



 我が国は、昨年10月に総務省が発表した平成27年の国勢調査確定値で、大正9(1920)年の調査開始以来、初めて人口減少に転じました。このまま人口が減り続けた場合、自治体としての機能を果たせない地方都市が出てくると危惧されています。人口減少が進んでいる足元の状況では都市部、特に東京首都圏への人口集中が止まらず、農山漁村における過疎化が進み集落機能が失われることが憂慮されています。政府は「地方が成長する活力を取り戻し、人口減少を克服する」ことを基本目標に地方創生の取り組みを進めおよそ二年半が経過いたしました。各自治体では策定された総合戦略に基づき「地域力」を高めるべく、地域再生の取り組みを本格的に推進しておられる状況と思います。

一般財団法人地域総合整備財団〈ふるさと財団〉では、地域再生の推進力を高める為には、特に地域の特性に則した地域課題を明確にした上で、地域に眠る資源を掘り起こし、それに磨きをかけ、地域の多様な人々や団体を巻き込み、魅力ある地域づくりの仕組みを構築する必要があると考えており、その為の、外部の目線・専門的知識を有する外部人材の活用に対して助成を行う「新・地域再生マネージャー事業」を進めております。

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

外部人材活用助成は、専門的知識や実践力を有する地域再生マネージャー等の外部人材を活用しようとする市区町村に対し、その活動に必要な経費を助成するものです。事業を通して、地域住民が主体となり、地域における持続可能性とビジネス性の両面を高め、地域の経済循環や雇用増につながる実践的なサポートを実施しております。また、外部人材派遣では、地域における課題の抽出、方向性の提言等を通して、地域の事業実施体制の整備、機運の醸成につなげていく取り組みを行い、それぞれの地域づくりの段階に応じた助成事業を実施してまいりました。

更に、「地域再生セミナー」の開催を通じ、新・地域再生マネージャー事業の成果をはじめとする地域づくりの事例等を広くお知らせしております。

本報告書では、平成28年度の「新・地域再生マネージャー事業」での各地域の取り組みと成果を外部人材活用助成(16地域)、外部人材派遣(6地域)、地域再生セミナー(2地域)ごとにご紹介、また、当事業全体の総括と今後に向けての課題についてご報告しております。

地域再生マネージャー等の外部人材の活動状況や、地域づくりにおける外部人材の活用状況をご参考いただき、当事業を通じて、地方創生に向けた施策の立案や実践などにご活用いただければ幸いです。

末筆ながら、本事業を推進するにあたりお力添えをいただきましたアドバイザーの小田切徳美明治大学教授、佐々木雅幸同志社大学特別客員教授、坂本光司法政大学大学院教授、図司直也法政大学教授、黒澤賢治アグリネット理事長、山越伸子総務省地域力創造グループ地域自立応援課長をはじめ、関係各位に厚く御礼申し上げます。

平成 29 年 3 月 -般財団法人地域総合整備財団〈ふるさと財団〉 理事長 柚木 憲一



「新・地域再生マネージャー事業」

アドバイザー名簿

外部人材活用助成を推進するにあたって、「新・地域再生マネージャー事業」アドバイザー会議を 2 回実施しアドバイザーから助言を受けた。

アドバイザー

小田切 徳美 明治大学農学部 教授 座長

黒澤賢治特定非営利活動法人アグリネット理事長坂本光司法政大学大学院教授

佐々木 雅幸 同志社大学経済学部 特別客員教授

図司 直也 法政大学現代福祉学部 教授

山越 伸子 総務省地域力創造グループ 地域自立応援課長

(黒瀬 敏文 総務省地域力創造グループ 地域自立応援課長(任期途中まで))

木内 喜美男 一般財団法人地域総合整備財団 専務理事

敬称略

事務局

一般財団法人地域総合整備財団(ふるさと財団)

事務局長 金崎 健太郎 腎蔵 地域再生部 部長 秦 地域再生部 課長 小林 衛 地域再生部 参事役 渡辺 馨 地域再生部 参事役 加藤 大典 地域再生部 調査役 工藤 知徳

みずほ総合研究所株式会社

社会・公共アドバイザリー部上席主任研究員吉田 健二社会・公共アドバイザリー部主任研究員卯坂 潤一郎社会・公共アドバイザリー部担当研究員三宅 健士朗

■次

序章	•••••		1
第1	章 新	・地域再生マネージャー事業とは	7
1	. 事業	の概要······	8
	1-1.	外部人材活用助成	8
	1-2.	外部人材派遣・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	10
2	. 事業	の進め方······	11
	2-1.	外部人材活用助成の内容	11
	2-2.	外部人材派遣	13
第 2	章外	部人材活用助成の取り組みと成果	15
1	. 採択	事業の特徴など	16
2	. 個別	事業の取組概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	17
	2-1.	北海道福島町「福島町まちづくり法人設立事業」	18
	2-2.	北海道白老町「多文化共生の魅力あるまちづくり推進事業」	26
	2-3.	青森県五所川原市「就農就労型 6 次産業化事業から農産業への醸成事業」	34
	2-4.	岩手県大船渡市「さんまにフォーカスした「さかなグルメ」の まち大船渡を目指した地域振興事業」	42
	2-5.	岩手県八幡平市「ICT を活用したウェブプロモーションによる 観光地魅力訴求モデル構築事業」	50
	2-6.	新潟県三条市「まちなかのコミュニティ機能の再生及び プラットフォーム(組織づくり)の構築」	58
	2-7.	新潟県粟島浦村「粟島の未来創生事業 (教育×観光×農水産業による地域経済循環拡大事業)」	66
	2-8.	石川県羽咋市「循環型産業システム構築事業(のと羽咋美味しい創生プロジェクト)」	74
	2-9.	長野県須坂市「健康長寿発信都市「須坂 JAPAN」創生プロジェクト」	82
	2-10). 和歌山県橋本市「地域連携 DMO の立ち上げによる地方創生推進事業 -高野吉野路ツーリズムビューローの稼働に向けて-」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	90
	2-11	. 和歌山県紀の川市「フルーツ・ツーリズムの展開によるファン獲得プロジェクト」	98
	2-12	2. 岡山県真庭市「里山資本主義にもとづく地域振興組織の基盤強化事業」	06
	2-13	3. 香川県観音寺市「地域資源の活用による観光交流のまちづくりプロジェクト事業」 1	14
	2-14	 . 福岡県芦屋町「芦屋町 No.1 プロジェクト〜地域の独自性を活かしたまちづくり〜」 1	22
	2-15	5. 佐賀県嬉野市「肥前吉田焼及び吉田地区再生事業」	30
	2-16	b. 宮崎県都農町「都農町フードビジネス活性化プロジェクト事業」	38

第3章	章 外部人材派遣の取り組みと成果	147
1.	外部人材派遣	148
	1-1. 福岡県大木町	149
	1-2. 長野県筑北村	150
	1-3. 和歌山県由良町	151
	1-4. 和歌山県北山村	152
	1-5. 三重県熊野市	153
	1-6. 山形県飯豊町	154
2.	地域再生セミナー····································	155
	2-1. 岡山県地域再生セミナー	156
	2-2. 岩手県地域再生セミナー	158
第4章	章 事業成果の総括と今後の課題	161
1.	外部人材活用助成の成果と課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	162
	1-1. 外部人材活用助成対象地域に見えた成果	162
	1-2. 外部人材活用助成の課題	167
2.	外部人材派遣の成果と課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	168
3.	地域再生セミナーの成果と課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	168
4.	過去事業フォローアップ	169
	4-1. フォローアップの概要	169
	4-2. フォローアップからの示唆	171
5.	総括······	172
	5-1. 地域再生実施の考え方	172
	5-2. 外部人材を活用する効果や意義	173
	5-3. 地域再生マネージャー等外部人材を受け入れる際の留意点	174
	5-4. 終わりに	175





1

「環境整備・構想段階」から 「基盤充実・安定成長」まで 幅広い段階で活用された外部人材活用助成

平成28年度の外部人材活用助成の対象事業は16地域であり、その内訳は7地域が昨年度からの継続事業、9地域が今年度の新規事業(うち、3地域は外部人材派遣からのステップアップ事業)であった。

本事業では、第4章「5. 総括」において示すように、地域の機運を醸成し取組主体となる組織や人材を育成していく「持続可能性」の軸と、地域資源などを活用して特産品やビジネスを開発・改良してく「ビジネス志向」の軸の2軸をもとに、地域再生の過程を「環境整備・構想段階」、「商品力・開発力整備」、「実施体制・基盤整備」及び「基盤充実・安定成長」の4象限に分けて整理している。

平成28年度の外部人材活用助成の16事業をこの4象限に当てはめて整理すると次のとおりとなる。まず、継続事業については、これまでの傾向と同様に、昨年度事業により地域住民・団体の地域再生に向けた機運醸成がなされて、地域資源を活用した商品開発、商品の販路開拓を進める事業、取り組みの主体となる組織の設立及び人材育成を進めるといった「基盤充実・安定成長」に向けた取り組みを行う事業が多く見られた。青森県五所川原市では機能性食物マカの契約栽培開始、新潟県粟島浦村では既存の観光協会の自立・継続的運営を見据えたプログラム開発の試行、和歌山県紀の川市では地域再生を担う一般社団法人化などがこれに該当する。

新規事業については地域住民や団体の機運醸成を図る「環境整備・構想段階」の事業が多かった。 岩手県大船渡市では地域資源である「さんま」によるまちづくりをキーワードに地域住民を巻き込ん だワークショップが行われた。香川県観音寺市では地域資源「いりこ」を使い、外部人材と地域の民 間事業者が一体となって特産品開発に向けた検討が行われた。

なお、同じ新規事業でも、石川県羽咋市における道の駅開業を見据えた新商品開発・販売戦略検討 や宮崎県都農町の地域資源「シイラ」等による商品開発など、「商品力・開発力整備」の事業もあった。

2

具体的な 「地域再生の第 1 歩」を後押しする 外部人材派遣

地域再生初動期の市町村に対し、地域課題の抽出や解決の方向性などの検討・提言を2泊3日の短期間で実施する外部人材派遣を計6地域で実施し、外部人材の知見・ノウハウに基づく指摘や提案を行った。

今年度は各地域が「地方版総合戦略」を掲げ、地域のキーとなる資源を把握されており、それをどのように活かすかと言う観点から、具体的にどのように地域住民・団体と一体となって進めるかに焦点を当てて提言を行い、地域再生を行う上での「次のステップ」が何かを示し、次につなげてもらうといったケースが多く見られた。

	地域名	事業名	事業概要・成果概要
1	北海道福島町	福島町まちづくり 法人設立事業	(事業概要) ①千軒そばの戦略的事業展開の構築、②公共施設の受託運営、 ③食と観光によるまちづくり (成果概要) ・新たなまちづくり法人を設立 ・法人の基金のうち、民間有志の拠出額はほぼ予定額を確保 ・まちづくり法人を継続させるための収益事業を検討 ・千軒そばの品質・ホスピタリティの向上等、生産者・従業員の意識改善 ・特産品を活用したスイーツを試作
2	北海道白老町	多文化共生の魅力 あるまちづくり推 進事業	(事業概要) ①株式会社まちづくり白老の方向性確定、②外部経営人材の招聘、③株式会社まちづくり白老の設立準備事務局設置、④株式会社まちづくり白老の設立、⑤個店フランチャイズ型事業者誘致モデル導入、⑥アイヌ文化の知的財産化とブランディング(成果概要) ・「株式会社まちづくり白老」の設立確定 ・個店フランチャイズ型事業者誘致モデル説明会開催 ・アイヌサークル団体の活動活性化と MICE 領域でのビジネスの可視化
3	青森県 五所川原市	就農就労型6次産業化事業から農産業への醸成事業	(事業概要) ①アグリアカデミー、②市民対象の機能性作物体験プログラム、③機能性作物の契約栽培と生産者募集、④地域外への機能性作物の PR (成果概要) ・五所川原市を中心に県内外の 16 農家 26 ハウスで、ACT(株式会社アグリコミュニケーションズ津軽)買い取りによるマカ契約栽培を開始・マカ栽培面積拡大を見据え、栽培管理 ICT システムを導入・五所川原アグリアカデミーに企業からの特別研修生入校・高 校 初 の GlobalGAP アワード 受賞 及 びりん ごに加え水 稲 でのGlobalGap 認証活動で、地域に根付く可能性大
4	岩手県大船渡市	さんまにフォーカ スした「さかなグ ルメ」のまち大船 渡を目指した地域 振興事業	(事業概要) ①市民インタビュー、市民参加型ワークショップ開催、②さんまグルメ開発と発表の場づくり(ワークショップ、市民参加型大船渡さんままつりの開催)、③さんままちおこし冊子の制作、④さんまに関する新たな特産品開発や地域メニューの創出サポート(成果概要) ・さんままつりプログラム実行を通じた市民参画及び意識醸成・「さんまの話」制作を通じた市民参画及び意識醸成・さんまを通じた地域振興による外部への波及
5	岩手県八幡平市	ICT を 活 用 し た ウェブプロモー ションによる観光 地魅力訴求モデル 構築事業	WEB プロモーション構築に向けた効果検証、④地域の合意形成の促進
6	新潟県 三条市	まちなかのコミュニティ機能再生及びプラットフォーム (組織づくり)の構築	(事業概要) ①広場運営組織の構築にかかる基盤整備、②広場実施事業の企画指導、③情報発信網のノウハウ移転、④広場及び周辺事業のビジネス化サポート、⑤広場の食堂及び三条スパイス研究所の総合監修、⑥地元農産物の活用と流通促進、⑦三条産スパイスの生産及び栽培継承サポート(成果概要) ・ステージえんがわを核にした日常的な外出機会の創出と運営組織の設立・三条スパイス研究所、うたごえ喫茶の黒字化、65歳以上の劇団の認知度向上・地元農産物を活用したメニュー・商品開発、三条産ウコンの栽培技術継承

	地域名	事業名	事業概要・成果概要
7	新潟県 粟島浦村	栗島の未来創生事 業(教育×観光× 農水産業による地 域経済循環拡大事 業)	(事業概要) ①ワークシェアの仕組み構築、②観光協会の自立的経営の推進、③観光商品の拡大(地域経済循環拡大)、④事業継承、後継者育成・受入の仕組みづくり、⑤子どものキャリア教育プログラム (成果概要) ・ワークシェアの仕組み構築(3名でのアルバイトシェア実施) ・自然体験学校立上げ(島の高齢者54名の協力体制、20以上の自然体験プログラム開発、8月に有料個人客311名受け入れ等) ・観光の収益事業強化(「あわしま満喫チケット」200枚販売、DMOに向けた方向性確立) ・民宿の魅力化(おもてなし研修開催、民宿個別コンサルティング) ・キャリア教育の実施(在来種の大豆である「一人娘」栽培)
8	石川県 羽咋市	循環型産業システム構築事業(のと 羽咋美味しい創生 プロジェクト)	(事業概要) ①組織づくりと販促戦略、②商品開発と商品改良、③経営体制構築、④販促・パッケージデザイン、⑤食のコーディネート (成果概要) ・道の駅管理運営法人及び出荷者協議会設立 ・菓子製造事業所による商品開発チーム発足 ・自然栽培フェアの開催や首都圏物産イベントへの出展(販路開拓)支援 ・自然栽培オリジナル商品パッケージデザイン制作 ・地域女性グループと地域おこし協力隊との共同によるメニュー開発支援
9	長野県 須坂市	健康長寿発信都市 「須 坂 JAPAN 」 創生プロジェクト	(事業概要) ①須坂エクササイズの情報発信、②健康おすそ分けツアーの実施と体制づくり及び有償での視察受入、体験型観光の企画、③健康をコンセプトとした拠点づくり、④健康を意識したメニューを販売する飲食店を増やす、⑤健康長寿ロード整備、⑥銀座 NAGANO でのイベント開催(成果概要) ・須坂エクササイズ出前講座の実施、マスコミ等報道 ・おやこ遊学実施(1回)、延べ体験者数:7家族22名(2年間) ・市内事業者による商品化 ・健康長寿メニュー提供飲食店(3店舗) ・観光交流センターの一角を健康ブースとして関連ある商品の陳列、健康情報等のポスター貼付
10	和歌山県橋本市	地 域 連 携 DMO の立ち上げによる 地方創生推進事業	(事業概要) ①広域自治体への参画要請、②広域市町の観光関連事業者への DMO への参画と出捐金の要請、③経営人材の確保、④組織体制の整備、⑤他地域、他 DMO とのテーマによる連携、⑥インターカレッジ・コンペティションによる大学との連携、⑦観光・特産品プロモーション(成果概要) ・かつらぎ町との連携を軸に他自治体との DMO 立ち上げの準備委員会を設置 ・DMO のマネジメントエリアの中核企業・団体の参画・出損金の内諾・堀切氏のトップ人材就任、中核人材・スタッフ人材確保・東大阪市と訪日教育旅行開始、エリア部会・テーマ部会設置
11	和歌山県 紀の川市	フルーツ・ツーリ ズムの展開による ファン獲得プロ ジェクト	(事業概要) ①持続的体制の構築、②商品開発、③体験プログラムの開発と体験イベントの実施、④フルーツのまちの雰囲気づくり、⑤機運の醸成、⑥フルーツのまちのプロモーション強化、⑦その他(成果概要) ・活動団体の法人設立。市民の手で自主運営し、「フルーツのまち紀の川市」を PR する中核組織として今後も活動 ・旅行商品化を意識した体験催しや地元企業とのコラボ商品の開発等 ・市民手作りの体験交流型博覧会「ぷる博」の実施。65 全てがフルーツにちなんだ体験催しで、延べ約6,700人の体験交流を生み出し、体験を通して「フルーツのまち紀の川市」のファンを獲得

	地域名	事業名	事業概要・成果概要
12	岡山県真庭市	里山資本主義にも とづく地域振興組 織の基盤強化事業	
13	香川県観音寺市	地域資源の活用に よる観光交流のま ちづくりプロジェ クト事業	(事業概要) ①特産品開発、②都市農村交流プログラム開発、③綿のまちプロジェクト推進 (成果概要) ・いりこを加工した3つの新商品の試作品を提案、試食会、試食アンケートを実施 ・既存のまち歩きコースの研修、スキルアップを実施 ・綿サポーター養成講座を開催し、糸紡ぎの実技研修により試作品の糸が完成
14	福岡県 芦屋町	芦屋町 No.1 プロ ジェクト〜地域の 独自性を活かした まちづくり〜	(事業概要) ①実行体制の整備、②事業計画の検討・策定、③イベント実施(さわらサミット)、④特産品開発に係る調査・研究、⑤継続性の付加、⑥観光への連動(成果概要) ・さわらサミット開催により、11 店舗(うち町内 8 店舗)によるコンテスト参加のほか、遠賀漁業協同組合等の協力団体も出店し、創意工夫したさわらメニューを展開するなど町内における機運が醸成 ・さわらフェア、クーポン付回遊マップによる町内滞在時間向上やリピーター確保の事業を関係者が相違工夫し実施、多くの町内事業者の巻き込み、ネットワーク化 ・漁業者と飲食店の新たなつながりが生まれるなど、ネットワーク化
15	佐賀県 嬉野市	肥前吉田焼及び吉 田地区再生事業	(事業概要) ①デザインマッチングコンペティション、②吉田地区の空き家活用・まち歩き、③ WEB での情報発信・販売チャネルの強化 (成果概要) ・デザインコンペによる商品化 10 点と審査委員企業による販路獲得 ・受賞デザイナーと商品開発を通した、新たなものづくり人材と産地との関係構築 ・WEB や産地見学会による肥前吉田焼の周知 ・産地ツーリズム、観光資源の顕在化 ・他産業と連携した体験型イベントの継続
16	宮崎県都農町	都農町フードビジ ネス活性化プロ ジェクト事業	

第一章 新・地域再生 マネージャー 事業とは

1

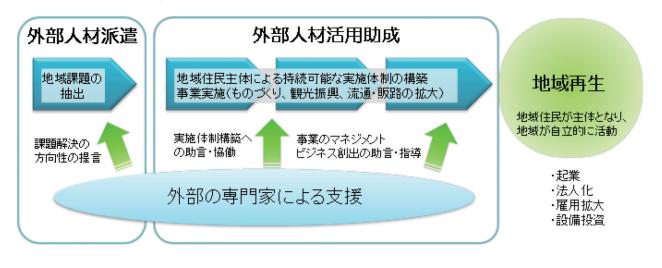
事|業|の|概|要

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

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

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

上記の目的を達成するため、本事業では、外部人材活用助成と外部人材派遣の大きく2つの事業を 実施する。この2つの事業の位置づけは以下のとおりである。

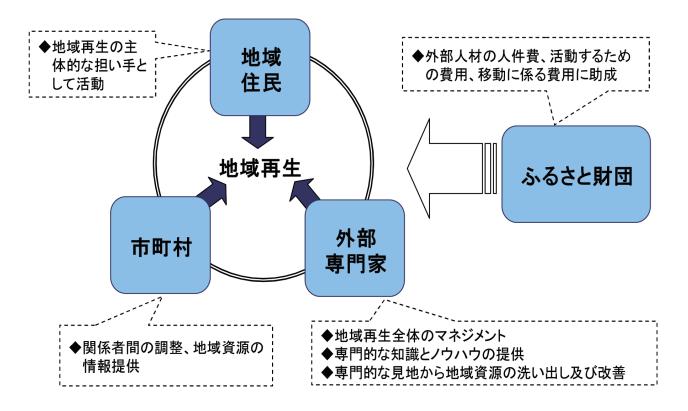


11 11 外部人材活用助成

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

事業の概要

事業イメージ



外部人材活用助成の助成等の概要

7°中人物活用划队。————————————————————————————————————				
助成対象者	市町村			
助成上限額	1 事業あたり 700 万円以内			
助成率	助成対象経費の 2 / 3 以内			
① 外部人材の派遣に関する経費(複数人材でも可能) 外部人材の人件費(謝金を含む。)及び旅費で助成対象経費の概ね 1 / 2 以上 ② その他の経費 旅費、委託料、会議費、印刷製本費、広告宣伝費、原材料費、消耗品費、 通信運搬費等(消費税及び地方消費税を含む。)				
助成対象期間 平成 28 年 4 月 1 日~平成 29 年 2 月 20 日				
公募期間	平成 28 年 1 月 12 日~平成 28 年 2 月 12 日			
留意事項	① 市町村は、都道府県を経由して申請すること ② 期中の概算払いは行わないものであること ③ 申請書は外部人材と協議のうえ作成すること ④ 派遣する外部人材は、原則市町村で選任すること			

1 2 外部人材派遣

「外部人材派遣」は、地域再生における「初動期」にあたる市町村に対して、外部人材を派遣し、 地域再生の取り組みに対する現地調査(視察、ヒアリング、資料分析)を踏まえ、本質的な課題の抽出、 取り組むべき内容・進むべき方向性の提言、情報提供などを行うものである。

外部人材派遣の派遣等の概要

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

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

事業の概要

事 業 の 進 め 方

2 ■ 1 外部人材活用助成の内容

1 外部人材活用助成の採択

地域再生のために外部人材を派遣して実施する外部人材活用助成については、以下の採択基準に 従って審査し、16事業を採択した。

採択基準

分類	分類		評価基準
A-事業の妥当性・ 戦略性			・地方創生を踏まえ、地域の特色や課題を把握した明確な事業目的であり、地域への貢献度が高い。 ・他の地域に対してもモデルとなる先進性がある。
	A-2	目標設定の明確化	・事業申請時の段階(初期や発展期等)に合わせて、課題解決の ための目標があり、取り組む分野・方向性が明確である。 ・成果目標が地域の課題、事業目的の内容に適合している。
B-実施体制整備・ 基盤整備	B-1	活動基盤(担い手) の現状把握と育成、 仕組みづくり	・事業推進に係わる活動基盤の状況を把握している。 ・事業実施体制の継続、拡大が見込まれる。
	B-2	地域における支援体制	・事業に関して市町村の部署横断的な参画が図られ、意欲的に取り組む体制が築かれている。 ・事業を実施する地域住民・団体が存在し、連携が図られている。
		ビジネスの現状把握と方向性	・現状分析、市場調査が行われている。(基礎となる地域資源の把握等や数値化がされている) ・地域内外で支持されうるビジネスの方向性、事業内容である。
	C-2	ビジネスの継続性・ 発展性	・ターゲット・市場の発展性、ビジネスとしての継続性が高い。 ・地域全体における経済循環が考慮されている。
D-外部人材の 有効活用			・外部人材が地域の状況(地域の強み・弱み、方向性)を認識している。
	D-2	外部人材の実績と能力、役割と活動予定	・外部人材の役割や活動予定が明確になっており、地域に入り込む度合いが十分である。
E- 加点項目	Aから Dまでの項目以外に特別に評価できる事業には、加点を行う。なお、加点項目は A z ら Dまでの項目以外に評価できる内容、または、同じ項目であっても特別に評価できる内容 評価者が設定して点数を加える。		

2 スケジュール

採択した事業については、当該市区町村と外部人材が作成した事業計画に沿って概ね1年間にわたって進められた。当財団事務局は、原則事業の開始時点と中間段階での2回の現地調査を実施するとともに、9月末提出の中間報告及び2月末の最終報告をもとに各事業の進捗や成果達成状況の確認を行った。また、現地調査や10月開催のアドバイザー会議を通じて、各事業の成果を高めるためのアドバイザーによる助言を得る機会を設けた。

平成29年1月には、各地域に派遣している外部人材による事業への取組状況についての報告・情報交換を目的としたマネージャー報告会を開催した。地域再生にあたっての地域側のスタンスの重要性などの意見や外部人材の地域での役割、地域との関わり方などについて様々な意見交換がなされた。また、採択市区町村間や外部人材間での有意義な情報共有がなされ、ネットワークを広げる点でも貴重な機会となった。

■新・地域再生マネージャー事業(外部人材活用助成)の全体スケジュール

時期	内容
平成 28 年 2 月	事業公募(平成 28 年 1 月 12 日から 2 月 12 日まで)
3月	審査、アドバイザー会議、採択
6月	現地視察(1 回目)
7月	現地視察(1 回目)
8月	現地視察(1 回目)
9月	現地視察(1 回目)中間報告書(8 月までの経過報告)の提出
10月	現地視察(2 回目) 第 1 回アドバイザー会議
11月	現地視察(2回目)
12月	現地視察(2 回目)
平成 29 年 1 月	マネージャー報告会
2月	事業完了・事業報告書
3月	第2回アドバイザー会議

事業の概要

2 - 2 外部人材派遣

1 外部人材派遣

以下の6市町村に外部人材を派遣し、各地域の課題確認、方向性についての提言を行った。 訪問地域と、時期は以下のとおりである。

■外部人材派遣の実施時期と派遣先

(実施時期順)

		実施時期		派遣先
1	平成 28 年 10	月 3日 ~	10月 5日	福岡県大木町
2	平成 28 年 10	月 31日 ~	11月 2日	長野県筑北村
3	平成 28 年 12	月 19日 ~	12月 21日	和歌山県由良町
4	平成 29 年 1	月 26日 ~	1月 28日	和歌山県北山村
5	平成 29 年 2	月 1日 ~	2月 3日	三重県熊野市
6	平成 29 年 2	月 8日 ~	2月 10日	山形県飯豊町

2 地域再生セミナー

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

開催場所・テーマ・時期は以下のとおりである。

■地域再生セミナーの開催日・開催都市とテーマ

	開催日	開催都市	テーマ
1	平成 28 年 11 月 17 日	岡山県岡山市	『スポーツに親しむ地域づくり』 ~スポーツで地域の一体感や地域間の交流を促進しよう!~
2	平成 29 年 1月 23日	岩手県盛岡市	『地域コミュニティの活性化による「ふるさと振興」』 〜住民協働による地域づくり〜

第2章 外部人材 活用助成の 取り組みと成果 1

採 択 事 業 の 特 徴 な ど

全16件が採択され、昨年度からの継続案件が7件であり、新規事業9件のうち3件は環境整備型対象地域(平成27年度実施)からのステップアップ案件であった。今年度事業を「地域性」及び「取組分野」での特徴を整理すると以下のとおりである。

地域性での特徴

今年度は全国各地から申請があり、様々な地域で採択された。特に東日本大震災発生後に申請のなかった岩手県から申請があり、2件が採択された。

取組分野での特徴

実施されている取組分野を見ると、例年多くの申請がある「農林水産業」分野及び「観光・交流」 分野において、今年度も多くの申請が見られた。

「農林水産業」分野においては各地域の産品を活用した6次産業化・ブランド化事業が多く見られる。「観光・交流」分野については地域の特色を活かした事業(紀の川市:フルーツ、観音寺市:いりこ、 芦屋町:さわら、須坂市:健康、真庭市:里山文化、白老町:アイヌ文化)といった地域資源や地域文化を活用した事業など、様々なタイプがあった。また、これまであまり多くはなかった「ものづくり」分野に関する申請があるなど、取組分野の多様化が見られた。

複数の分野の事業化に向け、同時並行で検討を進める事業も目立った。

地方	採択市町村名	農林水産業	ものづくり	観光・交流	流通・販売	備考
北海道	北海道福島町	•		•	•	
北海道	北海道白老町			•		(ステップアップ)
東北	青森県五所川原市	•			•	(継続事業)
東北	岩手県大船渡市	•			•	
東北	岩手県八幡平市			•		
中部	新潟県三条市	•		•	•	(継続事業)
中部	新潟県粟島浦村	•		•	•	(継続事業)
中部	石川県羽咋市	•		•	•	
中部	長野県須坂市	•		•		(継続事業)
近畿	和歌山県橋本市	•		•	•	(継続事業)
近畿	和歌山県紀の川市	•		•	•	(継続事業)
中国	岡山県真庭市	•	•	•	•	(継続事業)
四国	香川県観音寺市	•	•	•	•	(ステップアップ)
九州	福岡県芦屋町	•		•	•	(ステップアップ)
九州	佐賀県嬉野市		•	•	•	
九州	宮崎県都農町	•			•	

個別事業の取組概要

福島町

白老町

五所川原市 大船渡市

八幡平市

三条市

粟島浦村

羽咋市

須坂市

橋本市

紀の川市

真庭市

観音寺市

芦屋町

嬉野市

2

個 別 事 業 の 取 組 概 要

平成28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。次ページから、事業の背景と目的、事業の内容と成果、事業実施体制、主な成果と課題及び外部人材からのコメントについて整理を行った。

	地域名	事業名
1	北海道 福島町	福島町まちづくり法人設立事業
2	北海道 白老町	多文化共生の魅力あるまちづくり推進事業
3	青森県 五所川原市	就農就労型6次産業化事業から農産業への醸成事業
4	岩手県 大船渡市	さんまにフォーカスした「さかなグルメ」のまち大船渡を目指した地域振興事業
5	岩手県 八幡平市	ICT を活用したウェブプロモーションによる観光地魅力訴求モデル構築事業
6	新潟県 三条市	まちなかのコミュニティ機能再生及びプラットフォーム(組織づくり)の構築
7	新潟県 粟島浦村	粟島の未来創生事業(教育×観光×農水産業による地域経済循環拡大事業)
8	石川県 羽咋市	循環型産業システム構築事業(のと羽咋美味しい創生プロジェクト)
9	長野県 須坂市	健康長寿発信都市「須坂 JAPAN」創生プロジェクト
10	和歌山県 橋本市	地域連携 DMO の立ち上げによる地方創生推進事業
11	和歌山県 紀の川市	フルーツ・ツーリズムの展開によるファン獲得プロジェクト
12	岡山県 真庭市	里山資本主義にもとづく地域振興組織の基盤強化事業
13	香川県 観音寺市	地域資源の活用による観光交流のまちづくりプロジェクト事業
14	福岡県 芦屋町	芦屋町 No.1 プロジェクト〜地域の独自性を活かしたまちづくり〜
15	佐賀県 嬉野市	肥前吉田焼及び吉田地区再生事業
16	宮崎県 都農町	都農町フードビジネス活性化プロジェクト事業

2 ■ 1 北海道福島町「福島町まちづくり法人設立事業」

事業概要

総事業費	5,600 千円
助成申請額	3,700 千円
	井上 弘司(CRC 地域再生診療所)
外部人材	唐橋 宏(手打ちそば店『桐屋』店主)
	吉川 京二(株式会社ケーズマーケティング 代表取締役社長)

自治体概要

人口	4,526 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	187.28km (平成 26 年 10 月 1 日現在)
人口密度	24 人 /k㎡
標準財政規模	2,296,533 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.18(平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	89.3%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	福島町 企画課

取組概要

事業開始時点

- ■人口減少・高齢化が進展
- ■景観・歴史・文化を積極的に発信・ 活用した交流人口の拡大と町の活 性化が必要
- ■若い世代の雇用安定と人口流出防 止策の検討が急務であり、新たな 雇用や経済活性育成が必要
- ■課題解決に向けて地域住民・各種 団体・企業が主体となった「協働 のまちづくり」を進めるための新 たな組織が必要

外部人材による支援

- ■「観光でまちづくり」を目指すための法人設立を支援
- ■「千軒そば」で利益を出し、福島 町ブランドとしての価値を高める ため、生産から販売までの一貫し た戦略の構築を支援
- ■観光のキラーコンテンツである 「食」を通じて全国へ福島町を発 信するための、食及び物販等の マーケティング戦略の構築を支援

事業終了時点(成果)

- ■新たなまちづくり法人を設立
- ■法人の基金のうち、民間有志の基金の拠出額は、ほぼ予定額を確保
- ■まちづくり法人を継続させるため の収益事業(公共施設の受託管理・ ビジネス事業)の検討を実施
- ■千軒そばの品質向上・ホスピタリ ティの向上等、生産者や従業員の 意識が改善
- ■特産品を活用したスイーツを試作

外部人材との打ち合わせ



福島町を元気にする ディスカッション



まちづくり法人設立総会



採択事業の特徴など

個別事業の取組概要

大船渡市

八幡平市

三条市

事業の背景と目的

a 事業の背景

福島町は青雨トンネル工事の北海道側前線基地として発展し、昭和31年頃の人口は13.968人であっ た。その後、人口は減少に転じて、平成27年11月末では4.534人で、高齢化率も42.37%となってお り、人口減少及び高齢化が急速に進んでいる。

福島町は、「第41代横綱千代の山」、「第58代横綱千代の富士」が生まれ育った地でもあり、平成8 年より『横綱の里づくり』と銘打った相撲を基軸としたまちづくりを展開している。こうした中、北 海道新幹線が平成28年3月に開業することを見据えて、低迷する漁業等の産業、少子・高齢化によ る町の衰退を食い止めるチャンスと捉え、平成24年から、2名の地域おこし協力隊を採用して活性化 に取組んでいる。

町では公共施設の運営を協力隊員に委託し仕事や定住支援を行いつつ、新たなまちづくり組織を設 置し、産業や観光、住民サービスの向上を図っていく必要が生じていた。

b 事業の目的

北海道新幹線の開業により、新幹線ルートでない町からの人口減少が生じないよう、町民それぞれ が笑顔で幸せを表現でき、外からも人が集まり、地域が活性化していくことが、地域再生戦略の考え 方である。そこで、以下を目的として本事業に取り組んだ。

- ●行政主体・行政依存から脱却し、「住民の住民による住民のためのまちづくり」を実践するために、福島町に ある素材(ヒト・モノ・コト)をフル活用し、そこからいわゆる外貨を稼ぐ中心となる法人の設立を目指す
- ●「よくこんな町に来たね」から「ここに来て良かっただろ」と住民が言える、生まれ育った町に、誇りと愛着 を持つための「まちづくり観光」を進める

本事業は、北海道新幹線の開業を人口流出を防止する一つのきっかけとして、イノベーションを興 す絶好のチャンスと捉え、老若男女を呼び寄せる「道南の集魚灯」となる魅力的なまちづくりを行う ことで、地域課題を解決していくものである。

2 事業実施内容

a まちづくり法人設立

福島町では、平成21年度に「福島町まちづくり基本条例」を制定し、町民、議会、行政が協働して地域の活性化を目指しており、自分たちが住むまち、子どもたちが育っていくまちを自らの手で創り上げていく推進組織として新しいまちづくり法人を設立する。

b 千軒そばの戦略的事業展開の構築

地域資源である千軒そばについて、生産から販売まで戦略性をもって事業展開することにより、千 軒そばのブランド力を高める。

C 公共施設の受託管理(公益的事業)

町営施設「吉岡温泉」をまちづくり法人が指定管理者制度で受託管理する方向で関係者と調整・協議を進めるとともに、集客増に向けた企画検討を行う。また、福島町が運営している「福島町観光協会」の事務・事業についても、まちづくり法人が担う方向で協議を行う。

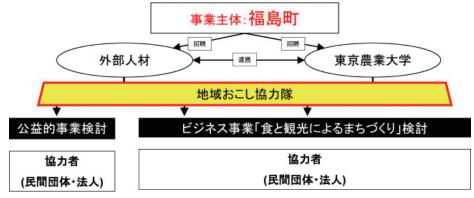
d 食と観光によるまちづくり(ビジネス事業)

「岩部海岸クルージング事業(青の洞窟)」の実施に向けて、青の洞窟の現地調査や関係各所との調整等を実施する。食に関しては、地元特産品の千軒そばと黒米の粉を使用したスイーツの試作品の開発を進める。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施主体の福島町と外部人材、福島町と包括的連携協定を締結している東京農業大学オホーツクキャンパスの3者の協力体制を構築し、外部人材や東京農業大学オホーツクキャンパスから、事業の展開や法人組織の形成等について、専門的な指導やアドバイスを受けながら進めた。実働部分では、地域おこし協力隊を中心に、地域の民間団体や法人等の協力を得ながら、法人の組織化、公益的事業の検討、ビジネス事業の検討を行った。



採択事業の特徴など

羽昨市

橋本市

真庭市

観音寺市

芦屋町

五所川原市 大船渡市

八幡平市

b 外部人材の役割

観光事業を中心としたまちづくり法人の設立支援のため、公共施設の指定管理、新しい観光資源の 発掘、既存資源再生と活用を図るにあたり、外部人材は専門的な知見やノウハウに基づき、課題解決 策のアドバイスを行った。

事業実施スケジュール

月		
- <i>-</i> -		
4月	6 🖯	千軒そば成分分析に係る検体の受領と送付
	10 🖯 ~ 11 🖯	北海道福島会(福島町出身者の会)総会出席、まちづくり法人への協力依頼
	13 🖯 ~ 15 🖯	第 1 回外部人材招聘(現地視察、関係者との懇談) 第 2 回外部人材招聘(現地視察、千軒そば生産者及びそば打ち愛好家と懇談)
	19 ⊟~ 20 ⊟ 25 ⊟~ 26 ⊟	東京農業大学オホーツクキャンパス協力要請(まちづくり法人設立準備に関する連携及
	25 = 20 =	宋尔辰未入子オポープノキャンハス励力妄請(ようづくり法人設立卒順に関する連携及 で協力要請)
	30日~ 5月1日	第3回外部人材招聘(青の洞窟クルージング調査、殿様街道探訪ウォーク視察参加、食の掘り起し、キーパーソンとの懇談)
- 0	2 ⊟	千軒そば粉及び黒米粉を使用したスイーツ開発の企画、試作品製作に係る協議
5月	20 ⊟	道の駅ロードマップ原稿作成(千軒そば雑誌掲載原稿作成)
	18 ⊟	札幌福島会(福島町出身者の会)総会出席、まちづくり法人への協力依頼
	22 ⊟~ 23 ⊟	第4回外部人材招聘(千軒そば生産会等への指導、福島町を元気にするフリーディスカッション)
6月		福島町を元気にするフリーディスカッション(町長・副町長・議会議員ほか)
		第 1 回現地調査
	24 ⊟~ 25 ⊟	青の洞窟クルージング視察 (小樽市)
7月	19 ⊟	まちづくり法人設立に向けた庁内協議(町長・副町長・関係課長ほか)
8月	3 ⊟~ 12 ⊟	千軒そばの花鑑賞会ポスター、チラシ作製及び配布
	19 ⊟~ 21 ⊟	千軒そば生産会会津若松市視察
	27 ⊟~ 28 ⊟	第 5 回外部人材招聘(千軒そばの花鑑賞会視察、東京農業大学オホーツクキャンパスと の産学官連携ほか)
	29 ⊟	公共施設指定管理受託協議(吉岡温泉視察)
	5 ⊟~ 13 ⊟	町内事業者等法人設立への協力と参画要請(町長・副町長ほか)
9月	20 ⊟~ 22 ⊟	第6回外部人材招聘(法人設立発起人会)
2/1	20 ⊟	法人設立発起人会(23事業者、25名出席)
	30 ⊟	設立時社員による打合せ会議(19 名出席)
	4 ⊟	第 1 回設立時役員による理事会(12 名出席)
10月	17 ⊟	第 2 回設立時役員による理事会(13 名出席)
.075	25 ⊟~ 27 ⊟	第7回外部人材招聘(一般社団法人福島町まちづくり工房設立総会)
	25 🖯	一般社団法人福島町まちづくり工房設立総会
	1 🖯	一般社団法人福島町まちづくり工房設立登記
	7 ⊟	第 3 回理事会 (13 名出席)
11月	23 日~ 25 日	第8回外部人材招聘(第2回現地調査)
	05.5	第2回現地調査
10 🗆	25 🖯	職員採用面接試験(2名応募)
12月	1 🖯	職員採用(1名)
1月	17 🖯	新・地域再生マネージャー事業「マネージャー報告会」 福島町温泉健康保養センター指定管理者申請書提出
	31 ⊟	
2月	2 ⊟	第 4 回理事会(12 名出席) 事業のとりまとめ、次年度に向けた協議等
		尹未切とりまとめ、八十反に川けた励譲寺

5 主な成果

a まちづくり法人設立

福島町が抱える様々な課題の解決には、地域の方々や各種団体・企業の方々が主体となり「協働のまちづくり」を進めるための新たな組織(プラットフォーム)が必要と判断した。地域資源を活用した交流人口の増加や若者の雇用の創出をすべく、町民の方々の幅広い参画を得ながら地域還元型まちづくり組織「一般社団法人福島町まちづくり工房」として11月1日に設立した。

活動運営資金として募集した基金(募集予定額:2,000万円)については、ほぼ予定額を確保した。







b 千軒そばの戦略的事業展開の構築

「千軒そば」は福島町の特産品で、千軒そば生産会が「自己流」で生産とそば屋の経営を行っていたものであるが、その知名度は道南において徐々に高くなってきた。しかしその一方で、次代を担う後継者問題が発生していたこともあり、「千軒そばで安定した収益を得る」ことが必要となっていた。 千軒そばで安定的に収益を得ることが福島町の活性化にもつながることから、千軒そばのプロデュースをまちづくり法人の事業と位置付け、本事業において千軒そば生産会への支援を行った。

千軒そば生産会では、生産から加工、販売までの6次産業化の事業展開をしているが、生産と販売で戦略的な視点が欠けていた。

生産現場においては、「これまで売りにしてきた『自然乾燥』がそばの香りに逆に悪影響を及ぼすことがあること」、「機械を導入し上手に活用することで、香りを損なうことなく乾燥の手間と時間を省くことができること」等、外部人材から指摘・指導を受けたことを踏まえ、機械(精米機、乾燥機)の導入を決定した。

また、そば屋(販売)においては、外部人材から様々な問題点が指摘されたが、まずは、「そばつゆの改善」に取組むこととした。外部人材からそばつゆの改善について、指導を受けた結果、これまで使用していた削り節から、外部人材から紹介を受けた削り節に変えたいと申し出がなされるなどの変化が見られた。

さらに、本事業では、そば先進地の視察なども行った。外からの目線で自らを振り返ることもでき、 少しずつ関係者の意識が変わってきている。今後、千軒そばの更なる品質向上、ホスピタリティの向 上につながっていくことが期待される。

採択事業の特徴など

個別事業の取組概要

五所川原市

大船渡市

羽咋市

橋本市

紀の川市

真庭市

観音寺市

千軒そば生産会との意見交換





そばつゆ試作



C 公共施設の受託管理(公益的事業)

まちづくり法人の運営における収益源の一つとして想定しているのが、公共施設の受託管理である。 福島町では、公の新たな施設管理手法として、平成29年度より町営温泉施設を「指定管理者制度」

