

平成23年度  
地域力創造のための起業者定住促進モデル事業  
調査報告書

---

---

---

---



平成 24 年 3 月

総務省地域力創造グループ地域自立応援課



平成 23 年度  
地域力創造のための起業者定住促進モデル事業

調査報告書

平成 24 年 3 月

総務省地域力創造グループ地域自立応援課



---

---

# 目次

序章	はじめに	1
第Ⅰ章	外部専門家活用事業	2
Ⅰ-1	外部専門家活用事業の概要	2
(1)	事業の枠組み	2
(2)	事業（支援）の形態	3
(3)	事業のフロー	4
(4)	本年度の派遣対象市町村と取組概要	5
(5)	派遣対象市町村における取組と主な成果の概要	7
Ⅰ-2	本事業による外部専門家活用の成果とポイント	11
(1)	各地域における外部専門家の活用概要	11
(2)	外部専門家の活用成果と役割	12
(3)	外部専門家の効果的な活用に向けたポイント	19
(4)	今後のより効果的な起業者定住促進に向けた課題	26
Ⅰ-3	派遣対象各市町村における取組の概要と成果	28
(1)	北海道清水町（派遣外部専門家：今村まゆみ）	28
(2)	青森県七戸町（派遣外部専門家：石塚雅明）	34
(3)	秋田県大館市（派遣外部専門家：小林詳子）	40
(4)	長野県阿智村（派遣外部専門家：高橋寛治）	46
(5)	岐阜県中津川市（派遣外部専門家：千田良仁）	52
(6)	高知県本山町（派遣外部専門家：斉藤俊幸）	58
(7)	佐賀県唐津市（派遣外部専門家：中島淳）	64
(8)	鹿児島県瀬戸内町（派遣外部専門家：養父信夫）	70
第Ⅱ章	地域力創造セミナー	76
Ⅱ-1	地域力創造セミナーの目的と趣旨	76
Ⅱ-2	地域力創造セミナーの実施概要	77
(1)	第1回地域力創造セミナー	77
(2)	第2回地域力創造セミナー	81
(3)	第3回地域力創造セミナー	86
(4)	第4回地域力創造セミナー	93
(5)	第5回地域力創造セミナー	99
(6)	第6回地域力創造セミナー	105
第Ⅲ章	地域人材ネット	111
Ⅲ-1	地域人材ネットの概要	111
Ⅲ-2	地域人材ネット登録者一覧	112
参考資料		119
○	事業中間報告会開催概要	121
○	派遣対象市町村アンケート	124
○	外部専門家活用に対する財政支援	126

---

---



---

---

## 序 章 はじめに

総務省「地域力創造のための起業者定住促進モデル事業」は、市町村が、外部専門家の活用によって地域の活性化を図り、もって他の市町村が外部専門家を活用する上でのモデルとなることを目的とするものであり、平成23年度は、以下の取組を行っている。

### ①外部専門家活用事業

- ・外部専門家の活用により地域の活性化を図り、他の市町村が外部専門家を活用する上でモデルとなる取組を行う市町村に対して、「地域人材ネット登録者」の民間専門家等の中から、それぞれの課題解決に適した外部専門家を派遣。

### ②外部専門家紹介事業

- ・地域独自の魅力や価値の向上の取組を支援する民間専門家や先進市町村で活躍している職員をデータベース（地域人材ネット）に登録してホームページにて公開し、市町村の相談に応じて外部専門家を紹介。
- ・地域人材ネットに登録された外部専門家を紹介する地域力創造セミナーを各地で実施。

この報告書は、①「外部専門家活用事業」と、②「外部専門家紹介事業」のうちの「地域力創造セミナー」について、本年度の事業成果をとりまとめたものである。

なお、地域力創造のための起業者定住促進モデル事業及び地域力創造セミナーの実施にあたっては、株式会社価値総合研究所が総務省と「地域力創造のための起業者定住促進モデル事業の運営及び調査分析の請負」について契約を締結し、事務局として運営を行った。

# 第1章 外部専門家活用事業

## 1-1 外部専門家活用事業の概要

### (1) 事業の枠組み

この事業は、外部専門家の活用により地域の活性化を図ることを通じ、外部専門家を活用するにあたってのノウハウの調査・分析を行い、他市町村への普及を図ることを目的とし、地域の課題解決に最適な人材をマッチングさせて、総務省が外部専門家として派遣することにより、対象市町村の取組を支援するものである。

#### 【派遣市町村選定の条件】

- ★外部専門家の現地指導が10日以上計画されているもの
- ★全庁的に支援・推進できる体制を構築すること
- ★取組成果の発表等、当省の情報共有の要請に応ずること

#### 【優先される取組】

- ☆地域おこし協力隊員との協働を考慮するもの
- ☆住民・地域団体・行政等幅広い横断的な取組を目標とするもの
- ☆人口の社会増の効果が高いもの

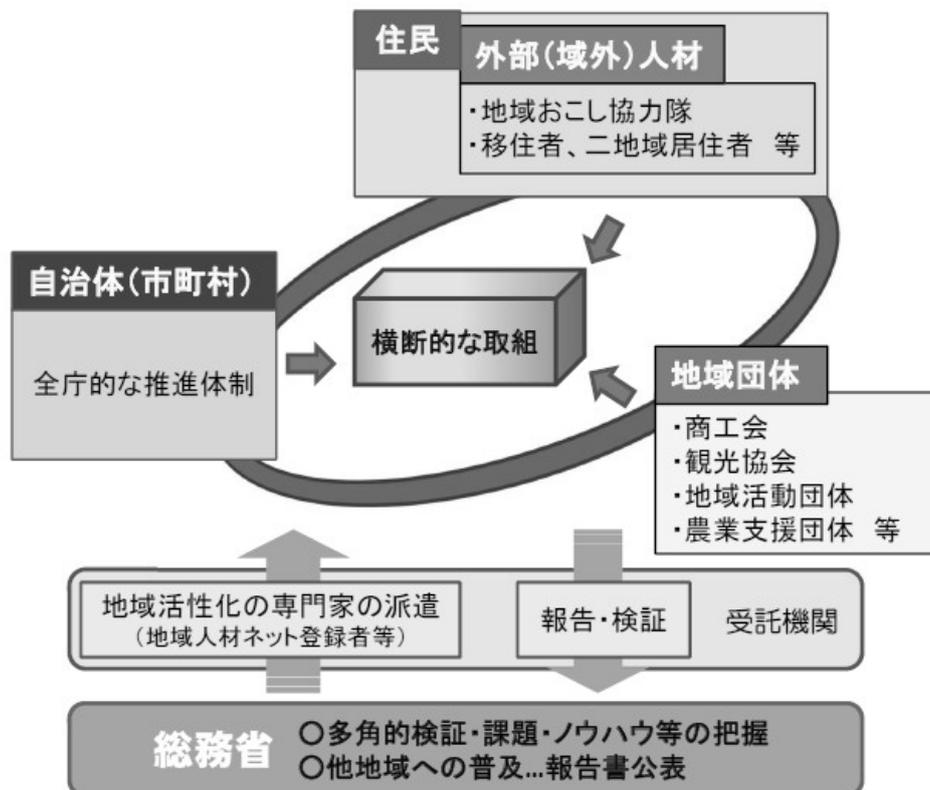


図 1-1 地域力創造のための起業者定住促進モデル事業（外部専門家活用事業）事業のイメージ

## (2) 事業(支援)の形態

本事業では、派遣決定後に対象市町村が作成する年間計画に位置づけられた、外部専門家の活用に係る旅費、謝金のほか、対象市町村における会議費や資料作成費など、外部専門家の活用に係る経費で適正と認められるものについて、一定の基準による限度額をもとにした予算の範囲において支援した。

### 【支援の対象となる外部専門家の活動内容】

- ・外部専門家が、定期的・継続的（原則として10日以上）に対象市町村を訪問し、市町村職員や地元関係者等に対して実施する指導・助言等
- ・対象市町村の課題分析、施策展開及び上記活動に付随する資料やレポートの作成

### 【経費支援の対象となる、外部専門家の活用に係る経費】

- ・外部専門家の旅費、謝金
- ・外部協力者<sup>1</sup>の旅費、謝金
- ・年間計画作成時及び先進地視察時の対象市町村職員の旅費
- ・外部専門家の活用に係る会議費

※外部協力者：外部専門家とともに、取組をサポートする人材



### <財政力指数に応じた限度額>

財政力指数による区分	限度額
財政力指数が全国市町村平均以下の対象市町村	500万円
財政力指数が全国市町村平均を超える対象市町村	250万円

※財政力指数の全国市町村平均 = 0.55（平成19年度～21年度平均）

<sup>1</sup> 外部協力者：本事業において、外部専門家の活用に係る取組をより効果的に実施するために、派遣外部専門家と協力して専門的・技術的な助言・指導を行う人材。（原則として「地域人材ネット」登録者又はそれと同等の実績・ノウハウを有する専門家。）

### (3) 事業のフロー

本事業は、以下のフローにより実施した。

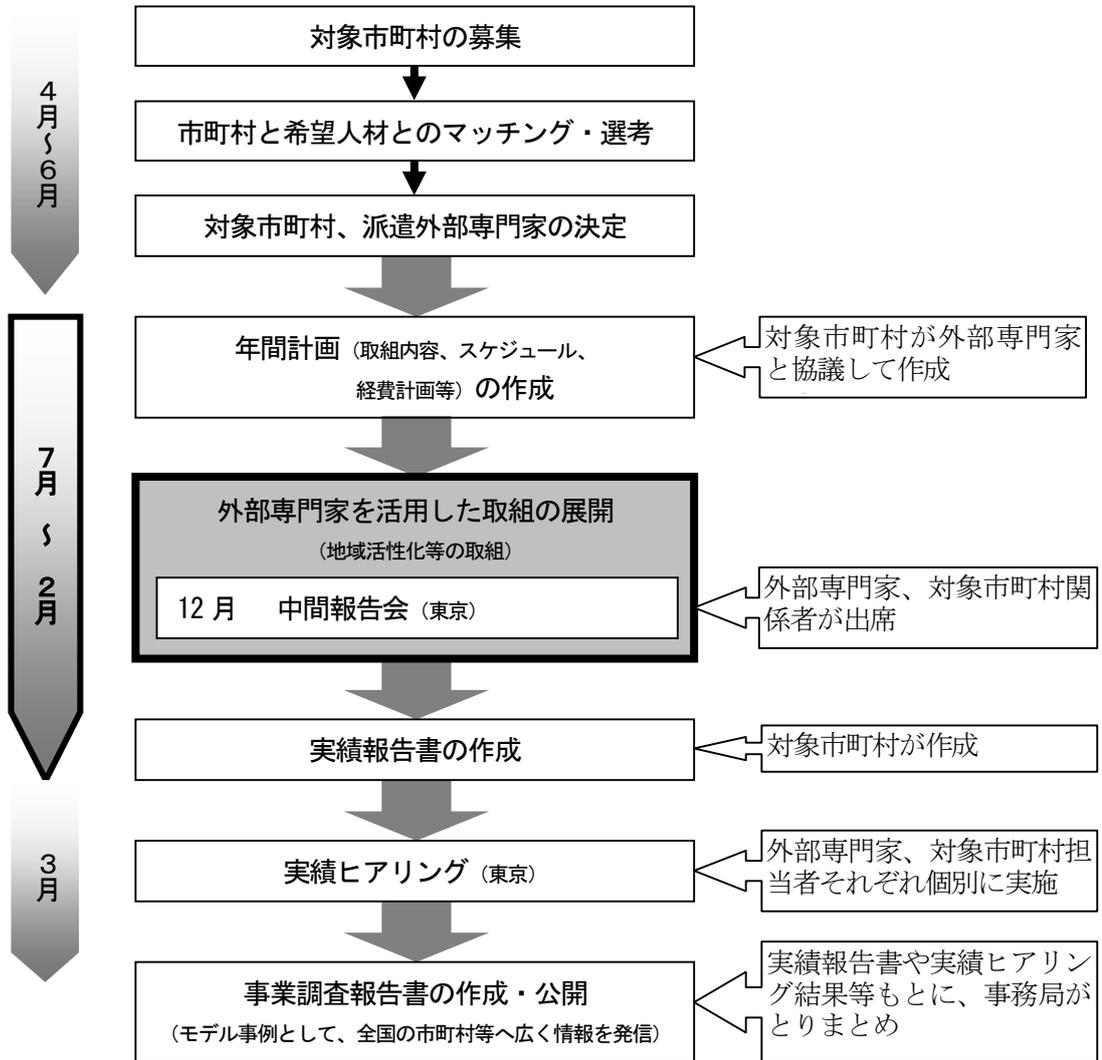


図 1-2 事業の流れ

## (4) 本年度の派遣対象市町村と取組概要

平成 23 年度の外部専門家派遣対象市町村、派遣外部専門家及び取組概要は以下のとおりである。

表 1-1 平成 23 年度の外部専門家派遣対象市町村

No.	対象市町村名	派遣外部専門家 (敬称略)	取組概要
1	清水町 (北海道)	今村 まゆみ (街づくりカウンセラー)	<b>町民参画による特産品づくりプロジェクト</b> 地域の魅力や素材を活かした特産品づくりを、幅広い世代の町民の参画によって取り組むことで、町民に郷土への誇りや愛着を持ってもらうとともに、対外的な町のイメージアップ、農産物の付加価値向上を図り、地域産業の活性化と定住・交流の促進に寄与していくことを目指す。
2	七戸町 (青森県)	石塚 雅明 (㈱石塚計画デザイン事務所 代表取締役)	<b>地域に根ざした中心市街地再生・定住促進事業</b> 次世代の地域リーダーの育成と、中心市街地に残る歴史的建物や高齢者が持つ伝統技術などの地域資源活用を柱とし、高齢化対策に焦点をあてて、これまで行政主導で進めてきた中心市街地の再生について地域ぐるみで取り組むことで、定住促進や交流人口増加につなげていくことを目指す。
3	大館市 (秋田県)	小林 詳子 (㈱全日本空輸)	<b>大館発！元氣プロジェクト</b> 農家のお母さんパワーを活かして、特産品のブランド化、伝統食材を活かしたメニュー開発、体験交流プログラムの充実など、地域資源の発掘とその活用による商品化、販路開拓等に取り組むことで、外部からの人材の交流を促進するとともに、地域おこし協力隊をはじめとした外部人材の定着、雇用の確保を目指す。
4	阿智村 (長野県)	高橋 寛治 (高野山大学客員教授)	<b>地域ぐるみの定住・自立むらづくり促進事業</b> これまで阿智村が培ってきた「社会教育」を基盤とした村づくりの手法を、産業・地域おこしから地域経営全般まで波及させるため、住民協働による UJI ターン者受入体制構築、産品販路開拓等、地域づくりプラン作成等に取り組むことで、新しい交流の輪を広げ、住み続けたい、住んでよかった村づくりを目指す。
5	中津川市 (岐阜県)	千田 良仁 (㈱アマタ持続可能経済研究所 アソシエイト・フェロー)	<b>なかつがわ山村文化創造プロジェクト</b> 地域の自然や歴史文化を活かした特産品・加工品の開発と、地域の人々が自立的かつ持続的に生活を営むことができるよう、「地域内資源循環」、「市場開拓・拡大」、「交流」の3つを基軸とした持続可能な生活スタイルとビジネスモデル構築に取り組むことで、若者の呼び込みと定着を目指す。
6	本山町 (高知県)	斉藤 俊幸 (㈱イング総合計画 代表取締役)	<b>本山町コミュニティビジネス定住促進事業</b> 吉野川源流域の深い森林を守り育てる林業と両立できる兼業ビジネスとして、付加価値の高い農産加工、酒類製造、観光ポテンシャルを活用したサービス産業の育成に取り組むことで、地域資源の活用と地域住民との協働による雇用創造と定住促進を目指す。
7	唐津市 (佐賀県)	中島 淳 (㈱カルチャーアット フォーシーズンズ 代表取締役)	<b>地域生活拠点活性化モデル支援事業 ～道の駅を軸とした新たな集落事業への挑戦～</b> 「道の駅きゅうらぎ」を核とした新たな集落商いのモデルを構築するため、外部人材の育成、受け皿形成、自立できる環境整備及び地域に経済性をもたらす新たな事業の芽の発掘に取り組むことで、中山間地域とりわけ農業分野における新たな事業の創出推進と地域での経済生産性の向上を目指す。
8	瀬戸内町 (鹿児島県)	養父 信夫 (㈱マインドシェア 九州のムラへ行こう 編集長)	<b>加計呂麻島移住・交流促進事業 ～島の資源を活かした交流産業活性化プロジェクト～</b> 加計呂麻島の地域資源を活用した新たな観光・交流プログラムの創出や廃校活用による施設運用の仕組みづくり及び地域住民や移住・定住者が島の六次産業化に携われる仕組みづくりに取り組むことで、都市部からの移住・交流を推進するとともに、過疎化が進行する町の活性化を目指す。



図 1-3 平成 23 年度の派遣対象市町村の位置と概要

## (5) 派遣対象市町村における取組と主な成果の概要

北海道清水町

**「町民参画による特産品づくりプロジェクト」**

派遣外部専門家

街づくりカウンセラー 今村 まゆみ 氏

### 取組の概要

**○「新・キャラクター製作委員会」の開催**

- 事業者、関係団体、中学生等が参加した「新・キャラクター製作委員会」を設置
- 期間中、委員会を10回開催し、毎回外部専門家が参加してアドバイスを実施
- 町の資源の再発見を進める中で、地域資源の内容を整理した「しみずベディア」を作成してテキスト化

<主な協議・検討内容>

- ▶特産品づくりについての学習と町の資源の再発見
- ▶特産品アイデアについての検討
- ▶試作品の製作・試食
- ▶特産品の絞込みとネーミング検討
- ▶シンボルマーク及びキャラクターの検討



新・キャラクター製作委員会

### 実施体制

外部協力者 (地域活性化、デザイン、食の専門家) ← 連携 → 外部専門家 (今村まゆみ氏)

アドバイス

新・キャラクター製作委員会 (計10回開催)

自営業者	JA	農業者
商工会	中学生	町民

地域おこし協力隊(H23~)  
男性1名、女性1名 計2名  
※隊員の本来任務は保健及び移住促進  
※事業に関与しない隊員が他1名

### 主な成果

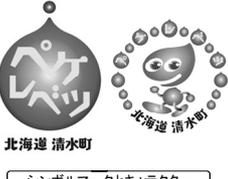
- 地域住民の地域づくり意識や定住意識の醸成
- 地域ブランドのシンボル作成
- 特産品試作品の製作を通じた、地域資源の魅力の再発見



試作品の製作と試食



特産品の試作品



シンボルマークとキャラクター

### 外部専門家活用のポイント

**○多様な住民が参加する会議体を設置**

▶ 事業者、関係団体等のほか中学生も含め多様な住民が参加する会議体を設置し、外部専門家のアドバイスを地域に幅広く波及

**○定期的、継続的な会議の開催**

▶ 原則毎月1回、計10回の会議に外部専門家を毎回招へいし、地域づくり意識とスキルアップを継続的に醸成

青森県七戸町

**「地域に根ざした中心市街地再生・定住促進事業」**

派遣外部専門家

(株)石塚計画デザイン事務所 代表取締役 石塚 雅明 氏

### 取組の概要

**○地域ネットワーク会議の形成（「七戸の明日を考える」まちづくり100人会議実行委員会）**

- 地域が主体性を持ち、行政と協働で中心市街地の再生に取り組む実働組織として、まちづくりについて話し合う場をつくることに賛同する有志21人で組織を形成
- 外部専門家は、実行委員、役員職員に対しファンリテーター養成研修を実施
- 実行委員が中心となって町の資源を再評価し、「町の資源図」を作成

**○大規模地域会議（「七戸の明日を考える」まちづくり100人会議）の開催**

- 七戸の明日を考えるまちづくり100人会議実行委員会が中心となり、企画・運営
- 中学生から高齢者まで合計114名が参加し、まちづくりのテーマと55の提案を作成

**○空き店舗活用と高齢者の生きがいがづくり**

- 「まちづくり100人会議」から出された提案をもとに、中心市街地の空き店舗を活用した、地域の高齢者の伝統技術を活かすイベントを実施

### 実施体制

外部協力者 (歴史的建造物の専門家) ← 連携 → 外部専門家 (石塚雅明氏)

アドバイス

調査事業 (環境資源、人的資源「町の資源図」作成)

テーマ設定

実施

「七戸の明日を考える」まちづくり100人会議 (114名参加)

提案

100人会議実行委員会 (住民有志21名:Uターン者、行政職員等参画)

主催・運営

実践事業

実践事業

・空き店舗を活用し、高齢者の伝統技術を見直すイベント

### 主な成果

- 自立的・主体的なまちづくり意識や連帯感の醸成
- 住民有志によるネットワーク会議の形成とファンリテーション・スキルの習得
- 地域の伝統や資源に対する再評価と活用可能性の確認



ファンリテーター養成研修



まちづくり100人会議



高齢者の伝統技術を活かしたイベント

### 外部専門家活用のポイント

**○実行委員のファンリテーションスキル習得**

▶ 地元有志により、まちづくり会議の実行委員会を設置し、委員が外部専門家から会議のファンリテーションスキルを習得

**○町の資源を住民とともに調査・再評価**

▶ 地域住民と、外部専門家や外部協力者が協働で町の資源を調査し、外部視点、専門的視点から地域資源を再評価

## 秋田県大館市

### 「大館発！元気プロジェクト」

派遣外部専門家 全日本空輸(株) 小林 詳子 氏

#### 取組の概要

**○大館の食材を生かした新たなメニュー開発、大館ブランドの発信**  
 ・大館の新たな特産メニュー試食会や商品開発を料理研究家の協力・助言を得ながら実施  
 ・都内でマルシェを開催し、大館ブランドを発信

**○女性グループの組織化**  
 ・市内で活動している女性のネットワークづくりを目的とした組織（「女性の会」）を設立し、外部専門家とともに、意見交換や商品開発等の活動を展開

**○地域活性化の人材育成・意識醸成**  
 ・地域活性や地域おこし協力隊との協働を学ぶため、先進地視察を実施。  
 ・市内活動団体とのワークショップ等を行い、人材育成と地域づくり意識を醸成

#### 主な成果

- ・女性のネットワーク化と、女性パワーを活かした、特産品やメニューの開発の進展
- ・地域おこし協力隊の起業意識醸成



メニュー開発・試食会

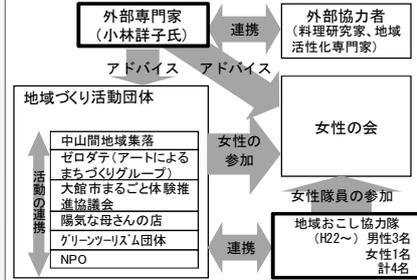


マルシェへの参加



女性の会

#### 実施体制



#### 外部専門家活用のポイント

**○女性パワーの連携に着目した活用**  
 ➢ 女性の外部専門家を活用し、市内の女性パワーの連携、ネットワーク化を効果的に推進

**○地域内の活動団体の参加・協力**  
 ➢ 集落組織、アートまちづくり、グリーンツーリズム、農家女性グループ等、市内の様々な活動団体の参加・協力を得ることで外部専門家のアドバイスを広く波及

## 長野県阿智村

### 「地域ぐるみの定住・自立むらづくり促進事業」

派遣外部専門家 高野山大学 客員教授 高橋 寛治 氏

#### 取組の概要

**○協働による、農林業を生かした地域振興活動の展開**  
 ・地域住民、地域おこし協力隊、行政職員、外部専門家に参加する振興協議会において、地域づくりの方向性や課題を協議  
 ・各グループでの議論や協力隊の活動を通じて、農林業を活かした地域振興の中核として特に以下の活動を実施  
 <清内路地区>：昔話の会設立、ふるさと村自然園整備、旧中学校の活用、伝統野菜の活用、農家レストランの研究、景観整備方策、健康の森の活用 等の検討  
 <浪合地区>：浪合学校、教育立村に向けた検討

**○地域おこし協力隊調整会議**  
 ・定期的に、協力隊、行政職員、外部専門家による地域おこし協力隊調整会議を実施  
 ・協力隊の活動内容や考え方は、毎月「地域おこし協力隊新聞」を発行して地域住民に周知・共有

#### 主な成果

- ・農村集落における協働による地域づくり意識が醸成
- ・地域資源を活用した特産品の開発が進展
- ・地域おこし協力隊の技術習得や地域における役割の明確化と起業マインド向上



地区の振興協議会

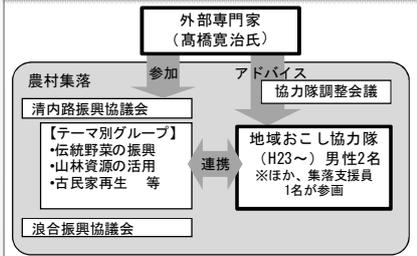


伝統野菜



地域おこし協力隊新聞

#### 実施体制



#### 外部専門家活用のポイント

**○地域おこし協力隊の導入段階からの関与**  
 ➢ 本事業実施前の、協力隊の導入段階から外部専門家が関与し、導入意図や目的が共有された状態で事業を実施

**○地域の振興協議会の委員として委嘱**  
 ➢ 外部専門家を対象地区の振興協議会の委員として委嘱し、地域づくりの具体的な課題や検討事項に対して必要な情報・知見を習得

## 岐阜県中津川市

### 「なかつがわ山村文化創造プロジェクト」

派遣外部専門家 (株)アミタ持続可能経済研究所 アソシエイト・フェロー 千田 良仁 氏

#### 取組の概要

##### ○地域内資源循環の仕組みづくり

- 新たに設立された「加子母むらづくり協議会」をはじめ、住民、行政担当者、地域おこし協力隊等を対象に地域づくりに関する講演会を実施して意識を醸成
- 外部専門家の助言・支援のもと、地域おこし協力隊が地域資源を掘り起こし、トマト、木材の加工品や地元の伝統的な農産品を生かした商品等の開発、試作を実施

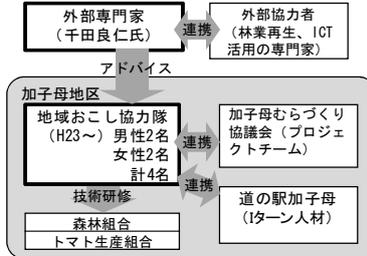
##### ○市場の開拓・拡大

- 外部専門家のネットワークを生かして、首都圏でのテストマーケティングを実施
- ICT専門家の助言・支援のもと、地域情報の発信のための地域版アプリを開発
- 道の駅加子母との連携により、都市部でのイベントに参加して特産品をPR

##### ○都市との交流促進に向けた取組

- 地域おこし協力隊の企画により、都市農村交流ツアー、プログラムを企画・実施

#### 実施体制



#### 主な成果

- 地域おこし協力隊を中心として加子母地区の人材・組織の連携が強化
- 地域資源を活用した特産品の開発及び都市部での販路開拓、情報発信が進展
- 地域おこし協力隊の技術習得や地域における役割が明確化し、起業マインドが向上



#### 外部専門家活用のポイント

##### ○地域おこし協力隊の導入段階からの関与

- 本事業実施前の、協力隊の導入段階から外部専門家が関与し、導入意図や目的が共有された状態で事業を実施

##### ○地域ぐるみの連携・協力体制の構築

- 外部専門家も参加するソーシャルメディアも積極的に活用しながら、協力隊を中心とした地域ぐるみの連携・協力体制を構築

## 高知県本山町

### 「本山町コミュニティビジネス定住促進事業」

派遣外部専門家 イング総合計画(株) 代表取締役 斉藤 俊幸 氏

#### 取組の概要

##### ○林業+観光型コミュニティビジネス (石窯ピザツアーの開催)

- 外部専門家の助言のもと、地域おこし協力隊の各隊員が習得した食品加工技術、林業関連技術等を連動させた、観光集客型モニターツアー (石窯ピザツアー) を実施

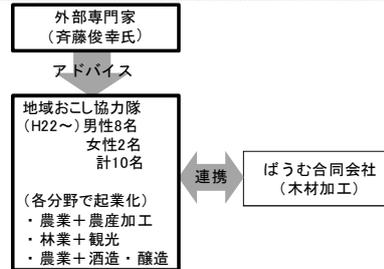
##### ○農業+農産加工+農業法人設立コミュニティビジネス

- 外部専門家の助言のもと、本山町農業公社と農業研修を進める地域おこし協力隊と連動して農作物の定植試験を実施し、雇用の受け皿となる農業法人の設立を検討
- 畜産農家と協働して、加工所設立及び調理技術を習得しイベントで販売

##### ○小規模酒・酢醸造型コミュニティビジネス

- 外部専門家の助言及び既存事業者との連携のもと、焼酎、どぶろく、酢、ワイン等のコミュニティビジネス化に向けた製造免許を取得
- 農家によるどぶろく製造免許の取得及び農家レストラン建設や商品化の検討

#### 実施体制



#### 主な成果

- 地域資源を活用したコミュニティビジネスにつながる試験、免許取得、設備導入等を積極的に実施し、起業・ビジネス化に向けたプロセスが進展
- 多くの地域おこし協力隊が3年経過後の起業・定住意向を表明



#### 外部専門家活用のポイント

##### ○起業・ビジネス化へのアドバイスを継続依頼

- 外部専門家は、平成21年から本山町のコミュニティビジネス創出及び地域おこし協力隊の募集に関与し、地域に根ざしたアドバイスを継続的に実施

##### ○外部専門家が地域に定住

- 外部専門家が地域に定住し、隊員の見守り役、まとめ役として身近に助言・指導等の活動ができる環境を用意

## 佐賀県唐津市

### 「地域生活拠点活性化モデル支援事業

～道の駅を軸とした新たな集落事業への挑戦～

派遣外部専門家

(株)カルチャーアットフォーシズンス 代表取締役 中島 淳 氏

#### 取組の概要

##### ○既存道の駅の暮らし拠点としての変革と協力隊員の受入体制づくり

- ・道の駅の販売・管理方法等について、外部専門家の指導を受けながら改善を実施
- ・地域おこし協力隊員の受入にあたり、外部専門家、行政及び道の駅を管理する厳木町産業振興協議会が一体となって、隊員が活動しやすい体制を構築

##### ○地域おこし協力隊の取り組みフォロー

- ・地域おこし協力隊員が企画した各種プロジェクトについて、外部専門家及び行政が助言するとともに、推進にあたり地区や各種団体に協力・調整を要請

##### ○舞台となる地区(地域)の意識醸成及びコンセンサスの形成

- ・地区の現状等について地区代表者等からヒアリング調査を実施するとともに、今後の方向性などについてコンセンサス形成
- ・地域おこし協力隊員が各地区を巡回し、本事業の概要説明や協力等を要請

#### 主な成果

- 厳木地区の活性化プロジェクトについて、地域の意識やコンセンサスが醸成
- 地域一体となった地域おこし協力隊の受入及び協力体制の構築
- 地域おこし協力隊の効果的な活動により、具体の改善プロジェクトが早期から進行

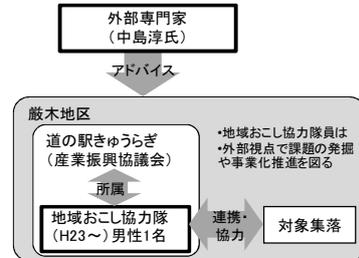


改良前の  
協力隊の企画による  
売場改善



集落ヒアリング

#### 実施体制



#### 外部専門家活用のポイント

##### ○地区における外部人材受入・協力体制の構築

- 地域内の集落を回り、プロジェクトに対する地域の意識醸成・コンセンサス形成を図るとともに、その担い手となる外部人材の受入・協力体制を構築

##### ○地域おこし協力隊の導入・採用への関与

- 協力隊の募集・選定プロセスに外部専門家のアドバイスを活用し、課題や目的に沿った高度なスキル・意識を有する人材を採用

## 鹿児島県瀬戸内町

### 「加計呂麻島移住・交流促進事業

～島の資源を活かした交流産業活性化プロジェクト～

派遣外部専門家

(株)マインドシェア 九州のムラへ行こう編集長 養父 信夫 氏

#### 取組の概要

##### ○地域資源の発掘と活用

- ・地域おこし協力隊とともに、地元住民、外部協力者の協力・助言を得ながら地域資源(自然、食、人、祭など)を調査し、活用方策を検討
- ・地域おこし協力隊の企画により、地域内の生産者、加工グループ、飲食店などが参加した食のイベントを実施
- ・地域おこし協力隊とともに、都市住民を対象としたモニターツアーを企画・実施し、都市住民のニーズ等を把握するとともに、島の魅力、課題について意見を交換

##### ○地域情報の発信

- ・島の「観光」と「食」について、雑誌などのメディアを活用して情報発信
- ・都市部での特産品販売等を実施

#### 主な成果

- 地域おこし協力隊を中心として加計呂麻島内の人材・組織の連携が強化
- 加計呂麻島における移住・交流受入の気運醸成
- 地域資源を活用した特産品の開発及び都市部に対する販路やネットワークを構築



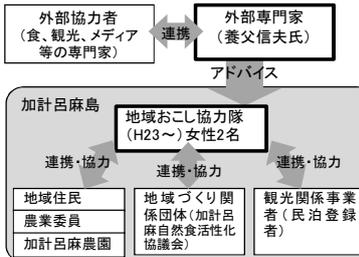
島の食料調査

隊員の企画による  
青空市

隊員が企画しインストラクター  
役を務めたモニターツアー

隊員による  
都市部での特産品販売

#### 実施体制



#### 外部専門家活用のポイント

##### ○地域おこし協力隊の導入・採用への関与

- 本事業実施前の、協力隊の募集・選定段階から外部専門家が関与し、課題や目的に沿った高度なスキル・意識を有する人材を採用

##### ○島ぐるみの連携・協力体制の構築

- 協力隊を中心とした島ぐるみの連携・協力体制を構築したことで、外部専門家は外とのつなぎ役として販路づくりや情報発信といった得意分野に特に注力

## 1-2 本事業による外部専門家活用の成果とポイント

### (1) 各地域における外部専門家の活用概要

本事業のモデル地域となった8市町村では、地域活性化に係る取組に外部専門家を活用することで、活性化に向けた一定の成果が得られている。

一方、各地域において外部専門家が果たした役割や活用方法は様々なものとなっており、その概要は以下の通りとなっている。

表 1-2 平成 23 年度の事業取組概要と外部専門家の役割・成果

派遣対象市町村	取組の概要・テーマ	指導・助言の主な対象	取組による主な成果	外部専門家活用のポイント
北海道 清水町	町民参加による特産品づくり	町民に参画により特産品の開発等を行う委員会 (地域おこし協力隊参加)	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域住民の地域づくり意識や定住意識の醸成</li> <li>地域ブランドのシンボル作成</li> <li>特産品試作品の製作を通じた、地域資源の魅力の再発見</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様な住民が参加する会議体を設置</li> <li>定期的、継続的な会議の開催</li> </ul>
青森県 七戸町	地域に根ざした中心市街地再生	大規模地域会議委(100人会議)実行委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>自立的・主体的なまちづくり意識や連帯感の醸成</li> <li>住民有志によるネットワーク会議の形成とファシリテーション・スキルの習得</li> <li>地域の伝統や資源に対する再評価と活用可能性の確認</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>実行委員のファシリテーション・スキル習得</li> <li>町の資源を住民とともに調査・再評価</li> </ul>
秋田県 大館市	女性パワーを活かした特産品開発、販路開拓	地域団体、女性の会(地域おこし協力隊参加)	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性のネットワーク化と、女性パワーを活かした、特産品やメニューの開発が進展</li> <li>地域おこし協力隊の意識醸成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性パワーの連携に着目した活用</li> <li>地域内の活動団体の参加・協力</li> </ul>
長野県 阿智村	協働による特産品開発、定住基盤構築	集落振興協議会、地域おこし協力隊	<ul style="list-style-type: none"> <li>農村集落における協働による地域づくり意識が醸成</li> <li>地域資源を活用した特産品の開発が進展</li> <li>地域おこし協力隊の技術習得や地域における役割が明確化し、起業マインドが向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域おこし協力隊の導入段階からの関与</li> <li>地域の振興協議会の委員として委嘱</li> </ul>
岐阜県 中津川市	地域内資源を活かした持続可能なビジネスモデル構築	むらづくり協議会等の既存組織、地域おこし協力隊	<ul style="list-style-type: none"> <li>協力隊を中心として地区の人材・組織の連携が強化</li> <li>特産品開発、販路開拓、情報発信が進展するとともに、協力隊の技術習得や役割が明確化し、起業マインドが向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域おこし協力隊の導入段階からの関与</li> <li>地域ぐるみの連携・協力体制の構築</li> </ul>
高知県 本山町	地域資源の活用によるコミュニティビジネス化	地域おこし協力隊	<ul style="list-style-type: none"> <li>試験、免許取得、設備導入等を積極的に実施し、起業・ビジネス化に向けたプロセスが進展</li> <li>多くの隊員が3年経過後の起業・定住意向を表明</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>起業・ビジネス化へのアドバイスを継続依頼</li> <li>外部専門家が地域に定住</li> </ul>
佐賀県 唐津市	道の駅を核とした集落商いモデルの構築	道の駅運営組織(産業振興協議会)、地域おこし協力隊	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域の意識醸成とともに、地域一体となった協力隊の受入及び協力体制を構築</li> <li>協力隊の効果的な活動により、具体の改善プロジェクトが早期から進行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地区における外部人材受入・協力体制の構築</li> <li>地域おこし協力隊の導入・採用への関与</li> </ul>
鹿児島県 瀬戸内町	島の資源を活かした移住・交流推進事業	地域おこし協力隊	<ul style="list-style-type: none"> <li>協力隊を中心として地域の人材・組織の連携が強化</li> <li>特産品開発及び都市部に対する販路やネットワークを構築</li> <li>協力隊の商品開発や販売のスキルが向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域おこし協力隊の導入・採用への関与</li> <li>島ぐるみの連携・協力体制の構築</li> </ul>

## (2) 外部専門家の活用成果と役割

本事業では、外部専門家を活用した取組によって多様な成果が得られているが、主な活用成果とその成果獲得における外部専門家の役割は、以下のように整理することができる。

### ① 地域課題の発見・整理や地域づくりの方向づけ、意識醸成

本事業では、外部専門家が地域住民とともに地域資源の発掘・調査を行ったり、講演会、勉強会を開催したりすることによって、地域づくり課題の再発見・再整理や地域づくりの方向性の明確化及び地域づくりに対する意識の醸成が得られるなどの成果があった。

起業・ビジネス化やそれを新たな生業とした定住人口維持・拡大に向けては、地域内における課題認識のみならず、地域外のニーズ動向や市場性を含めた課題整理や方向付けが必要であり、外部専門家が専門的、客観的視点からアドバイスを行うことで、地域住民や行政職員だけでは気づかない課題や地域特性が明らかになるとともに、専門家からの評価を得ることで、地域住民の主体的な参画意識や、自立的な活動気運の醸成につながったものと言える。

#### <本事業における成果例>

市町村	取組内容と具体的成果の例
清水町	住民が参加する特産品づくりの委員会に外部専門家が毎回出席し、地域資源の発見や活用方策について、継続的なアドバイスを行うことで、地域住民に新たな気づきや地域づくりの動機づけを与えた。
七戸町	住民参加の大規模地域会議の開催にあたり、その実行委員会メンバーに対して外部専門家が会議のファシリテーション・スキルの指導を行い、住民主体による内発的な地域おこしの基礎づくりを行った。
阿智村	集落の会議等において、外部専門家が地域特性の背景や考え方のヒントを提示し、住民や地域の担い手の意識醸成を促した。
唐津市	外部専門家が、早い段階から対象集落住民との意見交換を行い、課題の把握・整理を進めたほか、今後の方向性に向けた意識の共有を行った。

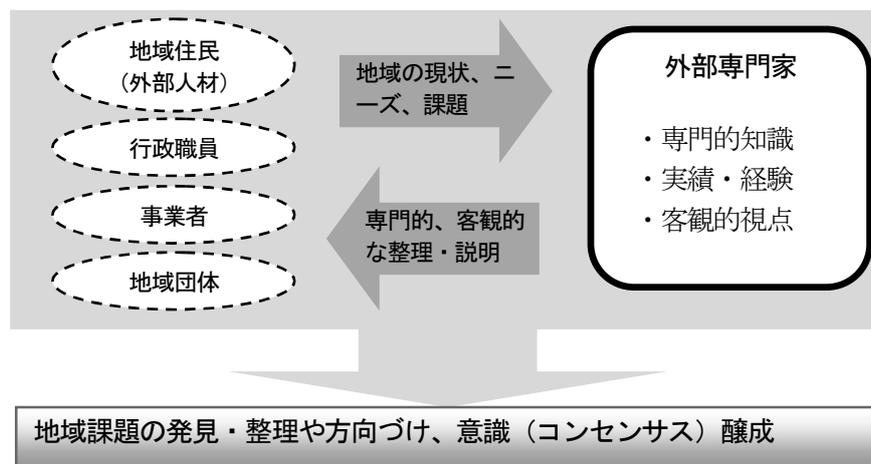


図 1-4 地域課題の発見・整理や方向づけ、意識醸成における外部専門家の活用イメージ

## ② 地域資源の活用方法や商品の開発・販路開拓の進展

本事業では、起業・ビジネス化に向けた、地域資源を活用した特産品、ツーリズム商品及び飲食品メニュー等の開発・販路開拓において、外部専門家が専門的、客観的視点からヒントや評価を与えたり、マーケット動向等に関するアドバイスを行ったりすることで、商品開発の進展や販路開拓の道筋が見える等の成果があった。

