、欧州ではまちなかを活用するのは持続可能性の観点からも当然のこととされており、地域を活性化するには、今ある資源を活用することが一番効率的だという考え方がベースになっている。

- 仮に、歴史や文化、伝統が既に集積しているエリアを失えば、観光客も減少し、地元のアイデンティティも薄れてしまう。だからこそ、海外では100年後の未来を見据えたうえでの持続可能性を踏まえて、まちなか再生のストーリーを展開している。
- こうした問題意識は国内でも同様であり、そうした考え方を広げていくためにも、公民が連携することは必要不可欠である。特に、若い人を巻き込みながら取組みを推進していくことが重要であり、多くの自治体においてもまちなか再生の必要性について認識する必要がある。

### b トップダウンによる庁内の推進体制の構築

- 前述の通り、まちなか再生については、自治体としてまちなかが特別なエリアであり、だからこそエリアマネジメントに取り組まなければ自治体は生きていけないといった気概を持って取り組む必要がある。そのため、まちなか再生に向けてはトップダウンで推進し、特定の部門だけではなく部門横断的に、庁内が一枚岩で推進できる体制を構築し推進していく必要がある。
- 直方市では、タネ地となる公共施設「ここっちゃん」を、子育て機能と商店街活性化機能の両側面を担う拠点として設置している。両機能を実装することで利用者からするとわかりづらい印象もあり、今後、機能を両輪で推進するか、あるいはどちらかの機能に特化するか、庁内でも議論が必要との問題意識を有している。
- まちなかが担う機能・役割の再定義に際し、従来の商業機能だけにとどまらず、子育て世代、高齢者といった地域住民、あるいは観光客など様々なターゲットに訴求するまちなかの魅力・求心力を創出していく必要がある。
- 今年度の助成団体では、全て首長、あるいは本事業に特化した首長特任顧問が積極的に事業に関与し、庁内での部門横断的な体制のもと推進されている。他団体でも、同様な庁内の推進体制の整備が重要である。

### c 地域住民・ステークホルダーとの調整

- プロデューサーについては外部から登用されるケースが多いため、多様なステークホルダーとの調整には行政が積極的に関与していくことが求められる。
- 常総市では、中長期的に連携が期待される「アグリサイエンスバレー常総」周辺エリアの民間事業者との連携を図るにあたり、庁内の当該事業部門も巻き込みながら、行政が積極的に関与し調整を行っている。また、別途実施している実証実験等も組み合わせながら、様々な側面からまちなか再生事業を展開している。
- まちなか再生を図るうえで最も重要なポイントは、担い手の確保である。担い手となる人材は、住民のほか、企業など多様な人材・団体が想定されるため、プロデューサーや行政のみならず、金融機関、産業団体など地域も巻き込み、発掘する必要がある。行政が主体的に地域の関係機関との調整の役割を担うことが期待される。

#### d ハード面の整備

- 人材というソフト面の課題は共通しているが、ハード面の整備はインパクトが大きく、見た目にも分かりやすい。ハード面に再投資しながら地元を巻き込むといった、地元の自治につなげる・促進する視点を持ってまちづくりを進めていくことが、今後のポイントになるものと推察する。
- 都市整備の時期は異なるため、近く大規模な再開発を予定していない地域においては、行政が保有する公共施設や空き地などの利活用を図ったり、再整備と連動したりすることで、出来る範囲内でハード面に投資することが期待される。
- 半田市と志布志市では、空き地や古民家を行政にて確保し、短期的な核となる事業の創出に取り組んでいる。
- 過年度のまちなか再生事業では、長野県佐久市や岡山県津山市のように、タネ地となる公共空間に芝生やテントなどを設置する社会実験を行うことでまちなかが変化する風景を住民と共有し、その後も社会実験を継続しながら日常的な風景にして定着化している。
- 今年度の常総市でも、殺風景な「市民の広場」を活用し、住民が滞留できるスペースを確保することでまちなかの価値を住民と共有している。今後、「市民の広場」周辺における公共施設再整備との連動を図るとともに、それまでの期間の「市民の広場」の暫定利用についても行政が積極的に関与するよう、委員より意見が挙げられた。

