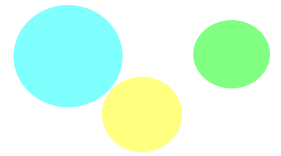


魅力あるまちづくり事例集

ICTをうまく活用して地域資源を掘り起こし
地場産業や地域コミュニティを盛り上げよう！

関東ICT推進NPO連絡協議会

巻頭言



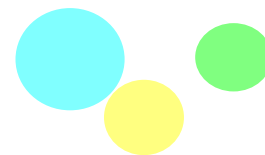
福島県双葉郡浪江町では、住民ボランティアが中心になって「まちの30秒CMをつくろう」と、自らの町の良さをPRするコンテストを募集したそうです。児童・生徒達を動員したために多数の作品が寄せられました。その活動の過程で気がついたこと、それは古くから住んでいる住民ほど町の良さを知らなかったということだそうです。隣の町人や遠くから移り住んできた住民達の応募作品を見て、はじめてわが町にはこんなに良いところがあったのだと、今更のよように発見し合ったということでした。まさに「灯台下暗し」です。

いま地域間格差がさかんに喧伝されます。少子高齢化と人口減少、耕作地放棄と限界集落化、地域伝統産業・文化の衰微と中心市街地の衰弱、今ほど地域再生の必要性が叫ばれている時代はありません。その再生の鍵を握るのは「よそ者、わか者、ばか者」だと言われまします。これを要するに「異化」した目と、若いエネルギーと、常識にとらわれない斬新な発想が必要だということでしょう。

よそ者の異化した新鮮な目で町の良さを記録し、それをデジタルネットワークを介して発信し、若い力を集める。そんな夢のような基盤がいま完備しつつあります。これを地域再生に使わない手はないと、浪江町の経験は教えてくれます。

関東ICT推進NPO連絡協議会

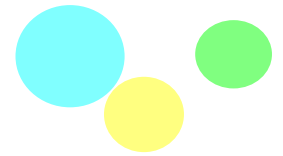
代表幹事 伊藤 洋



目 次

- 第1章 調査研究(事例集作成)の目的と実施方法
- 第2章 今、地域で何が起きているの
- 第3章 地域ではどんな活動が始まっていますか
- 第4章 地域活性化のポイントは
- 第5章 地域課題を解決する糸口は
- 第6章 地域の魅力を引き出そう
- 第7章 地域の活動事例一覧
- 第8章 アンケート調査の結果

第1章 調査研究(事例集作成)の目的と実施方法



1 調査の背景・目的

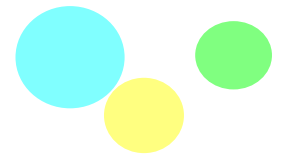
我が国では、少子化と高齢化が同時に、かつ、急速に進行しています。さらに、農山漁村等においては、都市部への人口移動により、従来から住民の生活や資源の活用を支えてきた多様な「つながり」が縮小し、住民、個々の集落が孤立してしまう危機を迎えています。

また、中核都市においても、モータリゼーションの進展により、郊外の大型ショッピングセンターに買い物客を奪われ、かつての中心街は、店舗や事業所等を廃業・移転する経営者が増え、シャッター通りとなり、都市機能の衰退が生じています。

一方で、近年のネットワーク基盤整備の進展及び各種情報通信機器の普及により、誰でも手軽に地域の情報を発信することができるようになっていきます。

このような状況の中、地域の衰退に危機感を覚え、地場産業、産物、芸術・文化などの地域資源の掘り起こしに取り組み、ICTを活用して地域再生に取り組んでいる事例も多く存在しています。

関東ICT推進NPO連絡協議会では、このような事例を取りまとめ、まちづくりに取り組んでいる方々に参考とさせていただくために、「魅力あるまちづくり事例集」を作成・公表することにしました。



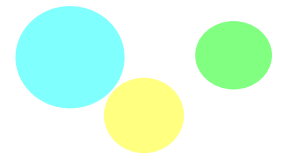
2 調査方法

I C T を利活用して地場産業や匠の技・地域文化の伝承などの地域資源などを掘り起こし、地域が一体となってまちづくりやコミュニティの活性化に貢献している事例について、関東 I C T 推進 N P O 連絡協議会の会員から推薦をいただき、これらの事例に取り組んでいる団体等に対してアンケートを実施しました。

さらに、提出されたアンケートの中から、特徴的なものについて、訪問してヒアリングを実施しました。

※ 地域資源とは

通常、地域資源とは、地域の特産品、加工技術及び観光資源を指しますが、ここでは、有名観光地や温泉など自然と人が集まる資源は除き、地域に何気なくあるものに光を当て、それが地域活性化に役立つものとして見出されれば、または、変貌したものであるならば、その全てを地域の財産となる「地域資源」と称します。



第2章 今、地域で何が起こっているの

1 農山漁村地域では

過疎化 ➡ 高齢化 ➡ 集落の存続が困難

森林や農耕地に人の手が入らなくなり、山の荒廃や遊休農地の増大が進み、地域コミュニティそのものだった場が今、崩壊しつつあります。また、地域を守る若者の未婚化・晩婚化が進み少子化が加速しています。しかし、遊休農地の新たな利活用が都市部との地域間連携の柱となり交流や活性化に役立っています。

2 地方都市では

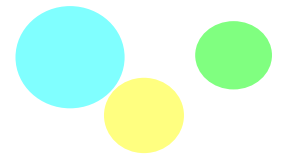
空洞化 ➡ シャッター通り ➡ 地場産業の衰退

バブル崩壊後、地場産業はコスト削減から競争力が低下し、後継者不足も相まって存続の危機をむかえています。しかし、地域に根ざした匠の技の継承や産業観光が地域資源や再活性化の柱となりつつあり、再び注目を集めています。

3 大都市圏では

過密化 ➡ コミュニケーション不在 ➡ 地域に無関心

東京の一極集中が慢性的な交通渋滞や住宅の密集化を引き起こし、災害時の危険度が増大。経済・情報・治安などあらゆる分野で格差が生じる中、人はコミュニケーションの場を失い地域に無関心な状態が続いています。しかし、ICTの利活用が子育てなど日常生活の話題からビジネスまで、思いもよらない人と人とを結びつけ、まちづくりのツールとなっています。



第3章 地域ではどんな活動が始まっていますか

1 農山漁村地域

地域間連携(農山漁村 ←→ 都市)による人的交流ネットワーク

- ・グリーンツーリズム
- ・アンテナショップ
- ・ふるさとメール
- ・地域情報化アドバイザー
- ・ふるさとサポーター
- ・震災疎開パッケージ

2 地方都市

地域ブランド化やデジタルアーカイブ化

- ・場(コミュニケーションハウス)
- ・地域コンテンツ(まちの30秒CM)
- ・民話アーカイブ(長池伝説)
- ・まちづくり情報誌(すたっと)
- ・コミュニティFM
- ・ミニシティ(子供教育・地域通貨)

3 大都市圏

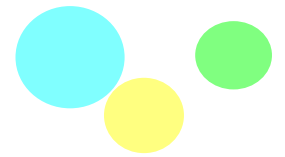
ICTの利活用で場づくり・人づくり(情報入手、情報交流、情報発信)