地域力創造につながる起業・ビジネス化を進めるためには、地域資源を効果的に活用して外貨獲得あるいは地域内の資源循環を促す仕組みづくりが必要であるが、多くの地域では、地域資源を具体的にどのように活用すればよいかわからないといった課題があった。これに対して外部専門家が専門的、客観的視点からアドバイスを行ったり、都市部のマーケット関係者とのネットワークをつなげたりすることで、地域資源の魅力を引き出したり、競争力の向上や付加価値づけにつながっている。

また、商品開発とあわせて、ブランドイメージ、ブランドシンボルの構築や、実際にテストマーケティングや試行販売等を行った例もあり、一定の外貨獲得や経済的効果を得ている地域もあった。

### <本事業における成果例>

市町村	取組内容と具体的成果の例
清水町	外部専門家や外部協力者が、委員会に参加した地域住民や事業者が持ち寄ったアイデアの特徴や課題を整理しながら必要な助言を行うことで、地域資源を活かした新しい特産品やメニュー開発が進んだ。
大館市	外部専門家や外部協力者が、試食会等での新たな特産品やメニューに対して客観的な評価を与えることで、商品の付加価値づけがなされた。
阿智村	外部専門家が、地元野菜の再生等の取組に対し、地域特性や地域の歴史等を踏まえた助言等を行うことで、その付加価値づけや今後の生産体制の確立に向けた道筋をつけた。
中津川市	外部専門家が、地域おこし協力隊と共に、観光交流プログラムのプランニングや特産品の商品企画をサポートした。
本山町	外部専門家が、地域おこし協力隊と連携して、石窯を活用した観光集客ツアーの企画や、地域の米を活用した新たな醸造品の開発等を進めた。
瀬戸内町	外部専門家が、地域おこし協力隊と連携して、地域資源を活用した観光体験モニターツアーを企画・実施、商品化に向けたノウハウを高めた。

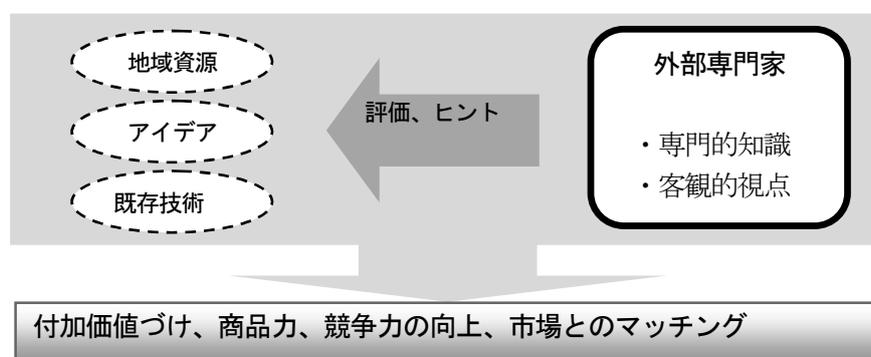


図 1-5 地域資源の活用方法や商品の開発・販路開拓の進展等における外部専門家の活用イメージ

### ③ 地域づくりを担う人材・組織の連携強化

本事業では、外部専門家が、地域づくりの新たな担い手や、地域づくり活動を行っている地域内の人材・組織同士のつなぎ役やコーディネート役となることで、地域づくりの新しい組織体制が立ちあがったり、自立的な地域づくりに資する連携体制が強化される等の成果があった。

#### i) 地域「内」の人材・組織の連携

地域資源を活かした起業・ビジネス化や定住人口の維持・増加につながる地域づくりを進めていくためには、これらに取り組みようとする地域内の人材・組織同士の連携を強化することが有効である。

これについて本事業では、外部専門家が助言・指導等の活動を通じて客観的に把握した各人材・組織の特長、課題等を踏まえて、各人材・組織を引き合わせるきっかけとなる「つなぎ役」としての役割を担ったり、或いは各人材・組織の連携・協働による活動を仕掛ける「コーディネート役」としての役割を担うことにより、地域内の人材・組織の連携が強化され、新たな商品開発や推進体制の構築が進んだケースがあった。

#### <本事業における成果例>

市町村	取組内容と具体的成果の例
七戸町	外部専門家のコーディネートによって、地域内の各活動団体のメンバーが参加した地域ネットワーク会議が立ちあがり、地域内の各活動団体の連のきっかけとなった。
大館市	外部専門家が地域内の元気な女性とのつながりを持ったことがきっかけとなって、地域内の女性同士のネットワークが形成され、地域づくりを担う新たなグループ「女性の会」の設立につながった。
中津川市	外部専門家がつなぎ役となって、起業・ビジネス化を図ろうとする地域おこし協力隊員と、後継者不足や事業衰退にある既存事業者との連携が進み、新しい事業につながった。

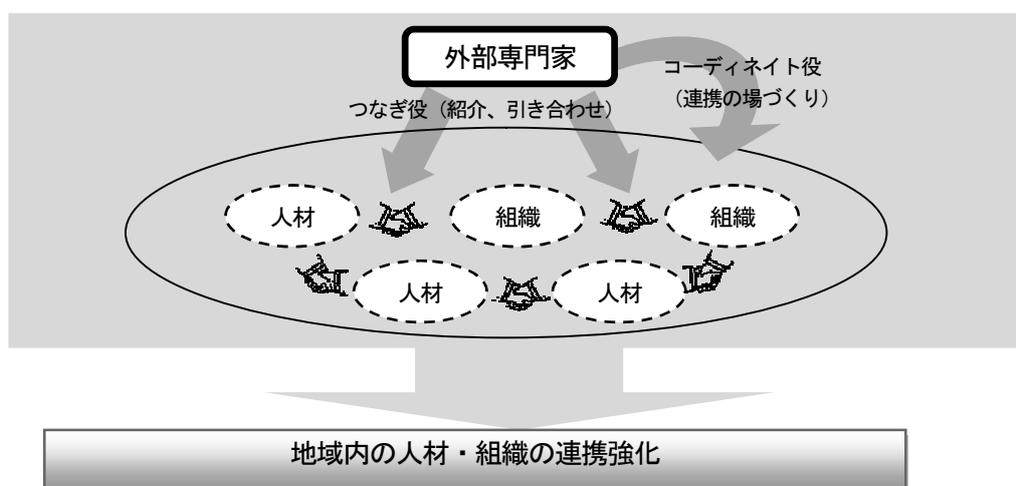


図 1-6 地域内の人材・組織の強化における外部専門家の活用イメージ

ii) 地域「外」との連携促進、ネットワークづくり、情報発信

地域内での起業・ビジネス化の一層の推進を図ろうとする場合、商品やサービスの主要マーケットとなる地域外（都市部）との連携を図ることも重要である。

これについて本事業では、外部専門家が、地域と都市部等のマーケットあるいはメディア関係者とのつなぎ役となって、地域と外部（都市）との連携、ネットワークづくりをサポートし、マーケット・ニーズを踏まえた起業・ビジネス化に向けた発信力や販路の見通しが確保されたケースがあった。

<本事業における成果例>

市町村	取組内容と具体的成果の例
大館市	外部専門家が、ANAマルシェをはじめとした場を活用して、地域製品の紹介・販売を行い、地域や地域製品のPRが進んだ。
中津川市	外部人材が自らのネットワークを活かして、都市部での特産品販売の機会を紹介して特産品販売を实践し、商品開発や地域PRが進んだ。
瀬戸内町	都市部での特産品販売の機会を提供するとともに、写真家、旅行雑誌をはじめメディア関係者とのネットワークのつなぎ役となり、地域の情報発信の強化が進んだ。

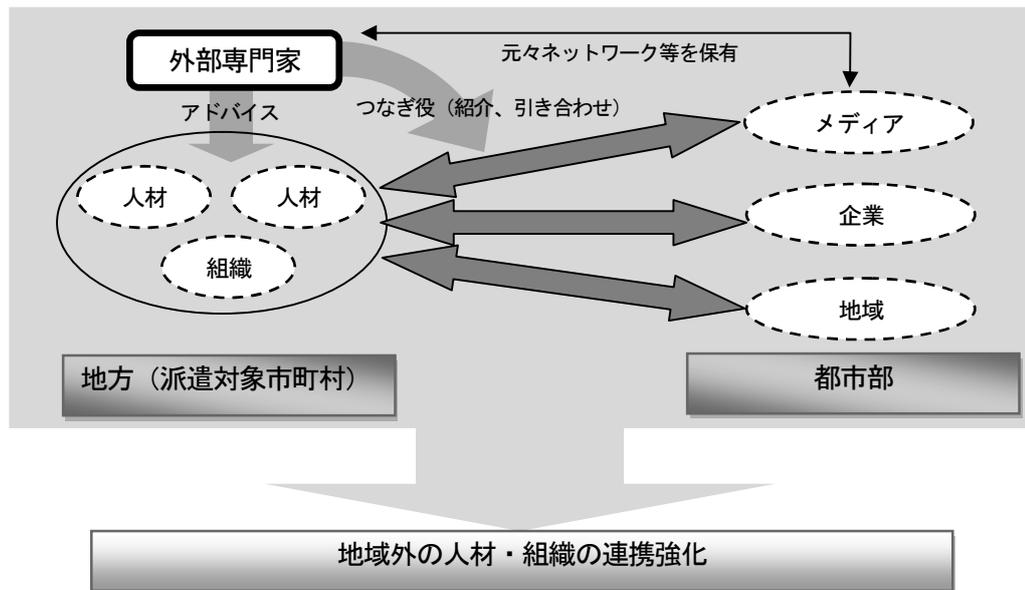


図 1-7 地域外との連携促進、ネットワークづくり等における外部専門家の活用イメージ

#### ④ 地域の担い手のスキルアップ、起業マインド醸成による事業具体化

本事業では、外部人材（地域おこし協力隊等）をはじめとする地域づくりの担い手と外部専門家とが直接的に連携・協働してプロジェクトに取り組むことで、担い手の技術習得や起業マインド醸成等の成果があった。

これについては、起業・ビジネス化に必要な要素別に、「役割付け」「スキル・ノウハウ（技術）」「起業マインド（意識、動機）」の3つの面において相乗的な成果があった。

##### i) 地域のニーズや期待される役割に基づくビジネスモデル構築

地域住民や外部人材による起業・ビジネス化は、担い手自身の定住に必要な「生活の糧」としての目的のみならず、地域の持続的な発展や地域全体の生活の質の向上につながるものであることが必要である。

これについて本事業では、外部専門家が、地域社会における課題やニーズ及び担い手に対する期待を俯瞰的、客観的視点から整理し、担い手が自らの地域社会における役割や能力を活かせる環境を確立したケースがあった。

##### <本事業における成果例>

市町村	取組内容と具体的成果の例
阿智村	外部専門家が、地域おこし協力隊の各集落での活動状況を定期的に把握したり、対象集落の振興会議への出席を通じて地域社会の課題・ニーズ等を共有化したりすることにより、今後の地域おこし協力隊の起業・ビジネス化の方向性に助言・示唆を与えた。
中津川市	地域おこし協力隊が、外部専門家の助言をきっかけに、高齢者にとって農業ヘルパーのニーズが高いことに気づき、自らの役割として、その事業化に向けた取り組みを進めることとなった
唐津市	外部専門家が、道の駅の運営主体や周辺集落住民との意見交換等によって課題の共有化や相互理解を進め、今後の課題解決に向けた取組方向及びその取組の担い手となる地域おこし協力隊について地域ぐるみの受入体制の構築を先導した。 受入後は、外部専門家と地域おこし協力隊がその役割について密な意思疎通を図り、地域課題に対応した効果的な役割を果たすようになった
瀬戸内町	外部専門家が、地域資源を活かした観光交流活性化や6次産業化の推進を地域おこし協力隊の役割として明確にした上で、その募集・採用に関して助言を行い、地域のニーズ・役割にマッチした人材の導入を図ったほか、地域おこし協力隊が活動しやすい地域側の受入環境、サポート体制の構築を行った

## ii) 起業・ビジネス化に必要なスキル・ノウハウ（技術）の習得

地域において起業・ビジネス化を進めていくためには、それに必要な具体的なスキル・ノウハウ等を的確に習得していく必要がある。

これについて本事業では、外部専門家がその豊富な経験や実績等を基に、起業・ビジネス化に必要なスキル・ノウハウの助言・指導を行うケースがあった。

なお、本事業における外部専門家の多くは地域活性化に関する専門家であり、起業・ビジネス化に関するスキル・ノウハウ（例えば、農産品加工技術、パッケージデザイン等）を専門としていない場合も多い。そのため、担い手となる人材のスキル・ノウハウのレベルや地域内での研修体制等を踏まえながら、必要に応じて外部協力者（外部専門家と共にアドバイス等を行う専門家、有識者、実務者等）を招へいし、活用するケースも見られた。

### <本事業における成果例>

市町村	取組内容と具体的成果の例
中津川市	外部協力者を招へいし、林業を活かしたビジネスモデルや事業化のヒント、地域情報の発信に関するアプリケーション開発等について具体的なアドバイスを得た。
本山町	外部専門家が、地域おこし協力隊員の起業化の方向性等に沿って、観光交流ツアーに活用する石窯の製作、酒や酢の醸造技術や免許取得、農作物の定植化技術等について、自らの実績・ノウハウ等を活かした直接的な指導を行った。
瀬戸内町	食、自然体験、宿泊、産品販売等に関する外部協力者を招へいし、地域おこし協力隊が行う活動に対する技術的サポートや客観的評価等を行い、スキルアップを支援した。

## iii) 担い手の起業マインド、意識づけ、動機づけ等

地域の担い手が、起業・ビジネス化を図ろうとする際には、役割の明確化やスキル・ノウハウの習得のほか、自らが主体的にその役割を担っていくための意識づけ、動機づけが極めて重要である。

地域によっては、魅力ある地域資源や伝統技術があっても、担い手の意識や動機が不明確であるために事業化が進まないケースや、当初は担い手の意識が高くても、活動を進める中で地域内の既得権益や慣習等が壁となったり、競合関係の激化によってモチベーションが低下し、活動が停滞したりすることも考えられる。またその逆に、担い手の起業意識ばかりが高いがゆえに、地域社会のニーズと相反したり、地域社会との共存関係が崩れたりすることも考えられる。

これについて本事業では、外部専門家が、外部からの人材という立場を活かして担い手個々人の相談役となったり、行政はじめ地域の関係者との意見調整の橋渡し役となったりすることにより、担い手の意識や動機を再確認するとともに地域内の関係性を調整し、その活動をサポートするケースがあった。

なお、こうしたサポートの方法については、担い手と外部専門家とが直接的に話し合うことが基本であるが、より気軽に相談できる雰囲気や環境を確保するため、外部専門家が地域に定住したり、ソーシャルメディアを積極的に活用する等のケースがあった。

<本事業における成果例>

市町村	取組内容と具体的成果の例
阿智村	外部専門家、地域おこし協力隊及び行政職員が参加する調整会議を定期的 に開催し、地域おこし協力隊の活動状況を共有するとともに、地域社会の現状や 地域特性を踏まえた活動の方向性や今後の展開について確認・調整を行った。
中津川市	外部専門家が、地域おこし協力隊と個別に面談を行い、起業や定住に関する 相談の場を確保した。また、現地訪問の機会が限られている外部専門家と地域 関係者との情報交流を密にするため、フェイスブック等のソーシャルメディア を積極的に活用した。
本山町	外部専門家が、地域に定住し、地域おこし協力隊員のまとめ役、リーダー役 としての役割を担った。

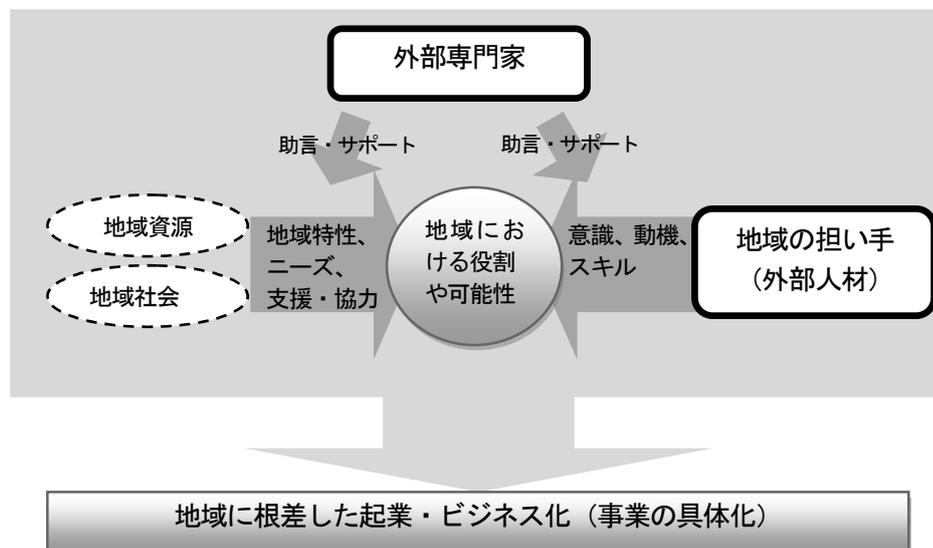


図 1-8 地域の担い手のスキルアップ、起業マインド醸成等における外部専門家の活用イメージ

### (3) 外部専門家の効果的な活用に向けたポイント

本事業において、外部専門家は、地域課題の整理や方向づけから、地域おこし協力隊等の外部人材を含む) 地域づくりの担い手となる人材の具体的な起業・ビジネス化サポートまで、幅広い段階でその役割を発揮し、いずれの段階での一定の成果があった。

今後、限られた期間、回数及び予算の中で外部専門家をより効果的に地域活性化に活用するためには、以下のような点に留意することが考えられる。

#### ① 外部専門家との継続的な関係性構築

本事業は単年度事業であったが、本来、地域づくりは中長期にわたるものであり、外部専門家の活用においても、地域と外部専門家との信頼関係を築き、地域課題の発見から起業スキルの習得までのプロセスにおいて継続的に活用することが望ましい。

特に、外部専門家の活用事業はいわゆるソフト事業であり、その効果や必要性について地域社会の理解が得にくかったり、複数の外部専門家を単発的に招へいするケースも多い。

そのため、外部専門家を活用するにあたっては、幅広くその役割や成果を地域にフィードバックし、地域内の理解・コンセンサスを得た上で、できる限り長期的、継続的に活用することが有効である。また、地域の理解・協力を得やすくするために、必要に応じてワークショップ形式や試食会など、住民や関係者が楽しみながら地域づくりに参加できる機会を設けることも有効である。

本事業においては、8市町村中5地域で、本年度以前から地域と関わりがある外部専門家を活用しており、地域課題や地域づくりの方向性について一定の共通理解の下で事業に着手している。こうした地域では、地域特性の把握や意識醸成、コンセンサス形成等のリードタイムを短くし、外部専門家のスキルやノウハウをより具体的、実践的な部分で活用しており、起業・ビジネス化がより効率的に進展している。

#### <本年度以前より、外部専門家との関わりがあった市町村)>

市町村	本年度の派遣外部専門家と地域との、本年度以前の関わり
阿智村	前から村の構想づくりに関与
中津川市	平成 22 年度に (財) 地域総合整備財団による地域診断事業を行い、地域づくりの課題や方向性及び外部人材の活用を提言
本山町	平成 21 年度からコミュニティビジネス創出をサポート
唐津市	平成 22 年度に (財) 地域総合整備財団による地域診断事業を行い、地域づくりの課題や方向性及び外部人材の活用を提言
瀬戸内町	平成 21 年度に交流産業活性化のアドバイスを実施

本年度から外部専門家を活用した地域においては、引き続き当該専門家との継続的な関係を維持し、事業の進展を図っていくことが有効である。

## ② 外部専門家のアドバイス対象の絞り込み

外部専門家を、限られた期間、費用の中で効果的に活用していくためには、外部専門家の指導・助言等を得ようとする対象や範囲をできる限り絞り込み、外部専門家の情報やスキル・ノウハウを効率的に受けることができる体制・枠組みを構築しておくことが有効である。

地域づくりの最初の段階では、地域全体の課題整理や方向づけに関して、幅広い層への外部専門家からのアドバイスが有効であるが、継続的に外部専門家との関係性を維持していく中では、地域づくりの方向性、担い手となる人材・組織及びエリア等、外部専門家にアドバイスを求める対象・範囲を絞り込んでいくことが効果的である。

特に、担い手の起業・定住を図る場合には、担い手となる人材・組織と起業・定住する具体的なエリアの住民や事業者、生産者等との関係構築や相互理解が必要であり、アドバイスも担い手個々の特徴や課題に応じたものとするのが有効である。

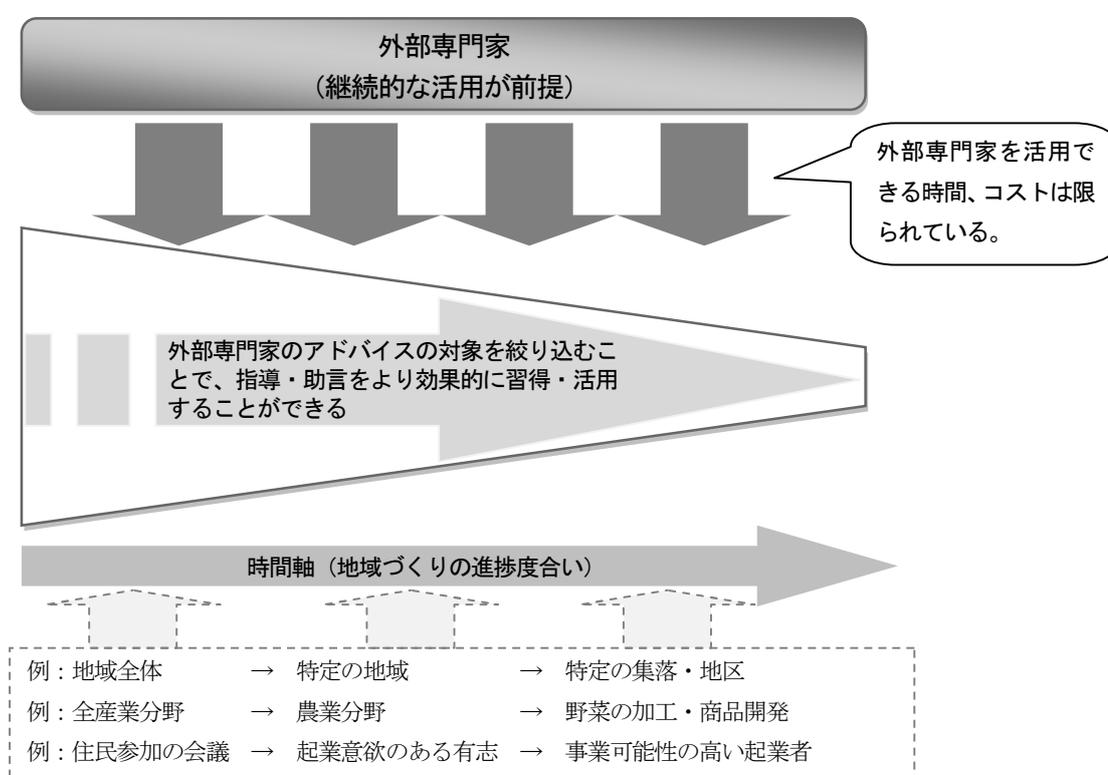


図 1-9 地域の担い手のスキルアップ、起業マインド醸成等における外部専門家の活用イメージ

### 【外部専門家のスキル・ノウハウの効果的な移転に向けて】

外部専門家は、地域に長期間定住したり、永続的に指導・助言を行うことは難しく、限られた期間の中で、そのスキル・ノウハウを効果的に地域側に移転させていく必要がある。

特に、起業化・ビジネス化は、最終的にはそれを担う個人や組織自体の能力や意思によるところが大きく、外部専門家と担い手とが直接的に連携・協働し、スキルやノウハウをダイレクトに吸収・習得できるような体制づくりが必要である。

### ③ 外部専門家と外部人材との連携・協働

過疎化、高齢化が進む中では、地域づくりを担う人材を外部人材に期待・依存せざるを得ない地域も多く、具体的には「地域おこし協力隊」やUJI ターン者に地域づくりの担い手としての役割を期待するケースが多い。

特に、外部専門家を活用して地域づくりをダイナミックに展開しようとする場合には、地域が求める役割・ミッションに応じた一定のスキルを持ち、かつ地域協力活動に高い意識を有する外部人材の活用が有効である。

外部専門家と外部人材との連携・協働が効果的であること理由は、外部人材の「地域づくりへの意識の高さ」「地域にないスキルや視点の保持」「地域社会の構成員」の3つの特長を有している点に注目する必要がある。

#### 外部人材の特長1：「地域づくりへの意識が高い」

外部人材は、地域への貢献・協力意識を少なからず有しており、こうした高いモチベーションを地域づくりに活用する意義は大きい。特に地域おこし協力隊は、その制度の趣旨からして、地域づくりへの協力意識は特に高いものと言える。

なお、本来は地域の中に自立的・主体的な活動を行う人材がいることが望ましいが、農山村の過疎集落や地域づくり意識が停滞している地域など、担い手となりうる人材自体が不足している地域では、外部人材を活用する意義は大きい。

#### 外部人材の特長2：「地域にないスキルや視点を持っている」

外部人材は、「外部の目」、「よそ者の視点」を有しており、こうした地域にない価値観や考え方を、地域づくりの起爆剤、刺激として効果的に活用する意義は大きい。

特に、定住人口の維持につながる雇用創出や経済活性化においては、外貨の獲得、すなわち域外マーケット・ニーズの考慮が必要であり、外部人材が有する「よそ者の視点」は地域にとって重要な意味がある。

従来、こうした「よそ者の視点」は外部専門家や有識者が担うケースが多かったが、起業・ビジネス化の具体的な実践を図ろうとした場合は、その担い手自身が外部の目を有することの意義は大きい。

#### 外部人材の特長3：「地域社会の構成員となっている」

外部人材は、よそ者の視点を有する一方で、地域に移住した後は地域社会の構成員の一人として、生活者の感覚を持って地域と接することができる。

地域に居住していない外部専門家は、高度なスキル・ノウハウ及び客観的、専門的な視点から地域づくりへのアドバイスを行うことができるが、起業・ビジネス化において考慮すべき、地域の現実的な生活実感、地域社会の慣習やニーズを十分に収集・把握することは困難であり、こうした地域情報の把握とビジネスへのフィードバックの役割を外部人材が担う意義は大きい。

本事業においては、8市町村中7市町村が外部人材（地域おこし協力隊）を導入しており、うち5地域が、各地域の取組の中心的な役割を担っており、外部専門家との連携・協働により活動を行うことで、スキル・ノウハウを効果的な吸収・習得にもつながっている。

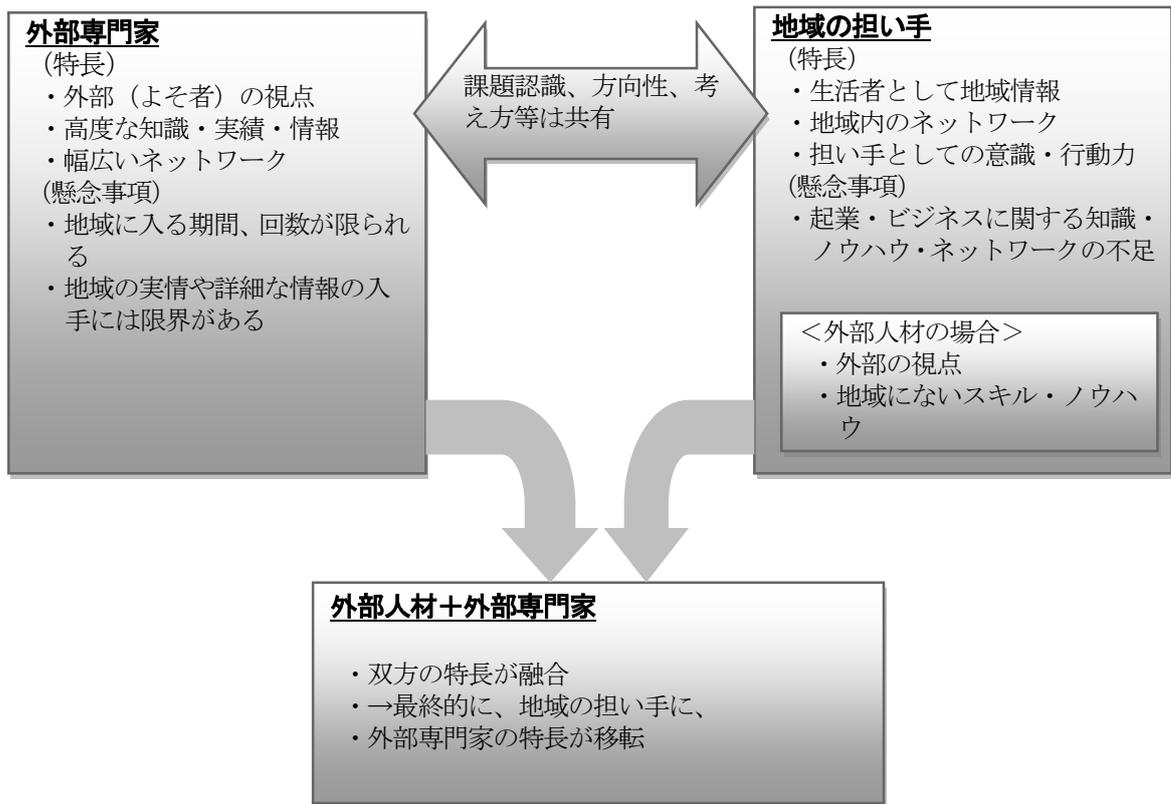


図 1-10 外部専門家と外部人材との連携・協働のイメージ

---

## ■【外部人材の導入段階と外部専門家との関わりについて】

前述のように、外部専門家と外部人材が連携・協働することは、地域づくりや新たな起業・ビジネス化に大きな効果が期待されるものであるが、一方で、外部人材を活用しようとする際には、その人材が上記の3つの特長をどの程度有しているかについて、地域が期待する役割・ミッションと照らし合わせて判断することが必要であり、パートナー関係を構築する外部専門家が、その募集・選定に関与することが望ましい。

本事業においても、地域おこし協力隊を活用している7市町村中、5地域が外部人材の募集に外部専門家に関与しており、うち3地域では、その選定にも一定の助言を行っている。（※最終的な導入決定や採用決定は受入自治体の判断による）

外部専門家と外部人材との関わり方については、外部人材導入段階に応じて以下のような対応を図ることが有効である。

### ①募集前（募集検討）の段階

次年度以降に外部人材の導入を検討している段階では、外部専門家のアドバイスを受けながら、地域として外部人材に期待する役割・ミッションを明確化するとともに、地域側での受入・活動支援体制を構築しておくことが有効である。

地域として期待する役割・ミッションは、そのまま募集時の条件提示につながるものであり、体制構築は、導入後の円滑な活動において必要な要素である。

また、募集の条件やそのメッセージの発信方法についても、外部専門家と協議・検討し、地域の実情や導入の趣旨が的確に伝わるようにすることが重要である。

### ②募集中の段階

既に外部人材の募集を実施している段階においては、応募状況を踏まえながら、必要に応じて、①と同様の観点から募集条件の再検討を行うことが必要である。

また、応募者の最終的な選定方法、選定基準についても、外部専門家のアドバイスを得ることが有効である。

特に、近年は、外部人材の募集予定人数に応募者が達せず、実質的に選考を行わずに採用するケースや、採用基準が導入の趣旨・目的とマッチしないまま採用を行うケースもある。新たに外部人材を導入して起業・ビジネス化を図ろうとする場合には、民間の人事採用と同様、その意識、スキル、コミュニケーション能力等を適切に判断することが必要であり、その意味でも、民間の外部専門家に関与することで、より高い効果が期待される。

### ③採用後（着任中）の段階

着任後の段階においては、地域おこし協力隊に対する募集・採用の条件や背景と、地域づくりに対する期待・役割とを照らし合わせ、状況に応じてそのミッションの見直しを行うことも必要である。

また、着任後、地域づくり活動を行う中で、悩みやストレスを抱えていたり、活動の方向性が揺れるケースもあるため、外部専門家が、専門的、客観的なアドバイスのほか、相談役としての視点やキャリア・カウンセリング等の視点から外部人材の今後の活用方向について調整・相談を行うことも有効である。

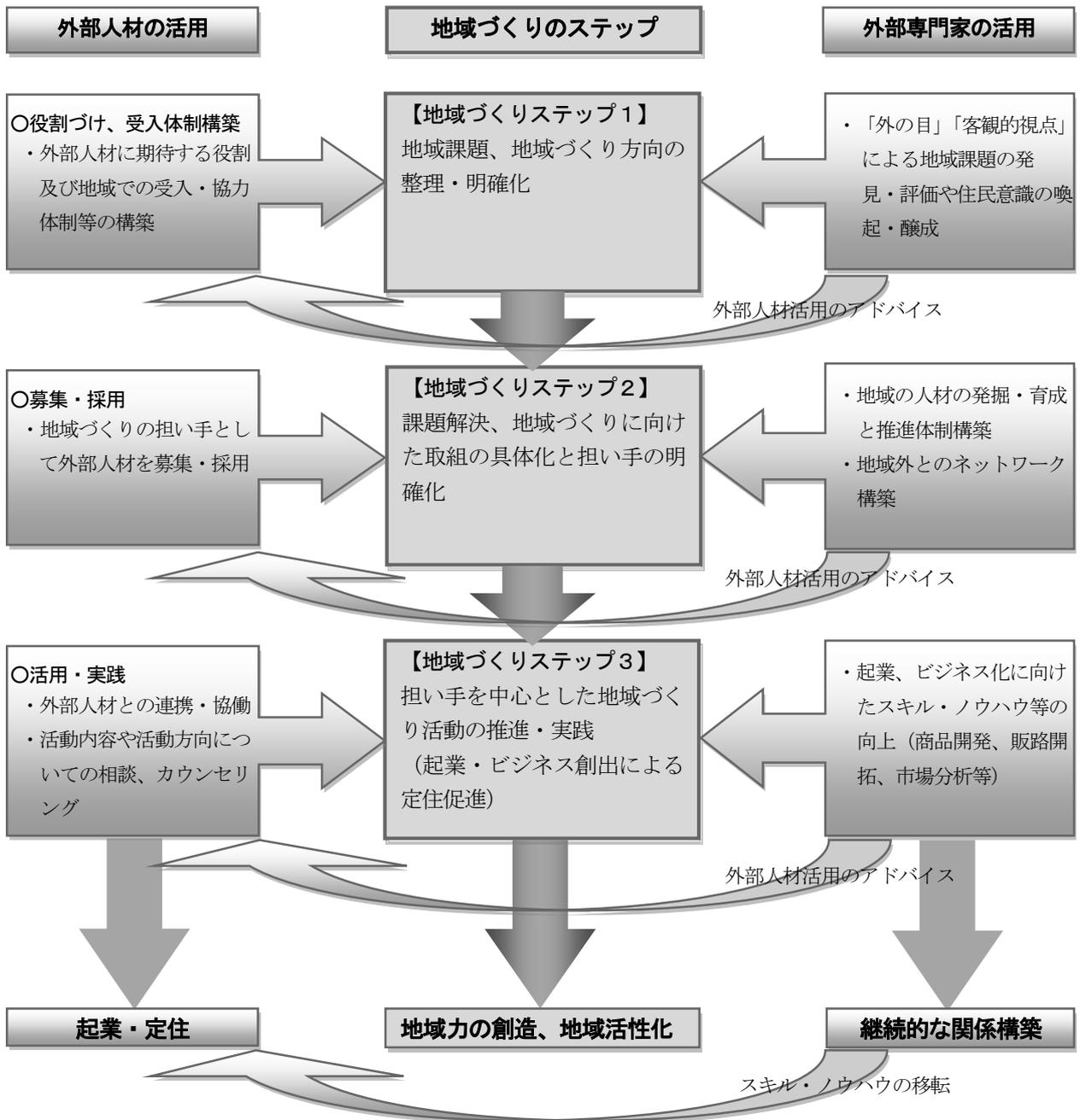


図 1-11 地域づくり（起業者定住促進）のステップと外部専門家及び外部人材活用のイメージ

#### ④ 起業・ビジネス化と定住環境整備（地域づくり）とのバランスの確保

地域活性化は、起業・ビジネス化と定住環境整備（地域づくり）は相互にバランスを確保しながら進めることが重要であり、「起業」のみ、あるいは「定住」のみを目的とした展開とならぬよう留意することが必要である。

例えば起業については、地域における担い手に対する理解や支援体制を合わせて構築していくことが必要であり、単なる収益確保や事業創出のみを目的としたものであったり、地域社会や地域課題と相反する活動となったりしないように留意する必要がある。

また定住促進においても、単に人口増加、住民票を増やすことを念頭に置いたものではなく、人口減少社会において社会減を抑制するような取り組みも定住促進策の一つと捉え、地域住民や外部人材が、地域の担い手として何かしらの役割を認識するような仕組みづくりを進めることも必要である。

このため、起業・ビジネス化による定住促進を進めるにあたっては、外部人材を客観的な視点を持つ評価者として、地域全体の地域づくりと起業・定住に係る取組を俯瞰的に評価してもらう場を設けるとともに、地域内においても、地域住民と起業者とが情報共有や意識共有を図ったり、また移住者受入れにあたっては、地域として期待する人材や条件等を明確に提示するなどの取組を行うことが必要である。

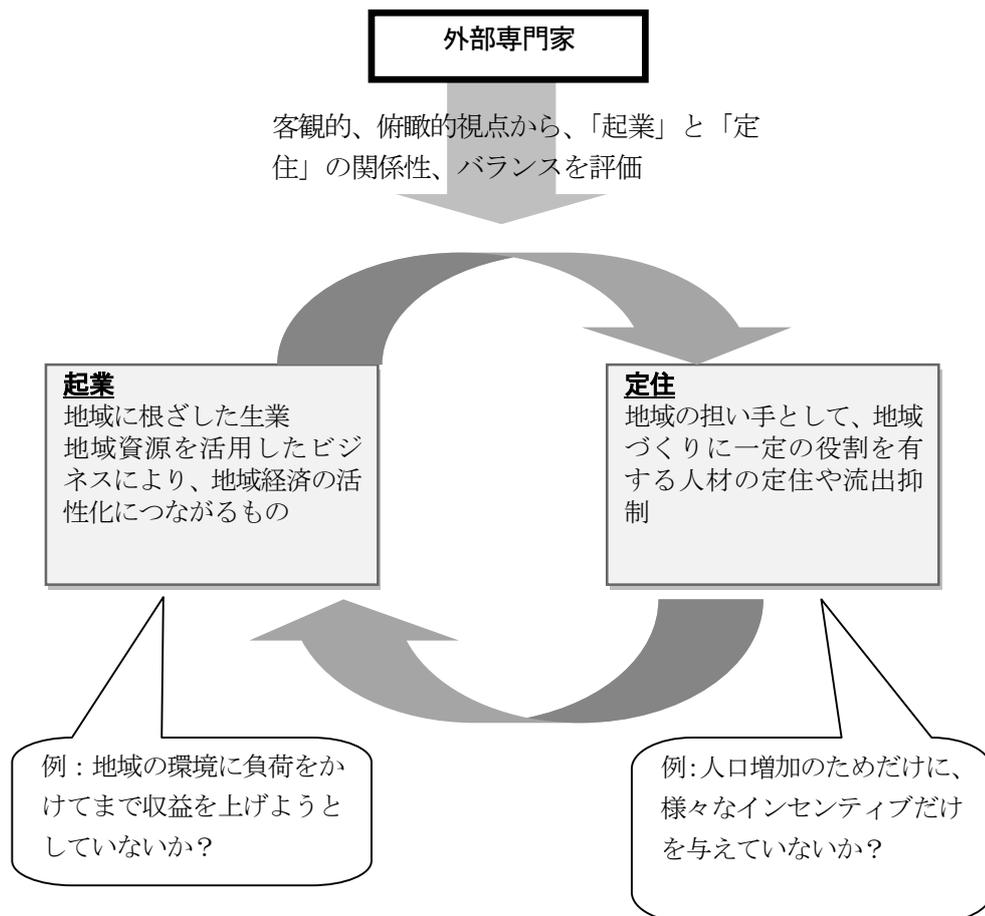


図 1-12 起業と定住環境整備とのバランスのイメージ

## (4) 今後のより効果的な起業者定住促進に向けた課題

### ① 外部人材の派遣制度等の有効な活用

地域づくりには、外部の視点を持ち、地域づくりに対するエネルギーや行動力を持つ外部人材を活用していくことが効果的であるが、単に「外部から来た人材」だけでは、そのモチベーションや意識の度合いが多様であり、地域の担い手としてミッションをこなしていけるか否かわからない面がある。そのため、地域づくりを担う外部人材については、その人材の意識や動機及び有するスキル等をあらかじめ把握し、地域において期待する役割、ミッションを明確にした上で、導入・選定を行うことが有効である。

