《地域力創造アドバイザー派遣》

鹿児島県霧島市（きりしまし）「おじゃんせ霧島推進プロジェクト」

出典）霧島市資料

地域力創造アドバイザー派遣

鹿児島県霧島市（きりしまし）「おじゃんせ霧島推進プロジェクト」

「地域の魅力の発信」に着目した移住定住促進モニターツアーの実施

地域情報を発信し、体験の機会を提供し、丁寧にフォローする。移住定住促進に「地域の人との交流」の視点を入れた取り組み

出典）霧島市資料

霧島市は、2005 年 11 月に1市6町が合併して誕生した人口約 12 万 8 千人の鹿児島県下第2の都市である。過疎化が進む鹿児島県の中で、人口が増加傾向の活気ある霧島市であるが、内部に目を向けると、中山間地域では過疎高齢化が進んできている。そんな霧島市で「大量退職する団塊の世代をターゲットに霧島市をアピールすることで移住定住促進を狙えないか――」との思いから取り組まれているのが、県内他市に先駆けての移住定住促進事業「おじゃんせ霧島推進プロジェクト」だ。

その中でも、移住に関心を持つ人の後押しを目的とした泊りがけの移住体験交流事業は市長肝入りの目玉事業であるが、PRのノウハウ不足がネックとしてのしかかっていた。

PR力を向上させるために招聘した地域力創造アドバイザー養父信夫（ようふのぶお）氏は、従来の移住定住促進事業に「交流」の視点を追加することを提案し、取り組みの内容は大きく変わることになる。地域力創造アドバイザーの協力を得ながら、新たな形の移住定住促進ツアーを生み出すまでの関係者の苦労とは――。

◆取り組み概要

●取り組みの目的

地域力創造アドバイザーのアドバイスにより、移住定住促進のポイントとして「地域の魅力の発信」に着目した。市民と行政が協働することで地域の魅力の掘り起こしを行い、モニターツアー案作成に活かしている。

●取り組みの内容

・地域力創造アドバイザーの意見を取り入れた移住促進モニターツアーの実施

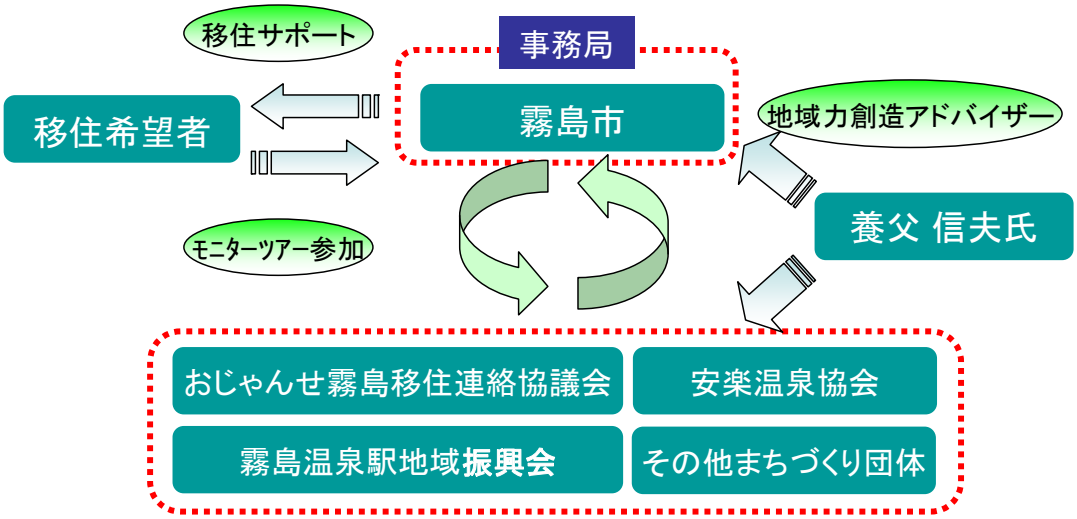
●取り組み主体

・霧島温泉駅地域振興会
・安楽（あんらく）温泉協会・養父信夫（ようふのぶお）氏（地域力創造アドバイザー）・霧島市役所

地域力創造アドバイザーの紹介

養父信夫（ようふのぶお）氏
（株）マインドシェアの“悠々とした地域生活の総合誌”「九州のムラへ行こう」の編集長として発行に携わる。「まちとムラの交流」で、九州の各地方の地域おこしに参加する実績を持つ。

◆取り組み体制



◆取り組みのポイント

1. 取り組みへ「交流」の視点を追加

取り組みに地域のまちづくり団体を加えることで、モニターツアーに参加する都市住民と、地元の人の交流を図る。また、ツアーのプランづくりにまちづくり団体の視点を加え、効果的な地域資源の掘り起こしを可能にした。

2. 地域力創造アドバイザーのノウハウを活用した情報発信

地域力創造アドバイザーの養父氏が編集長を務める雑誌「九州のムラへ行こう」に特集記事を掲載するほか、メールマガジン、新聞、テレビなどの媒体を用いた積極的なプロモーションを実施し、霧島市における移住定住促進事業の認知度を高めた。

