

# 平成20年度 地域人材力活性化事業 調査報告書



平成21年3月

総務省地域力創造グループ地域自立応援課

---

---

# 目次

序章 はじめに	1
第1章 地域力創造アドバイザー事業の実施・運営	5
1-1 地域力創造アドバイザー事業の概要と枠組み	5
(1) 地域力創造アドバイザー事業の概要	5
(2) 事業（支援）の形態	6
(3) 応募状況	8
(4) 事業実施に係る意見交換会等の開催	10
1-2 対象市町村における事業実績	15
(1) 北海道白糠町（担当アドバイザー：日垣敏之氏）	16
(2) 青森県青森市（担当アドバイザー：長崎市さるく観光課）	22
(3) 茨城県常陸太田市（担当アドバイザー：金丸弘美氏）	26
(4) 千葉県香取市（担当アドバイザー：加藤文男氏）	33
(5) 山梨県北杜市（担当アドバイザー：小浜市食のまちづくり課）	38
(6) 京都府京丹後市（担当アドバイザー：高野誠鮮氏）	44
(7) 和歌山県紀の川市（担当アドバイザー：中島淳氏）	50
(8) 広島県竹原市（担当アドバイザー：中澤さかな氏）	56
(9) 長崎県小値賀町（担当アドバイザー：アレックス・カー氏）	60
(10) 鹿児島県霧島市（担当アドバイザー：養父信夫氏）	64
(11) 沖縄県北大東村（担当アドバイザー：白仁昇氏）	70
1-3 事業成果の総括	75
(1) 地域力創造アドバイザー事業の総括	75
(2) 今後のより効果的な事業推進に向けての課題	78
第2章 地域力創造セミナーの実施・運営	79
2-1 地域力創造セミナーの目的と趣旨	79
2-2 地域力創造セミナーの実施概要	80
(1) 第1回（前期）	80
(2) 第1回（後期）	84
(3) 第2回	89
(4) 第3回	92

---

---

## 序 章 はじめに

総務省「地域人材力活性化事業」は、地方自治体の多様なニーズに応じた人材力活性化メニューを提供することで、各地方自治体における人材育成やノウハウ蓄積などを支援することを目的として実施した。具体的には、以下の3つの取組を行った。

- ① 市町村のニーズに応じて、総務省職員を派遣（出向）
- ② 民間専門家や先進市町村で活躍している職員を「地域人材ネット」（データベース）に登録し、他市町村に紹介
- ③ 新たに地域活性化に取り組む市町村に対し、モデル的に以下の支援を実施
  - ➔ 「地域人材ネット」に登録された人材を「地域力創造アドバイザー」として派遣
  - ➔ 新たに地域活性化に取り組む市町村から先進市町村への研修派遣

本報告書は、上記のうち、地域人材ネット（②）に登録された人材を市町村に派遣する「地域力創造アドバイザー事業」（③）及び当該人材等を講師として、市町村職員等を対象として実施する「地域力創造セミナー」について、本年度の事業結果及び成果をとりまとめたものである。

なお、地域力創造アドバイザー事業及び地域力創造セミナー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「地域人材力活性化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。

### 地域人材ネットについて

「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人材を登録したデータベースである。

平成20年度<sup>1</sup>は、民間専門家（64名）に加えて、先進市町村で活躍している職員（35名（組織を含む））の計99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うこととした。

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20年度の登録者の内訳>

1. 先進市町村の職員	14名
2. 先進市町村の組織	21組織
3. 民間専門家	64名
合計	99名・組織

<sup>1</sup> 「地域人材ネット」は、今後、適宜登録内容の更新を予定している。平成20年度の登録者リストは次頁以降に掲載。

＜地域人材ネット登録者一覧（平成20年度登録者99名）＞ （敬称略）

1 先進市町村の職員（14名）

所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	氏名 (代表者氏名)	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
市川市企画部企画・広域行政担当	副参事	寺沢 和博	「1%支援制度」の推進で地域コミュニティの活性化
市川市企画部企画・広域行政担当	副主幹	福田 修	市川市e-モニター制度（ネットリサーチで市民参加の促進）
南房総市企画部	戦略プロジェクト推進部長	加藤 文男	黒字経営の「道の駅」で、地域産業・文化の振興、広域情報の発信
厚木市安心安全部	安心安全部参事兼セーフコミュニティ担当課長	倉持 隆雄	不審動向情報システムの構築・体感治安不安感改善・繁華街環境浄化対策・子どもの安全など安心安全対策全般
柏崎市産業振興部観光交流課	課長	春日 俊雄	農村滞在型交流観光（グリーンツーリズム）による地域活性化
羽咋市1.5次産業振興室	総括主幹	高野 誠鮮	山村集落活性化計画「山彦計画」
郡上市郡上地域活性化協議会	異業種交流部会長	水野 正文	理想の3セク経営～「古今伝授の里」づくり
近江八幡市協働政策部地域文化課	専門員	奈良 俊哉	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」
西宮市	西宮市CIO補佐官、西宮市情報センター長	吉田 稔	阪神・淡路大震災時に自治体で唯一の「被災者支援システム」を構築
江津市建設経済部農林商工課	総括主任	中川 哉	空き家活用による定住の促進～人材移入プロジェクト～
邑南町定住企画課	交流促進係長	金山 功	邑南町研修プロジェクト
海士町産業創出課	課長	大江 和彦	地域資源を活用したまちづくり～地元産品のブランド化・「地産地消」
豊後高田市商工観光課	主幹兼観光係長	佐藤 之則	商業と観光の一体化による中心市街地の再生～「昭和の町」
伊江村商工観光課	主査	松本 壮	観光産業活性化による地域振興を目指して

2 先進市町村の組織（21組織）

所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	氏名 (代表者氏名)	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
標津町企画政策課	課長	川口 真	漁業を観光化して観光の産業化へ
盛岡市消費生活センター	所長	吉田 健司	「悪質商法に負けないまちづくり」「多重債務問題に強いまち盛岡」
遠野市ふるさと定住推進室	室長	鈴木 忍喜	「行って観たい町」から「住んで魅たい町」へ
宮古市産業振興部産業支援センター	所長	佐藤 日出海	モノづくりができる、人づくり～コネクター・金型産業を軸とした活性化
大崎市田尻総合支所産業建設課	課長	瀬川 一幸	マガンの里推進プロジェクト「渡り鳥との共生による持続可能な社会システムの構築」
小坂町産業課農林班	参事	近藤 肇	バイオマスタウン推進事業
長井市商工観光課	課長	斎藤 理喜夫	地元工業高校・ものづくり人材の支援等人材育成を柱とした産業振興
川口市企画財政部情報政策課	次長	高柳 昭彦	自治体EA（エンタープライズ・アーキテクチャ）で市役所全体の最適化
日野市環境共生部	部長	萩原 弘次	市民とともにつくる環境共生都市
小浜市食のまちづくり課	政策幹（食のまちづくり課長事務取扱）兼御食園若狭おほま食文化館長	大熊 武	食のまちづくりの推進
甲府市企画部情報政策室情報政策課	係長	土屋 光秋	サービス調達によるシステム全体最適化へ向けた取組
山梨市定住促進プロジェクトチーム	副主査	磯村 賢一	定住促進事業「山梨市空き家バンク制度」
飯田市産業振興支援課結いターンキャリアデザイン室	課長	福澤 栄二	人材誘導：若者のUターン支援
三島市地域振興部観光推進課	課長	高村 敏明	街中がせせらぎ～歩きたい街・住みたい街をめざして～
綾部市市民環境部水源の里振興課	課長	西川 卓男	水源の里の維持・再生に向けた取組
豊岡市コウノトリ共生部コウノトリ共生課	課長	上田 篤	コウノトリと共に生きるまちづくり、豊岡市環境経済戦略
みなべ町うめ課	課長	林 秀行	日本一の梅の里づくり
笠岡市政策部協働のまちづくり課海援隊グループ	統括（グループリーダー）	藤井 敏生	住民によるNPO団体との協働を通じた島おこし活動
萩市総合政策部まちじゅう博物館推進課	課長	柳井 和彦	萩まちじゅう博物館
今治市大三島支所産業建設課	課長	藤原 保文	都市と農村の交流による地域の活性化
長崎市文化観光部さるく観光課	課長	馬見塚 純治	長崎市の歴史や文化を活用したまち歩き「長崎さるく」

