

平成25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 26 年 3 月

総務省地域力創造グループ地域自立応援課

人材力活性化・連携交流室

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)	外部専門家の活用成果	11
(2)	外部専門家の効果的な活用に向けたポイント	17
Ⅰ-3	派遣対象各市町村における取組の内容と成果	26
(1)	北海道平取町(派遣外部専門家:中島淳)	26
(2)	京都府宮津市(派遣外部専門家:小島慶藏)	32
(3)	山口県山口市(派遣外部専門家:養父信夫)	38
(4)	高知県安芸市(派遣外部専門家:朽尾圭亮)	44
(5)	長崎県壱岐市(派遣外部専門家:坂元英俊)	50
(6)	熊本県南小国町(派遣外部専門家:井手修身)	56
(7)	宮崎県小林市(派遣外部専門家:小林詳子)	62
○参考資料1	事業進捗状況報告会の概要	71
○参考資料2	外部専門家活用に対する財政支援	74
第Ⅱ章	地域力創造セミナー	75
Ⅱ-1	地域力創造セミナーの目的と趣旨	75
Ⅱ-2	地域力創造セミナーの実施概要	76
(1)	第1回地域力創造セミナー	76
(2)	第2回地域力創造セミナー	84
(3)	第3回地域力創造セミナー	91
(4)	第4回地域力創造セミナー	98
(5)	第5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

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る。

平成 25 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」及び「地域人材ネット」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I章 外部専門家活用事業

I-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。

【対象市町村の選定条件】

- ・ 外部専門家の現地指導が 10 日以上計画されていること
- ・ 地域おこし協力隊員等との協働を考慮すること
- ・ 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

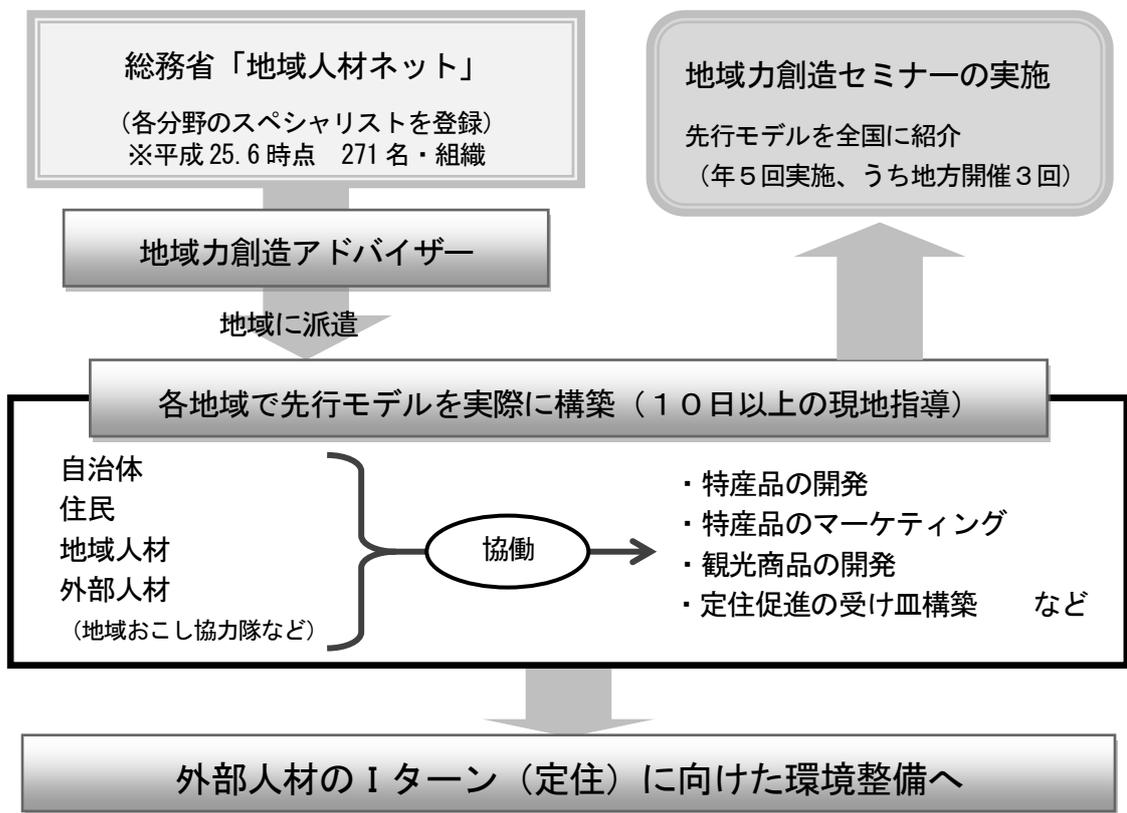


図 I-1 地域力創造のための起業者定住促進モデル事業（外部専門家活用事業）事業のイメージ

(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¹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



<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 = 0.51 (平成 21 年度～23 年度平均)

¹ 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。

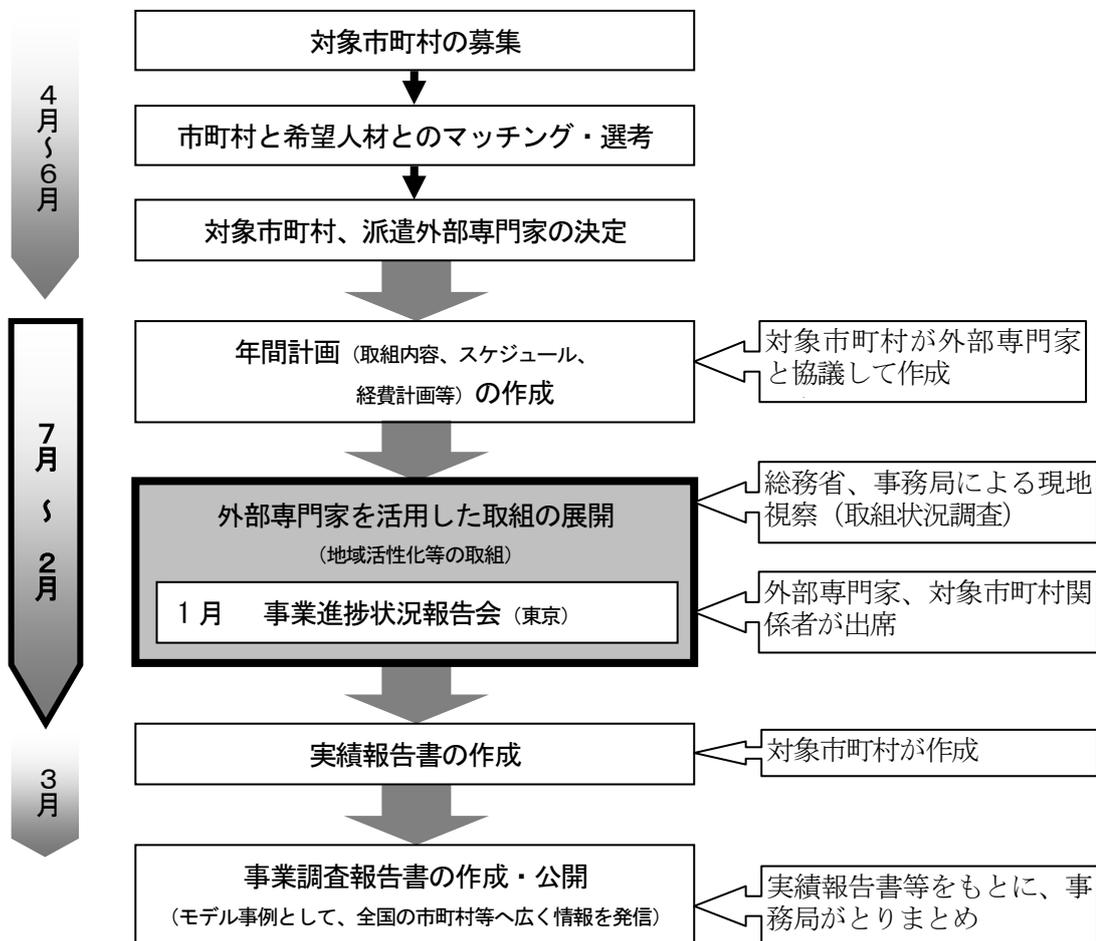


図 I-2 事業の流れ

(4) 本年度の派遣対象市町村と取組概要

平成 25 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 I-1 平成 25 年度の派遣対象市町村と派遣外部専門家及び取組概要

No.	対象市町村名	派遣外部専門家 (敬称略)	取組概要
1	平取町 (北海道)	中島 淳 (株カルチャーアットフォーシーズンズ 代表取締役)	地域の新たな豊かさ発見・創出事業 日高山脈を背景とした自然環境、アイヌ文化を生かしたエコ・カルチュラル・ツーリズムの観光商品の開発、移住交流の促進や農林漁業などの活用による人材の定住定着・起業を見据えた支援体制の強化に取り組む。
2	宮津市 (京都府)	小島 慶蔵 (地域力創造アドバイザー)	農林水産業の成長産業化による官津の元気づくりプロジェクト 地域資源である「ナマコ」の生産拡大及び海外販路の開拓により、ナマコの地域ブランド化を目指すとともに、遊休農地対策として、また加工品・健康食品や観光への広がり可能性が高い「オリーブ」を新しい産業に位置付け、一大産地化への取組により、自立した経済社会を目指す。
3	山口市 (山口県)	養父 信夫 (株マインドシェア 「九州のムラ」編集長)	山口維新！第3の矢「長州援農隊」 地域資源の高付加価値化(6次産業化など)により農林業や観光業を中心に地域の所得を高める取組や、ビジネス化・就業(農)の可能性が高い地域資源・受入組織(農事組合法人、公社など)を整理する。意欲と能力のある都市部人材とマッチングすることで、移住希望者の継続的な受入・定住化を目指す。
4	安芸市 (高知県)	栢尾 圭亮 (株船井総合研究所 経営戦略事業部 パブリックイノベーションチーム プロジェクトリーダー)	観光による産業振興事業(じゃこによるブランド構築事業) 県内屈指の水揚量を誇るシラス(じゃこ)について、「ご当地じゃこサミット」と題したイベントを開催し、グルメ品目の開発、じゃこの聖地としての地域ブランドの確立、地域ブランドの全国発信に取り組む。あわせて、担い手の育成を行うことにより、地域活性化及び起業に向けた気運醸成を目指す。
5	壱岐市 (長崎県)	坂元 英俊 (株マインドシェア 観光地域づくりプロデューサー)	チーム・地域おこし協力隊による観光×「第一次産業」活性化プロジェクト 地域資源を活用した滞在型観光商品の開発、「海女」を素材とした海業の情報発信、古代・雑穀米のブランド化支援等による市内の観光・物産産業の活性化、後継者獲得を目指す。また、グリーンツーリズム、ブルーツーリズム等着地型観光の推進により観光産業分野での雇用創出・定住促進に取り組む。
6	南小国町 (熊本県)	井手 修身 (イデアパートナーズ(株) 代表取締役)	日本で最も美しい村「きよらの郷」づくり実現事業 「日本で最も美しい村」を体験する観光プログラムの商品化、モニターツアーの実施、特産品開発、「集落コンテスト」の実施や WEB、SNS を活用した情報発信に取り組む。地域の魅力を高めるとともに域内循環型コミュニティ・ビジネスの創出による定住促進を目指す。
7	小林市 (宮崎県)	小林 詳子 (地域力創造アドバイザー)	地域ブランド確立による定住促進事業 ～地域資源を活用し、女性の視点や活力を活かした 6 次産業化の推進～ 地域ブランド確立のための地域資源を活用した 6 次産業化を女性の視点や活力と地域おこし協力隊の外部の視点を活かしながら推進する。 地域ブランド確立の素材として新産業となる「チョウザメ」を含め多様な地域資源が活用可能と思われるため、その掘り起こしや組み合わせによる地域ブランド化、起業・ビジネス化をめざすとともに、地域おこし協力隊の活用と定着を目指す。



図 1-3 平成 25 年度の派遣対象市町村の位置

(5) 派遣対象市町村における取組と主な成果の概要

北海道平取町

地域の新たな豊かさ発見・創造事業

派遣外部専門家

株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ 代表取締役 中島 淳 氏

取組の概要

○エコ・カルチュラル・ツーリズムの観光商品化検討

- 自然トレッキング等によるエコツーリズムやアイヌ文化を学ぶカルチャーツーリズムなどによる、平取町ならではのエコ・カルチュラル・ツーリズムについて、プログラム等の企画から商品化、運営に至るまでの方策を検討。

○移住交流の促進に向けた取組の推進

- 人口減少が進む中で、過疎集落におけるシェアハウスの設置検討や、移住者の受け皿整備に向けた空き家データベースの作成などを推進。

○地域と協力隊との連携による新たなプロジェクトの仕組みの検討

- 協力隊のみならず、町内の関係者との連携・協力によって地域の森林資源を活用していく「木の駅プロジェクト」について、その仕組みと行動計画の作成を検討。

実施体制

主な成果

- 地域おこし協力隊員同士の連帯感の強化と、定住・起業に向けた具体的な道筋の明確化
- 次年度以降の具体的な展開に繋がる組織（「平取町資源循環活用プロジェクト（平取木の駅）準備会」）の発足

外部専門家と隊員との面談

地元有志との会合

「木の駅」先進地視察

外部専門家活用のポイント

○地元コーディネーターとの役割分担

- 地域内の人材紹介など、既に地域おこし協力隊のサポート役として活動していたコーディネーターと外部専門家との役割分担により、効果的なサポート体制を確保した。

○地域を単位とした新たなミッションの構築

- 任期終了後も隊員同士が連携して取り組む、地域を単位とする新たなミッション（プロジェクト）の仕組みづくりにおいても専門家の助言を得た。

京都府宮津市

農林水産業の成長産業化による宮津の元気づくりプロジェクト

派遣外部専門家

地域力創造アドバイザー 小島 慶藏 氏

取組の概要

○復活したナマコ加工品の生産拡大等による特産品化

- 長らく途絶えていたナマコの加工技術が復活したことを受け、ナマコの資源管理と人工種苗育成による生産拡大及び加工技術の伝承、販路確保、消費拡大、雇用創出等について、関係機関や関連産業事業者等が連携して情報共有を図ったほか、それぞれの立場における経験・技術・知識・知恵を出し合い、今後の推進方策について検討を行った。

○オリーブの栽培と産業創出に向けた調査・研究

- 栽培条件がそろっている上、国内産の需要が高く、加工品観光への広がり可能性も高いオリーブを当市の新たな産業の素材として位置づけ、地元有志による植樹や生産グループの立ち上げ、オリーブの魅力を広く発信し理解を深める市民運動の展開を進めた。
- また、外部専門家のノウハウ、経験等を活かし、付加価値の高いオリーブ産業の構築に向けた先進地視察等を行った。

実施体制

主な成果

- 乾燥ナマコの生産量の拡大（平成26年産は、平成25年産比2倍程度の見込み）
- 市民有志による、オリーブの生産や魅力の発信を行う市民グループの立ち上げ
- ナマコ加工やオリーブ生産の新たな担手の確保

企業との打ち合わせ

市民有志によるオリーブの植樹

オリーブ料理の試作

外部専門家活用のポイント

○出口戦略を踏まえた産業プロデューサーとしての活用

- 新たな産業創出にあたり、販売・流通、成長性といった出口戦略を踏まえた提案や助言を得た。

○市長との信頼関係構築

- 事業の責任者である市長との信頼関係、ホットライン構築のため、訪問の度に、担当者同席のもと、市長との意見交換の機会を設けた。

7

山口県山口市

山口維新！第3の矢「長州援農隊」

派遣外部専門家 (株)マインドシェア「九州のムラ」編集長 養父 信夫 氏

取組の概要

○地域おこし協力隊の定住ビジョンづくり

- 第1の矢である定住受入体制整備に次ぐ第2の矢となる農村ビジネスモデル構築について、定期的に外部専門家、地域おこし協力隊、市担当者でミーティングを行い、意見交換を実施。
- これらの成果として、山口市地域おこし協力隊シンポジウムを開催し、協力隊員の活動内容や定住ビジョンのプレゼン及び意見交換を行い、地域住民の理解促進と協力隊員の意識高揚を図った。

○山口市農業経営継承プロジェクト「長州援農隊」の募集・決定

- 農村ビジネスモデルの構築とともに、第3の矢として、後継者が不在の農事組合法人を選定し、農家の後継者候補となる都市部の人材「長州援農隊」を募集
- 首都圏を中心に4名の応募があり、そのうち2名(梨組合、りんご組合各1名)の受入が決定。

実施体制

主な成果

- 農産品の販売、ブランド化やプロデュース、情報発信等にかかる協力隊のノウハウの向上
- 農業経営継承(ブランド維持・育成)に対する意識の高揚や、地域の果樹園の一体感醸成
- 梨園、りんご園の後継者候補の確保(長州援農隊)

専門家、協力隊による意見交換

東京での援農隊募集のセミナー

長州援農隊募集パンフレット

外部専門家活用のポイント

○多様な外部協力者との連携

- 外部専門家のネットワークを活用し、販売、募集など複数の外部協力者と連携しプロジェクト全体の効果を高めた。

○継続的な意見交換、現地訪問

- 毎月、定期的に協力隊との意見交換や地元関係者の訪問等を実施し、意識の共有と信頼関係の構築を図った。

高知県安芸市

観光による産業振興事業（じゃこによるブランド構築事業）

派遣外部専門家 (株)船井総合研究所 経営戦略事業部 プロジェクトリーダー 枋尾 圭亮 氏

取組の概要

○「じゃこ」を通じたブランド構築に向けた情報発信や事業計画の策定

- 安芸市を含む「高知県東部」を中心とした「じゃこ食」を使ったブランドの構築と、世界聖地「じゃこシティ」を目指すための、地域横断的なイベントの創造とその後の各分野での発展計画を整理。

○『第1回全四国ご当地じゃこサミット2013 in 安芸市』の開催

- 「じゃこシティ」を実現するための取組として、10月12日、13日に四国全域のじゃこ料理を集めたイベントを安芸市内で開催。12のじゃこ料理が安芸市に集結した。またサミットでは、漁業関連の知識をもつ実行委員を中心に「じゃこゼミナール」を開催し、じゃこを取り巻く文化の伝播可能性についても試行。
- 開催にあたっては、「釜あげちりめん丼楽会」をベースとして、行政、商工関係者、漁業関係者、地域おこし協力隊など多様な主体による実行委員会を組織。

実施体制

主な成果

- じゃこを通じた地域ブランド化とじゃこ文化の地域浸透に向けた気づき、意思統一
- 「全四国ご当地じゃこサミット」の成功(来場者数約15000人、経済効果5000万円以上と推計)

じゃこサミット実行委員会

じゃこサミット会場の様子

FACEBOOKを用いた情報発信

外部専門家活用のポイント

○多様な人材、キーマンの参画によるプロジェクトの展開

- 協力隊員を含む多様な人材、キーマンの参画により、事業化のノウハウや地域連携の重要性の認識を効果的に進めることができた。

○信頼重視の関係性構築

- 特に初期段階において、地域外部から参加する専門家との信頼関係醸成に留意して会合等を実施。

長崎県杵岐市

チーム杵岐 地域おこし協力隊による「観光」×「第一次産業」活性化プロジェクト

派遣外部専門家 (株)マインドシェア 観光地域づくりプロデューサー 坂元 英俊 氏

取組の概要

○地元農産品を活かしたメニュー開発と情報発信

・地域おこし協力隊4名の連携企画として、「古代のルート八幡浦集落と原の辻集落をつなぐ」海料理・陸（おか）料理大集合！と題した、島内の関係者を集めての新しい料理メニューの試食会を開催し、意見交換と交流を深めた。

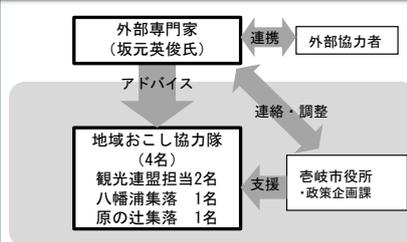
○潜在交流型観光に向けた滞在プログラムの開発

・杵岐島ならではの集落の暮らしの特徴や良さを地元住民と地域おこし協力隊員とのワークショップで作り上げ、そのコンセプトを味わえる滞在プログラムを開発。

○潜在交流型観光に関するモニターツアーの実施

・12月に、滞在プログラムのモニターツアー検証会を実施し、集落散策のモデルルートや地元農水産品を活用した加工品について検証を実施

実施体制



主な成果

- マスコミやフェイスブック等を通じた情報発信の進展
- 杵岐島の地域資源を活かした具体的な料理メニュー・商品の開発
- 観光地域づくりを軸としたツアー商品の見通しの明確化



隊員が開発した試食品



試食会



モニターツアーでの集落散策

外部専門家活用のポイント

○外部専門家と外部協力者の連携

▶ 観光地域づくりに必要なネットワークやノウハウを有する外部協力者を、外部専門家と相談しながら効果的に招へいた。

○高い専門性に基づく具体的助言の獲得

▶ 外部専門家は観光地域づくりの専門家であり、杵岐島の特徴ある資源について、商品化や情報発信に関する個別具体的なアドバイスを得た。

熊本県南小国町

日本で最も美しい村「きよらの郷」づくり実現事業

派遣外部専門家 イデアパートナーズ(株) 代表取締役 井手 修身 氏

取組の概要

○地域おこし協力隊の誘致・育成と地域資源の掘り起こし

・外部専門家のアドバイスを得ながら、地域おこし協力隊の募集・選考を進めるとともに、採用後は、意識醸成、スキルアップ指導、地域資源の掘り起こし及び情報発信等を実施。

○潜在交流プラン・モニターツアーの実施

・世界農業遺産をテーマにしたプランと、伝統文化保存活用型・吉原神楽のプランを企画し、モニターツアーを実施。

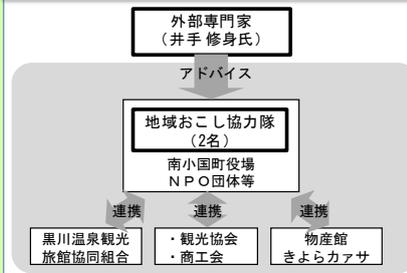
○特産品の開発と参画事業者・販路の拡大の推進

・「宿のあさげ米」の取組について、黒川温泉観光旅館組合会員の参画事業者の拡大と、飲食店等での販路の拡大を推進。

○コミュニティ・ビジネスのための中間支援組織の立ち上げ

・「旅行商品や特産品の開発販売等を行うNPO法人を設立。

実施体制



主な成果

- モチベーションの高い2人の協力隊員を採用し、地域内外のネットワークづくりや活動が円滑化
- モニターツアーの実施により、地域の魅力の可能性や発信方法を再認識
- 「宿のあさげ米」取扱事業者の拡大と、自立運営に向けた観光プラットフォーム組織の設立



世界農業遺産をテーマとしたモニターツアー



吉原神楽をテーマとしたモニターツアー



「宿のあさげ米」キャンペーン

外部専門家活用のポイント

○隊員募集前からの受入・協力体制の構築

▶ 協力隊の募集前段階から外部専門家の指導によって採用要件や選考方法を検討し、隊員赴任後の円滑な活動環境づくりを行った。

○役場と隊員の目標や課題設定の共有化

▶ 外部専門家のアドバイスにより、役場と隊員とが共有の「ステップアップシート」を作成し、双方の意識の共有を図った。

宮崎県小林市

地域ブランド確立による定住促進事業
～地域資源を活用し、女性の視点や活力を活かした6次産業化の推進～

派遣外部専門家
地域力創造アドバイザー 小林 詳子 氏

取組の概要

○地域おこし協力隊の採用・研修の定住に向けた意識醸成とビジネスモデル検討

- 地域おこし協力隊の採用にあたり、外部専門家のネットワークを活かした研修会や会合等を積極的に実施し、定住に向けた取組への各隊員のスキルやモチベーションの向上を推進
- 協力隊による、「日本みつばち」を素材とした新たなビジネスモデル構築に向けた素地づくりを展開

○こばやしチョウザメの地域ブランド化

- 他事業との連携による、チョウザメのご当地グルメの開発・発信と加工品の研究・試作やPRを行い、こばやしチョウザメの地域ブランド化へ向けた基盤づくりを展開

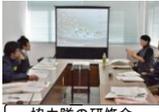
○女性の視点や活力を活かした食の6次産業化等の推進

- 農家の女性を中心として、商品開発等に関する会合や試作品づくり、講演会の開催等により、気運の醸成及び「女性の活力推進グループ」を設立して今後の推進基盤を整備

実施体制

主な成果

- 意識の高い協力隊員の採用と起業・定住に向けた活動方針の明確化
- 地域産品に対する女性をはじめとする市民の理解醸成と取組体制の構築
- チョウザメによるご当地グルメの販売拡大



協力隊の研修会



チョウザメ料理



女性グループの会合

外部専門家活用のポイント

○担当者のコミュニケーションの円滑化

- 外部専門家の活用にあたり、庁内の担当者間のコミュニケーション力を高め、機能的に補完しあえる関係を構築した。

○専門家と現場との接触機会の積極的創出

- 女性のモチベーションアップにあたり、理論的な助言よりも、外部専門家が現場の関係者と実践的に行動できるよう留意した。

10

I-2 本事業による外部専門家活用の成果とポイント

(1) 外部専門家の活用成果

本事業では、外部専門家を活用することで、様々な成果が得られている。これらについては、過年度の事業で得られた成果と併せ、以下のように整理することができる。

※各地域における取組の内容は 26 ページ以降参照

① 地域づくりに係る課題の発見・整理、意識醸成及び新たな取組の提案

本事業では、過年度の取組と同様に、外部専門家が、地域おこし協力隊をはじめとする外部人材や地域の関係者とともに調査を実施したり、豊富な経験や専門的知識に基づく助言・指導を行ったりすることによって、地域づくり課題の発見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たほか、今後の持続的、効果的な地域づくりに向けた新たな取組の提案等が得られるなどの成果がみられた。

例えば、平取町では、複数の地域おこし協力隊員それぞれの活動内容に共通する要素を専門家が見出して、地域を単位とする共通のプロジェクトを提案し、次年度以降は地域の関係者を広く巻き込んだプロジェクトとして展開される可能性が高まった。また宮津市では、外部専門家が首長との信頼関係を構築することにより、市内の企業や市民団体を巻き込んだ動きが円滑化し、市民の主体的な取組の推進につながるといった成果も得られている。

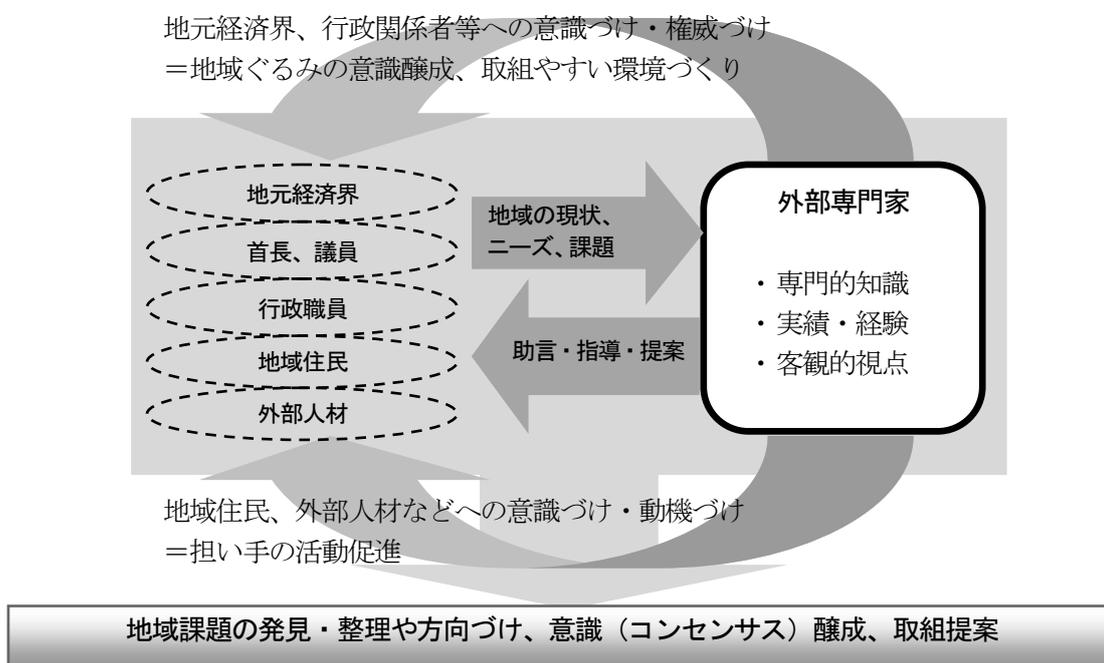


図 I-4 地域課題の発見・整理や方向づけ等に関する外部専門家の活用イメージ

② 地域資源の活用による商品の開発・販路開拓の進展

本事業では、地域資源を活用した特産品やツーリズム等の商品・サービスの開発・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ようになったり、地域産業や雇用の底上げにつながる等の成果がみられた。

本年度の取組をみると、過年度と同様に、定住のための起業や事業化を図ろうとする地域おこし協力隊員などの外部人材等に対し、必要な商品開発、販路開拓等の技術的な助言・指導がみられているほか、行政が主導的に関与して、地域として進めようとするプロジェクトの実行組織に対して外部専門家が商品開発・販路開拓等の支援を行った例がみられている。例えば、宮津市では、「ナマコ」や「オリーブ」の付加価値づけ、販路拡大の取組を進めることで、新たな後継者の育成機運の醸成に繋がっている。また、安芸市では、外部専門家が「じゃこサミット」をプロデュースし、その開催についての指導・助言を行うことで、新たな「じゃこ」関連商品の開発や、サミットを通じた新しい顧客層の掘り起こしといった成果がみられている。

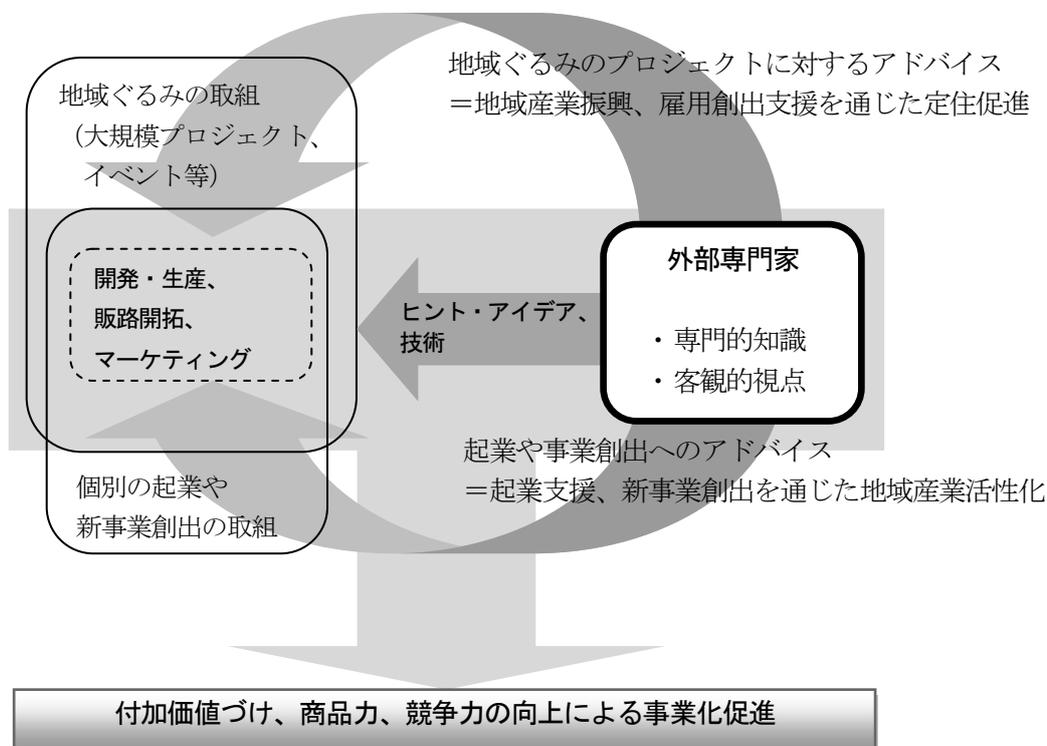


図 I-5 地域資源の活用方法や商品の開発・販路開拓の進展等における外部専門家の活用イメージ

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」の連携強化

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、これらに取り組も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。

これについて本年度の取組をみると、過年度事業同様、外部専門家が「つなぎ役」として、地域内の関係者・団体と地域おこし協力隊員をはじめとする外部人材とを引き合わせるきっかけとなったり、地域内の人材や団体の連携・協働を促す「コーディネート役」としての役割を担ったりすることで、地域内の連携が強化され、新たな商品開発や推進体制の構築といった成果がみられた。

さらに本年度の取組では、複数の協力隊員の個々の活動テーマの共通性を見出し、地域内の他の人材とも連携して新しいプロジェクトの可能性を探るといった例もみられている。例えば、平取町では、地域おこし協力隊員と地域内の有志との連携による「木の駅プロジェクト」を提案し、次年度からの具体的な取組に結び付いている。また南小国町では、特産品開発、観光振興の取組の受け皿となる中間支援組織の立ち上げに専門家がアドバイスをを行っている。

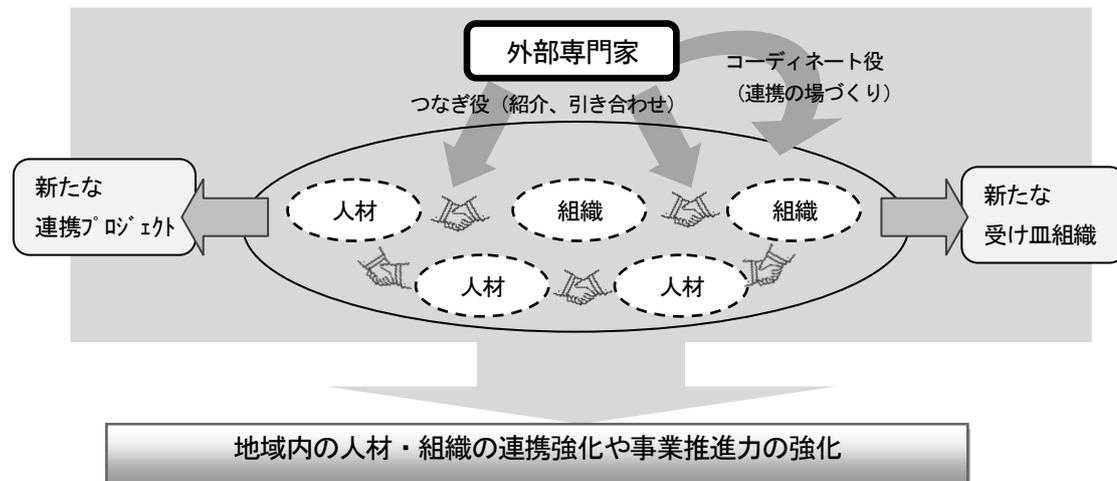


図 I-6 地域内の人材・組織の強化における外部専門家の活用イメージ

ii) 地域「外」との連携促進（ネットワークづくり、情報発信等）

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（主に都市部）との連携を図ることも重要である。

これについて本年度の取組では、過年度事業同様、外部専門家がつなぎ役となって、地域と都市部のマーケットやメディア関係者との連携やネットワークづくりを支援したり、外部専門家の経験やノウハウを活かして、新たなマーケットの掘り起こしに繋がる情報発信・PRを積極的に展開するといった成果がみられた。

例えば、安芸市では、「ご当地じゃこサミット」の開催にあたり、外部専門家のアドバイスをもとに、メディアを積極的に活用して地域外へのPRをすすめたほか、「じゃこの聖地」として、四国内のじゃこの生産地とのネットワークづくりを行っている。また、山口市では、「長州援農隊」の募集活動にあたり、外部専門家の全国的なネットワーク（人脈）を活かしたPR活動や情報発信を行っている。

