

平成26年度  
地域コーディネーター育成研究事業  
報告書

平成 27 年 3 月

総務省自治行政局地域自立応援課  
人材力活性化・連携交流室

## 目次

第1章 事業の概要 .....	1
1. 事業の背景と目的 .....	1
2. 事業の実施概要 .....	2
(1) 告知・募集 .....	2
(2) 現地研修会 .....	4
(3) 東京研修会 .....	8
(4) 研修報告会 .....	10
第2章 事業の実施内容と結果 .....	11
1. 現地研修会の実施内容と結果 .....	11
(1) 高知県四万十 .....	11
(2) 石川県七尾 .....	38
(3) 三重県尾鷲 .....	74
2. 東京研修会の実施内容と結果 .....	92
第3章 事業の考察、成果と課題 .....	148
1. 現地研修会の講師からの意見（成果と課題） .....	148
(1) 高知県四万十 佐々倉玲於 .....	148
(2) 石川県七尾 森山奈美 .....	150
(3) 三重県尾鷲 伊東将志 .....	153
2. 事業の成果 .....	156
3. 事業の課題 .....	166
<参考資料> .....	171

## 第1章 事業の概要

### 1. 事業の背景と目的

地域活性化においては、様々な知識・経験及びアイデアを持った人が、それらを活かしながら活動に取り組み、地域で様々な活動が展開されている状況が重要である。しかしながら、地域の活動を行う者や団体がばらばらに活動しているだけでは、地域力は最大化されず、これらの者や団体が連携することにより、地域の情報を共有化し、地域住民同士の顔の見える関係をつくる必要がある。

このためには、地域内の連携の核となって、住民や自治会、NPO、民間企業、自治体などの多様な主体をつなぎ、地域の潜在力を引き出すことができる地域コーディネーターの役割が必要であり、さらには、地域コーディネーターが、地域を超えた交流の場を創出することにより、違う場所で違う活動を行っている者や団体が地域を越えて有機的につながり、地域に新たな活動や人の流れが生まれることが期待されている。

既に、全国各地において、経験豊富な地域コーディネーターと呼ばれる人々が活動を展開しており、当該地域の活性化に寄与している。そのため本事業では、地域コーディネーターの育成に特に重点を置いて、自治体職員や地域づくりに取り組むNPO関係者等を対象として、全国各地域において、経験豊かな地域コーディネーターからコーディネートの方、技術を実践的に学ぶ研修講座を実施する。また、地域コーディネーターの育成に取り組む者の参考となるように、今後の地域コーディネーターの育成に関する課題を整理する。

## 2. 事業の実施概要

### (1) 告知・募集

#### ① 研修の募集対象者

研修の対象者は、基本的には地域活性化に関する取り組みを組織や個人で行っている人を対象としたが、可能な限り門戸を広げるために今後地域で活性化に関わる仕事を目指す人も参加可能とした。具体的な募集案内には、下記の文面を掲載した。

- 行政や商工団体、まちづくり会社などの組織において地域活性化の取組を応援する業務に携わっている方、または地元でまちづくりに取り組んでいる方で、「もっと役立つ仕事がしたい!」と思っている方
- 地域活性化の取組を応援する活動に必要なスキルを得たいと思っている方
- 地方にUターンやIターンした方で、地域活性化に関わりたいと思っている方

#### ② 募集人数

研修の募集人数は、現地研修会を実施する高知県四万十、石川県七尾、三重県尾鷲の3地域ごとに5名ずつとし、合計15名を募集した。

#### ③ 募集案内

募集案内は、当事業の委託先であるビズデザイン株式会社のホームページ内に当研修の特設ページを作成し、募集案内を行った。また、webページと同じ内容のPDF版の募集チラシを作成し、総務省所管室より各自治体向けに配布した。研修生の募集チラシは、参考資料に掲載する。

#### ④ 募集期間

募集期間は、下記の19日間とした。

【募集期間】平成26年12月10日(水)～12月29日(月)

#### ⑤ 募集結果

事業全体のスケジュールとして、研修日までの日程が迫っていたため、申し込みは先着順で受け付けた。結果、申込12月18日には定員に達し、翌19日には募集を締め切

った。募集締切後も問い合わせやキャンセル待ちの依頼等があり、最終的には、15名の方をお断りする結果となった。

研修参加者の一覧は、下記の通りである。

図表 1 参加者の属性

参加	年齢	性別	所属・役職	所在地
高知県 四万十	40代	男性	まちづくりNPO	大阪府
	20代	男性	地域おこし協力隊	鹿児島県
	20代	女性	地域おこし協力隊	鹿児島県
	30代	男性	地域おこし協力隊	愛媛県
	30代	女性	県庁職員	千葉県
石川県 七尾	30代	男性	復興応援隊	福島県
	60代	男性	自治協議会 会長	岐阜県
	30代	男性	まちづくりNPO	静岡県
	30代	男性	民間事業者	石川県
	40代	男性	市職員	大阪府
三重県 尾鷲	20代	男性	地域おこし協力隊	岐阜県
	20代	男性	地域おこし協力隊	岐阜県
	40代	男性	地域おこし協力隊	長野県
	20代	女性	学生	東京都
	20代	男性	民間事業者	三重県

## (2) 現地研修会

現地研修会は、参加者が自治体職員、まちづくり NPO、地域おこし協力隊等の立場やまちづくりや地域活性化への関与度合い、経験年数等の熟練度も限定しなかったため、特色の異なる下記の3地域を選定した。

図表 2 現地研修会の地域と受入団体、講師

地域	受入団体	講師（コーディネーター）
高知県四万十	一般社団法人いなかパイプ	佐々倉 玲於 氏
石川県七尾	株式会社御祓川	森山 奈美 氏
三重県尾鷲	株式会社熊野古道おわせ	伊東 将志 氏

各地域の研修テーマ・特徴等については、次ページ以降に地域ごとに整理した。

当研修事業は、現地研修を中心に設計されているため、現地での学びを最大限に活かせるように研修プログラムを検討した。各地によって、現地研修会の講師役である地域コーディネーターが取り組んでいる事柄、果たしている役割や機能は異なっているのが実情である。そのため、地域コーディネーターがどのような組織や団体（ステークホルダー）とつながることで、活躍できているのか、地域コーディネーター本人だけではなく、地域コーディネーターを取り巻く様々なステークホルダーの意見や考えを直接聞くことにより、地域コーディネーターの果たしている役割や生み出している価値を知り、地域コーディネーターに必要な要素を学んでもらえるように工夫した。

① 高知県四万十

日程	2015年1月26日(月)～1月28日(水)
テーマ	商品開発・デザイン
特徴	地域に暮らす「地デザイナー」だからできる生産者の「日常」を切り取ったデザインとものづくり
概要	<p>田舎と都会のパイプ役を担う団体。田舎にある自然環境と経験豊かな人材を活用して「仕事づくり」と「人づくり」を行っている。連携して活動しているのは、全国的に有名な「株式会社四万十ドラマ」や「サコダデザイン株式会社」をはじめとする、地域の一次産業に携わる事業者たちである。四万十川の中流域の、中山間地域にある「道の駅四万十おとわ」には、栗、お茶、米などの埋もれていた地域資源をブランディングした商品が並んでいる。商品開発の背景には、常に“デザイン”という考え方があり、地域に住むデザイナーである「地デザイナー」が商品開発に携わっている。</p> <p>そんな四万十川の中流域で語られているデザインとは何か。ものづくりとは何か。どうやって商品を販売していくのか。研修では、その基本を学び、参加者自身のアクションプランを「マイ・デザイン」としてまとめ、発表することとしている。地域づくり、商品開発、観光開発、仕事づくり、人づくりなどを行う地域コーディネーターになくてはならない考え方が学べる地域となっている。</p>
団体紹介	<p>一般社団法人いなかパイプ <a href="http://inaka-pipe.net/inaka-pipe">http://inaka-pipe.net/inaka-pipe</a></p> <p>いなかパイプは、UIターンしたスタッフが四万十川流域に暮らしながら、いなかと都会をつなげる事業開発&amp;人財育成に取り組んでいる。海・山・川の一次産業の再生に向けて、農家さんや漁師さんたちとインターンシップ事業や起業家育成の事業に取り組み、商品開発や観光開発に関わるワークショップの企画運営を行っている。</p>
コーディネーターのプロフィール	<p>佐々倉 玲於(ささくら れお)氏 一般社団法人いなかパイプ 代表理事</p> <p>1978年高知県大月町生まれ。学生時代より沖縄にてNPOを立ち上げ、まちづくりに関わる事業を展開してきた。2009年5月より高知にUターンし、2010年11月に『一般社団法人いなかパイプ』を設立、農山漁村の地域産業づくりを支援し雇用の場を増やししながら、都市に暮らす若い人材と「いなか」をつなげる事業を展開している。</p>

## ② 石川県七尾

日程	2015年1月22日（木）～1月24日（土）
テーマ	市民協働・販路開拓
特徴	まち・みせ・ひとを育てることで、住民レベルでの暮らしやすさとまちの持続可能性を高める
概要	<p>七尾市内中心部を流れる御祓川の再生と川を中心に据えたまちづくりを目指して設立された同社。今は、第一次産業を中心に担い手減少という課題にも取り組んでいる。民間のまちづくり会社として産声を上げ、15年経た現在は、「まち・みせ・ひと」を育てる3本柱で事業を行っており、市民が地域づくりに参加できる仕掛けも多く有する。</p> <p>特に力を入れているのは、商品開発と販路開拓。2007年の能登半島地震後に、能登の情報ポータルサイト「能登スタイル」、特産品を扱うネットショップ「能登スタイルストア」を開設しているほか、近年は、地域の課題解決に挑戦する若者を能登に誘致する「能登留学」などに積極的に取り組んでおり、地域内外からの関心を取り込んで、持続可能なまちづくりへと歩みを進める方法を学べる地域となっている。</p>
団体紹介	<p>株式会社御祓川 <a href="http://www.misogigawa.com/">http://www.misogigawa.com/</a></p> <p>御祓川とは七尾の中心市街地を東西に分ける川のことである。御祓川周辺において進められている基盤整備と連携しながら、同地区の賑わいを「再生」することが必要との認識から、統一したデザインコンセプトに基づくまちづくりと七尾文化を担い取る人材の育成を目指し、新しいまちづくり会社を設立している。現在、みせ育て課（飲食部門・物販部門）、まち育て課（開発部門・ソフト部門）、ひと育て課（ソフト部門）の3本の柱で活動している。</p>
コーディネーターのプロフィール	<p>森山 奈美（もりやま なみ）氏 株式会社御祓川 代表取締役</p> <p>石川県七尾市生まれ。大学卒業後、都市計画コンサルタントとして、地域振興計画、道路計画等を担当。1999年に民間まちづくり会社である株式会社御祓川の設立に携わり、同社チーフマネージャーを兼務。2007年より現職。川を中心としたまちづくりに取り組み、その取り組みが日本水大賞国土交通大臣賞、第7回「川の日」ワークショップグランプリなどを受賞。2009年に、経済産業省「ソーシャルビジネス55選」に選出された。</p> <p>様々な主体が関わるまちづくりのつなぎ役として、能登の元気を発信し「小さな世界都市・七尾」の実現を目指して日々、挑戦中。</p>



### ③ 三重県尾鷲

日程	2015年1月13日（火）～1月15日（木）
テーマ	インターンシップ・地域おこし協力隊・UIJターン
特徴	商工会議所として様々な手法で人づくりに取り組むことで、地域経営を行う
概要	<p>尾鷲では、人口減少など様々な課題に対して、長期実践型インターンシップや地域おこし協力隊にも取り組んでおり、都市部の若者を地域に巻き込む戦略は他地域でも実践したい取り組みの1つである。単なる観光ではなく、尾鷲で「暮らす」を経験してもらえるよう、古民家の再生・空き家・空き店舗の利活用にも取り組んでいる。</p> <p>地域が有する資源・ポテンシャルや、中小企業の課題、挑戦する若者をマッチングすることは、これまでにない経営支援の方法。尾鷲では、商工会議所と市役所、企業が同じベクトルに向かって歩み出しており、キーパーソンとなる地域コーディネーターとしての役割が学べる地域である。</p>
団体紹介	<p>株式会社熊野古道おわせ <a href="http://yumekodo.jp/">http://yumekodo.jp/</a></p> <p>（株）熊野古道おわせは尾鷲商工会議所の役員・議員が中心となって立ち上げたもので、地場特産品情報交流センター「夢古道おわせ」の業務を通し、官民一体（指定管理者制度）で地元尾鷲の再生・活性化を図っていくことを目的としている。現在、商工会議所と連携しながら「特産品開発塾の開講」、「地域の情報発信」、「体験学習」等の業務を行っており、地域のハブ組織として活動している。</p>
コーディネーターのプロフィール	<p>伊東 将志（いとう まさし）氏 株式会社熊野古道おわせ 支配人 / 尾鷲商工会議所 アドバイザー</p> <p>18歳、尾鷲商工会議所経営指導員になり、地元企業の経営支援に携わる。33歳、商工会議所が中心となり設立した（株）熊野古道おわせに志願の意向、夢古道おわせの運営に挑む。34歳、夢古道おわせ両店の店長を任される。世界遺産風呂・100のありがとう風呂等を発案。38歳、商工会議所に復帰、夢古道のアドバイザーに就任。商工会議所に長期実践型インターンシップ事業部を設立。39歳、商工会議所を退職し、（株）熊野古道おわせ 支配人に就任。</p>

### (3) 東京研修会

現地研修会を踏まえて、東京研修会では、座学として地域コーディネーターに必要な知識、技術、能力について体系的に学ぶ機会を設けた。現地研修会はなるべく現地でしか学ぶことができない内容に設計したため、現地研修で学んだ内容を整理できるように設計をした。

【日 時】 2015年2月20日（金）13:30～17:30

【場 所】 品川インターシティ会議室1

【出席者】 12名

図表 3 東京研修会のプログラム

時間		次第	内容
13:00	30min	受付	
13:30	10min	挨拶・紹介等	
13:40	20min	【解説】 地域コーディネーターに求められる能力について	【講師】木村乃氏（明治大学 商学部 特任准教授） ・11の能力の説明 ・仲介調整力（コーディネート力）を構成する10の要素の説明 ・研修前後のスキルチェック①～⑪の集計結果の説明
14:00	100min	【講演】 地域の現場におけるコーディネーターの存在意義と期待される役割	【講師】松崎光弘氏（株式会社知識創発研究所 代表取締役 CRO） 1. 地域コーディネーターとは？ （1）地域における存在価値 （2）基本的なミッション （3）コーディネート機関 2. 地域コーディネーターの役割 （1）「みつける」とは？ （2）「つなげる」とは？ （3）「組み立てる」とは？ 3. 地域コーディネートの手法 （1）インターンシップの枠組みによるコーディネート （2）フィールドワークの枠組みによるコーディネート （3）地域おこし協力隊、集落支援員などの制度の枠組みによるコーディネート

15:40	10min	休憩	テーブル移動
15:50	55min	グループディスカッション	<p>【テーマ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域 Co や地域で仕事をしていく上で、重要だと思う能力は何か？</li> <li>・ 現地研修で、学べた(高め方を理解できた)能力は何か？</li> <li>・ 地域 Co や地域で仕事をしていく上で、自分に足りない能力は何か？</li> <li>・ 自分に足りない能力を身につけるために何をすべきか？</li> <li>・ どんな地域コーディネーターになりたいか？または、地域でどんな役割を果たせる人になりたいか？</li> </ul>
16:45	20min	個人ワーク (報告会の準備)	報告会の資料はA4用紙1枚に記入。目標宣言を A3用紙1枚に記入。
17:05	15min	目標宣言	1人1分間で、今後の抱負を発表
17:20	5min	講師講評	講師の松崎氏からエール
17:25	5min	閉会挨拶	野竹室長
17:30		研修会終了	

#### (4) 研修報告会

研修報告会では、主に2つのことを実施する設計とした。

##### 【現地研修の受入地域からの発表】

- 現地研修会の講師役である3名の地域コーディネーターから現地研修会の様子を簡潔に報告してもらうため研修内容、研修の狙い、研修結果について発表した。

##### 【研修生からの成果発表】

- 研修生からの成果発表は、研修生からの発表時間を長く確保するため全体で1人ずつ発表せずに、地域ごと3グループに分けて実施した。研修会の委員と所管室担当者が研修生全員の発表を聞けるように3地域をローテーションした。

【日 時】 2015年2月21日(土) 10:00～12:15

【場 所】 品川インターシティ会議室5

図表 4 研修報告会のプログラム

時間		次第	内容
10:00	10min	挨拶、紹介等	開会挨拶 野竹室長
10:10	25min	パネルディスカッション 研修地域(コーディネーター)からの発表	【トピック】 ・研修で何をしたのか？ ・研修で何を学んで欲しかったのか？ ・研修の結果はどうだったのか？
10:35	5min	テーブル配置換え	
10:40	75min	研修生からの成果発表	地域ごとにグループトーク ・研究会の委員と所管室の職員が3グループに分かれ、各地域25分ずつ3回のローテーションを行う。 ・研修生は、目標宣言のA3用紙をフリップとして使用し、「学びと成果」と「行動計画」の資料はファイルを参照する。
11:55	15min	委員からコメント 閉会挨拶	豊重様、富永様、前神様、宮城様からコメント 閉会挨拶 野竹室長
12:10		終了	

## 第2章 事業の実施内容と結果

### 1. 現地研修会の実施内容と結果

#### (1) 高知県四万十

##### ① 研修実施内容

##### ■研修プログラムと概要

1日目 1月26日(月)

時間		内容	概要
14:00	30min	オリエンテーション@シェアオフィス 161	アイスブレイク、目的の確認
14:30	60min	いなかパイプの紹介	いなかパイプの活動紹介。どのようなコーディネートを行っているのかを学ぶ
15:30	30min	移動	
16:00	120min	講義: デザインとは@サコダ デザイン(木賃ハウス)	地デザイナー・迫田さんより、四万十川流域で使われている「デザイン」とは何か、基礎を学ぶ
18:00	180min	木賃ナイト～宴会デザインを学ぶ～	「宴会もデザインである」という考え方に基づいて、準備から片づけまでみんなで行いながら、交流を深める
	課外		学びの振り返り

2日目 1月27日(火)

時間		内容	概要
9:00	90min	講義: 四万十流域の商品開発・販売を学ぶ@道の駅四万十とおわ	四万十ドラマより、四万十川流域での商品開発・販売の考え方について学ぶ
11:00	60min	一次産業(栗)の生産現場見学	どのような生産現場で生産物がつくられているのか見学する
12:00	60min	昼食	@道の駅「四万十とおわ」
13:00	30min	移動	
13:30	90min	ミニ講義: 地デザインの現場見学@山間屋	迫田さんが関わった商品を取り扱う事業者の視点から「地デザイン」とは何かを学ぶ

15:00	60min	ミニ講義:地デザインの現場 見学@あゆ市場	
13:00	30min	移動	
16:00	90min	ワーク:ふりかえり、マイ・デザインづくり	1日のふりかえりを行いながら、この学びを活かして参加者が研修中に考えたいことを考える
18:00	60min	夕食	@民宿こんぴら
	課外	フリータイム:マイ・デザインプレゼンづくり(行動計画の作成)	「マイ・デザイン」と称して、今後のアクションプランを検討する。

3日目 1月28日(水)

時間		内容	概要
9:00	70min	発表:マイ・デザインプレゼン	昨晚考えた「マイ・デザイン」をプレゼンする(今後のアクションプランの発表)
10:10	20min	全体ディスカッション	それぞれの発表を聞いて、みんなでディスカッション
10:30	30min	行動計画の発表	研修の総評も兼ねて、迫田さんより「地デザイン」とは何かを改めて考える
11:00	60min	まとめ	今回の学びのふりかえり
12:00		解散	

## ■いなかパイプの紹介

---

【講師】 一般社団法人いなかパイプ 佐々倉玲於

- 四万十には迫田さんという人がいる。迫田さんは地域の製品（お茶など）のデザインをしている梅原さんに弟子入りし、山間米などのデザインに関わり、これまでに多数の商品のデザインを手掛け、山間米のデザインでは Good デザイン賞を獲得した。現在は迫田さんとともに、「地デザイン」ワークショップを全国で開催している。「地デザイン」の考え方によると、地域にデザイナーがいるだけで、商品開発や活性事例が非常に進みやすくなる。現在、孤軍奮闘している地域のデザイナー、地域のために「地デザイン」ワークショップを開催し、間もなく 100 回目を迎える。
- 今回の研修では「デザイン」を学んでもらう。そして、聞いて終わりではなく、最後の発表までしっかりと取り組んでほしい。その後は、地元での活動や仕事へ、今回学んだことを持ち帰ってほしい。
- いなかパイプは、愛媛と高知の県境の四万十で活動している一般社団法人である。活動の拠点としている四万十に流れる四万十川は綺麗さが凄いというわけではなく、生き物がたくさん住んでいるのが魅力でありカヌーなども有名である。他には、栗や茶も有名で、GW にお茶の収穫が行われている。商品開発も盛んに行われ、道の駅などを運営している四万十ドラマは地域を盛り上げている。いなかパイプは四万十ドラマとも関わり、田中専門店など海に関わる仕事にも幅広く関わるなど、人と人をつなげる仕事を行っている。
- いなかパイプは、田舎が生き残っていく為にはどうすれば良いかを考え活動している。四万十に人が住まない原因は、雇用がないからだと思っている。これだけ自然が豊かで、生き物も豊かな地なので仕事はいくらでも作り出せるのではないかという印象がある。現在、いなかパイプは行政からの委託事業も多い。
- 自己紹介
  - ✓ 高校までは地元高知で育つ。医者を目指していたが、受験に失敗し医者の道は断念した。沖縄の大学で農学部に進学し、世界を股にかける男を目指す。大学 2 年で休学し単身イスラエルへ行き、そこで世界を知る。帰国後は沖縄で学生活動をおくり、その後、大学院に進学する。沖縄で NPO 法人立ち上げを経て、現在は地元に戻り、いなかパイプを立ち上げ、代表として活動している。
- 地域に興味をもったきっかけは、大学での農業土木専攻が影響している。公共事業を見る機会が増え、環境に配慮した整備や地域の人が納得する土木を研究する中で、周辺の行政を廻り、関わっているコンサルティング会社を廻っていた時に、様々な事例をみた。
- 上手くいってない事例では、行政は「制度に縛られている」と言い、住民は「こんなものをつくってほしかった」と不満を言い、コンサルティング会社には行政が介入し、

「こちらではできない」と言っていた。一方、上手くいっている事例では行政が頑張り、住民や事業者と繋がり公共事業を進めていた。成功している行政の事例を見て、自分も人をつなげる仕事がしたいと感じ、まずは学生のうちにできることをしようと思ひ、学生時代に NPO 法人を立ち上げた。商店街で学生がお祭りをするという活動であり、これを機に那覇の商店街と連携するようになった。

- 就職期には NPO 法人まちわくを立ち上げた。主な業務内容は、ファシリテーションや情報誌 の作成、コミュニティー支援などである。
- NPO も教授も企業も市民であり、市民が納得できるまちづくりがしたいという想ひがある。その想ひは今も変わらず、つなぎ役になりたいと思っている。
- 那覇で活動していた時に、四万十ドラマの社長と出会い、四万十へとやってきた。
- 四万十には 40 代 50 代の人が多いが、インターン事業が中心であり、現地では元気に活動し、働いている。周りの人に支えられ、親世代や先輩に教えられたものや、自分たちが蓄えたノウハウを継承していきたいという想ひは持っている。しかし、四万十には想ひやノウハウを伝えたい若者の姿がほとんど見られない。そこで人材育成が必要だという課題に気付いた。
- 最初は、四万十ドラマの名前を借りフリーランスで活動し、葉っぱビジネスで有名な「いろどり」などと協力し、一か月間研修生を受け入れた。その一期生がこちらのりょうさんである。小学校や民宿を宿泊施設として提供し、参加者は 150 名以上であった。その時、若者は田舎に興味があり、田舎からの情報発信が足りていないということに気付いた。このインターンシップ事業では国のお金を沢山使えたが、現在は、いかにお金をかけずに広報を行うかを課題にしている。
- インターン生を見ていて感じたことだが、1 か月という時間の中で繋がり生まれる。そして、最初は研修生を受け入れられなかった人たちも、何回か実施する中で徐々に研修生を受け入れていく。我々は移住を狙いにはしていないのではなく、繋がりをつくり、事業者の力となり問題を解決している。現在もインターンを受け入れているが、空家があっても貸してくれない事例が多い。その点について行政と力を合わせていきたいと思っている。
- 一次二次三次産業で働くということを重要視しているインターンも設計中である。田舎に住み、そして働くことの両方があってこそ大切だという考え方だと感じている。
- 学びたいことは自分で学ぶというスタンスで、地域のつながりとは何なのかを感じてもらっている。インターンシップに参加する人がそれぞれに目標を掲げてくるので、その目標を達成できるように応援をしている。
- 現在はインターンシップへの参加費が 9 万円、かつ 1 か月間タダ働きの状態だが、参加者もおり、今後も継続できると感じている。田舎への需要はあると考えている。現在は参加者と事業主からお金をもらっている状態だが、県の事業となったので、最近ではインターンシップへの受け入れ事業者数が増えてきている。



- 広報については、2年前よりサイトを作り対策を行っている。集客については、「いろいろ」などでも我々と同じように課題となっている。対策の1つとして現在講じているのは、ポータルサイトという仕組みである。自社だけの単独 HP にするのではなく、ポータルサイトのような形にし、ひと月に1回それぞれが更新し、参加している事業者が代わる代わる投稿することにより、サイト全体としては毎日更新している状態を作り、自社の負担を軽減している。PVに関しては、1年で1万PV、2年で3万PVと、ある程度の成果が出ていると感じている。東京とは違う田舎からの情報発信として着実に成果を出している。田舎で働きたい人は多いが、田舎からの情報発信ができていないという課題を感じた。もちろん WEB だけではなく、東京でも集客イベントを実施し、田舎に出会いたいと思っている人たちが沢山いることを実感した。現在は、200人を超えるメンバーがおり、20名以上が田舎に移り住み、四万十で働いている。当初よりも人数が増えたので、現在は小学校をシェアオフィスと宿泊施設にしている。
- まずは、休校になった学校を開けるところから始め、オフィスとして使用することを提案した。いずれここに住む住民や行政が、この小学校を使う場合には現在の使用用途にこだわらず、使用用途を変更していけばよい。現在は、いなかパイプや地元の企業が小学校をシェアオフィスとして使用しているが、利用者拡大を狙い、シェアオフィス体験プランも用意している。プランの内容は、1か月2万円の料金で自由に使用できるというもので、シェアオフィス自体が空港から遠いこともあり、ターゲットとしてはアートやプログラミングなど籠って作業をするような事業者がよいと考えている。
- 四万十は普通に歩いている人が、日本で有名な商品を輩出している凄いい人であることが多い。例えば、四万十のおばちゃんたちで法人化し、平均年齢60~70歳の株式会社となり、道の駅のバイキングを提供している。このような会社と連携できる事業者は、四万十との相性が良い。私の場合も四万十ドラマやこのような強者たちの土台の上で、都会と田舎をつなぐ新ビジネスができています。四万十地域は土台が強く、ある強みを持った人が地域に入ってきて、既存の事業者をサポートし、既存事業者が新ビジネスを展開するケースも出てきている。地域は狭く閉塞感があるという側面もあるが、地域仕掛人市など全国の人とつながる機会を大切にしている。
- (質疑応答)
  - ✓ (研修生K) シェアオフィスについてももう少し話を聞きたい。
  - ✓ (佐々倉) シェアオフィスのモニターは有料で、1か月2万円でいくらかでも利用できる。  
いなかパイプでは求人を行っているが、他の事業者でも同様に求人を行っている。そのようなところに興味がある人は我々が運営しているツアーに参加してみると良いかもしれない。

- ✓ (研修生O) ポータルサイトを見てきたが、インターンシップの参加者が集まらない事業者にはどのような傾向があるのか？
- ✓ (佐々倉) 農業、塩、栗、畜産などイメージしやすい仕事は人気がある。ここにしかないものを狙ってくる人もおり、牛や塩は狙った人がピンポイントで来る。単純にしっかりと宣伝ができていない事業者さんには参加者が集まっている。イメージしにくく、分かりにくい事業には参加者が集まらないが、それはこちら側の問題でもあり、魅力的なPRができていないという事である。
- ✓ (研修生O) 年齢層はどれくらいか？
- ✓ (佐々倉) 20代から30代が多く、田舎で仕事をしたい人、将来、地域活性化をしたい人が来るが、考えが少しぼんやりしている人が来ているという印象がある。30歳を前に現在の仕事で良いのかと考えている人もいれば、転職活動している人もいる。シェアオフィスに関しては、地域おこし協力隊の人がピザを焼き、地域の若者がお酒を持って来るなど、使用の幅が広がってきた。宿泊施設としても使用されているが、利用者が集まるのは、広報力がしっかりとってきたからだと考えている。
- ✓ (研修生N) 地元の人からの反発はあったのか？
- ✓ (佐々倉) 有機農業で移住の習慣があり、住民が慣れていて大きな反発はなかったが、地元の人がインターンシップ生を嫌がらないよう、挨拶などの基本的な部分はしっかりと身に着けさせた。
- ✓ (研修生K) 空家の問題はクリアしたのか？
- ✓ (佐々倉) まだ解決できていない。四万十に住みたいと言う人は多いが、家がないうのが現状である。実際に借りる人物が現れると状況は変わるが、借り手が決まっていない状態での営業は難しい。空家の問題でも大切なことは信頼である。その人が言うなら空家を貸す、貸さないというのが昔の担当者の特徴であった。つなぐ人が信頼されているということが大前提である。

図表 5 いなかパイプの紹介の様子



## ■地デザインについて

---

【講師】 サコタデザイン株式会社 迫田司

- すぐには地域コーディネーターにはなれない。田舎は街や商店街とは異なり、大変である。住民は、自分の土地や先祖三代の土地があり、新しいことをするのは意外と難しい。四万十という地域も同じであった。ところが、20年前に四万十ドラマができてから、少しずつ変わっていった。最初は、コメを借りるのにも10年かかった。それだけ信用されていなかったということだと思う。しかし、家を借りたら対応が変わった。四万十に住むという覚悟が、信頼を与えたのかもしれない。私は、野茂のように道を切り開き、10年かけて、やっと信頼された。
- 当初は、カヌースクールを始める予定で四万十に来た。その後、隣のはちみつ屋のデザインに始まり、現在までデザインをし続けている。
- 私の場合は、0円でやってきた。一方、地域おこし協力隊は金銭が支給され、地域おこし協力隊のうち約8割は自己実現に走ってしまうように感じている。これは、他のまちづくり団体関係者も同様の見解をもっている。私は、隣のおじさんの「はちみつ」で受賞し、デザイナーになったが、それまでの10年間は仕事がなく、その間に第一次産業の仕事を覚えた。仕事を覚えている間に、地域の本当の課題に気づき、現在では日本中の農家と話しができるようになった。第一次産業は大切であり、第一次産業の経験がない人は田舎では信用されにくい。
- デザインとは何かを20年前は誰もわかってくれず、お金も貰えなかった。初めて「はちみつ」のパッケージをデザインした時の報酬は、はちみつ10本であった。13年前に役所の中脇さんが四万十の米をきちんと残したいと主張していた。田舎のものが売れ始めていた時期でもあり、当時中脇さんは、ジャムなどを作っていた。そして、お米をきちんと残し、四万十の米のブランディングについて考えていたので、私もその活動に参加した。
- ブランドはデザインではなく、信頼である。牛のお尻についているのがブランドであり、決して、デザインしてブランドができるわけではない。
- 山間米のデザインを始めた時に、最初に行ったことは、昔の四万十での米作りについて聞いて回ることであった。例えば肥溜の話などを農家に聞いて回り、整理し、まとめた。地域のことを知らずにパッケージを作ることはできない。
- 山間米のデザイン後も、裕美さん（中脇さん）と前掛け、染めかけ等色々なことをやってきた。田舎では昔の道具を使い続けている。例えば、杓を何個も使い分けていたり、米櫃も使い続けられている。現場を回り学びながら作ったデザインは、地域の人々が安心してくれる。地域の人々の声を聞きながら作っていくことが、デザインでは非常に大切である。
- 米から酒、ドレッシングと発展し、現在はお酢の開発を行っている。裕美さんがいる

ことが重要になっている。彼女こそがコーディネーターなのかもしれない。そういう意味では、私は地域のコーディネーターと仕事しているデザイナーという立場である。GOOD デザイン賞のパッケージ部門で米袋が受賞した。一つ、そのようなことがあると別の所でも動き出していく。そんな時に、お年寄りから聞いたリアルな部分を商品に繋げなければならないのではないか、ということに気付いた。そんな中で兄のような師匠と出会っていった。地元にいるからこそ撮れるリアルな感じを出した写真を使いたい。村の統合問題が起きたときに「村がいい」というパンフレットを作成したことがある。

- 地産外商という愛媛などの県外に売る仕組みも重要であった。裕美さんは19歳から役所にいるので顔が広く、よく話を通る。これは本当に重要なことだと思う。来年にできる道の駅のデザインも私が担当している。準備は万端なので楽しみにしている。
- 私はデザインで活動をしているが、村で、役がつくものの全部を経験した。村の会合も20年間ずっと参加し続けている。田舎の仕事は人間関係が8割である。部落入りともいうが、そこで何が行われているかをもっと知るべきである。
- 本来は住んでいる住民がやるべきであり、気づいていないこと。外の人間が村に関わってやっていくのならば、覚悟をもって取り組んでほしい。地域おこし協力隊といいつつも、ほとんどの人はコミュニケーション能力がない。そして、自分ができる人間だと勘違いしてしまうこともある。自分たちがやりたいことを行い、さらにお金をもらえるというのは実際どうなのかと私は思う。観光やインターネット動画もいいが、そうではなく、地域おこし協力隊のみなさんには、必ず第一次産業に従事してほしい。なぜなら、田舎が一番欲しいのは第一次産業をしてくれる人だからである。
- 地デザインワークショップというものを全国で開催している。下手でもいいから自分たちでやろうという考え方であり、地元で本当に動く人たちとセットになりデザインするべきである。
- (質疑応答)
  - ✓ (研修生K) コメの取材にはどれくらいかかったか?
  - ✓ (迫田) 1年間ほどかかった。その地域の人を尊敬してからスタートしなくては商品開発はできない。尊敬できる地域でなければその地域の仕事はできない。外から地域に入るには覚悟が必要だということをわかってほしい。
  - ✓ (研修生O) 自分の地元に戻ればいいと思うのだが、そういう人はいないのか?
  - ✓ (迫田) : 少ない。しかし、地元地域には戻りたくないが地元の近くには戻りたいという理由で近場に戻っていく人もいる。楽な仕事だけではなく第一次産業をやってほしい。今の地方再生は、第一次産業にもっと人材を送るべきだと思っている。地域おこし協力隊は我々の頃とは入口が違う。お金を払っているから違和感がある。行政がお金を払わなくても良いのではないかと感じている。1つ言いた

いことは、とにかく地域の人を尊敬しなければ始まらないということである。

図表 6 地デザインについて講演の様子



## ■四万十流域の商品開発・販売を学ぶ

---

【講師】四万十ドラマ 道の駅店長代理 刈谷貴泉

- 売り上げは年間3億円、スタッフは20代が15人くらいで若手が多い。この道の駅に四万十ドラマの事務所がある。私たちはローカル・ローテク・ローインパクトの考え方を大事にしており、四万十に負担をかけないものづくりを進め、地元発着型産業も目指している。
- 栗の加工場が地元にあるなど、流通開発も行っている。栗を知っている人にしか買ってもらわないというところに着眼した。
- 道の駅を一番の販売拠点にし、ここでしか売っていないものもある。十和（とおわ）とはこのようなところだという事を伝えたい。スタッフも増え、現在は30人くらいである。

観光についても力を入れており、道の駅目当てに来てくれる人も増えてきたので、他の施設にも行ってもらい、お金を使ってもらい、地元のことを知ってもらうことができる。

- 私もその一人だが、人材育成に関しては、佐々倉さんのところに協力してもらっている。若者がきて、インターンを経て、そのまま地域に入り、定住していくケースもある。若者が栗を作っている場合もある。栗以外ではお茶がメインである。お茶は四万十ドラマのスタートでもある。もともと四万十茶は、静岡のお茶に混ぜられて売られていた。そこで四万十茶を売っていこうということになった。四万十のお茶はおいしい。その理由は、寒暖の差があり、お茶を育てる環境が整っているからである。現在は、紅茶もシリーズ化し販売しているが、紅茶はもともと高知がスタートであり、50年前には四万十でも紅茶をつくっていた。ところが、海外製品が入ってきたことにより廃れた。それを社長が頑張り、四万十の紅茶を復活させた。
- 香米というものもある。近所の人に来るくらい香りがあり今も売られているが、香り米だけだと、香りが強いという人もいるので、現在では、普通の米との混ぜ合わせが主となっている。しかし、だんだん香りが薄くなっているとの声もあり、現在、JAなどと調整中である。
- ひのきの商品は、もともと端材だったが、捨てるのがもったいないので売り出した。ひのき風呂やひのきのぶし等はTVでもよく紹介されている。見方を変えて、商品開発につなげてきた。

### ● (質疑応答)

- ✓ (研修生N) ひのきの商品はどこが加工しているのか？
- ✓ (刈谷) 色々な人に少しずつお願いしている。一か所に頼むわけではない。
- ✓ (研修生N) インターンは多いか？

- ✓ (刈谷) インターンも多いが、他には大学の授業で商品開発の受け入れ先にもなっている。また、国からお金が出ていた頃は 20 人から 30 人インターンがいた。
- ✓ (研修生 L) 誰向けの商品なのか？
- ✓ (刈谷) 地元というよりも外向けの商品である。価格的にも地元向けではない。
- ✓ (研修生 L) この道の駅も観光向けなのか？
- ✓ (刈谷) 高知から 5 割 愛媛から 2 割、その他県外から 3 割である。  
高知を外と見れば、外からが多いが、中が多いとも取れる。地元の人も来て野菜などを買うが、地元客と観光客では買うものが違う。
- ✓ (研修生 K) この道の駅は情報発信がしっかりしているのはなぜか？
- ✓ (刈谷) 我々が発信したいというのが強い。一方で事業者が提案してくれることもある。例えば、来月に、しいたけ祭りがあるが、そこでは事業者さんが提案してくれている。発信することに対して、地元にはマイナス思考の人もいるが、それを四万十ドラマがプラス思考に変えているイメージである。
- ✓ (松田) 現場に出ると言われてどう思っているのか？
- ✓ (刈谷) 私は、あまり外に出られず頭で考えてしまう人間である。「答えは現場にある、だから現場にいけ」これは社長の経験則である。社長は、最初の 2 年間はずっと現場にでており、そこから商品開発が進んできた。最初は、宇和島が羨ましいと思っていたが、現在は十和（とおわ）も商品が増えた。現場に出る際に大切にしている事は、お酒を飲みに行くことである。
- ✓ (研修生 K) 「四万十ドラマ」「REVER」「一次産業」と分かれているのは何故か？
- ✓ (刈谷) 私なりの視点だと、離れていると最後まで何をしているのかがわからず、情報が細かくわからなくなるのが悪い点である。同じチームなのにわかってないのは良くないと思う。道の駅とドラマも同様である。
- ✓ (松田) 1 億円企業を 10 社作るという考え方が地域には良い。一社の大企業ではなく、10 社の中小企業になれば、より多くの人に関わることができる。また、四万十ドラマでやっている戸と纏まらない可能性があるという点もある。一次産業の社長である研修生 J さんがその例である。畦地さんだけでは駄目である。やはり目立つと矢面に立っている分、大変な面もある。
- ✓ (佐々倉) 分かれているのは、仲間が増えてきたからである。四万十ドラマは地元民が株式会社だから、栗に特化する等はできない。だから役割分担している。分けているデメリットは調整が複雑にあることである。メリットは、やりたことに応じて会社を作ることができる事である。役割を分担し、色々な人に関わってもらうことが大切である。地域の主要な人や志が同じ人たちが集い仕組みを作っている。個性が豊かな高知県は、みんなで同じことを目指すと上手くないのではないかと。
- ✓ (事務局) 間に挟まれる事があると思うが、そのような場合に工夫にしているこ



とは何か？

- ✓ (刈谷) 多くの人の話を聞くことを大切にしている。力の大きな人の意見が通ることが多いが、みんなもある程度納得をする。その提案が悪い時は、その人の意見を変えることが出来る人に頼み、説得してもらう。キーマンを把握し押えることが大切である。
- ✓ (佐々倉) 同じような形だが、私は出ている意見に対してのメリット、デメリットや意見を言うようにしている。意思決定者は地元の人であり、成功しても失敗しても選んだ人の責任である。いざこざが起こる時は、感情的な衝突がある時であり、そのような時は任せるしかなく、みんなが納得して決められる環境をどのように作るかを考えている。
- ✓ (松尾) 地元の人といかに関係を作るか、問題が起こる前に信頼関係を築いておくことが大切である。上層部は根回しが大切で、いかに信頼されておくかが重要である。自分に何ができ、どのような事が出来るのかを考えていくことが大切である。
- ✓ (事務局) いなかパイプについてどう思うか？
- ✓ (刈谷) 佐々倉さんは恩人である。いなかパイプは十和（とおわ）の事を色々と知っており、色々なところに関わり、若者を引っ張っている。この町は、若者が来て嫌がっている人が少ないのではないだろうか。
- ✓ (松田) 佐々倉さんは、隣りのお兄さんのような存在である。私はインターンの2週間目くらいに移住を決めたが、その際にサポートしてくれたのが佐々倉さんである。インターンのネットワークもあるので、だからこその悩みも聞くことができた。佐々倉さんは、インターン生にとっては親であり、後ろ盾でもある。いなかパイプの名前があると、まちの人が少し打ち解けてくれる。

図表 7 四万十流域の商品開発・販売を学ぶ講演の様子



## ■第一次産業の生産現場見学

---

【講師】 しまんと新一次産業株式会社

事業統括マネージャー・指導剪定士 伊藤直弥

- 栗は日本の原産種なので、放っておいても育てること自体はできる。栗の栽培方法が確立されたのが今から約40年くらい前である。栗は手を入れないと大きなサイズにならない。また気候も大きく影響し、暑すぎると実がならない。北海道でもプロジェクトを行っていたが、栗が大きくなることがわかった時点で、プロジェクトが終了した。栗を育てる際に大切なことは、伸びる時にどのように伸びるかを見定めることである。
- 品種的なことを言うと、四万十にはオリジナルのものが多い。栗は新種になりやすく、同じ品種のものは生まれにくい傾向がある。そして栗の場合は、その地域で発芽したものが、その土地では強い。しかし、栗はたくさん植えると枝同士が光を遮り、光が十分に当たらず結果的に弱ってしまう。
- 百姓として大事なことは、楽をして、沢山作ることである。若者を連れてくるためには、安定して稼げるかどうか重要になってくる。
- 栗は、果樹としては一番手をかけずに、大きな物が取れ、収穫に手間がかからない。昔は2L以下のサイズはなかったが、現在は複数のサイズが存在している。地域により温度差が違い、それにより育ち方も違う。温帯でも特に暖かい気候のところの方が良いが、暑すぎる場所には弱い。日本であれば、栗はどこでも育てることが出来る。栗の木の寿命は500年とも言われているが、枝が太くならないと実も大きくなり、受粉もしない。大きな実になるまでには非常に時間がかかる。タンザワ種は手を入れなければならない。枝を広げることにより陽を当てることが大切で、枝が残れば実がなるわけではない。センターを切ると強い枝を出そうとするので、枝を出すための剪定が大切である。
- 特に若い農家にとっては、安定した収入になるかどうか大切である。販売するところまで支援しなければ価格が下がるので、踏み込んで支援をしている。価格を下げることは絶対に避けなければならない。
- 現在は、仲間を増やし、技術を覚えた人には技術免許を出している。作りすぎると値段が下がるので、価格を下げない努力をし、安定して買う仕組みを作らなければならない。栗は作業が冬に集中する季節のものである。とにかく栗農家は剪定技術だけを覚えれば、収穫は人に任せても良い。
- 恵那は宿場町であり、旅人をもてなすために作られた「栗きんとん」が有名であり、60件もの和菓子屋がある。昔は、地元産の栗はほとんどなく九州などから取り寄せていた。地元産の栗を買い取り、製造を始めた頃の10年ぐらいは赤字であった。和菓子屋が残っていたので、技術が残った。
- 和栗を世界に発信していきたいと思っている。栗の価格は、ヨーロッパでは日本の1/10