3 民間専門家（64名）

所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	氏名 (代表者氏名)	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
(株)石塚計画デザイン事務所	代表取締役	石塚 雅明	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
北の屋台 北の起業広場協同組合	専務理事	久保 裕史	十勝帯広で屋台による『まちづくり』
(株)ワイズスタッフ	代表取締役	田澤 由利	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
食のトライアングル(農・商・消)研究会	会長	飯沼 巖	食と農と健康を考えるネットワーク会議・観光ガイドヘルプ
(1) あおもりコミュニティビジネスサポートセンター (2) NPO法人グリーンエネルギー青森	(1) 所長 (2) 常務理事事務局長	三上 亨	地域課題を逆手に取った地域活性化(津軽鉄道を軸とした地域再生など)
NPO法人尾上蔵保存利活用促進会	常務理事	佐藤 正彦	農家蔵保存・利活用とグリーン・ツーリズムの定着拡充で地域活性化
達者村づくり委員会	総務委員会 会長	佐々木 進	地元交流資源を活用した達者村づくり活動
盛岡まち並み塾	事務局代表	渡辺 敏男	盛岡まち並み塾の活動
NPO法人田んぼ	理事長	岩淵 成紀	地域の生物多様性と水田農業の再生プロジェクト～ふゆみずたんぼプロジェクト～
観光カリスマ工藤事務所	代表	工藤 順一	農業は無限の観光資源～周年での「観光農業」による地域活性化
長井ものづくり連携のキーマン	西置賜産業会会長	吉田 功	(吉田) 地元工業高校を支え企業、地域の連携を創出 (斎藤) 地方小都市のものづくり若手活動・ネットワークづくりを推進 (小関) 柱を「味・つ」開発を柱に定めた、産業振興への取組
山形県林業研究グループ連絡協議会	副会長	栗田 和昭	山人として～不用木や間伐材を活用した林業の活性化
NPO法人大洗海の大学	代表理事	飯島 一敬	地域社会と連携した大洗わくわく科学館・NPO法人大洗海の大学の運営
ゆずの里かおり村	会長	石河 智舒	「みんなでやっペー、頑張っペー」～特産のゆずを軸とした地域活性化
作新学院大学	総合政策学部教授	橋立 達夫	地域ワークショップ方式による集落活性化事業
NPO法人小野川と佐原の町並みを考える会	理事長	高橋 賢一	歴史的町並みの保存と活用
(1) 金沢工業大学 (2) 合同会社家守公室	(1) 産学連携室 コーディネーター (2) 代表	小松 俊昭	ヤモリカフェの創設と運営を通じた新たなコミュニティ・ビジネスの創出
(株)カルチャーアットフォーシーズンズ	代表取締役	中島 淳	思いや考えをカタチに～地域の取組をビジネスモデルに
(株)ANA総合研究所	首席研究員	日垣 敏之	物産振興(ブランド化)から観光振興(交流人口の拡大)へ
(株)地域活性プランニング	代表取締役	藤崎 慎一	ビジネス視点でのコーチングにより、住民を自立させての地域活性化
NPO法人樹木・環境ネットワーク協会	理事長	渋澤 寿一	地域の自然と文化をベースとした循環型地域づくり
食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー	食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー	金丸 弘美	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
イング総合計画(株)	代表取締役	斎藤 俊幸	食づくり、酒づくりの雇用創出、地域再生
あわゆき組	代表	関 由有子	楽しみながら城下町高田のまちを元気にする活動
(財)利賀ふるさと財団	理事長	中谷 信一	そばによる国際交流とむらおこし
(財)地域振興研究所	常勤理事・主任研究員	谷本 亙	酒蔵支援活動から日本の酒蔵のビジョン
能登乃國ゆるぎ塾	塾長	大湯 章吉	地域活性化事業の取組と支援～農家訪問等を通じた国際交流
awarartの会/COM計画研究所	awarartの会事務局/主任研究員	鈴木 奈緒子	夢をカタチに 地域資源を生かした住民主体の地域再生
地域再生診療所	所長	井上 弘司	農山村の資源を総合的に活用した都市農村交流
東御市商工会	事務局長	坂井 英夫	東御市デマンド交通システム
ピスターリ・マーム	代表	石田 賀代子	都市と農村の交流促進と伝統食等「食」による地域活性化
近畿日本ツーリスト(株) 中部営業本部	地域振興担当課長	吉川 博	温泉街の賑わい創出と観光振興による地域活性化
表参道発展会(いなり楽市実行委員会)	会長	鈴木 達也	できることから始めるまちづくり～いなり楽市による商店街活性化
伊賀の里モクモク手づくりファーム	代表理事	木村 修	地域活性化～モクモク手づくりファーム運営を通じた農業の六次元化
(株)庵	取締役会長	アレックス・カー	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
NPO法人里山ねっと・あやハ	理事長	新山 陽子	都市農村交流による地域活性、綾部ファンづくり、綾部への移住促進
流通科学大学サービス産業学部	教授	高橋 一夫	地域資源を活用した観光活性化と集客サービス経営及び地域ブランドの構築
紀州えこなびと エコカー事業部会	会長	藤原 義政	子供達の未来のために エコカーで体感学習 考えよう地球温暖化問題
田辺市熊野ツーリズムビューロー	会長	多田 穂子	世界に開かれた持続的観光地「田辺市」をめざして
(1) 日高川町観光協会 (2) みかん百姓・玉置俊久	(1) 会長 (2) 代表	玉置 俊久	地域資源を生かした観光、文化、産業の発掘とビジネス化

所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	氏名 (代表者氏名)	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
(有)桜江町桑茶生産組合	代表取締役	古野 俊彦	遊休資源「桑」を活かした農業の6次産業化
海士いわがき生産(株)	取締役	鈴木 和弘	水産物のブランド化を目指した地域活性化
(有)隠岐潮風ファーム	代表取締役社長	田仲 寿夫	隠岐牛のブランド化を目指した地域活性化
NPO法人かさおか島づくり海社	理事長	鳴本 浩二	笠岡諸島島おこし
(1) 中国・地域づくり交流会 (2) NPO法人ひろしまね (3) NPO法人ひろしまNPOセンター (4) 株式会社わかたの村	(1) 副会長 (2) 理事長 (3) 代表理事 (4) 取締役	安藤 周治	分野を超えた横断的な仕組みによる地域づくり、市民公益活動に関する調査・研究、「もう一つの役場」の提案・社会実験
川根振興協議会	会長	辻駒 健二	川根振興協議会における活動
道の駅 萩しーまーと ふるさと萩食品協同組合	駅長 専務理事	中澤 さかな	地域の農水産物・自然資源を活用したスモールビジネス群の開発・運用
NPO法人新田川を守る会	理事長	中村 英雄	水を生かしたまちづくり活動
NPO法人ゼロ・ウェイストアカデ ミー	理事	松岡 夏子	地域発ゼロ・ウェイスト推進活動
(株)いろいろ	代表取締役副社長	横石 知二	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
高松丸亀町商店街振興組合	理事長	古川 康造	高齢化社会に対応した持続可能な新しいスタイルの都市形成をめざして
人間牧場	牧場主	若松 進一	夕日を地域資源としたまちづくり
内子フレッシュパークからり 直売 所出荷者運営協議会	名誉会長	野田 文子	農産物直売の実践による都市住民との「食」と「農」の交流
馬路村農業協同組合	代表理事組合長	東谷 望史	ゆずの生産加工販売による地域の活性化
イデアパートナーズ(株)	代表取締役社長	井手 修身	地域の再生における人財活用術～波佐見グリーンクラフトツーリズムに見る人財と組織～
(株)マインドシェア	九州のムラへ行こう 編集長	養父 信夫	マチとムラの交流＝ツーリズムによる地域活性
NPO法人大牟田・荒尾 炭鉱のまち ファンクラブ	理事長	中野 浩志	三池炭鉱の遺した近代化遺産を活用した活動
山村塾	事務局	小森 耕太	山村塾と国際里山・田園保全ワーキングホリデー、人材育成の取組
水俣市久木野地域振興会	久木野ふるさとセンター「愛林館」館 長	沢畑 亨	実のある交流で日本一（自称）の棚田の里のむらづくり
(株)福田農場ワイナリー	代表取締役社長	福田 興次	地域の魅力を活かした観光農業における地域振興
そば道場百姓屋	代表者	木下 行春	濁酒特区による町の活性化
(株)指宿ロイヤルホテル	代表取締役会長	有村 佳子	健康増進産業創出による地域活性化
峰山地区コミュニティ協議会	会長	徳田 勝章	コミュニティによる共生・協働の地域社会づくり
フロンティアPR(株)	代表取締役	白仁 昇	沖縄発の化粧品プロデュースなど

# 第1章 地域力創造アドバイザー事業の実施・運営

## 1-1 地域力創造アドバイザー事業の概要と枠組み

### (1) 地域力創造アドバイザー事業の概要

本事業は、総務省の「地域人材ネット」に登録された専門家等を、「地域力創造アドバイザー」として市町村へ派遣して、その取組を支援する事業である。

支援の対象となるのは、新たに地域独自の魅力や価値の向上に取り組むことで地域力を高めようとする意欲ある市町村のうち、地域活性化の取組に関する実務知識・ノウハウを有する人材の派遣等を希望し、選定されたものである。