に移行する計画としており、この指定管理業者をまちづくり法人が担うことを想定している。

まちづくり法人としても、お客様目線・利用者目線 での運営と利用者の満足度向上をめざし、新たなサー ビス(飲食物の提供)提供を盛り込んだ、指定管理者 制度指定申請書を提出している。

また、まちづくり法人では、さらに収益源の確保を 図るため、福島町が運営している「福島町観光協会」 の事務・業務を受託する方向で「観光協会」と協議を 進めている。

指定管理者制度導入予定施設(吉岡温泉)



d 食と観光によるまちづくり(ビジネス事業)

まちづくり法人のビジネス事業が「食と観光によるまちづくり」で、その核となるものが、「岩部 海岸クルージング事業」である。

福島町は、「道南の知床」と呼ばれる秘境の海岸を有しており、そこにはイタリアのカプリ島にも負けない「青の洞窟」がある。現在、「青の洞窟」は、隣町の知内町で先駆的に「青の洞窟クルージング」を事業展開している。クルージングは、特に土日祝祭日には予約が集中し対応しきれない状況も発生していることから、需要は高いと考えられる。

今年度は、クルージング事業の実施に向けて関係機関との協議を進めた。その結果、平成 29 年度 から試験運航、平成 30 年度から本格運航することとし、そのための準備を行った。また、食に関しては、岩部海岸クルージングに参加した方へ「海鮮バーベキュー」を提供することについて検討を行った。

6 今後の展望、次年度以降の取り組み

まちづくり法人については、平成28年11月に登記を完了したが、現在、事務局長が空席となっているため、人選を急ぎ、事務局体制を盤石にすることが目下の課題である。千軒そばについては、今後は自家製粉の利用が予定されている。種まきからそばをお客様に提供するまで、そば生産会で全て実施することとなり、6次産業化が更に進むことになる。本事業において外部人材の指導を受けて、千軒そばに従事する方々の意識が変化してきている。冬季は休業となるが、次年度の営業に向けて提供する商品(そばつゆ、そば)の品質向上、新メニューの開発、厨房設備の改良、従業員のサービス向上等について、まちづくり法人がサポートしながら取組み、千軒そばの更なる知名度向上を図っていく予定である。

持続可能な法人運営を確保するためのビジネス事業については、クルージング事業実施に向けた課題等を精査し、平成29年度を試験運航期間とし、平成30年度から本格的な運航を始めるスケジュールを決定し、準備を進めている。今後も本格運航の実現に向けて、函館運輸支局及び福島吉岡漁業協同組合等関係者との協議を進めていく。

クルージング事業の準備と合わせ、福島町の特産品である新鮮な魚介類や千軒そば等の魅力を町内外に PR し、福島町を訪れる方を増やすために、町内で提供する方法等の検討を引き続き進めていく。また、千軒そばと黒米を活用した焼きドーナツ、クッキーなどの試作品をはじめとした新たなお土産品並びに手軽に食べることのできる商品の開発を継続して取組んでいく。

まちづくり法人の収入基盤を強固にするため、公益的事業に位置付けている吉岡温泉指定管理者受託事業に加え、福島町観光協会からの業務受託について、平成29年度からの実施を目指し、観光協会や町と協議を進めていく。

大船渡市

三条市

羽咋市

本市

観音寺市

福島町「観光と食の連動による町おこし」



外部人材コメント

株式会社ケーズマーケティング 吉川 京二

【今回の事業の概要】

北海道、福島町は日本の典型的な衰退型、限界集落エリアに落ち込もうとしている。 多くの観光資産、食資産がありながら、地域住民は気づかずに問題を放置し、それゆえ に気がついたときには大ダメージとなっている。

観光資産で見れば、あのイタリアのカプリ島の「青の洞窟」に負けない「洞窟」を有しており、この活用が この町の活性化の起爆剤となる事は誰の目で見ても疑いのない所である。また食資産で言えば『千軒そば』『マ 昆布』『アワビ』『うに』等恵まれた資産を持ちながらうまく活用されていない。この観光資産と食の資産を活 用した事業(「碧の洞窟クルージングとランチレストラン」)を行い、観光客を誘致して町を元気にするという のが事業の概要である。

【地域の課題に対するアプローチ】

この「観光と食の連動による町おこし」を実現させるために、「一般社団法人福島町まちづくり工房」を 2016年11月に新しく設立。立ち上がりは負の資産の管理が主体となるが、2018年には「碧の洞窟クルージン グ」の実現、千軒そばを主体とした「ランチレストラン」を開設することにより新しい観光客の誘致を実現す べくアプローチを2017年から開始する。北海道庁もバックアップすることが決定している。

【まとめ】

2017年にはまず「碧の洞窟クルージング」のテスト運航、トンネル記念館を活用した「ランチレストラン」(千 軒そばを主体にしたランチ)をテスト開設することにより、新規観光客への誘致アプローチを始める。特に「碧 の洞窟クルージング」ではキリシタン殉教の悲話、伊能忠敬歴史物語等福島町の歴史的資産を公開しながらこ のクルージングを歴史と文化のシンボルとして輝くように組み立てる。2018年には本格運航に入り、年間1万 人の観光客誘致を実現し町おこしの起爆剤とする。

2 ■ 2 北海道白老町「多文化共生の魅力あるまちづくり推進事業」

事業概要

総事業費	9,220 千円
助成申請額	6,140 千円
外部人材	篠崎 宏(株式会社 JTB 総合研究所 執行役員 コンサルティング第一部長兼主席研究員)

自治体概要

人口	17,973 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	425.64km (平成 26 年 10 月 1 日現在)
人□密度	42 人 /k㎡
標準財政規模	6,435,381 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.36 (平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	90%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	白老町 地域振興課 地域活性化グループ

取組概要

事業開始時点

- ■国立アイヌ民族博物館の開設決定 により交流人口拡大等の好機が訪れる
- ■前年度に「白老町活性化推進プラン」を策定
- ■外部人材より地域をマネジメント する「株式会社まちづくり白老」 の設立の提言を受ける

外部人材による支援

- ■「株式会社まちづくり白老」の方 向性検討、設立準備事務局設置・ 運営、外部経営人材の招聘交渉、 事業計画提案
- 個店フランチャイズ型事業者誘致 に向けた取り組み
- アイヌ文化の知的財産化とブラン ディング

事業終了時点(成果)

- ■「株式会社まちづくり白老」の設立確定金の拠出額は、ほぼ予定額 を確保
- ■個店フランチャイズ型事業者誘致 モデル説明会開催
- ■アイヌサークル団体の活動活性化 と MICE 領域でのビジネスの可視 化

多文化共生シンボルロゴ



事業者誘致提案書



白老町への出店事業者様募集について

2020年「国立アイヌ民族博物館」開設に向け 生まれかわる「多文化共生のまち」白老町へ 事業進出のご案内

> 2016年度 **白老町**

事業者誘致説明会



個別事業の取組概要

島町

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

白老町では、国によるアイヌ文化の復興に向けたナショナルセンター「民族共生の象徴となる空間 (国立アイヌ民族博物館)」の平成 32 年度開設が決まっている。政府は初年度の目標来場者数として 100 万人を掲げており、交流人口の拡大が期待され、地域への回遊性を高めることで、経済波及による地域再生の好機が訪れる。

この好機を活かすためには、国立アイヌ民族博物館の整備に伴う活性化推進戦略の構築が必須となり、平成27年度の「新・地域再生マネージャー事業(環境整備型)」の支援を受け、平成28年1月に地域の分野横断型のプラットホーム「株式会社まちづくり白老(仮称)」設立の提言を受けたところである。

平成25年11月に町内の主要な24団体によって設立した「白老町活性化推進会議」の検討により、 平成27年度中に「白老町活性化推進プラン」が策定された。今後、具体化する事業を選択し、「株式 会社まちづくり白老」を中心に推進していくこととなった。

b 事業の目的

本事業は、国の整備事業により国内外の交流人口の大幅な増加や周辺環境整備が進むことに合わせて、若い世代の定住と結婚・出産・子育ての希望をかなえるまちづくりに取組み、アイヌ文化を活かした地域産業と雇用の創出を図るものである。

この中で、「株式会社まちづくり白老」は、収益事業と非収益事業のバランスを取りながら、白老町が抱える課題を解決しつつ、新たなまちづくりを推進するとともに、大幅に増加する交流人口に対して、マーケティングノウハウを駆使し、地域をマネジメントすることを担う。

2 事業実施内容

a 株式会社まちづくり白老の方向性確定

まちづくり会社の全国事例の収集を行い、白老町の強みと弱みを整理したうえで、「まちづくり会 社事業計画案」の策定を行い、株式会社まちづくり白老の方向性を確定した。

b 外部経営人材招聘

まちづくり会社の外部経営人材の資質を検討したうえで、招聘活動を行った。

C 株式会社まちづくり白老の設立準備事務局設置

株式会社まちづくり白老の設立準備委員会事務局を立ち上げ、委員会を開催した。

d 株式会社まちづくり白老の設立

上記を踏まえて、まちづくり会社の設立に向けた検討を行った。

回店フランチャイズ型事業者誘致モデルの導入

空洞化した商店街の再生を図るため、個店フランチャイズ型の事業者誘致モデルの導入に向けた取り組みを行った。

f アイヌ文化の知的財産化とブランディング

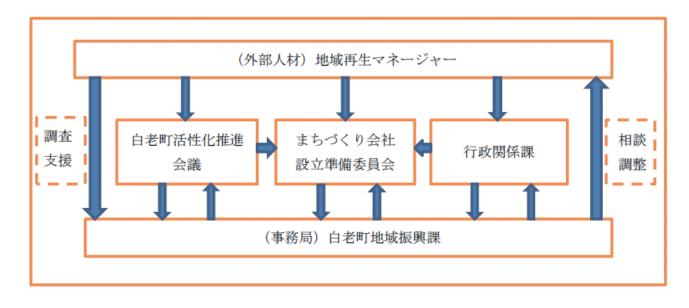
ニュージーランド・マオリ族をケーススタディとして、アイヌ文化の知的財産化への課題整理を行った。

採択事業の特徴など

個別事業の取組概要

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要



b 外部人材の役割

① 株式会社まちづくり白老の方向性確定

全国のまちづくり会社の先進事例を紹介するとともに、白老町の強み、弱みの整理を行った。また、 株式会社まちづくり白老の事業計画の策定に関する支援を行った。

② 外部経営人材の招聘

外部人材の招聘方法のアドバイスや外部人材の紹介を行った。

③ 株式会社まちづくり白老の設立準備事務局設置

まちづくり会社設立準備事務局の運営支援を行うとともに、会社登記事務や株主募集に係るアドバイスを行った。

④ 株式会社まちづくり白老の設立

まちづくり会社の設立事務や事業開始に向けたアドバイスを行った。

⑤ 個店フランチャイズ型事業者誘致モデルの導入

事業者誘致モデルのニーズ調査を行い、誘致モデルの構築のアドバイスを行った。また、他地域 との連携にあたっての業務支援を行った。

⑥ アイヌ文化の知的財産化とブランディング

アイヌ文化の知的財産化の課題整理やブランド構築に向けた支援を行った。

4 事業実施スケジュール

月	事業名		
	1 ⊟	多文化共生フォーラム企画打ち合わせ(白老町役場)	
7月	7 ⊟	まちづくり会社設立に向けての打ち合わせ (白老町役場)	
	15 ⊟	まちづくり会社準備委員会関連打ち合わせ (白老町役場)	
	28 ⊟	白老町金融協会とまちづくり会社設立準備打ち合わせ(白老町役場)	
	4 ⊟	東京商工会議所個店フランチャイズ型事業者誘致打ち合わせ	
	5 ⊟	多文化共生に関する協力依頼、打ち合わせ等(ふるさと回帰支援センター他)	
	8 🖯	第 1 回まちづくり会社設立準備委員会(白老町役場)	
	18 ⊟	2 地域居住モデルヒアリング	
8月	22 ⊟~ 24 ⊟	マオリ民族知的財産現地調査(ニュージーランド)	
	26 ⊟	アイヌ文化活用について打ち合わせ (JETRO)	
	30 ⊟	第2回まちづくり会社設立準備委員会(白老町役場)	
	31 ⊟	MICE 連携に関する各種打合せ(北海道庁、札幌市役所他)	
	9 ⊟	事業者誘致モデル打ち合わせ(札幌:JEROP)	
	10 ⊟~ 11 ⊟	飛生アートコミュニティー視察 (白老町)	
9月	12 ⊟	第3回まちづくり会社設立準備委員会(白老町役場)	
	28 ⊟~ 29 ⊟	ホテル事業者誘致個別説明(東京)	
	29 ⊟	JETRO ヒアリング(東京)	
	6 ⊟	事業者誘致モデルヒアリング(札幌:JEROP)	
10月	13 ⊟	白老町理事者および地域振興課打ち合わせ(白老町役場)	
	14、24 ⊟	第4回、第5回まちづくり会社設立準備委員会(白老町役場)	
	9 ⊟~ 11 ⊟	瀬戸内 DMO、有田まちづくり会社、太宰府ヒアリング	
11月	14 ⊟	白老町理事者および地域振興課打ち合わせ (白老町役場)	
	18 ⊟	第6回まちづくり会社設立準備委員会(白老町役場)	
	21 ⊟	第7回まちづくり会社設立準備委員会(白老町役場)	
12月	22 ⊟	東京都内関係機関打ち合わせ(内閣官房アイヌ総合政策室、経団連)	
	26 ⊟~	全国商工会議所、商工会に出店事業者に関するアンケート調査実施	
1月	16 ⊟	まちづくり会社 CEO 候補打ち合わせ(JTB 総合研究所)	
	7 ⊟	札幌事業者誘致説明会(札幌市:JEROP)	
	2 ⊟	首都圏メセナ企業ヒアリング(集英社、パルコ)	
2 🗆	4 ⊟	民族共生象徴空間記念講演会	
2月	5 ⊟	首都圏事業者誘致説明会(東京:東京交通会館)	
	9、15 ⊟	首都圏メセナ企業ヒアリング(ANA、ASAHI、JTB)	
3月	25 ⊟	多文化共生シンポジウム	

採択事業の特徴など

羽咋市

主な成果

a 株式会社まちづくり白老の方向性確定

検討開始当初は第三セクターである白老振興公社を母体にまちづくり会社の設立を目指していた が、最終段階の議会協議の結果、新規会社の民設民営によるまちづくり会社の設立を目指す(行政支 援は必要であり、協力連携していく)ことが確定した。

b 外部経営人材招聘

外部経営人材の招聘に際し、その必要な資質として「事業立ち上げの経験を有している」、「豊富な 外部人脈を有している」、「2期4年で実績を出せる能力を有している」の3点に整理した。

その上で、東北楽天ゴールデンイーグルスの元部長・森川勇一氏と交渉を行った。森川氏自身に外 部経営人材としての就任の検討を依頼するとともに、森川氏の人的ネットワークを通じて、他の人材 紹介の依頼も行った。

C株式会社まちづくり白老の設立準備事務局設置

まちづくり会社設立準備事務局を設置し、計7回の委員会を開催 し、株式会社まちづくり白老の設立に向けた検討を行った。

まちづくり会社設立準備委員会



d 株式会社まちづくり白老の設立

上記 a にて既述したように新規会社の民設民営によるまちづくり会社の設立が確定した。同時進行 で事業計画書に整理をした有望事業について、地域おこし協力隊のマンパワーを活用した新規事業開 拓を行うこととした。

○ 個店フランチャイズ型事業者誘致モデルの導入

全国の経済団体へ事業進出ニーズの調査を行い、調査結果を踏まえて白老町事業者誘致説明資料を 作成した。札幌市と東京都で各1回の事業者誘致説明会を開催するとともに、全国約400の経済団体 ヘアンケート調査を行い、他地域への事業者進出意欲を持った経済団体のデータベースを構築した。

事業者誘致説明会については、札幌市では飲食店を多店舗展開している JEROP グループに説明を 行い、好感触を得た。東京都では北海道庁が実施する説明会で白老町への事業者誘致説明を行った。

また、ホテル誘致も検討しており、ホテル事業者へのヒアリング調査を行い、公募仕様書の作成を 行った。

f アイヌ文化の知的財産化とブランディング

委員会メンバーを中心に、ニュージーランドのウェリントンでマオリ民族における知的財産権の取扱状況を確認するための 先進地視察を行った。

その結果、同行した町内アイヌデザインサークルのアイヌ知 財活用意識が高まり、北海道での MICE におけるアイヌデザイン商品を販売するスキームの構築に向けた議論をスタートさせた。アイヌデザイン商品をまちづくり会社の仲介により販売す

マオリ民族知的財産権現地調査



るスキームが確立できれば、安定したビジネスモデルとなることが期待される。

加えて、同行した金融機関から、まちづくり会社設立へのサポート意識が飛躍的に向上し、金融機関のロビースペースを活用したアイヌデザイン展示会を行うこととなり、金融機関とアイヌデザインサークルのコラボレーションが実現した。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

国立アイヌ民族博物館のオープンまで3年を切ったが、新たな交流人口増加を好機として地域再生 につなげるにはいくつかの課題を有している。

これを踏まえて、本事業では民設民営としてまちづくり会社を設立することを明確にし、これにより民間のスピード感を持った事業展開を行っていく。

国立アイヌ民族博物館のオープンを確実にビジネスへとつなげるために、まちづくり会社の設立を優先して行う必要がある。また、地域住民の多文化共生の地域づくりへの関心をさらに高めるために、本事業を通じて得た人脈を有効に活用していく。

個別事業の取組概要

大船渡市

作市

本市

寺市

7 外部人材コメント

多文化共生の魅力あるまちづくりへ白老町の大いなる挑戦



株式会社 JTB 総合研究所 篠崎 宏

2020年東京オリンピック・パラリンピックにあわせてオープンする民族共生象徴空間 (国立アイヌ民族博物館等) によって、北海道白老町は日本の地域を代表して民族共生 を含む多文化共生社会の扉を開けることになる。北海道にとっては新幹線開業と並ぶ歴 史的な事業であり、北海道内外からの白老町への期待は非常に大きい。

【地域の抱える課題及びそれに対してのアプローチ】

その一方で人口減少が著しい白老町では、行政を中心とした地域経営システムが限界に達しており、持続あ る多文化共生社会を実現するためには、下記に掲げる新たなエンジンとなりうる組織団体が必要となっている。

- ・白老町が目指す多文化共生社会の実現に寄与する組織団体
- ・地域をマネージメントし、白老町経済の活性化を実現する組織団体
- ・白老町が将来にわたって発展するための人材を育成する組織団体

全国各地の事例を研究した結果、多文化共生社会の実現にはまちづくり会社設立が不可欠との結論に達した。 本年度の新・地域再生マネージャー事業では、まちづくり会社の設立に向かって事業をスタートし、次に掲げ る成果を挙げている。

【取り組みを通じて得られた成果】

① まちづくり会社の方向性確定

様々な設立方法を検討した結果、一般社団法人白老観光協会をまちづくり会社に発展させ、株式会社化す ることを第一案とした。

② まちづくり会社設立準備委員会の設置

まちづくり会社の事業内容を検討する場として、実務責任者クラスが参加をする「まちづくり会社設立準 備委員会」を設置し、継続的な議論を行った。

③ まちづくり会社経営計画案の作成

民泊、知的財産管理、公共施設運営管理等を軸とした新たな事業開発を含むまちづくり会社の経営計画案 の作成を行った。

④ 事業者誘致説明会の実施

白老町への事業者進出を促すために「個店新規開業型事業者」と「個店フランチャイズ型事業者」を対象 とした事業者誘致説明会を札幌と東京で行った。

⑤ アイヌデザイン活用

北海道で行われる MICE ではアイヌデザインに関する主催者および参加者のニーズが非常に大きい。白老 町のアイヌデザインサークル団体が、MICE 市場をターゲットにしたアイヌデザインを活用したビジネス展 開の検討をスタートさせた。

2017年度は新たな戦力として地域おこし協力隊が3名加入、まちづくり会社による事業が本格的にスタート する予定である。民族共生を含む多文化共生の魅力あるまちづくりを白老町が実現することができるか、注目 していきたい。

2 ■ 3 青森県五所川原市「就農就労型 6 次産業化事業から農産業への醸成事業」

事業概要

総事業費	6,208 千円	
助成申請額	4,138 千円	
外部人材	宮﨑弘道(㈱ BeTogether 代表取締役)	

自治体概要

	F7 240 L (ACT # L / L F W # L C , T # 20 F 4 C 4 C 4 C 4 C 4 C 4 C 4 C 4 C 4 C 4			
人口	57,310 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)			
面積	404.18km (平成 26 年 10 月 1 日現在)			
人□密度	142人/㎢			
標準財政規模	17,176,568 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)			
財政力指数	0.32(平成 26 年度市町村別決算状況調)			
経常収支比率	96.9%(平成 26 年度市町村別決算状況調)			
担当課室	五所川原市 経済部 農林水産課			

取組概要

事業開始時点

- ■雇用対策・若者流出対策としての、 6次産業化に対する市民ニーズが 高い
- ■五所川原アグリアカデミーの開校 準備が完了
- ■赤〜いりんご・栄紅の市場流通に 先立ち、同じ機能性植物のマカ・ キクイモ・毛豆の契約栽培による 展開が可能
- ■平成 26・27 年度の新・地域再 生マネージャー事業を通じて、ま ちづくり会社・㈱アグリコミュニ ケーションズ(ACT)津軽が稼働 している(今年 2 期目)

(株)アグリコミュニケーションズ 津軽ホームページ



機能性植物から津軽創生へ

ホーム 代表挨拶 会社概要 経営理念 事業内容 お問い合わせ

外部人材による支援

- ACT の本事業推進業務を含む企 業経営支援全般
- ■五所川原市及び関係諸団体との情報共有と各種調整及びマネージメント
- ■近隣地域(津軽地方等)との機能性植物関連事業の連携可能性の協議検証
- 首都圏等他地域での機能性植物販路の開拓支援

事業終了時点(成果)

- ■五所川原市を中心にしながら、 県内外の 16 農家 26 ハウスで、 ACT 買い取りによるマカ契約栽 培を開始(収穫は平成 29 年 3 月 下旬)
- ■マカ栽培面積拡大を見据え、栽培 管理ICTシステムを導入
- ■五所川原アグリアカデミーに企業 からの特別研修生入校

ACT 主催の五所川原市 マカ生産者募集説明会



栽培管理用 ICT システム画面



五所川原市

羽咋市

本市

寺市

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

青森県・津軽半島の中南部に位置する五所川原市は、平成20年度末に約61,000人だった人口は減少を続け、平成27年12月現在は約54,000人となっている。第1次産業としては「りんご」、平成23~25年において3年連続日本一の漁獲量となった十三湖の「ヤマトシジミ」などがある。しかし、大規模流通依存や安価な輸入品を主因とした価格競争の激化も影響し、第1次産業就業人口は年々減少しており、その結果、作付面積も減少するなど、第1次産業の市内総生産は平成25年時点でわずか4.5%を占めるにすぎない。

この大きな課題を解決するために実施した平成26年度の「五所川原市・就農就労型6次化事業」、 平成27年度の「五所川原農林高校と地域事業法人ACTを核とした就農就労型6次化事業」を通じて、 株式会社アグリコミュニケーションズ津軽(以下、「ACT」という。)の設立、そしてACTとの契約 栽培の実現により、第1次産業就業者の環境が改善し始めた。

一方で、当初より赤~いりんご栄紅(商標:スペシャルガール)の商用販売は数年後であることが課題であった。この課題を解決すべく、昨年度事業より機能性植物マカの契約栽培に着手した。マカは ACT の販路先からの要望量が予定生産量を上回り、既存生産者に対して冬の農業(新しい収益構造)としての取り組みへ誘導するとともに、アグリアカデミー等を通じて新規就農者を育成することとした。

b 事業の目的

本事業では昨年度に検討を進めてきた機能性植物マカによる契約栽培の実施及び新規就農者育成といった仕組みを実践・確立し、他の機能性植物にも水平展開することを目指す。

ACT による高反収の機能性植物の契約栽培を通じ、既存農家の収入増、地域内新規就農者の雇用促進と域外流出防止、域外新規就農者の定住促進(又は二拠点居住)等につなげ、農業を中心とした 基盤充実・安定成長による五所川原市の"農産業"への醸成を図ることが本事業の目的である。

2 事業実施内容

a アグリアカデミー

高反収が期待できる機能性植物を実習作物とした総合的な農業研修を行う五所川原アグリアカデミーを開校する。入校に向けて、五所川原市民からの入校募集 PR と農産業への新規参入等を検討する企業・団体の職員等を特別研修生として受け入れる活動を行う。また、青年海外協力隊の事前研修としての受け入れの可能性を検証するため、関係者の招請視察を実施する。

b 市民対象の機能性植物体験プログラム

プログラムに対応できる人員の確保が困難になった影響により、平成29年度から実施することとして、事業計画の変更を行った。

C 機能性植物の契約栽培と生産者募集

ACT 主催及び機能性植物の契約栽培に興味を示す周辺自治体主催等でマカ生産者募集説明会を開催するとともに、実際に契約栽培によるマカ栽培を開始する。また、マカの今後の生産量拡大を見据え、ICT 栽培管理システムを導入する。

d 地域外への機能性植物の PR

全国の農業高校生及び教職員が手にするフリーペーパー "Agri Meister" に機能性植物を掲載する。 外部人材の宮崎氏らを中心に、PRも兼ねた首都圏・海外での機能性植物の商談を実施する。

採択事

業の特徴など

個別事業の取

紅組概要

大船渡市

八幡平市

三条市

須坂市

橋本市 紀の

真庭市

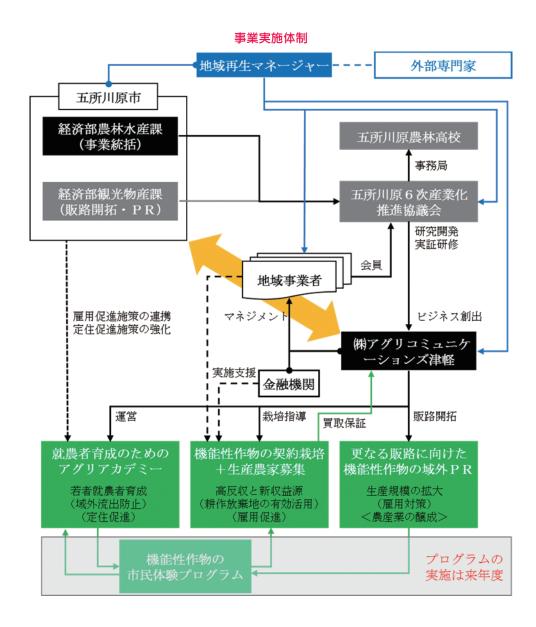
芦屋町

嬉野市

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

五所川原6次産業化推進協議会(事務局:青森県立五所川原農林高等学校)、ACT、産・学が主導するビジネスモデルを五所川原市が後方支援する体制で推進している。平成28年度は関連する事業者だけでなく、一般市民にも広く事業内容を共有するための体制を強化し、推進している。



b 外部人材の役割

アグリコミュニケーションズ津軽の本事業推進業務を含む企業経営支援全般を行ったほか、五所川 原市及び関係団体との情報共有と各種調整業務を担った。

本事業を通じた他地域(鶴田町・中泊町・深浦町・藤崎町等の津軽地域及びその他県内外)との連携可能性を検証した。

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容				
4月	22 ⊟	ACT 佐藤社長上京による全国農業高等学校長協会協議			
4 /	26 ⊟~ 28 ⊟	ACT 事業推進計画の策定及びアグリアカデミー広告制作協議			
	12 ⊟~ 14 ⊟	マカ生産者募集及びアグリアカデミーの推進協議			
5月	15 ⊟~ 17 ⊟	五所川原 6 次産業化推進協議会総会			
373	20 ⊟	全国農業高等学校長協会発行のフリーペーパー「Agri Meister」にてアグリアカデミー 及び機能性植物の告知			
	5 ⊟~ 7 ⊟	広報ごしょがわら原稿打ち合わせ及びマカ説明会に向けた協議			
	14 ⊟~ 15 ⊟	藤崎町主催のマカ生産者募集説明会等			
6月	19 ⊟~ 20 ⊟	機能性植物の加工機材視察(兵庫県)			
	24 ⊟~ 25 ⊟	ACT 主催の五所川原市マカ生産者募集説明会			
	25 ⊟	広報ごしょがわら 7 月号にてアグリアカデミーの告知			
	12 ⊟~ 13 ⊟	五所川原6次産業化事業等を事例とした廃校利活用の講演及び意見交換(群馬県)			
7月	14 ⊟	山形県新庄市役所担当者との機能性植物に関する地域活性化の意見交換(都内の山形県 アンテナショップにて)			
	27 ⊟~ 29 ⊟	アグリアカデミー募集状況とマカ生産に向けた状況の確認協議			
	1 ⊟	大手企業社員 1 名をアグリアカデミー特別研修生として受入れ、授業開始。			
8月	2 ⊟~ 5 ⊟	ふるさと財団事務局長視察アテンド及び立佞武多運行参加等			
0月	19 ⊟	JICA 関係者によるアグリアカデミー環境の招請視察			
	22 ⊟~ 25 ⊟	ふるさと財団事業視察及び JICA 関係者視察に向けた段取り協議			
9月	9月 27日~30日 ふるさと財団事業視察等				
	6 ⊟~ 11 ⊟	マカの栽培指導用計測機器の納入検証等			
10月	15 ⊟~ 19 ⊟	マカの栽培指導用計測機器の各圃場への設置及び生産者との意見交換			
10/3	21 ⊟~ 23 ⊟	マカの栽培指導用計測機器の各圃場への設置及び生産者との意見交換			
	29 ⊟~ 31 ⊟	マカの栽培指導用計測機器の各圃場への設置及び生産者との意見交換			
	1 ⊟	マカの栽培指導用計測機器の各圃場への設置及び生産者との意見交換			
11月	3 ⊟~ 5 ⊟	マカの栽培指導用計測機器の各圃場への設置及び生産者との意見交換			
	25 ⊟~ 28 ⊟	関係事業者との農産業醸成に向けた個別面談協議等			
	下旬	五所川原市暮らしの便利帳にてアグリアカデミーの告知			
	1 ⊟~ 2 ⊟	マカ加工品生産に向けた競技等			
12月	18 ⊟~ 19 ⊟	ACT 第二期決算及び第三期計画立案に向けた協議等			
	24 ⊟~ 26 ⊟	ACT 第二期決算に向けた取締役会			
	21 ⊟	日本中小企業ベンチャービジネスコンソーシアムでの植物工場等に関する受講			
1月	22 ⊟~ 24 ⊟	マカ収穫説明会等			
	29 ⊟~ 30 ⊟	次年度以降の外部人材との連携に向けた協議等			

主な成果

a アグリアカデミー

高反収が期待できる機能性植物を実習作物とした総合的な農業研修を行う五所川原アグリアカデ ミーを開校した。入校に向けて、五所川原市民からの入校募集 PR と農産業への新規参入等を検討す る企業・団体の職員等を特別研修生として受入れる活動を行い、8月1日から、大手企業社員1名を 延べ3年契約で特別研修生として受入れた。また、マカ生産者に対しては、アグリアカデミーの実習 項目に準拠して栽培指導を実施した。

この他、青年海外協力隊の事前研修としての受け入れの可能性を検証するため、関係者の招請視察 を行った。

五所川原アグリアカデミー広告(「五所川原市暮らしの便利帳」、発行部数:27,500部)



b 市民対象の機能性植物体験プログラム

プログラム対応人員の確保が困難になった影響により事業計画の変更を行った。平成29年度から のプログラム実施に向けた人員確保を進めた。

C機能性植物の契約栽培と生産者募集

ACT 及び機能性植物の契約栽培に関心を示す周辺自治体主催でマカ生産者募集説明会を開催し、 計33名の農家が参加した。結果、青森県内13農家、県外3農家の計16農家がマカ生産者となり栽 培を開始した。契約栽培量は、全26ハウスで13万苗超となっている。マカの今後の生産量拡大を見 据え、ICT 栽培管理システムを導入した。

マカ生産者募集説明会



ICT 栽培管理システム



d 地域外への機能性植物の PR

全国農業高等学校長協会が発行する、全国 361 校の農業系高校全生徒約9万人及び関係省職員に配布されるフリーペーパー「Agri Meister (アグリマイスター)」の裏表紙にアグリアカデミー開校を掲載した。合わせて、機能性植物PR実施の可能性を校長協会事務局と協議した。

赤~いりんごの展開に関しては、栄紅(スペシャルガール)の収穫年度に向けて、昨年度に外部人材が海外マーケティングを行った上海・タイ・台湾の青果事業者を中心に、現在も商談を推進している。毛豆・キクイモ等の機能性作物については首都圏直販ルート(出張販売等)を、ACTが生産者と連携して推進している。

6 今後の展望、次年度以降の取り組み

機能性植物マカについて、五所川原市を中心に周辺地域からも契約栽培希望者が現れ、26 ハウスが 契約栽培を開始した。ACT が売り先を確保していることから、経営基盤強化も期待できる。一方で、 五所川原アグリアカデミーは苦戦している。マカの収穫が本年度であり、懐疑的な声があったことと 授業料発生が地域文化に合わなかったためである。

この状況を踏まえ、広報 PR は継続しながら、農産業へ新規参入等を検討する企業・団体からの研修生の受入活動を行い、3年契約での受け入れが実現したことは1つの成果である。市民からの入校に向けては、UII ターン施策と連動した募集や、高校・大学からの進路にしていくことを考えている。

本事業により発足した ACT は、第 3 期(平成 29 年 12 月)に経常黒字が見込まれる中、平成 29 年度も農業センターの業務を受託するとともに、平成 29 年度中に栄紅の専用利用権を設定する。また、新品種「レッドキュー」についても品種登録完了後に同様の手続きを予定しており、五所川原市を代表するまちづくり会社として新しい農産業と雇用創出につながるビジネス事業体に発展できるよう、必要な支援策を講じていきたい。

また、本事業で外部人材をお願いした、宮崎氏・塚田氏には平成29年度以降も、ACTとの連携で 五所川原市のビジネス創生に協力をいただけることになっており、本事業開始時からの「産学が主導 し官が補助する」体制を継続する方針としている。

採択事

紅組概要

大船渡市

三条市

羽咋市

本市

観音寺市

機能性植物を津軽創生に繋げる農産業醸成と若手生産者の挑戦



7 外部人材コメント

株式会社 BeTogether 代表取締役 宮崎 弘道

五所川原の赤~いりんごとの出会いから4年。「若者が残りたくても、残れない。農 業をやりたい生徒も多い。なんとかしたい。」現在、株式会社アグリコミュニケーショ ンズ津軽(ACT)の代表取締役社長を務める佐藤晋也氏が当時、五所川原農林高校の校 長だった時の言葉です。この言葉には、五所川原市が抱える問題の多くを含有した言葉

だった印象があります。

平成26年度にスタートした本事業は本年度で3年目を向かえ、五所川原農林高校が事務局だった五所川原6 次産業化推進協議会から発足した ACT により、赤~いりんご・マカ等の機能性植物を活用したビジネス創生 に繋がりました。

赤~いりんご・栄紅は事業開始当初より、市場流通には一定期間が必要なことが判っていた中、既存商品等 の販売・PR に向けて、高校生によるダイレクトマーケティング実習を行っていた生活科学科が、生徒減等に 伴い平成28年4月から募集停止の発表があり、地域の6次産業化には、より直接的なアプローチが必要とな りました。そこで、平成27年度にマネージャーが市に協力を依頼し、ACTが希望していた機能性植物マカの 栽培研究を行えたことで、基本的な栽培方法の確立に至りました。

本年度、ACT の経営基盤強化と農家の冬の農業のための機能性植物マカの契約栽培と、未来の津軽地域を 支える就農就労者を育成する五所川原アグリアカデミーを中心に、事業推進の支援を行いました。五所川原ア グリアカデミーの生徒募集は、同広報を通じて ACT に若手アルバイトの採用には繋がりましたが、市民から の反応が少なく、今後に向けて市と対策(UII ターンとの連携等)を練っています。一方で、企業・団体等か ら特別研修生の受入対応活動により人材を受け入れることはできました。同社と ACT とは共同研究を行う派 生効果も生まれました。

五所川原市の農家は50代以上が60%以上を占める中、マカ生産者募集において、親世代がまだ現役の若手 生産者がチャレンジをしたいと名乗りを上げ、マカ生産者の多くが30代・40代となりました。農産業として の醸成は、このようなチャレンジ精神を持つ若手生産者の存在が大事です。この世代の拡がりから、来年度は 自分も栽培参加したいという方が増えており、今後、マカ=五所川原(津軽地域)の定着が期待できるでしょう。

機能性植物・赤~いりんごから始まった新・地域再生マネージャー事業での活動は本年度で終了となります が、小生、来年度以降も ACT の事業支援を行うことになっており、これからも当地の農産業としての醸成に 貢献していきたいと思います。

2 4 岩手県大船渡市「さんまにフォーカスした「さかなグルメ」のまち大船渡を目指した地域振興事業」

事業概要

総事業費	6,072 千円	
助成申請額	4,048 千円	
井手 修身(イデアパートナーズ株式会社)		
外部人材	高山 美佳(LOCAL&DESIGN 株式会社)	

自治体概要

人口	38,421 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	322.50km (平成 26 年 10 月 1 日現在)
人□密度	119人/k㎡
標準財政規模	11,207,817 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.42(平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	92.9%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	大船渡市 商工港湾部 観光推進室

取組概要

事業開始時点

- ■市民にとって豊かな水産資源は日常のものであり、その本質的価値に気付いていない
- ■地域資源である「さんま」を資源 や誇りとして意識していない
- ■さんまにまつわるさまざまな事業 が実施されているが、個別で実施 されている状況であり、全体最適 の打ち出しが出来ていない

外部人材による支援

- ワークショップを通じた市民の意 識醸成
- ■プログラム実行支援
- ■「さんまの話」制作を通じた市民 巻き込み支援

事業終了時点(成果)

- ■さんままつりプログラム実行を通 じた市民参画および意識醸成
- ■「さんまの話」制作を通じた市民 参画および意識醸成
- ■さんまを通じた地域振興による外 部へ波及

官民会議による協議の様子



外部人材によるワークショップの運営



さんままつりプログラムの実行



羽咋市

橋本市

観音寺市

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

大船渡市は、黒潮と親潮がぶつかり合う世界有数の三陸の豊かな漁場に抱かれている天然の好条件から、サンマ、サケ、スルメ、サバなどの魚介類が一年を通じて水揚げされる。また、沿岸海域では変化に富んだリアス海岸の静穏な湾が多く、天然資源に恵まれるとともに、養殖漁業が盛んである。

水揚げされたものは、主に大量消費地である首都圏へ出荷されており、家庭では、水揚げされた新鮮な魚介類を地域の魚屋で購入したり、おすそわけでご近所から貰ったりして調理方法も工夫され大切に食べられている。

市民はこの現状を当たり前だと考え、その食材の価値を誇りに思ったりする意識が希薄である。この本質的価値を市民に認識してもらい、次の段階として市外の人にも知ってもらうことが、市民の誇り醸成につながると考え、魚食を通じたさかなグルメによる地域振興を実施していくこととした。

b 事業の目的

大船渡市まち・ひと・しごと創生総合戦略において、産業競争力の強化の施策の中で、おいしい「食」づくり力向上プロジェクトとして、新たに開発された特産品及び地域メニューの件数を評価指標として定めている。

本事業は、「さかなグルメのまち大船渡」を目指す中で、多数ある魚介類の中から、昔から市民に食され、市内に関係する事業者も多く、既存事業との関係等も考慮し、先ずは「さんま」に焦点をあて実施することとした。

現在、さんまに関わる取り組みは、日常の家庭での食から飲食店でのメニュー提供、事業としての展開、市としての市内外への発信のためのまつりなど非常に多数のものが存在している。この各種取組を個別の取り組みとして閉じるのではなく、事業主体の垣根を越えて、「さんまと言えば大船渡」という認識が全国的に広く浸透し、市外からの還流人口が増え、市内の事業者も潤い、市民が誇りに思うことにより大船渡市の水産業を軸とした地域再生につなげていくことが本事業の目的である。

2 事業実施内容

a 接点構築

市民との接点構築を目的に、市民参加型のワークショップを3回開催した。

第1回は、外部人材の井手修身氏による基調講演を実施し、市民の中に内在するさんまに関する情報共有や意見出しを実施した。

第2回は、さんまにまつわる様々なプログラム検討のための「さんまプログラム班」、さんまにまつわる様々な話を収集する「さんまの話班」に分かれて企画を検討した。

第3回は、各班で検討、企画したものを披露し、その内容を研ぎ澄ませ実行する場として、「さんまプログラム部会」、「さんまの話部会」を発足させた。

b さんまグルメ開発と発表の場創り

市民参加のワークショップ運営プロセスの中で、さんまに関する食や文化などを発信できる場を設定した。三陸大船渡さんままつりを市民参加型の祭りとして開催し、さんままつりに至るプロセスの中で、様々なプログラムを実行し、市民参画の場創りを実施した。

C さんままちおこし冊子の制作

「さんまの話部会」の市民を中心に、市民及び生活の中に内在するさんまに関する食や文化などの取材、外部人材の高山美佳氏による現地取材、取材の過程で関係した市民を更に巻き込んで、さんまの話の冊子を制作した。

d さんまに関する新たな特産品開発や地域メニュー創出

ワークショップの市民参画プロセスやさんまの話の冊子作成の過程を通じて可視化されたものをも とにし、様々なプログラムが実行された。官民連携の委員会や市民が中心となってさんまにまつわる 様々な活動を行った結果、「さんまと言えば大船渡」を具現化する市民活動の機運も醸成され、特産 品開発や地域メニュー創出につなげた。

個別事業の取組概要

八幡平市

須坂市

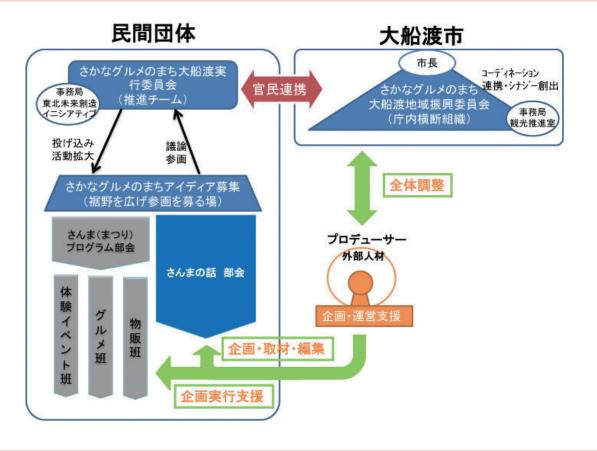
真庭市

芦屋町

事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

民間団体である「さかなグルメのまち大船渡実行委員会(推進チーム)」及び大船渡市長をトップ とする「さかなグルメのまち大船渡地域振興委員会(庁内横断組織)」が連携し「さんまと言えば大 船渡」に向けた戦略を企画立案する。推進チームは、市民参画を図って裾野を広げる活動の場として、 さかなグルメのまちアイデア募集のワークショップを開催する。

b 外部人材の役割

外部人材は、官民連携組織で企画立案した「さんまと言えば大船渡」という状態を目指す戦略を具 現化するための全体調整を実施し、推進チームが企画したワークショップ運営や参画した市民が中心 となって組織した各部会の企画実行支援や冊子の取材、編集を実施する。