3. 現地案内からアフターフォローまで。一人ひとりの移住希望者との信頼関係づくり

市職員の丁寧な対応をきっかけに移住を決める人も多い。移住の相談を持ちかける方に対しては、一人ひとりの不安に向き合い、信頼関係を構築していく。地元の案内や「おじゃんせ霧島移住連絡協議会」（民間組織）と連携し不動産探しなどでサポートを行うほか、移住後の生活相談に乗ることもしばしばある。

取り組みによる成果

- 地域力創造アドバイザーの意見を取り入れたモニターツアーコースが完成した
- PR 手法のノウハウを習得した
- 地元のまちづくりグループ等との協力体制が構築された

今後の展望

- 多方面の媒体を活用した PR の活用による霧島市移住体験研修事業参加者のさらなる獲得
- 移住定住人口増加に向けた各種取り組みのさらなる推進

霧島市の概況

県下第２の規模を持つ都市

2005 年に国分市・溝辺町・横川町・牧園町・霧島町・隼人町・福山町の１市６町が合併して誕生した霧島市は、平成 17 年国勢調査時点で人口 127,309 人、面積 603．67k ㎡と人口、面積ともに鹿児島県下第２位の自治体である。

一般的には霧島連山、温泉などのイメージが強い霧島市であるが、黒牛、黒豚、黒酢、茶、椎茸などの生産が盛んであり、また空港からのアクセスのよさを活かした工業団地を要しており、工業都市の側面も持つなど多彩な産業で成り立っている。

中山間地域の過疎高齢化に悩む

霧島市の人口は近年横ばいの傾向を示しているが、鹿児島県全体では過疎化が進んでおり、県下に多くの過疎市町村を抱える。

霧島市でも旧町部の中山間地域では人口減少が進み、将来的に限界集落になることが懸念される集落も存在しており、関係者を悩ませているところである。

取り組みに至る経緯

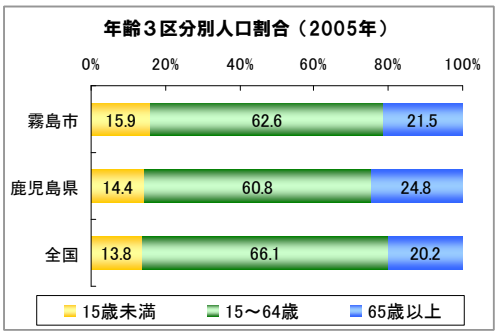
団塊世代に着目した移住定住促進

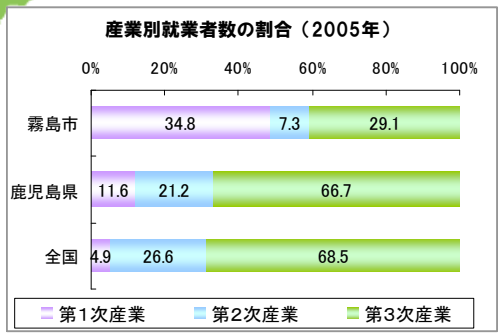
前述したように、霧島市全体の人口推移は横ばいであるものの、平野部と中山間地域での人口推移は二極化の傾向を示しており、旧国分隼人地域以外では減少傾向にあるのが実情だ。

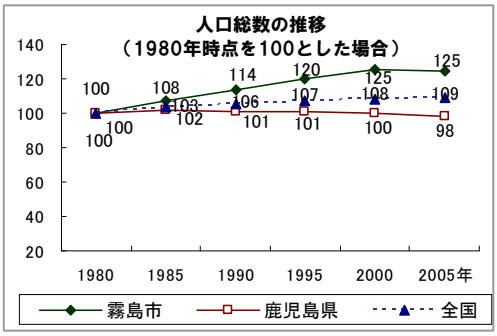
日本全体で少子高齢化が進んでいることもあり、霧島市でも農村部の人口減少を食い止め、今後の活力を維持していくことに対する必要性が市全体として認識されていた。

そうした危機意識を踏まえ、霧島市では移住人口の増加を目指して、「おじゃんせ霧島移住定住推進室」を 2006 年に立ち上げた。おじゃんせとは鹿児島弁で「おいでください」という意味で、

出典）霧島市 HP（2010/03/29 参照）
http://www.city-kirishima.jp/modules/page058/index.php?id=47







出典）総務省統計局；国勢調査

霧島市に人を呼び込みたいという地元の願いが込められたネーミングだ。おじゃんせ霧島移住定住推進室では、住環境、福祉、生涯学習などの移住者向けの情報を一元化し、ワンストップで相談に応じられるようにしており、移住希望者の利便性の向上が図られている。高齢化の進む中山間地域では、団塊世代は「若手」扱いであること、また若い人の働く場は中山間地域にはなかなかないことなどから「おじゃんせ霧島推進プロジェクト」では団塊世代をメーンターゲットにしている。

