

持続可能な 地域づくり 事例集

おもしろい地域には
ワケ
理由がある



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

目次

はじめに	4
掲載市町村	5
地域再生マネージャー事業の概要	6
本事例集の作成方針	8
アドバイザリーボードの開催	10
本事例集の読み方	11
ふるさと再生事業（21 事例）	14
ふるさと再生事業 アドバイザリーボード委員 コメント	142
まちなか再生事業（9 事例）	146
まちなか再生事業 アドバイザリーボード委員 コメント	202
掲載市町村連絡先・ふるさと財団連絡先	204

※本書の内容は、原則として 2026 年 1 月 1 日現在のものです。



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、これまでさまざまな事業活動に取り組んできました。これもひとえに、地方自治体、金融機関、民間事業者の皆様をはじめとするご支援、ご協力の賜物であり、心より感謝申し上げます。

昨年12月には、政府において「地方創生に関する総合戦略」が閣議決定されるなど、地方創生の取り組みは新たなステージに進んでいます。

ふるさと財団といたしましても、時代の変化に対応しながら、地域の特色を生かした持続可能な地域づくりの支援に向けて、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、2004年以来20年以上にわたり、市町村が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。

この度、地域再生マネージャー事業を活用した数多くの事例の中から、当該事業終了後も取り組みを継続し、または発展させることにより、一定の成果を挙げている30事例を選定し、事例集として取りまとめました。

本事例集の特色は、読者の皆様にとりまして、より実践的な学びに繋がるよう、それぞれの取り組みの進め方を時系列で整理した「プロセス」と、地域再生マネージャー、まちなか再生プロデューサー、各市町村の担当者や地域のプレイヤーが現場での経験や工夫を語る「担当者からの生の声」に光を当てたことです。これにより、取り組みの具体的な進め方や、現場での課題解決の手法を分かりやすくお伝えできる内容となっていると考えます。

タイトルの副題を「おもしろい地域には理由^{ワケ}がある」といたしました。活気のある地域にはそれぞれの地域ならではの理由（ワケ）があります。読者の皆様にはこの事例集を読みながら、その理由^{ワケ}を見出していただくことを期待しています。

本事例集をご参考にしていただき、それぞれの地域で地域づくりに関わる皆様方が地方創生施策の立案や実践にご活用いただければ幸いです。

末筆ながら、本事例集の作成にご協力いただいたアドバイザリーボード委員の皆様、地域再生マネージャー、まちなか再生プロデューサー、各市町村の担当者や地域のプレイヤーをはじめとする関係各位に厚く御礼申し上げます。

2026年4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

掲載市町村

● ふるさと再生事業

● まちなか再生事業

※ 2025 年 1 月 1 日時点の
住民基本台帳の人口を記載



地域再生マネージャー事業の概要

観光、農業、移住・関係人口、まちなか再生など各分野の外部専門家※（地域再生マネージャー・まちなか再生プロデューサー）を活用し、地域再生に取り組む市町村等に対して、最大3年間にわたり伴走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します。

※当事例集では外部専門家について、以下の名称で区別して表記しています。

ふるさと再生事業 地域再生マネージャー

まちなか再生事業 まちなか再生プロデューサー

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り組みをサポートします。

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（地域再生マネージャー）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します。

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（まちなか再生プロデューサー）を活用して総合的な見地からまちなかの賑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します。

■事業公募等の概要（①ふるさと再生事業 ②まちなか再生事業 共通）

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外部専門家の活用に関する経費 外部専門家の人件費（謝金含む）および旅費 ②委託料、会議費、印刷製本費、広告宣伝費、原材料費、旅費、消耗品費、通信運搬費その他の補助対象事業を実施するために必要となる経費（消費税および地方消費税を含む） ただし、個々の経費が高額になる場合や、耐用年数が1年以上の物品を購入する予定がある場合は、事前に財団の了解を得るものとする。