- ・ブログ
- ・ライブ放送
- ・市民記者
- ・ポッドキャスト
- ・スティッカム

(エリアに関係なく活用されているが、大都市圏では問題解決のツールとなっている)

※ まちづくりの牽引者は、「よそ者・わか者・ばか者」

よそ者(外から視点の感性)がいかに関与し、既存コミュニティの理解を得られるかがカギ。取り組みを実施し、定着・継続するためには、相互に共存しながら実績を出し、納得してもらい信頼関係を築くことが大切です。

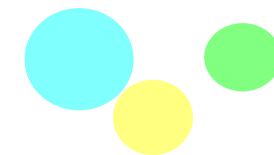


第4章 地域活性化のポイントは

- 1 プロデュース能力のある人材発掘と育成・支援
主体的にじっくり探して、よく会って、最後まで関わる
- 2 地域コミュニティの活性化
地域の絆を育てる場づくり
- 3 地場産業の育成と新たな創出
地域ブランド化、今あるものにも付加価値を付け、地域経済活性化を促進する
- 4 安心して暮らせる安全なまちづくり
地域防災情報の共有や地域医療の充実
- 5 地域間連携と民産学官のまちづくり連携
人と地域を知るきっかけ、専門的な助言や情報共有
- 6 地域愛の醸成
地域を知り、地域に親しみ、地域を何とかしたいと思うこと
- 7 地域からの情報発信
地域交流や地域活動により発掘した財産をICTを活用して全国へ発信

※ 活性化ポイントは、いろいろあるけれど、地域の人が地域のことや地域の魅力を知らない。感じていない！そこに基本的な問題があります。

第5章 地域課題を解決する糸口は



まず、地域のことを知ろう！

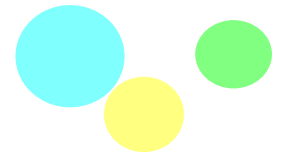
あなたは、今お住まいの地域をどの程度ご存知ですか？

(該当する項目に✓印でチェックしてみてください)

- 特産品はありますか、それはどこで誰が生産していますか
- 匠の技(業師)をご存知ですか
- まちが伝承してきた民話や文化・歴史を紹介できますか
- 癒しのスポットやまちで自慢できる場所をご存知ですか
- まちづくりの人や団体をご存知ですか、また交流していますか
- 子育てを支援している団体や場をご存知ですか
- 安全な場所または危険な場所を確認していますか
- 他地域との交流や連携行事などをご存知ですか
- インターネットや情報誌などで地域情報をチェックしていますか
- 行政サービスで最も力を入れている点をご存知ですか
- 地域の定住促進策をご存知ですか

✓印の数が 8以上の方 → さすが地域の生き字引！みんな、あなたを探しています。
4～7の方 → もう一息です。積極的にまちのイベントに参加しましょう。
0～3の方 → もしかして寝に帰るだけのお住まい？まずは散歩から。

第6章 地域の魅力を引き出そう



地域を知るとまちづくりが面白い！

1 地域資源(原石→研磨→魅力) —原石を見いだす目利きと学習—

- ・ 散歩やウォークラリー参加 → まちの新たな発見(原石)
- ・ ボランティア活動やイベント参加 → 地域内外の人との出会いと交流(きっかけ)
- ・ まちづくりへの感性と熱意 → 視点を変えた発想と創意工夫(研磨)

ポイント1 → 「いやし」「安らぎ」「ぬくもり」そして「非日常性」(魅力)

例: 100万人のキャンドルナイト、レトロ横丁、シャッター絵画

ポイント2 → 「創出」「継承」「復活」

例: 南房総いいとこどり、焼酎(夢のつづき)、ゆずの郷

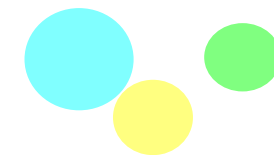
2 人材発掘と人材育成(人材こそ地域資源)

- ・ コミュニケーションの場づくりからスタート → 人が集まりワイワイガヤガヤ
- ・ ICTを利活用した情報受発信 → 思わぬ人からの反応 → Face to Faceの付き合い
- ・ 地域内、地域間の様々な主体が相互に連携 → 異業種・同業者・利用者間の交流

ポイント1 → 情報を吟味活用できること

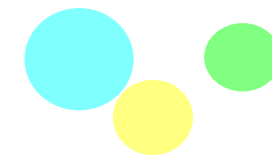
ポイント2 → 地域のポテンシャルを発掘できること

ポイント3 → コミュニケーションリーダーであること



第7章 地域の活動事例一覧

No.	エリア	活動主体(団体名)	活動拠点	地域資源	活用ICT	事業内容(活動概要)
1	農山漁村	枇杷倶楽部	千葉県南房総市	特産品・観光	HP・ライブカメラ	道の駅から地域振興事業
2	農山漁村	NPO法人日本上流文化圏研究所	山梨県早川町	デジタルアーカイブ	HP	2000人ホームページ
3	農山漁村	NPO法人えがおつなげて	山梨県北杜市	遊休農地	HP・ブログ	グリーンツーリズムと地域再生プロジェクト
4	農山漁村	日出ずる里活性化組合	山梨県増穂町	地域ブランド	HP・ライブカメラ	日本一の「ゆずの郷」構想
5	農山漁村	富士見村共和国推進協議会	山梨県笛吹市	人材・地場産業	地域メディア	地域情報の共有システム
6	地方都市	NPO法人茨城県南生活者ネット	茨城県龍ヶ崎市	人材・場	ライブ放送	自立型地域づくり活動
7	地方都市	RYUCOM(りゅうこむ)	茨城県龍ヶ崎市	文化伝統	HP・ブログ	龍ヶ崎地域情報とコミュニティページ
8	地方都市	NPO法人e-とちぎ	栃木県那須地域	観光地	SNS	地域情報創生プロジェクト
9	地方都市	株式会社高千穂ネットワーク	千葉県佐倉市	文化伝統	地域メディア・SNS	まちづくり情報メディア すたっと
10	地方都市	NPO法人夢のマネジメント社	東京都多摩市	人材・ICT	HP・ライブカメラ	住民がつくる安全なまちプロジェクト
11	地方都市	NPO法人エヌピーオー・フュージョン長池	東京都八王子市	人材・文化伝統	HP・ライブカメラ ポッドキャスト	長池公園発地域交流
12	大都市圏	大宮区区民会議	埼玉県さいたま市	文化伝統・観光地	HP	「大宮二十景」づくりプロジェクト
13	大都市圏	NPO法人TRYWARP	千葉県千葉市	人材	SNS	パソコンサポート・「あみっぴい」
14	大都市圏	東京いのちのポータルサイト	東京都新宿区	人材ネットワーク	メールリングリスト	防災まちづくり事業
15	大都市圏	つづき交流ステーション	神奈川県横浜市	人材・地域ブランド	HP・地域メディア	「紅あづまプロジェクト」
16	大都市圏	NPO法人 I Love つづき	神奈川県横浜市	人材・地場産業	HP・地域メディア	地域通貨とミニココハマシティ
17	大都市圏	NPO法人ヴィエムシイ	神奈川県横浜市	地場産業	HP・SNS	横浜産業新聞事業
18	大都市圏	港南台タウンカフェ	神奈川県横浜市	人材・場	HP・地域メディア	地域交流・連携事業



