

平成24年度
地域力創造のための起業者定住促進モデル事業
調査報告書



平成 25 年 3 月

総務省地域力創造グループ地域自立応援課
人材力活性化・連携交流室

目 次

序 章 はじめに.....	1
第 I 章 外部専門家活用事業	2
I-1 外部専門家活用事業の概要	2
(1) 事業の枠組み	2
(2) 事業（支援）の形態	3
(3) 事業のフロー	4
(4) 本年度の派遣対象市町村と取組概要	5
(5) 派遣対象市町村における取組と主な成果の概要	7
I-2 本事業による外部専門家活用の成果とポイント	12
(1) 各地域における取組の概要と外部専門家の活用状況	12
(2) 外部専門家の活用成果	13
(3) 外部専門家の効果的な活用に向けたポイント	18
(4) 本年度事業を踏まえた、今後の外部専門家活用のあり方	28
I-3 派遣対象各市町村における取組の内容と成果	30
(1) 岩手県一関市（派遣外部専門家：朽尾圭亮）	30
(2) 岩手県西和賀町（派遣外部専門家：宮口侗迪）	36
(3) 福島県塙町（派遣外部専門家：中島淳）	41
(4) 長野県木島平村（派遣外部専門家：吉田道郎）	46
(5) 滋賀県湖南市（派遣外部専門家：木村乃）	51
(6) 兵庫県洲本市（派遣外部専門家：千田良仁）	56
(7) 島根県邑南町（派遣外部専門家：宮治勇輔）	61
(8) 長崎県対馬市（派遣外部専門家：養父信夫）	66
(9) 長崎県小値賀町（派遣外部専門家：井手修身）	71
<参考資料>	
○事業中間報告会開催概要	79
○外部専門家活用に対する財政支援	82
第 II 章 地域力創造セミナー.....	83
II-1 地域力創造セミナーの目的と趣旨	83
II-2 地域力創造セミナーの実施概要	84
(1) 第1回地域力創造セミナー	84
(2) 第2回地域力創造セミナー	91
(3) 第3回地域力創造セミナー	100
(4) 第4回地域力創造セミナー	109
(5) 第5回地域力創造セミナー	116
第 III 章 地域人材ネット	123
III-1 地域人材ネットの概要	123
III-2 地域人材ネット登録者一覧	124



序 章 はじめに

総務省「地域力創造のための起業者定住促進モデル事業」は、市町村が、外部専門家の活用によって地域の活性化を図り、もって他の市町村が外部専門家を活用する上でのモデルとなることを目的とするものであり、平成24年度は以下の取組を行っている。

①外部専門家活用事業

- ・外部専門家の活用により地域の活性化を図り、他の市町村が外部専門家を活用する上でモデルとなる取組を行う市町村に対して、「地域人材ネット登録者」の民間専門家等の中から、それぞれの課題解決に適した外部専門家を派遣。

②外部専門家紹介事業

- ・地域独自の魅力や価値の向上の取組を支援する民間専門家や先進市町村で活躍している職員をデータベース（地域人材ネット）に登録してホームページにて公開し、市町村の相談に応じて外部専門家を紹介。
- ・地域人材ネットに登録された外部専門家を紹介する地域力創造セミナーを各地で実施。

この報告書は、①「外部専門家活用事業」と、②「外部専門家紹介事業」のうちの「地域力創造セミナー」及び「地域人材ネット」について、本年度の事業成果をとりまとめたものである。

なお、地域力創造のための起業者定住促進モデル事業の実施にあたっては、株式会社価値総合研究所が総務省と「地域力創造のための起業者定住促進モデル事業の運営及び調査分析の請負」について契約を締結し、事務局として運営を行った。

第I章 外部専門家活用事業

I-1 外部専門家活用事業の概要

(1) 事業の枠組み

この事業は、外部専門家の活用により地域の活性化を図ることを通じ、外部専門家を活用するにあたってのノウハウの調査・分析を行い、他市町村への普及を図ることを目的とし、地域の課題解決に最適な人材をマッチングさせて、総務省が外部専門家として派遣することにより、対象市町村の取組を支援するものである。

【対象市町村の選定条件】

- ・外部専門家の現地指導が10日以上計画されているもの
- ・地域おこし協力隊員等との協働を考慮すること
- ・全庁的に支援・推進できる体制を構築すること
- ・取組成果の発表等、当省の情報共有の要請に応ずること

【優先される取組】

- ・住民・地域団体・行政等、幅広い横断的な取組を目標とするもの
- ・人口の社会増の効果が高いもの

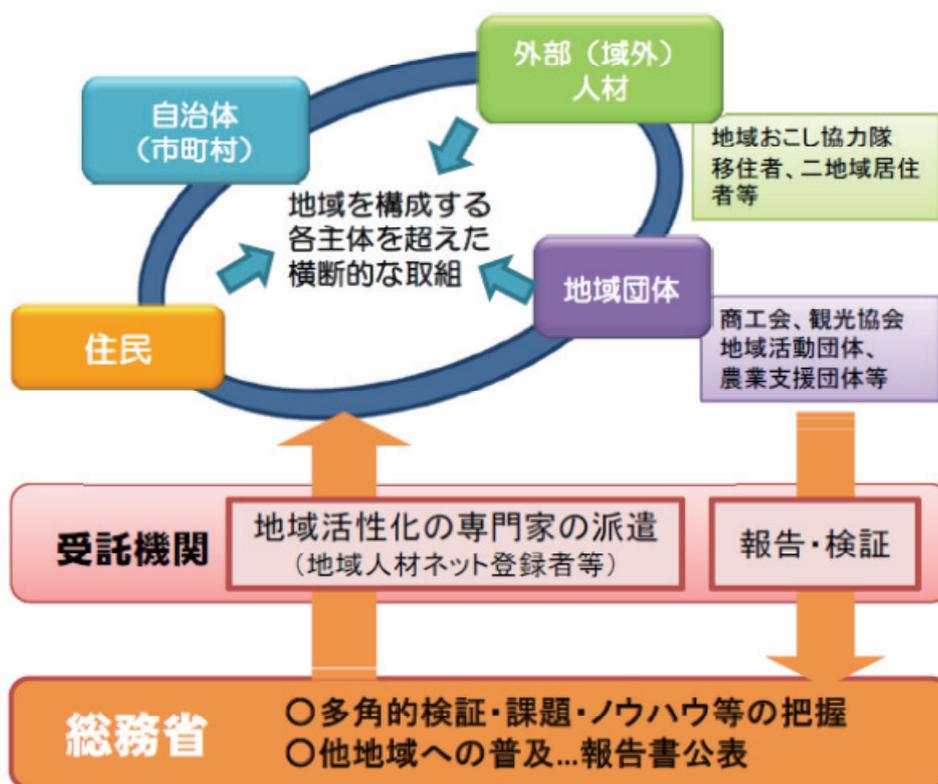


図 I-1 地域力創造のための起業者定住促進モデル事業（外部専門家活用事業）事業のイメージ

(2) 事業(支援)の形態

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、外部専門家の活用に係る旅費、謝金のほか、対象市町村における会議費や資料作成費など、外部専門家の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した予算の範囲において支援した。

【支援の対象となる外部専門家の活動内容】

- ・ 外部専門家が、定期的・継続的（原則として10日以上）に対象市町村を訪問し、市町村職員や地元関係者等に対して実施する指導・助言等
- ・ 対象市町村の課題分析、施策展開及び上記活動に付随する資料やレポートの作成

【経費支援の対象となる、外部専門家の活用に係る経費】

- ・ 外部専門家の旅費、謝金
- ・ 外部協力者¹の旅費、謝金
- ・ 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
- ・ 外部専門家の活用に係る会議費



<財政力指数に応じた限度額>

財政力指数による区分	限度額
財政力指数が全国市町村平均以下の対象市町村	500万円
財政力指数が全国市町村平均を超える対象市町村	250万円

※財政力指数の全国市町村平均 = 0.53 (平成20年度～22年度平均)

¹ 外部協力者：本事業において、外部専門家の活用に係る取組をより効果的に実施するために、派遣外部専門家と協力して専門的・技術的な助言・指導を行う人材。(原則として「地域人材ネット」登録者又はそれと同等の実績・ノウハウを有する専門家。)

(3) 事業のフロー

本事業は、以下のフローにより実施した。

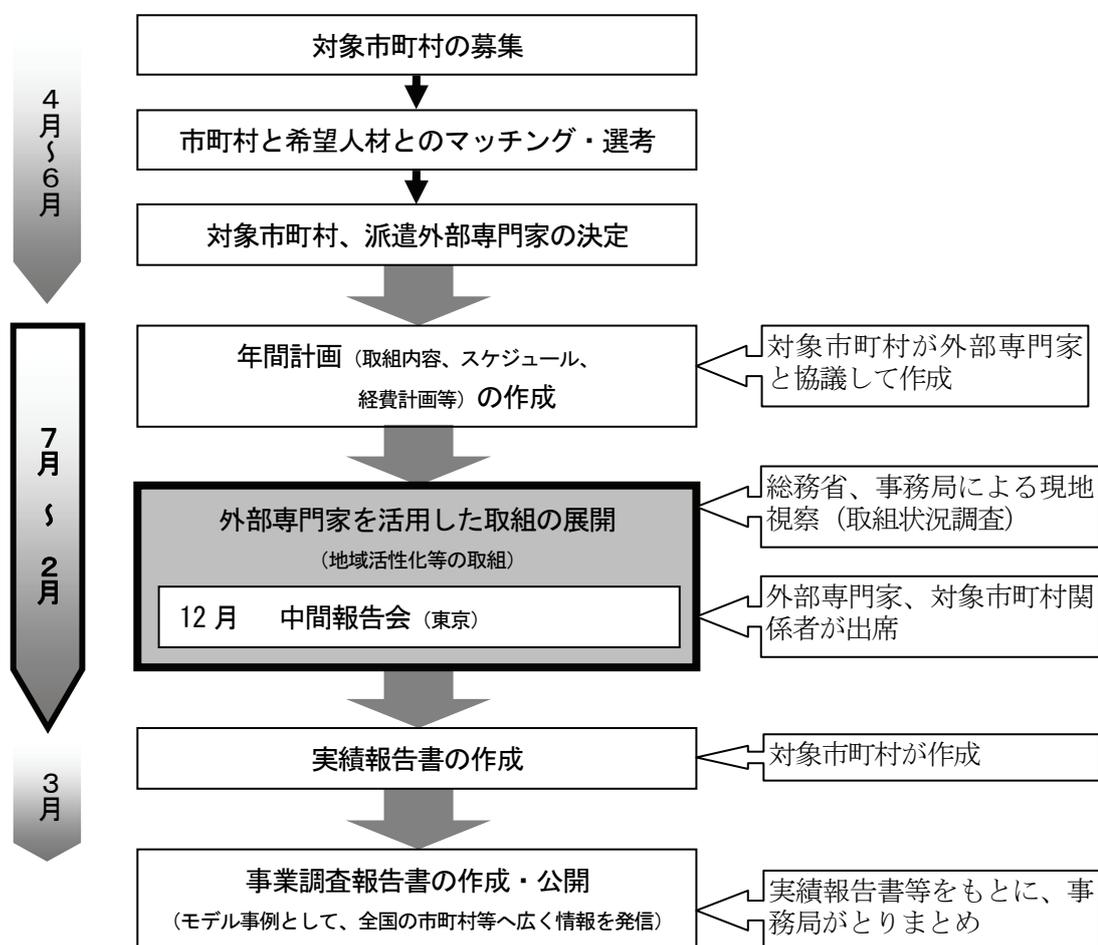


図 I-2 事業の流れ

(4) 本年度の派遣対象市町村と取組概要

平成 24 年度の外部専門家派遣対象市町村、派遣外部専門家及び取組概要は以下のとおりである。

表 I-1 平成 24 年度の外部専門家と派遣対象市町村

No.	対象市町村名	派遣外部専門家 (敬称略)	取組概要
1	一関市 (岩手県)	柘尾 圭亮 (㈱船井総合研究所)	一関伝統的食文化の活用による地域振興事業(もち食文化による世界ブランド構築事業) 地域食である「もち」をキーワードに地域住民が主体的な役割を担う体制づくりを行い、伝統文化の地域における継承や「中東北ご当地もちサミット」をはじめとしたPR活動を国内外に広く展開し、もちを扱う流通小売の活性化によって地域内における起業や業績の向上を目指す。
2	西和賀町 (岩手県)	宮口 侘地 (早稲田大学 教授)	「山の資源を生かした 6 次産業化プロジェクト」 西和賀の特色を打ち出せる山菜栽培や地域の特性を活かした農産物の生産、農産物の加工などの取り組みを地域に普及させる活動を行うことにより、生産・加工・販売に観光まで含めたビジネススタイルを構築し、若者の雇用の場を拡大して UIJ ターン者の定住化を目指す。
3	埴町 (福島県)	中島 淳 (㈱カルチャーアットフ ォーシーズンズ 代表取締役)	矢塚地区活性化事業 (地域の未活用資源を使った特産品づくり) 埴町矢塚地区は町中心部とは標高差が 500mある集落人口 120 名の山間地の集落であり、地区外移転と少子高齢化より後継者が不足する状況である。この中で、廃校を利用して地元資源を活用した産品(加工品)をアドバイザーや地域おこし協力隊と共同し、農産物の加工ブランド化・販路開拓により矢塚ブランドを全国に発信していく。農家の収入増加を図り、地元の若者が農業にやりがいを持てるような環境づくりを目指す。
4	木島平村 (長野県)	吉田 道郎 (㈱梵まちづくり 研究所 代表取締役)	目指せ活着！ふるさと(農村)起業人材養成推進事業 1次産業から脱却し、6次産業化に向けた道筋づくりと、持続的に木島平村での起業・定住を志向する人材を掘り起す仕組みづくりを行うため、木島平村の魅力ある事業資源の顕在化を図り、全国の起業志向者へ情報提供できる基盤を整備する。その情報をもとに全国の起業志向者を募集し、勉強会やワークショップを行いながら6次産業化施設の起業家育成を図る。(木島平農村ビジネススクールの設立準備)
5	湖南市 (滋賀県)	木村 乃 (ビズデザイン㈱ 代表取締役)	エネルギー・ケア・フードの地域内循環によるトライアングル型・地域力創造モデル創出事業 湖南市では、平成 23 年度に緑の分権改革モデル実証調査に取り組み、エネルギー(自然エネルギー)、ケア(福祉)、フード(特産品)のプロジェクトを立ち上げている。行政における全庁的な支援体制のもとで、地域の担い手である「こにやん支え合いプロジェクト推進協議会」との連携・連動を図り、地域力創造のための企画力、提案力、実行力、改善力を持った担い手を育成し、それが地域に定着して、継続的に新しい事業の創造が行えるようにする環境構築を目指す。
6	洲本市 (兵庫県)	千田 良仁 (㈱アイファイ 代表取締役)	地域資源発掘プロジェクト ～空き家を資源とした地域づくり～ 洲本市五色地区は高齢化率が 30%を超え、空き家が加速度的に増えていく状況にあり、地域コミュニティの衰退は著しい状況にある。そこで、地域資源としての空き家に注目し、まずは実態調査を行うことから始め、中期的(5年後)には、五色地区の中にあるモデル地域の空き家の3分の1程度について、移住希望者の定着や店舗としての活用をめざすとともに、老朽家屋を解体し、別用途に使うなど、何らかの活用が図られることを目指す。
7	邑南町 (島根県)	宮治 勇輔 (NPO 農家のこせがれ ネットワーク 代表理事 CEO)	Iターン者らの実践的起業家養成モデルの構築「耕すシェフの問題発見問題解決力を育む地域プロデュース力養成事業」～先導的な6次産業の創出による地域支援事業～ 起業を目指す若者たちを「耕すシェフ」として受け入れている邑南町では、Iターン者の若者の期待に応えるため、高度な実務的な研修機会提供並びに、起業家としてのキャリア形成、Iターンを精神的に支えられる仕組みづくりの確立を目指す。
8	対馬市 (長崎県)	養父 信夫 (㈱マインドシェア 九州のムラへ行こう 編集長)	「次世代の豊かさ」創出・魅了事業 ～対馬の「学び」のある体験滞在型観光と特産品開発を通じた移住交流促進～ 大学生等を対象とした実践塾を開講し、参加者の意見を反映しながら、「学び」のある体験滞在型観光による移住定住促進や住民アイデンティティの向上、域外サポーターの獲得等の社会経済効果を高めるとともに、島内経済循環を促し、埋もれた資源を活用し、ストーリー性を持たせた特産品開発を目指す。
9	小値賀町 (長崎県)	井手 修身 (イデアパートナーズ㈱ 代表取締役)	島発の第 6 次産業化モデル事業 ～農水産物加工による第6次産業化・定住促進プロジェクト 小値賀町の農業の核となる「小値賀町担い手公社」を軸とし、地域おこし協力隊が取り組んでいる農産品加工や物産販売を通じた地域振興活動を、更に地域内に定着させ継続的な展開が組めるように、第6次産業化のしくみづくりや商品化・販売体制の調査と開発を行い、経済活性化、雇用の創出、定住促進を目指す。



図 I-3 平成24年度の派遣対象市町村の位置と概要

(5) 派遣対象市町村における取組と主な成果の概要

岩手県一関市

「一関伝統的食文化の活用による地域振興事業」

派遣外部専門家

株式会社船井総合研究所 枅尾 圭亮 氏

取組の概要

○中東北ご当地もちサミット実行委員会の組織化

- 一関もち食推進会議メンバー、商工会議所青年部、農業協同組合、NPO法人、地元コミュニティFM、行政（岩手県、一関市）等を構成員とする実行委員会を立ち上げ。

○『第1回中東北ご当地もちサミット2012 in 一関』の開催

- 10月20日、21日に中東北地域のご当地もちをテーマとしたイベントを開催。16店舗が出店し、人気メニューに対するグランプリ投票、パネル展示やミニレクチャーなどを実施。

○もち文化継承のための事業実施

- 学校給食での現場に携わる方々（栄養教諭、栄養士）を対象に、もち文化や伝統的作法を内容とする「もち本膳研修会」を開催。

実施体制

外部専門家
(枅尾圭亮氏)

↓
アドバイス

もち食推進会議
ご当地もちサミット
実行委員会

行政(市・県)

参加団体等

地域おこし協力隊
(地域文化調査、
郷土文化発信、
地域資源紹介)

商工会議所

NPO

JA

企業

主な成果

- もち食文化をテーマとした視察や研修者の来訪
- もちメニューの商品開発
- もちをキーワードとした長期事業計画を策定するとともに、それを支える体制づくり



プロジェクトチームの立ち上げ



試作品の製作と試食



専門家を受けた企画会議

外部専門家活用のポイント

○プロジェクト全体のアドバイザーとしての活用

- 地域のもち食文化を活用したプロジェクト全体のアドバイザーとして、隊員のみならず地元関係者へのフォローアップも含めて実践的なアドバイスを果たした。

○地域の意欲ある関係者の参画

- 地域づくりに主体的かつ意欲的に取り組む人材をプロジェクトに取り込み、外部専門家のアドバイスを効果的に反映できる体制を構築した。

岩手県西和賀町

「山の資源を活かした6次産業化プロジェクト」

派遣外部専門家

早稲田大学 教授 宮口 侗迪 氏

取組の概要

○西和賀むらづくりフォーラムの開催

- 多くの住民に6次産業の取組や地域おこし協力隊の取組活動を知って頂くとともに、事業への理解醸成を図り参画機運を高めることを目的にフォーラムを実施。
- グリーンツーリズムへの可能性を探るため郷土食である「納豆汁」の競演やパネルディスカッション等も合わせて実施。

○集落間交流の創出

- 地域おこし協力隊の居住地である左草地区と県の6次産業スタートアップ事業実施地である大野地区の連携した取り組みを促すため、両地区の交流機会を創出し外部専門家がアドバイスをしながら6次産業化に向けたコンセンサス等を形成。
- 併せて、6次産業化の中核組織として位置付ける(株)西和賀産業公社に対しても持続的な運営が可能となるよう、地域との連携体制のあり方や商品開発等についての指導を実施。

実施体制

外部専門家
(宮口侗迪氏)

⇄

外部協力者
(地域活性化
専門家)

↓
アドバイス

地域おこし協力隊
(H23～) 男性2名

左草地区

大野地区

6次産業推進センター
・西和賀産業公社
・町農林課
・町観光商工課

⇄

6次産業推進センター
・西和賀産業公社
・町農林課
・町観光商工課

主な成果

- 郷土食である納豆汁の売り上げ増加
- 商品開発(蕎麦焼酎「命ボトリ」、そばもち等)
- 西和賀産業公社の認知度向上と自主的な取組機運の向上



郷土料理の探究



学生によるフィールドスタディ



地域の積極性醸成

外部専門家活用のポイント

○地域活性化の総合プロデューサーとしての活用

- 首長や議会などの意思決定者も含めた、地域活性の進め方や人材・資源活用の総合プロデューサーとして地域全体の機運醸成を図った。

○多様な外部協力者の活用

- 外部専門家による総合プロデュースの下、各課題に対応した外部協力者を招へいし、効率的かつ具体的な成果獲得に繋がった。

福島県埴町

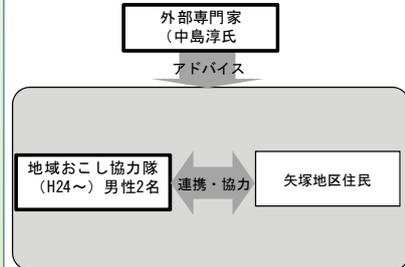
「矢塚地区活性化事業」

派遣外部専門家 (株)カルチャーアットフォーシーズンズ 中島 淳氏

取組の概要

- 矢塚分校跡利用（平成25年度で矢塚分校を改修）**
 - ・矢塚分校跡の教室を調理室や加工室等に回収して加工品・産品等の開発調理や地域住民や地域外住民との交流の場にしたいという意向があるが、そうした利用方法について地域住民の意見、要望を聞き取り方向性を確認。
- 産品開発・特産品開発**
 - ・分校を利用して地元女性が産品開発・特産品開発を進める。地区女性より意見、要望を聞き取り方向性を確認。
- 道の駅の組織見直しと今後の運営についての検討等**
 - ・行政、生産者等により組織された法人化検討委員会の委員となり計画に参画。（組織見直し、経営分析、既存商品の見直し、産品開発等）

実施体制



主な成果

- 協力隊の募集から指導まで専門家と一体的に取り組むことで協力隊が即戦力として活躍
- 本事業実施に触発される形で道の駅の再構築問題の解決の兆し
- 地域情報の発信による潜在的ファンの発掘



民泊という観光資源の模索



地域でのワークショップ



地域おこし協力隊の積極活用

外部専門家活用のポイント

○隊員募集前からの受入・協力体制の構築

- ▶ 協力隊の募集前段階から外部専門家の指導による地域の受入体制構築を進め、隊員赴任後の円滑な活動環境づくりを行った。

○地域おこし協力隊の導入・採用への関与

- ▶ 協力隊の募集・選定プロセスに外部専門家のアドバイスを活用し、課題や目的に沿ったスキル・意識を有する人材を採用することができた。

長野県木島平村

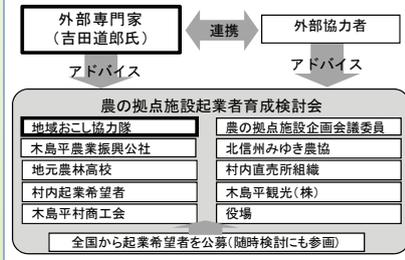
「目指せ活着！ふるさと（農村）起業人材養成推進事業」

派遣外部専門家 (株)梵まちづくり研究所 代表取締役 吉田 道郎 氏

取組の概要

- 木島平農村ビジネススクール（仮称）設立の準備**
 - ・活用可能性の高い事業資源の顕在化と共有化を図る。
 - ・地域おこし協力隊等の外部人材と地域で活動する人材（村民）及び地域の農協や商工会等との協働により、地域に存在する多様な地域資源を、事業化できる起業資源として整理。
 - ・当該資源を起業家が活用できるためのコンセンサスを村民と協力隊員及び地域の各種団体で形成・共有化を図る。
 - ・当該情報を起業家へ提供できる基盤整備の検討。
 - ・木島平ビジネススクールの仕組みづくりの検討。
 - ・平成25年度に設立を予定する農村ビジネススクール（仮称）を前提に、ビジネススクールの事業フレームや基本的な運営システム等とカリキュラム構成案を構築し、25年度入学候補生の募集準備としてのプレスクールを実施。

実施体制



主な成果

- 起業者育成の認知度が向上するとともに、住民起業希望者の創出と意識の向上
- 農村起業希望者の農村起業塾プレスクールへの参加



農村起業家ビジネススクール



地域の将来検討会



地域資源の再認識

外部専門家活用のポイント

○隊員の可能性の引き出し役

- ▶ 外部専門家の派遣をきっかけに、協力隊員の目的意識や役割を確認する場を設け、地域における隊員の役割や目的の共有化が図られた。

○既存事業との連携

- ▶ 既存の施設整備事業や関連事業と一体的に事業を進めることで、外部専門家の知識・ノウハウを効果的に活用した。

滋賀県湖南市

「エネルギー・ケア・フードの地域内循環によるトライアングル型・地域力創造モデル創出事業」

派遣外部専門家 ビズデザイン(株) 代表取締役 木村 乃 氏

取組の概要

- 自然エネルギーの活用による自立型分散の地域エネルギー体系の確立**
 - ・市民共同発電の取組・周知を行い、地域の自然エネルギーを活用した地域内経済循環型のスキームを確立させる。
- 障がい者も含めたアートを活用した福祉ツーリズム・人材育成事業の確立**
 - ・アール・ブリュット (Art Brut) をテーマとした展覧会の周知から開催のほか、福祉ツーリズムの担い手育成を実施。
- 特産品開発・製造・販売を通じた地域ビジネスの確立**
 - ・特産品のビジネス化品目を増やすと同時にそのコンテンツの吟味を地域おこし協力隊とともに実施。
 - ・地域資源発掘調査と題して、あるもの活かしの観点から地域の動向を把握し、地域資源の洗い出しを行う。

主な成果

- フェイスブックの「友達いいね」のカウント数の向上、物産販売施設「こなんマルシェ」の販路拡大
- 市内7つの協議会での地域資源調査の実施
- 地域おこし協力隊の地域サポート意識からの脱却を図り自らプロジェクトを起こすという起業化意識の醸成



地域ビジネス開発

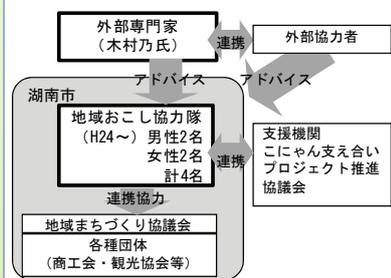


アールブリュット展覧会



弥平とうがらし関連商品

実施体制



外部専門家活用のポイント

- 外部専門家と外部協力者の連携**
 - 事業が進む中で必要となる技術・ノウハウに対応した外部協力者を、外部専門家と相談しながら効果的に招へいた。
- 目標意識の再整理・構築**
 - 隊員の活動目標について、目標意識の背景にある個人の人生感等の深掘を含むところからのアドバイスにより、活動目標の明確化を図った。

兵庫県洲本市

「地域資源発掘プロジェクト ～空き家を資源とした地域づくり～」

派遣外部専門家 株式会社アイファイ 代表取締役 千田 良仁 氏

取組の概要

- 空家現状把握**
 - ・外部専門家などからアドバイスを受けた地域おこし協力隊が地域へ入り、住民とワークショップを重ね、空き家活用に関する地域の課題を見つけ、その解決策を住民と共有。
 - ・活用方法を検討し、報告書としてとりまとめを行う。
- ワークショップの実施**
 - ・ワールドカフェ方式で、空き家物件の情報交換や地域のクリスマスイベント等の検討を実施。
- 空き家を活用した事業の検討**
 - ・空き家を具体的にどのような事業で活用できるか検討を実施。また、事業の内容にもよるが、自らNPO法人などを立ち上げ、事業化することも検討。

主な成果

- イベントの内容充実、参加者の増加
- 地域おこし協力隊を補助する「地域おこし協力隊補助員制度」を新たに導入
- 地域おこし協力隊と地元の活動団体が協力する体制を構築することで活動の幅が拡大



地域資源発掘会議

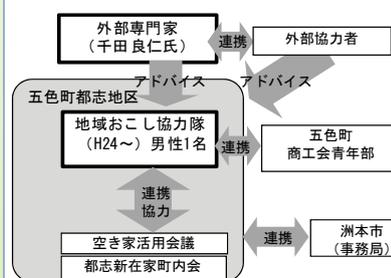


地域おこし協力隊との連携



先進地の視察活動

実施体制



外部専門家活用のポイント

- 隊員の自主性を前提としたアドバイス**
 - 隊員の自由な活動を促しつつ、ポイントとなる部分で指導や振り返り等を行うことで、隊員の自主性や特性が発揮しやすい環境づくりを進めた。
- 調査方法の指導**
 - 地域とのコミュニケーションの取り方やヒアリング調査の継続方等、継続して活動できるよう地域おこし協力隊にスキルを伝授した。

島根県邑南町

「耕すシェフの問題発見問題解決力を育む地域プロデュース力養成事業」～先導的な6次産業の創造による地域支援事業～

派遣外部専門家 NPO法人農家のこせがれネットワーク 宮治 勇輔 氏

取組の概要

○農家ライブの企画実施

- ・耕すシェフ(地域おこし協力隊)の手で、町内の生産者に晴れ舞台なるイベントをプロデュース。
- ・町内の生産者が自らの農作物づくりなどへのこだわりを発信し、農家が生産活動への誇りや自信の醸成を図る。

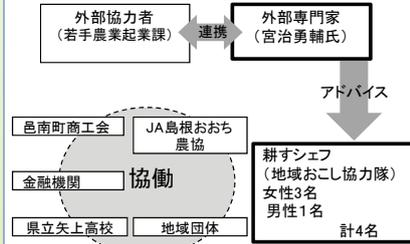
○目標管理シートの作成及び「食」「農」をテーマとしたイベントの実践指導

- ・耕すシェフ(地域おこし協力隊)らの目標管理シート作成のため指導及び面談を行うとともに、町内イベントでの耕すシェフ(地域おこし協力隊)らからの地域素材の掘り起こしの指導を実施。

○首都圏での耕すシェフ(地域おこし協力隊)らの活動報告会

- ・都市部において、地方へ定住を検討している若者や、友人に対して活動報告会を開催。
- ・食や農業の独自性を見出し、都市部への魅力的な情報の発信。

実施体制



主な成果

- 耕すシェフ(地域おこし協力隊)らの1ターン人材の地域での存在意義明確化
- 地域食材の新たな販路先の増加
- 地元若者の地域理解度向上



耕すシェフの育成



地域の魅力発信基地



地域の魅力発信のためのイベント活動

外部専門家活用のポイント

○地域おこし協力隊へのトータルアドバイス体制

- 耕すシェフ(地域おこし協力隊員)らの相談者、トータルコーディネーターとしての役割を果たした。

○役割の明確化

- 外部への情報発信やつなぎ役として、外部専門家の強みを活かした。

長崎県対馬市

「次世代の豊かさ」創出・魅了事業 ～対馬の「学び」のある体験滞在型観光と特産品開発を通じた移住交流促進～

派遣外部専門家 (株)マインドシェア 九州のムラへ行こう編集長 養父 信夫 氏

取組の概要

○地域おこし協力隊員の起業支援

- ・隊員の任期終了後の定住定着・雇用創出を見据えた素地づくり(起業準備)や課題解決の図るために起業にかかる組織づくり・組織運営・資金調達、助成金の運用等について指導。

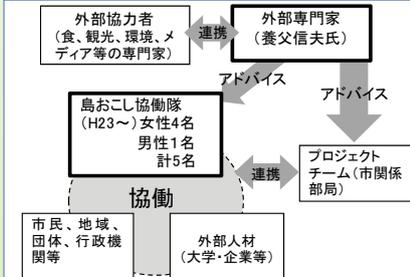
○予備軍育成のための「島おこし実践塾」の開催

- ・学生等を対象に、地域おこしへの理解促進と地域おこしの担い手育成のため、合宿形式の地域実践活動「島おこし実践塾」を開催。

○体験滞在型観光(着地型観光)及び特産品開発の推進、出口づくり

- ・対馬市農業振興公社と連携した特産品開発、販売促進改善。
- ・志多留の地域活性化関係者との勉強会及び古民家活用+民泊推進ワークショップ。
- ・グリーンツーリズム関係者との意見交換。

実施体制



主な成果

- 起業家予備軍づくりで人材の確保
- 対馬魅力発信POPやツシマヤマメコメのPR販売実施
- グリーンツーリズムの推進に向けた取組機運の向上



地域再生プラン作り



島おこし実践塾



飲食・物販拠点改革会議

外部専門家活用のポイント

○関係者間の連絡体制の構築

- 複数の協力隊やプロジェクトが進行する中で、外部専門家の指導を効果的に共有できる連絡体制等を構築した。

○指導を得るにあたっての事前準備

- 限られた日程の中で効果的に外部専門家の指導を得るため、事前に相談内容を準備する等で、効率を向上させた。

長崎県小値賀町

島発の第6次産業化モデル事業 ～農水産物加工による第6次産業化・定住促進プロジェクト～

派遣外部専門家 イデアパートナーズ(株) 代表取締役 井手 修身 氏

取組の概要

○特産品の商品開発

・農産加工品の生産目標、販売目標、販売戦略、原価管理の整理等。

○地域特産品の市場調査

・小値賀の落花生の販売流通における先進地、候補地の調査。

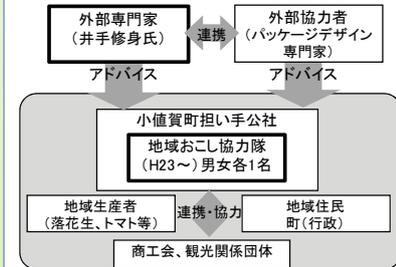
○テスト販売調査

・販売流通のマーケティングに基づき実施。

○体験プログラムの実践および分析

・観光産業と連携した落花生の収穫体験等の体験プログラムの実践。

実施体制



主な成果

- 農業をベースとした3つの体験プログラムの開発
- 都市圏への小値賀町特産品の流通・販路確保
- 小値賀町担い手会社と地域おこし協力隊の持続可能な運営方策の確保



特産品の販売・発送



収穫体験プログラム



イベント等への出展協力

外部専門家活用のポイント

○プロジェクト全体のアドバイザーとしての活用

▶ プロジェクト全体のアドバイザーとして、中長期的な収益確保を見据えた指導を得ることで、隊員のみならず地域全体の雇用拡大の枠組みづくりの検討が進んだ。

○専門家のネットワーク等の活用

▶ 外部専門家が有するネットワーク等を積極的に活用し、離島において不足しがちな外部とのネットワーク構築やマーケットニーズ把握を進めた。

I-2 本事業による外部専門家活用の成果とポイント

(1) 各地域における取組の概要と外部専門家の活用状況

平成24年度（以下、「本年度」という。）事業のモデル地域となった9市町村における、外部専門家が果たした役割、活用方法及び成果の概要は以下の通りとなっている。

表 I-2 平成24年度の事業取組概要と外部専門家の役割・成果

派遣対象市町村	取組の概要・テーマ	取組による主な成果	外部専門家活用のポイント
岩手県一関市	伝統的食文化の活用による地域振興	<ul style="list-style-type: none"> もち食文化をテーマとした視察や研修者の来訪 もちメニューの商品開発 もちをキーワードとした事業計画や体制づくり 	<ul style="list-style-type: none"> プロジェクト全体のアドバイザーとしての活用 地域の意欲ある関係者の参画
岩手県西和賀町	「山の資源を活かした6次産業化プロジェクト」	<ul style="list-style-type: none"> 郷土食である納豆汁の売り上げ増加 商品開発（蕎麦焼酎「命ポトリ」、そばもち等） 西和賀産業公社の認知度向上と自主的な取組機運の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 地域活性化の総合プロデューサーとしての活用 多様な外部協力者の活用
福島県塙町	「矢塚地区活性化事業」	<ul style="list-style-type: none"> 協力隊の募集から指導まで専門家と一体的に取り組むことで協力隊が即戦力として活躍 本事業実施に触発される形で道の駅の再構築問題の解決の兆し 地域情報の発信による潜在的ファンの発掘 	<ul style="list-style-type: none"> 隊員募集前からの受入・協力体制の構築 地域おこし協力隊の導入・採用への関与
長野県木島平村	「目指せ活着！ふるさと（農村）起業人材養成推進事業」	<ul style="list-style-type: none"> 起業者育成の認知度が向上するとともに、住民起業希望者の創出と意識の向上 農村起業希望者の農村起業塾プレスクールへの参加 	<ul style="list-style-type: none"> 隊員の可能性の引き出し役 既存事業との連携
滋賀県湖南市	「エネルギー・ケア・フードの地域内循環によるトライアングル型・地域力創造モデル創出事業」	<ul style="list-style-type: none"> FACEBOOKの「友達いいね」のカウント数向上、物産販売施設「こなんマルシェ」の販路拡大 市内7つの協議会発足並びに地域資源調査の実施 地域おこし協力隊の地域サポート意識からの脱却を図り自らプロジェクトを起こすという起業化意識の醸成に成功 	<ul style="list-style-type: none"> 外部専門家と外部協力者の連携 目標意識の再整理・構築
兵庫県洲本市	「地域資源発掘プロジェクト～空き家を資源とした地域づくり～」	<ul style="list-style-type: none"> イベントの内容充実、参加者の増加 地域おこし協力隊を補助する「地域おこし協力隊補助員制度」を新たに導入 地域おこし協力隊と地元の活動団体が協力する体制を構築することで活動の幅が拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 隊員の自主性を前提としたアドバイス 調査方法の指導
島根県邑南町	「耕すシェフの問題発見問題解決力を育む地域プロデュース力養成事業」～先導的な6次産業の創造による地域支援事業～	<ul style="list-style-type: none"> 耕すシェフ（地域おこし協力隊）らのIターン人材の地域での存在意義明確化 地域食材の新たな販路先の増加 地元若者の地域理解度向上 	<ul style="list-style-type: none"> 地域おこし協力隊へのトータルアドバイス体制 役割の明確化
長崎県対馬市	「次世代の豊かさ」創出・魅了事業～対馬の「学び」のある体験滞在型観光と特産品開発を通じた移住交流促進～	<ul style="list-style-type: none"> 起業家予備軍づくりで人材の確保 対馬魅力発信POPやツシマヤマネコ米のPR販売実施 グリーンツーリズムの推進に向けた取組機運の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 関係者間の連絡体制の構築 指導を得るにあたっての事前準備
長崎県小値賀町	島発の第6次産業化モデル事業～農水産物加工による第6次産業化・定住促進プロジェクト～	<ul style="list-style-type: none"> 農業をベースとした3つの体験プログラムの開発 都市圏への小値賀町特産品の流通・販路確保 小値賀町担い手公社と地域おこし協力隊の持続可能な運営方策の確保 	<ul style="list-style-type: none"> プロジェクト全体のアドバイザーとしての活用 専門家のネットワーク等の活用

(2) 外部専門家の活用成果

本事業では、外部専門家を活用することで、様々な成果が得られている。

これらについては、平成23年度事業で得られた成果と併せ、以下のように整理することができる。

① 地域の実情に沿った地域課題の発見・整理、意識醸成、取組円滑化

本事業では、外部専門家が、その専門的、客観的視点から地域資源の発掘・調査を助言・支援したり、豊富な経験や専門的知識を紹介する講演会、勉強会を開催したりすることによって、地域づくり課題の発見や地域づくりの方向性の明確化及び地域づくりに対する意識の醸成が得られるなどの成果が得られている。

本年度の取組をみると、平成23年度事業同様、対象地域の多くで、地域おこし協力隊員、地域住民、関係団体・事業者、行政職員等を対象とした助言・指導を行うことにより、地域課題の発見・整理、地域づくりの意識醸成など、地域おこし協力隊員がより円滑・効果的に活動できる環境づくりが進展している。例えば、西和賀町では、外部専門家が町議会議員や地元経済関係者などとの意見交換や先進地視察等を通じた助言・指導によって町が行おうとしている取組の意識づけ、権威づけを行うことで、地域づくりに関する地域内の理解醸成が図られ、その後の円滑な取組推進につながるといった成果も得られている。

このように、外部専門家は、地域づくりの直接的な担い手である地域おこし協力隊員、住民、関係団体及び行政担当者へのアドバイザーとしての活用だけでなく、地域づくりの牽引役となる地元経済界や地方議会に対する取組の意識づけ、権威づけを行うアドバイザーとして活用することも、結果として担い手の日々の活動の円滑化が図られるといった効果が期待できるものとなっている。

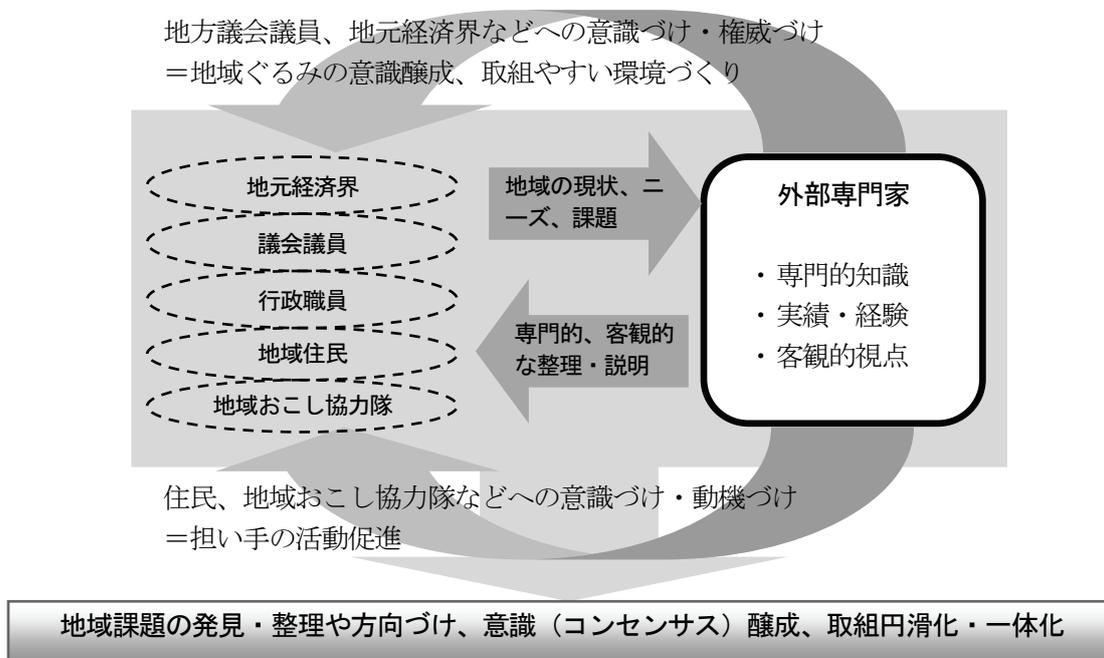


図 I-4 地域課題の発見・整理や方向づけ、意識醸成における外部専門家の活用イメージ

② 地域資源の活用による商品の開発・販路開拓の進展

本事業では、地域資源を活用した特産品やツーリズム等の商品・サービスの開発・販路開拓において、外部専門家が専門的、客観的視点からヒントや評価を与えたり、マーケット動向等に関するアドバイスを行ったりすることで、商品開発の進展や販路開拓の道筋が見えるようになっていたり、地域産業や雇用の底上げにつながる等の成果があった。

