

# 令和6年度 地域再生 マネージャー事業 報告書





# はじめに

ふるさと財団は、1988年に設立され、活力と魅力ある地域づくりに寄与するため、これまで様々な事業活動に取り組んできました。これもひとえに、地方公共団体、金融機関、民間事業者の皆様のご支援、ご協力のおかげであり、心より感謝申し上げます。

昨年12月には、政府において地方創生2.0の「基本的な考え方」が示され、現在これを基に、地方創生の取組の充実強化に向けて検討が進められております。ふるさと財団としましても、時代の変化に対応しつつ、地域の特色を活かした持続可能なまちづくりを支援すべく、引き続き積極的に取り組んでまいります。

さて、当財団では、これまでに専門的な知識を有する外部専門家を活用し、地域住民とともに地域の課題解決に取り組む「地域再生マネージャー事業」を実施してきました。

本報告書では、令和6年度の「地域再生マネージャー事業」での各地の取組みと成果について、ふるさと再生事業（18件）、まちなか再生事業（4件）、外部専門家短期派遣事業（10件）、地域再生セミナー（2件）の項目ごとのご紹介、当事業全体の総括と今後に向けての課題についてご報告しております。

各地域の活動状況をご参考にしていただき、「地域再生マネージャー事業」を通じて、地方創生の施策立案や実践などにご活用いただければ幸いです。

末筆ながら、ふるさと再生アドバイザー会議委員長の岡司直也様、まちなか再生アドバイザー会議委員長の出口敦様をはじめ、アドバイザー会議委員の皆様、関係各位に厚く御礼申し上げます。

令和7年3月

一般財団法人地域総合整備財団〈ふるさと財団〉

理事長 末宗 徹郎

# ふるさと再生アドバイザー会議 — 委員名簿 —

## ■ ふるさと再生アドバイザー会議委員 ■

関 司 直 也	法政大学現代福祉学部福祉コミュニティ学科	教授	委員長
浅 利 美 鈴	総合地球環境学研究所 基盤研究部	教授	
和 泉 真 理	一般社団法人日本協同組合連携機構 基礎研究部	客員研究員	
今 村 まゆみ	観光まちづくりカウンセラー		
黒 澤 賢 治	特定非営利活動法人アグリネット	理事長	
小 泉 祐一郎	静岡産業大学経営学部	教授	
指 出 一 正	株式会社ソトコト・ネットワーク 『ソトコト』	執行役員 編集長	
高 橋 伸 佳	芸術文化観光専門職大学芸術文化・観光学部	准教授	
田 代 洋 久	北九州市立大学法学部	教授	
寺 田 雅 一	総務省 地域力創造グループ 地域自立応援課	課長	
三 村 聡	岡山大学	副学長	

(敬称略)

## ■ 事務局 ■

一般財団法人地域総合整備財団<ふるさと財団>

理事長		末 宗 徹 郎
専務理事		瀬 戸 紳一郎
事務局長		牛 島 授 公
地域再生部長		野 村 信 之
地域再生部地域再生課長		原 淳一郎
地域再生部事業推進室長		丸 山 健 次
地域再生部地域再生課	参事役	清 水 元 彰
地域再生部地域再生課	調査役	坂 元 恵 太
地域再生部事業推進室兼地域再生課	調査役	原 田 光
地域再生部地域再生課	調査役	木 内 えいみ

日本経営システム	マネジメントコンサルタント	大 地 亨
日本経営システム	マネジメントコンサルタント	鈴 木 智 博
日本経営システム	マネジメントコンサルタント	小 木 曾 浩 次
日本経営システム	マネジメントコンサルタント	小 原 崇 史

## 「立場を越えて学び合い、地域再生の高みを目指すマネージャー報告会」

法政大学現代福祉学部教授 関 司 直 也

この1月下旬に、令和6年度地域再生マネージャー事業に取り組んだ18地域によるマネージャー報告会、そして翌日には、年度の事業を総括するアドバイザー会議が開催された。今年度の報告会でも、3つの市や町から首長の皆様にもお越し頂き、地域の皆さんと事業を進めて頂いた自治体職員と外部専門家、そしてアドバイザーや財団の事務局スタッフが一体となって、質疑を交わし、交流会でも熱のこもった情報交換が行われた。私が知る限り、ここまでの労力と時間を割いて、各地の動きを丁寧にフォローしているソフト事業は他になく、改めて本事業に懸ける財団の強い想いを実感している。

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

今回のマネージャー報告会の中でも、3年間現場に関わってきた外部専門家から、長期的なプロセス支援のポイントが示されていたように感じる。山形県庄内町において、地元素材による商品開発からブランド構築を目指してきた畦地マネージャーからは、「まず考え方を揃えて、トータルデザインを形にし、そこから商品開発を展開させて、販路開拓へ導いていく」というプロジェクトの道筋が示されていた。また、茨城県銚田市で地域プロデューサーを育て、市民のチャレンジを後押ししてきた谷津マネージャーからは、外部専門家の役割として、「ファシリテートの部分とコーディネート部分」の2つの側面が指摘されていた。

これらのコメントは、先に挙げた「地域力」と「ビジネス力」の2軸それぞれの高め方やそこにおける外部専門家の役割を示していると読み取った。つまり、

- ▼「地域力」の向上＝多様な主体間の考え方を揃え、トータルデザインを形にするプロセス＝ファシリテート役を担う外部専門家
- ▼「ビジネス力」の向上＝商品や事業を生み出し、その価値に合ったマーケットに届けるプロセス＝コーディネート役を担う外部専門家

ということだろう。地域再生マネージャー事業の本質を体現した「ものさし」として改めて共有しておきたい。

この2軸の進め方は、地域それぞれが取り組むテーマや置かれている現状によって異なる。ゆえに、今年度は18のバリエーションを生んできたと言えよう。マネージャー報告会では、本事業に向き合う地域の多彩さを理解するとともに、その本質を確認し合うことで、プロジェクトとして次の展開を見定める機会に活かされつつある。今年度の報告会は、外部専門家同士も他地域の実践を見極めようとする程よい緊張感も伝わってきた。この事業に取り組む様々な主体が、立場を越えて学び合い、地域再生の高みを目指してもらえるように、我々アドバイザーも引き続きしっかりサポート役を務めたい。

# まちなか再生アドバイザー会議 — 委員名簿 —

## ■ まちなか再生アドバイザー会議委員 ■

出口 敦	東京大学 大学院 新領域創成科学研究科	執行役・副学長 委員長 教授
小泉 雅生	東京都立大学大学院 都市環境科学研究科	教授 委員長代理
秋山 仁雄	株式会社サンシャインシティ まちづくり推進部 池袋プラットフォーム事務局	エキスパート
足立 基浩	和歌山大学 経済学部経済学科	副学長 教授
泉 英明	有限会社ハートビートプラン	代表取締役
今村 まゆみ	観光まちづくりカウンセラー	
角野 幸博	関西学院大学	名誉教授
近藤 寿喜	総務省 地域力創造グループ 地域振興室	室長
坂井 文	東京都市大学 都市生活学部	副学長 教授
政所 利子	株式会社玄	代表取締役
水谷 未起	一般社団法人讃岐ライフスタイル研究所	専務理事

(敬称略)

## ■ 事務局 ■

一般財団法人地域総合整備財団<ふるさと財団>

理事長	末 宗 徹 郎
専務理事	瀬 戸 紳一郎
事務局長	牛 島 授 公
共創振興部長	幸 村 長
共創振興部共創推進課長	早 川 勝 重
共創振興部共創推進課 調査役	菊 地 啓 吾
共創振興部共創推進課 調査役	和 田 大 毅

株式会社計画技術研究所	代表取締役	須 永 和 久
株式会社計画技術研究所	代表取締役	佐 谷 和 江
株式会社計画技術研究所	研究員	宮 本 隆 介
株式会社計画技術研究所	研究員	阿 部 正
株式会社計画技術研究所	研究員	尋 木 良 平

## 「まちなか再生の未来を創る」

東京大学執行役副学長/大学院新領域創成科学研究科 出口 敦

令和6年度の本事業では、最大3カ年申請できるよう制度変更してから、初めて2カ年継続して事業を実施した自治体が生まれた。まちなか再生は、単年度の取組で終了ではなく、長期間かけて目標を達成していくため、プロセスを積み重ねていくことが重要であり、本事業が複数年継続できることとなった点は意義があると考えている。その意味では、今年度、本事業に採択された4自治体のうち2自治体が昨年度から継続して本事業を進めることとなったことには、意義深いものがある。

その点にも関連し、本事業終了時期に、自治体には自己評価を行っていただき、成果の可視化と実施計画に対する達成度の確認に努めていただいた。自治体自ら1年間の事業を振り返ることで、次年度以降に向かうべき方向性もより明確になり、継続的な取組の発展へとつなげていくことが可能となると考えている。今後は、当初の実実施計画に対する達成度について、自治体とアドバイザー会議委員で議論する場を設けることなどを通じ、事業後の取組みとその方向性を有意義なものとするのが求められる。

また、今年度の事業を通じて、まちなか再生に取り組むにあたり、重要だと認識した点として、以下の3点を挙げておきたい。

1点目は、「まちなか再生のマネジメントにおける短期・長期の複眼的視点」である。まちなか再生には長期的なサイクルと短期的なサイクルを組み合わせたマネジメントが不可欠である。例えば、上山市では新たな宅地開発、常総市では中心市街地の商業施設再生、直方市ではマンション開発と商業施設の新設、人吉市では災害からの復興といった、数十年に一度の長周期で経験する大規模なプロジェクトが進行している。その一方で、お祭りやイベントといった短期間で成果が見える取り組みの企画・運営も進めていくこととなり、両者の整合と調整を担うのがプロデューサーの役割であり、自治体と協力しながら、社会経済の変化を見据えた複眼的な戦略を練り、実践することが求められる。

2点目は、「まちなか再生の成果の多様性と道筋や仕組みの可視化の重要性」である。まちなか再生の成果は多様であり、単にハード整備や施設の建設にとどまるものではない。例えば、直方市のように地域の人間関係を可視化し、関係性のマップを作成することも重要な成果の一つである。また、今後5年間の方向性を示すロードマップを策定することも、事業の大きな成果といえる。こうした成果を図や資料として共有し、次のステップへ活かしていくことが肝要である。特に、プロデューサーは、成果を単なる記録として残すのではなく、どのように今後の施策に反映させるかという道筋を示す役割を担っている。そのため、成果の整理と活用方法を見据えた視覚化・共有化が求められる。

3点目は「“イメージ”と“マネージ”の両面の重要性」である。まちなか再生において、地域の将来像を描くこと（＝イメージ）、それを実現するための計画的な運営（＝マネージ）が両輪として機能することが極めて重要である。特に、大きな変革期にある地域では、まちなか再生として何を指すのかという明確なビジョンを持ち、それを着実に実行する管理能力が求められる。プロデューサーや自治体の関係者には、この「イメージ」と「マネージ」の両方の力を兼備することが求められる。本事業が、まちなかの将来像とそこに向かう道筋のイメージを共有すると共に、それを着実に実現するためのマネジメント力を強化する機会となることを期待する。

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

# 目次

第1章 地域再生マネージャー事業とは	1
事業の概要	2
1 ふるさと再生事業	2
2 まちなか再生事業	4
3 外部専門家派遣事業	6
4 地域再生フォーラム・セミナー	8
第2章 ふるさと再生事業の取組みと成果	9
1 採択事業の特徴など	10
2 個別事業の取組概要	12
2-1 北海道函館市【高付加価値・滞在型グリーンツーリズムによる農村地域の持続可能な発展モデル事業】	14
2-2 北海道小樽市【国内外からの旅行者や地域住民が心地よく幸福な時間を過ごす「おもてなし都市・小樽」を目指すプロジェクト】	20
2-3 北海道士別市【移住定住政策のリデザインと持続可能なビジネスモデル創出事業】	26
2-4 北海道寿都町【～観光条件不利地の新たな観光ビジネス戦略～ 港町ブランディングを担うスーパー地域商社を目指して】	32
2-5 宮城県栗原市【地球をでっかく遊ぼう！環境にやさしいアドベンチャートラベルと食の推進事業】	38
2-6 宮城県丸森町【閉校した小学校を活用した新しい農業×DX人材拠点モデル事業】	44
2-7 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】	50
2-8 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】	56
2-9 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
2-10 富山県上市町【地域資源を人材育成と観光産業に活用する新規事業構築と事業推進のための新設法人設立プロジェクト】	68
2-11 岐阜県美濃加茂市【里山資源を活用した持続可能なビジネス創出事業 ～地域との関わり、関係人口創出による住民自治再生へ～】	74
2-12 大阪府東大阪市【「モノづくり×デザイン」による地域経済活性化事業】	80
2-13 兵庫県豊岡市【若者の居場所づくり事業】	86
2-14 兵庫県朝来市【新たな人材と地域の力を結集し「未来につなぐ鉾山町」基盤構築事業 ～関係人口・経済循環創出による課題解決プロジェクト～】	92
2-15 山口県萩市【「食べたい 行きたい 旬の地魚がおいしいまち・萩」推進事業】	98
2-16 香川県高松市【うみまち商店街を中心とした高松市中央卸売市場での賑わい創出事業】	104
2-17 福岡県川崎町【道の駅を核とした地域ビジネス創造戦略「パン博のまちかわさき」創生事業】	110
2-18 宮城県木城町【中之又地区再生事業】	116

3 過去事業のフォローアップ .....	122
<b>第3章 まちなか再生事業の取組みと成果</b> .....	125
1 個別事業の取組概要 .....	126
1-1 山形県上山市【令和6年度かみのやま温泉駅東エリア公民連携まちづくり事業】 .....	127
1-2 茨城県常総市【常総市水海道駅周辺地区まちなか再生事業】 .....	133
1-3 福岡県直方市【中心市街地賑わいづくり推進事業】 .....	139
1-4 熊本県人吉市【人吉初(発)公民連携による「復興まちづくり×まちなか再生」 プロジェクト】 .....	145
2 過去事業のフォローアップ .....	151
3 まちなか再生事業の成果と課題 .....	155
<b>第4章 外部専門家短期派遣事業の取組みと成果</b> .....	161
外部専門家短期派遣事業 .....	162
1 宮城県塩竈市 .....	163
2 茨城県古河市 .....	164
3 茨城県下妻市 .....	165
4 埼玉県横瀬町 .....	166
5 千葉県九十九里町 .....	167
6 石川県金沢市 .....	168
7 岡山県真庭市 .....	169
8 山口県岩国市 .....	170
9 大分県大分市 .....	171
10 宮崎県西米良町 .....	172
<b>第5章 地域再生フォーラム・セミナー</b> .....	173
地域再生フォーラム・セミナー .....	174
1 地域再生フォーラム .....	174
2 地域再生セミナー .....	180
<b>第6章 事業成果の総括と今後の課題</b> .....	183
1 ふるさと再生事業の課題 .....	184
2 まちなか再生事業の成果と課題 .....	188
地域再生マネージャー一覧 .....	194
終わりに .....	196

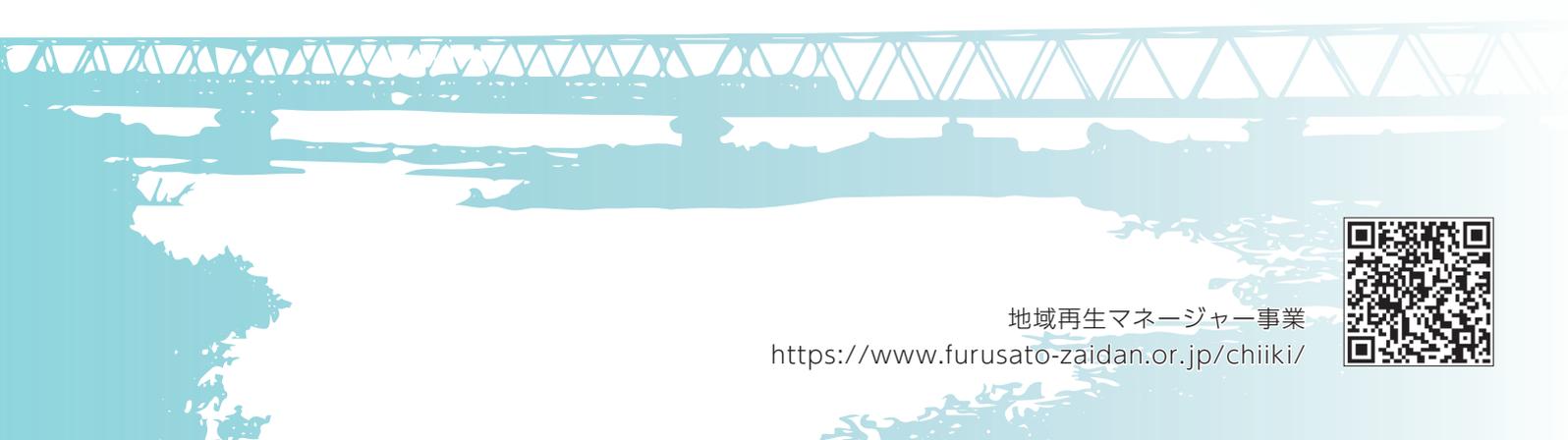


第



章

# 地域再生マネージャー事業とは





# 事業の概要

地域再生に取り組む市町村等に対して、各分野の専門的知識や実務的ノウハウを有する外部の専門的人材（外部専門家）の活用を支援することにより、当該地域の実情に応じた地域再生を推進し、活力と魅力ある地域づくりに寄与することを目的とする。

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

本事業では、次のメニューにより、市町村等の地域再生への取組をサポートする。

1

## ふるさと再生事業

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

### ■ふるさと再生事業の公募等の概要

補助対象者	① 単独で事業に取り組む市町村（特別区を含み、政令指定都市を除く） ② 複数の市町村が共同で取り組む事業を代表する団体 （広域連合等地方自治法に基づく団体を含む）
補助率	補助対象経費の2/3以内
補助上限額	① 市町村が単独で取り組む事業： 1事業あたり 700万円以内 ② 複数の市町村が共同で取り組む事業： 1事業あたり 1,000万円以内
補助対象経費	① 外部専門家の派遣に関する経費（複数人も可） 外部専門家の人件費（謝金含む。）及び旅費 ② その他の経費 旅費、委託料、会議費、印刷製本費、広告宣伝費、原材料費、消耗品費、 通信運搬費等その他の助成対象事業を実施するために必要となる経費 （消費税及び地方消費税を含む）
補助対象期間	令和6年4月1日～令和7年2月20日
公募期間	令和5年10月2日～令和5年12月4日

事前相談期間 令和5年9月1日～令和5年11月20日

## ■ふるさと再生事業 採択基準

分類		項目	評価基準
A 事業の 妥当性	A-1	事業目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業目的に地域の特色や課題が反映されている。</li> <li>・地域住民の自主的かつ主体的な活動を促す事業になっている。</li> </ul>
	A-2	成果目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・成果目標が事業目的や取組内容を反映した形で設定されている。</li> <li>・次年度以降の目標や取り組む方向性が明確であり、持続性及び発展性が期待できる。</li> </ul>
B 実施体制	B-1	活動基盤（担い手） の現状把握と育成、 仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業推進に係わる活動基盤の状況を把握している。</li> <li>・事業実施体制の継続、拡大が見込まれる。</li> </ul>
	B-2	地域における 支援体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村の部署が横断的に参画し、意欲的に取り組む体制が構築されている。</li> <li>・事業を実施する地域住民・団体が存在し、連携が図られている。</li> </ul>
C 事業内容	C-1	事業の継続性・ 発展性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲットが明確になっており、地域の発展に寄与し事業の継続性が高い。</li> <li>・地域全体の経済波及効果が考慮されている。</li> </ul>
	C-2	ビジネス創出・地域 経済活性化の現状把握 と方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状分析を踏まえた目標の数値化が行われている。</li> <li>・基礎となる地域資源が具体化されている。</li> <li>・地域資源を活用したビジネス創出が期待できる計画となっている。</li> <li>・観光・農林水産業等の振興による地域経済の活性化が期待できる計画となっている。</li> </ul>
	C-3	移住・定住の促進・ 関係人口の創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域への移住・定住の促進に効果が期待できる。</li> <li>・地域の関係人口の創出に期待できる取組みである。</li> <li>・数値目標など具体的な目標を設定して取り組んでいる。</li> </ul>
D 外部 専門家	D-1	外部専門家の 知見・実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外部専門家の専門分野が事業内容に合致している。</li> <li>・外部専門家が地域の状況（地域の強み・弱み、方向性）を把握している。</li> </ul>
	D-2	外部専門家の 役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外部専門家が地域に密着し、役割や活動スケジュールが明確になっている。</li> <li>・外部専門家に求める役割が事業目的の達成に結び付くものとなっている。</li> </ul>
E 先進性・ 難易度	E-1	事業の先進性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・他の地域のモデルとなり得る先進性を有している。</li> </ul>
	E-2	事業の難易度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の難易度（チャレンジ性）が高い。</li> </ul>

## ■ふるさと再生事業の全体スケジュール

時 期	内 容
令和5年9月～11月	事前相談（令和5年9月1日から11月20日まで）
10月～12月	事業公募（令和5年10月2日から12月4日まで）
令和6年1月～2月	審査、アドバイザー会議、採択
4月～5月	オンラインキックオフミーティング
6月～9月	現地視察・オンライン打合せ
10月	中間報告書（9月までの経過報告）の提出
10月	第1回アドバイザー会議
令和7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

## まちなか再生事業

市町村等が、まちなか（生活に必要となる機能が相当程度集積する区域）において生じているまちとしての魅力・求心力の低下等の課題への対応について、外部専門家を活用して総合的な見地からまちなかのにぎわい創出など都市機能等の充実を推進し、まちなかの再生を図るために実施する事業に対し、当財団がその費用の一部を補助するもの。

### ■まちなか再生事業の公募等の概要

補 助 対 象 者	① 単独で事業に取り組む市町村（特別区を含み、政令指定都市を除く） ② 複数の市町村が共同で取り組む事業を代表する団体 （広域連合等地方自治法に基づく団体を含む）
補 助 率	補助対象経費の2／3以内
補 助 上 限 額	① 市町村が単独で取り組む事業： 1事業あたり 700万円以内 ② 複数の市町村が共同で取り組む事業： 1事業あたり 1,000万円以内
補助対象経費	外部専門家（まちなか再生プロデューサー1名）または外部専門家が所属する法人との業務委託契約にかかる経費 補助の対象は、業務委託契約で定められた人件費、旅費、社会保険料、一般管理費、物件費、事務所賃借料等、業務を履行するために必要となる経費（消費税及び地方消費税を含む。）
補助対象期間	令和6年4月1日～令和7年2月20日
公 募 期 間	令和5年10月2日～令和5年12月4日

事前相談期間 令和5年9月1日～令和5年11月20日

## ■まちなか再生事業採択基準

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

## ■まちなか再生事業の全体スケジュール

時 期	内 容
令和5年9月～11月	事前相談（令和5年9月1日から11月20日まで）
10月～12月	事業公募（令和5年10月2日から12月4日まで）
令和6年1月～2月	審査、採択意見聴取会議、採択
4月	キックオフミーティング
5月	委員長・委員長代理面談（オンライン）
9月～11月	事前現地打合せ、現地会議（第1～4回アドバイザー会議）
11月～12月	中間報告書の提出
令和7年2月	実績報告会
2月	事業完了
3月	事業実績報告書の提出

### 3

## 外部専門家派遣事業

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

### ■外部専門家派遣事業の公募等の概要

派遣内容	① 原則として1件当たり1回（1人）まで ② 市町村が単独で実施する場合は、次のいずれかとする。 (1) 現地調査と報告会を連続する3日間で実施する方法。 (2) 連続する2日間で現地調査を実施し、後日オンラインで報告会を実施する方法。 ③ 複数の市町村が共同で実施する場合は、隣接する市町村の場合は連続する3日間で現地調査を行い後日オンラインで提言、隣接しない市町村の場合は原則として連続する2日間の現地調査をそれぞれの市町村で行い、後日オンラインで提言。
経 費	外部専門家の派遣に係る費用（旅費・謝金）について、原則として財団が負担し、外部専門家へ直接支払う。（算定方法については、財団の規定による。）
派遣実施期間	令和6年4月1日～令和7年3月31日
公 募 期 間	令和5年12月2日～令和6年7月31日

事前相談期間 令和5年9月1日～令和6年7月17日

## ■外部専門家短期派遣事業の実施時期と派遣先

No.	派遣先	派遣申請内容	実施時期
1	宮城県 塩竈市	マリゲート塩釜を中心としたベイエリアの再生	視察：令和6年10月15日(火)～16日(水) オンライン報告会：令和6年10月31日(木)
2	茨城県 古河市	商店街活性化、空き店舗活用	視察：令和6年11月6日(水)～7日(木) オンライン報告会：令和6年12月3日(火)
3	茨城県 下妻市	下妻市庁舎周辺エリアの再生	視察：令和6年10月21日(月)～22日(火) オンライン報告会：令和6年11月12日(火)
4	埼玉県 横瀬町	ふるさと納税事業の充実	視察：令和6年9月17日(火)～18日(水) オンライン報告会：令和6年9月30日(月)
5	千葉県 九十九里町	ブランド製品の開発、ブランド化、販路開拓等	視察：令和6年9月26日(木)～27日(金) オンライン報告会：令和6年11月8日(金)
6	石川県 金沢市	関係人口の創出拡大	視察：令和6年10月1日(火)～2日(水) オンライン報告会：令和6年10月11日(金)
7	岡山県 真庭市	循環型社会の構築に向けた地域資源の活用	視察：令和6年11月7日(木)～8日(金) オンライン報告会：令和6年11月22日(金)
8	山口県 岩国市	特産品（岸根ぐり）のブランド化、販売促進等	視察：令和6年9月30日(月)～10月1日(火) オンライン報告会：令和6年10月17日(木)
9	大分県 大分市	遊歩公園の再整備	視察：令和6年10月1日(火)～2日(水) オンライン報告会：令和6年10月17日(木)
10	宮崎県 西米良村	施設等の働き手の確保、交流人口・関係人口拡大	視察：令和6年7月29日(月)～30日(火) オンライン報告会：令和6年8月26日(月)



第 2 章

ふるさと再生事業の取組みと成果





# 採択事業の特徴など

令和6年度は、ふるさと再生事業として全18件が採択された。昨年度からの継続事業は9件で、新規採択事業が9件である。事業の特徴を整理すると以下のとおりとなる。

## <令和6年度事業の特徴について>

- 北海道から4地域、東北3地域採択されており、北日本エリアの案件が増加しましたが、宮城県、兵庫県から複数自治体の申請が採択されるなど、例年通り様々な地域の事業が採択されている。
- 外部専門家短期派遣事業からステップアップした案件は、士別市、美濃加茂市、朝来市、木城町の4件であった。
- 「観光」分野が11件であり、もっとも多くなっている。次いで「ものづくり」9件、「関係人口」を主要・関連テーマとした事業が8件採択されている。(次頁参照)
- 事業の開始に先立ち、キックオフミーティングを行い、採択年数別に、事業を進めるうえでのポイントや、留意点を各自治体と共有し、確実に事業が進められるようにした。
- 視察の実施に際し、事前に課題点、視察ポイントを部内で協議し、アドバイザーからの的確な助言を頂くための視察となるように準備をした。

## <次年度の申請等の取組について>

- 令和7年度事業の申請前の事前相談では、オンラインミーティングを開催し、事業の目的や、取組内容、成果目標の策定等、自治体との連携強化を図り、申請事業の内容の質向上に努めている。
- 令和7年度地域再生マネージャー事業活用についての意向調査を実施した。25の自治体から返信があり、令和7年度のふるさと・まちなか・外部専門家短期派遣事業の申請意向を把握することができた。今後は自治体との連携を図り、申請にむけたサポートに努める。

## 令和6年度ふるさと再生事業 一覧

市町村名	事業年数	農 業	水 産 業	も の づ く り	流 通	観 光	関 係 人 口	交 流	起 業	備 考
北海道 函館市	新規	●				●		●		高付加価値・滞在型グリーンツーリズムによる農村地域の持続可能な発展モデルの構築
北海道 小樽市	2年目					●		●		『おもてなし都市・小樽』を目指すプロジェクト
北海道 北見市	新規	●				●	●			移住定住政策のリデザインと持続可能なビジネスモデル創出
北海道 寿都町	3年目		●			●	●			観光条件不利地の観光ビジネス戦略
宮城県 栗原市	2年目	●		●		●		●		アドベンチャートラベルと食の推進事業
宮城県 丸森町	新規						●		●	閉校した小学校を活用した農業×DX人材拠点モデル創出
山形県 庄内町	3年目	●		●		●				庄内町ブランド構築による地域の稼ぐ力創出
茨城県 鉾田市	3年目	●						●		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」
千葉県 銚子市	3年目		●			●	●			地域資源の「学び」による関係人口創出
富山県 上市町	2年目			●		●				「産業×文化×観光」ビジネス創出
岐阜県 美濃加茂市	新規			●			●			里山資源を活用した持続可能なビジネス創出
大阪府 東大阪市	2年目			●						「モノづくり×デザイン」による地域活性化
兵庫県 豊岡市	新規			●			●			若者の居場所づくり
兵庫県 朝来市	新規					●		●		新たな人材と地域の力を結集し「未来につなぐ鉱山町」基盤構築
山口県 萩市	3年目		●			●	●			活締め鮮魚及び低評価フグのブランド化による販路拡大事業
香川県 高松市	新規		●	●		●		●		うみまち商店街を中心とした高松市中央卸売市場での賑わい創出
福岡県 川崎町	新規	●		●						道の駅を核とした地域ビジネス創造戦略『パン博のまちかわさき』創生
宮城県 木城町	新規	●		●			●	●		中之又地区再生

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
北見市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町



## 個別事業の取組概要

令和6年度に採択した事業名と事業概要は以下に示すとおりである。

地域名	事業名	事業概要
①北海道 函館市	高付加価値・滞在型グリーンツーリズムによる農村地域の持続可能な発展モデル事業	① 推進会議を通じたプログラムの開発 ② 商品の試行的販売 ③ 運営のための組織強化および住民・事業者ネットワークの拡充
②北海道 小樽市	国内外からの旅行者や地域住民が心地よく幸福な時間を過ごす『おもてなし都市・小樽』を目指すプロジェクト	① 勉強会開催 ② 覆面調査の実施・フィードバック ③ 覆面調査の実施・フィードバックセミナー ④ 覆面調査の実施・フィードバックセミナー等開催 ⑤ 普及啓発活動
③北海道 士別市	移住定住政策のリデザインと持続可能なビジネスモデル創出事業	① 移住定住を推進する協議会の設立 ② 中長期方針、年次事業計画、目標等策定 ③ 担い手の育成⇒方針や実行計画の検討 ④ 交流人口創出の仕組み構築等
④北海道 寿都町	～観光条件不利地の新たな観光ビジネス戦略～ 港町ブランディングを担うスーパー地域商社を目指して	① スーパー地域商社設立の推進 ② 不稼働資産マネタイズに向けた事業推進 ③ ニセコエリアと一体となった観光推進とクラスター型の地域ガイド育成 ④ 宿泊施設の誘致推進 ⑤ 旅アトプロモーション事業
⑤宮城県 栗原市	地球をでっかく遊ぼう！環境にやさしいアドベンチャートラベルと食の推進事業	① ネットワーク構築 ② アウトドア商品等の開発 ③ 「栗駒山麓のめぐみ」ブラッシュアップ ④ 栗原を代表する食の土産品開発 ⑤ アクティビティの販売 ⑥ OTA サイトでの販売 ⑦ 販売・プロモーションの実施 ⑧ 人材育成
⑥宮城県 丸森町	閉校した小学校を活用した新しい農業×DX人材拠点モデル事業	① 公財利活用地域情報共有体制整備 ② 耕野地区ビジネスモデルの創出 ③ 地域外のICT・DX企業・団体との協議・連携づくり ④ eSports施設周辺地域専門高校など教育機関との連携 ⑤ 旧学校施設の管理組織構築支援 ⑥ 地域住民参加推進事業の推進
⑦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 関係性のマーケティング ② 販路開拓及び販路拡大 ③ プロモーション ④ トータルデザイン・パッケージデザイン・商品ネーミング ⑤ 商品開発

地域名	事業名	事業概要
⑧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 地域プロデューサー養成講座参加者の伴走支援 ② 第3期地域プロデューサー養成講座 ③ ほこたフューチャーセンタープログラム ④ 農家連携によるイノベーションプログラム ⑤ 中間支援組織伴走支援
⑨千葉県 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 「学び」プログラムの旅行会 ② パートナースHIP制度参加 ③ 「学び」体験コンテンツの新規開発 ④ 「銚子時間」へのアクセス ⑤ 「銚子みなと・新生地区」エリアビジョンの作成
⑩富山県 上市町	地域資源を人材育成と観光産業に活用する新規事業構築と事業推進のための新設法人設立プロジェクト	① 新設法人の経営に関する伴走支援 ② 新設法人の事業展開に関する伴走支援 ③ 情報発信
⑪岐阜県 美濃加茂市	里山資源を活用した持続可能なビジネス創出事業 ～地域との関わり、関係人口創出による住民自治再生へ～	① 地域資源の調査及び課題の整理 ② 里山千年基本計画アクションプランの提案 ③ 地域体制の強化 ④ 地域資源を活用したビジネス創出 ⑤ 地域の担い手育成と伴走支援 ⑥ 視察
⑫大阪府 東大阪市	「モノづくり×デザイン」による地域経済活性化事業	① 万博を契機としたプロモーション ② 職業アイデンティティの育成 ③ ワークショップ
⑬兵庫県 豊岡市	若者の居場所づくり事業	① 若者の居場所づくりワークショップの開催 ② 若者交流イベントの開催 ③ 空き家物件を活用した拠点整備
⑭兵庫県 朝来市	新たな人材と地域の力を結集し「未来につなぐ鉢山町」基盤構築事業 ～関係人口・経済循環創出による課題解決プロジェクト～	① シンポジウムの開催 ② ワークショップ及び成果発表会の開催 ③ 先進地視察 ④ 施設の経営分析 ⑤ 地域課題の分析・把握 ⑥ 市場調査
⑮山口県 萩市	「食べたい 行きたい 旬の地魚がおいしいまち・萩」推進事業	① 活締め出荷技術の指導 ② 活締め鮮魚着荷状態評価の実施 ③ 活締め処理記録・紹介用動画作成 ④ 活締め鮮魚等のフェアの開催 ⑤ 商品ラベル及びチラシ作成 ⑥ 横断的な実施体制による事業の推進
⑯香川県 高松市	うみまち商店街を中心とした高松市中央卸売市場での賑わい創出事業	① 交流人口拡大に向けたポテンシャル調査 ② 商品開発+販売マーケティング ③ ブランディング活動
⑰福岡県 川崎町	道の駅を核とした地域ビジネス創造戦略『パン博のまちかわさき』創生事業	① 運営体制整備・地域資源調査 ② 先進地視察（1回以上）20回実施 ③ 住民参加・人材登用
⑱宮崎県 木城町	中之又地区再生事業	① 地域で稼ぐ仕組みづくり ② 民俗、文化、伝統芸能の継承 ③ 有機農畜産物の振興

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮崎県  
木城町

## 2-1

# 北海道函館市【高付加価値・滞在型グリーンツーリズムによる農村地域の持続可能な発展モデル事業】

## 事業概要

総事業費	5,244千円	補助金額	3,496千円
外部専門家	石黒 侑介（北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院 准教授）		

## 自治体概要

人	□	240,218人（住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日）
面積		677.9 km <sup>2</sup>
標準財政規模		70,593百万円（令和4年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.48（令和4年度市町村別決算状況調）
担当課室		農林水産部農務課

## 取組概要

### 事業開始時点

- 農村地域の活性化が課題
- 54年ぶりとなる酒蔵の設立、仏老舗ワイナリーの参入など新たな農業資源が発現
- 令和4年に函館市グリーン・ツーリズム推進会議を設立
- 方向性と課題を抽出  
[方向性]  
高付加価値・滞在型グリーンツーリズムを確立  
[課題]  
運営組織・拠点施設の設置等

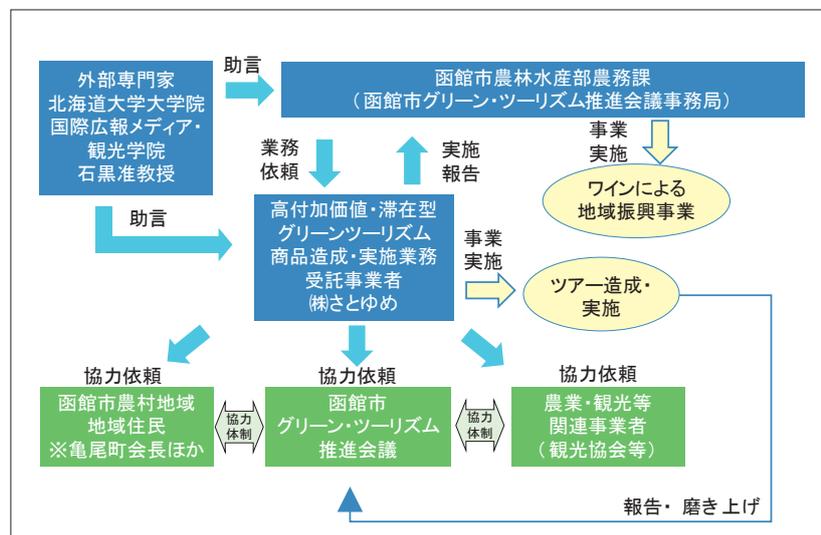
### 外部専門家による支援

- 函館市グリーン・ツーリズム推進会議のマネジメント
- 高付加価値・滞在型グリーンツーリズム商品造成・実施業務への助言  
※農業者の所得向上、受入側のキャパシティ、ビジネス性などが考慮されたモニターツアーと商品案の企画実現
- 市民・事業者ネットワークの拡充へのプランニング等総合支援

### 事業終了時点(成果)

- 函館市グリーン・ツーリズム推進会議において事業推進、課題解決に向けた調整実施
- 高付加価値・滞在型グリーンツーリズムのモニターツアー※の実施を通して商品案企画  
※2泊3日着地型ツアー1名8万円ながら定員（10名）超過の申し込みを達成
- 函館市ワインアカデミー実施  
3回全てで定員の2倍から4倍の申し込み（計219人）

## 事業実施体制図



## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

当市は函館山からの夜景、特別史跡五稜郭跡など貴重な観光資源を有する観光都市として知られているが、その一方で人口減少が急速に進んでおり、観光都市における定住人口の維持・増加およびそれによる地域創生という新しい課題に直面している。この背景にあるのは、市域の多くを占める農村地域の衰退であり、農業者の高齢化や後継者不足などにより遊休農地の増大や農業生産基盤の弱体化が進むなど、地域そのものの衰退といった大きな課題を抱えている。

しかしながら、北海道上川町に拠点を擁し、地方創生を掲げた酒蔵で知られる上川大雪酒造が、市内に54年ぶりとなる酒蔵を開設したほか、世界的な知名度を有するフランスの老舗ワイナリー「ド・モンティエユ」が市内桔梗地区に醸造施設の建設と醸造用ぶどうの圃場を建設するなど、日本でも希有な日本酒・ワイナリーを核とした「高付加価値型グリーンツーリズム」推進の素地が整いつつある。

こうした状況の中、当市においては、令和4年4月に学識経験者や農業者等を委員とする「函館市グリーン・ツーリズム推進会議」を設立し、上記の上川大雪酒造（現在は「函館五稜乃蔵」）、ド・モンティエユに加え、市内の農家や観光事業者、町内会を巻き込んだ住民・事業者参加型の推進体制を整えつつある。会議での検討やテストイベント等の実施の結果、次に掲げるような新しいグリーンツーリズムのあり方を実証・実装するという目標観の一致を見た一方で、いくつかの課題に直面していることを再認識した。これらを解決するためには、より多角的な支援、原動力が必要であると考えている。

### b 事業の目的

これまでのグリーンツーリズムは、教育旅行等団体ツアーの企画の1つといった「安、短、団」が主流となったことで、受入側が容量超過となり継続した取り組みができなかった。近年、酒蔵、ワイナリーという新たな農業資源が発現したことから、一定の可処分所得、余暇に配分する時間的余裕のある大人、特に富裕層とされる旅行者を国内外から惹きつけ、農業体験ではなく、農村地域における滞在・たずみ・訪問・交流などを核とした「高、長、少」の新しいグリーンツーリズムが有効であると考えられる。

しかしながら、当該層を惹きつけるためには、こうした層に特化したサービスのサプライヤー、メディア、ネットワークとの協働が不可欠であり、また一定の質的な担保を行いながらその中に地域住民を巻き込んでいくというオペレーションには高度な専門性が求められる。それらを有する外部機関・有識者・事業者と「伴走」型で事業を推進することで、高付加価値・滞在型グリーンツーリズムを確立し、農村地域の持続的な発展を目指すものである。

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 2 事業実施内容と主な成果

### a 函館市グリーン・ツーリズム推進会議を通じた高付加価値・滞在型プログラムの開発

函館市グリーン・ツーリズム推進会議は、農業関係者を主体としており、農業者視点から持続可能な高付加価値・滞在型グリーンツーリズムのプログラムメニューについて、年4回の会議の中で議論を深めたところである。また、会議の際には農村地域住民代表として、農村地域の町内会長が毎回出席しており、地域調和も含めた議論を実施した。

特に今年度については、[④](#)の事業と連携し、外部専門家による学術的知見を踏まえながら、「美食特化型」と「お酒特化型」の2商品案を検討し、最終化した。実施時期、ターゲット層、価格帯をはじめ商品化に必要な多角的な視点で議論を進め、ブラッシュアップを行ったところである。



【函館市グリーン・ツーリズム推進会議】

### b 高付加価値・滞在型グリーンツーリズム商品の試行的販売

函館市が実施した「高付加価値・滞在型グリーンツーリズム商品造成・実施業務」との連携によって同事業を受託した株式会社さとゆめと函館市グリーン・ツーリズム推進会議メンバーの企画によるモニターツアーを実施した。

モニターツアーとしては80,000円/人という異例の価格設定となったが、外部専門家によるマーケティング面での助言やさとゆめの SNS 広告等により、全国から14名の申し込みがあった。自然災害等の影響によるキャンセル等から最終的には8名での催行となったが、最終的に62万円の売上を達成した。

首都圏、札幌市などの都市圏から4名、函館市をはじめ地元から4名のほか、アメリカ・ニューヨークからも1名が参加した。また30代から70代で構成され、本市の農産物、酒、ワイン等を組み合わせたガストロノミー（美食）への関心が幅広い年代に広がっていることが確認された。内容については「函館山からの夜景」、「五稜郭公園」といった従前の函館観光とは全く異なるプログラム編成ながら、全行程を通して高い評価を得た一方で、「生産者等との交流時間」の増加への要望が多かったことから、「交流」をブラッシュアップすることで更なる価値の向上につながる可能性が示唆された。



キービジュアル



ブランドアスパラ収穫



ブランド鹿肉「函鹿」ディナー



田んぼでランチ



ワイナリーの見学

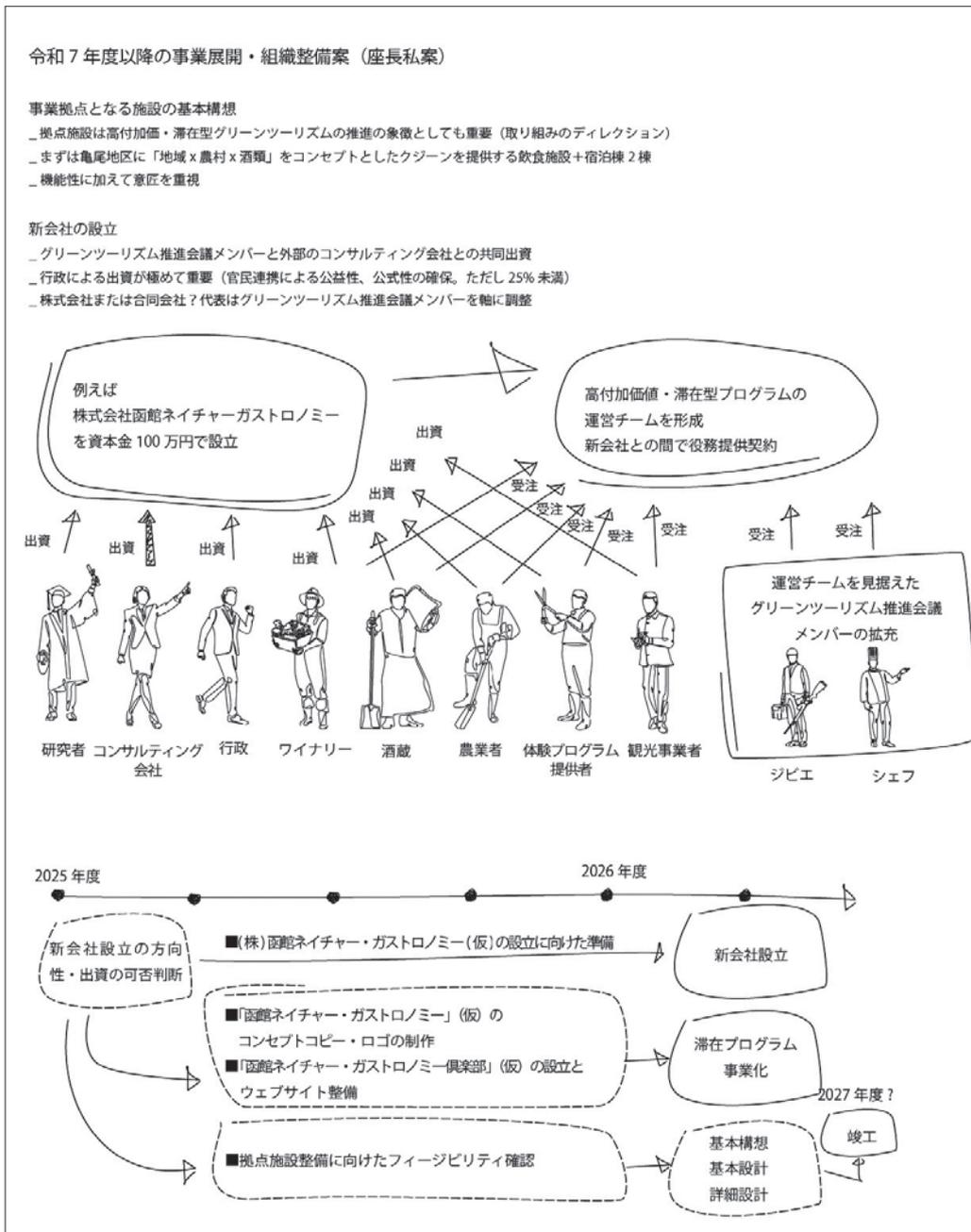


カヌー体験

**C 高付加価値・滞在型グリーンツーリズムを運営するための組織強化および住民・事業者ネットワークの拡充**

①②事業の成功を受けて、函館市グリーン・ツーリズム推進会議のメンバーを中心にこれらの事業を自律的に運営する組織の必要性を巡る議論が深まり、2025年1月の第4回函館市グリーン・ツーリズム推進会議で示された座長私案に基づいて、株式会社函館ネイチャーガストロノミー（仮称）の設立、共同出資の方向性について大まかな合意を得た。詳細は次年度の事業計画後に再検討することとなったが、当初の計画では2025年度中に出資の意思確認を行う予定であったことを踏まえれば、計画を数ヶ月以上前倒して検討が進んでいることを意味する。

ワインによる地域振興と住民・事業者ネットワークの拡充を図るため、主に函館市民を対象とした函館市ワインアカデミーを3回にわたって開催した。第1回のワイン用ぶどうの植樹体験会、第2回のテロワール体験会は、受入側のキャパシティにより定員が20名に制限されたが、どちらも70名以上の申込があり、ワインに関する関心の高さを実感した。第3回は、市民へのワイン文化の浸透を図るため、香りをテーマとした初心者向けのワイン講座を実施したが、こちらにも61名の応募があり、参加者からは「ワインの街はこだて」を目指す方向を共有できる貴重な機会となった。



(株)函館ネイチャーガストロノミー（仮称）の構成・出資イメージ

- 北海道 函館市
- 北海道 小樽市
- 北海道 士別市
- 北海道 寿都町
- 宮城県 栗原市
- 宮城県 丸森町
- 山形県 庄内町
- 茨城県 鉾田市
- 千葉県 銚子市
- 富山県 上市町
- 岐阜県 美濃加茂市
- 大阪府 東大阪市
- 兵庫県 豊岡市
- 兵庫県 朝来市
- 山口県 萩市
- 香川県 高松市
- 福岡県 川崎町
- 宮城県 木城町

### 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	12日	キックオフミーティング（事業内容共有・スケジュールの確認等）
5月	9日	高付加価値・滞在型グリーンツーリズム商品造成・実施業務（以下、「高付加価値事業」）受託事業者決定 ※公募型プロポーザル
	10日	第1回 函館市グリーン・ツーリズム推進会議（年間計画等）
	11日	第1回 函館市ワインアカデミー「醸造用ぶどう植樹体験会」開催
	30日	「高付加価値事業」に係る打ち合わせ（事業内容の確認等）
6月	9～11日	「高付加価値事業」農村地域現地調査・ヒアリング調査
	20日	「高付加価値事業」現地調査後打ち合わせ（モニターツアー案等）
	23～26日	ワイン振興施策先進地（山形県・長野県）視察
7月	3日	「高付加価値事業」現地調査後打ち合わせ（モニターツアー修正案）
	5日	第2回 函館市グリーン・ツーリズム推進会議（モニターツアー案に関する協議、先進地視察報告等）
	5～6日	【ふるさと再生事業】函館市現地調査（視察・意見交換会）
	23日	「高付加価値事業」モニターツアー募集開始（～8月21日締め切り）
	26日	外部専門家との打ち合わせ（今後の展開等）
8月	19日	「高付加価値事業」モニターツアーに係る打ち合わせ（申込状況等）
	28～29日	「高付加価値事業」モニターツアーに係る事前現地調査
9月	8～10日	「高付加価値事業」モニターツアー催行
	28日	第2回 函館市ワインアカデミー「テロワール体験会」開催
10月	18日	第3回 函館市グリーン・ツーリズム推進会議（モニターツアー実施報告等）
11月	19日	「高付加価値事業」に係る打ち合わせ（今後の展開等）
12月	18日	「高付加価値事業」に係る打ち合わせ（進捗状況等）
1月	24日	第4回 函館市グリーン・ツーリズム推進会議（高付加価値事業報告等）
	27日	ふるさと財団地域再生マネージャー事業報告会
2月	2日	第3回 函館市ワインアカデミー「ワインの世界をもっと身近に」開催
	2～6日	実績報告書作成
	7日	実績報告書提出

### 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

今年度事業の実施により、高付加価値・滞在型グリーンツーリズムの商品化に向けては、季節を問わず農村地域の様々な魅力をプログラム化することへの期待が高まったところである。しかしながら一方で、こうした商品を企画、商品化、販売、催行する運営組織設立の課題と、滞在時間を延長できる農家民泊や農家レストランなどの拠点施設が極めて少ないという課題は依然として残ったままである。今後、高付加価値・滞在型グリーンツーリズムを持続可能なものとするためにはこうした課題の早期解消が必要であるため、令和7年度については、運営組織の設立と拠点施設の設置を大きな柱として、外部専門家の知見や同様の地方創生事業の経験豊富な企業からの支援を受けながら、令和8年度中の課題解消に向けて取り組みを進めてまいりたい。

### 5 外部専門家

#### a 外部専門家の役割

外部専門家は、当事業が農業者の所得向上・負担軽減を考慮した持続可能な農村地域の活性化に資する施策実現のため、学術的知見から包括的な助言を実施する。具体的には、函館市グリーン・ツーリズム推

進会議での委員間の意見調整、高付加価値・滞在型グリーンツーリズム商品企画への助言、運営組織の設立や拠点施設（農家民泊、農家レストラン等）の設置といった課題解決に向けた施策提言等が挙げられる。

## b コメント



### ～函館が本気で取り組む

### シン・グリーンツーリズム～

北海道大学大学院

国際広報メディア・観光学院 准教授 石黒 侑 介

#### ■背景

函館市は市町村魅力度ランキングで1位となるなど、既に観光都市として確固たる地位を築いているが、実は農村部を中心に深刻な人口減少、過疎化に直面している。「住んで良し、訪れて良し」というのが地方創生の合言葉になっているが、本事業関係者の間では函館市は「『訪れて良し』と『住んで良し』の乖離」に陥っているというのが共通の認識であり、本事業に取り組む大きな動機になっている。

函館観光と言えば朝市や五稜郭と並んで函館山からの夜景が有名であるが、本事業を担当されている市農林水産部農務課の毛利主査の言葉を借りれば「函館山からの夜景では輝く街明かりに目が向くが、実は暗闇になっている農村エリアにこそ本質的な魅力がある」のである。本事業は函館市が全市を挙げて取り組む、新しいグリーンツーリズムのあり方の具現化である。

#### ■キロ6,000円のアスパラがつくられる函館

実は、函館市の農村エリアへの関心は年々、高まっている。2020年には市内亀尾地区に品質にこだわった少量手仕込み、純米の日本酒生産で全国的に注目される上川大雪酒造が酒蔵「五稜乃蔵」をオープンさせ、桔梗地区にはフランスの世界的ワイナリー「ドメヌ・ド・モンティエユ」が日本初となるワイナリーを建設した。また、白石地区で生産されるアスパラ「海の神」は都内の高級スーパーにおいて1キロ6,000円で販売されている。

競争力を持った一次産業を活かして過疎化対策に取り組むとなればグリーンツーリズムというのが分かりやすく、合理的な解だろう。ただし、ここで重要なことは従来のグリーンツーリズムが前提としていた「安・短・団」ではなく、「高・長・少」スタイルを追求することだ。安価な農作業体験を（安）、数時間程度の滞在で（短）楽しむための教育旅行を中心としたツアー（団）ではなく、高価格で高付加価値（高）、長時間の滞在で長い付き合い（長）、そして少人数の顧客（少）を前提とした新しいグリーンツーリズムにしなければ、ツーリズムによって一次産業の資源価値がかえって減耗しかねない。何より減少局面にある現状の事業者・住民でしっかりとビジネス化していく上では、量ではなく質が前提となる。

#### ■モニターツアーにはアメリカからの参加者も

1年目の今年度は9月に2泊3日のモニターツアーを開催し、定員を上回る応募があった。通常、この手の事業では関係者に頼み込んで知り合いを「派遣」してもらおうというのが常だが、今回はいずれも一般から14名の応募があり、北海道はもちろん、遠くはニューヨークからわざわざ来日した参加者もいた。2泊3日で80,000円という価格設定をしたことで、農業従事者を中心とした関係者にもグリーンツーリズムがビジネスとなることを示すことができた点も大きな成果である。また市が企画した市民向けのワインアカデミーには定員の3倍を上回る150名が応募するなど市内の関心も高い。こうした事業成果を関係者も実感しており、運営主体となる新会社の立ち上げや出資についても具体的な議論が生まれている。

公設民営のビジネスとして独り立ちする日もそう遠くない。本事業は、日本のグリーンツーリズムのあり方を問い直すようなプロジェクトだと考えている。

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 事業概要

総事業費	3,477千円	補助金額	2,318千円
外部専門家	堀田 雅湖（こめみそしょうゆアカデミー 理事・事務局長） 角 俊英（株式会社 MS&Consulting リレーション事業部マネージャー）		

## 自治体概要

人	□	105,567人（住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日）
面	積	243.9 km <sup>2</sup>
標準財政規模		31,906百万円（令和4年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.47（令和4年度市町村別決算状況調）
担当課室		産業港湾部 観光振興室

## 取組概要

### 事業開始時点

- 小樽観光の魅力や小樽全体にとっての観光の大切さが市民や事業者などに十分に理解されていない
- 一部におもてなし意識の低さも見受けられる
- 滞在は短時間が主流で札幌を中心とした観光ルートの一部に取り込まれパターン化

### 外部専門家による支援

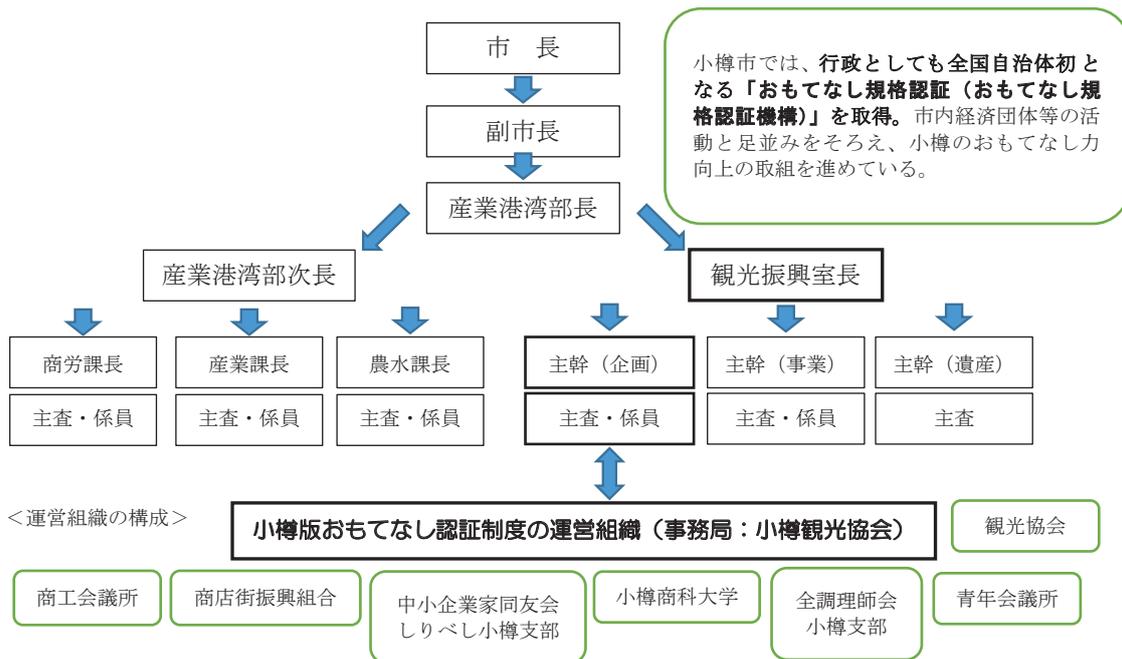
- 小樽独自のおもてなし認証制度の構築、審査員の育成、周知方法に関する指導・助言
- 覆面調査の実施、覆面調査結果のフィードバック、業務改善支援
- 情報発信・普及啓発に対する指導・助言

### 事業終了時点（成果）

- 小樽独自のおもてなし認証制度構築事業の実施体制
- 小樽おもてなし認証制度の構築
- 小樽おもてなし認証制度 ロゴマークの制作

## 事業実施体制図

【本事業の窓口】	小樽市 産業港湾部	観光振興室
【連携する部署】	小樽市 産業港湾部	商業労政課、産業振興課、農林水産課
【携わる職員数】	観光振興室	次長職 室長 1名 課長職 主幹 4名（うちメイン1名） 係長職 主査 6名（うちメイン1名） 主任等 係員 5名（うちメイン1名） 合計 16名
【各部署の役割】	観光振興室	外部専門家との連絡調整、委託契約 観光協会、観光事業者等との連絡調整
	商業労政課	商業事業者、商店街振興組合等との連絡調整
	産業振興課	工業事業者、中小企業協働組合等との連絡調整
	農林水産課	農業・漁業事業者、農業協同組合、漁業協同組合等との連絡調整



## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

小樽は、明治初期から北海道の海の玄関としての役割を担い、明治・大正・昭和初期を通じて港湾、鉄道など石炭輸送をはじめとした北海道の物流の拠点として、国内有数の商工港湾都市として発展し、海、港、山、坂、四季折々の顔、運河と倉庫群、古い街並み、歴史的建造物、産業遺産、遺構、神社・寺院・教会、食文化などの多様なコンテンツがそろっており、日本有数の豊富な観光資源に恵まれた街である。

第二次小樽市観光基本計画（平成29年4月策定）では、小樽観光の課題を、「観光資源」、「受入態勢」、「滞在時間」、「情報発信」の4項目で整理した。具体的には、小樽運河周辺など一部の観光スポットに観光客が集中する傾向が顕著であることや、小樽観光の魅力や小樽全体にとっての観光の大切さが市民や事業者などに十分に理解されておらず、一部にはおもてなしの意識の低さも見受けられること、小樽での滞在は短時間が主流で札幌を中心とした観光ルートの一部に取り込まれパターン化していることなどが挙げられる。

課題の一つである「受入態勢」のソフト面については、これまでも、小樽観光協会が中心となり、おもてなし力の向上に資する取組を推進してきたが、写真業界が主催したスタッフ対応等に係る全国審査会において、市内事業者がグランプリを受賞したことが成功事例となり、市内事業者のおもてなしに関する意識転換のきっかけとなったことから、小樽観光協会が「おもてなしプロジェクト」を立ち上げ、更なるおもてなし力の向上を進めている。小樽市では、この取組を支援するため、令和4年度に専門家を派遣して

- 北海道 函館市
- 北海道 小樽市
- 北海道 士別市
- 北海道 寿都町
- 宮城県 栗原市
- 宮城県 丸森町
- 山形県 庄内町
- 茨城県 鉾田市
- 千葉県 銚子市
- 富山県 上市町
- 岐阜県 美濃加茂市
- 大阪府 東大阪市
- 兵庫県 豊岡市
- 兵庫県 朝来市
- 山口県 萩市
- 香川県 高松市
- 福岡県 川崎町
- 宮城県 木城町

おり、令和5年度および令和6年度も支援を継続し、小樽市全体のおもてなし力の向上を進めたいと考えている。

## b 事業の目的

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

このため、リピーターを逃さないための取組の一つとして、小樽を訪れる観光客との接点である「観光事業者」のみならず「小樽市民」のおもてなし力を向上させることで、小樽ファンを増やし、リピーターを確実に獲得し、「選ばれる観光地」へと成長する必要がある。本事業では、特定の枠内でのエリート人材育成ではなく、広範囲にわたるボトムアップによる全体的な質の向上を目指すこととしており、令和5年度に小樽独自のおもてなし認証制度を構築し、令和6年度は当該認証制度を運用する。

## 2 事業実施内容と主な成果

### a おもてなし勉強会の実施回数【成果目標】年9回⇒【実績】年10回

### b 認証制度における審査員の育成人数【成果目標】6名⇒【実績】6名

小樽版おもてなし認証制度(仮称)の審査員を育成する研修や、審査のフォローを目的にWEB勉強会(2時間)を7回開催。その他、審査員の知識向上等を目的とした現地勉強会(4時間)を3回開催。審査員6名を育成。

### c おもてなしセミナーの実施回数【成果目標】年3回⇒【実績】年3回

### d おもてなしセミナーの参加人数【成果目標】延べ90名⇒【実績】133名

認証制度参加事業者が受ける審査(書類・現地審査)のフィードバックを目的としたセミナーを1回、認証制度を取得した事業者向けのセミナーを1回、新たに認証制度に参加する事業者を募集するセミナー(成果や事例の共有、次年度募集告知)を1回、合計3回のセミナーを開催。3回のセミナーに合計133名が参加。

### e おもてなし満足度調査(覆面調査)の実施回数【成果目標】30回⇒【実績】32社

32社を対象に覆面調査(有料)を実施。調査結果をフィードバックし業務改善に繋げた。なお、覆面調査(調査員を含む)は外部専門家(MS & Consulting)に委託し実施。

### f 普及啓発活動

小樽観光協会や小樽市のホームページ及びSNSを活用し、小樽おもてなし認証制度について情報発信。認証制度参加事業者(30社)を訪問し、認証制度参加による効果・メリット等を調査し、ホームページ及びSNSで発信。

