

令和4年度

地域再生

マネージャー事業 報告書



- 外部専門家活用助成
- 外部専門家派遣
- 地域再生セミナー



はじめに

当財団は、活力と魅力ある地域づくりの推進に寄与することを目的として、昭和63年に設立され、今年35年目を迎えました。

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

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

さて、当財団では、専門的な知識を有する外部専門家を活用して、地域の課題を明確にした上で、地域資源を掘り起こし、それに磨きをかけ、地域の様々な人々や団体を巻き込んで魅力ある地域づくりを支援する「地域再生マネージャー事業」を進めております。

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

本報告書では、令和4年度の「地域再生マネージャー事業」での各地域の取組みと成果について、外部専門家活用助成（17件19市町村）、外部専門家派遣（6件）、地域再生セミナー（2件）の項目ごとにご紹介した上で、当事業全体の総括と今後に向けての課題についてご報告しております。

各地域の活動状況や、地域づくりにおける外部専門家の活用状況をご参考にしていただき、「地域再生マネージャー事業」を通じて、地方創生に向けた施策の立案や実践などにご活用いただければ幸いです。

令和5年度においては、地方公共団体にとって地域再生マネージャー事業がより活用しやすくなるよう、事業申請に先立つ事前相談を充実したり、外部専門家短期派遣事業を通年で活用できるようにするなど、運用の改善を図ることとしております。

末筆ながら、図司直也法政大学現代福祉学部教授をはじめ、本事業を推進するにあたりお力添えをいただきました地域再生マネージャー事業推進アドバイザーの皆さま、関係各位に厚く御礼申し上げます。

令和5年3月

一般財団法人地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

理事長 末宗徹郎

「地域再生マネージャー事業」 アドバイザー名簿

外部専門家活用助成を推進するにあたって、「地域再生マネージャー事業」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

関 司 直 也	法政大学現代福祉学部	教授	座長
和 泉 真 理	一般社団法人日本協同組合連携機構	客員研究員	
今 村 まゆみ	観光まちづくりカウンセラー		
黒 澤 賢 治	特定非営利活動法人アグリネット	理事長	
小 泉 祐一郎	静岡産業大学経営学部	教授	
小 谷 克 志	総務省地域力創造グループ	地域自立応援課長	
指 出 一 正	株式会社ソトコト・プラネット	代表取締役	
高 橋 伸 佳	芸術文化観光専門職大学芸術文化観光学部	准教授	
田 代 洋 久	北九州市立大学法学部	教授	
野 口 智 子	ゆとり研究所	所長	
三 村 聡	岡山大学地域総合研究センター	教授	
瀬 戸 紳一郎	(一財)地域総合整備財団	専務理事	

(敬称略)

■ 事務局

一般財団法人地域総合整備財団<ふるさと財団>

理事長

事務局長

地域再生部

地域再生部

地域再生部

地域再生部

地域再生部

末 宗 徹 郎
米 澤 朋 通
尾 崎 豊
部 長
鈴木 武 史
課 長
赤 津 勝
参事役
辰 巳 賢
調査役
根 本 修
調査役

みずほりサーチ&テクノロジーズ

みずほりサーチ&テクノロジーズ

主席研究員	吉 田 健 二
主席研究員	鈴 木 秀 貴

「地域の新たななりわいづくりを応援する 地域再生マネージャー事業」

アドバイザー座長
法政大学教授 関 司 直 也

この1月下旬に、令和4年度地域再生マネージャー事業に取り組んだ17地域によるマネージャー報告会、そして翌日には、12名のアドバイザーによるアドバイザー会議が開催された。今年度は、広域連携での取り組みが2つに増え、また、多様化する事業内容に対応できるよう専門性を備えたアドバイザーが増員された点が特筆すべきところだろう。私を知る限り、ここまでの労力と時間を割いて、各地の動きを丁寧にフォローしているソフト事業は他になく、改めて本事業に懸ける財団の強い想いを実感している。

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

実は、現場でこの2つの力を発揮させるのは容易ではない。国の農政でも、産業政策と地域政策の「車の両輪」と表現し、両立する必要性を打ち出すものの、この間は経営体創出や農産物輸出といった産業政策に力点が置かれた。その結果、コミュニティの持続性の観点が手薄となり、農村政策の補助輪化、むしろ脱輪ではないか、と政策上のバランスの悪さが指摘されていた。先般成立した新しい食料・農業・農村基本計画では、改めて「車の両輪」の必要性が確認され、それを多様な担い手により支えていく方針が打ち出されている。

その点で本事業は、まさに両輪をつなぐ「車軸」の重要性にいち早く着目し、「地域の新たななりわい構築」がそれに当たるものとして、そのサポート役に地域再生マネージャーを位置づけている。先のマネージャー報告会では、久々に対面開催となり、参加したマネージャーや自治体担当者から事業への手応えや悩みどころが率直に語られたところが印象的であった。また、各地域の実践報告に耳を傾けながら、熱心にメモを取る参加者も目立ち、お互いに学び合う場としての報告会の意義を改めて実感させられた。

事業に関しては、コロナ禍が落ち着いてきたこともあって、うまく運んだ地域が多かった反面、進捗度合いに苦労した地域も散見された。そこには、人口減少がとりわけ著しい農山村において、小さな集落や地区単位での試みには、地域の中での機運醸成や資源・人材の発掘に想定以上の時間を要していたようだ。全国的にも縮小均衡の状況下にある地域が大多数を占めることを考えれば、本事業が描く再生に要する時間軸の取り方についての議論も改めて必要かもしれない。

本事業では、マネージャーの専門性やスキルに注目しがちだが、それも地元住民の共感があっではじめて生きてくる。その点で、マネージャーと住民との出会いを設える自治体職員も大事な役割を担っている。本事業が目指す新たななりわいづくりが各地で実るように、私も引き続きアドバイザーの一員として事業の展開をしっかり応援していくつもりだ。

目次

第1章 地域再生マネージャー事業とは	1
1 事業の概要	2
1-1 外部専門家活用助成	2
1-2 外部専門家派遣	4
1-3 地域再生セミナー	4
2 事業の進め方	5
2-1 外部専門家活用助成の内容	5
2-2 外部専門家派遣（短期診断）	9
2-3 地域再生セミナー	10
第2章 外部専門家活用助成の取組と成果	11
1 採択事業の特徴など	12
2 個別事業の取組概要	13
2-1 北海道寿都町【～観光不条件立地の新たな観光ビジネス戦略～ 寿の都から始めるエリア観光戦略推進事業】	14
2-2 北海道厚真町・栗山町【広域連携による新関係人口構築デザイン】	22
2-3 山形県庄内町【庄内町ブランドの構築による地域の稼ぐ力創出事業】	30
2-4 福島県郡山市【外国人目線を活用した「地域課題と向き合うふるさとづくり」 事業】	38
2-5 茨城県鉾田市【産学官が連携した「まちの未来を創るチャレンジプロジェクト」	46
2-6 栃木県下野市【「東の飛鳥」による歴史文化を活かしたまちづくり事業 ～アフターコロナに向けて～】	54
2-7 千葉県銚子市【銚子資産を活かした「学び」でつながる関係人口創出事業】	62
2-8 東京都あきる野市【東京五日市せせらぎ暮らしプロジェクト～持続可能な 地域活性化に向けた新たな仕組み創出への伴走支援～】	70
2-9 大阪府島本町【京となにわが出会う場所（まち）「島本町」リノベーション 大作戦事業】	78
2-10 広島県府中市【持続可能な「産業（ものづくり）×文化×観光」ビジネス創出事業】	86
2-11 山口県萩市【「魚が美味しい町・萩」活魚流通プロジェクト】	94
2-12 徳島県東みよし町【世界農業遺産×デザイン地域資源発掘・課題解決事業】	102
2-13 福岡県添田町【修験ツーリズム 英彦山観光地域づくり造成事業】	110
2-14 福岡県大刀洗町【大刀洗町及びさくら市場のブランド構築事業】	118
2-15 長崎県波佐見町【地域循環モデル構築をベースとした地域価値創造事業】	126

2-16 鹿児島県南大隅町【関係人口拡大創出プロジェクト】	134
2-17 鹿児島県知名町・北海道利尻町【関係人口と地域の担い手獲得のための 広域連携事業】	142
第3章 外部専門家派遣（短期診断）の取組と成果	151
外部専門家派遣（短期診断）	152
1 茨城県高萩市	153
2 千葉県船橋市	155
3 石川県かほく市	157
4 長野県長野市	159
5 広島県福山市	161
6 愛媛県松山市	163
第4章 地域再生セミナー	165
地域再生セミナー	166
1 宮城県地域再生セミナー	167
2 長崎県地域再生セミナー	169
第5章 事業成果の総括と今後の課題	171
1 外部専門家活用助成の成果と課題	172
1-1 外部専門家活用助成対象地域に見えた成果と展望	172
1-2 外部専門家活用助成の課題	175
2 外部専門家派遣（短期診断）の成果と課題	177
3 地域再生セミナーの成果と課題	178
4 過去事業フォローアップ	179
4-1 フォローアップの概要	179
4-2 フォローアップからの示唆	181
5 総括	183
5-1 地域再生実施の基本的な考え方	183
5-2 外部専門家を活用する効果や意義	184
5-3 地域再生マネージャー等外部専門家を受け入れる際の留意点	185
令和5年度からの地域再生マネージャー事業について	187
地域再生マネージャー一覧	188
終わりに	190

第

1

章

地域再生マネージャー事業とは

地域再生マネージャー事業

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



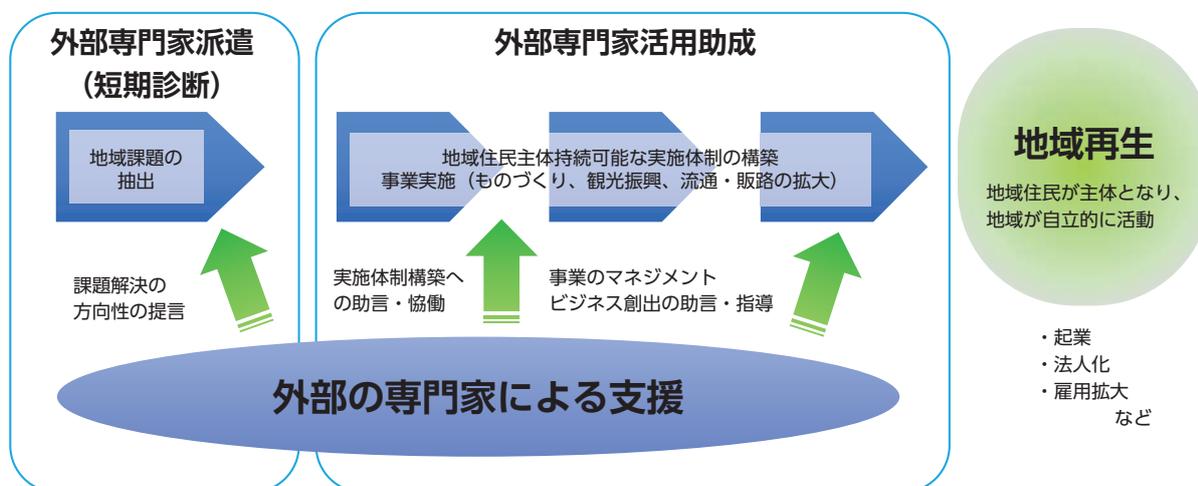
1 事業の概要

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

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

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

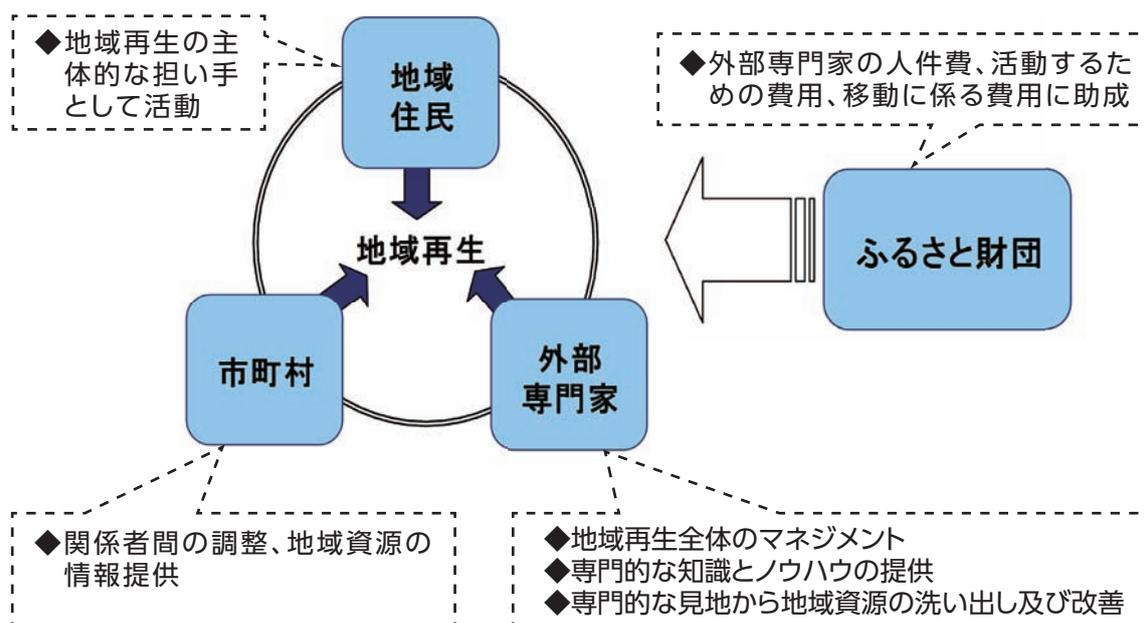
上記の目的を達成するため、本事業では、外部専門家活用助成と外部専門家派遣（短期診断）の大きく2つの事業を実施する。この2つの事業の位置づけは以下のとおりである。



1-1 外部専門家活用助成

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

<事業イメージ>



外部専門家活用助成の公募等の概要

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

1-2

外部専門家派遣

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

外部専門家2名が該当地域に1泊2日又は2泊3日滞在し、当初2日間は行政担当者の案内により観光、自然、食材など地域資源を視察し、最終日に首長をはじめとした行政関係者、民間の事業者や地域住民に集まっていただき、外部専門家より2時間の提言を行う機会をいただいている。令和3年度より最終日の提言をオンラインで報告会として実施する方法も選択出来るようにした。

外部専門家派遣の公募等の概要

助成対象者	市町村（特別区含む）
派遣内容	① 原則として1件当たり1回（2人）まで ② 市町村が単独で実施する場合は、2泊3日で現地調査と提言、または1泊2日で現地調査、後日オンラインで提言 ③ 複数の市町村が共同で実施する場合は、隣接する市町村の場合は連続する3日間で現地調査を行い後日オンラインで提言、隣接しない市町村の場合は原則として連続する2日間の現地調査をそれぞれの市町村にて行い後日オンラインで提言
経費	外部専門家の派遣に係る費用（旅費・謝金）について、財団が負担し、外部専門家へ直接支払う（算定方法については、財団の規定による）
派遣実施期間	令和4年4月1日～令和5年1月31日
公募期間	令和3年10月1日～12月21日
留意事項	① 市町村は、都道府県を經由して、財団に申請すること ② 派遣する外部専門家は、原則財団が選任する

1-3

地域再生セミナー

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

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

2 事業の進め方

2-1 外部専門家活用助成の内容

(1) 外部専門家活用助成の採択

地域再生のために外部専門家を派遣して実施する外部専門家活用助成については、以下の採択基準に従って審査し、17事業（19市町）を採択した。

■外部専門家活用助成 採択基準

分類	項目	評価基準
A 事業の妥当性	A-1 事業目的	<ul style="list-style-type: none"> ・事業目的が、地域の特色や課題を把握した明確なものとなっている。 ・地域住民の自主的・主体的な活動を促す事業となっている。
	A-2 成果目標	<ul style="list-style-type: none"> ・成果目標が、事業目的や取組内容に合致した形で設定されている。 ・次年度以降の目標や取り組む方向性が適当で継続性・発展性が期待できる。
B 実施体制	B-1 活動基盤（担い手）の現状把握と育成、仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・事業推進に係わる活動基盤の状況を把握している。 ・事業実施体制の継続、拡大が見込まれる。
	B-2 地域における支援体制	<ul style="list-style-type: none"> ・市町村の各部署間における横断的な参画が図られ、意欲的に取り組む体制が築かれている。 ・事業を実施する地域住民・団体が存在し、連携が図られている。
C 商品力・開発力	C-1 ビジネスの現状把握と方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・現状分析、市場調査が行われている。（基礎となる地域資源の把握等や数値化がされている） ・地域内外で支持されうるビジネスの方向性、事業内容である。
	C-2 ビジネスの継続性・発展性	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲット・市場の発展性、ビジネスとしての継続性が高い。 ・地域全体における経済循環が考慮されている。
D 外部専門家	D-1 外部専門家の知見・実績	<ul style="list-style-type: none"> ・外部専門家が地域の状況（地域の強み・弱み、方向性）を把握している。
	D-2 外部専門家の役割	<ul style="list-style-type: none"> ・外部専門家の役割や活動予定が明確になっており、地域に入り込む度合いが十分である。
E 先進性・難易度	E-1 事業の先進性	<ul style="list-style-type: none"> ・他地域のモデルとなるような先進性を有している。
	E-2 事業の難易度	<ul style="list-style-type: none"> ・事業の難易度（チャレンジ性）が高い。
F 加点項目	AからEまでの項目以外に評価できる内容、または同じ項目であっても特別に評価できる内容には加点を行う。	

■外部専門家活用助成 事業概要

	地域名	事業名	事業概要
1	北海道 寿都町	～観光不条件立地の新たな 観光ビジネス戦略～ 寿の都から始めるエリア観光 戦略推進事業	① 資源調査と実態把握 ② 「地域エコシステム」モデル構築に向けた実証検証 ③ 戦略計画の策定
2	北海道 厚真町 栗山町	広域連携による新関係人口 構築デザイン	① 新・関係人口形成チームの形成 ② ヒト資源のたな卸し ③ 両町でのMAP 登場人材ギャザリング ④ 両町での札幌圏との合同プログラムの実施 ⑤ 情報共有化の仕組み形成
3	山形県 庄内町	庄内町ブランドの構築による 地域の稼ぐ力創出事業	① 運営体制構築、コンセプトの策定及び共有 ② 地域資源の発掘、ブラッシュアップ ③ 地域商社、商品の販促等のデザイン（ロゴマーク） の作成 ④ 視察フィールドワーク
4	福島県 郡山市	外国人目線を活用した 「地域課題と向き合う ふるさとづくり」事業	① フィールドワークによる地域資源の発掘 ② 地域体制の強化 ③ 地域資源のデータベース化
5	茨城県 鉾田市	産学官が連携した 「まちの未来を創る チャレンジプロジェクト」	① チームの設立、具体内容の協議 ② 地域プロデューサー養成講座のプログラム構築 ③ 地域プロデューサー養成講座の実施 ④ 養成講座参加者による事業プラン発表会の開催 ⑤ 養成講座参加者の事業化支援 ⑥ 中間支援組織の設立準備と若者の活動拠点の調査
6	栃木県 下野市	「東の飛鳥」による歴史文化 を活かしたまちづくり事業 ～アフターコロナに向けて～	① 「東の飛鳥」を知る（情報発信、テーマの磨き上げ） ② 「東の飛鳥」に来る（東の飛鳥ツーリズム事業の実施） ③ 「東の飛鳥」で楽しく過ごす（レシピコンテスト作品の 商品化）
7	千葉県 銚子市	銚子資産を活かした「学び」 でつながる関係人口創出事業	① 銚子資産活用体制構築 ② 「学び」プログラム開発 ③ 銚子の「学び」情報発信強化
8	東京都 あきる野市	東京五日市せせらぎ プロジェクト ～持続可能な地域活性化に 向けた新たな仕組み創出への 伴走支援	① 空き店舗・空き家対策及び情報発信支援の後方支援 ② 持続可能な仕組み化支援
9	大阪府 島本町	京となにわが会える場所 (まち)「島本町」 リノベーション大作戦事業	① 島本の達人発掘（取材及びデータベース化） ② 島本の体験開発（体験・交流プログラムの開発） ③ 島本のお土産の商品開発 ④ デザイン計画の策定 ⑤ 政策誘導的創業支援策の制度設計 ⑥ タウンプロモーション展開戦略の策定
10	広島県 府中市	持続可能な 「産業（ものづくり）× 文化×観光」 ビジネス創出事業	① 地域の合意形成（勉強会、意見収集の場づくり） ② 旅行商品の磨き上げ（ガイドの育成、商品作り） ③ 観光客向け店舗の魅力向上 ④ 地場産品等販売のビジネス化 ⑤ 販売・プロモーション ⑥ 空き家・空き店舗を活用した交流拠点の検討

	地域名	事業名	事業概要
11	山口県 萩市	「魚が美味しい町・萩」 活魚流通プロジェクト	① 運営体制の整備 ② 活魚出荷技術の指導 ③ 着荷状態評価の実施 ④ ブランド価値の形成及び管理規定の作成 ⑤ マーケティング戦略の構築 ⑥ 商品ラベル及びパンフレット作成
12	徳島県 東みよし町	世界農業遺産×デザイン地域 資源発掘・課題解決事業	① 地域資源の調査及び課題の整理 ② 課題精査と機運醸成 ③ 事業推進体制の整備 ④ プロジェクトの具現化準備
13	福岡県 添田町	修験ツーリズム 英彦山観光 地域づくり造成事業	① 英彦山修験の歴史に関わる地域資源の文献・実地調査 ② コンセプトワーク ③ フィールドワーク ④ モニターツアーの実施 ⑤ ツーリズム商品造成 ⑥ オンライン商品評価会 ⑦ コンセプトツール制作
14	福岡県 大刀洗町	大刀洗町及びさくら市場の ブランドコンセプト構築事業	① ブランド創出に関するコンセプトワーク ② 魅力に共感できる関係づくり ③ 先進地視察
15	長崎県 波佐見町	地域循環モデル構築をベース とした地域価値創造事業	① 廃棄物のリサイクル推進支援 ② 新たな中間処理場の開業推進、採算性のある運用計画の策定 ③ 実証、啓発、商品開発と自立的企業づくり (再生石膏の利用) ④ 窯業下請け構造の問題解決に関するヒアリング ⑤ ブランド化確立に向けたコトづくり実施等
16	鹿児島県 南大隅町	関係人口拡大創出 プロジェクト事業	① マルシェでの特産品の販売 ② 顧客と特産品生産者間でオンライン交流 ③ 現地でのリアル交流プログラムの実施 ④ ワークーション等に関する説明会、現地視察 ⑤ 既移住者同士の交流の場を設ける ⑥ 南大隅町の特徴的なもの探し活動 ⑦ 2030南大隅町みらい会議の運営、「みらい白書」の作成
17	鹿児島県 知名町 北海道 利尻町	関係人口と地域の担い手獲得 のための広域連携事業	① 人材獲得・共有スキームの運用 ② 空き家等の拠点整備スキームの運用 ③ 広報PR・プロモーション ④ 物産品交流と新たな産品創出の推進 ⑤ 広域人材交流の枠組みづくりとモニターの実施 ⑥ 人材登録及び受入事業者登録のためのWEBサイト制作

(2) スケジュール

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

令和5年1月には、各地域で実施した事業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や外部専門家の地域での役割、地域との関わり方などについて様々な意見交換がなされた。また、採択市区町村間や外部専門家間での有意義な情報共有がなされ、ネットワークを広げる点でも貴重な機会となった。

マネージャー報告会の翌日にはアドバイザー会議を開催し、マネージャー報告会の年間報告に対して、12名のアドバイザーから助言をいただき、各市町村へフィードバックを行った。

■外部専門家活用助成の全体スケジュール

時 期	内 容
令和3年10月～12月	事業公募（令和3年10月1日から12月6日まで）
令和4年1月～2月	審査、アドバイザー会議、採択
4月～5月	オンラインキックオフミーティング
6月～9月	現地視察・オンライン打合せ
9月	中間報告書（8月までの経過報告）の提出
10月	第1回アドバイザー会議
令和5年1月	マネージャー報告会 第2回アドバイザー会議
2月	事業完了・事業報告書の提出

2-2 外部専門家派遣（短期診断）

以下の6市に外部専門家を派遣し、各地域の課題確認、方向性についての提言を行った。実施時期と派遣先は以下のとおりである。

■外部専門家派遣（短期診断）の実施時期と派遣先

No.	派遣先	派遣申請内容・派遣専門家	実施時期
1	茨城県 高萩市	・市の中心市街地活性化を企図した、ソフト面についての取り組みについて 國廣 純子〔(株)LOCAL SUSTAINABLE PROJECT〕 三原 久徳〔(有)アンカー 取締役〕	派遣日：5月16日(月)～17日(火) オンライン報告会：5月26日(木)
2	千葉県 船橋市	・市内北部エリアの活性化全般について 本田勝之助〔本田屋本店(有) 代表取締役社長〕 守屋 邦彦〔公益財団法人日本交通公社 地域戦略室長〕	派遣日：7月19日(火)～20日(水) オンライン報告会：7月29日(金)
3	石川県 かほく市	・かほく市における、観光をフックにした地域振興について 濱 博一〔(株)アスリック 代表取締役〕 柏木 千春〔大正大学 社会共生学部 公共政策学科 教授〕	派遣日：8月4日(木)～5日(金) オンライン報告会：8月12日(金)
4	長野県 長野市	・東日本台風被害からの復興を企図した長沼・豊野地区のまちづくりについて 河野 公彦〔inc1合同会社 代表〕 矢部 佳宏〔(一社)BOOT 代表理事〕	派遣日：7月4日(月)～5日(火) オンライン報告会：7月11日(月)
5	広島県 福山市	・東村町における、小学校廃校跡地などを活用した地域コミュニティの再構築について 畑中 直樹〔(株)地域計画建築研究所 取締役部長〕 東田 一馬〔つねよし百貨店代表〕	派遣日：8月18日(木)～19日(金) オンライン報告会：8月25日(木)
6	愛媛県 松山市	・久谷地域における、市内中心部からのアクセスの不便さを補う回遊性のあるまちづくり 朽尾 圭亮〔(株)船井総合研究所 グループマネージャー〕 平尾 由希〔(株)FOODSNOW 代表取締役〕	派遣日：6月14日(火)～15日(水) オンライン報告会：6月20日(月)

第

2

章

外部専門家活用助成の取組と成果

外部専門家活用助成 採択一覧

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



1 採択事業の特徴など

令和4年度は、外部専門家活用助成として全17件が採択された。昨年度からの継続事業が10件で、うち9件が過年度の外部専門家活用助成採択地域であり、1件は外部専門家派遣（短期診断）の採択地域である。事業の特徴を「地域性」及び「取組分野」で整理すると以下の通りとなる。

<地域性での特徴>

各地方からそれぞれ採択した。関東地方及び九州地方からの採択数が多くなっている。広域事業からも2件採択した。1つは北海道内における比較的近接した町どうしのものであり、もう1件は鹿児島県知名町と北海道利尻町という遠隔地どうしのものである。

<取組分野での特徴>

「農林水産業」分野、「観光・交流」分野、「流通・販売」分野を対象とした事業が多い。また、「関係人口」を主要テーマとした事業も4件（厚真町・栗山町、銚子市、南大隅町、知名町・利尻町など）採択している。

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

「観光・交流分野」では歴史文化資源を活用した事業（下野市、添田町）があるほか、観光条件不利地での観光ビジネスの構築を目指す事業（寿都町）などがある。

「流通・販売」分野では起業を意識した事業（銚子市、あきる野市、島本町）がある。

地方	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	北海道寿都町			●	●	観光条件不立地の観光ビジネス戦略
北海道	北海道厚真町 北海道栗山町			●		広域連携による関係人口構築デザイン
東北	山形県庄内町	●	●		●	ブランド構築による稼ぐ力の創出事業
東北	福島県郡山市			●	●	(継)外国人目線による地域課題解決事業
関東	茨城県銚子市	●			●	産学官連携による未来チャレンジ事業
関東	栃木県下野市	●		●	●	(継)歴史資源を活かしたまちづくり事業
関東	千葉県銚子市			●	●	地域資源の「学び」による関係人口構築
関東	東京都あきる野市				●	(継)空き店舗等活用・人材育成事業
近畿	大阪府島本町		●	●	●	(継)地域資源・人によるまちづくり事業
中国	広島県府中市		●	●		(継)「産業×文化×観光」ビジネス創出
中国	山口県萩市	●			●	活魚のブランド化による販路拡大事業
四国	徳島県東みよし町	●		●	●	(継)農業遺産活用による地域活性化
九州	福岡県添田町			●		修験道をテーマとした観光事業
九州	福岡県大刀洗町	●	●	●	●	(診)町直営市場のブランドコンセプト構築
九州	長崎県波佐見町	●	●		●	(継)廃石膏を軸とした地域価値創造事業
九州	鹿児島県南大隅町	●		●	●	(継)関係人口拡大プロジェクト
九州	鹿児島県知名町 北海道利尻町	●		●	●	(継)離島間の担い手確保・関係人口構築

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

2 個別事業の取組概要

令和4年度に採択した地域名及び事業名は以下に示すとおりである。次ページ以降、各事業の背景と目的、事業実施内容、事業実施体制、事業実施スケジュール、主な成果、持続的発展へ向けた課題、今後の取組及び外部専門家からのコメントを整理した。

	地域名	事業名
1	北海道 北寿町	～観光条件不立地の新たな観光ビジネス戦略～寿の都から始めるエリア観光戦略推進事業
2	北海道 厚真町 北栗山町	広域連携による新関係人口構築デザイン
3	山形県 庄内町	庄内町ブランドの構築による地域の稼ぐ力創出事業
4	福島県 郡山市	外国人目線を活用した「地域課題と向き合うふるさとづくり」事業
5	茨城県 鉾田市	産学官が連携した「まちの未来を創るチャレンジプロジェクト」
6	栃木県 下野市	「東の飛鳥」による歴史文化を活かしたまちづくり事業～アフターコロナに向けて～
7	千葉県 銚子市	銚子資産を活かした「学び」でつながる関係人口創出事業
8	東京都 あきる野市	東京五日市せせらぎプロジェクト ～持続可能な地域活性化に向けた新たな仕組み創出への伴走支援～
9	大阪府 島本町	京となにわが会える場所（まち）「島本町」リノベーション大作戦事業
10	広島県 府中市	持続可能な「産業（ものづくり）×文化×観光」ビジネス創出事業
11	山口県 萩市	「魚が美味しい町・萩」活魚流通プロジェクト
12	徳島県 東みよし町	世界農業遺産×デザイン地域資源発掘・課題解決事業
13	福岡県 添田町	修験ツーリズム 英彦山観光地域づくり造成事業
14	福岡県 大刀洗町	大刀洗町及びさくら市場のブランド構築事業
15	長崎県 波佐見町	地域循環モデル構築をベースとした地域価値創造事業
16	鹿児島県 南大隅町	関係人口拡大創出プロジェクト
17	鹿児島県 知名町 北利尻町	関係人口と地域の担い手獲得のための広域連携事業

北海道
北寿町北海道
厚真町
北栗山町山形県
庄内町福島県
郡山市茨城県
鉾田市栃木県
下野市千葉県
銚子市東京都
あきる野市大阪府
島本町広島県
府中市山口県
萩市徳島県
東みよし町福岡県
添田町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
知名町
北利尻町

2-1 北海道寿都町【～観光不条件立地の新たな観光ビジネス戦略～ 寿の都から始めるエリア観光戦略推進事業】

事業概要

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

自治体概要

人口	□	2,799 人 (住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日)
面積	積	95.25 km ²
人口密度		29.39 人/km ²
標準財政規模		2,078,712 千円 (令和2年度市町村別決算状況調)
財政力指数		0.14 (令和2年度市町村別決算状況調)
経常収支比率		85.6 % (令和2年度市町村別決算状況調)
担当課室		産業振興課

取組概要

事業開始時点

- 戦略的な観光ビジョンがない
- 地域全体での観光で稼ぐという気運の未醸成
- エリア一帯の観光地としての訴求不足

外部専門家による支援

- 資源調査と実態把握支援
- 「地域エコシステム」モデル構築に向けた実証検証支援
- 観光戦略計画の策定支援

事業終了時点(成果)

- 地域エコシステムモデルの構築
- 観光戦略計画の策定



月別観光入込客数
(令和2年度)



資源調査における「道の駅」の
評価レポート



地域エコシステムの基点となる道の
駅リニューアルのイメージ

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

寿都町は、北海道の南西部、日本海に面し、函館市と札幌市のほぼ中間に位置している人口2,737人、1,568世帯の町である（令和4年12月末現在）。地域資源は、自然景観から歴史文化資産のほかに、当町の基幹産業となっている牡蠣の養殖などの漁業、道内トップクラスの疲労回復効果の高い泉質をもつ寿都温泉ゆべつの湯、強風地帯という特性を活かした風力発電などがある。

しかしながら、観光面では、通過交通が少なく札幌市から自動車でも2時間以上かかる“観光条件不立地”であり、観光資源も点在した状態でエリア一体の観光地としての訴求力が不足している状況である。

これらの課題を解決し、観光による地域活性化を図るためには、点在化する地域資源の集約と地域全体での収益力強化に向け、域内事業者の連携、周辺エリアとの連携対策の確立による観光の事業化の推進と魅力の強化、そして行政、民間企業、地域住民の協働による事業の推進が必要とされている。

観光投資に対するリターンが地域にしっかりと残る仕組み、すなわち観光による新たな経済循環「地域エコシステム」の確立が必要とされており、その構築に向けて、地域住民も賛同し地域一丸となって目標達成を目指すモデルづくりを必要としている。

観光による新たな経済循環「地域エコシステム」の確立に向けたモデルづくりにおいて、観光事業を投資ととらえ、その回収の可能性を客観的、計量的に示すことが必要であるが、そのためには、専門的な知識と経験を持つ外部専門家による支援が不可欠である。

b 事業の目的

本事業は、外部専門家の支援を受け、地域資源を再評価し、観光で稼ぐ力を地域に備えるべく打ち手を実施し、交流人口の拡大による地域の活性化に向け、寿都町の多岐にわたる地域資源の磨き上げと域内事業者の連携による観光産業化の推進力を飛躍的に高める新たな経済循環「地域エコシステム」の確立を目指す。

また、地域エコシステムの確立とともに、閑散期となる冬期の売上獲得や、販売機会ロスを防ぐ新たな民間投資を促進する手立てなど、寿都町エリア観光戦略計画を策定し、持続可能な観光戦略モデルを構築する。

北海道
寿都町北海道
北見市
北見市
北見市山形県
庄内町福島県
郡山市茨城県
舞子町栃木県
下野市千葉県
銚子市東京都
あきる野市大阪府
島本町広島県
府中市山口県
萩市徳島県
東みよし町福岡県
添田町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町

2

事業実施内容

a 地域資源と実態の把握

点在化する地域資源の集約と地域全体での収益力強化を図るための基礎調査として、地域資源と実態を把握する。具体的には、まず、既存の地域資源を調査してこれを評価し、活用可能性のある地域資源の抽出を行う。また、寿都町内外の事業者間の域内取引の流れを把握する。そして、寿都町を訪れる観光客の消費行動調査とニーズ調査を実施する。

b 「地域エコシステム」モデル構築に向けた実証検証

上記の「地域資源と実態の把握」の結果に基づき、「地域エコシステム」モデル構築に向け、実証や検証を行う。まず、寿都町内外の事業者間の域内取引の流れの把握結果に基づき、域内取引の最大化に向けた事業者マッチングへの取り組みを検討する。次に、観光入込客数の月別の推移を把握結果と観光客の消費行動調査・ニーズ調査結果に基づき、観光収入の平準化に向けたサービス開発のためのワークショップを開催するとともに、売り上げの最大化に向けた販売機会ロス、廃棄ロスの削減への取組を検討する。

c 観光戦略計画の策定

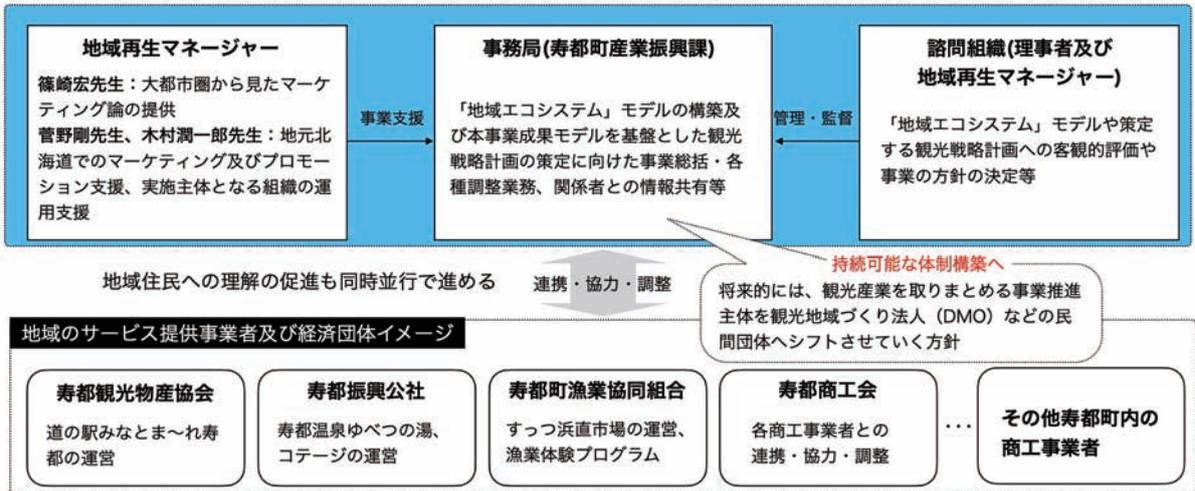
上記の取組結果を踏まえ、観光戦略計画を策定する。この計画は単に計画書の作成に終始することなく、上記の実証等を含めた行動へと繋がるものとする。そのためには、持続可能な運用体制を構築するとともに、地域資源の磨き上げに向けた定例会議を開催しながら観光戦略の立案と策定を行う。

観光戦略計画に対する理解促進と共有及び機運醸成を図るため、町内等の事業者への本事業の取組内容と今後の展開を共有する事業報告会を開催する。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

産業振興課商工観光係が窓口となり、地域内のサービス提供事業者及び各経済団体との連携により、事業推進体制を構築する。具体的には、寿都振興公社「寿都温泉ゆべつの湯」や寿都観光物産協会「道の駅みなとま〜れ寿都」、寿都町漁業協同組合「すつつ浜直市場」等の観光関連施設の運営組織及び寿都商工会等の経済団体と連携をし、事業者マッチングやサービス開発の実証による「地域エコシステム」モデルの構築を目指す。外部専門家の支援に基づき策定される戦略計画について、当町理事者と定期的に打合せを行う為の会議を設置する。

b 外部専門家の役割

当町の目指すべき理想に対して外部専門家3名のそれぞれの知見を活用し、より実行力の高い戦略計画の策定と地域エコシステムモデルづくりを目指す。3名の外部専門家の役割はそれぞれ以下の通りである。

- ① 大都市圏から見たマーケティング論の提供
- ② 地元北海道でのマーケティング及びプロモーション支援、実施主体となる組織の運用支援
- ③ 観光拠点の1つである道の駅を中心とした改善に関する支援

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	7日 6～7日	・ふるさと財団・キックオフミーティング ・地域資源調査現地調査
5月	9日 9～10日	・定例会議（実施計画書（詳細版）の確認） ・事業者間の域内取引の流れの把握：団体ヒアリング
6月	6～7日 7日	・事業者間の域内取引の流れの把握：事業者ヒアリング ・意見交換会の開催（アントレプレナー教育）、定例会議（調査速報）
7月	17～18日 19日 21日	・アンケート調査の実施 ・定例会議（調査報告、戦略の構成） ・観光DXシステムのレジ連携可能性把握・道の駅現地ロケハン
8月	29～30日	・ふるさと財団現地調査
9月	5～28日	・地域再生のテーマ、実証検証事業の方向性検討
10月	24日	・定例会議（実証検証事業の方向性確認、地域再生のテーマ確認）
11月	16日 29～30日	・定例会議（観光戦略計画の理念と方向性、実証実験スケジュール） ・地域エコシステム・道の駅販売拡大実証検証：現地設置準備
12月	1～31日 6日	・地域エコシステム・道の駅販売拡大実証検証 ・意見交換会の開催（アントレプレナー教育）、定例会議
1月	17日 26日	・定例会議（実証検証の結果と地域エコシステムの方向性） ・地域再生マネージャー報告会
2月	15日	・定例会議（観光戦略計画の策定）

5 主な成果

a 資源調査と実態把握

4月から8月にかけて、現地調査、団体ヒアリング、事業者ヒアリング、観光客向けアンケート調査を実施した。

町内に点在する地域資源のそれぞれについて調査し、A、B、Cの3段階で評価した。「A評価」となった地域資源を中心にエリア全体の観光戦略に繋げていく。

事業者間の域内取引の流れを把握した結果、すでに取引が行われていることが確認できたため、改めてのマッチングは行う必要がないと判断した。

観光客向けのアンケート調査を実施した結果、道の駅において、販売機会ロスが発生していることが確認できた。また、観光入込客数については、夏期が中心で、冬期は非常に少ない点が明らかになり、観光収入の平準化が課題である点を改めて認識した。



地域資源の評価

b 「地域エコシステム」モデルの構築に向けた実証検証

「地域エコシステム」モデルの構築に向けては、事業者マッチングよりも、売上の最大化に向けた実証事業を手厚くすることとした。

まず、観光収入の平準化については、調査の結果、事業者独自のECサイト販売でリピーター客を取り込み、旅アト消費につなげている好事例が見られることから、オール寿都のECサイトを立ち上げることとし、ふるさと納税返礼品や新たなEC販売商品を扱う方向でサイト制作を行った。

販売機会ロス、廃棄ロスの削減による売上げの最大化に向けては、道の駅が目的地化されていないこと、さらに、道の駅が本町最大の観光拠点であるものの施設上の課題や顧客目線のサービス上の課題などがあることが確認された。このため、段階的なテコ入れと実証を行い、得られた実証結果から観光拠点としての「あるべき姿」を具現化し、観光収入の構成要素「観光客数×消費単価×域内調達率」の母数を上げることにより「地域エコシステム」の実現を目指していくこととした。12月より顧客目線で売り場を改変した実証検証を行なった。



EC サイト



道の駅の売場改変

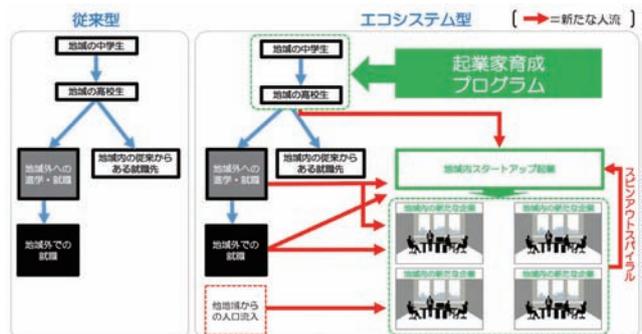
c 観光戦略計画の策定

以上の取組結果を踏まえ、地域の観光資源を最大限に活用し磨き上げ、「港町ブランド」としてデスティネーション（目的地）化することを観光戦略計画において掲げた。これに基づき、「道の駅みなとま〜れ寿都」の再興による漁港エリアのブランディング、道の駅を拠点に寿都らしい港町ブランドとしての観光サービスを展開することとした。

持続可能な運用体制の構築については、アントレプレナー教育の先進国ともいべきオーストラリアで活躍されている、GSS 代表の久保田貴宏氏を講師で招いた意見交換会で、町長、教育長、



エリアブランディング



アントレプレナー・地域エコシステム

- 北海道 寿都町
- 北海道 厚岸町
- 北海道 北見市
- 山形県 庄内町
- 福島県 郡山市
- 茨城県 舞田町
- 栃木県 下野市
- 千葉県 銚子市
- 東京都 あきる野市
- 大阪府 島本町
- 広島県 府中市
- 山口県 萩市
- 徳島県 東みよし町
- 福岡県 添田町
- 福岡県 大刀洗町
- 長崎県 波佐見町
- 鹿児島県 南大隅町
- 鹿児島県 鹿嶋町
- 鹿児島県 北利根町

寿都町関係各課、寿都町漁業協同組合、寿都観光物産協会、寿都振興公社、寿都商工会の観光関係団体の事務局レベルにおいて、アントレプレナー教育の可能性が共有された。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

“港町ブランド”としてのデスティネーション化に向けては、道の駅や浜直市場の立地する漁港エリアの再興が不可欠であり、本事業の成果モデルも「道の駅」を拠点とした観光事業の新たな経済循環「地域エコシステム」の確立を専門家より提言されている。この実現には、道の駅のハード面、ソフト面の両面からのリニューアルが課題となっており、道の駅、浜直市場の運営体制強化が課題となっている。

また、“港町ブランド”としてのデスティネーション化に向けて、滞在型・体験型の推進についても提言されており、宿坊等の社寺の多い寿都町ならではの強みや、港町寿都町ならではの様々な体験やレジャーを楽しむ事のできる滞在型・体験型の観光に合わせて取り組み、漁港エリアの再興との相乗効果で寿都観光を振興していく。

一方、長期的な持続的発展に向けては、中長期的な視点を持った持続可能な体制づくりが必要であり、港町観光のブランディングの実現に向け、次世代の観光人材を育成するアントレプレナー教育を推進する。

7 外部専門家コメント



寿都町が先駆けとなる 新たなフォーマット構築

リ・マスター合同会社 CEO 篠崎 宏

本業務では、寿都町における観光ビジネスの方向性を明確にして地域関係者間で共有することに重点を置いてアドバイスをを行った。集客拠点をどこに定めるのか、冬期間の売上をどのように確保するのか、持続性を高めるための人材育成はどのようにあるべきかなど、行政はもちろん地域関係者と議論を重ねた。集客拠点でまず感じたことは、中心地である寿都港が本来のポテンシャルを発揮できていないことであった。寿都港には寿都町漁業協同組合が経営する浜直市場をはじめ、道の駅やホテルなどがあり、町内で車通りが最も多い国道にも面している。近隣の内陸エリアには道内屈指の人気を誇る「道の駅くろまつない」があり、ドライブ観光客は海の幸を求めるために寿都町を訪れていることが容易に想像できる。また政府の水産基本計画では食用魚介類の自給率を今後10年間で57%から94%にすることが明記されており、それらを達成するために海業の推進を掲げている。食料安全保障の観点で考えると世界規模でタンパク質の供給が必要に追い付かなくなっており、新たな食ビジネスとして昆虫食なども研究されている。このような状況は寿都町においては追い風以外の何物でもなく、方向性を明確にした観光戦略を策定することにより地域関係者の意思統一が図られ寿都町の存在感が高まってくると考えている。

地域関係者へのヒアリングでは、小売店主から「卸業者が来てくれなくなったので、仕入れができない」という声も聞いた。卸業者もビジネスとしての生産性を上げるためにエリアを絞っており、大都市から離れた寿都町のような人口減少地域は真っ先にビジネスエリア外となってしまう。日本社会が経済活動で構築した既存のフォーマットが人口減少かつ少子高齢化社会では機能しなくなっており、新たなビジネスフォーマットが必要な段階に差し掛かっている。従来の観光人材育成はおもてなしやマーケティングに力点を置くことが多かったが、地域関係者間では小中高生のアントレプレナー教育こそ経済基盤の縮小が進む地域では必要だと結論に達している。文部科学省や寿都町教育関係者を巻き込んで議論を進めており、早ければ2023年夏には何らかの形でアントレプレナー教育をカットオーバーできる予定である。地域で育った子供たちが一旦は進学や就職で都市部に出たとしても、その数%が故郷にUターンしてスタートアップ起業をするという流れを作ることができれば、全国各地の地域経済のフォーマットが大きくアップデートすると確信している。寿都町がその先駆けとなることを期待したい。



新たな経済循環構築の鍵は、 小さな成功体験の積み上げから

株式会社 TAISHI 代表取締役 菅野 剛

豊かな漁場を抱える寿都町は、漁業を主要産業に発展を続けてきた。これまでも地形を生かした風力発電への取組等、社会変化に対応すべく様々なチャレンジを展開してきた町でもある。そのような中で、新たな特産品開発が同町の課題のひとつであった。

2019年より、ハウスによるバジルの栽培に着手し、そのタイミングから、ブランディングをはじめ、販路開拓や商品開発等の支援から、寿都町とのご縁がはじまった。

これまでも、様々な地域の活性化をお手伝いしてきたが、成功へのセオリーこそあれど、事業の組み立て方は、何一つ、同じものはない。その地域が持つ、独自の強みや課題を把握し経済の発展・安定化を図っていくのが専門家の使命だと考えている。

先にも述べた、バジル生産に関わる中で、寿都の魅力にふれ、活かし切れていない潜在力を実感すると同時に、この街の未来づくりをお手伝いしたいと強く感じた。

その第一歩として、発展的な戦略的な地域経営の実現を可視化する計画づくりだと考えた。寿都町未来づくりは、地域を、「ひとつの会社」と捉え、「①サービス開発：差別化された資源のサービス化。」「②持続的な運用を可能とする体制・人材づくり」が安定的な経営を実現する両輪と言えよう。

■実現に向けての重点ポイント

① 観光収入の平準化：安定的な収入を確保し、活発な観光投資を促す。季節変動の激しい観光産業の発展において、観光収入の平準化は必須と考える。

② 成功モデルづくり：観光サービスの充実化の近道は、既存の店舗による観光客向けのサービス提供が近道だと考える。その為には、成功モデルをつくり、事業者の気持ちを掴む事が重要。

過去、いくつもの危機を乗り越え、チャレンジを恐れず、成果を獲得してきた寿都町。新たな経済循環の確立に向けてはじまった観光領域でのチャレンジも成功するものと信じている。



観光集積拠点「道の駅」のアップデート

株式会社 TAISHI 取締役 木村 潤一郎

本年度は3名の専門家がそれぞれ異なる専門性を活かして、そのノウハウやアドバイスを地域にインストールするものだが、私の専門領域である「観光拠点のアップデート」という視点で、本町最大の観光拠点である道の駅の課題と可能性についてポイントを3つに絞ってコメントしたい。

① 顧客視点に立ったサービス動線に疑問を持っていない

“少ない人数で仕事を回さなければならない”という運用面の課題にばかり気をとられ、1か所のカウンター物販・軽食・食事の3カテゴリのサービス提供・決済を行っている。そのため施設全体の約4割程度は何も利用していないスペースがある。つまりそのスペース有効に活用できれば、売上げを最大4割伸ばす事が可能だ。

② 飲食スペースが落ち着かない

現在は物販と食事スペースを遮る緩衝がなく休憩場所と食事場所の区別がつかない状態である。実は食事はメニューと同じくらい“どのような雰囲気か”が重要だ。つまり物販と食事スペースの区分を分け、そこでしか食べられないメニューを心地よい場所で提供することにより、口コミの増加やリピートの増加の可能性が飛躍的に高まる。恐らく食事提供だけでも2倍に伸ばすことが可能だ。