3

外部専門家短期派遣事業

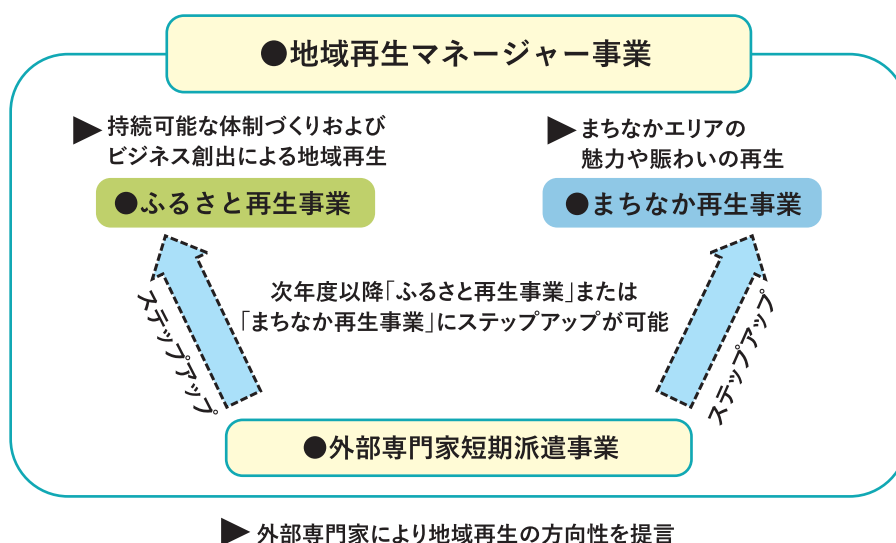
市町村等が地域再生に取り組むにあたり、地域の課題や課題解決に向けた方向性が明確になっていない段階において、当財団から外部専門家を派遣し、必要な助言などを行います。外部専門家は、地域再生の方向性を明確にすることを目的とし、現地調査を行い、地域課題の抽出や課題解決に向けた方向性の提言を実施します。

■事業公募等の概要

派遣内容	①外部専門家の派遣は1申請につき1回とする。 ②市町村等が単独で実施する場合は、現地調査を連続する2日間で実施し、後日オンラインで報告会を実施する。 ③複数の市町村(都道府県を超える場合も含む)が共同で実施する場合は、次のいずれかの方法とする。 (1) 複数の市町村が隣接する場合は、原則として現地調査を連続する3日間でを行い、後日オンラインで合同の報告会を実施する。 (2) 複数の市町村のうち、隣接していない市町村を含む場合は、それぞれの市町村で原則として現地調査を連続する2日間でを行い、後日オンラインで合同の報告会を実施する。
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)

■外部専門家短期派遣事業からのステップアップ

本事業を実施した結果、地域再生の方向性に目処がつき、今後具体的な地域再生事業に取り組んでいく際には、「外部専門家短期派遣事業」から「ふるさと再生事業」または「まちなか再生事業」へのステップアップが可能です。



本事例集で外部専門家短期派遣事業を活用した地域

・和歌山県 紀の川市 ・和歌山県 有田川町 ・愛媛県 松山市 ・愛媛県 内子町

本事例集の作成方針

「持続可能な地域づくり事例集」は、地域再生マネージャー事業を活用し、その後も積極的に地域づくりに取り組み、一定の成果を挙げている事例を集めて掲載しています。地域づくりに関心をもつ方々の参考になるよう、次ページの選定基準に基づき、掲載事例を選定し、現地調査を行った上で、以下の目的、コンセプトのもとで作成を行いました。

●目的

多くの地方自治体においては、人口減少や産業の衰退などの地域課題を抱えている中で、持続可能な地域づくりを推進することが求められています。

活力と魅力ある地域づくりの推進に寄与すべく、地域再生マネージャー事業実施後も取り組みを継続し、一定の成果を挙げている事例を取りまとめ、広く全国の地方自治体の参考となるように情報発信していくことを目的とします。