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容					
5月	12日 さかなグルメ実行委員会 市民参画 PJ 検討会					
6月						
7月	5~ 6⊟	第1回さんまワークショップ&基調講演				
/ //	20 ~ 21 ⊟	第 2 回さんまワークショップ				
8月	3 ~ 4 ⊟	第3回さんまワークショップ&発表会				
		ふるさと財団視察				
	1 ⊟	さんままつり部会開催				
9月	5 ⊟	「さんままつりプログラム部会」3苗床打ち合わせ会				
	20 ~ 30 ⊟	部会(T シャツ作成班)打ち合わせ				
	7 ~ 14 ⊟	「さんまの話部会」開催、冊子化スケジュール、役割分担共有。				
10月		さんまに関わる飲食店や水産会社、漁師、小売店など、各地への取材				
10/3	9 ⊟	三陸大船渡さんままつり(市民参画苗床披露)				
	15 ~ 16 ⊟	大船渡市産業まつり				
11月	30 ⊟	さんままつり部会今後検討会				
11/3		ふるさと財団視察				
12月 23日 産直海鮮まつり (苗床すり身汁班) 披露		産直海鮮まつり(苗床すり身汁班)披露				
1月	10 ~ 31 ⊟	さんまの話部会打ち合わせ、取材				
2月	6 ⊟	さんまの話部会打ち合わせ				
2月	20 ⊟	「さんまの話」冊子完成				
3月	1 ~ 20 ⊟	さんまの話部会 冊子を各学校などへ配布				
3月	15 ⊟	さんままつり部会 各班プロジェクト会議実施				

5 主な成果

a 接点構築

「さかなグルメのまち大船渡」ワークショップを3回開催し、市内の高校生、主婦、飲食店、宿泊業者、リーダー育成塾卒塾生、青年会議所、漁師、鮮魚店、観光物産協会、市職員、県職員など78名が参加した。外部人材が様々な事例紹介を実施したことが触媒となり、ワークショップ開催後、参加者が互いに刺激し合い、一緒に活動する機運が高まり、自主的に集まって具体的な企画立案を実施した。

【ワークショップの様子】





個別事業の取組概要

大船渡市

八幡平市

本市

観音寺市

b さんまグルメ開発と発表の場づくり

さんまにまつわるプログラムコンテンツを開発する市民参画の活躍の場(苗床)として、さんままつりプログラム部会を発足させた。開発や発表の場としては、三陸大船渡47さんままつり、産直海鮮まつりを設定した。また、三陸大船渡さんままつりに至るプロセスの中で、さんまにまつわる事業への子供たちや市民が参画する様々な事業を民間が運営する推進チームが主体となって実施した。

【部会での検討の様子】





C さんままちおこし冊子の制作

さんまにまつわる市民生活の中に内在する食や文化の取材を実施するさんまの話部会を発足させた。部会メンバーを中心に、取材の過程で関係する市民を巻き込み、冊子を制作することで携わった市民が地域資源としての「さんま」への誇り醸成につながった。また、制作した冊子を活用して、市内外への周知を行うことで、市内では市民の誇り醸成への寄与、市外へは「さんまと言えば大船渡」の発信の一助となる効果が期待できる。

d さんまに関する新たな特産品開発や地域メニュー創出

官民連携の委員会や市民が中心となってさんまにまつわる様々な活動を行った結果、さんまプログラムとして「さんまTシャツ販売」、「さんまスタンプラリー」、「さんま迷路」、「さんま紙芝居」のコンテンツが三陸大船渡さんままつりで提供された。また、産直海鮮祭りにおいては、さんますり身汁(味噌味、醤油味)が提供された。大船渡市全体でさんまにまつわる様々な取り組みを行ってきた結果、想定していなかった成果として、市内事業者による「さんま餃子」の開発、市外事業者による「元祖三陸大船渡さんま寿司」の商標登録および商品開発を実施した。また、日本一のさんまB級グルメ開発を目標とする未婚男女が参画するイベントも実施され、市内外で「さんまと言えば大船渡」という活動機運が高まった。

【さんま T シャツ】





【さんますり身汁】



【さんま餃子】



【元祖三陸大船渡さんま寿司】







【B級グルメ開発】



6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

本年度は、外部人材を活用したワークショップ運営を通じて市民有志の発掘、中心となって活動するメンバーの機運醸成及び戦略のブラッシュアップを実施した。現在の組織を主体とした活動については、少しずつではあるが、持続的な取り組みが可能な状況となり始めている。一方で、本組織の財源は、市からの補助金・交付金に依存しており、事業から創出されるビジネスからの収入に基づいた組織運営に移行することが望まれる。

ワークショップなどの活動も影響し、各部会での市民の活躍だけでなく、それ以外の市民も、さんま餃子やさんまの押し寿司など、新たなさんま商品の開発が自発的に生まれ始めている。同時にさんまグルメを起点とした婚活イベントやさんまに合う塩の開発案を高校生が考え、大船渡市で行われたビジネスプランコンテストの企画部門で発表し、賞を受賞するなど、少しずつまちに広まりつつある。今後は、生まれ始めている活動をより拡大し、市民が活躍できるためのフォローやそれぞれをつなげるイベントなどを企画し、「さんまと言えば大船渡」に向けて全体最適を目指した活動を中心に行う。

しかしながら、部会や自発的に生まれたさんまにまつわる活動は、ビジネスに直結するものが少なく、それらを支える組織や体制の構築もまだ整っていない。ビジネス自体の発展、拡大もさることながら、それらを運営していくための組織を構築することも次年度へ向けて必要な動きとなる。

今後はこれまで実施した事業を精査し、持続可能性、ビジネス創出の観点を主眼に置き、骨太の戦略としてまとめ、市民や行政や事業者等が横断的に取組む場を創り、それをサポートし、進めていくための受け皿(組織)を構築することにより、新たな事業創出、市民の担い手や事業から創出される新たな職場の確保、地域外からの交流人口増加、移住者の増加による一定の人口減少抑制にもつなげることにより、地域住民がこの地に住み続けられることを目指す。

個別事業の取組概要

大船渡市

三条市

本市

観音寺市

「さんま」にフォーカスした「苗床」づくり



7 外部人材コメント



イデアパートナーズ(株) 代表取締役 井手 修身 LOCAL&DESIGN 株式会社 代表 高山 美佳

【事業概要】

大船渡市は、東日本大震災からの復興に向けて、様々な整備がな されています。その中で「さかなグルメのまち大船渡」を実現する

ため、「さんま」に焦点をあて、「さんまと言えば大船渡」という、まちづくりを目指しています。

今年度は、市内に散在する「さんま」にまつわる各種取組を、個別のものとして閉じることなく、事業者の垣根 を越えて、市民参加型で、この事業に取り組む意識醸成をし、ボトムアップでプロジェクトを創り上げることに取 り組んできました。

【抱える課題と解決の方策】

課題は、大きく2つありました。1つは、「さんま」をテーマにした各種取組みは既にありましたが、行政、関 係団体主導となっており、本格的に市民が参画していないこと、2つ目は、取り組みがイベントに偏り、一過性の ものになりがちであることでした。

そこで、私たちは、行政、関係団体で構成された「さかなグルメのまち大船渡実行委員会」を中心に、地域資源「さ んま」を活用して、市民が主体となって参画できる場『苗床』づくりに着手しました。具体的には、市報、新聞、メディ アで広く市民に呼び掛けて、ワークショップを開催しました。3回のワークショップには、高校生、主婦から漁師、 鮮魚店、観光事業者等、78名が参加して、「さんまの生活文化を掘り起こそう!創ろう!」を議論しました。

このワークショップの中から、2つのプロジェクトの部会が立ち上がりました。

① さんまプログラム部会

さんまに関する食や文化などを発信できる場として、「大船渡さんままつり」を市民参加型の祭りとしてリ ニューアルし、来訪者が楽しめる企画、プログラムをつくる。

具体的に、紙芝居班、T シャツ班、すり身汁班、漁船体験班が立ち上がり、各班が主体となって実施しました。

② さんまの話部会

市民への啓発や活動の仲間、応援者を増やすために、ワークショップ参加者や市民への取材、ヒアリングの 話を盛り込んだ「さんまの話」冊子、2000部(A5サイズ、136頁)を制作し、学校、市の中心的な場所に設 置しました。さんま漁、加工品、料理、味からさんまにまつわる伝説や歴史、生活文化、風景をまとめました。 また、市外への活動 PR 用として、「さんまのパンフレット」10,000 部を制作しました。

【次年度以降の展開】

「さんまと言えば大船渡」の意識醸成とボトムアップでプロジェクトをつくることについては、一定レベルで達 成できたと考えます。特に2つの部会メンバーは、来年以降も継続的に参加するメンバーになりました。来年度以 降は、「さかなグルメのまち大船渡実行委員会」の組織強化を行います。会をコーディネートするキーマン人材が

また、さんまをテーマにした新たな特産品開発や観光プログラムメニューを創出し、地域の生業につながるビジ ネス創出を行っていくことになります。

引き続き、学校や市民団体へも働きかけて、市民が誇りに思えるシビックプライドづくりを継続していきます。 それが大船渡市の水産業を軸とした地域再生に繋がっていくことになります。

2 5 岩手県八幡平市「ICT を活用したウェブプロモーションによる観光地魅力訴求モデル構築事業」

事業概要

総事業費	10,793 千円	
助成申請額	7,000 千円	
外部人材	菅野 剛(株式会社 TAISHI 代表取締役)	

自治体概要

人口	27,180 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)		
面積	862.30km (平成 26 年 10 月 1 日現在)		
人□密度	32 人 /k㎡		
標準財政規模	12,132,964 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)		
財政力指数	0.30(平成 26 年度市町村別決算状況調)		
経常収支比率	85.8%(平成 26 年度市町村別決算状況調)		
担当課室	八幡平市 商工観光課		

取組概要

事業開始時点

- ■地域から人□流出が継続
- ■町村合併の効果が発揮されず、優良資源が未活用
- ■地域情報の発信が不足

外部人材による支援

- 地域資源の整理・編集により新た な観光需要を取り込む要素を発掘
- ■ワークショップを通じて、八幡平 市の魅力を発信する YouTuber (ハチエイター) を育成
- WEB プロモーション効果測定に よりハチエイターを評価

事業終了時点(成果)

- ■八幡平市の魅力を発信できる地域 資源活用の方向性を確立
- ■ハチエイターが動画制作ノウハ ウ、情報発信ノウハウを習得
- ■ハチエイターの有効性を検証・確認

観光情報発信のフロー図



情報発信スキルの習得



情報発信の人材育成



個別事業の取組概要

事業の背景と目的

a 事業の背景

八幡平市は、盛岡市の北西に位置し、西は秋田県仙北市、鹿角市、北は青森県田子町と接する北東 北(青森・秋田・岩手)のほぼ中心にあり、旧安代町と旧西根町、旧松尾村の町村合併により平成17 年に誕生した、総面積826km²、総人口約2.7万人の町である。合併前の各町村の独自の歴史や文化が 存在しており、各種体験メニューも豊富である。

高齢化の進展と若者の流出が相次ぎ、人口減少による後継者不足、雇用の場の不足等の課題に加え て、スキー需要の激減、旅行形態の変化に伴う個人旅行へのシフトといった変化に素早く対応できず、 観光客の入込数は平成4年度の約550万人をピークに年々減少し、平成21年度には350万人と、ピー ク時の2/3まで減少している。

このような状況を踏まえ、持続的な発展を遂げるためには「21世紀最大の産業」とも言われる観光 産業の強化が地域再生への近道であると捉え、これまで行政や商工会、観光協会等が連携して様々な 取り組みを実施してきた。しかし、急速に期待が高まる観光振興において、本来は必要とされる他地 域との差別化を図るためのブランド構築やプロモーション等に力を注いでいなかったため、期待して いる成果につながっていなかった。

交流人口の拡大における地域経済の活性化を実現させるためには、まさに外部人材のような専門的 な知識や経験、戦略や戦術を持つ外部専門家の支援が必要不可欠であり、当事業の実施における地域 再生に大きな期待を寄せている。

b 事業の目的

当事業では、個人旅行化の進む観光市場に向けて、減少を続けるスキー需要に変わる当該地域独自 の伝統や文化、歴史資源を活用した新たな観光需要(ニューツーリズム)の掘り起しを行うとともに、 革新を続ける ICT 技術を活用し、八幡平市の持つ観光の魅力を直感的に訴求することが可能な動画を 多用したプロモーションにより、新たな観光需要の創出を目指す。

事業実施内容

a 新たな観光需要を取り込む為の活用すべき観光資源の抽出と整理編集

八幡平市の観光資源の情報収集を行い、これをリスト化した上で、各資源に係る現地視察とその評 価を行った。

b 八幡平市の四季の歴史文化等を魅力ある動画で訴求する"YouTube"動画制作

映像制作専門家を八幡平市に招聘して動画制作を行うとともに、映像制作に関するワークショップ を開催した。

ワークショップ参加者(ハチエイター)による動画の制作と発信を実施した。

C WEB プロモーション構築に向けた効果検証業務

Facebook や YouTube で発信された動画に関する調査研究を行った上で、ワークショップ参加者 (ハチエイター) の動画の評価と特性の分析を行った。これをもとに、八幡平市が発信する観光情報のターゲット仮説を設定した。

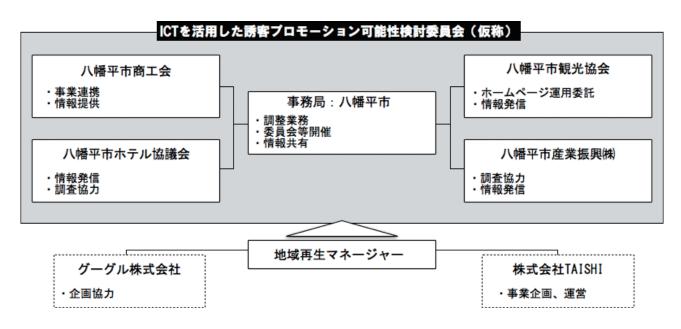
d 地域の合意形成の推進

ICT 技術を活用したプロモーションの仕組みと体制を構築し、地域一体となった持続発展的な地域 創生を目指すため、事業報告会の開催等により地域の合意形成を図った。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

八幡平市観光審議会の構成メンバーである4つの団体・企業と八幡平市において「ICT を活用した 誘客プロモーション可能性検討委員会」を設置し、外部人材のコーディネートのもと、その助言を受 けながら推進した。



b 外部人材の役割

- ① 新たな観光需要を取り込む為の活用すべき観光資源の抽出と整理編集
 - ・可能性検討委員会におけるアドバイス
 - ・制作動画テーマ及び制作者の選定
- ② 八幡平市の四季の歴史文化等を魅力ある動画で訴求する "YouTube" 動画制作業務
 - ・動画制作者による八幡平市観光資源の動画撮影のディレクション業務の支援

個別事業の取組概要

③ WEBプロモーション構築に向けた効果検証業務

- ・効果的な WEB プロモーションの確立に向けて、成功事例の収集やグーグル社との連携による調査設計に係わる助言
- ・WEB プロモーション手法の持続的な活用計画の作成における助言

④ 地域の合意形成の推進

- ・事業報告会の企画設計への助言
- ・事業報告会での基調報告及びパネルディスカッションのコーディネート

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容					
6月	20 ⊟~ 30 ⊟	20 日~ 30 日 八幡平市地域資源のリスティングと一覧表整理(TAISHI オフィス)				
	1 ⊟~ 5 ⊟	第 1 回現地調査実施(八幡平市)				
7月	5 ⊟	新・地域再生マネージャー事業委員会 (八幡平市)				
	6 ⊟	地域資源の視察および整理 (八幡平市)				
	1 ⊟~ 2 ⊟	ワークショップ企画資料作成(TAISHI オフィス)				
	3 ⊟	ワークショップ企画打合せ(TAISHI オフィス)				
8月	18 ⊟~ 20 ⊟	事業の進捗共有、受講者の状況ヒアリング (八幡平市)				
	22 ⊟~ 24 ⊟	ワークショップ資料作成 (八幡平市)				
	25 ⊟	ワークショップ募集・運営企画会議 (八幡平市)				
	6 ⊟	新・地域再生マネージャー事業委員会 (八幡平市)				
9月	16 ⊟	八幡平市担当者との打ち合わせ(八幡平市)				
	24 ⊟~ 25 ⊟	第1回ワークショップ(八幡平市)				
10月	12 ⊟~ 14 ⊟	動画撮影への随行 (八幡平市)				
107	20 ⊟	ワークショップ企画打合せスカイプ会議(各オフィス)				
	1 ⊟	新・地域再生マネージャー事業委員会 (八幡平市)				
11月	27 ⊟	第2回ワークショップ (八幡平市)				
	30 ⊟~ 1 ⊟	受講者の状況ヒアリング、進捗打合せ(八幡平市)				
12月	16 ⊟~ 17 ⊟	第3回ワークショップの事前打合わせ、受講者ヒアリング (八幡平市)				
127	22 ⊟~ 23 ⊟	第3回ワークショップ (八幡平市)				
	4 ⊟~ 5 ⊟	報告会用資料作成(TAISHI オフィス)				
1月	10 ⊟~ 11 ⊟	動画制作進行シナリオおよび撮影行程の作成(TAISHI オフィス)				
'/	14 ⊟~ 15 ⊟	動画制作撮影および編集支援(八幡平市)				
	17 ⊟	新・地域再生マネージャー事業報告会				
2月	6 日~8日 報告書のとりまとめ					

5 主な成果

a 新たな観光需要を取り込む為の活用すべき観光資源の抽出と整理編集

専門家、行政、商工団体、観光関連事業者等で組成した可能性検討の場として委員会及びワークショップを開催し、動画発信素材として活用可能な地域資源 45 資源を抽出した。

これを、「歴史・文化」、「食材」、「グルメ」、「体験」、「温泉」の5つのカテゴリーに分類・整理し、一覧表に取りまとめた。

No	名 称	展示・見学・体験内容	所在地	電話	営業時間	料金	備考
1	八幡平市松尾鉱山資料館	東洋一の硫黄鉱山「松尾鉱山」	八幡平市柏台2丁目5-6	0195-78-2598	9:00~16:30	無料	定休日:月曜、12/29-1/3
2	釜石環状列石	縄文時代末期の遺跡	八幡平市柏台さくら公園 (復元レプリカ)			無料	八幡平市教育委員会
3	松尾歴史民俗資料館	八幡平考古学資料展示	八幡平市柏台2丁目5-6	0195-78-2598	9:00~16:30	無料	定休日:月曜、12/29-1/3
4	八幡平市博物館	八幡平の生活用具、風俗の展示	八幡平市叺田230	0195-63-1122	9:00~16:30	大人200円	定休日:月曜、12/29-1/3
5	八幡平市松尾ふれあい文化伝承館	旧松尾村ゆかりの著名人の資料 の 収蔵、展示		八幡平市松尾地区 公民館 0195-76 -3235		無料	平成3年開館 休館:第1·第2月曜日、年末 年始
6	八幡平市西根歴史民俗資料館	旧西根町の歴史、民俗に関する 資料 の収蔵、展示	八幡平市西根寺田15-127	0195-77-2024	9:00~16:30	大人200円	八幡平市博物館分館 休館:月曜日、年末年始
7	浅沢神楽(浅沢神楽伝承館)	浅沢神楽保存会	八幡平市岩木向77	0195-76-2111			

【整理された資源一覧(歴史・文化)】

b 八幡平市の四季の自然、歴史文化等を魅力ある動画で訴求する "YouTube" 動画制作業務

外部人材の企画・設計のもと、観光領域に高い知見を持った動画制作者を八幡平市に招聘し、八幡 平市の観光をテーマ別に2種類の映像を制作した。

【招聘人材による制作動画】









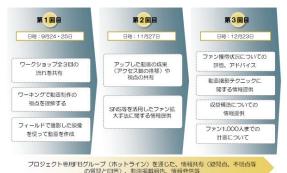




個別事業の取組概要

また、地域 YouTuber (ハチエイター) を育成するためのワークショップを開催し、地域住民が自 分のよく知る地域資源を素材とした映像を制作した。「地域人材の一般公募」、「実践的カリキュラム の作成 |、「短期集中ワークショップの開催 | により、地域 YouTuber (ハチエイター) が、地域の魅 力と個性の発信をテーマに、短期間のうちに動画を発信する仕組みの有効性を検証することができた。

【ワークショップ】





【地域 YouTuber による制作動画】





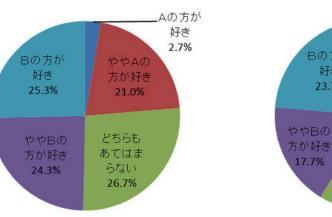
C WEB プロモーション構築に向けた効果検証業務

地域 YouTuber (ハチエイター) が実際に制作・配信した動画と、制作会社が制作した動画の2つ を比較・評価を行った。

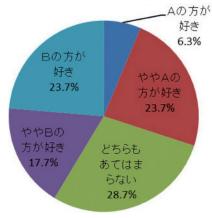
制作会社が制作した動画は、音楽の作り方や表現力では優れているものの、素材の選び方やストー リー性、文章表現などの面では、アマチュアであっても、地域を良く知る地元の人たちの方が優れた 表現が可能であることが確認できた。

【制作動画の比較評価】

「素材・テーマ」



「話の流れ・ストーリー」



6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

a 持続的発展に向けた課題

地域住民が継続的に地域プロモーション動画の配信を行う仕組みを構築することは、低コストで多くの配信が可能となるメリットが非常に高い一方、地域 YouTuber (ハチエイター) が個人メディアとして訴求力を持つレベルに達するまでには多大な労力と時間を要することも見えてきた。

このため、企画能力や動画制作技術、情報拡散等のITリテラシーを細分化し、特定分野のみ得意な人材を育成し、それぞれの得意分野を活かした活用方法を見出すことが低コストかつ短期間での育成が可能になるものと考える。

b 今後の取り組み

① 一般人向け公募 (コンペティション等) の仕組み構築

平成28年度実施のYouTuber育成事業の記録や成果をもとに、ITリテラシーが高い層の登録が多いと想定される媒体等を活用したオンライン公募で興味関心の高い層を発掘し、カリキュラムの受講を促す。

また、クラウドソーシングサービス等を活用し、受講生の成長に合わせて撮影等の外注可能な体制を整える。

② 細分化されたカリキュラムによる人材研修の募集企画の立案、執行

比較的時間に柔軟性を持つ学生や主婦等のコミュニティにアプローチし、興味関心の高い層を発掘し、カリキュラムの受講を促す。

③ ノウハウ細分化カリキュラムの構築

撮影、編集テクニックを学ぶためのカリキュラム(初級・中級・上級)を組み立てて講座を展開する。 また、ソーシャルメディアを活用した情報拡散技術の習得に向けたカリキュラムを組み立てて講座 を展開する。さらに、企画立案時におけるテーマの絞り込みや企画構成、企画書のとりまとめ方等 についてのカリキュラムを組み立てて講座を展開する。

④ 地域 YouTuber (ハチエイター) による情報発信効果の検証

地域 YouTuber (ハチエイター) が作成した動画をもとに、インターネット調査 (WEB 調査) を実施し、観光動機の誘発効果を検証する。

検証結果から、観光誘発効果を係数化し、グーグル広告等のインターネット広告への費用対効果 を算出する。

個別事業の取組概要

大船渡市

三条市

羽咋市

本市

紀の

寺市

ICT 社会における、地域発の PR モデルの構築へ



7 外部人材コメント

株式会社 TAISHI 代表取締役 菅野 剛

【事業の概要】

日本政府観光局(INTO)に相当する組織である米国の Brand USA をはじめ、世界最 先端の観光プロモーションにおけるオンライン比率(ウェブサイト、ウェブ広告等への支 出割合)の高まりは顕著であり、この傾向は世界規模で主流となっていくものと思われる。

したがって、地域におけるプロモーションの形も、インターネットを介した情報発信手法のあり方次第で、 格差が拡がっていくことが予測される。

八幡平市の「新・地域再生マネージャー事業」の狙いは、潤沢な広告予算を持たない地域観光主体が、ICT 化した社会における情報発信の手法(仕組みと仕掛けづくり)を探るものである。この手法は、発想次第では、 マスメディアやイベントによるオフライン広告中心の従来のプロモーションに替わり、観光後発地の主役に躍 り出る可能性を秘めている。

【課題とアプローチ】

地域住民が継続的に地域プロモーション動画の制作・配信を行う「地域ユーチューバー(仮称)」によるプ ロモーションにおいては、低コストで多くの配信が可能になる反面、「地域ユーチューバー」が個人メディア として訴求力を持つレベルに達するまで多大な時間と労力を要するデメリットがある。

そのため、本事業では、IT リテラシー(企画能力、動画制作技術、情報拡散等)を細分化したカリキュラ ムを作成し、地域人材の発掘から育成までを、短期間に効率よく展開する仕組みづくりを行った。

テーマ	アプローチ
①効果的な人材発掘	・一般向けオンライン公募(コンペティション)の仕組み構築
②短期·効率的人材育成	・ノウハウを細分化したカリキュラムの作成
	・ワークショップ方式による動画制作、発信技術の体系的学習
③効果の検証	・動画の観光誘発効果の検証とコストパフォーマンスの改善
④地域内合意の形成	・事業報告会による市民、近隣市町村への幅広い認知理解の促進

【専門家の役割】

事業の「持続可能性」と「ビジネス創出」に向けて、人材のオンライン公募から配信動画の効果検証調査の 設計、及びカリキュラムの企画立案、ワークショップの企画・運営・コーディネート、事業報告会の基調報告、 パネルディスカッションの基調報告まで、すべてのステージでの立案、運営、コーディネート等の業務に専門 家として参画し、取組んだ。

【取り組みの成果】

個人メディア力を活用したプロモーションの仕組みを体系化することで、以下のビジネスの創出可能性が見 えてきた。

- ①国内外旅行客を対象とした食や田舎体験等の新商品や新サービス提供による着地型観光ビジネスの展開
- ②個人のメディア化による収入型情報発信ビジネスの構築

2 **6** 新潟県三条市「まちなかのコミュニティ機能の再生及びプラットフォーム(組織づくり)の構築」

事業概要

総事業費	10,504 千円	
助成申請額	7,000 千円	
外部人材	近藤 ナオ(株式会社 ASOBOT クリエイティブ・ディレクター)	

自治体概要

人口	100,884 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	431.97km (平成 26 年 10 月 1 日現在)
人□密度	234 人 /k㎡
標準財政規模	24,926,992 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.62(平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	93.4%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	三条市 市民部 地域経営課 コミュニティ推進係

取組概要

事業開始時点

- まちなか交流広場「ステージえんがわ」オープン
- ■「ステージえんがわ」及びその周 辺の「まちなか」で、日常的な外 出・交流機会を促進する各事業が スタート

外部人材による支援

- イベント等のソフト事業実施アド バイス、ステージえんがわ運営組 織の構築に係る基盤整備
- ■「地元農産物の活用、三条産スパイスの生産・栽培継承をサポート

事業終了時点(成果)

- ■ステージえんがわを核にした日常 的な外出機会の創出と、運営組織 の設立
- ■三条スパイス研究所、うたごえ喫茶の黒字化、65歳以上の劇団の認知度向上
- ■地元農産物を活用したメニュー・ 商品開発、三条産ウコンの栽培技 術継承

「ステージえんがわ」 オープニングイベント



事業者の育成・事業調整会議



ウコン収穫ワークショップ



島町

八幡平市

橋本市

真庭市

観音寺市

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

三条市の人口は、多くの地方都市と同様に急速に減少し、少子高齢化が進んでいる。

平成27年3月に策定した三条市総合計画では、まちづくりの方向性として「多極分散型の都市構造を堅持」を目指している。各地域の暮らしの基盤(生活の糧を得る機会と生活を支える諸環境)を健全に維持することが必要不可欠であるが、高齢化が進む「まちなか」と人口減少による過疎化が進む「下田地域」においては、暮らしの基盤を維持し続けるための施策展開が必要となっている。

b 事業の目的

三条市では、多極分散型の都市構造における暮らしの基盤を健全に維持するため、社会インフラの施策とともに、地域の実情に合った多様なコミュニティの形成により、暮らしの場の維持に取組むことを目指している。

特に、高齢化が進む「まちなか」は、かつては「まちの顔」と してにぎわい、様々な社会インフラが集積していることから、テー



マに応じて人が集い、交流する環境が比較的整っている地域であり、市民団体の数も多い。そこで、 平成28年3月にオープンした"まちなか交流広場「ステージえんがわ」"を核とした「交流の場(コミュニティ)」や「出番(生きがい)」を創出すること、ステージえんがわの事業展開と併せ、社会貢献などを行うコミュニティの形成を促進する基盤を構築すること、農業中心の産業構造である「下田地域」の高齢者の暮らしの知恵や工夫を、農・食・工・人の連携で「まちなか」へつなぎ、三条市の魅力を内外に発信すること、の3点を目的とした事業を実施するものである。

2 事業実施内容

a 広場運営組織の構築に係る基盤整備

前年度に発掘したリーダー人材と共に「ステージえんがわ」及び「三条スパイス研究所」の運営を 行い、持続的にまちなか交流広場運営組織を運営できる基盤整備を行った。

b 広場実施事業の企画指導

まちなか交流広場の集客事業として、前年度に発掘したリーダー人材の企画・運営による食やものづくり等のイベントや人の欲求を刺激する様々な事業を開催した。

C 情報発信網のノウハウ移転

前年度に調査した 200 以上の市民団体名簿を地域おこし協力隊に引継ぎ、ステージえんがわの利用 促進等に活用した。

d 広場及び周辺事業のビジネス化サポート

前年度に発掘したリーダー人材による事業 (ステージえんがわ、三条スパイス研究所、65 歳以上の 劇団、うたごえ喫茶等) の黒字化に向けてサポートを行った。

○ 広場の食堂及び三条スパイス研究所の総合監修

食堂へのレシピ提供や味を担保するための確認等、食堂スタッフへの指導とともに、三条スパイス 研究所として提供するもの及び情報発信内容の総合監修を行った。

f 地元農産物の活用と流通促進

季節毎の地元農産物を使用した食堂メニューや商品開発、定期露店市の食材を使った「あさイチごはん」の取り組みを行った。

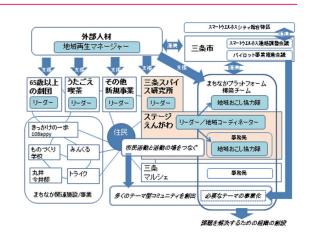
g 三条産スパイスの生産及び栽培継承サポート

三条産ターメリックの生産に向けた栽培技術の継承を行うとともに、新たな特産品を目指し、三条 産山椒の収穫と使用方法を試行した。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

外部人材、リーダー人材及び地域おこし協力隊が住民の参加を促しながらソフト事業を展開し、行政はハード面や規制等の制度面において必要な基盤づくりを進め、住民が主体となった持続可能な運営組織を構築した。



b 外部人材の役割

運営組織の構築に係る基盤整備を中心に、各事業のビジネス化のサポートや、食の取り組みに関する総合監修、地元農産物の活用や、三条産スパイスの生産技術継承のサポートを行った。

個別事業の取組概要

福島町

白老町 五所川原市 大船渡市 八幡平市 三条市 粟島浦村 羽咋市

須坂市

橋本市 紀の川市

真庭市 観音寺市

芦屋町

都農町

月		取組実施内容
• • •	0 □	ステージえんがわオープニングイベント開催・従事
4月	_	ステーラスのかわオーテーフライバント開催・促事 全事業者(えんがわ、三条スパイス研究所、65歳以上の劇団、うたごえ喫茶)新年度スター
	10 12 🗆	工事未合 (27007年) 二木入バイス間がが、03 減以上の劇団、クだこれ映宗が初年度入グ
	22 ⊟	スマートギャンブル体験会開催サポート
	23 ⊟	うたごえ喫茶開催サポート
	24 ⊟	スマートギャンブル、65 歳以上の劇団人材育成・事業調整
	25 ⊟	全事業者 全体会議
		三条スパイス研究所 キッチン調理指導
		スパイス研究所 三条産ターメリック教室開催・従事
		スマートギャンブル、えんがわ イベント会議
5月	14 🖯	65 歳以上の劇団 初舞台前・調整会議
	_	三条スパイス研究所 キッチン調理指導
		三条スパイス研究所 メニュー開発イベント会議
		三条スパイス研究所 イベント会議 三条スパイス研究所 S 研 Works 食「朝市と旬の野菜」従事
		二米スハイス研え所 3 研 WOIRS 良「朝印と町の野来」促事 スマートギャンブル、えんがわ イベント会議
6月		
0 /3		OS
	20 日	
		65 歳以上の劇団、うたごえ喫茶 人材育成・事業調整
	4 日	65 歳以上の劇団、うたごえ喫茶 人材育成・事業調整
		三条スパイス研究所 キッチン調理指導、取材対応等
7月	5日	スマートギャンブル、えんがわ イベント会議
		「Nihon no / Spice lab 里山十帖×三条スパイス研究所」開催・従事
	18 ⊟	えんがわ 人材育成・事業調整・イベント会議
8月		三条スパイス研究所 メニュー開発、キッチン調理指導
0 /3		65 歳以上の劇団、うたごえ喫茶 人材育成・事業調整
		三条スパイス研究所 メニュー開発、キッチン調理指導
9月		視察対応、各事業者の事業調整
	7日	えんがわ運営組織の検討、次年度取組内容調整
	0.5	工場の祭典 三条スパイス研究所レセプション従事
10月		三条スパイス研究所次年度取組内容調整
	_	65歳以上の劇団、うたごえ喫茶次年度取組内容調整
		えんがわ 運営組織の検討、人材育成、事業調整 65 歳以上の劇団、うたごえ喫茶 人材育成・事業調整
		25 歳以上の劇団、うだこん喫余 人材育成・事業調整 えんがわ NPO 設立準備、人材育成、事業調整
11月	/ 🗆	三条スパイス研究所 メニュー開発、キッチン調理指導
	8 日	二条スパイス研究所 事業調整
		65 歳以上の劇団、うたごえ喫茶 人材育成・事業調整
	7 H	65 歳以上の劇団、うたごえ喫茶 人材育成・事業調整
10 🗆	_	三条スパイス研究所 メニュー開発、キッチン調理指導
12月	8 🖯	えんがわ NPO 設立準備、人材育成、事業調整
		三条スパイス研究所 メニュー開発、キッチン調理指導
	9 ⊟	えんがわ NPO 設立準備、人材育成、事業調整
1月		三条スパイス研究所「村手景子展-クリエーターズトーク-」出演
1/5		三条スパイス研究所 メニュー開発、キッチン調理指導
	+	65歳以上の劇団、うたごえ喫茶人材育成・事業調整
2月		65歳以上の劇団、うたごえ喫茶人材育成・事業調整
		三条スパイス研究所 事業調整
	10 ⊟	えんがわ NPO リリース準備
		三条スパイス研究所 メニュー開発、キッチン調理指導

5 主な成果

a 広場運営組織の構築に係る基盤整備

リーダーとなる地元人材と共にまちなか交流広場「ステージえんがわ」の 運営組織の構築を行い、平成29年4月 に「NPOえんがわ」を設立予定である。

地域資源をつなぎ合わせ、人の欲求 を刺激する様々なイベントを実施した ことで、ステージえんがわに対して『関 わってみたい』『一緒に何かやってみた い』と期待を感じた団体や事業者から 一緒に取り組みができないか相談があ る等、ヒト・コト・マチをつなぐプラッ トフォーム機能を少しずつ果たしている。

まちなかのプラットフォーム機能イメージ スマートウエルネス三条推進会議(知的支援基盤会議) まちなかプラットフォーム 下田とまちなかをつなぐイベント開催 マートウエルネス三条連絡調整会議 プラットフォーム庁内連絡会議 ベーゴマの会@東京 ものづくり材料仕入先として市外団体) JR東日本新潟支社 三条スパイス研究所 うたごえ喫茶 →H28年度マネージャー支援により自走中 えんがわ 食育推進員 民生委員 等 外出機会 65歳以上の劇団 製工事業 その他新規事業 イベント開催・えんがわ図書館 イベント連増 持続可能とするために → NPOえんがわの事業展開 非営利活動 -マ型コニュニティ創出 営利活動 高齢者の出番(やりがい・仕事) 外出機会、交流促進、 出番の創出

「三条スパイス研究所」における日本のスパイス文化を発信するとがった取り組みとステージえんがわの土着な取り組みの組合せをマネージメントした成果として、取組全体が評価され、平成28年のグッドデザイン賞も受賞した。

b 広場実施事業の企画指導

ステージえんがわのソフト機能として、人との交流、飲食の提供、役割(仕事・やりがい)の創出を基本に、前年度に発掘したリーダー人材の企画・運営により、人の欲求を刺激する各種事業を実施した。

交流の促進として、気軽に参加可能な各種イベントを実施した。中でもにぎわったのは2日間で700人もの参加者が集まった"小さな花火大会"で、多世代が一同に縁側で手持ち花火を楽しむ姿が見られた。

また、ものづくりのまちの特色をいかしたイベントも企画・運営し、ものづくり学校とステージえんがわを行き来する等、地域を巡る要素も盛り込んだ。三条市近隣で活躍するクリエイター等の人材に講師として活躍してもらい、良い反響があった。

定期露店市が開催される2と7が付く日に実施している"あさイチごはん"においては、周辺地域に在住のボランティアの協力を得て、来客者への声掛けや入りやすい場づくりに貢献いただいている。

広場実施事業の企画指導、検討の様子









C 情報発信網のノウハウ移転

前年度に調査した 200 以上の市民団体名簿を地域おこし協力隊に引継ぎ、ステージえんがわの利用 促進等に活用した。これまでに利用した団体は 404 団体に上る。

d 広場及び周辺事業のビジネス化サポート

前年度に発掘したリーダー人材による各事業の黒字化に向けてサポートを行った。

活動状況等

NPO えんがわ	平成 29 年 4 月設立に向けて事業の組み立てを行い、地域の問題を解決する収益事業を 実施する方向性が定まった。
三条スパイス研究所	提供メニューの開発に力を入れたことなどから、黒字経営となっている。次年度以降は、 食堂経営の現状維持と商品開発による更なる売上拡大を目指す。
65 歳以上の劇団	大きな注目を集めた新潟ソーシャルデザインアワード 2016「がっとぎっとぐっど賞」のうち、こだわりを感じる独創的な活動に贈られる「ぎっと賞」を受賞。
うたごえ喫茶	多いときには 100 人ほどの参加者を集める事業。参加費で事業費を賄える黒字経営となり、次年度から自走する。

NPO えんがわ



65 歳以上の劇団



三条スパイス研究所



うたごえ喫茶



e 広場の食堂及び三条スパイス研究所の総合監修

食堂へのレシピ提供や味を担保するための確認等、食堂スタッフへの指導とともに、三条スパイス 研究所として提供するもの及び情報発信内容の総合監修を行った。

メディアに取り上げてもらう機会も多く、三条スパイス研究所の取り組みを積極的に情報発信した ことで、全国から注目が集まった。

f 地元農産物の活用と流通促進

季節毎の地元農産物や定期露店市の食材を使用し、食堂の通常メニューの提供や、定期露店市の開催日と合わせて「あさイチごはん」を行った。

また、「ビリヤニキット」を開発し、三条スパイス研究所で販売するほか、4店舗へ販路を拡大したことで、地元農産物を使用した商品の流通を促進した。

g 三条産スパイスの生産及び栽培継承サポート

三条産ターメリックの生産に向けた栽培技術の継承として、ステージえんがわ内の畑スペース等でウコンを栽培し、ワークショップ形式で市民参画を得ながら取り組みを進めた。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

今年度は各事業の認知度向上のためにメディア対応やイベント実施に追われたが、関係各所とのつながり、会場参加者ニーズの把握、イベント企画・運営ノウハウ蓄積につながり、今後の事業展開のために重要な1年間となった。

NPO えんがわは収益事業が機能できるように取り組む段階であり、三条スパイス研究所では食堂が提供する味の担保やブランディングがぶれないよう、監修者から飲食事業者へのノウハウ蓄積に時間をかける必要がある。その他の黒字化していない事業については、引き続き取組支援を進めていくこととしている。

また、今後は NPO えんがわは、まちなかのプラットフォームとして、地域資源をつなぎ、日常的な外出・交流機会の創出を図る。平成 29 年度から体制の整備と試行を開始し、平成 31 年の自走を目指す。

三条市から NPO えんがわが外出機会創出事業の委託を受け、三条スパイス研究所や 65 歳以上の劇団等、各種外出機会創出事業のハブ機能も果たす。市からの委託事業のほか、民間から事業を請け負う等の収益事業も積極的に行い、収益を非営利活動に循環させられるよう取組む。

市民主体の持続可能な事業運営が展開されるよう、引き続き外部人材の活動により、発掘したリーダー人材の育成・持続可能な運営に向けた試行、事業の拡大を推進する。

株式会社 ASOBOT 近藤 ナオ

採択事業の特徴など

個別事業の取組概要

大船渡市

八幡平市

羽咋市

本市

観音寺市

人の欲求に寄り添った「全ての人に 1 つは届く」外出の場の創出



7 外部人材コメント

【今回の事業の概要】

三条市は、スマートウエルネス三条の取組とともに、まちなかのコミュニティ機能の 再生とプラットフォーム(組織づくり)の構築事業を行っています。簡単に言うと「生 涯にわたり健康に暮らせる街は、良い街だ!」というコンセプトの元、行政だけに頼る

のではなく、街の人々が中心になり、それを実現するための市民主体の組織づくりを行うという事業です。

【これからの課題及びそれに対してのアプローチ】

2015年度には、『100人インタビュー』の中で、まだ地域には見えてきていない、やる気と能力のあるリーダー 候補を見つけ、市民の欲求に寄り添いながら外出する機会を作り出す事を考慮し事業の立ち上げを行いました。 動きの早い4つの事業は、2016年3月からスタートしました。今後は、スタート後2年以内にすべての事業を 黒字化させ、リーダーが必要な収入を得られるようになり、事業が自立継続できるようにしていきます。

事業自立において最も重要な事は、事業者自身で考えた事を実行し、壁にぶつかり、解決策を事業者自身で 見つけ出す事を繰り返しながら課題解決型の組織を作る事だと思っています。なので、この時期に支援側とし て大切なのは、「待つコンサルティング」を実施する事です。事業者から本当の SOS が出るまで待ち続け対応 しました。

【取組を通じて得られた成果】

2016年に支援をスタートした4つの事業の内、「三条スパイス研究所」と「うたごえ喫茶」の2つは、単年 度黒字化に成功。

「65歳以上の劇団」は、2017年度には単年度黒字化が見込める売上が見えてきたので、そのまま支援を続け

本プロジェクトで一番重要な役割を担う「えんがわ (NPO 法人申請中)」は、中核メンバーが確定し、NPO 法人申請を行い、現在、メンバーの強みを活かしたビジネスモデルを開発し、2017年度より実行予定。

2 ■ 7 新潟県粟島浦村「粟島の未来創生事業(教育× 観光×農水産業による地域経済循環拡大事業)」

事業概要

総事業費	10,504 千円
助成申請額	7,000 千円
外部人材	上田 嘉通(JTB 総合研究所研究員) 高砂 樹史(元小値賀観光まちづくり公社専務取締役)
	若林 伸一(NPO 法人自然体験学校 理事長)

自治体概要

人口	363 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	9.78㎢(平成 26 年 10 月 1 日現在)
人□密度	37 人 /k㎡
標準財政規模	439.202 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.08(平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	79.8%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	栗島浦村 総合政策室

取組概要

事業開始時点

- ■人口減少・高齢化
- ・繁忙期に民宿の人手が足りない
- ・観光関連産業の後継者が不足
- ■地域内経済循環が乏しい
- ・島内の消費の仕組みがない
- ・島内周遊ができておらず、滞在時 間が短い
- ■観光の収益事業が乏しい
- ・観光協会の収益事業が少ない
- ・自立を図ることが必要
- ・将来的な DMO 化
- 魅力的なキャリア教育が必要
- ・島に誇りをもてる教育の推進
- ・しおかぜ留学の魅力化

外部人材による支援

- ■ワークシェアの仕組み構築
- ・アルバイトをシェアする仕組みの 試行実施
- ■自然体験学校立上げ
- ・指導者講習会開催
- ・高齢者の協力体制構築 等
- ■観光の収益事業強化
- ・「あわしま満喫チケット」作成等
- ・DMO に向けた検討会開催
- ■民宿の魅力化
- ・おもてなし研修の開催
- ・民宿個別コンサルティング実施
- ■キャリア教育の実施
- ・第1次産業を学ぶ授業を実施

事業終了時点(成果)