総務省は、地域力創造アドバイザーの派遣等に係る旅費、謝金等のほか、資料作成費や会議費など、アドバイザー活用に係る経費で適正と認められるものについて、各団体の財政力指数（H16～18の平均）等に応じた限度額の範囲内において支出するものである。

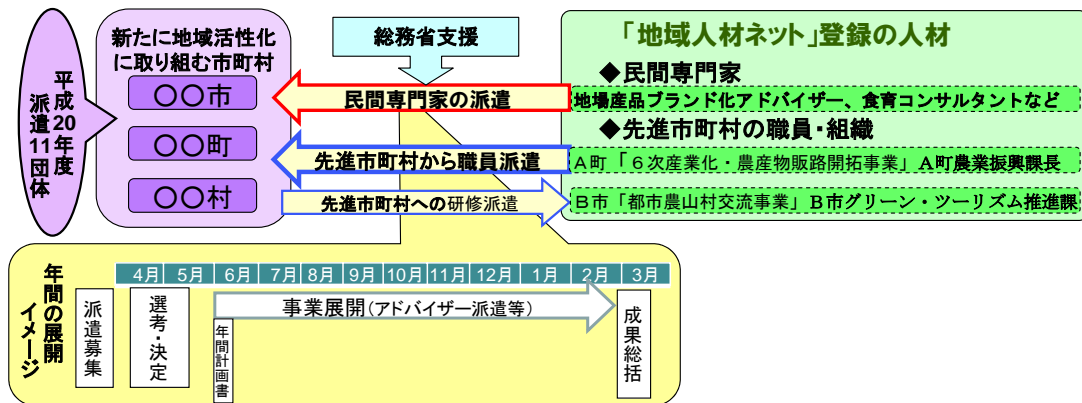


図 1-1 地域力創造アドバイザー事業のイメージ

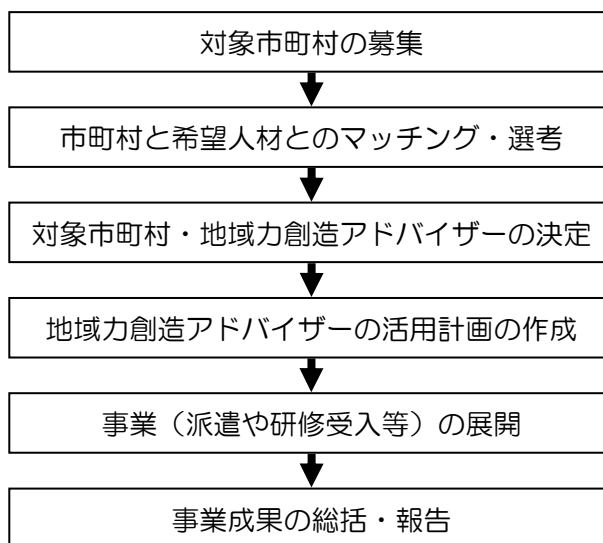


図 1-2 地域力創造アドバイザー事業の流れ

## (2) 事業(支援)の形態

地域力創造アドバイザー事業は、以下の3つの形態を設けている。

### ① 民間の地域力創造アドバイザーによる支援(民間：現地指導型)

#### (ア) 支援内容

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

#### (イ) 支援額

- ・ 派遣事業において、人件費、旅費、資料作成費、会議費等活用にあつては要する経費として適正と認められる経費
- ・ 財政力指数（H16～18 平均）が全国市町村平均以下の団体 上限額700万円
- ・ 財政力指数（H16～18 平均）が全国市町村平均を超える団体 上限額350万円

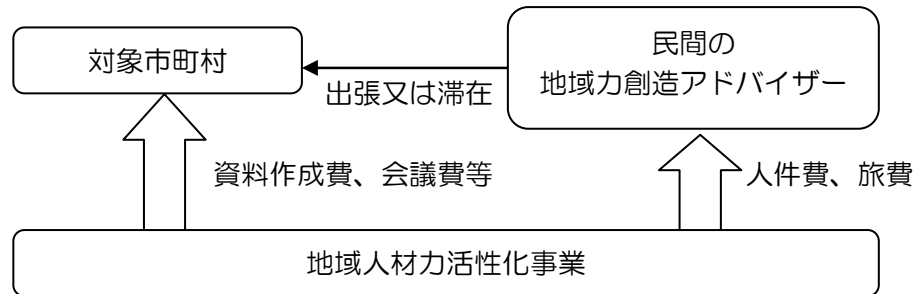


表 1-1 平成 20 年度の「民間：現地指導型」の対象市町村

派遣先市町村名	地域力創造アドバイザー (敬称略)	アドバイザーを活用する取組の概要(当初)
白糠町 (北海道)	日恒 敏之 (株)ANA 総合研究所 所主席研究員	民間 ネットショップ「しらぬか町商店」の販売促進 柳だこ、ししゃも、チーズ製品、しそ等の特産品のブランド化や効果的 PR により、町運営のネットショップ売上増等を図るとともに、交流人口の増加を目指し、地域資源活用に通じた人材を育成。
常陸太田市 (茨城県)	金丸 弘美 (食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー)	民間 地元農産物の利用拡大を目指した新商品開発 地元農産物(コシヒカリ、そば、ぶどう、梨、野菜等)を活用した学校給食用レシピの作成や料理コンテストの開催等を通じて新商品等を開発し、地産地消と地域ブランド化を促進。
紀の川市 (和歌山県)	中島 淳 (株)カルチャーアットフォーシーズンズ 代表取締役	民間 「紀の川ブランド」の創出 地元産の果物(はっさく、いちじく、柿、桃、柿1等)の販路拡大等により農業産出額向上を図るとともに、地域団体商標登録によるブランド化を図り、良好な地域イメージを確立。
竹原市 (広島県)	中澤 さかな (道の駅「萩シーマート」駅長)	民間 道の駅の整備による安芸の小京都「竹原」の集客力強化 道の駅の開業(H22)に向け、施設や運営体制の在り方を検討するとともに、地場産品(たけのこ、ぶどう、ヒラメ、マダイ等)を活用し、集客力を強化。
小値賀町 (長崎県)	アレックス・カー (株)庵 取締役会長	民間 空き古民家の改修・活用による滞在型観光の事業化 空き古民家の改修と地場産品(アワビ、サザエ、メロン等)の活用による質の高い滞在型観光を企画するとともに、離島地域の特色を活かした交流を促進。
霧島市 (鹿児島県)	養父 信夫 (株)マインドシェア「九州のムラへ行こう」編集長	民間 都市農村交流による移住促進 農業体験・短期滞在体験や中山間地域への移住者に対する住宅取得等助成金などについて効果的に PR し、都市と農村の交流を通じた移住を促進。
北大東村 (沖縄県)	白仁 昇 (フロンティアPR (株)代表取締役)	民間 大輪月桃(たいりんげつとう)産業の振興 大輪月桃(亜熱帯に分布し、薬用や繊維等に利用される多年草。)のエキス等を精製することによる化粧品等の販路拡大を目指し、地場産品を効果的に PR。



## ② 先進市町村の地域力創造アドバイザーによる支援(先進市町村:現地指導型)

### (ア) 支援内容

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

### (イ) 支援額

- ・ 派遣事業において、旅費、資料作成費、会議費等活用にあつては適正と認められる経費(ただし、給与に相当する経費は対象外)
- ・ 財政力指数(H16~18平均)が全国市町村平均以下の団体 上限額300万円
- ・ 財政力指数(H16~18平均)が全国市町村平均を超える団体 上限額150万円