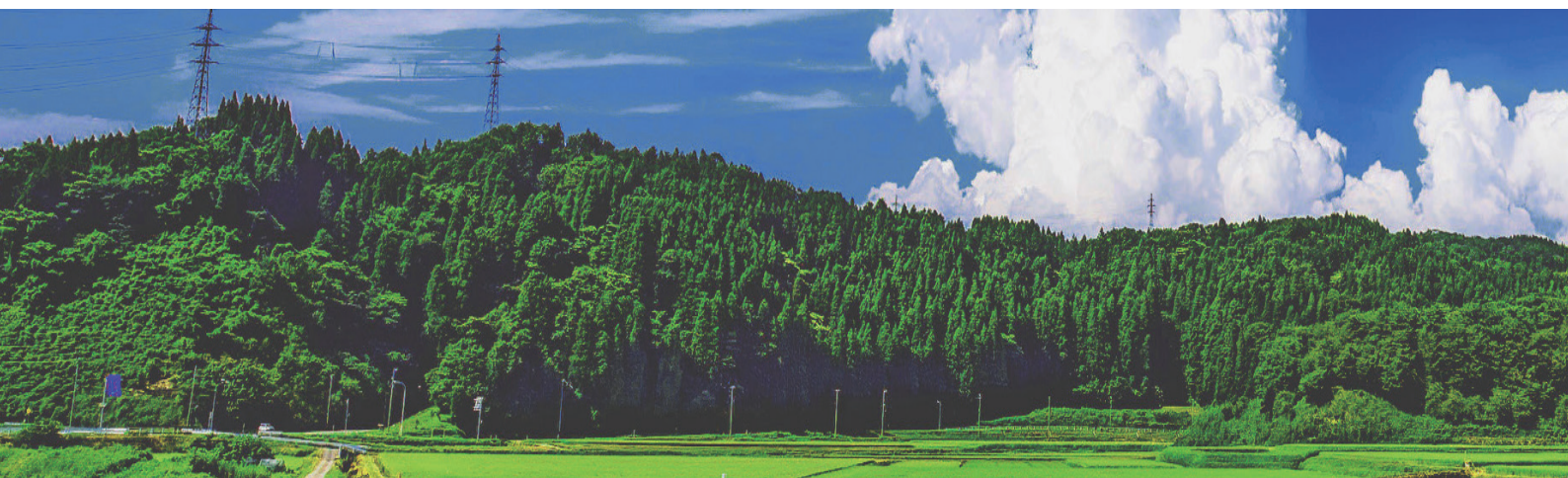
●コンセプト

①プロセス重視

事業全体の流れが把握しやすくなるよう、事業推進のプロセスを時系列で詳細に記載することにより、地方自治体における新たな地域づくりの取り組みや事業の横展開に繋がります。

②担当者からの生の声

実際に事業に関わった自治体職員や外部専門家（地域再生マネージャー・まちなか再生プロデューサー）の目線から事例分析を行い、事業を推進する上で工夫した点や困難に直面した際の解決方策、成功に繋がったポイントを記載することで、現場で生じたリアルな情報を提供します。



●掲載事例および選定基準について

ふるさと再生事業で 21 市町村、まちなか再生事業で 9 市町村、合計 30 市町村を掲載しています。掲載事例については、2012 年度から 2021 年度の間にふるさと再生事業を活用した 93 市町村、まちなか再生事業を活用した 49 市町村を対象にアンケート調査を実施した上で、以下の選定基準に則り選定を行いました。

【選定基準】

①持続可能な取り組み

- ・計画に沿って事業が継続または発展しているか。

②推進体制

- ・推進体制は整備されているか。
- ・地域住民が主体の取り組みまたは地域住民と行政が連携した取り組みであるか。
- ・取り組みの自走化が図れているか。

③プロセス

- ・地域課題を明確にしてアプローチしているか。
- ・地域資源を活用しているか。
- ・PDCA サイクルを回して事業を推進しているか。

④外部専門家（地域再生マネージャー・まちなか再生プロデューサー）の関わり

外部専門家の専門性を生かした取り組みとなっているか。

⑤成果

ビジネス創出による雇用の増加、地域への移住者・関係人口の増加、観光振興による観光客数・観光消費額の増加、ブランド化による農林水産品の売上増加、まちなかの賑わいの創出などが目に見える形で表れているか。