③ 地域の商品にこだわりすぎている

道の駅の多くは9時から14時がピークタイムと言われている。一般的な営業時間である18時までフルにお客さんを入れたいと思った場合、ターゲットをドライブ観光客だけではなく、地元や近隣エリアのお客さんに繰り返し来ていただく設計が必要だ。つまり地元のお土産商品だけの構成では地元や近隣のお客さんは立ち寄りしてくれない。

今回の事業では、③にあたる地元以外のセレクト商品の拡充による地元及び近隣エリアの集客向上をテーマに実証を行ったが、来場においては前年対比で144%、販売単価では161%と大きな成果を上げた。今回挙げた残る2つのポイントを改善するだけでも大きな成果につながると期待する。

北海道
寿都町北海道
厚岸町
北見市
山形県
庄内町山形県
庄内町福島県
郡山市茨城県
舞鶴市栃木県
下野市千葉県
銚子市東京都
あきる野市大阪府
葛城町広島県
府中市山口県
萩市徳島県
東みよし町福岡県
添田町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
名瀬市
北利市

2-2 北海道厚真町・栗山町【広域連携による新関係人口構築デザイン】

事業概要

総事業費	3,300 千円
助成金額	2,200 千円
外部専門家	中島 淳 (株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ 代表取締役) 柴田 涼平 (株式会社とける 代表取締役)

自治体概要

自治体名	厚真町	栗山町
人口 (住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日)	4,393 人	11,308 人
面積	404.61 km ²	203.93 km ²
人口密度	10.86 人/km ²	55.45 人/km ²
標準財政規模 (令和2年度市町村別決算状況調)	3,812,638 千円	4,847,319 千円
財政力指数 (令和2年度市町村別決算状況調)	0.48	0.30
経常収支比率 (令和2年度市町村別決算状況調)	83.6 %	96.8 %
担当課室	まちづくり推進課 復興推進グループ	若者定住推進課

取組概要

事業開始時点

- 厚真町の関係人口創出とその結果を事業化し得る中間支援組織「株式会社とける」が誕生
- 厚真町内のみならず周辺との連携による相乗効果発生の可能性を求め、考えが同じ栗山町とフォーメーションを組む

外部専門家による支援

- 両町の人的資源 (関係人材) の発掘と接続を実施
- 外部人材だからこそ見出せる地元人材の強みを引き出す
- 域内人材の存在を同地域の人が初めて、改めて知ることができた

事業終了時点 (成果)

- 人的資源の相互補完の可能性が見え始めた
- 相互補完による化学反応の可能性が見えてきた
- 各町ごとの自立的活動が見えてきた
- 中間支援組織の動き方、機能が可視化できた



自治体の相互補完による化学反応の予感



両町の人材取材 (発掘)



人材 MAP 作成と関係ツアー

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

厚真町は道央圏の胆振管内の東部に位置する人口4,370人（令和5年1月末現在）の町である。総面積の約70%が森林であり、農用地が約15%を占めている。本町は、JR線や主要幹線道路により道内各地と結ばれ、苫小牧市中心地まで約35km、札幌市まで約65km、新千歳空港まで約30kmと近距離にあり、交通の便に恵まれている。

厚真町では平成28年度より、ローカルベンチャースクールを開講し、地域の新たな経済を生み出すローカルベンチャーの輩出と育成に注力してきたところである。

これらの動きと連動し、令和2年度より地域再生マネージャー事業において、札幌圏の方々を対象とした関係人口の創出を目指した取組を行ってきた。

令和2年度事業では、主に札幌圏において厚真町と関わる人材の獲得と体制整備に注力した。令和3年度事業では、厚真町側の体制整備に軸足を移しながら取り組んできたが、その過程において、札幌圏と厚真町側を結ぶ活動を主体的に担う企業を見出すとともに、若者の移住定住の視点から関係人口の創出を目指す栗山町との連携体制が整ったところである。

栗山町は、厚真町とは北海道の管区は異なるものの、札幌市内や新千歳空港からの距離が同程度であり、両町間の距離は車で40分程度の移動距離にある。また、栗山町は、平成29年度より「くりエイトするまち栗山町」という合言葉のもと活動しており、町内にはアイデアを形にできる工房「ファブラボ栗山」や作品を販売することができる「くりやまクリエイターズマーケット」などの基盤が整っている。

b 事業の目的

上記の背景のもと、令和4年度事業では、事業の主体となる企業を中核に据え、同社の代表者を新たに外部専門家としても位置付けて、主に地域側の体制の強化を図ることとした。具体的には、まず、各町内での関係人口の構築を行い、次に両町間での関係人口の創出（交流）とその可視化を図ることを目指す。

また、札幌圏側における地方や地域に関心のあるヒトとの交流対象を、厚真町・栗山町との結びつきに広げることで、新たな化学反応が自発的に生じるような状況を目指す。

2 事業実施内容

a 新関係人口形成チーム

本事業を主体的に実施する企業「株式会社とける」を中心に、厚真町・栗山町の有志で2町からできる新たなカタチの連合チームを形成する。

b ヒト資源のたな卸し（両町人材MAP）

新関係人口形成チームにより、2町のヒト資源をたな卸しして、活動的な人材、思いのある人材、専門的な生業を営む人材、移住してきた人材等が出来ること、提供している価値、与えてい

北海道

厚真町

山形県

福島県

茨城県

栃木県

千葉県

東京都

大阪府

広島県

山口県

徳島県

福岡県

福岡県

長崎県

鹿児島県

鹿児島県

北利

る影響等を掘り起こして明確化し、双方で情報を交換しながら新たに出来そうなプログラムを企画検討する。最終的に「人材関係性 MAP」を作成し、各町内に配布する。

c 域内交流軸：両町での MAP 登録人材のギャザリング

事業で目指す域内交流軸を具現化するギャザリングを開催する。各町で活躍する人材は総じて個々の活動であり、なかなか面的な展開に広がらないことから、まずは厚真町・栗山町の両町間での交流から始める。

d 域外交流軸：両町での札幌圏との合同プログラム実施

域内交流軸でもたらされた両町人材が「出来ること」、「したいこと」を基に、両町で出来るプログラムを主に札幌圏の方々を対象に実施する。

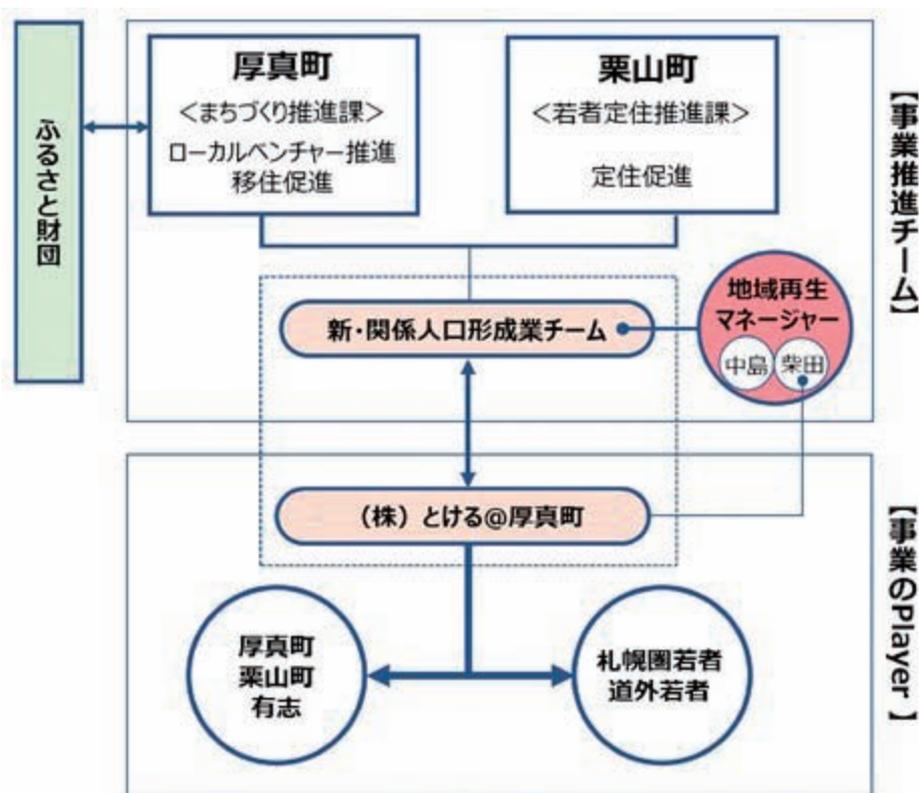
e 情報共有化の仕組み形成

事業実施の結果で得られた情報（人材情報やプログラムノウハウ、域外からの参加者情報等）は両町共有のものであり、各町ともに次なる活動に活用できる体制、仕組みを形成する。「株式会社とける」が第三者として情報を管理することを想定する。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

実際の現場で関係人口を構築する Player である「とける」と事業を推進する地域再生マネージャー及び両町担当でチームを形成する。

b 外部専門家の役割

2名の外部専門家を起用し、うち1名は、まずは「株式会社とける」の活動を行政とともに支援するとともに、両町が、より新たな価値を見出せるよう事業推進を支援する。

もう1名は、「株式会社とける」の代表であり、事業主体の活動を通じて、両町で見出された関係人口をもって新たな事業を創出することを念頭に置き、現地のプレーヤーの発掘とマッチングを実施する。これらの活動を通じて「株式会社とける」が中間支援組織として、まず域内の人材とつながっていくことで域内で認識度を向上させる。

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	14日	① 新関係人口形成チーム：マネージャー間協議
5月	10日	② ヒト資源のたな卸し：ヒト資源のアウトプットについて検討
	18日	① 新関係人口形成チーム：栗山町にて店舗等訪問 ③ 域内交流：厚真町が栗山町の関係人材とその活動視察
	19日	① 新関係人口形成チーム：厚真町にて関係者ヒアリング
6月	8日	① 新関係人口形成チーム：厚真町にて事業推進に関する全体会議
	9日	② ヒト資源のたな卸し：人材 MAP 作成について検討
	15日	① 新関係人口形成チーム：チームオンライン会議（目的の確認）
	21日	③ 域内交流：栗山町が厚真町の関係人材とその活動視察
7月	30日	③ 域内交流：栗山町での現地ヒアリング
	6日	④ 域外交流：「とける」主催で札幌圏ネットワークとの合同企画実施
	12日	① 新関係人口形成チーム：LINE チャット作成について検討
8月	22日	① 新関係人口形成チーム：栗山町が厚真町の活動に参加
	26日	② ヒト資源のたな卸し：MAP コンセプトワーク
	29日	③ 域内交流：財団視察を機会とした2町人材交流
	12日	② ヒト資源のたな卸し：MAP 構成の検討 取材対象・内容の確認
9月	18日	⑤ 情報共有化：LINE オープンチャット開設
	26日	① 新関係人口形成チーム：厚真町での教育系活動に参加
	29日	① 新関係人口形成チーム：栗山町での取材（人材発掘）について検討
	31日	② ヒト資源のたな卸し：MAP デザインステートメント
	1日	④ 域外交流：「とける」札幌圏ネットワーク人材が厚真町訪問
9月	7日	① 新関係人口形成チーム：厚真町での取材（人材発掘）について検討
	10日	④ 域外交流：プロジェクトロゴ作成（主にツアー時使用）
	17日	① 新関係人口形成チーム：栗山町でのフェス参加
	19日	② ヒト資源のたな卸し：MAP 構成の検討 取材対象・内容の確認

北海道
北見市北海道
厚真町
北見市山形県
庄内町福島県
郡山市茨城県
舞田町栃木県
下野市千葉県
銚子市東京都
あきる野市大阪府
島本町広島県
府中市山口県
萩市徳島県
東みよし町福岡県
添田町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
鹿嶋町鹿児島県
北見町

月	取組実施内容	
10月	9日 10日 14日 30日 10月全般	④ 域外交流：札幌圏対象の両町ツアー告知イベント（オンライン） ② ヒト資源のたな卸し：地域内関係人口の育み@栗山町 ③ 域内交流：連携イベント（2町合同）開催 ② ヒト資源のたな卸し：地域内関係人口の育み@厚真町 ② ヒト資源のたな卸し：MAP（リーフレット）取材
11月	6日 15日、16日 18～20日 25～26日 29日 11月全般	③ 域内交流：2町間関係人口接続 ④ 域外交流：関係人口ツアー参加者説明・事前交流会 ④ 域外交流：関係人口ツアー（1） ④ 域外交流：関係人口ツアー（2） ① 新関係人口形成チーム：ツアー総括、次年度イメージ ② ヒト資源のたな卸し：MAP（リーフレット）画像確定、テキスト入稿等
12月	第1週	② ヒト資源のたな卸し：MAP（リーフレット）最終確認作業

5 主な成果

a 新関係人口形成チーム

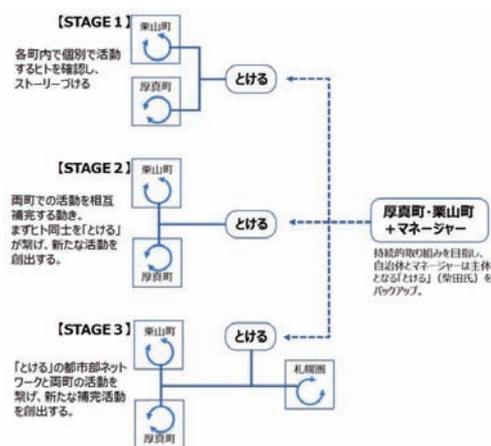
事業主体となる「株式会社とける」を中核に据え、札幌圏と厚真町・栗山町との繋がりを深め、関係人口を形成するための新たなチームを発足させた。新チームでは、事業のステップを次の3つのステージに分けて活動を実施した。

第1ステージは、厚真町・栗山町の各町内で個別で活動するヒトを確認し、これらをストーリーづける活動である。

第2ステージは、両町間で補完する動きとして、まずヒト同士を「株式会社とける」が繋げ、新たな活動を創出するものである。

第3ステージは、「株式会社とける」の持つ都市部ネットワークと両町の活動を繋げ、新たな補完活動を創出するものである。

これらの活動において、日ごろからまちづくりに携わる両町職員が、ヒトによる無形の活動がどのようなプロセスで執り行われているか相互に見聞し、その後のツアーの組み立てや、次年度以降の連携の在り方を検討する基礎にもなっている。



新関係人口形成チームのスキーム

b ヒト資源のたな卸し（両町人材 MAP）

「そこに住む人は、地元で（多様な領域において）活動している人のことを実は知らない」という事実を前提に、関係人口を構築するには、まず地元のヒトとその活動をよく知り理解し、改めて地元の良さに気づくことから始めていくことが重要と考えた。

そこで、まず、両町での関係人材（ヒト資源）の可視化に取り組んだ。ヒト資源を確認し取材

をした結果、厚真町の関係人材は第1次産業従事者（新規事業者等）が多く、栗山町の関係人材は芸術職人が多いことが明らかになった。

取材した内容をもとに、その特性やストーリーを引き出した上で、MAP（リーフレット）として表現した。厚真町は「挑戦」、栗山町は「創造」をテーマとした。



人材 MAP（厚真町）

人材 MAP（栗山町）

c 域内交流軸：両町での MAP 登録人材のギャザリング

域内交流軸は、両町役場職員が相互の町を訪問し、各町で活躍する「ヒト」との交流や活動する「場」の視察など、両町が良く知り合うことから始めた。

域内交流では、両町間での関係人口が構築されつつある中で共通のテーマや関連するテーマが見え始めている。このうち、共通テーマとして見出された「教育」については、2町合同にてオンラインイベントを開催するに至った。



域内交流の様子



2町合同イベント

d 域外交流軸：両町での札幌圏との合同プログラム実施

本事業では、札幌圏在住者の若者との交流ツアーを2回開催した。ツアー参加者は、主に「株式会社とける」の持つネットワーク人材、すなわち日頃から地域（地方）とヒトとの交流に関心を持つ方々であり、これらの方々が両町への関係人材として新たに加わった。

このような域外交流の活動をしていく中で、両町の関係者が自発的に集まり、交流する場面も生じてきている。



ツアーのコンテンツ



ツアーの様子

e 情報共有化の仕組み形成

関係人口間の情報交換や関係人口による自発的な情報発信は、本事業の運営を離れ、いわば「勝手にやりとり」してくれる状態が形成されることが望ましい。その先鞭として、「株式会社とける」において積極的に域内外のメディアマーケティングを行うとともに、ツアー等で繋がった関係人口による情報発信を推進している。



動画サイトを活用したツアー告知



ツアー参加者による情報発信

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

本事業における成果を総括すると、①中間支援組織である「株式会社とける」のアセットが構築できたこと、②拠点のある厚真町のみならず栗山町でも中間支援機能を持ち始めていること、の2点である。もともと行政間の交流があり、考え方が近い両自治体で、本事業を通じて「中間支援機能」のベースが共有できたところである。

本事業の目標であった「持続可能な関係人口構築の体制づくり」は概ね達成できたと考える。関係人口はそれ自体「結果」であり、取組の結果、自発的に関係を維持したいと思える関係性を如何に創出できるか、その環境整備が本事業の目標であった。

次年度以降は、「株式会社とける」が、中間支援機能として両町の状況に見合った活動に臨むことを重視していく。本事業の次なるステップへの移行であり、行政による支援も、これまでの委託業務型から、自発的な関係人口の取組を後押しする「補助型」に切り替えていく。

7 外部専門家コメント



次世代を担う現地主体へのバトン

株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ
代表取締役 中島 淳

巷で多用されている「関係人口」は、本来は何かの取り組みの結果、ヒト同士により自然発生するものであり、当事者間で地域に関する理解や思いが共感されるからこそ続く関係性を示すものと理解しています。それを事業によって人為的に構築しようとするには、マネージャーでも行政でもなく、関係人口が生まれる企画を実施する現地の当事者の存在が不可欠となります。

本事業は、新たにその役割を担ってくれる中間支援組織の活動環境の整備を行い、それと同時に現地で思いを共にして、ヒトとのつながりによって地元を元気にしようとする人資源の発掘に力をいれたものです。

そして、その取り組みに賛同する2つの自治体が中間支援組織を共にしながら本事業を実施し、その検証を試みました。

人のつながりを構築するにあたっては、特に同じ地域内のつながりを意識しました。関係人口はとかく地方と都会のつながりをイメージしがちですが、同じ町内でのつながりはそれほど多くはないのが実情で、限られたものとなっています。

本事業では2つの自治体内のヒトのつながりと、当該自治体間のヒトのつながりを構築し、固めたうえで、道内主要都市である札幌とその圏域を対象にした関係人口構築の可能性を検証した結果、そこではまだ多くのヒト資源の存在を確認できました。

中間支援組織を担いながら道内、全国のヒト結びに携わっているのがもう一人のマネージャーである柴田氏です。今後は中間支援組織を軸に新たなワクワクな繋がりが生まれることを期待しています。



広域連携による 新しい関係人口構築デザインの可能性

株式会社とける 代表取締役 柴田 涼平

厚真町・栗山町の広域連携による新関係人口構築デザインを経て、①地域内関係人口の構築、②二町間の関係人口構築、③二町と札幌圏との関係人口構築を試みました。

①については、同じ町に住んでいても出会っていない人がいることが多い中、地域の方を紹介するリーフレット作成の過程と成果物を通じて、地域内での出会いに繋がる機会を創出しました。②では、教育をテーマにしたオンラインイベントを実施しています。厚真町の高校生活魅力化と栗山町の環境教育に関する取り組みに対して参加者は20名以上となり、テーマを絞った展開の可能性が確認できました。③札幌市等都市圏在住者とのツアーは、リーフレットに取り上げた方々を通して地域を知るものとし、そこでできた関係性は既に（事業を離れて）自発的な取り組みを生み始めています。

他にも例えば厚真町の木材を栗山町で加工して商品開発を行うこと、各町の子供達を訪問させ合う教育連携など多様な可能性が見え始めています。いずれも初めは中間支援組織である「とける」の介在が必要かもしれませんが、いずれ当事者同士の自発的な取り組みになることが期待できます。

「とける」の強みは道内外に若い次世代ネットワークを有することです。次のステップでは各町が重視する方向性に応じた取り組みをそれぞれで実施しながら、次世代と共に新たな連携の在り方を模索することになります。

北海道

北海
道
厚真
市
栗山
町山形
県
庄内
町福島
県
郡山
市茨城
県
舞田
市栃木
県
下野
市千葉
県
銚子
市東京
都
あきる
野市大阪
府
島本
町広島
県
府中
市山口
県
萩市徳島
県
東みよし
町福岡
県
添田
町福岡
県
大刀洗
町長崎
県
波佐見
町鹿児島
県
南大隅
町鹿児島
県
鹿嶋
町
北利
海
道
北
利
海
道
北
利
海
道

2-3 山形県庄内町 しょうないまち 【庄内町ブランドの構築による地域の稼ぐ力創出事業】

事業概要

総事業費	8,443 千円
助成金額	5,600 千円
外部専門家	畦地 履正 (株式会社四万十ドラマ 代表取締役) 畠中 智子 (株式会社わらびの 代表取締役) 坂東 真奈 (デザイナー)

自治体概要

人口	□	20,307 人 (住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日)
面積	積	249.17 km ²
人口密度		81.50 人/km ²
標準財政規模		7,382,022 千円 (令和2年度市町村別決算状況調)
財政力指数		0.31 (令和2年度市町村別決算状況調)
経常収支比率		98.0 % (令和2年度市町村別決算状況調)
担当課室		商工観光課

取組概要

事業開始時点

- 6次産業化の拠点として、新産業創造館「クラッセ」、立谷沢川流域活性化センター「タチラボ」に共同利用加工施設を整備
- 6次産業化の実践者としての農業者の労働力不足
- 生産ロットの小ささ、PR 不足による商品の認知度の低さ
- 差別化されていない商品づくり
- 広がらない販路

外部専門家による支援

- 地域資源発掘ワークショップの企画運営
- 地域商社の仕組みづくりに関する指導、助言
- トータルデザイン戦略の構築
- 先進地視察の企画、コーディネート

事業終了時点 (成果)

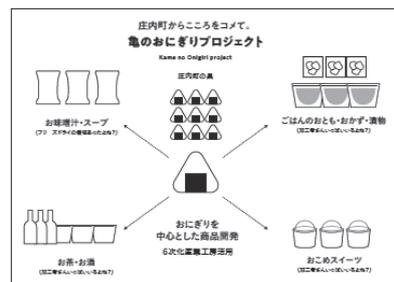
- 地域資源を活用した商品開発及び地域商社設立に向けた機運醸成と体制の構築
- ブランド化事業のトータルデザイン～亀のおにぎりプロジェクト～
- プロジェクトリーダーの選出
- 商品開発及び地域商社立ち上げに係る企画提案



6次産業化の拠点施設
新産業創造館クラッセ



ワークショップの開催



亀のおにぎりプロジェクト

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

庄内町は、山形県の日本海側にある米どころ庄内平野の南東部から中央にかけて位置し、つや姫やコシヒカリ等に代表される良食味米のルーツ「亀の尾」発祥の地として知られる「米の町」である。基幹産業は農業であるが、農業者の高齢化や後継者不足などにより離農者が増加しており、担い手の確保が課題になっている。また、商業面においては郊外型大型ショッピングセンターの進出やインターネットショッピングの拡大・普及により、既存商店街の衰退や中心市街地の空洞化が進んでいる。

本町ではこのような状況の中、産業振興と雇用創造を図ることを目的に、かねてより6次産業化の取組を進めており、その拠点施設として平成27年に新産業創造館「クラッセ」、平成30年に立谷沢川流域活性化センター「タチラボ」に共同利用加工場が整備され、6次産業化の商品が生み出されているところである。

しかし、実践者として当初想定していた農業者については、労働力不足等から農産物の加工製造・販売までは手が回らない状況である。また、取り組んでいる方々も零細な事業展開にとどまっているケースが多く、生産ロット不足、知名度不足等多くの課題を抱え、なかなか進展していない状況にある。

b 事業の目的

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

具体的には、地域資源の発掘とブラッシュアップを行い、トータルデザインによる地域ブランドの創出に取り組み、売れる商品づくりを行うとともに、一定の規模を持った事業として展開していくため、将来的に地域商社を設立し、これを推進母体として地域ビジネスの創出を目指していく。

北海道

寿都町

北海道

北見市

山形県

庄内町

福島県

郡山市

茨城県

舞鶴市

栃木県

下野市

千葉県

銚子市

東京都

あきる野市

大阪府

島本町

広島県

府中市

山口県

萩市

徳島県

東みよし町

福岡県

添田町

福岡県

大刀洗町

長崎県

波佐見町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

名瀬市

北利海

2

事業実施内容

a 運営体制構築

本事業を効果的に進めていくため、庁内に農商工連携によるブランド化プロジェクトチームを立ち上げるとともに、生産者、加工者、販売者、農協、商工会、まちづくり会社、6次産業化推進団体、地域おこし協力隊、行政機関等が連携して取り組みを進めていく体制を構築し、コンセプトの策定と共有を図る。また、本事業を推進するにあたって中心となるプロジェクトリーダーを確保・育成する。

b 地域資源発掘、地域商社検討ワークショップ

地域資源の発掘及びブラッシュアップと地域商社の検討を行うためのワークショップを開催する。ワークショップにおいては、地域に埋もれた資源を発掘、ブラッシュアップすることにより、次年度商品開発に繋がる展開を模索する。

また、地域商社については、地域資源の生産・流通・販売等における現状と課題を整理するとともに、連携可能な地域内プレイヤーやネットワークを把握し、これらのプレイヤーの機運醸成や理解促進を図ることを目的とする。

c トータルデザイン

上記のワークショップでの検討を踏まえながら、地域商社のトータルデザインを構築するとともに、商品の販促デザインや地域ブランド化につながるデザイン（ロゴマーク）を作成する。

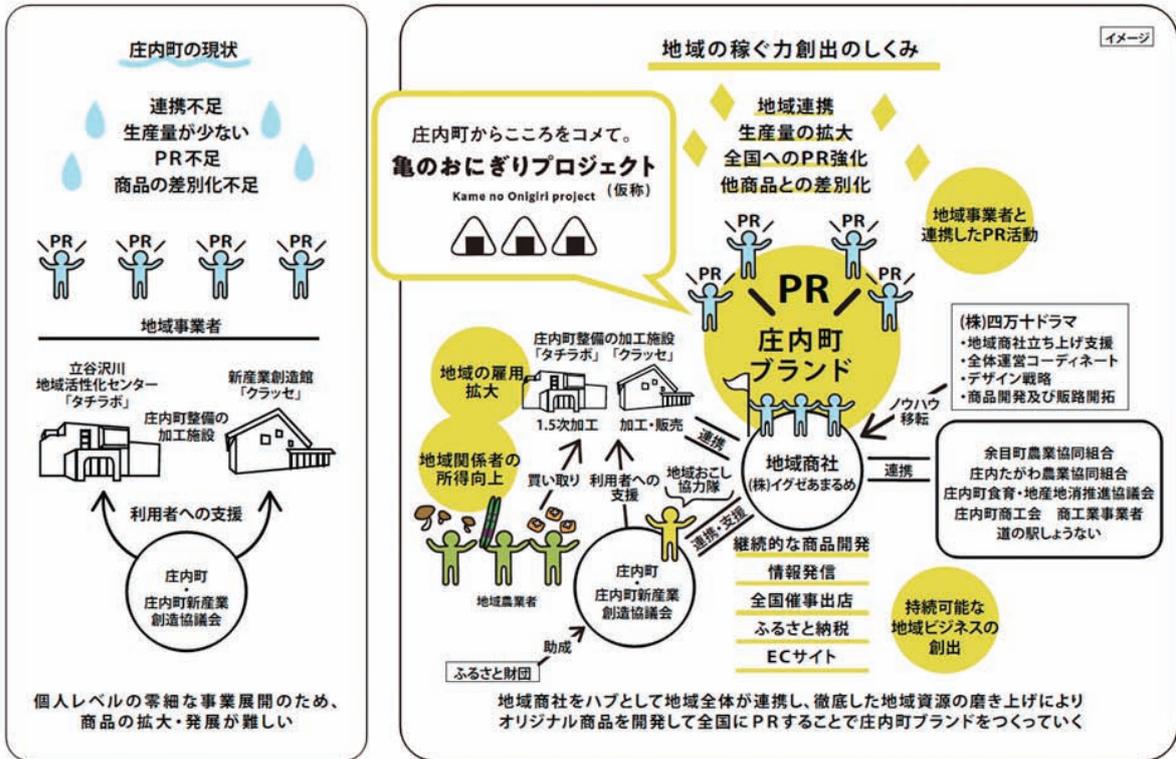
d 視察フィールドワーク

本事業への理解促進と機運醸成をさらに高めるため、先進地域を視察し、その場において学習し、体感するとともに、現地プレイヤーとの意見交換を実施する。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

本事業の中で立ち上げ予定である地域商社を核として、町、農業者、商工業者、6次産業化実践者、商工会、農協、道の駅その他関係団体が有機的に連携し、地域商品の開発、製造、流通の体制づくりを行う。

b 外部専門家の役割

本事業において3名の外部専門家を活用した。3名の外部専門家の役割はそれぞれ次の通りである。

- ① 運営体制の構築、ワークショップの統括及び発掘した地域資源の取りまとめの指導。先進地視察の企画及びコーディネート
- ② 地域資源発掘ワークショップの企画運営及びファシリテーション、事業の企画や取組に関する助言
- ③ トータルデザインによるブランドづくり事業全体の構想、展開についてのとりまとめ

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
5月	26～27日	町内視察（産直、道の駅、6次産業化加工場等） 第1回ブランド創生ワークショップ（地域資源発掘、地域商社に関するミニ学習会） 外部専門家との打合せ（次回以降の展開）
7月	6～7日 20日	町内視察（亀ノ尾の里資料館等） 第2回ブランド創生ワークショップ（地域商社の体制、事例学習（四万十ドラマの取組）） 外部専門家との打合せ（次回以降の展開） 外部専門家とのオンラインミーティング（今後の展開について）
9月	1～2日	第3回ブランド創生ワークショップ（米に関する深掘り） 外部専門家との打合せ（次回以降の展開） ※ふるさと財団による現地調査
10月	12～13日 20～22日	町内視察（町内食品製造会社） 第4回ブランド創生ワークショップ（米を中心とした商品開発） 外部専門家との打合せ（次回以降の展開） 先進地視察（高知県/南国市、高知市、中土佐町、四万十町）
11月	9～10日	町内視察（町内立谷沢地域） 第5回ブランド創生ワークショップ（亀のおにぎりプロジェクト） 外部専門家との打合せ（まとめ）
12月	14日	外部専門家との打合せ（まとめ、来年度以降の展開）
1月		全体まとめ及び企画提案書の提出

5 主な成果

a 運営体制構築

本事業を効果的かつ円滑に推進していく、生産者、加工者、販売者、農協、商工会、まちづくり会社、6次産業化推進団体、地域おこし協力隊及び行政機関の相互連携体制が整った。また、本町の地域資源である「米」を活かした展開として「亀のおにぎりプロジェクト(仮称)」が発足し、今後中心となって事業を推進していくプロジェクトリーダーを選出した。

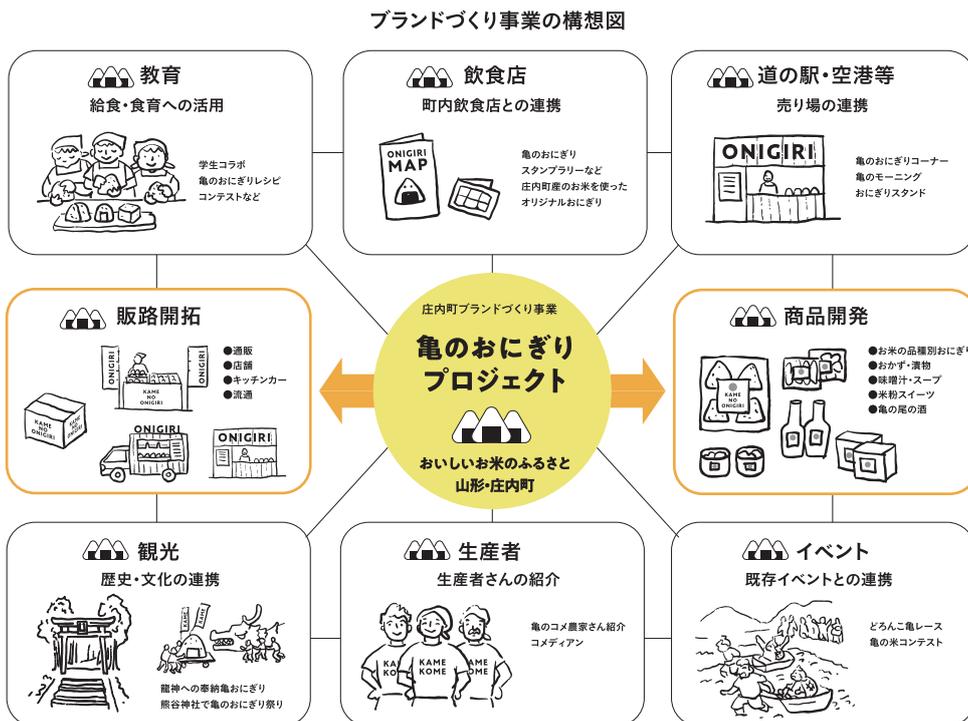
b 地域資源発掘、地域商社検討ワークショップ

本年度事業においては、町内の現地調査を計3回、地域資源発掘ワークショップを計5回開催し、自分たちの足元にある資源の再発見と地域外の人(外部専門家)の目を通した再評価を行うことによってブランド化の対象となる産品を一緒に探すことから取組みをスタートした。その中で、全く新しいもの作り上げるのではなく、今まで普通に身近にあったものにスポットライトを当ててブランド化するという視点のもと、ワークショップにおいて参加者から挙げた地域資源やアイデアを整理した結果、庄内町の「米」をブランドの真ん中にする「亀のおにぎりプロジェクト(仮称)」の構想がまとまった。



ワークショップの様子

また、当町に地域商社を設立するとしたらどのような形が望ましいか、運営体制はどうするのか等について参加者でディスカッションを行い、設立に向けた機運醸成と理解促進が図られた。



c トータルデザイン

地域資源発掘のワークショップにおける検討により、「亀のおにぎりプロジェクト」に関するロゴデザイン案を制作した。



d 視察フィールドワーク

ブランド化を進めるにあたって参考にするため、高知県における先進事例の視察研修を実施した。規格外野菜を活用した商品開発、産直や道の駅における売り場づくり、苺農家による6次産業化の取組事例、有機農法に取り組む生産現場、商品製造工場の設備や体制、耕作放棄地を活用した栗の植樹の取組等を幅広く視察し、関係者と意見交換を行うことで、今後の事業展開におけるヒントや有用なノウハウ、情報を得ることができた。また、視察後に開催されたワークショップにおいて、参加者が視察で得たことや感じたことを発表し、視察内容を関係者全員で共有した。



6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

今年度事業では、我々の足元にある地域資源である「米」に光を当てることで、「亀の尾」発祥の地である本町ならではの強みを活かしていく「亀のおにぎりプロジェクト（仮称）」が立ち上がった。この「亀のおにぎりプロジェクト（仮称）」では、「米」を真ん中に置き、プロジェクトリーダーが中心となって資源を生産する人、資源を加工する人、資源を販売する人が連携し、商品開発、販路開拓（令和5年度）、給食・食育への活用、飲食店との連携、道の駅・空港等での販売、生産者情報の発信、観光イベントとの連携（令和6年度以降）と今後事業を展開していくことでビジネスの創出と庄内町ブランドの構築に取り組んでいく。

7 外部専門家コメント



お米のルーツは庄内町にあり、それを活かした「亀のおにぎりプロジェクト」

株式会社四万十ドラマ 代表取締役 畦地 履正

■事業概要

山形県庄内町は、山形県の米どころ庄内平野のほぼ中央に位置し、稲作が盛んな地域である。町では、かねてより産業振興のため6次産業化に取り組んできたが、ノウハウ不足等が原因でなかなか進まない状況にあった。今回そういった背景の中で、6次産業化を更に進め、地域商品のブランド化に取り組む事業を行うこととなった。

■あしもとにあるもの「亀の尾」

私たちが庄内町を初めて訪れた時に驚いたのは、とにかく水田の広さ。水田の中に町があると言っても過言ではないくらい米づくりの盛んな地域。もともと「あしもと」にあるもの、初めて訪れる地域の優位性を見つける前に、この町にはどんな物語があるのだろう？と思ったが、やはりこの地にはお米の物語があった。ウィキペディアで調べてみた。

「亀の尾（かめのお）」は、明治時代に山形県の篤農家・阿部亀治により育成された日本のイネ品種。一中略一亀ノ尾の子孫品種として、子品種陸羽132号、孫品種農林1号、曾孫品種コシヒカリ、曾孫・玄孫品種ササニシキなど多数がある。食味が優れる品種であり、コシヒカリやササニシキは、亀ノ尾からその良食味を引き継いでいると考えられている。」

山形県庄内町で生まれた「亀の尾」は、全国的にも知られている「ササニシキ」「コシヒカリ」のルーツ。こんな「強み」をもった地域はなかなかなく、もっとこのことを掘り下げて磨きをかけていけば光が見えてくると思われた。

■あしもとを活かす「亀のおにぎりプロジェクト」

この取り組みをスタートした時点から、「亀の尾」を中心とした展開は考えていたが、我々が思うより、「地元の方がどう思っているのか？」が大事だといつも事業を進める時に考えている。ワークショップを重ねるたびに、地域の皆さんが「亀の尾」を大切にしていることがわかり、それを活かした取り組みについてアイデアが出てくるようになってきた。

それを編集して提案としてまとめたのが「亀のおにぎりプロジェクト」。「亀の尾」をルーツとしたお米の品種でおにぎりの開発、お米に合う総菜や加工品、米粉を活かしたスイーツ開発等々、どんどんアイデアは膨らみ、事業の大きな柱が見えてきた。

■地域のビジョンを次年度は「カタチ」にする

今年度まずは、参加者からいただいた意見や企画をまとめることができた。そして次年度以降はその計画を具体的なものにしていくことになる。トータルデザイン、商品開発、まさに「真ん中」に立つものをデザインのチカラでまとめてカタチにすることになる。地域の皆さんが「あしもとにあるもの」の価値を見出し、それを活かすことができれば大きなビジョンがカタチになっていく。この事業の中心になる人物も決まり、それを取り巻くメンバーもまとまってきた。来年度「カタチ」になるのが待ち遠しい事業だ。

北海道

北厚別町

山形県

福島県

茨城県

栃木県

千葉県

東京都

大阪府

広島県

山口県

徳島県

福岡県

福岡県

長崎県

鹿児島県

鹿児島県

北利

2-4 福島県郡山市こおりやまし【外国人目線を活用した「地域課題と向き合うふるさとづくり」事業】

事業概要

総事業費	5,453千円
助成金額	3,634千円
外部専門家	アダム・フルフォード（有限会社フルフォードエンタープライズ CEO）

自治体概要

人口	□ 319,702人（住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日）
面積	757.20 km ²
人口密度	422.22人/km ²
標準財政規模	70,309,603千円（令和2年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.85（令和2年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	87.4%（令和2年度市町村別決算状況調）
担当課室	文化スポーツ部 国際政策課

取組概要

事業開始時点

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



交流の始まり

外部専門家による支援

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



フィールドワーク

事業終了時点(成果)

- 地域資源を活用したビジネスモデルの創出
～外国人目線で深掘された地域資源を活用し、商品や取組を磨き上げ、自走化に向けたビジネスモデルを創出する。
- 地域体制の強化
～各種取組（既存、新規）を通して、地域に関わる人材、資源、データ活用等の認識と連携の創出を図る。これにより、地域全体で関連事業を支える素地を整え、持続性を強める。



逢瀬町とインターナショナルスクール

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

福島県郡山市の中西部に位置する逢瀬町^{おうせ}は、猪苗代湖から取水した安積疏水や安積山（額取山）の雪解け水に恵まれた、田園風景が特徴的なのどかな里山地域である。

人口は3,617名（令和5年2月1日時点）で、多くの町民が農業従事者として野菜や果樹を生産している。肥沃な土壌で育てられた農産品はどれも良質で、中でも盛んな米づくりは、全国有数の米どころである郡山市の収穫量を支えている。

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

しかし、外部の人たちにより積極的に活動が展開されている反面、それらの活動と逢瀬町の人たちとの繋がりが希薄であり、地域内での広がりや新たな展開を見いだせずにいる状況にある。

一方で、当該地域では「いなか体験農家民宿」を通して東京農工大学の留学生を毎年受け入れており、田舎体験をした留学生が魅力的に感じたものが「こたつ」であったことや、ベジタリアンやハラル食などの対応において日本の対応が遅れている中で、地域の食文化がそれらに対応できる可能性を秘めていること、里山文化に残る「日本の普遍的な価値」を外国人観光客等が注目していることなど、外国人目線により新たな気づきを与えられていることによって、外部からの視点の重要性に気づき始めている。

地域内の少子高齢化が進む中、各種取組の継続性や逢瀬町としての持続性を養うためにも、地域資源を共有化し、多種多様な人材が逢瀬町に関わり、逢瀬町の人たちと繋がる仕組みづくりを地域全体として考えなければならない時期を迎えている。

b 事業の目的

以上の背景に基づき、外国人の目線から本事業では以下を目的に実施する。

- ・住民にはない外部の視点（外国人を含む）による地域資源の深掘りと見える化。
- ・見える化された地域の魅力から町民のシビックプライドが醸成され、自分事として地域づくりに関わる人を増やす。
- ・地域に関わる人が魅力的な取組を創出し、様々な人にとって逢瀬町を第三の居場所（サードプレイス）とする。

北海道
北見市北海道
北見市山形県
庄内町福島県
郡山市茨城県
舞台町栃木県
下野市千葉県
銚子市東京都
あきる野市大阪府
島本町広島県
府中山口県
萩市徳島県
東みよし町福岡県
添田町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利

2

事業実施内容

a フィールドワークによる地域資源の深掘

県内在住ベトナム人が、これまでの事業成果「地域の魅力と課題」を外国人目線で編集。逢瀬公園感謝祭での伝統芸能披露や勝音寺でのベトナム人イベント開催などで地域に関わった。

b 地域体制の強化

事業を通じて知り合った人材や取組をつなげることで、新たな魅力を創出した。個別イベントの連携による逢瀬公園感謝祭や、地域イベントへの類似地域製品の出品により交流を図った。

c 地域資源のデータベース化

これまでの活動で見出された地域資源等を逢瀬町住民が共有できるツールを作成。昨年度整理されたデータベースを令和4年度事業により得られる情報をもとにアップデートした。



ベトナム人調査員による
フィールドワーク



ワークショップ

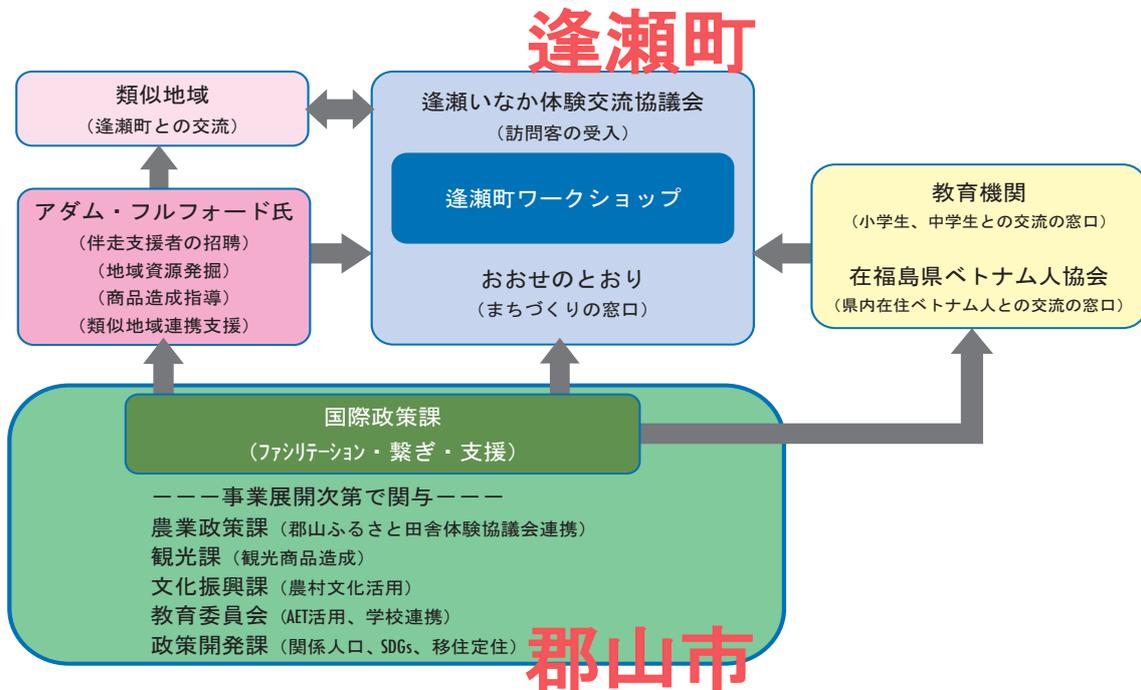


ベトナム人によるイベント開催

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

文化スポーツ部国際政策課を窓口として、地域づくりを担う各種団体、事業者、他市町村との連携体制を構築して、事業を実施する。

b 外部専門家の役割

外部専門家は、事業全体を通してのファシリテーションや収集したデータの整理・編集・共有、実施事業の伴走支援（伴走支援者の選任・招聘）を実施する。

「フィールドワークによる地域資源の深掘」においては、フィールドワークの企画と実施を行う。

また、「地域体制の強化」においては、プレゼンテーションイベント及びワーキングセッションの企画・実施、類似地域との交流・連携のコーディネートを実施する。



フィールドワークの支援

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
6月	27日	逢瀬いなか体験交流協議会総会
	28日	地元説明・意見交換会（事業概要・意見交換）
	30日	アンケート（各地域団体の活動内容・アイデア）
8月	9日	関係者会議（商品開発）
	16～17日	現地視察（インターナショナルスクール関係者）
	28日	関係者会議（在住ベトナム人による事業展開）
9月	5日	関係者会議（逢瀬公園感謝祭）
	9日	ワーキングセッション（インターナショナルスクール受入）
	9～10日	現地視察（ふるさと財団・伴走支援候補者）
	11日	ベトナム人交流イベント（MBA サマースクールパイロット版）
	15日	関係者会議（逢瀬公園感謝祭）
	25日	関係者会議（逢瀬公園感謝祭）
10月	16日	逢瀬公園感謝祭
	24日	現地視察（ワーケーションの可能性）
11月	6日	ベトナム人交流イベント
	10日	関係者会議（ワーケーションの可能性）
	17日	関係者会議（商品開発）
	18～19日	インターナショナルスクール受入
12月	4日	クリスマスマーケット
	9日	関係者会議（外国人研修員の受入）
	11日	逢瀬公園ページェント
	20日	関係者会議（外国人研修員の受入）
1月	26日	ふるさと財団報告会

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



地元説明・意見交換会



ベトナム人交流イベント



逢瀬公園感謝祭

5 主な成果

a フィールドワークにより地域資源の深掘

県内在住ベトナム人を中心とした以下の取組により、これまでの事業成果「地域の魅力と課題」を外国人目線で編集し、新たな事業や魅力創出につなげることができた。

・在住ベトナム人コミュニティに、地域での役割をもたせベトナム人交流イベント等を開催。（県

外在住外国人への現地案内、勝音寺での清掃活動、逢瀬公園感謝祭での伝統芸能披露、逢瀬の風クリスマスマーケットでの受託販売)

- ・地域資源を活用した MBA サマースクール受入の可能性を模索するため、パイロット版を実施した。

東京都市大学・古川柳蔵先生の「44の失われつつある暮らしの価値」

44の失われつつある暮らしの価値

知恵・底力を引き出す生活ぶり

01 自然に寄り添って暮らす 02 自然を活かす知恵 03 山、川、海から得る食材 04 食の基本は自給自足 05 手間隙かけてつくる保存食 06 質素な毎日の食事 07 ハシの日はごちそう 08 野山で遊びまわける 09 水を巧みに利用する (水を使い分ける。水を確保する) 10 燃料は近くの山や林から 11 家の中心に火がある 12 自然物に手をあわせる 13 庭の木が暮らしを支える 14 暮らしを映す家のかたち	15 一年分を備蓄する 16 何でも手作りする 17 直しながらいいに使う 18 最後の最後まで使う 19 工夫を重ねる 20 身近に生きものがある 21 暮らしの中に歌がある 22 助け合うくみ 23 分け合う気持ち 24 つきあいの楽しみ 25 人をもてなす 26 出合いの場がある 27 祭りとの楽しみ 28 行事を守る 29 身近な生と死	30 大ぜいで暮らす 31 家族を思いやる 32 みんなが役割を持つ 33 子どもも働く 34 ともに暮らしながら伝える 35 いくつもの生業を持つ 36 お金を介さないやりとり 37 町と村のつながり 38 小さな店、町場のにぎわい 39 振り売り、置り売り 40 どこまでも歩く 41 ささやかな貧乏 42 ちょっといい話 43 ちよつといいあんばい 44 生かされて生きる
--	---	---



古川先生
のお話し



SDGs・ESG・CSVより遥かに優れています！

44の失われつつある暮らしの価値

- ・地域に残る「農村生活文化」や、東京都市大学の古川柳蔵教授が提唱する「44の失われつつある暮らしの価値」を活用し、商品開発の一環で新たにインターナショナルスクールの受入を開始した。(令和5年3月、5月、6月に再来訪が決定している。)
- ・各種受入の経験から逢瀬町版「44の失われつつある暮らしの価値」を編集し、地域の魅力と課題を具現化した。



MBA サマースクール
パイロット版



インターナショナルスクールの受入

b 地域体制の強化

以下の事業を通じて知り合った人材や取組をつなげることで、新たな魅力を創出することができた。

- ・個々に活動していた地域関係団体が連携し、既存イベント「逢瀬公園感謝祭」を開催。(逢瀬の風実行委員会、安積アルプス出逢いプロジェクト、在住ベトナム人コミュニティ等)
- ・既存イベント「逢瀬公園感謝祭」に、新たに国際交流をイベントの柱の一つとして実施。(海外料理の販売、技能実習生による屋台販売、海外伝統芸能の披露、海外の遊び体験)
- ・既存イベント「逢瀬の風クリスマスマーケット」に、事業関連で出店。(以前から交流のある山形県飯豊町中津川地区の商品販売、在住ベトナム人が地元干柿販売)