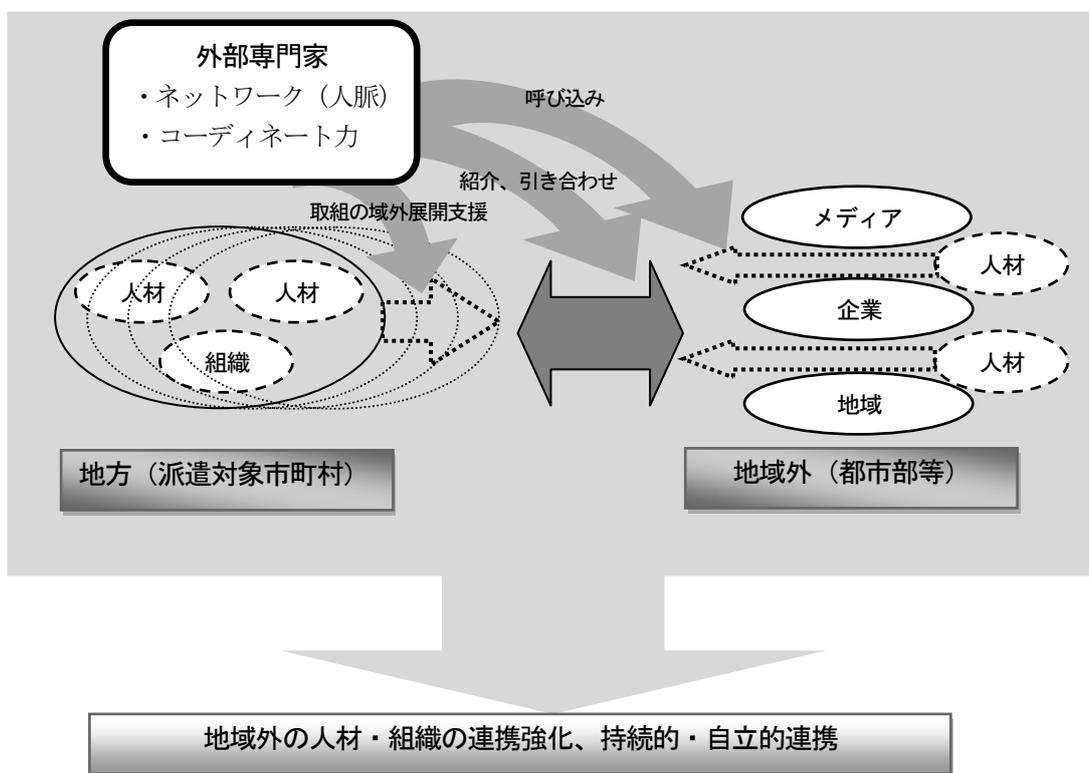


図 I-7 地域「外」との連携促進（ネットワークづくり、情報発信等）における外部専門家の活用イメージ

④ 地域における持続的な産業振興・担い手確保の戦略的展開

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み、相互に課題解決や成功体験を重ねることで、外部人材の起業・定住に向けた自信や事業イメージ及び具体的な実践方法が明らかとなり、結果、地域の担い手の起業・定住等の意欲が醸成されるといった成果があった。

(ア) 外部人材の起業・事業化に向けた具体的支援

地域おこし協力隊をはじめとする外部人材の起業・定住に向けた環境整備にあたっては、過年度事業においても、「地域のニーズや期待に対応した（地域に必要とされる）ビジネスモデルの構築」、「（地域の要請に応えることができる）事業化のためのスキル・ノウハウの習得」、「（やる気を促す）起業マインド、意識づけ、動機づけ」の3つの面から支援を行っているが、本年度事業では、より具体的で明確な目標、すなわち事業化の「出口」（地域おこし協力隊員の場合、3年間の任務の後の自立的な定住の実現）を明確に意識した支援を行うという成果もみられている。

例えば、壱岐市では、集落の魅力を活かした観光交流商品の開発・試作を積極的に展開し、将来の事業化の可能性を検証している。また小林市では、隊員の採用直後から、地域での起業・定住に向けた実務的な研修機会を提供したり、地域の素材を活かした具体的なビジネスモデルの構築を展開している。

このように、外部専門家の活用は、意識醸成、商品開発や販路開拓、地域内外の連携支援といった個別課題に関する指導・助言だけでなく、起業・事業化に向けたビジネスモデル自体の構築やそのマネジメントにおいても有効なものとなっている。

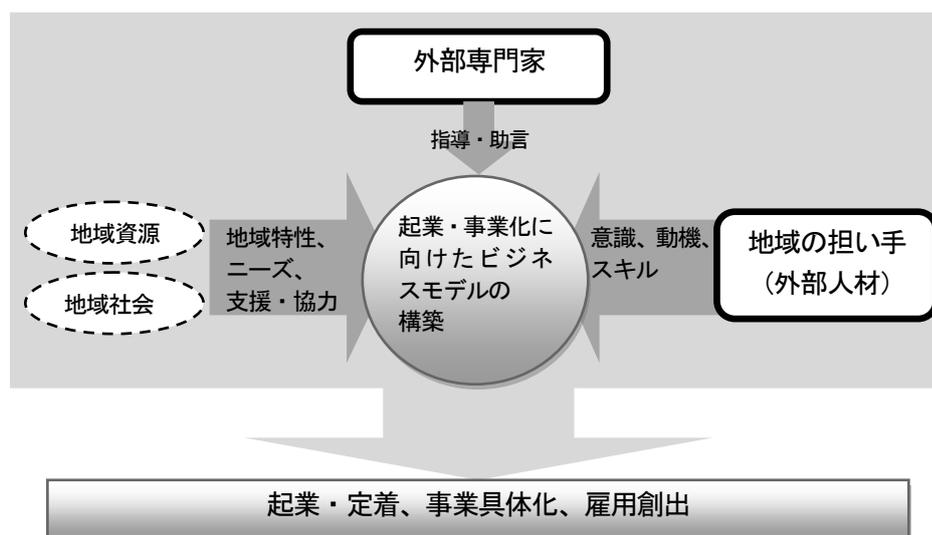


図 1-8 外部専門家の活用によるビジネスモデル構築のイメージ

(イ) 地域の産業活性化に向けた戦略的な仕掛けづくり

本年度事業では、外部専門家のアドバイスによる、外部人材の起業・定住に向けた技術・ノウハウの取得やビジネスモデルの具体化のほか、地域の自立的・持続的な産業活性化に向けた戦略的な仕掛けづくりの取組もみられている。

例えば宮津市では、ナマコ加工技術の復活を契機に地域おこし協力隊を導入し、新たな後継者として位置づけてその技術習得等を展開している。また山口市では、地域おこし協力隊が農産品の販路拡大等の（第三次産業の面からの）取組を進めつつ、外部専門家のネットワークを活かして、後継者不足が課題となっている果樹園（第一次産業）の後継者を「長州援農隊」として募集・決定するなど、地域おこし協力隊自らが担い手となるのみならず、地域産業の維持・成長に繋がる取組を展開している。

このように、外部専門家の活用は、地域産業の将来的な維持・成長に向けた戦略的なプロセス構築にも大きな効果が見られている。

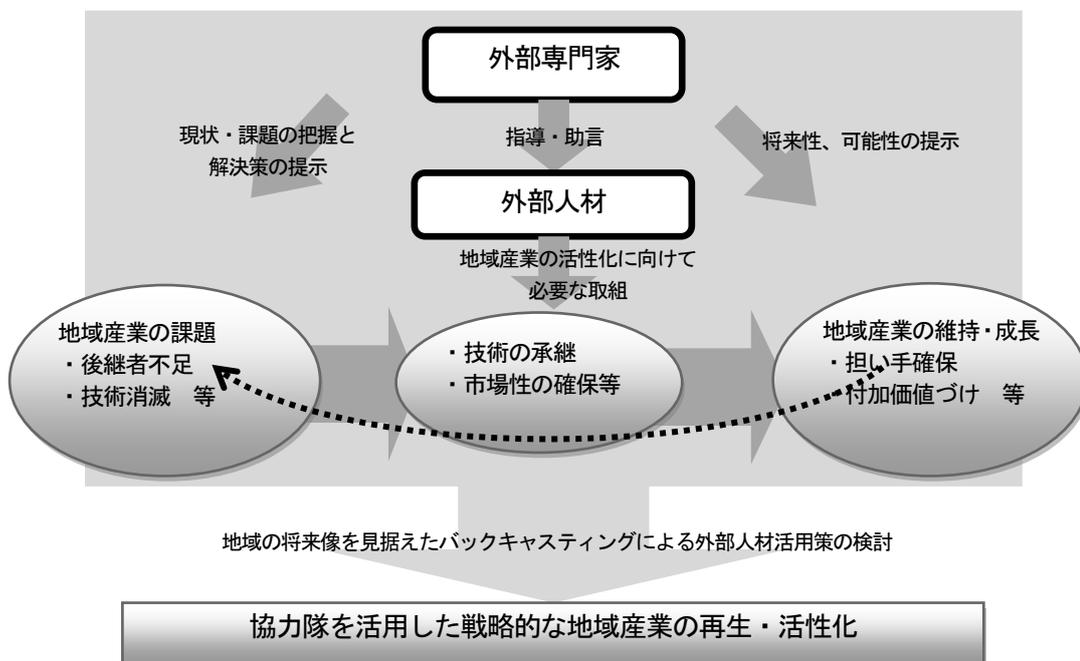


図 I-9 外部専門家の活用による戦略的な地域産業の再生・活性化のイメージ

(2) 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、地域おこし協力隊を含む地域の人材・団体に対する現状・課題の整理や地域づくりの意識づけ、権威づけといった段階から、商品開発・マーケティングなどの事業化に向けた具体的ノウハウ・スキルの支援、さらには具体的な起業・事業化、定住に向けたビジネスモデルの構築、さらには戦略的な地域産業の再生・活性化に係る支援まで、幅広い段階でその役割を発揮しており、いずれの段階でも一定の成果がみられている。

こうした外部専門家の活用を、今後より効果的に進めていくためのポイントとしては、以下の3点に要約することができる。

■外部専門家の効果的な活用に向けたポイント

①外部専門家の活用に対する地域の理解・コンセンサス

②地域づくりの課題・目的に応じた外部専門家の選定

(ア) アドバイスを受ける対象・分野の絞り込み

(イ) 地域の実情や目的に応じた専門家活用タイプの選定

i) 総合監修型 ii) 事業管理型 iii) 起業・事業家支援型

(ウ) 取組のプロセスや展開に応じた専門家の組み合わせ

i) チーム型 ii) リレー型

③外部専門家と外部人材の連携

(ア) 外部専門家の指導・助言の受け手としての外部人材の位置づけ

(イ) 外部人材の採用・導入段階からの外部専門家の活用

① 外部専門家の活用に対する地域の理解・コンセンサス

外部専門家の活用にあたっては、まず第一に、外部専門家の活用や役割に対する、地域側の理解や情報共有が重要であり、外部専門家に期待する具体的な助言・指導内容やその方法、関わり方等について、事前に地域内の理解・コンセンサスを十分に得ておく必要がある。

なお、初めて外部専門家を活用しようとする場合、ソフト事業であるためその活用の成果が形として現れづらく、地域の理解やサポートが得られにくくなることも想定される。そのため、例えば、外部専門家招への当初段階においては、住民説明会を実施したり、地域づくりワークショップや試食会など、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や、行政幹部・議会など地域づくりの牽引役の適切な説明などを積極的かつ丁寧に行うことが有効である。

② 地域づくりの課題・目的に応じた外部専門家の選定

地域において招へいする外部専門家は、地域づくりの取組課題や目的に対応した適切な分野・手法に関するスキル・ノウハウを有する外部専門家を選定することが重要である。この選定方法は多様であるが、より実践的な選定を行うためには、例えば過去にアドバイスを受けたことがある専門家がいれば、(仮にテーマが若干異なるものであっても) まずはその専門家に相談したり、近隣市町村が招へいしている専門家の情報を入手するといったことも有効である。

また、新たに専門家を選定しようとする場合は、総務省「地域人材ネット」などの専門家リストが入口となるが、これらに記載されている外部専門家のプロフィールや分野、手法等だけでは判断が難しい面もあるため、例えば、総務省「地域力創造セミナー」をはじめとする講演会、研修会等への参加等を通じて、外部専門家のアドバイス手法やスキル・ノウハウ等を把握するといった事前の情報収集も有効である。

なお、外部専門家の選定にあたっては、「アドバイスを受ける分野・対象」のほか、「活用のタイプ」「専門家の組み合わせ」といった視点から、人材や活用方法も含めた選定を行う必要がある。

具体的には、以下のような視点から検討・選定することが考えられる。

(ア) アドバイスを受ける分野・対象の絞り込み

限られた期間、費用の中で外部専門家を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。

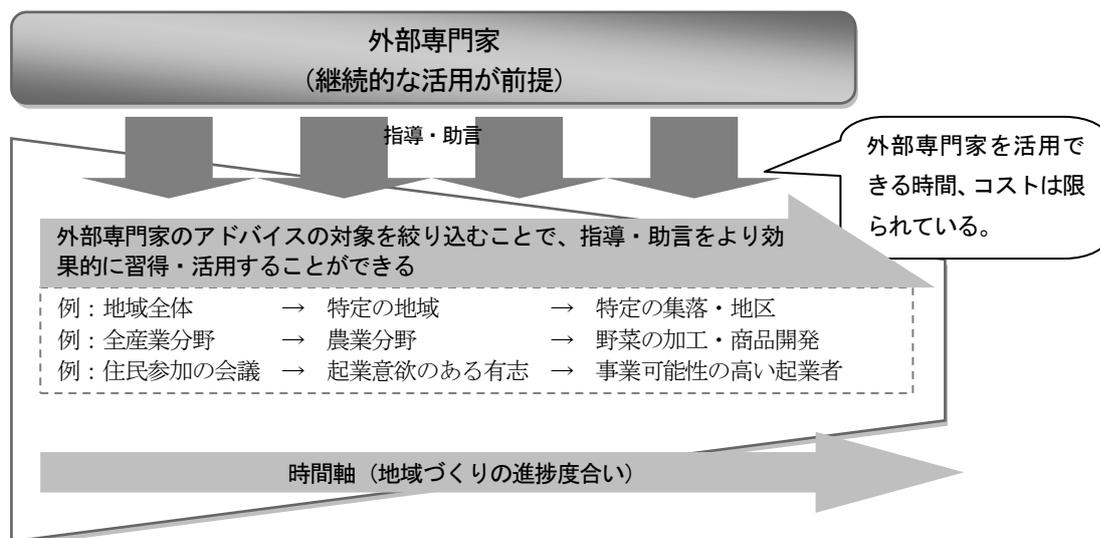


図 I-10 指導・助言を受ける分野・対象の絞り込みイメージ

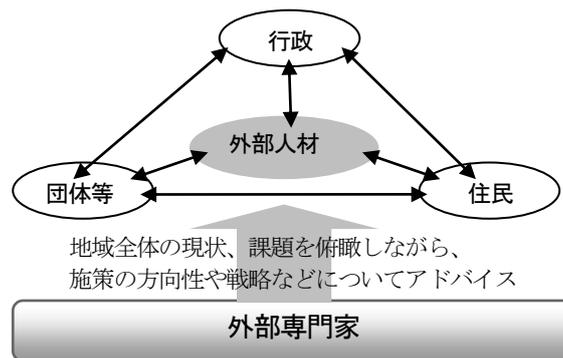
(イ) 地域の実情や目的に応じた専門家活用タイプの選定

外部専門家の選定にあたっては、その活用方法についても十分な検討が必要である。本事業においても、過年度を含めていくつかの活用タイプがみられており、地域の課題や実情に応じた選定が必要である。

本事業においては、例えば以下の3つのタイプに大別することができるが、これら専門家の活用タイプは、取組の目的や内容によっては、複数のタイプが重なっているケースもある。

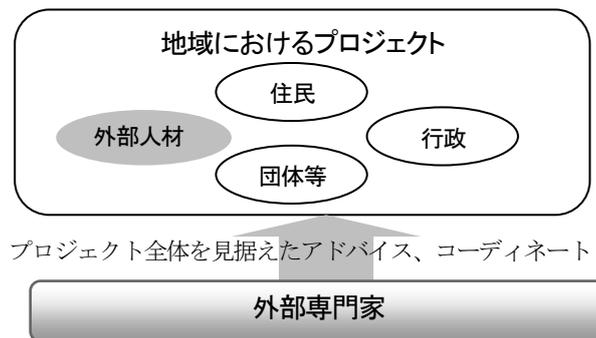
i) 地域総合監修型 <本年度事業での例：壱岐市、南小国町、小林市>

- ・ 外部専門家を、地域の複数又は横断的な課題の抽出や相互調整、横断的なプロジェクト立案や組織づくりに向けたアドバイザーとして活用するケース。
- ・ 外部人材は、地域の調整役としての役割を果たしながら、自らの起業・定住の可能性や地域産業の課題等を専門家とともに検討する役割を担う。



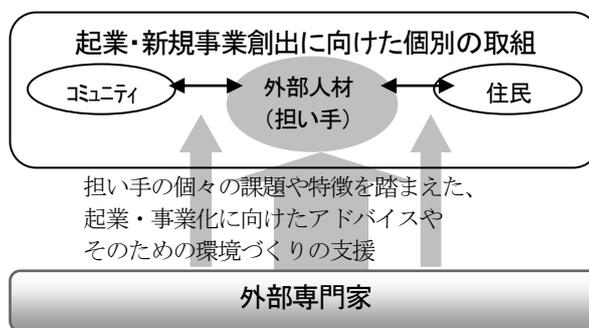
ii) 事業管理型 <本年度事業での例：宮津市、安芸市、山口市>

- ・ 外部専門家を、地域が取り組む特定の事業やプロジェクト全体のアドバイザー、推進役、マネジメント役として活用するケース。
- ・ 外部人材は、担当スタッフの一員としての役割を果たしながら、最終的には、プロジェクトの成果によって自らの雇用機会を得る。



iii) 起業・事業化支援型 <本年度事業での例：平取町、山口市、小林市>

- ・ 外部専門家を、外部人材など、地域で新たに事業化を図ろうとする担い手の個々の起業・事業化の支援に主眼を置いて活用するケース。
- ・ 外部人材（担い手）、個々の課題や特徴を活かして、起業・定住の可能性を探っていくこととなる。



(ウ) 取組のプロセスや展開に応じた専門家の組み合わせ

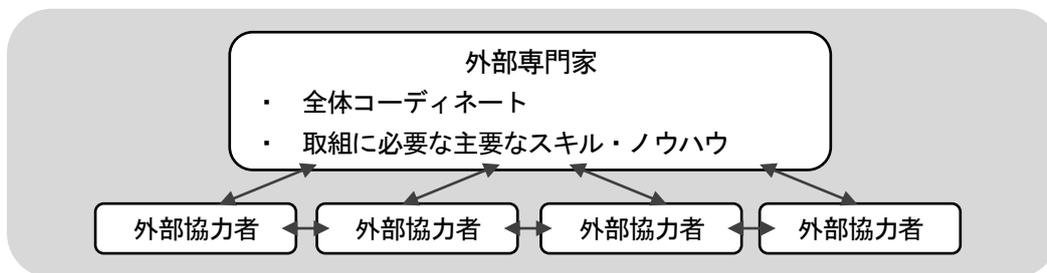
一般的に、地域づくりは中長期的視点で取り組むものであり、外部専門家の活用においても、取組のプロセス全体を見通した中で継続的に外部専門家を活用できる関係を構築しておくことが望ましい。

そのためには、外部専門家の選定においても、必ずしも単一の外部専門家だけでなく、その時々課題・テーマに沿った専門性を有する人材を活用することも必要である。

これに関し、本事業では、外部専門家の指導・助言をより効果的にサポートする人材として、外部協力者の活動を可能としており、チーム型、リレー型といった形態で複数の専門家が指導・助言することで高い効果が得られているケースがある。

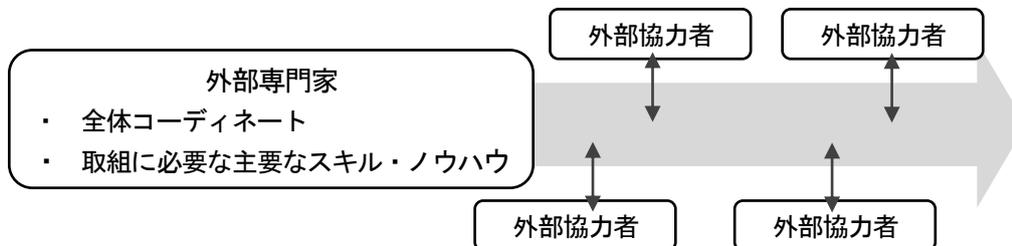
i) チーム型

取組に必要な主要なスキル・ノウハウを有する外部専門家が、地域の課題・分野に対応したスキル・ノウハウを持つ専門家・実務家と連携して取り組む形態



ii) リレー型

外部専門家が一貫してコーディネーター役、プロデュース役として関与しつつ、取組の進展に応じて適宜その分野・課題に対応する専門家・実務家と連携して取り組む形態



③ 外部専門家と外部人材の連携

外部人材は、地域に定住し、「地域社会の構成員」でありながらも、「新しい地域づくりの取組に対する意識の高さ」「地域にないスキルや視点の保持」といった特長を有しているケースが多い。こうした特長と外部専門家の専門性が効果的に融合し、両者が連携しあうことで、地域づくりに高い成果を得ることができる。

具体的には、外部専門家が知識・情報・ネットワークを外部人材に教える・伝えることで、外部人材が地域の担い手としての専門性やスキルを身につけ、地域づくりにおいて、それらを活用・発揮していくことが有効である。

<理解しておくべき外部人材の特長>

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。

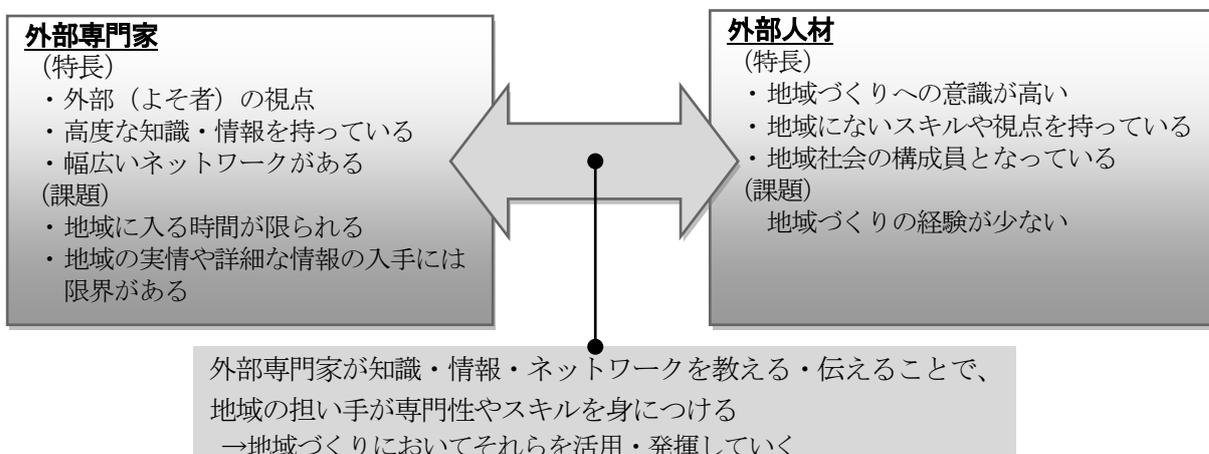


図 I-11 外部専門家と外部人材との連携のイメージ

(ア)外部専門家の指導・助言の受け手としての外部人材の位置づけ

選定・招へいた外部専門家から受ける指導・助言を地域づくりに効果的に活用していくためには、その指導・助言の受け手となる人材を明確にすることが重要である。その場合、地域おこし協力隊に代表される外部人材を指導・助言の受け手とすることで、外部専門家の導入効果がより高くなることが期待される。

従来から、地域づくりは行政職員が主導的な役割を担うケースが多いが、地域経済の活性化やビジネス化などがより強く求められる中では、必ずしも行政職員のみでは十分な対応ができないケースも想定される。また、地元の事業者や住民が外部専門家の助言・指導の直接の受け手となれば効果的であるが、実際には、本業や日常生活の傍らで地域づくりの取組に主体的かつ継続的に関与することはリスクや時間的な面でも難しい面が多い。

そうした中、都市部等から新しいライフスタイルや生業を求めて移住した外部人材、特に地域おこし協力隊は、地域づくりに対する熱意や問題意識が高く、地域に貢献したいという想いを有していることから、こうした人材を外部専門家の助言・指導の受け手として明確に位置付けることで、地域づくりの取組の幅が広がることが期待される。

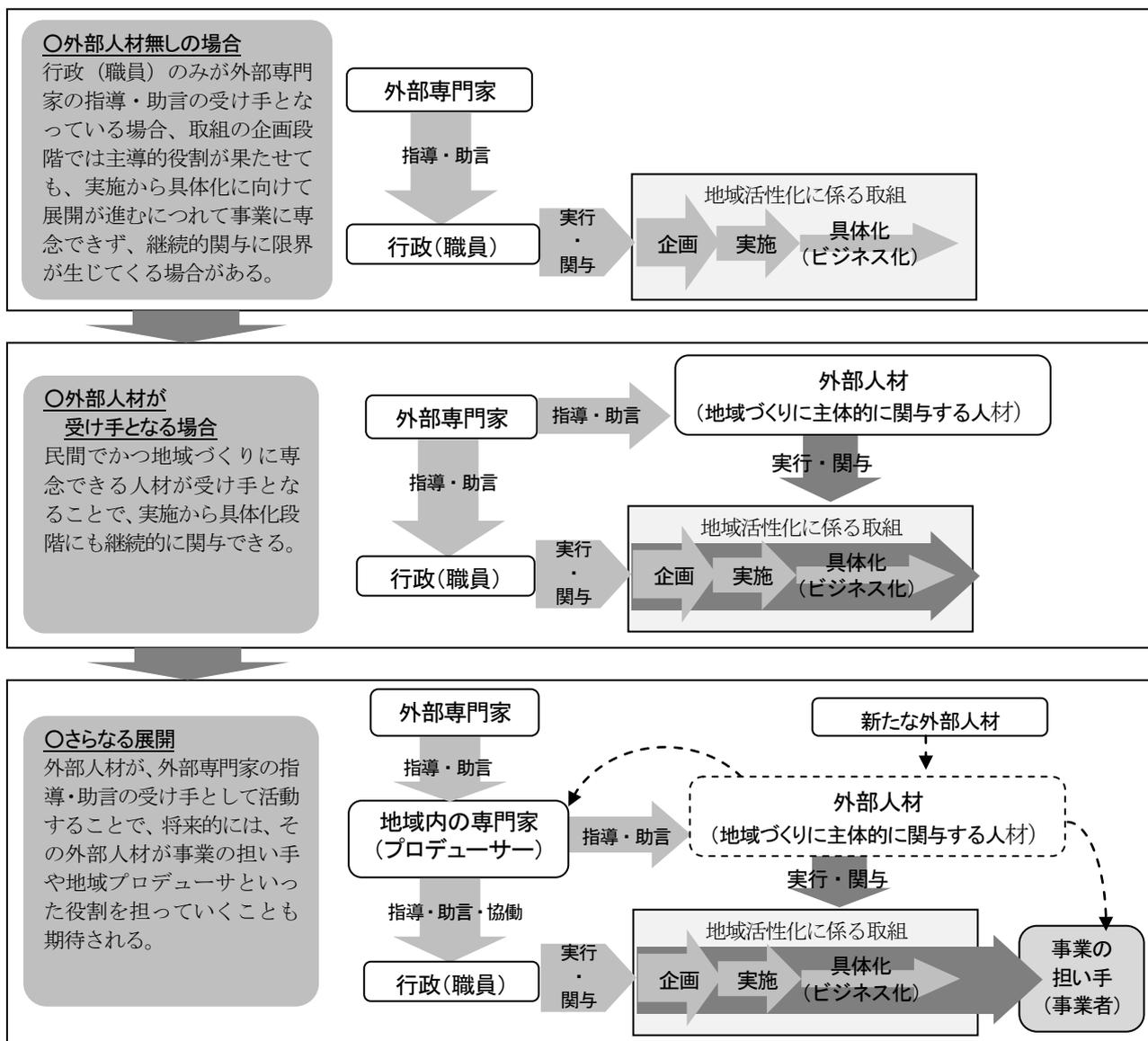


図 I-12 外部専門家の指導・助言の受け手としての外部人材の位置づけ

(イ) 外部人材の採用・導入段階からの外部専門家の活用

前述のように、外部専門家と外部人材が連携することは、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、単に連携・協働するだけでは効果は得られにくい。外部人材との連動により外部専門家の活用効果を高めるためには、外部人材の募集・受入・活動・フォローアップといった各段階において、外部専門家が関与していくことが必要である。

これについて、募集活動や任期を有する外部人材を活用しようとする場合の具体的な外部専門家の関与のポイントとして、各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

地域おこし協力隊など、募集活動や任期を有する外部人材を導入しようとする場合は、まず、地域が外部人材に期待する役割・ミッションの明確化や、採用後の受入・活動支援体制の構築を行うことが重要である。これについては、地域が主体的に検討を行うことを前提としつつ、必要に応じて、外部専門家から指導・助言を受けることが有効である。

なお採用・募集にあたっては、以下のようなチェックリストに基づき、必要な調整や周知・説明等を行うことが必要である。

○チェックポイント1：受入にあたっての認識・理解

- ✓ 庁内や議会などにおいて、外部人材導入の目的や意義が共有・理解できているか
- ✓ 外部人材の受入地域において、外部人材導入の目的や意義が共有・理解できているか
- ✓ 行政と受入地域との間で、連携体制や役割分担が協議・調整できているか
- ✓ 受入地域において、住民やリーダーの意識や連携体制は醸成できているか
- ✓ 任期終了後の方向性等について共通認識ができているか

○チェックポイント2：募集・採用にあたっての条件

- ✓ 外部人材に期待する役割や活動内容が具体的になっているか
- ✓ 採用したい人物像、採用条件、採用基準等が具体的になっているか
- ✓ 活動費や待遇、権限、勤務条件等について具体的な検討や措置がなされているか
- ✓ 活動に対するサポート体制や連絡体制は検討されているか
- ✓ 住居、自動車など、生活に必要な環境、物資等は検討されているか
- ✓ 外部人材のスキル・ノウハウの向上等に関する研修体制は検討されているか
- ✓ 受入後のトラブルや問題発生時の対応方策等は検討されているか

② 募集の段階

外部人材の募集を行う段階においては、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。

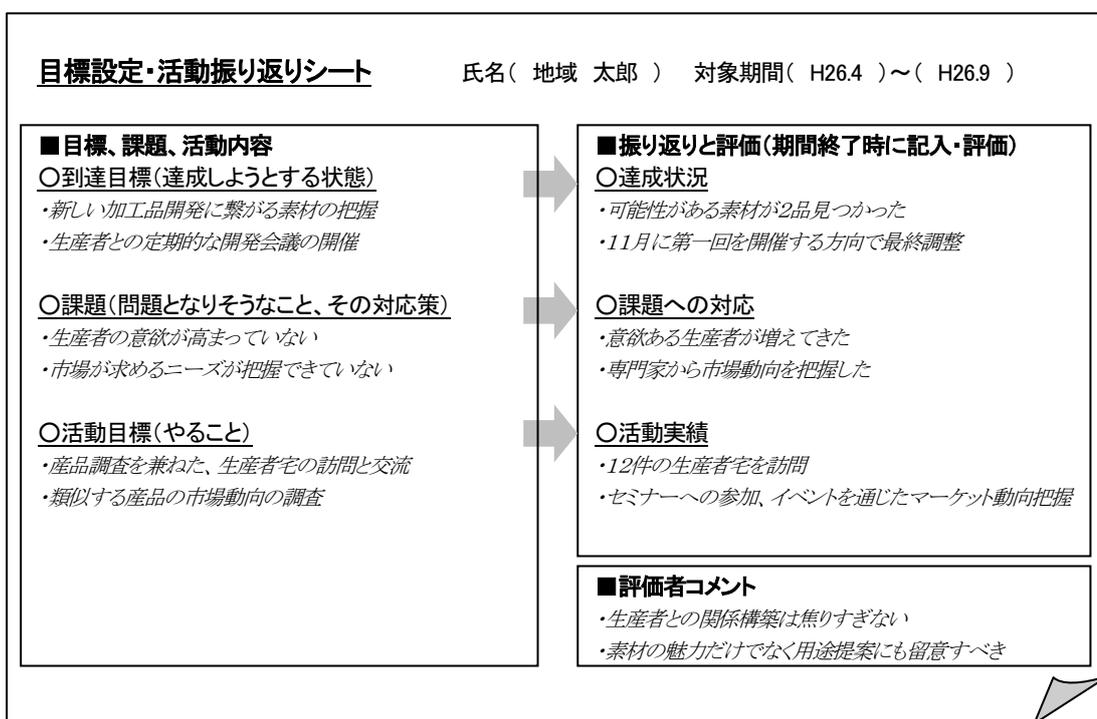
また、応募者の最終的な選定方法、選定基準についても、外部専門家のアドバイスを得ることが有効である。

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、外部専門家に関与することで、より高い効果が期待できる。

③ 採用後（着任中）の段階

着任後の段階においては、外部人材の募集・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。そのため、「目標設定・活動振り返りシート」を作成・活用して、目標とそれに対する取組の結果・成果等を定期的にチェックし、次の課題設定や活動改善に繋げていくことも有効である。その際には、外部専門家が評価者として、専門的かつ客観的なアドバイスを行うほか、さらに中長期的なキャリアカウンセリング的の視点から助言・相談を行うことも有効である。



- ※ 左側は、対象期間の期初に被評価者が自ら記入
- ※ 右側は、対象期間の終了時に、被評価者が期中の活動を振り返りながら記入し、評価者から指導・助言等を得る。

図 I-13 外部人材の目標設定・活動振り返りシートのイメージ

④ 任期終了の段階

外部人材が予定した任期を終え、自立的な定住に向けた起業や事業創出を図ろうとする際においても、外部専門家を効果的に活用できるようにすることが有効である。

外部専門家の多くは、地域づくりの成功事例を有しており、外部専門家の指導・助言を引き続き外部人材が継続的に受けら得るような環境や機会を確保しておくことが重要である。

I-3 派遣対象各市町村における取組の内容と成果

(1) 北海道平取町(派遣外部専門家:中島淳)

■事業名

地域の新たな豊かさ発見・創造事業

■事業の目的・目標

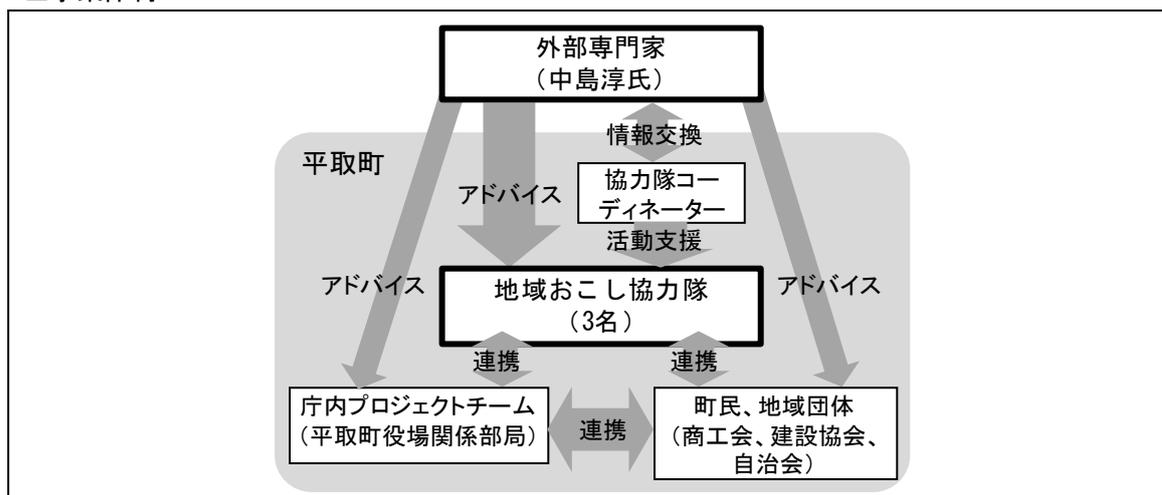
【目的】

日高山脈を背景とした自然環境、アイヌ文化を生かしたエコ・カルチュラル・ツーリズムのモニターツアーを通じた観光商品の開発、トマト、和牛肉をはじめとする農産物等の6次産業化及び新規就農支援などの制度を組み合わせ、UI ターン者の定住定着・起業を見据えた支援体制の強化に取り組む。

【目標】

- エコ・カルチュラル・ツーリズムのプログラムづくりとモニターツアーを通じた観光商品検討
(平成 25・26 年度：モニターツアー実施・商品検討
平成 27 年度以降：ツアーの本格実施・商品本格販売)
- びらとりシェアハウスの検討とモデル事業の取組
(平成 25 年度：事業内容検討 平成 26 年度モデル運用 平成 27 年度以降本格運用)
- 観光情報の発信によるイメージ形成と観光需要の創出 (パンフレット作成や雑誌掲載)
(平成 25 年度：取組内容検討 平成 26 年度から本格実施)
- 民家空き家を活用した移住用住宅の確保と、移住交流促進による、地域おこしの担い手確保と人口増
(平成 25 年度：空き家調査 平成 26 年度～28 年度：移住用住宅 3 戸確保)

■事業体制



■主な取組

○エコ・カルチュラル・ツーリズムの観光商品化検討

- ・ 自然トレッキング等によるエコツーリズムやアイヌ文化を学ぶカルチャーツーリズムなどによる、平取町ならではのエコ・カルチュラル・ツーリズムについて、プログラム等の企画から商品化、運営に至るまでの方策を検討。
- ・ 協力隊員の一人が定住に向けた取組の一つとして、モニターツアーの試験的な実施に向け、外部専門家や道内 NPO 法人からのアドバイスを受けるなど、ノウハウを蓄積し、実施に向けた準備を進めた。

