

田舎の良さを生かし、住民・行政の協働により交流人口を拡大

【取組の概要】「じよんのび」で「住んでよし 訪れてよし」を築く

1985年の国勢調査は旧高柳町（現柏崎市高柳町）にショックを与えた。町は新潟県で人口の減少率が最も高い町となってしまったからだった。地域の衰退に危機感を抱いて「何かしなければ」と考えていた若者たちは、地域の様々な団体に働きかけて、東京の有名百貨店の物産展に参加することになった。物産展での高柳町の売上は好調で、60近くの出店の中でベスト3に選ばれた。この物産展をきっかけに若者たちは、東京からの観光客が泊まれるような施設を町に望むようになった。

1988年に旧高柳町は「ふるさと開発協議会」を設置し、若者を中心に参加を呼びかけて町の観光・交流ビジョンの策定に取り組んだ。協議会への参加メンバーは2年間に220回もの会議と30回以上の視察により、「訪れてよし 住んでよし」の地域づくりに向けて、第3セクターの必要性や純製品の販路の開拓、農林業の再生などについて提言した。町は協議会の提言をもとに、その後の観光・交流ビジョン「じよんのび構想」を策定し推進していった。「じよんのび」とは、お国言葉で「ゆつたりのんびりして、心から心地いい」という意味。



高柳町荻ノ島地区のかやぶきの民家

1994年、10haの敷地に、温泉・飲食・直売・宿泊の機能を完備し、第3セクター方式によって運営する「じよんのび村」が開村した。高柳町への観光客は、「じよんのび村」開村前は年間3万人ほどだったが、2001年には27万人と大幅に伸びた。また、サテライト施設として、2つの集落にかやぶき民家の宿泊体験施設が4棟完成した。

高柳町は1999年、それまでの10年間の地域づくりを振り返るためのアンケート調査を実施したところ、当初の構想の「住んでよし 訪れてよし」のうち、「訪れてよし」については「じよんのび村」の知名度が上がり一定の成果が得られたが、これに比べて「住んでよし」については「まだまだ」と感じている人が多いということが分かった。そこで、2003年の「じよんのびツーリズム実践ビジョン」では、「住んでよし」を主軸として、「じよんのびらしい生活提案から生まれる地域経済」を基本方針とした。また、もう一つの基本方針として「じよんのび景観を創造することは地域個性の深化」を掲げ、「じよんのび」らしい暮らしと共にある集落毎の資源発掘と磨き上げを求めた。

一連の流れの中で、旧高柳町職員は「住民がやりたいことを、行政が支援する」という、行政のあり方を貫き、地域をよく観て、行政として「場」や「機会」を作って提供してきた。

1. 町への危機感から若者が動き出した

若者が動き出した百貨店での物産展

2005年5月に、旧高柳町は編入合併によって柏崎市となり、柏崎市高柳町は2015年4月まで合併特例法に基づく地域自治区となっている。高柳町は柏崎市の南部に位置し、町域の7割が山間地域となっている。典型的な日本海型気候の雪深い地帯で、積雪は1～1.5m、山間部の多いところでは3mとなる。戦後の最盛期には10,000人以上だった人口が現在は1,984人、世帯数837戸（2009年2月現在）となっており、人口減少と高齢化に歯止めがかからない。1985年の国勢調査では、高柳町の人口減少率は新潟県で最も高くなった。

1980年代、町の衰退を止めるために、町全体で何か打つ手を考えなければと誰もが認識をしていた。最初に動き出したのは地域の若者たちで、1983年に水曜会というグループを作った。1985年、水曜会のあるメンバーが、東京の有名百貨店が主催する企画展の話を持ち込んだ。東京の百貨店に全国から60近くの村が集まり物産展が開かれる、それに高柳町も出品しないかという誘いだった。

それまで、町の外に高柳町のものを直接売り込むという経験は誰にもなかった。そこで、物産展に参加するため町内で準備会を作り、30歳代の若者が中心となって事務局を担当、出品するものと考えては町内から掻き集めていった。