クリスマスマーケット



クリスマスマーケット

- 北海道 寿町
- 北海道 北厚別町
- 北海道 北見市
- 山形県 山形市
- 山形県 庄内町
- 福島県 郡山市
- 茨城県 舞田町
- 栃木県 下野市
- 千葉県 銚子市
- 東京都 あきる野市
- 大阪府 島本町
- 広島県 府中
- 山口県 萩市
- 徳島県 東みよし町
- 福岡県 添田町
- 福岡県 大刀洗町
- 長崎県 波佐見町
- 鹿児島県 南大隅町
- 鹿児島県 鹿嶋町
- 鹿児島県 北利根町

C 地域資源のデータベース化

これまでの活動で見出された地域資源等を逢瀬町住民が共有できるツールを作成した。また、昨年度整理されたデータベースを令和4年度事業により得られる情報をもとにアップデートを行った。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

① 地域資源を活用したビジネスモデルの創出

外国人目線で深掘された地域資源を活用し、商品や取組を磨き上げ、自走化に向けたビジネスモデルを創出する。

商品開発の視点で、インターナショナルスクールやMBAサマースクール等の受入を継続させるためには、英語で対応できる人材の発掘や、受付から支払いまでの受入環境の整備などの課題があることから、次年度は各種取組を通して地域内外の新たな連携を通してそれらの課題を解決していく。

② 地域体制の強化

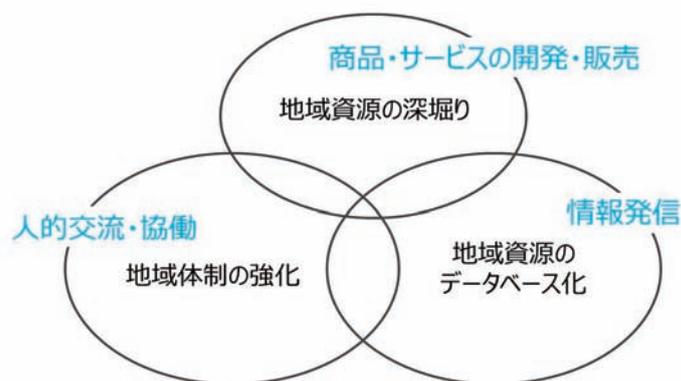
各種取組（既存、新規）を通して、地域にかかわる人材、資源、データ活用等の認識と連携の創出を図る。これにより、地域全体での関連事業を支える素地を整え、持続性を強める。

事業の具体化が進むにつれ、関わる人たちも限定される傾向があることから、地域資源のデータベース活用などによる関係者間での情報共有に今後力を入れ、事業の方向性と関係者の意向との調和を図り地域ネットワークの継続性を担保していく。

③ 地域資源のデータベース化

地域資源データベースのツールやコンテンツなどはこれまでの事業で整理され、保存するデータも順調に蓄積されているが、地域関係者による活用がうまく軌道にのっていない。

関係者間での情報共有の場として今後重要性が増すことから、アップデートする動きも情報共有の機会と捉え、既存の情報媒体を活かすなど担い手や活用方法など見える化することで少しずつ利用者を広げていく。



事業イメージ

7 外部専門家コメント



「44の価値」で AX を追求する

フルフォードエンタープライズ
CEO アダム・フルフォード

一連の事業を通じて、福島県に住むベトナム人に注目した活動を推進してきました。日本全国の地方において、慢性的な人手不足が続いている中、東南アジアの若者に、「日本企業は働きやすい」「日本は住みやすい」と思ってもらい、心地よく日本の現地の生活に溶け込んでもらうことが必須だからです。

初年度に、福島に住む3人のベトナム人に、調査員としてプロジェクトに参画してもらい、まずは郡山市の中心部から離れた逢瀬町のコミュニティで、日本人の日常生活のさまざまな側面を体験してもらってきました。

今年度は、より主体的な関わりを持ってもらえる将来像を念頭に、逢瀬町のコミュニティと交流を持ってもらいました。

具体的には、地元で落ち葉の片付けを手伝ったり、地元の人たちと一緒に食事を作って皆で楽しんだりしてもらいました。この食事会をきっかけに、ベトナム人の一人は12月に開催されたクリスマスマーケットで、逢瀬町の人々が作った干し柿の販売にも挑戦しました。

また、9月には、同志社大学大学院のベトナム人留学生2名に対して、県内に住むベトナム人調査員が逢瀬町を案内しました。同志社大学の留学生は、ビジネスを学ぶため来日し、夏休み期間を利用して日本の語学や文化を体験する「MBA サマースクール」の一環で逢瀬町を訪れました。今回のサマースクールの目的は、来日したベトナム人が将来、日本企業に就職する際に、日本社会の伝統的な生活様式や期待される日本文化をよりよく理解することにあります。

このような活動を通じて、日本の伝統文化を活性化し、言語化する上で重要なリソースとなったのが、東京都市大学の古川柳蔵教授が提唱する「44の失われつつある暮らしの価値」です。これは、「自然と寄り添って暮らす」や「直しながら丁寧に使う」など、持続可能で心豊かな暮らし方を維持するための日本古来の生活文化で、地域に残るこの価値が逢瀬町の魅力であることに気づかされました。

このことから「逢瀬町版44の価値」を、逢瀬町の伝統的な暮らしを知っている人々が参加するワークショップで事前に作成しました。そして、サマースクール期間中、ベトナム人メンバーの協力を得て、その内容をさらに深掘りして、参加者たちに伝統文化を伝えることができました。

これを受け11月には、東京のインターナショナルスクール（小学校）が逢瀬町へ農作業体験に訪れ、「逢瀬町版44の価値」が地域のアイデンティティを理解する上で重要な役割を果たしました。この訪問は大成功で、同校は今後4回、逢瀬町を訪問する予定です。

今後も「44の価値」は、地域とのコミュニケーションだけでなく、企業との関わりにおいても重要な役割を担っていくことでしょう。「44の価値」を活用した企業ワークショップは、企業自身の日本文化に対する意識を高め、将来的に外国人社員との関わりを深めるための土台となることが期待されます。

そのためには、DXと同様に、「アナログ」技術で世の中をより良いものにするAX（アナログトランスフォーメーション）を重要視する必要があると考えています。44の価値は、AXを開く鍵であり、地方で活動するすべての人にとって価値のある宝となるでしょう。

北海道

北海
道
釧路
市山形
県
山形
市福
島
県
郡
山
市茨
城
県
水
戸
市栃
木
県
宇
都
野
市千
葉
県
船
橋
市東
京
都
あ
きる
野
市大
阪
府
豊
本
市広
島
県
府
中
市山
口
県
萩
市徳
島
県
東
み
よ
市福
岡
県
添
田
町福
岡
県
大
刀
洗
町長
崎
県
波
佐
見
町鹿
児
島
県
南
大
門
町鹿
児
島
県
北
利
海
津
町

2-5 茨城県銚田市【産学官が連携した「まちの未来を創るチャレンジプロジェクト」】

事業概要

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

自治体概要

人口	47,287人 (住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日)
面積	207.60 km ²
人口密度	227.78人/km ²
標準財政規模	13,320,645千円 (令和2年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.47 (令和2年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	91.0% (令和2年度市町村別決算状況調)
担当課室	政策企画部 まちづくり推進課

取組概要

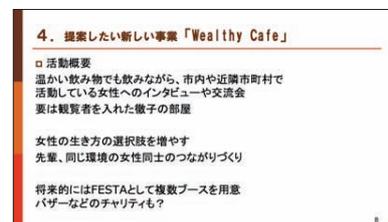
事業開始時点	外部専門家による支援	事業終了時点(成果)
<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域に気軽に集まれる場がない。 ■ 住民同士をつなぐコーディネーターがない。 ■ 育成する必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域プロデューサー養成講座の開催 ■ 外部講師による講義と活動計画の作成支援 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市民が自分のできることを活かした事業アイデア発表 ■ 中間支援組織の設立構想 ■ フューチャーセンター候補地確保



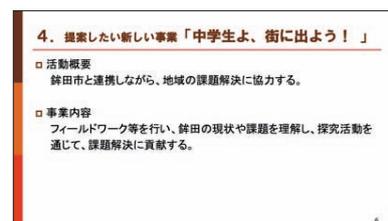
地域プロデューサー養成講座



養成講座様子



発表会での参加者による事業アイデア



1 事業の背景と目的

a 事業の背景

銚田市は、茨城県鹿行地域に位置し、平成17年10月11日に「旭村」と「銚田町」、「大洋村」が合併して誕生した、人口45,973人（令和2年度国勢調査）、面積207.60km²の農業の盛んな市である。

まちを代表する産業は、全国有数の産出額を誇る農業であり、合併以来、市町村別農業算出額（農林水産省発表）野菜部門で全国1位を継続している。しかしながら、少子高齢化や人口減少、空家の増加などによる地域の衰退が危惧されている。特に社会減の大きな要因となっている20～30歳代の若者の流出に歯止めをかけることが喫緊の課題であり、若者の定住を図るためには、まち全体で若者を応援する気風づくりや、若者が生きがいを持ってチャレンジできる環境づくりが重要になってくる。

銚田市では、平成30年度に地元学生による「まちづくりコンテスト」を開催し、地元の若者と首都圏の大学生が連携して農林業事業者や飲食店・小売事業者と活動できる企画アイデアの創出を実施し、令和元年度には地域課題も含めた資源を首都圏のビジネスパーソン向けにPR活動を実施した。令和2年度からは過去2年間で可視化した地域資源を活用し、産学官連携推進事業を構築し、銚田市をフィールドにSDGsを推進できる活動を行いたい都市部の企業と連携した実証事業を展開してきた。

これまでに整備してきた産官学連携の基盤を活用し、学校等と連携したふるさと教育の充実、大学や専門的なノウハウをもつ企業との連携による人の還流をつくり、地域で学び続けられる機会を増やすことで、社会の変化に対応できる人材を育成し、若者が“チャレンジ”、“起業”できるまちを目指すこととした。

b 事業の目的

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

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

北海道

北見市

山形県

山形市

福島県

福島市

茨城県

銚田市

栃木県

下野市

千葉県

銚子市

東京都

あきる野市

大阪府

葛本町

広島県

府中

山口県

萩市

徳島県

東みよし町

福岡県

添田町

福岡県

大刀洗町

長崎県

波佐見町

鹿児島県

南大隅町

鹿児島県

北利市

2 事業実施内容

a 農業者、商工業者を含むチームの設立

市内の生産者・商工業者と専門家でチームを結成し、「銚田の未来を創るチャレンジプロジェクト」の計画を中心に月1回の頻度でミーティングを開催し、プロジェクトのビジョンや目的、具体的な内容について協議する。

b 地域プロデューサー養成講座のプログラムの構築

銚田市をフィールドに地域資源を活用した事業を創出することを目的とした地域プロデューサー養成講座のプログラムの構築を行う。プログラムの設計や講師のアサイン、講義資料の作成、ワークショップツールの開発を行う。また、参加者の募集のための告知も実施する。

c 地域プロデューサー養成講座の実施

全5回（フィールドワーク含む）の講座の実施。参加者管理、講座のアーカイブ動画の作成、参加者同士の交流や繋がりをつくるためのオンラインコミュニティの運用、SNSでの情報発信などを行う。参加者の事業プラン構築の伴走支援も行う。

d 事業プラン発表会の開催

養成講座参加者の事業プランの発表を行う。発表会には銚田市と活動を行なっている企業にも連携を呼びかけ、参加者の取組とコラボレーションの可能性について協議する。

e 事業化支援

養成講座参加者の事業化支援を行う。銚田市をフィールドにした新たな事業構築に向けて、事業計画書の作成支援や実証実験推進支援、外部事業者との連携支援を行う。

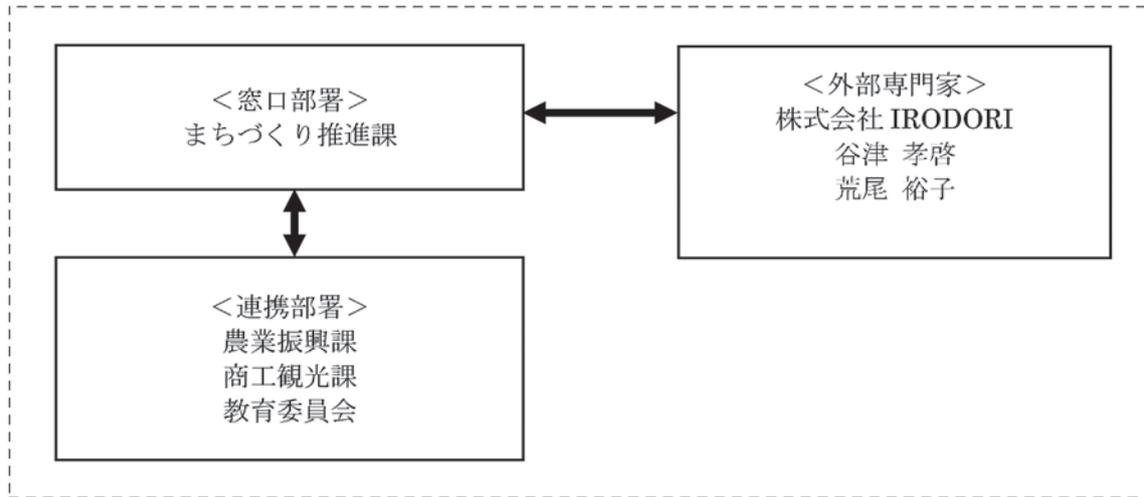
f 中間支援組織の設立準備と活動拠点の調査

銚田市における若者の活動拠点となるフューチャーセンターの開設に向けて施設の調査を行うと同時に、若者の伴走支援ができる中間支援組織の設立に向けて準備を行う。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

まちづくり推進課を窓口に、農業振興課、商工観光課、教育委員会などの庁内他部署と連携し、外部専門家の助言・指導を受けながら事業を推進する。

b 外部専門家の役割

2名の外部専門家を起用した。うち1名が、プロジェクト全体の設計・構築及びミーティングファシリテーションを担い、両者共同にて、地域プロデューサー養成講座の企画・設計・運営・事業化に向けた伴走支援を実施するとともに、フューチャーセンター設立に向けたコンセプト策定、中間支援組織立ち上げ支援を実施した。

北海道
北寿町北海道
北厚真町北海道
北業海山町山形県
庄内町福島県
郡山市茨城県
銚田市栃木県
下野市千葉県
銚子市東京都
あきる野市大阪府
島本町広島県
府中市山口県
萩市徳島県
東みよし町福岡県
添田町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利根町

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
7月	8日 27日	関係者キックオフ 地元学生（小中高生）向けワークショップ
8月	9日 15日 31日	関係者ミーティング（地域住民の可視化について） 関係者ミーティング_オンライン（地域住民の躍動について） 関係者ミーティング_現地（現状の活動についての報告）
9月	1日 2日 5日 8日 20~22日	フューチャーセンター候補地視察、観光物産協会ミーティング 地域プロデューサー養成講座講師アサイン mtg_ (荒川瑠美さん) 地域プロデューサー養成講座講師アサイン mtg_ (毛塚幹人さん) 連携企業ミーティング_オンライン（NEC プラットフォームズ） 現地調査、地域プロデューサー養成講座講師アサイン mtg_ (中川敬文さん)
10月	11日 12日 17日 25日 26日	地域プロデューサー養成講座 DAY1 開催 連携企業ミーティング（カゴメ） 連携企業ミーティング（NEC プラットフォームズ） 地域プロデューサー養成講座 DAY2 開催 フューチャーセンター候補地視察地域プロデューサー養成講座 DAY3 開催 地域住民インタビュー実施
11月	4日 14日 18日 23日 27日	地域プロデューサー養成講座 DAY4 開催 連携企業ミーティング（ルネサンス） 地域プロデューサー養成講座 DAY5 開催 養成講座参加者伴走支援ミーティング（4名） 養成講座参加者伴走支援ミーティング（2名）
12月	3日 8日 20日 21日	地域プロデューサー養成講座_発表会開催 養成講座参加者伴走支援ミーティング（1名） 第1回ワガママ会議開催 地域住民インタビュー実施
1月	16日 23日 26日	関係者ミーティング オンライン（現状の活動についての報告） 連携企業ミーティング（カゴメ） 地域再生マネージャー事業「マネージャー報告会」

d 事業プラン発表会の開催

12月3日に銚田市にある鹿島灘海浜公園で養成講座参加者6名による事業プランの発表会を開催した。参加者の多くは銚田市における地域課題の解決を切り口とした事業プランを発表しており、若者がUターンできる仕事づくり・受入態勢づくり、女性が気軽に集まり相談できる場作り、中学生による地域の大人と連携したまちづくりなど、講座で学んだエフェクチュエーションの概念を取り入れた発表となった。

e 事業化支援

養成講座参加者とは専門家と個別に事業化支援ミーティングを実施しており、連携企業である大企業と中学校の部活動とコラボレーションしたイノベーション部の構想ができていたり、女性が気軽に相談できる場作りに向けた構想を作成したり、食食材の街匠の会と連携した地元の若者が農業に挑戦しやすくなる仕組みづくりなど銚田市ならではの課題に対してアプローチできる事業の種が生まれてきている。

f 中間支援組織の設立準備と活動拠点の調査

中間支援組織の設立に向けて最重要となるのが地元で運営するメンバーの確保であるが、今回の地域プロデューサー養成講座の参加者が、自らの事業構想と中間支援組織の構想の方向性が重なるということで設立の検討に入っている。

活動拠点として検討しているのが鹿島灘海浜公園にあるスペースで、水回りも整っていることから「ほこたフューチャーセンター(仮)」の設立の第一候補となっている。さらに、市内でカフェ&コミュニティスペースが本年1月にオープンし、その場も利用しながら活動拠点を増やしていきたいと考えている。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

銚田市では、何か活動を開始したいと思っても気軽に相談できる人や場所が可視化されていないというのが大きな課題である。今年度の活動で地域プロデューサー養成講座の初年度に参加を表明してくれたアーリーアダプターの方々でさえ、市民同士でのつながりや連携がなく個々に動いてはいるものの活動がスケールしていない状況となっている。そこで、持続的発展へ向けた取り組みとして、市民同士をつないだり活動の支援を行い行政の政策と連携した価値創造を行う中間支援組織の設立と銚田市の未来を考え、話し合い、社会実装までを推進していく場所「フューチャーセンター」の立ち上げが大きな鍵となってくる。その上で、市民が活動の一步目を踏み出す土壌をつくることで匠の技を持つ農家との連携や都市部の大企業との連携に繋げていくことで、持続可能な活動が数多く生み出されてくると考える。

7 外部専門家コメント



日本で一番野菜をつくる街で起こす 新たな「人」の対流

株式会社 IRODORI 代表取締役 谷津孝啓

私が茨城県鉾田市と関わるきっかけとなったのは2018年に実施した県立鉾田第二高等学校の生徒たちが首都圏の大学に通う大学生たちと連携し、鉾田市のキーパーソンを取材し人的資源から地域の魅力発信を行い、高校生たちの視点で実現したい「まち」を発表する「街づくりコンテスト」の開催を行う事業です。高校生や大学生たちと共に地域で活動する方々の取材に行くと、圧倒的な熱量で鉾田市に対する愛情と自分の活動へのプライドを語ってくれる方々に頻繁に出会うことになり、この人的資源の豊富さは外から眺めてても分からず、実際に地域に入り込んで活動してみないと分からないと実感した記憶があります。とにかく自分の活動に対して真っ直ぐな方々が多く、野菜産出額日本一のエリアということで地域資源は野菜と単純に考えがちなところを、それを生産する人である人的資源が豊富にあるんだということに気付かされた機会になりました。

その後「地域課題は可視化し官民連携を通じて解決することが未来をつくることにつながる」という事業理念のもと、新しい官民連携を打ち出しカゴメ株式会社、Modis 株式会社、マイナビ農業、日本バレーボール指導者協会などと連携し鉾田市をフィールドに実証事業や活動を継続的に行ってきました。私たち IRODORI が開発したツール住民参加型政策策定カード「ローカル・ダイアログ」を通じて、これから実現していきたい鉾田市のビジョンや現状を可視化していくと、ほとんどの世代の方から新たに人とつながる機会がないことと、気軽に集まれる場がないという話が出てきました。実際に鉾田市の産業構造から見ると一次産業が圧倒的な割合を示しており、工場やオフィスといった集合して働く形態が乏しいことから、気軽に集まれるような場や人がつながるような文化が醸成されていないことが分かってきました。そこで、今回の地域再生マネージャーでは

- ① 地域プロデューサー養成講座を継続的に実施していく仕組みの構築
- ② 地域内外の方がつながり新たな挑戦を支援する中間支援組織の立ち上げ準備
- ③ 気軽に人が集い未来の鉾田市を考える場づくりのコンセプト作成

を目標に掲げて推進してきました。

成果に関しては報告書に記載しているとおりですが、今までに鉾田市にはなかったコーディネーター視点を持った人材が少しずつ育成されてきたことにより、今まで地域で活動してきたキーパーソンたちが新たなつながりを構築できたり、連携している外部の企業とコラボレーションできるようになったり、行政とも適切な連携ができたりと新しい活動が生み出される予感がしています。まさに夜明け前の状態ですね。

また、2023年1月には渴望されていた地域で人と人が気軽につながることのできるコミュニティスペース「ぱれっとらいふ」もオープンし、鉾田市の中心部に人が対流できる拠点が生まれました。ここを拠点に普段の生活の中で諦めていることや我慢していることを可視化し、挑戦していくための会議「ほこたワガママ会議」も12月から毎月開催されており、少しずつですが地域で挑戦する人の拠点になりつつあります。R5年度はこの活動をさらに継続しながら、若者が帰りたいと思う地域になるよう、多くの挑戦者を生み出していくことにつなげていきたいと考えています。

北海道

北海
道
釧路市山形
県
庄内市福島
県
郡山市茨城
県
鉾田市栃木
県
下野市千葉
県
銚子市東京
都
あきる野市大阪
府
葛本町広島
県
府中市山口
県
萩市徳島
県
東みよし町福岡
県
添田町福岡
県
大刀洗町長崎
県
波佐見町鹿児島
県
南大隅町鹿児島
県
北利根町

2-6 栃木県下野市【「東の飛鳥」による歴史文化を活かしたまちづくり事業～アフターコロナに向けて～】

事業概要

総事業費	5,812 千円
助成金額	3,846 千円
外部専門家	本田 勝之助 (本田屋本店有限会社 代表取締役社長) 小川 和 (SAS 合同会社 代表社員) 是永 聡 (POOL inc. クリエイティブディレクター、ブランディング専門家)

自治体概要

人口	60,202 人 (住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日)
面積	74.59 km ²
人口密度	807.11 人/km ²
標準財政規模	15,079,948 千円 (令和2年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.74 (令和2年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	85.1 % (令和2年度市町村別決算状況調)
担当課室	教育委員会事務局 文化財課

取組概要

事業開始時点

- 平成28年に「下野市歴史文化基本構想」を策定。平成31年に「下野市歴史的風致維持向上計画」策定、令和2年に「下野市文化財保存活用地域計画」を策定
- 「東の飛鳥」と名付けて商標登録を行い、普及啓発イベントの開催、グッズの企画・販売を実施。
- 子ども達の郷土愛醸成を育む普及啓発事業を実施

外部専門家による支援

- ①「東の飛鳥」を知る
 - ・バーチャルミュージアムでの発信
 - ・「東の飛鳥」コンセプト磨き上げ
 - ・ファッションコンテスト開催準備
- ②「東の飛鳥」に来る
 - ・東の飛鳥ツーリズム事業実施
 - ・ガイド研修会等の開催
- ③「東の飛鳥」で楽しく過ごす
 - ・レシピコンテスト入賞作品の商品化及び学校給食化
 - ・史跡公園の新たな活用方法検討

事業終了時点(成果)

- ①「東の飛鳥」を知る
 - ・キャッチコピーの完成
 - ・ファッションコンテスト開催
- ②「東の飛鳥」に来る
 - ・東の飛鳥シールラリー実施
 - ・ガイドショップの協力依頼の実施
- ③「東の飛鳥」で楽しく過ごす
 - ・レシピブックの作成
 - ・史跡公園を活用したまちづくりワークショップの実施



東の飛鳥口ゴマーク



キャッチコピーづくりワークショップ



東の飛鳥ファッションコンテスト

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

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

しかしながら、文化財を活用した地域づくりを進めていくなかで事業の効果が歴史ファンなど一部の人々に限られており、幅広い人々への効果的なPR方法の検討が必要ながことが判明したことから、令和2年度に本事業の外部専門家派遣（短期診断）に申請し、外部専門家よりこれまでの取組について提言いただいた。この結果、従来の発想に無い文化財や史跡公園・資料館の活用方法の検討と併せて、インナーブランディングの強化、コロナ時代を見据えた取組が課題であることが明らかになった。

短期診断で明らかになった課題の解決に向けて、インナーブランディングの強化によるファン層の拡大（関係人口の増加）を図り、事業の担い手となる人材の発掘及び育成と組織化を目的に、令和3年度の本事業への申請に至った。令和3年度事業では、専門家のアドバイスを受けながら、ホームページの更新業務、東の飛鳥ツーリズムモニターツアー、東の飛鳥レシピコンテンツを実施した。令和3年度事業を通じて、本市の文化財の有する「歴史的価値」は非常に高いが、歴史に関心が薄い人々の理解が得にくいことや、地域で活動する事業者やプレイヤーなど、地域づくりのコアになる人材は存在するが、さらなる人材の発掘が必要であることなどの課題が明らかになったところである。

b 事業の目的

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

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

北海道
北見市北海道
北見市山形県
庄内町福島県
郡山市茨城県
舞台市栃木県
下野市千葉県
銚子市東京都
あきる野市大阪府
葛城町広島県
府中山口県
萩市徳島県
東みよし町福岡県
添田町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
名瀬市

北利海

2

事業実施内容

a 「東の飛鳥」を知る

① 下野市のキャッチコピーづくりワークショップの実施

キャッチコピーづくりによって市の魅力のコンセプト整理を行い、市民の巻き込みを図る。

② 東の飛鳥ファッションコンテストの実施

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

b 「東の飛鳥」に来る

① 東の飛鳥シールラリーの実施

市内の文化財・飲食店等の周遊による観光収益の増加を目的としたツーリズムを実施する。旅行業法との関係に配慮し、シールラリーとして事業者へ委託して実施する。

② 東の飛鳥シールラリー実施に伴う飲食店（ガイドショップ）の協力依頼の実施

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

c 「東の飛鳥」で楽しく過ごす

① 東の飛鳥レシピコンテストレシピブックの作成

令和3年度実施事業の商品化に向けたレシピブックを作成する。

② 史跡公園を活用したまちづくりワークショップの実施

史跡公園の活用を目的として以下の事業を実施する。

- ・しもつけ燈桜会、エゴマ灯明の会の実施と会場設営ボランティアの募集
- ・土器づくりワークショップ
- ・色紙作りワークショップ



公園活用色紙づくり
ワークショップ



公園活用土器づくり
ワークショップ

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	25日	年間スケジュールの打ち合わせ・現地視察
5月	12日	年間の事業打ち合わせ（下野市役所）
6月	16日 24日 28日	「東の飛鳥」のブランディング手法の検討（下野市役所） 天平の丘公園におけるイベントの検討（聖武館） 事業打ち合わせ（下野市役所）
7月	8日 11日	事業打ち合わせ（下野市役所） 「東の飛鳥」のブランディングのためのキャッチコピーづくり市民WS①開催（しもつけ風土記の丘資料館）
8月	4日 9日 22日 27・28日 30日	エゴマ灯明の会打ち合わせ（下野市役所） エゴマ灯明の会打ち合わせ（下野市役所） しもつけ燈桜会打ち合わせ（下野市役所） しもつけ燈桜会・東の飛鳥ファッションショーの実施（天平の丘公園） 「東の飛鳥」のブランディングのためのキャッチコピーづくり市民WS②オンライン打ち合わせ
9月	2日 10日 13日 27日	エゴマ灯明の会打ち合わせ（歴史館） エゴマ灯明の会の開催 「東の飛鳥」のブランディングのためのキャッチコピーづくり市民WS②の開催 事業内容の検討（下野市役所）
10月	13日 28日	事業内容の検討（下野市役所） 東の飛鳥シールラリー打ち合わせ
11月	4日	R4年度・R5年度事業打ち合わせ（オンライン）
12月	24日 26日	東の飛鳥シールラリー 2022・2023の開催（～2月11日まで） R4年度・R5年度事業打ち合わせ、専門家・市長副市長ヒアリング
1月	14日 28日 26日	土器づくりワークショップ①開催 色紙作りワークショップの開催 事業報告会
2月	12日	土器づくりワークショップ②開催

5 主な成果

a 「東の飛鳥」を知る

① 下野市のキャッチコピーづくりワークショップ

市民と市の若手職員による WS によって、ブランディングのためのキャッチコピーが完成した。



ワークショップ

「1500年前からシモツケくらしウツツケ」

- ・東の飛鳥の頃（1500年前）からシモツケの中心として栄えた
- ・古来より災害が少なく、くらすのにウツツケの土地であった
- ・シモツケとウツツケの韻を踏んだ

キャッチコピー

② 東の飛鳥ファッションコンテスト

機織形埴輪や結城紬など本市の歴史文化に着想を得たファッションコンテスト・ファッションショーを実施。しもつけ燈桜会（後述）のオープニングイベントとしてファッションショーとコンテストの表彰式を開催し、若年～中年層の参加を得ることができた。



ファッションコンテスト

b 「東の飛鳥」に来る

東の飛鳥ツーリズムの一環としてシールラリーを実施した。シールラリーのポイントとして飲食店12店舗の協力を得ることができた。



シールラリーのチラシ

北海道

北 海 道 道 庁
北 海 道 道 庁
北 海 道 道 庁

山形県

福 島 県

茨 城 県

栃 木 県

千 葉 県

東 京 都

大 阪 府

広 島 県

山 口 県

徳 島 県

福 岡 県

福 岡 県

長 崎 県

鹿 児 島 県

鹿 児 島 県

北 海 道

C 「東の飛鳥」で楽しく過ごす

8月27日・28日に「しもつけ燈桜会」、9月10日に「エゴマ灯明の会」を開催した。8月末～9月上旬に集中して開催・周知することで相乗的に集客が図られ、来場者数がコロナ前の2倍へと増加した。来場者からは、「癒される」「こんなイベントがあるのを知らなかった」などの声があった。また、会場設営に参加したボランティアからは「来年も参加したい」などの声があった。



しもつけ燈桜会



エゴマ灯明の会

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

「市の魅力である「歴史的価値」を市民にわかりやすく翻訳するため手法」として、キャッチコピーづくりWSを開催した。市民と市役所若手職員の参加によって「東の飛鳥」のコンセプトテーマをわかりやすく伝えるフレーズを完成することができた。

今後は、キャッチコピーの活用に向け、庁内の組織を発足し、シティプロモーションに向けた具体的な取組について検討を行っていく。また、市民の巻き込みを図るための仕組みづくりについても検討を行うとともに、関係人口の創出に向けた具体的なPR活動についても積極的に検討していく。

「本事業の発展に向けた多くの市民を巻き込む仕組みづくり」として、史跡公園を活用した下野国分寺跡のしもつけ燈桜会と東の飛鳥ファッションコンテスト、下野薬師寺跡のエゴマ灯明の会を実施した。

周知方法や開催時期を工夫し、相乗的に集客を図った。その結果、来場者数がコロナ前の2倍へと増加しただけでなく、普段は文化財に接する機会が少ない層を集客することができた。

今後は、東の飛鳥ファッションコンテストの継続的な実施による公園の来客の増加、アフターコロナに向けた新たな目玉イベントとしてしもつけ燈桜会・エゴマ灯明の会の磨き上げが課題となる。また、来場者がイベントに参加する仕組みづくりによって、交流人口の増加を促し、ボランティアなど関係人口の増加へとつなげていく。

東の飛鳥ツーリズムについては、現在シールラリー実施に向けて準備中であるが、次年度に向けてルートの充実や協力店舗（ガイドショップ）の増加による観光収益の増強と事業の自走化が課題。また、アフターコロナに向けた観光集客の強化及び関係人口の創出のため県外へのPRについても検討が必要である。

7 外部専門家コメント



シビックプライド重視の観光戦略

本田屋本店有限公司 代表取締役 本田 勝之助

【下野市の事業方向性の概要と成果】

観光資源よりも暮らしの価値の高い下野市であることをこれまでのリサーチや地域関係者とのワークショップや協議を経て明確になった本事業。

東の飛鳥として文化財の価値をいかに観光においては交流人口よりも関係人口重視の施策が効果て出来あること、本地域の目指す経済効果等も踏まえるとそれをいかに移住定住・市民満足（シビックプライド向上）からの口コミ効果の方が、情報発信上効果があがるかという理解も回数を重ね、理解浸透することができました。

【下野市の課題とそれに対するアプローチ】

上記の認識合わせがない中で取組の方向性が定まらなかった課題は講演とワークショップ、関係者間での協議を重ねて行くことで実施でき理解促進という解決を図ることができました。

それを踏まえ、文化財としての古墳や資料館に側にある公園の利活用とセットで市民や来訪者（特にこれまで文化財に関心のなかった層）に興味をもってもらう取組を食を通じて、織機の土偶などの特徴を活かしたファッションという切り口に関して市民の興味喚起や創発の機会を作ってきました。

それにより、小さくとも市民参加型で開始されたことは意義のあることだと思います。次年度以降はその持続性を実現するための仕組みづくりやマネタイズなども考慮したアプローチをとっていきます。

【下野市のPR方法が市全体を上げて、市民参加型で実施できるという成果】

上記などの取組から、「しもつけ〇〇うってつけ」等のキャッチコピーが暮らしや産業、観光いずれにおいてもシティプロモーションになるというアイデアへのワクワク感と納得感から多くの関係者がそのPR法を実施していきたい。と役所のみならず民間事業者の方々もそう思い、一緒に取組もうとなったことは最大の成果です。ややもすると、観光と暮らしは別の政策事業となりがちな旧来型の地域振興方法ではなく、戦略的な取組を理解し、その進め方を見いだせたことは地域多しといえど、ホントに数少ないモデル地域になっていくことだと思います。

北海道

寿都町

北海

道

厚

北

山

形

県

庄

内

山

形

県

山

形

県

山

形

県

山

形

県

山

形

県

山

形

県

山

形

県

山

形

県

山

形

2-7 千葉県銚子市【銚子資産を活かした「学び」でつながる関係人口創出事業】

事業概要

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

自治体概要

人口	57,589 人 (住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日)
面積	84.20 km ²
人口密度	683.95 人/km ²
標準財政規模	14,748,118 千円 (令和2年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.62 (令和2年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	92.7 % (令和2年度市町村別決算状況調)
担当課室	企画財政課 企画室

取組概要

事業開始時点

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

外部専門家による支援

- 銚子資産活用体制構築
・ DMC 化に向けたロードマップ策定
・ パートナーシップ制度の検討・設計
- 「学び」プログラム開発
・ 銚子市内の「学び」関連の体験コンテンツの整理
・ 「学び」体験コンテンツの開発
- 銚子の「学び」情報発信強化
・ 銚子資産と「学び」コンテンツの訴求

事業終了時点(成果)

- 銚子資産活用協議会の強化
・ DMC 化に向けたロードマップ
・ 地域の民間プレイヤーと連携したワーキンググループづくり
・ パートナーシップ制度の設計
- 「学び」コンテンツ整理・開発
・ 「学び」関連体験コンテンツ情報の整理
・ 「学び」体験コンテンツの開発
- Web での情報発信、地域ブランディング



特徴的な歴史文化・自然資源



官民連携の事業推進体制



体験コンテンツの整理・開発

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

千葉県銚子市は、市域の三方を利根川と太平洋に囲まれ、沖合で黒潮と親潮が交わることで、夏冬の気温差が少ない温暖多湿の気候となり、江戸時代以降、地の利や気候が水産業や醤油醸造業などの産業の発展を支え続けている。この地形や風土、そして歴史を背景に、本市の歴史文化や自然を「地域の宝」として守り、伝えていこうという機運が市民の中で高まり、ジオパークや日本遺産などの各種文化的なプログラム認定を取得しながら、地域振興や観光振興につなげようとして取り組んでいる。そこで、本市は平成29年に「銚子市歴史文化基本構想」を策定、さらに令和2年に「銚子市文化財保存活用地域計画」を作成し、前述の活動とあわせて、地域の多様な主体者との連携・協働による文化財保護、ストーリーを活かした歴史文化観光による地域活性化を図っている。

本市は歴史文化・自然を生かした取組を積極的に展開しているが、急激な人口減少に直面しており、将来にわたって人口減少とともに地域経済の縮小を克服するために、本市の歴史文化・自然に基づく多種多様で豊富な地域資源を活かしながら、地域内の産業を活性化し、仕事を創り出す必要がある。その中で、ジオパークや日本遺産といったプログラムは、現在、官民協働で「協議会」を組織し、事業展開を行っているが、協議会は「話し合い」が主で、各事業は個別、散発的に行われているため、地域ブランディングや観光等の収益向上といった部分では十分ではなく、こうした状況を改善し、関係人口増加と地域経済への寄与といった成果を上げ、官民連携したより強力な推進体制の構築とその体制による事業展開に取り組み、若い世代が求める「しごとづくり」を第一目標として、併せて関連する「ひとづくり」「まちづくり」の施策を推進することで、地域資源が循環する銚子創生を目指しているところである。

b 事業の目的

地域資源が循環する銚子創生を目指す中で、「文化財を活かしたまちづくり」を推進し、①地域内外の人に対する地域の歴史文化・自然に関する情報発信と普及啓発、②文化財保護のための活動や文化財を活用した収益活動、③文化財保存活用を牽引する地域人材の見出しと育成、体制構築を柱として、官民が連携して、統合的に事業を推進するために、「銚子資産を活かした「学び」創出事業」を実施することとした。本事業は、拠点施設の整備を中心としたハード事業、地域の歴史文化・自然を活かした「学び」体験コンテンツ開発を中心としたソフト事業、「学び」を核としたブランディングと情報発信、これらを推進していくための体制づくりの4つから構成されている。このような取組を進めることで、市民のシビックプライドの涵養、さらに地域外の人々の銚子に対する関心を高め、移住増、関係人口増につなげていくことを目的としている。

北海道

北海
道
釧路
市山形
県
山形
市福島
県
郡山
市茨城
県
水戸
市栃木
県
宇都
野市千葉
県
銚子
市東京
都
あきる
野市大阪
府
島本
町広島
県
府中
市山口
県
萩市徳島
県
東みよし
町福岡
県
添田町福岡
県
大刀洗町長崎
県
波佐見町鹿児島
県
南大隅町鹿児島
県
北利根
町

2

事業実施内容

a 銚子資産活用体制構築事業

将来、歴史文化・自然を活かした「学び」ツーリズム等による収益を財源の一部として、自走し、地域におけるけん引役として協議会のDMC化を見据えて、専門家の支援を得ながら、協議会の現状と課題の整理、活動への民間の巻き込みを目的とした地域プレイヤーの見出しや意見交換等を参考に、パートナーシップ制度の設計を行い、DMC化へのロードマップを策定する。

現在、市域内で活動しているジオパークガイドや文化財ガイド、外川地区を中心に観光等まちづくり活動を行う若手グループ、市西部地域で活動している市民団体等と本事業の構想を共有し、意見交換を実施した。さらに、文化財・ジオパーク室で地域活動を行っている地域プレイヤーの見出しや連携の在り方を議論する。

b 「学び」プログラム開発事業

本プログラムの活用資源としての銚子資産に関連した「学び」に活用できる（している）体験コンテンツの情報を収集・整理し、それらを活用した方向性の検討・戦略策定を実施する。歴史文化・自然に関連した伝統工芸、郷土芸能、まち歩き、食、産業、ジオパークに関連したコンテンツの整理を行い、約60のコンテンツを収集し、リストアップする。

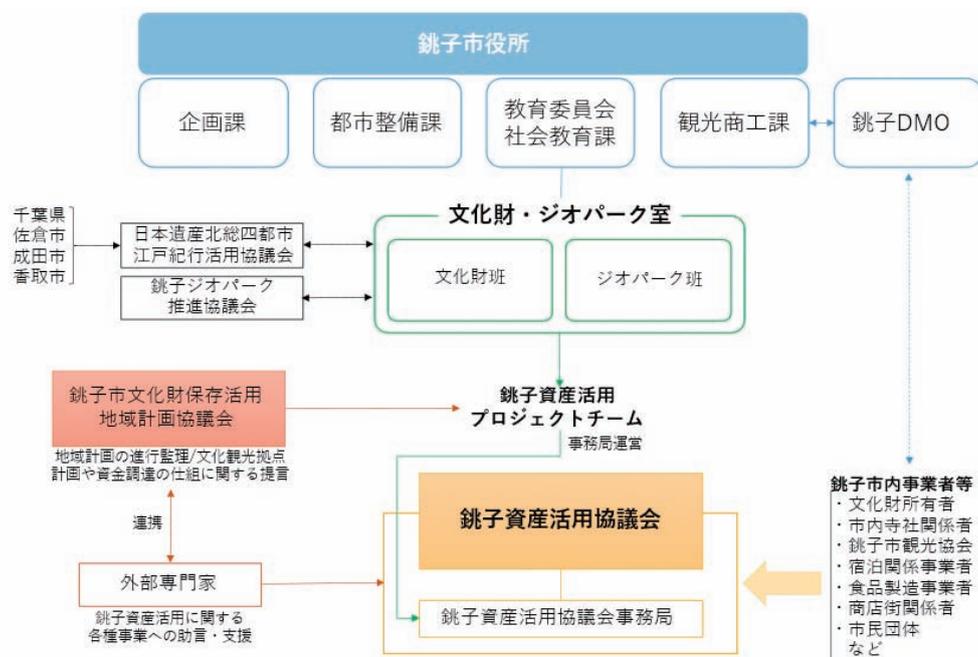
c 銚子の「学び」情報発信強化事業

「学び」プログラム開発事業において情報収集、整理したコンテンツ情報のHP等への掲載やブランディングの方向性の整理を行い、既存で掲載されている銚子資産に加えて、体験コンテンツに関連した地域資源の掘り起こしを行う。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

銚子市教育委員会社会教育課文化財・ジオパーク室が中心となり、銚子市企画課、観光商工課、都市整備課と連携し、いずれも銚子資産活用協議会に参画し、既に横断的な銚子資産の活用に取り組んでいる。

b 外部専門家の役割

- 本事業での外部専門家の役割は下記のとおりである。
- ① **銚子資産活用体制構築事業**
地域プレイヤー見出し、DMC化に至るロードマップ策定、パートナーシップ制度の設計・構築に関する助言・支援を実施する。
 - ② **「学び」プログラム開発事業**
ニーズ調査、「学び」体験コンテンツ開発、「銚子資産アカデミー(仮)」プログラム検討に関する助言・支援を実施する。
 - ③ **銚子の「学び」情報発信強化事業**
銚子資産コンテンツの追加掲載支援、ブランディング議論のファシリテーション、ランディングページ制作に関する助言を実施する。

北海道
寿都町

北海道
北厚別町
北厚別町
北厚別町

山形県
庄内町

福島県
郡山市

茨城県
舞田町

栃木県
下野市

千葉県
銚子市
あきる野市

東京都
あきる野市

大阪府
島本町

広島県
府中町

山口県
萩市

徳島県
東みよし町

福岡県
添田町

福岡県
大刀洗町

長崎県
波佐見町

鹿児島県
南大隅町

鹿児島県
鹿野町
鹿野町
鹿野町

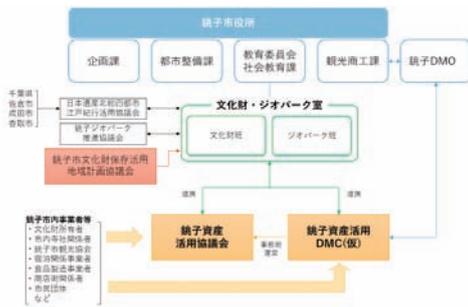
4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	7～8日 27日	地域視察、地域プレイヤーとのミーティング実施 関係者との今年度方針共有・検討 コンテンツ情報収集に関する打ち合わせ
5月	16日 25日	体制・制度設計に関する打ち合わせ 地元ワークショップ（地域資源情報収集・整理）
6月	22日	事業進捗に関する打ち合わせ（コンテンツ、体制・制度設計）
7月	14～15日	地域視察、地域プレイヤーとのミーティング実施 事業進捗に関する打ち合わせ（コンテンツ、体制・制度設計）
8月	2日 24～25日 31日	情報発信に関する打ち合わせ ふるさと財団視察・意見交換 事業進捗に関する打ち合わせ（コンテンツ、体制・制度設計）
9月	9日	地域プレイヤーとのミーティング実施
10月	5日 20日	事業進捗に関する打ち合わせ（コンテンツ、体制・制度設計） 情報発信に関する打ち合わせ
11月	2日 18日	事業進捗に関する打ち合わせ（コンテンツ、体制・制度設計） 情報発信に関する打ち合わせ
12月	2日 9日	地域プレイヤーとのミーティング実施 事業進捗に関する打ち合わせ（コンテンツ、体制・制度設計）
1月	13日 26日	事業進捗に関する打ち合わせ（コンテンツ、体制・制度設計） ふるさと財団マネージャー報告会
2月	1～6日 10日	実績報告書作成 実績報告書提出

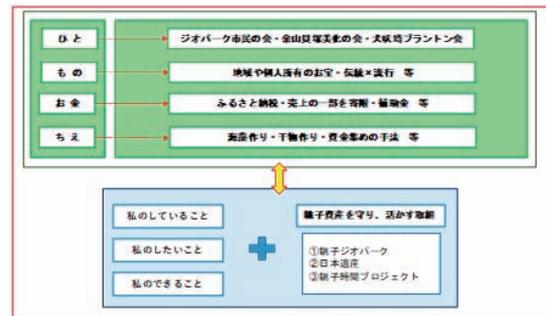
5 主な成果

a 銚子資産活用体制構築事業

DMC化を目指すにあたり、地域で「学び」に関連した観光事業、教育旅行等に取り組むプレイヤーなどの見出しと接点作りを行い、彼らとの協業体制を構築。体験コンテンツ開発や情報発信などの事業においても連携を図っていく方向が確認できた。この中で、数年後のDMC化を踏まえた体制構想の共有を行い、DMC化までのロードマップの検討・策定を行った。また、パートナーシップ制度の検討し、設計した。



行政と民間、協議会とDMCの連携体制



パートナーシップ制度のイメージ

b 「学び」プログラム開発事業

従来の文化財・ジオパーク室はその活動から、ガイドや文化財所有者等との連携が強く、その土台を活かしつつ、さらに体験コンテンツを開発・運営できる地域の中でまちづくり活動をおこなっているプレイヤーとの接点を作ることができ、そこからコンテンツ情報を収集できた。約60のコンテンツがあり、様々なバリエーションの教育旅行や「学び」旅のプログラムづくりが期待できる。一部、地域プレイヤーとともに「学び」の視点を加え、ブラッシュアップした体験コンテンツを提供した。また、地域プレイヤー側からも積極的に内容についての提案が上がってきた。

東部地域連携プロジェクト開発	西部地域連携プロジェクト開発
1 ●伊豆山ジオパークづくり	23 ●体験型観光ツアー開発
2 ●伊豆山ジオパークづくり	24 ●体験型観光ツアー開発
3 ●伊豆山ジオパークづくり	25 ●体験型観光ツアー開発
4 ●伊豆山ジオパークづくり	26 ●体験型観光ツアー開発
5 ●伊豆山ジオパークづくり	27 ●体験型観光ツアー開発
6 ●伊豆山ジオパークづくり	28 ●体験型観光ツアー開発
7 ●伊豆山ジオパークづくり	29 ●体験型観光ツアー開発
8 ●伊豆山ジオパークづくり	30 ●体験型観光ツアー開発
9 ●伊豆山ジオパークづくり	31 ●体験型観光ツアー開発
10 ●伊豆山ジオパークづくり	32 ●体験型観光ツアー開発
11 ●伊豆山ジオパークづくり	33 ●体験型観光ツアー開発
12 ●伊豆山ジオパークづくり	34 ●体験型観光ツアー開発
13 ●伊豆山ジオパークづくり	35 ●体験型観光ツアー開発
14 ●伊豆山ジオパークづくり	36 ●体験型観光ツアー開発
15 ●伊豆山ジオパークづくり	37 ●体験型観光ツアー開発
16 ●伊豆山ジオパークづくり	38 ●体験型観光ツアー開発
17 ●伊豆山ジオパークづくり	39 ●体験型観光ツアー開発
18 ●伊豆山ジオパークづくり	40 ●体験型観光ツアー開発
19 ●伊豆山ジオパークづくり	41 ●体験型観光ツアー開発
20 ●伊豆山ジオパークづくり	42 ●体験型観光ツアー開発
21 ●伊豆山ジオパークづくり	43 ●体験型観光ツアー開発
22 ●伊豆山ジオパークづくり	44 ●体験型観光ツアー開発

体験コンテンツの情報把握（一部）

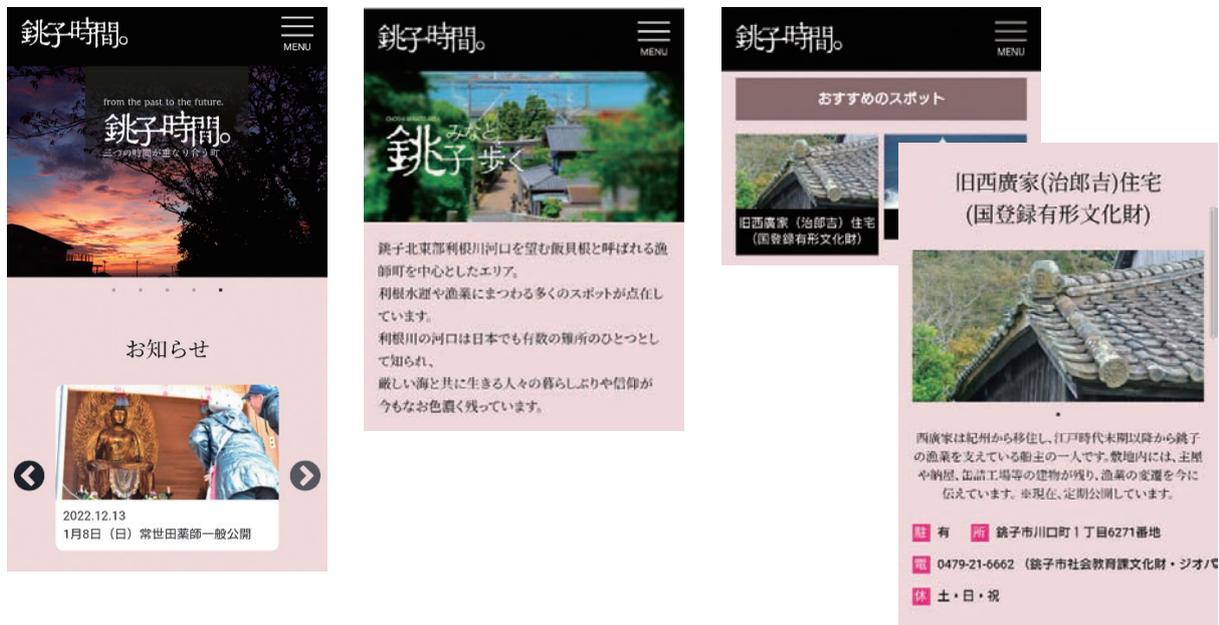


体験コンテンツの開発（叶結び体験）

- 北海道 道庁
- 北海道 道庁
- 北海道 道庁
- 山形県 県庁
- 山形県 市
- 福島県 市
- 茨城県 市
- 栃木県 市
- 千葉県 市
- 千葉県 市
- 東京都 市
- 東京都 市
- 大阪府 市
- 広島県 市
- 山口県 市
- 徳島県 市
- 福岡県 市
- 福岡県 市
- 長崎県 市
- 鹿児島県 市
- 鹿児島県 市
- 鹿児島県 市