### (3) まちなか再生事業の課題

まちなか再生事業の特徴は、徹底した現地主義にある。「まちなか再生アドバイザー会議」は、実績報告会を除き、基本的に、事業の行われている現地に赴き、まちを歩き、地元自治体やプロデューサー等を交えて意見交換を通して支援している。各委員は、それぞれの専門分野に基づいたアドバイスのみならず、“部外者”である立場を活かして、地元の利害に関係していると言いついにくいような論点をも提示し、地元関係者の議論のきっかけをつくる役割も果たした。

このような事業を推進するなかで、明らかになってきた成果と課題等について、アドバイザー会議委員からの意見等をもとに、以下のように整理する。

#### a まちなか再生に向けた検討要素の段階に応じた複数年の支援の必要性

- まちなか再生に向けては、「まちなかが担う機能・役割の再定義」「中長期的なビジョンの策定」「短期的な事業の創出・コミットメント」「推進体制の整備」といった視点からの検討が求められる。
- 助成団体においては、検討の段階（未着手、企画中、作成済など）が異なるなか、これら4つの要素について次年度も継続的に検討が求められる場合が多い。
- 今年度の助成団体においても、常総市や直方市においては地域資源の磨き上げなど現状調査を行いながら、「まちなかが担う機能・役割の再定義」「中長期的なビジョンの作成」まで実施しており、「短期的な事業の創出・コミットメント」「推進体制の整備」については次年度から本格的に検討が実施される予定である。
- 中長期的な取組みが求められるまちなか再生を持続的なものとしていくためには、4つの要素について検討が完了することが不可欠であり、これまでのまちなか再生事業の前提である単年度の支援では、助成団体の進捗状況によっては達成が難しい場合も想定される。

- こうした問題意識から、次年度のまちなか再生事業においては、助成団体のまちなか再生に向けた検討が完了するまでを柔軟かつ持続的に支援することを目的に、最大3カ年までの支援が可能となるよう、要綱を変更した。

#### b まちなか再生に向けたストーリー、段階のモニタリング

- まちなか再生事業では、当該分野での実績や経験、ノウハウを有する有識者を地域外からプロデューサーとして招聘し、プロデューサーがコーディネートを行いながらまちづくりの方向性を定める役割を担うケースが大半である。
- プロデューサーが如何に自治体をコーディネートするかが重要であり、まちなか再生の成功は、いわばプロデューサーの力量に委ねられる。
- 助成団体では、多様な経験を有するプロデューサーを採用しており、近年のまちなか再生事業でも検討要素を踏まえながら事業推進を行うことが、広く浸透しつつある。
- ただし、プロデューサーが地域に入り込みながら事業を推進するなかで、地域の意見を尊重しすぎたり、プロデューサーが得意な分野や経験の中でまちなか再生の検討を進めすぎたりすることで、結果的に内容が一般解的になってしまう団体も見受けられる。
- アドバイザー会議委員がそれぞれの知見や、“部外者”である立場を活かして、地元の利害に関係していると言い出しにくいような論点をも提示することで、プロデューサーに幅広い視野を持ってもらうとともに、地域独自の特殊解に導くことが期待される状況においては、プロデューサーの考えるまちなか再生のストーリーについて随時ブラッシュアップを行っていくことが期待される。
- 次年度のまちなか再生事業においては、まちなか再生に関わる検討要素の仮説やストーリーについても助成団体、アドバイザー会議委員及び事務局で随時共有するように留意し、より効果的な事業としていくことが求められる。