枇杷倶楽部

【活動内容】

- ①集客施設の運営：道の駅とみうら・枇杷倶楽部と道の駅大津の里、花倶楽部の経営。
- ②商品開発：富浦町特産の枇杷に特化した商品開発。枇杷の実と葉を活用したもので約40アイテムの開発を終え、継続中。
- ③地域資源の観光利用の促進：特産の花弁と枇杷を活用しての観光客誘致の手法を開発すると共に、拠点施設の整備を行い経営。また、観光利用に向く苺の品種改良にも取り組んでいる。
- ④観光客集客手法の開発と実施：集客資源を束ね、まとめて旅行会社に売り、送客を受け入れる「一括受発注システム」を開発し、年間2000台以上の日帰り観光バスツアーを誘致している。また、この仕組みを応用し鉄道会社が販売する個人パックツアーの受け入れを行っている。
- ⑤観光情報の受発信：東京圏からの集客にはネットが最適であること、ネットの効果を発揮させるには観光客のニーズに合わせる必要があることから、道の駅が南房総一体の広域情報の受発信を手がけた。ニュースの配信、イベント情報、地図情報、施設予約等のシステムが稼働し、「南房総いいとこどり」は地域最大のポータルとなっている。

【PRしたい点】

事業、特に第三セクターは自立と志が重要である。事業が黒字経営を続け事業を拡大させ、地域経済を支え続ける「生きた捨石」を目指してきた。行政が全額出資する法人が黒字経営を目指し、営業し続けることに当初は理解が得られなかったが、雇用の創出効果も大きかったことから理解は進み事業展開も継続的かつ能動的な動きができています。

日本上流文化圏研究所

【活動内容】

学生や有志(主に首都圏在住の若者)が2~3人一組で、町民の家を1軒1軒訪ね、町民にインタビューを行う。聞く内容は、その人の半生やかつての暮らしの様子、町や研究所に対する要望、やってみたいことなど夢や希望といったこと。1~2時間のインタビューが多く、長いと4~5時間ほどになることもある。話をしてくれた町民の写真も撮る(どうしてもイヤな場合はなし。)

取材してきた内容は、ホームページ掲載用に読みものとしてまとめ、同時にデータベース用に非公開の資料としてもまとめる。ホームページ掲載用の記事は、取材相手に確認してもらい訂正・削除などに応じたうえで公開する。

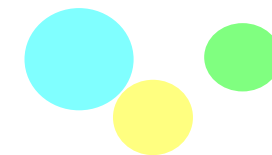
サイトとしての「2000人のHP」は、上記の町民紹介と取材スタッフが発見した見どころ紹介がメインのコンテンツである。

【PRしたい点】

コンテンツとしては、町民1人ひとりが語ることで、生き生きとした(つまりイメージや数字とは違った)地域の実像が伝わると言うこと。

活動としては、100人にも及ぶボランティアのスタッフが関わり、活動を継続してきたこと。

✧農山漁村



えがおつなげて

【活動内容】

農山漁村の過疎高齢化とその影響による農村地域衰退問題や温暖化等の地球環境問題等を、昨今の都市住民の自然・田舎志向、環境配慮、社会活動意欲などと相互補完的に結びつけながら、相乗的にこの問題とニーズを解決につなげていく学習型ネットワーク組織を関東圏域(1都10県)で構築するプロジェクト。

地域での都市住民をターゲットにした多様な体験学習・環境教育・交流イベントや、都市と地域の協働による持続可能な地域開発プログラム等を開発して、教育実践にあたる。

本来の自然豊かな農山漁村でのグリーンツーリズムやエコツーリズムなどの体験や交流は、自然と人との豊かな関係の重要性を再認識するだけでなく、訪れた人の人生を豊かにし、またそれぞれの地域で生活する人々に誇りを与え、その人生や地域社会をも豊かにしてくれるものであると信じる。

この関東ツーリズム大学設立準備事業では、専門家による協議会運営、カリキュラム構築、事業スキーム構築などを行なっていく。

【PRしたい点】

関東ツーリズム大学は、一般の学校法人ではなく、1都10県を「キャンパス」と見立てて、各地域で地域資源を活かしたツーリズムプログラムを授業とした、メディア(情報発信)機能を有する2009年4月開校予定のプラットフォーム組織(NPO法人)である。誰でも自由に受講できる授業は、体験型・学習型・社会貢献型・研究開発型の4つのタイプと、農・食・山・海・環境・エネルギー・文化歴史・アート・ライフスタイルという9つ(未定)のカテゴリーで構成されている。「キャンパス」と呼ばれる地域の受け入れ主体は1組織でなく、地域の連携・協働でつくられていくことにより、市民によるコミュニティは再生、企業は社会的責任を果たしながら、必然的に地域の社会、経済が成長し、環境が保全されていくことを目指す。また受講者の意識・価値観が、より観光地ではなく疲弊した農山漁村などに向いていくことにより、自身は健康で豊かな生活を取り戻しながら、移住や2地域居住促進により過疎化を食い止めることなども期待できるであろう。

青少年の生きる力を育む農村体験学習 独立行政法人福祉医療機構「長寿・子育て・障害者基金」助成事業

大豆をつくろう!

雄大な自然の中で、食べ物が育つ姿をつぶさに観察したり、土にふれたり、できた野菜を収穫してその場で食べり…。都会生活では味わえない、自然とのかかわりを体験します。

おたのしみ その1

大豆の種まきから収穫までを体験して、自分のつくった大豆でお味噌を作ります!

おたのしみ その2

無添加味噌おどろき3kg(2kg)の北村町産大豆(青大豆)1kgお持ち帰り

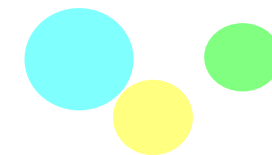
おたのしみ その3

作業当日は鉱泉みずがきランドに無料で入浴できます! ひっそりゆったり、静かな温泉です。

平成18年度子ども夢基金助成事業

●みずがき山のふもとの農村で、樹と土と水とあそぶ!●

都市農村交流キャンプ



日出づる里活性化組合

【活動内容】

組合員（地域スタッフ）やNA穂積が、NPO法人等と連携を図りながら、穂積地域の特産品である「ゆず」を基軸に、農産物、地域のまつり、空き家情報、富士の眺め、四季の移ろい等々、あらゆる地域情報をweb上で広く発信するとともに、地域住民が情報の共有を図る。

【PRしたい点】

情報発信においては、タイムリーな情報収集に努め、ゆず生産者と購入者、カメラマンと写真スポット等、地域と穂積を訪れる人がFace to Faceで対話できるようなコンテンツを提供する。