東京の会場には、いろいろな団体が来ていた。よその団体は行政か、商工会、農協のいずれかが中心となって取りまとめていたが、高柳町は、役場、農協、森林組合、商工会、婦人会、青年団、老人クラブ、水曜会の8団体から老若男女が参加し、町の主だった団体がほとんど入っていた。この物産展の参加をきっかけに、その後、町内組織間の連携がスムーズにできるようになった。東京の物産展会場はまるで「村の博覧会」のようで、会場の裏方の調理場には全国からきた団体が集まって話が盛り上がり、持ち寄った物産の交換会が行われた。高柳町のメンバーは調理場で交流を楽しみながら、期間中の1週間毎日、1日中売れ続ける山菜のてんぷらを揚げ続けた。メンバーたちにとって物産展は、その後の地域づくりを担っていく上でいい経験となった。

物産展を終えてみると、高柳町は参加団体の中で売上がベスト3、賑やかさでもベスト3に入り、東京の人が高柳町を非常に好意的に評価してくれていたことが分かった。東京の百貨店への出品は、更に1989年まで5年間続いた。

物産展への出品は、東京の人が高柳を評価してくれたという自信に繋がって、メンバーを興奮させた。できることなら東京の人にもっと高柳の観光を売り込みたかったが、当時は高柳には観光客を迎えられるような観光施設がなかった。将来的には高柳に宿泊施設、

交流施設を作ろうと若者メンバーたちは考えるようになっていた。

とりあえずメンバーは「ふるさと便」による農産物の販売を考え、物産展で広報することを考えた。役場とJAでふるさと便サービス「^{ゆめ}想正月便」を考えて、物産展に来た人に申しんでもらって、1986年の年末には1セット1万円の農産品等を1,000セット程売り上げた。また、若者グループは、旅行会社と提携して東京から高柳町への日帰りバスツアーも試行的に始めた。ツアー当日は準備していた会場が雨で使えなかったり、狭い茅葺家屋に多くの観光客を詰め込んでバーベキューをしたりと試行錯誤だったが、交流事業の経験を積んでいった。



高柳町特産のぜんまい



住民手づくりの笹だんご

町を変えるきっかけとなった「ふるさと開発協議会」

物産展をきっかけに、若者を中心に地域づくりへの思いがさらに高まりつつあったため、旧高柳町役場は、熱意あふれる住民で観光・交流ビジョンづくりを試みようと考え、まず、1988年からの2年間、「ふるさと開発協議会」によって住民主導の地域づくりを進めることにした。高柳町役場で「ふるさと開発協議会」の開催を決め、担当職員（^{かすがとしお}春日俊雄氏）が農業や林業、工芸品づくり、商店、公民館活動、物産展、ふるさと便などで頑張っている人たちに声をかけて、協議会への参加を依頼したところ、参加者は行政からの頼まれごとという様子はまったく感じさせず、自分たちのこととして議論を進めていった。参加者は皆、「自分たちのまちは自分たちがつくる！」という強い思いを持っており、担当職員は「高柳の人は民度が高いし、粘り強いエネルギーを持っている」と感じた。

「ふるさと開発協議会」では、町長の「金は出すけど口は出さない」という方針のもと、住民が主役、行政が支援の体制で議論が進められていった。町職員約10人、地元住民約40人が参加し、助言者として外部からの専門家8人を交えて、2年間で220回もの会議を開催し、議論を重ねた。

話し合いはまず、「自然とのふれあい」、「生活文化とのふれあい」、「食文化」、「都市との交流」、「商品開発と流通（純産品）」の5つに分かれた部会毎に進められ、それぞれに外部の専門家1～2名が加わって議論した。若者が中心のこの協議会は熱く盛り上がり、仕事を終えた後に集会所に集まり夜10時半まで議論して、その後飲み会がてら夜中1時すぎまで

議論が続いた。

住民がやりたいことを、行政が支援する

町の担当職員は、「ふるさと開発協議会」の事務局をする以前に、その後の地域づくりのあり方を左右する貴重な経験をした。ある時、担当職員は自分で作った計画を外部の専門家に見せて、これからの話し合いのポイントや事業の体系を整理した案を説明した。すると、助言者の専門家は「高柳は、病人で言えば、重体。住民みんなで考えないと地域を創る力が出ない、みんなの力を引き出すには、『ふるさと開発協議会』の中ですべてを皆で議論して、自分たちのやりたいことをビジョンに織り込んで行くしかない」と言い、担当職員の案を退けた。担当職員は専門家の言葉に学び、その時から行政として「住民がやりたいことを、行政が支援する」という立場をとることに切り替えた。「こういう計画は、地域の人は何をやりたいかという想いを如何に拾い集め、繋げていくかというところに、成否がかかっています。」と、担当職員は言い切る。