C 銚子の「学び」情報発信強化事業

「銚子時間」上でのコンテンツの拡充を図った。



銚子資産活用協議会 HP「銚子時間」及び Instagram を活用した情報発信の強化

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

① 銚子資産活用体制構築事業

銚子市においても観光領域では既存組織があり、専門性が高いゆえに上手く活用に至っていない。本事業で扱う「学び」にフォーカスした観光を実現するため、機動力と実効性のある組織作りに向けた体制デザインとプレイヤーの見出し・育成の強化がカギとなる。

② 「学び」プログラム開発事業

収集したコンテンツに関する地域内外でのニーズについては、歴史・文化資源の活用の文脈で有効であることを改めて確認するとともに、種類・内容の選定にあたっては、より銚子の強みを活用したアクティビティであることが有効と理解でき、今後、それらの資源の訴求を強めていく。

③ 銚子の「学び」情報発信強化事業

既存サイトである「銚子時間」のブラッシュアップ、銚子資産全体（特に日本遺産とジオパーク）のストーリーの再整理を図り、コミュニケーション媒体（HP、SNS、紙媒体）の連携やターゲットごとの使い分けなど、活用を視野にいれた再編成を進めていくことが重要となる。

7 外部専門家コメント



市民が地域の歴史・文化資源を活かす！ 地域プレイヤーを巻き込む体制づくり

SAS 合同会社 代表社員 小川 和

取組みの背景と事業概要

千葉県銚子市は、市域の三方を利根川と太平洋に囲まれ、沖合で黒潮と親潮が交わることで、夏冬の気温差が少ない温暖多湿の気候となり、江戸時代以降、地の利や気候が水産業や醤油醸造業などの産業の発展を支え続けてきました。

銚子市ではこうした地形や風土、歴史的特徴を背景に、ジオパークや日本遺産などの各種プログラムの認定を得ながら、歴史・文化資源を活用した、観光を柱とした地域活性化活動を展開しています。これら活動は地域で展開される他の地域活性化事業同様、関係人口増加と地域経済活性化を目標としています。

近年、地域における体験と住民との交流、地域文化の理解を観光の目的とする傾向があります。本事業を提起するにあたり、銚子市と外部専門家で議論し、首都圏に立地する地の利と歴史・文化資源の豊富さを活かした、地域の歴史・文化の「学び」を観光活用の柱とする戦略を策定、本事業はこうした取組みのソフトの核を担う事業として、以下の3点の取組みを行うこととしました。

- ・「学び」ツーリズムを推進していくための体制づくり
- ・「学び」ツーリズムのコンテンツづくり
- ・「学び」ツーリズムの情報発信

課題、及びそれに対するアプローチ

銚子市におけるジオパークや日本遺産などのプログラムは現在、官民協働で協議会を組織していますが、協議会は「話し合い」が主で事業展開ができておらず、地域ブランディングや観光等の収益化が見通せていないという課題がありました。

こうした状況を改善し、関係人口増加と地域経済への寄与といった成果を上げるために、官民連携した推進体制の構築とその体制による事業展開を本事業の主要な目標としております。そのために、以下の2点の施策を企画し、推進しています。

- ・パートナーシップ制度等、地域民間プレイヤーを巻き込む仕掛けづくり
- ・「学び」ツーリズムの企画・推進をけん引するための組織づくり

取組を通じて得られた成果と今後の展望

上記の体制づくりにおいて、本年度は制度設計と地域プレイヤーとの意見交換に力を入れてきましたが、その成果として、制度の骨格作りとともに、本事業で参画・協業が期待できる地域プレイヤー候補多数を見出すことができました。従来から関係の強かったガイド人材との連携に加え、農業や醸造関連、宿泊の事業者、まちづくり活動をしている団体など、多様な主体との意思疎通を通じ本事業についての理解を深めて頂きました。その結果、そのなかの一部から本事業に参画、協業していく意向を得、今後の具体施策展開や「学び」ツーリズム推進全般において共に進めていくこととなりました。

計画では3年目にけん引役組織をDMC化することとしていますが、次年度ならびに3年目においては協業意向のある地域プレイヤーとの協働事業展開を積み上げていくことによって、実効性のある事業になることが期待されます。

北海道
寿都町北海道
北見市
北見市
山形県
庄内町山形県
庄内町福島県
郡山市茨城県
舞田町栃木県
下野市千葉県
銚子市東京都
あきる野市大阪府
島本町広島県
府中市山口県
萩市徳島県
東みよし町福岡県
添田町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
名瀬市
北利市

2-8 東京都あきる野市【東京五日市せせらぎ暮らしプロジェクト ～持続可能な地域活性化に向けた新たな仕組み創出への伴走支援～】

事業概要

総事業費	5,000 千円
助成金額	3,333 千円
外部専門家	國廣 純子 (タウンマネージャー、都市研究室 hclab. 主宰)

自治体概要

人	□	80,112 人 (住民基本台帳登録人口：令和 4 年 1 月 1 日)
面	積	73.47 km ²
人	□	密度 1,090.40 人/km ²
標	準	財政規模 17,047,657 千円 (令和 2 年度市町村別決算状況調)
財	政	力指数 0.72 (令和 2 年度市町村別決算状況調)
経	常	収支比率 97.5 % (令和 2 年度市町村別決算状況調)
担	当	課室 環境経済部 商工振興課

取組概要

事業開始時点

- 五日市まちづくり協議会 (以下、協議会という。) の設立起案及び準備推進の段階

昨年度から準備を進めてきた協議会の設立へ向けて、協議会参加への個別訪問によるヒアリングと打診、協議会設立説明会への出席に係る関係者調整などを並行しつつ、五日市活性化戦略委員会 (以下、活性化委員会という。) の各事業メンバーとの連携を密にする。

外部専門家による支援

- 協議会の設立具体化、運営システムの検討と具体化

昨年度までに育成してきた活性化委員会における人材について、よりチームで活動するための機動性を高め、協議会と連動して事業執行機関となるよう再位置付けの調整をしながら、地域のまちづくりを牽引する民間主導の合意形成主体を結成。

事業終了時点 (成果)

- 協議会の各事業検討のためのワーキンググループ設置と運営

協議会で定めた主要検討事業ごとに設置したワーキンググループの会議体設置及び事業ヒアリングなどを並行し、来年度春の協議会での報告、市長への意見書提出へ向けた具体的な調整を推進。会議体を設置し、具体的な事業を実際に動かす局面へ。



設立総会までの情報共有を目的として発行した準備通信号 (2回編集発行：9月～10月)



五日市まちづくり協議会設立総会 (令和 4 年 11 月 16 日)



協議会の議事概要などの公表用に新設された WEB サイト

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

あきる野市は、東京都の西部に位置し、緑豊かな山々や秋川渓谷、秋留台地に広がる農地など、美しい自然やのどかな田園風景を有し、貴重な動植物が多く生息している自然豊かな地域である。本事業の対象地域である五日市地区においては、JR 武蔵五日市駅前から小中野交差点までの檜原街道沿い約1.8kmに展開する住宅密接型の商店街があり、かつては木材や炭を江戸へ運ぶことで栄えた街として市街地を形成している。

しかしながら、流通や購買形態の多様化、経営者の高齢化や後継者不足などにより、商店街の店舗数は最盛期には86店舗あったものが39店舗にまで減少し、空き店舗の増加に伴う商店街組織・活動の衰退が課題となっている。

この課題解決のため、令和3年度から地域再生マネージャー事業（外部専門家派遣）を活用した商店街の再生に取り組んでいる。令和3年度においては、五日市の市街地が再生に向かうための商業・居住に関する環境整備、にぎわいの創出、人材育成など、個別の事業を行いながら、ハード面及びソフト面における市街地課題については、整理がほぼ完了し、その中から、様々な市街地における課題やその優先順位も明確化しつつある。

b 事業の目的

具体化が可能な時間軸とともに地域再生を推進していくには、これまでのような、有志によるプロジェクト推進だけでは、合意形成の面で推進力に限界が出てきている。地域としてどのように財源を確保し、主体を定めて事業を行い、その中で人材を育成し、効果的な事業として連携を進めていくのか、新しい一歩へ踏み出していく必要性が高まっていることから、外部専門家を招聘し、地域の合意形成の新しい会議体づくりを目指すこととなった。

新たな合意形成の会議体づくりは、当該地域の大きな3つの課題（駅前活用、市街地駐車場確保対策、ひろば活用）解決を目的とする。ここでは民間主体の発案をまとめ、議事概要はホームページ等を通じて公表し、市へ意見書を提出する形をとり、特定の地域活動者だけで推進しきれない課題の解決を目指す。また、昨年より改革支援をしてきた活性化委員会を、協議会方針と連動する形での「事業を行う組織」として位置付け、メンバーが醸成してきた自主性やチームワークを機動的なまちづくりの仕組みの中で活かすことも目指す。

北海道
北 道 町北海道
北 道 町山形県
山 形 市福島県
郡 山 市茨城県
舞 子 市栃木県
下 野 市千葉県
銚 子 市東京都
あきる野市大阪府
島 本 町広島県
府 中 市山口県
萩 市徳島県
東みよし町福岡県
添 田 町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北 市鹿児島県
北 市

2

事業実施内容

a 空き店舗・空き家対策事業及び情報発信

地域内の空き店舗・空き家対策事業は、これまで専門家と地域関係者が協同実施してきた一連の事業プロセスの自立化を推進する。具体的には、空き物件の物件所有者へ直接コンタクトをしての調査や賃貸提供に向けた物件交渉、地元の不動産会社の協力や連携推進、見学会の実施や物件所有者とのマッチング、創業相談につなげるまでの総合的支援の手法を地域関係者が中心となって自力で実施できるようなノウハウの集積と体制の確立を図る。

まちづくりに特化した地域への情報発信事業は、まちづくり通信の編集や配達をつとめる地域のメンバーの業務分担に配慮し、新たな人材を発掘・登用し、負担を軽減するよう関係者調整を図る。令和3年度に引き続き、自発的かつ継続的に情報発信できるチーム維持を目標としつつ、臨機応変な対応ができるようにする。

どちらの事業についても、主体的に動き始めた地域活動者が活動に踏み込んで関われるような体制を確立する。

b 持続可能な仕組みの構築

令和3年度までに検討してきた各課題を整理し、地域の活動者が自発的かつ継続的に活動できる人材育成と仕組み化を具体的に進めるため、商店会、観光協会、自治会、教育機関、金融機関、民間事業者等が意思決定できるような仕組みを構築する。具体的には、以下の通りである。

1) 地域内の合意を調整できる中立な会議体として協議会組織を設立する

構成員の人選や実働内容については、この地域に相応しい内容を独自に検討する。

2) 協議会の方針に連動してまちづくり事業が可能になるよう、執行部隊としての活性化委員会の位置付けを明確にする

活性化委員会で実施してきた、「ニーズに基づいた事業企画→事業実施→効果測定→まちづくりへのフィードバック」の一連のサイクルを協議会事業と噛み合わせ、会議体を機動的に地域が使える仕組みを作る。

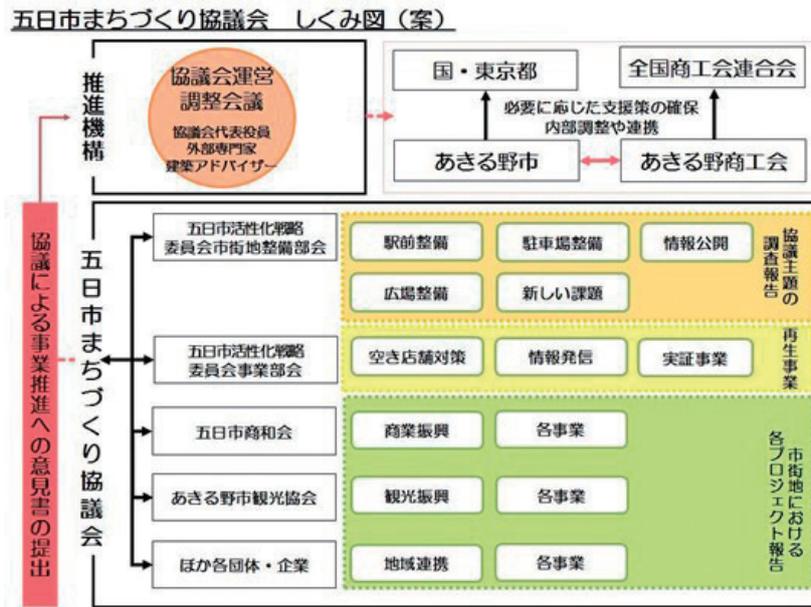
3) 合意形成に必要な情報発信、共有を実施する

実体験の共有（視察、勉強会）などに勝る情報共有は無いが、コロナ禍での調整や事業環境の厳しさの中で、協働してプロジェクトを推進してもらう地域の各事業者の負担軽減を考え、協議会通信の配布や、WEBサイトの設置による情報公開などを軸として情報の発信と共有に努める。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

商店会、地域の産業団体、民間事業者などが構成員となる「五日市まちづくり協議会」を母体に地域の合意形成の場として機能させる。

b 外部専門家の役割

外部専門家の役割は次の3点である。

- ① 協議会設立の目的を見失わないように定期的にその取組の価値や活かし方をレクチャー等により確認しながら、準備作業を進める。
- ② 感染症対策その他の影響により、協議会構成員向けに、情報や価値観を共有するための会議やシンポジウムを持たないことへの対策として、事業の目的や内容を明確に伝える内部通信のような紙面を企画し、執筆、構成、レイアウトのディレクションを行う。
- ③ 来年度以降における協議会を活かしたまちづくりのシナリオを作成し、活性化委員会等の各メンバーが理解し、遂行できるような状況になるまでサポートする。

- 北海道 寿町
- 北海道 北見市
- 北海道 山形市
- 山形県 山形市
- 福島県 郡山市
- 茨城県 舞鶴市
- 栃木県 下野市
- 千葉県 銚子市
- 東京都 あきる野市
- 大阪府 島本町
- 広島県 府中
- 山口県 萩市
- 徳島県 東みよし町
- 福岡県 添田町
- 福岡県 大刀洗町
- 長崎県 波佐見町
- 鹿児島県 南大隅町
- 鹿児島県 北利市

4

事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
4月	・協議会設立へ向けた合意形成 開始	約30の事業所や団体の代表者へ、活性化委員会・商店会・外部専門家等のメンバーで担当を割り当て、協議会運営方法の説明を個別に実施。
5月	・協議会設立へ向けた合意形成 ・協議会設立説明会準備	協議会構成員への打診と参加呼びかけの調整と並行しながら協議会設立説明会の準備を進めた。
6月	・協議会設立へ向けた合意形成 ・協議会設立説明会準備	協議会構成員への打診と参加呼びかけの調整と並行しながら協議会説明会の準備を進めた。
7月	・協議会リハーサル(7/20) ・協議会設立準備説明会 (7/29) ・活性化委員会：ひろば活用班 「みんなのマーケット+野外 上映会」SDGs 事業 (7/31)	協議会構成員として参加依頼した22団体に出席を依頼し、市街地再生に取り組んできた商店街リノベーション事業の報告と、五日市市街地の開業増加状況や、駐車場確保の課題、観光との連携についてレポート。協議会設立目的や、検討事業、設立趣旨などを公表。その場で参加表明書を配布し、11月の設立総会へ向けた準備とした。
8月	・協議会運営の詳細検討 ・ワーキンググループ運営の詳細検討	協議会準備通信号①の編集企画。 ※新規就任した活性化委員会の会長に事前経緯や背景などのレクチャーを並行して行った。
9月	・協議会準備通信号①の発行	協議会準備通信号①の発行。協議会準備通信号②の編集企画、掲載する市長インタビューなどの日程調整。協議会で議論をする3事業について、それぞれワーキンググループを設置することを決めたと、スケジュールの設定や運用方法について、協議を進めた。
10月	・市長面談(10/19) ・協議会準備通信号②の発行	市長との面談及びインタビューを行い、商和会長、活性化委員長との対談を協議会準備通信号②に掲載。協議会設立総会でのワーキンググループ運営、グループ長の人選、当日の進行について協議。
11月	・協議会設立総会リハーサル (11/14) ・協議会設立総会、第1回会議 開催(11/16) ・まちづくり通信編集会議 (11/20)	協議会設立総会の進行最終調整。 協議会設立総会において、規約や役員の承認がされた。また、各事業について、具体的に検討を行っていくため、それぞれの事業にワーキンググループを設置することとした。
12月	・駅前ワーキンググループ運営 会議(12/2)	駅前事業に関するワーキンググループの運営会議を実施し、協議会役員と会議日程調整、駅前ヒアリングを開始。
1月	第1回駅前ワーキンググループ 会議(1/20)	第1回ワーキンググループ会議は、背景の説明と情報提供。次回会議へ向けた具体的な協議の準備を予定。先行して実施したワーキンググループ長との事業者ヒアリングの結果や、参加構成員からの武蔵五日市駅を起点とする観光に関する情報共有を行った。
2月	第2回駅前ワーキンググループ 会議(2/22)	前回協議を踏まえ、具体的な方針協議を実施。 市に提案する民意の具体的な原則と個別提案をまとめた。
3月	第3回駅前ワーキンググループ 会議(3/22)	前回協議を踏まえ、協議会にかける市への提出報告書の内容を検討する予定。

b 持続可能な仕組みの構築

持続可能な仕組みとしては、地域の発展を願う意欲的で中立な関係者を募り、「五日市まちづくり協議会」を設立し、「まちづくりの推進基盤」を確立することができた。設立までの間に「準備通信号」を発行し、地域における理解促進と機運醸成を図った。



準備通信号②



設立総会

設立した協議会を形骸化させずに各事業を検討することができる体制として、協議会の内部に事業別のワーキンググループを設置するとともに、協議会の方針と連携できる事業の執行や調査を行う部門として活性化委員会を設置し、各事業のメンバーをまちづくり活動に適材適所で登用する仕組みを構築した。活性化委員会における班長会議や全体会議は、外部専門家が参加せずに自主開催で運営するようになっている。また、WEBサイトを開設し、協議会を通じた情報発信を行っている。



協議会 WEB サイト

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

設立した協議会の運営を円滑に進めることが目下の具体化目標であるが、今後は幅広い地域の事業者との連携体制等に対応した運営方法の企画を立案していく必要がある。

協議会の中心課題となっている事業のそれぞれの検討方法における議論の具体化方法について検討し、形作っていく必要がある。

協議会のルーティン運営までは実施可能な状況まで進められた一方で、まちづくりの在り方や具体化について意欲的な知識吸収や事業成果を上げることに関心を高める段階にある関係者を増やしていく必要がある。

7 外部専門家コメント



地域協同の仕組み「五日市まちづくり協議会」設立 地域の人の手によるまちづくりの新しい第一歩

あきる野市五日市タウンマネージャー 國廣 純子

昨年に引き続き支援をさせていただいている東京都あきる野市の五日市で、今年度11月に念願の五日市まちづくり協議会が設立された。この協議会は、地域の民間事業所や各種団体の代表者にお集まりいただき、年2回の会議の中で、民意をまとめ、まちづくりに対する具体的な意見を行政へ届ける仕組みである。

設立に向けては、発起人である五日市商和会、五日市活性化戦略委員会が中心となり、綿密な調整や連携の中で取組が進められた。まちづくり組織の設立には、2年の時間がかかったが、結果的には十分な議論、妥当な建て付けをつくるまで堅実に進めることができた。協議会構成員は24人となっており、商店会、観光協会、自治会、教育機関、金融機関、民間事業者など様々な立場から公正な意見調整が可能となるメンバーに集まっていただくことができた。協議会の検討事業については、JR 武蔵五日市駅前の市街地と一体となった駅前活用事業、五日市ひろばの利活用事業、五日市市街地の開業を一層増やすための店舗ごとに使える駐車場確保事業の3つが掲げられる。また、協議会の会長が「今後も民の要望を挙げることで、今まで行政を動かせないと考えてしまっていた様々な事業の推進につなげていきたい」との抱負を会議の場で発言してくれたことで、協議会構成員同士の積極的な情報共有、意見交換も誘発することができている。

また、来年度春の協議会開催に向けた準備として、駅前活用事業のワーキンググループが設置され、協議会構成員の中から参加希望者を募り、今年度内に駅前活用の検討に係る会議を数回予定しているほか、協議会構成員以外の事業者へのヒアリングなど、既に調整を進めているところである。

まちづくりに関心を高める地域住民に対しては、協議会が方針をつくり、五日市活性化戦略委員会は実行部隊として機能するという位置付けを明確に説明している。地域の人が、まちづくりへの貢献度にとらわれることなく、自主的に楽しくやりたいことを実施することは、多くの財産をもたらす。しかし、楽しいことには人が集まりやすい一方で、その調整に奔走する人は疲弊しがちである。まちへの貢献度の高い公共性のある事業を進めていくために“楽しい”をモチベーションや原動力として活用し続けることは、場面によっては難しくなる。そのために、多様でありながら中立な公共心を持つメンバーで協議会を組織し、明確な成果目標を定めて、公民連携をすることで、自主性という名の下に特定の人が調整に疲弊し、動きが途切れることのないように、この地域に合った形にしている。

個人が自由に暮らしを謳歌しながら豊かな生活を自動的に享受できると信じられている現代社会では、地域の合意形成は、古くさく見えるかもしれないが、一周まわれば、民が意思を持つ新しいまちづくりの始まりでもある。

未来世代へ街を引き継ぐため、責任世代が覚悟を持って行動を起こす。地域再生の協同に終わりはない。

2-9 大阪府島本町【京となにわが出会う場所（まち） 「島本町」リノベーション大作戦事業】

事業概要

総事業費	6,755 千円
助成金額	4,503 千円
外部専門家	濱 博一（株式会社アスリック 代表取締役） 坂 彬光（株式会社 taliki） 森倉 悠希（株式会社 taliki）

自治体概要

人口	31,899 人（住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日）
面積	16.81 km ²
人口密度	1,897.62 人/km ²
標準財政規模	7,071,480 千円（令和2年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.79（令和2年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	100.4 %（令和2年度市町村別決算状況調）
担当課室	都市創造部 にぎわい創造課

取組概要

事業開始時点

- 島本町の知名度の低さ
- 西国街道沿いの店舗数減少
- サントリー山崎蒸溜所を訪れる観光客に町内を周遊してもらえない
- 離宮の水ブランド事業の見直しが求められる
- 令和3年度に策定を行った地域再生ビジョン・マスタープランに基づき、商業的にぎわい創出と本町のブランド価値向上を実施する



離宮の水

外部専門家による支援

- 町内の魅力的な人を、島本の達人として発掘する
- 達人を起点とした複数の体験開発を行う
- 島本町ならではのお土産商品開発
- 地域のブランドをつくるデザイン計画の策定
- 政策誘導的創業支援策の制度設計
- タウンプロモーション展開戦略の策定



打合せ風景

事業終了時点（成果）

- 達人として20組の取材・編集・写真撮影を実施
- 達人を起点とした3つの新たな体験イベントを開催
- 7事業者の既存商品を、お土産用として新たにデザイン
- キーカラーやキーフォントなどのデザイン要素を定めた、デザイン計画を策定
- 政策誘導的創業支援策の検討と課題の明確化
- タウンプロモーション展開戦略の策定



達人取材風景

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

本町は、町域の約6割を山林が占める自然豊かなまちであり、その自然がはぐくんだ地下水は、大阪府内で唯一名水百選として選ばれた「離宮の水」として、本町の代名詞とも言うべき地域資源となっている。

現在、その貴重な資源である水を商業活用しようと、離宮の水ブランドという地域ブランドを立ち上げ、島本町のブランド価値向上や商業的なにぎわいづくりを目指しているが、離宮の水ブランド自身の知名度が上がらず、商業的なにぎわいづくりや本町のブランド価値の向上には、あまり結びついていない現状であることから、離宮の水ブランドの再構築が求められているところである。

一方、RESAS 地域経済分析システム（内閣府）によると、島本町の地域経済循環率は54.5%となっている。

また、平成27年の民間消費における支出入出率は、-27.0%で全国1,718市町村中の1,550位と圧倒的に低位である。これらのことから、地域外からの給与所得が持ち込まれているものの、消費も地域外へ3割近くが流出しており、地域内における生活関連サービスの充実が求められている。

このような統計的データに対する現状として、本町に立地するサントリー山崎蒸溜所は、年間13万人（コロナ感染症以前）の観光客が訪れる町内一番の観光スポットとなっている。また、同所に隣接する西国街道の商業的なにぎわいづくりを模索しているが、店舗数は年々減少し、訪れた観光客を町内の他の観光スポットに周遊させるに至っていないことが、本町観光施策の大きな課題となっており、サントリー山崎蒸溜所を起点として西国街道沿いなどにも商業的なにぎわいを創出することが求められている。また、本町の中心市街地である水無瀬駅前についても、活気があるとは言えず、町全体の商業活性化が必要であると考えている。

b 事業の目的

離宮の水のリ・ブランド化による商業的なにぎわいづくりと本町のブランド価値の向上、サントリー山崎蒸溜所からの観光客を町内へ周遊させるため、西国街道沿いの商業的なにぎわいの創出、加えて、水無瀬駅前も含めた本町全域での商業的なにぎわい創出を図るために、令和3年度、地域再生マネージャー事業の採択を受け、地域再生ビジョン・マスタープランの策定を行った。

令和4年度は、前年度策定した地域再生ビジョンの成果を受け、地域課題の解決を図るために必要とされるプロジェクト群を具体化・推進するものである。

北海道

北
海
道
釧
路
市山
形
県
山
形
市福
島
県
山
形
市茨
城
県
水
戸
市千
葉
県
船
橋
市大
阪
府
島
本
町広
島
県
府
中
市山
口
県
萩
市徳
島
県
東
み
よ
し
町福
岡
県
添
田
町福
岡
県
大
刀
洗
町長
崎
県
波
佐
見
町鹿
児
島
県
南
大
隅
町鹿
児
島
県
北
利
海
浜
町

2 事業実施内容

a 「島本の達人」発掘プロジェクト

特定の分野において際立った技術・実績などを持つ住民などを「島本の達人」として抽出・取材し「島本の達人データベース」としてコンテンツ化する。以下のこと興し・ものづくりの段階でもプレイヤーリストとして活用する。

b 「島本の体験」開発プロジェクト

「島本の達人」で発掘された方々が有する特技・知見などに触れる体験・交流プログラムを開発し、可能なものについては催行企画・試行段階へと移す。

c 「島本のお土産」開発プロジェクト

一連のこと興しプロジェクトへの参加者市場へ供給するため、商品開発プロジェクト「島本のお土産」開発プロジェクトを活用する。

d デザイン計画の策定

地域ブランドの形成ならびに発信の際に、デザインの統一感を出し効果的なコミュニケーションデザインを確立するため、カラーパレット・フォントなどの主要なデザイン要素を規定するデザイン計画を策定する。(調査等準備的作業は令和3年度に着手)

e 政策誘導的創業支援策

西国街道沿いや水無瀬駅周辺など政策的に誘導すべき立地や、地域ブランドの形成に貢献するような事業内容・業態による創業を促すための支援策を制度設計する。

f タウンプロモーション展開戦略の策定

地域ブランドの形成を促進するため、デザイン計画に従ったタウンプロモーションを展開する(公式ページや広報誌など)ために必要な戦略を策定する。

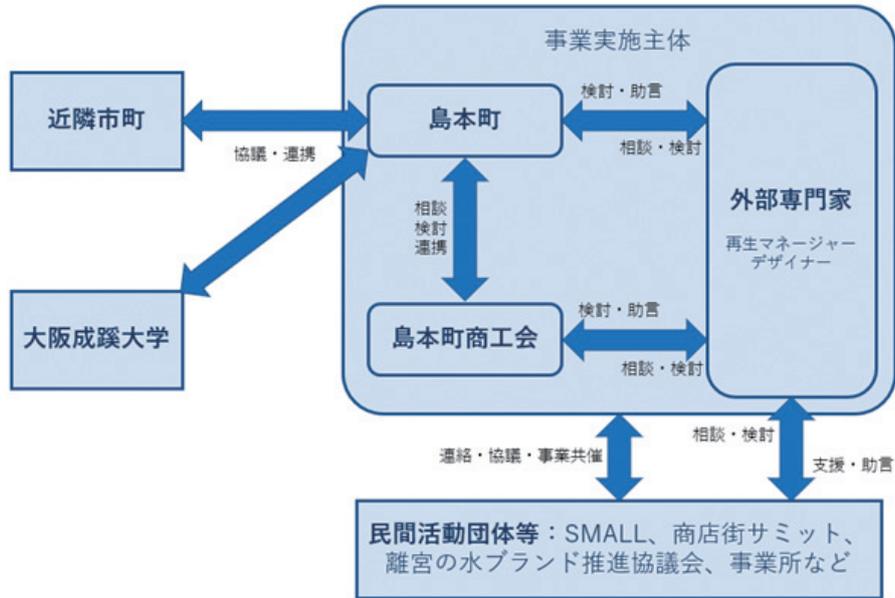
デザイン計画の成果を踏まえ、年度後半に大阪成蹊大学と別事業でデザインコラボを予定しており、その成果をタウンプロモーションに活用予定。

主要なターゲット層にリーチできる媒体(タウン誌など)や内容構成の検討など、担当部署とも連携しつつ行う。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

島本町及び島本町商工会を核に、SMALL⁽¹⁾や商店街サミット、離宮の水ブランド推進協議会、事業所等と協働し、また、近隣市町や大阪成蹊大学と連携しながら事業を推進する。

b 外部専門家の役割

外部専門家は、本事業に関する統括・進行管理を行い、デザイン計画を策定するとともに、「島本の達人発掘」、「島本の体験開発」、「政策誘導的創業支援策の制度設計」及び「タウンプロモーション展開戦略」に関する取組の各段階における必要な助言を行い、ノウハウを移転していく。

(1) シェアリングエコノミー(共有経済)の仕組みを生かし、地域に内在する資源や地域のこれからをつくる様々なプロジェクト「SMALL(S:島本町+MALL:商店街)」

4

事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	12～14日	<ul style="list-style-type: none"> ・初回打合せ ・前年度からの課題整理 ・令和4年度の推進体制の検討や意見交換 ・Zoomにてふるさと財団と初回打合せ ・SMALL 定例会に出席し、推進体制等について解説、意見交換 ・デザイン計画のブランドパーソナリティの検討 ・デザイン計画におけるペルソナ設定課題の整理
5月	17～19日	<ul style="list-style-type: none"> ・全体工程の打合せ ・達人取材の立ち会い、取材方法に関する支援 ・達人に関する委託業務仕様について打合せ ・島本の体験開発に関する企画協議と現地視察 ・デザイン計画に関する意見交換 ・創業支援策に関する打合せ
6月	15～17日	<ul style="list-style-type: none"> ・地域資源の整理や、課題の整理 ・達人発掘に関する作業の洗い出しとスケジュール立案 ・水無瀬神宮にて体験開発に関する協議 ・商工会担当者と商品開発に関する協議 ・商工会と連携したまち歩きマップについて協議 ・商工会担当者と創業支援策に関する協議
7月	6～8日	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと財団への事業進捗説明 ・達人取材原稿の確認 ・体験イベントに関する打合せ ・大阪成蹊大学と協同したお土産商品デザインについて打合せ ・新型の創業支援の仕組みのヒアリング
8月	8～10日	<ul style="list-style-type: none"> ・写真家松尾氏を訪問、ヒアリング ・SMALL 会議へ出席し、意見交換 ・各イベント企画内容、準備工程へのアドバイス ・デザイン計画に関するカラー及びフォントの検討 ・創業支援策に関する、地元関係団体等との調整、準備 ・プロモーション用媒体の特性を整理し、ターゲットとの関係性を検討 ・タウンプロモーション事例の収集、整理
9月	20～22日	<ul style="list-style-type: none"> ・達人原稿の実績確認 ・達人取材に関するプロジェクト名の検討とアイデア出し ・体験開発の事業について、方向性の確認 ・商品開発に関して、大阪成蹊大学との打ち合わせ ・庁舎内へのデザイン計画セミナー開催に向けて詳細検討 ・商工会創業支援セミナーに同席し、状況把握 ・町内企業との協同内容の検討
10月	19～21日	<ul style="list-style-type: none"> ・達人取材に関する原稿の確認と、次年度以降の計画検討 ・体験開発に関する進捗確認 ・ジャパニーズウイスキーをテーマにした体験開発の検討 ・お土産開発に関する、関係者への依頼内容確認 ・デザイン計画に関するマニュアル化へのアドバイス ・デザイン計画やタウンプロモーションについて、デザイナーとのリモート会議
11月	15～17日	<ul style="list-style-type: none"> ・町観光施策推進連絡会議に参加し、次年度以降について意見交換 ・達人取材に関する原稿の確認 ・体験イベントの進捗確認 ・お土産開発について、大阪成蹊大学の授業に参加し、学生からのデザイン中間報告の提案を受け、講評を実施 ・デザイン計画運用のための研修資料について最終検討 ・令和5年度以降の広報、プロモーション展開について意見交換
12月	20～22日	<ul style="list-style-type: none"> ・令和4年度事業の振り返り ・令和5年度以降の事業計画打合せ ・島本の達人広報誌掲載に関する詳細確認 ・体験開発の進捗確認
1月	26日	<ul style="list-style-type: none"> ・財団報告会への出席
2月	8日・15日	<ul style="list-style-type: none"> ・次年度事業に関する打合せ WEB 会議

5 主な成果

a 「島本の達人」 発掘プロジェクト

島本の達人として20組の取材、編集、写真撮影を実施した。これまでに町内で活躍をされてきた方々だけでなく、世界的に評価された写真家や、メディアにも多数取り上げられているアイシングクッキー作家など、新たな人材を発掘することができた。



達人への取材の様子

b 「島本の体験」 開発プロジェクト

「島本の体験」プログラムを開発し、水無瀬神宮に祀られている後鳥羽上皇の魅力を活かしたトークイベント「あなたの知らない後鳥羽上皇歴史トーク」、町の豊かな自然の恵みを楽しめる「島本ジビエ」(プレイベント)、13の事業者が出店した食の祭典「タヴェルネッタ・シマモト」を開催した。町内外から多くの参加者があった。



トークイベント



島本ジビエ



タヴェルネッタ・シマモト

c 「島本のお土産」 開発プロジェクト

大阪成蹊大学の協力のもと、7事業者の既存商品を、新たにお土産用商品としてデザインした。時間とコストを縮減するため、既存商品をお土産として売り出していけるようデザインをし、島本町の特産を活かしたジビエの缶詰や、筍のスコーンといったお土産商品を開発することができた。商品デザインに選ばれた学生は、町長から表彰を行った。



ジビエの缶詰デザイン案

北海道

北 海 道

北 海 道

北 海 道

山 形 県

山 形 県

福 島 県

福 島 県

茨 城 県

茨 城 県

栃 木 県

栃 木 県

千 葉 県

千 葉 県

東 京 都

東 京 都

大 阪 府

大 阪 府

大 阪 府

山 口 県

山 口 県

徳 島 県

徳 島 県

福 岡 県

福 岡 県

福 岡 県

長 崎 県

長 崎 県

鹿 児 島 県

鹿 児 島 県

鹿 児 島 県

北 海 道

d デザイン計画の策定

地域ブランドの形成ならびに発信の際に、デザインの統一感を出し効果的なコミュニケーションデザインを確立するためのムードボードを含めたデザイン計画を策定した。

11月にデザイン計画に関する役場全職員を対象とした基礎研修、実務職員を対象とした応用研修を開催。地域ブランドを形成した発信への取組を開始することができた。



デザイン計画キービジュアル

e 政策誘導的創業支援策

町内事業者や商工会等に創業支援に関するヒアリングを実施し、要望や課題を整理し、今後は土地所有者に対し、創業希望者へ土地を貸し出すことに関するヒアリングを実施することとし、次年度以降支援策の策定に向けて方針を決めることができた。

f タウンプロモーション展開戦略の策定

令和5年度の島本町広報誌にて、これまで取材を行ってきた島本町の達人に関する記事を連載する予定であり、デザイン計画に基づいたポスターやブランドブックを作成し、シビックプライドの高揚につながるプロモーション展開を策定した。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

今後の取組方針として、以下を予定している。

活動	内容	時期	担当	手法
達人発掘	候補リストからさらに取材・編集を蓄積 町広報誌・webサイトで発信	令和5年4月 ～翌3月	SMALL 濱 博一	ライターチームを編成し委託 外部人材が伴走
体験開発	実施3件を継続・自走化 新規1～2件を試行	令和5年4月 ～翌3月	SMALL 濱 博一	企画・実施チームを編成し委託 外部人材が伴走
商品開発	令和5年度末参加店募集 令和6年度を通じて商品開発 の伴走を実施	令和5年度末	濱 博一 森倉悠希	外部人材が開発を伴走 (令和6年度～)
デザイン監修	デザイン計画に準拠した文書 等作成に定期的アドバイスを実施し、定着を図る	令和5年4月 ～翌3月	森倉悠希	外部人材が定期的アドバイス
政策誘導的 創業支援策	立地誘導対象地区の物件調査 等、エビデンスの収集	令和5年4月 ～翌3月	原田岳 濱 博一	庁内の検討チームと外部人材 で調査・分析
タウン プロモーション 展開戦略	町のブランドを発信する ビジュアルツールとして ブランドブック・ポスターを制作 関係機関などへ展開	令和5年4月 ～翌3月	松尾圭一郎 森倉悠希 濱 博一	庁内の検討チームと外部人材 で協議・検討し、制作・実施

今後の取組方針

7 外部専門家コメント



地域資源の発掘・定着循環ポンプが始動

株式会社アスリック 代表取締役 濱 博 一

●取り組みの背景と事業概要

地域社会は、公（不特定多数）・共（特定多数）・私（特定少数）が混在して成立している。一方で、近代化によって急速に「共」の概念が希薄化しつつあり、ベッドタウンにおいて特に顕著である。共が希薄化すると、公益と私益の激突が生じ、住みにくい地域と化す。

ベッドタウン型経済地域では、域外への就労で外貨を獲得し、それを域外で消費する構造だ。若い稼ぎ手が世代交代しながら存在し続けている間は、この循環が維持できるが、生産年齢人口が高齢化すると、獲得される外貨の減少に伴い、域内の財が目減りする。

RESASの地域経済分析によると、島本町は典型的なベッドタウン型経済であると推察される。町として人口増加しているが、総人口が減少しつつある我が国の現状では、本町もやがてピークアウトし、生産年齢人口の世代交代も望めない状況に移行すると思われる。

●課題および、それに対するアプローチ

このような地域の再生において重要な点は、外貨の獲得機会の増加、バイローカルのような域内消費の促進に加え、それらを通じた「共」の概念を醸成させていくことである。

「共」の概念の源泉となるのは、アイデンティティに裏打ちされたシビックプライドである。島本の人々は、柔らかなシビックプライドを比較的しっかりと持っているように見受けられる。しかし、それをヨソの人に伝えるのが苦手だ。地域への愛着心は強いが、それを的確に言語化できないためと思われた。

●取組を通じて得られた成果

本プロジェクトでは、地域の人的資源に着目して掘り起こし、その経験値を基に体験プログラムを開発・試行・実施し、あるいは商品開発へとつなげることで、ウチ向けにはアイデンティティの醸成ポンプに、ソト向けには地域ブランディングの醸成機会を創造する循環型のフレームワークを提案し、試行までこぎつけることができた。地域文化に光を当てるトークイベント、ジビエ料理を通じた命の授業、特徴的な域内飲食・物販店を一堂に集めたショーケースイベントは、発掘させて頂いた島本の人々に、自らの経験値を求めている人が存在すること、参加費として経済化できることを発見して頂き、自信につながったと思う。また、これらの活動・事業化を通じて少なからぬ人々の協働が起こり、それらを通じて「共」概念の強化にもつながった。

島本は、コンパクトな地域である。イノベーター層を核に、アーリーアダプター層の一部から共感を得られれば、キャパ的に十分である。

アイデンティティの確立を推進するためのデザイン計画を議論する中で、島本を体現する言葉が誕生した。「常温のあたたかさ」。自然体のシビックプライドこそ、深いものがある。今回、役場のご担当を始め、ミッションに真摯に向き合う多くの人々と協働させていただくことができた。これほどまでに心持の良い現場は、これまで経験したことがない。本稿を拝借して、ふるさと財団、山田町長を始め、各界各位に深く御礼申し上げたい。

今回のご縁を通じて、常温の島本に、価値ある体験交流プログラムが生み出され、定着し、そこに集う内外の人々が、共に輝く機会に溢れた地域となっていくことを切望している。

北海道

北 海 道
道 庁
北 見 市
北 見 市山 形 県
山 形 市福 島 県
山 形 市茨 城 県
水 戸 市栃 木 県
宇 都 子 市千 葉 県
市 川 市東 京 都
あきる野市大 阪 府
島 本 町広 島 県
府 中 市山 口 県
萩 市徳 島 県
東 みよし町福 岡 県
添 田 町福 岡 県
大 刀 洗 町長 崎 県
波 佐 見 町鹿 児 島 県
南 大 門 町鹿 児 島 県
北 利 市

2-10 広島県府中市【持続可能な「産業（ものづくり）×文化×観光」ビジネス創出事業】

事業概要

総事業費	10,800千円
助成金額	7,000千円
外部専門家	養父 信夫（一般社団法人九州のムラ 代表理事）

自治体概要

人口	37,226人（住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日）
面積	195.75 km ²
人口密度	190.17人/km ²
標準財政規模	11,889,896千円（令和2年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.47（令和2年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	97.9%（令和2年度市町村別決算状況調）
担当課室	経済観光部 観光課 観光振興係

取組概要

事業開始時点

- 各エリアとも“観光地域づくり”の方向性を定め取組み始めた状況
- 矢野地区
観光地域づくりの方向性も合わせて取組み始めた状況
- 井永地区
個人向け収穫体験トライアル実施
- 上下地区
中心部の空き家・空き店舗が課題
- 協和地区
和紙の商品・体験プログラム協議
- 府中エリア
ふるさと納税返礼品登録を検討

外部専門家による支援

- 矢野地区
立寄りスポット検討、ガイド育成
- 井永地区
アスパラ、キノコ収穫体験企画支援
- 上下地区
空き店舗チャレンジショップ企画支援
- 協和地区
松林寺での体験プログラム造成支援
阿字和紙活用体験プログラム
商品化に向けたアドバイス
- ガイドの育成
4地域合同ガイド育成講座実施
- ふるさと納税返礼品造成への助言

事業終了時点(成果)

- 矢野地区
「雨乞い岩」を立ち寄りスポットとして周知する「雨乞いイベント」開催
- 井永地区
交流型体験プログラムを実施、体験イベントの目的や運営方法を共有
- 上下地区
空き店舗でのチャレンジショップをトライアルで実施。課題等確認
- 協和地区
松林寺での体験プログラムを地元との協議の上作成



ガイド研修



空き店舗を活用した
チャレンジショップ



野生キノコ収穫体験

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

府中市は、広島県南東部の内陸に位置し、平成16年に旧府中市と旧上下町が合併し、現在に至っている。

市南部の「府中エリア」は、「府中」という名が表すように、8世紀に「備後国府」が置かれ、備後国の政治、経済、文化の中心であったという歴史を持つ。また、古くからのものづくりが盛んな地であり、「府中家具」や「府中味噌」に代表される木工や食品のほか、非鉄・金属、機械器具、衣料、化学・ゴム製品など、多彩なものづくり産業が集積している。

一方、市北の「上下エリア」は、日本海と瀬戸内海に分かれる分水嶺を持つ山あいの農業地域にありながら、江戸時代には幕府の直轄地（天領）となり、幕末まで石見銀山大森代官所の出張陣屋が置かれたことで、両替商などの金融業が盛んとなり、反映してきたという歴史を有している。

このように本市は、一つの市域において、異なる歴史背景を持つ2つのエリアを有するという特色がある。

府中市は従来「ものづくりのまち」として、第2次産業（製造業）が強い構造にあったが、昨今は定住人口の減少に加え、「市町内総生産」でも製造業の割合が減少し、代わりに第3次産業（サービス業）の数値が上昇する傾向にあった。また令和2年4月に観光協会が法人化したことに加え、令和2年6月に「府中市観光振興ビジョン」を策定し、「観光」が府中市を支える産業の1つとなることを目指し「選ばれる観光地づくり」、「地域で稼ぐ観光の実現」、「観光を推進する地域づくり」を基本方針としてオール府中で観光を推進する体制づくりに取り組む体制整備を進めようとしている段階であった。

b 事業の目的

上記の背景のもと、「府中・上下エリアの歴史・文化」、「府中市が誇るものづくり」、「地域住民と観光客の交流」という3つの要素を組み合わせた旅行商品を造成し外部に発信することで、府中らしい「ライフスタイルツーリズム」の推進と、「地域で稼ぐ観光」を実現する事を目的とする。

そのため本事業では、対象とするエリアを分け、それぞれの地域内で実践者の育成及び、質の高い交流型体験プログラムの造成を行う事とし、最終的にそれぞれのエリアを繋ぎ府中市全域でのツーリズムへと展開していく。

北海道

北
海
道
北
海
道
北
海
道山
形
県
山
形
県福
島
県
福
島
県茨
城
県
茨
城
県栃
木
県
栃
木
県千
葉
県
千
葉
県東
京
都
東
京
都大
阪
府
大
阪
府広
島
県
広
島
県山
口
県
山
口
県徳
島
県
徳
島
県福
岡
県
福
岡
県福
岡
県
福
岡
県長
崎
県
長
崎
県鹿
児
島
県
鹿
児
島
県鹿
児
島
県
鹿
児
島
県

2 事業実施内容

a 地域の合意形成（インナープロモーション）

産業・文化を観光資源としたツーリズムを推進していく動きを、地域内の住民（インナー）向けに周知するため、歴史・文化などの地域資源を学び理解するための勉強会や、今後の担い手発掘のための女性・若者の意見を集約する場づくりを行う。

b 旅行商品の磨き上げ

ガイド商品をはじめとした、付加価値の高い旅行商品を造成し、モニター検証による磨き上げを行う。特に上下地区は食の体制強化、協和地区は松林寺での体験プログラムを造成する他、1年目に組み立てたサイクルコースの磨き上げ等、ツーリズムビジネスの構築を行う。

c 観光客向け店舗の魅力向上

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

d 地場産品等販売のビジネス化

ものづくり産業と観光との連携として「昆虫+匠の技 BOX」のふるさと納税返礼品としての登録を目指す。また阿字和紙を活用した商品化に向けたアドバイスを行う。

e 販売・プロモーション

観光協会が中心となり、造成した旅行商品や地場産品等の販売戦略を立て、販売促進を進めるとともに、実践する地域団体等がノウハウを共有し、自ら販売や情報発信に挑戦していくことで、ビジネスへと繋げる土壌を作っていく。

f 空き家・空き店舗を活用した交流拠点の検討

上下地区の食の担い手確保及び空き家・空き店舗活用を目指すため、商店街にある空き店舗をチャレンジショップができる環境に整備し、実証実験を行う。



ガイド研修

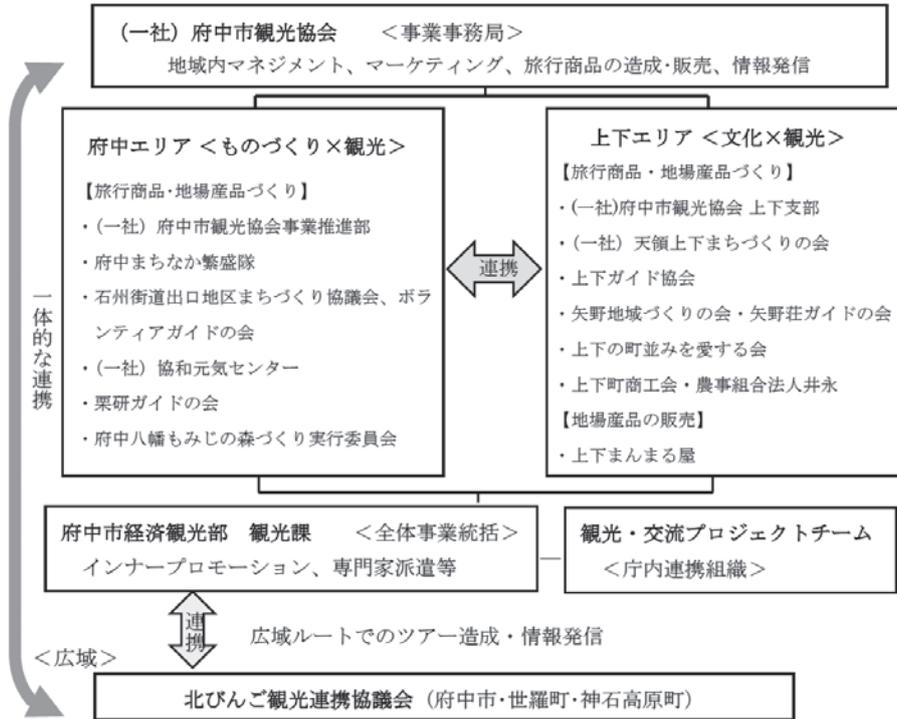


「雨乞い岩」での雨乞いイベント

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

一般社団法人府中市観光協会が事業事務局となり、全体事業統括を担う府中市経済観光部観光課と一体的な連携を図り、府中エリア及び上下エリアの旅行商品・地場産品づくりを実施する。

b 外部専門家の役割

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

北海道

寿町

北海
道
東
海
道
道
志
賀
道
山
形
道
山
形
道
山
形
道

山形
道
山
形
道

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
5月	25日 26日 27日	矢野地区：矢野散策ガイド（散策マップ）協議 井永地区：アスパラ収穫体験協議 上下地区：チャレンジショップ協議 協和地区：阿字和紙商品化、地域全体での連携について協議 事務局会議
6月	22日 23日 24日	ふるさと納税返礼品協議 上下地区：チャレンジショップ協議 栗生地区：栗生ガイド協議 矢野地区：矢野散策ガイド（散策マップ）協議、現地踏査 ふるさと財団との意見交換 井永地区：アスパラ収穫体験について ふるさと財団 市長・副市長表敬 事務局会議
7月	27日 28日 29日	矢野地区：矢野散策ガイド（散策マップ）協議 井永地区：アスパラ収穫体験協議 協和地区：松林寺体験プログラム協議 上下地区：チャレンジショップ協議 ふるさと納税返礼品協議 事務局会議
8月	22日 23日	4地域合同ガイド研修（中止※） ガイド研修振り返り、事務局会議、アスパラ収穫体験準備（中止※） アスパラ収穫体験実施（中止※） ※新型コロナウイルス感染症拡大の影響のため
9月	13日 14日 15日	ふるさと納税返礼品協議 井永地区：キノコ収穫体験協議 上下地区：チャレンジショップ協議 協和地区：阿字和紙商品化、地域全体での連携について協議 協和地区：松林寺協議 事務局会議
10月	8日 10日	井永地区：キノコ収穫体験プログラム 協和地区：篆刻の試行
11月	3日 4日 5日	上下地区：上下の市（エバレット写真ワークショップ開催） 協和地区：松林寺体験プログラム協議 事務局会議 神代和紙研修
12月	5日 6日 7日	矢野地区：ガイド研修打合せ 矢野・上下・出口・栗生地区：4地域合同ガイド研修 事務局会議 上下地区：チャレンジショップ協議 井永地区：キノコ収穫体験振り返り 事務局会議
1月	24日 26日	上下地区：上下まちなみを愛する会との協議 事務局会議 報告会（東京）
2月	20日	事業終了