であり、栗は奴隷を運ぶための保存食とされていた。現在は家畜の餌になっているケースが多い。しかし、海外のマーケットは大きいので、和栗で狙えるのではないかと考えている。

図表 8 第一次産業の生産現場見学の様子



#### ■山間屋 地デザインの現場見学

【講師】山間屋 代表 中脇裕美

- 市役所を早期退職し、現在は地域活性化を行っているが、就職する時から、地域に関わりたいという想いを持っていた。総合的には山間屋だが、色々なところに顔を出している。地域の中の色々な部分を盛り上げていけば、山間屋も良くなると思った。
- 集会所を生産活動に使えないかと考え、集会所の補助金を作った。集落で5件の補助金対象としてスタートし、最初はお金にすることが目標だったが、地域の人が作ったものが売れるようにしたいという想いがあった。
- 特産品を作りたいと思い、山間米を作った。当時は役所で米を売っていたが、補助金をいかに活用するかを考え、補助金＝税金の無駄遣いにはしたくないと思っていた。役所は4～5年で異動があるので、自分が移動する前に市役所を退職した。事業を立ち上げる際には助けが必要なので、そこを支えたいという想いがあった。山間米のように時間がかかることは、普段の生活で精一杯の農家だけでは難しいと思った。そして公務ではやりきれないと感じ、退職し、私がやろうと思った。
- 山間屋の目的の1つは雇用の創出であり、常勤は3人でアルバイトをいれれば、7人くらいを雇用している。山間米を作った際には、誰にも真似をされないようにする為に、Good デザイン賞に応募をした。現在は山間米として成り立ち、生産者もつくりながら一緒に関わっている。現在は、沢山販売できているが、この田舎地域では売れていな

い。その理由はみんなが食べているからである。東京では売れている。山間米は東京の人の口に合うようで、継続で注文してくれる人も何十人単位でいる。手紙を書いてくれる人もいるので、生産者にもその声を届けている。

- その後、山間米からお酒を造った。「晴れの場」で飲めるものも作りたかった。味噌汁に入れて貰うなど、酒粕を日常で食べてもらいたいと思い、現在は酒粕のレシピを作ってもらっている。山間米から出たものは全て使うというスタンスで取り組んでいる。現在は、いかにして米粉を使っていくか、コメ以外の売り方も出来ないかと探している。山間米にしてから流通がしやすくなり、東京のアンテナショップでも販売している。東京のアンテナショップの人が週末に車でやってきて仕入れていく事もある。山間米は女性の人でも持ちやすく、陳列皿においてもパラパラと落ちない。昔から米といたら紙袋である。デザインした迫田さんも「米だからないがしろにはできない」と考え、デザインした。
- その後、地元の素材を使用したケーキ屋を始めた。この辺にはカフェがなかったのでMAP会社がカフェのマークをつけてくれた。田舎なので7割は地元の人を買ってくれている。地元の人に買ってもらわないとケーキ屋を続けることは出来ない。成功すれば、ここも道の駅になるので、また流通が良くなると考えている。
- 外販活動として、松山での外販を続けている。自分達で始めたので、稼がなければならぬ。金曜日と火曜日に販売しているが、売り上げも増加したが、人件費も増加した。増えた経費以上に頑張る事が大切である。財源は、山間米のブランド化補助金を受けているのみで、残りは自主財源である。
- 行政の中で出来る事も沢山ある。だから、想いがある人は行政の中で行なえば良いと思う。
- 平成17年の合併はとても静かになり、現在は元気になった。補助金を使わずにやっていくスタンスが進み、「役場の人は何してくれるのか？」という言う人が増えた。行政の疲弊があったことが、逆に良かったように思える。ここの売り上げの65%は地元の人であり、現在は地元の井戸端会議の場となり、立ち寄って話し、何かを置いて帰る場所になった。外で売り外貨を入れると、25%の手数料を除き、地元の人に還元できる。外で売る場合、地域のもものが安く、新鮮である。最初は高知の味で出していく文化の交流も図ることが出来る。
- 山間米を知ってもらおうという目的で山間米組合が始め、冬は餅つきを行っているが、もう10年目になる。ひめ工房を女性何人かで作り、夜に苺を練り「苺羊羹」を作った。あるとき、朝市をしていた事が議員の人の目に留まり、市場を出すことになり、だんだんと売れるようになっていった。今年の売上は、4000万くらいである。
- (質疑応答)
  - ✓ (前神委員) ケーキにアスパラ入れる等の発想はどこから生まれたのか？

- ✓ (中脇) 思いつきである。トマトのケーキやトマトのゼリーも美味しい。仕事は楽しくもあり、苦しくもあるものである。住んでいたからこそ疲弊していることや、活気があることが分かる。最初は土日も人がほとんど来なかったが、最近では車が通るようになり、人が動いているように感じる。四万十はおばあちゃん達が元気である。一方で若者はどんどん減っており、もはやいないと言ってもよいかもしれない。四万十に残りたい若者はいるが、ここではする事がない。農業で生計を立てることはできず、ほとんどが兼業農家で、専業農家は3件ほどである。残りたい子は残してあげたいと思っている。
- ✓ (事務局) 迫田さんのことをどう思うか？
- ✓ (中脇) 迫田さんは、凄い人である。彼ほど地元を活性化しようと思っている人はいない。山間米に関しては、生産者の損にならないように尽力している。それが、地域活性化の根幹である。初めから山間米のデザインは迫田さんをお願いしようと思っていた。よその人の中でも迫田さんはいい人だと思う。酒作りは、10年目を迎えた今年は倍作れるようになり、酒販の免許も取得した。

図表 9 山間屋 地デザインの現場見学の様子



## ■あゆ市場 地デザインの現場見学

---

【講師】 あゆ市場 林大介

- 196 キロからなる四万十川は5つの漁協に別れている。そのなかで、西土佐は西部になっており、4つは連合会を作っている。昔は道が悪く、共同出荷を行い市場へ配送していた。現在は漁師が減り、出荷量も減っている。特に四万十の漁師が減った事が問題である。
- 川は夏漁だけなので、専業は難しく、兼業が多い。夕方仕掛け、朝に捕り、仕事に出掛ける人や夜に漁をする人もいるが、高齢になり、体力もいる作業なので継続が難しくなった。昔の漁師は、自分の芯があったが、最近の若者や最近始める人は2日捕れなければ辞める人が多い。自然相手なので難しいが、1週間は続けてほしいと思う。
- 水により、地形が変わってくる。以前は魚が捕れた場所が、捕れなくなることも多い。大きな川が近くにない人には、川を仕事にするという事が理解できないかもしれないが、それを業とする人がいるのも事実である。
- 四万十川は日本一淡水魚の種類が多い川である。人が少なくなると漁も減るので、漁協としても考えなければならない問題である。四万十でも、多い時にはエビが3トン捕れたが、去年は100キロぐらいであった。以前に捕り過ぎた為に、乱獲状態になっている。川は資源が限られているので、自然に無理をさせてはならない。四万十川の名前は有名だが、周辺は栄えてない。その為、四万十川は、まだまだ汚れてない。シラスウナギ漁が禁止されたが、四万十にはシラスウナギが多い。うなぎに関しては石が重要であり、堤防などを作ると山から石が落ちてこなくなり、川底に住処がなくなる。
- 遊漁権は8000円が一番高いが網も使うことができる。6000円は釣りのみであり、一日券でも4000円必要である。漁協権の魚種が定められおり、四万十は5種(鮎、うなぎ、鯉、あまご、もずくがに)である。延縄漁ではスッポン等も捕れ、スッポンは天然の方が濃い。スッポン料理があるので、売り手がある。四万十には沢蟹もおり、鮎も美味しい。愛媛には鮎料理があり、鮎の臭みを好むという文化がある。
- 鮎に関しては、この辺りは夏しか見ない。落ち鮎を食べないと一年が終わらないと言う人もいる。冬に落ち鮎漁をする人が300人いるが、地域により、食べる物も食べ方も違う。郡上八幡の鮎も美味しいが、川が綺麗すぎる為、苔も綺麗すぎる。東京の鮎も戻ってきたと言うが、東京の鮎は美味しくないという印象がある。鮎は苔と川により味が違う。鮎は川を代表する魚であり、鮎が美味しくなくなったら川が汚れている証拠である。
- 近年は、ブラックバスの被害で大変困っている。キャッチアンドリリースが流行っているが、綺麗ごとではなく、ブラックバスは釣り上げてもらいたい。食べ方もあるようだが、なかなか吊り上げるという文化は定着しない。

- サコタデザイン株式会社の迫田さんは、あのような気性なので、気が合う。鮎市場のパンフレットも迫田さんにデザインしてもらった。私達が満足しても迫田さんが満足せず、とことん聞いて回り、デザインを作っていた。

図表 10 あゆ市場 地デザインの現場見学の様子



#### ■振り返り

【講師】 一般社団法人いなかパイプ 佐々倉玲於

- (佐々倉) 窪川駅に集合し、その後四万十を回り迫田さんの話を聞き、飲み会での話の節々でも、デザインについて学べたのではないかと。そして、刈谷さん、伊藤さん、裕美さん、林さんの話も聞けたと思う。
- (研修生K) ありきたりだが、人と人との繋がり大切さについて四万十に来てはつきり分かった。研修に来るまでは、どのようにインターンを受け入れているのかも分からなかった。今回の研修で、各々が連携して行っている事がわかった。迫田さんの米農家の話を聞き、私はブドウ農家の廻り方について反省した。そして、なによりも稼がなければいけないという事を実感した。
- (研修生O) 伊藤さん・林さん・佐々倉さんは研修に来る前と来た後では印象が違った。色々な方と会っていく中でいなかパイプと佐々倉さんの事が分かってきた。伊藤さんと林さんは四万十が理想だということを掲げ、それを実際にやっている人である。行政やNPOも頑張っているが、3人は、繋げ役であり、実際にやっている人なので、言葉がとても落ちてきた。
- (研修生N) 「第一次産業しないやつは信用しない」「現場に赴き、モノヒトを直接感じる」「直感と覚悟」これらの言葉が印象的である。迫田さんのオフィスを見た時に、デザインの仕事をしなくても迫田さんは生きていけると思った。一つのものに執着し

ているわけではないところが凄いと思った。ゆみさんもそうだが、動いたきっかけは曖昧であるが、損得ではなく直感であり、始めたら覚悟が必要である。迫田さんにも言われたが、自分自身に覚悟があるのかを考えさせられた。

- (佐々倉) みんなが地域コーディネーターとは言っていないが、私は出会ってきた人達の事を地域コーディネーターだと思っている。
- (研修生L)「地域の人を巻き込んで作っていく」「デザインが出来上がればそれがブランドになるわけではない」「ひのきの商品の様に廃材を商品にする」これらの言葉が印象的である。ブランドは信頼である。今まで廃棄物として認識されていたものを商品化し、価値をつけていることが大切だと思った。また、それはコスト削減となり、無駄がなくせると思った。
- (研修生M) 地域コーディネーターが大きすぎて分からないが、村に住んでいる人は本当にすごい人ばかりだと感じた。迫田さんも話していたが、鹿児島でも強者にもっと会っていき頑張りたい。ゴミから生まれる商品が素晴らしいと感じた。自分のまちが何を再利用しているのかはわかってないので、そこも調べていきたいと思う。ブランドはデザインではなく、信頼である。アートとデザインの違いを理解することが出来た。これまでは、デザインを見て信頼を考えたことはなかったが、デザインは信頼に繋がるのだと思った。それだけデザインは重要なものだという事を実感した。
- (佐々倉) 今回は、ほんの一部だが凄い人達をご紹介した。皆さんの地域にも凄い人は沢山いると思うので、地域の人達の事をもっと知っていくことが大切である。普段、普通に話している人が凄い人である可能性がある。地域の人を尊敬しなければならず、地域だからこそ信頼で繋がっていると思う。私がつけている商品は地域の人たちである。地域の人達の力がなければ、私は仕事が出来ない。この振り返りを踏まえつつ、今回の研修を地元で活かすにはどうすれば良いかという視点に変えてほしい。

図表 11 振り返りの様子





● (研修生K)

- ✓ 今回の研修で得たものを、柏原ほんわかプロジェクトで、若手育成、生産者の声集め、情報発信の活動等に活かして行きたい。ワインの若手社長はメディアに露出しているので、ぶどうのボランティアを増やし、大学の学園祭へも出店を行いたい。小学校、幼稚園の状況を把握していないので、そちらの部分も調べていきたい。ハードルとしては、長老のような方の頭が固いので、その人たちをどう説得していくかが課題であり、紙を作っている所とどのように関わっていくかを考えたい。また、これから頑張っていきたいブドウ農家の人達をどのように巻き込んでいくのかも課題である。柏原のブドウは昭和時代には栄えていたということを共有し、「ほんわか (=ほんまもん) のぶどう」を若者達と作りたい。
- ✓ (迫田) 大阪に第一次産業がある事が、重要だと思う。よく聞けば高級ブドウもあるので、高級路線で売りだせれば良いと感じた。大阪にはワインある。ハネ品 (訳あり品) で商品開発を行う人もいるが、ハネ品で作った物はハネ品に過ぎない。「一番良いものでジャムを作りました」と堂々と言わせてはどうだろうか。J Aの問題は避けては通れないが、いかに懐に入り込むかはパッケージデザインに関わってくる。大阪ブドウをどうしたいのかがまずは重要である。たこ焼きと赤ワイン、お好み焼きとワインなど、粉ものに合いそうなので良いと思う。

● (研修生N)

- ✓ 現状は、高校や大学等の進学で若者が地域から出て行ってしまふ。まずは、私が地域おこし協力隊として実験台となり、農業+ $\alpha$ という形で最初の一人になりたい。その理由は、外から来たお金がない若者がここに居つけるという事を証明する為である。迫田さんも言っていたが、尊敬する師匠を見つけ、お金がないので、0円で学び身体で返したいと思う。
- ✓ 畑を借り、師匠を探すために町内を歩き回った。1年たったが、まだ人脈が出来ていないので、まずは長がつく人に会っていくことから始めたいと思う。来年からは地域の空家に住む予定である。そこで組会などに参加し、古くから伝わる「花とび踊りの会」にも入る予定である。地域の人に、都会に暮らしたい若者ばかりではないという事を伝えたい。若い人にも、地域の先輩達からスキルを学びたい若者がいるという認識を持ってもらいたい。
- ✓ (迫田) 自分が実験台になるというのは、地域おこし協力隊終了後も残った方が良い。身体で返すという所が良い。長にある場合は良い場合と、悪い場合がある。長には悪い人もいるので、出られなくなってしまう場合もあるので気をつけなければならない。師匠とは出会いである。農業+ $\alpha$ という話が出たが、鬼北町の土

を使い、鬼北町の種を使ったプランター農業を極めてみてはどうだろうか。まずは、「身体で返すやつ」と名刺に書くべきである。

- (研修生M)

- ✓ 地域おこし協力隊を始めて、1ヶ月経っていない。だからまずは名前を覚えなければならぬ。また、地域のことをきちんとリサーチ出来ていない。今後は、足を使い、もっと地域に住む強者に会っていききたい。最初に、様々な強者の特集、地域文化の特集、地域に住む人の特集でフリーペーパーを作成したいと思う。今後はコミュニケーション型情報冊子として年4回発行し、役場や印刷会社、フリーペーパーを置いてくれる所を協力者としていききたいと思う。フリーペーパーを老若男女全ての人に見てもらふことは難しい。地域の人に新しい視点を届け、他県の人に南大隅町のことを知ってもらえるよう、「みつばち」になり届ける役割になりたい。
- ✓ (迫田) フリーペーパーは協力隊が良くやりたがる事である。下手をすると、価値が下がり、間違った情報になってしまう可能性がある。フリーペーパーをどのようなものにするかを考える事が大切である。フリーペーパーの前にやることはある。2泊3日農家に泊まり、文化を学ぶ「私を2泊3日で使ってくださいプロジェクト」等が面白そうである。地域の情報をあげるという事は責任が重いものである。自分が作るのではなく、地域の人々の写真を使い、地域の人に書いてもらうべきである。

- (研修生L)

- ✓ 南大隅町は第一次産業が基幹産業で、鹿児島県で一番高齢化が進んでいるまちである。そこに地域おこし協力隊として着任した。ミッションは旅行商品づくり、商品づくりである。地域が持つ様々な魅力を地域の人と共有し、一過性ではなく、持続性をもった商品を作りたい。現在は、せつかくの魅力が外部に発信されずに度外視されているように感じている。今回の研修で学んだ事は、「端材を商品に」「ブランドは信頼である」「住民をその気にさせる」ということである。外から来たので、新しい発想を住民に投げることが出来る。地域の魅力を発信し、特産品である「ねじめピワ茶」を拓げ、このピワの実を商品にしたいと思う。町内の事業所に提案を行い、今まで見向きもされていなかった資源の再認識を行いたい。
- ✓ 個人的にノウハウがない為、地域の人を頼りお願いするしかない状態である。自らは産業振興に携わる必要があると感じている。具体的なビジョンが見えないまま単に商品開発するのではなく、住民ともっと会い、もっと入っていかねばならないと感じた。
- ✓ (迫田) 南大隅町は「最南端」「老人」などのキーワードがある。私は端を廻るこ

とが好きで、大間のマグロもブランドだが、大間と四万十は親友であり、来年は関わる可能性がある。すごい人が大間にはいる。彼女は大間から慶応大学に進学し、リクルートに入社した。たまたま、大間を舞台にしたドラマを見て、地元の魅力に気づき地元に戻った。そして、自分たちは「まちに何ができるのか」と考えた。函館のフェリーに対して、大漁旗を振るという事を一人で初め、10年たった現在では100人規模でお出迎えをし、オフィシャルになってきた。「マグロ一筋」Tシャツはオリンピックで露出を機に大ヒットした。彼らは、面白おかしくやっているように見えるが、きちんと考えている。端っこ同士で大間と付き合ってみてはどうか。また年寄No1等をするのはどうか。例えば「年寄メイド」、年寄がつくった野菜で年寄がメイド等、キーワードはすでに地域にあるので、それに気づくかどうかである。「ピワ茶しゃぶしゃぶ」はやるべきである。デザインはその人をその気にさせることである。最南端を活かせば良いと思う。まずは、大間に電話し、「さこちゃんが電話しろって言っていた」と言えば通じるだろう。

● (研修生O)

- ✓ 私は公務員である。そして公務員が関わっている土木や福祉は粛々に行われる。理想な街は、まずまず住みやすく、なんだかんだ好きであり、あとからUターンIターン、観光客が増えてくる感じで良いのではないかと思っている。ただ、皆さんのことを否定している訳ではない。今はその町で、暮らすことができるお金がないのが問題だと思う。
- ✓ 公務員の課題としては人事異動や人見知り、先入観、プライドなどがある。今後巻き込みたい人は、まず一緒に働いている人であり、それから県庁、さらに役場などと繋がるのが大切だと考えている。住民と繋がっているのは商工会や観光協会なので、その繋がりも大切にし、一緒に仕事をする人のコミュニティーや、相手の立場を理解する。それだけでは、概念になってしまうので、香取町で進んでいる事例を紹介したいと思う。千葉県の日は6月15日である。2015年6月15日に100万円の予算でイベントを予定している。行政と実行委員会をやっているが、行政と繋がりたいと思っている。香取町は昔、利根川の舟運で栄えており、江戸に農産物などを運んでいた。流通経済大学が県の潰れかかった博物館とコラボレーションをしている。彼らは繋がろうとすると嫌がらず、手伝ってくれる。このようなイベントを開催することで、観光客ではなく地元の人に良かったねと言って頂けるようにしたい。
- ✓ (迫田) コマは揃っているのだから、あとは編集である。国や役場はよく分かっているが県庁は異動等が早く、適材適所になっていないと感じる。昔の役場の人間は未来のことを語り見据えていた。島根県の錦織氏は、凄い県庁職員である。彼は、土日は休まずに島根中を回っており、地域からの信頼が厚い。彼は、職権乱用だ

と言っているが、良いことだと思っている。民間と行政が組まなければ、良いまちづくりはできないと思う。私は、自治体に残っている人には辞めないで欲しいと言っている。そこそこのラインで良しとするのは良いと思う。観光でおしてコンサルを入れれば、効果があるが、そのあとにどうなるのだろうか。NHKなどTVで取り上げられて、人気になっても、その後ブームが去った時に、商品開発の基礎ができていなければ、在庫が残りイザコザが残るだけである。商品開発は日本中で行われているが戦場は東京である。この人なら信頼できるとかという人に出会うかどうかが重要である。

図表 12 行動計画発表の様子



## ■総括 地デザインについて

---

【講師】 サコタデザイン株式会社 迫田司

- 私が話したことは自分のやってきたことなので、必ずしもみなさんに当てはまるものではないかもしれない。私の話を聞き、それをどう生かすかが大切である。デザインには産地がない。しかし、日本には高知デザインがあり、そこを目指している人が多いと言われている。その場合は、梅原さん達は大リーガーで私達は3Aで地固めをしている。何かをやるときには、他所がやっているからと、切り貼りしてはいけない。
- 基本は、地域に以前からあったものを大切にしていかなければならない。「〇〇バーガー」をやっているからやる、また、「ゆるきゃら」などはやるべきではない。自力をつけることが大切である。
- 1地域1デザイン、エリアに1人いれば良い。そうすると町のトーンが出てくる。デザインがないと発信はできない。デザインの価値を上げたいと思っている。商店街に肉屋、米屋 デザイン屋があって良いと思う。私にも出来たので他の地域でも出来るはずである。
- 問題は、デザイン教育がないことが問題である。デザインのすすめ方は、1964年のオリンピック前に出版されているが、今でも基礎になっている教科書である。迫田デザイン株式会社の元でもある。デザインというのは、「こういう物が欲しい」という気持ちを実際につくるときの考え方である。デザインは、ポスターやロゴではなく考え方である。
- 一人でやる場合も複数でやる場合もあるが、デザインは考え方なので、寄り添うことが出来る。葉の色や形ではなく、根幹の考え方が大切である。デザインには肥料が大切であり、デザインはデザイナーだけの物ではない。
- お土産によりその産地を知ることが出来る。お土産を持ち帰り、地元で渡し、この地域にはこのようなものがあるという事を伝え完結する。皆さんにとって、お土産はあるか？
- 物の原価にはデザインの価格が入っていない。デザインはどんな役割をしているのだろうか？この商品は間違いないという約束である。ブランドプロミスとは、ブランドが保証している品質、機能あるいは価値である。自分の商品が社会にどのような役割を果たすのかを考えなければならない。

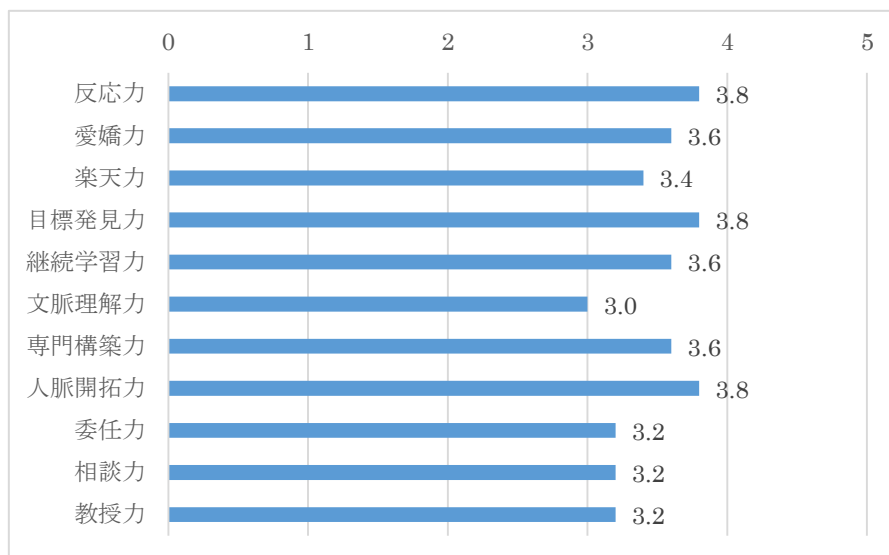
## ② 研修実施結果

### 研修生の主な意見

- デザインとは、グラフィカルな質がよければ十分と考えていましたが、それだけではなく「よく見せるための考え方」であるということ、また、地域や人々からの信頼こそがブランドであることを教わり、地域に入っていく際の姿勢が変わりそうです。大きな意識改革の起きたプログラムでした。
- 地域を活性化するために先立って自身が身構えるべきありかたなどをご教授いただいたこと、具体的に地域を巻き込むために自分ができることを積極的に取り組む姿勢を持つことが大切であることを学ぶことができました。
- 自身の「地域で行いたいこと」＝「マイ・デザイン」を今一度考えて、捉えなおすことができました。地域活性化は突き詰めると地域で興ったモノでしか成し得ないことの実例として見ることができたのは、非常に為になった。
- 地域コーディネーターというものを知れば知るほど、「なろうと思ってなれるものではない」と感じさせられたのには参りましたが、地域に限らず人と人との交流の場へ積極的に足を運び、共に活動をし続けることは必須条件であると再認識できました。
- ただ田舎に興味を持ち住みたいと思っている方に、田舎に住むということは「田舎×ビジネス」なんだということをちゃんと配信していかないといけないんだなど、お話を聞いて改めて実感しました。ただ単に興味を持ってもらうだけの配信だけではなく、町をもっと好きになってもらい、暮らせるように、田舎パイプさんのやっているような田舎の求人サイトも紹介できるようにできればいいなと思いました。

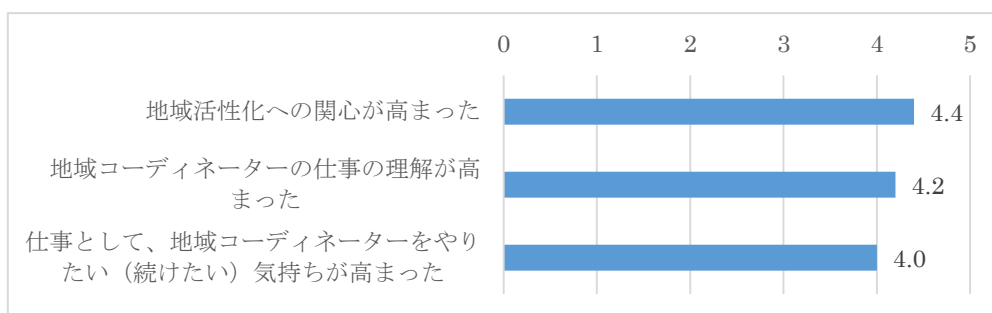
図表 13 四万十の現地研修会による能力の高め方・磨き方の理解度合い

(全く深まらず：1、あまり深まらず：2、少し深まった：3、  
まあまあ深まった：4、よく深まった：5)



図表 14 四万十の現地研修会による地域コーディネーターに関する意識と理解

(全く当てはまらない：1、あまり当てはまらない：2、少し当てはまる：3、  
よく当てはまる：4、非常に当てはまる：5)



## (2) 石川県七尾

### ① 研修実施内容

#### ■研修プログラムと概要

##### 1日目 1月22日(木)

時間	内容	概要	
13:00	30min	オリエンテーション	アイスブレイク、目的の確認
13:30	120min	一本杉通り語り部処めぐり	語り部処を訪問し、地域の人々と交流する。
15:30	60min	語り部処めぐりのシェア	まちを歩いて感じたこと、可能性、課題を話し合う。
16:30	120min	御祓川の取り組み紹介	コーディネーターより総合的に(森山) 旅事業について(岡本) バンクリノベについて(宮本、佐藤)
18:30		懇親会	参加者とコーディネーターに加え、地元企業・団体の職員も交えての夕食。能登の食材を頂きながら交流した。
21:00		宿舎へ移動	

##### 2日目 1月23日(金)

時間	内容	概要	
5:00		移動	
5:30	240min	鹿渡島定置見学	水揚げ、選別、加工、販売を漁師自らがやるイノベーションの現場を知る。
9:30		移動	
10:30	90min	能登観光協会青年部 うれし！たのし！島流し！	コミュニティツーリズム実践の現場を知る。地域の中と外をつなぐコーディネートの極意を学ぶ。
12:00		移動	
12:30		お昼	中島アグリサービス 御祓川のサービスである能登スタイルストア・FAVVO 石川などの活用事例を学ぶ。
13:30		移動	
14:00	240min	鉦打地区/集落自治の現場	御祓川のサービスを活用している事業者さんを



		志賀町/古民家こずえ	めぐり、各事業者の課題にどのようなサービスを提供してコーディネートをしているか実例を知る。
18:00		移動	
19:30		夕食	

3日目 1月24日(土)

時間		内容	概要
9:00	90min	総括レクチャー&パターン作成	2日間を振り返ってコーディネーターからまとめのレクチャー/コーディネーターパターンランゲージ作成に向けた、パターン探し
10:30	75min	行動計画の発表	今後の行動計画発表 他の参加者からのコメント 講師からフィードバック
11:45	15min	まとめ	まとめ、アンケート記入等
12:00		解散	

■一本杉通り語り部めぐり

【講師】株式会社御祓川 代表取締役社長 森山奈美、インターン生 宮本明星、佐藤大亮

- 七尾は、600年以上前から奥能登への中継地点の港町として栄えてきた。
- 一本杉通りの名前の由来は諸説あるが、「元々この通りに大きな一本杉があったから」とも言われている。全長およそ700mの距離に登録有形文化財指定の建物が5箇所存在している。通りの幾つかの商店には語り部処があり、まちの取り組みや地域の歴史の説明をしている。

図表 15 一本杉通り語り部めぐりの様子



■一本杉通り語り部処めぐり - 高澤ろうそく店

---

【講師】株式会社御祓川インターン生 宮本明星(語り部不在のため代理)

- 七尾の伝統工芸である和ろうそく（灯芯に和紙をくるくると巻いて作られる）の専門店である。建物の1階が販売コーナー、2階の資料スペースでは和ろうそくの製造工程の紹介や各種資料を展示している。

図表 16 高澤ろうそく店の様子



■一本杉通り語り部処めぐり - 昆布海産物處 しら井

---

【講師】昆布海産物處 しら井 女将 白井 洋子

- 大きな暖簾をめぐり店内に入ると奥の壁に白昆布を乾燥させた巨大な昆布が展示され、インパクトもあり店の看板の役割を果たしている。職人が一枚一枚手作業で薄く削るおぼろ昆布という商品は、醸造から最後の手削りまで同じ職人が行い、非常に手間がかかる。
- また、「光はごはん、海を濁さないで」をスローガンに「海藻おしば」という海洋保全啓発の活動も行っている。海の中には海藻が作る“森”がある。海藻は秋頃に胞子ができ、冬～春にかけて成長し、陸生植物が活動していない時期に二酸化炭素の吸収と酸素の排出を行っている。昔から能登は藻場と呼ばれるほど海藻が豊富である。日本の繁茂量は北海道が一番だが、海藻の密度では能登が日本一である。

図表 17 昆布海産物處 しら井の様子



■一本杉通り語り部処めぐり - 鳥居醤油店

---

【講師】株式会社御祓川 代表取締役社長 森山奈美(語り部処体調不良のため代理)

- 大正時代に創業し、能登産の丸大豆、麦、塩を使用し、昔ながらの道具を使い全て手作業で製造している醤油店である。役所で働いているご主人が瓶詰めやラベル貼り、会計部分を担当し、醤油は、嫁いできてから醤油作りを継承した奥さんが主体で行っている。
- だし醤油の価格は一升瓶サイズで 1,900 円程である。スーパーでは同じ量で 700 円程度だが、少量生産にしては安く、生産量は少ないが日本一小さい醤油屋としてこだわりをもっている。

図表 18 鳥居醤油店の様子



■一本杉通り語り部処めぐり - 北島屋茶店

---

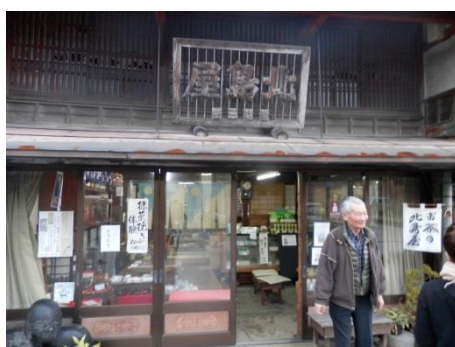
【講師】北島屋茶店 店主 北島 昌之

- 一本杉通りはかつて国道であり、能登の銀座通りと呼ばれ、能登で初めてネオンサインが設置された場所であるが、昭和 43 年頃に金沢の量販店が郊外に進出し、商店街が

廃れ始めた。平成 16 年頃に作家・市民運動家の森まゆみさんの、有形文化財を足場としたまちづくりの話にヒントを得て、一本杉通りの建物の有形文化財登録を目指し行政に掛け合い、何度も交渉を重ね無事に受理された。

- 平成 16 年にまちおこしの一環として「花嫁のれん展」を開催した。52 枚（内 21 枚は借り受け）の花嫁のれんを通りの 32 軒に飾った。この様子が文化出版社の「銀花」という雑誌で 32 頁にわたり特集され、翌年の第 2 回は全国から女性観光客が押し寄せた。花嫁のれんは、北陸地方では女性の宝と呼ばれ、博物館や美術館で展示されるほど貴重なものである。花嫁のれん展の市の予算は年間 25 万円だが、実際は年間 3 千万～5 千万円の宣伝効果があると思われる。
- まちづくりで大切なポイントは 2 点あり、「情報共有」と「意識改革」である。視察団が訪れる際には、事前に町内に訪問スケジュールを回覧板で回し周知した。情報が市民の間に行き渡るのと同時に皆が自分の問題として捉え始めるようになり、自分意識を持つことで、自信が生まれ、結果的に人とまち全体が元気になった。
- もう一つ、まちづくりで大切なことは「無理をしないこと」である。観光のために無理をしても続かない。普段の生活文化を見てもらうことが大切だと思う。

図表 19 北島屋茶店の様子



#### ■一本杉通り語り部めぐり - ぬのや仏壇店

【講師】布 和代さん

- かつては布屋だったが、仏壇を扱うようになった。家業は業態を変えることにより継続していくことが多い。例えば、カネボウは紡績から化粧品へ業態を変えた。
- (森山)時代により業種変換をしながら存続させていくスタイルは日本企業の特徴だと思う。
- 七尾の伝統産業の中に仏壇が強く根付いており、一本杉通りには仏壇屋が 3 軒ある。

図表 20 ぬのや仏壇店の様子



■語り部処めぐりのシェア

【講師】株式会社御祓川 代表取締役社長 森山奈美

(一本杉通りを歩いた感想を研修生より発表)

- (研修生F) パンフレットや展示スペースがあり観光が盛んだと感じる。また地域資源が満載である。そして川が臭いと思った。
- (研修生I) 知ってもらいたいことを発信しないといけないと感じた。話を聞いていて個性と人生が見え、生活を見てもらうお茶の間観光だった。
- (研修生G) 中央通りとの違いを感じた。無関心へのきっかけづくりが大事だと思った。また、長期でやらないと変わらない(1年や2年やらないと変わらない)と感じた。
- (研修生J) 居心地が良く、Oh God の会では女性が活躍しており、情熱や誇りが強い人が多い。パンフレットや展示スペースがあり観光が盛んだと感じる地域資源が満載である。そして、扱っている商品の質が高く、質の高い店が残っており、伝統を大切に、尚且つそれを伝えようとしていると感じた。
- (オブザーバー米澤) 各自が色んなテーマで語り、面白い観光スタイルだと思った。
- (森山) 商品の質が高いという話で、醤油屋さんを例にとると、周辺地域だけをターゲットにしているのは商圈が萎んでいくと考え、販路を広げる努力を行っている。顧客は全国にいる。お店訪問した時にインパクトがあるので、その場で購入しなくても後で注文がある場合もある。

(一本杉通りの課題と可能性について研修生より発表)

- (研修生F) 語り部の存在について事前知識もあり店先でシールも見つけたが、一般の観光客に対し周知が出来ればもっと強いコンテンツになるのではないかと。また、御祓川の臭い対策として、観光客を巻き込んだ清掃キャンペーン企画を行ってはどうか。空き店舗の利活用としては、商店街の建物は2階が住居としても使用されている為、住人は大きな問題と感じていないようだが、1階が空いている様子は町並みとしては寂

しい印象を与える。

- (研修生 I) 七尾には網屋さんのように各個人で行商をなす人が多いので、職人が集まる通りにしてはどうか。
- (研修生 J) 一本杉通りへの誘導として、パンフレットを駅の改札や、通りの入り口に設置したらどうか。
- (研修生 H) 語り部処の存在の周知として、個人旅行者が訪れた際に分かる仕組みにしようとしていると思うが、情報が行き届くつくりになっていない。また、市街地以外の地域課題との連携が課題であると思う。
- (研修生 G) 空き地が景観を阻害していると感じた。大きな空き地があるが、その問題を解消するための具体策はあるのだろうか。また、一本杉通りの若い人達のまちづくりへの関わりについて、何か取り組んでいるのか。
- (オブザーバー米澤) 醤油屋や仏壇屋のように店名に“屋”のつく専門店が多く魅力的な通りになっているので、名物として商品だけでなく店の専門性や職人もアピールしてはどうか。
- (事務局) 語り部処めぐりをコース設定したパッケージ化、その延長としてフィールドワークを盛り込んだ語り部ツーリズムはどうか。例えば、昆布屋さんの語り部と一緒に海に潜るなど。語り部の AR の導入や、生活を売るという発想が観光客にうけると思うので、町家ステイの様に語り部処にステイする企画を行ってはどうか。
- (森山) 地域連携の話だが、月に一度程度、一本杉朝市が開かれ郊外の野菜を販売している。

(一本杉通りを案内したコーディネーターとまちの人との関わりで感じた事を研修生より発表)

- (研修生 J) コーディネーターが訪問するとホッとした表情を見せ、話がはずむ、といったところから信頼感を感じた。
- (研修生 H) コーディネーターが可愛がってもらっているという印象を受けた。
- (オブザーバー米澤) まちの人から、コーディネーターがお客さんを連れてきてくれたことに対する感謝の気持ちを感じた。そこに安心感があり、リピーターにつながるのではないかと思った。一人のお客さんが次のお客さんを連れてくる可能性はあると思う。
- (森山) 一本杉通りの人々は商品の購入に至らなかったとしてもお客さんと話せることに喜びを感じている。良いアドバイスもあるし、指摘も受けるが外部の人間と話すことが財産になると経験則で知っており、それが語り部処に繋がっている。
- (森山) 可能性をどのように実現するかがコーディネーターの仕事である。例えば空き地の利活用であれば、まず空き地放棄の問題視から始まるが、それらをどのように周

知し、どのような機能を持たせるか、そして必要な資源を集めるなど一連のプロセスを考えプロジェクトを動かすことがコーディネーターの仕事の基本である。

図表 21 看板に貼られた語り部処のシールの画像



#### ■御祓川の取り組み紹介 コーディネーターより総合的に

---

【講師】 株式会社御祓川 代表取締役社長 森山奈美

- 1985 年七尾鹿島市民大学講座が開催された際、講師で当時福井産業大学教授の今野修平氏が「このままでは 100 年後に七尾はなくなる。ぺんぺん草が生え、無縁仏が残るだけだ」と発言した。市民に対して危機感を煽り、もっと目を向けてもらう意図があったと思われるが、2014 年に発表された消滅可能性都市に七尾は指定された。100 年後に七尾は無くならない。なぜなら 30 年前のこの講座で「七尾はあくまでも七尾の港と共に歩むべきだ」という方針を掲げ、従来の七尾とは違う未来を描きはじめてからである。
- 1987 年に北國新聞で七尾マリンシティ構想が取り上げられた。七尾マリンシティ構想は、1986 年に七尾青年会議所が発表した七尾市の将来の構想であり、翌年 1 月に七尾マリンシティ推進協議会が発足した。マリンシティ構想の理念は、「七尾の再生は港から町へ」である。自立の精神と市民が楽しむことを目指し、まずは港の活力を取り戻し、次第に都市・経済・市民意識も活性化していく必要がある。構想発表から 10 年間でマリンシティ構想の実現に向け、様々な事業や視察を実施し、アメリカのモントレイ市を目標としている。能登で開催している「モントレイジャズフェスティバル・イン・能登(MJFinNOTO)」は日本で一番長く続いているジャズフェスティバルであり、地元企業が多数協賛し運営が成り立っている。
- 平成 3 年にオープンした能登食祭市場は、今では年間 80 万人もの人が訪れるが、マリンシティ構想で掲げた港の再生としての最初の拠点であった。平成 7 年には駅前再開発ビルとしてパトリアがオープンし、食祭市場とパトリアという 2 つの集客核を結び、

点から線にする事で二核一軸の中心市街地を創り、更に商店街に対し面的に賑わいを広めていこうと計画していた。

- 1995年以降の10年間は軸作りの期間であった。1995年から1998年に石彫シンポジウムを開催。橋の架け替えも多く行い、二核一軸の海側の核である七尾マリパークを強化した。そして、軸沿いに流れる御祓川の再生が急務とされ、民間まちづくり会社である株式会社御祓川が誕生した。小さな世界都市七尾をミッションに掲げ、能登と環境と郷土を大切に、拡張よりも密着、最大より最良、競争より連携を重視した地方都市における持続可能な社会づくりを目指している。
- 2005年から2015年までの最後の10年間では、駅前にミナクルがオープンし、2010年に軸づくりが完成し御祓川大通りが全線開通した。
- 御祓川の事業には「まち育て、みせ育て、ひと育て」という3つの柱がある。まち育てのスタートは御祓川の浄化であり、まず植物の力を用いたシステムで浄化実験を行った。そこで、人と川との関係を取り戻すことが大事であると気づき、川で育てたクレンソウでケーキを作り、地域住民に食べてもらい、口にする事で初めて食べ物と自分の体が結びついていることに気付いてもらえた。川との関係を取り戻すという点で意義のある取り組みであった。みせ育ての一環としては川沿いに建物をつくってきた。現在御祓川本社がある建物が最初の案件であり、元銀行だった建物を食事処とギャラリーに改築した。ひと育ては当初はコミュニティ再生を目標とし、川に関わる市民を育てるNPO川への祈り実行委員会を運営した。川の清掃や小学生との水質調査などの活動を進めるうちに川沿いに市民の姿が見られるようになってきた。川と市民の関係が取り戻せたのではないかと感じた。
- 8年前に能登半島沖地震が起き、まちづくり会社としてすべき事を真剣に考えた。今までは川沿いでの活動だったが、地域で守らなければ守れなくなる危機感を感じ、震災の影響で、川沿いから能登全体へと視野が広がった。小さな世界都市というビジョンは変わらないが、その実現に向けた計画は能登全域で行う方向に変化した。当社では様々なサービスを提供しているが、単に地域の課題を解決するというレベルから市民が関わっていける仕組みを考え、メニューを作成した。事業の運営だけでは事業家だが、人の立ち回りを支援する事が地域コーディネーターの役割である。
- (質疑応答)
  - ✓ (研修生F) 七尾マリシティ構想の現在はどのようになっているのか。
  - ✓ (森山) 構想も推進協議会も現存しているが、マリシティ構想が主体の活動は減っている。ジャズフェスティバルなどは各活動の運営委員会で実施している。
  - ✓ (研修生F) 防災への動きは何かあるのか。
  - ✓ (森山) 東日本大震災後は、防災マップの作成や高低差の確認などの取り組みはあるが、元々マリシティ構想には含まれていなかった。現在は市の防災課や自治会レベルでの取り組みが行われている。