「地域づくりにおいて、人は何かのきっかけで、やる気が出たり、懸案事項を実行に移したりする『スイッチ』が入る。一旦スイッチが入ると、テレビを見ていても、新聞を読んでも、村の人と話をしても、いつも頭のどこかに地域づくりのことがある。それは大きなエネルギーとなる。地域の人たちにスイッチを入れてもらうために、『場』を作ったり『機会』を作ったりすることが行政の仕事」と担当職員は言う。

行政の仕事は、場や機会を作ること

「地元で専門家の話を聞いて、外の地域を自分の目で見て、これは自分の地域に役に立つかなと思ったら、スイッチが入るんですよ。そのスイッチは他人には入れられない」と、担当職員は話す。理屈というのは「もっとも」だが、理屈だけでは地域づくりのスイッチはなかなか入らない。特に、山手の人は理屈だけでは動かないという。「本人が見て、本人が大事と思わないとスイッチが入らないですね」。だから、実際に現場を見ることができると視察は大切という。

「ふるさと開発協議会」のメンバーは、地域づくり先進地と言われる全国30か所ほどの視察に出かけた。小布施^{おぶせ}、野沢^{のざわ}、湯布院^{ゆふいん}、足助^{あすけ}、美作^{みまさか}、三島^{みしま}など、当時地域づくりで有名だったところはほとんど訪問した。皆が「視察先で得たものは、何か一つ自分の地域で生かす」という強い意志を持って出かけて、先進地のいろいろな情報や刺激を持ち帰っては会議で報告した。

「座学と視察と実践が人づくりのポイントとなる」とも担当職員は言う。地域づくりを実践していると、視察に行っても、講演を聴いても、いろいろな場面で気がつく範囲が広がる。実践を伴わない講演会、座学は単なる知識であり、地域づくりには効果が現れないという。

「ふるさと開発協議会」のメンバーの様子を見ながら、担当職員は町役場の自分たちが
できることは、自分たちが作業をすることではなく、住民のために「場」や「機会・きっ
かけ」を作って活動を支援していくことと考えるようになった。住民が関心を示している
時には、講演会や視察で支援をし、また、「一人ひとりが活かされて、ともに生きる」の心
持から適材適所で住民が活躍できるような場や機会を提供することも考え、町内を駆け巡
る日々を送った。

住民の熱意でまとめた提言

「ふるさと開発協議会」の取組を続ける中で、直接参加しない一般住民も地域づくりへ
の関心が高まっていった。「ふるさと開発協議会」は広く住民との意見交換をしようと、町
民フォーラムや町づくり車座町民集会を開催した。参加者は毎回 200 名を越えた。

「ふるさと開発協議会」では最終的に、「まちづくり基本方針」を①誇れる資源・財産を
受け継ぎ、将来にわたって生かす、②それぞれの年代にふさわしい、しっかりとした生計
を地元で立てる、③この土地に根を張って、よりよく暮らす、④すべての地区・集落が生
き生きと暮らす、の 4 つとし、具体的な提言として、「ふれあいと集いの里づくり」「食と
工芸の里づくり」「純製品の里づくり」という方向性をまとめた。さらに、第 3 セクターの
設立、純製品の流通経路の開拓、農林業の再生などについても提言した。町長も「ふるさ
と開発協議会」の取組と提言を高く評価し、後に、この提言はほぼそのまま高柳町の計画
として実現していった。

人づくりの面でも「ふるさと開発協議会」は大きな効果をあげ、参加者の資質向上に繋
がったと言える。柏崎市高柳町となった現在も、当時の「ふるさと開発協議会」のメンバ
ーが住民主導の地域づくりを各方面で支えている。

「ふるさと開発協議会」での出会いから生まれた祭

「ふるさと開発協議会」では前述のとおり、全国に視察に出かけた。メンバーが富山県
利賀村の視察に出かけた時にある画家に出会い、その画家から狐の絵を貸してもらえるこ
とになった。そこから、「狐の夜祭り」が 1989 年から始まった。この祭は町内若者有志に
よる会「ゆめおいびと」が、地元の民話「藤五郎きつね」を題材に創作したイベントで、
白装束にきつねの面をつけて提灯を持った町民 40 名ほどがゆつくりと山の中を歩く、とい
う幻想的なムードが魅力となっている。また、逆に集落の会場では賑わいが演出され、大
油揚げづくりや踊り、太鼓などでイベントを盛り上げる。イベントには毎年、3,000 人ほど
の観光客が訪れる。