●アドバイザーボードからの意見聴取

本事例集の作成にあたっては、計3回のアドバイザーボードを開催し、地域づくりの有識者から事例集の構成および内容などについて専門的な助言をいただきました。

アドバイザーボードの委員および開催実績は、次ページのとおりです。



アドバイザーボードの開催

アドバイザーボード【ふるさと再生事業】

●委員（*五十音順 敬称略）

あぜち	りしやう	株式会社 四万十ドラマ 代表取締役
畦地	履正	
おだぎり	とくみ	明治大学 農学部 食料環境政策学科 教授
小田切	徳美	
ずし	なおや	法政大学 現代福祉学部 福祉コミュニティ学科 教授
函司	直也	
ただ	ともよし	特定非営利活動法人 地域おこし 代表理事
多田	朋孔	

●会議開催実績

〈第1回〉

- | | |
|------|--|
| 1 日時 | 2025 年 2 月 20 日（木） 午前 9 時 30 分から午前 11 時 30 分まで |
| 2 内容 | ・ 事例集概要の説明 ・ 候補市町村の選定および意見交換 |

〈第2回〉

- | | |
|------|-------------------------------------|
| 1 日時 | 2025 年 12 月 2 日（火） 午後 3 時から午後 5 時まで |
| 2 内容 | 初稿の意見交換 |

〈第3回〉

- | | |
|------|---|
| 1 日時 | 2026 年 1 月 6 日（火） 午後 3 時から午後 4 時 30 分まで |
| 2 内容 | 修正稿の意見交換 |

アドバイザーボード【まちなか再生事業】

●委員（*五十音順 敬称略）

こいずみ	まさお	東京都立大学大学院 都市環境科学研究科 教授
小泉	雅生	
こばやし	しげのり	一般財団法人 森記念財団 理事長
小林	重敬	
でぐち	あつし	東京大学 執行役・副学長 大学院新領域創成科学研究科 教授
出口	敦	

●会議開催実績

〈第1回〉

- | | |
|------|---|
| 1 日時 | 2025 年 2 月 10 日（月） 午前 10 時 30 分から午前 11 時 40 分まで |
| 2 内容 | ・ 事例集概要の説明 ・ 候補市町村の選定および意見交換 |

〈第2回〉

- | | |
|------|--|
| 1 日時 | 2025 年 12 月 1 日（月） 午前 10 時から午前 11 時 30 分まで
2025 年 12 月 3 日（水） 午前 10 時 30 分から午後 12 時まで |
| 2 内容 | 初稿の意見交換 |

〈第3回〉

- | | |
|------|---|
| 1 日時 | 2026 年 1 月 7 日（水） 午前 10 時から午前 11 時 30 分まで |
| 2 内容 | 修正稿の意見交換 |

本事例集の読み方

本事例集では、1 事例を 6 ページで紹介しています。地域再生マネージャー事業実施期間中と事業終了後の動きをそれぞれ掲載することで、事業がどのような過程で進み、どのような変化が生まれ、どのような成果が得られたのか、また事業実施後もどのように取り組みが継続され、成果を出しているのかを中長期的な流れで把握することができます。

本事例集を読む際の注目ポイント

本事例集に掲載されている事例は、その取り組みごとに多くの学びがありますが、特に下記の点に留意しながら読むことで、地域づくりのエッセンスを把握できます。

●地域住民との合意形成をどのように進めたのか

事業を円滑に進めるにあたり、地域住民との間で課題や目的の明確化と共有、地域の意見の取りまとめを丁寧に進めている点など。

●実施体制づくりをどのように支援したのか

事業の実施主体となる民間事業者の形成に向けて、自治体や外部専門家（地域再生マネージャー・まちなか再生プロデューサー）が信頼関係を構築し、伴走支援している点など。

●自走を見据えた仕組みづくりをどのように進めたのか

人材の育成や地域資源を効果的に活用したビジネス創出などを行うことにより、地域の実情に即した持続可能な仕組みづくりを確立している点など。

●取り組みを通じて地域住民の意識がどのように変化したのか

事業の実施を通じて、地域住民の関わり方が受動的なものから主体的なものへと変化し、地域づくりの担い手として活動するようになっている点など。



読者の皆様には、上記の項目に注目しながら、事例の「課題設定→取り組み→成果」の流れを追うように読んでいただき、ビジネス創出の手法やまちの賑わいづくり、さらには今後の政策づくりなどのヒントを見つけていただければ幸いです。