富士見村共和国推進協議会

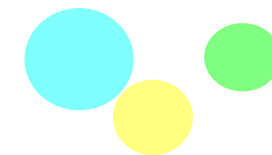
【活動内容】

WEB上に富士見地区のあらゆる情報を載せる。ボランティアスタッフやNPOが協力して、歴史・文化・教育・産業・商業・自然・医療・行政などの情報を収集し、コンテンツをつくる。加え、つくったコンテンツを永続的に継承していくしくみをつくり、地元へ貢献していく。

【PRしたい点】

コンテンツの多さ。富士見地区における圧倒的な情報量。地元を深く知ることで、子どもたちが地元へ帰属意識をもつ。

❖ 地方都市



茨城県南生活者ネット

【活動内容】

生活者主権を実現する目的で相互扶助の精神を普及させるためエコマネー(無償ボランティア)の活動を進めるほか、コミュニケーションハウス(通称:コムハウス)でパソコン教室を開催し、その後市民塾(生涯学習講座)と称して中国語講座や市民ディレクター講座(ビデオ編集講座)、水墨画教室、英語教室など、地域住民を対象とした講座を数多く主催。04年8月、これらの活動を側面から強力に支援するためインターネットによる映像情報発信番組「蛙蛙ライブ(かわずあらいぶ)」をスタート。毎週金曜夜、地域で活躍されている方々をゲストとして出演していただくなど地域情報を発信している。爾来今日まで、毎週欠かさことなく実施されている番組の登録総数は、200本以上となっている。また、ボックス貸しの「コラポレイトショップComCom」を開設し、手作り商品の販売や手芸教室などを開いている。

【PRしたい点】

当所は介護予防の観点から「元気で長生きプラン」を標榜しており、これを実現できるように活動している。そのため互助の活動を永遠のテーマとしている。また、「コミュニケーションハウスでは、参加して、創って楽しみ、感動と共感、そして満足を得よう」との活動目標を掲げている。これらの目標を実現させるためのツールとしてインターネットによる映像情報発信をしている。市民による市民のための情報発信は「蛙蛙ライブ」と称してNPOとしては、他に類が無いほど積極的に取り組んでいる。市民ジャーナリズムの最先端を行っていると自負しています。特に、マスコミ的な取り組みでなく、市民が自立的に情報発信をするような場作りをしており、編集稼働の労力をできるだけ減らすことをしている。

RYUCOM(りゅうこむ)

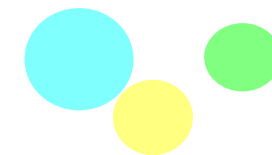
【活動内容】

インターネットを利用して、龍ヶ崎近隣の情報をお知らせしたり、コミュニティの場を提供するホームページです。利用者が情報を得たり、掲示板を利用できます。利用者が、その情報を参考にし、活用してくれれば良いと考えています。

【PRしたい点】

利用者みんなで作っていくホームページです。

✧ 地方都市



e-とちぎ

【活動内容】

那須観光協会に参加している経営者有志に地域SNSに参加してもらい、情報発信に利用してもらおう。

日産の純正カーナビゲーションシステム「カーウイングス」での情報発信実験。

商店、宿などが直接顧客と接し、コミュニケーションをとることで、より緊密なコミュニケーションを図る。

また、インターネットの検索はすでに飽和状態にあり、SEO対策などによって特定の情報が優先される傾向にある。

その問題点を地域SNSを利用し、口コミを生かすことで改善する方向性を模索する。

高千穂ネットワーク

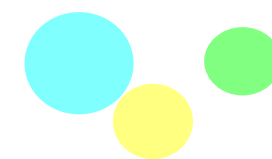
【活動内容】

千葉県北総エリア(佐倉市・成田市・印西市・四街道市・酒々井町・富里市等)を対象として、地域情報誌を2ヶ月に1回発行。地域情報誌と連動して、WEB(すたっとTV)では、記事をさらに詳しく動画によるテレビ感覚で表現。記事以外の地域情報も、出来るだけ動画を活用してテレビ感覚の情報提供を心がける。すたっとを支えて頂く企業協賛広告(CM)も動画によるCMも配信している。また、地域の様々な方々のコミュニケーションの場づくりの一環として、すたっとひろば(SNS)をPCとモバイルで展開。すたっと紙面との連動企画として、記事で紹介した商品のネット販売(すたっと市場)も試験的に運用(現在、バージョンアップのための準備中)。すたっとのスタート時点から計画していた、地域で活動するアーティストやNPO等を支援することを目的としたすたっとチャンス事業も展開。すたっとのスタート時は、まちづくりのネットワークの協力を得て、佐倉市内全戸配布の実施により認知向上を実現し、現在は、行政の協力も頂き広告媒体としては珍しく公民館や図書館への設置や、エリア内を横断するバスの全車両内への設置、その他駅・ショッピングセンター・商店会等の約300ヶ所への設置協力を頂いている。この情報誌の設置・配布方法も、すたっとの独自価値と言える。

【PRしたい点】

まちづくりの視点を大切にして、地域情報誌とWEB(すたっとTV)による動画配信、モバイル連携、地域のCATVとの映像コンテンツ連携など、クロスメディア効果をいかしたICT活用によるまちづくりメディア事業を展開。

✧ 地方都市



夢のマネージメント社

【活動内容】

2004年は、「まちで安全を脅かしているものは何か」の調査をまちの高齢者などを対象に行い、2005年は、市役所、学校、教育委員会、警察などの安全施策の発表を行った。シンポジウムの講師に多摩村の状況を商工会議所、「犯罪と非行に関する全国協議会」の協力を得た。施策の基本方針は、「犯罪は第三者の目が在るところでは起せない」という原則から「顔の見える仲間作り」と「犯罪現場に第三者が参加する対策」とし、犯罪現場への第三者の参加は、電話詐欺に対する電話の三者通話「トリオホン(NTT)」が絶対的な防犯効果を持つこと、押売には「ライブカメラ」による仲間の参加を住民に周知することとした。周知の手段は2006年に地域の高齢者自身が演ずる「ワクチン劇団」を結成して公演を行っている。この施策は平成19年度多摩市市民提案型まちづくり事業及びまち・くらしづくり活動賞・振興奨励賞(内閣等後援)となった。

【PRしたい点】

地域の高齢者自身が防犯というテーマに直接参画して事業として活動をしている。この活動の効果は、顔の見えないニュータウンで住民の顔が見えるまちづくりに寄与し、新しい文化として育っている。

エヌピーオー・フュージョン長池

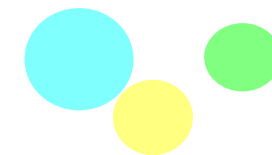
【活動内容】

八王子長池公園を中心とした地域での地域活性化支援活動(暮らしの支援事業)が八王子市に認められて、2001年7月に長池公園内の体験学習施設である八王子市長池公園自然館の管理・運営を八王子市より受託。地方自治法の改正に伴い2006年4月より自然館を含めた八王子市長池公園の指定管理者「フュージョン長池公園」の代表団体。「フュージョン長池公園」はNPOフュージョン長池、(株)富士植木(造園)、(株)プレイス(緑のコンサルタント)の三者連合で構成。自然保全型公園の管理・運営とコミュニティの形成をテーマに、八王子市という岩盤の支えの上で、表土のフュージョン長池公園が地域の「人・物・金・情報」を繋ぐことで子ども達や高齢者、自然派の人達など地域内外の人達の喜びが花咲く多くの活動を生み出している。その結果、2006年度の来園者数は、前年比2倍の123,000人(推計)となった。八王子市からも高い評価をいただいている。情報発信について、インターネットを活用したホームページや地域の情報システム会社から貸与されたインターネットライブカメラ2台により常時自然館内の様子を映像で情報発信している。