○移住交流の促進に向けた取組の推進

- ・ 人口減少が進む中で、過疎集落におけるシェアハウスの設置検討や、移住者の受け皿整備に向けた空き家データベースの作成などを推進。

<山村シェアハウス>

- ・ 協力隊の一人が居住する平取町豊糠地区は、ダム建設に伴い人口が減少の一途を辿り、このままでは集落も消滅するかも知れないという危機感から、自ら地域に溶け込みその地域活性化策としてシェアハウスの設置を検討。

<空き家データベース>

- ・ 移住対策を重点施策として位置付ける中で、移住後の住宅等の確保は重要であることから、町内の空き家等の現状把握を協力隊が中心となって実施し、空き家等のデータベースの作成に取り組んだ。

○地域と協力隊との連携による新たなプロジェクトの仕組みの検討

- ・ 協力隊のみならず、町内の関係者との連携・協力によって地域の森林資源を活用していく「木の駅プロジェクト」について、その仕組みと行動計画の作成を検討。

○地域おこし協力隊員の定住化・起業に向けての課題解決のための専門家個別指導

<主な指導内容>

- ・ 隊員の相談への対応（起業についてのアドバイス、資金調達など）
- ・ 隊員のスキルアップ
- ・ 個別の外部協力者の紹介
- ・ 隊員任期後の結束に向けた取組等の提案



■主な取組の経過

- 7月 計画書の作成と顔合わせ
- ・外部専門家による地域の把握・協力隊員の活動場面とこれまでの取組の確認
 - ・事業の進め方、スケジュールを確認
- 8月 協力隊との情報交換と目標設定
- ・協力隊員を結ぶ横断的な目標の検討
- 9月 隊員の横断的プロジェクトの検討
- ・協力隊の退任後の意欲把握
 - ・退任後も連携が図れる共通プロジェクト(木の駅プロジェクト)の提案
- 10月 冬の体験プログラム検討と木の駅プロジェクトの考え方の確認
- ・道内のNPOからの冬の体験プログラム実施ノウハウ享受し、協力隊間で共有
 - ・木の駅プロジェクトの基本的考え方の再確認と担当者の決定
 - ・アイヌ・カルチュラル・ツーリズムの検討
 - ・モニターツアー実施のための協議
- 11月 冬の体験プログラム、木の駅プロジェクトの検討
- ・プロジェクトの現状報告と確認
 - ・新たな協力隊の受け入れについて受け入れ関係者へのレクチャー
 - ・木の駅プロジェクトの平取町での可能性調査
 - ・木の駅プロジェクト先進地視察（島根県吉賀町）
- 12月 木の駅プロジェクトの推進体制づくり
- ・木の駅プロジェクトの実施に向けた有志のコンセンサス形成
 - ・新たな協力隊受け入れ体制の確認
 - ・木の駅にかかる調査結果の確認
 - ・平取町資源循環活用プロジェクト（平取木の駅）準備会 発足
- 1月 木の駅プロジェクト構想の方向性と新たな協力隊受け入れのための協議
- ・平取町「バイオマス産業都市構造」策定までに「木の駅プロジェクト」の考え方をまとめるかを検討
 - ・2次協力隊の受け入れについてのポイントを引き続き検討
- 2月 新たな協力隊受け入れに向けた準備
- ・農業6次化に向けた調整
 - ・コーディネーターとのコンセンサス形成

■今年度の取組における地域おこし協力隊の役割

- ・共同プロジェクトの立ちあげ準備のための調査研究、先進地視察、有志への声掛け
- ・定住のための仕事づくりとしてのエコ・カルチュラル・ツーリズム、シェアハウス等の企画・立案、検討資料の作成
- ・空き家等の実態調査、データベースの作成

■今年度の取組における外部専門家の役割

- ・ 隊員や地域の課題解決のためのアイデア等の教示
- ・ 第1次協力隊（H23～）と第2次協力隊（H25～）の交流・連帯感醸成や協力隊の有効活用、今後の新たな隊員募集等に関する関係者の勉強会等講師
- ・ 協力隊員が企画、提案する事業等へのアドバイス、その分野での専門家等の紹介
- ・ 協力隊退任後の共同プロジェクト実行組織の立ち上げ

■今年度の取組による主な成果

○社会的な成果

<協力隊員の定住・起業に向けた道筋の明確化>

- ・ 外部専門家や、外部専門家のネットワークでツーリズム関係のNPO等からのアドバイスを受けることができた。
- ・ 外部専門家が持つ豊富な知識が、地元コーディネーターでは気づかない、定住、起業等に向けた適切なアドバイスとなった。
- ・ 木の駅プロジェクトの取組が、地域の連携をつくる仕組みへと進化する可能性が大きくなった。

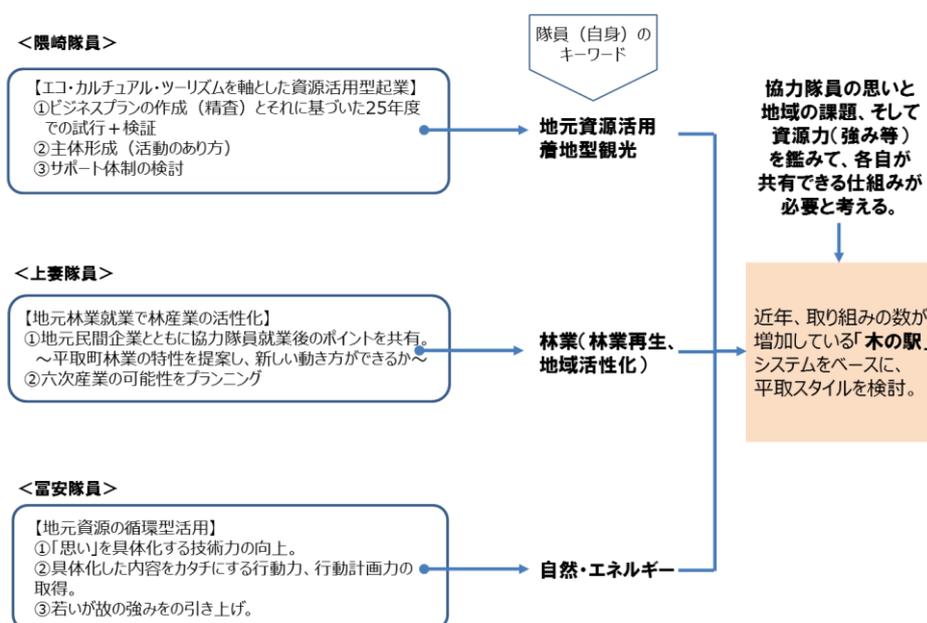
<地域おこし協力隊関係者の連帯感の強化>

- ・ 平成23年赴任（第1次）、平成25年赴任（第2次）の各地域おこし協力隊、地元コーディネーターなど関係者を一同に会した勉強会の開催により、同じ目的を持つ者同士の連帯感が醸成された。
- ・ 平成26年度にさらに協力隊（第3次）を募集するうえで、平取町ですでに活動している隊員としての目線で、このような募集が望ましいなどの意見等がだされ、それらを盛り込んだ、より誘因性の強い募集となっていった。

<木の駅プロジェクトの実現性の拡大>

- ・ 平取町の森林資源を活用する「木の駅プロジェクト」を実施することで、協力隊のみならず、町内有志の協力も得られることを確認できたことの効果は大きいものがあった。今後、このプロジェクトを軸に協力隊と地域が連携できる仕組みづくりにつながる大きな可能性ができた。

■成果～「木の駅」プロジェクト始動～



出典：中島アドバイザー作成資料より

○経済的な成果

- ・ 協力隊の一人が、任期終了後も地元で定住し、農家レストランの開業をめざすこととなった。

○情報発信、PRの成果

- ・ 外部専門家のアドバイス等により、協力隊の一人が自身のブログの更新を頻繁に行うようになり、平取町での協力隊活動の現場、日常からの生の声として、これから協力隊をめざそうとする人や、同じ立場の人たちからのアクセスが増えている。

○地域おこし協力隊の起業・定住に関わる成果

- ・ 協力隊3名のうち、2名が退任後の定住が決定。
- ・ 1名は林業での生計をめざしていたが、より高度な技術等を取得したいことを理由に道内の林業会社に就職の予定。
- ・ 協力隊の任期終了後も、まちづくりに関与する取組として「平取町木の駅プロジェクト」を立ち上げ、連携を図ることとしている。現在、町内の有志の賛同を得て、発起人会を組織し、より具体的な事業の内容を検討し、立ち上げに向け取り組んでいる。
- ・ H23 赴任の協力隊と H25 赴任の協力隊の交流が深まったことにより、採用年度、活動内容が異なっても連携、情報交換等をコーディネーター、行政担当者も含め頻繁に行うこととなった。
- ・ 任期後の定住、起業等に向けて、地域としても様々な立場でサポートしていかなければならないという意識が芽生え、行政としても起業に向けての制度的支援を検討するに至っている。

○その他の成果

- ・ 第1次協力隊の3名は町内のそれぞれの地域に拠点を置き活動している。1名は世帯数15戸という山間地域の集落に家族で移住し、主に自家農業を営むとともに、廃校舎を利用した民宿運営のリーダーとして活動している。また自治会活動等にも積極的に関与し、地域からも頼りにされる存在になっている。この地区にとって幼児をもつ若い家族が移住したことはそれだけで地域が元気になる大きな要素となった。今後もこの地区で家族で経営する農家レストランを起業して定住する予定であるが、これについてもすでに地域全体が支援していくといった共通の思いが地域に芽生えていることは大きな成果と考えている。

○取組等のメディアでの掲載・紹介

- ・ 平成26年3月4日 北海道新聞「1号隊員3人卒業間近」
(1号協力隊の任期が迫り、今後の目標に向かって準備する隊員の状況を掲載)

■外部専門家からのコメント

【株カルチャーアットフォーシーズンズ 代表取締役 中島 淳 氏】

本事業では、できるだけ協力隊員の自主性が発揮でき、また隊員の自己実現を図るためのサポート体制に留意してアドバイスしてきたが、まだ町全体（コーディネーターを含め地域の関係者たち、行政内部の職員たち）への浸透度は弱いようだ。



この3年目からのアドバイザーとしての関与という難しさを、今後予定されている新たな協力隊員の募集・運営に反映することを目標にして、地元コーディネーター、行政担当者等と協議を進めているところである。

協力隊員が任期後にその地に「定住」するためには、何より「食べていく」手段を見つけることが求められる。人口減少が著しい地方においては、本当に「人がいないために仕事が成立しない」という限界にならない限り何らかの仕事は存在する。ましてや公職の1つである「地域おこし協力隊」には町関係の仕事の可能性が少なくない。

しかし、「これまで協力隊員としてやってきた延長の領域の仕事に就きたい」「家族のことを考えると給与が低い」「雇われるのではなく自分でやってみたい」など、必ずしも今地域に用意されている仕事にすんなりと就かない協力隊の実情と現実がある。

本事業ではそのプライベートな事情まで踏み込んだアドバイスができていないことを反省しながらも、「食べるため」の手段構築には任期2年目から検討を始める大切さを改めて確認した。

平取町では、これらのような「既存協力隊の3年間」を庁内関係各部で共有しにくく、担当者は苦心している。協力隊の活動をより効果的にするには当然関係する各部署がその取組を把握し、理解を示すことが望ましいのであるが、なかなか難しいのが全国的な傾向のようだ。

この点で、平取町では「木の駅プロジェクト」を基本スキームとした部署の横断的なプロジェクトが協力隊によって立ち上がりつつある。このような取組は協力隊だからこそできることの1つであり、今後の引き続きの活動が注目される。面積の広い北海道において、個別になりがちな個々の協力隊員の活動に共通の基本指針を置くこの動きを、是非北海道モデルとして可視化してもらいたい。

本事業は、これまで定住促進に向けて多くの独自制度に取り組んできた平取町だからこそできる、そして求められる「体系的な」活動の基本づくりになったと考えている。

■外部専門家活用のポイント

- 地元コーディネーターとの役割分担
 - ・ 地域内の人材紹介など、既に地域おこし協力隊のサポート役として活動していたコーディネーターと外部専門家との役割分担により、効果的なサポート体制を確保した。
- 地域を単位とした新たなミッションの構築
 - ・ 任期終了後も隊員同士が連携して取り組む、地域を単位とする新たなミッション（プロジェクト）の仕組みづくりにおいても専門家の助言を得た。

(2) 京都府宮津市(派遣外部専門家:小島慶藏)

■事業名

農林水産業の成長産業化による宮津の元気づくりプロジェクト

■事業の目的・目標

【目的】

地域資源である「ナマコ」の生産拡大及び海外販路の開拓により、ナマコの地域ブランド化を目指すとともに、遊休農地対策として、また加工品・健康食品や観光への広がりの可能性が高い「オリーブ」を新しい産業に位置付け、一大産地化への取組により、自立した経済社会を目指す。

【目標】

○復活したナマコ加工品の生産拡大等による特産品化

生産目標：3年後に売上1億円

◇平成25年産 乾燥ナマコ 300 kg/年→平成26年産 500 kg/年

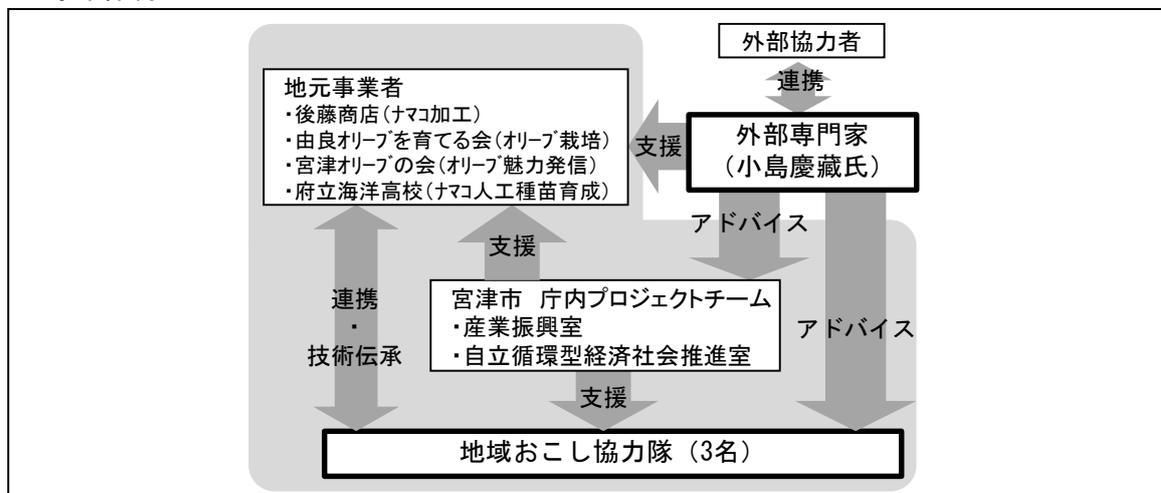
ブランド戦略：ナマコのまち・宮津（乾燥ナマコといえば宮津）

○オリーブの栽培と加工の調査・研究

オリーブの街・宮津～オリーブの一大産地化

◇平成25年度 オリーブ栽培 0本→平成26年度末までに1800本

■事業体制



■主な取組

○復活したナマコ加工品の生産拡大等による特産品化

<なまこ会議の設立>

- ・ 長らく途絶えていたナマコの加工技術が復活したことを受け、ナマコの資源管理と人工種苗育成による生産拡大及び加工技術の伝承、販路確保、消費拡大、雇用創出等について、関連機関や関連産業事業者等が連携し、情報共有を図るほか、それぞれの立場における経験・技術・知識・知恵を出し合い、推進方策の検討を行った。



(参加団体) 京都府漁業協同組合、宮津なまこ組合、後藤商店、京都府立海洋高校、京都府水産振興事業団、宮津市水産振興財団、京都府水産事務所、京都府海洋センター、京都府栽培漁業センター、宮津市

<後藤商店>

- ・ 府内随一のナマコの加工技術を有しているが、現在の代表が高齢であり担い手が課題となるなかで、地域おこし協力隊を活用して、その技術の伝承と生産の拡大に向けた取組を展開。
- ・ また、新商品の開発に向けた話し合いを続けた。



<京都府立海洋高等学校>

- ・ 培われた飼育技術を活用し、学校の更なるスキルアップと卒業生の活躍の場を創出するため、新たにナマコの人工種苗の育成（水槽内で人工的に稚ナマコを育成）に取り組むことを決定。平成 26 年 3 月から本格的着手する。



※京都府立海洋高等学校：明治 31 年当時の京都府水産講習所として創立された、府内唯一の水産関係の高等学校。

○オリーブの栽培と産業創出に向けた調査・研究

- ・ 栽培条件がそろっている上、国内産の需要が高く、加工品観光への広がりの可能性も高いオリーブを当市の新たな産業の素材として位置づけ、地元有志による植樹や生産グループの立ち上げ、オリーブの魅力を広く発信し理解を深める市民運動の展開を進めた。
- ・ また、外部専門家のノウハウ、経験等を活かし、付加価値の高いオリーブ産業の構築に向けた先進地視察等を行った。

<産地づくり>

◇実証ほ場における栽培を開始（計 300 本栽培）

地区名	由良	府中（国分）	世屋（木子）
生産者	10名（個人）	1名（農業生産法人）	1名（個人）
本数	130本	120本	50本

- ・ 各生産者は、宮津版栽培ごよみの作成に協力するものとし、栽培履歴を明確に記録する。
- ・ このほか、栽培地の拡大を図るため、苗木 80 本を仮植えしている。



◇由良オリーブを育てる会の設立

由良地区は、温州みかんの栽培地であり、果樹の栽培には経験等の素地がある。また、生産者の意欲も高く、有志による“F S 石浦”というグループを結成している。この名前のいわれは“フロンティア・スピリッツ”、つまりは開拓者精神である。由良オリーブを育てる会は、F S 石浦が母体となった組織であり、「まずは取り組んでみよう」という心構えでオリーブに光を当て、見せる・感じてもらうための、オリーブの公園づくりに着手した。



平成 25 年度に、当会として、オリーブを 120 本植樹・栽培している。

設立日：平成 25 年 10 月 18 日 会員数：10 名

※平成 25 年度は、実証ほ場：300 本、由良オリーブを育てる会：120 本、計 420 本の栽培（本植え）を開始し、仮植えの 80 本とあわせて 500 本の植樹を行った。

<市民運動の展開>

◇宮津オリーブの会の設立

- ・ オリーブの持つ魅力を広く発信し、理解を深め、市民の機運を盛り上げていくことを目的に、有志で結成した。魅力の発信として、“観る”オリーブの鉢植え作製や、“食”オリーブパンの試食会を開催。 設立日：平成 25 年 9 月 17 日 会員数：12 名



■今年度の取組における地域おこし協力隊の役割

- ・ ナマコ加工品の生産拡大等による特産品化においては、加工技術を将来の起業に繋がるよう習得するとともに、新商品開発に向けて研究（知識の習得）を行う。
- ・ オリーブの栽培と加工の調査・研究においては、生産者とともに、栽培技術を将来の起業に繋がるよう習得する。
- ・ また、ナマコやオリーブに限らず、広く農林水産業の全般に関わり、体験し、学習し、知識や技術を習得する。
- ・ さらに、宮津市と商工会議所において共同で設置する「宮津 農水商工観連携会議」のスタッフとしてその運営に携わり、地域に入り、生産者や事業所の声を聞き、新商品開発等に繋がるよう努める。

■今年度の取組（プロジェクト）における外部専門家の役割

- ・ 長年の商社勤務の経験、知識、人脈を活かし、新たな起業のための素地を発掘・育成するための指導や助言を行った。
- ・ 経験、知識に基づき、地域おこし協力隊員の選定、その後の育成に至るまでの支援を行った。
- ・ ナマコ加工品の生産拡大等による特産品化において、乾燥ナマコの主な販路は、香港、台湾、中国大連市であるが、中国との外交関係等から、従来の輸出の状況までは回復しておらず、中国駐在員、舞鶴市産業振興監時代における輸出に関するノウハウを活かし、販路の回復、更なる拡大を担う。また、外部協力者と協働で、新たな商品の開発等を行った。
- ・ オリーブの栽培と加工の調査・研究において熊本県上天草市における事業実績を活かし、ゼロからスタートする本市において、栽培から加工、販路の確保に至るまでの全般に渡って指導・助言を行った。

■取組の経過

- 6 月
- ・ オリーブ栽培候補地の調査
- 7 月
- ・ ナマコの育成施設の候補地（海洋高校）の調査
 - ・ ナマコの加工業者（後藤商店）、オリーブ栽培予定者（府中地区の法人）との協議
- 8 月
- ・ 府立海洋高校（ナマコの育成施設の候補地）との協議、オリーブ栽培候補地の調査
 - ・ 小豆島視察（有機栽培や6次産業化に積極的に取り組む生産者の栽培地等を視察）
 - ・ ナマコの加工業者（後藤商店）と今後の展開について協議
- 9 月
- ・ オリーブ栽培候補地の調査、市長も交え宮津オリーブの会を設立
 - ・ ナマコの加工業者（後藤商店）と香港への輸出について協議
- 10 月
- ・ 海洋高校（ナマコの育成施設の候補地）との協議、宮津オリーブの会代表と今後の展開について協議
 - ・ オリーブ栽培予定者（府中地区の法人及び由良地区）と協議
 - ・ ナマコ先進地である福井県栽培漁業センターを海洋高校担当教諭と共に訪問。人工種苗による育成技術を視察
 - ・ 由良オリーブを育てる会の設立及び宮津オリーブの会コアメンバー会議
 - ・ オリーブの仮植えの作業（由良地区）

11 月

- ・ナマコの加工業者（後藤商店）との協議。海洋高校(ナマコの育成を担当) と協議し取組を行うことを決定。
- ・宮津オリーブの会コアメンバー会議
- ・オリーブ栽培候補地の調査

12 月

- ・ナマコのもつ水質浄化作用の活用の可能性を検討
- ・由良オリーブを育てる会と有機栽培による土・堆肥づくりについて協議
- ・ナマコ会議の開催
- ・ナマコの育成に関して有識者と協議

1 月

- ・地域おこし協力隊第 1 回面接：2 名を決定
- ・地域おこし協力隊の研修現地研修同行、指導

2 月

- ・ナマコの加工業者（後藤商店）と育成について協議
- ・地域おこし協力隊の研修現地研修同行、指導
- ・地域おこし協力隊の 1 名辞令交付、後藤商店にてナマコの加工活動開始
- ・市長と養殖(陸上)について協議
- ・地域おこし協力隊第 2 回面接：1 名を決定
- ・隊員の活動状況の確認活動拠点にて助言指導

■今年度の取組による主な成果

○社会的な成果

- ・由良地区において、オリーブ栽培を担う由良オリーブを育てる会が結成、また、宮津市街地を中心に、宮津オリーブの会が結成され、それぞれにおいて、地域の活性化・元気づくりに寄与している。

○経済的な成果

- ・乾燥ナマコの生産において、平成 25 年産(同年 2 月から 4 月加工) 300 kg に対して、平成 26 年産(同年 2 月から 4 月加工)の見込みが 600 kg であり、2 倍に向上するものと見込んでいる。

○情報発信、PR の成果

- ・地域おこし協力隊のブログによる情報発信

○地域おこし協力隊の起業・定住に関わる成果

- ・地域おこし協力隊の活動開始が本年 2 月からであり、起業・定住に関する成果は、今後である。

■外部専門家からのコメント

【地域力創造アドバイザー 小島 慶藏 氏】

本事業に取り組む上で、地域の中には新しい取組に柔軟な理解をいただけない方がいたり、価値観の違いもあり、説得に時間がかかることもありました。市長とベクトルを合わせて、市役所職員の方々の御協力も得て、主役の有志の市民の人達と夢と情報を共有させて頂き、具体的に事業を推進実行して頂くようにいたしました。



総務省から派遣ということで地域に入り、活動すると、地域住民の方達は好意的に、なおかつ、前向きに御対応されることには感心しました。

今後の地域への期待は、里海の活性化に関しては、ナマコを水産業の成功体験として養殖を積極的に進め、出来ましたら、日本初のナマコの陸上養殖を実施成功させて、本来の水産業に強い宮津を取り戻して頂きたい点です。

里山の活性化については、オリーブのまち・宮津は成功されると思われ、関西地域でナンバーワンのオリーブのまちとして、新しい付加価値資源を追求して頂き、地域の雇用を創出して、GDPを大きくして頂きたいと思います。

地域おこし協力隊についても、市長といっしょに公募面接させて頂き、京都大学出身の北海道で農業体験者で芸人の付き人だった若者、北里大学医学部卒業で神奈川県庁に勤務経験者の若者、幼稚園の保母さん（繊維ファッション流通経験者）の気配りの出来る優秀な3人のメンバーを採用させて頂き、地域の方々に喜ばれております。

「宮津オリーブの会」の会長のパン屋さんが、自発的にオリーブの創作パンを焼きあげて持ってきてくれたこと、「由良オリーブの会」は60歳以上の定年者が中心ですが、自力でオリーブの500本の植樹を1日で植えて頂き、市長も立ち会って頂いたこと、また、海洋高校の30歳の女性教師がナマコの取組に賛同して、生徒を引っ張って立ち上がって頂いたこと、後藤商店が伝統産業の乾燥ナマコ事業を地域おこし協力隊をいっしょに面接、採用されて、拡大方向で取組が開始されたことなど、今年は幸運に恵まれていました。

こうした取組を通じて、地域の方々の笑顔をみることを楽しみと励みしていました。

小職としましては微力ながらも、楽しく、おかしく、実質的に、前向きに踏み出せたことは、皆様のおかげと、深謝申し上げます。

宮津市の今回の里海、里山のプロジェクトは、市長より、26年度からも引き続き、3年間、外部専門人材事業として取組継続されたいとのことで、これからも、前向き推進のアクセルを踏んで頑張りたいと思っております。

■外部専門家活用のポイント

- 出口戦略を踏まえた産業プロデューサーとしての活用
 - ・ 新たな産業創出にあたり、販売・流通、成長性といった出口戦略を踏まえた提案や助言を得た。
- 市長との信頼関係構築
 - ・ 事業の責任者である市長との信頼関係、ホットライン構築のため、訪問の度に、担当者同席のもと、市長との意見交換の機会を設けた。

(3) 山口県山口市(派遣外部専門家:養父信夫)

■事業名

山口維新！第3の矢「長州援農隊」

■事業の目的・目標

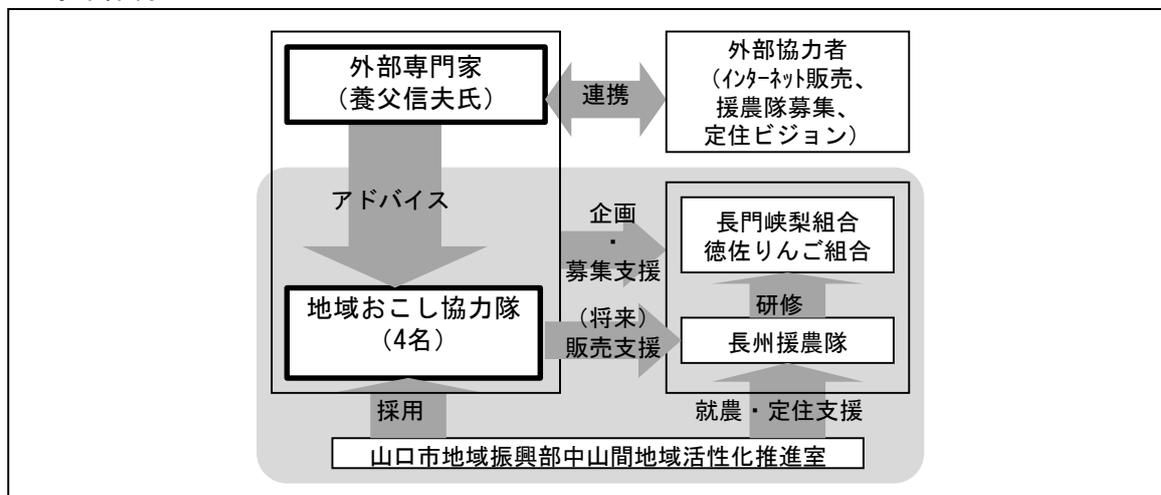
【目的】

地域資源の高付加価値化（6次産業化など）により農林業や観光業を中心に地域の所得を高める取組や、ビジネス化・就業（農）の可能性が高い地域資源・受入組織（農事組合法人、公社など）を整理する。意欲と能力のある都市部人材とマッチングすることで、移住希望者の継続的な受入・定住化を目指す。

【目標】

- 平成 25 年度に 5 名の地域おこし協力隊を採用し、平成 25 年度中に各隊員が定住ビジョンを作成し、地元住民及び行政に対してプレゼンを行う。任期終了後には 8 割（4 名）の隊員が起業・就業し、地域へ定住する。
- 平成 25 年度に後継者不在の農事組合法人等を 3 ヶ所程度選定し、それぞれ都市部人材の受入プログラムを作成し、「長州援農隊」の受け入れ（1 名）を実現する。将来的には全ての選定組織の受け入れ（5 名程度）を実現し、「長州援農隊」の 8 割（4 名程度）が就農し、地域へ定住する。

■事業体制





＜生産者（農事組合法人）との意見交換＞

＜東京での募集セミナー＞

＜応募者の現地視察ツアー＞

＜募集パンフレット＞

＜応募者の現地面接会＞

■今年度の取組における地域おこし協力隊の役割

- 地域おこし協力隊の定住ビジョンづくり
 - ・農村ビジネスモデル構築に向けたモデル事業の企画・実施
 - ・定住ビジョンの検討、シンポジウムにおけるプレゼンの実施
- 山口市農業経営継承プロジェクト「長州援農隊」の募集・決定
 - ・農家へのヒアリング取材
 - ・募集パンフレットの原稿作成

■今年度の取組（プロジェクト）における外部専門家の役割

- 地域おこし協力隊の定住ビジョンづくり
 - ・シンポジウムプレゼン内容のフレーム提案
 - ・モデル事業の企画に対するアドバイス
 - ・シンポジウムの企画に対するアドバイス、当日コーディネート
- 山口市農業経営継承プロジェクト「長州援農隊」の募集・決定
 - ・農家（農事組合法人）へのヒアリング調査
 - ・募集方法、募集パンフレット作成に対するアドバイス
 - ・都市部人材の募集に係る都市部人材斡旋民間企業等との交渉
 - ・東京における募集セミナーでのプレゼン、個別相談対応
 - ・現地視察ツアー及び現地面接の企画に対するアドバイス、当日面接対応
- 外部協力者のコーディネート
 - ・インターネット販売や地域おこし協力隊の活動方向等について外部協力者を招へい

■取組の経過

7月

- ・協力隊との意見交換、協力隊へのアドバイス
- ・長門峡梨組合、徳佐りんご組合、ふるさと振興公社（和牛）へのヒアリング、農家へのヒアリング

8月

- ・協力隊との意見交換、協力隊へのアドバイス
- ・長州援農隊による新規就農支援策の確認
- ・長門峡梨組合へのヒアリング
- ・人材斡旋企業とのセミナー開催等に係る交渉、農家・行政へのヒアリング

9月

- ・定住ビジョンづくり
- ・農産物・加工品のインターネット販売検討
- ・ムラコン、協力隊へのアドバイス
- ・長門峡梨組合、徳佐りんご組合へのヒアリング
- ・募集パンフレットの検討及び取材、農家へのヒアリング
- ・デザイナーとの交渉

10月

- ・長州援農隊募集パンフレットの原稿作成、パンフレット作成に対するアドバイス

11月

- ・シンポジウムプレゼン内容検討、プレゼン内容のフレーム提案
- ・長門峡梨組合、徳佐りんご組合へのヒアリング
- ・長州援農隊の募集方法検討
- ・募集セミナーの実施（東京）、募集方法に対するアドバイス
- ・募集セミナーでのプレゼン、個別相談対応

12月

- ・グリーン・ツーリズム等実地研修への参加
- ・協力隊プレ活動発表会、研修参加
- ・活動発表、研修手配
- ・プレゼンに対するアドバイス
- ・長州援農隊現地面接等の検討、現地面接等の企画に対するアドバイス

1月

- ・長州援農隊現地面接等の実施、関係者意見調整

2月

- ・地域おこし協力隊シンポジウムの開催、シンポジウムのコーディネート

■今年度の取組による主な成果

○社会的な成果

- ・ 農業経営継承（ブランド維持・育成）に対する意識が高まった
- ・ 地域の果樹園（梨園、りんご園）の一体感醸成につながった
- ・ 梨園、りんご園の後継者候補の確保につながった
- ・ 過疎地域の定住人口の増加につながった
- ・ 地域おこし協力隊事業（都市人材の活用）への理解促進につながった

<定量的指標>

- ・ 梨、りんご農家出席の現地面接及び懇親会を 1 回実施
- ・ 梨園 1 名、りんご園 1 名の後継者候補「長州援農隊」の受け入れ決定
- ・ 5 月に千葉県から 1 名（30 代女性）Uターン、6 月に千葉県から 1 名（30 代女性）I ターン予定
- ・ 地域おこし協力隊シンポジウムに地元住民を中心に 105 名参加

○情報発信、PRの成果

- ・ 長州援農隊に対する関心、応募につながった
- ・ 山口市へのUJIターンに対する関心につながった
- ・ 長州援農隊の募集ネットワークが広がった

<定量的指標>

- ・ 5つのメディア（以下）で掲載
- ・ 田舎で暮してみませんかセミナー（11/29、東京）
→ 41 人参加、10 人個別相談対応、1 人応募
- ・ やまぐち暮らしセミナー（11/30、山口県・山口農林振興公社主催、東京都）
→ 31 組 44 人参加、6 組個別相談対応、2 人応募
- ・ リクルートキャリア「アントレnet」から 15 人が長州援農隊資料をダウンロード
- ・ 自衛隊広報、第一次産業ネット及び新聞社から募集掲載営業

○地域おこし協力隊の起業・定住に関わる成果

- ・ 観光地域づくりやグリーン・ツーリズムを学ぶ実地研修に参加し、先進事例を学んだ
- ・ 月 1 回程度の外部専門家や外部協力者との意見交換により意識が高まった
- ・ シンポジウム（講演会及び活動発表会）における外部専門家や地域キーマンとの意見交換、講師や他の隊員の発言により意識が高まった
- ・ 農業後継者募集（農家ヒアリング等）に係るノウハウ向上
- ・ インターネット販売に係るノウハウ向上
- ・ 取材、執筆（パンフレット原稿作成等）スキル向上
- ・ プレゼンスキル向上
- ・ 隔週の市職員とのミーティング、月 1 回程度の外部専門家等との意見交換の体制を構築
- ・ シンポジウム（講演会及び活動発表会）を通して、地域おこし協力隊事業に対する地域住民の理解が深まり、協力体制を構築できた
- ・ 地域広報誌で定期的に協力隊員の活動を紹介する環境を整えた。

○取組等のメディアでの掲載・紹介

- ・ 新聞報道ニュース、田舎暮らし関連雑誌、ラジオ等で複数回紹介

■外部専門家からのコメント**【株式会社マインドシェア 「九州のムラ」編集長 養父 信夫 氏】**

今回事業の受け入れ地域となった山口市阿東地域は、平成 25 年 7 月に大水害にあった地域でもあり、実際に長州援農隊を受け入れるリンゴ農家さんも家屋や果樹園がかなり被害を受けるなど、一時期、今回の事業自体、推進が危ぶまれた状況であった。

しかしながら、そのような状況でも、生産者の方々と、膝を突き合わせ話し合いを進めることにより、今回のプロジェクトを進めていく方向で意識を共有することができたことは、大きな成功要因であった。

長州援農隊プロジェクトは、衰退する中山間地の中で、産地として形成されていながらも後継者がいない農家を、都市部からの新規就農で引き継いでいくというものであり、その取組自体のプロデュースを地域おこし協力隊と自治体とで行うというものである。さらに加えれば、地域おこし協力隊は、その産地で生産される産物をブランド化するための情報発信、販売についても検討・推進の役割を担うというものである。

今回、行政の窓口となった担当者やその部署の方々が、地域おこし協力隊員への指導、地域との連絡調整、関係部署との意見交換・調整などを積極的に進めていただいたことが、短期間にもかかわらず一定の結果を出すことにつながったと感じている。

この山口市の小さな取組が、全国の農山村の移住定住モデルとなることを期待したい。

**■外部専門家活用のポイント**

○多様な外部協力者との連携

- ・ 外部専門家のネットワークを活用し、販売、募集など複数の外部協力者と連携しプロジェクト全体の効果を高めた。

○継続的な意見交換、現地訪問

- ・ 毎月、定期的に協力隊との意見交換や地元関係者の訪問等を実施し、意識の共有と信頼関係の構築を図った。

(4) 高知県安芸市(派遣外部専門家:朽尾圭亮)

■事業名

観光による産業振興事業(じゃこによるブランド構築事業)