本年度の取組をみると、平成23年度事業同様、定住のための起業や事業化を図ろうとする地域おこし協力隊員や地域住民・団体等に対し、商品開発、販路開拓等に向けた助言・指導がみられているほか、新たな活用の形態として、地域おこし協力隊員個々の起業・事業化支援ではなく、地元の若者や地域おこし協力隊員が関わるプロジェクトの実行組織に対して外部専門家が商品開発・販路開拓等の支援を行った例がみられている。例えば、一関市では、外部専門家が「もちサミット」をプロデュースし、その開催を通じて、地域内の「もち」関係事業者を表舞台に引き出し、イベントを通じた販路拡大を図っている。また、小値賀町では、地域おこし協力隊がスタッフとして関与している、「落花生」による6次産業化プロジェクトの商品開発やマーケティングを外部専門家が支援している。

このように、外部専門家は、地域おこし協力隊員個々の起業・事業化に向けた取組におけるアドバイザーとしての活用だけでなく、プロジェクト全体へのアドバイザーとしての活用により産業振興に広くインパクトをもたらすことにより、地域おこし協力隊員を含む地域内の将来の雇用創出に向けた取組が進展するといった効果も期待できるものとなっている。

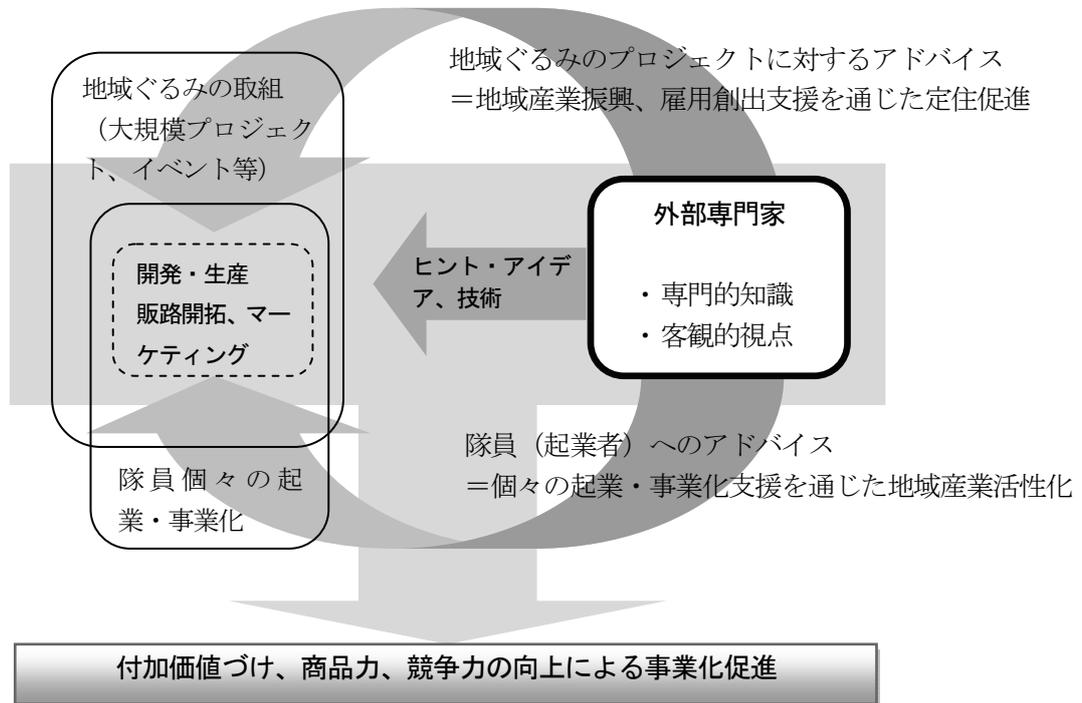


図 1-5 地域資源の活用方法や商品の開発・販路開拓の進展等における外部専門家の活用イメージ

③ 地域づくりを担う人材・組織の連携強化

本事業では、外部専門家が、地域づくりの新たな担い手や、地域づくり活動を行っている地域内の人材・組織同士のつなぎ役やコーディネイト役となることで、地域づくりの新しい組織体制が立ちあがったり、自立的な地域づくりに資する連携体制が強化される等の成果があった。

i) 地域「内」の人材・組織の連携

地域資源を活かした起業・ビジネス化や定住人口の維持・増加につながる地域づくりを進めていくためには、これらに取り組もうとする地域内の人材・組織同士の連携を強化することが有効である。

これについて本年度の取組をみると、平成 23 年度事業同様、外部専門家が把握した各人材・組織の長・短を踏まえて、地域内の関係する人材・組織と地域おこし協力隊員とを引き合わせるきっかけとなる「つなぎ役」としての役割を担ったり、各人材・組織の連携・協働による活動を仕掛ける「コーディネイト役」としての役割を担うことにより、地域内の人材・組織の連携が強化され、新たな商品開発や推進体制の構築が進んだケースがあった。

さらに本年度の取組では、当初想定した地域おこし協力隊員の活動ミッションの充実のための連携のほか、地域が取り組む別の取組との相乗的な効果につながる例もみられている。例えば、埴町では、特定の集落の活性化を基本ミッションとした地域おこし協力隊員を、町中心部の道の駅の再生プロジェクトにも参画できるように誘導したことで、地域おこし協力隊員の取組意識や人脈形成だけでなく、道の駅の再生事業自体にも新しい視点が加わるなどの成果が得られている。また、湖南省では、本事業自体を、エネルギー、福祉、特産品といったそれぞれ異なるプロジェクトを戦略的、有機的に連携させたことで、地域おこし協力隊員の活動のみならず既存の地元活動者の取組推進や意識醸成にも結び付くといった効果がみられている。

このように、外部専門家が地域全体の課題を踏まえながら地域内の人材・組織の連携をコーディネイトすることは、単に地域おこし協力隊員の活動の進展のみならず、地域全体の課題解決にも大きく寄与するものとなっている。

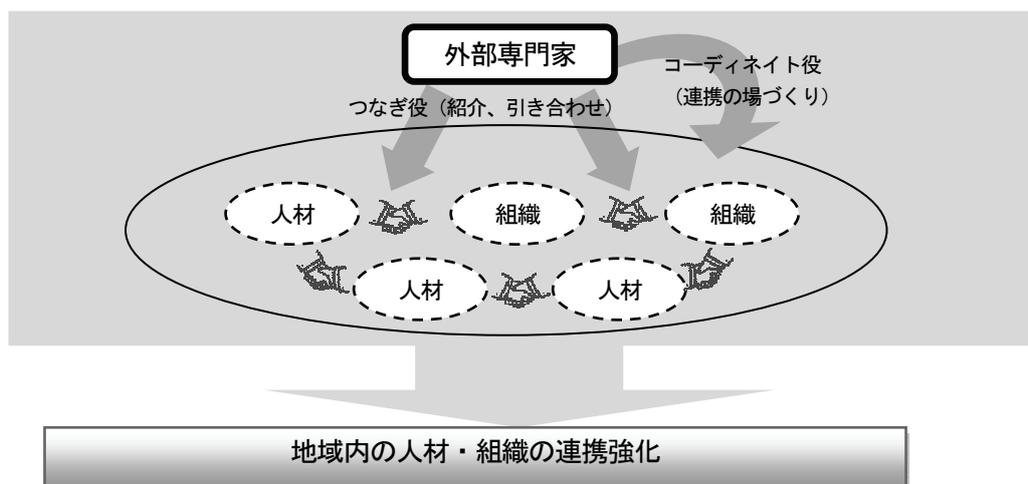


図 I-6 地域内の人材・組織の強化における外部専門家の活用イメージ

ii) 地域「外」との連携促進、ネットワークづくり、情報発信

地域内での起業・ビジネス化の一層の推進を図ろうとする場合、商品やサービスの主要マーケットとなる地域外（主に都市部）との連携を図ることも重要である。

これについて本年度の取組では、平成23年度事業同様、外部専門家がつなぎ役となって、地域と都市部のマーケットやメディア関係者との連携を連携、ネットワークづくりをサポートし、マーケット・ニーズを踏まえた起業・ビジネス化に向けた発信力や販路の見通しが確保されたケースがあったほか、取組自体を積極的に地域外に発信する例もいくつかみられている。例えば、対馬市では、地域おこし協力隊員も関与する「島おこし実践塾」の開催を通して、将来の地域づくりの担い手候補となる若者を地域に呼び込んでおり、これをきっかけとした地域外とのつながりを持続的に維持・拡大していく仕組みが構築されつつある。また、一関市では、外部専門家のサポートにより、「ご当地もちサミット」を開催したが、これは地域外からの誘客や対外的PRのみならず、もち食文化の全国展開さらには海外展開も見越した中での第一歩という位置づけとなっており、ネットワークづくりの枠を超えた、プロジェクト自体の広域展開を踏まえた取組となっている。

このように、地域外との連携促進における外部専門家の活用は、地域外のノウハウ取得、販路・誘客、PRなど、取組自体の充実といった効果のほか、取組自体の域外への展開の道筋をつけたり、新たな地域づくりの担い手の呼び込みにもつながるなどの効果も期待できるものとなっている。

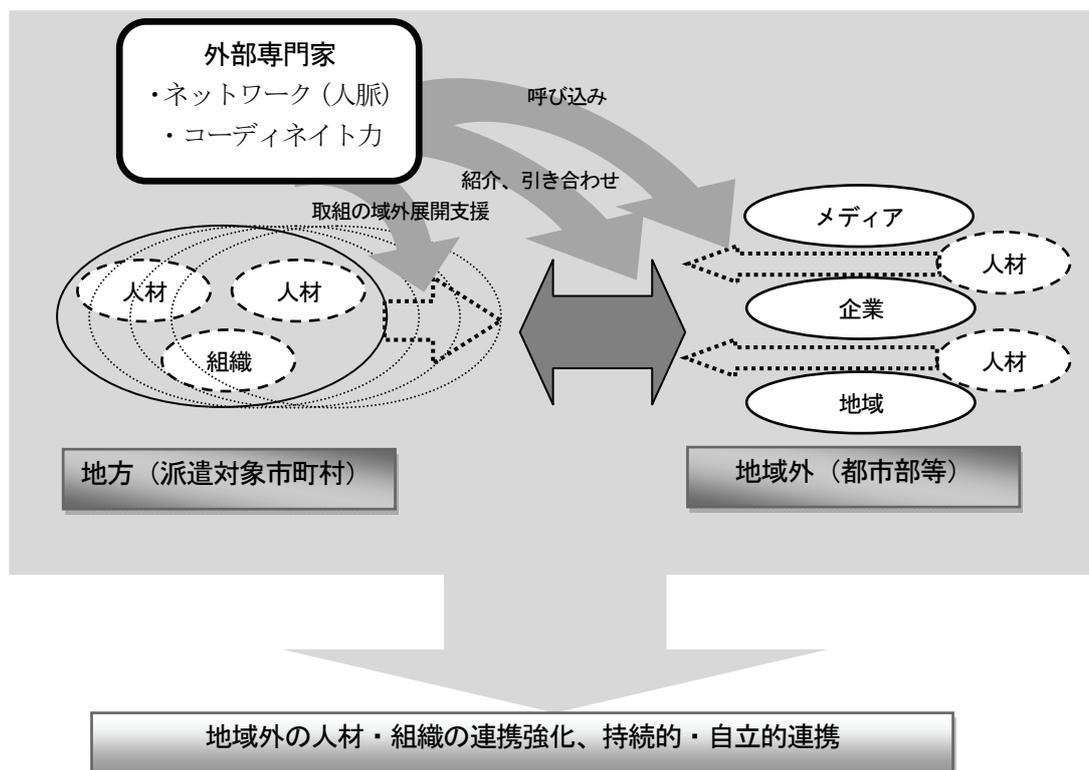


図 I-7 地域外との連携促進、ネットワークづくり等における外部専門家の活用イメージ

④ 地域の担い手の起業・定住意欲の醸成（定住に向けた「出口」の具体化）

本事業では、外部人材（地域おこし協力隊等）をはじめとする地域づくりの担い手と外部専門家とが直接的に連携・協働してプロジェクトに取り組み、相互に課題解決や成功体験を重ねることで、外部人材の起業・定住に向けた自信や事業イメージ及び具体的な実践方法が明らかとなり、結果、地域の担い手の起業・定住等の意欲が醸成されるといった成果があった。

こうした、起業・定住に向けた意欲の醸成にあたっては、平成23年度事業においても、「地域のニーズや期待に対応したビジネスモデルの構築」（＝必要とされる）、「必要なスキル・ノウハウの習得」（＝応えることができる）、「起業マインド、意識づけ、動機づけ」（＝やる気になる）の3つの面から相乗的な成果が得られているが、本年度事業では、より具体的な「出口」（ここでは、3年間の地域おこし協力隊員任務の後の自立的な定住の実現）につながる取組成果がみられている。例えば、邑南町では、「耕すシェフ」として活動している地域おこし協力隊員に対し、将来の起業を明確な「出口」として位置づけた上で、起業家としてのキャリア形成につながる実務的な研修機会を提供しており、地域内外への活動内容の発信と併せて、将来の起業に向けた環境整備が進展している。

このように、外部専門家の活用は、前述のような意識醸成、商品開発や販路開拓、地域内外の連携支援といった個別課題への対応を図る一方で、最終的には地域おこし協力隊員それぞれのスキルや起業マインド醸成、キャリア形成の方向づけも含めた明確な「出口」の提示と道筋の明確化を図るといった面でも効果があるものとなっている。

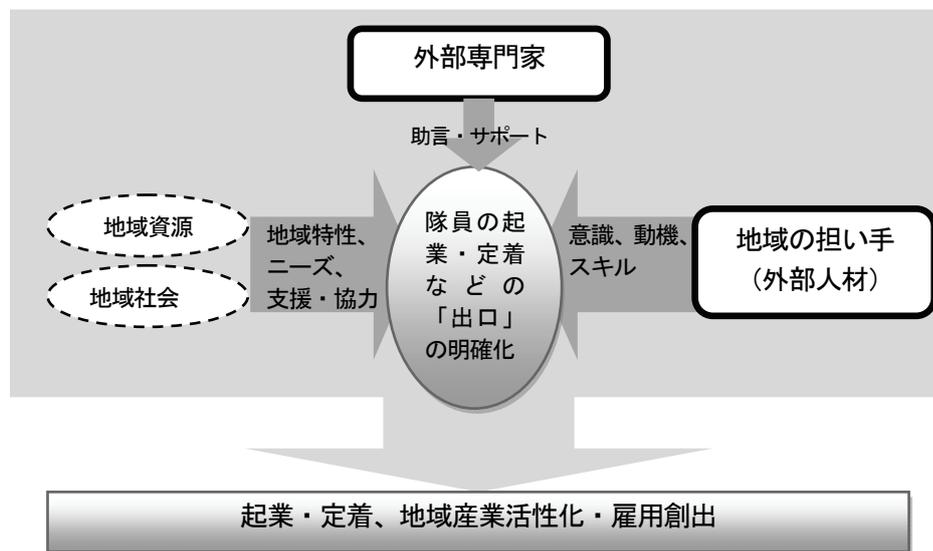


図 I-8 外部専門家の活用による地域の担い手のスキルアップ、雇用創出のイメージ

(3) 外部専門家の効果的な活用に向けたポイント

本事業において、外部専門家は、地域おこし協力隊を含む地域の人材・団体に対する現状・課題の整理や地域づくりの意識づけ、権威づけといった段階から、商品開発・マーケティングなどの事業化に向けた具体的ノウハウ・スキルの支援、さらには具体的な起業・事業化、定住に向けたいわゆる「出口」の明確化に係る支援まで、幅広い段階でその役割を発揮しており、いずれの段階でも一定の成果がみられている。

こうした多様な成果が期待される外部専門家の活用を、今後外部人材を活用して地域活性化を図ろうとする地域がより効果的に進めていくためには、以下の様なポイントに留意することが必要である。

① 地域づくりの課題・目的に適した外部専門家の選定

外部専門家の効果的な活用にあたっては、まずは、地域づくりの取組課題や目的に対応した適切な分野・手法に関するスキル・ノウハウを有する外部専門家を選定することが重要である。これに関して、選定やアプローチ方法は多様であるが、より実践的な選定につなげるためには、例えば過去にアドバイスを受けたことがある専門家がいれば、(仮にテーマが若干異なるものであっても) まずはその専門家に相談し、自らが設定する課題や目的を客観的に評価・点検してもらうことも有効である。

また、新たに選定しようとする場合は、総務省「地域人材ネット」などの専門家リストが入口となるが、これらに記載されている外部専門家のプロフィールや分野、手法等だけでは判断が難しい面もあるため、例えば、総務省「地域力創造セミナー」をはじめとする講演会、研修会等への参加等を通じて、外部専門家のアドバイス手法やスキル・ノウハウ等を把握するといった事前の情報収集も有効である。

② 外部専門家の活用に対する地域の理解・コンセンサス

外部専門家を継続的に活用していくためには、地域側の理解や情報共有が重要であり、具体的な助言・指導を得た内容や成果を広く地域にフィードバックし、地域内の理解・コンセンサスを積み上げていくことが重要である。

しかしながら、本事業のような外部専門家活用事業はいわゆるソフト事業であり、活用の成果が形として現れづらいために、取組に対する地域の理解が得られにくく、活動の継続や地域のサポートが得られにくくなることも想定される。そのため、例えば、外部専門家の招へい当初段階に住民向けの説明会を実施したり、地域づくりワークショップや試食会など、住民や関係者が楽しみながら地域づくりに参加できる機会を設けること、さらには、行政幹部・議会など地域づくりの牽引役の理解を得るための取組を行うことも有効である。

③ 取組のプロセスや展開に応じた専門家の組み合わせ

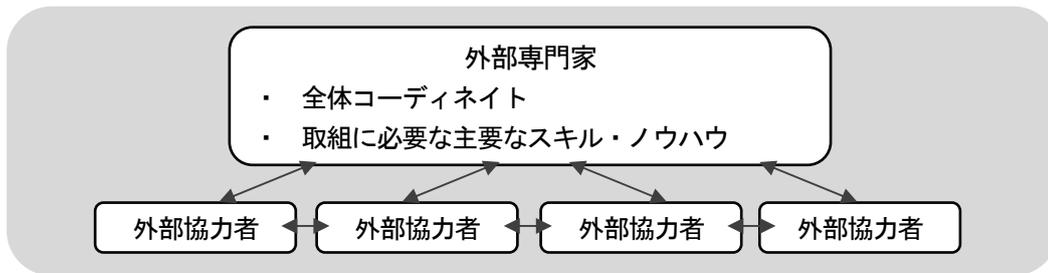
本事業は単年度事業であるが、本来、地域づくりは中長期的視点で取り組むものであり、外部専門家の活用においても、取組のプロセス全体を見通した中で継続的に外部専門家を活用できる関係を構築しておくことが望ましい。

そのためには、前述のように、地域の課題・目的に沿った外部専門家の選定、地域における外部専門家活用に対する理解促進が前提となるが、一方で、取組の進捗によっては、必ずしも単一の外部専門家だけでなく、その時々課題・テーマに沿った専門性を有する人材を活用することも必要である。

これに関し、本事業では、外部専門家の指導・助言をより効果的にサポートする人材として、外部協力者の活動を可能としており、チーム型、リレー型といった形態で複数の専門家が指導・助言することで高い効果が得られているケースがある。

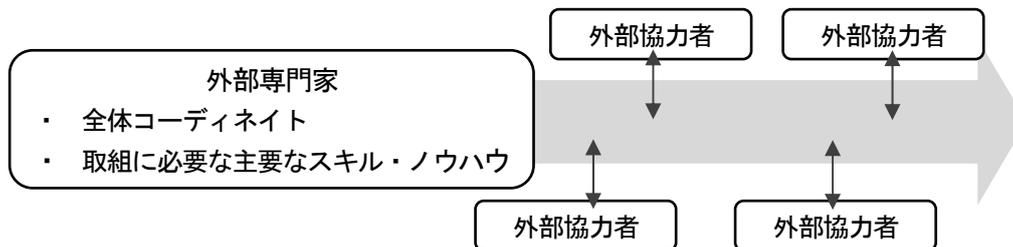
(ア) チーム型

取組に必要な主要なスキル・ノウハウを有する外部専門家が、地域の課題・分野に対応したスキル・ノウハウを持つ専門家・実務家と連携して取り組む形態



(イ) リレー型

外部専門家が一貫してコーディネイト役、プロデュース役として関与しつつ、取組の進展に応じて適宜その分野・課題に対応する専門家・実務家と連携して取り組む形態



④ アドバイスを受ける分野・対象の絞り込み

限られた期間、費用の中で外部専門家を効果的に活用していくためには、外部専門家の指導・助言等を得ようとする対象や範囲をできる限り絞り込み、外部専門家の情報やスキル・ノウハウを効率的に受けることができる体制・枠組みを構築しておくことが有効である。

地域づくりの最初の段階では、地域全体の課題整理や方向づけに関して、幅広い層への外部専門家からのアドバイスが有効であるが、継続的に外部専門家との関係性を維持していく中では、地域づくりの方向性、担い手となる人材・組織及びエリア等、外部専門家にアドバイスを求める対象・範囲を絞っていきることが効果的である。

特に、担い手の起業・定住を図る場合には、担い手となる人材・組織と起業・定住する具体的なエリアの住民や事業者、生産者等との関係構築や相互理解が必要であり、アドバイスも担い手個々の特徴や課題に応じたものとするのが有効である。

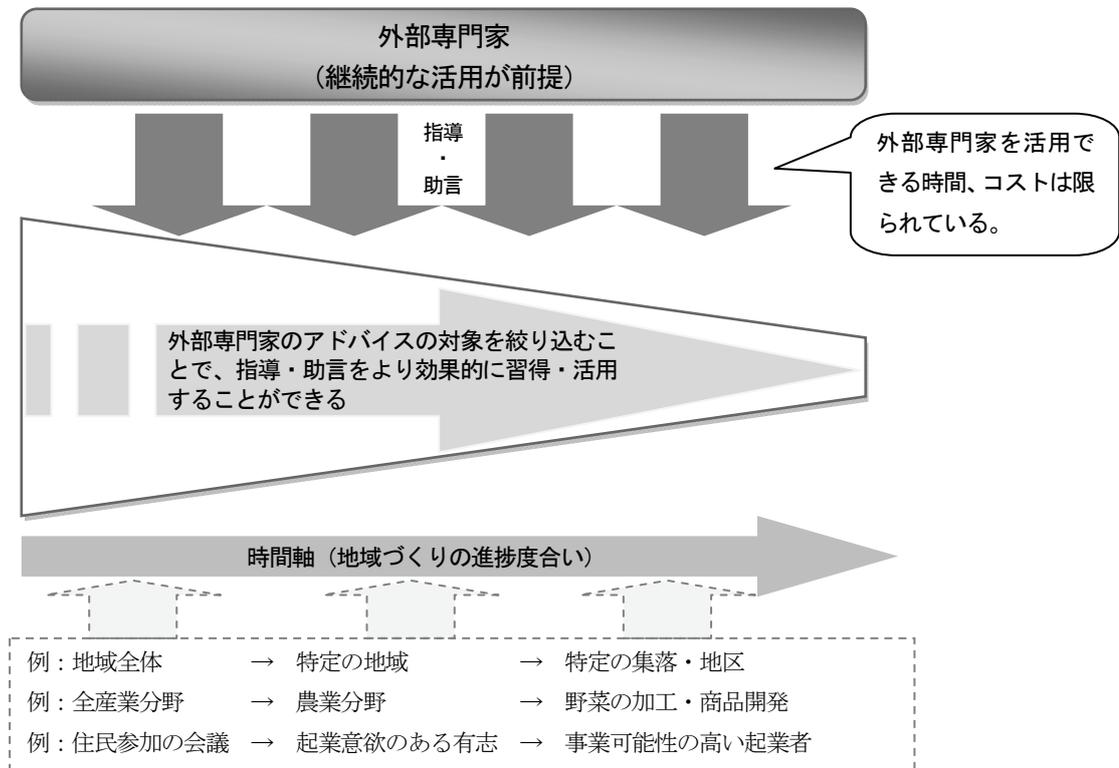


図 1-9 地域の担い手のスキルアップ、起業マインド醸成等における外部専門家の活用イメージ

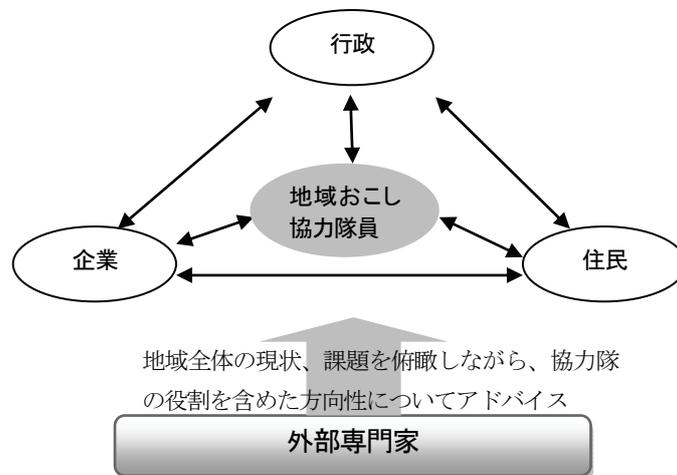
⑤ 地域の実情に応じた専門家活用タイプの選定

本年度事業では、外部専門家の活用方法にいくつかのタイプがみられている。平成 23 年度事業では、主に外部人材（地域おこし協力隊）自身の起業・事業化や定住を主要な目標として外部専門家を活用する例が多くみられたが、本年度事業では、これに加え外部専門家を地域プロデューサーとして活用し、地域づくりの方向性の明確化と併せて地域おこし協力隊員のミッションを明確化しようとするケースや、地域おこし協力隊員がスタッフの一員として参画するプロジェクトの全体マネジメント役として外部専門家を活用し、プロジェクトの成功によって、（地域おこし協力隊員に限らず）より幅広い雇用創出につなげようとするケースなどがみられている。

今後、地域おこし協力隊をはじめとする外部人材の活用シチュエーションの多様化や、地域の自立的・内発的な産業振興が一層求められる中では、これらタイプを意識した外部専門家の活用方策を検討していくことも有効である。

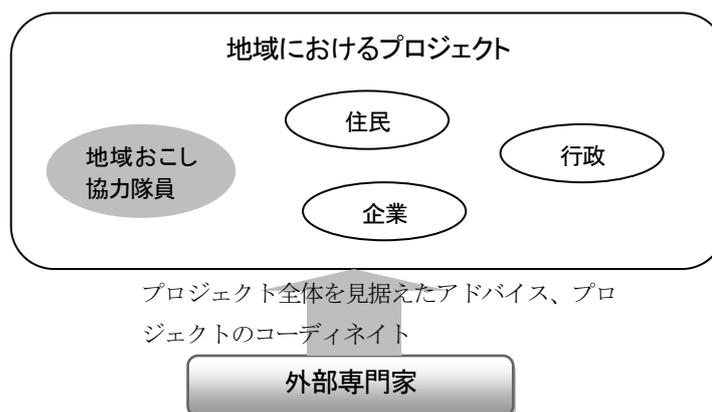
(ア) 地域総合監修型 <本年度事業での例：西和賀町、対馬市>

- ・ 外部専門家を、地域全体の課題の抽出や主体間の調整、具体的なプロジェクト立案に向けたアドバイザーとして活用するケース。
- ・ 地域おこし協力隊は、地域住民と行政との間をつなぐ調整役としての役割を果たしながら、地域住民との信頼関係構築と課題発見を進め、起業や定住に向けた具体的な方策やミッションを専門家とともに検討していく。



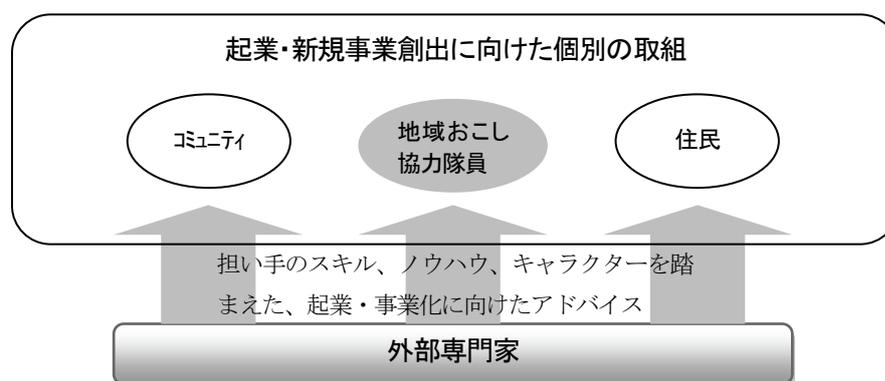
(イ) 事業管理型 <本年度事業での例：一関市、木島平村、邑南町、小値賀町>

- ・ 外部専門家を、地域が取り組む特定の事業やプロジェクト全体のアドバイザー、推進役、マネジメント役として活用するケース。
- ・ 地域おこし協力隊は、プロジェクトの担当スタッフの一員としての役割を果たしており、プロジェクトの成功を目指す中で、活動で得られたスキル・ノウハウを活かした起業あるいはプロジェクトの事業体での雇用吸収を図ろうとする。



(ウ) 起業・事業化支援型 <本年度事業での例：埴町、湖南省市、洲本市>

- ・ 外部専門家を、地域おこし協力隊をはじめとする地域で新たに事業化を図ろうとする人材のスキル・ノウハウ向上など、定住条件の確立につながる起業・事業化の支援に主眼を置いて活用するケース。
- ・ 地域おこし協力隊は、個々のスキル・ノウハウやキャラクター等を活かして、新しい地域資源を活用した事業の企画・開発を進めていき、地域住民との連携や交流を進めながら、起業の糸口を見つけ、事業化の可能性を探っていくこととなる。



※これら専門家の活用タイプは、地域によっては複数のタイプが重なっているケースもある。

⑥ 専門家と協働する外部人材（地域おこし協力隊員）の特長の理解

外部専門家と外部人材との連携・協働による取組を展開するにあたっては、地域おこし協力隊をはじめとする外部人材の特長として、「地域づくりへの意識の高さ」「地域にないスキルや視点の保持」「地域社会の構成員」の3つの点に留意し、これらの特長と外部専門家の専門性が効果的に融合し、高い相乗効果が得られるような体制・方策を講じることが重要である。

従来、外部人材に対しては、どちらかというところ「素人」「地域に疎い」といったマイナス面の特長が注目され、「地域に溶け込む」「勉強する」といった面からの助言・指導を求める面もみられたが、今後は、以下に示すような外部人材ならではの特長を効果的に引き出し、活用することも重要なポイントであるといえる。

外部人材の特長1：「地域づくりへの意識が高い」

外部人材は、地域への貢献・協力意識を少なからず有しており、こうした高いモチベーションを地域づくりに活用する意義は大きい。特に地域おこし協力隊は、その制度の趣旨からして、地域づくりへの協力意識は特に高いものと言える。

なお、本来は地域の中に自立的・主体的な活動を行う人材がいることが望ましいが、農山村の過疎集落や地域づくり意識が停滞している地域など、担い手となりうる人材自体が不足している地域では、外部人材を活用する意義は大きい。

外部人材の特長2：「地域にないスキルや視点を持っている」

外部人材は、「外部の目」、「よそ者の視点」を有しており、こうした地域にない価値観や考え方を、地域づくりの起爆剤、刺激として効果的に活用する意義は大きい。

特に、定住人口の維持につながる雇用創出や経済活性化においては、外貨の獲得、すなわち域外マーケット・ニーズの考慮が必要であり、外部人材が有する「よそ者の視点」は地域にとって重要な意味がある。

従来、こうした「よそ者の視点」は外部専門家や有識者が担うケースが多かったが、起業・ビジネス化の具体的な実践を図ろうとした場合は、その担い手自身が外部の目を有することの意義は大きい。

外部人材の特長3：「地域社会の構成員となっている」

外部人材は、よそ者の視点を有する一方で、地域に移住した後は地域社会の構成員の一人として、生活者の感覚を持って地域と接することができる。

地域に居住していない外部専門家は、高度なスキル・ノウハウ及び客観的、専門的な視点から地域づくりへのアドバイスを行うことができるが、起業・ビジネス化において考慮すべき、地域の現実的な生活実感、地域社会の慣習やニーズを十分に収集・把握することは困難であり、こうした地域情報の把握とビジネスへのフィードバックの役割を外部人材が担う意義は大きい。

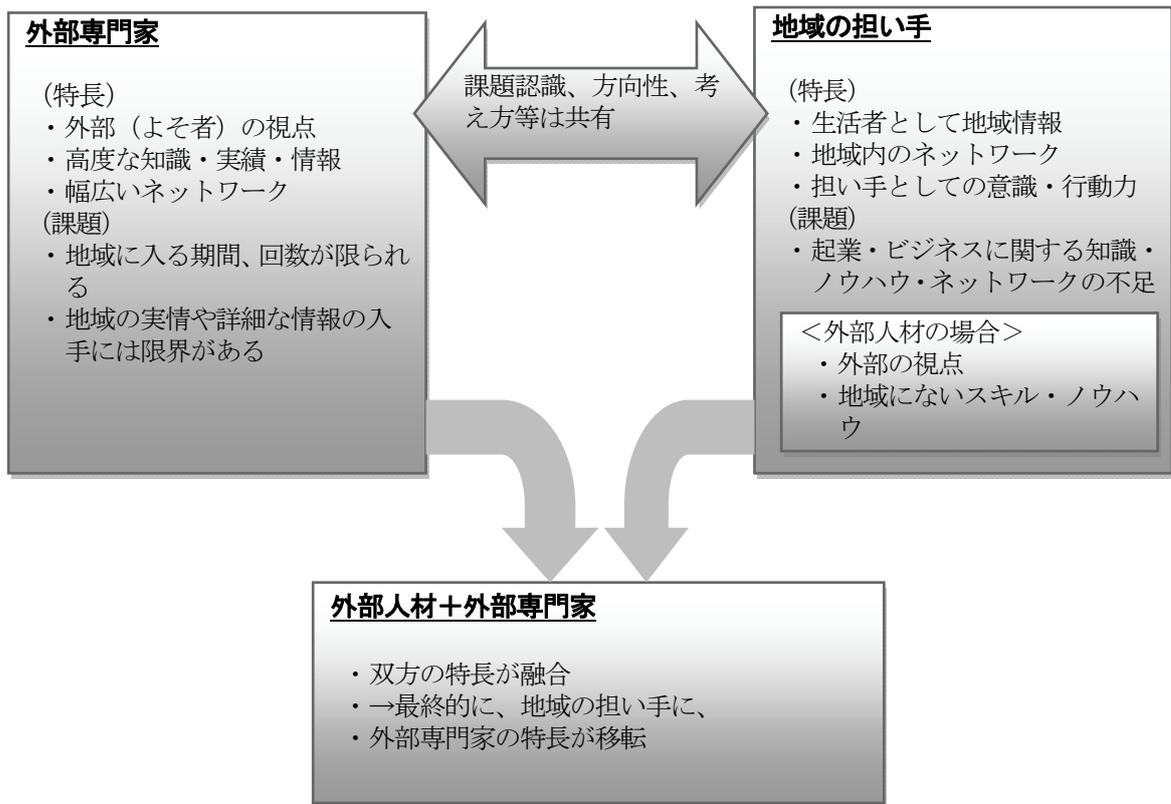


図 I-10 外部専門家と外部人材との連携・協働のイメージ

⑦ 外部人材の導入・活用プロセスとの連動

前述のように、外部専門家と外部人材が連携・協働することは、地域づくりや新たな起業・ビジネス化に大きな効果が期待されるものであるが、一方で、外部人材を活用しようとする際には、その人材が前述の3つの特長をどの程度有しているかについて、地域が期待する役割・ミッションと照らし合わせて判断することが必要であり、パートナー関係を構築する外部専門家が、その募集・選定に関与することが望ましい。

平成23年度事業では派遣対象8地域中の5地域で、本年度事業でも1地域が地域おこし協力隊などの外部人材の募集に外部専門家が関与している。（※最終的な導入決定や採用決定は受入自治体の判断による）

外部専門家と外部人材との関わり方については、外部人材導入段階に応じて以下のような対応を図ることが有効である。

① 募集前（募集検討）の段階

今後、地域おこし協力隊などの外部人材の導入を検討している段階では、外部専門家のアドバイスを受けながら、地域として外部人材に期待する役割・ミッションを明確化するとともに、地域側での受入・活動支援体制を構築しておくことが有効である。

地域として期待する役割・ミッションは、そのまま募集時の条件提示につながるものであり、体制構築は、導入後の円滑な活動において必要な要素である。

また、募集の条件やそのメッセージの発信方法についても、外部専門家と協議・検討し、地域の実情や導入の趣旨が的確に伝わるようにすることが重要である。

② 募集中の段階

既に外部人材の募集を実施している段階においては、応募状況を踏まえながら、必要に応じて、①と同様の観点から募集条件の再検討を行うことが必要である。

また、応募者の最終的な選定方法、選定基準についても、外部専門家のアドバイスを得ることが有効である。

特に、近年は、外部人材の募集予定人数に応募者が達せず、実質的に選考を行わずに採用するケースや、採用基準が導入の趣旨・目的とマッチしないまま採用を行うケースもある。新たに外部人材を導入して起業・ビジネス化を図ろうとする場合には、民間の人事採用と同様、その意識、スキル、コミュニケーション能力等を適切に判断することが必要であり、外部専門家が関与することで、より高い効果が期待できる。

③ 採用後（着任中）の段階

着任後の段階においては、地域おこし協力隊に対する募集・採用の条件や背景と地域づくりに対する期待・役割とを照らし合わせ、状況に応じてそのミッションの見直しを行うことも必要である。

また、着任後、地域づくり活動を行う中で、悩みやストレスを抱えていたり、活動の方向性が揺れるケースもあるため、外部専門家が、専門的かつ客観的なアドバイスのほか、相談役としての視点やキャリア・カウンセリング等の視点から外部人材の今後の活用方向について調整・相談を行うことも有効である。

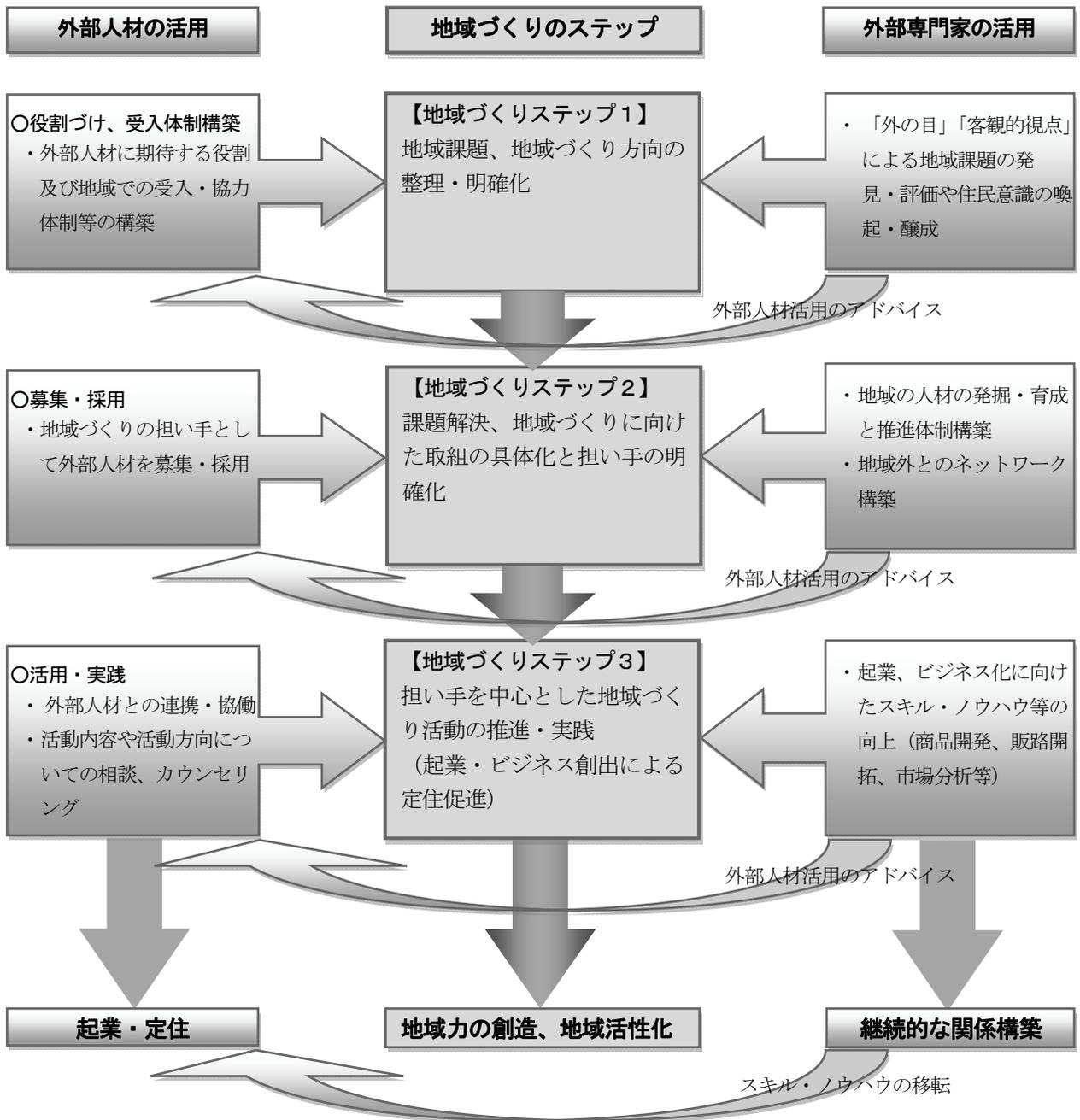


図 I-11 地域づくり（起業者定住促進）のステップと外部専門家及び外部人材活用のイメージ

⑧ 事業創出と定住・定着のシナリオ構築や相互バランスの配慮

地域活性化は、起業・ビジネス化と定住環境整備（地域づくり）は相互にバランスを確保しながら進めることが重要であり、「起業」のみ、あるいは「定住」のみを目的とした展開とならないよう留意することが必要である。