また、情報提供の仕組みづくりだけではなく、「日本一の制度づくりを」という前田終止（まえだしゅうじ）市長の強い意向で、2008 年度からは市外からの移住者に対して住宅取得をした場合に補助金を出すなど、移住定住促進に熱心に取り組んできた。

移住を検討している方の後押しをしよう！「霧島市移住体験研修事業」の開始

情報提供や補助金など、移住希望者に対して的確なサポートを実施することも重要であるが、いくらサポート体制が充実していても、まずは「霧島に住みたい」と考える人が増えないことには移住に踏み込む人が現れないのも事実。霧島に関心を持っている人を見つけて、移住を後押しするようなアピールが重要である。

霧島市への移住に関心を持っている方を霧島市に招き、重点的に PR することを目的に、2007 年度より「霧島市移住体験研修事業」が実施されている。

２泊３日の移住体験研修事業では、移住を検討している人を対象に、市職員が霧島市を案内する。温泉や観光地巡りといった観光ツアー的要素を含みつつ市内の見学や農業体験を実施し、移住後の霧島市での生活をイメージしてもらうことが目的である。

取り組み初年度の 2007 年度は、市役所に移住相談をされた方や東京で行われた鹿児島のふるさと回帰フェア参加者など、霧島市に関心を持っている方をピックアップして、市職員が個別に連絡したところ、関東、関西から６名が参加したという。

↑霧島市には大自然だけではなく、国分隼人地域を中心に賑わいのある市街地も有している。都会の便利な生活になじんだ人にとっては、手の届くところに都市の生活があることも魅力のひとつである。
出典）霧島市資料

↓移住希望者は現地見学の際に、鹿児島のシンボル桜島と霧島市街地を一望できる高台へ案内される。地元の方もなかなか知らないスポットだとか。

↑2007 年度の移住体験研修の様子。農業体験や梨狩りなどのプログラムが組まれた。移住希望者は必ずしも全員が本格的に農業を営むことを志向しているわけではないが、参加者のうち、後に移住することになる徳丸氏は「移住した後、農家を営んでいる親戚の家の農作業の手伝いをしないといけなくなったときにここでの経験が役に立った」と語る。
出典）霧島市資料

その移住体験研修事業では、市内の観光地である犬飼の滝、和気神社、大出水の湧水を見学し、ごはん茶碗作りの陶芸体験や稲刈り、梨狩りなどの農業体験を行った。

また、夜は前田市長の自宅へ参加者を招き歓待するなど、手づくり感のあるもてなしで、参加者は感激した。

「霧島市には山もあれば川も海もある。街中もあれば田舎もある。ひとつの市の中にこれだけの多様性がある。すなわちこれだけ魅力のあるところは他にない」と太鼓判を押す前田市長は、その後の移住体験研修でも必ず歓迎会には参加するという。こうしたトップの後押しがあることも霧島市での取り組みが成功している一因であるといえるだろう。

明らかになってきた課題――PR 不足

「手づくりのもてなし」に対する参加者の評判は上々であったが、参加者自体は募集定員に達しなかった。

取り組み初年度の定員割れについて、霧島市企画部次長兼企画政策課課長の川村直人氏はこう分析する。

「もともと不特定多数に宣伝し、たくさん観光に来てもらうことが、目的のイベントではありませんでした。募集枠が埋まらなかったこと自体は、さほど大きな問題ではありませんでしたが、移住定住促進事業自体の認知度が低かったことが明らかになりました。いかにしてターゲットとなる都市部の方に PR するかが、初年度を通して得られた課題でした」また、霧島市自体が合併直後だったこともあり、市職員が地域全体の事情に精通していなかったことも課題のひとつだという。

体験研修事業の参加者の満足度は高かったものの、明らかになった課題の改善方策に関しては方向性が見えていない状況であった。

地域力創造アドバイザー派遣に至る経緯

そうしたなか、2008 年度に霧島市は総務省の地域力創造アドバイザー派遣を利用することになる。

雑誌「九州のムラへ行こう」の編集長を務め、九州に拠点を置く都市農村交流の専門家である養父信夫氏が総務省の地域人材ネットに登録しており、養父氏と以前から親交のあった前田市長と霧島市企画部長の山口剛氏の勧めで地域力創

↓地域力創造アドバイザー事業で行ったモニターツアーでの天然の足湯の様子。地域力創造アドバイザー養父氏と地元の面々とで行った現地視察では、山の中にある天然の露天風呂など、地域の人でも知らないことが多い隠れたスポットが発掘された。いわゆる「名所」よりも外の人に対して訴求力があることが実感されたのも、現地視察で得られた成果である。
出典）霧島市資料

↑地域力創造アドバイザー養父氏と地元のまちづくり団体との意見交換の様子。養父氏の「得意分野」は移住促進よりもグリーンツーリズムなどの交流事業であり、いくつかの団体とは現在でもコンタクトを取り続けているという。
彼らと行ったワークショップの結果、2008 年度のモニターツアーは当初考えていた以上に広がりのあるプランとなった。
出典）霧島市資料