■事業の目的・目標

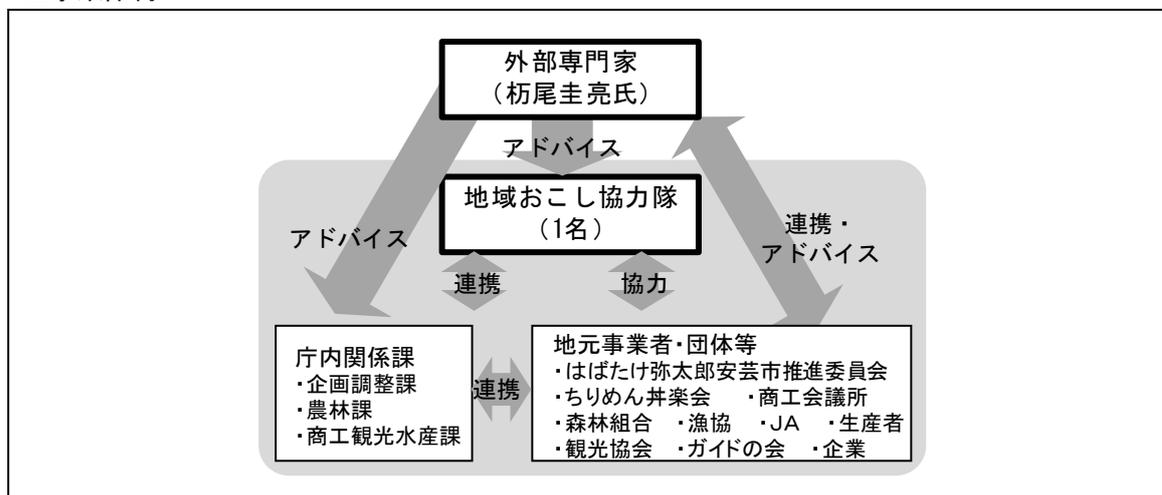
【目的】

県内屈指の水揚量を誇るシラス(じゃこ)について、「ご当地じゃこサミット」と題したイベントを開催し、グルメ品目の開発、じゃこの聖地としての地域ブランドの確立、地域ブランドの全国発信に取り組む。あわせて、担い手の育成を行うことにより、地域活性化及び起業に向けた気運醸成を目指す。

【目標】

- ・ ご当地グルメイベントの時流に乗り、じゃこ料理を一堂に介したグランプリ形式のイベント「全国 ご当地じゃこサミット」を開催し、安芸市のブランド及び日本におけるじゃこの認知度を高める。
(平成 25 年度 四国内のシラス産地に出店依頼 → 平成 26 年度 西日本 → 平成 27 年度 全国)
- ・ グルメイベントの開催により市民意識がますます醸成され、安芸「釜あげちりめん丼」楽会の活動が定着化され、楽会メンバーがまちおこしの活動の中核的役割を担う市民グループとなる。
- ・ 「釜あげちりめん丼」提供数を今後 3 ヶ年程度で 25,000 食から 37,000 食に増加させる。
- ・ シラスの水揚量を年間 450 t から 500 t に増加させる。

■事業体制



■主な取組

○「じゃこ」を通じたブランド構築に向けた情報発信や事業計画の策定

- ・ 安芸市を含む「高知県東部」を中心とした「じゃこ食」を使ったブランドの構築と、世界聖地「じゃこシティ」を目指すための、地域横断的なイベントの創造とその後の各分野での発展計画を整理。
- ・ 「ご当地じゃこサミット」を3ヶ年かけて全国規模のイベントにするよう積極展開を行う。その初年度となる平成 25 年度は、3ヶ年の事業計画を策定する。

○『第1回全四国ご当地じゃこサミット 2013 in 安芸市』の開催

- ・ 「じゃこシティ」を実現するための取組として、10月12日、13日に四国全域のじゃこ料理を集めたイベントを安芸市内で開催。12のじゃこ料理が安芸市に集結した。またサミットでは、漁業関連の知識をもつ実行委員会を中心に「じゃこゼミナール」を開催し、じゃこを取り巻く文化の伝播可能性についても試行。
- ・ 開催にあたっては、「釜あげちりめん井楽会」をベースとして、行政、商工関係者、漁業関係者、地域おこし協力隊など多様な主体による実行委員会を組織。

<『第1回全四国ご当地じゃこサミット 2013 in 安芸市』の概要>

日時：平成 25 年 10 月 12 日（土）～13 日（日）10 時～15 時

場所：安芸市役所周辺

商品：じゃこを活用したグルメ 15 品目程度

想定提供食数：15 店舗×500～1,000 食=最高 1 万 5 千食

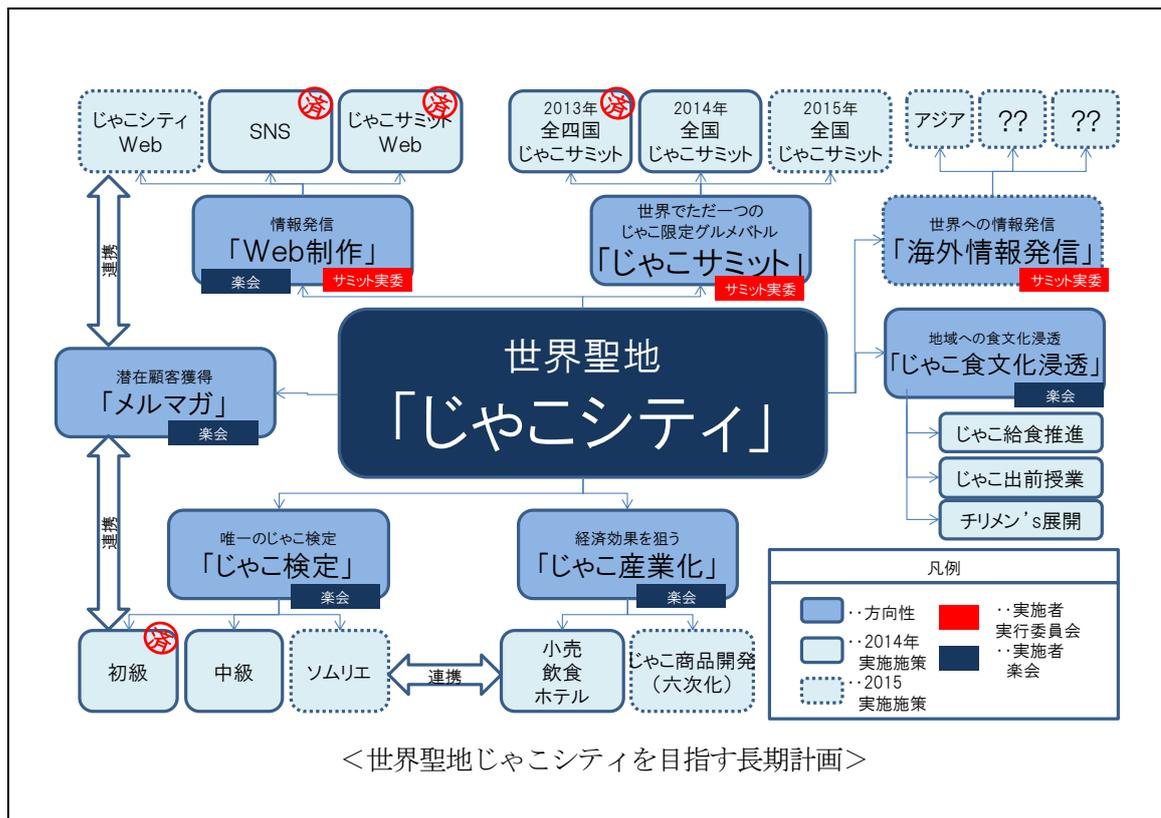
イベント概要：来場者が複数のグルメを食し、気に入ったものへ投票を行う。

得票の多いグルメをグランプリとする。

同時に来年のじゃこサミット構想を発表する。



<じゃこサミットの様子（左：チラシ、右上：当日様子、右下：記者会見様子）>



■今年度の取組における地域おこし協力隊の役割

当初は6月1日から地域おこし協力隊を配置する計画であったが、募集スケジュールの関係で着任が9月1日になり、10月に開催するじゃこサミットの準備への関わりは短期かつ限定的であったが、じゃこサミット実行委員会のメンバーとなり、実行委員会に参加するほか、これまでじゃこに関わったことがなかったよそ者の視点で、じゃこに関する情報収集やイベントへのアイデア提案、当日のスタッフの中心的存在としてボランティアスタッフへの指導などにあたった。

イベント終了後は、じゃこサミット実行委員会の活動母体の安芸「釜あげちりめん丼」の活動全体へ関わり、水産業の振興と地域ブランドを確立し食の魅力を活かした観光産業の振興に携わる。



<じゃこサミット実行委員会の主要メンバー（右から3番目が隊員）>

■今年度の取組（プロジェクト）における外部専門家の役割

当市では、高知県が推進する「地産外商」の看板のもと、当市単独での観光施策の他に、安芸広域市町村圏及び徳島県南部との連携によりさまざまな施策に取り組んできたが、観光を産業のひとつとして位置づけ、産業の振興に結び付けるまでに至っていない。

そこで、県内屈指の水揚量を誇るシラス（じゃこ）を活用し、第3回土佐の食1グランプリで優勝した安芸「釜あげちりめん丼」を中心に安芸市ブランドを構築し、全国における認知度を高め、行政・民間・住民が一体となった実効性の高い施策を展開するため、下記の支援を求めた。

1. 地域おこし、地域づくりイベント等について、全国の先進事例の研究やノウハウの取得
2. 地産外商に向け、全国に通用するブランドとなるように情報発信と販路拡大の面から都市圏へのアプローチを可能にする全国組織との連携、協働の構築
3. 「釜あげちりめん丼」を中心とした食のブランド化の具体的施策

全国的なブランド化を推進していくため、知名度向上を目的としたイベントの開催や全国的な宣伝の展開についての効果的な在り方、また、協働の体制づくりのため地域関係者が積極的に本取組にかかわってもらえるような動機づけや地域での定着化等の手法についても支援を求めた。

■取組の経過

6月

- ・地域の食を中心としたブランド化支援10月に開催するじゃこサミットのイベント内容、事業予算、会場決定、出店要項、チラシ・ポスター案を作成。左記取組への助言・指導を行うため、実行委員会に参画。

7月

- ・ホームページ、フェイスブックで広報開始。出店者募集を開始。

8月

- ・出店者募集。マスコミPRのための試食会を開催。

9月

- ・チラシを作成し配布開始。ウェブ上での事前投票イベントを実施。イベント運営のための人員配置、その他計画を策定。実行委員会へ出席。ホームページ、フェイスブックで情報発信。事前投票イベントの管理。イベント運営のための計画策定。

10月

- ・事前告知、イベント開催運営準備、グランプリ決定のための諸業務。実行委員会へ出席。ホームページ、フェイスブックで情報発信。イベント運営準備とグランプリ決定のための諸業務。イベントの実施。イベント当日の諸業務。

11月

- ・イベントの結果PR。次年度開催のための課題検討。イベント結果のPR。安芸「釜あげちりめん丼」楽会事業への提案。次年度開催のための情報収集。

12月

- ・次年度開催のための課題検討。安芸「釜あげちりめん丼」楽会事業への提案。次年度開催のための情報収集。

1月

- ・次年度開催のための準備開始。次年度へのPR。安芸「釜あげちりめん丼」楽会事業への提案。次年度開催のための情報収集とPR。

2月

- ・次年度開催に向けた準備。次年度へのPR。安芸「釜あげちりめん丼」楽会事業への提案。次年度開催のための情報収集とPR。

■今年度の取組による主な成果

○社会的な成果

- ・他地域からのじゃこ食文化振興施策「じゃこサミット」への参加（愛媛、香川、徳島）によるじゃこ食文化ネットワークの創出と強化。
- ・じゃこを通じた地域ブランド化への意思統一と長期計画の作成。

○経済的な成果

- ・ご当地じゃこサミットと高知東海岸グルメまつり、商工祭の同時開催による来訪客数増加。
12,000 人（平成 24 年度）→ 16,000 人（平成 25 年度）
- ・全四国ご当地じゃこサミットによる経済効果 推定 51,300,000 円。
- ・釜あげちりめん井提供店での提供数が、じゃこサミットの開催PRを始めた8月から12月までの間で前年比30%増。 12,106 食（H24.8～12） → 15,660 食（H25.8～12）

○情報発信、PRの成果

- ・全四国ご当地じゃこサミット 公式Web 制作・公開アクセス数 4,466 訪問
- ・youtube への 投稿動画制作・公開再生 894 回
- ・Facebook じゃこサミットページ制作・公開リーチ 14,868 回
- ・メディア向けのじゃこサミット試食会の開催

○地域おこし協力隊の起業・定住に関わる成果

- ・じゃこサミット実行委員会、ちりめん井楽会に参画することで、地域での役割が得られて隊員・としての活動の糸口が見えつつある。
- ・じゃこサミット以外でも活用できるPRのノウハウを得ることができた。
- ・じゃこサミット実行委員会、安芸「釜あげちりめん井」楽会の活動に参画することにより、産業振興に関わるキーパーソンとの信頼関係をつくることができた。
- ・じゃこを通じた様々な地域文化に触れることによる今後の隊員活動や起業のヒントの取得。

○その他の成果

- ・よそ者の視点を取り入れることによって、当市の「じゃこ食文化」の観光資源としての貴重さ可能性を再認識することができ、今後は食育や給食での活用を通じて「じゃこ食文化」をより一層地域に浸透させ、メルマガやじゃこ検定の実施により情報発信をしていくという活動の方向性を確定させることになった。
- ・これまで安芸「釜あげちりめん井」楽会活動の成果を自覚しにくかったことから、協力隊員の提案により、つながりが薄く連携できていなかった安芸「釜あげちりめん井」楽と漁業者、加工業者、提供店との意見交換をする機会を定期的に設けることとなった。

○取組等のメディアでの掲載・紹介

- ・平成 25 年 8 月～10 月にかけて、地元紙、グルメ雑誌、ラジオ、テレビ等で、じゃこサミットの開催告知のほか、安芸「釜あげちりめん井」楽会の紹介、メニュー紹介、シラス漁紹介等幅広くPRが展開。
- ・各メディアに対して記者発表やお披露目会も開催。

■外部専門家からのコメント

【株式会社船井総合研究所 経営戦略事業部 パブリックイノベーションプロジェクトリーダー 朽尾 圭亮氏】

私は本事業において、高知県安芸市を代表する「じゃこ」という一素材を活用したブランド化の試みを外部専門家として地域の行政、住民、地域おこし協力隊とともに模索した。事業は報告書の通り一定の成果を収めており、将来的な可能性も高いと予測される。これはひとえに参加メンバー、地域おこし協力隊の地域への思いの強さ、そして発想力にあると思われる。よって以下では、本事業を外部専門家として再度見なおし、その成功要因とこれからについてコメントしたい。



高知県安芸市は県東部の中心都市ながら人口は 2 万人以下と決して多くない。また立地についても人口集積地域から離れている。このような点は地域の独自固有の資源である「じゃこ」の素材としての強さを鑑みても、ブランド化事業において高いハードルになることが予測された。しかし事業の企画・実施段階において、予想以上の高い効果を上げることに成功した。背景にはマーケティングの技術を活用した事業設計などを挙げることができるが、何よりも大きなポイントは地域のリーダー層、熱意を持った行政、さらに発想力豊かな地域おこし協力隊が協働していた点にあると考えられる。同モデルは今後、我が国の様々な地域において人の思いやアイデアがあれば地域活性化が達成できるというよい事例になると考えられる。

また同地域の事業のこれからについても高い将来性が期待される。本事業の中心団体である「釜揚げちりめん井楽会」においては既に平成 25 年度中盤において来年度事業の新しいアイデアが検討され始めており、今後も事業が発展する可能性は高い。

一方、今後想定される課題としては事業の発展とともに事業の深さと広さの両方が必要になることを指摘しておきたい。特に平成 26 年度については、事業の深さが要求されると予測される。具体的には「じゃこの町」としての知名度の高まりに合わせて地域内部での認識を高め、また食文化そのものを掘り下げる必要がある。このためには安芸市を含む地域全体での「じゃこ食文化」再認識への機運醸成が必要になると考えられる。実行体制については現在の組織を拡充し、これまでとは異なるノウハウやネットワークを持つ組織との連携が必要になると考えられる。具体的には市域を超えての周辺自治体や組織、また広域を所管する高知県、異なる知見を持つ学術機関（県下の大学）などとの連携は必須であると考えられる。

以上のように、本事業はある程度の障害は予測されるものの高い可能性を持つと考えられる。外部専門家としては、今後も地域内・外が力を合わせることによって本事業をより発展させて欲しいと心から願っている。

■外部専門家活用のポイント

- 多様な人材、キーマンの参画によるプロジェクトの展開
 - ・ 協力隊員を含む多様な人材、キーマンの参画により、事業化のノウハウや地域連携の重要性の認識を効果的に進めることができた。
- 信頼重視の関係性構築
 - ・ 特に初期段階において、地域外部から参加する専門家との信頼関係醸成に留意して会合等を実施

(5) 長崎県壱岐市(派遣外部専門家:坂元英俊)

■事業名

チーム・地域おこし協力隊による観光×「第一次産業」活性化プロジェクト始動

■事業の目的・目標

【目的】

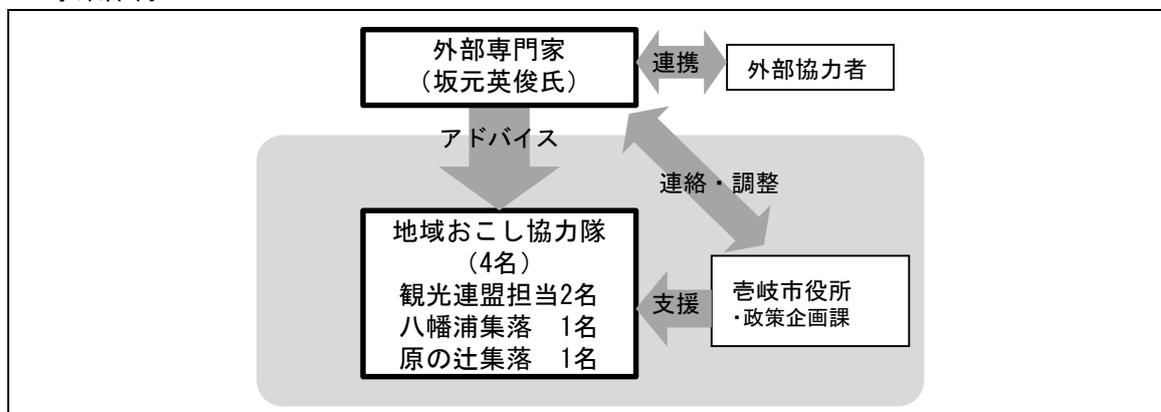
地域資源を活用した滞在型観光商品の開発、「海女」を素材とした海業の情報発信、古代・雑穀米のブランド化支援等による市内の観光・物産産業の活性化、後継者獲得を目指す。また、グリーン・ツーリズム、ブルー・ツーリズム等着地型観光の推進により観光産業分野での雇用創出・定住促進に取り組む。

【目標】

壱岐市では観光面を強化するため、組織の改編、事業の強化などを行った。観光業は、離島にとって、重要な産業であり、“住んでよし、訪れてよし”をコンセプトとする滞在交流型観光は、観光客を受け入れる地域づくりの推進があって、初めて成り立つものである。

地域おこし協力隊に係る事業においては、隊員の受け皿となるモデル地域（漁業、農業集落）を選定し、そこに地域おこし協力隊を導入し、また、全市の観光・物産を管轄する観光連盟にも観光担当、物産担当の地域おこし協力隊を導入し、先述のモデル地域の観光、物産振興により、より深く関わっていくことで相乗効果を発揮し、モデル地域の事業基盤が確立されることを期待している。

■事業体制



■主な取組

○地元農産品を活かしたメニュー開発と情報発信

- ・ 地域おこし協力隊 4 名の連携企画として、「古代のルート八幡浦集落と原の辻集落をつなぐ」海料理・陸（おか）料理大集合！と題した、島内の関係者を集めての新しい料理メニューの試食会を開催。

＜試食会「古代のルート八幡浦集落と原の辻集落をつなぐ」海料理・陸（おか）料理大集合！＞

- ・ 隊員 4 名が連携した、第 1 回コラボ企画（商品開発の試食会と情報発信編）として開催。
- ・ 島内の多くの方が集まり、改めて集落の資源に磨きをかけるべく、協力隊を中心に島の資源を活かした試作品を検討し、アンケートを実施。



○滞在交流型観光に向けた滞在プログラムの開発

- ・ 壱岐島ならではの集落の暮らしの特徴や良さを地元住民と地域おこし協力隊員とのワークショップで作り上げ、そのコンセプト（～塩香り、暮らし寄り添う海女集落～）を味わえる滞在プログラムを開発。



○滞在交流型観光に関するモニターツアーの実施

- ・ 滞在プログラムのモニターツアー検証会を実施し、集落散策のモデルルートや地元農水産品を活用した加工品について検証を実施。
- ・ 壱岐島八幡浦集落の寄り添い合った暮らしに眠る、集落では当たり前の中からの特徴の掘り起し、訪れた人に紹介でき滞在プログラムとして組み立てた旅行商品を企画立案。
- ・ ソーシャルメディアを活用した情報発信を通じて、滞在交流型観光を進めるためのモデル的な取組とそのノウハウを整理するとともに、海女料理の試食会や商品開発した産品をモニターツアーで昼食に提供することによって参加者からの実践的な評価を得た。



■今年度の取組における地域おこし協力隊の役割

○観光地域づくり

- ・ 商品づくりの背景や商品を作る人が見えるように、暮らしの場の特徴や良さを地域の人々や隊員たちとワークショップで作り上げ、そのコンセプトを味わえる滞在プログラムを準備することで地域に人が集まる観光地域づくりを実践し、そのノウハウを隊員たちが身に着ける。

○地域の連携及び協力隊員同士の連携

- ・ 主に集落に入って活動する2名の協力隊員は、それぞれの集落（漁村集落（八幡浦）と農村集落（深江））で、海女後継者としての仕事や法人の農作業を行いながら、海女ブランドや原の辻ブランドの商品開発、海女料理、陸（おか）料理の開発、海女カフェなどを検討。
- ・ 観光連盟で活動する2名の協力隊員は、それぞれ観光振興・情報発信担当、物産振興・特産品開発担当として、集落に入る隊員とともに滞在プログラムを検討し、情報を発信。

■今年度の取組（プロジェクト）における外部専門家の役割

○八幡浦地区、原の辻地区における観光振興の視点からの指導・助言

<八幡浦地区（漁村集落）>

- ・ 地域の生業により生み出された産品固有の「ストーリー」が消費者には伝わらない状態を改善できるように、海女組合の若手3人をはじめ、八幡浦地域のブランド化を図り、それを消費者が感じられる情報発信・販売・場づくりについて指導・助言。

<原の辻地区（農村集落）>

- ・ 古代米の栽培や加工品づくり、体験等、これまで様々な取組や情報発信が、各々の組織にて行われてきているもののその連携上の課題や一体的な情報発信及びブランドイメージの形成について、「原の辻」としてのブランド構築ならびに、農産物及び加工品等の売上増による農業生産法人の売上拡大に向けた指導・助言。

<観光連盟>

- ・ 集落に暮らす方々が自らの地域に誇りを持てるよう、地域資源を再発見し、磨き上げを図ることによる「住んでよし、訪れてよし」の考え方に基づく新しい観光づくりや、地域の産品の原材料の生産や加工等の過程における特徴等が消費者に伝わり、共感が得られるような情報発信、表示による物産の紹介・開発、これらの展開における地域おこし協力隊による「よそ者」の視点からの再構成、情報発信等について指導・助言。
- ・ 連盟の広範な取組の「一つのモデル」として、まずは、八幡浦と原の辻の魅力を一般消費者・旅行者に伝える情報発信と、実際にその魅力を体験・体感できるプログラムの作成を行っていくこと、そしてこのモデルを具体化・実行することにより「成功例」をひとつ創ることで更に島内各所に展開していくことなどを助言。

■取組の経過

7月

○年間活動計画の作成

- ・打合せ担当課職員及び協力隊員受入先職員と現状の課題及び期待する成果を共有後、本年度の活動計画を基に目標・スケジュール・役割等を協議、決定した。

8月

○意見交換、現地資源調査

- ・受入先の農事組合法人と漁協に今年度の活動ビジョン、活動計画、「観光地域づくり」の考え方、地域間の連携助言し、地域の課題や将来像について、ワークショップを開催。

9月

○職員個別の取組内容、スケジュールのアドバイス

- ・地域に入り、数か月たった時点で、隊員個別に相談、助言を実施し、各隊員のミッションと現在の状況、課題等をヒアリング、個別に助言を行った。

10月

○滞在交流型観光広域ルートづくりの資源調査

- ・フィールドワーク「食」と「集落巡り」を年内に2回実践することを前提に協力隊員とフィールドワークを実施。
- ・先進地視察として、熊本県阿蘇市手野集落にて行われている「手野名水会ツアー」や農家民宿での取組に実際に参加。

11月

○「海料理・陸（おか）料理大集合！」の実施

- ・壱岐島内の協力隊関係者、受入先職員、地域住民、マスコミ等を一堂に招いて活動報告会を実施。

12月

○福岡県で開催したグリーンツーリズムシンポジウムに参加

- ・活動の発表と壱岐島内での関係者の連携に加えて、島外の都市圏で意欲的に活動を行っている大学生や、デザイナーとも連携することで常に外部の視点を取入れた活動、情報発信、商品開発を行っていく方法を習得。

○広域観光ルートづくりのためのフィールドワーク

- ・「潮香る 暮らし寄り添う 海女集落」というコンセプトを実際の集落巡りや集落産の一次産品を用いた加工品づくり、料理作りにおいていかに具現化するかについて検討。
- ・「神々の島々」というコンセプトを旅行者に実感してもらうための商品づくり、案内のポイント指導。
- ・福岡都市圏の旅行者特に壱岐に一度は来たことがある旅行者に評価される商品づくりのポイントについて指導。

1月

○読者参加型デザインワークショップの開催

- ・雑誌「九州のムラ」と連携した読者参加型デザインワークショップを開催し、福岡都市圏の外部モニター6名の参加のもと、協力隊員4名が検討中の加工品開発やブランド育成についての講座の開催。

3月

○本年度の協力隊員の活動内容のまとめ

■今年度の取組による主な成果

○社会的な成果

- ・ 隊員たちや地域の人々が受け皿になり、隊員と地域と活動が一体となった取組の可能性を示した。
- ・ 海女の住む八幡浦集落の寄り添い合った暮らしに眠る、集落では当たり前の光景の中から特徴を見つけ出し、訪れた人に紹介できる滞在プログラムとして組み立てたモニターツアーを実践することができた。
- ・ 旅行商品の企画立案、ソーシャルメディアを活用した情報発信を通じて、滞在交流型の観光を進めるためのモデル的な取組とそのノウハウを得てスキルアップができた。また、海女料理の試食会や商品開発した産品を昼食としてモニターツアーに提供することで、実践的な評価を得ることができた。

○地域おこし協力隊の起業・定住に関わる成果

- ・ 4名の隊員は、それぞれに壱岐東部漁協の海女組合や農業組合法人原の辻、壱岐市観光連盟に所属し、与えられた役割を果たしながらも、協力隊のミッションである地域おこしや商品開発を行っている。所属団体の通常業務に流されがちだが、3年後の独立を見据え、自分自身のやりたいことや能力の向上に向けて努力している。
- ・ 八幡浦集落の町歩きワーク（あるもの探し）を行い、いつもは見過ごしてしまいそうな何もないと思っていた漁村の暮らしの場が、ひとつひとつの家の佇まいや玄関先の魔除けの風習、お寺との関係性、神社の役割、まつり、海女さんたちの軒先でウニの殻を割る風景や漁の網を補修したりする風景が、意味のあるものとして捉えられ、取組に深みを持たせた。また、地域のDNAを探り、コンセプト化するスキルを身につけた。

○情報発信、PRの成果

<マスコミやフェイスブック等を通じた情報発信の進展>

- ・ 地域おこし協力隊フェイスブックの立ち上げ。
- ・ (社) 壱岐市観光連盟フェイスブックの立ち上げ。
- ・ 「アイランダー」（主催：財日本離島センター）への積極的な参加。
- ・ 海女サミットへの参加による地域PRと他地域の海女との交流。
- ・ 社会的に関心事の高いテーマと関連した展開により、広範なメディア発信やSNSによる拡散効果も生まれている。
- ・ 壱岐市の「あまちゃん」こと合口隊員の活動には、40社以上のマスコミ取材のほか、多方面からのtwitterやFacebook等での情報が広く発信された。

○その他の成果

- ・ 隊員4名が連携した第1回コラボ企画は、商品開発の試食会と情報発信を行い、協力隊たちの取組をアピールした。タイトルは、「古代のルート八幡浦集落と原の辻集落をつなぐ」海料理・陸（おか）料理大集合。島内の多くの方に、お集まりいただき、改めて集落の資源に磨きをかけるべく、貴重な意見をいただいた。また、参加者とのコミュニケーションを深め、取組の可能性を示した。

○取組等のメディアでの掲載・紹介

- ・ 地元ケーブルテレビ、地元紙等において、食材開発等を中心に複数メディアで紹介
- ・ 「海料理・陸（おか）料理大集合！」では、マスコミ関係者等も招へい

■外部専門家からのコメント

【株式会社マインドシェア 観光地域づくりプロデューサー 坂元 英俊 氏】

4名の隊員たちは、海女になりたい、営農集団的な農業に取り組みたい、地域の商品を開発したい、地域づくりをして、島に人を呼びたいなどの明確な目標を持ち、個々の経験を活かした個性と能力を持ち、地域おこし協力隊員として、壱岐島に移住してきた。これだけでも、素晴らしいことである。その4人の能力と地域を組み合わせ、何ができるのかを考えることは、私にとっても、挑戦であった。しかし、予想超えた隊員たちの活動は、島にも可能性という大きな波紋を投げかけ、隊員たちは、島での活動に新たな方向性を産み出している。



しかし、当たり前のことであるが、4名の隊員が所属する観光連盟や漁協、農事法人は、隊員たちに期待する業務あるいは役割がある。しかし、その業務だけを隊員が行っていると、隊員がやりたいことと団体が期待する業務とのギャップが出てくる。特に、観光連盟は、まつり・イベントなどの通常業務の他に長崎県から大きな事業を受けており、そういった事業に流されてしまうと、ただの作業員と化してしまうことになりかねない。しかし、農政や水産、企画、観光の職員が中に入り、団体との調整や隊員たちの意見を聞き取るなどの前向きな対応が見られた。ある意味、ほっとかしになりがちな隊員たちのモチベーションが、保たれたのは、行政の力が大きいと感じる。今後も、隊員・団体・行政の三つのコミュニケーションを維持して欲しい。

活動拠点の仕事は当然行いながら、魅力ある地域資源を掘り起こし、観光地域づくりを進め、滞在交流型観光に取り組むことは、開発した料理や特産品の活用、地域の活性化にも繋がっていく。

また、個性や能力を持った隊員や行政、所属団体の持つ特徴を活用し、地域が有効に連携することによって、予想以上の効果を産み出すことができる。今後も、地域との連携を維持、強化することで、ミッションに対する成果と所属団体の通常業務にも精通しながら、所属団体にとってかけがえのない人材となり、3年以降の隊員たちの居場所の確保が自ずとできあがっていくことを期待する。

■外部専門家活用のポイント

○外部専門家と外部協力者の連携

- ・ 観光地域づくりに必要なネットワークやノウハウを有する外部協力者を、外部専門家と相談しながら効果的に招へいた。

○高い専門性に基づく具体的助言の獲得

- ・ 外部専門家は観光地域づくりの専門家であり、壱岐島の特徴ある資源について、商品化や情報発信に関する個別具体的なアドバイスを得た。

(6) 熊本県南小国町(派遣外部専門家:井手修身)

■事業名

日本で最も美しい村「きよらの郷」づくり実現事業

■事業の目的・目標

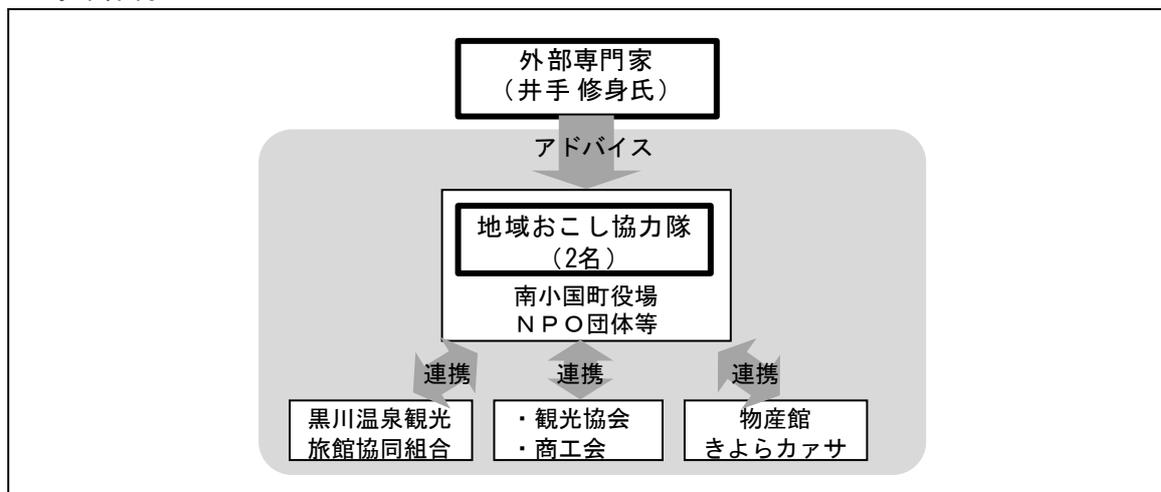
【目的】

「日本で最も美しい村」を体験する観光プログラムの商品化、モニターツアーの実施、特産品開発、「集落コンテスト」の実施やWEB、SNSを活用した情報発信に取り組む。地域の魅力を高めるとともに域内循環型コミュニティ・ビジネスの創出による定住促進を目指す。

【目標】

- 地域おこし協力隊の誘致、人材育成 2名誘致
- 地域おこし協力隊による地域資源の掘り起しと活用と町内外に向けた情報発信
- 滞在交流プラン・モニターツアーの実施 2本実施
- 南小国町特産品開発プロジェクト
 - ・黒川温泉ほか町内温泉地との連携による新たな特産品の開発。
 - ・コミュニティ・ビジネスのための中間支援組織の立上げ。

■事業体制



■主な取組

○地域おこし協力隊の誘致・育成と地域資源の掘り起こし

- ・ 外部専門家のアドバイスを得ながら、地域おこし協力隊の募集・選考を進める。
- ・ 採用後は、意識醸成、スキルアップの指導及び地域資源の掘り起こしや情報発信等を実施。



<特産品イベントでのPR>

○滞在交流プラン・モニターツアーの実施

- ・ 世界農業遺産をテーマにしたプランと、伝統文化保存活用型・吉原神楽のプランを企画し、モニターツアーを実施。



<阿蘇世界農業遺産認定記念モニターツアー>



<伝統文化保存活用型モニターツアー>

○特産品の開発と参画事業者・販路の拡大の推進

- ・ 「宿のあさげ米」の取組について、黒川温泉観光旅館組合会員の参画事業者の拡大と、飲食店等での販路の拡大を推進。



<「宿のあさげ米」>

○コミュニティ・ビジネスのための中間支援組織の立ち上げ

- ・ 旅行商品や特産品の開発販売等を行う、NPO 法人南小国まちづくり研究会”みなりんく”を設立。

■今年度の取組における地域おこし協力隊の役割

○地域資源の掘り起こしと活用

- ・ 観光業、農業、商業、林業、行政 etc. 幅広い業種、世代による活発なネットワークづくりのほか、外国人観光客受入に向けた調査、町内外への活動の情報発信、沿道美林整備に関する調査等を行う。

○滞在交流プラン・モニターツアーの実施

- ・ 世界農業遺産をテーマにしたプランと、伝統文化保存活用型・吉原神楽のプランを企画し、モニターツアーを実施。

■今年度の取組（プロジェクト）における外部専門家の役割

- ・ 観光の商品づくり、特産品開発等の専門的な指導
- ・ ワークショップ等を通じた、行政・地域住民・地元企業を巻き込んだ事業の進め方についての指導
- ・ 地域おこし協力隊の必要とされる人材要件、募集、選考を含め、適材な人材を誘致・育成し、意識の醸成やスキルアップの指導と定住する下地づくりの指導

■取組の経過

6月

- ・ 年間事業計画策定、地域おこし協力隊の募集・採用条件の確定、募集活動の準備

7月

- ・ 地域おこし協力隊の募集と受付確認、書類選考
- ・ 滞在交流プラン等の事業滞在交流プラン、国際交流促進、伝統文化保存活用の企画

8月

- ・ 地域おこし協力隊の募集、1次選考、2次選考の実施、2名内定
- ・ 滞在交流プラン、世界農業遺産をテーマにしたモニターツアーの企画、打ち合わせ

9月

- ・ 協力隊員1名着任
- ・ 世界農業遺産をテーマにしたモニターツアーの実施
- ・ 黒川おいしい会議（黒川温泉の地産地消推進に向けた料理人、生産者の会議）

10月

- ・ 協力隊員1名（計2名）
- ・ 筑後川フェスティバル、南小国町のきよら祭と同時開催

11月

- ・ 地域おこし協力隊が様々な関係者との会議や会合に出向き、顔合わせ
- ・ 南小国町を外国人に紹介する英語版パンフレットの作成
- ・ フェイスブックページ「きよらにこんね」の立ち上げ
- ・ 伝統文化保存活用型モニターツアー企画「吉原神楽鑑賞ツアー」の企画、打合せ