図表 22 御祓川の取り組み紹介の様子



#### ■御祓川の取り組み紹介 旅事業について

【講師】株式会社御祓川 岡本 竜太

- 現在御祓川は、まちづくり型旅行事業を企画している、提供している研修や視察対応は対時間の収益率が低く、もっと良い価値を提供できるはずだが、仕組みとして整備されていないなどの課題があり、解決策として旅行業を考えている。事業集約という形で新規事業の旅行業を始め、まちづくりの塾やうまみん等も「まちづくり楽交」として一つに集約する構想がある。
- まちづくり型旅行事業とは地域課題を解決するコミュニティツーリズムである。対象は個人や団体の旅行客ではなく共通の興味を持ったコミュニティであり、既存の事業を生かし旅に再編集して届けている。昨今コミュニティツーリズムが広がりを見せるなか、まちづくり会社御祓川としての取り組みを考えている。当社の事業に関わる人は多く、地域住民との繋がりもあり、ネットワークが広い。それを旅という形に編集して活かすことがまちづくり会社の旅行事業である。
- (質疑応答)
  - ✓ (研修生F) 課題解決型のコンテンツはあるのか？
  - ✓ (岡本) 既存のサービスを地域の状況にあわせて編集し、どのように人を集めるかが課題である。
  - ✓ (研修生J) 住民の反応はどうだったのか？
  - ✓ (岡本) 志賀町で社会人イノベーターのスタディツアーを実施する時は、住民に受け入れてもらえるかを懸念していたので、まずは大学生のインターンに1ヶ月間地元に住んでもらい、外部の人間を受け入れる土壌を整えることから始めた。

図表 23 旅事業について紹介の様子



■御祓川の取り組み紹介 まちづくり楽交について

【講師】株式会社御祓川 インターン生 宮本明星、佐藤大亮

- 一本杉通りにある空き店舗(メルコ)は、かつて銀行として町の中心に建っていた。当初は御祓川の本社移転先として考えていたが、地域住民へインパクトを与えるという意図もあり、「まちづくり楽交」という新規事業を始める運びとなった。七尾の中心市街地の空き地の利活用の第一弾としてメルコがあがった。
- 当社の事業が幅広いため地域住民に会社の機能が伝わりにくい現状がある。また、地域住民の活動をサポートする会社だが本社の存在が分かりにくく、事務所も建物の2階にあることでクローズドな印象を与えているのではないかと懸念している。今後は外部から分かりやすい形に事業を集約し、オープンにしたいと考えている。当社の事業を集約すると学校のようなので「まちづくり楽交」という名前にし、「まち育て、みせ育て、ひと育て」を1つの場所に集め、地域で活動したい人向けのプラットフォームとして位置付け、利便性を向上させたい。
- 新しいことを始めたい人をサポートすることで、七尾で働くことに対するイメージを変えたいと考えている。「まちづくり楽交」という場を通し大人の働くイメージを一新したい。この場所を通して子供たちが楽しく働いている大人と交流出来れば良いと考えている。
- (質疑応答)
  - ✓ (研修生G) 銀行のリノベーションにかかる費用の資金源はなにか。
  - ✓ (岡本) 金融機関からの借り入れである。例えば解体作業をイベント化する場合にはFAAVOという自社のクラウドファンディング機能の利用も考えている。

- ✓ (森山) 私が七尾に戻ってくるきっかけは、大人世代がまちづくりをしている姿に憧れたからであった。

## ■御祓川の取り組み紹介 初日の振り返り

---

【講師】 株式会社御祓川 代表取締役社長 森山奈美

- 研修生より今日一日の振り返り。
  - ✓ (研修生F・研修生J) 行政や市民という立場の関係性について考えた。従来の日本社会は行政依存だが、これからは自分達でやらなければならない。しかし、ハードの部分では行政の補助も必要である。今はそのような時代の変り目の時期なのではないかと思った。
  - ✓ (研修生I・研修生H) 今回の研修で資源などを知ること、また、知らせることが大切だと感じた。
  - ✓ (研修生G・オブザーバー米澤) 自分の地域で空き店舗を購入しゲストハウスを開業する予定だが、資金調達が課題である。また、人間関係の調整も難しく感じているので今回の研修で学んだことを活かしていきたい。
- (森山) 行政との関係性については、事業は市民主導型、行政主導型、市民行政協働型に分かれる。市民行政協働型の初期モデルが能登食祭市場の運営元の香島津(1999年設立)である。官民協働の事業と言われていたが、市民の反応は冷やかだった為、市民のまちづくりとは何なのか疑問に思った。官民協働の“民”は民間企業を意味していたが、現在は市民を指している。
- まちづくりには「会社型」と「ワークショップ型」という2つのタイプがある。御祓川は「会社型」である。資本金の6,800万円は民間で全て調達し、現在の本社を建て、会社を設立した。TMO (Town Management Organization) 全盛期で、当時はTMOが事業運営すると1/2の補助が受けられた為、TMOが管理者となった。設立当時の出資者は8名だったので、リノベーションは少人数でスピード感があり、意思決定が早く、また、全てが自己責任だった為リスクも伴うが、ダイナミックな事業展開が可能であった。2つ目のタイプ「ワークショップ型」は、資金があまりないが、緩やかな速度で地道に進めるタイプである。例として一本杉通りの取り組みや川への祈り実行委員会が挙げられる。2つのタイプに優劣の差はなく、まちづくりをしていく上で、両方必要である。この2つを場面や活動の性格により使い分けることが大切である。
- メルコのリノベーションは従来のやり方とは違う方法で進めていく予定である。御祓川設立時は少数の有志が密室の中で全て決め、オープンと同時に市民へのお披露目と

なったが、今回は当初から住民へ情報を流し、まちづくりのプロセスに市民が関わり易い形をとっている。15年前と今回のリノベーションは違い、御祓川にとっては新たなチャレンジでもある。15年前に現在の建物を手掛けた時の話だが、会社を開いた後に市民から改善案など色々言われた。しかし、途中段階の苦勞を知らないのに意見を言われる事で怒りを覚えたこともあった。全ての人の意見を取り入れることは無理だ。大儀をもって、高い志をもって、実行する人の決断力が大事だと思う。今だけを見るのか、将来を見据えて考えるのか、そして時間的だけではなく空間としても広い視野を持つことが大切である。日本だけのことなのかそれとも世界を考えるのか、一度視野を広げて考え、現場に還元していくという視点が大切だと思う。

- 知る・知らせるは両方とも大切という話だが、事業に没頭すると知らせることを忘れがちになる。しかし情報の周知は丁寧にすることが必要である。
- 事業テーマによって組むパートナーは異なる。事業を進めるにあたりパートナーの組み合わせを即座に考えられる人が良いコーディネーターである。組み合わせを間違えると事業の中身が良くても後悔することがある。だから、初期の登場人物選びは非常に重要であり、掲げたテーマに関わるヒト・モノ・カネの情報を集めてくるのがコーディネーターの仕事である。
- コーディネーションする上で大切なことが3つある。まず、自分のまちをどうしたいかという哲学が無いと事業がブレてしまう。コーディネーターは胡散臭い職業だが、それを払拭できる程の理念が必要である。2つ目は技術。立派なテーマを掲げても実現できるスキルがなければならない。例えば、川をきれいにするテクニック、事業のプランニング、対人コミュニケーションなどであり、哲学無き技術が一番危険である。しかし、この2点だけでは絵に描いた餅の状態で、最後に行動が伴わなければ何も動かない。これがコーディネーターの仕事である。
- 幸福の政治経済学という本がある。経済的豊かさと幸せの間にあるギャップを埋めるものは何かを研究した応用経済学だが、住民自治の充実度(政治への参加度)が答えである。行政は住民福祉(幸福度)の向上を図り様々な計画を立てるが、まず自分達のまちを自分達で作っているという感覚を住民の中で高めることが先決である。自分達の意見がまちづくりに反映されているという仕組みは計画の目的ではなく手段である。単に地域の課題が解決されるだけでなく、人々が関わり自分達の地域の問題を解決できればよいと思う。

## ■鹿渡島定置見学

---

【講師】株式会社御祓川 代表取締役 森山 奈美、ひと育て課 森山 明能  
株式会社鹿渡島定置 代表 酒井 秀信、船頭 順毛 弘英

- 鹿渡島定置は平成 26 年度に創設され、ふるさとづくり大賞の内閣総理大臣賞を受賞した。漁業者の年齢層は 20 代が圧倒的に多く、2014 年に株式会社化した。株式会社設立にあたり、漁師達の中で明文化されていなかった事柄をマニュアル化した。定置網漁法は莫大なお金をかけて海中に定置網を設置し魚を追い込む漁であり、2つの漁場を所有している。船頭は当時 25 歳という異例の若さでの就任であった。鹿渡島定置の漁師の出身は、必ずしも漁師の家ではない。船頭は海のない所の生まれで、県外からの移住者も多く、門戸が広い会社であり、月の売り上げ目標は 1,000 万円程度である。
- 漁師は港に戻り、水揚げ後に選別し、タンクに入れて出荷する。ここまでは普通の漁師の業務と同じだが、鹿渡島定置では 6 次産業化を進めている。近くの施設では地域の女性たちが加工品を準備している。魚の値は低く、例えばシイラは 1 匹 100 円程度だが捌いて刺身にすると数百円の価格がつき、スーパーや地域の JA に卸している。その他にも干物や団子、海藻なども製造・販売を行い、加工品や魚の直販もレストラン等へ行っている。最近では、他地域でも増加傾向にあるが漁師が自ら発送しているのも特筆すべき点である。神経締めという技術で魚の死後硬直を遅らせている。通常は漁連が水揚げされた魚に対して行うが、鹿渡島定置ではこの作業も船の上で漁師が行っている。
- 定置網は魚を保管しておくことが出来ることから「天然のいけす」とも呼ばれる。入り口を塞いでしまうので新たに魚は入らないというデメリットはあるが、よく使われる手法では箱型の網の一番奥の金庫網と呼ばれる部分だけ塞ぐ。大漁の場合は金庫網に保管しておき、出荷量を調整している。日本のブリの漁獲高の 1 位と 2 位は七尾であるが、ブリの大漁というニュースを東京に流し、需要を喚起させ、金庫網から少しずつ出荷している。
- 水揚げ場では直接魚を購入できるが、その場で漁師さんが値をつけることはできない。魚を市場へ持って行き価格が決まってからその金額をもらうことになる。農業も同様にこれが一次産業のネックである。

(加工場へ移動)

- 魚市場で値が悪い魚は近くの匂という加工場へ運ばれ、地元の女性達が魚を捌き、パック詰め、シール貼り作業までを行い販売先へ卸している。メリットとしては、捌く前の状態だとフクラギという魚が 1 匹 200 円程度のところ切り身にすると価格が 3～4 倍に上がる。手間は増えるが通常だと商品価値がないものでも付加価値を与えることで収益が上がり、地域の雇用も生まれる。こういった取り組みに加え、漁師の中で

の暗黙知を形式知に変えたこと、そして若手人材の登用が評価され、ものづくり大賞の受賞につながった。

(再度港へ移動)

- 元々飲食店等や個人への直送は行っていたが、3年ほど前に神経締めを取り入れてから大々的に直販を始めた。単に発泡スチロールに氷を入れるだけではなく、氷の上に1枚シートを敷き、さらにビニール袋と熱伝導率の高いアルミの袋の二重包装で魚を包んで梱包している。この方法によりまず氷の量が減るため荷物自体が軽くなり、熱伝導性の高い袋を利用することにより氷が触れた部分だけ局所的に魚が冷えるのを防いでいる。
- (順毛)越中式と呼ばれる定置網を使用している。ネズミ捕りの様な仕組みで海底に設置した網に魚を追い込む方法であり、網は潮流に対して平行になるように設置する。刺し網漁と比べると鮮度がよく、網に迷い込んできた魚しか捕獲しないため乱獲に繋がらず生態系に優しい。競りを行った場所によりブランドが変わるので七尾で獲ったブリでも氷見へ持っていけば氷見ブランドになる。
- 漁場を変えるには県と漁協の許可が必要な為難しい。新しく網を設置するには、中型の規模を一式揃えるのに2億円程かかる。また、船舶だけでも1億5千万～6千万程かかるので回収するには17～18年必要になる。農業と違い基本的に行政から費用に対する補助はない。
- (酒井)想いを持った人を発掘するには、見つけたら声をかけ、1つの方法で束縛しないことが大切である。資金、労力、全て出せなくても個々が協力できる部分だけ提供してもらい、自分達の地域を良くしたいと思っている人達を少しずつ仲間にすることが大切である。氷見から移住してきたが、七尾に来て特に男性社会においてよそ者意識が強いと感じた。当社は門戸が広く、定置網を愛する人に悪い人はいない。今までは定置網漁の見学を無料で開放していたが、今後は船に乗るプログラムや朝食の提供などを含めて有料化も検討している。

図表 24 鹿渡島定置見学の様子



■能登観光協会青年部 うれし!たのし!島流し!

【講師】株式会社御祓川 ひと育て課 森山 明能

能登島観光協会青年部 副部長 松井慎吾、会計補佐 瀬川 広倫

- 江戸時代、能登島は政治犯の流刑地であり、学のある人達も流されてきた為、都市の文化が広まった。
- うれし!たのし!島流し!プログラムとは、東京からの参加者を流人に見立て、当時の島民が流人の世話をしていたことから、都会人を流人として島流しし、田舎暮らしを支える刑に従事してもらう、というポジティブに島流しを捉えた企画となっている。春はどろんこの刑とし、学習田の田植えの手伝い、夏は祭準備の刑として向田の火祭りの綱練りを手伝った。毎回 10 人程度の参加者があり、年に 4 回 2 泊 3 日のコースで実施している。年に 4 回来てもらおう事で、一度限りの関係に終始するのではなく、地域との交流が生まれる。2014 年は延べ 39 人が参加した。
- 島流しの流れ
  - ✓ 能登空港到着後にオレンジ色の囚人服に着替える
  - ✓ 手縄をつけ、能登島大橋を歩かせる
  - ✓ 橋の途中で罪状表を渡す
  - ✓ 仮釈放の儀を行い、仮釈放期間中は東京滞在が認められる
- プログラムの目的は島の暮らしとコミュニティを未来に残すことであり、その実現のために能登島観光協会青年部を立ち上げ、島流し活動の受け入れを中心に動いている。2 年前、東京の「丸の内朝大学」地域プロデューサークラスの受講生の中で能登島への集客を企画するプロジェクトがあった。当時の受け入れ側のコアメンバーが青年部部長や松井さん達だった。まずはフィールドワークの受け入れを行い、その後、東京サイドのチームと話し合い、能登島のブランディング方法を検討した。結果、能登島の知名度をアップさせるブランディングが必要だと認識し、能登島で暮らすように旅を

するプログラムを作ろうと考えた。現地チームの話し合いではインパクトを与えるため、流刑地と暮らし旅を掛け合わせてエンターテインメント性を高める提案をした。観光地ではなく関係地作り。継続的な都会人との交流で島の産品や暮らしを買い支える存在を求めている。

- このプログラムは内容も面白く、画もきれいに撮れ、社会的意義も含まれているため取材が多く入っており、NHK からの取材もうけた。
- お金をもらって携わる地域コーディネーターの仕事 vs お金をもらわない仕事がある。朝大学のコーディネーターとしては県からお金をもらっているが、現地のスタッフとしては、島の人はお金をもらっておらず、単純に楽しいので自分もボランティアとして出動している。
- (質疑応答)
  - ✓ (研修生G) NHK の取材のオファーは先方からきたのか？
  - ✓ (森山) NHK からである。ニュースリリースは出すが、地方のマスコミとつながる事は難しい事ではない。良好な関係を維持する上で大切なのは継続的な付き合いをする事と面白いネタを持っている人だと思ってもらふこと、そして一番大事なのは普段のニュースリリースを丁寧に出すことである。
  - ✓ (研修生I) 将来的な展望はあるのか？
  - ✓ (松井) 以前のプログラムの参加者の移住がほぼ決定した。新聞の販売所に勤めている自分としては購読者数が増える。つまり、地域が元気であることが自分の商売の活性化に繋がってくる。
  - ✓ (瀬川) 能登島の存在を都会の人に知ってもらい、年4回以外でも宿を使ってもらいたい。島流しの参加者は2 / 3程を女性が占めるが、女性は家庭の中で決定権が強いのでどんどん島流しに来てもらい、能登島や自分の宿のアピールにつなげたい。
  - ✓ (森山) 秋祭りが好きである。祭の時の集落ごとの支え合いは既に存在するが、より円滑化し、島外の人が入ってきて地域経営が持続すればよいと思う。
  - ✓ (研修生H) 島流しの新規参加者はどのように集まるのか？
  - ✓ (森山) ほぼ Facebook の繋がりから集まっている。インフルエンサーをおさえると強い。
- (森山) 移住にも段階があり、自分達は人材の定置網モデルと呼んでいる。人材も定置網の様に地域内に仕掛けを配置し奥に追い込んでいき、地域の担い手にする。旅行会社経由での集客も考えており、外部にお金が取られる懸念はあるが、能登島の認知度が低いので情報の流通量を増やしたい。また自分達と親和性の高い人々に届けたいと考え、プログラムの切り売りも検討している。スタッフも日常の業務がある為、島流しの実施頻度を上げる事は難しいが、別の組織と協力しながらであれば切り売りして持続可能であると考えている。



図表 25 うれし！たのし！島流し！紹介の様子



#### ■中島菜ラボ見学と昼食

【講師】中島アグリサービス 代表 松田 武

- 御祓川のメニューのうち、能登スタイルストア、うまみん、FAAVO 石川、能登留学を活用している。ファンドレイジングの FAAVO 石川を利用し、作業場をイートインスペースにリニューアルした。従来中島菜の粉末加工は外注していたが自社で加工出来るように設備を整えた。費用は基本的に借り入れする予定だったが、まちのための取り組みだと PR する意図もあり FAAVO を利用した。集まった資金の内訳は御祓川が 5%、FAAVO の事務局が 15%、リリースが農繁期と重なり上手く PR 出来なかったため、最終的には知人からしか集まらなかった。
- また、農作業を手伝ってくれた学生には、奨学金ではなくお米を渡す能登奨学米という企画もインターン生と一緒に能登留学の仕組みとして立ち上げた。

図表 26 中島菜ラボ見学の様子



## ■鉦打地区/集落自治の現場

---

【講師】鉦打ふるさとづくり協議会 事務局長 村田 正明

- 昭和 56 年に鉦打ふるさと地域づくり協議会が発足した。以降 10 年間は 10 個ある集落のやりたい事の計画調整を年次ごとに行っていた。平成 4 年に鉦打ふるさとづくり協議会に名称を変更した。藤瀬の霊水は全国的に周知されているが、周辺道路が荒れていたため約 4 億円かけて整備を行い、人を呼び込もうと考えた。平成 4 年から地区全体の取り組みを始め、平成 24 年に地元で NPO 法人を立ち上げ、閉鎖された保育園を市から無償で借り受けリノベーションし、デイサービス事業を始めた。これにより雇用が生まれ、現在 10 数名が働いている。また地域内の店舗数が減少し買い物が不便になっていることから、NPO「にこにこ便」という高齢者向けの送迎サービスを開始した。高齢者が 60 名程度いるが、4 名の主婦がローテーションを組み対応を行っている。
- 所得がないと人が残らず、働く場がないと人が残らない。鉦打は米がおいしいので、農協任せではなく自分達で販売しようと考え、農事組合法人として法人化した。芸能祭などの文化的な行事は公民館で行い、協議会は産業的な所得を確保する行事を担当している。
- 現在の人口は 980 人程だが 30 年前は 1,600 人くらいであった。住宅は 280 軒程あり、浄土真宗の寺が 5 ヶ寺あるが、人口が減少する中でどのように維持していくかが課題である。この地域はかつて全てが真言宗を信仰していたが、天正時代に上杉謙信の七尾城落城の際に焼き討ちにあった。以降無宗教の時期があったが、浄土真宗の布教の影響もあり信仰が替わった。
- 後継者が必要なため、御祓川に若者をコーディネートしてもらっている。地域内の空き家や空き地をマーキングしたマップを作成し、利活用方法を検討し、ふるさとの魅力を再発見しようとして取り組んでいる。自分達と違い若い世代は小さい時に外で遊んでいないため、地域を知らない。
- (森山) 2 年連続、能登留学経由でインターンを受け入れている。大きな特徴としては、企業ではなく鉦打ふるさとづくり協議会として受け入れていることである。インターンのプログラムを作る上で一番大切な事は、受け入れサイドでプロジェクトに責任を持ち実施する人の存在である。例えインターン生がいなくても実行するくらい勢いのある人の中にインターン生が加わることで力を発揮する。過去に 2 回受け入れたが、2 回とも同じ女性が来ている。また、集落として自治力が高い点もポイントである。
- (村田) 地域の 8 割方が山だが、昭和 40 年代から林業が衰退し、和倉温泉や七尾市街地へ人が流れ出し過疎化が進んだ。昭和 56 年の協議会発足後は、集会所の建設などハード面での整備を進めた。ソフト面でのむらづくりの取り組みとして、米のブランド化(鉦打米)や能登野菜の栽培、加工品の製造・販売など能登の資源を活かした特産品づくりを進めた。また、伝統的な祭だけでなく地区外の住民も積極的に呼び込み参加し

てもらふ祭も実施することで、集落の枠を越えた地区住民の一体感を創造したいと考えている。

- (質疑応答)
  - ✓ (研修生G) 協議会の活動には市から補助金が出るのか？
  - ✓ (村田) 事業を始めるとなると補助金が出ることもある。新規に始める時は出ないこともあるので、そういう時は県や国に掛け合う必要がある。
  - ✓ (研修生F) 協議会のメンバー構成と雰囲気を教えてほしい。
  - ✓ (村田) メンバーは 24 名おり、10 人が各集落の町会長、14 名は地区の団体の代表である。実質 8 人が個人の有志であり、この 8 人が大体の原案を作っている。構成員の中で年齢差はあるが特に関係はないと思う。実際にアクションを起こすかどうかは町会長の意思に因る部分が多く、町会長の質が良い時はやりやすい。町会長は各町内の推薦で決まる。
- (村田) 一番の課題は今のメンバーの後継者作りである。地区としてはこのような面倒なことは行政職の OB に任せようとする風潮があった。しかし、自分の後継者になる予定の人が暫くない。30 代 40 代の若手世代の中には面白い人材もいる。出る杭は打たれるようなことはなく、皆で協力しないと生き残れないという危機感がある。協議会が活動的になるにつれ公民館が何もしなくなった。しかし、公民館が地域づくりをしなければならないと思う。
- (森山) 地域課題は山積しているが、その解決方法は 1 つではない。解決に向けて色々とチャレンジするのが鉾打地区の特徴である。そして課題解決に向けて描いた事を実現してきた点から自治力が高いと感じる。

図表 27 集落自治の現場の様子



## ■志賀町/古民家こずえ

---

【講師】 Dream Concierge 代表、農家民宿 古民家こずえ 女将 梢 正美

- 元々は農家民宿を運営していたが、現在は株式会社イシケンでまちづくり事業を支援してもらいつつコーディネーターとして活動している。
- 地元で生まれ育ち、関西で進学就職をし、地元の魅力を再発見した。まちづくりへの関心があり、里帰りする度に地元の過疎化を目の当たりにし、イベントで盛り上げようと考えていた。観光業界からコンサルタント、そしてイベント業界へとキャリアを積んでいき、その後38歳の時にUターンを希望し、能登スタイルストア立ち上げの時にスタッフとして参画した。その後農家民宿を立ち上げたが、ソフト面の具体策が見えてこなかったため2014年にインターンシッププログラムを導入した。農家民宿はグリーンツーリズムの農村子供プロジェクトの一環として立ち上げたので当初のターゲットは親子だったが、現在は若者である。親子というよりも、母親になる若者、社会人になる前の若者をターゲットとする事で、人材育成の観点から現代で欠けている躰の部分が残っている過疎地域と組み合わせられないかと思った。コンサルタント時代に企業と新入社員とのギャップを感じており、地域を絡めた人材育成を出来ないかと考えていた。よそから若者が来た時に地域住民のモチベーションが予想以上に上昇する。インターン生も観光ではなくインターンシップとして地域住民と触れ合っていたので、再度訪れた際に地域住民に会いに来たという意識を持つ。インターン生とはプログラム終了後も関係性が継続している。
- (岡本)インターンシップのプログラムは、御祓川が梢さんから課題をヒアリングし、それを解決するプロジェクトを担当するインターン生を探すマッチングシステムである。プロジェクトをセッティングしたマッチングフィーが梢さんから当社宛に支払われ、梢さんからインターン生に交通費等が支払われている。
- (梢)田舎では違うことをすると異端児であり、その空気を変える為にコーディネーターが必要だと思い、行政と住民とまちづくり団体が連携したまちづくりを目指している。2015年の課題は学生を使った行政マンの意識改革である。志賀町は自治体としては弱い、助志会(若手職員の集まり)を利用して若手職員の意識改革を行いたい。
- 農家民宿の運営からコーディネーターとしての立ち回りに変わり、今まではコーディネーターとしての活動が主だったが、「つなげる大切さ」と「つながる大切さ」をインターンシップを通じて再認識した。地域や行政にも意欲のある人がいるが、動き出せないでいる。そういう人たちを繋いで点を線にすると力強い。そして古民家こずえを地域の課題解決の拠点にしたいと考えている。若者を巻き込み一緒にまちづくりをすれば地域に愛着をもってくれる、移住をしなくても愛着をもって足を運んでくれる。そのような動きの中で若者が何度も訪れるようなまちになり地域創生に繋がるのではないと思う。そこで農作業を通して学生と地域が助け合いながら目的を達成するま

ちづくりを目指す「YUI(結い)プロジェクト」を立ち上げた。次回のインターンシップは古民家こずえのみではなく、まちづくり全体へ携わるプログラムになる。その一環として、空き家調査がある。行政でも調査は行っているがHPに結果を掲載しているのみである。自分達は調査結果を基に活用方法の検討、地域におけるビジネス化を模索している。若者を呼ぶにしても働く場所、雇用機会が必要である。住む場所も行政ではまだ整えられていないので、仲介コーディネート業務も出来るようになりたいと思っている。

- (森山) 鉾打地区のインターンシップでは、空き家マップを参考に空き家予備地にインターン生が訪問し、地域住民との関係性を少しずつ構築し、息子さんは帰ってくるか、田圃はどうするつもりなのかなど、地域住民同士だと聞きづらいことをローラー作戦でヒアリングした。その調査結果を協議会が今後の集落営農を考える際の基礎データとした。地域づくりは男性主体の意見だけで成立していると感じたので、今後の5ヵ年計画には女性の意見も取り入れたいと思った。2回目のインターンシップ期間中には、女性向けのアンケートを全戸配布で実施した。調査後、何軒かピックアップし、ヒアリングを行った。こうした取り組みは今更村田さんは実行できないが必要なことである。この様なインターン生の活用は企業の課題解決に取り組むインターン生とは違う影響を集落に与えている。今後志賀町でも実行できると考えている。
- (梢) 今まで行政の産学連携の取り組みの中で学生は沢山来ているが、事業の終わりと共に関係性も消滅し、地域との繋がりが生まれなかった。インターンシップは期間が長いので繋がることできる。今後は地域にとってもインターン生にとってもメリットがあるように継続させていきたい。
- 株式会社イシケンの社長とは以前四万十ドラマの畦地社長の講演会で知り合った。住宅事業専門だったが、事業の衰退に伴い枯露柿事業を始めた。合同会社を設立し、また介護施設も開業し、廃校を活用した取り組みも行っている。イシケンが枯露柿のプロモーションを始めてから非常に販路が伸びた。地域の女性の中で雇用が生まれている状況を見て素晴らしいと思った。空き家活用と違い、日銭が稼げるようになった。
- 2014年に高校のインターン生も3人受け入れた。モチベーションが低い生徒だったが、雇われるだけが仕事ではなく、自分で事業が出来るという話をした。当時大学生の長期インターン生もいたので、最終的に意識が変化し、うち2名は就農への意欲を示した。
- 今後の教育でも、研修室ではなくてフィールドワークを通して学ぶ事が大事だと考えている。
- (質疑応答)
  - ✓ (研修生F) 御祓川に交通整理してもらっているが、2社の出会いのきっかけはなにか？
  - ✓ (梢) 自分が能登スタイルストアで働いていた時に、森山さんが県の事業の地域

づくり塾の講師だった際に感銘を受けた。それ以降森山さんが講師を勤める沢山のイベントに参加したが、毎回色々な気付きがあり、やりたい気持ちはあるが、手段が分からない時期であった。そして今感じるのは、やらないとわからないということである。

- ✓ (研修生H) 志賀町という人口2万人のコミュニティの中で異端児と呼ばれていたが、現在まで諦めないでやり続けてきた生き抜くコツはなにか？
- ✓ (梢) 楽しむことと学ぶことである。沢山悩んだが、学生とのふれあいの中での感動体験や地域住民の喜んでくれた笑顔、それが嬉しかった。そして自分のダメだった部分に気付きをもらえ、学べた事が非常に有意義であった。痛い思いは次に活かせる。そして、同じ経験をしている人にアドバイスを出来る自分になり、そこには信頼関係が生まれる。まちづくりはひとづくりである。ひとりひとりが高い意識を持っていけばまちは自然と良くなる。持続するにはお金も必要で、モチベーションだけでは続かない。
- ✓ (森山) 長期的なビジョンでまちづくりに取り組むプロジェクトと日銭を稼ぐビジネスモデルを組み合わせなければならない。
- ✓ (梢) 人件費は補助金で賄っているが、補助金なしで自立するのが今後の課題である。

図表 28 古民家こずえの様子



## ■ 2日目の振り返り

【講師】 株式会社御祓川 代表取締役 森山 奈美

- 研修生より今日一日の振り返り。
  - ✓ (研修生I) ヒト・モノ・カネの遣り繰りだけでなく、それらを結び付ける場作

りも地域経営にとって重要である。目標ではなく実現可能なものを目指すことが地域をコーディネートすることではないかと考えている。枠を作り窮屈にやるのではなく、時には相手とじっくり話し合うことで信頼関係を構築することが重要である。

- ✓ (研修生J) 漁師は魚を獲るだけという固定概念があったが鹿渡島定置の漁師達は1つの作業に収まらず、パック詰めなども行っており、経営的な思考も持っている点に驚いた。コーディネーターは地域の中に入り一人で全て作業するのではなく、地域の中にはそれぞれコーディネート出来る人物がいた。つながる大切さ、つなげる大切さという話があったが、自分は行政側の人間なので行政としての知識を持ち、それを提供するという役割を果たしたい。コーディネーターとしてはやりにくい部分があると感じるので、そのポジションを目指すのではなく、地域の中でコーディネーターとしてポテンシャルのある人を見つけない。
- ✓ (研修生G) 鹿渡島定置の若者にやる気を感じた。きっと社長の心の広さが影響していると思うので、自分も同じくらいの度量を持ちたい。自分は地域内では、カフェをオープンしたが女性従業員の人間関係が悪化している危機的状況にある。今度会社をオープンする時は地道に広がるようにしていきたい。
- ✓ (森山) それは時と場合による。時には大々的にメディアに取り上げてもらうことも必要である。飲食店は口コミで広がり、うまくいく傾向がある。
- ✓ (研修生G) 全体的に目からうろこで色々な手法があるのだと気付いた。
- ✓ (研修生H) 鹿渡島定置の漁師の仕事が固定概念に囚われていないと思ったが、他の産業の手法を真似ていると思う。NASの松田さんも資源をフル活用している。自分がやっていることから一步離れて客観的に見るのが大切だと思うので自分も取り入れていきたい。また、自分はネガティブなので梢さんのようなポジティブさを持ち、自分が痛い思いをした分誰かにアドバイス出来るようになりたい。そして、人材の定置網モデルという話があったが、職業として地域コーディネーターのような事をしているとすぐに成果を出したいと焦ってしまうが、きちんと段階を踏まなければならないと感じた。
- ✓ (研修生F) 今回話を聞いた人達と御祓川は会社としての繋がり、ビジネスパートナーという関係性があると感じた。御祓川の提供しているサービスが個々のニーズに上手くマッチングし、有効活用しているからだと思う。具体的にはそう感じた部分が2点あり、1点目はインターンシップの活用。インターンシップについて色々知識はあったつもりだが、まちづくりというジャンルの中での学生の可能性、そして学生が地域に与える可能性を今回の研修で肌を感じた。2点目は、梢さんがはじめは自分で全てやろうとしていたが、次第にコーディネーターとしての立ち回り方に変化していった点である。今後自分の地域で活かしたいことだが、復興支援したい企業を受け入れ、来年度の方向性を探っている。今まで島流

しと同じ取り組みをしていたが、島流しは対象が個人であり、旅感覚での交流である。自分達は違っており、企業が求めているものは復興であった。復興や地域活性化実現に向けた手段には交流人口の増加、同じ市内の地域間の連携促進、地域経済の促進があるが、この部分を強化したい。

- (森山) コーディネーターの扱う総合性は、地域が相手なので産業、福祉、教育、環境など沢山の問題を抱えている。その中で自分の専門性をどこに置くかが重要である。御祓川は総合病院の医者ではなく、町医者のような存在であったほうが良いのではないかと思った。また、コーディネーションの対価をどう考えるのか、今回の参加者はコーディネーター業を生業とするのか、今現在の仕事の中でコーディネーター的役割を果たそうとしているのか、そのどちらでもないのかを整理した上でワークシートの行動計画を作成してもらいたい。
- まちづくり楽交を通じて自分達の取り組みを分かりやすく発信しなければならない。従来の御祓川の事業は他地域における既存の取り組みを真似ているだけであり、当社オリジナルは少ない。しかし、七尾にとって必要なスキームは吸収し、アジャストしてきたと思っており、その組み合わせがオリジナリティを生むのではと考えている。編集して分かりやすくアウトプットする事が今一番求められていると思った。
- 当社には「まち」「みせ」「ひと」という 3 本の柱がある。この 3 者の関係をもう 1 度考え、それぞれの持続可能性を考えている。「まち」は地域の環境の循環を示し、荒れている里山は持続可能ではない。川も汚いが、循環がおかしくなっているのが原因である。環境が循環できることが地域に暮らす上でのベースとして必要である。経済の循環がないと生きてはいけない。「みせ」は、地域の中だけで考えるのではなく、外貨を適度に入れ、なるべく外に出さない事が活性化に必要である。具体的には、外部から人を呼び、地域で作ったものを地域内外で販売し、中でサービスを回す。これは地域の持続可能性を高めるために必要なことである。「ひと」の部分では、地域課題に取り組もうと考える人材が継続的に生まれる事が必要である。以上 3 つの循環を生み出すことが地域の持続性を高めることに貢献すると思う。また 3 つは相互に関係する。「まち」が良くなる事と「みせ」が良くなる事は関係している。時に地域の経営者は資本主義的観点から見ると合理的ではない経営判断を下すことがあるが、それは「みせ」と「まち」の関係があるからである。「ひと」と「まち」も、住民が自分の役割を果たすことで「まち」との繋がりを感じた結果、関係性が深まると思う。同じような関係が「ひと」と「みせ」にも存在すると思う。
- (事務局) 御祓川は町医者だということだが、つまり何でも受け入れるのではなく立ち位置を決めているのである。普段プロジェクトに取り組む時に 3 つの項目を整理している。Can(自分達ができること)・Will(やりたい事)・Must(やらないといけない事、組織のルールなど制約条件、抱える責任など)。全て自由に出来るわけではないので、



この3つが重なったところにしか物事は成り得ないと思う。1つ1つの円を大きくすることで重なる部分は大きくなると考えている。

- (森山) 全ての地域づくりは何かからの復興だと思う。

図表 29 2日目の振り返りの様子



#### ■総括レクチャー&パターン作成

【講師】株式会社御祓川 代表取締役 森山 奈美

- パターン・ランゲージの成り立ちは建築分野から来ている。都市レベルの問題、敷地レベル、間取りなどのプランニングの問題、そしてディテールなど全てのレベルで留意しておかなければいけない項目があるが、それにはパターンがある。建築の現場だけでなく、プログラミングや組織開発でも用いられるようになった。コーディネートする時に初めて会う人とのコミュニケーションや価値観の異なる人との意見のすり合わせといった状況があるが、3日間の研修で対処が上手いと感じた話をピックアップし、気付いた事、学びを各自で作成して欲しい。
- パターンシートの合言葉にあたる部分を研修生より発表。その後、発表内容から各自1つピックアップし、パターンを作成する。
  - ✓ (研修生F) まずやってみる、一緒に。
  - ✓ 意識変化(行動を通して住民の意識が変わる)。
  - ✓ 人間力(コーディネーターは八方美人の方がよいかもしれない)。
  - ✓ 想像力・妄想力がコーディネーターには必要。
- ✓ (研修生G) 引き出しを多く持つ(相手に納得させる情報量とスキルを持つ)。
- ✓ 尊敬してもらえるような振る舞い。
- ✓ 身近に感じてもらえる人になる。
- ✓ 和をもって尊しとなす。

- ✓ (研修生 J) 地域住民の目が輝いていて、熱意を感じられた。
- ✓ 行動力とコミュニケーションが大事。
- ✓ 固定概念に囚われない。色んな情報を得ながらあらゆる可能性を模索する。
- ✓ 行政としてコーディネーターを活かす仕組みづくりが重要。
- ✓ 住民との関わり。
  
- ✓ (研修生 I) 明確なビジョンを持つこと。
- ✓ 地域住民に可愛がられること (信頼関係の構築に繋がる)。
- ✓ まちの環境・未来を語り、お互いに共有の認識をはかる。
- ✓ 登場人物(その場に必要人間)の設定。
- ✓ 「ない」を全て「つくる」に変える。
- ✓ 空間・時間・仲間の3つの“間”が重要。
  
- ✓ (研修生 H) 褒め上手、そそのかし上手。
- ✓ 人のストック (色んな人との出会いがあるがすぐに活用できなくてもストックしておけば財産になる)。
- ✓ 一期一会。
- ✓ 傾聴と自己主張のバランス。
- ✓ 妄想無限大(アイデア出しの時点でマイナス要件ばかり考えてはいけない)。
- ✓ 好奇心旺盛、興味関心が多岐に渡る。
- ✓ 客観が先、後から主観(独りよがりにならない)。
- ✓ ヒトマチミセのそれぞれの良い面から探す。
  
- ✓ (事務局) 足を運ぶ。
- ✓ 段階を設定する。
- ✓ やってみる。
- ✓ 歴史を知る、歴史を使う。
- ✓ まちを使う(まちづくりからまち使いへ、ハードからソフトへ)。
- ✓ その気にさせる(一人では何もできないので周囲の人を巻き込む)。
  
- ✓ (森山) 笑顔が基本。
- ✓ 歴史を学びストーリーを作る。
- ✓ マスコミ使いを丁寧に。
- ✓ 辛さを学びに変える力。振り返りをして、応用する。

- (森山)個人の気持ち的な部分(熱意・想像力豊かなど)といった資質や心の持ち方から、思考の基本、戦略基本方針、テクニク的な部分を示す行動指針、スキルの4つに分類できる。上記の中から1つピックアップしパターンを作成する。パターンを作っておく事で引き出しが増え、色々な状況下で応用が利き対処できる。
  
- 各自でパターンを作成し、発表。
  - ✓ (研修生F)
    - ✓ 合言葉：まずやってみる、一緒に。
    - ✓ 前提条件：組織内でボランティア活動の企画を新たに立てる時。
    - ✓ 現状：課題や解決方法の優先順位が分かっていない。優先順位を付けることで一杯で行動に移さない。メンバー全員の理解を得ることに執着してしまう。保守的な住民がいて非協力的。効果や結果に固執して、アクションを躊躇う。
    - ✓ 解決策：結果も大事だが途中のプロセスにも目も向ける。既に繋がっている住民と一緒に実践する。またその人たちに今繋がっていない住民を巻き込んでもらう。実行した後は振り返りも住民と一緒にやる。これらの結果として、実行したことで見えた可能性が組織としての成功体験にもなり、住民にとっても成功体験となる。可能性が広がり、積み重なり、パターンが広がるのではと思う。
  
  - ✓ (研修生I)
    - ✓ 合言葉：その気にさせる。
    - ✓ 前提条件：行動できない、行動方法が分からない相手がいる。
    - ✓ 現状：考えはあるが時間的制約がある、悲観的になっている、もしくは考えもなく現状も分からない、何も変わるはずがないと思っている。
    - ✓ 解決策：ないものは作る、作れないものは変化させ、実現可能なものにしていく。似ている事例をサクセスストーリーとして提供し、徐々に気持ちを高めていく。はじめから大掛かりな取り組みをするのではなく、初めての事は小さくてもよいので必ず成功させることで成功体験を積み重ねられる。その繰り返しの中で徐々にできる気持ちが育つ。
  
  - ✓ (研修生G)
    - ✓ 合言葉：沢山の引き出しを持つ。
    - ✓ 前提条件：会議の中で全体としてはある方向に行くべきだという時があるが、別の意見を出す人もいる。会議で一方の人に引きずられることがある。
    - ✓ 解決策：色々な事例を紹介すれば納得してもらえないのではないか。事例を出して多角的に見てもらい納得してもらおうスキルが大事であり、その結果、皆のモチベ

ーションが上がり、全体が動き出すのではないかと思う。

- ✓ (森山) 会議中に一人の人に引きずられてしまうことはよくあるが、それを同等の意見として扱うため、カード使う、板書することで、声が大きい人も文字に書いて同じ大きさにする。皆誰かに引きずられているという感覚は好まない。自分達でやろうとしている状況を作ることが大切である。時に地元相手だと難しさもあるが、場合によっては外部の人間の方が中立的になれる。そのようなファシリテーターをコーディネートすれば良い。

✓ (研修生J)

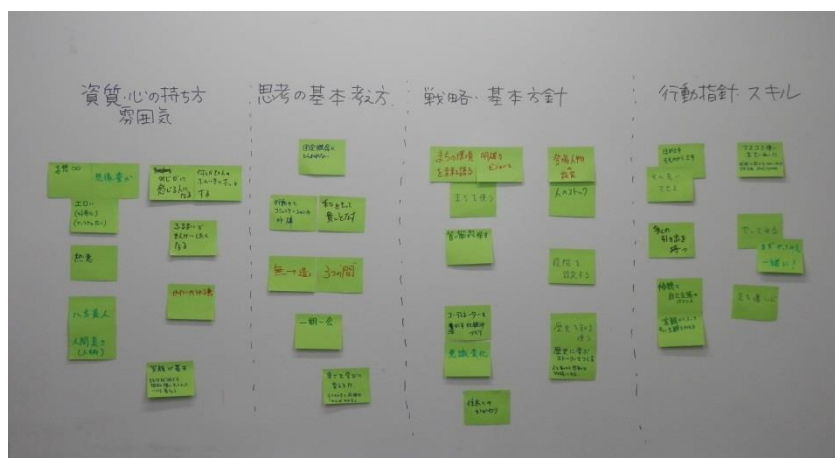
- ✓ 合言葉：足を運ぶ。
- ✓ 前提条件：何かをやろうと思った時、相談された時、行き詰った時。
- ✓ 現状：今自分が持っている情報や思考だけで解決しようとしてしまう。人を動かすことだけを考えてしまう。塞ぎこんでネガティブになってしまう。
- ✓ 解決策：ひとりひとりが全て違う考え方をしていると自覚する。自分が外に出て足を運んで、自分に出来ることを発見する場を作る。人を動かしたい時は、まず自分が行動する事で相手も一緒にやろうと思ってくれる。ネガティブになった時は悩んだ時こそ動いて、吸収して、新たな発見が見えてきてポジティブになれる。足を運ぶことで更なる問題を見つけることもあるが、問題を発見出来たことを良いことだと捉えるのも大事。

✓ (研修生H)

- ✓ 合言葉：辛さを学びに変える力。
- ✓ 前提条件：地域コーディネーターとして仕事を始めてからと仮定する。資金が無く、異端児と呼ばれ、上手くいかない。
- ✓ 現状：悩みを共有でいる人がいない。協力者がいないので全て自己完結しようとする。別のステークホルダーや資金源を探すことで時間的ロスが発生している。
- ✓ 解決策：悩みや思いを言える相手を作る。他の事例を応用する。これまでを振り返る。辛さも学びと思う、など思考を変える。辛いと思ったことに真摯に向き合う。臆病な楽観主義者になる。ストレス解消法を持つ。効果として、後進が壁にぶつかった時にアドバイスが出来る。新たにまちづくりに取り組もうとする人達のハードルが下がる。
- ✓ (森山) 地域で奮闘している人が孤立しないような仕組みを作る事が大切である。また、地域を離れてみることも大切である。自分のフィールド以外で頑張っている人と繋がることは、モチベーションの維持に繋がり、自分は間違っていないという認識が出来て自信に繋がる。