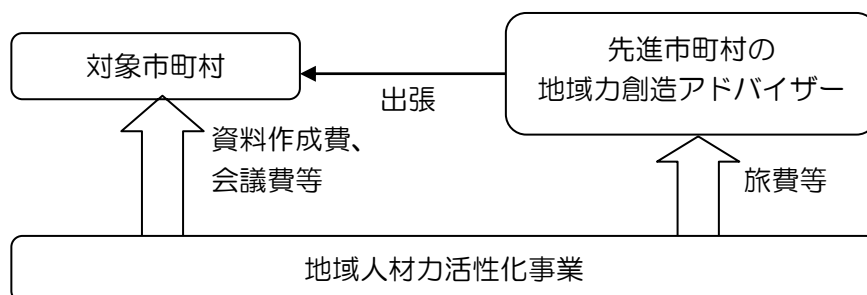


表 1-2 平成 20 年度の「先進市町村：現地指導型」の対象市町村

派遣先市町村名	地域力創造アドバイザー (敬称略)		アドバイザーを活用する取組の概要(当初)
青森市 (青森県)	長崎市文化観光部さ るく観光課	市町村 (組織)	<b>楽しいまち歩きによる中心市街地活性化</b> 市民や観光客向けの散策コースや案内サインを設けるとともに、まち歩き案内ガイドを育成し、東北新幹線新青森駅開業(H22)を視野に、中心市街地を活性化。
香取市 (千葉県)	加藤 文男 (南房総市企画部 戦略プロジェクト推 進部長)	市町村 (職員)	<b>道の駅の整備による農産物販売促進と都市農村交流</b> 道の駅の開業(H22)に向け、農産物等販売・出荷体制を整備するとともに、当該施設を拠点とする都市農村交流を企画。
北杜市 (山梨県)	小浜市食のまちづく り課	市町村 (組織)	<b>食育と地産地消の一体的推進</b> 児童生徒の農業体験や食に対する意識啓発に取り組むとともに、学校給食での地元野菜利用拡大を図り、食育と地産地消を一体的に推進。(小浜市への職員派遣研修)
京丹後市 (京都府)	高野 誠鮮 (羽咋市 1.5 次産業 振興室総括主幹)	市町村 (職員)	<b>宇川流域のにぎわい創出</b> 過疎化が進む宇川流域において、農林漁業資源(川魚、丹後米等)の活用や魅力向上を図るとともに、交流・定住を促進。

※北杜市は、現地指導型と派遣研修型の併用(重複掲載)

### ③ 先進市町村の地域力創造アドバイザーによる支援(先進市町村:派遣研修型)

#### (ア) 支援内容

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

#### (イ) 支援額

- ・ 派遣事業において、旅費、資料作成費、会議費等活用に要する経費として適正と認められる経費（ただし、給与に相当する経費は対象外）
- ・ 財政力指数（H16～18平均）が全国市町村平均以下の団体 上限額300万円
- ・ 財政力指数（H16～18平均）が全国市町村平均を超える団体 上限額150万円

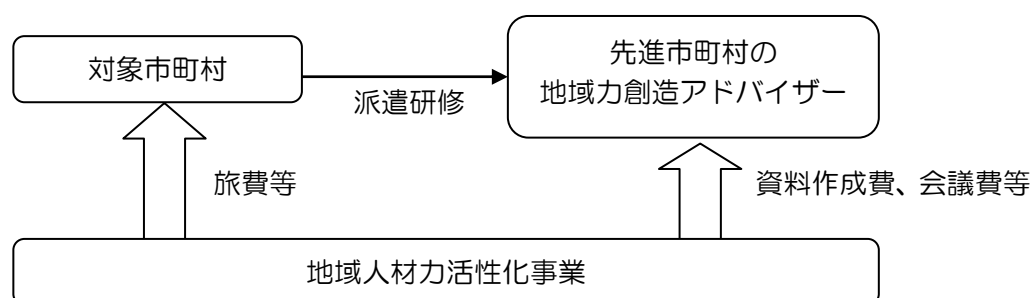


表 1-3 平成 20 年度の「先進市町村：派遣研修型」の対象市町村

派遣先市町村名	地域力創造アドバイザー (敬称略)		アドバイザーを活用する取組の概要（当初）
北杜市 (山梨県)	小浜市食のまちづくり課	市町村 (組織)	<b>食育と地産地消の一体的推進</b> 児童生徒の農業体験や食に対する意識啓発に取り組むとともに、学校給食での地元野菜利用拡大を図り、食育と地産地消を一体的に推進。（小浜市への職員派遣研修）

※北杜市は、現地指導型と派遣研修型の併用（重複掲載）

### (3) 応募状況

平成20年度地域力創造アドバイザー事業の実施にあたっては、平成20年3月に都道府県を通じて市町村への募集を行い、24市町村から応募があった。

表 1-4 平成 20 年度の応募団体

分野	応募団体数	ブロック	財政力指数 (H16～18平均)	
			全国平均超	全国平均以下
地域経営改革	1	北海道	0	2
地場産品発掘・ブランド化	10	東北	1	4
定住促進	2	関東	1	2
観光振興・交流	7	中部	1	0
まちなか再生	1	近畿	0	2
安心・安全なまちづくり	1	中国	1	0
その他	2	四国	1	1
計	24	九州・沖縄	1	7
		計	6	18

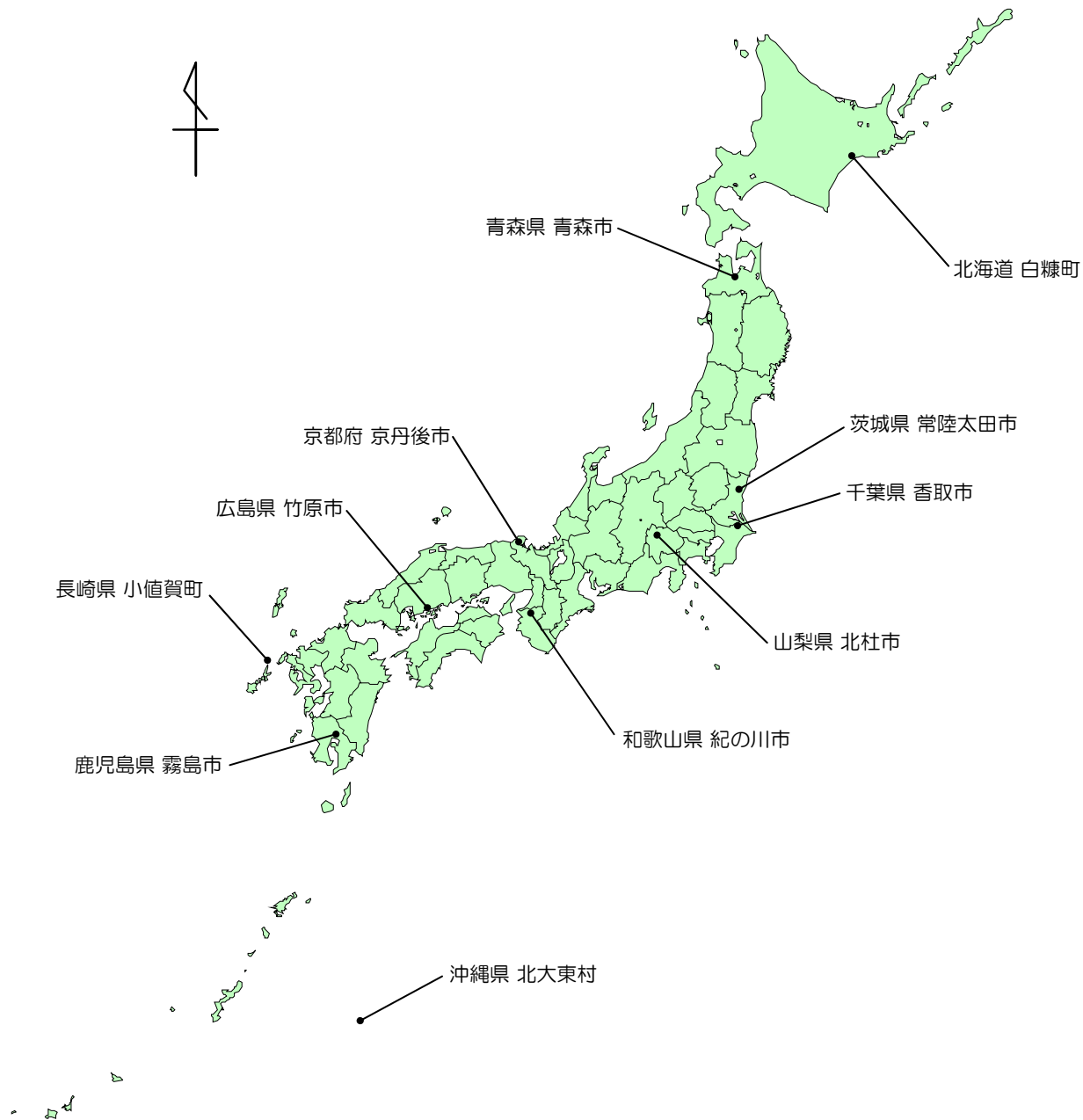


図 1-3 平成 20 年度地域力創造アドバイザー事業 対象市町村位置図

## (4) 事業実施に係る意見交換会等の開催

本事業では、事業実施にあたり、地域力創造アドバイザー及び対象市町村の参加による意見交換会等を開催し、事業の円滑な推進と事業の成果向上に向けた協議等を行った。

### ① 全体連絡会

#### (ア) 開催概要

- ・ 全ての地域力創造アドバイザーと対象市町村担当者が一堂に会した本事業の事実上のキックオフ会議。
- ・ 総務省主管課及び事務局から、事業実施の留意事項、運営上の手続き等の説明を行った後、年間の事業計画（活用計画）策定のための個別協議を行った。



