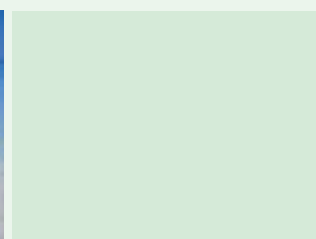




**平成 22 年度**  
**地域人材力活性化事業**  
**調査報告書**



**平成 23 年 3 月**  
**総務省地域力創造グループ地域自立応援課**



## 目 次

序章.....	1
1．事業の概要.....	1
2．地域人材ネットの概要.....	1
第1章 地域力創造アドバイザー事業の実施・運営.....	8
1．地域力創造アドバイザー事業の概要.....	8
2．対象市町における事業概要.....	23
3．地域力創造アドバイザー事業に係る成果と評価.....	119
第2章 地域力創造セミナーの実施・運営.....	130
1．地域力創造セミナーの目的と実施内容.....	130
2．地域力創造セミナーの実施概要.....	131

## 序章

### 1. 事業の概要

総務省「地域人材力活性化事業」は、地方自治体の多様なニーズに応じた人材力活性化メニューを提供することにより、地方自治体における人材育成やノウハウ蓄積等を支援することを目的に実施している。

本事業の大きな柱は、以下の2点となっている。

民間専門家や先進市町村で活躍している職員や組織を「地域人材ネット」に登録し、他市町村に紹介。

新たに地域活性化に取り組む市町村に対し、モデル的に以下の支援を実施

- ・「地域人材ネット」に登録された専門家等を「地域力創造アドバイザー」として派遣
- ・「地域人材ネット」に登録された専門家等と自治体との幅広い交流・情報交換の場として、「地域力創造セミナー」を開催

本報告書では、上記の内、 に係る具体的な内容についてまとめている。

### 2. 地域人材ネットの概要

「地域人材ネット」は、市町村相互間の交流やノウハウの共有等に寄与することを目的として、各地で地域活性化に向けた活動に実践的に係わっている専門家等を登録したデータベースである。

本データベースには、平成22年度時点で下記に示す数の専門家等が登録されている。

種別	人数・組織数
民間専門家	120名
先進市町村の職員	16名
先進市町村の組織	19組織
合計	155名・組織

具体的な登録専門家、組織については、次頁以降の表に示すとおりである。データベースに登録されている専門家、組織に係る情報については、総務省の下記のホームページ上で公開されている。

<http://www.soumu.go.jp/ganbaru/jinzai/index.html>

図表 1 地域人材ネット登録者一覧

1. 民間専門家 (120名)

(敬称略)

所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	氏名 (代表者氏名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
(株)石塚計画デザイン事務所	代表取締役	石塚 雅明	北海道札幌市	まちづくりワークショップ等による地域合意の形成や住民自治の推進
(有)JICC	代表取締役	島田 昌幸	北海道札幌市	『石と芸術のまち金谷』の創出
北の屋台 北の起業広場協同組合	専務理事	久保 裕史	北海道帯広市	十勝帯広で屋台による『まちづくり』
(株)ワイズスタッフ/ (株)テレワークマネジメント	代表取締役	田澤 由利	北海道北見市	ネットオフィスの地域拠点経営・ITを活用した地域活性化
(株)エフエムもえる	代表取締役社長	佐藤 太紀	北海道留萌市	地域の情報員による地域情報の受発信システム構築
食のトライアングル (農・商・消)研究会	会長	飯沼 巖	北海道 富良野市	1.食のトライアングル(農・商・消) 2.食と農と健康を考えるネットワーク 3.会議・観光ガイドヘルプボランティア
(1)あおもりコミュニティビジネスサポートセンター (2)NPO 法人グリーンエネルギー青森	(1)所長 (2)常務理事 事務局長	三上 亨	青森県青森市	地域課題を逆手に取った地域活性化(津軽鉄道を軸とした地域再生など)
(株)木村興農社	代表	木村 秋則	青森県弘前市	持続性環境保全農業
NPO 法人 尾上蔵保存利活用促進会	常務理事	佐藤 正彦	青森県平川市	農家蔵保存・利活用とグリーン・ツーリズムの定着拡充で地域活性化
盛岡まち並み塾	事務局代表	渡辺 敏男	岩手県盛岡市	盛岡まち並み塾の活動
NPO 法人たんぼ	理事長	岩淵 成紀	宮城県大崎市	地域の生物多様性と水田農業の再生プロジェクト～ふゆみずたんぼプロジェクト～
農事組合法人やくらい土産センターさんちゃん会	代表理事組合長	加藤 重子	宮城県加美町	地産地消の直売所(自分が作った物だけ売る、加工もする)
庄内映画村(株)	代表取締役社長	宇生 雅明	山形県鶴岡市	オープンセットを利用した映画撮影誘致と地域おこし
観光カリスマ工藤事務所	代表	工藤 順一	山形県 寒河江市	農業は無限の観光資源～周年での「観光農業」による地域活性化～
長井ものづくり連携の キーマン	西置賜産業会 会長	吉田 功	山形県長井市	(吉田) 地元工業高校を支え企業、地域の連携を創出(斎藤) 地方小都市のものづくり若手活動を推進し各地に広がるネットワークづくりを推進(小関) 「味ッ」開発を柱としたポスト企業城下町のイメージ戦略、技術集積、人材育成による産業振興への取り組み
山形県林業研究グループ 連絡協議会	副会長	栗田 和昭	山形県金山町	山人として～不用木や間伐材を活用した林業の活性化
ゆずの里かおり村	会長	石河 智舒	栃木県茂木町	「みんなでやっぺー、頑張っぺー」～特産のゆずを軸とした地域活性化～
作新学院大学	総合政策学部 教授	橋立 達夫	栃木県 宇都宮市	地域ワークショップ方式による集落活性化事業
(1)お菓子な郷(クニ)推進協議会 (2)(株)和銅鉱泉旅館	(1)会長 (2)代表取締役	町田 啓介	埼玉県秩父市	地場農林産品(カエデ&太白芋など)を活用した地域活性化と地域資源(和銅遺跡)を活用した観光振興
跡見学園女子大学マネジメント学部観光マネジメント学科	准教授	篠原 靖	埼玉県新座市	観光による地域振興の応援、ニューツーリズム・広域観光圏などをベースに持続可能な観光地づくりを...
立教大学観光学部	教授	安島 博幸	埼玉県新座市	観光による持続可能な地域振興
NPO 法人 TRYWARP	代表理事	虎岩 雅明	千葉県千葉市	まちの「こんにちば」を目指して～世代間交流のきっかけづくり～
NPO 法人小野川と佐原の町並みを考える会	理事長	高橋 賢一	千葉県香取市	歴史的町並みの保存と活用
(財)日本交通公社	研究主幹(観光政策相談室長)	岩佐 吉郎	東京都 千代田区	地域資源の発見と評価により、地域の魅力を活かした観光振興戦略、地域活性化戦略の策定
NPO 法人地域産業おこしに燃える人の会	理事長	関 幸子	東京都 千代田区	SOHO を生かしたまちづくり(中心市街地活性化基本計画の推進)
(株)アミタ持続可能経済研究所	地域活性化支援室室長 兼 上級研究員	千田 良仁	東京都 千代田区	「つなぐ」「つむぐ」～地域資源の発掘・利活用とヒト・モノ・カネのコーディネートによる持続可能な地域活性化モデルの構築

所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	氏名 (代表者氏名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
(1) (株)三井物産戦略研究所 (2) エスアールジャパン(株)	(1)研究フェロー (2)代表取締役	園田 正彦	東京都千代田区	都市側企業との連携による地域活性化
(株)春夏秋冬	代表取締役	玉沖 仁美	東京都千代田区	コーチングや短期解決型カウンセリングの技術で地域振興の実施サポート
(株)富士通総研	取締役 エグゼクティブコンサルタント、PPP推進室長	臼井 純子	東京都港区	ボランティアホリデー ~ 田舎を楽しむというボランティア~
(株)バル街づくり研究所	代表取締役	大塚 幸雄	東京都港区	「合わせ技一本」島型ビジネス展開事業(海士町)
(1) ビズデザイン株式会社 (2) 明治大学商学部	(1) 代表取締役 (2) 特任准教授	木村 乃	東京都港区	地域住民による地域振興に向けた複合的活動展開
(1) 金沢工業大学 (2) 合同会社家守公室	(1) 産学連携室 コーディネーター (2) 代表	小松 俊昭	東京都港区	ヤモリカフェの創設と運営を通じた新たなコミュニティ・ビジネスの創出
(株)ブランド総合研究所	代表取締役社長	田中 章雄	東京都港区	地域ブランドへの意識改革、調査、戦略策定
(株)カルチャーアットフォーシーズンズ	代表取締役	中島 淳	東京都港区	思いや考えをカタチに~地域の取組をビジネスモデルに~
(株)地域活性プランニング	代表取締役	藤崎 慎一	東京都港区	ビジネス視点でのコーチングにより、住民を自立させての地域活性化
一般社団法人エリア・イノベーション・アライアンス	代表理事	木下 斉	東京都新宿区	経営による地域再生・都市再生-新たな資金循環を生む「事業」による活性化-
早稲田大学	教授	後藤 春彦	東京都新宿区	まちづくり支援~あらたな公共空間の創出/景観の再編~
NPO 法人 樹木・環境ネットワーク協会	理事長	渋澤 寿一	東京都新宿区	地域の自然と文化をベースとした循環型地域づくり
早稲田大学教育・総合科学学術院	教授	宮口 侗迪	東京都新宿区	人材育成等アドバイザー事業(総務省給与能率推進室所管)による地域の人材育成の取組
(株)玄	代表取締役	政所 利子	東京都台東区	持続的地域経営のための戦略を総体的に取り組むためには
(株)ジェイティビー	常務取締役	清水 慎一	東京都品川区	観光による交流を活かした元気なまちづくり
街づくりカウンセラー		今村 まゆみ	東京都世田谷区	マスコミも来訪者もファンになる街づくり
(株)GEN プランニング	代表取締役	奥村 玄	東京都世田谷区	和歌山県高野町「まちなか再生事業」
食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー		金丸 弘美	東京都世田谷区	味覚ワークショップを取り入れた食育と食をテーマにした観光振興事業
(1) 東京農業大学 (2) 山村再生支援センター (3) 里地ネットワーク	(1) 学術研究員 (3) 事務局長	竹田 純一	東京都世田谷区	地元学からはじめる森里川海の資源を活かした地域づくり
NPO 法人 グローバルキャンパス	理事長	大社 充	東京都渋谷区	平成 21 年度観光サービス人材育成研修事業 主催: 日本観光協会
(1) (株)うぶすな (2) 合同会社スマイル	(1) 代表取締役 (2) 代表社員	吉井 靖	東京都渋谷区	「ITx地域」地域へヒトとオカネをもたらすための ICT 利活用
イング総合計画(株)	代表取締役	斉藤 俊幸	東京都杉並区	食づくり、酒づくりの雇用創出、地域再生
NPO 法人 NPO フュージョン長池	理事長	富永 一夫	東京都八王子市	暮らしの支援事業~「人・物・金・情報」を具体的価値に転換~
法政大学現代福祉学部/ 大学院人間社会研究科	教授	岡崎 昌之	東京都町田市	人材育成等アドバイザー事業(総務省給与能率推進室所管)による地域の人材育成の取組他
(株)榊澤電機製作所	代表取締役社長	澤島 光弘	神奈川県横浜市	障がい者の就労支援・就労の場づくり!
東海大学観光学部観光学科	教授	屋代 雅充	神奈川県平塚市	地域固有の景観的・観光的魅力をフットパス事業を通じてあがり出し市民主導のまちづくりへと展開
慶應義塾大学総合政策学部	准教授	飯盛 義徳	神奈川県藤沢市	地域づくりとひとづくり~地域リーダー人材育成プロジェクト~
NPO 法人 ゼロ・ウェイストアカデミー	理事	松岡 夏子	神奈川県逗子市	地域発ゼロ・ウェイスト推進活動
あわゆき組	代表	関 由有子	新潟県上越市	楽しみながら城下町高田のまちを元気にする活動
富山インターネット市民塾 推進協議会	事務局長	柵 富雄	富山県富山市	インターネット市民塾による地域人材活性化と地域づくりの知の還元
(財)利賀ふるさと財団	理事長	中谷 信一	富山県南砺市	そばによる国際交流とむらおこし
(財)地域振興研究所	常勤理事・主任 研究員	谷本 互	石川県白山市	酒蔵支援活動から日本の酒蔵のビジョン

所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	氏名 (代表者氏名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
能登乃國ゆるぎ塾	塾長	大湯 章吉	石川県 中能登町	地域活性化事業の取組と支援～農家訪問等を通じた国際交流～
(1)awarartの会 (2)COM計画研究所	(1)事務局 (2)主任研究員	鈴木 奈緒子	福井県 あわら市	夢をカタチに 地域資源を生かした住民主体の地域再生
特定非営利活動法人 えがおつなげて	代表理事	曽根原 久司	山梨県北杜市	都市農村交流、農工商連携による農村活性化
地域再生診療所	所長	井上 弘司	長野県飯田市	農山村の資源を総合的に活用した都市農村交流
特定非営利活動法人 おもいやり乙女平	理事長	吉田 周平	長野県東御市	住民自らが行う宅幼老所運営事業
ピスターリ・マーム	代表	石田 賀代子	岐阜県郡上市	都市と農村の交流促進と伝統食等「食」による地域活性化
(1)富士宮やきそば学会、 (2)(社)B級ご当地グルメ まちおこし団体連絡協議会	(1)会長 (2)代表理事	渡邊 英彦	静岡県 富士宮市	食による地域ブランド確立および活性化戦略
富士市産業支援センター f-Biz	センター長	小出 宗昭	静岡県富士市	産業支援施設を核とした地域活性の実現
(1)表参道発展会(いなり 楽市実行委員会) (2)(株)豊川まちづくりそ わか	(1)会長 (2)代表取締役 社長	鈴木 達也	愛知県豊川市	できることから始めるまちづくり～いなり 楽市による商店街活性化～
三重農林水産コーディネーター		原 康久	三重県桑名市	農林水産資源や出会い交流事業を通じた地域活性化
伊賀の里モクモク手づくり ファーム	代表理事	木村 修	三重県伊賀市	地域活性化～モクモク手づくりファーム運営を通じた農業の六次産業化
(株)庵	取締役会長	アレックス・ カー	京都府京都市	町家・古民家を宿泊・飲食・物販事業向けに再生+地域の各種体験プログラムで観光ビジネス創生
(株)庵	代表取締役社長	梶浦 秀樹	京都府京都市	地域資源を活用した滞在体験型の観光まちづくり支援事業と京都モデル事業
NPO 法人 里山ねっと・あやべ	理事長	新山 陽子	京都府綾部市	都市農村交流による地域活性、綾部ファンづくり、綾部への移住促進
亀岡市篠町自治会	前会長	井内 邦典	京都府亀岡市	セーフコミュニティ推進活動～地域コミュニティの再生～
(株)乃村工藝社 関西事業本部	プランニングディレクター	大島 康孝	大阪市 住之江区	地域資源「オリーブ」を活用した「農」「商」「観光」の地域活性化
流通科学大学 サービス産業学部	教授	高橋 一夫	兵庫県神戸市	地域資源を活用した観光まちづくりと集客戦略及び地域ブランドの構築
インフォミーム株式会社	代表取締役	和崎 宏	兵庫県姫路市	地域SNSによる地域再活性化のためのプラットフォーム構築
		日垣 敏之	兵庫県川西市	物産振興(ブランド化)から観光振興(交流人口の拡大)へ
紀州えこなびと エコカー事業部会	会長	藤原 義政	和歌山県 和歌山市	子供達の未来の為にエコを視点に安心・安全な街づくり
田辺市熊野ツーリズムビュー ロー	会長	多田 稔子	和歌山県 田辺市	世界に開かれた持続的観光地“田辺市”をめざして
(株)シーズ総合政策研究所	代表取締役社長	藤原 明	島根県松江市	1 市町村合併後の産業振興と公的企業改革の支援 2 市民出資による公民協働のまちづくり会社を設立支援 3 中山間地域での地域資源活用ビジネスへの挑戦
観光プロモーター		門脇 修二	島根県松江市	『地域の埋もれた資源に光を当て、新たな観光客の誘致を』
(有)桜江町桑茶生産組合	代表取締役	古野 俊彦	島根県江津市	遊休資源「桑」を活かした農業の6次産業化
海土いわがき生産(株)	取締役	鈴木 和弘	島根県海士町	水産物のブランド化を目指した地域活性化
(有)隠岐潮風ファーム	代表取締役社長	田仲 寿夫	島根県海士町	隠岐牛のブランド化を目指した地域活性化
まちづくり工房 「隆」	代表	安藤 隆一	鳥取県鳥取市	「まちづくり」は「人づくり」から～「経済的活性化」と「自己実現」の調和～
NPO 法人 かさおか島づくり海社	理事長	鳴本 浩二	岡山県笠岡市	笠岡諸島島おこし
(1)中国・地域づくり交流会 (2)NPO 法人ひろしまね (3)NPO 法人ひろしま NPO センター (4)株式会社わかたの村	(1)副会長 (2)理事長 (3)代表理事 (4)取締役	安藤 周治	広島県三次市	分野を超えた横断的な仕組みによる地域づくり、市民公益活動に関する調査・研究、「もう一つの役場」の提案・社会実験
(有)平田観光農園	代表取締役 会長	平田 克明	広島県三次市	過疎地域を活性化するための都市と農村の交流事業

所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	氏名 (代表者氏名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
川根振興協議会	会長	辻駒 健二	広島県 安芸高田市	川根振興協議会における活動
(1)道の駅 萩シーマーと (2)ふるさと萩食品協同組合	(1)駅長 (2)専務理事	中澤 さかな	山口県萩市	地域の農水産物・自然資源を活用したスモールビジネス群の開発・運用
NPO 法人新町川を守る会	理事長	中村 英雄	徳島県徳島市	水を生かしたまちづくり活動
(株)いりどり	代表取締役 副社長	横石 知二	徳島県上勝町	地域資源を活用した地域活性化～山の小枝や草花を「彩」ブランドへ
特定非営利活動法人 グリーンバレー	理事長	大南 信也	徳島県神山町	「人」をコンテンツにした創造地域づくり
高松丸亀町商店街振興組合	理事長	古川 康造	香川県高松市	高齢化社会に対応した持続可能な新しいスタイルの都市形成をめざして
人間牧場	牧場主	若松 進一	愛媛県伊予市	夕日を地域資源としたまちづくり
内子フレッシュパークからり 直売所出荷者運営 協議会	名誉会長	野田 文子	愛媛県内子町	農産物直売の実践による都市住民との「食」と「農」の交流
高知のまちづくりを 考える会	代表	畠中 智子	高知県高知市	小さなつぶやきも活かし、地域みんなでまちづくり！
(株)四万十ドラマ	代表取締役	畦地 履正	高知県 四万十町	「ローカル・ローテク・ローインパクト」 四万十川に負担をかけないものづくり
馬路村農業協同組合	代表理事組合長	東谷 望史	高知県馬路村	ゆずの生産加工販売による地域の活性化
アイデアパートナーズ(株)	代表取締役社長	井手 修身	福岡県福岡市	地域の再生における人財活用術～波佐見グリーンクラフトツーリズムに見る人財と組織～
(株)プロットアンド システムズ	代表	甲斐 寛人	福岡県福岡市	プランニングから実行まで一貫したマネジメント
(株)地域振興研究所	代表取締役	須川 一幸	福岡県福岡市	宮崎県五ヶ瀬町夕日の里づくり・・・平成18年度地域づくり総務大臣表彰
(有)オフィスフィールド ノート	取締役	砂田 光紀	福岡県福岡市	地域の素材や技術、遺産を活かし、デザインで味付けするプロジェクト群
(株)フラウ	代表取締役	濱砂 圭子	福岡県福岡市	地域の情報発信、人材発掘とネットワーク化
(1)(株)マインドシェア (2)九州のムラたび応援団	(1)九州のムラへ行こう編集長 (2)団長	養父 信夫	福岡県福岡市	マチとムラの交流＝ツーリズムによる地域活性
NPO 法人大牟田・荒尾 炭鉱のまちファンクラブ	理事長	中野 浩志	福岡県 大牟田市	三池炭鉱の遺した近代化遺産を活用した活動
山村塾	事務局	小森 耕太	福岡県黒木町	山村塾と国際里山・田園保全ワーキングホリデー、人材育成の取組
(株)みそ半	代表取締役	松永 忠徳	長崎県 南島原市	平成俵物ブランド化事業。島原湊地区における漁村活性化事業、とっとつ島の開設
(株)人間都市研究所	代表取締役	富士川 一裕	熊本県熊本市	地元組織と連携した中心市街地の活性化
(有)ひまわり亭	代表取締役	本田 節	熊本県人吉市	地域の食資源を活かした農商工連携による地域活性化
水俣市久木野地域振興会	久木野ふるさと センター 「愛林館」館長	沢畑 亨	熊本県水俣市	実のある交流で日本一（自称）の棚田の里のむらづくり
(株)福田農場ワイナリー	代表取締役社長	福田 興次	熊本県水俣市	地域の魅力を活かした観光農業における地域振興
地元学ネットワーク	主宰	吉本 哲郎	熊本県水俣市	足元にあるものを新しく組み合わせ町や村を元気にしていく
(財)学びやの里九州ツーリズム 大学附属 地域力創造研究所	所長	佐藤 喜子光	熊本県小国町	ファンづくりツーリズムを梃子とした地域力の創造
(1)NPO法人 ハットウ・オンパク (2)(株)鶴田ホテル	(1)代表理事 (2)代表取締役 社長	鶴田 浩一郎	大分県別府市	地域資源を磨いて商品化し、地域活性へ独自モデルを確立
そば道場百姓屋	代表者	木下 行春	宮崎県三股町	濁酒特区による町の活性化
柳谷自治公民館	公民館長	豊重 哲郎	鹿児島県鹿屋市	行政に頼らない「むら」おこし
峰山地区コミュニティ 協議会	会長	徳田 勝章	鹿児島県 薩摩川内市	コミュニティによる共生・協働の地域社会づくり
フロンティアPR(株)	代表取締役	白仁 昇	沖縄県那覇市	沖縄発の化粧品プロデュースなど
J T I C . S W I S S	代表	山田 桂一郎	スイス:Zematt 日本:東京都 千代田区	住民、事業者を主体としたDMO(観光地域経営組織)による持続可能で自立した地域活性・再生化

## 2. 先進市町村の職員（16名）

（敬称略）

所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	氏名 (代表者氏名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
市川市環境清掃部 環境政策担当	主幹	福田 修	千葉県市川市	市川市 e - モニター制度（地域ポイント制度、環境家計簿モニター制度）
南房総市企画部	部長	加藤 文男	千葉県 南房総市	黒字経営の「道の駅」で、地域産業・文化の振興、広域情報の発信
厚木市協働安全部	地域力創造 担当部長	倉持 隆雄	神奈川県 厚木市	セーフコミュニティ、セーフスクール、体感治安不安感、繁華街、環境浄化、子どもの安全などの安心安全対策全般
柏崎市財務部税務課	課長	春日 俊雄	新潟県柏崎市	農村滞在型交流観光(グリーンツーリズム)による地域活性化
羽咋市 1.5 次産業振興室	総括主幹	高野 誠鮮	石川県羽咋市	山村集落活性化計画「山彦計画」
原村農林商工観光課	課長	小林 千展	長野県原村	原村移住・交流推進事業
郡上市郡上地域活性化協議会	異業種交流部 会長	水野 正文	岐阜県郡上市	理想の3セク経営～「古今伝授の里」づくり～
多気町役場 農林商工課	課長	岸川 政之	三重県多気町	地域にある宝を発掘し、まちづくりに結び付ける！
近江八幡市協働政策部 地域文化課	課長補佐	奈良 俊哉	滋賀県 近江八幡市	景観法・文化財保護法を活用した「都市・農村景観の保全と活用」
舞鶴市	産業振興監	小島 慶藏	京都府舞鶴市	海外戦略も視野に入れた産業振興、農商工連携、人材育成、新規事業創出
西宮市	西宮市 C I O 補佐官、同情報 センター長	吉田 稔	兵庫県西宮市	阪神・淡路大震災時に自治体として唯一の「被災者支援システム」を構築等々
江津市建設経済部農林商工課	総括主任	中川 哉	島根県江津市	多様な主体の連携による定住促進～江津市人材移入プロジェクト～
邑南町定住企画課	交流促進係長	金山 功	島根県邑南町	邑南町研修プロジェクト
豊後高田市商工観光課	課長	佐藤 之則	大分県 豊後高田市	商業と観光の一体化による中心市街地の再生 - 「昭和の町」
南風原町総務部企画財政課	企画統計班長	前城 充	沖縄県 南風原町	住民参画による総合計画の策定と、その後のまちづくり
伊江村商工観光課	主査	松本 壮	沖縄県伊江村	観光産業活性化による地域振興への取り組み

## 3. 先進市町村の組織（19組織）

（敬称略）

所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	氏名 (代表者氏名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
標津町企画政策課	課長	川口 真	北海道標津町	漁業を観光化して観光の産業化へ
盛岡市消費生活センター	所長	吉田 健司	岩手県盛岡市	「悪質商法に負けないまちづくり」「多重債務問題に強いまち盛岡」
遠野市ふるさと定住推進室	室長	鈴木 惣喜	岩手県遠野市	「行って観たい町」から「住んで魅たい町」へ
宮古市産業振興部産業支援センター	所長	佐藤 日出海	岩手県宮古市	モノづくりができる、人づくり～コネクター・金型産業を軸とした活性化～
大崎市田尻総合支所 産業建設課	課長	千葉 秀基	宮城県大崎市	マガンの里推進プロジェクト「渡り鳥との共生による持続可能な社会システムの構築」
小坂町産業課農林班	参事	近藤 肇	秋田県小坂町	バイオマスタウン推進事業
長井市商工観光課	課長	斎藤 理喜夫	山形県長井市	人材育成によるポスト企業城下町の産業振興～地元工業高校やものづくり人材の活動支援～
川口市企画財政部情報政策課	次長	高柳 昭彦	埼玉県川口市	自治体 EA による市役所全体の最適化を目指して
小浜市食のまちづくり課	課長補佐	中田 典子	福井県小浜市	食のまちづくりと生涯食育の推進
山梨市定住促進 プロジェクトチーム	副主査	星野 正裕	山梨県山梨市	定住促進事業「山梨市空き家バンク制度」



所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	氏名 (代表者氏名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
飯田市結いターンキャリアデザイン室	課長	篠田 喜代志	長野県飯田市	人材誘導：若者のUIターン支援
三島市地域振興部商工観光課	課長	宮崎 眞行	静岡県三島市	街中がせせらぎ～歩きたい街・住みたい街をめざして～
綾部市市民環境部 水源の里振興課	課長	西川 卓男	京都府綾部市	水源の里の維持・再生に向けた取組
豊岡市コウノトリ共生部コウノトリ共生課	課長	上田 篤	兵庫県豊岡市	コウノトリと共に生きるまちづくり、豊岡市環境経済戦略
みなべ町うめ課	課長	林 秀行	和歌山県 みなべ町	日本一の梅の里づくり
笠岡市政策部協働のまちづくり課海援隊グループ	統括(グループリーダー)	藤井 敏生	岡山県笠岡市	住民によるNPO団体との協働を通じた島おこし活動
萩市総合政策部まちじゅう博物館推進課	課長	柳井 和彦	山口県萩市	萩まちじゅう博物館
今治市大三島支所産業建設課	課長	藤原 保文	愛媛県今治市	都市と農村の交流による地域の活性化
長崎市文化観光部 さるく観光課	課長	馬見塚 純治	長崎県長崎市	長崎市の歴史や文化を活用したまち歩き「長崎さるく」

## 第1章 地域力創造アドバイザー事業の実施・運営

### 1. 地域力創造アドバイザー事業の概要

#### (1) 事業の趣旨

地域力創造アドバイザー事業（以下、「本事業」という。）は、地域独自の魅力や価値の向上に取り組むモデル性のある市町村に対して、民間の専門家または先進的な取組を推進している市町村（以下、「先進市町村」という。）の職員を派遣するなどの人材支援措置を講ずることにより、地域活性化、人材育成を推進し、地域力を高めていく事業である。

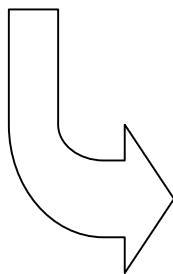
本事業では、派遣決定後に対象市町村が作成する年間計画に位置づけられた、アドバイザー派遣に係る旅費、謝金のほか、対象市町村や先進市町村における会議費や資料作成費など、アドバイザー活用に係る経費で適正と認められるものについて、一定の基準による限度額をもとに予算の範囲内において支援を行った。

図表1-1 本事業における支援対象経費と限度額

#### < 財政力指数に応じた限度額 >

アドバイザー区分	財政力指数による区分	限度額
民間の専門家	財政力指数が全国市町村平均以下の対象市町村	700万円
	財政力指数が全国市町村平均を超える対象市町村	350万円
先進市町村の職員・組織	財政力指数が全国市町村平均以下の対象市町村	300万円
	財政力指数が全国市町村平均を超える対象市町村	150万円

財政力指数の全国市町村平均 = 0.56 (平成18年度～20年度平均)

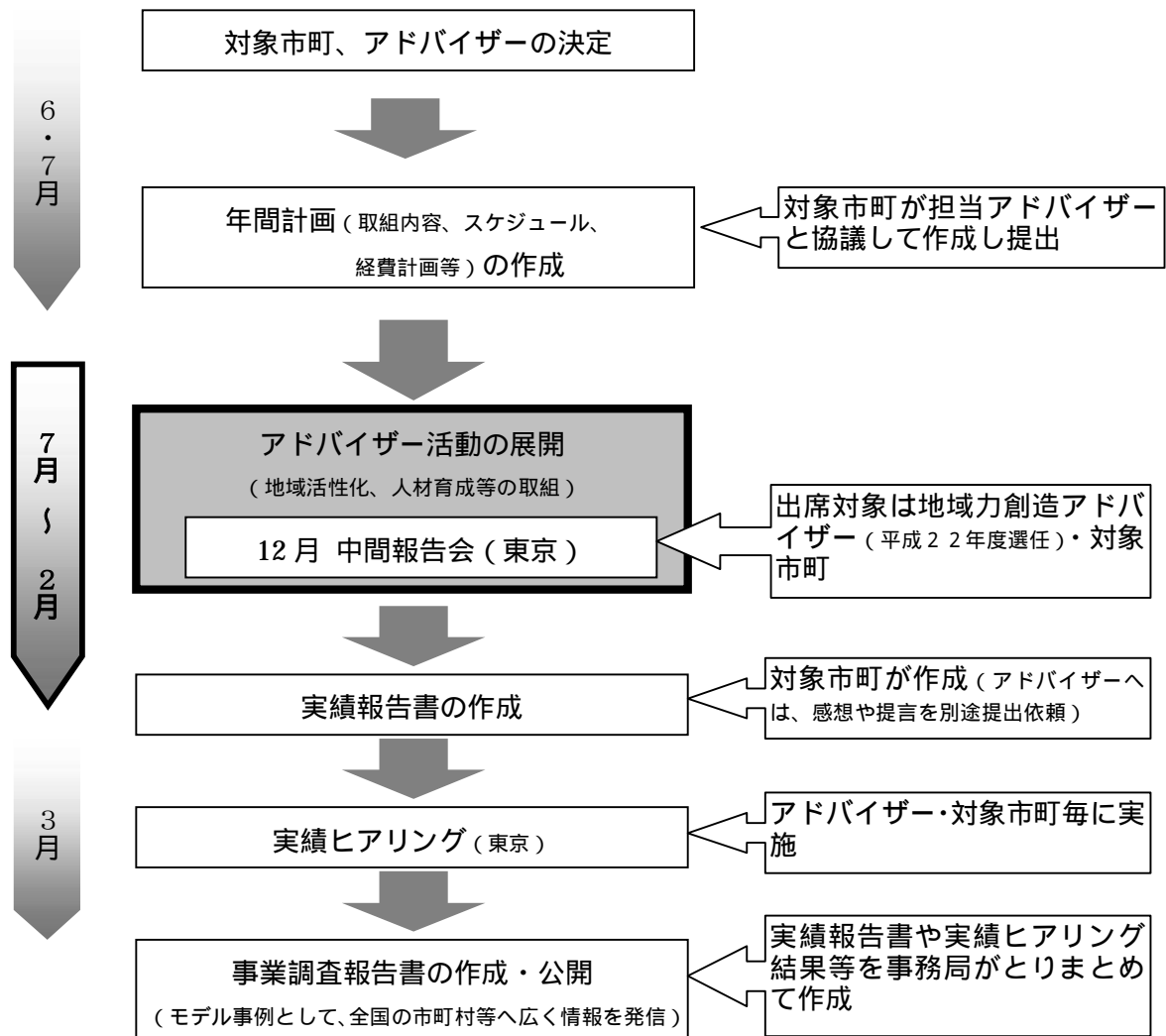


経費支援の対象となる経費
<ul style="list-style-type: none"> <li>・アドバイザーの旅費、謝金</li> <li>・外部協力者の旅費、謝金</li> <li>・年間計画作成時及び先進地視察時の対象市町村職員の旅費</li> <li>・アドバイザー活動に係る会議費</li> <li>・アドバイザー活動に係る資料作成費（印刷費）</li> </ul>

## (2) 活動期間

本事業におけるアドバイザーの活動期間は、年間事業計画の提出、事務局の確認が終了した後、原則平成 23 年 2 月 25 日までを基本とした。また、活動期間終了後の平成 23 年 2 月～3 月に、本年度の事業成果・効果等についての実績ヒアリングを実施している。具体的な事業の流れについては、以下に示すとおりである。

図表 1 - 2 平成 22 年度地域力創造アドバイザー事業の基本的流れ



## (3) 事業実施にあたっての留意点

本事業の実施に際し、対象市町、アドバイザーに対し、以下の点について留意を行っている。

#### 対象市町

アドバイザー派遣を通じた地域活性化のノウハウ蓄積や人材育成といった本事業の趣旨を踏まえ、アドバイザーからの指導・助言をもとに、主体的に進めること。本事業は、国費を財源とするモデル事業であることに鑑み、本事業の効果的な活用、かつ透明性かつ妥当性をもった経費使用を行うこと。庁内の連携を密に図るとともに、地域全体の地域力、人材力、資源力の向上に資するよう、地域全体を巻き込んだ活動展開を心がけること。本事業（単年度）の終了後も、自立的な地域活性化の展開が可能となるよう、地域が主体的、積極的に取組を推進できる仕組みを創り上げること。総務省及び事務局との連絡・調整及び活動報告、経費請求等を円滑に行うこと。実績ヒアリングへは、対象市町の担当課長及び担当者が必ず出席すること。

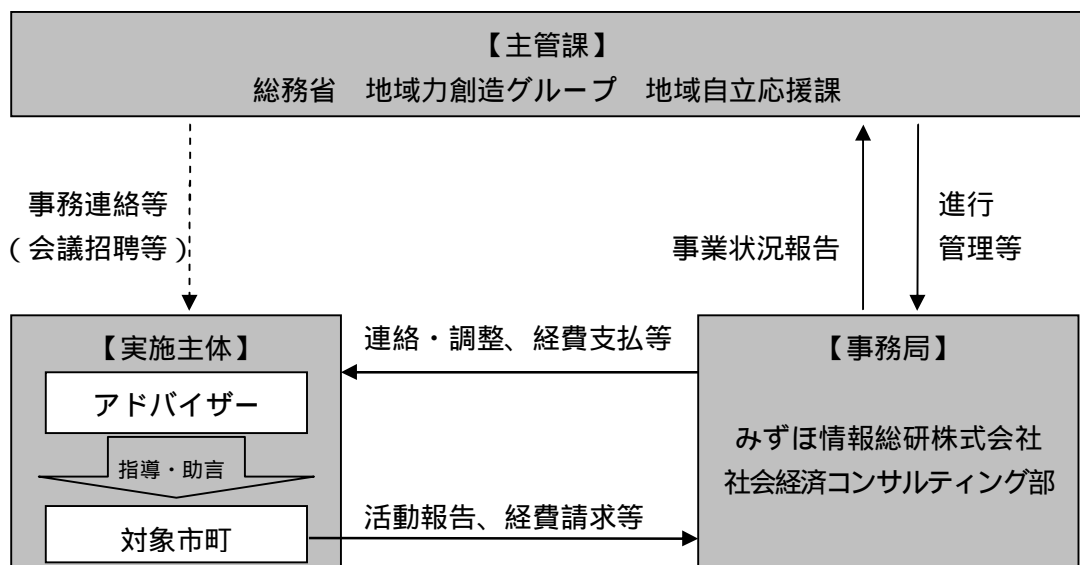
#### アドバイザー

対象市町とアドバイスを行う事業内容や経費の扱い等に関し、十分協議・確認の上進めることとする。  
中間報告会、実績ヒアリングへは、必ず出席いただく。

#### (4) 事業の全体運営体制

本事業の運営にあたっては、総務省と事業の請負契約を締結したみずほ情報総研株式会社が事務局となり、アドバイザーや対象市町との連絡・調整等の総合窓口として機能した。

図表 1 - 3 本事業の運営体制



(5) 事業(支援)の形態

地域力創造アドバイザー事業については、以下の～に示す形態が用意されているが、本年度事業においては「民間：現地指導型」のみの実施であった。

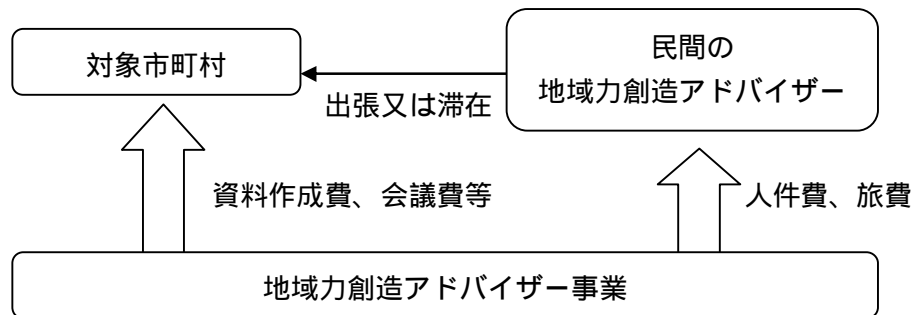
民間の地域力創造アドバイザーによる支援(民間：現地指導型)

支援内容

- ・地域力創造アドバイザーが、対象市町村に定期的に出張し、現地でアドバイスを行う。

支援額

- ・派遣事業において、人件費、旅費、資料作成費、会議費等活用に要する経費として適正と認められる経費
- ・財政力指数(H18～20平均)が全国市町村平均以下の団体 上限額 700万円
- ・財政力指数(H18～20平均)が全国市町村平均を超える団体 上限額 350万円



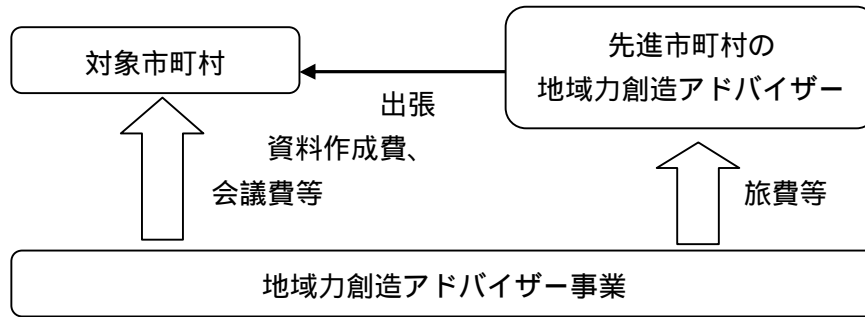
先進市町村の地域力創造アドバイザーによる支援(先進市町村：現地指導型)

支援内容

- ・地域力創造アドバイザーが、対象市町村に定期的に出張し、現地でアドバイスを行う。

支援額

- ・派遣事業において、旅費、資料作成費、会議費等活用に要する経費として適正と認められる経費(ただし、給与に相当する経費は対象外)
- ・財政力指数(H18～20平均)が全国市町村平均以下の団体 上限額 300万円
- ・財政力指数(H18～20平均)が全国市町村平均を超える団体 上限額 150万円



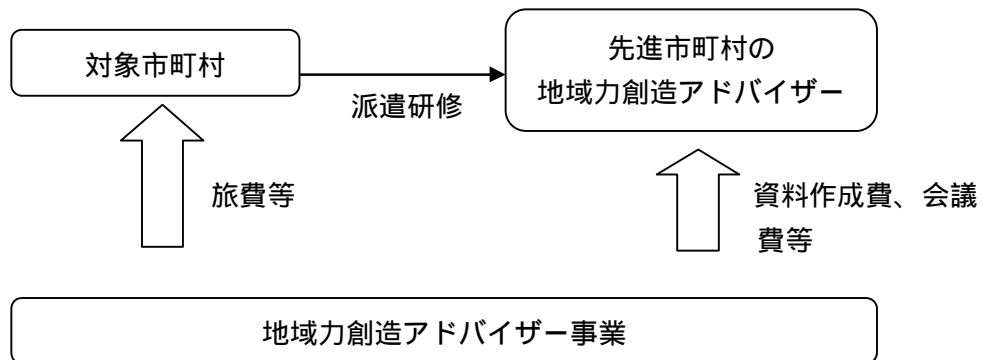
先進市町村の地域力創造アドバイザーによる支援（先進市町村：派遣研修型）

支援内容

- ・ 地域力創造アドバイザーの所属する市町村に、対象市町村職員を研修生として派遣し、関係業務に参画する。

支援額

- ・ 派遣事業において、旅費、資料作成費、会議費等活用にあつては要する経費として適正と認められる経費（ただし、給与に相当する経費は対象外）
- ・ 財政力指数（H18～20 平均）が全国市町村平均以下の団体 上限額 300 万円
- ・ 財政力指数（H18～20 平均）が全国市町村平均を超える団体 上限額 150 万円