- ✓ (事務局)
- ✓ 合言葉：Always Smile(笑顔が基本)。
- ✓ 前提条件：難しい調整をお願いする時、交渉する時。
- ✓ 現状：表情が硬くなる。腕組をする。思いが後ろ向きになる。怒ってしまう。
- ✓ 解決策：前向きに話し合える。理解してもらえる。納得度があがる。相手の言っていることに頷く。質問することで相手の想いや内容を聞く。
  
- ✓ (岡本)
- ✓ 合言葉：住民をよく知る(住民との関わり)。
- ✓ 解決策：コーディネーターとして狭い地域に関わる時、地域の事を知っている人と関わる。村長や集落のコーディネーターとつながることが大事に感じた。自分の立ち位置の整理をすることが重要。

図表 30 総括レクチャー&パターン作成の様子



(行動計画の発表)

● (研修生 I)

- ✓ 公民館で定期的に新たなフィットネス教室を開催し、参加者同士の交流を促進し、地域や世代を超えた新たなコミュニティを創造したい。七尾市は人口減少や少子化の問題があるが、交流する事によって誕生する世代を超えた新しいコミュニティの創造、そしてそれが永続的に続いていくことを住民に伝えたい。

(他の研修生からのフィードバック)

- ✓ (研修生 F) 今の職場で共感を得られそうか？
- ✓ (研修生 I) 地域同士の関係が難しく、事例の紹介が出来ていない。ただ今回の研修を通して、巻き込める団体の数が多いことに気付いた。
- ✓ (研修生 J) 組織の中で、日常の業務もある中で情報を仕入れ、新しい取り組みを進めようとしている。期待する人が増えるのではないだろうか。
- ✓ (森山) フィットネスガレージだけでなく行う場合のまちに対する企業のあり方、会社内外のコーディネーションが必要になってくる。研修生 I さんは対外のコーディネーションは上手いと思う。社内は従来の組織が動いているため難しさもあり、自分が社長ではない時の組織の動かし方に悩むかもしれない。足元を動かすところを頑張らなければならないと思う。

● (研修生 F)

- ✓ 自分が活動している地域では放射線量を原因とする健康的不安や若者がいないことから閉鎖的、悲観的になっている現状である。住民が地域に対し誇りや愛着を持っている状態をつくり、復興や地域活性化の為に行動する人、田村市のファンを増やしたい。そして、交流人口を増やすことの意義や可能性を住民と一緒に考えたい。

(他の研修生からのフィードバック)

- ✓ (研修生J) 復興応援隊はいつまでその形態で活動できるのか。期限があるならその間に実現出来るのか不安はないのか。また、新しい課が出来るという話だが、どんどん掛け合っていき自分から相手へ意識を植え付けるのがよいと思う。
- ✓ (研修生H) 復興の形は人それぞれなので復興に拘らないまちづくりや企業のCSR展開の場になれるくらいのマッチングをしてはどうか。また、マネタイズの仕組みがあれば応援隊が終了しても財源が出来るのではないか。ヒントは御祓川の事業にあると思う。
- ✓ (研修生G) 永住する意思はあるのか？
- ✓ (研修生F) 本音としては迷っている。職の問題、結婚、マイホームなど生活面を考えたときに難しさはある。しかし、自分の地元を考えるきっかけにはなっている。
- ✓ (森山) 地域内外の人を繋いで地域づくりをする時に、間に立つ人が持っていないといけないのは、地域外の人に対して地域の人からの永住する意思を問う声から守る力である。永住の覚悟はなくてもよいと思う。それがなくても活動できる環境を整えるのがコーディネーターが負う重要な役割である。今あるプロジェクトを全力で取り組んでもらえる場を作るのが大切なことだと思う。

● (研修生G)

- ✓ 自治会に入らないなど無関心な人がいる現状も踏まえ、まず住民の中の無関心意識を改革し、若い世代が活躍できるステージを作り、住民が希望を持って生き生きと暮らせるまちを住民総参加で作りたい。

(他の研修生からのフィードバック)

- ✓ (研修生F) 今の段階で取り組んでいることはあるか？
- ✓ (研修生G) 地域の中にゲストハウスを作り、地域住民の交流の場としたい。また、旧市役所の利活用も考えている。
- ✓ (研修生H) ゲストハウスが実現したら新しい雇用が生まれ外部から人間も入るが、市街地でないようなところに人が入る上で、祭への参加や寄進などの懸念材料を受け入れ側としてどうコーディネーションするのか。
- ✓ (研修生G) よそから入ってきた人に対する地元住民の目は温かい。同じ目線に立って話し合えばよいと思う。
- ✓ (森山) 地元根付いての活動になると思うが、住民総参加という理想を掲げた時に参加のチャンネルを幾つも作ることが大切になると思う。全員が研修生Gさんと同じレベルの情熱を持ちまちづくりをするわけではない。そうでない人が居辛い環境は不自然なので、各々が出来る範囲で地域と関わっていける状況をどう作るかがポイントになる。まちづくりをしている意識を感じられる、居場所がある、

出番がある、ことを意識させる存在になれば良いと思う。

● (研修生H)

- ✓ 既存の公民館以外に世代や職業を越えて住民が交流できる常設の場を作り、地域で取り組む人、地域資源が集まれるようにする。そしてその人たち同士での交流が同時多発的に生まれる場にしたい。取り組みの第一歩としてコワーキングスペースを作る。

(他の研修生からのフィードバック)

- ✓ (研修生F) コワーキングスペースのメリットは？
- ✓ (研修生H) 仕事をしている人もお茶をするおばちゃんも同じ場所で過ごして良いと思う。
- ✓ (森山明能) 野々市市にある五十川堂というカフェは機能的にはコワーキングスペースだが、人の流動性が減るのを防ぐためカフェと銘打っている。本筋としてどういう出会いや集まりを誘発させるかにあわせた表現やルール作りをする事が大切になってくる。本筋の周辺に出会いが多発する事が拠点のあり方としては理想的だと思う。
- ✓ (森山) PDCA 中の P を今やってもらっているが、行動が伴わないプランばかりになることがよくある。TEFCAS という言葉がある。Try まずやってみる。Event を起こす。すると Feedback を受ける。自分のプランと Check して Adjust して Success に向かうというスパイラルである。計画に時間をかけるよりも、まずは小さく実行すると、人を巻き込むことも出来、実行した上での問題点も分かり、実行した上で分かることが沢山ある。その経験を積み重ねてやりたいことに繋げる。

● (研修生J)

- ✓ 地域コーディネーターの数が不足している現状を踏まえ、行政として情報蓄積とコーディネーターへの情報提供を行いたい。そして、コーディネーターの役割の必要性を地域に伝え、最終的に地域ごとにコーディネーターが存在する状態を目指したい。

(他の研修生からのフィードバック)

- ✓ (研修生F) 地元のまちづくり活動には疎く、仕事が中心になっていた。
- ✓ (研修生H) 勤務先の行政地区の隣町に住んでいるということだが、だからこそ動きやすい部分があると思う。また、行政は制約も多いと思うが自由に出来ることも沢山あるのではないかな。
- ✓ (森山) コーディネーターを活かす仕組みづくりは行政にしかできないことである。行政と関わる時に担当者によって対応が違うことはよくある。個人の行政マンの熱意で支えられている状態ではだめなので、担当が変わっても回る仕組みまで昇



華させていくことが重要である。

図表 31 行動計画発表の様子



#### ■まとめ

【講師】株式会社御祓川 代表取締役 森山 奈美

- 登場人物の設定はコーディネーターの大事な仕事である。参加のデザインとも呼ばれ、3つに分解することが出来る。参加の構成デザイン(誰を登場人物にするか)、参加のプロセスデザイン(プロジェクトのゴールまでのプロセスを組む)、そして参加のプログラムデザイン(話し合いの場の運営)の3つである。その上でファシリテーターの役割を果たす際に3つのテクニックがある。領き、翻訳(例えば行政語と民間語を翻訳する)、まとめである。
- あとは実行するだけだが、実行しただけで終わらせず、どこかの時点で振り返る必要がある。振り返った時に初めて学びになる。

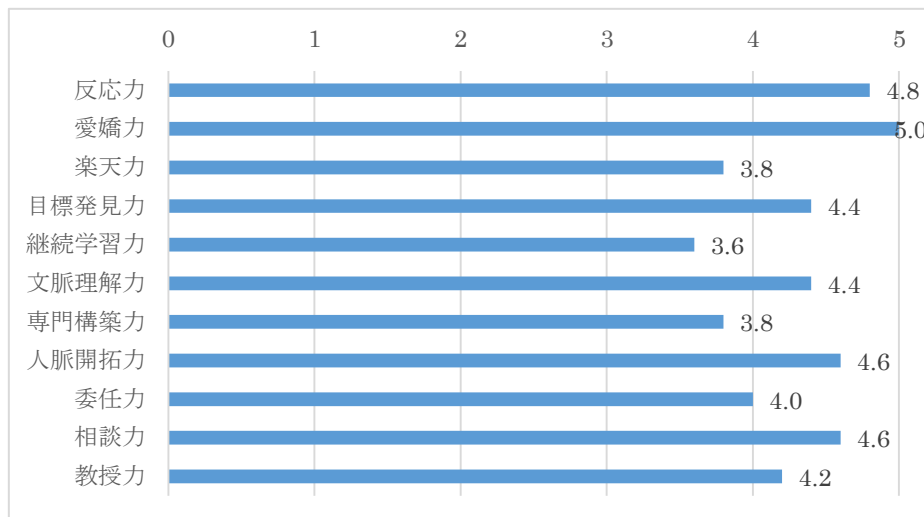
## ② 研修実施結果

### 研修生の主な意見

- もしかしたら、近い将来自分たちの住んでいるまち、働いているまちが、人口減少により鉦打地区と同じ状況になるかもしれないと考えると、その時にどのようなことを考えて、行動していくべきか、またどのような問題が起こりうるのかを考えさせられる良い機会となりました。特に、行政の立場から、現地視察をするうえで、非常に分かりやすかったです。
- 今回の研修ではコーディネーターの役割や考え方だけではなく、七尾で活動されている地域住民の活動や思いにも触れることができる内容だったので、非常に参考になりました。
- 全部の研修が、今ある自分の立場において非常に参考になると共にやる気をもらい、「地域の世話役はこうあるべきだ!」「このようなスキルを身につけるべき!」とあらゆる事に自分の励みになりました。
- 今回の研修は、現地視察がメインとなり、実際に活動しているコーディネーターの話聞くことや、活動を見せていただくことができたので、よりわかりやすい研修で、大変勉強になりました。
- 受入先（株式会社御祓川）の業務内容自体が地域コーディネーターの役割を果たしているとの印象を受け、団体としても参考になりました。何よりコーディネートされる側が、御祓川へ感謝や学びになっている事を実感されている話を伺えたことがよかったです。

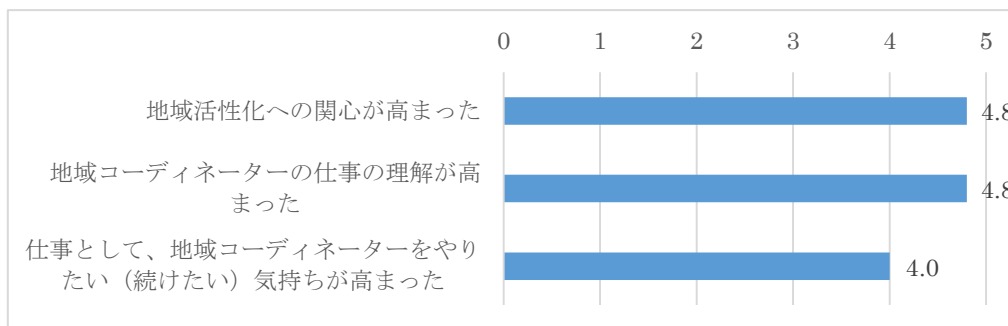
図表 32 七尾の現地研修会による能力の高め方・磨き方の理解度合い

(全く深まらず：1、あまり深まらず：2、少し深まった：3、  
まあまあ深まった：4、よく深まった：5)



図表 33 七尾の現地研修会による地域コーディネーターに関する意識と理解

(全く当てはまらない：1、あまり当てはまらない：2、少し当てはまる：3、  
よく当てはまる：4、非常に当てはまる：5)



### (3) 三重県尾鷲

#### ① 研修実施内容

##### ■研修プログラムと概要

1日目 1月13日(火)

時間		内容	概要
13:00	30min	オリエンテーション	アイスブレイク、目的の確認
13:30	90min	尾鷲での取組み事例説明 まちづくり会社設立～現在	尾鷲市の概要、株式会社熊野古道おわせの事業について伺った。「100のありがとう風呂」や「ランチバイキング」等の事業の説明を受けの中で、町づくりをしていく上で大切だと伊東氏が考えていることを伺った。
15:00	30min	移動	
15:30	60min	夢古道事業を通じた創業支援事業	地域のおかあちゃん達で結成される平均年齢約70歳のNPO天満浦百人会の理事長より同団体の取組みについてレクチャーを受けた。天満浦百人会は、ランチバイキングやカフェ、イベントの開催等の事業を行っている。
16:30	30min	移動	
17:00	60min	移住者である漁師北田さんによる地域の問題解決のレクチャー	紆余曲折を経て、現在尾鷲市の梶賀村(人口170人の漁村)に移り住んだ北田漁師に話を伺った。漁師経験の全くない北田さんが、漁師として生活する中で感じた、行政と地域の問題認識のギャップを皮切りに、地域の問題解決に大事なことを伺った。
18:00	30min	移動	
18:30		夕食会	参加者とコーディネーターと漁師北田さんでの夕食。尾鷲の食材を頂きながら、交流した。
	課外		学びの振り返り

2日目 1月14日(水)

時間		内容	概要
9:00	60min	500人の集落 九鬼町フィールドワーク、マチ歩き	人口500人の集落、尾鷲市九鬼町を歩いた。九鬼町は、尾鷲市の漁村の中でも最も大きい漁村である。九鬼町の地域おこし協力隊員に先導され、大きな漁港を見学し、石畳が美しい町の中を歩いた。
10:00	60min	九鬼町 地域おこし拠点集落支援についてレクチャー	九鬼町民の憩の場だったカフェ「つどい」の再興に向けて活動する地域おこし協力隊員から、活動への思い、悩み、やりがい等についてレクチャーを受ける。
11:00	30min	休憩及び移動	
11:30	60min	150人の集落 早田町フィールドワーク、集落支援についてレクチャー	地域おこし協力隊員等の、ビジョン早田実行委員会での活動内容説明レクチャー。またコーディネーターより、地域に外から来た人を入れる意義や、人口の少ない集落で活動することの意義の説明を受ける。
12:30	60min	昼食	町のおかあちゃん達による、夢古道おわせのランチバイキングを頂く。
13:30	30min	移動	
14:00	90min	尾鷲での取り組み事例説明 インターンシップ活用事例及びコーディネートについて	コーディネーターと尾鷲商工会議所の職員より、日本初の商工会議所が主催する長期インターンシップについて、その仕組みと意義についての解説。コーディネーターに求められる能力についての議論。
15:30	20min	休憩及び移動	
15:50	40min	170人の集落 梶賀町フィールドワーク、マチ歩き	漁師北田さんの住む、梶賀町のフィールドワーク。梶賀町は漁村である。北田さんのご自宅は、立派な1戸建てであり、すぐに住める空き家があるかどうか、アイターン者を増やすためには欠かせないという。
16:30	30min	休憩及び移動	
17:00	60min	行動計画の作成についてのディスカッション	研修参加者の行動計画についての構想や悩みを共有し、参加者間でのディスカッションをし、コーディネーターや事務局からアドバイスを行う。
18:00	30min	フリータイム(入浴)	希望者は、「夢古道おわせ」にて入浴

18:30	30min	宿舎へ移動	
19:00	60min	夕食会	
	課外		学びの振り返り・行動計画の作成

### 3日目 1月15日(木)

時間		内容	概要
9:00	20min	移動	
9:20	40min	行動計画発表準備	各自にて発表準備
10:00	105min	行動計画の発表	今後の行動計画発表 他の参加者からのコメント 講師からフィードバック
11:45	15min	まとめ	講師からまとめ、アンケート記入等
12:00		解散	

### ■尾鷲での取組み事例説明まちづくり会社設立～現在

【講師】株式会社熊野古道おわせ 支配人 伊東将志

- 尾鷲市は経営コンサルに相談しても「参入はやめた方がいい」と言われるほど、立地が良くない。「夢古道おわせ」についても、政府や、三重県、尾鷲市から反対が相次ぎ、結局は尾鷲市の中小企業から出資を募り、「夢古道おわせ」の管理会社である、「熊野古道おわせ」を起業することになったが、その時点では成功すると考える者はいなかった。結局、夢古道おわせは、公設、民営の建物となった。
- 世界遺産への登録には順序があり、まず暫定リストに登録される。その段階で、メディアに露出はされるので、熊野古道に来る人の数は増える。しかし、それまでの尾鷲は観光地として発展してきたわけではないので、町に沢山の旅行者が訪れても対応の仕方がわからなかった。人が来るのが単に「成功」を意味するわけではない。
- 夢古道おわせの事業の柱は2つある。「100のありがとう風呂」と町のおかあちゃん達による「ランチバイキング」である。「100のありがとう風呂」は、尾鷲ひのきを丸く輪切りにしたものに、日ごろの感謝を書き込み、湯船に浮かべるものである。既に、全国で数百件程度の温泉施設がこの企画を採用しており、全国的なイベントを開催している。「100のありがとう風呂」により、お風呂に人が来ないという問題と、尾鷲ひのきの利用先がないという2つの問題を一気に解決した。
- 「ランチバイキング」は、町のおかあちゃん達数チームが週替わりでランチバイキングを担当するもので、営業時間は11時～14時である。地元で、その日採れた野菜や魚を提供し、運が良ければその日しか食べられないものにも出会える。年間約3万6千

人が訪れ、年間売り上げは 3,600 万円程度である。ランチバイキングにより、地元の料理を評価され、おかあちゃん達は尾鷲市に自信を持つようになり、かつ雇用を創出した。ランチバイキングで活躍するおかあちゃん達は、「すごい」料理の腕があるわけではないが、「純粋に」地域の味を再現することができる。

- 「100 のありがとう風呂」の発展には、大学生のインターンを活用した。これは、2～3 か月という長期実践型インターンシップで、6 人の大学生と共同して進めた。インターンは、大学生が成長する物語を見守るのではなく、企業側の人間の厳しい研修である。大学生は、ストレートな質問をぶつけてくる。その質問にきちんと答えなければならないので、受け入れた企業側が大きく成長する。インターンを募集する上では、何に取り組もうとしているのかを整理し、共感を呼べるようなものを魅せなければならない。また、往々にして田舎では人材不足が問題とされるが、そこをやる気のある大学生を集めることにより補うことができる。
- インターンをコーディネートする際に最も重要なことは、マッチングである。受け入れ企業と、インターン大学生の相性が最も重要であり、それを行う部署を、商工会議所に設けた。
- 最も好ましいことは、地域の資源を使い、地域のためになること。そして、地域の資源を使うと、地域の人々の誇りを取り戻すことができる。
- 地域活性化を進めていく中で、様々な人と会うことを意識していた。また、地域の問題に取り組む際、悲壮感のようなものを出し頑張らないようにするべきだと考える。まずは楽しむことが大切である。尾鷲や、他の過疎地域が抱える問題は切実だが、中心になる人が、楽しくやらなければ成功しない。さらに、地域活性化を進めるためには、みんなから好きになってもらわなければならない。そのためには、好きになってもらえる努力をし、もてるような努力をしなければならない。やっていることが正しくても、「こんなに正しいことをやっているのになぜ評価されないのか」とか思っているうちは好きになってはもらえない。良いことをしているはずなのに、評価されないこともある。評価されないことには理由がある。その理由にきちんと耳を傾け、全てを受け入れていくのが正解である。

図表 34 尾鷲での取組事例説明の様子



■ 夢古道事業を通じた創業支援事業（天満浦百人会の取組紹介）

【講師】 NPO 法人天満浦百人会 理事長 松井まつみ

- 天満浦百人会は、平成 12 年に「天満浦を元気にしよらい！」を合言葉に、仲間たちで、活動をはじめ、現在、文化講座や体験活動、カフェを営んでいる。昨年まではレストランでランチバイキングを営んでいた。レストランを始めたきっかけは、伊藤さんに「せめえこされて（攻めて攻めて攻められて）」である。7年間のレストラン運営で、人生が変わった。ごはんよそい役として全ての方々に「いらっしやいませ」と言うが、その過程で、沢山の方と話し、沢山の情報を得ることができた。中には、私と話をするために、毎月名古屋から来てくれる方がいたり、「私の話しも聞いて！」と言ってくる方もいた。7年間で出会った数万人の方々全てが自分を成長させてくれ、苦しくて、楽しい7年だった。
- 百人会は、地域の様々な事情を考慮し、NPO として動いているが、NPO 法は改正が速く、そして難しい。だから、広告一つ出すにも専門家を頼まなければならない。
- 百人会がなくなったら尾鷲市の方も含め、みんなが天満のことを忘れてしまうだろう、感じており、何が何でも続けていくという熱い想いを持っている。
- 天満荘も経営は厳しいが、補助金に頼らず活動をしている。固定資産税等は、百人会の他の活動で賄っているが厳しい状態である。補助金に頼らない活動に、難しさも感じているが、補助金に頼ると「ここぞ」というときに踏ん張れなくなるので、補助金無しで頑張っている。
- 百人会の、次代を担うリーダーも育ちつつある。次期リーダー候補は、60 歳で決断力に秀でた方である。30～40 代はバリバリ働き、50 代は子供を大学に通わせるために仕送りをし、60 代でやっと地域のために行動するくらいで丁度良いと思う。



- 百人会の活動の時給は1時間300円である。これでも、高くなった方である。一般的にこの時給は低いと思うが、70歳のおばあちゃんからしたら、時給500円をもらうことが逆に気持ち悪い。年金プラス1日の稼ぎ1,500円くらいが丁度よく、少しの贅沢や、孫へのプレゼントに使っている。昨年度の人件費は合計600万円、今年度はレストランをやめた為、100万円の予定である。
- 沢山の誇らしいところもある百人会だが、情報発信が苦手分野である。おばあちゃんたちは、まだスマートフォンやSNSに対応できておらず、今でも手紙を使って連絡を取る。特に、若者たちと繋がる事に苦労している。今の若者は自分の住所も知らないこともあり、まして、友人の住所など把握していない。しかし、「大人組」という雑誌等に取り上げられ、西宮から「松井さんに会いたかった!」と行って来て下さる方もいる。
- 我々はゆっくり活動しているが、それでは百人会がつぶれてしまう。来年度は今年度と違うスタイルで、攻めの戦略を展開していこうと考えている。攻めるのが大好きで、色々取り組んでいると、色々と言われるが「言われたもん勝ち」「やったもん勝ち」で、やぶれかぶれの人生を歩んできた。モットーは、「足を運ぶ」ということである。百人会の発足時、何度も何度も市役所へ足を運んだ。結局、補助金はもらわないことになったが、その当時に何度も市役所に足を運んだことにより、市役所の中に顔見知りが増え、人的ネットワークの源泉になった。実際に足を動かし会いに行くのは面倒で、時間がかかるが、人と顔を合わせるが一番大切である。
- 株式会社熊野古道おわせの伊東さんを恩師だと思っている。その理由は、伊藤さんが知らないことを知っており、それを教えてくれるからである。

図表 35 夢古道事業を通じた創業支援事業説明の様子



【講師】 漁師 北田真規

- 大阪出身、大阪暮らし、大阪で公務員を経た後、鳥羽の旅館で働き始めた。旅館の移転で尾鷲の旅館で働いている時に、伊東さんからインターンを受け入れてみないか、と言われ、そこから伊東さんとの交流が始まった。
- インターンの学生は、毎日泣きながら、「自分は何ができるのか」「何ができないのか」「どうやったら改善されるのか」を考え続けた。このとき自分も、一緒に考えていた。学生は純粋に質問をしてくるので、それに答えられるようにしなければならない。聞かれた質問に答えられないことが、学生のモチベーションを最も下げってしまう。自分自身「なぜ？」と問い続け、本質を求め続ける生活を送っていた。そういった生活を送る中で、自分自身も当時の仕事をする意義がわからなくなる旅館の仕事をやめた。旅館での仕事は、テクニックを駆使し、数字を稼ぐだけのいわばゲームのようなものだと感じてしまった。当時の仕事が、地域のためになっているとは考えられなかった。
- その後、立ち飲み居酒屋や、コンサルを経て、自分のやりたいことを叶えるには、漁師になるしかないと考え、尾鷲で漁師になった。漁師生活を始めたのはいいものの、研修もなく、何をしたら良いかわからず、言葉もわからない。沖で船の上で立っていることも難しく、よく怒られた。このような事態が生じるのは、60代のおじいちゃん達は、昔から漁師をし慣れているか、父親が漁師かであり、普通のサラリーマンと共有するいわゆる「常識」が違うからである。そして、漁業の常識を理解している人と、理解できない人の間にある距離感が漁師の数の減少につながっていると分析している。この距離を埋められないと、一般の方が漁師になるのは厳しい様である。
- 一方、行政の人は、漁師は若い人がいなくて高齢化が進んでいることが問題であるととらえている。だから、若い人を入れないとならないと考えている。しかし、現役漁師の方々はまだまだ元気である。問題は「漁師の高齢化」ではなく、新人に「教えることができない」事である。本件のように、問題を単純に特定せず、本当の問題は何かをきちんと認識しなければならない。漁師の件について言えば、まずは普通の人が「わからない」ことを理解してもらう事がスタートラインである。
- 他には、町に受け入れてもらえるように、地域のおかあちゃん達との交流が大切であると考えている。自分自身、徐々に町に入っていく経験から言えることは、使命感を持ち、熱く地域を変えたいという人が来ると、地域の人は避けてしまう。論理的に問題点を指摘し、解決策を提示し、提案しても、「いや、問題ないし」と、はねられてしまう。だから、変わっていることに気が付かない位のスピードで、いつも通りの振る舞いをし、変わることが良いのだという事に少しずつ少しずつ、気づいてもらうことが唯一の策ではないかと考えている。

図表 36 移住者である漁師北田氏による地域の問題解決についての説明



■九鬼町地域おこし拠点・集落支援についてレクチャー

【講師】九鬼町地域おこし協力隊 豊田宙也

- 地域おこし協力隊として尾鷲市九鬼町に来た。
- 九鬼町は、尾鷲市にある7つの集落の中で最も大きい集落であり、大きな港がある。伊東さんは、7つの集落それぞれに一人ずつコーディネーターを置きたいと考えている。一人で町全体を良くすることは出来ないので、その気にさせ、チームを作り、動いてもらうのが重要である。
- 九鬼町では、町のカフェ「つどい」の復興に向けて取り組んでいる。「つどい」の復興は、町のペンキ職人や、元大工からの協力もあり順調に進んでいる。また、食器を集めるためのイベントも計画中である。九鬼町には、「能力」や「もの」を持っている人は沢山いるが、それを発揮する場がないので、そういう場を作りたいと考えている。最近、町の人や市役所の人と協力しながら、「どういう店にするか」を考えている。
- プロジェクトが進む時には、誰かがまず「やる」と言いだし、それに一部の人が手を貸してくれる。そして、実際にプロジェクトが具体的に進みだすと、最初は手伝ってくれなかった人も手伝ってくれるようになり、順調にプロジェクトが進み始める。
- 伊東さんが、地域おこし協力隊を募った時は、九鬼町から「つどい」がなくなり、町が寂しくなったのでここに「つどい」を取り戻して欲しいというストーリーを立てた。わかりやすいストーリーを立て、何がしたいのかを明確に示すことが重要である。
- 九鬼町に来た当時は、様々なイベントに参加し、積極的に足を動かし、つながりを作っていた。自分が作った場で、九鬼町の間人間関係が変わっていくのがとても面白いと感じた。
- 伊東さんは、総合プロデューサーである。大切なことを何でも教えてくれ、且つ、話

しやすい飲み仲間のような存在でもある。

図表 37 500 人の集落 九鬼町フィールドワークの様子



図表 38 九鬼町 地域おこし拠点集落についての説明の様子



■150 人の集落 早田町フィールドワーク、集落支援についてレクチャー

---

【講師】三重県尾鷲市 地域おこし協力隊 石田元気

- 早田町では、地域おこし協力隊と関わっている。ここで活動している人がいて、だからこそここに入っていこうと思った。
- 私が来るまでは、早田町にはビジョンがあったが、実行力がなかった。そこに実行力のある人間が入ることで、プロジェクトがうまく動きだした。
- 尾鷲市にある小さな村は日本の縮図であり、ここでの事例は「大きな」場所でも適用可能なのではないかと考える。この町には 150 人しかいないから、10 人動けば数%の

人が動いていることになる。これを大きな町や、日本全体に適用すれば、同様に問題の解決もできるのではないか。小さな町での取り組みは、社会実験的な意義をもつ。だから、小さな地域での優良な取り組みには総務省も注目している。外の人から評価されると、町の人も嬉しいのである。

- 早田町では、20～30代の漁師が増えているが、その理由は、漁師体験の実施と組合長が町の人々の意識を変えたことにある。以前は、町の人々が新しい人を受け入れる体制が出来ていなかった。それでは、孫も帰ってくる場所がなくなるという意識を組合長が町の人たちに植え付けた。そこから、町の人々の意識も変わり、新しく来た人の面倒を見るようになった。
- 伊東さんは保護者のような存在である。何から何までお世話になっており、なんでも相談に乗ってくれる人である。

図表 39 150人の集落 早田町フィールドワークの様子



#### ■ 昼食 まちのおかあちゃん達による夢古道ランチバイキング

- (北田) 現代において、スーパーには毎日同じものが並んでいるが、毎日同じものがあるというのはおかしい。それは、現代社会において形成されている幻想でしかない。いつも違うものがある、ときにはない時もある。それがリアルである。毎日同じものを提供し続けることは、この大量消費の時代で田舎は絶対にスーパーに勝つことができない。だからその場所で、その時にしかないものを提供できるのは逆に田舎しかない。

図表 40 ランチバイキングの様子



■尾鷲での取組み事例説明 インターンシップ活用事例及びコーディネートについて

【講師】尾鷲商工会議所 専務理事 村田浩子

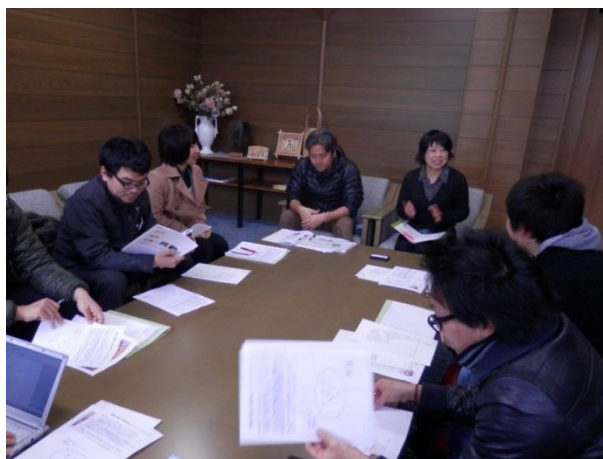
株式会社熊野古道おわせ 支配人 伊東将志

- インターン事業は、私が商工会議所にいる時に始めたものが、現在も引き継がれている。最近では大学生向けのインターンに加え、高校生向けのインターンも実施しているようである。高校生向けのインターンは、高校生に「仕事とは何か」を考えてもらう事と、地元で頑張っている大人の姿を見せ、体験することで、地元に残る人の数を増やすことが主な目的となっている。
- 尾鷲市での、インターンは商工会議所が主催しているのだが、これは全国で初の取組である。NPOが主催するインターンでは、受け入れ企業がお金を払う必要があるが、そもそもの存在意義が企業の支援である商工会議所ならば、企業支援の一環として行うので、受け入れ企業側の負担とならない。もう一点、尾鷲市のインターンが特別なのは、期間が1か月～4か月と長い長期実践型だということである。期間が長い為、実際に受け入れた企業は学生に何かを任せることができる。何かやりたい学生が、世の中に沢山いる。そして、人手が足りていない地域・企業も沢山ある。ここを如何につなげるかにコーディネーターの役割がある。
- 尾鷲市は、スピード感がある。数年前とは全く違うことを行っている。高校生を42の地元企業に送り込むのも新しい試みである。世の中の流れと同じでもとても変化が速い。しかし、行政の人たちがそういったスピード感をもたずに、古いマニュアルをそのまま運用しようとしてしまうのでうまくいかない。また、他地域の取組をそのまま再現しても上手くいくかはわからないと思う。
- 商工会議所の方が、私は人を使うのがうまく、人作りに長けた人だ、と評価している。

重要なのは、共感と継続である。自分のやりたいことに大きく共感してくれる人材は貴重であり、また、同じ仕事にずっと携われる人と共同していくべきだと考える。

- 自分が生まれ育った地域のことを本当に素晴らしいと言える人はいない。相手に合わせた方法で、その気にさせることが重要である。
- 商工会議所の職員時代から地域への活動へ私を動かしたモチベーションは、町の企業の社長さんとよく酒を飲みに行く経験をしたこと。戦争後の焼野原からこの町を作ってきた人は、自分の町にプライドがあり、思い入れがあり、エネルギーがある。その人達の姿を見、話を聞き、この様に自分も町を作っていかなければならないと考えた。

図表 41 尾鷲での枠組み事例説明の様子



#### ■170人の集落 梶賀町フィールドワーク、マチ歩き

---

【講師】 漁師 北田真規

- 私が住む梶賀町には平坦な所がほとんどなく、漁港の駐車場が唯一ともいえる平坦な広場である。その駐車場は、町中から見下ろすことができるので、子供を遊ばせるにはうってつけの場所である。
- 自宅のトイレは、地元の方が洋式に変えて下さり、冷蔵庫も地元のおばちゃん達が使われていないものを探してきてくれた。家賃は1万5千円で、住宅補助が1万5千なので、実質0円で住んでいる。外から来た人が定住できるかどうかは、家の状態にかかっている。特に、トイレと電気は重要である。

図表 42 170 人の集落 梶賀町フィールドワークの様子



図表 43 漁師 北田氏の自宅



#### ■行動計画の作成等フリータイム

【講師】株式会社熊野古道おわせ 支配人 伊東将志

- 研修生の行動計画の進捗状況について報告し合い、ディスカッションを行う。その中で、行動計画を考えるヒントがいくつか出された。
- 新しいものを考える場合は、何かと何かの掛け算で生まれることが多い。何かと何かの両方が決まっていないと、自由すぎて無限にあるので、とても難しい。私の場合は片方が「お風呂」と決まっていたから考えやすかったのではないかと。そこに、「熊野ひのき」の問題があった。あとは、「お風呂×ヒノキ=?」の答えを探すだけであった。このように、未確定な部分を絞り込んで行くことで、やる事が絞れてくるのではないかと。
- 地域の良さは、地域の中にも気づけることはある。



例えば、遠くに住む仲のいい友人が2人いると仮定します。今週、その1人が来るが、その人は5時間しか滞在しない。来週に来るもう一人の友達は、3日間滞在する。この2人に合わせる人・経験させるものの違いは何か。自分が作成したプランで来た人が嬉しいと感じれば、自分も嬉しいと感じる。この時間では足りない！と思った時に、もう一度来たいと言ってくれる。大切な人を満足させようとした時に、どうしたら良いかと考えることが、自分の地域の良い所を考えるきっかけになる。1週間いても、1か月いても良くなる町が良い町である。そして、ここは見せたくないと思うところが自分の町の課題である。

図表 44 ディスカッションの様子



#### ■行動計画の発表

【講師】株式会社熊野古道おわせ 支配人 伊東将志

- 研修参加者が、各自の行動計画を発表（プレゼン5分）し、その後参加者からの質問タイム（5分）。最後にコーディネーターからの講評（5分）を行う。
- （研修生A）
  - ✓ （研修生A）「泣ける」道の駅を作りたい。しかし、まだまだ町のことを知らない。
  - ✓ （伊東）まずは、町のことを知ることから始める。せっかく外から来たのだから、既存の計画自体にも疑問を投げかけてみてもよいのではないか。また、道の駅に「泣ける」要素を組み込みたいのであれば、そのヒントは道の駅にはないかもしれない。「泣ける」要素を備えていると考えられるもの、例えば小説や、演劇などからヒントを得てみてはどうか。

- (研修生C)
  - ✓ (研修生C) 北アルプスと比べ、南アルプスに来る人数は圧倒的に少ない。その中で、伊那市が「存在感」を発揮していきたい。
  - ✓ (伊東) 計画が壮大で良い。実際に「やる」と宣言してしまうのは良い事である。一つ言えることは、行政の人から求められる「枠」がある。しかし、その行政の枠を超えないとできない話もある。そういうところは、少し行政の枠を超えて協力していく必要がある。隣町や、隣の地域との「競争」や「協力」がとても大切なので、お互いに高めあい相互に情報発信し、相談し助けあいながら、切磋琢磨する。そのためには、隣の地域へ、自分から足を運び協力していくことが重要である。
  
- (研修生E)
  - ✓ (研修生E) 「地域に、若者が訪れない」という問題を地元の人がもっと地域のことを知ることで解決していきたい。地元のことを紹介するフリーペーパーを作りたい。
  - ✓ (伊東) フリーペーパーを作り情報発信をする事と、若者が気軽に来れる地域を作ることをどのように繋げるかが重要である。情報を発信しようとする過程で、自分があまり地域のことを知らない事に気づく、そして、情報を発信するために地域のことを知っていくことになるので、情報を発信しようとするのは良いことである。
  
- (研修生B)
  - ✓ (研修生B) 白川町を知っている人や、白川町のファンを増やしたい。白川町にまた行きたいと思ってもらえ、実際にまた来てもらえる町にしたい。そのためには、まず白川町の知名度を高めることが不可欠である。まずは、名古屋市の住民全員に白川町の認知度を高め、ゆくゆくは全国的に白川町の知名度を高めたい。具体的には、イベントの開催や、インターンを実施し白川町に足を運ぶ人を増やす。また、観光名所や散歩のルートマップを作成し配布する。これを実行するためには、町の人々の協力や、町の知識が欠かせないため、まずは白川町の住民とできるだけ会い、話をする。そして、町の知名度が上がっていくなかで、町が活性化していくのが嬉しいという感情を町の方と共有したい。
  - ✓ (伊東) 戦略が正攻法過ぎて面白くない。まだ、白川町に赴任したばかりで、白川町が協力隊を呼んだ理由を把握できていない。まずは、白川町が問題だと思っている部分を認識し、町のことを良く知った上で、白川町自身の問題意識を疑い、本当の問題を見極めなければならない。行政に言われたからやるのではなく、自分できちんと問題を認識し、行政からの注文が具体的でないこともあるので、そのような時は、仲間と議論し自分達で具体化していく必要がある。

- (研修生D)
  - ✓ (研修生D) 都会の人の第2の故郷をもっと作りたい。とても魅力的な地域は沢山あるが、それを知っており、実際に体験しているのは一部の人にとどまっている。魅力的な情報を都会の人同士で共有でき、沢山の人に伝わる仕組み、そして、実際に魅力的な地域に連れて行く仕組みを作りたい。この計画の実行には、現時点で魅力的な地域を知っており、かつ、まだその地域に行ったことがない人をその地域に連れて行ってくれる人(これを紹介者と呼ぶ)が必要である。しかし、そのような紹介者をどのように集めるかが、まだ詰め切れてない。地域の方と新しい人が地域の良さを知り、実際にその地域を訪れてくれる喜びを共有したい。最終的なゴールは、地域を訪れる人の数を増やし、地域での交流を増やすことである。
  - ✓ (伊東) まだ自分の中にあるゴールを言葉にし切れていないと思う。なんとなくでやっている気がする。「沢山」というのはどれくらいを指すのか。また、コミュニティ作り自体が目的になっていないか、コミュニティを作った後にどうしたいのか、そのゴールに対して、自分はどのような役割でいたいのか。そのあたりを詰めていかないとふわっとした曖昧な活動や計画になってしまい、協力者も現れず、協力もしにくいと思う。
  
- 報告全体に対する、講評(伊東将志)
  - ✓ (伊東) 仲間を募ろうと思った時は、「何が欲しいか」を明確に言わなければならない。しかし、これは出来そうで出来ないことである。自分が何をしている人かを相手に認識してもらうことが大切である。そのためには、まず自分や自分の活動を発信していく必要がある。そうすれば、共感を得た人が自ら仲間になってくれる場合もある。そして、仲間になって欲しいと思う人にも、仲間になってもらいやすい。自分のやりたいことを明確にプレゼンできるようにならなければならない。仲間とは、名簿があり定期的に集うものではなくても良い。何か相談しいことがある時、ぶつかった時に、すぐに連絡が取れるような状態にある仲間を作る必要がある。
  - ✓ (伊東) その業界で一人前になるには、1万時間かかる。普通にしていると3年かかる。協力隊だと任期3年なので、一人前になったら終わってしまう。だから、「濃さ」が大切である。人の2倍、3倍考え、動く。その濃さを上げる方法は、人である。出会いが、濃さを高めるので、人と会うように足を動かそう。私が実際に実践している、辛いことを乗り越える方法は、自分の人生を映画に例え、自分自身の映画作っていくことを楽しむ事である。

図表 45 行動計画発表の様子



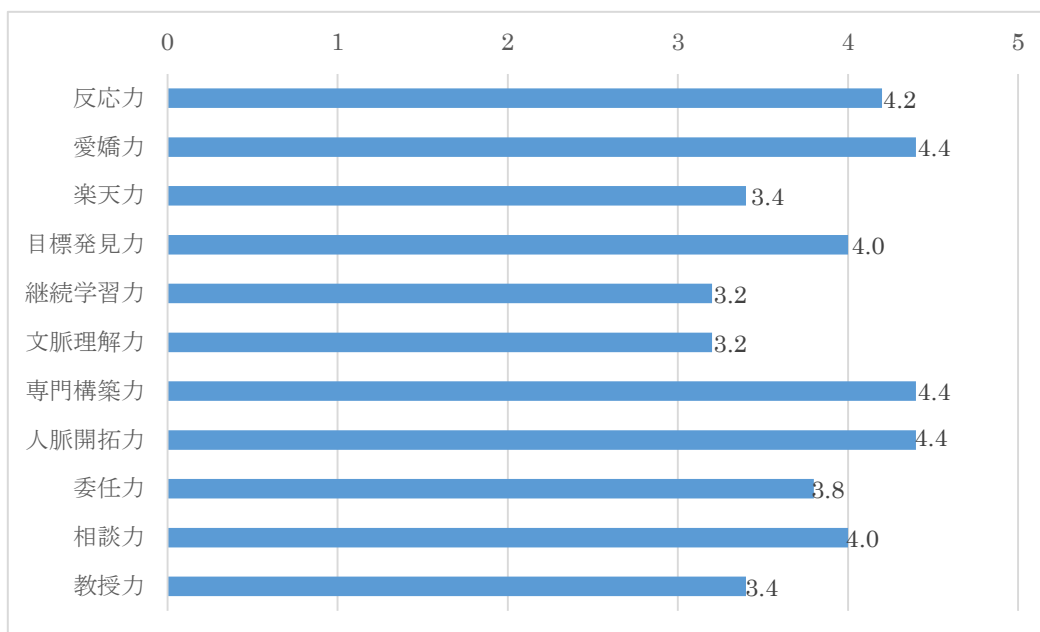
## ② 研修実施結果

### 研修生の主な意見

- 現場を見ることで感じ取れるものもあったし、案内をしてもらうことで文化などを理解できました。また、実際に移住してきた方のお話を聞いて、ためになりました。
- 地域がかかえている問題に対して実際に取り組んでいる人と話すことができ、地域をリアルに感じる事ができた。
- 今、抱えている課題に対して新しい見方をできるようになったし、何より尊敬できる人々に出会えたことが自分の生涯の糧になりました。
- ”地域おこし”の仕事の対するゴール設定、理想の考え方が変わって良かった。ともに成長するし、他の人にも注目されるような活動をした方が面白いと思うので、それをやりたい。
- 実際に地域に入って小規模集落での実践している地域おこし協力隊の姿が見ることができたこと、フィールドワークでその集落の規模感がわかったこと。