これについては、総務省「地域おこし協力隊」をはじめ、地域づくりを担う人材の導入を目的とした外部人材の派遣制度を活用することが有効である。

具体的には、地域の課題や方向性を踏まえて、地域づくりの担い手に期待するミッションや役割を定め、外部人材の募集にあたっては、制度を所管する機関のサポートも得ながら、それを明確なメッセージとして発信し、応募してきた人材に対しては、地域住民のほか外部専門家も含めて、地域づくりの担い手としての適性を判断して採用することが考えられる。

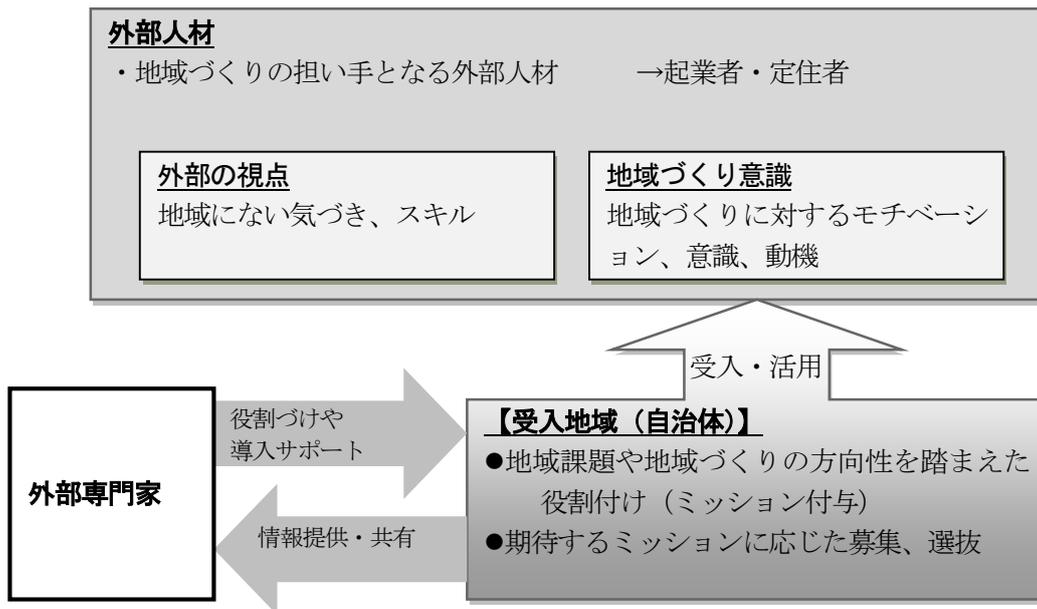


図 1-13 地域づくりにおける効果的な外部人材活用のイメージ

---

## ② 地域づくりを担う人材の意識づけや基礎的スキルの底上げ

上記のように、地域づくりを担う人材については、外部専門家の派遣や活用に係る制度を効果的に活用し、地域のミッションに適した人材を受け入れることが有効であるが、一方で、地域づくりの担い手としての基礎的な取組意識やスキルが不足しているといった声も聞かれている。

現在、既に外部人材を受け入れている地域において、こうした意識やスキルの不足に関して指摘する声もあり、就職ができなかった若者がアルバイト感覚で応募し、行政側もそのまま採用してしまうケースや、逆に行政側が、単に人員が不足している職種での人員確保のため、財源補てん的に外部人材を募集し、地域協力活動への意識やスキルを持たない人材を採用するケースも見られている。

そのため、地域おこし協力隊をはじめとした、地域おこしを担う人材の底上げやより質の高い活動を促すためには、以下のような対策を講じることが考えられる。

### ○若者に対する、地域おこしへの興味や意識を喚起する機会の提供

人口減少、高齢化が進む中では、都市部の若者に対し、地域おこしへの興味や意識を喚起することも重要である。これについては、大学や企業と連携した若者と地方農山村との連携を図る機会を確保することのほか、例えば、いわゆる「ギャップターム」を活用した地域おこしの短期実践プログラムを用意する等が考えられる。

### ○外部人材等の地域づくりの新たな担い手や、地域づくりに興味がある人材に対する実践的研修の実施

例えば、既に外部人材を導入して一定の成果が見られている地域や、移住・定住者の受入にあたり地域で独自の研修プログラムを実施している地域等を研修フィールドとして、既に地域づくりの担い手として活動をはじめている人材や、今後地域づくりや地域活性化に興味のある都市住民、あるいはこれから外部人材を受け入れようとする行政職員等を対象とした現地視察や実地研修を行い、実践的なスキルの獲得や意識づけを行うことが考えられる。

## ③ 受入地域と外部専門家との効果的なマッチング

地域が外部専門家を効果的に活用するためには、地域と外部専門家とのマッチングも重要な要素である。

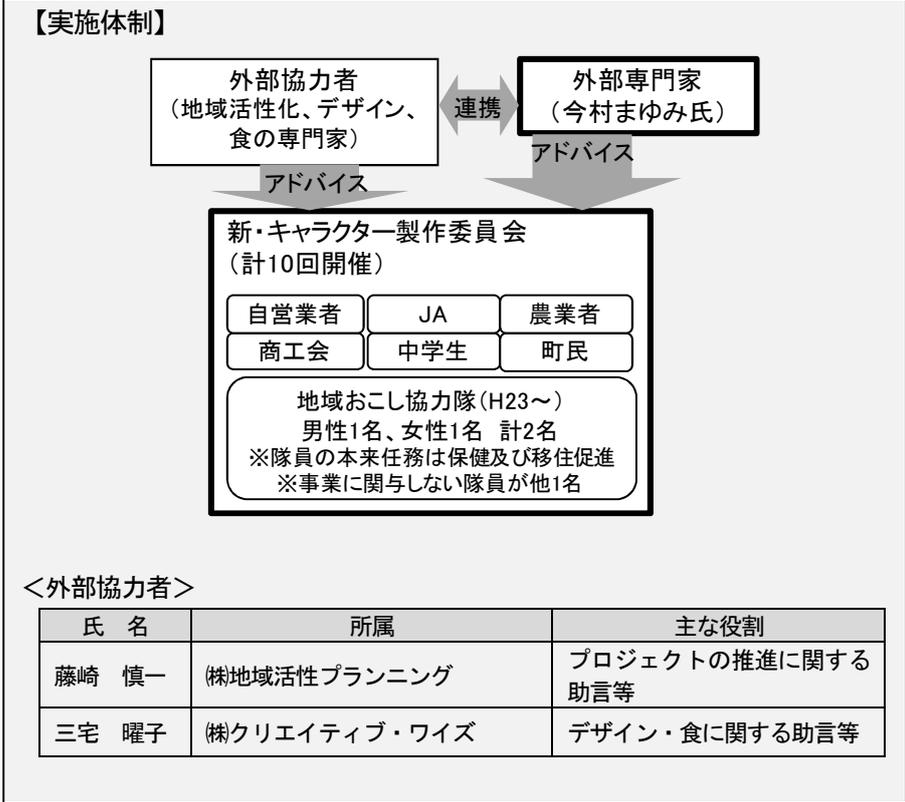
継続的に外部専門家との連携・協働による地域づくりを進めていくためには、外部専門家が有するスキルや考え方と地域側の期待するスキルや考え方、進め方とのマッチングが極めて重要であり、さらには、アプローチ方法や行政職員との相性のようなものも重要になってくる。

そのため、例えば既存の地域活性化の専門家、有識者等の人材バンク等の周知・PRをより一層進めるとともに、外部専門家の具体的なアドバイスの手法やプロセス等、公開情報の充実を図ることが必要である。さらには、外部専門家の活用実績を有する地域やその行政担当者、これから活用を検討しようとする行政担当者などが直接交流したり、情報交換を行うことができる機会を充実させることも有効である。

## 1-3 派遣対象各市町村における取組の概要と成果

### (1) 北海道清水町(派遣外部専門家:今村まゆみ)

事業名	町民参画による特産品づくりプロジェクト
事業の目的・目標	<p><b>【目的】</b> 地域の魅力や素材を活かした特産品づくりを、幅広い世代の町民の参画によって取り組むことで、町民に郷土への誇りや愛着を持ってもらうとともに、対外的な町のイメージアップ、農産物の付加価値向上を図り、地域産業の活性化と定住・交流の促進に寄与していくことを目指す。</p> <p><b>【目標】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・町民から提案のあった事業の実現プロセスを町民と共有することによる、町民の町政参画意識の向上</li> <li>・町民の主体的な参画による、新たな特産品の開発・販売</li> <li>・キャラクター等の活用や観光事業等との連携による、特産品販売の拡大や地域PR</li> </ul>
外部専門家活用の背景	<div data-bbox="451 958 1329 1176" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>【背景・経緯】</b> 平成22年度 まちづくり予算町民提案事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・町民の町政への参画と自ら地域を活性化する事業の提案を募集</li> <li>・町内の中学生から提案のあった「清水町 新キャラクター事業」を含む2件を採択</li> </ul> </div> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  </div> <div data-bbox="451 1243 1329 1507" style="border: 2px solid black; padding: 5px;"> <p><b>【平成23年度取組方向】</b> 「清水町 新・キャラクター製作委員会」を設置 提案のあった中学生グループ、町内の事業者、商工会などが参集 清水町の農産物や生産品、観光スポットなどの資源から清水町をアピールする素材を選択し、「町の顔」となる特産品作りや販売促進の仕掛けの考案などに取り組む。</p> </div> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  </div> <div data-bbox="451 1574 1329 1803" style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px;"> <p><b>【外部専門家の必要性】</b> このような特産品の開発や販売促進のアイデアを考えるにあたっては、活用する町の資源の選択や既存資源を組み合わせた新たな商品の発想など、町民や役場の職員にはない専門的なノウハウやアドバイスが必要。</p> </div>



- 【外部専門家活用のポイント】**
- 多様な住民が参加する会議体を設置
    - ・事業者、関係団体等のほか中学生も含め多様な住民が参加する会議体（新・キャラクター製作委員会）を設置し、外部専門家のアドバイスを地域や住民各層に幅広く波及
  - 定期的、継続的な会議の開催
    - ・原則毎月1回、計10回の会議に外部専門家を毎回招へいし、ワークショップ形式を取り入れた地域資源の発掘や特産品づくり等の検討作業を通じて、委員会メンバーの地域づくり意識とスキルアップを継続的に醸成

**【清水町 新・キャラクター製作委員会の開催経過】**

**(1) 特産品づくりについての学習と町の資源の再発見**

○第1回委員会 (7月29日)

(講義) 「強い地域ブランドを創る5つのポイント」 講師：今村まゆみ

- ・地域資源の活用の基本や地域ブランドを創る5つのポイントについて各地の事例を紹介しながら、特産品づくりのノウハウについて講義。



(ワークショップ)

「清水町の強み再発見」

- ・各委員より清水町の強みとなる資源について出し合い、その理由、優先順位などを検討。

○第2回委員会 (8月24日)

(講演)

「地域活性化の第一人者が伝授する住民参加のまちづくり成功の秘訣」

講師 地域活性プロデューサー 藤崎慎一氏

- ・各地の特産品づくりの成功事例から、維持、継続するための住民参加のあり方などについて事例の紹介や具体的な実践手法について講義。



(ワークショップ)

「町外、道外から見た清水町の資源」

- ・清水町の資源を町外者の視点で出し合い、特産品となる資源について検討。

○第3回委員会 (9月8日)

(講義)

「地元食材を活かした食の提案とキャラクターの考え方」

講師 マーケティングコンサルタント 三宅 曜子氏

- ・地元食材を生かした食の提案とキャラクターの考え方について外部協力者から講義。



(ワークショップ)

「清水町の魅力再発見！ もっと掘り下げる&絞り込む」

- ・清水町の資源（水、酪農、畑作、第九）について、価値、ストーリー、作る人の想いなどを検討。

**(2) 特産品アイデアについての検討**

○第4回委員会 (10月5日)

(ワークショップ)

「モノ・コト・ターゲット・特産品の観点で清水町の資源から何ができるかを考える」

- ・どんな「モノ」を使って、どんな「コト」を、だれを「ターゲット」に伝えるかを考え、どんな特産品ができるか考える中で、様々なアイデアや新たな資源が出され、町の資源の認識と特産品づくりの具体的な検討方法について、理解を深めた。



(3) 試作品の試食と検討

○第5回委員会 (10月19日)

(特産品アイデアの試食)

- ・①ミルク鍋②牛乳豆腐③とかち野酵母のパン④チョコログ(酢漬け)などを試作し、試食。実現性や他の資源との組み合わせなど、具体的な検討。



○第6回委員会 (11月1日)

(特産品アイデアの試食)

- ・試作品を試食しながら検討を実施し、特産品の実現性について具体的な検討、絞り込み。

○第7回委員会 (11月21日)

(中学生委員の調査項目の発表)

- ・中学生委員より、野菜などの効能などが発表され、委員全体で共通理解

(特産品アイデアの試食及び意見交換による絞り込みとネーミング検討)

- ・試作品を試食しながら、特産品の実現性及び清水らしさを視点にしたネーミングを検討。

- ①十勝清水のミルクフォンデュ(ミルク鍋) ②ミルトーフ(牛乳豆腐のチーズケーキ風) ③ミルク de fun(牛乳豆腐のシュークリーム風) ④しみずぼっちい(じゃがいものクッキー) ⑤てんさいチョコログチョコ(てん菜糖とチョコログを使ったチョコレート)

(4) シンボルマーク及びキャラクターの検討

○第8回委員会 (12月1日)

(特産品アイデアの試食及び意見交換)

- ・食に関する外部協力者を招いて、試作品へのアドバイスなど意見交換により、改良のアイデアなど検討。

(外部協力者三宅曜子氏講義

～キャラクターを活用した事例紹介)

- ・キャラクター等のビジュアルを効果的に活用した事例紹介。

(メインとなるキャラクターデザインの検討)

- ・これまでの委員会での議論を集約し、「ペケレベツ=きれいな水」をキャラクターのテーマとすることに決定。



○第9回委員会 (1月12日)

(特産品アイデアの試食及び意見交換)

- ・前回到引き続き食に関する外部協力者を招き、試作品を検討

(水(ペケレベツ)デザイン案の選考)

- ・きれいな水「ペケレベツ」をシンボリックに表現するシンボルマーク案と、きれいな水、循環型農業を表現した「はたらく君」をキャラクター案として選考。

(5) シンボルマーク及びキャラクターの決定

○第10回委員会 (2月21日)

(「ペケレベツ」ブランドのルールの検討)

- ・「ふるさとブランドとかちしみず」と連携し、清水町の成り立ちや現在の産業、風土を連想できるルールについて検討。

(「ペケレベツ」デザイン、キャラクター「はたらく君」の最終決定と活用ルールの検討)

- ・外部協力者三宅曜子氏によるデザイン案について検討し、このプロジェクトによる「ペケレベツ」ブランドのシンボルマーク及びキャラクターデザインについて決定。

### ○地域住民の地域づくり意識や定住意識の醸成

- ・町の強みとなる資源を再発見する取り組みは、町民としての誇りとなり、この事業に取り組んだ人や関心をもった人の定住意識の醸成に寄与した。
- ・特に感受性の強い5人の中学生にとっては、自分たちの発案が町を変えていく機動力になることを実感でき、記憶に残る体験になった。進学・就職で町外に出ても、Uターンを考える時期がきた時に、彼らの中にそれを後押しする経験として残っていることが期待される。
- ・委員会に参加した地域おこし協力隊は、保健福祉推進員として採用された居住1年目であるが、町民と一緒に委員会で議論を重ねることで、町民としての自覚が生まれ、様々な資源がある本町に対して愛着と誇りを感じるようになったとともに、地域住民との連帯感が醸成された。
- ・これにより、清水町での定住意向が高まったとともに、地域における保健福祉+αの役割を見つける契機となった。



### ○地域ブランドのシンボル作成

- ・このプロジェクトで決定した「ペケレベツ」の概念は、本町において生産されている農産物などを強く印象付ける象徴として、本町のイメージアップと特産品をPRするブランドとして活用が可能であることが理解された。
- ・清水町の特徴を表現する水滴をデザインした「ペケレベツ」ブランドのシンボルマークとキャラクターとして「はたらく君」を製作した。



### ○特産品試作品の製作を通じた地域資源の魅力の再発見

- ・外部専門家、外部協力者の助言や評価を受けながら以下の特産品の試作を行った
  - ・ミルク鍋「十勝清水のミルクフォンデュ」
  - ・「牛乳豆腐」を素材にしたスイーツ
  - ・「ミルトアップ」「ミルク de fun」
  - ・じゃがいもを使ったクッキー「しみずぽちー」
  - ・てん菜糖とチョコログを使った
  - ・「てんさいチョコログチョコ」
  - ・エゾヤマザクラのサクランボ天然酵母
  - ・「とちち野酵母」と地元産小麦を使ったパン



- ・試作品の検討・製作を通じて、地域資源の魅力を再発見・再確認するとともに、これら町の資源について記載した「しみずペディア」を作成して整理・記録した
- ・町の資源を発見し、試作品を作る中で生まれたメニューの一部を、小中学校の給食としての提供することとなった。(ミルク鍋)

2012.3. 「しみずペディア」 しみずペディア  
清水町新キャラクター製作委員会

**【あ】**

■アイスクッキー  
昭和12年頃、御影中学校教頭であった加藤光也氏が、他の数人とアイスホッケーチームを作り練習を始め、翌年には帯広の大会に参加していたが、戦後により中断。  
昭和24年、御影中学校校長として赴任した加藤光也氏が、御影中学校のグラウンドに同好者や役職員と実行部員しながら、練習場を作った。昭和30年には、御影中学校がアイスホッケー部が創設され、昭和35年、36年十勝の大会で連続優勝するほどになった。  
現在、活躍している清水高校アイスホッケー部は、御影中学校でスエックを戦った生徒が中心に昭和41年に結成され、その年、開催された四国十勝大会で優勝を達成するなど、活躍。  
アイスホッケーは昭和7年頃より、小学校の近くの川にサネンコロ川の氷を運び、リンクをつくり、子どもたちに楽しませたのが縁。

■アスパラガス  
中学生委員の調査  
・主な栄養素は、ビタミンA、ビタミンB1、ビタミンB2、ビタミンCが多く含まれ、スタミナ強化、疲労回復、美肌に効果がある。  
・ビタミンAはいろいろな病に対する抵抗力を高める。  
・カロチンも含まれおり、視力に対する抵抗力を強くする。

「清水秋産スマイルレンジョー」  
@TONACHI SSS  
みんなが「アスパラガッス」  
白はじが「あずきクッキー」

■あずき(命豆) (特別栽培)  
・しみず有機(命豆)の種(豆)を使用し、特別栽培方法で栽培された小豆のブランド化・加工品等により付加価値向上・取組中。  
・安全・安心な食糧の生産のため、化学肥料及び農薬の使用量を0%以上減らして栽培している。  
・窒素肥料使用量が10kg以下、リン酸肥料使用量が1.0kg、化学・有機物肥料の窒素施用量が1kgの50%以上減、化学合成農薬の使用量が1kgの50%以上減して、栽培。  
・十勝水クリーン農産物、道のクリーン農産物表示制度 (YES! clean) に登録  
・有害成分を含む7割以内の収穫量、100% (全国1位、道内7位、十勝管内5位)  
・全国生産量1万トン以上、北海道で最も収穫量が多いが産産され、全国1位。  
・とちち(東京都港区)の芋薯の原料として活用されている。

中学生委員の調査  
・ビタミンB1が多く含まれ、筋肉内に蓄積して、疲労物質になるのを防ぐため、疲労回復、肥満予防などに効果がある。  
・血糖値の上昇を防ぐ効果がある。

1

### 【街づくりカウンセラー 今村まゆみ】

清水町において、この事業を継続していくためには新たな賛同者を募る必要があると思うが、課題は「人」であろう。町民参加型の風土づくりは産声をあげたばかりで、まだまだ地域のキーマンを探せていない、あるいは接触できていない状況だと思う。今後は地元の企業や飲食関係者なども巻き込んで、大きな波を作っていくことも視野に入れてほしい。



#### 外部専門家からのコメント

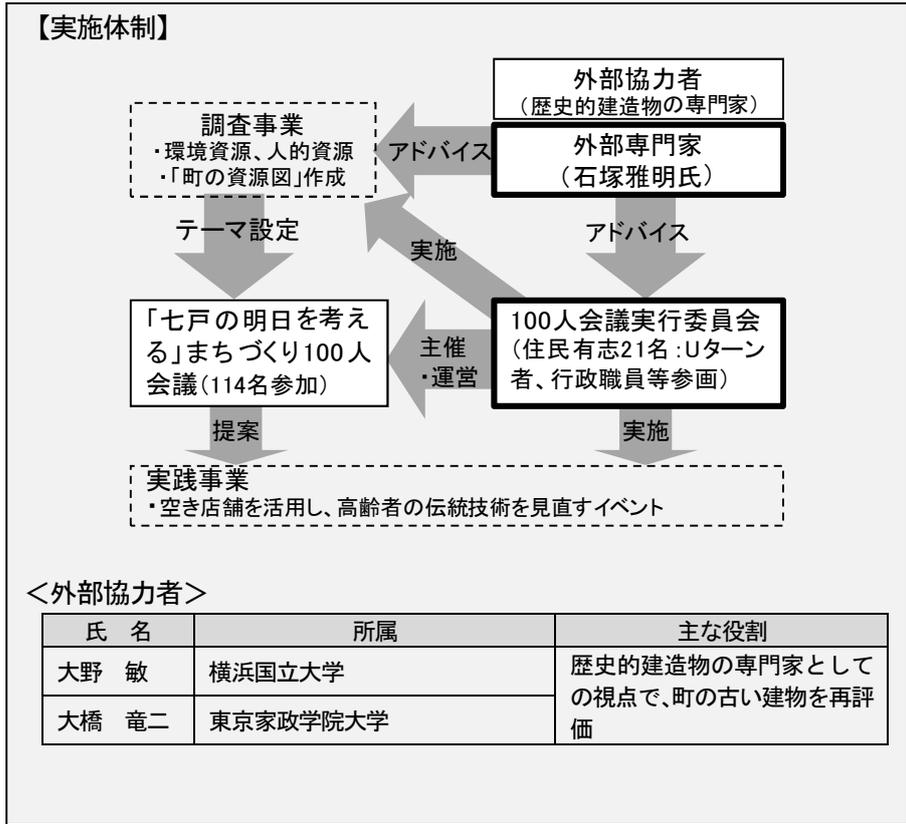
本事業はそもそも5人の中学生の提案から生まれたもの。全国の町づくりの取組みの中でも、このように中学生が継続して参加した例は希少だと思う。素直な感性や若々しい視点を提供してくれた中学生のほか、建設業、製麺業、酪農家、農家、菓子店、先生、JA職員など様々な業種で構成されたメンバーが、知識やアイデアを持ち寄り、地域資源の発掘から特産品開発、キャラクター制作に取り組んだ。その結果、このグループにはこれまでこの町に希薄だった3つの意識が芽生えたと思う。「自分たちが変える」「1次産業の6次産業化」「脱・十勝エリア」の3つである。

まだまだ荒削りなものもあるが、今後は楽しみなものも多い。中でもじゃがいものクッキーは、全国でも著名な食のコーディネーター・三宅曜子氏に絶賛され将来有望。また、清水産の牛乳と野菜だけをたっぷり入れた「ミルク鍋」は、中学校の給食での導入が検討段階に入っている。意外なことに、北海道は野菜摂取量が全国都道府県で女性37位、男性42位（男性）（2010年厚生労働省調べ）と、かなり低い。食育をリードするレシピへの可能性を秘めているのではないだろうか。

今回の参加メンバーが育んだ「自分の町を自らの発想で変えていく」という想いを、大きな波に変えるべく、同士を集めてこの動きを浸透させていってほしい。清水町には加工次第で十分、観光に生かせる自然の資源も多い。いずれ、もうひとつの集客装置として、観光推進にも取り組んでいかれることを期待する。

(2) 青森県七戸町(派遣外部専門家:石塚雅明)

事業名	地域に根ざした中心市街地再生・定住促進事業
事業の目的・目標	<p><b>【目的】</b> 次世代の地域リーダーの育成と、中心市街地に残る歴史的建物や高齢者が持つ伝統技術などの地域資源活用を柱とし、高齢化対策に焦点をあてて、これまで行政主導で進めてきた中心市街地の再生について地域ぐるみで取り組むことで、定住促進や交流人口増加につなげていくことを目指す。</p> <p><b>【目標】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・次世代のリーダーを中心としたまちづくりの担い手による「地域活動ネットワーク」の形成</li> <li>・中心市街地の空き店舗（歴史的建造物）を活用した、地域の高齢者の伝統技術を活かした生きがいつくりや世代を超えた交流の場の開設</li> <li>・城下町であった七戸の歴史資源や景観を活かした、中心市街地の魅力アップのために商店主が主体となった低コストで取り組める「まちかど修景事業」の実施</li> </ul>
外部専門家活用の背景	<div data-bbox="475 913 1353 1128" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p><b>【背景・経緯】</b> 平成 22 年の新幹線駅開業を契機として、地域の深刻な課題となりつつある高齢化問題に焦点をあて、地域ぐるみでの中心市街地再生による、いきいきとした地域社会の形成を通じて交流人口や定住人口の増加につなげていくことが必要。</p> </div> <div data-bbox="829 1131 981 1198" style="text-align: center;">↓</div> <div data-bbox="475 1198 1353 1422" style="border: 2px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p><b>【平成 23 年度の取組方向】</b> 地域住民の主体的な参画・運営による大規模地域会議を開催するとともに、その運営プロセスやそこからの提案事業により、高齢者の生きがいつくりや、世代を超えた交流の場となる中心市街地の再生を進める。</p> </div> <div data-bbox="829 1422 981 1489" style="text-align: center;">↑</div> <div data-bbox="475 1489 1353 1854" style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px;"> <p><b>【外部専門家の必要性】</b> 七戸町では、地域の主体性を引き出し、行政との協働によるまちづくりへ転換するための経験が住民及び行政ともに乏しく、課題や方向性を地域ぐるみで考え、新たなまちづくりの担い手を発掘する手法や、次世代リーダーの育成につながるスキルの習得が必要。さらに、高齢化対策に焦点をあてた中心市街地の再生の戦略や、地域資源の発掘、再評価の視点について豊富な事例情報をもとにしたアドバイスが必要。</p> </div>



- 【外部専門家活用のポイント】**
- 実行委員のファシリテーション・スキル習得
    - ・地元有志により、「七戸の明日を考える」まちづくり100人会議の実行委員会を設置し、委員メンバーが外部専門家から会議のファシリテーション・スキルを習得
  - 町の資源を住民とともに調査・再評価
    - ・地域住民と、外部専門家や外部協力者とが協働で町の資源を調査し、外部視点、専門的視点から歴史や景観、建造物などの地域資源を再評価

### ○地域ネットワーク会議の形成

(七戸の明日を考えるまちづくり 100 人会議実行委員会)

- ・地域が主体性を持ち、行政と協働で中心市街地の再生に取り組む実働組織として、まちづくりについて話し合う場をつくることに賛同する有志 21 人で組織を形成。
- ・民間や行政といったくくりではなく、それぞれの地域活動に関わる人材が集まり、自分たちでできることから始めるという意識を共有した。
- ・行政のお仕着せでなく、また、所属する団体の意見でもなく、個々の立場で意見を出し合った。



### ○協働研修の実施

- ・まちづくり 100 人会議実行委員がワークショップのファシリテーターとなることができるよう、役場職員と協働で外部専門家のファシリテーター養成研修を受けた。
- ・次世代のリーダーやそれぞれの地域活動に携わる町民を対象に、まちづくりなどの活動に対する動機づけや機運を醸成するとともに、個々の立場に戻っても、戦略的思考のもと、課題に対応できるようスキルアップを図った。

### ○「町の資源図」作成

- ・城下町としての歴史や風景を専門家の視点も入れながら再評価し、次世代のリーダーやそれぞれの地域活動に携わる町民と協働で「町の資源図」を作成。
- ・歴史的建造物に関する専門家の解説を聞きながら、100 人会議実行委員が実際にまち歩きを行った。



町の資源図（一部抜粋）

### ○「まちづくり人材リスト」の作成

- ・まちづくりに主体的にかかわる担い手の発掘と伝統技術を持つ高齢者の掘り起こしにより、「まちづくり人材リスト」を作成。
- ・まちづくりの担い手発掘にあたり、行政の「高齢者安心生活推進会議」と現状認識について話し合いを持った。
- ・そこで、町教育委員会による「人づくり」を目的として組織された「南部七戸若者の会」との接点を見出し、担い手となるよう働きかけた。

### ○大規模地域会議（七戸の明日を考えるまちづくり100人会議）の開催

- ・行政、商工会、商店主、高齢者、地域に暮らす人たちが意見を出し合い、合意形成を図り、継続的な取り組みに向けての方向性を決定する場。
- ・七戸の明日を考えるまちづくり100人会議実行委員会が中心となり、企画・運営を行った。
- ・企画にあたっては、テーマ設定のための実行委員会を開催し、話し合いを重ねた。運営にあたっては、実行委員が役場職員と協働で外部専門家のファシリテーター研修を受けた。
- ・まちづくり100人会議への参加を促すため、実行委員がチラシを作成し、町民（中学生、高校生、大学生を含む）に直接働きかけた。
- ・会議では、人口1万7千人余りの町で12歳の中学生から82歳の高齢者まで、合計114名がこれからのまちづくりについて話し合い、「100人集まれば、こころが集まる！知恵が集まる！チカラが集まる！」というフレーズが生まれた。
- ・実行委員の21名は、会議の各グループのファシリテーターとなり、参加者の意見を引き出した。
- ・会議の結果、まちづくりの4つのテーマと55の提案がまとまり、協働のあるべき姿が形となった。



### ○空き店舗活用と高齢者の生きがいづくり

- ・「まちづくり100人会議」から出された提案をもとに、中心市街地の空き店舗（歴史的建造物）を活用し、地域の高齢者の伝統技術を活かすイベント「おらほの自慢！漬物テイスティング」を実施した。
- ・実行委員会では、「まちづくり100人会議」を振り返り、参加者から出された提案を実現するため、実行委員の中から事業実施のコアメンバーを選定し、プロジェクトチームを作った。
- ・2時間の開催時間で約300人が参加する盛況となり、漬物は七戸の食文化であると再認識することができた。



(1)「まちづくり 100 人会議」の開催による成果

○地域住民の自立的・主体的まちづくり意識や連帯感の醸成

- ・参加者アンケートの結果、約 96%の参加者が 100 人会議に参加したことに満足しており、多くの住民が、協働の楽しさに気付いた。
- ・114 名の参加によって新たな提案がなされ、「やればできる」という自信が生まれた。
- ・中学生・高校生・大学生が参加したことで、これまで接点のあまりなかった、七戸中学校・七戸高校・県営農大大学校・青森公立大学の地域連携のきっかけとなった。
- ・テーマを決めて話し合うことで、歴史を活かすなどに関心が集まり、七戸町の良いところを参加者が再認識する機会となった。
- ・100 人会議は、従来の地域リーダー先導型の地域おこしから、地域ぐるみの地域おこしという新しい手法として、他地域からの注目も高まった。

○会議での提案を受けた、高齢者の生きがいづくりイベントの実施

- ・「まちづくり 100 人会議」での提案を受けて、高齢者の技術を活用した「漬け物テイストリング」が中心市街地内で実施された。
- ・このイベントを通じて、七戸の食文化として漬け物が再評価され、今後の地域産業起こしのあり方を考える機会にもつながった。
- ・その他、「まちづくり 100 人会議」での提案を受けて「ドラキュラ祭り」実行プランの検討が始まっており、地域特産の農産物に物語性を与え「地域ブランド」形成の手掛かりとなる可能性が見出された。

(2) 地域ネットワーク組織としての 100 人会議実行委員会の成果

○地域ネットワーク会議の形成とファシリテーション・スキルの習得

- ・100 人会議実行委員会 21 名のファシリテーション・スキルの教育に力点を置き、「まちづくり 100 人会議」のテーブル議論の進行を担えるようになった。
- ・100 人会議実行委員会のメンバーが、企画運営、その後の実践をつうじてイラスト・デザイナーとしての資質を開花し、七戸の様々な PR 事業でその力を発揮することになった。
- ・これまでの「充て職的組織」による行政主導の取り組みではなく、七戸のまちに熱い思いを持ちながら、これまで別々に活動してきた 21 名が、100 人会議実行委員会として結集し、「地域おこしネットワーク機構」として存続することになった。

○地域資源の再評価と活用可能性の確認

- ・「外部協力者」の協力も得ながら「まち歩き」を実施し、地域の歴史資源の再評価、外からの目線で撮った「七戸再見写真集」による七戸の風景の魅力再評価、七戸の食材、伝統的料理の再評価などを行い、100 人会議実行委員会の地域再評価の意識形成に寄与した。

【株式会社石塚計画デザイン事務所 石塚雅明】

地域おこしを支援する際の留意点として「地域力の見極め」がある。七戸町には、潜在的な地域力はあるが、その力を明確な地域おこし像のもとに結集するプログラムが無いという課題がある。それに対し3つの戦略を考えた。1) 住民が七戸固有の資源を再評価する機会をつくる。2) 多くの住民が主体意識を持ってまちづくりに参画し、その成果をかたちにするシステムをつくる。3) 地域おこしの推進母体として、これまでに無い組織横断的なネットワークをつくる。



この9ヶ月を振り返ると、1) 七戸の歴史的建物の特徴分析、七戸の歴史、自然、生活・文化資源の写真集の作成などをつうじ、住民に資源再評価の視点が育った。2) 地域主体の取り組み体制として、100人会議実行委員会（以下、実行委員会）を立ち上げ、大規模地域会議の運営ノウハウとファシリテーター技術の習得を行った。実行委員会の運営により「まちづくり100人会議」を開催し、55の地域おこし提案をまとめた。3つの提案について実行計画の検討に入り、うち1つを実行した。3) 実行委員会を「地域おこしネットワーク機構」として継続し、残り2つの提案の実現に向けて活動することが確認された。まちづくり100人会議をきっかけに、七戸中学、七戸高校、青森県営農高等学校などの教育機関の情報交流ネットワークづくりなど新たな地域内連携の動きが生まれた。といった成果があった。

今年度の取り組みから得られた地域おこしの方法論は、以下のとおり。

- 1) 地域おこしのサイクル：「D (Dialogue) P (Plan) A (Act) C (Check)」。(「まちづくり100人会議」の開催>55の提案から3つの実効計画>できるところから実践>実践を踏まえて地域おこしの戦略の明確化というプロセス。)
- 2) 地域イベント企画成功の法則：「大規模地域会議から生まれた提案は、その地域で一定の成果を必ずあげる」。(住民の1%近くが議論して共感と支持を得た提案は、地域ニーズを反映した取り組みとして必ず成果をあげる。)
- 3) 地域おこしにおける地域時間の遵守：「急がば回れ」(地域には、行動に移るためのその土地固有の時間があり、そのスピードを尊重する事で結果的に早く成果があがる。思い立ったらすぐ行動に移すのが得意な地域と、思いを反芻し熟成させてからじわじわ行動に移すのが得意な地域がある。それを読み間違えると輪は広がらない。)

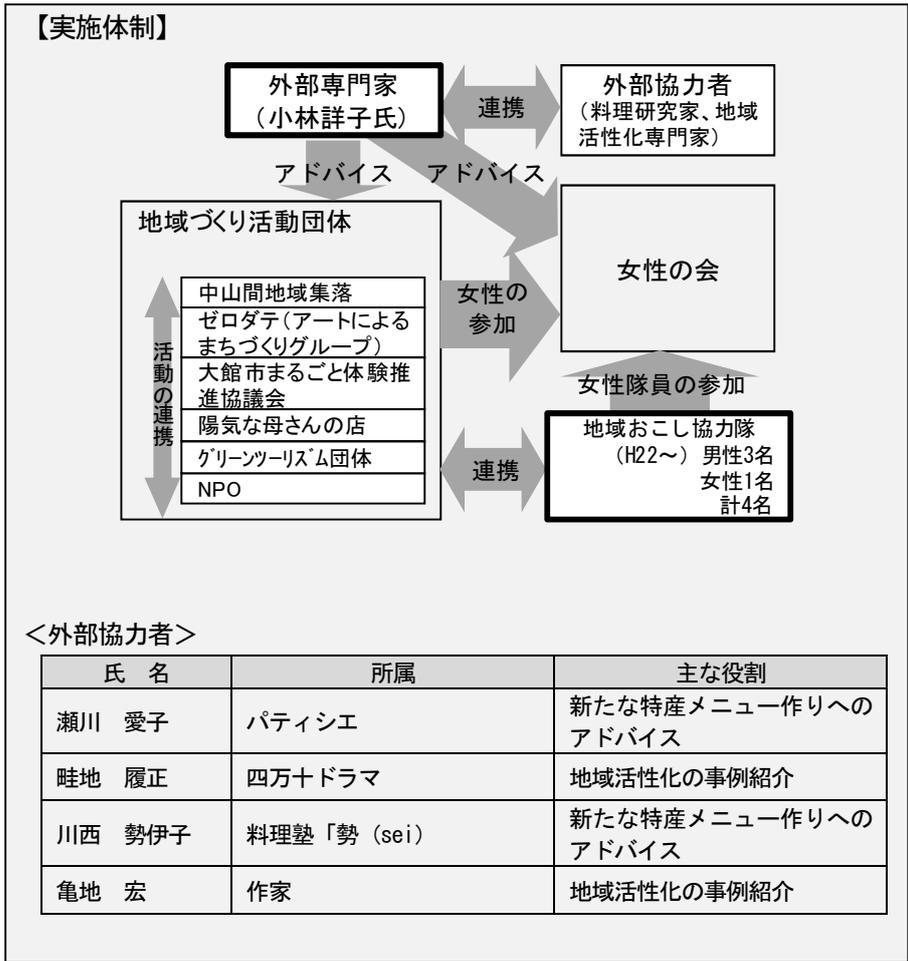
七戸町では、新幹線駅開業を契機とした地域おこしへの期待に対して、地域主体に考え実行に移せる仕組みがようやくできた段階である。

今後、この仕組みをベースに、次の展開が起きる事は確実であるが、それが単なる地域集客イベントの実施に留まらず、地域の産業・経済の活性化や定住促進へつながっていく道筋を、地域自ら明らかにし、共有する取り組みが必要とされる。

(3) 秋田県大館市(派遣外部専門家:小林詳子)

<p>事業名</p>	<p>大館発！元気プロジェクト</p>
<p>事業の目的・目標</p>	<p><b>【目的】</b>          農家のお母さんパワーを活かして、特産品のブランド化、伝統食材を活かしたメニュー開発、体験交流プログラムの充実など、地域資源の発掘とその活用による商品化、販路開拓等に取り組むことで、外部からの人材の交流を促進するとともに、地域おこし協力隊をはじめとした外部人材の定着、雇用の確保を目指す。</p> <p><b>【目標】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな特産品のブランド化、新たなメニュー開発</li> <li>・体験型ツーリズム受け入れ</li> <li>・地域の産業振興・活性化による地域おこし協力隊定住</li> </ul>
<p>外部専門家活用の背景</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p><b>【背景・経緯】</b></p> <p>地域の過疎化、高齢化が進んでおり、平成 22 年に赴任した地域おこし協力隊をはじめ、地域全体を巻き込んだ活性化に取り組んでいる。</p> <p>今後、豊富な地域資源を活用した地域活性化、特産物を活用した新たなブランド戦略の構築、地域おこし協力隊員が大館市に定住できるような仕組みづくりが必要であるが、そのための事業の掘り起こしや起業のサポートが今後の課題となっている。</p> </div> <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <div style="border: 2px solid black; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p><b>【平成 23 年度の取組方向】</b></p> <p>地域の「元気なお母さんグループ」を組織化し、ブランド化やメニュー開発の実働部隊とするほか、中山間地域活性化のための起爆組織とする。また、地域特産物の商品価値向上、販売促進のため、新たなブランド開発や新たなメニュー開発に取り組み、市内外でPRや販路づくりを行う。</p> </div> <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 20px; padding: 10px;"> <p><b>【外部専門家の必要性】</b></p> <p>大館市の豊富な資源を活用し、地域産品の新たなブランド化や販路の拡大、体験型ツーリズムとの連携による交流人口の増加に関して、地域外とのネットワークづくりや起業化に向けた専門的なアドバイスが必要。</p> <p>また、地域活性化のためには「お母さんパワー」が不可欠であることから、こうした地域の女性の活用による新たな可能性を引き出していくことが必要。</p> </div>