- ■ワークシェアの仕組み構築
- ・3名でアルバイトシェア実施
- ■自然体験学校立上げ
- ・島の高齢者 54 名の協力体制
- ・20 以上の自然体験プログラム開発
- ・8月に有料個人客311名受入れ等
- ■観光の収益事業強化
- ・「あわしま満喫チケット」200 枚販売
- ・DMO に向けた方向性確立
- ■民宿の魅力化
- おもてなし研修開催(7/4)
- ・民宿個別コンサルティング (7 / 5~6)
- ■キャリア教育の実施
- ・在来種の大豆である「一人娘」栽培

観光客数と民宿数の推移



ワークショップの様子



指導者講習会



採択事

業の特徴など

大船渡市

事業の背景と目的

a 事業の背景

粟島浦村は、新潟市の北方 63km、村上市岩船港の北西 35km に位置する人口 363 人、高齢化率 43.8% (H28年1月時点)の小規模離島であり、日本で4番目に小さい村である。

人口減少、高齢化が著しく、昭和55年と比較して平成28年の人口は60%まで減少(595→363人) し、高齢化率は2倍以上に上昇している(17.0→43.8%)。国立社会保障・人口問題研究所の推計によ れば、平成52(2040)年には人口が180人にまで減少するとされている。

粟島浦村の観光客は、平成4年の57.000人をピークに年々減少し、近年では20.000人を下回っている。 かつて約70軒あった民宿は、高齢化、後継者不足で30軒まで減少しており、観光客の受け入れ容量 がさらに減少する懸念を抱えている。

粟島浦村の産業は島内の産業間のつながりが弱く、地域経済循環が乏しいことが特徴で、観光消費 を島内の卸売・小売業、農業、水産業へと波及させることが不可欠である。

b 事業の目的

粟島浦村では、平成52(2040)年の人口目標を300人としている。島民が島に誇りを持つ地域づく りに向けて、地域課題を地域全体でサポートするモデルの構築、観光を起点とした地域内資金循環モ デルの構築による雇用の拡大及び質の向上、粟島浦小中学校のカリキュラムにおけるキャリア教育の 目玉化、自立的・持続的な取組実施体制の実現、の4点を目的として実施する。

事業実施内容

a ワークシェアの仕組み試行実施

民宿の「手間」を地域で請け負う仕組み導入として、あわしま暮らしサポートを試行するとともに、 夏季の人材不足に対応するアルバイトシェアを試行実施する。

b 観光協会の自立的経営の推進

観光協会の自立的経営を推進することを目的として以下の事業を実施する。

- ・あわしま満喫チケットの作成・販売
- ・レンタルサイクル事業の試行実施
- ・環境保全・離島振興協力金の導入検討
- ・観光情報の発信と申込み窓口の一元化
- ・島外のファン主導の誘客プロモーションの実施

C 観光商品の拡大(地域経済循環拡大)

自然体験学校の設立、プログラム開発、運営できる人材の育成を行い、地域経済が循環できる仕組みを検討する。また、民泊の可能性検討、無医村での教育旅行受入の仕組み検討(救急蘇生法講習会開催)を行うとともに、地域資源を活用した商品開発を行う。

d 事業継承、後継者育成・受け入れの仕組みづくり

民宿の事業改善として、おもてなしセミナー、個別民宿毎のコンサルティングを行うとともに、旅 館組合先進事例視察を実施する。また、横連携を図るために、全民宿・旅館のつながるカードを作成 する。

Iターン者が進めているゲストハウスづくりの支援や新規参入の場合の資金投入の仕組み検討を行う。

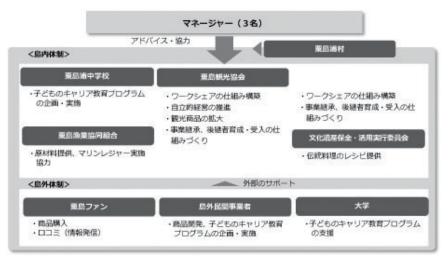
e 子どものキャリア教育プログラム

在来の「一人娘」の栽培実習を進めるとともに、専門家による栽培指導を行う。また、島内イベントなどでの商品の販売実習を行う

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

観光協会を外部人材が支援することを中心に、以下の団体・役割の下、島内外が一丸となって事業 に取組んだ。



b 外部人材の役割

上田氏は、島内の課題・ニーズを深堀、顕在化させるとともに、あわしま満喫チケットの作成、アルバイトシェアの仕組み構築、口コミサイトによるプロモーション、乗船名簿によるマーケティングデータの取得などを通じ、事業推進のコーディネーターとしての役割を果たした。

採択事業の特徴など

個別事業の取組概要

福島町

若林氏は、自然体験学校の指導者として関わり、自然体験リーダーの育成、体験プログラムの開発、 救急蘇生法講習会開催、指導者講習会開催、旅行会社へのプロモーションなど、プログラム開発とプロモーションに主導的役割を果たした。

高砂氏は、将来的なDMO設立を見据えて、DMOに関するセミナーやワークショップを開催し、地域ブランディングの重要性やDMOの経営理念となる粟島の核となる魅力を住民とともに検討した。

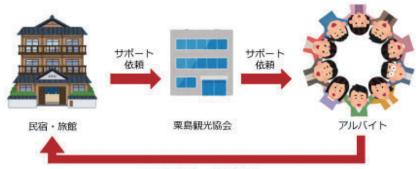
4 事業実施スケジュール

月		Table 1
4月	7 ⊟	キックオフミーティング、全体スケジュール確認、島びらきのコアメンバー会議
	20 ~ 21 ⊟	事業の島民説明会、自然体験学校の内容説明会、島びらきの実行委員会
	2 ~ 4 ⊟	島びらき
	11 ~ 12 ⊟	柚木理事長訪問
5月	13 ⊟	DMO に関するセミナー開催(DMO に向けた検討会)
	14 ⊟	観光まちづくりに関する勉強会開催(DMO に向けた検討会)
	18 ⊟	島びらき反省会
	15 ⊟	あわしま満喫チケットの内容打合せ
6月	17 ⊟	地域ブランディングに関するセミナー(DMO に向けた検討会)
	18 ⊟	粟島ブランドの検討会(DMO に向けた検討会)
	28 ⊟	アルバイトシェアの打合せ、旅館組合臨時総会(事例視察、個別コンサルの説明)
	4 ~ 6 ⊟	民宿おもてなし研修、個別コンサルティングの開催
7月	11 ~ 12 ⊟	ふるさと財団視察
, , ,	12 ~ 14 ⊟	第 1 回粟島救急蘇生法講習会
	29 ⊟	東北教育旅行セミナー(対外営業)
8月	1 ~ 31 ⊟	アルバイトシェア試行実施、あわしま満喫チケット販売、温泉の時間延長試行実施
	15	「うまさぎっしり新潟」大商談会(対外営業)
9月	23 ~ 25 ⊟	ツーリズム EXPO ジャパンへの出展(対外営業)
	2 ~ 28 ⊟	旅館組合事例視察会
	18 ⊟	島びらき打合せ
10月	19 ~ 20 ⊟	新潟県グリーン・ツーリズム全体交流会 in 出雲崎(対外営業)
	16 ~ 27 ⊟	ふるさと財団視察
	6 ⊟	粟島 DMO の経営理念検討会(島の核となる魅力検討)
11月	7 ⊟	高砂氏による粟島 DMO への提言
	26 ~ 27 ⊟	アイランダー(対外営業)
	1 ~ 4 ⊟	体験活動指導者育成講習会
12月	8 ~ 10 ⊟	エコプロダクツ 2016 (対外営業)
		事業全体の進捗打合せ
	12 🖯	東島観光協会役員会
1月	6 🖯	新潟県観光情報交換会(対外営業)
	19 🖯	観光協会総会(H28事業の総括)
		第 2 回粟島救急蘇生法講習会
2月	2 ⊟	今後の自然体験学校の体制強化打合せ

5 主な成果

a ワークシェアの仕組み試行実施

夏季の人材不足に対応するため、大学生3名を雇用して、民宿・飲食店の運営のシェアを実施した。 民宿・飲食店からの評判が高く、需要過多の状態であり、次年度以降の仕組み拡充が期待されている。



アルバイトシェアの仕組み

b 観光協会の自立的経営の推進

①あわしま満喫チケットの作成・販売

粟島浦村が管理運営する施設(資料館、観光船など)の利用促進のため、共通チケットを作成して 岩船港窓口で販売し、夏季シーズンで計 200 枚の売り上げを得た。

②レンタルサイクル事業の試行実施

これまで、粟島浦村役場が管理していたレンタサイクル事業を、観光協会に移管し、8月・9月の2ヵ月で約20万円の売り上げを得た。

③観光協会による観光情報の発信と申込み窓口の一元化の実施

観光協会のウェブサイトのリニューアルを行い、口コミサイトの作成を行い、口コミサイトの閲覧者が観光協会のウェブサイトに誘導される仕組みを構築した。

配 観光商品の拡大(地域経済循環拡大)

①自然体験プログラムの開発

島の自然、歴史・文化を活かした20以上の体験プログラムを開発した。

②自然体験プログラムのオペレーションのできる人材育成(指導者講習会開催)

自然体験プログラムを開発し、人材養成のため、指導者講習会を開催し、自然体験学校体験活動指導者の認定を13名が取得した。

③救急蘇生法講習会開催

無医村の粟島浦村で安心・安全な受入環境を作るため、島民を対象に救急蘇生法講習会を開催し、 62 名が合格した。

採択事

個別事業の取組概要

④地域資源を活用した商品開発

地域資源を活用した商品開発を行い、6点の商品を開発した。

あわしま満喫チケット



指導者講習会



d 事業継承、後継者育成・受け入れの仕組みづくり

①民宿の事業改善(おもてなしセミナー、個別民宿毎のコンサルティング)

実務家が2名1組で民宿を訪問し、客室、食堂、廊下、風呂などのハード面、宿泊客動線上の備品類保管状況、掲示物及び飾物等ソフト面の視察・コンサルティングを行い、料金設定や掲示物の貼り方等についてアドバイスを行った。

②全民宿・旅館のつながるカード作成

民宿の名前と電話番号しか掲載がないパンフレットを民宿の顔が見える仕組みとして民宿全軒で 「つながるカード」として利用者が使えるものとして作成した。

③ [ターン者が進めているゲストハウスづくりの支援

I ターン者が進めてきたゲストハウスプロジェクトをクラウドファンディングで資金を獲得し、9 月 4 日にオープンした。

e 子どものキャリア教育プログラム

①在来の大豆「一人娘」の栽培実習

昨年度、在来の大豆「一人娘」を使用したアイスクリームの開発をしたことから、今年度は、「一人娘」 の栽培を行い、第1次産業から第3次産業までの流れを学習した。

②島内イベントなどでの商品の販売実習

島びらきなどの島内イベントで、中学生が商品の販売実習を行った。

6 今後の展望、次年度以降の取り組み

本事業の2年目となる今年は、地方創生の総合戦略を受けて「稼ぐ」仕事創出に注力した。取り組 みの柱は「あわしま自然体験学校」と「観光協会の収益事業強化」であった。

自然体験学校と観光協会が一緒にプロモーションを行うことを通じて、観光協会事務局長の意識が 非常に高まり、積極的な行動や提案がされるようになった。また、夏季に実施した学生3名を雇用し て実施した民宿・飲食店でのワークシェアは、需要過多で、希望する民宿・飲食店すべてにサービス を提供できなかったため、次年度は、東京での説明会を行い、より多くの学生アルバイトを獲得して 規模を拡大する予定である。

「あわしま自然体験学校」と「観光協会の収益事業強化」の2つの柱は将来的には1つにし、自然体験学校の収益の一部を観光協会の財源に充てることで、観光協会を、村の予算に依存しない自立した組織に出来るものと考えている。そのためには、観光協会と自然体験学校を1つの組織としていくことが求められ、粟島版 DMO の検討へとつなげていく必要がある。

今後は、「稼ぐ」仕事創出をより推進しつつ、将来の DMO を目指した議論を行う。栗島浦村にとって観光は「命綱」であり、全ての産業に関わる重要なテーマであることから、役場、観光協会、自然体験学校が一体となり、総力を挙げて推進していくことが重要である。

個別事業の取組概要

大船渡市

三条市

本市

紀の

真庭市

観音寺市

7 外部人材コメント

小さな島だからこそ、稼ぎ・分け合う



いをした。



(左:上田氏、右:若林氏)

株式会社 JTB 総合研究所 上田 嘉通 NPO 法人自然体験学校 若林 伸一

【島の中から変える】

粟島の新・地域再生マネージャー事業は2年目。1年目はとに かく苦労した。人口が約360人の粟島ではプレーヤーが限られ、 「人がいない」「忙しい」と、多くの取組が進まず、もどかしい思

そこで、2年目は、外部人材の体制を変え、島に「あわしま自然体験学校」を設立し、この「あわしま自然 体験学校」を核として、島を中から変えることを考えた。外部人材と地域おこし協力隊2名で、地域住民を巻 き込みながら取組を推進した。

【地域住民が主役の自然体験学校】

「あわしま自然体験学校」は、地域全体の所得向上を目的とした取組であり、地域住民がガイドとして関わ ることで、観光消費が住民に循環する。つまり、島での暮らしそのものが商品としての価値を持ち、観光客が 対価を支払う対象となる。住民の誇りにもつながるだろう。

今年度は、20以上のプログラムを作り、夏季には試行的に実施して300人以上に提供、団体の受入も経験した。 指導者講習には7名が合格、地域の高齢者54名とのネットワークを構築、民宿や民家での民泊受入可能性を 調査し150名以上の受入可能性があることも把握した。いずれは教育旅行の受入を進め、観光客数を伸ばした いと考えている。

教育旅行の受入には、無医村である粟島の環境は大きなデメリットとなるため、安心・安全の受入体制を構 築するため、救急蘇生法講習会を開催し62名が合格した。粟島の規模からすれば、島民5人に1人が救急救 命可能となり、観光客の怪我等への対応はもとより、日常の生活での安心・安全にもつながるものと考える。

さらに、受入体制を作るだけでは観光客は増えないため、旅行会社へのプロモーション等を強化し、誘客に も力を入れている。

【人材のシェアから交流へ】

昨年度から取組んでいるワークシェアの取組では、夏季に3名の大学生を雇用し、民宿や飲食店にシェアす る取組をした。結果は大盛況で需要過多となった。繁忙期の手伝いをすることもそうだが、それ以上に、島民 と交流を通じて、大学生たちが島の魅力を知り、また来たいと思ってもらえたことが大きかったと考える。既 に、来年度の夏に来る約束をしてくれている人もいる。今後は、大学生の受入人数を増やし、夏の風物詩にし ていきたい。

「あわしま自然体験学校」により、稼ぐ仕事の基盤ができつつある。また、ワークシェアにより繁忙期の受 入体制も強化できてきている。この取組をより強く進め、経済的インパクトを多くの島民が感じられるように していきたい。粟島が変わり始める瞬間を見た気がする。

2 ■ 8 石川県羽咋市「循環型産業システム構築事業 (のと羽咋美味しい創生プロジェクト)」

事業概要

総事業費	6,000 千円
助成申請額	4,000 千円
	畦地 履正(㈱四万十ドラマ 代表取締役社長)、
外部人材	迫田 司(サコダデザイン㈱)、濱 博一(㈱アスリック 代表取締役)、
ントロリンへ付け	田中 聡美(デザイナー)、
	つぐま たかこ (農商工連携アドバイザー石川 会長)

自治体概要

人口	22,578 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	81.85km (平成 26 年 10 月 1 日現在)
人口密度	276 人 /k㎡
標準財政規模	6,556,533 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.43(平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	94.6%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	羽咋市 産業建設部 商工観光課

取組概要

事業開始時点

- ■人第1次産業の衰退とともに、耕 作放棄地が増加。
- ■少子高齢化と人口減少加速。
- ■発信力のある名物や土産物が乏しく、外貨獲得が弱い。
- 地域情報を機能的に発信する施設 がない。
- ■自然栽培の聖地化プログラム事業 を展開。
- 道の駅整備計画が進行(管理運営 法人設立準備)。

外部人材による支援

- ■道の駅を中核とした市民主体による地域づくり気運の醸成(ミニ講演会やワークショップ実施支援)。
- ■経営戦略の軸となるコンセプトメ イクと経営指導
- ■地域資源の掘り起こしによるオリジナリティに富んだ商品開発や商品改良
- ■パッケージデザイン制作
- ■地域住民との地域食メニューの開

事業終了時点(成果)

- 道の駅管理運営法人及び出荷者協 議会設立
- ■菓子製造事業所による商品開発 チーム発足
- ■自然栽培フェアの開催や首都圏物 産イベントへの出展(販路開拓) 支援
- ■自然栽培オリジナル商品パッ ケージデザイン制作
- ■地域女性グループと地域おこし 協力隊との協働によるメニュー 開発支援

自然栽培のと里山農業塾



商品開発ワークショップ



道の駅オリジナルメニュー



大船渡市

寺市

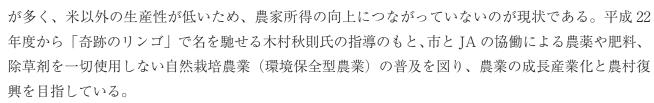
1 事業の背景と目的

a 事業の背景

羽咋市は、世界農業遺産に認定された能登半島の玄関口に位置し、 面積81.85kmのコンパクトな都市(人口23,000人弱)であり、近年、 のと里山海道の無料化や国道159号、415号等の主要幹線道路の整 備促進等から、人・モノ・情報の交流が盛んな地域である。

年間約300人の人口減少が続いており、日本創成会議が示した「消滅可能性自治体」にも該当する過疎地域である。

産業では、農業が基幹産業の1つとなっているものの、兼業農家



そのような状況の中で、地域経済の活性化及び雇用創出を図るため、生産から加工、販売・流通へつなげる6次産業化への取り組みも行われているが、小規模事業者が多いため商品開発や販路開拓の経験が乏しく、「売れる商品づくり」に必要なノウハウが蓄積されていない。また、量産化できる設備や技術が低いため、商品アイテムの数やその品質向上、生産量などにも限りがある状況となっている。

b 事業の目的

羽咋市では、産業の高付加価値化等による「しごとの創生」と、就労や移住促進等による「ひとの 創生」「まちの創生」という好循環の確立を目指し、"羽咋市まち・ひと・しごと創生総合戦略"を平 成 27 年 10 月に策定した。

同戦略における「安定した雇用の創出」や「新しいひとの流れをつくる」という基本目標の実現に向けて、本プロジェクトでは、自然栽培農産品を核に生産から加工、販売・流通を通じた6次産業化推進の拠点となる地域振興施設を「道の駅」(平成29年7月開業:国交省による「重点『道の駅』候補」に選定)に併設させ、交流人口拡大や雇用創出、地域経済の活性化に寄与することとしている。

就農者や小規模加工事業者への商品開発支援には取組んでいるものの、今後は、地域ブランド力を向上させる体制づくりと発信力を持った統一パッケージデザイン制作、販路開拓などの指導に優れた専門家による支援が必要となる。

これまでも地域資源の掘り起こしや商品開発に必要なノウハウ取得に努めてきたが、「道の駅」の 開業に向けた商品ラインナップの充実を目指し、より一層の地域内連携を図りながら、特産品開発へ の意欲向上と商品ブラッシュアップ、販促ネットワークの構築を進めることとする。

2 事業実施内容

a 組織づくりと販促戦略

「道の駅」開業に向けた機運醸成(講演会やワークショップ)と、地域の住民が主体となった道の 駅構築に係る組織、戦略づくりへの支援、自然栽培を活用した地域商品(農産物を含む)の販路開拓 を行う。

b 商品開発と商品改良

地域に埋もれた商品の発掘や地域資源を活用した発信力のある商品づくりを行うにあたり、軸となるコンセプト形成やブランドイメージ戦略づくりをはじめ、地域の知恵と技術を活用した地域住民が主体となった商品開発への具体的な指導や助言を行う。

C 経営体制構築

循環型産業システムを構築するうえで、道の駅を中核施設に位置付けながら、生産者と販売者、消費者(生活者)をつなぐ経営体制の構築支援のほか、管理運営法人や出品者協議会の設立に係る助言等(認証制度構築に係る指導・助言、テストマーケティングの実施支援等)を行う。

d 販促・パッケージデザイン

地域に根差したデザイナーの協力を得て、地域商品の訴求力を高めるためのブランドコンセプトシートの作成をはじめ、統一感あるパッケージデザインやリーフレットなどの販促デザインを制作する。

e 食のコーディネート

地域の食に関する団体と連携しながら、羽咋が目指す自然栽培を核とした道の駅でのメニューや惣 菜の開発を目指し、コーディネートを行う。

採択事

紅組概要

大船渡市

八幡平市

三条市

粟島

羽咋市

須坂

市 橋

本市

紀の

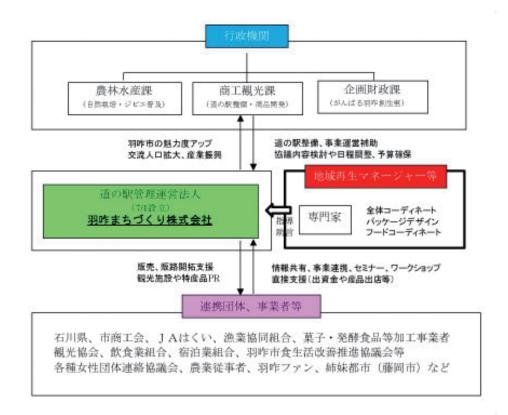
真庭市

観音

芦屋町

事業実施体制

a 事業実施体制の概要



b 外部人材の役割

外部人材の役割は以下の5つである。

- ①組織づくりと戦略づくりに係る助言、アドバイスを行い、地域住民の気運醸成を図る。
- ②事業の方向性の整理やコンセプトメイクなど、目指すべき姿について考え方の共有を行いつつ、 新商品開発を進める。
- ③健全な経営体制を構築するため、首都圏を中心とした販路確保とネットワーク構築を行う。
- ④地域資源の掘り起こしとブラッシュアップによる商品開発及び購買意欲を引き出すパッケージデ ザインの制作について統一感を持って実行する。
- ⑤安全安心(自然栽培や減農薬栽培)かつ美味しい地域の食材を活用した地域伝統料理や創作料理 を転用した新たな「食」の提供としてのメニュー開発を支援する。

4 事業実施スケジュール

月		事業名
4月	1 ⊟~ 5 ⊟	道の駅名称募集開始(一般公募) 道の駅管理運営法人「羽咋まちづくり株式会社」設立発起人会
5月	11 ⊟~	道の駅名称選定公開投票
6月	15 ⊟ 15 ⊟ 22 ⊟	道の駅名称選定委員会:「道の駅のと千里浜」名称決定 経営体制構築 (コンセプト形成) 経営体制構築 (コンセプト形成)
7月	1 ⊟ 22 ⊟ 25 ⊟	道の駅管理運営法人「羽咋まちづくり株式会社」設立 羽咋まちづくり株式会社設立総会 当事業キックオフミーティング(現地調査 1 回目) ミニ講演会、ワークショップ
8月	4 ⊟ 5 ⊟ 22 ⊟~ 31 ⊟	①飲食・物販メニュー開発 デザイナーとの生産者回り 道の駅出品希望者説明会(計 5 回)開催
9月	5 ⊟ 6 ⊟	コンセプトメイク及び新商品開発ワークショップ ②飲食・物販メニュー開発
10月	3 ⊟ 7 ⊟ 8 ⊟ 17 ⊟	経営体制構築・デザイン会議 道の駅のと千里浜登録完了(国土交通省) 自然栽培フェア in 羽咋(商品開発モニター調査) ③飲食・物販メニュー開発
11月	7 ⊟ 17 ⊟ 25 ⊟ 30 ⊟	企画経営会議、商品開発ワークショップ(現地調査 2 回目) ④飲食・物販メニュー開発 パッケージデザイン個別打合せ パッケージデザイン個別打合せ パッケージデザイン個別打合せ
12月	15 ⊟ 22 ⊟ 26 ⊟	商品開発チーム全体会及び個別打合せ 企画経営会議・商品開発 道の駅出品者協議会設立
1月	7 ⊟~ 15 ⊟ 19 ⊟	ふるさと祭り東京 2017 でのブース出展 ⑤飲食・物販メニュー開発 市民ワークショップ(市民ニーズ把握、次年度への発展継承)

5 主な成果

a 組織づくりと販促戦略

キックオフ事業として外部人材が手掛けている地域づくり事例 (㈱四万十ドラマ:道の駅四万十とおわ) の紹介等のほか、羽咋市の取り組みの方向性についての可能性を簡潔に講義するとともに、具体的な商品開発イメージを持つためのレクチャーを行った。

販促戦略については、畦地氏が代表を務め毎月東京で開催している「あしもと会議」会員に加入。 東京ビッグサイト等での出展機会などの情報共有を図った。また、組織運営に必要なノウハウ移転の ほか、道の駅経営に必要な資料提供をはじめ、地域連携による店舗づくりについて指導・助言を受けた。

採択事業の特徴など

個別事業の取組概要

大船渡市

地域づくり事例についてレクチャー



ふるさと祭り東京 2017 へ出展



b 商品開発と商品改良

市内の菓子製造事業者8社により、自然栽培農産品を活用した新商品開発及び既存商品改良につなげるため、400件のモニター調査を実施しつつ、ワークショップを繰り返し、消費者ニーズを捉えた商品造成を行った。

また、市内酒蔵や味噌蔵での酒や酒粕、味噌の製造に着手したほか、害獣として捕獲する猪肉の精肉化、ソーセージ等の商品化を行った。自然栽培農産品を荒らす獣害という負の資産の製品化により、農産品保護

市内製菓事業者による商品開発



と猪肉商品化という利益二面性を実現し、循環型経済システムの構築に大きく寄与した。

C 経営体制構築

今後の事業推進を進めるうえでのコンセプト策定を行った。 そのコンセプトに基づき、道の駅管理運営法人の理念や商品 取扱基準、出品者協議会の設立、規約の制定、人員体制、商 談方法など、経営全般に関わる事項について指導いただいた。

特に、道の駅開業という極めて時間的制約がある状況下で、 複数名の専門家により並行的かつ集中的に助言をいただいた ことにより、効率的に事業の推進が図られた。

コンセプトシート (抜粋)



d 販促・パッケージデザイン

商品パッケージを造成するために生産現場を見学し、農業従事者の想いを共有することを目的に実施した。また、デザイナーには組織づくりや商品開発、経営体制構築に係るミーティングには必ず出席しもらい、市の自然栽培への取り組みや道の駅管理運営法人の運営方針、施設計画など全般に渡る協議に加わり、当事業全体の方向性を把握できるようにした。これら情報を共有し、パッケージ以外の採用デザインと統一感あるデザインが実現した。特に、道の駅開業という極めて時間的制約がある状況下で、複数名の専門家により並行的かつ集中的に助言をいただいたことにより、効率的に事業の推進が図られた。

田中デザイナーと事業者とのデザイン打合せ



新商品のパッケージデザイン



e 食のコーディネート

地域おこし協力隊がチームリーダーとなり、地域で食育活動等を行っている食生活改善推進協議会や食育タンポポの会員で組織されるメニュー開発チームを発足させ、自然栽培の特性を活かした味付けやアレンジについて指導を実施し、羽咋が目指す自然栽培を核とした道の駅でのメニュー、惣菜の開発につながるよう、食材の選定や調味料、調理技法などについて指導を行った。

料理長と地域のお母さんによるメニュー開発



なお、自然栽培農産物の収穫期が、季節の短い期間限定となっているため、自然栽培のみのメニューや物菜については、今後の生産性向上による数量確保や多品種栽培などに取組む必要がある。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

羽咋市は、地方創生の大きな柱として掲げる農薬、肥料、除草剤を使用しない自然栽培による環境保全型農業を基点とした循環型産業システム構築を進めており、新規就農者受入体制の確立や生産性向上による安定的な農産物の供給が重要なポイントとなるが、より一層訴求力を持った高付加価値な商品を造成するとともに、販路拡大や情報発信が必要となるものと考える。

外部人材には、平成28年7月1日に設立した道の駅管理運営会社である羽咋まちづくり株式会社に対する指導・助言を中心に継続的に行っていただくこととなるが、ノウハウ移転後も、持続可能な産品や情報、人員交流などのネットワークを構築したいと考えている。

また、平成29年7月に開業する道の駅を、地域住民が主体的に関わるためのステージとして機能してさせていくために、新たなワーキンググループを立上げ、市民の総力が結集できる道の駅の運営を目指すこととしている。

株式会社アスリック 濱 博一

採択事

業の特徴など

紅組概要

大船渡市

三条市

本市

観音寺市

循環型産業システム構築のポンプ役「道の駅」の多面的事業開発



7 外部人材コメント

【取組みの背景】

過疎化・少子高齢化が一気に進む能登半島地域において、世界農業遺産への登録を追 い風として「農商工連携・6次化などによる地域産業振興→就業機会の創造→定住促進」 の拡大循環が永年の懸案であった。能登半島のゲートウェイ「のとののど」に位置する

羽咋市では、このような循環型の産業構造を創造するポンプ役として道の駅を位置づけ、事業開発を進めていた。

【取組みの推進体制】

このような中にあって本事業では、総務省・地域力創造アドバイザーであり、産元商社機能により農商工連 携・6次化事業の推進ならびに道の駅の経営も行う(株)四万十ドラマの代表取締役社長・畦地履正氏を筆頭 に、商品開発・総合デザインに関するアドバイザーとして(株)サコダデザインの代表取締役・迫田司氏、地 元デザイナーとして田中聡美氏、メニュー開発に関するアドバイザーとしてフードコーディネーターのつぐま たかこ氏、全体を統括・調整するアドバイザーとして(株)アスリックの代表取締役・濱 博一という陣容で 臨んだ。この体制により、開業予定まで時間的に極めて限られているという制約条件の下、複数の専門領域に 対して同時並行的・集中的に専門なアドバイスを提供することが可能になり、効率的な事業推進をすることが できた。全国各地の事例を研究した結果、多文化共生社会の実現にはまちづくり会社設立が不可欠との結論に 達した。本年度の新・地域再生マネージャー事業では、まちづくり会社の設立に向かって事業をスタートし、 次に掲げる成果を挙げている。

【取組みの成果】

具体的には、道の駅としての飲食・物販など各種事業の具体的検討、地域を挙げて取り組まれている「羽咋 式自然栽培」の産物の販路開拓、道の駅を核とする地域ブランド開発・デザインロゴ等の制作、建築設計・店 舗設計に関する協議・調整、地元の農家および菓子製造業等の方々との協議・調整を踏まえた上での農商工連 携・6次化商品の開発・商品化、飲食メニューの開発、道の駅運営会社の経営計画立案や同社設立ならびに主 要メンバーの採用等の調整、市民からの参画・参加の機会の創造と協働意識の醸成など、本事業を通じて検討 の深化・熟度の向上・具体的な進捗が図られた専門領域は多岐にわたった。

また、外部専門家は、限定された期間での関わりとなるが、道の駅事業自体は永続的に営まれるものである。 そのため、地元で今後持続的に担当される方に対して外部専門家のノウハウを移転することも念頭に置いて携 わっている。

【今後の方向性】

さらに、道の駅開業準備の詰め・開業・経営環境の安定化ならびに、市民との協働体制の強化・地域産業へ の的確な循環のしかけと仕組みづくりなど、ノウハウ移転の状況に応じて、今後順次必要となる深部領域・展 開領域に向けて、重心を移しながら引き続き支援を行う予定である。

2 ■ 9 長野県須坂市「健康長寿発信都市「須坂 JAPAN」創生プロジェクト」

事業概要

総事業費	6,136 千円
助成申請額	4,090 千円
外部人材	伊藤 隼也(株式会社医療情報研究所 代表)

自治体概要

人口	51,633 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	149.67km (平成 26 年 10 月 1 日現在)
人□密度	345 人 /k㎡
標準財政規模	12,065,336 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.53(平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	91.9%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	須坂市 健康福祉部 健康づくり課

取組概要

事業開始時点

- 須坂エクササイズの一層の普及、 健康観光による地域活性化が必要
- ■地域の飲食店で提供できる健康長 寿食メニューの開発が必要
- 須坂市の健康を発信できる活動拠 点整備が必要

外部人材による支援

- ■「須坂エクササイズ」マスコミへ の提案、冊子やパネルでの更なる 普及を提言
- ■昨年好評を得た「おやこ遊学 in 信州須坂」の内容のバージョン アップ、告知方法改善の助言
- チアシードによる商品開発の提案 助言
- ■メニュー開発に係る助言
- ■拠点場所の検討及び健康ブースレイアウト設計、ポスター制作

事業終了時点 (成果)

- 須坂エクササイズ出前講座の実施 (37回)、マスコミ等報道回数(4 回)
- おやこ遊学実施回数 1 回、延べ体験者数:7家族22名※2年間
- ■市内事業者による商品化
- ■健康長寿メニュー提供飲食店 3 店舗
- ■観光交流センターの一角を、健康ブースとして、関連ある商品の陳列、健康情報等のポスター 貼付開発支援

須坂エクササイズ出前講座



プロジェクト会議における提言



おやこ遊学 in 信州須坂〜晩秋の 大自然の中で学ぶ、生きる力〜



採択事

業の特徴など

大船渡市

羽咋市

橋本市

寺市

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

須坂市は地域住民の健康増進活動に取組む「保健補導員」の発祥の地であり、地域の健康課題解決のために学習を重ね、家庭や地域で実践してきた。発足以来60年、現在、経験者は約7,000人に及び、その活動は国内外から評価を得ており、平成26年度には「第3回健康寿命をのばそう!アワード」において、厚生労働大臣最優秀賞を受賞した。さらに須坂市では、食と健康づくりの普及に取組む「食生活改善推進協議会」の活動も活発である。

平成25年に厚生労働省が発表した日本人の平均寿命では、長野県が男女とも1位となり、その中でも須坂市は県内19市の中で介護認定率が最も低く、健康で長寿の方が多く暮らしている地域であると言える。

このような背景の中、保健補導員会や食生活改善推進協議会などの地域人材を柱として、市民の更なる健康増進と、健康と地域に潜在する宝をつなぎ合わせ、地域創生を図ることを目的とした「健康長寿発信都市『須坂 JAPAN』創生プロジェクト」を平成27年から開始した。事業を進める中で、平成28年には保健補導員会が春の褒章で緑綬褒章を受賞するなど、本事業の注目が高まってきた。今年度は更なる具体的推進を図るべく、本事業を進めることとしたものである。

b 事業の目的

本事業は①今ある健康長寿の取り組みの更なる推進、②地域資源を活用した新たな魅力づくりの2点を目的としている。

①今ある健康長寿の取り組みのさらなる推進については、地域住民が行っている健康増進及び地域づくり活動が須坂市の地域ブランドの価値を高めていることを感じてもらい、さらに生きがいを感じる暮らしができるようになること、また、様々な健康増進活動の情報発信により、さらに健康づくりに励み、健康寿命の延伸へとつなげることを目的とする。

②地域資源を活用した新たな魅力づくりについては、「健康おすそ分けツアー」や「体験型観光」など、交流人口の増加を図る取り組みを地域資源を活用して、また、健康と市内にある宝をつなぎ合わせ、健康を意識した商品を造成して、地域の新たな魅力創出を目的とする。

2 事業実施内容

a 須坂エクササイズの情報発信

①須坂エクササイズ出前講座の実施

須坂エクササイズ体操ユニットによる出前講座を市内外にて実施した。体操ユニットメンバーへの 対価として、市外での講座は有料で実施している。

②日常的なエクササイズ実施者の増加

家庭へ普及させるため、保育園や PTA の集まり等でエクササイズを実施する。また、市役所の昼休みに館内放送を行い、職員の健康増進と来庁者へ PR を行う。

③須坂エクササイズ英語版の作成

ジョイセフ視察来庁時や外国人への須坂エクササイズ紹介のため、須坂エクササイズの英語版の作成を行う。

b 健康おすそ分けツアー、体験型観光の実施

①健康おすそ分けツアー(おやこ遊学)の実施

保健補導員会、食生活改善推進協議会、旅行業者、宿泊施設、農業者等から構成される「信州須坂健康発信の会」を発足し、「おやこ遊学 in 信州須坂」及び「マイみそ作りツアー」を企画、運営する。

②体験型観光の実施

クラブツーリズムと連携し、菊花展、蔵の町並み散策とあわせ、健康長寿食、須坂エクササイズを 体験する健康長寿ツアーを実施する。

③ ITB の観光プログラム「地恵のたび」のプレ実施

観光協会を窓口として、保健補導員会等への他自治体等の視察と健康メニュー提供を組み合わせた 有料観光プログラムを実施し、来年度以降の本格実施に備える。

C 健康をコンセプトとした拠点づくり

須坂市観光交流センターの販売ブースの一部を健康に特化した販売ブースとして、健康関連商品や 須坂エクササイズ T シャツ等を販売するとともに、健康と産業、観光をつなげたポスターを展示し、 観光客に須坂市の健康づくりと産業を PR する。

また、市民団体等と連携し、須坂市観光交流センターを活用し、「日曜須坂の健康応援教室」を毎月開催し、健康づくりを通じ、まちなかの賑わい創出を目指す。

d 健康を意識したメニュー販売飲食店を増やす

カロリー、塩分量、野菜摂取量などを考慮した「健康メニュー」を市内飲食店と連携し開発して、「須坂 JAPAN」ホームページに掲載し、PRを行う。

また、プロジェクト認定オリジナルスムージーを販売する飲食店を増やす。

作市

e 健康長寿ロードの整備

健康を意識したウォーキングコースとして延命地蔵、子育て地蔵など、健康長寿を意識できるよう な文化財等を通るコースを選定・整備する。カロリー消費の目安、ストレッチ方法等を記載したマッ プを作成し、利用者促進を図る。

健康を意識した商品開発

須坂産農産物をふんだんに使ったプロジェクト認定オリジナルスムージーを開発するとともに、レ シピをクックパッド内須坂市公式キッチン「信州須坂の台所」に掲載し、普及を図り、農産物の流通 経路の確保、ビジネスの創出を図る。

また、市内で生産、販売されている商品のうち、一定の基準を満たした商品について、須坂 JAPAN ロゴを貼付し販売する。

g 銀座 NAGANO でのイベント開催

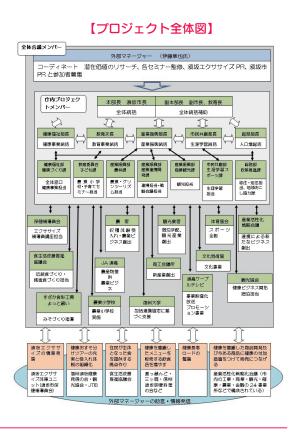
県のアンテナショップ「銀座 NAGANO」にて開催 されるイベント「朝クラス」で食事提供、須坂市の健 康づくりの取り組みや伝統野菜、果物等を首都圏で PR する。

事業実施体制

a 事業実施体制の概要

市長以下、全庁的な庁内体制を整備し、事務局を健康福祉部 健康づくり課に設置している。関係部長以上を「コアメンバー」 とし、重要判断事項の決定機関として、各メンバーの協力・連 携を得ながら各事業を実施した。

「健康おすそ分けツアー」は、関係団体等で構成する「信州 須坂健康発信の会」が発足し、「おやこ遊学」「マイみそ作りツ アー」を企画、実施した。



b 外部人材の役割

- ① 調査:須坂市の現状把握、潜在価値のリサーチ及び他自治体の動向等調査
- ② 整理・立案:調査結果に基づく提案、「おやこ遊学」の内容提案、プログラム構築、観光交流セ ンターのレイアウト、陳列商品の提案、ポスター作成等
- ③ 講座や地域づくり:「健康長寿のヒケツを学ぶ〜運動と食で健康アップ〜」での講演
- ④ けんこう須坂のツボ BOOK の作成:内容の提言、レイアウトの作成等
- ⑤ 外部活動:首都圏報道機関へ須坂市の健康づくりの PR
- ⑥ その他:プロジェクトの各事業目標達成に向けた、進め方や取組方法等への提案

4 事業実施スケジュール

月		取組実施内容
4月	11、19、20 ⊟ 21 ⊟ 28 ⊟	プロジェクトコアメンバー会議、健康発信の会会議、庁内プロジェクト会議 フジテレビ「みんなのニュース」に食生活改善推進協議会の活動が放送 信濃毎日新聞に、保健補導員会が緑綬褒章を受賞したことについて掲載
5月	3 ⊟ 9 ⊟ 16 ⊟ 22 ⊟	読売新聞に、保健補導員会が緑綬褒章を受章したことについて掲載 市町村アカデミーによるプロジェクト取材対応 健康発信の会会議、保健補導員会の緑綬褒章受賞を長野放送が放映 キックオフイベント「健康長寿のヒケツを学ぶ」の開催
6月	10 ⊟ 30 ⊟	銀座 NAGANO にて、「朝クラス 須坂編」の実施 健康発信の会会議
7月	1 ⊟ 11、14 ⊟ 15、19 ⊟ 21 ⊟ 23 ⊟ 26 ⊟ 27 ⊟	「医療タイムス」に保健補導員会の活動が掲載 「アカデミア」に本事業が掲載、SBC テレビで須坂エクササイズが取り上げられる ジョイセフ視察、愛知県豊田市猿投支所が行政視察 健康を意識した商品開発について打ち合わせ みんなの花火大会オープニングで須坂エクササイズ披露 須坂エクササイズの普及について、関係者打ち合わせ 健康発信の会会議
8月	4 ⊟ 5 ⊟ 8、9 ⊟ 15 ⊟ 24 ⊟	テレビ東京「NEWS アンサー」で須坂市の健康づくりが放送 時空の杜中澤氏とおやこ遊学について打ち合わせ 健康発信の会が時空の杜を視察、新潟県見附市が行政視察 観光協会と観光交流センターの活用について協議 豊丘地区有志の皆さんと懇談会。おやこ遊学、地域づくりについて意見交換
9月	8 ⊟ 12 ⊟ 15、23 ⊟ 24 ⊟ 27 ⊟	SBC テレビ「3 時はららら」にて、三つ扇の健康ランチが放送 日本テレビ「秘密のケンミン SHOW」にて保健補導員会が取り上げられる 健康の拠点について、関係課と協議 「信州須坂の健康メニュー」、認定オリジナルスムージーをプレスリリース 須坂健康まつりで本プロジェクトの取り組みを告知。須坂エクササイズ披露 日本経済新聞にオリジナルスムージーの記事が掲載
10月	3、18 ⊟ 7 ⊟ 13 ⊟~ 14 ⊟ 15 ⊟ 20 ⊟ 25 ⊟ 29 ⊟~ 30 ⊟	庁内プロジェクト会議、健康発信の会会議 信州大学寄附講座で、プロジェクトの取り組みを講演 銀座 NAGANO にて「信州須坂プチ移住体験」開催 長野県高齢者大会にて須坂エクササイズ披露 「毎日フォーラム」で須坂市及びプロジェクトの取り組みが掲載 東京都国立市より保健補導員会について行政視察 おやこ遊学 in 信州須坂の実施
11月	2 ⊟ 7 ⊟ 16 ⊟ 18 ⊟ 19、26 ⊟	庁内プロジェクト会議(日本版クアオルト事業について) 「健康長寿ツアー」を開催 プロジェクト全体会議、健康発信の会会議 沖縄県保健医療部健康長寿課より行政視察 BS-TBS「関口宏のニッポン風土記」に食改さんが出演
12月	13 ⊟ 15 ⊟ 16 ⊟ 19 ⊟ 21 ⊟ 28 ⊟	果物の機能性表示、消費拡大について検討会 「食の匠」が旧小田切家で実施する「昔の雑煮」提供について、読売新聞に掲載 愛知県東海市「いきいき元気推進事業」を視察 須高食品衛生協会に健康メニューとオリジナルスムージーの提供協力依頼 庁内プロジェクト会議 関東農政局長野支局におやこ遊学実施についての報告と協力依頼
1月	18日29、2月26日	庁内プロジェクト会議 日曜須坂の健康応援教室「塩こうじ作り」、「食改さん教室」