造アドバイザー派遣を受けることが決まった。

地域力創造アドバイザーの受け入れは現場発案のアイデアではなかったものの、地域力創造アドバイザーとして霧島市を訪れた養父氏の第一印象を、霧島市企画政策課おじゃんせ霧島移住定住推進室室長の池之平信明（いけのひらのぶあき）氏と同室サブリーダーの新門勝利（しんかどかつとし）氏は「まるで昔からの友達のような人」と表現する。専門である都市農村交流の重要性を熱く語る養父氏の姿は、関係者に強い印象を与えた。

地域力創造アドバイザー参加による取り組みの進展

まちづくりはひとづくりから。取り組み実施主体に対する講演

地域力創造アドバイザーとして招かれた養父氏がまず行ったことは、画期的なプロモーション手法の導入や新たな地域資源の掘り起こしではなく、市職員や地元のリーダー達に対する講演の実施であった。「実際に手を動かして取り組みを行うのは職員や地元の人たち。彼らの意識を変えるのが最優先」という養父氏の考えによるという。

養父氏による講演について、池之平氏は振り返る。「『交流』という概念を重視する養父氏の考え方は画期的でした。移住を進めるために『観光』を利用しようという考えまではあったが、『地域の人との交流』を軸にする概念はなかった」。とはいえ、都市農村交流を誰が主体となって行うのかに関しては、一抹の不安が残ったという。

2008 年度のコンセプトは「モニターツアー」

「交流」をテーマにすることで、2008 年度の取り組みの雰囲気は大きく変わった。初年度はある程度霧島市への移住に関心のある方を絞り込んで、移住体験研修事業への参加を打診していたが、2008 年度は「まず霧島ファンの裾野を広げることが肝心」との考えから、不特定多数を対象としたモニターツアー形式へ変更された。

いわば「一本釣り形式」から「一般募集形式」へ取り組みのスタイル自体が変更されたことになる。これに伴い、都市部に居住する不特定多数の層に対して、モニターツアーを訴求力のあるものとする必要性が高まった。

←霧島市は、坂本龍馬夫妻が日本で初めて新婚旅行に訪れた地としても名高い。塩浸温泉や高千穂峰など、霧島滞在は 26 日間に及んだ。筆まめな龍馬は滞在の様子を詳細に手紙に残している。
出典）霧島市パンフレット

↓犬飼の滝や和気神社など、龍馬たちが見たのと同じ風景が今も残っているのが霧島の魅力のひとつである。

養父氏のアドバイスにより「魅力あるプログラムづくり」「効果的なプロモーション」「活動の担い手づくり」の三つのポイントを重視しながら 2008 年度の取り組みは進められていった。

ワークショップ形式による モニターツアーのプログラムづくり

魅力あるツアーのプランづくりのためには、霧島市の地域資源を上手に掘り起こす必要がある。養父氏と市職員が現地を回りながら議論するなか、モニターツアーの「目玉」として当初出てきたのは『安楽温泉』であった。かつて湯治場として賑わった歴史を持ち、泉質の優れた『安楽温泉』に脚光を当てることで、滞在型観光地霧島の魅力として都市住民に打ち出していけないかというアイデアだ。

そうしたアイデアをベースに、プランをさらに練り上げることを目的として市の関係課の職員、地元のまちづくりグループを対象に「“霧島のムラたび” ２泊３日を考えよう！！」と題したワークショップが 10 月に開催された。

ファシリテーターを務める養父氏からは「ムラの人と都会の人が交流できるようなツアーにしたい」との問題提起がされ、霧島固有の雰囲気に触れられるようなツアーの必要性を訴えた。

その日のワークショップでは参加者が４つのグループに分かれて「霧島らしい旅」に関する検討を行い、ツアー案を出し合いながら地域資源の掘り起こしを行った。

当時は合併直後ということもあり、他のグループの発表を聞いて『うちの市にはこんないいところもあったのか』と新たな発見を得ることも多く、それぞれの職員にとっても有意義な体験となったという。

また、ワークショップの「効果」として、それまでバラバラに動きがちであったまちづくり団体同士が知り合いになるきっかけになったことも大きい。

ワークショップの結果、４つのグループから４通りの案が出された。「霧島の自然美を感じながらの癒やしの旅」「郷土料理と癒やしの体験ツアー」など、それぞれ特色のあるプランであったが、各グループが「霧島市の強み」として考える地域資源には共通項が多いことがわかった。そして、当初は『安楽温泉』というアイデアしかなかった

→霧島温泉駅地域振興会による駅弁「ぽっぽや」
2008 年度のモニターツアーの昼食の弁当。おにぎり、卵焼き、串かつからデザートの茶々だんご（粉茶を混ぜただんご）に至るまで、すべて地元産の食材にこだわって作られている。弁当を包んでいるのは本物の竹の皮。このツアーを機にJR肥薩線霧島温泉駅の駅弁「ぽっぽや」となった。
出典）霧島市資料