12月

- ・ 伝統文化保存活用型モニターツアー実施「吉原神楽鑑賞ツアー」の実施
- ・ 外国人観光客受け入れに向けた調査実施
- ・ 南小国町特産品開発プロジェクト「宿のあさげ米」のシステムづくり
- ・ 沿道美林整備調査、高知県譲原町、土佐の森杜視察
- ・ 南小国町で体験と食事を楽しむ日帰りイベント「心も体もぼっかぼかな一日」開催
- ・ 各集落を紹介する散策マップの作成

1 月

- ・東京での3日間の物産イベント「町イチ！村イチ！2014」出展
- ・南小国町特産品開発プロジェクト「宿のあさげ米」のキャンペーン準備
- ・中間支援組織となるNPOみなりんくの立上げに向けての摺合せ

2 月

- ・町内向けまちづくりシンポジウムの実施
- ・NPO法人みなりんくの設立
- ・農花の会と若い女性とのグループ「MOG」の立ち上げ
- ・地域おこし協力隊、振返りと今後の定着に向けた協議、

■今年度の取組による主な成果

○社会的な成果

<地域おこし協力隊による地域資源の掘り起しと活用>

- ・まちづくり活動における地域おこし協力隊の積極的参加により、地域活動の活性化や円滑化が図られ、新しい視点を組み入れた事業内容の発展が促された。
⇒地域おこし協力隊 2名 20件以上の会議への参加、訪問ができた。
- ・町内外への活動の情報発信～地域おこし協力隊と町内外の団体、個人との交流を促すことにより、効果的な人的ネットワークが構築された。またフェイスブックによる情報発信がなされ、活動の発信ができた。
- ・外国人観光客受け入れに向けた調査～「吉原神楽鑑賞ツアー」時の外国人へのヒアリング調査により、自然の中での散策など、日本の伝統に触れ外国人が田舎で体験したいと考える傾向が分かった。
- ・沿道美林整備に関する調査～高知県梶原町、土佐の森視察を通して、「町の資源をエネルギーに変換する」「美林化の推進を循環させる。」しくみの方向性が見えた。

<滞在交流プラン・モニターツアーの実施>

- ・組み合わせでの提供の仕方等が発見できた。課題として、企画し発信していくことの重要性和企画、発信できる組織の必要性が改めて分かった。
- ・伝統文化保存活用型・吉原神楽のモニターツアーの実施からどの企画も参加された方には非常に高評価を得られた。神楽の魅力と可能性を再認識することができた。
- ・この活動を通じ舞い手や楽員、協力者が増えてきた。課題として、事業化するための企画、運営方法、行政、各地域、団体との協力体制の仕組みづくり、地域の人たちの更なる理解が必要であることがわかった。

<南小国町特産品開発プロジェクト>

- ・「宿のあさげ米」のキャンペーン～黒川温泉観光旅館組合会員の旅館が昨年の6軒から旅館・飲食店26軒に大幅に増えて、実施することが出来た。キャンペーン終了後も各旅館、飲食店で、「宿のあさげ米」の販売が継続している。

<コミュニティ・ビジネスのための中間支援組織の立上げ>

- ・NPO法人の立上げを行うNPO法人みなりんくの設立により、観光プラットフォームとして旅行商品や特産品を開発販売するなど、自立運営しつつ人づくりやまちづくりを継続して実施できる可能性のある活動母体があった。

○経済的な成果

- ・ 南小国産米を3色のミニ米袋に封入した商品「宿のあさげ米」(1袋500円で販売)は黒川温泉観光旅館組合会員の旅館・飲食店26軒で取扱われ、販売が継続している。
- ・ 地域内の循環型特産品として、開発・販売する仕組みを構築できた。
- ・ 伝統文化保存活用型・吉原神楽のモニターツアーの実施。
大人 1000円、子供500円、30名参加し、有料鑑賞で提供することが出来た。

○情報発信、PRの成果

- ・ 町内外へのフェイスブックによる情報発信がなされ、活動の発信ができた。
⇒フェイスブックページ「きよらにこんね!」 いいね数
平成25年11月14日 設立 ⇒ 平成26年3月1日現在 433
- ・ 活動のメディアでの取り上げ
新聞掲載回数 8回 テレビ放送回数 2回 ラジオ放送回数 1回

○地域おこし協力隊の起業・定住に関わる成果

- ・ 2人が地域のコミュニティに参加して、会話することで、地域住民も刺激を受けており、地域活動の活性化や円滑化が図られ、新しい視点を組み入れた事業内容の発展が期待できた。
- ・ 2人とも自らフェイスブックを立ち上げ情報発信したり、モニターツアーを独自に企画・実施するなど積極的な活動が見られた。
- ・ モニターツアーの企画、受入れ、振返りを通して、観光商品づくりに対するスキルも現場を通して会得してきた。

○取組等のメディアでの掲載・紹介

- ・ モニターツアー、地域おこし協力隊等を中心に、地元紙、テレビ、ラジオ等で複数掲載・紹介
9月12日：熊本日日新聞「黒川温泉に地元食材を 料理長と農家 意見交換」
9月19日：NHK熊本放送夕方ニュース「世界農業遺産登録記念モニターツアー」
9月28日：西日本新聞「体験ツアーで魅力発信 担い手不足解消にも期待」
10月 6日：熊本日日新聞「南小国町で農業体験ツアー 「お墨付き」生かし集客を」
12月11日：熊本日日新聞「外国人モニターツアー 南小国町・満願寺地区」
1月 1日：熊本日日新聞「世代超え“リンク” 南小国町まちづくり研究会みなりんく」
1月12日：FM熊本「ゆっくりのんびりASO大陸」地域おこし協力隊の紹介
2月 3日：熊本日日新聞「取材前線」地域おこし協力隊 等

■外部専門家からのコメント

【アイデアパートナーズ株式会社 代表取締役 井手 修身 氏】

南小国町では、地域おこし協力隊の募集を民間求人サイトで全国公募をしたところ 60 数名の応募があった。非常に意識の高い方々の応募があり、結果、20 代の女性 2 名を採用することができた。改めて、リクルーティングに力を入れることの重要性を感じた。



本事業において取り組んだ世界農業遺産をテーマにしたモニターツアー、伝統文化保存活用型・吉原神楽のモニターツアーの実施を通して、南小国の資源の豊富さ、農の風景や風土(暮らし)も商品としての魅力があることと、黒川温泉だけでなく観光の地域資源の掘り起しができた。

南小国町特産品開発では「宿のあさげ米」のキャンペーンを実施することにより、農業と観光業者の連携のしくみが出来てきた。

地域おこし協力隊 2 人が地域のコミュニティに参加して、会話することで、地域住民も刺激を受けており、地域活動の活性化や円滑化が図られ、新しい視点を組み入れた事業内容の発展が期待できた。

コミュニティ・ビジネスのための中間支援組織になる NPO 法人みなりんくの設定により、地域おこし協力隊の今後の活動基盤ができたことも非常に大きな成果であろう。

NPO 法人みなりんくが、今後の地域おこし協力隊の生業興しや起業者への足掛かりとなり、定着していくこと、そしてこうした取組が全国のモデルとなることを期待したい。

■外部専門家活用のポイント

○隊員募集前からの受入・協力体制の構築

- ・ 協力隊の募集前段階から外部専門家の指導によって採用要件や選考方法等を検討し、隊員赴任後の円滑な活動環境づくりを行った。

○役場と隊員の目標や課題設定の共有化

- ・ 外部専門家のアドバイスにより、役場と隊員とが共有の「ステップアップシート」を作成し、双方の意識の共有を図った。

(7) 宮崎県小林市(派遣外部専門家:小林詳子)

■事業名

地域ブランド確立による定住促進事業

～地域資源を活用し、女性の視点や活力を活かした6次産業化の推進～

■事業の目的・目標

【目的】

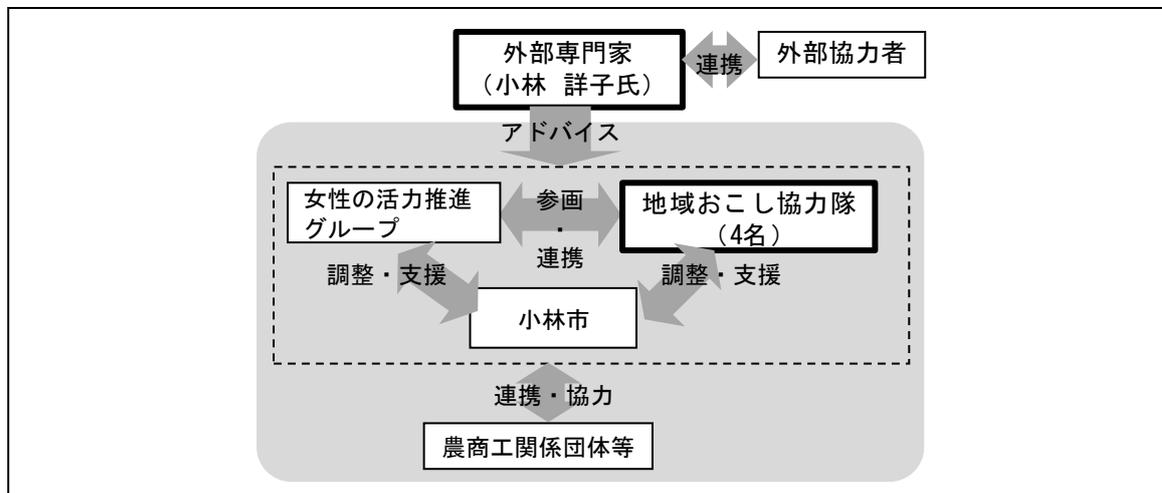
地域ブランド確立のための地域資源を活用した6次産業化を女性の視点や活力と地域おこし協力隊の外部の視点を活かしながら推進する。

地域ブランド確立の素材として新産業となる「チョウザメ」を含め多様な地域資源が活用可能と思われるため、その掘り起こしや組み合わせによる地域ブランド化、起業・ビジネス化をめざすとともに、地域おこし協力隊の活用と定着を目指す。

【目標】

- 女性の視点や活力を活かし「チョウザメや農産物等の地域ブランド化」や「体験プログラムの開発などによる地域内外との交流促進」により、地域内の活性化、雇用の創出、起業者定住の促進
- 起業者支援・人材育成など起業家の受入体制の確立
- 地域おこし協力隊の定住と拡大

■事業体制



■主な取組

○地域おこし協力隊の地域おこしや定住へ向けた取組への意識醸成

- 外部専門家や外部協力者による研修会、先進地視察及び定期的な全体ミーティングの実施、またこのモデル事業のプロジェクト事業への取組や各協力隊の定住へ向けた個別の取組により、地域おこしや定住へ向けた取組への各隊員の盛り上がりやスキルアップを図った。



<全体ミーティング>



<外部協力者による研修会>

○こばやしチョウザメの地域ブランド化

- 他事業によるチョウザメのご当地グルメの開発・発表、本事業による加工品の研究・試作やPR・プロモーション戦略の構築及び関係機関との協働による強力な取組体制（チョウザメ・キャビア課）を構築し、「こばやしチョウザメ」の地域ブランド化へ向けた基盤づくりを行った。



<チョウザメ加工品試作>



<チョウザメにぎり膳>

○女性の視点や活力を活かした食の6次産業化等の推進

- 農家を中心とする「女性による食の6次産業化推進グループ（仮称）」による商品開発等の話し合いや試作品づくり、また6次産業化の推進や商品開発等の考え方についての講演会の開催や先進地視察の実施により、機運の醸成及び「女性の活力推進グループ」設立による推進基盤の整備を行った。



<女性グループ会議>



<加工品試作>



<農家訪問>

○地域おこし協力隊による「地域資源を活用したビジネスモデルの構築」をめざした取組

- 協力隊による地域資源「日本みつばち」を素材として、3ヵ年計画での地域で利益を分け合う仕組みや体験型の養蜂研修プログラムなどを盛り込んだビジネスモデルの構築へ向けた素地づくりを行った。



<はちみつ販売支援>



<巣箱づくり>

■今年度の取組における地域おこし協力隊の役割

- ・外部の視点を活かして、地域資源の確認、発掘、組合せ等により、チョウザメや農産物等の地域資源を活用した商品開発等の支援及びチョウザメ等の市内外へのPR
- ・女性による食の6次産業化推進グループ（仮称）の活動支援
- ・地域資源を活用したビジネスモデル構築をめざした取組

■今年度の取組（プロジェクト）における外部専門家の役割

- ・地域おこし協力隊導入初年度であることから、面接～採用におけるポイントや協力隊の活動指針、内容などについてのアドバイス
- ・チョウザメや農産物等の地域資源を活用した6次産業化や地域ブランド化の推進において、女性の視点や活力の推進のための気運や理解の醸成、女性パワーの推進へのアドバイスや支援
- ・食の6次産業化の推進や協力隊の取組意識醸成において、外部専門家のネットワークを活かし、技術・ノウハウ等を持つ外部協力者の招へい

■取組の経過

○地域おこし協力隊の活動や意識醸成にかかる取組

7月

- ・協力隊面接～決定面接へ向けたアドバイス

8月

- ・事前研修研修参加心構えの講話等

9月

- ・4名委嘱（1名は10月～）
- ・斉藤俊幸氏（外部協力者：イング総合計画株式会社代表取締役）による研修

9月～2月

- ・全体ミーティング（12月は小林詳子氏を交え、活動経過報告及び意見交換）
- ・各隊員の個別活動（デザイン技術を活かした地域貢献、特産品マルシェへの出店、チョウザメ加工品の試作等）各隊員の持っている技術やアイデアでの地域貢献個別の活動に対する助言

10月

- ・先進地視察研修（今治市）

12月

- ・近隣自治体協力隊との意見交換会

2月

- ・近隣自治体協力隊との意見交換会

○こばやしチョウザメの地域ブランド化にかかる取組

10月

- ・協力隊による販路拡大試行

11月

- ・森澤錠二氏（外部協力者：株式会社グラッツェミーレ）とのチョウザメ加工商品開発ミーティング
- ・庁内にチョウザメの地域ブランド化プロジェクトチーム設置（協力隊1名がチームに参加）

12月～2月

- ・加工品の試作（外部協力者森澤錠二氏）

2月

- ・市及び商工会議所にチョウザメ・キャビア課を設置、発表

○女性の視点や活力を活かした食の6次産業化等の推進にかかる取組

8月～2月

- ・外部専門家と職員で推進グループ候補者宅訪問

9月

- ・斉藤俊幸氏（外部協力者）による講演会開催「6次産業化の推進について」（50名参加）

10月～2月

- ・推進グループ会議開催（5回）

10月

- ・先進地視察研修（四万十町、宇和島市、大洲市、内子町）
- ・青木周一氏（外部協力者：酢製造技術指導者）の協力による地元産果実を活用した果実酢試作

11月

- ・地元産野菜を活用したサラダドレッシング試作（外部協力者森澤錠二氏）

12月

- ・畦地履正氏（外部協力者：株式会社四万十ドラマ）による講演会開催「商品開発の考え方について」（100名参加）

2月

- ・地元産野菜を活用したイタリアンソース試作（外部協力者森澤錠二氏）
- ・女性の活力推進グループ設立

○地域おこし協力隊による「地域資源を活用したビジネスモデルの構築」を目指した取組

10月

- ・地域資源「日本みつばち」を活用した取組に着手
- ・研究、地元養蜂農家などとのネットワークづくり

12月

- ・巣箱づくりに着手

■今年度の取組による主な成果

○社会的な成果

- ・外部専門家及び外部協力者の支援のもと、女性の視点や活力を活かした食の6次産業化等の話し合いや試作を行いながら機運を醸成した。その結果、農家の女性を中心とする女性の活力推進グループが住民31名参加のもと設立され、取組の基盤ができた。
- ・外部協力者による6次産業化の推進や商品開発の考え方をテーマとした講演会を開催し100名の参加があり、取組への機運の醸成ができた。
- ・外部協力者による6次産業化の推進と地域おこし協力隊の活動をテーマとした講演会を開催し50名の参加があり取組への機運の醸成ができた。また、新聞や広報紙等で協力隊を取り上げていただいたことにより協力隊の認知度が上がった。
- ・協力隊による地域産品のマルシェ出店や協力隊の持つデザインなどの技術を活かした地域貢献により協力隊の活動に対する住民の理解が広がった。
- ・市及び商工会議所に同時に「チョウザメ・キャビア課」を設置したことで、チョウザメの地域ブランド化において、インパクトのある発信と強力な取組体制が構築できた。
- ・一般消費者及びマスコミからのチョウザメに対する問い合わせが飛躍的に増加した。

○経済的な成果

- ・ チョウザメの地域ブランド化において、他事業で開発したご当地グルメの販売促進を行い、2月末現在で第1弾 2,279食（約2,005千円）、第2弾 842食（約1,010千円）の経済効果が出ている。
- ・ 大きな規模の経済効果まではないが、協力隊による地元農産品の市外でのマルシェ出店での売上に加え、その後の問い合わせの増加による知名度の向上につながっている。
- ・ 女性による6次産業化の推進及びチョウザメの加工商品開発においては、まだ効果が出ていないが、今後加工品開発等により経済効果が期待できる。

○情報発信、PRの成果

- ・ 市HPに本モデル事業の取組を掲載するとともに、市のフェイスブックで協力隊の活動などを情報発信し、多くの市民等に活動をPRすることができた。
- ・ チョウザメの地域ブランド化においては、市及び商工会議所のチョウザメ・キャビア課の設置により新聞・雑誌等での露出が飛躍的にアップしている。
- ・ 2月には、福岡市のシェフ・店長24人が本市のチョウザメや農産物の視察に訪れた。

○地域おこし協力隊の起業・定住に関わる成果

- ・ 外部専門家や外部協力者による研修及び先進地視察の実施及び定期的な全体ミーティングの開催により起業・定住へ向けた意識の醸成が図られた。
- ・ 4人の協力隊が、活動5～6ヶ月の現段階における3年後の起業を前提とした定住のイメージや活動方針を持った。
- ・ 協力隊が本モデル事業を活動の核として取り組んだことで、農家をはじめ様々な事業関係者や住民とのつながりがより多くできた。
- ・ 本モデル事業を市民協働課、農業振興課、商工観光課の3課で横断的に取り組んだことで、協力隊の活動も3課で支援するとともに、それぞれの関係機関（商工会議所等）とのつながりができて、広い活動の基盤ができた。
- ・ 移住希望者向けの起業家支援などの受入体制の強化の研究・検討について、協力隊の意見等を参考にしながら一緒に取り組んでいる。

○その他の成果

- ・ 協力隊が農家などとのつながりを持って女性グループの活動支援やマルシェでの販売やPRを行っていることで、農家などの住民だけでなく市役所にも新しい風が吹き、職員を含めた市民のモチベーション向上につながっている。
- ・ 4人の第1期生の活躍と関係機関などの受入基盤ができたことで、平成26年度は活動地区を限定した形での協力隊の拡大を予定している。

○取組等のメディアでの掲載・紹介

- ・ 地元紙、テレビ、メディア等において、地域おこし協力隊やチョウザメ・キャビアに関する取組を複数紹介。

■外部専門家からのコメント

【地域力創造アドバイザー 小林 詳子 氏】

本事業では、小林市の行政担当者のチームワークが非常に良く、行政のバックアップ体制が十分行き届いていたことが、取組が効果的に進んだ大きな要因だと思う。行政担当者が熱い思いで仕事に取り組み、職員とのコミュニケーションも取りやすい環境だったことが、地域おこし協力隊の活動に良い波動となり、のびのびと活動させる雰囲気の中で、皆の力を引き出していったように思う。

また、女性グループも活発で、自分たちが既に取り組んでいる仕事に対して、課題解決への意欲が強い方も多かった。会合終了後等、積極的にお互いが交わり、協働の話に発展したりする場面が見受けられた。他地域と同じように、小林市でも地域内でどのような人がどのようなことに取り組んでいることをお互い知らないことが意外に多く、交流して情報を分かち合えただけでも仕事の可能性がひろがっていくものだった。試作の場面での取組姿勢も熱心で、外部講師とも積極的に関わり、その熱意に講師が感動して、継続的な支援も約束してくださったりした。学びとろうとする意欲にはいつも感心させられた。これらの女性の力は正に小林市の資源だと思った。

今後さらに、行動力のある地域おこし協力隊の力と、今まで活かし切れなかった元気な女性の力、新しいことに挑戦しようとしている行政の力の3つを合わせて、具体的に明確な目標をみんなで作って、地域住民の力も借りながら、小さなことでも最後まで成し遂げていく体験を積み重ね、達成感や連帯感を都度味わいつつ、小林市の活性化への道を辿りたい。



■外部専門家活用のポイント

- 担当者のコミュニケーションの円滑化
 - ・ 外部専門家の活用にあたり、庁内の担当者間のコミュニケーション力を高め、機能的に補完しあえる関係を構築した。
- 専門家と現場との接触機会の積極的創出
 - ・ 女性のモチベーションアップにあたり、理論的な助言よりも、外部専門家が現場の関係者と実践的に行動できるよう留意した。

外部専門家活用事業 参考資料

○参考資料 1 事業進捗状況報告会の概要

① 目的

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進捗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 26 年 1 月 21 日 (水) 13:30 ~17:30
- ii) 場所 東京都千代田区平河町 砂防会館別館会議室 シェーンバッハ・サポー

③ 出席対象者

- i) 外部専門家 (7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 (地域おこし協力隊員など)
- iv) 総務省 (地域自立応援課長、人材力活性化・連携交流室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 (7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

○地域おこし協力隊の採用・導入について

- ・地域おこし協力隊というのは、志が高くて、知識が得られる仕事であるが、3年後にいか
に自立できるかという厳しい現実がある。そのため、我々が採用基準で考えたのは、1人
でやろうが、行政と絡もうが、地域の中で新しい風を起こして、独り立ちできるか、すな
わち一般社会でいえばベンチャーになりえるかということ、あるいは、そこまでいかに
なくとも地域の中で付加価値が高くて、やってもらいたいような仕事があつて、人手不足、地
域の技術者や伝承者不足を解消するといった目的を明確にすることである。
- ・行政や専門家が採用の仕方を間違えると、両刃の刃になる。少なくとも3年後に定住の
目処を行政として立てられるか、あるいはよほど才能がある人を採用するかということに
なる。
- ・採用は、人数合わせではなく、とにかく、結果が出せる受け皿体制と、それと適切な人材
採用と、それと付加価値資源を用意するということだと思ふ。

- ・ 協力隊を役場の嘱託職員として採用したが、協力隊が「こういうことをやりたい」と提案しても、庁内で決裁を受ける中で形が変わっていったり、スピーディーに行動に移せなかったり、予算がつかなかったりといったことがあり、これは協力隊を役場職員として採用することのデメリットともいえる。一方、役場は、林業、商工業、様々な業種と接点があり、イベントや打ち合わせがあるときには、協力隊も同行することで、町内の様々な人材、キーマンにも顔見せができ、それで繋がりが生まれてくるというメリットもある。また、地域おこし協力隊が入ることで、小さい役所の組織では新しい刺激になっている。
- ・ 民間の募集媒体は費用がかかるが、採用の段階で力を入れるというのは、とても素晴らしい人材を呼びこむためには重要なことなのではないかなと思っている。
- ・ 企業でいえば、採用で1名受け入れるというのは、ある程度コストをかけてでも、本当にいい人材を取れるかどうか勝負である。そのような意識が受入れの自治体の方にはまだまだ薄いような気がしている。
- ・ ある程度付加価値を創造するような事業が受け皿としてあり、協力隊がある程度自由に動いても付加価値が付けられるような事業でないと、協力隊が入っていても成果を出すのは難しいのではないかと感じる。アドバイザーがいない場合、付加価値を出せるような地域資源をきちんと選定し、そこにイノベーションの価値、新しい付加価値が必ず付けられる状態にしていかなければ、協力隊を導入しても成果を出すことは難しいのではないかと。導入の基準として、こうしたところに重点を置くことも必要ではないか。

○地域おこし協力隊の活動のサポート・フォローアップについて

- ・ 地域おこし協力隊員と役所との間で十分な連携がとれずに問題となるケースも聞くが、互いに情報を共有し、コミュニケーションを良くとり、常に気にかけてくれているならば、活動はうまくいくのではないかと。
- ・ 単純なことではあるが、とにかく地域に入り込んで地域の人のお話を聞くこと、汗をかくこと、それから悪口のような信頼関係を壊すようなことはしないこと、職員と協力隊のコミュニケーションを良くとることが重要である。
- ・ 活動に悩んでいる協力隊員は全国的にかなり多い。今日の報告とは全く相対する状況、協力隊が放置されるケースや、逆に仕事を抱え込みすぎて自分がどうしていいのかわからないケースなどもある。本日の報告は、地域おこし協力隊の活動ケースのほんの一部であると認識すべきである。その認識を広げ、できるだけ多く、様々な協力隊の活動の情報を共有する場をぜひ設けるべきではないか。
- ・ 行政、受入先の団体、あるいは協力隊はどうすべきか、それに対してアドバイザーはこういう部分をサポートすべきだということがわかるような、サポートマニュアルのようなものがあるとよいのではないかと。
- ・ 地域ビジョン、重点エリアなどを地域のリーダーとともに考える事前準備の部分と、本当に良い人材を採用するための募集の部分、導入後の出口戦略の部分とあると思うが、その中で導入前と導入後の部分に、もっとこうした事業が活用できると良いと思う。基本的に、導入前のところはなかなか予算が付きづらく、意識の高い行政でなければできないケースが多く、この部分で行政職員の意識付けをどうやっていくのが大切である。導入後の部分では、本当の出口のところ、都市部に住んでいる一般消費者の人たちにどう発信していくのが大切である。
- ・ 隊員はやはり悩んでいる。隊員の人たちも、互いに意見交換をしたり、セミナーや研修で他の隊員の人たちの生の声を聞いたりするということはとても大事だと思う。県レベルでそのような取組を実施している地域もあるが、そこに対して国もさらに支援できるとよいのではないかと。
- ・ 地域おこし協力隊の制度を継続していくのであれば、フォローアップのための何らかの仕

組みについてさらなる拡充を検討すべきではないか。

- ・ 行政、受入団体、協力隊員、それぞれの役割を明確にして、誰がどう動けばよいのかということを示すのもアドバイザーの役割であり、地域から求められていなくても、アドバイザーの裁量でやっていくことも必要であると思う。
- ・ 協力隊が来たら何かしてもらえるのではないかというのではなく、協力隊員の個性を理解して、どう動いてもらえれば成果が出るのかをきちんと考えることが必要である。

○本モデル事業について

- ・ 本事業は、モデル事業であり、国全体の中での成果を出すことが必要である。経済以外のことも大切であるが、やはり地域の経済につなげることが重要であり、人とモノとカネが回るということが、本当の意味での地域おこしだと思う。
- ・ 地域内の住民の収入が少しでも上がるというのが1つの目標であり、小さな市町村ほどその影響は大きい。いつまでにどのような成果がでるのか、金額でも、売上でも、あるいは形でもよいので、事業によって得られる成果よりわかりやすく示すことが、この事業のあるべき姿であると思う。
- ・ よりいっそう出口戦略や結果を明確に出すということが、アドバイザーや地域行政に求められることである。国の税金を使ってやっていくことなので、より結果を明確に出すという意識が必要ではないか。
- ・ この事業では大きく2つの方向性を追っている。ひとつは地域おこし協力隊を受け入れ、定着させて地域でどう活躍していけるかということ。もうひとつは、地域の課題解決や地域産業の振興など、地域のプロジェクトによる経済的な成果を出していくということである。この2つが上手く合致したものがこのモデルで目指すものだと思うが、地域おこし協力隊についてはその導入から受入、フォローアップについてももう少し全国的な質を上げるための仕組みを構築していかなければならないのではないか。受入や定着に関しては、地域によって少し差があるのではないか。

○参考資料 2 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必要な経費」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

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 25 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 10 月 3 日・ 4 日	埴町公民館 (福島県埴町)	起業・就業・定住に必要な 経験の積み重ね方について 考える	地域おこし協力隊員が地域に定住する ために必要な起業・就業マインドを身 の付け方、育て方について実践者から学 ぶ。 二日目は地域おこし協力隊員が活動 している場所や地域の見学と、地域の関 係者等との意見交換を行う。
第 2 回 11 月 7 日・ 8 日	いこいの村しまね (島根県邑南町)	起業・就業に必要な技術・ 技の育て方について考える	地域おこし協力隊員が地域に定住する ために必要な起業・就業ノウハウの身 の付け方、マインドの育て方について実 践者から学ぶ。 二日目は地域おこし協力隊員が活動 している場所や地域等の見学と、地域の 関係者等との意見交換を行う。
第 3 回 11 月 19 日・ 20 日	サンライフ甲西 (滋賀県湖南市)	生業づくりや定住に必要な 知識と意欲の育て方を考え る	地域おこし協力隊員が地域に定住する ために必要な生業づくりや定住に必 要な知識の付け方、マインドの育て方 について実践者から学ぶ。 二日目は地域おこし協力隊員が活動 している場所や地域の見学と、地域の関 係者等との意見交換を行う。
第 4 回 2 月 7 日	ベルサール西新宿 (東京都新宿区)	S a k e による地域の活性 化	地域力のグローバル化を視点に、外国 や外国人観光客への普及など日本産酒 や酒蔵を活かした地域力創造の進め方 やポイントについて実践者から学ぶ。
第 5 回 3 月 24 日	フクラシア浜松町 (東京都港区)	地域の活性化のためのデザ イン	地域力を創発する「思考法」や、「地 域参加」「施設」のデザインについて考 え、その方法やポイントについて実践者 から学ぶ。

II-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：起業・就業・定住に必要な経験の積み重ね方について考える
開催日時：平成 25 年 10 月 3 日（木）～4 日（金）
開催場所：（講演の部（10 月 3 日（木）） 埴町公民館
受講者数：（講演の部（10 月 3 日（木）） 70 名

② プログラム

（講演の部）

- 13:15 主催者挨拶：大槻大輔 総務省人材力活性化・連携交流室長
開催地挨拶：菊池基文 埴町長
- 13:25 総務省施策説明：大槻大輔 総務省人材力活性化・連携交流室長
- 13:35 リレーセッション（講演）1
「地域おこし協力隊員が成長し定着するための10のポイント」
講師 中島淳 氏（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）
（休憩）
- 14:50 リレーセッション2
「地域おこし協力隊制度をより有効に活用するための10の法則」
講師 養父信夫 氏（株式会社マインドシェア「九州のムラ」編集長）
- 15:55 リレーセッション（講演）3
「常陸太田市における取組」
講師 佐藤啓 氏（常陸太田市総務部長兼政策企画部長）
（休憩）
- 16:40 パネルディスカッション
テーマ：「起業・就業・定住に必要な経験の積み重ね方について考える」
コーディネーター：大槻大輔
パネリスト：中島淳 氏、養父信夫 氏、佐藤啓 氏
- 17:40 閉会
- 17:40 名刺交換会
- 18:00 移動
- 18:50 交流会（矢塚分校）
- 20:10 終了
- 21:00 埴公民館解散

③ 講演要旨

■ リレーセッション 1

中島 淳 氏（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）

「地域おこし協力隊が成長し定着するために 10 のポイント」

地域おこし協力隊員の制度を上手に地域が使っていくポイントの一つ目は、地域が“自分たちはどのような地域を作っていくのか”、そのためには“どういう人財が必要なのか”という点を予め明確にしておくことだ。地域おこし協力隊の活動は実に色々なケースが思い浮かぶ。このため、地域が漠然と考えていると、ただ活動しただけで終わってしまう可能性がある。

ポイントの二つ目は、協力隊は単なる地域のお手伝いさんではないということ。3 年の赴任期間が終わった時、定住する場合と帰ってしまうケースがあるが、どちらにしても、協力隊員を潤滑油に地域に何か仕組みを残してもらうことが大切。“仕組みを残す”というコンセンサスを協力隊員と地元は双方で確認しておくことが大切だ。

そして三つ目は、協力隊員の熱意や覚悟を地域の生産力に転換させていくという認識をキチンと持つこと。特に、協力隊員は民間企業出身者が多く、色々な視点で地域を見ている。しかし、「こうしましょう」という提案に対して、地元の人は「うるさいな」と反発するケースがある。協力隊員と地域は一緒に、どう社会生産性をつくっていくかを考えてほしい。

四つ目は、どんな隊員に来てもらいたいのか、制度実施の目的を明確にし、行政・地域・協力隊員の三者でコンセンサスを持つこと。そして、行政は縦割り縛りを除いて目的を達成するために多方面に働きかけをする。受入側の地域は、地区長だけではなく、協力隊とともにどう変わっていきたいのか意識を固めておく。協力隊員は人生の3年間をかけて来るので自己実現欲求があるはずで、採用では、意欲や意思を持った方を採る。

こうしておくで、協力隊員が地域の問題を把握し、その解消に向け汗水垂らしていると、必ず周りが協力してくれる、この構図をつくり出すようにリードしていくのも、行政担当者であり、地域のリーダーである。これをポイントの五つ目としてあげたい。

協力隊の制度も5年目に入り、人数は確実に増えている。その一方で、色々な課題が表面化している。たとえば、協力隊員にミッションそのものがなく、集落にも紹介されず、40歳台の男が「本当にしんどかった」と涙するケースもある。“議会で報告しないといけないから成果を出してね”と過剰に成果を求めすぎる場合もある。行政担当者は、隊員とともに活動するという自覚をもち、責任を持って隊員に接してほしい（ポイント6）。

一方で、行政担当者もどこまで任せるのか、どこまでミッションを与えるのかわからないと苦労している。漠然とした隊員募集ではなく、以上の点を踏まえながら、受入体制づくりも含めて、戦略に取り組むことが重要だ（ポイント7）。

行政の悩みを要約すると、前例がない中、手探りで考え創り上げていくことが苦手だということ。であれば、地元のキーマンを紹介し、協力隊員を導きながら、まずやらせて創発してほしい（ポイント8）。

そして、協力隊員が“そこに住みたい”と思える環境を作してほしい。たとえば、視察すると、説明するのは協力隊員と行政担当者で、地元の人がいない。地元のコンセンサスが抜けて、協力隊員がやりたいことを行政がそれをサポートしていることにとどまっている。このような状況で



は、隊員は地域に馴染むことはできないし、地域も受け入れにくい。協力隊員が“そこに住みたい”と思える環境を作り、社会生産性を高める活動を協力隊員と地元は一緒になって作りだしてほしい（ポイント9）

そして、最後。協力隊には、ここ埴町の矢塚地区で廃校利用をするような「地区担当型」、佐賀県唐津市の「イドスク」のような「ミッション担当型」、山形県朝日町の「桃色ウサビ」のような「自己提案型」などのタイプがある。色々な活動を展開するために、どうか柔軟に活動費を確保してあげてほしい（ポイント10）。

■リレーセッション2

養父 信夫 氏（株式会社マインドシェア「九州のムラ」編集長）

「地域おこし協力隊制度をより有効に活用するための10の法則」

私は「ムラの命をマチの暮らしに、マチの力をムラの生業に」を理念としている。今はムラだけで生きていけない時代なので、マチにムラの良さを与えながら、マチの経済力をどう取り込むかがポイントだ。そして、ムラの生業づくりでは、滞在交流型観光が大きなキーワードになっている。従来の観光では施設に集中するので地域は生きていけない。例えば、阿蘇は年間1,800万人が訪れる一大観光地だが、阿蘇神社や地元商店街は寂れている。結局、そこに住む人が訪問の受入れ対象にならないと地域は生きてこない。そこを踏まえて地域食や観光ルートといった観光・地域づくりを地元の人たちが行うことが一番大事だ。



観光・地域づくりでは、企業誘致よりも起業家誘致が重要。マーケットは都会の人なので、都会の視点を持った人たちが自身のノウハウを使って地域で生業をつくる。この都会の視点を持った「よそ者」の中核に、地域おこし協力隊員がまさにいる。

観光・地域づくりに向け、協力隊制度をより有効にするためのまず一つ目は、重点地域を最初に決めること。行政は平等主義になりがちだが、観光・地域づくりには、魅力的な地域資源や地域リーダーなど幾つかの条件がある。この条件を備える地域からまずスタートし、そして戦略的に広めていくステップが良い。

二つ目は、活動の中核となる拠点と組織を決めること。協力隊員もどこかに所属したほうが働きやすいし残りやすい。本当に力のある地域おこし協力隊は、自分で六次産業を起業化していけるが、実際は中々難しい。しかし、漁協や農協、第三セクター、農業公社などに所属すれば、生業づくりもしやすい。

三つ目は、先ほどもあった「コンセプト」と「コンセンサス」。これがないと打って出られない。何をどう取り組んで、3年後にどこまで展開するのか、こういうことを徹底的に地域で議論する。そうすると自ずと足りない機能が出てくる。