大船渡市

真庭市

主な成果

a 須坂エクササイズの情報発信

①須坂エクササイズ出前講座の実施

公共団体等からの依頼に対して、出前講座として市内36ヶ所、市外6ヶ所 で実施し、延べ体験者数は約14,000名となった。

②日常的なエクササイズ実施者の増加

保育園の園長会、小中学校の校長会等で須坂エクササイズの実施を依頼す るとともに、実施の様子を撮影し PR した。

保育園での須坂エクササイズ 実施の様子



b 健康おすそ分けツアー、体験型観光の実施

①健康おすそ分けツアー (おやこ遊学) の実施

10 月に峰の原高原を主会場とした「おやこ遊学 in 信州須坂~晩秋の 大自然の中で学ぶ、生きる力~ | を実施し、3家族13名が参加した。

②体験型観光の実施

クラブツーリズム株式会社と連携し、バリアフリーにも対応した健康 長寿ツアーを実施した。

健康おすそ分けツアー (おやこ遊学)の様子



c 健康をコンセプトとした拠点づくり

観光交流センターに訪れた観光客や市民へ須坂市の健康づくりを PR するとともに、健康関連商品の購買意欲を掻き立てる仕組み作りを行っ た。また、健康づくりを意識する市民を増やすため、定期イベントを開 催した。

d 健康を意識したメニュー販売飲食店を増やす

信州須坂の健康メニューをプロジェクトHPに掲載して広報するなど、 市内消費を促すとともに、体験型観光のプログラムに組み込むなど、ビ ジネスの創出を図ったところ、当初想定を上回る反応があり、さらに提 供できる飲食店を増やすように働きかけている。

【健康長寿□−ドの整備

既存の26コースに加え、選定観光客の利用も見込み、また、プロジェ クトの趣旨に合わせ、健康長寿を意識できるようなコースを検討し、選 定した。

イベントチラシ



健康長寿ロード



f 健康を意識した商品開発

須坂産農産物の消費拡大及び新たな流通経路、果物・野菜摂取を通じて市民の健康づくり向上を目的に、プロジェクト認定オリジナルスムージーを開発し、湯っ蔵んどにおいて「野菜の王様スムージー」として販売するに至った。同飲食店では12月にも市内で栽培されている「ヤーコン」を活用した「オリゴ糖の王様スムージー」、1月からは「甘酒グリーンスムージー」が販売されるなど、地域資源を活かした商品開発が続いている。



開発した商品(オリジナルスムージー)

g 銀座 NAGANO でのイベント開催

須坂市の魅力を PR するとともに、最終的には移住・定住へとつなげる目的で「信州須坂プチ移住体験」を 10 月に実施した。イベント実施後に開催した「移住体験ツアー」では同イベントを通じ首都圏から 10 名が参加した。

6 今後の展望、次年度以降の取り組み

①信州須坂健康発信の会

健康おすそ分けツアーの企画を通じて会の体制づくりを強化する。また、会の活動に協力してもらえる人材発掘、育成に取組む。

②信州須坂健康応援メニューについて

市内各飲食店へ健康応援メニュー提供の依頼を継続する。各飲食店のメニューは、プロジェクト HP などを通じて情報発信し、食事面での須坂市の健康づくりを PR するとともに、ビジネスの相乗効果を図る。

③プロジェクト認定オリジナルスムージーについて

各飲食店向けの勉強会などを通じてスムージーへの理解を深めてもらうとともに、四季に対応できるスムージー開発を行う。

④体験型観光の推進について

事務局を観光協会としてJTB「地恵のたび」での運用を開始した保健補導員会への行政視察の本格運用、事務局を観光協会としてJTB「地恵のたび」での運用を開始した保健補導員会への行政視察の本格運用、地域資源を活用したツアー商品の売り込みを図るとともに、市内での協力飲食店等の数を増やして、ビジネス創出を図る。

個別事業の取組概要

大船渡市

羽咋市

橋本市

真庭市

観音寺市

外部人材活用助成の取り組みと成果

世界に通じる「健康・長寿」のブランド化プロジェクト

株式会社医療情報研究所

代表 伊藤隼也



我が国は、現在、かつて人類が経験したことのない、少子高齢化社会を迎えています。 その中で、東京一極集中を是正し、人口減少に歯止めをかけ、日本全体の活力を上げ るには、食や観光など、未だ世界にとって多様な「価値」を有する、地方の役割が重要

なのはいうまでもありません。

外部人材コメント

今回のプロジェクト、地方創生において、最も重要と考えられる、地域力の連携強化と住民パワーを積極的 に導入したスタイルを取りました。須坂市には、長寿県で有名な長野県の中でも、60年にわたり、健康増進活 動を行う住民組織「保健補導員会」があり、その後、県全体に拡がった保健補導員活動の発祥の地です。

地域力と住民パワーを活用して、

現在まで、保健補導員の経験者は約7,000人。須坂市は県内19市の中で介護認定率が最も低く、まさに住民 パワーの成果と言えます。また、地域には新鮮な野菜や果物、酒・味噌など健康に通じる多様な食文化、多岐 にわたる健康長寿に関する資源や知恵、そして人財が埋もれています。今回のプロジェクトでは、これら隠れ た「宝」を掘り出し、それらを強く結びつけることで、新たな地域再生と須坂市の健康長寿をキーワードにした、 地方創生において、類のない「健康・長寿」のブランド化を図ることが目的です。

本事業では、一年目に継続して、これまで「健康長寿発信都市『須坂 JAPAN』創生プロジェクト」の下で、 医学的にも認知症予防の可能性を秘めた「須坂エクササイズ」出前講座など、様々な取り組みを実施し、それ らは全国の TV・新聞や銀座 NAGANO を通じ、多くの国民に健康長寿の意義と、その実践の様子が伝えられ ました。同時に、健康をコンセプトにした商品開発や、健康おすそ分けツアーなど、新たな価値の創出に努め ました。

特に、外部アドバイザーとして、この二年を振り返り、最大の成果は複数の団体や有志が参加した「信州須 坂健康発信の会」の発足と考えます。この会は、実に多様な人財を擁し、多くの可能性を秘めています。今後 も継続する「健康長寿発信都市『須坂 JAPAN』創生プロジェクト」においても、その中心的な役割が期待さ れます。また、この会の継続性と発展には、法人化が必須であると考えます。最後に、今後のプロジェクト推 進において、最も重要な課題は、地域力、住民パワー等をサポートする行政内の密接な連携と、日常業務に忙 殺される中での、モチベーションの維持が重要と考えています。

2 10 和歌山県橋本市「地域連携 DMO の立ち上げによる地方創生 推進事業 - 高野吉野路ツーリズムビューローの稼働に向けて - 」

事業概要

総事業費	7,279 千円
助成申請額	4,852 千円
外部人材	高橋 一夫(近畿大学経営学部 教授)
プトロル人例	堀切 久壽((一財)和歌山社会経済研究所 副理事長)

自治体概要

人口	65,074 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	130.55km (平成 26 年 10 月 1 日現在)
人□密度	498 人 /k㎡
標準財政規模	15,621,470 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.49(平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	97.7%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	橋本市 経済推進部 シティセールス推進課

取組概要

事業開始時点

- ■広域の自治体、観光関係事業者へ の参加要請の継続による参加団体 確保が必要
- DMO を運営できる経営人材の確保、組織体制整備が必要

外部人材による支援

- 自治体間の連携方針の変更への対応を行い、連携の考え方を提示
- ■人脈による参画要請の推進
- 地元人脈の太い堀切氏の登用を 紀陽銀行に依頼
- ■体制の在り方と予算の議論
- ■東大阪 DMO との連携支援、周辺 自治体とのツーリズム・テーマの 設定

事業終了時点 (成果)

- ■かつらぎ町との連携を軸に、他自 治体との DMO 立ち上げの準備委 員会を設置
- ■DMO のマネジメントエリアの中 核企業・団体の参画・出捐金の内 諾
- ■堀切氏のトップ人材就任
- ■中核人材・スタッフ人材確保
- ■東大阪市と訪日教育旅行開始
- ■エリア部会・テーマ部会設置

インターカレッジコンペティション



東大阪市訪日教育旅行視察



第1回 DMO 設立準備会



採択事

寺市

事業の背景と目的

a 事業の背景

橋本市は世界的な観光地高野町、年中観光農園が開かれているフルーツの町かつらぎ町、真田幸村 所縁の九度山町、重要伝統的建造物群保存地区を有する奈良県五條市と隣接した市であり、古くから の街道分岐点の宿場町・商業の集積地として栄えてきた。

国の伝統的工芸品で全国シェアの90%を誇る「紀州へら竿」や肌触りが良く、新幹線の車輌のシー トや絨毯の生地として使用されるパイル織物をはじめ、柿、巨峰、柿の葉ずしなどの特産品があり、 ブランド化に向けた取り組みを展開している。一方、観光交流では、霊峰高野山などの世界遺産『紀 伊山地の霊場と参詣道』への玄関口として、今年10月には高野参詣道の黒河道が世界遺産に追加認 定された。

これらの取り組みをより確実なものとするため、地域連携 DMO を立上げ、広域での地域資源を活 かした観光振興を進めることとして、「はしもと観光戦略協議会」を組成し議論を進めてきた。その 結果、内閣府・観光庁に日本版 DMO の候補法人として登録申請を行うこととなり、平成 28 年度は、 法人を設立し事業計画に沿った運営を進め軌道に乗せていくための対応が必要であるため、本事業を 進めることとしたものである。

事業の目的

最終的な目的は DMO の運営主体となる法人を設立し、事業計画に沿った運営を軌道に乗せること で、雇用・所得の拡大、事業者の収益向上を図るものである。今年度事業の目的は、事業主体となる DMO (仮称:一般社団法人高野吉野路ツーリズムビューロー)を立上げ、地域間連携のもとに事業 の推進を図ることである。

橋本市とその周辺自治体は、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」などの歴史的資産を有し、仏教・ 修験道文化を中心に長い歴史を背景とした独自文化を有するという共通点がある。この独自文化に加 えて、フルーツの産地としての知名度や美しい農業景観など、地域それぞれの強みを活かした連携を 行う。

また、橋本市に働きかけのあった東大阪市とも訪日教育旅行のテーマで地域間連携を進めることに より観光事業の効率化を図る。

2 事業実施内容

a 経営人材の確保

DMO に期待される役割を果たすことのできる地域内外のプロ人材及び複数地域にまたがる行政関係者や関連事業者の理解を得ながら中間支援の役割を果たせる人材を確保する。

b 広域の自治体への参画要請の継続

橋本市周辺の9市町及びテーマで連携できる市町と地域間連携を進め、DMOを組織し、観光事業を推進するため、自治体への参画要請を推進する。

C 広域市町の観光関連事業者への DMO への参画と出捐金の要請

橋本市内の観光関連事業者のみならず周辺の主要観光関連事業者に対して DMO への事業参画を求めるとともに、出捐金要請を行う。

d 組織体制の整備

DMO の組織体制を構築するため、中核人材、スタッフの確保を図り、定款・就業規則などの準備を行う。

e 地域間、他地域 DMO とのテーマ連携の推進

連携をする地域の特色を活かしたツーリズム、観光消費を促す特産品などそれぞれの強みを活かしたテーマによる連携を進める。

f インターカレッジ・コンペティションの実施

地域内だけでは解決できない課題の解決に向けて、大学の持つ専門的知識や学生の視点を活用しながら地域活性化を図ることを目的に、インターカレッジ・コンペティションを実施する。

g 東京・大阪での観光特産品プロモーション

東京・大阪などの大都市のフェアや見本市において、橋本市を中心とした地域の地場産品の紹介や 即売を実施することにより地域の特産品などのプロモーションを行う。

採択事業の特徴など

島町

大船渡市

八幡平市

三条市

栗島浦村

羽昨市

須坂市

橋本市

真庭市

観音寺市

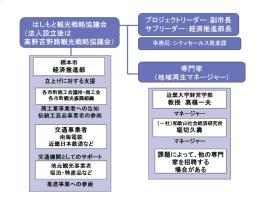
芦屋町

嬉野市

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

平成27年度の議論に参加した市、商工団体、地元観光事業者が連携するとともに、市内事業者の みならず、地域をつなぐ交通事業者と協働で進める。



b 外部人材の役割

①高橋 一夫氏

DMO、観光マーケティング及びブランディングの知見を活かしたプロジェクト管理、東大阪市との連携支援、インターカレッジ・コンペティションへの助言を行う。

②堀切 久壽氏

紀陽銀行時代からの人的ネットワークを活用し、DMO 参加者との連携を行うとともに、DMO の経営人材としての役割を担う。

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	28 ⊟~	地域連携自治体との協議を本格的に開始
5月		地域連携自治体との協議の継続
6月	28 ⊟	自治体はかつらぎ町との連携 DMO とし、民間中心での設立とする方針を確定
7月		市民向け広報、商工会議所会員向けの講演活動
8月		組織体制の整備の本格化
9月	18 ⊟	DMO のトップ人材の決定
10月		トップ人材の意思を反映した事業計画の整理
11月	30 ⊟	はしもと観光戦略協議会の開催パッケージデザイン個別打合せ
40 🗆	初旬	前月の協議会を受けての事業計画の変更
12月	17 🖯	インターカレッジ・コンペティションの開催
	26 ⊟	かつらぎ町との連携に加えて、他自治体間連携の強化も必要と判断
1月	11 ⊟~	DMO 設立準備委員会、分科会への参加を通じた本格的参画依頼を実施 参画、出捐金の協力についての確認
2月		参画依頼、出損金協力の確認継続
	20 ⊟	第 1 回の DMO 設立準備会開催

5 主な成果

a 経営人材の確保

「DMO に期待される役割を果たすことのできる地域内外のプロ人材」及び「複数地域にまたがる行政関係者や関連事業者の理解を得ながら中間支援の役割を果たせる人材」の2点を満たす人材として、堀切氏が DMO の経営人材として就任することが決定し、それを踏まえた地域連携事業計画の策定を行った。

b 広域の自治体への参画要請の継続

橋本市、かつらぎ町の2自治体で当初立ち上げを進め、立ち上げ後の参加も可能として、自治体間の連携も強化しつつ、民間主体で進めることとした。

C 広域市町の観光関連事業者への DMO への参画と出捐金の要請

橋本市内の観光関連事業者のみならず周辺の主要観光関連事業者に対して参画要請を進め、高野山 金剛峯寺、南海電鉄などの主要企業にも出捐金要請を行い、協力を得た。

会員企業、個別企業での講演活動を実施した。

d 組織体制の整備

橋本市・かつらぎ町とマーケティングエリア内 の企業・事業者が参加した DMO で活動を開始す ることが決定した。

経営人材である理事長、副理事長、事務局長及 びスタッフ5名体制を構築した。

組織体制イメージ



e 地域間、他地域 DMO とのテーマ連携の推進

東大阪ツーリズム推進機構との訪日外国人教育 旅行での連携は目途が立ったため、地域の特色を 活かしたツーリズム、特産品などそれぞれの強み を活かしたテーマによる連携の考え方を整理した。

テーマ連携に関する考え方イメージ



三条市

羽咋市

真庭市

観音寺市

f インターカレッジ・コンペティションの実施

大学の専門知識や学生の視点を活用した地域活性化を図るために「高野山麓はしもとインターカレッジ・コンペティション 2016」として募集し、4 大学 6 チームが参加して、審査の公開プレゼンテーションには観客が 100 名集まった。

学生が地域に入り込み交流することにより、地域のことを教える住民に自信が湧き、活気がでるといった副次的効果や、地域振興面でも大学の知的シーズと地域産業のニーズのマッチングの場となるものであった。





表彰式の様子



g 東京・大阪での観光特産品プロモーション

テレビ朝日・六本木ヒルズ夏祭りにて、株式会社トラストバンクが主催する「ふるさとコレクション」 に出展し、地場産品などのPRを行った。

また、ふるさと納税大感謝祭に出展し、試飲試食やパネルを使って特産品のPRを行うとともに、アンケートを実施し商品ニーズやターゲットの絞り込みなどマーケティングのデータを取得した。







6 今後の展望、次年度以降の取り組み

①自治体間の連携に関する今後の取り組み

かつらぎ町との連携で民間事業者を中心とする方針をもって進めてきたが、周囲からの要望もあり、 再度、自治体、民間事業者への参画要請を行うこととなっている。

平成29年10月からの正式開業に向けて2月20日の第1回のDMO設立準備会開催以降、丁寧に 進めることとなる。

②橋本市を中核とする DMO の価値

平成28年10月には世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の追加申請で橋本市内の黒河道が登録され、 橋本市は世界遺産を有するまちとなったが、旅行者数を増やすだけでは行政需要も増すばかりであり、 ひと・もの・かねが活発に動く状態が必要である。

設立準備委員会の中に行政主体のエリア別マネジメント部会、民間主体のテーマ別マネジメント部会を置き、本格開業までに事業内容を具体化するとともに、関係者間のコミュニケーションを重ねる。

ビジネスの創出(観光経済波及効果)=旅行客数×客単価×域内調達率

採択事業の特徴など

大船渡市

八幡平市

三条市

羽咋市

真庭市

観音寺市

地域連携DMOの成功に向けて



外部人材コメント



近畿大学 高橋 一夫 一般財団法人和歌山社会経済研究所 堀切 久壽

2年目のマネージャー事業となる橋本市では、2016年10月に高野参詣道で高野七口の一つ黒河道が世界遺 産「紀伊山地の霊場と参詣道」に追加登録されました。橋本市は高野山麓にあり、ミシュランガイドの3つ星 に選ばれた世界的な観光地高野町、年中観光農園が開かれているフルーツの町かつらぎ町、真田幸村所縁の九 度山町、重要伝統的建造物群保存地区を有する奈良県五條市、熊野古道の中核となる田辺市など観光地として 一定の知名度を持つ市町と地域連携の DMO を立ち上げ、観光振興の中核としていこうとしています。

国も創生総合戦略で DMO を後押ししてくれており、新型の交付金を当て立ち上げ時の財政的なサポートと しています。当初順調に進むかと思われた地域連携もそれぞれの思惑があるようです。これにはマネージャー の私たちも困惑しました。民間中心でマネジメントエリアは変えないでやっていこう、などの方針転換もする など事業計画も二転三転するのですが、やはり地域における柱は「行政と民間が一体となって進めること」で した。橋本市長、かつらぎ町長からの指示のもと、腰が定まった行政関係者の動きは迅速です。

私はマネージャー事業と2004年の当初から関わりを持ち、橋本市を含め7市町に参りましたが、地域と行 政の信頼づくり、行政間のコミュニケーションの大切さを改めて認識しました。ぶれずに事業を推進すること の重要性を改めて認識し、反省のあった年でもありました。

しかし、反省ばかりもしていられません。2月20日を皮切りに参画予定自治体、民間事業者が集まっての準 備委員会、テーマ部会、エリア部会が始まります。2017年10月の本格稼働に向けて残された時間はわずかです。 しっかりと取り組んでいかなければなりません。世界的な観光資源を基軸にして旅行客数を伸ばすだけでなく、 観光消費額のアップ、マネジメントエリア内での域内調達率の向上を目的とする DMO の成功に向けて新たに 一歩を踏み出します。

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

事業概要

総事業費	10,600 千円
助成申請額	7,000 千円
外部人材	野口 智子(ゆとり研究所 所長)

自治体概要

人口	65,318 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	228.21km (平成 26 年 10 月 1 日現在)
人口密度	286 人 /k㎡
標準財政規模	18,319,787 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.44(平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	96.2%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	紀の川市 農林商工部 商工観光課

取組概要

事業開始時点

- ■1年中様々な果物が採れる「フルーツ王国」という魅力を有するも、観光客が減少傾向
- ■短期診断派遣で得られた提言『「もの(フルーツ)」 + 「こと」おこし+「ひと」おこし』をもとに、3ヵ年計画を策定(平成25年度)
- ■外部人材派遣(環境整備型)を活用し「紀の川市フルーツ・ツーリズム推進協議会」を設立し、活動開始(平成 26 年度)
- ■助成事業を活用し、体験催しを中心とした「プレ・フルーツ博」の開催や、「フルーツ料理コンテスト」等を実施(平成27年度)

外部人材による支援

- ■法人設立など持続可能な体制づく りへの支援
- ■「フルーツのまち」らしさのある 商品開発および体験催しの開発支 援
- ■市民手作りの体験交流型博覧会 「ぷる博」の計画から実施に至る 全般的な支援
- ■ワークショップの運営・進行
- ■「コーディネーター講座」の講師 として、まちおこしリーダー人材 の育成に寄与
- ■プロモーションの支援

事業終了時点(成果)

- ■活動団体の法人設立。市民の手で 自主運営し、「フルーツのまち」 紀の川市を PR する中核組織とし て今後も活動
- ■旅行商品化を意識した体験催し や、地元企業とのコラボ商品の開 発等
- ■市民手作りの体験交流型博覧会「ぷる博」の実施。65全てがフルーツにちなんだ体験催しで、延べ約6,700人の体験交流を生み出し、体験を通して「フルーツのまち紀の川市」のファンを獲得

紀の川ぷるぷるワークショップ



コーディネーター講座



ぷる博パンフレット



採択事業の特徴など

羽咋市

橋本市

真庭市

寺市

大船渡市

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

平成17年11月に5町が合併した和歌山県紀の川市は、さまざまな果物が1年を通じ、豊富に収穫できる「フルーツ王国」である。しかし、それらの魅力ある地域資源を交流・観光に有機的に結びつけられていないこともあり、観光客は平成19年の232万人から、平成24年には196万人に落ち込んでいる状態となっている。

その様な状況下、紀の川市の魅力の発掘や観光振興策への助言を目的として、平成25年度に短期診断派遣を活用し、外部人材(野口氏、岩崎氏)から、紀の川市の最大の魅力であるフルーツを中心に、「もの(フルーツ)」+「こと」おこし+「ひと」おこしの3つをつなげた観光振興についての提言を受けた。

この提言を受け、平成 26 年度に外部人材派遣(環境整備型)を活用し、平成 26 ~ 28 年度までの 3 カ年計画で事業に着手し、市民が主体的に企画実行していく組織として「紀の川市フルーツ・ツーリズム推進協議会」を設立。続く平成 27 年度には、「外部人材活用助成」を活用し、「プレ・フルーツ博」の実施等を市民自らが企画運営することで、市民が自主的に地域内外とのつながりを深めながら「フルーツのまち紀の川市」を活性化する幅広い取り組みを行うことに成功した。

現在、紀の川市の地方創生総合戦略の中心に「フルーツを核とした地域ブランド化」を掲げ、市全体で「フルーツのまち」としてのイメージアップを図っており、市民活動からスタートした取り組みが行政を巻き込み市全体での取り組みへと広がってきている。

b 事業の目的

近郊大都市住民をターゲットに体験型観光を推進するとともに、紀の川市の一番の魅力 = 地域資源である「フルーツ」に焦点をあてた地域づくり・生業おこしを展開する。地域内外から紀の川市のファン(= 交流人口の増加)を獲得するとともに、観光消費額の増加を図る。これにより、都市から地方への新たな交流を作るとともに、「フルーツ」を生かした商品開発など様々な生業を創出し、雇用へとつなげていくことで若年層の流出に歯止めをかけ、若い世代も活躍できる様な地域づくりへとつなげていく。

本事業は以上の取り組みの先駆けとなる市民活動を継続的に取組むための体制作りを目的とするものである。

2 事業実施内容

a 持続的体制の構築

市民活動団体「フルーツ・ツーリズム研究会」の法人化や活動拠点の整備について検討し、「一般社団法人 紀の川フルーツ・ツーリズム」を設立登記した。また、地域おこし協力隊を2名採用し、市民活動や法人立ち上げ期の支援を実施した。

b 商品開発

飲食店でフルーツ料理メニュー化を進めるとともに、フルーツ1次加工品の商品化の検討、地元企業とのフルーツ商品の共同開発やフルーツ・ブランド商品の拡充を行った。また、旅行商品化に向け、収益性やインバウンド対応を意識した体験催しを実施した。

年間を通じ、多様な地域資源とフルーツを絡ませた体験催しを企画・実施した。また、「紀の川フルーツ体験! ぷるぷる博覧会(ぷる博)」を開催。市内全域で、フルーツをテーマにした 65 の体験催しを実施した。

d フルーツのまちの雰囲気づくり

8月の「紀の川市民まつり」ではフルーツをかたどった花火が打上げられ、12 月~1 月の「貴志川イルミネーション 2016」では新たに「ぷる博」を告知するイルミネーションを作製した。また、2 月から 3 月にかけては「フルーツ雛」を展示した。

e 機運の醸成

小学生を中心に絵を募集して、紀の川市の農作業、風景、文化の魅力が詰まった「フルーツカレンダー」を製作・販売した。市内中高生の協力のもと「フルーツカルタ大会」を実施した。また大学の果樹の専門家や研究会メンバーを講師とした「フルーツ講座」を開催し、研究会メンバーもフルーツを学び、魅力を伝えられるように取組んだ。

f フルーツのまちのプロモーション強化

Facebook「紀の川ぷるぷるクラブ」を活用し、研究会メンバーの活動状況を発信した。また、「紀の川ぷるぷるファンクラブ」が4月から本格的に始動し、地域おこし協力隊と市民で運営し、月2回のメールマガジンでの情報発信や体験催しでの会員特典の付与などを行い、紀の川市ファンの獲得を図った。

採択事

業

特徴

組概

大船渡市

三条市

市

市 観音

嬉野市

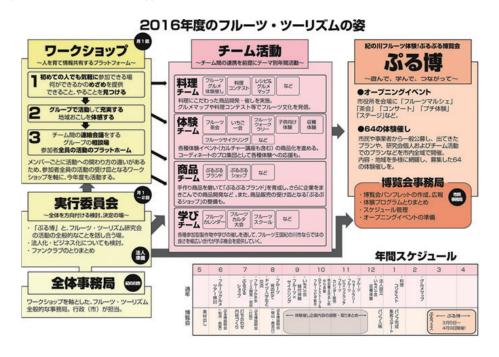
Q その他

研究会メンバーの中で、農家民泊に向けての説明会への参加や持ち家のリノベーション等が検討さ れ、宿泊施設の不備という課題に取組む動きが生まれた。

事業実施体制

事業実施体制の概要

市内外から様々な個人・団体が参加して開催されている「ワークショップ」と、ワークショップで 話し合った取り組みを具体的に進めていく「チーム活動」、研究会全体の方向性や法人化等体制づく りについて検討する「実行委員会」、「ぷる博」を企画・運営する市民事務局「ぷる博事務局」を組織 して実施した。行政は「全体事務局」として、今後、より市民主体に移行していくための運営ノウハ ウの提供や資金面管理を主とした各組織に対する支援を行った。



b 外部人材の役割

法人設立、商品開発や旅行商品化に向けた体験催し作り、ワークショップ進行・運営、Facebook やファンクラブのメールマガジンなどインターネット、SNS 等を活用したプロモーション強化など、 業務全体の支援を行った。

また、「ぷる博」の企画から運営に至るまでの全体マネジメントや人材の発掘支援として市民主体 のまちづくり体制強化のため「コーディネーター講座」の講師を担った。

4 事業実施スケジュール

月		取組実施内容
4月	10 ⊟	ワークショップ 16
5月	11 ⊟、14 ⊟	実行委員会(11日)、「コーディネーター講座」(会議初級)(14日)
	15 ⊟	ワークショップ 17
6月	2 ⊟、24 ⊟	実行委員会
	4 🖯 、23 🖯	「コーディネーター講座」(体験初級)(会議初級)
	5 🖯 、28 🖯	ワークショップ 18(5 日)、第 1 回ぷる博説明会(仕掛人の募集)(28 日)
7月	12 ⊟、16 ⊟	実行委員会(12日)、「コーディネーター講座」(体験初級)(16日)
	17 ⊟	ワークショップ 19、第 2 回ぷる博説明会(仕掛人の募集)
	30 ⊟	粉河祭で「フルーツかき氷」販売
8月	5 🖯 、6 🖯	実行委員会(5 日)、「コーディネーター講座」(会議中級)(6 日)
	7 🖯 、12 🖯	ワークショップ 20(7 日)、「星空のフルーツ宵のだて」開催(12 日)
	27 ⊟	第 3 回ぷる博合同説明会(仕掛人の募集)
9月	10 ⊟	「コーディネーター講座」(体験中級)
	11 ⊟、15 ⊟	ワークショップ 21(11 日)、実行委員会(15 日)
	17 🖯	「フルーツサイクリング」開催
10月	1日、2日	「コーディネーター講座」(体験中級)(1 日)、ワークショップ 22(2 日)
	6 ⊟、24 ⊟	実行委員会
	16 🖯	「ロケットストーブ&ピザ作り」開催
	29 🖯	「紀の川柿収穫とつるし柿作り」開催
	30 🖯	「フルーツカレンダー」販売開始
11月	19 🖯	「コーディネーター講座」(体験中級)
	20 🖯	ワークショップ 23、「フルーツウォークラリー」
12月	25 日、27 日	ワークショップ 24 (25日)、実行委員会 (25日、27日)
	26 🖯	「(一社) 紀の川フルーツ・ツーリズム」設立
1月	10 日、27 日	実行委員会
	12 🖯	「料理コンテスト」一次審査、桃谷順天館と商品開発協議 ワークショップ 25、ぷる博パンフレット配布開始
	22 ⊟ 24 ⊟	ワークショック 25、ふる停ハフフレット配布開始 「ぷる博パンフレットお渡し会 開催
	28 🖯	「いるはハンフレットの返し去」用作 「コーディネーター講座」(体験上級)
	29 🖯	
2月	16 🖯 、18 🖯	147年コンテストリー
	19 🖯	ワークショップ 26
3月	5日~	プラフェック 20 「ぷる博」スタート(~ 4/9 まで)、「ぷるフェス」開催(3/5)
		「

5 主な成果

a 持続的体制の構築

市民が将来にわたって自立的に活動していく体制を整えるため、 市民活動団体「フルーツ・ツーリズム研究会」の法人化や活動拠点 の整備について検討し、12月26日(月)に、「一般社団法人 紀の 川フルーツ・ツーリズム」を設立登記した。

理事による法人設立報告



羽咋市

b 商品開発

①飲食店でのフルーツ料理の開発デビュー

「フルーツグルメマップ」のメディアでの反響で来店客、売 上が増加したほか、研究会の取り組みを通して市内飲食店で のフルーツ料理の商品化が進んだ。

②フルーツー次加工品の商品化

6種類のペースト状のフルーツソースを開発し、粉河祭(7 月) や紀の川市民まつり(8月)で「フルーツかき氷」とし て販売した。好評で、今後の活動資金確保ができる取り組み として見込みが立った。

③フルーツ・ブランド商品ラインナップの拡充

市民手作りのフルーツ・ブランド商品を拡充したほか、企 業と連携した商品開発にあたり4社と協議を行った。結果、 地元粉河創業の化粧品メーカー「㈱桃谷順天館」とのコラボ 商品として紀の川市桃山町の若桃を使用したオリジナルハン ドクリームを共同開発する契約を締結した。

④体験催しの旅行商品化

フルーツにちなんだ体験催しの旅行商品化を見据えて体験催しを企画・開催した。

「あら川の桃バーガー」ランチ

㈱桃谷順天館との商品開発



①年間を通じての多様な体験プログラムの開発

「フルーツのまち」ならではの、フルーツにちなんだ体験型交流催しを企画し、通年にわたって実 施し、全7回延べ317名が参加した。 ぷる博パンフレット

②「紀の川フルーツ体験!ぷるぷる博覧会(ぷる博)」の開催

3月5日から4月9日まで市内全域を会場として「紀の川フ ルーツ体験!ぷるぷる博覧会(ぷる博)」を開催。市民や市内 外の事業者間での交流が活発となり、「ぷる博」期間中の体験 催し全てが満席になると、約6,700人が体験交流し、観光経済 効果予想額が約45,000千円にまで達する見込みである。





d フルーツのまちの雰囲気づくり

紀の川市の「フルーツのまち」らしい雰囲気づくりとして、平成27年度に作成した「ぷるぷる娘 飛び出し注意看板 | が4月より市内各地域に設置されたほか、8月の「紀の川市民まつり | ではフルー ツ花火の打ち上げ、さらに 12 月~ 1 月の「貴志川イルミネーション 2016 | では、ぷるぷる娘や「ぷる博 | を告知するイルミネーションを作製、展示された。また、2月の「粉河とんまか雛祭り」にあわせて「フ ルーツ雛」が「紀の川ぷるぷるハウス」内に展示された。

e 機運の醸成

フルーツの魅力をより伝えていくために、まず、研究会メンバーがフルーツについて学ぶ「フルーツ講座」を全5回開催し、延べ約120名が参加した。また、平成26年度に募集したフルーツ川柳に、紀の川市周辺の中学校・高校の美術部生徒による挿絵を組み合わせたフルーツカルタを製作し、3月にこれを用いた「フルーツカルタ大会」を開催した。昨年度に引き続き、市民から募集した絵を用いた「2017年ぷるぷるフルーツカレンダー」を製作し、2月現在で1,502部販売している。

フルーツカルタ製作



f フルーツのまちのプロモーション強化

4月から地域おこし協力隊と市民が運営のもと「紀の川ぷるぷるファンクラブ」を本格始動し、月2回のメールマガジンを配信するとともに、ファンクラブ会員獲得に向けて、市内外での勧誘活動や、会員特典の仕組み作りについて検討を行った。(2月現在、会員数約1,000名)。また、Facebook「紀の川ぷるぷるクラブ」を活用し、催しの告知や活動状況など情報発信を行った。

g その他

宿泊施設の不備が課題となる中、研究会メンバー内で農家民泊の開始に向けて説明会に参加するなど「泊まれる紀の川市」を目指す動きが進んだ。この他、メディア掲載が2月10日現在で、テレビ6件、ラジオ3件、新聞14件、その他紙媒体13件確認されている。

6 今後の展望、次年度以降の取り組み

今年度事業で一般社団法人を設立し、市民主体の持続的体制を整えたが、運営資金の確保には安定収益を得る必要がある。また、これまでは行政からの財政面、人的面での支援があったが、将来的には自らが対応していく必要がある。段階的自立に向けて、フルーツ・ツーリズム研究会実行委員会の会議進行や「ぷる博」の事務局は市民が行い、それを地域おこし協力隊が支え、その下支えを行政が行う形へ移行してきた。

次年度以降も、より市民への比重を移し、それを地域おこし協力隊が支えるとともに、法人運営を 支えていく地域おこし人材の発掘、育成を引き続き行う必要がある。

運営資金確保は定番化した「ふるうつ茶会」や「フルーツかき氷」販売などに加え、開発を進めている桃のハンドクリームなどオリジナル商品を開発、販売する。法人の設立目的である「『フルーツのまち紀の川市』の魅力を広め、地域振興への貢献を行う」という公益的な取り組みに対し、行政、企業団体から理解を得て支援を得ることも視野に入れる。

また、フルーツ・ツーリズム研究会からはじまった「フルーツのまち」を盛り上げる動きは市民の中に、また行政の中でも着実に浸透してきたが、今後更にこの動きをまち全体に広げていく必要がある。市民や行政だけでなく、観光協会、JA、商工会など紀の川市全体が連携した形で「フルーツのま

大船渡市 八幡平市 本市 紀の川市 真庭市 観音寺市

ち」として紀の川市のまちづくり戦略を立て、それに基づき行動していくための、観光まちづくり組織(DMO)を検討する。単に魅力を PR して観光客が増加することが大切ではなく、紀の川市を訪れた人々に紀の川市のフルーツや農作物の良さ、農業文化の素晴らしさを伝えることで、紀の川市の基幹産業である農業(フルーツ産業)が活性化し、担い手を育てることが重要である。

7 外部人材コメント

さあ、これからが「フルーツ・ツーリズム」出発進行です。





平成27年度に、フルーツ・ツーリズムの土台固めと基本形ができた紀の川市です。 今年度は、多少無理をしてもやれるだけのことをやってみようという姿勢で望みました。 通年の活動は、市民が「料理」「商品」「体験」「学び」の4つのチームに分かれて。そして、 皆で取り組む催しとして「紀の川フルーツ体験博! ぷるぷる博覧会」(ぷる博)を据え

ました。

総ての接着剤のような役割が、毎月のワークショップでした。初めての人でも参加できる、4チームの合同会議の場、みんなで考える場、フルーツ・ツーリズム活動のプラットフォームです。ここで各チームはその日話すことを提示し、時間内に合意形成し、ほかのチームに説明することが習慣づけられています。

いつ誰が何をどうやるかを決めます。例えば、日曜に、メンバー7人が桃を100個剥いて煮る。菜箸、鍋、砂糖は誰がどう用意する。お金はいくらまで使う。そんな小さなことが毎回決まっていきます。腕組みして高尚な理屈を長々こねまわしても、地域は変わりません。こういう決定と行動がとても大事なのです。

ワークショップでは、どんどんマイクが回ります。「恥ずかしい」は通らない、だからみんな話がうまくなる。マイクを運ぶ係、頷き係も市民の役目。人材育成の仕組みを入れ込んだワークショップは通算 26 回となりました。ここが幹になり、枝に4つの活動や、「ぷる博」が実っていったというわけです。

今年度、市民が追いかけたのは「持続」と「ビジネス」です。市民活動では、とかく「組織をつくって儲けていくこと」は悪いことのように思われます。が、そうじゃない、「生きがい」「おふるまい」だけでは続かない、と思うまでに時間がかかりました。だんだん皆が、収支の話をするようになってきています。「ぷる博」という締め切りがあったので、おかげさまで平成28年末に一般社団法人となりました。この指とまれで集まった人たちです、これからが大変でしょう。

「ぷる博」については、市民事務局が回す方法をとりました。理想は高かったのですが現実はドタバタ、「事務局ってそこまでやるの?」「パソコンで書類作りなんてイヤ」という状態。「ぷる博」開催は毎日が綱渡り、行政、地域おこし協力隊の力がなかったら実現しなかったでしょう。でも、恐れることなくカラカラと笑って走り回るフルーツ市民の方々には、頭が下がります。これはフルーツ・パワーでしょうか?