5 主な成果

a 地域の合意形成（インナープロモーション）

既に地域住民が主体となって活動をしている上下地区を始め、徐々に地域の合意形成が出来ていった矢野地区・井永地区についても、イベント等を実施することで「観光地域づくり」の活動を地域内外に周知した。また協和地区については、松林寺の門徒総代、阿字和紙後継者等と協議をしながら合意形成を行った。今後は、関係者や地元住民らを対象としたモニターツアーを実施し、実際に体験してもらうことで更に「観光地域づくり」についての地域の理解を深め、協力体制を構築する。

b 旅行商品の磨き上げ

有料ガイド（インタープリター）商品を出口、栗柄、矢野、上下の各地域で造成するため、4地域合同ガイド研修を実施。また井永地区においては年間を通じた収穫体験プログラムを造成し、10月に「野生キノコ収穫体験」を実施した。



ガイド研修



野生キノコ収穫体験

c 観光客向け店舗の魅力向上

後術する「空き家・空き店舗を活用した交流拠点の検討」の通り、上下地区にある空き店舗を活用し、上下地区内の来訪者・宿泊者向けに食の提供ができるよう検討を進めた。まず、上下白壁の町並みで行われた「上下の市」の開催に併せ、飲食を提供したいと考える市外の方にトライアルで利用いただいた。生業として事業継続するための課題や、空き店舗の利用ルールなどの課題を抽出することができた。



空き店舗を活用したチャレンジショップ

北海道

北厚別町

山形県

福島県

茨城県

栃木県

千葉県

東京都

大阪府

広島県

山口県

徳島県

福岡県

福岡県

長崎県

鹿児島県

鹿児島県

鹿児島県

d 地場産品等販売のビジネス化

ものづくり産業と観光との連携として「昆虫+匠の技 BOX」をふるさと納税返礼品として登録した。次年度は、この商品の広報活動を行うことが必要である。また、阿字和紙の商品に関しても、関係者らと先進地視察で学んだことを踏まえながら、次年度は商品化・プロモーションまで行う。



昆虫+匠の技 BOX

e 販売・プロモーション

収穫体験プログラムについてのプロモーションは実施したが、造成した商品プログラム、レンタサイクル、ふるさと納税返礼品「昆虫+匠の技 BOX」等の継続的なプロモーションについては次年度の課題となった。

f 空き家・空き店舗を活用した交流拠点の検討

上下地区にある空き店舗の活用を検討した。上下白壁の町並みでのイベント「上下の市」の開催に併せてトライアル実証を行い、継続運用に向けた課題の整理ができた。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

本事業の3年目となる令和5年度は、「ビジネス創出に向けた人材の確保」、「年間プログラムづくり」、「自走体制強化」の3つのテーマで取り組む方針である。

上下白壁エリアでは、空き店舗でのチャレンジショップを継続することで新たな人材を確保していく。矢野地区では、散策マップ上の各コースに看板・サインを設置するとともに、イベントに合わせて地域ガイドによるコース案内等を実施する。井永エリアでは、年間を通じての収穫体験プログラムを継続的に実施する。府中市内エリアでは、ふるさと納税返礼品の本格販売に向けたPRを実施するとともに、サイクリングプランを販売していく。協和エリアでは、寺を活用した体験メニューの磨き上げとモニターを実施し、販売へとつなげていく。また、阿字和紙商品の販売も手掛けていく。

7 外部専門家コメント



思いを繋ぎ、地域を繋ぎ、事業を繋げる 地域再生マネージャー

一般社団法人九州のムラ 代表理事 養 父 信 夫

広島県府中市の地域再生マネージャー事業の2年目については、府中家具、府中味噌、備後餅など「ものづくり」が盛んな府中エリア及び周辺の阿字協和エリアでは、ものづくり×観光を、白壁の町並みが残る上下町エリアでは、文化×観光を、そして矢野及び井永エリアの農村部では農村風景×観光を推進し、各エリアの課題、取り組み、それに対するアプローチ及び成果は以下の通り。

1. 上下白壁エリア：以前からの課題であった食の拠点づくり、空き家活用について、「チャレンジショップ」という取り組みを実施し、空き店舗をピックアップし、実践希望者の公募を行い、地元が企画した「上下の市（いち）」に合わせて実施。来年度もこの取り組みを継続していくことで地域とは合意に至った。
2. 矢野エリア：“神山の郷 矢野の荘”を地域づくりのコンセプトとして、今年度は約80年ぶりに雨乞い神事の復活に繋がった。ガイドの会の設立もあり、地元が自走し始めた。
3. 井永エリア：昨年度からの取り組みの流れで、“井永のなば山”を合言葉に「きのこ狩り」を15年ぶりに復活。しかも持続可能な体制、価格含め仕組みで実施することができた。今後は、事業のサポート、伴走無しでも自走できるかがポイントか。
4. 府中エリア：ものづくり拠点を観光につなげる仕組みが弱かったが、昨年度からの取り組みの延長で、ふるさと納税返礼品として新たな商品を地元事業者3社の連携により実現。
5. 阿字協和エリア：地域文化としての和紙づくりを復活したもののビジネス展開には至っていない状況。そこで女性グループの皆さんに体験受入れのための視察研修を。また座禅体験、宿坊を検討されているご住職の思いをカタチにするために、地元との協議も重ね、2年目は各種体験メニューの造成のためのモニターを実施した。

地域再生マネージャーとして心がけていることは、事業が無くなっても地域住民が継続して取り組んでいけるかということ。そのためには、地域の皆さんの琴線に触れるような、地域の矜持（誇り）を引き出すこと、それはワークショップを重ね、地域資源を見極め、地域の歴史を紐解き導き出す、一見地味な作業でもあるが極めて重要な仕事でもある。それと1つの地域単体の取り組みよりは、複数の地域が連携できるような仕掛けを創っていくこと（今回は4地域連携によりガイドの会が設立）、それにより少し先を走る地域の熱量が他の地域にも伝播することにも繋がる。更に地域再生マネージャーの経験値、ネットワークを活かし、他の事業も重層的に繋げていくことも重要である。

北海道

北 海 道
北 海 道
北 海 道山 形 県
山 形 県福 島 県
福 島 県茨 城 県
茨 城 県栃 木 県
栃 木 県千 葉 県
千 葉 県東 京 都
東 京 都大 阪 府
大 阪 府広 島 県
広 島 県山 口 県
山 口 県徳 島 県
徳 島 県福 岡 県
福 岡 県福 岡 県
福 岡 県長 崎 県
長 崎 県鹿 児 島 県
鹿 児 島 県鹿 児 島 県
鹿 児 島 県北 海 道
北 海 道

2-11 山口県萩市【「魚が美味しい町・萩」 活魚流通プロジェクト】

事業概要

総事業費	1,799千円
助成金額	1,199千円
外部専門家	井手 修身 (アイデアパートナーズ株式会社 代表取締役) 河野 智和 (大都魚類株式会社 特種部活魚課 課長役)

自治体概要

人口	44,575人 (住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日)
面積	698.31 km ²
人口密度	63.83人/km ²
標準財政規模	17,482,883千円 (令和2年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.33 (令和2年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	92.1% (令和2年度市町村別決算状況調)
担当課室	農林水産部 水産課 水産振興係

取組概要

事業開始時点	外部専門家による支援	事業終了時点(成果)
<ul style="list-style-type: none"> ■ 漁業就業者、漁獲量、水揚げ高すべてが過去と比べ半以下に減少。 (漁業就業者) H10：1,629人→H30：729人 (漁獲量) H18：10,648トン→R3：5,265トン (水揚げ高) H18：5,794百万円→ R3：2,792百万円 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 持続的な運営体制の整備への支援 ■ ブランディング・マーケティング戦略の指導・助言 ■ 活魚取扱技術の指導 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 出荷された活魚の着荷状態の確認、評価を行い、漁業者への品質改善に向けたフィードバックをすることが出来た。 ■ 講義やワークショップ並びに、ワークショップで出た意見を踏まえた企画を実際に行うことにより、多様な事業者が横断的に取り組む体制の素地が出来た。



江崎定置網で水揚げの様子



田万川総合事務所での中間報告会



寄り合い鍋の様子

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

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

萩市の産業は、第一次産業の就業者数や生産額のウェイトも高く、山口県漁協全体の取扱額の約3割を占める県下有数の水産業地域である。日本一の漁獲量を誇る「萩のあまだい」や、「萩の瀬つきあじ」、「萩の真ふぐ」、「須佐男命いか」などの水産物のブランド産品を有している。

一方で、漁業就業者、水揚げ高、漁獲量すべてがピーク時の50%以下に減少するなど、第一次産業の振興が喫緊の課題となっている。

b 事業の目的

本事業では、新たな強みとなる活魚出荷技術習得と流通体制の構築及びブランディング形成による魚価の向上・高値安定並びに販路拡大による、持続可能な水産業の実現を目指すものである。

本市では、地方創生に関する基本的な計画である「萩市総合戦略」において、萩の強みをいかした持続可能な力強い農林水産業の振興に取り組むこととしており、生産性向上につながる本事業を、水産振興の中心に位置付けている。

北海道
北 寿 町北海道
北 厚 町
北 海 道
北 山 町山形県
庄 内 町福島県
郡 山 市茨城県
舞 田 市栃木県
下 野 市千葉県
銚 子 市東京都
あ ぎ 野 市大阪府
島 本 町広島県
府 中 市山口県
萩 市徳島県
東 み 野 町福岡県
添 田 町福岡県
大 刀 洗 町長崎県
波 佐 見 町鹿児島県
南 大 隅 町鹿児島県
北 利 道 町

2 事業実施内容

a 運営体制の整備

地域住民や地元関係者が運営主体となって持続的に事業を担うことが出来るよう、民間と行政、地域おこし協力隊などの多様な事業者が横断的に取り組む場の創出と、機運の醸成を図る。

b 活魚出荷技術の指導

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

c 着荷状態評価の実施

地元仲買人や大都市圏の活魚センター等と連携し、活魚出荷された魚が飲食店等に到着した状態を確認。結果を漁業者へフィードバックすることで品質改善につなげる。

d ブランド価値の形成及び管理規定の作成

ターゲット設定や形成する価値観の明確化など、ブランド構築の意味や目的を明確するため、漁業者や住民など地元関係者に対し、講義並びにワークショップを実施する。

適切なブランドマネジメントのために明確な基準を定めることの必要性、商標登録制度に関する指導や地元関係者での話し合いを、専門家を交えて行ったうえで、適用ルールなどの定めた管理規定を作成する。

e マーケティング戦略の構築

具体的な理想の顧客像の設定手法や、水産物流通全体における活魚出荷の現状などをワークショップや講義で学んだうえで、関係者全員でシェア争いや市場競争を勝ち抜くために必要なマーケティング戦略の策定に取り組む。

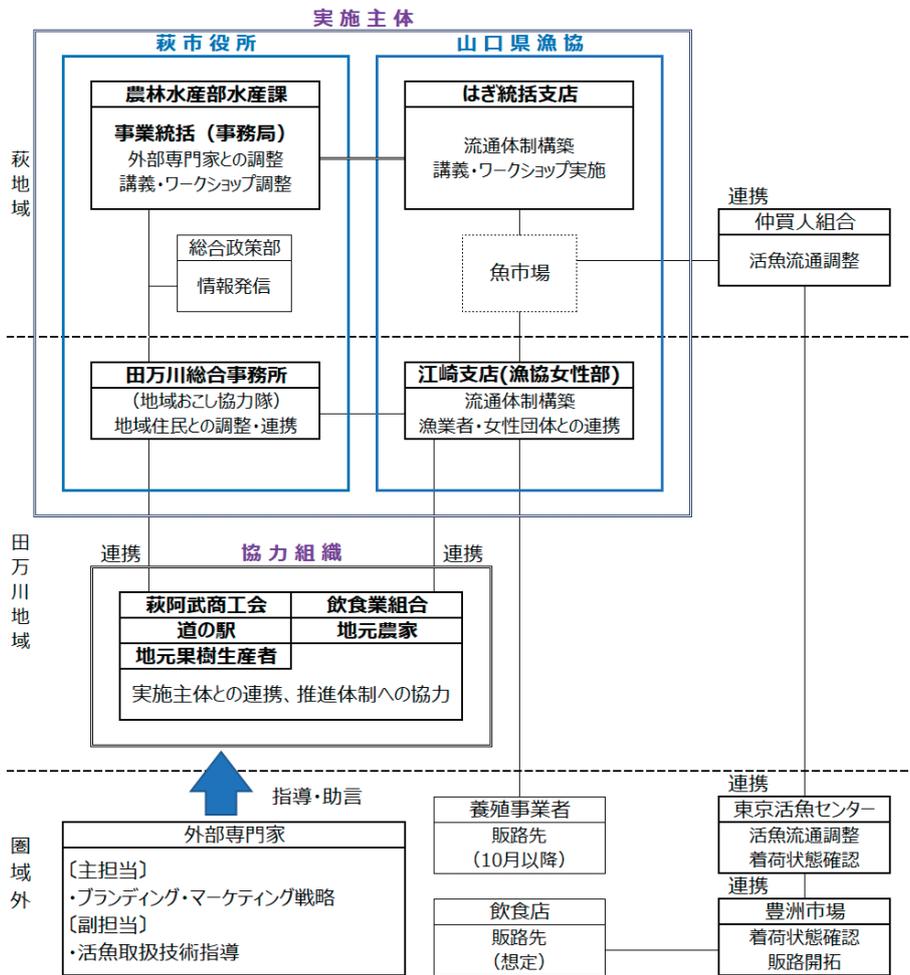
f 商品ラベル及びパンフレット作成

地元関係者が主体となり、外部専門家の指導の下で考えたターゲット設定やブランド管理規定を踏まえたパンフレットや商品ラベルを作成する。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

萩市水産課が事務局となり、外部専門家と講義やワークショップなどを調整。地域おこし協力隊や、田万川総合事務所が地域住民との調整などを担いつつ、山口県漁協はぎ統括支店と江崎支店と漁協女性部が連携し、講義・ワークショップ、流通体制の構築を実施した。

b 外部専門家の役割

2名の外部専門家を起用し、各外部専門家はそれぞれの専門分野に基づき、持続的な運営体制の整備への支援、ブランディング・マーケティング戦略の指導・助言、活魚取扱技術の指導を担う。

- 北海道 北 海 道 町
- 北海道 北 海 道 町
- 北海道 北 海 道 町
- 山形県 山 形 県 市
- 福島県 福 島 県 市
- 茨城県 茨 城 県 市
- 栃木県 栃 木 県 市
- 千葉県 千 葉 県 市
- 東京都 東 京 都 市
- 大阪府 大 阪 府 市
- 広島県 広 島 県 市
- 山口県 山 口 県 市
- 徳島県 徳 島 県 市
- 福岡県 福 岡 県 市
- 福岡県 福 岡 県 市
- 長崎県 長 崎 県 市
- 鹿児島県 鹿 児 島 県 市
- 鹿児島県 鹿 児 島 県 市
- 鹿児島県 鹿 児 島 県 市

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	12日	プロジェクトゴールイメージの共有
5月	10～11日 19日 20日 25日	活魚出荷について生産者との意見交換及び現状把握、活魚出荷指導 活魚出荷（1回目） 入荷された活魚（1回目）の着荷状態の確認 ふるさと財団の方々とのオンラインミーティング 体制及びマーケティング戦略の構築及びブランド価値形成の現状把握のための地元関係者との意見交換
6月	2日 3日	活魚出荷（2回目） 入荷された活魚（2回目）の着荷状態の確認
7月	11日 12日	地元漁協女性部や地域の方を対象としたマーケティング戦略、ブランド価値形成にかかる講義の実施 地元関係者との進捗状況等の情報共有
8月	8日 9日 10日 17日 28～29日	活魚出荷（3回目） 活魚出荷（4回目）、入荷された活魚（3回目）の着荷状態の確認 入荷された活魚（4回目）の着荷状態の確認 体制及びマーケティング戦略の構築、ブランド価値形成に向けたワークショップの実施 活魚輸送についての関係者協議
9月	5～6日 28～30日	体制構築に向けたビジョン形成及び意見交換 中間報告会（進捗状況と下期以降の取組の確認、課題把握）の実施、関係者間協議、活魚出荷指導
11月	6日	ワークショップで出た意見を踏まえたイベント（寄り合い鍋）実施
12月	20日	今年度の振り返りと次年度の取組についてのワークショップ実施
1月	26日	マネージャー報告会
2月	16日 17日	活魚出荷（5回目） 入荷された活魚（5回目）の着荷状態の確認

5 主な成果

a 運営体制の整備

講義やワークショップ並びに、ワークショップで出た意見を踏まえた企画（寄り合い鍋の復活）を実際に行うことにより、江崎支店を中心に、地域住民や地元関係者など多様な事業者が横断的に取り組む体制の素地が出来た。

地域全体での地域ブランドを構築していく道筋を示すために「地域ビジョン構成図」を作成して、目指す姿、基本理念、基本方針、具体的な事業を盛り込む機運ができた。



寄り合い鍋の復活

b 活魚出荷技術の指導

地元漁業者に対する活魚流通の長所、漁業現場での魚の取扱の注意点などを、テスト出荷を通じて理解することが出来た。



活魚のテスト出荷

c 着荷状態評価の実施

外部専門家により、出荷された活魚の着荷状態の確認、評価を行い、漁業者への品質改善に向けたフィードバックをすることが出来た。

d ブランド価値の形成及び管理規定の作成

ブランディングに関する講義の講師、ワークショップのファシリテーターを外部専門家に務めていただいたことで、ブランディングやマーケティングを進めるうえで、関係者全体でのビジョン（あるべき姿）共有の必要性を認識することが出来た。

地域全体での地域ブランドを構築していく道筋を示すために「地域ビジョン構成図」を作成して、目指す姿、基本理念、基本方針、具体的な事業を盛り込む機運ができた。

北海道

北寿町

北海

山形

山形

福島

茨城

栃木

千葉

千葉

東京

大阪

広島

山口

山口

徳島

福岡

福岡

福岡

長崎

鹿兒

鹿兒

鹿兒

鹿兒

北利

e マーケティング戦略の構築

マーケティング戦略の必要性などを学ぶ講義の講師、ワークショップのファシリテーターを外部専門家に務めていただいたことで、マーケティング戦略の必要性を理解することが出来た。

『買って、食べて、訪れたい魚が美味しい町・萩』を目指す姿と考えた場合、基本方針「農業・漁業・商業連携で買って、食べたい魚の取組み」が重要であり、その具体的なアイデアがワークショップで見られた。



ワークショップの様子

f 商品ラベル及びパンフレット作成

豊洲市場を訪問することで、他地域の事例を参考にしながら、商品ラベルの仕様など検証することが出来た。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

令和4年度は、江崎地域をモデル地域として取り組んだが、ワークショップ参加者から、江崎地域の魚はすべて「萩地方卸売市場」に出荷されており、「萩」の魚全体でブランド化を進めるべきという意見や、目指す方向性（ビジョン）を決める必要があるといった意見が出た。

このため、令和5年度は、推進体制づくりの範囲を萩市全体に拡大し、今後の指針となるビジョン形成とブランド戦略策定を行うこととしている。

令和4年度は、初めての活魚出荷であり、多くの魚が死んでしまうなど厳しい結果となった。

令和5年度については、豊洲市場へのお荷も前提としつつ、魚の斃死リスクが少なくなる他の都市圏市場へのお荷を検討するとともに、技術取得のためのお荷回数を増やすための輸送費の補助も検討する。

さらに、活魚だけでなく、お荷方法の大半を占める鮮魚を高鮮度のままお荷できる、活締めお荷に取り組むことにより、鮮度による他地域との差別化を進めていく。

7 外部専門家コメント

「魚が美味しい町・萩」活魚流通プロジェクト



イデアパートナーズ株式会社 代表取締役
井手修身(写真左)

大都魚類株式会社 特種部 活魚課 課長役
河野智和(写真右)

【事業概要】

萩市は全国有数の観光都市として有名ですが、県下でも有数の農林水産業地域と位置づけられており、日本一の漁獲量を誇る「萩のあまだい」等があります。本事業では、①持続可能な体制構築を目標に「萩の魚及び地域全体のブランディングの形成」、②ビジネス創出を目標に「活魚の出荷技術取得と流通体制の構築」の2つに取り組みました。

【抱える課題と解決の方策】

① 「萩の魚及び地域全体のブランディングの形成」 アドバイザー 井手より

課題は、萩の魚のブランディングと所得向上を目指していくことは、魚の流通や販路に直接関係する事業者だけでは難しいこと。そこで、まずは江崎地域に絞って、漁業関係者、事業者、住民の巻き込みを念頭に、講演やワークショップを開催しました。その中から、「寄り合い鍋」の復活を実施できたことが一体感の醸成に繋がり、横断的に取り組む体制の素地が出来ました。一方新たな課題として、個別の取組みも大事だが、『魚が美味しい町・萩』の地域全体ビジョン（将来のめざす姿）や施策が必要であることも見えてきた。

② 「活魚の出荷技術取得と流通体制の構築」 アドバイザー 河野より

全国的に水揚げ量の減少が続いている中、少ない魚を少しでも高く売るため様々な取り組みが各地で行われています。しかしながら、江崎の定置網では獲れた魚のすべてを魚槽の氷水にぶち込んで締める（殺す）昔ながらの「氷締め」で処理していました。出荷先は地元の萩市場のみで、競争の激しい大消費地市場への直接の出荷が無いことが技術発展の機会から離れていた原因の一つかと思われました。そこで東京からほど近い千葉県鴨川市にある活魚出荷に力を入れている定置網の操業風景を撮影して江崎の漁師さんに見てもらいました。同じ定置網の若い漁師さんたちが魚価を上げるために様々な工夫をしていることを見て、技術的に参考するだけでなく良い刺激を感じてもらえたと思います。活魚はとでもデリケートな扱いが求められます。正直高いハードルだとは思いましたが、活魚を出荷するための扱いは「船上活け締め」や「神経締め」など、高級魚の鮮魚流通では必須となりつつある技術に応用できます。

【次年度以降の取組み】

地域ブランディングは短期で出来上がるものではありません。次年度は「買って、食べて、訪れたい魚が美味しい町・萩」を基本理念として、萩市全体の関係者や住民を巻き込んだ、地域ビジョンを作成していきます（Plan）。その中で、「魚の価値をあげて、漁業者の所得をあげる取組」「農業・漁業・商業連携で買って、食べたい魚の取組」の具体的な実施（Do）を行います。特に、「魚の価値をあげて、漁業者の所得をあげる取組」においては、今年度同様の都市部への活魚出荷に並行して「船上神経締め」など高鮮度な鮮魚の出荷を行い、萩の魚の市場評価を上げていくことでブランドの底力をつけていきます。

そしてCheck（評価）、Action（改善）のPDCAサイクルを入れて、本プロジェクトが持続可能な体制の構築を行っていきます。

北海道

北 海 道

北 海 道

北 海 道

山 形 県

山 形 県

福 島 県

福 島 県

茨 城 県

茨 城 県

栃 木 県

栃 木 県

千 葉 県

千 葉 県

東 京 都

東 京 都

大 阪 府

大 阪 府

広 島 県

広 島 県

山 口 県

山 口 県

徳 島 県

徳 島 県

福 岡 県

福 岡 県

福 岡 県

長 崎 県

長 崎 県

鹿 児 島 県

鹿 児 島 県

鹿 児 島 県

鹿 児 島 県

北 海 道

北 海 道

2-12 徳島県東みよし町【世界農業遺産×デザイン地域資源発掘・課題解決事業】

事業概要

総事業費	6,000 千円
助成金額	4,000 千円
外部専門家	吉泉 聡 (TAKT PROJECT 株式会社) 本多 敦 (TAKT PROJECT 株式会社) 栗原 慎太郎 (ペア合同会社)

自治体概要

人口	13,878 人 (住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日)
面積	122.48 km ²
人口密度	113.30 人/km ²
標準財政規模	5,110,742 千円 (令和2年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.31 (令和2年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	91.9 % (令和2年度市町村別決算状況調)
担当課室	産業課

取組概要

事業開始時点

- 山間部の暮らしが価値あるものと認められ世界農業遺産に認定され4年が経過するが、認知度不足
- 山間集落の過疎高齢化は急速に進み、耕作放棄地増などの問題を抱えている
- 地域資源の魅力をどのように内外に発信するか、山間集落への人の流れをいかにして作っていくかが課題

外部専門家による支援

- 地域資源の調査及び課題の整理
- 課題精査と機運醸成
- 事業推進体制の整備
- プロジェクトの具現化準備

事業終了時点(成果)

- 現地団体との事業協業構築
- 事業先行実施エリアの決定
- 山間部イベントの実施
- イベントから得られたフィードバックと課題の取得
- 農事イベントのネーミング決定
- コモンスペースの候補出しと見学の実施



イベント (山間部の暮らし体験)



大学生との意見交換



第20回農村舞台公演

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

東みよし町は、町の中央部に吉野川が流れており、町民の大部分は吉野川沿いの平野部に居住しているが、標高100～900mの山間部にも集落が点在しており、山間部の傾斜地に暮らしが息づいている特徴を持つ。

これらの山間集落では、傾斜地のまま農業を行うための独自の技や知恵を培い、自然や生命を守り集落を守ってきた。400年以上継承されてきた、この山間集落の景観や食文化、伝統行事などのシステムは、未来に向けた持続可能なものとして国連世界食糧農業機関が認定する、世界農業遺産に平成30年3月に認定された。

山間集落の自然とともに生きていく暮らし方は、持続可能性を求めるSDGsの考えに合うものであり、今後経済的な価値軸以外の新しい価値軸として本当の豊かさや幸せが求められてくる中で、残していくべき非常に価値の高い地域資源となっている。現状としては、持続可能な農法を強みとして農産品のブランド化の推進や、世界農業遺産に認定された農法や在来作物を継承に取り組む住民団体も生まれ、町の中での地域資源としての活用機運は高まっている。

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

b 事業の目的

本事業では、持続可能な農法に代表されるこの地域だけが持つ価値という、目に見えないものをいかにして伝えるかが事業のポイントとなる。そのため、必要な外部専門家としては課題解決を具体的なものとして形を創るデザイナーを招聘することとなった。

地域社会デザインとして、地域社会の持続的発展や経済の活性化につながるデザインを創りあげることを目的とする。発信していくべき価値の整理、情報発信のためのデザインコンセプトの設定、そして整理された素材を活用していく地域団体の体制づくりを、地域住民と連携して取り組む。

本事業は、令和3年度から取り組んでいるものであり、2年目の事業となる。

北海道
寿町北海道
厚真町
北見市
海山町山形県
庄内町福島県
郡山市茨城県
舞田市栃木県
下野市千葉県
銚子市東京都
あきる野市大阪府
島本町広島県
府中市山口県
萩市徳島県
東みよし町福岡県
添田町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
名瀬市
北利市

2

事業実施内容

a 地域資源の調査及び課題の整理

令和3年度事業において、現地フィールドワークやキーマンへのインタビューから課題を抽出し、これに基づいてデザインコンセプトを「開かれた山間部へ。」とした。その際に、山間部の活性化とは、人口を増やすことではなく、山間部の価値を町の資源として認識・継承する事と定義した。

これを踏まえ、令和4年度事業では、「ひらかれた山間部」にあった地域資源の調査を行うとともに、継続的に検討イベント・意見交換を行うことで課題の整理を行うこととした。

b 課題精査と機運醸成

令和3年度事業においては、地域農業の将来に問題意識を持つ農業を本業としない人に対して、農作業をする機会を設けることなどの取組を行っている地元のNPO法人「三好素人農事研究会」との事業協業の構築が図れたことが成果の1つとなった。

この地元NPO法人を中心に、事業コンセプトに沿った最初のプロジェクトについての検討イベントを行う。地域資源を活用における課題の洗い出しを行い、機運の醸成につなげる。

c 事業推進体制の整備

検討イベントを通して、事業推進体制の核となってくる人材との協力体制を築く。体制構築後、ワーキンググループとして最初のプロジェクト具現化へ邁進する。

d プロジェクトの具現化準備

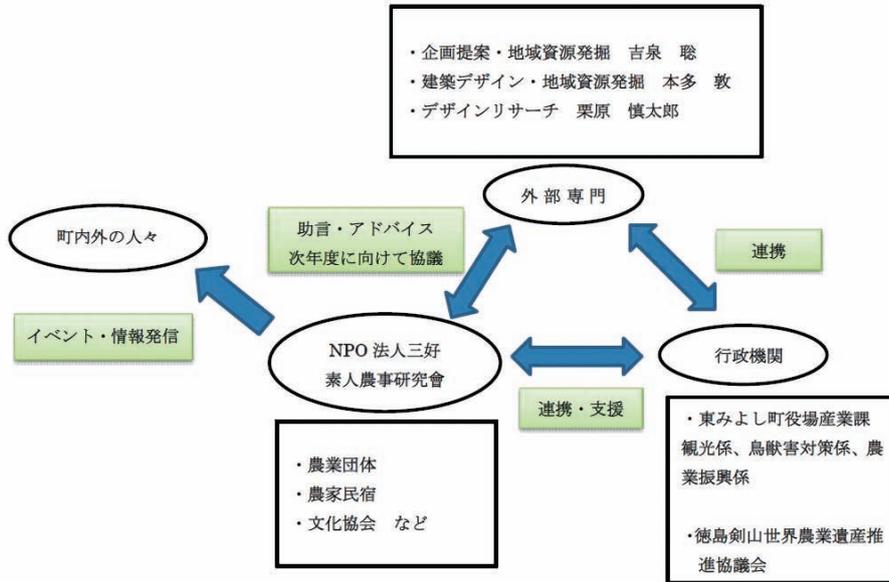
上記a～cにおいて整理・決定した第一の具現化プロジェクト実現へ向けた、具体的な計画とアクションを行う。

令和3年度事業では、初期仮説として「山間部に、美しい間環境を動機づけとしたコモンスペースを」を構築した。誰でも気兼ねなく立ち寄れる場所をつくり、「ひらかれた山間部」の起点としてのコモンスペースの検討もプロジェクトの具現化の1つである。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

地元 NPO 法人による取組を中核としながら、イベントや情報発信を行い、行政（東みよし役場や徳島剣山世界農業遺産推進協議会）が連携・支援する体制とした。外部専門家は取組に関する助言・アドバイスを実施する。

b 外部専門家の役割

外部専門家は、ヒアリング調査を実施し、地域住民は気づいていない潜在的な地域資源や課題の整理するとともに、イベントの開催を通じて、地域住民とは異なる視点での意見提案・新たな気づきを与え、さらにプロジェクト具現化準備にあたっては、プロジェクト実現へ向けた具体的な人材・お金・場所などプランニングを行う。

- 北海道 寿町
- 北海道 北見市
- 北海道 北見市 寿町
- 山形県 庄内町
- 福島県 郡山市
- 茨城県 舞田町
- 栃木県 下野市
- 千葉県 銚子市
- 東京都 あきる野市
- 大阪府 島本町
- 広島県 府中市
- 山口県 萩市
- 徳島県 東みよし町
- 福岡県 添田町
- 福岡県 大刀洗町
- 長崎県 波佐見町
- 鹿児島県 南大隅町
- 鹿児島県 北利市

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	26日	現地ヒアリング調査・打ち合わせ
5月	27日	第1回 web 打ち合わせ (第1回イベントの打ち合わせ)
6月	6日	第2回 web 打ち合わせ (第1回イベントの打ち合わせ)
	21日	第3回 web 打ち合わせ (第1回イベントの打ち合わせ)
7月	3日	第1回イベント
	12~13日	ふるさと財団現地調査
8月	4日	第4回 web 打ち合わせ (第2回イベントの打ち合わせ)
	28日	第2回イベント・学生意見交換会
9月	8日	第5回 web 打ち合わせ (第2回イベントについてまとめ)
	29日	第6回 web 打ち合わせ (第3回イベントの打ち合わせ)
10月	2日	現地調査 (法市農村舞台公演視察)
	13日	第7回 web 打ち合わせ (第3回イベントの打ち合わせ)
11月	5~6日	第3回イベント
12月	10日	協力団体との交流会
1月	26日	地域再生マネージャー事業 報告会
2月	7日	第8回 web 打ち合わせ (来年度以降の計画について)

5 主な成果

a 現地団体との事業協業構築

地元 NPO 法人「三好素人農事研究会」との協業合意が確立し、「東みよし町」「外部専門家」の者による事業体制を構築する事が出来た。三好素人農事研究会は、平野部の素人が山間部の農事を行う事で、文化継承し、ひいては町の持続的な発展を目的としているため、その志を共にしているために協業の依頼を行った。現地の先人であり強力な人的ネットワークを持つパートナーとして協業を行っている。



三好素人農事研究会

b 事業先行実施エリアの決定

東みよし町内の多彩な山間部集落の中で、「法市集落」を事業先行実施エリアとする事を決定した。これは、平野部からのアクセスの良さ、傾斜地農法の継承度合い、集落からの眺望といった環境特性、事業への理解と協力者の存在が決定の要因となっている。

c 山間部イベントの実施

三好素人農事研究会と協働で、平野部に居住する方を参加者とした、農事イベントを開催した。「開かれた山間部」を標榜する本プロジェクトだが、その大きな起点を、山間部へのコモンスペースの設置としている。その動機づけの一つを、農事体験としている。実際にどういったコモンスペースが適切であるかを実際に設置する前にニーズを汲み取るために、農事体験のイベントを実施した。



農事イベント実施の様子

各イベント実施後に参加者とともに振り返りを実施した。開放的な環境で農作業体験できる機会がないため他の家族に口コミで伝えたいとのポジティブな要望や、有料ですら参加してみたいとの声もあった。

また、イベント時にご夫婦で先生をしてくださる法市の住民の協力をえられるようになり、熱心に教えていただけられるようになったことも、非常に大きな成果であった。

一方で、山間部は参加者にとって他者の生活地であり、自由気ままに集落を歩き、佇みづらい

という意見がある事も、当初の想定通り確認できた。パブリックスペースへのフィードバックが必須である課題として確認できた。

d 農事イベントのネーミング決定

上記農事イベントを「法市の学校」とネーミングした。コモンスペースを訪れる最初の動機づけとして、覚えてもらいやすい、また、呼びやすい愛称が必要であるという意図からである。またもう一つ大事な視点として、集落の方に何をやっているのかを伝達する端的なネーミングが必要なためである。

e コモンスペースの候補出しと見学の実施

新たな場をゼロから開拓するのではなく、空き家の利用が、現実的に（費用面や権利関係の整備などの視点から）可能性が高いのではないかという仮説を立て、コモンスペースの候補出しを行った。候補地を具体的に3箇所あげ、下見を実施した。



農村舞台から近い候補地（空家）



集落の奥にある候補地（空家）



素人會が利用している
霧窪庵とその納屋

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

農事イベント「法市の学校」については、法市集落での協力者をさらに増やしていくとともに、活動の内容を法市の住民や今後イベントに参加希望者にPRしていく。

コモンスペースについては、候補の空き家の家主の賛同を得るために、「法市の学校」の取り組みについて理解してもらうことが必要である。コモンスペースを作る際に、周囲にある間伐材などを活用できないか、そのリサーチを行う。

活動の持続可能性については、このプロジェクト「法市の学校」+「コモンスペースの運用」を持続可能な場にするために必要な要素を見極める必要がある。

2-13 福岡県添田町【修験ツーリズム 英彦山観光 地域づくり造成事業】

事業概要

総事業費	5,073 千円
助成金額	3,381 千円
外部専門家	養父 信夫（一般社団法人九州のムラ 代表理事）

自治体概要

人口	9,047 人（住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日）
面積	132.20 km ²
人口密度	68.43 人/km ²
標準財政規模	3,641,454 千円（令和2年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.24（令和2年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	95.2 %（令和2年度市町村別決算状況調）
担当課室	まちづくり課 観光振興係

取組概要

事業開始時点

- 英彦山の魅力を国内外に伝えるためのコンセプトワードについて統一感はない状況
- 国内外の中高富裕層に英彦山の魅力を伝える持続可能なツーリズムプランは未整備
- 英彦山にインバウンドをつなげる旅行会社との連携が希薄な状況
- 上記英彦山の新たなツーリズムのコンセプトを紹介するツールについては未整備
- 国内外への英彦山の恒常的に魅力を発信できていない状況

外部専門家による支援

- 英彦山の観光に携わる方々及びインバウンド関係者とのワークショップにてコンセプトワードを抽出
- 複数回のフィールドワーク、モニターツアー参加者及び有識者からの声を集約・分析し企画
- 外部人材のネットワークにより英彦山にモニターツアーに招聘
- 外部人材のネットワークにより専門家（写真家）を招聘し、複数回プレスを実施
- 外部専門家及び外部人材のネットワークによる専門家、旅行会社社とのSNS活用

事業終了時点(成果)

- 添田ウエルネス・エコツーリズムの取り組みを最終的に「英彦山巡礼ツーリズム」と表現
- 上記英彦山巡礼ツーリズム日帰り、1泊2日、2泊3日モデルプランを造成
- WaLK Japan。インサイドジャパンツーリズム、Kyushu Jarny の3社対象に実施
- 英彦山巡礼ツーリズムのコンセプトツール（8頁）をエバレットブラウン氏撮影写真にて作成
- 外部専門家FB（3,600人）及びエバレットブラウン氏FB（2,800人）による情報発信



表参道の佇まい



英彦山神宮護摩焚き説明



英彦山巡礼ツーリズム

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

添田町は、福岡県南東部、大分県との県境に位置し、人口約9,000人、面積の約8割を森林が占める県下屈指の自然豊かな清流の里であり、古来から神の山として信仰されてきた霊山「英彦山（ひこさん）」を擁している。

本町では、国立公園であり日本三大修験山に数えられる英彦山を中心として自然と歴史の観光を推進している。平成29年には英彦山が国の史跡指定を受けるなど、歴史的な価値について注目が集まるとともに、観光入込客数は90万人前後で推移し県下でも高い水準を誇っている。

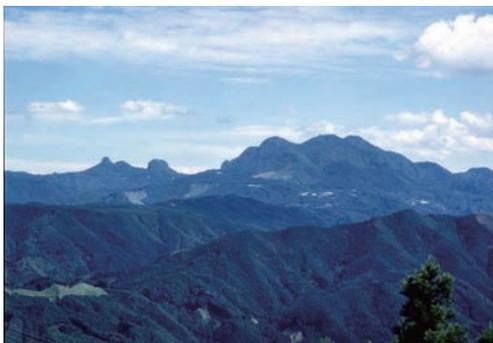
しかしながら、英彦山神宮を中心として修験道の本質的な価値保全は進んでいるが、現代のライフスタイルへの落とし込みは不十分であり、ビジネスや貨幣的な価値につなげていない現状がある。また、その状況が宿坊の荒廃や地域の担い手不足を生んでおり、未来にこの価値をつなげていくことが難しいという課題が浮き彫りになっていた。

そのような中、町は福岡県と協力して英彦山の活性化に取り組んでおり、修験道の本質をふまえて、現代人の価値観にマッチした新たなツーリズム（「修験ツーリズム」）を造成し、地域に人や経済の流れを呼び込むことが重要と考えた。

b 事業の目的

当町は「添田町まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、添田町に新しい人の流れをつくることを目標に掲げて各種施策を推進している。特に観光の振興や文化遺産の継承と活用を施策の柱に掲げており、この取組により地域振興を図っていきたいと考えている。

本事業では、先人たちが築いた修験の聖地である英彦山が持つ無形の価値を現代に再度つなげることを目的としており、実際には厳しい山岳での修行を以前の修験者同様実践することは無理であるため、あくまで、先人の修験者たちが垣間見た世界観を少しだけでも体感し、自然への畏怖意見、感謝の念などを呼び起こし、自分自身を見つめ直し、より心豊かで、健康的なライフスタイルを実践するためのツーリズムプログラムを造成する。



英彦山全景



英彦山神宮参道

北海道

北 海 道

北 海 道

山 形 県

福 島 県

茨 城 県

栃 木 県

千 葉 県

東 京 都

大 阪 府

広 島 県

山 口 県

徳 島 県

福 岡 県

福 岡 県

長 崎 県

鹿 児 島 県

鹿 児 島 県

北 海 道

2 事業実施内容

a 資源調査

英彦山修験含め添田町の歴史及び自然に関わる地域資源の文献、実地調査を行う。地域資源には、人的資源（神官、氏子、歴史研究家など、今後のガイド、インストラクターとなりうる人々、食関係、体験関係など）も含まれる。

b コンセプトワーク

フィールドワークをもとに修験ツーリズムのコンセプトを固めていくためのワークショップを実施する。

c フィールドワーク

実際に日帰り、1泊2日、2泊3日のコース、プログラムを想定してのフィールドワークを実施する。

d モニターツアー

旅行関係者、通訳案内士、インフルエンサーなどを対象にモニターツアーを実施する。

e ツーリズム商品造成

ツーリズム商品造成に向け、モニターツアーにおける意見の組み込み、モデルプランを構築するため、ワークショップなどを実施する。

f オンライン商品評価会

モニターツアーで参加いただいた旅行会社を中心に、オンラインで造成したモデル旅行プランをプレゼンし、販売者の視点で意見を伺い、商品を更にブラッシュアップする。

g コンセプトツール制作

修験ツーリズムを地域内及び外からの来訪者の方々にも、理解いただくためのコンセプトパンフレットを制作する。



モニターツアー



モニターツアー

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
6月	電話・メール	契約関係の協議
7月	21～22日	ヒアリング、資源調査、フィールドワーク
8月	9～10日	ヒアリング、食資源調査
9月	7～8日	ヒアリング、食資源調査
	16日	ヤママップとの Zoom 打合せ
	27～28日	ふるさと財団現地視察、地域住民コンセプトワードワークショップなど
10月	18日	モニター参加依頼（飯塚市内のインバウンド旅行会社）
11月	8～9日	旅行会社向けモニターツアー（1回目）
12月	14～15日	旅行会社向けモニターツアー（2回目）
1月	初旬～下旬	コンセプトシート制作
	26日	ふるさと財団 最終報告会
2月	初旬～下旬	コンセプトシート 最終確認、校正、印刷
	20日	旅行関係者向け オンライン商品品評会



英彦山神宮奉幣殿



玉屋神社



高住神社



大南神社

5 主な成果

a 資源調査

資源調査を実施した。主な地域資源、キーワードとしては、坊の活用、法螺貝教室、旧街道、観光客の立ち寄り所及び食事処、石灯笼に点灯、貸衣装（山伏）、水・食の吸引力、ジビエ料理、大自然を元に戻す、古民家再生、英彦山の歴史を感じる宿、人々、歴史、山をつくった人、新緑、全景、仏の顔、山、雪、雲海、夕日、石畳、景観、花見ヶ岩公園、表参道、紅葉、西日、鹿、山水、遺産、豆腐、自然、四季、神様、神幸祭、星、後家杉・一本杉、米、椎茸、銅の鳥居などを抽出した。

地域資源の中でもツーリズム商品造成の際に必要な昼食時の弁当として、修験または行者弁当（仮称）のメニュー開発に先立ち、地域の食資源調査も行った。



食メニューの開発

b コンセプトワーク

上記の資源調査結果を踏まえ、地域住民ワークショップやモニター参加者意見交換、アンケート調査結果から『英彦山巡礼ツーリズム』をコンセプトとすることとした。



資源調査・コンセプトワーク

c フィールドワーク

コンセプトワークに基づき、2回フィールドワークを実施した。1回目は、「花駅～表参道～英彦山神宮奉幣殿～中岳～南岳～中岳～北岳～望雲台～高住神社～花駅」、2回目は、「鷹巣高原ホテル～三日月池経由古道にて英彦山神宮奉幣殿往復」のルートであった。

北海道

北寿町

北海

厚真町

北見

海山町

山形

庄内町

福島

郡山市

茨城

縣市

栃木

下野市

千葉

縣市

東京

都

あきる野市

大阪

府

大阪市

広島

府

中

山

口

萩

徳島

東

福

岡

添

長

崎

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

鹿

d モニターツアー

モニターツアーは、11月と12月と2回実施した。参加者は WalkJapan 関係者4名、KyushuJourney 代表1名、インサイドジャパンツアーズツアーリーダー1名の計6名（外国人3名含む）であった。



モニターツアー

e ツーリズム商品造成

フィールドワーク及び地元ガイド及び専門家（ヤママップ）のアドバイスも受けながら、「日帰りコース」、「1泊2日コース」、「2泊3日コース」の3種類の英彦山巡礼ツーリズムプランを造成した。

旅行者のターゲットは、まずはインバウンド中高富裕層をメインターゲットとして想定しつつ、国内の中高富裕層も想定した。山登りは初心者程度で、日本の文化、歴史などに興味がある層とした。

f オンライン商品評価会

モニターツアーに参加した WalkJapan 関係者2名、KyushuJourney 代表1名、日航観光社代表1名、ヤママップ1名が参加し、造成したモデル旅行プランをオンラインでプレゼンし、販売者の視点で意見を伺い、商品を更にブラッシュアップした。

g コンセプトツールの制作

巡礼ツーリズムを地域内及び外からの来訪者の方々にも、理解してもらうためのコンセプトパンフレット（写真集）を制作した。

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

今後の取組として、まず、対内的には国内外中高富裕層向けのガイド人材研修、旅館ホテル向け食事、室礼などの勉強会、先進地視察などによる地域人材育成を実施する。

また、初年度に続き「英彦山巡礼ツーリズム」販売会社へのモニターツアーを実施するとともに、今年度実施の3社に対しては、商品化のためのファムトリップ（ターゲットとする国の旅行事業者やブロガー、メディアなどに現地を視察してもらうツアー）を実施する。

さらに、『英彦山巡礼ツーリズム』プロモーション動画の制作などを行う。

7 外部専門家コメント



「ヨソモノから始まる 新たな地域づくりが次世代を繋ぐ」

一般社団法人九州のムラ 代表理事 養 父 信 夫

福岡県添田町の地域再生マネージャー事業（1年目）についての取り組みは、大きくは2つ。1つは昔の修験の聖地であった英彦山のツーリズムプランを造成すること、2つ目は、「コンセプトツール」なるこれから英彦山で新たな観光振興（今事業ではそれを「英彦山巡礼ツーリズム」と銘打って提案）を地域内外（ヨソから訪れるツーリズム客及び観光行政、観光業に携わる地域住民）の方々が今後英彦山で展開される新たな観光について、共通理解を進めるための冊子を作成することである。

今回の地域再生マネージャー事業の進めていく上での課題として、まず英彦山の観光地域づくりに取り組む地域住民がかなり高齢化しているということ、もともと神域である英彦山で暮らす住民の数が少ない上に、観光ガイドの組織にしても、参道で商売をする方々も次世代は不在の状況であった。

内発的に地域づくりの萌芽がもともとあって、そこにアドバイザーの知見、ネットワークを活かしての取り組みによって動かしていくという手法はとれなかったことから、今回英彦山の宿坊に移住された外国人・エバレットブラウン氏という著名な写真家及び日本の文化を世界に発信する力を持ったヨソ者を中心に英彦山の観光地域づくりを展開することにした。つまり外発的要因から地域を興すという手法である。彼を今事業での外部専門家として立て、彼が英彦山で取り組んでいきたいと考えていることをカタチにすることで、彼も新たな生業を作ることにより英彦山に住み続け、彼の情報発信力により、国内外の方々が英彦山を訪れ、それによって新たなマーケットが生まれ、次世代をこの英彦山に呼び、かれらが新しいツーリズム産業の担い手になることを目指すという考えである。

今回、地域資源調査、地域でのフィールドワークではエバレット氏と地域の主要な方々（神宮の神職、観光ガイドの方々、旅館・ホテルの方、参道で地域づくりに取り組まれている地域住民の方など）と一緒に取り組み、またコンセプトシート作成での英彦山のキーワード探しワークショップを行う中で、エバレット氏の考え、地域住民の思いについて両者をすり合わせることも出来たのではと思っている。

モニターツアーは2回開催したが、「巡礼」「スピリチュアル」という部分を体感できるツーリズムプランを造成し、そのプランの特別企画としてエバレット氏の持っているスキル（写真、法螺貝、座禅、滝行など）を更に組み入れた特別プランも可能であることを招聘した旅行事業者にもプレゼンできた。波紋が広がるようにこれからの英彦山に注目したい。

2-14 福岡県大刀洗町 【大刀洗町及びさくら市場のブランド構築事業】

事業概要

総事業費	2,772 千円
助成金額	1,848 千円
外部専門家	堀田 雅湖 (こめみそしょうゆアカデミー 理事・事務局長)

自治体概要

人口	□	15,867 人 (住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日)
面積	積	22.84 km ²
人口密度	□	694.70 人/km ²
標準財政規模		3,950,514 千円 (令和2年度市町村別決算状況調)
財政力指数		0.48 (令和2年度市町村別決算状況調)
経常収支比率		83.3 % (令和2年度市町村別決算状況調)
担当課室		地域振興課

取組概要

事業開始時点

- 目的、目標が不明確
- ディスプレイを考えたことがない。
- 出品者は趣味の一部としてモノづくりをしていた。

外部専門家による支援

- 目的、目標の言語化
- 外部講師を入れての指導の実施
- 最適な先進地視察の選定
- スタッフの意識改革
- 買い手を意識した魅力の発信やファンづくりの大切さを講和

事業終了時点(成果)