(6) 事業実施地域

地域力創造アドバイザー事業の平成 22 年度における採択市町および派遣アドバイザーは、以下に示すとおりである。

図表 1 - 4 平成22年度地域力創造アドバイザー紹介

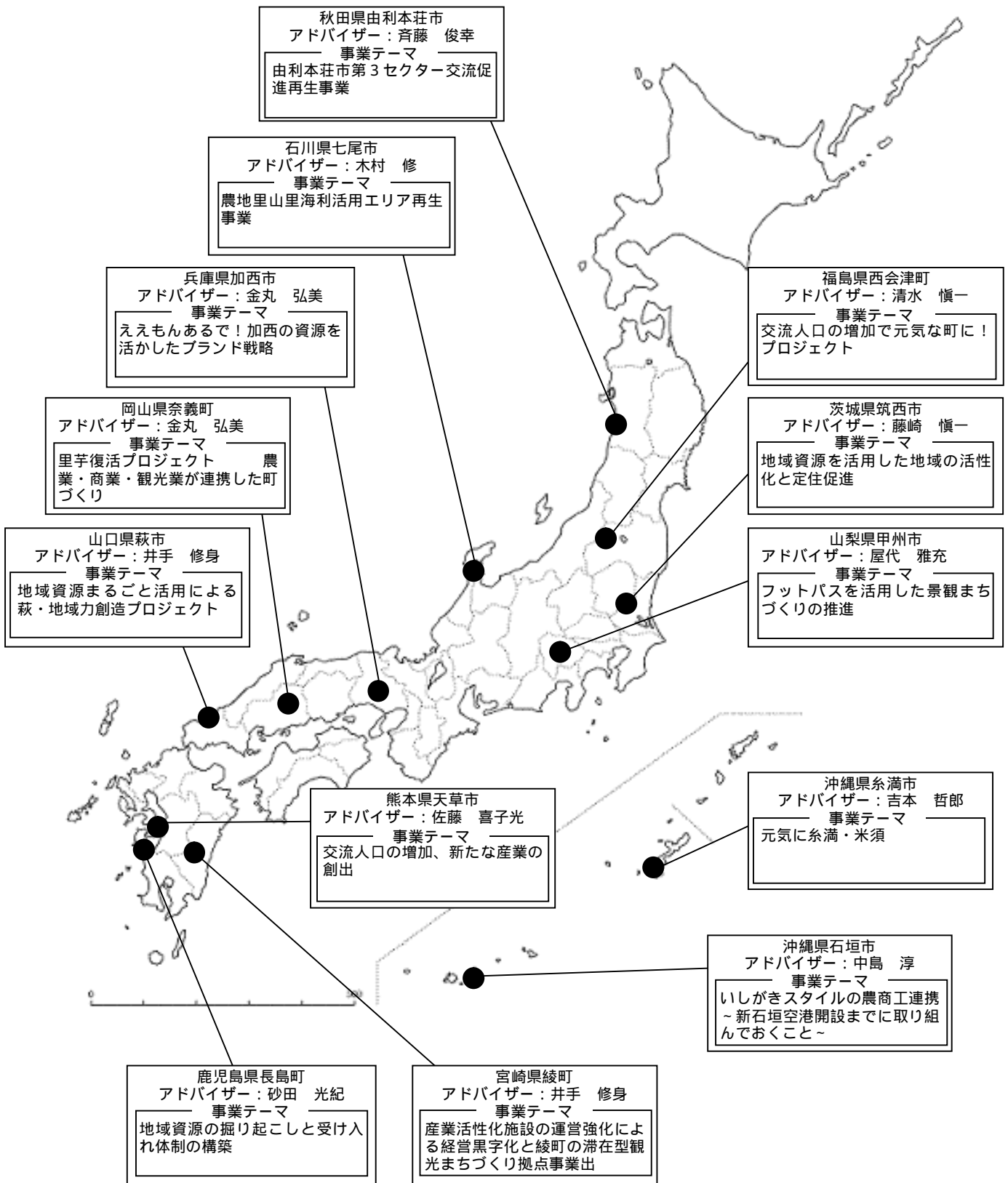
派遣対象市町	地域力創造アドバイザー (敬称略)	主な取組と実績
秋田県 由利本荘市	斉藤 俊幸 (イング総合計画(株) 代表取締役)	<b>食づくり、酒づくりの雇用創出、地域再生</b> 荒尾市地域再生マネージャーとして農林水産課地域再生係に赴任。商店街に住み、約2年半地域再生事業に取り組む。高齢者が孤立している地域に「徒歩圏内マーケット」を設立し、市内各地に多店舗展開(3店舗)を図った。地域にお金が落ちる仕組みを構築し、連携組織を活用したやる気のある担い手育成を図ったことで、年間売り上げは1億円近くにまでなっている。また、熊本県宇城市の地域再生マネージャーとして活動したほか、平成21年度は地域力創造アドバイザーとして高知県土佐市で『土佐市いいものブランド化支援』に取組んだ。
福島県 西会津町	清水 慎一 (株)ジェイティービー 常務取締役)	<b>観光による交流を活かした元気なまちづくり</b> これからの観光は地域固有の資源を活かした「まちじゅう観光」であり、その振興のためには「行政主導」・「外部マネジメント主導」からの脱却が必要であるとの認識のもと、地域住民の立場を踏まえながら、観光客のニーズに即したメニューづくり、旅行会社との役割分担、行政が果たすべき役割など手順を追ってアドバイスし、「観光によるまちづくり」を地域と一体となって進めている。具体的な事例としては福島県「奥会津」「喜多方」「会津米沢観光圏」「福島観光圏」、宮城県「大崎市」、山形県「小野川温泉」「きらきら観光圏」、青森県「十和田観光圏」「下北」「弘前」などがある。
茨城県 筑西市	藤崎 慎一 (株)地域活性プランニング 代表取締役)	<b>ビジネス視点でのコーチングにより、住民を自立させての地域活性で成果を上げる</b> 「宮崎青島再生会議」(宮崎県)では、宮崎青島地域を再生させるために、地域住民が主体となったまちづくりワーキングを実施し地産地消を目指す新名物「あしたばうどん」の開発や様々な案の検討。また、「伊勢志摩再生プロジェクト」(三重県)では、どん底に落ち込んだ伊勢鳥羽志摩地域を再生させるために、地域の「ばか者」9人と「よそ者」である藤崎氏の計10名が指名を受け、月1~2回徹底した議論を展開、同時に行動し、地域課題を解決、そして成果を上げた。また、平成21年度は地域力創造アドバイザーとして新潟県十日町市で『十日町地域のブランドの確立』に取組んだ。

派遣対象市町	地域力創造アドバイザー (敬称略)	主な取組と実績
石川県 七尾市	木村 修 (農事組合法人伊賀の里 モクモク手づくりファーム 代表取締役社長)	<b>農業公園「伊賀の里モクモク手づくりファーム」による地域の活性化</b> 三重県伊賀市山麓に自然・農業・食農学習をテーマにした農業公園「伊賀の里モクモク手づくりファーム」を作り上げる。1987年、たった一人の船出だった。専務理事、吉田修と共に、「脱・既成農業」の名の元、ユニークな手法と情熱で、20年間で従業員300名、年間38億円に達する規模まで育てた。人口8,700人の旧阿山町(現・伊賀市)に、年間50万人の観光客が訪れる。平成21年度は地域力創造アドバイザーとして和歌山県すさみ町で『イノブタによるわがまち元気プロジェクト』に取組んだ。
山梨県 甲州市	屋代 雅充 (東海大学観光学部 観光学科 教授)	<b>地域固有の景観的・観光的な魅力をフットパス事業を通じてあぶり出し市民主導のまちづくりへ展開</b> 2004年3月に山梨県勝沼町(現、甲州市勝沼町地域)の都市計画マスタープランの策定に関わった。固有の景観を大切にしながらまちづくりを進めることを基本理念として掲げ、景観に配慮した土地利用ゾーニングを定めるとともに、勝沼地域景観形成ガイドライン(2006年3月、甲州市)を策定した。フットパス事業をまちづくりの重要な手法として位置づけ、魅力ある景観の形成とそれを支える農業の持続発展、さらには観光振興も含め、住み心地の良い魅力ある地域づくりを推進している。
兵庫県 加西市  岡山県 奈義町	金丸 弘美 (食環境ジャーナリスト・ 食総合プロデューサー)	<b>味覚ワークショップを取り入れた食育と食をテーマにした観光振興事業</b> 地域の食材のテキストを作成し、その歴史から栽培法、料理までを知る食育ワークショップを、学校から一般向けまで広く開催。行政、学校、生産者、商店街、料理家等の幅広い参加を促し、食育が地域のブランド作りから観光、商品開発まで結びつくよう、マーケティングの要素を入れ、年間計画を立てて実施している。これまで大分県竹田市、佐伯市、豊後大野市、玖珠町、佐賀県唐津市、長崎県平戸市、茨城県常陸太田市、岐阜県高山市、秋田県横手市(地域力創造アドバイザー)などの食のアドバイザーを手がけた。
山口県 萩市  宮崎県 綾町	井手 修身 (アイデアパートナーズ(株) 代表取締役社長)	<b>地域再生における現場力のある人財と組織の向上術～波佐見グリーンクラフトツーリズムに見る人財と組織～</b> 組織づくりとマーケティングのプロとして、直接現場に入って実績を生み出している。具体的には、陶磁器産業の町である長崎県波佐見町の窯業生産高が激減していた状況にあったのを、窯業に地域資源を組み合わせ、ツーリズムの観点からサービス産業へ転換するきっかけを作った。地域住民の自立型、内発型な活動を仕掛けることにより、行政とのWin-Winの関係の仕組づくりを応援している。また、平成21年度は地域力創造アドバイザーとして熊本県荒尾市で『荒尾市の里山・干潟ヒューマンツーリズムの推進』に取組んだ。



派遣対象 市町	地域力創造アドバイザー (敬称略)	主な取組と実績
熊本県 天草市	佐藤 喜子光 ( (財)学びやの里 九州ツーリズム大学附属 地域力創造研究所 所長 )	<b>ファンづくりツーリズムを梃子とした地域力の創造</b> 「その地域らしさ」が最も持続発展可能な観光資源で、お客様の資質やTPOに合わせた「地域商品」が効果的であること、目標市場の峻別と、身の丈にあった「おもてなし」が大切であること、そこで共感を覚えたお客様は必ずその地域のファンになってくれること、またファンはその地域の地場産品を反復購入してくれること。この「ファンづくりツーリズムのマーケティング」の普及に努めている。主な取組として、福井市観光ビジョン策定(委員長)、天草宝島観光協会設立(指導)、やまぐちのらしさわかたつ旅づくりネットワーク設立(指導)、雲仙天草観光圏協議会設立(指導)などがある。
鹿児島県 長島町	砂田 光紀 ( (有)オフィスフィールド ノート 取締役 )	<b>地域の素材や技術、遺産を活かし、デザインで味付けするプロジェクト群</b> まち、むらの表情に個性を取り戻し、世代間の心の交流や本当の豊かさを取り戻すために社会性のある活動を目指している。その手法として、地元の素材や技術を現代に活かすアイデアと運営手法の提案や実践、地域で課題となる「古い公共施設、廃校」などを継続的に運営できる施設へ変身させること、地元の素材や技術を直接社会に活かすことで経済性を追求し費用対効果を向上させることなどを行っている。主な取組事例として、東京おもちゃ美術館(新宿区四谷NPO法人日本グッド・トイ委員会運営)、百年レイル肥薩線活用プロジェクトなどがある。
沖縄県 糸満市	吉本 哲郎 ( 地元学ネットワーク 主宰 )	<b>足元にあるものを新しく組み合わせ町や村を元気にしていく</b> 1991年より水俣を水とごみと食べ物にどこよりも気をつける環境都市にしていく取り組みを住民協働で展開した。その中で住民自らが調べ考え、水俣をつくっていくことを提唱し、全国環境首都コンテストでトップの評価をうけるまでになった。また、2002年から頭石地区の地域資源を発掘することで「村丸ごと生活博物館」とし、人を招き入れることで集落の元気をつくっていった。このほか、これらの取り組みが三重県の「三重ふるさと学」や岩手県の「いわて地元学」になって広がった。
沖縄県 石垣市	中島 淳 ( ㈱カルチャーアットフォー シーズンズ 代表取締役 )	<b>思いや考えをカタチに</b> 全国各地で特産品開発や観光交流の推進に従事し、地域の取組をビジネスモデルとして確立するプロジェクトをプロデュースしている。具体的には、会津方面でのプロジェクトで各鉄道及びバスの2日間乗り放題切符の企画・商品化(2002年)、遠野市にて人材育成を目的に「東北ツーリズム大学」の開設(2003年)、都内空き店舗を利用した山形県遊佐町の東京アンテナショップ開設(2007年)、和歌山県紀の川市の地域力創造アドバイザー(平成20年度)等、様々な取組を実施している。

図表 1 - 5 平成22年度地域力創造アドバイザー事業採択市町位置図



## (7) アドバイザー会議

地域力創造アドバイザーおよび事業実施市町間の相互理解や交流を深めるために、以下の要領で、本事業の中間報告の位置づけのもと、アドバイザー会議を実施している。

### 開催日時

平成 22 年 12 月 3 日(金) 13:30～17:30

### 参加者数

48 名(アドバイザー、市町担当者、総務省等)

### 次第

#### 1. 開会

13:30

#### 2. 総務省あいさつ(門山地域力創造審議官)

13:30～13:40

#### 3. 取り組み報告

13:45～ 由利本荘市(秋田県)報告 派遣アドバイザー 齊藤俊幸氏

13:55～ 筑西市(茨城県)報告 派遣アドバイザー 藤崎愼一氏

14:05～ 七尾市(石川県)報告 派遣アドバイザー 木村 修氏

14:15～ 甲州市(山梨県)報告 派遣アドバイザー 屋代雅充氏

14:25～ 加西市(兵庫県)報告 派遣アドバイザー 金丸弘美氏

14:35～ 奈義町(岡山県)報告 派遣アドバイザー 金丸弘美氏

14:45～ 天草市(熊本県)報告 派遣アドバイザー 佐藤喜子光氏

(休憩 14:55～15:10)

15:10～ 萩市(山口県)報告 派遣アドバイザー 井手修身氏

15:20～ 綾町(宮崎県)報告 派遣アドバイザー 井手修身氏

15:30～ 長島町(鹿児島県)報告 派遣アドバイザー 砂田光紀氏

15:40～ 糸満市(沖縄県)報告 派遣アドバイザー 吉本哲郎氏

15:50～ 石垣市(沖縄県)報告 派遣アドバイザー 中島 淳氏

16:00～ 西会津町(福島県)報告 派遣アドバイザー 清水愼一氏

(休憩 16:10～16:25)

#### 4. 全体意見交換

16:25～17:25

#### 5. 閉会

17:30

## アドバイザー会議における報告状況



### 報告概要（取り組み報告）

由利本荘市（秋田県）報告 派遣アドバイザー 斉藤俊幸氏

#### 「由利本荘市第3セクター交流促進再生事業」

合併後の由利本荘市は9つの第3セクターを抱えることになり、7つが赤字、毎年合計1億円の赤字が発生している。今回の事業では、天鷲ワイン（年間1000万円の赤字）とホテルユースプラトー（年間600万円の赤字）の再生計画を立案することとなった。

まず、需要創造と光熱費削減で収支改善を図る社会実験型再生計画を立案した。具体的には、ホテルユースプラトーでは、国際教養大学との協働による英語強化合宿、風呂燃料の変更・暖房期間の休業導入を実施、天鷲ワインでは、石窯ワイン会、本業回帰と製造設備のダウンサイジングを実施することとなった。その結果、需要創造の社会実験で売上げ想定が見えてくること、光熱費のダウンサイジングによって、両施設の黒字化が達成できた。今後の課題として、英語合宿の企画推進（英語王国秋田づくり）や地域おこし協力隊の導入による支援体制の強化を検討していることが報告された。

筑西市（茨城県）報告 派遣アドバイザー 藤崎慎一氏

#### 「地域資源を活用した地域の活性化と定住促進」

筑西市の地域資源を活用した地域活性化と定住促進を目的に、人が集まる魅力あるまちづくりに取り組む行動集団を組織するとともに、多くの地域資源を県内外に発信できるノウハウを持った人材の育成と意識改革を行っている。その一環として、人が集まるまちの魅力度アップ、地域資源等PR方法の改善、地域ブランド創出のためのビジョンづくりや人材育成、地域内各種団体の連携強化に対する取り組みを実施している。

これまでの成果として、地域資源の発掘・再認識、メンバーのモチベーションアップ・

組織化への土台を構築し、目指すべき活動における方向性の具体化、筑西ブランド構築の必要性に対する共通認識が形成された点、今後の課題として、組織化へ向けたメンバーの絞り込み、事業化のための具体的な計画づくりがあると報告された。

七尾市（石川県）報告 派遣アドバイザー 木村 修氏

「農地里山里海利活用エリア再生事業」

能登島の地域資源の活用を図る上で、今年度は実現可能な具体的な計画を作ること目標を置いている。事業化に向けた計画をしっかりとすることにより、次のステップとして、会社の設立など運営体制の整備を図ることを想定している。

能登島は、七尾市の本土部分と2本の橋で結ばれており、島内には特色ある資源が多く存在している。多くの観光客を集める水族館やガラス工芸美術館・ガラス工房をはじめとして、温泉施設、道の駅、キャンプ場など様々な魅力が凝縮されている。海に囲まれているために水産資源は豊富であることは言うまでもなく、赤土系の土壌に育つ野菜、山菜、松茸など農林産資源にも恵まれている。

このような多様な資源を活かして人の呼び込みを図ることが重要であり、一つの方策として年間80万人の入込がある市内の和倉温泉の宿泊客を引きつけることが考えられる。このためには、観光・農業・漁業の有機的連携、情報発信のための拠点機能の整備が重要な戦略である。そして、具現化する上で、道の駅の機能強化を図る、人材づくり、新たな集客装置が重要な戦術として浮かび上がってきたところである。この中でも、新たな装置として、20年間放置されてきた果樹園の体験果樹園としての復活が大きなポイントである点が報告された。

甲州市（山梨県）報告 派遣アドバイザー 屋代雅充氏

「フットパスを活用した景観まちづくりの推進」

甲州市勝沼地域（合併前の勝沼町）で始まった景観まちづくりとフットパスの取り組みを甲州市全域へ展開することを目的とし、地域固有の景観価値への気づきの促進、将来像の明確化と共有、景観に配慮した土地利用ゾーニング、景観形成の具体的な手本を示す等、地域の人々の主体的な取り組みにつなげる取り組みを報告。

今後の展開として、地域共通のルール・地域共通の努力目標といった景観形成ガイドラインの策定と実践、魅力ある良好な景観の再認識・来訪者との交流による意識高揚といった、フットパスの策定を通じた景観まちづくりを、全市的な取り組みにしていくことが報告された。

加西市（兵庫県）報告 派遣アドバイザー 金丸弘美氏

「ええもんあるで！加西の資源を活かしたブランド戦略」

事業の進め方として、地域の農業者、事業者、JAなどを回り現状をヒアリングし、その結果から解決すべき問題を抽出、地域の問題を解決するための計画策定の流れを通じて事業計画の策定を行っている。年間計画は、直売所改善計画、加工品づくりの推進、加西の自然を活かしたプロモーション活動の3本から構成されている。

直売所改善計画では、重点商品の売上数量の目標設定、追加搬入計画、売上上位20位

までの商材について欠品ゼロ、工芸品、調味料の一時撤去もしくは縮小、マストアイテムの仕入れの検討、第 3,4 週（正月商戦）のレジ周りレイアウトの変更を実証実験の短期目標とした。加工品づくりの推進に関しては、公民館と連携し、実技を含めた講習の継続的なワークショップの開催を目標とした。加西の自然を活かしたプロモーション活動に関しては、ぶどう（ゴールデンベリーA 他）・米（かぐや姫、米粉他）・にんにく（ハリマ王にんにく）・豚肉（雪姫ポーク）・冬至かぼちゃ（ダークホース）を材料にした食のテキストづくりを行い、今後検討会を開催してプロモーションを行う予定であるとの報告がなされた。

奈義町（岡山県）報告 派遣アドバイザー 金丸弘美氏

「里芋復活プロジェクト 農業・商業・観光業が連携した町づくり」

今年度の事業では、里芋・黒大豆を活用した伝統料理の継承や創作料理の開発等が継続的に行われる状況を作り出すこと、また、地産地消、食育の実践や子ども達による農業の現場体験、販路拡大による作付面積の拡大と売り上げの増大による高齢者の生きがいづくり、地域の活性化を図ることを目的に事業を推進している状況である。

町内の農業者（里芋・白ねぎ・黒大豆・アスパラ・畜産農家）と現在の出荷状況や農業経営状況について調査し、本町の課題を分析した。その結果、里芋・黒大豆と町内産農畜産物を活用した特産品の開発、農家民泊の実施に向けた受け入れ体制の整備及び体験学習のメニュー化、町内産農畜産物を活用した山の駅レストランのメニュー開発及び売店の充実、直売所（山彩村）の販売収益増加に向けた販売戦略と生産体制等の強化、町内産農畜産物の販路拡大の調査・検討を実施することとなった点が報告された。

天草市（熊本県）報告 派遣アドバイザー 佐藤喜子光氏

「交流人口の増加、新たな産業の創出」

天草市御所浦地区は、平成 21 年に「天草御所浦ジオパーク」として日本ジオパークネットワークに認定されたことから明らかなように、「ジオサイト」は御所浦地区の地域資源の一つとして重要な位置を占めている。しかしながら隣接する島原半島が世界ジオパークネットワークに認定されているにもかかわらず、観光振興の観点から特に優位な展開をしているとも思えず、さらに地域力創造という大きな視点から見た場合、認定自体による優位性は全く見あたらない。この状況は、島原半島に限らず日本全国のどこのジオパークにおいても全く同様である。つまり、「認定（登録）」と「その効果」の間には、さしたる因果関係はなく、「その効果」の大小は、「その地域資源をその地域らしさにマッチングさせて有効活用しているかどうか」にかかっている。

この教訓を踏まえ、今年度事業の中では、「御所浦らしさを体感させられる地域資源を発掘し、それを商品化することによって地域力を創造する“ファンづくりツーリズム”の手法を、御所浦地区に定着させること」に、最大限のこだわりを持って助言活動を展開してきたところであるとの報告がなされた。

萩市（山口県）報告 派遣アドバイザー 井手修身氏

「地域資源まるごと活用による萩・地域力創造プロジェクト」

萩市と合併した、むつみ・川上・須佐地域において、合併後のそれぞれの地域における振興策として、自然、歴史、産業などの資源を活かした新たな収益性のある産業を創出するため【地域観光ワンプロジェクト】の推進に取り組んでいる。「何を【地域観光ワンプロジェクト】とするのか？」を地域が主体性を持って取り組んでいくため、各地域ごとに「資源」を発掘し、ワークショップを通じて【地域観光ワンプロジェクト】を合意形成し、その推進を図っている。

具体的には、須佐地域では、須佐湾観光を軸とした「着地型観光商品」の開発（【須佐湾クルーズ事業】の商品化と実施体制の整備）、むつみ地域では、【体験型ホームステイ】等の「着地型観光商品」づくりと受入体制の整備、生業のしくみの構築、川上地域では、遊覧船と周辺施設（長門峡、阿武川温泉、直売所等）を連携させた観光商品の企画・開発、受入体制の整備について報告がなされた。

綾町（宮崎県）報告 派遣アドバイザー 井手修身氏

「産業活性化施設の運営強化による経営黒字化と綾町の滞在型観光まちづくり拠点事業」

綾町の観光中核拠点である「綾川荘」「綾てるはの森の宿」は赤字経営が続いている。赤字の要因には地域事業者等を利用するための原価高、コスト高によるものもあるが、圧倒的には販売力・営業力不足、ホスピタリティ不足、周辺地域資源との連携不足による顧客獲得が出来ていないことが要因である。

今回の事業では、2施設の営業・販売強化、運営強化、地域との連携強化等の見直し、運営強化をはかり、綾町全体の観光資源と連携させて、綾町を宮崎県内における滞在型観光まちづくりの拠点を目指している。事業目標として、売上目標（対前年3%増加）達成、赤字幅の縮小といった経営計画目標の必達、自発的な改善活動（接客、商品、サービス）と持続といった来訪者満足度の向上（おもてなし意識の向上）に向けた取り組みが報告された。

長島町（鹿児島県）報告 長島町担当者 小屋昭彦氏（砂田アドバイザーの代理）

「地域資源の掘り起こしと受け入れ体制の構築」

長島町の地域全体における現状の問題点は、過疎と高齢化の進行である。この問題点は、統計データでも把握することができるが、実態ベースとして、町の雰囲気沈滞しており、町内の生産意欲や積極性が低下するなどの影響を及ぼしている。また、赤潮被害を横目に、積極的な地域再生の活動を実施するのが申し訳ないという雰囲気が生まれ、赤潮被害が町の雰囲気沈滞に拍車をかけている状況となっている。

事業の実施状況は概ね年間計画通りに推移しており、今後は年度末に向けて事業のスピードを加速させる予定である。しかしながら、本年度内で成果を生み出せるという確証はない。次年度以降引き続き活動を継続し、2~3年程度の期間の中で成果を生み出すことが必要である点が報告された。

糸満市（沖縄県）報告 派遣アドバイザー 吉本哲郎氏

「元気に糸満・米須」

米須地区を元気にしていく、自治会が自分たちでやる力を身につける、未来に生きる希望をつくり子どもたちに伝えていくことを目的に、問題解決型の米須づくりではなく価値創造型による取り組みを行っている。

これまでに、家庭料理の持ち寄りによる婦人たちとの話し合い、糸満米須自治会との話し合いを通じ、地域資源を発掘している。その結果を元に、米須の持っている力と人の持っている力を引き出し、その力が見えるように絵地図などでまとめてきた。その上で、「これからやりたいことの意志づくり」を展開してきたとの報告がなされた。

石垣市（沖縄県）報告 派遣アドバイザー 中島 淳氏

「いしがきスタイルの農商工連携～新石垣空港開設までに取り組んでおくこと～」

30年前から地域へのプラス効果のみをイメージされていた新空港がよいよ完成間近となった。しかし、地域のインフラが変わらない以上、変わるのは島内の意識、受け入れ体制、仕組みであることに気付き、この状況に対応するための新たな産業プランの構築が急務となった。

地域力創造アドバイザーのミッションは、その可視化と解決への「カタチ化」である。「いしがき issue マップ」を作成し、「情報」の見える化、島内消費の増大、地域通貨の検討、島外への営業（攻撃型販売）の4プロジェクトが立案されたことが報告された。

西会津町（福島県）報告 派遣アドバイザー 清水慎一氏

「交流人口の増加で元気な町に！プロジェクト」

西会津町全体の観光資源、既存施設の活用と誘客、西会津町にある自然、人、農村環境、施設を活用した西会津ツーリズムで、交流人口を拡大させ、経済や住民の心の活性化を図ることを目的とし、町全体の観光振興計画（基本構想）の策定と西会津ツーリズム推進計画の完成への取り組みが行われている。その取り組みの一環として、8月の「町管理職との意見交換会」を皮切りに事業を開始し、プロジェクトチームを結成したところである。

12月上旬には、第1回目のプロジェクトチームを開催し、チームリーダー・サブリーダー等を決定するとともに今後の進め方を協議し、2月下旬に第2回目を実施、今後月1回程度会議を開催し、年度内に課題をまとめ、目標・実施すべきことを計画書としてまとめることの方針が報告された。



## 2. 対象市町における事業概要

平成22年度地域力創造アドバイザー事業の採択市町および派遣アドバイザーは図表1-6に示すとおりである。また、次頁以下で、各市町における取組に係る詳細についてとりまとめている。

図表1-6 平成22年度地域力創造アドバイザー事業採択市町・派遣アドバイザー

派遣対象市町	地域力創造アドバイザー(敬称略)	事業テーマ
秋田県由利本荘市	イング総合計画(株) 代表取締役 斉藤 俊幸	由利本荘市第3セクター交流 促進再生事業
福島県西会津町	(株)ジェイティービー 常務取締役 清水 慎一	交流人口の増加で元気な町 に！プロジェクト
茨城県筑西市	(株)地域活性プランニング 代表取締役 藤崎 慎一	地域資源を活用した地域の活 性化と定住促進
石川県七尾市	伊賀の里モクモク手づくりファーム 代表取締役社長 木村 修	農地里山里海利活用エリア再 生事業
山梨県甲州市	東海大学観光学部観光学科 教授 屋代 雅充	フットパスを活用した景観ま ちづくりの推進
兵庫県加西市	食環境ジャーナリスト・食総合プロデ ューサー 金丸 弘美	ええもんあるで！加西の資源 を活かしたブランド戦略
岡山県奈義町	食環境ジャーナリスト・食総合プロデ ューサー 金丸 弘美	里芋復活プロジェクト 農業・商業・観光業が連携した 町づくり
山口県萩市	アイデアパートナーズ(株) 代表取締役社長 井手 修身	地域資源まるごと活用による 萩・地域力創造プロジェクト
熊本県天草市	地域力創造研究所 所長 佐藤 喜子光	交流人口の増加、新たな産業の 創出
宮崎県綾町	アイデアパートナーズ(株) 代表取締役社長 井手 修身	産業活性化施設の運営強化に よる経営黒字化と綾町の滞在 型観光まちづくり拠点事業
鹿児島県長島町	(有)オフィス フィールドノート 代表取締役 砂田 光紀	地域資源の掘り起こしと受け 入れ体制の構築
沖縄県糸満市	地元学ネットワーク 主宰 吉本 哲郎	元気に糸満・米須
沖縄県石垣市	(株)カルチャーアットフォーシーズンズ 代表取締役 中島 淳	いしがきスタイルの農商工連 携～新石垣空港開設までに取り 組んでおくこと～

( 1 ) 秋田県由利本荘市 ( 担当 : 商工観光部観光振興課 )

**事業テーマ : 由利本荘市第 3 セクター交流促進再生事業**  
 < アドバイザー : 斉藤俊幸 人口 : 89,555 人 財政力指数 : 0.37<sup>1</sup> >  
 秋田県由利本荘市では、市町村合併により多くの第 3 セクターが管内に存在することとなったが、経営は思わしくないのが実態であった。このようななか、アドバイザーの指導のもと、第 3 セクターの経営改善が図られている。

地域概要と事業目標

解決が必要とされた地域課題	平成 17 年 3 月に一市七町が合併し由利本荘市が誕生。合併当初から本市が出資する第 3 セクターは 9 社あり、設立の目的は地域の実情もありそのまま引き継がれ現在に至っている。しかしどの施設も経営状態は厳しく、このまま営業を継続しても赤字が膨らみ、将来的には立ち行かなくなる可能性も高い。特に、( 有 ) 天鷲ワイン、( 株 ) 鳥海高原ユースパークは、酒類や乳製品の外部市場における競合が厳しく、販売促進がうまく行かないことが大きな要因である。
事業の目的・目標	市内における消費拡大や新事業創出を行い、内需拡大による販路拡大を図り第 3 セクター再生を図る。 1 . 第 3 セクター現状分析と再生計画の立案 一般企業における再生策をまず第一に検討し、第 3 セクター再生になじむ方策を並行して検討する。 2 . 市内交流による内需拡大方策の検討 ワイン・乳製品の販売促進のために、あまり交流がおこなわれていない市内旧市町の交流ポテンシャルをアップさせることによる内需拡大で販売促進を目指す。 石窯ワイン会の開催 新商品開発の提案及び製造試験 3 . 大学等の連携による支援方策の検討 大学生の参加による内需拡大のための支援体制の確立を図る。特に学生参加による石窯づくりやピザづくり、ワイン、乳製品の消費拡大へと結びつけた内需拡大のための社会実験を実施する。

事業成果の概要

事業に関わる関係主体	地域の組織	再生対象組織 : ( 有 ) 天鷲ワイン、( 株 ) 鳥海高原ユースパーク 事業協力組織 : 国際教養大学
	外部協力者	井上弘司 ( 長野県 ) 地域再生診療所 守中成顕 ( 東京都 ) イタリア料理人 青木周一 ( 東京都 ) 酢醸造

<sup>1</sup> 人口は平成 17 年国勢調査、財政力指数は平成 18 年 ~ 20 年の平均。以下同様。

		藤原裕子（東京都）全日空客室乗務員 渡邊美智子（東京都） "
主要成果	< 事業のテーマに直接関わる点 > 石窯ワイン会による内需拡大で販売促進	
	< 事業のテーマ以外に派生した成果 > 英語合宿による冬季宿泊客の増加	
今後の展開	引き続き石窯を建設し、石窯ワイン会を実施しながら内需拡大を図る。また、英語合宿を定着させ冬季宿泊客の安定化を図る。	
今後の課題	アドバイザーから提案されたように売上の増加だけでなく、通常の維持管理費の縮減にも努める。	

### 事業における取組に係る詳細

#### (a)アドバイザーの活動経過

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
1	7	2	計画協議	市長・副市長表敬訪問、現地視察及び年間計画協議	
2	7	5	計画協議	石窯建設地協議及び3セク支配人会議講演。知事表敬訪問	
3	8	2	石窯建設	石窯建設の指導	
4	8	5	石窯建設	石窯建設とワイン会の打合せ	守中成顕
5	9	2	石窯ワイン会	石窯ワイン会(150人)	守中成顕
6	9	4	石窯ワイン会	石窯ワイン会2回(42人、25人)	守中成顕
7	10	3	石窯ワイン会	石窯ワイン会(36人)	守中成顕
8	11	1	3セク再生計画協議	3セク支配人と内容協議	
9	2	2	3セク再生計画提案及び酢製造試験	両副市長・3セク関係者・本庁・支所関係職員への再生計説明会及び酢製造試験	青木周一

#### 外部協力者のみ

1	8	2	ユースプラトール再生計画協議	施設視察及び体験プログラムによるホテル部門再生計画協議	井上弘司
2	12	5	酢製造試験	種酢仕込み	青木周一

(b)事業における主要な取組

石窯の建設

- ・平成 22 年度石窯を 3 基建設



ハーブワールド秋田  
に設置した第 1 号窯  
(西目地域)



花立牧場工房ミルジ  
ーに設置した第 2 号  
窯 (矢島地域)

酢製造試験

- ・アップル酢、プラム酢製造のための種酢製造試験



種酢製造試験の実施  
状況

(c)テーマに関わる主要な成果

石窯ワイン会(4回開催)

- ・ 9月4日 ハーブワールド 150人(大学と連携)
- ・ 9月27日 ハーブワールド 42人 (全日空客室乗務員)
- ・ 9月28日 ミルジー 25人 (全日空客室乗務員)
- ・ 10月26日 中直根 36人 (全日空客室乗務員)



「風土ふえすた」平成  
22年9月4日 ハーブ  
ワールド秋田にて

(d)事業をきっかけとして派生した主要な成果

石窯建設

- ・ 石窯ワイン会に参加した集落から建設要望 → 地域の活性化につながる

英語合宿

- ・ ユースプラトリーの冬季宿泊客減少の対策として英語合宿を企画
- ・ 4泊5日の定員30人、参加料29,800円で2回開催
- ・ 参加者の半数以上が県外からの参加
- ・ 講師は、国際教養大学の学生
- ・ 参加者には、大変好評
- ・ 春休みも、実施予定で定員に達している
- ・ 定期的実施することにより、冬季の宿泊客数の安定化



第1回英語合宿  
平成22年12月26日~30日  
ユースプラトリーにて

(e)今後の展開予定

石窯建設

- ・ H 2 3 も引き続き石窯を 3 ~ 4 基建設予定
- ・ 農林サイドでも数基建設予定

石窯ワイン会

- ・ 石窯ワイン会を開催してワインの消費拡大に努める
- ・ 石窯を活用してワインを飲むきっかけづくりに努める
- ・ 将来的には、市外からの観光需要も見込む

酢の醸造

- ・ プラムを活用してのプラム酢の製造
- ・ 特産のリンゴを活用してのアップル酢の製造
- ・ 酢を活用してのソース、ドレッシング等の製造

英語合宿

- ・ 長期休暇時に定期的に英語合宿を実施し、安定的に宿泊客を確保する

(f)今後の課題

(有)天鷲ワイン

- ・ 「もの」を売ることから付加価値の高い「サービス」を売れる会社へと体質改善することが必要
- ・ ネーミング、ラベルデザイン、容器等の検討
- ・ 設備（充填ライン等）のコンパクト化の検討
- ・ 思い切った経費の節減に努める（例えばゼリー、シャーベットの製造休止）

(株)鳥海高原ユースプラトー

- ・ 商品のダウンサイジング
- ・ アイスクリーム等の包装の簡素化
- ・ ユースプラトーの風呂及び暖房はボイラーを使用しているが、薪ボイラー併設とし光熱費の削減を目指す

<事業を終えての感想・意見：由利本荘市>

「第3セクターの再生」を図る目的で、石窯を活用しての市内交流による内需拡大を図り販売促進に努めてきた。石窯については、8箇所の計画であったが3箇所建設し、一流シェフが作るピザとの組み合わせで石窯ワイン会を4回実施、約250名参加しワインの消費拡大及びワインを飲むきっかけ作りをしたが、本市の土地柄や最近の傾向からワインを主に飲む人はなかなかいないと思うので、今後も石窯を活用してのワインを飲むきっかけ

け作りをしていきたい。

また、新商品開発及び製造試験（種油、米粉ピザ、酢等）については、プラムの種からの種油を搾ることについては、食経験が無いということから食物としての認可は困難との判断から断念し、プラム及びりんごを使用してのプラム酢、アップル酢の製造試験に取り組んだ。酢は、時間がかかるためまだ試験途中であるが、酢からはいろんな製品ができるということで、地域の方々も意欲満々であり、地域に元気が出てきている。

また、当初の計画にはなかったユースプラトーの冬季宿泊客の増加を狙っての英語合宿は、アドバイザーの提案により実施されたが、大好評で県外から多数の参加者が来るとは想像もつきませんでした。今後とも、国際教養大学の英語サークルの協力を得ながら冬季宿泊客の増員及び学生の長期休暇を活用しての合宿を計画すれば、年間を通しての安定化が図られ、赤字も減少していくと思われま。

そこで今年度の事業を踏まえ、アドバイザーの再生計画の提案を両副市長はじめ 3 セク  
の支配人、総合支所担当課長、本庁農業振興課、観光振興課の職員に説明いただいた。設備の縮小及び休止や経費の節減に努め、経営改善を図らなければ再生はないと強く指摘を受け、大方の意見として毎年同じ経営内容では、赤字が累積していくだけである。出来ることから試験的にでも実施して見なければ前に進まないの、ここをスタートラインにして、再生に向け実施の方向で検討することとした。外部から見た厳しい指摘を受け、市としても参考になった。

<アドバイザーからのコメント：斉藤俊幸>

### 第3セクター再生は社会実験で見えてくる



1市7町で広域合併した由利本荘市は神奈川県や東京都の面積の半分以上を有する広域な市となったが、新生由利本荘市は同時に9つの第3セクターを抱えることになり、うち7社が赤字、毎年合計1億円の赤字を抱えることになった。

年間1000万円の赤字を出す天鷲ワインと年間600万円の赤字のホテルユースプラトーの再生計画を立案することになり、社会実験で方向性を見出すことになった。みんなが現場の中で意見を話し合い、知恵や工夫を出し合うことが重要だと考えたからだ。

第3セクターは地域活性化を目指して設立された事業会社であり、地域の雇用を支えている役割があるためリストラをしないという大前提で取り組んだ。

国際教養大学生と社会実験で協働しユースプラトー再生が見えてきた。国際教養大学は国公立大学の入学難易度が全国第5位。本年度の入試競争率は24倍を記録、就職内定率も100%を誇る。この難関を作り上げたのは英語でのみ授業を行うことにある。日本の大企業はもはや国内市場だけでは生き残れない、国外で共同や競争をしないとグローバル採用を進めている。このハードルの高いニーズに対応できている数少ない大学が秋田県立国際教養大学だ。

ユースプラトーでは国際教養大学のポテンシャルを活用し高校1~2年生対象の英語合宿を行うことにした。国際教養大学生による英語の自立した勉強法のノウハウ、経験談を教えることにした。科目の習熟、訓練ではなく自立勉強法というノウハウの開示は注目を集めた。インターネットでの募集のみで全国の英語勉強法を知りたい高校生がこんなに簡単の集まってしまうことは驚きの他ない。まさに「英語王国秋田」というブランドが見えてきた瞬間だ。正月を挟む冬休みに4泊5日の合宿を2回実施し60名を集めた。さらに3月も既に定員30名に達した。5月の連休は7泊8日で計画中、夏休み時期と併せこの合宿を年間5回行くとユースプラトーの赤字は解消される。

天鷲ワインではワインの販路拡大を大都市に求めないほうがいいのではないかと協議した。価格競争、品質競争は体力がいる。そんな体力はこの3セクに持ち合わせていない。それより折角1市7町で合併した地域、この地域間交流を促進しワイン消費ができないものか。石窯を作り、ピザを焼きワインを飲む石窯ワイン会の社会実験を行うことにした。

石窯は自分たちで作ろうと真夏の暑い時期に私と市役所職員が中心となり作った。これを見ていた中直根(なかひたね)集落の皆さんは、我々ならもう少しうまくできる、材料費を出してくれれば我々が集会所に作るとの話になり、思わぬ形で住民協働型の石窯建設の手法が構築できた。ハープ公園、牧場、中直根集会所と3箇所作ったが、他の集会所でも作りたいとの要望があり、来年度も石窯建設を続行する。

石窯を作り、ワイン会をする。石窯ワイン会は収益事業だ。ワインの内需拡大をこのイベントで積み上げていくことが重要である。石窯の集積はクラスターでもあり“石窯クラスター”は観光誘客にも貢献するだろう。薪燃料で地域にお金が落ちる仕組みもできる。

3セク従業員は光熱費削減や設備のダウンサイジングに対する見識がなかったが、経費節減が赤字解消にとって大切だという共通理解が得られたのではないか。宿泊客がいないのに24時間入れる風呂が稼働している。整備した当時の最高級の瓶詰め設備を起動するのに多量の温水が必要で光熱費がかかる。こうした当時の設計思想をダウンサイジングすることが必要だ。

第3セクター再生は社会実験でその方向性が見えてくる。日本にたくさんある赤字の第3セクターは人口減少、高齢化の中で当時の設計思想を見直し、再生すべき時期に来ているのではないか。もう一度外部専門家を交え、検証してはどうかと思う。

なお、石窯ワイン会の開催においては全日空から地元出身の客室乗務員の無償派遣をしていただいた。御礼申し上げます。



(2) 福島県西会津町(担当: 商工観光課)

**事業テーマ: 交流人口の増加で元気な町に! プロジェクト**  
 <アドバイザー: 清水慎一 人口: 8,327人 財政力指数: 0.23>  
 福島県西会津町は地域が衰退する中、地域の特性を活かした活性化に向けた動きを作  
 っていくことが急務であった。アドバイザーの呼びかけにより多様な人が議論に参加す  
 る中、若者を中心としたグループが動き始めた。

地域概要と事業目標

解決が必要とされた地域課題	本町は若年層の流出を中心として過疎化が進み、急激な高齢化の進展や後継者不足などが顕著である。産業については、稲作を中心とした農業が基幹産業となっているものの、担い手の不足や高齢化により、年々従事者が減少している状況である。製造業については、小規模経営の企業が多く、近年の景気の低迷により、厳しい経営状況を強いられている。また、小売業についても人口の減少に伴い年々販売額が減少していることから、閉店に追い込まれる商店も少なくなく、商店街の衰退も顕著である。
事業の目的・目標	町全体の観光資源、既存施設の活用と誘客 本町にある自然、人、農村環境、施設を活用したツーリズムで、交流人口を拡大させ、経済や住民の心の活性化を図る 子ども農山漁村交流プロジェクトなどに参加することにより、子どもたちの歓声が聞こえる、そして若者が定着できる地域とする