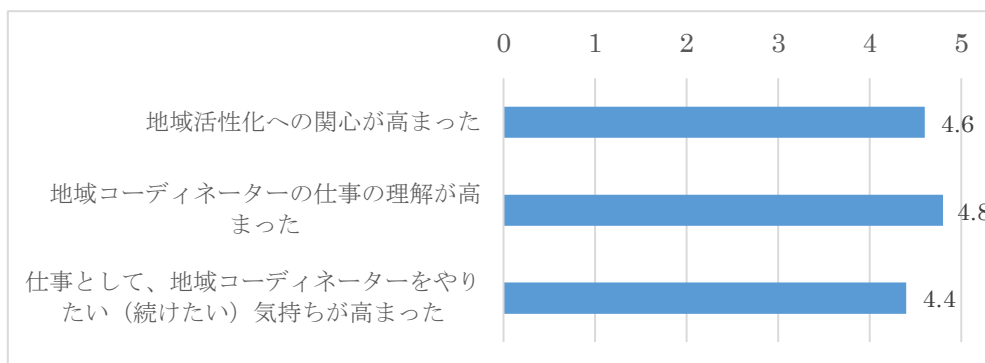
図表 46 尾鷲の現地研修会による能力の高め方・磨き方の理解度合い

(全く深まらず：1、あまり深まらず：2、少し深まった：3、  
まあまあ深まった：4、よく深まった：5)



図表 47 尾鷲の現地研修会による地域コーディネーターに関する意識と理解

(全く当てはまらない：1、あまり当てはまらない：2、少し当てはまる：3、  
よく当てはまる：4、非常に当てはまる：5)



## 2. 東京研修会の実施内容と結果

### (1) 東京研修会の実施概要

【日 時】平成26年2月20日（金）13:30～17:30

【場 所】品川インターシティ 貸会議室1

【出席者】研修生12人

### (2) 研修報告会の各プログラムの実施内容

#### ■開会 主催者挨拶

---

(野竹司郎氏：総務省人材力活性化・連携交流室室長)

- ・ 地方創生を掲げて、国を上げて取り組んでいるが、自治体、住民による取組みが目標達成には不可欠だ。
- ・ 一般に研修の成果として新たに知識経験を得ることが挙げられるが、もう一つ大事なものは、内省をすることである。自分を改めて振り返ってみることをしてほしい。現場を見て、地域で活動しているコーディネーターの様子を知り、気づきを得るきっかけとしていただくということがポイントであった。
- ・ 研修の場で見聞きしたものがすぐに活きるわけではない。実践の中で活かして初めて習得できる。今回は期間が短かったが、現地研修後に持ち場に戻り、やってきたことを確認いただくよう、研修を組み立てた。
- ・ 今後、将来に向けて、現地の研修や今日、明日で得たものを活かしてご活躍されることを期待している。

#### ■地域コーディネーターに求められる能力について

---

(木村乃 ビズデザイン代表取締役、明治大学特任准教授)

- 地域コーディネーターに求められる能力
  - ・ 『仕事のための12の基礎力』（大久保幸夫著 リクルートワークス研究所所長）をもとに話す。とても整理されていてわかりやすい。コーディネート力（仲介調整力）は、以下の11の力の総合力である。
  - ・ これらのことが全部できなくてよい。濃淡はあってよい。
  - ・ 研修の事前のアンケート、事後のアンケートを行った。能力の高め方、磨き方をどの程度認識しているか。個性的なコーディネーター3者の研修を経て、能力の高め方、磨き方の理解が高まったか。

- ・ 1 反応力：相手からの投げかけや言葉に対して、反応していることを相手にわかるように表す力である。コミュニケーションの基礎中の基礎と言える。相手の話をおもしろがろうとしてうなづくことで、相手をいい気分させる。反応することで、相手の力を引き出す。
- ・ 2 愛嬌力：柔和な表情や茶目つけのある笑顔で人をひきつける力のことである。
- ・ 3 楽天力：仕事にはつきもののストレスに対して、自分に適した処理方法を持ち、戦略的に解消していく力のことである。
- ・ 4 目標発見力：自らの仕事の目標を自ら提起する力のことである。まず問題を発見し、その解決を目標とすることが一般的で、プロジェクトをつくる力である。
- ・ 5 継続学習力：必要なときに必要なことを学習する習慣のことである。必要なことを探し出して、貪欲でいることである。
- ・ 6 文脈理解力：背景・文脈の異なる人との間で意見を調整する力、空気を読む力である。相手の言葉のバックグラウンドを見つける。読み取って反復することで対話が進む。相手が「経営について悩んでいる」と言ったら、そのままおうむ返しするのもいいが、相手の雰囲気を見て、「売上とか、そう言うことでお悩みなんですか」と少し読み取ったことを返す。相手のポジション、シチュエーション、状況を確認していく。
- ・ 7 専門構築力：自分独自の強みを計画的につくり上げる力である。あとでご紹介するが、現地研修後のアンケート結果では、一番高かった。研修先のコーディネーターたちのゼロからスタートしたキャリアプロセスを間近に見ることによって、お気づきになったのだろう。
- ・ 8 人脈開拓力：ビジネスの仲間や情報源となる人を開拓し、その関係を維持していく力である。人脈がないと仕事はできない。12名の今回の受講生のうち数名の方は、ご縁がある。講師の方、協力団体、総務省の方、どこかでつながっている。この業界でつながっていないということはない。コーディネーターは、つながってこそ仕事ができる。人脈を身内にも抱える。アンケート結果でも高かった項目である。
- ・ 9 委任力：人に仕事を頼み、任せる力である。私は一番ない。アンケート結果は、反応がよかった。ひとりよがりではなく、チームプレイをしているということか。たとえば、七尾の御祓川では、姉が弟に指示を出している、四万十では奥さんが佐々倉氏に指示を出しているなどの様子を見たからだろうか。
- ・ 10 相談力：相談される力である。人の話を聞き、一緒に問題を考えていく力である。
- ・ 11 教授力：自分の持っている知識や技術を人に教え、育てる力である。

- アンケート結果について
  - ・ 11 項目すべてを持っている人はスーパーマンである。
  - ・ 研修の事前事後で、ご自身が深まったことについて、状況などを思い出してメモしてみてください。
  - ・ 変わらなかった項目は、研修の仕方に問題があったか、あるいはご自身の反応力が弱い項目なのかもしれない。どうして伸びなかったのかを考えていただきたい。
  - ・ 3 地域 15 人の集計結果を見ると、項目について、「減少した」もいる。
  - ・ 15 人中最大 5 人が「減少した」と答えているのは、「相談力」である。研修地の地域コーディネーターは、二面性があり、強烈な「教授力」と「相談力」を持っている。研修ということで、「教授力」ばかりが見えたのかもしれない。
  - ・ 「専門構築力」「人脈開拓力」は、15 人中 13 人が「向上した」と回答している。コーディネーターそれぞれの個性的なキャラクターがあったと思う。仕事ぶりをご覧になる、またコーディネーター以外にもケースをお話ししていただく方もいだろう。地域コーディネーターを目指すのであれば、キャリアアップしていく一種のロールモデルがあったと思う。
  - ・ 「反応力」は、15 人中 10 人が「向上した」と回答している。コーディネーターは、話がしやすかったと思う。現地で飲み会などはしたか。コーディネーターの奥さんなども、反応力が強い人たちである。
  - ・ 「目標発見力」は、15 人中 10 人が「向上した」と回答している。コーディネーターは地域の課題を話したと思う。課題について、プロジェクトをどういう問題意識を持って組み立てていったか。見つける・つなげる・組み立てるというプロセスを間近にご覧になったからだと思う。
- 資料（２）の説明
  - ・ 地域コーディネーターにおける各能力の解説は、大久保氏がお書きになった各能力を、地域コーディネーターにあてはめた場合の解釈のヒントである。記載しているのでご覧になっていただきたい。
  - ・ たとえば、反応力が発揮される場面は、挨拶、会話、雑談、地域の人と人間関係をつくっていくときに必要、打ち合わせ・会議のときの確認、質問などである。
- 仲介調整力を構成する 10 の要素について
  - ・ 11 の基本的な力があり、その総合力として仲介調整力があつた。仲介調整力はどのような力で構成され、どのようなテーマでとらえられているのか。
  - ・ 専門分野の知識
  - ・ 豊富な人脈
  - ・ 相手のニーズの把握
  - ・ 本質的な明朗さ
  - ・ 情報収集に対する日々の活動



- ・ ゴール設定
- ・ 合意形成の促進
- ・ 適切なアドバイス
- ・ マメさ
- ・ 人間的誠実さ
- ・ この業界では、これらがほぼできている人に出会うことがある。濃淡はあるが、すごい方はいる。研修先の四万十の佐々倉氏は、活動を始めて6年である。初めて会ったのは彼が学生の時だった。学生卒業してまもなく、いなかパイプをつくっている。時間がかかるということではない。
- ・ たとえば、「本質的な明朗さ」は、愛嬌力と楽天力によるものである。元気があればなんでもできるということだ。明るくやっていることで相手も自分も前向きになり、前進できる。
- ・ アンケート結果の事前事後の差に着目し、それぞれの力をおさらいしてほしい。自分がもっと伸ばせそうなところは何かを考える。課題となっている弱さを考えるより、長所に注目し、長所を伸ばして周りに評価してもらいながら、弱点を経験の中で克服していくのがいいのではと感じている。

#### ■講演「地域の現場におけるコーディネーターの存在意義と期待される役割」

(松崎光弘氏 株式会社知識創造研究所代表取締役 CEO NPO 法人 ETIC. シニアコーディネーター)

- (木村の資料(2) 地域コーディネーターにおける各能力の解説1を見ながら) 私自身の各能力について、考えてみた。
  - ・ 反応力：何を考えてよくわからないといわれる。
  - ・ 愛嬌力：自信がある。
  - ・ 楽天力：何とかかなと思っている。
  - ・ 目標発見力、継続学習力：好きである。なんでもビジョンを描いて勝手に進んでしまう。新しいことがあったら勉強したいたちである。机の上より、人と会いながら勉強することが好きである。
  - ・ 文脈理解力：あまりない。空気を読める方とお付き合いしている。
  - ・ 専門構築力：どうやって学びを深めていくかが専門である。地域に関する話だと、どう知恵をつくっていくかが専門である。商品開発、販売、ニーズをつかむなど、専門性があるだろう。
  - ・ 人脈開拓力：ない。人脈という言葉が苦手で、自分で言葉の定義をした。人脈とは、何かのときにお手伝いしたくなる人たちのネットワークである。それをつくる抵抗はない。もともと人付き合いは苦手である。コミュニケーション力がある

ほうではないので、飲み会の場などでは、にこにこしながらおもしろいですねと素直に言う。おいしい顔をして食べる。ひたすら楽しそうにお付き合いをする。

- ・ 委任力：苦手である。何でもかんでも自分でやろうとしてしまう。自分がばかだと知られたくない。努力する姿を人に見られたくなかった。最近、自分ができることは人様が活躍するチャンスだと思いを切り替えるようになった。できることは一生懸命やる、できないことはできないでしょうがないと思うようになった。
- ・ 相談力：お金の相談、恋愛相談など、いろんな相談を受ける。
- ・ 教授力：商売なので、多少はないとやっていけない。
- ・ これらの濃淡のある力を、どう使ったら人様のお役に立てるのか。理屈や、仲間がやってきたことを含めて、ご紹介できればと思う。
- ・ 先ほどプロフィールの紹介があった。公の場では出している。漢字が多いと偉そうになり、カタカナが多いと地域で嫌われる。地域に行くときに、肩書、看板を背負っていったらどうなるか。偉い人はいらぬ、となる。どんな人ならいいか。よく返ってくる答えは、一緒に汗をかいてくれる人ということである。
- ・ 兵庫県の但馬に行った。昔は交通の要所である。交通のシステムが変わって、少しさびれている。外的要因が大きく作用した地域だが、ここで生きていくという人はいる。肩書ではなく、裸のハートで行くことである。

● 地域コーディネーターとはどういうものか。

(1) 基本的なミッション

- ・ 地域コーディネーターとは、地域における新たな事業・仕事や人びとを元気にする活動を生み出すためのしくみを組み立てる仕掛け人である。
- ・ まずは基本的なスタンスをご紹介する。えてして当事者は持ちにくい外部的な視点、俯瞰する視点、中立的な視点を備えてこそ、その役割を果たすことができる。
- ・ ひとと言で言うと、際者である。両方の言葉を理解して翻訳して動くことである。
- ・ コーディネーターという仕事は、ある意味さびしい。自分が当事者ではない。どんなに盛り上がっているところでも、当事者ではない。それを喜びに変えることである。
- ・ 近頃のコーディネーターの役割は進化している。当事者的なコーディネーターがいる。
- ・ 尾鷲の伊東氏がいる。コーディネーターだが、さびしそうな顔をしていたか。  
(研修生) 元気な方だった。楽しそうにしていた。
- ・ コーディネーターの役割が進化して、自ら仕掛けていく部分が強くなっている。
- ・ 七尾の森山兄弟はどうだったか。  
(研修生) 兄弟に見えなかった。普通はもっと仲が良くないのではないか。

- ・ お互いに補完し合っている感じがある。七尾が日本で一番いいところだと言いきっている。まちをよくするためにどうするかを真剣に考えている。
- ・ 四万十の佐々倉氏はどうか。  
(研修生) 若い、やることをきちんととらえている。それなりに緩さもある。
- ・ 奥様もコーディネーターで、インターンシップコーディネーターが専門である。愛媛県宇和島で、東京都下からの学生の6週間インターンシップを行っている。

## (2) 地域における存在価値

- ・ 地域コーディネーターがいたら、地域にどんないいことがあるのか。
- ・ みつける、つなげる、組み立てることが基本的な機能である。何をどうみつけるか。何をイメージしてつなげるのか。この人とこの人がくっついたらいいというときに、くっつけられる側はイメージがついていない。くっついたらおもしろいわけをきちんと言えたほうがいい。

### ● 4つの機能

- ・ 「実行」：地域で新しいビジネスを起こしたい人の講座に出かけることがある。つなげる役になりたいという人がいる。ほとんど失敗する。つなげる前にやるべきことがある。尾鷲の伊東氏、御祓川の森山氏、四万十の佐々倉氏は自分自身でまずやっている。
- ・ コーディネーターに求められているのは、まずは自分が主体者としてやることである。偉そうなことを言っても、何かをやった人でなければ誰も信用しないからである。エネルギーが下がっている人は、できることを見せないと動けない。
- ・ 施策にしたいというとき、うまくいくかわからないことに予算を出せる決裁権はあるか。行政関係者の方はいるか。

(研修生) ほとんどない。

- ・ 行政の役割を考えたら、公平にやらなければならない。民間的な意識を持ってやるとしても、無茶はできない。誰かがうまくいくというプロトタイプを見せる。新しいものを作ることがおもしろいと思えば、どんどんやればいい。うまくいったらまねをしてもらおう。制度化して世の中に広めてもらおう。
- ・ 「伴走」：ほかにもやりたい人が出てくる。一緒にやる、手伝うなどする。種のないところに何かが起こるはずがないので、「みつける」ことが必要である。表に立っていないけれど、これから価値を生み出しそうな存在、地域資源をみつける。誰かが矢面に立ってくれたら動ける人など、準備段階の人がいる。
- ・ 地域や田舎に行くと女の人の出番が少ない。どうすれば出番を増やせるか。婦人会をつくるのも一つの手法である。
- ・ 地域の売りは何かと尋ねると、「資源が豊か」「食べものおいしい」「人が素敵」という答えである。いいものだが、ほとんど一緒に、競争力がないということ

ある。

- ・ 競争力を持つために「つなげる」ことである。
- ・ コーディネーター的な仕事をする。私の立場は複数ある。企業の社長、東北の大学の教員、行政に近い仕事、NPOの理事職などである。それぞれの立場は世の中にたくさんいるが、4つを兼ね備えている人は一人くらいしかいない。いろんな顔を兼ね備えることで、ちょっと尖ったパワーを出していきたい。
- ・ 「伴走」のとき、ひとりで走れなければ、誰かにサポーターをつける。
- ・ 「連結」：もっと新しいことができるかもしれないと、いろんな地域の資源をつなげていく。もともとあるものは普通のレベルのものでいい。組み合わせるといいものになるものを見つける。なるべく異質なものをつなげたほうが、変わった結果になる。
- ・ 異質なもの（よそ者、若者、ばか者）を持ち込むことで安定したところがゆらぐ。
- ・ 尾鷲、七尾、四万十には大学がない。よその地域から学生を連れて来て、地域の大人とつなげて新しい価値を生み出そうとしている。
- ・ 女性と男性、世代間の結び付きなど、この人とこの人をつなげたらおもしろいということを想像して遊ぶと楽しい。
- ・ 地域のコーディネーターだけでなく、ビジネスも同じである。
- ・ 「提案」：自分自身でなく、周りの人が何かやりたいと思ったときに、サポートの提案が出せる人である。
- ・ 「実行」「伴走」「連結」「提案」の4つの機能を果たそうとすると、「つなげる」のあとに「組み立てる」が出てくる。最終的には地域の人たち同士が、つながり合って新しい価値を生み出すためにどうしたらいいか、描くことができる。
- ・ 活動した人同士を組み合わせることで、地域に新しいコミュニティができる。
- ・ 以上のような活動をしている ETIC の仲間は、全国に約 40 ある。NPO、株式会社、社団法人、行政、商工会議所、大学教授などいろいろな分野の人がいる。それぞれの立場で、意識している課題もいろいろである。
- ・ たとえば、岐阜県のジーネットは、地場産業をなんとかしたいと活動している。伝統産業について、今の時代に合った価値を出したいとして、そのコーディネーターをしている。
- ・ 六次産業化への取り組みもある。四万十では畦地氏に会った。上勝町の横石氏、佐々倉夫妻と栗農家に連れて行ってもらった。栗は、1 キロ 300 円で販売し、収穫はいいときで年間 3 トンという。お金にならない、子供が来ても継げないという話になった。横石氏は、栗の実より葉を売った方がビジネスになると話した。
- ・ 畦地氏は、栗を商品にすることで付加価値をつけようという話をした。地栗のじぐりロールは、栗がまるごと入った商品は 2,500 円、くだけた栗を使った商品は 1,000 円である。2,500 円を見たあとに 1,000 円を見ると、安いと感じる。いろんな

な企業でやっている作戦で、ハイエンド商品で儲け、お客さんを逃がさないためにローエンド商品も作るのである。1キロ300円の世界ではなくなる。

- ・ 畦地氏のように、ご自身で事業をしながら、次のコーディネーターを育てたり、まわりで起こっているできごとに伴走したり、つないだりする。コーディネーターは、ただつなぐだけの人から、自分で何かをやり、人を巻き込み、巻き込んできた人をつなぎ、新しい価値を生み出す形に変わってきている。

### (3) コーディネート機関

- ・ 商工会議所が地域コーディネーター：元尾鷲商工会議所 伊東将志氏
- ・ 自治体が地域コーディネーター：銚子市役所 子足雄高氏
- ・ 大学が地域コーディネーター：高知大学教授 池田啓実氏
- ・ 地域へ大学生・若手社会人を送った ETIC.：東日本大震災のあとの復興において、立ち上がらざるを得ない人たちがいた。その地域で信頼され、使命感のある人たちである。その人にいろいろなことが集中したり、周りの方から頼りにされても、それまでは農業・漁業などに従事し、事業をやっていたわけでない方もいる。ETIC.では、実際に事業をまわす右腕役を、東京などで募集し、半年～1年投入した。これもコーディネートである。地域の人との付き合い方（宴会に出て何時までいればよいのか、誰から順番に話をすればよいかなど）、何もわからないところから始まる。
- ・ 総務省の施策でも、復興支援員としていろいろな人材が地域に入る仕組みがある。仕組みを活かすのもコーディネーターの仕事である。

## 2. 地域コーディネーターの役割

### (1) 「みつける」とは

- 「価値」をみつける
  - ・ 価値は、地元の方が理解していない場合もよくある。500年続いていることをすごいととらえず、ただ「古い」と捉えてしまっていることもある。
  - ・ 大阪天満宮では、天神祭が千年間続いている。行政の支援はなく、その地域からの寄付金で成り立っている。地域で商売をしていると寄付金は断れない。
  - ・ 古くからある旧弊という目で見えるのか、古くから続いていてすごいという目で見えるのか。できれば両方の目で見たい。「いい」と「だめ」の両方をバランスよく持つことである。
  - ・ コーディネーターは、地域への愛着に目を曇らせないこと。目が曇ってしまう場合は、プレーヤーになるのがいい。改善の余地があることを見逃がさないことである。
  - ・ 見逃しがちだが、時間で培われたもの、立地条件で培われたものには、よいもの

がある。たとえば七尾は、北前船の通り道であった。石川県のほかのエリアと比べて、よそから来た文化を取り入れる柔軟性が高いと言える。ほかには、山形県も西と東でずいぶん違う。地理的な要因は、昔どういう交通の要所であったかが関係する。今は交通の仕組みが変わったので、田舎に見える。

● 「人材」を見つける

- ・ 人材を見つけることはとても大事である。企業家精神がある人を見つける。ビジネスを起こす人ではなく、自ら主体的に行動して新しい価値を生み出そうという心持ちのある人である。
- ・ インターンシップの手法でも、企業家精神のある経営者を見つけることから始める。全国 13 地域で同時並行に進めている。地域の中で、この経営者がエンジンかかったら周りの人が引きずられそうな人を見つける。
- ・ 何かしたくて、きっかけを探している人を見つける。みつけた人が 20、30 代の若い人の場合、その人に対する周囲からの文句を受け止めるおじさまをみつけておく。周囲から邪魔をされなくなり、のびのびと活動ができる。

● 「組織」を見つける

- ・ 企業をやってらっしゃる方は、自分の企業を成長させる、発展させることをやるが、その取り組み自体が大きなチャレンジであったりする。それが地域に与える影響を踏まえ、何社かみつけるとかなり大きい。それをサポートする中間支援団体、大学、自治体の仲間をつくる。
- ・ いろいろな言語が使えないと難しい。表現の仕方が難しいときがある。たとえば、「高度の柔軟性を維持しつつ、臨機応変に対処いたします」を、地域の 60 歳の商店街のおじさんにはどう言えばいいか。

(参加者)「だいたいやるので、そのときになったら言ってもらえれば」

- ・ 言い換えることができると、コーディネーターの素質がある。「だいたいやる」を書類に書いて提出したら却下される。地域でいろいろな活動をしている人は、言い回しを知らず、そのまま書いて却下されることもある。
- ・ どんなにすばらしいことをやっても、マーケティング調査をしないで活動する。マーケティング調査の必要性を感じない。しかし証拠が足りず、助成金が下りないことがある。サポートが必要である。
- ・ 助成金の申請の審査をすることがある。「想定される競合」に「なし」となっていることがある。競合がない事業はないので、ニーズがないのではと感じてしまう。
- ・ 地域で事業を起こす方は、緩いことから始めている。マーケティング調査はしないで、「だいたい」で始め、税金、帳簿もわからないこともある。既成事実を作ればいいと突っ走る方もいる。
- ・ ここはだめ、ルールにのっとっていないということではなく、彼らとその先に何を目指しているのか、そのハートの部分に寄り添える気持ちがあるかないかで、

「みつける」という役割が果たせるかどうかが変わってくる。無茶をする人は結構いらっしやる。

- ・ 地域の福祉系の NPO での話がある。現実には制度が追いつかない。法律はあとからつくるが、課題は今起きているということがある。徘徊しているおじいさんや、送り迎えができない子供を家でじっと待っているお母さんなどがいることもある。
- ・ 自分の車で迎えに行くなど、やむにやまれず手助けする人もいる。無料送迎などは、法律的にはグレーであるが、覚悟や思いに寄り添えるかが「みつける」ためには必要である。
- ・ つなぐための重要なポイントは、つながりたいと思われる磁石のような「人材」となることである。
- ・ つなぎ役になりたいと言う人はいるが、自分で泥をかぶってやるのが嫌いで、やっている人同士をつなげたいということもある。それは磁石ではない。
- ・ スタートは実行である。自分がやらないところに人はついてきてくれない。共感もできない。なぜここで困っているのか、無理なのか、やったことがなかったらわからない。
- ・ コーディネーターになるのであれば、自分自身で実行して、事業やプロジェクトをまわすときのつらさや、泥のようなものを一度かぶってみるといい。
- ・ チャレンジしていない人には、地域でチャレンジしようとしている人の気持ちはわからない。磁石になるために、まず自分が地域で何をするかである。
- ・ コーディネーターと呼ばれる人たちは、つないでおしまいではない。みなさんが研修地で会った人たちは、自ら動いていたと思う。

### (3) 「組み立てる」とは

- ・ つないだものを組み立てていく。
- ・ たとえば、インターンシップという仕組みでやっている。人と人、人と組織をつなぐときに大事なポイントがある。地域や自治体、組織を今よりもよりよい方向に持っていかうと努力する営みは、すべて経営である。何らかの意欲を持っている地域、企業など、新しい価値を生み出そうとして結びつけることができたならば、あるいは仕組みとしてつくることができたならば、うまくいくのではないかと思う。

## 3. 地域コーディネートの手法

### (1) インターンシップの枠組みによるコーディネート

- ・ 通常は、インターンシップの研修だけで2泊3日である。
- ・ よい事例の一つは、尾鷲である。人口が10年で10パーセント減る。南海地震の恐れもある。大学がないので、18歳以上の流出も激しい。一次産業が多いが、全

体的な産業はそうでもない。まちとして、一丸となって取り組まなければならないと考えた。先兵が伊東氏である。

- ・ インターンシップは、成長意欲のある企業に学生を送り込むことである。企業が、将来新しい事業、価値を生み出すためにできないことに学生が挑戦する。そうすることで企業も学生も成長する。
- ・ 尾鷲は、3社が同時にインターンシップを行った。それぞれの単独の企業をよくするのではなく、3社の経営者それぞれが若い者を育てる経験を共有した。お互いにインターン生を世話した。受け入れ企業3社と学生が、インターンシップの仕組みをつくっていかねばいけないと考えたのである。経営者たちを、地域を元気にすることの当事者に変えていった。
- ・ 夢古道おわせで伊東氏自身が実行し、インターンシップと伴走し、必要な人たちをつなげ、全国の学生や事例を知っている人を引っ張ってきて、仕組みを使ったビジネスの提案をして次の事業を生み出そうとしている。漁業などである。
- ・ よそ者、若者、バカ者など、地域や業界のことの常識を知らない若者は、素直に働く。そこには、コーディネーターが介在する価値がある。
- ・ 味噌、醤油屋の例がある。味噌、醤油が使われなくなっているが、この国の食文化としてどうか、化学調味料でよいのかと考える。発酵食品を広めるために、どういう事業をするか。たとえば、麴を売り出すときに、親しみやすいキャラクターを考える。麴のことならなんでも知っている“麴博士”を作る。博士だと男性のイメージなので、麴博士の能力を持った“麴ガール”を作るなどのプロジェクトを立ち上げる。
- ・ 地域の田舎に行くと、何がデメリットで、弱い点なのか。何があれば弱点を乗り越えられるか。
- ・ 研修先の3地域はおもしろい。移住者がいる。なぜか。  
(研修生) 仕事がある。  
(研修生) 楽しい。
- ・ 楽しい仕事があって、食べていければ、人が来るかもしれないということである。インターンシップとは、地域にある企業で、楽しさを生み出すような挑戦的なプロジェクトをすることである。
- ・ 岐阜県大垣市の例がある。伝統産業として升がある。社長は、元IT企業勤務だった。升で何ができるか。社長は、升を世界に届けるとした。大型にした升を組み合わせてインテリアにした。升の一边を1センチメートル弱くらいにし、5角形の升にしてストラップにした。この時期に売れるものの商品名は何か。  
(研修生) 「合格します」
- ・ 今までにないものを生み出そうという、一つのチャレンジである。インターンをどんどん投入し、新しい仕組みを生み出すたびにテストマーケティングを広める、



升の可能性を広げていくプロジェクトを8年くらい続けている。

- ・たとえば、木を削って出た皮を組み合わせて作った天然檜の加湿器を、東急ハンズで6,000円で販売している。シンガポールなど海外にも出店し、ポールスミスから発注がきた。ポールスミス柄の升も作った。
- ・升は、若い人にとっては古臭いイメージがあるかもしれない。技術的にはすごい。ニューヨークかどこかの展示会で、升到水を入れて5日放っておいたが、漏れていなかったという。世界に売っていくことはチャレンジである。
- ・優秀な若者はたくさんいる。動くモチベーションはいろいろあっていい。国を動かすような仕事をしたいなら国家公務員を目指す。大きなインフラを作りたいなら土木会社に入るのもいい。
- ・自分自身を投入する価値のあるものをつくるのがインターンシップの根幹である。若者が、自分自身の時間やエネルギーを投入したくなるようなプロジェクトのことである。職業体験のためのプログラムではない。学生が入りたくなる、行きたくなる、一生懸命挑戦できるくらいプロジェクトを地域の中に生むことがインターンシップである。
- ・世界を変えるというと大きい。田舎の中小企業が世界を変えてもいい。生み出していいというパーミッションが持てない人は結構いる。いくらでもおもしろいものを作っている。
- ・友達にねじ屋がいる。1本何円何十銭の世界である。年間の売上は30億くらいと言っていた。彼のビジョンは、ねじを世界最高品質にすることである。それを証明するために、フェラーリに使わせるとした。品質の改良が中途半端ではなくなる。値段ばかり引き上げられた。プロジェクト化すると、関わりたくなる人が増えていく。
- ・地域に人が吸い寄せられるようなプロジェクトをどんどん生み出すことが、地域コーディネーターの大事な役割である。挑戦的なプロジェクトや、楽しくなるようなプロジェクトを考えることである。
- ・頑張りすぎると、正義のヒーロー症候群になる。いつも理不尽に怒っていると楽しくない人生になる。悪の組織の方が笑っている。いいことをやっている気がして正義のヒーロー症候群になりがちだが、課題を抱えて解決する方法がたくさんあるなら、みんなが楽しく巻き込まれたくなるようなものを選ぶように、地域に発信し続ける。
- ・口癖としては、「それおもしろいですね」。ポジティブワードを吐き出すということではなく、おもしろいもの、かっこいいものをみつけたら、すぐ指摘することである。
- ・地域コーディネーター（機関）の役割
- ・ビジネスモデルを深く理解する：今までの仕組みでうまくいかないのなら、どこ

を変えたらうまくいくかを考える。

- ・ 京都の米の小売店の例がある。おいしいお米を目利きする力があり、5つ星お米マイスターである。強みは、おいしいお米を見極められることである。このままいくと、米屋は、スーパーなどの量販店におかれて、生きていけない。
- ・ まずは米を贈答用にした。次は、京都の祇園に米の味をひたすら楽しむような料亭を作った。3番目に、おいしいお米を作れる農家をたくさん知っているの、栽培手法などを集めて互いに共有し、おいしいお米がとれるところを確実に作った。お客さんに対して、収穫した米ではなく、田んぼ単位の面積で買ってもらうようにした。ビジネスモデルに変革を起こした。お米が田んぼ一枚からどのくらいとれるかは、年によってちがう。たくさんとれば値段が下がり、とれなければお金が入らない。今そのリスクは農家が負う。お客さんが田んぼ単位で買うなら、リスクはお客さんが負う。
- ・ ビジネスモデルとは、仕組みとオペレーションとお金とリスクの分担を決めることである。事例では、リスクの分担を変えた。この会社は、米を目利きして紹介し、流通させなくてよくなった。在庫も人もいない。利益率が上がり、イノベーションを起こした。
- ・ そういうふうにはビジネスを見ることができると、コーディネーターとしてはいい。地域で仲良くすることを考えるが、そのためにもお金がいる。みんなが豊かになったほうが仲良くなりやすい。
- ・ プロジェクトをやるときの動機づけは、自分の会社が成長するために本気でやりたいプロジェクトである。
- ・ インターン以外で考えると、人が参画したくなるような、おもしろく、挑戦的であるような磨きをかける。コーディネーターは、人が巻き込まれるように、磨きをかける。本気でやりたいことを持っている人を磁石にする。他人が巻き込まれるようにブラッシュアップする。

## (2) フィールドワークの枠組みによるコーディネート

### ①フィールドワークとは

- ・ みなさんが地域に入ったときに、たとえば伊東氏、佐々倉氏、森山氏がコーディネートする。なぜか。みなさんを地域に受け入れてフィールドワークをしてもらい、彼らは何を生み出そうとしていると思うか。

(参加者) 新しい価値を生み出すためである。現地で、思ったこと、感じたことは言った。

- ・ 新しい価値にすぐにはならないかもしれないが、下地作りにはなる。そもそも地域の人々が持っていなかった視点を持ち込むことで、外から飛び道具のように地域内に打ち込むことで、地域の人たちが「そうなのか」と思う、考える機会をつく

る。みなさんを間に挟むことで、地域の中の人たちの新しいつながりをつくる。新しいものの見方をする仲間を増やす。

- ・ 今回みなさんはコーディネートを学ぶ立場だったが、実際コーディネートされる側の立場になったときは、学ぶ側の人たちの立場も利用する。都会の人の視点は効く。
- ・ 今回行った地域に定住される方はいるか。定住しないなら、コーディネーターがしっかりしていると活用できる。定住すると遠慮して言えないことを代わりに言う役割になれる。仕込むことができる。
- ・ 地域の中の関係性やものの見方を変えることになる。課題解決などのトレーニングの機会、トレーニングを受け入れることで地域も変わるのが、フィールドワークである。

## ②地域コーディネーター（機関）の役割

- ・ 参加者・受け入れ側の両方にメリットがある。
- ・ 仕込みを行う。どういうふうに出会ってもらおうと、地域のどこがどう変わるか、仮説を立てる。
- ・ 意図的に仕組み、設計する。
- ・ みなさんが何を学んだかを振り返る。
- ・ みつけて、つなげて、しくみにする。そのためにとるべき行動は、実際に実行する、人がやっていることに伴走する、資源をつないで提案する。自身が磁石として巻き込む。そういう方が地域にいと、地域おこし協力隊の仕組みが生きてくる。
- ・ 外から入った人が力を発揮するためのコーディネーターになる。復興支援員、集落支援員、外部専門家（アドバイザー）などもある。講師は外部専門家の登録者である。
- ・ さまざまなツールがあることを理解し、使えるようにする。しかし、ツールに振り回されないことである。使わなければいけないわけではなく、自分たちにやりたいことがあるときに必要な武器を使う。槍と刀を同時に使わない。

(質疑応答)

(研修生：A)

- ・ フィールドワークのところで、ずっと住むわけではないので言いたい放題言えるという話があった。そのことについて悩んでいる。そういった点がある半面、そこにこれから住んでいくと話して、初めて受け入れられるのでは、という意識もある。

(回答)

- ・ 実際に住む意志があればやっていただいてもいい。住まなくても、意見を出すだけで終わらずに、意見をプロトタイプとしてアクションに変えることである。言うこととやることは大きくちがう。本気でやろうとした人が言ってくれたことだということがわかる。

図表 48 松崎光弘氏講演の様子



#### ■グループディスカッション

3グループに分かれて、地域コーディネーターに必要な能力と自らの能力開発についてディスカッションを実施。(グループでの発言省略)

図表 49 東京研修会の様子



## ■目標宣言

---

- Aチーム  
(研修生G)
  - ・ まちづくり会社を軌道に乗せ、まちの活性化に寄与する。(研修生K)
  - ・ 小さなことの積み重ねが必要である。小さなことからこつこつとやっていきたい。(研修生H)
  - ・ いったん自由になる。まずはシンプルに考える。(研修生C)
  - ・ 個人個人の存在感があるような、きらりと光る集団になればいい。
  
- Bチーム  
(研修生J)
  - ・ コーディネーターに愛される、頼られる職員になりたい。(研修生O)
  - ・ 謙虚さと挑戦する力を持つ。コーディネーターは人間性が重要である。公務員ができる仕事の中でも、挑戦するイメージを忘れずに仕事をしたい。(研修生L)
  - ・ 身の丈に合った範囲で日々精進する。地域住民に誇りを持ってもらう。(研修生B)
  - ・ 尾鷲の伊東将志さんを超える。コーディネーターの問題点がまだわからない。
  
- Cチーム  
(研修生N)
  - ・ 汗をかく。脂汗から冷や汗までなんでもかく。(研修生I)
  - ・ スポーツクラブを運営している。ミッションインポッシブルのようなコーディネーター達になる。農業、林業、役所などの人たちが集まって、これをやろうと仕事ができる、スタイリッシュなコーディネーターになりたい。(研修生F)
  - ・ 究極の八方美人になる。言うべきことは言う。どんな方とも、きちんと対話ができるようにする。聞くことがメインになると思う。相手をその気にさせる。活動につなげていきたい。(研修生A)
  - ・ まず動く。とにかく人を集める。いろいろと悩むことがあっても、足が止まったり行動できないのがいけない。「だからしょうがない」と動いていけたらいい。

図表 50 目標宣言の様子



#### ■講師より講評

---

(松崎光弘 株式会社知識創造研究所代表取締役 CRO)

- ・ みなさんがおっしゃった、一つひとつが尊いチャレンジである。これからのコーディネーターは、自分が何かをやること、当事者としてコーディネートすることが特に地域では求められる。そうしないと地域の人引き込まれない。みなさんが磁石になることが大事である。
- ・ コーディネーターとしての一番のツボは、惚れる力だと思う。地域の人やものに惚れてしまったら理屈は関係ない。シンプルな理由で動ける人たちが、本当にいろんなものをつなぐ磁力になる。今日はみなさんの磁力に惹かれた。急ぎよ、明日参加して、みなさんの発表を拝見したい。たくさんいろんなものに惚れて、いろんな人に惚れられていただければと思う。

#### ■研修会委員よりコメント

---

(前神有里委員 一般財団法人地域活性化センター)

- ・ 地域活性化センターでは、全国の地域づくりに関すること、人材育成にいたるまで行っている。
- ・ もともとは愛媛県庁職員で、一時的に移籍している。役所の役割としてコーディネーターの機能もしないといけない。
- ・ 地域活性化には、ライフワークとして関わっている。こういう機会に自分のやっていることを見つめ直して、仲間として頑張っていけたらと思う。

## ■閉会挨拶

---

(野竹室長)

明日の発表を楽しみにしている。今日の講師のおふたりは、地域力創造アドバイザーとして総務省の地域人材ネットに登録させてもらっている。知り合っておくと、何かのときにお世話になることができるかもしれないので、この機会をご活用いただければと思う。

### (3) 東京研修会の実施結果

#### ① 研修生の意見

##### 研修生の主な意見

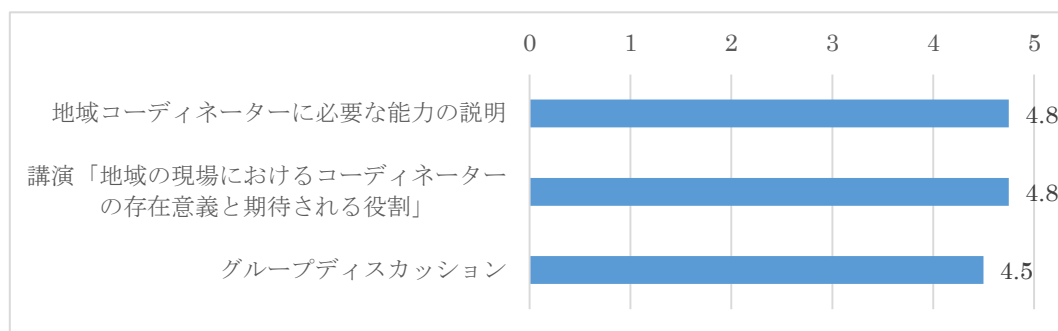
- “地域コーディネーター”ではなく、“地域コーディネーター”の能力を持って、地域で役割を果たしたいと考えるようになりました。
- 磨かれます。ありがとうございます。モチベーションが上がりました。
- 現地研修会の内容がずいぶん整理された気がします。学びが深まりました。
- このような育成研修会に参加して、自分自身のこれからの活動に「元気」「力」「やる気」の原動力になった。
- もっともっと引き出し、選択を広げる。「ちょっと相談したいんだけど…」と、信頼を得られるよう、そして、「何か楽しそう!!」「ちょっと手伝うよ」と魅力あるワクワクするものを沢山の人達を巻き込み引きつけていく事が本当に学びました。先生方、準備していただきました皆様、ありがとうございました!!学びを活かしてお礼します。
- また、新しい人との出会いのなかで、様々な取組をされている人の話についても刺激になりました。
- 多様な「地域コーディネーター」の現状を知ることができた良い機会となりました。

#### ② 研修会のアンケート結果

東京研修会の各プログラムの評価として、プログラムが役に立ったのかを質問した回答では、3つのプログラムとも5点満点中4.8~4.5と高い数値を示した。

図表 51 東京研修会の各プログラムの評価

(全く役に立たない：1、あまり役に立たない：2、少し役に立つ：3、まあまあ役に立つ：4、よく深役に立つ5)

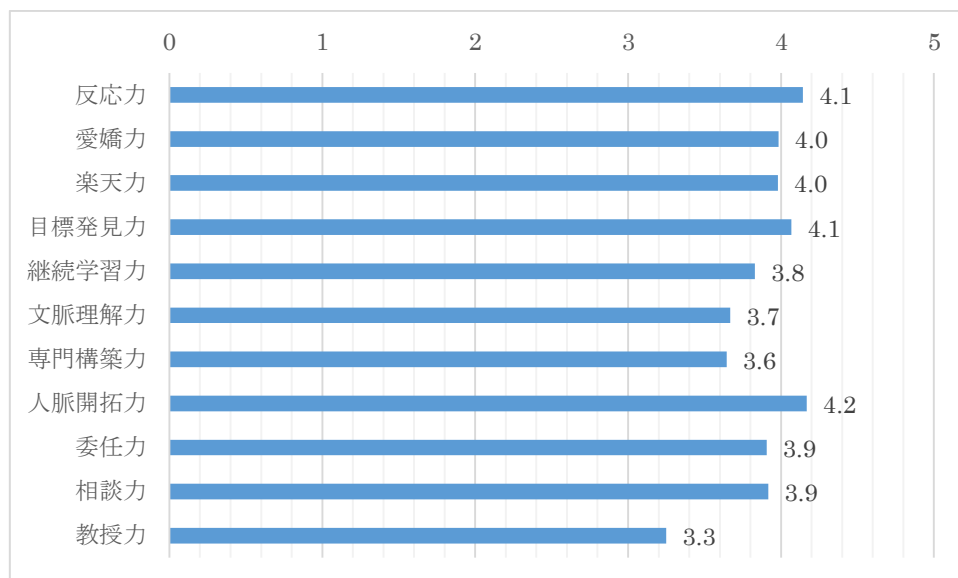




アンケートの能力に関する変化の質問では、「能力の高め方の理解が深まった」と高い数値を示したのは、人間開拓力、反応力、目標発見力、愛嬌力、楽天力であり、平均点が 4 を超えた。