認証制度に参加していることが分かる事業者用ステッカーを配布し、事業者が認証制度に参加していることを周知。

令和7年度おもてなし認証施設 29件

おもてなし認証制度の啓蒙活動の一環として認証施設の取り組み取材とその発信の実施

下記サイトおよび、観光協会サイトにて発信

<https://www.otaru-omotenashi-project.com/ninshoshisetu-torikumi>



【認証審査会の実施風景】

### 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	15日	第1回現地勉強会（事業内容、審査対応、スケジュール 等）
	17日	第1回 WEB 勉強会（認証項目、審査対応、審査会の体制 等）
	18日	認証推進協議会設立総会（委員、オブザーバー、協議会設置 等）
5月	8日	キックオフミーティング
	15日	第2回現地勉強会（審査対応、個別勉強会、認証式スケジュール 等）
6月	3日	第2回 WEB 勉強会（審査、個別勉強会、情報発信 等）
	18～20日	現地審査会（審査員と参加事業者32社との個別面談審査）
		第3回現地勉強会（審査員知識向上等）
7月	3日	第3回 WEB 勉強会（認証基準の確認、認証式・セミナー打合せ 等）
	8～9日	ふるさと財団現地視察
	9日	小樽おもてなし認証 認証式、セミナー、懇親会
8月	29日	第4回 WEB 勉強会（認定事業者の情報発信、審査員育成 等）
9月		
10月	4日	第5回 WEB 勉強会（10月開催セミナー、令和7年度の検討 等）
	22日	第6回 WEB 勉強会（10月開催セミナー 等）
11月		
12月	19日	第7回 WEB 勉強会（1月開催セミナー、令和7年度募集告知 等）
1月	28日	令和7年度エントリー募集セミナー（講演、トークセッション、制度概要説明）
2月		

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町



#### 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

- 令和6年度から運用を開始した『小樽版おもてなし認証制度』を担う審査員の研修や新たな審査員の育成に取り組みます。また、審査会前に審査員に対する個別指導を実施します。
- 認証制度参加事業者を対象に、顧客目線での満足度評価を目的として、覆面調査を実施します。
- 認証制度参加事業者が受ける審査（書類・現地審査）のフィードバックを目的としたセミナー、認証制度を取得した事業者向けのセミナー、新たに認証制度に参加する事業者を募集するセミナー（成果や事例の共有、次年度募集告知）を開催します。
- 認証制度の普及を目的として、認証制度参画事業者を訪問・インタビューし、その取組を広く情報発信します。

#### 5 外部専門家

##### a 外部専門家の役割

項目	外部専門家の役割・取組内容	外部専門家名
① ファシリテーター	プロジェクトの推進、進捗管理、関係者の合意形成	堀田 雅湖
② 勉強会開催	審査員育成研修や、審査フォローを目的としたWEB勉強会、審査員の知識向上等を目的とした現地勉強会に関する指導・助言	堀田 雅湖 角 俊英
③ 覆面調査、フィードバックセミナー等	覆面調査の実施 審査（書類・現地審査）フィードバックセミナー、認証制度参加事業者向けのセミナー、参加事業者募集セミナーに関する指導・助言	堀田 雅湖 角 俊英
④ 啓発活動	情報発信（小樽市や小樽観光協会が作成するホームページやSNS等）や普及啓発（参加事業者用ステッカー制作等）に対する指導、助言	堀田 雅湖
⑤ その他	認証制度を受けた事業者を含む観光コンテンツの造成など、制度の更なる活用に対する指導、助言	堀田 雅湖

## b コメント

## ～「おもてなし都市・小樽」の実現を目指して～



フード&amp;ホスピタリティ コーディネータ

堀田 雅湖(写真左)

株式会社 MS &amp; Consulting リレーション事業本部

マネージャー 角 俊英(写真右)

## 1) 取り組みの背景と事業概要

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

小樽独自のおもてなし認証制度を構築し、制度を活用しておもてなし向上へ取り組むことにより

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

## 2) 課題および、それに対するアプローチ

小樽市の観光事業者の課題として、おもてなし改善に取り組む重要性は理解しているが、具体的な取り組み方がわからない事業者も多く、まずおもてなし・サービス指標の基準となる「お客様満足度調査(覆面調査)」と「フィードバック研修」を実施し、各事業者がおもてなし改善の具体的な活動の展開指導を実施。今後のサービス業の課題となる、生産性向上、高付加価値経営の為の基準を認証により明確化することで、認証に取り組む事業者、店舗、従業員の意識改革と具体的な競合との差別化、離職防止、スキル向上に繋がる環境整備に取り組んでゆく。認証事業者を「小樽らしさを強みにして、顧客体験価値を高められるサービス提供者」とし、インバウンドや国内旅行者、小樽市民の利用者の満足度向上と業績的成果に繋がる活用を目指して運用する。

## 3) 取り組みを通じて得られた成果

2年目は、小樽独自の認証制度の運用を開始し、認証事業者向けのセミナー・ワークショップなどを開催し、各施設における制度の有効活用事例や各施設で実施されているおもてなし力を高める従業員教育などの事例共有を行うことで認証事業者間にて人材育成のノウハウが蓄積されている。

今年度は、認証初年度ということもあり、認証事業者向けの勉強会やセミナーが中心となったが、来年度以降は、小樽のおもてなし力向上の必要性について、広く市内事業者や市民に周知するとともに、認証制度に参画するメリットをしっかりと発信し、参加事業者の輪を広げ、認証制度の運営を持続可能な仕組みとなるような体制確立を目指す。その体制づくりの一環として、国立大学法人北海道国立大学機構・小樽商科大学学長を協議会会長とし、地元経済関連団体・一般社団法人小樽観光協会、小樽市商店街振興組合連合会、一般社団法人北海道中小企業家同友会しりべし・小樽支部、北海道全調理師会小樽支部、一般社団法人小樽青年会議所、小樽商工会議所にて小樽市おもてなし認証推進協議会が発足した。来年度は、各団体との連携により「小樽おもてなし認証制度」の情報発信や制度の普及拡大に努める。

来年度以降は、市内事業者及び市民のおもてなし力を高めることで、小樽を訪れる観光客のリピーター率が向上し、市民や観光客による消費が増え、市内事業者の売上げにも寄与し、域内経済の好循環を定着させ、しっかりと稼げる地域、持続可能な観光地経営を目指した活動を展開する。

北海道

函館市

北海道

小樽市

北海道

士別市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

宮城県

丸森町

山形県

庄内町

茨城県

鉾田市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

岐阜県

美濃加茂市

大阪府

東大阪市

兵庫県

豊岡市

兵庫県

朝来市

山口県

萩市

香川県

高松市

福岡県

川崎町

宮城県

木城町

## 事業概要

総事業費	5,535千円	補助金額	3,240千円
外部専門家	柴田 涼平（株式会社とける 代表取締役）		

## 自治体概要

人	□	16,869人（住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日）
面	積	1,119.2 km <sup>2</sup>
標準財政規模		10,109百万円（令和4年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.25（令和4年度市町村別決算状況調）
担当課室		総務部企画課まちづくり推進係

## 取組概要

### 事業開始時点

- 移住定住を推進する協議会の設立……市民や関係する事業者、団体、行政、外部人材を主たる構成員として設立する。
- 中長期方針、年次事業計画、目標等の策定……従来の行政的な計画ではなく、方針と目標、取り組みの方向性（施策）を協議会で定める。
- 担い手の育成……方針や実行計画の検討過程において、外部人材の関わりにより、構成員のなかから明確な移住の意識を持った将来の担い手を育成する。
- 交流人口創出の仕組み構築等……既存の取組を実施・検証し、更なる磨き上げを図りつつ、関係人口創出の仕組み構築に向けた基盤を整備。あわせて、地域資源を活用したビジネス展開の検討。

### 外部専門家による支援

- 外部人材：株式会社とける CEO 柴田涼平……移住協議会の構成員として方針等の策定、担い手育成、交流・関係人口の取り組み全般に関して全面的に支援

### 事業終了時点（成果）

- 士別市移住定住交流促進協議会「Mazaru」の設立……地域課題の徹底的な洗い出しと共有、それらの解決に向けた議論を中心に協議を重ねて設立。
- ロジックモデルの策定……中長期的な方針や目標、取り組みの方向性などをロジックモデルに集約。
- 人材育成……外部人材の関わりにより構成員の意識付けや考え方の転換が図られるなど、人材育成が大きく進展。
- 交流・関係人口の創出……Mazaru構成員及び外部人材、士別市に関わりを持つ方との連携による取り組みの実施により、これまでにない視点のノウハウや実績を蓄積。



協議会設立に向けた検討  
スタート

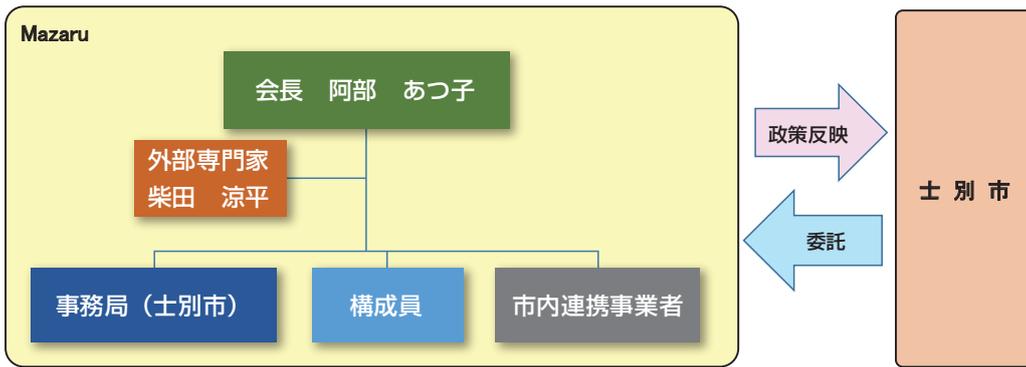


協議会のコーディネートを行う  
柴田氏



関係人口創出の取り組み  
「街デザイン会議 in 士別」

事業実施体制図



区分	名前	分野	所属	所属 役職	備考
1	会長 阿部 あつ子	農業			あったかファーム
2	外部専門家 柴田 涼平				
3	事務局 (士別市)				
4	構成員				
5	市内連携事業者				
6	事務局 (士別市)				
7	構成員				
8	市内連携事業者				
9	事務局 (士別市)				
10	構成員				
11	市内連携事業者				
12	事務局 (士別市)				
13	外部専門家 柴田 涼平				

- 北海道 函館市
- 北海道 小樽市
- 北海道 士別市
- 北海道 寿都町
- 宮城県 栗原市
- 宮城県 丸森町
- 山形県 庄内町
- 茨城県 銚田市
- 千葉県 銚子市
- 富山県 上市町
- 岐阜県 美濃加茂市
- 大阪府 東大阪市
- 兵庫県 豊岡市
- 兵庫県 朝来市
- 山口県 萩市
- 香川県 高松市
- 福岡県 川崎町
- 宮城県 木城町

# 1 事業の背景と目的

## a 事業の背景

士別市は、昭和40年代の人口約45,000人（合併以前の旧士別市、旧朝日町の合算）をピークに、都市部への人口流出や少子高齢が著しく進行し、令和7年1月末時点の人口は16,400人まで減少しており、国立社会保障・人口問題研究所の推計では、2050年には約8,000人になると予想されている。特に、年少人口及び生産年齢人口の減少が著しく、年少人口にあっては、人口全体に占める割合が10%を下回っており、進学や就業による市外転出が多く、地域に残る若者が年々減少を続けていることで、税収の減少、地域産業の担い手や労働力不足、地域経済の衰退など多方面に大きく影響を及ぼしており、他の過疎地域同様にその対策が喫緊の課題となっている。

## b 事業の目的

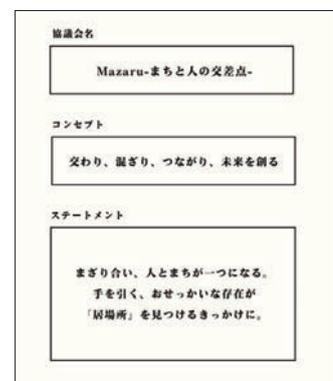
令和2年度に策定した「第2期士別市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2025改定予定）では、2050年の定住人口8,600人を掲げ、その達成にあたっては、本市地方創生の3本の柱のうち、「まちの未来創造」において、「移住・定住」施策が重要な取り組みであると位置付けているなか、本事業では、以下を目的に取り組みを進めてきた。

- (1) 官民の連携により、移住定住を一層推進していくための協議会を設立し、中長期的な取り組みの方向性や成果目標等を定める
- (2) 交流人口を一人でも多く関係人口に発展させていくプロセス及び仕組みを確立していく
- (3) 外部人材の関わりや協議会の活動（目標の検討や事業実施）による人材育成（移住定住分野の担い手）を進める

# 2 事業実施内容と主な成果

## a 協議会設立

設立（準備）会議にて、地域課題の徹底的な洗い出しと共有、それらの解決に向けた度重なる議論により、会議メンバー全員で納得する目的を確立し、令和6年10月の「士別市移住定住交流促進協議会（Mazaru）」設立を迎えた。毎回の会議は、行政的な「案」に対する意見聴取の場としてないことから、議論の集約に相当の時間を要しているが、これまで予定どおりに進めてこれたのは、外部人材のコーディネートがあったからこそである。



R6.10.7  
【市とMazaruの共同設立会見】

## b 中長期方針、年次事業計画、目標等の策定

協議会の設立前から設立後の会議も含めると、計9回にわたる協議を経て、ロジックモデルとして集約することとなった。会の事務的業務が負担とならないことに留意しつつ、方針などをロジックモデルに集約させることで、今後の円滑な PDCA サイクルの実施が見込まれる。

## c 担い手の育成

外部人材の関わりにより、移住定住の推進に関するこれまで蓄積されてきた知識や経験、コミュニティデザインの考え方や課題への対処に向けてなど、多くの発言や提案があるなかで、協議会メンバーが地域を巻き込んで移住定住を推進していくにあたって意識付けや考え方の転換など大きく影響があった。協議会メンバーの有志にて、若者に特化した新たなコミュニティが発足されたこともあり、移住定住に関する人材・担い手の育成が大きく進展した。

## d 交流人口創出の仕組み構築等

関係人口化への視点に基づく交流人口創出として近年取り組んできた「移住体験ツアー」を、外部人材の総合的なコーディネートにより Mazaru メンバーと実施。過去の移住体験ツアーは、観光色の強い内容であったが、今年度については、より地域との関わりや Mazaru メンバーを中心とする人的交流に重点を置いた内容とすることで、「また士別市に訪れたい」と思っただけの関係性を参加者と構築できた。また、関係人口としてすでに士別市に関わりを持つ方や Mazaru メンバーとの連携による中期（約1週間）滞在型のイベントを実施し、地域の課題に触れつつ、ワークショップ参加や地域との交流を通じ、参加者自身が地域のまちづくりに参加していくことで、「士別市にもっと関わりたい」と思っただけでよかった。今年度の取り組みは、前年度までの取り組み以上に、参加者との良好な関係性を築けた。



【R6.8.10～13開催 街デザイン会議 in 士別】



【R7.1.17～19開催 しべつあー・冬 第4回 Mazaru 会議】

- 北海道 函館市
- 北海道 小樽市
- 北海道 士別市
- 北海道 寿都町
- 宮城県 栗原市
- 宮城県 丸森町
- 山形県 庄内町
- 茨城県 鉾田市
- 千葉県 銚子市
- 富山県 上市町
- 岐阜県 美濃加茂市
- 大阪府 東大阪市
- 兵庫県 豊岡市
- 兵庫県 朝来市
- 山口県 萩市
- 香川県 高松市
- 福岡県 川崎町
- 宮城県 木城町

### 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	16日 1～30日	ふるさと財団 キックオフミーティング (仮称) 士別市移住定住交流促進協議会設立会議のメンバー選定
5月	30日	第1回設立会議
6月	27～28日 27日	ふるさと財団 現地調査 第2回設立会議
7月	24日	第3回設立会議
8月	10～13日 22日	街デザイン会議 in 士別 (関係人口創出の取り組み) 延べ60人 第4回設立会議 (オンライン会議)
9月	18日	第5回 (最終) 設立会議
10月	7日 31日	士別市移住定住交流促進協議会「Mazaru」設立 第1回 Mazaru 会議
11月	18日	第2回 Mazaru 会議 (オンライン)
12月	6日	第3回 Mazaru 会議
1月	17日 17～19日 27日	第4回 Mazaru 会議 しべつあー・冬 (移住体験ツアー) 参加10名 ふるさと財団 マネージャー報告会
2月		

### 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

#### a 協議会の運営

協議会の自走＝自主財源の確保とともに、市内事業所と連携したビジネスモデルの創出は、検討を進めているものの未だ方向性が確定していない。協議会単独の取り組みによる大幅な収益事業の成立は難しいため、今後、市内各事業所と連携した“ビジネスモデル＝稼ぐ仕組み”を確立させつつ、協議会の運営資金をどのように確保していくかが課題である。基幹産業である農業や羊などの観光資源を中心に連携したビジネスモデルの確立に向けて、Mazaru メンバー以外の市内事業者との連携（議論）を、令和7年度の早い段階から本格化させる。

#### b 担い手の育成

人材育成が進んでいる一方、将来的に、Mazaru の事務局業務を、行政から協議会メンバーへ引き継ぐにあたり、現時点では専任の人材を確保できていない。引き続き外部人材に関わっていただくことや令和6年度の取り組みのブラッシュアップを通して、Mazaru メンバーのスキルアップを進めるほか、現在のMazaru メンバーは各々開業や就業しているため、事務局業務を担う専任の人材を地域外から発掘することや地域おこし協力隊の活用を検討していく。

#### c 交流・関係人口創出

交流人口や関係人口創出の取り組みによる効果を実感する一方、定住まで繋げる取り組みの確立ができていない。令和7年度から定住化を見据えた仕組みの議論を進めていくにあたり、若者を中心とした呼び込みにおいて、「他地域との違い、士別らしさ、選ばれること」に繋げていくために、限られた財源で地域の魅力や資源をどのように活用して仕組みを構築するかが重要な課題。これまでの交流人口や関係人口創出の取り組みを検証し、定住化を意識した一層の磨き上げを進めるにあたり、ターゲットやアプローチの精査、より地域を巻き込んで効果を上げていくための手法（地域内関係人口化）の検討を進める。

## 5 外部専門家

## a 外部専門家の役割

方針等の策定、担い手育成、交流人口創出の仕組み構築の議論や取り組みに、協議会構成員として包括的に関与する。

## b コメント



## ～移住定住政策のリデザインと 持続可能なビジネスモデル創出事業～

株式会社とける 代表取締役 柴田 涼平

2024年4月より、北海道士別市にて「移住定住政策のリデザインと持続可能なビジネスモデル創出事業」に取り組んでいます。本事業では、外部専門家として(1)協議会の運営、(2)担い手育成、(3)交流・関係人口の創出、(4)ビジネスモデルの確立に包括的に関与しています。

士別市では、移住・定住促進の取り組みを進めており、一定の成果を上げてきました。しかし、移住定住・関係人口の窓口機能や、地域おこし協力隊のサポート体制が十分に整っておらず、期待を上回る定着率の実現が難しい状況でした。さらに、業務を担当する職員の業務負荷が大きいことや、担当職員の異動による継続的な支援体制の構築が困難であることも課題として浮き彫りになっていました。

これらの課題を解決するため、官民連携の協議会を設立し、「移住定住政策のリデザインと持続可能なビジネスモデル創出事業」に着手しました。

4月から毎月1回士別市を訪問し、協議会設立のためのワークショップを開催。参加メンバーの想いを丁寧にヒアリングし、それぞれの想いの共通点を見出しながら、協議会の方向性を明確化しました。

協議会には、市議会議員や市の職員、民間事業者、農家、士業、学校の校長先生、Uターン者、カフェオーナーなど、多様な立場の方々が集まりました。こうした多様な視点をもとに構築された協議会は「Mazaru (まざる)」と命名され、士別市長公認の団体となりました。Mazaruらしいコンセプトやステートメントも策定し、今後はこの団体を基軸として、移住・定住や関係人口の創出に取り組んでいきます。

初年度は士別市職員が事務局業務を担っていましたが、来年度にはMazaruの事務局を担当する地域おこし協力隊の採用が見込まれており、さらなる自立運営が期待されています。また、現在はロジックモデルの策定をMazaruメンバーと共に進めており、短期的な成果にとどまらず、長期的なアウトカム(成果)を生み出せる団体へと成長することを目指しています。

全国的にも「官民連携」の優良事例となるような取り組みが、Mazaruを通じて生まれていくことを楽しみにしています。

北海道

函館市

北海道

小樽市

北海道

士別市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

宮城県

丸森町

山形県

庄内町

茨城県

銚田市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

岐阜県

美濃加茂市

大阪府

東大阪市

兵庫県

豊岡市

兵庫県

朝来市

山口県

萩市

香川県

高松市

福岡県

川崎町

宮城県

木城町

## 2-4

## 北海道寿都町【～観光条件不利地の新たな観光ビジネス戦略～ 港町ブランディングを担うスーパー地域商社を目指して】

### 事業概要

総事業費	9,308千円	補助金額	5,810千円
外部専門家	篠崎 宏 (帝京大学経済学部 教授/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	2,694人 (住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日)
面積	95.25 km <sup>2</sup>
人口密度	28.28人/km <sup>2</sup>
標準財政規模	2,223百万円 (令和4年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.14 (令和4年度市町村別決算状況調)
経常収支比率	71.3% (令和4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

- 寿都町の地域エコシステムの構築に向けて、地域をトータルでコーディネートするスーパー地域商社の必要性が提言される
- 寿都町が目指すスーパー地域商社は、人材育成も含めて取り組む組織として定義

#### 外部専門家による支援

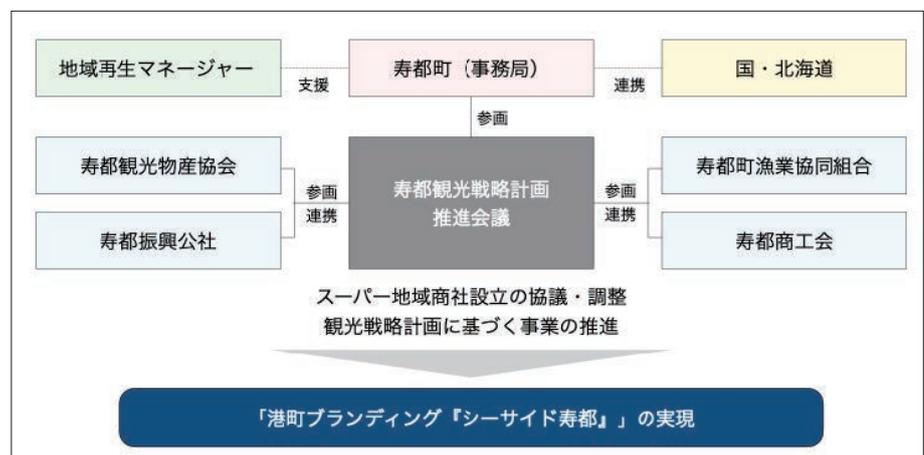
- スーパー地域商社設立の推進支援
- 不稼働資産のマネタイズに向けた事業推進支援
- ニセコエリアと一体となった観光推進支援
- 宿泊施設の誘致推進支援
- 旅アトプロモーション事業支援

#### 事業終了時点(成果)

- スーパー地域商社の必要性の合意形成
- 不稼働資産の活用の課題整理
- ガイド人材育成の方向性合意
- ビジネスホテルニーズの確認
- 旅アト消費につながる体制の構築

### 事業実施体制図

事務局となる寿都町に加えて、地域経済団体が参画する「寿都観光戦略計画推進会議」により、将来的な観光運営組織「スーパー地域商社」の設立の協議・調整を進めるとともに、観光戦略計画に基づく事業の推進を図る。



## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

令和4年度の地域再生マネージャー事業では、地域資源を調査・評価し、観光戦略計画を立て、港町ブランドとしてのデスティネーション化の提言を受けました。

令和5年度は、港町ブランディングをキーとした寿都町における地域エコシステムの確立に向けた実証検証として、港町ブランド商品アイテムの販売実証、拠点となる道の駅の賑わい実証、港町ならではの滞在型観光のモニター実証、未来の担い手確保に繋がるアントレプレナー教育の実証等各種実証事業を行っています。これら実証事業を進める中で、専門家より、地域エコシステムの持続発展的な運用を担う組織体制の組成（スーパー地域商社）の必要性が提言されています。

### b 事業の目的

#### ～寿都町観光の「儲ける力」を加速するスーパー地域商社の設立

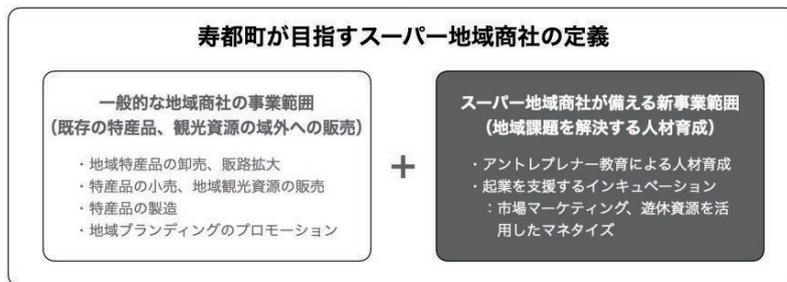
当町は、第8次寿都町総合振興計画（令和2年3月策定）において、「地域の資源を地域の活力とした、賑わいあふれるまち」を町の将来像に掲げ、その実現に向けた主要施策の一つとして、地域の多様な地域資源を活用した観光の振興と産業化に取り組んでいます。

令和5年度の地域再生マネージャー事業では、令和4年度に提唱された「港町ブランド」を推進する港町滞在型観光モニター実証や港町ブランド商品アイテムの販売実証各種実証事業を専門家の支援により実施しましたが、前述した通り、地域エコシステムの持続発展的な運用を担う組織体制の組成（スーパー地域商社）の必要性が提言されています。

令和6年度の地域再生マネージャー事業は、スーパー地域商社の設立に向けた準備・調整を進める大事な1年目となります。

#### <寿都町が設立を目指すスーパー地域商社とは>

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



## 2 事業実施内容と主な成果

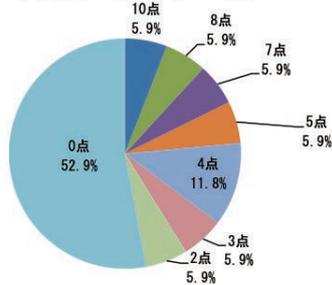
### a スーパー地域商社設立の推進支援

**申請時の成果目標**：設立に向けた協議・調整および事業計画案の策定

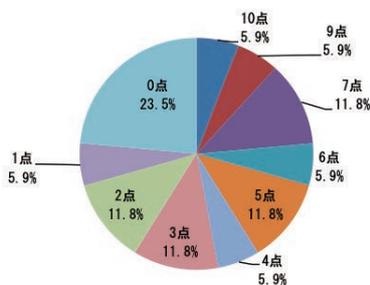
**成果①**：寿都町では、観光消費が地元事業者にも十分な経済効果をもたらす、新たな経済循環「地域エコシステム」の確立を目指している。その実現には、観光開発の推進や持続可能な観光地づくりのための人材育成を担う組織が必要であり、その役割を果たすのがスーパー地域商社である。現在、スーパー地域商社の設立に向け、各地域経済団体と協議・調整を進めるとともに、事業計画案の策定を進めている。その過程で、不稼働資産（浜直市場）の活用、体験型観光の推進、人材育成事業などを含む持続可能な地域づくりのスキームについて合意を得ることができた。今後は、策定中の事業計画をさらに具体化し、設立に向けた準備を本格化させていく。

**成果②：**アントレプレナー教育を基盤とした起業のスタートアップ支援として、豪州のインキュベーション専門家の協力を得ながら、寿都高校の2年生を対象にアントレプレナープログラムの授業を試験的に実施した。授業後のアンケート調査では、高校生の起業家マインドの向上が確認された。また、高校側も総合的探究学習の一環として、次年度以降も継続的に実施したい意向を示しており、今後も持続的な取り組みの展開を目指していく。

将来の起業意向【授業前】(n=17)  
(考えたことがある=10点)



将来の起業意向【授業後】(n=17)  
(企業という選択肢有=10点)



## b 不稼働資産の稼働資産化支援

**成果：**不稼働資産の稼働資産化において最も可能性のある「浜直市場」の稼働に向けて、施設管理者（漁協）との協議を実施。法等の各種制約から稼働資産化の実証にまで至らなかったが、第三者による運営手法の課題を把握した。スーパー地域商社の設立と並行して「浜直市場」の運営体制の具体的な協議を行っていく予定。

### <寿都町不稼働資産調査>

#### 寿都漁港周辺エリア

##### ・すつつ浜直市場

住所	寿都町字大磯町196
オープン	平成28年
施設概要	観光客にも人気の寿都町漁業協同組合直営の直売所。目の前の寿都湾で水揚げされ、セリを終えたばかりの鮮度抜群で種類豊富な魚介がずらりと並び、浜値で販売されていた。コロナ禍の影響を受け、2021年より臨時休業
施設詳細	<ul style="list-style-type: none"> <li>・鮮魚コーナー</li> <li>・加工品販売コーナー</li> <li>・2階ギャラリー/店内パネル</li> <li>・漁業体験交流施設</li> <li>・お食事コーナー</li> </ul>
特徴	日本海で獲れた新鮮な海の幸を漁港から直接搬入し、その場で食事することも可能。町で生産した水産加工品に加え、ソフトクリームや飲み物など、ドライブ途中に嬉しい軽食も提供。また、体験教育旅行企画として漁業体験プログラムを実施。漁船への乗船体験、地引網体験、ほっけの開き造り、等々の体験ができた。



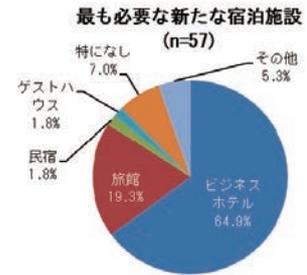
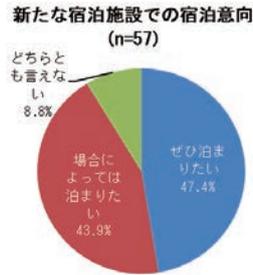
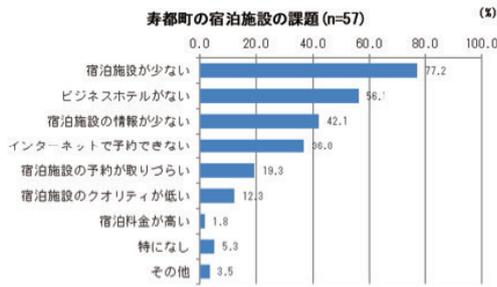
## c ニセコエリアと一体となった観光推進支援

**申請時の成果目標：**滞在型・体験観光プログラムの試験販売（10名以上受入）

**成果：**地域において、プログラムを総合的に案内できるガイド人材が不足しており、その影響で試験販売には至らなかった。持続的な取り組みとするためには、体験サービスの提供にとどまらず、現地までの移動や宿泊などの手配も担うランドオペレーター機能を含めたガイド人材の育成が必要であるとの課題が浮上した。これを受け、まずはガイド人材の育成を優先する方針へと転換した。さらに、ガイド候補者を交えた座談会を開催し、ガイド事業の可能性について合意形成を図った。

## d 宿泊施設の誘致推進支援

**成果：**寿都町にビジネスで訪れる方への宿泊ニーズの調査により、ビジネスホテルのニーズ回答が約65%とその需要を確認。今後は調査データをエビデンスに宿泊事業者への誘致活動を行っていく。



**e 旅アトプロモーション支援 (EC サイトオープン運用)**

申請時の成果目標：EC サイトの運用開始 (40品目以上)

成果：前年度に構築した EC サイトに40品目の商品を登録。当初は、6月の観光物産協会の新体制移行後に運用を開始する予定であった。しかし、観光物産協会のホームページを EC サイトと統一感のあるデザインでリニューアルすることが決まり、リニューアル完了後に運用を開始する計画へと変更された。リニューアル後は、寿都町の旅アト消費を促進するツールとして、閑散期の売上向上や年間を通じた安定収入の確保が期待される。

**f 道の駅オリジナル商品の売り上げ向上**

申請時の成果目標：対前年比の売上10%増。

達成状況：前年度にリパッケージを行った商品の R6 年度の売り上げは、7商品の合計で前年比22%増を達成。各商品ごとを見ても10%増を達成している。

名前	価格 (税込)	R5 (4~11月)		R6 (4~11月)		R5→R6 増減率
		数量	売上	数量	売上	
たらみりん干し	1,380	64	88,320	74	102,120	116%
のしみりんたら	960	110	105,600	125	120,000	114%
鮭とば	550	271	149,050	315	173,250	116%
焼き鮭	470	285	133,950	333	156,510	117%
ほっけ開き	450	207	93,150	254	114,300	123%
バジルソース	640	240	153,600	345	220,800	144%
ホタテバジル	800	302	241,600	362	289,600	120%
合計	—	1,479	965,270	1,808	1,176,580	122%

※前年度と比較できる期間を抽出し比較

**3 事業実施スケジュール**

月	取組実施内容
4月	23日 ふるさと財団・キックオフミーティング
5月	28日 スーパー地域商社協議、寿都高校打ち合わせ 31日 アントレプレナー講師打ち合わせ
6月	25日 定例会議
7月	31日 定例会議、漁協打ち合わせ、不稼働資産調査
8月	1日 スーパー地域商社協議 2日 IWANAI UNITED 打ち合わせ協議 28日 アントレプレナー調整・協議
9月	2~3日 ふるさと財団現地調査、定例会議、アントレプレナー授業① 5日 アントレプレナー授業② ~11月末 宿泊施設アンケート
10月	28日 定例会議
11月	— 宿泊施設アンケート分析

- 北海道 函館市
- 北海道 小樽市
- 北海道 士別市
- 北海道 寿都町
- 宮城県 栗原市
- 宮城県 丸森町
- 山形県 庄内町
- 茨城県 鉾田市
- 千葉県 銚子市
- 富山県 上市町
- 岐阜県 美濃加茂市
- 大阪府 東大阪市
- 兵庫県 豊岡市
- 兵庫県 朝来市
- 山口県 萩市
- 香川県 高松市
- 福岡県 川崎町
- 宮城県 木城町

月	取組実施内容	
12月	9日	観光物産協会協議
1月	14日	寿都高校、観光物産協議
	27日	観光物産協会協議
	29日	ふるさと財団報告会
2月	17日	業務完了

## 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

令和7年度は、スーパー地域商社の設立に向けた準備組織を立ち上げ、令和8年度の設立に向けて、法人設立計画の策定、ビジネスモデル構築、人材採用・育成計画の策定、各種契約・協定の準備等を考えている。

## 5 外部専門家

### a 外部専門家の役割

- ・リ・マスター合同会社 代表 篠崎 宏 氏  
「スーパー地域商社の設立に向けた支援」として、他地域事例等の情報提供や組織体制構築支援等を担当。  
「宿泊施設の誘致推進支援」における宿泊ニーズの実態把握支援等を担当。  
「旅アトプロモーション事業」の観光客の消費動向調査の実施支援と分析支援等を担当。
- ・株式会社 TAISHI 代表取締役 菅野 剛 氏  
「スーパー地域商社の設立に向けた支援」として、関係団体協議、調整支援、アントレプレナー教育等の支援担当。  
「不稼働資産のマネタイズに向けた事業推進支援」として、不稼働資産の調査支援等を担当。  
「ニセコエリアと一体となった観光推進支援」として、一体的観光振興の体制整備に向けた調整企画等支援を担当。
- ・株式会社 TAISHI 取締役 木村 潤一郎 氏  
「スーパー地域商社の設立に向けた支援」として、事業体制スキーム、設立の資金調達、事業計画作成支援を担当。  
「不稼働資産のマネタイズに向けた事業推進支援」として、不稼働資産の稼働資産化に向けた展望、事業企画等の支援等を担当。  
「旅アトプロモーション事業」のECサイトの運用に向けた支援等担当。

### b コメント



## 観光条件不利地に不可欠な宿泊ニーズへの取組

帝京大学経済学部 教授／

リ・マスター合同会社 CEO 篠崎 宏

本事業をスタートするにあたり寿都町を北海道観光における条件不利地と位置付けている。夏期でも札幌から車で2時間以上かかり、冬期だとさらに時間がかかることから観光客の足が遠のいている。このよう立地条件で観光事業を成功させるためには、爆発的な人数の拡大を追いかけるよりも折角来た観光客の観光消費を十分に補足する方が得策出るとは言うまでもない。昨年度は旅アト消費の拡大を目的とした新たなアンケートシステムの構築へのアドバイスを実施した。そして今年度は現地での観光消費を十分にもたすために必要不可欠な宿泊施設の誘致へのアドバイスを行っている。

過去に寿都町に仕事で訪れたことがあるビジネスマンを対象にアンケート調査を行い、その結果全体の43.2%が寿都町の宿泊施設が満室で泊まらなかった経験を持っていることがわかった。新たな宿泊施設での宿泊については47.4%がぜひ泊まりたいと答えている。最も必要な宿泊施設は、ビジネスホテルが64.9%と突出しており過半数を占めている結果となった。

寿都町から1時間以内にある長万部町に札幌まで延伸する北海道新幹線の新駅が出来ることを考えると、寿都町を含めた周辺エリアのビジネス領域での宿泊ニーズがさらに増加することが予想される。北海道内の事例を見ても、工事関係者の宿泊増加から観光客の宿泊ニーズに十分に対応することが出来なかった奥尻島に2027年に100室以上の宿泊施設が開業することが決まっている。今後もビジネス客需要を土台とした観光条件不利地への宿泊施設の進出が進むはずである。

調査データを活用して、まずは寿都町内の事業者へ宿泊施設への投資を促し、もし手を挙げる事業者がいなければ寿都町外の事業者へホテル進出の打診をする方向で地元関係者が動いている。3年間実施した地域再生マネージャー事業により課題が可視化され、寿都町の戦略資源でありかつ大きな財産でもある港エリアの賑わいを取り戻すための着実な歩みが始まった。



## 観光産業による経済循環創出を目指す 寿都町を応援したい

株式会社 TAISHI 菅野 剛

本事業による3年間の支援は、寿都町が目指してきた観光産業モデルの可視化。そして、それを推進する具体策を明確化する事ができた事が大きな成果と考える。これからは、支援1年目に作成した、「観光戦略計画」が寿都町の観光産業構築に向けての羅針盤となり、その運用精度を高める事に注力する事になる。

「観光戦略計画」の実現に向けて鍵を握るのが推進組織の能力を高める事。今年度、私が担当した“スーパー地域商社”のスキームづくりがそれにあたる。

以下に示すポイントをおさえて、引き続き支援を続けたいと考えている。

- ① 観光モデル構築を横断的にコーディネート、リードする：行政、経済団体、教育機関は本事業を通じて新たな関係性を培ってきた。この関係を更に深める為に、ニセコの事業者等外部機関も巻き込んだ事業の展開をリードする。
- ② データを重視した地域経営を展開：マーケティングデータや観光投資に対する効果を数値化。観光収入を誘発し新たな産業構造の構築をリードする。
- ③ 未来の人材を育成する組織：ITや交通インフラの進化によって、仕事をする環境の地域格差は縮小傾向にあると言える。地域の子も達が寿都で暮らしながら、豊かさを得る事ができる未来を観光領域で創り出したい。

前述した“人材の育成”については、寿都町の魅力を高める指標になると考えている。本事業が描く賑わいある港町の具現化は、観光産業を担う人材を呼び込む事に繋がり好循環を創り出す。

次年度からは、「観光戦略計画」を羅針盤に経済団体を巻き込み、観光コンテンツの開発や仕組み作りを試行錯誤し成果を求めていくことになる。計画の実現には、港町の賑わいを創出する観光サービス事業者と協議の場づくりが必須となる。それも推進組織の重要な役割となる。

観光客と地元住民で賑わう港町の未来をワクワクと思い描きながら、その実現をリードする“スーパー地域商社”の確立に向けて支援を続けたい。



## 持続可能な地域経済を支える スーパー地域商社の確立に向けて

株式会社 TAISHI 木村 潤一郎

本事業を通じ、スーパー地域商社の設立支援、不稼働資産の活用、ECサイト運営の推進に取り組んだ。地域経済の持続的発展には、観光振興と地域資源の有効活用を組み合わせた経済循環モデルの確立が不可欠である。

### 1. スーパー地域商社の設立と経営基盤の強化

本年度は、地域経済団体の合意形成が進み、事業計画の策定に着手した。今後は、資金調達、収益モデルの確立、組織運営の具体化が重要課題となる。スーパー地域商社が安定的に機能するためには、観光・物産販売・地域資源活用を組み込んだ多角的なビジネスモデルの確立が不可欠である。

### 2. 不稼働資産の活用と新たなビジネス展開

「浜直市場」の活用に向けた協議を進めたが、法的制約により実現には至らなかった。しかし、第三者運営方式や官民連携の可能性を具体化できた点は大きな成果である。今後は、スーパー地域商社の設立と並行して、地域資源を活用した収益化モデルの策定を進める必要がある。

### 3. 旅アトプロモーションとデジタル戦略の強化

ECサイトの運営基盤を整備し、40品目の商品登録を完了した。今後は、観光物産協会のHPリニューアルと連携し、ターゲット層に向けたデジタルマーケティングを強化することで、観光消費の最大化を図る必要がある。

### 4. 今後の展望

スーパー地域商社は、寿都町の観光振興と地域経済の中核を担う存在となるべきである。持続可能な成長を実現するためには、資金確保・収益モデルの確立・デジタル活用の推進が不可欠であり、今後もその実現に向けた支援を継続していきたい。

北海道

函館市

北海道

小樽市

北海道

士別市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

宮城県

丸森町

山形県

庄内町

茨城県

鉾田市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

岐阜県

美濃加茂市

大阪府

東大阪市

兵庫県

豊岡市

兵庫県

朝来市

山口県

萩市

香川県

高松市

福岡県

川崎町

宮城県

木城町

## 事業概要

総事業費	9,134千円	補助金額	5,874千円
外部専門家	平尾 由希（株式会社 FOODSNOW 代表取締役）		

## 自治体概要

人	□	61,910人（住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日）
面積		805 km <sup>2</sup>
標準財政規模		27,055百万円（令和4年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.32（令和4年度市町村別決算状況調）
担当課室		商工観光部 田園観光課

## 取組概要

## 事業開始時点

- 令和4年3月に「栗原市観光振興ビジョン策定」。
- 少子高齢化と人口減少。
- 観光客入込数に対する宿泊率の低迷。
- 観光事業者の人材・後継者不足。
- 事業者間の連携不足。
- 観光ハイシーズンにおけるオーバーユース。

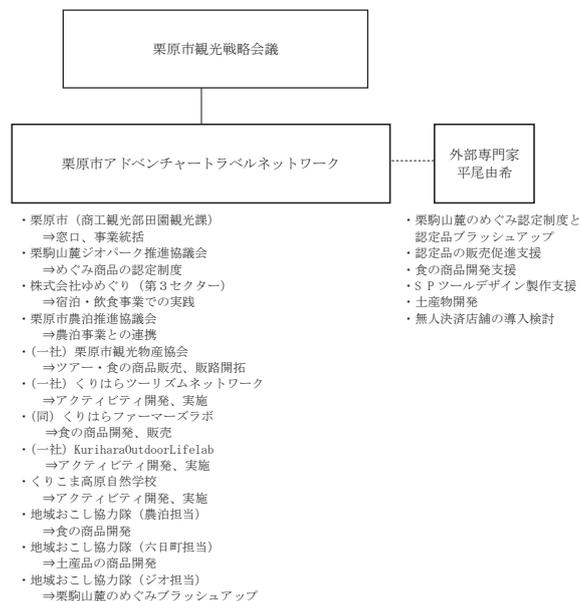
## 外部専門家による支援

- 個別打合せによる事業推進。
- 事業推進する上での事業者間連携。
- 栗駒山麓のめぐみ認定制度と認定品ブラッシュアップ。
- 認定品の販売促進支援。
- 栗原を代表するお土産品の開発。
- くりこま高原駅への無人決済店舗導入の検討。

## 事業終了時点（成果）

- 関係機関の連携体制の強化。
- 新商品・アウトドア商品の試作品開発と販路の開拓。
- 栗駒山麓のめぐみ認定商品「栗駒山麓のめぐみ」のブランド力向上。
- 栗原市公式観光サイト「ぎゅぎゅっとくりはら」と連携し、PR・販売を実施。
- 開発商品販売・PR（「TOKYO OUTDOOR SHOW2024」）出展。

## 事業実施体制図



## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

栗原市は、平成17年4月の「平成の大合併」により、旧栗原郡内9町1村が合併し誕生した市であり、宮城県の内陸北部に位置し、面積の8割近くが森林や原野、田畑で占められた岩手・秋田両県に接する自然豊かな田園都市である。市内北部には標高約1,626メートルの栗駒山がそびえ、東西には迫川が貫流し、南東にはラムサール条約登録湿地の伊豆沼・内沼がある。

基幹産業は農業で、米・大豆、畜産等の豊かな農畜産物を生産する地域であり、東北自動車道、東北新幹線といった高速交通体系などの立地性も生かした自動車関連産業、高度電子機械産業などの企業誘致にも取り組んでいる。また、日本の原風景ともいえる栗原市の田園風景とそこにある生業、市内全域が日本ジオパークに認定されている栗駒山麓ジオパークや栗駒山、伊豆沼・内沼などといった屋外型観光スポット、フィールドを活用したハイキング、サイクリングなどのアウトドアアクティビティ、農業体験などの滞在型コンテンツ、インバウンド観光客のニーズに対応した密を避けた環境や地域での深い交流を含めたコンテンツの提供など、観光振興にも取り組んでいる。栗原市では、観光関係事業者、観光関係団体で一体感のある取り組みを行うための指針である、「栗原市観光振興ビジョン」を令和4年3月に策定し、官民共創による観光振興を進めている。

そのような施策を進める中で、少子高齢化や人口減少、観光入込数に対し、宿泊者数が極めて低いことや、関係事業者間の連携不足、栗駒山や伊豆沼・内沼といった豊かな自然資源を活用する一方で、観光のハイシーズンにおけるオーバーユース（過剰利用）が課題となっている。

これらの課題の解決策として、栗原市では、これまで相反するイメージが強かった環境保全と経済の両立を観光振興ではかることを目的に掲げ、サステナブルな観点を取り入れたアドベンチャートラベルを令和4年度から推進しているが、アクティビティやイベント、ツアー（旅行商品）、食のプロダクトが連携できておらず、効果を発揮しているとは言えない状況であり、特に食の分野に関しては、既存のお土産品としての観点から脱却し、サステナブルな観点を取り入れた商品の創出が必要と考えていたことから、アクティビティやイベント、ツアー（旅行商品）等の調査と開発に加え、専門家の支援を受けて食に関するプロダクト開発に取り組むことで、環境保全と経済の両立を観光振興ではかることを目的とするものである。

### b 事業の目的

栗原市の第2次総合計画後期計画、過疎地域持続的発展計画において、豊かな自然資源や歴史的文化遺産、近代化産業遺産などと、日本ジオパーク認定を受けた「栗駒山麓ジオパーク」のジオサイトを結びつけた観光ルートの構築や、地域に根ざした身近な観光資源である農業などの生業に触れることのできる体験型コンテンツの磨き上げなど、平成20年より推進している「くりはら田園観光都市」の創造を目指した観光推進による地方創生について、取り組んでいくこととしている。

また、これら上位計画の具体的な施策の立案として令和3年度に策定した『栗原市観光振興ビジョン』では、令和4年度より「GoodLocalEnvironment 次代につなぐ良好な地域環境づくり」をテーマとし、アドベンチャートラベルを基本的な取組みの一つに位置付けており、他の基本項目も含めて、本事業は各種計画の具体的な取組みとなる位置付けである。

栗原市の観光推進については、栗駒山、伊豆沼・内沼といった自然資源、日本ジオパーク認定を受けた「栗駒山麓ジオパーク」のジオサイトなどの観光資源が広く点在しており、地域資源を活用し体験型コンテンツを提供している（一社）くりはらツーリズムネットワークなどの観光関係団体の活動も活発であり、魅力的な観光資源が多数存在する地域である。

現在、観光庁のアドバイザー派遣を受け、宿泊施設を中心とした受け入れ態勢の強化に向けたハード整備の検討と、滞在型観光の推進に向けたソフト面強化を、観光関係団体、事業者、その他産業、宮城県も構成員となったワークショップを展開し、さらに魅力を加えた高付加価値化に向けた取り組みを行っており、「稼げる観光」の構築に向けたビジネスモデルの創出を目指している。そのことが、栗原市観光振興ビジョンで「ありたい姿」として掲げる「次代につなぐ良好な地域環境づくり」、「現在の課題である人口減少」、「後継者不足などの解消」といった地域の再生に繋がっていくと考える。

## 2 事業実施内容

### a ネットワーク構築

栗原市を含む8団体で構成される「栗原市アドベンチャートラベルネットワーク」によるワークショップ開催した。ワークショップでは、昨年度開発・ブラッシュアップしたアクティビティの販売チャンネルやスケジュール、OTAサイトへの掲載方法等を検討した。また、開発商品の販売・PRの場として、今年度はTOKYO OUTDOOR SHOW2024に出展したが、当日の販売品目や人員配置等について情報共有を行うと共に、ターゲットに訴求できる販路拡大や収益化の検討等を行った。人材育成で取り組んでいるリーブノートレースについて、現在、栗駒山麓ジオパーク推進協議会として特定非営利活動法人リーブノートレースジャパンへの会員登録を済ませているが、今後更に事業を推進するため、栗原市との連携協定についても検討できた。

### b アウトドア商品等の開発

既にリリースしている「しんこもちぼんぼん えごましろこ」、「しんこもちぼんぼん 川口納豆」、「ホットサンド」に続く商品として、今年度は「くりはらサムギョプサルセット」を令和6年8月29日にリリース。リリースに先立ち、セット内容の確認や試食を繰り返すと共に、販促計画やパッケージデザイン、各種販促物（宣材写真、リーフレット、ポスター等）のデザイン制作等に取組んだ。また、再生マネージャー事業の参画団体である(株)ゆめぐりが運営するハイルザーム栗駒のコテージや花山青少年旅行村での販売は開始しているが、更なる販路拡大を目的とした市内関係事業者、県内、及び近隣のアウトドアショップ、キャンプ場関係者等を対象とした商品のお披露目会を令和6年10月4日に実施し、その際の様子を地元紙（河北新報）に掲載された。また、2人のインフルエンサー（約11万人のフォロワー）に依頼し、インスタグラムを利用した情報発信を行い販売・PRに繋げた。なお、市内の温湯温泉佐藤旅館においても商品を取り扱いたい旨相談があったことから、今後も参画事業者と連携し、より幅広い層へ商品を認知してもらおうための販促物の改良・増産やPR事業を展開する。



【販売内容打ち合わせ】



【関係者お披露目会】



【関係者お披露目会  
（河北新報取材）】

### c 「栗駒山麓のめぐみ」ブラッシュアップ

昨年度、2年に1度の更新に合わせて取り組んだ栗駒山麓のめぐみ既存パンフレットのブラッシュアップの写真撮影時、対象商品の試食を行い、各商品のコンセプト、ネーミング、味、パッケージ等を評価シートにまとめていたことから、それらの資料に基づいた認定商品のブラッシュアップ、及び各事業者との個別相談会を開催し「栗駒山麓のめぐみ」のブランド力向上に貢献することができた。今後も商品開発能力や販路拡大を推進するため必要に応じて勉強会等を実施していく。また、認定商品については、現在開発している栗原を代表する土産品と合わせ、地域商品や地域の魅力を発信・販売窓口としてくりこま高原駅への無人決済店舗での販売を検討しているため、既存の認定制度に「認定製品の無人決済店舗での販売」等の付加価値を付ける検討も継続して実施していく。



【昨年度のパンフレットブラッシュアップ写真撮影】

### d 栗原を代表する食の土産品開発

オーバーツーリズム、周遊観光等を模索していた六日町商店街や、地域貢献へ強い想いを持つ栗原市若柳で4代続く兵藤最中皮店との商品開発・製造の事業連携を構築することができた。土産品（菓子製造）については、六日町商店街に令和5年10月に『栗駒地区「六日町通り商店街 シャッター開ける人!」』業務

の地域おこし協力隊として着任した藤原隊員の活動とマッチングし、地域おこし協力隊退任後も栗原市内で飲食業を経営する意向であることから、今後も連携を強化し商品化に向けた試作等を継続する。また、開発中の土産品は、栗原市のキラコンコンテンツである栗駒山を透明菓子に閉じ込め鮮やかな商品を検討しているが、今後は、江戸時代末期に創業した岡本老舗(六日町商店街)との事業連携も視野に入れた検討をしている。また、当該商品の食品検査基準等は、食の商品開発、栗原産農産物の販路拡大等をミッションとして、地域おこし協力隊として活動している小野寺隊員と連携することとしている。出口(販路)対策としたくりこま高原駅への無人決済店舗(TTG)の導入については、事業実施に向け(株)TTG、JR東日本との協議を継続していく。



【製造工場視察】



【商品開発打ち合わせ】

【パッケージデザイン  
打ち合わせ】

### e アクティビティの販売

### f OTA サイトでの販売

昨年度開発・ブラッシュアップしたアクティビティ商品を中心にウェブサイト、SNS等を積極的に活用し販売促進した。また、アクティビティ後に実施した顧客アンケートによりニーズを把握し、商品内容等の見直しの検討を行った。今後は、宿泊施設との連携によるパッケージツアーの開発等による滞在型観光の推進についても検討していく。また、OTAサイト(JTB BOKUN)への商品登録を行い販売すると共に栗原市公式観光サイト「ぎゅぎゅっとくりはら」と連携した、PR・販売を実施することにより、新たな客層へ訴求することができた。今後は、アクセスログなどを分析し、顧客のニーズやトレンドを把握し、商品開発・ブラッシュアップに繋げていく。

### g 販売・プロモーションの実施

有名なアウトドアギア、車両、有名人が集まる「TOKYO OUTDOOR SHOW2024」において開発商品の販売・PRを実施した。3日間のイベント期間中の来場者数は37,971人となり、当日は芸能人、インフルエンサーの取材を受けたことから、PR効果が高まった。1日目の午前中のビジネスデイでは、全体出展ブース182社の内、自治体ブースは4ブースのみのためか、営業にくる事業者が多く、現在取り組んでいるロングトレイルやキャンプ場整備に興味を示してくれた事業者もいたことから、来年度のロングトレイルの開通イベントに際し事業連携を検討したい。また、食とアクティビティの事業者がイベント期間中に同じブースで取り組みを同時にPRすることで、お互いの商品や活動に対する理解が深まった。

なお、開発したアクティビティについては、イベント時のPRのみではなく、旅行会社との誘客に向けた商談にも取り組んだ。



【TOKYO OUTDOOR SHOW2024出展風景】

### h 人材育成

EFR(エマージェンシー・ファースト・レスポンス)とLNT(リープノートレースレベル1インストラクターコース)を実施。EFR(エマージェンシー・ファースト・レスポンス)では、命にかかわる緊急時のケア(一次ケア)と、即座に生命にかかわらないケガや病気のケア(二次ケア)について学ぶプログラムで、テキストを使用した座学で知識を学び、現実的なシナリオを実演と演習を組み合わせせた研修を開催した。また、LNT(リープノートレースレベル1インストラクターコース)では、LNT Lv2インストラクター(旧名称: LNT マスターエドゥケーターインストラクター)の塚原俊也氏(くりこま高原自然学校校長)を講師に迎え、アウトドアを楽しむ際に自然へのインパクトを最小限にする方法を学ぶ「LeaveNoTrace Lv1 Instructor」を開催した。登山やサイクリングなど、ガイドをするうえでそれぞれの資格は勿論必要であり、人命救助や自然環境負荷低減等の基礎となる今回の講習は今後も継続し、有資格者の増加に繋げたい。

### 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	22日 29日	・キックオフミーティング ・年間スケジュール確認
5月	10日 14日 29～31日	・無人決済店舗導入打ち合わせ (JR) ・TOKYO OUTDOOR SHOW2024出店打ち合わせ ・外部専門家第1回現地活動 (アウトドア商品 (サムギョプサル)・土産品開発・ATN 打ち合わせ等)
6月	13日 25日 27～30日	・無人決済店舗導入打ち合わせ (JR) ・応急手当講習「エマーゼンシー・ファースト・レスポンス」 ・TOKYO OUTDOOR SHOW2024準備・出店
7月	3～4日 18～19日	・財団現地視察・外部専門家第2回現地活動 (土産品開発・事業連携先視察等) ・LeaveNoTrace レベル1 インストラクターコース
8月	1～31日 29日	・無人決済店舗導入に関するアンケート調査 ・くりはらサムギョプサル発売開始 PR
9月	18～20日 26日	・外部専門家第3回現地活動 (アウトドア商品販促物・無人決済店舗事業計画作成等) ・アウトドア商品 (サムギョプサル) 販売打ち合わせ
10月	4日 17日 27日	・アウトドア商品 (サムギョプサル) 関係者お披露目会 ・土産品開発関係事業者打ち合わせ ・アウトドア商品 (サムギョプサル) インフルエンサー取材
11月	19日 26日	・無人決済店舗導入スケジュール打ち合わせ (TTG) ・無人決済店舗導入に伴う広告収入打ち合わせ (広告会社)
12月	2～3日 5日	・外部専門家第4回現地活動 (土産品開発・事業連携先視察・無人決済店舗導入打ち合わせ等) ・アウトドア商品 (サムギョプサル) 地元紙掲載
1月	1日 27日	・アウトドア商品 (しんこもちぼんぽん) 地元広報誌掲載 ・マネージャー事業報告会
2月	5～7日 14日	・外部専門家第5回現地活動 (栗駒山麓のめぐみ事業者個別相談・ATN 等) ・無人決済店舗導入打ち合わせ (JR)

### 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

#### a 地域全体の観光資源の共有と連携強化

栗原市観光戦略会議、アドベンチャートラベルネットワークをベースに地域の観光事業者が連携しマーケティングや商品開発、販売・PR を実施する体制を強化する。

#### b 高付加価値商品の開発と販売戦略の強化

栗駒山麓のめぐみや栗原の食の商品開発にあたり、栗原市の歴史や文化、自然等を伝えながら事業継承などの地域課題の解決に繋がる商品開発に注力。販売面ではくりこま高原駅での無人決済店舗 (TTG) の他、オンライン販売を強化し、EC サイトの活用や SNS での販売促進を通じて販路を拡大する。

#### c 人材育成と組織基盤の強化

アドベンチャートラベルを推進する上で今後も LNT や EFR 等の人材育成の取組を継続すると共に、栗原市観光物産協会の組織基盤を強化し、情報発信、マーケティング、ツアー造成等、幅広い業務に対応できる体制を整える。また、地域おこし協力隊との連携による地域に根差した事業を展開する。

#### d 持続可能な観光の実現に向けた取り組み

観光客による環境負荷低減のため、SDGs を意識した商品開発に努め、地域の経済循環を促進し地産地消、事業者間連携の強化による地域内経済活性化を図る。

## e 市の移住定住施策との連携

移住支援金制度、創業・起業支援制度、地域おこし協力隊制度等を積極的に活用した人口減少の抑制、高齢化率の減少、担い手確保の強化を図る。

## 5 外部専門家

## a 外部専門家の役割

- (1) 栗駒山麓のめぐみ認定制度と認定品ブラッシュアップ
- (2) 認定品の販売促進支援
- (3) 栗原を代表するお土産品開発
- (4) くりこま高原駅への無人決済店舗導入の検討

## b コメント



## ～地図と仲間は揃った！ 目標に向かってみんなで道を作る 2年目の栗原市～

株式会社 FOODSNOW 代表取締役 平尾 由希

栗原市では(一社)くりはらツーリズムネットワークや(同)くりはらファーマーズラボ、くりこま高原自然学校などの民間団体と、各団体のスタープレイヤーたちが様々な地域資源の価値を見直しながら活動し地域を支えています。が、過疎、少子高齢化に伴い、観光誘客によるオーバーツーリズム、プレイヤーの不足、事業継承などの諸課題を抱えています。

地域資源の掘り起こしと共に、食の商品やアクティビティなどの「観光コンテンツづくり」と、分断されているように感じた「伝え方」に関して、各所の連携方法を含めてブラッシュアップを行った1年目に続き、2年目は「しんこもちぼんぼん」、「くりはらサムギョブサル」など、開発したコンテンツの販売、PRを行いながら、「栗原を代表する新しいお土産物開発」、「JR くりこま高原駅への無人決済店舗の設置」の実現に向け、当初からの関係団体に加えて、次世代のスタープレイヤーとなり得る地域おこし協力隊、市内で商店街の活性化において先進的な取り組みをしている六日町の巻き込みも図りました。

「栗原を代表する新しいお土産物開発」では、最中の皮を使った正月飾り「福ぶるし」といった地域の伝統を守る「兵藤最中皮店」、地域資源を題材にした素敵なクリエイター活動を行っているイラストレーター、宮城県で最古のパッケージ制作会社「伊藤紙箱店」、六日町商店街で食を通じた活動に取り組んでいる地域おこし協力隊などをアサインし、11月の販売開始を目標に商品開発がスタートしています。

開発した商品の販売場所として、また、栗駒山麓ジオパーク「栗駒山麓のめぐみ」認定商品の出口として、くりこま高原駅に設置を目指している無人決済店舗については、(一社)栗原市観光物産協会の会長や(同)くりはらファーマーズラボの代表といった、地元の精鋭経営者が事業計画書作りに参加し、現実的な経営計画を立てると同時に、田園観光課が予算確保に動きながら、R7年度の秋の開業を目指します。

まもなく2年目の事業が終わりますが、目標が明らかになったことで、1年目とは比較にならないほど、栗原の各団体、個人のネットワークが、ジャンルを超えて、誠実さを増し、より強固に育まれてきていることを実感しています。外部専門家として、関係者の熱量がこの事業に十分に注ぎ込まれるように鼓舞しながら、地域と共に楽しみつつ着実に歩を進めていきます。

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 2-6

まるもりまち

## 宮城県丸森町【閉校した小学校を活用した新しい農業×DX人材拠点モデル事業】

### 事業概要

総事業費	7,200千円	補助金額	4,715千円
外部専門家	塚田 佳満 (NPO 法人未来の担い手支援機構 専務理事) 園田 拓也 (株式会社 CAQNAL CBO (チーフビジネスオフィサー)) 石橋 卓郎 (NPO 法人未来の担い手支援機構 理事長) 長島 彬 (CHO 技術研究所 代表)		

### 自治体概要

人口	11,911人 (住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日)
面積	273.3 km <sup>2</sup>
標準財政規模	5,327百万円 (令和4年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.3 (令和4年度市町村別決算状況調)
担当課室	企画財政課 財政管財班

### 取組概要

#### 事業開始時点

- 令和4年6校の小学校閉校
- 農業人材の不足
- 地域の高齢化
- デジタル対応人材不足
- DX対応の必要性

#### 外部専門家による支援

- モデル施設活用の推進
- 地域の子ども参加機会提供
- eスポーツの理解促進
- 脱炭素エネルギー理解加速

#### 事業終了時点(成果)

- モデル施設利用用途明確化
- 地域住民での事業会社設立
- 地域外企業利用5社候補
- 別地区で整備向け動き出し
- 公財活用民間支援ルール整備

### 事業実施体制

「耕野振興会」(住民自治組織)が事業主体として本事業を実施する。地域マネジメント組織として施設管理を担当し、地域内外の連携窓口として活動する。地域イベントは、小学校を中心に開催され、地域外からのノウハウ提供としてNTTe スポーツ株式会社及びNPO 法人未来の担い手支援機構が参加する。また、若者の地域参加を促進するために、宮城県伊具高等学校や宮城大学関係者と連携して事業を推進する。さらに、耕野地区と隣接する大張地区でも追加検討を行う予定である。

## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

丸森町は宮城県の最南端に位置し、南西は福島県と隣接している。北部を阿武隈川が貫流し、その流域と支流河川の流域一帯が平坦地を形成している。南東部は標高500m、北西部は標高300m 前後の阿武隈山地の支脈に囲まれた盆地状の町である。昭和29年の8町村合併により成立した丸森町は、各地区に独自の地域活動が行われている。地区の実情に合わせた住民自治組織を中心に、8つの地区センター（以下、まちづくりセンター）が設置され、地域住民の要望を重視した自治に取り組んでいる。

令和4年4月には、町内の小学校6校が閉校し、町内を中心部の2校に再編統合された。

モデル推進の耕野地区は、町内でも中山間地に位置し、令和3年での世帯数は228世帯である。2040年に町の人口が半減することを自治会長が認識し、耕野地区の危機として地区全体で共有されている。地域では、農地の荒廃が喫緊の課題となっており、特産品である干し柿は周辺スーパーからの発注も多く需要が高い状況であるが、高齢化した農家の廃業による地域生産額の減少が見られている。このため、「農業加工施設など農業関連の整備による農家収入の確保」が特に問題となっている。耕野地区においては、旧耕野小学校の活用について自治組織と地域住民の合意形成が進み、住民要望書として住民希望の整備方針案が町に提出され、地域モデルとして推進することとなった。しかしながら、要望に沿った旧小学校施設をオープンするには、整備と並行して、「公共財の利用のルール」、「地域住民による起業支援」、「地域外からの民間企業の呼び込み」などの支援や助成のあり方も必要である。これら改修以外の整備も不可欠であり、さまざまな課題に複合的に対応することが求められていることから、「ふるさと財団の支援」申請に至った。

### b 事業の目的

本事業は耕野地区をモデルとして住民からの要望で推進する「農業ICTを活用した次世代の干し柿生産・加工機能」「地域のDX推進人材育成にもつなげる esportsを活用した地域のデジタル人材育成機能」を持った交流施設について、住民参加のPR/促進活動、地域内外の施設利用企業・事業者の候補開拓のソフト事業を実施する予定である。令和8年4月の開業に向けて、運営主体となる耕野まちづくりセンターの運営できる体制を作る活動を実施し、また、並行し町では、民間企業の活動を支援する制度の整備、他地区への広がりも本事業の目的として位置付けている。

北海道

函館市

北海道

小樽市

北海道

士別市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

宮城県

丸森町

山形県

庄内町

茨城県

鉾田市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

岐阜県

美濃加茂市

大阪府

東大阪市

兵庫県

豊岡市

兵庫県

朝来市

山口県

萩市

香川県

高松市

福岡県

川崎町

宮城県

木城町

## 2 事業実施内容と主な成果

### a 公財利活用地域情報共有体制整備

空き校舎を抱えており、自治組織に対しては、先行して進める耕野地区の情報提供を行った。それに併せて、希望する地区には具体的なプラン構築の会議体を設置し、地区ごとの自主的な推進体制の構築を進めた。特に、耕野地区に隣接する大張地区においては、再生マネージャーの参加のもと、検討会を2回予定していたが、12月末時点で4回の実施に至り、体制構築の整備が実現した。事業終了後の3月には、地域住民の整備要望およびプランが町に提出される予定である。

### b ビジネスモデル創出

耕野地区では、整備プランの推進に向けた支援を実施した。地域経済循環創出交付金（ローカル10,000）申請に準じた事業計画を求め、地域の再生エネルギーを活用した農業加工場や、eSportsをテーマとした子どもや高齢者向けの居場所事業に取り組むこととなった。さらに、営農型発電による太陽光発電事業を収益源とする新設会社が、地域住民によって設立されることが決定した。

### c 地域外企業・団体との協議・連携づくり

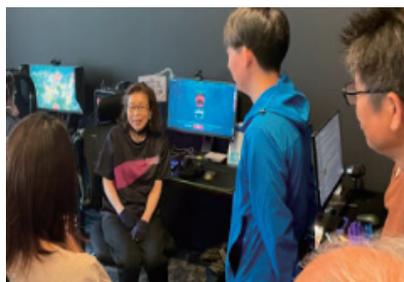
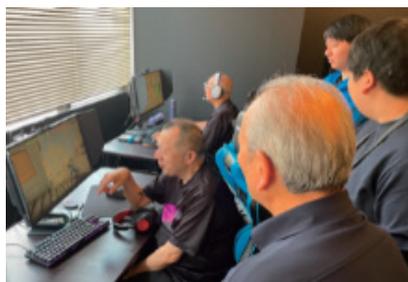
整備の進むテレワーク施設の利用、地域で課題となっている高齢者見守りサービスなどをテーマとし、ICT・DXサービスを提供する企業進出・協力を進める地域外の企業との連携支援活動を実施した。地域外の企業との連携支援活動が内外で、地域内外で検討会として2回実施された。7月実施の地域実施のアイデアラボから1社が「柿酢」の製造事業を具体的に検討に入り、9月の秋葉原で実施した会の参加者から5人の参加者から整備の進むテレワーク施設の利用に具体的な検討参加の意向が示され、町の企業支援制度の整備に伴い、5社が利用検討に参加し、別に立地表明が3社締結予定となっている。



【たけのこ祭りの準備風景】

### d 周辺地域専門高校など教育機関との連携

eSports施設や教育実習施設の利用者となる地域周辺の教育機関や高校などへの施設整備情報の発信・伝達に取り組むことにより、eSports部が設置されている仙台育英高校、仙台城南高校、町内にある伊具高校の関係者との面談が実施された。これにより、施設整備に対する利用ニーズが確認された。また、今年度には、DXハイスクールに指定された町内の高校である宮城県伊具高等学校へ、耕野振興会を通じてDX学習のプログラムの紹介が行われる予定である。



【eスポーツ施設の検討風景】

## e 旧学校施設管理組織構築支援

耕野振興会、地域おこし協力隊員、外部支援者などと協議し、組織内もしくは別組織の発足について具体的に検討し、そのサポートが行われた。7月には、防災キャンプが次年度以降の事後イベントを想定して実施された。また、同じく7月に営農型発電の勉強会が開催され、耕野振興会内でもその内容が共有されている。さらに、ソーラー設備への住民参加費用負担についても有志による合意が進んでいる。

## f 地域住民参加推進事業

地域おこし協力隊員と外部専門家によって、旧学校の活用イベントが7月、8月、12月に開催され、耕野振興会が主催運用する体制構築が進んだ。特に、今後の事業につながる子ども向けのサマーキャンプなど、デジタル学習体験に対する関心が強いことが確認された。



【サマーキャンプの実施風景】

## 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容
4月	旧大張小学校検討委員会 旧耕野小学校事業計画作成
5月	旧大張小学校検討委員会 農業ボランティアイベント（タケノコ収穫、2回実施）
6月	秋田プロeスポーツチーム視察訪問
7月	防災サマーキャンプ 空き校舎活用ラボ in 耕野小学校 農業ボランティアイベント第2回（竹加工）
8月	都市部農業高校生農業インターン（7日間）
9月	空き校舎活用ラボ in Akihabara
10月	旧大張小学校アンケート報告会
11月	—
12月	耕野ふるさとまつり（会場：旧耕野小学校） 旧耕野小学校検討委員会

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

### a 公財利活用地域情報共有体制整備

耕野地区に続き大張地区の協議が進み、旧大張小学校グラウンドの整備などの利活用に地区住民が動き出した。6地区のうち、整備活用要望のある3地区では活用方向性案がまとまる予定であり、空き校舎の活用検討も完了する見込みである。

### b ビジネスモデル創出

eSports×脱炭素電力供給事業の計画が具体的になった。耕野小学校の利用者が、地域住民との共同会社の設置の検討に具体的に入り、令和7年に設立の見込みができた。本年度時点で、2つのローカル10,000利用の計画概要案が町に提出され、さらに柿加工事業の1社検討予定となっている。

### c 地域外企業・団体との協議・連携づくり

耕野小学校の交流施設利用の具体的な検討に参加する企業・個人が5事業者の加意向が示された。

### d 周辺地域専門高校など教育機関との連携

都内の農業高校生が農業体験プログラムに参加し、地元伊具高等学校で農業部生徒の交流を実施した。次年度も同様のプログラムの実施が計画されている。また、eSports部がある周辺高校との連携も施設整備により進み、持続的な利用が期待される。

### e 旧学校施設管理組織構築支援

耕野振興会内でも共有が進み、令和7年3月発足予定の地域事業会社にて推進される予定である。

### f 地域住民参加推進事業

旧小学校は地域のイベントの中心として利用が可能であることが確認され、今後の施設整備予定の飲食機能などについて住民の利用への期待が高いことも確認された。

## 5 外部専門家

### a 外部専門家の役割

本プロジェクトは、閉校となった耕野小学校の利活用のソフト面での具体化を目的として推進されている。そのため、地域再生マネージャーがプロジェクトマネージャーとして全体を総括し、プロジェクトを推進している。プロジェクトには、デジタル活用教育分野、eSports分野、脱炭素再生エネルギー分野の3分野において、各分野から6名の専門家が参加している。活動の結果、3分野の専門家は施設を活用した事業についてそれぞれの分野に対する地域住民の思いを受け止め、事業参画の動きが進んでいる。これにより、アドバイザーとしての立場から事業パートナーとしてのコミットメントへと繋がっている。

## b コメント



## ～廃校になった小学校が スマートビレッジ拠点になる日～

NPO 法人未来の担い手支援機構  
専務理事 塚田佳満

全国で進む学校の統廃合。丸森町では6つの空き校舎。しかし維持経費を稼ぐ利活用は困難。「学校には地域の想いが詰まっている」という言葉の深さを前提に計画しました。新しい地域の拠点として再生させていく意義。「コンパクトシティ」推進は震災や水害を受けた丸森町では難しい。先祖代々受け継いできた土地への深い思いを持つ住民の意地がこのプロジェクトでした。関係者の尽力で無事に次年度拠点整備事業に進み、事業は完了しました。

### ■自立可能な「新しい集落」として存続させるには「新しい活動を加えること」の受け入れ

地域住民の皆さんの主体的な参画のもとで実現性を確認する事業を行いました。予定外に実施できた次世代の担い手・人手不足の農作業を体験する農業高校生の7日間農業体験インターン。新規就農者を応援する機運が固まりました。また、地域の常識にとらわれず、若者が本気で取り組めるコンテンツの導入。防災キャンプで「ぶよぶよ」に子供達が盛り上がった姿に、耕野地区の若者たちが選んだeスポーツという選択が世代を超えて受け入れられていきました。eスポーツは全世界に広がる日本のコンテンツです。地域活動にぜひお勧めします。

### ■地方分散における持続基盤となる「地域エネルギー・食料の自給供給地」という可能性

様々な活動は、結果的に「再生エネルギーと食料の自給によって強靱性（レジリエンス）を持った地区として輝き こどもも若い人も居続ける。」そんな未来像となりました。

実は人口減少で、地方では一人当たりの利用可能な土地が豊富にあります。ソーラーシェアリング実践者を招き、新しい発想で、耕作継続困難な農地を活かしながら上部空間を太陽光発電に活用することで、都市部では実現できない「食料とエネルギーの自給」が可能。地域外への売電の可能性もわかりました。再生させる学校の校庭を潰して不気味な太陽光パネルを引き詰めるのではなく、森を破壊することもなく実現できることがわかり導入合意が進みました。後付けですが「スマートビレッジ」と呼ばれ推進が期待されているようです。

### ■地域住民による施設運営株式会社設立と町の起業支援制度整備へ

住民も事業収益性を理解し自主運営を選択。行政は直接運営せず、制度面でのサポートに徹することで、地域の創意工夫を引き出していくローカル10,000を使った起業支援を町の制度化へ進みました。この関係性づくりにも協力できたことをうれしく思っています。

私の教訓は、レジリエントな地域づくりのポイントとして3つ。まず、地域住民の「熱量」を大切にすること。次に、半歩先の新しいことに挑戦できる雰囲気づくり。そして、私たち支援者は、一方的な経験・知識提供ではなく、地域の皆さんと共に考え、動く「仲間」として新しいチャレンジに取り組む必要があると思います。

丸森町耕野地区での今後の実践は、食料とエネルギーの自給を基盤に、新しい可能性を切り拓く中山間地再生のモデルとなると思います。200世帯・500人が分散型でありながら強靱な地域として永続できる拠点づくりを目指す取り組みに関わられたことを誇りに感じながら、これからも地域の皆さんと共に歩んでいきたいと考えています。

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 事業概要

総事業費	10,495千円	補助金額	6,993千円
外部専門家	畦地 履正（株式会社四十十ドラマ 代表取締役会長） 坂東 真奈（株式会社 Ban Design Studio 代表） 畠中 智子（株式会社わらびの 代表取締役）		

## 自治体概要

人口	19,453 人（住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日）
面積	249.17 km <sup>2</sup>
標準財政規模	7,404 百万円（令和4年度市町村別決算状況調）
財政力指数	0.3（令和4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

- 販売先や他事業者とのネットワーク構築の必要性
- 販路開拓や販売促進のノウハウ不足
- 地域資源を活用した商品開発、マーケティングの必要性
- プロモーションツールが未整備

## 外部専門家による支援

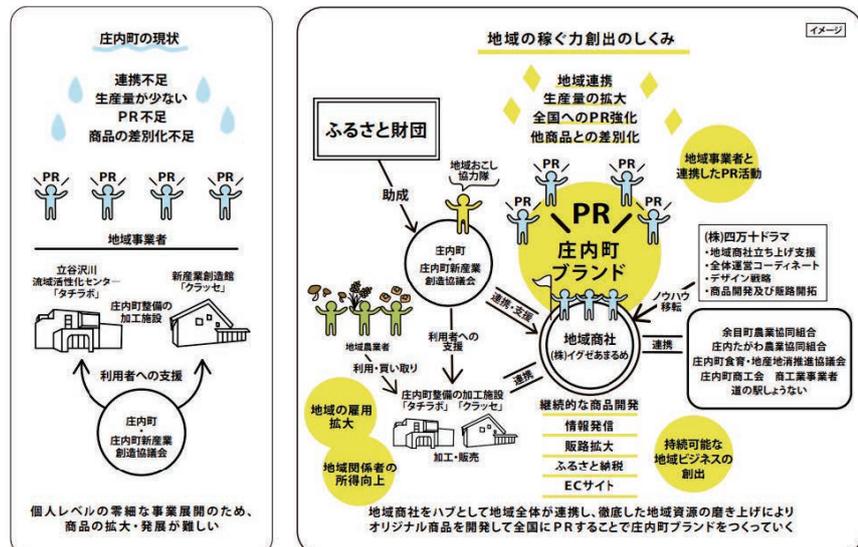
- 当町へのバイヤーツアーの企画、催行
- 商談会におけるノウハウの提供、マッチング支援
- 商品開発ワークショップの企画運営、マーケティング調査
- プロモーションツールの企画、制作

## 事業終了時点(成果)

- バイヤーと顔の見える関係性の構築
- 商談会での成約、取引開始
- 新商品3品の開発
- パンフレット、ポスター、プロモーション動画等の販売促進ツールの完成

## 事業実施体制図

地域商社を中心として、町、農業者、商工業者、農協、商工会その他関係団体が有機的に連携し、地域商品の開発、製造、販売の体制づくりを行う。



## 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、庄内平野の南東部から中央にかけて位置し、コシヒカリやつや姫等の良食味米のルーツである日本の米の三大品種「亀の尾」発祥の地として知られる米の町である。

本町では、産業振興と雇用創出を目的として6次産業化に力を入れており、町が整備した加工施設を活用し、農家や食品製造事業者等と連携した特産品の開発と販売に取り組んできた。

本町では、このような状況の中、令和4年度から地域再生マネージャー事業により、地域ブランドの創出に取り組んでいる。令和4年度事業では、本町の米を活用した商品開発とブランド化を目指す官民連携の「かめこめプロジェクト」を立ち上げた。続く令和5年度事業では、ビジョンの策定、本町ならではのオリジナル商品の開発、トータルデザイン等の取組みを行った。令和6年度以降は、開発した商品の販路拡大を重点項目として、引き続きプロジェクトを推進し、外貨の獲得と地域経済が循環していく仕組みづくりを行う。

### b 事業の目的

本町が掲げる「人と自然が響き合う、日本一住みやすいまち」の具現化を目指して、令和3年度に第2次庄内町総合計画の後期基本計画を策定した。その中に記載されている「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て、個々の取組みを新たな産業としての取組みを拡大・発展させ、中長期的な視点で地域の稼ぐ力の創出を図っていく。

## 2 事業実施内容と主な成果

### a 関係性のマーケティング

当町へのバイヤーツアーを実施し、当町の米に関わる生産現場や製造現場をバイヤーに見ていただいた。生産者から商品の背景やストーリー、商品に込めた想いを直接お伝えしたことで、庄内町を強く印象付けることができたと感じている。

ツアーで来町したバイヤーとはその後の連絡や情報交換、再度来町いただいで商談、主催イベントへの参加等を通じて、顔の見える関係性を築くことができている。



バイヤーツアー（圃場見学）



バイヤーツアー（商談会）

北海道

函館市

北海道

小樽市

北海道

士別市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

宮城県

丸森町

山形県

庄内町

茨城県

鉾田市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

岐阜県

美濃加茂市

大阪府

東大阪市

兵庫県

豊岡市

兵庫県

朝来市

山口県

萩市

香川県

高松市

福岡県

川崎町

宮城県

木城町

## b 販路開拓及び販路拡大

今年度は、商談会や展示会に積極的に出展し、町内事業者と連携しながら本事業から生まれた商品のPRを行い、販路の開拓と拡大に取り組んだ。商談会では、外部専門家からブースづくりの指導を受け、他に埋もれないようなブースづくりを行った結果、数社との取引に結びつけることができた。また、ふるさと納税返礼品として本事業から生まれた商品の取り扱いを始めた。



商談会（都内）

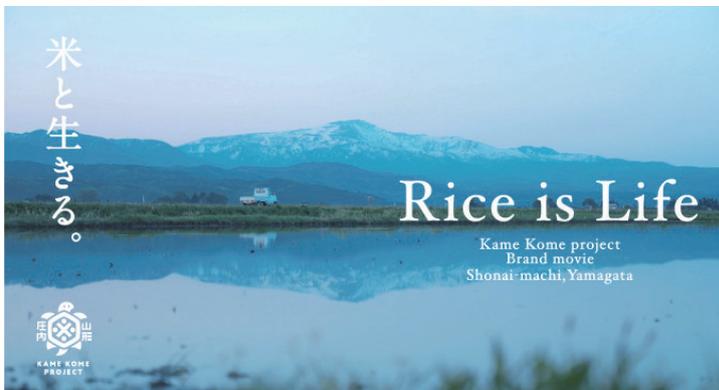


商談ブースづくりの指導

## c トータルデザイン（プロモーション）

トータルデザインの考え方のもと、プロモーションツール（プロモーション動画、パンフレット、ポスター等）を制作し、商談会等で活用した。特に動画は、本事業の取り組みや考え方を伝えるのに非常に効果的であった。

### 【プロモーション動画】

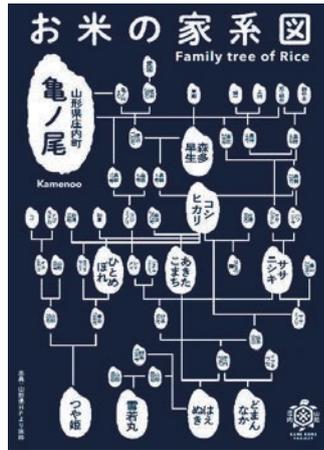


You Tube で公開中！

### 【パンフレット】



【ポスター】



d 商品開発

庄内町の米を使った新商品3品を開発した。



亀の尾せんべい

庄内町産亀の尾を使用した気軽に食べられる揚げせんべい



自分でつくる糎シリーズ

水を入れて1日1回振るだけで1週間程で自家製の塩糎が作れるキット



米粉クッキーギフトBOX

米粉100%使用のグルテンフリークッキーの詰め合わせ

e 推進体制の強化

本事業では、プロジェクトチームを組織し、民間から選出したプロジェクトリーダーを中心として取り組みを進めてきたが、今年度は、このプロジェクトメンバー以外の町内事業者とも新たに連携し、商談会に「チーム庄内町」として臨むことができた。また、外部専門家が主催する全国の生産者、流通、食に関わる事業者の集まり「あしもと逸品会議」に参加することにより、町外におけるネットワークを広げることができた。

- 北海道 北 函館市
- 北海道 北 小樽市
- 北海道 北 士別市
- 北海道 北 寿都町
- 宮城県 栗原市
- 宮城県 丸森町
- 山形県 庄内町
- 茨城県 鉾田市
- 千葉県 銚子市
- 富山県 上市町
- 岐阜県 美濃加茂市
- 大阪府 東大阪市
- 兵庫県 豊岡市
- 兵庫県 朝来市
- 山口県 萩市
- 香川県 高松市
- 福岡県 川崎町
- 宮城県 木城町

### 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
5月	16～17日	第1回商品開発ワークショップ バイヤーツアーロケハン
6月	12～13日	第2回商品開発ワークショップ ふるさと財団による現地調査 撮影ロケハン
	14～16日 25～26日	ふるさと納税に関する視察（都城市） ポスター・動画撮影
7月	3～4日	第1回バイヤーツアー&商談会（庄内町）
	24日	五味商店こだわり商品展示会（浜松町）
9月	3日	撮影ロケハン
	4～5日	第1回商品開発会議
	26～27日	第2回バイヤーツアー&商談会（庄内町）
10月	2～3日	ポスター・動画撮影
	17日	おいしい山形・食材王国みやぎビジネス商談会（山形市）
	29～30日	地方銀行フードセレクション（東京ビッグサイト）
11月	14日	あしもと商談会（銀座）
1月	16日	かめこめプロジェクト報告会（庄内町）
	27日	マネージャー事業報告会（東京）
2月	12～14日	スーパーマーケット・トレードショー（幕張メッセ）

### 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

本事業における3年間の取組みの中で、官民連携プロジェクト「かめこめプロジェクト」の立ち上げ、米を活用したオリジナル商品の開発、プロモーション動画等の販促ツールの整備、町内外におけるネットワークの構築等を行い、地域ブランドづくりを進めていくためのインフラが一定程度整った。

今後、本事業を持続的に発展させていくため、事業推進の中心を町から地域商社へシフトするとともに、本事業から生まれた商品の販売面を重点項目として事業を展開し、収益性を追求することで自走可能な体制づくりを行う必要がある。

#### <令和7年度以降の取組内容>

- ・商談会等への積極的な出展による販路拡大
- ・本町へのバイヤーツアーの継続実施によるネットワークの構築、強化
- ・外部専門家と連携した営業活動
- ・地域商社内の体制強化、人材育成
- ・新たな商品開発、ブラッシュアップ

## 5 外部専門家

## a 外部専門家の役割

- ・株式会社四万十ドラマ 畦地 履正 氏  
本事業の全体コーディネート、事業実施体制構築に関する支援、地域資源を活用した商品開発に関する支援、販売先や連携先等のマッチング支援、商談会出展のノウハウ指導
- ・株式会社わらびの 畠中 智子 氏  
ワークショップの企画運営及びファシリテーション、事業全般に関する助言
- ・株式会社 Ban Design Studio 坂東 真奈 氏  
プロモーション動画等プロモーションツールの企画・制作、商品開発に係る企画、売り場や商談ブースづくりの指導・助言

## b コメント



## 「かめこめプロジェクト」は 「歴史を繋いでいくプロジェクト」

株式会社四万十ドラマ 代表取締役社長 畦地 履正

山形県庄内町の「かめこめプロジェクト」の3年間の集大成が完成した。しかし、これで終わりではなく、これから長く庄内町の「歴史を繋いでいくプロジェクト」になることを願っている。

「続けることはチカラになり、引き出しにもなる」

3年前のこと、当時就任したばかりの庄内町の富樫町長から連絡をいただいた。内容は町づくりの手伝いをしてほしいというものだった。私は簡単に「やりますよ」と答えたら、1カ月後には「庄内町に来てもらって打ち合わせをしたい」となり、2021年12月に訪問。そこから話はとんとん拍子に進み、ふるさと財団の支援を受けて2022年から事業がスタートした。私はいつもプロジェクトを受けて進めるときには「中心となるヒトがいる」ことを条件としている。今回もある程度「このヒトならやってくれそう」という目星はあったのだが、最初はこちらが思うようにはコトは進まなかった。真ん中に立つヒトがいないと事業も迷走する。そんなことから数カ月経った時に、思いもよらなかった方が「私がやります」と手を挙げてくれ、「その方がやるなら私もやります」と言ってくれたのが、かめこめプロジェクト代表の梅木氏、副代表の渡部氏であった。そこから事業もどんどん進み、1年目で事業計画を作成し、2年目には「トータルデザイン」「商品開発3点」が完成し「商談会へ初出展」、3年目には「商品開発3点」「商談会出展」新たに「かめこめプロジェクトPR映像の制作」「バイヤーツアー」等を行った。商品開発では「なかなか米を中心とした商品開発は難しい」と言われてはいるが、何と云っても庄内町には、日本三大品種のお米「亀の尾」があったことで、地域に住む皆さんが「あしもの宝物」の素晴らしさに気付き、そしてその宝物をブラッシュアップすることによって商品開発が進んだ。「亀の尾」の歴史とその生みの親である阿部亀治氏の想いがこのプロジェクトに繋がったと言っても過言ではない。

「あしもとにあるもの」「真ん中を作ること」

2つのキーワードから、冒頭に書いたように「続けることはチカラにもなり、引き出しにもなる」という意味を、地域に住む方々から理解いただいたことが、このプロジェクトの大きな成果になったと思う。今後このプロジェクトが、庄内町から全国、そして世界に発信する取り組みとなることを期待してエールとします。

北海道

函館市

北海道

小樽市

北海道

士別市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

宮城県

丸森町

山形県

庄内町

茨城県

鉾田市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

岐阜県

美濃加茂市

大阪府

東大阪市

兵庫県

豊岡市

兵庫県

朝来市

山口県

萩市

香川県

高松市

福岡県

川崎町

宮城県

木城町

## 2-8

# 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	補助金額	4,840千円
外部専門家	谷津 孝啓（株式会社 IRODORI 代表取締役） 永井 彩華（株式会社 IRODORI 執行役員）		

## 自治体概要

人	□	47,018人（住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日）
面	積	207.6 km <sup>2</sup>
標準財政規模		13,339百万円（令和4年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.46（令和4年度市町村別決算状況調）
担当課室		政策企画部 まちづくり推進課

## 取組概要

### 事業開始時点

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

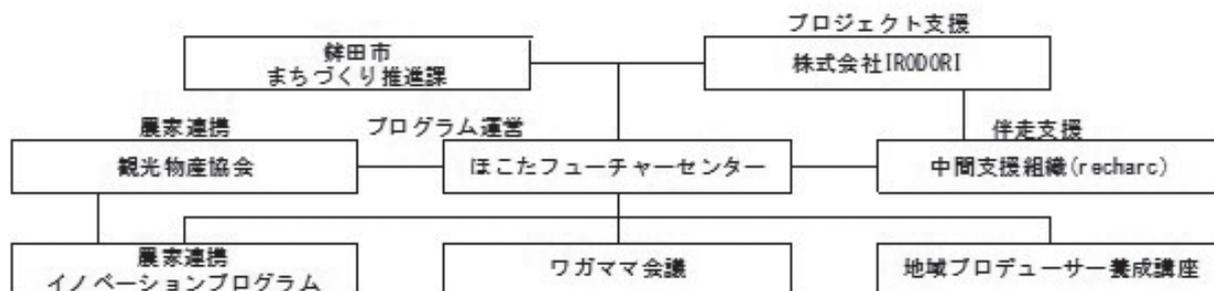
### 外部専門家による支援

- 地域プロデューサーの伴走支援
- 第3期地域プロデューサー養成講座の開催支援
- 継続的な市民会議の開催支援
- 中間支援組織立ち上げ支援
- 農家連携プログラムの伴走支援

### 事業終了時点（成果）

- 地域で挑戦したい人向けの専門的な知見を活かした相談できる機会の創出
- 地域プロデューサー養成講座参加者6名による事業プレゼン
- 中間支援組織設立
- 農家連携プログラム（ハッカソン）の実施

## 事業実施体制図



## 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、面積207.60km<sup>2</sup>の農業の盛んな市である。市を代表する産業は、全国有数の産出額を誇る農業であり、合併以来、市町村別農業算出額（農水省発表）野菜部門で全国1位を継続している。しかしながら、少子高齢化や人口減少、空家の増加などによる地域の衰退が危惧されている。

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

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

### b 事業の目的

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

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

## 2 事業実施内容と主な成果

### a 地域プロデューサー養成講座参加者の伴走支援

第1期、第2期地域プロデューサー養成講座の参加者の実践の伴走支援の実施。銚田市出身の20代女性が代表理事となる中間支援組織（一般社団法人 recharc）の設立、県立銚田一高の教員が当初から企画していた総合的な探究の時間を活用した「DX ハイスクールの産官学協働」や東京学芸大学教授と連携した「GSNP（学校の先生になろうプロジェクト）」の推進等を実現した。

- 一般社団法人 recharc 設立
- 県立銚田第一高等学校 DX ハイスクールの産官学協働推進
- 東京学芸大学教授と連携した「GSNP」の推進

### b 第3期地域プロデューサー養成講座

第3期地域プロデューサー養成講座（ワガママ実践講座に改名）には今年度から市内だけでなく、近隣地域からも受講生が参加するようになり、最終的には6件の事業発表が行われた。発表された事業の実践に向けて支援を継続している。

- 養成講座（6回の講座+事業発表会 計7回）  
【参加者：97名（全7回の延べ人数）】
- 事業発表6件



地域プロデューサー養成講座  
発表会



地域プロデューサー養成講座  
発表会 集合写真

## 【講座開催日程】

- 9月8日：地域で活動する一歩目を考える
- 9月26日：高校生の「やってみたい」を叶えるまちづくりへの挑戦
- 10月15日：興味関心からつながる、福祉のまちづくり
- 11月19日：「私の小商い」を通じて地域を「少しだけ豊かで楽しい土地」にする挑戦
- 11月26日：「スキル」よりも「共感」でつながることで生み出せる価値
- 12月2日：好きなことから活動を起こす。銭湯復活でつながるコミュニティ
- 12月22日：活動計画発表会

## c ほこたフューチャーセンタープログラム

市民会議（ほこたワガママ会議）を毎月開催。参加者数は延べ90人を超え、今年度は銚田市外からの参加者も増えた。新たな地域プレイヤー同士が出会うことで今までになかった取組のきっかけとなり、銚田市における新たな活動創出の拠点となってきている。

- ワガママ会議開催：8回【参加者：91名（延べ人数）】
- 銚田市以外からの参加者：30%
- 近隣市町村視察受け入れ



ワガママ会議の様子

## d 企業によるハッカソンの受け入れ（農家連携によるイノベーションプログラム）

「食食材の街 匠の会」の理事が経営するいちご農家のスタッフを対象にしたワークショップを実施し、課題の可視化を行なった。可視化した課題をベースに地域との連携に興味がある企業への声かけを行い、銚田市をフィールドにしたハッカソンプログラムを実施した。参加した企業やビジネスパーソンとは翌年度に向けて連携を図っていく予定。

- 20名のエンジニア、学生のフィールドワーク実施
- 5つの新規事業案の創出



農家連携プログラム

## e 中間支援組織伴走支援

地域プロデューサー養成講座がきっかけとなり今年度設立した中間支援組織（一般社団法人 recharc）の伴走支援の実施。定例会議に参加し、事業アイデアのブラッシュアップや地域で活動するプレイヤーを可視化するメディアの立ち上げに関するアドバイスや壁打ちが成果を生み出している。また、他地域への活動にも積極的に参加するよう助言を行い、広域で団体同士が連携する土台ができてきている。また、ローカルダイアログ養成講座も実施し理事を中心に4名の認定ファシリテーターを育成した。

- 地域メディア「ほこっとぐらし。」の立ち上げ支援
- 地域内外のイベントへのブース出展
- ブースにて地域の方からの「ワガママ」集めも実施



中間支援組織  
recharc（リチャーク）の設立



農家連携プログラム  
ワークショップ



コミュニティスペース  
「ぱれっとらいふ」

## 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
5月	28日	ふるさと財団 mtg
6月	7日	東京学芸大学 金子教授ミーティング
	12日	銚田一高 GSNP 連携ミーティング
	19日	銚田一高 DX ハイスクール 推進支援
	19日	ほこたワガママ会議 (市民会議)
	25日	市役所定例 mtg
	29日	一般社団法人 recharc 決起会
7月	2日	銚田一高先生方との意見交換会開催
	17日	市役所定例 mtg・ほこたワガママ会議 (市民会議)
	24日	GSNP 東京学芸大学の学生との交流
	27日	recharc 向けローカルダイアログ養成講座実施
8月	1日	ふるさと財団視察
	2日	村田農園 関係者向けワークショップ
	21日	市役所定例 mtg・GSNP 推進支援・ほこたワガママ会議 (市民会議)
9月	3日	市役所定例 mtg
	8日	ワガママ実践講座 DAY1 開催
	6日	野村総合研究所 農家連携プログラム mtg
	18日	ほこたワガママ会議 (市民会議)
	24日	市役所定例 mtg
	26日	ワガママ実践講座 DAY2 開催
10月	2日	市役所定例 mtg・ほこたワガママ会議 (市民会議)
	8日	市役所定例 mtg
	13日	GSNP 東京学芸大学でプレゼン
	15日	ワガママ実践講座 DAY3 開催
	22日	市役所定例 mtg
	29日	recharc 定例ミーティング支援
11月	5日	市役所定例 mtg
	9日	農家連携プログラムフィールドワーク DAY1
	10日	農家連携プログラムフィールドワーク DAY2
	12日	ほこたワガママ会議 (市民会議)
	19日	ワガママ実践講座 DAY4 開催
	20日	市役所定例 mtg
	23日	野村総合研究所ハッカソン (農家連携プログラム)
	26日	ワガママ実践講座 DAY5 開催
12月	2日	ワガママ実践講座 DAY6 開催
	4日	ほこたワガママ会議 (市民会議)
	18日	市役所定例 mtg
	22日	ワガママ実践講座 DAY7 開催
	26日	野村総合研究所 農家連携プログラムフォローアップ mtg
1月	14日	市役所定例 mtg 野村総合研究所 農家連携プログラムフォローアップ mtg
	27日	ふるさと財団報告会参加
	28日	野村総合研究所 農家連携プログラムフォローアップ mtg
	31日	ほこたワガママ会議 (市民会議)
2月	8日	GSNP 東京学芸大学連携プログラム振り返り会
	12日	市役所定例 mtg・ほこたワガママ会議 (市民会議)

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
銚田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

これまでの取り組みにより、若者が地域で挑戦するための土台が出来てきたと感じているが、まだまだ一般市民が積極的に参加する状態にはなっていない。しかしながら、何か地域で活動をしたいと思っているプレイヤーが講座等に参加することで新たな挑戦に繋がっているため、フューチャーセンターの活動を継続することで地域の活性化を図る。また、農家連携プログラムでは、実現の可能性のある企画が複数提案されていて、企業及び観光物産協会との協議を進めている。本市の強みである農業を活かしながら、地域の雇用創出や地域の活力を高める産業の創出を目指していくことを考えている。

今後は、新たに設立された中間支援組織の一般社団法人 recharge などと連携協力を図りながら、若者や女性が活動できる機会を提供し、地域づくりを考える人材育成を進める。

## 5 外部専門家

### a 外部専門家の役割

谷津 孝啓 氏/永井 彩華 氏

- ・地域プロデューサー養成講座参加者の伴走支援
- ・第3期地域プロデューサー養成講座
- ・ほこたフューチャーセンタープログラム
- ・農家連携によるイノベーションプログラム
- ・中間支援組織伴走支援

### b コメント



## 地域のワガママが未来をつくる ～銚田市で育む挑戦と共創の場～

株式会社 IRODORI 代表取締役 谷津 孝啓

私が茨城県銚田市と関わり始めたのは2018年、県立銚田第二高等学校の生徒と首都圏の大学生が連携し、地域のキーパーソンを取材しながら「まちづくりコンテスト」を開催したことがきっかけでした。地域の方々と対話を重ねる中で、銚田市には全国有数の農業産出額だけでなく、それを支える人々の熱量と誇りがあふれていることを実感しました。

その後、銚田市における地域課題の可視化と官民連携を推進するため、企業や教育機関と協働しながら多様なプロジェクトを展開してきました。地域住民が主体的に参画し、地域での新たな挑戦が生まれる仕組みを構築することを目指し、以下の取り組みを重点的に進めてきました。

### 1. 地域プロデューサー養成講座及び参加者の伴走支援

今年度はワガママ実践講座と名前を変更し、第3期として過去の受講生が運営側に関わる形での講座開催を実現しました。これにより、地域の中で学びと実践が循環し、新たな挑戦者が生まれ続ける基盤が整ってきました。

### 2. ほこたフューチャーセンタープログラム

昨年度から開始した「ほこたワガママ会議」をはじめ、地域内外の人々が集い、未来の銚田市を

考える場が定着しつつあります。さらに、東京学芸大学と連携したプログラムを参加者である高校の先生が立ち上げ、高校生が地域課題の解決に挑戦する施策を展開し、次世代の地域リーダーの育成を進めています。

### 3. 農家連携によるイノベーションプログラム

「食食材の街 匠の会」の理事を務める農家の方々と連携し、農業の新たな価値を創出する企業研修プログラムを推進しました。農業の可能性を広げるこの取り組みは、企業版関係人口の創出にも寄与し、銚田市の持続的な産業発展につなげていきたいです。

### 4. 中間支援組織伴走支援

今年度は一般社団法人 recharc を中心に、地域で挑戦したい住民の支援を強化しました。今後は行政との橋渡し役としての機能を強化し、補助金活用アドバイスや相談会の開催を通じて、地域住民の主体的な活動を支える仕組みを整えていきたいです。

これらの取り組みの成果として、銚田市内で新たなプロジェクトが次々と生まれ、地域の担い手が育ちつつあります。特に、地域プロデューサー養成講座を受講した若者が、地域団体の代表として活動を開始するなど、自らの地元で挑戦する流れが生まれていることは大きな前進です。

今後は、これまでの基盤を活かし、持続可能な地域活性化をさらに推進していくことになります。中間支援組織をハブとした挑戦支援、農業と連携した企業研修プログラムの拡充、さらには高校生の居場所づくりやコワーキングスペースの立ち上げなど、新たなステージへと進んでいきます。

銚田市の未来を創るこの取り組みが、より多くの人々を巻き込み、地域内外の挑戦者がつながること、さらなる発展へとつながることを期待しています。

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
銚田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 事業概要

総事業費	10,500千円	補助金額	7,000千円
外部専門家	小川 和 (SAS 合同会社 代表社員) 一色 真歩 (株式会社 NOTE エリアマネジメント部 プロジェクト開発グループ グループリーダー)		

## 自治体概要

人口	55,016人 (住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日)
面積	84.12 km <sup>2</sup>
標準財政規模	14,845百万円 (令和4年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.59 (令和4年度市町村別決算状況調)
担当課室	銚子市教育委員会 社会教育課文化財・ジオパーク室

## 取組概要

## 事業開始時点

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

## 外部専門家による支援

- 銚子資産活用体制構築
  - ・自走体制の調整
  - ・地域の外部人材の巻き込み
- 「学び」プログラム開発
  - ・「学び」体験コンテンツの拡充
  - ・コンテンツを活用したツアー化準備
  - ・総合コンシェルジュ機能及び宿泊等ができる交流拠点施設整備の検討
- 銚子の「学び」情報発信強化
  - ・コンセプトに基づく情報発信 (資料作成・配布、SNSでの発信) 準備

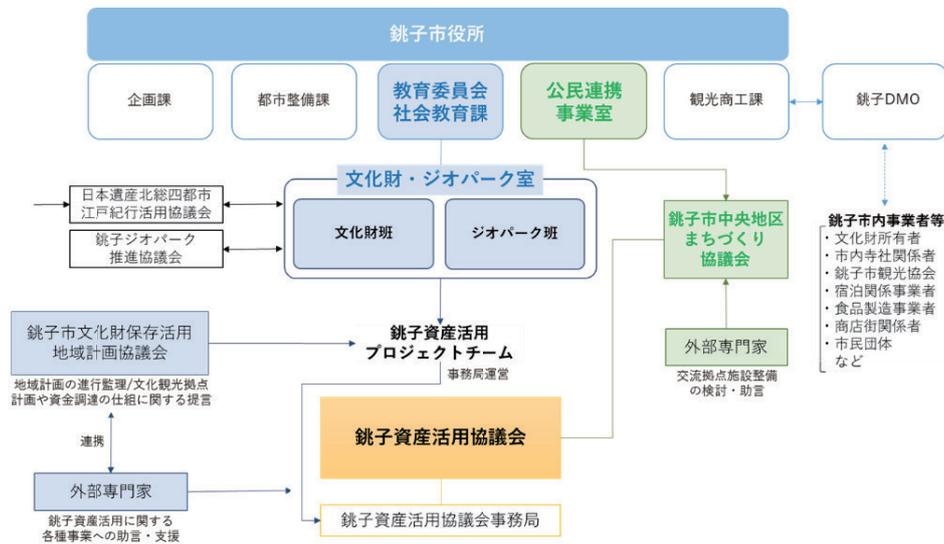
## 事業終了時点(成果)

- 銚子資産活用協議会の強化
  - ・自走体制の確定
  - ・地域民間プレイヤーとの連携
- 「学び」コンテンツ整理・開発
  - ・「学び」関連体験コンテンツのブラッシュアップ・追加
  - ・「学び」体験コンテンツの開発
  - ・ツアー化準備最終化
  - ・交流拠点施設整備検討を含むエリアビジョンの策定
- Webでの情報発信、地域ブランディング
  - ・サイトコンテンツ拡充最終化

## 事業実施体制図

本事業は、銚子市教育委員会社会教育課文化財・ジオパーク室と秘書広報課公民連携事業室が中心となり、銚子市企画課、都市整備課、観光商工課と連携して推進している。文化財・ジオパーク室は7名体制で、室長を中心に所属メンバーとともに進めている。総合コンシェルジュ機能及び宿泊等ができる交流拠点施設整備の検討については、公民連携事業室が中心となり、官民が連携して対象エリアの価値を創造し、ポテンシャルを高められるような仕組み作りを外部専門家と一緒に検討・構築している。

連携する各課は、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。



## 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取組んでいる。そこで、本市は2017年に「銚子市歴史文化基本構想」を策定、さらに2020年に「銚子市文化財保存活用地域計画」を作成し、前述の活動とあわせて、地域の多様な主体者との連携・協働による文化財保護、ストーリーを活かした歴史文化観光による地域活性化を図っている。

本市は歴史文化・自然を生かした取り組み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、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の効果は十分ではなく、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組みつつ、「第2期銚子しごと・ひと・まち創生総合戦略」の目標である若い世代が求める「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す。

### 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発掘と育成、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。このような取組みを進めることで、市民のシビックプライドの涵養、さらに地域外の人々の銚子に対する関心を高め、移住増、関係人口増につなげていくことを目的としている。

## 2 事業実施内容と主な成果

### a 銚子資産活用体制構築事業

本事業と同趣旨の“学び”を柱とした体験型ツーリズム展開を志向している地域プレイヤー有志で運営する「銚子にぎわい漁師町活性化協議会」（以下、協議会）と連携して「学び」ツーリズム事業を推進していくこととなった。

プログラムやコンテンツの企画・開発、情報発信を協議会と本事業の主管部署である文化財・ジオパーク室が連携して行いつつ、ツアーの運営や販売等を市内観光事業者と連携して協議会が主導し、ガイドの派遣や人材育成を文化財・ジオパーク室が主に担う、という役割分担で今後、進めていく予定としている。

広域の連携については主に日本遺産やジオパーク活動を実施している文化財・ジオパーク室が主導しながら、構成する近隣自治体などと協議し、今後、連携事業等に対する計画づくりを行っていく予定としている。



「銚子にぎわい漁師町活性化協議会」と連携して構築している「漁師町銚子を五感で感じる旅」。ツアー企画とともに販売を行う体制を整備し、推進していく。

左：ワークショップ風景 中：漁師町の歴史を伝えるガイダンス 右：漁師まち外川のストーリーガイドツアー

### b 「学び」プログラム開発事業

#### 【コンテンツ開発・整備・活用】

伝統工芸の体験やジオを体感するコンテンツに加えて、銚子の特徴、歴史文化に立脚した「食」の分野から、醤油等の「発酵」に関する体験プログラム、親子向けに、ジオパークに関連した体験学習プログラムを企画・整備した。地域プレイヤーとのつながりが今まで以上に横の連携を強め、洋上風力関連事業者との連携も生み出した。次年度以降に実施するツアー企画なども複数の地域プレイヤーと継続して協議を行っている。



左：地元アーティストが講師となり実施する叶結び体験（材料に漁網を編む糸を使用することにより、漁師町の歴史や文化を伝えることにつながった）

中：地元で獲れたイワシなどの魚や醤油を使って、黒アヒージョ作りを提供

右：銚子の海岸での親子を対象とした学びメニューの提供（生態系や海洋ゴミの問題などをテーマとして実施）

#### 【営業】

昨年度、本事業に関連してコミュニケーションのあった阪急交通社に対して継続的に提案・協議を行うとともに、別途つながりのある日本旅行社に対して本事業やコンテンツ、プログラムの案内を始めており、今後の販売検討を進めていく予定。

#### 【交流拠点施設整備の検討】

銚子市中央地区まちづくり協議会で協議した内容を踏まえて、旧公正會館の活用方法を含めた銚子市中央地区エリアビジョンを策定した。ビジョンでは旧公正會館を観光コンシェルジュ機能と市民向け貸館機能を有した観光客と地元住民が集まる交流拠点として整備を検討している。



左：第1回銚子市中央地区まちづくり協議会の様子。市内の事業者や市外の文化財有識者等で構成されている  
右：エリアビジョンでの旧公正會館周辺地域の活用イメージ図

### C 銚子の「学び」情報発信強化事業

事業内容であるポータルサイト「銚子時間。」の強化・活用の一環として、歴史文化、自然といった銚子資産と関わりのある地域プレイヤー2名のコンテンツを作成。年度内に「銚子時間。」の更新を予定し、サイトの魅力アップを図っていく。



## 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	10日 18日 24日	今年度の事業内容の確認・協議（現地） 地域プレイヤーとの打ち合わせ ふるさと財団とのキックオフミーティング
5月	1日 3日 10日 13日 16日 29日 30日	体制に関する協議 体験コンテンツ整備に関する協議 情報発信に関する協議 体験コンテンツ整備に関する協議 情報発信に関する協議 体制、体験コンテンツ整備に関する協議（現地） 体制に関する協議
6月	10日 28日	事業進捗確認打ち合わせ 体制に関する協議
7月	10～11日	ふるさと財団地域視察、事業進捗確認打ち合わせ（現地）
8月	8日 21日 27日	エリアビジョン策定に係る商店街へのヒアリング 事業進捗確認打ち合わせ / 体制、コンテンツ整備、情報発信に関する各協議（現地） エリアビジョンに関する協議
9月	4日 5日 9日 13日 25日 27日 30日	第1回銚子市中央地区まちづくり協議会 情報発信に関する協議 情報発信に関する協議 コンテンツ整備、情報発信に関する協議（現地） 体制に関する協議 エリアビジョンに関する協議 情報発信に関する協議
10月	3日 11日 15日 16日 24日	エリアビジョン策定に係る商店街へのヒアリング エリアビジョンに関する協議 コンテンツ整備に関する協議 事業進捗確認打ち合わせ 体制に関する協議（現地）

- 北海道  
函館市
- 北海道  
小樽市
- 北海道  
士別市
- 北海道  
寿都町
- 宮城県  
栗原市
- 宮城県  
丸森町
- 山形県  
庄内町
- 茨城県  
鉾田市
- 千葉県  
銚子市
- 富山県  
上市町
- 岐阜県  
美濃加茂市
- 大阪府  
東大阪市
- 兵庫県  
豊岡市
- 兵庫県  
朝来市
- 山口県  
萩市
- 香川県  
高松市
- 福岡県  
川崎町
- 宮城県  
木城町

月	取組実施内容	
11月	12日 13日 15日 20日 21日	エリアビジョンに関する協議 情報発信に関する協議 コンテンツ整備、情報発信に関する協議 第2回銚子市中央地区まちづくり協議会 事業進捗確認打ち合わせ/体制、コンテンツ整備、情報発信に関する各協議（現地）
12月	17日 23日 25日	事業進捗確認打ち合わせ/体制、コンテンツ整備、情報発信に関する各協議（現地） エリアビジョンに関する協議 コンテンツ整備に関する協議
1月	6日 10日 16日 23日 27日 29日	コンテンツ整備に関する協議 事業進捗確認打ち合わせ/体制、コンテンツ整備、情報発信に関する各協議（現地） 体制に関する協議 コンテンツ整備に関する協議（現地） ふるさと財団地域再生マネージャー事業報告会 第3回銚子市中央地区まちづくり協議会
2月	1～6日 7日	実績報告書作成 実績報告書提出

## 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

### a 銚子資産活用体制

#### 【企画力並びに営業力の強化】

協議会との連携を土台に、マーケティング・営業機能を強化していく。成果にあるような外部の旅行会社等と連携して、教育旅行商品の販売強化に取り組むとともに、地域内においてはパートナーシップ制度を活用して連携する地域プレイヤーとの協業を強化し、多様なコンテンツ・旅行商品の企画・開発を推進していく。

#### 【広域連携の強化】

日本遺産やジオパークといった、本市が認定されているプログラムを礎にして、文化財・ジオパーク室が事務局として主導しながら、協議会や近隣自治体および自治体内の民間事業者等との連携枠組みを検討、協働して教育旅行の企画・開発・誘致促進するための取組みを強化していく。

### b 「学び」プログラム開発事業

#### 【「学び」体験コンテンツの新商品開発・商品改廃】

ツアープログラム作りで先行する「銚子みなと・新生」「犬吠埼・外川」両地区の商品力強化を図るとともに、コンテンツ強化やツアー化の検討が必要な「高田川」地区について、ターゲットを特定しながら、早期に商品訴求できるようなコースやサービス開発を進めていく。そのために、AR等、現地の銚子資産の理解を助け、魅力を増すようなデジタルツールの活用を積極的に進めていく。

#### 【ファンづくりに向けた体験コンテンツの活用枠組の強化】

“学び” ツーリズムとして販売・体験できるコンテンツと連携先（物販・飲食店・宿泊先等）の数を増やし、地域外において、ターゲット層に接点をもてる機会を拡大していく。

#### 【総合コンシェルジュ機能及び宿泊等ができる交流拠点施設整備の事業化】

最終的な目標である「学び」体験コンテンツを含めた観光コンシェルジュ機能を持たせた交流拠点整備を目指し、適切な事業スキームの構築とまちづくり会社設立を含めた運営事業者の検討を行う。

### c 銚子の「学び」情報発信強化事業

#### 【教育旅行向け訴求の強化】

銚子を教育旅行で訪れる学校へのヒアリング、アンケート調査を継続的に行い、どういった教育旅行を銚子に対して求めているかの把握・分析に努めることで、旅マエ・旅アトの情報発信において、学校への

支援で必要なコンテンツを検討し、Web サイトや SNS でそれらを反映した情報発信ができるよう、継続的な強化プロセスを整備し、情報発信のクオリティ向上を継続的に行っていく。

### 【地域内外の大人向け「学び」ツーリズムの訴求・情報発信の強化】

「銚子時間。」をポータルとして、ターゲットに対しての訴求を継続的に行っていく。ターゲットが関心を持ち、関係人口化するような記事コンテンツを継続してアップしていくとともに、そこに誘導するリンクやバナー広告設置等での連携を地域内の観光関連事業者・組織や地域外の旅行会社等とも図っていきながら、サイトへの流入数の増加、認知強化、誘客の増加を図っていく。

## 5 外部専門家

### a 外部専門家の役割

#### ■銚子資産活用体制構築事業

- ・教育旅行 DMC の立ち上げ支援
- ・広域連携の検討
- ・計画支援

#### ■「学び」プログラム開発事業

- ・教育旅行の営業開始・推進支援
- ・体験コンテンツ整備
- ・開発
- ・活用支援
- ・総合コンシェルジュ機能及び宿泊等ができる交流拠点施設整備の検討

#### ■銚子の「学び」情報発信強化事業

- ・「銚子時間。」上での発信強化支援

### b コメント



## ～「学び」ツーリズム事業で培った 地域における共通理解～

SAS 合同会社 代表社員 小川 和

銚子市がこの3年取り組まれてきた教育旅行事業の企画・開発における要諦は、現在の学校教育で重視されている「課題発見・問題解決能力の養成」に資するフィールドの提供と、そのためのテーマ設定およびそれを実現するための地域資源の選定・訴求にあります。本事業が、行政のメンバーに限らず、協働した地域プレイヤーにおいてもその理解を深める機会となったことは、今後の地域自走において重要であったと考えています。銚子市はジオパークや日本遺産といった、各種プログラムの認定を受けた地域資源を豊富に持ち、その強みを地域活性化に活かすための方向性として「学び」をテーマとしたわけですが、上記にある「課題発見・問題解決能力の養成」を意識したプログラムの開発を行なったことにより、従来の教育旅行にあるような、単なる見学・視察に留まらず、この地域を訪問する学校の生徒・学生が学ぶ現代の課題は何か、自らの地域の資源をどう位置付け、紹介していくか、を意識し、明確にしていくことができました。そのことは地域の特徴の明確化、差別化をはかる作業でもあります。

今後、銚子市において教育旅行事業の拡大が期待されますが、その際に、本事業を進めるにあたって地域の官民合同で培ってきた上記のような考え方やフレームを活かして、継続した活動を行って頂きたいと願っております。



## ～官民連携による自走化へ～

株式会社 NOTE エリアマネジメント部  
プロジェクト開発グループ グループリーダー 一色 真歩

銚子市の素晴らしい地域資源に光をあて、「学び」のコンテンツとして醸成されてきたものを、どのように発信していくのか、その基盤となる地域の交流拠点施設の構築にあたり、エリアビジョンの策定を通して検討してまいりました。ハード面だけでなく、いかにソフト面での魅力を引き出していくのか、中央地区の皆さまと協議会を通して議論できたことは何ものにも代えがたい価値になりました。

歴史的建築物の活用を起点に、銚子の歴史文化資産を尊重したエリアマネジメントの実践、それらを持続可能なビジネスとして継続していくための仕組み作りが重要になると思っております。エリアビジョンの中でも触れておりますが、官民連携が重要な鍵を握っているため、今回の取り組みが、より具体的な形となり、次世代へと受け継がれていくよう、弊社としてもこれまで以上に邁進してまいります。

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 事業概要

総事業費	9,196千円	補助金額	6,130千円
外部専門家	藤村 雄志 (G&C コンサルティング株式会社 代表取締役) 木村 航 (G&C コンサルティング株式会社 代表取締役社長) 加藤 倫之 (G&C コンサルティング株式会社 取締役)		

## 自治体概要

人口	19,027人 (住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日)
面積	236.71 km <sup>2</sup>
標準財政規模	6,392百万円 (令和4年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.45 (令和4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

- KAMIICHI チャレンジプロジェクトが始動し、民間事業者の主導による地域づくりの取組みに向けた機運が醸成されている。
- KAMIICHI チャレンジプロジェクトの取組みの柱を「まちづくり」、「ファンづくり」、「ひとづくり」に決定した。
- KAMIICHI チャレンジプロジェクトを推進する事業主体が新設法人として設立された (株式会社 KAMIICHI チャレンジ)。
- 新設法人による KAMIICHI チャレンジプロジェクトの推進に向けて、新設法人の事業と経営の着実な推進が必要である。
- KAMIICHI チャレンジの3つの取組みについて推進していく必要がある。

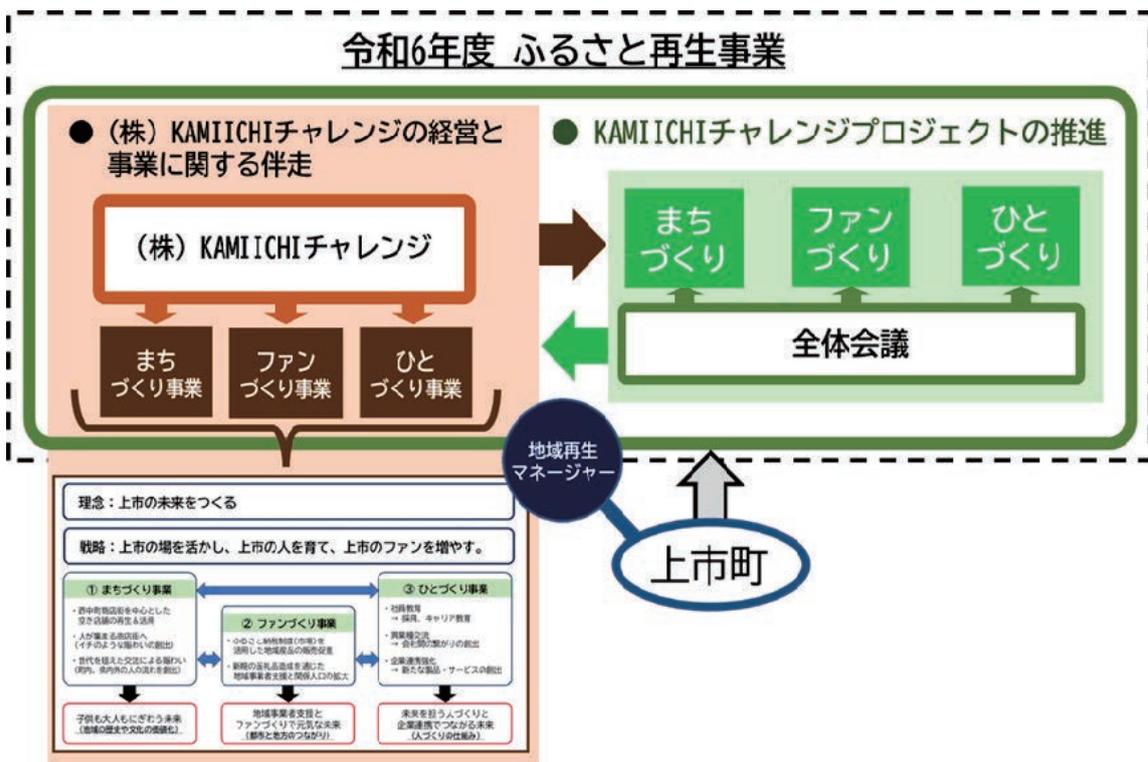
### 外部専門家による支援

- 株式会社 KAMIICHI チャレンジの経営伴走
- 株式会社 KAMIICHI チャレンジと連携した KAMIICHI チャレンジプロジェクトの推進
  - 「まちづくり」の一環として、西中町商店街における空き店舗、空き家の利活用に向けた地域のステークホルダーとの協議及び空き店舗等に関する実態調査の実施。
  - 「ファンづくり」の一環として、ふるさと納税制度の活用に向けたセミナーの開催、都内における地域物産の展示販売と地域のPR並びに株式会社 KAMIICHI チャレンジの中間管理業務受託後の担当課及び返礼品事業者との協議への参加。
  - 「ひとづくり」の一環として、町内企業の生産性向上や業務改善に資するサービスを提供する域外の事業者へのプロジェクトの視察、本町への域外事業者の視察、域外事業者との連携に向けたセミナーの開催。

### 事業終了時点 (成果)

- 株式会社 KAMIICHI チャレンジの事業計画を策定し、それに基づいた事業推進に向けた役割分担を整備して安定的な経営に向けた体制の構築。
- 「まちづくり」
  - 西中町商店街における空き店舗等の利活用の事業化に向けたステークホルダーとの関係構築と空き店舗等の状況の把握。
- 「ファンづくり」
  - ふるさと納税額1,475万円程度 (過去最高) を達成見込み。
  - 都内 PR イベントに500名程度の方が来訪。
  - 本町担当者との意見交換や地元事業者との連携により、新商品開発や新規事業者の開拓を推進。
- 「ひとづくり」
  - 域外人材とのネットワーク構築と連携事業の検討の推進。
  - 企業の生産性向上に資する域外企業の取り組みに町内事業者が触れ、個別ヒアリングの機会を創出。

## 事業実施体制図



## 1 事業の背景と目的

## a 事業の背景

上市町では、町内事業者、金融機関、地元唯一の県立高校及び町が官民一体となって地域の課題を議論する「ハッピー上市会」が2013年に設立され、毎月開催される定例会に30名を超える地域のステークホルダーが参加して意見交換を行っており、議論を契機に、地元の中高校生向けの町内企業紹介事業などの活動が生まれており、官民や企業間で連携して地域での活動を推進しやすい素地が形成されています。しかし、ほとんどの事業が無償、もしくは参加企業の好意で行われている活動であり、地域に新たな人の流れや若者が活躍できる事業（ビジネス）を創出するには至っていない状況です。そこで、地域外の企業や人材とともにビジネスを創出しながら地域活性化を図っていくことが必要と考え、サテライトオフィス誘致事業を展開してきましたが、都市部企業の経営者個人として本町に魅力を感じても、企業として具体的に進出には至らないという課題が明らかになりました。

社会課題解決に向けた具体的な事業に参画する形での地方進出を望む都市部の企業が多いことから、地域事業者を中心に地域の将来像を描き、その実現に向けて地域の課題解決を推進することを目指していくための官民連携プロジェクトとして、令和4年度（2022年度）にKAMIICHIチャレンジプロジェクトを開始しました。初年度には、本町の有する山岳等の地域資源を有効活用した人材育成や観光関連産業などの新規事業の創出に向け、地域内外の企業連携を推進するとともに、課題解決に向けた事業を継続させるための法人設立を目指すという目標を定めました。そして、令和5年度（2023年度）にはふるさと再生事業を活用し、前年度の検討結果を踏まえた事業内容の精査を進めるとともに、KAMIICHIチャレンジプロジェクトを推進する法人の設立を目指して、具体的な事業内容や組織体制を検討しました。その結果として、年度末に株式会社KAMIICHIチャレンジが設立されました。KAMIICHIチャレンジプロジェクトを推進する法人が設立されましたが、地域づくりを担う新設法人の運営や合弁会社での経営に関する知見が少ない地域の民間事業者による法人経営を安定化させる体制を整備するとともに、ビジネスを通じた持続的な地方創生の実現に向けて、新設法人の初動を伴走支援する必要があると考え、令和6年度（2024年度）もふるさと再生事業を活用して事業を実施しました。

## b 事業の目的

令和4年度（2022年度）から開始した民間主導で地域づくりを推進する KAMIICHI チャレンジプロジェクトを推進するために実施しました。KAMIICHI チャレンジプロジェクトでは、令和5年度（2023年度）にふるさと再生事業を活用し、地域の社会課題解決を通じて「上市の未来をつくる」ことを掲げ、「まちづくり」、「ファンづくり」、「ひとづくり」に取り組んでいくことを定め、その具体的な事業を推進するために株式会社を設立することを決定し、年度末に株式会社 KAMIICHI チャレンジが設立されました。

株式会社 KAMIICHI チャレンジが KAMIICHI チャレンジプロジェクトを推進する主体として自走できるような経営体制の構築と KAMIICHI チャレンジプロジェクトの推進につながる同社の事業展開に向けた初動の2つの支援を行うことを目的に実施しました。