本事例集の読み方

ハッシュタグ

事業の目的や取り組みのテーマがひと目でわかるよう、ハッシュタグで整理しています。種類と概要については下記の表をご覧ください。

事業の課題と目的

地域がどのような「課題」を抱え、それに対してどのような「目的」で地域再生マネージャー事業に臨んだのかをまとめています。

事業実施体制

行政・民間・外部専門家を中心に、①どのような人たちが②どのような役割をもって③どのように関わって事業に取り組んだのかを図解しています。

事業対象地域のマップ

まちなか再生事業の事例では対象地域のマップを表示。



04 新潟県阿賀町 新たな特産品開発と販路拡大による地域力向上

What #新規産業創出 #農林水産業



お話を伺った方々

地域再生マネージャー
株式会社 西がらドラマ
代表取締役
船地 龍広さん

行政
阿賀町 まちづくり推進課
副課長 船地 龍広さん

民間
山から株式会社 代表取締役
船地 龍広さん

埋もれていた地域資源に、ヨソ者視点で新たな価値を

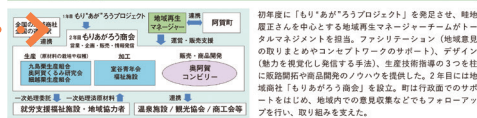
かつて川津がある物流の拠点として栄えた歴史をもち、旧街道沿いにその名残をとどめる阿賀町。今は山間の農村の風景が広がるこの地に、東京から1人の移住者がもたらした事業実施直前のこと。彼が見てこられていた地域資源に新たな価値を見出したところから、町人も動きはじめた。

課題
福島県と境界を接する阿賀町は、蔵前山のふもとで阿賀川と荒瀬川が合流し、旧金沢街道で交通の要所にも通じる物流の拠点として栄えた。しかし、時代の変化とともに物流の手段も変わり、市街地の空っぽ化や農地の荒廃などの課題が顕在化している。そのような状況の中、これまでも自然の景観や温泉などの地域資源を用いた観光に取り組んできたが、主要産業である農業を生かした生産性のある商品がなく、商品開発や販路開拓のノウハウも乏しかった。

目的
事業に臨むにあたり、地域資源として食・農・林・水・山・空の6つの資源に着目。地域振興を中心に生産から加工、販売まで一貫して行う体制を整えて安定的な商品生産を認め、阿賀町の特産品として認知を広げ、ブランド化と販路拡大を目指す。また、これらの取り組みが地域全体に関わり合うことで、地域への愛着形成や雇用創出、経済振興を促し、町民の活性化に繋げていく。

地域再生マネージャー事業 実施期間(2018年度～2019年度)

事業実施体制



1P

2P

事業実施内容

●運営体制構築

What 何をしたのか?

2016年4月から「特産品開発と販路開拓」をミッションに掲げ、地域再生マネージャー・船地 龍広さんを中心に、地域全体が関わりをもち、共に働くことのできる運営体制を構築した。

How どのようにしたのか?

●地域振興設立

船地夫妻は都内の大手百貨店の営業と、講師としても活躍するパティシエという経歴をもつことから、責任担当よりベーカーカフェを営むとした地域活性化の道を選んでいた。ベーカーカフェは、地域資源の活用や内部からの交流人口の呼び込みという点でも事業との相性が良く、これに地域振興としての機能を付加していくことになり、まずは2018年度に「もりあがりプロジェクト」を創設させた。その成果を踏まえて2019年度に地域振興「もりあがり」を設立し、実際に商品開発や販路拡大に取り組んだ。

●地道なコミュニケーションを重ねて地域の合意を形成

ワークショップには農業者や事業者をはじめ、一般の地域住民まで幅広い人が集まった。「地域全体で稼ぐ仕組み」をつくるには、各々の合意形成が欠かせない。

これがなかなか大変で、船地さんが主体となって活動を進めていたものの、当初は「食・農・林・水・山・空」という意見も多く、特に高齢者は地域住民が主体となって取り組みを進めること自体を面倒だと感じる傾向がありました(船地さん)。そんな地域住民たちに対し、船地さんは一人ひとりの意見に丁寧に耳を傾け、意見を抽出。自身の描きたい地域の姿も同時に説明し、少しずつ参加者を増やしていった。

「一緒にイベントに参加したり、視察に行ったり、お話を聞いたり。そこで深い話をしてくれるだけでも何気ない会話をし、同じ体験を共有することが関係を築けるきっかけになりました。地道なコミュニケーションの積み重ねが、地域の力や意欲を伸ばしていくと感じています」(船地さん)

●原料調達と安定化と生産性の向上

What 何をしたのか?