4月、「ぷる博」が終わると、「気が抜けてどうしよう?ってことになりそう」と声が上がっています。大丈夫、お稽古は山ほどしました。気がつけば、何度も転びかさぶたができて強くなった自分と、法人という器と、小さなお金と、大きな繋がりがある。平成29年度からが本当の出発です、楽しくやっていきましょう。

2 - 12 岡山県真庭市「里山資本主義にもとづく地域 振興組織の基盤強化事業」

事業概要

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

自治体概要

人口	47,820 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	828.53km (平成 26 年 10 月 1 日現在)
人□密度	58 人 /km²
標準財政規模	21,350,024 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.31(平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	84.3%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	真庭市 総合政策部 交流定住推進課

取組概要

事業開始時点

- ■灯油の使用量削減に向けて薪ボイ ラーの運用改善が必要
- ■薪の含水率を改善するため管理方法の見直しなど薪の生産体制の確立が必要
- ■薪の需要開拓と販路拡大を通じて ストーブ用薪を販売し、収益改善 が課題
- ■里山資源の商品化と販促 PR を通じて前年度開発した試作品の商品 化を目指す
- 薪ユーザー対象イベント開催し、 薪ストーブユーザーのファン獲得 を目指す
- ■人材育成塾の開講等により地域振 興の有望な人材発掘を目指す

外部人材による支援

- ■ボイラー稼動状況の把握、ボイラーの配管工事、燃焼方法の検証 作業の実施
- 薪土場のレイアウトや薪の乾燥方法・期間の見直し、市有林作業道の現況把握
- 薪宅配ビジネスの事例紹介、価格 設定や販売方法の検討、薪ストー ブ代理店の紹介
- ■商品パッケージの開発支援、燻製商品の製造工程の見直し、ホームページの改定支援
- ■イベント実施に対する助言、教育 旅行受入の支援
- ■真庭なりわい塾の開催支援、移住 者との連携支援

事業終了時点(成果)

- ■灯油使用量を前年比半分以下に削減。薪取引量は前年比50㎡以上増加見込み。
- ■生産体制を確立し、年間 220㎡ を生産。あわせて、薪搬出作業道 を整備。
- ■ストーブ用薪 30㎡生産、キャン プ用薪 5㎡販売、販促用チラシを 1000 部作成
- ■クロモジ商品パッケージ作成、 HP 改定、燻製大根 1000 本生産、 販促 PR 実施(3 箇所)
- ■中高生向け及び薪ユーザー向けイベントを実施(計4回)本生産、 販促PR実施(3箇所)
- ■常勤アルバイト2名を雇用
- 真庭なりわい塾等による移住定住 促進 (新規 3 世帯移住)

関係団体との協議



真庭なりわい塾の開催



特産品の開発



島町

本市

観音寺市

羽咋市

大船渡市

事業の背景と目的

a 事業の背景

真庭市中和地区は、人口600人余り、高齢化率40%で、人口の減少と少子高齢化による地域の担い 手不足が課題となっている。平成26年度、同地区では「津黒高原荘」に薪ボイラー導入したことをきっ かけに、中和地域薪生産組合を設立した。薪ボイラーへの燃料供給事業を開始するにあたり、その担 い手として、平成27年5月に「一般社団法人アシタカ」(地域振興組織)を設立した。同組織を中心 に里山資源を活用した特産品開発や交流事業等にも取組みはじめ、これにより住民主体による地域再 生の機運も醸成された。

しかしながら、燃料供給事業は開始したばかりであり、今後も安定的に薪生産や燃料供給を実施す るためには、薪ボイラーの運用改善が課題となっていた。また、アシタカの経営基盤を確立するため には、ストーブ用薪の新たな生産と販路開拓、クロモジなど里山資源を活用した特産品開発や販売促 進など、事業活動全般の強化が必要である。さらに同組織を地域経営の核として機能させるためには、 移住定住促進とあわせて、若手人材の確保や育成が必要である。そこで本事業では、外部人材の支援 により薪ボイラーの運用改善、薪生産体制の確立、薪の需要開拓と販路拡大、里山資源の商品化や販 促 PR 活動、イベント等の実施、地域振興の担い手づくりに取組むものである。

b 事業の目的

地方創生においては、地域の特性を活かした創業の促進・事業活動の活性化により、魅力ある就業 機会を創出することを基本理念としている。

典型的な中山間地域である同地区の、里山資源を活かしたビジネスモデルは、魅力ある就業機会の ひとつになると考えられる。また真庭市においては、高齢化による地域経営・自治機能の低下が課題 となっており、アシタカのような地区単位の地域振興組織の創設は、市全体の取り組みに広げたいと 考えている。

アシタカの組織基盤強化と自立に向けた取り組みは、地域振興組織を中核とした地方創生の真庭モ デルとなると考える。

なお、真庭市交流定住推進課では、移住定住希望者に対する相談窓口を設けるとともに情報発信や 定住条件の整備など、各種施策に取組んでいるが、より積極的な移住定住促進と人材育成を図るため に、本年度より「真庭なりわい塾」を、同地区をフィールドとして実施することとした。アシタカは、 同塾の実行委員の一員として、地域住民と地域外の塾生とのつなぎ役となり、ひいては、同地区の移 住定住希望者の受け入れの窓口としても機能することを期待し、同事業を実施するものである。

2 事業実施内容

a 薪ボイラーの運用改善

津黒高原荘に設置した薪ボイラーの運用改善を図るために、ボイラーの稼動状況を把握し、ボイラーの配管工事とあわせて、薪の投入・燃焼方法の検証作業を実施した。

b 薪の生産体制の確立

薪土場のレイアウトや薪の乾燥・保管方法、乾燥期間についてアドバイスし、改善を図った。また、 市有林の薪運搬搬出用作業道の現況把握を行った。

C 薪の需要開拓と販路拡大

薪の販路拡大に向けて、薪宅配ビジネスの先進事例を紹介するとともに、薪ストーブの販売代理店を紹介し、連携に向けた橋渡しをした。また、薪の価格設定や販売方法等について外部人材から助言を受け、販売チラシを作成した。

d 里山資源の商品化と販促 PR 活動

クロモジ関連商品のパッケージを製作した。また、燻製商品(大根)については、製造過程の見直 しを行った。さらにホームページの改定や販促 PR 活動を実施した。

e 薪ユーザー等を対象としたイベント開催

薪ストーブユーザーを対象としたイベントを開催し、薪を購入する固定客(ファン)を獲得した。 また、対象を中・高校生の教育旅行まで広げ、受入れた。

f 地域振興の担い手づくり(人材育成)

「真庭なりわい塾」の開催にあたり、アシタカが、塾生と地域住民とのつなぎ役として働くよう支援を行った。また、アシタカと同地区の移住者が連携し、新たな仕事づくり、生業づくりに発展するよう、両者の連携を側面支援した。

採択事

大船渡市

八幡平市

浦村

須坂市

橋

本市 紀の

事業実施体制

事業実施体制の概要

複数の外部人材が外部専門家として市の各部署や関連する団体等と連携しつつ、地域振興組織(ア シタカ)の組織基盤強化に向けて事業を実施する。



b 外部人材の役割

①全体統括

地域の合意形成や若手人材育成等を中心に、全体統括し支援する。

②薪ボイラーの運用改善

薪ボイラーの効率的な運用を図るために、薪ボイラーの運用状況に関するデータを収集し、助言指 導を行う。また、ボイラー運用管理を行う人材の育成を図る。

③薪の生産体制の確立、薪の販路拡大等

薪生産の効率化を目指し、年間作業スケジュールの見直し、作業場のレイアウトや薪の乾燥・保管 方法の改善、必要な機材の購入、人材の確保等の助言指導を行う。また、薪の宅配ビジネスのノウハ ウを提供し、近隣の薪ストーブユーザー等を調査し、需要開拓を行う。

④商品化・販促 PR 活動

燻製食品やクロモジ関連商品の開発、販促 PR 活動に対する助言指導を行う。

4 事業実施スケジュール

月		取組実施内容
73		
	4 ⊟	役場担当者と打ち合わせ
	5 ⊟	薪ボイラー運用状況確認
7月	6~7⊟	薪の乾燥・保管方法・販売促進に関する助言/勉強会の開催
/ /	15 ~ 19 ⊟	クロモジ商品の販売促進とパッケージ、HP 改定に関する検討
	20 ~ 21 ⊟	薪ボイラーの運用および配管状況の確認
	25 ~ 27 ⊟	薪ボイラーの運用改善に関する助言/配管工事等に関する打ち合わせ
	19 ~ 20 ⊟	若手人材育成に関する助言
8月	21 ⊟	配管工事完了後のボイラー運用状況確認
	22 ~ 23 ⊟	ふるさと財団担当者による視察と会議
9月	16 ⊟	中学校の薪体験活動受け入れ実施
10月	2 ⊟	薪ストーブユーザーを対象としたイベント開催
	3~ 7⊟	薪ボイラーの燃焼方法に関する検証作業実施
	7 ⊟	若手人材育成に関する助言
	8 ~ 10 ⊟	真庭なりわい塾運営支援/小学校存続に関する PTA との意見交換
	27 ⊟	高校の薪体験活動受け入れ実施
	10 ~ 11 ⊟	移住定住促進に関する助言
11月	12 ~ 13 ⊟	真庭なりわい塾運営支援/塾生と住民による WS 開催
	23 ⊟	薪ストーブユーザーを対象としたイベント開催
	25 ⊟~ 2 ⊟	市有林の薪運搬搬出作業道の整備
	8 ~ 10 ⊟	燻製商品およびクロモジアクセサリーの開発に関する助言
12月	9 ⊟	若手人材育成に関する意見交換
	10 ~ 11 ⊟	真庭なりわい塾の運営支援/次年度展開に関するグループワーク
1月	15 ~ 18 ⊟	薪ボイラーの運用状況確認/配管凍結防止に関する助言
	17 ⊟	ふるさと財団報告会に出席
	21 ~ 23 ⊟	特産品開発全般に関する助言、打ち合わせ
	25 ~ 28 ⊟	薪ボイラーの燃焼方法に関する検証作業実施
		真庭なりわい塾の次年度展開に関する打ち合わせ
2月	4~ 6⊟	真庭なりわい塾プレイベント開催のサポート、講師

5 主な成果

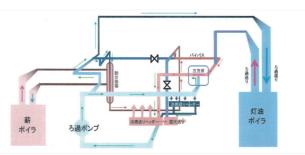
a 薪ボイラーの運用改善

ボイラーの配管や運用状況に関する調査を実施し、配管の改修工事と薪の効率的な燃焼方法についての検討を行い、薪ボイラーの運用マニュアルを作成した。同施設の支配人以下、従業員に対する薪ボイラー運用の指導を行った。これにより8月以降の灯油使用量は、前年比3割削減した。さらに10月以降は5割程度削減し、本年度の灯油使用量は、薪ボイラー導入以前に比べて半分以下となる見込みである。

薪ボイラー配管の確認



薪ボイラー配管図



採択事業の特徴など

個別事業の取組概要

羽咋市

本市

b 薪の生産体制の確立

薪の乾燥・保管方法に対しての勉強会を開催し薪土場のレイアウトや 薪の乾燥・保管方法、乾燥期間の改善を図った。

薪を伐採する市有林(約380ha)に薪搬出用の作業道を整備することが不可欠なため、林道整備及び新規開設作業を、アシタカを中心に行った。その結果、本年度の薪生産量は220㎡となる見込みである。

薪土場の視察・改善



c 薪の需要開拓と販路拡大

本年度より、ストーブ用薪の生産に本格的に取組むこととなり薪の加工方法や販売方法等について木平氏から助言をいただいた。配達距離に応じて薪の販売価格を設定して販促チラシを1,000部作成し、近隣の薪ストーブユーザーやDIYショップ等に設置した。その結果、今年度のストーブ用薪は20㎡を販売した。また、キャンプ場用の薪として5㎡販売した。

薪の販促チラシ



d 里山資源の商品化と販促 PR 活動

今年度はクロモジ関連商品のパッケージ製作を支援し、クロモジ茶 400 袋、クロモジオイル 45 本、クロモジウォーター 100 本を生産し、市内 4 箇所で販売を行った。クロモジ関連商品は、年度末までで 80 万円程度の売り上げとなる見込みである。また、燻製大根(いぶりこうこ)については約 40 万円売り上げとなる見込みである。









● 薪ユーザー等を対象としたイベント開催

岡山市内を中心とした薪ストーブユーザーを対象に、薪の生産現場を知ってもらうイベントを2回 開催し、薪を購入する固定客(ファン)の獲得を応援した。また、真庭観光連盟を中心に中・高校生 の教育旅行を誘致し、薪体験活動を受け入れた。

f 地域振興の担い手づくり(人材育成)

新たな交流定住促進と人材育成を行う場として「真庭なりわい塾」を本年度より中和地区で開催、初年度の基礎講座には、県内のほか、大阪、京都方面から67名の応募があり、選考を経て20代から50代の25名が同塾に参加した。 農山村で生きるためのノウハウを身につけた人材が育成されるとともに、中和地区のブランド力、発信力がさらに高まると考えられる。

真庭なりわい塾



6 今後の展望、次年度以降の取り組み

アシタカの活動は地域住民はもとより、新規移住者とも連携しながら展開しつつある。新規移住者が生産した農作物をアシタカが燻製商品に加工する取り組みや、移住者と新たなクロモジ商品(アクセサリー)の共同開発が行われている。また、新規移住者が開業したカフェに薪ストーブを設置し、アシタカが薪を供給するとともに、店内ではアシタカの商品が販売されている。さらに、新たな移住希望者が同カフェやアシタカでのアルバイトを足がかりとしながら定着し自営業(豆腐屋)開業を目指すケースもある。

さまざまな生業を自ら生み出し、組み合わせながら、移住定住を実現していくライフスタイルは、「現代版の百姓」ともいえる生き方・働き方である。今後も、このような新たなライフスタイルを目指す若者が定住し、「小さな里山資本主義」をめざす地域像として積極的に発信することで、さらなる移住者獲得につながると考えられる。

また、地域住民による自治と地域再生活動が、より活発に展開しつつある。次年度は、真庭なりわい塾の塾生と住民が協働しながら「空き家調査」を行い、その活用を検討する予定である。また、近年、児童数の減少が懸念される中和小学校については、保護者を中心に新たな学校支援組織を結成しようとする動きがある。子供たちの学習活動や学校行事を地域全体で支え、教育の活性化を図ろうとするコミュニティスクール推進の動きである。これら一連の動きが地域の再生力、ブランド力をさらに向上させると考えられる。

なお、アシタカの事業の根幹である薪の燃料供給事業が継続するためには、薪ボイラーを設置している津黒高原荘の経営改善がさらに求められるところである。隣接する自然公園「津黒いきものふれあいの里」も含め、地域全体の方向性とあわせた将来ビジョンと、それに則った経営改善の施策の検討と実施が、今後の課題である。

大船渡市

八幡平市

三条市

須坂市

橋本市

紀の川市

観音寺市

7 外部人材コメント

「小さな里山資本主義」の主役は、やはり「人」でした



東京農業大学農山村支援センター 吉野 奈保子

岡山県真庭市中和地区の地域再生事業をサポートさせていただき、3年がたちました。 ご支援いただきましたふるさと財団の皆様に改めて御礼申し上げます。

地域の温浴施設に薪ボイラーを導入することころから本事業はスタートしました。木 質バイオマスを活用したささやかな取り組みですが、それによって地域はどこまで再生

できるのかという、いわば社会実験に近い事業だったと改めて感じています。

中和地区は、鳥取県との県境に位置する、いわば辺境の地です。豊かな里山、そして田畑が広がる景観には、これといった特徴はありません。地元の方に話を聞けば「ここは何もない」と口を揃えておっしゃる、そんな地域でした。薪の燃料供給を始めるために、薪生産組合の結成を呼びかけても、集まるのは数人。しかもご高齢の方ばかりでした。せめて薪土場の管理だけは若い人に任せたいと考え、30代の若手、赤木直人さんに声をかけました。子供の誕生を機に、妻の実家がある同地区に7~8年前に移住した方です。

赤木さんは、「地域のためになるならば」と言って快く引き受けてくれました。そして、彼を中心に地域振 興組織「一社アシタカ」が誕生し、薪の燃料供給のほか、里山資源を活用した特産品開発、教育旅行誘致など を進めていきました。

地元の皆さんは、「赤木君を応援したい」と動きはじめました。薪の燃料供給を中心としたスモールビジネスが持続的にまわるように。また、地域振興の担い手となる人材育成の場を開くことが、本年度の目標となりました。

幸い、真庭市の皆様にも趣旨をご理解いただき、この春から同地区で「真庭なりわい塾」を開講しました。 県内はもとより、遠く大阪や京都からも、塾生が毎月、通うようになりました。外からの風が入ると地域は変わります。「何もない」とおっしゃっていた地域の皆さんが、「中和には、最近いい風が吹いている」とおっしゃ るようになり、近隣の方からは「中和はうらやましい」とさえ言われるようになりました。

そもそも本事業は、薪の燃料供給という、ひとつのシステム(仕組み)をつくることから始まりました。しかし、システムだけでは、地域は変わりません。赤木さんという人と出会えたこと。そして彼が率先して働き、地域の皆さんが自ら動くことがなかったら、今のようなカタチには決してならなかったでしょう。そして彼と同じように、農山村での新たな生き方・働き方をもとめる若者たちが塾生として、ここ中和に集うようになりました。これらの人材は将来、必ず、地域にとって大きな財産になると信じています。

本年度でマネージャー事業は一段落しますが、私個人は、塾の実行委員の一人として、次年度も地域に通います。「いい風」がさらに勢いを増し、多くの人を巻き込んでいきますように、引き続き、皆様の応援ができれば幸いです。

2 ■ 13 香川県観音寺市「地域資源の活用による観光 交流のまちづくりプロジェクト事業」

事業概要

総事業費	3,412 千円
助成申請額	2,200 千円
力立了人士士	井上 弘司(地域再生診療所 代表執行役)
外部人材	山際 博美(株式会社山際食彩工房 代表取締役)

自治体概要

人口	62,130 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	117.84km (平成 26 年 10 月 1 日現在)
人□密度	527 人 /k㎡
標準財政規模	15,960,616 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.63(平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	87.4%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	観音寺市 経済部商工観光課

取組概要

事業開始時点

- ■人口減少による経済の地盤沈下、 少子化
- ■特産品であるいりこの新商品開発による販路開拓の可能性検討が必要
- ■まちあるき観光開発が必要
- ■地域資産である綿産業が衰退す

外部人材による支援

- ■観光交流プロジェクトの課題の分析と必要な取り組みの提案
- ■いりこを加工した新商品の開発
- ■まちあるき団体のレベルアップ研修
- ■わたの街プロジェクトの推進への 助言

事業終了時点(成果)

- ■いりこを加工した3つの新商品の 試作品を提案、試食会、試食アン ケートを実施
- ■既存のまち歩きコースの研修、ス キルアップを実施
- 綿サポーター養成講座を開催し、 糸紡ぎの実技研修により試作品の 糸が完成

観光振興研修



いりこイベントでの試食会



いりこ加工商品の試作品



採択事業の特徴など

羽咋市

橋本市

大船渡市

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

香川県の西端に位置する観音寺市は、人口減少が大きな課題であり、経済活動の減退も懸念されている。

しかし、同市は四国の中央に位置することから、人・物の交流の要衝としても発展可能性が高いまちである。瀬戸内海の温暖な気候と肥沃な土地を活かした農業が盛んな一方、瀬戸内海の恵まれた海産物も豊富で、特に伊吹島近海でとれたカタクチイワシから作られるいりこは、品質の良さで知られている。

このような状況のもと、同市は平成27年から観光振興ビジョンの策定の準備を進めており、ふる さと財団の外部人材派遣事業により、観光に視点を置いたセミナーを開催し、地域資源の再確認と活 用や、観光によるまちづくりのあり方を検討していた。

b 事業の目的

観音寺市の総合振興計画後期基本計画では、観光の振興に、「観光まちづくりの推進」や「地域特産品の開発促進」を進めることとしており、本事業は、市の最上位計画である総合振興計画に基づくものである。

平成27年度の地域再生マネージャー事業で観光セミナーのワークショップを経験し、地域のポテンシャルを確認した。平成28年度は、引き続き外部人材の指導の下、

- ①特産品のいりこ等を活用した新商品開発
- ②地域観光資源を発掘・活用したまちあるきツアーなど都市農村交流プログラムの策定
- ③かつて栄えた綿産業をヒントに地域活性化を目指す綿のまちプロジェクトを実施し、持続可能なまちづくりを行うことによる地域経済発展への寄与を目指す。

最終的には、ビジネスの創出により地元の人材育成を行うとともに、地元の新たな特産品開発により地域で暮らす誇りを取り戻し、定住人口の増加につなげることを目標とする。

2 事業実施内容

a カタクチイワシで特産品開発

①観光振興によるまちづくり、食の6次産業化についての研修

外部人材により、観光振興によるまちづくりと、食の6次産業化についての研修会を実施し、市内 関係業者への啓発活動を行った。

②農産物加工・調理法に関する指導

地元郷土料理研究団体に対し、特産品開発に向けての農産物加工・調理法に関する講義と、調理指導を行った。

③特産品試作

地元特産の伊吹いりこを使い、新商品を試作した。

④特産品の試食会・アンケート調査

新商品について、観音寺市のいりこ関連イベント「観音寺・伊吹いりこ祭り」で試食会を実施し、同時に試作品評価のアンケート調査も行った。アンケート結果の集計・分析を行い、商品の改良を図った。

b 都市農村交流プログラムの開発

①観光振興によるまちづくりの研修

外部人材により、観光振興によるまちづくりについての研修会を実施した。

②まちあるきガイドの講義とまちあるきコースでの実地研修

外部人材により、観音寺市における地域資源の確認を行うとともに、各種まちあるきコースの調査 を実施し、まちあるきガイドの講義や実際のまちあるきコースでの実地研修会を実施した。

③まちづくり事業スキームの検討

外部人材よりまちづくりの母体法人設立による事業推進スキームについて提案した。

C 綿のまちプロジェクトの推進

①豊浜郷土資料館サポーター養成講座開設

綿の活性化活動団体である NPO コットンにより、豊浜郷土資料館サポーター養成講座を開設した。

②商品化に向けた試作品づくり

綿の商品化に向け、綿糸の試作品を製作した。

採択事業の特徴など

羽昨市

橋本市

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

観音寺市経済部・商工観光課が中心となり、同・農林水産課の協力を得つつ、全体の取りまとめを行う。また、外部人材の指導の下、観音寺市観光協会や漁協・漁業関係者、JA・農業関係者、関連NPOなどと連携しながら事業を推進する。



b 外部人材の役割

事業全体のマネジメントを行うとともに、以下の役割を担った。

- ① 調査:観音寺市の現状把握、地域資源の調査検討
- ② 整理、立案:新商品開発計画立案
- ③ 地域活性化に向けての指導:いりこ加工新商品の試作、調理指導、まちあるきの研修、綿のまちプロジェクトの助言等
- ④ 事業スキーム立案: まちづくり事業推進母体となる法人設立の企画・提案

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容		
5月	豊浜郷土資料館サポーター養成講座生募集		
	豊浜郷土資料館サポーター養成講座(綿の歴史、カリキュラム説明)		
6月	いりこ加工業者と商品開発に向けての懇談		
0.73	伊吹島いりこ加工場の視察、伊吹いりこ初競りの様子を視察		
	豊浜郷土資料館サポーター養成講座(綿から糸へ講義)		
7月	豊浜郷土資料館サポーター養成講座(綿繰り、綿打ち説明)		
, , ,	豊浜郷土資料館サポーター養成講座(篠巻、糸紡ぎ説明)		
	「観光振興によるまちづくり」について講演		
	「6 次産業のこれまでの取り組み」について講演		
	豊浜郷土資料館サポーター養成講座(糸紡ぎ整経説明実技)		
8月	郷土料理の試食会、基礎知識や長期保存方法などの研修		
	まちあるき資源の現状を把握、今後の打ち合わせ		
	新商品開発に向けて、ご当地商品のパッケージ統一の重要性や新商品開発に関わる協力隊の必要性などを 研修		
9月	豊浜郷土資料館サポーター養成講座(糸紡ぎ荒筬説明実技)		
9 /5	豊浜郷土資料館サポーター養成講座 (糸紡ぎ巻き上げ説明実技)		
	豊浜郷土資料館サポーター養成講座(糸紡ぎ実技)		
10月	豊浜郷土資料館サポーター養成講座 (綿のまちあるき研修)		
10/1	瀬戸内国際芸術祭の現状を視察		
	いりこだ市立銭形高校のまちあるきツアー視察		
11月	豊浜郷土資料館サポーター養成講座(糸紡ぎ実技)		
11/3	第1回まちあるきガイド研修会(座学・実地研修)		
	地元まちあるきガイドと調査、指導		
12月	第 2 回まちあるきガイド研修会(座学・実地研修)		
, 3	「観音寺・伊吹いりこ祭り」いりこ新商品試作品の試食会アンケート実施		
	豊浜郷土資料館サポーター養成講座(糸紡ぎ、製織実技)		
1月	豊浜郷土資料館サポーター養成講座(製織説明)		
	いりこ新商品の試食会		
	今後の取り組みについて打ち合わせ		
2月	豊浜郷土資料館サポーター養成講座(糸紡ぎ製織実技)		
/ 3	「観音寺・伊吹いりこマルシェ」でいりこ新商品の試食会、アンケート実施		
	いりこ新商品の加工、販売の実現に向けて、外部人材と関係者で協議		
	外部人材と来年度の事業について協議		
3月	豊浜郷土資料館サポーター養成講座(糸紡ぎ製織実技)		

採択事業の特徴など

個別事業の取組概要

橋本市

真庭市

大船渡市

5 主な成果

a カタクチイワシで特産品開発

特産品の伊吹いりこ(カタクチイワシ)を用いて、「いりこのオイル漬け」、「いりこドレッシング」、「いりこ味噌」の3品の新商品を試作した。3品の新商品については、地域のいりこ関連イベント「観音寺・伊吹いりこ祭り」で、200食を提供する試食会を実施した。アンケート調査の結果、特に「いりこのオイル漬け」については8割以上の回答者から「商品ができたら購入したい」との高い評価を受けた。アンケート調査の結果を踏まえ、現在商品の改良を進めており、いずれも再度試食会を実施する予定である。

試食会の様子



新商品試作品



b 都市農村交流プログラムの開発

①地域資源の再発見

外部人材の指導の下、地域資源の再確認を行った。銭形砂絵や豊稔池堰堤をはじめ、隠れた観光資源、 地域資源が豊富にあることが分かり、今後のポテンシャルの高さを再確認できた。

②まちあるきガイド講習、実地研修

ガイドやボランティアを対象としたまちあるきガイドの講習会や実際のまちあるきコースでの実地 研修会を実施し、ガイドの案内・説明力、ツアーにおける安全管理、訪問客のニーズ対応等でのレベ ルアップが図られたほか、まちあるき団体のスキルアップやモチベーションアップを図ることができた。

まちあるき講習会



まちあるき実地研修



C 綿のまちプロジェクトの推進

①「豊浜郷土資料館サポーター養成講座」の開講

綿のまちプロジェクトの担い手となる人材育成のため、綿の資料館でもある豊浜郷土資料館において、「豊浜郷土資料館サポーター養成講座」を開講した。NPO コットンの協力を得て、綿産業の歴史や、綿から糸へ加工する実技習得までを研修した。

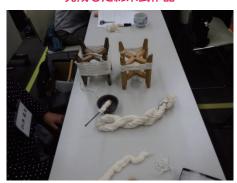
②綿糸の試作品完成

豊浜郷土資料館サポーター養成講座において、単体で商品にもなる綿糸の試作品を完成させた。





完成した綿糸試作品



6 今後の展望、次年度以降の取り組み

①カタクチイワシで特産品開発

特産品の試作品が完成したため、引き続き次年度において製造者・販売者を決定し、製造販売体制を確立する。また、消費地でテストマーケティングを実施し、デザイン、パッケージ、価格設定などを行うとともに、販路開拓を図る。次年度は、地元の道の駅での新商品販売を検討している。

②都市農村交流プログラムの開発

引き続きまちあるきガイドのレベルアップを図るほか、若手のガイド育成にも取組む。 また、まちづくりの母体法人設立による事業推進スキームについてより具体的な検討を行う。

③綿のまちプロジェクトの推進

引き続き豊浜郷土資料館サポーター養成講座を開催し、人材育成に努めるほか、早急に郷土資料館 周辺に綿畑を確保するなどにより、綿のまちプロジェクトの活性化を図る。

個別事業の取組概要

大船渡市

本市

7 外部人材コメント

第一次産業をベースに地域をリブート(再起動)する





CRC 合同会社 代表執行役 井上 弘司 (写真左) 山際食彩工房 代表 山際 博美 (写真右)

【背景と事業概要】

観音寺市は、四国の中央に位置し古来より人・物の交流の要衝 として流通を中心に発展した。古事記に「穀類が集まる食べ物に

不足しない土地」と記載されたように、温暖な気候を活かした農業と、瀬戸内海の恵まれた海産物も豊富である。特に伊吹島近海で獲れる「片口鰯」は、「伊吹いりこ」として市場でブランドとなっている。また江戸時代より存在する琴弾公園の銭形砂絵や、四国霊場、国指定の大野原古墳群、豊稔池のダムなど、観光資源も多く存在する。しかし、綿などの地場産業の衰退や中心市街地の消費落ち込み、農業・漁業の担い手の減少など若年層を中心とした流出が止まらず、地域の生産人口の落ち込みが、一次産業とそれに関連する地場産業などの事業の継続・継承が困難になり経済活動に不安材料が出ている。結果、地元企業の労働需要の減少へ繋がり、生産減という「負のループ」に入りつつある。

この現状を踏まえ、本事業では「いりこ」と「綿」と「観光まちづくり」の3点に焦点化して「ひとづくり・まちづくり・しごとづくり」を進め、若者が戻る、来るために地域のリブートを実施することとした。

【プラスアルファの産業と交流づくり】

新たな産業づくりで外貨を獲得するような「攻め」の政策を打ち出すことが課題解決のアプローチとなると想定。それは「ないものねだり」でなく、豊かな「瀬戸内海」と内陸の「農村」そして奈良時代から続く「歴史文化」「お遍路」をキーワードに、第一次産業を再度見直し、特化できる地域資源を有効活用して新たな加工産業を生み出すことや交流事業の構築であった。観光振興のベースとなる食は、捨て値となっている「小羽いりこ加工」開発を行い、3種類の試作品を完成させ、市内の既存イベントで試食会とアンケート調査を実施。それを素にさらに土産品としてブラッシュアップを図っている。綿産業は原料生産が皆無となっており、かつてあった生産から製品づくりまでの一環を、時間を掛けて実地研修と座学で補い、後継者づくりを始めた。既存の「まちあるき」を活用した交流事業では、高校生からボランティアガイドに、案内手法や安全対策まで幅広く研修を実施した。

どの事業についてもまだ市民参画が薄いため、改めて人材育成を図ることが重要であることを認識。今後、 新たな組織での人材育成が渇望される。

【取組を通じて得られた成果】

この動きを作る上で重要なのが「人材」と「仕組み」であった。強力なリーダーがいなくても自立して動く 仕組みとして、「RMC(Regional Management Corporation)」の設置(人・モノ・情報の一元化)を目指して 活動した。29 年度はその組織を創設する取組を本事業と並行して推進することとした。また総合戦略に位置づ ける観光まちづくりの拠り所として、観光基本計画の策定にも着手する。「みんなが実行しなくてはいけない」 ということをはっきり伝え、全員で共有すること」が組織の価値観となる。観音寺が持続する地域として生き 残るための羅針盤となる組織と計画、そして実行することが求められる。

2 ■ 14 福岡県芦屋町「芦屋町 No.1 プロジェクト~ 地域の独自性を活かしたまちづくり~」

事業概要

総事業費	7,310 千円
助成申請額	4,870 千円
外部人材	杤尾 圭亮(株式会社船井総合研究所)

自治体概要

人口	14,429 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	11.60km (平成 26 年 10 月 1 日現在)
人口密度	1244 人 /k㎡
標準財政規模	3,617,221 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.37(平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	96.9%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	芦屋町 企画政策課 企画係

取組概要

事業開始時点

- ■様々な資源があるものの、それぞれが連携できておらず、本来の相乗効果がない
- 農水産物は町内に十分な市場がないため、そのほとんどが町外へ出荷されており、生産から消費までの流通を町内循環させる仕組みづくりが課題

外部人材による支援

- 芦屋町№ 1 プロジェクトを達成するための3ヵ年計画を策定
- ■芦屋町の水産資源「さわら」を活かした水産施策推進のため、「芦屋町さわらサミット実行委員会」を設立
- ■漁業活性化や特産品開発に関する 取り組み等を推進するため、関係 団体をつなげるための定期的なヒ アリングによる連携の実施

事業終了時点(成果)

- ■さわらサミット開催により、11 店舗(うち町内 8 店舗)によるコンテスト参加のほか、遠賀漁業協同組合等の協力団体も出店し、創意工夫したさわらメニューを展開するなど町内における機運が醸成
- ■さわらフェア、クーポン付回遊マップによる町内滞在時間向上やリピーター確保の事業を関係者が創意工夫し実施、多くの町内事業者の巻き込み、ネットワーク化
- ■漁業者と飲食店の新たなつながり が生まれるなど、ネットワーク化

関係団体ヒアリング(漁協)



実行委員会の設立



新たなメニューの創設



県 福岡県 佐賀県

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

芦屋町には、豊富な水産資源、豊かな大地の恵みを育んだ農産品、豊富な文化財や貴重な歴史資源、 人材など、小さな町でありながら豊富で魅力ある資源が多数存在する。

しかしながら、それぞれが連携できていないために本来の相乗効果が達成できておらず、さらに施 策が一方通行となりこのような資源や取り組みについての町民の認知度の低さが大きな課題となって いる。

このような状況の中、平成 26 年度に外部人材派遣(初期対応型)を受診し、課題解決の手法として短期(水産施策)・中期(芸術・エンタメ施策)・長期(文化施策)的に特化する施策を掲げ、切れ目なく展開し、それぞれをつなぎ内外への魅力発信を行うことで交流人口の増加や稼ぐ力の創出、産業の振興を目指す「芦屋町 No.1 プロジェクト」が提言された。これを受け、平成 27 年度には外部人材派遣(環境整備型)を行い、関係者の機運醸成を図りながら、芦屋町独自の資源を活かし、人を呼び込むための体制づくりを進めてきた。

b 事業の目的

本事業は、「芦屋町 No.1 プロジェクト」の短期施策にあたる水産資源に着目した取り組みを展開することで、漁業者においては、魚価の向上や販路拡大などによる所得の向上と担い手不足の解消、商工業者においては取扱商品の増加や商品の付加価値創出等による所得向上と新たなビジネスチャンス創出、観光事業者においては宿泊業などにおける経済効果、町においては町のイメージアップと観光入込客増による町の賑わい創出を図ろうというものである。

具体的には、漁獲量の安定している「さわら」を中心とした水産資源を活かしたメニュー開発や特産品開発、販路拡大や町内で流通できる仕組みづくりを行うとともに、テストマーケティングをはじめ、町内の機運醸成や関係者の成功経験を図るためのイベントなどを実施することで、各産業への波及効果を目指す。

2 事業実施内容

a 実行体制整備

水産施策におけるプロジェクトの進捗管理を行う組織として、「芦屋町さわらサミット実行委員会」を設立した。

b 事業計画の検討・策定

水産施策における3ヵ年計画を策定し、実行委員会として今後の取り組みについて意識の共有を図った。

C イベント実施

実行委員会では、水産資源の中でも特に漁獲量が安定している「さわら」を活かしたイベントとしてフードバトル形式のイベント「さわらサミット」の開催を決定した。

「さわらサミット」においては、11 店舗(うち町内 8 店舗)がコンテストに参加したほか、「遠賀漁業協同組合」や「九州女子大学・九州女子短期大学」、「芦屋町食生活改善推進会」や JA 青年部による軽トラ市、商工会による特産品販売なども出店した。

d 特産品開発に係る調査・研究

「さわらの特産品開発」を進める商工会との連携を図り、販路開拓に向けたテストマーケティングを実施した。具体的には芦屋町とは食文化が異なるものの、商工会の人脈により交流を図っている長野県松本市及び東京都でのイベント参加によるテストマーケティング、福岡都市圏での商談会等への出展を行った。

【新たに開発された「さわらのおやき」】



e 継続性の付加

一定期間、町内飲食店で独自のさわらメニューを集中的に展開するイベント「さわらフェア」を展開した。



【町内飲食店による新たな「さわらメニュー」の創設】



f 観光への連動

「さわらサミット」単体での回遊や経済的波及効果を見込むことが難しいため、一定期間利用できるクーポン券付きの回遊マップ (クーポンは協賛店舗の提供) を発行することによって、町内回遊の取り組みを展開した。

採択事業の特徴など

個別事業の取組概要

【町内飲食店による新たな「さわらメニュー」の創設】





g 地域外主体との連携(大学等との連携)

芦屋町と包括的地域連携協定を結ぶ九州女子大学・九州女子短期大学と連携を図り、学生の実行委員会参加によるアイデアの創出、サブイベントの企画実施や、学術研究としてのパネル展示、さわらの栄養素を活かしたメニュー開発、加工品開発(イベント出店によるテストマーケティング)を展開した。

さらに、未就学児向けに「芦屋サンバ」のアレンジ、保育園での指導(今後、全幼稚園・保育園に展開) を行うなど幅広い分野での連携を図り、若い学生のパワーと大学の知見を活かした連携ができた。

また、福岡県・福岡県漁業協同組合連合会と連携することで、県内漁協とのつながりも生まれた。





3 事業実施体制

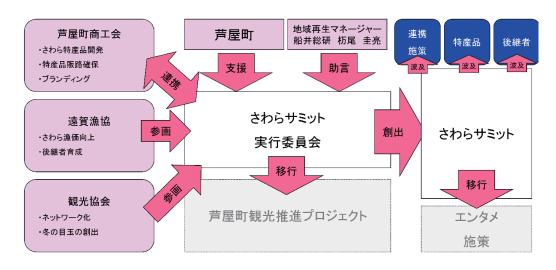
a 事業実施体制の概要

本事業の実施団体である「芦屋町さわらサミット実行委員会」は様々な業種(漁業者・農業者・商業者・飲食店・金融機関・大学等)から構成されており、年代も20歳代から40歳代を中心に、今後の「まちづくり」の担い手となる人材で構成した。

また、芦屋町と包括的地域連携協定を結ぶ九州女子大学・九州女子短期大学の学生が参加することで、若者の視点から斬新な意見が出され、実行委員会の活気となっている。

「芦屋町さわらサミット実行委員会」の目指す方向性は、町が推進する芦屋版 DMO のプラットフォームとなる「芦屋町観光まちづくり推進プロジェクト」と同じものであり、構成員も重複するため今後「芦

屋町さわらサミット実行委員会」と「芦屋町観光まちづくり推進プロジェクト」との統合を図ることが効果的である。そのうえで、「芦屋町観光まちづくり推進プロジェクト」の部会事業として、水産施策への展開を図ることを次年度取組むことにしている。



b 外部人材の役割

芦屋町の水産資源を中心とした地域活性化に向けた3ヵ年事業計画策定のもと、漁業関係者をはじめ各関係者の機運醸成を図り、施策を展開していくための体制づくりが図られた。また、特産品開発のためのマーケティング・データの蓄積・分析、魚価向上・販路開拓に対するアドバイス、各事業者間のマッチングを行うことで、本事業が発展的なものとなるよう支援が行われた。

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
6月	7 日∼ 8 日	関係者の機運づくり (プレ実行委員会の開催)
07	7 0 0 0 0	関係団体ヒアリング (漁協、観光協会、商工会)
7月	6 H~ 7 H	芦屋町さわらサミット実行委員会 開催
/ //		九州女子大学・九州女子短期大学との協議
8月	3 ⊟~ 4 ⊟	芦屋町さわらサミット実行委員会 開催、サミット連携施策の協議
0 日	6 ⊟~ 7 ⊟	芦屋町さわらサミット実行委員会 開催、サミット連携施策の協議
9月	21 ⊟	商圏人□、経済効果、目標設定に関する調査研究
10 🗆	11 ⊟~ 12 ⊟	芦屋町さわらサミット実行委員会 開催
10月		町内回遊キャンペーンの構想、町内飲食店との連携施策の構想
11 🖂	1 ⊟~ 2 ⊟	芦屋町さわらサミット実行委員会 開催、サミット現地視察(フィールドワーク)
11月	28 ⊟	さわらフェア・クーポンキャンペーンの準備
12月	6 ⊟~ 7 ⊟	芦屋町さわらサミット実行委員会 開催、九州女子大学・九州女子短期大学と協議
	10 ⊟~ 11 ⊟	関係団体ヒアリング (漁協、観光協会、商工会)
1月		芦屋町さわらサミット実行委員会 開催、次年度にむけた協議
	20 ⊟	さわらサミット試食会の開催、波及効果に関する課内協議
2 🗆	13 ⊟~ 14 ⊟	芦屋町さわらサミット実行委員会 開催(最終準備)
2月-	25 ⊟~ 26 ⊟	さわらサミット開催

個別事業の取組概要

5 主な成果

a 実行体制整備

実行委員会は、幅広い職種(漁業者・農業者・商業者・飲食店・金融機関・大学等)から構成されており、年代も20歳から40歳を中心に今後の「まちづくり」の担い手となる人材で構成した。特に、これまで漁業関係者との連携はなかったが、若手漁師の実行委員会への参加を促し、さらに実行委員長への就任が実現した。

b イベント実施

「さわらサミット」には、11店舗(うち町内 8店舗)によるコンテスト参加のほか、「遠賀漁業協同組合」や「九州女子大学・九州女子短期大学」、「芦屋町食生活改善推進会」や JA 青年部による軽トラ市、商工会による特産品販売なども出店し、創意工夫したメニューを展開するなど町内における機運醸成につながった。さらに、漁業者と飲食店の新たなつながりが生まれるなどの効果が現れた。

C 特産品開発に係る調査・研究

「さわらの特産品開発」を進める商工会との連携を図り、販路開拓に向けたテストマーケティングを実施した。具体的には芦屋町とは環境が異なり、また芦屋町の持つ人的ネットワークの強い長野県松本市及び東京都でのイベント参加によるテストマーケティング、福岡都市圏での商談会等への出展を行ったが、販路の開拓までには至っていない。

d 継続性の付加

「さわらフェア」を展開することで、町内飲食店で独自のさわらメニューを集中的に展開し、メニュー 開発、特産品開発の推進支援による商業的活性化、漁業者と飲食店のマッチングが実現し、新たな事 業者間のつながりを生むことができた。

e 観光への連動

クーポン券付きの回遊マップの発行により、町内回遊のきっかけが生まれた。今後は、この取り組みを他のイベントや事業においても実施するなど、町の滞在時間向上や経済効果、リピーター確保に寄与するものとして、充実、展開していく。

f 地域外主体との連携(大学等との連携)

芦屋町と包括的地域連携協定を結ぶ九州女子大学・九州女子短期大学と連携を図り、学生の実行委員会参加によるアイデアの創出、サブイベントの企画実施や、さわらの栄養素を活かしたメニュー開

発、加工品開発(イベント出店によるテストマーケティング)を展開した。

また、未就学児向けに「芦屋サンバ」のアレンジ、保育園での指導(今後、全幼稚園・保育園に展開)を行うなど幅広い分野での連携を図ることができた。

また、福岡県・福岡県漁業協同組合連合会と連携することで、県内漁協とのつながりも生まれた。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

「さわらサミット」というグルメイベントを仕掛けることで、「鰆」を活かしたグルメ展開をしようという意欲のある店舗が11店舗(うち8店舗は芦屋町内)、ほかにも遠賀漁業協同組合をはじめ、芦屋町食生活改善推進会によるオリジナルの鰆メニューの紹介や開発、本町と包括的地域連携を締結する九州女子大学・九州女子短期大学によるさわらフレークの開発とそれを活用した商品開発など、さわらを活かした展開に広がりが生じた。

また、イベントの波及効果を狙った、町内飲食店による鰆フェアやクーポン付回遊マップの作成、 農家による軽トラ市など、様々な分野においた連携・ネットワークづくりと、町全体の機運醸成が図 れたことは成果である。特に漁協の全面協力による取り組みの推進は、漁師の意識を変えていく一歩 となったことであり、漁師と他事業者とのつながりが作れたことも非常に大きな成果といえる。

しかし、これらの取り組みはまだ一部のものであり、仕組みづくりまでには至っていない。このため、今回の成果を定着させていくことや、より多くの人を巻き込む広がりづくりが必要となる。これを達成するために、産業間ネットワークの強化による BtoB や BtoC の推進、魚価向上のための取り組みなどとともに、芦屋版 DMO のプラットフォームとなる「芦屋町観光推進プロジェクト」と現在の推進組織との統合を図ることで、町全体の稼ぐ力創出や持続可能性を確立していく。

採択事

紅組概要

大船渡市

三条市

作市

本市

寺市

7 外部人材コメント

芦屋町 地域No. 1 プロジェクト に向けた考察



株式会社 船井総合研究所 杤尾 圭亮

福岡県 芦屋町の特徴は、その恵まれた立地環境に支えられた自然・文化・経済資源 の厚さ、さらにコンパクトな自治体であるゆえのまとまりの良さにあります。特に立地 については大都市(北九州市、福岡市)から1時間以内という環境にあり、さらに遠賀 川と海の結節点に位置するため、古くから海・山の資源を活用し文化的にも栄えてきま した。近年においても、砂像展や芦屋釜の復刻といった独自固有の資源を用いた施策を

展開しており、我が国の地方創生においては、発展する可能性の高い地域と評価することができます。

一方で人口減少のスピードは早く、これまで個別に展開された自然、経済、文化施策をつなげ、芦屋町を一 つのコンセプトで打ち出していく「ブランド化施策」が必要になっていました。

本事業はこの課題に対して、芦屋町の資源の中でも有力な「海=鰆(さわら)」、「エンターテイメント=砂像」、 「文化= 芦屋釜に代表される茶の湯」の施策を10年でつなぎ、芦屋町ブランドを作ることを目的にしていました。

特に当初の3年間は「海」の資源である「鰆」を活用しながら生産者(漁師、農家)、加工・販売者、さら に町民をつなぐために、以下の施策を試みました。

- 1. 関係者を巻き込む組織の組成
- 2. 全体を巻き込む施策である企画「さわらサミット」の立案・実施
- 3. 「さわら」サミットを基点とする各種連携施策の実施

事業においては、リーダーとして漁協、商工会、住民の3分野に所属する人物が活躍することにより、サミッ トを中心としながらも連携施策の効果が高まる結果になりました。また当初予測していなかった成果として、 芦屋町と包括的地域連携協定を結ぶ「九州女子大学・九州女子短期大学」の参加により、「鰆」の学術的な側 面へのアプローチも可能となりました。地域再生マネージャーとしてはこれらの「「海」のブランド作り」と いう成果と共に、新たな外部参加者(大学)により地域における「海 | への意識の醸成をさらに促すことがで きた点が評価できると考えられます。

一方で、今後の課題としては以下の三点が挙げられます。

第一に「海」ブランド施策の強化です。本事業は、「海」を活かした連携施策を試験的に実施した段階にあ ります。今後は本年度の結果を活かしつつ、海の施策をより発展させる必要があるでしょう。特に「鰆」の加 工品開発等は、より積極的に進めることが望まれます。

第二にサミットそのものの進化です。本年度は第一年目として福岡県を対象としたサミットを展開すること になりました。一方、鰆を題材にまちおこしを行う地域は多くあり、今後はより地域的、質的にサミットを進 化させることが必要になるでしょう。

第三に事業全体の第二ステップである「エンタメ施策 |への結節点の創出です。「海 |によるブランド化に続き、 芦屋町のもうひとつの魅力である「砂像」を中心としたエンターテイメント・観光施策を活用したブランド化 に向けて、施策同士を結ぶ企画を立案・実施する必要があるでしょう。

これら三点を進めることにより、より芦屋町ブランドを強化することが可能になると考えられます。

最後に、新・地域再生マネージャー事業として「短期診断」、「環境整備」、「本事業」と合計3年にわたり芦 屋町に関わった所感としては、芦屋での事業はこれまでの事業ではあまり見られなかった漁業者の積極的な事 業参画や、大学組織とのより深い連携企画など、新たな発見の多い経験となりました。今後も芦屋町が全国的 に輝くよう応援したいと思います。

2 **1**15 佐賀県嬉野市「肥前吉田焼及び吉田地区再生 事業」

事業概要

総事業費	10,500 千円
助成申請額	7,000 千円
外部人材	馬場 正尊(株式会社オープン・エー 代表取締役)

自治体概要

人口	27,308 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	126.41㎢(平成 26 年 10 月 1 日現在)
人口密度	216 人 /k㎡
標準財政規模	7,700,863 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.38(平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	96.9%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	嬉野市 産業建設部 うれしの温泉観光課

取組概要

事業開始時点

- ■磁器発祥の地、有田焼の大外山と して繁栄したが、長年「有田焼」 として流通してきたため肥前吉田 焼は全国的には無名
- 窯元組合は最盛期 30 社から現在 8 社へ減少
- ■生産量は最盛期の1/8以下
- ■大量生産大量消費から個人の価値 観やデザイン重視による流通の変 化へ対応が必要
- ■高齢化等による労働人口の減少に よる産業衰退

労働人口減少・高齢化 した吉田焼の産地



外部人材による支援

- ■デザインコンペによる話題づく り、産地理念の波及
- 販路を持った審査員との売れる商品開発と販路改革
- ■OEM や新規取引先の開拓
- ■若手デザイナーと窯元の関係づくり
- ■ものづくり人材の発掘・育成
- ■まちの魅力、資源の発掘と再編集、 情報発信強化
- ■他産業との連携強化

窯元と審査員が共に選ぶ デザインコンペ審査会



事業終了時点(成果)

- ■商品化 10 点と審査員企業による販 路獲得
- ■受賞デザイナーと商品開発を通した、新たなものづくり人材と産地との関係構築
- WEB や産地見学会による肥前吉田 焼の周知
- ■産地ツーリズム、観光資源の顕 在化
- ■他産業と連携した体験型イベント の継続