- 目的、目標が明確になった。
- ブランドコンセプトに沿って「かてて」に名称変更し、リニューアルした。



事業前



指導中



事業後



1 事業の背景と目的

a 事業の背景

大刀洗町は、福岡県南部に広がる筑紫平野の北部に位置する人口16,033人（令和4年12月末時点）の町で、子ども数と人口は増加傾向にある。

筑後平野、筑後川に恵まれた肥沃な土壌で農業が盛んであり、町域面積の5割以上が農地となっている。農閑期に手仕事をする習慣があったため、当町には手仕事をする習慣が根付いており、手仕事文化が継承されている。

当町では役場のもとで町のPRをおこなう「さくら市場」という町直営の市場があり、今年度で13年目となる。自分たちが外に出て町を知ってもらうため、拠点はもたず移動形式で行っている。さまざまな補助金を用いて継続してきた10年間、時代に応じて生きがいや社会参画など担う役割が増えていき、その結果、PRという外向きの活動よりも福祉的支援などの内向きの要素が大きくなっていった。さくら市場の現状と課題の整理、今後の進むべき方向性を考えるために、令和3年度に地域再生マネージャー事業短期診断を実施した。

短期診断から多くの課題が浮き彫りとなり、その中でも大刀洗町地方創生総合戦略でさくら市場の目標を「地域経済循環の増進」と定めているのに対し、現状のさくら市場はビジョン、ミッション、目的、目標が不明確であり、このままでは達成できないことが明らかとなった。今後も活動を継続していくためにはブランドを構築する必要があるとの提言を受けたところである。

b 事業の目的

当町の地方創生総合戦略「大刀洗よかまち創生プロジェクト」に示す5つの基本目標のうちの1つに「③しごとに誇りや、やりがいを感じられるよう応援する。」がある。その目標を実現させるため、「多様な人材の応援を「活かしたい」という施策を掲げている。これは、生産年齢人口の減少により、多方面において労働力が不足することが懸念される一方で社会の多様化により働き方やビジネスモデルにも変化が生じていることを踏まえたものである。

その主要事業「町民参加型マルシェ支援事業」として「さくら市場」を位置づけ、出品者100人を目標に、高齢者、女性、障がい者、外国人など多様な人材が参加する市場を運営・支援することとしている。

一方で、現状の「さくら市場」は町のPR（外向き）よりも福祉的支援（内向き）の要素が大きくなっており、ここで改めて、「さくら市場」の位置付けやコンセプトを明確にするとともに、そのコンセプトに基づきつつ、「さくら市場」を通じて、魅力に共感できる関係づくりから検討・改善を行っていくことを目的とするものであり、将来的には町役場手動の体制から徐々に民間主導、自走化へと移行することを目指す。

北海道
寿町北海道
北見市
北見市
滝川市山形県
庄内町福島県
郡山市茨城県
舞田町栃木県
下野市千葉県
銚子市東京都
あきる野市大阪府
島本町広島県
府中町山口県
萩市徳島県
東みよし町福岡県
添田町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北利市

2

事業実施内容

a ブランド創出に関するコンセプトワーク

ブランド創出に関するコンセプトワークでは、①現状、②目指すべき方向性を明確化した上で、③現状と目指すべき方向性とのギャップを確認し、その解消のためのアクションを検討する。

①の「現状」については、町の地方創生施策における存在意義を含め、出品者の属性・出品目的、出品内容、商品の陳列・販売方法の状況について整理する。

②の「目指すべき方向性」については、スタッフや出品者の想いの把握や先進地の視察、町のPR という目的との整合、継続的な活動を可能にする運営等を踏まえて整理する。

③の「ギャップ解消のためのアクション」としては、将来像を見据えながらも、現在できる改善項目を抽出し、それを実証することで小さな成功を積み上げていくものとした。

b 魅力に共感できる関係づくり

「さくら市場」の継続的な運営にあたっては、出品者、購入者（消費者）、スタッフの3者が「さくら市場」の魅力に共感し続けることが必要になる。

そこで、今年度は、上記の「コンセプトワーク」に基づく改善内容を、イベント等において実験・実践し、その結果について、関係者間で意見交換・交流を図る。

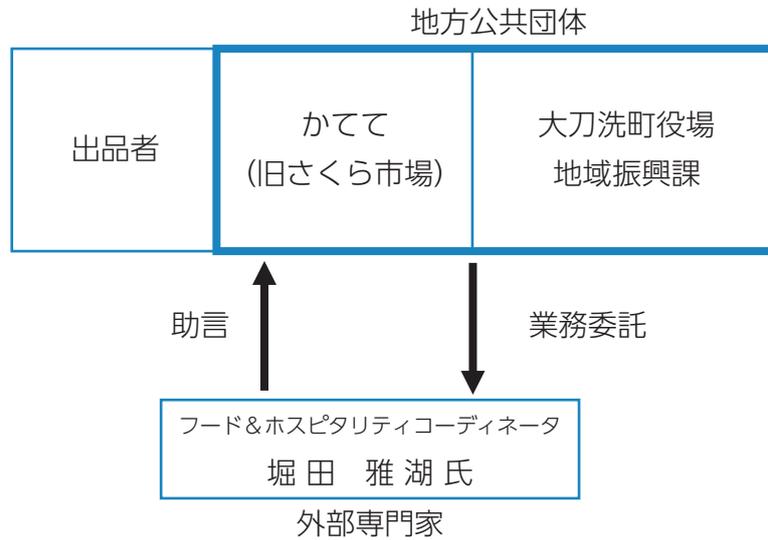
c 先進地視察

「ブランド創出に関するコンセプトワーク」や「魅力に共感できる関係づくり」の検討を効果的に進め、スタッフ等の関係者が自分事として理解することを促進するため、先進地を視察し、そこで意見交換をする場を設ける。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

「さくら市場」の設置主体である大刀洗町及び販売スタッフを中心とし、これに出品者を加えた体制で本事業に取り組む。

b 外部専門家の役割

外部専門家は、行政やスタッフ、出品者とコンセプトワークを繰り返し実施し、ブランドコンセプトの言語化を目指す。客観的視点からアドバイスを行い、ともに方向性を検討する。

北海道 北寿町

北海道 北厚真町
北海道 北見市山形県 山形市
山形県 庄内町福島県 福島市
福島県 郡山市茨城県 水戸市
茨城県 舞鶴市栃木県 宇都宮市
栃木県 下野市千葉県 千葉市
千葉県 銚子市東京都 文京区
東京都 あきる野市大阪府 大阪市
大阪府 島本町広島県 広島市
広島県 府中市山口県 山口市
山口県 萩市徳島県 徳島市
徳島県 東みよし町福岡県 福岡市
福岡県 添田町福岡県 福岡市
福岡県 大刀洗町長崎県 長崎市
長崎県 波佐見町鹿児島県 鹿児島市
鹿児島県 南大隅町鹿児島県 鹿児島市
鹿児島県 北利根町

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	25日 26日	年間スケジュール作成 うなぎの寝床（八女市）へ協力依頼・打ち合わせ
5月	16日 17日	うなぎの寝床視察、振り返り 年間スケジュール見直し、さくら市場の現状整理
6月	28日 29日	ディスプレイ基本研修 ディスプレイアドバイス研修
7月		
8月	2日 3日 19日 20日	ブランドコンセプト検討（名称変更） 8月マルシェ当日ディスプレイ準備、マルシェに向けて 中間報告、前日準備 第1回「かててマルシェ」開催、ふるさと財団視察
9月	20日 21日	流れ確認、交流会、勉強会の方向性を打ち合わせ 出品者交流会 今後のかててについて対話
10月		
11月	20日 21日	中止 勉強会「うなぎの寝床から学ぶ「商いはじめの一步」」（事前打ち合わせ2回） ロゴマークについて打ち合わせ（ウェブ打ち合わせ2回）
12月	10日 11日	ロゴマーク打合せ、前日準備 第2回「かててマルシェ」開催
1月	16日 17日 18日 26日	ブランドコンセプトのヒアリング 報告書作成 事業報告会（町長、スタッフ、出品者対象） 事業報告会（東京）
2月		タペストリー、アンダークロス、ユニホーム等の制作

5 主な成果

a ブランド創出に関するコンセプトワーク

ブランドコンセプトを言語化するにあたり「さくら市場」の役割や存在意義を見直したところ、作り手の想いを伝え、作り手と買い手を繋げるための活動であると改めて実感した。

ブランドコンセプトに沿ったショップ名に変更することが言語化されたコンセプトを最も浸透させることができると考え、名称を「さくら市場」から「かてて」へ変更した。

「かてて」とは、筑後弁「かたらせて（訳：仲間に入れて）」の親しみある表現で、作品や作り手の想いを「かたる」、ハンドメイドの「手」、作り手の「手」、そして仲間たちと「手をつなぐ」、生活の「糧」となるという想いを込めた。また、「かてて」はさまざまな世代や環境の作り手集まりであるため、仲間に入れてと集まってきてほしいという思いも込められている。

かててのブランドコンセプトは、大刀洗の「モノを大切にし、人を大切に作る人」がつくったモノを提供し、「常に使うヒトを想ってものづくりする向上心がある人」を支援する。ということであると定義した。

コンセプトづくりと並行して、講師を招いてディスプレイ研修を行った。ディスプレイの基本から指導を受けるとともに、「かてて」の商品で実際にディスプレイをしてもらうことで、魅力のみせ方や売り手としての役割を意識したディスプレイの重要性を認識することができた。



ディスプレイ研修による売場の改善

b 魅力に共感できる関係づくり

8月と12月に「かててマルシェ」を開催した。通常の「かてて」では、販売スタッフが移動販売を行っているが、「かててマルシェ」では、出品者も商品の販売に関わるものである。

8月のマルシェでは、売場の改善の効果を検証する場であった。これまででは、商品を全て陳列していたが、今回は陳列数を抑えて臨んだ結果、来場者から他の商品在庫に関する問い合わせ等があり、それをきっかけに販売スタッフと来場者との交流が生じるようになった。また、出品者

北海道

北厚別町

山形県

福島県

茨城県

栃木県

千葉県

東京都

大阪府

広島県

山口県

徳島県

福岡県

福岡県

長崎県

鹿児島県

鹿児島県

鹿児島県

も自ら作品を販売することで、魅力を発信する場としての意味を理解するとともに、出品者同士の交流も生まれた。

8月のマルシェを経て、9月に行政、販売スタッフ、出品者が一堂に会した交流会を実施し、マルシェの振り返りや今後挑戦したいことなどについての対話の機会を設けた。行政や販売スタッフだけでなく、出品者自身が活動に参加するきっかけづくりにもなった。

12月に開催したマルシェでは、「振り返り」を踏まえ、町民を巻き込む仕掛け（部室企画、中学生ボランティア、抽せん会等）を充実させ、また、出品者同士の交流の促進も図った。



かててマルシェ



出品者を含めた交流会

C 先進地視察

福岡県八女市の「うなぎの寝床」に視察に行き、「作業としての売り場づくり」と「お客様を意識した売り場づくり」の違いを実感した。また、商品の魅力のみせ方、伝え方や売り手としての役割に気づいた。その結果、商品数を絞り見やすい陳列を行うようになり、使っている様子が見えるポップを設置し、対話を通じて出品者の想いを伝える接客を行うようになった。



先進地視察

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

出品者も運営スタッフもステップアップし、今までは出品するだけだった出品者がマルシェの運営に積極的にかかわるなど自立してきている。また、かてて本体のブランドコンセプトを定め、方向性を明確にできたので、令和5年度では、今年度同様のブランドの磨き上げを行うとともに、これからのかてての自走を目指し、こういった形態が適しているのかという外的課題の整理、調査研究を行う。

7 外部専門家コメント



「モノ」を大切に「ヒト」を大切に 作り手の魅力共感によるブランド構築

フード&ホスピタリティ コーディネータ
堀田 雅湖

1) 取り組みの背景と事業概要

大刀洗町では、平成22年度に移動販売の形態で町内外へ赴く販売組織を起ち上げ、町内で生産された農産物や農産物加工品、手芸品等を出品者から預かり、町の臨時職員として雇用されたスタッフが受託販売を行っていました。

中長期的に本事業を継続する上で、民営化や固定的な販売拠点の設立等の選択肢も含めて事業形態の見直しの必要性が高まったことから、今後のこの販売組織（さくら市場）の事業の方向性や意義を明確化し、その活動がひいては、町の魅力発信となるようなブランド構築をする事業を実施しました。

2) 課題および、それに対するアプローチ

大刀洗町の直営移動式販売である「さくら市場」は、当初目的の町の知名度向上、農産物の販売の機能に加えて、現在は、出品者をはじめとする地域住民の居場所づくりの役割も担っています。しかしながら、事業運営のための十分な販売手数料を取っておらず、安定的に収益を確保できる事業形態となっていないことから、本事業の持続性に課題がありました。

また、出品者の中には、趣味として販売を行っている人、ビジネスとして確立することを目指している人等、多様な目的を持つ人が混在しており、その結果としてその商品を扱う「さくら市場」のブランドが不明瞭になっており、リピーターやファンを獲得することができていないことも課題としてありました。

大刀洗町が持つ資源・魅力として、「きちんとした手仕事の出来る人」がいる町という認識のもと、①大刀洗町の「ヒト・資源」としての手づくり作家の洗い出し、②モノを売るから作り手の魅力を伝え、価値に共感してもらう場としての転換③魅力を伝えるための整理と準備④モノの魅力を伝える方・ディスプレイ手法の研修などを実施しました。

本事業のポイントは、ブランドを構築する過程において、関わる全ての人や組織がその取り組みや取り扱う商品の魅力に共感できる関係づくりを大切に、まずは、提供側で関わる人々がその価値に共感したうえで、魅力の発信に取り組むこととし、事業を展開しました。

3) 取り組みを通じて得られた成果

魅力を伝えるための様々な研修を行い、実践で活用しながら、出品者・作り手も交えたコミュニケーションをとりながら、ブランド構築を図りました。

研修の成果を生かす取り組みとして、作り手自身が自ら販売する場として「マルシェ」を企画。その開催にあたり、ブランディングの要となる「さくら市場」の機能の整理から、組織名を「かてて」と改名し、この段階でこれからの販売組織「かてて」が果たす役割を関係者で明確に共有しました。

大刀洗町の「ヒト・資源」としての手づくり作家・作り手の想いを「モノ」を介して伝えることが大刀洗町の魅力を伝えることとなり、「かてて」が、大刀洗町のセレクトショップとして機能し、その活動のなかで若い世代のコミュニケーションの場も出来ました。

マルシェの開催により従来の「モノ」を委託して販売してもらうスタイルから、自ら売る ことに挑戦する場を「かてて」が提供することで小商いの出来る作り手の自立支援の一端 を担うことも出来、大刀洗町ならではの「小商い」の可能性も拡がりました。

今年度のブランド構築において、「かてて」に関わる地域の人々のより良い関係が確立でき、地域において持続的な経済活動を活性化させる体制の基礎づくりも出来ました。

次年度以降は、①作り手同志のコラボによる新しい魅力づくり②作り手と町内企業とのコラボによる大刀洗ならではの商品づくり③大刀洗の魅力を伝えるショップ「かてて」が、作り手の商品のブラッシュアップ支援や稼げる作り手育成支援など新たな役割の拡大、強化などに取り組んで欲しいと思っています。

北海道

北海
道
釧路
市山形
県
山形
市福島
県
郡山市茨城
県
水戸市栃木
県
宇都宮市千葉
県
市川市東京
都
あきる野市大阪
府
藤原市広島
県
府中市山口
県
萩市徳島
県
東みよし町福岡
県
添田町福岡
県
大刀洗町長崎
県
波佐見町鹿児島
県
南大隅町鹿児島
県
北利根町

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

事業概要

総事業費	10,229 千円
助成金額	6,818 千円
外部専門家	河野 公彦 (合同会社 inc 1 代表) 平尾 由希 (株式会社 FOODSNOW 代表)

自治体概要

人口	14,482 人 (住民基本台帳登録人口：令和 4 年 1 月 1 日)
面積	56.00 km ²
人口密度	258.61 人/km ²
標準財政規模	3,776,658 千円 (令和 2 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.42 (令和 2 年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	82.1 % (令和 2 年度市町村別決算状況調)
担当課室	商工観光課

取組概要

事業開始時点

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

外部専門家による支援

- 協議会をはじめ民間移行
- 実証実験の実施と改善
- リサイクルの運用改善
- 個別打合せによる事業推進
- 合意形成に係る調査、会合

事業終了時点 (成果)

- リサイクル率アップ95%!?
- 肥料登録、建築 JIS 取得
- 陶箱クッキー、八三三米躍進
- サステナブルイベント進化
- 目標達成と来年度計画策定



石膏用さつまいも芋さし体験



工業組合との会合の様子



八三三米の TV 放送



鬼木加工センターとのすり合わせ



サステナブル協議会の様子



サステナブルイベントの TV 放送

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

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

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

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

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

このような産業構造の中、生産工程上不可欠である使用済み石膏型の産業廃棄物処分が長年の課題であり、町内中間処理場はあるが、在庫などのリスクを抱えている状況である。しかしながら排出者の法令条例認知の低さも課題であり、これらを解決するべく2年ほど前から外部専門家にも協力を要請し、リサイクル構築に向けて関係機関、関係団体と協議を進めている。

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

b 事業の目的

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

北海道

北 海 道

北 海 道

山 形 県

山 形 県

福 島 県

茨 城 県

栃 木 県

千 葉 県

東 京 都

大 阪 府

廣 島 県

山 口 県

徳 島 県

福 岡 県

福 岡 県

長 崎 県

鹿 児 島 県

鹿 児 島 県

北 海 道

北 海 道

2 事業実施内容

a 排出事業者：廃棄物95%リサイクル共感を伴う安定運用

リサイクルへの署名のほか、実運用としてリサイクルを選択し続けるための啓発活動を推進する。リサイクル運用上起こり得るリスクとその他対策を整理するとともに、分別精度を上げるなどの継続的改善を図る。

b 中間処理業者：中長期的循環モデル構築に向けた段階（一段落）

既存中間処分会社との間で安価な処分費で処分できるための仕組みを引き続き構築し、運用改善を推進する。また町外1社で副さん肥料の登録と安定販売に向けた調整を行う。

町内の新たな中間処理場を開業推進し、採算性のある運用計画を策定し、運用開始とともに継続的改善を図る。

c 同モデル構築のための農地利用にかかる実証、啓発、商品開発と自立的企業づくり

副さん肥料を用いた農場での実証実験を継続実施し、精度アップさせる。手土産『陶箱クッキー』のブランディング強化を継続的に実施し、農作物、農作物と陶磁器のセットになる手土産品などの新商品開発を推進する。

d 同モデル構築のための建築内外装利用にかかる実証、啓発、協議会発足と自立的企業づくり

建材試験を実施し、実証に基づき内外装の商品の特徴を整理し、商品の競合に対する差別化等を検討する。

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

生地業×観光業のモデルの確立、モデル実行者の募集、モデル実行体制の確立に係る補助を行い、生地屋連携モデルに対する意識簡易ヒアリング調査を実施する。

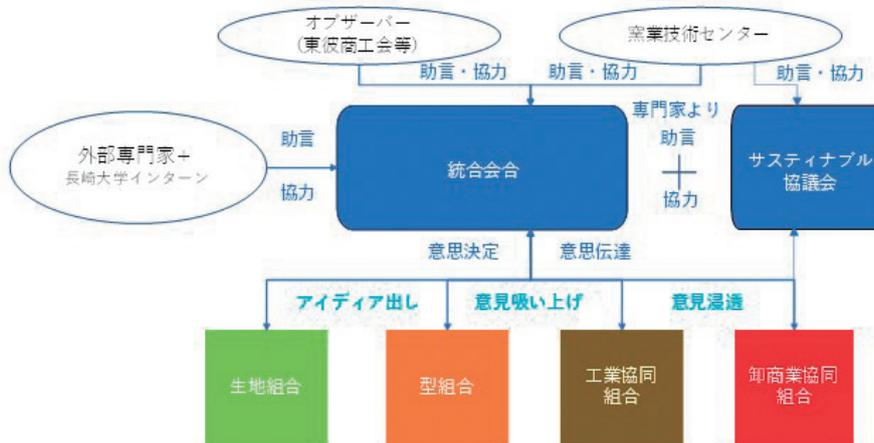
f ブランド化確立に向けたコトづくり実施、マーケティング調査、商品づくり実証実施

サステナブル協議会を継続実施し、サステナブルなコトづくり（体験イベント）を実施し、改善を図る。プロモーションの質向上を図るとともに、顧客関係性改善の仕組みを整理する。ガイドライン案を浸透させ、コトづくりとしてのロゴマーク案を確定させる。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

波佐見焼の各組合の統合会合とサステイナブル協議会を主体とした体制で取り組む。町役場手動のトップダウン的なアプローチと民間主導のボトムアップ的なアプローチとを融合させる。

b 外部専門家の役割

外部専門家は、事業実施者及び市町村が真に求めていること、魅力的であること、課題と認識すべきこと、そして独自の地域資源等（中心人物を含む）を発見し、存在意義を高めるべく磨き上げていく。

具体的には、本事業のビジョン、理念、目標の設定、合意形成、スケジュール、段取り、準備を実施するとともに、商品開発などを通じて見本となる商品や事業のプロトタイプづくり及び支援、上記を効率的かつ効果的に進めるためのコミュニケーション活動、将来的に事業実施主体者及び市町村がビジネス創出及び持続可能性を両立させ、自走するための仕組み構築を支援する。加えて民間移行、自走化に向けたリーダーづくり、創業者づくりを実施する。

北海道
北見市

北海道
北見市

山形県
庄内市

福島県
郡山市

茨城県
舞子市

栃木県
下野市

千葉県
銚子市

東京都
あきる野市

大阪府
島本町

広島県
府中市

山口県
萩市

徳島県
東みよし町

福岡県
添田町

福岡県
大刀洗町

長崎県
波佐見町

鹿児島県
南大隅町

鹿児島県
北見市

4 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	19日 18～22日	サステイナブル協議会キックオフ 各目標の進展促進、個別打合せ、調査及び合意形成（準備含む）
5月	18日 16～20日	第2回サステイナブル協議会 各目標の進展促進、個別打合せ、調査及び合意形成（準備含む）
6月	23日 20～24日	第3回サステイナブル協議会 各目標の進展促進、個別打合せ、調査及び合意形成（準備含む）、リサイクルの最終ユーザー候補との意見交換、交渉等
7月	27日 25～29日	第4回サステイナブルイベント実行委員会 各目標の進展促進、個別打合せ、調査及び合意形成（準備含む）、リサイクルの最終ユーザー候補との意見交換、交渉等
8月	23日 24日 22～26日	リサイクル説明会 第5回サステイナブルイベント実行委員会 各目標の進展促進、個別打合せ、調査及び合意形成（準備含む）、リサイクルの最終ユーザー候補との意見交換、交渉等
9月	13日 12～16日	第6回サステイナブルイベント実行委員会 各目標の進展促進、個別打合せ、調査及び合意形成（準備含む）、リサイクルの最終ユーザー候補との意見交換、交渉等
10月	12日 11～14日	第7回サステイナブルイベント実行委員会 各目標の進展促進、個別打合せ、調査及び合意形成（準備含む）、リサイクルの最終ユーザー候補との意見交換、交渉等
11月	1～2日 3～7日	各目標の進展促進、個別打合せ、調査及び合意形成（準備含む）、リサイクルの最終ユーザー候補との意見交換、交渉等 サステイナブルイベント（11/3～11/6）の準備、フォロー等
12月	14日 12～16日	第8回サステイナブルイベント実行委員会（反省会） 各目標の進展促進、個別打合せ、調査及び合意形成（準備含む）、リサイクルの最終ユーザー候補との意見交換、交渉等
1月	24日 23～25日 26日	第9回サステイナブル協議会 各目標の進展促進、個別打合せ、調査及び合意形成（準備含む）、リサイクルの最終ユーザー候補との意見交換、交渉等 報告会
2月	15日 13～17日	第10回サステイナブル協議会 各目標の進展促進、個別打合せ、調査及び合意形成（準備含む）、リサイクルの最終ユーザー候補との意見交換、交渉等

5 主な成果

a 排出事業者：廃棄物95%リサイクル共感を伴う安定運用

リサイクル新料金説明会を開催した。排出事業者のうち100名以上が参加し、新料金（リサイクル費用の方が従来の埋立費用より安くなること）やリサイクルの活用方法、運用方法などを説明し、ほぼ100%が改めてリサイクルに合意した。



リサイクル新料金説明会資料

b 中間処理業者：中長期的循環モデル構築に向けた段階（一段落）

町外1社で副さん肥料登録と安定販売支援を継続実施し、肥料登録ではFAMICに登録要件を確認しつつ、中間処理業者と肥料登録の方法を共有し、さらに袋詰めなど生産品質管理体制を整えた。中間処理業者と電力会社でフライアッシュの取引が開始され、埋立費用よりもリサイクル費用が安くなる状況をつくれるようになった。

c 同モデル構築のための農地利用にかかる実証、啓発、商品開発と自立的企業づくり

農林試験技術開発センターにて敷地内とJA島原雲仙の農家にて実証試験を実施した。

陶箱クッキーは鬼木加工センターが順調にクッキーの製作数を倍増し、現在、週に80個を販売するまでになっている。商品は完売するほか、様々な賞を受賞し、知事のお土産物に再び採用されるなど、長崎県を代表するお土産物として定着したと言える。

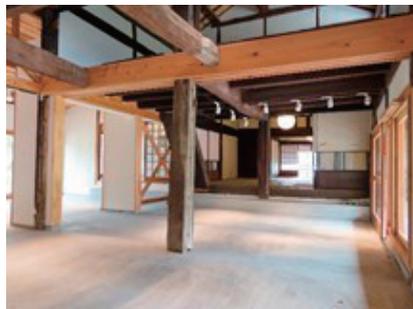
波佐見焼工業協同組合の青年部14社とともに「八三三米プロジェクト」を発足させ、石膏を利活用栽培したお米「八三三米」と窯元各社が地域への想いを込めてデザインした茶碗、箸置き、波佐見の郷土料理のレシピブックをセットにし、波佐見の台所をモチーフにデザインしたパッケージでギフトに対応した「八三三米くらわんかセット」の商品化を進めた。



八三三米+器セットの商品化

d 同モデル構築のための建築内外装利用にかかる実証、啓発、協議会発足と自立的企業づくり

鬼木地区に新たな関係人口を高める交流館の内外装をリフォームし、石膏粉を活用した。内装材試験を実施し、JISの基準をクリアした。町内の建設会社3社に対して建物の内外装で使用している既製品の取り扱い数量、単価、ニーズなどをヒアリングした。



石膏粉を活用した交流館の内外装リフォーム

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

副業モデルについては、生地屋の生地（仕事）体験（生地＋観光の副業モデル）は継続的に観光協会の雑誌やwebサイト『とうのう』にてイベントを開催することとなった。

f ブランド化確立に向けたコトづくり実施、マーケティング調査、商品づくり実証実施

サスティナブルなコトづくり（体験イベント）を11月3日～11月6日で開催した。その準備機関としてサスティナブルイベント実行委員会を1回/月実施した。イベント時に観光客に対して簡易マーケティング調査を実施。アンケート調査結果などを踏まえてプロモーションの質向上、顧客関係性改善の仕組みの計画づくりを行う。



サスティナブルイベント

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

今後においても、引き続きリサイクル100%に向けて着実に排出事業者がリサイクルを選択し続けられるようにリサイクル処理費≤埋立処理費の状況を安定化させるとともに、排出事業者が率先して選択し続けるようにインナーブランディング、啓発活動を続けていく。

具体的には協議会や説明会のみで伝達していた取組みを様々な媒体、振興会のサイトや打合せの場などで露出を増やしていくことで町全体へのインナーブランディングに昇華させ、町内の人づくりをしていく。また、各取組みをプロセスエコノミー的に露出もしていくことでビジョンと存在意義の軸から閲覧者の共感、自分事化を増幅していき、共創型の商品、コト、事業づくりを目指していく。そうしてファン層づくりから関係人口や移住者づくりまでに繋がる仕組み化につなげていく。

7 外部専門家コメント



地域の課題を価値に変える『循環のわ』を目指して

incl合同会社 代表 河野 公彦

1. 事業概要と抱える課題

波佐見町は全国の一般家庭で使われている日用食器の約17%（美濃、有田に次ぐ3番目）を生産し、400年の歴史を有する全国屈指の「やきもの」生産の町である。波佐見焼の製造工程はユニークであり、基本的に石膏型（生地を流し込む型）を使い、繰り返し同じ生地が量産できるよう工夫している。この石膏型が波佐見焼の中量生産中級ブランドを支えており、生命線ともなるものである。

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

また、生地屋をはじめとする下請側を中心に後継者不足が課題となっている。

これらの課題に対して石膏を農地の土壌改良剤（副さん肥料）、建築の内外装材、土木の土壌改良剤などの用途に有効活用する、豊かな地域内循環モデルを構築することで石膏の課題を解決するだけでなく、新たな事業やブランド品等の価値が創造されていくことを目論んでいる。そうしていくことで波佐見町が魅力的な町になっていき、少し時間はかかるが後継者不足等も解決されていくことを目指している。さらに、3年目では行政主導から民間への意向も進めている。

2. 課題に対する取組み

今年度事業3年目も課題解決に向けて協議会や個別ミーティングを重ねている。具体的には排出事業者のリサイクルへの協力を促す説明会の実施、建築の内外装のJIS規格、肥料登録に向けた試験等を進めるなどである。その間、最終ユーザーとの対話で市場把握とともに再生石膏利活用に向け合意形成を進めた。

陶箱クッキーは新シリーズを重ねるとともに販売量対策も進めている。加えて工業協同組合が取り組んでいるお米づくりから八三三米+器のセット品も商品開発され、プロモーションも進めている。さらに、第二の陶箱クッキーに向けた商品開発も着実に進展させている。

サステナブルイベントに関して2年目も実施しており、1年目よりも進化したイベントにするため協議を重ねて実施した。また実施後の反省会も自発的に進めてくれている。

3. 取組みの成果と今後の取組み

今年度も取組みの成果は豊富にあった。具体的にはリサイクル費用≤埋立費用の状況づくり、肥料登録完了見込み、建物の内外装材では鬼木の交流館にて内外装に壁塗りをし観光名所化、建築JIS規格取得見込みなどである。

また、陶箱クッキーは新シリーズを加えるとともに生産量の問題を解決し、さらに販売後即時完売する状況が続いている。工業協同組合の八三三米は器（14の窯元らの多様な器）とのセット品として商品開発を進めており、メディアへの露出とともに賞の獲得を得られている。

さらに、本取組みに協力する商社等ではサステナブルイベントを昨年よりも進化させて実施してくれている。

今後は短中期的な目標としてリサイクル率を95%以上にし、町内に中間処理場を設立する。また、中長期的な目標として肥料登録やJIS規格の錦の御旗の下、最終ユーザーの開拓を着実にやり、廃石膏型の無償化、有償化に向けて動いていく予定である。さらに、第二の陶箱クッキーをはじめサステナブル商品の成功例づくりなどを一層進める予定である。

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

北海道
寿都町北海道
北見市
北見市
山形県
山形市山形県
山形市福島県
郡山市茨城県
舞子市栃木県
下野市千葉県
銚子市東京都
あきる野市大阪府
島本町広島県
府中市山口県
萩市徳島県
東みよし町福岡県
添田町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
鹿嶋町
北利市

2-16 鹿児島県南大隅町 【関係人口拡大創出プロジェクト】

事業概要

総事業費	10,826千円
助成金額	7,000千円
外部専門家	棕本 修平（ムクモト設計株式会社 代表取締役） 野村 達男（野村企画）

自治体概要

人口	6,604人（住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日）
面積	213.57 km ²
人口密度	30.92人/km ²
標準財政規模	4,251,163千円（令和2年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.18（令和2年度市町村別決算状況調）
経常収支比率	93.2%（令和2年度市町村別決算状況調）
担当課室	企画課

取組概要

事業開始時点

- 関係人口の総量や関係性が不明瞭
- 持続的発展を行える仕組みが無い。またその運営方法が確立されていない
- 町外の人から見た魅力や伝えるべきポイントが定まっていない
- 関係人口との関係性構築が不慣れ
- 町有施設を中心とした町の地理的活用方法が不明瞭

外部専門家による支援

- 関係人口リストの作成及び活用方法の指導
- みらい会議の仕組化、ファシリテーション指導
- 関係人口との接点におけるポイント指導
- 関係人口に成り得る町外事業者のマネジメント
- 町をエリア構想で考えた際の廃校活用における知見共有

事業終了時点（成果）

- 関係人口の見える化（リスト作成）
- 町の持続的発展を仕組化（住民主体のみらい会議発足と年4回の運営）
- マルシェやオンライン交流会、SNSや新規PR冊子で関係人口との接点づくり
- 町外8事業者の視察、内2事業者と継続的な事業検討、内1事業者の多拠点移住の決定
- エリア構想と廃校利活用の計画書



総合振興計画に基づいた事業プラン



専門家による指導及び伴走



町の魅力を発信・町の魅力を発掘

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

南大隅町は、鹿児島県大隅半島南部に位置し、三方を海に囲まれ、町の南端には、本土最南端の佐多岬を有している。人口は、昭和25年頃をピークに減少が続いており、令和2年国勢調査では6,481人となり、高齢化率も鹿児島県内で最も高い状況である。

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

ところが、昨今のコロナ禍において、従来の観光振興では人の移動が制限されることで大きな打撃を受けており、首都圏を中心に地方移住への気運が高まってはいるものの、それに向けた町の有効なPRが打てていないのが現状である。そのため、第2次総合振興計画に基づき、地域活力の向上のため、新しい生活様式を前提とした「食の設計を起点とした地域創生」を「関係人口拡大創出プロジェクト事業」として、令和3年度より推進することとなった。地域の魅力を「食・旅・住」という大きな3つの柱で区分し、関係人口を可視化するとともに、リモート環境なども活用して、町の魅力を発見+構築+発信するに至った。

これまでの取組では、リモートを活用したマルシェや交流イベントを実施して、関係人口の創出を推進してきた。既移住者を中心に、地域住民との協議の場を設けて、2030年の未来構想に着手した。未来構想の中で、持続可能な状態として新たなビジネス計画も動き出している。役場内では若手職員を、地域内では地域活性化に取り組む若い住民を中心とした次世代リーダーの育成も進捗している。

b 事業の目的

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

関係人口の深度を以下の4つのステップに分類し、取組を整理している。

- ① 「関心人口」：地域との関係性が薄く、南大隅町を認知していない層に対して、地域特産品を食してもらうことで存在を認知してもらう層
- ② 「好意的人口」：町の存在を認知してもらった上で、町の様々な地域資源に興味を持ってくれる層
- ③ 「準住民」：実際に町に訪れ、街並み、人柄などを好み、住民や事業者と深い関係性を持つ層
- ④ 「住民」：生活の中心を南大隅町に移し、住民となる層

北海道
北見市北海道
北見市山形県
庄内町福島県
郡山市茨城県
舞田町栃木県
下野市千葉県
銚子市東京都
あきる野市大阪府
島本町広島県
府中市山口県
萩市徳島県
東みよし町福岡県
添田町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
北見市

2 事業実施内容

a マルシェ（食：関心人口）

東京都内の JR 大崎駅前マルシェで南大隅町の特産品を販売する。「食」という領域から首都圏の多くの方に対してアプローチをすることで、南大隅町の認知度や魅力を高めていく。

b オンライン交流（食、旅：好意的人口）

マルシェや SNS で南大隅町に好意的な印象を持った方々に対して、オンライン交流会へ誘導し、特産品の購入と町の魅力をオンラインで体感してもらい、リアル交流への需要を喚起する。

c リアル交流（旅：準住民）

リアル交流として、農業体験プログラムを作り込むとともに、モニターツアーを実施し、一般販売へとつなげる。

d ワークेशन（旅、住：準住民）・移住（住：住民）

ワークेशनやサテライトオフィスに興味のある企業や個人に対して説明会を開催し、その中から候補者を現地視察に招聘する。

また、ワークेशनやサテライトオフィスなどの受入拠点施設として、町有施設の活用を検討する。

e 女子旅：情報発信

地域情報や事業イベントを発信するチームを発足させ、SNS を中心に情報を発信し、関係人口との接点づくりを行う。

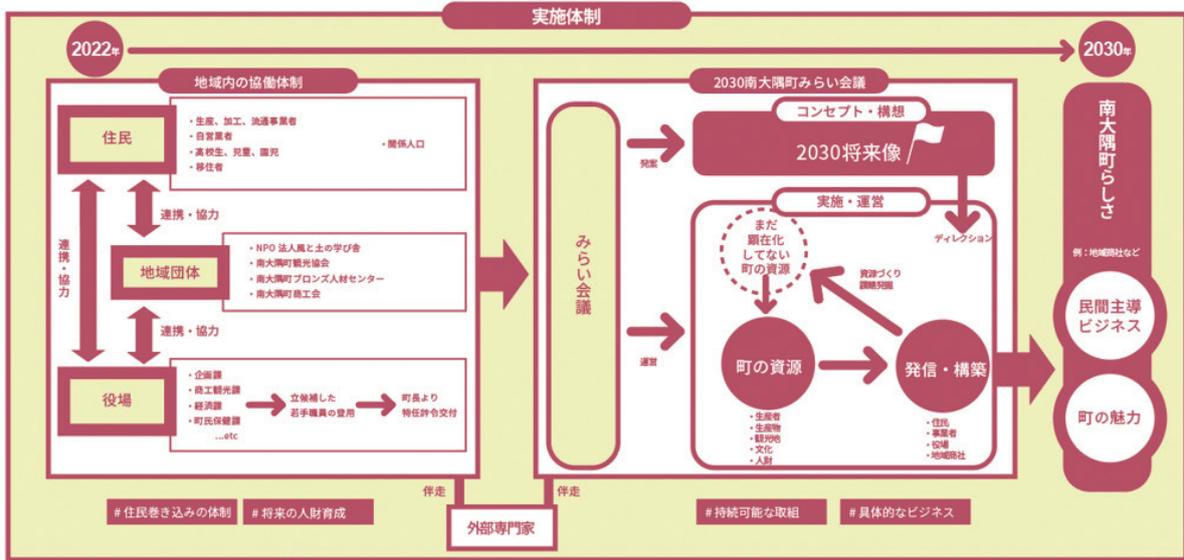
f 2030 南大隅町みらい会議

2030年の南大隅町のあるべき姿、将来像を若手職員や若い移住者などで取りまとめ、「みらい白書」として完成させる。その実現に向け、住民主体による地域商社の設立等、持続可能なビジネスモデルを検討する。

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

地域住民、地域団体を中心として、町役場と三者連携で取組を行う体制である。

三者連携の取組に対し、外部専門家が助言を行う。最終的には、民間主導のビジネスの発足を行う。町の持続的発展の為の組織として、民間主体のみらい会議を実施体制に据えていく。

b 外部専門家の役割

外部専門家は以下の役割を担う。

- ・ 事業統括：関係人口創出事業の全体設計と管理。
- ・ 販売指導：マルシェ、交流会などにおける販促広報活動及びデザイン作業。
- ・ 住民、職員への指導：課題抽出方法とその解決策のプロセス指導。
- ・ 町有資源の活用提案：施設、建物、自然、文化を最大価値化するための提言。

- 北海道 寿町
- 北海道 厚岸町
- 北海道 北見市
- 山形県 山形市
- 山形県 庄内町
- 福島県 郡山市
- 茨城県 舞田町
- 栃木県 下野市
- 千葉県 銚子市
- 千葉県 あきる野市
- 大阪府 島本町
- 広島県 府中
- 山口県 萩市
- 徳島県 東みよし町
- 福岡県 添田町
- 福岡県 大刀洗町
- 長崎県 波佐見町
- 鹿児島県 南大隅町
- 鹿児島県 鹿嶋町
- 鹿児島県 北利町

4

事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	16日 19日	みらい会議による種まきイベント 5月の現地視察する8事業者に事前レクチャー
5月	9～10日 23～25日 30日	現地視察予定の3事業者とそれぞれ個別面談 東京大阪などから8事業者が現地視察 みらい会議。同日、EC説明会
6月	10日 13日 16日 20日 21～22日	5月の現地視察メンバー各人から事業提案を受ける みらい協議会候補の住民と協議会設立について協議 地元旅行代理店の南薩観光と商品づくりについてヒアリング みらい会議。町の資源活用した取組など協議 廃校利用について施設館長などと協議
7月	22～23日	東京品川区の大崎駅前マルシェ・町長トップセールス
8月	21日	みらい会議メンバーによる夏イベント実施
9月	5日 13日	廃校利用について施設館長などと協議 廃校にて住民や移住希望者、視察者と活用について協議
10月	29～31日	廃校利用について日建設計デザイナー現地視察。町長面談。住民との活用協議
11月	18～19日	東京品川区の大崎駅前マルシェ・町長トップセールス
12月	10日 12日 13日	オンライン交流会（食・旅）実施 みらい会議 廃校利用について施設館長や住民など12名と協議
1月	17日	廃校利用について施設館長などと協議
2月	18日 20日	オンライン交流会（移住）実施 廃校利用計画書の提出

5 主な成果

a マルシェ(食：関心人口)

首都圏における町の知名度と新規販路獲得を目的として、町の特産品である南国フルーツを中心に東京都 JR 大崎駅前のマルシェで2回合計4日間販売を行った。購買者数は合計1,000人弱、売上は127万8千円となった。次回以降のマルシェの案内を送付可能な連絡先を新規に49件取得した。また、EC サイトや生産者の SNS へ連絡が複数件あり、その後の購買に繋がっている。



マルシェの様子

b オンライン交流(食、旅：好意的人口)

マルシェや SNS で南大隅町に好意的な印象を持った方々を中心に、町の魅力を紹介する動画ライブと、移住を検討されている方向けのオンライン会議による、合計2回のオンライン交流会を開催した。合計約30名の方と交流を行った。参加者からは商品や現地訪問に関する質問が寄せられた。



オンライン交流会の様子

c リアル交流(旅：準住民)

マルシェやオンライン交流会で、実際に南大隅町に行ってみたいと感じた方に、町でできる現地体験イベントを検討した。現状の体験型コンテンツをリストアップし、1年間の中でどの時期に何が出来るかを検証し、町の魅力を伝えるため、今ないコンテンツの洗い出しを行った。検証では、旅行代理店等の視察やヒアリングを行い、外部から必要とされるニーズを聞くことで、今後の体験コンテンツの充足を図った。

d ワークেশョン(旅、住：準住民)・移住(住：住民)

多拠点生活やサテライトオフィス、地方事業に興味のある8事業者が現地視察を実施した。視察後、2事業者から町での事業提案を行ってもらい、現在実現に向けて検討を続けている。これとは別に1事業者が多拠点移住を決定し、現在は住居を検討している段階で、4月頃から移住開始予定である。

ワークেশョンやサテライトオフィスなどの受入拠点整備として、廃校を活用したエリア構想を計画書として提出し、町長も交えての協議を行っている。



現地視察の様子

北海道

北 海 道

北 海 道

北 海 道

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

山 形 県

e 女子旅：情報発信

地域情報、事業イベントの発信を行うチームを発足させ、SNSを中心に地域の生産物や店舗紹介を行うことで、情報の客観化を行い、地域住民へ対しても発信することの意識の向上を図った。町民から「うちも取り上げて欲しい」などの取材要請も受けている。



女子旅の SNS

f 2030 南大隅町みらい会議

みらい会議を4回開催した。各回、15名ほどの町の事業者が集まり、町の若手職員とともに協議を重ね、町の課題点の抽出と目標設定を行い、2030年のあるべき姿と具体的な行動アイデアをまとめた「みらい白書」を作成し、町長へ提出した。また、みらい会議を中心として、子供の収穫体験イベントや盆踊りなどを実施した。

地域商社構想についても具体的に検討を行い、廃校を利用した運営体制の中で地域商社を一般社団法人で発足する案を町の事業者と検証を重ねた。



みらい会議主催イベント

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取り組み

住民主体のみらい会議における組織運営の円滑化のためには、会議に参加することへの分かりやすいメリットを設けることが必要と考えている。具体的には、夏の南大隅町月間イベントのような形で、町全体が夏の期間はどこでもキャンペーンやイベントを行っているような状態にし、住民各店舗やサービスなどに触れる機会を増やす取組を検討している。

また、関係人口のつなぎ止めや深化を効果的に行う方法も検討する必要がある。解決策としては、関係人口へ能動的に町を好きになって貰える人を募ってサポーター化していくことを考えており、その制度設計を検討中である。

7 外部専門家コメント



高齢化率が鹿児島県1位の町で、 平均年齢30歳の若者の挑戦

ムクモト設計株式会社 代表取締役 棕本修平

★★ 取組の特徴的なポイント ★★

「若手職員、若手住民の活躍」

高齢化率の高い町で、平均年齢30.5歳の若手職員15名が自ら立候補し、町長より特命人事を交付されました。次世代リーダーの育成を具体的に進める町の姿勢に驚かされ、所属課を飛び越えた若手職員15名が、真摯に取り組む姿に非常に感銘を受けました。また、2030南大隅町みらい会議と称した町の将来を作る会議にも、若くして事業を行う住民が多く集まり、その大半が移住者であることも町の可能性を感じました。種まきイベントや廃校活用などに住民が主体的に取り組んでおり、若い人財の活躍が楽しみになる事業になったと感じています。これは、本プロジェクトの最も特徴的なポイントと感じています。

★★ 今後の取組や成果 ★★

1) ビジネス志向

住民参加のみらい会議の中で、地域商社の構想や、廃校活用などの取組が生まれました。今後は、イベントなどでテスト運用を行い、町の事業者が関係人口にお金を落としてもらう仕組みや自分たちのビジネスに繋げる意識強化が必要と感じています。

2) 持続可能性

将来的な目標や町のあるべき姿を、役場と町民で共有しつつ、具体的な取組を行っていくことが持続可能性につながると考えています。本取組では、みらい会議と題して役場と町民で課題や実施取組を検証する会を設けています。その中から種まきイベントなどを実際に実施できました。今後は、今以上に事業者の売上に直結するような取組で持続可能性を高める必要を感じています。

3) 地域の巻き込み

本取組では、都内マルシェ出店やみらい会議などで具体的な地域住民の巻き込みを行っています。取組をきっかけとして、外販への意識が変わった生産者もいます。今後は、地域外との接点を強め、町内事業者が外販の重要性を感じられる取組が必要だと感じています。

★★ 概 要 ★★

1) 町の概要

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

2) 事業に至った経緯や課題

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

3) 事業概要

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

北海道

北 海 道
北 海 道
北 海 道山 形 県
山 形 県福 島 県
福 島 県茨 城 県
茨 城 県栃 木 県
栃 木 県千 葉 県
千 葉 県東 京 都
東 京 都大 阪 府
大 阪 府広 島 県
広 島 県山 口 県
山 口 県徳 島 県
徳 島 県福 岡 県
福 岡 県福 岡 県
福 岡 県長 崎 県
長 崎 県鹿 児 島 県
鹿 児 島 県鹿 児 島 県
鹿 児 島 県

2-17 鹿児島県知名町・北海道利尻町

【関係人口と地域の担い手獲得のための広域連携事業】

事業概要

総事業費	14,268 千円
助成金額	9,512 千円
外部専門家	大久保 昌宏 (特定非営利活動法人離島経済新聞社 理事)

自治体概要

自治体名	知名町	利尻町
人口 (住民基本台帳登録人口：令和4年1月1日)	5,727 人	1,931 人
面積	53.30 km ²	76.49 km ²
人口密度	107.45 人/km ²	25.25 人/km ²
標準財政規模 (令和2年度市町村別決算状況調)	3,779,215 千円	2,208,237 千円
財政力指数 (令和2年度市町村別決算状況調)	0.17	0.11
経常収支比率 (令和2年度市町村別決算状況調)	91.0 %	78.3 %
担当課室	企画振興課	総務課

取組概要

事業開始時点

- <知名町>
- 人口減少・少子高齢化の加速
 - 農業・商工業等における働き手の不足 (特に10～5月の農業繁忙期)
 - コロナ禍による観光入込客数の減少 (沖永良部島への入込客数90,959人(2019年)/55,773人(2021年))
- <利尻町>
- 人口減少・少子高齢化の加速
 - 養殖昆布の着業者数・水揚量減少
 - 6～9月の漁業・観光繁忙期における漁業・商工業の働き手の不足

外部専門家による支援

- <両町共通>
- 両町・各町内連携体制づくり
 - 人材及び受け入れ事業者募集
 - 広域中間支援組織体運用支援
 - 人材獲得に向けた出稿計画設計
 - 両地域の特産品事業者の交流
 - 両地域の異業種交流・マッチング
 - 企業・大学等とのマッチング
- <知名町>
- 住宅管理・運用スキーム実践
 - モニター人材の受け入れ
- <利尻町>
- 養殖昆布の働き手獲得支援

事業終了時点(成果)

- <両町共通>
- 両町広域連携体制の構築と運用
 - 人ニーズとシーズの視覚化
 - WEBサイトによる広範囲の情報発信
 - 運用体制とツールの整理及び運用
 - 異業種事業者の交流と関係値の向上
 - 企業・大学等人材の流入の入口づくり
- <知名町>
- 活用可能性の高い空き家の視覚化
 - 人材受け入れ体制の深化
- <利尻町>
- 活用可能性のある全空き家の視覚化
 - 窓口業務のフロー構築



知名町：サトウキビ作業



利尻町：知名町視察受け入れ



知名町：希望事業者説明会

1 事業の背景と目的

a 事業の背景

鹿児島県知名町は、奄美群島の南西部、鹿児島市から546km南にある沖永良部島の南西部に位置し、海拔245mの大山を中心とした53.30km²の面積の中に、21の「字」と呼ばれる集落が形成されている。基幹産業は、サトウキビや花き、ばれいしょ、葉タバコの栽培、畜産などを中心とした農業と観光業である。

農業においては、人口減少と比例するように就業者数が減少しており、地域における担い手の減少が顕著となっている。一方で、観光においては、第三次産業の就業者比率は年々増えており、観光入込客数も平成30年には直近10年間で最多となる89,045人を記録しているが、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、観光需要の停滞・団体ツアーの減少等が発生しており、今後の観光の在り方に大きく影響を及ぼしている。

このように、鹿児島県知名町においては、①地域における産業の担い手不足、②新たな観光の形の確立といった地域課題が存在している。

同様に、本事業において広域連携を行う北海道利尻町においても、基幹産業である漁業を中心とした担い手の不足、ウィズコロナ・アフターコロナでの新たな観光形態の確立は大きな課題となっている。

両町は、基幹産業である一次産業の繁忙期が異なることから、広域連携を形成し、両町に訪れるそれぞれの関係人口やリゾートバイトなどの働き手を共有し、人材不足の解消と関係人口拡大に伴う新しい観光施策の創出、それらの人材による地域経済への波及効果を図ることを目指し、令和3年度の本事業において、地域の担い手獲得のための広域連携の土台をつくることのできたところである。

b 事業の目的

令和4年度事業においては、町外の都市部を拠点とする関係人口層や、中長期で地域内に滞在し、地域産業の担い手となりつつ、町内消費にも貢献するリゾートバイト等の人材を確保し、町内各所に送客していくための受け皿となる中間支援組織の運営を大きな目的とする。