**図表 52 東京研修会による能力の高め方・磨き方の理解度合い**

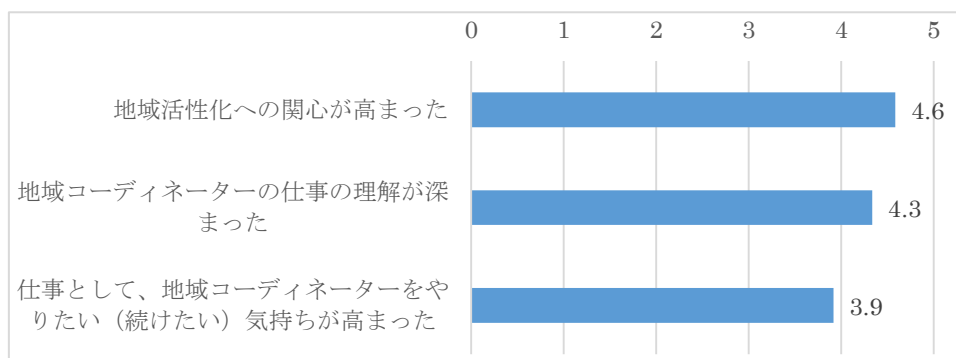
(全く深まらず：1、あまり深まらず：2、少し深まった：3、  
まあまあ深まった：4、よく深まった：5)



東京研修会にて、地域での仕事の関心度の変化については、「地域活性化への関心が高まった」が 4.6 であり、「地域コーディネーターの仕事の理解が深まった」が 4.3 となった。

**図表 53 東京研修会による地域コーディネーターに関する意識と理解**

(全く当てはまらない：1、あまり当てはまらない：2、少し当てはまる：3、  
よく当てはまる：4、非常に当てはまる：5)



### 3. 研修報告会の実施内容

#### (1) 実施概要

【日 時】平成26年2月21日（土）10：00～12：30

【場 所】品川インターシティ 貸会議室5

【出席者】研修生14人（1名欠席）

※研修生以外の出席者については、下記の表の通り。

図表 54 研修生以外の参加者一覧表

役割	氏名	所属／役職
総務省 人材力活性化研究会 委員	富永 一夫	NPO フュージョン長池 理事長
	豊重 哲郎	柳谷自治公民館
	前神 有里	一般財団法人地域活性化センター
	宮城 治男	特定非営利活動法人 ETIC. 代表理事
現地研修会 講師 地域コーディネーター	伊東 将志	株式会社熊野古道おわせ 支配人
	岡本 竜太	株式会社 御祓川 ひと育て課 コーディネーター
	佐々倉 玲於	一般社団法人いなかパイプ 代表理事
東京研修会 講師	松崎 光弘	株式会社知識創造研究所 代表取締役 CRO
オブザーバー	武田 直樹	筑波学院大学
総務省 地域力創造グループ 人材力活性化・連携交流室	野竹 司郎	総務省 人材力活性化・連携交流室 室長
	内村 義和	総務省 地域力創造グループ 地域自立応援課 (併)人材力活性化・連携交流室 課長補佐
	臼井 洋介	総務省 人材力活性化・連携交流室 (併)地域自立応援課 総務事務官
事務局	木村乃	ビズデザイン株式会社 代表取締役
	友田景	ビズデザイン株式会社 取締役
	木村祐子	ビズデザイン株式会社 取締役
	小泉美穂	ビズデザイン株式会社
	船木妙子	ビズデザイン株式会社
	稲村宥人	ビズデザイン株式会社
	長谷川奈月	特定非営利活動法人 ETIC. チーフコーディネーター

## (2) 研修報告会の各プログラムの実施内容

### ■開会 主催者挨拶>開会 主催者挨拶

---

(野竹司郎氏：総務省人材力活性化・連携交流室室長)

- ・ 本日は、人材力活性化研究会の先生方、筑波学院大の先生にご出席いただいている。交流を深めていただければと考えている。第2部のみなさんの成果報告では、いっしょにテーブルをまわる。報告を楽しみにしている。

### ■研修地域からの発表

---

- モデレーター 木村乃 (ビズデザイン(株))
  - ・ 研修で何をさせていただいたか。
  - ・ 現地研修の受け入れ側のコーディネーターとして、何を学んでほしかったか。
  - ・ 研修結果、どういうことを感じられたか。
- 佐々倉玲於氏 (一般社団法人いなかパイプ)
  - ・ 四万十では、デザインとものづくりを見てもらった。マイ・デザインをつくることをやってもらった。
  - ・ 商品開発や地域の資源を活かしたものづくりをしている、生産者、事業者がたくさんいる。その人たちと出会ってもらい、四万十に流れるデザインという考え方を見てもらった。パッケージだけでなく、商品やもの、地域の考え方を見てもらい、それぞれがやりたいことを考えて、デザインしていただいた。
- 岡本竜太氏 (株式会社 御祓川)
  - ・ 能登でまちづくり会社をやっている。今回、代表の森山氏とコーディネートをした。
  - ・ インターンシップ、ウェブショップ、集落支援などの中で、地域ごとのコーディネート役をめぐった。漁港、集落、インターン先の受け入れ担当者など、立場や役割について、ヒアリングとフィールドワークで学んだ。
- 伊東将志氏 (株式会社熊野古道おわせ 夢古道おわせ)
  - ・ おわせで起きている小さくて大きい変化を見て、知ってもらうことをした。
  - ・ 集客観光ではまちは救われれないというテーマで行った。
  - ・ 地域おこし協力隊の支援もしている。尾鷲は19,000人の町だが、大きすぎる。150人の集落、170人の漁村、500人の集落に入っていく、ひとりが地域にもたらす変化、集落の人とのコミュニケーション形成を見てもらった。
  - ・ 株式会社熊野古道おわせは、まちづくりの会社だが、商工会議所と連動している。それぞれの役割も見てもらえるように研修した。

(木村)

- ・ 3人の方の話は、まちを見て、コーディネーターの動き見て、見たものをデザインしていくということだった。研修で何を学んでほしかったか。

(伊東)

- ・ しがらみと覚悟。地域では孤立する人が多い。なぜ孤立するのか。かなり気をつけて取り組みをしている。
- ・ 集落に入って行って生まれる軋轢などを、うまく回避するにはどうしたらいいか。九鬼町、早田町での取り組み姿勢、覚悟を感じ取っていただければいい。

(岡本)

- ・ コーディネーターがいい成果を上げるための条件について、こまかい役割、条件をあげてもらった。
- ・ 能登・御祓川の特徴を知ってほしかった。民間のまちづくり会社の背景、15年やってきたほかの地域との違いなど。

(佐々倉)

- ・ 地域づくりに携わる者として、地デザインという視点を持ってほしい。デザインはデザイナーのものだけではなく、地域でつくる、みんなでデザインしていくもの。コーディネーターも同じ視点がないと、地域に合わないことをやってしまうことになる。表向きのパッケージ、ポスターだけでないデザインの考え方をとらえていただきたかった。

(木村)

- ・ 昨日の講師である松崎氏の話にもあったが、コーディネーターは仲介・調整役。重要なのはコーディネートする立場の人の前提。その人が自ら当事者として、地域で活動事業、プロデュースしていること。コーディネーター自身がまちをデザインする当事者であるべきである。デザインをする人たちをつなげて、その人たちにやってもらうことだけではコーディネーターとは言えない。
- ・ 研修の結果はどうだったか。

(佐々倉)

- ・ 知ってもらった、出会ってもらった、考えてもらったので、あとは実践してもらうのみ。

(岡本)

- ・ 森山氏とコーディネートしながら、コーディネーターの役割を分類できると話した。
- ・ パターン・ランゲージ集の可能性。全国の事例を集めて、今後研修などを通じてパターンを見いだしていくことができるのでは、となった。

(伊東)

- ・ 一度のフィールドワークではむずかしい。一つひとつがかけ足になってしまった。

もう少し時間を使ってゆっくり考える時間が取れたらよかった。

(木村)

- ・ 昨日の事前アンケートと事後アンケートのギャップを見た。現地研修をしたみなさんの集計では、「専門構築力」「人脈開拓力」がダントツに大きい。それから「目標発見力」「反応力」。現地の受け入れコーディネーターの様子を見て、このような結果になったのではないか。

(伊東)

- ・ コーディネーターとは名乗るものでなく、呼ばれるもの。「コーディネーターです」と言って名刺交換をする人はいない。実際やっていることがほかの方から認められている、専門的な実践的なものを持っていることが前提。知っているからだれかを紹介するということは、コーディネーターではない。自分がやっていることを、胸を張って言える活動が大事。

(木村)

- ・ 昨日の松崎さんのお話にもあった通り、皆さんそれぞれ様々な肩書をお持ちである。今日は「コーディネーター」として座っていただいている。

(佐々倉)

- ・ 四万十に来て6年目。何をやっているのかを伝えるのが難しい。コーディネーターといえば片づいてしまうことはあるかもしれない。
- ・ 履歴書を見せたわけではなく、活動を調べられたわけでもないが、求めている能力を見つけてくれた。何ができるかを聞かれぬまま、やって見せているうちに期待感を持ってもらい、頼られるようになった。
- ・ ボランティアの仕事が増えていくので、どうお金を取っていくかが課題。デザインもコミュニケーション。コーディネート力、やりとりする力がなければ、ビジネスや地域で暮らすことはできない。地域の人たちが当たり前持っている力だと思うが、地域にない自分が持っている専門性の力を活かせれば、地域の中で機能していく人間になれるのではないか。

(木村)

- ・ 伊東さんは商工会議所の職員だった、スピンアウトした人。佐々倉さんは団体の創業者。岡本さんは大学を出て就職した人である。

(岡本)

- ・ 能登に移住して1年。会社は、具体的に何をやっているか知られていなかった。地域の人は、能登留学などのブランド名を知らなくても、大学生がいっぱい来ているなど、起きている事象を見ている。伝えるときも、そのような目線でしなければ。

(伊東)

- ・ 地域で何かやろうとする人たちは、一人よがりになってはいけない。孤立につな

がる。自分は支持されているのか、地域の過半数（それ以上）を取っているのかなどを気にすること。

- ・ 企画、イベント、事業などを手さぐりでやっている。小さなまちであればこそ大事。本当に支持され、地域のためになるのかを考えている。

(佐々倉)

- ・ 地域の支持率をどのように把握しているのか。支持率がないものも、始めなければいけないものはないか。支持率はだんだん上がっていくものではないか。

(伊東)

- ・ プレスリリースをよくする。田舎の人たちは、紙媒体の地方新聞、新聞の地方欄に名を連ねるといいことをやっているととらえる。企画を投げる前に、新聞社の方とよく話し、世間的に取り上げることかどうかを相談する。取り上げてもらうと、周知され、認められることも出てくる。

(木村)

- ・ 四万十では支持はどうか。

(佐々倉)

- ・ 支持をとれなくても突き進んでいくことも必要。支持をとるためのプロセスもある。みんなの支持を得るために始めると、できない、心が折れることがある。5、10年のスパンで支持率を上げることも考えると、活動を続けられる。頑張り続けるモチベーション、覚悟も必要。

(木村)

- ・ 七尾での、御祓川、森山家の支持率は高いのではないか。

(岡本)

- ・ 支持している人たちの崇拝度は高い。行政、大学関係は低いので、これから巻き込んでいかなければと話している。

(木村)

- ・ 失礼な言い方を承知で言うと、3人の方は、研修生より少しだけ経験が多い、地元で自らの商い、事業を持っているということ。その点だけの違いである。すべての能力が備わっているスーパーマンはいない。

図表 55 各地域からの発表の様子



## ■研修生からの成果発表～四万十～

---

### ● 四万十報告1回目

(研修生K)

- ・ 大阪府柏原市で職員をしていた。現在は NPO 法人 かしわらイイネットで、地域の情報発信等を行っている。
- ・ 柏原市は山沿いの中河内という地域であり、地域自体は郊外のベットタウンであると同時に、山沿いの自然と山と川に囲まれた大変のどかな町で、大阪という都会のイメージから言うと田舎のイメージがある。しかし高齢化率も高く、消滅自治体としてリストアップされており、昭和の初期から盛んだったぶどう産業などの地場産業も、高齢化でかなり衰退してきているのが現状である。一方、取材する中でこのような地場産業に積極的に取り組む若い人を多く見てきたので、彼らを活かす方法があれば良いと思っている。
- ・ 研修プログラムの中で、地栗の加工やパッケージ化をされている方の話を聞き、ブランド化・パッケージ化を通じて付加価値のある商品の創り方を見て学ぶなかで、地元の人との繋がりを大切にしながら、彼らが「何を求めているのか」というニーズをきちんと汲み取り取り組むことの重要性を学んだ。地域は一定程度、村社会の常識にとらわれている部分もあると思っており、そうした部分を小さな成功事例を積み重ねながら少しずつ価値観を変えていくことも重要だと感じた。小さな成功事例としては、例えばぶどうの箱のパッケージを変えていく事から始めたいと思う。

(研修生N)

- ・ 愛媛県鬼北町の地域おこし協力隊で、栗を中心とした公認果樹園の再生や町のイベントスタッフをしている。
- ・ 昨日の目標宣言で「汗をかきます」と宣言した。現在、地域おこし協力隊で入っているが、地域の人々が高校卒業と同時に町から出てしまい戻ってこない。そんな中で、東京から来た私が地域に残り居着くことができれば、若者が地域に残るモデルケースになれるのではないかとと思っている。自分が実験台になり、若者がこの地域に残れることを証明したい。まずは、自分が地域に受け入れられることが必要だと思っている。
- ・ 研修時に出会った、四万十のデザイナーである迫田さんから「山の地域は土を耕し、汗水たらしている姿を見せない人間は信頼されない。だから、そういうことをまずはやり始めるべきだ。自分の使い道は、周囲の人が認めてくれれば周りの人から見つけてくれる。まずは色々なことに参加し、自分とは何者か知ってもらい、自分の居場所をつくってもらえ」という話を伺い、農業中心の自分の地域でも、畑を耕し草を刈る等、汗をかく姿を見せなければ、周囲の人に認められないということ学んだ。



- ・ まずは畑を借り、汗をかきながら自分の地域の中で後ろ盾になってくれる人や、知識を教えてもらえるファン、先生を探し自分の居場所を作り根付かないといけないと思っている。自分に返せるものは体だけなので、自分の体で返せるものは何でも返したい。そういう意味で脂汗から冷汗までかくというフレーズを考えた。
- ・ 地域の伝統芸能の花飛び祭りに参加させて頂くことになっており、昨夜も DVD で花飛び踊りの練習をした。

(研修生O)

- ・ 千葉県県の県庁職員をしており、香取地域の出先機関で働いている。地域振興課にいたので、「地域をコーディネートする」「デザインする」という概念を仕事に活かしたいと思い今回のプログラムに参加した。
- ・ 目標宣言は「謙虚さと挑戦する力」だが、この研修に参加しようと思った理由は、今後、地域の中で仕事をしていくにあたり、「デザイン」という概念がポイントになると思っていたが、このデザインという概念がどんなものかわからず、実際にそういったことに取り組んでいる方とお会いしようと思い参加したのがきっかけである。
- ・ 四万十で色々な方に出会い学んだ一番の事は、人間力の重要性である。これは佐々倉さんをはじめ、現地でお会いした方や一緒に研修に参加した方からも感じた。そういった人間力を育むために今の自分に足りないと感じたことが「謙虚さ」であった。同時に、地域をデザインするという観点で仕事をしようと思った時に、その地域の背景や歴史を一つ一つなぞり緻密に積み重ねていくことの大切さを身にしみて感じた。デザインは格好良いだけのものではない。そのような知識を学ぶ為にも、謙虚さを持ち学ばせて頂く事が必要だとも感じた。
- ・ デザインという概念にも、公務員のように固い仕事が必要になる場面がある事も学んだ。

(研修生L)

- ・ 鹿児島県南大隅町で地域おこし協力隊をしている。
- ・ 町では観光振興に関わる仕事をしており、今後特産品を用いた商品開発を行いたいと思い今回のプログラムに参加した。
- ・ 目標は、「身の丈にあった範囲で日々精進」と「地域住民に誇りをもってもらおう」という2点である。
- ・ 地域振興をしていて感じることは、地域の方が振興に前向きではないという事である。原因は、地域の人自身がその地域の持つ魅力を理解していない事である。まずは地域の人に地域の魅力を学んでもらうことが一番大切である。地域の持っている魅力を地域の人全体と共有しなければ継続的な振興にはならないと考えている。そのためには、地域の人にその魅力の意義や魅力を外に発信する必要性を知ってもらわなければならない。

- ・ 今回のプログラムで自分に足りていないと思ったことは「委任力」である。地域の人にビジョンを伝え、地域をより良くしていきたいという思いを地域の人とも共有しなければならない。今回の研修で、住民の中に入り、住民に理解してもらうことの大切さを学んだ。

(宮城委員)

- ・ 学びのポイントについて、もう少し詳しく聞きたい。研修生Nさんの言う「汗かきます」という発言で、そのような思いに至った理由は何か？

(研修生N)

- ・ デザイナーである迫田さんの話で、「山の地域は畑を耕さない奴は地元の間人じゃねえ。畑を耕して村の役を分担しようとして率先しない奴は仲間じゃねえ」という言葉を聞きこのような考えを持つようになった。汗水たらしている事を見てもらわなければ、自分がいくら頑張っていると思っても自己満足に過ぎない。

(宮城委員)

- ・ 研修生Oさん、デザインとはということかを学ばれたというが、気づきがあった場面など、自分として学びに繋がった部分をもっと詳しく教えて欲しい。

(研修生O)

- ・ 佐々倉さんと話している時や、地域の人と話している時、佐々倉さんと迫田さんが話している時に感じた。魅力的に感じたのは、栗の木の剪定をしている方にお会いした時で、ほとんど話していないのに好きになる程、格好良く見えた。それ程に魅力のある人がいて、その魅力はどうしたら手に入るのかと考えるようになった。

(宮城委員)

- ・ その魅力というのはなぜその人達に備わっていると感じたのか。

(研修生O)

- ・ 話し方やその方が持っている哲学がカッコイイのだと思う。やはり「やっている」ということを姿で示している事がカッコ良さだと思う。公務員は事務くらいしかやっていることがない。

(宮城委員)

- ・ それは役所では感じられないものだったのか？

(研修生O)

- ・ 役所内でもこういう人になりたいと思う人はいる。

(豊重委員)

- ・ コーディネーターなのに「やろう」という意識が前に出すぎているように思う。地域振興の原点は住民が満足しなければならない。だから、皆さんはもっと立ち位置を変え、情報分析などをきちんと行って欲しい。

- ・ 「何かやろう」「タネ撒こう」というのはコーディネーターの最後の仕事である。それ以前にまず情報分析を行うことが大切である。もう 1 つ重要な事は、身近な人から後ろ姿で名前を呼ばれることがコーディネーターの役目である。そういう立ち位置の変え方が大切なポイントである。役所のバッジをつけ、コーディネーターという肩書を持ち出して仕事をして地域は動かない。そのように動いたら、地域のお年寄りには嫌がってしまう。
- ・ 1 人のアイデアには限界がある。だから、アイデアは引き出すものだと思って仕事をして欲しい。何故なら、地域性があるからである。まずは、高齢者との接点をいかに持つか、そして、地域の活動は、小、中学校が頂点であると考えた方がよい。まずは、地域にいる身近な行政マンと力をあわせて欲しい。
- ・ 人徳がある人に人はついてくる。人徳がない人には人がついてこない。その意味で研修生 O さんの言っていることはとても核心をついている。このような感覚の人に、男性のパートナーが 3 人くらいつくと、役所は動く。
- ・ 現在、「やねだん」でも故郷創生塾として 3 泊 4 日の人徳養成塾を行っている。皆さんには、自分を牽引者と思うのではなく「何でも屋」「使われ屋」と思われるように意識を変えて欲しい。
- ・ 研修生 K さんの提案は大変面白いが、「パッケージ」「ネーミング」「デザイン」は是非孫世代、ひ孫世代に提案させるべきだと思う。そうすると彼らが PR マンとして宣伝効果をもつようになる。「やねだん」でも焼酎のネーミングは地元の名前であり、出稿しているのは、80 代のおばあさんでパソコンではない。パッケージに参加者 100 人の写真を貼ると、少なくともこの人達とそれに関係のある人は買いたくなる。
- ・ みなさん、まだ一方通行の概念にとらわれている。地域でできるものは、地域資源をキチンと使えるプランの方が望ましい。その代表例がやはり学校である。校長先生は最後の手段であり、先生から PTA に繋いでいく事が重要である。トップダウンではなく、ボトムアップ型にしなければ物事はうまく進まない。そのように、目線を変えた動き方を学んでほしい。

## ● 四万十報告 2 回目

(前神委員)

- ・ みなさん四万十ではありがとうございました。
- ・ 協力隊や県庁の方、元役所の方など行政に繋がりがある人が多かったと思う。地域コーディネーターは、チャンネルが地域だけ、役所だけというのはとても息苦しいと思う。皆さんは、どちらかといえば役所側のチャンネルはつくりやすい。だから今度は、生活している暮らしの中からチャンネルを作ったら良いと思う。そして、それが相互に作用するようにプロデュースしていければ良い。役所には沢

山の情報があるが、一方で強いバイアスがかかっている。だから、違う目で見ても、違う人に伝えられるということはかなりのニーズになる。お互いにやっていることが理解できるようになると思う。

(松崎氏)

- ・ 先程から1つ引っかかっているのだが、研修生Oさんの「謙虚」とは何か？どうなったら「謙虚」だと思うのか？コーディネーターには大切なことだと思っている。

(研修生O)

- ・ ひとつは根本的な人としての礼儀である。もう1つは人を尊敬する力だと思っている。人を尊敬するためにはその人を知りたいと思うことが大切だと思う。

(松崎氏)

- ・ 私も「謙虚」というキーワードが大切だと思っている。時々、傲慢を絵に描いたようになる時がある。どのような時に傲慢になるかというと、自分が正義になる時だと思う。自分が正義になると、傲慢になり、怒り、相手を叩きのめそうとしてしまう。しかし、正義は人の数だけあり、地域の中にも人の数だけ正義がある。だから、その正義をいなすなり飲み込むなりする力をキチンと育むと謙虚になれると思う。
- ・ 自分も含め、良いことやっているから自分が正義だと思ってしまう事が多い。そういう時に、1人でできる簡単な方法として、「あなたが世の中にとって一番良いとおもっている欲を捨てたらどうなる」か。

(研修生O)

- ・ 捨てた方が見えることが多いと思う。

(松崎氏)

- ・ 試しに一度捨て、見えてくるものを取ってくると少し変わる。半年に一度くらいやってみて欲しい。

(研修生K)

- ・ 松崎さんに質問です。人を呼びたい、ぶどうを良くしたい人は沢山いるが、話をしていると、すごく良い事を言っているように思のだが、直感でどうしてもついていけない人が多くいると感じている。自分の中でどのように消化したらよいか？

(松崎氏)

- ・ それは、温かく見守るしかない。正義対正義の戦いはハルマゲドンに繋がる。

(前神委員)

- ・ その様な場合には、違う視点を持っている人や未熟な人が率直に意見を伝えれば、無理なく違和感を伝えることができると思う。彼らは決して偉そうに教えられな

いので、正義対正義の衝突がおこらないと思う。だから、大学生や若者を地域に  
入れることが重要だと思う。彼らは変えられないが、気付きを与えられる。その  
ような気付きがジャブのように後から効いてくると思う。

(松崎氏)

- ・ 地域のゆらぎをもたらすことは大切である。いわば飛び道具である。

(前神委員)

- ・ 未完成な魅力は、解決しなくてもよい。解決すると面白くなくなってしまう。だ  
から放置しておいても良いと思うが、自分の中で消化する方法としては、興味を  
持つことだと思う。
- ・ 見えない敵と闘っていた時代があったように思うが、そのような思いがなくなっ  
たのは、「何故この人はこんなこと思うのか？」という疑問が湧いてからだったと  
思う。 怒りから続くエネルギーは続かない。謙虚さの前に怒らないというフェ  
ーズが出てくる、この人は何故このような事を思っているのだろうということに  
注目できるとコーディネーターが面白くなると思う。

(事務局)

- ・ 色々な正義を一旦受け止め、自分のものにするということである。時間はかかる  
かもしれないが、それが謙虚に繋がるということである。

(前神委員)

- ・ 年齢が上がると頑固になっていくと思う。だから、幅広い年齢と話していないと  
考えが固定化してしまう。

(松崎氏)

- ・ そういう意味では、二十歳前後の人と話すとガツンとくることが多い。価値観も  
さることながら、吸収スピードが全く違うので焦るのだ。

(臼井氏)

- ・ 今回の短期間の研修で得たことを整理すると、  
①別の視点を貰える  
②モチベーションの源泉  
③自分の考えていたことを後押ししてもらえる  
というふうに整理されると思うのだが、この短期間の研修でそういった、自分が  
得たものをもうすこしコストパフォーマンス良く得る方法はあったと思うか？

(研修生K)

- ・ 学びは多かったと思う。

(臼井氏)

- ・ より良くするには、どうすればよいと思うか？

(前神委員)

- ・ バーベキューが盛り上がらなかった。

(佐々倉氏)

- ・ それは溶けこんでいなかったということではないと思う。

(臼井氏)

- ・ アイスブレイクの時間が足りなかったということか？

(佐々倉氏)

- ・ そんなことではなく、キャラのせいだと思う。やり方として良い悪いではないが、今回は先着順だった事もあり、多様な方が参加し楽しかった。だが、申込みの過程で、きちんと参加ニーズを調査させて頂ければ、もう少し参加にあわせたプログラムの組み方ができたと思う。
- ・ 今回は私の方が「学べ！」と思ったことを学ばせているイメージがあった。もう少し参加側の声を拾い、彼らのなりたいものにあった地域を紹介したかった。

(臼井氏)

- ・ その様な方法だと、主催者側から三者三様のニーズを事前に提示することになると思うが、そのような時は〇〇力が伸びるという出し方が良いのか？それとも何か事業的なものにフォーカスして広報したほうが良いのか？

(佐々倉氏)

- ・ そういう話ではなく、選考を通じて参加者が求めているニーズをこちらで分析し、そのニーズにあったプログラムを構築・紹介するということが必要だという話である。選ばせるのではなく、「行くべき」というコーディネートがあっても良いと思った。そのような参加者ニーズを事前に選考を通じて調査し、地域ときちんとマッチングしてコーディネートできればもっと効率よく参加者にあったプログラムを組めたと思っている。合わせる人を変えたり体験プログラムを変えたりという余地はまだあったと思う。

(臼井氏)

- ・ 参加者を通じてコーディネートするということか？個人的には学べるものを明確化することが必要で、その学べるものを参加者に選択させるほうがロジカルに感じるが、そのような事は不要ということか？

(佐々倉氏)

- ・ それはそれで当然必要である。ただし、参加者が学ぶべきだと思っているものと参加者の本当のニーズは違っていることが多い。だから、事前マッチングでそのような参加者の意識レベルや興味関心を調査することを事務局が担って貰えれば大変ありがたいと思っている。

(前神委員)

- ・ やはり現場に行ってみるべきだと思う。頭では解っているだろうが、現場に行かなければ解らないことが解っていない。主催者になる前に、自分で何らかの類似のプログラムに参加してみるべきだと思う。

(松崎氏)

- ・ 往々にして参加者の本当のニーズを参加者は解っていない。だから、彼らの本当のニーズを事務局で掘り下げ、マッチングをするという事が大切だと思う。

(佐々倉氏)

- ・ 地域単位の選び方ではなく、学ばせたい事をテーマにしてもらい、受入地域同士で役割分担できると一番良いと思う。

(松崎氏)

- ・ 臼井さんが参加したら楽しいと思うコンテンツをやるべきである。

## ● 四万十3回目

(富永委員)

- ・ 研修生Lさんの話だが、地域おこしやっていると3つのバカモノがいるという話は聞いたと思うが、その3つのバカモノには順番があると思う。まずはヨソモノが大切である。ヨソモノが地域に行けば、地域で飽きられている地域の魅力を再発見できるからである。再発見した魅力をどうするのかというと、ヨソモノが機転を利かせ、まず感動してあげることが大切である。すなわち、自分を鏡にして学んでもらうことである。これを行うと、次に自分が感動してウズウズする人が出てくる。この人がバカモノである。そうしてのってくる人を見つけ、面白いことを始めると、今度は若者がついてくる。若者は面白いことが好きだからである。若者が出てくると、この後2つのフェーズが出てくる。一つがお母さん達などの地域の女性である。彼女らが母性本能を発揮し地域の人たちを息子と思い、乗ってきてくれる。すると最後によくわかっていない男性や年寄り達もついて来てくれる。こうして地域は巻き込まれていくのだと思う。是非、この順番を試して欲しい。
- ・ 研修生Nさんは、「汗をかく」と言っているが、体には限界があるので、何でもかんでも汗をかくのは無理だろう。だから、自分には何ができるかを明確にしてほしい。
- ・ 研修生Kさんと研修生Oさんのお二方は公務員だったと思うのだが、公務員にありがちなこととして、課題が降ってくるまで待つという姿勢が身につけていることが多いと思う。これは問題を拾いにいくと怒られるからだと思うのだが、これではコーディネーターは出来ない。これからはきちんと自分から問題を発見しに行き、そして提案できるだけの積極性が必要だと思う。言われたから反応するのではなく、探しに行かなければならない。行政の力でこれができると言えなければならぬ。受け身よりも攻め手の方がやり易いので、そのような姿勢の方が仕事も増えない。良い仕事をさばきに行くと仕事が楽しくなる。
- ・ 私は公務員を最高のコーディネーターだと思っている。公務員には専門性がなく、

何も出来ないはずだが色々と出来る。何故なら、組織があるからだと思う。特に、自治体の役所は暮らしの総合病院である。総務省のような単独分野しかできない専門病院と違い、現場の市町村の方が色々と出来る。だから、良い形で丁寧に振り分けるといふことをしてほしい。

(武田氏)

- ・ 研修生Nさんの、「地域コーディネーターになれそうにない」というのはどういうことか？

(研修生N)

- ・ 研修に参加し、コーディネーターの皆さんが「なろう」と思いコーディネーターになったのではなく「そのうちなった」という人が多いと思ったのでこのような書き方をした。又、昨日松崎さんに、金属は磁石の近くにあると磁気を帯びるといふ話を聞き、それならば、佐々倉さんのような方と沢山行動をする中で、そのうちにコーディネーターになれたら良いと思った。その為自分が出来る事は何かと思った時に、まずは、泥臭い汗のかき方で頑張るといふことを選んだ。その結果、コーディネーターになれれば良い。

(富永委員)

- ・ 自分が生きるために汗をかくといふ生き方を見つけられたといふ事も、とても大切だと思う。皆がコーディネーターにならなくても良い。コーディネーターは、1人では何も出来ない。アシスタントコーディネーターの様な方も必要だと思う。だから、研修生Nさんには自分の生きる場所を発見するために汗をかく、そういふ思いで汗をかいて貰えればと思う。

(武田氏)

- ・ コーディネーターはいつもニタニタしていると言っていたが、比較的私もニタニタしている。といふのも、「この人とこの人結びつけたらいいな」といふことばかり考えているからである。そのように、勝手に町で遊んでしまう感覚や人間関係シミュレーションはとても大切なので、ぜひ皆さんにもそういう感覚を持ちあわせて欲しいと思う。

(富永委員)

- ・ ゲーム感覚ですよ。AさんとBさんとCさんを集めたら100倍になりそうといふような、一度うまくいくと病気になります。

(事務局)

- ・ そのようになるための乗り越え方はあるか？

(富永委員)

- ・ 「えいや！」と思いやってみる大胆さと、「やり切る」といふ胆力が必要になるが、やはりまずは楽しむことだろう。

(研修生K)



- ・ 失敗を恐れ、次の歩を進めないがどうしたらよいか？

(富永委員)

- ・ 怖さや、悪い方に行く先入観念は誰にでもある。これをポジティブに乗り越える方法は、Aさんと自分とで何か楽しいことをみつけ、小さな成功体験を重ねてみることである。そういう小さな成功体験を重ねていくことで、ポジティブに乗り越えられるようになると思う。もう1つ大切なことは、成功体験は日常性の中にあるということである。「2人で話していたら楽しく、次は3人に増えた！」そのような楽しさを成功体験と思えるようになって欲しい。明るくホラを吹いてみる力。小さな成功体験を大きく周囲に埋め込んでいく力。そういう力を養って欲しい。

(内村氏)

- ・ 皆さんの話を聞いていると、通常自分たちの仕事の中で感じている事と本当に同じだと思った。小さな積み重ねがなければ、大きな事ばかり言うと怒られる。汗をかかなければ、口ばかりと蔑まれる。謙虚さがないと傲慢と言われる。身の丈に合わないことを言うと、まずは目の前の問題から解決しろと言われる。そのような事を少しずつやり、任せてもらえるようにまでなれば居場所を作ってもらえ、自分がやりたい事もやれるようになる。そういった基本的なことは、どこでも同じだという事を、今回一受講生として学んだ。

(事務局)

- ・ 主催者としての質問はあるか？

(内村氏)

- ・ 主催者としては、そのように役に立ったのかという1点に尽きるが、みなさんどう思ったか？「もう一回やるとしたら」という視点での意見も非常にありがたい。

(研修生K)

- ・ 輝いている人に出会えたというのがとても良い。その人達の裏に沢山の苦労があるという事も学んだ。

(富永委員)

- ・ 今後を上手く繋ぐ方法としてひとつ言えば、このような研修は夏の打ち上げ花火といわれており、家に帰ればこの思いは冷めてしまう。実際に問題に直面し、上手く行かなくなるとそこで立ち止まってしまう人が多くいると感じる。しかし、そのような人は、フォローアップが下手だと思う。そういう時にこそ、今繋がった人達と助け合い、相談すべきだと思う。現在は、facebook や LINEなどで日常に繋げていくことが簡単な時代である。今日会った人と繋がりを日常に繋げるべきである。

図表 56 研修生からの成果発表の様子（四万十）



## ■研修生からの成果発表～七尾～

---

### ● 七尾報告 1 回目

#### (研修生G)

- ・ まちづくり会社を立ち上げている。1年後にゲストハウスをオープンするために進めている。あらゆるまちづくりに関するビジネスから、収益をあげることを考えている。自営業のメンバーが多いが、まちづくり会社の経営はわからない部分があるので研修に来た。

#### (研修生H)

- ・ 自由になる。まずはシンプルに考える。
- ・ この研修を受講し、Uターンして地元でゼロから始める覚悟が出来た。
- ・ まちづくりNPOに所属しているが、完成度が高いところに所属してしまったので、自分を見失うことがある。シンプルに客観的に考えることをやってみたい。
- ・ 共感を得て人を巻き込むときに、どこかの事業者の研修生Hでなく、俗人名で頼られるようになりたい。今は守られている部分もあるので、ゼロからやっていきたい。

#### (研修生J)

- ・ コーディネーターに愛され、頼られる市の職員になりたい。
- ・ 職員にはコーディネートのような仕事もある。職員はある意味、市民をコーディネートしていると思うが、研修を受けて見つめ直した。
- ・ 市の人口は7万人の消滅都市である。地域活性化をする際に、コーディネーターの方が活動しやすいように、職員の中にも広めていきたい。そして、コーディネーターとの繋ぎ役になりたい。

#### (研修生I)

- ・ 映画のミッションインポッシブルのようなコーディネーター達になりたい。
- ・ 七尾に住んで7年目である。御祓川の会社などは、それぞれに専門性を持っている。スポーツクラブを経営しているが、地域の中で健康づくりをキーワードに、地域のコミュニティに入っていくことを勉強しに来た。

#### (研修生F)

- ・ 究極の八方美人になる。
- ・ 「究極」の部分がポイントである。誰にでもいい顔を八方美人ではなく、話を聞き、仕事を進める上で冷静に言うべきことを言い、周りを巻き込み、その気にさせることが究極の八方美人だと思う。
- ・ 復興支援員という総務省の枠組みの中で活動しているので、期限が決まっている。当事者としてのコーディネーター、根を下ろした活動が必要になっていく必要性に気づいた。

(岡本氏)

- ・ 研修生Fさんの八方美人という話は非常に印象に残っていた。いろんな方がいる中で、八方美人になるのは難しいと思う。特定のスキルはなくても、こまかな接触を通じて、活動の中でもできると思う。八方美人になれない場面があるので痛感している。

(富永委員)

- ・ ミッションインポッシブルについて、不可能と思えるようなことに挑戦するコーディネーターがいたらいいということか？その心は？

(研修生I)

- ・ ヒーローは一人ではできない。専門性を持った影のヒーローもたくさん必要である。一人では不可能だと考えていたものも、複数なら何かできるのではないか。映画のスタイリッシュさや、何人かが集まった時の瞬発性などが不可能を可能にする映画と繋がった。

(富永委員)

- ・ NPOの事業目的は、暮らしの総合である。人が分裂するとうまくいかないが、つながっていくと不可能が可能になる。地域の総合的なお世話係のような人間でありたい。企業のトップやボトムにいるのではない。
- ・ インターネット型社会で、地域のサーバーになるという考え方もある。機械と人間の違いは、ネガティブな話があってもポジティブに返す力である。人が仲良くできるように、距離感を間違えないことが大切である。つなぐ力、プロデュース力、夢をつくる力、実現する力、人間関係のバランスを取る力をイメージしている。これが出来れば不可能は可能になると思っている。

(武田氏)

- ・ 自分の仕事は、地域で一番楽しめているか？

(研修生F)

- ・ 本音を言えば、しんどい。

(武田氏)

- ・ しんどさの中に楽しいところがないと続けていけない仕事である。粘りと忍耐の仕事である。

(研修生H)

- ・ つらい中に、楽しみを見出せる。今は八方美人だが、そのまま終わればただの八方美人である。対話をし、何かの経営資源に繋ぎあわせなければ、ただのお茶飲み話で終わってしまう。

(研修生I)

- ・ 子供を指導する立場なので、指導者が楽しくなければならぬ。「夢中になる」という言葉をよく使う。前まわりができたといった小さな成功体験は、大人も同じ

である。言わなくても自分たちで考えて夢中になれば、次のチャレンジの高さになる。七尾が好きだからこそ見えてきた課題がある。

(富永委員)

- ・ まちに対して、ベビーシッターの感覚を持ち、えらそうに言わない。できたら誉め、できないことを叱りすぎない。
- ・ やる気がある人は、自分がまちのイメージをつくろうとする。色々な人に、どんなまちにしたいかを聞いて歩くと、みんなの思いを集めることができる。穴だらけの大風呂敷をイメージし、その穴をみんなで埋めていけば、イベントが形づくられる。話をする際には、能書きだけではなく絵になるように話すことが大切である。

(内村氏)

- ・ いろいろな人を巻き込み、目標に向かって地域をつくりあげていくときに、手をあげて来る人は巻き込みやすいと思う。では、気持ちを持っていても、声をあげられない人はどうするのか？

(研修生F)

- ・ 田村市で活動を始めるときに、大きな事業の目的が決まっていなかった。住民の声を考えた際に、全住民の地図をおこし、定期的に1軒1軒、家をまわって歩いた。生の声を聞くことが、巻き込みにつながった。

(研修生I)

- ・ 巻き込まれる人と、巻き込まなければいけない人がいる。手をあげる人ばかりではなく、巻き込まなければいけない人には、必要なことを話して理解してもらう。何度も足を運ぶことが大切である。

(事務局)

- ・ 役所が提供するリストではなく、自分で見つけ出すことが大切である。

## ● 七尾報告2回目

(岡本氏)

- ・ 研修生Jさんの「コーディネーターに愛される職員」についてだが、行政の方の立場を理解した上での巻き込み方がある。双方でコミュニケーションが取れるような状態をつくる必要がある。

(宮城委員)

- ・ 研修生Hさんは、地元に戻りコーディネーターの仕事をしたいと思っているのか？例えばどんなことか？

(研修生H)

- ・ まずは場づくりと、地域へUターン、Iターンするハードルを下げる仕事をしたい。

(宮城委員)

- ・ 研修生Fさんは、田村市ではどういう仕事をし、今後具体的にどう展開していききたいのか？

(研修生F)

- ・ 制度は5年間で、2013年から活動して2年目である。5年間やるかはわからない。
- ・ 宮城県での報告でもあったが、出口をどこまでもっていくかを問い直している。田村市という名前はついているが、事業はNPOの受託であり、任意団体である。地域の人たちとの信頼関係の中で、活動は必要だと見受けられる。2年後にNPOや会社にするのか、2年後で終わりにするのかを検討している。チームとして続けていくのであれば、中間支援組織の立ち上げ準備をしなければならない。

(宮城委員)

- ・ 今はまちづくりの中間支援はないのか？

(研修生F)

- ・ まちづくり会社はある。行政から委託され、アンテナショップの運営や、観光協会の建物の運営などを行っている。
- ・ まちづくりの組織を立ち上げていく事ができるかどうかの設計をしようとしている状態である。

(豊重委員)

- ・ 研修生Gさんはえらい。年の功である。こういう方はサポート役が基本だが、コーディネーター的なことを考えると難しい。研修生Iさんは、高齢者がたくさんいると思うが、地域での「図書館」役にはどんな人がいるか？

(研修生I)

- ・ スポーツクラブには、80代の方が沢山来られ、小さなお子さんも沢山来られる。その方達が色々な話をしてくれるので、「図書館」のような役割だと思う。

(豊重委員)

- ・ 地域に生き字引という表現を引き出してみたい。

(研修生H)

- ・ よそから今のまちに来た。何か困ったときや、知りたいときに、いつも応えてくれる人がいる。直接聞きに行くのは、行きがたい方である事もある。

(豊重委員)

- ・ 地域づくりがテーマだとすれば、町内会単位の、地域の細胞のところで、みなさんは何かしようというスタートにいる。30年生きているのも、「図書館」である。それを引き出すのがコーディネーターの仕事である。
- ・ 「頼られる、愛される職員」というのは、自分が主体になっている。相手には80代の方もいるので、自分の立ち位置を変えると、「そんな引き出しをしてくれるのか」と思われる。サポーター役に置き換えた方がよい。

- ・ コーディネーターとサポーターの違いは、サポーターは一人ではだめである。役場職員や行政等、地域の人との連携のサポーター役をパートナーにした方が良い。国の情報などは、若い人ほど入らないからである。男女共にパートナーにした方がよい。
- ・ 「軌道に乗せる」とは、どういうことか？

(研修生G)

- ・ 会社は、まちの人たちに認知されていない。認知される事業を行うには、たとえば、幹線道路以外の通学路などの除雪を行えば、少しでも認知され、協力してもらえるのではないかと考えている。田舎は人間関係が絡んでいるので、解きほぐしたいと思っている。

(豊重委員)

- ・ 自治会に入らない理由は、面倒くさいからである。「やねだん」では、会費制をやめることから始めた。しかし、運営していくためには現金が必要なため、生産活動を行い、収益は会費制の補充とした。還元開示を先にすると、興味を持ってくる。立ち位置を変えて逆転の発想をし、出口を考えた方がよい。

(野竹室長)

- ・ 研修生Gさん、会社の事業化は、住民の方と一緒に立ち上げたのか？

(研修生G)

- ・ 1株5万円で立ち上げた。まちづくり会社ができた事で終わってはならない。自分たちが一つの町を構築していくという事が大切である。

(野竹室長)

- ・ 5万円を出すだけの共感があるということである。

(豊重委員)

- ・ 自主財源活動を基本に、町内会活動を考えた方がよい。

(事務局)

- ・ 研修生Hさんは自主財源、研修生Fさんは期限付きということで深刻であるが、どのように考えているか？

(研修生H)

- ・ 自由に考えられると思っている。現在所属している組織は、補助金が取れないから活動が始まらないということもある。
- ・ 自分の責任で投資ができる環境である。幸い、独身なので貯金もある。

(研修生F)

- ・ とらえ方は色々ある。人がいない等のよくない状況は、個人も地域も同じである。
- ・ 東日本大震災があったことで、今まで来ることがなかったところに人が来た。新しい出会いがあり、ボランティアを連れてきてほしいと言われるようになった。

- ・ 継続性を考えると、お金のことは現実的には問題である。これを解決しなければ、持続可能という意味では難しいところであり、現在直面している問題である。

(宮城委員)

- ・ 田舎で何もないところに財源をつくり出すとき、豊重さんが大事にしていることは何か？

(豊重委員)

- ・ 地域に根差すことが大切である。コンサル感覚の人に、人はつかない。
- ・ 一人で動くのはよくない。町内会等、組織の中での一活動から動くことが基本である。
- ・ 自主財源とは、空き家や休耕地を環境整備し、そこに結ができ、人が集まり収益が出たら、教育などに分配することが大切である。