事業成果の概要

事業に関わる関係主体	地域の組織	西会津元気グリーンツーリズム協議会 西会津町商工会 西会津町観光協会 (株)西会津町振興公社 若者プロジェクト(町内在住・在勤の若者)
	外部協力者	(株)JTB東北 坂口 純子 「観光を軸としたまちづくり」「地域づくり」
主要成果	<事業のテーマに直接関わる点> 西会津元気グリーンツーリズム協議会の今後の方向性の確認をすることができた。 アドバイザーからの紹介で、他市町村の取組みを参考にすることができた。 町内若者のプロジェクトチームを立ち上げることとなり、若者の人材育成、地域活性化に向けた具体的な取り組みについて検討するきっかけとなった。	
	<事業のテーマ以外に派生した成果> 各観光関係団体がそれぞれ独自に活動してきたが、各団体が他団体との連携の必要性を感じるきっかけとなった。	
今後の展開	若者まちづくりプロジェクト会議の継続と、他観光関係団体との連携実施。	
今後の課題	会議内で出てきたアイデアを具体的に進めていく方法と、それぞれの観光関係団体との役割分担。	

事業における取組に係る詳細

(a)アドバイザーの活動経過

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
1	8	1	町管理職との意見交換会	本町の活性化への方向性の確認	
2	9	1	町内若者との意見交換会	本町の良さ、魅力・活用法・ビジネスとする方法について意見交換	
3	9	1	・(株)西会津町振興公社との意見交換会 ・西会津元気グリーンツーリズム協議会との意見交換会	・振興公社の経営状況について意見交換 ・協議会の今後の方向性について意見交換	
4	10	1	・観光協会との意見交換会 ・若者まちづくりプロジェクト会議設立	・観光協会の年間計画についての意見交換 ・若者まちづくりプロジェクト会議設立について町長・副町長との打合せ	
5	11	1	商工会との意見交換会	商工会の実施計画、実施内容、課題についての意見交換会	坂口 純子
6	12	1	若者まちづくりプロジェクト会議	・「若者まちづくりプロジェクト会議」設立会（アドバイザー不在） ・グループ別検討会（アドバイザー不在） ・課題別各チームの今後の方向性について意見交換	坂口 純子
7	1	1	・西会津元気グリーンツーリズム協議会との意見交換会 ・若者まちづくりプロジェクト会議	・来年度の事業計画について意見交換 農泊の進め方について ・チームリーダー・サブリーダー・事務局発表会準備	坂口 純子
8	2	1	若者まちづくりプロジェクト会議発表会	課題別検討内容についての発表会	

## (b)事業における主要な取組

### 町幹部との意見交換会

- ・本町の良さ、魅力・活用方法・ビジネスとする手段について意見交換
- ・町の今後の地域づくりに対する方向性の確認を実施

### 町内若者との意見交換会

- ・本町の魅力・活用方・ビジネスとする手段について意見交換

### 観光関係団体との意見交換会

- ・現在の取組み内容、今後の方向性についての確認



観光関係団体との意見交換



西会津元気グリーンツーリズム協議会の取組み

### 西会津元気グリーンツーリズム協議会との意見交換会

- ・現在の取組み内容、今後の方向性についての確認
- ・他市町村のツーリズムに関する取り組みについてのアドバイス
- ・他市町村の取組みを参考に、農泊の推進を実施  
(農泊セミナーの実施、手続きの補助)

### 若者まちづくりプロジェクト会議の開催

- ・課題別検討会議の実施
- ・検討内容の発表会の実施



若者まちづくりプロジェクト会議合同発表会

## (c)テーマに関わる主要な成果

各観光関係団体のメンバーの思い、意見を話し合う機会となった。

- ・町が主体となっていた観光協会の関係者が、お互いに意見を交わすきっかけとなった。

西会津元気グリーンツーリズム協議会の今後の方向性が明確になった。

- ・アドバイザーの紹介から、グリーンツーリズムに関して同様に取組んでいる只見町を参考に、農泊推進についての方向性を明確にすることができた。

町内における課題別の検討をする場が構築された。

- ・町内若者との意見交換会をきっかけに、特産品、加工品開発、道の駅の売上アッププロジェクト、民泊を増やすプロジェクト、商店街の空店舗活用プロジェクト、体験プログラム構築プロジェクト、遊休施設、空家活用プロジェクト、まちじゅう観光企画プロジェクト（観光資源の発掘・見直し・イベント企画等）の6プロジェクトが立ち上がり、民間、行政職員がそれぞれにアイデアを出し合う場が構築された。

地域づくりに携わる若者の人材育成

- ・若者まちづくりプロジェクトが設立されたことにより、民間と行政の枠を超えた地域づくりに携わる町内若者の人材育成となっている。



若者まちづくりプロジェクト会議合同発表会での報告

#### (d) 事業をきっかけとして派生した主要な成果

観光関係団体が連携の必要性を感じるきっかけとなった。

- ・本事業をきっかけに設立された若者まちづくりプロジェクト会議と、西会津元気グリーンツーリズム協議会の発表会を実施した際、他課所管の「野沢まちなか再生プロジェクト」（町の中心地野沢地区の課題解決を目的としている）も合同で、現在の取組み内容についての発表を行った。商工会、観光協会、振興公社にも参加を依頼し、現在の取組み内容についての周知と、今後の方向性についての発表をした。町内でのそれぞれ独自で活動している内容を共有することができ、お互いに刺激となり、既存の観光関係団体との連携の必要性を感じる機会となった。

#### (e) 今後の展開予定

若者まちづくりプロジェクト会議の継続

- ・特産品・加工品開発 道の駅売上アップ
- ・民泊を増やす...グリーンツーリズム協議会との連携
- ・野沢商店街空店舗活用...「週替り蕎麦屋」の実施
- ・体験プログラム構築...グリーンツーリズム協議会との連携 ツリーハウスの設置
- ・遊休施設・空家活用...遊休施設の調査、活用方法についての検討
- ・まちじゅう観光企画...マニア向けイベントの実施等
- ・上記各課題について、関係団体との連携

西会津元気グリーンツーリズム協議会の子ども農山漁村交流プロジェクトに向けた受入体制の整備

- ・農泊の推進 農泊セミナーの開催、開設手続きの補助
- ・体験プログラムの構築、整備
- ・モニターツアーの実施

(f)今後の課題

若者まちづくりプロジェクト会議で出た案の具体化

- ・財源確保
- ・組織化 既存の観光関係団体との役割分担
- ・継続性

西会津元気グリーンツーリズム協議会

- ・農家への農泊推進啓発
- ・役員以外の会員の役割

観光関係団体の連携

- ・町全体の観光振興計画に基づいた役割の明確化

< 事業を終えての感想・意見：西会津町 >

アドバイザーに来ていただき、観光関係団体との意見交換を主に実施してきました。会議終了後に参加者から共通して出た意見としては、今まで地域づくりに対する意見を交わす場がなかったということでした。各関係団体と1回のみしか意見交換は出来ていませんが、本事業は町の将来について考えるきっかけとなりました。

本事業をきっかけとして設立された、若者まちづくりプロジェクト会議は、若者がこの町に今後住み続けるため、この町の魅力を活かし活用する方法について検討しています。課題別に検討することで、具体的なアイデアが出されています。若者がアイデアを出すことにより、町民も影響を受けている感じが感じられます。1年間の本事業では、目に見えた成果や効果がでていませんが、アドバイザーに来ていただいたことにより、他人任せではなく、自分たちで町を活性化させていかななくてはならないという意識づけになったように思います。

今後は、出てきたアイデアを「いつ」「どのように」「誰が」「実行するか」という具体化する手段・方法が、最大の課題であり、一年という期間は、具体化するための十分な時間ではありません。設立されたばかりのプロジェクトを継続していくため、今後もアドバイザーからのご指導を頂きたいと考えております。

また、現在町には、観光協会、商工会、農協、西会津元気グリーンツーリズム協議会、(株)西会津町振興公社、野沢まちなか再生プロジェクト等様々な既存の観光関係団体が存在しています。本事業で立ち上がった若者まちづくりプロジェクト会議と連携させ、町一体となった活性化を継続して実施していくための組織づくりも重要な課題です。今後、組織づくりについても、アドバイザーから助言をいただきたいと考えております。

<アドバイザーからのコメント：清水愼一>



アドバイザー制度などの専門家派遣事業は、地域振興や観光振興の具体的な推進のための事業として総務省に限らず各省庁で実施されているが、このやり方には限界があると考えられる。なぜならば単年度の数回の派遣指導では短期的な成果のみを追求するあまり、特産物や着地型商品開発など表面上の話題づくりに終始するケースが多く、地域にとってもアドバイザーにとっても不満が残る結果になるからである。このような事業にとって一番大事なのは、アドバイザーにしる行政にしる「結果に対してどれだけ責任を取れるか」ということであり、「成果をどのように持続させることができるか」ということである。

このようなことから、私としては外部アドバイザーの役割として「地域住民が主体になった持続的で自立的な活動の仕組みをつくる」と認識している。その仕組みづくりに不可欠なのは具体的には、関係者間の合意形成、持続的自立的ビジネスモデルの開発構築、持続的で自律的な住民活動の推進であり、これらを実施するにあたり重要なのは「住民や団体が一緒に議論したり活動したりする場の確保」と「現地リーダーの育成確保と育成中のバックアップ」であると考えている。

西会津町に対しては、このような基本的なスタンスの中で、アドバイスを行い具体的な活動の取り組みを行ってきた。

また、アドバイスや活動をするにあたって町長や関係者には、全員が縦割り業務にかかわりなくアイデアを出すこと、出されたアイデアを関係者はできるだけ実現することの2つのお願いをして進めることにした。現状の西会津においては、なかなか自分の意見やアイデアを出す機会が少ないだけでなく、遠慮してものを言えない雰囲気蔓延しており、住民や団体関係者から西会津の活性化のために必要な意見やアイデアをしがらみや縦割りの呪縛を乗り越えて「引き出す」ことが不可欠だからである。そのために、アドバイザーとしては、町長、JA、商工会等が対立・反対しないように調整や意見交換を行うことに時間を割いた。

「引き出し」の場として、若者塾を作り6つの班に分かれ何をすべきかについて検討を行い、最終回に、町長をはじめとした町の重鎮の見守る中発表を行った。その中で、比較的熟度の高いアイデアも引き出すことができた。

アイデアの中で、最も具現化に近いのは、空き店舗を活用したそば屋であると考えられる。まだまだ地域全体としての動きにはなっていないが、小さな成果を見せていくことにより、少しずつ意識を変えてもらえればと考えている。

平成23年度は町独自でこの事業を続けるための予算措置をしているので、私としては引き続きお手伝いするつもりである。

(3) 茨城県筑西市 (担当: 企画部企画課)

**事業テーマ: 地域資源を活用した地域の活性化と定住促進**  
 <アドバイザー: 藤崎慎一 人口: 112,581人 財政力指数: 0.777>  
 茨城県筑西市は、合併後の新市の活性化に向け、新たな目標、方向性を明確にして動きを起こしていく必要があった。このような中アドバイザーが指導したワークショップのメンバーを中心に、3つのグループが形成され具現化への活動が始まった。

地域概要と事業目標

解決が必要とされた地域課題	<p>筑西市は平成17年3月に合併して誕生したが、近年、年間約1,000人のペースで人口の減少が続いており、深刻化している。(減少数: 県内ワースト2位)。</p> <p>同時に、若者の首都圏など大都市部への流出も顕著となっており、市では人口減少対策や定住促進対策が喫緊の課題となっている。</p> <p>一方、大型店の撤退や中心市街地の空洞化も目立ち、近年、市民の買い物や娯楽行動は市外県外に大きく依存するなど、かつての賑わいは見られず、市域全体の経済活動が停滞し閉塞感が漂っている。加えて、筑西市は農業特産物や歴史・文化資源等はあるものの十分に活用・PRされておらず、まちの魅力が効果的に情報発信されていない。このため、来街者の減少傾向が続いており、まちの衰退が懸念されている。</p>
事業の目的・目標	<p>人口減少対策や若者などの定住化を促進していくため、従来型の行政施策だけでは不十分であり、これを補完していくため、自然豊かで古い歴史や伝統文化が息づく本市独自の地域資源を活用し、市民協働型の地域活性化事業への新たな取り組みを通じて、市民はもとより、市外・県外の人をひきつけるような魅力あるまちづくりを進め、人口減少の歯止め、交流人口の増加、定住促進を図る。</p>

事業成果の概要

事業に関わる関係主体	地域の組織	事業推進に直接関わった組織団体等はないが、ワークショップメンバーの確保に当たり、JA、下館商工会議所、筑西市商工会、下館青年会議所等から協力をいただいた。
	外部協力者	<p>武田斉紀(ブライツサイド㈱代表取締役、ブランド構築・商品開発支援)</p> <p>今村まゆみ(街づくりカウンセラー、元じゃらんガイドブック編集長、マスコミに向けた効果的なPR手法)</p>
主要成果	<p>&lt;事業のテーマに直接関わる点&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域づくりの人材育成・組織化</li> <li>・地域資源の発掘、地域の強み・弱みの検証、地域ブランド戦略の必要性</li> </ul> <p>&lt;事業のテーマ以外に派生した成果&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域活性化事業への取り組み意欲の高まり</li> <li>・市民交流の推進</li> </ul>	
今後の展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域活性の人材育成と組織づくりが図られ、次年度は具体的な活動を展開する。</li> </ul> <p style="text-align: center;">地域資源の情報発信(HP、ロケ誘致)      特産品開発</p>	
今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・次年度事業の具体的な計画づくり</li> <li>・活動経費等の確保</li> <li>・地域活性化事業の市民への認知</li> </ul>	

事業における取組に係る詳細

(a)アドバイザーの活動経過

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
1	8	1	マーケットニーズと全国の事例による「観光まちづくりと地域活性」 筑西の強み・弱みの再発見と整理	セミナー 第1回ワークショップ	
2	9	1	「ターゲットへのアプローチ」 ～筑西のどこを案内するか～	第2回ワークショップ	
3	10	1	「地域のあるべき姿、課題について」	第3回ワークショップ	
4	11	1	「具体的事業の抽出について」	第4回ワークショップ	
5	12	2	～「筑西のブランド」を確立するために～ “魅力的”で“他にない”1行コンセプトを創る！	セミナー 第5回ワークショップ	武田育紀
6	1	1	「ロケ誘致について：ロケ地候補地を探そう！」	第6回ワークショップ	
7	3	1	「マスコミも来訪者もファンになる話題づくりとPR」	第7回ワークショップ	今村まゆみ

(b)事業における主要な取組

- 地域づくりの人材育成、組織化
- ・地域活性を目指す人材の育成・強化
- ・ワークショップ参加メンバーによる活動組織づくり

**人材育成の基本方針**

◆一番大切なのは、住民の自立

**「自ら考え、自ら行動し、自ら責任を取る」**

※住民の参加意欲とホスピタリティを高めるためにも、  
プロジェクトの**中心メンバーが本気になって、最後まで責任を持って取り組むこと**  
※当事者間のワークショップやインナー会議に時間をかけ、「参加すること」「徹底して話し合うこと」「失敗を繰り返しながらも汗をかいて実践すること」

《ワークショップを通して学ぶこと》

1. 「私たちはこうなりたい！」という強い意思と明確なビジョン
2. 強みを活かした、他に無いコンセプト
3. 効果的(実行性・継続力・話題性)なアクションプランと体制
4. 地域のさまざまな「強み」が連携しあうこと



地域資源の発掘と地域ブランド化へのビジョンづくり

- ・全国の地域活性事業の知識・情報習得
- ・「地域の強み・弱み」の検証
- ・「ターゲットへのアプローチ - 筑西市のどこを案内するか - 」での地域資源の再発見
- ・「筑西市はどうあるべきか、課題は何か」の検証
- ・「地域ブランドとは何か」での筑西市ブランドの考証
- ・「ロケ誘致」が果たす地域活性の役割認識
- ・「マスコミも来訪者もファンになる話題づくりとPR」での効果的なPR手法習得

(c)テーマに関わる主要な成果

地域づくりの人材育成・組織化

- ・セミナーやワークショップを通じて、地域活性事業に関する全国各地の情報や基本的な知識の習得し、「自分たちも早く取り組みたい」という参加メンバーの地域活性を目指すモチベーションや主体性が向上した。回を重ねるごとに、参加者の意思疎通が図られ、組織化への土台が構築された。



セミナー



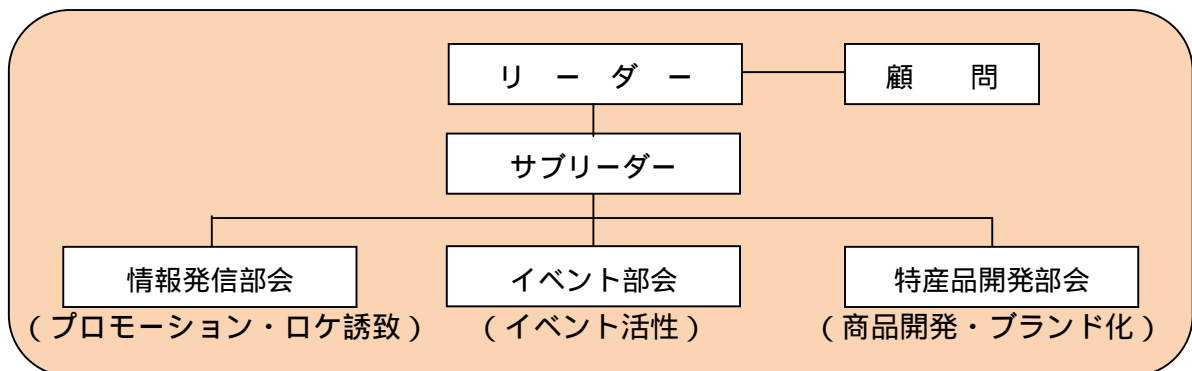
ワークショップ



グループ発表

- ・ワークショップを通じて目指すべき活動の方向性が具体化され、地域活性を実践する行動集団（グループ）として組織化が図られた。

【地域活性グループの体制図】



【グループの名称】(候補に挙がった以下の3案を含め、新年度活動開始までに決定していく。)

ちくたっぐ(チックタッグ)

市民が手を取り合い、タッグを組んでまちづくりをしていく意味。チクタク(時計)と掛け合わせてお互いに手を取り合い、時を刻みながら元気な筑西市を創造し

ていく。

筑楽歩（ちくらっぽ）

筑西を楽しく歩く意。大きなことを言う（肯定的にもとれる）。茨城弁でちくらっぽ＝「うそ」「本当？」の意味で、素敵なまちづくり活動をして驚かせるという意味。

ちくちく楽笑隊（ちくちくらくしょうたい）

「ちくちく」と「楽笑隊」の合体語。筑西を築く、合併前の旧4市町をちくちく縫い合わせる意味。楽しく笑顔で暮らせるまちづくりを目指していきたい（隊）。

地域資源の発掘、地域の強み・弱みの検証、地域ブランド戦略の必要性を認識

- ・毎回のワークショップで、アドバイザーの講義により、全国各地の地域活性事業の情報や地域活性事業に取り組むために必要な基本的な知識（マーケットニーズの必要性など）を習得した。

#### 【全国各地の地域活性事例】

伊勢志摩再生プロジェクト、宮崎青島再勢プロジェクト、十日町チーム「ごったく」、ステキ三ヶ日発信プロジェクト、成田空援隊、ほの国東三河口ケ応援団、津山ホルモンうどん研究会、飯田市ワーキングホリデー、富士宮市観光戦略プロジェクト、浜名湖えんためなど

- ・「筑西市の強み・弱み」を検証した結果、「強み」の部分では筑西市が誇れる地域資源にはどのようなものがあるか、再発見した。特に、合併して6年が経過した今日でも、市内の地域資源については知らないことが多く、そういう面での共通理解が図れた。また、「弱み」の部分からは、今後どうあるべきか課題も見えてきた。（「SWOT分析」）
- ・来訪者に対しての「筑西市のどこを案内するか」では、マーケットニーズからの視点で客観的に自分の地域を検証することができた。また、他地域にも同じような資源があり、他とはどこがどう違うのか、どこが誇れる部分かの分析が重要であることを習得した。さらに、おもてなしの視点でも、多くの課題が見いだせた。
- ・「地域のあるべき姿と課題」では、せっかくある地域資源でも情報発信側の認識が甘く、もう少し頑張ればさらに良くなることを理解した。特にあるべき姿では、農業の特産品を活かした筑西市独自の差別化を図れる食文化のあるまちや、行ってみたい・見てみたい・住んでみたいと思うまち（イベント満載、グルメ、花いっぱい）等で共通理解が図られた。
- ・「ブランドの確立」では、このまちというと何だと出てくるものがあり、行ってみたいとなるが、筑西市ではそういうものがすぐには出てこない。だから来訪者も少ない。これだというブランド確立の必要性が見いだせた。筑西市は何を売り、何を『ブランド』にできるか、ポイントがなんと何となく掴めた感じがした。
- ・「ロケ誘致」については、全国各地域がなぜロケ誘致に熱心に取り組むのか、地域活性に非常に効果的であることを認識すると同時に、ロケ誘致についての基礎的な知識や、受け入れる場合のおもてなしの面でも必要なものなどを認識できた。
- ・「マスコミも来訪者もファンになる話題づくりとPR」では、メディアの仕組み、

地域資源活用の基本、マスコミや来訪者を喜ばせるコツを習得した。特に、マスコミや来訪者を喜ばせるには、「へえへえほお～」と相手を納得させる事実とメリットを訴えるものが必要であることを認識した。

#### (d) 事業をきっかけとして派生した主要な成果

地域活性化事業への取り組み意欲の高まり

- ・ 全国の地域活性化事例を知る中で、「筑西もやらなければならない」、「今、自分たちがやらなければ筑西の未来はない」、「子供たちのためにも頑張る」と感じさせるほど、ワークショップ参加メンバーの地域活性化に対する意識改革（気づき）やモチベーションのアップが図られ、新たな行動集団づくりへの土台が構築された。
- ・ セミナーや広報紙等による本事業の紹介により、従来の行政施策に不足した地域活性化事業への取り組みの必要性や有効性が、市長をはじめ、市議会議員、市職員、市民へ広く浸透し、大きな理解を得ている。



WS後の情報交換会

市民交流の推進・一体感の醸成

- ・ ワークショップのメンバーは市域全体から参加しており、この事業を通じて、広く市民との交流推進が図られている。
- また、旧4市町合併から6年経過したが、市民の一体感の醸成にも大きな役割を果たしている。

#### (e) 今後の展開予定

本市の地域力創造アドバイザー事業は、地域活性を目指す人材育成と組織づくりに主眼を置いたものであり、具体的な活動成果は2年度目以降となる。今般、ワークショップ参加メンバーによるグループが結成され、目指すべき活動の方向性ができたことにより、次年度以降、次のような内容を中心に、具体的な地域活性化事業が展開され、活動成果を上げていく。

情報発信活動による市のイメージアップと知名度向上

- ・ 映画やドラマ、情報番組といった作品のロケ誘致を積極的に行い、マスコミに対しての広報体制の確立やロケ弁等の関連の事業化を目指していく。市と連携して、官民協働型のフィルムコミッション（筑西ロケーションサービス）を設置する。筑西市の地域資源、空間資源へのストーリー的付加価値づくりを行いながら、市のイメージアップと知名度向上を図っていく。
- ・ グループ自身の情報発信サイトを作り、筑西市の埋もれた地域資源や特産品の紹介などを行い、「わざわざ筑西市に行きたい」と思わせる、グループならではの魅力的なまちの情報発信活動を行っていく。

#### 特産品開発

- ・ワークショップを通じて、このまちに足りないものの一つが人を引き付ける“食”がないことが検証されたので、今日話題となっているB級グルメ等の特産品開発を行い、市民をはじめ市外・県外からの集客を目指す。わざわざ筑西市に來たいと思わせる商品開発を実践するとともに、コンスタントな売り上げ確保で今後の活動費の財源確保も目指していく。

#### イベント参加

- ・情報発信活動や特産品開発活動の紹介や新商品の試食を目的として、毎年開催されている市内の各イベント等に新たに参加し、各種団体等との連携を深め、イベントの活性化を目指していく。

#### (f)今後の課題

##### 次年度事業の具体的な計画づくり

- ・次年度は具体的な活動成果を出していくため、今後の活動の展開方針・方向性ができたことで、具体的な計画づくりが必要となる。また、各関係機関との調整も必要となってくる。

##### 活動経費等の確保

- ・次年度においては、より実践的な活動に入っていくため、引き続きアドバイザーによる助言が一層必要となってくる。また、具体的な活動を実践・展開していくことにより、次年度における活動経費等が膨らんでいくことから、係る経費の財源等の確保が大きな課題である。市予算での補助金の確保や関係団体の支援が得られるよう調整を図っていく。

#### <事業を終えての感想・意見：筑西市>

地域力創造アドバイザー事業のような地域活性化事業への取り組みは、今や地方自治体には欠かせない施策になってきている。今回、この事業は、本市の地域活性に大きなステップに活用できたと思う。市としても、地域活性のためには、従来の行政施策の型にはまらない柔軟な姿勢で、今後、こうした取り組みを行政の各分野でもっともっと導入していくべきだと痛感している。

市としてもできるだけ早い成果を望みたい。本事業は実はこれからが本番で、まずは結果を出すまでが重要だと思っている。大変期待されている事業なので、引き続きこの活動を支援していきたいと思う。

本事業のエントリーテーマは「地域資源を活かした地域活性化と定住促進」と大きい。1年間では成果を上げることが難しい課題であり、今後、この事業を継続して地道に取り組んでいくことによって、地域活性化や定住促進につなげていきたいと思う。

藤崎アドバイザーの地域活性の理念である「まちづくりはひとづくり」が、最後になって見えてきた感じがしている。事業開始前のアドバイザーとの綿密な打ち合わせが極めて重要であることを実感した。

藤崎アドバイザーの持つ情報やポテンシャルは人を引きつけ、ワークショップ参加メンバーや、本市に、地域活性化に対する大きなインパクト（意識改革）を与えた。メンバーの中には、「これまで、市や商工会議所など各種団体が行う様々なワークショップに参加してきたが今回はちょっと違う。本格的で非常に面白く、結果を出すまではやめるわけにはいかない。」と言う方もおり、各参加者の地域活性化へのモチベーションは非常に高まっている。

<アドバイザーからのコメント：藤崎慎一>



事業開始当初、地域の「弱み」を挙げた際に、“乏しい観光資源”、“市の知名度が低い”、“若者の働く場が少ない”など、行政に責任を求めるかのような発言があり、本問題に対する当事者意識の低さが伺えた。事業展開を“一過性”で終わらせないために、まずは行政に頼らない自立へ向けた住民のやる気を促す必要を感じた。

このため、ワーキングメンバーとして市内に住む様々な業種の人に集まっていたいただき、ワークショップを重ねてきたが、回を重ねるごとにお互いの信頼関係が強くなるとともに、地域活性化に対するモチベーションのアップと共通理解が図られ、新たな組織化、チームづくりへの土台が構築されてきた。

そして、市内にある地域資源の発掘により、筑西市の強み・弱みを分析する中で、新たな認識を共有するとともに、今後の地域活性化には、今ある地域資源をいかに活用していくかが重要なポイントであることや、筑西ブランド構築の必要性が再認識され、これから目指すべき活動の方向性が具体化されてきた。

しかし、ワークショップの活動が広く市民に認知されていない現状があり、地域活性化を目指した活動そのもののPRも進めていく必要がある。特に、閉鎖的な市民性がある中で、より大きな理解と協力が得られるようになっていかなければならない。

このためには、早急に本活動のチーム名称を定め、責任者や下記にある各部会のリーダーやサブリーダーを排出し、主体的かつ継続的な運営をスムーズに行える体制を整えることが必要である。同時に商品発表やイベントに向け“売り方、広め方”を検討、具体的なスケジュールを明確に示し、今後の活動イメージを共有してほしい。

市長をはじめ、市幹部はできるだけ早い成果を望んでいるが、本事業の中で忘れてならないのは住人に“気づき”を与え、主体性をもって取り組んでもらうことである。通り一辺倒の進め方では、何も変わらない。“どういう町にしたいのか”という目的を明確にし、住人自らが汗をかいて地域の良さを発見していけば、必ず注目されることを、アドバイザーとして強調しておきたい。

市役所の職員の迅速な動きをはじめ、地域の対応がしっかりしているので来年、再来年は確実に成果が出せると感じている。また、筑西市が目指そうとする姿に近い新潟県・十日町の事例を参考にすることで、さらに効率的に活動が期待できると思われる。

(4) 石川県七尾市 (担当: 産業部農林水産課)

**事業テーマ: 農地里山里海利活用エリア再生事業**  
 <アドバイザー: 木村修 人口: 61,871人 財政力指数: 0.508>  
 石川県七尾市の能登島は多様な資源を持ちながら、それが地域経済への活性化に結びついていなかった。このような中、アドバイザーの実践的な指導のもと、農場の再生、施設間の連携による魅力づくりなどの動きが形成された。

地域概要と事業目標

解決が必要とされた地域課題	能登島について ・能登島は、面積 46.7 k <sup>2</sup> 、周囲長 71.9km。一島で一町(能登島町)でしたが、H16年10月1日合併により七尾市の一部になりました。 能登島の課題、島内の人口減少、島内の産業が衰退
事業の目的・目標	はじめに、過疎と産業の衰退が課題になっている能登島を活性化するために、地域の持つ資源を再生し利活用するモデルを整備する。 合併により過剰となった旧能登島町役場等の公共施設、少子化により統廃合が余儀なくなった学校施設 観光入込客が減少している観光施設 マツタケ山再生事業を実施する里山 耕作放棄地再生をした農地

事業成果の概要

事業に関わる関係主体	地域の組織	七尾市、七尾市担い手育成総合支援協議会、(株)スギヨ P a P a 合同会社、戸田組(株)
	外部協力者	(有)平田観光農園、三共農園加賀フルーツランド、上村 脩蔵
主要成果	<事業のテーマに直接関わる点> ・木村アドバイザーによる講演会の開催 ・モクモク手づくりファームでの実践研修 ・検討会を通じた地域課題の洗い出し ・今後の推進計画の策定 ・次年度以降の地域力創造アドバイザー事業の予算化(市単独事業として継続)	
	<事業のテーマ以外に派生した成果> ・地域資源の再発見	
今後の展開	農林水産業・農山漁村に潜在する未利用資源を活用し、農山漁村に利益を還元し、地域で自立し産業として継続できる、能登島発6次産業化を創造する。	
今後の課題	・予定農園の規模の生産だけではそだけで大規模な産地化は不可能である。 ・加工や販売については、企画力、加工技術、営業能力が不足している。 ・公的な取り組みの下で、地域振興を推進する事業を実施する必要性がある。	

事業における取組に係る詳細

(a)アドバイザーの活動経過

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
1	7	2	第1回検討会 (現地把握)	七尾市内能登島地区にて、現地調査、農産物の生産現場、観光施設等をアドバイザーが把握	
2	8	2	第2回検討会 (人材把握)	基本計画案の提示、地域食の把握のため生産者直売場、地元スーパーマーケット、道の駅等の視察	
3	9	2	第3回検討会 (検討会の設置)	七尾市内能登島地区にて、現地調査、農産物の生産現場、観光施設等をアドバイザーが把握	先進地調査 平田観光農園 PaPa(田中)
4	10	2	第4回検討会 (先進事例からの再検討)	再生している農地の視察、計画推進委員会との打ち合わせ、事業計画の課題の洗い出し、解決策の検討	モクモク手づくり ファーム (上村)
5	11	2	第5回検討会 (農業と観光との連携)	先進事例調査及び第1回から第4回までの検討会での中間取りまとめ、具体的な事業採算性等について詳細な検討を行う。	先進地調査 モクモク手づくり ファーム
6	12	2	第6回検討会 (今後の推進計画の検討)	ここまでの検討結果を踏まえ、次年度以降の具体的な推進計画の内容について検討を行う。	
7	1	2	第7回検討会 (今後の推進計画の検討)	ここまでの検討結果を踏まえ、次年度以降の具体的な推進計画の内容について検討を行う。	
8	2	2	第8回検討会 (推進計画の策定と公表)	今後の推進計画を策定し、一般市民及びメディアに対して積極的なPRを行う。	先進地調査 モクモク手づくり ファーム

(b)事業における主要な取組

- 木村アドバイザーによる講演会の開催
- ・「飯の食える農村産業の創造」というテーマで、市内の一般企業や農業者を対象とした講演会を開催する。
  - ・講演内容は、(農事)伊賀の里モクモク手づくりファームが実践し、成功している農業の6次産業化についての講演。



木村氏の講演会

- モクモク手づくりファームにおける実践研修
- ・木村アドバイザーの講演を聞き、儲かる農業に興味を持った農業者、企業の方々と共にモクモク手づくりファームを訪問し、自らの目と体でモクモク流の考え方と理念を体感する。



モクモク手づくりファームでの視察

- 検討会を通じての地域課題の洗い出し
- ・農業事業に取り組む企業や能登島地区の農業者を中心に、地域の強みや弱みを話し合い、自分達の現状について分析。

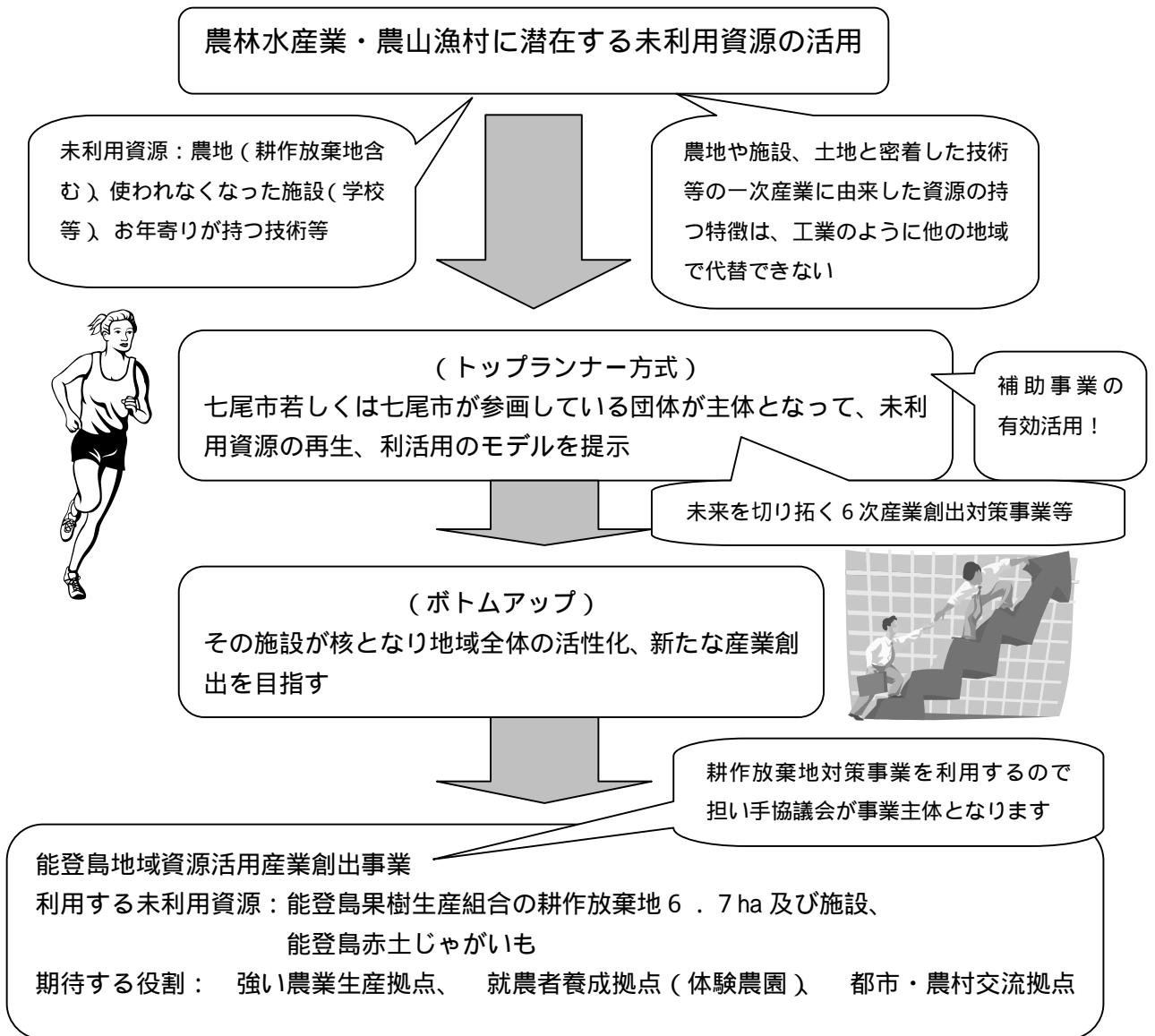


検討会

- 今後の推進計画の策定
- ・整備する農園を持続して経営するためにも、必要な設備投資や当面の収益の見込みについての事業計画書を含めた農園整備の推進計画を策定。



## 地域資源活性化モデル整備事業



### 考えられる地域資源活性化モデル整備事業の案

#### 中島地域資源活用産業創出事業

利用する未利用資源：旧中島農産公社の農場及び施設、中島菜  
期待する役割：需要量の増加している中島菜の生産拠点として再生

#### 七尾地域資源活用産業創出事業

利用する未利用資源：フラワーパーク施設（温室の活用）、崎山いちご  
期待する役割：フラワーパークの温室で、崎山いちご収穫体験ができる観光農園  
崎山いちごの苗で、生産組合が栽培指導

### (c)テーマに関わる主要な成果

実体験に基づいた講義により、農業における6次産業化についての理解と必要性を学ぶ

- ・農業の6次産業化を実践し、成功を修めている木村アドバイザーの実体験に基づいた成功事例の具体例を聞くことにより、儲かる農業について理解を深める。
- ・農産物の生産だけでは、産地間競争、流通競争においては、「品質」と「生産量」において、負けてしまう。農業者自身が「生産・加工・販売」までを実践し、商品をブランド化することで、利益を上げることができ、地域の発展につながることを認識する。

モクモク手づくりファームでの実践研修と先進事例調査

- ・実際に農業の6次産業化の具体例を体験することを目的にモクモク手づくりファームにおいて、体験学習を通じた実践研修を実施した。その結果、自らが「生産・加工・販売」を実践し、商品をブランド化する農業経営の手法を学び、その必要性について納得することができた。
- ・行政としても、魅力的、収益性の高い加工品への取組みを調査するために、果樹を主体とした観光農園で成功する(有)平田観光農園を訪問し、自分達が目指す農業経営についての知識を深めた。

検討会を通じて地域の課題を認識し、地域の将来について自ら考える。

- ・能登島地域の将来について危機感をもつ農業者や農業をビジネスとして捉え、事業の柱にしていくことを考える企業が集まり、農業の6次産業化を通じた地域興しについて考える。
- ・地域の強みと弱みを洗い出し、整理する。その課題を解決するうえで、農園がどういう役割を果たすのか、目指すべき農園がどのようなものかについて検討を行った。
- ・地域の将来像を実現するために自分達が今後、何に取組むべきかについての検討を行った。

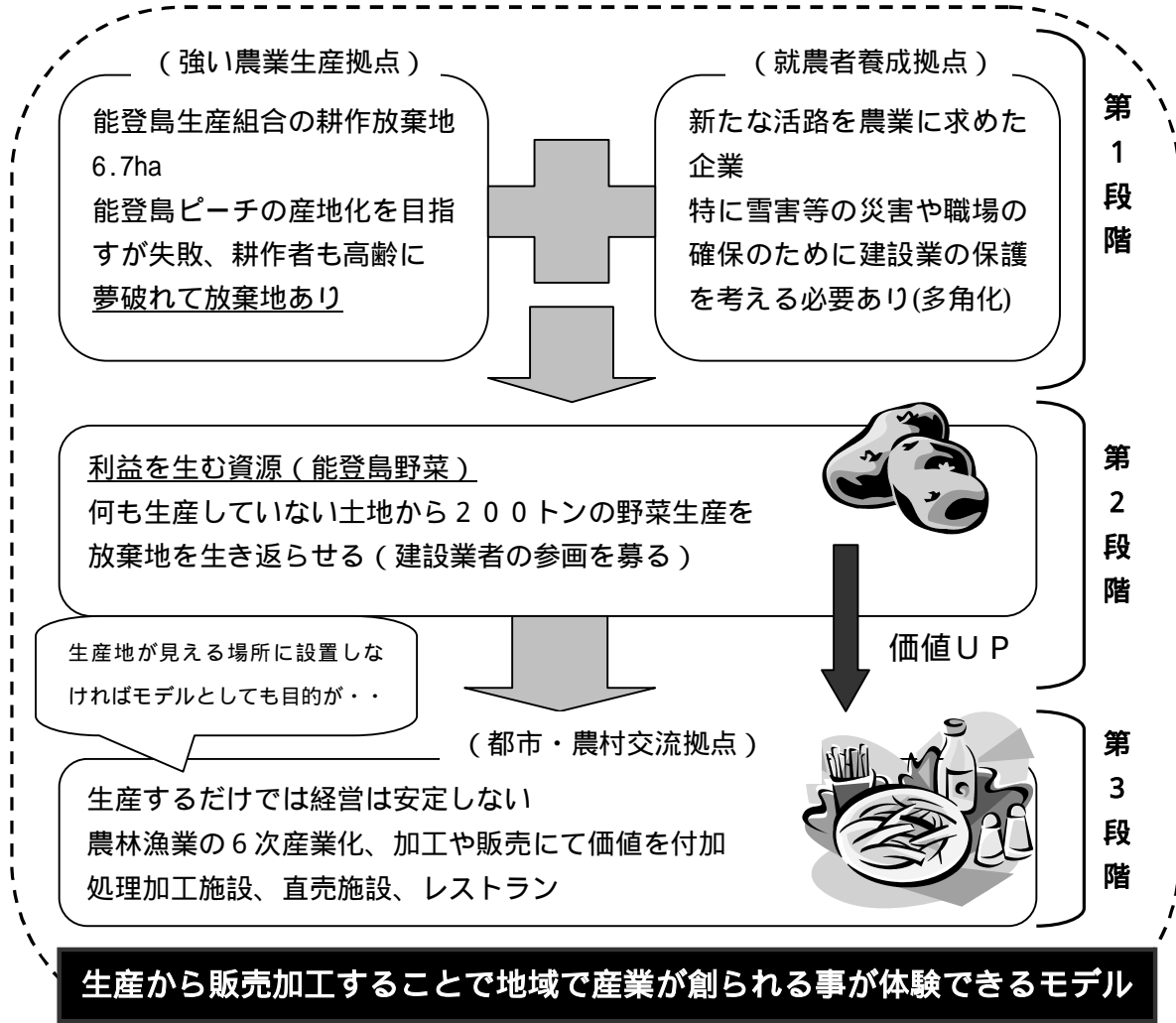
当面の事業計画書の立案

- ・農園は主体性を持った経営を行うためにも、民間出資による会社形式での運営を目指す。
- ・事業の有益性を判断し、民間出資を募るためにも、必要な設備投資や当面の収益の見込みについて試算した事業計画書を作成。

次年度以降における地域力創造アドバイザー事業の単独予算化と木村アドバイザーの継続

- ・本格的な農園の整備に向けて、次年度以降も単独予算化し、事業を推進する体制を整えた。
- ・今回のアドバイザー事業をきっかけに、来年度以降も木村氏とのアドバイザー契約を継続する。