四つ目はネットワークの最大活用。たとえば、採用では、今は、いい人財の取り合いの時代だ。待ちの姿勢では全く駄目で、あらゆるネットワークの活用が必要だ。Facebookや雑誌はもちろん、若者起業の支援サイト、海外青年協力隊のネットワーク、離島であれば日本離島センターの「しましまネット」、対馬では環境保全を行っている研究室に直接メールを打ち込んだ。とにかく考えられるあらゆるネットワークを駆使する。そのときに、わかりやすいキャッチフレーズも大切だ。募集要項もマチの人たちに刺さるコピーなのかなども、あらゆるネットワークを使って考える。

五つ目は担当者の熱意。採用で一番大事なのは担当者の熱意。人財は任せては駄目。いい人財がいると聞けば労力を惜しまず会いに行き口説く。何なら一緒に飲んで夢を語ってくる。これを行っている自治体にはいい人財が集まっている。

六つ目は隊員の複数採用。やはり見も知らぬ土地に入るわけだし、1人だとパワー不足。基本は複数人数。できればUターン者が半数を占めていけばベストだ。

七つ目は採用への地元関与。集落のビジョンと一緒に具現化する仲間を地元が選ばなくてどうするのか。協力隊員は自分の熱意を伝え、地域は自分達の夢を語る。その中で一緒にできる人財かを考える。最終面接は地元で行い、地元が決める。

八つ目は、隊員の配属はサポートし得る部局にすること。取組でミッションが当然異なるので、一番応援できる部局に配属する。

九つ目は外部アドバイザーを是非使うべきだ。アドバイザーのいろいろなノウハウやネットワークを使わない手はない。

最後は当たり前だが、終了後の移住・定住に向け、年次計画を練ること。3年間はあると言う間。初年度は地域を知る、2年目は試行錯誤、3年目は収入源も含めた基盤づくり。対馬のある隊員の事例では農業、行政からの業務委託、講演、執筆活動等を組み合わせて協力隊員の報酬レベルの確保が可能となるよう段階的に準備していった。

■リレーセッション3

佐藤 啓 氏（常陸太田市総務部長兼政策企画部長）

「常陸太田市における取組」

協力隊は行政が一方的に使うという存在ではない。当然、活動を丸投げしていいという存在でもない。行政と協力隊が一緒になってものごとを進めていく「協働」の考え方が一番重要ではないかと思う。この「地域おこし協力隊との協働」というサブタイトルは、常陸太田市の姿勢を示している。

当市の協力隊導入目的は、よそ者の視点で地域を活性化しようというもの。特に、当市の最大の課題である人口減少対策を過疎地域ならではの取組にするため協力隊制度を導入した。たとえば、徳島県神山町のように“おもしろい人がそこに住んで、おもしろいことをやってるね”など、人が人を呼び込むムーブメントをつくることを目指している。

当市の協力隊は、「一般枠」、「大学院生枠」、「アーティスト枠」がある。現在、「一般枠」は6人で、「大学院生枠」は0名、「アーティスト枠」は3人。「アーティスト枠」が生まれた背景は、滞在型観光交流をアートで行いたいと考えたことで、10月1日からスタートした。「H-AIR」は仮称だが、常陸太田 Artist in Residence を目指している。

「一般枠」の活動は、地域資源の発掘、情報発信、交流人口の拡大、地域コミュニティの強化の4つで、それ以外は自由にしている。「アーティスト枠」は、地域資源を活用した作品制作、アトリエ公開、アート教室等の開催、アートイベントの企画・運営。

配置は、最低2人としている。同じ境遇で同じ思いを共有できる人がいないというのは非常につらいと思う。この3人、2人という配置は重要だと思っている。

サポート体制として市職員1名を専属に置いている。これに加え、支所長が協力隊と地域のつなぎ役を務めている。

採用は、政策企画部長、企画課長、各支所の課長で対応し、特に、協力隊が入る地域の事情に



一番詳しい所管支所課長の意見を尊重している。また、近年は採用競争が激しいことから、無理な採用はしないとしている。このため、募集は随時で年 4 回程度選考している。採用基準は、大きくは「地域に受け入れられるキャラクターか」、「主体的にものごとを進めて行きそうな人物か」の二つで、このほか地域の意向も条件に入れている。

協力隊育成の環境づくりとしては、「自分のキャリアは自分が作る」を基本とした中で、一定程度の業務を行政で用意している。業務は「市主導で行うもの」、「協力隊と一緒にやるもの」、「協力隊が自由にやるもの」に分け、これをバランスよく配置している。「協力隊が自由にやるもの」については、ビジネスに繋がる取組を奨励している。

コミュニケーションとしては、当市は年度計画をつくっているもので、この進捗確認を 2 週間に 1 回行っている。部長レベルまで出席して状況を把握し、それを徹底的に議論する。この時にちょっと関係が悪くなったりすれば、飲み会などでフォローしている。

成果については、「協力隊に成果を出せ」と言うのは非常に無責任だと私は考えている。行政が 1 つの施策としてやるのであれば、成果を出すは行政の責任だと思う。成果は、その捉え方やまとめ方によって色々な内容が挙げられる。たとえば、平成 24 年度を取組を一覧にしたが、それを見るだけで“こんなに活動しているのか”になると思う。また地域の「評判」も定期的に集約している。

地域から評価を受けるためにも、協力隊の周知は徹底している。知らなければ一緒に活動できないし、評価のしようもない。また、積極的なメディア対策も行っており、月 1 回ニュースレターも配布している。この結果、新聞や雑誌の露出は多い。

定住に向けた取組は、まさに今 3 年が終わろうとしているので、“自分がお金を儲ける事業”に移行させている。このほか市の第三セクターなどで仕事ができないかを検討している。やはり重要なのは 1 つの仕事だけではなく、複数の仕事を組み合わせて、1 人 1 人が生活できる収入にしていこうかなと思っている。

■パネルディスカッション

テーマ：「起業・就業・定住に必要な経験の積み重ね方について考える」

コーディネーター：大槻大輔（総務省地域自立応援課人材力活性化・連携交流室長）

パネリスト：中島淳 氏、養父信夫 氏、佐藤啓 氏

大槻室長：

お三方には、地域おこし協力隊の活用の仕方や、どのようにすれば協力隊員が気持ちよく活動できるのか、どうすれば、3 年後の移住・定住につなげていけるのかを観点にご講演いただいた。共通点は、協力隊員と行政、地域の三者が本気になって一緒に進めるということだったと思う。このあたりを踏まえ、「起業・就業・定住に必要な経験の積み重ね方」について、もう少し議論を進めていきたい。

中島氏：

前職の経験に頼らず、協力隊員その人が本当にやりたいことで暮らしていけるのかを見極めは、活動の中で判断することが重要だ。しかし、“3 年目でそれを考えて！”では遅い。少なくとも 1 年目には方向性を 3 つくらい持ち、2 年目に絞り込み、3 年目で基盤づくりにしないと、任期満了で「ありがとうございました」で終わってしまう。

地域の人たちは協力隊を横で見ている。彼らの存在を認知し、彼らの目指すことに共感すると、地域の人たちは自



然に隊員の活動を助けてくれる。

ある地域に 44 歳の男性が子供を連れて農家レストランを作りたいと応募してきた。しかし、採用後はほっとかれた。彼は、地域の人に認められようと自分で農地を借りて、見様見真似で作物を作り始めるが、全然上手く育たない。彼は、こういう姿を見てもらえれば認められると思っていたが、これはあまりに遠回りだ。反対に、地元の農産物を使った料理を地域の人にふるまっで、腕前とやりたいことを知ってもらった方が早く理解される。その橋渡しが行政の役割だ。行政ができない場合なら、地域のリーダーや地元のおばちゃんが繋ぐ。あるいは、私たちのような第三者を通して問題を把握してツボで押さえていく。この仕組みが必要だ。

最後に、協力隊の方、行政の方に伝えたいのが、どうか失敗して欲しいということ。今の時代、田舎で働き、暮らしたい人はたくさんいる。でも、個人で地域に入り馴染むまでにはすごく時間がかかる。ところが、地域おこし協力隊は公職なので、役場の方が“こういうことで町として採用した”といえ、地域に入りやすい。そして、失敗しても給料が出る 3 年間は保証される。だからこそ、色々思い切ったことができ、地域にはない発想や新しいことができる。これが地域おこし協力隊制度の神髄だ。失敗して「ほら、見ろ」となったら、それをフォローするのは行政の務めだ。行政はそうやって 3 年間守るべきだ。どうか、それをご理解していただいた上で取り組んでいただきたい。

養父 氏：

僕らの世代は、どうゆう仕事して、どうやって経済的に暮らしていくかが大きな関心事だった。ところが、地域おこし協力隊は、そのような価値観ではなく、まずは自己実現のために地域に飛び出してきた人たちだ。そして、そのような生活に共鳴する世代は実は多い。次の問題は、その人たちが 3 年後、ちゃんと地に足を着けて食っていき、地元の人たちと一緒に暮らしていけるかということだ。地方での暮らしは生業も含めて生活と地域が密接だ。そして生業も色々な仕事を組み合わせており、そのパターンは 1 つではない。それぞれの個性が、それぞれのやり方で、地域の資源を掛け合わせている。これを協力隊員に創り出してもらい必要がある。



その中で、やはり行政の役割はすごく大きい。第三セクターにしる、道の駅や直売所にしる、やはり行政が絡んで応援してくれれば、スッと動いてくれる。また隊員と地域の間で足りないとこを支援するための仕組みもできる。実は 3 年間というのは、本当にあつという間だ。1 年目は地域に顔と名前を覚えてもらう、慣れるのがやっとなで、生業づくりどこではない。顔を覚えてもらった 2 年目は、便利屋さんの的に色々と呼ばれて意外と忙しい。結果、3 年目になってから焦り始める。

こうならないよう、今回は予め地域や拠点を決めて、採用も絞ってという話をしたが、このくらいのトップギアで始めないといけない。

ただ、中島君が言うように、最初からトップギアにしたものの、いきなり地域でガンガンやっでしまうと、やはり相当軋轢を生んでしまう。そうならないよう徐々に動いていく。隊員にも個性があるので、最初から動いて問題ない子と、いきなり動き始めるとちよつといろいろ軋轢を起こす子と、いろいろいるので、そのあたりは見極めてアドバイスが必要だ。

佐藤 氏

それぞれの隊員は、最初からやりたいことがあって入ってくる。そして、それを何となくやり始める。ただ、活動の過程で、徐々に地域からの要望が入るので、それ以外にやることが徐々に増えてくる。先ほどの話のように任期が切れる前に、やることを絞って準備をしなくてはならないのだが、色々な地域の要望を受け止めすぎて、ある意味、全部中途半端になってしまう。この

ことは、非常に避けるべき課題だと思っている。もちろん地域の色々なことに関わっていただきたい。しかし、親しくなってきた人たちに協力隊員が「それはちょっと無理」と断るのはけっこう難しい。なので、やることの仕分け、特に断るといことは行政の役割と考えている。

あと、出口を見つけることは与えられるものではなく、自らつくり出していくものだという意識付けを着任前からしっかりと植え付けなくてはいけない。このため、協力隊が終わったらそれで終わり、その先、生きていくための仕事づくりは、サポートはするけれど、仕事は自分でつくらなければいけないということを最初からしっかりと伝えるべきだ。それをせず3年目にいきなり協力隊に「自分でやってね」と言うのは、非常に無責任だと思う。1年目からそういう意識付けをしておけば、やる仕事の幅も広がりすぎずに、出口を見据えてやっていけるのではないと思う。

一方で、市として担当職員が非常に頑張ってくれたのが上手く回っているポイントだと思っている。特に、市役所内のPRもしっかりやること。そのことで企画セクションや産業関係部局が一緒になってやっていける。まだ理想の姿までは至っていないが、関係づくりは進んでいる。



●はなわ宣言

本日の結論を「はなわ宣言」、それぞれ「は・な・わ」ということでまとめてみた。

「は」は、初っ端が大切ということ。制度導入の目的を明確にして、採用する前に地域のコンセンサスやミッションも整理する。とにかく最初が肝心だ

「な」は、無い物をねだりよりも、地域のあるもの探し。あるものというのは、けっしてプラスのあるものだけではなくて、マイナスのあるものも含まれる。たとえば、使われていない廃校や、規格外の農産物など、そういうマイナスのあるものも含めて、地域のあるものを探して、協力隊の自己実現、地域課題のシンクロ化させるということだ。

最後の「わ」は、若者、よそ者、何とか者と地域をつくるということ。つくり方の答は1つではないということ。

赴任4年目を見据えてということで、「はなわ宣言」をまとめさせていただいた。



■懇親会（地域おこし協力隊員が手掛ける再生した廃校で集落の方を交えた交流会）



加納隊員による拠点整備の
説明



矢塚地区の皆さんによるお
もてなし

■現地見学会（10月4日（金））

【行程】

- 08：30 埴町役場出発（車中：地域おこし協力隊取組概要の説明）
- 09：00 ダリア園見学（ダリアによる地域おこし説明）
- 09：50 からまつ峠（活動説明、質疑応答）
- 11：10 磐城埴駅（磐城埴駅の概要説明）
- 11：30 道の駅はなわ（活動説明、質疑応答）
- 12：15 昼食
- 13：30 道の駅はなわ 解散

【視察模様】



車内での取組説明



ダリアによる地域おこしの
拠点であるダリア園での取
組説明



利根川隊員から協力隊員と矢
塚地区住民の手による「から
まつ峠」整備の状況説明



車内から矢塚地区の状況を見学



埴町コミュニティプラザと
合築した駅舎の見学



道の駅はなわ（愛称は天領の郷）
を舞台に活動する利根川隊員か
ら内容の説明を受ける

(2) 第2回地域力創造セミナー

① 開催概要

テ ー マ：起業・就業に必要な技術・技の育て方について考える
開催日時：平成 25 年 11 月 7 日（木）～8 日（金）
開催場所：（講演の部（11 月 7 日（木）） いこいの村しまね
受講者数：（講演の部（11 月 7 日（木）） 27 名

② プログラム

（講演の部（11 月 7 日（木））

- 13:15 主催者挨拶：大槻大輔 総務省人材力活性化・連携交流室長
開催地挨拶：石橋良治 邑南町長
- 13:25 総務省施策説明：大槻大輔 総務省人材力活性化・連携交流室長
- 13:35 リレーセッション（講演） 1
「外部人材定着の 5 箇条」
講師 宮治勇輔 氏（特定非営利活動法人農家のこせがれネットワーク 代表理事）
（休憩）
- 14:50 リレーセッション 2
「小値賀町・島発の第 6 次産業化モデルと定住促進について～」
講師 井手修身 氏（アイデアパートナーズ株式会社 代表取締役）
- 15:55 リレーセッション（講演） 3
「株式会社 459 の設立に至るまで」
講師 真鍋邦大 氏（小豆島町地域おこし協力隊 株式会社 459 代表取締役）
（休憩）
- 16:40 パネルディスカッション
テーマ：「起業・就業に必要な技術・技の育て方について考える」
コーディネーター：大槻大輔
パネリスト：宮治勇輔 氏、井手修身 氏、真鍋邦大 氏
- 17:40 閉会
- 17:40 名刺交換会
- 18:30 交流会
- 20:00 終了

③ 講演要旨

■リレーセッション1

宮治 勇輔 氏

(NPO 法人農家のこせがれネットワーク代表理事、株式会社みやじ豚代表取締役社長)

「外部人材定着の5箇条」

地域おこし協力隊員は、ほったらかしというか、ほっておいて元気に活躍する人は100人に1人か2人くらいではないかと思う。やはり、地域おこし協力隊員が元気に活躍できる土壌というものが、必要だということがこれまでの取組から見えてきた。

簡単に言うと、それは、キャリアを形成できる、夢が描ける、それから友だちやメンターがいる、地域住民の方に受け入れてもらえるということだ。つまり、外部人材定着の5箇条とは、「夢・ミッション」・「マイプラン」・

「仲間」・「外との接点」・「メンタリング」である。これを、ある程度、地域で用意しておくことが外部人材の受け入れには非常に大事だと思っている。これが無いまま受け入れると、お互いに不幸な結果になっていく傾向があるので、受入地域側は、受け入れる土壌というものを作っていく、もしくは、作る気概をもって受け入れていくということが非常に大事だと思う。

たとえば、A級グルメのまちづくりを展開している邑南町の地域おこし協力隊は「耕すシェフ」と呼ばれ、数人の仲間たちと一緒に、立派な古民家を移築してオープンした素材香房「ajikura」で、誘致した一流シェフから料理を学びながら、実際にお客さんに料理を提供している。また、「耕すシェフ」という名のとおり、ajikura ファームで地元の農家から有機農業を学びながら野菜を栽培し、また近隣の農家から有機野菜を仕入れている。ここでは今話した、「夢・ミッション」・「マイプラン」・「仲間」・「外との接点」・「メンタリング」の5つをキチンと構築している。

この外部人材定着の5箇条のうち、一番大事なのは、「夢・ミッションを持たせる」ことである。地域おこし協力隊を導入しようとして検討している場合は、地域なりの定義、求める人材像を明確にした上で、たとえば邑南町の「耕すシェフ」のような名前をつけて受け入れると、それに沿ったいい人材が集まってくる。

次に「マイプラン」。人生の棚卸しは、就職活動のときに行うが、学生の頃よりも社会人になってから行うほうが大事だと思う。自分の本当にやりたいことと、地域でできることを掛け合わせたところに、自分の存在意義が生まれてくる。

それから「仲間」づくりを仕組み化すること。地域になじめず、いつまでも孤立している状態は決して望ましくない。たとえば、月1回勉強会を開催する。また、地域おこし協力隊のメンバーだけではなく、異業種の仲間ができるようにしてあげるのが非常に大事。農家のこせがれネットワークでも、農業者や農家だけが集まって話をすると、「俺のところはもう駄目だ」などネガティブな話ばかりしてしまう。でも、そこに異業種の人が入ってくることによって、その人がお客さんになったり、コラボレーションして新商品が生まれたりする。人の夢を応援すると自分の夢も叶うという部分がある。お互いに支え合うことで非常にいい仲間ができると思う。「面白い人を見つけたら邑南町に来て講師になってもらう」というのが、この町の勝利の方程式のようである。都会の講師を呼ぶのも1つだし、出張時に連れ出すこと、フェイスブックなどのソーシャルネットワークの利用も大事。農作業を両親に少し任せて、「自分は外に出る時間」を作っている農家ほどうまくいっているというケースもある。

最後に「メンタリング」。指示・命令するのではなく、対話で気づきを促すということ。「自立」



は自分の意見を主張して自己満足で終わること。「自律」は他者のニーズを把握して、調整を図りながら自分の行動をコントロールし、自らを律しながら自己実現を図るという意味である。やっつけて、自立ばかりの人は辞めていくケースがある。自律型人材になる人ほど地域に入ってうまくいっているなど感じている。

■リレーセッション2

井手 修身 氏（アイデアパートナーズ株式会社代表取締役）

「小値賀町・島初の第6次産業化モデルと定住促進について」

観光のまちづくりにおいて、人、モノ、カネ、情報の地域資源の中、最も重要なのが人材の活用だ。人の育成も大切ではあるが、中々大変なので「人の誘致」の方が即効性は高い。地域おこし協力隊などは人材誘致の最たるものであろう。

そして、その誘致した人材を有効に機能させていくには、人や情報が集まる自律したプラットフォームが必要になる。外部人材一人ひとりが生業を起こしていくことが望ましいが、やはり中々難しい。組織の中で活動した方が、取組や定着パターンの可能性が広がる。

たとえば、長崎県小値賀島は、佐世保からフェリーで2時間半、人口3000人の過疎の島であるが、観光で年商1億あげている。この中核がアイランドツーリズム協会であり、ワンストップで販売営業している。かんころ餅づくりなど地域の生活文化を商品にして販売している。民泊は1泊2食、カヌーや釣りを商品化して売る。刺身づくりを教えるおばちゃんたちには衛生管理を覚えていただき、商品化や販売を協会が担う。つまり地域のさまざまな事業者をコーディネートして外に販売する、これがプラットフォームだ。そして、ここの主力メンバーが10数名のIターン者、田舎で働き隊、地域おこし協力隊だ。何でもそうだが、今ある地域資源をちょっと工夫して売れると思ったら大間違い。そんな生易しいものではない。消費者が何を買いたいか、出口をきっちり議論しないと売れない。去年、6次産業モデル化事業でお手伝いした地域おこし協力隊員による落花生の商品化では、パッケージ、ロゴを作り、どこでどの消費者に売るかということを徹底分析した。福岡の百貨店やスーパーをくまなく回り、自分たちの商品との競合や、どのように置かれたら買ってもらえるかをとことん調査した。その結果、たとえば、百貨店は無理であっても、あの高級スーパーでは売れそうだが、福岡の飲食店で使ってもらったほうがいい等がわかってきて、「おぢか島の落花生」という商品名で、色々考え値付けし販売した。ただ、このような取組を個人で行うには限界がある。組織で取り組んだ方がやりやすい。

一方、人材には4つのタイプがあると思う。一つは自分で課題を見つけて自分で行動を起こす「自燃型」のタイプ。そして、自燃型の人に影響を受けて「僕もやってみよう」という「可燃型」のタイプ。でも多くは中々燃えない「不燃型」の人。中には人の提案を打ち消す「消火型」のタイプもいる。「自燃型」の人をリーダーと言うが、実は地域づくりで大事なものは「可燃型」の人。可燃型の方は、人と人、人と情報をつなぎ合わせる力を持っている。そして、観光のまちづくりでは、今まで観光に全く関わりのなかった農業や林業など、いろんな方々が必要になっている。先ほど宮治さんも言われた異業種が集まる場がまず必要となる。

ただ、人材を集めるにしても、つなぐにしても、必要な人材像を明確にしておくことが必要だ。求める人材像がはっきりしている地域は定着率が高い。人材の要件をはっきりさせておくことが後の定着率の大きな1つになる。

この人材像の明確化としては、たとえば、今年手伝っている南小国町では、求める地域おこし協力隊の人材像として、「意欲」、「経験、スキル」、「コミュニケーション力」、「条件」のほか、



この人と一緒に仕事をしたいという「共感性」、面接時に嫌なことを言って、それに耐えられるかという「ストレス耐性」という6つの項目を作った。

大事なことは、協力隊を受け入れる側の期待値と来た人たちの目標値をできるだけ数値化する。例えば、「地域の20の集落全部に訪問する」でもいい。そして、これを定期的に振り返ってフィードバックしあうことが定着に向けて必要なポイントだ。

■リレーセッション3

真鍋 邦大 氏（小豆島町地域おこし協力隊、株式会社459 代表取締役）

「株式会社459 の設立に至るまで」

四国や瀬戸内海を発信して応援する会社「459（ヨンゴキユウ：四国）」を小豆島で立ち上げ、同時に地域おこし協力隊に携わっている。僕は「これまでにあるものを、これまでにない手法」で「シマとマチとトカイをつないで」いる。このため、「459」では、地域資源をいかに使うかを考え、たとえば、小豆島の素麺、豊島の大豆、伊吹島のいりこなどでポン菓子を作り、バリスタみたいな恰好でおしゃれにポン菓子を販売している。また、フェリーのお土産として手ぬぐいやTシャツを販売している。このほか、結婚式の引き出物などで使える「小豆島のギフト」や、島のティーチングツアー、中学3年生向けに月1回、夏休みには毎週土曜日に3時間、島の寺子屋教室を開催している。



これまでの経緯としては、30歳とのかき、2008年のリーマンショックで無職となり、アメリカに渡る前の1か月間、10数年ぶりに香川県の実家に戻った。そのとき、地方は疲弊どころか、笑顔が多いことに気付いた。確かに可処分所得は少ないかもしれないが、可処分時間、たとえば、子供と一緒に過ごせるなど時間を自由に使える。また、海や山と寄り添った生活ができ、新鮮な野菜が食べられるなど、田舎の人の方が心豊かに暮らしていると思った。でも、田舎の人はそれがあまりに当たり前なので、良いことだと思っていないし、特別だとも思っていない。そこを「いいね」と気づき、その土地に誇りが持てれば、何かできるのではないかと思った。最初は地元に戻るとは全く思っていなかったが、この時の体験が大きなきっかけとなり、その後、「地元に戻ること」と「地域おこしを生業にすること」の2つを決意した。

小豆島に決めた理由は、オリーブのほか400年の歴史がある醤油と素麺、佃煮、農村歌舞伎、山岳霊場のような伝統文化が残っている一方、少子化、高齢化、人口流出がどの市町村よりも進んでいた。自分が社会問題と向きあい、何か解決策を生めたら、香川県の盛り上がりにつながるのではないかと、そして、勝負をかけるなら小豆島のほうが面白いのではないかと思い、会社を辞め2012年2月16日「459」を小豆島に設立した。ただ実はこのとき、住む家や仕事内容など何も決まっていなかった。同じタイミングで「地域おこし協力隊」の募集が島で始まり、地域の推薦もあったので応募して今日に至っている。

地域おこし協力隊の起業は、実はすごくハードルが高く、皆、臆して中々踏み込めないかなと思う。このため、小さな成功体験の積み重ねが必要だと思う。その方法としては、とりあえず地元のもの、野菜でも加工品でも何でもいいので、仕入れてどこかで売るという経験をすればいい。小豆島に限らず、地域は基本的には生産する社会なので色々な生産物があるので、それを仕入れて、地元以外で売ってみる。これは色々なビジネスの原点だと思っている。いくら仕入れたら利益が出るか。小豆島以外の人たちに対して500円で売るとか、600円で売ったらいいのか。POPを用意したら700円で売れるのか。パッケージを変えたら750円になるのか。そういうすごくシンプルな商売をまず行ってみる。リヤカーで引っ張って行って自分で仕入れたものを売るとい

ことを行うことによって、いろんな経験が積めると思っている。

仕事というのは結局は困りごとの解決だと思う。田舎は少子・高齢化で困りごとはいっぱいある。それを解決することがメシの種にはなる。ただ、田舎は人口が少ない分、仕事はタテには集積しないので、1つのことでは職にはならない。このため、例えばドブ川を掃除する、ミカンを採るなど、いっぱいある困りごとを一つひとつ解決すること、ヨコに展開することによってメシの種を増やすことができる。困りごとの解決をどんどんどんどんヨコ展開していくことによって生計を立てることができると思っている。

■パネルディスカッション

テーマ：「起業・就業に必要な技術・技の育て方について考える」

コーディネーター：大槻大輔（総務省地域自立応援課人材力活性化・連携交流室長）

パネリスト：宮治勇輔氏、井手修身氏、真鍋邦大氏

大槻室長：

本日は通常のパネルディスカッションとは方法を変え、会場参加型の双方向で、皆様のご意見やご質問をいただきながら、そこをきっかけに「起業・就業に必要な技術・技の育て方」について、議論を深めていきたい。

宮治 氏：

先ほどの質問にあったように、受入側が求める人材像と地域おこし協力隊の希望、そして、何を求められてその地域に行くのかという期待がマッチしていないと、協力隊員に限らず、受け入れる地域も結構思い悩むと思う。打合せの時に話が出たが、進退を問う、つまり「辞めてもいいんだよ」という言葉は、求める人材像が明確になっているからこそ言える言葉だ。求める人材像が明確でないと、どんな人に来てもらえばいいのかも曖昧になるし、その人が地域に合っているのかも評価できない。それから「好きなことをやっていいから」と放置してできる人は50人に1~2人だ。まずは地域側が求める人材像を明確にしておくことがお互いやり易いと思う。

もし、その点が曖昧であった場合は、地域おこし協力隊プラス地域の若者で活動を議論・評価する場を用意すると良いと思っている。「この地域でこれをやりたい」と具体的に言える協力隊員は一部で、やはり多くの場合は地域のことも知らないために、最初は「この地域でこんなことができるといいかな」というぼんやりしたものだと思う。それを毎月、地域のいろんな人と活動について話し合ううちに、だんだん自分のやりたいことが具体になってくる。

そのときにポイントになるのが、誰かの商売につながる取組でもいいと思うことだ。誰かの夢を応援することが自分の夢を叶えることにつながる。よく誰かの商売の話になると途端に「俺は手伝わない」という話になるが、それだと新しい取組が生まれにくい。誰かの商売になっても、それが成功すると「俺の商売がうまくいったから、今度はお前の商売を手伝うよ」となって次につながる。そんな関係づくりも大切だ。

井手 氏：

先ほどの質問の話にあったように、生業や事業をおこすという話と、空き家調査や集落のコミュニティを応援するとかという話は、たとえ行政から仕事や役割を与えられたとしても、その位置づけは全然違う。地域の応援を主要な役割として与えておいて、そこから自分で事業をおこせ



と言われても、相当ハードルの高い。そのあたりを受入側はキチンと認識するべきだ。個人で何か仕事を見つける、もしくは、仕事をおこすことを求めるのだったら、最初からプログラムが変わってくる。でも、地域にいきなり来て事業を3年以内におこすのは、相当優秀な人か、手に職をもっている人でない限りは普通難しい。それより生業になる事業の手伝いを行ってもらい、そこに就職できるように一緒に事業を発展させる。そちらの方が僕は現実的だと思う。



また、定住や定着を促すなら、先ほど言ったとおり、半年や1年ごとに必ず「振り返り」を行い、その人に次の役割をどうするのかなどとキャリアプランと一緒に考える必要がある。民間企業でも3年以内に3人に1人が離職する状況だ。なので、3年終えたからは是が非でも定住してねという話は無いと思う。その意味でいうと、お互いに3年間の中で、定住や定着に向けたマッチングとご縁をどう作るかという話だ。特に、民間企業の立場で言えば、3年間で1000万ぐらいの資金を投じるわけなので、僕の会社だったら、3年間雇うといたら、その人材を活かすことを真剣に考える。受け入れ側の自治体も、その人材を地域の中で生かすということを本気で考えてもらいたい。

真鍋 氏：

今の質問にあった地域おこし協力隊が置かれた状況を、言われたとおり「放置」と捉えるか、「自由」と捉えるかで意義が異なってくる。「自由」と捉えれば自分が希望する活動だけを行うことだってできる。反対に細かく管理されて最初からヤーヤー言われたら「うるさいよ」となっていたと思う。ただ、期待が高すぎるという点は嫌だと思う。よく地域おこし協力隊に2年で結果を出せ、3年で結果を出せと言うが、地域づくりは、それこそ10年、20年の話だと思うので、過度な期待はふさわしくない。期待や成果のレベル等については最初にすりあわせた方がいい。反対に期待されるのが嫌なのであれば、小さなことでもいいから成功体験を見せていくしかない。今までで売っていなかった地元の産品を売りますと言ったら、それは必ず評価される。そういう積み重ねでしか人の心は変わらない。



行政は人事異動で担当が変わり、扱いが変わる場合もある。それに文句を言っても始まらない。地域おこし協力隊が何だかんだと役場の方の仕事を増やしているのは間違いない。そこについては感謝が必要だ。また、行政のみなさんは、企画や財政の仕事をしながら、地域おこし協力隊の対応をしてくれている。そこについては地域おこし協力隊側も理解しなければ変な軋轢を生んでしまう。

地域との関わりとしては、今新たにカフェをやろうと思っている。何となく集まれる場所がなくなってきたという話を聞いたので、僕がそういう拠点をつくることによって、人の変化がおこるのかなと思っている。それがどれぐらい売上がるかとか、黒字化するのかはわからないが、とりあえずつくってみようと思っている。





■現地見学会（11月8日（金））

【行程】

- 08：45 邑南町役場集合
- 09：00 A級グルメによるまちづくりの説明（邑南町役場）
- 10：30 ちょうざめ養殖について（活動説明、質疑応答）
- 11：30 道の駅瑞穂（産直の取組説明、道の駅見学・買い物）
- 11：30 道の駅はなわ（事業説明、質疑応答）
- 12：30 昼食（「耕すシェフ」が働くレストラン 素材香房味蔵－ajikura－）
- 12：30 ミルク工房四季（事業説明、質疑応答）
- 14：00 いこいの村しまね 解散



最初に町役場において、邑南町が取り組むA級グルメのまちづくりの説明を受ける



チョウザメ養殖場では、山間部におけるチョウザメ養殖とキャビア生産の事業説明を受ける



年間売上約3億円と島根県内でトップクラスの売上を誇る「道の駅みずほ」の事業方法を学ぶ



邑南町の地域おこし協力隊員「耕すシェフ」の活動拠点
素材香房味蔵－ajikura－



素材香房味蔵－ajikura－では、実際に提供されているランチを食べる



昔ながらの完全自然放牧で乳性品を提供する「ミルク工房四季」では事業説明と牛乳を試飲

(3) 第3回地域力創造セミナー

① 開催概要

テ ー マ : 生業づくりや定住に必要な知識と意欲の育て方を考える
 開催日時 : 平成 25 年 11 月 19 日 (火) ~ 20 日 (水)
 開催場所 : (講演の部 (11 月 19 日 (火))) サンライフ甲西
 受講者数 : (講演の部 (11 月 19 日 (火))) 49 名

② プログラム

(講演の部 (11 月 19 日 (火)))

- 13:15 主催者挨拶 : 大槻大輔 総務省人材力活性化・連携交流室長
 開催地挨拶 : 谷畑英吾 湖南市長
- 13:25 総務省施策説明 : 大槻大輔 総務省人材力活性化・連携交流室長
- 13:35 リレーセッション (講演) 1
 「地域おこし協力隊員の企画力、提案力、行動力の育成に向けて」
 講師 木村乃 氏 (ビズデザイン株式会社 代表取締役)
 (休憩)
- 14:50 リレーセッション 2
 「地域の文化や歴史から見つける生業と定住に向けて」
 講師 高橋寛治 氏 (地域プランナー)
- 15:55 リレーセッション (講演) 3
 「地域おこし協力隊から定住へ」
 講師 多田朋孔 氏 (NPO 法人十日町市地域おこし実行委員会 事務局長)
 (休憩)
- 16:40 パネルディスカッション
 テーマ : 「生業づくりや定住に必要な知識と意欲の育て方を考える」
 コーディネーター : 大槻大輔
 パネリスト : 木村乃 氏、高橋寛治 氏、多田朋孔 氏
- 17:40 閉会
- 17:40 名刺交換会
- 18:00 移動
- 18:20 交流会 (レストラン潮)
- 19:50 終了
- 20:00 サンライフ甲西解散

③ 講演要旨

■リレーセッション1

木村 乃 氏（ビズデザイン株式会社 代表取締役）

「地域おこし協力隊員の企画力、提案力、行動力の育成に向けて」

起業には、ある一定程度の知識やスキルが必要だ。たとえば、金融機関を納得させる、「これならオーケー、貸してやる」と言われる計画を直ぐに作れる人は中々いない。このスキルは学生はもちろん、普通のサラリーマン経験では中々持てないスキルだ。

しかし、地域を変える影響力をもつ事業、すなわち地域おこし協力隊が行う事業を成功させようとするならば、ビジネスに関する知識・スキルを持つ人財に育て上げることが得策だと思う。人生をかけて名乗りを上げ、わざわざ移住までしようという地域おこし協力隊の方々にもそういうスキルを身につけてもらうことは、彼らが思う夢・目標を実現させることにつながる。

特に、湖南省の地域おこし協力隊は、卒業したばかりの大学生または在学中の学生で、社会経験が全くない。各人、社会的活動をそれなりに行ったことはあるが、我々から見ればちょっと体験してきたという程度だ。このため、昨年、1泊ないしは2泊の合宿を5回行い、事業企画の入門訓練を行った。1回目は「地域おこし」の共通理解と認識の共有。2回目は「自ら行いたい地域おこし活動はどういうものなのか」を徹底的に議論した。そして、アールブリュットをテーマにしたカフェや、地域の映像・広報・イベントサポートなどといったソーシャルビジネスを設定した。これで都市近郊という地域性を鑑みてリアリティーがある設定ができた。3回目には自分たちの事業計画の骨子を作り、市長に聞いてもらった。そして、4回目で自分たちの活動に関係ありそうな方を招いて事業計画を発表した。ここまでで4か月。5回目は商工会や金融機関の方に対してプレゼンを行い、かなりシビアな指摘を受けた。各回で指摘された点を直してようやく6回目でそれなりの形ができた。まだまだな点は多いが、これで活動の道筋は見出すことができた。

地域おこし協力隊は年齢、職歴、社会人経験など千差万別であり、受け入れ側との関係性もいろいろある。いずれにしても地域に入った段階で、きめ細かい丁寧な教育と訓練、そして、協力隊員がやりたいことを地域がどれだけ支えていけるのかということを実際に考え、手立てを講じることが非常に重要だ。

特に、社会人経験が少ない隊員の場合は、机上の知識と社会の現実とのギャップを伝えることが必要だ。中でもローカル起業で問題なのは、お客さんが求めているものを行えば成功すると思っ込んでいることだ。お客のニーズに応えることはビジネスの基本だが、それ以前に自分のやりたいことでなければ続けられない。しかし、往々して“地域のニーズ”から自らの事業を考えやすい。これは本末転倒だ。最初に確認した地域おこしの理念のもと、自分は一体何をやりたいのか、自分はそれだけの知識や技術・ノウハウを持っているのか、持っていない場合はどう調達するのか、そして、その顧客をこれからどうつくり出していくのか。また、その事業は、個人プレイを前提とするのか、組織に所属することを前提にするのか、組織に所属しないまでもチームプレイを前提とするのかなど、自分の人生を振り返りながら突き詰めて考える必要がある。