会場の様子

#### (イ) 開催日時・場所

- ・ 日時：平成20年6月25日（水）  
14：15～17：45
- ・ 場所：霞山会館（東京・虎ノ門）



活用計画策定に係る市町村担当者とアドバイザーとの個別協議

#### (ウ) 連絡会次第

##### i) 開会

##### ii) あいさつ

末宗徹郎 総務省大臣官房頑張る地方応援室 室長（当時）

##### iii) 地域力創造アドバイザー及び対象市町村紹介

##### iv) 事務局紹介

##### v) 地域力創造アドバイザー事業の運営について

総務省主管課及び事務局からの留意事項、運営上の手続き等の説明

##### vi) 個別協議

対象市町村毎に、活用計画策定に係る担当者とアドバイザーとの個別協議

##### vii) 閉会



地域力創造アドバイザーと増田寛也総務大臣（当時）

## ② 中間報告会

### (ア)開催概要

- ・ 地域力創造アドバイザー及び対象市町村が、一堂に会して取組状況と課題を発表し意見交換して情報と刺激を得ることで、年度後半の取組をパワーアップさせるための機会として開催した。
- ・ はじめに、各派遣アドバイザーから、取組の特徴やこだわり、思い、苦労点、課題等について、取組のアピールを含めて報告を行った。
- ・ その後、全体意見交換として、「地域人材活性化に関する意見交換会」メンバーからのコメント及びアドバイザーや各市町村担当者の意見交換を行った。



会場の様子

### (イ)開催日時・場所

- ・ 日時：平成20年11月27日（木）  
13:30～17:15
- ・ 場所：総務省第1会議室

### (ウ)連絡会次第

#### i) 開会

#### ii) あいさつ

椎川忍 総務省地域力創造審議官

#### iii) 取組報告

白糠町（北海道）報告	担当アドバイザー	日垣敏之氏
青森市（青森県）報告	担当アドバイザー	長崎市さるく観光課
常陸太田市（茨城県）報告	担当アドバイザー	金丸弘美氏
香取市（千葉県）報告	担当アドバイザー	加藤文男氏
北杜市（山梨県）報告	担当アドバイザー	小浜市食のまちづくり課
京丹後市（京都府）報告	担当アドバイザー	高野誠鮮氏
紀の川市（和歌山県）報告	担当アドバイザー	中島淳氏
竹原市（広島県）報告	担当アドバイザー	中澤さかな氏
小値賀町（長崎県）報告	担当アドバイザー	アレックス・カー氏
霧島市（鹿児島県）報告	担当アドバイザー	養父信夫氏
北大東村（沖縄県）報告	担当アドバイザー	白仁昇氏

#### iv) 全体意見交換

「地域人材活性化に関する意見交換会」メンバーからのアドバイス・コメント  
各市町村の取組に関する質疑・感想 等

#### v) 閉会



椎川 地域力創造審議官の挨拶

## (エ) 全体意見交換でのコメント要旨

### ＜「地域人材活性化に関する意見交換会」メンバーからのアドバイス・コメント＞

- ・ 今回のアドバイザー事業は、自治体から自治体へノウハウを提供し支援する形態を組み入れて事業化したことが画期的である。
- ・ 地域活性化を取り組むにあたり、住民参加、官民連携、地域人材の育成、地域資源の活用、外部評価、地域の経営戦略という 6 つのキーワードがあるが、特にマスメディアの活用を工夫して外部評価に反映させることが重要である。
- ・ 仮に地域力を、地域の住民の住みやすさ、住民がそこに住むことに自信を持っていることと捉えれば、地域住民が地域の課題や長所・短所を把握してより良くしていくための、全体的な戦略の作り方が大切である。
- ・ 今回のアドバイザー事業では、対象市町村とアドバイザーのマッチングが良い。初動期、コンストラクション段階、運営上の問題解決段階という各段階の取組に相応したアドバイザーをチョイスできる仕組みを作っていくことが大切である。また、その中で「誰がやるのか」という主体を確認することも重要である。
- ・ 地域づくりの取組には時間がかかるので、焦らないことが肝要。すぐに成果を求めず、アドバイザーはプロセスに関してアドバイスし、そのプロセスをアピールしていくことが大切である。
- ・ 本事業のように、行政職員同士が交流することはとても有意義である。低成長で人口減少の時代に地域を変えようとするときに、行政職員が持つ専門性や能力を評価し、それを発揮してもらうことが重要である。行政組織ではなく、行政職員の専門性も重要になっている。



大西達也氏（地域人材活性化に関する意見交換会メンバー）



西郷真理子氏（地域人材活性化に関する意見交換会メンバー）

### ＜地域力創造アドバイザーからのコメント＞

- ・ アドバイスをするにあたり、これが一過性のブームとして終わり、すぐに忘れられるという悲惨な例になるのは避けたい。「この地域における成功とはいったい何か」を特に意識している。
- ・ 市町村職員がアドバイザーとして活動する場合、庁内からは「自分たちのところが苦しいのに何故よそを手伝いに行くのか」という声は確かにあるが、私たちはもっと長い目、広い目での幸せに向けて取り組んでおり、またそのことを知ってもらうための努力も必要だと考えている。
- ・ 自分の地域の住民と共に対象市町村を訪問すると、自地域の住民にとっても意義の向上や取組への自負が芽生える。
- ・ ノウハウの蓄積という面で、これからは行政にもスペシャリストが必要になる。行政の中にスペシャリストとゼネラリストが両方いてもよいのかなと思う。



- ・ 外の視点からの評価として、マスコミは有効な手段である。マスコミを活用する上で大切なのは、モノというより、いかに地域の背景や歴史、味わいといった情報を物語として流せるかである。また、「クオリティの高い人たちにクオリティの高いものを伝える」ということもマスコミを利用するもう一つの意義である。たとえば特産品を作るにしても、ちょっとしたクオリティの高さが非常に大切である。
- ・ 地域を活性化する上で、地域へ経済的効果をもたらす仕組は不可欠である。
- ・ 今回のアドバイザーは都市部のメディアや企業を動かせるキーマンが揃っており、この事業の面白いところである。また、都市部にいろいろなネットワークを持っている人たちが、二地域居住で片足を地域に突っ込んでくれることも効果的である。
- ・ 地域の物語づくりやテキスト作成には、例えば、漁業であれば漁業センター、農業であれば県の技術センター等にいる専門家に資料を作ってもらおうというやり方がある。そのように自治体職員を活かすと効果的である。



#### <対象市町村担当者からのコメント>

- ・ このアドバイザー事業を通して、与えられたテーマに限らず、自治体同士の相乗効果をもたらす真の協力ができればいいと考えている。例えば食をテーマに地理的条件が異なる者同士が協力すれば、互いに多様なメニュー開発にもつながる可能性がある。
- ・ 行政同士の関係であっても、基本は人と人との関係であり、いかに心を繋げるかが大事である。その意味で、地域が何をしたいのかをアドバイザーに明確に伝えることが大事だと思う。今回、アドバイザーの取組の現場を見てからアドバイスに来てもらうことで、アドバイス内容を深く理解できた。こうした人の往来、交流は大切であり、今後もこの繋がりを継続していきたい。



---

### ③ 実績ヒアリング

#### (ア)開催概要

- ・ 今年度の取組実績や今後の本事業の展開、課題等について、対象市町村、地域力創造アドバイザーそれぞれ個別に、ヒアリングを実施した。(ヒアリングで得られた実績、課題、成果等については、後述の各市町村別の事業実績の項において詳述する。)