受賞デザイナーとの 商品づくり



大船渡市

八幡平市

三条市

橋本市

真庭市

観音寺市

芦屋町

事業の背景と目的

事業の背景

「肥前吉田焼」は嬉野市の主要産業である日本三大美肌の湯「嬉野温泉」や全国産地賞受賞「うれ しの茶」とともに、嬉野市の焼き物産業を代表する地域資源となっている。

磁器発祥の地、有田の大外山として江戸時代初期から戦後まで、400年以上に渡り高い技術力を有 しながら主に生活雑器を生産してきたが、時代とともに地元窯元数や生産量も減少していく中で、地 元の7窯元と1産地問屋で構成する「肥前吉田焼窯元協同組合」が販路開拓を軸とした PR 活動を行っ てきた。

しかし、焼物市場が大量生産・大量消費から個人の価値観やデザイン重視へ変化してきたことや、 高齢化等による後継者不足問題、労働力人口の減少により産業が衰退している。

こうした背景により、窯元全体の売上高が減少し続け、新たな雇用創出も望めてはおらず、今後、 産地としてどうやったら持続できるかを模索するために、本事業を進めることとしたものである。

b 事業の目的

嬉野市まち・ひと・しごと創生総合戦略において「お茶・温泉・焼き物など恵まれた地域資源をさ らに磨き上げ、県内有数の観光地である本市の"ファン"となってくれる人(リピーター)を増やす ため、観光客の誘致に積極的に取組んでいく。」と明記されている。また、魅力ある地域商工業の創 造の具体的施策として「肥前吉田焼に代表される窯業の活力を取り戻すため高いデザイン性・実用性 の追求など新たな商品開発に対して支援する。」と位置付けている。そのような位置づけを踏まえて、 本事業では吉田地区の再生を目的としている。

2 事業実施内容

a デザインコンペによる流通改革·人材育成事業

産地問屋に依存した流通システムを転換し、試作から販売まで一貫したものづくりができる産地づくりを推進するため、肥前吉田焼の技術・歴史・風土を活かした、小さな産地ならではの商品を新たにデザインし商品化するデザインコンペティションを実施し、応募点数 200 点以上、来年度売上 1,200万円、新規取引企業 2 社を目標とする。

商品開発、OEM 開発にあたっては、ノウハウのあるアドバイザーとして県窯業技術センター浜野氏、有田焼400年事業地域ビジネスプロデューサー南雲氏を招致するとともに、独自の販路及び商品開発力のある審査員として、名児耶 秀美氏(h concept 代表/商品開発)、辻 武博氏(ローヤル物産代表/ホテルレストラン卸)、高橋 俊宏氏(Discover Japan 統括編集長/メディア)、Ark Xie 氏(New Time プロジェクト・ディレクター/海外商社)を招致し、選定作品の買取販売を前提に事業を進める。今後の継続的な商品開発やリスクを窯元が自ら負うことによる販路開拓への意識づくり、動機づけを行うため、商品開発費の自社負担を前提として推進する。

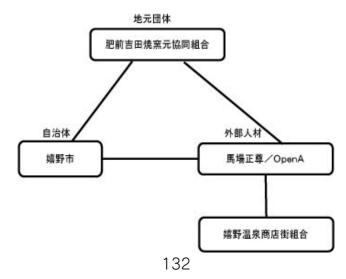
b エリア魅力情報発信と吉田地区の空き家活用・まち歩き事業

風景や空き工場・空き家などの空間資源を活かし、職、食、住、自然が一体となった暮らしの姿を発信し、人材を引き寄せるとともに吉田地区のエリアイメージを作る。温泉地という立地特性を活かし、クラフトツーリズム、旅館・茶など他産業との連携で進める。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施主体である肥前吉田焼窯元協同組合が、外部人材のオープン・エーのアイデアやノウハウを得ながら事業を実施する。情報発信については、「嬉野温泉商店街組合」が運営するWEBメディア『嬉野商店』と連携しながら進める。嬉野市は事業がスムーズに推進できるように関係課、関係団体と連絡・調整を行う。



採択事業の特徴など

個別事業の取組概要

五所川原市

大船渡市

八幡平市

三条市

羽昨市

橋本市

紀の川市

観音寺市

芦屋町

b 外部人材の役割

①デザインコンペによる流通改革・人材育成事業

企画・マネジメント・プロモーションの総括を行う。デザインコンペティションにおいて、重要となる窯元の持つ技術力やこだわり等の隠れた魅力の発掘、及びそれらを元にしたコンペのテーマ設定、プロモーションにおける WEB 等を活用した情報発信、審査員の選定及び調整、コンペ事務局の組織づくり、優秀案の選定支援を行う。

②エリア魅力情報発信と吉田地区の空き家活用・まち歩き事業

吉田地区におけるまちの魅力や空き家の発掘を行い、観光や新しい担い手の育成に活用するための アイデア提供を行うとともに、地域住民では分かりにくい地域の魅力の発掘を行う。

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
	6 ⊟~ 7 ⊟	産地再生事業計画事前会議、工場視察
4月	29 日~ 30 日	デザインコンペティション実施企画(審査員・要項等)、近隣産地の現状視察、WEB コ
		ンセプト・デザイン会議
5月	7 ⊟~ 8 ⊟	デザインコンペティション実施企画会議(募集要項)、WEB 用ロケハン
27	18 ⊟~ 21 ⊟	産地再生事業計画会議、コンペ要綱・PR 会議、WEB 用写真・動画撮影
	1、3⊟	審査委員への事前説明
	2 ⊟	WEB プロモーション会議
6月	15 ⊟	コンペ要綱・実施検討会議
	24 ⊟~ 25 ⊟	予算計画、産地見学会企画会議、WEB 写真動画撮影、空き家・まち歩き MAP 制作リサーチ
	7 ⊟	産地見学会企画会議
7月	12 ⊟~ 13 ⊟	空き家+まち歩き MAP 取材撮影
	26 ⊟	コンペ募集 PR 会議
8月	10 ⊟	産地見学会企画会議
0月	23 ⊟~ 26 ⊟	産地見学会準備・実施(26 日)
0 🖪	8 🖯	コンペ募集 PR 会議、産地見学会の反省会、窯元会館売上改善会議
9月	27 ⊟	コンペ募集 PR 会議、審査会企画会議、窯元会館売上改善会議
10 🗆	7 ⊟	トレジャーハンティングプレ実施
10月	20 ⊟	コンペ募集 PR 会議、審査会企画会議、窯元会館売上改善会議
	9 ⊟	コンペ募集作品事前審査、窯元会館売上改善会議
11 🖂	14 ⊟~ 16 ⊟	コンペ審査会、審査員現地工場視察
11月	21 ⊟	コンペ商品化会議
	29 ⊟~ 30 ⊟	次年度再生事業会議、コンペ商品化会議
12月	19 ⊟	コンペ商品化会議、成果発表企画会議
1月	16 ⊟	成果発表企画会議
	23 ⊟	コンペ商品化会議、成果発表企画会議
	30 ⊟	成果発表企画会議

5 主な成果

a デザインコンペによる流通改革・人材育成事業

製作工程を分かりやすく伝える動画や窯元の紹介、皿屋地区の風景など充実した WEB サイトにて情報発信力を高めた結果、応募作品 164 点、応募者数 109 名が集まり、グランプリ1点、準グランプリ1点、優秀賞 4 点、産地賞 4 点が受賞、商品化が決定した。

応募者は県外のプロデザイナーが65%以上、認知の低い関東圏からの応募が半数を超え、肥前吉田 焼の周知、特に若手デザイナーやクリエイティブ層への認知度向上につながった。

販路開拓の面でも期待が集まり、窯元のみならず、審査員からも商品化したい作品が多数上がり、 販売を前提に4点が採用された。平成29年6月頃の販売を予定している。

選定作品はデザイナーを産地に招き、窯元と佐賀県窯業技術センターと共同開発し、試作型を制作、 デザインの詳細と共に価格、販売方法などを検討している。

また販売時のプロモーションのため、商品化までのプロセスをメディア(NHK/テレビ九州/Discover Japan/海外メディア)が密着取材を行い、販促ツールの制作(商品カタログ、WEBでの商品紹介等)も進める。

また、東京・嬉野での成果発表展及びプレス発表会を展開し、販売前より市場の期待値を高め、メディア露出の機会を増やすことで、バイヤーや購買層への周知を行う。

肥前吉田焼 WEB サイトによる情報発信





審査会の様子



グランプリ作品 (PRIVATE ROASTER)



準グランプリ作品 (roll pot)



受賞デザイナーと打合せの様子



採択事業の特徴など

個別事業の取組概要

羽咋市

本市

真庭市

観音寺市

芦屋町

b エリア魅力情報発信と吉田地区の空き家活用・まち歩き事業

肥前吉田焼 WEB サイトでの情報発信を行い、デザインコンペの情報と合わせて、製造現場や暮らしの風景などまちの魅力を WEB サイトや Facebook で発信するとともに、産地見学会及びまち歩きマップによる街の資源の顕在化を行い、作品募集と合わせて「産地見学会」を開催した。産地見学会では、定員30名に対して50名が参加し、7割以上が県外参加者であった。アンケートでは街並み・風景、路地、空き物件に対する関心が高いという結果であった。

関連事業として、他産業との連携を図るため、旅館、茶農家、窯元の有志と企画運営するイベント「うれしの晩夏」及び「吉田焼ミュージアム」を開催した。「うれしの晩夏」では、開催3日間の来場者数延べ300名以上、売上60万円であった。副次的効果として、TV、雑誌、新聞、WEBメディアへの露出につながったこと、旅館主、窯元、茶業、商店の連携強化へとつながったこと もあり、その結果、四半期開催の定期イベントとすることとなった。

窯元組合唯一の産地問屋の倉庫を舞台に、吉田焼、有田焼、伊万里焼、波佐見焼のデッドストック商品を一般客がトレジャーハンティングする事業を開始した。地元旅館や商店主に体験してもらい、 嬉野の新たな魅力として旅行客へ直接アテンドしてもらう仕組みとして、観光動線を創出した。

また、窯元組合唯一の直販展示スペースである窯元会館の売上向上を実践するため、ディスプレイ変更、POP 指導、未利用空間活用など、組合員と検討しながら進めている

産地見学会の様子



まち歩きマップ



うれしの晩夏 (嬉野茶寮)



吉田焼ミュージアム



トレジャーハンティングの様子



6 今後の展望、次年度以降の取り組み

産地見学会等により、まちの資源に対する関心が高いことが分かったが、新たな仕事・雇用の創出、 観光向けのカフェやショップ等の参入が実現できる状況には至っていない。また、産地見学会の参加 者から卒業生や学生を窯元で修行させたいニーズを把握した。

これらのニーズを踏まえ、新たなクリエイティブ層と窯元がものづくりを通して継続的な関係を築くことで、新たな担い手の仕事・雇用創出につなげていく。

そのため、今後は産地見学会を継続実施しながら、大学との連携やコンペ応募者の中から、窯元で職人見習いをしながら個人でも活動するクリエイティブ人材の発掘・育成事業を進める。コンペ商品の製造や発送手配、トレジャーハンティングの受付・案内など、一定の収入源を確保しながらも、産地の新しいものづくりにチャレンジできる若手クリエイティブ層との結びつきを強化していく。移住の場合には空き家を活用し、空き家解消の一助にもつなげて地域の活性化を図る。

採択事

組概要

大船渡市

八幡平市

三条市

粟鳥

浦村

ĥ

橋

本市

紀の

真庭市

観音

外部人材コメント

「地」と「業」の再生



株式会社オープン・エー 代表取締役 馬場 正尊

Open A はこれまでに、古い空き物件のリノベーションや街なかの空き物件の再生、街の魅力を 再発見する地域メディアのプロデュース等に関わってきた。3年前から嬉野温泉の街なかの再生に 関わるようになり、コンパクトながら温泉や旅館、嬉野茶、そして焼き物など様々な魅力に溢れた この街を、もっと面白くしたいと思っていた。産業が豊富な分、人口2.8万人の嬉野には組合が山

ほどあるのだが、不思議なことに活性化のためにそれぞれ何をしているかお互いに知らず、情報共有や異業種連携はこれま でほとんどなされてこなかった。これまでの時代は、観光業、茶業、窯業などそれぞれの市場で需要があり、それぞれの業 界の切磋琢磨で成り立ってきた。しかし、経済が縮小していく時代、全ての産業が衰退傾向である中では、地域内の産業が 互いに連携を図り、新しい事業やサービスを生み出し稼ぐ「業」の力が必要だと考えていた。嬉野はまさに、人の新たな結 びつきをつくり、新しい事業を生み出す舞台、役者が揃っていた。

吉田地区は街なかから車で10分程度と近く、街なかとはまた違った牧歌的な風景のまちだ。山間に佇む小さな職人のまち。 石畳と古いレンガ積みの煙突や工場、生地が棚に並んだ風景があちこちにあるが、観光客はほとんど訪れない。ちょっとず つ空き家も増えている。このまだ発見されていない「地」の魅力と、ものづくりの文化を生かした「業」の再生ができるの ではないか。

窯業に関わらず、産地にはデザイナーなどクリエイティブな人材が圧倒的におらず、つながりもない。商品の企画、デザ イン、流通は産地の問屋がその機能を担ってきており、百貨店や大型店を中心とした既存の流通販路では、新しい商品開発 は難しい状況にある。ネット販売やセレクトショップなど個人の趣向に合った流通システムに変化していく中で、新しいア イデアを持ったクリエイターの存在は「業 |の再生のためには必要だ。8社しかいない窯元、伝統や様式がない下請け産地であっ た吉田焼は、ともするとクリエイティブに新しいことにチャレンジしやすく、変化が激しい現代のライフスタイルに「焼き物」 の力で新しい生活提案をするようなものづくりができるのではないか。また、デザイナーの意識も変化しており、大企業の インハウスより、伝統産業や地域に飛び込み、既存の枠組みによる諸問題を解決する、ソーシャル思考の若手が増えている。 その両者をつなぎ合わせたのがデザインコンペティションであり、産地につなぎ留めるフックが、他産業や風景的な「地」 の可能性である。

受賞したデザイナーが今産地に通い始めているが、その顔ぶれや思想を見るに、窯元とともに新しい社会を提案する意識 の高い若手だ。産地見学会の反響もそれを示している。審査員に消費者に近い流通のプロを招致したことにより、商品化し たら確実な売上を見込む。それを、窯元とデザイナーが次なる商品開発につなげ、継続的な協力関係が構築できれば、無名だっ た吉田焼の未来は必ず変わると思う。

もうひとつ大きな事業の要因として、地元の若手の意識が大きい。実はデザインコンペのアイデアは、とある窯元の若手 が温めていたアイデアだった。彼は商店街の一角に、窯元で初めて自分のブランドの店をオープンし、様々なデザイナーと 共に魅力的な商品を生み出し、国内外の展示会で販路の開拓や人的ネットワークを広げていた。自身のブランドは成功して いるわけだが、「吉田焼の産地を変えたい」という強い思いで、このコンペのアイデアを僕にぶつけてきた。正直、僕はその ときデザインコンペの手法に懐疑的だった。商品化に向かないアイデアや、流通に結びつかない高単価商品、若手のクリエ イティブ力を搾取するお祭りのようなものだと思っていたからだ。でも彼は、産地と若手デザイナーとの関係をつくり、産 地問屋に依存しない流通システムをつくって窯元の売上を上げ、新しいものづくりできる土壌をつくらなければという使命 感を持って、自ら審査員や商品企画の外部アドバイザーに声をかけていた。商品のコンペではなく、担い手探しと流通改革 のためのコンペだ。全国的に担い手不足と言われる中、彼のような人が産地に一人でも増え、新しい業やネットワークを生 み出せれば、大きな産地再生の起爆剤になる。

機を同じくして、そうした自らまちを変えたいという意識の高い若手が、嬉野の他産業にも表れはじめた。旅館、茶業、 窯業、商店のやる気ある若手が自ら企画し、実行し、自分たちでお金を出し合って、質の高い嬉野のおもてなしを表現する イベントが生まれた。それらは既存の組合という枠組みでは成立しなかった、産業を超えた新しいクリエイティブチームだ。 冒頭でも述べた「業」の再生は、それぞれの業界を超えることで成立する。嬉野には少しずつ、しかし過去のしがらみを超 えた確実な変化が生まれはじめている。

事業概要

総事業費	3,240 千円
助成申請額	2,160 千円
外部人材	久壽米木 正一(株式会社 JB マネジメントオフィス 代表取締役)

自治体概要

人口	10,867 人(住民基本台帳登載人口:平成 28 年 1 月 1 日)
面積	102.11km (平成 26 年 10 月 1 日現在)
人口密度	106人/㎢
標準財政規模	3,347,333 千円(平成 26 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.27(平成 26 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	88.3%(平成 26 年度市町村別決算状況調)
担当課室	都農町 産業振興課

取組概要

事業開始時点

- ■人口の著しい減少の為、平成 26 年度に過疎地域の指定を受ける
- 基幹産業である第1次産業就業者 も減少し、特に漁業者はピーク時 の3分の1に減少
- ■道の駅「つの」のオープン、クルーズトレイン「ななつ星」への食材 提供開始を契機に、町産農水産物 にスポットが当たり始める
- ■地域資源である農水産物を活かしたまちづくりへの機運が高まる

外部人材による支援

- ■食品加工に関する専門知識を基 に、新たな特産品開発へのアイ ディア提供、技術指導
- ■地域の担い手への新商品開発・製造についてのノウハウ・技術の指導
- 商品開発・製造に必要な機器の選 定、関係業者の手配
- ■地元生産者・事業者の要望をヒア リングし、課題解決へのアドバイ スとサポート

事業終了時点(成果)

- ■シイラの高付加価値化に取組み、 シイラのからすみ「鱰墨(しらす み)」を商品化
- ■外部人材の指導、アドバイスにより、生産者・加工グループの意欲向上・自主的活動の活発化
- ■生産者・加工グループ・町内飲食 店などによる新たな協力関係
- ■水産加工品開発における特許取得 により、生産者・事業者への利益 還元の体制強化

外部人材による指導



外部人材との意見交換会



「鱰墨(しらすみ)の商品化」



橋本市

観音寺市

事業の背景と目的

a 事業の背景

都農町は「山と滝とくだもののまち」をキャッチフレーズとした農業が基幹産業な町であり、ぶど うやなし等のくだものの産地として有名である。特にぶどうは「尾鈴ぶどう」として県内でも有数な 生産高を誇っているほか、町内のぶどうを原料とした都農ワインを作っており、販売時期には九州各 地から購入者が訪れる。

しかし、人口の著しい減少等により、平成26年度に過疎地域の指定を受けるなど厳しい状況にある。 このような状況のなか、道の駅「つの」のオープンや、JR 九州のクルーズトレイン「ななつ星」へ の食材提供により、地域資源である農水産物にスポットが当たっている。

この機会をとらえ、「食に関する専門家」を活用し新たな市場・付加価値・サービスを創出するこ とによる農林漁業者の所得向上と地域での雇用創出を図り地域の活性化を目指すため、本事業を進め ることとしたものである。

事業の目的

新たな賑わいを創出するためにオープンした道の駅「つの」では、多数の観光客が町内農水産物、 特産品を購入することで、雇用創出や事業者の生産意欲向上につながっている。また、ふるさと納税 の返礼品として町内事業者が農作物や加工品を出品し、町外県外から寄付を受けていることで、事業 者の利益に反映され、収益向上、雇用創出など、町の活性化につながっている。

この状況を踏まえ、本事業において、上質な農水産物を独自の技術・製法で加工し、特産品として の付加価値を高め、地域の宝として更に磨き上げる技術・ノウハウを地域の担い手が学び、継承して いくことで、以下の目的の達成を図る。

- ○多様な食の発信地としての町のブランドイメージを確立し、食による誘客の促進
- ○「売れる商品」の開発による地元生産者・事業者の所得向上
- ○収益向上・人材育成により、地域産業を活性化させ、雇用の創出・定住の促進

2 事業実施内容

a 水産加工品開発

漁業者の所得向上を目指し、都農町漁協、漁協青壮年部、つの水産加工品開発協議会(構成団体:漁協、町、観光協会など)と連携し、市場価値が低いシイラの新商品開発・高付加価値化に取組む。

b 特産品開発

市場において安値で取引されるB級品・C級品や規格外で市場に出せない農作物を使った加工品の開発を行う。開発対象は生産者からの要望が多いトマト、ぶどうから着手する。開発にあたっては、地元の生産者と加工グループの協力関係の構築、連携体制の強化を図りながら進めるものとする。

C ブランド化

水産加工品開発で取組んだシイラの加工品の PR のため、地元の新聞、テレビ番組での露出に加えて、町内飲食店、観光協会と連携し県内の各種イベントへの出店を行うなど、都農 = シイラの町、というイメージ発信に努める。

また、本事業で開発した商品製造法で特許を取得し、それらを町内の事業者のみに使用を許可することで、都農でしか味わえない・手に入らない特産品という差別化、プレミアム化を図る。

d 地域産業の活性化

生産者の所得向上、事業者の収益向上のため、「経営発展」と「人材育成」への支援を実施する。 具体的には以下の3つの方向性で行う。

- ・経営課題に直面する町内生産者・事業者とのヒアリング、意見交換会を基に、商品開発、経営改善へのアドバイスやサポートを行う。
- ・商品開発の発想や加工方法などのノウハウ・技術を地域の担い手に指導する。
- ・漁業者の所得向上に向けて漁協にプレハブ加工場を設置し、6次産業化を推進する。

採択事業の特徴など

大船渡市

三条市

羽咋市

本市

真庭市

観音寺市

芦屋町

嬉野市

a 事業実施体制の概要

事業実施体制

外部人材による町内の生産者・事業者と加工グループを中心に 新商品開発・販売により所得・収益性向上を図るものである。町 は事業全体を各課と連携して進める。

b 外部人材の役割

①水産加工品開発及び②特産品開発

新商品アイデアの提供や加工技術指導による人材育成を行う。

③ブランド化

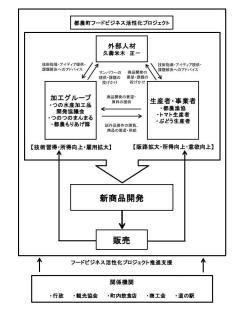
イベント参加時の飲食店向けレシピ作成サポート、開発商品の 差別化を目指した特許取得支援を行う。

④地域産業の活性化

町内農水産物生産者ヒアリング、食品加工グループ向け意見交換会・セミナー、経営改善アドバイス、 都農町漁協のプレハブ加工場整備に関するレイアウト指導、機材の選定などのサポートを行う。

事業実施スケジュール

月	取組実施内容					
4月	5 ⊟	商品開発会議、加工機具の搬入				
	11、18 ⊟	しらすみ作り 説明・作業開始、作業指導、商品開発				
	2 ⊟	商品開発協議				
5月	10、17 ⊟	役場産業振興課において試食会/町長、副町長、議員を招いて試食会				
	25 ⊟	商標登録勉強会、プレハブレイアウト協議				
	1、3⊟	特許、商標登録協議/メディア戦略、道の駅ふるまいに関する協議				
6月	14、15 ⊟	14、15日 特許、商標登録、プレハブレイアウト協議				
	25、26 ⊟	道の駅「つの」にて、シイラ加工品のふるまい実施				
7月	19、20 ⊟	プレハブ機材、しらすみ製造方法協議(ふるさと財団現地調査)				
/ /3	25、27 ⊟	しらすみ発送についての協議、商品包装についての協議				
	9 ⊟	宮崎市内のホテルにて、しらすみ・ツナのプレゼン				
8月	15 ⊟	日 ヤマメ養殖業者からの要望ヒアリング (販路拡大について)				
	18 ⊟	保健所訪問、ぶどう生産者からの要望ヒアリング (商品開発について)				
9月	1、16 ⊟	他県の水産・農産加工品の試食、ぶどうペースト作り、商品開発の方向の協議				
2/1	9 ⊟	保健所訪問 (加工所登録の最終確認)				
10月	11 ⊟	ぶどうステーキソースの試食				
10月	13 ⊟	東京にてレストラン訪問				
11月	4、15日 特許審査手続き、今後の商品パッケージの協議、水分測定器の使用法の指導					
12月	16日 観光協会、産業振興課との今後の活動内容についての協議					
1月	5、18日 しらすみ製造状況の確認、他県特産品の市場調査					
2月	7 ⊟	県外企業の都農町訪問 (事業説明、今後の協力関係についての協議)				
2月	15 ⊟	町長、産業振興課との今後の活動内容についての協議				



5 主な成果

a 水産加工品開発

①シイラのからすみ「鱰墨(しらすみ)」の商品化

シイラの魚卵を使用したからすみ「鱰墨」を商品化し、平成28年7月より都農町のふるさと納税に返礼品としての出品を開始した。返礼品として出品した182セットが完売したことに加えて、ふるさと納税以外の販売を望む声が届いている。

ふるさと納税の返礼品として完売した「鱰墨」(左「黄金」、右「茜」)





②「鱰墨(しらすみ)」の販路拡大の可能性

東京を含む県外のレストラン・企業からも鱰墨への関心を示されており、今後の協力関係についての話し合いや、量産体制を見据えた取引の商談を望まれている。収益性を向上させ、漁業者の所得向上につなげるために、生産体制の強化に取組んでいる。

東京のレストランで調理された「鱰墨」



b 特産品開発

①開発の方向性の決定

ぶどう、トマトをペースト化したものを原料として、ソース、ジャム、お菓子の開発を進めた。昨今の市場のトレンドから、極力、砂糖などを加えず、素材を活かした健康志向の商品を目指すこととなった。

②機運の醸成

本事業において、プレハブ水産加工場の設置や、外部人材による生産者からの要望ヒアリング、意見交換を通して、生産者や加工グループが抱えていた課題の解決への方向性が見いだせたことで、意欲向上につながり、住民主体の活発な活動が生まれ始めた。本事業のスタート以前は構築できていなかった生産者と加工グループとの協力関係も生まれた。

採択事業の特徴など

個別事業の取組概要

大船渡市

羽咋市

本市

芦屋町

C ブランド化

①テレビ、新聞、イベント参加による PR

今年度はシイラの新商品開発、高付加価値化を主に取組んだため、地元のテレビ番組、新聞での露出と、各種イベントにシイラ料理で参加することで、都農町=シイラの町というイメージ発信を行った。

②特許取得による差別化・プレミアム化

本事業において開発した商品の製造法で特許を取得した。 この特許製法の使用を町内の事業者に無料で許可することで、 「都農でしか味わえない・手に入らない特産品」という差別化、 プレミアム化を図り、利益を町内事業者、生産者に還元して いく仕組みが実現している。

地元紙での記事掲載



イベント出店の様子



d 地域産業の活性化

①地元住民主体の活動の活発化

本事業におけるプレハブ水産加工場設置、事業者等ヒアリングを通して、生産者や加工グループが抱えていた課題の解決への方向性が見いだせたことが、意欲向上につながり、住民主体の活発な活動が生まれ始めた。

プレハブ水産加工場での漁協と町内飲食店の連携による加工品開発・販売の活発化や町内ぶどう生産者と畜産農家によるホテルへの商品開発等が例として挙げられる。

ホテルでの試食会



②雇用の創出、人材育成、協力関係の構築

水産加工品開発に取組む「つの水産加工品開発協議会」で4月から2名の臨時職員が雇用され、作品製作など、事業推進に貢献している。事業の担い手としての人材育成として、外部人材がその2名へ商品開発のノウハウ・技術を指導している。

漁協ではプレハブ加工場整備を契機に、新たに3名をパート雇用し、地元獲れ魚介類の加工品開発・販売を開始するなど、活動が活発化している。

プレハブ加工場の様子



また、本事業を通して、生産者と加工グループとの協力関係も生まれた。今後は外部人材の指導の下で、以下のような協力体制を予定している。

水産加工品開発:漁協、漁協青壮年部、つの水産加工品開発協議会、町内飲食店

特産品開発:生産者、都農もりあげ隊、つのつのまんまる

6 今後の展望、次年度以降の取り組み

①水産加工品開発について

今年度はシイラのからすみ「鱰墨(しらすみ)」を、目標としていたふるさと納税の返礼品として 出品し、1つの成果が実現した。しかし、天候不良や相次ぐ台風の影響で原料確保が困難になり、予 定生産量を準備することができず、販路をふるさと納税のみに絞ることとなった。次年度の販路拡大、 収益性向上に向けた課題として、原料確保を最優先に事業を進めていくことが課題として顕在化した。 都農町漁港で例年よりも早くシイラ漁を開始すること、それでも不足する場合は近隣の川南漁港に協 力を依頼し、原料確保に努めることを決定している。

道の駅での商品販売では、シイラの白身を使ったムニエル・餃子を開発、販売したが、収益性が低く、想定ほどの売り上げに至らなかった。今後は「鱰墨(しらすみ)」の生産を強化していくにあたり、魚卵だけでなく白身の利用・消費も同時に拡大させていく必要があるため、白身を使った「売れる商品」の開発が課題となる。来年度は外部人材の指導の下、白身を干物、燻製、出汁として加工し、多様な商品展開が出来るシリーズ商品として開発していくことが決定している。

②商品パッケージの強化について

商品開発を進める上で、「売れる商品」への昇華には PR 性の高い商品パッケージの開発も必要との課題認識が生まれた。次年度は、現在の「食に関する専門家」に加えて、商品パッケージの作成、商品ブランディング展開の経験がある「商品パッケージの専門家」に事業参画を依頼し、スムーズな販路拡大と収益性向上に向けて加速をする計画である。

③持続可能性について

事業の持続性に関しては、外部人材の指導の下、商品開発・製造に取組む中で、同時に人材育成を図っている。特に水産加工品開発に取組む「つの水産加工品開発協議会」に所属する2名の臨時職員は新商品提案や、習得した加工技術の応用にチャレンジするなど、今後の本事業の担い手として期待されている。さらに、外部人材が生産者、加工グループとの要望ヒアリングや意見交換を行うことで住民の巻き込みを行っている。

これまで抱えていた課題の解決への方向性が見出されたことで、生産者自身が販路拡大や商品開発に向けて自主的に動き始め、加工グループが生産者の活動をサポートし、施設を貸し出すなど、住民主体の活動が確実に広まりつつある。今後もこの状況を維持、加速させるためにも、外部人材の指導の下で新商品の開発・販売を行い、それら商品の収益性を追求し、地元への利益還元という本事業の目的達成を目指す。

採択事

大船渡市

三条市

作市

本市

真庭市

観音寺市

都農だけの商品の開発による活性化の場、活きた時間の創出



7 外部人材コメント

株式会社 JB マネジメントオフィス 代表取締役 久壽米木 正一

【事業内容】

宮崎県都農町は、町土の約63%が山林、約15%が田畑で、空、海、山、地が、全て揃っ ており、一次産業が基幹産業となっています。特に、ぶどうが主力農産品となっており、

それを原料とした「都農ワイン」が特産品となっています。農水畜産物を活かした"まちつくり"の機運が高 まり、差別化された特産品開発を、町民挙げて取り組み、町を元気にしていこうという事業です。

【抱える課題及びそれに対するアプローチ】

おおよそ地方では、一次産業の生産物を商品へと加工する技術及びその応用、またマーケットの情報を入手 し、それを反映させ差別化した商品へ開発するという手立てを求めていると感じます。

また、地方のニーズとして、企画、開発技術の知見を持った若手要員を求めています。まさに都農町もそう でした。

そこで、商品、技術開発の知見を活かして、都農町の漁協、漁師の方々、町民の方々が "元気になること"、"活 動を活きた時間にする"を目的として、第一ステップの取り組みとして、水産加工品を開発していくことでス タートしました。その中でも、都農漁港で漁獲され雑魚として扱われていたシイラをターゲットとし、都農町 役場、漁協関係者、料理人の方々と共に、考えられる料理、加工品を挙げ、試作し、関係者他参加出来うる町 の方々で試食会を開き、「都農にしか無い物」を、コンセプトに、マーケットニーズ、差別化を念頭に開発を 進めました。

そこで、誰も手掛けたことのない魚卵の加工品の、加工は手作り、手間はかかるが、付加価値の高い、「都 農町にしかないからすみ」を開発していくこととしました。そこでシイラの魚卵の加工を、漁協と町民の方々 から構成される"つの水産加工品開発協議会"と協働し、商品名「しらすみ」を開発し、その製法の特許を出 願し、登録され、第一段として、ふるさと納税で上市しました。

【取組みを通じて得られた成果】

ここに、都農町と漁協、そして漁師さん、料理人の方々の力の結集により、一つの商品を作り上げることが 出来ました。新たな商品を作り上げる、それを皆で宣伝し営業していく、そして売上を得る。その中に自身の 力が注がれ形になった喜びがあり、さらに町の上昇機運が高まってきていると感じています。つまり"活きた 時間"になっていると思っています。

今後は、町民の方々のご意見、考え、思い、を反映し、水産加工品を始めとして、農産、畜産の差別化商品 を町民皆さんで協働し、提案、開発、上市し、皆さんの"時間"が、生き甲斐のある充実した"活きた時間"と なるよう、また笑顔になり、魅力ある町作り、誰もが住んでみたくなる町となるよう貢献していきたいと思い ます。

第3章 外部人材派遣の取り組みと成果

1

外 部 人 材 派 遣

本事業では、地域の課題や課題解決に向けた方向性が明確になっていない段階で、その解決に向けた方向性に目処をつけるため、外部人材を以下の6市町村に2泊3日派遣して、現地調査を行い、地域再生の方向性に関する提言を行った。

	実施時期	派遣先
1	平成 28 年 10 月 3 日 ~ 10 月 5 日	福岡県大木町
2	平成 28年 10月 31日 ~ 11月 2日	長野県筑北村
3	平成 28年 12月 19日 ~ 12月 21日	和歌山県由良町
4	平成 29 年 1月 26日 ~ 1月 28日	和歌山県北山村
5	平成 29 年 2月 1日 ~ 2月 3日	三重県熊野市
6	平成 29 年 2月 8日 ~ 2月 10日	山形県飯豊町

今年度の外部人材派遣では、地域側が特定の地域資源を有しており、それを活かした地域再生を行う中で、具体的な進め方の提言を求めているものが多く見られた。

具体的な例としては、福岡県大木町では、「農業農村」をキーワードに故北原大莞の生家や他施設との連携の方策、和歌山県北山村ではいかだ・じゃばら・温浴施設の活用、三重県熊野市では新姫の活用などについてである。これらの地域資源等を活用して、地域住民・団体が一体となった地域再生を行うための提言を求められていることが多く見られた。また、長野県筑北村や和歌山県由良町では、具体的に進むべき方向性について、外部人材から提言を行っている。山形県飯豊町では地域の「バイオマスエネルギーの活用」をテーマとし、そのテーマを深堀するとともに、それを行う「人材」の重要性について提言を行った。

この外部人材派遣の結果を踏まえて、外部人材活用助成へのステップアップを図り、地域関係者の更なる巻き込みや外部人材を活用した地域再生への取り組みを進めたいとの意見も多くの地域から挙げられた。

個別の外部人材派遣の結果概要は次頁以降に示す。

部人材

域再生セ

■■ 福岡県大木町

平成 28 年 10 月 3 日~ 10 月 5 日

外部人材:中島 淳 (株式会社カルチャーアットフォーシーズンス)

堀田 雅湖 (特定非営利活動法人こめみそしょうゆアカデミー)

地域の問題意識

大木町は福岡市や久留米市へのアクセスが良好であるため、人口増加が続いているものの、将来的には人口減少が推計されている。これらを背景として、大型商業施設や工場誘致といった従来型の人口対策ではなく、基幹産業である農業分野での新規就農者の確保、そして交流人口拡大に向けたイベント開催に取組んできた。



今後は「農業農村」という位置づけとアクセスのよさを活かした

グリーンツーリズムによる活性化を検討する中で、故北原大莞の生家及び他の町内施設を有効活用した持続可能なまちづくりについての助言を求められていた。

外部人材からの提言

大木町では現地視察の際に印象的であった「風」と様々な「人」に焦点を当てて、大木町が今後取組むべき「大木町ツーリズム」の考え方や具体的な進め方について提言がなされた。

中島氏からは今回の現地視察で感じられたキーワードを伝えるとともに、近年の地域づくり、そして滞在型観光の考え方について説明がなされた。その上で、大木町が有する故北原大莞の生家を含む様々な資源の考察を踏まえて、「大木町ツーリズム」の検討ステップについての提言、具体的事例の紹介があった。

堀田氏からは日本の和食が注目されていること、そしてその和食が地域活性化及び観光の中で果たす役割についての説明があった。その後、郷土料理や旬の食材、行事や祭り、暮らしと歴史などを再度見直し、食とおもてなしで地域の魅力を伝えることの重要性が事例を交えて提言された。

風の人と織りなすまち

大木町にはかつての暮らしを支えてきた 簡草を使った伝統技である「掛川織」が あります。この掛川織には伝統を受け継ぐ おばあちゃんの思いが詰まっています。

大木町はまるでこの掛川織のように、 縦糸である地元資源と横糸である 「外からの人」(風の人)が、 地の人の思いと風土を紡いでいるようです。

今回のタイトル「風の人と織りなすまち」は、 そのかけがいのない大木町の特徴を 言葉にしたものです。

大木町ツーリズムを考えよう【食の役割編】

ツーリズムにおける食による魅力づくり

食に関わる素材を発見・発掘する

・地域が有する食に関わる素材をリスト化・データベース化する ・地域の食に関する情報ネットワークを整備する

活用する食材を選択する

・地域・旬・量が限定の食材を活用する ・地域のキャッチイメージとなる素材を活用する

「食べる」魅力を高める

・地域独自の調理方法や地域らしさを感じさせる提供方法を工夫する ・観光地での食の選択の幅を広げる取り組みを進める

「買う」魅力を高める

・食に関する消費形態にパリエーションを持たせる・素材は一つでも加工で工夫できる・販売方法を工夫する(ストーリー化など)

「食を体験する」魅力をつくる

・農林漁業のリアルな(ほんもの)体験を提供する・食べ方・文化など付加的な体験を提供する

1 - 2 長野県筑北村

平成 28 年 10 月 31 日~ 11 月 2 日

外部人材:野口 智子 (ゆとり研究所)

通山 千賀子 (通山千賀子計画室)

地域の問題意識

筑北村は平成17年に近隣3村が合併した村であるが、飛び地の地域があるなど、地域的条件から村の一体感の醸成に苦慮してきた。 人口も過去10年で1,000人以上減少して5,000人を割り込む状況にある。県内主要都市から1時間以内に移動できるアクセス性、そして3つのJR駅を有する利便性を有するが、村内での雇用の場が限定的な状況である。



これまでも6次産業化に向けた取り組みや若者の定住促進のための住宅整備を促進してきたが、地域としての方向性を見出せずにいた。

これらの状況を踏まえて、地域における課題の洗い出しや進むべき方向性についての助言を求められていた。

外部人材からの提言

筑北村では様々な団体が地域活性化に向けた多様な活動をされていることから、筑北村らしい目指すべき方向性を定め、各種団体が連携してこの実現に向けて取組んでいくことの重要性が提言された。 野口氏からは①食、②健康、③つながりを柱とした活動の有効性の説明がなされた。また、今回視察した資源の評価と今後の活用方法について一つ一つ提言があり、面積の小さな地域であるが、その中で「本物の暮らし」を目指すことの重要性が指摘された。

通山氏からは観光とまちづくりの関係性についての説明とともに、近年、観光にストーリー性が求められていると説明がなされた。その上で、市町村の枠を超えた、観光客目線での連携体制を構築することの重要性、そして既に実施されているイベントをつなぐことの重要性が提言された。また、他地域で参考となる事例の紹介が行われた。

提案

- 近隣との連携←観光客に市町村の境界は関係ない
 - ★例えば、善光寺街道→NPO法人善光寺街道歩き旅推 進局との「筑北の谷 善光寺街道」のように

西条首 筑北

- 現在行われている活動やイベントを繋げる
- ★案;そば祭りカレンダー
- ★案:村の文化祭の全村版
- 村民皆で『筑北村らしさ』を明確にし、村民が一つになれるような 「目標像」を定める
 - →「目標像」は言い続ける!