実施体制  
と  
外部専門  
家活用の  
ポイント



**【外部専門家活用のポイント】**

○女性パワーの連携に着目した活用

- ・女性の外部専門家を活用し、市内の各活動団体における女性パワーの連携、ネットワーク化を効果的に推進

○地域内の活動団体の参加・協力

- ・集落組織、アートまちづくり、グリーンツーリズム、農家女性グループ等、市内の様々な活動団体の参加・協力を得ることで外部専門家のアドバイスを広く波及

## (1) 大館の食材を生かした新たなメニュー開発、大館ブランドの発信

### ○大館の新たな特産メニュー試食会

・大館の特産品を使ったメニューや、JAの料理コンクールで入賞したメニューなどについて、首都圏の若い女性や関係者に評価していただくために開催した。開発中のメニュー13点のうち、評価が高かった5点は「大館高校生のかまぶく」「りんごの椿煮」「ブラックベリーゼリー」「りんごゼリー」「生ハムのオードブル」。



### ○大館の食材を使った商品開発

・料理研究家である川西勢伊子氏を外部協力者として招き、特産メニュー試食会で評価が高かったメニューについての再評価とアドバイス、ならびにANA マルシェに向けた商品作りなどを行った。このうち、体験型ツーリズムに活用できるものとして「大館産りんごのアップサイドダウンケーキ」などを参加者で試作した。



### ○おおだて未来づくり講演会

・地域再生マネージャーの畦地履正氏を招き、地域密着型の産業おこしと人づくりについて講演いただいた後、意見交換会を実施した。参加者約80人。



### ○ANA マルシェ

・ANA との共催により都内でマルシェを開催。大館ブランドを発信した。

## (2) 女性グループの組織化

### ○市内で活動している女性のネットワークづくりを目的とした意見交換会の開催

・女性パワーを活用した地域活性化を進めるため、市内女性との懇談会を3回開催。また、講演会に合わせた意見交換会も2回開催した。  
・2月11日に開催した日経BP社で日経ビズライフ局長を務める麓幸子さん（大館市出身）の講演会、意見交換会には女性の会のメンバーら約80人が出席。小林詳子さんも交え、活発な意見交換を行った。



(3) 地域活性化のための人材育成、意識醸成

- ・愛媛県宇和島市での先進地視察研修
- ・第4回ローカルサミット参加：富山県南砺市
- ・地域おこし協力隊のヒアリング
- ・地域活性化事例の調査、アドバイス
- ・地域づくり人育成講座への参加
- ・ゼロダテでのワークショップ



○おおだて元気創造シンポジウム

- ・大館の体験型ツーリズムをプロデュースしている橋元廉彦氏と小林詳子氏の話題提供の後、市内で活動している女性4名を加え、パネルディスカッションを行った。参加者約100人。



○長野県飯田市、阿智村での先進地視察

- ・体験型ツーリズム並びに地域おこし協力隊との協働を学ぶため、先進地視察を実施した。

外部専門家による「大館発！元気プロジェクト」将来予想図

各団体のネットワーク、ノウハウを活用して地域活性化を目指す。



### ○女性のネットワーク化

- ・市内の農業、飲食業、サービス業等あらゆる立場の女性をつなぎ、女性の会のネットワーク化（現在登録者 34 名）を図ることによって、相互理解や相互学習が進んだ。
- ・農家の女性達が試作していた特産品の品質向上を目指し、外部協力者を招聘してアドバイスを得ることにより、品質向上のみならず、商品づくりへの意識付けや、自分たちが作っているものへの「自信」が生まれ、またそれが、販売技術の向上にもつながった。

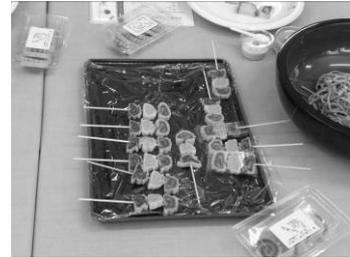
### ○女性の会による、特産品を使った新たな商品の開発と販売

（開発した商品例）

- ・半生りんご、ブラックベリーソース、ブラックベリージャム、かまぶく、木苺緑茶、ひまわり油

（ANAマルシェ販売数（6種類 565個））

- ・半生りんご100個
- ・ブラックベリーゼリー190個
- ・ブラックベリーソース120個
- ・かまぶく121個
- ・木苺緑茶5個
- ・ひまわり油29個



### ○女性の会による、特産品を使った新たなメニューの開発

（農家レストランや惣菜で使えるメニューの開発例）

- ・山の芋のポタージュスープ、葱のグラタン、秋刀魚の千草焼き、りんごのヘルシーアップサイドダウンケーキ

### ○市民への事業PR、地域づくり意識の醸成

- ・マスコミへの露出による事業のPR、市民への意識づけ。
- ・講演会、シンポジウムへの参加者数 180名。

### ○地域おこし協力隊の起業意識の醸成

- ・隊員の起業に関して、隊員の個性や技術、現在の環境にあったアドバイスをすることによって「行動に移すこと」への意識が醸成。
- ・これにより、隊員の起業に向けた具体的な行動が明確化。
- ・隊員と行政職員との間で誤解があったり、理解が進まない際に、外部専門家が中間媒体として機能。

【全日本空輸株式会社 小林詳子】

当初、果たして「何ができるのか?」「どのような成果が出せるのか?」といった不安な面もあったが、市役所の担当者が訪問の際に適切な調整や準備をしていただいたこともあり、効率的に活動することができた。また、担当者は長らく地域活性の仕事に関わっており、顔も広く、信頼関係も築けていた部分が事業を進めていくうえで非常に有効だった。



外部専門家はあくまでも“お手伝い”であり、地域の人や行政が主体的に取り組んで、動いてこそ地域の活性力は生まれると再確認した9か月だった。

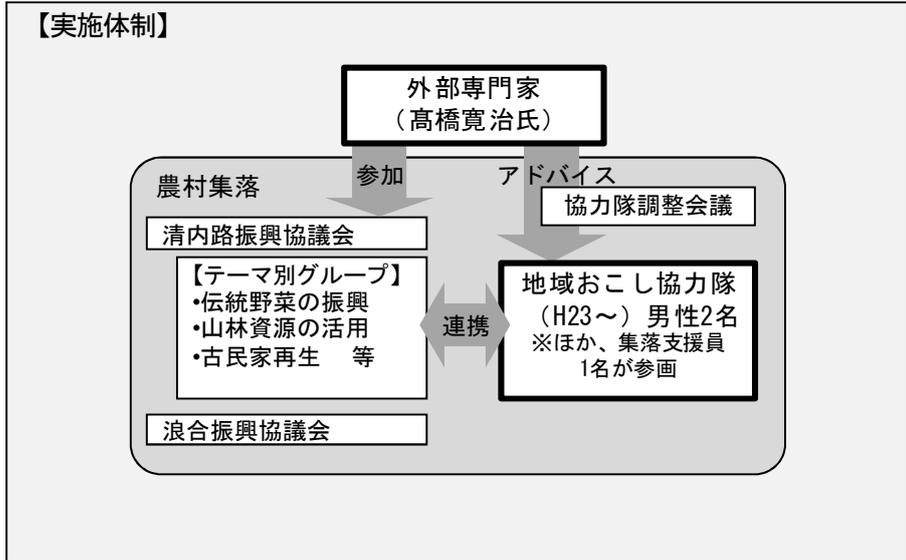
外部専門家からのコメント

これからの課題として、まず「地域おこし協力隊」に関しては、現在、やり方は各行政に任されているところがあり、各行政と隊員とのかかわり方は様々である。隊員が自由に考え企画し実行に移すことができるという点ではよいが、実際に隊員の話の話を聞くと、もっと行政との関わりを持って一緒に地域の課題に取り組んでいきたいといった意見もあった。11月から、月一回の行政と隊員のミーティングが実施され、相互の理解が進んできたが、さらにお互いが有効な関係を築くための「体制づくり」と「場づくり」が必要である。

「女性力のパワーアップ」に関しては、実際に何かイベント等を設定して、一緒に創り上げていくことがネットワークの拡大、まちづくりの意識の醸成とチームワークの醸成の有効な手段になっていくと思う。平成24年度に、大館市では、女性力も結集し、市をあげての大きなイベントが企画されているので、この機会を活かして各個人や団体が独自の個性を最大限発揮し、お互いにつながり、活かしあって、さらに着実な一歩踏み出してほしいと願っている。

(4) 長野県阿智村（派遣外部専門家：高橋寛治）

事業名	地域ぐるみの定住・自立むらづくり促進事業
事業の目的・目標	<p><b>【目的】</b>          これまで阿智村が培ってきた「社会教育」を基盤とした村づくりの手法を、産業・地域おこしから地域経営全般まで波及させるため、住民協働によるUJIターン者受入体制構築、産品販路開拓等、地域づくりプラン作成等に取り組むことで、新しい交流の輪を広げ、住み続けたい、住んでよかった村づくりを目指す。</p> <p><b>【目標】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の社会教育を軸とした、自立的な村づくり運動の基盤の確立</li> <li>・UJIターン者の受入に向けた地域体制の構築</li> <li>・地元農林産物の地域ぐるみの生産体制の構築と農産加工技術の習得</li> </ul>
外部専門家活用の背景	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p><b>【背景・経緯】</b></p> <p>村内 60 集落のうち、限界及び準限界集落が 15 集落</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 10 年後の集落像を示す集落計画の作成</li> <li>・ 各集落への職員の張り付け</li> <li>・ 集落維持の村単独の支援制度</li> </ul> <p>等を実施してきたが、多くの集落で人口減少が進行。</p> </div> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  </div> <div style="border: 2px solid black; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p><b>【平成 23 年度の取組方向】</b></p> <p>地域おこし協力隊を 3 名配置し、集落の課題に取り組むが、地域の定住・再生の枠組みのモデルを作り出すとともに、農林業を基幹とした企業の育成・促進、地域課題を明らかにした住民組織による活動の展開を推進。</p> </div> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  </div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px;"> <p><b>【外部専門家の必要性】</b></p> <p>これらの取組を総合的、一体的に推進するためには、地域づくりの豊富な経験・実績を有する外部の専門家からの専門的かつ客観的な指導・助言が必要。</p> </div>



- 【外部専門家活用のポイント】**
- 地域おこし協力隊の導入段階からの関与
    - ・本事業実施前の、地域おこし協力隊の導入段階から外部専門家が関与し、協力隊の導入意図や目的が地域内及び関係者間で共有された状態で事業を実施
  - 地域の振興協議会の委員として委嘱
    - ・外部専門家を対象地区の振興協議会の委員として委嘱し、地域づくりの具体的な課題や検討事項に対して必要な情報・知見を地域住民が直接習得

(1) 協働による、農林業を生かした地域振興活動の展開

○清内路地区、浪合地区の振興協議会

- ・地域住民、地域おこし協力隊、行政職員、外部専門家が参加する振興協議会において、地域づくりの方向性や課題を協議。
- ・参加型の積極的な議論・意見交換を行う中で、外部専門家が大局的、本質的視点から助言。
- ・地域おこし協力隊は、地域における自らの役割を認識するとともに、具体的な活動に反映。
- ・グループ別に、具体的なテーマや課題に応じた議論を展開。

<清内路地区>

- ・昔話を伝えることの大切さの理解、昔話の会の設立
- ・ふるさと村自然園の活用方策
- ・旧清内路中学校の活用方策
- ・伝統野菜の活用方策
- ・農家レストランの研究検討
- ・景観整備方策
- ・健康の森の活用方策



<浪合地区>

- ・浪合学校、教育立村に向けた検討

<その他>

- ・山林資源の活用
- ・太陽光発電
- ・エコミュージアム構想

○テーマごとの調査研究、組織の立ち上げ

- ・振興協議会の中の各グループでの議論や地域おこし協力隊の活動を通じて、農林業を活かした地域振興の中核として、特に以下の活動を実施。
  - ・県指定の伝統野菜の定着と復活を目指して振興・拡大を図るための開発研究会の開催
  - ・地域の特産物の販売拡大につながる農産加工技術の習得
  - ・地域の山林資源を生かす「山の生業の会」(仮称)の立ち上げ準備
  - ・地域住民自らが地域内の空き家を調査し、所有者と協議し、貸してくれる家とそうでない家など振り分け、改修の見積もりまでを整備
  - ・古民家再生のグループと運動を立ち上げ、Iターン者の受け入れの条件を整備
  - ・各取組にあたっては、外部専門家が地域の歴史・文化や地域特性に関する知識や情報を提供



## (2) 地域おこし協力隊調整会議

- ・毎月1回、地域おこし協力隊、行政職員、外部専門家による地域おこし協力隊調整会議を実施。
- ・前月の実績の確認と今後の活動内容の事前打ち合わせを行い、関係者間の情報共有、知識・手法の共有と目揃いを行う。
- ・地域おこし協力隊の活動内容や考え方は、「地域おこし協力隊新聞」を発行し、地域住民にも周知・共有。



<地域おこし協力隊新聞>



○農村集落における協働による地域づくり意識が醸成

- ・人口の減少が著しい中、地域住民の中に、地域社会の危機であるという意識が生まれた。
- ・清内路地区の住民自らが、今日の人口減と地域社会の変容を認識し、外部から人材を招き入れることの重要性を認識し、I J Uターン者に有効な空き家を探し、貸出体制の整備を行った。
- ・地域の山林資源を「山の生業の会」(仮称)を発足させる準備ができた。
- ・伝統野菜塾の展開による、栽培技術の伝承と種子の保存を行い、「清内路かぼちゃ保存会」が立ち上がった。
- ・地域の高齢者から学び、古くから伝えられた地場産料理を研究でき、若い世代へ伝承する基礎ができた。
- ・地域に伝えられた民話など「語り部の会」が発足し、消えかけた伝統技術や文化の保存の仕組み作りができた。
- ・浪合学校の考え方を再認識し、地域づくりの方向を確認した。

○地域資源を活用した特産品の開発が進展

- ・浪合産トウモロコシ、長野県伝統野菜に指定されている清内路かぼちゃなどの加工にかかわり、加工技術の習得が進んだ。



○地域おこし協力隊の技術習得や地域における役割の明確化と起業マインド向上

- ・地域の歴史・文化や地域特性の理解を、外部専門家の助言のもと、地域住民や行政職員との協働や議論により認識し、自らの生業や暮らしを地域づくりと関連付けて考え、行動できるようになった。
- ・地域づくりの担い手として積極的に行動する中で、地域おこし協力隊員が、Iターナーのグループの中心になって、感覚の異なるIターナー者をまとめる準備ができた。また、専業農業に取り組もうとする若者たちの支援者として協力隊員が活動するなど、新しい地域の調整役、まとめ役としての役割が明確となった。

【高野山大学客員教授 高橋寛治】

農山村における起業についてはいろいろな条件整備が前提と思われる。特に職業の選択で労働政策の中心を国が握り我々が受け手になっていた現状を分析、一方でスイス・ツエルマットのブルガーゲマインデのような住民自身が起業を支える主体となっている取組を学ぶことを基本とした。



農山村の基本は「多様性の復活」である。日本全体では農家の専門化を求めモノカルチャーを進めてきたが、農山村は百姓が「百のかばね」が語源のように、少量多品種が大切であり、多くの農民はそのように農地を耕してきた現状に戻るべきであると考えている。

外部専門  
家からの  
コメント

外部からの人材の定住を促進することで「地域の再生」を図ろうとする場合、外から入った人数のみで評価されるものではなく、外から入った人の生かし方、つまり受け入れ側の問題が重要である。大勢の人材を受け入れても、住むだけ、遊休農地を耕すだけでは、次の世代に同じ課題を残してしまう。

Iターン者の動機は様々で、「農的暮らしを楽しみたい人」「がんばる生活から離れた人」「地方から社会を変えようとする人」「現在の食や環境に疑問を持っている人」などがあるが、それぞれの動機や可能性・潜在性をいかに生かしながら、どのように「地域をデザインしてゆくか」これが受け入れる側に求められることだと思っている。

一方、保育園や学校の定員問題も無視することは出来ず、短期的・長期的な地域課題を念頭に置きながら、地域の課題に沿った人材をいかにIターンしてもらうかという点が重要である。

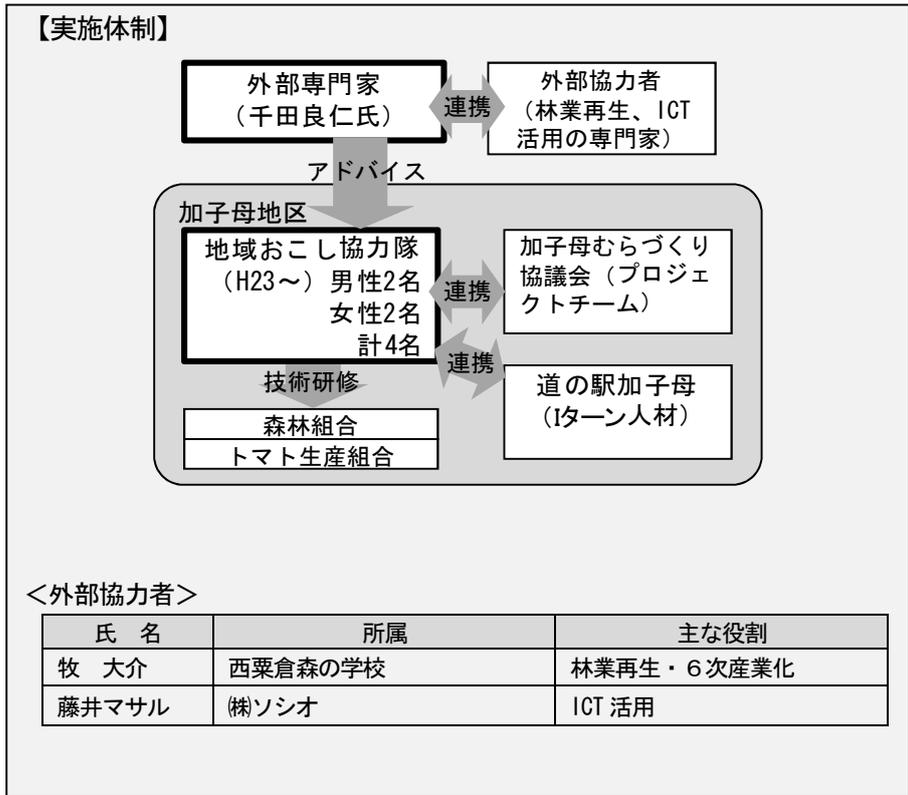
また、外部から入る若者は、人口減少が進む地域に、新たな暮らしのポテンシャル（ネットワークや行動力）を持ってくる。これを活力としていくことが定住の成功だと思われる。

阿智村での今年度の取り組みを振り返ると、短期間ではあったが、地域の理解も得て、広く地域の将来方向が共有出来たと感じている。

今後の起業や定住の芽を伸ばすための取り組みも動き出す方向が見えてきており、明年以降で確実に積み上げが可能な状態を迎えている。

(5) 岐阜県中津川市(派遣外部専門家:千田良仁)

事業名	なかつがわ山村文化創造プロジェクト
事業の目的・目標	<p><b>【目的】</b>          地域の自然や歴史文化を活かした特産品・加工品の開発と、地域の人々が自立的かつ持続的に生活を営むことができるよう、「地域内資源循環」、「市場開拓・拡大」、「交流」の3つを基軸とした持続可能な生活スタイルとビジネスモデル構築に取り組むことで、若者の呼び込みと定着を目指す。</p> <p><b>【目標】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域内資源循環の仕組みづくり</li> <li>・外部人材の視点を取り入れながら地域資源を掘り起こし、新たな農産物加工品の商品開発、試作に取り組む</li> <li>・市場の開拓・拡大</li> <li>・地域の特産品の付加価値を可視化し、全国に向けた販売戦略を行う。</li> <li>・交流促進に向けた人材育成</li> <li>・道の駅加子母、明治座、ふれあいのやかた かしもなどを地域の歴史、自然、生業を活用したツアープログラムを創出する。</li> </ul>
外部専門家活用の背景	<div data-bbox="464 987 1342 1323" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>【背景・経緯】</b>              中津川市の最北部に位置する加子母地域(旧加子母村)は、農林業などの一次産業が盛んで、山村の文化を中心とした地域資源が多く残っている地域であるが、地元で創造的な仕事が少ないこともあり、後継者の確保、若者の減少などの問題を抱えている。              現状では、①村民は自分たちの持つ資源の価値を認識できていない。自信・誇りを持っていない。②村おこしのアイデアは多数あるが、アイデアを吸い上げる組織体が弱いことが課題となっている。</p> </div> <div data-bbox="821 1332 965 1400" style="text-align: center;">  </div> <div data-bbox="459 1391 1342 1581" style="border: 2px solid black; padding: 5px;"> <p><b>【平成 23 年度 of 取組方向】</b>              将来的に自立的かつ持続的に暮らしていける地域の基盤を構築するために、地域再生を担う人材・組織などの新たな仕組みづくりを行う。</p> </div> <div data-bbox="821 1579 965 1646" style="text-align: center;">  </div> <div data-bbox="464 1646 1342 1917" style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px;"> <p><b>【外部専門家の必要性】</b>              地域資源に対する価値や様々な「気づき」の創出、外部の視点を取り入れながらの地域における課題の抽出、地域再生を担う人材・組織の育成と新たな仕組みの構築、地域資源を活かしたコミュニティビジネスの構想や全体計画の策定等を進めるにあたり、専門的なアドバイスが必要。</p> </div>



- 【外部専門家活用のポイント】**
- 地域おこし協力隊の導入段階からの関与
    - ・本事業実施前の、地域おこし協力隊の導入段階から外部専門家が関与し、協力隊の導入意図や目的が地域内で共有された状態で事業を実施
  - 地域ぐるみの連携・協力体制の構築
    - ・外部専門家、地域おこし協力隊のほか、地域住民及び関係者等が参加するソーシャルメディアも積極的に活用しながら、協力隊を中心とした地域ぐるみの連携・協力体制を構築

## (1) 地域内資源循環の仕組みづくり

### ○地域における地域づくりの枠組みの構築

- ・「加子母むらづくり協議会」を設立し、自立のかつ持続可能な地域づくりに向けた体制を整備した。
- ・外部専門家が、「自立のかつ持続的な地域づくりに向けて」と題して講演した。
- ・西栗倉森の学校の牧大介氏を外部協力者として招いての地域資源調査と講演会を開催した。



### ○地域おこし協力隊の活動支援

- ・地域おこし協力隊の地域づくりや起業に向けた取り組みへの助言やネットワークづくりの支援を行った。
- ・Facebook、ブログでの情報発信とネットワークの構築を進めた。

#### (地域おこし協力隊の主な活動内容)

- ・かしも健康トマト村での就農支援研修を通じて、高齢化している農家の支援
- ・加子母森林組合で販売する木工品や桧葉抽出油のパッケージの検討など商品企画
- ・地域の零細な木工所でのWeb活用のアドバイス、割り箸製造の復活に向けた支援活動
- ・トマトを使用したチーズケーキ、しるこなど新しいメニューの試作
- ・味噌やコンニャクづくりなどの地元の伝統的な農産加工技術を習得



## (2) 市場の開拓・拡大

- ・首都圏でのテストマーケティングとして「すみだ青空市ヤッチャバ」、六本木ヒルズでの打ち水プロジェクト等で農産物や桧製品をPR。
- ・その他、名古屋城本丸御殿上棟式イベント、名古屋城宵祭り、トヨタ紡織サマーフェスティバル、岐阜県農業フェスティバル、中津川六斎市 等に参加。
- ・(株)ソシオの藤井マサル氏を外部協力者として招致し、観光名所やイベント情報や散策モデルコースなどの地域情報の発信に向けた地域版アプリ「加子母マップ」等を開発。



### (3) 都市部との交流促進

- ・観光庁のニューツーリズムのモニターツアーとして「加子母のツアー」を企画・催行。
- ・(株)モンベルとの提携による、道の駅加子母を拠点としたアウトドアプログラムの展開。
- ・木造建築のインターンシップ「かしも木匠塾」による古民家改修した都市交流拠点を整備。
- ・様々な地域の団体が主体となった交流・体験プログラムを企画・実施した。
  - ・「加子母のトマト収穫体験」(平成23年7月～10月 4回開催)
  - ・「木曾越峠の三十三観音を探そう」(平成23年11月)
  - ・「秋の乙女溪谷トレッキング」(平成23年11月)



○地域おこし協力隊を中心として加子母地区の人材・組織の連携が強化

- ・外部人材の視点を取り入れ、地域資源の掘り起こしや活用に向けた住民意識が向上した。
- ・「加子母る」という地域ブランディングのコンセプトに基づいて、様々な資源を活かしたグリーンツーリズムのプランを創出した。

○地域資源を活用した特産品の開発及び都市部での販路開拓、情報発信が進展

- ・首都圏でのテストマーケティングとして「すみだ青空市ヤッチャバ」、六本木ヒルズでの打ち水プロジェクトで農産物や桜製品をPRした。
- ・墨田区内の飲食店等とのネットワークを構築することができた。
- ・外部協力者として(株)ソシオの藤井マサル氏を招致し、観光名所やイベント情報や散策モデルコースなどの地域情報の発信に向け、地域版アプリ「加子母マップ」等を開発した。
- ・都市交流イベント等に参加し、トマトや木製品などの特産品PRを展開。
- ・観光庁のニューツーリズムのモニターツアーとして「加子母るツアー」を企画・催行した。

○地域おこし協力隊の技術習得や地域における役割の明確化と、起業マインドの向上

- ・地域おこし協力隊の農家へのサポート活動により、ヘルパー制度の必要性が認識され、行政や農協等を含めて体制整備に向けて検討が始まった。
- ・地域おこし協力隊が、かしも健康トマト村での就農支援研修を通じた高齢化している農家の支援、加子母森林組合で販売する木工品や桜葉抽出油のパッケージの検討など商品企画、地域の零細な木工所でのWeb活用のアドバイス及び割り箸製造の復活に向けた支援活動、トマトを使用した新しいメニューの試作等の活動
- ・道の駅加子母を拠点とする地域のコミュニティビジネスの確立に向け、その中核を担う(株)ゆうらく館のスキルが向上した。



等の活動により、起業・就業に向けた技術を習得するとともに、地域内のネットワークづくりが図られた。

【株式会社アミタ持続可能経済研究所 千田良仁】

地域には地域の方が当たり前すぎて気づいていない地域資源が眠っている。地域おこし協力隊などの外部人材がその眠っている資源に発見、着目してこれらを活用したビジネスモデルを構築し、地域で起業することによって生業を起し、定住につなげることが一つのモデルケースとなると考えられるが、これらの発生確率を高めるためには、地域での起業を目指す協力隊員と受け入れ地域とのマッチング（双方の「できること・したいこと・すべきこと」の共有）が極めて重要である。協力隊事業の仕組みとしては、地方自治体の事業であり、募集から選考・採用に至るスケジュールが画一的（通常の雇用募集と類似）であるために、協力隊および地域双方が、この事業によって何を成果とするのが明確でないまま始められるケースが多々あるように感じる。



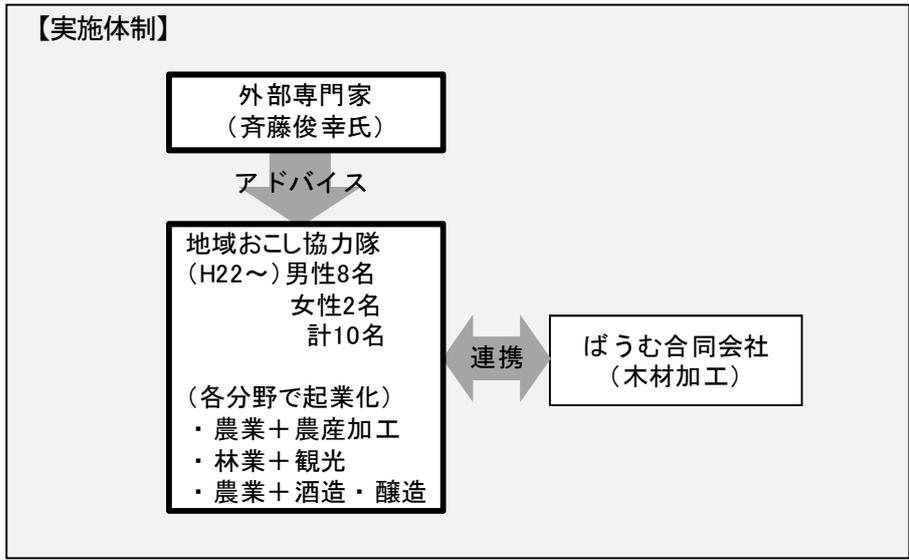
今回、中津川市でこれだけ多くの成果が出たのは、事前にかかるさと財団の地域診断事業を受け、その診断結果・提案をもとに協力隊事業を市が計画したことも大きかったと思われる。すなわち、地域おこし協力隊の導入を考えている地方自治体に対して、その導入段階から何らかの形で外部の専門家等が関わって事業計画を作り、マッチングや採用選考の段階から関与することが出来れば、採用後すぐに協力隊員は計画に従って起業・定住に向けた活動が始めることができる。この計画策定の段階から地域と共に検討をすすめることで、地域側の意識も変わってくるという効果が期待できる。そのため、専門家等外部人材が計画策定の段階から関与できるスキームがあれば、起業・定住の発生確率も高まり、地域での社会、経済的インパクトも大きい成果が期待できるようになると考える。

中津川市の場合、現在では協力隊員は地域のほとんどの方に認知され、地域を挙げて彼らを育てているというような状況が出来上がりつつある。中津川市にとっては新しい施策で試行錯誤の連続であったと思うが、地域おこし協力隊事業導入にあたり、移住定住推進部を新設し、併せて移住定住本部を設置し「移住・定住」に関する具体的な施策の方向付けと取り組みを全庁的に実施した。さらに4名の協力隊を1地区に集中的に導入したことも成功の要因になったと思う。さらに加子母総合事務所のメンバー全員で、現場で協力隊と一緒に活動し、積極的に地域の方を紹介するなど、地域おこし協力隊員の導入と育成にご尽力いただいたことに感謝したい。

(6) 高知県本山町(派遣外部専門家: 齊藤俊幸)

<p>事業名</p>	<p>本山町コミュニティビジネス定住促進事業</p>
<p>事業の目的・目標</p>	<p><b>【目的】</b>          吉野川源流域の深い森林を守り育てる林業と両立できる兼業ビジネスとして、付加価値の高い農産加工、酒類製造、観光ポテンシャルを活用したサービス産業の育成に取り組むことで、地域資源の活用と地域住民との協働による雇用創造と定住促進を目指す。</p> <p><b>【目標】</b></p> <p>○林業＋観光型コミュニティビジネス          ・地域おこし協力隊が地域住民とともに進めてきた石窯建設を今後も推進し、石窯集積による観光ポテンシャルを底上げし、林業で生まれる薪（C材）の地域内活用の促進、サービス産業としての雇用創造を目指す。</p> <p>○農業＋農産加工コミュニティビジネス          ・山間地として付加価値の高いハウス園芸、特に夏いちご、ワイン用葡萄の栽培試験を実施し、販路開拓とあわせて、雇用の受け皿となる農業法人の設立を目指す。</p> <p>○農業＋醸造コミュニティビジネス          ・日本一に輝いた「土佐天空の郷」米を活用した米焼酎、米酢、どぶろく等の酒類製造支援に取り組み、更なるブランド化と粒形選別で除外された米の有効利用・商品化を目指す</p>
<p>外部専門家活用の背景</p>	<div data-bbox="464 1128 1339 1346" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>【背景・経緯】</b>              人口減少、高齢化が進む中、平成 21 年度より外部専門家を受け入れ、平成 22 年度からは地域再生、産業振興を図ることを目的として、10 名の地域おこし協力隊を受入れ、“アドバイザーと地域おこし協力隊による活動体制”をいち早く構築している。</p> </div> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  </div> <div data-bbox="459 1413 1343 1565" style="border: 2px solid black; padding: 5px;"> <p><b>【平成 23 年度の取組方向】</b>              地域おこし協力隊は 2 年度目に入り、各隊員の経験や取組を踏まえ、定住へ向けた起業環境を整備する。</p> </div> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  </div> <div data-bbox="451 1621 1347 2018" style="border: 1px solid black; border-radius: 20px; padding: 10px;"> <p><b>【外部専門家の必要性】</b>              外部専門家には引き続き 10 人の地域おこし協力隊のリーダーとして機能し、地域おこしの現場に同行し活動に関し助言が必要である。              具体的には、各地域おこし協力隊員の取組を踏まえ、木材の地域内消費につながる観光プログラムづくりのアドバイス、酒造・醸造の組織設立及び醸造方法、製品製造等のアドバイス、農業の付加価値づけや農業者の雇用の受け皿となる組織設立に向けたアドバイスが必要。</p> </div>

実施体制  
と  
外部専門  
家活用の  
ポイント



- 【外部専門家活用のポイント】**
- 起業・ビジネス化へのアドバイスを継続依頼
    - ・外部専門家は、平成 21 年から本山町のコミュニティビジネス創出及び地域おこし協力隊の募集に関与し、起業・ビジネス化に向け地域に根ざしたアドバイスを継続的に実施
  - 外部専門家が地域に定住
    - ・外部専門家が地域に定住し、地域おこし協力隊員の見守り役、まとめ役として、身近に助言・指導等の活動ができる環境を用意

(1) 林業+観光型コミュニティビジネス（石窯ピザツアーの開催）

- ・製材所での研修及び薪の供給・配達による事業可能性を検討。



- ・サービス産業の経験のある隊員に対して珈琲焙煎機の紹介、石窯によるピザ焼き研修を実施。
- ・石窯集積によるピザ産地化、観光化を図るためのモニターツアーを高知新聞フリーペーパーミリカとの共同により2回実施し、事業化の可能性を把握。



## (2) 農業+農産加工+農業法人設立コミュニティビジネス

- ・ 本山町農業公社と農業研修を進める地域おこし協力隊と連動して定植試験を実施し、地域おこし協力隊の雇用の受け皿となる農業法人の設立を検討。
- ・ 大豆の定植試験を実施したが全国的な不作となり、原料大豆は収穫できなかったが、隊員が独自に大豆を購入し味噌づくりを実施。
- ・ 農業での就農を目指す隊員は簡易ハウスを建設し、耕作試験を開始。ロケットストーブによるハウス暖房の可能性についての試験を実施し、新規営農の方向性を検討。
- ・ 耕作放棄地を活用したマコモダケを定植。
- ・ 畜産農家と協働して土佐あかうしの6次産業化として、加工所設立、肉巻きおむすびの販売を実施。すじ肉のシチュー、カレーなどの調理技術を習得し、土佐あかうし懇親会等でのあかうし半頭買いによるイベントでの販売。
- ・ 3人の認定農家が必要要件となっている農事組合法人設立の検討。



## (3) 小規模酒・酢醸造型コミュニティビジネス

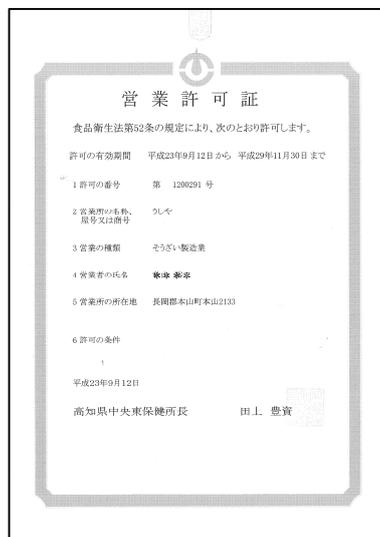
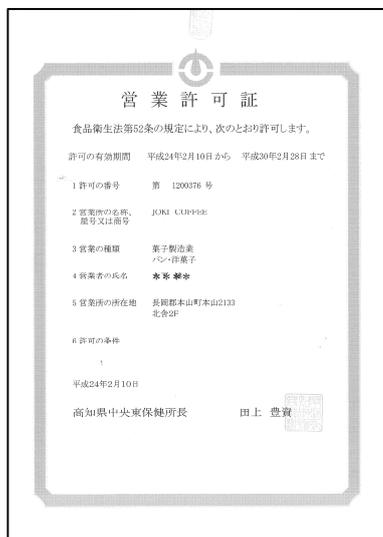
- ・ 米焼酎、どぶろく、酢（ソース、ドレッシング等）、ワイン等のコミュニティビジネス化に向けた製造免許を申請。
- ・ 製造担当者となる人材を米焼酎製造研修に行かせ技術を習得。
- ・ 農家によるどぶろく製造免許の取得及び農家レストラン建設や商品化（デザイン）の支援。



○地域資源を活用したコミュニティビジネスにつながる試験、免許取得、設備導入等を積極的に実施し、起業・ビジネス化に向けたプロセスが進展

- ・高知新聞フリーペーパー「ミリカ」主催の石窯モニターツアーの開催（0 隊員）
- ・米焼酎製造免許申請による雇用の受け皿づくり（ぼうむ合同会社）
- ・農家レストランとどぶろく醸造所の設立支援（K 隊員、NJ 隊員起業支援）
- ・耕作放棄地の再生とマコモダケの移植、産地形成（N 隊員）
- ・土佐あかうしの肉巻きおむすびの開発、加工所うしやの開設（N 隊員）
- ・地域おこし協力隊の石窯パン、ピザ、珈琲焙煎技能習得による起業・定住（0 隊員：起業）
- ・地域おこし協力隊の林業による定住（I 隊員：製材職人に弟子入りによる職能習得）
- ・地域おこし協力隊の農業による定住（K 隊員：トマト農家で研修、E 隊員：ハウスによる植栽試験の開始）

【参考】隊員が取得した営業許可証



○多くの地域おこし協力隊が3年経過後の起業・定住意向を表明

- ・起業に向けた、協力隊員の自立的、主体的な取組が進展したことで、地域おこし10名のうち8名が、何らかの形で定住の意向を表明している。

【イング総合計画株式会社 齊藤俊幸】

高知県本山町は山間地にあり、手立てとなる市場に遠く起業・定住に大変不利な地域である。しかしこうした過疎地に雇用の受け皿を作ることは今後の日本の行く末を考える意味でも重要な作業ではないかと認識している。

本山町は林業で生きてきたまちであり、吉野川源流の森を守り育てることの使命を持ったまちである。平成21年度には「天空の郷米」日本一という米ブランド化に成功した。こうした農林業に対する努力の継続性を持たせるためにも、地域おこし協力隊員の起業・定住のポイントは小さなマーケットでも生きて行ける兼業化であり、付加価値を生む多様な職能開発は重要な手だてではないかと考える。



本山町の地域おこし協力隊導入時から関わり、協力隊導入2年目が終わろうとしている。協力隊赴任の初年度は地域の中である意味で遊んでいてもかまわないが、2年度目には起業・定住に関する取り組みを行うことは必須の課題である。ここを逃すと起業・定住には結びつかないのではないかと。

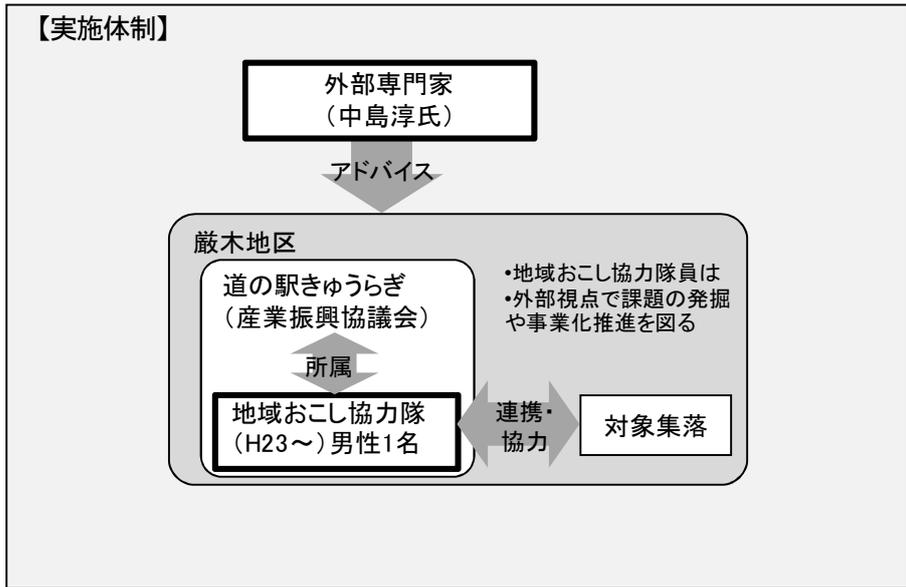
全国における地域おこし協力隊の定住率は10年くらいの長い目でみるとどれくらいになるのだろうか。新規営農者の定住率が15%とされているが、協力隊の定住率が30%を確保できれば成功といえるのではないかと。