## 2 事業実施内容と主な成果

### a 新設法人の経営に関する伴走支援

成果目標	実績
(1) 「法人事業として動くヒト」の育成確保 ・人材4名以上 ・人材確保説明会開催1回以上	・人材5名（取締役3名、執行役員2名）確保 ・個別に事業協力（雇用）に向け交渉中
(2) 地域での活動をしっかりと地域に見せる ・取締役に（外部専門家）が参加 ・ハッピー上市会での説明会1回以上	・外部専門家と取締役会の会議 32回 ・民設民営会社の地域づくり会社におけるガバナンス研修 1回 ・ハッピー上市会事業紹介実施 3回

### b 新設法人の事業展開に関する伴走支援

成果目標	実績
(1) 「町のファンづくり」 ・町ふるさと納税の中間管理業務に関与 ・出品事業者の把握	・株式会社 KAMIICHI チャレンジが町のふるさと納税中間管理業務を受託 ・返礼品事業者とポータルサイトの改良に着手 ・新規返礼品提供事業者2社追加 ・新規返礼品登録23品目追加 ・町ふるさと納税実績1,475.2万円（過去最高） ・都内（上野しんきん館）でのPRと特産品販売実施
(2) 「まちなか再生」（まちづくり） ・地元関係者との意見交換会の開催	・意見交換会及びヒアリングの実施 3回 ・空き家・空き店舗調査の実施
(3) 「人材育成」（ひとづくり） ・地域資源に学ぶ経営者向けツアー実施 ・企業間連携に向けた域内企業意見交換	・都内で KAMIICHI チャレンジプロジェクト説明会 ・3社3名の現地視察ツアーにより、町内企業経営者と意見交換 ・域外企業との連携に向けて、業務改善に資する生成AIセミナーを実施

### c 情報発信

成果目標	実績
(1) HPについて ・活動報告やイベント告知を10本以上	・活動報告5件、お知らせ5件の計10件を掲載 ・KAMIICHI チャレンジプロジェクト賛同者へのインタビューを実施 4名

- 北海道 函館市
- 北海道 小樽市
- 北海道 士別市
- 北海道 寿都町
- 宮城県 栗原市
- 宮城県 丸森町
- 山形県 庄内町
- 茨城県 鉾田市
- 千葉県 銚子市
- 富山県 上市町
- 岐阜県 美濃加茂市
- 大阪府 東大阪市
- 兵庫県 豊岡市
- 兵庫県 朝来市
- 山口県 萩市
- 香川県 高松市
- 福岡県 川崎町
- 宮城県 木城町



### 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	5、17、18、24日	株式会社 KAMIICHI チャレンジと外部専門家の会議
5月	2、8、15日 16日 23日	株式会社 KAMIICHI チャレンジと外部専門家の会議 民設民営の地域づくり会社に関するガバナンス研修 株式会社 KAMIICHI チャレンジと外部専門家の会議
6月	5、19、20日 27日 27～28日	株式会社 KAMIICHI チャレンジと外部専門家の会議 KAMIICHI チャレンジプロジェクト第1回全体会議 各事業の関係者との意見交換
7月	4、11、17、23日	株式会社 KAMIICHI チャレンジと外部専門家の会議
8月	1、8日 22日 23日	株式会社 KAMIICHI チャレンジと外部専門家の会議 KAMIICHI チャレンジプロジェクト第2回全体会議 各事業の関係者との意見交換
9月	12日 20日 18～24日	株式会社 KAMIICHI チャレンジと外部専門家の会議 東京における KAMIICHI チャレンジプロジェクトの説明会 「上野しんきん館」における地域物産等のPR
10月	7、15、18日 24～25日	株式会社 KAMIICHI チャレンジと外部専門家の会議 現地視察ツアーの開催
11月	19日 19日、20日	若手職員グループとふるさと納税に関する打ち合わせ 株式会社 KAMIICHI チャレンジと外部専門家の会議
12月	5日 6日 7、11、18、25日	株式会社 KAMIICHI チャレンジと外部専門家の会議 視察参加者との連携事業に向けた打合せ 株式会社 KAMIICHI チャレンジと外部専門家の会議
1月	8日 20日 21日	株式会社 KAMIICHI チャレンジと外部専門家の会議 KAMIICHI チャレンジプロジェクト第2回全体会議 西中町商店街の空き店舗、空き家実態調査

## 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

令和7年度は KAMIICHI チャレンジプロジェクトの3つの取り組みの推進に注力し、プロジェクトを推進させることを株式会社 KAMIICHI チャレンジの実績に結び付けていくための事業に取り組みます。これにより、株式会社 KAMIICHI チャレンジの KAMIICHI チャレンジプロジェクトを推進する主体として位置付けをより明確にしながら会社としての事業展開を後押し、株式会社 KAMIICHI チャレンジが事業展開をすることで、KAMIICHI チャレンジプロジェクトが推進される体制を地域に構築することを目指します。

## 5 外部専門家

### a 外部専門家の役割

- ・法人経営のための事業計画の作成や財務的な助言・指導、経営人材の育成の観点から助言・指導。
- ・これまでの活動歴を活用した人的ネットワークにより事業アドバイザーの招聘、域外企業との連携等によるビジネス構築に向けた人材誘致への助言・指導。
- ・法人事業として実施する事業が KAMIICHI チャレンジプロジェクトの推進を通じた地域の課題解決につながるものであり、ビジネスとしても成立するものであるように事業手法や推進について助言・指導。

## b コメント

## ～「上市の未来をつくる」 持続する 地方創生に向けた事業主体の始動～



G&C コンサルティング株式会社  
 代表取締役 藤村 雄志(写真左)  
 代表取締役社長 木村 航(写真中央)  
 取締役 加藤 倫之(写真右)



KAMIICHI チャレンジプロジェクトホームページ QR コード  
<https://kamiichi-challenge.com/>

KAMIICHI チャレンジプロジェクト（以下、「KAMI チャレ」と言う。）は、上市町と町内外の民間事業者が連携し、地域の社会課題を解決しながら同町における持続する地方創生を推進するプロジェクトです。令和5年度事業で、「上市の未来をつくる」という理念を掲げ、「まちづくり」、「ファンづくり」、「ひとづくり」の3つにKAMI チャレが取り組むことを決定し、KAMI チャレを推進する主体として株式会社 KAMIICHI チャレンジ（以下、「新設法人」と言う。）が設立されました。

令和6年度の事業では、KAMI チャレと同様に「まちづくり事業」、「ファンづくり事業」、「ひとづくり事業」の3つの事業に取り組む新設法人の経営体制の構築と事業展開について伴走支援を行いました。経営体制の構築では、経営人材の確保と育成に取り組みました。経営人材として新設法人に参画してくれた同町在住の人材には、自身の本業があるなかで複数の主体が合併で設立した新設法人の経営に従事していただくために、定例会議の開催の習慣化だけでなく、個別の連絡を取り合いながら意思決定の方向性や内容についてアドバイスを行うなど、役職に応じた支援を行いました。本年度の事業を通じて、新設法人の経営を担う人材の意欲の向上や新設法人の意義に関する理解の深化が図られました。事業展開については、「まちづくり事業」、「ファンづくり事業」、「ひとづくり事業」の3つの事業の推進を伴走しました。「まちづくり事業」については、地域の商店街における空き家や空き店舗の活用に向けた関係構築と現状把握を行いました。商店街振興協同組合の会長や町内会の区長といったキーパソンとの協力関係を築くとともに、改めて空洞化が進行する地域の実態を把握し、次年度以降の具体的な活用事例の創出に向けた検討を進めることができました。「ファンづくり事業」については、上市町のふるさと納税の中間管理業務を新設法人で受託するためのアドバイスを行い、受託することができました。また、ふるさと納税中間管理業務の受託を皮切りに、企業版ふるさと納税についても中間管理業務を担える立場も獲得することができました。KAMI チャレを推進する主体として、町内の事業者との関係構築がしやすい立場を獲得できたことは大きな成果です。「ひとづくり事業」については、町外の企業や人材の誘致を新設法人と連携して実施するとともに、町内企業に向けた事業展開を視野に入れ、業務改善に資する生成 AI の活用方法を伝えるセミナーを開催しました。

本年度事業を通じて、KAMI チャレ推進主体としての新設法人の基礎を構築することができましたが、KAMI チャレの推進という点では地域内外にわかりやすい成果を示すことができませんでした。新設法人が主体となって KAMI チャレを推進し、それを継続していくために、今後は KAMI チャレの成果を新設法人の実績として地域内外に示していくことが必要です。

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 事業概要

総事業費	4,215千円	補助金額	2,810千円
外部専門家	畑中 直樹 (大阪大学大学院工学研究科 招聘教員 博士 (環境科学)) (特森と地域・ゼロエミッションサポート倶楽部 会長) 中川 貴美子 (特森と地域・ゼロエミッションサポート倶楽部 事務局長) 澁澤 寿一 (NPO 法人共存の森ネットワーク 理事長)		

## 自治体概要

人口	57,540人 (住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日)
面積	74.81 km <sup>2</sup>
標準財政規模	12,452百万円 (令和4年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.78 (令和4年度市町村別決算状況調)
担当課室	市民協働部 まちづくり課 まちづくり係

## 取組概要

### 事業開始時点

- 自治会加入率の低下 (令和6年4月時点で50.61%)
- 地域の伝統文化の衰退、若者の地元離れ、担い手不足、高齢化など
- 「里山千年構想」(平成27年策定)にもとづき、市、民間事業者、地域団体等で里山に関する取り組みを実施しているが分散化
- 推進体制が未整備
- 販路が未開拓

### 外部専門家による支援

- 地域資源の調査とりまとめ
- 地域体制の強化、運営体制に対する助言
- プラットフォーム立ち上げに向けての準備
- 商品開発、販売先に対する助言
- 先進事例紹介、視察調整
- 定期ミーティングの実施

### 事業終了時点(成果)

- 官民が連携した推進体制の整備
- 各団体の取り組みや考えの共有
- プラットフォームの方向性や役割の明確化
- 地域資源を活用した商品の試作品開発 (地域材を活用した食器、農体験プログラム)
- 高校生の関心を高める機会の創出



地域材活用拠点を目指す  
IBUCAL (旧櫻井邸)

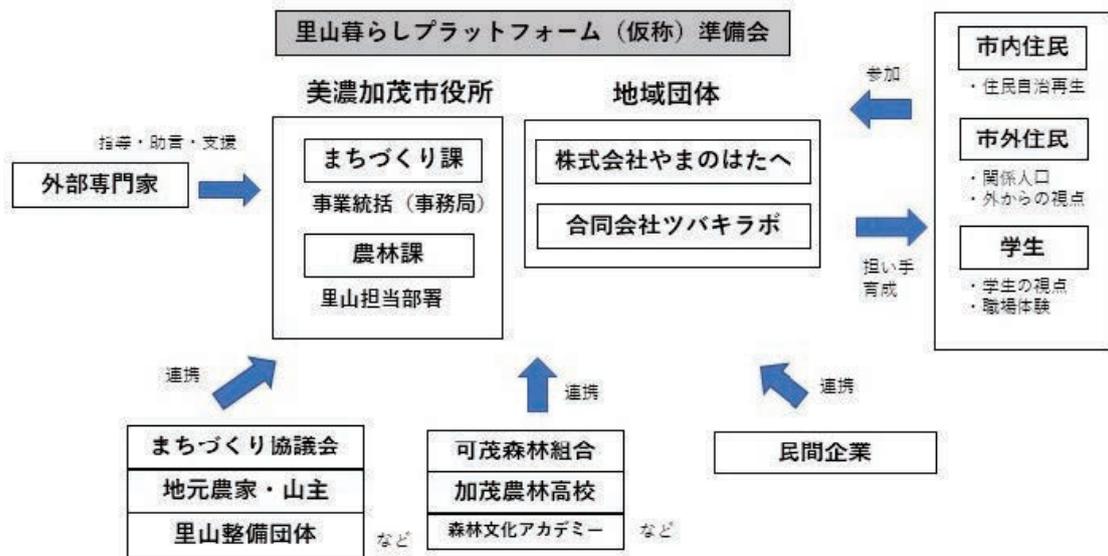


住民との意見交換



地域材を活用した食器

## 事業実施体制図



## 1 事業の背景と目的

## a 事業の背景

美濃加茂市は、岐阜県南部の名古屋から約1時間という便利な場所にありながら、古くからの歴史と文化が息づき、豊かな自然に囲まれた里山の暮らしを楽しめる地域である。しかし、その暮らしは価値観の多様化や都会志向、便利な生活への依存等により、失われつつあるのも現状である。

このような状況を受けて市では、未来永劫変わらない美しいふるさとの風景を残していくために、平成27年に「里山千年構想」を策定し、里山整備、資源活用、里山活用、森づくりの4つの柱を軸に「里山千年基本計画」を定め、地域住民を主体とした里山整備の推進や美濃加茂市産材としてのアベマキの活用、森のようちえんや木育などに取り組んできた。

また、里山の再生は、自然や環境を守るだけでなく、市が第6次総合計画において掲げる「健康増進」「産業振興」「防災減災」「地域再生」「女性若者活躍」「多文化共生」すべてに関連し、住みよいまちをつくる多岐にわたる可能性があると考えている。住民自らが里山の暮らしを守り伝え続けていくことで、自己肯定感を醸成することによる住民自治の再生、関係人口創出、移住定住の促進を目指している。

## b 事業の目的

地域では、山村に必要な人材育成とその環境を整える事業を展開する事業者や古民家を拠点に地域材活用に取り組む事業者、ジビエ料理の提供をとおして命をいただくことの尊さや獣害対策に取り組む事業者等、ビジネスとしても里山の再生に取り組む例がある。しかし、現代の便利な生活に慣れている人々にとって、里山と人との暮らしの距離が遠くなってしまっており、これらの取り組みはなかなか浸透しにくい現状がある。

この事業では、地域の豊かな資源を活用しながら、持続可能なビジネスを創出し、里山の価値を高めることで、地域及び地域経済の活性化を図るとともに、地域住民との関わりを深め、新たな関係人口の創出を図る。地域に根ざしたビジネスを通じて地域の魅力や価値を広く発信し、地域内外の人々の交流を促進することは、地域社会の絆を強めることにもつながると考える。この事業をとおして、里山を地域住民が守り続けていくことで地域の自主性と協力体制を強化し、住民自治の再生、持続可能な地域社会の実現を目指す。

北海道

函館市

北海道

小樽市

北海道

士別市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

宮城県

丸森町

山形県

庄内町

茨城県

鉾田市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

岐阜県

美濃加茂市

大阪府

東大阪市

兵庫県

豊岡市

兵庫県

朝来市

山口県

萩市

香川県

高松市

福岡県

川崎町

宮城県

木城町

## 2 事業実施内容と主な成果

### a 地域資源の調査及び課題の整理

- ・外部専門家に間に入っていただくことにより、市、民間企業、地域団体間の連携強化をスムーズに行うことができた。
- ・現地調査や地域住民、団体、事業者へのヒアリングをとおして、地域の自然資源や歴史的、文化的資源、人的資源等の現状把握及び課題の整理を行った。
- ・各団体の取り組みや考えを共有することができた。



【現地調査の様子】



【地域の伝承料理】



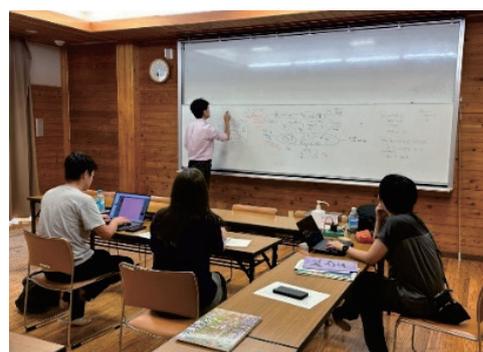
【人も大事な地域資源】

### b 里山千年基本計画アクションプランの提案

【a】の抽出課題を踏まえ、素案に対して外部専門家からアドバイスをいただいた。

### c 地域体制の強化

- ・調査や意見交換の過程で、考えを共有することで、連携を深めた。
- ・多様な主体が持続可能に連携できる場としてプラットフォーム発足を計画。各ステークホルダーのリストアップ、立場や利害関係、共通のビジョン等整理を行った。
- ・事業連携団体数 4 団体  
(合同会社ツバキラボ、株式会社やまのはたへ、可茂森林組合、伊深まちづくり協議会)



【ミーティングの様子】

## d 地域資源を活用したビジネス創出

- ・①の資源調査及び課題整理をもとに、民間事業者を主体に、地域材を活用した食器シリーズ開発と農体験プログラムの開発及び試験的实施を行った。
- ・地域材流通のしくみを構築するための課題を整理した。



【農体験プログラム（味噌づくり、キャンプ）】



【地域材活用食器 試作品（お皿、コップ、スープボウル）】

## e 地域の担い手育成と伴走支援

- ・地域団体の取り組みのヒアリングを行い、安定的、継続的に実施するための収支計画や販売先について外部専門家がアドバイスし、ビジネスモデルの試行を進めた。
- ・地元農林高校生に地域資源活用の取り組みを知っていただく場をつくった。



【地域資源活用の取組み紹介】



【木工旋盤の見学】

## 高校生の感想より抜粋

価値がないと思われる里山から価値を作る仕事に魅力を感じた。

将来、地域資源を活用した取り組みをしたいと思っていたので参考になった。

木材のいろいろな可能性が感じられた。

地域資源活用はまちの活性化にもつながると思った。

## f 視察

- ・外部専門家に地域資源活用の成功事例を紹介いただき、各地域における取組の概要を把握した。
- ・民間事業者含め核となるメンバーでの視察を計画したが、予定変更により、次年度に延期とした。

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

### 3 事業実施スケジュール

月	取 組 実 施 内 容	
4月	—	—
5月	15日	ふるさと財団キックオフミーティング
6月	—	—
7月	2日 17日	関係者間（まちづくり課、農林課、民間事業者）の事業共有 第1回ミーティング（事業説明、地域団体との意見交換、現地調査） 伊深まちづくり協議会ヒアリング・意見交換
8月	21日 22、23日	第2回ミーティング（ビジネス内容検討、プラットフォーム設立準備、現地調査） 山之上まちづくり協議会ヒアリング・意見交換 ふるさと財団現地調査
9月	20日	第3回ミーティング（ビジネス内容検討、プラットフォーム設立準備）
10月	16・18日 18日	農林高校生を対象とした地域資源活用の授業実施 第4回ミーティング（農体験プログラム開発、プラットフォーム設立準備）
11月	5日 21、22日 29日	オンラインミーティング（地域材循環の仕組みづくり、地域材活用食器の試作） 第5回ミーティング（ビジネスモデル検討、プラットフォーム設立準備、次年度の方向性） 林野庁森林整備部長視察、意見交換
12月	8日 26日	里山整備講座、製材所視察 第6回ミーティング（里山千年基本計画、プラットフォーム設立準備）
1月	17日 27日	可茂森林組合ヒアリング・意見交換、現地調査 第7回ミーティング（プラットフォーム設立準備） 地域再生マネージャー事業「マネージャー報告会」
2月	11日 15、16日	農体験プログラムの試験的实施（味噌づくり） 農体験プログラムの試験的实施（子どもキャンプ）

### 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

#### a 地域材食器の試験導入による地域材の価値向上と活用推進

地域資源の中でも特に過小評価されがちな森林や地域材について、住民の理解や協力を得て、その価値を再認識する機会を設け、市全体でこれらの資源の活用に取り組む流れをつくる。その一環として、公的な団体での活用として、地域材を活用した食器を市内の保育園等で試験的に使用し、意見を収集する。

#### b 地域材流通のしくみ構築に向けた課題整理

地域材流通のしくみを作るために、材の搬出方法、製材所の運営、土場の確保などについて、課題や優先順位を整理し可能性を探る。

#### c 企業参画と安定資金確保に向けた企業向け農体験の試行

企業の積極的な参画を促すために農体験プログラムを社員研修や福利厚生として試行する。この取り組みにより、安定的な資金調達を図り、ビジネスモデル確立と新たな販路開拓を目指す。

#### d 若者の副業（複業）参画による担い手育成

継続的に担い手育成を支援する体制を整備するために、農業等なり手不足が深刻な産業について、事業者へのヒアリングを行い、高校生や大学生を含む地域内外の若者が副業的に関われるしくみを検討、構築する。

#### e 地域体制の強化と持続可能なネットワークの構築

全員が賛同できるプラットフォームの方向性について話し合いを重ね、それぞれの異なる立場や意見を尊重しながら、協力しやすい体制を構築する。

## f 住民の参画意識を高める意見交換会の実施

まちづくり団体や地域住民を対象に、外部専門家を派遣して、地域の課題や地域資源の活用について意見交換や情報共有ができる場を設ける。

## 5 外部専門家

## a 外部専門家の役割

- ・ 地域資源の調査、取りまとめ先導
- ・ 里山千年構想基本計画に対する助言、支援
- ・ 地域体制の構築
- ・ 里山ビジネス事業の開発に関する助言、支援
- ・ 先進地視察の企画及びコーディネート

## b コメント



## ～人々の生業に再度里山が息づかせ 地域の真の Sustainability を高める～

大阪大学大学院工学研究科 招聘教員 博士（環境科学）  
（特森と地域・ゼロエミッションサポート倶楽部 会長

畑 中 直 樹

美濃加茂市は、木曽川中流域に位置し、中山道の太田宿など古くから人々が行き交い、戦前戦後には名古屋都市圏はもとより関西など全国から疎開する多くの人々を受入れました。この時には、受け入れた多くの人々の食を支えるために、里山は農地へと開墾され、その役割を終えると再び里山に還り、里山と農地が呼吸しながら人々の生活を支えてきました。

こうした中、美濃加茂市では「里山千年構想」の策定を通じて様々な取組を展開し、地域の Sustainability につながる起点が多く生まれてきました。

川上では森林組合やまちづくり協議会などの地域コミュニティ、企業との連携による里山管理、薪づくり、川中では地域の森林資源の活用となる地域の製材所の承継へのチャレンジ、また川下ではアベマキを活用した木製品のチャレンジ、地域の古民家再生活用を通じた民間事業者との連携による木工体験拠点、さらには新たに生まれた地域に根差した団体による子どもを対象とした自然体験～様々な世代を対象とした人材育成の取組など、魅力と可能性に富んだものばかりです。

初年度となる今年度は、この間生まれてきたこれら多くの起点を、美濃加茂の地の Sustainability の面からの本質的な特性を意識しつつ、あらためて掘り起こし、その可能性について関係者間の認識を深めました。

これらを踏まえ、点から人々の生業へ面へと里山を息づかせるため、これら起点をはじめ様々な関わりを生み出し、強めるためのプラットフォームの立ち上げに向け、関係者間での志の共有、調整を進めました。

一方、起点の中で、人々の生業へ面へと里山を息づかせる上で現時点で特にポテンシャルの高い取組については、里山ビジネスモデルとしてのさらなる展開に向けた先行試行や、次世代を含む多様な担い手の育成支援を進めました。

Sustainability の概念は、約300年前（17世紀末～18世紀）ドイツで森林資源の育成管理の持続性を高めるための資源の社会的用法を意味し、次世代への思いやりの心から生まれたドイツ語の「Nachhaltigkeit」（ナーハ・ハルティヒカイト）に由来すると言われています。

美濃加茂の地において、人々の生業に再度里山を息づかせ、地域の真の（Genuine）Sustainability を高めていきたいと考えています。

北海道

函館市

北海道

小樽市

北海道

士別市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

宮城県

丸森町

山形県

庄内町

茨城県

鉾田市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

岐阜県

美濃加茂市

大阪府

東大阪市

兵庫県

豊岡市

兵庫県

朝来市

山口県

萩市

香川県

高松市

福岡県

川崎町

宮城県

木城町

## 事業概要

総事業費	10,532千円	補助金額	7,000千円
外部専門家	平川 真紀（有限会社ヒラカワデザインスタジオ 代表）		

## 自治体概要

人	□	478,539人（住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日）
面積	積	61.78 km <sup>2</sup>
標準財政規模		113,099百万円（令和4年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.74（令和4年度市町村別決算状況調）
担当課室		都市魅力産業スポーツ部 モノづくり支援室

## 取組概要

### 事業開始時点

- 参加企業7社から7製品が誕生し、市場導入に向け活動中
- 7社が培ったノウハウを市内企業に発信するオンラインセミナーを開催したが、市内製造業に浸透しきっていない
- 小学生向けの教育活動を開始したが、より就職に近い若者へのアプローチができていない

### 外部専門家による支援

- 製品プロモーション
- 後続企業の育成
- 職業アイデンティティ、モノづくり人材の育成支援
- ウェブサイトリニューアル
- グッドデザイン賞エントリーから受賞までのディレクションと統括
- 受賞に伴う参加メンバーの体験創出のプロデュース
- 万博出展支援

### 事業終了時点（成果）

- グッドデザイン賞受賞
- 参画企業1社の製品もグッドデザイン賞同時受賞
- 製品導入の広がり
- 市内中高生を対象とした「地域社会共創授業」の実施
- ウェブサイトのリニューアル・英語サイト作成
- 万博出展の採択

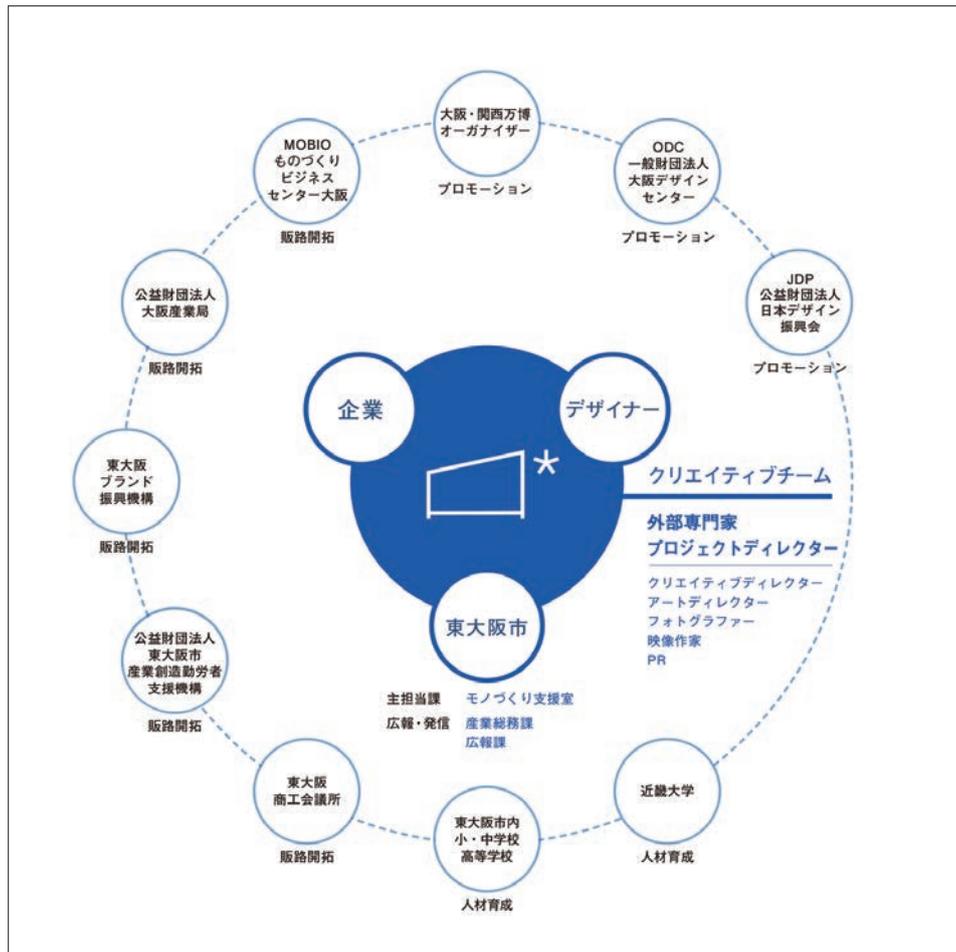


グッドデザイン賞受賞

地域社会共創授業

ウェブサイト

## 事業実施体制図



## 1 事業の背景と目的

## a 事業の背景

東大阪市は、製造業事業所数では全国第5位、事業所密度は全国1位と、町工場が数多く集積している「モノづくりのまち」である。

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

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

## b 事業の目的

- (1) 地域に付加価値の高い製品開発の流れを浸透させるとともに、市民にも向けても成果を発信することで、モノづくりのまちに対する住民としての誇りを醸成する。
- (2) 地域の子どもたちに向けた職業アイデンティティの育成活動を通じ、未来のモノづくり人材やデザイナーを発掘・育成する。
- (3) 万博を契機としたプロモーション活動を通じ、優れた製品を生み出す企業が多数立地する本市の奥深さや魅力をアピールする。

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

## 2 事業実施内容と主な成果

### a 地域での浸透

- ・ワークショップ参加企業  
目 標：10社  
実 績：10社

### b 職業アイデンティティの育成

- 「地域社会共創授業」実施による関心の高まり（高井田中学校・日新高等学校）
- 目 標：小学生：3,000人、中・高校生：500人
  - 実 績：小学生：3,700人、中・高校生：540人

### c 万博を契機としたプロモーション

- 目 標：プロモーションツール3媒体
- 実 績：プロモーションツール3媒体  
(ウェブサイトリニューアル、POP-UP用パネル、英語版サイト)

### d 全体を通じて

- ① HIGASHIOSAKA FACTORies 2024年度グッドデザイン賞受賞
- ② BAGSBAG（㈱文殊×小関 隆一）2024年度グッドデザイン賞同時受賞  
ミュージアムショップ等でのPOP-UP 出展開始
- ③ METAL TREE SUPPORT（北勢工業㈱×田渕 智也）が東花園駅に続き、金沢市内で導入決定
- ④ 「地域社会共創授業」実施による関心の高まり（高井田中学校・日新高等学校）
- ⑤ ウェブサイトのリニューアル・英語サイト作成
- ⑥ 万博出展への採択



## 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	9日	ミーティング（今年度の事業方針の確認・1回目）
	16日	ミーティング（日新高校での授業関係・1回目）
	18日	ミーティング（高井田中学校での授業関係・1回目）
	24日	ミーティング（今年度の事業方針の確認・2回目）
5月	7日	ミーティング（市・クリエイティブチームでの打ち合わせ）
	8日	ふるさと財団キックオフミーティング
	9日	ミーティング（日新高校での授業関係・2回目）
	26日	グッドデザイン賞エントリー
6月	4日	参加企業ミーティング
7月	1日	ミーティング（日新高校での授業関係・3回目）
	5日	地域社会共創授業（高井田中学校）
8月	6～9日	グッドデザイン賞2次審査
	28～30日	ふるさと財団現地確認（台風により延期）
9月	17日	ミーティング（大阪・関西万博関係・1回目）
10月	16日	グッドデザイン賞受賞発表、各種プレスリリース発出
	16日	ウェブサイトリニューアル
11月	5日	グッドデザイン賞受賞祝賀会出席
	11～12日	ふるさと財団現地確認（台風により延期）、ミーティング（今後の事業推進について・1回目、
	21日	大阪・関西万博関係・2回目）
	28日	ミーティング（今後の事業推進について・2回目） 地域社会共創授業（日新高校）
12月	5日	ミーティング（POP-UP 出展関係）
	10日	ミーティング（大阪・関西万博関係・3回目）
	25日	中小機構・大阪デザインセンター訪問（支援施策の情報収集）
	25日	せんだいメディアテークミュージアムショップでのPOP-UP 出展（株式会社文殊）
	(～1ヶ月)	
1月	27日	地域再生マネージャー事業報告会
2月	5、12日	ワークショップ開催

## 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

- 万博出展によるブランド価値の向上とシビックプライドの醸成（東大阪のモノづくりにあるクリエイティビティを国内外に発信）
- 地域ブランドと認知度向上のための更なるプロモーション
- 「地域社会共創授業」の継続（未来の人材育成）
- 企業の状況、商材に応じた販売戦略の策定と実践サポート  
商工会議所など連携支援機関が実施する商談会企画や市と協定を結ぶ大手商社の紹介等を通じて、販路開拓・拡大に資する機会を提供
- 商談や展示会の際に役立つ営業力を磨く勉強会の開催
- 本プロジェクトの成果の見える化・周知活動  
（市関連イベントでの情報発信、市役所1階ロビーでの展示、ウェブ・SNSでの発信、他部署との連携等）
- 本プロジェクト参画企業のノウハウや知見の共有化のため、市内企業のワークショップ等で活用できるフォーマットの制作

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 5 外部専門家

### a 外部専門家の役割

- (1) **プロジェクトおよび製品のプロモーション**
  - ・デザインプロジェクトのプロモーション
  - ・製品のプロモーション
  
- (2) **人材育成**
  - ・参加企業担当者への指導
  - ・職業アイデンティティ、モノづくり人材の育成（中学校・高校での地域社会共創授業）
  - ・後続企業の育成（企業向けワークショップ）
  
- (3) **コンテンツ制作・デザイン監理**
  - ・ウェブサイト  
（テキストコンテンツ執筆、グラフィック制作、コーディングや英訳の制作統括 etc.）
  - ・パンフレット
  - ・グッドデザイン賞 登録コンテンツ・受賞展コンテンツ  
（テキストコンテンツ執筆、審査用パネル制作、審査用動画プログラム etc.）
  - ・プレスリリース コンテンツ  
（テキストコンテンツ執筆、画像制作とアップロード メディア登録 etc.）
  - ・企業のポップアップ出展パネルデータ
  - ・他事業動画の制作に使用するコンテンツ
  
- (4) **対外事業の進行・折衝・統括**
  - ・取材対応
  - ・展示会出展の進行・折衝・統括
  - ・万博関連など他事業への対外対応 etc.
  
- (5) **プロジェクト内への共有・確認・統括**
  - ・グッドデザイン賞受賞に伴うプロジェクトメンバーの体験創出プロデュース
  - ・各種情報・コンテンツの共有・確認・統括
  - ・展示会出展、万博関連などの共有・確認・統括 etc.
  
- (6) **東大阪市への提言**
  - ・プロジェクトの中長期計画の提言
  - ・モノづくり企業への指導に関する提言
  - ・デザインおよびPRに関する指導 etc.

## b コメント



## ～「モノづくりのまち東大阪」が デザインと創る未来～

有限会社ヒラカワデザインスタジオ  
代表取締役・デザイナー 平川 真紀

### 事業概要と地域の抱える課題

東大阪市は、約5,500もの事業所が集積する世界でも屈指の「モノづくりのまち」として知られる。経営を安定するために新事業の創出を望む経営者も多いが、そのためのリソースは社内にはない場合が多い。また、単体の素材や加工しか扱ったことのない企業の自前の技術のみでの新製品の創出は困難を極める。このような現状を踏まえ、地域ブランド創出を目指し東大阪市と立ち上げたパイロット事業が「HIGASHIOSAKA FACTORies」である。企業がデザイナーとの協業により新事業や新製品開発を推進する。そのプロセスは参加者全員による共創の場となり、シビックプライドの醸成へと繋がっている。

### 課題に対してのアプローチ

プロジェクトにて誕生した付加価値の高い新製品は、ストーリーと共に東大阪の技術力やクリエイティビティを表現するコンテンツの役割も果たしている。継続することで企業間の横のつながりも生まれ、地域の多様なステークホルダーとの共創も広がっている。

専門性の高いクリエイティブチームがプロジェクト全体の企画、運営、進行管理、PRなどを担い、美しく効果的に伝えるコンテンツ制作を行っていることで、独自のブランド価値の創出を叶えている。

今年度は更なる認知度向上のため、グッドデザイン賞に挑戦し「地域の取り組み・活動」の категорияで受賞が叶った。また、第二期参加の企業も製品分野での受賞が叶った。

関係人口の増加のため、小学生への職業啓蒙教材の配布に加え、「地域社会共創授業」と名付けたプログラムを開発、中学校と高校にて実施した。東大阪市の産業の歴史やクリエイティビティ、デザインの役割などの講義は各学校関係者や生徒から高い評価を得た。

### 取り組みを通じて得られた成果

#### 1. HIGASHIOSAKA FACTORies グッドデザイン賞受賞

カテゴリー：地域の取り組み・活動 「地域ブランド創出とシビックプライド醸成」

受賞および受賞展出展は全国区へのプロモーション強化とブランド価値向上に繋がった。授賞式への参加は関係者のプライド創出の機会となった。

#### 2. BAGSBAG（株式会社文殊×小関 隆一）グッドデザイン賞受賞

#### 3. 「地域社会共創授業」のプログラム開発と実施

HIGASHIOSAKA FACTORies 地域社会共創授業 「東大阪市がデザインとつくる未来」

「東大阪にあるクリエイティブ精神と挑戦」 高井田中学校

「コミュニティをつくるデザインの裏側」 日新高等学校

#### 4. 企業ワークショップのプログラム開発

#### 5. 万博出展の準備

#### 6. ウェブサイトリニューアル

#### 7. パンフレット制作

上記は企業・行政・デザインによる共創による成果である。「行政がデザインと目指す未来」を体現するプロジェクトとして、地域社会に役立つ取組みになるよう学びを広げていきたい。

北海道

函館市

北海道

小樽市

北海道

士別市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

宮城県

丸森町

山形県

庄内町

茨城県

銚田市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

岐阜県

美濃加茂市

大阪府

東大阪市

兵庫県

豊岡市

兵庫県

朝来市

山口県

萩市

香川県

高松市

福岡県

川崎町

宮城県

木城町

## 事業概要

総事業費	3,239千円	補助金額	2,159千円
外部専門家	佐伯 亮太 (合同会社 Roof 共同代表)		

## 自治体概要

人	□	76,574人 (住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日)
面積		697.55 km <sup>2</sup>
標準財政規模		27,501 百万円 (令和4年度市町村別決算状況調)
財政力指数		0.38 (令和4年度市町村別決算状況調)
担当課室		くらし創造部 地域づくり課 移住定住・若者係

## 取組概要

## 事業開始時点

- 若者がつながる場所がない
- やりたいことはあるけど発信する場がない
- 憧れるロールモデルがない

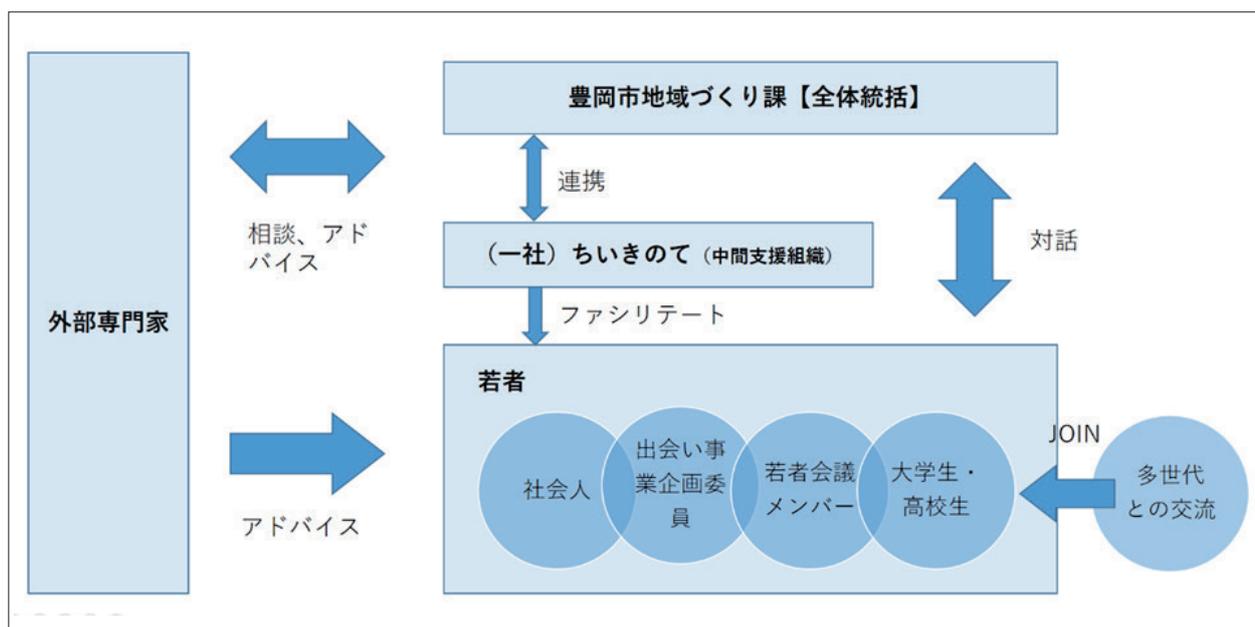
## 外部専門家による支援

- WSでのファシリテート
- 事業全体の統括
- 知識の提供
- アイデアのブラッシュアップ

## 事業終了時点(成果)

- WSで出たアイデアを実現
- 若者交流イベントの開催
- 居場所づくり拠点の決定

## 事業実施体制図



## 1 事業の背景と目的

### a 事業の背景

豊岡市は兵庫県の北東部に位置し、北は日本海、東は京都府に接し、日本一の生産量を誇る鞆産業、城崎温泉、竹野浜海水浴場、神鍋高原スキー場、出石城下町、たんとう花公園など、6つのエリアに個性豊かな地域資源が存在する。

人里でコウノトリの野生復帰を目指す世界的にも例がない壮大な取組みが行われており、2005年に国指定の特別天然記念物コウノトリが放鳥され、現在では約300羽が日本の大空を悠然と舞っている。

まちづくりのコンセプトを「小さな世界都市—Local & Global City—」としており、「小さな」を「Local」と訳し、豊岡というローカルに深く根ざしながら世界で輝くコンテンツが多種多様に存在する地方を目指している。

そのために、まちの面白い人たちと一緒に「演劇を用いたまちづくり」や「生きものを育む農法」など、様々な取組みを行っている。

### b 事業の目的

豊岡市では、地方創生＝人口減少対策として捉え、その主な要因の一つとして若者の転出超過を挙げている。その課題解消の取組みとして、「若者の居場所づくり事業」を実施している。

上記事業により、若者同士が出会い交流する場や機会を創出することで、「Uターンしたら出会いがない」「地方移住には興味があるが知り合いがない」という不安を取り除き、結果としてU I ターン者や関係人口増加につながることで、若者に選ばれるまちとなることを目指す。

活動の様子やイベント告知はSNSで広く発信することで、「若者が自分たちの手で居場所を作っている」「豊岡にはつながる場所がある」ということを認知してもらい、若者が伸びやかに活動できる風土を醸成し、U I ターン・関係人口増加、若者の定着率の向上につなげていくことをねらいとする。

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
銚田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 2 事業実施内容と主な成果

### a ワークショップアイデアの実現

高校生～社会人が集まるワークショップを計4回開催し、はじめはまち歩きワークショップからスタートし、地域を知ることが目的とした。2回目以降はまちの空きスペース活用方法や、やってみたいことなどのアイデアを出し合いブラッシュアップを行うワークショップを開催した。若者の情報発信する場を作りたいというアイデアから、駅通り商店街で利用されている屋外掲示板の可能性に着目、自分たちの手で一から掲示板のリメイクを行う「まちの掲示板プロジェクト」を実装。

また、「夜になるとまちが暗い、ライトアップなどで明るい雰囲気にしたい」というアイデアから生まれたイルミネーション企画では、空きスペースとなっている駅前の芝生広場を有効活用し人を呼び込むため、まちに人が増えるタイミングである年末から1月末までの間イルミネーションの点灯を行った。2025年は市制20周年という節目であることや、20代の若者を応援する意味を込めた「TOYOOKA20」の文字をライトアップし、フォトスポットとして賑わいを見せた。



【掲示板デザイン案】



【掲示板プロジェクトコアメンバーたち】



【イルミネーション企画】



【イルミネーション作業の様子】

## b 若者交流イベントの開催

2度の交流イベントを開催。1回目は芝生広場を活用し、鍋を囲みながら居場所づくりについて語り合う「おでんを囲む会」を実施した。空きスペースとなっている芝生広場の利活用について今後のイメージを膨らませることが出来た。

2回目は市内の独身男女をターゲットにマッチングイベント「Let's make friends」を開催。



【10/30開催「おでんを囲む会」のチラシと当日の様子】



【12/15開催「Let's make friends」のチラシと当日の様子】

## c 空き家物件を活用した拠点整備1か所

豊岡演劇祭で事務所として使用されているフェスティバルセンターを演劇祭での使用期間以外を有効活用して拠点とするため2024年11月1日付で賃貸契約を締結。

当該物件を選んだ理由は、物件を使用している演劇祭事務局が、期間中以外の利用について課題を感じており、活用方法を模索していた点、及び大学生が演劇祭の実習で頻りに訪れる施設であり、学生にとって馴染みが深いという点が、若者事業とマッチすると考えたからである。

学生によるDIYで拠点の利便性や立ち寄りやすい雰囲気高めるリフォームを実現しつつ、サテライトゼミとしても活用することで、大学生と地域との接点となり多世代交流が生まれることを期待する。



【拠点物件での打ち合わせ】

北海道

函館市

北海道

小樽市

北海道

士別市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

宮城県

丸森町

山形県

庄内町

茨城県

鉾田市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

岐阜県

美濃加茂市

大阪府

東大阪市

兵庫県

豊岡市

兵庫県

朝来市

山口県

萩市

香川県

高松市

福岡県

川崎町

宮城県

木城町

### 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	16日 23日	コアメンバーオンラインミーティング 関係者キックオフミーティング
5月	1日	ワークショップ開催（居場所づくり、拠点探し 1回目）
6月	1日 16日	ワークショップ開催（アイデア出し、2回目） ワークショップ開催（ブラッシュアップ、交流イベント企画）
7月	2日	コアメンバーオンラインミーティング（8月活動内容について）
8月	2日 8日 9日	コアメンバーオンラインミーティング（WSの内容協議） ワークショップ開催（掲示板プロジェクト 4回目） ※8日、9日はふるさと財団視察
9月	12日	コアメンバーオンラインミーティング（交流イベント企画）
10月	30日	交流イベント「おでんを囲む会」開催
11月	6日	京都府舞鶴市視察
12月	15日 29日	交流イベント「Let's make friends」開催 芝生広場イルミネーション企画開催（12/29～）
1月	27日	マネージャー事業報告会
2月	5日 16日	ネイチャースタジオ、東遊園地（いずれも神戸市） 対応者：株式会社村上工務店、有限会社リバーワークス スキー交流会

### 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

下半期は学生の参加率が低下したため、プロジェクトの進捗に影響を及ぼしたことが課題である。来年度は社会人メンバーを主としたプロジェクトを実装するなど、学生のスケジュールに左右されない体制づくりを行う。

交流イベントでは「何の集まりか分かりづらい」という声が聞かれたため、SNS運用やイベント時に使用するのぼりなどを作成し、本事業の認知度を上げることで、より多くの若者の参画を促す。

### 5 外部専門家

#### a 外部専門家の役割

##### (1) 全体統括

豊岡市地域づくり課や中間支援組織「(一社)ちいきのて」に事業の進め方についてアドバイスをを行い、ともに本事業の全体統括を行う。

##### (2) 知識提供

全国の若者会議や若者政策など、若者が主体的なまちづくりを行う先進事例を紹介する。  
また、建築やデザインの知識もあるため、居場所の空間デザインなどのアドバイスも行う。

##### (3) 技術提供

理事として所属している NPO 法人でのアップサイクル事業を活用して、具体的な家具のリメイクや運営の手法についてのアドバイスを行う。

##### (4) ファシリテート

若者同士のワークショップは「(一社)ちいきのて」が担当するが、行政や多世代も含めた集まりにおいては、必要に応じてファシリテート役も担当する。

## b コメント



## ～小さな実験の先にある未来の シビックプライドにむけて～

合同会社 Roof 共同代表 佐伯 亮 太

「豊岡で若者会議をやってるけどなんだかうまくいかない」そんな相談があったのは、2023年春でした。昨今「若者の声を聞く」のは、まちづくりにおいて一つの大切な視点となっています。しかし、その聞き方はどうでしょうか。ただ若者を集めてワークショップをやったり、いくつかの学校から代表者を集めて意見を述べてもらうようなやり方になっていないでしょうか。果たしてそれはリアルな若者の声なののでしょうか。

兵庫県豊岡市は2005年に1市5町が合併した兵庫県で一番広い面積の自治体です。数年前まで市内に大学は無く、地元で生まれ育った者にとって大学に行くことはすなわちふるさとから外に出ていくということでした。未だにそのカルチャーは根強く残っているものの、「飛んでるローカル豊岡」のキャッチコピーを旗印に、例えば地域おこし協力隊やI Jターンの移住者が増加傾向にあります。もともと地元で生まれ育ったものは市外へ出ていき、市外から豊岡の魅力に気づいた方がやってくる。そんな流れが続いているまちのように思います。

そんなまちで「若者の声」は具体的に誰にどんなふうに聞けば良いのでしょうか。事業のはじまりは、まず若者が自分たちのことを語れる場をつくることからはじめました。性別も立場も異なる若者10数名の集まりから始まりました。簡単な問いを投げかけつつ、豊岡でのリアルな暮らしから紡がれる言葉を拾っていきました。すると、「身の丈にあった幸せ」や「憧れるロールモデル」といった言葉がぼつりぼつりと出てきました。よくよく耳を傾けると、大学生、地域おこし協力隊、移住者、地元で生まれ育った者など、同じ「若者」でもその想いは違っているように感じました。

2024年度は芸術文化観光専門職大学の学生が中心な役割を担ってくれました。兵庫県但馬地域初の4年制高等教育機関として2021年4月に開学した芸術文化観光専門職大学には全国から学生が来ています。ただ学生たちのまちなかでの活動はまだまだこれからであり、そうした大学のニーズとこの事業は相性が良く、学生を中心にまち歩きや作戦会議を繰り返し、若者の居場所づくり、繋がりづくりを進めました。結果的にゲリラ的な開催になった芝生広場での鍋パーティーは、豊岡の屋外空間の使い方として示唆に富むものでした。派手ではないけど、着実に変化が起きていく様子がこの事業に関わる多くの人を勇気づけています。

今回の事業では、「若者の居場所づくり」をテーマに掲げました。広大な面積かつ高齢化率の高い豊岡市で、若者に向けた事業はいわばマイノリティに向けた事業です。多種多様な若者がいる中で、それぞれの声を聴き、このまちに必要な風景を妄想し、自分たちで小さく実装してみる。こうした少数派の取組を繰り返すことがこのまちの未来のシビックプライドを創っていくように感じています。私も生まれ育ったふるさと『豊岡市』に外部専門家として関わられることを幸せに感じながら、これからも若者の声に耳を傾け続けたいと思います。

北海道

函館市

北海道

小樽市

北海道

士別市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

宮城県

丸森町

山形県

庄内町

茨城県

鉾田市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

岐阜県

美濃加茂市

大阪府

東大阪市

兵庫県

豊岡市

兵庫県

朝来市

山口県

萩市

香川県

高松市

福岡県

川崎町

宮城県

木城町

## 事業概要

総事業費	5,070 千円	補助金額	3,380 千円
外部専門家	藤村 雄志 (G&C コンサルティング株式会社 代表取締役)		

## 自治体概要

人口	28,239 人 (住民基本台帳登録人口：令和 6 年 1 月 1 日)
面積	403.06 km <sup>2</sup>
標準財政規模	12,342 百万円 (令和 4 年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.39 (令和 4 年度市町村別決算状況調)
担当課室	生野支所

## 取組概要

### 事業開始時点

- 人口減少や高齢化等の加速、空き家の増加等、地域の活力が低下
- 歴史観光 3 施設の今後の運営への危機感

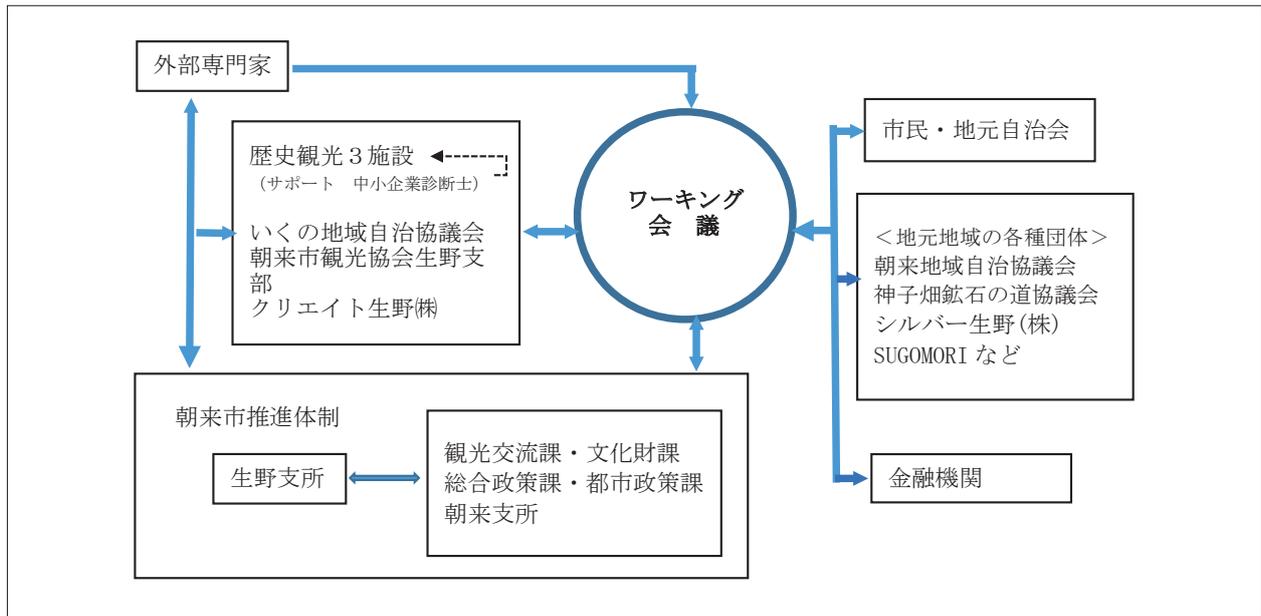
### 外部専門家による支援

- 経営視点の醸成の指導助言
- 中間管理組織の体制づくりに係る指導助言
- 外部人材や外部企業誘致の活用についての指導助言
- 地域理解を円滑に進めるための方策を指導助言

### 事業終了時点(成果)

- 「自治体主導」から「自治体と民間との協働」事業へ
- コアメンバーから事業推進のための積極的な関与の表明

## 事業実施体制図



## 1 事業の背景と目的

## a 事業の背景

朝来市生野町は、兵庫県のほぼ中央に位置し、周囲を山々に囲まれ、日本海と瀬戸内海の分水嶺にある。町の発展を支えてきた生野鉱山は、かつて「佐渡の金、生野の銀」といわれ、昭和48年（1973）の鉱山の閉山まで、国内有数の大鉱山として繁栄した。しかし、鉱山の閉山、その後の企業の撤退等により、昭和50年（1975）6,658人、平成2年（1990）5,699人、平成17年（2005）4,716人、令和5年（2023）12月末現在3,131人と人口減少が進んでおり、地域の衰退が懸念されている。

生野町は、鉱業の発展に伴い、鉱山、工場、輸送路、住宅などが一体的に開発され、鉱山町独特のまち並みを形成している。又、日本の近代化の礎となった産業遺産により、平成26年に国の重要文化的景観の指定をはじめ、平成29年には日本遺産の認定を受け、近代化産業遺産を観光資源として地域活性化に取り組んでいる。

中でも、生野町口銀谷地区の歴史観光3施設（井筒屋、浅田邸、甲社宅）は、生野の町屋の伝統を色濃く残す施設として再生され、歴史観光の拠点施設として運営されている。しかし、運営・活動内容の固定化に加えメンバーの高齢化が進み、施設運営が困難になってきていることから、今後の施設運営や活性化に向け、新たな利活用方法や組織体制の構築が必要となっている。

この喫緊の課題を解決していくため、外部専門家による助言を受け、今後の方向性の検討が必要であると判断し、令和5年度に外部専門家短期派遣事業を活用した。この事業における助言や提言を踏まえ、現状の課題整理や今後の具体的な取り組みを進めるため、令和6年度から「ふるさと再生事業」により、歴史観光3施設を中心とした生野町口銀谷地域の持続可能な地域経営の構築を目指す。

## b 事業の目的

朝来市のまちづくりの指針となる第3次総合計画では、すべての分野のまちづくりにおいて、将来推計人口を踏まえながら持続可能性の視点を持ち、未来を見据えて取り組んでいくこと、まちづくりを進めていく上でのプロセスとして、市民と情報を共有し、対話を通して市民の共感を得ながらまちづくりを進めていくことが大切であると記されている。

人口減少や高齢化等により急速に地域活力が低下してきている中、生野地域において活力あるまちづくりのため、特に持続可能な地域運営が困難な状況が予想される生野歴史観光施設に焦点を当てた活性化に取り組み、関係人口と地域経済循環の創出を図る。

北海道

函館市

北海道

小樽市

北海道

士別市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

宮城県

丸森町

山形県

庄内町

茨城県

鉾田市

千葉県

銚子市

富山県

富山市

岐阜県

美濃加茂市

大阪府

東大阪市

兵庫県

豊岡市

兵庫県

朝来市

山口県

萩市

香川県

高松市

福岡県

川崎町

宮城県

木城町

## 2 事業実施内容と主な成果

### a シンポジウムの開催

有識者による講演や参加者による意見交換を実施した。生野地域の歴史や文化を生かした未来を描く必要性を再認識する機会となった。

### b ワークショップ及び成果発表会の開催

各回テーマを設定、有識者を招聘し、ワークショップを開催。生野地域の課題の共有と分散型ホテルの可能性について学びながら、事業の推進に向けた地域全体の機運醸成を図った。

### c 先進地視察

生野地域の目指す方向性の参考となる地域（奈良県五條市）への視察の実施。エリアビジョンやエリアマネジメント組織の重要性等を認識した。

シンポジウムと3回のワークショップ、先進地視察を通じて、民間参加者の事業に対する理解と、事業参画に対する意識が醸成された。その結果、参加者の中から事業を推進するコアメンバーが生まれ、自治体と民間とが協働して推進する事業へと化した。

### d 施設の経営分析

生野歴史観光三施設の過去5年間の事業報告書の分析と、現地での経営状況のヒアリングを通じて、各施設の課題を整理し、今後の経営の方向性や事業戦略の基礎データとした。

### e 地域課題の分析・把握

SWOT分析を行い、地域の強み・弱み、強化する領域、外部環境等を分析し、地域の課題等を把握した。

f 市場調査

日本の今後の人口動態と、朝来市の人口動態の分析を行った。また、国内における外国人居住人口の予測やインバウンド観光人口の予測も実施した。

経営分析と市場調査結果の共有を通して、コアメンバーが指定管理料に依存する3施設の経営課題と、宿泊を伴う観光客誘客の重要性を認識し、分散型宿泊を核とした事業推進への積極的な関与を表明いただいた。



令和7年1月4日 神戸新聞

**朝来**  
**生野地域の活性化を**  
**市や住民団体、取り組み報告**

朝来市の生野地域で取り組まれている「未来につながる生野町」事業で、2024年度の取り組み発表会が、生野マインホール(同市生野町口横谷)で開かれた。地域活性化の軸を観光にする方向性などを確認した。12月18日の発表会には、先導地の奈良県五條市を視察した。10月には先進地の生野町を視察し、関係者が成果を共有した。

生野地区の閉山などが影響し、人口減少や高齢化の進行で危惧している地域の活力を取り戻すことが狙い。同市生野支所を中心に地域団体などと協力して24年度に取組むことを決めた。

5月のシンポジウムで講演を聴き、「インバウンド(訪日客)を重視し、宿泊を伴う観光誘致が重要」などの今後の方針を確認。その後3回のワークショップ(W3)では先進地での取り組み事例などを聞き、意見交換した。10月には先進地の奈良県五條市を視察した。

12月18日の発表会には、市観光協会や生野の住民団体の代表、生野高校生ら約20人が参加。郡道府県や政令指定都市が出展した「地域総合振興財団(通称・ふるさと財団)」の地域再生マネージャーで、同事業の管理、運営に協力する藤村雄志さんがこれまでの経緯を説明。シンポジウムなどに出席した参加者らが感想を述べた。

25年度以降は、生野地域でのまちづくりの方針や、空き家のリストアップと活用方法などを検討していくという。(小日向務)

- 北海道 北見市
- 北海道 小樽市
- 北海道 北見市
- 北海道 北見市
- 北海道 北見市
- 宮城県 宮城郡 丸森町
- 宮城県 山形市
- 茨城県 茨城県 茨城町
- 千葉県 千葉市
- 富山県 富山県 富山町
- 岐阜県 岐阜市
- 大阪府 大阪府 大阪市
- 兵庫県 兵庫県 豊岡市
- 兵庫県 兵庫県 朝来市
- 山口県 山口県 山口市
- 香川県 香川県 高松市
- 福岡県 福岡県 福岡市
- 宮崎県 宮崎県 宮崎市

### 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	17日 25日	関係者ミーティング（事業内容） ふるさと財団キックオフミーティング
5月	21日 28日	個別面談及び関係者ミーティング（シンポジウム） シンポジウムの開催
6月	21日 25日	関係者ミーティング（ワークショップ） 高校生へのオンラインセミナー
7月	8日 10日	関係者ミーティング（ワークショップ、視察） 第1回ワークショップの開催
8月	29日	関係者ミーティング（ワークショップ、視察）
9月	5～6日 11日 11～12日 25日	個別面談（WEB） 第2回ワークショップの開催 ふるさと財団現地視察 関係者ミーティング（事業進捗確認及び見直し、視察）
10月	4日 24～25日	関係者ミーティング（事業進捗確認及び見直し） 先進地視察（奈良県五條市）
11月	13日	第3回ワークショップの開催 関係者ミーティング（成果発表会、次年度事業計画）
12月	16日 18日	関係者ミーティング（成果発表会、次年度事業計画） 成果発表会 関係者ミーティング（事業の振り返り、事業報告会）
1月	20日 27日	関係者ミーティング（事業報告会） 事業報告会

### 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

- ・生野地域に必要な産業・店舗等を明確化させるため、ワークショップ等を通じて事業推進の指針となるエリアビジョンを策定し、地域住民や関係者への共有を図る。
- ・エリアビジョンに合致・呼応する外部事業者・移住希望者等に、生野地域のビジョン・事業を認知し、事業参画を検討してもらうために、HP等を活用した情報発信等の取り組みを検討・構築し実施する。
- ・自治体主導ではなく、意欲の高いコアメンバー主導で、エリアビジョン策定や、域外人材を巻き込むための取組の検討・実施、また、事業を運営する組織の検討といった来年度事業を推進する。

### 5 外部専門家

#### a 外部専門家の役割

- ① 経営視点の醸成
- ② 3施設のマネジメントを行う組織への合意形成
- ③ まちづくり会社の仕組みづくり
- ④ 経営シミュレーション
- ⑤ 外部人材・企業の誘致
- ⑥ 地元地域の理解

## b コメント



## ～鉾山町の未来を見据えた 地域主体のまちづくり～

G&C コンサルティング株式会社  
代表取締役 藤村 雄志

本プロジェクトでは、鉾山町・生野地区の未来を考えるにあたり、単なる現状分析にとどまらず、まちの歴史やこれまでのまちづくりの歩みを共有し、その流れを踏まえて未来を構想することを重視した。目的としては、これまで行政主導で進められてきたまちづくりに対して、地域事業者が主体的に関与する民間主導の機運を醸成することを掲げており、事業を終えてみて、地域の自立的な発展を促す意義のある取り組みになったと言える。

プロジェクトの初動として実施したシンポジウムでは、日本や世界の人口動態の変化が地域に与える影響について、具体的なデータを用いながら共有した。また、人口減少局面にある日本において、特に生野地区のような地域がインバウンド観光客をどのように取り込むかという課題についても議論が行われた。このように、地域の現状を俯瞰しながら、将来的な可能性について多角的な視点で考察を深めたことは、地域の持続的発展を考えるうえで重要なアプローチである。