安定した商品供給を行うため、限られたリソースを活用しながら、一定量の原料を継続して確保していく仕組みづくりを行った。

How どのようにしたのか?

●食・農・林・水・山・空を自家消費から「稼ぐ仕組み」へ

阿賀町の食・農・林・水・山・空は、その大半が自給自足であり、地域住民たちが自由に採集を行い、市場の貴重な油・タンパク質として活用してきた歴史がある。これを「稼ぐ仕組み」に変えることと地域住民の収入を増やし、持続可能な関係の構築を目指す。具体的には、日々の仕事や散歩の合間などに採集した食・農・林・水・山・空を、各家庭で消費・洗浄した上で船地さんが経営する「パンとおやつ 蔵前コピラー」に持ち込んでもらい、現金で買い取る。少量の場合は商品と物々交換するなどの工夫も行っており、地域の子どもたちも楽しみながら参加している。

●農産連携による原料調達の安定化

買い取った食・農・林・水・山・空は、その大半が自給自足であり、地域住民たちが自由に採集を行い、市場の貴重な油・タンパク質として活用してきた歴史がある。これを「稼ぐ仕組み」に変えることと地域住民の収入を増やし、持続可能な関係の構築を目指す。具体的には、日々の仕事や散歩の合間などに採集した食・農・林・水・山・空を、各家庭で消費・洗浄した上で船地さんが経営する「パンとおやつ 蔵前コピラー」に持ち込んでもらい、現金で買い取る。少量の場合は商品と物々交換するなどの工夫も行っており、地域の子どもたちも楽しみながら参加している。

●農の栽培指導・選果技術研修を実施

地域再生マネージャーの指導のもと、「無農薬」「低農薬」による良質な農産物のモデル構築を目指して、体験型の土壌改良や新機軸作業を実施。同時に、休園していた観光農園でカットバックや前定作業を行い、原料調達の一助とした。また、先述地である蔵前川を起点として、農の選果技術の研修を行った。

●地域の魅力を伝える商品開発と親和性の高い販路開拓

What 何をしたのか?

地域再生マネージャーのアドバイスのもと、「資源の発見」「資源の掘り下げ」「役割分担」「基盤づくり」「販路開拓」などをテーマとしたワークショップを開催。コンセプト設計やアイデアの検討、試作を繰り返していった。

ハッシュタグの種類と概要

# 観光	地域資源を磨き上げ、来訪者の増加と滞在価値の向上を通じて、地域経済の活性化に繋げる取り組み。
# 新規産業創出	地域資源を生かして新たな仕事や地域産品を生み出し、雇用の創出を図る取り組み。
# 起業支援	地域内での創業を促進するため、チャレンジする環境の整備や資金・人材・ノウハウの提供を行う取り組み。
# 農林水産業	新たな人材や手法を取り入れ、第1次産業に新たな魅力や持続可能性を付加価値として創出する取り組み。
# 環境	地域の自然環境を守りながら、持続可能な活用を通じて地域の魅力や価値を高める取り組み。
# 食・文化	地域資源としての食や文化を守り、外部人材や手法を生かして活用・継承する取り組み。

「この商品は、いちいちゃん・あちあちゃんを背負い、地域を背負っている。ぜひ仕組み全体を評価してください。そんな『思い』の部分に共感してくれる取引先が、僕らと相性がいいんです」（柳澤さん）