#### (イ)期日及び場所

##### <対象市町村>

- ・ 期日：平成21年3月2日（月）～平成21年3月10日（火）
- ・ 各団体1時間程度
- ・ 場所：総務省内

##### <地域力創造アドバイザー>

- ・ 期日：平成21年3月11日（水）～平成21年3月24日（火）
- ・ 各アドバイザー1時間程度
- ・ 場所：総務省内



## 1-2 対象市町村における事業実績

ここでは、本年度の対象市町村における具体的な事業の取組内容及び成果について、市町村毎に整理を行った。

なお、ここで整理した内容は、対象市町村が作成した事業実績報告書に基づくものであり、市町村によって、表現方法、捉え方等に若干の差異がある点に留意頂きたい。

表 1-5 平成 20 年度地域力創造アドバイザー 派遣対象市町村と派遣アドバイザー

No.	対象市町村	人口（人） （H17 国調）	財政力指数 （H16～ H18 平均）	地域力創造アドバイザー （敬称略）	
1	白糠町 （北海道）	10,397	0.31	日垣 敏之 （株）ANA 総合研究所 主席研究員	民間
2	青森市 （青森県）	311,508	0.60	長崎市文化観光部さるく観光課	市町村 （組織）
3	常陸太田市 （茨城県）	59,802	0.42	金丸 弘美 （食環境ジャーナリスト ・食総合プロデューサー）	民間
4	香取市 （千葉県）	87,332	0.56	加藤 文男 （南房総市企画部 戦略プロジェクト推進部長）	市町村 （職員）
5	北杜市 （山梨県）	48,144	0.44	小浜市食のまちづくり課	市町村 （組織）
6	京丹後市 （京都府）	62,723	0.37	高野 誠鮮 （羽咋市 1.5 次産業振興室 総括主幹）	市町村 （職員）
7	紀の川市 （和歌山県）	67,862	0.49	中島 淳 （株）カルチャーアットフォー シーズンズ 代表取締役）	民間
8	竹原市 （広島県）	30,657	0.69	中澤 さかな （道の駅「萩シーマート」 駅長）	民間
9	小値賀町 （長崎県）	3,268	0.10	アレックス・カー （株）庵 取締役会長）	民間
10	霧島市 （鹿児島県）	127,309	0.52	養父 信夫 （株）マインドシェア 「九州のムラへ行こう」編集長）	民間
11	北大東村 （沖縄県）	588	0.12	白仁 昇 （フロンティアPR(株) 代表取締役）	民間

(1) 北海道白糠町(担当アドバイザー:日垣敏之氏)

地域資源の調査から販路開拓、商品開発まで、担当職員がアドバイザーと行動を共にすることで、地域ブランド創造に向けた実践的な人材を育成。

① アドバイザー活動の概要

担当課	白糠町経済部産業振興課	H17国調人口	10,397人	事業形態	民間(現地指導型)
テーマ	しらぬかブランド創造に向けた実践的な人材育成				
事業の目的と本年度の期待成果	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●「しらぬか町商店」売上増や地域資源を活用した交流人口増加に向けた具体的・実践的な取組を通じて、しらぬかブランド創造や地域経済活性化と、そのための加工、流通、販売等に対応できる人材を育成する。</li> </ul> <p>【期待成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●地域資源の洗い出しや、外部評価、地域資源調査による地域ブランドの確立 地域ブランド数 2</li> <li>●ネットショップ「しらぬか町商店」のページの見直しと商品の高付加価値化による売上増 19年度 年商300万円 ⇒ 20年度 年商400万円</li> <li>●道の駅しらぬか恋問の店舗及び商品の見直し、特産品コーナーの設置</li> <li>●ANAグループの現地視察を通じた、今後のPR活動と販路拡大の具現化</li> <li>●上記のような具体的な地域活性化に向けた成果獲得を目指すことにより、アドバイザー事業活動による地域資源の活用のノウハウを獲得し、地域資源活用アドバイザー有識者となる町職員2名を育成</li> <li>●平成21年度地域資源活用計画策定</li> </ul>				
アドバイザー活動の展開	<外部人材>	<アドバイザー・対象市町村>		<地元関係者等>	
	ANAグループ	<p>事例紹介、方向性確認【7月】</p> <p>↓</p> <p>地域資源の調査・発掘、関係者との情報交換【7月～11月】</p> <p>↓</p> <p>売上増戦略、観光振興に向けた事業計画検討【11月～2月】</p>		<p>生産者、販売者等(ネットショップテナント企業、地元観光関連企業等)</p>	
得られた主な成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域ブランドの確立への可能性の確認</li> <li>●ネットショップ「しらぬか町商店」の売上増</li> <li>●道の駅しらぬか恋問の店舗及び商品の見直しと特産品コーナーの設置</li> <li>●今後のPR活動と販路拡大を具現化</li> <li>●地域資源活用アドバイザー有識者となる町職員2名を育成</li> <li>●平成21年度地域資源活用計画策定</li> </ul>				
今後の主な展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ノウハウを得た担当職員を中心としたネットショップ、道の駅の商品開発、販売戦略の具体化、情報発信等</li> <li>●ANAグループとの協力関係継続</li> </ul>				
活その他成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●アドバイザー活動についての地元紙等への掲載</li> </ul>				

## ② 本年度実施した主な取組



### ●ネットショップ「しらぬか町商店」の売上増戦略の展開

- ・ 地場産品を活用した企画商品の選定
- ・ 地域ブランドを意識した地場産品の選定と外部評価
- ・ しらぬか町商店のホームページの検証と見直し

### ●道の駅しらぬか恋問の集客増と売上増戦略の展開

- ・ 道の駅しらぬか恋問店内の検証
- ・ 北海道道の駅弁第一号認定「この豚丼」のPR
- ・ 京王百貨店の北海道物産展への出店協議、道の駅ギフト商品の企画
- ・ 道東6道の駅マイレージカード利用展開活動
- ・ ニッポンレンタカー「北海道ドライブガイド」特集に掲載

### ●交流人口増加に向けた観光振興策の推進

- ・ 茶路川サケマス有効利用調査の旅行商品企画
- ・ 「日本サケ釣りサミット in 白糠」のPR
- ・ ANA機内誌「翼の王国」に掲載を要請
- ・ 旅行商品に係る白糠漁業協同組合、ホテル経営者との協議
- ・ 標津町忠類川との連携協議



茶路川のサーモンフィッシング

### ●地域資源活用アドバイザーを目指した担当職員研修の実施

- ・ 企画商品の作り方、価格設定などを指導
- ・ ギフト商品、カタログ販売商品の撮影見学
- ・ ANA関連会社との面談
- ・ 大手百貨店開催の北海道物産展見学
- ・ 外部評価による地域資源の発掘

### ③ 活動の主な経過

回	実施月	日数	アドバイザー活動の概要・テーマ
1	7月	4日間	・地域資源活用する取組と事例紹介・地域資源調査
2	9月	4日間	・地域資源調査 ・道の駅PR活動
3	10月	5日間	・ネットショップしらぬか町商店、道の駅しらぬか恋問の検証
4	11月	4日間	・ネットショップしらぬか町商店、道の駅しらぬか恋問の売上増戦略
5	11月	3日間	・ANA関連会社担当者との活動内容の説明と次年度事業計画の打ち合せ（東京）
6	12月	5日間	・ネットショップしらぬか町商店、道の駅しらぬか恋問の売上増戦略と観光振興策の具体的提案に対する関係者協議
7	1月	3日間	・ANA関連会社担当者との売上増戦略 ・次年度事業計画等の打ち合せ（東京）
8	2月	5日間	・観光振興策の具体的提案に対する関係者協議 ・次年度継続事業協議
9	2月	3日間	・道の駅しらぬか恋問売上増に伴う道東道の駅PR活動



町内での講演会



地域資源調査



地元関係者との情報交換



庁内での指導  
(課内に設置された席にて)

---

---

#### ④ 本年度の成果

##### ●地域資源洗い出しや、外部評価、地域資源調査による地域ブランド可能性の確認

- ・ 地域ブランド性の高い商品はあるとの評価が得られた。
- ・ 地域ブランドとしては、「ししゃも」「しそ」は可能性として高いが、一時的に売上を伸ばしても地域ブランドとはならない。地域ブランドとして確立するためには、地域がその食材をよく認識し、地域でよく利用し盛り上げていく機運と地道な活動を継続的に進めていくことが大切である。

##### ●ネットショップ「しらぬか町商店」のページ見直しと商品の高付加価値化による売上増

- ・ 平成 20 年度 1 月末現在 307 万円（2 ヶ月見込み 60 万）の売上があった。
- ・ 月商が平成 19 年度（11 月）701,924 円から、平成 20 年度（12 月）1,135,234 円となり、10 月からの企画商品によって、4～9 月までの売上減をある程度挽回できた。
- ・ また、工夫を凝らした魅力ある商品により、売上を伸ばすことができることも認識できた。

##### ●道の駅しらぬか恋問の店舗及び商品の見直し

- ・ 特産品コーナーによる白糠らしさがお客に伝わるような店舗改装計画を社員と協議中である。また全日空商事株式会社店舗営業部から商品の陳列、POPの工夫が必要との指摘を受けた。

##### ●ANAグループの現地視察を通じ、今後のPR活動と販路拡大を具現化するための協議

- ・ 商品撮影技術の習得、道の駅産直お中元ギフトの商品提供提案、道東6道の駅の「ANAマイレージカード」利用展開促進、レンタカー会社発行の「北海道ドライブガイド」への道の駅しらぬか恋問の掲載、茶路川サケマス有効利用調査の旅行商品としてのツアー企画を実施することができた。