例えば起業については、地域における担い手に対する理解や支援体制を合わせて構築していくことが必要であり、単なる収益確保や事業創出のみを目的としたものであったり、地域社会や地域課題と相反する活動となったりしないように留意する必要がある。

また定住促進においても、単に人口増加、住民票を増やすことを念頭に置いたものではなく、人口減少社会において社会減を抑制するような取り組みも定住促進策の一つと捉え、地域住民や外部人材が、地域の担い手として何かしらの役割を認識するような仕組みづくりを進めることも必要である。

このため、起業・ビジネス化による定住促進を進めるにあたっては、外部人材を客観的な視点を持つ評価者として、地域全体の地域づくりと起業・定住に係る取組を俯瞰的に評価してもらう場を設けるとともに、地域内においても、地域住民と起業者とが情報共有や意識共有を図ったり、また移住者受入れにあたっては、地域として期待する人材や条件等を明確に提示するなどの取組を行うことが必要である。

さらには、地域おこし協力隊を当地域における定住やライフスタイルのモデルケースとして位置づけるのか、あるいは、将来の雇用創出につながるプロジェクトのスタッフ・担い手の一人として活用するのか等、起業・事業化と定住・定着環境づくりの関係性、シナリオについても地域においてしっかりとしたコンセンサスを得ることが重要である。

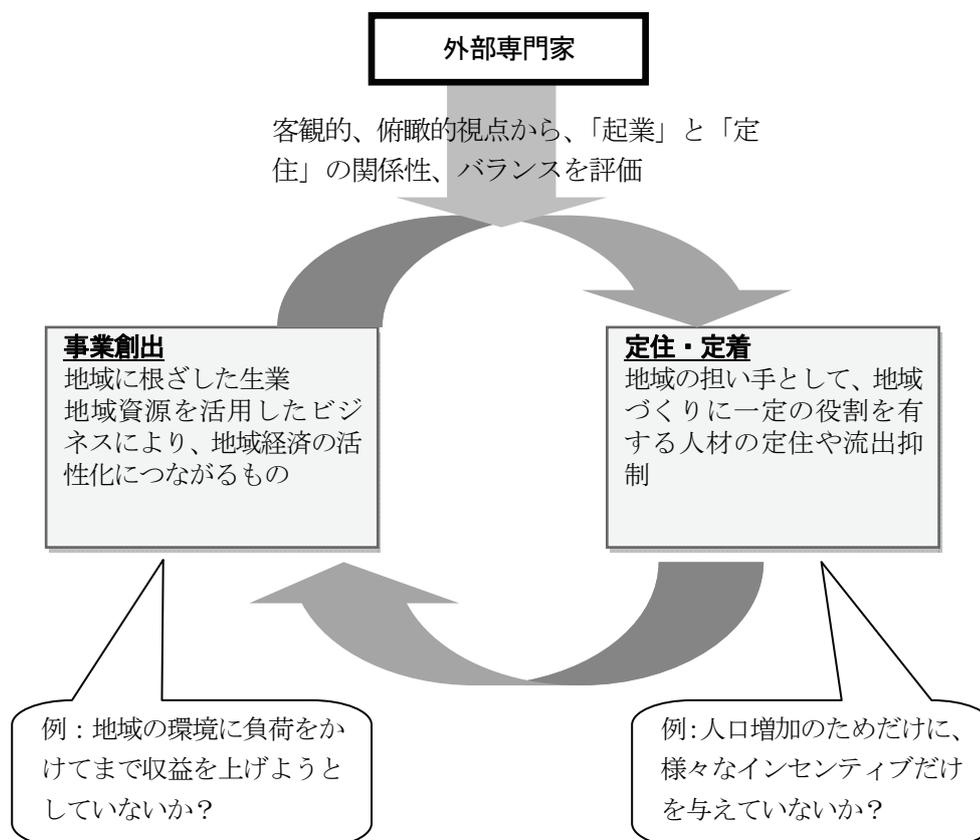


図 I-12 起業と定住環境整備とのバランスのイメージ

(4) 本年度事業を踏まえた、今後の外部専門家活用のあり方

本年度事業を踏まえ、今後、外部人材を活用した地域力の創造及び地域活性をより効果的に展開しようとする場合の外部専門家活用のあり方について、以下のように整理した。

① 持続的・自立的な地域経済活性化を見据えた外部専門家の活用

持続的・自立的に地域経済の活性化を図っていくためには、外部人材など新たな担い手が関与するビジネスモデルを戦略的に構築・具体化していくことが必要であり、こうした地域資源を活かしたビジネスモデルの実現を「出口」として見据えた上で外部専門家の活用を図っていくことが必要である。

本年度事業においては、例えば邑南町では、「耕すシェフ」という1つのビジネスモデルをあらかじめ明確化し、その実現に向けて外部専門家がそのキャリア形成をサポートしている。

今後は、地域課題の診断・分析段階から、起業・事業化の実現段階まで、幅広い段階で外部専門家の効果的な活用が期待されるところであり、そのためには、専門家の登録情報・実績情報の充実や、選定・派遣に関するコーディネート機能の充実を図っていくことが必要である。

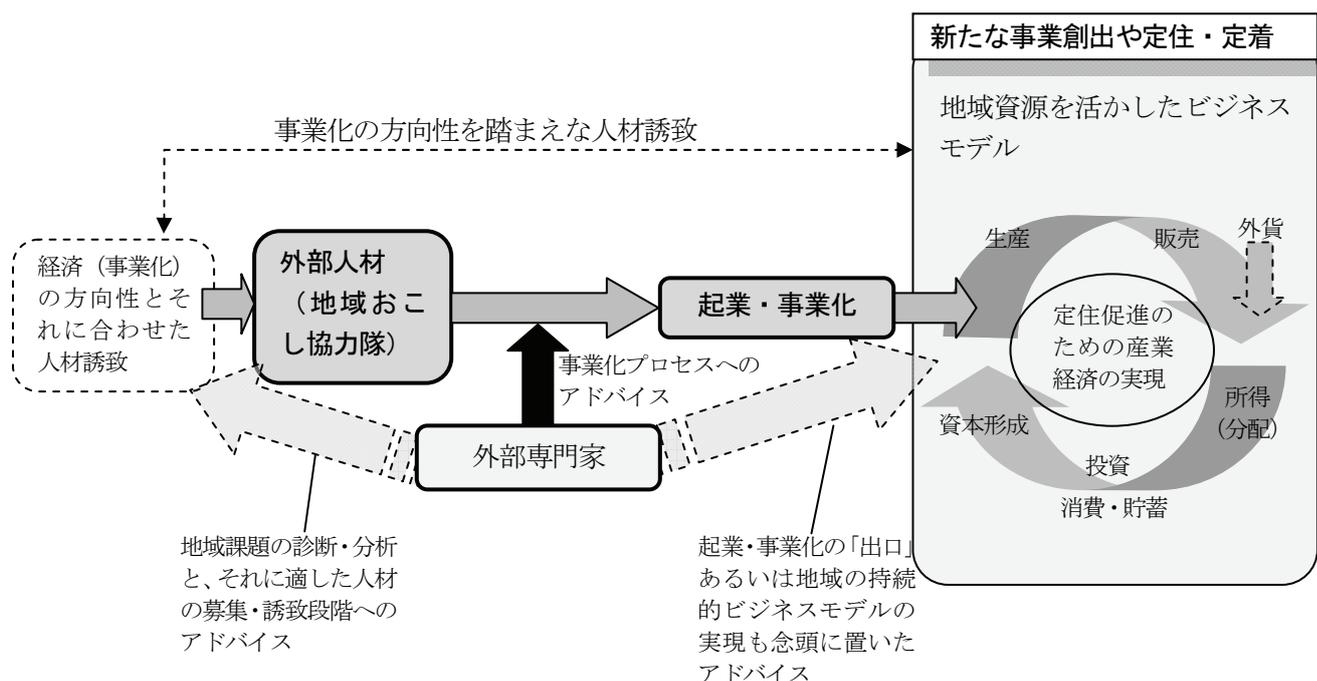


図 I-13 新たな事業創出、経済活性化の視点からの外部専門家活用のあり方のイメージ

② 他分野の専門家・実務家を含む多様な主体との連携による外部専門家の活用

近年、地域活性化に向けた取り組みが多様化しており、外部専門家に期待する役割も幅広くなってきていることから、産品開発や観光交流促進などに関する専門的、技術的な助言・指導のみならず、それらの取組をより効率的・効果的に展開していくためのコーディネーター、マネージャー、プロデューサーといった役割も求められるようになってきている。

こうした多様化した外部専門家に対する期待に応じていくためには、複数の専門家同士の連携のほか、関係企業・団体との連携・協働により、地域の取組への応援者、賛同者を地域内外に拡げていくといった視点が必要といえる。

本年度事業では、例えば、対馬市では、外部専門家の助言・指導のもと、地域おこし協力隊員を中心に地域内外の企業・団体関係者、大学研究者や地域住民が関与する「島おこし実践塾」を開催し、将来の外部人材の予備軍となりうる若者を塾生として呼び込むことで、将来の人材確保への道筋をつけている。

今後は、複数の外部専門家が連携して助言・指導をより展開しやすくなるような選定・派遣の仕組みづくりや、外部専門家と地域内外の企業・団体及び実務者との連携を一体的に展開できるような仕組みづくり（例えば、企業人材や大学研究者等）、さらには、コーディネート機能や情報発信機能の充実を図っていくことも必要であるといえる。

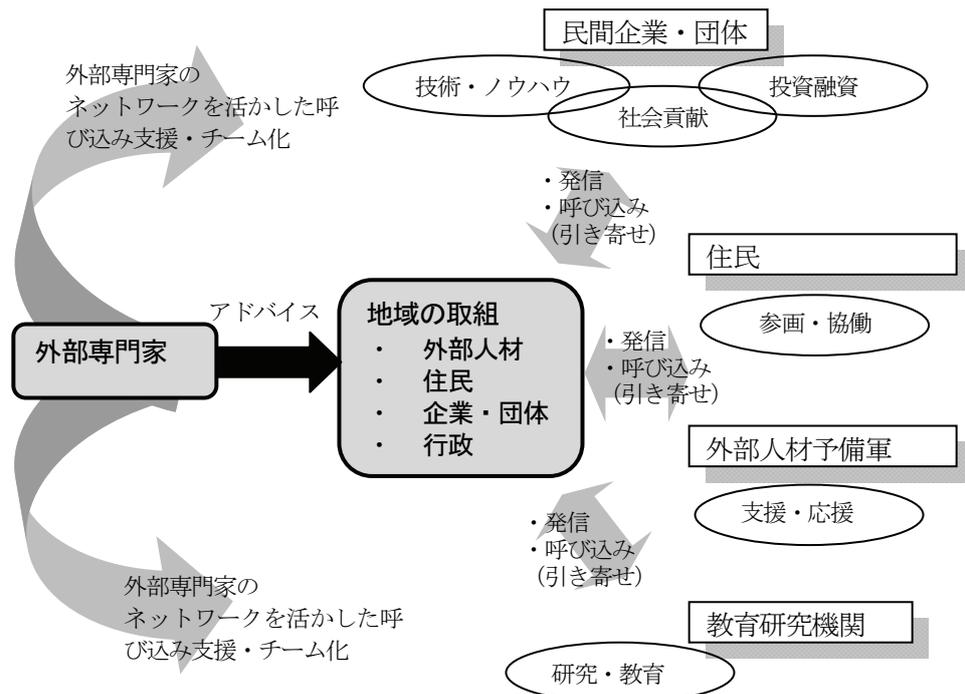


図 I-14 新たな連携の構築・拡充の視点からの外部専門家活用のあり方のイメージ

I-3 派遣対象各市町村における取組の内容と成果

(1) 岩手県一関市（派遣外部専門家: 朽尾圭亮）

事業名	「一関伝統的食文化の活用による地域振興事業」 （もち食文化による世界ブランド構築事業）
事業の 目的 ・ 目標	<p>【目的】 地域食である「もち」をキーワードに地域住民が主体的な役割を担う体制づくりを行い、伝統文化の地域における継承や「中東北ご当地もちサミット」をはじめとしたPR活動を国内外に広く展開し、もちを扱う流通小売の活性化によって地域内における起業や業績の向上を目指す。</p> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 一関もち食の地域ブランド化、さらには市内のもち食産業の振興を図るという観点から、地域住民のうち特に若手中心の実行委員会を設立 ・ 本事業実施により得られたノウハウを活用し、地域おこしの取り組みの中核的役割を担う人材を育成 ・ 地域おこし協力隊員との協働により、当市の伝統芸能である「南部神楽」など、食文化のバックボーンとなっている「一関の伝統文化」の総合的な紹介 ・ もち食を提供する飲食店が加盟する「平泉・一関もち街道の会」の加盟数を、29店舗から40店舗程度に拡大
実施体制	<p>【実施体制】</p> <pre> graph TD A[外部専門家 (朽尾圭亮氏)] -- アドバイス --> B[もち食推進会議 ご当地もちサミット 実行委員会] subgraph C [参加団体等] D[行政(市・県)] E[商工会議所] F[企業] G[NPO] H[JA] I[地域おこし協力隊 (地域文化調査、 郷土文化発信、 地域資源紹介)] end B --- C </pre>

○中東北ご当地もちサミット実行委員会の組織化

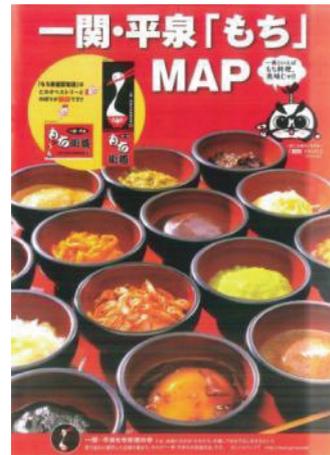
- 一関もち食推進会議メンバー、商工会議所青年部、農業協同組合、NPO法人、地元コミュニティFM、行政（岩手県、一関市）等を構成員とする実行委員会を立ち上げた。

○『第1回中東北ご当地もちサミット2012 in 一関』の開催

- 10月20日、21日に中東北地域のご当地もちをテーマとしたイベントを開催。16店舗が出店し、人気メニューに対するグランプリ投票、パネル展示やミニレクチャーなどを実施した。
- 2日間で39,000人が来場し（他の併催イベントも含む）、用意した13,000食以上が完売するなど当市の中でも有数の一大イベントとなった。本イベントにあわせて一関のもち文化について積極的に情報発信を行い、多くのメディアに取り上げられることとなった。

○もち文化継承のための事業実施

- 学校給食での現場に携わる方々（栄養教諭、栄養士）を対象に、もち文化や伝統的作法を内容とする「もち本膳研修会」を開催した。



○6月

- ・ 一関地域の食文化である「もち食」を活用したグルメイベントを本年10月に開催することとし、当月は、イベント広報活動の開始、イベント事業予算の策定、会場決定、出店要綱の作成、チラシ、ポスターの制作を行った。

○7月

- ・ 「中東北ご当地もちサミット」の広報を本格化させた（専用HP開設、市広報紙掲載等、チラシ・ポスターの作成配布）。また、出店要綱に基づき出店者募集を開始した。

○8月

- ・ 出店募集を引き続き行うとともに、各出店店舗のメニューを検討した。また、マスコミPRのため試食会イベントの準備を行った。

○9月

- ・ マスコミ向け試食会を開催したほか、具体的メニューを盛り込んだチラシを制作、配布。また、ウェブ上で事前投票イベントなどを実施した。イベント運営のための人員配置、オペレーション計画を策定した。

○10月

- ・ 事前告知を引き続き行うほか、イベント開催運営準備、イベント実施運営業務、グランプリ決定にかかる諸業務等を行った。

○11月

- ・ グランプリ等開催結果のPRを行った。また、次年度、地域大会から全国大会への発展を期し、今回開催時の検証、課題の把握を行った。

○12月

- ・ 出店者のメニューについて、実際に店舗の提供促進を図ったほか、次年度開催に向け、課題について対応を検討した。

○1月

- ・ 出店者メニューのフォローを引き続き行うほか、全国もちサミットへの運営のための準備を開始した。

○2月

- ・ 出店者メニューのフォローとして、ミニもちサミットを開催。また、全国もちサミットへの運営のための準備を引き続き行った。



(1) 社会的な効果・インパクト

- ・ 北海道名寄市商工会が一関のもち食推進による地域振興をテーマとした視察に来訪
- ・ 東京農業大学、早稲田実業高校が一関のもち食文化について研究するため来訪
- ・ 学校給食関係者へのもち食文化伝承のための研修による知識向上
- ・ 一般消費者及びマスコミからの一関もち食文化に対する問い合わせ増加
- ・ 学校や地域団体でのもち本膳研修の実施

(2) 経済的な効果・インパクト

- ・ 中東北ご当地もちサミットと同時開催した商工祭の来場者数の増加
(平成 23 年 23,000 人 ⇒ 平成 24 年 39,000 人)
- ・ 一関産もち米の作付面積増 平成 23 年: 237ha ⇒平成 24 年: 248ha
- ・ もちサミット参加店舗による新規もちメニューの商品開発と継続的販売開始
(3 品目: 牛辛スープもち、もちカステラ、炒め納豆もち)
- ・ もちサミット開催にかかる直接的経済効果(試算ベース) 52,097 千円
- ・ 事業「もちサミット」には、来場者数 15,000 人、提供食数 13,600 食、推定経済効果は約 5,200 万円と試算

■ 経済効果試算

	集客人数	構成比	支出額 (1人当たり)	経済効果
一関市内	10,500	70%	¥2,950	¥30,979,200
他 県内地域	3,000	20%	¥3,688	¥11,064,000
他 県外地域	1,500	10%	¥6,703	¥10,054,500
合計	15,000	100%	¥3,473	¥52,097,700

※一人当たり支出額については、「岩手県 観光統計概要(岩手県)」の消費金額項目から宿泊費関連項目を引算した数値を使用。

※第一回目の開催として、本年度来場者は近隣市町村の構成比が全体の70%で試算。

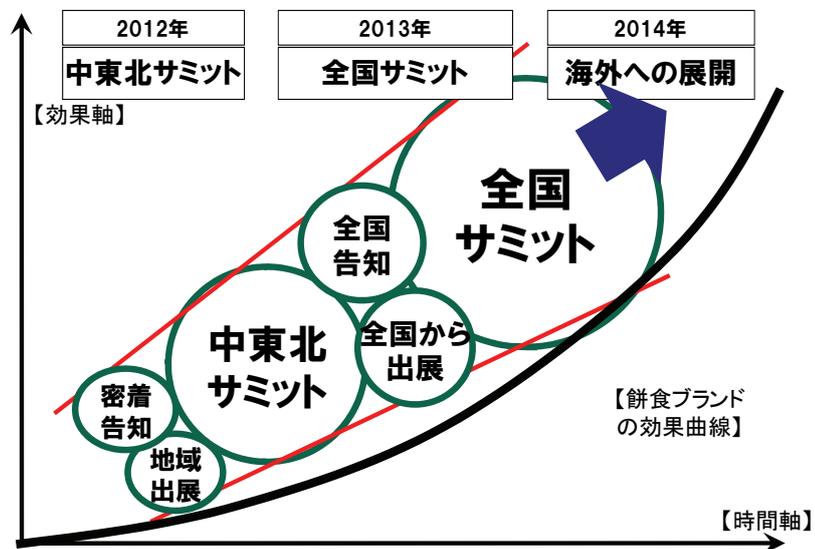
※一関市内消費金額は県内地域の80%で試算。

(3) 情報発信、PRの効果・インパクト

- ・ 中東北ご当地もちサミットの情報を掲載した一関市観光ホームページ「いち旅」へのアクセス件数増加(平成 23 年月平均 3,963.4 件 ⇒ 平成 24 年月平均 7,790.5 件)
- ・ 他地域から視察に訪れるなど一関市がもち食を活用して地域振興を図っていることの認知度が全国的に高まった。

(4) その他の効果

- ・ 今年度の計画では長期的には「一関をもちの聖地に」というコンセプトのもとで将来的な世界への情報発信を見据えながら、毎年の計画を策定するよう試み、合意を得ることに成功した。特に面的な広がりにおいて初年度「中東北」、二年目「全国」、三年目「世界」という段階的發展で現実的な目標設定を行えた点が成果として挙げられる。



【概念図1. もち食文化産業化に向けた三年計画の効果曲線】

年度	ゴール	主力事業
2012年度	3年間事業計画の準備 中東北 ご当地餅サミット 開催 ⇒ 2013年度へ	1. 3年間の事業計画(定性目標、定量目標の設定) 2. 第一弾企画 中東北もちサミットの開催 ① 住民を含めた地域からの認知向上 ② 代表選手の選出 ③ 全国イベントへの実行委員会組織の組成
2013年度	代表選手を含めた 中東北もち食文化の盛り上げ 第一回 全国ご当地もちサミットの開催	1. 全国に対するイベント発信の準備 ① 中東北もちサミット 実行委員会を母体とする組織の組成 ② 全国に対するよびかけの実施 ③ 販促企画の実施、運営 ⇒ ブランド価値の果実を受け取る準備の推進
2014年度	もちの聖地としてのPR 海外への展開	1. もちの聖地としてのブランド化の推進(平泉との地域連携) 2. もち食の地域内における推進(特に対外的に) 3. 海外を視野に入れた積極展開の模索

3年計画で順次拡大させていき、
最終的に世界のもちの聖地として一関を位置づけることを目指します。

【概念図2. もち食文化産業化に向けた三ヵ年計画】



【株式会社 船井総合研究所 朽尾圭亮】



外部専門
家からの
コメント

本事業において最も強く感じたことは、企画の完成度と将来性の高さである。

もち食を通じた世界ブランド構築は都合三カ年にまたがる事業である。このため初年度の成功が計画全体の成功を保証するものではない。一方、三カ年全体での計画の基礎は初年度事業で作られる傾向が強い。よって初年度の完成度が高ければ、来年度以降の完成度もより高めることが可能になる。同点を鑑みた場合、一関での今年度事業はこれまでアドバイザーで関わった地域事業の中でも最も完成度が高い事業の一つであり、今後の将来性は極めて高いという感想を持っている。完成度を高くした要因は多くあるが、大きくは三つの要素が完成度を高めたと判断される。

第一は、もち食文化という一関独自固有の長所である。同文化は、300年を超える伝統を持つ地域に根ざした文化であり、地域の人間の圧倒的多数が暗黙のうちに共有している。食を全く新たに新規開発するのではなく古くからある食文化を掘り起こした結果、企画全体に深みがでて完成を高める結果となっている。

第二は、トップの熱意と決断である。本事業は市役所や商工会議所といった公的機関によるバックアップが効果的に働いたことで完成度が高まったと考えられる。

第三は、メンバーの質の高さである。本事業では「もち食推進会議」のメンバーが中心となり、地域おこし協力隊の齊藤氏や、地域を代表する主要機関の選抜メンバーで実行委員会を組織した。第二の要素で延べたように各公的機関からの理解が得られやすかったこともあり、各機関からは企画力、実行力に優れたメンバーが集まることになり、企画の完成度は高まったと考えられる。

一方、今後想定される課題としては、もち食文化での世界ブランド構築に向けての2年目、3年目の事業成功に向けてのハードルがより高まるため、それら乗り越えるためのアイデア、企画が必要になる。

例えば、来年度事業においては中東北を越えた全国規模でのブランド構築段階に入るため、もちサミットの企画の高度化（メニュー招聘等）、さらに一過性のイベントに終わらない持続的な効果継続のための施策が必要になる。

また、三年目には、世界ブランド構築に向けた具体的な対策（世界サミットの開催、海外での告知計画）が必要になる。

以上のような企画については、面的に一関地域の範囲を大きく超えてくる可能性がある。よって今後は一関地域の人材の力の結集のみならず、地域おこし協力隊、外部専門家等のより積極的な活用に加え、都心部に位置する中央省庁や民間組織等との連携が重要になると考えられる。

外部専門
家活用の
ポイント

○プロジェクト全体のアドバイザーとしての活用

- ・ 地域のもち食文化を活用したプロジェクト全体のアドバイザーとして、隊員のみならず地元関係者へのフォローアップも含めて実践的なアドバイスを得た。

○地域の意欲ある関係者の参画

- ・ 地域づくりに主体的かつ意欲的に取り組む人材をプロジェクトに取り込み、外部専門家のアドバイスを効果的に反映できる体制を構築した。

(2) 岩手県西和賀町(派遣外部専門家:宮口侗弼)

事業名	「山の資源を活かした6次産業化プロジェクト」								
事業の目的・目標	<p>【目的】 西和賀の特色を打ち出せる山菜栽培や地域の特性を活かした農産物の生産、農産物の加工などの取り組みを地域に普及させる活動を行うことにより、生産・加工・販売に観光まで含めたビジネススタイルを構築し、若者の雇用の場を拡大してUIJターン者の定住化を目指す。</p> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・6次産業推進事業の中核組織である第三セクター・(株)西和賀産業公社の地場産品販売額の増加方策を検討 ・特に山菜類に関しては、H23年度実績で1,500万円であったものを、H27年度には1億円を目標 ・就労機会の拡大により、上記公社を含めた町内への新規就業者数の増加方策を検討 								
外部専門家活用の背景	<p>【実施体制】</p> <pre> graph TD A["外部専門家 (宮口侗弼氏)"] -- アドバイス --> B["地域おこし協力隊 (H23~) 男性2名"] C["外部協力者 (地域活性化 専門家)"] -- 連携 --> A D["6次産業推進センター ・西和賀産業公社 ・町農林課 ・町観光商工課"] -- 支援 --> B E["左草地区"] -- 連携 --> B F["大野地区"] -- 支援 --> B </pre> <p><外部協力者></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>氏名</th> <th>所属</th> <th>主な役割</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>本田 節</td> <td>(有)ひまわり亭代表取締役</td> <td rowspan="2">モデル地区での食と農に関する助言</td> </tr> <tr> <td>政所 利子</td> <td>(株)玄代表取締役政所</td> </tr> </tbody> </table>	氏名	所属	主な役割	本田 節	(有)ひまわり亭代表取締役	モデル地区での食と農に関する助言	政所 利子	(株)玄代表取締役政所
氏名	所属	主な役割							
本田 節	(有)ひまわり亭代表取締役	モデル地区での食と農に関する助言							
政所 利子	(株)玄代表取締役政所								

○西和賀むらづくりフォーラムの開催

- 多くの住民に6次産業の取組や地域おこし協力隊の取組活動を知って頂くとともに、事業への理解醸成を図り参画機運を高めることを目的にフォーラムを実施。
- グリーンツーリズムへの可能性を探るため郷土食である「納豆汁」の競演やパネルディスカッション等も合わせて実施。

○集落間交流の創出

- 地域おこし協力隊の居住地である左草地区と県の6次産業スタートアップ事業実施地である大野地区の連携した取り組みを促すため、両地区の交流機会を創出し外部専門家がアドバイスをしながら6次産業化に向けたコンセンサス等を形成。

■少子高齢化等による人口減少、経済の低迷から脱却するために、西和賀型6次産業として、山菜・きのこの等の農林産物、気候風土がもたらす食文化、温泉・山岳・雪など西和賀らしい観光等、町が持つ様々な資源を結びつけることにより所得や雇用を拡大し、若者が定住できる環境の整備を目指して取組に着手したところである。

■そのため、西和賀の特色を打ち出せる山菜栽培や地域の特性を活かした農産物の生産、農産物の加工などの取り組みを地域に普及させる活動を行うことにより、生産・加工・販売に観光まで含めたビジネススタイルを構築し、若者の雇用の場を拡大してUIJターン者の定住化を図ることを目指し取り組んだ。

■具体的な取り組みとして、地域おこし協力隊居住地である左草地区、県の6次産業スタートアップ事業実施地区である大野地区の2地区をモデル地区とし、両地区での6次産業の活発な事業展開に向けて外部専門家及び協力者の指導・助言を行った。また、町が6次産業化の中核と位置付ける(株)西和賀産業公社に対して、地域との連携体制や商品開発等について指導・助言を行った。

○6月 年間計画の打合せ

- ・ 事業の方針、モデル地区の取組、産業公社の状況について説明、指導・助言をいただいた

○7月 モデル地区に入っの意見交換

- ・ 外部協力者も交えてのモデル地区住民に対する事業の趣旨説明等を行った

○8月 外部による地域資源の再評価

- ・ インターン学生によるモデル地区の現地調査を行い、地域資源の活用の方角性について提言していただいた



○9月 食のワークショップ

- ・ 外部協力者の指導による地域の食材の新たな活用法について紹介、調理指導が行われた

○10月 中間見直し・ヒアリング

- ・ 産業公社と今後の事業展開について意見交換を行ったほか、6次産業の今後の進め方について、町議会政策研究会幹事と意見交換を行った

○11月 先進地視察・食のワークショップ

- ・ 外部協力者による、岩手県内の先進事例である花巻市東和町土澤地区の取組視察を行った。これにはモデル地区住民も参加した。食のワークショップによる地元食材の活用方法や、外部協力者が地域に行事に参加しての地域づくりへの指導・助言を行った。また、関係者による高知県馬路村への先進地視察を行った。

○12月 シンポジウム内容についての検討

- ・ シンポジウムの内容について検討を行った。西和賀町の明日を考えるシンポジウムの実施、特産品開発のためのワークショップ、先進地視察
- ・ 今年度取組んでいる6次産業推進の取組や、地域おこし協力隊の活動記録等について中間報告を行うとともに、外部専門家である宮口教授より、過疎地の地域づくりの優良事例を紹介していただき、地域づくりに必要なのは、慣習に囚われず、外部人材を活用した、新鮮な発想を大事にしなければならないと話し、住民もこれからの地域づくりについて必要なことを学んだ。
- ・ ワorkshopではモデル地区の左草地区の住民とワークショップを行い、これまでの地区の取組を聞き取りの上で、指導・助言を行った。
- ・ また、12月の本事業中間報告会で発表された島根県邑南町の事例発表が学ぶべき点が多かったことから、外部専門家から指導を頂きながら現地視察を行い、外部人材の活用法について学習した。

○2月 グリーンツーリズム可能性調査、西和賀むらづくりフォーラムでの講演

- ・ これまでの取組のなかで見てきた地域資源を活用したグリーンツーリズムの可能性調査を実施した。西和賀むらづくりフォーラムでは、これまでの地域の郷土食を活かした地域おこしについての講演や、町内の女性団体による、西和賀の郷土食「納豆汁」の競演、地域振興の可能性を探るパネルディスカッションを行い、町の将来像について意見交換を行った。



(1) 社会的な効果・インパクト

- ・西和賀むらづくりフォーラムの参加者 約 150 名
- ・本プロジェクトの実施による集落間（左草地区・大野地区）において交流会が開催されるなど協働の兆しが見えた

(2) 経済的な効果・インパクト

- ・西和賀産業公社物品売上が、前年比 11%増加
(H24 年 12 月末までの売上 114,476 千円)
- ・西わらびの産業公社販売量が増加
(H23 年売上量 5.6 t ⇒ H24 年売上量 8.0 t)
- ・納豆汁に注目し、PR強化したことで左草地区納豆汁の売上が前年比 26%増加
(H24 年売上 3,791 個)
- ・冬の郷土料理「大根の一本漬」の売上増加
(H23 年売上：2,500 本 → H24 年売上：8,500 本 (前年比 340%))
- ・大野地区での蕎麦焼酎「命ポトリ」等の商品開発

(3) 情報発信、PRの効果・インパクト

- ・西和賀ファンクラブ会員の増加
(H24 年 4 月設立し、H25 年 2 月末現在 320 名)

(4) その他の効果

- ・協力隊の主導により 4 Hクラブ農園を新設したところ、野菜販売や漬け物加工につながった
- ・協力隊が事務局となった学生演劇祭で、協力隊に共感して移住を希望する学生が現れた
- ・協力隊も含む地域の若者が主導して、町村合併記念日を祝う西和賀誕生祭を開催した
- ・専門家の提言により、町議会による島根県海士町視察が行われた。参加議員数は 12 名であり、町が 6 次産業化に協力に取り組むことの意義について、理解を深めて頂くことができた
- ・6 次産業化で成功している先進地域で、関係者から詳しい説明を受け、西和賀町産業公社の担当者および地域おこし協力隊員が明確な目標を持つことができた。
- ・モデル地区の住民が、地の農産物を使った料理や商品開発について明確なイメージを持てるようになった



【早稲田大学 教授 宮口侗迪】



西和賀町は、雪深い風土の中で、水田農業を基盤に歩んできた、典型的な東北の農村である。特に旧沢内村は、かつては、豪雪・貧乏・病気の三悪に悩まされたが、昭和30年代に偉大な深沢村長のもとで健康な村づくりが進み、名声をはせたところでもある。一方、旧湯田町にはかつて栄えた湯本温泉街があるが、近年あまりいい状況にはない。現町長は合併後の町のテーマとして6次産業化を掲げてきたが、必ずしもその意義が住民に浸透していないうらみがあった。

長年雪深い風土の中で厳しい冬に耐えてきた住民は、言動は控えめであり、突出することを喜ばない。有力者の中にも、何で6次産業化にばかりお金をかけるのかという疑問を呈する人もいたようである。都市から遠い過疎地域では、自然とその恵みの活用によって突出する部門を育成することは、経済活性化のための不可欠な戦略であるが、その認識は浸透している感じではなかった。

モデルとした地区については、本田節さんを外部協力者として依頼し、何回も足を運んでもらって、地区を刺激してもらった。政所利子さんには、地域が自信を持つために、地域の本来的にもつ価値を指摘してもらった。

今年度の地域の歩みは必ずしも敏速なものではなかった。しかし、風雪に耐えてきた人々は、簡単には後戻りしないはずである。最後に訪れたのは雪の壁に何キロもろうそくを灯す「雪あかり」というイベントの日であったが、左草地区では夕刻近く、都市から帰った人も含めて、地区の人が総出でスコップを持ち、準備をしているのに出会った。翌日の魔よけの男女のわら人形を集落の入り口の木に括り付ける行事にも、地域おこし協力隊が働いていた。

これらのことから、高齢化が進んだ地区ではあるが、地区の底力はまだ強力に存在することがわかる。課題は、地区が持つ様々な力の地区を超える結びつきをいかに作るかということであろう。そのためには行政は上から目線ではなく、人を横につなぐような会議を、もっと多く仕掛ける必要がある。フォーラムで、Uターンして酪農をやっている若い女性が、昨年、合併した日に町の誕生祭をやりようと呼びかけ、そこには今まで縁のなかった若い人たちも集まったという。これには地域おこし協力隊員も大きく貢献したが、過去からの固まった関係の中からは、新しい闊達な動きは生まれにくいことを肝に銘じて、楽しみのためのイベントも含めて、多くの新しい接触を作り出すことが、遠いようで色んなものが育つ近道ではなかろうか。

全体としては、人と人の接触の場がまだまだ少なすぎるように思う。産業公社を中心に特産物の売り上げを伸ばすことは必須であるが、今年度の取り組みを改めて町の話題にする中で、多くの人が語り合う中でいろんな人材が接触し、新たな仕組みが生まれていくことが地域の活性化であることを肝に銘じてもらいたい。数年のうちに、隠れている地域の底力がありありと見えるようになることを期待したい。

外部専門家からのコメント

外部専門家活用のポイント

○地域活性化の総合プロデューサーとしての活用

- ・ 首長や議会などの意思決定者も含めた、地域活性の進め方や人材・資源活用の総合プロデューサーとして地域全体の機運醸成を図った。

○多様な外部協力者の活用

- ・ 外部専門家による総合プロデュースの下、各課題に対応した外部協力者を招へいし、効率的かつ具体的な成果獲得に繋げた。

(3) 福島県塙町(派遣外部専門家:中島淳)

事業名	「矢塚地区活性化事業」
事業の目的・目標	<p>【目的】 塙町矢塚地区は町中心部とは標高差が500mある集落人口120名の山間地の集落であり、地区外移転と少子高齢化より後継者が不足する状況である。この中で、廃校を利用して地元資源を活用した産品(加工品)をアドバイザーや地域おこし協力隊と共同し、農産物の加工ブランド化・販路開拓により矢塚ブランドを全国に発信していく。農家の収入増加を図り、地元の若者が農業にやりがいを持てるような環境づくりを目指す。</p> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 協力隊員の継続的定住の具現化 ・ 実施主体(組織)を明確化 ・ 外部アドバイザーや役場のサポートを必要とすることなく生活できる仕組みの構築
実施体制	<p>【実施体制】</p> <pre> graph TD A[外部専門家 (中島淳氏)] -- アドバイス --> B[地域おこし協力隊 (H24~) 男性2名] B <--> 連携・協力 C[矢塚地区住民] </pre>

○矢塚分校跡利用（平成 25 年度で矢塚分校を改修）

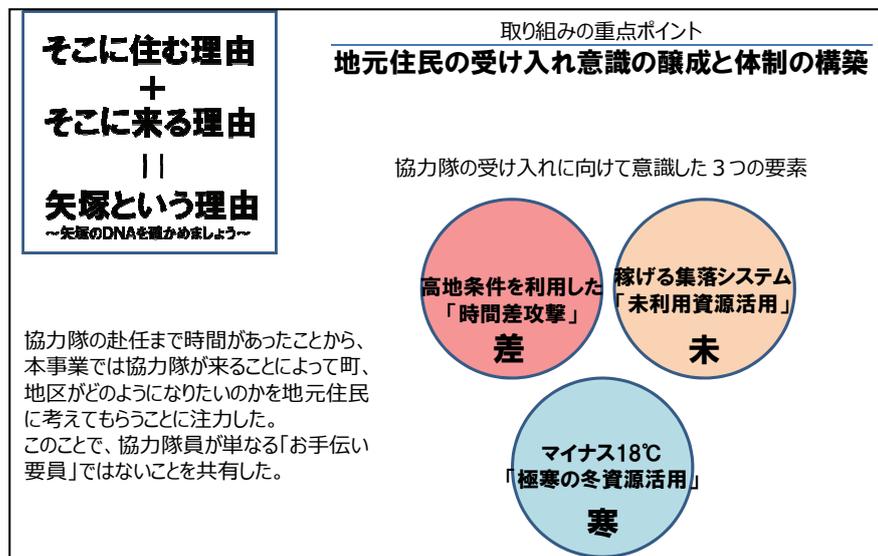
- 矢塚分校跡の教室を調理室や加工室等に回収して加工品・産品等の開発調理や地域住民や地域外住民との交流の場にしたいという意向があるが、そうした利用方法について地域住民の意見、要望を聞き取り方向性を確認。

○産品開発・特産品開発

- 分校を利用して地元女性が産品開発・特産品開発を進める。地区女性より意見・要望を聞き取り、方向性を確認。

○道の駅の組織見直しと今後の運営についての検討等

- 行政、生産者等により組織された法人化検討委員会の委員となり計画に参画（組織見直し、経営分析、既存商品の見直し、産品開発等）。



○6月 地域との打合せ

- ・ 地域づくりについての話し合い

○7月 協力隊事業の説明

- ・ 協力隊事業の説明

○8月 協力隊募集

- ・ 募集について地域住民への説明

○9月 地域との打合せ・協力隊面接

- ・ 地区住民とのワークショップ

○10月 協力隊教育

- ・ 協力隊決定から赴任まで期間があるため通信教育を実施
- ・ 地区住民とのワークショップ

○11月 協力隊教育

- ・ 協力隊決定から赴任まで期間があるため通信教育を実施

○12月 矢塚地区及び町内の主な機関への赴任報告

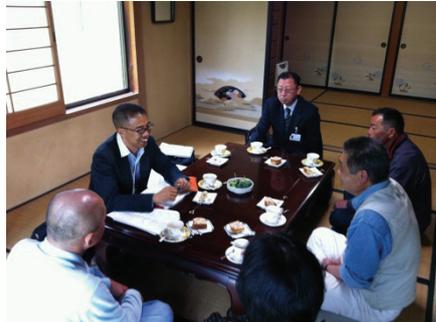
- ・ 各関係機関への赴任報告

○1月 矢塚地区資源の発掘

- ・ 春からの取組みの内容の検討

○2月 24年度の取組みのまとめ

- ・ 25年度の取組みについて
- ・ 今までの協力隊と地域との取組みのまとめ
- ・ 春からの取組み案をまとめる



<p>取組 の 概要</p>	<p>(1) 社会的な効果・インパクト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 若い協力隊2名が地域で活動しているので話題となっていて地域住民の地域づくりへの関心、関わり、やる気が増している。 ・ 協力隊の呼びかけにより、じゅうご会という集まりを月1回開催している。 ・ 明日香塾という限定されたメンバーの集まりは活発であったが、それ以外の住民も「外に出て人と交流する」という場が小学校の蘇りで生まれようとしている。 ・ 2月に入って小学校に活動拠点を整備（簡易）した結果、早速家にいる主婦や仕事帰りのママ、明日香塾関係者が寄り合うようになった。協力隊の様子が気になるのみならず、人が集まるとさらに人が寄り合うという結果になっている。これまでは会議で夜に公民館に集まることしかなく、日中から気軽に集まる場所がなかったためでもあるが、古民家同様、人がそこにいることで建物に生が吹き込まれることを地元住民が実感することになった。 ・ 道の駅再構築活動には、人的資源に限度があることから、これまで十分な分析等がなされていなかったが、協力隊ミッションとシンクロすることで協力隊員が不足人的資源を補うことができると期待されている。 <p>(2) 経済的な効果・インパクト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 今後、産品開発、加工品開発による経済効果が期待できる <p>(3) 情報発信、PRの効果・インパクト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県内の各種研修会や交流会に参加して協力隊活動や矢塚地区のPRを行った。 ・ 町の広報誌で毎月協力隊の体験記を掲載 ・ 協力隊個人がブログにより情報発信 ・ 外部視点による情報発信（ブログ等）はこれまでは絶対に生み出すことがなかった、「未だ来たことのない」矢塚地区ファンを生み出している。地元内交流を進めながら、この全国にいる潜在的な田舎ファンを呼び寄せる準備が進められている。
------------------------	---