## ● 七尾報告3回目

(前神委員)

- ・ 協働とは、異質なものを組み合わせ新しいものを生み出すので面白いと思う。新しい何かをつくろうとする際に、自分で扉を開けるために、いま何をしているか？

(研修生F)

- ・ 田村市都路町は、田舎で人がいない。ボランティア、学生が来ること自体が、地域の人たちにとっては新たな価値である。企業からあった話を地域の人に伝えることが、地域にとっての新しい価値であると感じている

(研修生I)

- ・ 協働という部分で、弊社ではインターンシップを取り入れている。新しいことをしようと思っているわけではないが、現在やっている事を学生からの話で気づかされることもある。今回の研修で、70代、80代から聞けば、また新しいことができるのだろうかと考えた。今やっていることを客観的に見られる人の存在が大切である。会話で生まれることがあると感じている。

(研修生G)

- ・ 人間関係をうまくすることに、一番神経を使う。トラブルが起きた際に、引きずらずに次の視点に変えていくことが難しいと感じている。

(事務局)

- ・ 関係者が多い分だけ難しいのか？

(研修生H)

- ・ 現在所属している組織は、市民活動センターと師弟関係である。それ以外にも行政からの受託事業もある。お客様は市民であり、色々な意見を言っていく。敵対関係の方の意見もむげにしないようにしている。



(事務局)

- ・溜めておくことが大切である。溜めておいた事には、思いついたときに触媒をかけないと反応は起こり始めない。

(研修生H)

- ・タイミングは難しいと思う。言われてすぐにやれば良いわけでもない。全て成功するわけではないが、間に誰をはさめばうまくいくかを、計算・練習している日々である。

(事務局)

- ・研修生Jさんは、自分がやったことで化学反応を起こしたという事例はあるか？

(研修生J)

- ・行政の中では「市民協働」という言葉はよく使う。
- ・情報は集めなければならないと思っている。行政は、異動があるので仕事は一つではない。現在担当している部分だけではなく、広く見て自分の知らない所を吸収したい。
- ・職員や市民との話し合いなどの会議の場がある。理想は今回の研修のように色々な人がいて、話が出来ると自分が知らない様々な事を吸収することができる。
- ・意欲がなく、状況がわからない人が入ったときに、話をするのは非常に難しいが、盛り上がって話ができる場を作れば、様々な意見を聞くことができ、吸収することができるので、その部分を考えていきたい。

(前神委員)

- ・地域の人が資源という話があったが、おじいちゃん、おばあちゃん、若者、行政など、社会関係資本は、自分のやっていることと相手のやっていることがうまく化学反応を起こすからできる。たくさんの価値を組み合わせるためには人に会うことが大切である。

(事務局)

- ・カリキュラムが組み上がった研修よりも、集まるだけでコーディネーター的作法が身に着けられる場になると思う。

(松崎氏)

- ・研修生Jさんの「コーディネーターに愛される職員」について、愛される前に愛することが必要である。惚れる相手が多ければ地域で生きていくのも楽しくなると思う。

(臼井氏)

- ・このような機会は十分に意味があると思う。ただし、誰から見ても必要なこととして理解してもらうための説明が難しいと感じた。現場の方が必要と感じても現場を知らない人にも説明して納得してもらうことが、事業の継続性を担保する上で重要だ。

(事務局)

- ・ 昨日の松崎氏の話にもあったが、だいたいいいという事がこの場では真実だが、企画書には書くことができない。臼井氏の感想は、コーディネーターも身に着けたい役割である。翻訳というのも、コーディネーターには必要である。

図表 57 研修生からの成果発表の様子（七尾）



## ■研修生からの成果発表～尾鷲～

---

### ● 尾鷲報告 1 回目

#### (研修生 E)

- ・ 松阪市の中山間地域で高齢者の支援事業を行っている。その中で、地域おこし、地域活性化を学びたいと思い研修に参加した。
- ・ 地域に入る人間には、「人を巻き込む力」が一番大切であり、ウィークポイントでもある事に気づいた。地域ごとに課題が違うので、具体的に何をすれば良いか具体的に見えない所が苦勞するところである。課題解決の前に、人が人と繋がる所が大切であり独りよがりになってはならないことを学んだ。
- ・ 「香肌溪 (かはだきょう) を全国へ！！」  
この地名が全国に認知されることを、5年10年先の長期的な活動目標にしたい。

#### (研修生 B)

- ・ 岐阜県白川町の地域おこし協力隊で今年の1月より活動している。
- ・ 研修を受けた時期は、配属から1ヶ月もたたない時期だった為、まちの課題について理解していなかった。
- ・ 地域コーディネーターに必要な能力は、「人間開拓力」である。伊東さんの研修を受け、1人でも多くの人に支持され、巻き込んでいるという現実を目の当たりにし、人を魅了する力が大切であることを感じた。研修で学んだ事は、「目標発見力」である。現地研修において、地域の課題を把握していないという指摘を受け、自分でも地域の課題を把握していない事に気づき、「目標発見力」を高めるべきだと思った。
- ・ 自分に足りない能力は、「委任力」である。人に頼むことが苦手であり、自分の気持ちを伝える事や、仕事を依頼することが出来ず、自分で抱え込む傾向があるので、その点を直したい。
- ・ 「笑顔で活動を語るコーディネーター」になりたいと思う。伊東さんのように、1人でも多くの人に感動と笑顔を与えられる人になりたい。
- ・ 「伊東将志を超える！！」伊東さんを目標とし、伊東さんを研究しつつ、伊東さんを超えたい。

#### (研修生 C)

- ・ 長野県伊那市の地域おこし協力隊で昨年4月より活動している。
- ・ 尾鷲の研修で学んだことは、現場活用力から引き出されているという事である。
- ・ コーディネーターには、小さなコミュニティの中で、結果を繋げ、少しずつ変えていく「変容力」が重要だと思う。また、目標を発見する際に、常に現場から発生しており、それを自ら率先垂範して行うことにより手本を示し、現場と膝を詰めて対話をしていく「教授力」等、全て現場という最前線で自らやるという事が、重要で大切だという事を学んだ。理屈で、「正論」「正論でない」だけでは人は動

かない。人間として自分を成長させ、人の器で見守れるコーディネーターになりたいと思った。

- ・ 最終的には、地域を「見守る」人間になりたい。失敗しても良いと言え、依頼があればサポートも行う、何をしているか分からないのでコーディネーターと呼ばれているようになりたい。

- ・ 「存在感」

小さな中山間地で自立し、キラリと光る存在感のある人を応援し、その人達を斜めに繋げていけるコーディネーターがいれば、化学変化がおきる。だから存在感を育む存在になりたい。

#### (研修生D)

- ・ 農学部に通い、福島、千葉、宮古島等で地域に泊まりひと月ほど農業インターシップを経験し、観光の面からではなく、地元目線で行う活動を経験した事がきっかけで、この研修に参加した。
- ・ 現在は、デザイン学校に通っている学生の為、皆さんと違い、地域コーディネーターとしては動いていない状況である。今回の研修では、自分の未熟さを痛感した。
- ・ 重要だと思う能力は、「本質を見抜く力」である。現地研修では、地域の方々との接し方と、他県から移住した人達の話聞き、地域に溶け込む事の難しさを学んだ。自分に足りない能力は、人と繋がる際に一歩踏み出す勇気と実行力である。
- ・ リーダーシップをとるのではなく、地域の意見を大切に、地域を支えるコーディネーターになりたい。
- ・ 根本に戻り「軸を持つ」

現在学んでいるデザインで、スポイトツールというものがある。スポイトツールとは、画像の中で大切な所だけを吸収し、新しい白紙に映していくツールである。現在の自分は、色々な人に会い、良いところを自分に吸収していることから、スポイトツールなのだと感じている。しかし、軸がないので混乱している。繋がりを大切にし、自分が大切にしている所に気付いていきたい。

#### (研修生A)

- ・ 岐阜県白川町の地域おこし協力隊で今年の1月より活動している。
- ・ 道の駅（美濃白川）の担当を任命され、特にビジョンもなく、自由な立場である。地域をどうするか、地域コーディネーターという言葉の意味も分からず、研修に参加した。
- ・ 漁師の北田さんから学んだことは、ものごとを考える視点が大切であるという事である。この気付きにより、気が楽になった。現在、道の駅（美濃白川）を担当しているが、売店と、地元のお弁当屋さんが別の場所にあり、売店に重点を置いていたところ、不公平だとお叱りを受けた。相手の立場になり、伝えることの大

切さを痛感している。20代という年齢もあり、沢山の地雷を踏み、それを繰り返さないことを学ぶことが大切だと考えている。

- ・ 現在は地域おこし協力隊だが、「地域コーディネーターにはならない」という結論に至った。道の駅などでプロジェクトを立ち上げた際に、最後に、お互いに頑張れたと抱き合えるような親友を作りたい。
- ・ 「まず動く、とにかく人を集める！」  
頭で考え過ぎる性格のため、まずは動く。それだけでは独りよがりになるので、人と関わりたいという意味で、人を集めて何かを考えたい。
- ・ 白川町を中心に、道の駅勉強会の開催を依頼している。そこで動いて行きたいと思う。

(前神委員)

- ・ 野性味溢れる四万十の研修に参加したが、尾鷲の皆さんは品がある様感じた。
- ・ 人をお願いすることが苦手な人は多い。だが、行動をオープンにしていると、自然に見かねて助けてもらえるようになり、楽しい姿は巻き込もうと思わなくても仲間を増やすことに繋がる。「巻き込む」という言葉は相手にとってイメージが悪いので、「魅了する」という考え方にシフトすると仲間が増えると思う。
- ・ 私も若い頃は地雷を踏みまくった。県庁職員「らしく」という言葉の意味がわからなかった。色々なパンドラの箱を開けたが、誠実さしか、自分を助けるものはないと感じた。好奇心と探究心があれば、反省はするが後悔はしない。自分を見つめ直す時間を作り過ぎると、余計なことを考えてしまうので、若いうちは、どんどん動けば良いと思う。

(白井氏)

- ・ 短期間ではあるが、合宿形式で研修を行い、研修に対して、どの位のレベルがあったのかについて伺いたい。例えば、「彼女にフラれる」や「受験に落ちる」などの自分に衝撃が走るレベルのものを感じたのか。研修時の3日間のフィールドワークでは、自分を後押しする様な意味があったのか、何か気づきがあり、彼女にフラれる程に自分の考えが変わるレベルだったのかを知りたい。

(研修生A)

- ・ 視点が増えた。そういう意味では、新たな世界のメガネを貰った様に感じた。しかし、彼女にフラれる程の衝撃はなかった。

(研修生D)

- ・ 何かやりたい事があっても、行動を起こしていない事を痛感した。考えるよりも、一歩を踏み出すことが重要であると痛感した。

(研修生C)

- ・ 彼女にフラれるというクオリティではないが、今後継続して行く上でのモチベー

ションの源泉となる様なものは確実に得られた。長期的に積み上げて行く上では、大きな礎になると思う。地域の中にいると、地域の集合意識の中に入ってしまうが、意識的に外に出る機会を持ち、色々な人と出会えた事は、地域に戻った時の大きなリターンになると思っている。

(研修生B)

- ・ 良い気付きや、きっかけを貰えたと思う。今までは、目標とする人物やコーディネーターがいなかったが、目標として、伊東さんを設定することが出来た事が大きな気付きであった。

(研修生E)

- ・ 2泊3日は短かったと思う。フラれた程の印象はなかった。自分と違う地域が見られたということは、大切なことである。このような場所は、1週間、2週間と時間をかける程にインパクトが上がってくるものである。尾鷲はどういう所かという印象は掴むことが出来た。

● 尾鷲報告2回目（研修生E、研修生B、研修生Cの発表）

(事務局)

- ・ 今回は、3人の方に話を頂き、3回目で残りの2名の話をしていただく事とする。

(富永委員)

- ・ 何故、香肌溪（かはだきょう）を全国へと広めたいと思っているのか？香肌溪には魅力を感じているのか？

(研修生E)

- ・ 知名度の低い地名だが、目標設定をするならば、この名前を10年後にメジャーになる事を目標にした方が面白いと思った。

(富永委員)

- ・ あなた自身が、香肌溪の良さが何であるかをわかり、実感しているか？

(研修生E)

- ・ 100%わかっているわけではないが、魅力は沢山ある。中山間地域であり、山があり、川があり非常に綺麗だという事は全国共通だが、この地域は人に魅力がある。この地域で出会った人が魅力的であり、それを伝えていく事が課題だと考えている。

(富永委員)

- ・ 観光資源と言うのは、地域の人が日常的に香肌溪を魅力だと思い、うっとりするような気持ちを持っていなければ売れない。面白かったら来てみてくださいという程度の思いでは、人は集まらない。また、情報発信力がなさ過ぎる。自分たちがこんなにも愛している町だという魅力を発信する力を身につければ、ブーメラン効果のように戻ってきて、外の地域から香肌溪の良さが評価され、自分が盛り上

がりを実感する。外に魅力を発信すると、情報受信力が身につく。そのことを覚えておいて欲しい。何とかしたいと言っているだけでは、空回りである。

(武田氏)

- ・ 全国に魅力を PR する際に、1 秒間で巻き込まなければならない人が思い浮かぶか？

(研修生 E)

- ・ 何人か浮かぶが、まだ力強くはない。そこまで入りこめていない。まだ地域の魅力を理解していないため、不安がある。

(事務局)

- ・ 研修生 B さんへの質問に移る。

(内村氏)

- ・ 今回研修を受けて、次に自分が何をすべきであるか理解し、はっきりと光が見えたと言える状況になったか？

(研修生 B)

- ・ やりたいことが 2 つある。観光事業に携わることになり、白川町から名古屋の人を対象にしたツアーの企画、運営、交渉の全てを任された。まずは観光をメインにしたスタンスで動きたいと思っている。2 つ目は、まちの現状がわからない状況なので、3 月に時間をとり、自転車で町内を一周したい。1 日では回りきることが出来ないので、民泊をする予定である。そこから、地域の温度差や、地域活性化についてどのように考えているのかというデータを集めてみたい。

(富永委員)

- ・ 着眼点が非常に良いと思う。白川町の活性化の全体像をとらえた際に、たった一人では富士山を相手にスコップでトンネルを掘る様なものであるが、目前にいる一人一人の話を丁寧に聞き、何も知らない「よそ者」である事を強みにすればよい。自分の心にある真っ白なキャンバスに、自分なりに見えてきたものが白川町の魅力になる。人間は、個性があり好き嫌いがある。だから、別の個性の人間が白川町を見れば、別の絵に見えるが、それで良い。私にはこう見えたという事を大切にしてほしい。多くの人と語る中で、自分がすべきことが見えてくる。自信を持ち、頑張してほしい。

(事務局)

- ・ 研修生 C さんへの質問に移る。

(武田氏)

- ・ 研修生 C さん自身が存在感のある人間になりたいという事か？

(研修生 C)

- ・ 元々がスポーツ畑であった事もあり、チャンピオンと呼ばれるようなチームではなくても、個性があり輝き、地域に愛され、持続できる地域が存在する。チーム

の中でキラキラ輝く個性に対し、サッカーの日本代表監督のオシム氏が水を運ぶ役という表現をした選手がいるが、私は、サポート役が合っていると思う。中学、高校時代に水球でそのような役割をしていた経験から、輝く人たちを繋いで支える役割が合っている。黒子に徹し、チームに貢献することが自分の喜びになる。

(富永委員)

- ・ 私は、活動する中で、そのような動きをする人の事を、「目立っている黒子」と表現してきた。日本代表で言えば、遠藤の様な人の事である。決してストライカーではないが、真ん中で見ていて、パスを出すことにより存在感を出す役割が必要だと思う。ストライカー同士では、次元が合いすぎる為にゴールを取り合うことがある。地域においては、存在感があると揉め事を起こす。人間関係で揉め事を起こさないためには、下に潜るか、上に上がるしかない。研修生Cさんの場合は、潜ってしまうという方法もあるが、ずっと潜っては誰からも認められない。だから、構想力やビジョンを作る力のように皆の時限より上に行く力と、皆が動き始めたら、下に潜り、「みんなのおかげ」という意味で存在感を示せると良いと思った。

(伊東)

- ・ 研修最終日の発表では、意外と厳しく全員に話をした。全く観光を知らない所で、地域のお母さん達に食事を作ってもらいランチバイキングを始めた。おおよそ、全員が失敗するだろうと思われたところからスタートし、現在は年間 36000 人が訪れる施設になった。これは、民泊を行い、昨日の食事を訪ねた所から始まった事例である。香肌峡の話にもあったが、ずっと住んでいた地域を知らないところから始まった。当たり前だと思っていることは、視点を変え、掘り起こしをしなければ気付けない。研修生Cさんの話の様に黒子に徹する部分も必要であり、時には越える所も出さなければならない。縁の下の力持ちだけではなく、時にはパフォーマンスもしなければならない。そこが地域から認められる何かになると思う。3人は良い人なので、もう少し、したたかに動いても良いと思う。どこかで想定する力が必要であり、想定する事を事前に考えながら行動すればもっと良いと思う。

(富永委員)

- ・ 3人とも大人しいので、もっと自分の個性を前面に出し、自分がやろうとする事を愛せばよい。自分がどのように振る舞えば最大の価値を生むのかを、ひたすらに考える必要がある。自分一人では何もできない。ここでおばちゃんを煽てる事も、実現する事に対する執念である。「しなやかに、強靱に、したたかに、何が何でも」という思いが出るころまで、愛さなければならない。

(研修生A)

- ・ 愛する事は執念か？



(富永委員)

- ・ 最後までやりきる力に代わると思う。

(研修生A)

- ・ どうしたら愛せるのか。

(富永委員)

- ・ 徹底的に知ることである。

(研修生A)

- ・ そして、衝撃を受け、びっくりする事か？

(富永委員)

- ・ 小さな事でも、まちの人が大切にしている事を捉えることが必要である。隕石が落ちれば衝撃を受け、人類が滅亡するかもしれないが、そう言う事ではなく、人の中にある小さな良いことを誉めてあげる力である。人は、自分の中でささやかに良いと思っていた事を他人に分かってもらえる事に喜びを持つ。それらを発見する事に、執念や執着心を持つことが必要である。

● 尾鷲報告3回目（研修生D、研修生Aの発表）

(事務局)

- ・ 人数が多いため、グループを分け、今回は研修生Dさんと研修生Aさんの発表を行う。

(宮城委員)

- ・ 研修生Dさんは、プラットフォームの様な事業を立ち上げようとしているのか？  
どのようなイメージを持っているのか？

(研修生D)

- ・ 生まれも育ちの横浜の為、旅行でしか横浜を出ることがなかったので、第二のふるさとが欲しかった。単純な気持ちから始まり、福島へ農業体験に行った際に、「また帰ってきてね！」と現地のお母さんに言われたことが嬉しかった。純粹に、地域との交流が楽しく、自分の世界が狭かった事を痛感した。都会人も一歩踏み出し、第二の故郷を作れば世界観が広がり、繋がりも広がり楽しいのではないか。だから、この様なサービスを作りたいと思った。

(野竹室長)

- ・ 滞在民泊型の施設をされている方がいるので、検索してみてはどうか。また、宮城先生の事業を活用し、地域に入っていく事もできるので、色々と参考にされてはどうか。

(宮城委員)

- ・ 研修生Aさんの構想もお聞きしたい。現在の地域協力隊の仕事を終えるまでに行きたい目標はあるのか？終わった後にやりたい事などのイメージはあるのか？

(研修生A)

- ・ 終わった後に、抱き合い、泣きあえる仲間を3人作りたい。

(宮城委員)

- ・ 具体的には、何をしようとしているのか？

(研修生A)

- ・ 課題や問題について理解していないので、今は具体的な計画は何もない。
- ・ 最初は、売り上げを5%上げることばかりを考えていたが、しっくりこなかった。その際に、理想は数値ではなく、状態で良いと思った。そこで、ふらっと道の駅に立ち寄った人が感動する道の駅を作りたいと考えた。それを研修会で発表したところ、伊東さんより「そもそも感動とは何か」と指摘された。まだ、自分の中でも瞑想中である。

(宮城委員)

- ・ いつから地域に入ったのか？

(研修生A)

- ・ 今年の1月からである。出来れば、自分と同じ気持ちを共有し、理解して共に進む仲間を3人作りたい。

(豊重委員)

- ・ 協力隊は、指名を受けると結果を出したいと思うものである。この町で公的な道の駅は何か所あるのか？

(研修生A)

- ・ 町では2か所である。

(豊重委員)

- ・ 協力隊の中で、みんなでアイデアを出し合った方が良い。私ならば、道の駅で利益性を考え、集客を図り、利益の5%を還元する事等を提案する。還元とは、黒字が出た場合、利益の15%を地域にバックする事などである。どの地域でもバックは行っているが、お金ではなく、もっと施設を活用し人が施設に集うという還元を考えれば、周りから認められると思う。今、どのように道の駅に人を集めるかについて3人に考えて欲しい。

(研修生A)

- ・ お金の出入りから考えたいと思う。白川町にお金が落ちる事を、商品の出入りから始めたい。

(豊重委員)

- ・ それでは具体策にはならない。
- ・ 道の駅の一角を利用し、地域の子どもの為に寺子屋を作る。これを学校と組み行うことが出来れば面白い。コミュニティスクールと言うが、孫や子供が来れば必ず還元になる。受講料は、道の駅の収益より少し補填すれば良い。「やねだん」

では19年間寺子屋を行っている。寺子屋を行うことにより、お年寄りから子供まで、全員奉仕活動に参加するようになる。

- ・ ほろっとするという意見が出たが、その為には福祉関係を考えればよい。道の駅の施設内に健康遊具等を設置し、高齢者が来た際に石原裕次郎の映画などを見せ、BGMに懐かしい曲を使用することなどである。
- ・ 物を売り、利益を出す数字だけに偏ると話題性がないため、人は集わない。これは一つの例である。
- ・ 研修生Dさん、今、あなたは根っこの養育を図る時期である。今は、花や幹を育てる時期ではない。福祉や、環境を学び、冒険旅行をしてほしい。
- ・ 研修生Eさん、あなたは、成果発表の項目を合体して欲しい。隠れた才能を持つ人が地域には沢山いる。その人達をリストアップし、行政や地域の活動の際に、タイミングを合わせ、出番を作ることでサポーター役になる事ができる。

(野竹室長)

- ・ 研修生Aさんの発言の際に話されていた道の駅の活用で、住民に用途の提案を求めるのも一案となる。住民それぞれにとって、自分の場所であるとの認識に持っていければ面白いと思う。

(伊東氏)

- ・ コーディネーター研修で出会ったからには、研修生ではなく、同じように進む仲間だと思っている。小さいながらも積み上げてきた成功事例があるとするならば、尾鷲は、それを提供する準備がある。
- ・ 何かあった際には、情報交換をしながら皆さんの地域で活用してほしい。また、皆さんが出来た事をみんなに共有していきたいと思っている。
- ・ 出会った仲間として事例の共有をし続け、共に進んで行きたいと思う。

図表 58 研修生からの成果発表の様子（尾鷲）



## ■委員からの講評

---

### (富永委員)

- ・ わがまちに地域おこしが必要と言いながら、できるもんか、と言ってよそ者が帰ったことがあった。ここにいる人間が頑張らないといけないと思ってやってきた。
- ・ わがまちで、シンポジウム、フォーラム、講演会はやったことがない。打ち上げ花火よりも、日常性の中に落とし込むことが最高と思ってきた。
- ・ 今日の研修が終わってからのほうが大事。疲れたと思って帰るだけではなく、学んだことの価値をつないでいくこと。遠慮しないでつながっていく。つながることは善、人間関係を分断することが悪。
- ・ 日常の中でフォローアップ研修もやっている。息長く具体化していってくれたらうれしい。

### (豊重委員)

- ・ 会合によく出る。共通しているのは、最近の協力隊員、支援員は個で動いていること。もったいない。ネットをつないで、組織が拡大していかないとばらばらになる。ネットワークを充実するように。
- ・ 前しか向いていない。地元の人が違う方向を向いているというのでは、もともと崩れてしまう。土台づくり。現場主義発想。
- ・ 分析をやるべき。やねだんの人口 300 人について、大正生まれ、平成生まれが何人いるのか、高校生が何人いるのかなどを分布図にした。年代別に見ると、昭和ひと桁がボリュームがある。10 年後に葬式が増える。分析で見えてくるものがある。教育が大切、コミュニティスクールを提言しても、子供がいけないのでは話にならない。
- ・ 人口を増やすことを考えるのではなく、中身を充実させること。I ターン、U ターンを増やすことを考える。
- ・ 古民家を集落で改装して、文化のまちをつくろうとした。テーマは文化交流と子供。環境整備をするために、畜産のまちであれば悪臭をなくすなどといった発想が必要。コーディネーターの判断力、想像力、思考力をまとめる。形にこだわらない学びをしてほしい。いまは大学生をやねだんに寄宿させようとしている。
- ・ ものづくりを含めてテーマを持つこと。地域では、手づくり加工グループの育成を絶対にする。独自に何をテーマにしてやっていくかが、道の駅のやりかた。自主財源確保になる。
- ・ やねだんは、集落の活動が住民自治でできた。心、教育、環境のうるおいが認められて 20 年目。地域づくりは、10 年を覚悟してほしい。

### (前神委員)

- ・ 全国の地域づくりのコンサル、コーディネーター業務をしている。現場から離れたときは、何を軸にしたらいいか悩んだことがあった。

- ・ 当事者であることを忘れてはいけないと気づいた。全国からのお話をうかがうときは、直接行くようにしている。行って話すことから生まれる。知ってもらいたいときは相手を知ること。
- ・ 楽しい姿は仲間を増やす。常にやっていることをオープンにする。助けを求めることが苦手な人も、だれか助けてくれる人が見つかる。自分から助けられる人も見つかる。人と人がつながって可能性が生まれる。
- ・ 「巻き込む」は「魅了する」に変えるという話があった。人を魅了していけるように発信し、自分のやっていることが相手に浸透していけばいい。

(宮城委員)

- ・ 研修を終えて、みなさんが耕されてきている。今日を境にアクションして、突破口が開けるのでは。
- ・ 向き合おうとしている仕事に遠慮している人もいる。自分の人生に遠慮することはない。正面から向き合えば、周りの人も集まる。

図表 59 委員からの講評の様子



## ■ 閉会挨拶

(野竹室長)

- ・ 総務省では、さまざまな事業をやっている。国では、地方再生・創生の目標を掲げている。国だけがやってどうにかなるものではない。一人ひとりの国民、地方自治体、みなさんの動きがあって成し遂げられる。みなさんが地域でご活躍されることが、目指していること。また、いい話がうかがえることを楽しみにしている。

### 第3章 事業の考察、成果と課題

#### 1. 現地研修会の講師からの意見（成果と課題）

##### （1）高知県四万十 佐々倉玲於

###### ① 研修のねらい

四万十川中流域は、中山間の過疎地域でありながら、「デザイン」という考え方を持った商品開発ができる地域として注目されている。その考え方は、商品開発のみならず四万十川流域に暮らす人々が日常の暮らしの中で培ってきた当たり前を持っているものである。

この四万十川流域に暮らす者としての「志」や「誇り」「技術」がにじみ出ている人々を汲み取って、モノやプロジェクトをつくるということは、やはり、その土地に暮らすデザイナーでなければなしえないことがある。表面的な見かけをつくるデザイナーではなく、地域の本質を捉え形づくるデザイナーである。

これらの視点は、デザイナーだけに必要な視点ではなく、地域コーディネーターにとってもなくてはならない視点であるということに気づいてもらうことが今回の研修のねらいであった。

研修では、四万十川中流域でものづくりに携わる生産者や販売事業者、デザイナーと参加者が出会い、話を聞く中で学びとってもらった。また、参加者の動機にあわせて、研修終了後に取り組みもうとするアクションプランを考えてもらい、そのプランをプレゼンしてもらった。主なプログラムは下記のとおりである。

図表 60 四万十での主なプログラムとねらい

プログラム・訪問先	ねらい
いなかパイプの紹介	いなかパイプの活動紹介。どのようなコーディネートを行っているのかを学ぶ
講義：デザインとは@サコダデザイン	地デザイナー・迫田さんより、四万十川流域で使われている「デザイン」とは何か、基礎を学ぶ
講義：四万十流域の商品開発・販売を学ぶ@道の駅四万十とおわ	四万十ドラマより、四万十川流域での商品開発・販売の考え方について学ぶ
一次産業(栗)の生産現場見学	どのような生産現場で生産物がつくられているのか見学する。生産から加工への六次産業化の流れを学ぶ
ミニ講義：地デザインの現場見学@山間屋、@あゆ市場	迫田さんが関わった商品を取り扱う事業者の視点から「地デザイン」とは何かを学ぶ
ワーク：ふりかえり、マイ・デザインづくり	2日間のふりかえりを行いながら、この学びを活かして参加者が研修中に考えたいことを考える

## ② 成果

参加者は、考える時間やプレゼンをするためにまとめる時間が少ない中、全員が研修中に刺激を受けたことを活かして、自分の考えていることをまとめ、プレゼンすることができた。このことは、今回の研修で学んだことを参加者自身が自分なりに昇華し、自分自身の糧として身につけることができた成果と言えるのではないかと思う。その後の成果は、参加者自身が、それぞれの現場で動き出したときに、はじめて気づき、体得できることではないか考えるので、今後の参加者のアクションに期待したい。

## ③ 課題

一点目として、研修の評価軸を、11個の力にまとめて評価しているが、そうするならば、研修プログラムをつくる前に、受け入れ側がこれらのことを学び、それぞれの「力」を伸ばすための研修プログラムをつくった上で、評価するべきではないかと思う。アンケートに回答したものの、半ば強引に当てはめたところが多く、地域コーディネーターがこれら11個の力を身につけたから十分かというところでもない気がし、もっと大事なものを忘れていないかという気さえしている。

二点目として、報告会のときにもお伝えしたが、研修の中身をよりよくするために、受け入れ側と参加者側への改善方法があると思う。

受け入れ側としては、今回は、各地域での取り組みに合わせて地域を選ばせているが、コーディネーターとして必要な力を学ぶという視点にするならば、受け入れ側がやりとりし、役割分担した上で、Aの力を学ぶなら尾鷲、Bの力を学ぶなら四万十などと選べるようなプログラムの作り方もできるのではないかと思う。

参加者側へは、今回は先着順として参加者の動機と運に任せるような研修プログラムの選ばせ方をしているが、参加者がエントリーした後に、個別電話面談等を行い、研修プログラムへマッチングさせるということができれば、参加者の本当に必要なニーズにあった研修を受講してもらえると考える。参加者のニーズは、参加者本人が把握できていないことや気づいていないことが往々にしてあり、研修プログラムとのミスマッチはよくあることなので、研修の精度を高めるならば、時間と労力はかかるが、このような方法も一つあるのではないかと思う。

三点目に、予算があるならば、受け入れ側や他の参加者と一緒に、参加者の現場を訪れ、現場指導などのフォローアップができると、地域同士のつながりにもなり、研修後のやりとりもしやすくなると思う。地方の農山漁村などの地域に関わるコーディネーターやデザイナーは、孤軍奮闘していることが多く、情報も入りにくい状況がある。地域が離れていてもコーディネーター同士で切磋琢磨できる関係性をつくることができれば、勝手にコーディネーターが育ち合える仕組みをつくれるのではないかと思う。

## (2) 石川県七尾 森山奈美

### ① 研修のねらい

今回、能登地域の現地研修会では、株式会社御祓川が手がけるコーディネート案件の現場をめぐり、各地でコーディネート役を担う人々と出会う中で学んだことをふりかえり、コーディネーターが良い成果をあげるための様々な条件を「パターン・ランゲージ」の手法で見つけることを目指した。各プログラムでのねらいは次のとおりである。

図表 61 七尾での主なプログラムと狙い

プログラム・訪問先	ねらい
一本杉通り 語り部めぐり	地域の人たちが風の人(よそ者)と交流することで元気になることを実感する。
御祓川の取り組み紹介	地域をコーディネートするということは、地域の人・もの・金・情報をやりくり、編集することであることを理解する。
鹿渡島定置網	漁業の6次産業化に関するコーディネートのポイント。
能登島観光協会青年部	うれし！たのし！島流し！の取り組みから、地元に入り込んで地域の中と外をつなぐコーディネートを知る。
中島アグリサービス	農業の6次産業化に関するコーディネートのポイントを知る。
鉦打地区・鉦打 ふるさとづくり協議会	自治力の高い集落の中で地域課題の解決に取り組む、中山間地域のコーディネートのあり方を知る。
志賀町・古民家こずえ	地域と若者を結びつけることで地域全体に及ぼす影響と可能性、地区別コーディネーターの存在を知る。

### ② 成果

上記のプログラムをふりかえり、「良いコーディネートのパターン・ランゲージ」として、次の項目が整理された。

図表 62 地域コーディネーターにおけるパターン・ランゲージ

項目	パターン	カード
A. コーディネーターの資質	A-1.いろいろな想像がふくらむ	妄想∞／想像豊か／好奇心、アンテナは広く
	A-2.そこにいるとホッとする	身近に感じる人になる、なんかその人の雰囲気ホッとする
	A-3.熱意が伝わる	熱意
	A-4.ふるまいで尊敬したくなる	ふるまいで尊敬したくなる
	A-5.そのままの人間臭さ	八方美人、人間臭さ(人柄)
	A-6.かわいがられ上手	かわいがられること



	A-7.笑顔が基本	笑顔が基本
B. 思考の基本・考え方	B-1.固定概念にとらわれない	固定概念にとらわれない
	B-2.行動力とコミュニケーション	行動力とコミュニケーション力が大事／和をもって尊しとなす
	B-3.時間・空間・仲間	無→造る／3つの間(時間・空間・仲間)
	B-4.一期一会	一期一会
	B-5.辛さを学びに変える力	辛さを学びに変える力(ふりかえりと応用力、やれば分かる)
C. 戦略・基本方針	C-1.まちのビジョンを語る	まちの環境・未来を語る／明確なビジョン
	C-2.登場人物の設計	登場人物の設定／人のストック
	C-3.良い面から探す	人の、まちの良い面から探す
	C-4.段階を設定する	段階を設定する
	C-5.歴史を知り・学び・使う	歴史を知る・使う／歴史に学ぶ・ストーリーをつくる
	C-6.コーディネーターを活かす	コーディネーターを活かすしくみづくり／意識変化
	C-7.まちを使うプロ	まちを使う／住民とのかかわり
D. 行動指針・スキル	D-1.ほめ上手	ほめ上手、そそのかし上手／その気にさせる
	D-2.マスコミ使いを丁寧に	マスコミ使いを丁寧に
	D-3.多くの引き出しを持つ	多くの引き出しを持つ
	D-4.まずやってみる、一緒に！	やってみる／まずやってみる。一緒に！
	D-5.まず客観、次に主観	傾聴と自己主張のバランス／客観から入って後から主観を加える
	D-6.足を運ぶ	足を運ぶ



③ 課題

今回のコーディネーター育成研修を通して、次のような課題が明らかとなった。

#### ◎フィールドワークの移動手段

- ・コーディネーターを育成する際に、現地でのフィールドワークは必須であるが、その移動手段が現地コーディネーターの自家用車に頼る形では、持続的に研修を実施する際のリスクがある。
- ・移動中に講師となるコーディネーターから様々な補足解説や学びのふりかえりがあることで、気づきを落としこむことができるため、できるだけ受講生とコーディネーターは同じ車で移動した方がよい。分乗すると車内での情報共有・意識共有にかなりの差が出てしまう。したがって、自家用車で移動する場合は、受講生は今回のように4人が限度となる。  
⇒運転手とガイド（講師）が独立できるような移動手段と定員の設定（中型を使うとしても10名程度）

#### ◎学びと現場の往復による成長

- ・同じ研修メニューでも、自分の現場と照らし合わせるができるかどうかで、学びの質が格段に違う。研修を実りあるものにするためには、自分の現場を持ったうえで今回のような研修に参加することが望ましい。
- ・今回は、行政マンから復興支援員、Uターン起業候補者など多様な参加者が集まった。多様性のある中で研修を実施した方が良いのか、ある程度、類似した境遇やステージで求められる研修メニューが必要なのか、今後、研修を重ねる中でより効果の上がる研修方法を見出す必要がある。  
⇒参加者の属性・成長ステージと研修メニューの体系化

#### ◎コーディネーターの知を共有する手段の確立

- ・今回の研修で整理した、良いコーディネートのパターンは、試作品・未完成であるが、全国の様々なコーディネート現場で日々生まれている知恵を出し合えば、より汎用性の高い「パターン・ランゲージ集」が完成するものと思われる。全国の現場で生まれる「知」を共有財産として活かすためのしくみが必要である。  
⇒全国のコーディネーターが交流できるプラットフォームの必要性  
⇒全国のコーディネート現場で編み出された知恵の編集と共有

#### 【その他事務的な課題】

##### ◎参加者リストの充実

- ・申し込み者の情報（性別、禁煙／喫煙の別、アレルギーなど）を事前に分かりやすく共有すると事務手続きが簡略化できたものと思われる。

##### ◎領収書の準備

- ・店舗から個別で領収書をもらう場合、その金額と宛名についても事前に準備できれば、スムーズに進行できたと思われる。

(3) 三重県尾鷲 伊東将志

① 研修のねらい

今回、尾鷲地域の現地研修会では、株式会社熊野古道おわせ及び商工会議所が手がけるコーディネート案件の現場をめぐり、各現場で覚悟を持って役割を果たす方々と出会う中で、コーディネーターが良い成果をあげるための必要な条件を対話から見つけることを目指した。各プログラムでのねらいは次のとおりである。

図表 63 尾鷲でのプログラムと狙い

プログラム・訪問先	ねらい
まちづくり会社設立～現在	まちづくり会社設立から地域資源を活用した集客事業と情報発信事業の成果と現状を説明。成功事例の裏にはそれを成し遂げる覚悟が必要であることを知る、
夢古道事業を通じた創業支援事業	お母ちゃんのランチバイキングの事例より、地域の主婦を組織化し運営を行う上でのコーディネートのポイントを知る。
移住者である漁師さんによる地域の問題解決のレクチャー	人口 170 人の漁師町である梶賀町の大敷網漁に従事する大阪からの移住者から地域問題の根底的な話を聞き、少子高齢化の町で起こっていることを理解する。
500 人の集落 九鬼町フィールドワーク	人口 500 人の集落、尾鷲市九鬼町を歩く。9 月より赴任した九鬼町の地域おこし協力隊員に先導され、漁港や石畳が残る美しい町の中を歩き、町の現状を知る。
九鬼町 地域おこし拠点 集落支援についてレクチャー	町民の憩の場だったカフェ「つどい」の再興に向けて活動する地域おこし協力隊員から、活動への想いや悩み等について説明を受け、小さな町の等身大のコーディネーターの存在に触れることで自身の活動について深く振り返ることが目的。
150 人の集落 早田町 地域おこし協力隊からのレクチャー	尾鷲市内で最も小さい 150 人の集落。早田町の地域おこし協力隊員等の活動内容を知る。コミュニティでの生活や地域住民とのコミュニケーションの重要性を知る。
インターンシップ活用事例紹介	日本初の商工会議所が主催する長期インターンシップについて、その仕組みと意義についての解説。コーディネーターに求められる能力について知る。
170 人の集落 梶賀町フィールドワーク	梶賀町のフィールドワーク。空き家の現状や UI ターン者を増やすために必要だと思われる環境整備の重要性を知る。

## ② 成果及び課題

今回のコーディネーター育成研修を通して、次のような課題が明らかとなった。

### ◎参加者の選定

- ・ コーディネーター育成研修を行う上で、対象者となるものが、現状どのくらいのスキルを持ち、どういった活動を地域で行っているのか？を事前に知る必要があると思われる。今回は、ほとんど活動が未経験な方や、ある一定の期間、まちづくりに携わっている方など、知識・経験に大きな差があったため、テクニカルな手法の共有よりも地域の抱えるより根本的な問題の把握や地域とのコミュニケーションの重要性を知ることの重きを置いた。ある一定の経験等による参加者の選定が必要であると感じた。すでに地域に入り現場を持っている参加者の方とそうでない参加者の方では学びの深さが違ってくる。地域に入る前、地域に入った後、ある一定の期間を経過したもの。最低3つくらいのパターンに選別をし、育成研修を行うことが望ましい。

### ◎フィールドワークについて

- ・ 現地でのフィールドワークにおいて、特に集落単位のフィールドワークでは移動距離が長く車の中で過ごす時間も参加者にとってディスカッションや質疑応答の重要な場所となる。今回は大型のレンタカーをリースして移動する方法をとり、コーディネーターが運転・説明をしながら移動する方法を取った。この形は悪くなかったが、コーディネーターの負担が大きい。運転手を用意した場合は、10名乗りの車を一台用意することになる。その場合は、事務局を含め最大で参加者は5～6名程度が望ましい。
- ・ フィールドワークで出会う地域のイノベーターや集落で活動する方々との出会いは、参加者にとって有意義なものとなるだろうと推測される。こういった研修では、この機会をきっかけとして地域で挑戦する方々が継続的に意見を交換し、互いの活動をSNS等で認識をしながら、情報交換を密にしていくことが望ましい。その場の研修だけで、その後は継続できない参加者の方々も見受けられるため、積極的な交流を促す必要性を感じた。

### ◎重点項目

- ・ 地域コーディネーター育成研修に臨む際の心構えとして、地域を深く知ることと地域住民とのコミュニケーションの確立に重点を置いた。移住系のチャレンジでは、地域住民とのトラブルや孤立といったケースが全国的にも大きな課題となっているが、心構え一つ、はじめの一步が何よりも重要だと認識している。これは、ある一定の活動期間を経た後の改善というケースは非常に難しくなるため、小さな町での「しがらみ」や「特殊なローカルルール」を学ぶ機会は、育成研修で学ぶべきものの中でも極めて

重要であり、極めて優先順位の高い部分となる。地域の方々の生の声、そこに入り活動をする方の生の声に触れる機会を持つことで、地域活動の本質的な部分に気づいていけるようなフィールドワークを組み立てることが地域で行う育成研修にとって重要だと感じた。

#### 【その他事務的な課題】

##### ◎参加者リストの充実

- ・ 地域での活動を行うに当たり、その地域にある資源や人材、課題など、まだまだ地域と向き合い深掘りできていない印象を強く受けた。今後の育成研修では、自身の活動のフィールドとなる地域における情報や課題を事前に整理し、自身の課題と考えている部分を整理してから研修に臨むような事前課題を用意することが望ましい。

## 2. 事業の成果

前提として、当研修において研修生の研修効果を測るために「仕事のための12の基礎力」著者／大久保幸夫 発行／日経 BP 社の書籍を参考として用いた。当書籍は、12の能力の内、12番目が1～11番目までの能力を踏まえた総合力として、仲介調整力（コーディネーター）と規定されており、当研修において研修生の効果を測る上で、採用するに相応しいと考えた。11の各能力については、下記の図表64に取りまとめた。

図表 64 地域コーディネーターに必要と考える11の能力

アンケート項目		能力の種類	定義(内容)
第1能力	リアクション 反応力	対「人」	相手からの投げかけや言葉に対して、反応していることを相手にわかるように表す力。コミュニケーションの基礎中の基礎
第2能力	愛嬌力	対「自己」	柔和な表情や茶目つけのある笑顔で人を引きつける力
第3能力	楽天力	対「自己」	仕事にはつきもののストレスに対して、自分に適した処理方法を持ち、戦略的に解消していく力
第4能力	目標発見力	対「課題」	自らの仕事の目標を自ら提起する力。まず問題を発見し、その解決を目標とすることが一般的
第5能力	継続学習力	対「自己」	必要なときに必要なことを学習する習慣
第6能力	文脈理解力	対「人」	背景・文脈の異なる人との間で意見の調整をする力
第7能力	専門構築力	対「課題」	自分独自の強みを計画的につくり上げる力
第8能力	人脈開拓力	対「人」	ビジネスの仲間や情報源となる人を開拓し、その関係を維持していく力
第9能力	委任力	対「人」	人に仕事を頼み、任せる力
第10能力	カウンセリング 相談力	対「人」	相談される力。人の話を聞き、一緒に問題を考えていく力
第11能力	教授力	対「人」	自分の持っている知識や技術を人に教え、育てる力