##### ●アドバイザー事業活動による地域資源の活用のノウハウを獲得し、地域資源活用アドバイザー有識者となる町職員2名を育成

- ・ 地域資源活用アドバイザーと言えるにはまだ研修不足だが、アドバイザー事業を通じ地域資源の外部評価による担当職員の認識の変化、消費者ニーズを考えた商品企画、商談による販路拡大の可能性など、ANA関連会社からの指導を受けることで、町職員が民間意識を持って営業活動を行い、これまで気づけなかった地場産品の特徴を生かすことでもっと活用が広がっていくことを認識できた。

##### ●平成 21 年度地域資源活用計画の策定

- ・ 詳細は 21 年度以降の展開予定と重複するが、具体的には「しらぬか町商店」の年間目標の設定、地域資源を活用したPR活動、観光振興事業を計画できた。

---

---

## ⑤ 平成21年度以降の展開予定

### ●しらぬか町商店関係

- ・ 新鮮な海産物をPRするため、魚介類の「生」をテーマに販売促進を図る。
- ・ 4月～12月まで旬の魚介類をネットで紹介し、売上増を図りながらお客の評価・反応を参考にブランド化の可能性を探る。
- ・ ANA関連会社との関りを大切にし、外部評価、商品情報の提供、販売戦略の相談など情報交換を常に心がける。
- ・ 年商目標 500万円（ネット販売のみ）

### ●道の駅しらぬか恋問関係

- ・ 京王百貨店における「全国道の駅産直お中元ギフト」として、道の駅しらぬか恋問から漁協直売所の商品を販売（7月）。商品は「トキシラズ」「ししゃも」「ホッケ」の詰合せ、送料込みの6,000円で提供予定。お歳暮ギフトも提供する予定。
- ・ 地場産品販売の拠点ということから、店舗改装も含めた「地場産品コーナー」を設置する。

### ●観光振興関係

- ・ 交流人口増加に向け、「茶路川サケマス有効利用調査」をANA SKY WEBの「サーモンフィッシング」としてANAのツアーページに掲載し、旅行者を募る。
- ・ 標津町忠類川と連携を図り、相乗効果を図る。
- ・ ANA機内誌「翼の王国：7月号」の地域情報コーナー「ブリテンボード」に、「サーモンフィッシング」と「日本サケ釣りサミット in 白糠」を掲載する。

### ●地域資源活用アドバイザー有識者関係

- ・ 本年度の活動を生かし、平成21年度も上記活動を行う。担当者2名は更に研修を重ね、販路拡大・PR活動を積極的に行う。
- ・ 担当者2名は、職場や町内にアドバイザー事業の活動内容や成果、実績など地域資源活用情報を積極的に発信する。

## ⑥ アドバイザー事業を終えての感想・意見

### (ア) 対象市町村担当者

本事業が正式に認定されてから約8ヶ月間、ANA総合研究所の日垣アドバイザーには、白糠町を中心に道東地域を精力的に活動して頂きました。アドバイザー活動を通じ、本町に対する印象、知名度、食材を主とした地域資源に対する外部評価は、今後、地域活性化するうえで貴重なアドバイスとして受け止めています。

「しらぬか町商店」は、自治体として珍しい取組ですが、「起業化」までには課題が多く残されています。そのため、担当課の現状は先が見えないまま業務をこなしている状態であり、今年度、アドバイザーより数々のヒントを頂いたことは、担当課にとってはまさに救世主的存在でした。

この事業で一番の成果としてあげたいのは、ANA関連会社担当者と町職員との接点を持てたことです。その担当者との打ち合せの中で販売促進・販路拡大の手段などを研修できたことは、ネットショップ「しらぬか町商店」の運営に大きく関わるものでした。今後、町内の生産者や事業者と地域資源の活用方法を双方で協議し、アドバイス役となれるよう更にANAとの接点を大切にしていきたいと思えます。

今後大切なことは、次年度の計画を着実に実行していくことであり、更に町職員自ら生産者と事業者と積極的に接点を持ち、地域をよく理解することが必要であると考えています。小さな町は、住民のほとんどが顔見知りですが、考え方までわかっていないところがあり、日垣アドバイザーが、「もっと地域に入り込んで活動していきたい」と言う通り、地域を知らなければ地域ブランドの誕生も無く、またそれは短期間では成しえないと考えています。

白糠町は、一地方として周辺地域と連携しながら地域の魅力を発信していくことで、初めてANAとの接点が活かされるものと考えています。決して一時的な盛り上がりでは無く、少しずつ地域に浸透していくような活動を継続していきたいと考えています。

### (イ) 担当アドバイザー（株式会社ANA総合研究所 主席研究員 日垣敏之氏）



アドバイザー活動にあたっては、「①しらぬか町の事業に対し、アドバイザーとして地域を視察し、地域課題について方向性を一致させること」「②次年度に繋がる人材ネットワーク作りのため、町担当者と必ず同一行動をすること」などに留意して取組を行ってきました。

その結果、担当課をはじめ、取組意識も変わりよくやって頂いたと思いますが、今後、人事異動があった場合、ノウハウの引継が心配でもあります。

次年度以降は、今年構築できた関係諸団体との繋がりを絶やすことの無いようにすることが大切です。また、販売促進にあたり、担当者は、一度でだめでも、二度、三度と足を運び、次に繋がる関係を持ってもらいたいと思えます。

## (2) 青森県青森市(担当アドバイザー:長崎市さるく観光課)

先進的市町村職員からの現場と市民を巻き込んだ実践的アドバイスにより、まちなか観光の戦略的な計画づくりが進展。今後の地域間交流への発展も期待。

### ① アドバイザー活動の概要

担当課	青森市経済部観光課	H17国調人口	311,508人	事業形態	先進市町村(現地指導型)
テーマ	まちなか散策コース、観光ガイドの整備				
事業の目的と本年度の期待成果	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 中心市街地への誘客方策として、市民・観光客をまちなかに回遊させるための散策コースを整備し、これによりまちなか観光の推進と中心市街地の活性化を図る。</li> </ul> <p>【期待成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● アドバイザーの目(外部からの目線・専門的視点)から見たまちなか散策コース・サイン基本計画への指摘事項や評価をセカンドオピニオンとして今後の事業内容の決定要素に組み入れつつ、「散策コース整備ワークショップ(構成メンバー:地域力創造アドバイザー、青森市まちづくりあきんど隊、中心商店街女性部、青森商工会議所、青森観光コンベンション協会、青森市)」を開催し、外部の意見を取り込みながら課題を整理し、合意形成を図りながらまちなか散策コースを策定し、サイン基本計画(配置・情報要素・表示方法・サインの種類・サイズ・素材)を作成する</li> <li>● まちなか案内人の運営ノウハウを学ぶことにより、ガイドマニュアル素案を作成する</li> </ul>				
アドバイザー活動の展開	<外部人材等>	<アドバイザー・対象市町村>		<地元関係者等>	
	長崎さるく市民プロデューサー	長崎さるくの視察、体験学習【7月】		中心市街地関係団体(商工会議所、まちづくり商人隊、商店街振興組合、観光コンベンション協会等)	一般市民
		現地調査、コース上の拠点掘り起こし【8月】			
		コースの修正案の検証、サイン計画、ガイド育成方針へのアドバイス【9月~10月】			
コース修正案、サイン配置案のまとめ、市民向け講演会【12月】					
得られた主な成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 専門的視点、市民の目線による評価・意見を踏まえたまちなか散策コース、及びサイン基本計画の策定</li> <li>● 市民意識の高揚</li> <li>● 市民ボランティアガイドの運営ノウハウ獲得、ガイドマニュアル素案作成</li> </ul>				
今後の展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>● まちなか散策コースの詳細設計、サイン整備工事</li> <li>● 市民ボランティアガイド募集・研修等のガイド体制整備</li> </ul>				
活動・他の成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● アドバイザー活動についての地元紙等への掲載</li> </ul>				



## ② 本年度実施した主な取組



青森市中心市街地



中央埠頭

### ●まちなか散策コース整備に関するアドバイス

- ・ まちなか散策コース案へのアドバイス
- ・ まちなか散策コースの案内板設置等サイン基本計画（配置・情報要素・表示方法・サインの種類・サイズ・素材）へのアドバイス
- ・ まちなか散策コースのマップ作成へのアドバイス
- ・ まちなか案内人（市民ボランティアガイド）育成に向けた方針作成へのアドバイス

### ●アドバイスに基づく各種計画・マニュアル素案等の作成

- ・ 上記のアドバイスを踏まえた、コース設定、サイン基本計画、マップ素案、ガイドマニュアル素案を作成。

## ③ 活動の主な経過

回	実施月	日数	アドバイザー活動の概要・テーマ
1	7月	3日間	・長崎さるくの現地視察
2	8月	3日間	・中心市街地の現地調査による、散策コースやコース上の拠点の掘り起こし
3	9月	3日間	・中心市街地の現地調査による、散策コースやコース上の拠点の掘り起こしと修正案の検証
4	10月	3日間	・中心市街地の現地調査による、散策コースの修正案の再検証とサイン配置へのアドバイス
5	12月	3日間	・まちなか散策コース修正案のまとめと、サイン配置案、ガイドマニュアル素案へのアドバイス ・「市民ボランティアガイドおもてなし講演会」の開催