↓JR肥薩線　霧島温泉駅
霧島温泉駅にJRの委嘱により「ちびっ子駅長」を配置、毎週日曜日には、ホームで特急「はやとの風」の送迎を行う。
出典）霧島市資料

ものが、この日の議論で具体的に肉付けされ、2008 年度のモニターツアープランに結実することになる。

その後、養父氏と親交のある外部アドバイザーで、日経ＢＰエコジャパンの編集長を務める土屋（つちや）泰一（ひろかず）氏の意見を取り入れ、霧島に坂元龍馬が日本で初めて新婚旅行に訪れた点に着目し、「霧島市移住体験研修　冬の陣　坂元龍馬とお龍が歩いた日本初ハネムーンを辿る霧島エコ＆グリーン・モニターツアー」と題して、ツアーのプランを練り上げていった。

地域資源をただ盛り込むだけではなく、地元の人や地域力創造アドバイザーらが知恵を出し合って『霧島市ならでは』の物語性を重視したプランへ作り込んでいった。

モニターツアーへのまちづくり組織の参加

●ツアーへの『食』の観点の盛り込み

モニターツアーを考えるうえで当初から指摘されていた点のひとつに「『食』の弱さ」がある。古くから湯治場として栄えてきた『安楽温泉』には長期滞在型の来訪者は多かったものの、湯治場ゆえに逗留客は自炊したり車で中心市街地まで食事に行ったりする行動パターンが多く、滞在している集落が「食事でもてなす」という意識は比較的低かった。

●まちづくり団体との連携による課題解決

2008 年度のモニターツアーでは、この課題を地域の団体と連携することで解決した。池之平氏がかねてより親交のあった霧島温泉駅地域振興会の上原松子（うえはらまつこ）氏と吉原（よしはら）あや子氏らに働きかけ、取り組みへの参加を呼びかけた。

モニターツアーの当日に助っ人として参加するだけではなく、新たな地域資源の創出を目指して、霧島温泉駅地域振興会は 2008 年度のツアー客にオリジナルの昼食の弁当（後の駅弁「ぽっぽや」）を振る舞うという形での参加となった。

地元の方たちがアイデアを出し合いながらメニューをつくり、試食を重ねながら完成させていった駅弁を、上原氏と吉原氏は「地域の人が地域の材料を使ってつくることに意義がある」と語る。

←↑「九州のムラへ行こう」におけるプロモーション
地域力創造アドバイザー養父氏が編集長を務める雑誌で霧島をアピールした。「坂本龍馬新婚旅行の地」として地域を紹介するほか、知られざるスポットとして安楽温泉郷が紹介されている。
出典）九州のムラへ行こう　通巻 24 号,2009 年 2 月,p12-13,22-23

Voice

霧島温泉駅地域振興会
上原松子（うえはらまつこ）氏（左）
吉原（よしはら）あや子 氏（右）

かつて乗降客で賑わった駅と、その周辺地域の活性化を目指す霧島温泉駅地域振興会の主要メンバーのお二人。
モニターツアーに弁当提供というかたちで参加するほか、グリーンツーリズムの普及に意欲をにじませる。

「みんなが、できることから力を出し合うことが大切です」

Q. 取り組みに参加されたきっかけは？

10 月に行われたワークショップに参加し、市役所の池之平氏の勧めでお弁当づくりという形でモニターツアーに参加させてもらいました。作ったお弁当の試作品をみんなに食べてもらい、アンケートをとったりしながら振興会のみんなでお弁当を作り上げていきました。
お弁当の特徴の竹の皮包みは、吉原さんのご主人のこだわりです。
とにかく「地域おこし」をしなければという思いで。みんなができることをして、力を合わせていければいいなって思っています。
竹の皮を取ってくる人、豚を育てる人、椎茸をつくる人など、それぞれの強みを活かしながら、「駅周辺の食材」にこだわりました。
現在、2008 年度のモニターツアーのお昼のお弁当をつくるということがきっかけで、霧島温泉駅弁（ぽっぽや）を作り、１個 700 円で霧島温泉駅にて販売しています。人気はあるのですが、作り手が５人しかいないので、今は１日 10 個ずつ作って売っています。普通に駅で販売するほかに、４月から５月にかけて旅行会社から 200 個の注文がきているので、もうすぐ忙しくなりそうですね。これから地域の人をもっと巻き込んで作っていければと思っています。

Q. これからの展望について教えてください。

地域力創造アドバイザー派遣事業の一環で、養父先生と一緒に大分県の安心院に民泊の取り組みを見学に行ったりもしました。
安心院では特に気取ったことをせず、部屋や庭をきれいにするくらいのことしかしていないのに、お客様に対するおもてなしができています。「特別なことをしなくてもいい」と、私たちも勇気づけられました。養父先生は霧島でもグリーンツーリズムや民泊を根付かせたいと思っておられるようで、地域力創造アドバイザー事業の終わった今年度に入ってからも気さくに連絡を取ってくださいます。
まだ具体的な動きにはつなげられていないのですが、せっかく足がかりができたので、私たちも一歩踏み出せたらと思っています。

駅弁の中に入っているお米、豚肉、卵、椎茸などはすべて地元産であることはもちろん、弁当を包んでいる竹の皮も会のメンバーが地元の竹林で取ってきたものとするなど、こだわりの一品に仕上がっている。