能登島地域資源活性モデル



成功のモデルが地域を変える、地域が元気になる

地域の元気が七尾市を元気にする

モデル事業として今後必要となるもの

パンフレット等の説明用資料

HP等に荒地からどのように再生して農地になり、野菜が生産されていく過程が見られるように(七尾市HPに専用サイトの設定、ケーブルテレビの利用)

訪ねてきた人に取組みを紹介できる施設

(能登島支所、公民館に専用コーナーの設置)

(d)事業をきっかけとして派生した主要な成果

地域資源の再発見

- ・流行を追いかけるような特産品の開発は、一時的な事業で終わってしまい、地域ブランドには成長しない。自分達の普段の生活にある農産物や伝統的にその土地で作られてきた農産物が他者からは、価値のある資源でもあったりする。今回の検討会で「地域」を考えることによって、地域資源を見つめ直すきっかけになった。
- ・また、既存の地域資源を磨きあげ、付加価値を付けることによって、地元から圧倒的に愛される地域ブランドに育てあげることが可能であることを学んだ。

(e)今後の展開予定

継続的な農園整備

- ・アドバイザー事業と並行して進めてきた農園整備予定地における農地の再生事業はほぼ完了した。今後は、作付けに向けた水利の整備、通年の生産を目指したビニールハウスの建設、来客（観光客）用のトイレの整備を進めていく。
- ・また、体験を可能とする簡易な加工施設や農場で生産する農産物や加工品を食べることができるレストランの整備を検討する。

地域コーディネーター等の人材育成

- ・農場で生産する農産物の価値を消費者に知らしめる手段として、体験メニューを提供する。消費者のニーズに沿った体験メニューや農産物の価値を的確にPRする効果的な体験メニューを企画立案できる人材の確保と育成が必要である。
- ・和倉温泉、能登島地内の観光施設、企画する体験メニューの情報発信が重要である。また、観光客に対するサービスの案内、申込みの受付、宿泊の紹介、不測のトラブルへの対応といったフォローも重要である。これらの一連のサービスを総合的に管理・運営する組織づくりとコーディネーターの育成を行っていく。

事業化に向けた連携強化

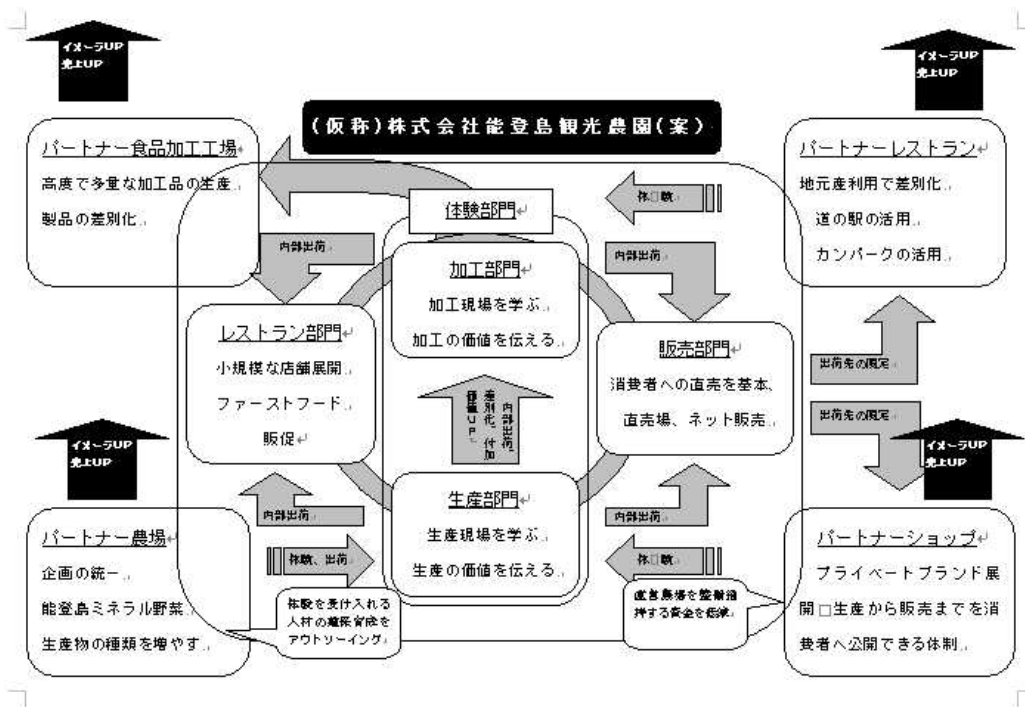
- ・整備する農園だけでは、大規模な生産は不可能である。また、加工や販売においても、企画力、加工技術、営業力が不足している。そのため、過大な設備投資を避け、当面の経営コストを抑制するためにも、

生産については、当事業に賛同する市内の協力農家と共に必要な生産量を確保する。

加工、販売については、市内の食品加工業と提携して、商品を開発する。

- ・「生産・加工・販売」が一部の企業、一部の地域で完結するのではなく、市内の農家や中小の食品会社が連携し合う形で、農業の6次産業化を実践する体制を整える。

## 観光農園の事業案



### <事業を終えての感想・意見：七尾市>

農林水産業・農山漁村に潜在する未利用資源を活用し、農山漁村に利益を還元し、地域で自立し産業として継続できる、能登島発6次産業を創造する。このコンセプトに基づき事業を展開し、来年度予算の見通しも出来、引き続き事業を進めていきます。

農地里山里海利活用エリア再生事業については、農地再生が完了しただけであり、目的である、自立した産業の創造のためのスタートラインに着いたばかりです。

木村アドバイザーには、遠い能登まで毎月来ていただき大変感謝しています。しかし、木村アドバイザーの得意分野である、収益の出る事業化については、今から始まるので、一年間アドバイザー事業の申請は早かったのではないかと感じています。

来年は、市単独の事業として「地域力創造アドバイザー事業」を予算化して、引き続きアドバイザーとして木村社長をお願いする予定です。

アドバイザー事業での要望ですが、人づくり地域づくりが一年間で成果があがるのではないと感じています。成果を期待するならば複数年の事業化が必要と考えます。

<アドバイザーからのコメント：木村修>



お疲れ様です。今回の感想を述べます。私がいつも思うのが、行政サイドが地域の活性化を主導的に行う場合、何が重要かと言えば、まずアドバイスを受ける側の地方行政がどれぐらいの"思い"を持っているかどうかです。その思いとは、プロジェクトに関係する行政マンたちが、「どげんかせんと、いかん」という切迫した危機感、「こげんことをしたい」という具体的情熱を持っているかということです。すべての行為は人の成せる業であるからです。人が全てなのです。もう少し具体的に言いますとまず担当者にその思いがあるかどうかです。担当者が大事です。担当者が事務的な仕事を処理する程度の思いしかもっていないとしたら失敗します。担当者は執念を持つぐらいの人が必要です。

次に担当者をサポートする上司の理解です。そして最も重要なのは首長の決断です。実はこちらが問題なのです。私も過去何回も経験したことがあります。最終の首長の段階で頓挫してしまうことです。変えなくてはならないと言っていた首長本人が、一番の足を引っ張る人になるという現実です。いかなる理由はあるとしても首長は責任ある決断をしなくては活性化の成功に繋がりません。いつもながら絵に描いた餅になる結果に終わるのです。今回の七尾の場合は、担当者が具体的な事業プランと情熱を持っていることと、上司の理解、協力が得られていること、そして首長の実行への決断が確定していることから、今回のプロジェクトは成功する確率が高いと思います。

次に重要なのは民間人へのアプローチです。行政側の体制は出来上がりましたが、実際に事業を実行する民間人の登用です。ここでの問題は、行政が民間人をプロジェクトに参加募集をする場合は、公平という観点から、総花的に行うことです。そうすると従来通りの建前的な団体や組織になり、強い遂行力のある部隊にならないのが常であります。そこで、私の実行部隊のつくり方は、選択と集中という言葉があるように、本当にやる気のある人を探し、見つけ、その人たちを集中的に応援することです。今回の場合も、地元の企業や有力者を個別に訪問したり、話し合いをして実現可能な組織づくりを行いました。その時に参加を促すに必要なのは担当者の情熱と具体的な事業説明なのです。行政側の強い思いと民間側の共感が二つに重なって強い実行力のあるプロジェクトに形作られるのです。

今回の私のミッションは、能登島の活性化プランづくりとその実行部隊づくりでした。その活性化の目玉的事業に能登島の先達が夢に終わった果樹園を新しい形の農園に再生することです。その最終再生プランは北陸能登半島らしく「和」のテーストを持った果樹、野菜、穀物などを生産、加工、販売する農業の六次産業化をテーマにした体験型の農園づくりになりました。農園整備にはすでに着手して、来年度は具体的実施設計に入ります。また、この設計作成には、実施部隊の民間も加わり、より実現可能な体制づくりになります。この農園が能登島の活性化の起爆剤となることを願っています。

もうひとつ、能登島の既存施設の有機的連携の体制づくりも活性化プランのひとつです。水族館、ガラス美術館、温泉施設など数多くの観光施設がありますがそれらを結びつなげる体制ができていません。そこで、今ある道の駅をリニューアルして、インフォメーション機能を持たせ能登島の玄関口にして情報発信基地とします。そこに島のイベント企画、観光プロデュースできる人材を配置して、道の駅のレストラン、物販も地産地消型の魅力ある情熱拠点づくりにする計画です。この計画はできましたが実現への体制は未知数です。

いずれにしても、来年度も何らかの形で、アドバイスを要請されていますので、微力ながら能登島の活性化に役に立てればと思っています。

( 5 ) 山梨県甲州市 ( 担当 : 政策秘書課 )

**事業テーマ：フットパスを活用した景観まちづくりの推進**  
 <アドバイザー：屋代雅充 人口：35,992人 財政力指数：0.56 >  
 山梨県甲州市では、合併以前の勝沼町においてフットパスを活用したまちづくりが実践されていたが、アドバイザーによる普及啓発活動を通じて、新市全域の住民がフットパスの重要性に係る共有意識の醸成がなされてきた。

地域概要と事業目標

解決が必要とされた地域課題	持続可能なまちづくりを支えるため、また、豊かな自然、果樹環境や市民の手により培われた優れた歴史・文化環境や美しい景観を守り、育てて、その魅力を一層高めることが必要とされている。 その主要課題の一つとして、景観法の適用を考慮した景観の整備、規制、誘導方針や歴史まちづくりの推進策などの施策とその方針づくりとともに、景観形成や歴史文化まちづくりに関わる市民参加活動の支援策、市民主体の推進体制や手続き、基準や審査などの具体的な施策化が求められている。 景観を形成するほとんどが甲州市の基幹産業といえる農業の果樹園であるが、農業従事者の高齢化や担い手の不足による農業人口の減少や、農業離れの進行とともに、耕作放棄地が目立つようになり、病虫害被害や鳥獣による被害の温床となるなど、深刻な課題となっている。こうした状況は、景観上も大きなマイナス要因となっているため、農業景観の保全による農地保全や、里山の管理保全も重要な課題となっている。
事業の目的・目標	<p><b>【目的】</b>                  甲州市には、市内の遺跡等の歴史資源を巡るウォーキングコースやフットパスコースが設定されており、身近な「ふるさとの景観」を楽しむ場として市民や観光客に親しまれている。美しい景観を楽しみに訪れる来訪者数の増加と市民の満足度を上昇させるために、良好な景観形成を促進する。</p> <p><b>【目標】</b>                  都市的景観ゾーン、果樹園景観ゾーン、歴史的景観ゾーン、自然景観ゾーンに分けたフットパスづくりを通じて、甲州市の景観をより魅力あるものとする。具体的にはアンケート調査の実施により、良好な景観だと感じる市民や来訪者を20%増加させる。                  歩く景観まちづくりに多くの市民が楽しんで参加することで、景観に対する市民意識の醸成や景観まちづくりへの波及効果を高めていく。</p>

## 事業成果の概要

事業に関わる関係主体	地域の組織	ふるさと景観フットパスプロジェクト 景観計画策定のワークショップとして位置づけ、構成員に「景観計画策定審議会委員」「ある～くこうしゅう実行委員」「歴史景観を活かしたまちづくり研究会（市職員研究チーム）」により構成
	外部協力者	大山 勲 山梨大学大学院工学部准教授
主要成果	<p>&lt;事業のテーマに直接関わる点&gt; 実際に良好な景観を体験できるフットパスルートを設定することを目的としてまちを歩き、新たなルートの設定案を作成することにより、景観形成をより身近で、具体的に捉えてもらうことが出来た。</p>	
	<p>&lt;事業のテーマ以外に派生した成果&gt; 耕作放棄地の整備着手、及び景観植物の栽培着手。 身近で見逃していた史跡等の価値を再認識、識積極的な保全、活用計画の必要性の認識。</p>	
今後の展開	新規フットパスルートの設置と既存のルートとの統一的管理及び活用を行い地域力向上の基盤とする。	
今後の課題	新規フットパスルートの駐車場や休憩所の整備。 景観条例など保全の制度づくり。	

## 事業における取組に係る詳細

### (a)アドバイザーの活動経過

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
1	8	1	松里地区現地調査	事業の目標と取り組みについてと恵林寺周辺の資源調査と調査のまとめ	
2	9	1	甲州市資源発掘	委員が持ち寄った資源を発表してもらいたからものマップを作成	
3	10	1	玉宮地区現地調査	玉宮地区の資源調査と調査のまとめ 景観に関するレクチャー	
4	11	1	大和地区現地調査	大和地区資源調査と調査のまとめ 景観に関するレクチャー	大山勲
5	12	1	フットパスルートづくり	資源調査した地区のルートづくりのための検討会 景観に関するレクチャー	
6	1	3	神金地区現地調査	神金地区の資源調査と調査のまとめ 景観に関するレクチャー	
7	2	1	シンポジウム開催	「甲州市の個性ある景観を守り育てよう」を開催	大山勲



## (b)事業における主要な取組

屋代アドバイザーによる景観についてのレクチャー開催

- ・ 8月22日(日) 甲州市全体の景観構造について
- ・ 10月23日(土) 景観とまちづくり(1)
- ・ 11月27日(土) 景観とまちづくり(2)
- ・ 12月18日(土) 空間の歓迎表現とホスピタリティー(もてなし)
- ・ 1月23日(日) 景観評価とアフォーダンス(行動可能性)
- ・ 1月23日(日) 景観と色彩



アドバイザーによるレクチャー

「甲州市の景観」の発掘を行う

- ・ 良い景観、悪い景観、好きな景観、嫌いな景観を皆で持ち寄りマップを作成する
- ・ 実際に歩いて発掘する。

景観を活用したフットパスルートづくり

- ・ 景観を楽しんでもらうためのフットパスルートを考える。
- ・ 実際にフットパスルートを歩いてみる。



発掘した景観を地図上に貼り込み

景観の保全、育成、改善方法の検討

- ・ フットパスの観点から良好な景観の保全、育成及び改善するための方法を考える。
- ・ フットパスを通して景観づくりに関わっていくための取り組みを考える。

## (c)テーマに関わる主要な成果

ふるさと景観フットパスプロジェクトへの参加者の景観についての意識が向上

- ・ 景観形成の多様性や重要性について認識を高めることができた。
- ・ 景観形成の具体的な取り組みについての学習が出来た。



現地調査

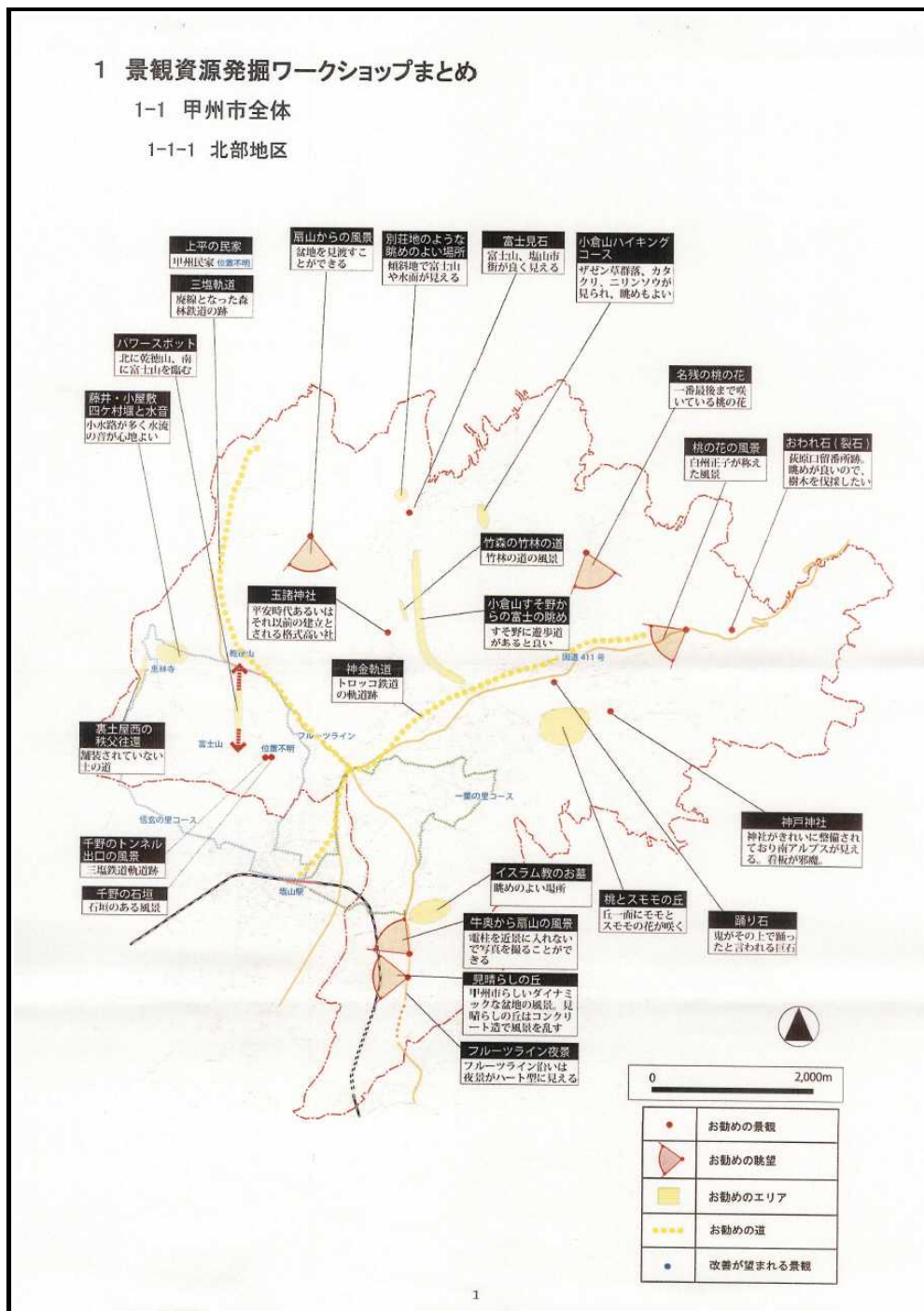
地域資源の発掘及び景観マップの作成

- ・好きな景観、嫌いな景観という観点ら、参加者の好きな景観や嫌いな景観が把握することができ、参加者も日頃意識しないで見ている日常の風景を景観として認識するようになった。
- ・甲州市の景観マップの作成が出来た。



景観マップの作成検討

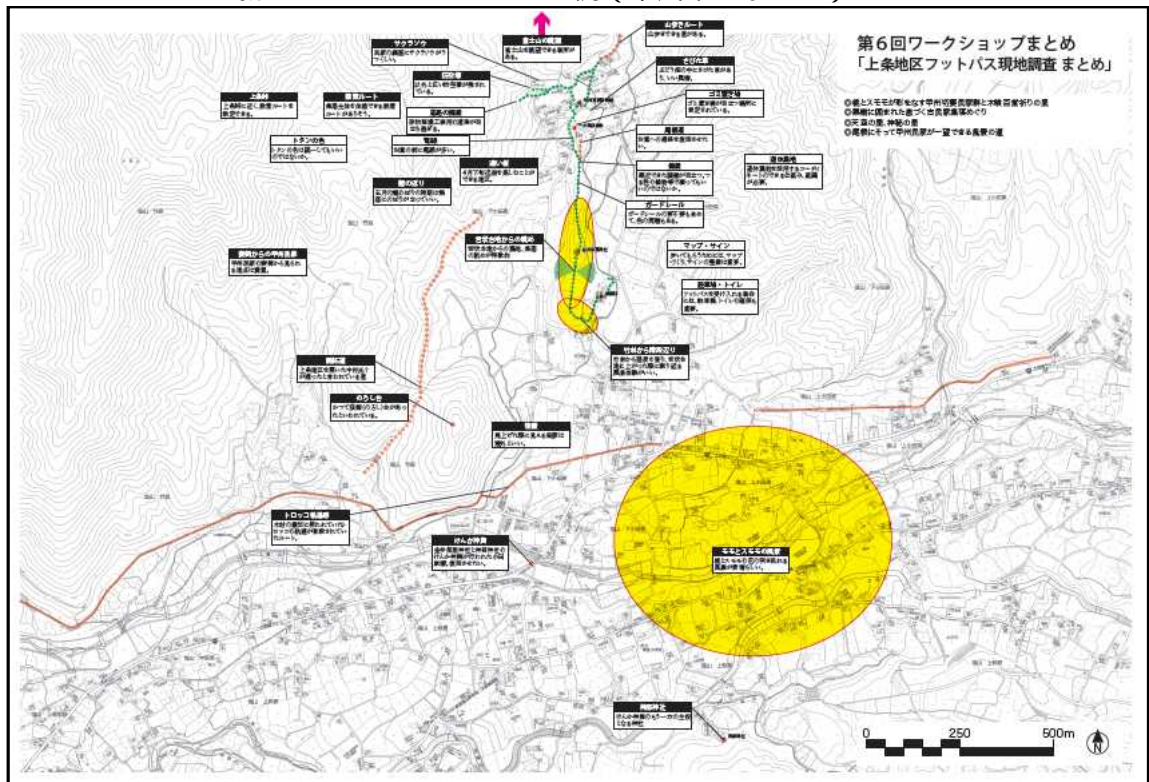
景観マップ例（甲州市北部地区）



### 新たなフットパスルートの開拓

- ・玉宮地区、大和地区、神金地区について、ワークショップとしてアドバイザーとプロジェクトの委員とで現地を実際に歩いてみながら調査を行いルートの検討を行った。歩いてみると普段見過ごしていたものが見えてきて、ちょっとした石仏等にも意外な由来があることや、市民みんなが知っている神社仏閣も改めて歴史背景などの説明を受けながら見ることにより、価値観が変わってきた。また、地元のお年寄りの昔話なども聞きながら、その場所や地域の昔からのストーリーを思い描きながらそれをルートにどのように活かすかを参加者で考え、ルートを作成した。

### 新たなフットパスルートの例（甲州市上条地区）



### 景観シンポジウムの実施

- ・2月20日に甲州市勝沼市民会館にて「甲州市景観シンポジウム」を開催し、基調講演「フットパスを活用した景観まちづくり」をテーマにアドバイザーである屋代雅充氏に依頼しその後、外部協力者である山梨大学大学院准教授で、甲州市景観計画策定審議会委員長でもある大山勲氏にコーディネーターを勤めてもらい、パネルディスカッションを、景観フットパスプロジェクト委員の中から3名にパネラーになってもらい、アドバイザーの参加も得て実施した。



景観シンポジウム

(d)事業をきっかけとして派生した主要な成果

市民へのフットパスの浸透

- ・フットパスルートを設定していない地域の住民へのフットパス活用の意識が向上した。
- ・今回のプロジェクトで現地調査が出来なかったところでもフットパスを活用して地域資源の発掘をしていく仕組みが醸成できた。
- ・ハイキングコースやウォーキングコースをフットパスの観点から再度検証してフットパスとしての活用方策を検討することができた。

フットパスから景観形成そしてまちづくりへ

- ・甲州市の活力あるまちづくりに向けて、フットパスコースの設定を地域住民が取り組むことにより、地域資源の再確認につながった。そうした地域資源の保全のためには、景観形成が必要不可欠であり、そういう活動に地域住民が協働して取り組んでいくことがまちづくりに繋がっていくという循環を、参加者一人ひとりが身近に感じられるようになった。

耕作放棄地などへの選考した取り組み

- ・プロジェクトに参加し、地域を歩いて気になった耕作放棄地を解消し、保全管理のため、景観上も有効であるそばの栽培に取り組もうという試みが生まれるなど、すでに身近な景観保全の取り組みが始まっている。

(e)今後の展開予定

フットパスの手法から景観形成を行う

- ・フットパスのまち歩きを通して甲州市特有の景観、残していくべき景観、また改善が必要な景観をはっきり認識をしてもらい、平成 23 年度中に景観計画を策定し景観条例及び屋外広告物条例の施行を行い、当市の景観形成の方向性を位置づけ、その保全、育成にむけて規制と誘導を図っていく。

フットパスルートを統一的に管理運営する

- ・新規に開拓したフットパスルートの活用に向けて整備すると共に、既存のフットパスルートや、以前から構築してきたウォーキングコースやハイキングコースについても、統一的なフットパス及びウォークウェイとして管理運営していけるように、整備やPRやマップの作成を行っていく。
- ・市特有のサイン等特色があり、選択しながらいろんな要望に対応できるレパートリー豊かなフットパスのまちの構築を図る。

(f)今後の課題

新設フットパスルートの運営

- ・新規のルート設定についての周知を行い、地域住民による自主的な運営を行う組織体

制の整備及び、ルートの駐車場やトイレ、休憩所をルート上の既存の施設や、協力者等を確保して、より快適にフットパスを楽しんでもらい、交流を行えるような環境づくりを行っていくことが必要。

- ・地域の若い世代の人にも自分が生まれ、生活している地域をもっと知って、その魅力を十分に理解し、地域活動に積極的に取り組んでもらえるように地域コミュニティの充実を図っていく。

景観形成と都市計画などとの調整

- ・甲州市の総合計画や都市マスタープランなどにおいても、豊かな自然環境に恵まれた果樹園景観や、歴史文化に彩られた数々の史跡の保全を掲げているが、景観計画の策定により踏み込んだ内容での調整を行い、十分な効果が得られるようにしていく。
- ・景観計画の実質的な運用を行うための体制づくりを行う必要がある。

#### <事業を終えての感想・意見：甲州市>

当市の担当アドバイザーは、フットパスの視点から景観形成を図る取り組みについて、すでに勝沼地域において実践していた実績があり、フットパスから波及した朝市や、ワインツーリズムにも深く関わってきていただいたことから、当市のことについては、かなり理解・把握していただいていた。

「フットパスによるまちづくり」を考える過程で、その目的を「フットパスルートを整備して、観光客を呼び込むこと」と考えがちであるが、そうではなく、フットパスルートの作成や整備の過程で、自分の住んでいる地域の魅力や地域資源を市民が再確認し、地域特性を最大の魅力に変えていきながら、守り育てていく実践活動ととらえ、その過程を大切にし、活動を通じて培われるコミュニティを大切にいくことがとても重要であると、実感した。

今回の活動では、自らの暮らす地域において、個性豊かに育まれてきた文化・歴史・産業・景観等の資源を、地域の魅力として再認識・調査することからはじめ、これまで見過ごされがちであった多くの宝物を発見できた。

塩山玉宮地区では、向嶽寺の開山、抜隊禅師が修行をした庵跡から眺める富士山、塩山上条集落に至る舌状大地の道などはその代表であり、これまであまり表に出ることの無かった宝物である。この魅力にもっとも触れることのできる小径を探し出すことが出来たと感じている。

甲州市における取り組みが先進事例となり、山梨県内に「フットパスリンクの会」が立ち上がった。現在、会員は100名を越え、その裾野を広げつつある。これは、フットパスの活動は観光振興の側面のみならず、整備のプロセスそのものが、地域が地域自身を見つめなおし、自らのよさに誇りを持つとともに、抱える課題に向き合っていく、まちづくりのきっかけとなるからであろう。

今後とも、今回のフットパス・ウォークウェイの整備、そのルート設定過程を活用して景観形成を図るとともに、市民との協働による新しい拠点を各地域に設置し、その拠点ごとに管理や活用していくための組織の構築を図りたいと考えている。

<アドバイザーからのコメント：屋代雅充>



山梨県甲州市の勝沼地域（塩山市および大和村との合併前は勝沼町）にまちづくりのコンサルタント（2年前までは本業）として関わったのが約12年前である。以来、さまざまな計画等の策定のお手伝いをし、その中で実施されてきたまち歩きやワークショップを通して、町民有志や役場職員有志の方々との信頼関係を気付くことができた。6年ほど前のある検討会で、私は景観まちづくりのための有望な手法として「NPO みどりのゆび」（町田市）が取り組んできた多摩丘陵フットパスの事例に注目し、これを見習って勝沼でも試してみてもどうかと持ちかけた。これが契機となって、多摩丘陵フットパスのイベントに町民有志が参加し、その魅力に参加者全員が気付かされて始まったのが勝沼フットパスの取り組みである。

5年を経て勝沼地域で軌道に乗り始めたこのフットパスの取り組みを甲州市内全域に広げていこうとするのが、今年度事業のねらいでもある。市では「ふるさと景観フットパスプロジェクト」を設置し、有志を公募し、4回のまち歩きや6回のワークショップを通じて、我がまちの魅力を再発見し、フットパスルートの候補案を設定した。ワークショップの中で、私の専門とする景観の話の毎回少しずつさせていただき、「景観の中の色彩」や「空間のホスピタリティ」などの新しい見方が提供できたと、手応えを感じている。

フットパスの取り組みでは、良い景色、面白い自然、歴史由緒を持つ所などを快適に歩ける散策路でつないで、のんびりとめぐり歩くことが基本である。途中で休憩や昼食あるいはトイレなどが用意できることが望ましい。またイベント時には、地元の方がガイド役となって、面白おかしく解説するのも魅力的である。フットパスづくりを通して、住民には、お宝発見・楽しみ、自慢できるものがあることへの気づき、誇り・愛着・定住志向、もっと魅力的に・もっと住み心地良く、といった意識が醸成される。一方、来訪者には、発見・癒し・美的体験・豊かな暮らし、うらやましさ・あこがれ、再訪・特産物購入・移住志向・人に会いたい、といった連鎖が生まれる。さらに、フットパスには、地域宣伝効果、住民による地域魅力の再発見、地元経済への波及、町全体の魅力向上、誇りと定住志向の醸成、といった効果が期待される。これがまちづくりへとつながっていく。このことを、景観シンポジウム「甲州市の個性ある景観を守り育てよう」のなかで確認することができた。

次年度は、フットパスによるまちづくりと連携して、景観法に基づく景観計画の策定が推進される。魅力ある地域づくりは、フットパスのように楽しみながら持続的になされることが大切である。地元のワインで反省会をしながら、生き生きとした美しいまちができていくことがうれしい。

(6) 兵庫県加西市 (担当: 地域振興部ふるさと営業課)

**事業テーマ: ええもんあるで! 加西の資源を活かしたブランド戦略**  
 <アドバイザー: 金丸弘美 人口: 49,396人 財政力指数: 0.62 >  
 兵庫県加西市は農産物の産地でありながら付加価値の高い販売戦略の構築が遅れていた。このような中、アドバイザーの指摘により地域からの情報発信を高める必要性が指摘され、直販所のテコ入れをはじめ、具体的な動きが現れてきた。

地域概要と事業目標

解決が必要とされた地域課題	<p>加西市では、地域ブランドに認定されたぶどう「加西ゴールデンベリー-A」をはじめ多くの野菜が生産されているが、いずれも一次産品として、地元のJAに出荷され、都市部に流通している。加工品としては、ワインを製造しているが、その他の加工品(特にB品、バラ品を利用したもの)が望まれる。</p> <p>また、米、酒米の一大産地でもあり、市内の認定農業者は、それぞれにこだわりと熱意を持ち、特別栽培米等を栽培しているが、加西ブランドとして確立されておらず、知名度も低い状況である。</p> <p>商品の付加価値を高めるため、飲食店や地域団体などの協力者の育成が望まれる。</p>
事業の目的・目標	<p>直売所の改善に向け先進事例の研究調査を行い、改善計画を立てる。ワークショップを通じ、ぶどう、米に関する2次加工品を開発し、ブランド化の方向性を探る。</p> <p>飲食業者及び製造業者、地域団体と協働によるブランディング・イメージ戦略をたて、流通市場を開拓する。</p> <p>地域住民、地域団体の意識の向上を図る。</p>

事業成果の概要

事業に関わる関係主体	地域の組織	加西ブランド協議会 (JA兵庫みらい、加西商工会議所、加西市)
	外部協力者	石川 梓 : オフィスエーアイ・直売所改善 玉井 久男 : TMI マネージメント・直売所改善 加藤 晃 : 中小ベーカリー経営アドバイザー・加工品開発 中村 重男 : 居酒屋ながほり・料理開発
主要成果	< 事業のテーマに直接関わる点 >	
	実証期間中の売上の増加 加工品のメニュー化 飲食店での料理メニュー化	
今後の展開	< 事業のテーマ以外に派生した成果 >	
	仕入れ商品の一時的導入 フェアの開催 勉強会の定期開催	
今後の課題	農業者と事業者との連携を重視し、勉強会などを通じ、意識の醸成と加工品の開発及びメニュー化を引き続き進める 加西で生産される農産物をテキスト化し、栽培品種、生産者、供給量、窓口を明確化する。 定期的な勉強会を開催し、地域の食材が地域でまわる仕組みづくりをする。農業者及び事業者発信でプロモーションを仕掛ける。	

事業における取組に係る詳細

(a)アドバイザーの活動経過

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
1	7	2	ヒアリング	地域の主要な農業者、事業者にヒアリングし、地域の抱える問題・課題を抽出した。	
2	8	1	直売所改善	直売所先進事例の紹介と直売所の改善に向けたJA職員へのヒアリング	
3	10	1	直売所改善	直売所の現状把握と改善計画策定に向けた打合せ	石川梓・玉井久男
4	11	1	加工品開発	ぶどう、米粉を使った加工品の試食及び講習会	加藤晃
5	11	1	直売所改善	改善計画の最終打合せ 生産者向け講習会	石川梓・玉井久男
6	1	1	プロモーション	ひょうご雪姫ポークの試食会	
7	1	2	現地視察	地産地消の仕事人に学ぶ現地学習会への参加（奈良県明日香村）	
8	2	1	プロモーション	ひょうご雪姫ポークを使った料理方法の勉強会	中村重男

(b)事業における主要な取組

- 直売所の改善計画の策定
- ・生産者説明会の開催
  - ・実証実験の実施  
(12月1日～12月15日)
  - ・実験結果の検証



生産者  
説明会

- 加工品の開発の促進
- ・加西の特産「ぶどう」と「米粉」を使った料理の提案
  - ・試食会の実施



加藤氏による  
試食会

- 地域の特産を活用したメニュー化、プロモーション活動
- ・ひょうご雪姫ポーク試食会の開催
  - ・飲食店向け勉強会の開催



中村氏による  
料理指導



(c)テーマに関わる主要な成果

実証実験の結果、実験期間内の売上高 前年同月 117%

- ・商品管理、販売戦略に関する基本的な考え方を習得することができ、非常に有効な店長教育となり、解決すべき課題も明確になった。
- ・数点の農産物の2次搬入を実施し、午後からの売上の相乗効果が図れた。
- ・短期間ということもあり、客数自体を増やすことができなかったが、仕入れ商品、加工品の充実、商品の2次搬入の結果、前年に比べ客単価が270円近く上がった。

直販所における売上高、来店者数及び客単価の比較

	売上高	来店者数	客単価
H21 ( )	15,282,817 円	10,881 人	1,404.54 円
H22 ( )	17,947,746 円	10,690 人	1,678.93 円
前年比	117.43%	98.24%	119.54%

直販所における12月度売上内訳の比較

	農産物 小計	農産 加工品	畜産	玄米	資材	購買品	委託 購買品	売上計
H21(円)	8,653,610	2,136,285	775,790	1,321,710	127,544	1,617,155	650,723	15,282,817
H22(円)	9,460,720	2,472,740	811,050	1,072,750	130,326	3,044,316	955,844	17,947,746
前年比	109.33%	115.75%	104.55%	81.16%	102.18%	188.25%	146.89%	117.44%

加工品の充実

- ・農家に対して加工への意識付けができた。
- ・ぶどうや米粉を使った加工品に対する知識が深まり、個人で試作する者が出てきた。
- ・飲食店で提案されたメニューが実際に商品化された。

メニュー化と活動の継続

- ・市内各店でひょうご雪姫ポークを使った料理の開発が行われている。
- ・複数店舗でひょうご雪姫ポークを使った料理がメニュー化されている。

メニューとして提供している店舗

店 舗 名	メニュー名
ふく蔵	雪姫ポークの加賀棒茶煮
加西サービスエリア(上り線)	加西へらへとバーガー
加西サービスエリア(下り線)	加西へらへとバーガー 雪姫ポークのしょうが焼き丼
レストランフルーリ	雪姫ポークとお豆腐のハンバーグ
お食事処いづみ	雪姫の酒かす焼き 桑の実風味

- ・市内飲食店のまちづくり意識の醸成が図れ、今後の活動の基盤ができた。
- ・飲食店の横のつながりができ、勉強会を定期的に行うことが決定した。

(d)事業をきっかけとして派生した主要な成果

商品仕入れの検討

- ・他の「JA みらい」と名のつくJAより果物等の仕入れを一時的に導入（みらい間交流）

フェア開催、加工品の検討

- ・公民館活動での実践的な加工品作り講座の開設を検討中
- ・加西市産の干しぶどうを使った料理の提供（ゴールデンベリーAフェア）の開催

参加店舗

店名	商品名
アンプリエ mishima	レーズンサンド
	レーズンスティック
サンモーリス	パウンドケーキ
ケーキハウスモリタ	ショコラルーロー
	フルマージュクレープ
グリム	スティックぶどうパン
	レザンシュクレ
加西サービスエリア（上下線）	加西へらへとバーガー
お食事処 いづみ	鴨ロース ぶどうの風味で
パスコロ	ベリーAジェラート

- ・加西サービスエリアでの加工品の開発が検討されている。具体的には、ぶどうジュース、ぶどうソフト、ぶどうチョコなどを試作検討中

地域食材のテキスト化及び勉強会の継続

- ・地域農産物の把握、テキスト化  
品種、生産者、出荷量（額）、栽培面積、特長、こだわりを明記  
（現在、ぶどう、ハウストマト、いちご、根日女みどり、大根、じゃがいも、お米、にんにくの6点で作成）
- ・主要農家の現況把握と農産物リストの作成
- ・その他の食材についても、定期的に生産圃場の見学会を開催し、市ぐるみで特産をPRしていく体制が整いつつある。

(e)今後の展開予定

直売所の改善

- ・二次納品による午後の商品充実及び欠品防止
- ・中央卸売市場のデータを参考にし、重点栽培品種を設定する。また、その作物について営農指導を行い、農業者と連携した販売戦略を展開する。
- ・生産者に影響のない範囲での仕入れ商品の導入を検討する。
- ・非効率アイテムの一時撤収や売り場面積縮小を検討する。
- ・軒先の活用、イベント等対面販売を強化する。

#### 実践向け講習会の開催

- ・現実的に販売までこぎつけられるよう、より実践的な料理講習会を数回にわたって開催する。
- ・米粉の使い方に関する勉強会を開催する。(3月)

#### 地域資源を使ったプロモーション活動の継続

- ・ひょうご雪姫ポークの料理店マップを作成する。
- ・市内統一メニューの開発、研究
- ・マスコミへのプロモーション活動を継続する。
- ・ひょうご雪姫ポーク以外の食材テキストの作成、充実を図る。
- ・その他の食材についても勉強会で検討し、市ぐるみでPRを図る。
- ・農業者と事業者の連携を図る橋渡し役としての活動、飲食店を対象に生産ほ場見学会を実施する。

#### (f) 今後の課題

##### 直売所の改善

- ・農業者への説明、協力体制の強化
- ・販売と連携した営農指導体制の充実
- ・加工品の販売強化

##### 加工所開設のバックアップ体制

- ・人材の掘り起こし、勉強会の開催
- ・加工所開設に対する補助制度の整備

##### 参加協力店の増加

- ・商品流通の整備(配送、市内小売店での販売など)、扱いやすい体制作り
- ・市内飲食店の参加促進

#### < 事業を終えての感想・意見：加西市 >

一番に感じたことは、時間がないということ。早期に年間計画を立てる必要がありましたが、アドバイザーの方に地域の現状を理解していただくには、予想以上に時間がかかると感じました。当初は、加西の農産物のブランド化支援を依頼しており、アドバイザーとともに主要農家や事業者を2日間かけてヒアリングし、抽出した問題点を解決する手法をとりました。ヒアリングの結果をもとに JA 直売所の改善 加工品の開発 特産品の活用、プロモーションの3点に絞り、年間計画を立てましたが、加西市の現状から考えると、まずは、地域の底上げ、熱意や意欲を引き出すところから始める必要があったかと反省しています。地域の協力がある前提で計画を立てましたが、結果的にまだまだ意識の高まりが必要と感じました。

農業者、事業者のまちづくりやブランドづくりに対する意識を統一し、個人を動かしていく過程がないと、こういった事業は成功しないと思います。そのためにも地盤固めが不可欠と考えていますが、その部分に時間がかかり事業年度終了までに十分な実績をあげられなかったことを反省しています。個人を動かすには想像以上に時間とパワーがいるとい

うのが率直な感想ですが、その点でも来年度も引き続き事業を実施していく予定です。

地域ぐるみの協力を必要とする事業については、どうしても地域の合意形成、意識の醸成に割く時間が非常に多くなると思います。単年度事業となると年度末に一定の成果が求められることになると思いますが、まず地域の体制作り、それができた上で具体的な事業展開というステップがあったほうが、取り組みやすいと思いました。また、特産物をブランド化するには、私どもが思う以上に経費がかかり、プロモーションを行うにあたっては事前の予算措置が必要であると感じました。

今回の事業を通じて金丸アドバイザーを始め市単独では呼べないような外部協力者の方々にご参画いただき、的確なアドバイスや多くの提案を賜うことができ、加西市にとっては大きな財産となりました。また、ご参画いただいたアドバイザーの方々は、地域おこしの最先端に立つ方ばかりで、貴重なお話を聞くことができ、地域住民、行政関係者にとっても良い刺激になりました。今回できた流れを切ることなく、浮かび上がってきた課題を市ぐるみで解決していくことで加西市の発展につなげたいと考えています。

<アドバイザーからのコメント：金丸弘美>



加西市はブドウ、ニンニク、豚を始め、地域農産物をブランド化したいとのことであった。中心になるのは商工会とJA。JAの直売所が売り上げが低迷していること、などから、市外に売るよりも地域連携を行い、地域で発信したほうが良いとアドバイス。また料理を含めて素材を見直しをすることを薦めて、以下の3点を重点に行った。

JA直売所の経営改革。元伊勢丹営業本部長の石川梓さんにきていただき、売り上げ、品目別売り上げ、購入者アンケート、現場の売り場の調査と消費者動向などをデータ化し、それをベースに改善点を具体的に指摘。12月に実験販売をしていただいた。売り上げは114%になった。