このイベントでは一時期、「ゆめおいびと」とマナーの悪いカメラマンとの戦いが繰り広
げられた。「狐の夜祭り」が県の写真コンテストで紹介されたことから、俄かにカメラマン
が増え、暗い山道を歩くのが祭の演出にも関わらず、フラッシュやライトをつけたり、脚

立を持ち込んだり、あるいはカメラマン同士がけんかしたりとひどいマナーの悪さだった。「ゆめおいびと」は、そうしたカメラマンを排除するなどの苦労をしながら、2008年には20周年を迎えた。今ではすっかり町に定着して、毎年楽しみにしている住民が増え、夜の反省会は大いに盛り上がり、住民の交流の機会ともなっている。また、イベントの担い手には町内の中学生が加わるなど、世代間交流の機会にもなっている。

この他にも、「ゆめおいびとのメンバー」は雪まつり「YOU・悠・遊」等のイベントを企画し、町で暮らす子どもたちが楽しみにする冬のイベントとして、今でも毎年開催されている。

2. 「じよんのび村」の始動

「じよんのび」を主軸に計画を実行

「ふるさと開発協議会」の提言が、町によって実行に移されて行くこととなった。提言の中で出された構想のキーワードが「じよんのび」で、「じよんのび」とは、「ゆったりのおんびりして、心から心地いい」という意味のお国言葉だが、そこには高柳町の生活に根付いた深い意味が込められている。「じよんのび」は、過酷な農作業をこなした後に「さあ、じよんのびしよう」といったように、農家の暮らしとともにある言葉だった。「じよんのび」という言葉を構想のキーワードに使うことで、地元の住民にはコンセプトが分かりやすく、評判が良かった。

「じよんのび構想」を進めることで、「物質的な豊かさを享受している都市文明に対して、高柳町では『自然と人』『人と人』が結びつきをより深めることを豊かさとする『もうひとつの道』を『じよんのび』に求めていく」ことになった。

交流観光コア施設とサテライトの整備

高柳町では、コアとなる1か所の大規模施設と2か所のサテライトで、農村滞在型交流観光（グリーン・ツーリズム）を誕生させた。1990年から高柳町は交流観光コア施設整備事業を開始、公設民営方式を想定して1992年、第3セクター方式による「株式会社じよんのび村協会」（資本金1億円）を設立し、待望の「じよんのび村」の一部を仮オープンさせた。1994年には、さらに食事処、加工・販売施設、貸別荘、温泉施設、宿泊・休養施設、ふるさと体験工房がフルオープンした。敷地面積が約17ha、総工費30億円をかけた大規模施設で、更にこれに隣接する形で、1995年には「新潟県立こども自然王国」もオープンした。

「じよんのび村」開村前の高柳町の年間入込客数は3万人ほどだったが、2001年には27万人に伸びた。また、公的観光施設の売上高も開村時1995年に486,892千円、2001年に537,016千円となっている。じよんのび村では42名（2002年現在、パート従業員を含む）

が働き、経済波及効果は8～9億円と試算された。

また、サテライトに当たる^{おぎのしま}荻ノ島と^{かどいで}門出の二つの集落には、公設民営の「体験かやぶきの家」を整備、それぞれ「荻ノ島ふるさと村組合」（1993年設立）、「門出ふるさと村組合」（1992年設立）が、各集落および全国から出資を募って設立された。

荻ノ島ふるさと村組合では、昔、かやぶきは貧しさの象徴だったため、かやぶきを見せて人を呼ぶことについては反対意見もあったが、今では多くの観光客が訪れてかやぶきを見て喜んでいることから反対意見もなくなった。宿泊用のかやぶき民家は「荻の家」が1棟25,000円、「島の家」が18,000円（いずれも食事別）で、何人でも宿泊できる。オープン翌年の2004年度には2,270人が宿泊した。現在も宿泊の予約は春から秋は好評で、また冬場でも雪の農村風景の写真を撮りたいという人が訪れ、年間を通じて利用者がいる。食事は集落の女性が調理し、地元の食材を使った料理は好評を得ている。荻ノ島ふるさと組合の出資額は、荻ノ島地区内で35人が85万円を出資するほか、新潟県内外の81人が173万円を出資し、合計258万円となっている。