プロモーション活動の工夫

地域力創造アドバイザーとしての養父氏に期待されていた役割のひとつが「的確な情報発信」である。前述したように 2007 年度は移住に関心を持つ人に対して市職員が個別にアプローチしていたが、2008 年度には養父氏が編集長を務める雑誌「九州のムラへ行こう」を利用したり、ラジオや新聞を利用した情報発信を行った。

また養父氏の便宜で、地域のテレビ局の取材を受けテレビでの情報発信も実現するなど、副次的な PR 効果も発生した。地域力創造アドバイザー個人の「ノウハウ」だけでなく、養父氏の持つ人脈がプラスに働いたといえる。

ただひとつ残念なのは、雑誌とメールマガジンでの PR がモニターツアー締め切りの直前となってしまったこと。それでも霧島市の移住定住促進事業に対する認知度は格段に高まったという。

「霧島自体のネームバリューはもともとありました。霧島市が移住定住促進に力を入れていることの PR がようやくできてきた」と池之平氏は振り返る。

2008 年度モニターツアーの様子

こうした関係者の努力の結果、2009 年 2 月 27 日～3 月 1 日に 2 泊 3 日でモニターツアーが実現し、関東圏を中心に前年の倍近い 7 組 13 人が参加し、霧島体験を行った。

ツアーでは、前田市長参加の歓迎会、坂本龍馬とお龍がハネムーンで辿った所の散策、椎茸駒打ち・椎茸狩りの農業体験、安楽温泉の温泉めぐり、弁当の試食などの「交流」に着目したメニューを行い、参加者に好評を得て 2008 年度のツアーは無事に終了した。

2008 年度モニターツアーの様子
（右上）モニターツアーでは犬飼の滝など、これまであまり「観光地」とされてこなかったところを巡った。物語性を重視したガイドの案内が好評だった。
（上）寺田屋事件で負った刀傷を癒すために龍馬夫妻が 18 日にわたって滞在した塩浸温泉。
（右）歓迎会では薩摩龍馬会会長（前田市長）による、坂本龍馬直筆の手紙を広げての龍馬談義が行われた。
出典）霧島市資料

←「こんなにふんだんに木を使って家を建ててくれるとは思わなかった」と徳丸氏は語る。
見学に来る移住希望者は徳丸氏の家をモデルに自分の住まいを設計することもあるという。

↓2007 年度移住体験研修事業で作った茶碗は霧島の山と空をイメージして作られている。
もったいなくてなかなか使わせてくれないとか。

Voice

移住実践者
徳丸東洋男（とくまるとよお） 氏 ご夫妻

2007 年度の霧島市移住体験研修に参加し、その結果移住して来られた徳丸氏は、2009 年度の霧島市移住体験研修の参加者と語り合ったり、移住 PR に参加したりと、移住プロジェクトの貴重な協力者として活躍している。

「毎日ゆったりした気持ちで生活しています」

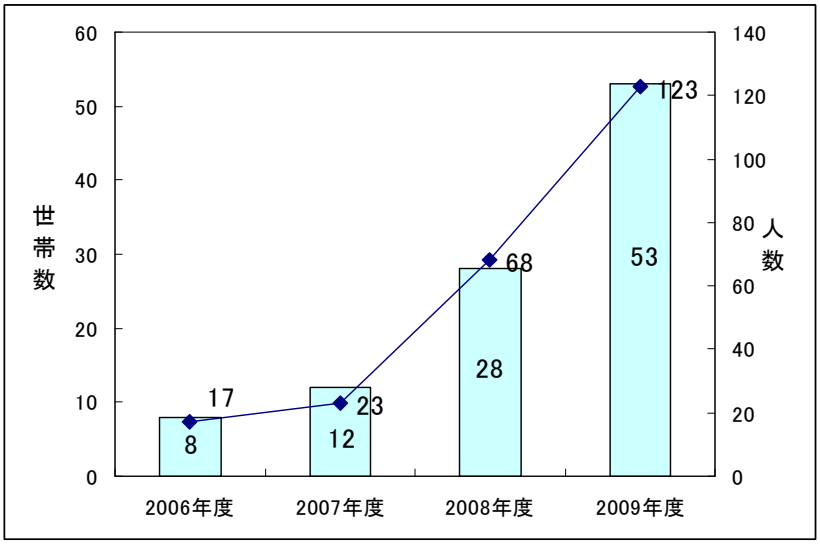
Q. 霧島市に移住されたきっかけは何でしたか？

私は鹿児島県さつま町の出身で、定年退職を機に住んでいた横浜市から地元にＵターンしようと思っていて、鹿児島県内で移住先を探していました。市役所の池之平氏から、2007 年度の移住体験研修事業を教えてもらい、参加したのが直接のきっかけです。
霧島市に決めるまでには、他の市も色々と見て回ったのですが、おじゃんせ霧島移住定住推進室の池之平氏が一番熱心に話を聞いてくれたのが最終的な決め手になりました。こちらに引っ越してきてからも移住体験研修事業に協力させてもらっていますが、「池之平さんにだったら協力してもいいかな」というのも動機のひとつですね。
霧島に別荘を作るというのは、鹿児島の人にとってひとつの願望だと思います。特に私たちのように関東でずっと暮らしてきた者にとっては、鹿児島の夏は暑くて大変なので、夏場でもクーラーがいらない霧島市牧園町高千穂は移住先として最適でした。
体験研修事業をきっかけに、良い土地が安く手に入ったので、比較的すんなり移住してこれました。