筑北村は

①食

②健康

③つながり

を柱に

「小さな暮らし、本物(ストーリー・提案)の 暮らし」をめざそう。

まずは村民の実行とネットワークから

地域再生セミナ

1 3 和歌山県由良町

平成 28 年 12 月 19 日~ 12 月 21 日

外部人材: 前田 香保里 (株式会社 ANA 総合研究所) 養父 信夫 (一般社団法人九州のムラ)

地域の問題意識

由良町は、紀伊水道に面した人口約6,200人の町で、高齢化率は約34%と高い。第一次産業が町の基幹産業であるが、農業・漁業ともに販売価格の低迷、就業人口の高齢化と後継者(担い手)不足といった深刻な問題を抱えている。また、後継者不足等については、商工業や観光業といった分野でも同じ状況である。



一方で、由良町には、白崎海岸など豊かで美しい自然や興国寺な

どの貴重な歴史・文化といった観光資源、希少価値の高い「ゆら早生みかん」をはじめとする農作物 や海産物、加工品を含め、優れた特産品に恵まれており、此処の素材は十分な強みを持っている。

こうした状況を踏まえ、特性や魅力を最大限に活用し、地域を再生していくための施策について、助言が求められていた。

外部人材からの提言

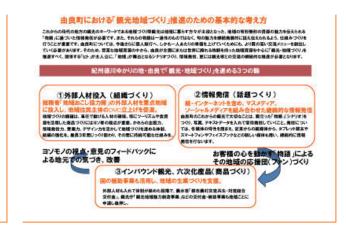
由良町には、魅力のある資源が豊富にあることから、地域が一体となって来訪者に魅力的なストーリーを設定しながら、関係者全員で一歩ずつ取り組みを進めていくことが提案された。

前田氏からは、町内の関係者がそれぞれの強みと得意分野を合わせることで可能性が広がることが 説明され、地域づくりや商品づくりにおいて「来訪者の視点」を持つことの重要性が提言された。そ のうえで、「一歩踏み出す」ことの重要性が示された。

養父氏からは、「由良町『観光地域づくり』を推進する10のステップ」として、具体的な取り組みの進め方について提言された。そのなかで、紀州徳川家のゆかりがあることや、金山寺味噌発祥の地である興国寺の存在、熊野古道とのつながりという由良町の強みを背景として、インバウント事業の推進が提案された。

Ⅱ 地域づくり、商品づくりに「来訪者」視点の重要性

- 1 まちを観光する人の視点 「誰もがストレスなく歩ける"もてなし"の案内」
- 2 来訪者の期待を感じる視点 「地元の日常が訪れる人にとっては非日常の体験」
- 3 特産品を購入しようとする人の視点 「商品のストーリーと違いを伝えることが魅力を高める」



1 - 4 和歌山県北山村

平成 29 年 1 月 26 日~ 1 月 28 日

外部人材:石川 紀子 (株式会社グルー・アンド・カンパニー)

杤尾 圭亮 (株式会社船井総合研究所)

地域の問題意識

北山村は三重県と奈良県に四方を囲まれた全国唯一の飛び地の村で、97%が山林を占めている。高齢化率は48.3%と高まっている。主要産業は北山川を利用した「筏流し・ラフティング」といった観光業、北山村原産の柑橘類「じゃばら」、村営温浴施設「おくとろ温泉」が中核的なものである。



筏流しやラフティング等の川を利用したアクティビティは夏休み

期間以外の集客に苦戦している。花粉症に効くとされているじゃばらの加工販売も売上増加が鈍化している。村営温浴施設は行楽・帰省シーズン以外の集客に苦慮している。

これらの状況を踏まえて、「筏流し・ラフティング」、「じゃばら」、「おくとろ温泉」を活かした地域活性化についての助言を求められていた。

外部人材からの提言

北山村の地域活性化にあたっては、現状分析を行った上で、直ぐにできる「短期施策」と地域住民が考え、共有した上で行う「長期施策」に分けて行うことの重要性が示された。

石川氏からは「筏流し・ラフティング」を含めた村の観光改善施策について、既存資源の磨き上げ、新たな資源の発掘及び作り込みの必要性が示された。その中で、中長期的には北山村だけではなく、 隣接集客エリアと連動して、「面」として観光客を受け入れることの重要性が提言された。

杤尾氏からは「おくとろ温泉」の収益性向上及び「じゃばら」事業の改善に関する短期施策について事例を交えて説明があり、その後、地域おこし協力隊導入の有効性、そして導入時のポイントについて説明がなされた。





外部人材

派遣

域再生セ

1 - 5 三重県熊野市

平成29年2月1日~2月3日

外部人材:谷本 亙 (まち&むら研究所)

塚田 佳満 (株式会社 DMG フォース)

地域の問題意識

熊野市は県内自治体で最も人口減少率が高く、高齢化率も 40% を 越えており、定住促進、産業振興による雇用確保に向けた取り組み を展開している。

地域資源としては「『新姫』を代表とした多種多様な柑橘類」があるものの、産地としての優位性確保、そしてブランド化に向けた動きは十分ではない。「攻めの農林水産業」を施策方針として掲げてい



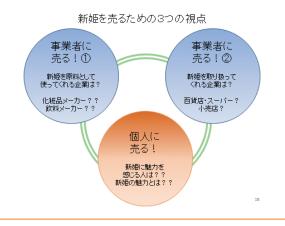
ることから、柑橘類を中心とした農林水産物についての有効な資源活用と産業振興についての提言を 求められていた。

外部人材からの提言

「新姫」に限らず、地域活性化を行うにあたっては、行政内部で連携した取り組みの展開、そして 官民が一体となって取組むことが指摘されるとともに、その次のステップとして広域連携の有効性に ついて提言がなされた。

谷本氏からは新姫と地域内資源を連携して販売することの必要性について指摘されるとともに、現 地視察先において実施可能な販売方法についての改善案があった。また、今後の市場対応を見据えて、 新姫など産物を一体的に取組むプラットフォームのような組織づくりが有効であることも説明があっ た。

塚田氏からは新姫の加工品(商品)の商品ラインナップの価格、パッケージでの問題点が指摘されるとともに、新姫を売るにあたってのターゲッティング、商品の差別化の考え方について提言がなされた。また、地域再生における2軸4象限における「持続可能性」確保に向けた取り組みの重要性が指摘された。



ホテル瀞流荘で「新姫」から連携不足(喪失)を見た

- 売店には商品はあるが食事メニューからは感じられない。メニュー表にも 見当たらない、メニューと表と売店は一体である。さらに加工所が隣にあり、 例えば「味噌」を使ったラーメンがあるのに、隣で加工されたことが表示されてない。新姫商品は売られているのも書かれていない。館内はきれいだけど、公社事業での連携を感じない。
- 熊野地鶏(鶏肉の味をストレートに味わう)塩味焼き鳥*新姫○○のセットメニュー(商品)ができないのはなぜ?
- ― 例えばメニューにドリンク1本付けるとか、ドリンクメニューに新姫サイダー ○○サワーが載っていない。どこで売っている情報は出してもいい。普通の旅館やホテルではくどいほどあるのに。



1 - 6 山形県飯豊町

平成 29 年 2 月 8 日~ 2 月 10 日

外部人材:澁澤 寿一 (認定特定非営利活動法人共存の森ネットワーク)

相茶 正彦 (株式会社エス・アール・シー)

地域の問題意識

飯豊町は、全面積の約84%が山林で、森の資源を大量に有している。 基幹産業は農業で、稲作を中心に、米沢牛の約4割を肥育する畜産 やアスパラガスの生産が盛んである。

同町では、畜産農家から排出される家畜排せつ物を原料として、 堆肥を製造することで耕畜連携の取り組みを進めているが、近年、



肥育頭数が増加傾向にあり、堆肥化の効率化やスピードアップが必要になっている。また、家畜排せつ物を資源とした発電によるエネルギーの地域内循環の仕組みづくりも視野に入れている。

一方、山林については、約12,000haの広さを持つ中津川財産区がある中津川地区において、木質バイオマス製造施設を平成21年に整備し、燃料用木質ペレットやきのこの菌床用となるオガ粉の生産を行っている。今後の持続的運営に向けて効率の良い生産体制の構築等が求められている。

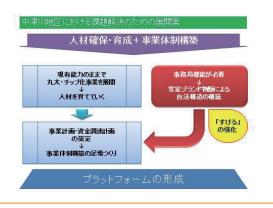
そうした中で、バイオマスエネルギーの利活用による持続的な地域づくりをしていくための施策についての助言が求められていた。

外部人材からの提言

家畜排せつ物の堆肥化は高い水準での処理ができていることから、収益性を高める工夫を行うこと、 中津川財産区については人材確保・育成を進めることが提言された。

澁澤氏からは、岡山県真庭市のアシタカの事例紹介などがあり、人材育成の重要性が示された。また、これからの農山村振興では、「循環システムづくり」と「新しい価値観づくり・人づくり」が重要であると指摘があった。

相茶氏からは、畜産農家においてガス化発電を行う際の収入の試算結果等が示された。そして、中 津川財産区での事業では、現有の経営資源で収益を上げながら人材確保・育成を進め、体制拡充を進 めるという提言がなされた。



対極ではない都市と農山村 都市の問題は、都市だけでは解決できない。 農山村の問題も、農山村振興策だけでは解決できない。 企業の課題も企業だけでは解決できない。 日本の問題も、グローバルマーケットだけでは・・・ □ 環境・経済モデル + 生き方のモデル (循環システムでり) (新しい価値観づくり・人づくり) 経済的豊かさだけを求めない、 「未来の社会」「幸福」「生きがい」を 皆で考え、実践する。 地方創生は、経済創生ではなく社会創生

外部人材派遣

地域再生セミナー

地 域 再 生 セ ミ ナ ー

本事業では、以下の2県において地域再生セミナーを実施した。各セミナーの概要については、次 頁以下のとおり。

	実施時期	開催都市	テーマ
1	平成 28 年 11 月 17 日	岡山県 (岡山市)	『スポーツに親しむ地域づくり』 〜スポーツで地域の一体感や地域間の交流を促進しよう!〜
2	平成 29 年 1月 23日	岩手県 (盛岡市)	『地域コミュニティの活性化による「ふるさと振興」』 〜住民協働による地域づくり〜

2 - 1 岡山県地域再生セミナー

日時	平成 28 年 11 月 17 日(木)13:30~16:30		
場所	ANA クラウンプラザ岡山 1 階(曲水)		
テーマ	『スポーツに親しむ地域づくり』 ~スポーツで地域の一体感や地域間の交流を促進しよう!~		
基調講演	早稲田大学スポーツ科学学術院・教授 原田 宗彦氏		
事例発表	株式会社 R.project 代表取締役		

セミナーは「『スポーツに親しむ地域づくり』 ~ スポーツで地域の一体感や地域間の交流を促進しよう! ~ 」と題して、基調講演及び事例発表による構成で実施した。

柚木憲一(ふるさと財団理事長)の挨拶に続き、原田氏による「スポーツ地域戦略:スポーツによる地域活性化の可能性を探る」と題した基調講演が行われた。続いて、丹埜氏より、「スポーツ合宿事業による地域活性化」をテーマに、株式会社 R.project の取り組みが紹介された。

原田氏からは、地域のスポーツ資源を活用した観光の仕組みづくりである「スポーツツーリズム」 について、国内外の事例を紹介しながらご説明いただいた。また、本講演内で、日本コミュニティサポート株式会社猪俣氏(エリアマネジメント事業部)より兵庫県佐用町での事例を紹介いただいた。

原田氏講演のポイント

- ・スポーツツーリズムは地域のスポーツ資源を活用した観光の仕組みづくりであり、平成22年に提唱された後、 平成24年に(一社)日本スポーツツーリズム推進機構(JSTA)が設立されて、現在スポーツ庁とJSTAが連携して全国で推進している。
- ・地方都市の人口減少、過疎高齢化による消費減は旅行消費で補うことができるが、観光地化はすぐにできることではない。そのため地域の隠れた資源であるスポーツを旅行商品化するスポーツツーリズムには可能性がある。
- ・例えば岡山マラソン参加者のほとんどは県外からで、約14億円の経済効果を生んでいる。JSTAでは、このようなスポーツツーリズムを進める地域スポーツコミッションを作る取り組みを進めており、現在全国に35以上のコミッションが生まれている。
- ・スポーツツーリズムはイベント誘致・開発などの観光振興の視点と既存のスポーツイベント、プロスポーツの 支援、健康・長寿社会づくりなどのスポーツ振興の視点を持ち、地方創生の推進と密接に関係がある。
- ・スポーツイベント開催や合宿誘致などにより、域外からの訪問者が増加すると、地域内に消費誘導効果が生じ、 地域の収入増と雇用増の好循環を生むことができる。
- ・「いなちくロングライド」は、ほとんど信号がなく自転車で走ると気持ちが良いという佐用町の特徴を活かして地域住民とゼロから作り上げたイベントであり、募集人数300人のところキャンセル待ちが100名出るほど盛況なイベントとなった。(猪俣氏)

丹埜氏からは、スポーツ合宿を通じた地域活性の取り組みについて株式会社 R.project の事例を通じてご説明いただいた。

丹埜氏講演のポイント

- ・株式会社 R.project では、スポーツ合宿を受け入れる宿泊施設 6 施設と、インバウンド観光客向けの宿泊施設の計7施設を運営している。
- ・アマチュアスポーツ合宿は、大型スポーツイベントに比べて裾野が広く、市街地よりも地方の過疎地の方が適しており地域活性に有効である。市場規模もプロの合宿よりも大きく、中でも市場の半分をサッカー合宿が占めている。
- ・首都圏には都心から 100km 離れるだけで棚田、温泉などの自然の風景が溢れている。
- ・地域で使われなくなった公共施設が問題になっていることが、合宿事業のきっかけであり、事業を通じて地域 活性化の一役を担いたい。
- ・合宿事業の地域への最大の効果は、経済効果である。売り上げの5~6割は人件費や食材費、修繕費などで地域に直接還元される。また、地元のスポーツチームと合宿で来た外部のチームとのマッチメイクの機会も提供している。
- ・今後は閑散期の合宿所を活用したインターナショナルスクール(ボーディングスクール)を地方で開きたいと考えている。海外の子どもと地域の子どもが交流するもので、合宿時期で黒字化している施設を活用することで私立高校レベルの学費で開きたいと考えている。

セミナーの参加者は78名で、セミナーに対する満足度は約9割であった。



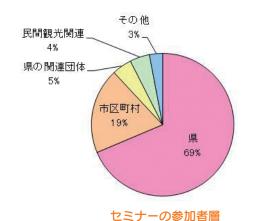


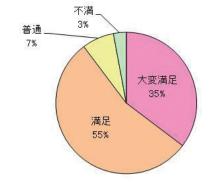


原田氏

丹埜氏

会場内の様子





セミナーに対する満足度

2 ■ 2 岩手県地域再生セミナー

日時	平成 29 年 1 月 23 日 (木) 13:30 ~ 16:30			
場所	ホテル東日本(3 階 鳳凰の間)			
テーマ	『地域コミュニティの活性化による「ふるさと振興」』〜住民協働による地域づくり〜			
基調講演	島根県中山間地域研究センター 研究統括監 藤山 浩氏			
事例発表	株式会社カルチャーアットフォーシーズンス 代表取締役 中島 淳氏			

セミナーは「『地域コミュニティの活性化による「ふるさと振興」』 ~ 住民協働による地域づくり~」と題して、基調講演および事例発表による構成で実施した。

柚木憲一(ふるさと財団理事長)の挨拶に続き、藤山氏による「田園回帰の現状と 1% 戦略」と題した基調講演が行われた。続いて、中島氏より、「コミュニティ維持に向けた外部人材の活用」をテーマに地域における取組事例が紹介された。

藤山氏からは、毎年定住を人口を1%分増やして取り戻すことで地域人口が安定的に持続することを目指す「1%戦略」をご説明いただいた。

藤山氏講演のポイント

- ・一極集中により暮らしが犠牲にされ、さらに震災復興や高齢化、エネルギー問題などの課題を抱える中で田園 回帰は国土のバランスや暮らしを取り戻す手段となる。
- ・自然や人、伝統とのつながりが残る本格的な田舎での子育てを望んで移住する女性が増えており、周辺部の田舎は畳むのではなく広げていく時代にある。
- ・田舎に必要なものは「具体的に何をすべきか」という処方箋である。私が開発した「人口予測プログラム」では住民基本台帳や国勢調査をもとに何組、何人の人口を取り戻すことで人口が安定化するか算出することができる。
- ・これまで10年間で300~400地区を分析してきたが、多くの地域で毎年じっくり1%ずつ人口を増せばよいことがわかった。しかし、自治体全体だけでなく、更に細かい小学校区、公民館区、集落ごとにするべきことを考え自分達の問題にする必要がある。
- ・島根県では産業連関表によると自分たちの所得と同じ額を域外に流出させている地域もある。しかし、人口と同様に経済・所得も1%取り戻すだけで良く、これまで100%地域外から買っていたものを99%にするだけで良い。
- ・これからは縦割りではなく、横つなぎの時代である。集落単位や大きな市町村ではなく、地元意識が持てるおよそ300~3,000人の組織が、様々な分野の合わせ技で地域の色がついた取り組みを行うことが循環型社会の設計図となる。
- ・1%戦略に従えば、集落単位で考えると4年に1組定住を増やすだけで良い。しかし、誰でもよいからではなく、 地域から発信して選ばれる地域になることが大切である。手間をかけて記憶のリレーをつなげていくことが地 域社会に求められている。

外部人材派遣

中島氏からは、地域おこし協力隊の実態やコミュニティ維持のポイントが紹介された。

中島氏講演のポイント

- ・ローカル (地方) & ソーシャル (社会性) が今の時代のキーワードであり、特に若者が「地域で仕事をつくる」 動きと、地域おこし協力隊が、「地域が仕事をつくる」支援をする動きが増えてきている。
- ・都会の若者に向けた新たな動きとして地域がお金を出し合ってローカルベンチャーを育てていく推進協議会が ある。
- ・「誰でもいいから来てほしい」という時に地域間競争は起こる。選ばれる地域になるのではなく「こんな人に 来てほしい」という選ぶ意思を持たなければいけない。
- ・コミュニティ維持のポイントは、①急いではいけない。でも急がなければいけない、②少子高齢化を理由にできない、③衰退重力への抵抗、④負の平等からの脱却、⑤イベントから仕組みへ、運動・活動からローカルビジネスへ、⑥稼ぐ仕組みを意識しているか、⑦若者の関与・人が人を呼ぶ、の7つと考えている。
- ・地域おこし協力隊(外部人材)の3年間という活動期間を真剣に考え、隊員の目指す自己実現に向けた居場所 づくりをする必要がある。協力隊、行政、地元住民の意識・方向が共有されることが必要である。
- ・山村エンタープライズ(岡山県美作市)をはじめとする地域おこし協力隊によるローカルベンチャーの先行事 例や、西粟倉ローカルベンチャースクール(岡山県西粟倉村)、ドチャベン(秋田県)などのローカルベンチャー 支援の取り組みを参考にしてほしい。

セミナーには147名が参加し、満足度は7割強であった。



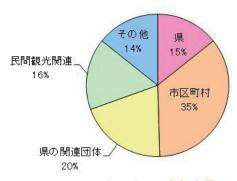




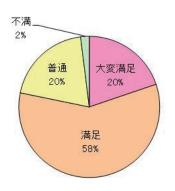
藤山氏

中島氏

会場内の様子



セミナーの参加者層



セミナーに対する満足度

第4章事業成果の総括と今後の課題



外部 材 活用 助成の 成果 と課題

1 ■ 1 外部人材活用助成対象地域に見えた成果

今年度の外部人材活用助成対象の16地域の成果を振り返るとともに、全体を見た成果を集約する。

北海道福島町

地域住民・団体・企業主体の地域還元型まちづくり組織「一般社団法人福島町まちづくり工房」を設立することで、実施体制・基盤整備が図られた。公共施設の受託管理業務による収入を活動財源としつつ、当該法人の主たる事業「食と観光によるまちづくり」の核となる特産品の「千軒そば」のプロデュースや「岩部海岸クルージング事業」の検討を進めるなど、商品力・開発力整備も進められている。特に「千軒そば」については、先進地視察や外部人材による助言を行ったことにより、事業者の意識変革が図られている。

北海道白老町

国立アイヌ民族博物館の開設決定をきっかけに、白老町活性化推進プランの実現に向け、収益事業と非収益事業のバランスを取りながら、町の課題解決、まちづくり推進を行う「株式会社まちづくり白老」設立に向けた検討を行い、外部人材や関係者間のネットワークを活用して、外部経営人材や中核人材への就任打診を実現するとともに、平成29年度でのまちづくり会社設立の方針が決定するなど、実施体制・基盤整備が進められている。

また、個店フランチャイズ型の事業者誘致など、地域経済循環の仕組み構築に向けた取り組みも行っている。

さらに、多文化共生をテーマとした商品力・開発力整備に向けた検討が行われた。

青森県五所川原市

昨年度設立したACT(株式会社アグリコミュニケーション津軽)が事業主体となり事業が進んでいる。これまでビジネスの中核を担うことを前提とされていた赤~いりんごは上海・タイ・台湾の青果事業者を中心に、商談が進められている。これに加えて、今年度は機能性作物のPRや生産者募集など、地域を超えた展開が予定されている。

また、市民からの担い手育成を図るアグリアカデミーの開校を実現し、地域の農産業の維持・発展 に向けた事業展開に取組まれており、持続可能性及びビジネス性の両面で昨年度よりも進んでいるこ とが確認できた。総体として、基盤充実・安定成長の段階に入りつつある。

外部人材派遣の成果と課題

地域再生セミナーの成果と課

岩手県大船渡市

「さかなグルメのまち大船渡」を目指す中で、地域住民を巻き込み3回のワークショップを開催し、 老若男女78名が参加した。ワークショップでは部会を立ち上げ、特産品開発や地域メニュー創出な どを経て、さんままちおこし冊子が製作され、事業周知の一役を担っている。

発表の場として、三陸大船渡さんままつり、産直海鮮まつりを設定するなど、地域住民が自ら取組める仕組みづくりが実現するなど、環境整備が整いつつある。

岩手県八幡平市

ICT を活用して八幡平市を PR するにあたり、発信素材として活用可能な資源を抽出した。動画制作者の公募を行い、ワークショップを経て、動画制作を行った。制作した動画は制作会社の動画と比較・検証を行い、素材の選び方やストーリー性については地域住民に秀でた部分があるとの結果が出ており、地域住民による情報発信の有効性を確認しており、主に商品力・開発力整備の側からの実施体制づくりが行われた。

新潟県三条市

昨年度からまちなか交流広場「ステージえんがわ」を核とした4事業(NPO えんがわ、三条スパイス研究所、65歳以上の劇団、うたごえ喫茶)が立ち上がり、うち2事業(三条スパイス研究所、うたごえ喫茶)は黒字化している。今年度は認知度向上のためのメディア露出やイベントに取組み、グッドデザイン賞の受賞に至っている。

NPO 法人の設立という基盤整備と各種事業の経営の黒字化が達成されており、基盤充実・安定成長の段階に入ったということができる。

新潟県粟島浦村

昨年度の事業実施結果を踏まえて、「あわしま自然体験学校」と「観光協会の収益事業強化」に注力した。特に、あわしま自然体験学校は54名もの協力体制が構築されており、地域外からの収益を上げるビジネスの中核となりつつある。また、子どものキャリア教育プログラムも継続している。

特に今年度は、「あわしま自然体験学校」という商品力・開発力の整備に伴って、実施体制の充実 も図られるという成果が見られた。

石川県羽咋市

平成29年7月の道の駅開業を見据えて、市とJAが共同で進める自然栽培農業(環境保全型農業)の普及、そして6次産業化による地域経済の活性化及び雇用創出を目指し、地域で埋もれた産品・商品を再精査するとともに、改良を加え、売れる商品づくりに取組んだ。

担い手となる運営団体については道の駅管理運営会社である羽咋まちづくり株式会社を設立しており、1年目の事業ながら実施体制・基盤整備と商品力・開発力整備とがバランス良く進展したものと言える。

長野県須坂市

昨年度に引き続き、「須坂エクササイズ」をシンボルとして健康づくりを多面的に PR するなど、全国へ情報発信をしている中で、地域内の住民・事業者にも本事業が周知されている。開発したオリジナルスムージーの地域内施設での提供、保健補導員視察受け入れ、健康おすそ分けツアーの実現など、ビジネス面での事業展開(商品力・開発力整備)も見られた。

和歌山県橋本市

昨年度に引き続き、広域での観光 DMO 設立に向けて地方公共団体及び民間事業者への参画要請を 続けてきた成果として、橋本市・かつらぎ町とマーケティングエリア内の企業・事業者との連携の上 で DMO の活動を開始することが決定した。経営人材にも目途が立ち、平成 29 年度の設立に向けた 環境整備が整った。

和歌山県紀の川市

市民が将来にわたって自立的に活動していく体制を整えるため、一般社団法人紀の川フルーツ・ツーリズムを設立するに至っている。

また、飲食店でのメニュー開発、加工品の商品化、旅行商品の造成等が主体的に進められており、本事業の集大成として「紀の川フルーツ体験! ぷるぷる博覧会」を開催し、盛況となるなど、大きな成果を得た。イベントを核としての商品力・開発力整備に加え、一般社団法人が設立されるなど基盤も整備され、今後は基盤充実・安定成長の段階に入っていくものと考えられる。

岡山県真庭市

平成27年度に設立した「一般社団法人アシタカ」が地域住民はもとより、移住者と連携する展開を見せており、地域における担い手の人材育成にも貢献している。アシタカの事業の根幹である薪の燃料供給事業ではボイラーの運用マニュアルを作るなど、安定運営に向けた整備がなされている。地区における「小さな里山資本主義」の実現を、他地区のモデルとして展開することが期待される。

薪を活用した事業を起点として、一般社団法人の設立といった基盤整備及びクロモジ商品の活性化などの商品化への派生が見られている。

香川県観音寺市

地域資源であるいりこ(カタクチイワシ)、綿を活かした地域再生、都市農村交流プログラムの開発を行う中で、いりこの特産品では試作品の開発が行われた。都市農村交流プログラム開発の過程では地域が地域資源に気づきを得るなど、環境整備としての役割期待を満足する成果をあげた。商品力・開発力整備に重点が置かれた事業であり、今後は、商品をビジネスベースに引き上げていくことや観光交流ビジネスを展開していくことの基盤となる体制の整備が求められる。

外部人材派遣の成果と課題

地域再生セミナーの成果と課題

過去事業フォローアップ

福岡県芦屋町

平成27年度の環境整備型を受けて、さわらを活かした地域再生を進めるために「さわらサミット」を開催した。開催に向けた特産品開発、体制整備を行う中で、福岡県・福岡県漁業協同組合連合会や 芦屋町と包括的地域連携協定を結ぶ九州女子大学・九州女子短期大学との連携が実現し、事業の持続可能性が高まる展開に至っている。

観光との連動などにも取組み、継続的に地域内循環が図られる取り組みも並行して実施されている。 イベントを核とした実施体制の整備が進められ、さわらを中心とした商品開発の芽も出てきており、 今後の継続的な事業実施のための基盤整備が求められるところとなっている。

佐賀県嬉野市

「吉田焼」の再生を目的として、デザインコンペティションを開催し、地域外の若手デザイナーの 興味を引きつけた。また、コンペ開催に向けて、窯元組合が連携して取組むなど、地域の環境整備も整っ ている。

受賞作品はバイヤーが買い付ける計画となっており、次年度以降の売る仕組みや体制も構築されている。

既存の実施体制及び地域資源(吉田焼)を活用しての事業であり、今後は吉田焼を核とした観光事業等への展開が期待される。

宮崎県都農町

地域で利用価値がないとされていた鱰や規格外の農作物等を活用した新商品の開発に取組み、鱰の 魚卵を用いた「鱰墨(しらすみ)」を開発した。ふるさと納税の返礼品として売り切れになるまでの 人気を集め、レストランや地域の事業者からも関心が寄せられる展開となっている。また、本事業実 施にあたって、新規雇用も創出されている。商品力・開発力整備において大きな成果を得ており、今 後は、事業拡大に向けた実施基盤の整備が求められる。 前ページまでに各地域の成果を整理したが、地域再生の実現に向けては「持続可能性」と「ビジネス志向」の両方の軸で事業を進めることが重要である。2軸で今年度の外部人材活用助成の主な成果をとりまとめると、以下のそれぞれ3点に集約できる。

持続可能性に関する今年度の外部人材活用助成の成果

① 地域再生の機運醸成の促進による地域(民間)主導の運営主体づくり

- ・北海道福島町:地域住民・団体・企業主体の地域循環型まちづくり組織を設立
- ・北海道白老町:収益・非収益事業のバランスが取れるまちづくり会社設立が決定
- ・石川県羽咋市:道の駅開業を見据えて、管理主体となるまちづくり会社を設立
- ・和歌山県紀の川市:フルーツ・ツーリズム研究会を一般社団法人として設立

② 地域内外の人材・事業者を地域再生の担い手・協力者として連携

- ・青森県五所川原市: ACT による機能性作物の契約栽培を地域外でも実施
- ・和歌山県橋本市:市域を超えた広域での DMO 設立を模索し、設立に目途
- ・福岡県芦屋町:福岡県・福岡県漁業協同組合連合会や九州女子大学・九州女子短期大学と連携した事業展開
- ・佐賀県嬉野市:地域外デザイナーを商品化にあたって迎える仕組み作り

③ 地域の若者を担い手として育成する仕組み作り

- ・新潟県粟島浦村:子どものキャリア教育プログラムの展開
- ・佐賀県嬉野市:コンペ開催に関する情報発信で若手デザイナーの興味を惹きつけ

ビジネス性に関する今年度の外部人材活用助成の成果

① 地域住民が地域の伝統・文化・生業などの地域の魅力の再整理を実施

- ・岩手県大船渡市:さんまに焦点を当て、メニュー検討やまちおこし冊子を製作
- ・石川県羽咋市:地域で埋もれた産品・商品を再精査し、商品改良を行い再商品化
- ・香川県観音寺市:いりこに焦点を当て、事業者と一体となった新商品開発を実施
- ・佐賀県嬉野市:窯元組合と一体となって吉田焼を全国のデザイナーへ PR
- ・宮崎県都農町:利用価値のないとされたシイラの魚卵をカラスミとして商品化

② 地域内の資金循環を意識した事業展開

- ・青森県五所川原市:ACT は販路を得た上での契約栽培を実施、後継者育成としてアグリアカデミーも開校
- ・ 岡山県真庭市: アシタカは薪販売で生計を立てつつ、移住者相談にも対応

③ メディアや ICT を活用した効果的な広報・PR・情報発信の実施

- ・岩手県八幡平市:地域の魅力を発信する動画制作者の育成により効果的 PR を模索
- ・長野県須坂市:マスコミ出演、各種メディアを活用して効果的な PR を展開
- ・佐賀県嬉野市:コンペを中心に情報発信

外部人材派遣の成果と課題

1 ■ 2 外部人材活用助成の課題

今年度の外部人材活用助成対象地域の事業結果を踏まえた課題をまとめると、「持続可能性」と「ビジネス志向」の各軸毎に以下のように整理できる。

持続可能性に関する課題:助成終了後を見据えた運営形態の模索

今年度の外部人材活用助成では、地域(民間)主導の運営主体(まちづくり会社など)の設立を行う事業が多く見られたことに加えて、地域外の人材・事業者を担い手として巻き込む取り組みや地域の若者を担い手として育成する取り組みが見られた。

外部人材活用助成によって外部人材が地域で活躍する期間は一時的なものであり、いずれは地域が 自立的に地域再生を行うことが不可欠である。また、地方公共団体においても、「自走段階」になる までの一定期間は支援をする事例もあるが、永続的に実施するものではないことから、地域住民自ら が運営主体となって取り組みを持続的に担うことが求められることを前提に担い手の発掘・育成、組 織設立などを進めることが不可欠である。

例えば和歌山県紀の川市では従来設立して、取り組みの方向性が明確になっていた研究会を一般社団法人化している。株式会社やNPO法人だけではなく、取組状況によっては社団法人等の形態も検討できることを示唆するものと言えよう。

ビジネス志向に関する課題: 地域資源の再精査による差別化と出口を見据えたビジネス展開の検討

6次産業化による地域再生はこれまでも多くの地域で実施されてきたが、今年度の外部人材活用助成では、地域の特産品等を地域住民がなぜその商品が良いのかを改めて見直したうえで商品化するものが多く見られた。

全国各地で6次産業化に向けた取り組みが進められる中で、その商品が如何に素晴らしいかを差別化することは、商品化にあたっては不可欠な取り組みとなる。

また、良い商品を作るだけではなく、商品に合うターゲットの明確化、商品 PR を行い、きちんと 売れる仕組みを作ることは不可欠である。

例えば石川県羽咋市では既存の商品の見直しを外部人材と地域事業者が一体となって実施し、売れる商品は何か、デザインも含めて検討をしている。作り手の目線ではなく、第三者の目線で改めて商品化検討・実施することは有効であると思われる。

外部 材 派 遣の 成果と課題

外部人材派遣では、対象地域のテーマに対して1か所の地域へ地域再生マネージャーを含む外部人材を2泊3日で派遣し、短期間の中で地域への処方箋を提案するものである。今年度は和歌山県から2事業、山形県、長野県、三重県、福岡県からそれぞれ1事業、全国6市町村に対して実施した。

各地域ともに、現地にて精力的に地域関係者との意見交換や現地調査を行い、短期間のなかで得た結果を報告書としてまとめ、関係者に対して提言を行った。提言のタイミングを除くと実質は1日半程度の短い期間の中での現地調査であるが、外部人材自身のこれまでの知見、他地域事例との比較検証という観点からなされた提言に対して、各地域から賛辞が贈られた。

今年度は各地域において特定の地域資源を有しており、それを活かした、あるいはその資源に関する課題に対して、具体的な地域再生に向けたアプローチを提言される事例が多く、外部人材派遣の診断後に実際に取り組み始めることを検討している地域が多く確認できた。

報告会の際には外部人材活用助成へのステップアップ事例を紹介することで興味をもった地域もあり、29年度以降の事業へのステップアップについても期待したい。

3 地域 再 生 セ ミ ナ ー の 成果と課題

平成28年度の地域再生セミナーは岩手県及び岡山県の2県で開催した。開催県の要請に基づくテーマに対して、地域再生マネージャーやアドバイザーによる基調講演や地域再生マネージャーによる地域再生の事例紹介を行った。

どのセミナーも県下の市区町村関係者を中心に多くの地域関係者が集い、熱心に聴講された。また、インターネットなどを広く活用して周知した結果、活況を呈し、セミナー後のアンケート調査で「満足」とする回答者の割合は岡山県では9割と高く、岩手県においても7割強となっている。

実際に地域で地域再生に取組む中で、その参考になる事例や具体的な活動方法に関する情報を集めているとする参加者も多く、次年度以降もアドバイザー及び地域再生マネージャーの有する知見を学びたいと考える地域活性化に取組む方々は多数存在するものと思われる。

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

外部人材派遣の成果と課題

地域再生セミナーの成果と課題

 4
 過 去 事 業

 フォロープップ

4-1 フォローアップの概要

平成23年度以降に本財団が支援をした事業の現在の状況について、市町村担当者及び事業担当の外部人材に対しメールや電話でフォローアップを行い、32団体のご協力をいただいた。

フォローアップ結果から見出された結果について支援終了後の「事業の継続状況」、「外部人材との関係性」の2点から整理すると以下に集約できる。

なお、過去にふるさと財団が支援した事業は以下のふるさと財団のウェブサイトで掲載をしているので、参照されたい。(http://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/post_2.html)

a 事業の継続状況

対象事業の多くは支援期間終了後も取り組みが継続・発展している例が多く見受けられた。継続している事業の共通点をまとめると以下の3点に集約できる。

① 運営主体の設立が実現した事業

地域側の実施主体の基盤、連携がしっかりと整備された地域ほど、事業が継続されている傾向にあること、更にその後の発展性が大きいことが確認できた。

熊本県阿蘇市や熊本県上天草市、茨城県筑西市、愛知県豊橋市などの取り組みは外部人材不在でも 活動が継続できる状況となっていた。

平成24年度に支援した熊本県阿蘇市は外部人材と市が一体となり宿泊施設の経営者や女将に対して観光客の受け入れに向けた機運醸成、意識共有を図り、自発的に取組める環境整備を行ったことにより、宿泊施設間が連携を図りながら取り組みが継続されている。

平成25年度に支援した熊本県上天草市は観光協会及びその会員企業が地域再生に対して積極的かつ主体的に連携して取組んでいる。

平成23年度に支援した茨城県筑西市や平成25年度に支援した愛知県豊橋市は支援期間中に地域住民から構成される運営主体が設立され、地域主導で策定した事業理念に基づき、取り組みを継続して展開している。

② 事業期間を通じて地域住民の巻き込みに取組んだ事業

平成23年度に支援した愛知県岡崎市、平成24年度に支援した宮城県涌谷町、宮崎県綾町、平成27年度に支援した福井県高浜町などは支援対象期間に市町担当者が外部人材と一体になって地域人材(キーマン)の発掘や事業参加への巻き込みを集中的に行った事例である。

これらの事例は事業期間での成果以上に、支援終了後に行政が継続的に事業を続けたことにより、 キーマンが現れた、あるいは事業成果が表れたことにより地域住民の事業参加意欲が一気に上昇して 事業が展開されたことが確認された。

③ 特産品開発・ご当地グルメ開発に関する事業

事業分野として、特産品開発やご当地グルメの開発を行った事業は数多く見られるが、それらの事業は継続されやすい傾向が確認できた。題材が地域資源であることから、地域の事業者などの担い手がいることも多く、また、取り扱う素材は異なるものの事例が多いことが一因となっていると思われる。

平成24年度に支援した青森県佐井村のアワビは、東武百貨店の贈答品のパンフレットにも掲載され、取り扱われるようになっている。マーケットインの意識付けを外部人材とともにしっかりと地域と共有し、百貨店バイヤーなどのアドバイスも得ながら、地域で特産品開発に取組んだ成果が出たものである。

平成23年度に支援した千葉県館山市の「館山炙り海鮮丼」や平成24年度に支援した青森県大鰐町の「大鰐温泉もやしナムル」も継続され、テレビ等のメディアでも取り上げられている。

b 外部人材との関係

事業終了後も行政が一般財源や別事業予算の活用あるいは外部人材自身のボランティア的な活動などにより継続して連携して事業を進めている事業が多く存在していることが確認できた。他方で、外部人材との関係が全くなくなった事業の中にはその後の取り組みが行われていないケースも確認できた。

4-2 フォローアップからの示唆

フォローアップ実施結果を踏まえて、外部人材活用助成や外部人材派遣のような外部人材を活用した地域再生を通じて、事業を継続的・発展的に行うには、以下の点への配慮が重要であると思われる。

a 外部人材の派遣終了後を見据えた体制整備

事業期間中に事業継続の担い手となる組織等が整備された地域は事業継続・拡大されていることが確認されている。他方で、外部人材が事業を先導して、地域の中で事業を進めるべき担い手が明確にならなかった地域については、外部人材が不在になった後には事業が取り止めになってしまっているケースも見られた。

また、組織化といった具体的な事業期間中に体制整備が実現しなかった地域においても、地域住民・団体に対して事業参加への巻き込みを充分に行った地域は事業期間終了後に成果が表れているケースも見られる。

地域の取組状況によっては、担い手となる人材・組織の発掘から始まる事業もあるが、事業期間終 了後を見据えて、地域の人材育成や組織体制構築などに取組むことはどのような分野の事業に取組む 場合においても重要である。

b 取組状況に応じて最適な専門家を外部人材として活用

フォローアップ結果からは、事業分野として特産品開発やご当地グルメの開発を行った事業は継続されやすい傾向が確認できた。この理由の一つは、取り扱う素材は異なるものの事例が多く、外部人材にノウハウが集約されていることにあると考えられる。

事業期間後により大きな発展が見られた事業を見ると、販路開拓(マッチング)支援、パッケージ 作成といった商品開発後の段階は別の専門家を活用している事業が多いことも確認できた。例えば販 路開拓支援ではバイヤーを活用したり、パッケージ作成時にはデザイナーを呼ぶといった工夫が見ら れた。

外部人材はそれぞれが得意とされる分野があるということを踏まえて、事業の進捗状況に応じてスポット的に専門人材を登用することも有効であるといえよう。

C 中長期での地域再生に向けた事業計画

事業期間内からは予想していなかった発展をしていた事業がいくつか存在した。いずれも事業終了後は行政が自主財源、あるいは他省庁等の交付金等を活用して、事業を継続したことにより実現した成果であると言える。

地域再生は一朝一夕で実現するものではない。そのため、事業期間が終了したら事業が取り止めになるような環境で事業を行うのではなく、行政が中長期で地域再生に向けた事業を計画し、関係者間で共有して進めていくことが重要である。

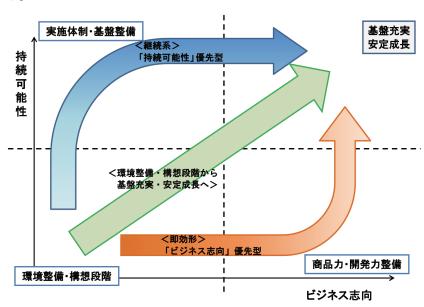
5

総括

今後、外部人材を活用した地域再生を進める地方公共団体への参考となることを期待して、平成28年事業を実施した結果を総括することといたしたい。なお、外部人材を活用する効果、意義及び留意点は基本的に不変であるが、昨今の地域再生に関する状況変化などを踏まえて記載する。

5 ■ 1 地域再生実施の考え方

外部人材活用助成では、地域の機運を醸成し、取組主体となる組織や人材を育成していく「持続可能性」の軸と、地域資源などを活用して特産品やビジネスを開発・改良して販売していく「ビジネス志向」の軸の2つの軸を共に、伸ばして地域活性化を目指していくことを想定している。理想的には、図中の緑色の矢印のように、持続可能性、ビジネス志向の双方の軸が共に同時に発展して、左下の「環境整備・構想段階」から「基盤充実・安定成長」の右上の象限に成長していくことが望ましい。ただし、地域や取組主体、ビジネスの状況により、成長の経路はそれ以外に大きく2通りあると考えている。1つは図中のオレンジ色の矢印のように、「ビジネス志向」を優先するものである。これは「環境整備・構想段階」(左下)から「商品力・開発整備」(右下)を経由して「基盤充実・安定成長」(右上)をたどる経路である。もう1つは図中の青色の矢印のように、「持続可能性」を優先し、「環境整備・構想段階」(左下)から「実施体制・基盤整備」(左上)を経由して「基盤充実・安定成長」(右上)をたどる経路である。



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

外部人材派遣の成果と課題

5 ■ 2 外部人材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

外部人材が地域と行政の仲介となり、人材発掘・育成を行うとともに、組織化支援を行うことで持 続可能性に貢献することが期待できる。

今年度事業では北海道福島町の地域還元型まちづくり組織設立支援や北海道白老町及び和歌山県橋本市のまちづくり会社、DMO設立に向けた事業計画の策定支援など、専門知識・知見に基づくアドバイスによりその地域の状況や特性にあった組織支援が実施された。また、岩手県大船渡市、香川県観音寺市、宮崎県都農町などは地域住民や事業者へのワークショップや勉強会を通じて、地域資源を活かした新商品検討に向けた機運醸成や商品開発ノウハウの移転がなされている。地域住民主導の地域づくり設立にあたり、外部人材は大いに貢献している。

青森県五所川原市では昨年度設立した ACT がアグリアカデミーを開校し、今後の担い手育成を行っている。また、岡山県真庭市では新規移住者支援活動を自律的に行うに至っている。

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人材を活用することで、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、実績豊富な外部人材のネットワークを活用して販売戦略策定でも期待できる。

今年度事業では、石川県羽咋市は既存商品のコンセプトやデザインを大きく見直し、売れる商品へと改良を行っている。また、宮崎県都農町では外部人材のノウハウを活用して、これまで廃棄されていたシイラを特許を取得するほどの技術を活用して、高級商品「鱰墨」として商品化し、レストラン販売も行っている。「外から目線」による磨き上げも外部人材活用の魅力の一つと思われる。

C 第三者視点での気づきの提供

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

運営団体が向かうべき方向性のコンセプト検討(地域の魅力・課題の洗い出しや他地域との差別化 検討)や地域ならではの歴史や文化を活かした魅力的商品の検討、販売ターゲットの模索などを行う 際には、第三者として気づきを提供することが可能である。

5 - 3 地域再生マネージャー等外部人材を 受け入れる際の留意点

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

また、外部人材としても、地域に入っていく上で留意すべき点がある。

a 地域側の留意点

地域側の留意点として重要な点は大きく3点あると認識している。

1つ目は外部人材は期間限定の支援者であり、支援期間終了後は地域主導で事業継続できる体制構築を行うことである。

2つ目は地域のキーパーソンの育成、地域関係者のネットワーク構築について当事者意識を欠かさずに、方向性を共有して協働して取組むこと、ビジネス志向では、事業開始当初から地域での資金循環を意識した取り組みを考えておくことである。

3つ目は事業の進捗・状況・分野に合わせて適切な外部人材に協力を仰ぐことである。

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

地域側の主な留意点

- ●事業継続体制を意識して取り組むこと
- ●地域主体等との方向性の共有
- ●状況に合わせた外部人材に協力を仰ぐ
- ●地域と外部人材の仲介役を果たすこと
- ●当事者意識、協働で動く姿勢
- ●資金循環を意識して取り組むこと
- ●様々な関係主体との連携・内部での調整

また、外部人材の派遣事業ではあるが、行政の協力は不可欠である。特に事業開始当初は地域住民等の機運も十分に盛り上がっていないことが多く、様々な関係主体との連携を意識し、まずは外部人材及び行政が一体となって地域を主導し、盛り上げていく段階が存在する。その後、活動地域と外部人材の仲介役として、地域住民等と外部人材の間をスムーズに橋渡しすることが求められる。

b 外部人材側の留意点

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

地域再生セミナーの成果と課題

過去事業フォローアップ

5-4 終わりに

平成28年度は地方版総合戦略などに基づき、各地で地域再生に向けた取り組みが展開される中で、 掲げた目標や課題解決に向けて、具体的にどのように活動すべきかといった課題を抱えた地域が多く 見られた。

特に外部人材派遣においてはその傾向が顕著であり、例年に比べて、特定の地域資源や地域課題に対して具体的な提言を行うことが多く見られた。地域再生セミナーでのアンケート結果を見ても、例年以上に具体的な事例を交えてほしいとの要望があるなど、地域再生における具体的な取り組みに対する注目度が高くなっていることがうかがえる。

昨今、外部人材を派遣する事業は本事業以外にも活用可能な環境となりつつあるが、新・地域再生マネージャー事業は外部人材が地域内で活動する日数が多いことが特徴の1つである。

地域再生に対する取組姿勢が強まる一方で、5-1. 地域再生実施の考え方で示したとおり、地域再生の実現までには相応の期間が必要であり、その時々の状況に応じて柔軟な対応が求められる。新・地域再生マネージャー事業は外部人材が地域(地方公共団体、地域住民・団体)に入り込むからこそ、密にコミュニケーションが取れる事業であり、状況変化に柔軟に対応できるものと認識している。本事業の強みを活かして、地方創生のモデル事業と言える事業を生み出すことを支援したい。

なお、今年度の外部人材活用助成において、青森県五所川原市、岡山県真庭市は3年目事業であるが、2年目事業の段階で持続可能な運営組織が立ち上がり、3年目事業でビジネス性についても一定の方向性を見い出し、自走に向けた準備が整った段階である。

全国の地方公共団体が地方創生を進める中で、新・地域再生マネージャーにおいてこれら2事業が モデル性のある事業とされるとともに、異なる分野においても更なるモデル事業を生み出すことが当 財団の重要な役割であると認識して事業を展開してまいりたい。 新・地域再生マネージャー事業 平成29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〉

T102-0083

東京都千代田区麹町 4-8-1 麹町 クリスタルシティ東館 1 2階 TEL: 03-3263-5736 FAX: 03-3263-5732

E-mail: furusato@furusato-zaidan.or.jp http://www.furusato-zaidan.or.jp/