これによって、関係人口等に特化した受け入れ窓口および、人材不足に悩む町内事業者に向けた人材バンク機能を提供できる。同時に、北海道利尻町との広域連携を行うことによって、これまで知名町の存在を知らなかった層や、知っていてもつながれなかった層といった、幅広い人材確保を可能にすることができる。これは北海道利尻町にも同様のことが当てはまると考える。

2 事業実施内容

a 広域中間支援組織体の運営による人材獲得・共有スキームの運用

令和3年度事業によって構築した広域中間支援組織体と人材獲得・共有スキームを運用する。両地域で働きたい人材を各種 WEB メディア・サイト等を通じて集めるとともに、両地域の取組を紹介する。担い手人材及び受入事業者の登録とマッチングを行う。

北海道
利尻町北海道
厚岸町山形県
庄内町福島県
郡山市茨城県
舞台町栃木県
下野市千葉県
銚子市東京都
あきる野市大阪府
島本町広島県
府中市山口県
萩市徳島県
東みよし町福岡県
添田町福岡県
大刀洗町長崎県
波佐見町鹿児島県
南大隅町鹿児島県
知名町北海道
利尻町

b 人材の受け入れ時に必須となる空き家等の拠点整備スキームの運用

令和3年度に実施した拠点整備のための調査結果に基づき、空き家利活用スキームの運用や空き家バンクの運用等を進める。独立採算による空き家利活用の取組を実装し、獲得後の担い手人材に対するフォローアップも同時に行えるような仕組みを目指す。

c 人材獲得に向けた広報 PR・プロモーション

人材獲得に向け、各種媒体への出稿をはじめとする広報 PR・プロモーションを実施する。また、離島地域間における広域連携の成功事例として情報発信し、取組自体の注目度を高めていく。

d 広域連携による物産品交流と新たな産品創出の推進

両町双方による物産品販売を通じた交流を図るとともに、両町の特産品を活用した新たな産品創出など、新たなビジネスモデルの創出を図る。

e 企業・大学等を対象とした広域人材交流の枠組みづくりとモニターの実施

企業・大学等をターゲットにした人材獲得を目指し、両町をフィールドとした人材交流が可能な動線づくり等を行う。モニターツアーについても検討する。

f 人材登録及び受け入れ事業者登録のための WEB サイト制作

地域の担い手となる人材と地域側で受け入れを行う事業者を募集・登録するための WEB サイトを立ち上げ、独自の情報発信を行っていくためのプラットフォームづくりを行う。



知名町：さとうきびハーベスター



知名町：さとうきび収穫

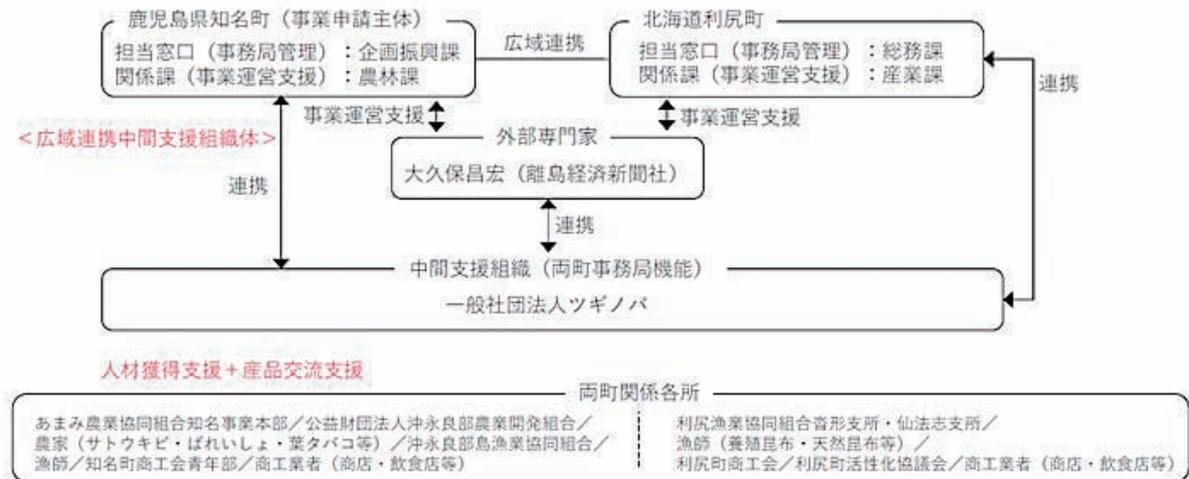


知名町：さとうきび調苗作業

3 事業実施体制

a 事業実施体制の概要

事業実施体制図



体制の概要

知名町役場企画振興課が事業実施主体（窓口担当）として、利尻町役場総務課企画振興係と連携する。各町の関係課として知名町役場農林課・利尻町役場産業課が、人材受入・産品交流時の関係各所との連携支援を実施する。

b 外部専門家の役割

外部専門家はその知見に基づき、知名町・利尻町の強み・弱みを分析し、両町共通課題としての人材（担い手・働き手）不足等の現状を把握した上で、共通課題の解決策として広域連携による関係人口と地域の担い手獲得施策における支援スキーム・体制運用、各種ツール等の制作支援等を実施する。知名町役場と利尻町役場の連携体制を軸として、本事業における中間支援組織体として利尻町で利尻町定住移住支援センターを運営する一般社団法人ツギノバとの連携・運用支援、両町関係各所・町外民間団体・企業等におけるコミュニケーションサポートとコンサルティングを実施する。



知名町：じゃがいも収穫



知名町：じゃがいも

4

事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	7～11日 12～18日 20日 23～29日	全体キックオフ会議の日程調整 WEB サイトフレームワーク作成 全体キックオフ会議（事業資料についての確認等） 関係各所と広域中間支援組織の体制構築等定例打合せ／ヒアリングシート、マニュアル等の作成／人材・事業者ヒアリングの実施／空き家の活用可能性調査／企業・大学等の選定・企画作成
5月	9日 10～13日 16～28日 24日 25日	ふるさと財団現地視察受け入れ日程調整 WEB サイトフレームワーク作成 掲載 WEB サイト打合せ（SAGOJO）／ヒアリングシート、マニュアル等の作成／人材・事業者ヒアリングの実施／空き家の活用可能性調査／企業・大学等の選定・企画作成 農家（知名町）との意見交換実施 各字の区長会で事業説明を実施
6月	3～29日 11～13日 27～28日	商工会青年部向け事業資料作成／関係各所と広域中間支援組織の体制構築等定例打合せ／人材・事業者ヒアリングの実施／空き家の活用可能性調査／企業・大学等の選定・企画作成／WEB サイトフレームワーク作成 おきえらぶフローラルホテルにて利尻島産ホッケの取り扱いを検討→事業者紹介等を実施 ふるさと財団現地視察対応（知名町）
7月	4～8日 11～12日 15～17日 18～21日	人材・事業者ヒアリングの実施 ふるさと財団現地視察対応（利尻町） 知名町、利尻町現地視察における日程・行程調整 知名町、利尻町現地視察実施／事業者交流機会の創出
8月	10～12日 10～19日 20～22日	掲載 WEB サイト（SAGOJO）取材受け入れ／掲載 WEB サイト打合せ／関係各所と広域中間支援組織の体制構築等定例打合せ／人材・事業者ヒアリングの実施 空き家の活用可能性調査 農家ヒアリング準備等実施
9月	9日 12～26日 13日 15～21日 22日 28日	掲載サイト打合せ（SAGOJO、複住スタイル） 人材・事業者ヒアリングの実施／空き家の活用可能性調査 モニター人材受け入れに関する打合せ 中間報告の取りまとめ／異業種交流マッチング企画 希望事業者向けに本事業の説明会、人材受け入れについての意向確認等を実施 人材・事業者ヒアリングの実施／異業種交流マッチング企画 人材受け入れ時の拠点となる空き家改修進捗打合せ
10月	16～23日 17日	関係各所と広域中間支援組織の体制構築等定例打合せ／人材・事業者ヒアリングの実施／異業種交流マッチング企画 人材受け入れ時の拠点となる空き家改修進捗打合せ
11月	2日 3～18日 19～25日 30日	掲載サイト打合せ（SAGOJO） 人材・事業者ヒアリングの実施／掲載用シートの作成／モニター受け入れ事業者選定 掲載サイト用資料取りまとめ 掲載サイト打合せ（さかさま不動産）
12月	2～4日 5～12日 12日～ 25～28日	人材獲得のための名古屋視察（さかさま不動産） 人材・事業者ヒアリングの実施／掲載用シートの作成／モニター受け入れ事業者選定 選定事業者（さとうきび農家）によるモニター受け入れ実施（～2週間程度） 人材・事業者ヒアリングの実施（予定）／掲載 WEB サイト情報の取りまとめ（予定）
1月	6日 27日～	選定事業者（葉タバコ農家）によるモニター受け入れ実施（種まき作業） 選定事業者（葉タバコ農家）によるモニター受け入れ実施（芽の移植等）
2月	1日 8日 9日 中旬	WEB サイトローンチ（さかさま不動産） 人材受け入れのための入口となる「さかさま不動産沖永良部支局」開局 花農家志望の人材からの問合せ（さかさま不動産沖永良部支局としてマッチング対応開始） 関係各所と広域中間支援組織の体制構築等定例打合せ／人材・事業者ヒアリングの実施
3月	上旬	企業・大学等のモニター受け入れ実施（予定） 出稿等の WEB サイト、公式 WEB サイトローンチ（予定）

b 人材の受け入れ時に必須となる空き家等の拠点整備スキームの運用

人材の受け入れ時に必要となる空き家等の拠点について、利尻町においては全集落、知名町においては一部の集落にて、空き家の活用可能性調査を実施した。また、空き家の活用可能性調査から受け入れ人材の入居に至るまでの取組内容をマニュアルとして整備し、運用ができる状況が整った。

調査対象	調査時期	調査内容	調査結果	調査実施者	調査実施日	調査実施場所
調査1	2022.10.28	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.10.28	2022.10.28
調査2	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査3	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査4	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査5	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査6	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査7	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査8	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査9	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査10	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査11	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査12	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査13	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査14	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査15	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査16	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査17	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査18	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査19	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17
調査20	2022.11.17	調査対象	調査結果	調査実施者	2022.11.17	2022.11.17



空き家の活用可能性調査資料

c 人材獲得に向けた広報 PR・プロモーション

受け入れ人材の登録のための広報 PR・プロモーションのための出稿計画を作成し、町の広報誌や WEB メディアを通じて情報発信を行った。

掲載 WEB メディアの一つである「さかさま不動産」(名古屋市)を視察した。同社によって地域に入り込んだ人材にヒアリング等を行い、受け入れ時の対応等について、事務局内にて共有を図った。



さかさま不動産視察・ヒアリング



担い手募集告知



町の広報誌への掲載



d 広域連携による物産品交流と新たな産品創出の推進

知名町役場・農業者・民間事業者・観光協会等が利尻町の視察を実施し、事業者間の交流機会の創出が図られた。



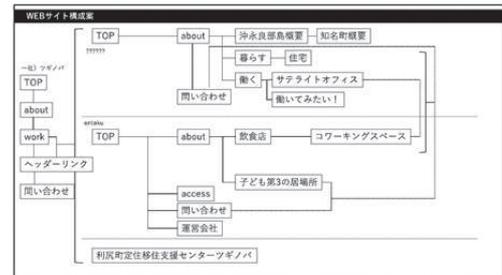
利尻町視察の様子

e 企業・大学等を対象とした広域人材交流の枠組みづくりとモニターの実施

広域人材交流の枠組みづくりを行うために協力できる可能性のある企業・大学等を選定し、その企業・大学等人材の受け入れとなるモニタープランの企画作成を行った。

f 人材登録及び受け入れ事業者登録のためのWEBサイト制作

人材・受入事業者登録のためのWEBサイト制作における企画及びワイヤーフレームの設計を行った。



ワイヤーフレーム

6 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

今年度より本格的な運用の一環として、利尻町から2名の人材を受け入れ開始した。サトウキビ農家や葉たばこ農家の作業に入りつつ、モニターとして運用や受け入れの課題、入ってくる人材側の視点でのニーズなど、実際の現場を動かしていく過程でより精度の高いブラッシュアップ要素の抽出を行なっている。これによって、より多くの人を受け入れる段階になっても、安定した運営と受け入れを行うことができ、ミスマッチも防げることになるため、次年度以降の事業継続・発展が見込めると考える。



利尻町：ツギノバ



知名町：利尻町との交流



知名町：利尻町視察



土台づくりから実装のフェーズへ

特定非営利活動法人離島経済新聞社
理事 大久保 昌 宏

事業としては2年目となり、前年度に構築したフローやスキームなどを実際の人材導入・シェアの中で動かしていくことが必要となる中で、実際にモニターとしての人材受け入れなどが令和4年度事業の主要な取り組みとなります。

◎地域が抱える課題と課題へのアプローチについて

令和3年度に可視化できた地域が抱える課題として、季節アルバイトの受け入れが、各事業者任せになっていた、翌年度以降も継続雇用できるような仕掛けが確立できていなかった点、1事業者の雇用だけでは収入が少なく、雇用される側の視点として、両地域を選ぶ大きなメリット・魅力を感じられないという点などがありました。また、両地域における個別課題として、知名町では人材受け入れ時の滞在拠点となる住居等が事業者任せになっていた点、利尻町では働き手・担い手が欲しい事業者・集落の視覚化ができていなかった点などがありました。令和4年度では、これらの課題を踏まえて、受け入れ側となる各事業者へのヒアリングを実施し、受け入れ要件などを整理するとともに、約半年間にわたって利尻町からモニター人材を受け入れ、実際に知名町側で一次産業者（農家）の仕事に従事する機会を設けました。そういった動きの中で見えてきた新たな課題としては、①受け入れ事業者と人材とのマッチング後のフォローアップで、より手厚いサポート、②人材募集の際に事業者側のより詳細な受け入れ体制及び就業環境の周知、③両町のみならず幅広い人流の創出の3点が可視化できました。

①受け入れ事業者と人材とのマッチング後のフォローアップで、より手厚いサポートについては、マッチング後に事業者・人材の両者が円滑なコミュニケーションのもとに進めていけるように、経過観察も含めたより手厚いサポートが必要不可欠なことがわかりました。②人材募集の際に事業者側のより詳細な受け入れ体制及び就業環境の周知については、実際に農作業に従事した際に、作業場所でトイレの有無や作業内容の詳細（どのような作業を行うのか、力仕事の有無など）を事前にある程度明確化しておかないと、作業開始後にミスマッチが発生する可能性が非常に高いと感じました。③両町のみならず幅広い人材シェアを実現していくために、より広範囲な入口の設計、連携体制づくりが今後のさらなる成果につながると考えています。

2年間の事業運営を通じて見えてきた課題に対してのアプローチとして、その解決への糸口を探るために以下の取り組みを実施しました。①受け入れ事業者と人材とのマッチング後のフォローアップで、より手厚いサポートについては、受け入れ人材と定期的な面談機会を設け、懸念点等の抽出を実施。受け入れ事業者にも受け入れ前後、受け入れ終了後にヒアリングを行い、課題や要望等の把握を行いました。②人材募集の際に事業者側のより詳細な受け入れ体制及び就業環境の周知については、受け入れ現場に取材を行い、マッチング後にどのような仕事・作業があるのか、作業従事にあたっての周辺環境や必要なもの・ことなどを取りまとめ、冊子として見られるようにしました。これによって業種・農作物ごとの取扱説明書をつくることができ、ミスマッチ等を防ぐことが可能になると考えています。③両町のみならず幅広い人流の創出については、前述の②を活用することで、大学等の教育機関、ワーケーションやオフサイトを推進する企業、他地域で季節アルバイトを実施している方々などに幅広くアプローチすることが可能となります。また、さかさま不動産のようなサイトに独自ページを設けて人流を戦略的に作り出す入口づくりも行うことで、次年度以降、幅広い連携、人材獲得を行なっていける素地を構築することを心がけました。

◎取組を通じて得られた成果

令和4年度事業として得られた最も大きな成果は、実際にモニター受け入れを行い、事業者・受け入れ人材・中間支援組織体、それぞれにシミュレーションができたことです。これにより、大きな知見を得られたとともに、次年度に向けた新たな課題等を見出すこともできました。

次年度以降は今期の取り組みを活かして、さらに多くの人を受け入れるフェーズに入ります。前年度から引き続いての地域内外への情報発信による取組周知はもちろん、人の受け入れから定着、広域連携の両地域でのシェアの頻度向上などを意識して取り組んでいく必要があります。土台づくりの初年度、土台を固め、実装への準備を整える2年目を経て、いよいよ本格的な実装を目指していきます。同時に、この取り組み自体を持続的なものとして、より多くの地域内外の方々に活用してもらえるように、さらに幅広い入口を作っていくこと、受け入れ時の体制の充実、受入先となる事業者の方々との関係の強化など、最終的な目標として関係人口の創出・地域の働き手や担い手の獲得につなげることを強く意識して、引き続き、両地域への伴走支援を進めていきたいと考えています。

第

3

章

外部専門家派遣（短期診断）の 取組と成果



外部専門家派遣（短期診断）

地域の課題や課題解決に向けた方向性等が明確になっていない段階で、その解決に向けた方向性に目処をつけるため、今年度は以下の6市に対して外部専門家を1泊2日で派遣して現地調査を行い、後日オンラインにて地域再生の方向性に関する提言を行った。

	派遣先	現地調査	オンライン報告会
1	茨城県高萩市	令和4年5月16日～17日	令和4年5月26日
2	千葉県船橋市	令和4年7月19日～20日	令和4年7月29日
3	石川県かほく市	令和4年8月4日～5日	令和4年8月12日
4	長野県長野市	令和4年7月4日～5日	令和4年7月11日
5	広島県福山市	令和4年8月18日～19日	令和4年8月25日
6	愛媛県松山市	令和4年6月14日～15日	令和4年6月20日

今年度の外部専門家派遣では、地域コミュニティの維持・再構築を背景にし、地域活性化に向けた提言を求めているものが多く見られた。

具体的な例としては、千葉県船橋市では北部エリアと都市部の連携による活性化に向けた方策、長野県長野市では台風被害の大きかった長沼地区・豊野地区における将来ビジョンの検討、広島県福山市では東村町地区の廃校跡地活用を含めた持続可能な地域コミュニティの再構築に繋がる方向性、愛媛県松山市では市南部に位置する久谷地区におけるまちづくりの取組の分析・評価等についてである。

これらの地域コミュニティを持続可能なものにするために、地域資源を活かしたまちづくりビジョンの策定やブランド・特産品づくりに関する提言がなされた。

外部専門家からの助言・提言例としては

- ・船橋市「人が集まり知恵を創造する場のある街づくりの展開」
- ・長野市「りんごや防災をテーマとしたコミュニティツーリズム」
- ・福山市「学校跡地や福山大学等のポテンシャルを活かしたまちづくり」
- ・松山市「ONE KUTANIによる文化でつなげる久谷ブランドの構築」

等があった。

3-1

茨城県高萩市

現地調査	令和4年5月16日～5月17日
オンライン報告会	令和4年5月26日
外部専門家	三原久徳(有限会社 Anchor) 國廣純子(株式会社 LOCAL SUSTAINABLE PROJECT)

<地域の抱える課題>

高萩市の中心市街地は、明治30年にJR常磐線高萩駅が開設し、その後駅前に商店街が形成され、高萩駅前を中心に広がりを見せてきた。昭和29年の市制施行後はより発展をとげ、昭和50年には大型商業店舗が進出し県北東部の拠点として活気に満ち溢れていた。

しかしながら、その大型商業店舗は平成17年に撤退し、その跡地は現在も空地の状態となっており、中心市街地として高萩市の商業を支えていた駅前商店街は衰退の一步をたどっている。

<地域の背景と経緯>

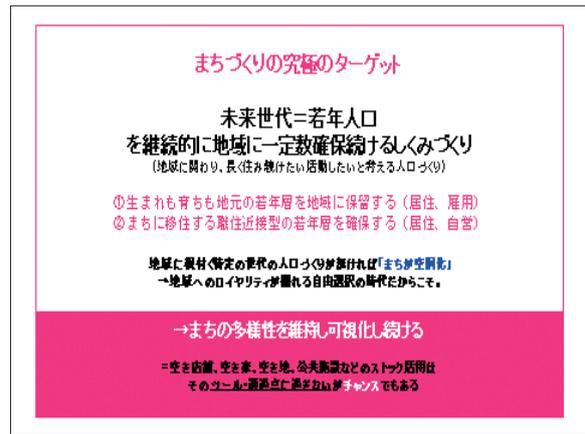
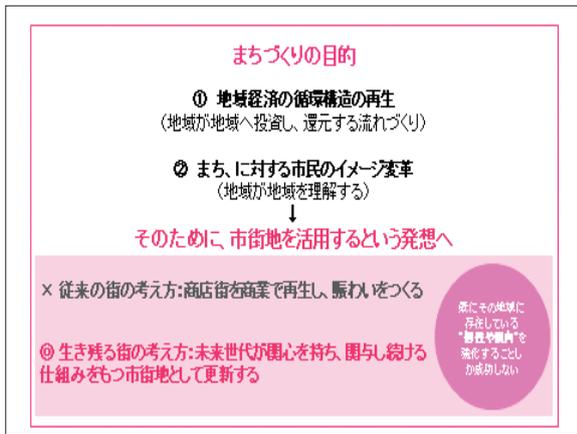
上記の課題に対し、市としての対策として、ハード面においては、駅前周辺整備についての議題検討や公共交通網の整備、立地適正化計画による立地誘導を進めているが、ソフトの部分において何から取り掛かるべきか方向性が見えず行き詰っている。そこで、外部専門家には、外から見た視点でどこから手をつけるべきか、どこに問題があるのか、そしてその改善策や方向性についての提言が求められていた。

<外部専門家からの提言>

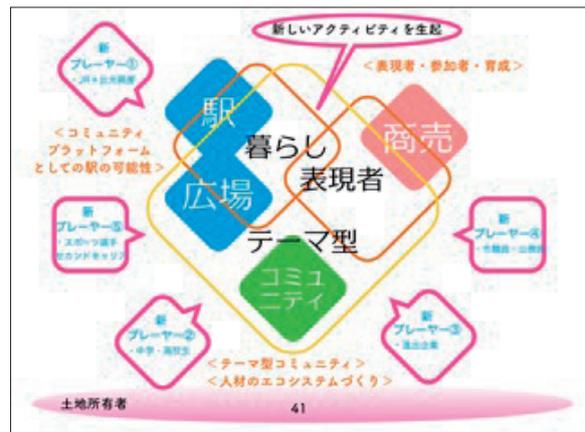
視察を通して、民間(商工会、商店会等)がこれまで、にぎわい創出や中心市街地活性化に向けて様々な取組を行ってきたことが確認された。ただし、それらの取組は、かつて大型商業店舗が駅前に立地していた頃までのにぎわいの回復を目指し、興行的イベントの実施や単発的消費を喚起するものに偏っている点について指摘があった。

國廣氏からは、商店街で商業を再生し、にぎわいを創る」という従来の街の考え方を転換し、まちづくりの目的として①新規開業者を継続的に生み出し続ける仕組みをつくること、②まちに対する市民のイメージの変革を想定し、そのために市街地を活用する(地域資源の情報発信とまちなか事業を効果的に絡める)という発想をもつことが重要であるとの提言がなされた。まちづくりの究極のターゲットは、未来世代(=若年人口)を継続的に地域に一定数確保し続けるしくみづくりが重要である点を強調し、青梅市やあきる野市等で市街地が若手の開業の目的地として再生していく事例を通じ、高萩市においても駅前跡地の直接活用だけに捉われず、開業者を増やすなど着手できることから機運をつくるのが、将来予想していなかった結果を生み出すきっかけになるとの解説が行われた。

茨城県
高萩市千葉県
船橋市石川県
かほく市長野県
長野市広島県
福山市愛媛県
松山市



三原氏からは、駅・駅前広場のエリアを、新たなアクティビティ(都市活動)を行える場にしていくことが提案された。これまでの「商業」を主眼にした取組に、「暮らし(駅・広場)」、「表現者(商売)」、「テーマ型(コミュニティ)」に関わる取組を加えていく考え方や事例が紹介され、多様な都市活動が複合的に駅近傍エリアで営まれる方向性が示された。



<(参考) 主な視察先>

・高萩市での短期診断では以下のような先を視察した。

1	高萩駅前商店街全体・駅東ロータリー	7	高萩商工会
2	郊外型商業施設 (イオン・ベイシア)	8	やすんでっ亭
3	商店街での開業者	9	たかはぎ認定こども園
4	高萩市総合福祉センター	10	高萩市歴史民俗資料館・穂積家住宅
5	駅前商店会	11	高萩市民センター
6	高萩観光案内所メモリア	12	高萩海水浴場

3-2 千葉県船橋市

現地調査	令和4年7月19日～7月20日
オンライン報告会	令和4年7月29日
外部専門家	本田 勝之助 (本田屋本店有限会社) 守屋 邦彦 (公益財団法人日本交通公社)

<地域の抱える課題>

船橋市は人口64万人を超える中核市で、市域には800を超える町会・自治会をはじめ、500を超える市民活動団体が福祉、環境など様々な分野で活動しており、市のまちづくりはこうした「市民力」に支えられてきたが、高齢化や新たな担い手不足など、人的リソース面が課題となっている。

特に、市北部エリアは都市部と比較し人口が少なく、高齢化も進んでおり、より深刻な状況となっているため、都市部との連携等により、市域全体での地域コミュニティの活性化が期待されている。

<地域の背景と経緯>

北部エリアの魅力を発信することで、北部エリアのみならず都市部や市域外からの関係人口を増加させ、その中から生まれる将来の担い手達がよりその魅力に磨きをかけ、それが関係した当事者へ還元されるといった好循環が生まれれば、地域コミュニティの活性化や、市民による持続可能な地域循環経済モデルを実現できると考えている。そこで、外部専門家には、各エリアの特性などを視察してもらい、北部エリアにおけるビジネス資源としての潜在性や将来性などについての提言が求められていた。

<外部専門家からの提言>

現地視察を通じて、船橋市には素晴らしい地域活動に取り組んでいるキーマン候補の方々が存在することが確認できた。また、ボランティア活動などに対する市民の方々の意識が非常に高いことがうかがえた。

本田氏からは、社会を取り巻く変化は、コロナの出現により加速しており、これまでの当たり前が通用しなくなる時代が到来するとし、観光面においても、交流人口から関係人口が重視され、このような時代においては、「人」、「場所」、「知恵」が地域ブランドの形成にとって重要であることの提言がなされた。その実現のためには、「人」が集まり「知恵」を創造する「場」のある街づくりを展開することが重要であり、デジタルも活用した「共助」(縁側共助社会)プラットフォームの形成が必要であることの提言がなされた。

2. 関係人口重視時代は「人、場所、知恵」が地域ブランド

「観光」が変わる。
*旧来の交流人口（昭和平成）観光モデルを思い切らない

変遷する旅のスタイル。
Well-Beingを高める探求・発見

情報発信に伴い、共感する人々の集えから、自ら考え実践する
令和のbeing 観客・観光

多くの観光客から自分の場所を認識させる
平成のdoing 参加

他人の行動をみて己の豊かさを想像する
昭和のseeing 観光

関係人口目的とした『これまでの観光』

交流人口「これまでの観光」

5. 「共助」（縁側共助社会）プラットフォームづくり。

デジタル基盤の確立と共助のビジネスモデル

- デジタル田舎都市の実現には、データ連携と並をほはじめ、統合ID、認証など共通サービスを支えるデジタル基盤が必要。基盤の運営・構築を持続可能な形で担うのは、官単独でも、事業者単独でも難しい。官民学、全員が参加し、民を中心に管理・運営する共助(シェアードエコノミー型)のビジネスモデルが必要。
- ただし、そこを目標としても、国が自治体の取組をただ支援するだけでは、それを引き受ける特定事業者だけを助けて終わる可能性も高い。このため、ハードウェアの共有、システムの共有、それを担う人材の育成など、進捗のアプローチから、民主導の共助のビジネスモデルの確立を、国自ら積極的に支援する。

Before Digital(昭和のモデル) After Digital(令和のモデル)

自助 <民間主導> 自助 <各分野サービス> 各デジタル・サービス 市場競争型 【競争領域】

公助 <公共事業> 共助 <データ連携・統合ID、認証等公共サービス基盤> デジタル基盤 シェアードエコノミー型 【協賛領域】

公助 <公共事業> 公助 <通信インフラ、クラウド、3D空間データ等> ハードウェア的な公共インフラ の整備 【公共領域】

守屋氏からは、市内の（特に北部エリアの）魅力に触れることで、市民一人ひとりに、地元への愛着を持ってもらうことが、地域や社会に貢献（市民活動に参加）する動機付けとなるとし、そのための展開として、①外からの評価や市内の取組のプロモーション（「モノ」「コト」のブランド化）、②口コミでのネットワーク拡大（緩く繋がる／「誰と」やるか）、③キーパーソン同士が繋がる機会・場の創出（顔を合わす機会の増加）のステップについての提言がなされた。

2. 課題認識の整理

【ご提示をいただいた課題】

- 市内の町会・自治会や市民活動団体の **高齢化・担い手不足**
- 市域における、**多様な主体による協働** の必要性の高まり

<課題の解決に向けて、...>

- 市内の（特に北部エリアの）魅力に触れることで、**市民一人ひとりに、地元への愛着を持ってもらう**

→地域や社会に貢献(市民活動に参加)する動機付けに

4. まとめ

【ターゲットに応じた、市民活動への参画に向けた取組みを展開】

市民活動にまだ関心のない人 ① 外からの評価や市内の取組のプロモーション

◎製品の市外での販売・PR→その成果を市内発信
◎マイクロツーリズムの推進 「モノ」「コト」のブランド化

市民活動にある程度関心がある人 (何かあれば参加する人) ② 口コミでのネットワーク拡大

◎行政によるキーマンの発掘・整理
→キーマンからのSNSによる呼びかけ 緩く繋がる「誰と」やるか

市民活動の中核となる人 (キーパーソン) ③ キーパーソン同士が繋がる機会・場の創出

◎緩く、楽しく集まれる「機会」の創出
◎特に現在50代のキーマンによる連携 顔を合わす機会の増加

<（参考）主な視察先>

・船橋市での短期診断では以下のような先を視察した。

1	行々林せせらぎの森	5	農業センター
2	船橋市観光協会	6	芳蔵園
3	市民活動サポートセンター	7	アンデルセン公園
4	コムロギャルソン	8	習志野台中学校 PTA

3-3 石川県かほく市

現地調査	令和4年8月4日～8月5日
オンライン報告会	令和4年8月12日
外部専門家	濱 博 一 (株式会社アスリック) 柏 木 千 春 (大正大学社会共生学部)

<地域の抱える課題>

かほく市は石川県のほぼ中央に位置し、西は風光明媚な日本海、東は宝達山系に面した「海とみどり」に抱かれた、人口約3万5千人のまちである。定住促進策や子育て支援施策に力を入れ、住みよさを実感できるまちづくりを目指しており、6年連続で人口増加を達成している。

一方で、観光産業は主要な拠点として位置付けされるものがなく、金沢～能登を往来する観光客が通過する地点でありながら、市内滞在型観光とそれに伴う経済循環を得るためには、さらなる魅力づくりが必要になっている。

<地域の背景と経緯>

上記の課題に対応するため、市では、地域住民や関係団体とヒアリングや協議を重ね、交流人口と関係人口の増加やにぎわい創出を目指す、市北部エリアを中心とした「かほく市北部交流ゾーン振興ビジョン」を取りまとめた。

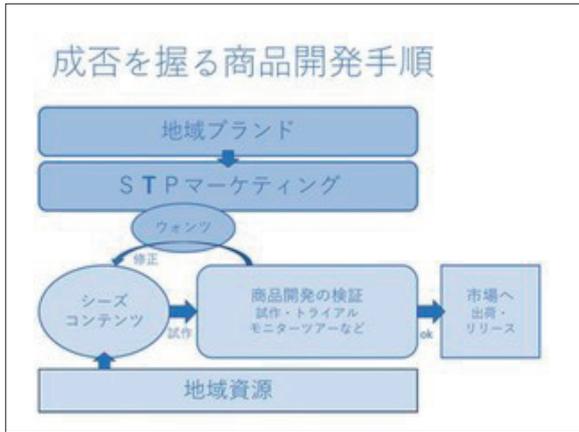
外部専門家には、このビジョンの実現に向け、地域商社の立ち上げ、産直市場の拡充、アウトドアスポーツランド整備、フルーツランド整備、農産加工事業開発について、助言・指導が求められた。

<外部専門家からの提言>

現地視察では、ブドウやカキなどの農産物、スキャナーや伸縮ヒモなどの工業製品、西田幾多郎記念館、海っこランド、かほっくる、道の駅などの観光施設など、豊富な地域資源があることが確認できた。また、多様な団体による製品のブランド化も行われていることも確認できたところであり、これらの地域資源を繋いでいくことが、かほく市の観光振興には必要であり、その役割を担うのが地域商社と考えられる。

濱氏からは、地域商社の設立にあたっては、「ウォンツ仮説→試作→検証」のルーティーンが重要であり、産直市場においては、生産者と心理距離が近いことが重要であることが提言された。具体的なアプローチとして、①ブランドビジョンを策定し、これに基づいて②市場・流通のマーケティングを行い、③開発すべき商品のフレームを決定する、「マーケットイン」の発想が重要である旨の提言がなされた。

茨城県
高萩市千葉県
船橋市石川県
かほく市長野県
長野市広島県
福山市愛媛県
松山市



成否を握る商品開発手順

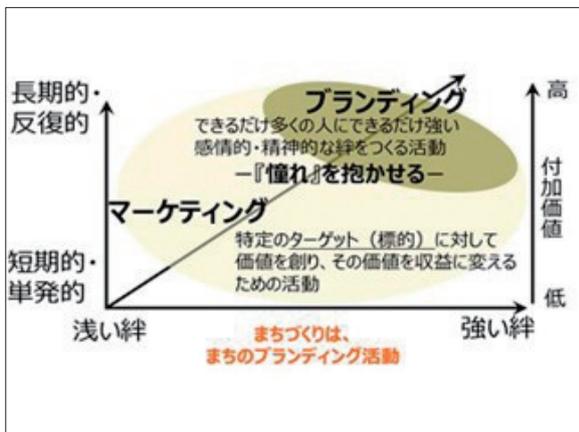
- 商品開発系
 - 大海かぶら寿しは、郷土食
 - 地域の格（ブランドのクラス）を決める
 - 石川県内では、見かけるカテゴリ
 - こだわりはどこに在るか？
 - 例：手作り、添加物ゼロ...など

食文化圏需要 特微的に 県内・出身者

ターゲット明確 ブランディングは 手作り・懐かしさ

柏木氏からは、マーケットインの発想からさらに進め、「サービス・経験起点」が重要であることが提言された。その製品が使用される場面を想定し、顧客がその製品を使用した時の価値を最大化しようとするることにより、どのような製品・サービスが顧客価値を高めるかというものである。

また、まちづくりもブランディング活動であり、商品・観光・暮らしの3つの領域とまちづくりの関係を解説するとともに、ブランドを広めるための方程式についての提言がなされた。これらを踏まえて、かほく市の地域商社の事業構想（感幸事業）の展開についても提言がなされた。



かほく市地域商社の事業（案）

- 感幸事業（旅行事業部）
 - 『かほく市は、観光のまちではない』 → 幸せを感じるまち
 - 幸せを感じられる時間提案型商品の企画・運営・販売
- コト企画・運営事業
 - スポーツ系イベントの誘致、企画運営
 - 指定管理者
- モノ企画・販売事業
 - ふるさと納税推進事業
 - 卸売事業
 - 商品開発・販売事業

<参考> 主な視察先

・かほく市での短期診断では以下のような先を視察した。

1	JA 石川かほく・ぶどう集出荷場	6	あそびの森「かほっくる」
2	石川県西田幾多郎記念哲学館	7	柿団地
3	うみっこらんど七塚	8	旧巨峰団地
4	大海かぶら寿司復興協議会	9	道の駅高松
5	大海かぶら寿司作業場		

3-4 長野県長野市

現地調査	令和4年7月4日～7月5日
オンライン報告会	令和4年7月11日
外部専門家	矢部佳宏(一般社団法人BOOT) 河野公彦(inc1合同会社)

<地域の抱える課題>

令和元年東日本台風災害(台風19号)により堤防が決壊し、被害が甚大であった長野市長沼・豊野地区は、人口流出により人口減少が早まっただけでなく、発災前に居住していた被災者も戻ってこない状況である。

長沼地区は、市街化調整区域がほとんどであり、農地も多く、新たに転入してくる人も限られていることから、コミュニティ(自治会活動)の維持でさえ厳しい状況にある。

豊野地区においても、住民の減少、売却希望の宅地が目立っている。

<地域の背景と経緯>

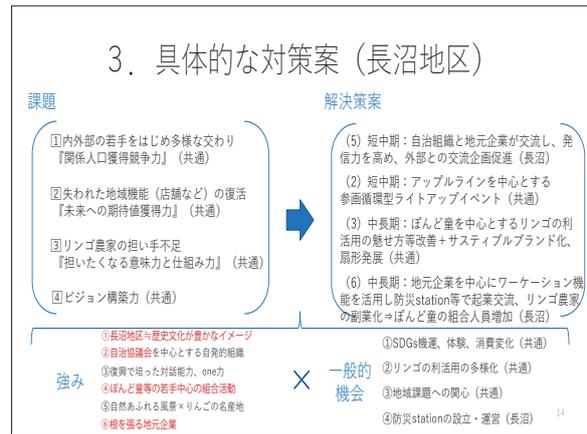
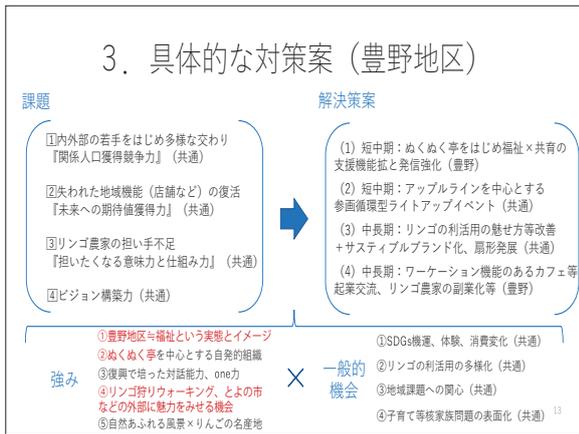
市では、両被災地域が考える将来ビジョンに対し、市として可能な支援を最大限に行うことで、復興を後押ししたいと考えているところである。

そこで、外部専門家には、災害により元気がなくなった被災地に再び活気が戻るような地域活性化策や地域特性に応じたまちづくり計画(将来ビジョン)と一緒に検討することが求められた。

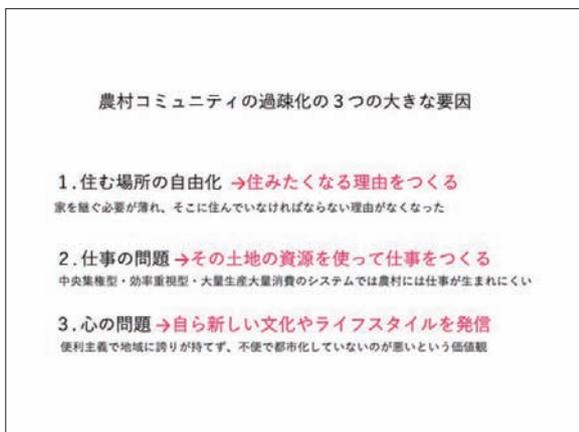
<外部専門家からの提言>

視察では、豊野地区においては、豊野支所(ぬくぬく亭)でのコミュニティ活動に取り組まれている様子、長沼地区では地域防災に積極的に取り組んでいることが確認できた。両地区の地域資源と課題を踏まえた提言が外部専門家よりなされた。

河野氏からは、両地区それぞれにおける短・中・長期の対策案が示された。豊野地区については地域資源であるリングを活用した展開、長沼地区についてはリング+防災の視点からの展開についての対策案の提案がなされた。



矢部氏からは、地域の課題は災害前から存在していた、高齢化する地域において、次の世代にどう継承していくかという点であり、災害は若者にコミュニティの重要性を気づかせるものであったとして、この人との繋がりを強化していくためには、「地域らしさ」「土地の個性」を磨いていく必要があるとの提言がなされた。その上で、①住みたくなる理由をつくる、②その土地の資源を使って仕事をつくる、③自ら新しい文化やライフスタイルを発信、の3点の重要性についての提言とコミュニティツーリズムの構想案が示された。



<（参考）主な視察先>

・長野市での短期診断では以下のような先を視察した。

1	りんごの湯	7	穂保高台避難公園
2	災害公営住宅美濃和田団地	8	ジングスカンもんも
3	市営住宅沖団地跡地	9	ミールンビレッジ
4	豊野支所（ぬくぬく亭）	10	アップルライン
5	長沼支所	11	ワークライフ組合
6	JA ながの アグリながめま	12	ユーパレット跡地

3-5

広島県福山市

現地調査	令和4年8月18日～19日
オンライン報告会	令和4年8月25日
外部専門家	畑中直樹(株式会社地域計画建築研究所) 東田一馬(つねよし百貨店)

<地域の抱える課題>

福山市東村は本市最西端に位置し、尾道市と隣接する地域である。住民による自治組織であるまちづくり推進委員会を中心に、環境、福祉の活動、生涯学習の推進、防災などの安心安全の取組、地域活性化の行事など、多種多様な地域活動が行われてきた。

しかし、人口減少や高齢化により地域の担い手不足が進む中で、地域内で活動内容の見直しや課題の整理に取り組まなければならないフェーズに差し掛かっている。

<地域の背景と経緯>

一方で、市では、集団での多様な人間関係を通じた学びの充実等を目的に、学校規模・学校配置の適正化に取り組んでおり、令和2年3月に地域とともに歩んできた東村小学校が閉校となった。そうした中、令和2年7月から地域と行政が協議する「東村町活性化協議会」が設置され、地域課題解決や旧東村小学校の跡地活用を含めた地域活性化策などについて議論を進めている。

外部専門家には、地域の現状・課題とそれに対する地域住民の思い、地域資源とその活用方法を整理し、外部の視点と専門的な見地から、持続可能な地域コミュニティの再構築につながる方向性の提言が求められた。

<外部専門家からの提言>

視察では、地域づくりに関し、既にまちづくり推進組織があり、様々な取組が存在していること、担い手も相応に存在する点を確認するとともに、福山大学という大きな資源がある点も確認できた一方、全体的に危機感や体制がやや弱く、高いポテンシャルを必ずしも活かしてないとの外部専門家からの指摘があった。

東田氏からは、閉校となった小学校に代わる東村町のシンボルは何か、アイデンティティとなるものを整理・検討していくことが重要であることが指摘された。そして、地域コミュニティの核として小学校跡地をどのように利活用していくか、地域資源である福山大学とのつながりをどのように作っていくか、問題提起がなされた。

東村町としてのアイデンティティ

- ・ 小学校に変わる町のシンボルは？
かかし？大学？祭り？里山？
- ・ 跡地をどう活用するか
- ・ 外部からの視点も大切
- ・ 情報発信(案)
ウィキペディアタウンの開催

結論

学校再編は地域にとって大きな損失。
しかし、新たなコミュニティ拠点を整備し、
誇れるアイデンティティを共通認識とし、
住民、行政が一体となって、
大学などの地域資源を最大限活かし、
誰もが暮らしやすい地域づくりに取り組む

エモーショナルなつながり

畑中氏からは、まちづくりの推進体制を緩やかなプラットフォーム型（広く共有する場）にすることで、地域出身者との「関わり」を維持・強化すること、福山大学との連携をより積極的に推進しつつ、小学校跡地の利活用を検討することが提言された。

持続可能な東村づくりに向けて

体制を「地縁型」×「テーマ型」の
ベストミックスに

「関わり」の強化

他に無いここだけの資源の活用

持続可能な東村づくりに向けて

1 体制を少し見直す

・まちづくり推進委員会の体制を、
「地縁型コミュニティ」×「テーマ型コミュニティ」
のベストミックスに

・大きなコミュニティであることから、その運営を、多様な担い手・取組が関われるよう、「組織型(関係者のみでの意思決定・実行)」から、少しゆるやかな「プラットフォーム型(広く共有する場)」に

→いくつかの他地域例ご参考

<(参考) 主な視察先>

・福山市での短期診断では以下のような先を視察した。

1	福山市松永支所	4	福山大学・東村ブドウ園
2	福山市東村公民館	5	若草会
3	東村郷土資料館（かかしの里資料館）	6	ファーム立神・骨董&ギャラリー喫茶「蔵」

3-6 愛媛県松山市

現地調査	令和4年6月14日～15日
オンライン報告会	令和4年6月20日
外部専門家	朽尾 圭 亮（株式会社船井総合研究所） 平尾 由 希（株式会社 FOODSNOW）

<地域の抱える課題>

松山市の久谷地域は里山の自然に囲まれ、遍路の里など多くの資源が残っており、市の「フィールドミュージアム」のサブセンターゾーンの1つとなっている。

地元住民による地域活動も盛んであり、地域資源を活用し、遍路への御接待や地域の情報発信など様々な活性化の取組を推進しており、平成28年に市認定の「まちづくり協議会」を設置し、住民主体まちづくりの場が整ったところであるが、少子高齢化による担い手不足、耕作放棄地、空き家の増加、公共交通不便・空白地域などの課題を有しており、地域の特色や多くの資源を活かし、若い世代と連携した持続的なまちづくりを進めることが必要になってきている。

<地域の背景と経緯>

地域の特色と受け継がれてきた多くの資源、里山の自然を生かした食文化の活用の可能性を広げ、持続的なまちづくりに取り組んでいくため、外部専門家には、現状の分析・評価、公共交通の不足によるアクセスに課題がある中で、どのように市内中心部からの回遊性を高めるか、また、担い手が不足していく中で、若い世代にまちづくりを継承していくための方策についての提言が求められた。

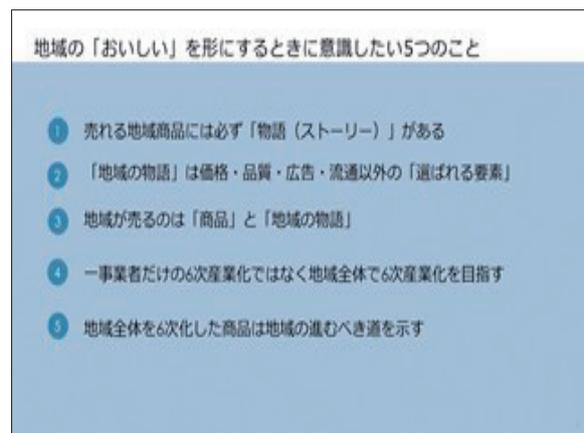
<外部専門家からの提言>

視察では、50万都市の松山市の中で、山間方面に突き出た「久谷地域」を訪問したが、久谷地域の中でも、「荏原地域」と「坂本地域」では、大きな違いがあることが確認できた。荏原地域においては、動物園や子どもの城などの観光施設があり、(株)一六の本社・工場もあるなど、多くの地域資源が見られた。一方、坂本地域は人口減少・高齢化、交通アクセス面での課題が顕著になっている点が確認できた。

朽尾氏からは、久谷地区には3大長所として、①地域資源、特に文化力、②それを活用する人の力、③市街地近郊を活かした施設力、があると評価した上で、久谷が一つになり、久谷地区のターゲット戦略として「文化でつなげる久谷ブランド」をコンセプトに、施策の展開として、①古民家でのイベント・カフェ化、②一六本舗との協働による「食」のブランド化、③「ONE KUTANI」を支える組織をつくる、の3つのステップの提言がなされた。



平尾氏からは、「久谷はひとつ」という枳尾氏の提言を受け継ぎ、久谷地区の地域資源の掘り起しと磨き上げについての提言がなされた。具体的には地域資源を単体として取り扱わず、組み合わせることが重要である点を参考事例を交えながら解説し、また、地域の「おいしい」を形にするときに意識すべき5つの事項についてのレクチャーを行った。



<(参考) 主な視察先>

・松山市での短期診断では以下のような先を視察した。

1	坂の上の雲ミュージアム	7	大黒座
2	(株)一六 工場	8	山口霊神・網掛け石
3	八坂寺	9	旧遍路宿「坂本屋」
4	荏原城跡	10	正八幡神社
5	札始大師堂	11	一遍上人の窪寺跡
6	地元直売所「菜菜市」	12	渡部家住宅

The background features a collection of overlapping circles in various shades of red and pink. Some circles are solid, while others have patterns like white polka dots or diagonal stripes. The circles vary in size and are scattered across the top and sides of the page.