#### c まちなか再生事業の自治体への周知

- まちなか再生の重要性・必要性は、全国の自治体共通の課題と認識しており、より多くの団体から申請されることが期待される。
- そのためには、当財団のまちなか再生事業についてより多くの自治体に周知するとともに、その成果について、まちなか再生に取り組む自治体へと波及させていくことが期待される。
- 今年度から地域再生マネージャー事業として全国の自治体へ本報告書を配布することとなり、より多くの自治体にまちなか再生事業の認知度を高めることが期待される。それ以外の周知等も積極的に行いながら、全国のまちなか再生事業に取り組む自治体への後押しをしていくことが求められる。

## 1-3 外部専門家短期派遣事業の成果と課題

外部専門家短期派遣事業は、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1泊2日で派遣し、その後、地域への処方箋を提案するものである。地域再生に取り組むにあたり、その課題を明確にし、解決の方向性を見出すための処方箋を提供し、結果としてふるさと財団の主力事業であるふるさと再生事業、もしくはまちなか再生事業にステップアップさせていくものであり、地域再生マネージャー事業全体をより総合的かつ効果的に運営していくための手段として活用されている。

今年度は、北海道及び岐阜県から2か所、秋田県、新潟県、埼玉県、愛知県、兵庫県、宮崎県からそれぞれ1か所応募があり、昨年度を上回る全国10地域に対して事業を実施し、その半数近くをステップアップさせることができた。

各地域ともに、外部専門家が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、参考になったとの自治体の意見が多かった。

今年度は、限界集落からの再生（宮崎県木城町）、地域資源を活用した観光振興（北海道余市町）、次世代の担い手を地域外からの人を集めるための魅力づくり（北海道士別市）、中心市街地の再生や観光振興（岐阜県瑞浪市、秋田県湯沢市）など幅広いテーマでの提言が求められた。申請地域の地域再生への取り組み状況には差があり、取り組むべき課題の内容や大きさも異なっており、一つ一つの事業をオーダーメイドで丁寧に行った。事業を実施した結果、自治体の首長が地域再生に本気で取り組む姿勢が何よりも次の事業へのステップアップにとって重要なポイントになることが再認識された。



## 2

## 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5年度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下さい。(https://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/mg\_ichiran/)

	氏名	所属
1	畦地履正	株式会社四万十ドラマ
2	アダム・フルフォード	有限会社フルフォードエンタープライズ
3	石川紀子	株式会社グルー・アンド・カンパニー
4	石黒侑介	北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院
5	井手修身	イデアパートナーズ株式会社
6	伊藤隼也	株式会社医療情報研究所
7	井上弘司	CRC 地域再生診療所
8	榎本善晃	beniw 合同会社
9	大久保昌宏	NPO 法人離島経済新聞社/一般社団法人ツギノバ
10	大野幸雄	株式会社日本アプライドリサーチ研究所
11	岡部明子	東京大学大学院 新領域創成科学研究科
12	小川和	SAS 合同会社
13	奥村玄	株式会社 GEN プランニング
14	柏木千春	大正大学 社会共生学部 公共政策学科
15	河瀬悟郎	株式会社エコ・24
16	河野公彦	inc1合同会社
17	菅野剛	株式会社 TAISHI
18	木藤亮太	株式会社ホーホウ
19	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
20	國廣純子	株式会社 LOCAL SUSTAINABLE PROJECT
21	栗田拓	NPO 法人トイボックス
22	小島慶藏	福井オリーブ研究会
23	近藤ナオ	株式会社シュチェンシュリーバ
24	西郷真理子	株式会社まちづくりカンパニー・シーブネットワーク
25	斉藤俊幸	イング総合計画株式会社
26	篠崎宏	リ・マスター合同会社/帝京大学 経済学部
27	柴田涼平	株式会社とける