外部専門 家からの コメント	<p style="text-align: center;">【(株)カルチャーアットフォーシーズンズ 中島 淳】</p> <p>これまで述べてきたことと重複するが、本事業では対象地区が置かれている条件が極めて厳しいにもかかわらず、行政、地区住民が前向きな姿勢を見せていたことが伝わり、協力隊が果たすべき活動の本質を理解する隊員を採用することができた。</p> <p>事業では、</p> <p>①協力隊を迎えるに当たっての準備期間 ②募集と採用後の期間 ③赴任後の期間（スタートダッシュと慣れの期間）</p> <p>に分けて、それぞれのステージごとに取り組む内容を変化させてきた。</p> <p>この趣旨を行政も地域もよく理解し、柔軟に対応されたことが現在に至っていると確信する。</p> <p>ただし、まだ赴任後3か月に過ぎず、最も厳しい越冬を終えて間もなくやって来る雪解けとともに、活動は新たなステージを迎えることになる。</p> <p>若干27歳の2名の若者が持つ地域への思いと達観したものごとへの視点、そして何より不自由な暮らしを心から楽しんでいる姿勢には、過去において同じ歳であった自分と照らし合わせた場合、多くのことを学ばざるを得ない。</p> <p>幸い引き続き来年度も関わりを持つことが決まり、今後はサポートの対象が行政・地域から協力隊員へ移ることを想定している。彼らの活動がより多くの付加価値を生み出せるように努めることが自分のミッションと心得る次第である。</p> <p>これまでになく域内外の交流、町内の人的資源力では実現できないような道の駅再構築等、彼らのミッションの可視化に期待する。</p>
外部専門 家活用の ポイント	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>○隊員募集前からの受入・協力体制の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 協力隊の募集前段階から外部専門家の指導による地域の受入体制構築を進め、隊員赴任後の円滑な活動環境づくりを行った。 <p>○地域おこし協力隊の導入・採用への関与</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 協力隊の募集・選定プロセスに外部専門家のアドバイスを活用し、課題や目的に沿ったスキル・意識を有する人材を採用することができた。 </div>



(4) 長野県木島平村(派遣外部専門家:吉田道郎)

事業名	「目指せ活着！ふるさと（農村）起業人材養成推進事業」
事業の目的・目標	<p>【目的】 1次産業から脱却し、6次産業化に向けた道筋づくりと、持続的に木島平村での起業・定住を志向する人材を掘り起す仕組みづくりを行うため、木島平村の魅力ある事業資源の顕在化を図り、全国の起業志向者へ情報提供できる基盤を整備する。その情報をもとに全国の起業志向者を募集し、勉強会やワークショップを行いながら6次産業化施設の起業家育成を図る。(木島平農村ビジネススクールの設立準備)</p> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3年間で60名程度の研修生を集め、2年後を目処に5人程度の起業家を育成・輩出 ・村内の地域ビジネスのプラットフォームとなる「(仮称)木島平農村文明ビジネスのインキュベーションセンター」の構築・事業化、道すじの明確化
実施体制	<p>【実施体制】</p> <pre> graph TD ES["外部専門家 (吉田道郎氏)"] <--> 連携 EC["外部協力者"] ES --> アドバイス C["農の拠点施設起業家育成検討会"] EC --> アドバイス C subgraph C ["農の拠点施設起業家育成検討会"] direction LR subgraph L ["地域おこし協力隊"] L1["木島平農業振興公社"] L2["地元農林高校"] L3["村内起業希望者"] L4["木島平村商工会"] end subgraph R ["農の拠点施設企画会議委員"] R1["北信州みゆき農協"] R2["村内直売所組織"] R3["木島平観光(株)"] R4["役場"] end end C --> B["全国から起業希望者を公募(随時検討にも参画)"] </pre>

○木島平農村ビジネススクール（仮称）設立の準備

- ・ 活用可能性の高い事業資源の顕在化と共有化を図る。
- ・ 地域おこし協力隊等の外部人材と地域で活動する人材（村民）及び地域の農協や商工会等との協働により、地域に存在する多様な地域資源を、事業化できる起業資源として整理。
- ・ 当該資源を起業家が活用できるためのコンセンサスを村民と協力隊員及び地域の各種団体で形成・共有化を図る。
- ・ 当該情報を起業家へ提供できる基盤整備の検討。
- ・ 木島平ビジネススクールの仕組みづくりの検討。
- ・ 平成 25 年度に設立を予定する農村ビジネススクール（仮称）を前提に、ビジネススクールの事業フレームや基本的な運営システム等とカリキュラム構成案を構築し、25 年度入学候補生の募集準備としてのプレスクールを実施。

■農村文明創生プロジェクト全体では極めて多様な事業群の創出が予定されているが、村ではその多様な事業群の担い手が圧倒的に不足している状態であり、担い手不足が事業化のための現実的課題となっていた。

■その課題解決方策として、地元人材だけでなく外部の意思と能力のある人材としての「地域おこし協力隊員」或いは全国の子備軍を起業家定住対象者として受け入れる体制づくりを目指し、外部人材の活用を構想。

■具体的な方法として、木島平村での起業に意欲的に取り組むことのできる起業家育成機関を組み入れた事業化促進プログラムを構築し「木島平型農村ビジネススクール」を事業化することを目指し、地域おこし協力隊員等の起業家定住促進を目的に本事業を実施した。



○7月 計画作成及び現地指導

- ・ 年間計画を作成するとともに意思疎通を図った

○8月 起業家育成検討会議

- ・ 起業家育成に向けての検討会議

○9月 事業フレームの検討・情報発信に向けた検討

- ・ 外部専門家吉田先生と地域おこし協力隊が、「農の拠点施設」である旧デルモンテ木島平分工場での今後の起業への可能性についてミーティングを行った

○10月 地域おこし協力隊との意見交換

- ・ 協力隊の活動内容の聴取及び将来目指す姿に向けた意見交換

○11月 木島平村農村起業塾

- ・ 首都圏の農村起業志向者を参集し、木島平村での起業について説明した

○2月 先進地視察、事業推進検討会議、木島平村農村起業塾（東京スクール）

- ・ 地域おこし協力隊を活用した先進地である「島根県邑南町」を視察し参考とした
- ・ 農村起業塾東京スクールの実施に向けた意見交換及び事業の推進に係る打合せ
- ・ 首都圏の農村起業志向者を参集し、木島平村での起業について説明した



平成24年度農林省地域おこし協力隊の起業塾実行説明会資料

長野県木島平村 ムラの起業家育成プロジェクト始動!

長野県木島平村では平成27年の北信新幹線開通を控え、農の6次産業化推進づくりとその担い手づくりとしての農村起業塾「ムラの起業家育成プロジェクト」を始動させます。
木島平村への移住、二地域居住を希望する方や島山村の暮らし、特産品を使った加工・販売業に興味のある方、地域資源豊かな島山村での「生活おこし」「持続可能な農村ビジネス」を一緒に学んで、木島平村で暮らす方をお待ちです。






木島平村農村起業塾（プレスクール）

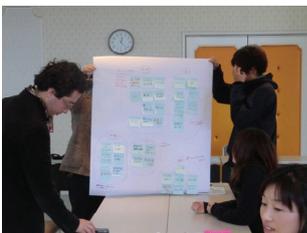
日時：平成24年11月10日（土）～11日（日）
場所：長野県木島平村
費用：6,500円（参加費は自己負担でお願いいたします。）
定員：20名（定員満、申込先着順の場合は抽選となります）

【スケジュール】 ※既報事項により変更になる場合があります。

11月10日（土）
13:30 村長出席報告：説明会後、もしくは新幹線駅へお申し込み：00集合：町のバスで移動
14:00 プレスクールの説明（起業塾の趣意など）
14:30 木島平村について、木島平村起業家育成委員 藤原、宮本、神田、その他
15:00 村おこし 村長挨拶、説明会、島の自然環境、起業塾の取り組み等
18:30 夜談会（入浴・食事）
20:00 入浴・食事（説明会・村おこし協力隊を交えた意見交換会）

11月11日（日）
9:30 「木島平の農村文化と地域資源」講師：藤原
9:30 「農産物と農村ビジネスの可能性」講師：宮本
10:00 グループワーク：木島平からわかる農村ビジネスのあり方とは？
昼食
13:30 解散（事前申込者は新幹線まで町のバスで、20時頃到着予定）

申し込み・問い合わせ： 平塚0202 長野県下諏訪郡木島平村大字信濃773-1
木島平村農林産物振興課
(TEL) 0269-82-2111（代番）内線136 (FAX) 0269-82-4121
(E-mail) hasegawa@kita-nishino.jp



取組
の
成果

(1) 社会的な効果・インパクト

- ・ 地域おこし協力隊2名の所属が6次産業主管課に配置換えになり、起業、構想実現に向けて組織的に取り組めるようになった
- ・ 農の拠点構想（6次産業化構想）の認知度が向上した
- ・ 住民起業希望者の意識が向上した

(2) 経済的な効果・インパクト

- ・ まだ効果が顕在化されていないが、外部の視点でのアイデアにより、地元住民にはない効果が期待できる
- ・ 6次産業拠点づくり事業の検討過程に、木島平型農村ビジネススクールの開設が検討されていることから、事業の担い手となる村の農業振興に係る関係組織・団体の新規事業への取り組み意識に活性化が図られている

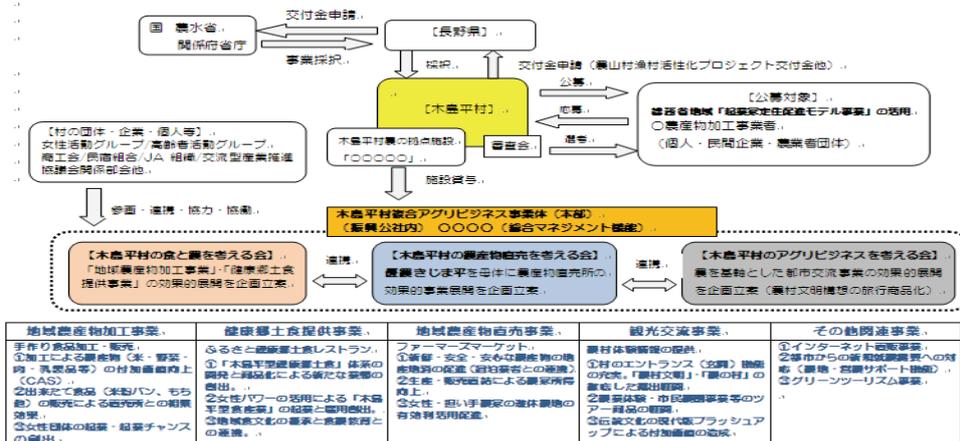
(3) 情報発信、PRの効果・インパクト

- ・ 外部協力者（ふるさと回帰支援センター）のHPに募集チラシを掲載
- ・ ふるさと回帰支援センターに登録している地域での起業希望者リスト（約3,000名）へのプレスクール告知の実施
- ・ 農村起業志向者の農村起業塾プレスクールへの参加
- ・ 外部人材の募集が周知できた

(4) その他の成果

- ・ 今回のプロジェクトにより、地域おこし協力隊の所属が6次産業主管課に配置換えされ、構想の実現及び協力隊自身の起業に向けて組織的な意識の統一が図られた
- ・ 簡易な現況立体模型を作成・提供し、検討用ツールとして用いるとともに、今後も現地で活用される予定

木島平村農の拠点施設整備構想 全体スキーム（案）



【(株)梵まちづくり研究所 代表取締役 吉田 道郎】

まちづくりや地域づくりをテーマに、全国各地へ足を向ける機会が多いのだが、木島平村に関してはこれまで、特段の先進的な取り組みなどを耳にしたことがなかった。実際に現地へ行き話を聞いてみると、豊かな農村地域であり、潜在的資源が多く、長野市や東京への足の便も良く、確かにこれといった目立った取り組みをする必要性に駆られにくい、ある意味安定した地域であることがわかった。



それでもこの4～5年は、問題意識の設定とともに多くの取り組み、事業、プロジェクトが立ち上がり、人口減の歯止めや地域活力の向上へ向けての検討・活動が行われている。特に、外部の力との連携やネットワーク化を上手に行いながら、大学機関、専門家、集落支援員、地域おこし協力隊など多くの新たなプレイヤーに舞台を提供し、活動をともにしながら次への展開策へ繋げていこうとする試みは評価に値する。

外部専門家からのコメント

課題の一つは、これらの活動が継続的に行われる担保が作れるかどうか、一時的ではない恒常的な波及効果を持たせられるかどうか、文化としてフローではなくストック形成が成されていくかどうか、という点であろう。そのためには、外部の人材がいかに多くこの地を舞台とするかではなく、それがいかに定着するか、または地域に刺激を与えられるか、あるいは古くからの定住者とミックスして新たな活力・活動・経済効果・コミュニティ維持効果を生み出せるかというモノサシが必要である。

短期的な課題としては、現在村の抱えている事業やプロジェクトが余りに多すぎて消化不良に陥っていないか、という点がある。形としては立ち上がった成果が出ているように見えても、内容・ソフトの面や継続性から見ると脆弱であるような事業にならないように気を付ける必要があり、またプロジェクトを担うのが外部人材ばかりであれば、地域住民にとっての十分や理解や関わりが無いままに上滑りをした出来上がりになってしまう可能性がある。プロジェクト全体を、スケジュール面からも適切にコントロールし、地域に馴染む、身の丈にあった成果を少しずつ積み上げていくという考え方が必要だろう。

そうは言いながらも、今ちょうど村として変革期を迎えて勢いづいているタイミングだとも言える。様々な外部人材や事業を活用し、余り消極的にならず、思い切った取り組みにチャレンジして、全国にない先進的な成果を出し、むしろ他地域を引っ張っていく木島平村に変貌していくことに期待したい。役場で奮闘する人材を見ても、地域おこし協力隊ほか様々な支援者を見ても、そのポテンシャルを十分に持っている地域だと認識している。

微力ながら、私自身も今後、その支援の一翼を担えればと思っている。

外部専門家活用のポイント

○隊員の可能性の引き出し役

- ・ 外部専門家の派遣をきっかけに、協力隊員の目的意識や役割を確認する場を設け、地域における隊員の役割や目的の共有化が図られた。

○既存事業との連携

- ・ 既存の施設整備事業や関連事業と一体的に事業を進めることで、外部専門家の知識・ノウハウを効果的に活用した。

(5) 滋賀県湖南市(派遣外部専門家:木村乃)

<p>事業名</p>	<p>エネルギー・ケア・フードの地域内循環によるトライアングル型・地域力創造モデル創出事業</p>											
<p>事業の目的・目標</p>	<p>【目的】 湖南市では、平成 23 年度に緑の分権改革モデル実証調査に取り組み、エネルギー（自然エネルギー）、ケア（福祉）、フード（特産品）のプロジェクトを立ち上げている。行政における全庁的な支援体制のもとで、地域の担い手である「こにゃん支え合いプロジェクト推進協議会」との連携・連動を図り、地域力創造のための企画力、提案力、実行力、改善力を持った担い手を育成し、それが地域に定着して、継続的に新しい事業の創造が行えるようモデルの構築を目指す。</p> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自然エネルギーの活用による自立分散型の地域エネルギー体系の確立 ・ 障がい者も含めたアートを活用した福祉ツーリズム・人材育成事業の確立 ・ 特産品開発・製造・販売を通じた地域ビジネスの確立 ・ 上記3事業が相互に連携し、地域内循環のメカニズムを確立 ・ 持続的な地域力の創造の実現、地域の創富力の維持・発展 ・ 新しい公共の担い手の育成・自立的な活動基盤の形成（こにゃん支え合いプロジェクト推進協議会等） 											
<p>実施体制と外部専門家活用のポイント</p>	<p>【実施体制】</p> <p>The diagram illustrates the implementation system. At the top, 'External Specialist (Mr. Kimura)' and 'External Collaborator' are connected by a 'Cooperation' arrow. The 'External Specialist' provides 'Advice' to 'Misaki City'. Inside Misaki City, there is a 'Local Support Team (H24~) with 2 men and 2 women, total 4 members'. This team is connected to 'Support Organization: Misaki City Support and Project Promotion Association' via a 'Cooperation' arrow. Below this, 'Local Community Building Association' and 'Various Groups (Chamber of Commerce, Tourism Association, etc.)' are shown with a 'Cooperation' arrow pointing to the Local Support Team.</p> <p><外部協力者></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>氏名</th> <th>所属</th> <th>主な役割</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>関 宣昭</td> <td>東田エコクラブ</td> <td rowspan="2">スマートコミュニティの取組</td> </tr> <tr> <td>大庭 茂樹</td> <td>北九州市</td> </tr> <tr> <td>中川 修治</td> <td>太陽光・風力発電トラスト</td> <td>自然エネルギーと地域経済</td> </tr> </tbody> </table>	氏名	所属	主な役割	関 宣昭	東田エコクラブ	スマートコミュニティの取組	大庭 茂樹	北九州市	中川 修治	太陽光・風力発電トラスト	自然エネルギーと地域経済
氏名	所属	主な役割										
関 宣昭	東田エコクラブ	スマートコミュニティの取組										
大庭 茂樹	北九州市											
中川 修治	太陽光・風力発電トラスト	自然エネルギーと地域経済										

○自然エネルギーの活用による自立型分散の地域エネルギー体系の確立

- 市民共同発電の取組・周知を行い、地域の自然エネルギーを活用した域内経済循環型のスキームを確立させる。

○障がい者も含めたアートを活用した福祉ツーリズム・人材育成事業の確立

- アール・ブリュット (Art Brut) をテーマとした展覧会の周知から開催のほか、福祉ツーリズムの担い手育成を実施。

○特産品開発・製造・販売を通じた地域ビジネスの確立

- 特産品のビジネス化品目を増やすと同時にそのコンテンツの吟味を地域おこし協力隊とともに実施。
- 地域資源発掘調査と題して、あるもの活かしの観点から地域動向を把握し、地域資源の洗い出しを行う。

■自然エネルギーの活用＝環境における先駆的な取り組み(平成9年には近畿で最初の市民共同発電所「てんとうむし1号・2号」を設置するなど)や先進的な障がい者福祉政策(障害者自立支援法のモデルとなった発達支援システムの構築や「障がい者就労情報センター」を庁舎内に設置するなど)など、豊富な地域資源を有するにもかかわらず、それらが地域の創富、自立、循環の仕組みができておらず、各分野の優れた取り組みを活かした地域経済・産業の活性化にまでは至っていないことから、平成23年度には、総務省・緑の分権改革モデル実証調査に取り組み、エネルギー(自然エネルギー)、ケア(福祉)、フード(特産品)の3つのプロジェクトを立ち上げて、具体的・実践的な取り組み・実証調査を実施した。

■それらを地域の担い手自身が気づき、活かしていくための基本的な情報収集と人材育成、仕組みづくりに取り組むことが課題であり、平成24年度は、地域おこし協力隊の導入による外部人材の活用と外部専門家による新しい公共の担い手、地域活性化・地域事業の経営者・マネジメント人材の育成に着手することで、地域力の創造につながる人材、事業、資金等を集める活動の本格始動を行った。



○7月 年間活動計画確認事業

- ・湖南省の実情と地域活性化について

○9月 スタートアップ研修

- ・地域おこしの心構えと目指すこと

○10月 地域おこしを事業化する

- ・旅、特産品開発のためのコンテンツ吟味

○11月 事業化による指導、自然エネルギー

- ・定住にむけた事業計画骨子や資金調達概論
- ・先進地における地域エネルギーの取り組みについて

○12月 アウトプット

- ・支援機関に対しての事業計画づくりや自己宣言

○1月 先進地研修、資金計画指導、自然エネルギー

- ・隊員の課題における先進地研修（NPO 法人 atamista など）
- ・金融機関や商工会の経営指導員を含んだ資金計画指導
- ・自然エネルギーと地域経済の講座

○2月 緑の分権改革セミナー

- ・隊員の活動内容を発表

外部専門家の支援

① 第1回合宿(9月) ウォームアップ

※ マインドセット

※ アイスブレイク



取組
の
成果

(1) 社会的な効果・インパクト

- ・ あるもの活かしの観点から地域動向を把握し、地域資源を洗い出した。特に、緑の分権改革で取り組んだエネルギー（自然エネルギー）、ケア（福祉）、フード（特産品）の3つのプロジェクトに関与し、多くの地域住民に理解を深めて頂くことができた。
- ・ また、まちづくり協議会等の地域における担い手との交流により、地域の資源について再確認・認識することができた。
- ・ 市内7地域の協議会において、地域資源調査を実施することができた。
- ・ 各種イベントへの参加による緑の分権改革の認知度を向上することができた。
（湖南三山めぐり、石部宿まつり、酒蔵めぐり、アール・ブリュット展覧会等）
- ・ 地域おこし協力隊員は、「こにゃん支え合いプロジェクト」を構成する3プロジェクト（市民共同発電、特産品開発、福祉ツーリズム）に対して、各隊員の分担を定めることなくすべてに関わりをもってきた。このため、地域おこし協力隊の媒介によって、これら3つのプロジェクト及びプロジェクトマネージャーの相互連携の機運が高まるという効果が表れた。
- ・ 特産品開発プロジェクトの中核となっている「こなんマルシェ」の販売促進に有効に働くことが期待される隊員の起業（生産者の思いを伝えるPR映像制作請負ビジネス）準備が始まったことにより、「こなんマルシェ」のPRについて新しい展開が期待できる。

(2) 経済的な効果・インパクト

- ・ こなんマルシェの来訪客の増加
- ・ アール・ブリュットを利用した商品の売り上げの増加
- ・ 市民共同発電の初号機（1口10万円・80口）の設置・稼働

(3) 情報発信、PRの効果・インパクト

- ・ 地域おこし協力隊自身がフェイスブックを活用し、情報発信に努め、湖南省ホームページに地域おこし協力隊バナーの作成・貼り付けによりPR効果を高めた。
- ・ また、広報こなんに特集記事を掲載したことで、多くの市民に活動内容をPRすることができた。

(4) その他、地域にもたらしたと思われる成果・効果

- ・ 地域おこし協力隊員が、市内で公益活動に取り組む市民・団体と交流することにより、地元活動者の士気を刺激した可能性が高いものとみられる。
- ・ 旧東海道の沿道の活力が損なわれるなかで、隊員による「カフェの拠点づくり」の準備が始まったことにより、旧東海道のまちづくりに弾みがつく可能性が期待できる。

<p>外部専門家からのコメント</p>	<p>【ビズデザイン（株） 代表取締役 木村 乃】</p> <p>各隊員の人生観にまで深く踏み込み、理解することなしに実効性のある指導・助言はできない。私が日頃行っている零細事業者の経営相談にあってもこのことは共通している。今年度の地域における活動ではこのことが最も難しく、同時にやりがいのあるプロセスであった。</p> <p>但し、このプロセスには相当の慎重さが必要である。隊員個人を傷つける可能性もあるからである。結果、隊員としての活動モチベーションを著しく低下させるおそれもある。今年度は幸いそのことを原因とするリタイアは発生しなかったが、指導者と隊員との息詰まるやりとりにおいては、若者に対する接し方や指導経験の多寡が強く影響するものと考えた方がよいであろう。</p> <p>去る2月23日（土）開催された「緑の分権セミナー」において、早稲田大学の岡田典弘先生から、「こなん大学」を構築してはどうかとの提案がなされた。これは、本年までの「こにゃん支え合いプロジェクト」が初動期の一定の成果を収めたこと、同プロジェクトに間接的に参画する市民が徐々に増えつつあること、今後の展開のためには参画者に対する様々なトレーニングが必要であること、さらに活動と参画を維持していくためには「継続」を担保するしくみが必要であること、などが発想の背景にある問題意識となっている。このご提案はたいへん素晴らしいものであると感じた。ぜひとも、湖南省市において「こなん大学」というプロジェクトの枠組みを設定し、大学教育をモチーフとしたしくみを構築するとともに、今年度の地域おこし協力隊の隊員が「専任講師」としての役割を果たせるような機会設定をしていただければと考える</p>
<p>外部専門家活用のポイント</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>○外部専門家と外部協力者の連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業が進む中で必要となる技術・ノウハウに対応した外部協力者を、外部専門家と相談しながら効果的に招へいた。 <p>○目標意識の再整理・構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 隊員の活動目標について、目標意識の背景にある個人の人生感等の深掘を含むところからのアドバイスにより、活動目標の明確化を図った。 </div>



(6) 兵庫県洲本市(派遣外部専門家:千田良仁)

事業名	地域資源発掘プロジェクト ～空き家を資源とした地域づくり～						
事業の目的・目標	<p>【目的】 洲本市五色地区は高齢化率が30%を超え、空き家が加速度的に増えていく状況にあり、地域コミュニティの衰退は著しい状況にある。そこで、地域資源としての空き家に注目し、まずは実態調査を行うことから始め、中期的(5年後)には、五色地区の中にあるモデル地域の空き家の3分の1程度について、移住希望者の定着や店舗としての活用をめざすとともに、老朽家屋を解体し、別用途に使うなど、何らかの活用が図られることを目指す。</p> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 空き家活用に関する地域の課題発掘・解決策の検討 ・ 島外所有者の空き家の活用方策検討(400件と推定される空き家のうち、5年後を目途に約80~100件程度) 						
実施体制	<p>【実施体制】</p> <p><外部協力者></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>氏名</th> <th>所属</th> <th>主な役割</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>醍醐孝典</td> <td>株式会社 studio-L</td> <td>指導・助言</td> </tr> </tbody> </table>	氏名	所属	主な役割	醍醐孝典	株式会社 studio-L	指導・助言
氏名	所属	主な役割					
醍醐孝典	株式会社 studio-L	指導・助言					

○空家現状把握

- 外部専門家などからアドバイスを受けた地域おこし協力隊が地域へ入り、住民とワークショップを重ね、空き家活用に関する地域の課題を見つけ、その解決策を住民と共有。
- 活用方法を検討し、報告書としてとりまとめを行う。

○ワークショップの実施

- ワールドカフェ方式で、空き家物件の情報交換や地域のクリスマスイベント等の検討を実施。

○空き家を活用した事業の検討

- 空き家を具体的にどのような事業で活用できるか検討を実施。また、事業の内容にもよるが、自らNPO法人などを立ち上げ、事業化することも検討。

■五色町都志地区内をモデル地区として、増加傾向にある空き家を有効活用し、地域の新たなコミュニティ施設として機能することを目指す。

■空き家・空き地は、見方を変えれば地域資源にもなりうるため、まずは実態調査を行うことから始め、中期的（5年後）には、モデル地区にある空き家の3分の1程度について、移住希望者の定住や店舗としての活用をめざすとともに、老朽家屋を解体し、空きスペースで青空市場を催したり、新たな小イベントスペースとして別用途に使うなど、何らかの活用が図られることを目指す。

○5月 準備・情報収集

- ・モデル事業の実施に向けた調整

○6月 キックオフミーティング、現地視察

- ・進め方について協議
- ・モデル地域内を視察

○7月 地域調査（住民ヒアリング）

- ・住民ヒアリングを開始
- ・空き家調査を開始
- ・地域資源発掘ワールドカフェを実施

○8月 地域調査（住民ヒアリング）

- ・住民ヒアリングを継続
- ・空き家調査を継続

○9月 地域調査（住民ヒアリング）

- ・住民ヒアリングを継続
- ・空き家調査を継続

○10月 地域協力者とのワークショップ

- ・空き家物件の情報交換
- ・地域イベントの検討

○11月 先進地視察

- ・岡山県西粟倉村、美作市、徳島県三好市を視察

○12月 地域協力者とのワークショップ

- ・空き家物件の情報交換
- ・地域イベントの検討

○1月 地域協力者とのワークショップ

- ・空き家物件の情報交換
- ・地域イベントの検討

○2月 総括

- ・実績報告書の作成に関する協議
- ・次年度以降の活動に関する協議

地域のお困りごと調査



▶ 地域のお困りごとを把握するために、協力隊員が都志地区の各戸や施設を訪問し、ヒアリング調査を行った。

▶ 「話し相手がない」「高齢者がひきこもりやすい」「子供の声が聞こえる町になればよい」という意見が得られた。



空き家・空き地ヒアリング調査



▶ 空き家・空き地情報を把握するために、協力隊員が都志地区の各戸を訪問し、ヒアリング調査を行った。

▶ 空き家、空き地の状況、持ち主や交渉先などの情報をマップに落としこむ。



取組
の
成果

(1) 社会的な効果・インパクト

- ・ モデル地区内で住民インタビューを繰り返したことで、空き家問題に関する関心が高まった。
- ・ 同時に、地域おこし協力隊の認知度も高くなった。
- ・ これまで地域内の年配女性たちが独自に行っていた「いきいきサロン」の活動範囲を広げるとともに、新たに参加者を募ることが話し合われるなど、活動の幅が広がった。
- ・ 上記の「いきいきサロン」の活動を踏まえつつ、地域が抱える課題の解決に向け、話し合うための「お茶会」が地域おこし協力隊の発案により、新たに設置された。
- ・ 活用可能な空き家が1軒見につき、これを協力隊のオフィスとして活用し、地域のコミュニティカフェや地域外の方との交流拠点とする計画を策定することができた。

(2) 経済的な効果・インパクト

- ・ 五色町商工会青年部が毎年開催しているクリスマスイベントに、地域おこし協力隊が企画段階から参加し、若者目線、島外目線で提案を行った結果、内容の充実、参加者の増加に寄与（島外からの人も含め、40名程度が参加。例年は30名程度）。
- ・ モデル地区で8月に行われた「高田屋嘉兵衛まつり」に地域おこし協力隊が参加し、五色町商工会青年部が出店したブースを手伝いつつ、青年部が開発した地域オリジナル商品の販売促進に協力することで、自身の活動をPRすることができた。

(3) 情報発信、PRの効果・インパクト

- ・ 隊員ブログを立ち上げ、地域情報（イベント、スポット、人物など）を常時発信している。（アクセス数は、1日平均で15件程度。直近1ヶ月で約450アクセス）。
- ・ その他、Facebookも常時活用し、他地域の地域おこし協力隊も含め、活動の輪を広げている。

(4) その他の効果

- ・ 洲本市が平成24年4月に淡路島内で最初に地域おこし協力隊制度を導入したこともあり、その後、他の島内2市も本市の事例を参考に制度が創設された。これにより、島内全市に地域おこし協力隊が導入され、住民と協力しながら、地域おこし活動を推進している。
- ・ 地域おこし協力隊を補助する「地域おこし協力隊補助員制度」を平成25年1月から新たに導入し、地域おこし協力隊の活動がより円滑に行われるよう工夫しはじめたところである。

【株式会社アイファイ 代表取締役 千田良仁】



一般的に人口減少、担い手不足、地域経済の衰退など、地域には解決すべき課題が多くある。今回の対象地域である都志地区も高齢化や空き家・空き地の問題などの課題が存在している。これらの地域課題の解決に向けて地域おこし協力隊・行政・外部専門家の三者がそれぞれの役割分担を意識しながら地域住民を巻き込んで取組を進めていくことにより、地域おこし協力隊の意識の醸成やスキルの向上を図り、地域との関係性の構築し、生業を生み出すビジネスのシーズを見つけることを目的として取り組んだ。

地域おこし協力隊が、空き家調査や地域のお困りごと調査などのヒアリングを行いつつ地域の方々と関係性を構築し、これまで行政が主体で行なってきた調査では把握できなかった地域の現状や地域に眠っている地域資源（人も含め）を発見することが出来た。また、協力隊が地域に溶け込むことによって、地域の自治会や既存の地域組織の集まりではなく、気軽にこれからの地域について意見を出し合い、話をしていく集まり（お茶会@都志）が生み出され、協力隊が入らなければ繋がらなかった地域の人達をつなげる「場」として機能し始めている。この場が今後地域課題や地域資源の活用に向けたアイデアを生み出し実施していくための体制を構築できるフューチャーセンターとして機能していくことを期待したい。

地域おこし協力隊などの外部人材が眠っている地域資源に発見、着目してこれらを活用したビジネスモデルを構築し、地域で起業することによって生業を起し、定住につなげるためには、地域おこし協力隊が地域づくりの担い手として高い取組意識とその地域の人々が持っていないようなスキル・感性を持っていることが重要であり、導入後は取組意識の向上や基礎的スキルの底上げに対する取組が必要である。今回コミュニティ・デザインを専門としている studio-L の醍醐氏に外部協力者として事業に加わって頂き、基礎的スキルの向上に向けたアドバイスをしてもらうと同時に、地域おこし協力隊が定住に向け事業化にトライしている事例として、岡山県西粟倉村（森の学校）・岡山県美作市（上山棚田団）・徳島県三好市（スペースきせる・百年蔵）を視察することにより、協力隊員の取組意識の向上を図った。

また、行政の役割は、様々なステークホルダーが地域力を高める取り組みを行いやすくするためのプラットフォーム作りであるといえる。今回の事業実施から得られた知見を踏まえ、洲本市では次年度、定住環境整備により一層取り組むために定住促進を推進する部署（定住促進部）の新設や、「起業、ビジネス化」を推進する人材を確保するために、協力隊員の雇用契約を嘱託職員から委託契約制へ切り替えることや、協力隊になる前に実際一定期間地域に滞在して取組を行うお試し研修制度の導入等の検討がなされており、これらの制度整備により、協力隊の起業・ビジネス化と定住環境整備（地域づくり）の相互のバランスが取れたプラットフォームが出来るとも大きな成果であったといえる。

外部専門家からのコメント

外部専門家活用のポイント

○隊員の自主性を前提としたアドバイス

- ・ 隊員の自由な活動を促しつつ、ポイントとなる部分で指導や振り返り等を行うことで、隊員の自主性や特性が発揮しやすい環境づくりを進めた。

○調査方法の指導

- ・ 地域とのコミュニケーションの取り方やヒアリング調査の纏め方等、継続して活動できるよう地域おこし協力隊にスキルを伝授した。

(7) 島根県邑南町(派遣外部専門家:宮治勇輔)

<p>事業名</p>	<p>Iターン者らの実践的起業家養成モデルの構築 「耕すシェフの問題発見問題解決力を育む地域プロデュース力養成事業」～先導的な6次産業の創造による地域支援事業～</p>
<p>事業の目的・目標</p>	<p>【目的】 起業を目指す若者たちを「耕すシェフ」として受け入れている邑南町では、Iターンの若者の期待に応えるため、高度な実務的な研修機会提供並びに、起業家としてのキャリア形成、Iターンを精神的に支えられる仕組みづくりの確立を目指す。</p> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ Iターンの若者の期待に応えるため、高度な実務的な研修機会提供並びに、起業家としてのキャリア形成、Iターンを精神的に支えられる仕組みづくりの確立
<p>実施体制</p>	<p>【実施体制】</p> <p>The diagram illustrates the implementation system. At the top, 'External Collaborator (Young Agriculture Startup Course)' and 'External Specialist (Yoshihiro Miyama)' are connected by a double-headed arrow labeled 'Collaboration'. A large downward arrow labeled 'Advice' points from the specialist to the 'Koushu Shef (Local Outreach Collaboration Team)', which consists of 3 women and 1 man, totaling 4 members. Below this, a dashed circle labeled 'Collaboration' encompasses several entities: 'Inami Town Chamber of Commerce and Industry', 'JA Shimane Oochi no Nogyo Kaisha', 'Financial Institutions', 'Prefectural Yatsuoka High School', and 'Local Groups'.</p>

○**農家ライブの企画実施**

- 耕すシェフ(地域おこし協力隊)の手で、町内の生産者に晴れ舞台なるイベントをプロデュース。
- 町内の生産者が自らの農作物づくりなどへのこだわりを発信し、農家が生産活動への誇りや自信の醸成を図る。

○**目標管理シートの作成及び「食」「農」をテーマとしたイベントの実践指導**

- 耕すシェフ(地域おこし協力隊)らの目標管理シート作成のため指導及び面談を行うとともに、町内イベントでの耕すシェフ(地域おこし協力隊)らからの地域素材の掘り起こしの指導を実施。

○**首都圏での耕すシェフ(地域おこし協力隊)らの活動報告会**

- 都市部において、地方へ定住を検討している若者や、友人に対して活動報告会を開催。
- 食や農業の独自性を見出し、都市部への魅力的な情報の発信。

■農家のこせがれネットワークCEO 宮治勇輔氏を外部専門家として招へいし、町民や、異業種から農業参入した意欲的な農業生産者に対して、耕すシェフ(地域おこし協力隊)や、町が進めるA級グルメの施策として進めている観光協会直営レストラン素材香房 ajikura や、町での存在意義、役割、意図をポジティブに発信する。

■さらに、耕すシェフ(地域おこし協力隊)に、定期的な面談、メールや電話による活動報告、目標に対する進捗を確認し、将来の起業に向けたマイルストーンの明確化を図った。また、耕すシェフ研修生(地域おこし協力隊)らが、フェイスブックやユーチューブを使いこなし、全国の若手農業起業家らとのネットワークを形成し、安心して起業が行える環境を整えていく。

耕すシェフのキャリア形成を推進する

The infographic illustrates the career development of '耕すシェフ' (Chef) through several key activities and mentorship opportunities:

- 三上シェフ** (Mitsukami Chef): A portrait of a chef.
- 町営レストラン ajikura**: A photograph of the restaurant building.
- 町営レストラン ajikura プチ**: A photograph of the restaurant's interior.
- プロによる本格指導** (Professional Guidance): A green text label indicating high-quality instruction from professionals.
- 飲食店の擬似経営** (Simulated Restaurant Management): A green text label indicating hands-on experience in running a restaurant.
- イベント企画・運営を学ぶ** (Learn Event Planning and Operation): A photograph of people at an event.
- 生産者ライブ** (Producer Live): A photograph of a live event with a producer.
- 仕入 JAS有機認定員農家の直接指導** (Procurement and Direct Guidance from JAS Organic Certified Farmers): A photograph of people in a field.
- ajikura農園** (Ajikura Farm): A photograph of the farm.
- 多種多様な外部講師** (Diverse External Instructors) and **メンター** (Mentor): Portraits of two individuals providing mentorship.
- 全国各地の様々なネットワークを活かした仕組み** (Mechanism utilizing various networks across the country): A text label describing the support network.