【PRしたい点】

有給スタッフ・ボランティアスタッフともに、長池公園・自然館のスタッフは良質な志を持って集まった人的資源であり、その良質な志が専門家、行政、企業など様々な人との繋がりを生み出している。多摩ニュータウンの中で、昔からの豊かな自然に恵まれた長池公園に伝わる「長池伝説」をスタッフと地域住民が一緒になって、インターネット放送など様々なメディアを通じて情報発信しようとする試みが始まっている。良質な志が形になる過程で、メンバーの理解が深まり「長池伝説」を地域発のブランドに育てようとするプロジェクトに発展している。

✧大都市圏



大宮区区民会議

【活動内容】

- ◆大宮区区民会議の下に「大宮二十景」選定委員会を設け、応募のあった風景の中から区民の愛着、親しみ、誇りを感じさせるものを選定することとした。
- ◆平成18年4月から8月にかけて大宮区の魅力ある風景を募集したところ、1,015通の応募があった。
- ◆募集期間中に講演会3回、写真展1回を開催し、募集の啓発に努めた。
- ◆平成18年11月の「大宮区民ふれあいフェア」会場において、「大宮二十景」候補(35)への区民投票を実施した。
- ◆平成18年12月の選定委員会で「大宮二十景」を選定し、平成19年1月の区民会議で決定・公表した。

【PRしたい点】

大宮区内にある魅力ある風景を区民自らが発掘、再発見し、区内の自然や歴史、文化を見つめ直し自分のまちを知るきっかけづくりに努めた。

TRYWARP

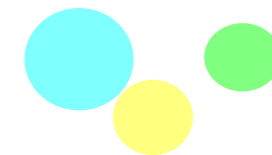
【活動内容】

- ◆パソコン講習事業…半年でPCが全く使えない方が友人に教えられるくらい上達する超入門コースが人気。個別レッスンやなんでも相談会も実施。40～70歳の方に大人気です。
- ◆パソコンサポート事業…自宅まで地元の大学生が出張サポートします。電気屋さんと一緒に「PC購入ツアー」も人気。
- ◆コミュニティ事業…地域SNS「あみっぴい」を2006年1月より運営。現在約2,000名の会員。地元商店街お祭り、イベントを学生と一体となって開催したりもする。(月に1回)

【PRしたい点】

ITとコミュニケーションをバランスよく提供している。

✧大都市圏



東京いのちのポータルサイト

【活動内容】

02年2月に、電通銀座ギャラリーで、大地震を迎え撃つ13日間で12の連続シンポジウムを開催。このシンポジウムをきっかけにして、地震対策としては何よりも耐震補強が重要であることを認識した。建築学会や土木学会はじめ地震学者など多くの専門家と、国や都や区など多くの行政とともに、まち場が中心となって耐震補強を推進するために、耐震補強フォーラムを6回開催した。耐震補強のあり方を、行政と専門家だけに任せるのではなく、地域の住民と地元建設関係者がいっしょになって行動できるよう、耐震補強の工法や補助システムについても、まち場からの視点で改革を共同で推進している。若者にも耐震補強に参加してもらうため、耐震補強フォーラムを六本木で開催し、地震ドラマとクイズの融合によるサバイバルゲームを行った。07年に、第1回日本耐震グランプリを開催して、耐震補強の先進事例を広く全国に紹介した。

【PRしたい点】

商店街やNPOなど「まち場」で活動する人たちが会員の主力となり、地震や社会学、建築土木や地質並びにマスコミ等々の専門家と、国・都・区などの行政の人たちとともに、共働共創の関係で、防災まちづくりを推進している。

つづき交流ステーション

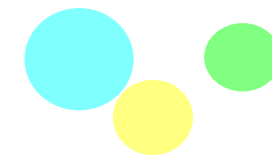
【活動内容】

苗植え、草取りと蔓おこし、芋の収穫等さまざまな場面で多くの区民に呼びかけ、さまざまな人が畑作業にかかわり、紅あずまを育ててきました。そして、秋の日鹿児島の蔵元へ出荷された紅あずまは、春に焼酎になって都筑区に帰ってきました。また、紅あずまを使ったお菓子のコンテストも行い、優秀作品を紅あずまのお菓子として「パリジェンヌ」というパンとお菓子のお店で製品化しています。

【PRしたい点】

福祉施設は、いろいろな人たちと畑作業の中で交流したいと願っていた。酒屋さんは地元の名産物ができるいいなと思っていた。その二つの話をうまくつづき交流ステーションがウェブサイトの「都筑のブランド探し」のコーナーで地元のことにごだわってきた代表が、しかけたプロジェクト。多くのマスコミで話題になった。できた焼酎は発売と同時に完売した。2月に都筑ブランド研究会メンバーでツアーを組み、鹿児島の蔵元をたずねた。普段ではあまりありえない組み合わせのメンバーでの楽しいツアーとなった。

✧大都市圏



I Love つづき

【活動内容】

はじめは、街の緑の手入れ(公園や竹林などの整備やごみひろい)のボランティア活動の付加価値として地域通貨をプラスすることで、より多くのボランティア活動をする人たちを増やそうと考えた。まずはその中で、商店街のお祭りのボランティア的活動で地域通貨の流通実験を行った。その後、緑の手入れの活動へと広げようと思ったが、緑の手入れは行政の呼びかけで行っている自治会などを中心とする公園愛護会のテリトリーにかぶってしまうので、簡単にはいかない、ということになった。そこでまちの落書きに困っている地域も多いため、落書き消しイベントからはじめようということになった。最初の呼びかけで落書き消しをして、お店の割引券として使える地域通貨をゲットしようと呼びかけたところ、100人が集まった。これがきっかけになり、次年度の都筑区役所の事業として地域通貨を使ったまちづくり事業として予算をつけてもらい委託され、地域通貨の推進を進めてきた。区役所、商店と連携することで活動の幅を広げた。その後も100人以上参加の落書き消し2回と、街中のごみ拾いイベントを地域通貨を使って行った。

【PRしたい点】

普段ボランティア活動をしている人でない多くの普通の人や子どもたちが、本当にたくさん集まり、楽しそうにごみ拾いや落書き消しができたこと。そこで配布した地域通貨を使うことで、お店の人が「落書き消したの?」と話しかけるなどして、会話が生まれ、交流が広がった。