また加西市のJA職員、加西市職員7名に明日香村で開かれた先鋭地直売所の現地講習会に参加していただいた。

ブドウからの加工品を横浜の櫛澤電機・澤畠光弘さん、加藤晃さんに試作していただき、パン、ケーキ、饅頭など40品目を作成。加西市の公民館活動のメンバーを始め女性陣に参加してもらいワークショップを開催。ノウハウの獲得を目指してもらったこととなった。

豚は大阪のミシュラン一つ星の「居酒屋ながほり」中村重男さんを通じてフレンチのシェフのドミニク・コルビさんに肉料理のポイントを、兵庫県の豚の開発担当、地元の料理家を交えてレクチャーを行った。また大阪の数名の料理家で試食をもらい、味と値段のアンケート調査を実施。養豚の改善点を具体的にあきらかにした。

加西市は地域連携が弱い、市の横断組織が作れていない、などの点があるため、今後の連携の強化をお願いした。

今回の事業の継続と地域食材を明らかにするテキストの作成、料理セミナーの継続開催を市長に約束していただいた。

(7) 岡山県奈義町 (担当: 産業振興課)

事業テーマ: 里芋復活プロジェクト 農業・商業・観光業が連携した町づくり  
 <アドバイザー: 金丸弘美 人口: 6,475人 財政力指数: 0.35>  
 岡山県奈義町は、農産品のブランド化を図りたいと考えていたが、対外出荷だけでは付加価値を高めることができないと考えたアドバイザーの指導により、農産品を活用した新規メニューの開発等を行い、テスト販売等実践的な動きが形成されている。

地域概要と事業目標

解決が必要とされた地域課題	<p>本町の基幹産業である農業を取り巻く現状は、高齢化の進展や後継者不足により、農業生産高は年々減少している。特に転作作物として推進してきた野菜栽培においては、食の欧米化等に伴って需要が低下し、併せて販売価格も年々下落しているため、生産者の栽培意欲が減退し、結果的に農地の荒廃を招く状況となっている。</p> <p>本町は、毎年9月～10月の台風シーズンに合わせて日本三大局地風のひとつ「広戸風(ひろとかぜ)」が吹く地域として有名である。そうした気象条件から暴風にも強い根幹作物として古く江戸時代より里芋栽培が盛んで、特に「黒ぼこ」という火山灰土で栽培した「里芋」の食味は定評があり、これを特産品と奨励していたが、年々作付面積、販売価格とも低下の一途をたどっている。また、本町のエリアである勝英地域は、黒大豆生産日本一であり、奨励作物としているが、黒大豆として有名な「丹波黒」と比較して、食味は好評にもかかわらず、販売価格には大きな格差がある。</p> <p>本町では、農家収入の増加と農業後継者の確保、新規就農者による定住化の促進等を図るため、おいしい里芋や黒大豆を特産化・ブランド化することで、販売価格の上昇に結びつけ、これまで農地の保全意識から農業に従事してきた高齢者の意識改革を図り、団塊の世代や農業後継者を取り込んでの作付面積の拡大を図ることができると考えている。しかしながら、これまでも本町の農畜産物をPRするため、関西地域での物産展等には毎年出店しているものの、効果的な特産化・ブランド化に結びついていないのが現状である。</p>
事業の目的・目標	<p><b>【目的と目標】</b>          当初の本町の目的としては、里芋・黒大豆の特産化・ブランド化を図ることによって、農家収入の増加と農業後継者の確保、新規就農者による定住化の促進等を図ることとしていたが、金丸アドバイザーによる町内視察、農業者との対話、地理的条件や営農条件等を分析し、数回にわたって協議した結果、本町本来の魅力を最大限に活かし、本当の意味で当該事業の目的である「地域力」を高めるためには、圃場面積が小さく、全体出荷量の少ない里芋や黒大豆だけで地域力の向上を図ることは難しいと判断し、特産化事業と併せて次の項目にも着手することとした。</p> <p>里芋・黒大豆と町内産農畜産物を活用した特産品の開発。          農家民泊の実施に向けた受入体制の整備及び体験学習のメニュー化。          町内産農畜産物を活用した山の駅レストランのメニュー開発及び売店の充実。          直売所(山彩村)の販売収益増加に向けた販売戦略と生産体制等の強化。          町内産農畜産物の販路拡大の調査・検討。</p> <p>これらの事業を推進することにより、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・都市住民との交流機会の確保や本町への流動人口の増加。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・流動人口増加に伴い商業・観光業等の地域経済の活性化。</li> <li>・山の駅の充実を図り、本町の観光拠点としてPRの推進。</li> <li>・本町の周知に伴い、IターンやUターンによる定住人口の増加。</li> <li>・町内の安全安心な農畜産物を全面的に活用し、地産地消の食育を推進。</li> <li>・農家民泊時の食事提供や学校給食へ新たな創作料理レシピの活用。</li> <li>・農業所得の向上による生産意欲の増進と農業後継者や新規就農者の確保。</li> <li>・6次産業による雇用の場の創出。</li> <li>・農業振興による遊休農地や耕作放棄地の解消。</li> </ul> <p>などへの誘導を行い、農業・商業・観光業が連携した町づくりを推進する。</p>
--	--

### 事業成果の概要

事業に関わる関係主体	地域の組織		
	外部協力者	馬場香織(料理研究家)	
主要成果	<p>&lt;事業のテーマに直接関わる点&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>特産品開発</li> <li>農家民泊実施に向けた体験学習のメニュー化</li> <li>町営レストラン(山の駅)のメニュー開発</li> <li>直売所(山彩村)の販売戦略の強化</li> <li>町内産農畜産物の販路拡大の検討</li> </ul> <p>&lt;事業のテーマ以外に派生した成果&gt;</p> <p>当該事業の取り組みを通じて、奈義町ならではの自然・文化・食材・人材の素晴らしさを再確認し、本町ならではの魅力あるまちづくりに行政と住民が一体となって取り組むことができた。</p>		
	今後の展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>町内産の農畜産物にこだわった特産品の開発。</li> <li>日帰り観光から田舎力を活かした滞在型観光へのシフト。</li> <li>都市住民との交流や修学旅行誘致を目指した「農家民泊」開業の促進。</li> <li>那岐山麓山の駅(町営レストラン)を観光拠点とし、他の既存施設とも連携した観光事業の推進。</li> <li>直売所山彩村の充実、農業者の収益増の推進。</li> <li>生産・加工・販売が一体となった6次産業化の推進。</li> <li>町有樹園地の有効活用、将来的な活用法の検討。</li> <li>「地域おこし協力隊」の導入。</li> </ul>	
今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・6次産業の推進とそれを担う農業者やリーダーの育成。</li> <li>・町内産の農畜産物による継続的な特産品の開発。</li> <li>・農家民泊やグリーンツーリズムの推進・PR及び都市住民との交流機会の増加。</li> <li>・農業収入の確保による高齢者や若年層の農業従事者の意欲向上、それらを契機とした地域活性化。</li> </ul>		

事業における取組に係る詳細

(a) アドバイザーの活動経過

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
1	7	2	町内視察	町内現地視察、生産者からの聞き取り調査、先進地事例紹介	
2	8	2	町民への意識改革	町民対象講演会、直売所視察、町内生産者視察・対談	
3	9	2	町営レストランの改革	町営レストラン経営状況分析、地元食材を活かしたメニュー開発及び調理実習	馬場香織
4	10	2	直売所の改革	県内直売所視察、直売所生産者へ講演会	
5	10	2	先進地視察	直売所、農家レストラン視察、農家民泊体験（三重県）	
6	11	2	総務省、アドバイザー事業事務局による視察	特産品調理講習会 食のワークショップ、 レストランメニュー開発における調理実習、 直売所役員会	馬場香織
7	12	1	中間報告会	13市町による中間報告会	
8	1	2	特産品開発	加工品試作の調理実習、23年度以降の事業の進め方について相談	馬場香織
9	2	1	最終報告会	アドバイザーによる実績報告	
10	3	2	特産品開発	加工品試作の調理実習、直売所役員会	馬場香織

(b) 事業における主要な取組

特産品開発

- ・9月～毎月：料理研究家馬場香織氏による、奈義町の里芋（親芋）、黒豆や地域食材を使用した調理実習、加工商品の開発。
- ・11月：町内の農業者や食に携わる女性を中心に馬場氏による特産品調理講習会を実施。その後、町議会議員や特産化委員等を招き、食のワークショップを開催した。（食のワークショップは計5回の開催）



里芋料理の試食会

農家民泊実施に向けた体験学習のメニュー化

- ・7月～毎月：本町ならではの自然・文化・人材を活用した体験学習のメニューを考案。来年度は実現可能なものから実施することとなった。
- ・9月：保健所職員から農家民泊について説明会を実施。
- ・10月：特産化委員会、プロジェクトチームで先進地視察。
- ・町の自然・文化・食材・人材を最大限に活用し、1年を通じてできる滞在型メニューの検討。



先進地視察（三重県伊賀市モクモクファーム）



農家民泊視察（大分県安心院町）

町営レストラン(山の駅)のメニュー開発

- ・9月以降、(特産品開発と併せて)馬場氏による、季節ごとの地場産の食材を活かしたメニューの開発、考案。
- ・経営状況の分析。
- ・11月：山の駅従業員による農家レストラン視察。



金丸アドバイザーより山の駅改革について提案



馬場氏による調理実習

直売所(山彩村)の販売戦略の強化

- ・10月：金丸アドバイザーによる、直売所会員に向けた講演会
- ・経営状況の分析
- ・生産者、消費者対象にアンケートを実施
- ・先進地視察
- ・客数、客層、客単価などの調査、分析



金丸氏より直売所改革について提案



プロジェクトチームにより、愛媛県内子町（からり）や高知県四万十市（道の駅とうわ）を視察



愛媛県内子町（道の駅からり）



### 町内産農畜産物の販路拡大の検討

販路拡大の検討に係る前の課題として、作付面積の増加を促進させるため、上記特産品開発、町営レストランのメニュー開発のような取組により、町内産農畜産物の町内での消費を図り、生産者の意欲向上につなげる。その後段階的に近隣市町村の直売所への売り込み、インターネット販売や都市部への宣伝(地産都商)を実施していく。特産品やレストランで提供するメニューについては、まず奈義町の景色や文化を体験しに訪れた人たちに味わっていただくことで着実な定着化を図り、効率的に加工販売に結び付けていく。

### (c)テーマに関わる主要な成果

#### 特産品開発における成果

- ・町の特産品である里芋の生産量や歴史的背景、基本的な栽培暦や調理の仕方をまとめた冊子を作ったことで、誰もが本町の里芋について紹介することができるようになった。
- ・特産化委員会の提案や馬場氏のアイデアをもとに、里芋や黒大豆を使用したお菓子などを製作し、味や形、価格について様々な世代の意見を取り入れ、よりよいものを追及していく探究心が生まれた。
- ・他地域のお土産などを参考に、販売方法や保存方法を調査・研究し、現在では試験的に販売するまでに至った。
- ・今後も継続して特産品を開発していくことに行政のみならず、議会や町民の賛同を得るまでに至り、町民からも期待の声をかけられている。



特産品開発の様子



特産品開発の様子

#### 農家民泊実施検討における成果

- ・実際に農家民泊を体験し、行政の役割や農家の熱意、連携を強く感じた。
- ・農泊の形態や農業体験に触れ、本町でも可能なこと、工夫が必要なことを話し合い、本町の特色を活かしたプログラムの作成を始めた。
- ・特産化委員会やプロジェクトチームで、数県にわたり違う地域の農家民泊を体験したが、それぞれの地域で実施形態や考えは異なり、地域の環境に適したやり方を探

求していく必要があると感じた。

- ・本年度策定した「奈義町まちづくり総合計画」においてもアドバイザー事業で得たノウハウが多数盛り込まれており、今後の町づくりを推進する基盤体制が整った。

#### 町営レストランメニュー開発における成果

- ・馬場氏による料理講習会において、地元の人たちでも思いつかなかった調理法を指導いただき、農畜産物の活用方法の幅が広がった。
- ・これまで山の駅レストランでは一部冷凍食品を使用していたが、当該事業を通じて「食」の大切さと地域食材活用の重要性を理解したため、冷凍食品の使用を廃止した。また、調味料やコーヒーなども無添加、品質にこだわったものに変換し、売店においても中国産の商品を取り除いたことで、自信をもって良いものを提供できるようになった。
- ・弁当やオードブルに里芋や黒豆を中心とした創作料理を追加し、町内外のお客さまに特産物のよさを知ってもらうことにつながった。
- ・レストラン従業員自身から地元食材をふんだんに使用したバイキングをしてみたいという意見が上がり、試験的にクリスマスやひなまつりの行事に合わせ実施し、画一的なメニューだけでなく、バラエティーに富んだ料理を提供する機会を増やすことができた。現在は、レストランメニュー全面改訂によるバイキングの本格実施に向けて、価格設定や経費の算出を行っている。



お客様に自信をもって料理を紹介する従業員



イベントでは地元女性グループがこれまで圃場で捨てられていた親芋を使用した「お好み焼き」を販売

#### 直売所販売戦略強化における成果

- ・金丸アドバイザーの指導のもとアンケートや客単価、出荷品目などの調査を行い、具体的な数字を分析したことで、お客様の求めていることや改善の必要な箇所を理解することができた。
- ・直売所役員による品質管理や点検を実施し、お客様によりよい商品を販売しようという意識改革につながった。
- ・馬場氏に紹介していただいた、町内産里芋の「親芋を使用したお好み焼き」をイベントで販売し、これまで農家の圃場で捨てられていた里芋の親芋部分が商品となり、

さらにその活用方法を地域住民に広めることにつながった。

- ・町営レストランの売店でのみ販売していた米粉パンを直売所でも販売を開始し、より買い求めやすくなったとともに、町内の施設同士の連携を図ることができた。

#### (d) 事業をきっかけとして派生した主要な成果

- ・事業主体は行政によるものであるが、実際生産や加工を担っているのは町民であり、講習会や先進地視察をきっかけに、町民の意識が自主的なものへと少しずつ変わり始めた。
- ・直売所やレストランの生産者に対するアンケートで、自分達で町を変えていかなければならないというそれぞれの想いや意見を知ることができた。
- ・町民の中には農家民泊を先導的にやってみたいと手を挙げてくださる方もおり、モニター制度の導入など本格実施に向けて方向性を築くことができた。
- ・直売所会員の方も、直売所内の機材導入の検討やポップデザインの工夫について話し合う機会を積極的に設け、具体的な意見を出すことができた。
- ・担当課だけではなく、部局横断で事業を実施したことにより、これまで以上に役場内の連携を強めることができ、町の財産を自分達の手で魅力的にしていくという思いを共有するまでに至った。

#### (e) 今後の展開予定

平成 23 年度以降も継続して町内産の農畜産物にこだわった特産品の開発を実施。本町の自然・文化・人材を活用した各種体験メニューを創出し、日帰り観光から田舎力を活かした滞在型観光へシフトを図る。  
都市住民との交流や子どもの修学旅行誘致を目指した「農家民宿」開業を促進する。那岐山麓山の駅(町営レストラン)を観光拠点とし、現代美術館やピカリアミュージアムなど他の既存施設とも連携した観光事業を推進する。  
直売所山彩村の充実を図り、農業者の収益増を推進する。  
生産・加工・販売が一体となった 6 次産業化を推進し、意欲ある農業者の企業を応援する。  
町有樹園地の有効活用を図るため、菜の花まつりの実施や農業・加工体験を行う。また、将来的な有効利用についても引き続き検討を進める。  
新たな視点を基に奈義町のすばらしい自然・文化・人材を再発掘するため、「地域おこし協力隊」事業に取り組み、都市部からの人材を積極的に受け入れる。

#### (f) 今後の課題

上記の展開内容を達成するため、行政と町民が一体となって、生産者が生産～加工～販売まで行う 6 次産業を実践する農業者の養成（地域リーダーの育成）に力を入れ、町内産の農畜産物によるオンリーワンの特産品を研究し品目を増やす。またこれらを活かすため、農業体験や自然・文化体験を主とする農家民泊やグリーンツーリズムを広く展開し、都市部との交流機会を増やす。こうした取組を町一丸となって実践することで、

高齢者から若者まで住んでよかったと思える町づくりを推進する。

< 事業を終えての感想・意見：奈義町 >

当初奈義町ではこの事業に「黒豆と里芋を使った特産品の開発」ということで事業採択していただきました。

しかしながら、初めてアドバイザーの金丸弘美氏をお迎えし、町内の農業者との対談や圃場を視察していただいたところ、「奈義町の里芋や黒豆では絶対的な供給量が少なく都市の大型市場で勝負していくのは難しい。しかし、奈義町には他の田舎にはない自然環境や現代美術館、化石博物館、滞在型の農村公園、江戸時代から続く横仙歌舞伎など素晴らしい素材が眠っている。」と助言していただきました。

そこで奈義町としてはこの事業を契機として各既存施設の連携を強化し、観光に訪れた方は農家に泊まって農作業や田舎ならではの体験を行う 体験滞在型 の観光施策を行い、人を奈義町に呼び込むことによって基幹産業である農業の振興を図るといった「農業・商業・観光業が連携した町づくり」を推進することとしました。

この事業を進めるにあたり、奈義町では農業、商業、観光関係者で構成する「特産化研究推進委員会」を設置するとともに、町初となる若手職員で構成した部局横断組織の「特産化プロジェクトチーム」を設置し、これまでより一段と、熱意と信念をかけた町づくりへの体制をととのえました。

金丸アドバイザーや外部協力者の馬場氏のご意見、助言は町職員に新鮮だっただけでなく、町民の意識に大変影響を与えていただきました。実際に町民の方と一緒に先進地視察を行い、他地域の取り組みを学ぶことで、より視野が広がり、本町の良さや改善すべき点が明確に見えてきたと思います。それぞれの取組自体に、まだ大きな変化はないものの、主体となる町民の姿勢がそれらに対し前向きになっていることは、ひとつの成果だと感じています。

来年度以降も本年度の取り組みを継続して実施するため、新たに「地域おこし事業」を創設して予算化するとともに、意欲ある都市部からの人材を積極的に受け入れ、新たな視点や発想を基に奈義町のすばらしい自然・文化・人材を再発見していただく「地域おこし協力隊」を募集することとしています。

現代の、少子高齢化と地方分権が急進する社会において、奈義町は単独町政を歩んでいきますが、これからも町民の皆さんと力を合わせ、奈義町の特色を最大限に活かす施策を効率的かつ効果的に行い、住んでよかったと思える町づくりを推進していきたいと思えます。

<アドバイザーからのコメント：金丸弘美>



奈義町は黒豆、サトイモをブランド化したいとのことだった。しかし農家が高齢化し、山間地で大規模な農業はできない、など不利な条件が多かった。出荷という形だけでは価格をあげることが難しい。

だが町には町営のレストラン、コテージ、直売所などがある。美しい景観がある。あるものをうまく使い、小さくとも商品を生み出したほうが付加価値の高いものができると考えた。

そこでレストランをメインに7回におよぶ料理家・馬場香織さんと地元の女性陣との地域食材を使った料理講習会を開催。地域素材を加工や料理のノウハウを地域で学び地域に残すことを行った。2010年12月に実際のbuffetを実施。アンケートを取り、改善点を点検し、翌2011年、2月には実験事業として2週間にわたるbuffet料理を出して実績を深め、これをベースに営業展開を始めた。

サトイモだけでも32品目の料理が生まれた。

これにあわせて12カ月の地域の旬のカレンダーをつくるべく、四季の花々、旬の食材などを洗い出した。これをカレンダー化し、宿泊、体験メニュー、イベントなどを織り込み、全体で地域を売り出すプランの計画を作った。そして、地元の女性の地場産素材の料理とお土産で迎える。これに農家民泊、コテージ、地域マップを連携させ町をまるごと売り出す、こととなった。

奈義町は、まとまりのある素晴らしい展開となった。ポイントにすべて町長、副町長が顔を出し、役所内に若手を中心に横断組織を形成、役場の全体が動ける体制が作られた。奈義町初の試み。議会でも方針案の確認がされた。また職員が手分けして先鋭地を視察。レストラン、コテージ、直売所の運営内容をデータ化して、参加者に経営内容を明らかにして、目標を設定して改善計画の実施を進めた。毎回、参加の方々が動いて着実に形にしていき、次年度に計画をつないでいくというものとなった。

( 8 ) 山口県萩市 ( 担当 : 総合政策部地域政策調整課 )

**事業テーマ : 地域資源まるごと活用による萩・地域力創造プロジェクト**  
 < アドバイザー : 井手修身 人口 : 57,990 人 財政力指数 : 0.371 >  
 山口県萩市は、多様な特性を持った市町村の合併により新市が形成されており、個性を活かした地域づくりが求められていた。このような中、アドバイザーの指導のもと、各地域の資源に着目し「地域観光ワンプロジェクト」として具現化の方向性が示された。

地域概要と事業目標

解決が必要とされた地域課題	<p>平成 17 年 3 月に 1 市 2 町 4 村が合併し、新「萩市」が誕生した。市域は東京 23 区をしのぐ 698.87km<sup>2</sup> の広大な面積を有することになったが、その大部分は中山間地域であり、高齢化の進行が著しい基礎的条件的厳しい地域である。</p> <p>また、地域の主要産業である農林水産業を取り巻く環境の変化により、地域の担い手不足が深刻化するとともに、地域コミュニティの維持が課題となっている。</p> <p>本市の各地域には農・水・畜産物など多くの地域資源が存在し、県下有数の産地となっていることから、この恵まれた資源をどのように活用し、第 1 次産業の所得向上、後継者育成を図っていくかが課題であり、現在、農林漁業後継者の確保対策に重点的に取り組んでいる。</p> <p>また、廃校や合併による施設の統廃合が進む中、各地域には十分に活用されていない施設もあり、こういったストックを資源としてどのように利活用していくか検討を進めているところである。</p> <p>地域社会が縮小する中で、地域が持つさまざまな機能を維持していくためには、誘客による地域経済の循環が必要である。</p> <p>本市では、これまでの歴史資源をいかした観光に加え、自然、文化、食など多様な地域資源を連携させた地域単位の新しい観光事業を構築するため、地域観光ワンプロジェクトとして取り組みはじめたところである。</p> <p>今後、各地域の資源を再点検し、その資源をいかした誘客事業を推進することにより、地域の個性を創造し、食・自然・歴史・文化を複合的に組み合わせた第 6 次産業を創出することが求められている。</p>
事業の目的・目標	<p>ワークショップ等を通じて地域における地域資源となるハード（既存施設等）とソフト（地域の人財、誘客の新たな仕組みなど）の検証を重ねて、着地型の観光・集客の商品モデルを構築する。〔着地型の観光・集客の商品モデルの構築〕</p> <p>目標：平成 24 年度、着地型の観光・集客の商品 30 プログラム</p> <p>合併前の旧町村地域における地域資源をいかした新しい観光の開発。〔旧町村地域における地域観光ワンプロジェクトの具現化と仕組みづくり〕</p> <p>目標：平成 24 年度、旧町村地域の地域観光ワンプロジェクトによる地域への入込客数の増加（平成 21 年度比 10% 増）</p> <p>地域リーダー（地域人材）等をネットワーク化、組織化し、（仮）萩</p>

	<p>市観光・集客まちづくり協議会を立ち上げて、地域人材を育成し、地域の各分野で中心となる人財を確保する。〔継続的な人材力のネットワーク化・組織化と活性化〕</p> <p>目標：平成24年度、(仮)萩市観光・集客まちづくり協議会の設立、30人の人財ネットワーク</p> <p>地域における人・物・金が「循環」するモデルを確立し、地域力の創造をめざす。</p>
--	---

### 事業成果の概要

事業に関わる関係主体	地域の組織	<p>組織：萩市 川上地域・むつみ地域・須佐地域ワークショップ参加者</p> <p>役割：地域ごとに地域住民・団体の代表などからなるワークショップを開催し、地域の観光振興策について取組方針等を検討した。</p>
	外部協力者	なし
主要成果	<p>&lt;事業のテーマに直接関わる点&gt;</p> <p>何を観光ワンプログラムとして取り組んでいくかが整理されてきた。各地域にある資源を確認したうえで、交流人口を増やすための着地型プログラムを整理することができた。</p> <p>着地型プログラムを実施する地域住民の掘り起こしができ、積極的に事業実施していく気運が醸成された。</p>	
	<p>&lt;事業のテーマ以外に派生した成果&gt;</p> <p>川上地域において、観光関連事業者等が川上スタンプ会を設立し、地域を周遊してもらうための地域共通スタンプカードを作成した。</p>	
今後の展開	<p>引き続き、地域住民を含めたワークショップにより地域観光ワンプログラムの取組みについて検討を重ねていく。</p> <p>年間を通じた着地型プログラムの開発・実施により取組みを体系化し、交流人口の拡大を図る。</p>	
今後の課題	<p>地域観光ワンプログラムの取組みについて、更なる地域の気運醸成を図る必要がある。</p> <p>萩市全域で着地型プログラムの開発・実施に取り組んでいくため、中心となる運営組織の確立と、自主運営可能な収入の確保が課題となる。</p>	

### 事業における取組に係る詳細

#### (a)アドバイザーの活動経過

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
1	8	1	取組地域、取組内容の検討と確認	取組地域の課題を整理、確認。	
2	8	1	現地調査	須佐地域、むつみ地域の現地調査。	
3	9	1	須佐地区打ち合わせ	須佐地区のワークショップの進め方について打ち合わせを行った。	
4	9	1	川上地区ワークショップ開催	遊覧船を活用した交流振興について、具体的な連携のイベント	

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
				やチケット販売を検討。	
5	9	1	むつみ地区ワークショップ開催	民泊ツアーの検討とともに、日帰りツアーについてもプログラム化を検討した。	
6	10	1	川上地区ワークショップ開催	川上地区の遊覧船オープンに向けた地域連携商品のワークショップを行った。	
7	10	1	むつみ地区ワークショップ開催	むつみ地区の日帰り着地型プログラムのワークショップを行った。	
8	10	1	須佐地区ワークショップ開催	遊漁船クルージングの商品化について検討。	
9	11	1	川上地区遊覧船現地視察	11月1日にオープンの遊覧船の現地視察を行った。	
10	11	1	須佐地区ワークショップ開催	遊漁船クルージングの商品化について検討。	
11	11	1	むつみ地区ワークショップの開催	むつみ地区の、4本の着地型プログラムの実施の準備を詰める。チラシの最終確認。	
12	12	1	むつみ地区ワークショップの開催	前回の4本の着地型プログラムの検証、今後の着地型プログラムのワークショップを行った。	
13	12	1	川上地区、須佐地区ワークショップの開催	須佐地区では遊漁船クルージングの商品化を検討、川上地区では今後の展開のワークショップを行った。	
14	1	1	3地区着地型プログラムの進捗整理	4月に向けて、3地区合同着地型プログラムの企画を検討。	
15	1	1	川上地区ワークショップの開催	4月の着地型プログラム開催に向けてのワークショップを行った。	
16	2	1	3地区着地型プログラムのワークショップ	4月に向けて、3地区合同着地型プログラムの企画についてワークショップを行った。	
17	3	1	むつみ地区着地型プログラムのワークショップ	4月に向けて、着地型プログラムの企画をワークショップし、8本をまとめた。	
18	3	1	川上地区着地型プログラムのワークショップ	4月に向けて、着地型プログラムの企画をワークショップし、5本をまとめた。	
19	3	1	須佐地区着地型プログラムのワークショップ	4月に向けて、着地型プログラムの企画をワークショップし、12本をまとめた。	



## (b)事業における主要な取組

地域における観光ワンプログジェクトの検討

- ・地域ごとに地域住民・団体の代表などからなるワークショップを開催し、地域の観光振興策について取組方針等を検討した。
- ・考えられる取組みについて、どういった人・組織が必要か、行政はどのような役割を果たすべきかを検討した。

着地型プログラムの開発と実証プログラムの実施

- ・3地域において地域資源・人をいかした着地型プログラムを開発した。
- ・むつみ地域においては12月に実証プログラムを実施した。
- ・3地域の体験プログラムをとりまとめ、平成23年4～5月にかけて22本を実施することになった。

## (c)テーマに関わる主要な成果

何を観光ワンプログジェクトとして取り組んでいくかが整理された

- ・地域住民を交えたワークショップを重ねる中で、観光ワンプログジェクトとしてどういった取組みをしていくかが整理された。
- ・川上地域では観光関連施設の連携について検討し、具体的な取組みに着手し始めた。
- ・須佐地域では昨年からの検討を進めている遊覧船運航の事業化に向け、具体的な事業モデルを策定した。

各地域にある資源を確認したうえで、交流人口を増やすための体験交流プログラムを整理できた

- ・むつみ地域では体験プログラムの実証受入により、市外だけでなく、市内の住民も顧客となることが判明。また、プログラムの内容についても身近な幅広いものが対象となりうることを確認できた。



むつみ地域パンフレット

体験メニューの検討



体験プログラムを実施する地域住民の掘り起こしができ、積極的に事業実施していく  
 気運が醸成された

- これまでは単発的に体験プログラムを実施することはあったが、収益性を考えた事業としてプログラムを作成することによって、継続性のある取組みが可能となった。
- 体験プログラムの担当者の主体性が見られるようになった。



実施に向けての検討

(d) 事業をきっかけとして派生した主要な成果

川上地域において、観光関連事業者等が川上スタンプ会を設立し、地域を周遊してもらうための地域共通スタンプカードを作成した

- 平成22年11月に遊覧船の就航にあわせ、地域共通スタンプカードの実証事業を2か月間行った。実施内容を検証し、平成23年4月から通年のスタンプカード事業を実施することになった。(参加事業者：8事業者)



川上地域スタンプカードパンフレット

(e) 今後の展開予定

引き続き、地域住民を含めたワークショップにより地域観光ワンプロジェクトの取組みについて検討を重ねていく

- 地域としての取組みを住民が主役となって実施していけるよう、体制づくり・人づくりを行う。
- 事業性のある取組みを行うことで、地域の活性化につなげていく。

年間を通じた着地型プログラムの開発・実施により取組みを体系化し、交流人口の拡大を図る

- 地域資源をいかした着地型プログラムを体系化していくことで、交流人口の拡大とリピーターの確保をめざす。
- 3地域での取組みから萩市全域への取組みに拡大していく。



体験プログラム  
パンフレット

(f)今後の課題

地域観光ワンプロジェクトの取組みについて、更なる地域の気運醸成を図る必要がある

- ・地域あげての取組みとなるよう地域住民のさらなる参画を促す。
- ・観光ワンプロジェクトの取組み状況を地域全体で共有できるよう情報発信を行う。

萩市全域で着地型プログラムの開発・実施に取り組んでいくため、中心となる運営組織の確立と、自主運営可能な収入の確保が課題となる

- ・受入体制の整備、コーディネート担当者の育成。
- ・自主運営組織への移行を検討。



webサイトによる  
情報発信

< 事業を終えての感想・意見：萩市 >

地域観光ワンプロジェクトについては、合併後の地域振興策として重要な課題となっているが、具体的に進めていく中で、どのように地域の意見を反映させていくかが懸案になっていた。

今回の地域力創造アドバイザー事業を活用させていただいたことで、地域ごとに住民の意見を聴くことができ、何を取り組んでいくべきかを整理することができた。具体的な取組みはこれからであるが、一步前進したという実感を得た。

井手アドバイザーの要所要所でのアドバイスにより、誰かにやってもらうのではなく、自分たちで何かできるのかを考え実行していくというスタンスに変化してきている。この流れを引き続き強いものにしていき、地域の活性化につなげ、地域住民の元気を取り戻したいと考えている。

< アドバイザーからのコメント：井手修身 >



萩市のアドバイザーでは、萩市と合併したむつみ、川上、須佐地域において、合併後のそれぞれの地域における振興策として、自然、歴史、産業などの資源を活かした【地域観光ワンプロジェクト】の推進に取り組んでいる。今回はワークショップを通じてこのプロジェクトで地域の課題を抽出し、合意形成し・その推進を図るものであった。故に、3地域の課題や目標はバラバラであり、3つを並行してそれぞれの地域で何をやりたいのかを住民と一緒に進めていった。

その中から、以下のように目標を設定し、事業を推進していった。

須佐地域～須佐湾観光を軸とした「着地型観光商品」の開発（【須佐湾クルーズ事業】の商品化と実施体制の整備。

むつみ地域～【体験型ホームステイ】等の「着地型観光商品」づくりと受入体制の整備、生業のしくみ。

川上地域～遊覧船と周辺施設（長門峡、阿武川温泉、直売所等）を連携させた観光商品の企画・開発、受入体制の整備

3地域の課題や目標はバラバラであったが、着地型観光商品をつくるということで、全体を統一して、1つの成果を出すということに合意形成していくことができた。結果平成23年度春に合同で、「萩市「海」と「山」を作る、食べる、学ぶ、体験プログラム」として同時にPRして誘客することができた。またそれぞれの地域が来年度以降実施するにあたっての課題を明確にすることができた。

萩市の企画課で全体をコーディネートし、各地域の支所の職員が担当していただき、体制としてはやりやすかった。

アドバイザー事業では、課題及びその実施事項が明確なものがやりやすいが、萩市のように課題そのものをワークの中で明らかにして、方向づけしてあげることも、地域力創造アドバイザーの大事な役割である。と同時に、結果を1年で求められるために成果の出し方にはこだわる必要がある。今回はその点、次年度に確実につながる展開が見えたと言える。平成23年度も本事業のアドバイザーとしてフォローしていくことになった。

( 9 ) 熊本県天草市 ( 担当 : 経済部商工観光課 )

**事業テーマ : 交流人口の増加、新たな産業の創出**  
 < アドバイザー : 佐藤喜子光 人口 : 96,473 人 財政力指数 : 0.311 >  
 熊本県天草市は、全域をジオパークとして訴求していくことを検討していた。この中で、アドバイザーの判断により、地域の資源を連携してアピールすることの重要性が指摘され、御所浦地区においてツーリズム、特産品開発の具体的な取り組みが確立された。

地域概要と事業目標

解決が必要とされた地域課題	天草市御所浦町は、平成 21 年 10 月に「天草御所浦ジオパーク」として、日本ジオパークネットワークに認定された。 「天草御所浦ジオパーク」は、天草地域の観光資源の一つとして重要な位置を占めるが、他のジオパーク地域と同様に、認定によって観光(地域)振興の観点から特に優位性が向上したような実感が得られていない。このことからジオパーク認定とその効果には直接的な因果関係はなく、ジオパークの素材と他の素材を組み合わせ、如何に活用するかにかかっているとみえる。 このような実情を踏まえて、ジオパーク素材の活用方法の開発が地域振興に資するものであることを実証し、今後の天草市全体の振興策の策定、ジオパーク推進の指針としたい。
事業の目的・目標	御所浦の地域資源を発掘・商品化し、販売計画を策定するノウハウを現地の地域振興団体を中心とした組織が得ることで翌年度以降の事業実施体制を確立する。 具体的には、天草御所浦ジオパークを活かした経済波及効果の高い旅行商品の造成、地場産業の漁業資源を活かした御所浦らしい商品の開発を目的とする。 この目的を達成するために「自然・地場産業・生活文化」と、そこに共通する「地域のDNA」を基盤とした地域資源の商品化を図り、その商品の消費(地域を体験)活動によって、地域のファンを創る事業を進め、「訪問者の現地滞在中の消費」と、訪問者が帰宅した後の「地域産品の継続的購買」へと繋げる。

事業成果の概要

事業に関わる関係主体	地域の組織	<ul style="list-style-type: none"> <li>・御所浦アイランドツーリズム推進協議会(天草宝島観光協会 御所浦支部) : 事業全般(地域資源発掘、旅行商品の開発等)</li> <li>・御所浦物産館しおさい館 : 物産品の販売・情報発信等</li> <li>・御所浦.net(web 直販サイト) : 物産品の販売・情報発信等</li> </ul>
	外部協力者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・株式会社風の旅行社 : SIT( )旅行商品企画造成販売</li> <li>・レストランシェモア(中島シェフ) : 物産品開発支援 SIT(Special Interest Tour)</li> </ul>

主要成果	<p>&lt; 事業のテーマに直接関わる点 &gt;          ジオ関連ツアーの開発(造成)とモニターツアー企画          御所浦ならではの素材を活かした製品の開発</p>
	<p>&lt; 事業のテーマ以外に派生した成果 &gt;          消費者の動向、ライフスタイル(ローカル志向・スローライフ等)の変遷に          合わせた島の素材の再確認(ブラッシュアップ)と、それらを活かした付加          価値の高い商品(観光・物産)の開発、販売方法等の検討</p>
今後の展開	<p>ジオパークに関連する素材とツーリズム関連の素材を結びつけた(活用し          た)個性的で心に響く商品の開発          天草の強みをいかした天草ならではのストーリー性のある特産品の開発と          販売。そのための人材育成と組織づくり</p>
今後の課題	<p>ジオツアー商品及び地場産品の開発・販売・情報発信を行う人材の育成          商品販売(旅行・産品)を行う運営組織(受け皿)の構築による継続性の確保          旅行商品や産品の開発における消費者ニーズの把握と売れる商品開発のた          めの感覚(センス)を磨く取り組み          地域ブランド化による「行きたい・買いたい・住みたい天草」づくりのた          めの関係者(団体)の連携</p>

#### 事業における取組に係る詳細

##### (a) アドバイザーの活動経過

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
1	7	2	オリエンテーショ ン	担当者、関係者へのレクチャー	
2	7	3	観光資源の整理	現地関係者に対する資源発掘に係 る指導 等	
3	8	5	埋没資源の発掘	ジオ・ツーリズム関連資源の発掘 と確認 等	
4	9	6	「らしさ」を形に	資源活用方策の検討、役割・戦略 の検討 等	
5	10	6	目標とする市場の 特定	ツーリズム商品化に関わるルート の整理、及び現地踏査 等	
6	11	6	地場産品と旅行商 品の開発	産品・旅行商品開発の取り組み概 要の調整、ブラッシュアップ 等	風の旅行社
7	1	4	実行組織体制の構 築	情報発信システム関連の調整 等	レストラン シェモア
8	2	5	次年度計画の策定	関係組織・団体間の役割分担と行 動計画 等	

(b)事業における主要な取組

ジオ関連ツアーの開発(造成)とモニターツアー企画

- ・ジオ関連(観光)資源の掘り起こし(開発)と既存資源のブラッシュアップ。
- ・SIT (Special Interest Tour) の企画販売。



化石の体験採集  
二箇所の採集場があり、誰でも気軽に楽しめる



海上タクシー  
離島に欠かせない交通手段あり、旅行者にも大人気



伝統漁法「とんとこ漁」  
船べりをトントコと叩きながら魚を追い込んだことが名の由来

御所浦ならではの素材をいかした商品の開発

- ・豊富な漁業資源の活用、加工による付加価値向上策の検討。
- ・地場で獲れる魚介類を活用したブイヤベース( )の商品開発。  
ブイヤベース：海鮮スープ料理で世界三大スープの一つ
- ・既存の産直通販システム等の活用策を検討。



とんとこ漁で獲れる天然鯛  
春(4~6月頃)が旬だが年間を通して水揚げされる



既存の郷土料理「鯛茶漬け」



産直通販サイト

「御所浦.com (御所浦ござ市)」

<http://www.goshoura.net/>

市町合併でなくなったホームページを有志の手で立ち上げた



(c)テーマに関わる主要な成果

ジオ関連ツアーの開発(造成)とモニターツアー企画

- ・既存の観光素材とジオパーク関連の観光素材を融合させた旅行商品(ツアー)の開発販売。
- ・島の優位性(オリジナリティや希少価値)に立脚した観光素材の掘り起こし。



風の旅行社が発行する  
パンフレット「風カルチャー  
クラブ」

**天草・御所浦で化石採集と「とんとこ漁」**

開催日時：2010年11月20日(土)～11月22日(月) 2泊3日  
会場：熊本県天草市(八代空港 基合・新築)  
参加料：64,000円(送迎代・船2回3夕2食代含む)  
定員：11名(最少催行5名) 募集員の同行はありません  
即感・旅行

熊本県の天草市御所浦は、白垩紀の前期と後期の境にあたる地帯で、アンモナイトや貝類の化石が多く出土しています。1987年にこの町で初めて恐竜の化石が発見され「恐竜の島」「化石の島」と称されている。この島の「御所浦白垩紀資料館」で、御所浦の地層について解説。船上クルーズなどを楽しんでフィールドに出て化石の採集。型どりなども行う。最終日は、島に伝わる古代漁「とんとこ漁」の舟に乗り込み体験。取れた魚で舌鼓を打つ。

**講師** 高橋 宏明 (たかひし ひろあき)  
熊本県産出された35種、熊本大学大学院自然科学研究科博士課程修了後、熊本大学大学院自然科学研究科にて理学博士を修得。専門は淡水魚類学(魚類学)。2004年より御所浦白垩紀資料館の学芸員として化石の普及教育普及に力を注ぐ一方で、海洋生物(主にとんとこ漁で採れる土壌や埋蔵物のガイモ)や植物のガイモも採っている。最近では、2009年10月に認定を受け日本ジオパーク協会認定の資料館に初めて資料館認定を目的とした展示もなされている。

**日毎**

11/20(土) 1日目の朝は、約乗船。船上クルーズの御所浦へ入り、御所浦白垩紀資料館の見学および「御所浦地層の地層」についての解説。資料館では大勢と化石の採集について解説。御所浦の地層を学ぶ。その後、天草市と天草島に上陸。この日御所浦で化石採集(アンモナイト類)。採れた化石は、地層学的に保存。白垩紀の地層に採集し、この日御所浦で採集した化石の型どり体験(標本採集)は、アンモナイト類のみ。この日御所浦で採集した化石の型どり体験。熊本県産出された35種、熊本大学大学院自然科学研究科博士課程修了後、熊本大学大学院自然科学研究科にて理学博士を修得。専門は淡水魚類学(魚類学)。2004年より御所浦白垩紀資料館の学芸員として化石の普及教育普及に力を注ぐ一方で、海洋生物(主にとんとこ漁で採れる土壌や埋蔵物のガイモ)や植物のガイモも採っている。最近では、2009年10月に認定を受け日本ジオパーク協会認定の資料館に初めて資料館認定を目的とした展示もなされている。

11/21(日) 2日目の朝は、約乗船。船上クルーズの御所浦へ入り、御所浦白垩紀資料館の見学および「御所浦地層の地層」についての解説。資料館では大勢と化石の採集について解説。御所浦の地層を学ぶ。その後、天草市と天草島に上陸。この日御所浦で化石採集(アンモナイト類)。採れた化石は、地層学的に保存。白垩紀の地層に採集し、この日御所浦で採集した化石の型どり体験(標本採集)は、アンモナイト類のみ。この日御所浦で採集した化石の型どり体験。熊本県産出された35種、熊本大学大学院自然科学研究科博士課程修了後、熊本大学大学院自然科学研究科にて理学博士を修得。専門は淡水魚類学(魚類学)。2004年より御所浦白垩紀資料館の学芸員として化石の普及教育普及に力を注ぐ一方で、海洋生物(主にとんとこ漁で採れる土壌や埋蔵物のガイモ)や植物のガイモも採っている。最近では、2009年10月に認定を受け日本ジオパーク協会認定の資料館に初めて資料館認定を目的とした展示もなされている。