！**学びの場とメンターの存在が耕すシェフを育てる！**

○7月 活動方針の検討、耕すシェフ(地域おこし協力隊)、地元高校(県立矢上高等学校)での講演会の実施

- ・ 耕すシェフ(地域おこし協力隊)へのキャリア形成に向けた面談、活動方針についての協議を行った

○8月 活動の中間報告及び、進捗状況の確認

- ・ 耕すシェフ(地域おこし協力隊)の取り組み状況の確認

○9月 目標管理シート伊の作成及び「食」「農」をテーマとしたイベントの実践指導

- ・ 耕すシェフ(地域おこし協力隊)らの目標管理シート作成のため指導及び面談を行うとともに、町内イベントでの耕すシェフ(地域おこし協力隊)らからの地域素材の掘り起こしの指導を行った

○10月 首都圏での耕すシェフ(地域おこし協力隊)らの活動報告会の企画準備

- ・ 都市部において、地方へ定住を検討している若者や、友人に対して活動報告会を開催した

○11月 農家ライブの企画実施

- ・ 耕すシェフ(地域おこし協力隊)の手で、町内の生産者に晴れ舞台なるイベントをプロデュース

○12月 耕すシェフ(地域おこし協力隊)の起業へのキャリア形成の検討(1)

- ・ 耕すシェフ(地域おこし協力隊)の任期終了後の仕事や起業の姿を描く

○1月 耕すシェフ(地域おこし協力隊)の起業へのキャリア形成の検討(2)

- ・ 耕すシェフ(地域おこし協力隊)の任期終了後の仕事や起業の姿を描く

9月:A級グルメ祭



<p>取組 の 成果</p>	<p>(1) 社会的な効果・インパクト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 耕すシェフ(地域おこし協力隊)らの I ターン人材の地域での存在意義や、役割が見出されつつある。 ・ 「食」「農」の資源が、定住、産業のそれぞれが強みとして、しっかりと定着しつつあり、マスコミへの十分な発信力を持ちつつある。 ・ 外部専門家や外部協力者と地域おこし協力隊との継続的な接点づくり (FACEBOOK 活用等) が進んだ ・ 市民向けの講演及び視察等により、耕すシェフの意図などがポジティブに町民に伝わった。 ・ 中学校と高校での講演会を通じて、地元で働くことや耕すシェフの魅力等を伝えることができた。 <p>(2) 経済的な効果・インパクト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 耕すシェフ(研修生)の受け入れを行っている地産地消レストラン「素材香房 ajikura」では、平成 24 年度実績で、3,100 万円を見込むなど、平成 23 年度対比で約 3 割増を実現している。レストランの売上に伴い、小規模ながらも地域食材の販路を牽引している。 ・ また、特色のある農家や、減農薬や有機 JAS の野菜の販路及び、付加価値化につながりつつある。 <p>(3) 情報発信、PR の効果・インパクト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新聞での露出が大幅にアップしている。 <p>(4) その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 本町への定住の問い合わせ件数が増加した。 ・ 協力隊着任半年後に感じるキャリアへの不安感に、個々の状況に沿ったアドバイスを行うとともに、起業家として、地域で働くことの心構えなど確かな方向性を提示できた ・ 資格取得の勉強は毎日の報告を義務づけることで毎日勉強に励むようになった。
------------------------	---

【NPO法人農家のこせがれネットワーク 宮治勇輔】



外部専門
家からの
コメント

地域おこし協力隊は、地域でうまく受け皿を作れないと仕事も作れず無為に過ごさせてしまうという懸念点があるが、邑南町にそのような心配は全くなかった。

料理と農業で地域おこしという明確なコンセプトで「耕すシェフ」を募集し、Ajikura という古民家を移築してきたイタリアンレストランと、Ajikura 農園という有機農場が働く場所として存在していた。また、一流シェフや有機農家の指導もあり、耕すシェフは至れり尽くせりだと感じた。だが、この至れり尽くせりというのが問題だと感じた。

制度として毎月 15 万円の活動支援金も支給されるので、環境や待遇が恵まれすぎている。そのため、起業家を育成しなければならない制度のはずがハングリー精神は育まれず、随分わがままな耕すシェフも正直存在していた。耕すシェフは起業家予備軍であり、起業家予備軍であるならば、あらゆる変化に適応してポジティブにハードワークを喜んでこなすくらいでなければならない。そうした人材に育てるためには環境や待遇の良さは考えものだとも感じた。

耕すシェフのメンターとして訪問した当初は毎月足を運ぶごとに体制が変わっていた。だから、耕すシェフもついていくのに精一杯だと感じた。ところが、半年間くらい経つと体制も仕事も落ち着いてくる。そうなると、耕すシェフにはキャリアにおける不安が出てくる。一流シェフに指導を仰ぐも、基礎的なスキルがないとある一定のレベルで技術の向上は難しくなる。それがわかってくると不安になる。本当にこのままで、料理人として独立できるかと。私自身はこの時点で、自分の強みは何か、強みを活かすためにどのようなキャリアを歩めばいいのかを、耕すシェフと一緒に考えてアドバイスできたのはよかったと感じている。

今の自分と、町の現状や制度を受け入れ、プラス思考で行動できる前向きな人間はチャンスを掴み、不平ばかりの人間は脱落していく。他の地域の協力隊はどうか聞いてみたいが、協力隊に限らずどの社会でも当然のことかも知れない。脱落者が出ることは課題なようだが、ある程度の脱落者が出ることを前提にして取り組む方が健全だと思った。

耕すシェフといっても、シェフに重点が置かれていて、なかなか農業研修までは取り組めなかった感がある。もちろん、場は用意してあるので本人の努力次第であるのだが。とはいえ、耕すシェフとしての両立は、独立後のことを考えると収入面では難しそうだ。耕すシェフの仕組み自体も、耕す農業側とシェフの料理側を両立させるには更なる人員を採用する必要がある。しかし、これ以上採用すると経営が成り立たなくなる。ここら辺は大きな課題であると感じた。

邑南町には、実に多くの外部講師が出入りしている。これは邑南町の大きな特徴だと思う。この外部講師のつながりもつくって邑南町に関わり続けてもらえる仕掛けを作ることが、邑南町から起業家を育成する上で重要であると考えている。そのために FACEBOOK 上で外部講師のつながりをつくり、自分自身も邑南町外部講師のハブ役としてこれからも関わり続けていきたい。

外部専門
家活用の
ポイント

○地域おこし協力隊へのトータルアドバイス体制

- ・ 耕すシェフ(地域おこし協力隊員)らの相談者、トータルコーディネイターとしての役割を果たした。

○役割の明確化

- ・ 外部への情報発信やつなぎ役として、外部専門家の強みを活かした。

(8) 長崎県対馬市(派遣外部専門家:養父信夫)

<p>事業名</p>	<p>「次世代の豊かさ」創出・魅了事業 ～対馬の「学び」のある体験滞在型観光と特産品開発を通じた移住交流促進～</p>																											
<p>事業の目的・目標</p>	<p>【目的】 大学生等を対象とした実践塾を開講し、参加者の意見を反映しながら、「学び」のある体験滞在型観光による移住定住促進や住民アイデンティティの向上、域外サポーターの獲得等の社会経済効果を高めるとともに、島内経済循環を促し、埋もれた資源を活用し、ストーリー性を持たせた特産品開発を目指す。</p> <p>【目標】 ・地域おこしの担い手・予備軍を育成する「島おこし実践塾」を開催し、地域に不足する人材の持続的な育成・確保</p>																											
<p>実施体制</p>	<p>【実施体制】</p> <p><外部協力者></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>氏名</th> <th>所属</th> <th>主な役割</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>檜山 綾香</td> <td>東京海上日動リスクコンサルティング(株)</td> <td>企業CSR・協働</td> </tr> <tr> <td>養父 志乃夫</td> <td>和歌山大学システム工学部環境システム学科</td> <td>農地再生・里地里山保全</td> </tr> <tr> <td>山田 貴宏</td> <td>ビオフォルム環境デザイン室</td> <td>古民家再生・パーマカルチャー</td> </tr> <tr> <td>粉 大輔</td> <td>(株)キューデンインフォコム</td> <td>ICT・特産品ネット販売</td> </tr> <tr> <td>水谷 幸男</td> <td>編集者・写真家</td> <td>編集・撮影等魅力発信技術</td> </tr> <tr> <td>畦地 履正</td> <td>(株)四万十ドラマ</td> <td>特産品開発・販売促進</td> </tr> <tr> <td>荷宮 英二</td> <td>安心院松本イモリ谷苦楽分</td> <td>グリーンツーリズム・起業</td> </tr> <tr> <td>中野 幸浩</td> <td>株式会社九州のムラ市場</td> <td>特産品開発・販路開拓</td> </tr> </tbody> </table>	氏名	所属	主な役割	檜山 綾香	東京海上日動リスクコンサルティング(株)	企業CSR・協働	養父 志乃夫	和歌山大学システム工学部環境システム学科	農地再生・里地里山保全	山田 貴宏	ビオフォルム環境デザイン室	古民家再生・パーマカルチャー	粉 大輔	(株)キューデンインフォコム	ICT・特産品ネット販売	水谷 幸男	編集者・写真家	編集・撮影等魅力発信技術	畦地 履正	(株)四万十ドラマ	特産品開発・販売促進	荷宮 英二	安心院松本イモリ谷苦楽分	グリーンツーリズム・起業	中野 幸浩	株式会社九州のムラ市場	特産品開発・販路開拓
氏名	所属	主な役割																										
檜山 綾香	東京海上日動リスクコンサルティング(株)	企業CSR・協働																										
養父 志乃夫	和歌山大学システム工学部環境システム学科	農地再生・里地里山保全																										
山田 貴宏	ビオフォルム環境デザイン室	古民家再生・パーマカルチャー																										
粉 大輔	(株)キューデンインフォコム	ICT・特産品ネット販売																										
水谷 幸男	編集者・写真家	編集・撮影等魅力発信技術																										
畦地 履正	(株)四万十ドラマ	特産品開発・販売促進																										
荷宮 英二	安心院松本イモリ谷苦楽分	グリーンツーリズム・起業																										
中野 幸浩	株式会社九州のムラ市場	特産品開発・販路開拓																										

○地域おこし協力隊員の起業支援

- 隊員の任期終了後の定住定着・雇用創出を見据えた素地づくり（起業準備）や課題解決の図るために起業にかかる組織づくり・組織運営・資金調達、助成金の運用等について指導。

○予備軍育成のための「島おこし実践塾」の開催

- 学生等を対象に、地域おこしへの理解促進と地域おこしの担い手育成のため、合宿形式の地域実践活動「島おこし実践塾」を開催。

○体験滞在型観光（着地型観光）及び特産品開発の推進、出口づくり

- 対馬市農業振興公社と連携した特産品開発、販売促進改善。
- 志多留の地域活性化関係者との勉強会及び古民家活用＋民泊推進ワークショップ。
- グリーンツーリズム関係者との意見交換。

■隊員の起業支援

- ・ 隊員の任期終了後の定住定着・雇用創出を見据えた素地づくり（起業準備）や課題解決の図るために、5名の隊員及び協力隊担当者、関係者に対し、養父氏に個別指導をしていただいた。

【指導内容】

- ・ 隊員からの相談対応
(起業にかかる組織づくり・組織運営・資金調達、助成金の運用等)
- ・ 隊員のスキルアップ
- ・ 連携の確保（グリーンツーリズム関係者、特産品開発・物販関係者等）
- ・ 個別具体的な外部協力者の紹介
- ・ 出口づくり（3セク経営の飲食・物販拠点の改革協議）
- ・ 情報発信（facebook や雑誌『九州のムラ』、各種講演会における事例紹介）



隊員の活動に対する個別指導

■予備軍育成のための「島おこし実践塾」の開催

- ・ 学生等を対象に、地域おこしへの理解促進と地域おこしの担い手育成のため、合宿形式の地域実践活動「島おこし実践塾」を開催した。

【開催日時・場所】

- ・ 開催日…平成 24 年 8 月 31 日（金）～9 月 4 日（月） 4 泊 5 日
- ・ 場 所…対馬市上県町志多留集落（実践作業・ホームステイ）・伊奈集落（室内講義・グループワーク・発表会）

【参加者】

- ・ 塾生…33 名（大学生・大学院生・教員・行政職員・民間企業職員・自営業者・今治市地域おこし協力隊員等）
- ・ 地元住民（主に志多留地区）
- ・ 地域おこし協力隊員（対馬市隊員 5 名・十日町市多田朋孔氏）
- ・ 行政関係者（総務省・長崎県対馬振興局・対馬市）
- ・ 外部専門家（養父信夫氏）・外部協力者（養父志乃夫氏・山田貴宏氏）
- ・ インターン実習生（長崎大学経済学部 3 年生 2 名）

【内容】

- ・ 地域おこしに関する室内講義（地域活性化・ツーリズム・移住交流・環境保全・持続可能な社会づくり・パーマカルチャー・特産品開発・宝さがし・デザイン等）
- ・ 実践活動（農地再生・古民家再生に関する野外講義及び実践作業）
- ・ 地元住民との交流
- ・ グループワーク「地域再生プランニング」とプレゼン大会



■体験滞在型観光（着地型観光）及び特産品開発の推進、出口づくり

- ・ 活動についての普及啓発及び連携の確保
- ・ 対馬市農業振興公社と連携した特産品開発、販売促進改善
- ・ 志多留の地域活性化関係者との勉強会、古民家活用＋民泊推進ワークショップ
- ・ グリーンツーリズム関係者との意見交換

(1) 社会的な効果・インパクト

- ・ 養父氏をはじめ、様々な分野の協力者にアドバイスいただくとともに、外とのネットワークを広げることができた。
- ・ 養父氏が間に入って、人をつなぐことにより、ネットワークが面的に拡大した。
- ・ 関係主体の連携を構築したことで、隊員の活動や起業定住を支える体制が整いつつある。
- ・ 実践塾以外にも、インターンシップの受け入れや島暮らし体験ツアー（財団法人地域活性化センター助成「平成24年度移住・交流による地域活性化支援事業」）の実施により、木村幹子隊員の活動に共感した若者から移住したいと相談があった（うち1名は、平成25年4月1日より、協力隊員として採用される予定。他1名も真剣に移住を検討中）
- ・ 「対馬市島暮らし体験ツアー」（H25.3.15-17に実施）を、実践塾での経験を踏まえ、ツアー受け入れ場所を志多留集落とし、木村隊員のレクチャーや現場見学・実践作業、地元住民との交流等をプログラムとして盛り込んで公募。すぐに8名の定員に達した（うち1名、志多留に移住予定）。中には他自治体の協力隊員の参加応募があり、対馬の地域おこしが、人材の予備軍育成のみならず、現役隊員の研修フィールドとしても展開・貢献できる可能性を感じた

(2) 経済的な効果・インパクト

- ・ 島おこし実践塾において、塾生のホームステイを受け入れた地元の方が、農家民宿の開業申請を行った（現在申請中。1件）。

(3) 情報発信、PRの効果・インパクト

- ・ 養父氏が編集する『九州のムラ』で特集いただいたことにより、西日本新聞の新年企画や連載企画につながった
- ・ 島おこし実践塾の塾生 OB で海士町観光協会職員の佐藤喬氏が、同協会が運営する「離島キッチン水戸エクセル店」において、対馬名物（対州そば、いりやき、和蜂蜜、とんちゃん）を飲食メニューに加えたり、隊員が手がけた対馬魅力発信 POP やツシマヤマネコ米のPR 販売に積極的に協力してくれた
- ・ 第2回地域力創造セミナー（唐津市）における養父氏の講演で対馬の活動を紹介していただいたことをきっかけに、学芸出版社発行の矢崎栄司編著『僕ら地域おこし協力隊』に対馬の隊員たちの活動が30ページ分紹介された
- ・ 実践塾生 OB が対馬ファンとなり、facebook などを通じて対馬の情報発信に協力してくれている

(4) その他

- ・ 須澤隊員が企画しサポートを行う、ふるさと財団助成「平成24年度新技術・地域資源開発補助事業 対州そば de 国境を超えた名物デザート開発プロジェクト」（申請者：財団法人対馬市農業振興公社）において開発した「対州そばガレット」「対州そばコーヒー」が話題商品となり、メディアに取り上げられた。（※助成金の運用等については養父氏や外部協力者である粉大輔氏の協力を得た）



【株式会社マインドシェア 「九州のムラ」編集長 養父信夫】

●行政窓口の存在の重要性

対馬では前田氏が行政の中では地域おこし協力隊の窓口としてしっかり位置づけられており、隊員各自のスキル、意欲、今後の方向性を見極め、適宜外部協力者の選定や、事業の導入などの打ち合わせも、限られた時間の中でやりとりができた。ややもすると、地域おこし協力隊の窓口は行政の中では片手間業務として扱っている自治体が多い中、首長の認識、各部の協力体制もしっかりしており、行政として全国のモデルとなりうる体制と感じた。(その分、隊員の要望など一手に引き受けざるを得ないご苦勞の部分も多々見受けられるが・・・)



●戦略的募集

今回、自分は地域おこし協力隊導入2年目での関わりとなったが、対馬の場合、募集する隊員のミッションを明確に規定した上で募集し、しかも単に市のHP、ジョインHPのみならず、その明確なミッションに関係ある大学研究室ネットワークや団体組織ネットワークも駆使し、極めて戦略的に募集を行ってきたことは全国のモデルともいえる。ただ、それでも実際に地域に入って仕事に携わっていかないと見えてこない要素(本人の意欲、コミュニケーション能力、スキルなど)もあったことは事実であり、最近制度としても整備されている「お試し期間」の有用性は感じた。

●複数人数対策

今回、対馬の場合は5名と隊員も多く、しかも活動フィールドが離れている上に、限られた時間で全員を個別に深く指導していくことについては課題も感じた。月に1回というより、場合によっては、何日間か連続で集中的にセッションしていくなど、柔軟なスケジュールを組んでいく必要もあるかと。

●短期「地域おこし協力隊」予備人員の確保

今回、島おこし実践塾を開催し、対馬外から多くの若者を集め、講義、ワークショップ、フィールドワークと地域おこし協力隊の活動フィールドにも実際に入ってもらい、よりリアルな疑似地域おこし協力隊体験を行ってもらった。この短期バージョンの中で彼らは制度の理解を深め、実際に入った場合の日々の活動イメージも持ち、地域を知る大きなきっかけが作れた。このことは今後、この制度をより広く認知させ、かつ実際に本当の地域おこし協力隊に募集させていく大きな誘因となったことは今回の対馬の事業の大きな成果といえる。実際に対馬の追加募集の顔ぶれがその事実を物語っている。

外部専門家からのコメント

外部専門家活用のポイント

○関係者間の連絡体制の構築

- ・ 複数の協力隊やプロジェクトが進行する中で、外部専門家の指導を効果的に共有できる連絡体制等を構築した。

○指導を得るにあたっての事前準備

- ・ 限られた日程の中で効果的に外部専門家の指導を得るため、事前に相談内容を準備する等で、効率を向上させた。

(9) 長崎県小値賀町(派遣外部専門家:井手修身)

<p>事業名</p>	<p>島発の第6次産業化モデル事業 ～農水産物加工による第6次産業化・定住促進プロジェクト～</p>						
<p>事業の目的・目標</p>	<p>【目的】 小値賀町の農業の核となる「小値賀町担い手公社」を軸とし、地域おこし協力隊が取り組んでいる農産品加工や物産販売を通じた地域振興活動を、更に地域内に定着させ継続的な展開が組めるように、第6次産業化のしくみづくりや商品化・販売体制の調査と開発を行い、経済活性化、雇用の創出、定住促進を目指す。</p> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 小値賀町の特産品（落花生の加工品等）の商品化 ・ 都市圏への小値賀町特産品の流通・販路確保を目的とするテストマーケティング等の実施 ・ 観光産業と連携した体験プログラム開発と実践 ・ 農業を活用した体験プログラム開発 						
<p>実施体制と外部専門家活用のポイント</p>	<p>【実施体制】</p> <p>The diagram illustrates the implementation system. At the top, 'External Specialist (Mr. Ikeda)' and 'External Collaborator (Packaging Design Specialist)' are connected by a 'Collaboration' arrow. Both provide 'Advice' to 'Shiobara Town Tenishu Company'. Inside the company box, 'Local Revitalization Cooperation Team (H23~) 1 male, 1 female' is highlighted. Below the company, 'Local Producers (Peanut, Tomato, etc.)' and 'Local Residents (Municipality)' are connected by a 'Collaboration' arrow. At the bottom, 'Chamber of Commerce, Tourism-related organizations' are listed.</p> <p><外部協力者></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>氏名</th> <th>所属</th> <th>主な役割</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>青山剛士</td> <td>ドロップアラウンド</td> <td>パッケージデザインのアドバイス</td> </tr> </tbody> </table>	氏名	所属	主な役割	青山剛士	ドロップアラウンド	パッケージデザインのアドバイス
氏名	所属	主な役割					
青山剛士	ドロップアラウンド	パッケージデザインのアドバイス					

○特産品の商品開発

- 農産加工品の生産目標、販売目標、販売戦略、原価管理の整理等。

○地域特産品の市場調査

- 小値賀の落花生の販売流通における先進地、候補地の調査。

○テスト販売調査

- 販売流通のマーケティングに基づき実施。

○体験プログラムの実践および分析

- 観光産業と連携した落花生の収穫体験等の体験プログラムの実践。

■農水産物加工による第6次産業化・定住促進プロジェクトと称し、その地域おこし協力隊が取り組んでいる地域振興活動を地域内に定着させつつ、継続的な活動が行えるように、6次産業化の仕組みづくりに向けた商品化・販売体制の調査と開発に取り組んだ。

■特産品（落花生等の加工品）の商品化、地域内お土産販売及び地域外への卸販売や、小値賀町外への流通・販路調査、並びに観光産業と連携した体験プログラム、商品づくりなどを通して、地域内の経済活性化、新規雇用の創出、起業者定住の促進を見出すこととした。

○6月 全体計画会議

- ・ 年間事業計画を、専門家を交えてすり合わせを行う。また、地域おこし協力隊の活動状況を確認し、今後の関わり方を整理



○7月 特産品の商品開発

- ・ 特産品（落花生の加工品等）の生産現場状況、
- ・ 農産加工品の生産目標、販売目標、原価管理の整理

商品開発の課題整理



- ・ ○8月 特産品の商品開発、特産品の市場調査・農産加工品の販売戦略、原価管理の整理。地域おこし協力隊の業務確認
- ・ 小値賀の落花生の販売流通における先進地、候補地の市場調査

○9月 特産品の商品開発、体験プログラムと商品づくりの実施

- ・ 落花生の販売流通のマーケティングに基づき、パッケージデザインの検討
- ・ 観光産業と連携した体験プログラムの実施（落花生の収穫体験）
- ・ 販売戦略の策定



○10月 特産品の商品開発、体験プログラムと商品づくり、地域おこし協力隊の活動確認

- ・ 落花生のパッケージデザインの検討
- ・ 観光産業と連携した体験プログラムの検証
- ・ 農産物加工や販売への指導、産業まつり出展の意見交換

○11月 テスト販売

- ・ 落花生の販売流通のマーケティングに基づき、テスト販売を実施

○12月 特産品の流通・販路確保、地域おこし協力隊の活動確認、中間報告会

- ・ テストマーケティング状況確認
- ・ 農産物加工のデザイン・パッケージ検討
- ・ 中間報告会の資料作成

○1月 地域おこし協力隊の活動確認、特産品の流通・販路確保

- ・ 地域おこし協力隊の活動確認、指導
- ・ 特産品の販路企画検討

○2月 地域おこし協力隊の活動確認、事業報告書作成

- ・ 地域おこし協力隊の活動確認、指導
- ・ 事業報告書作成



<p>取組 の 成果</p>	<p>(1) 社会的な効果・インパクト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 特産品の商品開発において、その考え方や視点が明確になった。具体的には島内外で販売できる3つの落下生商品、1つのトマトジャム商品ができ、落花生については、本取組ではじめて、島外に・流通・販売をすることができた。 ・ 農業を活用した体験プログラム開発と実践を行い、今後の観光商品化への足掛かりができた。 ・ 都市圏への流通・販路を想定した商品開発が展開するとともに、販路確保を前提に取り組めた売り場のマーケティングを行うことができた。具体的には、福岡「九州のムラ市場」で販路を確保できた。 ・ 落花生の商品開発を通して、商品にしていく視点、マーケティングの重要性がわかり、インターネット販売の支援などの業務全般にスキルの幅が広がった。4月以降、これまでの商品開発を通じたスキルを活かし、体験プログラム活動などを実践していく活動を予定。 ・ トマトなどの農産物加工品の製造、加工から販売までの仕組みについて助言してもらい、その流れを把握することができた。特にトマト加工品（ジャム）の商品化、販売について試作中。 ・ 4月以降も、担い手公社で、農産加工を主体に行っており、小値賀に定着する予定。 <p>(2) 経済的な効果・インパクト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 特産品の生産量にあった販売計画策定を策定し、利益が生み出すアクションプランができた。 ・ 都市圏への流通・販路を確保した商品開発・落花生特産品の商品開発により、30万円の売上増加 ・ 赤字産品を商品開発・改善することで、原価率が109%から88%となり、売り上げ向上につながった。 <p>(3) 情報発信、PRの効果・インパクト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 関西方面への方々に特産品の紹介ができた。0回→1回 ・ 東京の店舗で特産品を置くことができた。0店舗→2店舗 <p>(4) その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 落花生特産品が好評につき、協力隊が発案した小値賀町「お取り寄せセット商品」として採用された。 ・ 小値賀の観光産業と特産品の取組みがテレビで取り上げられる。 ・ 6次産業化に向けた事業を実践できたことは、離島である地域において、良き下地となり良かった。
------------------------	---

<p>外部専門家からのコメント</p>	<p>【アイデアパートナーズ（株） 代表取締役 井手修身】</p> <p>小値賀町の農業の核となる「小値賀町担い手公社」を軸として、今回、地域おこし協力隊が取り組んだ落花生の商品化・販売・流通を通して、小値賀町の第6次産業化のしくみづくりの一旦を担うことができた。</p> <p>事業を通して、特産品を商品化していく視点や、マーケティングの重要性、加工から販売までの仕組みづくりなど、地域おこし協力隊員が取り組んできた活動に対して助言・指導を受けたことで、隊員のスキルの幅が広がったことは良かった。</p> <p>「小値賀町担い手公社」が6次産業化に向けた事業を実践できたことは、離島である地域において、良き下地となり良かった。</p> <p>地域おこし協力隊が、地域経済への活性化に資するべく活動していることが、きちんと生産性を生み、定住の基礎となりうるが見出せた。</p> <p>・将来目標として、 ○特産品の商品化、販売体制の構築 落花生 5年後 売上6千万円 ○新規雇用の創出への展開 8人 ○若者、起業者の定住促進</p>
<p>外部専門家活用のポイント</p>	<p>○プロジェクト全体のアドバイザーとしての活用</p> <ul style="list-style-type: none"> プロジェクト全体のアドバイザーとして、中長期的な収益確保を見据えた指導を得ることで、隊員のみならず地域全体の雇用拡大の枠組みづくりの検討が進んだ。 <p>○専門家のネットワーク等の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> 外部専門家が有するネットワーク等を積極的に活用し、離島において不足しがちな外部とのネットワーク構築やマーケットニーズ把握を進めた。





外部専門家活用事業 参考資料



○事業中間報告会開催概要

① 目的

地域力創造のための起業者定住促進モデル事業の派遣外部専門家、市町村担当者及び関係者が一堂に会して取組状況の中間報告及び意見交換を行うことで、外部人材を活用した地域課題解決手法の有効性や、効果的な展開に向けた課題を明らかにすることを目的とする。また、当事者間の相互交流によって意識向上や刺激を得ることにより、後期の取組のさらなる進展を促す機会となることも期待する。

② 日時及び場所

- i) 日時 平成24年12月26日(水) 13:30～17:30
- ii) 場所 東京都千代田区永田町1-1-35 全国町村会館

③ 出席対象者

- i) 外部専門家 (9名)
- ii) 対象市町村担当者 (1市町村1～2名)
- iii) その他各地域の事業関係者 (地域の関係者等が発表者となる場合)
- iv) 総務省 (地域力創造審議官、地域自立応援課長 ほか地域自立応援課担当者)
- v) 事務局 (株式会社価値総合研究所)

④ プログラム

- 開会 総務省挨拶
- 各地域(9地域)の取組状況報告
 - ・各地域で展開している取組について、その目的、目標、特徴、これまでの取組の経過、成果、今後の課題等を、各地域ごとに報告
- 意見交換
- 閉会

⑤ 意見交換でのコメント要旨

- i) 地域づくりにおける外部人材(地域おこし協力隊)活用のポイントについて
 - ・外部の視点というのは非常に刺激があって良いことだが、地元からすると信頼関係があってからこそ受け入れることができる。理論や熱意も大事だが、地元の方との信頼関係がまず重要であり、その中で、やれるところからまず具体的に糸口を見つけていくことが必要である。
 - ・それぞれの地域おこし協力隊員に、本当に起業までを求めるか、きちんと考える必要がある。実際、2年、3年で起業までを求めるのは厳しい面もある。この事業でも、起業するきっかけや動機づけ、チャンスや機会を提供することはできると思うが、起業だけが出口ではないはずである。
 - ・起業だけでなく、地域で活動をする中で、例えば公社や企業体、事業体が雇用を吸収していくことのほうが、最終的な地域の産業や経済に効果があるのではないかと思う。
-

-
- ・少なくとも、何らかの形で1人の人件費を生み出す粗利をつくれるような事業にすることを目指すべきである。雇用を吸収するために、どれくらいの利益を上げるべきか。本来的な到達目標を、僕はもっとシビアに握るべきではないかと思う。
 - ・初期の段階はそこまで行かなくても、数年後に達成すべき目標値の議論を、数字も含めてされてもいいのではないか。
 - ・目標は、属性によっても目標数字が違おうし、個人で起業化してやるのか、サラリーをもらいながら事業体の中でやっていくのか、それを普段から行政と確認して進めていくことがポイントである。

ii) 地域を巻き込んだ取組を進める上でのポイント

- ・成功は、まずはマーケティングや市場性の部分で判断できる。また、特定の地域が、特定のジャンルに絞ることで、成功確率が格段に上がっていくという傾向がある。
- ・首長や組織の長など、地域の方々の力を借りてイベント的に開催し、メディア向けにPRする。そうすると、翌日の新聞・テレビ等に流れそれを見て今度は二次媒体である雑誌やコミュニティ誌がそれについて追随してPRしてくれる。
- ・新規事業については、地域内でいろいろなところから横やりが入ることがあるが、その横やりについては、ベテランの方々をうまく活用することも有効である。若手だけでは地域文化の理解などで知見が浅い面があるが、そこでベテランの方々の力を借りると、取組に厚みが出る。
- ・行政が6次産業化などを進めていても、それが住民に必ずしも価値が認識されていないケースもある。議会など地域のリーダーも、地域内でお金を稼いでいる人が多いと、外から稼ぐという意識が引く場合もある。外からお金を稼ぐということ、そのために六次産業化などの取組を進めるということについて、地域のリーダーや関係者にその価値や意義をきちんとわかってもらうことも必要である。
- ・今の時代、特に地方では、個人に任せるのではなく、しっかりした第三セクター的な事業の展開も不可欠になってくると思う。

iii) 地域おこし協力隊の効果的な募集について

- ・都市と地方との交流をやっているNPOなどのネットワークを活用して、起業や交流を指向する人材にアプローチすることも有効である
 - ・集落の活性化を応援してもらい、いろいろなものを提案してもらいということが入ってきてもらい、そのうえで、せっかくなので起業してみたいかというアプローチもある。
 - ・小さな村では、専門分野のスタッフがなかなかいない。専門分野の能力を生かしてもらいながら定住してもらいということをアピールする。
 - ・専門的知識や意識の高い人材を引っ張るためのネットワークを、民間、行政など様々なところを通じてプールしておかないと、なかなか情報として発信しても伝わらない面がある。
 - ・地域にすれば若い子が来るというだけでもうれしいというような反応があるが、それでもやはり1つのミッションが必要であり、こうした事業を活用してミッションを明確化していくことも有効である。
 - ・以前は、島おこし協働隊や耕すシェフなどネーミングのよさおもしろさで、マスコミも取り上げたり注目が高まった面もあるが、最近は地域おこし協力隊の知名度も上がったので、「地域おこし協力隊」で募集をかけたほうが、かなり効果があるのではないかと思う。
-

-
- ・漠然と地域おこしとうただけでは、多くの自治体が募集する中で人材の奪い合いが激化しており、また採用される側もどこの地域がいいかなかなか決められない。そのような中で、おそらく最近の若い人たちはやりがいのある仕事を求めている。給料、環境といった面もちろんあると思うが、やりがいのある仕事で、社会の中での自分の位置づけや、自分が頑張れば実社会がこうよくなる、貢献できるのだということを明確に伝えられるような業務内容にすることが大事だと思う。
 - ・ミッションを絞り込むと、公募する際に情報を出す出しどころが非常に明確になる。たとえば生物多様性であれば、生態学、生物学に関連するメーリングリストに出すと情報が広まる。
 - ・協力隊の予備軍を育成することも大事だと思う。学生のインターン、実習生の受け入れをやっていくことが1つのリクルート活動になる。一度、学生のときに地域おこしや自然保護を学ぶと、そこがずっと好きになって気にかけてくれる。そういった彼らが地域のサポーターとなり、地域の情報をどんどん広めてくれる存在にもなる。
 - ・地域として協力隊の活用に取り組んでいくことも大事だと思う。地域間のパイの奪い合いということではなく、やはりパイを皆で大きくすることが大事である。これからさらに地域おこし協力隊制度を活用していく中では、人材も不足してくると思われる。みんなでパイを大きく育てていかないといけない。
 - ・東京を中心とした全国的なネットワークでのメルマガとかを活用することもあるが、地元の人たちのネットワークの中で、例えば今地域の外に出ている人をその人たちが口説いて連れてくるとか、地元ネットワークを持っている人がコラボで入ると、とても地域に入っていくやすい。
 - ・活用できるネットワークは何でも使うということ。また、都会で悩んでいる人たちも多ので、そうした人々をピンポイントで口説いて連れて来るということもやってもよいと思う。
 - ・募集は、無料のメルマガやHPもあるが、やはりメディアに取り上げてもらえるようなパブリシティが重要である。パブリシティに出るには、こだわり、背景などメディアがそれを取り上げたくするようなキャッチコピーとかまで考えることが必要。
 - ・また、有料のウェブサイト、求人サイトはやはりそれなり効果がある。人材要件が明確であれば、ストレートに職やエリアを求めている人に響く。
 - ・結果的に、方法論はいろいろなメディアを使わないとにならないが、少しターゲットティングするとことも非常に重要ではないか。
 - ・Iターンに絞ってみれば、大きくは「地域を選ぶ人」と「職を選ぶ人」に明確に分かれる。地域を選ぶというのは、いわゆる暮らしとか、住まいとか、子育てとか、最初から地域ありきでそこでの暮らしや職、自然環境を求めるケースである。一方で、地方だけれど職を選ぶというのは、何の仕事で自分を発揮できるかというのが前提となる。地方の定住促進では、職よりも暮らしや地域の情報発信が多いが、こうした職、雇用条件を求めるケースも多い。こうした場合、対馬のように、募集の人材要件がはっきりしているほど響く。農産品加工、販売、マーケティング、デザインなど、絞り込まれるほど、相手に伝わりやすい。何となく田舎に来てくださいというのは、応募できない。
-

○外部専門家活用に対する財政支援

総務省では、地域力創造のための外部専門家（「地域人材ネット」登録者）を招へいすることによって地域独自の魅力や価値を向上させる取組を行う市町村に対する財政支援を実施しており、概要は以下のとおり。

- ・ 外部専門家を年度内に延べ10日以上活用することに要する経費（旅費、謝金（報償費）。先進市町村職員を活用する場合は旅費のみ。）を特別交付税（「地域力創造のための外部専門家の活用に必要な経費」調）の算定対象とする。
- ・ 1市町村当たり以下に示す額を上限額として、当面、連続した任意の3年間（1市町村につき1回に限る。）の財源手当とする。

外部専門家活用区分		財政力指数 全国平均	上限額 (千円)		
			初年度	第2年度	第3年度
1	民間専門家等活用	平均以下の市町村	5,600	3,500	2,100
		平均超の市町村	2,800	1,750	1,050
2	先進市町村職員 (組織)活用	平均以下の市町村	2,400	1,500	900
		平均超の市町村	1,200	750	450

第II章 地域力創造セミナー

II-1 地域力創造セミナーの目的と趣旨

地域力創造セミナーは、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目的で地域活性化に興味のある行政職員、地域づくり団体職員等を対象として実施した。

表 II-1 平成 24 年度の地域力創造セミナー開催概要

回・開催日	開催場所	開催テーマ	テーマ趣旨
第1回 8月7日	世界貿易センタービルディング コンファレンスセンター (東京都港区)	ICTが紡ぐ地域づくり・人づくり	ICTを活用した多様な地域力創造の可能性、特に地域がソーシャルメディアを活かすための視点や押さえておくべきポイントについて実践者から学ぶ。
第2回 9月25日 ・26日	唐津シーサイドホテル (佐賀県唐津市)	外部人材のスキル、個性の活かし方について考える	外部人材の力を活かした地域活性化の進め方・ポイントについて起業者定住モデル事業の採択地域の取組から学ぶ。 二日目は地域おこし協力隊員が活動している場所や地域を見学し、地域の関係者等との交流を行う。
第3回 10月29日 ・30日	中津川市にぎわいプラザ (岐阜県中津川市)	地域課題の解決を兼ねた外部人材等の定着支援について考える	外部人材の力を活かした地域活性化の進め方・ポイントについて起業者定住モデル事業の採択地域の取組から学ぶ。 二日目は地域おこし協力隊員が活動している場所や地域を見学し、地域の関係者等との交流を行う。
第4回 12月10日 ・11日	ベリーノホテル一関 (岩手県一関市)	地域力創造に向けて外部人材と外部専門家の活用について考える	外部人材の力を活かした地域活性化の進め方・ポイントについて起業者定住モデル事業の採択地域の取組から学ぶ。 二日目は地域おこし協力隊員等が活動している場所や地域を見学し、地域の関係者等との交流を行う。
第5回 3月7日	世界貿易センタービルディング コンファレンスセンター (東京都港区)	クリエイティブデザインによる地域力の創造	芸術・文化を地域力創造に結びつけるための視点やポイント、拠点的な展開と面的な展開の実践的具体例等について実践者の方々から学ぶ。

II-2 地域力創造セミナーの実施概要

(1) 第1回地域力創造セミナー

① 開催概要

テ ー マ : ICTが紡ぐ地域づくり・人づくり
開催日時 : 平成24年8月7日(火)
開催場所 : 世界貿易センタービルディング(WTC) コンファレンスセンター(東京都港区)
受講者数 : 96名

② プログラム

- 開会(13:15)
- 講演
- 基調講演(13:35~14:35 60分)
「創造的過疎づくりにおけるICTの使い方」
講 師 大南 信也 氏
(NPO法人グリーンバレー 理事長)
- リレーセッション(講演)1 (14:40~15:20 40分)
「生活者発の自前メディアがまちを創る
ーソーシャルメディアを駆使した人のつながり創りとまち創りー」
講 師 高橋 明子 氏
(アクション・リサーチ代表/一般社団法人八百万人事務局長)
- リレーセッション(講演)2 (15:35~16:15 40分)
「ICTで甦る地域の絆
ー災害に強い地域ネットワークづくりを目指して」
講 師 和崎 宏 氏
(インフォミーム株式会社 代表取締役)
- パネルディスカッション (16:20~18:00 100分)
「ICTを生かした地域づくり」
コーディネーター 牧 慎太郎 (総務省地域自立応援課長)
パネリスト 大南 信也 氏
高橋 明子 氏
和崎 宏 氏
- 閉会(18:00)
- 名刺交換会(情報交換会) (18:00~18:30 30分)

③ 講演要旨

<基調講演>

創造的過疎づくりにおけるICTの使い方

講師 大南 信也 氏 (NPO法人グリーンバレー 理事長)

神山町は徳島市から車で40分ほどの人口6,300人の中山間の町である。この神山で地域づくりを進めるグリーンバレーでは、3つのビジョンを掲げている。1つめは「人をコンテンツにしたクリエイティブな田舎をつくる」、2つめは「多様な人の知恵が融合する場『せかいのかみやま』をつくる」、3つめは「創造的過疎による持続可能な地域をつくる」である。さらに、「できない理由より、できる方法を！ その方法が見つかったら、とにかく始めろ！」という考え方（グリーンバレーウェイ）を掲げ、活動を進めている。



取組のきっかけは、1927年にアメリカから母校に送られた青い目の人形を、1991年に30名の訪問団を結成して里帰りさせたという国際交流がスタートだ。当時の情報通信の手段はファクシミリで、週に二、三回のやりとりが限度だった。この里帰りを機に1992年「神山町国際交流協会」が設立され、1997年に徳島県が神山町に「とくしま国際文化村」を作る構想を発表する。このとき、メンバーたちは、国や県が設置したものである、将来的には地域住民が管理・運営する時代が来ると考えた。そうだとすれば、最初から自分たちの思いの詰まったものをつくろうと考え、地域住民で「国際文化村委員会」を設立する。これが2004年にNPO法人化され「グリーンバレー」となる。

国際文化村のコンセプトは「環境」と「芸術」。「環境」では道路の区間ごとに企業などのスポンサーに割り当て、行政に代わって清掃をするアドプト・プログラムを実施した。「アート」では、日本の片田舎で、地域住民と一緒に作品を作るアーティスト・イン・レジデンス。弱点である「お金がない」と「IT」を使えたことが、より意識の強いアーティストを引きつける仕組みができた。欧米の美術大学、美術家協会、美術館に応募案内のメールを出し勧誘している。ただ応募料として50ドルをお願いする。この応募料から書類の送付費用を除いたものが自主財源となり、補助金がカットされた現在でも継続実施されている。また、落選した応募者にメールでアンケートをとった結果、宿泊施設、アトリエ施設が提供できれば滞在したいと考えるアーティストがかなり多いことが分かりこれを整備した。2008年くらいからはサービスを有償で提供し、アートの制作滞在旅行をビジネスにできないかと模索を始めた。

そこでウェブサイトをつくり、広報を開始したところ、古民家情報へのアクセスが多いことがわかった。サイトの「神山で暮らす」コーナーから神山に移住したい人から連絡が入り始める。そして2007年「神山町移住交流支援センター」が設置され、運営がグリーンバレーに委託された。

センターの目的は、過疎化・少子高齢化・産業の衰退等の地域課題の解決であることから、子供を持つ若い夫婦などを優先しており、移住者の平均年齢が30才前後と若いのが特徴である。また、神山では将来、町にとって必要になるとされる働き手や企業家を逆指名で公募するプログラム「ワーク・イン・レジデンス」を行っている。2010年からは「空家町屋」という事業で商店街にも新しいお店を誘致しているところである。

誘致や誘人の方法は、ネットだけではなく、人との繋がりを大切にする「神山スタイル」で行っている。たとえば、英国人トム・ヴィンセントさんが借りている町屋「ブルーベアオフィス神山」では、本人が使っていない時には知人のクリエイターなどが都市や海外からやって来て滞在しながら仕事をしている。こうした動きや人の往来の中からサテライトオフィスが生ま

れることになる。1999年以前は、神山はほぼ移住とは無縁な場所であった。しかし、現在は、先ほどのように、人が人を呼ぶという連鎖と循環が起きている。

地域づくりを進めるにあたり、その地域の経年変化を視覚的あるいは感覚的に捉えるだけでなく、可視化（数値化）することが大事である。神山町では、持続可能な将来の人口構成について目標を設定し、それを逆算して今やるべきことを考えている。過疎は止められないかもしれないが、コントロール（創造的過疎）することは可能なはずだ。そして、ICTという手段を使うことにより暮らし方・働き方の幅が広がる。モノを中心とした仕組みは必ず飽きがくる。神山では、人は循環させることによって継続的に新しいモノを作り出す仕組みづくりを進めている。

<リレーセッション（講演）1>

生活者発の自前メディアがまちを創る

—ソーシャルメディアを駆使した人のつながり創りとまち創り—

講師 高橋 明子 氏（アクション・リサーチ代表/一般社団法人八百万人事務局長）

今日は「生活者発の自前メディアがまちを創る」というテーマで、3つのことをお伝えしたい。

一つ目はICTの活用は「場を広げる」ということ。地域づくりはリアルな空間の中で行われるが、ネット空間も使うことで、「場」が広がる。例えば私が代表を務めている「杉並テレビ」は、まちづくりを行う任意団体のネットテレビだ。この「杉並テレビ」で、店主や地域住民が「店主(住民)ディレクター」となって商店街の商業を何本も作り、その作り続けたCMを1年分集めて歳末イベントの時に放送するという5時間ネット中継を行った。イベント時には街頭テレビも置いたところ、非常に盛り上がった。



これはリアル空間のイベントである歳末大売り出し時に、ネット空間での中継を組み合わせ、さらにそれをリアル空間の街頭テレビで視聴できるようにしたことで、「場」が幾重にも広がった例だ。またネット放送したものは、事後にもアーカイブとしての視聴も可能である。この取組みは、翌年の東京都の商店街グランプリを杉並区で初めていただいた。