その後の3回のワークショップと、奈良県五條市への視察では、他地域の先進事例を学び、それを生野地区にどのように活かすかという観点で議論が重ねられた。この過程を通じて、参加者が受け身ではなく「自分事」として地域の課題を捉え始めた点は、プロジェクトの大きな成果の一つと言える。特に、最終的な成果発表会において、参加者が自らの言葉で地域への想いや今後のプロジェクトへの参画を表明したことは、主体的な地域づくりの機運が高まったことを示している。

来年度以降は、このプロジェクトを通じて形成されたコアメンバーを中心に、改めて生野地域が目指すビジョンを確立・共有し、持続的な運営のための組織の在り方を検討しながらプロジェクトを進める方針である。こうした地域主体の動きが定着することで、持続可能なまちづくりの基盤が形成されることが期待される。

最後に、本プロジェクトの意義を象徴するエピソードを一つ紹介すると、これまで行政や移住者の取り組みに対して、必ずしも協力的ではなかったという方がいる。ただし、本プロジェクトを通じて出会った事例や仲間感動し、「これからはできることをやっていきたいし、本プロジェクトも推進してほしい」と述べられた。このような意識の変化は、単なる政策や計画では生み出しにくいものであり、対話と共創の積み重ねがもたらした成果であると言える。

今年度は、行政主導のまちづくりから地域主体のまちづくりへの移行を促す重要な一歩となった。今後、この動きをどのように継続・発展させるかが鍵となるが、すでに地域内に主体的な担い手が生まれ始めている点は大きな強みである。引き続き、地域住民や民間事業者が主体的に関わる仕組みを構築しながら、持続可能なまちづくりに向けた取り組みを進めていく。

北海道市

北海道市

北海道市

北海道市

宮城県市

宮城県市

山形県市

茨城県市

千葉県市

富山県市

岐阜県市

大阪府市

兵庫県市

兵庫県市

山口県市

香川県市

福岡県市

宮城県市

2-15

山口県萩市

【「食べたい 行きたい 旬の地魚がおいしいまち・萩」推進事業】

## 事業概要

総事業費	2,059千円	補助金額	1,372千円
外部専門家	渡邊 瑛之（東京都漁業協同組合連合会 販売課長・津本式3つ星公認技師）		

## 自治体概要

人	□	42,709人（住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日）
面	積	698.31 km <sup>2</sup>
標準財政規模		17,345百万円（令和4年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.32（令和4年度市町村別決算状況調）
担当課室		農林水産部 水産課

## 取組概要

## 事業開始時点

- 漁業就業者、漁獲量、水揚高すべてが過去と比べ半分程度まで減少。  
〔漁業就業者〕  
H10：1,629人→H30：729人  
〔漁獲量〕  
H18：10,648トン→R5：5,699トン  
〔水揚高〕  
H18：5,794百万円→R5：2,966百万円

## 外部専門家による支援

- 地元漁業者や仲買人等に対する活締め出荷の長所や魚の取扱時の注意点などの講義。
- 漁協や卸売市場等での実技指導。
- 出荷された活メラベル鮮魚の着荷状態の確認、評価。
- 漁業者や仲買人への品質改善に向けたフィードバック。
- 萩産鮮魚の販路拡大への指導。

## 事業終了時点（成果）

- 活締め技術を習得したことで、鮮度による他地域との差別化を進めることが出来た。
- 「シマフグ」の水揚量・キロ単価・漁獲高全てが前年に比べ増加した。（※数字は同月（11月）での比較）  
〔水揚量〕  
R5：361kg→R6：928kg  
〔キロ単価〕  
R5：406円→R6：599円  
〔漁獲高〕  
R5：147千円→R6：556千円



活メラベル講習会（座学）

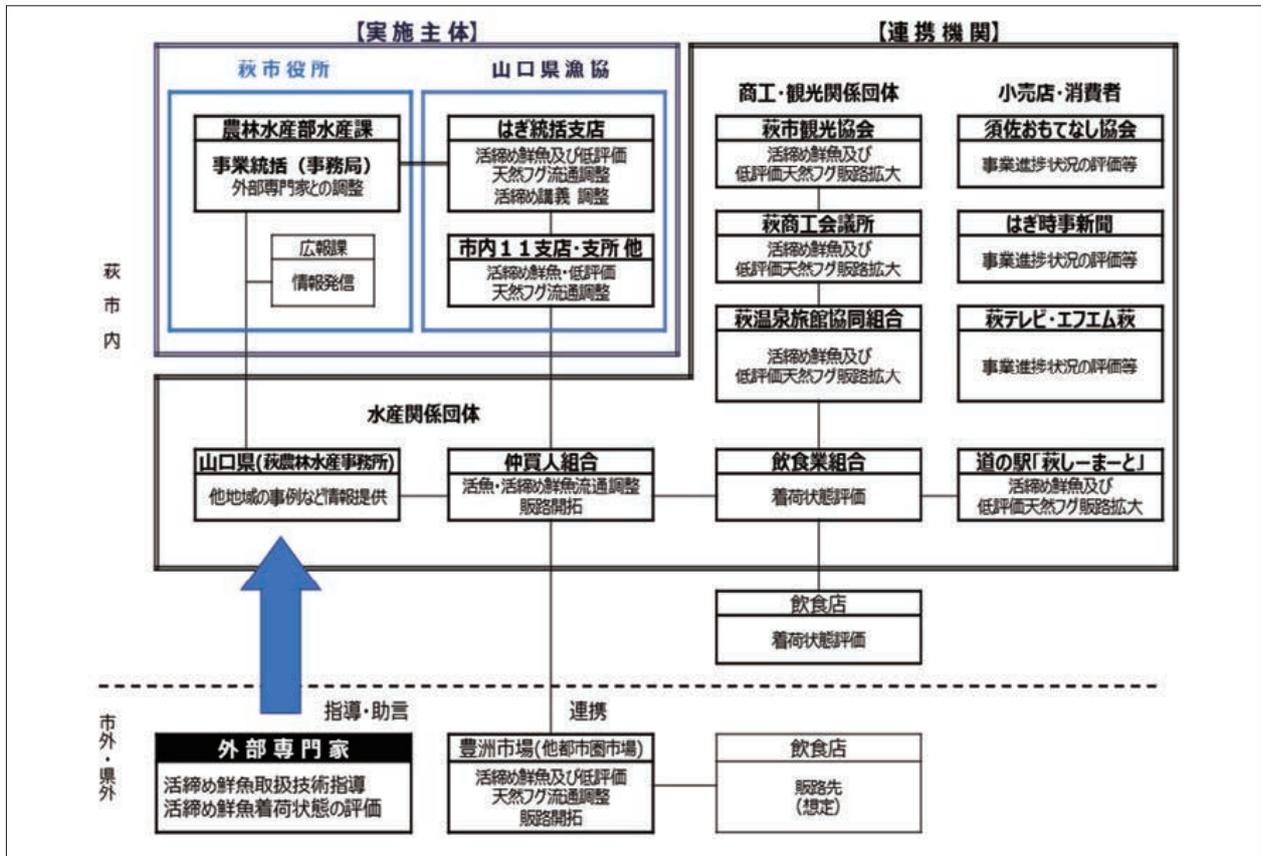


活メラベル講習会（実技指導）



シマフグを使った料理

事業実施体制図



1 事業の背景と目的

a 事業の背景

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

また、第一次産業の就業者数や生産額のウェイトも高く、山口県漁協全体の取扱額の約3割を占める県下有数の水産地域であるが、漁業就業者、水揚げ、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

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は、水産振興の中心的な位置づけと言える。

本事業の目的は、令和5年度に地域再生マネージャー事業を活用し策定したビジョン「食べたい 行きたい 旬の地魚がおいしいまち・萩」に基づいたブランド戦略による「鮮度と旬」を強みとするための活締め出荷技術と流通体制の確立及び旬の地魚の認知度向上であり、地域活力の創出を目指す「萩市総合戦略」と方向性を同じくするものである。

- 北海道 函館市
- 北海道 小樽市
- 北海道 士別市
- 北海道 寿都町
- 宮城県 栗原市
- 宮城県 丸森町
- 山形県 庄内町
- 茨城県 鉾田市
- 千葉県 銚子市
- 富山県 上市町
- 岐阜県 美濃加茂市
- 大阪府 東大阪市
- 兵庫県 豊岡市
- 兵庫県 朝来市
- 山口県 萩市
- 香川県 高松市
- 福岡県 川崎町
- 宮城県 木城町

## 2 事業実施内容と主な成果

### a 活締め出荷技術の指導

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

- ・活締め技術認定者：9名（令和7年2月27日時点）

### b 活締め鮮魚着荷状態評価の実施

地元仲買人組合、都市圏の市場関係者や飲食店等と連携し、出荷された活締め鮮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向上につなげた。

- ・活締め鮮魚取扱店満足度：平均4.1 / 5段階（令和7年2月5日時点）
- ・活メラベル新規取扱店舗：6店舗（令和7年2月5日時点）

### c 活締め処理の記録及び紹介用動画作成

活締め処理技術の確立と、「旬を通じておいしい魚を消費者に届けるため」鮮度保持に取り組む漁業者の活動の様子を紹介するための動画を制作した。

### d 活締め鮮魚等のフェアの開催

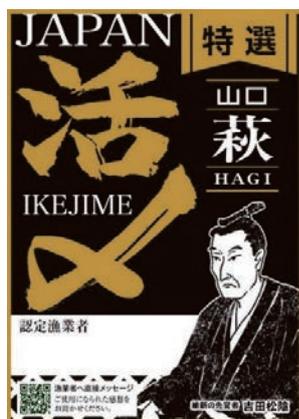
萩の魚の認知度を高めるため、商工・観光事業者等と連携し、市内外の飲食店などにより、活締め鮮魚や、低評価の天然フグのグルメフェアを開催した。

- ・11月1日～30日：萩の天然ふぐ シマフグランチ・乾杯！キャンペーン
- ・1月25日：ウェスティンホテル大阪で楽しむ山口県フェアと瀬祭ディナー

### e 商品ラベル及びチラシ作成

令和5年度に地域再生マネージャー事業により策定したブランド戦略を踏まえ、活メラベルやタグ及び活メラベルの取組や萩の魚の認知度を高めるためのグルメフェアをPRするチラシを作成した。

- ・新聞・雑誌での事業掲載：延べ14社
- ・活メラベルの作成



【特選版】



【通常版】

### f 横断的な実施体制による事業の推進

令和5年度の地域再生マネージャー事業により構築した、生産者、仲買人など水産関係者に加え、旅館や飲食店など商工・観光関係者やマスコミなど、生産から消費に関わる多様な事業者による横断的な連携による実施体制により、事業を推進した。

全体としての成果

a 評価の低い天然フグ「シマフグ」の魚価向上

キャンペーンを開催した令和6年11月のシマフグの実績は、前年同月比で、水揚量・キロ単価・漁獲高すべてで増加した。

	水揚量 (kg)	キロ単価 (kg/円)	漁獲高 (円)
令和6年11月	928	599	556,101
令和5年11月	361	406	146,650
増加率	257 %	148 %	379 %

(山口県漁協はぎ統括支店データより)

【秋の天然ふぐ シマフグランチ・乾杯！キャンペーン 内容】

**秋の天然ふぐ シマフグランチ・乾杯！**  
期間：2024年11月1日～30日

秋が深く紅葉が美しいことから、店頭で見るとはほどなくかきたシマフグですが、水揚げが増えてくる秋のシマフグは、決してトラフグやヤマフグにも負けない味。  
秋の飲食店で、昼はランチ、夜は地酒やビール等と一緒に楽しんでいただくメニューをご用意しておりますので、その味を存分にお楽しみください。

**シマフグとは？**  
秋で水揚げされるシマフグは、すべて天然のもので、主に、トラフグやヤマフグを獲る、はえ漁漁で漁獲されます。姿や身の物は他種と異なり、私達が知る頃の味は、トラフグやヤマフグにも決して負けない味という声も、多くの店舗でシマフグ料理が楽しめるのは、区内一はえ漁漁が盛んな秋だからです。

**Instagram投稿で「シマフグ高揚セット」が当たる!**  
Instagramに「#秋メニュー」の写真を「#シマフグ」「#シマフグランチ(又は#秋ランチ)」「#店舗名」を添えていただいた方から10名に「シマフグ高揚セット」をプレゼント!

**シマフグを堪能したい方にも!**  
天然シマフグと堪能れ鮮魚の海鮮丼 1,900円  
その日の朝獲れたての新鮮な魚をふんばんに乗せた海鮮丼。お楽しみ物の餅がついています。

**シマフグの香味揚げ 580円**  
シマフグを香味揚げし、天ぷら、唐揚げの海味をゴキウの食感をお楽しみいただけます。

**1** **2** **3** **4** **5** **6** **7** **8** **9**

1. 魚の旨さを活かす、シマフグの刺身  
2. シマフグの旨味を堪能した後は、シマフグランチのデザートも堪能!  
3. シマフグの旨味を堪能した後は、シマフグランチのデザートも堪能!  
4. 魚の旨さを活かす、シマフグの刺身  
5. 定番メニューにシマフグのフライを!  
6. シマフグの旨味を堪能した後は、シマフグランチのデザートも堪能!  
7. シマフグの旨味を堪能した後は、シマフグランチのデザートも堪能!  
8. シマフグの旨味を堪能した後は、シマフグランチのデザートも堪能!  
9. シマフグの旨味を堪能した後は、シマフグランチのデザートも堪能!

b 低利用魚を生かす新たな加工品開発の機運が醸成

シマフグの取組を進める中で、他の低利用魚についても活用の機運が高まってきており、元地域おこし協力隊の方からの紹介がきっかけで、地魚フィッシュカレーの開発が始まろうとしている。

c 活メラベル鮮魚の一次加工による販路開拓の開始

活締めの特長として生鮮(死→硬直→解硬までの間のこと)時間が通常より伸びる点があり、最近、現地で硬直までに急速冷凍することで、さらに生鮮時間を伸ばすことが出来ることを外部専門家から学んだ。量の確保が、活メラベル鮮魚の課題として見えてきたことから、今年度の経験を生かし、来年度から地元仲買人と連携した、活メラベル鮮魚の冷凍加工の販路拡大が始まろうとしている。

- 北海道 函館市
- 北海道 小樽市
- 北海道 士別市
- 北海道 寿都町
- 宮城県 栗原市
- 宮城県 丸森町
- 山形県 庄内町
- 茨城県 鉾田市
- 千葉県 銚子市
- 富山県 上市町
- 岐阜県 美濃加茂市
- 大阪府 東大阪市
- 兵庫県 豊岡市
- 兵庫県 朝来市
- 山口県 萩市
- 香川県 高松市
- 福岡県 川崎町
- 宮城県 木城町

### 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
5月	8～10日 29日	活メラベルに係る豊洲市場視察及び都内飲食店等へのヒアリング 「活メラベル」あまだいにかかる意見交換
6月	4日 27日	「活メラベル」あまだいにかかる意見交換 旬の地魚がおいしいまち・萩 映像制作開始
7月	22～23日	ふるさと財団現地調査
8月	26日 27日	特選活メラベル クッションシート・活メタグ協議 「活メラベル」認定講習会（上期1回目）
9月	10日	「活メラベル」認定講習会（上期2回目） シマフグ料理・企画検討会
10月	12日 14日 30日	「活メラベル」認定講習会（上期3回目） 活締め技術取得者認定審査（上期）開始 「秋の天然ふぐ シマフグランチ・乾杯！キャンペーン」お披露目会
11月	1～30日 15日 18～20日 21日 26日	萩の天然ふぐ シマフグランチ・乾杯！キャンペーン 活締め技術取得者認定審査（上期）終了 活メラベル鮮魚及び低利用魚種の販路拡大についての協議 他 活締め技術取得者認定会議 活締め技術認定証及び活メラベル授与式 「活メラベル」認定講習会（下期1回目）
12月	10日	「活メラベル」認定講習会（下期2回目）
1月	10日 21日 22日 25日	旬の地魚がおいしいまち・萩 映像完成 「活メラベル」認定講習会（下期3回目） 活締め技術取得者認定審査（下期）開始 ウェスティンホテル大阪で楽しむ山口県フェアと瀬祭ディナー
2月	14日 27日	活締め技術取得者認定審査（下期）終了 活締め技術取得者認定会議 活締め技術認定証及び活メラベル授与式

### 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

引き続き、民間団体等と協力し、令和5年度の地域再生マネージャー事業を活用して策定した、基本理念「食べたい 行きたい 旬の地魚がおいしいまち・萩」の実現に向け、5つの基本方針に基づき、事業に取り組んでいく。

### 5 外部専門家

#### a 外部専門家の役割

- (1) 活締め出荷技術の指導
  - ・地元漁業者や仲買人等に対する活締め出荷の長所や魚の取扱時の注意点などの講義の講師。
  - ・漁業や卸売市場等での実技指導者。
- (2) 活締め鮮魚着荷状態評価の実施
  - ・出荷された活魚や鮮魚の着荷状態の確認、評価。
  - ・漁業者や仲買人への品質改善に向けたフィードバック。
- (3) 萩産鮮魚の販路拡大への指導
  - ・活メラベル鮮魚及び低利用魚種の消費拡大への提案

## b コメント



## 「想いをつなぎ、未来をつくる 世界に誇る萩 HAGI の活メのはなし」

東京都漁業協同組合連合会

販売課長

津本式3つ星公認技師 渡邊 瑛之

皆さま。魚、食べますか？  
1匹買って、捌いて食卓に並べる。  
ここ1週間でやられた方、いらっしゃいますか？  
昭和までは都内でも結構普通にあった光景です。

今、世界の多くでは魚の漁獲量、消費量、輸入量が増えていること、ご存知でしたか？  
実は、魚がどんどん減っているのは日本ぐらいなんです。  
それだけでなく、日本は漁業者も減っています。  
そしてさらに、魚を食べる人も減ってるんです。

これが日本の水産業の現実です。  
その現実と向き合った時にどのようなアクションを起こすべきか。  
1匹100円の魚を100匹獲って1万円にする時代から、  
1匹1,000円の魚を10匹獲って1万円にする時代に変化していかなければなりません。  
100円から1,000円にする方法は1つではありません。  
価値を高めて値段を上げるだけでなく、高く買ってもらえるところに売ること。  
これまでのすべての工程を漁業者だけでなく、市場関係者、地域が一丸となって見直し、改善を図り、ブランディングを行うこと。  
これらを事業の目標として活動しております。

価値を上げるために、活メ技術の習得及び認定試験に合格していただくと、一定の基準をクリアした魚には「活メラベル」を貼って出荷できるようになります。  
値段も豊洲ではキロ当たり500円前後上がってきています。  
しかし所得を上げるにはまだ足りません。  
なぜなら、国内の消費需要が落ち込んでいるからです。  
全国的に3日豊漁が続くと、市場はパンクします。  
それほどにまで、国内需要が落ち込んでいるのです。  
この原稿を書いている時点で私は、販路開拓のため、バンコクにおります。  
今この瞬間も、魚の営業活動をしています。  
この原稿が届くころには、サウジ・ドバイなどの中東にいると思います。  
月の半分は、住まいのある東京以外で生活しております。

萩HAGIの魚。  
世界に誇れる日本の魚の中でもトップクラスに位置する魚。  
その魚が活メラベルです。  
萩の活メがテレビ放映された時も、料理人の方々から大反響いただきました。

さあ、次なる舞台は世界です。  
“HAGI IKEJIME”というブランド展開を、国内外問わず進めてまいります。

最後に。  
漁業者・漁協の皆さん、市場関係者の皆さん、行政の皆さん、地域の皆さん。  
皆さんに共通していることがあります。  
それは、とにかく萩が大好きだということです。  
萩という「ふるさと」を大切に思っている方々なんです。  
最高です。  
ここからが本当のスタートです。  
将来、この事業をやって良かった、萩がふるさとで良かった、世界に誇れる HAGI ってやっぱり最高だよね、  
と言っただけのように、今後とも微力ながら尽力してまいります。

それでは皆さま、日本の魚をぜひたくさん食べてください！  
本当にありがとうございました！

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 事業概要

総事業費	2,999千円	補助金額	1,999千円
外部専門家	山田 裕木（株式会社 JTB 高松支店 観光開発プロデューサー） 藤田 尚希（株式会社 JTB 総合研究所 シニアコンサルタント）		

## 自治体概要

人	□	419,739人（住民基本台帳登録人口：令和6年1月1日）
面	積	375.67 km <sup>2</sup>
標準財政規模		99,165百万円（令和4年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.79（令和4年度市町村別決算状況調）
担当課室		市場管理課 施設整備室

## 取組概要

## 事業開始時点

- 市場施設は建設から40年以上が経過し、施設の老朽化が進んでいる
- 平成27年に再整備に関する基本的事項を定めた、「高松市中央卸売市場再整備基本構想・基本計画」に基づき再整備事業が推進中
- 高松市中央卸売市場において取扱量は減少傾向
- 農林水産業の振興による地域の活性化、資源の価値を高める取組みや、就業者を増やすコンテンツの開発等が必要不可欠

## 外部専門家による支援

- 交流人口拡大に向けたポテンシャル調査：ヒアリング調査、実地調査、分析、報告書作成
- 商品開発＋販売マーケティング：商品開発、ワーキンググループ開催
- ブランディング活動：制作物作成、旅行商品造成、販促・セールス活動

## 事業終了時点(成果)

- ヒアリング・実地調査を終え、クロス分析完了
- 報告書としてまとめ、サンポート高松エリアとの交通機関/ルート検討
- 流通されづらい食材や市場の食材を活用し、4品開発
- 商品開発へむけたワーキンググループ（飲食店等）を計17回開催
- 学びのプログラム3件開発
- ロゴ、HP、冊子等、制作物を複数作成中
- 交流人口拡大に向けたポテンシャル調査の実施  
サンポートエリア:109サンプル取得  
うみまち商店街:115サンプル取得



現在の高松市中央卸売市場

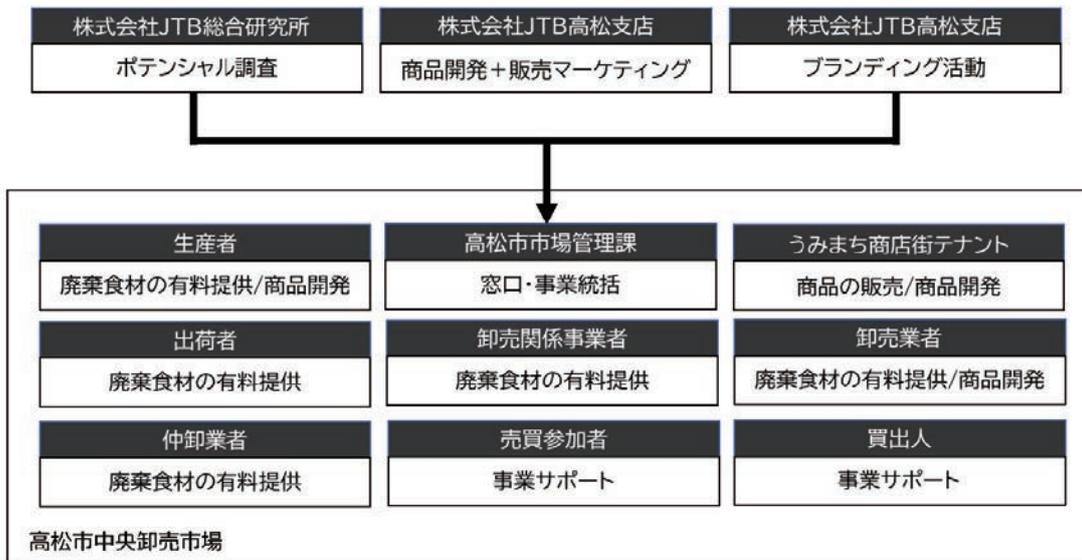


- ・ポテンシャル調査
- ・商品開発



- ・商品開発の様子
- ・開発された商品パッケージ
- ・学びプログラム（一例）

事業実施体制図



1 事業の背景と目的

a 事業の背景

高松市中央卸売市場エリアは、中心市街地に隣接する臨海部の高松市瀬戸内町に位置する施設である。JR高松駅や中央商店街など商業地域に近接しており、市中心部へ迅速に生鮮食料品を供給できる位置にあると共に、高松漁港に面しているため、漁船からの直接の入荷が可能な市場である。(R5.11.1現在：世帯数190,855 人口411,272)

市場施設は、建設から40年以上が経過し、施設の老朽化が進んでおり、平成27年に再整備に関する基本的事項を定めた、「高松市中央卸売市場再整備基本構想・基本計画」では、「瀬戸内の食の発信拠点」として、魅力と活力にあふれた機能的で持続可能な新しい市場を目指し、事業を推進している。

一方、全国的傾向として、一次産業の担い手不足や高齢化等に加え、人口減少に伴う食料消費の量的変化、消費者・実需者ニーズの多様化、生産・流通構造の変化が進行し、本市場においても、全国の卸売市場と同様に、取扱量は減少傾向にある。これらの課題を解決し、再整備後においても消費者に安全・安心・安定的な生鮮食料品を供給でき、持続可能な市場とするため、農林水産業の振興による地域の活性化、資源の価値を高める取組みや、就業者を増やすコンテンツの開発等が必要不可欠であり、本申請に至った。

b 事業の目的

「瀬戸内の食の発信拠点」として、魅力と活力にあふれた機能的で持続可能な新しい市場を目指し、どなたでも利用できる飲食店等が集まっているうみまち商店街(関連商品販売棟)を中心に、新たな店舗の誘致等を行い、36店舗のうち半数が未利用だった状態から、すべての店舗の利用を実現した。今後、更なる食の発信拠点化を推進するためには、中心市街地からの人流の確保や、利用者の滞在時間を延ばし、交流人口の拡大を図る取組みが重要であると考えている。これらを実現するため、中心市街地からの交通を強化する調査や施策の実施に加え、市場との親和性が高く、魅力ある新たなビジネスコンテンツを創出することを目的とする。

- 北海道  
函館市
- 北海道  
小樽市
- 北海道  
士別市
- 北海道  
寿都町
- 宮城県  
栗原市
- 宮城県  
丸森町
- 山形県  
庄内町
- 茨城県  
鉾田市
- 千葉県  
銚子市
- 富山県  
上市町
- 岐阜県  
美濃加茂市
- 大阪府  
東大阪市
- 兵庫県  
豊岡市
- 兵庫県  
朝来市
- 山口県  
萩市
- 香川県  
高松市
- 福岡県  
川崎町
- 宮城県  
木城町

## 2 事業実施内容と主な成果

### a 交流人口拡大に向けたポテンシャル調査

サンポート高松エリア109サンプル、うみまち商店街エリア115サンプル取得した。調査から得られた示唆として、県外からの訪問者の多くはレンタカー及び鉄道を利用しているが、利用者が求めているうみまち商店街までの交通手段は、路線バスが最多で、次点でシェアサイクルであることが把握できた。路線バス停留所については、地元交通会社等との協議の結果、令和7年2月から中央卸売市場前停留所からうみまち商店街前停留所へ変更となり、以前よりうみまち商店街へのアクセスは容易になった。シェアサイクルの整備については、今後、電動自転車の導入を予定しており、更なるアクセスの拡大を図り、うみまち商店街エリアの活性化に繋げていく。

交通ルート検討以外にも得られた示唆として、うみまち商店街の強みは「食事のおいしさ」「地域の特産物が食べられること」などを再確認した。また、観光客が旅行に求めている観光コンテンツとして、「遊覧船ツアー・離島巡り」「漁師飯」等の体験プログラムのニーズがある。サンポート高松エリアでの大学オープンやアリーナの開場などの開発が進み、今後県外からの来訪者の増加が見込まれるため、サンポート高松エリアとの住み分けを図り、誘客に繋げる必要がある。

### b 商品開発 + 販売マーケティング

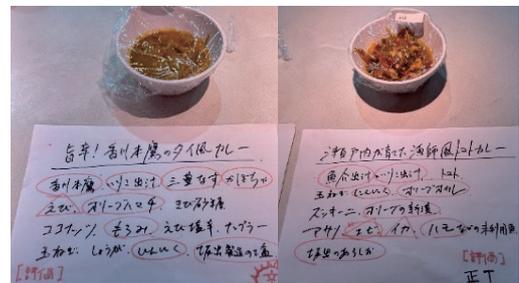
商品開発に向けたワーキンググループを計17回（個別打ち合わせは81回）開催し、4品の商品を開発した。市場で取れた流通されづらい魚（クセモノ）などを活用して「香川本鷹カレー」「瀬戸内ハモカレー」を香川大学附属高松小学校の子どもたちと協力して開発した。この商品開発の様子はサステナブルな取組みとして西日本放送で3回放送され、うみまち商店街のPRや世間へのサステナブルな意識の醸成に繋げることができた。今後はレトルトカレーとして民間主導で販売を予定している。また、地元農家と連携し、「小松菜ハイボール」「小松菜かき氷」を開発し、インフルエンサー等と連携してテスト実証を企画した。



【小松菜かき氷】



【小松菜ハイボール】



【開発した2種類のカレー】

### c ブランディング活動

地元農家らと連携し、農業や漁業見学と組み合わせた地域の取組みを通しての里海づくりや瀬戸内の魅力を発信する学びのプログラムを3件開発、レトルトカレーパッケージやロゴシールを複数種類開発、うみまち商店街での取組みや学びのプログラムをPRするための冊子を制作した。

学びのプログラムは市場で起こっていることを体験、体感できる教育旅行商品として団体向けに今後民間主導で販売していき、市場は「SDGsの学び場」としての新たなブランディングを定着させていく予定である。また、高松漁港周辺のゴミ拾いプロジェクトや地元小学生たちが高松漁港周辺を訪れ漁師、漁連、うみまち商店街の方々等との交流を通じて水産業の特色や働く人々の工夫について学ぶ調査活動をし、廃棄される魚を使った料理を試食しながら水産資源の有効活用の取組みについて学ぶプログラムを実施した。



【製作した冊子】



【ゴミ拾いプロジェクトの様子】



【ロゴシール】

### 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	2日 4日 5日 22日 23日	市場関係者・民間事業者との全体キックオフ MTG 採用予定の食材に関する MTG 高松市・外部専門家での方向性 MTG JTB 総合研究所 MTG 学びのプログラム MTG
5月	16日 20日 21日 24、27~29日	JTB 総合研究所 MTG 販売マーケティング MTG、民間関係事業者での高松港視察 学びのプログラム視察 商品開発及び学びのプログラム MTG
6月	5日 10、11日 18日 24日 27日 29日	大手自動車企業のうみまち商店街現地訪問 ポテンシャル調査及び学びのプログラム MTG 香川大学教育学部附属高松小学校体験学習 ポテンシャル調査及び学びのプログラム MTG 試食会実施 販売マーケティングイベント実施
7月	1、5、8日 12日 14、16、17日 18日 19日 20日 26、29日	商品開発及び学びのプログラム MTG レトルトカレープロジェクト事業前オリエンテーション 学びのプログラム及び JTB 総合研究所 MTG レトルトカレー小学校授業 学びのプログラムに関わる海ゴミ講座開催 サンポート高松との交通に関する民間事業者との MTG レトルトカレー試食会実施
8月	5日 13、25日 26日 27日	学びのプログラム MTG 大手自動車企業との商品開発に関わる実証実験 商品開発 MTG 学びのプログラム MTG

- 北海道 北 函 館 市
- 北海道 北 小 樽 市
- 北海道 北 士 別 市
- 北海道 北 寿 都 町
- 宮 城 県 栗 原 市
- 宮 城 県 丸 森 町
- 山 形 県 庄 内 町
- 茨 城 県 鉾 田 市
- 千 葉 県 千 鏡 子 市
- 富 山 県 上 市 町
- 岐 阜 県 美 濃 加 茂 市
- 大 阪 府 東 大 阪 市
- 兵 庫 県 豊 岡 市
- 兵 庫 県 朝 来 市
- 山 口 県 萩 市
- 香 川 県 高 松 市
- 福 岡 県 川 崎 町
- 宮 崎 県 木 城 町

月	取組実施内容	
9月	6日 10日 11、12日 17日 18日 19日	商品開発 MTG 学びのプログラム MTG 香川大学教育学部附属高松小学校とのオリエンテーション 商品開発 MTG 大手自動車企業との商品開発に関わる実証実験振り返り レトルトカレー試食会 商品開発に関わる香川大学教育学部附属高松小学校・授業
10月	11日 17日 24日 28日 31日	商品開発 MTG モビリティ戦略に関する打合せ レトルトカレー試食会（旅行会社向け80名招請） 香川大学教育学部附属高松小学校からのプレゼンテーション シェアサイクルビジネスモデルの共有、商品開発 MTG シェアサイクル事業に関する MTG
11月	15日 26、28日	学びのプログラム MTG 高松市シェアサイクル MTG
12月	5日 12日 20、23、26日	高松市・外部専門家での進捗状況に関する MTG シェアサイクル MTG 商品開発 MTG
1月	6、7日 7、8日 9、10、15日 20日 23日	香川大学教育学部附属高松小学校授業打ち合わせ 学びのプログラム MTG 商品開発 MTG 香川大学教育学部附属高松小学校・観光業に関する授業開催 学びのプログラム及び高松市シェアサイクリング MTG

#### 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

今年度の取組みで陸上における二次交通の手段は新たに整備していくことが決定したが、市場関係者の賑わいづくりへの意識の欠如、全国的な傾向として漁師などの担い手不足問題、サステナブルな意識が浸透していないこと、ポテンシャル調査の結果から、文化や自然などの体験プログラムが不足していること等の課題が挙げられる。今年度開発した商品や学びのプログラムを活用し、サステナブルな意識の醸成に繋げていく。また、商品開発を地元地域の子どもたちと協力して実施できたことは、地域を巻き込んだ取組みとして好事例であったと感じるため、引き続き継続していきたい。

交通ルートの整備により、うみまち商店街へアクセスはしやすくなる見込みではあるものの、うみまち商店街自体に観光コンテンツが不足していることにより訪れてもらえない可能性がある。うみまち商店街への人流確保を図るため、市場との親和性が高く、魅力あるコンテンツとして、チャーター船を活用したうみまち商店街から男木島・女木島などの瀬戸内の島々を巡るルート及び高松港を結ぶルートの実証実験、海業体験商品の開発及び卸売業者と協力した産直市の開催を予定している。本取組を通じて卸売業者や漁師などを巻き込んだ水産振興や賑わいづくりへの意識改革、市場の更なる活性化、海業体験利用者の海業への興味関心を持っていただくことで担い手不足問題の解消などに繋げていく。また、海上・陸上での交通連携を行うことで観光を通じて地域全体を盛り上げて、市場一帯が瀬戸内クルージングの発着拠点となり、島旅への玄関口として根付くようにする。

## 5 外部専門家

## a 外部専門家の役割

- ・観光開発プロデューサー 山田 裕木（株式会社JTB 高松支店）  
商品開発、販売マーケティング、ブランディング活動
- ・シニアコンサルタント 藤田 尚希（株式会社JTB 総合研究所）  
ヒアリング調査、実地調査、分析、報告書作成

## b コメント

## ～持続可能な市場への進化を目指した 産官学が連携した地域づくり～



株式会社JTB 高松支店 観光開発プロデューサー  
山田 裕木(写真左)

株式会社JTB 総合研究所 シニアコンサルタント  
藤田 尚希(写真右)

### ■地域の事業概要

高松市中央卸売市場エリアは、新鮮な魚介、青果、花を安定的にお届けするためにさまざまな機能があり、市場で流通に関わる人たちの昼夜を問わない活動が、私たちの暮らしを支えています。高松市中央卸売市場は今後の再開発を通じ、新たな水産物棟を中核とした観光・交流拠点・入り口としての整備を目指しており、都市機能の拠点である「サンポート高松エリア」からの人流の確保や、市場利用者を通じた交流人口の拡大を目指すことが今から必要であり、産官学が連携した地域づくりに取り組みました。

### ■地域の抱える課題及び課題に対するアプローチ

一次産業の担い手不足や高齢化等に加え、地球温暖化による農水産物の減少や魚の生育環境の変化等、今後地域が直面するあらゆる課題に対応していく必要があります。そのためには、地域や市場関係者の理解と協力の元、市場が有する価値や魅力を活用した新たなビジネスコンテンツの創出とそのための土壌づくりが必要と考え、観光を切り口に「交流人口拡大に向けた市場のポテンシャル調査」、「市場の食材を活用した商品開発」、「市場はSDGsの学び場であるという新たなブランディング」を関係する事業者とともに行いました。

### ■取組を通じて得られた成果

漁業者、農家、卸売事業者、地元のクリエイティブ会社、出版社等、様々な関係者と「市場の賑わいづくり」を共通のテーマに、約一年間具体的な活動が出来たことは、今後の再開発を見据えた交流人口拡大を推進していく上で、価値のあるものになったと考えています。特に香川大学教育学部附属高松小学校の子どもたちとの出会いは大変有意義でした。将来地域を支える地元の子どもたちと社会課題に向き合い、ともに取組みを進めていくことは、未来の地域づくり・まちづくりを考える上で、必要な要素と感じています。

観光を切り口とした持続可能な市場への進化は始まったばかりです。市場らしい観光振興への取組みが、今後全国的に待ち受ける社会課題を克服し、地域経済が純回転していくきっかけになるよう、関係する皆様とともに引き続き具体的な行動を続けてまいります。

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 事業概要

総事業費	8,131千円	補助金額	5,420千円
外部専門家	池田 浩明 (パンラボ合同会社 代表社員) 平山 哲生 (パンストック オーナーシェフ) 山本 ゆりこ (菓子・料理研究家) 納谷 新 (建築家/株式会社三六〇度 代表/追手門学院大学 教授)		

## 自治体概要

人口	15,218人 (住民基本台帳登録人口: 令和6年1月1日)
面積	36.14 km <sup>2</sup>
標準財政規模	5,269百万円 (令和4年度市町村別決算状況調)
財政力指数	0.30 (令和4年度市町村別決算状況調)
担当課室	企画情報課企画調整係

## 取組概要

### 事業開始時点

- 住民や事業者に道の駅計画が十分に認知されていない・接点がない
- 地域資源の発掘や活用が未着手
- 商品開発やブランド化のノウハウやマーケティング不足
- 農業生産者の高齢化・担い手不足・生産量の減少
- 運営体制が未確定
- 行政と生産者・加工者・企業等との連携体制が不十分

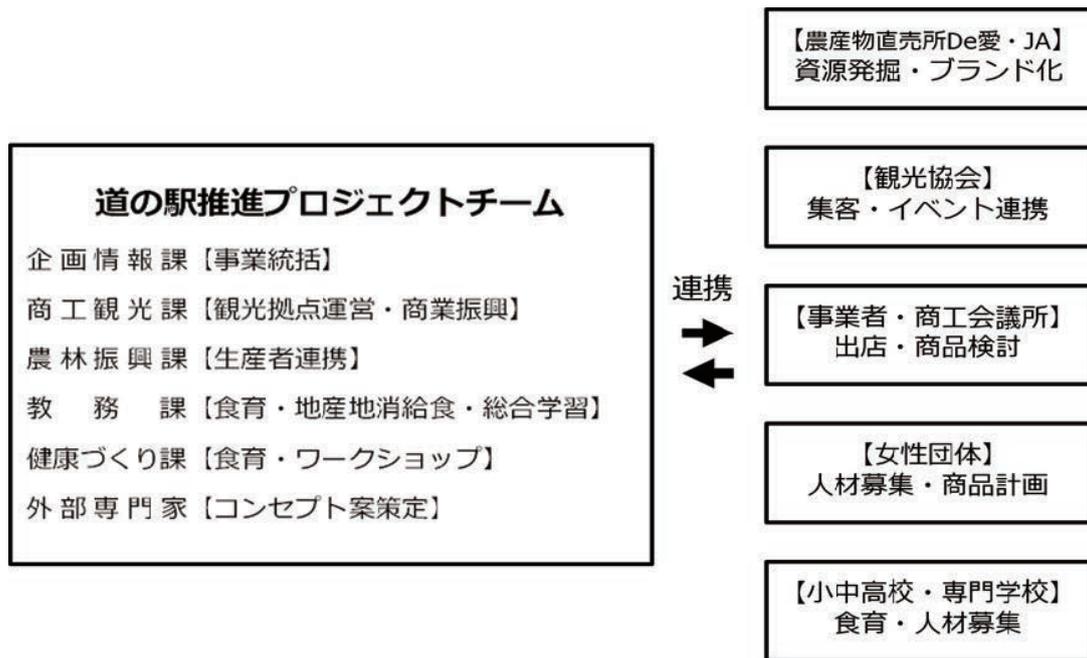
### 外部専門家による支援

- 運営体制の整備に対する指導、助言
- 官民連携体制の構築支援
- 商品開発に対する指導、助言
- ブランド化・マーケティング支援
- イベント、ワークショップ、栽培講習会の開催支援
- 地域資源・人材発掘
- 情報発信

### 事業終了時点(成果)

- プロジェクト体制の整備
- 行政と事業者間の連携強化
- 商品開発事業者との協力体制構築
- ブランド化農産物のリストアップ
- イベントの開催による関係人口との接点づくり、人材発掘
- 地域資源の発掘、オリジナルパン酵母採取
- SNS 発信体制の構築

## 事業実施体制図



## 1 事業の背景と目的

## a 事業の背景

川崎町は福岡県のほぼ真ん中に位置し、縦に長い町で北部は商業施設や病院など日常生活に欠かせない施設が揃っている一方、南部は自然が豊かな地域である。

かつては日本で屈指の産炭地であり、最も栄えた時期には人口は50,000人を超えていたが、炭鉱の閉山後は人口減少・高齢化が進み、令和6年11月時点での人口は15,000人弱となっている。

本町の基幹産業は農業で、お米や野菜のほか、りんごやぶどう、梨などのフルーツが特産となっている。

本町の中心部には国道322号バイパスが通っており、車で福岡市・久留米市から約70分、北九州市から約60分と都心部からのアクセスが良い立地となっている。また、同バイパスは近年各地で工事が進んでおり、北九州から県南地区のアクセスが格段に向上したことから交通の利便性が格段に向上し、交通量が大幅に増加している。同バイパスと県道95号線が交わる一番交通量が多い立地に、令和10年春にパンをテーマにした道の駅を開業する予定で計画を進めているところである。

本町は、水稻栽培を中心とした中山間地域であり、人口減少に伴う1次産業従事者の減少と米価格の低下等の影響から、農家の多くが営農に不安を感じていることに加え、過疎化と高齢化の進行による労働力不足の状況が続いている。町の農村部にある農産物直売所において、米や野菜・果物等の農産物の販売や6次産業化の取組を実施してきたが、小規模農家が多いため商品開発の経験が少なく、販路開拓が一部の分野・事業者に留まっているのが現状である。また、直売所への客は、近隣住民もしくは町民が多く、出口戦略を意識した「売れる商品づくり」の仕組みが構築されていないため、販路拡大と利益率の向上につながっていないことが課題であった。

一方、本町を代表するイベント「かわさきパン博」は、町の人口を上回る2万人の集客を誇り、県内外より50店舗を超えるベーカリーが出店しており、農産物の販売促進や町のPRに大きく貢献している。本町の農産物や加工品を使ったパンは、イベントの目玉でもあり大変好評であるが、町内にベーカリーは1店舗しかなく、イベント時にしかパンを購入できない状況であり、訪れた客をつかみきれず、チャンスロスとなっていることが喫緊の課題である。

## b 事業の目的

本事業は、川崎町第6次総合計画・第2次総合戦略の重点プロジェクトである「稼ぐ農業プロジェクト」「地域拠点プロジェクト」に位置付けられ、現在整備中の国道322バイパスの全線開通に合わせ、農産物・加工品販売等の出口戦略の拠点となる「道の駅」を開業し、地域経済循環システムの構築、賑わいの創出と地域の価値向上を目指すものである。

道の駅のコンセプトを「パンのテーマパーク」とし、パン博で得たベーカリーや生産農家、関係団体との繋がりを生かし、「育てる人」「作る人」「食べる人」が交流し、雇用促進、農業後継者育成、交流人口の増加に資する施設となるよう、運営組織体制の整備、販売計画、店舗設計や技術監修、人材育成、情報発信等、様々な分野において専門家によるアドバイスを受け、持続可能な事業の創出を目指す。

## 2 事業実施内容と主な成果

### a 関係人口との接点づくり

イベントや生産者・出店予定者との懇談を行い、関係人口との接点づくりを行った。イベントやSNSを通じて、道の駅に関わりたい、出荷したいという人を発掘することができた。



【生産者との懇談】

### b 農産物の生産拡大

農産物の栽培のポイントや売れる農産物について、ミーティングや専門家による講習イベントを行い、生産拡大の機運の盛り上げのみならず、町内で生産できそうな新品種の開拓につながった。

## c 地域資源の発掘

東洋大学との共同研究事業である酵母採取ワークショップの実施により、町オリジナルのパン酵母を採取し、オール川崎ブレッドの開発に向け前進した。また、川崎を食べる会においては、地元の女性陣による料理がふるまわれ、地域に根付いた食文化の継承や、農産物の新しい食べ方の発見につながり、道の駅のレストランにて提供する案も検討している。



## d 情報発信

SNS や道の駅 LINE の開設により、道の駅に関する情報をタイムリーに発信し多くの人に迅速に届けることができた。Instagram での発信については、道の駅アドバイザーとの共同発信により、それぞれのフォロワーに対し効率的にリーチすることができた。また、直接住民や関係者と対話する場ができたことで、住民などからのフィードバックを受け取りながら、今後の事業運営に活かすことができた。

## e 運営体制、連携体制の提案

外部専門家の人脈やイベント・SNS を通じ、道の駅で活用できそうな人材の発掘や招聘につながった。また、外部専門家との協議を通して、運営体制や内外装のデザインや専門家ならではの知識を生かし、設備の配置や動線について専門家の意見を参考とすることができた。

北海道

函館市

北海道

小樽市

北海道

士別市

北海道

寿都町

宮城県

栗原市

宮城県

丸森町

山形県

庄内町

茨城県

鉾田市

千葉県

銚子市

富山県

上市町

岐阜県

美濃加茂市

大阪府

東大阪市

兵庫県

豊岡市

兵庫県

朝来市

山口県

萩市

香川県

高松市

福岡県

川崎町

宮城県

木城町

### 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	9日	打ち合わせ（顔合わせ、年間スケジュール等打ち合わせ）
	10日	川崎町農産物直売所 De・愛研修（業務体験）
5月	13日	パン酵母採取ワークショップ①
6月	12日	県内先進地視察
7月	15日	パンといっしょに川崎を食べる会①
8月	26日	ふるさと財団現地視察・生産者との懇談
10月	31日	パン酵母採取ワークショップ②
12月	17～18日	県外先進地視察
1月	30日	農産物生産拡大講座開催
2月	8日	パンといっしょに川崎を食べる会②

### 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

令和6年度は、関係者との連携強化や情報発信、地域資源の発掘など、多くの成果を上げることができた。

令和7年度以降は、これらの取り組みをさらに発展させ、道の駅開業に向けた運営体制の構築や、出店者の決定、特産品の開発など、より具体的な準備を進めていく予定である。具体的には、道の駅運営スタッフのリクルート活動、サポーター制度の設立、オリジナルパンや加工品の開発、農産物のブランド化などを検討している。

### 5 外部専門家

#### a 外部専門家の役割

本事業では4名の外部専門家を活用した。4名の外部専門家の役割は以下のとおり。

- ・池田 浩明  
運営体制整備、地域資源調査、道の駅コンセプト策定、農産物ブランディングへのアドバイス、テナントリーシングのアドバイス、食育事業コーディネーター
- ・平山 哲生  
道の駅ベーカリー事業の製パン監修及び、パンの作り手目線からの農産物生産・販売へのアドバイス、食育事業講師
- ・山本 ゆりこ  
道の駅カフェレストランの監修・メニュー開発及び、物販コーナーの惣菜・菓子の商品開発。料理・菓子の作り手目線からの農産物生産・販売へのアドバイス、食育事業講師
- ・納谷 新  
建築家の立場から、施設設計や内外観のデザインコンセプト、土地利用、地域計画などについて助言

## b コメント



## ～パンという「夢」のある食べ物が 地域の人たちに活力を与えている～

パンラボ合同会社 代表社員 池田 浩明

「パンの道の駅」というオンリーワンの存在を地域に作り上げることで、農業の活性化を中心とし、交流人口の増加や雇用の促進、住みたくなる魅力的な街づくりを進めていこうというプロジェクトです。

この1年、農業や商工業など関係者のみなさまと語り合うたびに、大きな期待感を感じました。実際、川崎町には未活用の大きなポテンシャルがあると実感しています。

りんごやいちごやぶどうなどの果樹があり、野菜もお米もおいしい。本格的なハムや味噌、地域の果樹も使う醸造会社など、食の裾野も充実。それらをつなぎ合わせるハブとして、いまブームとなっている「パン」を選択したのは川崎町の方々の慧眼だったと思います。

問題となるのは、生産量の少なさです。せっかく道の駅に来ていただいたのに地元産の農産物がない。そんな事態もありえます。農業と自然の町を打ち出していくのに、このイメージと現実の差を埋められるか、そこにプロジェクトの帰趨がかかっているといえるでしょう。

そのためにも、令和7年以降は、さらに農政や子育てなど各部局との連携が必要になってくると思います。端境期対策の貯蔵施設やハウス、農業指導、移住者のための受け皿作り。一体として建設される多世代交流施設での子育て、食育、健康増進のための取り組みとも連携することで、地域の課題である長期的な人口減に歯止めをかける大きな広がりを持ったプロジェクトに育てられるでしょう。

ありがたいことに、この事業を通じて、町長以下多くの方が「本気」になってくださいました。町が農業の振興に本気になっている。そのメッセージは生産者を鼓舞し、生産量や品目の拡大を前向きに検討してくださっています。また、テナントやそれ以外でご出店を検討されている町内外の企業様からは「だったら、こんなことできるんじゃない？」というアイデアをたくさんいただきます。本事業の大きな成果は、まず地域のみなさまに夢を抱いていただき、前へ向く元気を持っていただけたことにあると思います。

夢をただの夢に終わらせないよう、川崎町のみなさまに「来たい」「いっしょに取り組みたい」と思っただけのワクワクする道の駅を全力でつくりあげていきたいと思っています。

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

## 事業概要

総事業費	11,118 千円	補助金額	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） 平尾 由希（株式会社 FOODSNOW 代表取締役）		

## 自治体概要

人	口	4,817 人（住民基本台帳登録人口：令和 6 年 1 月 1 日）
面	積	145.96 km <sup>2</sup>
標準財政規模		2,751 百万円（令和 4 年度市町村別決算状況調）
財政力指数		0.83（令和 4 年度市町村別決算状況調）
担当課室		地域政策課 地域再生推進室

## 取組概要

## 事業開始時点

- 26世帯33人（R6.4.1 現在）で65歳以上が8割の限界集落
- 短期派遣事業の実施
- 中之又地区再生事業の推進体制未整備
- 地域資源の販路が未開拓
- 地域資源を活かす人材不足

## 外部専門家による支援

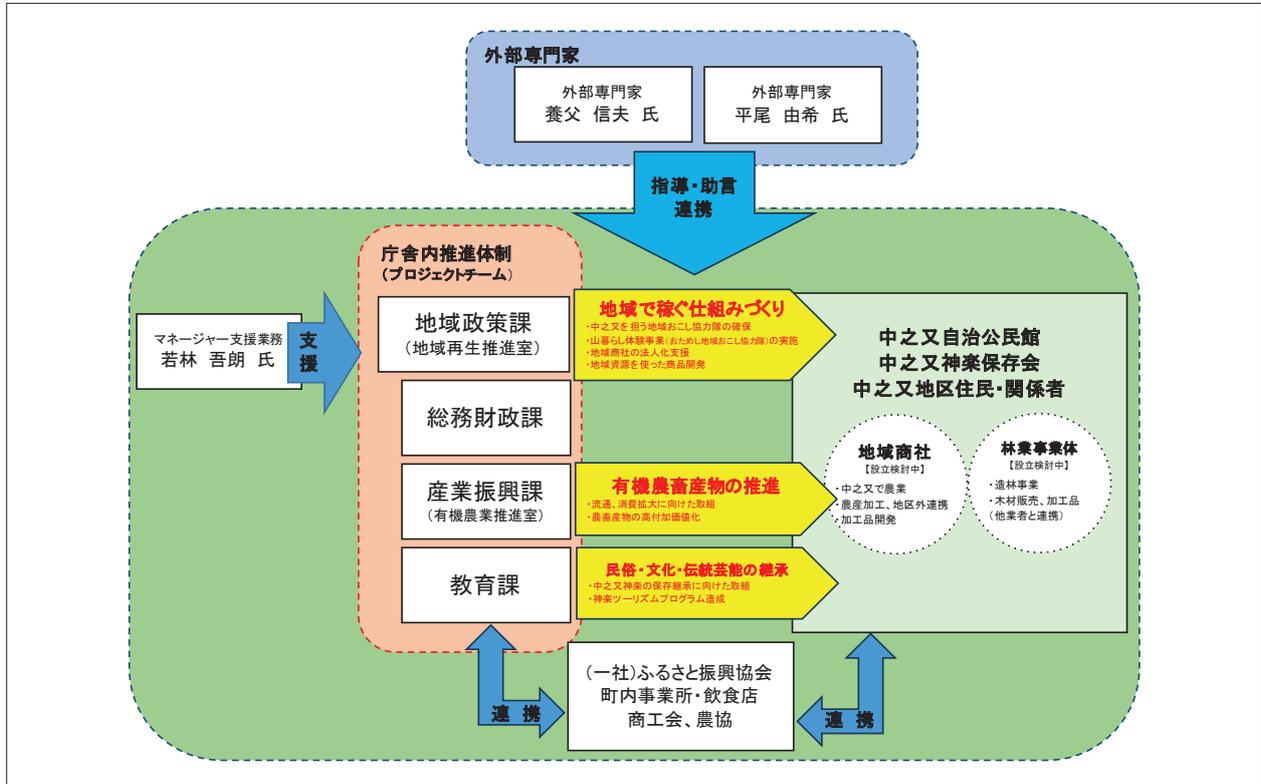
- 中之又地区の課題解決、交流人口・関係人口の創出
- 地域住民の機運醸成、ビジネスの側面からのアドバイス
- ステークホルダーの調査・発掘
- 外部人材確保に向けた取組（おためし地域おこし協力隊の企画）
- 地域資源の調査、活用の提案・企画（グリーンツーリズム、神楽ツーリズム）

## 事業終了時点（成果）

- 中之又地区の現状分析、地域資源を調査し、一覧化。併せて現状と課題を地域住民と共有。
- 地域住民の機運醸成
- おためし地域おこし協力隊の企画・実施
- 神楽ツーリズムの実装
- 中之又地区の農産物、有機野菜・無農薬野菜の PR

## 事業実施体制図

中之又地区住民有志により今後組織される地域商社を中心に町内事業所や飲食店等、さらには各課横断によるプロジェクトチームを中心とした行政（町役場）が有機的に連携し、①地域で稼ぐ仕組みづくり、②民俗、文化、伝統芸能の継承、③有機農産物の振興 の3つの軸で中之又地区の自走を支援していく。



### 1 事業の背景と目的

#### a 事業の背景

中之又地区は、松尾鉱山や林業が盛んであった昭和20年代には約800人が住んでいたが、松尾鉱山の閉鎖や林業の衰退とともに徐々に人口が減少していった。人口減少とともに子ども達の数も減り、昭和61年3月に中之又中学校が、平成21年3月には中之又小学校がそれぞれ閉校となった。中之又小学校が閉校してからは更に人口減少と高齢化が進み、令和6年4月1日時点で26世帯33人、かつ人口の約8割が65歳以上の高齢者となっている。このまま何もしなければ、5年後には人口の9割が65歳以上の高齢者となり、さらに10年後には中之又地区が消滅してしまう危機感を持っており、消滅することのないよう取り組んでいく必要がある。

#### b 事業の目的

人口減少と高齢化による中之又地区の集落的・文化的消滅を防ぐべく、①地域で稼ぐ仕組みづくり、②民俗、文化、伝統芸能の継承、③有機農産物の振興の3つの軸の下、「中之又地区が今後も自分たちで稼ぎ、生活していけるような持続可能な仕組みづくり」を構築することを目的とし、中之又地区での生業や人材を確保するとともに、国指定重要無形民俗文化財となった中之又神楽をはじめ、柚子やあくまきなどの地元特産品や地域資源等を活かしながら、交流人口・関係人口を創出し、移住促進に繋げ、中之又地区が集落的・文化的に存続できるようにしていくことを目指していく。

- 北海道 函館市
- 北海道 小樽市
- 北海道 士別市
- 北海道 寿都町
- 宮城県 栗原市
- 宮城県 丸森町
- 山形県 庄内町
- 茨城県 鉾田市
- 千葉県 銚子市
- 富山県 上市町
- 岐阜県 美濃加茂市
- 大阪府 東大阪市
- 兵庫県 豊岡市
- 兵庫県 朝来市
- 山口県 萩市
- 香川県 高松市
- 福岡県 川崎町
- 宮城県 木城町

## 2 事業実施内容と主な成果

### a 地域で稼ぐ仕組みづくり

#### (1) 中之又地区の現状分析や地域資源の調査について

中之又地区において生産されている各農産物の生産者、品目、生産量、出荷先等について、それぞれ具体的な数量等で把握・一覧化したことにより、中之又で稼ぐ仕組みづくりを今後行っていくうえで、販路拡大や販売体制等の戦略を立てるための基礎を構築することが出来た。また、そういった情報を中之又地区住民と情報を共有することが出来た。

空き家調査により、地区内の空き家の状態や貸出し意向等を戸別に調査した結果、そのうちの1戸について、所有者に利活用のご了解を得ることが出来た。

#### (2) おためし地域おこし協力隊（山暮らし体験事業）の実施について

外部人材確保に向けた、おためし地域おこし協力隊（2泊3日中之又山暮らし体験ツアー）事業を企画したところ、想定を超える14組15名の応募があった。選考の結果、4組4名のご参加を頂き、中之又地区住民や中之又の地域資源はもちろん、中之又地区以外のステークホルダーに係る視察や交流も含めた体験メニューを実施した。また、本事業の実施に至るまで、中之又地区住民との継続的な協議を行い、中之又全体として、本ふるさと再生事業を「自分ごと」で捉える機運を醸成することが出来た。

### b 民俗、文化、伝統芸能の継承

上記おためし地域おこし協力隊事業の行程を中之又神楽保存会の取組と連携させ、神楽を活かしたツーリズムのプログラムという位置づけで、中之又神楽の年中行事に合わせて実施したことで、参加者に中之又神楽に実際に触れてもらうことが出来た。また、中之又神楽の関係者との交流も実施でき、中之又神楽を軸としたツーリズムプログラムの土台を構築することが出来た。

### c 有機農畜産物の振興

中之又地区の柚子や蜂蜜、椎茸のほか、町内産の有機野菜（無農薬野菜も含む）の食材を使い、首都圏の飲食店でグルメフェアを実施した。また、散歩の達人のウェブサイトにてグルメフェアのPR記事を事前にリリースしていただき、フェア当日も編集者、ライターが取材に訪れた。3日間で103名が来店し、木城町の食材を使用したメニューが271食提供され、中之又地区の農産物等の可能性や、町内有機野菜等農畜産物の魅力を対外的にPRすることが出来た。なお、当該飲食店においては、本グルメフェアを機に、木城町内産の農畜産物、有機野菜・無農薬野菜について、継続的に仕入れを行ってくれることになった。上記グルメフェアに合わせて、東京都にある新宿みやざき館 KONNE にて木城町の特産品等物販を実施し、3日間で4,500名程の来場、搬入した商品はすべて完売し、46万円程の売り上げとなった。上記イベントを通して、木城町の有機野菜等農畜産物をはじめ、特産品等を首都圏でPRすることが出来た。



【宮城県木城町グルメフェアの実施（東京都ビストロ向日葵）】

また、中之又地区の有機野菜・無農薬野菜を使用した町内事業者によるメニュー、加工品開発に向けた関係者との協議を継続して行い、2月中旬には、町内有機農業従事者・直売所関係者と長崎県雲仙市の先進地視察を実施した。



【地域住民との協議風景】



【町内飲食店との協議】



【おためし地域おこし協力隊】

### 3 事業実施スケジュール

月	取組実施内容	
4月	11日 12日 19日 30日	外部専門家（養父氏）とオンラインミーティング 外部専門家（平尾氏）とオンラインミーティング （一財）ふるさと財団 キックオフミーティング実施 外部専門家（養父氏）来町、中之又地区現地調査及び中之又自治公民館長ヒアリング
5月	1日 30～31日	外部専門家（養父氏）とふるさと再生事業の方針検討、協議 マネージャー支援事業者と中之又地区現地調査（空き家等）
6月	14日 15日 29日 30日	ビストロ向日葵と地元食材の利活用について協議（ステーキホルダー発掘） 町長と（一財）ふるさと財団訪問・挨拶 外部専門家（養父氏）と中之又地区住民と外部人材確保に向けた取組協議 外部専門家（養父氏）と中之又鎮守神社夏まつり視察、関係者と意見交換
7月	8日 17日 18日 19日 25日	外部専門家（養父氏、平尾氏）とふるさと再生事業の内容についてオンライン協議 外部専門家（平尾氏）と町内事業所（BIKITA、和音）視察及びヒアリング 外部専門家（平尾氏）と有機農業実践者小泉さん、町産業振興課（有機農業推進室、農産物加工施設担当）ヒアリング 外部専門家（養父氏、平尾氏）と中之又地区住民と外部人材確保に向けた取組協議、おためし地域おこし協力隊事業の内容検討 外部専門家（養父氏、平尾氏）とふるさと再生事業の事業変更について協議、ふるさと財団現地視察行程について協議 町長及び関係課長と木城町地域再生プロジェクト会議実施
8月	9日 21日 28～30日	関係各課担当者と木城町地域再生プロジェクトチーム ワーキンググループ会議実施 ふるさと再生事業の変更申請書提出 外部専門家来町日だったが台風10号の影響により中止
9月	2日 5～6日 24日	外部専門家（養父氏、平尾氏）とオンライン協議（ふるさと財団視察行程について） （一財）ふるさと財団関係者による現地視察 外部専門家（平尾氏）と木城町農林水産加工施設利用団体とのオンライン協議
10月	11日 12日 13日 25日	マネージャー支援事業者と西都市尾八重地区視察 外部専門家（養父氏、平尾氏）と中之又地区住民との外部人材確保に向けた取組協議、おためし地域おこし協力隊事業の体験内容最終協議 外部専門家（養父氏、平尾氏）と振り返り協議（おためし地域おこし協力隊事業、令和7年度事業） 外部専門家（養父氏）と産業振興課オンラインヒアリング（最適土地利用事業）

北海道  
函館市

北海道  
小樽市

北海道  
士別市

北海道  
寿都町

宮城県  
栗原市

宮城県  
丸森町

山形県  
庄内町

茨城県  
鉾田市

千葉県  
銚子市

富山県  
上市町

岐阜県  
美濃加茂市

大阪府  
東大阪市

兵庫県  
豊岡市

兵庫県  
朝来市

山口県  
萩市

香川県  
高松市

福岡県  
川崎町

宮城県  
木城町

月	取組実施内容	
11月	15～17日 26日 29～30日	おためし地域おこし協力隊実施 みやぎの神楽国立能楽堂公演にて中之又神楽を奉納（東京都国立能楽堂） 宮崎県木城町グルメフェア実施（東京都新宿区） 外部専門家（平尾氏）と散歩の達人編集者、ライターによるグルメフェア取材実施
12月	1日 14日 20日 21日	宮崎県木城町グルメフェア実施（東京都新宿区） 中之又鎮守神社例大祭視察 外部専門家（養父氏、平尾氏）と花歌農林株式会社ヒアリング（林業事業体） 外部専門家（養父氏、平尾氏）と中之又地区住民有志との中之又地域再生に向けた協議
1月	27日	地域再生マネージャー事業 マネージャー報告会（東京都）
2月	12～13日 14日 15日	外部専門家（平尾氏）と有機農業の先進地長崎県雲仙市視察・ケーススタディの実施 外部専門家（平尾氏）と町内事業所（町農林水産加工施設、和音）視察及びヒアリング 外部専門家（養父氏、平尾氏）と中之又地区住民有志との中之又地域再生に向けた協議