11/22(月) 3日目の朝は、約乗船。船上クルーズの御所浦へ入り、御所浦白垩紀資料館の見学および「御所浦地層の地層」についての解説。資料館では大勢と化石の採集について解説。御所浦の地層を学ぶ。その後、天草市と天草島に上陸。この日御所浦で化石採集(アンモナイト類)。採れた化石は、地層学的に保存。白垩紀の地層に採集し、この日御所浦で採集した化石の型どり体験(標本採集)は、アンモナイト類のみ。この日御所浦で採集した化石の型どり体験。熊本県産出された35種、熊本大学大学院自然科学研究科博士課程修了後、熊本大学大学院自然科学研究科にて理学博士を修得。専門は淡水魚類学(魚類学)。2004年より御所浦白垩紀資料館の学芸員として化石の普及教育普及に力を注ぐ一方で、海洋生物(主にとんとこ漁で採れる土壌や埋蔵物のガイモ)や植物のガイモも採っている。最近では、2009年10月に認定を受け日本ジオパーク協会認定の資料館に初めて資料館認定を目的とした展示もなされている。

※天草島は同日の御所浦までより中止もしくは短縮行程でプログラムを再開する場合があります。あらかじめご了承ください。

2010 秋季/冬季号に掲載された「天草・御所浦で化石採集ととんとこ漁」募集記事

御所浦ならではの素材をいかした製品の開発

- ・生産者(漁師)、販売者(小売店)、消費者それぞれの視点での素材の掘り起こし作業による地域資源の再認識



御所浦物産館しおさい館  
地元産の農水産品を販売



魚類養殖場(真鯛・ブリ・フグ等)  
全国でも有数の生産量を誇った



海岸での海藻(アオサ)採り  
味噌汁や天ぷらで食す



#### (d) 事業をきっかけとして派生した主要な成果

消費者の動向、ライフスタイル(ローカル志向・スローライフ等)の変遷に合わせた島の素材の再確認(ブラッシュアップ)と、それらを活かした付加価値の高い商品(観光・物産)の開発、販売方法等の検討

- ・「島には何も無い」から「島には(何でも)ある」への意識の変化(慣れによって見えなくなったものへの気付き)。
- ・ジオパークに関連した素材(化石の体験採集・地層の見学等)とその他の観光素材(ブルーツーリズム、グリーンツーリズム)との融合による相乗効果への期待の高まり。



伝馬船の体験

昭和40年代までは島民の足として、子どもの遊び道具として利用されていた



御所浦白亜紀資料館(外観)  
天草御所浦ジオパークの拠点施設



御所浦白亜紀資料館(館内)  
恐竜の骨や大型哺乳類の骨など約1000点を展示

#### (e) 今後の展開予定

ジオパークに関連する素材とツーリズム関連の素材を結びつけた(活用した)個性的で心に響く商品の開発

- ・既存の観光素材と多様なニーズに応える新たな素材を組み合わせた観光メニューの提供。
- ・ターゲットの絞り込み(コアコンセプトづくり)と情報の発信。

天草の強みをいかした天草ならではのストーリー性のある特産品の開発と販売。そのための人材育成と組織づくり

- ・既存の団体(商工会・旅館組合等)との連携による多様な資源(宝)の集約と参画者を増やす取り組み。
- ・地場の素材を活かした付加価値の高い商品の開発。
- ・様々な媒体を活用した情報の発信とプロモーション活動。

(f) 今後の課題

- ジオツアー商品及び地場製品の開発・販売・情報発信を行う人材の育成
- ・多様な観光メニュー(着地型)における専門性の高いガイドやインストラクター等の養成。
- ・地場製品の加工・製造(商品化)を行う事業者の確保。

- 商品販売(旅行・産品)を行う運営組織(受け皿)の構築による継続性の確保
- ・島の旅行商品と産品のオペレーティングシステム(方法・組織)の構築。

- 旅行商品や産品の開発における消費者ニーズの把握と売れる商品開発のための感覚(センス)を磨く取り組み
- ・現在のトレンドを把握し、将来のトレンドを予測した取り組み。

- 地域ブランド化による「行きたい・買いたい・住みたい天草」づくりのための関係者(団体)の連携
- ・地域ブランド化を進めるための観光・物産・まちづくり団体等の連携と協働。戦略を持った長期的な取り組み。

< 事業を終えての感想・意見：天草市 >

- ・現状では、地域内においても「ジオパーク」に関する理解、認知度が低いため、外向きのPRと併せて内向きのPRの必要性を感じている。インターナルの理解・信頼がなければいくらジオパークを看板とした地域づくりといっても掛け声だけに終わってしまう可能性がある。地域づくりの理解者、参画者を増やす地道な取り組み、意識を共有する場の必要性を感じている。
- ・地質や地形(ジオパーク)というと学問(術)的に捉えがちであり、そのマーケットはニッチな印象を受けるが、その他の(観光)素材と組み合わせることで、多くの方が楽しみ、共感できる地域づくりを進め、地域経済の維持発展を図りたい。
- ・住民(行政職員を含む)が地域の将来のことを真剣に考え、汗をかくことが地域を活性化する手段と考えている。その姿勢や取り組みに対する内と外の共感を得ることで(響くことで)、地域が輝きを取り戻すと考えている。
- ・地域住民と共に汗をかく地域づくりリーダーの存在が不可欠だが、地域(島)には排他的な面もあるため住民の信頼を得るには継続的な取り組み(時間)が必要。
- ・地域力創造の継続性を高めるためには、外部(よそ者)の意見を聞きながらも、地域(住民)自らが考え、自らが主体性を持って取り組む天草型の自立した地域づくりの手法を確立しなければならない。
- ・天草が他の地域に勝るものは何か。外部専門家等を招聘した島の宝探しが盛んに行われているが、講演やワークショップ等、その場限りのことが多い。探し出した宝を磨く取

- り組み、やる気(参画意欲)が持続する方策、例えば身近な成功例の必要性を感じている。
- ・専門性の高い多様な分野の人材によって観光地としての基礎力の向上が必要であるため、(観光)素材の発掘と併せて、人材の発掘が急務である。
  - ・地域課題の共有とその課題を克服するための取り組みによる地域の一体感(の醸成)が必要。
  - ・世間の風潮に振り回されることは避けなければならないが、環境(エコ)や癒しといった時代の流れを意識した地域づくりを進めるために、先見性や感性(センス)のある人材の育成、本質を捉える人材の育成が必要と感じている。

<アドバイザーからのコメント：佐藤喜子光>



天草市は歴史的・地理的にみて多数(約 50 地区)の分散孤立してきた集落の集合体であることから、これをメリットに転換出来るツーリズム事業(個性的な地域差が資源)を梃子として各集落毎の商品競争力を高めるために、各地区の「個性的な観光商品と地場産品の開発」をするべきだと考えられます。このためには、4年程度の時間をかけて「御所浦地区」での試行を行いモデル事業として確立することにより、全市(約 50 地区)で事業展開を図ることが重要と考えています。

一方、2市8町の合併により、天草市の一部となった御所浦地区においては、旧本渡市など、新市の中心となる地域との関係の中で、地域のアイデンティティを明確にし、住民自らが活動していく仕組みを作らないと、地域の特色を活かすことなく、新市の中で埋没してしまう危険性が大きいと感じられました。

このような認識のもと、私はひたすら地元密着に徹して地元の催事・生活に溶け込み、誠意を持って丹念に説得仕事を積み重ねて行って、人として地元御所浦から信頼されるように努めました。各回の訪問時には、数日間の滞在時間を必ず取るようにし、関係者と繰り返し腹を割って話をするにより、信頼関係の構築に努めました。このような取組の中、地元の人達の理解を得てからは、地元の人々の知恵と力の結集で、一気に、事業は進展しました。

その結果、SITのジャンルでは業界トップの旅行会社(風の旅行社)の「ジオサイトを活かした観光商品」が23年秋から毎月定期的に催行されることになり、専門家の協力を得て「地場産業(とんとこ漁)を活かしたブイヤベース(レトルト)」が23年夏には販売出来る目処が立つに至りました。願わくは、今回構築した御所浦モデルをベースに、ツーリズム事業を梃子とした地域力の創造を、天草市全体で展開して頂きたい。

(10) 宮崎県綾町 (担当: 産業観光課)

事業テーマ: 産業活性化施設の運営強化による経営黒字化と綾町の滞在型観光まちづくり拠点事業

<アドバイザー: 井手修身 人口: 7,478人 財政力指数: 0.244>

宮崎県綾町においては宿泊観光の掘り起こしが課題となっており、その受け皿としての宿泊施設の改善が課題であった。このような中、アドバイザーの指摘により、経営組織の改編に向けた動きをスタートすることができた。

地域概要と事業目標

解決が必要とされた地域課題	<p>綾町は、日本で最大規模を誇る照葉樹林帯を有し、その自然生態系を活かした、有機農業や手づくり工芸の里づくりを積極的に進めている。</p> <p>近年は、住民参加型の照葉樹林保護・復元プロジェクトや森林セラピー基地の指定などを通じて環境学習、スローフードのまちづくりの取り組みも行うなど地域全体で観光のまちづくりに取り組んでいる。</p> <p>綾町を訪れる観光入込客は100万人であるが、そのうちのほとんどが短時間の滞在であり、町内での宿泊者は少ない。</p> <p>観光施設各々の取り組みが有機的に連携していないために、滞在型の誘客に結びつかず地域経済の活性化には繋がっていないのが現状である。</p> <p>綾町の観光集客として重要な役割を担っている産業活性化施設には、綾川荘、てるはの森の宿、ふれあい合宿センター、国際クラフトの城、馬事公苑、アイス工房、千尋自然公園(照葉大吊橋)がある。</p> <p>その中で、町営の宿泊施設として綾川荘、てるはの森の宿、ふれあい合宿センターがあるが、ふれあい合宿センターを除いて赤字経営が続いている。(「てるはの森の宿」は平成22年5月オープン)</p> <p>赤字の要因には地元の食材や民間事業者を優先利用するための原価高、コスト高によるものもあるが、圧倒的には販売力・営業力不足、サービスの不均一によるホスピタリティ不足、周辺地域資源との連携不足による顧客獲得が出来ていないのが現状である。</p> <p>綾町での宿泊増による地域への経済波及効果の拡大を図るためにも、宿泊施設の中核である「綾川荘」、「てるはの森の宿」の営業・販売力強化、運営強化、地域との連携強化が急務である。</p> <p>今回、産業活性化施設の見直し、運営強化を図り、綾町全体の観光資源と連携させて、綾町を宮崎県内における滞在型観光まちづくりの拠点として綾町独自の魅力や付加価値を向上させ、最終的には産業活性化施設を黒字に転換することを目的としている。</p> <p>具体的には、宿泊施設の「綾川荘」、「てるはの森の宿」の2施設</p>
---------------	--

	を平成 24 年度までに経営黒字化。そのための商品企画の強化、お客様が期待する食メニュー開発、販売・営業の強化、お客様評価の改善、従業員の意識・資質向上を図り、宿泊増を図る。
事業の目的・目標	平成 24 年度目標 綾川荘：宿泊数 平成 21 年度比 12%UP 8,300 人、 売上 12%UP 12,421 万円（受託料除く）、 営業利益 売上の 5 %確保 てるはの森の宿（平成 22 年 5 月オープン） 宿泊数 平成 22 年度比 12%UP 9,000 人、 売上げ 12%UP 8,514 万円（受託料除く）、 営業利益 売上の 5 %確保

### 事業成果の概要

事業に関わる関係主体	地域の組織	実施主体：綾川荘、てるはの森の宿 指導・補助：綾町産業観光課
	外部協力者	レストラン クレガ（福岡市中央区） 支配人・料理長 小野貴史（料理指導）
主要成果	< 事業のテーマに直接関わる点 > 宿泊商品の造成 料理メニューの充実 広告宣伝の実施 収益の改善	
	< 事業のテーマ以外に派生した成果 > 「クチコミ」評価の取得 施設間の連携	
今後の展開	経営マネジメント能力の向上 ホスピタリティの充実（顧客満足度の向上）	
今後の課題	商品造成、企画力の向上 販売促進、営業力の強化 従業員に対する研修の実施（人材育成） 収益の改善	

### 事業における取組に係る詳細

#### (a) アドバイザーの活動経過

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
1	7	1	現況把握	視察、収支・営業活動状況聴取	
2	7	1	現況把握	視察、収支・営業活動状況聴取	
3	8	1	売上計画確認	8 月、9 月の売上・販売計画	
4	8	1	売上見込確認	8 月見通し、9 月以降企画	
5	9	1	宿泊の食事企画	食事の商品企画の検討	

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
6	9	1	宿泊の食事企画	9月以降の食事（宿泊・宴会）	
7	9	1	企画、広告宣伝	企画内容、販売促進検討	
8	10	1	企画、広告宣伝	ネット販売、有料広告活用	
9	10	1	企画、広告宣伝	11月、12月商品企画	
10	10	1	料理企画	新作スイーツ試作、指導	小野貴史
11	11	1	滞在型商品企画	滞在型商品づくり、販売促進	
12	11	1	年末商品企画	宴会、宿泊企画造成、販売促進	小野貴史
13	11	1	料理企画	原価計算、メニュー指導	小野貴史
14	12	1	料理企画	食材仕入、有機野菜スイーツ	小野貴史
15	1	1	企画、広告宣伝	HP作成指導、2月以降販売	
16	1	1	次年度計画検討	綾川荘の次年度全体計画の検討	
17	1	1	料理企画	新作メニュー試食会	小野貴史
18	2	1	次年度計画検討	次年度計画、町長プレゼン	
19	2	1	企画、広告宣伝	販売促進策検討、3月以降計画	
20	3	1	次年度計画検討	通年の売上、販売計画の確認	

#### (b)事業における主要な取組

##### 旅行商品の開発

- ・四季折々の宿泊商品の造成
- ・食事を前面に打ち出した宿泊商品の開発
- ・工芸体験など、周辺施設とのタイアップ商品の企画

##### 食事企画

- ・宿泊者向け食事メニューの企画
- ・地元向け宴会メニューの企画
- ・新作スイーツの試作
- ・春の新メニューの試食会の実施



外部協力者による指導

新作スイーツの試作

春の新メニューの試食会

#### 販売促進

- ・ ネット販売方法の見直し
- ・ 紙媒体を活用した広告掲載の実施

#### 収益の改善

- ・ 予算実績管理の徹底
- ・ 原価管理の徹底



小野シェフによる料理開発指導

#### (c) テーマに関わる主要な成果

##### 宿泊商品の造成

- ・ これまで単一料金プランしかなかったが、時季に応じた宿泊プランを徐々に増やしていき、利用客が目的に応じて選べることで集客力の向上が見込める。
- ・ 宿泊商品を「じゃらん NET」、「楽天トラベル」でネット販売し、徐々に予約が増えつつある。

##### 料理メニューの充実

- ・ 宴会メニューと宿泊向けの料理を明確に区分し、それぞれのニーズに応じたメニュー作りを行った。
- ・ 季節のメニューを確認し、年間の料理プラン作りを行った。

##### 広告宣伝の実施

- ・ 地元及び宮崎市を重点的に忘新年会等の宴会プランの折込チラシの発行、フリーペーパー等に食事プランの広告掲載等を行い、前年度以上の集客があった。
- ・ これまで、ほとんど使われていなかった広告宣伝費の計画的、効果的な執行を実施。

##### 収益の改善

- ・ アドバイザー事業導入後、宿泊、食事とも徐々に売上が目標値をクリアできるようになってきた。
- ・ 今年度は口蹄疫、鳥インフルエンザ、新燃岳の噴火、と観光面では全くいいところがなかったが、今後に向けて改善の下地づくりができた。

#### (d) 事業をきっかけとして派生した主要な成果

##### 「クチコミ」評価の取得

- ・ 「じゃらん NET」に宿泊客が「クチコミ」の書き込みを行っており、概ね良い評価が得られており、新たな顧客確保への期待が持てる。

##### 施設間の連携

- ・ 商品造成に際し、工芸、乗馬体験等の観光施設との連携による新たな宿泊商品造成に取り組むことにより、綾町全体での観光誘客に繋がる。

綾川荘チラシ



**綾川荘の忘新年会**  
2011 1/31 (月)まで

一年の大切な節目のお集まりにふさわしいプランをご用意しました。  
3つのコース、2つの会場で大人様3,000円よりうれしい温泉入浴の特典付き。

**せせらぎ会席** 日本一の「せせらぎ」を堪能できる。お正月にふさわしいお料理をご用意。お正月にふさわしいお料理をご用意。

**猪鍋会席** こだわりの豚鍋。お正月にふさわしいお料理をご用意。お正月にふさわしいお料理をご用意。

**焼肉コース** 日本一の「焼肉」を堪能できる。お正月にふさわしいお料理をご用意。お正月にふさわしいお料理をご用意。

**光明石温泉** 綾川荘の温泉。お正月にふさわしいお料理をご用意。お正月にふさわしいお料理をご用意。

★ご予算に応じて承ります。お気軽にご相談下さい。  
★飲み放題お一人様1,000円 [2時間] もございます。  
★10名様以上のグループは無料送迎いたします。  
(宮崎市近郊まで)

「ご予約・お問い合わせ」  
綾川荘 TEL/0985-77-0070 ホームページにてお得な情報発信中!  
http://aya-river.com

じゃらんNET掲載のてるはの森



**てるはの森の宿**  
綾町サイクリングターミナル

料金: 香泊プラン一泊

宿泊プラン一覧 てるはの森の宿

宿泊日: 2010年 12月 02日 月 月付 料金: 1泊 人数等: 大人 各子供名: 1 部屋: 1

部屋タイプ: シングル  ツイン  和室  食事: 指定しない

**綾の産物いっぱい! 綾どれ会席 香泊プラン**

綾どれの産物料理をご堪能いただきながら、田舎のゆったりした時間を過ごしてください。季節により鮎、猪、ぶどう豚など、綾どれ農産物を中心に旬のメニューの会席。

食事: 和・夕  チェックイン: 18:00 ~ チェックアウト: ~10:00

このプランの詳細・予約 大人1名 合計 ¥8,400 ~

ツイン  新築ツイン  詳細・予約 ¥8,828 ~

**A4等級以上の宮崎牛ステーキを! 納得プラン**

A4等級以上でないも名称でない宮崎牛のステーキを、ご堪能いただくプランです。価格は公営の宿ならではの納得価格でお過ごしいただきたい、3名様以上ではケビ。

食事: 和・夕  チェックイン: 18:00 ~ チェックアウト: ~10:00

このプランの詳細・予約 大人1名 合計 ¥10,300 ~

ツイン  新築ツイン  詳細・予約 ¥10,300 ~

和室  ケビン(山小屋風一戸建て)  詳細・予約 ¥10,300 ~

**ミニダブルのシングル利用でお得な! カップルプラン**

シングルルーム、セミダブルベッドのご宿泊にはなりますが、宿泊代1名様分が食事代のみのお得なプランとなっております。是非カップルでお越し下さい。夕食は...

食事: 和・夕  チェックイン: 18:00 ~ チェックアウト: ~10:00

このプランの詳細・予約 大人1名 合計 ¥12,000 ~

ツイン  シングル  詳細・予約

**近い寝のお子様無料! ツインのファミリー香泊プラン**

一泊二食付のファミリーでの格安宿泊プランです。ツインルームにはなりますが、セミダブルベッドに深い寝のお子様の料金も、お食事のみの料金(二食付を小学生3.3..)

食事: 和・夕  チェックイン: 18:00 ~ チェックアウト: ~10:00

このプランの詳細・予約 大人1名 合計

(e) 今後の展開予定

経営マネジメント能力の向上

- ・商品企画力の向上
- ・外部人材の登用
- ・今後、3年後までに単独収支の改善(黒字化)を目指す。

ホスピタリティの充実(顧客満足度の向上)

- ・顧客名簿の活用と営業活動の強化によるリピーター(顧客)の確保
- ・接客、接客改善とホスピタリティ(顧客満足度)の向上
- ・人材育成を図るため各種研修の実施

(f) 今後の課題

商品造成、企画力の向上

- ・在庫管理、原価計算の徹底
- ・計画的な商品企画(年間、季節物、繁忙期と閑散期等)
- ・料理メニューの改善(原価計算、新メニュー・名物の開発等)
- ・新たな観光資源の掘り起こしと商品化(森林セラピー、ホテル)



販売促進、営業力の強化

- ・顧客名簿の管理の徹底
- ・適正規模の広告宣伝費の確保と計画的な執行

従業員に対する研修の実施（人材育成）

- ・接遇研修の実施（講師招へい、派遣）
- ・経営、営業マネジメントのできる人材の育成
- ・適正な人事評価、査定を導入

収益の改善

- ・データ分析による経営方針の確立
- ・中長期的な施設の修繕・改修

< 事業を終えての感想・意見：綾町 >

平成 22 年 7 月、口蹄疫による移動制限により入込観光客が激減し、宿泊が全てキャンセルされるなど、綾町の観光産業が大打撃を受けている最中に当事業に着手した。綾町の産業、観光の回復の見通しの立たない最悪の状況にあって、当事業に対する期待はかなり大きいものがあった。

9 か月間、アドバイザーからきめ細かい指導を受けた結果、少なからず成果は出ているが、残された課題も多く、今後とも自主的な取組を継続する必要がある。

これまで、予算実績管理といった基本的事項と商品企画、営業、販売などの技術的な指導を受けてきたが、そういったノウハウが定着するにはもうしばらく時間が必要である。また、収支改善（黒字化）の方策を探ってきたが、黒字化には、まだ数年かかる見込みである。さらに、目標を達成した後のビジョン（営業方針、内容、雇用等）も明確になっていない。いまだ前途多難の感がある。

当事業を通じて、綾町の「人材不足」という別の課題も見えてきた。綾町では、地産地消、地元企業優先で地域経済を支える政策を推進しているためか、住民の多くが行政に頼りきり、任せきりで、営業努力、原価意識など民間事業者としての経営感覚に欠けるところがある。接客や接遇などホスピタリティに対する意識も低い。アドバイザーの指導を実行できる専門的な知識や経験を有している民間の人材も圧倒的に足りない。そのため施設職員など現有戦力の底上げが必要だが、テクニックの習得だけではなく、町を挙げて自主自立への「意識改革」が必要である。

なお、22 年度も終盤を迎えた頃になって「鳥インフルエンザ」や「新燃岳の噴火」など新たなマイナス要因が宮崎県経済に追い打ちをかけており、綾町でも危機感を非常に強く持って今後とも地域産業の支援に取り組むこととしている。

<アドバイザーからのコメント：井手修身>



綾町の観光中核拠点である「綾川荘」「綾てるはの森の宿」は赤字経営が続いている。赤字の要因には地域事業者等を利用するため原価高、コスト高によるものもあるが、圧倒的には販売力・営業力不足、ホスピタリティ不足、周辺地域資源との連携不足による顧客獲得が出来ていないのが現状である。この2施設の営業・販売強化、運営強化、地域との連携強化等の見直し、運営強化をはかる。綾町全体の観光資源と連携させて、綾町を宮崎県内における滞在型観光まちづくりの拠点を目指してアドバイザーに入った。

具体的な活動として、 予算実績管理の強化 営業ミーティング導入、 商品企画の強化、ターゲットに合わせた商品開発、 販売促進、セールスの強化、週間単位の営業、綾の食材を活かした、名物料理の製作、 おもてなし意識の向上を行った。

成果として、 から の施策が、徐々に浸透して、販売力・営業力、ホスピタリティ UPが目に見える形で表れてきた。その結果、平成22年9月以降の売上実績として、昨年比に比べて売上UPの方向になった。また綾町全体の観光資源と連携させた商品づくりにも着手することができた。

しかし一方で、宮崎県は口蹄疫の被害、霧島山（新燃岳）の噴火による被害があり、昨年度より県全体として売り上げが落ちる要因があり、2施設の売上も厳しいものになった。このように、平成22年度の成果は上がってきているが、抜本的な改善には至っていない。そのために、平成23年2月に、2施設の組織である綾町産業活性化協会の会長である町長に現状の施設の経営状況と今後の事業展開の提言を行った。その結果、平成23年度に向けて、支配人外部登用、組織改革、評価制度の導入を行い結果、黒字化、雇用の拡大を目指すことの合意に至った。平成23年度の支配人外部登用にむけて、全国公募で人材を募集し採用していくことに着手している。

本事業のような、施設の営業・販売強化、運営強化、地域との連携強化等の見直しなどは、やるべき目標や個別の施策は明確であるため、アドバイザーとしては取組やすいところはある反面、成果をだすとすると働く従業員のモチベーション、組織の指揮系統、マネジメントに関わってくるので、最終的には経営者の判断や意思に委ねることも多くなる。そこは、短期的に改善できない部分もあり、苦労したところである。今回は最終的に町長にプレゼンテーションでき、ある程度理解いただき次年度に繋がる展開となった。次年度も引き続き、アドバイザーとしてフォローしていくことになった。

(11) 鹿児島県長島町（担当：企画財政課）

**事業テーマ：地域資源の掘り起こしと受け入れ体制の構築**  
 <アドバイザー：砂田光紀 人口：11,958人 財政力指数：0.19>  
 鹿児島県長島町は、九州新幹線の全通を契機に一層の飛躍が望まれる中、アドバイザーのコーディネートのもと、遊休化した施設の有効活用などを通じて、新たな魅力づくりを行っている。

地域概要と事業目標

解決が必要とされた地域課題	<p>本町はこれまで基幹産業や海・山の自然の美しさ、歴史的文化遺産などを活用した観光PRを図ってきたが、近年は地域住民を巻き込んだ「造形美術展」や「おさかな祭り」などのイベントを開催し、ボランティアが石積みと花で約40キロの道路を彩る「ぐるっと一周フラワーロード事業」を推進、農林漁業者が新鮮素材をPR・販売できる情報発信施設をオープンさせるなど、新たな取り組みを展開している。</p> <p>これにより町外からの入り込み客が多くなり、イベント開催時には町の主要道路で渋滞が発生するほど流入人口の増加が現れている。</p> <p>このような中、平成23年春には九州新幹線が全線開通し、全国都市緑化がごしまフェアも控え、これからは新幹線利用客やフェア参加者など、より広域圏の人々を町内へ招致するため、さらに魅力ある事業を推進していかねばならない。</p>
事業の目的・目標	<p>これまで以上に地域力を向上させなければならないと考え、地域資源を深く知り、「魅力」「個性」を発掘し訪れる人を増やしたい。</p> <p>「また行きたい」「住んでみたい」と感じてもらえる顧客満足度の高い町を築くため、交流人口増加に伴う「官民一体となった受け入れ体制の構築」や既存公共施設の有効利用策等が課題となっている。</p>

事業成果の概要

事業に関わる関係主体	地域の組織	<p>全庁による事業と認識させ会議にて意見を交換した。その中で、担当課である企画財政課が主体となった。</p> <p>1. 既存公共施設再生プロジェクトとして閉鎖した直売施設担当課の農林課                  2. 間伐材を利用した町内統一案内板の製作設置した耕地課                  3. 離島である「獅子島」に関する事業を展開するため企画財政課</p> <p>&lt;町内関係組織&gt;                  1. 道の駅長島「ポテトハウス望洋」支配人                  2. 獅子島地区4自治公民館長及び水産加工グループ</p>
	外部協力者	
主要成果	<p>&lt;事業のテーマに直接関わる点&gt;</p> <p>1. 閉鎖した公共施設を対象にした再生プロジェクトによって、今後どのような方向性（集客できるか）で進めるか等を決定できた。また、地元の食文化を見直すことにより、特産のブリ、じゃがいも、山菜を使った魅力ある長島を推進する目標が設定できた。</p> <p>2. 町内にはいろいろな案内板などが設置してあるが、統一性がなく来町者に分かりづらいものがあった。間伐材を利用した統一案内板（サインボード）を設置することによりセンス良く、分かりやすい案内板となった。</p> <p>3. 離島である化石の島「獅子島」において、旅行者に対して旅館以外に食</p>	

	<p>を提供する場所がなかったが、地元女性水産加工グループによる屋外移動式の「獅子島レストラン」をオープンするよう事業の展開中である。</p> <p>&lt;事業のテーマ以外に派生した成果&gt;          これまで気づけなかった地域資源を知ることができた。よそ（町外の方）の目線から見て、長島の財産や今は何を求めているか等、田舎（地方）目線の計画ではいけないということ。またどのような施策が必要なのか等がある。</p>
今後の展開	<p>主要成果であげたように、地域資源がまだ眠っているものがあり、これを使った施策を展開するため、次年度も町単独事業で砂田アドバイザーとともに町の活性化のため、推進していきたい。</p> <p>また、鹿児島県で「一番元気のある町」として、多様なイベント、集客事業を展開していく。</p>
今後の課題	<p>1. 2町が合併したことで、類似公共施設が点在しており、今後どのような方向性を出すべきか。</p> <p>2. 少子高齢化が進む中、住民福祉と連動した施策を展開し、子どもから大人までの町民が、長島に対して誇りを持って生活できるような方向性を示さなければならない。</p> <p>3. 離島である化石の島「獅子島」をこれまで以上にPRし、本島以上に交流人口を増やし、人口減に歯止めをかけたい。</p>

#### 事業における取組に係る詳細

##### (a)アドバイザーの活動経過

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
1	7	2	年間計画	年間計画と町内現地視察	
2	8	1	既存公共施設検討会	1. 公共施設を管理している担当課との検討会 2. 視察研修先の検討	
3	9	5	問題公共施設検討会	1. 全庁を取り込んだ課長・係長レベル検討会を開催し、閉鎖までの経緯と問題点の抽出 2. 視察研修について	
4	10	2	視察研修を踏まえた今後の展開と、公共施設のあり方について	1. 9月に実施した研修について、各自の感想とビジョンの設定 2. 獅子島地区において観光資源の絞込みと獅子島食文化の試食	
5	11	6	観光及び特産品開発と、観光案内について	1. 観光及び特産品開発について長島町議会議員の視察研修 2. 統一看板の設置について	
6	12	1	統一看板の設計	1. 長島町内における案内板の統一作業	
7	1	3	統一看板の中間打合せと、特産品開発	1. 間伐材による統一案内板の中間打ち合わせ 2. 特産品開発を手がける者とのヒアリング及び試食	
8	2	1	「獅子島レストラン」について	「獅子島レストラン」の資材及び食器等中間打ち合わせ	

(b)事業における主要な取組

案内板開発

- ・地元の間伐材を使い、赤潮被害で休職中の住民を雇用した統一案内板の開発と製作。  
住民自らが町のために設置をすることで、より一層郷土愛が生まれる。



地元の間伐材を活用して作成した案内看板

「獅子島レストラン」の開発

- ・地元女性の水産加工グループによる屋外レストランの開発を行い、獅子島特有の郷土料理を町内外にPRし、食文化からも獅子島を発信することにより、観光集客につなげる。



獅子島レストランのメニュー開発

## 獅子島レストランの基本コンセプト

20101027.OFN KOKI SUNADA



### 【獅子島レストランとは？】

特定の店舗でなく、獅子島の海の幸、山の幸を活かし、絶好のロケーションで食事を提供するランチ・サービスであり、島民とお客さまの交流の場でもあります

### 【サービス提供の方法は？】

- 通常は完全予約制。
- 大皿料理を並べ、お客さま自身で取っていただく「ピュッフェ(バイキング)」形式
- 好天時には野外の木陰やテントを利用し、悪天候時には公共の施設を利用する
- 「基本料理」を決めておき、「旬の皿」をプラスして提供する
- テーブル、椅子、テーブルクロス、グラス、皿などは「良いもの」を揃えてゆく
- 「獅子島レストラン」の統一イメージを作り、うまかもん幣串とともにPRする

### 【協議すべき課題は？】

#### ■ 場所や方法について

##### <ロケーション案>

- ・ 好天時／幣串港奥、幣串えびす石像の前、片側港、七郎山ほか
- ・ 悪天候時／湯ノ口のもくもく館、アイランドセンターほか

##### <価格設定案>

- ・ 大人／¥1,500-、 小人(小・中学生)／¥800-、 幼児以下無料 \*アルコール類は別料金

#### ■ 想定される客数、客層とメニューについて

##### <何人まで対応するか>

##### <メニュー想定>

\* 皿数や内容について、最低限のルールをつくる

- ・ 汁物……………
- ・ 大皿(基本)…
- ・ 旬の大皿……
- ・ ごはん…………
- ・ 香の物…………
- ・ デザート……
- ・ 飲み物…………

##### \* 備品の考え方

- ・ 食器、テーブルクロス
- ・ テーブル、椅子
- ・ ピュッフェ台

##### <その他>

## 閉鎖した公共施設(農水産物直売所)の再生プロジェクト

- ・ 和歌山県や長野県などの研修視察をふまえ、特産のブリ、じゃがいもと地元にある昔ながらの食文化を見直すことにより、今後の施設方針が打ち出された。また、長島町

の特産は多いにもかかわらず、町内外の方が食する場所が少ないことから、同施設を利用した施設運営を目標とする。



検討会の実施



小布施町への視察

### (c) テーマに関わる主要な成果

- 地域資源の掘り起こしがなされた
- これまで、気づかなかつたよそからの目線により地域資源が見直され、長島の自然と食文化の良さ、豊富さに驚いた。今後は、花の町「長島町」をもっとPRするため、きれいな街並と観光集客を図り、行政側はもちろんのこと、一般住民も巻き込んだ戦略で活性化させていく。



長島町の重要な地域資源である漁港

#### 女性の活躍

- 男性とは違う女性の視点や意見、そしてやる気を起こさせるなど地域活性化には欠かせないものが見つかった。砂田アドバイザーの助言により、女性一人一人が考えている事を聞き取り、今後の事業展開を見いだした。



女性を交えた戦略検討

### (d) 事業をきっかけとして派生した主要な成果

#### 特産品の開発

- 地元でとれた農水産物を使った料理のレシピ

観光客に対しての「おもてなし」の心

- ・交流人口を増やすため、いろいろなイベントが開催される中、これまでにはない間伐材を使った自然にも人にもやさしい看板が目を引くようになり、分かりやすいと評判である。

ほかの町に類しない公共施設の再生

- ・閉鎖した公共施設の一部を、長島町が進めているフラワーロードの花の育苗施設としての再生。また、食に対しても、昔ながらの食（精進料理等）の提供計画。

#### (e)今後の展開予定

地域資源の掘り起こし

- ・まだ眠っている資源を抽出する。
- ・町民を対象とした検討会。

既存の公共施設の建て直し

- ・2町が合併したことで、類似公共施設が点在しており、機能の集約が急がれる。

離島である化石の島「獅子島」のPR

- ・新幹線開業に伴い、JR沿線から一番近い離島である獅子島において、交通アクセスの利便性をPRし、化石の島と島ならではの食の提供を展開していく。

#### (f)今後の課題

人的要因の確保

- ・行政だよりではなく、官民一体となった事業の展開
- ・若い人材の掘り起こし

確実な事業計画と実施

- ・「何を」「どうする」「いつまでに」といった的確な目標達成を掲げ、「また行きたい」「住んでみたい」と感じてもらえる顧客満足度の高い町を築く。

#### <事業を終えての感想・意見：長島町>

本町において率直な感想は砂田アドバイザーに入っただき大変感謝しているということです。

その理由としてまず1つ目は、「よそから（よそ者）の目線」での的確なアドバイスがありました。これまで地元にあった風景、食、観光となりうる自然など地域資源について話をされ、自分たちが気づかなかった視点が見えたという事です。

これに伴い、今後町のイベントや事業展開していく上で大変参考になり、少子高齢化が進む小さな町ですが、「おもてなしの心」を大事にした事業展開が見えたという事です。

次に2つ目ですが、町の合併によって類似施設が点在しており、公共施設として完全に機能している施設とそうではない施設、そしてそこに働くものと行政側の意識が足りていないことが浮き彫りになり、閉鎖した直売施設再生のため、地域資源を利用できる施設再



建と、町が今何を必要としているかなど今後の計画が立てられたということでした。

次に3つ目ですが、町の中には色々なサイン（案内板）が点在しており統一性がなく分かりづらいものが多々ありました。以前設計製作されたサインを一変し、センスある都会的な発想のもと統一性が保たれ、近隣市にはないサインボードが設置されました。

最後は、離島である「獅子島」の今後の展開を示していただきました。これには、定期航路等を使い、どうしたら獅子島に観光客を呼び込むことができるかや、観光客に対して食事をする場所がないことが問題となり、島内による冠婚葬祭時に出される郷土料理の素晴らしさに着眼し、地元女性の水産加工グループに協力をいただき、屋外による移動式の「獅子島レストラン」の計画がなされ、平成23年4月中には1回目の実施を目標としています。

このようなことを踏まえ、当町において平成23年度は町単独費でアドバイザー事業を展開し、今後の展開を楽しみにしております。

<アドバイザーからのコメント：砂田光紀>



鹿児島県北端の町長島町は、島の東西で分かれていた2つの町が2006年に合併して誕生。長島本島と橋でつながる2つの島、さらに離島「獅子島」とともにおだやかな八代海に浮かぶ町です。プロジェクトは合併や過疎化によって生じた遊休化施設の今後について皆で議論することから始まりました。自治体内部でもこのような課題に部署を越えて取り組むのは初めてとか。全員が必ず意見を述べること。担当課でなくとも、自分の事業だと思って真摯に考え、良い点も悪い点も気づいたことはしっかり発言すること。問題点を指摘したら必ず解決への糸口となるアイデアを出す

こと。そんなルールを課しても、皆さんは本気で取り組んでくださいました。「こんな横のつながりのある協議は初めてだ」と言ってくくださる方もいらっしゃいます。私たち民間にいる者にとっては「当たり前」でも、行政内部ではなかなか通らない常識があります。地域が自ら立ち上がるためには、自治体内部でも、官民一体であっても、こうした「つながり」を意識した前向きの議論が必要なのだと実感します。

合併によって機能が重複する施設があります。農産物直売所が継続運営できなくなり、閉めたままになる。博物館施設に閑古鳥が鳴いている。学校でさえ次々に統合され、校舎を解体すべきか活用策があるのか判断が難しい。地方の小さな町なら日本中で起きている問題だと思います。私たちはまず、閉鎖してしまった小さな直売施設の今後について考えることから始めました。自治体直営ではどうにもうまくいきそうにない。では住民はこの施設を活用してくれるのか。結論から言うと、住民パワーを活かして新しい局面を迎えそうな段階に漕ぎ着けたところです。まずは一つ、成功体験を共有したい。それがすべての解決策につながると思います。素朴で温かな町の人びとと熱く語り、新しいスタートを切る瞬間に立ち会った。そんなプロジェクトでした。

(12) 沖縄県糸満市 (担当：企画開発部政策推進室)

**事業テーマ：元気に糸満・米須**  
 <アドバイザー：吉本哲郎 人口：55,816人 財政力指数：0.43>  
 沖縄県糸満市では集落のコミュニティの維持に対し、危機感を抱いていた。その中、米須集落をモデルとして、アドバイザーが提唱する「地元学」を実践的に導入することにより、集落のあるべき方向性が明確になった。

地域概要と事業目標

解決が必要とされた地域課題	かつて、本市の農村部は、コミュニティ結束の強い地域の一つであった。各集落は自治公民会活動が活発で公民館を拠点として婦人会、青年会活動や幼稚園そらばん塾などが開催されていたが、1970年代頃からは、農業以外の職につく若者も増え、職業と価値観の多様化が進行し、それに伴い多くの集落では、婦人会、青年会活動などが低下し衰退傾向にある。
事業の目的・目標	地域に活気を取り戻すため、協働に基づく集落ビジョンを考え、地域伝統に根付く住み良い元気なまちづくりを図ることを目的に、地域コミュニティの再生を目指すと共に、集落の自立的発展を促す。そして、この地区をモデルとして他の集落の自立的村づくり活動の誘導を目指す。

事業成果の概要

事業に関わる関係主体	地域の組織	米須農村活性化事業世話役会
	外部協力者	横尾 ともみ 地元学ネットワーク 郷田 美紀子 薬膳茶房オーガニックごうだ代表
主要成果	<事業のテーマに直接関わる点> 問題解決型ではなく、価値創造型の米須づくりに取り組んだ。 ・「米須の言い伝え(素案)」作成 ・「米須地区環境協定(素案)」作成 ・「米須 村丸ごと生活博物館要綱(素案)」作成 ・「さん姉 食の生活博覧会 米須」の開催	
	<事業のテーマ以外に派生した成果> ・米須の人々6名が自費で水俣を視察に訪れた。 ・子どもたちが頑張り、大人たちを動かした。	
今後の展開	・米須 村丸ごと生活博物館構想の具体化 ・米須地区環境協定締結の実現	
今後の課題	米須の持っている力と、人の持っている力と、いかにやってみたいという気持ちとを、「自分達はこれならやれる、やってみたい」という行動に変えて行けるか。	

事業における取組に係る詳細

(a)アドバイザーの活動経過

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
1	7	4	本島南部の概況把握及び食の調査指導等	沖縄本島南部の状況・概況の把握を行うと共に、現地の婦人グループと食について語る。	
2	10	4	徹底的あるもの探し及び絵地図の作成指導	徹底的あるもの調査とその絵地図を作成し、成果の発表を行う。	横尾ともみ
3	11	4	絵地図の作成と発表の指導	米須の良いものと課題の把握及び出合った人の紹介とあるもの調査を行い、絵地図に表現し、その成果を発表する。	横尾ともみ
4	12	4	米須「食の生活博覧会」と「ああしたい、こうしたい投票」	目標を検証する為、「米須ああしたい、こうしたい投票」と「食の生活博覧会」の実施に伴う指導助言。	郷田美紀子
5	2	4	元気な米須「未来の大人たちへ」報告会	米須の人達と協働で「元気な米須づくり」のため、米須でこれまでやってきたことの紹介。	横尾ともみ

(b)事業における主要な取組

米須の調査を実施

ア.米須あるもの探しと発表会の開催



子どもたちによるあるもの探しと発表

子どもたちを中心に米須地区内であるもの探し調査を行い、出合った人や気になるものを絵地図にまとめ発表する様子。大人たちとはまた違った、子どもならではの感性たっぷりの発表であった。



住民参加によるあるもの探しと発表

大人たちも、市職員や地元の人々たちが参加し、いくつかの班に分かれ米須地区内であるもの探しを行った。この日は6班に分かれ、それぞれのテーマについて調査を行い、それを絵地図にまとめ発表し、「驚いたことと気づいたところ」を共有した。米須でのあるもの探しは補足調査も含み、事業期間中4度に及んだ。

#### イ. ああしたい・こうしたい投票



あるもの探し調査において「気になるもの・気になるところ」を上げ、「ああしたい・こうしたい」と人・物・場所などをジャンルで分けてカードに整理を行っている様子。



カードに整理した「気になるもの・気になるところ」を、米須の人達自らが「残したい、伝えたい、守りたい」などと、1人持ち票5票を、ポストイットを票に見立てそれぞれのカードに投票を行っている様子。

#### ウ. 郷土料理の品評会の開催（さん姉 食の生活博覧会 米須）



郷土料理の作り手と試食会の様子

「さん姉」とは = 3人のお姉さん(複数人的要素)を言い、全体の意味を総称すると、地区のお姉さん達が腕をふるって作った家庭料理をたしなむ大会とでも表現しようか？これが意外に大好評であった。