また、ネット上の場を活用し、全国の生活者が知恵を出し合いながら地域の課題解決に取り組んでいこうと昨年、一般社団法人「八百万人」を設立した。コンセプトは「番組づくりは地域づくり」。番組をつくるのが目的ではなく、制作の過程で地域の課題を一緒に解決しようという地域づくりの試みである。地域づくりテーマは多岐にわたるが、ネットを駆使すると、ネットの中にも場ができ、全国や世界の「ヨソ者、バカ者、若者」の力を借りて、課題解決の糸口を探ることができる。

2つめは「使える道具は何でも使う」ということ。例えばこの5月に、総務省情報通信月間行事としてとうほうTVと八百万人で30分5時間中継を行った。人口2500人の福岡県東峰村をキーステーションとし、全国30か所の中継箇所とskypeで結んだ映像を、東峰村からUstreamで生中継。村内は、ソニーのロケーションポーターという機材とケーブルテレビのネットワークを活用、裏方のホットラインはFacetimeやgoogle+等、無料で使えるソーシャルメディアを駆使して、お手軽な30分中継を実現した。この取り組みもごく一例で、今、自前メディアの道具となるソーシャルメディアは多数出揃っている。使える道具はなんでも使う発

想で、その時々々に自分たちに一番合うものを選んで使っていけばよい。

3つめは、月並みかもしれないが、「自前メディア」とは究極には「人」である、ということ。ここで改めて私どもの取組んでいる「住民ディレクター」は「日々の生活の知恵を受発信しあい、豊かな暮らしを創造する住民」と定義している。例えばつい先日の九州北部豪雨の際、東峰村ではスクールバス運転手の住民ディレクター(梶原伯夫)さんが Facebook を利用して、不通区間、迂回路、復旧の状況を日々刻々と流していた。するとそれを見た人には、「ここは通れないんだ」「でも無事なんだ」といった東峰村の情報が自然に伝わる。

ではどうしたらそのような人が増えるかといえば、そこで「番組づくり」が大きな力となる。番組は、企画、撮影、取材、編集、放送と、多くのステップを経て完成する。そのプロセスを通じて、地域づくりのプロデュース力が身に付くというのが、八百万人の岸本理事長の発想だ。先ほど紹介させていただいた八百万人では、様々な企画会議をネット上で、ワイワイやりながら、番組制作のプロセスを通じての人材育成を目指している。

今後の地域づくりでは、そういった人が、「自分が語る」ことが大事になってくるのではないかと感じている。例えば、住民ディレクター講座をさせていただいて、「今一番伝えたいことを話してみてください」と投げかけると、最初は「えー」とおっしやっていた参加者の皆さんが、びっくりするくらい語って下さることが多い。さらには、それは必ずしも具体的に話すことでなくてもよい。東峰村の5時間中継時の写真(資料)にあるカメラマンお二人は70代の方で、趣味はカメラ。この趣味を活かして撮影を担当して下さったり、さらに本業の大工業の腕を活かして撮影用のグッズまで作ってくれるそうだ。そういう行動も含めて「語る」、「自分を生かす」ということ。

一人ひとりが生かされる場を作ると、自然にそれが自前メディアになっていく。そのような場を、東峰村の取組をモデルとしながら「八百万人」という場で展開している。来る9月15日には、東北の皆さんと「東日本の今」という自前メディアの取組(中継)を予定しているので、ぜひご覧いただければ幸いである。

<リレーセッション(講演)2>

ICTで甦る地域の絆ー災害に強い地域ネットワークづくりを目指して

講師 和崎 宏 氏 (インフォミー株式会社 代表取締役)

関西出身の私が阪神淡路大震災の時に見たものは、いわゆる災害ユートピア現象というものだ。避難所でみんなが助け合うことによって充足感が生まれる。これはだいたい1カ月、1,000時間ぐらい続くと言われるが、その後はだんだん消えてしまう。この希薄化した世の中において人のつながりがうまく見えると、社会はもっと良くなるんじゃないのか、その時使う道具がICTと考えている。

1996年4月から、シリコンバレーで「Netday」が始まり、日本でも1997年ごろから千葉県の前橋、群馬県の前橋、兵庫県の前橋で取り組みが始まった。「Netday」は学校のコンピュータ等をネットワークやインターネットへつなぎ、学校教育に役立てようとするものだ。朝、学校に集まって、お父さんたちは天井裏にケーブルを這わせている間、お母さんたちがお昼のカレーを作り、子どもたちはその様子をカメラやビデオに撮ってホームページをつくる。

「Netday」で見えてきたものは、自分が何か親切にしてもらったら、他の人にも親切にする



という社会関係資本（ソーシャルキャピタル）が作られる。そういう気持ちがネットワーク化されていると社会はうまくいく。「Netday」は地域に眠っていたソーシャルキャピタルを、共同作業の中で見える化し、継続するような形にもっていくものである。

よく行政だけでやらなくてもいいことも行政がやっているということがある。住民も、住民だけではできないことがある。この重なる部分があって、これをいかに一緒にやるかということだ。

ソーシャルキャピタルのいいところは、仕事が早く、品質の高い仕上がりの費用があまりかからず、持続可能であるということである。また、政策への関与もできる。

ソーシャルメディアには Twitter、Facebook、ゲーム系、ミニブログ系などいろいろあるが、Twitter、Facebook が伸びている。Facebook の利用者は4分の3が30才以上で、Twitter はこれより7~8才若い。Facebook は実名制と言われているので安心と聞くが、2割ほどはウソ名と言われ、安心・安全な世界ではない。地域 SNS を行う場合、安心・安全と、発言のしやすさはとても大事である。ソーシャルメディアを上手く地域に実装すると、自分たちで考えて、自分たちで旗を振って、自分たちで汗をかいて、自分たちで報告書を書くなど、地域でがんばっている人たちをつなげるという、人材の融合が始まる。

日本では1200年くらい前、平安の中期・末期ごろから地域の中で支え合うという地縁ネットワークがあった。ただ、今の世の中、地域の情報量があまりにも多くなりすぎているので、自分のエリアをきちんと把握しながら活用する必要がある。そのためには「今だけ」、「ここだけ」、「あなただけ」というコンセプトが重要で、これにより情報の信憑性が高まる。兵庫県の「ひよこむ」は、実名登録、完全招待で、招待した人は招待者が面倒みなさいよという仕組みにしている。これは管理者が面倒をみきれないからでもある。また、地域活動の情報共有の場として、地域 SNS 全国フォーラムを半年に1回して、今年の6月で10回目を迎える。この結果、「ひよこむ」では、防災訓練をやったり、「姫路おでん」という地域ブランドを作ったり、B1 グランプリで実況ライブをやったり、被災地支援などにリアルな活動が生まれている。

また、全国にはいろいろな地域 SNS が動いている。たとえば、学生を中心としたボランティアで震災の被災地支援をおこなっている「盛岡のモリオネット」や、鶴ヶ島の市民協働プロジェクトなどがある。地域 SNS は地域でタコ壺にひたっついてはいけけないので、様々なソーシャルメディアと一緒に連携し、それぞれのいいところ、特徴的に生かして、新しい社会づくりをしていくという運用が必要である。

また、地域 SNS は実は災害にも役立つ。たとえば、兵庫県佐用町の「さよっち」が平成21年の9号台風の水害の際、古いタオルを頼みますと、たった4日間で4万枚集まった。東日本大震災の時には、「村つぎ」リレーで必要な物資を集めながら継続的に届けている。平常時には地域活動の情報発信をやりながら、災害が起こったら、いろいろな組織と連携をしてキチンとした情報を発信していく。被災で自分たちが情報発信できない場合は、近くの人たちが手助けする。遠くが被災したら「村つぎ」で必要な物資をできるだけ早く的確に届ける、そういうような担い手に地域 SNS がなってくれればと考えて動いている。

<パネルディスカッション>

テーマ：ICTを生かした地域づくり

コーディネーター：牧 慎太郎 氏（総務省地域自立応援課長）

パネリスト：大南 信也 氏、高橋 明子 氏、和崎 宏 氏

大南 信也 氏

災害などの情報は、行政がすべての人にきちっと伝えるのが重要だが、まちづくりやアートなどという話になると、平等に伝える必要性はなく、興味のある人に必要な人にダイレクトに伝わるのが大事である。

アート事業の運営費は、1999年に神山町と徳島県の補助金を活用したがお金を出してくれた。しかし、神山町からの助成が210万円から140万円に減額になったり、徳島県は2005年で終了。2000年から5年間いただいた文化庁も2004年で終了した。その中で、アサヒビールやベネッセなど民間の協力を得ながら、14年間続けている。ウェブサイト「イン神山」は、最初から誰でも記事更新ができるようなシンプルな仕組みとなっていて、使いやすい。職業訓練塾の運営やグリーンバレーの事業利益などから、年間50万～100万円くらいをサイトの改良に充てている。

アートのプログラムを始めても、最初のうちはほとんどの人が無関心だった。このため、メーリングリストをつくり、その中で自分たちの将来の夢とかについて、ボケとツッコミ風な役割を演じる人間を仕立てて、面白おかしく展開を見せていった。これは効果があった。メールを多用したのはメールが一方通行だから。「忙しい人は来ないでください」といった感じに投げかけるとかえって気軽に参加できる。「また、興味があれば、一緒にやろう」くらいの柔らかな関係がメールで作られる。いろいろ活動をしてきたが、最初の5年間はほとんど変化が見えない。変化が見えないといっても、実はちゃんと変化していて次の5年間くらいでその変化が徐々に見えてくる。とにかく地道に続けていくというのが大切。



高橋 明子 氏

九州北部豪雨の際、どこが寸断されているなどFacebookの情報が助かったという話はあったが、一方で、やはりお年寄りには届かなかったという話も確実にあった。ただ、東峰村の場合は、ケーブルテレビがあり、これと繋がっていることで相乗効果を生み出している。放送と通信の融合というのは古いかもしれないが、自前メディアには既存のマスメディアも含めて考えていけるとよい。

運用費としては月数万円であってもNPOや地域の任意団体が払うのはハードルが高い。そんなとき、自治体の支援はやはり重要で、あともうちょっとで芽が出るのにというところで(支援を)やめてしまう自治体や事業が多いのは残念だ。

ICTは単なる道具だが、例えばビデオカメラがあることでコミュニケーションが深まったり、情報が「見える化」される。表情や声の調子を含めた総合的なメディアなので、「本音」の語り合いが始まりやすい。八百万人では、今後も、仲間同士が本音で語れる地域づくりの「場」を、使える道具は何でも使いながら、つくっていきたいと考えている。一人ひとりが生かされる自前メディアを、どの地域も持つことは、地域づくりの大きな推進力のひとつになると考え



る。

和崎 宏 氏

地域のコンテンツは、「ある」・「ない」というよりも、見えていないだけである。人や歴史、文化がコンテンツだったりするが、そのコンテンツは実は隠れている。これをいかに「見える化」するのがソーシャルメディアの役割である。載っている情報コンテンツに意味があるのではなく、その情報コンテンツに心を動かされた人達が、情報を編集していくことに意味がある。



情報コンテンツを見えやすくして、誰にでも手に入るようすることを「キュレーション」と呼び、「キュレーション」には「プラットフォーム」がある。SNSのシステムを運営費は月数万円ほどかかるが、地域企業が地域SNSのスポンサーにお願いする、オープンにしながら協賛金を募うという方法も考えられる。また、SNSで稼ぐということもあろう。「ひよこむ」や「OpenSNP」では、SNSにある動画を街頭テレビにしてコマーシャルを入れるということにトライしている。地域を元気にするには地域経済が元気にならないといけないが、地域経済はぼろ儲けする必要はなく、トントンで十分に元気になる。クーポンを発行することにより何パーセントかもらうと月数万円になるので、ビジネスモデルは簡単に描けると思う。

ネットワークの広がりを感じると、一気に盛り上がるが、半年ぐらいですぐ飽きる。だから、みんな中毒の間に次のアクション、きちんと自分の居場所をつくり、自分がその中でどう貢献するか、自分が何をゲットしてくのかが見えるようにしてやる必要がある。



(2) 第2回地域力創造セミナー

① 開催概要

テーマ：外部人材のスキル、個性の活かし方について考える
開催日時：平成24年9月25日（火）・26日（水）
開催場所：唐津シーサイドホテル（佐賀県唐津市）
受講者数：64名

② プログラム

- 開会（13:15）
- 講演
 - リレーセッション（講演）1（13:35～14:35 60分）
「道の駅事業にマッチした人材の採用と起業サポート」
講師 中島 淳 氏（株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ代表取締役）
 - リレーセッション（講演）2（14:40～15:40 60分）
「島の観光事業の検討と担える人材の採用」
講師 養父 信夫 氏（株式会社マインドシェア「九州のムラへ行こう」編集長）
- 分科会（16:00～17:30 90分）
 - 分科会A「道の駅を切口とした集落の再生～コミュニティビジネスへの挑戦～」
コーディネーター：中島 淳 氏
パネリスト：和田 翔 氏（唐津市地域おこし協力隊）
パネリスト：山田 幸範 氏（唐津市）
 - 分科会B「観光を切口とした地域資源の商品化」
コーディネーター：養父 信夫 氏
パネリスト：木村 幹子 氏（対馬市地域おこし協力隊）
パネリスト：前田 剛 氏（対馬市）
- 閉会（17:30）
- 名刺交換会（情報交換会）（17:30～18:00 30分）
- 交流会（18:30～20:00 90分）

③ 講演要旨

<リレーセッション（講演）1>

道の駅事業にマッチした人材の採用と起業サポート

講師 中島 淳 氏（株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ代表取締役）

唐津市では、地域おこし協力隊員をベースに地域づくりを進める仕組みづくりを行ったが、まず私の場合は、地域づくりをやらうとする人を見つけ、その人たちが動ける環境、仕組みをつくることをポイントしている。

地域と都市部の間にはヒトとモノの流れがあり、まちづくりの最終目標は雇用を創出する企業誘致であるが、これは大変難しい。また、内部から地域を作り定住を促すという意味では、企業ではなく起業、地域おこし協力隊が要となる人材である。この地区では協力隊員が、販売と観光を形にして、よければ自分が残るといった仕組みを残すということが重要と考えた。



しかし協力隊員はお手伝いさんではない。私が自治体の方と情報交換をしていると、協力隊員受入れについて3つのパターンが見受けられる。まず協力隊員に来てほしいが、何をしてもらったらいのかなどの未確立の場合。これは協力隊員がゼロからほっぽりだされることを意味し、避けて通るべきである。次に、地域が、協力隊員が来るということで事業趣旨を把握している場合で、協力隊員のスタートダッシュがしやすい。唐津市の場合はこのパターンにあたる。3つめは来てもらった協力隊員へのミッションが明確な場合で、あまり縛りすぎると伸び悩むが、この場合はものすごくやりやすい。

協力隊員の所属、所在をどこに置くかは自治体によって大きく異なる。私は、協力隊員を受入れる前に、地域の課題や体制、何のために外部人材を入れようとしているのかを徹底的にお伺いすることにしている。今からご説明する唐津市「厳木(きゅうらぎ)」には買い物難民という社会問題があるほか、道の駅自体の活性化という課題も発生していた。

そこでフェーズ1では、私が先に地域に入り、公共事業体である道の駅をモノを売る、直売という通過客ばかりを相手するのではなく、地元の暮らしのためのものにするという、道の駅活性化プロジェクトを立ち上げた。道の駅が単独で、生産、出荷、販売、回収を効率化し、ブランドを作るというものである。

そしてフェーズ2では、協力隊員が産業振興協会に所属し、道の駅に入り、道の駅内部から変える、生産者を巻き込み、集落の暮らしを巻き込んで、生活を変えていくというように順序を整理した。協力隊員が来てから、まずレイアウト変更をした。何でこんなところにこれがあるんだろうとか、動線が切れているじゃないか、とか彼が気づく。効率の良い動線となることで、見かけが変わり、従業員も「あっ、何か変わらなくっちゃ」、生産者も「おっ、何か動き出したね、いよいよ」みたいなことが目にみえてわかるわけである。

そして、フェイスブックで協力隊員が情報発信をして、これまでにないネットワークが広がり、「つぼ焼き芋」、「ポップ」などが製作された。

その後のフェーズ3では、効率のいい販売促進ということで月に2回しか使用しなかった3トントラックを1トン車に買い替えた。

隊員が活動をして地元に入り込んでいくと、「じゃんぼニンニク」のポスターづくりのような仕事をリクエストされるようになる。それをきっかけに「開ける味噌」や、午前中に野菜を購入できる「買物温泉会ツアー」、地元の野菜を売るための「八百屋化プロジェクト」、公民館で買い物ができる「井戸端買物サービス」などのプロジェクトを立ちあげていった。

これらの私の報告から言えることは、この協力隊員には創造力、起業マインドがあり、地域

に入り込むだけではなくて、いったい何が必要なのか、自分はこう思う、というようなことを常日頃から情報交換をするというコミュニケーション能力および状況判断力を持ち合わせている。これは、協力隊員が肌で感じていることだが、生活して、地元の暮らしに入り込んだからこそ分かる人間関係というものが、このバランスを見ながら動かしていくというのが、協力隊員に必要な力である。

<リレーセッション（講演）2>

島の観光事業の検討と担える人材の採用

講師 養父 信夫 氏（株式会社マインドシェア「九州のムラへ行こう」編集長）

今回のテーマを若干アレンジした「シマの生命をマチの暮らしに、マチの活力をシマの生業に」を実現するために必要なこととして、まず3つほど提案したい。一つめは地域おこし協力隊、外部人材を導入してほしいこと。今は、都市部の人たちが農村の持っている食、スローフード、スローライフを求める時代になって、ヨソ者の視点を持った人材が定住して入っていくという手法がとても有効だ。二つめは、今回の総務省のモデル事業他定住自立圏、過疎債のソフト事業を活用し、人を募集すること。三つめは都市部の民間企業とも連携しながら、都市部の消費者をつなげていくということ、である。



九州はグリーンツーリズムのメッカと言われ、大分県の安心院、長崎の「松浦党」の民泊型教育旅行などがあるが、こういう新しい観光はブームにもなっているので、ややもすると、旅行会社の受け皿組織づくりに終わる。第一次産業を盛りたてるためにどう六次産業化を進めるかが大事。佐賀県三瀬の「具座」では「旨食は民泊にあり」ということで、農家民泊自体が、その周辺の直売所となり、一個一個のグリーンツーリズム拠点、ひとつの中核になって、ムラの六次産業化を進めている。目指すところは、地域の六次産業化であるが、それぞれ役割がある。同じ集落の中でも、Aというお宅は民泊もやれる、Bというお宅は農産物、Cというお宅は二次加工で頑張る。ここで必要なのは、コーディネートできる人材としての外部人材や地域おこし隊と、受け皿組織としてのグリーンツーリズムの拠点である。

このグリーンツーリズムを今、都市部の人たちがどんな旅を求めているかというのを、「ムラたび」という言葉で定義しているが、物語性のある着地型観光の商品づくりが大事で、宮崎県の旧北郷村の炭焼き職人の事例のように、最後は移住・定住にもつながるといった例もある。今までの観光はどちらかというとオールマイティであったが、「あなただけ」のテーマをたくさん作ることが重要である。この着地型観光で人を呼ぶ、シマの産品、モノを売る PR には、ブログ、フェイスブックが有効である。

コーディネートできる組織をどう作るのかの一つは、観光協会が考えられるが、会員には、第一次産業系の人たちが少ないので、着地型観光の受け皿になりうるにはワンクッション必要である。行政が最初にグリーンツーリズム協会などの新しい観光の協議会を作り、その組織を使ってグリーンツーリズムの受け皿組織として機能させる。二つめは、生産者とつながっている、道の駅、直売所、農業レストランなどに拠点の核として新しい観光の受け皿になってもらう。三つめは行政マンが脱藩して、自ら NPO を作り、起業化するやり方がある。

地域資源はプラス資源とマイナス資源があり、そのマイナス資源に着目して、プラスに変えていくという視点も大事である。「ムラの生業プロジェクト」は都市に住んでいる人たちが農

村、漁村のグリーンツーリズムの拠点につなげ、地域の中でまだお金になっていないものを六次産業化の中でお金に買えて、雇用を創出するプロジェクトである。加計呂麻島のケースがある。

地域創造力アドバイザーとしての自分の役割は、地域の六次産業化で起業する際の有用なネットワーク、企業、事業をつなげることである。今まで、僕らの世代は、どう事業を組み立てて、ムラの生業を作っていくのかという、先にそこをどうしても考えていくが、今の若い 20 代、30 代の人たちは、まずは本当に自分の自己実現のために入っていく。そんな中で 3・11 が起き、自己実現のためには、どんな限界集落でもどっぷりと入っていく。入ってきた瞬間に、地域にいろいろな化学反応が起き、その次のステップにいく機動力になっていく。

<特別セッション>

対馬市の取組

講師 前田 剛 氏（対馬市地域再生推進本部主事 島おこし協働隊事務局担当）

私は、ツシマヤマネコに魅せられ 7 年前に対馬に移住した外部人材だ。妻も福島県出身で I ターン者である。私が地域に入って感じることは、人はいるけれども、想像以上に人材力が低いということだ。自治体合併などにより、職員の業務量が増え、地域おこしをやりたくても専念できない現状だ。離島では、人を雇うお金もないし、ボランティアもない。集落の存続すら危うい状況になっている。行政はよく「掛け算的なこと」をやって地域を盛り上げようとするが、地域がマイナスの状態では掛け算をやっても、やはりマイナス状態にしかならない。外部人材の導入などで、地元のやる気、自主性を高め、プラスの状態にしていく必要がある。まず、補助金ではなくて、補助人から力を入れるべきであろう。都市部には、地域振興に貢献したいとか、自然豊かな田舎暮らしを憧れる人材がいる。



総務省の制度はまさに理想的だと思った。しかし、総務省から財政支援があるといっても、特別交付税による財政支援なので、地方自治体側からすると内部調整は大変苦勞を要した。

漠然と地域おこしと謳うだけでは人は集まらない。ミッションとビジョンを明確にして訴えていくことが必要だ。震災の影響もあって、昨年 4 月からの予定が、昨年 6 月に本格開始した。隊員 5 名中 2 名が博士号取得者で、その熱意と能力にみな驚いている。

外部人材の強みは、外のネットワーク、大学、専門家、企業 CSR などと結びつけて、新たな可能性を広げてくれることだ。

I ターン者、U ターン者、地元の人がいる社会を混住化社会というけれども、ここにちゃんとした地位と役割を与えられた隊員が入ることで、UI ターン者の熱意や能力をフルに発揮できるし、今までしがらみによって結びついていなかった人と人が線で結ばれ、地域おこし活動が加速化している。協力隊は、地域活動を応援する立場だが、実際には、「地域おこし協力される隊」になっている。隊員たちががんばっていると、みんなが共感・感動して、地元、行政も協力したいと思うようになる。

ただ、いいことばかりではなく、行政が隊員に対して何を期待しているのか分からないという不満が非常に多い。担当職員、担当課長が熱意と行動力をもって共に歩む姿勢が求められる。トップダウンで導入している自治体は苦勞しているようである。

また、ビジョンや業務内容を明確化するのも大事だが、かえって自由度を奪うのも問題であ

る。要は、隊員が持つ熱意と能力をいかに引き出すかということがポイント。自治体の職員が、初期は隊員のそばにいて、一緒に汗をかいて、悩みを聞いて、隊員の得意技、能力は何かということを見極めた上で、小さな成功ストーリーを作るのが大事である。

あと、「人の頭数」ではなく、「人口の質を補完する存在」だと捉える必要がある。また、行政業務の肩代わりは絶対行わせるべきではない。

私は地域おこしに危機感を持ってやっている。IMFは国の債務が1,000兆円である日本はあと10年もたないと言っている。今の中央のビジネスモデルや行政のシステムが崩壊しようとしている中で、対馬市は、ほとんど国の財政に頼っている。国がつぶれたときにどうなるか、今から自分たちが企画立案して、地域が自活できる能力を蓄え、仕組みを考えておかないといけない。国の旧漢字は「國」と書く。地域を囲ったのが国であって、地域を再生することが、国の再生につながるはずである。ぜひ他の自治体においても、地域おこし協力隊の制度活用を推進してもらえればと思う。



<分科会A>

道の駅を切口とした集落の再生～コミュニティビジネスへの挑戦～

コーディネーター：中島 淳 氏

パネリスト：和田 翔 氏（唐津市地域おこし協力隊）

パネリスト：山田 幸範 氏（唐津市）

中島 淳 氏

まず、協力隊員として、和田君が厳木に入り、苦勞しながらもわずか1年でここまで企画を進めているのはすごいと思う。

道の駅自体、もしくは厳木の日々の暮らし、例えば、忙しかったら稲刈りを手伝うなどの協力隊員による集落支援員的な動き方はある。

また、仮定として、「協力隊員はずっとこの地にいる」つもりでいなければならない。そのとき、めちゃくちゃ儲からなくても良いとは言えど、食べていけるようなしくみも作らなければならない。要は経済的に回る仕組みをどう作るかがポイントだ。当然、この「井戸端会議システム」も第一段階的には利用率を高めることが必要だ。しかし、セブン-イレブンさんのような配達一つとっても、ほとんど儲からないというのが世の中の話である。ただで勝負してもしようがなく、「少し歩いておいで」といった付加価値をつけることにより人的交流が始まる。

協力隊員はお手伝いさんと思われがちだが、住民にはできない新しい仕組みを作るというミ



ッションを持っている。協力隊員自身が自分のポジションがわかっている場合によっては、場合によってはお手伝いを断る理由もできてくる。協力隊は「期間が決まった契約での職務」なので、その期間で何を成すのか、雇用側である行政と、被雇用側である協力隊員が納得して、ミッションを遂行するが前提である。

山田 幸範 氏（唐津市）

巖木（きゅうらぎ）には、130年ほど前から岩屋探鉱、新屋敷炭鉱、貝島炭鉱などがあり、2万4,500人ほどの人口であった。昭和30年代の炭鉱閉山に伴い、人口減少や高齢化などが進んだため、下部地区を中心に市営住宅を建て、人口流出を防いできた。昭和50年代の前半から圃場整備をしているが、柑橘類では輸入果実が増加もあり、また狭小で管理が困難な水田は耕作放棄地になっている。



第一次産業の繁栄が地域の繁栄につながり、また農産物の生産者も実は消費者であり、この山間地での流通を円滑にする必要があると考えながら、生産から販売までを行う道の駅「風のふるさと館」を非公共事業として建設した。

唐津市としては市の中心部の新興もさることながら、旧町村部にも目を向ける必要があるとの考えから、生産者と消費者をつなぐ場となる「風のふるさと館」に地域おこし協力隊を受け入れるため、募集に踏み切った。このため、取組の過程で和田君から相談をうけたとき、とにかく前向きに、「一度怒られても、次に怒られんごとしよう」という形で進めた。

今後は、「イドスク」の乗り合いバスの利用によるエリア拡大、配達経費などの低減、出荷農家を増加させることなどを検討している。

和田 翔 氏（唐津市地域おこし協力隊）

巖木は、上場地区と下場地区に分かれ、上場地区には農家が多く、下場地区は炭鉱で栄えた集落で独居のお年寄りが多い。道の駅は下場地区にあり、その中でも本山校区椋の木地区は高齢化率54.16%で、車をもたない方が多い。



最寄りスーパーまでは徒歩30分～40分かかるが、「お店まで行けば、だれかに会えるかもしれない」ということで、生協やセブンイレブンなどの配達サービスの利用率も低い。社会福祉協議会が月1回温泉買い物ツアーを行っているが、改善点も多い。最初、道の駅電話注文サービスを考えたが、道の駅には肉、日用品、酒を扱っていない。そこで地元スーパーを巻き込み、お客さんがチラシ見て、道の駅に電話をし、集落の10分圏内にある公民館に一括して品物を届ける仕組み「井戸端買い物サービス」を作った。「やっぱり商品が見たい」というニーズはあったが、移動販売では採算が合わない。次に考えたのが、公民館で道の駅の生中継をする「井戸端スクリーン商店（イドスク）」で、これを10月からスタートするところである。最低2人の住民の取りまとめ役が必要なことや、それでも商品を自宅まで配達をしてほしいというニーズにも対応すべく、体制作りを考えている。

初め、地区によっては「東京から変な奴が来たぞ」などと言われ、地域に入るのは大変だったが、道の駅でのレイアウト変更が成功すると、道の駅の職員として認められ、道の駅の人がミッションに協力してくれるようになった。また、地元の人と徹底的に飲んだのもよかったかもしれない。

<分科会B>

観光を切口とした地域資源の商品化

コーディネーター：養父 信夫 氏

パネリスト：木村 幹子 氏（対馬市地域おこし協力隊）

パネリスト：前田 剛 氏（対馬市）

養父 信夫 氏

私は、ずっと、壱岐、対馬などの離島に関わっていて、着地型観光がテーマなので、商品づくりなどの言い方に違和感がある。都会の人たちが島を訪れるときには、きっかけがほしいので、どういう伝統行事があるとか、どの時期にこの花が咲いて、この時期にしか食べられないものなど、その地域資源を徹底的に調査するワークショップを行っている。

例えば、比較的話をわかってくれる宮司さんに話しをして、12月20日、21日の太神楽の時に外から集めた巫女さんを1回受け入れてもらった。神社関係者と観光の人たちがしっかり手を携えていれば、地域型観光の地域資源のメニューができる。

女性による農家レストランの立ち上げや、漁師さんを中心にした食を中心にした自然体験、古民家生成や耕作耕地再生をストーリーでフェイスブックやツイッターで情報発信することにより、着地型観光の旅行商品がメニュー化される。たとえばそこで出来あがったお米（ヤマネコ米）のパッケージをデザイナーがデザインすると1キロ500円、600円で買ってくれるマーケットが生まれる可能性もある。

ただ、不特定多数にだれでもかれでも大量消費の時代ではないので、本当にわかっている人たちだけで、まず、それを支えましょうという考えである。また、「九州のムラ市場」として7つの島であれば、7つのネットワークの売り場を街中に作る。

職員の意識をあげるためには、首長直轄の部局を作り、若手職員にそれぞれのコミュニティを作らせるのも一策である。



木村 幹子 氏（対馬市地域おこし協力隊）

私は生物多様性保全担当ということで、生き物と人間がともに豊かに暮らせる仕組みを作る仕事をしている。具体的には絶滅危惧種であるツシマヤマネコを保全し、対馬の豊かな生物多様性を生かした地域振興を図るということである。対馬でも人口が減少し、高齢化が進んだため、雑木林や湿地が樹林化し、また産業構造の変化に伴い、化石燃料を使うことになったため、ツシマヤマネコが生きる場所を失ってきている。1つの地域でモデル的しっかりと仕組みを作ることが必要であり、「志多留」という集落を選んだ。志多留は伝統的な農村景観が残っている集落だが、かつて500弱いた人口が、今は69人であり、65歳以上が62.3%を占める。移住者を迎え入れることが必要であり、住友林業と連携し、古民家を再生、持続可能な住宅の建設も遂行中である。また、来年から地元の大工さんを先生しながら古民家再生塾を始め、民泊も受け入れたいと考えている。私個人も4畝ほどの田んぼを借り、農業を勉強し始めたが、これが地域の人とのきっかけづくりとなつている。今は、自分の任期が終了した後、どのようにして生業に発展させていくか



というところで悩んでいる。

前田 剛 氏 (対馬市)

よく協力隊員から、「行政が何を期待しているのかわからないし、自分がどういうことをやっていけばいいのかわからない」という質問を受ける。自治体職員はいろいろな業務を兼務しているので、「忙しいオーラ」が隊員に伝わるようだ。担当者側から隊員に声をかけ、コミュニケーションをしっかりとる必要がある。また、担当者が、地域おこし協力隊の導入する際に悩むのは、3年後の定住、定着支援策についてである。隊員自身も任務が終えた、1か所から給料をもらうことを考えるのではなく、いろいろなところから少ない額でもたくさん報酬を得られるよう多角的に収入を得る状況を作っておけばいいのではないかと考えている。その際、隊員が、この3年間にどれだけの成果を残せるかが、任期終了後の起業定住定着につながるはずである。とにかく我々行政職員は隊員にお土産をもたせることが重要である。都市部では人口規模でその人の熱意や能力は埋もれてしまうかもしれないが、地方では、目立ってしまう。逆にそれがチャンスになるはずで、それを十分に隊員たちは活かして欲しい。



④ 現地見学会

【行程】

唐津シーサイドホテル（9：00）→車内説明（取組および蔽木地区説明）

→本山公民館（9：45）：地域の取組説明（和田隊員、産振協、区長、社協等の地域との質疑

→本山集落、棕の木集落、高倉集落見学（車中視察）

→Qショップ見学・店長説明（11：00）

→道の駅蔽木案内（11：20）

→天山発電所見学・昼食（12：30）→天川地区車中視察→唐津シーサイドホテル（14：00）

【視察模様】



車内での取組説明



本山公民館では、地域の方から地域おこし協力隊受入についての説明と質疑応答がされる



和田隊員が開発した公民館で食料品等の買い物ができる「井戸端スクリーン商店(イドスク)」サービスを実演



「井戸端スクリーン商店(イドスク)」プロジェクトで道の駅蔽木と連携を模索している「Qショップ」を見学



アドバイザーと協力隊員の発案で3t車から1t車に変更した道の駅蔽木で使用される運搬車の説明



道の駅蔽木の概要説明と、協力隊員の取組の説明を受ける



協力隊員の発案でコンセプト、名称、パッケージデザインが一新された地元産味噌「開けるみそ」



この見学会にタイミングを合わせて味噌販売開始



昼食は道の駅蔽木で販売されているオール地元産品のお弁当

(3) 第3回地域力創造セミナー

① 開催概要

テ ー マ : 地域課題の解決を兼ねた外部人材等の定着支援について考える
開催日時 : 平成 24 年 10 月 29 日 (月)・10 月 30 日 (火)
開催場所 : 中津川市にぎわいプラザ (岐阜県中津川市)
受講者数 : 73 名

② プログラム

○開会 (13:15)

○講演

リレーセッション (講演) 1 (13:35~14:35 60分)

「地域課題の解決と地域ビジネスの創出に向けた地域内外の協働の在り方」

講 師 千田 良仁 氏 (株式会社アイファイ代表取締役)

リレーセッション (講演) 2 (14:40~15:40 60分)

「集落の課題解決とスモールビジネス創出をミッションとした一人一人の取組」

講 師 斉藤 俊幸 氏 (イング総合計画株式会社代表取締役)

○分科会 (16:00~17:30 90分)

分科会A 「地域資源を活用した地域おこし協力隊の取り組み」

コーディネーター : 千田 良仁 氏

パネリスト : 日吉 沙絵子 氏 (中津川市地域おこし協力隊)

パネリスト : 佐藤 正 氏 (中津川市)

パネリスト : 吉田 絵美 氏 (三好市地域おこし協力隊)

パネリスト : 上笹 広二 氏 (三好市)

パネリスト : 東 大史 氏 (美作市地域おこし協力隊)

分科会B 「新たな地域の生業を生み出すプロジェクトの推進」

コーディネーター : 斉藤 俊幸 氏

パネリスト : 中井 勇介 氏 (本山町地域おこし協力隊)

パネリスト : 右城 伸 氏 (本山町)

○閉会 (17:30)

○名刺交換会 (情報交換会) (17:30~18:00 30分)

○交流会 (18:30~20:00 90分)

③ 講演要旨

<リレーセッション1>

地域課題の解決と地域ビジネスの創出に向けた地域内外の協働の在り方

講師 千田 良仁 氏 (株式会社アイファイ代表取締役)

リーマンショック以降の不況デフレ経済で、二次、三次産業、都市部が持っていた吸収力が減り、終身雇用が崩壊したことで、若い人のライフスタイルの多様化が見られる。昔の職業選択の価値基準は給与や会社のブランドだったが、最近では仕事の社会的意義ややりがいを求める層が増えてきている。特に震災で何もなくなってしまった状況を体験して、地域とのつながりを求めている人も増えた。また、住環境、教育環境、子育てには都市部よりは田舎の方が良いと思う若者も増えてきている。



一方、地域では集落、誇りが崩壊しつつある。人口が減り、耕作放棄地や整備されていない山林が増え、行政も合併が進み、地域に密着した支援ができなくなってきている。そこで、地域おこし協力隊など、外部の力を活用する必要性が出てくる。

高齢化率 35%の中津川市加子母地区との関わりは、2010年7月、ふるさと財団の地域診断で私が派遣されたことに始まる。そして、中津川市では2011年1月に地域おこし協力隊の事業を始め、4名の協力隊員を加子母地区に受け入れている。

地域診断で、農村歌舞伎や明治座という芝居小屋の存在、外部の人間に対して排他的ではない開放性、農林畜産業がバランスよく営まれているなどの特長があることがわかった。また、直売所、宿泊所、道路などのインフラ環境も整っている。この資源を地域の人達が自分たちで気づくことから始めた。話しているうちに、アイデアはどんどん出てくるが、それを吸い上げ、実行する仕組みが弱いと感じたため、資源の循環させる、市場開拓、交流を作るということを考えた。

市でも定住推進部を設け、地域おこし協力隊と地域住民が協働するという体制を作った。特に、中津川の場合、ビジョンや計画がはっきりしている地域に重点的に入れたということも特筆されよう。

その後、「なかつがわ山村文化創造プロジェクト」と銘打ち、1年間でやれる事業や取り組みの目標を決めた。加子母村の教育、福祉、防災、青年団、消防団、自治会といった組織が入った「加子母むらづくり協議会」を立ち上げ、地域内の資源循環、地域資源を発見して、いいものが見つかったら、「加子母マップ」という iPhone のアプリに載せた。地域の人に地域の見どころ、写真、コメントを挙げてもらい、アプリで吸い上げてマップを作成した。また、トマトの加工品やヒノキ製品をつくって販売した。18年前に始めた加子母木匠塾では、建築を勉強する学生さんに夏の30日ぐらいの期間で地元の大工さんや林業関係者と一緒に古民家改修などを行った。地域おこし協力隊による電腦木工隊では、職人さんたちをメンバーに加えて商品開発をしてセントレア空港や首都圏で観光キャンペーンを行った。また、林業女子会を企画し、活動する市民や林業に関心のある女性たちのネットワークをつくり交流を図っている。「加子母る」というツアープログラムでは、味噌作りをしている。

地方では当たり前だと思っている地域資源がたくさんあり、それを地域の人に気づいてもらい、地域おこし協力隊でビジネスモデルを立ち上げた。最終的には自分でお金を稼げる状況になり、地域に残ることができれば、成功事例になると思う。これをやるためには、協力隊としてどういう方に来てもらうか、地域側でどういうことをしてもらいたいのかというマッチングが重要である。地域それぞれ条件が異なっているので、ある地域に特化して、その地域に応じた

特殊解を見つけ、目指していく先に、地域ビジネスをつくっていく。行政は地域、協力隊、外部の専門家が地域力を高める取り組みをおこないやすくする場を整えることが仕事になる。何か新しいものをゼロからつくり出すというよりは、今あるものを組み合わせて考えていきましょうというイメージである。また、地域の誇りの再生ということで、地域にある魅力をどう可視化していくかということが大事である。

人、組織、仕組みづくりは行政や専門家が役割として果たすべきだ。イノベーションを起こすものは、若者、バカ者、よそ者といわれるが、行動力のある若者、ゼロベースで考えるバカ者、地域おこし協力隊のようなしがらみのないよそ者が地域力を高めるために必要である。

＜リレーセッション2＞

集落の課題解決とスモールビジネス創出をミッションとした一人一人の取組

講師 齊藤 俊幸 氏（イング総合計画株式会社代表取締役）

11年前、地元の追浜商店街でまちづくりをやってくれないかと声がかかり、補助金に頼らず、300万円を資金で「まちなか研究室」と商店街ワイナリーをに作った。

これをきっかけに熊本県荒尾市でもワイナリーを作るが、地元の人に「八百屋をやってくれないか」と言われ、買い物難民の存在に気づいた。そして、荒尾市の有明地区で直売所を作ろうとしたところ、保健所から「加工品を売るなら壁と天井を作れ」と言われたので6畳一間を30万円で作った。ただ、平成17年の台風13号で被災したので、地域の人で400万円出資して補助金なしで再建した。



駅前商店街では、倉庫を利用したオープンカフェのコミュニティレストラン「梨の花」を作った。朝・昼50食、夜1組の予約をとり営業を続けている。長老がいる中で合意形成をしてもうまくいかない。我々は、みんなに火をつけて六次産業化の方向を作っていた。この結果、パン屋さんや花屋さんが起業し、3店舗で月30万円の売り上げが期待できる仕組みを作った。

このほか、2億売れば成功と言われている道の駅で、我々は1000万円もかけずに1億を売り上げる仕組みを作った。これが熊本県の目にとまり、「徒歩圏内マーケット」というマニュアルが作られ、また、厚労省のパッケージ事業に採択され、全国デビューを果たした。

高知県本山町では、地域おこし協力隊のサポートを行った。隊員は町の非常勤職員で、月曜日から木曜日の週35時間の勤務で、兼業を可とした。この結果、休日は計算上、金、土、日の3日間で50週150日を確保できる。すなわち、農家認定要件が満たせるのである。そして、農業公社から農地を借り受けて農業研修を行ったり、厚労省パッケージ事業を活用し林業研修を行った。コミュニティビジネスづくりでは、総務省過疎地域自立活性化交付金やふるさと財団の補助を使って外部専門家として私の派遣してもらった。

このほか、研修としてテレビの遠隔授業で座学を行ったり、NPO法人土佐の森・救援隊の現場研修を受けたりした。

また、地域住民を集めて「吉野川森林救援隊」を結成して、隊員と協働作業を行うなど取組の浸透も図っていた。このほか、協力隊員有志で「たんころ倶楽部」を結成して蒔を作ったり、九州出身の野尻さんは、林業女子として活躍中である。

三重県出身の中井隊員は耕作放棄地にマコモダケ植え、中華料理店に販売している。また、レストラン店長だった大下隊員が石窯とコーヒ焙煎の技術習得し、本山の環境を最大限に生かしたカフェの開業を目指している。また、石窯を地域内に15箇所を作り、これを観光化で

きないかとモニターツアーをスタートした。隊員は「まとまった収入が得られる職業が少ない中山間でも、いろいろな仕事を組合せれば生活できる、収入も出費も少ない生活を受け入れると、不便も感じない」といっている。