生協や自然食品店など、小規模でも集くみの商品価値や背景のストーリーに共感してもらえる取引先をターゲットとして開拓していた。

県内では、新潟伊勢丹で地域に特化した売り場づくりを行う際に鬼く
われている。また、関西地区では生協「関西よつ葉連絡会」にて定期的な取り扱

地域再生マネージャー事業 終了後の取り組み(202

主な成果

●地域商社を核とした運営体制と地域全体で稼ぐモデルを確立

2019年度には地域商社を中心に原料調達から商品開発、販路開拓までを一貫して行う体制を構築しよう工夫したことで、一部事業者や生産者だけが儲かるのではなく、地域全体が儲かる仕組み、域住民の当事者意識や地域活性化に対する意欲の高まりも相乗効果として表れている。

●原料の安定的な確保を実現

年によって差はあるものの、年間5トンほどの鬼ぐるみを確保できるようになった。また、4カ工を行い、安定した原料供給に繋げた。



(左)「無阿買コンビニ」は空き店舗を改装してオープン。(中)メイン商品である「鬼ぐるみ むきみ」「鬼ぐるみのグラノーラ」。(右)鬼ぐるみ

地域再生マネージャーコメント

株式会社 四万十ドラマ 代表取締役
畦地 履正さん
「キーマンの熱意と力、
行政とのタッグが
成功を生んだ」



株式会社四万十ドラマ代表取締役。1964年四万十町(旧十和村)生まれ。83年に高知県立東高等学校卒業、87年に十川農協(明川中流越町村(大正町・十和村・西土佐村)が第三セクターとして設立した四万十ドラマ)に入社。2025年の四万十ドラマの完全民営化を期す。

How—どのようにしたのか？

●福祉施設との連携強化

株式会社と通商手続を完了後とも継続してあり、さらに規模を拡大。例として、阿賀野の牧草飼料生産8施設協賛（「ほつとサポート」となひ）では飼料の仕入に結びつく利用者の希望や特性に合わせた作業内容を取り入れるが、山から株式会社・利用者双方の要望も高く、当初の一次仕入と読めたいところにもグループAに使用するコケサキ作製機阿賀野コンクリー内の清掃作業も受託するようになった。その他、道の駅の清掃作業、農産物の出荷先やそばの産地など食品関係事業以外の分野でも山から株式会社が入ることによって実現した作業もあり、「互いにとって良い関係を保つという」（ほつとサポートとこなひ・二宮 幹夫さん）。

「事業パートナーとして欠かせない存在」（柳沢さん）と、強固な信頼関係を築いている。

●県外に店舗を新設

2023年9月、東京・西新井に2店舗目となる「パン いっぽ」オープン。古代小麦と阿賀町の地産米を使ったパンの製造・販売と、阿賀町および県内各地の地産産品を取り扱っている。美阿賀コンパリーに比べ価格帯の原産品が並ぶが、「阿賀町」東京では客層もニーズも異なる（柳沼さん）。阿賀町の店舗は、地元の人に向けた日々の暮らしに寄り添った商売をする一方で、東京の店舗では子育てやスクールも含めた関係性に共感し対価を払う顧客が地域外から集まってくる。開店当初は物珍しさと訪れる顧客が多かったが、Instagramらを活用した発信と口コミによる拡散で、次第に客層が洗練されていったという。

主要成果

●地域全体で「稼ぐ仕組み」の継続、新たな福祉施設との連携

[illegible]

●関係人口の創出とファンづくり

版権の拡大に伴って阿賀町を知ってもらう機会が増え、実際に町を訪れる人も徐々に増えている。特に拠点となっている「奥阿賀町の陣」には毎日かなりの量の人々が訪れ、1日に80組以上が来店し利用する。そうした新たな生きた関係づくりに対し、町の関わりを深めるとともに地域の要望をどのように行っていくかも模索している。山から休む会社は「バリエイター」をきっかけに阿賀町に興味をもった飲食店経営者らを東京から呼び、温泉郷や温泉への宿泊などを組み込んだツアーを開催。阿賀町のファンを増やし、その後の取材にもつなげる狙いもみている。「バリエイターとおもてなし阿賀町」の並びがある空き家を改修してゲストハウスや飲食店をオープンさせる計画もあり。今後、関係者の創出・拡大に向け、新たな機会を積極的に創出していく。