サテライトとなっているもう一つの集落である門出地区では、かやぶきの家を整備する前に、豊かな村づくりについて話し合った。話し合いを深める中で、「都会の人から見たら自分たちは豊かさを持っているんだ」ということに気がついて、「だったら、この豊かさを都会の人にも分けてあげよう」ということになった。門出地区のある住民は「かやぶきの家を営業していることで、住んでいるわれわれも幸せであることを実感でき、お客さんにも喜んでいただけている」と言う。門出地区にも、荻ノ島地区と同様に2棟のかやぶき民家があり、宿泊者から高い評価を得ている。



じよんのび村

各地区との連携で「じよんのびの里」づくりへ

高柳町は、1994～1996年にかけて、「じよんのびの里地区振興計画作成検討委員会」を設置し、各地区による振興計画をまとめた。じよんのび村は順調に入込客数を伸ばし、様々な効果を高柳町にもたらしていた。町としては、次の展開として、じよんのび村と各地区が連携することで、様々な効果を全町域に広げて行きたいと考えた。そこで、それぞれの地区が地区の独自性を伸ばし、来訪者にアピールしていくために、各地区での振興計画の策定を試みた。



じよんのびの里

担当職員は言う、「各地区の構想ができたから、集落活動が個性化するわけではない。個性的な活動をするから、個性が光ってくる」。各地区の個別の計画は、計画だけに終わらな

いよう、実施に向けての地区の役割と行政の役割を明確にした。

実際に、一部の地区では計画が功を奏した。地区の中に炭焼き職人がいたことから、町が炭窯を地区に造り、地区住民たちが指導を受けながら炭を焼くようになった。できた竹炭をじょんのび村で販売するとともに、木酢液を土壌改良に使ったりしている地区が出てきた。

3. 「住んでよし」を考え取り組む

10年間の成果の一方で見えてきた課題

～「訪れてよし」に偏った機軸を修正～

高柳町では1999年、「全町民アンケート・高柳町の地域づくりを振り返って」を実施した。このアンケート調査の報告書には、「住んでよし 訪れてよし」の構想から10年間の振り返りについて、アンケート集計結果とともに、個人へのヒアリング調査結果が掲載された。ヒアリング調査については、施策に対する「ふるさと開発協議会」の元メンバーの声を集め、率直な意見が述べられている。

アンケート調査では、この10年間で「町に活気が出てきた」とする肯定的な評価が半数を占めた。しかし、同じアンケート調査の分析結果から、「町全体としては大きな変化につながったが、プロジェクトに密接に関係した集落や世帯を除けば、その他の集落や世帯まで波及効果が広がっていない」と町では考えた。また、「住民にとって、日々の生活に関わる交通、生活の利便性や収入など、『住んでよし』についても、“まだまだ”であることも判った」とした。

「訪れてよし」については、「じょんのび」の知名度が上がり、地域づくりの先進地として賞を取るなど成果があったものの、それに比べて「住んでよし」の改善はスピードが遅いという課題が見えてきたことから、それを踏まえて、これからの10年後の方向性として、「これまでの地域づくりを踏まえ『住んでよし』を軸にしたビジョン」を作ろうということになった。そして、2003年に策定した「じょんのびツーリズム実践ビジョン」では、「住んでよし」を軸として「21世紀型じょんのびツーリズムの実践」に向かうとし、これからの基本理念の一つを「じょんのびらしい生活提案から生まれる地域経済」、もう一つを「じょんのび景観を創造することは地域個性の深化」とした。

「住んでよし」の少しずつの成果 ～U・Iターン者の新しい風～

地道な地域づくりによって、最近では、高柳町にIターンで移住してきた人も少しずつ増えてきており、「住んでよし」の成果が出始めている。

高柳町にできた天然酵母で作るこだわりの手作りパンの店は評判が良く、ロコミやメディアに取り上げられて、地元はもちろん、遠くから買いに来る人もいます。この店は大阪からのIターンの若い夫婦が経営する。また、Iターン者による農村食堂もある。高柳町の国道沿いに、京都で修行した店主が食堂を開いた。地元農家が作った野菜だけでなく、地元で獲れた猪やウサギも調理される。観光客よりはむしろ地元住民たちの利用が多く、白みそラーメンが人気メニューとなっている。パン屋も食堂も、人が多いじよんのび村とは離れた場所だが、地元で支持されながら経営している。店舗が少ない高柳町では、一つの店舗が開店することによる地域への影響は大きく、住民にとって貴重な存在となっている。