そして、フォローも大切なことだ。企画の段階における突き詰めた検討の過程はもちろん、活動の過程でも“地域おこし協力隊を甘く見ていたんじゃないか”、“ノウハウもないままに起業なんてできないのではないか”などと、自信がだんだん折れてくる。この自信を失う頻度や揺れ幅は募



集の仕方が大きく影響する。たとえば、募集の際、「3年以上続ける覚悟が『はい』と言える人しか絶対だめ」としたか、「まあ、そのときはそのときで考えよう」という感じにしたのかで結構大きく変わる。ただ、悩み・挫折の解決は、とことん話し合うしかない。話し合うには、身近さが必要だし、信頼関係が必要だ。そして、人間性の問題以上に、顔を合わせる頻度も大事になってくる。それから地域性を共有しているかどうかということも大事だ。このため、このアドバイザーは、できれば地域の中にいることが望ましい。

■リレーセッション2

高橋 寛治 氏（地域プランナー）

「地域の文化や歴史から見つける生業と定住に向けて」

地域おこし協力隊員に限らず、外部の人間の定住を促すためには3つの条件がある。

1 つ目は、そこの住民になってもらうこと。これは住民票があるということではなく、青年団や消防団、事例の清内路では手づくり花火を奉納してやっているのて煙火同志会など、地域とのかかわりを持ち、そこで徹底的にしごかれること。そして、そこに参加している人を通して新しい人を知ることとしないと、とてもではないが地域ではうまくいかない。つまり、孤立したら3年後はない。その過程で協力隊員は自分の価値観をクリアランスし、新しい価値観に変えていく。したがって役場に机を置き、役場の仕事のみを手伝う協力隊は問題だと思う。また仕事を作って3年目に定着するのではなく、地域活動に参加することによって定着は起きて来る。山間地には仕事がたくさんあるが、誰も教えてくれない。地域活動に参加することの中で見えてくる。阿智村の協力隊員の一人は週2回寺子屋を開き、勉強のやり方を子供たちに教えている。そして子供たちを通して親を知ってくる。わかったような顔をして地域を知るのではなく、人を通して地域のことを知るべきだと思う。



2 つ目に協力隊員を選ぶのは役場ではなく、地域の住民に任せること。そして、このためにムラの再設計をすること。地域でも、皆が思っているも動いていないことは何故か・何かということに気づいてもらう。つまり、その地域が考える「定住の思想」と「仕組み」づくりだ。地域は、今まで色々な理由をつけて動かず、まとまる気がなかった。その状態で新しい人が入っても、なかなか定着につながらない。清内路では振興委員会が、班会議、事務局打ち合せ、全体会議を開き、全て村民が最終的にまとめていくという取組を3年間かけて行った。役場で考えていることと現場は違う。また、役場ができることと地域ができることとの違いを確認しておくことも必要だ。例えば不耕作地に協力隊を入れたら、ものすごく苦しくなる。農業の専門家がやれないことを外から入ってきた人にはとても耕作はできない。外部人材という縦糸と地域という横糸をどうかみ合わせていくかが大事だ。

3 つ目はその地域らしい所得の確保、つまり集落の中で仕事をつくることである。日本の農業の本質は少量多品種である。地域おこし協力隊が農村に入って、キャベツなどの専業になるのは間違いだ。つまり地域では30万円の仕事が10個できればよく、一つの仕事で300万とか500万の収入を作ることは難しい。清内路地区の協力隊員は、伝統野菜の清内路かぼちゃの栽培に取り組み、今年とれた分はケーキ屋さんが全部買い取ってくれた。また、ガマごぎ、木桶などの生活文化をお年寄りから学びながら仕事にするという活動も行っている。金額的に一番成功したのは登山ガイド。ガイドの仕事は東京では考えることが出来ないうえ多くのオファーがある。このような複合的な視点が大切だ。

さらに受け入れる集落が実現可能な将来像を明確にもつことが非常に大切だ。そして「定住の

基本」を地域の皆が認識していること。それは何人入ったという人数ではなく、外から入った人の生かし方で決まるからだ。大勢受け入れても、遊休農地を耕すだけでは 30 年たったら同じ問題がおこる。その人だけではなく、お子さんやお孫さんも定住できるためには、どのような地域にするかを考える必要がある。I ターンにもいろいろな考え方があ。農的な暮らしをしたい、頑張る生活から離れたい、社会を地方から変えてみたい、食や環境に疑問を持っているなど、田舎暮らしを始める動機は様々だ。したがって、それぞれの動機や可能性・潜在性を生かしながら、その生活をどう作るか、そして地域にどうデザインしていくか、この視点が受け入れる側に求められる。しかも、I ターンする若者は、人が離れていくこの過疎地域に「人間らしい暮らし」というポテンシャルと、ネットワークや行動力を持ってやって来る。だから、これを地域の活力にできてこそ定住の成功だと思う。この点を村民も協力隊員も常に自問自答していることがポイントだ。

■リレーセッション3

多田 朋孔 氏 (NPO 法人十日町市地域おこし実行委員会 事務局長)

「地域おこし協力隊から定住へ」

地域おこし協力隊員が地域に残れるか否かは、取組の姿勢にかかっている。そのための協力隊にとっての重要なポイントが大きく 4 つあると感じている。

まず 1 つは「自分が人生を賭けても良いと思える信念」があること。地域おこし協力隊が入る地域は、何かを変えていこうという志をもった地域だ。しかし、実際には、何かを行おうとした時、地元の人や役所の人とかに結構反対されることも多い。反対に、色々な人が賛成し応援してくれても実現が難しい場合もある。そういう時に、あきらめずにやり続けられるかは、協力隊員自身の信念にかかっている。この信念を持っているか否かはすごく大事だと思っている。

2 つめは「オーナーシップ」を持っていること。全ての取組において上手くいくように本気で動くという姿勢は、その人にオーナーシップがあるかどうかだ。この姿勢はすごく重要だと思っている。

3 つめは「コミュニケーション」だ。地域との関係においては、地域がやりたいと思っていることと自分がやりたいことをすり合わせが必要だ。これは完全に一致することはないので、一致する部分があれば、まずそこを重点的に取り組む。あと、自分がやりたいことができる地域組織の一員になることは色々な意味でやりやすい環境づくりとなる。私の場合は「十日町市地域おこし実行委員会」という当時、任意団体だった組織の一員になった。また、地域の伝統芸能「あわせおけさ保存会」にも入っていた。何かの団体に入って活動を展開すると、その団体の人と逐一相談しながら事を進めることができるので、協力隊の活動が宙に浮いて、地元と全然つながっていないということにはならない。これに加えて、地域に溶け込むポイントとしては、「肉体労働で活躍する」、「立派な農作物をつくる」、「一芸を持つ」ことだ。私は楽器をやっていたので、三味線で十日町小唄を練習して、どこかの会で演奏した。すると、それ以降、いろいろと声をかけてもらった。酒の席でも何かやってくれと言われたとき、できませんと言うより、下手くそでも何かやるほうが溶け込みやすい。一方の行政とのコミュニケーションとしては、「問題提起」、「提案」、「提案して自ら実行」の 3 段階あると思うが、「提案して自ら実行」までしないと、やりたいことは中々実現できない。担当者も兼務が多くて中々動けない。ならば、行政という組織を動かすためには、こちらも口だけ動かすのではなく、自分たちが動くことで先鞭性をつけることが大切だと思っている。



4 つめの「スケジューリング」も重要で、協力隊は結構自由に動ける反面、逆に、何をやっているかわからない等の話を結構聞く。自分のスケジュールや自分のやるべきこと等をちゃんと決めて自分でコントロールしないと、いろいろなことに手を出して、3 年後、どれも中途半端に終わるといふことになりかねない。

これに対して、地域おこし協力隊の定着に向けた行政への提案としては、まず、協力隊をどのように活用すべきか戦略を持つべきだと思う。今、役所の人も反省をしながら言っている。2 つ目は、現場の意見を踏まえて柔軟な対応をすること。協力隊というのは、こうやったらうまくいくという方程式はないので、現場がやりやすい応援をしてもらいたい。3 つ目は採用で妥協しないこと。協力隊の活動成果は、採用される人によって結構大きく左右されるので、いい人が来るまでは採用しないなど厳しい採用をした方がいい。4 つ目は協力隊がチームで動けるように配置すること。隊員間の相互フォローの点からもチームで動けるように配置したほうが効果的だ。5 つ目はモデルとなる地区に協力隊を入れて、その後、他地区に取組の輪を広げるという順序にすること。地区の中には協力隊に対して積極的な意向がない地区もある。公平感から全ての地区を担当させる傾向があるが、配置する人数も含め要望がある地区に協力隊を入れることが大切だ。特に4 つ目、5 つ目、この採用後の配置の仕方では協力隊の効果がかなり変わる。

■パネルディスカッション

テーマ：「生業づくりや定住に必要な知識と意欲の育て方について考える」

コーディネーター：大槻大輔（総務省地域自立応援課人材力活性化・連携交流室長）

パネリスト：木村乃 氏、高橋寛治 氏、多田朋孔 氏

大槻室長：

お三方のご講演では、地域おこし協力隊員と地域の姿勢のほか、地域おこしそのものについても触れられていた。まず、このあたりからの話から始め、「生業づくりや定住に必要な知識と意欲の育て方」について、会場も含めて広く議論していきたい。

木村 氏：

隊員採用の基礎的条件として“定住して人生をかける覚悟”を迫るのは当然だ。企業で言えば、“3 年で辞めるかもしれない”と言う人を採用することはありえない。反対に、企業は“ずっといてもらう”ということを前提にして採用し、手間暇かけて育てている。ただ、この教育方針や指導方針には色々あり、手取り足取り式や自律式など事情に応じて行っている。しかし、「放置」はしない。これは地域おこし協力隊についても同じことがいえる。このため、地域においても、地域の人たちにどんどん紹介していく、地域とのコミュニケーションの仕方をキチンと指導する、活動を地域の人に感じてもらえるチャンスを提供するなど、最低限のこととして、きめ細かくサポートしていく必要がある。

また、地域おこし協力隊という制度を活用すること自体が、まちづくりの1 つだ。したがって、この町の魅力はこうで、今後、こういう展開をしていきたいという理想、そして、地元の人たちが一緒に汗を流す覚悟を持ってお迎えしたいということキチンと伝えられるぐらいの環境と覚悟を整えることが受入れ側に必要だ。

高橋 氏：

ある意味、ほったらかしにすることも一つの手段だ。ほっとかれると、自分で色々と考えて工





夫する。たとえば、あの人は手伝ってくれるが、あの人は手伝ってくれないなどという判断も備わってくる。ただ、高野町の場合では、採用後、“地域の皆さんが自らの知恵と能力、お金で地域が再生していく仕組みを作ってほしい”というリクエストを出し、それについて徹底的に勉強してもらった。だからこそ、地域、行政、協力隊の三者で行う調整会議が大事だと思う。考えたことが良いかどうかなどを常に誰かが客観的に見ていなければいけない。

また、地域おこし協力隊は、地域に就職するのだから、地域おこし協力隊員は、地域との関わりの中で活動する必要があるし、地域も協力隊員と密接に関わる必要がある。

そして、今の過疎問題の本質は住民が地域に誇りを失い、「過疎ってダメ」と自信を失っていることだ。だから、協力隊員がそこに定住しただけでは解決しないし、そんな地域には外部の人は定住しない。受け入れ側として地域が自信を取り戻すために将来像を考えたり、歴史に残る新しいことを行うことを一緒に行う必要がある。

多田 氏：

採用については、地域が協力隊をどのように活用したいのかという戦略を持って募集をかける必要があり、地域に密着した取組を行う場合は、配置する地域もちゃんと手を挙げたところにしか入れないと言ったことも必要だ。また、採用も人数ありきで採用するのではなく、定員に達しなくても、キチンと厳しい目を見て、希望に合った人だけを採用するというスタンスも必要だ。



加えて、着任後の始めは、ちゃんと丁寧に教える、面倒を見る仕組みがあったほうが良い。放りっぱなしなのに上手くいったというケースは、ただ単に運がよかっただけ。

一方で、今の若い世代は、社会貢献をしたい、地域で何かやりがいがある活動をしたいと思っている人が多い。地域にも日本の農政問題に立ち向かうつもりで農業を営んでいる人がいるなど、覚悟を決めて地域から社会を変えたいという人が結構いる。なので、そのようなやる気のある人やのメッセージをちゃんと発信して募集をかけると、必ず良い人が来ると思う。



■現地見学会（11月20日（水））

【行程】

- 08：30 JR 甲西駅北口集合
- 08：50 三雲農業作業所見学（協力隊員の企画イベント「みちくさコンパス」の説明）
- 09：45 近江学園・ギャラリーこかげ見学（障害者福祉とアール・ブリュットの説明）
- 10：20 地域交流拠点あっこね見学（協力隊員による拠点づくりの説明）
- 11：30 福祉作業所ダイニングがむしゃら
- 12：40 直売所こなんマルシェ見学・買い物（協力隊員による PR ビデオ制作説明）
- 13：50 JR 甲西駅到着・解散

【視察模様】



西山隊員から東海道ウォーク「みちくさコンパス」企画に携わった経緯をチェックポイント兼アール・ブリュット展示場である三雲農業作業所で受ける



近江学園は、湖南市における福祉のまちづくりの原点で、平成26年3月に糸賀一雄氏生誕100年を迎える



空き店舗を地域おこし協力隊の事務所兼コミュニティスペースとして再生した「くつろぎ空間あっこね」の概要を黄瀬隊員から説明を受ける



障害者福祉作業所が経営する地域交流拠点ダイニング「がむしゃら」でカレー5種食べ放題のバイキング



森井隊員から湖南市の農産品や加工食品、工芸作品などを販売する「こなんマルシェ」のドキュメンタリー店舗紹介動画の説明を受ける



「こなんマルシェ」の見学と概要説明（一般社団法人 湖南市観光協会が運営）

(4) 第4回地域力創造セミナー

① 開催概要

テーマ：S a k eによる地域の活性化
開催日時：平成 26 年 2 月 7 日（金）
開催場所：ベルサール西新宿
受講者数：114 名

② プログラム

- 13:15 開会
- 13:15 総務省施策説明：大槻大輔 総務省人材力活性化・連携交流室長
- 13:25 リレーセッション1
「製法や地域文化の回顧を通じた経営と地域の再生」
講師 セーラ・マリ・カミングス 氏（株式会社文化事業部 代表取締役）
(休憩)
- 14:25 リレーセッション2
「海渡る“旅する地酒”が紡ぐ地域の魅力と未来」
講師 尾畑留美子 氏（尾畑酒造株式会社 専務取締役(五代目蔵元)）
- 15:15 リレーセッション3
「和の酒」甲州ワインの魅力と可能性」
講師 平山繁之 氏（勝沼醸造株式会社 副社長）
(休憩)
- 16:20 主催者挨拶 関博之 総務省地域力創造審議官
- 16:30 パネルディスカッション
テーマ：「S a k eによる地域の活性化」
コーディネーター：平出淑恵 氏（株式会社コーポ・サチ代表取締役）
パネリスト：セーラ・マリ・カミングス 氏、尾畑留美子 氏、平山繁之 氏
- 18:00 閉会
- 18:05 名刺交換会
- 18:30 交流会
- 20:00 終了

③ 講演要旨

■リレーセッション1

セーラ・マリ・カミングス 氏（株）文化事業部代表取締役

「製法や地域文化の回顧を通じた経営と地域の再生」

学生時代に交換留学生として来日したが、日本酒に興味を持ったのは、長野オリンピックのスタッフとして来日した時だ。たまたま参加した利き酒大会で、日本酒にはワインに負けないくらい洗練された日本独自の文化があると気がついた。しかし、その当時から酒蔵はドンドン消えていく状況にあった。その後、欧米人で第一号の唎酒師になり、色々な酒蔵を訪ね歩いているうちに、更に日本酒の素晴らしさに気がつく一方で、欠点も目についた。

“古い”という理由で日本の良さが消えているが、古い伝統文化に新しい風、新しい感性を加えると、欠点と思っていたことが、実は利点だったことに気づく。例えば、効率性などの理由により木桶がなくなっているが、木桶仕込みには良さがある。簡単に「仕方がない」とか、「時代の流れが悪い」というのではなく、日本が誇れる特別な文化がここにあるのだから、できるだけ人と分かち合い、その喜び、楽しみを共有できれば、必ず広がるはずだと考えた。

そして、その真ん中に日本酒が入ると、色々な分野の方々と出会いが出来て、絆が深まる。日本酒を通じて人脈・ネットワークが広がる。これこそが江戸時代に葛飾北斎を小布施に招いた頃、異文化交流が盛んだった理由だと思う。それを学んで自分たちが今、もう一度栄える酒屋にしたいと考えた。

特に、「旦那文化」の一つの担い手が酒屋で、そこが地域の育成の場であった。また、酒屋が桶、瓦などいろいろな仕事を発注することによって職人の技も残った。このため、自分さえよければいいという内向な酒屋ではなく、一頃の姿勢も再生して酒蔵を通じて日本の良さを再生したいと考えた。

榊一の再構築は、酒蔵の一部に「蔵部（くらぶ）」というレストランを、オリンピックの年に開いた。内装や調度品、外の瓦、庭などを再生して文化サロンの意味も兼ねて、お客さんに楽しんでもらっている。また「貧乏徳利」や「通い瓶」などリピーターを大切にする仕組みを復活をさせた。今、日本酒ブームとあっていいぐらいだが、外に売り込むよりは、直売で小布施までおいでいただく、この場で味わっていただきたいとした。

また、「Obusession」という交流会を12年前から毎月やってきた。いろいろな講師をお招きして、勉強したあとに日本酒を飲みながらパーティを開く。この交流で色々な刺激を受け、新しい可能性が湧き、新しいビジネスのきっかけとなった。「小布施見にマラソン」もここから生まれた。やっているうちにどんどんと盛大となって、来ていただいた先生方が何度も何度も小布施に足を運んでくれるなど、色々な効果が生まれた会になったと思う。

ここから生まれた「小布施見にマラソン」は、「海のない小布施に波を作ろう」と、海の日に合わせて1,700人のボランティアが地域をあげて8,000人のお客さんを迎える。途中、小布施ワインを飲んだり、ゴールでは日本酒を飲んだり等、楽しくワイワイできる手作りの大会だ。今ではこの1日イベントが防災訓練にも役に立っている。特に、これまでなかった病院との連携がマラソンを通じてできるようになった。また、集まった人からいろいろな発想が出てきて、それをどんどんと発展させている。たとえば、ボランティアは楽しいことなので、毎年ボランティアスタッフになる人



が多数いる。人の笑顔と喜びが絆の始まりになっている。

来てもらった人々に、そこを第二の故郷にしてもらうには、古い建物がたくさん並んでいるだけでは不十分だ。人々が生き生きと暮らしているところに、人は訪ねて行きたくなる。だから、まずは地域の方々が地域を楽しむことが大切だ。観光を目指すのではなく、むしろ観光が後からついてくる。そのけん引役として酒蔵や日本酒がなれると思っている。

■リレーセッション2

尾畑 留美子 氏（尾畑酒造（株）専務取締役（五代目蔵元））

「海渡る“旅する地酒”が紡ぐ地域の魅力と未来」

先ほど地域を変えていくには「若者、よそ者、バカ者」の力が必要とあったが、東京の大学を出て大手映画会社で働いた後、斜陽産業といわれた実家の蔵元に戻った私は、さしずめ「バカ者」に該当するのだろうか。

2007年にインターナショナル・ワイン・チャレンジ (IWC) という世界最大のワイン鑑評会に日本酒部門ができ、この記念すべき第1回目で当社の「真野鶴・万穂」が金メダルをいただいた。この時に気がついたことが三つあった。一つは、日本酒にはもっと個性が必要だということ。二つ目はシェアの取り合いではなく、もっとマーケットを創造していかなければならないと感じたこと。そして、三つ目は「日本酒には地域を元気にする力がある」と思ったことだった。



世界における日本酒を数字で見ると、2012年現在で、輸出されている清酒は14,000キロリッターで全国清酒出荷量約60万キロリッターのわずか2.4%。輸出額では約90億円だ。反対に日本はワインを1,067億円輸入している。この2.4%という数字にはまだまだ伸びる可能性があることを示している。日本政府がこれから農産物の輸出拡大を目指していく中、日本酒はその中の一つの柱として、明るい未来を作っていかなければならないと思う。

日本酒の振興は地域の活性化に結び付く。たとえば、日本酒の販売量や輸出量が増えると、酒米の需要が高まり農業が振興される。また、日本酒を通じて多様な食文化の魅力が発信され、地域の誇りも醸成される。さらには、そのお酒を造った生産地への興味が世界で広がっていく。それに関連して観光については、國酒プロジェクトの一つとして「酒蔵ツーリズム」があり、たとえば「にいがた酒の陣」という日本酒のオクトーバーフェストを目指したイベントでは去年は2日間で86,000人が新潟市内の会場にご来場くださり、新潟の街や人、文化に触れてくれた。

このように日本酒は地域を元気にする力を持っている。特に、昨今言われているグローバリゼーションの中、日本酒はまさにリージョナルな魅力を発揮することができる。何故なら日本酒は、地元の素材、郷土文化、自然があってこそ生まれる産物だからだ。リージョナルな魅力をどんどんお酒に詰め込んでいくことによって、それが世界に出たときに差別化や付加価値となる。日本酒は日本や生産地の文化を背負う地域の語り部だと考えている。私は自分のお酒を「旅する地酒」と呼んでいるが、それは佐渡の語り部であることを願って名付けた。佐渡は離島であり、東京一点を目指して競争をすればいろんなマイナス面が出てくるが、世界をマーケットに考えれば、島の欠点は利点になる。

真野鶴ではIWCをきっかけに「四宝和醸」という言葉を作った。これは日本酒を造るために必要な三大要素「米・水・人」に生産地である「佐渡」を加えて「四つの宝の和をもって醸す」という意味だ。まさに地域の魅力づくりが日本酒の魅力づくりになると言える。

その中で、今年の夏から、私どもでは「学校蔵プロジェクト」という新しい挑戦をする。廃校となった「日本でいちばん夕日がきれいな小学校」と謳われた学校を借り受けて、酒造りの場所とし

てよみがえらせる。そこでは、小さな仕込みタンクを入れマイクロブルワリーのモデル蔵をつくる。酒蔵がどんどん減る中、小さな仕込みで年間を通して造るモデルができれば、家族経営的な酒造りが残せると思っている。また、ここを学びの場所にする。将来的には酒造りを学べる場所にしていく予定だ。最低でも一週間滞在して学んでもらう傍ら、空いている時間は佐渡島を知ってもらい交流の拠点にもしていこうと考えている。さらには環境に優しい酒造りとして、自然エネルギーで酒造りを行いたいと考えている。

■ リレーセッション3

平山 繁之 氏（勝沼醸造（株） 副社長）

「和の酒」甲州ワインの魅力と可能性

今日は清酒がメインテーマであるが、当社のワインは「和の酒」だ。当社のワインが原料としているブドウは「甲州」という品種で、1,000 年も前に中国から伝えられた日本固有の品種で、ワインの原料として世界から認められた品種だ。

一方、「国産ワイン」の現状としては、制度上、海外から輸入されたブドウやブドウ濃縮ジュースを原料としたものであっても、国内で醸造あるいはブレンしたものであれば

「国産ワイン」を名乗ることが許されている。その中で我々は、「和の酒」として世界を舞台にしたワインづくりを行っている。

先ほど清酒は 1,600 の酒蔵があると言っていたが、5~6 つのメーカーで出荷量の半分以上を造っているのが現状だと思う。ワインも一緒に、200 以上のメーカーのうち数社が製造量の半分以上を賄っている。

ただ、清酒が古代から製造されているのに対し、ワインは明治になって国策としてブドウの栽培やワインの製造が始まっており、歴史が浅い。しかも、この一大ワインプロジェクトは病気が蔓延したことにより 10 年足らずで幕を閉じた。このため、一部の地域で生食用のブドウが残り、それが現在の岡山や山形などの産地として残っている。

このような背景があるため、実は、農家との関係においては、ワイン用の原料はくずブドウが使われる傾向にある。当時も今もそうだが、ブドウは傷につきやすく、腐りやすいため、非常にロスが出る。また、ワイン用に出荷するより、生食用に出荷した方が高く売れる。このため、良いブドウは生食用に流れてしまう。

ここにワインづくりによる農業活性化のジレンマがある。このため、原料のコストをカバーするだけの付加価値の高いワインをつくる必要が迫られる。

今、我々はブドウの品種でワインを売るのはなく、テロワール、ブルゴーニュやロマネコンテのように栽培された畑の違いで銘柄を分け売っている。この場合、ワインは少量しか生産できないので、コンビニやスーパーに売るのではなく、良さや違いを語ってくれる専門店や和食レストラン等に数量限定で売っている。この「特約店」制度はワイン業界では初めての取組だ。私たちはフランスとイタリアンではなく、「和の酒」甲州ワインをすべて和食店に置いてもらっている。ところが、和食のテイストをフランスが取り入れるようになったことで、日本の和食を学びに来た海外のシェフが、「甲州」を使ってもらえるようになった。現在、イギリス、フランス、アメリカなどから引き合いがある。私たちは小さなワインメーカーだが、このような「飲食の文化」を作りたいと考えている。

一方、ブドウ畑は一度辞めてしまうと、木が育ち収穫できるまで数年かかる。ブドウ栽培農家も高齢化が進んでいるので、辞める農家が増えている。また、先ほどのとおり、コストと品質につい



て農家の理解を得ることが難しいことから、規制緩和を契機にワイン会社が自らブドウ栽培を手掛けるケースが増えてきた。しかし、農業振興の観点からみると、これは課題が多いと考えている。企業がどんどん畑を広げていくと、会社がつぶれた時点で、先人から受け継いだブドウの景観が失われる。虫食いになってしまう。このため、今、私たちは、今以上に自分たちでぶどうを作らないことを原則にしている。農家を巻き込んで、契約栽培をする。やる気のない農家が出てきたら、どうやってやる気を持ってもらうか一緒に考える。やめそうになったら私たちが手を貸す。当社にはチームがあって、剪定作業や除草などの手のかかる作業には、私たちの社員を派遣している。「おっちゃん、もうちょっと頑張れや。あと 10 年できるよ。うちらもやるからさ」と。

私たちがプロジェクトを立ち上げたばかりだが、甲州ブドウに関する全ての情報を私たちの会社から発信し、また、農家のお手伝いもしていくという組織づくりを考えている。そして、和の酒甲州の発展と地域活性を両立する取組を進めている。

■パネルディスカッション

テーマ：「S a k eによる地域の活性化」

コーディネーター：平出淑恵 氏（株）コーポ・サチ代表取締役

パネリスト：セーラ・マリ・カミングス 氏、尾畑留美子 氏、平山繁之 氏

【論点提供】

平出 氏：

パネルディスカッションを始めるにあたり、空飛ぶソムリエ等の活動を通して考えていることを論点提供としてお話しさせていただく。やはり、日本酒を通じた地域活性の方向性としては「S a k eから観光立国」が大きなテーマになると考えている。

私の28年間のJALキャビンアテンダント業務の過程で、ソムリエや、米国、英国のワイン教育者の資格、利き酒師などの資格を取り、ワインの専門家やスペシャリストとの交流を通じて、海外から日本を見る、それから、ワインの世界から日本酒を見てきた。その経験の中から、日本酒のことを知らない海外の人でも、ワインをたしなみ、ワインの価値のわかる人であれば日本酒の価値も理解できると確信を持つに至った。そして、ワインの世界が実現しているワインツーリズムなど地域を世界に発信する経済効果も実現できると確信した。そこで、2006年から若手蔵元の全国組織「日本酒造青年協議会」（日青協）が日本酒や日本の食文化を広く世界に発信する人材に「酒サムライ」の称号を与え、共に普及活動を行う酒サムライ活動に参画している。また、2007年に世界最大規模のワインのコンペディション「インターナショナル・ワイン・チャレンジ（IWC）」に本格的な日本酒部門の開設に関わった。

先ほど尾畑さんも話をされていたが、日本酒の輸出货量は2%で売上は約100億円、一方のフランスワインは生産量の半数ぐらいが輸出され、8,000億円近い市場を取っている。このほかにイタリア、スペイン、南アフリカ、ニュージーランド、オーストラリアのワインがあり、大きな経済規模の中で凌ぎを削っている。このため、日本酒自体に価値があるとしても、多くの蔵元さんが小規模という状況の中では、言葉や文化が違うグループマーケットに出ていく販路開拓は、非常に困難であるということがわかる。

私がIWCの日本酒部門開設に尽力した理由の一つとして、この世界中に広がるワインのインフラを活用できないかと考えたからだ。ロンドンで行われるIWC審査会には全世界から12,000の出品酒が集まり、審査員はグローバルなワインの世界で活躍する人材だ。その際、日本では酒サムライ事務局（日青協）が出品酒の募集や日本からの上級審査員の派遣などを行っており、IWCも審査期間





中にロンドンでワイン日本酒の講習会やテイस्टィングを行うなどワイン部門にはない配慮を日本酒部門にしてくれている。

ワインの海外啓発に必須といわれている3活動がある。一つは Education。このため日本酒でも世界に通用する体系的な日本酒教育プログラムを作成し、日本酒の価値を消費者に伝えられる人材育成をしなければならない。その教育活動を多方面から支援する事も必要だ。その上で二つ目の Competition。第三者の目でお墨

付きをもらって世界的な立場から価値を発信していく。それに伴って Promotion 活動。業界向けと消費者向けに、国内外に絶え間なく Promotion 活動を続けることだ。ただ、小規模な蔵元さんたちが、この3つの活動を続けるには、やはり困難がつかまとう。このため、ワインのインフラを場・機会として上手に使っていく必要がある。

また、ワインの専門家や、ある程度ワインを学んだ人なら、その味わいを、ワインを表現するための共通語「ターム」を使って表現できる。振り返って、蔵元さんが海外でそのお酒の味わいを説明して、相手に通じるタームがあるだろうか。ここでもワインのインフラを使うメリットがある。

持続可能なビジネスとして日本酒を広め、地域の活性化につなげていくためには、やはり輸出できるところは輸出して、輸出できないところはその価値を発信して、地元に来ていただく。そのための準備を地域の皆でしていくことが必要というのが、私が今まで活動してきたところだ。

これを前提にして地域で活躍の3名の方とパネルディスカッションを進めたいと思う。

【パネルディスカッション】

セーラ・マリ・カミングス 氏：

現在、毎週 100 人ぐらいの外国人がうちの蔵を訪ねている。15 年前には一人の外国人ともすれ違うこともなかった。日本の文化に興味を持つ外国人が増え、そして、日本酒にも興味をもっている人も増えた。来た人は沢山買って帰っていく。今、日本酒を紹介する記事が増えており、認知度も高まっている。東京オリンピックも開催されるので、地方にも外国人観光客がますます増えるだろうし、日本酒も志向されるだろう。まさしく追い風が吹いている感じだ。



日本酒を通じて地域の活性化につなげるには、英語のパンフレットなどでの紹介はもちろんのこと、利き酒大会の開催とか語り部などを置くなど、地域と日本酒に出会う機会づくりを増やすことが必要だ。情報発信については、FaceBook などのお金のかからないソーシャルネットワークが広がっているので、この活用は不可欠だろう。

一方で、職人さんの収入の安定にも配慮が必要だ。職人さんはプライドが高い職業であるが、他の職業に比較して収入が低い感じがする。若い世代の職人を育て、持続的な仕組みにするためにも収入に対する配慮も必要だろう。

行政に対しては、民間がイニシアチブを取れる活動資金の仕組みを楽にしてくれるといい。特に書類の手続きが大変だ。もっと簡便であれば、町民や市民の方々と夢を一緒に実現できると思う。

尾畑 氏：

語り手として最も相応しい職人さんは、やはり造ることが第一なので、弁が立つ職人さんは少ないかもしれない。しかし、酒造組合中央会のセミナー等では若手杜氏の話を聞く機会を作っている。ファンと造り手をつなぐ試みは増えている。

地域と日本酒を知る機会づくりとして、先ほど「学校蔵」のお話をしたが、ここでは人材育成はもちろん、最終的には島に新しい文化を作っていくことを目指している。これは一度に創り上げるのではなく、時間をかけて少しずつ実現したいと考えている。この時、我々が心がけているのは、外の人と地元の人をクロスさせること。新しいことを始めるときには外の人と地元人のクロスする機会を作ることによって違う観点を入れることは大切だ。



クロスやコラボをさせるにあたり、女性の力を使うことも一つのやり方だ。やはりすぐ仲良くなるし、最近では女子会でもワインや日本酒であつという間に横に繋がっていく。地域のために頑張っている女性は多いと思う。

行政に対しては、規制緩和や案件ごとに柔軟な対応をいただけると正直うれしい。特に、日本酒の蔵元は、100年200年その場所において、これから100年200年先もその土地に居続ける存在だ。それが蔵元の役割であり、新しい公共の役割を担う面も出てきているように感じる。このため、行政は、蔵元をもっと活用していただければと思う。先ほど、蔵元を地域活性のコンテンツにしてはという意見があったが、まさにその通りだ。

平山 氏：

語り手のことを言えば、ワインの世界はジャーナリズムが確立している。たとえば、日本酒などマイスターの場合は、作柄が違って毎年同じものを作ることが求められる。反対にワインは毎年毎年味が違っていい。作柄による味の違いがヴィンテージとなる。そして、それをジャーナリストが楽しそうに伝えてくれる。地域づくり等においてもそのような語り手も育てることが必要だ。



機会づくりでいえば、勝沼にはワインツーリズムが生まれている。ただ、勝沼にある30近いワイナリーは色々事情があるので企画運営にタッチしていない。ワインラバーたちが立ち上げてくれた。ただ、私は地域づくりの立場として月一回行っている朝市とコラボさせて、ぶどう棚の下での野菜販売や「縁側カフェ」などをやってみた。すると、順路やサインポールなどが必要という話となりフットバス協会が立ち上り、コースが作られた。この結果、イベントが終わった後も人が歩く姿が見られるようになった。これは5年ぐらいかかっているが、今までにない観光の姿だ。私どもはワイナリーが直接仕掛けるのではなくて、ワイン好きに仕掛けてもらうように、地域とワイン好きをつなげた経験がある。

行政に対しては、仕組みづくりに協力して欲しい。我々は、補助金ではなく、東京等で稼いだお金を地域で回すという仕組みを作りたいと思っている。地域の活性化に地域経済の活性化が大切だ。行政は箱モノをつくりたがるが、仕組みづくりにもお金をかけた方がよい。



(5) 第5回地域力創造セミナー

① 開催概要

テ ー マ：地域の活性化のためのデザイン

開催日時：平成 26 年 3 月 24 日（月）

開催場所：フクラシア浜松町

受講者数：86 名

② プログラム

●13:30 開会

●13:35 リレーセッション1

「システム×デザイン思考による地域の課題への取組」

講師 前野隆司 氏（慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科教授）

（休憩）

●15:15 リレーセッション2

「まちを支えるモノ・ヒト・コトのデザイン」

講師 西村浩 氏（建築家 / ワークヴィジョンズ 代表）

●16:40 閉会

【総務省施策説明会】

●17:00 総務省施策説明：大槻大輔 総務省人材力活性化・連携交流室長

●17:30 個別相談会

●18:00 終了

■リレーセッション1

前野 隆司 氏（慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科教授）

「システム×デザイン思考による地域の課題への取組」

「システム×デザイン思考」とは、もともと製造過程において効率性等の観点から組み立てられた緻密なシステムと、枠に当てはまらない柔軟な感性を動員して斬新的な製品等を生み出すことを、どちらも追求する考えだ。今、これをまちづくりや地域の活性化に応用した研究や実践を行っている。

地域づくりにおける「システム」とは、人や人、組織や人、ものと人など、世の中の物事のつながりと捉えており、新しい何かを作りあげること全てを「デザイン」と捉えている。このため、地域づくりにおける「システム×デザイン思考」とは、地域の様々な主体がどのように組み、どう動けば、皆が幸福になる活動を続けていくことができるか、を考えながら創り上げていくことだ。

このプロセスとして、地域活性化ではブレインストーミングやワールドカフェが取り入れられているが、「システム×デザイン思考」で大切なのは、みんなの視点で課題や色々な感性のアイデアを出し、その想いを皆で共有するだけで終わるのではなく、それを誰が、どのように、お金の調達も含めてキチンと回っていくかも含めて考えていけるかだ。しかし、ブレインストーミングでは、アイデアをだす過程で、良い・悪い、できる・できないといった議論を挟んでしまい、折角の感性やポジティブマインドを停めてしまうケースが多い。できる・できない等の議論はブレインストーミングの次のステップで行うものだ。