#### (c) テーマに関わる主要な成果



子ども達がまとめを作成



活動経過の写真を掲示



発表に真剣に聞き入る

市職員も同行し、地元の子供と大人達で、米須のあるもの調査を実施した。  
米須にあるものを再認識すると共に、あるものを新しく組み合わせる訓練を行い、やってみたいことの意志づけができた。また、米須のある場所やものについて、「残したい、伝えたい」などの認識の共有ができた。

米須を訪れる人々へ米須ができる「食のおもてなし」をモニタリングする。  
1,000円相当で提供できる米須の郷土料理は、総数で25品目を数え、組み合わせ次第で概ね7、8種類のメニューができることを認識した。



郷土料理の試食

(d)事業をきっかけとして派生した主要な成果

#### 地元住民による水俣視察を実施

水俣視察は2泊3日の日程で実施した。まず初日は水俣資料館を訪れ、かつて水俣資料館々長でもあった吉本氏本人の身に余るほど丁寧なガイドで説明を受けた。2日目は視察の主目的である「村丸ごと生活博物館」(頭石地区)を半日コースで視察した。最終日は、吉本氏の心友でもあり水俣病の水俣病認定患者の家庭を訪問し、とても貴重なお話を伺うことができた。



水俣資料館視察



村丸ごと生活博物館  
頭石地区を視察



水俣病の水俣病認定患者  
家族(前列左から2番目)を訪問

#### 子どもたちが元気な米須づくりに参加

- ・「あるもの探し」調査に参加し、「出合った人」を紹介した。  
子どもたちの出合った人とは0歳児からお年寄りまでと広範囲で、おまけの感想も添えるなど、驚きの連続であった。
- ・「米須の残したいもの」をまとめた。  
大人たちの「残したいもの」とは、一見して他にないものを上げる傾向があるのに対し、子どもたちの「残したいもの」とは、郵便局や駐在所、米須保育所など、大人たちからはあたり前にあるべきものとして存在していたものであった。しかし、これらはどれも米須に必要なものであることに、参加者は気づかされた。

(e)今後の展開予定

米須 村丸ごと生活博物館構想の具体化

素案としてこしらえた、「米須 村丸ごと生活博物館要綱」等を実践して行く上で、行動のありかたを具体的に示して行く事が今後の取り組みとして必要となる。

米須地区環境協定の締結

自分たちの住む環境を自分たちで守って行く事を、米須の人たちへ広く浸透させ且つ定着させたい思いがあつてつくった「米須地区環境協定」。その啓蒙や締結方法など具体的な取り決めなどが必要である。

米須の個性表現

米須の先人や古くから受け継がれてきた事を表現した「米須の言い伝え」、「楽土・ニライカナイする糸満・米須」を米須の人たちが共有した独自の個性表現を持って継承して行く。

(f)今後の課題

米須らしい・新しい価値の創出

米須を元気にしていくために行動を起こすことが求められる。また、自分たちでやる力を身につけるための志を持つとともに、未来に生きる希望をつくり、子どもたちに伝えていく事に価値を感じ創出して行くことが必要である。

米須 村丸ごと生活博物館の実施

米須を訪れる人々へ、気持ちよかつ分かりやすく案内するため、地域資源マップを作成する必要がある。また、現地を案内する生活学芸員と、米須の良さを形として触れ感じて頂くため、生活職人が必要である、そのためには候補者の人選と育成、地域特産品の開発、環境整備などを進める必要がある。

<事業を終えての感想・意見：糸満市>

正直最初は、米須地域の課題や何がやりたいのかと言うものが、はっきりと見えていなかった事もあり、吉本氏の持っている手法がこの米須で生かせるのか非常に不安に思っていました。しかし、市職員はもとより米須の子どもたちから大人たちに至るまで広く呼びかけ、米須であるもの調査を行い、「米須の伝統や文化、村の生活形成」などを自分達で調べ、米須の持っている力、人の持っている力を絵地図に表現することで、自分達がこれならやれる、やってみたいという行動の具体が見え出しました。また同時に、何を大切にすべき、という「べき論」ではなく、何が大事かを考えて「行動したい」と思う気持ちが重要なことであることに気づきました。それは、問題解決型で考えるのではなく、価値創造型で米須づくりを考えて行く事に答えが導かれるものであると感じました。

ちなみに、今年2月に開催しました、元気な米須づくりの成果を地区で発表する旨の「元

「元気な米須づくり報告会(未来の大人たちへ)」において、米須の良さを心地よく表現することが出来たと思います。またそれは同時に、米須の人々が米須の何かを感じた瞬間でもあったと思う。それを感じただけでも非常に大きな成果があったとっております。

今後米須では、地区環境協定を23年度中に締結し、また、米須村丸ごと生活博物館の実施に伴う具体的な取り組みが当面の課題となる。文字通りこれからの行動の一步一步が「元気な米須づくり」においての具体化となって行くでしょう。

<アドバイザーからのコメント：吉本哲郎>



沖繩の糸満は米須地区に5回おじゃました。

「ないものねだりはやめてあるもの探し」をしようと呼びかけた。まずは自分たちが元気になることだ。

そのためには、米須地区の持っている力と自分たちの持っている力を知ることからはじめることだからだ。

みんなで歩いた。ガジュマルの樹がある。石灰岩の囲いがある。海がある。

驚いたことがいくつもある。花が多いことだ。庭にも道そばにも花がある。何よりも子どもたちが外で遊んでいることだった。

ここは子どもがよく育つところだと思った。集まるところもある。馬場の久保田商店には近所の人たちが集まり、空き缶に1,000円入れて飲んでいた。うしろにはガジュマルがある。いいなと思った。

子どもたちもいっしょに調べてくれた。大活躍だった。おいしかったもの、好きな場所、楽しかったこと、大事にしてきたことなどを聞いた。食べてみようとなった。「さん姉の食の生活博覧会」が開かれた。おいしかった。米須の底力があった。とにかく水俣の「村丸ごと生活博物館」を見に来てと頼んだ。驚いたことに8人やってきた。12月初旬の朝、霜が降りていた。霜だと騒いでいる。おかしかった。みんな自費だった。勢いがついてきた。

これまで生きて大事にしてきたことには衝撃を受けた。家族、健康のほか、命だという。食べ物は命の薬(ぬちぐすい)、水も命水だという。命が出てくる背景を思った。先の大戦で住民の半分が亡くなった所だった。


最後に発表会をした。子どもたちのエイサーのほか、ここがいいと移り住んできた人のブルースバンドの演奏もあった。子どもたちの次に大人たちの発表があった。地元の人たちは食い入るように見つめていた。横尾さんは3人に聞いた一代記を朗読した。それぞれの沖繩があった。私は、「楽土・ニライカナイする糸満米須であれ」と米須の外から見た個性を話した。これからの期待することを話した。糸満の市長さんはあいさつしてすぐ帰るのかと思ったら、最後までいてくれた。驚いた。何よりも地元の世話人会の人たちの踏ん張りに感動した。また役場の担当者と地元に住む役場職員がやる気を出してくれたことは財産になった。

調べると不思議なことに好きになっていく。私も米須が大好きになった。

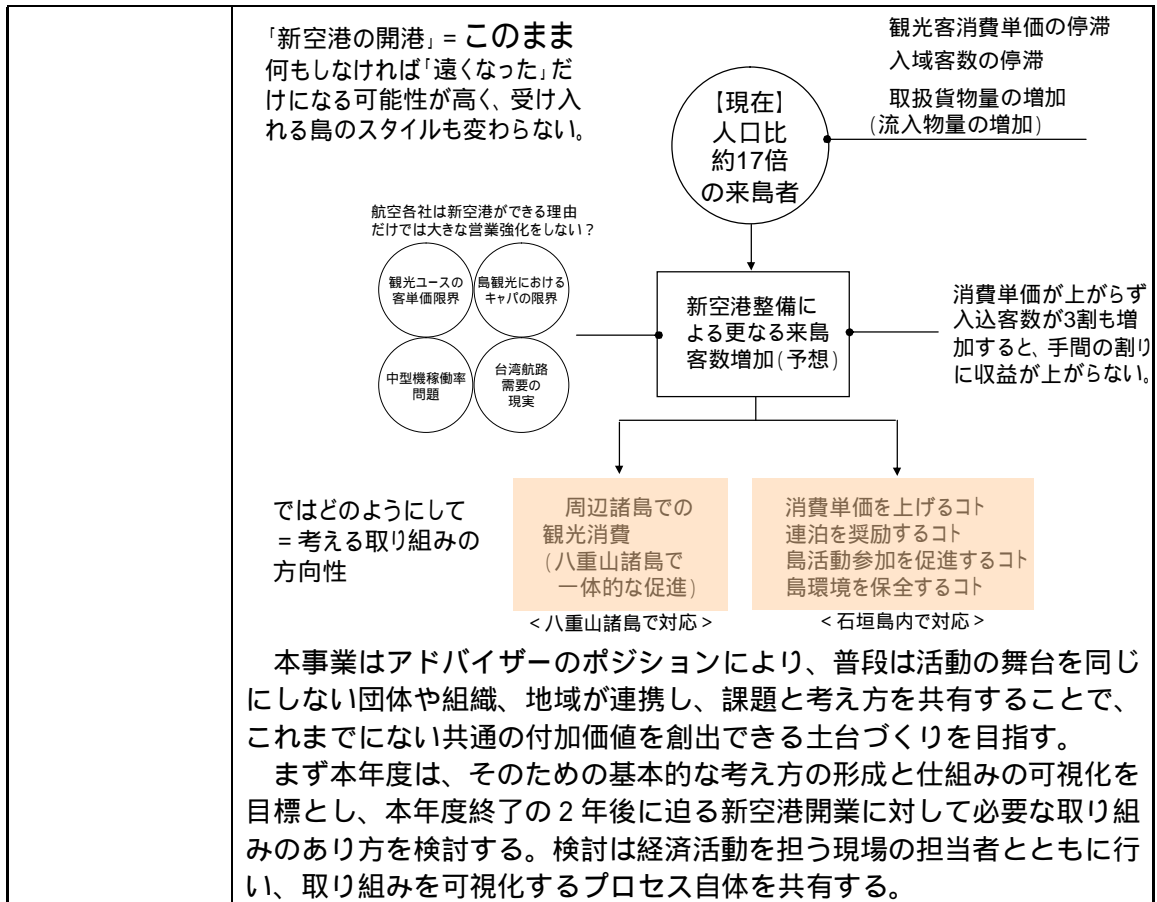
(13) 沖縄県石垣市 (担当：企画部商工振興課)

事業テーマ：いしがきスタイルの農商工連携  
 ~ 新石垣空港開設までに取り組んでおくこと ~  
 <アドバイザー：中島 淳 人口：45,145人 財政力指数：0.40>  
 沖縄県石垣市では新石垣空港がもたらす社会環境変化に対応した地域づくりが求められている。このような中、域内の各主体間の連携が希薄であるといったアドバイザーからの指摘を受け、「農商工連携隊」を形成し石垣島の魅力づくりに向け動き出している。

地域概要と事業目標

解決が必要とされた地域課題	<p>石垣市は八重山諸島の産業、観光等の重要拠点であり、人・物資往来の殆どが本市を経由している。観光客は、本土復帰の昭和47年に4万人弱から右肩上がりの伸びが続き、平成19年には過去最高の78万3千人が訪れており、観光収入も約530億円を推計する市のリーディング産業となっている。しかしながら、近年の経済不況等による影響を受け以前のような伸びは望み難い状況となった。これからの市の産業は、自ら特徴ある産業基盤を作り出すことが求められる。</p> <p>平成25年春には新空港が開港する予定にある。空港機能や旅客サービスが向上する。国内では北海道、近距離の国際では北京、上海、マニラまでダイレクトで運行が可能となり、今以上に誘客、PRがしやすくなるが、待つだけでなく、新空港ができた後の仕組みの変化に備えて取り組む必要がある。</p> <p>現状は、関係機関や業界がそれぞれ別々のベクトルで活動しているため(「島」間も同様)、観光客や島民へのアプローチにおいてチカラが分散しているのではないかと懸念されている。観光入込客数の停滞と消費単価の低減、流入物流の増加等、これまでのような「増加」経済下で通じていた個々の取り組みでは対応が難しくなっている。新空港開設を1つの機会として変革していくことが求められる。</p> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p style="text-align: center;">&lt; 本事業で対応した地域課題領域 &gt;</p> <p>バラバラな取り組みのベクトルを形成する諸島間、島内産業(組織や業界等)間に共通の横軸を刺し、新空港開業によってもたらされる様々な変化に対応できる足腰の強い、石垣市(島)ならではの取り組みスタイルをつくりあげることが求められている。</p> </div>
事業の目的・目標	<p>本事業では産業間すなわち農商工間連携に焦点を当て、主たる関係者による検討会を実施した。関係者間での情報交換量が少なく多くの機会ロスを発生させていることや、単一業界内だけの取り組みでは展開に限界があるように思える。</p>





事業成果の概要

<p>事業に関わった関係主体</p>	<p>地域の組織</p>	<p>石垣市企画部商工振興課（事業担当） 石垣市企画部観光課、農林水産部農政経済課、同水産課、同畜産課、建設部新空港建設推進課（事業サポート） 沖縄県八重山事務所 与那国町、竹富町（事業サポート） 石垣市商工会、石垣市「イマーケット」プロジェクト（事業参加） 石垣ロータリークラブ（事業サポート） 石垣市観光協会（事業サポート） 八重山漁協（事業対象） JAおきなわ八重山支部（事業対象） 株石垣市経済振興公社（事業参加） 株タウンマネジメント石垣（事業参加） 石垣市特産品販売センター（事業参加） その他民間企業（製造、流通、加工、販売、宿泊分野有志）</p> <p>事業サポート： ヒアリング、情報提供等の協力 事業参加： 本事業プロジェクト検討プロセスを共有(協同)</p>
--------------------	--------------	--

主要成果	<p>&lt;事業のテーマに直接関わる点&gt;</p> <p>農商工連携の組織化</p> <p>石垣初の異業種の若者による農商工連携隊（通称・わいがや会）を立ち上げた。本年度は任意の有志組織だが、産業・業界間を横につなげる情報の共有は多くの新たな発見をもたらした。活動の対象を「島内での消費活動の促進」でコンセンサスがとれた。</p> <p>経済型いしがき地域通貨プロジェクト（具体的に来年度実施へ）</p> <p>情報の見える化プロジェクト（当事者間をサポートすることで実施へ）</p>
今後の展開	上記プロジェクトを実施し、新空港開設までに島民と観光客の味方にした新たな消費活動の基盤をつくる。
今後の課題	本事業で設置した農商工連携隊を各業界団体から公認いただき、上記プロジェクト実施を加速化させなければならない。その上で、より多くの参加者を募り、いずれも当事者として取り組める環境を整備することが求められる。

#### 事業における取組に係る詳細

##### (a) アドバイザーの活動経過

回	月	日数	テーマ	活動内容	外部協力者
1	7	3	活動指針づくり	関係機関へのヒアリング	
2	8	3	諸島活動確認	近隣町へのヒアリング	
3	8	4		関係機関へのヒアリング	
4	9	2	農商工連携会（顔見せ会）	初めての集まりにおける情報交換	
5	10	3	現場視察と農商工連携会	参加者の現場（業界現場）での課題ヒアリングと情報共有	
6	11	3	農商工連携会	課題の共有とテーマ設定（方向性のコンセンサスづくり）	
7	12	3	農商工連携会	テーマの合意（地域通貨実施等）	
8	2	3	農商工連携会	具体的なアクションプランの検討（コンセンサス形成）	

##### (b) 事業における主要な取組

###### 「いしがき農商工連携隊」の形成

島という限定された領域にも関わらずこれまで業界間を跨ぐ情報共有の場がなかった。本事業では、新空港開業までの短い時間で新しい取り組みのスタイルを形成することを目指すことから、まず呼びかけの趣旨に反応した若者とともに、農商工連携組織を立ち上げた。

このような横軸横断の取り組みは初めてであり、



「いしがき農商工連携隊」の結成

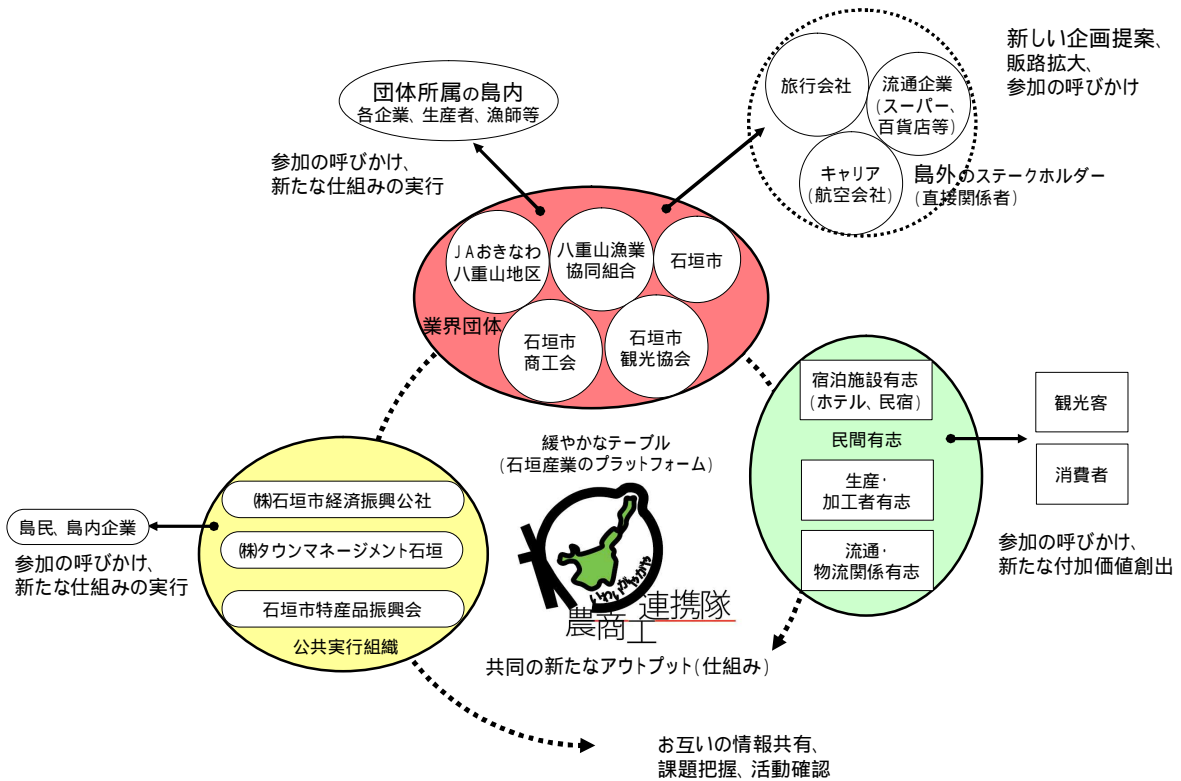


参加者がその業界の当事者として実現可能なプロジェクト（本年度はそのカタチづくり）を目指した。

この会のポジションを「いしがき産業の新しいプラットフォーム（共通のテーブル）」とした。初期段階から、各業界が抱える課題を共有し相互に解決方策を語り合うなど、高い共感を得ることができた。



相互に「どんなことをしていかなければならないのか」という検討要素をフロー化



(c)テーマに関わる主要な成果

農商工連携の組織化（島内産業課題の可視化）

農商工連携隊で報告された業界課題は、異業種の者にとって新鮮であったばかりでなく、互いが組むことで解決の可能性があるのでないかと考え出した。特に漁業が抱える課題の深さは飲食業や観光業ばかりでなく、島の生活にも影響を及ぼしていることが報告された。石垣市では本年度初めて島窯業と島民を結ぶ「焼き物祭り」を成功させている。このように課題を共有してその解決を島全体で考えるやり方は石垣ではまだ一般的ではなく、今後は課題を1つの業界で抱え込むことなく公開することで解決策を探る方向が有意というコンセンサスを得ることができた。

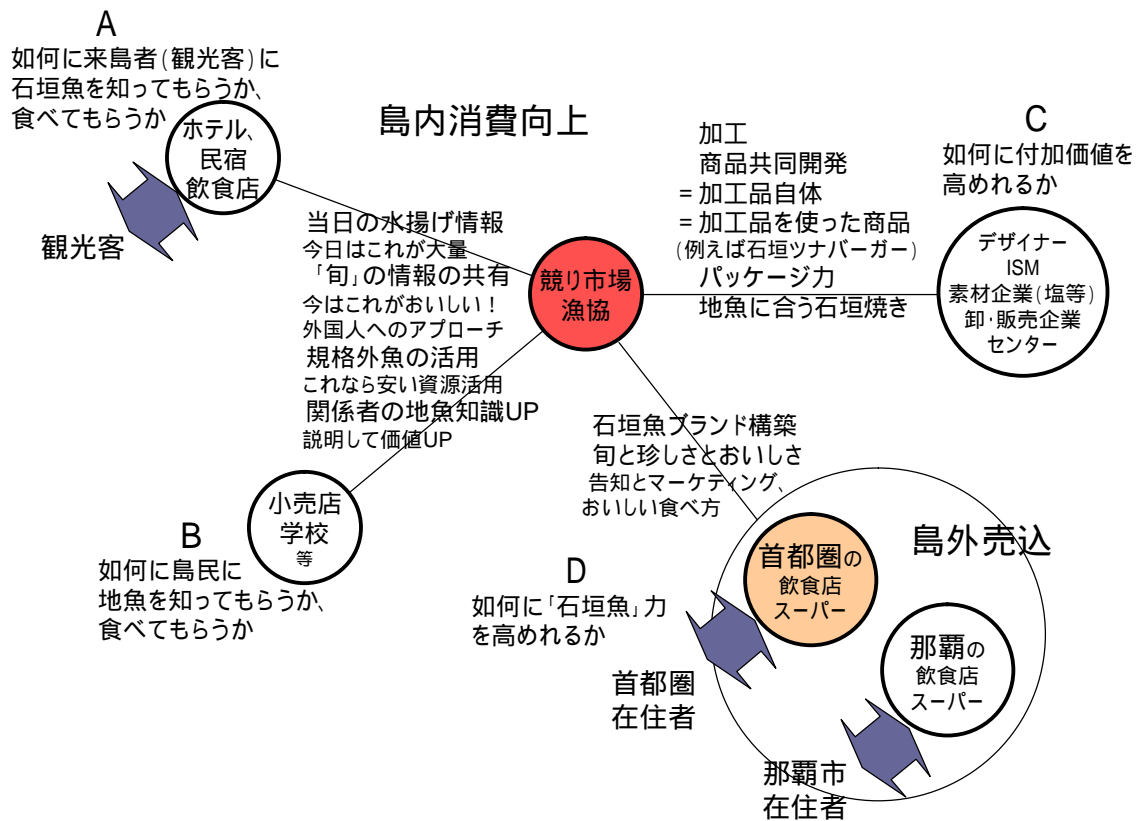


農家視察の様子



「石垣の塩」の視察にて

課題の確認例：島漁業が抱える課題





漁協の抱える課題の共有化

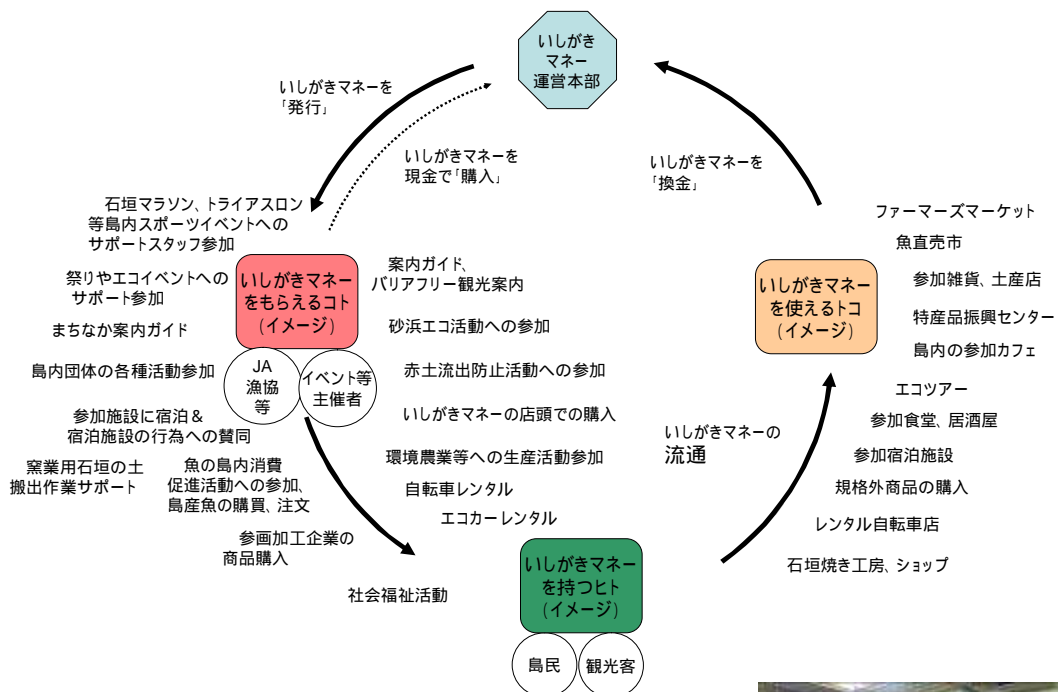


漁協視察の様子

**経済型いしがき地域通貨プロジェクト**  
 本事業では、石垣の産業を活性化するための方向性の1つとして「島民と観光客の参加」を考えた。このメソッド（解決策）として、全く別に存在していた「地域通貨」構想の活用を検討した。具体的には石垣市商工会が推進しようとしている「いしがきマネー」に石垣市の農工商をどのようにして適用させるかを検討した。



「地域通貨」活用の検討

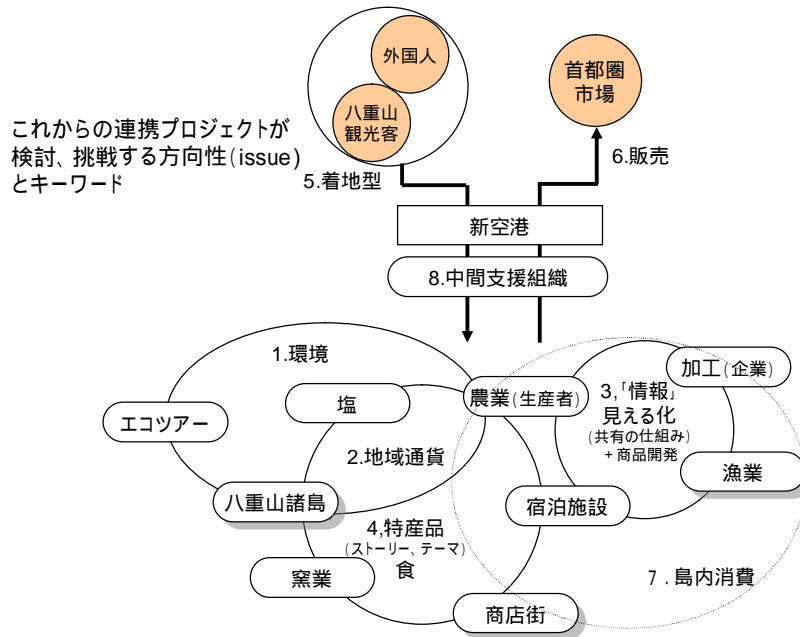


**情報の見える化プロジェクト**  
 「農工商連携隊」では1つの事象で島内シーズとニーズの存在が確認できた。この場合は「当事者」が明確であり、これまでにない新たな取り組みの誕生が期待できる。しかし実際にはなかなか実践するステップまで踏み込めない。そのため幾つかの実践モデルを創出することを目指す。



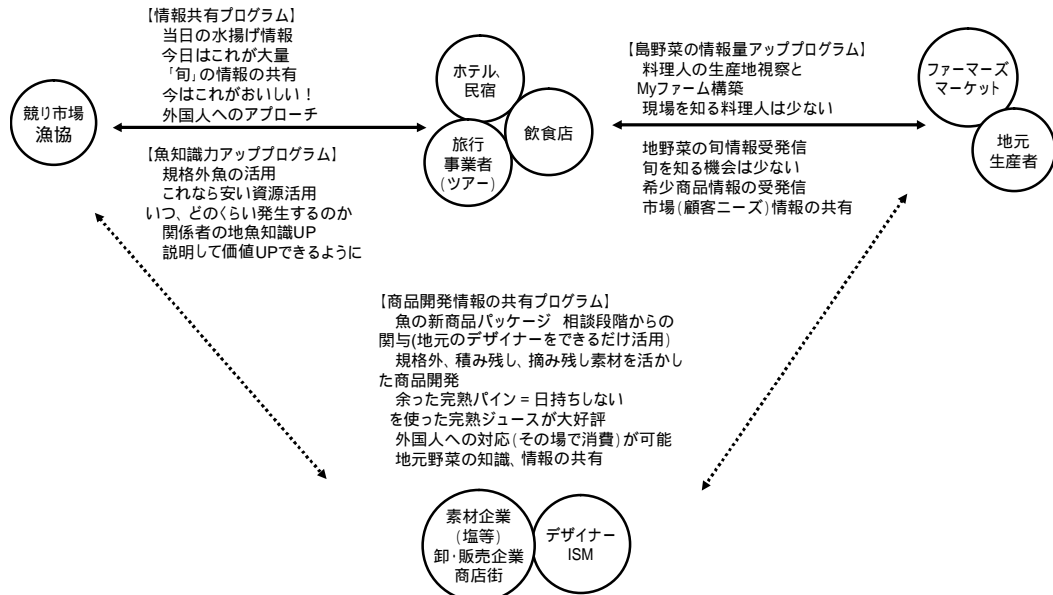
中島アドバイザーからの提案

## ポイントとなるキーワードの関係性の見える化



## 課題共有と解決の方向(案)の明確化

単なる勉強会の開催ではなく、「仕組み」の構築を目指す。



(d)今後の展開予定

### 「いしがき農商工連携隊(通称・わいやが会)」の組織化(公認化)

有志による任意の集まりは、今後の取り組み方策を検討するにあたっては大きな力となった。この検討内容をもって新空港開設までの2カ年度で多様なプロジェクトを実施するためには、この会の認知度を上げるとともに、各業界団体からの公認によって実効性を高める必要がある。この場合、「公認」は「業界、団体として認識して協力する」という意味であり、会議に「長」役が出席することを意味するものではない。その上で、更に参加規模の増加を目指す。

行政はこの組織化をサポートし、しばらくは会の運営を担当する。

## 経済型いしがき地域通貨プロジェクトの実施

本事業で検討した規模の経済活動は一気に成せるものではなく、特に地域通貨（新経済マネー）の導入には時間を要する場合が多い。一方、残された時間で島民と観光客の参加の仕方をカタチにする必要があることから、何かから着手することが実現性が高いのか、参加に必要な団体や手段は何か等を早期に検討し取り組むことが求められる。

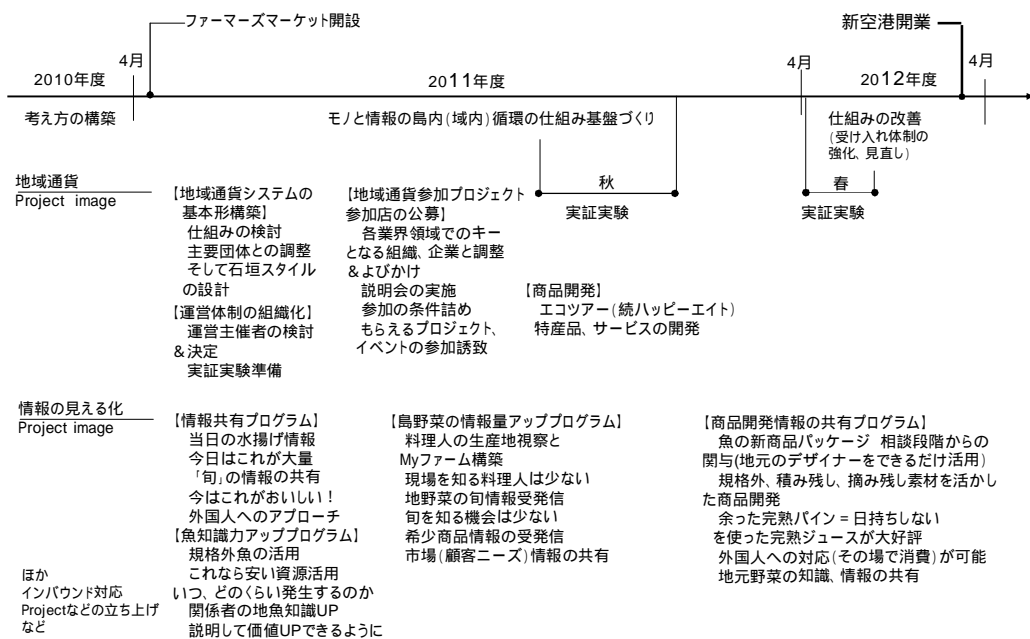
行政は、新たな産業振興策の1つとしてこの取り組みをサポートする。

## 情報の見える化プロジェクト等、当事者が取り組む環境づくり

全体で取り組む地域通貨プロジェクトと異なり、情報の共有と課題の解決については当事者間で取り組むことが多くなる。その場合、「農商工連携隊」と行政の果たす役割は大きく、取り組みの後押しや広報や関連機関への呼びかけ等をサポートする。

## 新空港開港までの行動計画

新空港開業まで残りは、夏が2回。やることたくさん。



## (e) 今後の課題

### いしがき農商工連携隊の組織化と継続的活動

- ・ 各業界団体における本事業への認知と公式参加への同意
- ・ 定期的な会合の開催によるプロジェクトの推進及びジャンル別部会の立ち上げ

### 経済型いしがき地域通貨プロジェクト

- ・ 商工会との連携、実行主体の明確化
- ・ 市民参加と来島者をも巻き込むシステムの構築

### 情報の見える化プロジェクト

- ・ 業界間で課題を共有し解決策を見出す  
課題を共有し、1つの業界で抱え込むことなく公開することで解決策を探る

例：本年度、窯業と島民を結び開催された「石垣島やきもの祭り」の成功に因る  
・当事者同士が効果的（経済的）な情報の価値交換に向けて動く仕組みの構築

< 事業を終えての感想・意見：石垣市 >

当初、新空港開港にむけ、「新産業振興プラン骨子の形成」をテーマに事業応募したが、アドバイザーと関係機関のヒアリング等を実施し、本市の現状と課題を探る中で、個々の問題意識は共有しているものの、地域産業界は業界ごとの生産から流通に取り組んでいるのが主流であり横軸連携がとれていないことが認識された。

本事業により、農商工連携会を立ち上げ、異業種間の交流への道筋が開けたことは画期的である。しかし、全市民的な、ボトムアップ的な動きに広げる必要があり、その活動の積み重ねから組織本体も動き出すものと考ええる。そういう意味では、同会への参加者は、その数、人材とも十分とは言えない。

今後、そのような課題に対し、どのような手順・手法で取り組み、だれが、どうイニシアティブをとるかも成否に係るのではないかと考える。当面の動き出しを押し進めるのは行政がその役割を担い進展を図る必要があると考える。対応する市職員の体制づくりも重要。

< アドバイザーからのコメント：中島 淳 >



温暖な気候と豊かな自然環境、伝統文化を有する石垣市は、八重山諸島の産業、観光等の重要拠点であり、人・物資往来の殆どが本市を經由している。基本的に「何もしなくても向こう（本州）から観光客が来てくれる」「珍しいので買ってくれる」という環境が続いた結果、いつの間にか地元は主導する立場から受身の立場になり、見かけ上の交流人口の流動に隠れて地元産業はその活力基盤を失いつつある。

このような状況の中、平成 25 年春には新空港が開港する予定にあり、物資と人との往来は大きく変化すると想定され、平成 22 年度は新空港開港を見据えた地元の（産業等）基盤の再整備に取り掛かる年となった。島という極めて明瞭に可視化された活動域にも関わらず、関係機関や業界がそれぞれ別々のベクトルで活動しているため、観光客や島民へのアプローチが分散している。本事業はアドバイザーの外部視点というポジションにより、普段は活動の舞台を共にしない団体や組織、地域が連携し、課題と考え方を共有することから始めた。そのための基本的な考え方の形成と仕組みの可視化を目標とし、本年度終了の 2 年後に迫る新空港開業に対して必要な取り組みのあり方を検討した。

例えば平成 22 年度に実施した実務者による農商工間連携の検討会では（業界を超えた実務者協議は島では初めて）これまで関係者間の情報交換量が少なく多くの商売機会をロスさせていることや、基幹産業の 1 つである漁業が極めて深刻な状況にあること等が確認でき、その解決策として島人口の 17 倍規模の外部人口（観光客）のチカラを活用する「地域通貨」の経済的循環の仕組み等を検討した。島の将来を真剣に考え、それを経済活動に結び付けようとする有望な次世代リーダー達が多いことが何より本事業の推進力となった。



### 3. 地域力創造アドバイザー事業に係る成果と評価

地域力創造アドバイザー事業は、平成20年度から実施しており、本年度で3年目となる。平成22年度事業の一環として、過去に当事業に採択された市町村に対し、フォローアップ調査を実施し、事業から得られた成果や評価について把握を行った。また、本年度採択された地域についてはヒアリングにより状況の把握を行った。

これらから得られた情報や知見、また前項示した平成22年度事業の詳細内容に基づき、地域力創造アドバイザー事業に係る成果と評価について以下で整理する。

#### (1) 平成22年度地域力創造アドバイザー事業に係る主要成果

##### 事業テーマに係る成果

前項で見てきたように、地域力創造アドバイザー事業により、様々な成果が創出されている。このような中、事業テーマと直結する部分に限定しても、以下の成果が、事業実施市町・アドバイザーから指摘されている。

地域経済への波及  
地域における方向性の明確化  
活性化に向けた意識醸成と受け皿形成  
情報の受発信促進

##### (a) 地域経済への波及

事業の中を通じて、売上増など地域経済に対して直接効果を創出した例が報告されている。具体的には「内需拡大で販売促進」(由利本荘市)、直販店において「実証期間中の売上の増加」(加西市)、営業施設における「収益の改善」(綾町)などである。また、売上等の直接的な増加には言及していないものの、「直売所の販売戦略の強化」「町内産農畜産物の販路拡大の検討」(いずれも奈義町)など、近い将来経済的な波及効果を生み出すための基盤形成がなされている点に係わる指摘も見られる。

また、経済波及効果創出の重要な足がかりである、地域の特色を活かした様々な「商品」の開発について、成果を指摘する意見も多くみられる。まず特産品開発では、「地域ならではの素材を活かした商品の開発」(天草市)、「加工品のメニュー化」(加西市)が達成できた点や、食の面では、「飲食店での料理メニュー化」(加西市)、「町営レストランのメニュー開発」(奈義町)など、地域の食文化を活かした料理メニューの開発や、さらには「レストランのオープン準備」(長島町)にみられるように、新たな事業の創出に結びついた例も報告されている。

さらに、外から人を呼び込むための仕掛けづくりについて、成果が上がったとした意見もあげられている。具体的には「農家民泊実施に向けた体験学習のメニュー化」(奈義町)、「宿泊商品の造成」(綾町)、「ツアーの開発(造成)とモニターツアー企画」(天草市)などである。

この他、域内の経済循環を高める仕組みである「地域通貨プロジェクト」(石垣市)が

平成23年度から展開できる道筋ができたといった成果も指摘されている。

(b)地域における方向性の明確化

事業実施市町の中には、地域の活性化に向けた方向感が分からない中、本事業の実施によりそれが明確になったと指摘する意見も多く見られた。具体的には、「何を観光ワンプロジェクトとして取り組んでいくかが整理されてきた」「各地域にある資源を確認したうえで、交流人口を増やすための着地型プログラムを整理することができた」（いずれも萩市）点や、「グリーンツーリズム協議会の今後の方向性の確認をすることができた」「今後の推進計画の策定」（いずれも西会津町）等、また「閉鎖した公共施設を対象にした再生プロジェクトによって、今後どのような方向性で進めるかを決定できた」「地元の食文化を見直すことにより、特産のブリ、じゃがいも、山菜を使った魅力ある長島町を推進する目標が設定できた」（いずれも長島町）といった指摘がみられ、これまで地域が潜在的に持っていたポテンシャルを、アドバイザーが加わるることにより実効的に高めていく方向性が明示されている。

また、具体的な方向性までは言及されていないものの「検討会を通じた地域課題の洗い出し」（七尾市）、「地域資源の発掘、地域の強み・弱みの検証、地域ブランド戦略の必要性」（筑西市）等といった、次のステップとして地域の戦略を見極めていく上での基盤形成的な成果も指摘されている。

(c)活性化に向けた意識醸成と受け皿形成

地域力の創造に向けては、地域の人々の意識高揚や、活動の受け皿を形成していくことが重要であり、本年度の事業成果としても様々な効果が指摘されている。

具体的には、まず「着地型プログラムを実施する地域住民の掘り起こしができ、積極的に事業実施していく気運が醸成された」（萩市）、「市民に景観形成をより身近で、具体的に捉えてもらうことができた」（甲州市）、「問題解決型ではなく、価値創造型の米須づくりに取り組んだ」（糸満市）など、事業に係わった住民意識の向上に対する成果が指摘されている。

また、意識向上をベースに活動母体の醸成がなされた例も指摘されており、具体的には「若者の人材育成、地域活性化に向けた具体的な取り組みについて検討するきっかけとなり、町内若者のプロジェクトチームが立ち上がった」（西会津町）、「地域づくりの人材育成・組織化」（筑西市）、「商工連携に係わる組織ができた」（石垣市）などの指摘がなされている。

(d)情報の受発信促進

アドバイザーは実践的な人物が中心であり、各アドバイザーが持っている情報やネットワークを活用することによるメリットや、地域の情報発信力の強化などに係わる成果についても指摘されている。

アドバイザーの持っている情報・ネットワーク活用として、「アドバイザーによる講演会の開催」「モクモク手づくりファームでの実践研修」（いずれも七尾市）、「アドバイザーからの紹介で、他市町村の取組みを参考にすることができた」（西会津町）等の成

果が指摘されている。

また、地域の情報発信力の強化として、「広告宣伝の実施」(綾町)、「間伐材を利用した統一案内板(サインボード)の設置」(長島町)、「情報の見える化プロジェクトの実施」(石垣市)など、多様な成果が指摘されている。

このように、事業テーマに基づく成果については、多様なものが指摘されており、アドバイザーが地域内で密接な活動を行うことにより、地域の特性に応じた最適な方向性のもとで、地域力創造に向けた具体的な動きが展開されていると見ることができる。

#### 派生效果

地域力創造アドバイザー事業の成果としては、当初の事業テーマの中では想定していなかった、派生的な成果についても多く指摘されている。この点は、アドバイザーが地域に入り込み活動を行うことにより、地域の動きや実態に即してリアルタイムで対応し、柔軟性の高い事業推進の中で成果の創出が行われているものとみることができる。