	氏 名	所 属
28	澁澤 寿一	NPO 法人共存の森ネットワーク
29	清水 友康	株式会社道銀地域総合研究所
30	白 仁 昇	一般社団法人おきなわ離島応援団
31	関根 祐貴	株式会社船井総合研究所 地方創生支援部
32	千田 良仁	一般社団法人明和観光商社/皇學館大學 現代日本社会学部
33	高橋 一夫	近畿大学 経営学部
34	橘 昌邦	株式会社 POD
35	谷本 互	まち&むら研究所
36	塚田 佳満	株式会社 DMG フォース
37	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
38	朽尾 圭亮	株式会社船井総合研究所 地方創生支援部
39	中川 晶子	株式会社 JTB グループ本社 人財開発チーム
40	中島 淳	株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ
41	中田 浩康	有限会社アグリテック
42	根本 実	個人
43	野口 智子	ゆとり研究所
44	畑中 直樹	株式会社地域計画建築研究所 (アルパック)
45	濱 博一	株式会社アスリック
46	馬場 正尊	株式会社オープン・エー
47	東田 一馬	つねよし百貨店
48	平尾 由希	株式会社 FOODSNOW
49	ヒロ中田	株式会社コンセプトワン
50	藤崎 慎一	株式会社地域活性プランニング
51	藤澤 安良	株式会社体験教育企画
52	藤村 雄志	G&C コンサルティング株式会社
53	古川 康造	高松丸亀町商店街振興組合/高松まちづくり株式会社
54	堀田 雅湖	こめみそしょうゆアカデミー
55	本田 勝之助	本田屋本店有限会社
56	前田 香保里	ケイ・コンソナンス
57	三原 久徳	個人
58	椋本 修平	ムクモト設計株式会社
59	守屋 邦彦	跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 観光デザイン学科
60	柳田 剛一	オフィス513
61	矢部 佳宏	一般社団法人 BOOT
62	山田 里美	NPO 法人東北みち会議/株式会社マネジメント・アソシエイツ
63	山村 俊弘	株式会社日本アプライドリサーチ研究所
64	養父 信夫	一般社団法人九州のムラ

# 終わりに

令和5年度は地域再生マネージャー事業の改編を行い、「まちなか再生事業」を統合し、「ふるさと再生事業」「まちなか再生事業」「外部専門家短期派遣事業」の3事業となった。当報告書にも今年度より「まちなか再生事業」を掲載した。

ふるさと再生事業は「地域」の「ビジネス」、まちなか再生事業は「まちなか」の「賑わい」という制度上の力点に違いはあるが「専門的な知識を有する外部専門家を活用した地域再生への支援」という意味では同じであり、事業の統合により自治体のニーズに沿った柔軟な対応ができるようにした。

事業を成功させるひとつのパターンとして、「外部専門家短期派遣事業」で課題の把握を十分に行った上で「ふるさと再生事業」や「まちなか再生事業」を活用した、いわゆる「ステップアップ」が挙げられる。ステップアップの道筋が昨年までは「ふるさと再生事業」だけであったが事業統合により「まちなか再生事業」へステップアップする道筋もできた。

また「外部専門家短期派遣事業」においては、地域課題に合った専門家を選びやすくするため、ふるさと財団ホームページで地域再生マネージャー一覧を専門領域別に掲げ、自治体が専門家を選んで申請できるようにした。

これにより令和5年度は湯沢市、春日部市、瑞浪市の3市から、「まちなか再生」領域を専門とする地域再生マネージャーを選んだ申請があり、地域再生マネージャーが現地を視察後、提言を行ったことは統合の成果と言える。

「ふるさと再生事業」「まちなか再生事業」にはそれぞれ外部有識者や専門家、実務家で構成されたアドバイザー会議があることも事業の特徴であるが令和5年度も両事業のアドバイザーに現地に同行していただき、アドバイスをいただいた。

様々な視点からの助言や提言が地域再生マネージャー事業の伴走支援に織り込まれて、これからもシナジー効果が出てくるであろう。

最後に、この報告書の紙面上では事業の象徴的な事例の紹介が主となっている。しかし、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。

令和5年度  
**地域再生**  
マネージャー事業  
報告書

令和6年3月 発行

編集・発行 一般財団法人

**地域総合整備財団〈ふるさと財団〉**

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](mailto:furusato@furusato-zaidan.or.jp)



ふるさと財団

検索