●新たな雇用創出と若者の流入

山から株式会社では 2025 年 8 月時点で、7 人の社員を雇用。「奥阿賀コンビリー」の店長を務める新潟県五泉市出身の松川 千晴さんのもとには店を訪れていた顧客のひとりで、店に通ううちにその活動に興味をもち、新卒で入社した。

「平日は近隣のおいちゃん、おばあちゃんが買いに来てくれるんですが、こういう小さなコミュニティならではの常連さんとの密なコミュニケーションがしたいですね。それに、自然が豊かな環境で良い素材がたくさんあるので、地産の素材で良いものを作れるのも魅力です」（松川さん）

自治体コメント

阿賀野 まちづくり推進協議会 清田 実美さん

地域全体が関わり合う特産品を目指して

事業に臨むにあたり、阿賀野ならではの特産品を作り上げるという目標がありました。そして、それ以上に、取り組みを通じて地域全体が「ふるさと」を大切に育みたいという思いが強く残りました。離れた事業所を越えての協働でなく、地域全体が関わり合い、地域の良さを顕微鏡しながら「ふるさと」を「ふるさ」と呼びかけ、自分たちのふるさとである。今回は、関係する1人1人が「ふるさと」地域を、地域を代表するという「環境」が磨きはじめたところ、それを後押しする「事業」がタイミングよく組みあがった。成果にはじめての姿が写っています。

組み合わせのプロ

取り組みのプロセス

実施 2016年4月に「特産品開発と販路開拓」をミッションとする地域おこし協力隊員・柳澤 陽介さんが着任。古
施 前から地域で親しまれてきた「鬼ぐるみ」に着目し、自身のベーカリーカフェ「パンとおやつ 奥阿賀コンピリ
 ー」にて商品に利用するための取り組みを始めていた。

[illegible]

2024年度までの実

山から株式会社の年報は第1期（2020年10月～2021年9月）の5,309万円から第4期（2023年10月から2024年9月）には7,279万円と大きく成長。2023年9月末に公表した「パン・インフ」の売上高は2024年6月までで47,472万円あり、その後も順調に増加している。売上の9割（91%）は2022年度の1,740億円から1,850億円、「グロウ+」も2022年度の5,400億円から7,200億円と増加。また、売上の約半額は2022年度の98万5千円から110万7千円となった。その他、渡瀬する「山崎の食料品」は6年ほどに大企業、大企業に大企業、山から株式会社で設立された2024年度まで7人の社員を雇用を生み出している。また、2024年には「山崎の食料品」が「山崎の食料品」の株式会社を設立し、山崎の食料品を買収した。

地域再生マネージャー・ まちなか再生プロデューサー と自治体担当者の視点

事業を支援した地域再生マネージャー・まちなか再生プロデューサーと実際に事業を担った自治体担当者からのコメントを掲載。異なる視点から事業を振り返ることで、取り組みの狙いや背景、キポイントを多角的に考察することができそうです。

取り組みのプロセス

本編で紹介した事業の要点を年度ごとに整理し、目的から成果までのプロセスを「事業の方向性」「行政・地域が行った取り組み」「取り組みによって得られた成果」「成果に繋がったポイント」の順で確認できるよう表にまとめました。横軸では単年ごとの事業全体の動きを把握することができ、縦軸ではそれぞれの項目がどのような変遷を辿ったのかを時系列で追うことができます。また、「成果に繋がったポイント」の中で特に重要な点は**赤字で記載**しています。

- | | |
|-------------|--|
| # 移住・関係人口 | 外部人材に地域参画を促し、持続可能な地域づくりに繋げ、地域の担い手確保を目指す取り組み。 |
| # 担い手の発掘 | 地域課題の解決に取り組む人材の発見・育成を図る取り組み。 |
| # 集落再生 | 地域住民が主体となり、集落における生活基盤やコミュニティ機能の維持・持続を図る取り組み。 |
| # シビックプライド | 地域への誇りや愛着を醸成し、主体的な地域参画を促す取り組み。 |
| # 拠点づくり | 地域課題の解決や交流促進に向けた多機能拠点を整備・活用する取り組み。 |
| # 遊休不動産の利活用 | 未利用の不動産を、地域課題解決や公共的価値の創出、民間の起業等に再活用する取り組み。 |