成果の特質については、事業テーマから創出された成果と共通するものが多いが、特に以下の5点について注視されている。

意識改革の促進

域内連携の推進

地域の再発見

具体的な動きの創出

派生的経済活動

#### (a)意識改革の促進

アドバイザーの活動を通じた地域住民の意思変化について、当初は想定していなかったものの、結果として重要な成果として意識されているケースも多い。具体的には、「奈義町ならではの魅力あるまちづくりに行政と住民が一体となって取り組むことができた」(奈義町)、「地域活性化事業への取り組み意欲の高まり」(筑西市)、「子どもたちが頑張り、大人たちを動かした」(糸満市)などの意見が見られる。

さらに、行動や活動の面で「勉強会の定期開催」(加西市)、「米須の人々6名が自費で水俣を視察に訪れた」(糸満市)など、期待以上の動きに結びついていった例もあげられている。

#### (b)域内連携の推進

地域内の連携の推進については、住民間、産業関係者、施設関係者など、様々な連携の創出への派がみられた点が指摘されている。具体的には、「市民交流の推進」(筑西市)、「各団体が他団体との連携の必要性を感じるきっかけとなった」(西会津町)、「施設間の連携」(七尾市)等の指摘である。

#### (c)地域の再発見

これまで地域の中では見逃していた地域資源の発掘がなされた点に対して成果を指摘する意見も多く、アドバイザーの持っている地域とは異なる視点が、効果的に派生効果を生み出している。具体的には、「地域資源の再発見」(七尾市)、「身近で見逃していた史跡等の価値を再認し、積極的な保全、活用計画の必要性を認識」(甲州市)、「これまで気づかなかった地域資源を知ることができた」(長島市)などの指摘がなされている。

また、外部の視点から地域を評価する中で、地域の再発見に結びついた例も指摘されている。具体的には、「『クチコミ』評価の取得」(綾町)、「町外の目線から見て、何が求められているのか、どのような施策が必要なのか等の明確化」(長島町)などの意見である。

#### (d)具体的な動きの創出

事業を通じて様々な活動を行っていく中で、事業テーマと連動して、派生的な動きが具体化してきた例もあげられている。具体的には、「耕作放棄地の整備着手、及び景観植物の栽培着手」(甲州市)、「観光関連事業者等がスタンプ会を設立し、地域を周遊してもらうための地域共通スタンプカードを作成した」(萩市)、「消費者の動向、ライフスタイルの変遷に合わせた島の素材を活かした付加価値の高い商品(観光・物産)の開発、販売方法等の検討」(天草市)などの動きである。

#### (e)派生的経済活動

活動の中でアドバイザーが提案することにより、具体的な事業や経済的な波及効果を派生させた例も指摘されている。具体的には、「英語合宿による冬季宿泊客の増加」(由利本荘市)、「直販所における「仕入れ商品の一時的導入」「フェアの開催」(いずれも加西市)などの動きである。

このように、本事業は、事業テーマに基づく成果だけではなく、多様な派生的な成果の創出に結びついており、実践的な専門家にアドバイザーとして一定期間地域との密接な関わりの中で活動を行うといった本事業のスキームが、地域における地域力の創造、活性化に対して実効的な成果を生み出しているものといえる。

## (2)平成21年度事業実施地域における取組状況

### 主要成果

当事業に係わる具体的成果については、平成21年度事業実施地域についても多様な成果が上げられている。アンケート調査により回答を寄せられた具体的な意見としては、以下に示すとおりである。

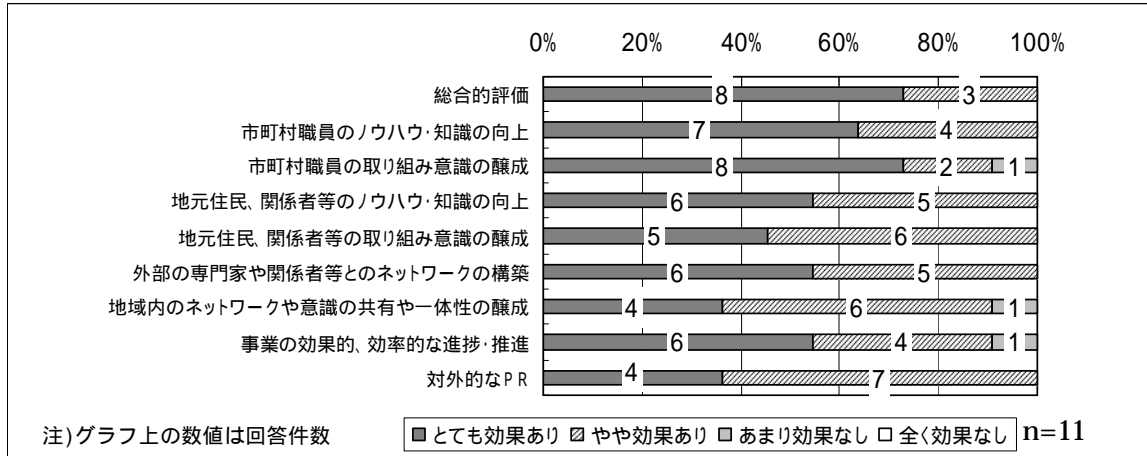
図表 3 - 1 平成21年度事業実施地域における主要成果

項目	指摘事項
関係者の意識高揚	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元食材を活用した加工品を取り扱うグループにおいて、気運の向上と組織化につながった</li> <li>・地元住民と関係者等については、よい刺激となった</li> <li>・接客マナー向上講座により、スタッフの接客意識が向上した</li> <li>・地域座談会を活発に行い、地域の活性化につながった</li> </ul>
行政の意識改革	<ul style="list-style-type: none"> <li>・行政内部において、類似事業を見直し、横断的な事業展開を行う一つのきっかけとなった</li> <li>・担当職員等の知識の向上と意識改革ができた</li> <li>・地域の課題に対応していこうとする自治体職員の熱意や着眼点を学んだ</li> <li>・職員の地域産品の販路拡大に対する意欲が増し、友好都市での販路拡大を積極的に行うようになった</li> <li>・地域の盛り上がりにより、職員の意識向上が図られた</li> </ul>
地域内の体制整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自然保護系団体と市内各関係団体とのつながりができた。</li> <li>・官民協力体制づくり</li> <li>・地域の新しいツーリズムを考える会の設立</li> <li>・事業推進に係るプロジェクト協議会の強化</li> </ul>
地域外とのネットワーク形成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アドバイザーのコネクションによる企業との関係が構築され、さまざまな取り組みや協力を得ることができた。</li> <li>・中央省庁をはじめ多くのコネクションの作り方などを、アドバイザーから学んだ</li> </ul>
資源発掘と事業の絞り込み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・施設コンセプトが明確になり、誘客ターゲットが絞り込まれた。営業戦略が明確になった。</li> <li>・現施設運営体制の利点、欠点が明確になった。</li> <li>・加工品の研究、開発</li> <li>・地域資源 80 の発掘</li> <li>・体験交流型プログラムや滞在交流型商品 20 プログラムの開発</li> </ul>
事業の具現化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ネットショップの民営化</li> <li>・外部専門家を町内の業者が雇用し、加工品の制作・販売が開始された</li> <li>・新たにイノブタを生産しようという者が現れた。他の農作物についてもブランド化する動きが出始めた</li> <li>・数件の農家が 6 次元農業に意欲的になった</li> </ul>
販路拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販路拡大活動と地域ブランド化の検討・研究</li> <li>・加工品の販路拡大</li> </ul>
経年的動きの創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成 21 年の取組が、平成 22 年度へとつながりが持てた。</li> <li>・引続き外部アドバイザーを入れて事業を継続している。</li> <li>・1 年かけて勉強したことが 2 年目に具体的なもの（ブランド食品）として誕生した。</li> </ul>
基盤整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・加工所及び加工設備の整備</li> </ul>

### 事業の全般的な評価

地域力創造アドバイザー事業に係わる全般的な評価について、平成21年度事業の採択を受けた11団体について、回答を求めた結果は以下に示すとおりである。全般的に評価が高い中、「地域内のネットワークや意識の共有や一体性の醸成」「対外的なPR」については、「とても効果あり」とする市町村が少なく、当該事業における今後の課題として捉えることができる。

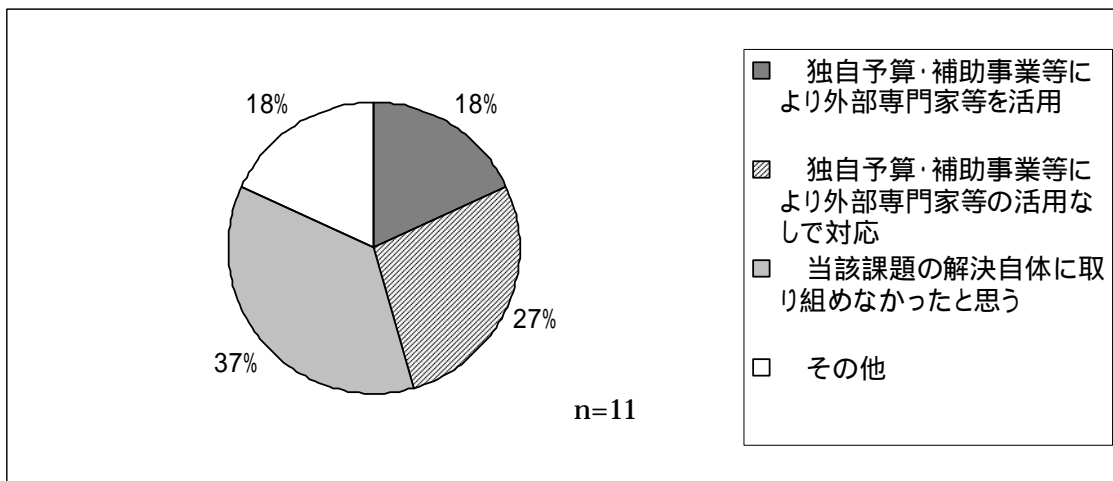
図表3 - 2 平成21年度事業実施地域に対する評価



### アドバイザー事業の代替

仮に、アドバイザー事業を実施できなかった場合の代替事業として想定されるのについて、回答を求めたものが図表3 - 3である。外部の専門家を活用するといった地域力創造アドバイザー事業と同等のスキームで事業の実施ができたであろうとする市町村は18%(2件)にすぎず、十分な事業の実施ができなかったであろうと考えている市町村が多くなっている。

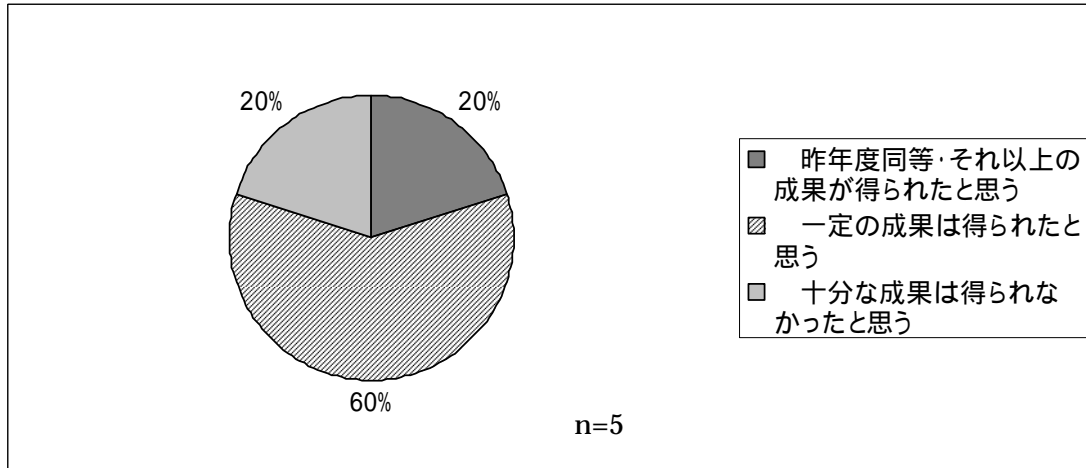
図表3 - 3 地域力創造アドバイザー事業を実施しなかった場合の対応



### 代替事業の場合の成果想定

上記で、、に回答した5市町村について、成果予測について回答を求めたところ、「一定の成果は得られた」と考える者が多くっており、成果は限定的なものにならざるを得ないと考えているものとみられる。

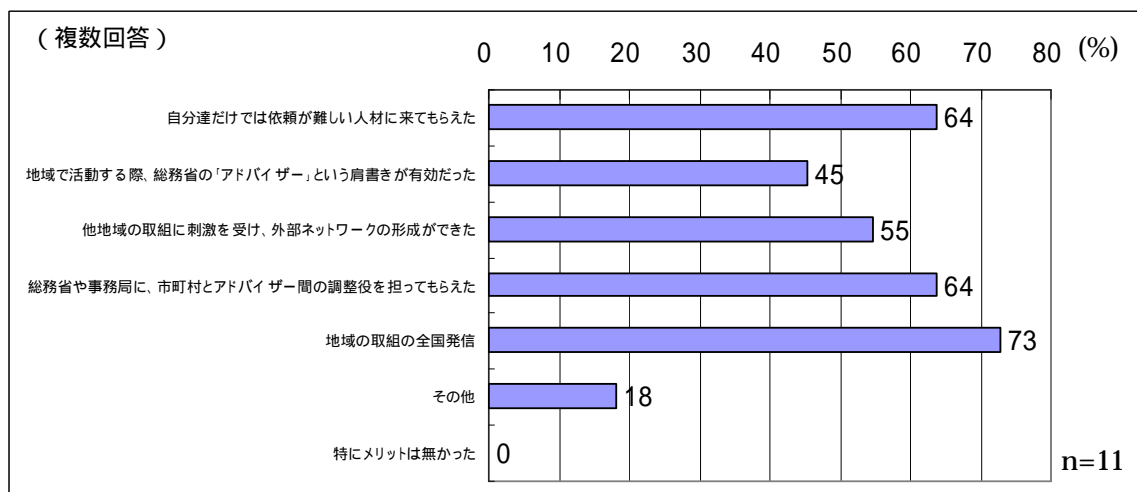
図表3 - 4 地域力創造アドバイザー事業の代替事業に対する成果想定



### アドバイザー事業に対する予算面以外のメリット

アドバイザー事業に対する予算面以外のメリットとして、「地域の取組の全国発信」を指摘する者が最も多くなっており、ついで「自分達だけでは依頼が難しい人材に来てもらえた」「総務省や事務局に、市町村とアドバイザー間の調整役を担ってもらえた」が多く指摘されている。総務省や事務局などの外部組織を有効に活用し、通常はなかなか招へいすることが困難な専門性の高いアドバイザーとの事業を通じて、地域の情報発信を行うといった一連の事業推進形態が、本事業の優位な部分として受け止められているものと見られる。

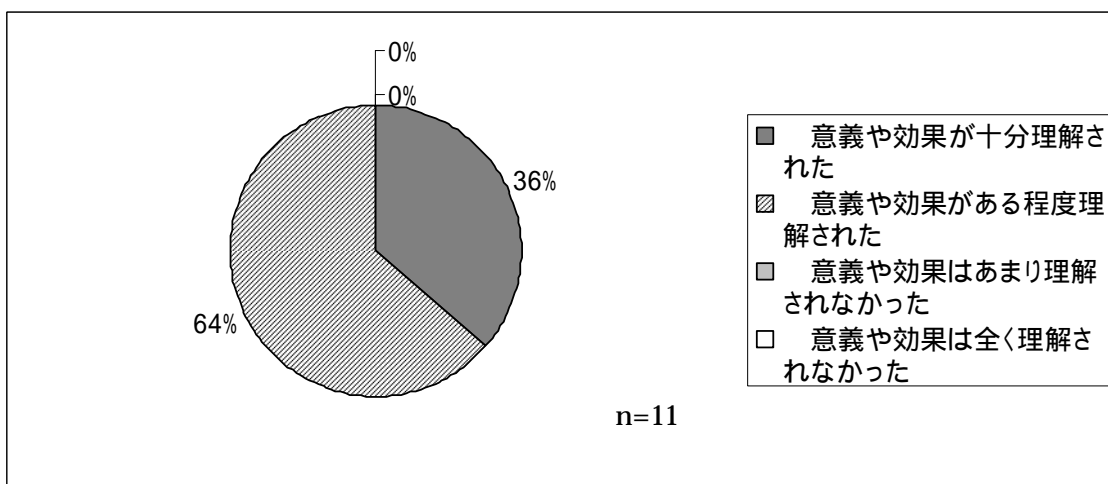
図表3 - 5 地域力創造アドバイザー事業における予算面以外のメリット



### 地域づくりに対する理解

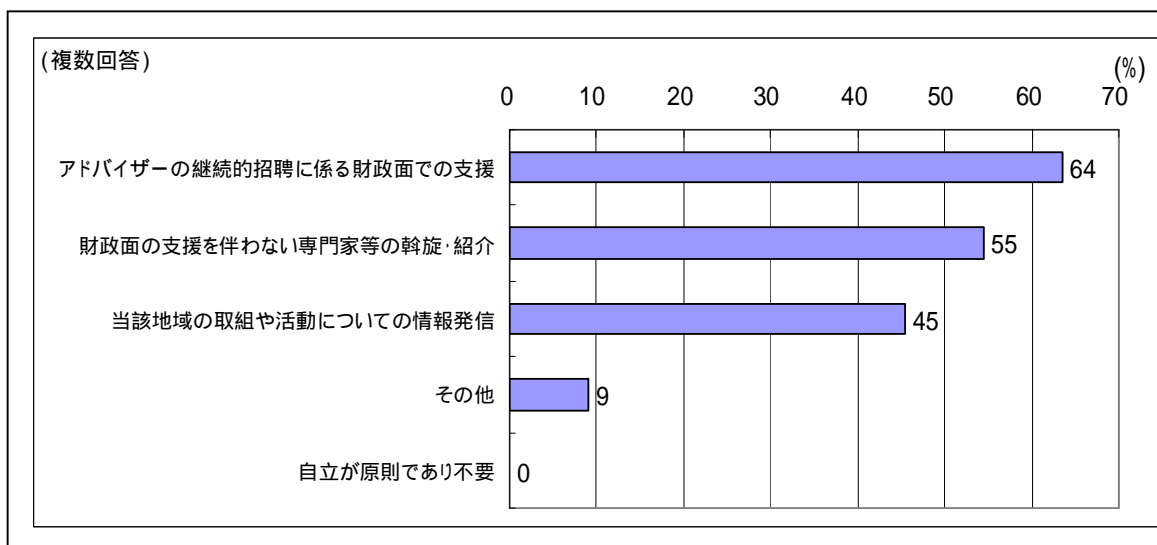
ソフト事業を通じた地域づくりへの理解の高まりについて、全ての市町村において意義や効果が理解されたと回答されている。

図表 3 - 6 事業を通じた地域づくりに対する理解の醸成



### 事業実施地域に対するフォローアップ

アドバイザー事業実施後のフォローアップについて、もっともニーズの高いものは「アドバイザーの継続的招聘に係る財政面での支援」となっており、依然として厳しい市町村の財政状況を反映しているものと見ることができる。



図表 3 - 7 事業実施地域に対するフォローアップ施策のニーズ



### (3) 事業の発展性や継続性

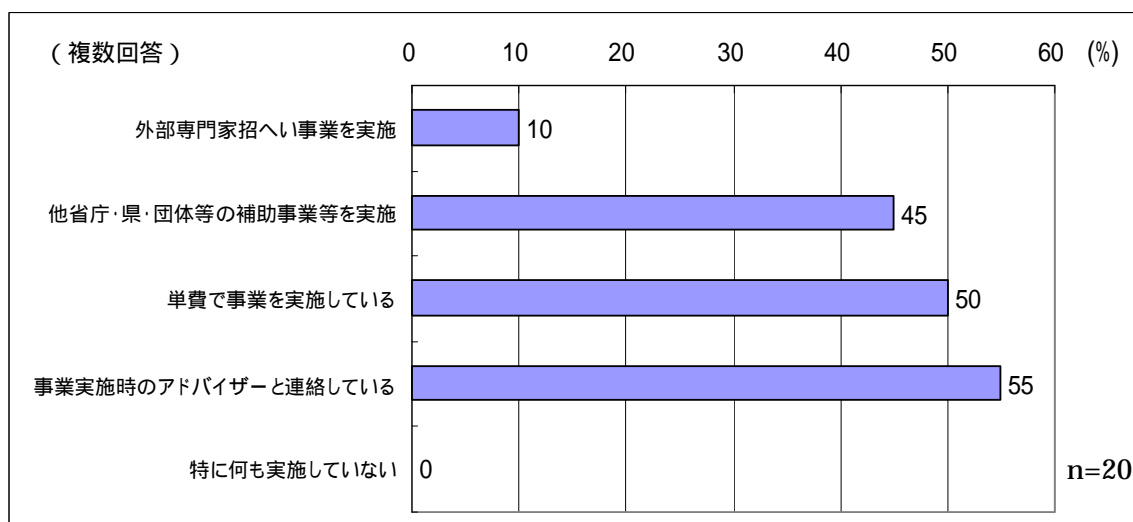
#### アドバイザー事業以降の事業展開（平成20～21年度採択地域）

平成20年度および21年度に地域力創造アドバイザー事業の採択を受けた市町村全て(20団体)について、その後の事業展開について回答を求めている。その結果、「特に何も実施していない」とする市町村はみられず、全ての市町村においてアドバイザー事業をきっかけとして継続的な事業展開が図られている状況である。

事業の展開内容については、地域によって熟度が異なるものと予想されるが、今後地域活性化を図っていこうとする市町村にとっても、先進的なモデルとして参考になるものと考えられる。

なお、この中で「外部専門家招へい事業<sup>2</sup>」を活用したケースが2地域見られるが、事業成果に対して、それぞれ「取り組んだ事業がさらに発展した」「新たな事業に取り組むことができた」と指摘しており、評価の高いものとなっている。

図表3-8 地域力創造アドバイザー事業実施後の事業展開



#### 次年度以降の事業展開（平成22年度採択地域）

平成22年度採択地域に対して、事業終了後にヒアリング調査を行ったところ、すべての地域において継続的な動きを展開していくことが確認された。なお、継続的事业への取組形態としては、概ね以下に示す3つが見られた。

- 市町村単独予算で事業展開を行い、外部専門家招へい事業を活用する
- 他省庁、団体等の補助事業を導入する
- 民間ベースの動きに委ね事業の展開を図る

<sup>2</sup> 市町村が地域力創造のため地域人材ネット登録者を外部専門家として年回延べ10日以上招へいする場合、外部専門家に係る経費（旅費、謝金）について3カ年を限度に特別交付税の算定対象とするもの。

上記の対応方法の中では、が多く見られ、については少ない状況である。22年度事業の内容自体は最終的には民間事業者が受け皿となるものや地域経済活動に資するものが中心ではあるが、単年度のなかでは、行政の手を離れて完全に自立するには難しい面があることを感じさせられる。

また、対応方法の導入背景については、地域環境や22年度事業の成果の表出状況によって異なっており、それぞれアドバイザーとも協議の上検討が行われていることから、最善のものが選択されていると考えられる。

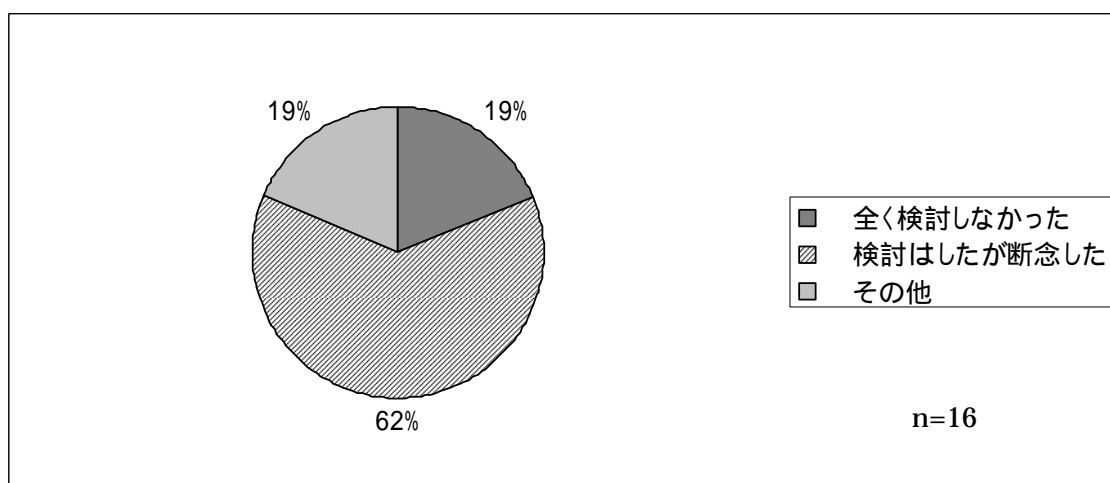
この中で、については平成22年度派遣されたアドバイザーが引き続き地域との関わりの中で、実施されるケースが多くあり、地域に対する支援・指導体制という意味でも実態として継続的な動きがなされるものと期待される。

#### 外部専門家招へい事業の実施に対する意識

平成20～21年度採択地域においては、地域力創造アドバイザー事業の実施後の、外部専門家招へい事業の導入について、多くの市町村で「検討はしたが断念した」としている。また、「全く検討しなかった」とする地域も2件見られるが、これについては他省庁・他団体の事業導入を次年度展開の検討当初から想定していたことが要因である。

外部専門家招へい事業を断念した理由としては、市町村サイドでの予算化が難しかった点や、結果的に他省庁・他団体の補助事業を導入した点などがあげられている。なお、事業自体を知らなかったとする回答は1件のみであり、外部専門家招へい事業に係わる情報については、市町村に対して伝わっており、事業内容を把握した上で断念したケースが多いものと予測される。

図表3 - 9 外部専門家招へい事業の実施にかかる検討



一方、平成22年度に地域力創造アドバイザー事業を実施した地域においては、平成23年度に外部専門家招へい事業の導入を予定しているケースが多くなっている。導入

の背景としては、市町村担当者サイドが事業の継続性を重視し、アドバイザーとの意見交換のなかで、引き続き同一アドバイザー、あるいはアドバイザーが持っている人脈を活かした新たなアドバイザーとの取組を志向したことである。そして、予算化においては当初予算に盛り込めなかった場合でも、早期の補正予算により対応すべく、アドバイザー事業担当者が庁内の調整を行っている。

## 第2章 地域力創造セミナーの実施・運営

### 1. 地域力創造セミナーの目的と実施内容

#### (1) セミナー開催の目的・趣旨

本セミナーについては、以下の枠組みのもと実施した。

##### 開催趣旨

国・地方の厳しい財政状況や人口減少社会の到来など、地域を取り巻く環境が大きく変化している中、地域を支える人材の育成や地域経営のためのノウハウ蓄積、コミュニティ活動の再生など、「地域力」を高める取組や「住民協働」の視点が更に重要となってきた。

このため、活力ある地域づくりや課題解決に取り組む各地方公共団体のノウハウ蓄積、人材育成等を支援するとともに、共通の行政課題に取り組む地方公共団体同士や講師とのネットワーク構築の場を提供するため、「地域力創造セミナー」を開催することとする。

##### 受講対象者

地域活性化に興味を持つ、あるいは関連部署の行政職員を基本とし、状況に応じて地域活性化に興味を持つ団体職員、住民等も対象とした。

##### セミナーの特徴

- ・主に「地域人材ネット」へ登録の専門家等を講師・発表者として、活力ある地域づくりや課題解決の先進事例等の講義等を通して、知識やノウハウの習得を図る。
- ・受講募集時に事前アンケートで質問を募り、それを講義へ反映させる。
- ・セミナー終了時に名刺交換タイムを設け、講師や受講者が自由に情報交換を行う。

#### (2) 事業の実施内容

地域力創造セミナーの実施内容については、以下に示すとおりである。

回	開催場所	テーマ	講師
1	山梨県 北杜市	都市農村交流、農商 工連携による農村活 性化 ～NPO「えがおつ なげて」の活動から	NPOえがおつなげて代表理事 曾根原久司氏 山梨県農政部担い手対策室長 大島孝氏
2	東京都 千代田区	地域の食を活かした 地域づくり～B級グ ルメによる地域おこ し	富士宮焼きそば学会・B級ご当地グルメでまち おこし団体連絡協議会（愛Bリーグ） 会長 渡邊英彦氏 地域活性プランニング 代表 藤崎慎一氏 B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会 （愛Bリーグ）顧問・日本経済新聞社 特別編集委員 野瀬 泰申 氏
3	宮城県 仙台市	地域の農を活かした 地域づくり	伊賀の里モクモク手づくりファーム 代表取締役社長 木村修氏 財団法人利賀ふるさと財団 理事長 中谷信一氏 松蔭大学観光文化学部 教授 古賀学氏

## 2. 地域力創造セミナーの実施概要

平成 22 年度に実施した 3 回のセミナーの概要については、以下に示すとおりである。

### (1) 第 1 回セミナー

開催日時
平成 22 年 11 月 10 日(水) 11:00 ~ 15:30
開催場所
山梨県北杜市
参加者数
36 名(自治体職員、市議会議員等)
次第
1. 開会 (11:00)
2. 主催者あいさつ
総務省 総務省地域力創造グループ 地域自立応援課長 野村善史
3. 基調講演(11:10~12:30 80分)
テーマ「えがおつなげて」の活動内容について
中山間地における農地の再生と都市農村交流、農商工連携による農村活性化
講師：NPO えがおつなげて代表理事 曾根原久司氏
4. 昼食(会場となっている五郎舎の地産地消料理を解説付きで体験)
(12:30~13:10 40分)
5. 取組報告(13:10~13:40 30分)
テーマ：地域おこし協力隊に係る山梨県内での活動状況
報告者：山梨県農政部担い手対策室 室長 大島孝氏
6. 視察 (13:50~15:30 100分)
視察対象：「えがおファーム」ほか
視察内容：施設見学ならびに関係者との意見交換
7. 閉会・解散(15:30)

### 実施概要

<基調講演> 「中山間地における農地の再生と都市農村交流、農商工連携による農村活性化」  
曾根原久司氏

NPO 法人えがおつなげては、農をはじめとした地域共生型のネットワーク社会を創ることを目的に、「村・人・時代づくり」を行っている。山梨県北杜市白州町を中心に、えがおの専門学校など農村都市交流マネジメントコーディネーター人材育成、企業との連携での農商工連携、耕作放棄地解消活動、えがおファームによる農村都市交流プログラムやえがおマルシェによる農作物・加工品の販売等を展開している。



都市農村交流・農商工連携から始まる農村の可能性として、「日本には地下資源はないが、地上資源は宝庫である」という視点から、地上資源の宝を活用できる技術とマネジメントと知恵を持つ人材を育成する必要性とともに、都市農村交流・農商工連携による農村資源活用によって、10兆円産業・100万人雇用の可能性があることを示唆した。

< 取組報告 > 「地域おこし協力隊（農業協力隊）の概要」

大島孝氏

山梨県の農業振興に向けて、担い手が育つ高収益な農業の実現とともに、魅力ある活力に満ちた農村の創造が必要である。そこで、農業振興の担い手づくりとして、新規就農者の確保・育成、企業的経営の推進、地域を支える営農活動の促進をとして、「地域おこし協力隊（農業協力隊）」事業を実施しており、その活動状況を報告した。



今後の対応として、支援機関、隊員の聞き取りや就農計画の作成支援といった、隊員の

就農定着に向けた意向の把握とともに、研修会の開催や県・市町村・JA等で構成する「ニューファーマー応援チーム」の設置といった、生産技術の習得、農地や機械の取得への支援を検討している。

< 視察 >

平成20年度から実施してきた地域力創造セミナーにおいて、22年度は初の現地視察を実施した。視察の内容としては、曾根原氏の基調講演で紹介された『えがおつなげて』の活動フィールドである「みずがきランド」・「えがおファーム」の施設見学、ならびに『えがおつなげて』の活動拠点における地域資源の一例として「みずがき山自然公園」を訪問した。



えがおファーム視察



みずがき山自然公園視察

## (2) 第2回セミナー

開催日

平成 23 年 2 月 2 日(水)

開催場所

東京都千代田区(総務省)

参加者数

160 名(自治体職員等)

次第

1. 開会 (13:00)
2. 主催者あいさつ  
総務省 総務省地域力創造審議官 門山 泰明
3. 地域自立応援課が推進する事業の概要について (13:05 ~ 13:15 10分)  
総務省 地域力創造グループ 地域自立応援課長 野村 善史
4. 基調講演 1 (13:15 ~ 14:15 60分)  
テーマ「ご当地グルメを活かした地域づくり」  
講師：富士宮焼きそば学会、B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会(愛Bリーグ)会長 渡邊 英彦 氏
5. 基調講演 2 (14:25 ~ 15:45 80分)  
テーマ「地域活性化に必要なもの」  
講師：地域活性プランニング 代表 藤崎 慎一 氏
6. パネルトーク(15:55 ~ 17:05 70分)  
テーマ：地域活性化について必要なものとは  
コーディネーター：日本経済新聞社特別編集委員 野瀬 泰申 氏  
パネリスト：渡邊 英彦 氏、藤崎 慎一 氏
7. 閉会 (17:05)  
閉会后名刺交換会(情報交換会)を開催  
(17:05 ~ 17:45 40分)

### 概要

<基調講演 1> 「ご当地グルメを活かした地域づくり」

渡邊 英彦 氏

富士宮焼きそば学会・B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会(愛Bリーグ)とは、ご当地を愛し、B級グルメで日本を元気にしようとの志で2006年7月に設立。現在、正会員47団体、準会員28団体が参加している。ポイントはB級グルメではなく、ご当地に根差した地域文化の振興である。ご当地が入っていないければ意味が無い。毎年B-1グランプリを開催、第5回 in 厚木では、来場客が435,000人の国民的イベントとなっている。

「富士宮やきそば学会」は、公的機関でも業界団体でもないため、お金を掛けずにプロモーションするには、報道(マスコミ)を活用して存在を伝える必要があった。

マスコミを活用するには、話題性を持たせる。話題になる要素は、「面白い」「楽しい」「怪しい」である。私は、ダジャレ、オヤジギャグが効果的だと思う。オヤジギャグを「事業化」「商品化」することにより、怪しさが出て話題性が増す。「やきそば振興協議会」では怪しくないし話題性も低い。「富士宮やきそば学会」が怪しくて良い。



また、知的財産として「富士宮やきそば」を商標登録した。メディアへの大量情報提供で、「地域+商品名」の商標が例外的に登録できた。ロイヤリティビジネス展開と地域ビジネスとして雇用の創出ができた。

面白いものを形にし、話題性を高め、お金を掛けずにマスコミに宣伝してもらおう。初めに言葉ありきだと思っている、つまりキーワードが大切である。

< 基調講演 2 > 「地域活性化に必要なもの」

藤崎 慎一 氏

『地域づくり』は「人づくり」である。地域づくりを担う人材は、“優秀な人”ではなく“最後まであきらめない人”である。地域づくりの集まりを幾度か通じて、途中から来なくなる人や文句だけ言う人も多いが、地道に最後まであきらめない人が地域づくりを担う人材となる認識が大切である。特に、“よそ者”“若者”“バカ者”の存在は不可欠である。



黒川温泉、由布院温泉などはいわゆる地域づくりの“勝ち組”といわれているが、そこに至るまでには、多くの苦労がある。地域づくりでよくある失敗事例は、県や市が口出し過ぎることである。例えば、B級グルメの開催やロケの誘致などは、特定の食品・素材、特定の産業の活性化を目指すものではなく、地域全体の活性化が目的を見失ったものとなっている。あくまでも、行政は仕組みと調整で市民のやる気を促す程度に留め、子どもの宿題を見る親の感覚のように行政が市民を全面的にバックアップするものではない。

< パネルトーク > 「地域活性化について必要なものとは」

コーディネーター:野瀬 泰申 氏

パネリスト:渡邊 英彦 氏、藤崎 慎一 氏

野瀬: 地域活性の仕事は情熱とエネルギーがなければ持続的に活動することができない。

渡邊: やきそば学会と行政との関係は、一緒に活動するというスタンスであり、行政のお金を使うというような資金関係はない。富士宮市が職員・住民の集まる場を提供してくれただけである。



藤崎: 経験的に、地域づくりに関して「わが町は特別」と言い訳する行政の態度が見受けられる。行政の地域づくりの役割として、「言い訳」はしてほしくはない。行政の人々には、条件の中で「できないという人」と、「工夫する人」の2種類がいる。本日の講演内容をお聞きした皆様は、これを応用したら次の活動につなげると思う。

藤崎: 地域再生のきっかけとして、行政が声をかければ人は集まる。その後、残った人が地域人材となる。よそ者(外部の視点)としてアドバイザーを活用してほしい。

野瀬: 愛 B リーグの活動から見てくる公共の変化がある。B-1 グランプリとなった「とりもつ隊」は全員が公務員で、市民という肩書きでアフターファイブに活動している。アフターファイブは市民であるという公務員の意識が必要ではないのか。



### (3) 第3回セミナー

- 開催日  
平成23年2月18日(金)  
開催場所  
宮城県仙台市  
参加者数  
54名(自治体職員等)  
次第
1. 開会 (13:00)
  2. 地域自立応援課が推進する事業の概要について (13:05~13:15 10分)  
総務省地域力創造グループ地域自立応援課 地域支援専門官 秦野 高彦
  3. 基調講演1 (13:15~14:25 70分)  
テーマ「農業の六次産業化による地域おこし」  
講師：伊賀の里モクモク手づくりファーム 代表取締役社長 木村 修 氏
  4. 基調講演2 (14:35~15:45 70分)  
テーマ「そばによる国際交流とむらおこし」  
講師：財団法人利賀ふるさと財団 理事長 中谷 信一 氏
  5. パネルトーク(15:55~17:05 70分)  
テーマ：地域活性化について必要なものとは  
コーディネーター：松蔭大学観光文化学部 教授 古賀 学 氏  
パネリスト：木村 修 氏、中谷 信一 氏
  6. 閉会 (17:05)  
閉会后名刺交換会(情報交換会)を開催  
(17:05~17:45 40分)

#### 概要

<基調講演1> 「農業の六次産業化による地域おこし」

木村 修 氏

三重県の中山間地域である伊賀で六次産業化(自ら生産(一次)+自ら加工(二次)+自ら販売する(三次))を実践している(きっかけは、ウインナーの製造体験)。その基本は「その地域で採れたものを売っていく」ことである。

近年、流通が変化し、価格競争、産地間競争、国際競争がより激しくなっている。この土俵で戦えば負けてしまう。同じ土俵ではなく、自分たちの土俵を作って差別化する必要がある。そういう中で作り上げたのが「地産地消」へのこだわりである。

「モクモク」は常に本質的価値を追い、美味しさと安心が重要と考えている。そして、生産においては、スピードと効率性を高め、生産物は地元だから新鮮である。しかし、「良いもの」だから売れるのではなく、「良いもの」を知ってもらわなければ売れない。どう消費者にPRするかが必要なのである。

農業は一生懸命やればマスコミが応援してくれる環境がある。一生懸命取り組むことによって、結果としてブランドができてくる。地域の中でモクモクという存在価値を明らかにすることがブランドの基盤となっている。積極的に取り組んできた見学や体験が「モクモク」の考え方に共感を呼び、消費者と「モクモク」を結びきっかけとなった。

現在、モクモクは、「食育」を大事にしている。食の価値を知らしめる事が大切と考えている。どのように「良いもの」を理解してもらえるかを考えない事業は伸びない。



< 基調講演 2 > 「そばによる国際交流とむらおこし」  
中谷 信一 氏

富山県の山間部に位置する利賀村(現南砺市)は、過疎化が進むなか古くから地域に根ざしてきた合掌造りの保存と芸術文化の交流の場として昭和 48 年「利賀合掌文化村」を整備し、ガイ氏即興人形劇場主宰の水田外史氏がアトリエを開設し活動を開始した。さらに、地元出身者の縁で東京都武蔵野市と姉妹都市の盟約を締結した。その後、水田氏との縁で昭和 49 年より宝仙学園短大が利賀村移動受業を開始し、次第に交流が広がっていった。



次の大きな転機は、昭和 51 年に当時の早稲田小劇場(劇団「SCOT」)が利賀村を活動拠点とし、世界演劇祭を開催したことである。演劇を通じてギリシャのデルフィ市との交流が生まれ、過疎の村は一気に世界と結びつくこととなった。

このような動きを通じて、村民が主体となったむらおこし活動や地域活性化イベントの開催意欲が高まり、その核となったのが、古くから利賀村で大切にされてきた「そば」であった。「そば」を活かした村づくりを行うための、村民の活動の場として「そば祭り」を、一年で一番厳しい冬の時期に開催し、それが現在までさまざまな成果を上げながら継続している。

その後、そばの原産地であるネパールとの交流が生まれ、近年では韓国平昌郡との交流も活発になっている。

< パネルトーク > 「地域活性化について必要なものとは」  
コーディネーター:古賀 学 氏  
パネリスト:木村 修 氏、中谷 信一 氏

木村:モクモクの取り組み当初は、開発した加工品が売れずに苦労したが、今はうまくいっている。これはひとえに地域の連帯による成果である。

事業として展開するには、単純に農業をテーマにしてはダメであり、商品開発等の活動を通じて消費者の理解・認知を形成していくことが大切である。

農業を活性化するためには加工品開発が大切であり、不可価値の高い加工品を作らない限り地域振興はできない。そしてこの際、女性からの視点が大切である。

中谷:身近な地域振興をすることが地域住民の理解を得るうえで重要である。他の地域でやっている良いことは積極的にマネるべきである。最初はマネることから始まり、次第に地域の中で質を高めることや地域の特性を活用した取り組みを行っているうちに、地域固有(オリジナル)の「本物」のものとなり外の人にも共感を持って伝わっていく。

その地域に愛があれば、誰もが本気で活性化に取り組むことができる。中途半端ではなく真剣に取り組むことが重要である。自分が思ったことはまずは実行することが重要である。

古賀:両者は、農業を素材として地域振興を行うという視点は同じだが、その手法や目標は異なる。モクモクファームは、「流通システム」の構築であり、利賀村は、「交流システム」である。異なった手法や目標ではあるが、実現化への理念には共通するところがある。一つ目は、様々な活動を通じて地域住民、消費者、そして海外など他地域の人々等との間に農業を通じて「信頼」という共通意識の形成を図っていること。二つ目は、モクモクファームにおいては食の安心安全そして味の追求という視点から、利賀村においてはソバの原点を訪ねることから始めたソバの持つ可能性の追求といった視点から、誰もが認める「本物」の農業のひとつの形を求めているということ。そして三つ目は、一つのことにとどまらず、次々と新たな事業へと結びつけていくことにより、常に「発展」という持続を維持していることである。



平成 2 2 年度地域人材力活性化事業

報 告 書

平成 2 3 年 3 月

事業主体 総務省 地域力創造グループ  
地域自立応援課  
〒100-8926  
東京都千代田区霞が関 2 丁目 1 - 2  
Tel. 03-5253-5111(代)

事業実施 みずほ情報総研株式会社  
社会経済コンサルティング部  
〒101-8443  
東京都千代田区神田錦町 2 丁目 3 番  
Tel. 03-5281-5281

本報告書は、再生紙を使用しております。