秋田県の英語で授業を行う国際教養大学という県立大学で、第三セクターが高校生向けの英語合宿を行ったところ、1年間で1000泊宿泊が増え、英語が秋田の地域資源となっている。

しまなみでは、12人の地域おこし協力隊が入ってから6ヶ月が経つが、しまなみカレッジ、IT環境整備研究会、耕作放棄地再生研究会、ダンス研究会、女性旅研究会、乾燥研究会、冷凍研究会、石窯研究会、竹墨・竹酢液研究会、加工研究会、店頭販売、こよりカフェ、ユキビタス共通プラットフォーム、まちあるきシステムなどに取り掛かっている。

最後に、松山にある植物工場を小型化し、山の中に誘致できないだろうかということで、廃校の音楽教室などを使って発芽ニンニクを植え、加工に回している。

創発は、瓢箪から駒、怪我の功名、思惑倒れなど地域再生の中にたくさんある。成功が続いているのは、失敗を何とか怪我の功名につなげていく取組を地域再生マネジャーや地域おこし協力隊たちが現場で頑張っているからだ。当然、隊員に選んでいい人、選んではいけない人があると思うし、12月の議会を通さないと4月1日にスタートできない等いろいろとコツがある。

最初は他の人の真似かもしれないが、住民とともにやっているうちに、新しい領域に入る可能性がある。そこにビジネスモデルがあるはずで、できれば誰もいないところで勝つまでジャンケンする。これは地域再生にとっても大事ではないかと思う。

<分科会A>

地域資源を活用した地域おこし協力隊の取り組み

コーディネーター：千田 良仁 氏

パネリスト：日吉 沙絵子氏（中津川市地域おこし協力隊）

パネリスト：佐藤 正 氏（中津川市）

パネリスト：吉田 絵美 氏（三好市地域おこし協力隊）

パネリスト：上笹 広二 氏（三好市）

パネリスト：東 大史 氏（美作市地域おこし協力隊）

日吉 沙絵子 氏（中津川市地域おこし協力隊）

中津川市の地域おこし協力隊員は、1年半前から4名中3名が加子母にはいっており、そのうち2名がトマトの生産組合、私が森林組合に所属している。

活動としては、まず、森林組合の事務所に併設されている「モクモクセンター」にある「桧葉油」の商品化を行った。また、加子母にはイラストレーター、デザイナーが住んでいるので、その方とコラボレーションして「ぎふ清流国体」用の木製土産を作った。割り箸が一時期、悪者にされた時期があったが、現在、「かしも遊木民」の方と割り箸を復活させ、加子母をPRしていこうと考えている。

協力隊の活動を通じて、いろいろな職人さんに出会うが、職人さんのネットワークでは、隣の木工所が何をしているかもわからない状態だった。フェイスブックでつながった「僕らは電脳木工隊」では額縁、健康グッズ、家具などをいろいろな技術を持たれる職人さんや、消費者さんに関わってもらい、フェイスブラシ、キャンドルホルダーなどの商品開発をした。



都市との交流事業では、「加子母る山村文化体験ツアー」で、地元の人に講師になってもらい、こんにゃくづくりや味噌作りを東京から人を呼んでやった。森林組合の補助金による「女子限定☆森林学習ツアー」では9月、10月1回ずつ、下狩体験と間伐体験行った。

佐藤 正 氏 (中津川市)

中津川市では地域おこし協力隊を導入したとき、森林組合やトマト生産組合などの受け入れ先を決めていた。私たちの思いとしては、そこでの就業や新規就農をしてトマト栽培を今後やっていただければという思いがあった。その定着が今後一番の問題になる。

うちの協力隊員は、年齢が若く、東京生まれの東京育ちで、いきなり田舎へ来て1人暮らし。そこで生活面でも誰かが相談役なる必要があった。

それから受け入れ先においても、受け入れ先の方は、自分のところの従業員みたいに考えてしまう。そこで我々自治体が調整をしたり、今後契約を変えるような状況もありえる。



吉田 絵美 氏 (三好市地域おこし協力隊)

三好市には6人の協力隊員が入っていて、自由に自分がやるべきことを見つけて活動している。私は市内を散策し、下町の生活感があってちょっと懐かしい雰囲気がある池田町を拠点に選んだ。特に新しいものを作るというのではなく、あるものを生かして、もっと人に訪れてもらい、地域の人自身が暮らしを楽しめるようにしたいというのが自分の活動方針である。空き家を借り、「スペースきせる」と名づけて、着物のリメイク講座や東京からライブをしてくれるアーティストを呼んだりしているが、普段は近所の方の寄合所になっている。もう1件の空き家となったたばこ屋さんでは、明治・大正期の木札やたばこのパッケージなどが見つかり、郷土史家などを交えて調査、展示などを行っている。



町並みの賑わいづくりとしては、「うだつマルシェ」で、農産物、生産物、手作り作家の作品などを販売するイベントを年4回行っている。空き地では、地元のお年寄りたちによる伝統芸能の披露会をマルシェに組み込んで行っている。今、5回行ったが、毎回30~40の店舗に出店いただいている。3分の1が三好市内の方、3分の1が徳島県内、3分の1が愛媛、高知、高松の方である。遠いところでは、京都、長野からも来ていただいている。募集はインターネットで行っている。

伝統的な暮らしの継承としては、お茶やゼンマイを急山間の水はけに良いところで作っているお年寄りを先生に向かえ、都心部の若者を呼んでツアーを行っている。

今の方向性としては、空き屋を活用し、伝統文化を残すNPOを立ち上げ、そこで月5万、マルシェで5万、デザインの仕事で5万円を稼ぎ、いろいろな仕事をして、地元に残れば良いと考えている。

東 大史 氏 (美作市地域おこし協力隊)

美作市の上山集落という8300枚の棚田がある中山間地域で様々な活動を行っている。ここも棚田が荒れ果て、その結果、岡山市などの下流の都市に水害が起こる可能性があるということで、県内でも注目を集めるエリアになっている。

中山間地域などの条件不利地域は、今後どんどん IT を使っていく必要がある。逆にブロードバンドの普及率は中山間地域のほうが進んでいる。回線の使用量も空いているので

実は快適にできる。この特性を活かして、都会からどんどん人を呼んできて、いろいろな創作活動をやらしてもらったり、地域でいろいろな種を見つけてもらい、それを都市に還元する仕組みを作ることが大切だ。特に、都会に住んでいる若者はものすごく閉塞感をもっている。都市の若者と田舎を組み合わせることで問題解決していきたい。現在、「村楽LLP」という組合を作って全国の地域おこし協力隊を組合員にしたネットワーク化や情報発信を進めている。



都市住民を受け入れる仕組みを作るためには、iPad、フェイスブック、Wi-Fiは三種の神器と考えている。そして、色々と取組の情報発信をしていく。すると、輪が広がっていく。たとえば、先日、『龍馬伝』で高杉晋作を演じた伊勢谷友介さんという一線級の俳優さんが僕らの活動に共感してくれて、ぜひ活動を支援したいとおっしゃっていただいた。現在、僕らの活動の広告塔の役割を担ってもらっている。また、農業用水路のメンテナンスについても都市部から人を呼び掃除している。上山神社の獅子舞や盆踊りを復活させ、スカイランタンなども飛ばした。お祭りなので岡山市内などから200人ぐらい若者が参加してくれた。このような動きにつながっている。

上笹 広二 氏 (三好市)

三好市では、募集時、具体的な活動を指示せず、観光交流、特産品開発など地域の活性化になる方策を考えてレポートにして出してくださいという方法で協力隊員を募集し6名採用した。



市の嘱託職員として月額18万円、社会保険などの保障もつけた。週31時間、一般職員の5分4程度の勤務条件だが、隊員は公私の境がなくフルで働いている状況になっている。休日・夜間のアルバイトも認めている。住宅は市が市内の宅建業者と契約して提供し、引越しにかかる経費も支援し、業務に使用する公有車もリースした。6人が顔を合わせ、協力できる体制を作るため6人のデスクを庁内に設置し、アドバイザーも採用した。定例会を月2回開催している。

隊員の活動としては、文化財の映像保存と情報発信、地元の生活改善グループに入って帳簿管理、空き屋を利用した体験農園付きの宿泊施設での受け入れ、酒蔵であった国の有形登録文化財でライブなどのイベント開催、JRの鉄道イベント列車に乗り込み、三好市へ来たお客さんの接待、ツアーの企画、耕作放棄地での生活支援、空き家を利用した交流拠点作り、マルシェの開催などと様々に行っている。

メリットとしては行政ではできなかった柔軟な地域おこし策の展開や、地域住民との協働体制の構築、自治体を越えた市内外のネットワークづくりなどが挙げられる。デメリットとしては、運用を自由としたため、私たち自治体が経験したことがない事例が発生することが多々あり、その判断が難しい。また、成果が見えにくいので、地域、行政幹部、議会などに理解されにくいということがある。また任期終了後に向けての活動ができていない隊員とできていない隊員に別れている状況がある。

千田 良仁 氏

それぞれの活動を聞いていると、日吉さんは、林業や森林に関わっている方をつなぐコーディネートをすることで、つながっていなかった木工職人さんがグループを作るなど、地域資源を上手くつなぎ、見せ方を変えていく活動をされている。吉田さんは、地域の課題を見つけて、自分がどういうことをしたいとかいうことから活動を探っていると思う。東さんは、耕作放棄

地を解消する取組を発信して、それをすごいな、面白いなどと思った人が集まってくる。そして集まった人をどんどん巻き込んでいる。

あと、皆さん、フェイスブックとかソーシャルネットワークを活用していて、これも取り組みを大きく広く伝えていくための重要な視点であると思う。

地域おこし協力隊の事業を導入する場合には、単に給料を決めて、日々の勤怠管理をすればいいということではなく、新しい行政の仕組みを作っていないといけないし、来てもらった人とコミュニケーションをとったり、地域との橋渡し役を取ったり、裏方で動いたりということでハードな業務になると思う。しかし、そこで得られる効果は大きい。自治体担当者、外部専門家は、地域活性化の触媒、コーディネーター役だと思う。

協力隊員は、入った地域でいろんな人とつながっているような活動をしていくプロセスの中で、地域側が「よっしゃ、こういう取り組みを新しくやっ払いこう」というエネルギーを生み、活性化させ、乗り越えるべき壁を下げる役割を持つ。



<分科会B>

新たな地域の生業を生み出すプロジェクトの推進

コーディネーター：齊藤 俊幸 氏

パネリスト：中井 勇介 氏（本山町地域おこし協力隊）

パネリスト：右城 伸 氏（本山町）

中井 勇介 氏（本山町地域おこし協力隊）

主な活動として、耕作放棄地を利用した地域特産品、マコモダケの開発、土佐あかうしの六次産業化を行っている。

本山町を選んだ理由は、大学院の恩師が齊藤マネージャーと知り合いだったこと。ただ、大学院時代から、まちづくりや地域おこしの分野でお手伝いをしたいという憧れがあった。また、若者がいない、仕事が少ないという問題が集積している中山間地域で頑張ったら、自分の腕前に実力が付くと思った。このため、大阪から高知県本山町に行くときには、「武者修行に行ってくる」というような話し方をした覚えがある。

今栽培しているマコモダケの2011年の収穫量は総収量240kg、売り上げは10万円にしかならなかった。当初1kg1,000円の販売を目指したが半分以下に終わった。4月に草刈りして10月に収穫するまで月220時間働いて10万円。高知県の最低労働賃金が確か627円だったと思うが、430円だった。ここを改善しないとマコモダケ栽培は広がらない。目下、大きな課題だ。

土佐あかうしは黒毛和牛に比べて、赤身肉の旨み成分、アミノ酸などが多い。また、リノレン酸が多く脂の質が高い。しかし、間に入る業者が多いので、農家の収入アップにはなかなかつながらない。そこで、あかうしの肉巻きおむすびを開発し、いろんなイベントに出店させてもらい、売り上げは140万円となった。内訳は原価47%、人件費28%。利益は12%で16万円程度。今年はネックヤスネを加工したレトルトカレーやシチューを開発したいと思う。

林業では吉野川森林救援隊を立ち上げ、山に伐り捨てられる林地残材を集め、モリ券という地域通貨券に換えて、持ってきた方にお金を還元しようという仕組みを作った。自分は山に入



り、農業をしたり、現場に出ているいろいろなことをしていくプレーヤーが合っていると思う。

右城 伸 氏 (本山市)

本山町は、ちょうど四国の真ん中で、人口も昭和 60 年から 25 年ぐらいで 1,500 人減、高齢化率も 41.2%になっている。ここでは、起業と定住を目指し、平成 22 年度から地域おこし協力隊員 10 名を受け入れ、今年が 3 年目になる。

平成 21 年度から齊藤さんに地域再生マネージャーとして入ってもらい、採用の相談から携わってもらった。隊員は 20 代から 50 代、男女の比率も考慮して採用した。なぜ 10 名かという、当初 2~3 人という話もあったが、その中でいったい何人本山町に残るか考えた結果、10 人のうち 2~3 人ではないかという意見があって 10 人分予算化した。すんなり通るとは思わなかったが、トントン拍子に話が進んだ。



雇用は非常勤職員として、月に 16 日勤務で 8 時間、16 万 6,000 円、兼業可能ということとした。林業の活動は吉野川森林救援隊の設立、作業道の開設、皆伐、搬出、高齢者への蒔の配達までやっている。農産物の加工では、濁酒、米酢、米焼酎、土佐のあかうし巻きおむすびの開発、石窯の建設、そば打ち、木工教室、ツーリズム活動などがある。地域への貢献活動としては、写真展、町内イベントへの参加、地元の消防団への参加などがある。

また、起業に向けて、土佐経営塾、慶応大学のビジネススクール遠隔授業を受けてもらった。経費は雇用創造推進事業、雇用創造実現事業、実践型雇用創造事業、過疎地域自立活性化推進交付金などを利用した。今年、1 人は本山町で就職して、定住している。

齊藤 俊幸 氏

僕は会社に入らないで 26 歳で起業した。当時は西新宿のワンルームマンションで、家賃が 5 万円払。非常に恐怖で、朝から晩まで働いて、あつという間に 34 年。だから起業は難しくないと思う。また、たとえば、山の方では農業や林業をやりながら、物々交換して生活できる。だから、最初は、もしかしたら 100 万円ぐらい稼げれば生きていけるのではないかと思う。



その後は、家族を持つためにどう利益を増やしていくかという仕組みを作ることがすごく大切だ。色々聞いてみると、たとえばシイタケが採れるとかなどの話はたくさん出てくる。これをいかにビジネスに繋げるかが重要だ。ただ、ビジネスにするには工夫が必要だ。全国でブームになっているグリーンツーリズムの中で、たとえば、長野県飯田市は 20 年ぐらい前から取り組んでいて、年間 6 万人が約 3 億円落としている。そのような地域と同じことをやっても、多分ビジネスにはならない。だから、誰も取り組んでいないところで取り組むことが必要だ。

それには、すごく一生懸命やる熱血公務員が必要だ。そのような人がいないと、協力隊員の定住に結びつかない。もし役所が、そのマネジメントが難しいのであれば、外部の人に応援を頼むべきだ。僕だけではなく、第 2 回セミナーで話した中島さんや養父さんなど、同じようにやっている人がいる。スピードが速くて、動けるような人たちがいる。その人たちを専門家として派遣するように要請したらどうであろう。さっき言った特別交付税枠で、初年度は 560 万、2 年目に 350 万、3 年目に 210 万の費用が捻出できる。

まさに外部の人材を使うことが大切だろう。

④ 現地見学会

【行程】

- にぎわいプラザ前（9：00）→車内説明（取組および加子母地区説明）
→加子母健康トマト村（10：00）（奥土居隊員の活動説明、トマト村長との質疑）
→加子母大杉、加子母産直所（車中視察）
→加子母森林組合（11：00）（日吉隊員の活動説明、組合長から加子母のやまづくり説明）
→明治座見学（11：40）
→道の駅かしも見学・昼食（12：10）→JR 中津川駅（14：00）

【視察模様】



車内での取組説明



加子母健康トマト村では、トマト村長、奥土居隊員から地域おこし協力隊活動や受入についての説明と質疑応答がされる



奥土居隊員の指導によるトマトの収穫体験と試食



加子母村森林組合モクモクセンターでは、日吉隊員が携わった地元産木材を使った商品開発と実物を見学



森林組合長から協力隊員受入のベースとなった加子母の森づくりについてレクチャーを受ける



日吉隊員から加子母の郷土文化である明治座の説明を受ける



株式会社形態で運営する道の駅かしもで昼食。代表取締役を兼務する駅長から道の駅かしもの概要説明を受ける



昼食は、道の駅かしもが地元産の素材をふんだんに使って開発した「加子母三昧」。一日限定20食で、大きな朴葉寿司がトレードマーク



帰りの車内では千田講師から総括

(4) 第4回地域力創造セミナー

① 開催概要

テ ー マ : 地域力創造に向けて外部人材と外部専門家の活用について考える
開催日時 : 平成 24 年 12 月 10 日 (月) ~ 11 日 (火)
開催場所 : ペリーノホテル一関 (岩手県一関市)
受講者数 : 73 名

② プログラム

○開会 (13:15)

○講演

リレーセッション (講演) 1 (13:55~14:45 50分)

「地域の伝統・文化と地域ビジネスの融合～岩手県一関市等をケースに」

講 師 朽尾 圭亮 氏

(株式会社船井総合研究所)

リレーセッション (講演) 2 (14:50~15:40 50分)

「地域課題とスモールビジネスの創出～福島県塙町、佐賀県唐津市をケースに」

講 師 中島 淳 氏

(株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ 代表取締役)

○パネルディスカッション (16:00~17:30 90分)

「地域力創造に向けた外部人材と外部専門家の活用の仕方」

コーディネーター : 大槻 大輔 (総務省人材力活性化・連携交流室長)

パネリスト : 朽尾 圭亮 氏

: 中島 淳 氏

: 青木 幸裕 氏 (岩手県一関市)

○閉会 (17:30)

○名刺交換会 (情報交換会) (17:30~18:00 30分)

○交流会 (18:00~19:30 90分)

③ 講演要旨

<リレーセッション（講演）1>

地域の伝統・文化と地域ビジネスの融合～岩手県一関市等をケースに

講師 朽尾 圭亮 氏（株式会社船井総合研究所）

一関では400年以上前からハレの日でもケの日でも餅を食べ、「もち本膳」を始めとした「もち文化」を持っている。今、日本では世界の無形文化遺産として日本食を認定させようという強い動きがある。ただ、世界遺産認定には、地域がその食をキチンと認めていないと話が進まないし、実際にその地域に行ってもその食がないと面白くない。



そこで今回の取組では、初年度は「中東北ご当地もちサミット」を開き、2年目に全国展開、3年目はもちの聖地として海外にアピールしようと考えた。そして、一連の動きの中で一関のもち食文化を産業ビジネスに変え、消費量を増やし、工場展開まで進めていければという目標も置いた。

なぜ、餅かというと、一関では、餅をもちつき大会などで皆に振る舞いながら食べたり、結婚式やお葬式で本膳料理として餅を食べるなど、餅が市民生活の上から下まで浸透している。確かに、若者がもちへの興味を失い始めているという現実もあるが、地域には、餅を伝統として守っている語り部が存在し、「もち食推進会議」や「もち街道の会」などの団体もある。また、一関市役所、県南振興局ももち食文化の振興に力を入れている。このように、世界戦略を掲げられるものが一関にはあった。

その後、初年度の「中東北もちサミット」の成功に向けて、北は紫波町から南は宮城県までご当地のもち料理を集めたり、一関市民でグランプリを決めたり、ファストフード的に若者の心をひきつけるような仕掛けもした。また、実行委員会の飲み会で発案された“電話に出るとき、「もしもし」ではなくて、「もちもち」で始めるといった「もち語」を作ろう」とのアイデアも真剣に実行した。この結果、サミットは大盛況に終わり、経済効果も試算して、一関の方々に「やっぱりもちっていいよね」、「もちで集客できるんだ」、「自分たちのもちには商品力と競争力があるんだ」というところに気づいてもらった。

成功のためのマーケティングでは、必ず押さなければならない3つのポイントがある。これを3C（Company、Competitor、Customer）分析と呼ぶ。Companyとは自分の地域にどんな売りモノがあって、どんな売り方があるか、Competitorではその分野の競合は何か、Customerでは市場ではどういったものが受け入れられているか、という視点で、一関にはもち文化があり、食をテーマとしたイベントが各地で活発だ。やる気のある人たちも地域にいる。そこでCustomerの視点でもちサミットと世界遺産の組み合わせを提案した。

担い手としては、「もちサミット実行委員会」を立てて、まちの若手に参加してもらった。そして、大ベテランの方々がいる「もち食推進会議」にはバックアップをお願いした。ただ、実行委員会には自由にやらせてもらうようお願いした。この実行部隊である若手とそれをサポートするベテランの両輪が上手く回転したことが成功の大きなポイントであった。

また、情報発信においては、スマートフォンやパソコンの検索で直ぐにヒットするよう、「もちサミット.jp」という独自ドメインを取り、報道関係者に一番いい状態でニュースにしてくださいよう関係者のみの試食会を開いた。

しかし、最終的には人材だ。やる気も能力もない「人罪」を出さずに、能力は高いけどやる気の低い「人材」と、やる気は高いが能力が低い「人在」を、地域をまとめ引っ張っていき「人財」に変えていく、または、繋げていくことで結果が変わる。

伝統や文化をビジネス化すれば地域産業を活性化できる。テーマは 3C で分析して有望な分野に集中投資し、組織はサポートと実働を分けると有効に機能する。情報発信は現代版にあわせていく。人財づくりには人財とつながることが重要だという話をしたが、この仕組みをつくりあげる過程で外部の人材を活かすことも一つのポイントともいえよう。

<リレーセッション（講演）2>

地域課題とスモールビジネスの創出～福島県塙町、佐賀県唐津市をケースに

講師 中島 淳 氏（株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ 代表取締役）

「中島さんはまちづくりと村おこしをやっている人なんですね。」とよく言われるが、「私はまちづくりをやっていません、まちづくりをやっているのは地元の人です。」と答える。私は1年間に10ヶ所でプロジェクトに携わるが、マニュアルというようなものではなく、その場その場で作っていくスタイルで仕事をしている。私のような「通い」ではなく、地元に入ってその土地づくりをしていこうというのが地域おこし協力隊である。

今から20年程前にIターン、Uターンという言葉ができた頃は、都市社会や会社での生活に疲れた人が田舎や地方に定住したとみられていたが、最近では、自分がどんなふうにその地域で役立つのか試してみたいという若者が出てきている。

これまでは、地域のモノを売る→観光に来て体験してもらう→地域のファンになってもらう→夏休みに家族と一緒に来てもらう→定住・子育てしませんかと誘うといった定住策を長い年月をかけて行なってきた。その中で生まれた「地域おこし協力隊制度」は、本人が定住するだけでなく、協力隊員が都市部の人と地域の人を結びつけるという画期的な制度だ。

「地域おこし協力隊」の事業が目指している点は大きく二つ。一つ目は3年間という任期を全うした後、隊員が自立的に定住を果たすことである。でもそれは目的ではなく結果である。2つめは、その本人がいなくなっても、何らかの仕組みを残すこと。この仕組みには、例えば福祉の仕組みや買い物難民制度など非営利または非経済的な仕組みと、シンボリックなブランドを作って、NPOや企業を立ち上げるなど経済的な仕組みがある。

これまで社会企業家のビジネスプランを100以上見ているが、短期間では、なかなか形になるものはあがらない。しかし、協力隊員は3年間、苦労しようが失敗しようが、制度によって守られる。つまり、3年間は給料が払われ、失敗しても問題はない。失敗した場合は外部から中傷される可能性はあるが、この圧力から守るのが自治体である。このため、協力隊員はもちろん自治体も色々な挑戦ができる。

したがって、地域おこし協力隊はお手伝いさんではない。しかし、ある地域では「便利な人が来た」と考えていた。一方の協力隊員は「自分で仕事や社会的な課題を見つけて、地元の人と一緒に解決しながら自立していく方向を見つける」と考えていたので、この意識の違い、ギャップを埋めるのに1年ちょっと苦労した。最後には、協力隊員が自ら東北の地域おこし協力隊員を一堂に集めて交流会を行った。その際は総務省にも来ていただき、町長も担当課にもお手伝いしてもらってサミットを盛り上げた。その結果、地域の方が「あっ、お手伝いさんとして使っちゃ駄目なんだ。」と気づいた。その後の関係は良好である。

地域おこし協力隊の多様な活動の一つとして、次に紹介するのは、山形県朝日町のゆるキャラ「ウサヒ」。言いたいことも言えないということが地方にはたくさんある。そういう言いたいことを言う人の話を聞くためにぬいぐるみの中に入り、地域活性化を推進することになった。ウサヒは引っ張りだこになって、おばあちゃんの悩みごとを聞いたり、ワイン用のブドウをPRしたりしている。佐賀県唐津市では、井戸端スクリーン商店「idosk」を立ち上げ、買い物難民を救済している。福島県塙町では、最初、嫁っこ対策を望まれたが、そのギャップを縮め、矢塚にもすごい男が2人入った。



協力隊はその地域にいる人たちに協力する協力隊ではなく、逆に隊員のやりたいことを地元が協力するという関係にしていかないといけない。隊員は自分の人生を変えてまでも地域に飛び込むので、自治体側も相応の根気と熱意が必要だ。それがなければ人材は集まりにくい。また、トップダウンは失敗する。担当職員は敷居を下げて、隊員に声をかけるべきである。

ただ、自治体がビジョンや業務内容を具体化するの重要だが、自由度を奪っていると、隊員のモチベーションが下がる場合もある。そして、人を頭数として見ず、人材の補完としてみること。「子どもを生んでくれれば」とか「結婚さえしてくれれば」というのは禁句である。

また、隊員はその地域を知らずに入ってくるので、経験不足を外部アドバイザーや自治体が補うべきである。

人材となりうる地域おこし協力隊員の潜在能力を地域とともに自治体の皆さん、NPOの皆さんが引き出すことが大切だ。特に、「自分たちではできないけれども、こいつがおるとできる」というチャンスが地域おこし協力隊にはある。これはわれわれのような通っている外部の人間には絶対できないようなことだ。

<パネルディスカッション>

「地域力創造に向けた外部人材と外部専門家の活用の仕方」

コーディネーター：大槻 大輔（総務省人材力活性化・連携交流室長）

パネリスト：朽尾 圭亮 氏

パネリスト：中島 淳 氏

パネリスト：青木 幸裕 氏（岩手県一関市）

朽尾 圭亮 氏

私はいろんな事例を見たりお手伝いしたりするが、やはり全くの「0」（ゼロ）の中からは「1」はなかなか生まれない。事例をたくさん頭の中に詰め込んで、それを議論したり咀嚼したりしているうちに自身の地域のオリジナルが生まれる。

初めに「もち食推進会議」のメンバーから声をかけられ、会合に参加した。かわりもちを紹介され、面白いということで、勝部市長に直接お会いして、総務省の外部専門家の制度の話をし、外部専門家として地域に入ることになった。

外部専門家は、まず地元の人に話しを聞くということが体制づくりの第一段階である。「この地区いいな」、「このリーダーいいな」ということを優先的に頭の中に入れる。ここに平等感だとか全体の底上げだとかは考えないほうが良い。私はこの指とまれ方式でやらせてもらっている。具体的にいうと、「もち食推進会議」に1カ月に1回、2時間、自分の時間とお金を使って出て来てくれる方がキーパーソンだった。そして、もちに賭けていらっしゃる方が、懐疑的な方を一人一人説得してくれた。このあたりは外部専門家との役割分担となろう。

一関の取組では押すのが一番大切だと思い、目的と目標をクリアにした。他の地域の事例を解説する一方で、6次産業化や「もち語25選」などの地元の意見を初期の段階から大事にした。ここが外部専門家の役割でもある。

外部専門家が動くにあたって役所の役割は大きい。一関市のみなさんはフットワークが軽い。インターネットや電話があるが、この人は自分の足を使って会いに行く、これは大事なことだ。特に、私と市役所の担当者が意志疎通することにより、根回しがきちんとできていたので、安全運転でこられた。



事業は1回始めてしまうと、止められなくなり、それが足かせとなり新規事業が始められないというところもたくさんある。その意味では人員も体制もガラッと刷新しながら続けられるような仕組みにしていきたい。また、資金面では、グッズ販売などで稼ぐ部分から、広くお金を募れる仕組みまで考えていかねばならない。

青木 幸裕 氏（岩手県一関市）

私は国土交通省観光庁から一関に派遣された、いわば外部人材で、1年9カ月が経った。

一関には、江戸の藩政時代から続く伝統的なもち食文化があるが、扱いが難しいと思っていた。段取りとして、まず、行政の中での意志思統一からスタートし、外部専門家の方々と行政側、地域の方々をマッチングさせる過程で双方の信頼関係を深めながら、民間の方を含めた実行部隊の組織づくりを行っていった。市役所の中では早い段階で「やってみよう」という合意形成に至った。

「もち食推進会議」は平成22年8月に立ち上げられた団体で、生産者、飲食店、地域おこしに取り組みされている方、大学の先生、商工会議所、市役所、県南振興局などがメンバーである。

栃尾さんがすごいのは関係者をまとめていくにあたって意見がクリアなところである。また、メンバーのみなさんが持っている専門性を活かしながら取り組み、農水省もユネスコの提案書の中に一関のもち食文化について取り上げていただいた。

もちサミットで活躍してくれたのは実行委員会の方で、店舗の声がけから始まり、何回も足を運んでいただいた。もち食推進会議ともちサミット実行委員会は民間主導であるが、行政は、民間の方が進めやすいような環境づくりを引き続き行っていかなければいけないと思っている。



中島 淳 氏

まちづくりは答えがないので、やりながら作っていく。外部専門家が押すのは簡単だが、本当にこの人がどこまでやる気があるのか見定めながらやっている。たとえば、全国にはいろいろな事例があり、本を見れば沢山出ている。しかし、事例の完成形を見るのではなく、そこには出てこないプロセスや悩み、挫折を知ることが大切だ。それを知るために、自身でインターネットを調べたり、電話をかけるという熱意ある行為が地域づくりの第一歩である。

外部人材には栃尾さんのようにトップクラスの専門家と、地域おこし協力隊という地域に根差せる外部人材がいる。地域おこし協力隊が行った場合でも「もちサミット」はできたと思うが、それこそ中身は全く違った形になる。そこはやっぱり役割というか、ミッションの違いで見るといいだろう。

栃尾さんは外部専門家の視点での地域力創造の話、私は協力隊を軸とした地域力創造の話をした。一見全く違うように思うが、実は共通する点も多い。特に、目的と目標は大切で、テーマがないと行動がぼやける。協力隊員を自治体がどう応援したらいいかわからないし、協力隊もどう動いていいかわからない。目標がないと物事が前に進まない。

このため、地元の人たちと協力隊員、自治体の3者が共有する夢やテーマを早く見つけて、協力隊とその関係者がダッシュと走る。これを自治体や外部専門家が応援していく。そして、その支援は3年と、あらかじめ決めておくこと。そうじゃ



ないとずるずるいくし、自立もなかなかできない。この「あらかじめ」が目標と目的だ。そして、失敗をおそれずにやれるのが協力隊の強みというようなことを、私も話ながらあらためて、「うん、そうなんだな」と思った。

最後に、1週間前に赴任してきたほやほやの埴町の協力隊員の2人に今日のセミナーを通じてどう思ったのか、そして何をしたいのか。その思いをちょっと話してもらいたい。

利根川氏（福島県埴町地域おこし協力隊）

12月1日から福島県の埴町で働いております利根川久範と申します。

自分は前職がスーパーマーケットの鮮魚部門で働いていました。なぜ地域おこし協力隊に来たかという、モノを売るというのが好きだからだと思います。スーパーマーケットで3年半、仕事をして学んだことが、サービスというのは目に見えない、お客様の目に見えないところにいかに手を加えられるかということが大事というのを学んできました。ただ、いまの時代だと、そういう目に見えないサービスというのが見えづらくなっている時代だと思います。

先ほど中島さんからショップの話が出ましたが、この間、視察に行って、埴町の福島産だからとかは関係なく、品質がいいということでお客さんが買ってくれているというのが自分としては希望だなと思いました。いいものをちゃんときちんとした値段で、どんどん売っていくというのが、この3年間やっていきたいと思います。よろしくお願いします。

加納氏（福島県埴町地域おこし協力隊）

12月から福島県埴町の地域おこし協力隊として活動することになりました加納耕介です。

前職はデイリースポーツというスポーツ新聞社でグッズの製作やイベントの運営と、あと SNS なんかを使った販促 PR という仕事をしていました。

なぜここに来たのかという、いろいろありますが、いちばんは僕ら都会生まれ都会育ちの世代の若者は、どっかで都会はかっこよくて田舎はださいと思っている。僕はそれをぶっ壊さないかぎりは東京の人間も全部巻き込んだ、ほんまのムーブメントというのは地方からおこせないと思っています。このため、ブログ、SNS、あとは前職の経験を活かしてマスコミ関係もつながりがありますので、そのへんをうまく使いながら、都会の人間に「ほんまにうらやましいな」と1人でも多くの人間に思わせられるぐらい、まずは矢塚生活を楽しんでぶっ飛ばしていきたいと思っています。

あと最後、宣伝になっちゃいますけれど、昨日から加納耕介の集落ハードコアという名前でブログを始めました。スローライフをゆっくり楽しんでいる人たちはいっぱいいるので、中には集落でむちゃむちゃハードにやっているやつもいていいやろうということで、あほなやつを毎日更新していきますのでチェックしていただければと思います。今日はどうもありがとうございました。これからよろしくお願ひします。



④ 現地見学会

【行程】

JR 一ノ関駅 (9:00) → 車内説明 (南沢地区の取組説明)
→ 南沢公民館 (9:30) (自治会長から取組説明、質疑)
→ 世嬉の一酒造 (11:00) (もちサミットの取組説明、TV取材番組放映、もちサミットエントリーメニューの試食)
→ 酒蔵見学 (13:00) → JR 一ノ関駅 (14:00)

【視察模様】



車内での取組説明



南沢公民館では、地域おこし協力隊員を受け入れのベースとなった南沢地区の取組についての説明と質疑応答がされる



協力隊員の情報発信により全国的にも知名度がアップした「南沢神楽」が披露される



地元産素材を使った豚汁、つけものなど南沢地区のみなさんのおもてなしを受けながらの意見交換



世嬉の一酒造では、「もちサミット実行委員会」をバックアップした「もち食推進会議」代表から一関餅文化のレクチャーも受ける



「もちサミット実行委員会」代表から取組概要の説明と、ドキュメント番組として岩手朝日テレビで制作放送された番組を視聴



昼食は、世嬉の一酒造がもちサミットで開発して、その後、実際にお店で提供しているアレンジメニューを食べる



「もち食推進会議」代表から御膳を食べる際の作法の解説も受ける



世嬉の一酒造の酒蔵見学

(5) 第5回地域力創造セミナー

① 開催概要

テ ー マ:クリエイティブデザインによる地域力の創造 開催日時:平成25年3月7日(木)13:15~ 開催場所:世界貿易センタービルディング(WTC)コンファレンスセンター(東京都港区) 受講者数:94名

② プログラム

- | |
|--|
| ○開会 (13:15)
○講演
基調講演 (13:35~14:35 60分)
「地域力創造における芸術・文化の魅力・可能性」
太下 義之 氏
(三菱UFJ リサーチ&コンサルティング 芸術・文化政策センター長)

リレーセッション (講演) 1 (14:40~15:20 40分)
「劇場が地域にもたらしたもの」
講 師 中島 諒人 氏
(鳥の劇場芸術監督)

リレーセッション (講演) 2 (15:35~16:15 40分)
「アートがまちづくりにもたらしたもの」
講 師 山出 淳也 氏
(別府現代芸術フェスティバル「混浴温泉世界」総合プロデューサー)

○パネルディスカッション (16:25~17:25 60分)
「芸術・文化による地域力創造のプロセスを考える」
コーディネーター : 大槻 大輔 (総務省人材力活性化・連携交流室長)
コメンテーター : 太下 義之 氏
パネリスト : 中島 諒人 氏
パネリスト : 山出 淳也 氏

○閉会(17:25)
○名刺交換会 (情報交換会) (17:30~18:00 30分) |
|--|

③ 講演要旨

<基調講演>

地域力創造における芸術・文化の魅力・可能性

講師 太下 義之 氏

(三菱UFJリサーチ&コンサルティング 芸術・文化政策センター長)

EU では、加盟国を中心に「欧州文化首都」として都市を毎年選定し、年間を通じて様々な芸術文化に関するイベントを行っている。

この取組は、1985年にギリシャのメリナ・メルクーリ文化大臣が提唱し、EU 圏内には文化の多様性があることお互い認識しながら、共通性も確認していこうと始まった。そして、近年では、地域活性化、特に観光客誘致を通じた経済発展と、市民の連帯意識およびコミュニティの再活性化という役割も期待されている。



たとえば、2001年の「欧州文化首都」オランダのロッテルダムでは、「Rotterdam is many cities」というコンセプトで開催された。その一つ「市役所のためのプロジェクト」では、そもそもアーティストと公務員の距離間を縮めてもらおうと、公務員がアーティストデザインの洋服を着て勤務するとか、市役所の会議の始めに詩を読むとか、同性愛者の結婚式を市役所で行うとか、日本の市役所では想像もつかないようなことまでやっている。また「タウス・イン・ロッテルダム」では、今住んでいる街と家の歴史背景を見つめ直すために、居住者に期間中ホテル住まいをしてもらって24件の家を公開した。「ゼブラ村」というプログラムでは、子供のための文化プログラムが行われ、現在も継続されている。

2004年の「欧州文化首都」フランスのリールでは、市民、観光客などの参加者が白い洋服を着て踊るオープニング・イベント「白い舞踏会」に50万人が集まった。また、街中ではオペラのミニコンサートが行われたが、このコンサートにより、市民のオペラに対する理解が深まり、閉鎖されていたオペラハウスが再開され、今ではフランスでも有数のオペラハウスとなっている。「市役所でのプロジェクト」では、リール市役所にルーブル美術館などの作品を展示し、普段は敷居が高い美術館に訪れるきっかけを与えた。この結果、アートに税金を投入することに対する市民理解や、リール市がもっていた「灰色の街」というイメージから「カラフルな街」への転換、市民の誇りの回復などが実現した。

2009年の「欧州文化首都」オーストリアのリンツでは、「最高の歓喜」というプロジェクトが行われた。これは高いところから町を見直すというプロジェクトで、ショッピングモールの屋上や教会などに空中の渡り廊下をかけて回遊できるコースをつくり、途中に設置されたアートや街並みを参加者が楽しんだ。リンツ市民にも人気のプログラムであったが、維持管理費が大変なので残念ながら観覧車部分は撤去された。また、「ケプラー・サロン」では、ケプラーが住んでいた家で科学のワークショップが行われている。「イン・シチュ」プログラムでは、近郊でヒトラーが生まれたという歴史的背景から、ナチスとの関わりをもう一度見つめ直すというコンセプトが1つあげられた。具体的には、ナチスがおこした事件現場の道に文字内容を記し、それらの文字が雨風でどんどん薄くなるプロセスと記憶の風化を重ね合わせて負の歴史を見直していくというプロジェクトであった。このほか、リンツ出身の音楽家が船でドナウ川をめぐり、各地のミュージシャンとセッションライブを行った。

2010年の「欧州文化首都」ドイツのエッセンでは、フォルクヴァンク美術館で「世界で最も美しい美術館」というプログラムが行われ、ナチスの資金調達のために国外に売り払われた作品を集めて、かつての美術館の展示を再現した。また、「高速道路に静かな日」というイベントでは、丸1日封鎖した高速道路で様々なイベントが行われ、市民300万人が集まった。

以上みてきたように、「欧州文化首都」は単なる文化イベントではなく、「都市が変化するための触媒」、「都市の長期的文化発展戦略」などとも言われており、日本のこれからの都市も参考にできるのではないかと思う。既に日本でも欧州文化首都の動きに触発され、「東アジア文化都市」という構想が具体化しつつあるが、欧州文化首都が行ったさまざまなチャレンジと同様、日本の各都市で持っている資源やポテンシャルを踏まえながら、いろいろなチャレンジが可能ではないかと思う。

<リレーセッション（講演）1>

劇場が地域にもたらしたもの

講師 中島 諒人 氏

（鳥の劇場芸術監督）

人口4,000人ぐらいの小さな町で、廃校を160人程度収容できる劇場に改修し、劇団の運営する劇場「鳥の劇場」として2006年から活動開始。メンバーは私も含めて現在17人で、作品製作と劇場運営に携わっている。俳優も舞台スタッフも、舞台の仕事だけでなく、広報や企画制作、アウトリーチや資金調達など兼務して活動している。事業としては、現代劇を創作する、国内外から劇団を招く、コンテンポラリーなアート分野を紹介する、ワークショップを行う、原発問題などといった社会問題を考えるといった「創る」、「招く」、「試みる」、「いっしょにやる」、「考える」という5つの柱がある。「創作を中心とした芸術活動により地域活性化と教育への貢献」というのが理念である。



一般的には、演劇は都市型の芸術だ。特に劇場というのは非常にコストパフォーマンスの低い仕事なので、世界中のどの劇場も公的支援を受けている。しかし、どうやったらよりよく生きていけるかということを考えられる場が劇場であり、それがこの田舎に作れなければ、私たちの社会の未来はないかもしれないと考えている。たとえば、経済成長の時代は社会のいろいろな問題が結果的に金銭でクリアされてきた。しかし、少子高齢化など成長がしにくい社会で、人の幸福とは何なのだろうと提起することが演劇の、そして、我々の使命だと自覚している。

地域に文化の拠点があるメリットは、田舎、つまりここには「あれはないけど、これはあるのだ」と思ってもらえることができること。あれがない、これがないと欠乏感ではなく、ここにしかない豊かさというものを実感するきっかけを劇場や文化拠点は与えることができる。2008年から国際演劇祭も始めた。昨秋の「鳥の演劇祭5」では、フランス、フィンランド、韓国からも参加してもらいながら毎週5劇団を呼び、3週間にわたって開催した。また、演劇祭の間だけ、1日1,000円で空き家、空き店舗を貸し出し、マッサージ屋さん、焼肉屋さん、雑貨屋さん、カフェが入った。参加者約1万人動員できた。