第

4

章

地域再生セミナー

地域再生セミナー

本事業では、有識者や地域再生マネージャーによる国の施策の動向、地域再生手法や最新の技術的知識の紹介、および、地域再生に取り組んでいる市区町村における最新情報の紹介などを実施している。

今年度は、宮城県及び長崎県において地域再生セミナーを実施した。各セミナーの概要については、次頁以降のとおりである。

	開催日	開催都市	テーマ
1	令和4年11月1日	宮城県	「関係人口の創出・拡大について」
2	令和4年11月9日	長崎県	「持続可能な地域づくり～地域の担い手の創出とデジタル化の推進～」

特に地方において人口減少に伴う過疎化や少子高齢化が進行し、地域の担い手が不足する中、これを解決する方策として、地域外に拠点を持ちながらも、地域と継続的に関わる「関係人口」が着目されている。また、地域の課題解決や地域外との交流・連携を効果的に実施するツールとしての「デジタル化」は注目されつつあるテーマである。今年度は、こうした関係人口の創出とデジタル化の推進に向けた取組の一助となることを目的に地域再生セミナーを実施した。

4-1

宮城県地域再生セミナー

日	時	令和4年11月1日(火)	13:30~16:00
場	所	オンラインにて実施	
テ	ー	マ 「関係人口の創出・拡大について」	
基	調	講	演
株	式	会	社
カ	ル	チ	ャ
ア	ツ	ク	ラ
フ	ォ	ー	シ
ー	ズ	ン	ス
代	表	取	締
役		中	島
		淳	氏
事	例	発	表
一	般	財	団
法	人	こ	ゆ
地	域	づ	く
り		推	進
機	構	執	行
理	事	高	橋
		邦	男
		氏	

セミナーは「関係人口の創出・拡大について」と題して実施した。

末宗徹郎氏（ふるさと財団理事長）の挨拶に続き、中島氏による基調講演「関係人口と地域づくり「取り組みの担い手」は存在していますか？」が行われた。続いて、高橋氏による事例発表が行われた。

中島氏からは、関係人口の創出を進める上で重要な視点等について説明がなされた。

〈中島氏講演のポイント〉

- ・伝えたい最大のポイントは、「住んでよし、訪れてよし」であり、自分の地域の良さに気づき、誇りをもって暮らしていると、他の地域のヒトがおのずと訪れたいと思ってやってくる、ということである。
- ・「関係人口」は、対象地域居住者とそれ以外のヒトとの何らかの接点の延長にある結果として生まれるものであり、そこには双方の「関係を続けたいという意思」が必要になる。
- ・「関係人口」に関する行政が実施する事業は、自然発生するのが理想的な関係人口を意図的に創り出す試みであり、行政は関係人口の形成を「支援する」主体である。
- ・北海道厚真町では、2016年度からローカルベンチャースクールを開催しており、起業による移住、起業によるまちづくりを目指している。町外からの挑戦者（ローカルベンチャー志望者）を育てようとする中、町内の若者たちが、自発的に「何かを生み出す場所」をつくった。このような化学反応の発生メカニズムは持続的である。
- ・厚真町ではさらに、栗山町との連携による関係人口の形成が生まれ始めている。
- ・高知県香美市では、市の移住定住交流業務委託事業において、NPO法人「いなかみ」が年間10組の移住を実現することを目標に掲げ、取り組んでいる。移住希望者とのマッチングの過程において、地域内の関係者の協力を得ることで、地域内の関係人口が構築されている。
- ・目的をもって地元（職員個人や住民有志）が動くと、その動きに呼応してヒトは集まってくる。そして結果的に多様な関係人口が形成される。
- ・紹介した事例から、行政主導ではなく、持続的に取り組める地元組織の存在が重要であると言える。

高橋氏からは、宮崎県新富町における「こゆ財団」の取組についての発表がなされた。

〈高橋氏発表のポイント〉

- ・宮崎県新富町は、人口約16,500人で宮崎空港や宮崎市中心部までのアクセスが良い町であり、男女のサッカークラブがあり、農産物（施設園芸・鰻・鶏卵等）、アカウミガメの産卵地「富田浜」が町の有力なコンテンツとなっている。
- ・2017年に地域商社「こゆ財団」が設立され、9名の体制でスタートした。
- ・こゆ財団のミッションは強い地域経済をつくることであり、そのために大切なことは「農産物の販路開拓」と「人材育成プログラム」である。
- ・「農産物の販路開拓」では、ふるさと納税の運営、農産物の商品開発を行っており、ふるさと納税の寄付額累計は70億円に達している。農産物の商品開発では、「新富ライチ」、「焼酎新富」がある。
- ・「人材育成プログラム」では、起業家育成プログラムの企画運営を行っている。受講生のうち6名が地域おこし協力隊として着任し、また遠方からの支援もあるなど、移住や関係人口創出に寄与している。また、ベンチャー設立支援や企業誘致、遊休資産の活用などを行っている。
- ・そうした取組を背景に、町内事業者や移住者などによるチャレンジの連鎖が起きている。



カルチャーアットフォーシーズンズ
中島 淳 氏



こゆ財団
高橋 邦男 氏

4-2 長崎県地域再生セミナー

日	時	令和4年11月9日(水) 13:30~16:00	
場	所	オンラインにて実施	
テ	ー	マ 「持続可能な地域づくり～地域の担い手の創出とデジタル化の推進～」	
講	演	1 特定非営利活動法人離島経済新聞社 理事	大久保 昌 宏 氏
講	演	2 本田屋本店有限会社 代表取締役社長	本 田 勝之助 氏

セミナーは「持続可能な地域づくり～地域の担い手の創出とデジタル化の推進～」と題して実施した。

末宗徹郎氏（ふるさと財団理事長）の挨拶に続き、大久保氏による講演「仲間を生み出し、地域の未来をつなぐ場づくり」が行われた。続いて、本田氏による講演「地域のデジタル化は共助縁側社会づくり」が行われた。

大久保氏からは、離島における担い手確保の取組事例をもとに、地域の担い手創出のポイント等について説明がなされた。

〈大久保氏講演のポイント〉

- ・地域の課題の大半は人口減少と少子高齢化に紐づく。包括的に解決できる場をつくることが重要である。
- ・北海道利尻町では、定住移住支援センター「ツギノバ」を設置している。そのコンセプトは「地域のこれまでを受け“継ぎ”、“次”の未来を創る場所」である。
- ・利尻町での取組は、町民の定住相談、町外からの移住相談、空き家バンクの運営、地域おこし協力隊の定着に向けた支援、創業・企業・継業のアドバイス、インキュベーション施設の運営、町民のイベント開催支援である。
- ・外の人間ありきの移住定住ではなく、地域の人間ありきの定住移住で地域を創ることが重要であり、そのための“場”を創り、“場”が“コミュニティ”を育てると考えている。“場”に内外のたくさんの人を巻き込みながら、俯瞰して“場”の交通整理と編集作業をし続けることが重要である。
- ・鹿児島県知名町では、町外企業やビジネスパーソンの誘致、町内外のさまざまな人が集まる場づくりをしているが、これに加え広域連携による人材シェアの仕組みづくりも行っている。
- ・知名町は農業、利尻町は漁業と、いずれも第1次産業が基幹産業となっているが、双方とも担い手が不足している。知名町と利尻町では第1次産業の繁忙期が異なっており、そのことを活かして、両町間の担い手人材のシェアリングを進めている。

本田氏からは、地域におけるデジタル化の考え方や推進のポイント等に関する説明がなされた。

〈本田氏講演のポイント〉

- ・ 社会を取り巻く変化は、コロナの出現によりますます加速しており、これまでの利己的競争世界から利他的共創世界へと変わってきている。
- ・ 関係人口が重視される時代には、「人、場所、知恵」が地域ブランドを形成する。そのためには、「観光」と「暮らし」をワンポータル化していくことが求められる。
- ・ 移住定住のポイントは「友達がいること」、「共感できて学べる方がいること」であり、共感する人からはじまる地域紹介を行っていく必要がある。
- ・ 「人」が集まり「知恵」を創造する「場」のある街づくりを推進するには、「集まる場」のデジタル化が効果的である。
- ・ 「共助」（縁側共助社会）の実現には、デジタル（DX）を活用したプラットフォームづくりが重要であり、DXには「行政」、「産業」、「暮らし」の3つの領域がある。
- ・ 特に大事なものは、官と民が保有するデータを共有することであり、それによって個々の住民に最適なサービスを提供でき、今までできなかったことが解決できるようになることです。
- ・ 今までは、ユーザーの欲求に対応して大企業がユーザーデータを独占する「二方良し」の社会であったが、これからはユーザーが地域へデータを提供することを前提として、地域、企業、ユーザーである住民にメリットがある「三方良し」のビジネスモデルが理想的となります。
- ・ この「三方良し」の原則に賛同していただき、保有するデータの地域との共有ルールを決めたくうえで企業誘致を進めていく必要があります。



離島経済新聞社
大久保 昌宏 氏



本田屋本店
本田 勝之助 氏

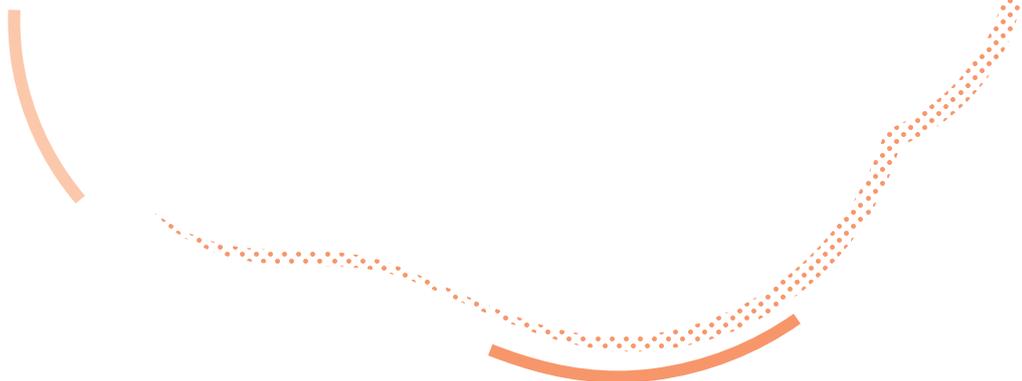
The background features a collection of overlapping circles in various shades of orange and peach. Some circles are solid, while others have patterns like white polka dots or diagonal stripes. The circles are scattered across the top and sides of the page, creating a festive and modern aesthetic.

第

5

章

事業成果の総括と今後の課題

A decorative graphic consisting of a solid orange line that curves downwards and then back up, with a dotted orange line following the same path below it. This graphic is positioned below the chapter title and above the main body of the page.

1 外部専門家活用助成の成果と課題

1-1 外部専門家活用助成対象地域に見えた成果と展望

今年度の外部専門家活用助成対象の17事業（19地域）についてそれぞれの成果と展望を確認する。

<北海道寿都町>

観光不条件立地とされる地域資源の把握・評価、域内事業者の経済循環の実態調査、寿都町への観光客の消費動向調査などを綿密に行い、地域のポテンシャルと課題を整理した上で、漁港エリアを面で捉えた実行可能な観光戦略計画を立案することができた。

今後は、この観光戦略計画に基づき、既存の道の駅のリニューアルや、ECサイト活用による観光収入の平準化、域内事業者によるエコシステムの構築が期待される。

<北海道厚真町（北海道栗山町との広域事業）>

主に札幌圏内との関係人口の構築を図るために、栗山町との連携のもと、各町内及び両町間での交流や人的資源の情報共有が図られた。また、自発的な関係人口を創出していく中間支援組織的な役割を担う「㈱とける」の誘致が図られた。

今後も、「㈱とける」を核としつつ、両町の町民・事業者が自発的な活動を行政が支援する形で関係人口を誘発していくことが期待される。

<山形県庄内町>

ワークショップ形式により地域住民を巻き込みながら、地域資源の把握やブランド戦略を検討した結果、「米」をブランドの中心に据える「亀のおにぎりプロジェクト（仮称）」の構想がまとまった。プロジェクトの主体となる地域商社の検討も進められている。

今後は、他地域との差別化を意識しながらブランド認証制度を構築するとともに、地域商社設立に向けた本格的な検討をしていくことが期待される。

<福島県郡山市>

逢瀬町地域において、外国人（外部専門家及び現地調査員）の目線により地域資源の発掘とデータベース化が行われるとともに、ワークショップやイベントを通じて、地域内外の人材・事業者間の交流が促進され、地域の体制が強化された。

今後は、強化された地域の体制と、データベース化された地域の資源を活用した商品・サービスを開発し、外国人の居場所づくりと地域経済循環の構築の両方が期待される。

<茨城県鉾田市>

地域の課題解決をビジネス化していくことを目的に、「地域プロデューサー養成講座」を実施し、地域における人材の獲得と事業アイデアの創出が図られるとともに、中間支援機能及び人的交流の「場」として「フューチャーセンター」の構想がまとまりつつある。

今後は、「人材」と「場」という基盤を強固なものにしていくとともに、市の基幹産業である農業と連携したビジネスの創出と実現が期待される。

<栃木県下野市>

下野市内の古墳等の歴史的資源を核とした「東の飛鳥」プロジェクトにおいて、インナーブランディングの形成を主体に、①「東の飛鳥」を知る（キャッチコピーづくり、ファッションコンテスト）、②「東の飛鳥」に来る（シールラリー等）の活動が定着しつつある。

今後は、③「東の飛鳥」を楽しく過ごすという3つの目の目標に向け、「インナー」から「アウトター」へ軸足を移していくことが期待される。

<千葉県銚子市>

銚子市内の多様かつ豊富な地域資源を活用し「学びのプロジェクト」の開発と発信を図るため、主に既存の体験メニューの整理が行われ、これまで個別に体験メニューを提供してきた事業者との交流が図られつつある。

今後は、新規の体験メニューの開発を充実させるとともに、地域商社の設立に向けたロードマップの作成とその実行が期待される。

<東京都あきる野市>

五日市駅周辺の商店街の活性化に向け、空き家・空き店舗対策や地域の情報発信を地域主体で実施するとともに、これを持続可能なものとしていくための仕組みづくりとして、「まちづくり協議会」の設立と協議会機能の充実が図られた。

今後は、構築された仕組みの運用にあたり、地域住民主体での会議体の運営、プロジェクトの推進が図られるようなノウハウの構築が期待される。

<大阪府島本町>

前年度における綿密なフィールドワークとそれに基づく戦略計画の構築という成果を活用し、地域の民間事業者が主体となって、「ひと興し」（島本の達人）や「こと興し」（島本の体験）、デザイン計画の確立など多様な展開が図られた。

今後も、これらの多様な展開をさらにブラッシュアップし、タウンプロモーションの充実につなげていくことが期待される。

<広島県府中市>

歴史的背景や地域特性の異なる旧府中市と旧上下町のそれぞれにおいて地域の合意形成や実証事業が行われ、ふるさと納税の返礼品や農業体験メニューの開発、空き店舗活用したチャレンジショップ等の実施等が行われた。

今後も個々の地域資源のブラッシュアップを図りつつ、旧府中市・旧上下町の相互交流を含め

たオール府中市としての観光等の活性化が期待される。

<山口県萩市>

萩市の観光と並ぶ基幹産業である漁業における活魚の流通による漁業収入の向上とブランド化を図る活動の中で、漁業者や地域住民等において一定の理解醸成が図れたが、一方で実現に向けた課題も見えてきたところであり、これも一種の成果と考えることもできる。

今後は、市全体でのブランド化に向けた検討・活用、活魚や活締め等の展開における漁業者のメリットの確保等の課題解決が期待される。

<徳島県東みよし町>

世界農業遺産に登録された中山間地域の農業集落の維持のため、まずは「ひらかれた中山間地」を目指し、イベントによる町内外住民との交流が図れ、また、この取組を主体的に行う地元のNPOとの連携体制強化が図られた。

今後は、この地元NPOを核に、その取組を行政等が支援していく仕組みづくりと運用が期待される。

<福岡県添田町>

添田町の大きな地域資源である霊山「英彦山」をコンテンツとした「巡礼ツーリズム」を造成してモニターツアーを実施し、そのブラッシュアップが図られた。また、地域資源を活用した「食」の商品開発も行われた。

ツアーメニューは一定程度の開発が図られたため、今後は、地域の旅行業者が主体となり、ツアーの実施とブラッシュアップが図られていくことが期待される。

<福岡県大刀洗町>

町のPRを目的とした移動販売型の町営「さくら市場」の位置付けの再定義やブランドコミュニケーション、改善とその実践を図ることにより、新たに「かてて」の名称のもと、出品者をも巻き込んだブランド化の方向性が見えてきたところである。

今後も、改善と実践、出品者等との連携による運営体制の強化・効率化を図りながら、「かてて」の自走化に向けた諸課題の解決を図っていくことが期待される。

<長崎県波佐見町>

波佐見町の基幹産業である波佐見焼の廃石膏の問題や分業・下請けの産業構造などの特殊な課題に着目し、廃石膏のリサイクルの推進や肥料・建材等への有効活用により、環境配慮型の産業への転換と窯業事業者の所得向上に寄与する仕組みが構築できた。

今後は、次の段階として「白いまち」構想の実現に向け、廃石膏の活用用途の拡充とビジネス化が期待される。

<鹿児島県南大隅町>

関係人口の創出にあたり、関係人口を①関心人口、②好意的人口、③準住民、④住民の4つの段階に分け、それぞれに対応した事業を展開した結果、「準住民」の候補が現れるようになって

きている。地域住民主体の「みらい会議」も設立・運用されている。

今後は、「みらい会議」の運用拡充、関係人口の交流等の「場」の設置と運用、関係人口の維持拡大に資する「サポーター制度」の検討と運用が期待される。

<鹿児島県知名町(北海道利尻町との広域事業)>

知名町の基幹産業である農業と利尻町の基幹産業である漁業という第一次産業における担い手不足の解決に向け、繁忙期の異なる両町の特徴に着目し、担い手人材を共有するとともに、担い手が居住する住宅の整備、中間支援体制等が行われた。

今後も同様の取り組みを行いながら、両町連携での中間支援体制の強化と効果的運用、定住移住の窓口や場の提供を行っていくことが期待される。

以上のように、各地域の成果と展望を整理したが、各事業は外部専門家の知見・ノウハウ、ネットワークを活用して地域毎の状況や課題解決に対して、一定の成果があげられたと認識している。新型コロナの影響も落ち着きつつあるが、オンラインも効果的に活用しながら事業が進められている。一方で、各事業には各々に共通する課題が存在しており、それらに対して外部専門家がどのようにアプローチしているかが、事業の成否に繋がっている。この点につき、次項で具体例をまじえて確認したい。

1-2 外部専門家活用助成の課題

今年度の外部専門家活用助成事業の特徴として、「関係人口」、「デザイン思考」、「地域の理解促進と機運醸成」の3つがポイントして挙げられ、それぞれに課題を有している。これらに対して外部専門家からどのようなアプローチが行われることが望ましいかが外部専門家活用助成の課題であり、以下では各地域の対応状況等を整理する。

<関係人口>

今年度事業では、事業名に「関係人口」という表現が含まれている事業が4件あった。「関係人口」は定義やゴールが必ずしも明確でない点が課題と言える。

北海道厚真町・栗山町では、「関係人口」そのものをテーマとしつつ、それは「目的」ではなく「結果」であると位置付け、厚真町・栗山町の町内の自発的な活動と両町間の交流の促進を重視し、その状況を可視化することで関係人口の誘発を図ろうとしている。

千葉県銚子市は、地域資源「銚子資産」を活用し、「学び」の視点から体験コンテンツ等を開発し、地域資源に関心を持つ近隣自治体からの観光需要を取り込もうとしている。

鹿児島県南大隅町は、ゴールを「準住民」、「住民」と捉え、その前段として「関心人口」や「好意的人口」の裾野拡大から取り組んでいる。

鹿児島県知名町・北海道利尻町は、両町の基幹産業である第一次産業の担い手不足の解消を両町の繁忙期の違いに着目し、シェアリングエコノミーの要素を取り入れたものとなっている。

<デザイン思考>

今年度事業では、事業名に「デザイン」という表現が含まれている事業が2件あるほか、デザイン思考を重視したものとなっている事業も複数見られた。地域再生を図るためには、地域の将来の姿を明確にし、そこに至るまでの戦略やロードマップを描くという「デザイン思考」が重要になる。

北海道寿都町では、地域内の現状と課題を綿密に調査したうえで、実行可能な「観光戦略計画」としてデザインし、将来の姿の実現に向けたステップが描かれている。

山形県庄内町も、地域資源の調査と地域住民の巻き込みを図りながら、「亀のおにぎりプロジェクト（仮称）」を導き出し、地域商社の設立・運営を意識した戦略が示されている。

大阪府島本町も前年度フィールドワーク等の活動を踏まえた戦略が練り上げられており、今年度は、これに沿った円滑な事業展開が図られている。

鹿児島県南大隅町では、上記と繰り返しになるが、関係人口のゴールを明確にした上で、そこに至るまでの段階を整理し、その段階に応じた活動を展開している。

一方で、「デザイン」が不明確なまま事業を開始した地域において、事業の途中で方針転換が生じるなどの事象も発生している。

<地域の理解促進と機運醸成>

今年度事業では、地域との関係構築に障壁があることが課題となっている例が複数見られた。

茨城県鉾田市は、全国有数の農業都市であるが、1年目の事業においては、農業関係者との関わりがやや薄かった。過年度より現地と関わっている外部専門家の活動が徐々に浸透しつつあり、次年度以降においては、農業関係者有志による団体との連携が期待できるようになっている。

山口県萩市では、魚価の向上による漁業者の所得向上を企図し、活魚のテスト出荷を行ったが、作業負荷やコスト増に見合った所得の獲得にまでは至らず、漁業者のモチベーションにも影響する状況であった。次年度以降は、活締めを導入や出荷先の多様化等により、漁業者のメリットに繋がる取組を展開することとしている。

徳島県東みよし町では、世界農業遺産に登録された中山間地域の農業集落の維持を図ることを目的とした事業であったが、集落の農業者は急激な変化を望んでいない状況が見られたため、イベントを中心とした交流促進から始める方向に舵を切っている。

福岡県添田町は、霊山「英彦山」を核コンテンツとした観光事業を展開していくものであったが、「英彦山」の関係者との連携に課題が生じていた。

2 外部専門家派遣（短期診断）の成果と課題

外部専門家派遣では、対象地域のテーマに応じて地域再生マネージャーを含む外部専門家を2泊3日又は1泊2日で派遣し、短期間の中で地域への処方箋を提案するものである。今年度は茨城県、千葉県、石川県、長野県、広島県、愛媛県からそれぞれ1カ所、全国6市に対して実施した。

各地域ともに、現地にて精力的に地域関係者との意見交換や現地調査を行い、短期間のなかで得た結果を報告書としてまとめ、関係者に対して提言を行った。1日半～2日程度の短い期間での現地調査であるが、外部専門家自身のこれまでの知見、他地域事例との比較検証という観点からなされた提言に対して、参考になったとの意見があった。

今年度は、コミュニティの維持を図る方策に対する依頼が多かったほか、中心市街地の再生や観光振興に関する提言を求められるものもあった。いずれの地域においても、地域資源の把握と課題を整理した上で、地域が目指すべき方向性やビジネス展開に対する提言が外部専門家からなされ、今後の地域再生のあり方や方策に悩む地域への一助となることができたとみられる。

外部専門家派遣は、自治体にとって利用のしやすい事業であるため、さらに多くの自治体に利用していただけるように事業の組み立てを進めていきたい。

3 地域再生セミナーの成果と課題

今年度の地域再生セミナーは「関係人口の創出」と「地域のデジタル化」をテーマに宮城県及び長崎県の2県で開催した。テーマに対して地域再生マネージャーや実務家による講演を行った。なお、昨年度と同様にオンラインで実施した。

いずれのセミナーも県および県内市区町村職員を中心に多くの地域関係者が参加した。また、オンラインでの開催としたことにより、場所に制約されることなく多くの方々が視聴可能となった。セミナー後のアンケート調査で「満足」とする回答者の割合はいずれも8割を超えた。

自治体職員が地域再生に取り組む中で、他地域における成功事例やその要因、また、自らの地域との比較など、参加者自らの具体的な活動に結び付けたいとする需要も多く、次年度以降も地域再生マネージャーなどが有する知見を提供する場はますます有用なものになると思われる。

今後についても、地域の抱える課題の解決へのサポートとなるように、より役に立つセミナーの姿を目指していくこととしたい。

4 過去事業フォローアップ

4-1 フォローアップの概要

平成26年度以降に本財団が支援をした事業の現在の取組状況について、市町村担当者へのアンケート調査を行った。以下では9件の事業の状況について示す。

フォローアップから見出された結果について支援終了後の「事業の継続状況」、「外部専門家との関係性」の2点から整理すると以下に集約できる。

なお、過去にふるさと財団が支援した事業は以下のふるさと財団のウェブサイトに掲載しているので、参照されたい。(https://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/jisseki/)

a 事業の継続状況

対象事業の多くは支援期間終了後も取り組みの規模や程度は異なるものの、調査対象の9件の全てが、継続または発展していると回答した。ただし、コロナ禍の影響や事業環境の変化による課題に直面している事業にみられた。

① 事業の継続と拡大

事業を継続している地域の中には事業内容に大きな変更はせず、その規模を拡大している地域がみられる。

青森県五所川原市(平成26・27・28年度支援地域)は、6次産業化による農産物を醸成していく事業であるが、設立した(株)アグリコミュニケーション津軽が機能性植物の栽培・加工・商品開発・貯蔵・販売に取り組んでおり、学校給食への納入も始まっている。

新潟県三条市(平成27・28・29年度支援地域)は、設置した「ステージえんがわ」を核としたコミュニティ機能の再生と組織づくりの構築を行う事業であるが、設立したNPO法人による取組が継続しており、さらに新設の図書館複合施設「まちやま」の指定管理業務を図書館事業と共同で担うようになった。「ステージえんがわ」内に設けられたレストラン「三条スパイス研究所」は高い人気を誇り、「ミシュランガイド2020」にも掲載された。

長野県須坂市(平成27・28年度支援地域)は、運動と食の面から市民の健康づくりに関わる事業を行っているが、引き続いて活動を行うとともに、スムージードレッシングの商品化などの展開が図られている。

高知県安芸市(平成27・29年度支援地域)は、地域の特産物である「じゃこ」をテーマとした地域づくりを行う事業であるが、事業主体である安芸「釜揚げちりめん井」楽会を中心に、イベント実施、イベント出店、PRグッズ販売、動画制作などのPRに引き続き取り組んでいる。

岩手県大船渡市（平成28・29年度支援地域）は、「さんま」をテーマとした地域振興事業を行う事業であるが、グルメ系事業（さかなグルメフェア、さんまレシピコンテスト）、イベント系事業（さんま船出船式、さんま一番船入港式）、PRキャラクター「秋刀魚武士」を活用した周知活動を継続している。

福岡県芦屋町（平成28・29年度支援地域）は、芦屋町内の「No.1」を拾い集め、これらをテーマにまちづくりを展開しているが、中でも「さわら」を中心に、さわらサミットなどのイベントを実施している。

北海道むかわ町（平成30年度・令和元・2年度支援地域）は、「むかわ竜」をコンテンツとした観光・まちづくりの推進を図る事業であるが、大手旅行代理店と連携して、着地型旅行ツアーを継続して実施するとともに、周遊巡りコンテンツの開発を行っている。また、各種商標登録も進めており、地域商社などの町民組織と連携して取り組んでいる。

奈良県吉野町（平成30年度・令和元・2年度支援地域）は、「木のまち吉野」を再生するプロジェクトであるが、「木のまち推進会議」を母体として、関係団体との情報共有と連携し、吉野材の魅力発信拠点施設「吉野杉の家」を活かした体験受け入れやプロモーション活動を行っており、さらに大阪万博との連携によるプロダクト開発を行っている。

香川県三豊市（令和元・2年度支援地域）は、地域農産物の付加価値づくりを行う事業であるが、新たにブランド認定制度「みとよのみ」を創設し、6事業者・18産品が認定され、これらを活用したプロモーション活動が行われている。

② コロナ禍及び事業環境変化の影響

上記のとおり、各市町では継続的な取り組みを行っているが、その一方で、コロナ禍や主に漁業における事業環境変化の影響を受けている地域もある。

長野県須坂市では、コロナ禍によりリアルで体験する健康づくり講座等の実施が出来なくなっている。

高知県安芸市では、コロナ禍によるイベントの中止や観光客の減少による「ちりめん丼」の販売数が目標を下回るなどの影響が出ている。

奈良県吉野町でも、コロナ禍でイベントや集客を目的とした事業が出来なくなっており、収益の柱としている「吉野杉の家」の収入が見込めない時期があった。

また、岩手県大船渡市では、中核コンテンツである「さんま」の不漁が続いているため、市内の水産物全体を対象を広げた取組を行うようになっている。

③ 事業継続に必要な財源の確保

9市町に対して、事業継続の財源について確認したところ、すべての市町において、一般財源又は国・都県の補助制度を活用していることが明らかになった。

青森県五所川原市では、商品のPR活動や新商品の開発等に係る経費を必要としている。新潟県三条市では収益事業の多角化による自走化を目指しているところであるが、軌道に乗らない部分もあり、指定管理者収入をもとに事業運営を行っている。

福岡県芦屋町では、一般財源を活用して短期施策である「さわら」関連事業に取り組んでいるところであるが、中長期の施策検討にまでは至っていない状況である。

北海道むかわ町では、コロナ禍による収益事業の中断により、財源の確保が課題となっており、

一般財源のほか、地方創生推進交付金や北海道の交付金を活用している。奈良県吉野町も同様に収益事業において苦戦しており、事業の拡大が困難な状況になっている。

b 外部専門家との関係

外部専門家との関係について確認したところ、9市町中3市町が関係を継続しており、残りの6市町は継続していないということが確認できた。

外部専門家との関係を継続している3市町のうち、福岡県芦屋町では、外部専門家による業務委託を継続的に実施している。

北海道むかわ町では、外部専門家が引き続きアドバイザー的に支援を実施するとともに、同専門家が講師を務める大学院の演習におけるフィールドワークを受け入れるなどの関係を継続している。

奈良県吉野町では、外部専門家との継続的なコンサルティングを受けるための予算の確保が難しいため、事業アイデアや連携先企業の紹介を受ける形で関係を継続している。

一方、外部専門家との関係を継続していない6市町の多くは外部専門家との関係を継続するための財源の確保が困難であることを理由に挙げており、今後の事業継続における課題の1つとして認識されているが、一方で、新潟県三条市や高知県安芸市では、活用助成事業の期間にて外部専門家の役割を十分に果たしてもらっており、外部専門家との関係がなくなっても事業の継続が図られていることが確認できた。

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ると、外部専門家派遣や外部専門家活用助成を通じて事業を継続的・発展的に行うには、以下の点への配慮が重要であると思われる。

a デザイン思考に基づくシナリオの明確化

フォローアップ調査の結果によれば、外部専門家活用助成の期間終了後も継続・発展が図られているところが多く見られたが、一方で、種々の要因により事業の継続に課題が生じている地域も見受けられた。

下記5.において示すように、地域再生に係る事業を継続的・発展的に行うには、実施体制面での「持続可能性」と事業収益の獲得による「ビジネス志向」の2つが重要なポイントなる。

外部専門家活用助成は最大3年間支援するものとなっているが、その後の事業の継続・発展のためには、地域の資源や課題を十分に把握・整理し、これに基づいて将来のあるべき姿を明確にした上で、1年目・2年目・3年目の取組内容や到達点を明確にするシナリオを、体制面、ビジネス面の双方について十分に検討する必要がある。

デザイン思考に基づくシナリオの明確化は、1年目において検討することも可能であるが、外部専門家派遣(短期診断)を活用し、その中でシナリオの概略を構築し、その後においてブラシ

ユアアップを図ったうえで、外部専門家活用助成への申請を行うことで、最大3年間の支援を効果的に活用することができる。

b 外部専門家の役割の適切な移管

地域再生マネージャー事業におけるポイントの1つである、体制面における「持続可能性」とは、「地域住民が主体となり、地域が自立的に活動」することであり、具体的には若者の創業や地域団体の法人化、産業発展に伴う施設整備などが想定される。その中で、外部専門家の役割は行政と協力しつつ、地域資源の発掘や、事業内容の検討、地域住民の巻き込み、地域側の担い手へのノウハウ伝授など段階に応じて適切に支援することである。

ふるさと財団による支援期間中に自主的に取り組める地域側の担い手が確保（組成・法人化等）され、上記の外部専門家の役割が移管されていくことは事業が継続される重要な要素である。

特に、「地域住民の巻き込み」は、地域外から派遣される外部専門家ならではの役割であり、苦慮している地域も多い。継続が確認できた地域では地域おこし協力隊の起用や若年層への積極的な声掛け等の様々な方策で行政が新たな地域住民・団体の巻き込みを図っており、地域側の担い手と行政で役割を明確にしつつ派遣期間終了後の体制を検討することが地域に求められる。

「デザイン思考に基づくシナリオの明確化」は、どの段階において外部専門家の役割を移管していくかも合わせて検討することが肝要である。

フォローアップ調査では、外部専門家への役割が適切に移管されている地域あれば、引き続き業務を委託している地域、情報提供等における関わりを継続している地域があった。

シナリオを検討するに際しては、専門家に期待したい役割も段階ごとに整理しておき、必要な財源の確保も併せて整理することが重要である。

c 事業継続に必要なリスク想定と財源の検討

地域再生マネージャー事業のもう1つのポイントである「ビジネス創出」は、当該ビジネスによりもたらされる収益の一部を事業活動の継続や発展のために活用することで、経営・財務面においても自走化が図られていることが理想である。

しかしながら、実施している事業の規模や事業リスクの顕在化により、必ずしも、順調には行かない面もあり、実際にフォローアップ調査では、すべての地域において、一般財源や補助金等を活用した事業運営となっていた。

コロナ禍は、当初想定していなかった事業リスクではあるが、一度経験した以上、このようなリスクの発生可能性を意識した収益事業の設定や事業収支の想定を十分に行う必要がある。

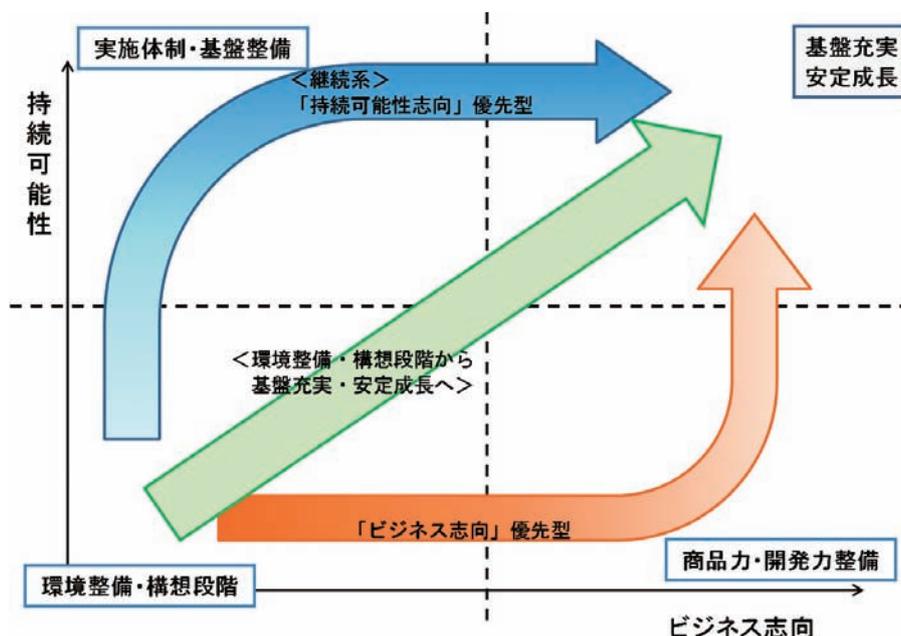
また、新潟県三条市の例に見られるような指定管理者制度との組み合わせによる安定財源の確保を図ることや、事業に関連する国や都道府県の補助制度に関する情報を常に確認し、事業の段階に応じた活用を図るなどのシナリオの構築が求められる。

5 総括

今後、外部専門家を活用した地域再生を進める地方公共団体への参考となることを期待して、令和4年度事業を実施した結果を総括することとしたい。なお、外部専門家を活用する効果、意義及び留意点は基本的に不変であるが、昨今の地域再生に関する状況変化などを踏まえて記載する。

5-1 地域再生実施の基本的な考え方

ふるさと財団が支援する「外部専門家活用助成」では、地域の機運を醸成し、取組主体となる組織や人材を育成する「持続可能性」の軸と、地域資源などを活用してビジネスを開発・改良・販売する「ビジネス志向」の軸の2つの軸を伸ばして地域活性化を目指していくことを想定している。理想的には、図中の緑色の矢印のように、持続可能性、ビジネス志向の双方の軸が共に同時に発展して、左下の「環境整備・構想段階」から「基盤充実・安定成長」の右上の象限に成長していくことが望ましい。ただし、地域や取組主体、ビジネスの状況、実施期間等により、成長経路はそれ以外に大きく2通りあると考えている。1つは図中のオレンジ色の矢印のように、「ビジネス志向」を優先するものであり、「環境整備・構想段階」(左下)から「商品力・開発力整備」(右下)を經由して「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)を經由して「基盤充実・安定成長」(右上)をたどる経路である。



この2つの成長経路は常にいずれかが正しいということではなく、地域資源や担い手の有無、実施予定期間等により異なる。さらに言えば、各地域が目指す事業の目的や取組方針によって、この考え方も変化するものと考えられる。

地域再生マネージャー事業として実施する場合には、外部専門家には、持続可能性（縦軸）を伸ばす事が得意なタイプとビジネス志向（横軸）を伸ばす事を得意とする両タイプがいることに留意されたい。事業着手初期段階においては、各地域が目指す事業の目的や取組方針が明確に定まっていないケースも少なくない。その場合には、持続可能性（縦軸）を伸ばす事が得意なタイプとビジネス志向（横軸）を伸ばす事を得意とするのいずれかを選定するというよりは、まず地域の状況をしっかりと把握してコンセプトを定めてから事業に臨むことが重要である。また、事業の進捗度に合わせて外部専門家の適切な組み合わせも重要であり、複数年に跨る事業の場合は、スポット的により専門性の高いノウハウを有する外部専門家を起用することで、対象事業へのきめ細かいアドバイスも可能になる。

5-2

外部専門家を活用する効果や意義

a 人材発掘・育成、運営団体設立支援による「持続可能性」の向上

外部専門家が地域と行政の仲介となり、人材発掘・育成を行うとともに、組織化支援を行うことで持続可能性に貢献することが期待できる。

今年度事業では山形県庄内町の地域商社設立に向けたデザイン戦略、鹿児島県南大隅町の「2030みらい会議」は外部専門家が介在することで組織化に向けて前向きな目途がたった事業と言えよう。

b 商品開発や販売戦略策定支援による「ビジネス性」の向上

ノウハウを有する外部専門家を活用することで、地域関係者と一体となり、売れるために必要な「消費者視点」からの開発支援を受けるとともに、実績豊富な外部専門家のネットワークを活用した販売戦略策定も期待できる。

今年度事業では、山形県庄内町の「亀のおにぎりプロジェクト」、広島県府中市のふるさと納税品、長崎県波佐見町の「陶箱クッキー」「八三三米」などには外部専門家が大きく関与している。

c 想定外事象への臨機応変な対応による事業成果の実現

地域再生マネージャー事業は、地方公共団体から申請された事業計画に沿って行われるが地域の内外要因によって、想定外の事象は頻繁に発生している。外部専門家はこういった当初計画されたAプランが頓挫した場合、Bプランで対応する事で成果を出せるケースも多い。

北海道厚真町は、過年度においては主に札幌圏における関係人口の拠点づくりを目指していたが、コロナの影響もあり、厚真町及び栗山町内及び町間での交流による関係人口の創出に力点を置くようになっている。

福島県郡山市では、コロナの影響により昨年度までは県内在住の外国人をターゲットにした活

動を行っていたが、今年度はインターナショナルスクールやMBAサマースクールへの働きかけを再開している。

d 第三者視点での気づきの提供

上述したように、外部専門家は他地域での地域再生における成功事例を数多く経験しているため、地域住民が当たり前で気が付かなかった資源や魅力といったプラス面を発見できる。逆に、克服すべき課題を抽出し解決に向け率直な提言を行うなど、第三者視点での多くの気づきを提供する事ができる。

また、行政や地元事業者に属さず、文字通り外部の専門家として公平な立場で発信された提言が、地域住民の方々にも受け入れ易い点も特徴と言える。

福島県郡山市や福岡県添田町では、外国人の目線を取り入れた事業展開を行っている。

5-3 地域再生マネージャー等外部専門家を受け入れる際の留意点

上記5-2に示したとおり、外部専門家を活用することで地域再生に大きな効果を及ぼすことが期待できる一方で、外部専門家が地域で十分に活躍するためには、地域側においても外部専門家の受け入れに向けた準備を整えておく必要がある。

また、外部専門家としても、地域に入っていく上で留意すべき点がある。

a 地域側の留意点

まず、外部専門家は期間限定の支援者であるため、支援期間終了後に地域主導で事業継続できるように体制構築を行うことが重要である。外部専門家に対する「委託」という観点からすべての業務を任せているのではなく、地域主導になるよう、受け入れる地域としても伴走するような姿勢をとる必要がある。今年度事業であれば、東京都あきる野市は2年目の事業であるが、1年目において外部専門家が自走化の仕組みづくりを行いながら、活動の方法等を率先していたが、2年目は地域住民主体の活動に移行させ、外部専門家は後方支援に回る形をとっている。

また、地域のキーパーソンの育成、地域関係者のネットワーク構築について当事者意識を欠かさずに、方向性を共有して協働して取り組むこと、ビジネス志向では、事業開始当初から地域での資金循環を意識することも重要となる。

北海道寿都町では、域内事業者の経済循環の状況を調査した上で、地域エコシステムの構築を目指すものとなっている。

<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専門家に協力を仰ぐ
- ・関係主体等と外部専門家の仲介
- ・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

b 外部専門家側の留意点

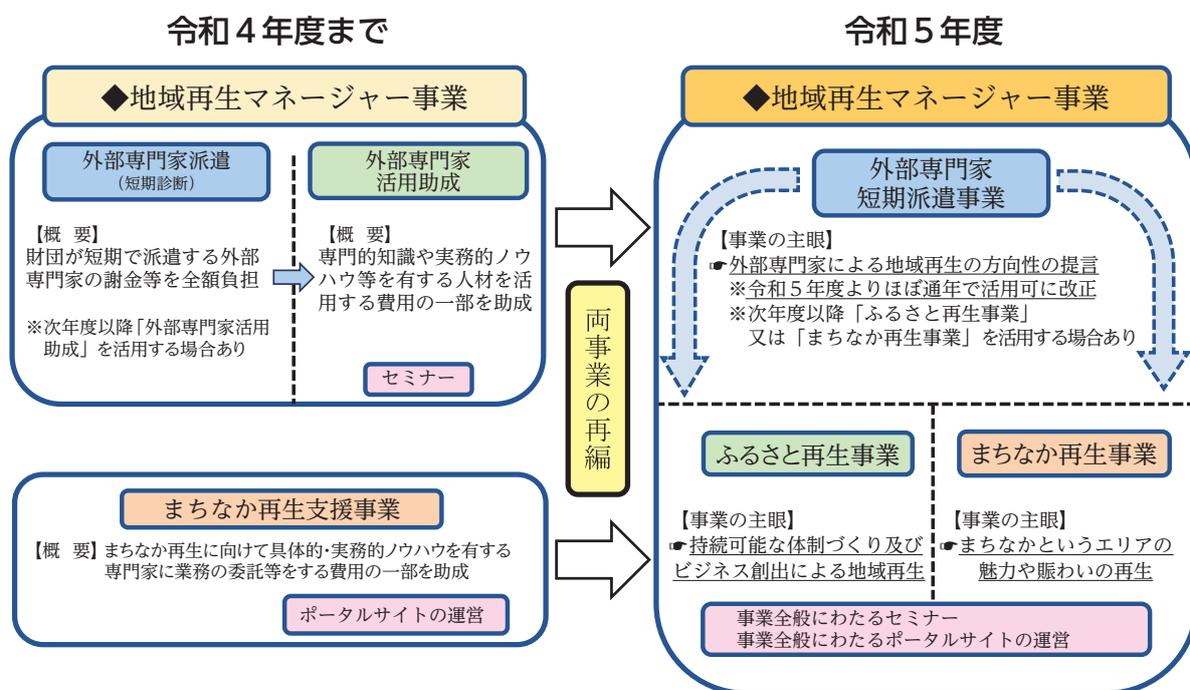
外部専門家も自らが限定された期間の支援者であることを踏まえ、期間終了後の事業継続を意識して取り組むことが重要であり、事業終了後に活動主体となる人材の育成や組織の設立などが代表的な取組である。もし、事業を実施する中で地域内に人材が不在であると判断される場合には地域おこし協力隊等の地域外の人材の登用可能性を検討し、地域側が受け入れられるように助言することなどが重要である。

令和5年度からの地域再生マネージャー事業について

ふるさと財団では、自治体にとってより活用しやすい支援制度となるように、財団業務を再編し、令和5年度より新たに運用いたします。

<再編のポイント>

- ① 「地域再生マネージャー事業」と「まちなか再生支援事業」を一体化することにより自治体のニーズに沿った柔軟な対応ができるようにする。
- ② 「まちなか再生事業」について「外部専門家短期派遣事業」からステップアップするルートを新設する。（※最初から「まちなか再生事業」に応募することは可能です）
- ③ 両事業を通じてセミナーとポータルサイトを一元的に提供することにより、自治体に分かりやすく情報発信する。
- ④ 外部専門家短期派遣事業について、ほぼ通年で活用ができるよう改正。



- 地域再生の初動期において、地域の課題や課題解決に向けた方向性が定まっていない場合には、「外部専門家短期派遣事業」をご活用ください。
- 外部専門家短期派遣事業を実施した結果、地域再生の方向性に目処が付き、今後具体的な地域再生事業に取り組んでいく際には、是非「ふるさと再生事業・まちなか再生事業」による助成をご活用ください。
- 各事業の詳細は、下記のコードよりご参照ください。



外部専門家短期派遣事業



ふるさと再生事業



まちなか再生事業

地域再生マネージャー一覧

ふるさと財団の地域再生マネージャーは、地域の課題に対応するための有益なアドバイザーとして、各分野における高度な専門知識を有する人材です。

令和4年度の地域再生マネージャーは以下のとおりです。詳細はふるさと財団ホームページを参照下さい。(https://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/mg_ichiran/)

	氏名	所属
1	畦地 履正	株式会社四万十ドラマ
2	石川 紀子	株式会社ブルー・アンド・カンパニー
3	石黒 侑介	北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院
4	井手 修身	イデアパートナーズ株式会社
5	伊藤 隼也	株式会社医療情報研究所
6	井上 弘司	CRC 地域再生診療所
7	榎本 善晃	beniw 合同会社
8	大久保 昌宏	特定非営利活動法人離島経済新聞社
9	大野 幸雄	株式会社日本アプライドリサーチ研究所
10	岡山 史興	70seeds 株式会社
11	奥村 玄	株式会社 GEN プランニング
12	柏木 千春	大正大学 社会共生学部公共政策学科
13	河瀬 悟郎	株式会社エコ・24
14	河野 公彦	inc1合同会社
15	菅野 剛	株式会社 TAISHI
16	木下 斉	一般社団法人エリア・イノベーション・アライアンス
17	國廣 純子	株式会社 LOCAL SUSTAINABLE PROJECT
18	栗田 拓	特定非営利法人トイボックス
19	小島 慶藏	福井オリーブ研究会
20	近藤 ナオ	株式会社シュチェンシュリーバ
21	西郷 真理子	株式会社まちづくりカンパニー・シープネットワーク
22	斉藤 俊幸	イング総合計画株式会社
23	篠崎 宏	リ・マスター合同会社
24	澁澤 寿一	特定非営利法人共存の森ネットワーク
25	清水 友康	株式会社道銀地域総合研究所
26	関根 祐貴	株式会社船井総合研究所 地方創生支援部
27	千田 良仁	株式会社アイファイ
28	高橋 一夫	近畿大学 経営学部
29	橘 昌邦	株式会社 POD

	氏 名	所 属
30	谷 本 互	まち&むら研究所
31	塚 田 佳 満	株式会社 DMG フォース
32	照 井 正三郎	一般社団法人日本食品・バイオ知的財産権センター
33	朽 尾 圭 亮	株式会社船井総合研究所 地方創生支援部
34	中 川 晶 子	株式会社 JTB 霞ヶ関事業部
35	中 島 淳	株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ
36	中 田 浩 康	有限会社アグリテック
37	根 本 実	個人
38	野 口 智 子	ゆとり研究所
39	畑 中 直 樹	株式会社地域計画建築研究所 (アルパック)
40	濱 博 一	株式会社アスリック
41	馬 場 正 尊	株式会社オープン・エー
42	東 田 一 馬	つねよし百貨店
43	平 尾 由 希	株式会社 FOODSNOW
44	ヒ 口 中 田	株式会社リクルート ジャらんリサーチセンター
45	藤 崎 慎 一	株式会社地域活性プランニング
46	藤 澤 安 良	株式会社体験教育企画
47	藤 村 雄 志	G&C コンサルティング株式会社
48	堀 田 雅 湖	こめみそしょうゆアカデミー
49	本 田 勝之助	本田屋本店有限会社
50	前 田 香保里	ケイ・コンソナンス
51	政 所 利 子	株式会社玄
52	三 原 久徳	有限会社 Anchor (アンカー)
53	守 屋 邦 彦	公益財団法人日本交通公社
54	柳 田 剛 一	オフィス513
55	矢 部 佳 宏	一般社団法人 BOOT
56	山 田 さとみ	特定非営利法人東北みち会議/株式会社マネジメント・アソシエイツ
57	山 村 俊 弘	株式会社日本アプライドリサーチ研究所
58	養 父 信 夫	一般社団法人九州のムラ
59	吉 本 哲 郎	地元学ネットワーク

終わりに

令和4年度の地域再生マネージャー事業はコロナによる影響は受けたものの、ほぼ当初の計画通りに進めることができた。

今年度は多様化する事業内容に対応するためアドバイザーを増員した。

アドバイザーは現地視察やオンライン会議などでの助言等により事業の進捗を支援した。

オンラインの活用は一層すすみ、外部専門家派遣（短期診断）においては、令和3年度より3日目（最終日）の報告会を従来の現地で実施する形式の他に後日オンラインで実施する形式との選択制としたが、令和4年度は6市町村の全てがオンライン報告会を選択した。

地域再生セミナー（宮城県、長崎県で開催）においては、講演者は自らの居住地から県内の市町村に向けてインターネットを通じてライブ配信を行った。

オンラインを取り入れた結果、市町村職員の事務や時間の軽減とともに会議や報告会への参加者を増やすことができた。また専門家が発表準備の時間を確保できたため報告会の質が高まった。

このようにオンライン活用は多くのメリットをもたらすことになったが、一方で対面で行う情報交換にも良さがあり、今後もオンラインとリアルとの融合を進めていきたい。

今年度は複数の市町村が共同で取り組む広域連携での事業が2つになった。

鹿児島県知名町と北海道利尻町「関係人口と地域の担い手獲得のための広域連携事業」、北海道厚真町と栗山町「広域連携による新関係人口構築デザイン事業」では市町村同士が連携することでお互いの強みを活かし弱みを補完し、新たなビジネスや地域住民間の交流が生まれた。この事例のような市町村の連携事業が今後増えいくことを期待したい。

事業を成功させるひとつのパターンとして、外部専門家派遣（短期診断）で課題の把握を十分に行った上で外部専門家活用助成を活用した、いわゆる「ステップアップ」が上げられる。今年度で言えば、下野市、島本町、府中市、大刀洗町、南大隅町が該当する。

短期診断で現地調査が終わって課題が共有されてから外部専門家活用助成の事業がスタートするというメリットがあり、活用を推進したい。

最後に、この報告書の紙面上では事業の象徴的な成功事例の紹介が主となっている。しかし、コロナ禍において各事業を推進するにあたっては、地域住民の皆様はもとより、市町村担当者や外部専門家の方々が、広く事業の理解や参画を得るために様々な困難や障壁を乗り越え、多大な努力の結果として成功に結び付いたケースも多い。

ここで改めて事業推進にご協力いただいた関係者の方々に深く感謝し、さらに地域再生マネージャー事業の推進に努めていきたい。

令和4年度
地域再生
マネージャー事業
報告書

令和5年3月 発行

編集・発行 一般財団法人

地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

Japan Foundation For Regional Vitalization

〒102-0083 東京都千代田区麹町4-8-1 麹町クリスタルシティ東館12階

TEL : 03 (3263) 5736 FAX : 03 (3263) 5732

ホームページ URL : <https://www.furusato-zaidan.or.jp/>

E-mail アドレス : furusato@furusato-zaidan.or.jp



ふるさと財団

検索