ヴェムシイ

【活動内容】

本事業は横浜のIT企業を中心とした最新産業情報を、インターネットで毎日受発信できるポータルサイトを設立・運営して、このポータルサイトを起点としたビジネスチャンスの拡大、企業間交流や産学連携等新たな活動・ビジネスの創出を目標とします。主な特徴としては、

- ◆ネットを通じた双方向のコミュニケーションとコミュニティ形成により交流・連携の場を提供
- ◆横浜市民を記者として活用し、地域の産業情報を収集
- ◆取材活動を通じて得られる人脈、情報、ノウハウをベースとして、リアルなネットワークと連携した地域のコーディネーターとして機能する点です。

【PRしたい点】

横浜市の「経済の新たな担い手創生事業」は、①横浜経済の活性化、②経済の新たな担い手(産業支援型NPO等)の成長・発展を促進することを目としています。立ち上げの3年間にわたり、横浜市から助成金が支給されますが、それ以降は自立が求められています。地域限定の産業新聞という性格上、広告収入などによる収入の確保がこれからの大きな課題です。他地域にも同様な新聞、例えば「XX地域産業新聞」が立ち上がれば、互いに連携することにより、コストの削減や効率化、広告収入の増加など事業がし易くなります。皆さんいかがでしょうか。

✧大都市圏

港南台タウンカフェ

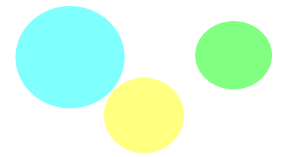
【活動内容】

ひと言ではとても言えないが、この場を訪れた人との公式非公式の話し合いの中から、様々な試み、事業、イベント、活動が生まれている。冗談めかして「caféから始まるおもしろまちづくり？」といているが、お茶を飲んだり、小箱ショップを見てもらったりと、まわりに気兼ねなく店内にいられる自然な雰囲気が、それを可能にしている。そうした種を蒔くことになるような交流の場を定期的に持てるように、コーディネートしている。例えば、地元在住の国際交流分野のNGOの人との話から、「国際協力まつり」というイベントに発展したり、スタッフを交えたちょっとした井戸端会議から、「100万人のキャンドルナイト」を港南台で行なうことへと発展したり、お隣の音楽教室講師との雑談の中から気軽な音楽イベント「音楽通り」が定着したりした。これらは誰もが気軽に寄れる「公共の場」であるカフェの面目躍如の機能である。まちづくりフォーラム港南も「まちサロン」というささやかな交流の場をタウンカフェで開催しており、地域で活動している人たち(地元の自治会長、商店会役員、養護学校教諭、郷土史家などなど)を招待して、懇談している。こうした交流拠点は、横浜市内でも多数試みられており、港南台タウンカフェにはその先駆的な事業として多くの視察者が訪れている。

【PRしたい点】

- ◆一見すると何をやっているか分からないが、実は何気ない雑談の中から、たくさんのイベントや市民活動が立ち上がっている。この自然さと活力とを見てほしい。
- ◆県産材の丹沢スギを主とした内装の雰囲気が素晴らしい。
- ◆小さな棚を賃貸した「小箱ショップ」の賃料と売上げが、この場を支えていると同時に、小箱のオーナーさんも貴重な地域資源である。
- ◆高校生、大学生も関わっている若さのパワーと、主婦層・シニア層もそこに自然体で関わる人材の豊富さ
- ◆商店会や地元自治会など、地域の人に深いご理解をいただけている。





第8章 アンケート調査の結果

1 始める経緯と目的は『様々』

地域や「まち」を「どげんかせんといかん」と始めた活動も、そのきっかけは様々です。

過疎化や遊休地の拡大、地域経済の停滞に危機感を持ち、観光やスローライフの提案、あるいは地域ブランドの開発から始めた活動。地域住民が地域を知らない、住民同士のコミュニケーション不足に危機感を持ち、パソコン教室やコミュニティ作りから始めた活動と、地域や「まち」のおかれている状況によりアプローチを変えていく必要性が伺えます。

2 地域資源の究極は『人』

観光地や特産品あるいは自然等、様々な地域資源が出されていますが、最も多い回答は「人材」です。地域にとってもNPO組織にとっても、最も大切なのは人と人間関係だと言うことが判ります。

3 課題はやっぱり『資金』と『人』

課題のトップが資金で、人材・運営・活動拠点と続きます。地域住民であれ「よそ者」であれ、一人一人の力で地域を変えていくための「創意工夫の見せ所」とも言えます。

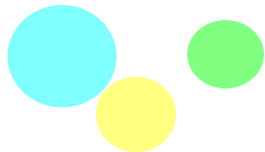
4 地域活性化のポイントは『継続』

地域に根ざした活動を、世代を超えて取り組むために、魅力ある人(キーパーソンやコーディネーター)を発掘し、最後まで関わり続けられる継続的な活動と組織が必要となっています。地域活性化のポイントは、「場作り」「人作り」そして「継続」だと言うことが改めて判る結果です。

5 まとめ

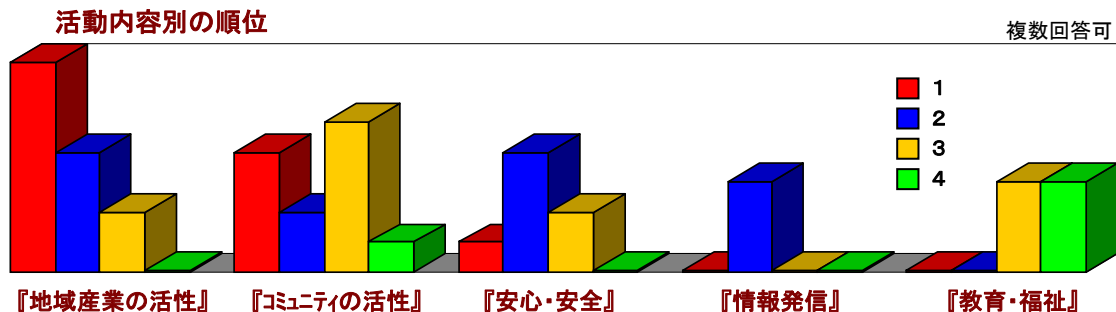
今回のアンケートでは、地域活性化に正面から取り組む皆さんの苦勞と、実際にまちが変わっていく手応えや活動への自負が伝わってくる貴重な結果が得られました。これから、まちづくりや地域活性化に取り組もうとしている方にも大いに参考となることと思います。

最後に、お忙しい中をアンケート調査及びヒヤリングにご協力を頂きました皆様に厚く御礼申し上げます。



1 活動の目的について

1 地域活動の目的は何ですか？（優先度合いの高い順から1, 2, 3と記入してください）



その他

- ・市民の自立と地産地消
- ・地域でのITネット活用
- ・ボランティア活動への市民の参加促進
- ・地域活動をやっていない人を含めた交流による、人の輪の拡大