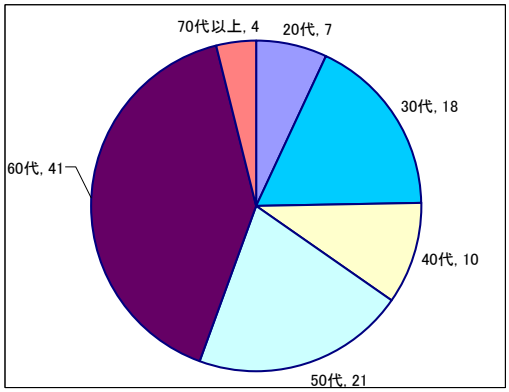
Q. 霧島市での生活は気に入っていますか？

こちらに戻ってきて感動したのは、野菜のおいしさです。高校までこちらに住んでいたときはあまり意識していなかったのですが、霧島の野菜は本当に「甘い」って思います。これまで新鮮な野菜を食べてなかったんだと実感しています。
近所によく来るウサギがいたりして「べえすけ」って名前をつけて、柿の皮をむいたのをあげたりしています。
ここに住んでいると、ゆったりした気持ちで毎日を送れます。本当ならこういうところで子育てをしたかったとも思いますが。

2006～2009 年度の移住者数の推移



世帯主の年代別移住世帯数



↑おじゃんせ霧島移住定住推進室が把握しているだけでもこの数年間で 101 世帯 231 人が霧島市に移住してきた。取り組みに対する認知度が上がるのに伴って移住者数も増加傾向にあるのが見て取れる。
「団塊世代がメーンターゲット」というだけあり、60 代以上が移住者全体の約半数を占めるものの、30 代で移住してくる方も多い。地域の活性化のために、今後若い世代も積極的に呼び込みたいところだ。
出典）霧島市資料

取り組みのポイント

受け入れの現場となる地域が関わったツアーづくり

行政主導で行われてきた取り組みに、地域の方が担い手として加わった点が、2008 年度の大きな進展であった。まず、ツアーのプランを考える場にまちづくりを行っている団体が検討メンバーとして参加した。そのことで、ツアー2 日目の昼食の弁当（後の駅弁）を検討メンバーが試食した。ツアー当日は検討メンバーが加わり、行政主導ではできない細かな点まで行き届いたツアーとなった。特に安楽温泉協会 6 軒では、これまで連携したイベント等を行ったことがなかったが、500 円で何軒でも入れる「温泉手形」を発行し、参加者の中には持ち時間 2 時間というスケジュールの中で、3 ヶ所の湯治場の温泉めぐりを楽しんだ方もいた。また、毎年市が「椎茸狩り・椎茸駒打ち体験」を委託している鹿児島県椎茸農業協同組合代表理事の山本保幸（やまもとやすゆき）氏の奥様から手作りの椎茸料理を振る舞われ、大変好評であった。

このように一過性のイベントでなく、「まちづくり団体と行政のつながり」「駅弁という新たな地域資源の創出」といった、今後につながるものづくりができたことが大きな意義といえる。

次年度以降の取り組みへのヒント

地域力創造アドバイザー事業を活用した結果、ツアー当日の雰囲気も 2007 年度と大きく異なったものに仕上がった。安楽温泉協会、霧島温泉駅地域振興会を中心にツアーの手助けがなされ、盛り上がった事業となった。

2007 年度は池之平氏だけで案内していたが、今回は地元のまちづくりのみなさんがそれぞれの得意の現場でガイドしてくださった。中でも、安楽温泉協会会長の安栖恵（やすすみめぐみ）氏と薩摩龍馬会事務局長の中堀清哲（なかぼりきよさと）氏のガイドは物語性たっぷりで、参加者だけではなく市職員も感銘を受けた。

2009 年度以降は、市職員が事前に案内をする場所の勉強を行い当日のガイドをするなど、本職の観光ガイドに委託することはかなわなかったものの、間近でガイドを見た体験は確実に活かされているという。

Voice

霧島市役所企画政策課
池之平信明（いけのひらのぶあき） 氏（左）
新門勝利（しんかどかつとし） 氏（右）

体験研修事業を実質２人で切り盛りする池之平氏と新門氏。「他の市の担当とは本気度がぜんぜん違う」と移住を相談する方たちから信頼を寄せられ、移住後のフォローも欠かさない。