## 4 持続的発展へ向けた課題、今後の取組

これまでの現状分析や住民との継続的な協議、また「おためし地域おこし協力隊」の実施を通じ、中之又全体として、本マネージャー事業を「自分ごと」で捉える雰囲気が出来て来たことから、今後は「中之又地区が今後も自分たちで稼ぎ、生活していけるような持続可能な仕組みづくり」に向けた計画の策定と、当該計画を推進していく体制づくりに取り組んでいく。

また、初年度に実施した「おためし地域おこし協力隊」では、応募者の約半数が都市部の大学生・大学院生だったこと、また、以前中之又地区で実施していた小学校の「山村留学」の卒業生が今でも中之又地区住民との交流を続け、神楽の新たな担い手となっていることから、今後、山村留学制度に代わる取組として、おためし地域おこし協力隊事業のほか、学生や20代の若者たちを対象とした宿泊型体験事業の企画・実施を次年度に検討し、関係人口の創出をはじめ、将来的な地域おこし協力隊候補者としての参加者育成を行っていく。

3年間のふるさと再生事業を通じ、中之又地区での生業や人材を確保するとともに、地域資源の活用等を通じた関係・交流人口の拡大を進め、最終的な到達点である中之又地区の集落存続を目指していく。

## 5 外部専門家

### a 外部専門家の役割

#### (1) 地域で稼ぐ仕組みづくり

中之又地区の資源を再認識した上で、中之又地区の課題を解決し、交流人口・関係人口を創出するための現状分析、新たな人材確保に向けた取組支援、ツーリズムの企画や食関係の商品化支援、ステークホルダーの掘り起こし、コンセプト設定、目標設定、関係者の合意形成、ネットワーク構築の支援に関すること。

#### (2) 民俗、文化、伝統芸能の継承

中之又神楽の保存継承及び保存会の会員増加に向け、観光資源としての神楽PR方法、インバウンド向けの事業提案に関すること。

#### (3) 有機農畜産物の振興

有機農産物の販路拡大に向けた支援、農産物、農産物加工品を使った商品開発に関すること。

## b コメント

## ～小さなムラ（町）の意義ある挑戦！

## “中之又を消滅させてはならない”～



一般社団法人九州のムラ  
代表理事 養 父 信 夫(写真左)

株式会社 FOODSNOW  
代表取締役 平 尾 由 希(写真右)

今回の事業は町の中心部から車で約1時間、谷あいの道を上った中之又集落という26世帯、33名のいわゆる「限界集落」の再生プロジェクトである。すぐに地域再生に向けた取組が実施できる状況ではないことが、初回の訪問で理解できた。平均年齢76歳のこの集落では、何をやるにも、圧倒的に地域のマンパワーが不足している状況である。救いは地域の皆さんのヤル気があること、それに行政が本気であるということ。実はこの2つがあれば、道はある。

1年目は、地域住民、行政と協議を重ね、その中で地域の課題、各分野のキーマンや地域資源、それをもとにした稼ぐ力を引き出すこと、地域再生に向けてのロードマップを描き、共有することを重視した。特に地域住民等で集まって法人化を目指す林業従事者の担い手と廃校を拠点としたツーリズム及び集落商社的な事業の担い手として、「地域おこし協力隊」を導入することを目指した。そのために「おためし地域おこし協力隊」を実施したところ、全国から14組15名の応募があり、4名の方々に参加いただいた。食事や器も一緒に作り、森の仕事、神楽にも触れ、先輩の地域おこし協力隊や移住し事業を起こした若いご夫婦との交流を通して、深い関係人口の創出に繋がった。来年度には正式に地域おこし協力隊の公募を行い、いい人材確保に繋げていく。何も無いと思っていた自分たちの集落に15名もの方が応募してくれたことが地域の自信に変わり、表情、動き、発言がいい方向に変化し、来年度に繋がる一番の成果となった。

食の分野では、国立能楽堂での神楽奉納に合わせた地域産品販売、東京の人気飲食店でのグルメフェアを実施した他、地域資源の掘り起こしと共に、町内事業者（飲食店・食品加工事業者、木材加工事業者）、有機農業関係者の取組と、中之又地区の活性化のための事業を有機的に繋げられないかを模索した。

中之又地区では現在、週に一度、小さな加工場で2人の女性が郷土菓子の灰汁巻き、こんにゃく、団子などを作り、町内の直売所などに納品している。入荷するとすぐに売り切れる人気商品にも関わらず、相次ぐ原材料価格の高騰や人件費などを考慮した適正な価格設定が行われていないため、女性が1日の作業で得られる対価は1日500円と、ビジネスとしては破綻しており、次世代の参画も望めない。適正価格での販売のためには、商品の付加価値の向上の他、製造者だけでなく、直売所などの販売者の意識改革も必須であることから、有機農産物、加工品などで有名な長崎県雲仙市にある直売所の視察や、ケーススタディによる地域の有機農業者同士の意見交換などを実施した。

2年目は、町営の食品加工施設の一般利用を促進するために仕組みを見直し、メニューや商品などのコンテンツ開発を行いながら、地域産品の売り方、PRに関して、各所の連携方法を含めて見直しを図っていく。

北海道  
函館市北海道  
小樽市北海道  
士別市北海道  
寿都町宮城県  
栗原市宮城県  
丸森町山形県  
庄内町茨城県  
鉾田市千葉県  
銚子市富山県  
上市町岐阜県  
美濃加茂市大阪府  
東大阪市兵庫県  
豊岡市兵庫県  
朝来市山口県  
萩市香川県  
高松市福岡県  
川崎町宮城県  
木城町

# 3

## 過去事業のフォローアップ

本年度は、令和3年度から令和5年度で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。今回は13地区へアンケートを実施した。

	都道府県	市町村	事業名	採択年度			
				R2	R3	R4	R5
令和5年度	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 (鹿児島県知名町との広域連携)		●	●	●
	奈良県	十津川村	特産品と人材の開発&ブラッシュアップ事業				●
	高知県	室戸市	室戸市佐喜浜町にぎわい創出・産業活性化プロジェクト				●
	福岡県	大刀洗町	大刀洗町直営移動市場を核とする小さな起業支援事業			●	●
	鹿児島県	南大隅町	関係人口拡大創出プロジェクト		●	●	●
令和4年度	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～		●	●	
	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		●	●	
	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			●	
令和3年度	福島県	磐梯町	会津磐梯山は宝の山よ、「トレジャーハント磐梯」事業	●	●		
	群馬県	中之条町	農業公園構想を活用した農業担い手就農就労型推進	●	●		
	石川県	宝達志水町	スポーツによるまちづくりを担う組織の育成事業		●		
	福井県	越前町	若者夢おこしプラットフォーム構築事業		●		
	長崎県	雲仙市	「雲仙人プロジェクト」による地域活性化事業		●		

### a 事業の持続性

#### ① 持続している地域

回答市町村13地域のうち、9地域がふるさと再生事業の終了以降も事業を継続しているとのことであった。継続している地域の多くは、同様のテーマで継続的な活動を行っており、その達成度はまちまちであるが、いずれも前向きに検討を進めている様子であった。

例えば、東京都あきる野市では事業推進のための組織が今年度設立され、定例会議が開催されるなど事業運営が軌道に乗り始めた模様であり、長崎県雲仙市では地域住民や事業者が主体的な活動を行い、また、外部から地域おこし協力隊も参加して新たな事業団体を設立し、地域の若い人たちがそれに参加するという波及効果も表れていた。今後のさらなる事業の進展が期待できそうであった。

その他、徳島県東みよし町の観光振興、鹿児島県南大隅町の関係人口拡大への取り組みにおいても同様に、地域住民と事業者が主体となって積極的に事業に取り組んでいる様子であった。石川県宝達志水町のように、設立した事業会社が町内の施設運営受託数を増やし、それが事業収入の向上につながっているとのことであり、ビジネス創造の成果が出はじめている地域もあった。

ふるさと再生事業においては計画通り進捗しなかった地域でも、その後、地域住民のニーズに沿ったま

ちづくりのイベントを開催することで自治体と地域との信頼関係が構築され、それを基盤に新しいまちづくりに向けて官民が連携していく関係になっている地域もあった。“雨降って地固まる”というが、必ずしも事業が想定通りにいかなかったからといってそれで終わりなのではなく、再度地域住民の立場に立って事業を組み立て直すことで、良い方向に進むこともあると認識された。

## ② 持続していない地域

事業が継続していなかった地域は4地域であった。ただ、そのうち2地域は担当者の体調不良等やむを得ない事情で継続できなかったところや、利尻町のように、アルバイト人材の受付窓口やアルバイト内容についての相談業務等一切をNPO法人に移管することで、自治体としての事業は終了したケースであった。後者は、ふるさと再生事業で行った内容がNPO法人を通じて事業が継続されるようである。

残りの地域の理由については、当時のプロジェクトメンバーが高齢化し、事業を継承していくマンパワーが不足していることが非継続の理由等とのことであった。この地域では、町の将来を託せる外国人が地域住民の中におり、まちづくりのキーマンとして大変期待されていたようだが、残念ながらその方が町外に流出してしまい、ビジネス創出やその仕組み作りについて検討する機運の維持が難しくなったとのことであった。

## b 事業主体の持続性

### ① 持続している地域

事業主体が持続しているところは9地域であり、事業が継続しているところは全て事業主体も継続していた。

その理由については、大半が地域住民や事業者が主体となって行う活動を、後方から行政がきちんと支援する形ができており、官民連携の関係性がふるさと再生事業終了後も継続されていることが理由としてあげられていた。

地域によっては、連携しながらも各自がやるべき役割分担をしっかりさせ、“自立連携”の重要性をあげる自治体もあった。また、事業の継続においては資金が必要であるため、それについては自治体の一般予算や補助金などで事業を支援することを明確に記載しているところもあった。

### ② 持続していない地域

事業そのものが立ち行かなくなった1地域においては、事業主体も継続されなくなったとのことであり、自治体が期待していた事業のキーマンが町外流出してしまったことが最大の理由であったようである。ただ、他地域のように外部から地域おこし協力隊のような若い人材を積極的に採用して、まちづくりに役立っている地域もあるため、早急に方針を切り替え、別の方法でのまちづくりを考え直すことが重要と思われる。

## c 外部人材の継続性

外部人材の継続性について回答のあったのは2地域で、各々継続しているところとしていないところに分かれた。

継続しているところは、ふるさと再生事業を実施している頃から信頼関係を構築している地域再生マネージャーがいたところであり、今年度において季節アルバイト関連の業務委託先を探索する際にも、直接自治体が相談したとのことであり、自治体と外部専門家相互の関係性が維持されていることが継続の理由になっていることが伺われた。

逆に外部人材との継続が途絶えてしまった地域は、自治体側に頻りに連絡を取っていた事業の担当者がいなくなり、連絡できる人がいなくなってしまったことが理由として挙げられていた。役所内の異動や退職等はどこの自治体でも起こり得る可能性があるため、仕事の引継ぎの際、連絡の徹底を行うなど、折角ご縁のあった外部専門家との関係を可能な限り継続させていくため努力が必要になると思われる。



第 3 章

まちなか再生事業の取組みと成果





# 個別事業の取組概要

## 個別事業の取組概要

令和6年度に実施した地域名と対象区域、及び事業内容は以下に示す通りである。次ページ以降、各事業の背景と目的、事業実施内容、事業実施体制、事業実施スケジュール、主な成果、持続的発展へ向けた課題、今後の取組及びアドバイザー会議委員からのコメントを整理した。

(市町村コード順)

地域名	対象区域	事業名	事業内容
山形県 上山市	かみのやま温泉 駅東エリア	令和6年度かみのやま温泉駅東エリア公民連携まちづくり事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 駅東エリアにある広大な遊休地を活用し、全ての住宅が公共空間（公園・緑道）に面するナリワイ住宅地の開発を公民連携で行うことにより、子育て世代や若者の居住促進、移住・定住人口及び出生数の増加、温泉街である駅西エリアとの一体での関係・交流人口の増加、地域内経済の好循環を目指している。</li> <li>・ 上記目標の実現に向けて、今後整備予定の公園や生活しながら小さな商いや活動ができるナリワイ住宅の整備を見据えて、公園を活用した社会実験やナリワイづくり連続講座を実施するとともに、公共空間や建物の景観づくり等の考え方を示したデザインガイドライン、公園がある暮らし方などを示した暮らし方ガイドの検討などを行った。</li> </ul>
茨城県 常総市 (2年目)	常総市水海道駅 周辺地区	常総市水海道駅 周辺地区まちなか再生事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 鬼怒川の水運を活かして発展した水海道の商人文化を象徴する歴史的建造物及び公共空間等の地域資源に、新たな文化的価値を付加しそれらを有機的に繋ぐことで回遊性を高め、エリアの価値の向上を図ることを目指している。</li> <li>・ 上記目標の実現に向けて、令和5年度の取組と課題を踏まえ、市民参加型活動や近隣事業者・高校生と連携したイベントを実施するとともに、市民ワークショップ等を開催し、地域資源を活用するための水海道まちなか MAP の作成を行った。更にまちなかに係るメディアの改善・作成、アグリサイエンスバレー常総との連携に向けた準備を行った。</li> </ul>
福岡県 直方市 (2年目)	中心拠点 (JR直方駅周辺 地区)	中心市街地賑わ いづくり推進事 業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 総延長1kmを超える直方駅周辺アーケード商店街エリアの再生（子育て支援等公共機能施設整備、起業促進、IT企業誘致など）により、中心市街地活性化とエリアの賑わいを創出することを目指している。</li> <li>・ 上記目標の実現に向けて、令和5年度の取組と課題を踏まえ、令和6年度は、空き物件やアーケード空間を活用した社会実験等の実施やまちなか再生のプレイヤー交流イベント、多世代交流スペースここっちゃんのコンセプトを考える座談会などを行った。</li> </ul>
熊本県 人吉市	人吉市中心市街 地（重点整備区 域）	人吉初（発）公民 連携による 「復興まちづく り×まちなか再 生」プロジェク ト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 【球磨川と共に創る みんなで安心して住み続けられるまち】を復興の将来像・復興ビジョンとして掲げ、住民がまちなかに必要だと感じるものを吸い上げることにより、住みたい・訪れたいと思えるような地域の価値創造を目指している。</li> <li>・ 上記目標の実現に向けて、公民連携で事業を進めていくことが求められていることから、公民連携に対する行政内の意識醸成や体制整備を図るとともに、公民連携による公共空間整備及び管理・運営手法や空き地、空き家（店舗）等の管理手法の検討を行った。</li> </ul>

1-1

山形県<sup>かみのやまし</sup>上山市【令和6年度かみのやま温泉駅東エリア  
公民連携まちづくり事業】

事業概要

総事業費	12,496千円	補助金額	6,528千円
プロデューサー	西村 浩 (株式会社ワークヴィジョンズ 代表取締役)		

自治体概要

〈市町村全体〉

面積	約 241 km <sup>2</sup>	人口	28,700人	人口密度	119.1人/km <sup>2</sup>
----	-----------------------	----	---------	------	------------------------

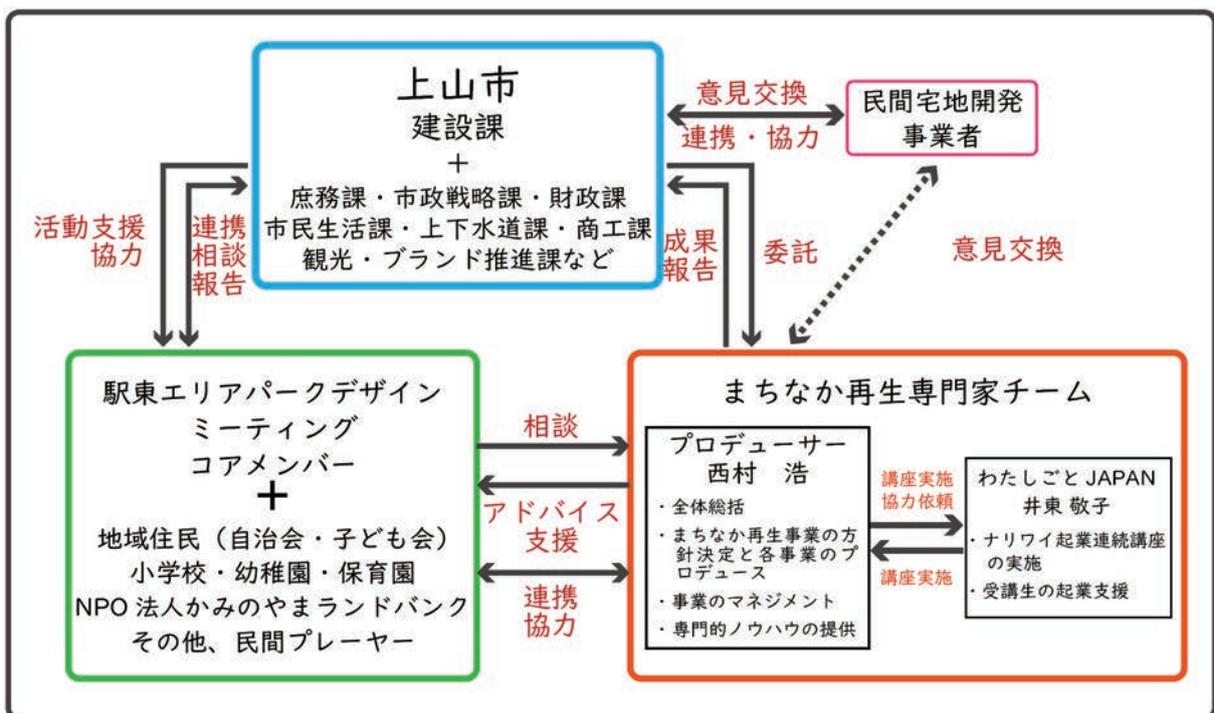
〈対象区域：かみのやま温泉駅東エリア〉

面積	約 0.3 km <sup>2</sup>	人口	1,439人	人口密度	4,800人/km <sup>2</sup>
営業店舗数	—	空き店舗数	—		

取組概要

1. 地域住民、市民有志等で構成するパークデザインミーティングによるトライアル（社会実験）の実施
2. 子育て世代をはじめとしたナリワイづくりの促進
3. 公共空間と住宅の「より良い関係・暮らし方」を誘発するためのプロモーションの検討
4. 駅東エリアA住宅ゾーン（仮称 駅東パークタウン）デザインガイドラインの作成
5. 公園・緑道の実施設計におけるデザイン監修

事業実施体制図



# 1 事業の背景と目標

## a 事業の背景

対象区域であるかみのやま駅東エリアは、山形新幹線「かみのやま温泉駅」に隣接し、蔵王連峰や三吉山を望む上山市の玄関口であり、かつては大手企業の製菓工場、製糸工場、セメント工場等が立地していたが、それらの工場の撤退によって広大な遊休地が生まれ、跡地の利活用が課題となっていた。いずれも民有地で、これまで利活用が進まなかったことから、市と民間事業者が官民連携によって公共空間（公園・緑道）と宅地開発による整備事業の可能性を検討してきた。

対象区域及び周辺には、小学校も立地し、住宅もあることから、市は立地適正化計画において当該エリアを「居住誘導区域」、「都市機能誘導区域」の二重の誘導区域に指定し、民間事業者との連携によって「魅力5K（健康・子育て・交流・環境・景観）」をもつエリアとし、2005年をピークに若い世代の大幅な減少・高齢化率の増加が顕著であり、若い世代の回帰を促す策が必要となっていることから、若者や子育て世代の居住を誘導していくこととした。

なお、当該エリアにおいてまとまった開発が可能な遊休地は3つのゾーンに分け、それぞれ居住誘導ゾーン・商業誘導ゾーン・公共ゾーンを設定し、先行して居住誘導ゾーンにおける公共空間（公園・緑道・外周道路）の詳細設計に着手している。

対象区域図



## b 事業の目標

まちなか再生事業で掲げる長期目標と令和6年度の目標を以下に示す。

まちなか再生の長期目標	<p>子育て世代、若者の居住を促進し、各世代のバランスを整えることによって移住・定住人口及び出生数を増加させるとともに、観光客等をターゲットとした駅の西側エリアとの差別化を図ること、駅東西の来街動機を高め、関係人口・交流人の増加と地域内経済の好循環を生み、官民連携による開発効果を最大化させる。</p> <p>【達成度を測る評価軸】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 子育て世代の居住世帯並びに居住人口の増加</li> <li>○ 交流人口の増加</li> <li>○ 子育て世代の仕事・雇用や、子育てしやすい環境に対する満足度の向上</li> <li>○ 小さな商いの集積による地域内経済循環率の向上</li> </ul>
令和6年度の目標	<p>駅東パークタウン（住宅ゾーン）はすべての分譲宅地（住宅）が公共空間（公園・緑道）に面し、公共空間を囲むように計画</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 公共空間（パブリック）と暮らし（プライベート）の「豊かな関係」に欠かせない公園の魅力的な使い方、使われ方の誘導と定着と整備後の運営を担える人材の発掘・育成</li> <li>◆ 子育て世代の居住ニーズにつながる、子育てと仕事の無理のない両立＝「なりわい暮らし」というライフスタイルの機運づくり</li> <li>◆ 公共空間に面した住宅の景観的なコントロール</li> </ul>

## 2 事業実施内容

## a 地域住民、市民有志等で構成するパークデザインミーティングによるトライアル（社会実験）の実施

日常的に市民が過ごし、活動する豊かな公共空間の風景づくり及び運営を担う人材育成と理想的な体制づくりを行うため、パークピクニックトライアルを企画するためのパークデザインミーティングを行うとともに、パークピクニックトライアルを実施する。

## b 子育て世代をはじめとしたナリワイづくりの促進

子育てと仕事を無理なく両立できる子育て世代を増やししながら、小さな商いや活動が生まれるまちにしていくために「ナリワイづくり連続講座」を実施する。

## c 公共空間と住宅の「より良い関係・暮らし方」を誘発するためのプロモーションの検討

「公園となりの豊かな暮らし」、「なりわい暮らし」のプロモーションにつなげるために駅東エリアの暮らし方ガイドを検討する。

## d 駅東エリアA住宅ゾーン（仮称 駅東パークタウン）デザインガイドラインの作成

公共空間の景観づくりの考え方を共有するとともに、住宅地における建物配置・高さ・色彩等の考え方を提示するため、駅東エリアA住宅ゾーン（仮称 駅東パークタウン）におけるデザインガイドラインを作成する。

## e 公園・緑道の実施設計におけるデザイン監修

セミパブリックな空間を意識した公園・緑道のデザイン、パークピクニックトライアルによる公共空間の使い方・使われ方・過ごし方を設計に反映する。

### 3 事業実施スケジュール

事業内容（仕様書記載項目等）	実施手法等	実施時期											
		5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月		
協議打合せ	協議打合せ	●	●	●		●		●		●		●	
(1) パークデザインミーティングによるトライアル（社会実験）の実施	ワークショップ・コアメンバーMTGの開催		●	●				●		●		●	
	ローカルコンテンツ及びキープレイヤーの洗出しと整理		—————										
	運営を担う人材育成と理想的な体制づくり		—————										
	トライアル（社会実験）の企画・実施・効果検証		●		●			●		●			
(2) 子育て世代をはじめとしたナリワイづくりの促進	体験ワークショップ+連続講座（6回）		●			●	①	②	③	④	⑤		アフターフォロー
	講座受講生による「ナリワイ発表会」の開催					●	●	●	●	●	●	●	●
(3) 公共空間と住宅の「より良い関係・暮らし方」を誘発するためのプロモーションの検討	駅東エリアにおける「暮らしのレシピ」の作成												
(4) 駅東エリアA住宅ゾーン（仮称）駅東パークタウン）デザインガイドラインの作成	民間開発事業者及び関係者との協議、調整		●		●					●			
	デザインガイドラインに盛り込むべき事項、具体的内容の検討		—————										
	ガイドラインの内容を市民にもわかりやすく示すための冊子データの作成		—————										
(5) 公園・緑道の実施設計におけるデザイン監修	実施設計における公園や緑道各所等、全体のデザイン監修		—————										
	実施設計請負業者との協議・打合せ・成果品における指示・監修		—————										

### 4 主な成果

#### ◆ パークデザインミーティング及びパークピクニックトライアル（社会実験）の実施

- ・パークデザインミーティングを7回、それを踏まえて実施したパークピクニックトライアルを2回実施した。また、取組への関心等を誘発するため、パークピクニックトライアルの映像・写真展を行った。
- ・取組を通じて、子どもたちが公園の一番の使い手になるとともに、公園の日常の風景が変化した。また、運営を担う人材が見えてくるとともに、隣接する3つの地区の住民と若い世代との交流が生まれた。



#### ◆ ナリワイづくり講座「Enjoy！ナリワイ部かみのやま」の実施

- ・ナリワイづくり講座に先立ちナリワイづくり体験ワークショップを行うとともに、ナリワイづくり講座（6回の連続講座）を実施した。
- ・取組を通じて、趣味を小商いに昇華させ、まちに開いて活動しようとする人が生まれるとともに、これまでつながっていなかった人同士が仲間となって、自走する小さなコミュニティができた。



## ◆ 公共空間と住宅の「より良い関係・暮らし方」を誘発するための駅東パークタウンの「暮らしガイド」の検討

- ・ひととつながる公園のある暮らし、まちとつながる5つ（「公園を庭に。」「暮らしをまちにひらく。」「なりわい暮らしというライフスタイル」「ともにつくる、つかう、育てるエリアマネジメント」「未来へとつなぐ安心安全・エネルギー・建築と緑の空風」）の方法によるパークタウンの暮らしづくりを解説する「暮らしガイド（仮）LIFE STYLE BOOK」を検討した。
- ・取組を通じて、民間開発事業者をはじめ、宅地や住宅の販売を担うハウスメーカーに駅東パークタウンが目指している暮らしの風景と、ターゲットになりうる具体的な人物像のイメージの共有ができた。

## ◆ 駅東エリアA住宅ゾーン（仮称 駅東パークタウン）デザインガイドラインの作成

- ・住宅メーカー向け説明会を開催し、宅地及び住宅の販売事業者の率直な意見を収集したうえで、別途策定する地区計画に加え、エリアの景観をコントロールするためのデザインガイドラインを作成した。
- ・取組を通じて、エリア全体の整備コンセプトや、住民とともに取り組む景観づくりの方策などについての方針を示すことで、地区計画では規制することができない、セミパブリック空間の設え方について周知していくためのガイド案を共有できた。



## ◆ 公園・緑道の実施設計におけるデザイン監修

- ・公園を地域のコミュニティづくり、子どものパブリックマインド育成、安心・安全の強化につながる舞台ととらえ、住民による自治・運営を誘発する「余地」のある設計ができた。

## 5 持続的発展に向けた課題、今後の取組み

## ◆ 駅東西のそれぞれの個性を生かした観光と暮らしが融合する「新しいまちづくり」の展開

- ・温泉街・武家屋敷通りなどがある駅西エリアあつての駅東エリアであるという考えに立ち、上山市の歴史・文化・風土に、新しいライフスタイルづくりを進めていこうという駅東エリアの整備、市の支援プログラム等を重ね合わせた広報戦略を検討していく。

## ◆ 駅東エリアを介した人と人とのつながりや地域の担い手の創出

- ・駅東エリアに住む人だけでなく、周辺エリアや市内に住む人が、公共空間（公園）で活動したり、運営にかかわることで、人と人とのつながりや地域の担い手を生み出していく。そのために、パークピクニックトライアルを積み重ねていく。

## ◆ 交流・関係人口の増加

- ・駅東西のそれぞれの個性を生かした「新しいまちづくり」を展開することにより、交流・関係人口を増加させ、上山ならではの暮らしに触れる機会をつくとともに、イノベーションを生み出すような展開を目指す。

## 6 プロデューサー紹介

### 氏名・まちなか事業での所属・経歴



西村 浩 (株式会社ワークヴィジョンズ 代表取締役)

1993年 株式会社 GIA 設計勤務

1999年 ワークヴィジョンズ・アーキテクト・オフィス設立

現在 株式会社ワークヴィジョンズ 代表取締役

まちなか再生事業実績：佐賀市（平成27～28年度）、石川町（平成29年度）、  
会津美里町（平成30年度）、津山市（令和1～2年度）、佐久市（令和3年度）

### 関連する主な実績など

北海道岩見沢市の「岩見沢複合駅舎」で日本建築学会賞（作品）、2009年度グッドデザイン賞大賞、土木学会デザイン賞、BCS賞、ブルネル賞、アルカシア建築賞、公共建築賞受賞

近年は、2021年度にグッドデザイン賞4作品受賞（鹿児島世界文化遺産オリエンテーションセンター・福島県石川町文教複合施設モトガッコほか）、都市景観大賞特別賞（糸魚川駅北地区）、土地活用モデル大賞国土交通大臣賞（佐賀市呉服元町ストリートマーケット）、日本空間デザイン賞2021の最高賞 KUKAN OF THE YEAR（神水公衆浴場）、グッドデザイン賞金賞（神水公衆浴場）受賞

## 7 アドバイザー会議委員コメント

### ◆ 宅地分譲時の留意点について

- ・住宅のナリワイに使うスペースを賃貸するのであれば、分譲時に住宅購入者と借りる人の人物や商売の保証を誰がするのかというルールづくりが必要。
- ・ワークショップなどの活動に対していいねとってくれる人たちが必ずしも今回の住宅購入予備軍になるとは限らないので、今回の事業にどう落とし込むか考える必要がある。

### ◆ まちのルールづくりや運用について

- ・想定していたナリワイ住宅にならなかった場合、次の入居者にメッセージを伝えていくために、ナリワイ住宅が公園に面していることを建築的に翻訳し具体的に示したほうが良い。
- ・デザインガイドラインの実効性を高めるために、建築協定を活用しても良いのではないかと。
- ・地区計画に加え、建築協定、景観協定、緑地協定と色々メニューがあるので、ルールがしがらみにならない程度にみんなでやっていこうというルール・仕組みができると良い。
- ・デザインガイドラインだけではなく、公園や住宅のナリワイに使うスペースの使い方のガイドラインのようなものをつくることも重要ではないかと。
- ・デザインガイドラインの運用が重要。そのための組織づくりや体制も視野に入れてほしい。

### ◆ まちのコミュニティや場づくりについて

- ・ナリワイや公園を求心力にコミュニティをつくろうとしているが、その次のステップとして、既存コミュニティとの融合課題になるので、ナリワイというバラエティーを増やす方法などどのように引き込んでいくのか考える必要がある。
- ・公園を核にして人の手が入ることがキーワード。特に冬など、ぜひ公園と真ん中にある交流施設が一体的に利用されるような取組が行われると良い。

### ◆ 駅東エリア宅地購入への誘導策（訴求策）について

- ・「稼ぐ住宅」はガツガツした感じ、また、「やりたいことができるまち」もナリワイに使うスペースを賃貸する可能性があり、少しコンセプトがぼやけてきたので、「この家で、誰かの、私の好きを仕事に、が叶う」といったコンセプトにしてはどうか。
- ・公園を自分の庭にできる宅地と交流施設ができることを考えると、人と集える、出会える、笑顔になれるといったような要素も入れて訴求してはどうか。
- ・まち全体に11のワイナリーがある。「ワイナリー」を並べ替えると「ナリワイ」になるので、そういった面白みのあるプロモーションにも期待する。

### ◆ 駅西エリアと駅東エリアの回遊促進策について

- ・ウォーカブルなまちをつくれればみんなが歩くようになるかという難しい。特に雪国では何かあつたらすぐ車ということが染み付いていると思うので、ウォーカブルにするための戦略には少し工夫が必要。

1-2

茨城県常総市

【常総市水海道駅周辺地区まちなか再生事業】

事業概要

総事業費	10,500千円	補助金額	7,000千円
プロデューサー	染谷 拓郎 (株式会社ひらく 代表取締役)		

自治体概要

〈市町村全体〉

面積	123.64 km <sup>2</sup>	人口	60,484人	人口密度	489.2人/km <sup>2</sup>
----	------------------------	----	---------	------	------------------------

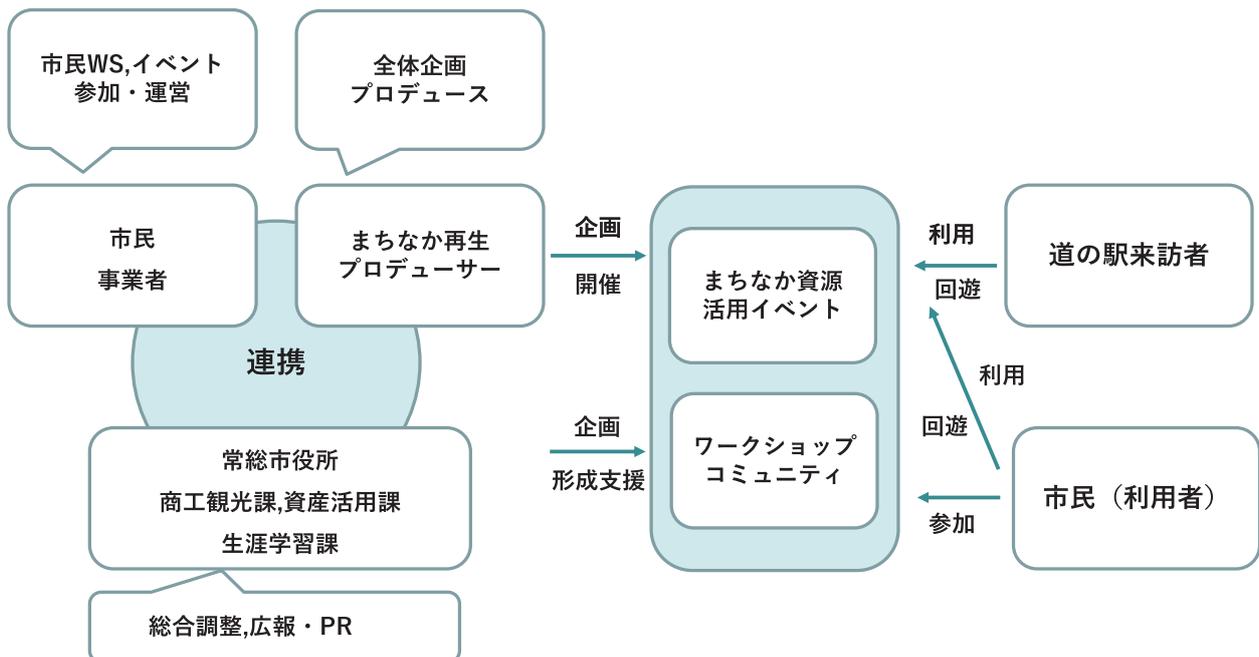
〈対象区域：常総市水海道駅周辺地区〉

面積	約 1.2 km <sup>2</sup>	人口	約 2,200人	人口密度	約 1,800人/km <sup>2</sup>
営業店舗数	約 210店舗	空き店舗数	約 160店舗		

取組概要

1. 市民参加の仕組み構築と実践
2. 市民の広場および二水会館を中心とした地域資源を活用したイベントの企画運営
3. エリアリノベーションを実現するための、アクションプランの策定
4. まちなかの過去・現在・未来を伝えるメディア整備
5. アグリサイエンスバレー常総ほか常総市各種施策との連携

事業実施体制図



# 1 事業の背景と目標

## a 事業の背景

対象地域である旧水海道市の核である「水海道駅周辺地区」は、水運と鉄道を通じた交流で栄えた歴史と文化が蓄積された場所であり、旧報徳銀行などの歴史的建築物が集積する街なみや、二水会館といった貴重な文化財による歴史・文化的景観、個性的な建築物・工作物など一体となった特徴的な景観など、伝統的文化財や歴史的建造物が残る。また、駅、図書館、小学校、高校等の公共施設や銀行、小売商業、サービス施設が集積しており、「まちの顔」とも言うべき地域である。

しかし、モータリゼーションの進展、流通構造の変化等による大規模集客施設の郊外立地、居住人口の減少等による中心市街地のコミュニティとしての魅力が低下することで、空き店舗の増加や来訪者の減少が顕在化し、対象区域の衰退が進みつつある。

令和5年度まちなか再生事業では、「交流の場や店の減少」、「空き店舗が増え消費活動は市外」「まちなかでの活動や施策が単発的で情報も不足」という3つの課題が浮かびあがった。市民のニーズを今後のまちなか再生に活かしていくことが求められている。

対象区域図



## b 事業の目標

まちなか再生事業で掲げる長期目標と令和6年度の目標を以下に示す。

まちなか再生の長期目標	<p>鬼怒川の水運を活かして発展した商人文化を象徴する歴史的建造物及び公共空間等の地域資源に、新たな文化的価値（食、本、音楽、映画、デジタル等）を付加しそれらを有機的につなぐことで、エリアの価値の向上を図る。</p> <p>そのうえで、令和5年春にオープンした道の駅をはじめとする地方創生の新たな拠点「アグリサイエンスバレー常総」の来訪者がまちなかを回遊する仕組みづくりを進め、市民と来訪者が交流・回遊する憩いの場として地域資源を活用し、まちなかの再生を図る。</p> <p>【達成度を測る評価軸】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 新たに活用を開始した地域資源の数（回遊性の高いまちづくり）：5箇所、うち3箇所は空き物件</li> <li>2 路線価の上昇：下落から横ばい・上昇に転換し、令和元年度まで回復</li> <li>3 公民館の利用者数：約3万人/年（令和4年度）から10万人/年に増加</li> </ol>
令和6年度の目標	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 市民参加型活動形成支援と本を活用した場づくり</li> <li>2 事業者、近隣高校と連携したイベントの開催</li> <li>3 移転後の公民館や耐震工事後の報徳銀行をはじめとした公共施設の利活用についての連続市民ワークショップの開催およびアクションプランの策定と公表</li> <li>4 市ホームページ、広報誌、常総市観光物産協会ホームページなど市が情報更新、発行に携わる既存メディアの課題とオペレーションの改善案作成、段階的な実施。常総市周遊マップ・デジタルサイネージでのまちなか情報掲載</li> <li>5 アグリサイエンスバレー常総の人流データをもとにしたニーズ把握、常総市各種施策との事業連携</li> </ol>

## 2 事業実施内容

## a まちなかの施設を活用した市民参加型活動の仕組み構築と実践

令和5年度のまちなか再生事業で寄せられた市民ニーズに従った市民参加型活動を企画し、[b]で実施するイベントと連動し実践する。これらをもとに市民参加型活動の仕組み構築へ向けた提案資料を作成する。

## b 市民の広場や二水会館などの地域資源の活用企画と運営

対象エリアにおける歴史的建造物及びまちなかの店舗・空き物件などを活用したイベントを事業者並びに近隣高校と連携し企画、運営する。

## c 本事業対象エリアの公共空間、歴史的建造物活用を契機としたエリアリノベーションを実現するためのアクションプランの策定

移転後の公民館や耐震工事後の報徳銀行をはじめとした公共施設の利活用について連続市民ワークショップを企画、運営する。そのなかで、対象エリアの公共空間や歴史的建造物の利活用について意見を集め、これらの結果をもとにアクションプランを策定する。

## d まちなかの過去・現在・未来を伝えるメディア整備

市ホームページ、広報誌、常総市観光物産協会ホームページなど市が情報更新、発行に携わる既存メディアとオペレーションの課題を明らかにするとともに改善策を作成する。また、対象地区の変化を伝える紙媒体のパンフレットを作成、印刷、発行する。

## e アグリサイエンスバレー常総ほか常総市各種施策との連携

アグリサイエンスバレー常総の来場者がまちなかを回遊する仕組みをつくるため、道の駅常総への人流データを分析したニーズ調査を実施。また、市の主要施策である地域資源を活用したアウトドアシティ構想、AI まちづくりについて市内関連事業所と連携し、イベントを企画立案する。

## 3 事業実施スケジュール

事業内容 (使用書記載項目等)	実施手法等	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
事業内容	1 市民参加の仕組み構築と実践	●									
	2 市民の広場および二水会館を中心とした地域資源を使用したイベント企画運営		● 6/19	● 7/17			● 10/8	● 11/16			
	3 エリアリノベーションを実現するための、アクションプランの策定						● 9/6,7	● 10/4,5	● 11/16		
	4 まちなかの過去・現在・未来を伝えるメディア整備										
	5 アグリサイエンスバレー常総ほか常総市各種施策との連携		●								
	6 全体まとめ										

## 4 主な成果

### ◆ 市民の広場や二水会館などの地域資源の活用企画と運営

- 国登録有形文化財二水会館で「みんなのタマリバ」を開き、近隣学校の生徒が制作した絵画や写真、書道を展示した。5日間で学生など約90人が集まった。利用アンケートから二水会館の活用として「勉強スペース（27%）」「広報活動（21%）」「飲食（15%）」が必要という声があがった。



イベントチラシと当日の様子

◆ 本事業対象エリアの公共空間、歴史的建造物活用を契機としたエリアリノベーションを実現するためのアクションプランの策定

- ・地域資源の再認識と活用について市民参加型ワークショップで協議し、整備後の新設複合施設を含めたまちなかでの市民活動の企画の種が得られた。
- ・さらにワークショップで集めた意見を反映した「水海道まちなかMAP」を作成。今後MAPと整備スケジュールをあわせて編集し、アクションプランとして公表する。



水海道まちなかMAP

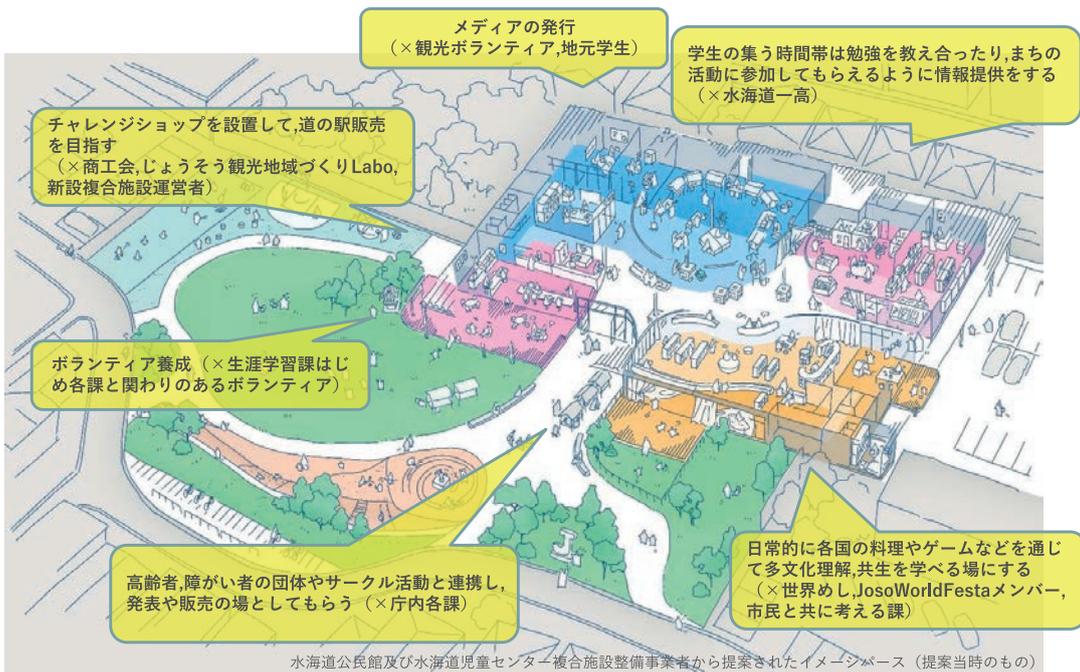
5 持続的発展に向けた課題、今後の取組み

◆ 展望 ▶ まちなかの賑わいの核として整備される新拠点から周辺に賑わいを広げていく

- ・新設複合施設に市民参画の機会提供や、市民の主体性を促す機能を備える
- ・こどもからお年寄り、外国人など多世代多文化が交流できる場の創出
- ・未活用歴史的建造物などまちなか資源の活用

◆ 課題 ▶ 新設複合施設としての活用とまちなか資源との連携

- ① 新設複合施設の機能実現
  - ・メディア発行を継続するとともに、施設内にコンシェルジュ機能、地域商材販売機能を新設し地域の魅力を知ってもらう。
  - ・行政の複数部門と民間事業者との官民連携を進めるための組織体制構築を検討する。
- ② 多世代多文化交流
  - ・児童センター、公民館、民間テナントの共存による効果を発揮するための制度見直しや構築、交流機能の創出。
- ③ 未活用歴史的建造物などまちなか資源の活用
  - ・二水会館、旧報徳銀行など、歴史的建造物の耐震化を含めた活用を進める。
  - ・まちなかの商店や駅との連携及び、新設複合施設での共同イベントなどの計画を検討する。



新設複合施設のイメージ図 (令和6年9月時点) と活用案

## 6 プロデューサー紹介

### 氏名・まちなか事業での所属・経歴



染谷 拓郎（株式会社ひらく 代表取締役）

日本出版販売株式会社に2009年入社。

2022年より株式会社ひらく代表取締役。

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

### 関連する主な実績など

ブックホテル「箱根本箱」の立ち上げと経営、入場料のある本屋「文喫」を3店舗で運営・経営をはじめ、全国各地での事業開発やコンサルティングを行う。近年では公共領域のプロジェクトを手掛けることも多く、公共図書館の基本計画策定業務や選書・イベントパッケージの開発等を実施した。

## 7 アドバイザー会議委員コメント

### ◆ 小中学生、高校生、外国人を巻き込んだまちづくり

- ・「こどもまんなか」は非常に大事なコンセプト。高校生に加えて地元小中学生などの巻き込み方も考えても良い。
- ・市内にお住いの外国の方々が参加しやすいコンテンツを開発していくと良い。

### ◆ ネットワークを活用した情報発信

- ・対象区域は、大都市近郊で通年で人が流動しやすいこともあるので、情報発信や PR を単独でやるより、人気の高い道の駅などが位置するエリアと連携するような周辺とのネットワークを活用してすると良い。

### ◆ まちとコミュニティに接点を持つための仕掛けづくり

- ・様々な講座やワークショップ、発表会などのまちやコミュニティと接点を持つ仕掛けがとても重要。新しい施設ができるまで色々なプログラムを準備すると良い。

### ◆ 近代建築の活用

- ・まちなかに馴染んでいる近代建築の場合は、活動を蓄積していくことで施設の価値が高まっていくと考えていくべき。
- ・歴史的なところも上手く活用して高校生の興味とかけ合わせられると良い。

### ◆ 道の駅との連携方策

- ・道の駅は潤っているので、次の指定管理の契約更新の時にまちなかに出ていくこと、こちらの事業との連携を指定管理者に義務付けたら良い。

### ◆ 参加の仕掛けづくりの戦略

- ・来年度以降は、ハード整備のプロセスで、こういった参加の仕掛けを進めていくのが課題。既存のプレイヤーやグループなどを図化して整理していただくと良い。その見取り図の中で戦略を立てていくのではないかな。

1-3

のおがたし  
福岡県直方市

【中心市街地賑わいづくり推進事業】

事業概要

総事業費	10,500千円	補助金額	6,893千円
プロデューサー	木藤 亮太（株式会社ホーホウ 代表取締役）		

自治体概要

〈市町村全体〉

面積	61.76 km <sup>2</sup>	人口	54,978人	人口密度	890人/km <sup>2</sup>
----	-----------------------	----	---------	------	----------------------

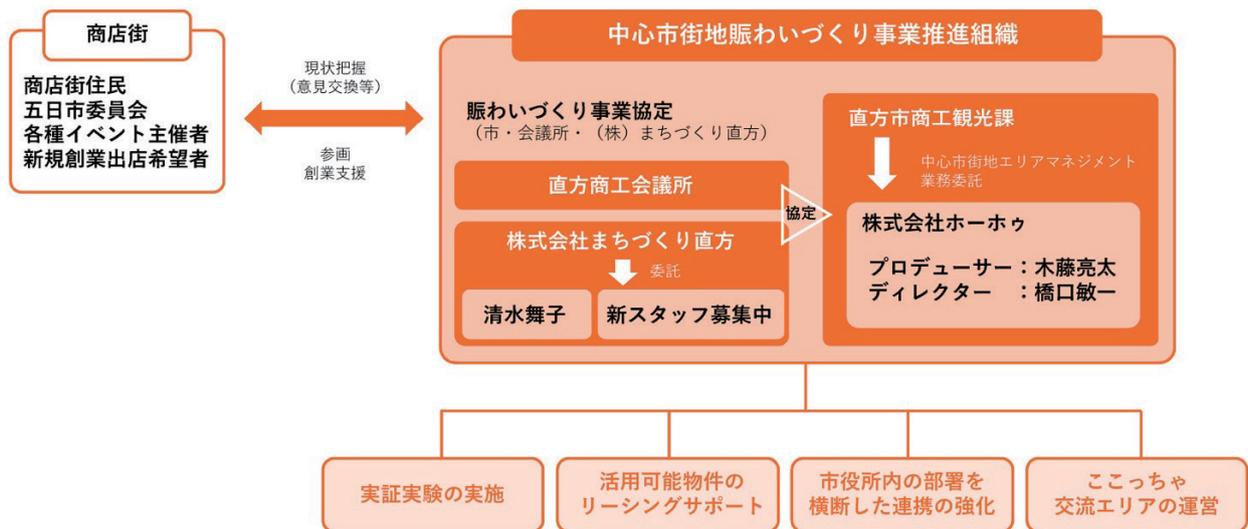
〈対象区域：中心拠点（JR直方駅周辺地区）〉

面積	0.96 km <sup>2</sup>	人口	3,661人	人口密度	3,813人/km <sup>2</sup>
営業店舗数	約122店舗	空き店舗数	約77店舗		

取組概要

1. 中心市街地の活性化に向けた意識づけ
2. 活用可能な物件と事業者とのマッチング支援
3. 商店街エリアの将来ビジョンの実現に向けた社会実験の実施
4. 賑わいづくり事業が持続するための体制づくり支援
5. 多世代交流スペースここっちゃ開設を契機とした賑わいづくり

事業実施体制図



# 1 事業の背景と目標

## a 事業の背景

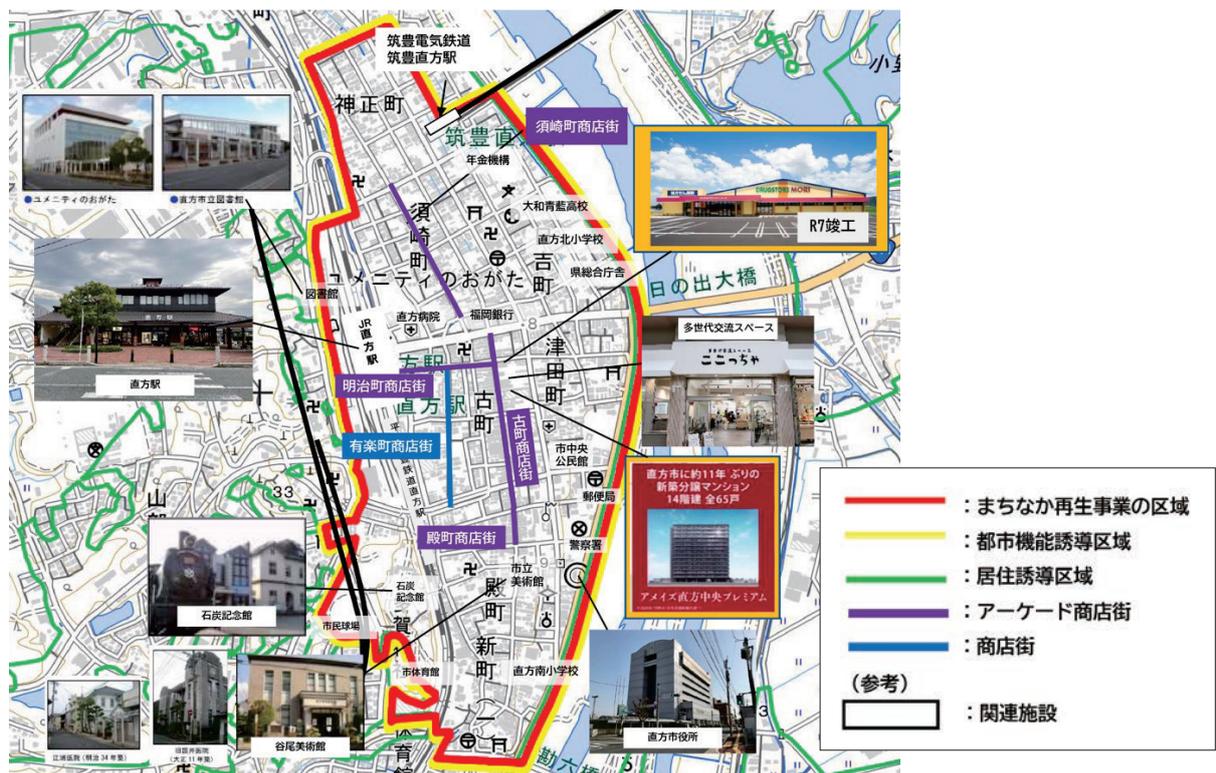
対象区域は、直方市の主要駅である JR 直方駅を有し、市域全体の生活、産業、交通、医療・福祉等の中心地である。住宅、商業・業務施設、公共施設など様々な都市機能が集積し、まちなかの賑わいを創出する拠点エリアとなっている。

直方市の商業は、購買形態の多様化、店主の高齢化や担い手不足などにより、商店街の空洞化が進んでおり、商業だけに依存した商店街の振興は難しい状況となっている。

さらに、店舗の家賃相場や飲食不可などの条件が借主の意向に沿わず、空き店舗が埋まらないなど、シャッターを閉めた状態がまちの疲弊感を増幅させる形となっている。

一方、中心市街地の商店街は公共交通の利便性が高く、アーケードに覆われていることから天候に関わらず自由に歩行できるなどの強みがあり、普段は寂しい商店街が市内外から訪れる多くの買い物客で賑わいを見せる五日市（毎月5日に開催される60年以上続いてきた歴史あるイベント）を始め、直方を盛り上げたいと地元の若手が中心となって開催されている直活祭やクリスマスマーケットといった催しが民間主導で行われており、イベント等の需要が見込める潜在的ニーズはありとされており、商店街の課題を整理したうえで商店街に関わる人々を交え、本質的な中心市街地エリアの賑わいづくりの検討を進める必要がある。

対象区域図



**b 事業の目標**

まちなか再生事業で掲げる長期目標と令和6年度の目標を以下に示す。

まちなか再生の長期目標	<p>中心市街地エリアへの必要な機能の集約を推進すると同時に、本市が持つ文化や伝統、そこに関わる人材といった資源を活かしたまちづくりを民間主導で行うことにより、まちの中心に賑わいをつくり、魅力あるまちの創出につなげる。</p> <p>【達成度を測る評価軸】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 居住誘導区域の人口密度 R01：51.5% → R07：54.0%</li> <li>○ 営業店舗率 R01：60.8% → R12：70.0%</li> </ul>
令和6年度の目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 市役所内の部署を横断した連携の強化</li> <li>◆ 商店街エリアの活用可能な物件のリーシングサポート</li> <li>◆ アーケード空間の活用を促すための実証実験の実施</li> <li>◆ まちづくりプレイヤーそれぞれのビジョンの共有を目的としたトークイベントの実施</li> </ul>

**2 事業実施内容****a 中心市街地の活性化に向けた意識づけ**

部署を跨いだ市職員同士の連携を深めるためのワークショップを実施し、まちなか再生事業につながる事業の企画立案を検討していく。市職員同士の部署を横断した連携の強化を図っていく。

**b 活用可能な物件と事業者とのマッチング支援**

令和5年度に実施した活用可能な物件候補の抽出、物件所有者へのヒアリング結果等を踏まえ、令和6年度では、賃貸物件の借り手が付くまでのサポート（リーシングサポート）に向けた取組を実施していく。活用可能な物件の建築調査や賃貸情報の整理、空き物件の活用イメージの提示や、空き物件を実際に活用したイベントを実施することで、入居希望者への促進を図っていく。

**c 商店街エリアの将来ビジョンの実現に向けた社会実験の実施**

アーケード空間（パブリックスペース）の活用のためのほこみち制度実装に向けて、関係者で視察や事例勉強会の実施、実証実験に向けた企画検討などにより合意形成を図っていく。

その後、実際にほこみち制度が実装された後の風景を示すための実証実験（イベント）を開催し、終了後の効果検証を踏まえ、令和7年度以降のほこみち制度実装を目指していく。

**d 賑わいづくり事業が持続するための体制づくりの支援**

エリアマネジメント連携構築に向けた対話の場づくりや、社会実験の準備を通じたエリアマネジメント体制の検討を図っていく。現在すでに直方で活躍しているまちづくりプレイヤー同士が交流し、それぞれの活動やビジョンの共有を目的としたトークイベントを実施していく。

**e 多世代交流スペース「ここっちゃん」の開設を契機とした賑わいづくり支援**

多世代交流スペース「ここっちゃん」で「子ども」「商店街」をキーワードに、講師を招いた座談会を実施し、最終的には「ここっちゃん」のコンセプトづくりを実施する。また、新メンバー加入に伴う「ここっちゃん」の運営体制の改善と、運営マニュアルづくりを実施する。

### 3 事業実施スケジュール

業務	令和6年度											
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
①中心市街地の活性化に向けた意識づけ ・市民向け説明会の開催 ・市職員に向けたワークショップの開催		企画検討	市民向け説明会		告知	WS-1		WS-2		WS-3	効果検証	市民向け説明会
②活用可能な物件と事業者とのマッチング支援 ・活用可能な物件の建築調査（図面作成） ・活用可能な物件の賃貸情報の整理（賃貸情報など） ・活用可能な物件と事業者とのマッチング支援	建築調査 図面作成	基礎資料 完成		初期改修コストの検討 賃貸条件の整理			賃貸 条件確定		実証実験	入居・利用希望者 募集		入居・利用希望者 リスト完成
③商店街エリアの将来ビジョンの 実現に向けた社会実験の実施 ・アーケード空間の事例勉強会の開催 ・社会実験の企画検討（目的と達成目標を設定） ・社会実験の実施 ・社会実験終了後の効果検証	企画検討		事例勉強会	企画決定	警察協議		実施決定	準備	実証実験		効果検証	
④販わいづくり事業が持続するための 体制づくり支援 ・体制づくりを目的とした交流イベントの開催 ・エリアマネジメント体制構築に向けた事業計画の策定	交流イベントの企画検討 プレイヤーへの声掛け		告知開始	告知ツール作成	交流イベント-1		告知開始	告知	交流イベント-2			効果検証
⑤多世代交流スペースここっちゃ開設 を契機とした販わいづくり ・ここっちゃ運営会議の実施（1ヶ月に一度の開催） ・④と連動した事業計画の策定			ここっちゃ運営会議（月に一回）								運営マニュアルの更新	

### 4 主な成果

#### ◆ 市職員向けワークショップの実施

- 市職員同士の連携を深めることを目的として、まちなか再生事業に関係する担当課の職員や、まちづくりに関心の高い市職員を集めた事業企画アイデアワークショップを全4回実施し、出てきた意見やアイデアを踏まえ、令和8年度での企画実現を目指していく。



## ◆ 活用可能な空き物件の仮設利用

- ・昨年度発掘した活用可能物件と事業者をマッチングさせていくため、所有者への意向調査と建築調査を実施し、家賃設定と物件活用イメージを構築した。
- ・物件のプロモーションとともに、物件の活用に関心を持つ事業者発掘を目的として、物件を活用したポップアップイベント「スペースカフェ」を開催し、店舗内をプラネタリウムに見立て、人工衛星の模型や真空空間の体験展示などを実施した。



## ◆ アーケード空間を使った実証実験

- ・先進地事例視察（久留米市ほとめき商店街）や合同勉強会を実施し、実際にほこみち制度が実装された後の風景を示すための実証実験イベントを古町商店街のアーケード空間（総延長370m）で開催した。
- ・イベントは、「のおがたこどもアーケードパーク」と銘打ち、ここっちゃんを中心にアーケード空間がこどもたちの遊び場として、スポーツや工作体験などを実施し、参加者アンケートでは、こどもと一緒に楽しめる場所や機会のニーズが高いことがわかった。



## ◆ トークイベント「のおがたトーク」の開催

- ・プレイヤー同士の交流や、それぞれの活動やビジョンなどを共有することを目的として、「子育てや教育」「にぎわいづくり」をテーマに「のおがたトーク」を全2回実施した。
- ・テーマに即したプレイヤーの参加があり、それぞれの活動や悩みを共有でき、新たなつながりが生まれ、今後の体制づくりに向けた機運を醸成した。



## ◆ ここっちゃん遊び場会議の開催

- ・「こども」「商店街」をキーワードに、講師を招いた座談会「ここっちゃん遊び場会議」を全3回開催し、座談会での意見交換などを踏まえて、ここっちゃんに必要なキーワードや、目指していく姿などを含めてコンセプト案を検討し、最終的には、コンセプトブックとして取りまとめた。

## 5 持続的発展に向けた課題、今後の取組み

## ◆ 活用可能な物件と事業者とのマッチング支援

- ・実際に入居を検討している事業者とコラボレーションした仮設利用のイベントを実施し、マーケット調査や事業計画の解像度を高めながらリーシングサポートを実施していく。

## ◆ アーケード空間のほこみち制度の導入に向けた取組

- ・イベントの継続開催による賑わいづくりと、将来的に民間事業者が活用しやすくなるパブリックスペースとしていくためのほこみち制度の実装に向けた具体的な検討を推進する。

## ◆ 賑わいづくり事業が持続するための体制づくり支援

- ・「のおがたトーク」を継続開催するとともに、実行委員会を組成し、エリアマネジメント体制の構築を図っていく。

#### ◆ 多世代交流スペースここっちゃんの運営支援

- ・コンセプトブックをベースに、令和8年度の指定管理者制度の導入に向けて、ここっちゃんの運営指針を作成し、新体制でのここっちゃん運営の支援を実施する。

## 6 プロデューサー紹介

### 氏名・まちなか事業での所属・経歴



**木藤 亮太**（株式会社ホーホウ 代表取締役）

九州芸術工科大学（現九大）、同大学院を出て14年間株式会社エスティ環境設計研究所に勤務、5年間取締役を務める。

日南市が実施した全国公募により2013年7月から2017年3月までテナントミックスサポートマネージャーとして採用された。

2018年1月からは福岡県那珂川市に拠点を移し、株式会社ホーホウを設立し現職に至る

### 関連する主な実績など

子守唄の里五木の村づくりで平成20年に土木学会デザイン賞を受賞、重要文化的景観「蕨野の棚田」、かなたけの里公園、古湯・熊の川温泉等各種プロジェクトに関わる。

## 7 アドバイザー会議委員コメント

### ◆ 個性を活かしながら同じベクトルを向いた取組の推進

- ・様々なプレイヤーや個性的なお店があるので、価値観が異なる人同士が共存し、目指すビジョンをシェアしながら、それぞれの個性や活動を磨いていけると良い。
- ・やる気のある色々なメンバーが揃い始めており、エネルギーだけ発散して終わらないように何か仕掛け側として空気感を作ると良い。

### ◆ 機会を捉えたニーズ把握と仕掛けづくり

- ・ドラッグストアと分譲マンションが新しくできることで、新しいニーズや人の流れが生まれるので、今のうちに周辺状況のニーズを把握し、設えなどの空間的工夫や、一緒に何かできることはないかなど、事業者と話しておくことは大事である。