2 連携先と連携方法について

2-1 その活動は、どこかと連携していますか？

回答団体数: 18
複数回答可

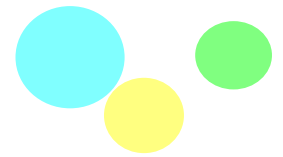
行政	地域住民	民間企業	NPO	大学など教育機関
17	16	15	13	8

その他

- ・商工会
- ・地元商店会、自治会なども連携
- ・首都圏の学生
- ・地域の小規模な建設士建業者

2-2 当初、連携先へどのようにアプローチしましたか？

口コミや広報誌 * パートナーシップ * 行政へ提案 * 行政から応札 * 商店街へ相談
 直接訪問し説明 * 大学へ共同研究の持ちかけ * 協働など



3 地域資源(コンテンツ)について

3-1 地域資源(コンテンツ)は何ですか？

回答団体数:18
複数回答可

人材	文化・伝統	地場産業	観光地	特産品
14	10	9	7	7

その他

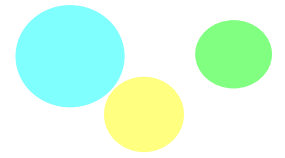
- ・通信ネットワーク
- ・口述史
- ・耕作放棄地や遊休施設 等

3-2 それは、具体的にどんな資源ですか？

人材 * 場 * 観光 * スキル * 歴史・文化・自然 * 伝統的な地域文化 * 特産品 * 枇杷 * 花 * 食事 * 人形劇 * 高齢者 * ICT * 都市インフラ * 安全な野菜 * 元気な人 * 伝統行事 * 井戸端会議 * まちづくりへの住民の想い * 近代化以前の暮らしの様子 * 農地 * 農産物 * 地元産業

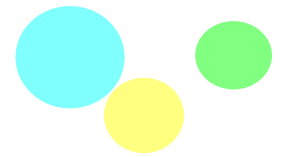
3-3 活動前、その資源はどんな状態でしたか？

コミュニケーションをする場がなかった * 資源として表面化していなかった * 地域住民はまちづくりの視点での認識が希薄 * 地域資源が連携していなかった * 高齢者が孤立 * 地域住民がばらばら * 都市インフラも未活用 * 地域活動参加者が少なく人や団体が相互に結びついていなかった * 資源として把握されず活用されていなかった



3-4 活動後、その資源にどんな変化が現れましたか？

- ・ コミュニケーションハウスに人が集まりコミュニケーションができるようになった
- ・ ネット上に情報を載せたことで、取材が増え、商工会や市役所の意識が変わった
- ・ 相対的にスキルが価値という認識をしはじめた
- ・ 産学官連携と協働の推進により、地域住民の地域資源への意識変化が起こった
- ・ 着地型営業が地域発で展開できるようになった
- ・ 高齢者が活動し、時給を得るようになった
- ・ 人々の意志が長池公園や自然館に集まり、繋がって様々な具体的な活動が生まれた
- ・ 芋焼酎が有名になり、ヒット商品になった。施設で作業する人に自信が付いた
- ・ 商店や商店街との交流が生まれ、行政との協働事業に取り組む機会が増えた
- ・ 様々な主体が相互に連携する動きが沢山出てきた
- ・ これまでには出会えなかった団体や市民活動に携わらなかった多くの市民が関わってきた
- ・ 特産品として売り出したり、見どころとしてツアーで紹介されたり、人材も活用された



4 ICTの活用について

4-1 ICT(情報通信技術)は何か活用していますか？

回答団体数:18
複数回答可

ホームページ	地域メディア	ブログ	ライブカメラ	SNS
17	9	9	6	5

その他

- ・ライブ放送とオンデマンド情報提供
- ・地域情報誌、CATVとの連携 等

4-2 ICTを活用してどんな効果がありましたか？

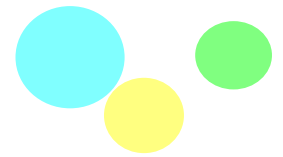
多くの人たちのネットワークが生まれコミュニケーションと交流が活発化した
無理なく、安価に地域情報の速報ができる * 顔の見える関係づくりに効果あり
新しい防犯対策が生まれる * 情報の共有化が生まれた
思いがけなく遠方からの注文や問い合わせがあり、活動に興味のある団体からもあった
情報提供者と利用者が信頼関係に立ち継続的な交流を図る * ユーザビリティがよい

5 活動のきっかけについて

5-1 メンバーの活動きっかけは何ですか？

回答団体数:18
複数回答可

自らの意志	他からの誘い	イベント参加	クチコミ	募集があった
17	8	6	6	4



6 地域の魅力について

6-1 あなたの地域の魅力は何ですか？

回答団体数: 18
複数回答可

豊かな自然	人の優しさ	町並み	特産物	伝統工芸
12	11	7	5	3

その他

- ・港、歴史、産業、住環境の調和
- ・自然と共に生きてきた人の知恵 等

6-2 その魅力は、地域で活かされていますか？

活かされているものと充分でないものがある

ありふれたものになってしまっている * もっと活用法があると思う

活かされていないがポテンシャルはある

より活かしていくための活動である

6-3 魅力を引き出すポイントは何だと思いますか？

他地域との交流を強めて自らの魅力を認識する * 具体的な情報を発信する

ICTの活用によるクロスメディアのまちづくりプロモーション * 観光客がアプローチできる

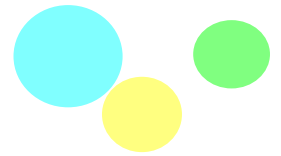
ようなシステムを整える * 人間力、コーディネート力 * まちに暮らす人が大切だと思える

「宝物」を知り、未来へつなげていくこと、変えていきたいこと、などの意識の共有

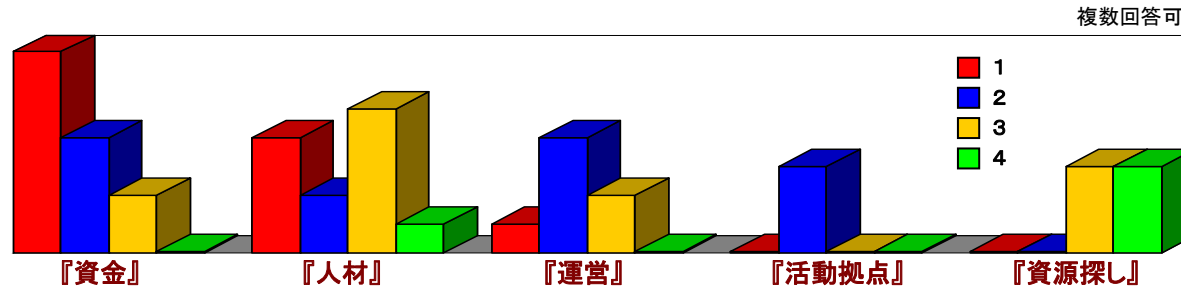
キーパーソンの自然なコーディネート * 魅力を客観的に理解して活用できる人や機関、