また、本山町の定住率は全国平均より高いのではないかとと思う。本山町は今後、3年ごとの10人程度の入隊を3回は繰り返し10年で新たな担い手集団を作ることができれば、地域にとって大きな成果となるのではないかと。

このためには地域おこし協力隊は森で生きる覚悟と体を作ることが肝要で、自治体当局は、協力隊活動と並行して雇用の受け皿を作ってゆくことが重要な課題と言える。ここは外部専門家の目利きや嗅覚が重要であると考え。協力隊員との関わりを臨機応変に対応しながら変化に対応することが求められた一年であった。

(7) 佐賀県唐津市(派遣外部専門家:中島淳)

<p>事業名</p>	<p>地域生活拠点活性化モデル支援事業 ～道の駅を軸とした新たな集落事業への挑戦～</p>
<p>事業の目的・目標</p>	<p><b>【目的】</b> 「道の駅きゅうらぎ」を核とした新たな集落商いのモデルを構築するため、外部人材の育成、受け皿形成、自立できる環境整備及び地域に経済性をもたらす新たな事業の芽の発掘に取り組むことで、中山間地域とりわけ農業分野における新たな事業の創出推進と地域での経済生産性の向上を目指す。</p> <p><b>【目標】</b> ・「道の駅」を核とした新たな集落商いのモデルの構築</p>
<p>外部専門家活用の背景</p>	<div data-bbox="461 741 1337 1155" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>【背景・経緯】</b> 少子高齢化などの社会構造の変化に伴って、特に中心部から離れた周辺地域、中山間地域において食料品や生活雑貨を扱う商店が消滅し、いわゆる「買い物弱者」の問題が生じ始めている。 本事業で対象とする「厳木」（きゅうらぎ）地区（旧厳木町）は土地の7割強を山林が占めている中、地場の農林業のみならず暮らし自体の維持が難しくなりつつある。一方、本市は大消費地である福岡市からほど近いことや、こと「厳木」地区には現状に危機感を強める有意思者の存在が確認できていること等から、多くの可能性があると思われる。</p> </div> <div data-bbox="821 1153 965 1220" style="text-align: center;">  </div> <div data-bbox="461 1223 1337 1451" style="border: 2px solid black; padding: 5px;"> <p><b>【平成 23 年度 of 取組方向】</b> 地域課題解決に向けて、総務省「地域おこし協力隊」制度を活用し、農山村集落と地域生活拠点との連携の強化と、農山村集落でも成り立つビジネスモデルを探るため、唐津市事業「地域生活拠点活性化モデル事業」を実施する。</p> </div> <div data-bbox="821 1451 965 1518" style="text-align: center;">  </div> <div data-bbox="461 1520 1353 1883" style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px;"> <p><b>【外部専門家の必要性】</b> 本事業では、地域の各団体・組織と連携して地域産業支援組織を設立し、そこに地域おこし協力隊員を導入して様々な活動を行うことを予定しているが、支援組織にも協力隊員にも地域課題解決のための専門的なノウハウがないため、外部専門家には協力隊員及び支援組織の活動に対する継続的な助言、指導をお願いし、課題解決に向けて一定の成果が得られる活動となるよう、事業全体の総括アドバイザー的な役割が必要。</p> </div>



- 【外部専門家活用のポイント】**
- 地区における外部人材受入・協力体制の構築
    - ・事業の初めの段階から、外部専門家が地域内の対象集落を回って意見交換、ヒアリングを行えるよう段取りを行い、プロジェクトに対する地域の意識醸成・コンセンサス形成を図るとともに、その担い手となる外部人材の受入・協力体制を構築
  - 地域おこし協力隊の導入・採用への関与
    - ・事業期間中の地域おこし協力隊の募集・選定プロセスに外部専門家のアドバイスを活用し、地域の課題や目的に沿った高度なスキル・意識を有する人材を採用

(1) 既存の道の駅の暮らし拠点としての変革と協力隊員の受入体制づくり

- ・道の駅の経営革新について、まずは販売方法やデータ管理など道の駅単独で取り組めることについて、外部専門家の指導を受けながら改善を実施した。
- ・地域おこし協力隊員の受入体制について、外部専門家、行政及び道の駅を管理する厳木町産業振興協議会が一体となって、協力隊員が活動しやすい体制を構築した。
- ・地域活性化の拠点となるための道の駅改革プロジェクトを作成し、平成24年度からの本格実施に向けて、準備を実施した。

(地域おこし協力隊員の活動)

- ・道の駅店舗改装、POP作成、店員の意識改革など積極的に実施した。
- ・外部に向けての情報発信や販路拡大などに積極的に取り組んだ。
- ・地区と道の駅が共同で取り組む各プロジェクトの統括として企画立案等に取り組んだ。
- ・地域おこし協力隊員が、地区（地域）、道の駅の現状等から、今後の道の駅の在り方などについて独自の改善策をまとめた。
- ・事業地区以外の各種団体との連携を積極的に模索した。

【道の駅が抱える課題】

- 直売所型道の駅
- POSシステムの旧式化
- 農産物集出荷システムの限界
- 従業員意識の硬直化
- サービス(陳列、商品、営業時間、接客等)の固定化
- 所有する保冷車の未活用

【最近の社会環境の変化】

- 高地集落(出荷生産者居住)の少子化、高齢化＝買い物難民化
- 近隣スーパー、コンビニ等の撤退
- 顧客要求の高度化(顧客の目の肥え)

≠ 単なるシステムのバージョンアップ、経営改善  
追いつくだけ

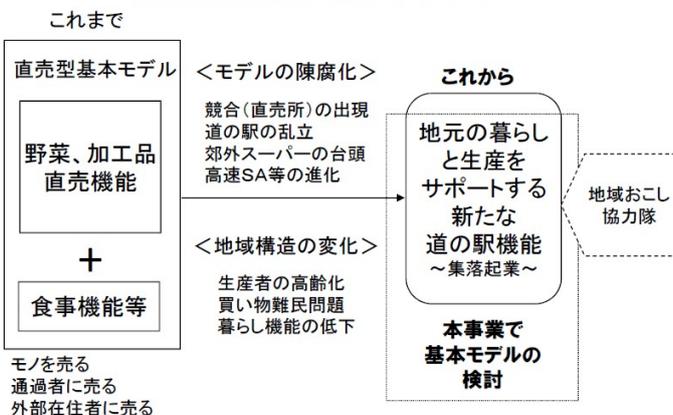
＝ **本事業のこだわり**  
機能のイノベーション  
生産物の販売から暮らしのサポートへ

1995年開業当時は先端の道の駅で、多くの道の駅のモデルとなったが、発展スピードが社会的環境の変化に追いつかず、開業当初のままで仕組みが凍結している。

買い物難民対策のみならず「集落自立」と「道の駅再生」の機会

道の駅Revolution

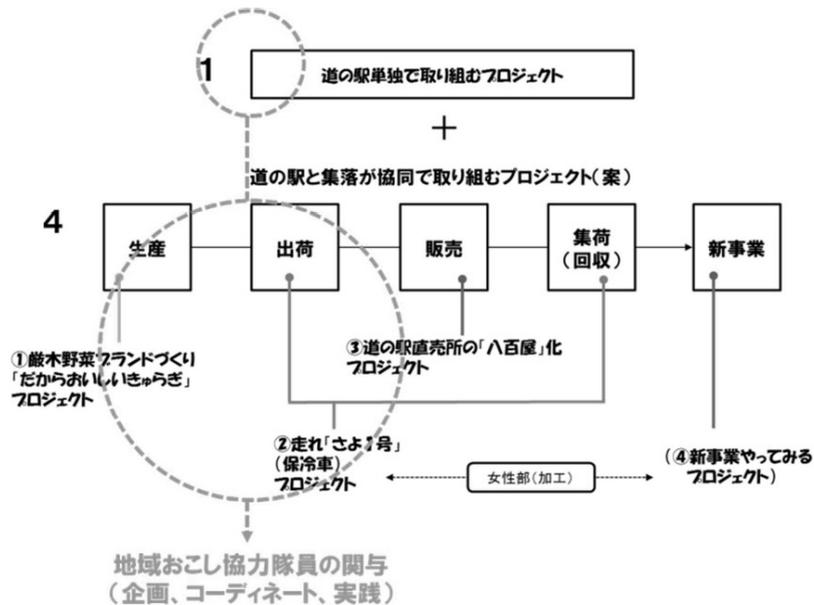
～直売型基本モデルから暮らしサポートモデルへ～



## (2) 地域おこし協力隊の取り組みフォロー

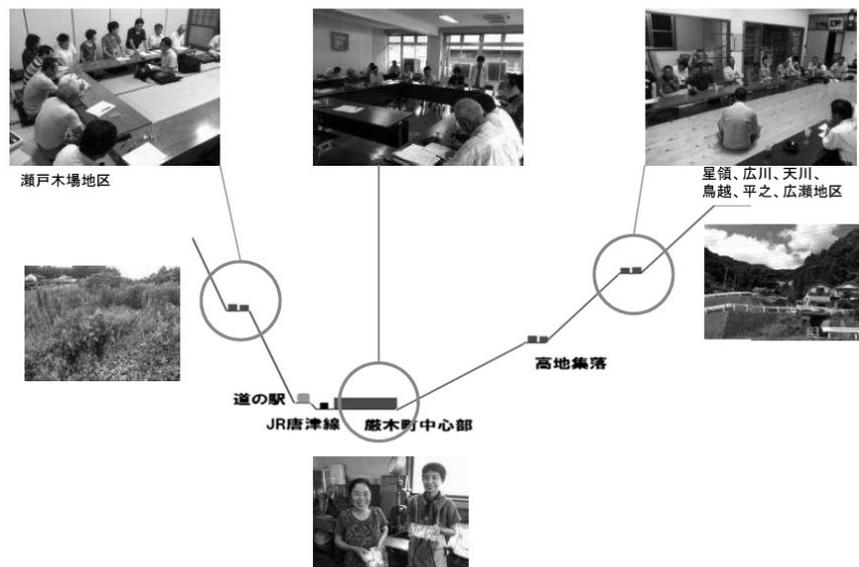
- ・地域おこし協力隊員が企画した各種プロジェクトについて、外部専門家及び行政が助言を行った。
- ・企画したプロジェクトの推進について、地区（地域）や各種団体への協力や調整を行政から要請を行い、事業の円滑な遂行を支援した。

### ■ 1+4プロジェクトの発足



## (3) 舞台となる地区（地域）の意識醸成及びコンセンサスの形成

- ・産木町地域内の各地区で、地区の現状等についてヒアリング調査を実施した。
- ・各地区の代表も参画し、地域活性化における地区の役割などについて、今後の方向性などの合意形成を図った。
- ・地域おこし協力隊員が各地区を巡回し、会合などで本事業の概要説明や協力等を要請した。



○地区の活性化プロジェクトについて、地域の意識やコンセンサスが醸成

- ・道の駅運営主体（産業振興協議会）の理事会開催の頻度や道の駅運営に対する具体的な改善的アクション、本事業への全面的協力体制の構築（例えば地元住民への本事業への参加呼び掛けと結果としての高出席率の維持）。
- ・協力隊員が中に入ることによって、「本当はしたいのだけどできないこととその原因」が明確になり、「諦めないこと」、「まだ出来ることがあるということ」を掘り起こしている。具体的には女性従業員の「まだまだやれる」可能性（伸びしろ）を発掘している。
- ・本事業はまず客観的かつ俯瞰的に組織や地域に入り込むことから、両者間に多様な意識のずれがあることを早期に確認している。地域おこし協力隊員にその間に立つてもらうことで、多くの改善点が発見できつつある。
- ・「何かしなければならぬ」と漠然と考えていた地元住民、産業振興協議会の理事、「やっても無駄かも」と諦めつつあった生産者が、本事業を通して共同で幾つかのプロジェクトを立ち上げ、動いてみようという意識を持つまでに至った（大きな成果の1つと考える）
- ・厳木地区内でも関係の希薄であった集落同士（例えば山間部集落と平野部集落間）、隣接自治体内の商業施設間、ならびに同地区内の異業種間（道の駅と温泉、加工施設等）の事業連携の可能性を見出した。

○地域一体となった地域おこし協力隊の受入及び協力体制の構築

- ・本事業のプロジェクトから派生する事業を活用した新たな起業への可能性について、外部専門家、行政等が中心となってサポートしていく体制ができた。
- ・地域おこし協力隊員の受入、定住及び起業に向けて、本事業に関わっている地域住民、関係団体、行政などが一体となった受入体制の構築を図ることができた。
- ・地域活性化について外部人材を活用した地域おこし協力隊事業などに全市的に取り組むこととなり、今後地域における起業や定住を促進する施策について、検討することができた。

○地域おこし協力隊の効果的な活動により、具体の改善プロジェクトが早期から進行

- ・道の駅改革プロジェクトの3つの柱の策定により、地域おこし協力隊員の役割を明確化し、定住及び起業への意識醸成を図ることができた。
- ・隊員主導による新たなコミュニティビジネスの芽が創出した

<新たなコミュニティビジネスの例：現時点は検討、協議、試行の段階>

- ①買い物難民対策事業（地元スーパーとのコラボレーションの可能性確認）
- ②地元野菜の付加価値化（ブランド形成）
- ③加工業の創出（地元加工施設を使っでの新たな事業計画）
- ④道の駅売上増強プロジェクト（棚変え、業務改善、商品見直し等）
- ⑤道の駅の情報発信機能の強化 等

## 【株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ 中島淳】

本事業は単年度事業であるが、目的はあくまで新規定住者（本案件の場合は地域おこし協力隊員）が将来的に当該地域でこれまで地元ではできなかった必要事業を起業し、自立して定住できるための助走サポートであるとする。



唐津市は佐賀県屈指の都市であるものの、山間部だけでなく市街地も多く課題を抱えており、そこでの起業（特にコミュニティビジネス）は容易なことではない。

これらを踏まえ、今後の課題・提言として以下の3点を挙げたい。

### ①まず協力隊員等外部からの新規サポーターの人数を増強

現在実行しているのは、一人の協力隊員による一つの地区支援であり、唐津市内では他に5つの旧町地区と2つの旧村地区を有していることから、市として全体的な取り組みが必要だと考えられる。このことにより、先行する厳木地区での取り組みもその不足分を補完される可能性を持ち、効果を上げることが期待される。協力隊員の情報量も増え補完しあえることから、平成24年度の増員に関しては具体的に話が進められている。

### ②プロジェクトの自立

現在は道の駅の集客力、売上力の向上と、生産者等の販売機会の強化を目標にしたいくつものプロジェクトを実施しているが、プロジェクト自体がコミュニティビジネスであり補助に依存しない自立した事業であることが求められおり、将来的にはプロジェクトを協力隊員が持ってスピリアウトすることも現時点から想定しておく。

### ③地域おこし協力隊のポジショニングの明確化

3年間の期限を保証される地域おこし協力隊員でも、採用後のポジションや契約形態、条件は不安定なのが現状である。本人の潜在的な能力が発揮できる環境を整備することはもちろん、できるだけ早い段階から本人のミッションを本人、地域（地元）、行政が共有することが望ましい。本年度事業ではそれがうまくいったが、受け入れ側が「意識」し続けなければ上記①の実行は難しい。

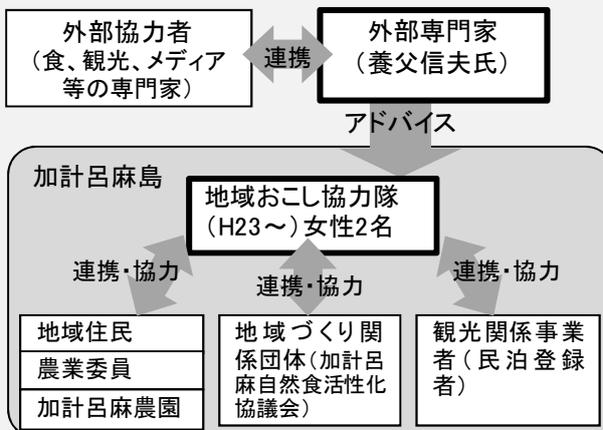
結果的には地域に入った地域おこし協力隊員を外からコントロールしたカタチになった最後の3ヶ月であった。現在の協力隊員の属人的な能力の高さを認めた取り組みであり、私自身はこのような活動は珍しく、ある意味で理想的な状態であった。やる気があり、人を動かす能力を持つ人材が地域に出現すると停滞していた地元の気持ちに花が咲く現象も確認できた。一方このことは、できるだけ早期に目に見える動き、成果を見言ひ出さなければ失望感に変わる危険性があることを意味しており、外部専門家としてはここでバトンを渡し切ることができず、平成24年度も引き続きフォローする予定である。

外部専門  
家からの  
コメント

(8) 鹿児島県瀬戸内町(派遣外部専門家:養父信夫)

<p>事業名</p>	<p>加計呂麻島移住・交流促進事業 ～島の資源を活かした交流産業活性化プロジェクト～</p>
<p>事業の目的・目標</p>	<p><b>【目的】</b> 加計呂麻島の地域資源を活用した新たな観光・交流プログラムの創出や廃校活用による施設運用の仕組みづくり及び地域住民や移住・定住者が島の六次産業化に携われる仕組みづくりに取り組むことで、都市部からの移住・交流を推進するとともに、過疎化が進行する町の活性化を目指す。</p> <p><b>【目標】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源（自然、歴史、文化、食、人材等）を活かした新たな観光・交流プログラムの創出（ツアーメニューづくり）</li> <li>・廃校を活用した長期滞在型施設の運用の仕組みづくり（加計呂麻自然学校の設立）</li> <li>・地域住民及び都市部からの移住・定住者が島の六次産業化に携われる仕組みづくり（雇用につながる運営体制の確立）</li> </ul>
<p>外部専門家活用の背景</p>	<div data-bbox="464 902 1342 1274" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>【背景・経緯】</b></p> <p>本町における体験型観光の受入体制は十分とは言えず、意識レベルにも大きな差があるため、何をどのように進めていけばよいのか分からない状況となっている。</p> <p>加計呂麻島は、自然景観、資源も豊富であり、グリーンツーリズム、エコツーリズムといった地域の資源を活かした新たな観光事業の可能性が高くなると思われるが、廃校等の公共施設の利活用や民泊による体験観光の受入体制づくり、地元食材の活用が大きな課題となっている。</p> </div> <div data-bbox="804 1274 951 1339" style="text-align: center;">  </div> <div data-bbox="459 1344 1345 1608" style="border: 2px solid black; padding: 5px;"> <p><b>【平成 23 年度の取組方向】</b></p> <p>加計呂麻島の活性化のため、地域おこし協力隊員を 2 名採用し、地域資源の活用方法、着地型観光のツーリズム商品の作り方、組織づくり、廃校を活用した長期滞在型施設の運用施策、地域の 6 次産業に都市住民が参画する仕組み、そして両方のテーマに共通である情報発信など、加計呂麻島の活性化の基盤づくりを進める。</p> </div> <div data-bbox="804 1608 951 1673" style="text-align: center;">  </div> <div data-bbox="448 1677 1342 1964" style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px;"> <p><b>【外部専門家の必要性】</b></p> <p>限られた時間の中で、最大限の効果を出すためには、専門家の助言が必要である。今回、外部専門家には、地域おこし協力隊の活動指針、内容などについても適切なアドバイスをいただきたいということと、併せて、今回の専門家である養父氏の経歴、ノウハウからして、①都市農村交流による島の活性化、②移住・定住施策のアドバイスが必要。</p> </div>

【実施体制】



<外部協力者>

氏名	所属	主な役割
水谷 幸男	写真家、作家、 クリエイティブディレクター	地域資源の撮影、雑誌掲載等による情報発信PR
山口 久臣	野外教育研究所 I O E	自然体験学校設立に向けての組織づくり等
島村 菜津	ノンフィクション作家	地元食材を活用したスローフードのブランド化
熊崎 俊介	旅行読売出版社	モニターツアー参加による観光メニュー等
中野 幸浩	株式会社九州のムラ市場	福岡マーケットに向けての販売方法や特産品開発などの指導
木谷 敏雄	株式会社マインドシェア	民泊型教育旅行、着地型観光商品づくり
北島 淳朗	社会福祉法人ふるさと	廃校活用実践者、宿泊業関係者へのアドバイス

【外部専門家活用のポイント】

○地域おこし協力隊の導入・採用への関与

- ・本事業実施前の、地域おこし協力隊の募集・選定段階から外部専門家が関与し、地域の課題や目的に沿った高度なスキル・意識を有する外部人材を採用

○島ぐるみの連携・協力体制の構築

- ・地域おこし協力隊を中心とした島ぐるみの連携・協力体制を構築したことで、外部専門家は外とのつなぎ役として販路づくりや情報発信といった得意分野に特に注力

### (1) まちづくり研修会の開催

- ・起業者定住促進モデル事業概要、年間計画など関係者（区長など）を対象に説明会を開催。
- ・外部専門家による講演を行い「マチとの交流から移住・定住へ」をテーマに6次産業化などを提唱した。
- ・移住者等による起業の方策について助言を行った。
- ・事業説明会及び研修会へは町内集落区長、地区コミュニティ担当役場職員、地域おこし協力隊員、観光協会、商工会員など85名が参加した。



### (2) 地域資源の発掘と活用

#### ○地域資源の発掘

- ・加計呂麻島の全体像を把握し、地域資源（自然、食、人、祭など）の調査、撮影などを中心に行った。
- ・地域の資源を地域おこし協力隊員の事前調査や地元ツアーガイドの意見を参考に、撮影等により記録した。
- ・地域の食材や地元料理について集落へ協力を依頼した。

#### ○都市交流施策

- ・鎮西地区を中心に、着地型観光、エコツアー、ブルーツーリズムといった都市部と地域との交流促進に活用可能な地域資源を調査し、この地域での都市交流の促進のための施策を検討した。
- ・隊員が行ってきた活動についての情報交換及び今事業での隊員の役割についてすり合わせ、打ち合わせを行った。

#### ○移住・定住施策

- ・実久地区を中心に、移住・定住施策に活用できうる地域資源（空間、廃校、生業の場、空き家状況など）を調査し、この地域で移住・定住促進のための施策を検討した。
- ・自然体験学校の設立や空き家の登録について校区の代表や集落区長とともに協力を依頼した。
- ・山村留学の仕組みなどを説明し、短期、中期、長期にて都市部の子供たちを受け入れるための施策について意見交換を行った。

#### ○食資源調査

- ・外部協力者に入っいただき、長寿食の中核となる調味料を中心に、食資源の物語、今後の事業展開の可能性などを調査した。



#### ○民泊促進

- ・都市交流施策及び移住・定住促進施策の一環として、加計呂麻島での民泊を啓蒙、普及するために講演会及びワークショップを行った。
- ・各集落の区長に紹介していただいた個人ごとに民泊の登録を依頼した。

### ○モニターツアー実施

- ・都市住民を募集し、2泊3日のモニターツアーを実施。都市住民の視点、ニーズを直接ヒアリングし、アンケート調査も実施した。
- ・モニターツアー参加者の希望もヒアリングし、ツアー内容を地域おこし協力隊と検討し、移住・定住に向けての島の魅力、課題について意見交換を行った。



### ○食資源活用施策

- ・地域内の生産者、加工グループ、飲食店などを中心に、「家庭料理大集合」的なイベントを実施。その中で、さらなる食のブランディング化のための施策を検討した。
- ・九州のムラ市場中野店長を外部協力者として招へいし、福岡マーケットに向けての販売方法など指導した。
- ・地域おこし協力隊は地域内の生産者、加工グループ、飲食店などとの連絡調整を行った。
- ・加計呂麻の食材である味の「さしすせそ」を活用した島料理のレシピづくり
  - ※（「さしすせそ」とは、サトウキビからとれる黒砂糖・サンゴの海から作られる天然塩・サトウキビと天然の菌で作られるキビ酢・クロマグロの内臓から作る漁醤・島々に自生する蘇鉄の実からつくる蘇鉄味噌）

### ○着地型観光メニュー構築

- ・加計呂麻島では歴史と自然環境など多様な地域資源を有しており、これら資源の有効活用による地域振興のために、こうした地域資源を活用した体験メニューの組み立て方を学ぶための講演会やワークショップの実施、先進地事例調査などを行った。

### (3) 地域情報の発信

- ・島の経済創出のカギと思われる「観光（自然学校、エコツーリズム的）」と「食（調味料など加工品、長寿食の材料となる農産物・果物類）」に特化し、
  - ①「九州のムラへ行こう」（15号、17号）、他誌「野菜畑」（冬号）、それにフェイスブックなどのソーシャルメディアを活用した情報発信を行い、交流拡大に努めた。
  - ②「観光」「食」分野の専門家を毎回協力者として一緒に入ってもらい、現地アドバイス、それに都市部での出口づくりの協力体制をとってもらい、経済活性化支援を行った。（例；九州のムラ市場、九州ムラコレ市場など）

風は南から…。  
鹿児島県 奄美大島 瀬戸内町

カケロマジマ

## 加計呂麻島 観光物産展

～奄美大島（シマ）の香りをのせて～ in 福岡

とき：平成24年 1月21日（土）10:00～18:30  
22日（日）10:00～18:30  
※商品がなくなる次第販売を終了いたします。

ところ：マリノアシティ福岡 1Fオーガニックガーデン  
※九州のムラ市場 館

### 奄美産「クロマグロ」解体ショー

先着150名様にプレゼント 22日14:00～

実演販売!! 黒糖づくり さとうきび絞りたてジュース  
黒糖からんとろ つまあげ 美奈塩 ちんすくね かいし 黒糖 ぽんず しょうゆ ハンパシジュース等  
奄美・瀬戸内町の特産品を多数取り寄せております。

特設ステージにて「島唄ライブ」開催!

問合せ先：奄美大島 瀬戸内町役場 まちづくり観光課 tel.0997-72-1115  
http://www.amami-setouchi.org http://www.kyurajima.com/

○地域おこし協力隊を中心として加計呂麻島内の人材・組織の連携が強化  
・6次産業化に向けた加計呂麻自然食活性化協議会の設立

○加計呂麻島における移住・交流受入の気運醸成

- ・移住体験モニターツアーを11月18日～20日に開催し、東京からの参加を含む5名が参加。今後、島への移住定住希望者が1～2名。その際、島の民泊も組み入れ、民泊機運の醸成に努めた。
- ・これまで少なかった空き家バンクの登録について、地域おこし協力隊員の活躍により理解されるようになった。
- ・移住体験モニターツアーの実施により移住希望者の課題や問題点が理解できた。
- ・加計呂麻地区において、14軒が民泊受入世帯に登録した。



○地域資源を活用した特産品の開発及び都市部に対する販路やネットワークを構築

- ・地元農産物の販売促進（青空市の開催）
- ・着地型観光商品の開発（自然体験ツアーの企画受け入れ）
- ・養殖クロマグロの内臓を活用した魚醤の商品化
- ・真珠養殖後の貝殻を活用したアクセサリーづくり等の体験メニューの開発
- ・島の調味料「味の さしすせそ」を活用した新たな特産品の開発
- ・福岡（マリノアシティ）へのアンテナショップの開設
- ・「地域おこし協力隊」個々人のスキル、経歴、今後のやりたいことを踏まえ、彼女たちにとって今後必要となる人脈、事業を積極的につなげた。（例：産品販売系のムラ市場、ムラコレ市場、東京のファーマーズマーケット、食の専門家とのネットワークなど）

＜地域おこし協力隊員が中心となって企画・実施した青空市のチラシ＞

いっしょに ワクワク つくりましょ！

## 加計呂麻青空市

【時間】 8:00AM～11:30AM

【開催場所】 瀬相港 .....

※加計呂麻バスの1便で行き、帰りは2便が可能です  
島自然の形み O手作+10

美味しいものいっぱい！

地産地消

新鮮！

次回は  
**2月4日**  
(土曜)

※台風などの悪天候により中止する場合がございます。

お問い合わせ… 血井 080-2697-4178    **マイバッグを持参しよう！**    **“出店者大募集！”**  
加計呂麻農園 川島 090-7445-8911    自慢の野菜など農作物を販売してみませんか？

【株式会社マインドシェア 「九州のムラへ行こう」編集長 養父信夫】

農村漁村など地域に都市部の人材が移住定住し、同時に起業していくための重要なポイントは以下の3点と思われる



1. いかにかいい人材を集めるか！

小さな集落になればなるほど、一人の人材の良し悪しが大きく作用する。今回の地域おこし協力隊の募集にあたっては、自分自身15年間の地域活性化活動で直接出会った方々約5000人のメルマガ配信と、東京で定期的開催している大手人材斡旋会社と共催の「田舎暮らしセミナー」を行った。確率的にいい人材は首都圏に集中しており、その中で「田舎暮らし」「ソーシャルアントプレナー」「六次産業化」「地域社会化法人」などのキーワードに興味ある都市部人材をどうつなげられるかが大きなポイントといえる。

2. 「地域おこし協力隊」の認知、活用の拡充

最長3年間、地域にしっかりと関わられて、行政も応援体制を組めるという意味では、「地域おこし協力隊」が一番有効な施策である。地域での移住・定住の最初のハードルを下げる意味でも、是非この施策を各自治体が積極的に活用することが大きなポイントである。

3. 六次産業化施策との連携

ヨソ者が地域で起業する、それによって地域も活性化する。という意味においては、現在国が進める「六次産業化」という考え方が両方にとって一番理想の形である。しかもヨソ者個人の六次産業化ではなく、移住定住した先の地域の資源を活用した地域の六次産業化という形が望ましい。

そのために、農水省や内閣府をはじめ各省庁の事業とも連携していくことが重要なポイントである。

これからは、“企業誘致より起業家誘致”の時代だと思っている。一人の起業家マインドを持った人材が地域に一人入っただけで、地域は活気づく可能性は高い。地元で生まれ育った若者たちが、卒業後、ムラやシマを離れて都会に暮らすのをきっかけに地域に戻ってこないのが当たり前となっている中、逆に都会で生まれ育った若者たちが、あえてムラやシマに移住するケースも少なくはない。今回、「地域おこし協力隊」で入ってきた女性2名もそれぞれの分野で起業を目指すヨソから島に来た若者たちである。

外部専門家からのコメント

## 第II章 地域力創造セミナー

### II-1 地域力創造セミナーの目的と趣旨

地域力創造セミナーは、活力ある地域づくりや課題解決に取り組む各地方公共団体のノウハウ蓄積、人材育成等を支援するとともに、共通の行政課題に取り組む地方公共団体同士や講師とのネットワーク構築の場を提供する目的で地域活性化に興味のある行政職員、地域づくり団体職員等を対象として実施した。

表 II-1 平成 23 年度の地域力創造セミナー開催概要

回・開催日	開催場所	開催テーマ	テーマ趣旨
第1回 5月26日	沖縄県市町村自治会館 (沖縄県那覇市)	地域の活性化に必要なものとは	特産品開発と映画ロケ誘致を中心とした取組事例から、地域の活性化に求められる人材、環境づくりに必要なポイントについて実践者から学ぶ。
第2回 7月28日	世界貿易センタービルディング コンファレンスセンター (東京都港区)	人的支援の可能性と課題 ～災害対応力向上と地域活性化を兼ねた地域づくりの秘訣とポイント～	地域の災害対応力の向上と地域の活性化を結びつけた地域づくりを推進するために地域が押さえておくべきポイントについて、復興まちづくり経験者から学ぶ。
第3回 9月29日	金沢市文化ホール (石川県金沢市)	地域人材の出番や機会の作り方、広げ方	やる気や熱意、ノウハウをもった地域の人材が活躍できる出番や機会を生み出し、人と人とのネットワークを広げていく仕組みづくりの視点とポイントについて、実践者から学ぶ。
第4回 11月29日	京都私学会館 (京都府京都市)	ひと・もの・こと・地域資源の 見つけ方、活かし方	地域の「ひと・もの・こと」を探し、「地域資源としてデザイン」する視点やポイントについて、実践者から学ぶ。
第5回 1月31日	広島国際会議場 (広島県広島市)	住民が自ら動くきっかけづくり・場づくり・組織づくり	「自分たちの地域のことは自分たちで」などの地域住民が自ら動くきっかけづくり、場づくり、組織づくりに必要な視点やポイントについて、実践者から学ぶ。
第6回 2月22日	関西大学東京センター (東京都千代田区)	文化芸術の振興によるまちづくり	地域の「ひと・もの・こと」といった文化芸術の資源を探し、「文化芸術とまちづくりを融合」する際の視点やポイントについて、実践者から学ぶ。

---

## 11-2 地域力創造セミナーの実施概要

### (1) 第1回地域力創造セミナー

#### ① 開催概要

テ ー マ：『地域の活性化に必要なものとは』 開催日時：平成23年5月26日（水） 開催場所：沖縄県市町村自治会館（沖縄県那覇市） 受講者数：45名
---

#### ② プログラム

○開会（10:30） ○講演 基調講演（10:40～12:10 90分） 「グルメと映画のまちおこし～地域発信型映画の取り組みと地域の活性化」 講 師 藤崎 慎一 氏 （株式会社地域活性プランニング代表取締役）  取組報告 『『十日町市を有名にし隊（ごったく）』の活動状況』 報告者 庭野 方資 氏 （財団法人十日町地域地場産業振興センター振興事業課 課長補佐）  沖縄国際映画祭地域発信型映画のダイジェスト版上映  ○開会（12:10）
---

### ③ 講演要旨

#### <基調講演>

#### グルメと映画のまちおこし ～地域発信型映画の取り組みと地域の活性化～

藤崎 慎一 氏（株式会社 地域活性プランニング 代表取締役）

地域活性化に必要なのは、リピート率を高めること、つまり来てくれた人に喜ばれる「おもてなし」である。おもてなしは「人」がやること。したがって地域住民がこの基本をしっかり理解して実行することが大切だ。

また、地域活性の取り組みでは、誰が何を何時までにやるかを決めて実行することも重要だ。千葉県成田市の事例では、市、商工会、青年会議所の若手有志で「トレジャーハンター成田空援隊」を立ち上げ、できること・面白そうなことを話し合っで自ら動くことで「成富うどん」の開発や 18 件のロケ誘致を実現した。愛知県豊橋市では、官民で広域市町村のロケ応援団を結成し、問合せには丁寧に素早く対応した。ひとつのまちで対応できなくても広域なら対応できることも増える。この結果、映画「ちゃんと伝える」や「宇宙戦艦ヤマト」の誘致に成功するとともに、豊橋のもてなしを訴えたいということから「豊橋カレーうどん」の発想が若手から生まれた。

このグルメ、ロケ誘致は地域活性の一つの手法にすぎない。大切なのはシティセールス、まちを売り込むことだ。このためにも、チームのメンバーは地域活性の目指すべき姿を共有し成果をあげるべく取り組む。面白いこと・話題性のあるものであればマスコミは積極的に取り上げてくれ、自然に報道の機会や媒体が増える。B 級グルメで有名なまちも、グルメで儲けることを目的としているのではなく、まちの知名度を上げるために、やる気のあるメンバーが集まって、自分たちが面白いと思うことを連携して、外部に情報発信しながらやっている。そして、そこで得た収益をまちづくり活動の資金として循環させている。

地域活性化は、よく「よそ者」、「わか者」、「ばか者」が必要だといわれる。心底地元を愛し地域内に新しい風を起こそうとするが往々にして異端児扱いされて賛同者がいない場合が多い「ばか者」、年齢を問わず熱意は誰よりもある「わか者」、外部の視点で会議の軌道修正を行うファシリテーター役の「よそ者」である。

行政は、あくまでも仕組みと調整によって市民のやる気を促す程度に留めるほうがよい。子どもの宿題を見る親のように行政が市民を全面的にバックアップしてはいけない。



---

---

### <事例報告>

#### 「十日町市を有名にし隊（ごったく）」の活動状況

庭野 方資 氏（財団法人 十日町地域地場産業振興センター 振興事業課 課長補佐）

「十日町市を有名にし隊（ごったく）」は、平成 21 年度の総務省地域力創造アドバイザー事業をきっかけに地元有志 22 名が集まった地域おこしグループ。アドバイザーの助言のもと、「十日町市の強みと弱み」、「十日町市のあるべき姿と課題」など、まずは自分たちの住むまちを良く知ろうというところからスタートした。

話し合いを重ねる中で、十日町市は「“こだわり”を持って何かをするまち」だということに気付き、「自然が育んだこだわりのまち」を活性化のキーワードとした。

現在、「ごったく」は「特産品部会」、「広報部会」、「ロケ応援団」の 3 つで構成されている。新しい特産品としては、これまでに米粉を蒸して作る「ぺたんこあんぼ」、苧麻を粉にして練り込んだ「からむし麺」、「ごったくコロッケ」など郷土食や地域産品を素材に開発した。この開発ではフェスタなどの大試食会を実施して市民の反応を確かめた。また、商品概要の紹介や関わる人の思いだけでなく、消費者にとってどんな購入メリットがあるかということも合わせて説明・発信するようにしている。人を呼ぶために実施しているロケ応援では、今回の沖縄国際映画祭で上映された地域発信型映画「雪の中のしろうさぎ」のサポートを行った。

「ごったく」を立ち上げる際は、商工会、青年会などのメンバーのほか、事務局が「ばか者」を探して呼びかけを行った。ただし、話し合いを重ねる中、やる気のない人、ただ批判的な人は脱落し、やる気がある人のみが自然に残っていった。そして、行政に頼ることなく、活動全てをメンバーで役割分担しており、全員が主体的に動いている。事務局や行政はお互いに連絡を密にして、議事録作成や事務調整など彼らが動きやすい環境づくりや裏方役に徹している。



---

---

<パネルトーク・会場質疑>

パネリスト：藤崎 慎一 氏、庭野 方資 氏

**庭野氏**

「強み」、「弱み」については十日町でもいっぱい出したが、どれも強くなかった。たとえば、雪はどこにでもあるし、特産品の着物も京都の方が強い、コシヒカリは隣の六日町が本場など、どれも強くなかった。しかし、コシヒカリを筆頭に非常に“こだわり”を持って何かをやる「まち」だということに気がついた。これが「自然が育んだこだわりのまち」というキャッチコピーにつながり、現在では全ての事業にそのキャッチコピーをつけて展開している。

**藤崎氏**

原点を見ることと、考え続けること、やり続けることが大事。答えはすぐ出ない。「強み」、「弱み」は考えるきっかけで、「これでいいのかな」と検証してみることが大切だ。特に、多くの人に聞いてみることで最大公約数が見えてくる。その最大公約数は、そんなに的をはずしていない。

あと大切なのは「人を活かすこと」。人にはそれぞれ得意なことがあり、先頭に立ってやりたい人に補助役を頼んでもフラストレーションが溜まるし、サポートに喜びを感じる人にアイデアを出せと言ってもなかなかできない。それぞれの人に適した役割分担＝コーチングが大切である。



---

## (2) 第2回地域力創造セミナー

### ① 開催概要

テ ー マ : 人的支援の可能性と課題

～災害対応力向上と地域活性化を兼ねた地域づくりの秘訣とポイント～

開催日時 : 平成 23 年 7 月 28 日 (木) 13 : 15～

開催場所 : 世界貿易センタービルディング (WTC)

コンファレンスセンター3階 ルームA (東京都港区)

受講者数 : 57 名

### ② プログラム

○開会 (13:15)

○講演

基調講演 (13:30～14:30 60分)

「新潟県中越地震からの復興プロセスにみる今後の地域づくり」

講 師 澤田 雅浩 氏

(長岡造形大学建築・環境デザイン学科准教授)

リレーセッション (講演) 1 (14:35～15:15 40分)

「集落支援員、復興支援員の現場からみた外部人材活用の成果と課題

～中越地域における復興支援員の実態分析から得られた知見と考察～」

講 師 田口 太郎 氏 (新潟工科大学工学部建築学科准教授)

リレーセッション (講演) 2 (15:30～16:10 40分)

「漁村地域における地域再生の現状と次の時代の活性化の展望」

講 師 富田 宏 氏 ((株) 漁村計画代表取締役)

○パネルディスカッション (16:15～17:15 60分)

「復興のまちづくりの経験者からの提言」

コーディネーター澤田 雅浩 氏

パネリスト田口 太郎 氏

富田 宏 氏

○閉会 (17:15)

○名刺交換会 (情報交換会) (17:20～17:50 30分)