このステップで、色々なアイデアをポジティブに出し合うことは楽しく、チームビルディングにも貢献する。

「システム×デザイン思考」のポイントのひとつはポジティブ思考だ。ポジティブ思考で行っているまちづくり等は成功しているケースが多い。実は最近「幸せの条件」と「良いワークショップの条件」は一緒だということに気がついた。我々の研究によると「幸せの条件」は4つで、一つは「自己実現と成長」。二つめは「つながりと感謝」。三つめは「ポジティブ思考」。四つめは自分のやりたいことをやっていく「独立とマイペース」。これは1,500人の日本人に対するアンケートを因子分析した結果だ。この4つを満たしている人が幸せな傾向がみられた。「良いワークショップの条件」も実はこの4つと重なっていて、このようなワークショップをすると、実際に良いアイデアや良い成果がでてくる。

これに加えて、地域の様々な主体の合意を図るためのワークショップの進め方として「メタ目的化方法論」がある。「メタ目的」とは、一つ上の観点から目的を考えること。たとえば、横浜市保土ヶ谷区で「駅前公園を核とした地域コミュニティをどうするか」について、行政管理部門、横浜青年会議所、地元活性化団体、公園利用者が話し合った。行政管理部門が「公園愛護会の立ち上げ、支援をしたい」と言うと、青年会議所は「街区公園拠点とした地域活性化モデルをつくる」。活性化団体は「地元活性のひとつとして公園を役に立てる」。公園利用者は「自由に公園を楽しみたいし、身近なパブリックスペースになって欲しい」と言う。一見この目的は全く違うようだが、ワークショップで皆さんの目的は、そもそも何なのですか？」とメタ目的を導くと「地域が自己実現できる拠点をつくりたい」という点で一致した。皆、納得感があるので、仲間意識が高まり、そのあとは一気にイベントや活動、施策の方向性が決まっていく。フロー図やツリー図、表などで分類し、可視化しながら「メタ目的」を探り、その後、具体的方法を考え、いろんな問題を解決していった。幸せの実現だ。





また、この幸せな場づくりが地域活性の動きを生み出す。たとえば、港区が支援している「芝の家」は「地域に居場所をつくりましょう」という活動で、最初はくつろいでいるだけの人も、「自分の居場所」となると、「私何かしましよるか？」とだんだん自分の役割を申し出てくる。これにより新しい行動が生まれ、自己実現の段階が上がり、つながりも強くなっていく。

このプロセスを研究したのが「共同行為における自己実現の段階モデル」だ。マズローの「自己実現の段階的構造」を縦軸に、「共同性の段階的構造」を横軸にとってみると、各人の居場所として目的性・共同性が高まってくるにつれ、自己実現性が高い動きが起こってくる。「芝の家」の実験でも、「〇〇のために集まりましょう」とは言っていないにも関わらず、月日がたつにつれて、それぞれなりに行動や活動がどんどん発展していった。当然、最初にいた人全員が残る訳ではないし、活動・行動の発展のスピードも人それぞれだ。ただ、誰もが一緒にいられる場所を作ると、人間は自らが持つ幸せへの欲求から、「自己実現」と「つながり」という幸せの二つの因子をモチベーションとして、それを自ら作り出そうと行動する。

この枠組を使うと、地域活動の見える化も可能だ。多くの場合、地域活動の状況を、来場者数や売り上げで測りがちだが、本当は人々がいかに幸せになっているかが重要だ。であれば「人々の幸せの実現」が「地域活性化事業の成功」ということがいえる。一見、来場者数が 100 人と 10 人だったら、100 人のほうが 10 倍優れているように見えるが、10 人の人が皆「自己実現」の領域に到達していたら、この人たちが核になって次の活動を起こしていくわけだ。100 人がなんとなく来て、すぐ帰っていったのと、地域活動を自ら興す 10 人が生まれたのでは、地域にとっては 10 人の方が良い。

このように、このチャートを使うことによって、自己実現と地域での役割を測りながら、活動の状況を可視化し、確認することもできる。

■リレーセッション2

西村 浩 氏（建築家 / ワークヴィジョンズ 代表）

「街を支えるモノ・ヒト・コトのデザイン」

人口推移を見ると 2005 年ぐらいをピークに人口が減少している。だから、まちづくりにおいては、今までのように再開発をして、どんどんモノを作って店舗を入れるという方法はもう通用しない。新しい方法を発明しなければいけない。もっといえば、この先 50 年と続けていける方法やアイデアを探さなくてはならない。5 年くらいしかもたないアイデアだったら、それまでにかけた費用や苦労が無駄になってしまう。ただし、長く持つ力があるアイデアほどなかなか理解されづらい。先進事例がない新しいアイデアほど反対が多いのは当たり前だ。しかし、これからは、官民一体となってそこを突破し、実施することがこれからのまちづくりだと思う。もっと言えば、日々の暮らしを変えることも都市のリノベーションだと思う。例えば人通りが少ない商店街で「1 カ月のうちにこの日だけは通勤・通学でこの道を皆で通ろう」という日をつくると、その日だけは商店街は凄い人通りとなる。つまり、どこをどう歩こうということを意思共有するだけで、お金をかけずに商店街が活性化する。しかし、そういう意思が共有できてないからまちづくりが上手くいかない。また、イベントも何かしらのストックの積み重ねができるよう意識しないと無駄が多くなる。お金をつぎ込んでイベントをやっても、一時的なものに終わることが多い。



今、私が提案するのは「空き地をマネジメントしましょう」ということ。空き地が駐車場になるから悪い。空き地の価値を改めて考え、その空き地の位置と用途をコントロールしていけば、街は必ず再生する。結論から言うと「原っぱにしよう」だ。規制や制限が全くない「原っぱ」にすることで色々な動きがでてくる。「原っぱ」が地域の価値を上げることを想定して社会実験を行ったのが「佐賀わいわい！コンテナプロジェクト」だ。空き地を借りて、芝を敷き、デッキをつくり、コンテナを置いた。芝生は市民の手で植え、コンテナには 300 種類の雑誌、絵本を置き、自由に使えるサロンを街なかに造った。自分達で造った場所だから愛着が出て丁寧使うし、通うようになる。芝もみんなで行っている。広場に子どもがワイワイ集まってくるし、お母さんも来る。人が集まると色々な使い方のアイデアが生まれ色々な使われ方をする。すると、もっと人が集まる。今 3 年目が多い時には 1 カ月に 8,000 人が訪れる場所になっている。滞在する空間を街なかに造ることで、この人たち向けのお店やビジネスが成り立ってくる。今、無料の英会話塾教室が開かれ、チャレンジショップも始まった。そして、周辺ではマンションやアパートが建ち始め、街なか居住が進んでいる。「わいわいコンテナ」では、誘導もしないかわりに規制も全くしない。商売をしに来てもいいし、お店の PR をしてもいい。ただし、商売したら売上の 5% をもらっている。そうすることによって、これまでボランティアで行ってきた原っぱの維持管理費を捻出している。

このような市民参加を行うと必ず「コミュニティデザイン」という言葉が出てくる。最近では流行り言葉のようになっているが、大切なのは出来上がった後だ。将来にわたって、どう維持していくのか、どう賑わい保つのかということをも市民が自らお金を生みながらやっていくことが大事だ。それをさらに雇用につなげる必要がある。それには「好き」と「カネ」。好きな人が集まってそれがカネになれば、掃除だってなんだってする。「街を支えるモノ・ヒト・コトのデザイン」とはこうだと思っている。

ただし、ここまで来るのには時間がかかる。特に、地方都市では、情報が伝わるのが遅い。ホームページを作っても誰も知らない。一番伝わるのは口コミで、たとえば 10 人の人が参加して「楽しかった」という言葉が少しずつ伝わっていく。多少時間はかかるが 3 年ぐらいうると、多くの人が集まる場所になる。

話を聞いて「民地なのに乱暴だよ」と思っている方がいるかと思う。でも、民地でもやるべきだ。新しい発明をしなければいけない。だから社会実験といういいツールがあるわけだ。それにいろいろな制度、例えば税制までも重ね合わせて、駐車場より原っぱにした方が得だ、というアイデアを街なかにインストールできるかどうかだ。

暮らしの環境ができたり、市民活動が活性化したり、街なか居住が促進されたりすることの裏返しとして、商業が再生される。街なかに人が来る動機をつくるのが公共の役割で、商業の再生は民間の役割だ。人が来ているにも関わらず「儲かりませんでした」は民間の責任だ。まちと商業の組み合わせをいかにやるか。どちらかだけでは、まちは再生しない。

モノをつくり、そこにヒトが関わって、コトを興す取組までは各地にある。でも、ここからが大事。これをグルグル回して食っていける、雇用が生まれる、事業としてのまちづくりを行う。そして、できたところを中心に波及させていく。この流れを作れば恐らくまちづくりは上手くいく。

そして、この流れを行政と民間がタッグを組んで行う体制と戦略づくりができるかが大きなテーマだ。つまり連携するための戦略をきちんとつくることと、体制をつくるのがポイントだ。



だから、これから一番必要な人財は、この連携の隙間を担う人。私はこういう仕事を良い意味で「隙間産業」と呼んでいるが、この隙間産業を担う人間がどれだけ出てくるか。隙間産業を担うには、少なくとも二つのことについては詳しく知っていなければいけない。下手をすれば三つ、四つ知っていなければいけない。だから大学教育も含めて、いかに隙間を埋めることができる人材を育てることができかが今の時代の大きなテーマになっていると思っている。



【施策説明会】



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 25 年度²は民間専門家（239 名）、先進市町村で活躍している職員（34 名）及び先進市町村の組織 13 組織の計 273 名・組織を登録し、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 25 年度の登録者の内訳>

1. 民間専門家	239 名
2. 先進市町村の職員	21 名
3. 先進市町村の組織	13 組織
合計	273 名・組織

※平成 26 年 3 月時点の登録内容による

² 「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 26 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 25 年度登録者 273 名・組織 (敬称略)

※平成 26 年 3 月時点の登録内容による

1. 民間専門家 (239 名)

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
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てるように…。
赤須 治郎	赤須企画事務所	代表	石川県金沢市	国産紅茶づくりによる地域活性化
朝比奈 一郎	NPO 法人地域から国を変える会	理事長	東京都港区	地域コミュニティの再生による中心市街地活性化
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ないものづくり
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
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)
アレックス・カー	特定非営利活動法人 籠庵トラスト (ちいおりとらすと)	理事長	京都府京都市	町家・古民家を宿泊・飲食・物販事業向けに再生+地域の各種体験プログラムで観光ビジネス創生
阿波谷 敏英	高知大学医学部家庭医療学講座	教授	高知県南国市	地域と連携した医学教育と地域医療再生
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	広島県三次市	中国・地域づくり交流会活動 ひろしま NPO センター 活動 NPO 法人ひろしまね「もう一つの役場」の提案
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
飯倉 清太	特定非営利活動法人 サプライズ	代表理事	静岡県伊豆市	「いつもどこかで誰かが拾っている」…継続した清掃活動が、まちづくりに発展
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
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
石垣 政裕	お父さんたちのネットワーク	代表世話人	宮城県仙台市	やわらかいネットワークの構築による地域活性化
石河 智舒	ゆずの里かおり村	会長	栃木県茂木町	「みんなでやっペー、頑張っペー」
石黒 靖敏	石黒靖敏コンサルティングアソシエイツ事務所		愛知県豊山町	街づくりプロデュース
石塚 茂樹	釧路ポイントカード事業協同組合	理事長	北海道釧路市	地域ポイントカードによる「善意の域内循環」システムの構築
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
泉谷 昇	特定非営利活動法人いよココロザシ大学	理事長・学長	愛媛県松山市	「誰でも先生、誰でも生徒、どこでもキャンパス」いよココロザシ大学。
井手 修身	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～
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
井上 あい子	NPO 法人 HINT / ai 株式会社	副理事長 / 代表取締役	兵庫県神戸市	ICT を活用した情報発信力の強化

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
井上 弘司	CRC 地域再生診療所	代表執行役	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および移住交流
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
茨 常則	日本医療文化研究会 株式会社医文研	主宰 代表取締役	東京都千代田区	情報の非対称性と住民の生活
今井 修	有限会社 ジー・リサーチ	代表取締役	東京都板橋区	地理情報システム(GIS)を活用した地域課題の解決
今泉 重敏	株式会社 まちづくり計画研究所	代表取締役	福岡県福岡市	笑顔満タン、豊かな発想による、目からウロコのまちづくり仕掛け人
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
李 容淑	大阪経済大学、(株)リンカイ	客員教授、代表取締役社長	大阪府大阪市	観光と日本酒(地域資源)のマーケティングを生かして外国人観光客誘致の新ビジネス創造
岩佐 吉郎	株式会社 国建	企画推進室 顧問	沖縄県那覇市	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
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
臼井 純子	株式会社富士通総研	エグゼクティブコンサルタント、PPP推進担当理事	東京都港区	ボランティアホリデー、産業人材育成コーディネーター
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)
大社 充	NPO 法人グローバルキャンパス	理事長/GCJ 総研所長	東京都渋谷区	観光サービス人材育成研修事業
太下 義之	三菱UFJリサーチ&コンサルティング	芸術・文化政策センター長/主席研究員	東京都港区	「食文化」の振興による地域活性化
大島 康孝	大阪樟蔭女子大学 学芸学部 インテリアデザイン学科	教授	大阪府東大阪市	地域資源「オリーブ」を活用した「農」「商」「観光」の地域活性化
大竹 道茂	江戸東京・伝統野菜研究会	代表	東京都昭島市	江戸東京の伝統野菜による地域活性化と食育授業の推進
大塚 幸雄	バル街づくり研究所	代表	東京都武蔵野市	「合わせ技一本」島型ビジネス展開事業(海士町)
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組
大南 信也	特定非営利活動法人グリーンバレー	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
大湯 章吉	能登乃國ゆすぎ塾	塾長	石川県鹿島郡中能登町	地域活性化事業の取組と支援
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
岡本 勝光	NPO 法人 てっちりこ	理事長	岡山県鏡野町	特産品開発事業
奥村 玄	株式会社 GEN プランニング	代表取締役	東京都三鷹市	宮崎県えびの市「地域づくりアドバイザー」/和歌山市「中心市街地再生戦略会議コーディネーター」
小田切 徳美	明治大学農学部	教授	神奈川県川崎市	農山村における地域づくり支援
尾野 寛明	有限会社エコカレッジ	代表取締役	島根県川本町	インターネット古書店による過疎地の雇用創出、および都市部の若手企業家誘致
小野 恵美子	EMK デザインスタジオ	主宰	東京都文京区	地場産業事業者にも必要である時代感覚を培い、事業計画や商品開発のブラッシュアップを図ります。

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
表 博耀	日本文化伝統産業近代化促進協議会 (J-ART)	会長	大阪府大阪市	地域の民話神話を活かした神楽創作による地域資源のブランディング
甲斐 寛人	ランドブレイン株式会社	主任	東京都千代田区	プランニングから実行まで一貫したマネジメント
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
春日 俊雄	荻ノ島ふるさと村組合	組合長	新潟県柏崎市	地域資源を活用した交流観光による自信と誇りの再生・地域の活性化
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組)
加藤 種男	公益社団法人企業メセナ協議会	専務理事	東京都墨田区	文化を活用した地域経済・地域社会の創造
加藤 文男	株式会社とみうら(枇杷倶楽部)	取締役	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
加藤 せい子	NPO 法人吉備野工房ちみち	理事長	岡山県総社市	まちづくりプロデュース(みちくさ小道・地域の商品開発)
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』
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振興事業
紙田 和代	ランドブレイン株式会社 東日本大震災復興支援グループ	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推進(計画づくり、地区計画策定、取組・事業実施)の支援
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
川野 正彦	スタイルジャパン研究所	主宰	東京都渋谷区	地方自治体と地場産業、それぞれのパフォーマンスを活かした地場産業のブランドづくり
菅野 剛	株式会社 TAISHI	代表取締役	北海道札幌市	既存資源の潜在力を高め自立支援型のコンサルモデルの実践事例
岸本 晃	株式会社 プリズム	代表取締役	兵庫県加古川市	ICT人材「住民ディレクター」で地域とメディアをプロデュース
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	諸外国を含む先進事例の紹介と教訓についての解説、ワークショップ指導
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 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
木村 修	伊賀の里モクモク手づくりファーム	代表取締役社長	三重県伊賀市	地域活性化 ～モクモク手づくりファーム運営を通じた農業の6次元化～
木村 聡	八戸せんべい汁研究所	事務局長	青森県八戸市	「八戸せんべい汁」の全国ブランド化及び「B-1グランプリ」による食によるまちおこしの全国展開
木村 乃	ビズデザイン株式会社/明治大学商学部	代表取締役/特任准教授	東京都港区	シティセールス、地域ブランディングを基軸とした着地型観光による地域活性化
鯨井 勇	株式会社藍設計室	代表取締役	東京都東村山市	地域資源環境を保全しながらの再生・交流・活性化

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
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
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』
熊倉 純子	東京藝術大学	教授	東京都足立区	地域型アートプロジェクトの実践
久米 信行	一般社団法人墨田区観光協会	理事	東京都墨田区	経営者や自治体有志で勝手にネットで観光協会
鞍打 大輔	特定非営利活動法人日本上流文化圏研究所	事務局長	山梨県早川町	住民主体の地域づくり活動や集落の維持・活性化へ向けた取組への支援
釘持 雅幸	株式会社流通研究所	代表取締役	神奈川県厚木市	南房総市地産地消推進事業
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
小出 宗昭	富士市産業支援センターfBiz	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
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)
小島 明香	阿蘇オーガニック・トスカーナ株式会社	代表取締役	熊本県阿蘇市	里山、里海、など地域の特徴や大自然を活かした六次産業創出
小島 慶藏	地域力創造アドバイザー		福井県福井市	海外戦略も視野に入れた産業振興、農商工連携、人材育成、新規事業創出
後藤 春彦	早稲田大学理工学部 教授	教授	東京都新宿区	まちづくり支援
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	マーケティング的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・淡路大震災の復興市民まちづくり総合的支援
小林 和彦	火の国未来づくりネットワーク	事業担当役員	熊本県熊本市	「出会う・つなげる・ふるさとにする～懐かしい未来の創造者～」ソーシャル・プロジェクト・コーディネーターの役割
小林 詳子	地域力創造アドバイザー		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
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
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	小さな社会実験による担い手育成
坂本 世津夫	四国情報通信懇談会	運営委員長	高知県南国市	ICTの活用による地域活性化、地域人材育成
坂元 英俊	(株)マインドシェア	観光地域づくりプロデューサー	福岡県福岡市	阿蘇地域の滞在交流型観光と地域づくり(広域連携)
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
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
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
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・ツーリズム事業の定着拡充で地域活性化
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

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
沢畑 亨	水俣市久木野地域振興会	水俣市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
澤島 光弘	榊澤電機製作所	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!
椎川 忍	(1)NPO 法人大山中海観光推進機構 (2)NPO 法人地域力創造研究所 (3)地域に飛び出す公務員ネットワーク	(1)理事 (2)副理事長 (3)代表	千葉県佐倉市	「緑の分権改革」の推進と公務員参加型地域おこしのススメ
塩見 直紀	①半農半X研究所 ②特定非営利活動法人里山ねっと・あやべ	①代表 ②スタッフ	京都府綾部市	半農半Xライフスタイルの提唱とコンセプトを活かした地域再生
篠崎 宏	JTB総合研究所 コンサルティング第一部	コンサルティング 第一部長兼首席研究員	東京都千代田区	奥尻島地域再生プロジェクト
篠原 靖	跡見学園女子大学 (内閣府地域活性化伝道師)	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	埼玉県南埼玉郡白岡町	里山の保全活動、森林活用
渋澤 寿一	NPO 法人樹木・環境ネットワーク協会	理事長	東京都千代田区	地域の自然と文化をベースとした循環型地域づくり
島田 昌幸	株式会社 ファミリア	代表取締役	宮城県仙台市	「東北 Roku プロジェクト」の創出
清水 慎一	(1)立教大学観光学部 (2)(株)ツーリズムマーケティング研究所	(1)特任教授 (2)顧問	埼玉県新座市	観光による交流を活かした元気なまちづくり
白仁 昇	一般社団法人おきなわ離島応援団	理事	沖縄県那覇市	沖縄発の化粧品プロデューサー・北大東村「地域力創造アドバイザー」
須川 一幸	東京富士大学 経営学部イベントプロデューサー学科	教授	東京都新宿区	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
杉田 英治	特定非営利活動法人 五ヶ瀬自然学校	理事長	宮崎県五ヶ瀬町	自然学校を主体とした環境地域づくり
杉本 利雄	(有)ラピュタファーム	代表	福岡県川崎町	観光果樹園での地産地消型のレストランの経営と地域との連携
関司 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
鈴木 達也	(1)表参道発展会(いなり楽市実行委員会) (2)榊豊川まちづくり そわか	(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
鈴木 俊勝	茨城の地域づくりと観光を考える会	代表	茨城県土浦市	地域資源を活用した地域づくりと観光振興
鈴木 奈緒子	(1) NPO 法人awarart (2) COM計画研究所	(1) NPO 法人awarart事務局 (2) COM計画研究所 総括研究員	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
鈴木 邦治	公立大学法人名桜大学 財務部	施設課長	沖縄県名護市	地域性を考慮した産業創出と人材育成
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
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)
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

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
千田 良仁	株式会社アイファイ	代表取締役	東京都新宿区	「つなぐ」「つむぐ」～地域資源の発掘・利活用とヒト・モノ・カネのコーディネートによる持続可能な地域活性化モデルの構築
相馬 康穂	プロジェクトおおわに事業協同組合	副理事長	青森県大鰐町	
曾根原 久司	特定非営利活動法人えがおつなげて	代表理事	山梨県北杜市	農商工連携による農村活性化
醍醐 孝典	株式会社 studio-L	ディレクター	大阪府大阪市	コミュニティデザインによる地域課題解決の支援
高木 治夫	京都フラワーーツリズム合同会社	プロデューサー	京都府京都市	人を活かして観光振興をはかろう!
高橋 明子	アクション・リサーチ	代表	東京都杉並区	ICTを活用した、生活現場からの地域メディアづくり・人づくり
高橋 一夫	近畿大学 経営学部	教授	大阪府東大阪市	地域資源を活用した観光まちづくりと集客戦略及び地域ブランドの構築
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
高橋 英典	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の取組「福祉を核にしたまちづくり」
高橋 幸照	多気町勢和地域資源保全・活用協議会	事務局長	三重県多気町	農村協働力(地域の絆)を活かした地域資源の保全と活用
高橋 寛治	地域プランナー		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
高峰 博保	(株)ぶなの森	代表取締役	石川県金沢市	地域内産業連携を通じた地域振興
田口 太郎	徳島大学総合科学部	准教授	徳島県徳島市	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
武居 丈二	自治大学校	客員教授	東京都立川市	まちづくり政策と地域経営～これからの時代に求められるもの～
竹本 慶三	させば四ヶ町商店街協同組合	理事長	長崎県佐世保市	地場産品を活用した「食」と「農」による地域活性化
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
多田 喜一郎	春蘭の里実行委員会		石川県鳳珠郡能登町	若者が帰ってくる農村の再生を目指して
多田 稔子	一般社団法人 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」をめざして
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	東京都渋谷区	観光地や商店街の地域資源を大切にしたい「景観づくり」による活性化支援
谷本 互	まち&むら研究所 / 合同会社地創研	代表/GM	石川県河北郡津幡町	発酵食品、地域食品支援活動から提供施設の活性化まで
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)
玉沖 仁美	株式会社 紡	代表取締役	東京都港区	「モノをつくって売る」ことを自分のできるようになる」実施型サポート
千葉 茂樹	NPO 法人比企自然学校/比企の川づくり協議会	比企自然学校:代表理事/比企の川づくり協議会:前代表(2012年度まで)	埼玉県東松山市	地域資源を活かした地域おこし(観光・教育・環境・健康)

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
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
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」
鶴田 浩一郎	NPO法人 ハットウ・オンパク、(社)ジャパン・オンパク、(株)鶴田ホテル(ホテルニューツルタ)	代表理事	大分県別府市	地域資源を磨いて商品化し、地域活性化へ独自モデルを確立
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
鳥巢 研二	株式会社キースタッフ	代表取締役	東京都中央区	新事業全国展開支援事業及び地域雇用創造事業(代表例)
枳尾 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、漁村活性化の取組
富永 一夫	特定非営利活動法人 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
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
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
豊田 庄吾	公営塾 隠岐国学習センター	センター長	島根県海士町	教育のブランド化による地域の魅力化
虎岩 雅明	株式会社トライワープ	代表取締役	千葉県千葉市	まちの「こんにちは」を目指して
中澤 さかな	道の駅 萩シーマート(ふるさと萩食品協同組合) 駅長(専務理事)	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
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
中島 諒人	鳥の劇場	芸術監督	鳥取県鳥取市	劇場がひらく地域の未来～地域資源と現代演劇、かけ算の可能性
中田 浩康	有限会社アグリテック	代表取締役	北海道東川町	地域資源を活用した体験型観光推進での交流人口増加による観光まちづくりの取組
仲田 芳人	かのさと体験観光協会	事務局長	岡山県新見市	かのさと体験観光協会を通じたグリーンツーリズムの企画受け入れ
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
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
中村 悦子	Sake Brewery Tours (酒蔵ツアー)	通訳案内士	東京都品川区	酒蔵ツーリズム:Sake Brewery Tours
中村 彰二朗	アクセント株式会社	福島イノベーションセンターセンター長	福島県会津若松市	復興事業・ICT による新たな街づくりと地方都市の自立
中村 崇明	かっつとあんどペーすと	代表	大阪府大東市	地域資源を活かした地域活性化事業
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
中山 栄一郎	特定非営利活動法人 歴史と出会える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
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
新谷 稔	むれ源平まちづくり協議会	会長	香川県高松市	地域プロデューサーの育成と地域資源と地場産業による地域活性化
西村 健司	一般社団法人 コミュニティシンクタンク北九州	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
丹羽 健司	特定非営利活動法人地域再生機構	木の駅アドバイザー	岐阜県葦田町	山里の知恵と技と資源を再構築します
野口 和雄	(有)野口都市研究所	代表取締役	神奈川県中郡二宮町	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

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
野口 智子	ゆとり研究所	所長	東京都港区	“食・スローライフ・住民参加” にこだわった観光まちづくり
野田 邦弘	鳥取大学 地域学部	教授	鳥取県鳥取市	鳥取市内の廃病院を活用したアートプロジェクト「ホスピタイル」
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
橋立 達夫	作新学院大学経営学部	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
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
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!
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
羽原 康恵	取手アートプロジェクト実施本部/特定非営利活動法人 取手アートプロジェクトオフィス	事務局長・理事	茨城県取手市	取手アートプロジェクト
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
原 亮弘	おひさま進歩エネルギー株式会社	代表取締役	長野県飯田市	市民ファンドによる資金調達で創エネ・省エネの取組を展開
原 雅廣	NPO法人 匠の町しもすわあきないプロジェクト/ 諏訪アライアンスプロジェクトさいか	NPO法人 匠の町しもすわあきないプロジェクト 専務理事	長野県下諏訪町	「匠の町しもすわあきないプロジェクト」「諏訪アライアンスプロジェクトさいか」
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
東川 隆太郎	NPO 法人まちづくり地域フォーラム・かごしま探検の会	代表理事	鹿児島県鹿児島市	地域の人々が主体になった地域づくりと観光まちづくり
日高 茂信	やっちみろかい酒谷	会長	宮崎県日南市	小さな自治と足元学による地域活性化
平井 太郎	弘前大学大学院地域社会研究科 NPO法人 小田原まちづくり応援団	准教授 副理事長	青森県弘前市	文化財建物を活用した邸園交流による地域活性化
平出 淑恵	株式会社 コーポ・サチ	代表取締役	神奈川県相模原市	日本酒を世界酒(グローバルマーケットに紹介)にする事で地域活性化へ
平野 彰秀	NPO 法人地域再生機構	副理事長	岐阜県郡上市	自然エネルギー導入と地域の自治力育成
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
広岡 淳二	一般社団法人九州テレコム振興センター(KIAI)	事務局長	熊本県熊本市	九州地域ICT利活用調査研究会活動
笛木 京子	群馬県環境アドバイザー、ぐんま食育推進サポーター		群馬県前橋市	地域から発信する「食育と環境」
福井 善朗	神戸夙川学院大学	客員教授	兵庫県神戸市	観光振興に関する調査並びにアドバイザー業務
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
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	マーケットニーズと全国の事例による『地域ブランド戦略とまちづくり』

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
藤原 明	株式会社シーズ総合政策研究所	取締役(非常勤)	島根県松江市	1 市民出資による公民協働のまちづくり会社を設立支援、経営参画 2 中山間地域における産業振興・地域資源活用ビジネスの事業化支援 3 事業再生に向けた現場改善支援(高速PA、公共交通、第三セクター、協同組合、中小企業等)
藤原 義政	NPO 法人 紀州えこなびと 新エネルギー開発事業部会	会長	和歌山県和歌山市	子供達の未来の為にエコを視点に安心・安全な街づくり
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
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
真板 昭夫	京都嵯峨芸術大学 芸術学部観光デザイン学科	教授	京都市右京区	地域の誇りである「宝探し活動による」地域活性化
前田 昭則	任意団体 心田開発(しんでんかい はつ)	副理事長	石川県能美市	やすらぎの共生社会(地域)創出を目指して
前田香保里	株式会社 ANA 総合研究所	研究員	東京都港区	地場産品を活用した「食」と「農」を[観光]につなげる形での地域活性化
前田 隆正	SOHO CITY みたか推進協議会	会長	東京都三鷹市	起業による地域活性化
牧 大介	株式会社西栗倉・森の学校	代表取締役	岡山県西栗倉村	起業の連鎖を生みだした岡山県西栗倉村の百年の森林構想
町田 啓介	(1) お菓子な郷(クニ)推進協議会 (2) 榊和銅鉱泉旅館	(1) 会長 (2) 代表取締役	埼玉県秩父市	地場農林産品(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
松井 洋一郎	岡崎まちゼミの会/特定非営利活動法人岡崎都心再生協議会	代表/理事・商業活性化部会長	愛知県岡崎市	「まちゼミ」をはじめとする地域主体の中心市街地活性化事業
松岡 夏子	NPO法人ゼロ・ウェイストアカデミー	理事	徳島県上勝町	地域発ゼロ・ウェイスト推進活動
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、ととつ島の開設
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そのためには
三井 文博	NPO 法人 アーキペラゴ	理事長	香川県高松市	地域の種を活かす掛け算を
三上 亨	NPO法人グリーンエネルギー青森/青森公立大学地域みらい学科	事務局長/講師	青森県青森市	地域課題を逆手に取った地域の活性化
溝畑 宏	内閣府・大阪府・京都府・京都大学	内閣官房参与・大阪府特別顧問・京都府参与・京都大学経営大学院特命教授	東京都千代田区	サッカークラブ社長として、観光庁長官として、地域活性化に努めてきた。
光多 長温	鳥取大学	特任教授	鳥取県鳥取市	地域の産業振興アドバイス
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
宮田 太郎	歴史古街道団 歴史ライフ総合研究所	代表	神奈川県相模原市	歴史古道と遺跡を活かした地域活性&都市間・地域間コミュニティの創造
守屋 邦彦	財団法人日本交通公社研究調査部	主任研究員	東京都千代田区	米粉を軸とした地域食材の活用による観光まちづくりの推進

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
屋代 雅充	東海大学観光学部観光学科	教授	東京都渋谷区	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
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
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／仮設カフェの実施
柳田 公市	特定非営利活動法人ナレッジネットワーク (有限会社 ケイワン)	理事長 (代表取締役)	千葉県船橋市	地域再活性化に向けた活動支援
山出 淳也	特定非営利活動法人 BEPPU PROJECT	代表理事	大分県別府市	アートが持つ可能性を社会化し、多様な価値が共存する世界の実現を目指す
山口 祥義	JTB 総合研究所	地域振興ディレクター	東京都千代田区	地域の特性に応じた地域振興・観光振興策への支援
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
山田 桂一郎	JTIC. SWISS	代表	スイス:Zermatt Switzerland、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
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
山田 洋司	特定非営利活動法人仕事人倶楽部	理事長	東京都港区	地域特産品を活用した、商店街活性化
山村 俊弘	株式会社日本アブライドリサーチ研究所	代表取締役 主幹研究員	東京都千代田区	転換期にある様々な地域の課題解決に、ビジネスデザインやパブリックデザインの発想により革新的に取り組む
山本 尚史	拓殖大学 政経学部	教授	東京都文京区	地域主体のビジネス環境整備手法「エコノミックガーデニング」
山本 洋子	地域食ブランドアドバイザー／酒食アドバイザー		東京都世田谷区	地域のお宝を売れ続ける”リアル宝”に！
養父 信夫	(1)九州のムラたび応援団 (2)株式会社マインドシェア	(1)団長 (2)「九州のムラ」編集長	福岡県福津市	ムラの6次産業化による地域活性
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 ～山の小枝や草花を“彩”ブランドへ
吉井 靖	株式会社うぶすな	代表取締役	東京都中央区	「IT×地域」地域へヒトとオカネをもたらすための IT 利活用
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
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
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
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
和崎 宏	インフォミーム株式会社	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
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」
渡辺 敏男	盛岡まち並み塾	理事、事務局長	岩手県盛岡市	盛岡まち並み塾の活動
渡邊 英彦	富士宮やきそば学会、(社)B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会＝愛Bリーグ	会長、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

2. 先進市町村の職員 (21 名)

氏 名	所属等 (組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
五十嵐 経	大館市立釈迦内小学校(釈迦内サンフラワープロジェクト実行委員会(略称:釈迦内 SP))	校長(釈迦内サンフラワープロジェクト実行委員会副委員長)	秋田県大館市	すべては未来を担う子供たちのために
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	羽咋市農林水産課	課長補佐	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
栗谷本 真	御嵩町役場 まちづくり課 まちづくり推進係	主査	岐阜県御嵩町	「手づくりの景観修景」と「交流イベント事業」による宿場町の活性化 ～自信と誇りの持てるまちづくりをめざして～
水野 正文	郡上市役所市長公室特命担当次長兼地域振興担当課長兼道の駅統括	次長	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	三重県多気郡多気町役場	まちの宝創造特命監	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	近江八幡市安土町総合支所住民福祉課		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」
桜井 誠一	神戸市市役所	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
吉田 稔	西宮市	CIO補佐官、西宮市情報センター長兼被災者支援システム全国サポートセンター長	兵庫県西宮市	阪神・淡路大震災時に自治体として唯一の「被災者支援システム」を構築等々
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
金山 功	邑南町定住企画課	交流促進係長	島根県邑南町	邑南町研修プロジェクト
寺本 英仁	邑南町役場 商工観光課	主任主事	島根県邑南町	地域食材を切り口としたビレッジプライド(町民の誇り)の確立
中川 哉	江津市産業振興部農林水産課	定住対策係長	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～
小西 昌幸	北島町 教育委員会	事務局長	徳島県北島町	創世ホールの主な自主事業
吉弘 拓生	うきは市農林・商工観光課 農商工観光連携係	主事	福岡県うきは市	地域の資源を活かした交流・連携によるまちづくり
森本 登志男	佐賀県庁	最高情報統括監(CIO)	佐賀県佐賀市	地域活性化に向けたマーケティング手法と ICT の利活用
佐藤 之則	豊後高田市企画情報課	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-「昭和の町」
矢房 孝広	諸塚村役場産業課	産業課長	宮崎県諸塚村	山と生きる ～全村森林公園・諸塚 百彩の森づくり～
前城 充	那覇市・南風原町 環境施設組合(南風原町派遣)	総務企画課長	沖縄県南風原町	住民参画による総合計画の策定と、その後のまちづくり
松本 壮	伊江村商工観光課	課長補佐	沖縄県伊江村	観光産業活性化による地域振興への取組

3. 先進市町村の組織 (13 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
佐藤 日出海	宮古市産業振興部	部長	岩手県宮古市	モノづくりができる、人づくり
石田 久男	遠野市産業振興部連携交流課	課長	岩手県遠野市	「行って観たい町」から「住んで魅たい町」へ
近藤 肇	小坂町観光産業課	課長	秋田県鹿角郡小坂町	バイオマスタウン推進事業
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
原田 互	山梨市定住促進プロジェクトチーム		山梨県山梨市	定住促進事業「山梨市空き家バンク制度」
西川 卓男	綾部市定住交流部水源の里振興課	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
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	和歌山県みなべ町	日本一の梅の里づくり
山本 善太	笠岡市政策部協働のまちづくり課海援隊グループ	統括	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
田中 慎二	萩市歴史まちづくり部まちじゅう博物館推進課	課長	山口県萩市	萩まちじゅう博物館
境 公雄	福岡県大木町環境課	課長	福岡県大木町	持続可能な循環のまちづくり
濱口 一成	長崎市文化観光部観光政策課	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」

平成 25 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 26 年 3 月

総務省 地域力創造グループ 地域自立応援課 人材力活性化・連携交流室

〒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

〒100-0004 東京都千代田区大手町 2-2-1

電話 : 03-5205-7901 FAX : 03-5205-7922