場所で「体感」する * 確かでタイムリーな情報提供 * 人に語ってもらい人が紹介する

7 地域で活動するための課題について



7-1 活動中の課題は何ですか？（優先度合いの高い順から1、2、3と記入してください）



7-2 活動資金はどのように工面していますか？

回答団体数: 18
複数回答可

助成金	事業収入	スポンサー収入	寄付金	会費
10	10	5	5	4

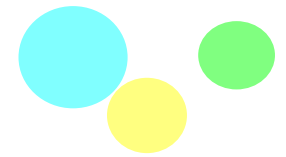
7-3 地域に情熱を傾けている人材の発掘はどのように行いましたか？

イベント開催時の勧誘や広報誌での募集 * 口コミ * 人の紹介 * SNSにて自然と集まる
まちづくり交流と情報交換の学びの場づくり * 自らの情熱と誠意

7-4 課題克服のため最も工夫したことは何ですか？

情報をオープンにして理解を求める * メンバー同士の交流 * 事業をバランス良く *
取材の効率化と目線づくり * 参加者の意識に自分の活動の意義とイメージを定着させる *
人材発見 * サービスの質を高めて収益性の確保 * 利益・メリットを明確にする *
課題を資源へと転換する考え方を持つ * 商品の確保 * 繰り返しの話し合い

8 地域効果や内外からの反応について



8-1 地域でどのような効果がありましたか？

回答団体数: 18
複数回答可

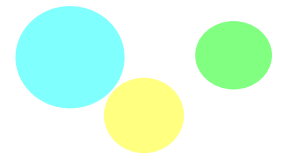
交流が活発	話題が豊富	来訪者増加	生活の安心感	産業の復活
13	12	11	5	3

8-2 地域住民からの反応・反響はいかがでしたか？

かなり認知されてきたがまだこれからです * HPアクセス数も安定しているので好評 * SNSに感謝が寄せられている * まちづくりの視点によるコンテンツの充実を評価 * 自分たち以外の活動が多様に生まれている * ミニコミ誌の反応大 * 企画への賛辞を得る * タウンカフェの心地よさを気に入っている * HPに親戚等が掲載されると喜んでくれる

8-3 行政からの反応はいかがでしたか？

新しいことに対する拒絶反応がある * アクセスはある * 視察の方が良くお見えになる * 公民館への設置や情報提供の協力を頂く * 補助金事業に選定された公園管理がコミュニティ形成にも貢献し始めている点を評価されている * 区役所と協働できたことが市との協議事業につながった * 叱咤激励 何度も話し合い目標を共有するまでになった * 情報蓄積の評価がある一方即効性がない



9 最も力を入れた点について

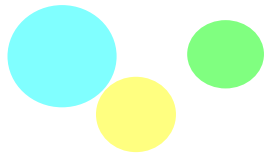
9 活動中に最も力を入れた点は何ですか？

コミュニケーションの活性化 * 難しい言葉を使わない * 文字数は少なめ * 写真を入れる
理念の共有 * 情報収集と情報誌・WEBとのクロスメディアプロモーション *
地域経済の振興と運営法人の黒字 * 防犯寸劇のシナリオと講演 * ライブカメラネット構
築活動を継続可能にするための事務局形成 * 楽しく話題性があること * 人材の確保 *
運営ノウハウの取得 * 地域活動に関心を持つ市民が自然なスタイルで個性を発揮して
参画できるような働きかけ * 一人一人の想いに丁寧に接する * キャンパスの開発 *
メンバーへの働きかけと動機づけ

10 地域活性化のポイントについて

10 地域活性化のポイントは何かと思いますか？

魅力あるコトと人を創ること * 生活に根ざし将来まで続くような施策(他世代と一緒に) *
情報の公開 * 最初から最後まで関わる * クロスメディア効果と連携・協働のコーディネート
住民の地域への誇り * 住民を受け入れる場づくり * ホスピタリティ * 不動産の事務局を形成
人の力、キーパーソンの発掘 * 熱心な活動家の発掘と継続的な活動 *
地域のポテンシャルを発掘できるコーディネータが重要 * より多くの市民、企業が参加する
地域住民が一体となった活動 * 個々の意識 * 年長から若年者に対する教育



11 今後の展開について

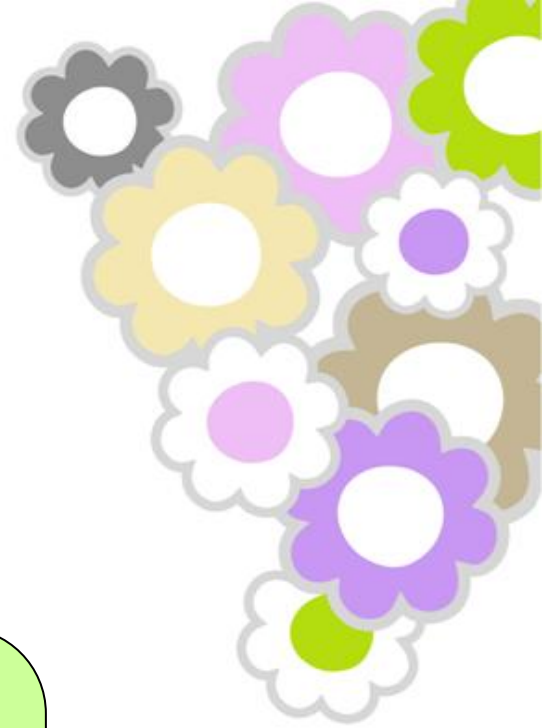
11 今後の展開として考えていることは何ですか？

有償ボランティアサービスの事業化と地の利を活かした他地域との交流推進 *
全国の大学周りを拠点に他地域へ展開 * 地域の企業の広報的な役割を担うような協賛プログラムの開発 * まちづくりキャスターの養成 * まちづくりメディアの創造 * 国際交流 *
長池伝説をマルチメディアで情報発信 * 横浜市の環境エコポイントに地域通貨を入れる *
「まちかど情報ステーション」事業の推進 * 港南台テント村を活用したプロジェクト *
地域資源を巡るツアー実施や情報誌の発行 * 新規事業の企画立案 *
同じ仕組みが小さくても真似されて拡がってほしい * 地域が持つ豊かな資源を利用者ニーズと有機的につなげる * コンテンツづくり * 活動メンバー教育 * 認知度向上イベント

12 アドバイスについて

12 これから地域活動に取り組む方にアドバイスがあればお願いします！

全ての相手に奉仕をする精神を持つことが自己の満足になる * 関係を築くことが大切 *
時間を掛けてコツコツと続けることも理解を得ることになる * やるかやらないかで迷ったらやる顔の見える環境づくり * 一段登れば風景が変わり、半歩踏み出せば風向きが変わる *
直接活動する活動家とその活動を支える事務局構成員を同時形成する *
新しい時代の「まち」とはどんなものかをイメージする * まちがどんなように作られてきたかを知る * まちの持つ想いを知ることが大切 * 地域活動は他者との関係が重要。相手の立場に立ち、一緒に考えるスタンスを大切に * 社会に貢献する気持ちと利益への欲求のバランスを取り、学習と積極的な行動・実践を繰り返す



魅力あるまちづくり事例集

平成20年5月作成

作成者：関東ICT推進NPO連絡協議会

連絡先：同協議会事務局

(総務省関東総合通信局情報通信連携推進課内)



TEL: 03-6238-1682

e-mail: it-npo@rbt.soumu.go.jp

URL: <http://www.kanto-bt.go.jp/other/npo/>