### ③ 講演要旨

#### <基調講演>

#### 新潟県中越地震からの復興プロセスにみる今後の地域づくり

澤田 雅浩 氏（長岡造形大学建築・環境デザイン学科准教授）

2004年10月に発生した新潟県中越地震により被災した旧山古志村では、復興ビジョンのスローガンを「帰ろう山古志へ」、「山の暮らしの再生」とし、帰村を目指していろいろな復興事業を積み重ねていった。これに対して隣接する旧小千谷市東山地区では「防災集団移転」を実施し、「地域の中で再建して帰村を目指す施策」と「地域外での再建を支援する施策」という180度異なる施策が行われた。



結果的には山古志6集落と小千谷東山地区という単位では、どちらも半分の住民が地域に残った形となったが、集落単位でみると100%帰村している集落がある一方で、条件有利地に人が流れた集落もある。また、集落全体で移転して生活を再建したケースもある。

集落の再建では住民相互の話し合いの場の設定が重要で、特に、じっくり話し合うことができる仮設住宅や仮暮らしの環境整備が大切だ。

帰村は被害が大きい世帯や子育て世代にとってはハードルが高く、希望も低い。将来像が示されないことで地域を離れていくケースも多い。一方、高齢者は田畑を耕していないと気が落ち着かない、半壊程度であれば補修で住み続けたいなどの意向が強く、年金と自給自足で生活が成り立つケースも多い。また、地域外に移った人たちが田畑を耕しに集落に通うケースもみられる。このあたりを考慮した地域にあった再生計画づくりが大切だ。

一方、震災により集落の過疎化・高齢化は一気に進む。人口減少を踏まえて復興規模の議論をしないと、結果的にはオーバースペックのものを造り、その維持管理に苦勞する状況になってしまう。

しかし、復興の議論の中では、それをなかなか認識することができない。それを踏まえて、行政や専門家、中間支援組織が関わるべきだろう。新潟では行政に集落再生支援チームが置かれ、民間の中間支援組織と連携した。また、地域の復興の熟度に合わせて復興基金のメニューが創設された。

人口減少が進む地域の復興では、身の丈にあった「自律的復興像」というものをみんなでどう共有するかがポイントだ。「むらで住みつづける」ことに対する共感やその意味を行政が積極的に問いかける必要があるだろう。そこにはいろいろなステークホルダーがいて一枚岩ではないが、その多様性をどう組み込めるかもポイントだ。中間支援団体などの外部人材が関わるとスムーズに行くケースも多い。場合によっては、全ての地域に一律に機能を持たせるのではなく、「選択」と「集中」、機能分化を考えてもよいだろう。

---

---

### <リレーセッション1>

#### 集落支援員、復興支援員の現場からみた外部人材活用の成果と課題

～中越地域における復興支援員の実態分析から得られた知見と考察～

田口 太郎 氏（新潟工科大学工学部建築学科准教授）

中越地域の復興支援員は中越大震災復興基金により設置された制度で、被災した地域のコミュニティ機能の維持・再生や地域復興を目指して地域で様々な活動を展開している。この制度は被災直後からすぐ始まったわけではなく、必要性が生まれた段階でメニュー化され、地震から3年半くらい経ってから本格的に動いた。今回の東日本大震災の復興ビジョンでも復興支援員が取り上げられているが、今すぐ入れることが本当に適切かどうかを考える必要がある。



復興支援員と言っても、実際にやっている活動は平時の地域づくりを積極的に推進していくような役割にほかならない。最初からこの地域にはこういう仕組みが必要で、それにはこういう支援が必要だということを明確に提示してしまうと、住民側はそれを理解しないまま支援に乗かってしまうケースも多い。最初に復興支援員が最短距離を提示するのではなく、集落の人たちと一緒に悩みながら考えていく。そのために最初は集落との関係づくりを行う。そして、小さな成功体験を作って、集落のやる気を引き出し、その中で集落の身の丈にあった戦略を描いていく。このステップを踏むと集落の中で将来イメージが共有されてきて、戦略を実行していく段階では、自分たちの力、必要に応じて外部の力も取り入れながら地域運営を実現していくという形になる。今まさにこのレベルに到達しているところが中越の中での先進地域だと思う。

復興支援員をはじめ外部人材の導入には、行政との連携が必要である。役割が異なる支援員と行政が相互補完をしながら重層的に集落と関わるのが非常に大切だ。また、支援員は複数人数での体制づくりが必要だ。一人の場合はいろいろな悩みや相談が難しくなっていく。しかも一つの集落ではなく、エリアで担当させることで様々な連携も生まれる。もうひとつ大切なことは、支援員の後方支援だ。彼らを時々現場から引き離して悩みを聞いたり、支援員同士のスキルを交換するような場面を作っていくことが大事だと思う。

東日本大震災でも復興支援員が着目されているが、導入する際の環境として、手厚いネットワークを作っておかないと、後々、非常に悩ましい状況が生まれてくると思う。

## <リレーセッション2>

### 漁村地域における地域再生の現状と次の時代の活性化の展望

富田 宏 氏 (株式会社漁村計画代表取締役)

今回の東日本大震災の津波により、ほとんど漁村地域が壊滅的な被害を受けた。漁村というのは必ずしも漁村だけで復興できるものではなく、都市あるいは他の地域と連携して復興に取り組んでいかないと難しい状況にある。

先ほど、澤田先生、田口先生からあった中山間地域の話は海の話とつながっている。同じように、海の話と都会の人々の生活というのは実はつながっているということ、ぜひ、一緒に考えていただきたい。

最新の水産庁データでは漁港は2,914あり、日本の海岸延長3万kmの約12.1kmに1つ、漁村(漁業センサス)は6,377あり約5.5kmに1つある計算になり、漁村や漁港は日本全国津々浦々に立地している。漁村は非常に高密度で、海に近い山がちのところに家々が密集して形成されている。この海に近い山がちという特性が、今回の震災で壊滅的な被害を受けたことにつながっている。

漁村の地域再生問題の本質は、漁村は多様であるということを知ることである。漁業権や漁業、漁場、漁港と漁村の関係も多様である。現在、漁村の復興についていろいろな議論がなされ、漁村は多すぎるから再編整備しようとの議論もある。しかし、地域には様々な条件がある。先ほど澤田先生から中越での帰村率の平均は約50%という話が出たが、これは全体の平均であって、各地域にはそれぞれ数字があった。これと同様に、最初に5分の1、3分の1にしようという話はちょっと乱暴で、もっと詳細に個別の地域を調査・精査して、結果として出てくるべき話なのではないかという気がする。漁村もどんどん高齢化と縮小が進んでいるが、都道府県と市町村のアンケートをみると、漁村はコミュニティが強力なので中山間地域よりも限界化の速度は遅いという。また、漁村では漁船1隻と漁具があれば漁をして市場で日々現金化できる。そういう意味でも、ほかの1次産業地域とは違うのかなとも思う。

漁村には市町村職員と地域住民のほか、県の水産業普及指導員という行政にも通じた水産の専門職がいる。その三角形の中に「よそ者」が入ると、これが上手く回りやすくなる。「よそ者」の力が役に立った事例は実際たくさん見ている。特に、漁村は生産と暮らしの特殊性があるので、水産の分かった方の活躍がどうしても必要だ。このため、他県の水産業普及指導員や大学などの研究機関との連携など、全国の人たちが支援に回るというシステムができていいのかなと考える。復興に向けてはいろいろな問題があるので、その道のそれぞれのプロをうまく選択するコーディネイトが必要だ。漁業という特性を踏まえて、支援人材をどうしていくのかを考えることが重要だ。



### <パネルディスカッション>

テーマ：復興のまちづくりの経験者からの提言

コーディネーター：澤田 雅浩 氏

パネリスト：田口 太郎 氏、富田 宏 氏

#### 澤田氏

プロセスの中から自然発生的に出てくるリーダーシップみたいなものを大切にしておく仕組み、仕掛けというのが大切だと思う。そのプロセスの中でキラリと光る人材を見つけて行政でもきちんと頭に入れておく。そのような人材を探す場として住民参画の議論の場を使うとよい。ある集落の区長さんは「行政に任せておけば何とかなるんじゃないの」というスタンスで何もしなかった。この結果、自分たちが一番再建したい場所に再建したにもかかわらず、7割の人が集落を離れていった。この集落には他にもリーダーになれるような人材がいたが、その人に対して行政が「話し合いをして、どうするか決めたほうがいいのではないか」と言えることが大切だ。どこにそういう人がいるかを日々の生活の積み重ねで探しておいて、人材リストにする必要性がある。

#### 田口氏

中越地震の復興、集落のレベルで将来計画を作る地域復興デザイン策定事業の時に見えてきたことは、スムーズに計画づくりが進んでいくと、なかなか地域に定着しないという雰囲気があることだ。どちらかという、計画策定プロセスの中で紆余曲折があったほうが、結果として、計画が地域の人たちに定着して、主体性が表れてきたと思う。意見があるけれど発言していなかった地域の人たちが意見を言い出せるような場をどうやって作り出していくかがポイントだ。スムーズに進むことは行政的には気持ちがいいが、どこかで誰かが波紋を投げかけるような議論があったほうが、かえって地域の主体性や一体感みたいなものが生まれるのではないかと考えている。

#### 富田氏

漁村は生業と暮らしが密接であるため、「漁業を再開したい」という意識が非常に強い。そのためには、どうしたら漁業を再開できるか、漁港をどうするか、冷蔵庫をどうするかなど、プロの知識が必要になる。今、全国の漁師グループが東北に船を送ろうという取組をボランティアでやっているが、彼ら漁師同士でも、西日本の船と東北の船とでは、幅や深さが微妙に違って「使えない」ということがあった。それほどプロの存在は大切だ。ただし、復興に関する外部人材は、信頼関係のないところではなかなかできないので、とにかく人間と人間との付き合いというところから入ることが必要だ。生業の部分には様々な問題が出てくるので、様々な分野のプロが必要で、それをネットワークによってチームを組んで対応できるような環境づくりが必要である。



---

### (3) 第3回地域力創造セミナー

#### ① 開催概要

テ ー マ：地域人材の出番や機会の作り方、広げ方  
開催日時：平成 23 年 9 月 29 日（木）13：15～  
開催場所：金沢市文化ホール 大集会室（石川県金沢市）  
受講者数：69 名

#### ② プログラム

- 開会（13:15）  
○講演
- リレーセッション（講演）1 （13:30～14:00 30分）  
「知性と感性の交差点 情報サロン「面白輪」を事例に」  
講 師 谷本 互 氏  
（財団法人地域振興研究所 常勤理事 主任研究員）
- リレーセッション（講演）2 （14:05～14:35 30分）  
「学び、考え、成長する地域づくり～インターネット市民塾による知の環流」  
講 師 柵 富雄 氏  
（富山インターネット市民塾推進協議会 事務局長）
- リレーセッション（講演）3 （14:40～15:10 30分）  
「夢をカタチに 地域資源を活かした住民主体の地域再生」  
講 師 鈴木 奈緒子 氏（COM 計画研究所 統括研究員）
- パネルディスカッション （15:25～16:55 90分）  
「地域の主体が活躍する場の作り方、保ち方について考える」  
問題提起・コーディネーター 小松 俊昭 氏  
（金沢工業大学 産学連携室 コーディネーター）
- パネリスト 谷本 互 氏  
柵 富雄 氏  
鈴木 奈緒子 氏
- 閉会（16:55）  
○名刺交換会（情報交換会）（16:55～17:15 20分）

### ③ 講演要旨

#### <リレーセッション1>

知性と感性の交差点 情報サロン「面白輪」を事例に

谷本 互 氏（財団法人地域振興研究所 常勤理事・主任研究員）

「面白輪」は昭和61年から始めた、いわゆる飲みニケーション式のサロンである。25年の活動では参加者の人脈づくりはもちろん、「夜なべ談義」の原型になり、「地酒列車」や「カップ酒紀行」、「原色うまいもん図鑑」などのイベント開催、製品の販路開拓につながるなど、新しい取組や関係が生まれるきっかけとなった。

サロンには様々な種類や歴史があるが、基本的には人と人を結びつけるネットワークとしての役割がある。今では異業種交流会などは当たり前というくらい定着しているが、これを始めたきっかけの一つが自分とは異なった環境の人の話が聞けないかということであった。毎回15~20人が集まるが、顔ぶれは主婦、企業人、ジャーナリスト、県議会、自治体職員など多彩で、常連もいるが初参加の人もいる。最近は他の地域に出かける合宿スタイルも取り入れ、その地域の人と連携して行っている。

「面白輪」は、ちゃんとしたお酒と料理を出している飲み会ではあるが、食と酒はすぐに親しくなってもらうためのコミュニケーションメディアであり、その場でどういう話題が出て、どういう情報が交換されるかというのが一番大事な点だ。飲まない人も参加しているので、飲む・飲まないに関係なく、いきなり核心の話ができる、仲良くなれるという雰囲気づくりに気を配っている。

そのため、訪問するところ、会う人、食べるところ、飲むところ、宿、みやげ品に至るまで、全て自分で企画している。また、参加者も、来てくれたら面白いだろうなと思う人を私や常連の人が誘っており、ある意味では人を選んでくる目利きの部分がある。会場も毎回変えており、また来たいというきっかけづくりにも配慮している。

大事なのは話のコンテンツ・中身であり、話が極端にならないように一般化して雰囲気を出していくことが必要だ。当日は常連さんが雰囲気づくりを手伝ってくれるので、初めての人も違和感なく話に参加できる。そういう意味では幹事としての私の役割は準備8割、現場2割であり、当日はある程度の雰囲気づくりをしておけば参加者に満足してもらえていると思う。

サロンには色々な役割や使い方がある。今後も常連の人も初めて来た人もすぐに雰囲気に馴染めて、その人柄がすぐにわかるような場、濃厚な時間を過ごして人間関係を作ってもらえる場を提供していきたい。



## <リレーセッション2>

### 学び、考え、成長する地域づくり～インターネット市民塾による知の環流～

柵 富雄 氏（富山インターネット市民塾推進協議会 事務局長）

「インターネット市民塾」は、市民が自分でネット上に塾を作るという仕組みで、身近なこと、自分が経験してきたことをテーマに開いている。単なるeラーニングではなく、市民講師の活躍の場を生み出すシステムとしている。たとえば、受講者は「家から参加する」だけではなく、「集まって学ぶ」、「現地で学ぶ」ことも多い。また、講義だけではなく、ディスカッションや実習も開かれている。講座数や参加者数は年々増えており、30～40代の働き盛りの参加が多く、最近では60代の伸び率が高い。



私たちの一番のミッションは、市民講師を育てることだ。一人ひとりが講座を持つということは、自分が集まってきた人たちに教える、あるいは集まった人たちと一緒に活動をするという形で主役になるということだ。そういう意味では、市民塾は社会デビュー、地域デビューの良い機会・場になっている。

地域活動には他人と付き合う力や新しいことに向かっていく力、道具を上手く使う力が必要になる。「地域人材」という意味で見ると、市民が塾の講師になることは自分を見つめ直したり、つながりを作ると同時に自らも「キー・コンピテンシー」を身につけ人材力を育てることに役立っている。先輩から学んだり、あるいは自分で学んだりしているうちに学びが段々楽しくなり、単に上から教えられるのではなく、ヨコ型、コミュニティ型で学び合う「知のリレー」や、お互いに知識を交換する「コミュニティ・オブ・プラクティス」が生まれている。受講者が講師に転じて新しい講座を立ち上げる例や、その間の研鑽を生かして70歳を過ぎて会社を興す人、受講者が集まって高齢者の見守りや情報バリアフリーを支援する活動を始めるなど、新たな地域活動と出番が生まれるベースになっている。

これからの地域マネジメントは、まず市民が共通のテーマで学び合う、小さな場をたくさん作っていくこと。そして、その中で、地域のいろいろな問題を学び、解決の方法を考えていく場を自分たちで作っていくこと。この「自分たちで創り考える」主役感がとても大事で、その過程で市民力が培われていく。このような場をいつでも容易に持つことができ、子育て・働き盛りの世代も含めて、積極的に地域を考える動きを育てていくのが市民塾の役割だ。その上で、このような動きを評価して必要により制度化し、継続運営していくという新しい流れを行政がリードするという役割も、今後は重要になってくるのではないかと思う。

### <リレーセッション3>

#### 夢をカタチに 地域資源を活かした住民主体の地域再生

鈴木 奈緒子 氏 (COM 計画研究所 統括研究員)

これまでコンサルタントとして約 20 年間まちづくりに携わり、5 年前に NPO を立ち上げ、大学の非常勤をしながら、あわら市を中心に地域住民と NPO、行政、大学を結ぶ活動に取り組んでいる。ベースとなる JR 芦原温泉駅周辺は寂れた街であったが、都市マスタープランの地域別構想を住民参加で検討したことがスタートとなった。その後、全国都市再生モデル調査に採択され、それを原資に活動を行った。



まずはワークショップを開いて活動の意味をみんなできごとん話し合う。次に、まち点検を行って将来の夢を議論し、それをマップにまとめて目に見える形にした。その後、事例視察を行いながら、皆で景観プランを検討し実現の道筋を共有した。緑化活動では、市と協働して県の助成申請を行い、花を植えるコンテナのデザインは NPO 法人 awarart と連携し、製作は多世代参加で行った。これを見ていた他地区の住民にも活動が広がり、まちづくりと住民がつながっていった。このため、まちづくり交付金を活用した公園整備では、スムーズにワークショップを立ち上げることができた。公園の竣工式は住民のアイデアでお誕生会というイベントになり、吹奏楽や太鼓の演奏、菓子まき、タイムカプセル、記念植樹などが行われ、その後の維持管理も地域住民が行っている。大阪府堺市美原区でも、あわら市と同様にビジョンを共有して簡単なまち歩きから始めて、花と緑を切り口に活動を発展させた。ここでは美原朝市の開催や農芸高校との連携、あわら市との連携へと取組がつながっていった。

人をつなぐ取組は、都市の大小や農山漁村などの条件は関係ないと思っている。暮らしや人生にまちづくりを直結させ、身近なテーマから始めることが大切だ。また、首長の理解ややる気のある自治体担当者の配置など、行政が地域人材の出番や機会をつくることも大切なことだ。

NPO と地域のつながりでは、あわら市では awarart という団体がまちづくりのワクワク感を創り出している。特に、海外で評価されたオリジナルのエコバッグなど、ちょっとセンスのいいものを地元素材を使って作っている。「いつも放課後プロジェクト」では、自分がやりたいことを部活形式にして、農作業支援や特産品開発に結びつけている。NPO と地域がつながるには、NPO は暮らしの質の向上や少し良いものを見せる、あるいは自分たちが楽しむだけではなく、住民を主役にしたコーディネートを行うなど黒子的な役割、拠点となる場づくりが必要となるだろう。

大学生と地域は、イベントなどの一過性の関係や卒業による休止が生じやすいが、福井大学の「雑木林を楽しむ会」では、先輩から想いを引継ぐ機会や地域とのコミュニケーションを充実させることによってつながりを保つ流れを模索している。

### <パネルディスカッション>

テーマ：地域の主体が活躍する場の作り方、保ち方について考える

コーディネーター：小松 俊昭 氏（金沢工業大学 産学連携室コーディネーター）

パネリスト：谷本 亙 氏、柵 富雄 氏、鈴木 奈緒子 氏

#### 谷本氏

場を作るためには人間対人間の関係の中で知のコンテンツを共有化し、おもしろい空間をつくるのが大切だろう。

続けるためには一回一回を大切にすること、それが結果的に継続につながる。マンネリがないとすれば、そこには変化という工夫があったはずだ。

サロンの特徴は、会費だけで他人の経験を得ることができること。意識と主体性があれば相手のリソースを活用することもできる。そういう意味では知識を求め、興味をもつ意欲を啓発することは大切だ。そのような雰囲気づくりが幹事役の腕の見せどころとなる。だから、参加者が喜んでる姿を見ればうれしくなる。これは幹事、黒子としての楽しみでもあり、大切なことだ。

今日の話聞いていて思ったのは、連携や協働には長い目で見るのが大切だということだ。一見無駄に思えることでも、無駄の効用のように意味があると思う。最近では「行動すること」に価値があるという風潮があるが、成功の裏には「考えている」ということがある。流されずに少し立ち止まって考えることは必要だろう。

#### 柵氏

取組を続けるためには楽しい状況を作ることと任せることが必要だ。受講者が楽しいと感じるのは、実は自分にも出番があったとき。受講者がやれることを見つけて行動するようになる。こういう活動の運営は事務局がそれなりに苦労するが、ある時期からは受講者が講師になり、講師がサポーターになり、サポーターが事務局を支えるという人材の循環が生まれる。これが私は何よりもうれしく楽しいことと思っている。ITの時代なので、ネット上の発信を常に把握して状況をベンチマークすれば、任せることはそんなに難しくはない。ITを上手く使えば、もっと任せやすくなると考えている。

場作りは、身近なものをテーマにすること。市民講座も家庭のお困りごとや周りの話題がきっかけだ。我々はITを使っているが、結局は仲間ができれば顔と顔を合わせている。やはり大事なのは、顔を合わせて一緒に考えていくことだろう。インターネット市民塾でも地域で顔を合わせることができる距離の中でやるのが最適である。そのためには初めての人でも参加しやすい環境づくりが大切だ。いつも同じ人ばかりが同じように参加している場合は他の人が参加しにくい。我々は、リアルとネットの上手く組み合わせ、その傾向を緩和するように工夫している。様々なメディアを活用して情報の接点を増やし、きっかけができた人にはリアルな場に参加してもらえよう配慮している。

#### 鈴木氏

場作りはいつでも、誰でも、どこからでも入れるようにすることと、来ない人に「どうして来なかったの」など、来にくくなるようなことを決して言わないこと。

続けるためには妄想が役に立つ。「いつかやりたい」がアイデアを生み、反対に義務感発想を乏しくする。アイデアは溜めておき、良いタイミングで実行することが大切だ。これまでの現場を振り返ると、大体3年のサイクルで人材が育ち、3～5年目でネットワークができてくる。このタイミングで拠点などのハードを整備すると、地域が動く場が生まれる。NPOにも3～5年のサイクルがあって、先ほどのエコバッグも5年でグッと伸びた。

---

行政や大学との連携システムは、正直なところまだまだ途中段階だ。ただ、市民の力は本物になってきている。立ち上げは大変だが、市民が育つと行政も地域運営が楽になっていくので頑張ってもらいたい。大学との連携では、学生のレベルに合わせていると地域活性化に結びつかない。学生にはOBの活躍と課題の変遷を理解させ、蓄積されたものをつないでいくことが大切だ。また、第二の故郷というくらい活動したOBが働き盛りの30代になって、年に1回帰ってきて、また夢を追っていることもある。そういう事例も一つのサイクルだろう。

### 小松氏

幹事役というのは、実はプラットフォームにつながっていて、一番の秘訣は、プラットフォームメーカー自らが楽しみながらやること。谷本氏は8割準備と言われていたが、事前準備もきつと楽しみながらやっている。参加者の選び方は独断と偏見とも言われていたが、それが皆さんの共感を呼ぶ原点となっている。楽しむというのは大切なポイントだ。



市民塾の活動では、お互いが先生になったり生徒になったりと関係性が連続している。新しい関係性の創造がまた感動や共感を生み、やる気や取組みを育む。

妄想というのは活動の源泉だ。連続性がないと妄想は起こらず、今までの枠の中だけで考えていると妄想にならない。妄想が源になって、今までにない楽しいことが起き始め、そこからお互いの知恵を少しずつ出し合って徐々に形にしていく。これが重要だ。

これから地域が伸びていくためにはスモールビジネスやコミュニティビジネスのように、マーケットサイズは小さいものの、地域の中で生み出した価値を世界に対して発信して、外貨を獲得することが重要だ。その価値を生み出していくには、NPOの活動が基盤となってくる。最近、新しい公共など色々な言葉で言われているが、今までの官・民・学の区別ではなく、「地域」という括りの中で価値を生み出すための役割分担を作り、そこで得た外貨で新しい取組みを作る。その循環モデルが見えてくると地域は一気に活性化するだろう。

見えないところに価値創造の源泉はある。価値の源泉を探し地域全体で作上げていく仕組みと担い手づくりがポイントになってくる。アウトカムを急げば急ぐほど良い人材は作れない。秘訣は任せてコツコツと応援することだろう。試行錯誤や失敗、痛い思いが人間を成長させる。そして、フォロワーシップという言葉があるように、前に出ようとしている人材を後ろから押ししていくことも重要だ。

人と人とのつながりで言えば、柵氏のところのようにソーシャルメディアとローカルメディアを上手に掛け合えると新たな関係が生み出されてくる。多様な関係の中から色々な情報が吸い上げられる仕掛けが重要で、それにつながるのが行政とNPOと大学だ。それぞれの主体間の連携・役割分担を上手く形にすると、より良いプラットフォームができる。しかし、ある主体だけがプラットフォームを運営しようとする、おそらくプラットフォームにならない。しかし、全く自由にすると「最低限」が守れなくなる。このバランスが難しいので注意が必要だ。

一方、現代人はがんじがらめに管理されて体や心、頭の隙間が無くなるほど詰め込まれているので、隙間を作ってあげられる場が必要だ。「面白輪」はお酒という一つのきっかけで隙間を作っている。地域独自の隙間づくりの場を作っていくことが、新しい人と人とのつながりをつくる第一歩かもしれない。その動きが「丸の内朝大学」や「シブヤ大学」、金沢での「タテマチ大学」の形で世の中に出始めている。

また、これまではジェネラリストをたくさん養成しようしてきた。しかし、それではなかなか価値が生み出せない、スペシャリストを養成しようとした。ところが、スペシャリストは専門的などところに入り込んで抜け出せなくなってしまった。このバランスをとれる人材が「T

---

型人間」だ。横軸がジェネラルで、縦軸がスペシャリティ。何らかの持ち味なり専門性を持ちつつ、世の中を俯瞰する、広い目で見られる人材を地域で育てていく。Tの縦の軸を深めることで地に足がついた活動を行い、横軸でなるべく広い視野で物を見ながらお互いにつなげていくことができる人材が必要だ。

そのためには自分の頭で考えることが非常に重要になっている。いわゆる自頭（じあたま）を鍛えることによって気付く力が発達する。気付きは創造力の源になる。この自頭を鍛えるには、味覚や感性を磨いておくことが必要である。

鈴木氏も活用されたように、物事を始めるときには公的な資金がひとつのきっかけとなる。これは今後も重要なきっかけだと思う。また、物事を始めるときのお金をシードマネーと言うが、撒いた種が育ってきたときには、それを育てるためのお金も必要になる。育てるためのお金を集める方法の一つに寄付がある。日本も戦前までは寄付文化が根付いており、地域ではお祭りの寄付などその底流がまだ残っている。今、私は寄付をしっかりと集めることができるファイナンスの仕組みづくりに取り組んでいる。この夏の国会でNPO税制が改正されて、NPOに対する税額控除のハードルは低くなった。今後は寄付も一つの財源として活用できるようになればよいと考えている。日本にはまだ民間にお金が残っているので、そのお金をどうやってまちづくりや地域づくりに活かしていくのか、これは重要なテーマの一つだと思っている。





### ③ 講演要旨

#### <基調講演>

#### 地域ブランド構築に向けた地域資源の見出し方・売り出し方・保ち方

高橋 一夫 氏（流通科学大学サービス産業学部 教授）

ブランドとは「売れ続けるための仕組み」。だから、ブランドにはマークだけで商品やサービスの「価値」をお客さんに思い浮かべてもらえる力がある。観光では“そこに行くとはどんな良いことがあるのか”という期待感が湧かないと選んでもらえない。例えば温泉に行く場合、消費者は自分の経験と口コミやネットで得た知識の中から探す。そして、最も期待が湧き上がった所に「行ってみよう」となる。観光目的は「心身のリフレッシュ」「家族とのふれあい」「友人との付き合い」「好奇心や向上心の満足」の4つに大きく分けられ、この目的がかなう所を私たちは選んでいる。したがって、地域ブランドづくりでは、地域資源で消費者はどんな経験ができるのか、それをどう伝えるかが重要となる。来て経験してもらったことが消費者の期待感を上回る価値のものであれば、間違いなくそこに絆ができ、地域ブランドが生まれる。



一方、地元と消費者では地域イメージが異なるケースが多い。例えば、首都圏の人の和歌山県のイメージはやはりミカンであるが、世界遺産の熊野古道など歴史・文化でブランド化を進めようとする場合は、このギャップを埋める様々なプロモーションが必要となる。身近なコンタクトポイントはウェブサイトだが、コストをかけられない中、行政は手段やあり方を考えざるを得ない。北海道長万部町のツイッター「まんべくん」はプチ炎上を繰り返しながらフォロワーを集めた。これも新しいプロモーションのあり方と言えよう。

地域ブランドの価値には「買いたい」と「行きたい」があり、「買いたい」価値は「商品」の意味付けを考え、どんな努力しているのか、いかに美味しいのかなどをお客に伝えることである。例えば、1粒1,000円する佐那河内村の「ももいちご」は、36の限られた農家が手間暇かけているから美味しいのだと言っている。この手間をみると「一度は食べてみたい」と思う。「行きたい」価値も同様に伝えることが必要であるが、「商品」と異なる点は、サービスが複合的なものから構成されているため、具体的イメージを示しにくいことだ。また、情報も誰でも発信できるので、地元理解が共通でないと統一的なブランドはなかなかできない。ここが地域ブランドは難しいと言われるところだ。しかしながら、「長崎さるく」は、市民プロデューサー97人を中心に市民が作り上げ、大渋滞で二度と行きたくないと言われた吉野山の桜も、交通マネジメントで周りの見栄が変わってきた。地元住民が新たなアイデンティティを作り上げたことで観光の復活に結びついている事例もある。また、施設や街並み景観といったハードや担い手も重要だ。特に、観光まちづくりは「外の人の目」に対する意識が大切となる。南信州観光公社や千葉の（株）とみうらは、推進役・プラットフォームとして機能している好例だ。

今日は代表的な事例を紹介したが、実際にはどこも円滑に進んだ訳ではない。「長崎さるく」もご苦労がたくさんあり、吉野山も最初は地元の大反対。誰もこういう結果を予測できなかった。ブランドづくりは全てがうまくいくとは限らないし、お二人の先生の所も、最初から成功の確信があつて始めたわけではないということが著書からも分かる。だけど、“やってみないとどうしようもない”ということ、是非皆さんと共有したい。

---

---

### <リレーセッション1>

#### 地域にある宝の発掘と、まちづくりとの連動～高校生レストラン・まちづくり仕掛人塾の現場から 岸川 政之 氏（多気町役場 まちの宝創造特命監）

三重県多気町は松阪牛の主生産地にもなっている 1 次産業の町。今は「高校生レストランのまち」と呼ばれているが、それはここ 10 年位の話だ。テレビドラマ化で取組が変わったかと聞かれるが、ドラマ化はオマケに過ぎない。これに踊らさず、以前と変わらずに続けていくことが大事だ。ただし、続けていくには、何かを少しずつ変えていかなければならない。



今日一番言いたいことは 1 つ。私たちは気持ちがおーブン系だということ。来る人の話をすべて吸収して、次に仕掛けるヒントにしている。その上で、地域資源を見直し、人、モノ、歴史、文化などを一つ一つ手に取って、磨いて、くっ付けて、地域の宝を作っている。

このポイントは 3 つ。1 つは無いものでやらないこと。無いもの探しはお金がかかるし、根付かない。だから、あるもので行うという発想だ。高校生レストランもすごい高校があるのを 10 年前に知った。高校は役場から車で大体 2 分の距離にあるが、県立なので行ったことがなかった。そこですごい先生と生徒に出会い、感動して取組が始まった。「あの高校がなかったら、この取組はできていないのでは」とよく聞かれるが、その通りだ。しかし、その場合は違う仕掛けをしていると思う。なぜなら、私たちは無いものを探していないからだ。

2 つ目は、自分たちで考えること。コンサルタントに委ねることは、短期で完成度の高いものができる反面、自分たちが勉強するチャンスを逃している。長い目で考えると、自己投資ができていない分、組織力が弱くなっていく。

3 つ目はビジネスにすること。「まごの店」は簡単にいうと、料理の道を真剣に目指している子どもたちが、お客様からお金を頂いて真剣勝負の練習をする場である。活動費は月に何十万円もかかるが、これをビジネスにすることで生徒の自己負担をゼロにしている。「せんばい」も利益が出るよう仕掛け、一緒に組んだ企業も利益を得ている。ここが重要だ。

私がやっていることは実は規制との戦い。前例のないことをやっているのだから、課題をひとつずつつぶしていく。私のストレスの 8 割はこれだ。しかし、規制や反対にあう中でも一生懸命話をすると、視点が少しずつ同じ方向へ向き始め、落とし所が見えてくる。

私たちの町はいろいろな取組をしているが、ほとんど全て続いている。その理由は真剣な大人がたくさんいるからだ。他の地域でも成功している所は、結局、本気になる大人の存在がある。これに尽きると思う。

今回、相可高校生産経済科の生徒たちと近江兄弟社と一緒にハンドジェルを作った。最初はまともにプレゼンができなかった生徒が変わっていった。テレビに出ているアイドルではなく、小さな町で農業の勉強している生徒たちが考えたものが大人を感動させて世の中に出ていく。ちょっと愉快だと思う。

私たちの町は特別ではない。ただ真剣に真面目に地域の宝を磨いている。今後も子どもたちが東京や名古屋へ出ていくかもしれない。でも、その子どもたちの心の中に故郷がきちんとあれば何人かは残ってくれる。また、多気町には隣のおばちゃんが肴に大根をくれた、私は白菜をあげたという繋がりがある。そういう社会もありかなと思いつつ、私たちは地域の宝を一所懸命に作っている。ぜひ多気町にお越しいただきたい。ゆっくりお話ができると思う。

## <リレーセッション2>

### 素材の宝庫・綾部から考える価値の創造と交流のデザイン

～里山とみんなのエキスを活かした都市農村交流の現場から

塩見 直紀 氏（半農半X研究所代表、NPO 法人里山ねっと・あやベスタッフ）

私が故郷綾部にUターンしたのは、内村鑑三の言葉に出会ったことがきっかけとなった。また、会社員時代、会社で環境問題と出会い、持続可能でソーシャルデザインするようなライフスタイルを模索する中で、農ある小さな暮らしをしながら天職を目指す「半農半X」というコンセプトが生まれた。

この「X」は、自分の大好きなこと、得意なこと、生きがい、使命・ミッションだ。人には様々な「X」があると思う。講演の際、X的な自分の「キーワード」をABCと、3つ出し合ってもらうワークをすると、全てが重なる人はいない。1キーワードだけならライバルは多いが、3つを掛け算すると、すごく個性的になる。例えば、綾部には農業をしながら短歌も詠み、農家民宿を営み、泊った若者の人生相談にのるおばあちゃんがいる。農業をしながらNPOでまちづくりに取り組み、写真にも熱心な青年がいる。私は、この方々を「里山のクリエイティブ・クラス」と呼んでいる。このような半農半X的な生き方をしている88人を紹介した本を作った。



今、自分が住む地域が大好きな場所だと感じていない人が多いと思う。大好きな場所であることはとても重要だ。大好きな場所に自分のキーワードABCを重ねると何かが生まれる。皆さんは、このABCに何を入れるだろうか。自分のことよりも地域のことを知りたいという方もいると思うが、まちづくりの担当者の皆さんに自分のキーワードがないというのは問題だ。まず自分を象徴するキーワードを持つことが重要ではないかと思う。私は、生命多様な里山空間で、村人だけではなく、旅人の「X」など色々なものを掛け合わせて、「世にないもの」を作っていきたい。住民一人ひとりがキーワードABCを出し合い、掛け算すると、色々なまちづくりができるのではないかと思う。そして、IT技術を使えば、いろいろなABCをつなげていくことができる。竹が好きな人、炭が焼ける人、チェーンソーワークが好きな人・・・などをどんどんつなげればおもしろい取組ができあがる。

お見せしているスライドは、五右衛門風呂に使う薪を上手に積んでいる写真だ。農機具のトラクターが笑っているように見える写真もある。私はこれを「小さなアート」と呼んでいる。地域にも目もこらせばいろいろな風景がある。この小さなアートを組み合わせることで地域が違って見える。しかし、これもセンス・オブ・ワンダーみたいなものが失われていくと気付かなくなる。地域には眠っているものがいっぱいあると思う。そこで、私は半径3キロ内で宝探しをすることを提案している。小さな範囲の中でどれだけ探せるか。100個、1000個を見つけるのは大変だが、10個なら簡単だ。そしてそれを重ねれば多様となる。現在、行っている「綾部里山交流大学」では、「あるもの（既存のもの）」にアイデアを加え、哲学を持って、他の地域にないことをやろうとしている。やはり最終的にはアイデアがとても重要。哲学あるソフトパワーが重要ではないかと思う。

アイデアを生むには、色々な人の縁を作っていくことが重要だ。新しいアイデアとは、既存のもの組み合わせ。いかに既存のものを組み合わせるのか、交流を通じて、さまざまなデザインが生まれたらいいなと思っている。

そして、日本中が、世界中が情報発信する時代において、地域は何を情報発信すればいいのか。私は、最終的には、哲学勝負、コンセプト勝負になると思っている。「綾部里山交流大学」では今年からローカル情報発信学科とローカル社会起業学科を設けて、地域の情報発信のあり方を模索し、また市民みんなが社会起業家になる時代を視野に入れている。

---

---

### <パネルディスカッション>

テーマ：地域資源の創造と地域起業の留意点とポイントを考える

コーディネーター：高橋 一夫 氏

パネリスト：岸川 政之 氏、塩見 直紀 氏

#### 高橋氏

まず、事前質問のうち講演の中で触れられなかった商店街の問題を考えてみたい。商店街実態調査から商店街が抱える問題をみると、「経営者の高齢化と後継者の不足」、「魅力ある店舗が少ない」など自身の内側に問題があることを商店街の人たちは気づき始めている。たとえば、ショッピングセンターと商店街を比較すると、商店街は閉店時間が店ごとに違い、全体の統一的なコンセプトもないというケースが多い。しかし、高松市の丸亀町商店街ではショッピングセンター的管理をしており、横浜の元町商店街でも協定を結んで運営している。いずれも元気だ。他の商店街もこの方法を思い切って導入しないと変化が起きないのでないか。特に、不動産の所有と経営を分離し、共同事業なども含めて一体的な運営が必要だ。このため、営業者の組織としての商店街組織ではなく、地権者も含めた組織を考え、テナントミックスを考えていく。これは結構難しい話かもしれないが、地域資源を有効に活用する上でも考えていく必要がある。

有効なプレスリリースの方法については、某通信社の記者によると、まずは編集する記者たちに、新商品や新サービスの概要を分かりやすく文章化して伝えることだという。しかし、多くの場合は消費者向けのパンフレットやチラシを送ってくるのにとどまり、報道記者向けの内容にはなっていないようだ。地味でも、正確に客観的に信頼できるリリースが第一歩だと言っている。

#### 岸川氏

商店街や地域の活性化には、私は「真剣」という言葉がキーワードだと思う。本当に真剣に活性化したいのか。地面に這いつくばってでもいいから、やる気があるのか。そうゆう真剣度を上げることが大切だ。一番難しいことだと思うが、それができたら、きっと色々な地域は活性化すると思う。これに秘策はない。みんなが真剣になるよう、どうやって仕掛けるか。具体策は、その地域ごとにいろいろあると思う。

地域資源の発掘も真剣に見るかどうかにかかっている。自分たちの街を愛したら、人やモノ、歴史、文化の見方が変わってくるだろう。

人の巻き込み方は、先頭で旗を振るというやり方は難しい。私は、地域の人たちの力をいかに前に出させるか、その人たちの場面を作ってあげられるかにかかっていると思う。

公務員である自分は、一生懸命、地域にこだわり、向き合ってきた。

#### 塩見氏

個店や市民、地域の「X」を真剣に集めていくことが重要ではないかと思う。ユニークな店やスポットがその地域（まちの一角や村の集落）に3つあればマニアックゾーンになる。「マニアック」、これはもっと使っているキーワードではないかと思う。綾部のあるゾーンでは、町家カフェ、薬膳カフェなど3軒ができて発信力が高まった。たくさん作るのは難しいので、まずは「目標3つ」でいいと思う。

また、民俗学者の宮本常一さんは佐渡島で地元の人に農具（生活道具）を1000点くらいじゃなく、1万点集めなさいと地域の人に指示したという。1万点というのはなかなか大変だと思うが、そのくらい思い切ってやることも大事だ。分類すれば、その中からおもしろいものが見つかり、特徴も抽出できるかもしれない。私もそれに倣って、来年、綾部全域で2万個のおもしろいアート（地域資源）を探すというのをやろうと思っている。

---

すべての人は「X」を持っているという視点で付き合う。みんなから大好きなこと、得意なことなどキーワードを幾つか出してもらい、そこに光を当てたり、新しい組み合わせをつくっていく。そして、地域のやる気も、褒めることがポイントだと思う。