### ◆ ここっちゃんの指定管理に向けた改善

- ・ここっちゃんの施設だけでなく前面のアーケード空間もセットで活用できると面白いので、ここっちゃんの指定管理の中にはほこみち制度との連携を入れていくなど、ぜひ色々なやり方を検討してほしい。

1-4

# 熊本県人吉市【人吉初(発)公民連携による「復興まちづくり×まちなか再生」プロジェクト】

## 事業概要

総事業費	11,000千円	補助金額	6,796千円
プロデューサー	入江 智子（株式会社コーミン 代表取締役）		

## 自治体概要

〈市町村全体〉

面積	210.55 km <sup>2</sup>	人口	29,608人	人口密度	140.62人/km <sup>2</sup>
----	------------------------	----	---------	------	-------------------------

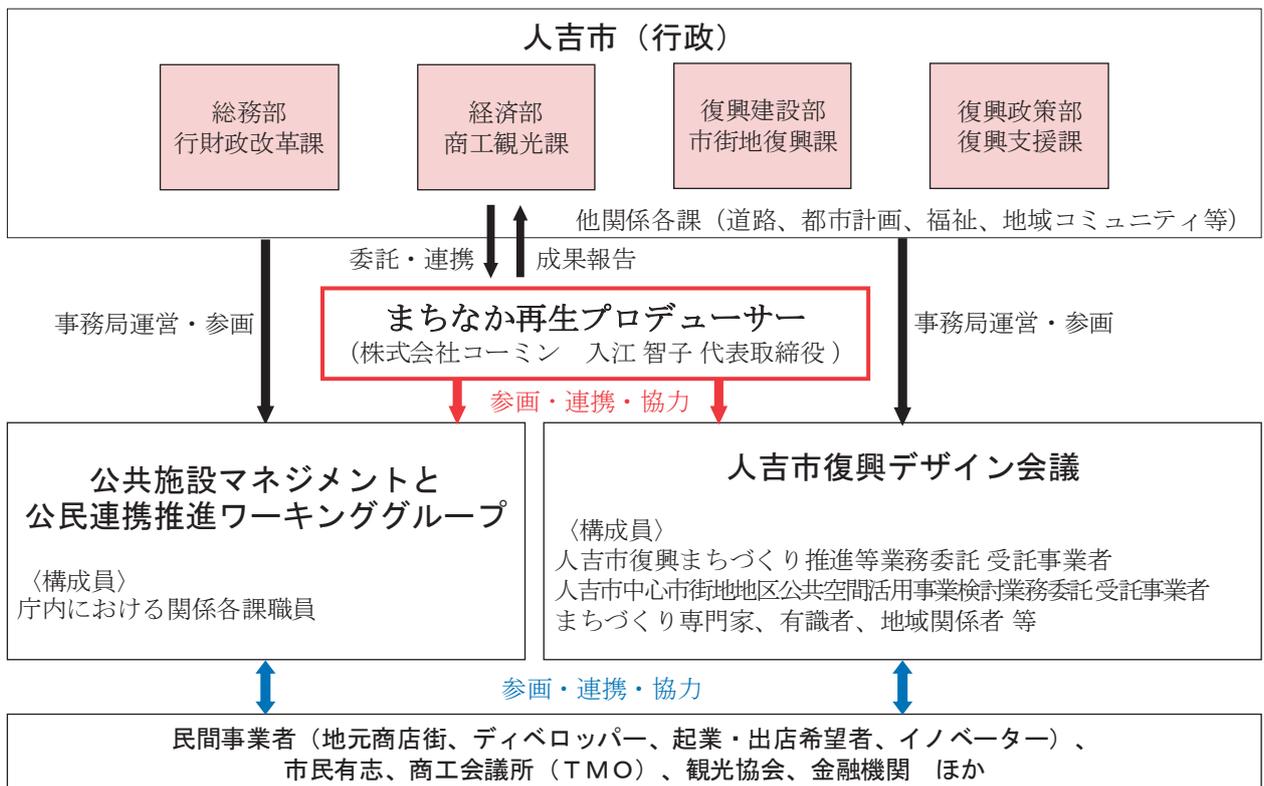
〈対象区域：人吉市中心市街地（重点整備区域）〉

面積	約 1.8 km <sup>2</sup>	人口	832人	人口密度	462.22人/km <sup>2</sup>
営業店舗数	252店舗	空き店舗数	10店舗		

## 取組概要

1. 公民連携に関する意識醸成・庁内における体制整備の支援
2. 中心市街地（特にスモールエリア）における公民連携による公共空間整備及び管理・運営の検討
3. 対象地区における公民連携による空き地、空き家（店舗）等の管理・運営手法の検討

## 事業実施体制図



# 1 事業の背景と目標

## a 事業の背景

対象区域である人吉市中心市街地区域（重点整備区域）は、南は球磨川本流、西は支流の山田川に面し、東西に国道445号線が貫通しており、JR 肥薩線人吉駅 から徒歩10分に位置している。

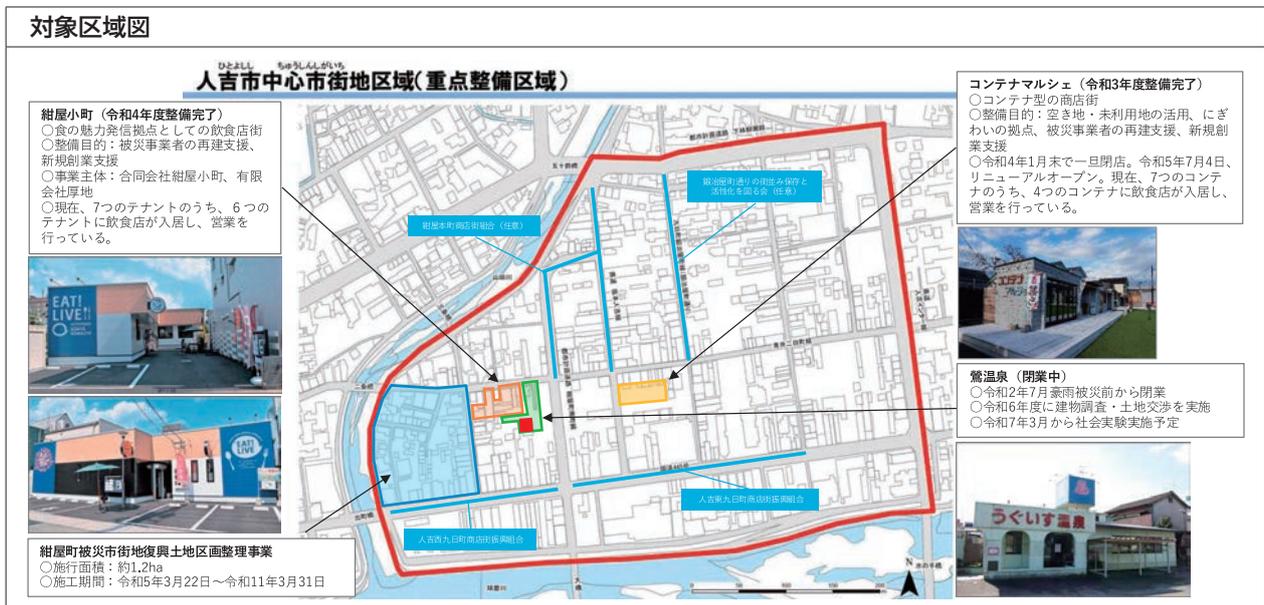
かつては、周辺10市町村（圏域人口約8万人）も含めた人吉球磨地域の中心商業地として栄えたが、近年は、人口減少、経営者の高齢化、大型店等の進出、高速交通網整備に伴う域外への購買客流出などの要因により、商業地域としては衰退傾向にある。このような状況を受けて、これまでも中心市街地活性化計画等、複数の計画が策定されてきたが、有効な活性化策に繋がらず現在に至っている。

令和2年7月には豪雨災害により球磨川本流及び支流が堤防を越流、区域全域が2～6m浸水し、死者も出るなど甚大な被害を受けた。ホテル旅館などの主要宿泊施設は、ほとんど復旧、再開し、アフターコロナの観光需要により、宿泊客数もコロナ前の7割水準にまで戻りつつあり、新業態に移行した店舗や新規テナントの進出も散見されるが、球磨川流域全体での治水対策の完了までに時間を要し、治水安全度の向上が当面見込めない中で、復旧をためらう地権者や事業者も存在する。また、事業者の多くが小規模零細で資金力に乏しく、かつ、高齢で後継者もいないため、復旧・復興及びまちなか再生の足並みを鈍らせる要因となっている。

現在、区域の一部では、県河川事業と連動した土地区画整理事業（約1.2ha）が進められており、それに伴い、今後、被災前にはなかった新たな区画内道路や公園、公共空地が形成されるが、スピード感を持った復旧・復興及びまちなか再生のためには、新たに生まれる公共空間やその周辺の民間物件を活用した、民間主導の公民連携による中心市街地の再生が必要である。

については、公民連携を進めていくにあたり、行政内部での課題等の整理、公民連携事業に対する公民の認識の共通化、課題解決のアイデア募集と事業化への取組、プレーヤーとなる民間事業者の発掘・育成に取り組むことが求められている。

### 対象区域図



## b 事業の目標

まちなか再生事業で掲げる長期目標と令和6年度の目標を以下に示す。

まちなか再生の長期目標	<p>【球磨川と共に創る みんなで安心して住み続けられるまち】を復興の将来像・復興ビジョンとして掲げ、住民がまちなかに必要なだと感じるものを吸い上げるにより、住みたい・訪れたいと思えるような地域の価値創造を目指す。</p> <p>〈基本方針〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 空き地、空き家を活用し、官民連携の取組を進めることによるエリア価値の向上や地域コミュニティの活性化</li> <li>○ 鶯温泉や山田川周辺を活用した新たな文化の創出</li> <li>○ 観光を中心とした稼げる「まちなか」実現に向けて、民間投資を呼び込む官民連携の体制づくり</li> <li>○ 観光を中心とした多様な文化を体現する自然環境と調和した美しい「まちなか」の形成</li> </ul> <p>【達成度を測る評価軸】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 居住人口の市全体に対する割合（中心市街地地区） 令和4年度（現状値）1.2% ⇒ 令和9年度（目標値）1.4%</li> <li>○ 年間宿泊客数 令和4年度（現状値）87,610人 ⇒ 令和9年度（目標値）217,000人</li> </ul>
令和6年度の目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 行政内外で公民連携事業の取組に対する意識醸成を図り、行政として全庁的に民間提案を受け入れる体制を整える。</li> <li>◆ 公共空間等を活用した公民連携に係る事業計画を策定する。</li> </ul>

## 2 事業実施内容

## a 公民連携に関する意識醸成・庁内における体制整備の支援

「人吉市復興まちづくりデザイン会議」や「公共施設マネジメントと公民連携ワーキンググループ」に参画するとともに、公民連携の視点から助言を行うほか、職員研修会等を開催することで、職員の意識醸成を図り、庁内における体制整備を考えていくための足場づくりを行う。

## b 中心市街地（特にスモールエリア）における公民連携による公共空間整備及び管理・運営の検討

「人吉市復興まちづくりデザイン会議」において「鶯温泉タスクフォース」に参画し、鶯温泉跡地の利活用方法を探ることを目的とした社会実験の実施への支援を行うとともに、社会実験の結果を通して、鶯温泉跡地周辺に必要とされている機能や設備について検討し、その最適な運営方法について事業計画を策定する。

## c 対象地区における公民連携による空き地、空き家（店舗）等の管理・運営手法の検討

「人吉市復興まちづくりデザイン会議」において「ランドバンクタスクフォース」に参画するとともに、今後の展開について協議する。



## 4 主な成果

### ◆ 公民連携に関する市職員向けの研修等の実施

- 市職員向けの公民連携研修を実施するとともに、庁内ワーキンググループの職員を中心に、NPO 法人自治経営によるオンデマンドサービス「まちづくりスキルセットスクール」を受講した。
- 公民連携の取組の先進地である大阪府大東市にて視察・研修を行った。研修にあたっては、大東ズンチャッチャ夜市イベントの設営・運営も体験した。参加した市職員からは、考え抜いた場づくりによって出店者の売上げが上がり、持続可能なイベントとなっていることについてとても参考となったという感想が得られた。



### ◆ 公民連携による公共整備及び管理運営手法検討のための社会実験の企画検討

- 人吉市復興まちづくり合同意見交換会や人吉市復興まちづくり担い手ワークショップで検討したアクションプランを踏まえて、社会実験の企画案を検討した。

### ◆ 対象区域の中核である鶯温泉事業スキーム案の検討

- 鶯温泉事業の現時点（社会実験前）における施設整備を前提とした事業スキーム案を2案（民間がハード整備から運営まで行う案、行政がハードを整備し民間が運営する案）にまとめ、それぞれのメリット・デメリットを整理した。

## 5 持続的発展に向けた課題、今後の取組み

### ◆ 市民の意識を刷新し、居心地の良い空間をつくるための公民連携事業の実施

- 本事業は、周辺住民や事業者には喜ばれ、さらに新たな地元資本の商業や住宅を誘発するものでなければならぬが、今回の対象区域において市民・事業者ワークショップ等を行ったが、「こんな施設が欲しい」という行政に依存した声が圧倒的に多かった。そういった市民の意識を刷新していくことが必要である。
- そのためには、やる気のある民間事業者の声を聞き、それを可能とする事業スキームや事業計画、更なる営業体制を構築し、公民連携でまちなか再生の中核である鶯温泉事業をしっかりと行い、公と民がそれぞれの強みを活かし、居心地の良い空間をつくる必要がある。
- 次年度は、更地になった場所での社会実験を行いつつ、実際に投資を考えている民間事業者の意見を聞き、その上で行政は、最適なスキームを考え、必要であれば制度・計画を整え、公民連携事業を推進していく。

### ◆ まちなか再生に関する多様な関係者の連携による公民連携事業の推進

- まちなか再生にあたっては、建築・ランドスケープの力が必ず必要になってくるため、「人吉市復興まちづくりデザイン会議」の関係する専門家と連携するとともに、行政職員についても公民連携に関する意識・知識を持ち意欲的に事業を進めていくことが求められる。

## 6 プロデューサー紹介

### 氏名・まちなか事業での所属・経歴



入江 智子（株式会社コーミン 代表取締役）

大阪府大東市役所入庁後、建築技師として、学校施設や市営住宅などの営繕業務に従事

2017年 大東公民連携まちづくり株式会社（現コーミン）に出向、駅前道路公共空間活用事業を実施

2018年 大東市役所退職、株式会社コーミン代表取締役就任

2019年 基幹型地域包括支援センター運営開始、まちづくりと健康づくり両輪の会社となる

2021年 公民連携エージェント方式で市営住宅の建て替えと商業施設の新築による複合施設「morineki」をオープン

### 関連する主な実績など

駅前道路空間を活用した「大東ズンチャッチャ夜市」や、民間主導の市営住宅の建替えによりエリアの価値を上げる「morineki プロジェクト」などに取り組み、2022年「都市景観大賞」国土交通大臣賞を受賞。

## 7 アドバイザー会議委員コメント

### ◆ 豊富な地域資源の活用

- ・豪雨災害による大変な被害を受けた一方で、温泉を含めて色々なコンテンツや資源を持っているので、しっかり掛け合わせられれば、必ず方向性が見えてくるという印象を持った。

### ◆ 旧鶯温泉跡地の活用に向けた柔軟な検討

- ・公民連携での旧鶯温泉跡地の活用が今回中心のスキームになっているが、やる気のある民間事業者が具体的に見えているかどうかを肝。印象として、公共投資に腰が引けていて、民間もそこまでやる気がないと、施設整備ありきで少し心配になる。まだ助走・熟成期間のような気もするので、柔軟に考えていけると良い。

### ◆ 求められているまちなかのイメージの提示・共有

- ・どういった事業者に来てほしいか、人吉温泉の価値を高めるために旧鶯温泉の跡地活用でどのような施設を整備するのかを考えながらビジネスプランを考える必要がある。また、そのプランがどのようにまちなか再生につながっていくのかを絵で提示して、一緒に考えていくことが必要だと思う。社会実験やワークショップを通じて、色々な可能性やニーズを探るための取組を進めてほしい。
- ・まちなかが何のために、誰のためにどんな機能が求められているのかをもう一度原点に戻って考えていく必要がある。まちなかに必要なものとして住民のSOSに応えるものという原点を忘れてはいけない。そういった観点からいえば、官民が連携して情報が即座につながるといった仕組みづくりも非常に重要だと思う。

### ◆ まちなか再生にあたっての徹底的なマーケティング

- ・まちなかで施設をつくる際、どれだけのお客さんがどの地域から来ているのか、外国人は何%ぐらいなのか、近くに競合する地域はないのか、似ている都市との比較といったことを分析し、最終的に最適な着地点を探ると良い。今後20、30年先、どういう人たちがその施設を使っているのかという予測と想定を改めてシビアに分析すると良い。様々な視点から徹底的にマーケティングして、これであれば事業者としても赤字が出ないという蓋然性のある資料をつくるのがまず大事だと思う。



## 2 過去事業のフォローアップ

### 2-1

### フォローアップの概要

まちなか再生に向けた取組は、中長期的なビジョンを持ち、短期的な事業を繰り返しながら、継続的に取組を進めていく必要がある。

まちなか再生事業の助成期間中は、ビジョンの策定や社会実験の実施、体制整備といった取組が中心となっており、いわばまちなか再生を推進するうえでの起点や基盤の整備が中心となる。

そこで、こうしたまちなか再生事業の成果となるビジョンや体制に基づいて着実にまちなか再生が継続的に取り組まれているかを把握することを目的に、フォローアップを実施した。

#### a 事業のフォローアップの対象・方法

平成24年度（2012年度）から令和3年度（2021年度）に採択された市町に対して、アンケート調査を行い、うち19市町の回答及び補足調査の結果を整理し、事業後の取組み、継続性のポイントを分析した。

#### b 継続状況

アンケートで回答のあった19市町の事業成果を次表に示す。

表 19市町の事業成果

実施年度	市町名	「事業成果について」 *：まちなか再生事業に先行する取組
2012 H24	埼玉県 秩父市	<ul style="list-style-type: none"> <li>ここ数年は、対象店舗を含めコロナ禍により厳しい経営環境にあったが、対象店舗にあっては独自に婚活イベント等を行うなど継続して集客に努め、最近では売り上げも回復基調にある。また空き店舗の解消の面では、隣接する番場商店街を中心に観光客でにぎわっており空き店舗も減少し、みやのかわ商店街については空き店舗0件となっているため、事業の実施により継続して効果が持続している。</li> </ul>
2013 H25	埼玉県 川越市	<ul style="list-style-type: none"> <li>若い世代の観光客の割合が増加した。 (平成26年度：10～30代 24.9%、令和5年度：10～30代 38.1%) ※川越市観光アンケート調査結果より</li> </ul>
	千葉県 館山市	<ul style="list-style-type: none"> <li>「ふれあいサロン プリンセスの会」は現在も継続して活動しており、市の出前講座を活用し、健康や防災などを学んでいる。</li> <li>調査に係わった大学の学生が現地で設計事務所を開設した。</li> </ul>
	京都府 八幡市	<ul style="list-style-type: none"> <li>コミュニティ活動拠点「だんだんテラス」を開設し、現在に至るまで運営している。多世代、多様な人が集まり、活動、交流する場として機能している。また、住民が主体となり、手作り市、子ども食堂、ラジオ体操等を実施している。</li> </ul>
	奈良県 斑鳩町	<ul style="list-style-type: none"> <li>街なみ環境整備事業の適用による公共空間整備（道路・公園・案内板など）/街なみ環境整備事業の適用による民間修景事業/大規模町家の保存・活用/既存店舗のリニューアル、空家の活用</li> <li>歴史まちづくり推進協議会（法定組織）の継続・運営</li> <li>まちづくりイベントのテーマ化・定例化</li> <li>情報発信手段の多様化</li> </ul>

実施年度	市町名	「事業成果について」 *：まちなか再生事業に先行する取組
2013 H25	広島県 福山市	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業活用により、参加者は活動のノウハウを身につけ、地域と連携した自主的な活動に繋がった。</li> <li>福山駅周辺の整備が進められている。</li> </ul>
	高知県 本山町	<ul style="list-style-type: none"> <li>推進委員会組織の設置による活性化計画の策定</li> <li>行政と住民が一体となったイベントの継続実施</li> <li>住民主体のまちづくり組織の設立</li> <li>関連団体、住民による連絡会議の実施</li> <li>まちなかチャレンジショップの設置（2店舗）</li> <li>「本山町まちなか再生計画」を2023年（R5年）3月に策定した。</li> </ul>
2014 H26	千葉県 睦沢町	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域住民が主体となり、観光情報の発信や地域の交流拠点、さらには農産物直売所の機能を有する上市場観光交流センター「ぶらっと」を建設した。</li> </ul>
	徳島県 美波町	<ul style="list-style-type: none"> <li>行政と大学で事業を実施、空き家を活用した店舗を3店舗誘致したことにより、民間主体で空き家を活用した外国人受入れ可能な宿泊施設が2店舗開業。</li> <li>人口減少及び少子高齢化による地域産業の継続（農業・林業・水産業）が課題となっており、地域資源の地域内循環、公共空間（港湾）の有効活用について現在検討を行っている。</li> <li>地域課題解決型のローカルベンチャー企業が2社程度活動を始めようとしている。</li> </ul>
2015 H27	岩手県 紫波町	<ul style="list-style-type: none"> <li>「日詰リノベーションまちづくり構想」を策定し、リノベーションまちづくり推進に取組んだことにより、27年度以降、紫波町全体で35件（内、日詰商店街においては23件）のリノベーションの実績がある。</li> <li>当初は紫波町による伴走支援による起業（リノベーション）が多かったが、最近では民間の自走によるリノベーションの実績が増えている。</li> <li>日詰商店街が「はばたく商店街30選」2021に選定された。</li> </ul>
2017 H29	福島県 石川町	<ul style="list-style-type: none"> <li>現在も取り組みは継続しているが、行政主導で実施している。住民主体で行える仕組みを検討していく。</li> <li>今後においては、石川町第6次総合計画によりまちなか再生を実施していきたい。</li> </ul>
	神奈川県 小田原市	<ul style="list-style-type: none"> <li>「小田原かまぼこ通り活性化協議会」によるイベント開催や周辺店舗での食歩歩きの取組などにより、対象地域の拠点周辺の歩行者数が880人/6h（平成29年度）から3,122人/6h（令和3年度）に増加。</li> <li>対象区域内の空き家・空き店舗の実態調査を実施し、空家等の所有者と活用者をマッチングしたことで、3件を飲食店等に利活用した。</li> </ul>
	広島県 三原市	<ul style="list-style-type: none"> <li>グランドデザイン（「市中心部のグランドデザイン」（平成30年3月））を作成したことをきっかけとして、行政が市民や事業者等と協力した、市中心部を魅力的な場所にするためのまちづくり活動が生まれ、にぎわい創出につながっている。</li> <li>JR三原駅前ペアシティ東館跡地に複合施設、ペアシティ西館内に児童館を移転整備し、民間事業者や中高生が運営に携わることにより、特に若年層が中心市街地に集まるようになった。</li> <li>三原城跡歴史公園、船入櫓の堀など歴史的価値を持つ水景を活かすまちづくりとして、民間団体が鯉の放流やイベント等を実施し、水景を市民の身近な存在にしている。</li> <li>本町西国街道では地元住民と行政が協働し、古民家・空き家の活用と街並みづくり、にぎわいづくりに取り組んでいる。</li> </ul>
2018 H30	滋賀県 長浜市	<ul style="list-style-type: none"> <li>本事業での活動を通じて、まちづくりに関心を持つ19名の新規プレイヤー候補が発掘できた。</li> </ul>
	岡山県 瀬戸内市	<ul style="list-style-type: none"> <li>本事業を通して運営事業者を決定した地方創生拠点施設（旧牛窓診療所）は、以後改修工事を経て、令和3年度から供用を開始し、現在9つの事業者が入居し、令和5年度末で19万人の来場があった。</li> <li>官民の多様な主体で構成するプラットフォーム（牛窓まちなかエリアプラットフォーム）を令和5年3月に構築し、ビジョンを作成し、まちなか再生の基盤が整った。</li> <li>*まちなか再生事業に先立ち、「牛窓リノベーションプロジェクト（まちなか再生推進事業）」を平成29年度から実施している。</li> </ul>

実施年度	市町名	「事業成果について」 *：まちなか再生事業に先行する取組
2019 R1	兵庫県 西脇市	<ul style="list-style-type: none"> <li>まちづくり活動の相談窓口を設置し、個別の相談対応やまちづくりに関するセミナーなどを実施した結果、まちづくり活動への機運醸成やまちづくり活動の活性化に一定程度の成果があった。</li> <li>令和元年度に市が中間支援事業を委託し、「西脇135」というまちづくりのプラットフォームが設立されたが、令和5年度に活動を終了している。</li> <li>まちづくり活動に関わる方に参加いただき「まちなか会議」を開催し、まちなかの活性化や地域課題の解決に向けた検討を行った。当初想定していた、市全体に広がるようなモデル事業を開催することはできなかったが、まちづくりの担い手の育成に繋がった。 *西脇市立地適正化計画を2018年（平成30年）12月）、西脇市まちなか（中心市街地）活性化計画を2019年（平成31年）2月に策定した。</li> <li>令和3年5月に対象区域内に新庁舎が竣工し、市役所が移転した。</li> <li>まちづくり活動支援団体「みんぐる」が令和6年4月に設立され、6月からまちづくり活動拠点「まちなか交流拠点みんぐる」の運営及びまちづくり活動の支援を行っている。</li> </ul>
	岡山県 津山市	<ul style="list-style-type: none"> <li>2年間の事業実施を通じ、城下エリアのまちづくりを官民一体となって考えることができた。</li> <li>その成果として、令和4年8月に城下まちづくりビジョンを策定。</li> <li>津山国際ホテル跡地の活用については、社会実験を実施しながら検討を進め、市民、観光客など、世代を問わずさまざまな人が交流できる芝生広場として令和6年9月に整備した。</li> <li>整備を機に芝生広場の名称を「城下スクエア」として、供用を開始した。供用開始後は、イベントにも利用され始めているほか、日常では、こどもから大人まで世代を問わず人が集い、遊んだり、休憩したり、散歩したりなど、それぞれが思い思いに時間を過ごしている。</li> <li>森本慶三記念館との一体的な利活用については、民間事業者の管理運営も視野に入れ、現在も検討を進めている。</li> <li>商店街についても、商店街などの関係者とコンセプトなどについて協議しており、来年度には将来の商店街のあり方をまとめたビジョンの作成を予定している。</li> </ul>
	長崎県 雲仙市	<ul style="list-style-type: none"> <li>神代文殊会は、2カ月に1回、イベント「こうじろフェス」を開催し、雑貨やグルメなどの販売や、近隣市の大学サークル等による音楽演奏の機会を創出し、地域外からの交流人口拡大に寄与している。</li> <li>多比良文殊会は、市の木であるヤマボウシにちなんだ「やまぼうしまつり」などのイベントを開催し、地元食材を使ったグルメの販売などを通じて、地域外からの交流人口の拡大を図っている。</li> <li>また、「サイクリストにやさしいまち」と題した活動を展開し、サイクリスト受入れ態勢の整備や、近隣市の大学と連携してレンタサイクルの商品開発を行い、県外からの誘客増に寄与している。</li> <li>旧本田酒店は、「趣蔵 神代ふれあい館」として令和4年5月に開館。貸しスペースなどとして地域に開放しており、神代文殊会と連携して「こうじろフェス」開催時に音楽演奏会場としての活用や、物販販売等の会場として積極的に活用を図っている。</li> </ul>
2021 R3	長野県 佐久市	<ul style="list-style-type: none"> <li>現在未着手であるが、今後公共施設の新築及び改築を行い、公民連携で管理を検討している。</li> </ul>

### a まちなか再生事業後の取り組みが継続している要因

まちなか再生を実現するためには、まちなか再生事業後のハード整備及びソフト事業の取り組みが継続しかつ多面的に展開されていること、更にその取り組みを担う体制が継続している必要である。その要因としては、以下の要因が推測される。

### 【要因1：上位計画において、まちなか再生が位置づけられている】

上位計画において、まちなか再生が位置づけられていることも継続要因の1つと考えられる。

まちなか再生事業を単発で実施しても、まちなか再生に対する行政の体制整備や事業の継続的な取り組みの実施にはつながりにくいと考えられる。

### 【要因2：ハード整備とソフト事業が併せて実施されている】

まちなか再生に係わる施設整備が実施されている市町は、まちなか再生の取り組みが継続している。公共または公民連携でまちなか再生を目的とする施設や公園広場が整備されるとそれを活用するためにソフト事業が必要になり、そのソフト事業が公民連携や市民参加の場となるため、まちなか再生が継続すると考えられる。

### 【要因3：担い手が継続的に確保されている】

まちなか再生が成果を上げるまでには長い時間がかかるため、時間が経つにつれて、初動期の地元の担い手が高齢化等により減少する。取り組みが継続している市町は、大学や市民を巻き込んで、継続的に担い手を確保している。

### 【要因4：まちなか再生の蓄積がある】

まちなか再生事業の実施以前から、中心市街地再生に取り組んできた市町では、まちなか再生事業実施後もまちなか再生の取り組みが継続している。中心市街地活性化に取り組んできた蓄積がある中で、まちなか再生事業を実施したことがその後の展開につながったと考えられる。

## 2-2

## フォローアップからの示唆

フォローアップ実施結果を踏まえ、まちなか再生事業にてより効果的、かつ継続的・発展的な支援を行っていくうえで、配慮すべきと思われる点を以下に示す。

### a 長期的な展開に対する支援

まちなか再生事業が単発の事業で終わらないように、立地適正化計画等のまちなか再生の上位計画があり、その一環として、まちなか再生事業を実施することが必要である。

更に、まちなか再生事業終了後の長期的な展開に対するビジョンがないと継続しないと考えられる。そのため、まちなか再生事業において、事業終了後の推進計画の作成を求め、連鎖的に取り組みが継続するように対するアドバイスを行うと考えられる。

### b ハード事業の推進に対する支援

上位計画に基づいて、ハード整備とソフト事業を併せて行うことが効果的である。しかしながら、まちなか再生事業の中では施設等のハード整備事業は実施しにくい。そのため、まちなか再生事業において、ハード事業に対するソフト的な支援（専門家によるアドバイス等）を行うかまちなか再生事業終了後にソフト的な支援を行うことが考えられる。

### c 庁内の推進体制の強化

まちなか再生は、多様な施策を同時並行的に実施することが必要であるため、複数の所管の連携協力と調整が非常に重要である。そのため、まちなか再生事業の採択をきっかけに庁内横断的な組織の強化を求めていく。

### d 民間の担い手の発掘や継続的な参加につながる取り組みに対する支援

リノベーション等は民間が主導するものであることから、民間の担い手の発掘や継続的な参加につながる社会実験、ワークショップ等の実施を支援するとともに社会実験やワークショップが事業終了後の継続的な活動につながるよう支援する。

第



章

# 外部専門家短期派遣事業の 取組みと成果





# 外部専門家短期派遣事業

地域の課題や課題解決に向けた方向性等が明確になっていない段階で、その解決に向けた方向性に目処をつけるため、今年度は以下の10地域に対し外部専門家を1泊2日で派遣して現地調査を行い、後日オンラインにて地域再生の方向性に関する提言が行われた。

	派遣先	現地調査	オンライン報告会
1	宮城県塩竈市	令和6年10月15日(火)～16日(水)	令和6年10月31日(木)
2	茨城県古河市	令和6年11月6日(水)～7日(木)	令和6年12月3日(火)
3	茨城県下妻市	令和6年10月21日(月)～22日(火)	令和6年11月12日(火)
4	埼玉県横瀬町	令和6年9月17日(火)～18日(水)	令和6年9月30日(月)
5	千葉県九十九里町	令和6年9月26日(木)～27日(金)	令和6年11月8日(金)
6	石川県金沢市	令和6年10月1日(火)～2日(水)	令和6年10月11日(金)
7	岡山県真庭市	令和6年11月7日(木)～8日(金)	令和6年11月22日(金)
8	山口県岩国市	令和6年9月30日(月)～10月1日(火)	令和6年10月17日(木)
9	大分県大分市	令和6年10月1日(火)～2日(水)	令和6年10月17日(木)
10	宮崎県西米良村	令和6年7月29日(月)～30日(火)	令和6年8月26日(月)

今年度の外部専門家派遣は、年度後半に申請が増加し、結果的に昨年同様10件の現地視察を行った。総じて、地域資源を活かした商品開発や観光振興、将来的な移住・定住に向け、その第一歩として関係人口を増やすための施策に向けた提言を求めているものが多く見られ、具体的には宮崎県西米良村、山口県岩国市、千葉県九十九里町、岡山県真庭市などが該当した。

また、地方の中心市街地活性のテーマで、地域再生マネージャーの中では「まちなか再生事業」に区分されるものも多かった。具体的な例としては、大分県大分市の遊歩公園活用事業、茨城県下妻市の下妻市庁舎周辺エリアの再生事業、茨城県古河市の空き店舗を活用した商店街の活性化が該当した。

埼玉県横瀬町のふるさと納税事業の充実や塩竈市のマリンゲート施設の魅力回復と観光拠点としての活用といった時代を反映するようなテーマの取り組みもあった。

全地域で現地視察を行い、地域住民や事業者、市の関係者のお話を聞き、視察後には全員で振り返りのミーティングを行い、自治体側のニーズと提言の方向性を確認した。その後、各地域担当の外部専門家から、高い専門性を活かした提言がなされた。

来年度へのステップアップは、ふるさと再生事業での宮崎県西米良村の1地域となった。

1

宮城県塩竈市

現地調査	令和6年10月15日(火)～16日(水)
オンライン報告会	令和6年10月31日(木)
外部専門家	株式会社 POD 共同経営者 橘 昌邦

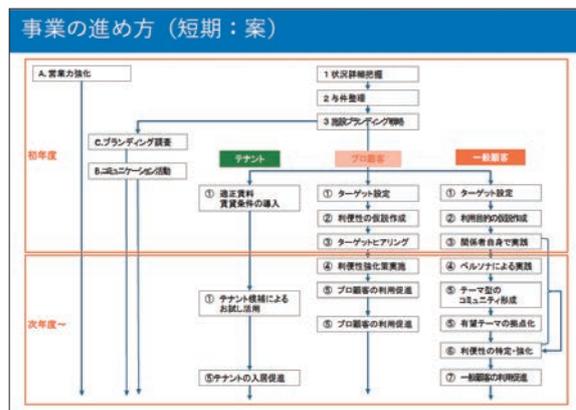
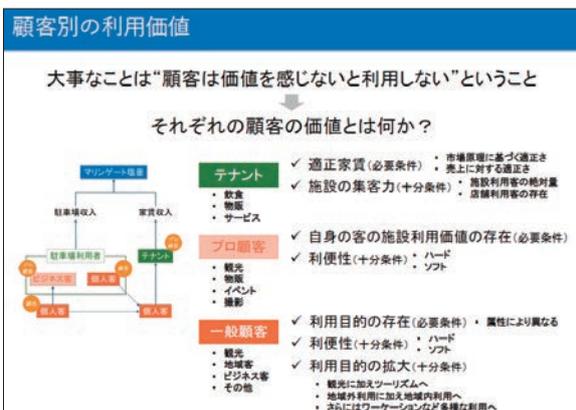
<地域の背景と経緯>

マリゲート塩釜は、松島湾観光の起点として賑わってきたが、観光ニーズの多様化など時代の流れに適した対応が出来ていないため、観光客や売上の減少などの課題に直面している。マリゲート塩釜を中心としたベイエリアの再生を実現したい。

売上不振によるテナントの撤退が相次いでいるので、施設の魅力回復、観光拠点機能向上への課題の整理と、テナントの減少により収支バランスが崩れているので、テナントリーシングや区画割、戦略的な誘致・営業方法等、ベイエリアの賑わいのための助言を得たい。

<外部専門家からの提言>

- 顧客対応の点では、まだまだやれる余地はある。遊覧船の観光客も行きはお土産は買わず、帰りに買う。それなら下船から駐車場に行くまでの導線をどう取るかがポイントになる。
- 需要創出の点では、公共施設での制約はあると思うが、このマリゲート塩釜の新しい利用価値をどう作っていくかを考えることが必要である。
- 市長のお話では投下可能な資源は限定されることが予想されるため、それならば自分達の力でやってみるという気持ちを持つ。
- 人の満足度が高まる利用シーンは何か、その利用シーンを実現させるためにハードやソフトで何が必要なのかを導き出してプランニングする必要がある。



<(参考) 主な視察先>

1 塩釜水産物仲卸市場	5 湾ダブルしおがま海浜公園
2 マリゲート塩釜	6 魚市場
3 シオーモの小径	7 門前町エリア
4 千賀の浦緑地	8 鹽電神社

現地調査	令和6年11月6日(火)～11月7日(水)
オンライン報告会	令和6年12月3日(火)
外部専門家	株式会社まちづくりカンパニー・シーブネットワーク代表取締役 西郷 真理子

### <地域の背景と経緯>

古河駅西側の100店舗が加盟する商店街が、買い物スタイルの多様化、大型商業施設の進出で衰退している。この状況を打破し、地域経済を活性化するため専門家の知見、支援が不可欠となっている。活用可能な「住居と店舗を兼ねた空き店舗」把握や高齢化する店主の継承も課題であり、現在商店街での新規創業者への賃料補助、改造費補助を行っている。①空き店舗の活性化方法、②空き店舗の管理・把握における官民連携方法、③商店街活性化の手法について専門家からの助言をいただきたい。

### <外部専門家からの提言>

西郷氏により、以下の提言が行われた。

古河固有の文化の回復により美しい都市を再生し、ライフ・スタイルをブランド化する。その結果、他地域からの訪問者が増え移住者が増加し、地域経済が活性化することで商店街の空き店舗もなくなる。その結果として人々が「幸せを感じる生活」の実現を目指す。

■「マスタープログラム」の発想により事業をマネジメントし、プログラム化する。

- ・魅力ある空間を繋ぎ、一定のエリアを形成する地区計画とする。
- ・ディベロッパーの機能を持つまちづくり会社が核となる施設を取得し、合理的なゾーニングとテナントミックスや、任意の敷地の共同化による再開発を行う。
- ・地域のクリエイターで構成されるマネジメント機能を持つ別のまちづくり会社が、マネジメントを行うとともに商品開発を行ない、地域のライフ・スタイルをブランド化する。
- ・街路を広場として様々な活動が行われるようにする。

■プロジェクトでの検討によりショッピングセンターに類似するエリアを実現させるために、「成功するプロジェクト・プログラム手順」を戦略的に実施する必要がある。

この他、「ライフ・スタイルのブランド化」、「古河のライフ・スタイルの体験 町家ステイ体験」、「駅前エリアの小規模連鎖型再開発 木造（耐火）でSDGs 実現」等が示された。



### <(参考) 主な視察先>

1	酒井蔵・富岡蔵	6	商店街
2	坂長	7	古河公方公園
3	歴史博物館、文学館	8	ネーブルパーク
4	篆刻美術館	9	道の駅「まくらがの里こが」
5	ゴルフリンクス	10	建築家吉田桂二氏の設計した家

3

茨城県下妻市

現地調査	令和6年10月21日(月)～22日(火)
オンライン報告会	令和6年11月12日(火)
外部専門家	株式会社 PUBLIQ 代表取締役 長澤 幸多

<地域の背景と経緯>

下妻市庁舎周辺エリアには老朽化した文化施設もあり、旧庁舎を取り壊したあとに未利用地も発生する。このため、エリアを再生するためのビジョン（案）を作成し、今後ビジョンを具体化するための基本計画に移行する段階にある。

民間事業者に投資していただくために、何に気をつけてマスタープランを策定すれば良いのか、民間事業者の投資意欲を確かめる方法、トライアルから民間提案に結びつけるために行政が行った方がよいことについて助言を得たい。

<外部専門家からの提言>

- 行政の仕事はとてもクリエイティブなもので、ビジョンとか、向かうべき構想づくりは楽しく出来る。様々な場所を見て、自分の街に落とし込めばこうなるということを考えながら日々生活することで、事業がクリアになってくる。ランドスケープを考える時に、デザイナーを入れた時には自分はこういう街にしたいという考えを持って意見交換が出来るとよい。
- 事業は民間の活用なので、民間が投資したいと思えるような構想を考える次のステップに移るべきである。その構想をもとに民間にヒアリングを行い、民間投資が可能かどうかをエージェントと詰めていくことが必要になる。



<(参考) 主な視察先>

1	ファームガーデン	6	下妻市役所周辺施設 (総合体育館)
2	ビアスパークしもつま	7	下妻市役所周辺施設 (市民文化会館)
3	筑波サーキット	8	下妻市役所周辺施設 (下妻公民館)
4	WaiWai ドームしもつま	9	下妻市役所周辺施設 (東部中央公園)
5	下妻市観光交流センター		

- 宮城県 塩竈市
- 茨城県 古河市
- 茨城県 下妻市
- 埼玉県 横瀬町
- 千葉県 九十九里町
- 石川県 金沢市
- 岡山県 真庭市
- 山口県 岩国市
- 大分県 大分市
- 宮崎県 西米良村

現地調査	令和6年9月17日(火)～9月18日(水)
オンライン報告会	令和6年9月30日(月)
外部専門家	株式会社パブリシंक 代表取締役 林 博司

### <地域の背景と経緯及び抱える課題>

第6次横瀬町総合振興計画後期基本計画であげられた“ふるさと納税等の寄付額目標”の基準値を、昨年度、今年度と大きく下回り苦戦している状況であり、緊急かつ抜本的な対策が必要となっている。

寄付額減少の要因は国の制度変更等により、天然水やフルーツといった町の主力返礼品の寄付額が減少していること、また、第三セクターの地域商社が地場産品を活用した商品開発を行っているが、寄付額にインパクトを与えるまでに至っていないことがあげられる。

寄付額減少に歯止めをかけるため、以下の点についてアドバイスしてほしい。

■返礼品のPRや付加価値のつけ方 ■返礼品サイトへの掲載方法 ■新たな返礼品の作り方

### <外部専門家からの提言>

林氏によれば、現地調査で横瀬町の長所や、これまでチャレンジしてきた経緯を見ていく中で、一つひとつの施設の内容が楽しかったとの印象である。小規模な町でこれだけ楽しめるコンテンツがあることは素晴らしい長所である。それを活かして、今後ふるさと納税の返礼品プロジェクトで検討していく中で、まだまだ他地域より多くの品種を考えられる可能性は高い。潜在的なポテンシャルは大いにあるので、それらをふるさと納税の返礼品開発につなげることができればよいとのことであった。具体的には以下のような提言が行われた。

- ① 町のウェブサイトにある、地元の事業者の手掛けた既存のふるさと返礼品の中に、まだまだバリエーションを増やせるところがある。これは納税額の増額のために順次行ってほしい。
- ② ふるさと納税返礼品の開発、事業者との折衝、販売の事務処理等やるべきことについての最適な役割分担を明確にしておくことが重要である。
- ③ ふるさと納税で得た寄付金の使い道を明確にしてほしい。これをどうまちづくりに活用するのかを考えることが大切である。

### 横瀬町の既存返礼品改善

**②小松沢レジャー農園**

- スペシャルクーポンを分解し単独掲載
- シャイン・あまりん現地購入補助券
- 返礼品発送人手問題解消支援
- 冷凍イチゴ人気・ENgawaで仕入れて発送も



### 横瀬町の最適な実施体制は

#### ENgawa・LOCUSBRIDGE協業

【パターン①】

- ・外部アドバイザー契約(固定額100万円程度)のみ
- ・月1度のオンライン定例会、年数回の事業者勉強会を実施

【パターン②】

- ・手数料折半契約→現状の3%での折半契約では難しいため、6%に契約変更出来るか
- ・ポータルページ改善実施、返礼品新規造成、広告運用、定例会をLOCUS実施

【パターン③】

- ・ふるさと財団再生事業3年活用 3分の2補助(単年補助上限700万円) 最大1000万の事業費
- ・パターン②の実施とともに、LOCUSスタッフ1名以上横瀬在中。ふるさと納税・シティプロモーション業務全体支援/ノウハウ落とし込み → LOCUS横瀬営業所を立ち上げ、秩父エリア全体支援も

※どの形にせよ、寄付額を伸ばすのであれば、ふるさと納税に積極専従できるスタッフがENgawaと役所に欲しい

### <(参考) 主な視察先>

1	ENgawa 駅前食堂	6	秩父山水株式会社
2	Ashigakubo_station.Base (アスタバ)	7	小松沢レジャー農園
3	道の駅果樹公園あしがくぼ	8	株式会社タクトコーポレーション
4	寺坂棚田	9	チャレンジキッチン ENgawa
5	横瀬ジビエ製造場	10	エリア898



現地調査	令和6年10月1日(火)～10月2日(水)
オンライン報告会	令和6年10月11日(金)
外部専門家	G&Cコンサルティング株式会社 代表取締役 藤村 雄志

### <地域の背景と経緯及び抱える課題>

近年、年少人口・生産年齢人口が減少傾向にあり、まちなか、中山間地域を中心にあらゆる分野の担い手が不足し、コミュニティ活動の縮小や地域経済の衰退などが危惧されている。

観光客が多く訪れ、人口当たりの高等教育機関数も全国トップクラスにあり、交流人口や学生は多いが、学卒者の約6割が、都市圏あるいは出身地で就職するなど、若い世代の転出が多く、生産年齢人口が減少している。そこで、学生のまちへの愛着醸成や地元企業紹介の強化、市の歴史・文化や芸術・芸能、地域の魅力に触れ、地域に関わり続けたいと思う関係人口の創出・拡大のための施策を以下のとおり展開中だが、関係人口の定義、ターゲットが明確になっていない。

- 1) 関係人口創出民間提案モデル事業
- 2) 関係人口創出情報発信事業
- 3) 大学連携学生定着促進事業

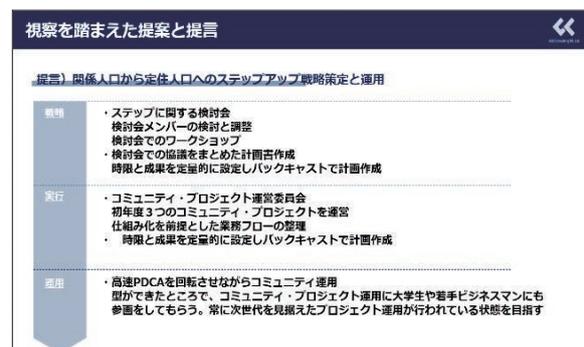
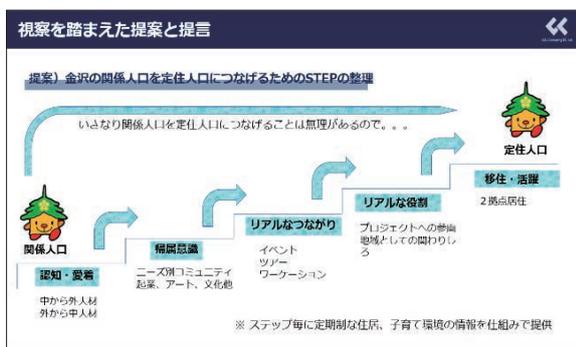
中核市の規模で持続性、実現性、費用対効果の観点から有効と考えられる取り組みはどのようなものか、金沢市の魅力や現状のステークホルダー、既存事業の評価などを踏まえ、専門家からの助言が欲しい。

### <外部専門家からの提言>

藤村氏からは以下のような提言があった。

- ・関係人口という言葉そのものの定義を明確にし、定量的な期限と目標設定をする必要がある。
- ・手段を目的化せず、関係人口強化の先にある目的とゴールを可視化する必要がある。
- ・ゴールから逆算したあるべき関係人口の定義と帰属意識の高い人を囲い込むための企画の解像度を高める必要がある。

以上の前提のもとに、金沢の関係人口を定住人口につなげるためのSTEP、すなわち「認知・愛着」、「帰属意識」、「リアルなつながり」、「リアルな役割」、「移住・活躍」により、“関係人口”から“定住人口”となってもらう計画を立案し実施していくことが求められる。具体的取組みの流れを以下のとおり提案する。



### <(参考) 主な視察先>

1	金澤町家情報館	4	金沢未来のまち創造館
2	金沢21世紀美術館	5	谷口吉郎・吉生記念金沢建築館
3	コワーキングスクエア金沢香林坊	6	金沢学生のまち市民交流館

現地調査	令和6年11月7日(木)～11月8日(金)
オンライン報告会	令和6年11月22日(木)
外部専門家	株式会社ブルー・アンド・カンパニー 代表取締役 石川紀子

<地域の背景と経緯及び抱える課題>

高齢少子化に伴う人口の減少により、農業を始め地域の産業を担う人材が不足しており、また、デジタル技術を効果的に活用した持続可能な自然・生活環境整備や保全、人材育成などが必要になっている。特に喫緊の課題として、野菜農家の減少対策、酪農製品販売の伸び悩み、地域資源の高付加価値化、情報発信力の不足が挙げられる。

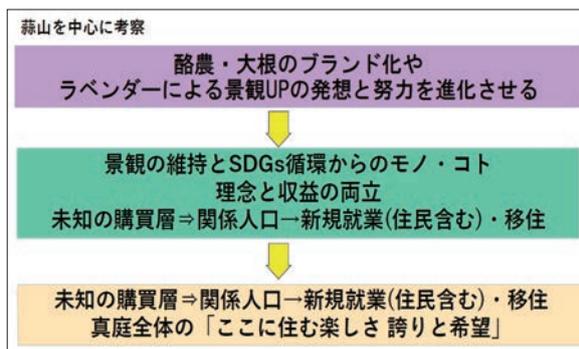
「バイオマス発電」をはじめ、循環型農業、持続可能な観光地域づくりなどへの取り組みと、市民のネットワークという市の強みを活かす「販売力・競争力のある商品」を増やすための助言を得たい。

<外部専門家からの提言>

■石川氏は、過去にも「バイオマス発電」等を中心にした真庭市の観光地域づくりの支援を実施しており、現地調査の段階から商品開発に関するアイデアや仮説を先方に投げかけ、多くの可能性を追求された。真庭市には、現在でも多くの良い地域産品がたくさんあるので、あとはそれをどのように活用し、結びつけ、発信するかを考えることが重要と示された。重要なのは、真庭市のまちづくりから皆さんの気持ちと離れないようにすることであり、それが一番大切とのことであった。

■具体的な商品提案としては、以下のとおりである。

- ① 唯一無二の蒜山高原のランドスケープと収益の融合“西洋野菜&ハーブを利用した景観づくり”
- ② 規格外の地域産品、蒜山大根を原料とし、真庭のSDGsに合致する“大根餅”の開発
- ③ 全国共通の課題である「牛乳の販路」開拓に向けた“チーズ加工品”の開発
- ④ 農業・景観の維持とSDGs発信による関係人口づくりを目的とした“体験観光プラン”作り



提案4 農・酪サポートプロジェクト  
農業・景観の維持とSDGs発信による関係人口づくり

例① ①野菜農家の一日体験 A day of a vegetable farmer  
通常の収穫体験ではなく自家の農家さんの仕事にふれる。一日の仕事に同行し作物に対する繊やかな仕事を体験。間引きや草取り、土づくり、など。(大根・トマト・ウモロコシ・ネギほか) レクチャー・園地や畑・作業体験・出荷場・産地の食体験

例② ②牧場の仕事 Work as a dairy farmer for a day  
放牧地の整備(雑草、キシギシ取りほか) 美しい風景に隠れた努力に接する。干し草運びなど。ジャージー牛に会う。一日の仕事に同行し安全な牛乳をつくるための努力を体験、理解を深める。⇒牛乳購入動機

例③ ③ワイナリーの畑仕事体験 Work on a vineyard  
山ぶどう畑の整備。本気の収穫(気候変動により収穫時期が予想に似ない) ⇒直前でも都市部から人を集める仕組み可能。環境意識高い層にストーリー発信

例④ ④米農家の一日体験 A day in the life of a rice farmer  
追肥による稲米の生産現場を体験(バイオマスツアーと連動?)土づくり、液肥入れ、田植え、草取り、収穫、脱穀。1日×1サイクル年間サポーター募集など

→イノベーションやタイアップ検討

<(参考) 主な視察先>

1	河野酢味噌製造工場	6	GREENable HIRUZEN/ ヒルゼン高原センター
2	JA 晴れの国・岡山 蒜山アグリセンター	7	道の駅風の家
3	蒜山酪農農業協同組合	8	真庭めぐりガーデン
4	ひるぜんワイナリー	9	真庭市役所農業振興課
5	蒜山ハーブガーデン・ハービル		

現地調査	令和6年9月30日(月)～10月1日(火)
オンライン報告会	令和6年10月17日(木)
外部専門家	株式会社四万十ドラマ 代表取締役 畦地 履正

### <地域の背景と経緯及び抱える課題>

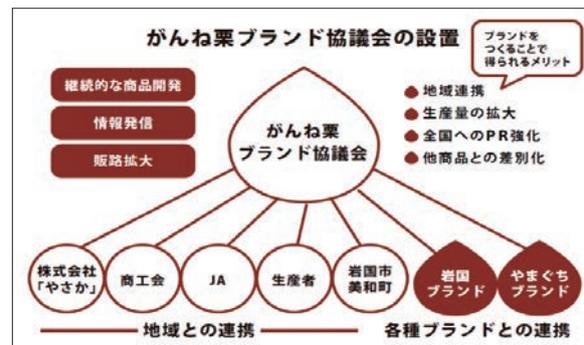
生産者の高齢化や樹齡進行などから、和栗のルーツとされる地元の岸根ぐりの生産量が減少している。この状況に歯止めをかけるため、「地域おこし協力隊」の導入等による優良系統を守る活動の取り組みや、岸根ぐりを使用した商品の製造販売、特産品としてのPRやブランド化が始まっている。岸根ぐりに係る生産、加工、販売の理想像を定め、生産性の向上、雇用の創出、担い手育成を通じて地域経済の振興を目指し、関係者が一体となって地域の元気を創出するために、以下のアドバイスを要請したい。

- くりの栽培技術向上による高品質化、生産量増加策
- 岸根ぐりの効果的な販売促進方法
- 岸根ぐりのブランド化・高付加価値化のアイデア
- 地域観光資源との連携のあり方
- 岸根ぐりの加工品製造・販売の可能性

### <外部専門家からの提言>

現地調査により、日本の和栗発祥の地としての価値が岸根ぐりの絶対的な強みであることがわかった。地域の人もそれは十分理解しているが、当たり前すぎてそれをどう活かせばよいかわからない状況である。岸根ぐりという品種でどれだけ稼げるか、また、観光でどれだけの人を呼べるかが、この地域で解決すべきテーマである。これに基づいて、畦地氏より以下の提言が行なわれた。

- ① 岸根ぐりが“日本最初の和栗の品種”であることをストーリー化し、商品価値を生み出す。
- ② 岸根ぐりの希少性に気づいてもらい、植樹や育成、剪定、収穫、選別、出荷の流れを見直す。
- ③ 母樹園やJAとの連携を図り、年10,000本の栽培・出荷のため営業・管理の仕組みを再構築する。
- ④ 地域の観光栗園運営は、単に栗拾いだけでなく、専門家による栗の歴史や収穫方法のレクチャー、実際の収穫、収穫した栗を食べて楽しむことを一連のプログラムにする。岸根ぐりを活用した栗ごはんや栗カレーを地域の店舗で提供する。店舗の商品も全てこの地域で作られた商品にする。
- ⑤ この地域では全ての栗の冷蔵・熟成・出荷が伝統的な方法だが、それでは品質が落ちる。例えば、3L以上の大きな栗は熟成させ高級栗として販売し、それ以外は燻蒸せず加工用で出荷する。



### <(参考) 主な視察先>

1	美和町岸根ぐり関係者のワークショップ視察	4	くり選果場（JA山口県岩国統括本部運営）
2	岸根栗母樹園	5	大根川観光栗園
3	岸根栗原木林（生産農家）	6	地域の観光拠点「レイクプラザやさか」

現地調査	令和6年10月1日(火)～2日(水)
オンライン報告会	令和6年10月17日(木)
外部専門家	一般社団法人BOOT 代表理事 矢部 佳宏

### <地域の背景と経緯>

遊歩公園は、歴史文化観光拠点をつなぐ役割として中心市街地に位置している。平成4年に発足した「公園リフレッシュ事業」において整備案に関する合意形成を図れず、現在も再整備が実現できていない。立地的な特性と少子高齢化などの社会構造の変化の中で、自治会行事やイベント等が失われ、商業地としての賑わいが低下するなど、住居と商業の両面の課題が顕在化している。

将来的な活用を見据えた合意形成に至るプロセスや道路と公園の空間としての統一感、まちなみ形成の観点に立った活用への助言を得たい。

### <外部専門家からの提言>

矢部氏からは、以下のような提言が行われた。

- 公園で育った樹木が育つのに20年、30年かかるわけで、まだ生まれていない人、まだ移住してきていない人のためにまちづくりをしていくことになる。そのために高い次元でのコミュニケーション行い、合意形成に持っていくことが大切なことである。
- 合意形成に向けてどういうグループをつくるかがポイントになるが、これまでに上手くいった事例では、“あなたの夢はみんなが叶える”という共通の夢を持つアプローチの効果が高かった。
- ワークショップの中で、あなたの家族の20年後、30年後を考えるとところから始めるのがよい。ワークショップの中で自分の考えを深めていくことは有効だが、かなりの時間がかかる。

#### ゴールを明確にしながらワークショップを重ねる必要あり

- 誰のため？ 未来のため。未来とは、現在住んでいる若者の他、未だ見ぬ赤ん坊や、移住者のためでもある。
- 公、共、私の領域と役割について再確認することが重要
- 人口減少時代の変化を予測しながら、時間のスケールごとに課題をとらえていく必要がある：現在、5年、10年、20年、30年後・・・
- SDGsを体感できる都市へ

遊歩公園整備は、大分市の未来を決める重要な一手

どんな大分市を後世に残したいか？

未来に対して、どのような決断をしたのか、  
未来へのメッセージ

### <(参考) 主な視察先>

1	大分駅南側土地区画整理事業による整備状況	4	大友氏遺跡
2	遊歩公園東・西側沿線環境の確認	5	線路敷ボードウォーク広場
3	大手公園		



第 5 章

地域再生フォーラム・セミナー





# 地域再生フォーラム・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。

1

## 地域再生フォーラム

日 時	令和6年10月29日(火) 13:30~16:40		
場 所	ホテルルポール麹町		
テ ー マ	「地方創生から10年、今、関係人口、移住を問い直す」		
基 調 講 演	「私たちはローカルで幸せを見つける～関係人口の創出と移住の促進について～」 株式会社ソトコト・ネットワーク 執行役員/『ソトコト』 編集長 指 出 一 正 氏		
事 例 発 表	① 山形県西川町長	菅 野 大 志 氏	
	② 特定非営利活動法人地域おこし 代表理事	多 田 朋 孔 氏	
	③ 島根県立大学 地域政策学部准教授	田 中 輝 美 氏	
パ ネ ル ディスカッション	パネリスト：菅野 大志氏、多田 朋孔氏、田中 輝美氏 ファシリテーター：指出 一正氏		

「地方創生」開始から10年が経過し、再び、政府による地方創生の取組の検証や民間有識者から成る人口戦略会議の提言など様々な形で、人口減少対策や持続可能な地域づくりなどの議論が活発化している。

とりわけ、ライフスタイルや国民意識の変化、デジタル化の進展等を背景に、関係人口、二地域居住、移住といった「地方への人の流れをつくる取組」の重要性が高まっている。

このため、関係人口、移住等について、これまでの取組の成果や課題を振り返り、今後を展望するフォーラムを開催した。

末宗徹郎（ふるさと財団理事長）の財団事業紹介に続き、指出氏による基調講演「私たちはローカルで幸せを見つける～関係人口の創出と移住の促進について～」が行われ、続いて、菅野氏、多田氏、田中氏による事例発表が行われた。

その後、指出氏のファシリテーションにより、菅野氏、多田氏、田中氏によるパネルディスカッションが行われた。講演の内容については、次項のとおりである。



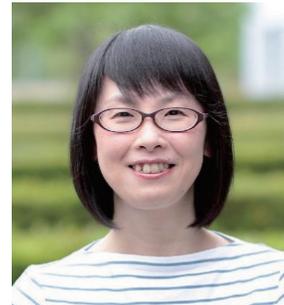
指出 一正氏



菅野 大志氏



多田 朋孔氏



田中 輝美氏

### <指出様講演のポイント>

#### ● 関係人口とは

観光以上移住未満の第三の人口、定住でも交流でもない、継続的に地域に関わるローカルイノベーション。全国の関係人口は国土交通省のアンケート調査の結果、1,800万人超とされていますが、潜在的な関係人口の数はもっと多いのではないかと感じています。島根県の「しまコトアカデミー」は島根に興味がある若者が集まり、どんどん仲間が増えて、これまで600名以上の卒業生を輩出し、各地でお洒落なレストランやパン屋など、素敵な取組みが生まれています。それらはすべて関係人口から始まっています。

#### ● 「やわらかいインフラゼブン」

地域を楽しんでくれる若者を増やすために7つのインフラを提案しています。「おいしいコーヒー」、「バチバチのWi-Fi環境」、「同世代の仲間」、「おしゃれな本屋」、「盛り上がるブルワリー」、「使い勝手のいいコワーキングスペース」、「最高のパン」です。いいなと思えるまちには、この7つのやわらかいインフラが確実にあります。

#### ● 「リジェネラティブ」—関係人口をより広げていく、理解を深めるためのキーワード—

「リジェネラティブ」は再生させるという意味で、まちづくり、福祉の分野でも広がっており、ここに関係人口や移住者が現れます。福島県相双地域には、10~20代を中心に多くの若者が未来をつくりに来ています。新しい挑戦を行政が許してくれる、関係人口の仲間たちを地元の人たちが迎えてくれることによって、多くの若者が集まっています。

#### ● 関係人口や移住の新しい形（ニュー・移住）

新潟県山古志村の人口は800人を下回っていますが、「デジタル村民」を含めると2,000人以上になり、活発な交流が生まれています。群馬県前橋市では市の職員が「マチスタント」として若者の活動を支援し、魅力的なお店や取組みが次々に生まれています。市民・民間・行政が、どういう人が来たらまちがおもしろくなるかというビジョンをもっていて、そこに何かやりたい人が集まってくる。こうした動きを「ニュー・移住」と名づけました。

#### ● ウェルビーイングと移住・関係人口

「ウェルビーイング」のことを「ゴキゲンな状態」と意識しています。関係人口とのリンクでウェルビーイングが高い状態が2つあり、一つは移動を繰り返すこと、もう一つは「サード・プレイス」と言われる、自分を認めてくれる場所があることです。例えば、中山間地域では同姓が多いので下の名前呼び合いますが、自分のことをしっかりと認めてくれる場所があること。これは移住や関係人口を理解する上で、とても大事なことです。

#### ● 関係案内所

「関係案内所」は「観光案内所」ではなく、人と人の関係をうまく案内できる場所のことです。最近、関係案内所が大型化している一例として、神戸にある小学校の廃校舎を活用した「NATURE STUDIO」があります。水族館や就労支援施設、託児所のほか、ブルワリーやスイーツ屋、スパイスカレー屋が入っています。自分と自分の大事な人との関係性を紡いでもらう場所としてオープンしたので、他の水族館と異なり好きだけいてもいいし、子どもが走り回っても何の問題もないので、ファミリーがゆっくりと時間を過ごしています。人口が減少する中でも、つながりを育てる場所として、若者やファミリーの支持を得ています。