「本気で向き合い、信頼関係を構築することが大事」

Q. 地域力創造アドバイザー派遣を受けられた感想は？

地域力創造アドバイザーの養父先生自身も霧島市のプロジェクトに大変関心を持っていただき、積極的に事業に関わってもらえました。人と人とのつながりづくりや「交流」にかける熱い想いなど、「すごい人」に来てもらえたと思っています。１年間に 11 回も霧島市に来て、指導してもらえたのは、地域力創造アドバイザー制度を活用した他の地域と比べてもダントツに多かったですね。

Q. 2009 年度のツアーづくりで工夫されていることは？

外部からアドバイザーを招いて地元を紹介したり、ツアーのプラン作りの議論をするなどの過程で「地元の人が見慣れたことが、外の人にとっては珍しく、喜ばれる」ことを学びました。２００９年度のプランを考えるうえでも、ガイドブックに載っているような名所よりも、地元の人しか知らないような隠れた場所をなるべく知ってもらえるように留意しています。

Q. 移住定住促進事業を進めるうえで工夫されていることは？

取り組みを続けてきてわかったのは、１回のツアーだけで移住を決める人はいない。移住希望者との信頼関係の構築が何よりも重要だということです。最初の電話応対から、現地紹介、移住後のフォローなどのすべての時点で移住希望者の方と本気で向き合い、信頼関係を構築するよう努めています。

今回の地域力創造アドバイザー派遣を受けて、霧島の移住定住事業の PR 自体が不十分であったという反省点もあり、今後の展開に活かしていきたいと思っています。2009 年度は予算の制約もあり、あまりプロモーション展開をできませんでしたが、今後は、東京モノレールにポスター広告を出すことを検討しているなど、都会の人をターゲットに霧島市のことをもっと知ってもらう計画を立てているところです。

また、「泊りがけで参加者とつきあうことの重要性」に気づいたことも、地域力創造アドバイザー派遣事業で得た大きな財産であったと池之平氏と新門氏は語る。通常の業務では市職員の市内宿泊費は経費として認められないため、2007 年度では夜間は帰宅していたが、地域力創造アドバイザー事業を活用したことにより、特別に参加者と夜一緒に過ごす機会を得た。移住定住への本気度、不安に思っていることなど、彼らの本音を聞いたことが信頼構築につながることを実感したという。2008 年度の実感を踏まえ、2009 年度は自費で宿泊するなど、職員が本気で参加者に向き合う姿勢は変わっていない。

現在の取り組み

さらなる移住定住促進に向けて

霧島市の移住定住促進事業は 2008～2012 年で 300 人の移住転入人口増を目標としている。

現在目標をやや上回るペースで移住定住人口を達成しているものの、2008 年度のモニターツアー自体は目標の定員に達しなかった。

「移住定住人口が順調に増加している背景には、移住者に対して最大 200 万円の住宅取得補助金を出すなど、モニターツアーの実施に留まらない幅広い移住定住促進の仕組みがあったことが成功の要因として大きい。PR の期間が不足し、2008 年度のツアーは、実施までに十分浸透しなかった。その後の移住に関する問い合わせをみると、ＰＲ手法の工夫により認知度は高まってきている」と霧島市では分析している。

2008 年度の反省を踏まえた体験研修事業

１年間の地域力創造アドバイザー派遣事業を終え、2009 年度の体験研修事業は「移住定住促進」という原点に立ち返った活動をしている。

霧島市への移住に対する『本気度』だけみると、やはり市役所に移住の相談に来られる方のほうが前向きであることがわかり、反省点として挙げられた。雑誌やメールマガジンなどで対外的に PR して幅広く参加者を募った 2008 年度の方式を変更し、移住相談をされた方に対して市職員が参加を打診する方式に再び切り替えた。

予算の制約もあり、2008 年度の方針をそのまま踏襲しているわけではないものの、「交流の重視」の考え方は引き継がれた。市職員と参加者の交流、そして地域の人と参加者の交流――。移住体験研修事業のプランづくりから当日のアテンドひとつに至るまで、地域力創造アドバイザーとの関わりは取り組みに活かされているという。

今後の展望

行政と民間の協働による事業運営体制の構築

2008 年度には養父氏が行政と地域住民とのつなぎ役を担った結果、個々のまちづくり組織は活性化した。これからは彼らとの連携をさらに進めていくほか、まちづくり組織同士のヨコの連携を強めていきたいと池之平氏と新門氏は語る。

「おじゃんせ霧島推進プロジェクトには当初から関わっていましたが、『移住定住促進補助金は移住のきっかけにはなるが、補助金があるから霧島に移住する』人はいない。まずは、移住してもらうためには霧島市のことを好きになってもらう必要があることがわかってきた。そして霧島ファンの裾野を広げるためには『交流』の観点が必須です」

PR 不足の解消を目指して招聘を決定した地域力創造アドバイザー事業であるが、養父氏の関わりによって取り組みの「質」自体が変化してきた。関係者の当初の想定を超えて取り組みは広がってきている。

様々な主体が関わって良いものを作り上げた経験を活かして、地域と協働しながら移住定住促進事業をいかに盛り上げていくか――。彼らの取り組みは続く。