---

## (5) 第5回地域力創造セミナー

### ① 開催概要

テ ー マ：住民が自ら動くきっかけづくり・場づくり・組織づくり  
開催日時：平成24年1月31日（火）13：15～  
開催場所：広島国際会議場 大会議室ダリア（広島県広島市）  
受講者数：123名

### ② プログラム

- 開会（13:15）  
○講演  
基調講演（13:35～14:35 60分）  
「つぶやきを育てる、地域みんなでまちづくり」  
講 師 畠中 智子 氏  
（高知のまちづくりを考える会 代表）
- リレーセッション（講演）1 （14:40～15:20 40分）  
「住民のやる気や主体性を引き出すまちづくり」  
講 師 鞍打 大輔 氏  
（NPO法人日本上流文化圏研究所 主任研究員）
- リレーセッション（講演）2 （15:35～16:15 40分）  
「地域遺産や遊休施設の再生をきっかけとしたまちづくり」  
講 師 砂田 光紀 氏（オフィスフィールドノート 代表取締役）
- パネルディスカッション （16:20～17:20 60分）  
「住民のやる気と行動、モチベーションを育む留意点とポイントを考える」  
コーディネーター 畠中 智子 氏  
パネリスト 鞍打 大輔 氏  
砂田 光紀 氏
- 閉会（17:25）  
○名刺交換会（情報交換会）（17:30～18:00 30分）

### ③ 講演要旨

#### <基調講演>

#### つぶやきを育てる、地域みんなでまちづくり

畠中 智子 氏（高知のまちづくりを考える会 代表）

ワークショップという手法で約 20 年、気楽で形式ばらない話し合いの場づくりを行ってきた。たとえば、相手の顔が間近にあると、前の人の発言を無視した話をする人は現れない。机を合わせるだけで言葉は重なり合い、議論が活発になっていく。



会場選びも工夫の一つだ。高知県のある村では古民家で行った。それだけで地域の人は「ちょっと行ってみようかな」という気になる。我々が初めて行ったワークショップは小学校の家庭科室。赤岡町では街の社交場であったお風呂屋さんを使った。

もう一つは「ばっかりよりバラバラ」。団体の長ばかり集めるのではなく、中学生や小学生、おじいさんやおばあさんなど、いろいろな目線の人が集まり意見を出してもらうことも必要だ。ただ、地域の人が大勢の前で話をするのは難しい。しかし、コミュニケーションの最小単位の 2 人 1 組であれば皆が語れる。大人と子どもの組み合わせでも相手が 1 人なら話ができる。そこに学生など「よそ者」が入るとさらに化学変化を起こす。

「口」の字型の会議では「つぶやき」が育たない。ポンと言ったことに目の前の人でポンと返すことで「つぶやき」が育つ。意見を大量に生み出すのではなく、「私の意見はこうだったけれど、あの人の意見はこうだった。2 人合わせて、こんな意見が生まれた」。その積み重ねが必要だ。

そのためには「つぶやき」を書き留めることが大切だ。書き留めることで、みんなが目で確認でき、無駄だと思う一言も、あとから生きてくる。捨てるのは簡単だが、書かないと記憶にも残らない。書いておくことで「これとこのアイデアとくっつけると面白い」とさらにアイデアが始め、皆の「やりたい」気持ちにスイッチが入る。そして、旗上げアンケート等によって「ひとりでもやる」「誰かと一緒ならやる」「ちょっとなら手伝いたい」という前のめりな気持ちを引き出していく。専門家が指摘したから何かが生まれたのではなく、地域の人達によって何かが発見されて、やりたいことを自分たちで決めて実行する。時間はかかるかもしれないが、それがないと後には続かない。

また、「あまりやりたくない」という人の意見も大切に。ともすると地域活動は前のめりになりやすいが、「うまくいかないかもしれないよ」と冷や水のような事を言ってくれる人も必要だ。「違うんじゃないの」という意見も会議で言ってください」と事前に伝えておくことで、反対意見の人も疎外感を持つことも少なくなる。

そして、「志は何か」「スケジュールは具体的にどうなのか」「募集人数はどれくらいか」など、決めるべきことを決めていく。こうすることで皆の話し合いのベクトルが揃う。この整理箱を用意することでグループの話を着実に前に進めることができる。

これを重ねていくと、終わった後には皆いい笑顔になる。より多くの地域の人たちに「おもしろいことができそう」という気分になってもらうことは大事なことだ。特に、子どもたちの言葉には、大人たちの気持ちを押し上げるパワーがある。子どもの地域力を上げるという取組も有効だ。

地域づくりは「誇り」を見つけ育てていくこと。地域の課題ばかりを口にするのではなく、今もある宝、昔あった宝、なくなるかもしれない宝を見つける。その「誇り」を守り育てていこうという気持ちと一緒に持っておかないと、自ら動くことはないと思う。

## <リレーセッション1>

### 住民のやる気や主体性を引き出すまちづくり

鞍打 大輔 氏（NPO法人日本上流文化圏研究所 主任研究員）

山梨県の早川町は、面積の96%が森林で、人口が1,300人弱、高齢化率が48%と過疎・高齢化の著しい地域だ。上流文化圏研究所は、町の総合計画の重点施策という位置づけで平成8年に設立された機関で、早川らしい暮らしや文化を際立たせながら、都市や下流域との関係を築き、早川で暮らし続けられる環境をつくることを使命としている。平成18年にNPO法人になり、地域資源の掘り起こしと外部への情報発信、山の暮らしの担い手を育てる住民活動のサポート、山の暮らしの課題解決を3つの柱として取組を行っている。



最初、「2000人のホームページプロジェクト」と銘打った早川町全員をインターネットで紹介する取組を行い、約1000人の住民を紹介した。町内外150人の大学生の協力を得て、一軒一軒お邪魔して1時間くらい話を聞いて、ホームページを作った。この「効能」は学生に話すことを通じて、住民が自分たちの生き様や地域を見つめ直すきっかけになったこと。学生にとっても大きな意義があり、多くの早川町のファンを得ることにつながった。研究所にとっても、住民の生の声を聞く大事な機会となり、その後のいろいろな活動を考える上でのベースになっている。

次に、地域住民の手で地域資源を探し始め、平成19年には町の事業の一環として町民参加でガイドブックを作った。町内6地区に置いた地区委員を中心に、集落を歩いて地域の資源を掘り起こした。町民108人が参加して、600個以上の地域資源を見つけ、このうち200個弱を選び、地元の人たちで文章やイラストも書いて12巻のガイドブックを作った。これは観光施設やネットでも販売しており、これまで2,500冊以上売れた。最初は「うちの地域には何も無い」という声結構あったが、結果的には地域資源がたくさんあることを認識してもらった。同時に、資源を守りたいという意識も生まれ、自主的な草刈りや清掃が行われている。

「あなたのやる気応援事業」は平成14年から行っている。この事業は、審査を通過した住民アイデアに助成と助言を行う取組で、廃校を使った宿泊施設「VILLA 雨畑」の名物料理「豆腐御膳」や、赤沢地区の廃屋を使ったそば屋など、いろいろな取組が動いている。また、このグループの情報交換会を定期的に行き、進捗状況や悩みをお互いに相談している。途中でくじけそうになっても、同じ志を持った仲間がいることが事業を続ける支えにもなる。この事業は、農水省の補助事業だったので、その後の仕組みとして作ったのが「早川サポーターズクラブ」。その年会費の一部を「あなたのやる気応援事業」の助成金に使わせてもらっている。会員には、生まれた成果をツアーや交流会、商品という形で還元している。会員は約300人で、毎年50万円の予算で2グループをサポートしている。

何かをやりたいと思っている人は地域の中に結構いるが、家族の理解が得られない、周りの目が気になる、お金がない等の理由で一步を踏み出せないでいる。この時、何かの機会や仕組みがあれば、背中をポンと押すことができる。そのときに必要なのは、やる・やらないを本人に決めてもらうこと。合意がとれなくて困っている場合は、しっかりと間に入って話を聞き、そこに寄り添うことも重要だ。それをやるだけで意識が変わって、何か動いてみようかということにもなる。さらに、すべての関係者の思いを反映させ、みんなで共有する仕組みも重要だ。本当に些細な意見でもしっかり取り上げて、どこかに位置づける。

活動が活発化してくると、専門的なサポートも必要になってくるが、まず大事なのは住民にいかにかやる気を出してもらうか、主体性を出してもらうかということであり、そのためにはきめ細かいサポートをやっていかなければいけない。

## <リレーセッション2>

### 地域遺産や遊休施設の再生をきっかけとしたまちづくり

砂田 光紀 氏（オフィスフィールドノート代表取締役）

スキルやテクニックだけを磨いても地域振興は成り立たない。「地域の活性化」という言葉には、人それぞれに色々な姿が思い描かれる。全国各地が地域おこしに取り組んでいる中で、自分たちの地域は何を目指すのか、すなわち「志（こころざし）」を考えることが大切だ。地域振興の要はお金ではない。関わる人びとの想いや情熱、作り上げる楽しさや苦しさを共有することを通じて、地域に価値が生まれていく。



この時、地域活性化の方向性を整理するのに便利なのが「演出」の発想だ。この発想法で考え方や人の力など色々なものを整えていく。地域の何を良くするのかによって脚本は変わる。人を感動させる・心に深く記憶が刻まれるような体験・感動の場面を考えることも重要だ。そのためには、文化、歴史、風習伝承など地域独自のものを正しく手間暇をかけて磨き上げる必要がある。お金ではなく、人手や時間をかけ、本気で考えることに手間暇をかけ、磨くことで資源は変わってくる。この際、一人よがりではなく客観的な視点でその良さを検証することも必要だ。また、大切なものを見落とさないためにも地域を歩いて、見て、探る。そして、自分が知ったこと、分かったことを周りの人に伝えていき、そのために写真などの映像で残すことも大切なポイントだ。

次に「素材を語る」こと。素材を活かす方法について語らい、苦しむこと。素材を活かすには、お金や人手、場所など色々なことで悩む。でも苦しみが無いところに良いものは生まれない。

そして、各人が一番得意なところを活かすよう役割分担をする。この取組は「何のために、誰のためにやるのか」が見え、「やらなければならない」と皆で一致したときに、「私はこれができます」「私はあれができます」となる。この際、地域でできること、できないことは、はっきり分けたほうがいい。できないことは地域外の人にも頼む。最後はお金の使い方をしっかり考える。

このような発想法で実現した事例としては肥薩線の取組みがある。嘉例川駅では明治36年開業の古い駅舎をレトロに再生し、昭和30～40年代に造られた隼人駅の外壁は地元の竹で覆った。「SL人吉」では、車内アナウンスで乗客に「『手を振る運動』をしていますので、外に人がいたら手を振ってください」とお願いし、さらに沿線市町村にはSL人吉を見たら手を振るように地域の方々に周知してもらった。「手を振る」ことは当然タダであるが、たったこれだけのことで旅が楽しくなり、みんながいい気持ちになれる。

鹿児島県長島町の衰退した物産販売所の再生では、料理が得意なお姉さん、おばちゃんを中心に独自のヘルシーメニューを提供している。建物はシックにリニューアルし、ランチョンマットは役所でコピー。箸袋はゴム印を750円で作って自作した。しかし、印刷したよりも気持ちのいい箸袋ができる。これがお金じゃない手間。お客さんの数が落ちてきたときは、皆で得意なジャガイモ料理を作って、「ジャガイモ料理始めました」という折込みを入れた。カフェもやりたいという話になり始めた。どんどん自分たちで工夫するようになっていく。

同じ長島町の離島である獅子島では、食事をする場所がないので、漁港にレストランを作った。ただ板を置いて、それに柱を建て、日よけに白いテントをかける。これを「獅子島レストラン」と名付けて、料理は隣の公民館の厨房で作って出している。今、ここには毎週大型バスでお客さんが来ており、半年で1,000人を超えた。今まで観光客を受け入れたことがなかったので、受入体制など、いろいろな面で皆さん試行錯誤中だ。

どんな取組でも始める際には「誰が作るのか」「お金がかかる」などの批判的な意見がたくさん出る。しかし、アイデアを出すことで解決策がみつかり、地域の得意技が活きてくる。ただし、初めから100点満点のものを作ろうとするとアイデアが出なくなり、自分たちのアイデンティティもどんどん失われていく。地域を活かす演出には、壊れたらまた作り直せという発想も必要だろう。

---

---

### <パネルディスカッション>

テーマ：住民のやる気と行動、モチベーションを育む留意点とポイントを考える

コーディネーター 畠中 智子 氏

パネリスト 鞍打 大輔 氏、砂田 光紀 氏

#### 畠中氏

「住民のやる気と行動、モチベーションを育む留意点とポイントを考える」というテーマを「やる気スイッチをONにするツボ」、「行動につなげるプロセスの編み出し方」、「モチベーションを保ち続ける工夫」の3の視点に分けて議論したい。

やる気のスイッチをオンにするツボは、それほど難しいものではなく、誰かがその思いを受け止め、聞くことが第一歩だ。以前、平均年齢83歳のワークショップで車いすのお年寄りたちに子ども時代の話聞いた話、話しているうちに顔が生き生きしてきて、最後には全員車いすから立ち上がって話をしていた。人は自分の思いを聞いてもらうことで、ものすごくパワフルになると実感した。

行動につなげるプロセスの編み出し方としては、小さい達成感が大切だろう。その効果を外のちょっと違う目線で意味付けする人がいると喜びは倍増する。ただ、このプロセスでは、産みの苦しみも必要で、急ぎすぎない、時間を丁寧にかけることも必要だ。

モチベーションを保ち続ける工夫の一つに、子ども社会の中に位置づけることがある。「とさつ子タウン」のお手本であるドイツのミュンヘンでは、子どもが関わっていないプロジェクトは1つもないと言い切るくらい子どもの視点、目線をあらゆるプロジェクトに生かしている。子どもには大人を動かす力がある。子どもと一緒に活動するというのも一つの方法だろう。

#### 鞍打氏

やる気のスイッチをオンにするツボは、住民の人たちが持っている想いを汲み取る機会や場を作り上げることだと考えている。

行動につなげるプロセスの編み出し方は、議論を進めていく中で、毎回毎回、積み上がりやステップアップしていくことが実感できるような機会のデザインが重要だろう。もう一方で、急ぎすぎないことも重要。住民は行政のスピード感に慣れていないし、即決できないことも多い。少し行ったり来たりしながら徐々に住民の気持ちが高まってくるのを待つということもすごく重要だと思う。

モチベーションを保ち続ける工夫としては、初めの段階ではハードルをあまり高く設定せずに、できることを一つずつクリアしながら自信をつけてもらうことが重要だ。また、簡単に満足させないことも重要だと思う。満足した途端に停滞するケースも少なからず見受けられる。

住民がやりたいことに寄り添うということがものすごく重要だ。こちらが企画したものに本気で取り組む人は少ない。住民から何かアイデアが出てくるまで、しっかり待って、出てきたものをしっかり育てることがすごく重要だろう。

#### 砂田氏

やる気のスイッチをオンにするツボは、それぞれの得意分野を持ち寄れる仕掛けが一番いいのではないかと。そのような取組は楽しい。楽しいことが非常に大切だ。

行動につなげるプロセスの編み出し方は、そこに暮らすそれぞれの人が自分の居場所を実感できる取組にすること。役割を作るということがポイントだ。あと、地域の人がつながる仕組み。お互いに何ができるのかが解れば、自然に取組は広がっていく。

---

モチベーションを保ち続ける工夫としては、憧れや誇りがある。例えば、いい祭り、続いている祭りは、子どもたちが憧れを抱く祭りだ。おそらく祭り以外も同じだと思う。本質を磨き高めれば、憧れや誇りが高まっていく。これに加えて、その本質を伝える語学力アップが必要だ。その素晴らしさ・魅力を皆がイメージできる言葉で伝えられるかによって、地域のイメージまで決まってくる。対外的にも、次の世代にも「大事にしなきゃダメなんだ」というのを明確に伝えるためにも、言葉を考えてほしい。



---

## (6) 第6回地域力創造セミナー

### ① 開催概要

テ ー マ：文化芸術の振興によるまちづくり  
開催日時：平成 24 年 2 月 22 日（水）13：15～  
開催場所：関西大学東京センター（東京都千代田区）  
受講者数：134 名

### ② プログラム

- 開会（13:15）  
○講演  
    基調講演（13:35～14:35 60分）  
        「アートによる地域振興の可能性」  
        講 師：加藤 種男 氏（財団法人アサヒビール芸術文化財団事務局長）
- リレーセッション（講演）1 （14:40～15:20 40分）  
        「地域づくりとアートの接点を考える」  
        講 師 野田 邦弘 氏（鳥取大学地域学部地域文化学科教授）
- リレーセッション（講演）2 （15:35～16:15 40分）  
        「地域づくりに向けたアートマネジメントを考える」  
        講 師 熊倉 純子 氏（東京芸術大学音楽部音楽環境創造科教授）
- パネルディスカッション （16:20～17:20 60分）  
    「アートによる地域振興の道筋  
        ～地域振興に向けたプロセスとポイントを考える」  
    コーディネーター 加藤 種男 氏  
    パネリスト 野田 邦弘 氏、熊倉 純子 氏
- 閉会（17:25）  
○名刺交換会（情報交換会）（17:30～18:00 30分）

### ③ 講演要旨

#### <基調講演>

#### アートによる地域振興の可能性

加藤 種男 氏 (財団法人アサヒビール芸術文化財団 事務局長)

アートによる地域振興の成功事例の一つとして別府が挙げられる。数年前まではおよそ関心を持たなかったはずの若い女性がやってくる街になった。5年前、様々な文化が混浴するような街にしたいと「混浴温泉世界」をキャッチコピーとした現代アートの国際展が始まった。街並みを大幅に整備した訳ではなく、商店街の幾つかの空き店舗などの建物をリノベーションして、展示スペースやステージにしたが、それだけで街のイメージが変わった。アートをやっている街として、いろいろな雑誌やメディアで紹介され、観光雑誌で別府特集が組まれた。その結果、若い女性が訪れるようになり、経済効果ももたらした。今や温泉街のみなさんも応援してくれている。もともと温泉街や観光の再生について考えていた地域の経済人の活動の中にアートが入ったことによって一気に飛躍できたのだが、いずれにしてもアートが別府のイメージを変えた。



このように芸術や文化に対する投資は、大きな効果をもたらすと考えている。そして、別府では、民間のアーティストが投資を呼び込む係をやり、国や県、市など行政に対して様々な提案をして投資を引き出している。アートによる地域振興が成功しているところでは、たいてい民間がイニシアティブをとって、行政とパートナーを組んでいる。横浜市は創造都市も、民間と行政が対等の関係でパートナーを組んで行政側が相当投資している。事前質問に総合プロデューサーを外部から呼んでくると、地元で人材を育てていくのとどちらが重要かという質問があったが、外から呼んでくることは手段として悪くはない。ただ、外から来た人のやるプロセスを地元は大抵理解できない。あの偉大なる北川フラムさんも十日町の「大地の芸術祭」では、最初「何をやっている」と地元で反対されたと聞く。しかし、アートという新しい表現活動を導入することによって若い人が喜ぶ。若い人から理解が始まり、これを見て地元が喜ぶ。別府の例でも若い人が来るきっかけはアートだ。「大地の芸術祭」や「瀬戸内国際芸術祭」も外から来る若い人たちにまず支持された。アートにはそういうインパクトがあって、期待が寄せられる時代になってきた。

震災の復興にも、アートは大きな力を発揮している。宮城県南三陸町では「切子」という切り絵細工を街中すべての家一軒一軒に下げることがやっていた。ここの食堂はエビ、ここの家は招き猫など、ちょっとした説明を書いて家の前に展示していた。それが全部流されてしまった。そのとき、アサヒ・アートフェスティバルに参加していた全国のNPOがそれぞれ切子を作って必要な物資と一緒に地元へ届けた。このネットワークが地元の皆さんの心の支えになった。先日立ち上げたGBFundという芸術文化による復興支援ファンドでも、89件の助成先のうち20件が郷土芸能で、地域の人たちのつながりや生きる力の源としても機能している郷土芸能の復活にこれが貢献したと思っている。

そんな事柄を考えていくにつれ、地方では特に若い人がいなくなって、これまで培ってきたコミュニティが機能しなくなりつつある。一方、都市では、みんな孤立している。そこでコミュニケーションをとる新しいツールとしてアートは相当大きな力となると私は期待をしている。横浜では、そうした創造的な活動が成功している。

現在、企業メセナ協議会では「ニュー・コンパクト」という小さなエリア経済の復活を提唱している。大きな経済を目指さない、製造販売の一体化、地産地消、顔見知りの顧客関係、こうした経済の状態を生み出すためにも、文化が力を発揮する。たとえば、若い女性が地域に入ったときに一番欲しい必須アイテムは雑貨屋さん聞いた。若いクリエイターやプロデューサーがそうした雑貨屋さんのようなものを生み出す。文化というものが大きな役割を果たし、それが最終的に地域の振興につながっていくのではないかと思う。

## <リレーセッション1>

### 地域づくりとアートの接点を考える

野田 邦弘 氏 (鳥取大学地域学部地域文化学科教授)

横浜市の創造都市は、1985年に始まった「欧州文化都市」をベースにしている。この取組はEUが指名した都市が1年間集中的にいろいろな文化事業を行うもので、財源はEUが負担し、都市は公募され審査を経て決定される。今は年間2都市でやっている。この事業は当初、文化や芸術の活性化のために始まったが、次第に地域再生に効果があることがわかり、次第に条件不利地を指名するようになった。この映像は2009年の欧州文化首都になったドイツのエッセンのプログラムのひとつだ。開催都市は都市を売り込む絶好のチャンスであるため、世界に向けてプロモーションビデオを作る。欧州文化首都の全てが上手くいっている訳ではないが、これをきっかけに元気になっている都市も多い。



これを理論化したのがチャールズ・ランドリーで、95年に「The Creative City」を発表し、チャード・フロリダが「創造階級の台頭」(邦訳「クリエイティブ資本論」)で「クリエイティブ資本論」を発表する。アメリカでは就業者の3割が科学者やエンジニア、エンターテイナーなどの知的創造階級で、彼らがリーダーになっている地域や都市は活力があるという理論だ。

この創造性を取り入れる政策は、日本では金沢市が最初にはじめた。横浜市は2004年から始めた。横浜は、埋立地に「みなとみらい21」という新しい都市をつくったところ、関内エリアの衰退が始まり、古い洋館がマンションに変わっていった。そこでフロリダの考え方を採用して、ある特定エリアにクリエイティブな人たちが活動できる拠点を作った。その推進組織として市内に横断的で強い権限を持った「文化芸術都市創造事業本部」を設置した。設置から7年を経て、今は文化観光局になっている。

関内エリアのなかでも「馬車道」では、クリエイティブなクラスターを作るため、倉庫や歴史的な建築物など使われなくなった建物を活用した。「黄金町」では集積していた違法風俗店を撤去し、そこにアーティストが住み、作品や商品開発、地域と交流する拠点を作った。横浜国立大学もサテライトキャンパスをこの中に作り、大学生と教員、地域、行政が話し合いながら地域の未来を考えている。現代アートを中心としたイベントも行われ、たくさんの人で賑わっている。この取組が周囲に推移し、トータルで20近くの拠点が関内エリアにできた。約1千人の若いアーティストやクリエイターが移り住み通っている。この結果、2004年12月を打っていた地価が上昇に転じた。2007年には約240億円の経済効果があると算出された。改修工事やNPOへの助成など一定の投資も行ったが、こういう効果が出ている。この取組では古い倉庫やビルなど減価償却が終わっている施設を利用した。運営もNPOを公募し、事業期間も2年、3年として、その間の成果で評価する目標評価制度を導入した。ただ、スピーディーに進めたため、市民全てがこの取組を認知している訳ではない。しかし、目的とした旧市街地の衰退に一定の歯止めがかかった。鳥取でも、廃病院で現代アートの展示やワークショップ等を行う「Hospital Project」を行う。鳥取大学と、その学生、別途キュレーターを呼び展開する。

チャールズ・ランドリーが挙げた創造都市になる条件として、行政組織には透明性や親しみやすさ、頼りがいを挙げている。政策的には学習機会が多様にあること、公共交通やIT環境、意見交換や議論する場所を重視している。また、市民文化には、多様な価値観と表現がぶつかり合う寛容性や開放性が大事だとしている。人材面では戦略的リーダーの必要性を指摘している。そして、創造都市最大の目的は生活幸福度。住んでいる人たちの暮らしやすさ、安全・安心が必要だと言っている。

それぞれの地域で文化による活性化を進めていく時、ソーシャル・イノベーションのための交流のスペースが必要だ。ただし、多くの文化会館や市民ギャラリー、美術館はすべて鑑賞型だ。何かモノを作っていくという機能は基本的にはない。また、単独の都市だけで取り組む時代ではなく、できるだけ違うところと組んで、一緒になって取り組むほうがより効果が高いだろう。

## <リレーセッション2>

### 地域づくりに向けたアートマネジメントを考える

熊倉 純子 氏 (東京藝術大学音楽学部音楽環境創造科 教授)

各地で盛んに行われているアートプロジェクトには、市民の手弁当の予算50万円くらいのものから、「越後妻有アートトリエンナーレ」や「瀬戸内国際芸術祭」など10億円規模のものまで様々だ。経済効果は規模が大きければ得られる。ただし、集客には有名なアーティスト、見栄えのする作品、期間が必要となり、必然的にお金がかかる。しかし、ほとんどのアートプロジェクトは小規模で、文化イベントは首都圏でも集客はせいぜい3千人くらいだ。集客だけならアートでない方がよい。お金をかけずに行うアート活動の意義についてよく考えることが大切だ。



現在関わっている「取手アートプロジェクト」は、市民と取手市、東京藝術大学の三者が協働で1999年から行っており、一昨年の秋にNPO法人が主体となっている。25歳~30歳くらいの有給スタッフが4人事務局におり、2名がこのプロジェクトで取手に移住した。コアプログラムの「アートのある団地」は、イベントのほか、URに家賃を優遇してもらい、取手市の老人福祉課と団地自治会と一緒に、高齢者見守り施設「いこいの」というカフェを運営している。もう一つは「半農半芸」プログラムだ。活動が13年と長いので、小学校へのアーティスト派遣やワークショップ型授業、ガスタンクのイラストなど様々な形で街に溶け込んでいる。また、企画段階から当日運営まで一緒に取りくむ市民がたくさんいることも強みだ。イベントの時だけ出てくれる人もいれば、週に2~3回手伝ってくれる人もいる。

埼玉県北本市の「北本ビタミン」は、トップダウン型のプロジェクトで2008年から始まった。ここは早々に実働部隊をNPO法人化した。取手アートプロジェクトで事務局経験のあるスタッフを市の期限付き職員として雇用し、プログラムの協力者を見つけながら活動を立ち上げた。しかし、市との連携が中々大変で当初は思うように動けなかった。これまで紆余曲折、形態をあれやこれやと変えながら実施をしているが、市民の認知度はこれからだ。活動の一つの「おもしろ不動産」は、アーティストたちと一緒に作りあげてきたプランで、シェアアトリエやライブ、アーティストの展示を行っている。

青森県八戸市の「南郷アートプロジェクト」は今年度から本格スタートした。市長の肝いりで実行力に富む担当チームが編成され、時間をかけて展開のストーリーを作った。ここには中核となるコーディネーターを送り込み、彼女が十分に実力を発揮できたのは、市職員のバックアップと、ホール関係者の協力があったからだ。この地区はジャズフェスティバルを22年間行っており、アマチュアバンドもたくさんある。その一つとアーティストのコラボレーションを行ったほか、アウトリーチのレクチャーやプロモーションビデオの製作も行った。一番おもしろかったのは、ダンサーが小学校でアウトリーチを行った後に村を練り歩くパレードで、村人たちがたくさん出てきて「何やってんだ」と見てくれた。今後は市民に企画や運営に関わってもらい、どう発展させていくかが課題だ。

「アートアクセスあだち」は、東京藝術大学と足立区、NPOの協働事業で、優秀な4人の事務局スタッフがいる。東京卸売市場の魚市場での即宴会や、商店街でのシャボン玉イベントを行う予定だ。3月には銭湯でコンサートを開く予定で絶賛出演者募集中。ここはボランティアを募集したら20~30代のサラリーマン、OLがたくさん出てきてくれて、「ヤッチャイ隊」というチームが結成された。それぞれのアーティストチームもメンバーを募集している。北千住の人たちは非常に熱くて、勝手にどんどんドライブがかかっていく。

行政の方はアートプロジェクトを始めると必ずちょっと後悔する。街を面白くしていくためには、専任の事務局がいろいろな人たちをつなげて、かき回し続けるからだ。おもしろいアーティストを連れてきて、パートナーシップを築いていく。このため、事務局の体制づくりが重要で、雇用環境をつくる必要がある。

---

---

### <パネルディスカッション>

「アートによる地域振興の道筋 ～地域振興に向けたプロセスとポイントを考える」

コーディネーター 加藤 種男 氏：

パネリスト 野田 邦弘 氏、熊倉 純子 氏

#### 加藤氏

今、世の中では市場や競争だけが正しいという風潮がある反面、相互扶助も重要だという認識も強くなっている。功利的には何の効果もないが故にアートは、社会の中でみんなが助け合って生きていこうとするときには結構力強い味方になる。その一方で、先ほどの話のとおり、アートには外から人を呼ぶインパクトも秘めている。

アートプロジェクトには、民間が主導するタイプと行政が主導するタイプがあるが、いずれにせよ、両者がうまくかみ合っているケースは、批判も含め議論を丁寧に行っている。アートの一番おもしろいところは、意表を突かれるというか、まったく想定していないものが生まれてくること。これがアートの価値だ。そこを双方がキチンと議論した上で認識することが大切だ。

また、アートによる地域振興を進めるには、たとえば、行政とアーティスト、たとえば、現場の若い専門家たちと決定権のある人々など、ものの見方や価値観が異なる両者を如何につなげるが重要だ。両方の言語を駆使しながら通訳をして、双方を繋いでいくことがポイントとなる。

#### 野田氏

官と民それぞれ Win・Win の関係にすることが絶対に必要で、これがないと持続可能にはならない。それができない一つの理由は、行政の担当者が人事異動でどんどん変わるからだろう。当然、民間にも課題は沢山ある。その中でうまく組んでいる事例を見ると、やはり目標を共有している。目標が共有されているわけだから、成果が出なかったら交代という約束がちゃんとできる。そういう仕組みを考えること。横浜がうまくいったのは、委員会で目標評価制度を作って、それで動かし始めた。そして、始まったら NPO や民間の人に任せてゴチャゴチャ言わない。その代わり 2 年、3 年後にチェックさせてもらいました。制度設計をきっちりやって、目標を共有して、あとは任せて口を出さないが評価はする。これが大切な一つのポイントだと思っている。

あと、外から人を呼ぶためには、レベルの高いものがないと来ない。それには費用がかかる。観光客を呼んで経済効果を上げるにはコストがかかるという点を行政は理解することが大切だ。

#### 熊倉氏

欧米には、作品プロジェクトはあるが、行政と市民と若いアーティストたちが街と一緒に共創する文化はない。アーティストが市民と同じ目線で物を考えるという発想は日本人にしかない。これからの市民文化というのは、出し物の観客として住民を呼ぶのではなく、街でプロジェクトを一緒に行い、文化でどう地域に働きかけていくのかを一緒に考えていくスタイルが重要かと思う。その方が皆生き生きし、もっと地域とつながると考えている。

一方、プロを活かす場合は、動いてもらうために、あの手この手を尽くすのがマネジメントだろう。それには街の人を必死にさせる。その前に担当者が必死になる。そして、「どうしてもやりたい」という意識をキチンと作る。

そして、やるのだったら、ちゃんと汗かいて、どこにニーズがあるのかを探る。ほかにはな

---

いブライストレスという演出を考える。おもしろいことに仕立ててくれるプロフェッショナルを企画に入れるのも一つの方法だ。



---

---

## 第III章 地域人材ネット

### III-1 地域人材ネットの概要

「地域人材ネット」は、市町村相互の交流やノウハウの共有等に寄与することを目的として、各地で地域活性化に活躍している専門家等を登録したデータベースである。

平成 23 年度<sup>2</sup>は民間専門家（168 名）、先進市町村で活躍している職員（38 名（組織を含む）の計 206 名を登録し、市町村等からの相談や要請に応じて、登録人材の紹介等を行った。

この「地域人材ネット」は、総務省ホームページ

(<http://www.soumu.go.jp/ganbaru/jinzai/index.html>) で公開している。

＜平成 23 年度の登録者の内訳＞

1. 先進市町村の職員	19 名
2. 先進市町村の組織	29 組織
3. 民間専門家	168 名
合 計	206 名・組織

---

<sup>2</sup> 「地域人材ネット」では、専門家等の追加変更を行っており、平成 24 年度版は年度当初に公表予定。

---

## III-2 地域人材ネット登録者一覧

○平成23年度登録者206名・組織（敬称略）

### 1 先進市町村の職員（19名）

氏名	所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
福田 修	市川市 環境清掃部 環境政策担当	主幹	千葉県市川市	市川市 e-モニター制度（地域ポイント制度、環境家計簿モニター制度）
小池 晃	町田市子ども生活部子育て支援課	子育て支援課長	東京都町田市	フットパスによる市民協働のまちづくり
倉持 隆雄	厚木市協働安全部	地域力創造担当部長	神奈川県厚木市	セーフコミュニティ、セーフスクール、体感治安不安感、繁華街、環境浄化、子どもの安全などの安心安全対策全般。
高野 誠鮮	羽咋市 1.5 次産業振興室	総括主幹	石川県羽咋市	限界集落活性化計画「山彦計画」
深澤 秀史	山梨市役所下水道課	課長	山梨県山梨市	協働のまちづくりとコンパクトな都市計画の実践
小林 千展	原村 農林商工観光課	課長	長野県諏訪郡原村	原村移住・交流推進事業
水野 正文	郡上市郡上地域活性化協議会	異業種交流部会長	岐阜県郡上市	理想の3セク経営 *年商7億円 *交流人口90万人
岸川 政之	多気町役場 農林商工課	課長	三重県多気郡多気町	地域にある宝を発掘し、まちづくりに結び付ける！
奈良 俊哉	近江八幡市協働政策部地域文化課	課長補佐	滋賀県近江八幡市	景観法・文化財保護法を活用した「都市・農村景観の保全と活用」
小島 慶蔵	舞鶴市	産業振興監	京都府舞鶴市	海外戦略も視野に入れた産業振興、農工商連携、人材育成、新規事業創出
吉田 稔	西宮市	西宮市CIO補佐官、西宮市情報センター長	兵庫県西宮市	電子自治体の推進及び危機管理と情報システムをキーに「自治体汎用被災者支援システム」の構築と普及拡充等々
桜井 誠一	神戸市役所	代表監査委員	兵庫県神戸市	自治体における危機管理時のマスコミ対応
池田 稔	河合町総務課	主幹	奈良県河合町	奈良県下7市町で行う基幹業務システムの自治体クラウド・協同アウトソーシング事業
中川 哉	江津市建設経済部農林商工課	総括主任	島根県江津市	多様な主体の連携による定住促進事業～江津市人材移入プロジェクト～
金山 功	邑南町定住企画課	交流促進係長	島根県邑智郡邑南町	邑南町研修プロジェクト
小西 昌幸	北島町 図書館・創世ホール	教育委員会主幹兼館長	徳島県北島町	創世ホールの自主事業
佐藤 之則	豊後高田市商工観光課	課長	大分県豊後高田市	商業と観光の一体化による中心市街地の再生ー「昭和の町」
松本 壮	伊江村商工観光課	主査	沖縄県国頭郡伊江村	観光産業活性化による地域振興への取り組み
前城 充	南風原町 総務部 企画財政課	企画統計班長	沖縄県島尻郡南風原町	住民参画による総合計画の策定と、その後のまちづくり

### 2 先進市町村の組織（19組織）

氏名 (代表者氏名)	所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
川口 真	標津町企画政策課	課長	北海道標津郡標津町	漁業を観光化して観光の産業化へ
	盛岡市消費生活センター		岩手県盛岡市	「悪質商法に負けないまちづくり」「多重債務問題に強いまち盛岡」
鈴木 惣喜	遠野市ふるさと定住推進室	室長	岩手県遠野市	「行って観たい町」から「住んで魅たい町」へ
佐藤 日出海	富古市産業振興部産業支援センター	所長	岩手県富古市	モノづくりができる、人づくり
千葉 秀基	大崎市田尻総合支所産業建設課	課長	宮城県大崎市	マガンの里推進プロジェクト「渡り鳥との共生による持続可能な社会システムの構築」
近藤 肇	小坂町産業課農林班	産業課 課長	秋田県鹿角郡小坂町	バイオマスタウン推進事業
斎藤 理喜夫	長井市商工観光課	課長	山形県長井市	人材育成によるポスト企業城下町の産業振興～地元工業高校やものづくり人材の活動支援～
中田 典子	小浜市食のまちづくり課	課長補佐	福井県小浜市	食のまちづくりと生涯食育の推進
平野 宗則	山梨市定住促進プロジェクトチーム	副主査	山梨県山梨市	定住促進事業「山梨市空き家バンク制度」
篠田 喜代志	飯田市結いターンキャリアデザイン室	課長	長野県飯田市	人材誘導：若者のUIターン支援
三田 操	三島市地域振興部商工観光課	課長	静岡県三島市	街中がせせらぎ～歩きたい街・住みたい街をめざして～
西川 卓男	綾部市市民環境部水源の里振興課	課長	京都府綾部市	水源の里（いわゆる限界集落）の維持・再生に向けた取組

氏名 (代表者氏名)	所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
上田 篤	豊岡市コウノトリ共生部 コウノトリ共生課	課長	兵庫県豊岡市	コウノトリと共に生きるまちづくり、豊岡市環境経済戦略
林 秀行	みなべ町うめ課	課長	和歌山県日高郡 みなべ町	日本一の梅の里づくり
福尾 恭幸	笠岡市政策部協働のまち づくり課海援隊グループ	統括 (グループリーダー)	岡山県笠岡市	住民による NPO 団体との協働を通じた島おこし活動
柳井 和彦	萩市歴史まちづくり部ま ちじゅう博物館推進課	まちじゅう博物館推進課 長	山口県萩市	萩まちじゅう博物館
藤原 保文	今治市大三島支所産業建 設課	課長	愛媛県今治市	都市と農村の交流による地域の活性化
境 公雄	福岡県大木町環境課	環境課長	福岡県大木町	持続可能な循環のまちづくり
馬見塚 純治	長崎市文化観光部さるく 観光課	課長	長崎県長崎市	長崎市の歴史や文化を活用したまち歩き「長崎さるく」