#### ● 関係人口の創出と移住の促進におけるリジェネラティブな視点

関係人口の創出と移住促進には「関わりしろ」、「ゴキゲンな状態」、「中長期的な幸せ」、「ここにいる安心感」の4つのキーワードが重要です。そして何より、関係人口や移住者が求めているのは、ここにいると落ち着くという安心感だと思います。関係人口や移住者に選ばれるために、ここにいる安心感がきちんとあるかということが、迎える側に問われているのではないのでしょうか。

### <菅野氏発表のポイント>

#### ● 「挑戦」と「寛容性」

これからの地方創生のポイントとして、行政は挑戦と寛容性、職員はつながりと体験が重要だと思います。地方創生開始から、公平性から競争が求められ、自治体のアイデアに応じて予算配分がされるようになりました。民間調査によると、女性や若者への信頼、少数派の包摂といった寛容性が高い地域は、行政への信頼性も高く、まちの動きが活発で地域に希望がある方が多いとされています。寛容性を高めるため

に、「にしかわイノベーションハブ TRAS (トラス)」を整備するなど、地域や世代を超えた「ごちゃまぜ交流」を促進した結果、社会減をゼロにすることができました。

### ● 「つながり」と「体験」

個人はつながりが大事だと思います。観光のまちなので、観光から関係人口につないでいくため、20代や富裕層、首都圏・仙台圏をターゲットにしました。また、若者と富裕層にアプローチするため、NFT デジタル住民票を発行しました。新規予算には「関係人口」を含め6原則の基準を設け、関係人口や企業との連携を強化するため「つなぐ課」を設置しました。地域おこしインターン制度を活用して20代の若者をシェアハウスに迎え入れ、「おたすけ隊」として活動してもらっています。新たに、民間企業と連携してファンドを創設し、移住を促進する取組みも始めます。

## <多田氏発表のポイント>

### ● 池谷集落と中越地震の震災復興

新潟県十日町市の池谷集落は、中越地震後に地域おこし活動を開始し、廃村寸前から復興しました。現在は9世帯17名で、高齢化率が29.4%、子どもが35.3%と若返っています。集落を存続させるため、地域復興デザイン計画をつくり、米の直販や交流人口を拡大する事業を実施して収入を増やし、移住者を後継者として受け入れていくこととしました。私は地域おこし協力隊として15年前に移住し、NPO 法人化して集落の田んぼを引き継ぎ、お米の直販を本業とするまでに至りましたが、震災復興のボランティア受け入れが集落存続の鍵となりました。

### ● 関係人口と移住

棚田オーナー制度では、参加者の関わり方にグラデーションがあり、お金を払いお米だけもらう人、イベントだけ来る人、深く関わりたい人まで様々です。深く関わりたい人には「ガチ勢の草刈り」として報酬も支払っています。その中には移住者もあり、お試し移住から定住した例もあります。移住者向けの新しいシェアハウスも整備しました。定住するためには安定した仕事が必要です。そこで、「特定地域づくり事業協同組合」という制度を活用して、季節や繁閑に応じた仕事を紹介しています。このおかげで、農繁期に人が来てくれて助かっています。地域で仕事をつくり、移住者の生計を支え、安心して子育てができるような仕組みづくりを今後も進めていきます。

## <田中氏発表のポイント>

### ● 島根県邑南町<sup>あすな</sup>の関係人口

島根県邑南町阿須那地域には、天空の駅として知られる旧 JR 三江線の宇都井駅があり、廃線後は地元の NPO が立ち上がりトロッコ列車を走らせています。高齢化と人口減少の中で、トロッコ列車の運転手自体が関係人口として参加し、年間1,800人が来場しています。これは関係人口と一緒に地域づくりを行う一例です。また、11月下旬に宇都井駅で開催される、住民が手作りで始めた「INAKA イルミ」は、準備や片付けなど関係人口の方々と協力し、成功を収めました。関係人口も住民も一緒になって楽しみながら片付けや打ち上げを行い、住民自身はもちろん、楽しみに来てくれる関係人口のためにもと、強いモチベーションを持って続けられています。

### ● 草刈り・空き家と関係人口

中国山地の集落で行われた「草刈り応援隊」では、若者が草刈りを手伝うことで、住民のモチベーションが上がり、若者と住民の交流が生まれています。鳥取市の「もちがせ週末住人の家」では、学生と協力して空き家をゲストハウスとして運営し、週末には「週末住人」として若者が地域の一員として活動しています。「まちをおもしろくしていけるのは、まちにいつも住んでいる人だけではないはず。だからこそ人口をシェアしよう」と、関係人口側も住民も楽しく交流しながら空き家活用が進んでいます。草刈りと空き家は、関係人口と相性がいいと思います。

## <パネルディスカッションのポイント>

### ● 地方創生から10年を振り返る

**指出氏** まず、地方創生開始からこの10年を、パネリストの皆様と振り返ってみたいと思います。良い点では、コロナ禍を経てライフスタイルが変化し、地域の発信力も高まり、移住や起業が増加しました。「関係人口」という考え方も広がったのではないかと思います。しかし、東京一極集中は改善されず、近隣自

治体の人口の奪い合いになっているとか、地方に魅力ある仕事をつくりきれていない、女性の転出に歯止めがきかないということも言われています。皆様は良い点、悪い点についてどのようにお考えになりますか。

**菅野氏** 国の制度と予算が充実し、地方は公平性から挑戦の時代に入り、地域のアイデアを活かせるようになったことです。しかし、大学や中央省庁が東京に集中するなど、構造的な問題は依然として残っていると思います。

**多田氏** 自分が新潟に来た当時より、今は地方への関心が広がっています。とはいえ、東京一極集中の問題は依然として存在します。

**田中氏** 「関係人口」という言葉が広まったのは大きな変化です。しかし、人口減少対策や地方創生のツールとして捉われすぎている側面もあり、都市と地方の両方のウェルビーイングをめざすという本来の視点を忘れてはならないと感じています。

### ● 地方に魅力ある仕事がつくられているか、女性の流出について

**指出氏** 続いて、関係人口の話に移りたいと思います。事例発表でお話いただいたトロッコやシェアハウスの関係人口や、地域内関係人口など、関わりを持つ人たちのコミュニティのパターンが増えていると感じていますが、関係人口の多様性の広がりについて、皆様のお考えをお聞かせください。

**菅野氏** 女性の流出を止めるのは難しいですが、高校卒業後、帰郷を促すため、ローンの無償化や新しいコミュニティづくりに取り組んでいます。また、移住希望者が魅力ある仕事に就けるよう「つなぐ課」の職員が丁寧にニーズを聞きながらマッチングしています。

**多田氏** AIの進化でホワイトカラーの仕事が減る一方、専門性の高いブルーカラー職は安定した需要があります。地方では生活コストが低く、休日も取りやすいため、よりウェルビーイングな生活が実現できると思います。

**田中氏** 島根での経験から、地域の人々の善意が時に女性にプレッシャーを与えることがあると思います。若い人は特に敏感だと思うので、多様な価値観を尊重し、押し付けない社会づくりが重要です。

**指出氏** 価値観のアップデートが必要ですね。島根には多くの起業家がありますが、魅力ある仕事という意味ではどうですか。

**田中氏** 起業という手段にフォーカスするのではなく、個人が実現したいことに注目し、その支援を通じて結果的に起業に繋がることが重要だと思います。移住も幸せを追求する手段の一つであり、「起業」や「仕事」ととらわれすぎず、個々の望むあり方を尊重し応援することが大切だと考えています。

**多田氏** 起業には向き不向きがあり苦勞も多いですが、地方は人手不足で季節の繁閑も大きく、就職して仕事をうまく組み合わせ、生活と子育てに必要な安定した収入を確保することも大切です。プライベートの充実も重要で、地方では実現しやすいし、お金が全てではないと思います。

**菅野氏** 確かにそのとおりですね。私たちは地域おこし協力隊のインターン制度を利用し、単なるアルバイトではなく、地域の方と交流を通して、地元の温かさや価値を感じてもらうことが重要だと思います。

### ● 関係人口の多様性について

**指出氏** ここまでに様々な関係人口のお話を伺ってきましたが、関係人口の多様性が広がっていることについて、どう考えていますか。

**多田氏** 関係人口が気軽に関わりやすくなったことは歓迎すべきです。池谷集落では、震災復興のボランティアから始まり、その後も農業体験や棚田オーナーとして関わり、中には移住に至る人もいます。「大地の芸術祭」や「こへび隊」など、関係人口の入口には、多様な間口が存在していると思います。

**菅野氏** 西川町では、旅行に来てくれた人やデジタル住民票を持つ人が関係人口として活動しており、その中でコミュニティが形成され、活動が広がっています。

**田中氏** 今注目しているのは、能登の復興での「二地域居住」です。都市と地方の二者択一ではなく、両方を行き来するライフスタイルが広がれば、日本の未来も希望が持てると期待しています。

**多田氏** 十日町では、イベントをきっかけに通っていた人が二地域居住を経て定住に至ったケースがありました。移住はハードルが高いと感じる人でも、二地域居住を通じて移住に繋がるといったパターンもあると思います。

**田中氏** 東京から遠い地域では二地域居住が難しいという声もありますが、ひとつの市町村でも都市と地

域では違いがあって、同じ圏域内で文化を共有しながら活動する方がより行いやすく、近くに目を向けると良いと思います。

**指出氏** 北海道は道内関係人口として札幌市から猿払村や礼文町を経て、宮城県も仙台市から栗駒町や栗原市を接点として関係人口・移住を促進する取組みを進めています。菅野さんの地域でも、仙台の若者などがターゲットになりますよね。

**菅野氏** そうですね。二地域居住で言うと、国の交付金を活用して保育園留学と山村留学という取組みを展開しており、富裕層の方に参加していただきました。

**指出氏** 北海道のまちの保育園留学のキャンセル待ちが2500組となり話題になりました。では続いて、震災復興と関係人口について話していきたいと思います。

**多田氏** 中越地震の復興で、関係人口の方々の果たした役割はとても大きいものでした。一方、能登半島地震での政府の支援削減には賛否両論あるとは思いますが、食料自給をはじめ都市と農村の共存共栄という観点でも、日本の魅力を保つためにも、地方を守る必要があると思います。

**菅野氏** 災害時には外部の力も必要となりますので、ボランティアセンターを立ち上げる際に、力を貸していただける関係人口をデジタル住民の中から20人ピックアップし、地域を熟知した人々が対応できる体制をつくります。

**田中氏** 関係人口は都市部から地方に関わるイメージが強いかもしれませんが、災害復興では逆に、自分の土地を離れなくてはいけない人が、近くの都市に生活の拠点を置き行き来することで、暮らしやすくなることも期待しています。

**指出氏** 災害が発生すると、すべてがリセットされ、人と人が出会いやすい状況が生まれるという話を聞きました。災害や地域の問題をきっかけに魅力的な取組みが生まれた福井県鯖江市や徳島県上勝町のように、何か問題が起きてフラットになった時に関係人口が自然に現れるということを感じています。

## ● 関係人口の効果・期待について

**指出氏** 関係人口の効果や期待について、関係人口は移住しないと意味がないというようなことも言われますが、みなさんはどのように考えますか。

**田中氏** 過疎地では、心の過疎化が課題として言われていますが、関係人口が関わることで、地域住民が再び頑張ろうと思えるきっかけが生まれ、心の過疎化から脱却できる可能性があります。関係人口が全てを解決できるわけではありませんが、変化を促す大きな一歩となる可能性があると思います。

**菅野氏** デジタル関係人口からサテライトオフィスの設置依頼が来るなど、予期しない成果が生まれることもあります。また、NFT<sup>\*</sup>の収入や地域おこし協力隊のインターン制度の活動などにより、地域からの信頼やシビックプライドを高め、寛容性にも効果があると思います。関係人口から移住に結びついた方もいますが、移住してもしなくても、何らかの形で町に貢献をいただいています。

**多田氏** 復興の過程で、地域の人々が外の人と触れ合うことで、前向きな気持ちが生まれる「足し算」の支援と、地域の再評価を促す「交流の鏡効果」により、次第によそ者を受け入れる空気が生まれます。結果的に関係人口が移住に繋がることもありますが、いきなり移住に繋げようとする行政目線ではなく地域の心の交流が重要だと思います。

**指出氏** 関係人口の講座を行っていたある村では、「関係人口の政策を始めたら、村に若者が歩くようになり、明るくなった」と村長が住民から褒められたという話を聞きました。

**多田氏** 若い人、特に子どもと一緒にいたら大歓迎です。私は子どもと一緒に移住したので、何十年かぶりに子どもの声を聞いたと村中が沸いていました。

**田中氏** そういうところが菅野さんも事例発表の中でおっしゃっていた希望というところにつながると思います。関係人口は希望を生み出す力があると思います。

※ NFT：「Non-fungible Token（非代替性トークン）」

ブロックチェーン技術を基盤にして複製や改ざんを難しくしたデジタルデータ

## ● 関係人口や移住者を地域に呼び込むための方策について

**指出氏** 関係人口や移住関心層を地域に呼び込むための方法として、まちの中の人とつなげてくれる関係案内所や関係案内人の存在、関わりしろが重要だと思いますが、皆様のお考えをお聞かせください。

**菅野氏** 学生や若者にシェアハウスやお試し暮らし住宅を提供し、みんなで食事をしてもらうなど交流を

促進しています。活動内容は町が事前に募集してマッチングを行っています。滞在中には飲み会に参加してLINEを交換し連絡を取り合う、そうした積み重ねが大事だと思います。

**多田氏** 地域おこし協力隊の受け入れでは、地域住民とのつなぎ役が重要で、女性を含め複数の世話役の配置をお願いしています。また、女性を呼び込むためには子育ては重要な視点で、自然豊かな環境での子育てが移住の決め手になると思います。

**田中氏** 地域のために頑張る大人の姿は強力な魅力になります。都市部より地方の方が地域のために尽力する大人たちの姿が可視化されやすく、そうした一生懸命な大人に惹かれて一緒に活動することで愛着が生まれます。それから、外から来る人々にどんな言葉をかけるのかが重要で、「骨を埋める覚悟があるのか」ではなく、「来てくれてありがとう」の方が言われた方も嬉しいと思います。

**多田氏** 尖らせれば尖らせるほど、そこに見合った人が来ることもあると思うので、地域のリーダーになる人間を呼び込むには、骨を埋める覚悟がある人に来てもらう必要があります。一方、広く呼び込むにはライトな人も誘っていく必要があると思います。

### ● 地域に人の流れをつくるための具体的な取組みについて

**指出氏** 関係人口や移住についていろいろなお話をいただきました。続いて、魅力ある地域づくり、魅力ある地域に人の流れをつくるための具体的な取組みについてお話しいただき、まとめにしたいと思います。

**田中氏** 自治体の役割を考えると、関係人口や移住者を呼び込むのは行政よりも地域住民の役割ではないかと思います。行政は、自分たちで関係人口を創出しようというよりは、プロデューサーのように地域の人を可視化し、魅力的な地域の大人を後押しするというのを、ぜひやってもらいたいと思います。

**多田氏** 地域のプレイヤーで、外の人と交流したいと思っている人や、既にやっている人をうまく見つけることが重要。行政だけが前のめりすぎるとミスマッチが起きやすくなるので、行政の役割とプレイヤーの役割はちゃんと分けて、行政としては、補助金や制度を、住民の求めに応じマッチングできるようにすると良いと思います。

**菅野氏** 2年前まで関係人口がいなかった状況から行政主導で「つなぐ課」を設置し、マッチングをしています。今後、経験を重ねてリピート率を高めていきたいです。一方、高齢者のウェルビーイング促進には課題が多く、国の支援の薄いところだと感じています。

**田中氏** 関係人口が移動しやすいとか、お試し移住しやすくなる支援は、一自治体の限界もあるので、国が後押ししてほしいと強く思います。

**指出氏** この先ますます、二拠点居住みたいな人たちが増えていくと思いますし、そこに対して、サポートや理解が広まると良いですね。一方で、人が減っているのは確かなので、移住者を増やすことが大事だという議論は、置いていかない方がいいと思います。

**田中氏** 関係人口に移住者になることを要請するのではなく、外部人材と風通しの良い地域づくりを行うことで、移住を検討している人々が「あの地域は楽しそう、受け入れてもらえそう」と感じ、移住につながるケースが増えていきます。

**多田氏** 池谷集落では、初めて行く前から関係人口の取組みが行われ、移住者受け入れの空気がありました。おぼろげに移住を考えていたところに半年ぐらいで実現しましたが、関係人口を積み重ねて何年以上経ったから移住、ではなくて、偶然的に引き寄せることもあると思います。

**菅野氏** 行政は政策目的を明確にしないではいけませんので、まずは移住に向けてファンづくりですよと言っています。それが結果的に移住なのか、いつも来てくれる人とかレイヤーが分かれると思います。

**多田氏** 十日町市では昔から地域おこし協力隊の受入を行っており、Uターンが増えることで、Uターン者も増加し、現在移住者の6割がUターン者となっています。地元に戻ってくるためのふるさと環境教育を通じて地元への愛着を育てることが重要で、愛着を持った若者が自然と戻る仕組みづくりを目指すべきだと思います。

**指出氏** 今回の議論では、地方創生の10年間を振り返ってお話をいただきました。この10年間で地域に関わる人たちや、移り住むという選択肢が確かに広がったことを共有できたと思います。「しまコトアカデミー」や各講師の皆様の取組みは、関係人口の数を増やしていたのではなく、「広場」というみんながアクセスしやすい開放的な場をつくっていたのだと思います。ですので、関係人口や移住は通過点であり、住んでいる人、関わる人が幸せになるためにはどうしたら良いかということが重要です。そのような話ができて、とても「ゴキゲンな状態」になりました。

## 神奈川県地域再生セミナー

日 時	令和7年2月12日(水) 13:30~16:35	
場 所	横浜市立大学みなとみらいサテライトキャンパス	
テ ー マ	空き家対策と移住・定住施策について	
基 調 講 演	「民間を活用した空き家の利活用について」 横浜市立大学 国際教養学部 教授	齊 藤 広 子 氏
事 例 発 表	① 「ランドバンク事業でエリア再生へ」 認定NPO 法人かみのやまランドバンク 副理事長／上山市商工課 副主幹	鏡 昌 博 氏
	② 「栃木市の空き家対策と移住・定住施策について」 栃木市都市建設部建築住宅課空き家・住宅政策係 主査	山 田 賢 吾 氏

末宗徹郎（ふるさと財団理事長）の挨拶に続き、齊藤氏による基調講演「民間を活用した空き家の利活用について」が行われ、続いて、鏡氏と山田氏による事例発表が行われた。

## &lt;齊藤氏講演のポイント&gt;

- ・ 空き家問題の間違った捉え方を正し、正しい理解に基づいた対策とその事例について紹介。
- ・ 間違い1 「空き家は問題」：空き家自体が問題なのではなく、「空き家」に対する人間の問題（空き家所有者の問題、空き家を適正に管理しないこと、空き家を取り巻く不動産制度の問題等）。
- ・ 間違い2 「空き家」は人口減少だから仕方が無い：横浜市は人口増だが、空き家が1割ある。今の住宅需要に合わないので空き家になるという側面もある。「なんとなく空き家」が増えている。  
(対策事例) 相模原市相談員派遣制度（民間の不動産事業者団体との連携）。
- ・ 間違い3 空き家があれば土地の固定資産税は1/6：特定空家の勧告を受けるとこの特例を受けられない。（空き家対策法の施行）
- ・ 間違い4 空き家は行政が何とかすればよい：民間との連携・活用が必要。  
(対策事例) 民間との連携による空き家所有者相談窓口設置、空き家バンクの開設。
- ・ 間違い5 空き家の対策は、空き家の政策だけでよい：不動産（管理）政策、都市計画、まちづくり、不動産業政策、観光政策、居住政策・移住政策、福祉政策との連携が必要。  
(対策事例) 福祉施設との連携、移住事業との連携、建替え、改修などのまちづくり事業との連携、リノベーション事業との連携など。
- ・ 間違い6 空き家の対策は、補助金が必要：補助金ではなく、やる気をどう醸成するかが大事  
(対策事例) 民間事業者によるリノベーションによる地域活性化、NPO 法人による利活用、産官学連携など。
- ・ 間違い7 空き家は戸建てだけ：マンションにもある。  
(対策事例) マンション管理適正化法改正を踏まえた助言、指導、勧告。マンション管理適正評価制度による評価基準の公表。

## &lt;鏡氏発表のポイント&gt;

- ・ エリア再生の第一歩は、組織作りと社会実験（「空き空間」に価値をつくる）。
- ・ 上山市は、山形市に隣接しており、現在2.7万人の人口が20年後には1万人が減少すると予測されていて、特定空家が急増し、スラム化の懸念が生まれた。
- ・ 再生する重点エリアを設定（ランドバンクエリア：かみのやま温泉駅から上山城を中心とした歴史ある城下町、かみのやま温泉街、武家屋敷などの観光資源があつまる中心市街地）し、このエリアを磨き上げることで、魅力を際立たせることで人気のエリアに。空き家再生が急増。

- ・事業を行うNPO法人を設立。上山市職員、大学、不動産業者、司法書士、建設業、建築士、弁護士、税理士などで構成。小規模連鎖型区画再編事業、観光資源保存、広場整備、空き家再生マネジメントを実施。
- ・空き家再生マネジメント事業は、磨けば光る空き家、空き地の確保（グリップ物件）、センスの良い人材の確保、グリップ物件を活かすマッチング（サブリース）、関係者をまとめる調整役の存在が重要。
- ・再生資金としての補助金制度、クラウドファンディングの活用

<山田氏発表のポイント>

- ・全国の空き家の増加数を平成25年から平成30年までの5年間と、平成30年から令和5年までの5年間で比較すると、その（増加）数は倍増しているのに対し、栃木市では、栃木市空き家等対策計画の実施により、空き家の増加数が半減した。
- ・効果のあった制度についての紹介。栃木市空き家バンク「あったか住まいるバンク」は高い成約率を達成。栃木市空き家解体費補助金制度で、補助金を活用した空き家の除去で敷地の活用を促進。相続財産管理制度の活用による土地内の草木の伐採。
- ・周知・啓発の取組事例。空き家等発生予防セミナーの開催、固定資産税納税通知書にチラシを同封、「わが家の終活ノート」を作成・配布、民間企業と連携した啓発冊子の発行。
- ・様々な主体との連携事例。自治体との連携。空き家等の適正管理に関する協定の締結。空家等管理活用支援法人の指定。空き家バンク協力業者との連携。
- ・空き家対策と移住定住施策を同じ組織で行ってきたが、より専門性を持たせた組織に分割し試行中。
- ・空き家対策における市の現状の課題について。空き家等への対応、マンパワー不足、所有者等の意識、その他法規制等。



横浜市立大学  
国際教養学部  
教授  
齊藤 広子氏

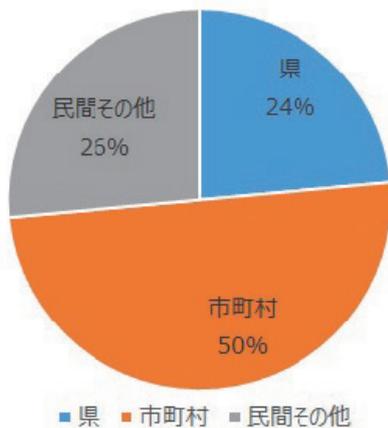


認定NPO法人かみのやま  
ランドバンク副理事長  
上山市商工課 副主幹  
鏡 昌博氏

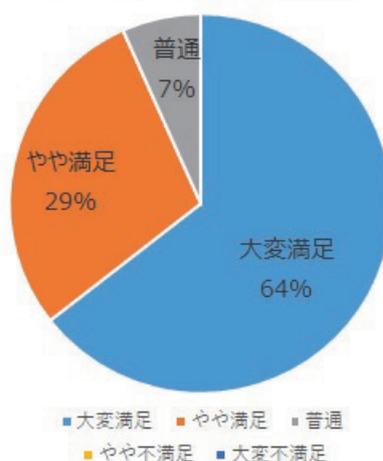


栃木市都市建設部  
建築住宅課  
空き家・住宅政策係 主査  
山田 賢吾氏

セミナー参加者構成比



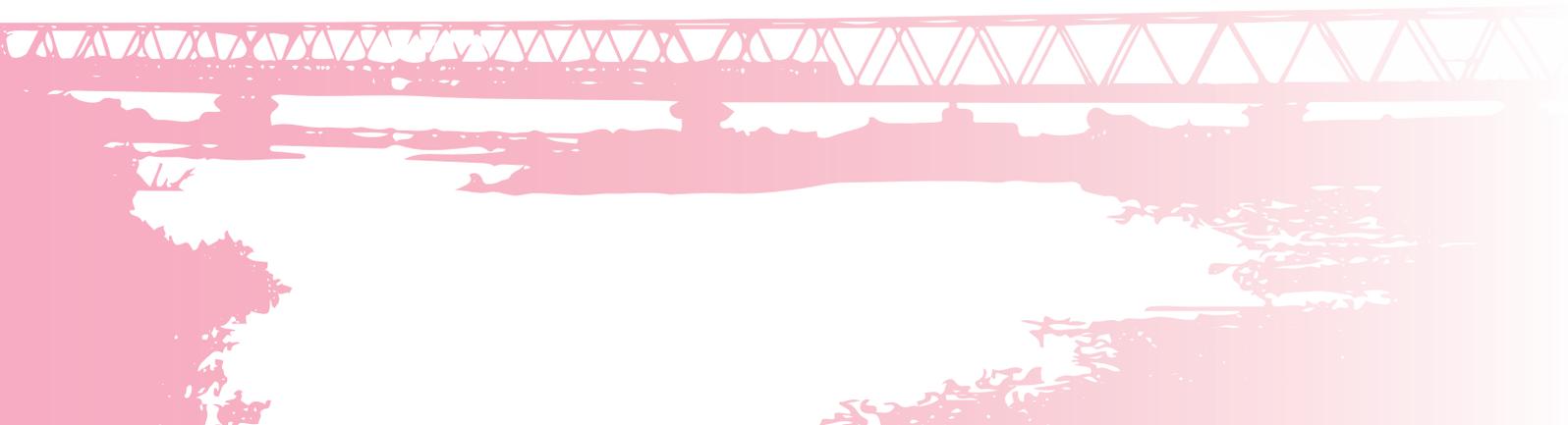
セミナー全体の満足度





第 6 章

事業成果の総括と今後の課題





# ふるさとと再生事業の課題

1-1

## ふるさとと再生事業の課題

今年度のふるさとと再生事業全般において課題として挙げられていたものの中から、「事前相談の一層の強化」「関係人口創出への取組」「事業プロセス全般における支援の拡大」を取り上げ、これらに対する対応のあり方について考察した。

### “事前相談”の一層の強化

各地域の事業成果が目的に合致したものとして年度末に優れたアウトプットが出てくるかどうかは、事前申請段階での地域再生の重要課題の整理と、本事業に対する具体的な目標成果の設定に影響されるとの認識のもと、本年も引き続き、新年度の事業申請についての相談に一層重点が置かれた。

申請の目的、事業内容、事業を推進する上での課題、解決の方向性、事業成果目標の設定、事業終了後を含む中長期的な検討への取り組み方針などについての確認を行うとともに、一度自治体で作成したドラフトをもとに、申請書の内容を充実強化させるための具体的なアドバイスを財団として実施した。地域再生を目指す自治体の相談に乗り、彼らにより寄り添いつつ書類作成を支援するプロセスが一層強化された。

今年度は、ふるさとと再生事業をはじめ、ふるさと財団の事業に関する積極的なPR活動が功を奏し、秋口からの令和7年度の新規申請に関しては25件の応募があり、ほぼすべての自治体に対して事前相談が実施された。

外部専門家からの要望に基づいて導入されたこの制度の効果は大きく、申請書の整理や概要書の作成の効率化にも役立てることができた。

### 事業プロセス全般における支援の強化

上記のようにふるさとと再生事業の最初の取組にあたる申請の段階から財団が深く関与する体制が構築されたことに加え、事業開始以降においても、キックオフミーティングや現地調査、アドバイザー会議の結果等をもとに、各地域の事業の進め方について建設的なアドバイスを積極的に行うなど、事業全般にわたる支援が強化された。

例えば、本年度は外部専門家短期派遣事業からステップアップした案件が4つあったが、その中の一つはなんらかの理由で、短期派遣においては市全体を巻き込んだ観光振興に取り組むことが主題とされていたが、検討体制が対象地区に限定され個別最適の事業に陥りかねない懸念があった。現地調査でそのことが認識され、財団側から市長に対して、自治体の関係部署が一丸となりこの事業に取り組むことの重要性をアドバイスし、これにもとづいて軌道修正が行われた。地域再生マネージャーの頑張りもあり、地域住民や事業者との納得づくの協議により、市全体の観光資源やノウハウを生かした地区のまちづくりが行われる方向に導かれた。

また、キックオフミーティングで出てきた各地域の抱える課題は明記してアドバイザーに伝え、それをもとに現地調査で課題の取り組みや進捗状況を確認したり、アドバイザーの意見は現地でのコメントをほぼ正確に伝えるようにして、事業プロセスの最初から最後までを一貫通貫で支援を行う工夫がなされた。このような取り組みが、事業の成果や意義をより一層高めていくことにつながるものと思料する。

### 関係人口創出への取組

昨年度同様、複数の地域が高齢化と人口減少を背景にして、地域外からの移住・定住等により次世代の担い手の確保を目指す事業が多かった。

ただ、遠く離れた地域から一足飛びに多くの人に移住・定住を実現するのは、家族の事情や職業の問題等があり現実的には難しい状況であるため、多くの自治体では、将来的な移住・定住の第一歩として、地域の人々とコミュニケーションをとる機会や地域のイベントでの交流、観光などの体験を通じて、地域と何らかの関わりしるを持つようとする関係人口の創出に力を入れ始めている。

減少する地域の人口を補完し、将来的な移住・定住のきっかけづくりとして関係人口の創出は有効な手段であるが、一方で、本事業への申請段階でも見られるように、地域外の人たちと何らかの関係性を持つようとする際、どのようなプロセスでどう関係を構築していくのか、その道筋が見えにくいという事業も見受けられる。事業を開始するにあたり、関係人口づくりへの道筋を明確にすることが今後の運営にとって重要なものになると思われる。

これらの課題に対して大変参考になる情報提供として、2024年10月29日にふるさと財団主催で「地方創生から10年、今、関係人口、移住を問い直す」というタイトルで地域再生フォーラムが東京で開催された。関係人口の第一人者である指出一正氏をはじめ、関係人口創出に取り組む自治体や大学教員らによる事例紹介やパネルディスカッションが行われ、大きな盛り上がりを見せた。

関係人口に関しては、「関係人口の概念の分化・多様化」、「二地域居住、二拠点居住」、「震災復興と関係人口」、「関係人口創出の効果」、「関係人口や移住に興味がある人を地域に呼び込む方法」、「魅力ある地域を作り、魅力ある地域に人の流れをつくるための具体的な取り組み」など、非常に活発で有用な意見交換が行われ、今後のふるさと再生事業にも大いに役立つものになった。

関係人口という概念で地域に興味を持つ人たちが生まれてきたことにより、地域に関わる人たちや移住したい人たちの関わり方が広がってきている。人が地域に関心を持つことは意外なきっかけから始まることもある。このような点を踏まえ、自治体はより視野を広げた柔軟な政策をとることが求められている。関係人口の創出とは、人数の大小を比較するものではなく、関心をもつ人が集まる緩やかな広場を創造していくことであると認識する。

## 1-2

## 外部専門家を活用する効果や意義

## a 商品開発や販売戦略策定支援による「ビジネス性」の向上

販路開拓のノウハウと独自のネットワークを有する外部専門家の活用により、地域産品を加工して開発した商品が売れるようにするため、消費者の視点から開発への助言を受けるとともに、地域住民や事業者から商品を作る側の熱意や思いを伝え、最終的に実際の取引の実現につなげている。

山形県庄内町では、地域産品である“米”を活用した新たな商品のよさを認知してもらうため、東京都内の百貨店など複数のバイヤーを対象に地元へのツアーを実施し、実際の販売先として契約することにつなげた。東大阪市では地元中小企業のデザインを意識した新製品開発を継続的に実施し、グッドデザイン賞を受賞して商品性を高めているが、これにも外部専門家が大きな役割を果たしていると思われる。宮城県栗原市では、新幹線の駅構内に今回の事業で見直した地元の製品を品揃えした無人店舗を設置し、販路の一つにする計画を外部専門家と連携して立案している。香川県高松市でも地元の市場活性化に向け、外部専門家の独創的なアイデアをフル活用して新商品やサービスの開発を推進している。

## b 人材発掘・育成、運営団体設立支援による「持続可能性」の向上

外部専門家が地域と行政の仲介となって、事業の中心となる人材の発掘・育成を行うとともに、組織化の支援を行うことで持続可能性に貢献することが期待できる。また、ふるさと再生事業は最大3年で事業を終了するが、外部専門家が何らかの形で引き続きフォローを継続することで事業の持続につながる可能性が高まる。

今年度の事業においては、北海道小樽市は、『おもてなし都市・小樽』を目指すためのおもてなし認証制度を市内全般に広げていくため、外部専門家の専門的なノウハウを活用して引き続き認証セミナー、指導員の育成を行う計画になっており、北海道士別市では、今年度の事業の中で移住・定住に向けた関係人

口の創出のための中心人材の選出と検討主体の設立を外部専門家の支援により実現させている。また、北海道寿都町の「観光条件不利地の新たな観光ビジネス戦略」は様々な要因により紆余曲折があったものの、事業終了以降も引き続き外部専門家が事業をフォローすることで、地元の人材育成や漁業振興のフォローを継続して行うことになっている。

### c 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、実際には地域内外の要因により、想定外の事象は頻繁に発生する。計画されたプランが実施できない場合には、外部専門家の機転により別のプランで柔軟に対応し、成果を出せるケースも多い。

兵庫県朝来市では、外部専門家短期派遣事業からのステップアップにより、同じテーマでの取組を開始したが、検討体制が地区内に限定される懸念が出てきたことから、これを市全体の取組になるよう体制を組み直し、外部専門家の支援により検討内容の軌道修正を行った。また、宮崎県木城町では中之又地区の存続のために何としても移住者を確保するのが先決と考え、外部専門家と地域住民が協力して“お試し地域おこし協力隊”のツアーを先行して企画し、実際に複数の参加者を得た。

### d 第三者視点での気づきの提供

上述したように、外部専門家は他地域での地域再生における成功事例を数多く経験しているため、地域住民が当たり前で気がつかなかった資源や魅力といったプラス面を発見できる。逆に、克服すべき課題を抽出し解決に向け率直な提言を行うなど、第三者視点での多くの気づきを提供する事ができる。

また、行政や地元事業者には属さず、文字通り外部の専門家として公平な立場で発信された提言が、地域住民の方々にも受け入れ易い点も特徴と言える。

兵庫県豊岡市では、外部専門家が客観的な視点から、市外から来た若者がなかなか地域住民と対話する場が少ないを感じとり、彼らが気楽に話し合える場所を設置することで相互の意思疎通や共同でのビジネス企画が進み始めている。また、北海道函館市や茨城県鉾田市、岐阜県美濃加茂市でも、外部専門家のこれまでの経験からの気づきをもとに、検討内容の具体化や検討の優先順位づけを行うことで、事業を円滑に進めることが可能となった。

## 1-3

### 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1-2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、自治体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。

## 1 自治体側の留意点

まず、外部専門家は期間限定の支援者であるため、支援期間終了後に地域主導で自走できるような体制を構築することが重要である。外部専門家の支援は「委託」という契約に基づいており、業務を完全に任せているのではなく、あくまでも地域が主導で地域再生に取り組めるよう伴走する姿勢をとってもらふ必要がある。

今年度で事業を終了した山形県庄内町では、地元最大の地域産品である“米”を使用した加工品を開発し、何としても地域外に販売したいという首長の意志を受け、外部専門家の協力を得て地域住民や事業者から事業のキーマンを発掘・育成し、その人たちを中心に事業を進めていく体制を構築した。宮城県栗原市では、地域の特徴として、様々な組織や団体が個々頑張っているのだが、相互に連携することが難しいという課題を持っており、今回も地元の観光振興に関わる複数の団体を事業プロセスの中で時間をかけて融合させ、事業主体としてまとめていこうとする姿勢が伺われた。それ以外にも以下のような点に留意す

ることが重要である。

#### <地域側の主な留意点>

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業継続体制を意識して取り組むこと</li> <li>・地域住民や事業者等との方向性の共有</li> <li>・状況に合わせた外部専門家への協力依頼</li> <li>・事業主体と外部専門家の仲介</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・当事者意識、協働とともに動く姿勢</li> <li>・事業の地域経済への波及</li> <li>・様々な関係主体との連携・内部での調整</li> <li>・地域外から来たキー人材のフォロー</li> </ul> |
|---|---|

## 2 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事業推進組織の構築に重点をおくことが求められる。

中心人材の発掘や育成を進めていく中で、もし、今後の事業推進のための中心人材が地域内で確保することが難しいと判断される場合には、宮崎県木城町をはじめ多くの自治体で実施されているように、地域おこし協力隊等の地域外人材を呼び込むための企画や仕組み作りを早急に実施できるよう、自治体側に働きかけることが重要である。

また、最終的に中心人材が自信をもって事業を推進していけるよう、その母体となる組織づくりを行うと同時に、組織内のノウハウ強化・蓄積が必要と考えられる場合には、より一層のスタッフの充実を図るなどの提言を自治体側に行うことが必要になる。

## 3 外部専門家短期派遣事業の成果と課題

外部専門家短期派遣事業は、対象地域のテーマに応じて地域再生マネージャーを含む外部専門家を1泊2日で派遣し、その後、外部専門家から地域へ課題に対する提言を行う事業である。地域再生に取り組むにあたり、その課題そのもの、あるいは課題解決の方向性を明確化し、結果としてふるさと財団の主力事業であるふるさと再生事業、もしくはまちなか再生事業にステップアップさせていくものであり、地域再生マネージャー事業全体をより総合的かつ効果的に運営していくための手段として活用されている。

外部専門家は、事前に対象地域のまちづくりの課題について問題意識を醸成し、現地調査においては積極的に地域関係者との意見交換や現地調査を行い、各自の持つ改善仮説を投げかけてしっかり検証していた。短期間の調査にも拘わらず質の高い提案書を取りまとめ提言を行っていた。報告会の修了後、外部専門家自身の知見、他地域事例との比較検証からなされた提言に対して、参考になったとの自治体の意見も多かった。

ただ、ふるさと再生事業へのステップアップという観点からみれば、地域の個別施設の収入増加や収支改善だけでなく、それが地域経済や地域周辺のまちづくりにどれだけ波及していけるか、また、この事業に取り組むことにより、地域住民や事業者が幾多の苦勞を乗り越えて成長し、主体者意識をもって生き生きと生活できるようになれるか、さらに、中長期的な観点から地域がどのように発展していけるのかという、さらに一段高い次元での提案が必要になると思われた。

今年度は、ふるさと再生事業だけでなく、中心地の活性化をテーマとしたまちなか再生事業へのステップアップの対象になる地域も相当数あった。また、昨年同様、自治体の首長が地域再生に本気で取り組む姿勢の有無が何よりも次の事業へのステップアップにとって重要なポイントになることが再認識された。

外部専門家短期派遣事業は、自治体にとって利用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き、一つでも多くの地域が地域再生に取り組めるよう、重点課題として取り組んでいきたい。

# 2

## まちなか再生事業の成果と課題

### 2-1

### 今年度まちなか再生事業の成果概括

「まちなか再生事業」は、平成20年度から「まちなか再生総合プロデュース事業」として開始され、まちなか再生に取り組む市町村への支援を行ってきた。

前述の通り、まちなか再生に取り組むに際しては、様々な課題への対応について具体的・実務的ノウハウが必要とされるが、こうした人材を地域内で発掘・確保することが難しい地域が多数存在している。

そこで「まちなか再生事業」では、具体的・実務的ノウハウを有する外部人材（プロデューサー）の活用の際して、市町村がプロデューサー（あるいはプロデューサーが所属する法人）へ業務委託する費用の一部を補助することにより、市町村のまちなか再生をサポートすることを目的としている。

今年度のまちなか再生事業で実施した4市においても、プロデューサーが創意工夫のもと、まちなか再生に取り組んでいる。

創意工夫は、対象地区の状況に応じて行われているが、ある程度一般化できると考えられる。そこで、全国の各地域でまちなか再生に取り組むにあたり、まちなか再生への支援を通じて見えてきた、“取り組みの考え方や内容”を一般化して、いくつかの要素に分けて記述する。

ここで紹介する取り組みの考え方や内容が、まちなか再生を目指す多くの市町村においても、さらなる取組の推進と継続的な展開の一助となることを期待したい。

一般化する切り口として、以下の4点を挙げて、今年度実施された4市で取り組まれた内容を示す。

1. 「まちなか」が担う機能・役割の再定義
2. アクションの実施
3. 市民参加型ソフト事業の実施
4. 推進体制の整備

加えて、まちなか再生を推進するうえで「行政が果たす役割」のポイントについて示す。

今年度実施した4市の概要を下表の通りである。

表 今年度実施4市の概要

市区 (対象区域名)	事業年度	まちなか再生の長期目標	事業の概要	今年度事業内容
山形県上市市 (駅東口地区)	1年目	子育て世代、若者の居住を促進し、各世代のバランスを整えることによって移住・定住人口及び出生数を増加させるとともに、観光客等をターゲットとした駅の西側エリアとの差別化を図ることで、駅東西の来街動機を高め、関係人口・交流人の増加と地域内経済の好循環を生み、官民連携による開発効果を最大化させる。	駅東口の大規模低未利用地を活用した住宅地開発・公園整備	パークデザインミーティングによるトライアル（社会実験）の実施
				子育て世代をはじめとしたナリワイづくりの促進
				公共空間と住宅の「より良い関係・暮らし方」を誘発するためのプロモーションの検討
				駅東エリアA住宅ゾーン（仮称駅東パークタウン）デザインガイドラインの作成
				公園・緑道の実施設計におけるデザイン監修

市区 (対象区域名)	事業年度	まちなか再生の長期目標	事業の概要	今年度事業内容
茨城県常総市 (水海道駅周辺)	2年目	鬼怒川の水運を活かして発展した水海道の商人文化を象徴する歴史的建造物及び公共空間等の地域資源に、新たな文化的価値（食、本、音楽、映画、デジタル等）を付加しそれらを有機的に繋ぐことで回遊性を高め、エリアの価値の向上を図る。	歴史的建造物の地元主体の活用、新たに整備する複合施設、広場の市民参加による活用	まちなかの施設を活用した市民参加型活動の仕組み構築と実践
				市民の広場や二水会館などの地域資源の活用企画と運営
				対象エリア内の施設整備を契機としたアクションプランの策定
				まちなかの過去・現在・未来を伝えるメディア整備
福岡県直方市 (直方駅周辺)	2年目	購買形態の多様化、店主の高齢化や担い手不足などにより、商店街の空洞化が加速的に進んでいる。それに対し、商業だけに関わらず、中心市街地エリアへの必要な機能の集約を推進すると同時に本市が持つ文化や伝統、そこに関わる人材といった資源を活かしたまちづくりを民間主導で行うことにより、まちの中心に恒常的な賑わいをつくり、魅力あるまちの創出につなげる。	空き店舗の活用、アーケードの活用 交流スペースを活用した賑わい、体制づくり支援	中心市街地の活性化に向けた意識づけ
				活用可能な物件と事業者とのマッチング支援
				商店街エリアの将来ビジョンの実現に向けた社会実験の実施
				賑わいづくり事業が持続するための体制づくり支援
熊本県人吉市 (中心地区)	1年目	【球磨川と共に創るみんなで安心して住み続けられるまち】を復興の将来像・復興ビジョンとして掲げ、住民がまちなかに必要だと感じるものを吸い上げることにより、住みたい・訪れたいと思えるような地域の価値創造を目指す。	公民連携により、公共施設整備、空き家・空き地の利活用を行、まち中の再生と復興を達成する。	公民連携に関する意識醸成・庁内における体制整備の支援
				人吉市復興デザイン会議との連携
				公民連携による公共整備及び管理運営手法の検討
				対象エリアにおける公民連携による空き家（店舗）、空き地等の利活用を検討する

## 1 「まちなか」が担う機能・役割の再定義のポイント

従来のもちなかの魅力のみに捉われず、地域のニーズの変化・多様化を踏まえてまちなかが担う機能・役割を再定義するに際して留意すべきポイントとして、次のような事項が挙げられる。

### a 地域資源の発掘、再評価、新たな資源の創出

- まちなかが担う機能・役割の再定義にあたっては、まちなかが現に持っている資源の発掘、再評価と新たな資源の創出が必要である。時代状況の変化によって、顧みられなくなった資源を発掘し、新たな視点で再評価し、活用することにより、まちなかが人が集まる場として再生する。また資源の発掘・再評価に加えて、新たな資源を創出することもまちなか再生の方策となる。
- 上山市においては、駅東口の大規模低未利用地という未利用の空間資源を活用して、公園と一体となった魅力的な住宅地を開発し、新たな定住人口を呼び込み、更にその波及効果により、駅西口の活性化を目指している。
- 常総市においては、黒倉庫、白倉庫、二水会館、旧報徳銀行といった地域資源（歴史的建造物）を再整備して、新たな利用者（高校生等）を獲得して、人の集まる場として活用することとしている。
- 直方市においては、既に整備した交流スペースの魅力向上、アーケード、空き店舗といった空間資源の

活用により、まちなか再生を達成しようとしている。

- 人吉市においては、廃業した日帰り温泉の跡地を市が取得し、公民連携による公共空間整備を行い、さらに管理・運営を行うこととしており、まちなか再生事業において、事業スキームの検討を行った。

## **b** 来訪者（ファン）の再設定

- まちなかの活性化のためには、当然ながらまちなかへの来訪者を増やすことが必要であるが、今年度の4市はいずれも市民の来訪の増加を基本目標としつつ、観光客や区域外の集客施設の来訪者、高校生の来訪を期待している。
- そのため、まちなかに新たな魅力を付加することにより、市民に加えて、対象区域内にある高校の高校生あるいは市外からの来訪者（観光客等）を呼び込むといった戦略をとっている市がある。
- 上山市においては、新たに整備する住宅地の魅力により、なりわいを実践する居住者を呼び込み、その居住者の活動（なりわい）が街に表出することにより、来訪者を増やすというストーリーを描いている。
- 常総市においては、子育て世代に加えて、高校生の居場所を作ることで高校生の滞留時間を増やそうとしている。更に年間200万人超の集客実績がある道の駅常総への来訪者をまちなかに誘導することを目指している。
- 人吉市においては、日帰り温泉の跡地に市民向けの施設を整備し、その施設が観光客にとっても魅力的な施設となることで来訪者を増やすことを目指している。

## **2** アクションのポイント

- まちなか再生事業において重要なことは、まちなかの将来像を検討・提案することではなく、都市計画マスタープランや立地適正化計画で示された将来像や方向性を具体化するためのアクションを実施することやアクションを束ねたアクションプランを策定することと考えられる。
- 実際、今年度採択された4地区においては、まちなか再生事業において、中長期的なビジョンを策定することはせずに、具体的な事業内容の検討、庁内の意識醸成、庁内体制の構築、担い手の発掘・育成等の具体的な取り組み（アクション）のメニューを示して実施しており、俯瞰してみるとアクションプランと呼べる内容になっている。特に常総市においては、まちなか再生事業の中でアクションプランを策定している。

## **a** 公民連携によるアクション

- 4市全てにおいて、市が主導してまちなか再生を推進するという組み立てではなく、公民が役割分担を行い連携して推進することが前提となっている。
- 上山市においては、市による公共空間の整備、ルールの設定と民間による宅地分譲が一体した事業が中心となっている。更に開発地に住む人の住まい方（なりわい）が魅力となって、来訪が増えることを目指し、市民向けのなりわい講座を実施した。
- 常総市においては、来年度以降市が整備する新たな複合施設と隣接する広場を核として、その利用について、市民の意見を聴取するため、今年度ワークショップ等を実施した。
- 人吉市においては、まちなか再生に公民連携で取り組むことが基本方針となっており、まちなか再生事業において、市庁内で公民連携の機運を醸成すること、公民連携で公共空間の整備、運営を行うことを目指して、市職員向けの講座や事業スキームの検討を行った。

## **b** 核となる事業用地の設定

- 4市全てにおいては、核となる事業用地を設定し、その整備や活用による効果でまちなか再生を実現することを目指しており、各市で具体的な取り組みが示されている。
- 上山市においては、駅東の大規模未利用地を公園と住宅地に活用する事業がまちなか再生事業の核となっている。
- 常総市においては、白倉庫、黒倉庫、二水会館、旧報徳銀行等の歴史的建造物の活用、まちなか広場や新たに整備する複合施設といった公共施設の活用が核となっている。
- 直方市においては、交流拠点とアーケードを挟んで向かいにある空き店舗の活用、アーケードがまちな

か再生における重要な事業用地となっている。

- 人吉市においては、日帰り温泉施設の跡地を核となる事業用地とし、そこに集客施設を整備することがまちなか再生の核となっている。

### c ハード整備とソフト事業が両輪となったアクションの検討と実施

- まちなか再生は、道路、公園、建築物整備等のハード事業とソフト事業の組み合わせにより、大きな効果を発揮すると考えられる。
- 上山市においては、公園整備と住宅地開発が一体となったハード事業を住宅地に住む人の候補を発掘するためのソフト事業が組み合わせられている。

## 3 市民参加型ソフト事業の実施

今年度の4市は、イベント、社会実験、市民向けの講座、ワークショップなど市民向けに多様なソフト事業（以下市民参加型ソフト事業とする）を実施している。

### 【4市が実施している市民参加型のソフト事業】

上山市 イベント、社会実験、市民向けの講座、ワークショップ

常総市 イベント ワークショップ

直方市 イベント 社会実験 座談会

人吉市 ワークショップ 社会実験（企画のみで委託期間内未実施）

まちなか再生事業における、市民参加型ソフト事業の意義を以下に整理した。

### a 社会実験による効果検証、提案に対する意見聴取、実施条件の確認

- 社会実験は「実験」であり、本格的に事業を実施した場合のニーズの把握、効果検証や提案している事業等に対する意見聴取、実施条件の確認を行い、本格的に実施する事業内容に反映することが本来の目的である。
- 上山市においては、対象区域内に整備される公園の過ごし方や公園内の活動を把握するために、パークピクニックトライアルを実施した。

### b 人材発掘・参加者の気づき

- 市民参加型ソフト事業を実施することにより、まちなか再生を担う人材を発掘するという狙いがある。
- 上山市においては、なりわいをしたい人向けになりわい講座を実施し、講座受講者が市内で生業を展開することを目指し、さらに新たに整備する住宅地の居住者となることも期待している。
- 常総市や直方市においては、イベント、ワークショップ、社会実験を行うことで、参加者がまちなかの魅力や可能性に気づくきっかけになったと推測される。

### c まちなか再生の認知度向上

- 市民参加型ソフト事業を実施することでまちなか再生の取り組みの認知度を高めるという効果も期待できる。特に社会実験は、現地で開催されることから、通りすがりの人の目に入ったり、地元のメディアで取り上げられることがあるため、まちなか再生の取り組みをアピールすることにつながる。
- 上山市、常総市、直方市においては、公園、歴史的建造物、アーケードを使ったイベントや社会実験を行ったため、まちなか再生に対する市民の認知度が高まったと考えられる。

まちなか再生の基本は公民連携で進めることは基本であることから、従来と違った行政の意識や取り組みが求められる一方、地元の担い手（企業・団体、市民）の役割が大きい。

地元の担い手の発掘・育成と行政が果たす役割のポイントを以下に整理する。

## 1 地元の担い手の発掘・育成

### a 社会実験、ワークショップ等を通じた人材発掘・人材育成

- 4市いずれも社会実験、ワークショップ、講座を実施して、まちなか再生の担い手の発掘や育成に取り組んでいる。
- 上山市においては、講座（「ナリワイづくり講座」）を実施し、人材の発掘を行なった。
- 直方市においては、空き物件の仮設利用を行い、事業者の発掘を行なった。

### b 地域のステークホルダーの担い手化

- まちなかには、多様なステークホルダーが存在するが、これまでは必ずしもステークホルダーがまちなか再生の担い手にはなっていなかった。まちなか再生を推進し、実現するためには、これまでまちなか再生に関わってこなかったステークホルダーを担い手化することが必要である。具体的には、一般市民、学生・生徒、商業者以外の事業者である。
- 上山市においては、住宅地の分譲を行う地元の不動産業者との連携を行い、住宅メーカー向けのデザインガイドラインの説明会を実施した。
- 常総市においては、一般市民の活動をコレクティブ部高校生と連携し、二水会館の活用を行なっている。

## 2 行政が果たす役割

### a 庁内の推進体制の構築

- まちなか再生は、ハード事業からソフト事業まで多岐に渡るため、行政内部で所管する部署が複数となる。そのため、まちなか再生の効果を最大限に発揮するには、主管課を中心として、複数の事業の内容や進行について、他の課と調整を行うことが必要になる。
- 常総市においては、商工観光課を主管課としつつ、資産活用課、生涯学習課が協力する体制を構築している。

### b 公民連携やエリアマネジメントに対応する体制整備、意識醸成

- まちなか再生に公民連携やエリアマネジメントの導入が求められるが、従来型の行政施策とは異なる内容であることから、担当者の意識変革やそれに応じた庁内体制の整備が必要である。
- 上山市においては、建設課にエリアマネジメント推進室を設置し、まちなか再生を所管している。
- 常総市においては、資産活用課施設マネジメント室に公民連携の担当者がいて、まちなか再生に関わっている。
- 直方市においては、まちなか再生事業において、市職員を対象とするワークショップを開催している。
- 人吉市においては、公民連携をテーマとする職員向け講習会を開催した。

### c ハード面の整備

- まちなか再生に資する公的施設、道路、公園等のハード面の整備を行うことが行政の基本的な役割である。ただし、ハード面の整備に当たっては、従来型の発想や手法によるものではなく、新しい発想に基

づく複合的な施設やPFI等の新しい整備手法の採用が必要である。

- 上山市においては、住宅と一体となった公園整備がまちなか再生の核的な事業となっている。
- 常総市においては、新しい複合施設の整備活用がまちなか再生の核的な事業となっており、まちなか再生事業を契機として、複合施設に市民参画の機会提供や、市民の主体性を促す機会を具備しようとしている。
- 人吉市においては、日帰り温泉の跡地を使った公共空間の整備が核的な事業となっている。

## 2-3

## まちなか再生事業の課題

まちなか再生事業を推進するなかで、今年度明らかになってきた課題について、以下のように整理する。

## a アドバイザー会議委員による適切なタイミングの助言

- 現地会議において、行政と外部プロデューサーがアドバイザー会議委員からアドバイスを受けられることはまちなか再生事業の実効性を高める上で、有効と考えられる。
- しかし、現地会議は事業年度として中間時点であり、1回だけのアドバイスになっており、その助言を受けた軌道修正が十分にできないことがある。早い段階からの軌道修正を可能にするため、行政及び外部プロデューサーが適切なタイミングで助言を得られる仕組みが必要と考えられる。
- 具体的には、四半期ごとに行政または外部プロデューサーがアドバイザー会議委員を指名して、助言が得られるような仕組みを作ることが考えられる。

## b 複数年度の事業実施への対応

- 令和7年度からまちなか再生事業が同一自治体で3年間実施することが可能になった。そのため、今後は3年間の事業展開を見据えた事業計画の策定が必要となる。3年間の事業の連続性が重要であるが更に前年度事業で積み残した課題を当該年度で解決することが重要である。

## c セルフ評価の活用

- 今年度から実績報告会資料として、実施4市に対して実施計画の達成度についてセルフ評価を求めたが、これは事業の達成度・成果の評価や改善点の発見に有効なツールとなると考えられる。
- そのため、今後は評価項目、評価の視点（行政及びプロデューサー）及び評価軸を整理した上で、セルフ評価を実施し、その結果を活用して、達成度の低い取り組み事項については、次年度に改善するように求めていくことやまちなか再生事業を実施している市町村に横展開し、まちなか再生事業における留意点やクリティカルポイントを共有することが考えられる。

## 地域再生マネージャー一覧

ふるさと財団では、地域再生に取り組む市町村に対して、専門的知識や実践的ノウハウを以て地域づくりに寄与する人材を「地域再生マネージャー」として登録しております。

令和6年度の地域再生マネージャーは以下のとおりです。詳細はふるさと財団ホームページを参照下さい。(https://www.furusato-zaidan.or.jp/chiiki/mg\_ichiran/)

	氏名	所属
1	畦地履正	株式会社四万十ドラマ
2	アダム フルフォード	有限会社フルフォードエンタープライズ
3	石川紀子	株式会社ブルー・アンド・カンパニー
4	石黒侑介	北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院
5	井手修身	アイデアパートナーズ株式会社
6	伊藤隼也	株式会社医療情報研究所
7	井上弘司	CRC 地域再生診療所
8	榎本善晃	beniw 合同会社
9	大久保昌宏	特定非営利活動法人離島経済新聞社/一般社団法人ツギノバ
10	大野幸雄	株式会社日本アプライドリサーチ研究所
11	岡部明子	東京大学大学院 新領域創成科学研究科
12	小川和	SAS 合同会社
13	奥村玄	株式会社 GEN プランニング
14	柏木千春	大正大学 社会共生学部 公共政策学科
15	河瀬悟郎	株式会社エコ・24
16	河野公彦	inc 1 合同会社
17	菅野剛	株式会社 TAISHI
18	木藤亮太	株式会社ホーホウ
19	木下斉	一般社団法人エリア・イノベーション・アライアンス
20	國廣純子	株式会社 LOCAL SUSTAINABLE PROJECT
21	栗田拓	特定非営利法人トイボックス
22	小島慶藏	福井オリーブ研究会
23	是永聡	POOL inc.
24	近藤ナオ	株式会社シュチェンシュリーバ
25	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
26	斉藤俊幸	イング総合計画株式会社
27	篠崎宏	リ・マスター合同会社/帝京大学 経済学部
28	柴田涼平	株式会社とける
29	澁澤寿一	NPO 法人共存の森ネットワーク

	氏 名	所 属
30	清 水 友 康	株式会社道銀地域総合研究所
31	白 仁 昇	一般社団法人おきなわ離島応援団
32	関 根 祐 貴	株式会社船井総合研究所 地方創生支援部
33	千 田 良 仁	一般社団法人明和観光商社/皇學館大學 現代日本社会学部
34	高 橋 一 夫	近畿大学 経営学部
35	多 田 朋 孔	特定非営利法人地域おこし
36	橘 昌 邦	株式会社 POD
37	谷 本 互	まち&むら研究所
38	塚 田 佳 満	株式会社 DMG フォース
39	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
40	朽 尾 圭 亮	株式会社船井総合研究所
41	中 川 晶 子	株式会社 JTB
42	中 島 淳	株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ
43	中 田 浩 康	有限会社アグリテック
44	根 本 実	個人
45	野 口 智 子	ゆとり研究所
46	畑 中 直 樹	株式会社地域計画建築研究所 (アルパック)
47	濱 博 一	株式会社アスリック
48	馬 場 正 尊	株式会社オープン・エー
49	林 博 司	合同会社 LOCUS BRIDGE・パブリシシング株式会社
50	坂 東 真 奈	バンデザインスタジオ
51	東 田 一 馬	つねよし百貨店
52	平 尾 由 希	株式会社 FOODSNOW
53	ヒ 口 中 田	株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター
54	藤 崎 慎 一	株式会社地域活性プランニング
55	藤 澤 安 良	株式会社体験教育企画
56	藤 村 雄 志	G&C コンサルティング株式会社
57	古 川 康 造	高松丸亀町商店街振興組合
58	堀 田 雅 湖	こめみそしょうゆアカデミー
59	本 田 勝之助	本田屋本店有限会社
60	前 田 香保里	ケイ・コンソナンス
61	三 原 久 徳	個人
62	椋 本 修 平	ムクモト設計株式会社
63	守 屋 邦 彦	跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部
64	柳 田 剛 一	オフィス513
65	矢 部 佳 宏	一般社団法人 BOOT
66	山 田 里 美	特定非営利活動法人東北みち会議
67	山 村 俊 弘	株式会社日本アプライドリサーチ研究所
68	養 父 信 夫	一般社団法人九州のムラ

## 終わりに

当報告書では、令和6年度の地域再生マネージャー事業として、ふるさと再生事業18件、まちなか再生事業4件、外部専門家短期派遣事業10件、地域再生セミナー等の実施状況を掲載している。

ふるさと再生事業では、地域の資源を活かした高付加価値ツアーの造成（北海道函館市）、地域資源を活用した商品開発・販路拡大（山形県庄内町）、官民連携による課題解決（富山県上市町）、若者の定着促進（北海道士別市、兵庫県豊岡市）など、各地域の課題解決に向けた取組が行われている。

また、まちなか再生事業では、官民連携で公共空間整備と宅地開発を行う取組（山形県上山市）、公共空間等に新たな文化的価値を付加する企画（茨城県常総市）、民間主導による商店街の空き家・空き店舗対策（福岡県直方市）、官民連携による空き地の魅力的な活用（熊本県人吉市）といった地域主体による各エリアの価値向上を図る取組が展開された。

特に、人口が35人に減少し、高齢化率が7割を超えた集落の再生を目的とした宮崎県木城町の取組では、地域を支える担い手の確保が喫緊の課題となっており、外部専門家と町の全面的なサポートのもと、お試し滞在などの取組が展開されている。今後、多くの地域が同様の課題に直面すると見込まれ、人口減少・高齢化が進行した集落再生のモデルとなりうる取組であり、今後の動向を注視したい。

一方、コロナ禍を経て、ライフスタイルや国民意識の変化に伴い、都市部の若者を中心に地方への関心が高まっており、移住や定住でもなく、地域に多様な形で関わる「関係人口」に注目が集まっている。関係人口は、地域の外側から、さまざまな形で地域を支える存在として、人口が減少しても、地域ににぎわいや活力をもたらす存在として、大きな役割を果たすと期待されている。

こうした中、令和6年度の地域再生フォーラムは、地方創生開始から10年にあわせて、「地方創生から10年、今、関係人口、移住を問い直す」をテーマとして基調講演や事例発表、パネルディスカッションを行った。

基調講演では、関係人口の提唱者である指出一正氏から、関係人口の生まれる地域の特徴や地域との関わり方、事例発表では、山形県西川町の「オンライン関係人口」、新潟県十日町市の池谷集落の取組、鳥根県邑南町の取組が紹介された。

また、地域再生セミナー（神奈川県開催）は、空き家と移住定住施策をテーマとして開催した。人口減少により増え続ける空き家への対策は、自治体にとって大きな課題となっているが、空き家を取り巻く現状や課題のほか、空き家を活用した交流拠点の整備や、移住希望者に対して丁寧にマッチングを進める事例などが紹介され、大変有意義な内容となった。

詳細は本文をご確認いただきたいが、当報告書を通して、各自治体の地域づくり活動に、少しでも参考となれば幸いである。

最後に、事業の推進にあたっては、地域住民の皆様はもとより、市町村の担当者や外部専門家の方々のご多大なご尽力の賜物であり、関係者の皆様に深く感謝し、地域再生マネージャー事業をはじめ、財団事業へのご理解・ご協力をお願いし、結びとしたい。



令和6年度  
**地域再生**  
マネージャー事業  
報告書

令和7年3月 発行

編集・発行 一般財団法人

**地域総合整備財団〈ふるさと財団〉**

Japan Foundation For Regional Vitalization

〒102-0083 東京都千代田区麹町4-8-1 麹町クリスタルシティ東館12階

TEL : 03 (3263) 5736 FAX : 03 (3263) 5732

ホームページ URL : <https://www.furusato-zaidan.or.jp/>

E-mail アドレス : [furusato@furusato-zaidan.or.jp](mailto:furusato@furusato-zaidan.or.jp)



ふるさと財団

検索