Iターン者による農村食堂

柏崎市高柳町事務所（地域振興課）が発行する季刊誌「じよんのびだより」も、Iターンの男性が編集している。「じよんのびだより」は地元の情報誌ではあるが、単なるイベント情報誌でも、行政の広報誌でもない。小学生がアイガモ農法で作った米を新潟で配った話、東京で活躍する有名人が地元出身だった話、地元のカジカガエルや山鳥の話、昔の馬具の話、中学生の棚田への提言、つちのこの目撃情報等々、身近な題材からストーリーを見つけて生き生きと伝えている。「じよんのびだより」の愛読者からは、「高柳の自然・人情・歴史を伝え、新しい方向を皆で創ってゆこうとする気迫が感じられます」といった感想も寄せられる。

「じよんのびだより」は、じよんのび村をはじめとする町のスポットで配布されるとともに、町外でも、地元出身者や高柳が好きな人たちから定期購読されている。Iターン後、編集を始めて10年経つが、「熱心な読者がいてくれるのと、役場もやめろとは言わないから続けている」と男性は話す。

人をよく見る、地域をよく見る

担当職員は、「最近、行政は地域と地域の人をよく観なくなりました」と話す。今後、更に高齢化が進む中、これまで以上に地域と地域の人を観て、地域が持っているものを引き出し、それを繋げていこうという気持ちが、特に中山間地域等の人口の減少と高齢化が著しい地域で、今一番求められているという。



じよんのびだより

地域をよく観ることで、地域の人々の適材適所が観えてくる。I ターンの男性に能力を發揮してもらおうと、「じょんのびだより」の編集を依頼した。彼はI ターンの視点から地域の文化を掘り下げながら発信することで共感してくれる人と繋がり、根強い高柳ファンを育てていく。そうした仕事は、今の高柳町では彼が最も適任。パン屋も、食堂も同じで、この町で唯一のものを持つ人をいろいろな方法で支援して、町で大事に育て、ともに生きていくという。

高柳町の人口はついに2,000人を切ってしまったが、「一人ひとりが能力を發揮して自分の役割を果たすことができれば、地域でともに生きることができる」と担当職員は話す。行政ができることは、「地域をよく観て、一人ひとりがもっと力を發揮できるよう『場と機会』を提供していくこと」という。

4. 「じょんのび高柳」のこれから

「地域をよく観」て「住んでよし」で、「じょんのび」の本質を歩み続ける

百貨店への出品がきっかけとなって、高柳町の人たちは自分たちのまちが東京で高く評価されることを知り、その相乗効果で若い人材のエネルギーが結集した。「ふるさと開発協議会」では、その熱意、勢いを持って、議論して視察に行き、また新しい事業、新しいイベントを生み出してきた。いろいろなトラブルや考え方の違いでぶつかることもあったが、「スイッチ」が入ると、どんなことも乗り越えられた。そうした「ふるさと開発協議会」のメンバーが今でも高柳を支え続けている。

担当職員は、一つ反省点としてあげるなら、「ちょっと地域づくりのスピードが速かったかもしれない」と言う。地域づくりは、去年より今年、今年より来年と、少しずつでも着実に進み、自分たちの成長を楽しむように「細く長く楽しむ」のがいいとも言われるが、高柳町の場合、これほど早く「じょんのび」を掲げた観光・交流が形を現すとは、若者メンバーたちも担当職員も思っていなかった。ただ高柳町の場合に限らないが、「経済が絡むとコントロールは難しい」と担当職員は言う。

今、高柳町は、「地域をよく観」て「住んでよし」を再考しながら歩みの方向を確認し、自らの歩みのペースを自らのコントロールのもとで作り直しながら、次への展開をめざす時期に入っているという。「じょんのびツーリズム実践ビジョン」のもと、生き方と一体となった暮らしを目指し、地元住民も行政も、より「じょんのび」の本質に迫ろうと歩み続けている。