「暮らしとアートとコノサキ計画」は、地域のNPOとアーティストが組み合わせ、鳥の劇場が中間支援的に入ることで、何か新しい科学反応を生み出してみようという試み。

芸術というのは、「私はこうしたい」、「私はこんな演劇をつくりたい」などと、全部「私」から始まるもの。しかし、この「私」の欲望が芸術という優れた文化装置によって媒介されると公共財になる。たとえば、工場誘致など外から何かを呼ぶ場合は、支援や売上などのメリットが無くなれば出ていってしまう。しかし、アーティストは、いられる拠点があればずっと居る。その結果、アーティスト、アート、そこに興味を持って来てくれるお客さん、それを支えようという人たちが「新しい公共」と呼ばれるような社会変革の力となる。こと劇場に関して言うならば、劇場は、その新しい公共のための力の発信拠点の1つになり得るのではないかと考えている。

したがって、文化芸術の地域力創造には、その私的な思いや欲望を受け入れ、行政がどう支援していくのかが、かなり肝になると思う。

たとえば、日本にはだいたい1,000ぐらい廃校があるというが、それ劇場にしてみるとしたら、皆さんは

人・集団との関わりをどうつくるか。公共ホールで東京から作品を呼ぶときは、大体 500 万円～700 万円ぐらいかかる。ただし、これは出来上がったものだ。でもこれからは、今こういう問題意識を抱えていて、それを踏まえながらワークショップを何回かやり、かつ、そのテーマにあった形で何か上演を考えて欲しいという形でパッケージで公募する。そうすると、今の時代、結構地方で何か仕事をしたいという人が多いので、かなりの応募がくる。

つまり、いままでは、ある程度の資金を投入して、どこかからアイデアを持ってきて、その設計図に則って何かをつくるというエンジニアリングの発想だった。しかし、今の時代は、あり合わせのものともあり合わせの少ない資金で、何とか目的にかなうものを作り、それを常に更新し続けるという形が必要だ。ここにアーティストの力を入れることによって、まさにこの「ブリコラージュ」が可能になり、新しい価値が生まれると思う。

<リレーセッション（講演）2>

アートがまちづくりにもたらしたもの

講師 山出 淳也 氏

（別府現代芸術フェスティバル「混浴温泉世界」総合プロデューサー）

我々は、アート体験や鑑賞機会の創出、アートの可能性などを強く意識しながら、アートイベントの開催やアート整備事業、出版事業などを行っている。特に、年間 200 を超える事業を開催するなど、日常的な取り組みの成果として3年に1度「混浴温泉世界」という少し大きな事業を展開している。「混浴温泉世界」は大型集客事業であるから、ヒアリング、マーケティングなども併せて行い、様々な課題抽出をしていく場としている。

アートというものは、1つのものごととも違う角度から見たら見え方が変わるといように、異なるもの見方や考え方に気がつかせてくれるもの。そして、それに気づいた市民が、地域をより豊かにしていくと思っている。

「創造都市」という言葉を世に送り出した方、チャールズ・ランドリーさんやナント市の文化行政顧問のジャン・ルイ・ボナンさんに別府に来ていただいたとき、「創造都市とは、社会、環境、行政、そして政府に関わる全ての分野において、皆さんが創造性を発揮できるまちである」とおっしゃった。人が中心となって創造的な都市が生まれるということに気付かされた。



別府温泉の湧出量は、毎分8万7,000リットル以上で、源泉数は日本の10分の1を別府が占めるという。しかし中心市街地は、昭和40年代～50年代をピークに疲弊している。

この街の課題解決のために提案し、現在中心市街地活性化の基本方針に上げられている「星座型 面的アートコンプレックス構想」は空き店舗をまちなか公民館として利用可能な「platform」として整備し、面的に展開する事業。ストその他、ストリップ劇場が新しい劇場となり、戦後すぐに立てられたボロボロのアpartはアーティストが住むアpartに変わった。「おもちゃの部屋」では、アーティストや地域のクリエイターがおもちゃ遊び場をつくり、家族連れを商店街と呼んだ。また、platformを活用したセレクトショップ「SELECT BEPPU」では、かつて別府が新橋筋のメッカであった時代に多く売れた「つけ細工」の商品プロデュースやアーティストや地域のクリエイターの作品販売などを行っている。

フリーマガジン「旅手帖 BEPPU」は中心市街地の情報発信を行うため、200ページ、7万冊を全国に無償配布している。この中で掲載されている全ての店舗が加盟するアートイベントとセットで使用するとお得に使える金券BPも発行している。

このような拠点やサービスを開発する過程で「混浴温泉世界」が生まれた。2009年に第1回を開催し、2012年では58日間、参加者11万7,000人となった。約1億1,500万円の前算だが、我々市民が主体となって芸術祭を開催しており、別府市自体の負担金は4%ほどである。この「混浴温泉世界2012」の主要な来場者は、20代～30

代の個人旅行の女性で、別府市以外からきている。このコアターゲットは、別府市が最も苦手とするセグメントにあてはまる。そして、会期中に同時開催した「ベップ・アート・マンス」は、122団体の148企画が実現したが、これを観に来られた方の約4割が次回は発表者として参加してみたいと言っている。

また、昨年の秋は国東半島のさまざまな地域と連携して別府市とつなぐバスツアーも作った。途中、トンネルや奥深い山に分け入り、コウモリや白装束の子どもたちに出会うなど、ツアーの行程自体が作品である。

アートは、作品を通して、あるものの見方や考え方に対して、違う見方もあるんだ、違う見方があるということを感じさせていく、気づきを与えてくれる。

したがって、アートやアーティストが社会、地域の課題を解決するのではなく、それに気付いた市民が動く。そして、我々NPOの役割はアーティストと市民のつなぎ手で、そこを通じて創造的な課題の解決を行う。そして、その前の段階としてアートを通じて問題を発見する。

我々が創造的な考え方や豊かなイマジネーションを持って、その地域や目の前の風景を見ることが、豊かな地域づくりにつながるのではないかと。創造的な都市、創造的な村、そういうものが生まれる1つの媒介者として、アート、アーティストは位置づけられる。

<パネルディスカッション>

テーマ：芸術・文化による地域力創造のプロセスを考える

コーディネーター：大槻 大輔（総務省人材力活性化・連携交流室長）

コメンテーター：太下 義之 氏

パネリスト：中島 諒人 氏

パネリスト：山出 淳也 氏

太下 義之 氏

先程紹介した欧州文化首都の事例は、人口規模が割と大きな都市の事例になってしまったが、2001年以降は、ほぼ毎年2都市ずつ開催しており、概ね大きな都市と小さな都市の組み合わせになっている。今年は、フランスのマルセイユとスロバキアのマリブという小都市で開催された。一方、日本では、全国でビエンナーレやトリエンナーレなどが盛んであるが、大都市だけでなく、地方都市、特に小さな都市でのチャレンジが多い気がする。

欧州の事例に限らず、アートによるチャレンジは、純粋に芸術文化の振興だけにとどまるケースは少ないと思う。一つの目的は地域の文化振興であろうが、たとえば、美術館の来場者数の増加はあくまでも結果で、それを増やし続けること自体が目標ではない。美術を通じて、地域の子どもたちが何らかのクリエイティブな発想をするようになった、というようなことがより大事である。

こう考えると、アートという手段は、観光振興や産業振興、教育の振興、福祉、コミュニティづくりにもつながる。政策として考えると、アートによる地域づくりは、おそらく総合政策としての展開が必要になると思う。

自分たちは厳しい時代に生きているので、今後、生活を豊かにするためには、色々な気づきが必要になるが、その気づきを与える役割をアートが担っていると思う。

一方で、アートは非常にパワーがある。その意味ではとても危険なものとも言える。したがって、行政の仕組み、企業の仕組みにアートがそのまま接続できるかという点と当然難しい面がある。しかし、その「つなぎ手」がいれば、確実に機能すると思う。



中島 諒人 氏

アーティストの場合、フルタイムで仕事をするというスタイルはあまりないので、拠点があれば、アーティストは地域に出かける機会は多くなる。

地域との接点として、たとえば、学校教育と演劇の関係で言えば、演劇は、協調する力を子どもたちに教える。あるシーンをつくる場合、こうしよう、ああしようと考え、お互いに指示を出したり、受けたりしながらグループワークで作っていく。これは一般社会でも大切な要素で、演劇は中々いいツールと言える。

ただ、劇場があることによる地域の反応はマチマチだ。すごく手応えを感じる部分と、ある種の徒労感を感じる部分もある。また、アートは「私」から始まるので、必ず万人に受け入れられるものではない。ただ、設立当初のネガティブな印象からは随分変わり、受け入れてくれた人を中心に新しい取組が始まるなど地域も変わってきた。

地域づくりや日常生活の中で、どのアートを選び、どうアートに関わると良いのかを明示することは難しい。ただ、強いて言えば、自分がどう生きたいのかの一言につきると思う。私たちは、ややもすると成果偏重になってしまう。プロセスをなるべく省いて、無駄を省き、効率をよくして、成果を重視してきた。しかし、これからの時代は、無駄も含めて、こう生きたい、こうしたいという姿勢が大切で、この自分で選んでいく、切り開いていくという感覚や姿勢がアートに近いものであり、今の社会に、そして、今後の地域づくりに必要とされているものではないかと思う。



山出 淳也 氏

もし別府市に大きなギャラリーや美術館があったら、そこで何かしようと思ったかもしれないが、何もなかったので、別府市自体を大きな美術館に見立てて、面的に広げる発想が生まれた。

先ほど話をしたように、アーティストが何かの課題を解決してくれるわけではなく、解決するのはあくまで市民。ただ、アートにおいてサイレントマジョリティーは圧倒的に興味のない人。このため、日常的に話題にのぼったり、「こういうことがあってもいいよね」と思ってもらう仕掛けが大切だ。

近ごろ、地域力を高めるためにアートを取り入れる地域が増え、一種の流行になっている感があるが、数年のうちに本物以外はなくなっていくと思う。

アートは赤ちゃんみたいなもので、育てるには、時間と手間、たくさんの人の関わりが必要だ。このため、その評価を1つの事業で、しかも単年度で成果を生み出すことは難しい。数年間の中で何の成果を上げるのか、その評価基準は何かを先に決めた上で、その間は我慢ということが、とても大切になる。

また、成果に繋げるためには、アーツカウンシルや「つなぎ手」といった中間に当たる人間が必要だ。プロデューサーという立場の人間を、地域の人たちが懐疑的に見るのは当然だ。だから、プロデューサーには絶対実現したいという強い思いとリスクを負う覚悟が必要だ。





第III章 地域人材ネット

III-1 地域人材ネットの概要

「地域人材ネット」は、市町村相互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活躍している専門家等を登録したデータベースである。

平成 24 年度²は民間専門家（191 名）、先進市町村で活躍している職員（32 名（組織を含む）の計 223 名を登録し、市町村等からの相談や要請に応じて登録人材の紹介等を行った。

この「地域人材ネット」は、総務省ホームページ

(<http://www.soumu.go.jp/ganbaru/jinzai/index.html>) で公開している。

<平成 24 年度の登録者の内訳>

1. 民間専門家	191 名
2. 先進市町村の職員	19 名
3. 先進市町村の組織	13 組織
合計	223 名・組織

² 「地域人材ネット」では、専門家等の追加変更を行っており、平成 25 年度版は年度当初に公表予定。

III-2 地域人材ネット登録者一覧

○平成24年度登録者223名・組織（敬称略）

1 民間専門家（191名）

氏名	所属等 (組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
飯沼 巖	食のトライアングル（農・商・消）研究会	会長	北海道富良野市	1、食のトライアングル（農・商・消）研究会 2、食と農と健康を考えるネットワーク 3、観光ガイドヘルプボランティア
石塚 雅明	株式会社石塚計画デザイン事務所	代表取締役	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
河瀬 悟郎	札幌国際大学 観光学部 観光ビジネス学科	教授	北海道札幌市	北海道・利尻礼文0泊3日弾丸ツアー企画実施
菅野 剛	株式会社TAISHI	代表取締役	北海道札幌市	既存資源の潜在力を高め自立支援型のコンサルモデルの実践事例
久保 裕史	北の屋台 北の起業広場協同組合	専務理事	北海道帯広市	十勝帯広で屋台による『まちづくり』
佐藤 太紀	株式会社エフエムもえる	代表取締役社長	北海道留萌市	地域の情報員による地元情報の発信システム構築
島田 昌幸	株式会社 ファミリア	代表取締役	宮城県仙台市	「東北 Roku プロジェクト」の創出
田澤 由利	株式会社ワイズスタッフ/株式会社テレワークマネジメント	代表取締役	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
中田 浩康	有限会社アグリテック	代表取締役	北海道東川町	地域資源を活用した体験型観光推進での交流人口増加による観光まちづくりの取り組み
木村 秋則	株式会社 木村興農社	代表	青森県弘前市	永続性環境保全農業
佐藤 正彦	NPO法人尾上蔵保存利活用促進会	常務理事	青森県平川市	農家蔵保存・利活用とグリーン・ツーリズム事業の定着拡充で地域活性化
相馬 康禮	プロジェクトおおわに事業協同組合	副理事長	青森県大鰐町	0
三上 亨	NPO法人グリーンエネルギー青森	事務局長	青森県青森市	地域課題を逆手に取った地域の活性化
渡辺 敏男	盛岡まち並み塾	理事、事務局長	岩手県盛岡市	盛岡まち並み塾の活動
宇生 雅明	庄内映画村株式会社	代表取締役	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興し
工藤 順一	観光カリスマ工藤事務所	代表	山形県寒河江市	農業は無限の観光資源であるとして、周年での「観光農業」による地域活性化を実現
鈴木 俊勝	茨城の地域づくりと観光を考える会	代表	茨城県土浦市	地域資源を活用した地域づくりと観光振興
石河 智舒	ゆずの里かおり村	会長	栃木県茂木町	「みんなでやっぺー、頑張っぺー」
橋立 達夫	作新学院大学経営学部	教授	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計画の作成および事業実施支援
片田 敏孝	群馬大学大学院工学研究科	教授	群馬県桐生市	防災教育、避難行動、危機管理
笛木 京子	群馬県環境アドバイザー、ぐんま食育推進サポーター		群馬県前橋市	地域から発信する「食育と環境」
三田 英彦	たてばやし下町通り商店街振興組合	下町夜市実行委員長	群馬県館林市	空き地化の進む商店街での交流人口拡大術と起業創出
篠原 靖	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	埼玉県新座市	観光による地域振興を応援 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・・・
柴山 利幸	間伐材ウッドチップ舗装協会	理事長	埼玉県南埼玉郡白岡町	里山の保全活動、森林活用
町田 啓介	(1) お菓子な郷（クニ）推進協議会 (2) 榊和銅鉱泉旅館	(1) 会長 (2) 代表取締役	埼玉県秩父市	地場農産品（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
安島博幸	立教大学観光学部	教授	埼玉県新座市	観光による持続可能な地域振興
加藤 文男	株式会社とみうら（枇杷倶楽部）	取締役	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
高橋 賢一	NPO法人小野川と佐原の町並みを考える会	理事長	千葉県香取市	歴史的町並みの保存と活用
筒井 啓介	特定非営利活動法人コミュニティワークス/地域作業所 hana	理事長	千葉県木更津市	木更津市市民活動支援事業「チャレンジセンター-Let's きさらづ」
虎岩 雅明	株式会社トライワープ	代表取締役	千葉県千葉市	まちの「こんにちは」を目指して
平野 代一	船橋小松菜パウダー会	会長	千葉県船橋市	西船橋野菜（小松菜、枝豆など）を使った加工品開発生産と販売による地産地消推進事業

氏名	所属等 (組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
柳田 公市	特定非営利活動法人ナレッジネットワーク (有限会社ケイワン)	理事長 (代表取締役)	千葉県船橋市	地域再活性化に向けた活動支援
青木 千栄子	株式会社シー・ブルー	代表取締役	東京都新宿区	そのまちに生まれ、育ち、暮らすことに誇りを持つように…。
荒井 弘正	株式会社野村総合研究所 公共経営戦略コンサルティング部	上級コンサルタント	東京都千代田区	地域再生マネージャー事業 (ふるさと財団地域再生部が所管)
今村 まゆみ	街づくりカウンセラー		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
岩佐 吉郎	株式会社 国建	企画推進室 顧問	沖縄県那覇市	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
臼井 純子	株式会社富士通総研	エグゼクティブ コンサルタント、 PPP 推進担当理事	東京都港区	ボランティアホリデー、産業人材育成コーディネーター
大社 充	NPO 法人グローバルキャンパス	理事長/GCJ 総研 所長	東京都渋谷区	観光サービス人材育成研修事業
大竹 道茂	江戸東京・伝統野菜研究会	代表	東京都昭島市	江戸東京の伝統野菜による地域活性化と食育授業の推進
大塚 幸雄	バル街づくり研究所	代表	東京都武蔵野市	「合わせ技一本」島型ビジネス展開事業(海士町)
岡崎 昌之	法政大学 現代福祉学部/大学院 人間社会研究科	教授	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
奥村 玄	株式会社 GEN プランニング	代表取締役	東京都三鷹市	宮崎県えびの市「地域づくりアドバイザー」/ 和歌山市「中心市街地再生戦略会議コーディネーター」
加藤 孝明	東京大学生産技術研究所	准教授	東京都目黒区	広域ゼロメートル市街地における市民主導型の防災まちづくり (メガ ハザードへの取り組み)
加藤 種男	公益社団法人企業まち協議会	専務理事	東京都墨田区	文化を活用した地域経済・地域社会の創造
紙田 和代	ランドブレイン株式会社 東日 本大震災復興支援グループ	チーム長	東京都千代田区	地区における住民主体のまちづくりの推進 (計画づくり、地区計画策定、取り組み・事業実施) の支援
川野 正彦	スタイルジャパン研究所	主宰	東京都渋谷区	地方自治体と地場産業、 それぞれのパフォーマンスを活かした地場産業のブランドづくり
城所 哲夫	東京大学大学院工学系研究科都 市工学専攻	准教授	東京都文京区	諸外国を含む先進事例の紹介と教訓についての解 説、ワークショップ指導
木下 斉	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	東京都品川区	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-
木村 乃	ビズデザイン株式会社/明治大 学商学部	代表取締役/特 任准教授	東京都港区	シティセールス、地域ブランディングを基軸とした着地型観光による 地域活性化
鯨井 勇	株式会社藍設計室	代表取締役	東京都東村山市	地域資源環境を保全しながらの再生・交流・活性化
窪田 亜矢	東京大学大学院工学系研究科 都市デザイン研究室	准教授	東京都文京区	資源を活かしたまちづくり
熊倉 純子	東京藝術大学	教授	東京都足立区	地域型アートプロジェクトの実践
久米 信行	一般社団法人墨田区観光協会	理事	東京都墨田区	経営者や自治体有志で勝手にネットで観光協会
小泉 秀樹	東京大学大学院工学系研究科・都 市計画研究室	准教授	東京都文京区	コミュニティ・デザイン、まちづくりの仕組みづくり
後藤 春彦	早稲田大学理工学部 教授	教授	東京都新宿区	まちづくり支援
小林 祥子	全日本空輸株式会社 (休職中)		東京都港区	宇和島市における真珠を核としたブランド化による 中心市街地活性化、女性の視点と感性を活かしたまちづくり
小松 俊昭	(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	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
斉藤 俊幸	イング総合計画株式会社	代表取締役	東京都杉並区	小さな社会実験による担い手育成
洪澤 寿一	NPO 法人樹木・環境ネットワーク 協会	理事長	東京都千代田区	地域の自然と文化をベースとした循環型地域づくり
清水 慎一	(1) 立教大学観光学部 (2) (株) ツリス「マーケティング」研究所	(1) 特任教授 (2) 顧問	埼玉県新座市	観光による交流を活かした元気なまちづくり
関司 直也	法政大学現代福祉学部	准教授	東京都町田市	農山村地域再生に向けた人的支援の試み
関 幸子	NPO 法人 地域産業おこしに 燃える人の会	理事長	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)
千田 良仁	株式会社アイファイ	代表取締役	東京都新宿区	「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
高橋 明子	アクション・リサーチ	代表	東京都杉並区	ICT を活用した、生活現場からの地域メディアづくり・人づくり
高橋 英典	株式会社 コミュニティネット	代表取締役	東京都中央区	島根県吉賀町～5者協定+1の取り組み「福祉を核にしたまちづくり」
田中 章雄	株式会社ブランド総合研究所	代表取締役社長	東京都港区	地域ブランドへの意識改革、調査、戦略策定
田邊 寛子	まちひとこと総合計画室	代表	東京都渋谷区	観光地や商店街の地域資源を大切にした「景観づくり」による活性化 支援
玉沖 仁美	株式会社 紡	代表取締役	東京都港区	「モノをつくって売る」ことを自分で行えるようになる」実施型 サポート

氏名	所属等 (組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
初尾 圭亮	株式会社 船井総合研究所	地域ブランド 創造チーム	東京都千代田区	地域特産品 ブランド化による地域活性化
富田 宏	株式会社漁村計画	代表取締役	東京都世田谷区	全国の住民参加の漁村環境整備計画の作成、漁村活性化の取り組み
富永 一夫	特定非営利活動法人 フェージ ョン長池	理事長	東京都八王子市	暮らしの支援事業
中島 淳	株式会社カルチャーアットフォー ーションズ	代表取締役	東京都港区	思いや考えをカタチに
羽藤 英二	東京大学工学部都市工学科	准教授	東京都文京区	松山市のモビリティデザイン
藤崎 慎一	株式会社地域活性プランニング	代表取締役	東京都港区	マーケットニーズと全国の事例による『地域ブランド戦略とまちづくり』
前田 隆正	SOHO CITY みたか推進協議会	会長	東京都三鷹市	起業による地域活性化
政所 利子	株式会社 玄	代表取締役	東京都台東区	持続的地域経営のための戦略を総合的に取り組むそのためには
宮口 侗她	早稲田大学教育・総合科学学術院	教授	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
宮治 勇輔	NPO 法人農家のこせがれネットワ ーク / 株式会社みまじ豚	代表理事 CEO / 代表取締役社長	東京都港区	農業を基点に地域を活性化する研修及び都市農村交流等支援事業
守屋 邦彦	財団法人日本交通公社 研究調査部	主任研究員	東京都千代田区	米粉を軸とした地域食材の活用による観光まちづくりの推進
山田 桂一郎	J T I C . S W I S S	代表	Switzerland : Zermatt、日本：東 京都千代田区	住民、事業者を主体としたDMOによる持続可能で自立した地域活 性・再生化
山田 洋司	特定非営利活動法人仕事人倶楽 部	理事長	東京都港区	地域特産品を活用した、商店街活性化
山本 尚史	拓殖大学 政経学部	教授	東京都文京区	地域主体のビジネス環境整備手法「エコノミックガーデニング」
吉井 靖	株式会社うぶすな	代表取締役	東京都中央区	「IT×地域」 地域へヒトとオカネをもたらすための IT 利活用
吉田 道郎	株式会社 梵まちづくり研究所	代表取締役	東京都新宿区	地域の自治力向上をふまえたまちづくり、景観づくり、活性化
飯盛 義徳	慶應義塾大学総合政策学部	准教授	神奈川県藤沢市	地域づくりとひとづくり
古賀 学	松蔭大学観光文化学部	教授	神奈川県厚木市	継続的な観光からの地域振興への参加（利賀村・高柳町）
佐藤 喜子光	NPO 法人 地域力創造研究所	理事長	神奈川県逗子市	ファンづくりツールズを梃子とした地域力の創造
澤島 光弘	㈱榊澤電機製作所	代表取締役社長	神奈川県横浜市	障がい者の就労支援・就労の場づくり！
野口 和雄	(有)野口都市研究所	代表取締役	神奈川県中郡二宮 町	真鶴町における条例制定や計画づくり、美しいまちづくりの取組み
平井 太郎	特定非営利活動法人小田原まち づくり応援団	副理事長	神奈川県小田原市	文化財建物を活用した邸園交流による地域活性化
松岡 夏子	NPO法人ゼロ・ウェイストアカ デミー	理事	徳島県上勝町	地域発ゼロ・ウェイスト推進活動
屋代 雅充	東海大学観光学部観光学科	教授	東京都渋谷区	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ぶり出 し市民主導のまちづくりへと展開
阿部 巧	社団法人中越防災安全推進機構	復興デザインセン ターコーディネーター	新潟県長岡市	新潟県中越地震被災地域・過疎高齢集落における人的支援の実践
稲垣 文彦	社団法人中越防災安全推進機構	復興デザインセン ター長	新潟県長岡市	2004年新潟県中越地震からの市民と行政との協働による復興まちづく り
春日 俊雄	荻ノ島ふるさと村組合	組合長	新潟県柏崎市	地域資源を活用した交流観光による自信と誇りの再生・地域の活性化
澤田 雅浩	長岡造形大学 建築・環境デザイ ン学科	准教授	新潟県長岡市	中越地震被災集落の復興支援
関 由有子	あわゆき組	代表	新潟県上越市	自ら楽しむまちづくり、「城下町・高田」の雰囲気演出
田口 太郎	徳島大学総合科学部	准教授	徳島県徳島市	地域住民の自律性を高めながら進める地域づくり。 復興まちづくりから平時の地域づくりまで
柵 富雄	富山インターネット市民塾推進 協議会	事務局長	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流
中谷 信一	財団法人 利賀ふるさと財団	理事長	富山県南砺市	そばによる国際交流とむらおこし
大湯 章吉	能登乃國ゆするぎ塾	塾長	石川県鹿島郡中能 登町	地域活性化事業の取り組みと支援
高峰 博保	(株)ぶなの森	代表取締役	石川県金沢市	地域内産業連携を通じた地域振興
多田 喜一郎	春蘭の里実行委員会	0	石川県鳳珠郡能登 町	若者が帰ってくる農村の再生を目指して
谷本 互	まち&むら研究所 / 合同会社地 創研	代表/GM	石川県河北郡津幡 町	発酵食品、地域食品支援活動から提供施設の活性化まで
前田 昭則	任意団体 心田開発(しんでんか いはつ)	副理事長	石川県能美市	やすらぎの共生社会(地域)創出を目指して

氏名	所属等 (組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
小島 慶藏	伊藤忠商事株式会社	福井事務所 所長	福井県福井市	海外戦略も視野に入れた産業振興、農工商連携、人材育成、新規事業創出
鈴木 奈緒子	(1) NPO 法人 awarart (2) COM計画研究所	(1) 事務局 (2) 総括研究員	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
鞍打 大輔	特定非営利活動法人日本上流文化圏研究所	事務局長	山梨県早川町	住民主体の地域づくり活動や集落の維持・活性化へ向けた取り組みへの支援
曾根原 久司	特定非営利活動法人えがおつなげ	代表理事	山梨県北杜市	農工商連携による農村活性化
井上 弘司	CRC 地域再生診療所	代表執行役	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および移住交流
高橋 寛治	地域プランナー	0	長野県飯田市	小規模再開発の連鎖による地方都市再生モデルの構築、地域の内発力を引き出すまちづくり
吉田 周平	特定非営利活動法人 おもいやり乙女平	理事長	長野県東御市	住民自らが行う宅幼老所運営事業
山田 拓	株式会社 美ら地球	代表取締役	岐阜県飛騨市	地域資源を活かしたソーシャル・ツーリズムビジネスの創出
飯倉 清太	特定非営利活動法人 サプライズ	代表理事	静岡県伊豆市	「いつもどこかで誰かが拾っている」・・・継続した清掃活動が、まちづくりにも発展
小出 宗昭	富士市産業支援センターf-Biz	センター長	静岡県富士市	産業支援施設を核とした地域活性化の実現
渡邊 英彦	富士宮やきそば学会、(社)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、代表理事	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
鈴木 達也	(1) 表参道発展会(いなり楽市実行委員会) (2) 豊川まちづくりそわか	(1) 会長 (2) 代表取締役社長	愛知県豊川市	できることから始めるまちづくり
松井 洋一郎	岡崎まちゼミの会/特定非営利活動法人岡崎都心再生協議会	代表/理事・商業活性化部会長	愛知県岡崎市	「まちゼミ」をはじめとする地域主体の中心市街地活性化事業
木村 修	伊賀の里モクモク手づくりファーム	代表取締役社長	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6次元化～
高橋 幸照	多気町勢和地域資源保全・活用協議会	事務局長	三重県多気町	農村協働力(地域の絆)を活かした地域資源の保全と活用
畑井 育男	新雲出川物語推進委員会	委員長	三重県津市	山川海ネットワークの構築による多様な主体の環境保全活動の推進
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
アレックス・カー	特定非営利活動法人 籠庵トラスト(ちいおりとらすと)	理事長	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
井内 邦典	亀岡市篠町自治会	前会長	京都府亀岡市	セーフコミュニティ推進活動
大木 満和	有限会社 常吉村営百貨店	代表取締役社長	京都府京丹後市	逆境を逆手に取った農ある地域づくり(農業と福祉と暮らし)
梶浦 秀樹	株式会社社庵	代表取締役社長	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
塩見 直紀	①半農半X研究所 ②特定非営利活動法人里山ねつと・あやべ	①代表 ②スタッフ	京都府綾部市	半農半Xライフスタイルの提唱とコンセプトを活かした地域再生
高木 治夫	京都フラワーツーリズム合同会社	プロデューサー	京都府京都市	人を活かして観光振興をはかるう!
金丸 弘美	食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー		大阪府大阪市	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
中村 崇明	かつとあんどべーすと	代表	大阪府大東市	地域資源を活かした地域活性化事業
大島 康孝	大阪樟蔭女子大学 学芸学部 インテリアデザイン学科	教授	大阪府東大阪市	地域資源「オリーブ」を活用した「農」「商」「観光」の地域活性化
岸本 晃	株式会社 プリズム	代表取締役	兵庫県加古川市	ICT人材「住民ディレクター」で地域とメディアをプロデュース
小橋 昭彦	特定非営利活動法人情報社会生活研究所	代表理事	兵庫県丹波市	マーケティング的視点を活かして地域活性化を支援
小林 郁雄	株式会社 コー・プラン	取締役アドバイザー	兵庫県神戸市	神戸における水際地区整備計画から阪神・淡路大震災の復興市民まちづくり総合的支援
高橋 一夫	近畿大学 経営学部	教授	大阪府東大阪市	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
中山 栄一郎	特定非営利活動法人 歴史と出会うまちづくり船場城西の会	理事(書記)	兵庫県姫路市	地域に残る歴史的財産を活用したまちづくり
和崎 宏	インフォর্মーム株式会社	代表取締役	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
多田 稔子	一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー	会長	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
玉井 常貴	農業法人(株)秋津野	取締役副社長	和歌山県田辺市	農村文化や地域産物を活かした地域づくり(都市との交流)
藤原 義政	NPO法人 紀州えこなびと 新エネルギー開発事業部会	会長	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
安藤隆一	まちづくり工房 「隆」	代表	鳥取県鳥取市	「まちづくり」は「人づくり」から

氏名	所属等 (組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
野田 邦弘	鳥取大学 地域学部	教授	鳥取県鳥取市	鳥取市内の廃病院を活用したアートプロジェクト「ホスピタイル」
尾野 寛明	有限会社エコカレッジ	代表取締役	島根県川本町	インターネット古書店による過疎地の雇用創出、および都市部の若手企業家誘致
門脇 修二	観光プロモーター		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』
藤原 明	株式会社シーズ総合政策研究所	取締役 (非常勤)	島根県松江市	1 市民出資による公民協働のまちづくり会社を設立支援、経営参画 2 中山間地域における産業振興・地域資源活用ビジネスの事業化支援 3 事業再生に向けた現場改善支援 (高速PA、公共交通、第三セクター、協同組合、中小企業等)
仲田 芳人	かのさと体験観光協会	事務局長	岡山県新見市	かのさと体験観光協会を通じたグリーンツーリズムの企画受け入れ
鳴本 浩二	NPO 法人かさおか島づくり海社	理事長	岡山県笠岡市	笠岡諸島島おこし
安藤 周治	(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	(1) 副会長 (2) 理事長 (3) 代表理事	広島県三次市	中国・地域づくり交流会活動 ひろしま NPO センター 活動 NPO 法人ひろしまね「もう一つの役場」の提案
辻駒 健二	川根振興協議会	会長	広島県安芸高田市	川根振興協議会における活動
富永 洋一	下関フィルム・コミッション	常任委員長	山口県下関市	ロケ支援だけではなく、地域との関わり
中澤 さかな	道の駅萩シーマート(ふるさと萩食品協同組合) 駅長(専務理事)	駅長(専務理事)	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
和田 健資	しものせき観光キャンペーン実行委員会	副会長	山口県下関市	下関観光キャンペーン実行委員会「官民一体となった基幹産業プロジェクト」
大南 信也	特定非営利活動法人グリーンパレー	理事長	徳島県神山町	「人」をコンテンツにした創造地づくり
中村 英雄	NPO 法人新町川を守る会	理事長	徳島県徳島市	水を生かしたまちづくり活動
横石 知二	株式会社 いろどり	代表取締役社長	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
新谷 稔	むれ源平まちづくり協議会	会長	香川県高松市	地域プロデューサーの育成と地域資源と地場産業による地域活性化
古川 康造	高松九亀町商店街振興組合	理事長	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
泉谷 昇	特定非営利活動法人いよココロザシ大学	理事長・学長	愛媛県松山市	「誰でも先生、誰でも生徒、どこでもキャンパス」いよココロザシ大学。
野田 文子	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	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
若松 進一	人間牧場	牧場主	愛媛県伊予市	夕日を地域資源としたまちづくり
畦地 履正	株式会社 四万十ドラマ	代表取締役	高知県高岡郡四万十町	「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
大原 一郎	有限会社 卵屋 (ランヤ)	代表取締役	高知県高知市	地域食材を活用した商品、業態開発、地域ブランド化の取組み
坂本 世津夫	四国情報通信懇談会	運営委員長	高知県南国市	ICT の活用による地域活性化、地域人材育成
畠中 智子	高知のまちづくりを考える会	代表	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！
井手 修身	アイデアパートナーズ株式会社	代表取締役社長	福岡県福岡市	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～
今泉 重敏	株式会社 まちづくり計画研究所	代表取締役	福岡県福岡市	笑顔満タン、豊かな発想による、目からウロコのまちづくり仕掛け人
甲斐 寛人	ランドブレイン株式会社	主任	東京都千代田区	プランニングから実行まで一貫したマネジメント
小森 耕太	山村塾	事務局	福岡県八女市	山村塾と国際里山・田園保全ワーキングホリデー、人材育成の取り組み
須川 一幸	株式会社地域振興研究所	代表取締役	福岡県太宰府市	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
杉本 利雄	(有)ラビュタファーム	代表	福岡県川崎町	観光果樹園での地産地消型のレストランの経営と地域との連携
砂田 光紀	有限会社 オフィスフィールドノート	取締役	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
西村 健司	一般社団法人 コミュニティンクタンク北九州	理事	福岡県北九州市	自治組織を中心とした買物弱者支援の実践
濱砂 圭子	株式会社フラウ	代表取締役	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
養父 信夫	九州のムラへ行こう (株式会社マインドシェア発行) 九州のムラたび応援団	編集長 九州のムラたび応援団 団長	福岡県福津市	ムラの 6 次産業化による地域活性
竹本 慶三	させぼ四ヶ町商店街協同組合	理事長	長崎県佐世保市	地場産品を活用した「食」と「農」による地域活性化
中田 英昭	長崎大学大学院水産・環境科学総合研究科	教授	長崎県長崎市	沿岸海洋環境の診断・評価ならびに沿岸漁場環境の保全・修復
松永 忠徳	株式会社 みそ半	代表取締役	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、とつとつ島の開設
安武 敦子	長崎大学 大学院工学研究科	准教授	長崎県長崎市	中越における災害復興・中山間地の再生/ 仮設カフェの実施
山口 純哉	長崎大学経済学部	准教授	長崎県長崎市	震災復興と地場産業・ソーシャルビジネス・まちづくり
小林 和彦	火の国未来づくりネットワーク	事業担当役員	熊本県熊本市	「出会う・つなげる・ふるさとする～懐かしい未来の創造者～」 ソーシャル・プロジェクト・コーディネーターの役割

氏名	所属等 (組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
山口 純哉	長崎大学経済学部	准教授	長崎県長崎市	震災復興と地場産業・ソーシャルビジネス・まちづくり
小林 和彦	火の国未来づくりネットワーク	事業担当役員	熊本県熊本市	「出会う・つなげる・ふるさとするへ懐かしい未来の創造者〜」 ソーシャル・プロジェクト・コーディネーターの役割
沢畑 亨	水俣市久木野地域振興会	水俣市久木野ふるさとセンター 「愛林館」館長	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
富士川 一裕	(株)人間都市研究所	代表取締役	熊本県熊本市	地元組織と連携した中心市街地の活性化
本田 節	有限会社 ひまわり亭	代表取締役	熊本県人吉市	地域の食資源を活かした農工商連携による地域活性化
吉本 哲郎	地元学ネットワーク	主宰	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
鶴田 浩一郎	NPO法人ハットウ・オンパク、 (社)ジャパン・オンパク、(株)鶴田ホテル(ホテルニューツルタ)	代表理事	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
日高 茂信	やっちみろかい酒谷	会長	宮崎県日南市	小さな自治と地元学による地域活性化
徳田 勝章	峰山地区コミュニティ協議会	会長	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
豊重 哲郎	柳谷自治公民館	公民館長	鹿児島県鹿屋市	行政に頼らない「むら」おこし
白仁 昇	一般社団法人おきなわ離島応援団	理事	沖縄県那覇市	沖縄発の化粧品プロデュース・北大東村「地域力創造アドバイザー」
溝畑 宏	大阪府・京都府・京都大学	大阪府特別顧問・京都府参与・ 京都大学経営大学院特命教授	東京都千代田区	サッカークラブ社長として、観光庁長官として、地域活性化に努めてきた。
椎川 忍	(1)NPO法人大山中海観光推進機構 (2)NPO法人地域力創造研究所 (3)地域に飛び出す公務員ネットワーク	(1)理事 (2)副理事長 (3)代表	千葉県佐倉市	「緑の分権改革」の推進と公務員参加型地域おこしのススメ

2 先進市町村の職員 (19名)

氏名	所属等 (組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
倉持 隆雄	厚木市協働安全部	地域力創造担当部長	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
高野 誠鮮	羽咋市農林水産課	課長補佐	石川県羽咋市	限界集落活性化計画「山彦計画」
深澤 秀史	山梨市役所下水道課	課長	山梨県山梨市	協働のまちづくりとコンパクトな都市計画の実践
栗谷本 真	御嵩町役場 まちづくり課 まちづくり推進係	主査	岐阜県御嵩町	「手づくりの景観修景」と「交流イベント事業」による宿場町の活性化へ自信と誇りの持てるまちづくりをめざして〜
水野 正文	郡上市役所市長公室特命担当次長兼地域振興担当課長兼道の駅統括	次長	岐阜県郡上市	理想の3セク経営 *年商7億円 *交流人口90万人
岸川 政之	三重県多気郡多気町役場	まちの宝創造特命監	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!
奈良 俊哉	近江八幡市安土町総合支所住民福祉課		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」
桜井 誠一	神戸市市役所	代表監査委員	兵庫県神戸市	自治体における危機管理時のマスコミ対応
吉田 稔	西宮市	CIO補佐官、市情報センター長兼被災者支援システム全国サポートセンター長	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
池田 稔	河合町総務課	主幹	奈良県河合町	奈良県下7市町で行う基幹業務システムの自治体クラウド・協同アウトソーシング事業
金山 功	邑南町定住企画課	交流促進係長	島根県邑南町	邑南町研修プロジェクト
寺本 英仁	邑南町役場 商工観光課	主任主事	島根県邑南町	地域食材を切り口としたビレッジプライド(町民の誇り)の確立
中川 哉	江津市産業振興部農林水産課	定住対策係長	島根県江津市	多様な主体の連携による定住促進事業〜江津市人材移入プロジェクト〜
小西 昌幸	北島町 教育委員会	事務局長	徳島県北島町	創世ホールの主な自主事業
森本 登志男	佐賀県庁	最高情報統括監(CIO)	佐賀県佐賀市	地域活性化に向けたマーケティング手法とICTの活用
佐藤 之則	豊後高田市企画情報課	課長	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ー「昭和の町」
矢房 孝広	諸塚村役場 企画課	企画課長	宮崎県諸塚村	山と生きる 〜全村森林公園・諸塚 百彩の森づくり〜
前城 充	那覇市・南風原町 環境施設組合(南風原町派遣)	総務企画課長	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
松本 壮	伊江村商工観光課	課長補佐	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

2 先進市町村の組織（13 組織）

組織名	代表者氏名	代表者職名	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	川口 真	課長	北海道標津郡標津町	漁業を観光化して観光の産業化へ
宮古市産業振興部	佐藤 日出海	部長	岩手県宮古市	モノづくりができる、人づくり
遠野市産業振興部連携交流課	石田 久男	課長	岩手県遠野市	「行って観たい町」から「住んで魅たい町」へ
小坂町観光産業課	近藤 肇	課長	秋田県鹿角郡小坂町	バイオマスタウン推進事業
小浜市食のまちづくり課	中田 典子	課長補佐	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	原田 互		山梨県山梨市	定住促進事業「山梨市空き家バンク制度」
綾部市定住交流部水源の里振興課	西川 卓男	課長	京都府綾部市	水源の里（いわゆる限界集落）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	上田 篤	課長	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	林 秀行	課長	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	山本 善太	統括	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
萩市歴史まちづくり部まちじゅう博物館推進課	田中 慎二	課長	山口県萩市	萩まちじゅう博物館
福岡県大木町環境課	境 公雄	課長	福岡県大木町	持続可能な循環のまちづくり
長崎市文化観光部さるく観光課	馬見塚 純治	課長	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」

平成 24 年度 地域力創造のための起業者定住促進モデル事業 調査報告書

平成 25 年 3 月

総務省 地域力創造グループ 地域自立応援課 人材力活性化・連携交流室

〒100-8926 東京都千代田区霞が関 2-1-2

電話 03-5253-5111 (代)

(事業請負) 株式会社価値総合研究所

〒100-0004 東京都千代田区大手町 2-2-1

電話 : 03-5205-7901 FAX : 03-5205-7922