### 3 民間専門家 (168名)

氏名	所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
飯沼 巖	食のトライアングル (農・商・消) 研究会	会長	北海道富良野市	1、食のトライアングル (農・商・消) 研究会 2、食と農と健康を考えるネットワーク 3、観光ガイドヘルプボランティア
石塚 雅明	株式会社石塚計画デザイン事務 所	代表取締役	北海道札幌市	まちづくりワークショップ等による地域合意の形成や住民自 治の推進
河瀬 悟郎	札幌国際大学 観光学部 観光 ビジネス学科	教授	北海道札幌市	北海道・利尻礼文 0泊3日弾丸ツアー企画実施
久保 裕史	北の屋台 北の起業広場協同組 合	専務理事	北海道帯広市	十勝帯広で屋台による『まちづくり』
佐藤 太紀	株式会社エフエムもえる	代表取締役社長	北海道留萌市	地域の情報員による地元情報の受発信システム構築
島田 昌幸	有限会社 JICC	代表取締役	北海道札幌市	『石と芸術のまち金谷』の創出
田澤 由利	株式会社ワイズスタッフ/株式 会社テレワークマネジメント	代表取締役	北海道北見市	ネットオフィスの地域拠点経営・IT を活用した地域活性化
木村 秋則	株式会社木村興農社	代表	青森県弘前市	永続性環境保全農業
佐藤 正彦	NPO 法人尾上蔵保存利活用促進 会	常務理事	青森県平川市	農家蔵保存・利活用とグリーン・ツーリズムの定着拡充で地域 活性化
三上 亨	NPO 法人グリーンエネルギー青 森	事務局長	青森県青森市	地域課題を逆手に取った地域の活性化
渡辺 敏男	盛岡まち並み塾	事務局代表	岩手県盛岡市	盛岡まち並み塾の活動
岩淵 成紀	NPO 法人たんぼ	理事長	宮城県大崎市	地域の生物多様性と水田農業の再生プロジェクト～ふゆみず たんぼプロジェクトを中心に～
加藤 重子	農事組合法人やくらい土産セン ターさんちゃん会	代表理事組合長	宮城県加美町	地産地消の直売所 (自分が作った物だけ売る) 加工もする。
宇生 雅明	庄内映画村株式会社	代表取締役	山形県鶴岡市	オープンセットを利用した映画撮影誘致と地域興し
工藤 順一	観光カリスマ工藤事務所	代表	山形県寒河江市	農業は無限の観光資源であるとして、周年での「観光農業」 による地域活性化を実現
栗田 和昭	山形県林業研究グループ連絡協 議会	副会長	山形県最上郡金山町	山人として
吉田 功	長井ものづくり連携のキーマン	西置賜産業会会長	山形県長井市	地元工業高校を支え企業、地域の連携を創出 等
石河 智舒	ゆずの里かおり村	会長	栃木県芳賀郡茂木町	「みんなのでやっぺー、頑張っぺー」
橋立 達夫	学校法人船田教育会 作新学院大 学	総合政策学部教授	栃木県宇都宮市	地域ワークショップ方式による集落活性化事業計画の作成お よび事業実施支援
片田 敏孝	群馬大学大学院工学研究科	教授	群馬県桐生市	防災教育、避難行動、危機管理
三田 英彦	たてばやし下町通り商店街振興 組合	下町夜市実行委員長	群馬県館林市	空き地化の進む商店街での交流人口拡大術と起業創出
桑山 和子	NPO 法人 ぬくもり福祉たん ぼぼ	会長	埼玉県飯能市	農業も市街地活性化もソーシャルファームで実現
篠原 靖	跡見学園女子大学マネジメント 学部 観光マネジメント学科	准教授	埼玉県新座市	観光による地域振興を応援 ニューツーリズム・広域観光圏 などをベースに持続可能な観光地づくりを・・・
柴山 利幸	間伐材ウッドチップ舗装協会	理事長	埼玉県白岡町	里山の保全活動、森林活用
町田 啓介	(1) お菓子な郷 (クニ) 推進協 議会 (2) ㈱和銅鉱泉旅館	(1) 会長 (2) 代表取締役	埼玉県秩父市	地場農産品 (カエデ&太白芋など) を活用した地域活性化 と地域資源 (和銅遺跡) を活用した観光振興
安島 博幸	立教大学観光学部	教授	埼玉県新座市	観光による持続可能な地域振興
加藤 文男	元南房総市企画部	部長	千葉県南房総市	黒字経営の「道の駅」で、地域産業・文化の振興、広域情報 の発信
高橋 賢一	NPO 法人小野川と佐原の町並み を考える会	理事長	千葉県香取市	歴史的町並みの保存と活用

氏名	所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
筒井 啓介	特定非営利活動法人コミュニティワークス/地域作業所 hana	理事長	千葉県木更津市	木更津市市民活動支援事業「チャレンジセンターLet's きさらづ」
虎岩 雅明	NPO 法人 TRYWARP	代表理事	千葉県千葉市	大学生がパソコンを教えることによる地域での世代間交流のきっかけ作りと地域 SNS の活用
平野 代一	船橋小松菜パウダー会	会長	千葉県船橋市	西船橋野菜(小松菜、枝豆など)を使った加工品開発生産と販売による地産地消推進事業
青木 千栄子	株式会社シー・ブルー	代表取締役	東京都新宿区	そのまちに生まれ、育ち、暮らすことに誇りを持つように…。
荒井 弘正	株式会社野村総合研究所 公共経営戦略コンサルティング部	上級コンサルタント	東京都千代田区	地域再生マネージャー事業(ふるさと財団地域再生部が所管)
今村 まゆみ	街づくりカウンセラー		東京都世田谷区	マスコミも来訪者もファンになる街づくり
岩佐 吉郎	財団法人日本交通公社	研究主幹(観光政策相談室長)	東京都千代田区	地域資源の発見と評価により、地域の魅力を活かした観光振興戦略、地域活性化戦略の策定
臼井 純子	株式会社富士通総研	取締役 エグゼクティブコンサルタント、PPP 推進室長	東京都港区	ボランティアホリデー、「目指せ! 弥太郎 商人塾」
大社 充	NPO 法人グローバルキャンパス	理事長	東京都渋谷区	観光地域づくりプラットフォーム形成支援 日光市の中心市街地活性化に係わるサポート事業
大塚 幸雄	(株)バル街づくり研究所	代表取締役	東京都港区	「合わせ技一本」島型ビジネス展開事業(海士町)
岡崎 昌之	法政大学現代福祉学部/大学院人間社会研究科	教授	東京都町田市	人材育成等アドバイザー事業(総務省給与能率推進室所管)による地域の人材育成の取組他
奥村 玄	株式会社 GEN プランニング	代表取締役	東京都世田谷区	和歌山県高野町「まちなか再生事業」
加藤 孝明	東京大学生産技術研究所	准教授	東京都目黒区	広域ゼロメートル市街地における市民主導型の防災まちづくり(メガハザードへの取り組み)
金子 哲雄	株式会社オフィス・トゥー・ワン	流通ジャーナリスト/ プライスアナリスト	東京都港区	代表的事業~2003 年度栃木県商工会連合会スローライフ推進事業~
紙田 和代	ランドブレイン株式会社	まちづくりグループ チーム長	東京都千代田区	地区における住民主体のまちづくりの支援
城所 哲夫	東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻	准教授	東京都文京区	
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	代表理事	東京都品川区	経営による地域再生・都市再生-新たな資金循環を生む「事業」による活性化-
木村 乃	(1) ビズデザイン株式会社 (2) 明治大学商学部	(1) 代表取締役 (2) 特任准教授	東京都港区	地域住民による地域振興に向けた複合的活動展開
窪田 亜矢	東京大学大学院工学系研究科	准教授	東京都文京区	資源を活かしたまちづくり
小泉 秀樹	東京大学大学院工学系研究科・都市計画研究室	准教授	東京都文京区	コミュニティ・デザイン、まちづくりの仕組みづくり
後藤 春彦	早稲田大学	教授	東京都新宿区	まちづくり支援
小林 詳子	全日本空輸株式会社(休職中)	-	東京都港区	宇和島市における真珠を核としたブランド化による中心市街地活性化、女性の視点と感性を活かしたまちづくり
小松 俊昭	(1) 金沢工業大学 (2) 合同会社家守公室	(1) 産学連携室 コーディネーター (2) 代表	東京都港区	ヤモリカフェの創設と運営を通じた新たなコミュニティ・ビジネスの創出
斉藤 俊幸	イング総合計画株式会社	代表取締役	東京都杉並区	6 次産業化、雇用創出、第 3 セクター再生
塩谷 暢生	特定非営利活動法人 里山農業クラブ	代表	東京都八王子市	里山の保全再生・農あるまちづくり・田んぼの学校による環境教育
渋澤 寿一	NPO 法人樹木・環境ネットワーク協会	理事長	東京都世田谷区	地域の自然と文化をベースとした循環型地域づくり
清水 慎一	立教大学観光学部 株式会社ツリズムマーケティング	特任教授 顧問	東京都品川区	観光による交流を活かした元気なまちづくり
図司 直也	法政大学現代福祉学部	准教授	東京都町田市	農山村地域再生に向けた人的支援の試み
関 幸子	NPO 法人 地域産業おこしに燃える人の会	理事長	東京都千代田区	SOHO を生かしたまちづくり(中心市街地活性化基本計画の推進)
千田 良仁	株式会社アミタ持続可能経済研究所	アソシエイト・フェロ ー	東京都千代田区	「つなぐ」「つむぐ」~地域資源の発掘・利活用とヒト・モノ・カネのコーディネイトによる持続可能な地域活性化モデルの構築
園田 正彦	(1) (株)三井物産戦略研究所 (2) エスアールジャパン株式会社	(1) 研究フェロ ー (2) 代表取締役	東京都千代田区	都市側企業との連携による地域活性化
高橋 英興	株式会社 コミュニティネット	代表取締役	東京都中央区	島根県吉賀町~5 者協定+1 の取り組み「福祉を核にしたまちづくり」
竹田 純一	東京農業大学 学術研究員 / 山村再生支援センター / 里地ネットワーク	学術研究員 / 事務局長	東京都世田谷区	地元学からはじめる森里川海の資源を活かした地域づくり
田中 章雄	株式会社ブランド総合研究所	代表取締役社長	東京都港区	地域ブランドへの意識改革、調査、戦略策定
田邊 寛子	まちひとこと総合計画室	代表	東京都千代田区	観光地や商店街の地域資源を大切にした「景観づくり」による活性化支援
玉沖 仁美	株式会社 春夏秋冬	代表取締役	東京都港区	コーチングや短期解決型カウンセリングの技術による地域振興の実施サポート

氏名	所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
栉尾 圭亮	株式会社 船井総合研究所	地域ブランド 創造チーム	東京都千代田区	地域特産品 ブランド化による地域活性化
富田 宏	株式会社漁村計画	代表取締役	東京都世田谷区	全国の住民参加の漁村環境整備計画の作成、漁村活性化の取り組み
富永 一夫	NPO法人 NPOフュージョン長池	理事長	東京都八王子市	暮らしの支援事業
中島 淳	株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ	代表取締役	東京都港区	思いや考えをカタチに
羽藤 英二	東京大学工学部都市工学科	准教授	東京都文京区	松山市のモビリティデザイン
藤崎 慎一	株式会社地域活性プランニング	代表取締役	東京都港区	ビジネス視点でのコーチングによる、住民を自立させての地域活性化の実現
政所 利子	株式会社 玄	代表取締役	東京都台東区	持続的地域経営のための戦略を総体的に取り組むのためには
宮口 侗迪	早稲田大学教育・総合科学学術院	教授	東京都新宿区	人材育成等アドバイザー事業(総務省給与能率推進室所管)による地域の人材育成の取組
宮治 勇輔	NPO 法人農家のこせがれネットワーク / 株式会社みやじ豚	代表理事 CEO / 代表取締役社長	東京都港区	農業を基点に地域を活性化する研修及び都市農村交流等支援事業
山田 桂一郎	J T I C . S W I S S	代表	スイス:ツェルマット、日本:東京都千代田区	住民、事業者を主体としたDMOによる持続可能で自立した地域活性・再生化
吉井 靖	(1) 株式会社うぶすな (2) 合同会社スマイル	(1) 代表取締役 (2) 代表社員	東京都渋谷区 / 新潟県佐渡市	「IT×地域」 地域へヒトとオカネをもたらすための ICT 利活用
吉田 道郎	株式会社 梵まちづくり研究所	代表取締役	東京都新宿区	地域の自治力向上をふまえたまちづくり、景観づくり、活性化
飯盛 義徳	慶應義塾大学総合政策学部	准教授	神奈川県藤沢市	地域づくりとひとづくり
古賀 学	松蔭大学観光文化学部	教授	神奈川県厚木市	継続的な観光からの地域振興への参加(利賀村・高柳町)
佐藤 喜子光	NPO 法人 地域力創造研究所	理事長	神奈川県逗子市	ファンづくりツーリズムを核とした地域力の創造
澤島 光弘	株式会社 藤澤電機製作所	代表取締役社長	神奈川県横浜市	障がい者の就労支援・就労の場づくり!
野口 和雄	(有)野口都市研究所	代表取締役	神奈川県二宮町	真鶴町における条例制定や計画づくり、美しいまちづくりの取組み
松岡 夏子	NPO 法人ゼロ・ウェイストアカデミー	理事	神奈川県逗子市	地域発ゼロ・ウェイスト推進活動
屋代 雅充	東海大学観光学部観光学科	教授	神奈川県平塚市	地域固有の景観的・観光的な魅力をフットパス事業を通じてあぶり出し市民主導のまちづくりへと展開
阿部 巧	社団法人中越防災安全推進機構	復興デザインセンターチーフコーディネーター	新潟県長岡市	新潟県中越地震被災地域・過疎高齢集落における人的支援の実践
稲垣 文彦	社団法人中越防災安全推進機構	復興デザインセンター長	新潟県長岡市	2004年新潟県中越地震からの市民と行政との協働による復興まちづくり
春日 俊雄	荻ノ島ふるさと村組合	事務局長	新潟県柏崎市	農村滞在型交流観光(グリーンツーリズム)による地域活性化及び地域の自信と誇りの再生
澤田 雅浩	長岡造形大学 建築・環境デザイン学科	准教授	新潟県長岡市	中越地震被災集落の復興支援
関 由有子	あわゆき組	代表	新潟県上越市	自ら楽しむまちづくり、「城下町・高田」の雰囲気演出
田口 太郎	新潟工科大学 工学部 建築学科	准教授	新潟県柏崎市	地域住民の自律性を高めながら進める地域づくり～復興まちづくりから平時の地域づくりまで～
柵 富雄	富山インターネット市民塾推進協議会	事務局長	富山県富山市	インターネット市民塾による地域人材活性化と地域づくりの知の還流
中谷 信一	財団法人 利賀ふるさと財団	理事長	富山県南砺市	そばによる国際交流とむらおこし
大湯 章吉	能登乃国ゆるぎ塾	塾長	石川県鹿島郡中能登町	地域活性化事業の取り組みと支援
多田 喜一郎	春蘭の里実行委員会	-	石川県能登町	若者が帰ってくる農村の再生を目指して
谷本 互	財団法人地域振興研究所	常勤理事・主任研究員	石川県白山市	酒蔵支援活動から日本の酒蔵のビジョン
鈴木 奈緒子	(1) NPO 法人 a w a r a r t (2) COM 計画研究所	(1) NPO 法人 a w a r a r t 事務局	福井県あわら市	夢をカタチに 地域資源を生かした住民主体の地域再生
曾根原 久司	特定非営利活動法人えがおつなげ	代表理事	山梨県北杜市	都市農村交流、農商工連携による農村活性化
井上 弘司	CRC 地域再生診療所	所長	長野県飯田市	農山村の資源を総合的に活用した都市農村交流
吉田 周平	特定非営利活動法人おもいやり乙女平	理事長	長野県東御市	住民自らが行う宅幼老所運営事業
石田 賀代子	ピスターリ・マーム	代表	岐阜県郡上市	都市と農村の交流促進と伝統食等「食」による地域活性化
山田 拓	株式会社 美ら地球	代表取締役	岐阜県飛騨市	地域資源を活かしたソーシャル・ツーリズムビジネスの創出
小出 宗昭	富士市産業支援センターf-Biz	センター長	静岡県富士市	産業支援施設を核とした地域活性の実現
渡邊 英彦	(1) 富士宮やきそば学会、 (2) (社) B 級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会	(1) 会長 (2) 代表理事	静岡県富士宮市	食による地域ブランド確立および活性化戦略

氏名	所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
鈴木 達也	(1) 表参道発展会(いなり楽市実行委員会)	(1) 会長 (2) 代表取締役社長	愛知県豊川市	できることから始めるまちづくり
木村 修	伊賀の里モクモク手づくりファーム	代表理事	三重県伊賀市	地域活性化
畑井 育男	新雲出川物語推進委員会	委員長	三重県津市	山川海ネットワークの構築による多様な主体の環境保全活動の推進
原 康久			三重県桑名市	農林水産資源や出会い交流事業を通じた地域活性化
Alex Kerr	特定非営利活動法人 麓庵トラスト(ちいおりとらすと)	理事長	京都府京都市	美しい日本が残る地域のまちづくりコンサルをしています。
井内 邦典	亀岡市篠町自治会	前会長	京都府亀岡市	セーフコミュニティ推進活動
大木 満和	有限会社 常吉村営百貨店	代表取締役社長	京都府京丹後市	逆境を逆手に取った農ある地域づくり(農業と福祉と暮らし)
梶浦 秀樹	株式会社 庵	代表取締役社長	京都府京都市	地域資源を活用した滞在体験型の観光まちづくり支援事業と京都モデル事業
新山 陽子	NPO 法人里山ねっと・あやべ	理事長	京都府綾部市	都市農村交流による地域活性、綾部ファンづくり、綾部への移住促進
金丸 弘美	食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー		大阪府大阪市	味覚ワークショップを取り入れた食育と食をテーマにした観光・ブランド化振興事業
大島 康孝			兵庫県西宮市	地域資源「オーリーブ」を活用した「農」「商」「観光」の地域活性化
小橋 昭彦	特定非営利活動法人情報社会生活研究所	代表理事	兵庫県丹波市	マーケティングの視点を活かして地域活性化を支援
小林 郁雄	株式会社 コー・プラン	取締役アドバイザー	兵庫県神戸市	神戸における水際地区整備計画から阪神・淡路圏震災の復興市民まちづくり総合的支援
高橋 一夫	流通科学大学サービス産業学部	教授	兵庫県神戸市	観光まちづくりのプラットフォーム構築と集客戦略及び地域ブランドの構築
中山 栄一郎	特定非営利活動法人 歴史と出会うまちづくり船場城西の会	理事(書記)	兵庫県姫路市	地域に残る歴史的財産を活用したまちづくり
日垣 敏之			兵庫県川西市	物産振興(ブランド化)から観光振興(交流人口の拡大)へ
和崎 宏	インフォミアム株式会社	代表取締役	兵庫県姫路市	地域SNSによる地域再活性化のためのプラットフォーム構築
高橋 寛治	高野山大学	客員教授	長野県飯田市	小規模再開発の連鎖による地方都市再生モデルの構築、地域の内発力を引き出すまちづくり
多田 穂子	田辺市熊野ツーリズムビューロー	会長	和歌山県田辺市	世界に開かれた持続的観光地「田辺市」を目指して
玉井 常貴	農業法人(株)秋津野	取締役副社長	和歌山県田辺市	農村文化や地域産物を活かした地域づくり(都市との交流)
藤原 義政	NPO 法人 紀州えこなびと エコカー事業部会	会長	和歌山県和歌山市	子供達の未来のために エコを視点に安心・安全な街づくり
安藤 隆一	まちづくり工房 「隆」	代表	鳥取県鳥取市	「まちづくり」は「人づくり」から
門脇 修二	観光プロモーター		島根県松江市	地域の埋もれた資源に光を当て、新たな観光客の誘致を
鈴木 和弘	海士いわがき生産株式会社	取締役	島根県隠岐郡海士町	水産物のブランド化を目指した地域活性化
田仲 寿夫	有限会社隠岐潮風ファーム	代表取締役社長	島根県隠岐郡海士町	隠岐牛のブランド化を目指した地域活性化
藤原 明	(1)株式会社シーズ総合政策研究所 (2)3セク経営支援センター	(1)代表取締役社長 (2)センター長	島根県松江市	1 市町村合併後の産業振興と公的企業改革の支援 2 市民出資による公民協働のまちづくり会社を設立支援 3 中山間地域での地域資源活用ビジネスへの挑戦
古野 俊彦	有限会社桜江町茶生産組合	代表取締役	島根県江津市	遊休資源「桑」を活かした農業の6次産業化
鳴本 浩二	NPO 法人かさおか島づくり海社	理事長	岡山県笠岡市	笠岡諸島島おこし
安藤 周治	(1) 中国・地域づくり交流会 (2) NPO 法人ひろしまね (3) NPO 法人ひろしま NPO センター	(1) 副会長 (2) 理事長 (3) 代表理事 (4) 取締役	広島県三次市	1. 中国・地域づくり交流会活動 2. ひろしま NPO センター 活動 3. NPO 法人ひろしまね「もう一つの役場」の提案 4. 「もう一つの役場」の社会実験働わかの村設立
辻駒 健二	川根振興協議会	会長	広島県安芸高田市	川根振興協議会における活動
平田 克明	(有)平田観光農園	代表取締役 会長	広島県三次市	過疎地域を活性化するための都市と農村の交流事業
富永 洋一	下関フィルム・コミッション	常任委員長	山口県下関市	ロケ支援だけではない、地域との関わり
中澤 さかな	道の駅 萩シーマーと(ふるさと萩食品協同組合)	駅長(専務理事)	山口県萩市	地域の農水産物・自然資源を活用したスモールビジネス群の開発・運用
和田 健資	しものせき観光キャンペーン実行委員会	副会長	山口県下関市	下関観光キャンペーン実行委員会「官民一体となった基幹産業プロジェクト」
大南 信也	特定非営利活動法人グリーンパレー	理事長	徳島県名西郡神山町	「人」をコンテンツにした創造地域づくり
中村 英雄	NPO 法人新町川を守る会	理事長	徳島県徳島市	水を生かしたまちづくり活動
横石 知二	株式会社いろどり	代表取締役社長	徳島県勝浦郡上勝町	地域資源を活用した地域活性化

氏名	所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
古川 康造	高松丸亀町商店街振興組合	理事長	香川県高松市	高齢化社会に対応した持続可能な新しいスタイルの都市形成をめざして
野田 文子	内子フレッシュパークからり直売所出荷者運営協議会	名誉会長	愛媛県喜多郡内子町	農産物直売の実践による都市住民との「食」と「農」の交流
若松 進一	人間牧場	牧場主	愛媛県伊予市	夕日を地域資源としたまちづくり
畦地 履正	株式会社四万十ドラマ	代表取締役	高知県四万十町	「ローカル・ローテク・ローインパクト」四万十川に負担をかけたものづくり
大原 一郎	有限会社 卵屋 (ランヤ)	代表取締役	高知県高知市	地域食材を活用した商品、業態開発、地域ブランド化の取り組み
東谷 望史	馬路村農業協同組合	代表理事組合長	高知県安芸郡馬路村	ゆずの生産加工販売による地域の活性化
畠中 智子	高知のまちづくりを考える会	代表	高知県高知市	小さなつぶやきも活かし、地域みんなでまちづくり！
井手 修身	アイデアパートナーズ株式会社	代表取締役社長	福岡県福岡市	地域再生における現場力のある人財と組織の向上術 ～波佐見グリーンクラフトツーリズムに見る人財と組織～
甲斐 寛人	ランドブレイン株式会社		福岡県福岡市	プランニングから実行まで一貫したマネジメント
小森 耕太	山村塾	事務局	福岡県八女市	山村塾と国際里山・田園保全ワーキングホリデー、人材育成の取組
砂田 光紀	有限会社オフィスフィールドノート	取締役	福岡県福岡市	地域の素材や技術、遺産を活かし、デザインで味付けするプロジェクト群
中野 浩志	NPO 法人大牟田・荒尾 炭鉱のまちファンクラブ	理事長	福岡県大牟田市	三池炭鉱の遺した近代化遺産を活用した活動
西村 健司	一般社団法人 コミュニティシクタンク北九州	理事	福岡県北九州市	自治組織を中心とした買物弱者支援の実践
濱砂 圭子	株式会社フラウ	代表取締役	福岡県福岡市	地域の情報発信、人材発掘とネットワーク化
養父 信夫	株式会社マインドシェア 九州のムラたび応援団	九州のムラへ行こう 編集長 団長	福岡県福岡市	マチとムラの交流＝ツーリズムによる地域活性
須川 一幸	株式会社地域振興研究所	代表取締役	福岡県福岡市	宮崎県五ヶ瀬町夕日の里づくり・・・平成18年度地域づくり総務大臣表彰
中田 英昭	長崎大学大学院水産・環境科学総合研究科	教授	長崎県長崎市	沿岸海洋環境の診断・評価ならびに沿岸漁場環境の保全・修復
松永 忠徳	株式会社 みそ半	代表取締役	長崎県南島原市	平成俵物ブランド化事業、島原湊地区における漁村活性化事業、とつとつ島の開設
安武 敦子	長崎大学大学院工学研究科	准教授	長崎県長崎市	中越における災害復興・中山間地の再生/仮説カフェの実施
山口 純哉	長崎大学経済学部	准教授	長崎県長崎市	震災復興と地場産業・ソーシャルビジネス・まちづくり
沢畑 亨	水俣市久木野地域振興会	久木野ふるさとセンター「愛林館」館長	熊本県水俣市	実のある交流で日本一(自称)の棚田の里のむらづくり
富士川 一裕	(株)人間都市研究所	代表取締役	熊本県熊本市	地元組織と連携した中心市街地の活性化
本田 節	有限会社 ひまわり亭	代表取締役	熊本県人吉市	地域の食資源を活かした農工商連携による地域活性化
吉本 哲郎	地元学ネットワーク	主宰	熊本県水俣市	足元にあるものを新しく組み合わせ町や村を元気にしていく
鶴田 浩一郎	(1)NPO法人 ハットウ・オンパク (2)(株)鶴田ホテル	(1)代表理事 (2)代表取締役社長	大分県別府市	地域資源を磨いて商品化し、地域活性へ独自モデルを確立
木下 行春	そば道場百姓屋	代表者	宮崎県北諸県郡三股町	濁酒特区による町の活性化
徳田 勝章	峰山地区コミュニティ協議会	会長	鹿児島県薩摩川内市	コミュニティによる共生・協働の地域社会づくり
豊重 哲郎	柳谷自治公民館	公民館長	鹿児島県鹿屋市	行政に頼らない「むら」おこし
白仁 昇	フロンティアPR株式会社	代表取締役	沖縄県浦添市	沖縄発の化粧品プロデュース・北大東村「地域力創造アドバイザー」



---

## 參考資料



---

## ○事業中間報告会開催概要

### ① 目的

地域力創造のための起業者定住促進モデル事業の派遣外部専門家、市町村担当者及び関係者が一堂に会して取組状況の中間報告及び意見交換を行うことで、外部人材を活用した地域課題解決手法の有効性や、効果的な展開に向けた課題を明らかにすることを目的とする。また、当事者間の相互交流によって意識向上や刺激を得ることにより、後期の取組のさらなる進展を促す機会となることも期待する。

### ② 日時及び場所

- i) 日時 平成 23 年 12 月 9 日（金） 14 : 00 ~ 17 : 45
- ii) 場所 東京都千代田区霞が関 3 - 2 - 1  
中央合同庁舎 7 号館 9 階 共用会議室 - 1

### ③ 出席対象者

- i) 外部専門家（8名）
- ii) 対象市町村担当者（1市町村1～2名）
- iii) その他各地域の事業関係者（地域の関係者等が発表者となる場合）
- iv) 総務省（地域力創造審議官、地域自立応援課長 ほか地域自立応援課担当者）
- v) 事務局（株式会社価値総合研究所）

### ④ プログラム

- 開会 総務省挨拶
- 各地域（8地域）の取組状況報告
  - ・各地域で展開している取組について、その目的、目標、特徴、これまでの取組の経過、成果、今後の課題等を、各地域ごとに報告
- 意見交換
- 閉会

---

## ⑤ 意見交換でのコメント要旨

### i) 地域づくりにおける外部人材（地域おこし協力隊）の役割について

- ・地域おこし協力隊は、地域づくりに関する議論を進める中で、外からの声を教えてくれる、非常に重要な役割を果たしている。
- ・地域おこし協力隊は、何か大きな事をしようと思わず、自分の得意技を披露して、地域の方々との距離感を縮めていくことが必要である。
- ・地域おこし協力隊は、地域の人たちとの太いパイプを一緒につなげてくれる。
- ・地域おこし協力隊は、半年ほど地域で生活すると、地域の関係性や地域の内情が理解できるようになり、やりたいことがアイデアとして出てくるようになる。
- ・地域づくりにおいては、小さな自治の現場を数多く作ることで、地域の過去を学ぶことが大切と考えている。小さな自治の現場というものは、結局は地域の課題を地域の中から作り出して、自らの知恵と労力とお金で解決するということであり、そうしたことを地域おこし協力隊に取組んでもらいたいと考えている。

### ii) 外部専門家と外部人材（地域おこし協力隊）との関わり、連携について

- ・外部専門家と地域おこし協力隊とは、定期的に状況報告や方向性を共有しながら、身の上相談ぐらいの気持ちで、プライベートなことも含め本音が語り合えるような関係をつくり、サポートをしていくことが大切である。
- ・地域の過去を学ぶにあたり、外部人材は地域の過去を構造的に考えるということが難しいため、地域がなぜこうなってきたかということを知りやすく伝えることが必要であり、そこを外部専門家としてサポートしている。
- ・地域おこし協力隊と行政とは、雇用者と雇用される側のような意識があり、悩みを抱えていても直接、行政職員に伝えられなかったり、地域住民の期待に応えられているか悩んだりといったことがある。外部専門家として、行政と地域おこし協力隊との間に立ち、両方の調整をしながら、将来的にはそこで定住して暮らしていけるようなスキルを身につけてほしいと考えている。
- ・地域おこし協力隊とは、毎日 face book 等を活用して情報交換をしている。こうしたやりとりの中からも方向性が見えてくるものと思われる。
- ・山深い農山村で暮らしていくことは大変厳しいものがある。起業は一人ひとりが覚悟を決めて取り組んでおり、専門家としても遠くで見ているしかない面もある。一方、地方で雇用はあり、地域で生活していく術はあるものと思っっている。これをどう進めていくかが、外部専門家としても正念場だと思う。
- ・外部専門家や行政はマネジメントとか課題の把握に動くのに対し、行動力がある地域おこし協力隊が地域に入ると、地域の本音や集落の奥底にある課題など、外部専門家の耳には入らない情報を仕入れてくるようになる。こうした情報は非常に重要で、専門家としてどう加工し、マネジメントしていくかに役立つものであり、このような専門家と協力隊との役割や機能の違いは大きな意味がある。
- ・外部専門家は、地域に入って数箇月経過すると慣れというのが出てきて、外部の視点の感度が落ちていく。そのため、特に最初の半年間、いかに行政や関係者が地域おこし協力隊の情報を吸い上げられるか、そしてその情報を専門家がいかに把握し、生かしていくことができるかということが重要となる。
- ・外部専門家は、事業アウトラインやスキームを描く事はできるが、地域の人を

---

動かすことはできない。しかし地域おこし協力隊は、地域の現場の中でネットワークをつくることができ、それによって専門家の企画と現場の活動とががっながったりする。

iii) 地域おこし協力隊の効果的な活用について

- 地域おこし協力隊というのは、「よそ者」であり、地域にとってプラスとマイナスの効果がある。よそ者が来ることによっていろいろ見えるもの、よそ者の経験値で起業ができる可能性もあるが、よそ者の難しさというのものもある。また、どのような人材が来るかによって状況が変わってくる。民間の場合は雇用する際にどのようなことをしてくれそうか、高いハードルがあるが、地域おこし協力隊は、ややもすると応募者全員を受けてしまう場合がある。こうなるとかえって地元にとってはマイナスの負荷が生じる。
- 地域おこし協力隊は、3年間は年間200万で生活していくことができるが、本当にスキルのある地域おこし協力隊は、その3年間で、実際自ら起業して収入を得ることも不可能ではない。しかし、実際に自治体が主導して地域おこし協力隊を地域に入れた時に、地域おこし協力隊が起業することについて合意できないケースもあるのではないかと。本当は、3年間の途中でも、自らの起業化に向けて、実際に商売なり起業をしてもよいのではないかと。

iv) 地域づくり、地域活性化の方向性について

- 地域活性は、もはや合意形成や計画づくりではなく、成果が求められている。すでに現場の成功事例は多く生まれており、こうした成功事例の情報を共有すべきである。
- 地域おこし協力隊の制度を活用してない場合でも、既存の住民たちが自ら地域で起業しようとしたり、就農しようとしたりする場合があるが、現状ではそれらが地域の中で個々に取り組みされている。このような中で、もう少し地域内のつながりを高める取り組みを行えば、地域の力をより高めることができるのではないかと。
- 地域おこし協力隊を外部から受け入れなくても、「地域おこし協力隊を地域の中で」といったような、地域の住民自らが地域の資源を客観視して、それを活かす道筋というのを、地域内の知恵と力で掘り起こし、実践に結びつけるという取組もあるのではないかと。
- 外部専門家は、地域に定住するわけでもなく、たまに訪問して、立ち去ることとなる。そのため、外部専門家がいなくても地域活性が動くモデルを構築することが重要であり、地域資源の活かし方を自らファシリテーションしながらまとめ、周りの意見を自分のエネルギーに転化していくことでプロジェクトが立ち上がる場合がある。従来型のやり方かもしれないが、もう少しそれを方法論化して、どこの地域でもできるということを実証していくことも大切である。

## ○派遣対象市町村アンケート

対象市町村（8団体）の担当者に対して、本事業の成果や課題を振り返えるフォローアップアンケート調査を実施した。

表 アンケートの概要

調査時期	平成24年2月（事業完了後、実績報告書とあわせて回答）
対象者	昨年度対象市町村（8団体）の担当者
回収状況	全8団体（担当者8名）から回答

（考察）

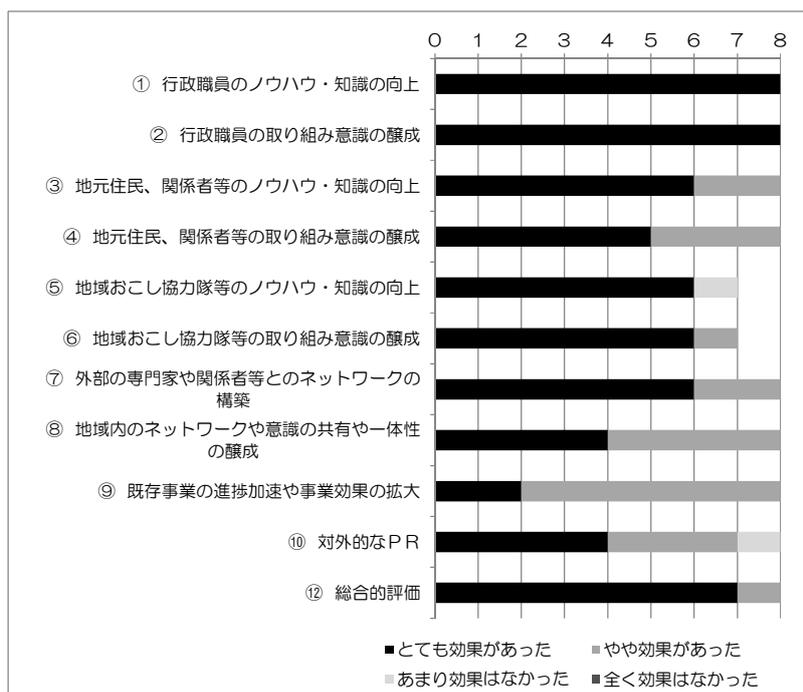
本事業終了後、派遣対象市町村担当者に対して実施したアンケート調査によると、Q「もし本事業の採択が無かった場合、外部専門家の活用はどうなっていたか」といった問いに対し、8市町村中5市町村が「外部専門家の活用はしなかった」との回答が得られており、事業当初において、市町村単独での外部専門家活用に対する認識が低いことがうかがえる。

一方、本事業に取り組んだことで、

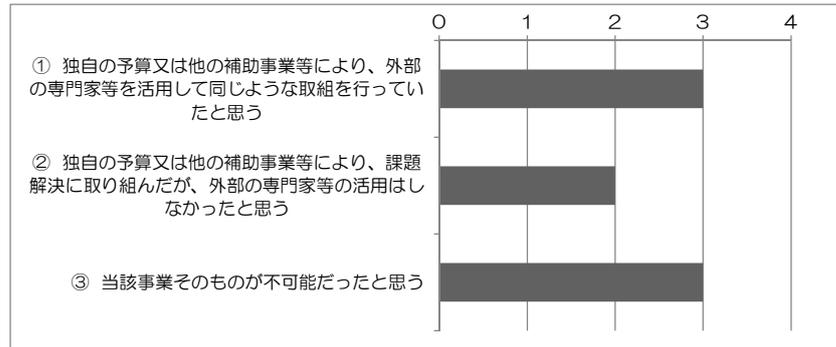
Q「今後、外部専門家の活用などのソフト事業について、市町村の行財政運営にどのような影響があったか」という問いに対しては、8市町村中4市町が、「外部の専門家等を活用して課題解決を図ることの意義や効果がとても理解され、今後も独自予算や他の補助事業等を活用した、外部の専門家等の活用やソフト事業の展開が期待されるようになった。」としており、残る4市町村も全てが「外部の専門家等を活用して課題解決を図ることの意義や効果がある程度理解され、今後も独自予算や他の補助事業等を活用した、外部の専門家等の活用やソフト事業の展開が期待されるようになった。」と回答している。

このことから、外部専門家の活用は、市町村行財政において当初の活用意識は低いものの、一度活用することによって、その認識が高まるものといえる。

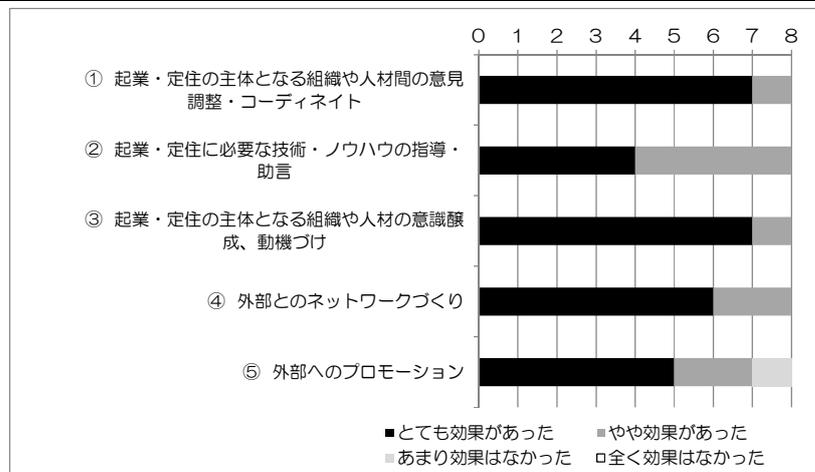
### Q1 今回の外部専門家活用事業により、どのような成果がありましたか。



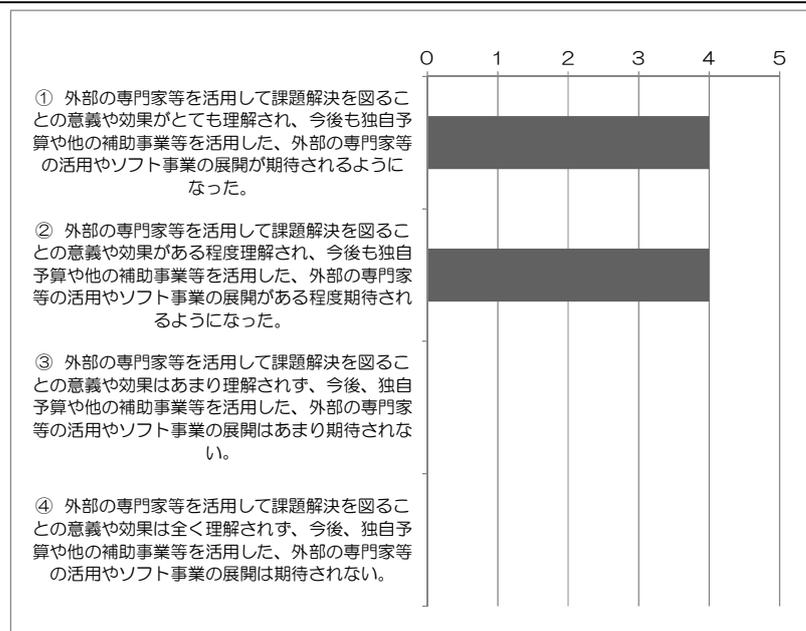
**Q今年度、仮に「起業者定住促進モデル事業」の採択が無かった場合、今回の取組は、どのようになっていたと思われますか。**



**Q今年度、外部専門家は、地域においてどのような役割を果たしましたか。**



**Q今年度、総務省の支援事業として取り組んだことで、外部からの専門家の招へい・活用など、地域づくりにおけるソフト事業への取組について、市町村の行財政運営上、どのような影響がありましたか。(行政幹部や財政当局の理解・認識等の面で)**



## ○外部専門家活用に対する財政支援

総務省では、地域力創造のための外部専門家（「地域人材ネット」登録者）を招へいすることによって地域独自の魅力や価値を向上させる取組を行う市町村に対する財政支援を実施しており、概要は以下のとおり。

- ・外部専門家を年度内に延べ10日以上活用することに要する経費（旅費、謝金（報償費）。先進市町村職員を活用する場合は旅費のみ。）を特別交付税（「地域力創造のための外部専門家の活用」に要する経費」調）の算定対象とする。
- ・1市町村当たり以下に示す額を上限額として、当面、連続した任意の3年間（1市町村につき1回に限る。）の財源手当とする。

外部専門家活用区分		財政力指数 全国平均	上限額 (千円)		
			初年度	第2年度	第3年度
1	民間専門家等活用	平均以下の市町村	5,600	3,500	2,100
		平均超の市町村	2,800	1,750	1,050
2	先進市町村職員 (組織)活用	平均以下の市町村	2,400	1,500	900
		平均超の市町村	1,200	750	450

(財政力指数全国平均：平成22年度（3カ年平均値）0.53)

平成 23 年度 地域力創造のための起業者定住促進モデル事業 調査報告書

平成 24 年 3 月

総務省 地域力創造グループ 地域自立応援課  
〒100-8926 東京都千代田区霞が関 2-1-2  
電話 03-5253-5111 (代)

(事業請負) 株式会社価値総合研究所  
〒108-0073 東京都港区三田 3-4-10  
電話 : 03-5441-4811 FAX : 03-5441-7661