【出所】「仕事のための12の基礎力」著者／大久保幸夫 発行／日経 BP 社

(1) 現地研修会の成果

現地研修会では、次の3点について明確になった。

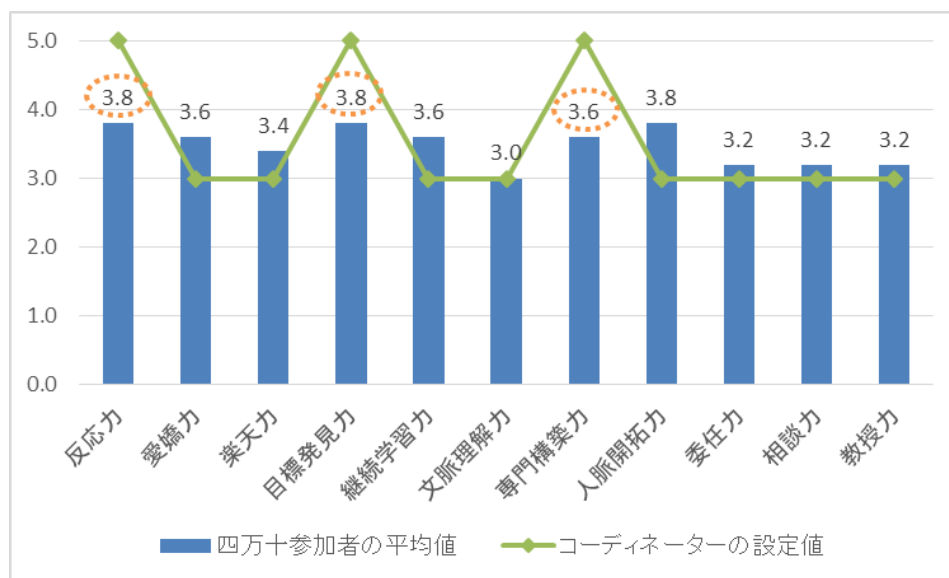
- ① 地域コーディネーターの研修仮説の証明
- ② 研修生の各能力に関する理解度の変化
- ③ 地域コーディネーターの仕事の理解と意識の向上

① 地域コーディネーターの研修仮説の証明

現地研修会の研修を分析するために、3地域の講師役となる地域コーディネーターに現地研修会の設定したテーマとプログラム（カリキュラム）において、学ぶことができる（効果がある）と想定する能力について、事前に設定を依頼した。図表 65、65、66 にあるように地域コーディネーターの設定値と現地研修会後に研修生へ能力の高め方の理解度を尋ねた結果を比較した。3地域の地域コーディネーターが、それぞれ高い値を設定した能力については、他の能力と比べて、研修生が軒並み高い数値を示す結果となった。このことにより、肌感覚であった地域コーディネーターの研修設定は、研修生の母数が各地域5人と少人数ではあるが、仮説どおりほぼ研修の狙いが的を獲ていることが証明された。

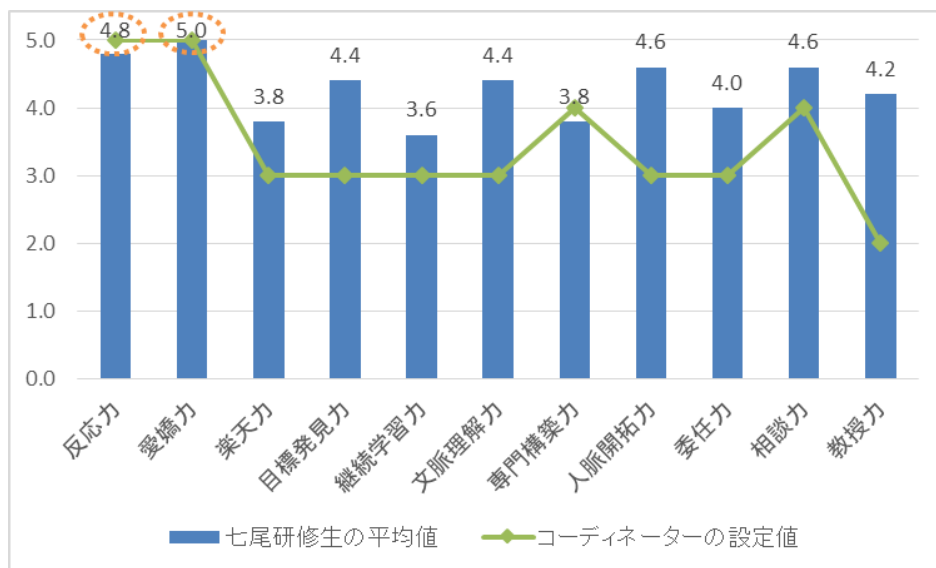
図表 65 研修生（四万十）の理解度と地域コーディネーターの設定値

（全く理解していない：1、あまり理解していない：2、少し理解している：3、まあまあ理解している：4、よく理解している：5）



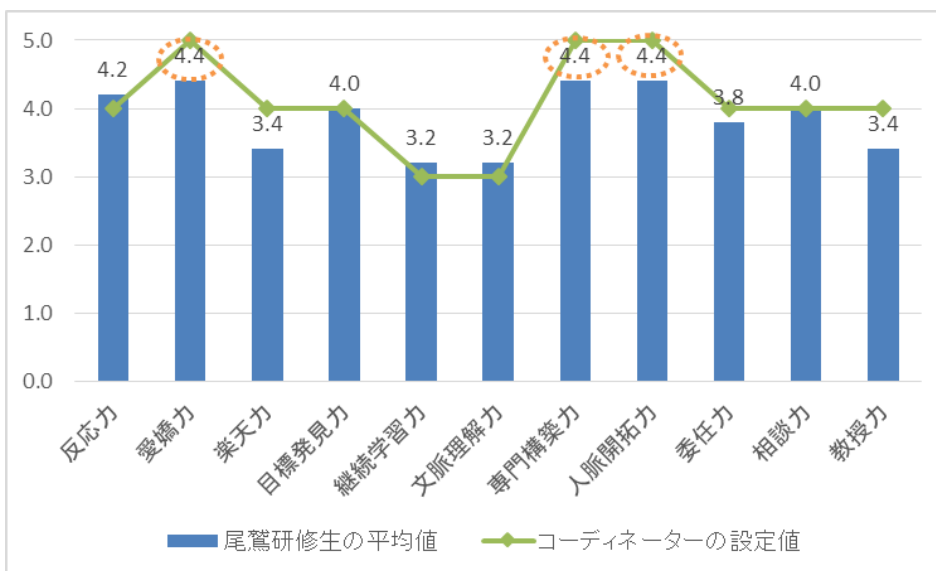
図表 66 研修生（七尾）の理解度と地域コーディネーターの設定値

（全く理解していない：1、あまり理解していない：2、少し理解している：3、  
まあまあ理解している：4、よく理解している：5）



図表 67 研修生（尾鷲）の理解度と地域コーディネーターの設定値

（全く理解していない：1、あまり理解していない：2、少し理解している：3、  
まあまあ理解している：4、よく理解している：5）





## ② 現地研修会での研修生の変化

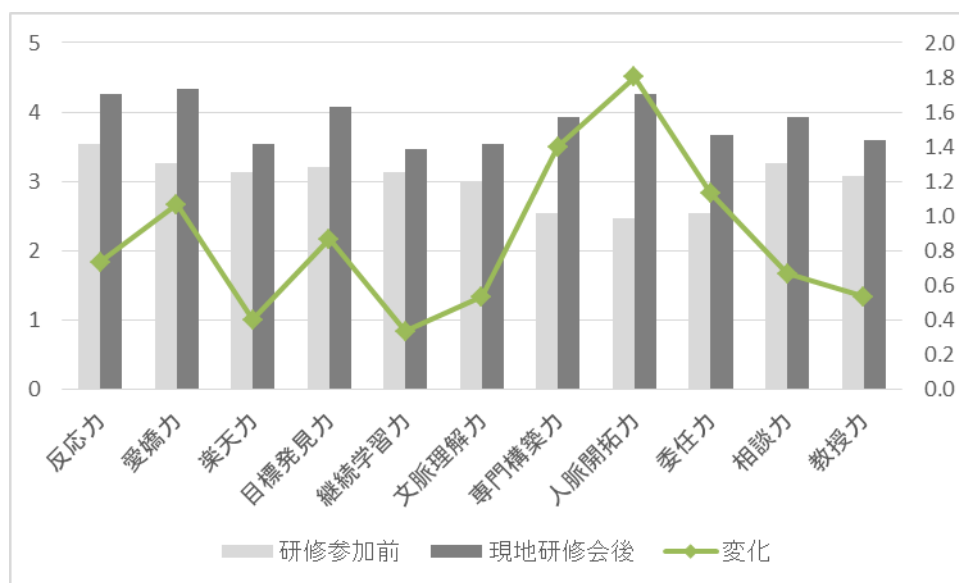
図表 68 は、現地研修会の効果として、研修生の研修参加前と現地研修会後の各能力の高め方の理解度を比較したところ、「人間開拓力」が最も変化が大きく 1.8 ポイントの差が出た。次に「専門構築力」が 1.4 ポイント、3 番目に「愛嬌力」と「委任力」が 1.1 ポイントとなった。

また、図表 69 にあるように研修会参加前と現地研修会後の各能力の変化した人数を比較したところ、「専門構築力」と「人間開拓力」が最も多く 15 人中 13 人、次に多いのが「反応力」と「目標発見力」の 10 人という結果になった。

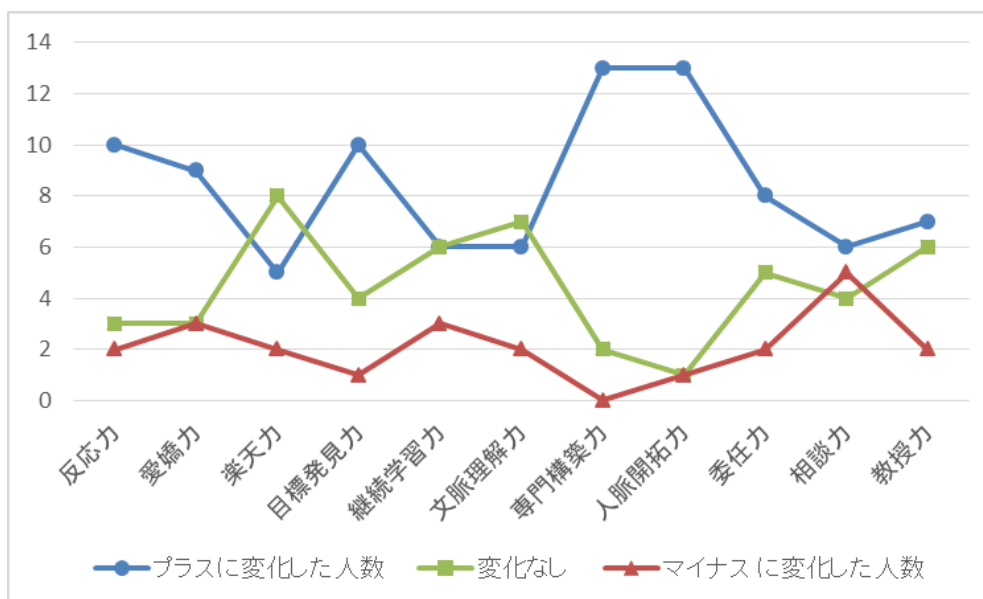
この結果からフィールドワークを中心とした現地研修会における研修生の成果として、「人間開拓力」「専門構築力」「委任力」「愛嬌力」「目標発見力」「反応力」の能力の理解が深まることが上げられる。

図表 68 研修参加前と現地研修会後の変化（平均）

(全く理解していない：1、あまり理解していない：2、少し理解している：3、まあまあ理解している：4、よく理解している：5)



図表 69 研修参加前と現地研修会後に変化した人数



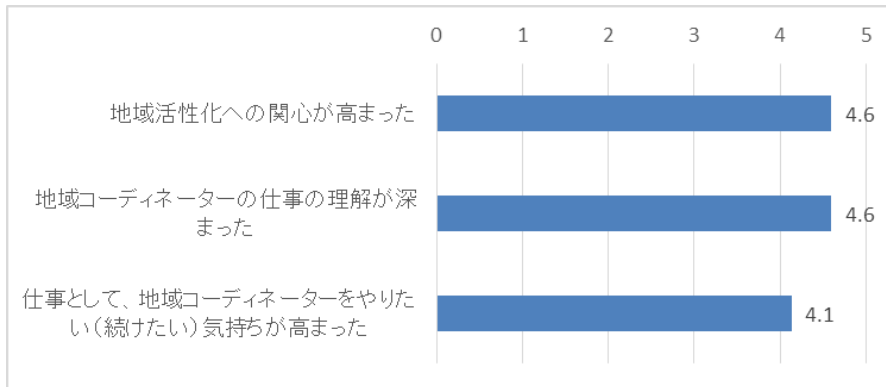
### ③ 現地研修会での研修生の変化

図表 70 では、「現地研修会による地域コーディネーターに関する意識と理解（全体）」として、現地研修会に参加した結果、「地域活性化への関心が高まった」「地域コーディネーターの仕事の理解が深まった」は共に 5 段階評価で平均 4.6 と高い水準であった。また、「仕事として地域コーディネーターをやりたい（続けたい）気持ちが高まった」は平均 4.1 という結果であった。

研修生から「地域でプレイヤーとして仕事をする上でもコーディネーターとしての能力が必要であると実感した」という声が異口同音にあり、地域で働く人にとって地域との向き合い方や働き方を見つめる上で、役だったと考えられる。

図表 70 現地研修会による地域コーディネーターに関する意識と理解（全体）

（全く当てはまらない：1、あまり当てはまらない：2、少し当てはまる：3、よく当てはまる：4、非常に当てはまる：5）



## (2) 東京研修会を含めた育成研修全体の成果

東京研修会を含めた地域コーディネーター育成研修全体の成果として、現地研修会以外のことについて、次の2点を挙げる。

- ① 座学の効果
- ② 経験者の優位性

### ① 座学の効果

東京研修会では、座学にて、「地域コーディネーターに求められる能力の説明」や「地域コーディネーターの役割についての講義」、「地域で仕事をしていく上での能力についてのディスカッション」を行うことで、現地研修会で学んだことの振り返りを行った。

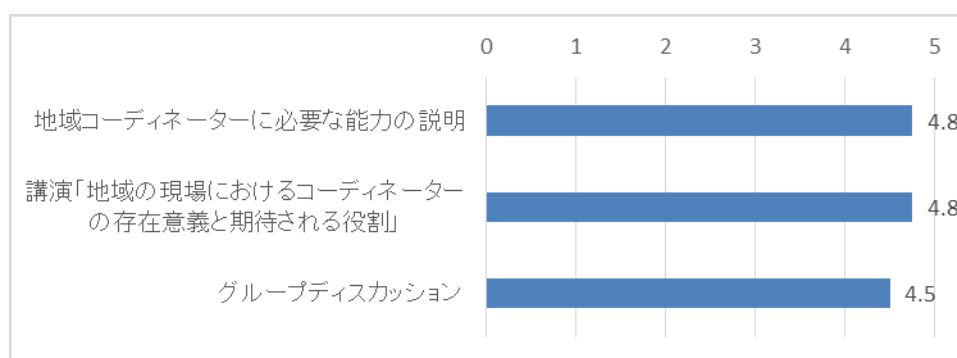
図表 71 の「東京研修会の各プログラムの評価」では、上記の3つのプログラムとも5点満点中4.8～4.5と高い数値を示した。

また、図表 72 の「研修参加前、現地研修後、東京研修後の比較（平均）」では、現地研修会後から東京研修会後に理解度合いとして伸びている能力は、「楽天力」「継続学習力」「文脈理解力」「委任力」であり、これらの能力が座学により効果があったと考えられる。

上記のことから、地域コーディネーター育成に関して、座学の有効性が認められる。

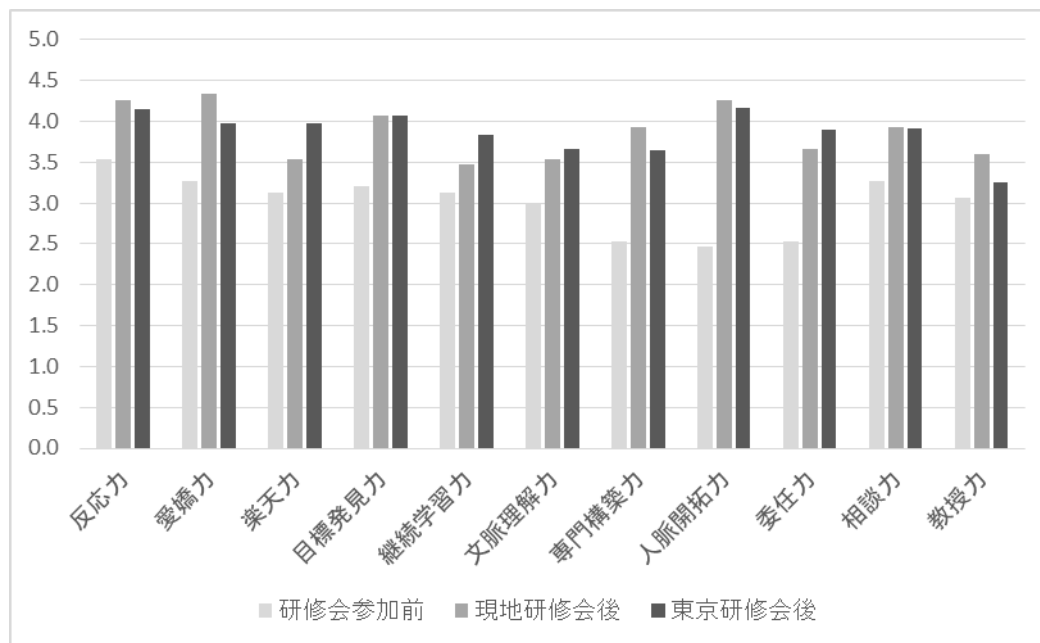
**図表 71 東京研修会の各プログラムの評価**

(全く役に立たない：1、あまり役に立たない：2、少し役に立つ：3、まあまあ役に立つ：4、よく深役に立つ5)



図表 72 研修参加前、現地研修後、東京研修後の比較（平均）

（全く理解していない：1、あまり理解していない：2、少し理解している：3、  
まあまあ理解している：4、よく理解している：5）



## ② 経験者の優位性

研修生を地域での仕事に従事している経験年数別に下記の3つに分類をした。

- 1) 未経験者～半年未満
- 2) 半年以上～3年未満
- 3) 3年以上

上記の分類により、アンケートを集計した結果、研修の効果が明らかになった。

図表 73 の「東京研修会の各プログラム評価（経験年数別）」では、経験年数が長いほど、「非常に役に立った」と回答している。

また、図表 74 の「研修参加前と東京研修会後における各能力の理解度合いの変化（経験年数別）」では、「人脈開拓力」を除き、ほぼその他の能力では、経験年数が長いほど、理解度の向上が見られる。未経験者～半年未満のグループがマイナスになっている理由は、「研修に参加し、地域コーディネーターのすごさと大変さが理解でき、私にはなれないと思った」という参加者の声に代表されるように現地研修会で講師役を務めた地域コーディネーターと自分自身の位置関係が明確になったことにより、自己評価が下がったものと考えられる。

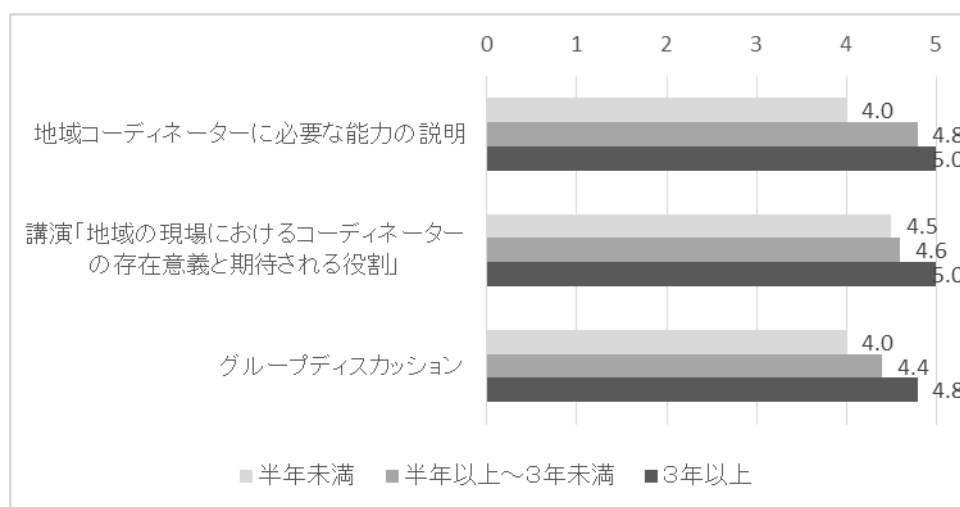
図表 75 の「東京研修会による地域コーディネーターに関する意識と理解（経験年数別）」

を見ても先述した内容が表れた結果として、特に「仕事として地域コーディネーターをやりたい（続けたい）気持ちが高まった」という質問に対して、半年未満の研修生の評価は低くなっている。

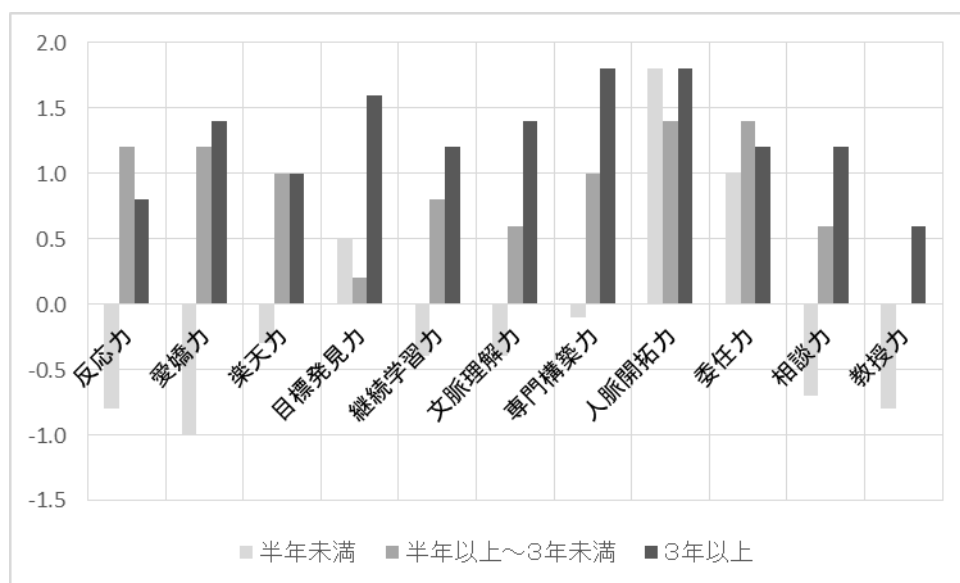
上記の3つのことから地域コーディネーター育成研修の対象者としては、ある程度の経験を積んだ人に優位性があり、研修生として相応しいと言える。

図表 73 東京研修会の各プログラムの評価（経験年数別）

（全く役に立たない：1、あまり役に立たない：2、少し役に立つ：3、まあまあ役に立つ：4、非常に役に立つ：5）

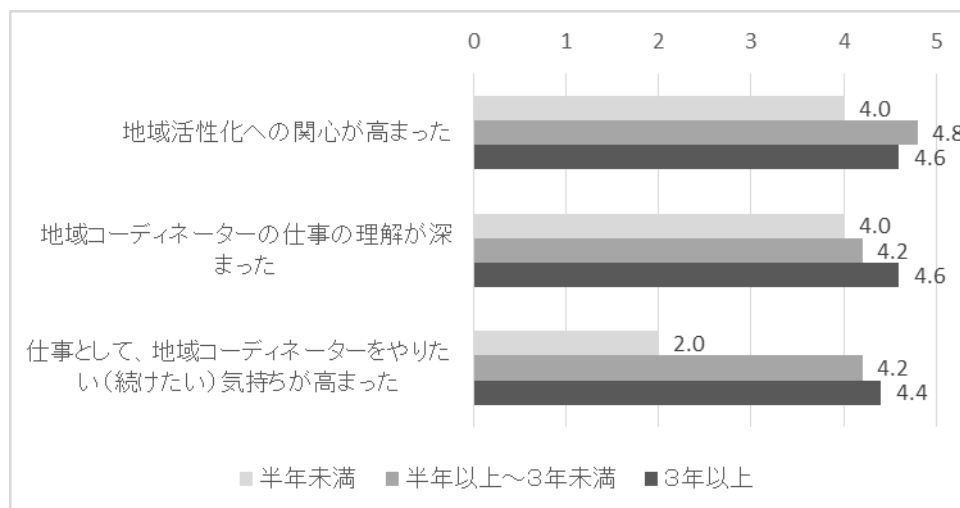


図表 74 研修参加前と東京研修会後における各能力の理解度合いの変化（経験年数別）



図表 75 東京研修会による地域コーディネーターに関する意識と理解（経験年数別）

（全く当てはまらない：1、あまり当てはまらない：2、少し当てはまる：3、よく当てはまる：4、非常に当てはまる：5）



### 3. 事業の課題

今後、地域コーディネーター育成を進めていく上での課題について考察する。本研修研究事業の課題として、現地研修会の講師を務めて頂いた3人の地域コーディネーターの意見を参考にして、下記の3つに分類して整理する。

- (1) 現地研修での移動について
- (2) 参加者について（要件とマッチング）
- (3) 研修プログラムの構成について

#### (1) 現地研修での移動について

森山氏、伊東氏の2名から現地研修での移動について、言及があった。本研修事業では、移動は研修受入地域に依頼し、実質的に地域コーディネーターや地域のスタッフが車を運転して、フィールドワークに出かけた。移動のため車が2台以上に分かれた地域もあり、車によってコーディネーターからの情報提供に差があった。また、地域コーディネーターが運転に集中しなければならず、十分にフィールドワークの訪問先の情報提供が事前にできないこともあった。言うまでもなく、コーディネーターの運転事故のリスクもある。

移動中の講師からの情報提供や質疑応答も、研修生にとっては貴重な時間となる。地域コーディネーターとは別に運転手を確保した上で、中型車で移動することが望ましい。その場合の参加者数は、事務局も含めて7～8人程度になると考える。

#### (2) 参加者の要件とマッチング等について

地域コーディネーターの3名全員が参加者の要件やマッチングについて言及している。本研修事業では、多様な参加者に参加を促すため特段の参加要件を設けず、今後地域活性化へ関わろうと検討している未経験者も応募可能とした。また、募集開始から研修までの日程に余裕がなかったため、特段の選考をせず、基本的に先着順として研修生を募集した。その結果、P.3に記載の通り、地域おこし協力隊、復興支援員、行政職員、まちづくりNPO、民間事業者、学生の多様な人材から応募があり、研修に参加した。



### ① 参加要件について

森山氏から「自分の現場を持った上で、研修に参加することが望ましい」、伊東氏から「一定の経験等による参加者の選定が必要」との意見があったが、アンケート結果からも研修の効果に関して、経験者の優位性が明らかになっている。裏を返せば、未経験者や経験が浅い研修生にとって、効果の薄い結果となっている。また、経験年数が半年未満の研修生から雑談の中で、「研修には、多くの気づきがあったが、自分の地域のことがわかっておらず、正直言って、参加してもったいなかった。参加して、申し訳ない気持ちがある」との言及があった。この発言は、自身のアクションプランの検討や地域で果たす役割が明確になっていかないことに起因したものと考えられる。

上記のことから、地域コーディネーター育成研修には、ある程度の経験年数を参加要件とする必要がある。

### ② マッチングについて

3人の地域コーディネーターが指摘しているように研修地域と研修生のマッチングも検討課題のひとつとしてあげられる。本研修事業では、現地研修会で学べる内容を地域ごとにテーマ設定を行うことで、特色を明らかにした。学ぶ内容を経験年数で分けることで、未経験者や経験年数が浅い研修生にも効果が高いプログラムが提供できる可能性があると考えます。

また、佐々倉氏が指摘しているように往々にして研修生は自分の本当のニーズを把握していないこともあるので、エントリー後の選考やマッチングにより、研修の動機づけを行うことも検討すべきである。

### ③ 研修生のニーズについて

P.2に記載の通り、応募期間が19日間であったが、9日間で定員に達した。Webサイトにも募集締切の案内を掲載したにも関わらず、問い合わせがあり、15名の方にお断りをする事となった。本研修には、参加要件を設けなかったこともあるが、地域で仕事をする上での学びの需要は多いと感じている。

参考までに株式会社トビムシが運営する「小村力研究所」(<http://syo-son-ryoku.jp/>)が主催しているローカルベンチャーの育成を目的とした「小村力開発塾」(共催/NPO 法人 ETIC.)という研修プログラムがある。

こちらは、2泊3日の研修プログラムにも関わらず、参加費が10万円と高額であるが、2014年には13名の参加者があった。

本研修事業の参加費は、18,000円であったため「高額でなく、即決で応募した」との研修生の声もあったことから、参加者は金額によるハードルを感じていないものと考えられる。

### (3) 研修プログラムの構成と評価について

本研修事業は、2泊3日の現地での研修（フィールドワーク）と座学の講義とディスカッションの研修プログラムの構成であった。研修報告会のパネルディスカッションにて、「研修の結果はどうだったのか？」という質問に対して、伊東氏から「2泊3日のフィールドワークだけでは、難しい」という意見や、佐々倉氏からは「これから実践してもらうのみ」と意見されている。

#### ① フィールドワークと座学以外の研修手法

本研修事業では、地域コーディネーターに必要な能力の高め方の学びや気づきがあったこと、地域で仕事をするモチベーション向上に寄与したことの2つが研修生にとっての成果であるが、本格的な人材育成・能力開発は日々の実践やトレーニングを通じて行われるものであると考える。3人の地域コーディネーターからも他の研修手法として、SNS等を活用した意見交換等の積極的な交流や、研修生の地域へ講師が出向き、現場指導を行うなど実践を絡めた関わりの必要性が言及されている。個別具体の課題を克服する研修となれば、ロールプレイやアクションラーニング等の手法も検討すべきだと考える。

#### ② 地域コーディネーターの能力指標とスキルマップ

新たな研修手法を検討する前に地域コーディネーターに必要な能力やスキルが何なのかを明確に提示しなければならない。

本研修事業では、「仕事のための12の基礎力」著者／大久保幸夫 発行／日経BP社の書籍を参考としたが、佐々倉氏から「もっと大事なものを忘れていないか」という気さえしている」と指摘があるように、今回の能力指標は関係者（地域コーディネーターと呼ばれる人たち）の中でオーソライズされたものではない。

また、東京研修会の講師である松崎氏から地域コーディネーターの4つの機能として、「実行」「伴走」「連結」「提案」が示されたが、「実行」は自ら何かを生み出す地域イノベーターやプロデューサーの側面が強いように感じられる。実際、今回の講師役の3人の地域コーディネーターは、純粋なコーディネート業だけでなく、それぞれに独自の事業を持っており、事業家とも呼ぶことができる。研修報告会のパネルディスカッションでは、「自ら『地域コーディネーターです』と言って名刺交換する人はいない。地域コーディネーターと名乗るものではなく、呼ばれるもの」と発言されているように現状では、地域コーディネーター像は確立されていない。

参考までに今回の講師役である佐々倉氏、森山氏、伊東氏の3人の地域コーディネーターにモデルとなって頂き、能力評価を行った。3人それぞれの関係者（同僚や取引先の方）から他己評価をしてもらった結果が下記の図表76である。サンプルが3人と少ないため、あくまでも参考値であるが、3人の平均として最も高い値を示しているのが、「反応力」「愛嬌力」「文脈理解力」の4.3であり、次いで高い値が「楽天力」「継続学習力」「専門構築力」「相談力」の4.0である。あくまでも仮説であるが、これらの能力が地域コーディネーターにとって重要性が高い能力ということができる。

図表 76 講師役である3人の地域コーディネーターの各能力（平均）

（全く高くない：1、あまり高くない：2、少し高い：3、まあまあ高い：4、とても高い：5）

アンケート項目		地域Coの 他己評価平均
第1能力	反応力	4.3
第2能力	愛嬌力	4.3
第3能力	楽天力	4.0
第4能力	目標発見力	3.7
第5能力	継続学習力	4.0
第6能力	文脈理解力	4.3
第7能力	専門構築力	4.0
第8能力	人脈開拓力	3.7
第9能力	委任力	2.7
第10能力	相談力	4.0
第11能力	教授力	3.0

上記のように地域コーディネーターに必要な能力を指標化する際に、実際に全国で活躍する多くの地域コーディネーターと呼ばれる人たちへ調査協力が必要となると考える。

また、森山氏が採用した「パターン・ランゲージ」の手法は、実際の地域コーディネーターの動き、役割等から導き出されたものであり、地域コーディネーターのスキルマップを確立する上で、有効な手法になると考える。

これらの情報が集約されることにより、地域コーディネーターに重要な能力や必要なスキルが整理され、そこから有益な研修手法の検討や手法に応じたテキストが作成できるはずである。

## <参考資料>

募集告知案内のチラシ 表面



頑張っているんだけど、なかなか地域が元気になる…そんな地域には、「コーディネーター」が求められています！  
地域活性化において成功している多くの地域には、「コーディネーター」と呼ばれる人たちがいます。

- ▶ 埋もれた地域資源(ヒト、モノ、カネ、ジョウホウ等)を見つける(価値を見出す)
- ▶ 域内、域外を問わず、価値ある地域資源をつなぐ
- ▶ 地域資源を組み立ててオンリーワンの価値を創造する

地域のハブとなって、地域課題の解決に必要な資源をみつけ、相互につなぎ、まちづくりのしくみとして組み立てるのが地域コーディネーター。今回は、そんな地域コーディネーターが活躍する3つの先進地域で、コーディネーターの役割、仕事を現場でリアルに学んで、今後の活動に役立てるチャンスです。

「地域を元気にしたい!」この機会に最初の一步を踏み出してみませんか?

### 現地研修会/受入団体

株式会社藤野古道おわせ (三重県尾鷲市)	株式会社御蔵川 (石川県七尾市)	一般社団法人いなかパイプ (高知県四万十町)
<b>日時</b> 2015年1月13日(火)~1月15日(木) <b>場所</b> 三重県尾鷲市 <b>テーマ</b> インターンシップ・地域おこし協力隊・UIJターン <b>コーディネーター</b> 伊東 裕志氏 <small>(株式会社藤野古道おわせ 支配人/尾鷲商工会事務所 アドバイザー)</small>	<b>日時</b> 2015年1月22日(木)~1月24日(土) <b>場所</b> 石川県七尾市 <b>テーマ</b> 市民協働・施設開放 <b>コーディネーター</b> 森山 泰典氏 <small>(株式会社御蔵川 代表取締役)</small>	<b>日時</b> 2015年1月26日(月)~1月28日(水) <b>場所</b> 高知県四万十町 <b>テーマ</b> 商品開発・デザイン <b>コーディネーター</b> 佐々倉 瑞穂氏 <small>(一般社団法人いなかパイプ 代表理事)</small>

### 東京研修会&研修報告会

**東京研修会** 2015年2月20日(金) 13:30~17:30@東京都 品川駅周辺 **研修報告会** 2015年2月21日(土) 10:00~12:30@東京都 品川駅周辺

### 募集対象者

- ▶ 行政や商工団体、まちづくり会社などの組織において地域活性化の取組を応援する業務に携わっている方、または地元でまちづくりに取り組んでいる方で、「もっと役立つ仕事がしたい!」と思っている方
  - ▶ 地域活性化の取組を応援する活動に必要なスキルを習得したいと思っている方
  - ▶ 地方にリターンや1ターンした方で、地域活性化に関わりたいたいと思っている方
- ※ 本研修の内容等は研修後の「地域コーディネーター育成研究事業」として調査報告書にまとめられます。

参加費	定員	応募方法
<b>18,000円(税込)</b> (現地研修会の宿泊費・食費として) <small>※現地研修地域までの交通費は、各自ご負担いただきます。            ※東京研修会及び研修報告会への交通費、宿泊費は、事務局にて負担いたします。</small>	15名 (各地域5名)	地域コーディネーター研修へのお申込みは下記Webサイトよりファイルをダウンロード頂き、事務局まで、メールまたは、FAXにてご送付ください。 <b>募集締切: 12月29日(月)</b> <small>※申し込みは、先着順で受け付けます。</small>
<b>お問合せ先</b> ビズデザイン株式会社 総務省「地域コーディネーター育成研修」係 担当: 田谷、小泉 〒108-0075 東京都港区港南4-1-10 リバージュ品川205 電話: 03-4570-2846 FAX: 03-6883-7155 E-mail: chiiki-c@biz-design.co.jp		<b>ホームページアドレス</b> <a href="http://www.biz-design.co.jp/chiiki-c/">http://www.biz-design.co.jp/chiiki-c/</a>

## 株式会社熊野古道おわせ(三重県尾鷲市)

### インターンシップ・地域おこし協力隊・Uターン

尾鷲では、人口減少など様々な課題に対して、長期実践型インターンシップや地域おこし協力隊にも取り組んでおり、都市部の若者を地域に巻き込む戦略は他地域でも実践したい取り組みの1つ。単なる観光ではなく、尾鷲で「暮らす」を経験してもらえよう、古民家の再生・空き家・空き店舗の利活用にも取り組んでいる。地域が有する資源・ポテンシャルや、中小企業の課題、挑戦する若者をマッチングすることは、これまでにない経営支援の方法。尾鷲では、商工会議所と市役所、企業が同じベクトルに向かって歩み出しており、キーパーソンとなる地域コーディネーターとしての役割が学べる地域となっている。

- 現地研修会** 2015年1月13日(火)~1月15日(木) @三重県尾鷲市
- 東京研修会** 2015年2月20日(金)13:30~17:30 @東京都品川駅周辺(任意参加)
- 研修報告会** 2015年2月21日(土)10:00~12:30 @東京都品川駅周辺

### 伊東 将志(いとう まさし)氏

株式会社熊野古道おわせ 支配人/  
尾鷲商工会議所 アドバイザー



18歳、尾鷲商工会議所経営指導員になり、地元企業の経営支援に携わる。33歳、商工会議所が中心となり設立した熊野古道おわせに志願の意向、夢古道おわせの運営に挑む。34歳、夢古道おわせ両店の店長を任される。世界遺産風呂・100のありがとう風呂等を発案。38歳、商工会議所に復帰、夢古道のアドバイザーに就任。商工会議所に長期実践型インターンシップ専業部を設立。39歳、商工会議所を退職し、熊野古道おわせ 支配人に就任。

団体紹介: <http://yumekodo.jp/>



## 株式会社御祓川(石川県七尾市)

### 市民協働・販路開拓

七尾市内中心部を流れる御祓川の再生と川を中心に据えたまちづくりを目指して設立された同社。いまは、第一次産業を中心に担い手減少という課題にも取り組んでいる。民間のまちづくり会社として産声を上げ、15年経た現在は、「まち・みせ・ひと」を育てる3本柱で事業を行っており、市民が地域づくりに参加できる仕掛けも多く有する。特に力を入れているのは、商品開発と販路開拓。2007年の能登半島地震後に、能登の情報ポータルサイト「能登スタイル」、特産品を扱うネットショップ「能登スタイルストア」を開発するほか、近年は、地域の課題解決に挑戦する若者を能登に誘致する「能登留学」などに積極的に取り組んでおり、地域内外からの関心を取り込んで、持続可能なまちづくりへと歩みを進める方法を学べる地域となっている。

- 現地研修会** 2015年1月22日(木)~1月24日(土) @石川県七尾市
- 東京研修会** 2015年2月20日(金)13:30~17:30 @東京都品川駅周辺(任意参加)
- 研修報告会** 2015年2月21日(土)10:00~12:30 @東京都品川駅周辺

### 森山 奈美(もりやま なみ)氏

株式会社御祓川 代表取締役



石川県七尾市生まれ。大学卒業後、都市計画コンサルタントとして、地域振興計画、道路計画等を担当。1999年に民間まちづくり会社である株式会社御祓川の設立に携わり、同社チーフマネージャーを兼務。2007年より現職。川を中心としたまちづくりに取り組み、その取り組みが日本水大賞国土交通大臣賞、第7回「川の日」ワークショップグランプリなどを受賞。2009年に、経済産業省「ソーシャルビジネス55選」に選出された。様々な主体が関わるまちづくりのつなぎ役として、能登の元気を発信し「小さな世界都市・七尾」の実現を目指して日々、挑戦中。

団体紹介: <http://www.misogigawa.com/>



## 一般社団法人いなかパイプ(高知県四万十町)

### 商品開発・デザイン

田舎と都会のパイプ役を担う同団体。田舎にある自然環境と経験豊かな人財を活用して「仕事づくり」と「人づくり」を行っている。連携して活動しているのは、全国的に有名な「株式会社四万十ドラマ」や「サコダデザイン株式会社」をはじめとする、地域の一次産業に携わる事業者たち。四万十川の中流域、中山間地域にある「道の駅四万十おとわ」には、粟、お茶、米などの埋もれていた地域資源をプランニングした商品が並んでいる。商品開発の背景には、常に「デザイン」という考え方があり、地域に住むデザイナーである「地デザイナー」が商品開発に携わっている。そんな四万十川の中流域で語られているデザインとは何か。ものづくりとは何か。どうやって商品を販売していくのか。研修では、その基本を学び、参加者自身のアクションプランを「マイ・デザイン」としてまとめ、発表することとしている。地域づくり、商品開発、観光開発、仕事づくり、人づくりなどを行う地域コーディネーターになくはならない考え方が学べる地域となっている。

- 現地研修会** 2015年1月26日(月)~1月28日(水) @高知県四万十町
- 東京研修会** 2015年2月20日(金)13:30~17:30 @東京都品川駅周辺
- 研修報告会** 2015年2月21日(土)10:00~12:30 @東京都品川駅周辺

### 佐々倉 玲於(ささくら れお)氏

一般社団法人いなかパイプ 代表理事



1978年高知県大月町生まれ。学生時代より沖縄にてNPOを立ち上げ、まちづくりに関わる事業を展開してきた。2009年5月より高知にUターンし、2010年11月に「一般社団法人いなかパイプ」を設立し、農山漁村の地域産業づくりを支援し雇用の場を増やしなが、都市に暮らす若い人材と「いなか」をつなげる事業を展開している。

団体紹介: <http://inaka-pipe.net/inaka-pipe>



# 人つなぎ地域活性化を

地域おこしの中心となって活躍している人の活動を現場で学ぶ「地域コーディネーター育成研修」が十三・十五日、尾鷲市内で開かれた。地域活性化に取り組む県内外の五人が、同市向井の観光物産施設「夢古道おわせ」支配人の伊東将志さん(四〇)らから過疎地域を元気にする考え方を学んだ。(小坂亮太)



研修者の発表に助言をする伊東さん(右)と尾鷲市明日町の尾鷲商工会議所

## 熊野、サンティアゴ巡礼を

を世界に発信する「観光交流協定」を結んで

### 「夢古道」伊東さん「利益の先の感動考えて」

地域コーディネーターは、地域資源や人のつながりなどを組み立てて課題解決に取り組む。研修は総務省の主権。講師は尾鷲商工会議所で長期の就業体験実習の中間支援に携わったり、夢古道おわせで尾鷲ヒノキや地元食材を活用したりしている伊東さんが務めた。

### 県内外若者が尾鷲の漁村巡り研修

画を五分ずつ発表。道の駅再生に取り組む岐阜県白川町の地域おこし協力隊の天川伊織さん(三〇)は「自分がやってよかったと思え、携わった人が涙を流せるような道の駅にした」と目標を話した。伊東さんは「集客利益の先にある感動をもたらすものを得るために、どうすればいいかを考えてほしい」と助言した。

### 雨の中 無病息災祈る

尾鷲市内に掲示する啓発尾鷲市林町の尾鷲港漁合

総務省自治行政局地域自立応援課  
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