散策コース整備についての協議



現地調査

#### ④ 本年度の成果

##### ●まちなか散策コース・サイン基本計画の作成

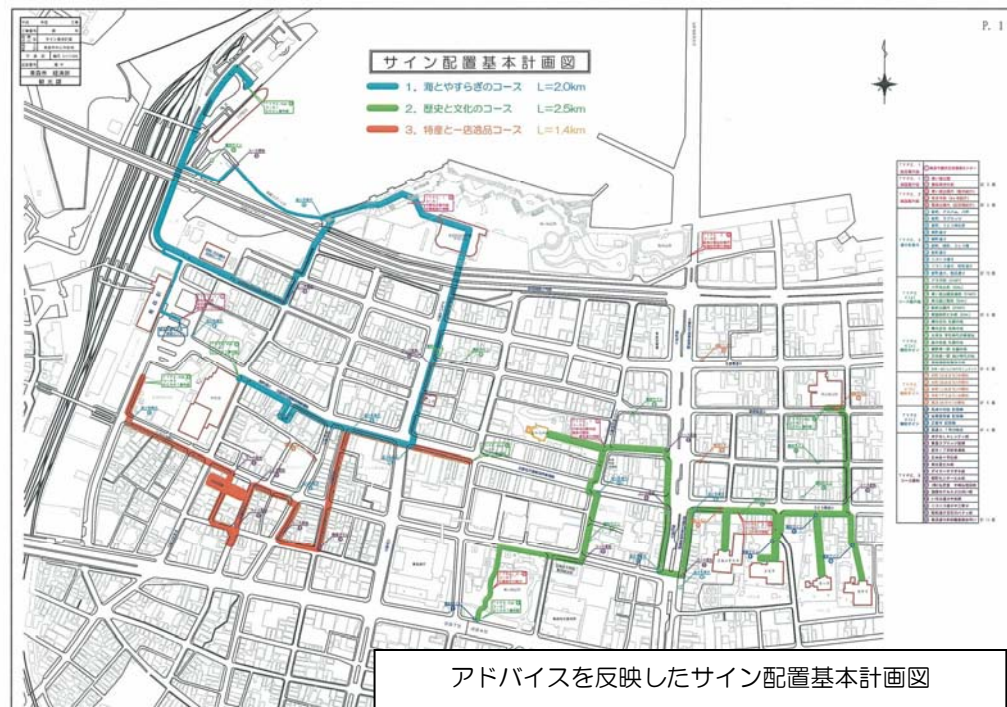
- ・ アドバイザーの現地指導時に散策コース整備ワークショップ（構成メンバー：地域力創造アドバイザー、青森市まちづくりあきんど隊、中心商店街女性部、青森商工会議所、青森観光コンベンション協会、青森市）を開催した。アドバイザーの専門的視点や、散策コース整備ワークショップメンバーによる市民の目線でのまちなか散策コース・サイン基本計画への指摘事項や評価をセカンドオピニオンとして、意見を取り込みながら課題を整理し、合意形成を図りながらまちなか散策コースを策定し、サイン基本計画（配置・情報要素・表示方法・サインの種類・サイズ・素材）を作成することができた。

##### ●市民意識の高揚

- ・ また、市民ボランティアガイドおもてなし講演会を開催し、市民意識の高揚を図ることができたほか、まちなか案内人（市民ボランティアガイド）の運営ノウハウを学ぶことにより、ガイドマニュアル素案を作成することができた。



「市民ボランティアガイドおもてなし講演会」



アドバイスを反映したサイン配置基本計画図

#### ⑤ 当初想定した以外に得られた成果

- ・ 地域に当たり前にある風景や慣習などが観光資源になるという視点が得られた。
- ・ 直接アドバイスを得ながら検討を行うことで、仕事に確信を持ちながら進めることができた。
- ・ 単なる視察見学での往来では得られないような、今後の繋がりや関係づくりのきっかけとなった。

## ⑥ 平成21年度以降の展開予定

- ・ 平成21年度は散策コースの詳細設計とサイン整備工事を実施する。
- ・ 市民ボランティアガイドの育成を行うため、ガイド希望者を募集し、ガイド研修を兼ねて実際にコース演習を行うほか、コースマップやガイドマニュアルを作成するなど、ガイド体制の整備を図る。
- ・ 現行の3つの散策コースのほかに、市内各所でのコースづくりの検討を行っていく。

## ⑦ アドバイザー事業を終えての感想・意見

### (ア)対象市町村担当者

事業着手前は、散策コースの検討に際し、「これで良いのか」という疑問がありました。実際にまち歩き観光を手掛け、様々なノウハウを有するアドバイザーからのアドバイスは大変心強く、また大変参考になりました。そして、コース設定という目的が達成できたことは何よりも良かった点です。

今回アドバイザーと共に調査を行う中では、商店街にある電灯、土偶の形をした標柱、消化栓など、普段自分たちは気にしないものでも、観光客に探させるような誘導をすることによって観光資源となり得ることが分かりました。また、お寺が散策コースとなるなど、仕組や仕掛によってさまざまなものが観光資源となり得ることが分かり、こうした点を今後のコース検討等に活かしていきたいと思えます。

長崎市さるく観光課課長による「市民ボランティアガイドおもてなし講演会」は、超満員となり、今後のガイドボランティアに対する市民の機運醸成や、来年度予定しているガイド募集に弾みがつきました。今回の取組を生かして、来年12月の東北新幹線新青森駅開業に向けて引き続き準備を進めていきたいと思えます。

### (イ)担当アドバイザー（長崎市さるく観光課）



事業に当たっては、アドバイスが円滑に進むよう、最初に青森市の方々に長崎市へ来て頂き、長崎市のまち歩き観光（長崎さるく等）の現状を学び、体験して頂きました。このことにより、相互のコミュニケーションが円滑になると共に、アドバイザーの取組への理解が深まり、後のアドバイスが順調に進んだと思えます。特に、まち歩きについては、実際に現場で体験して頂かないとイメージが湧きにくい分野であり、派遣先の自治体による事前の来訪・調査が不可欠であると言えます。

また、市民主体のまち歩き観光の取組には少なからず時間と労力を要するので、長崎市の取組の成果はもちろんのこと、課題や苦勞した点等の体験談を伝え、派遣先での取組に活かすようアドバイスしました。それによって、「市民が企画し、実施し、その利益を得る」という長崎さるく博のコンセプトの理解を促すことができました。

地域力創造アドバイザー事業は、先進事例を地域の活性化に役立てるツールとして大変意義深い事業です。また、先進事業を伝える自治体（アドバイザー）にとっても、派遣先から学ぶ点も多く、自治体相互にメリットがあると感じました。

### (3) 茨城県常陸太田市(担当アドバイザー:金丸弘美氏)

アドバイザーの仕掛・ノウハウをもとに、徹底した地域資源の掘り起こし・見つけ直しとその効果的な公開・PRを展開。これにより地域製品のクオリティと共に地域人材の意識・理解力・説明力も向上。

#### ① アドバイザー活動の概要

担当課	常陸太田市政策企画部企画課	H17国調人口	59,802人	事業形態	民間(現地指導型)
テーマ	地産地消の推進と地域ブランドの創出				
事業の目的と本年度の期待成果	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●農産物を基軸とし、商工業や観光を巻き込んだ骨太の地産地消と交流の促進により、地域の人・もの・情報などの交流と経済の活性化を図るため、地元農産物のブランド化や販路拡大、またこれら農産物を活かした学校給食用レシピの作成や公開ワークショップ等の開催等を通じて新商品等を開発し、地産地消の推進と地域ブランドの創出を図る。</li> </ul> <p>【期待成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●常陸太田市の特産品物語(テキスト冊子)の作成・配布</li> <li>●地元での地産地消推進店の登録拡大 18店→25店</li> <li>●常陸太田地産地消応援隊の新設・拡大 150名</li> <li>●首都圏での常陸太田産農産物取扱店の拡大 3店舗増</li> <li>●常陸太田産の食材・特産品による新たなメニュー・レシピの開発 4品</li> <li>●常陸太田産の食材・特産品による新たなおにぎり弁当の開発 1品</li> </ul>				
アドバイザー活動の展開	<外部人材等>	<アドバイザー・対象市町村>		<地元関係者等>	
	<p>コメ、ぶどう、ソバ等の専門家、商品開発の専門家、研究家等</p>	<p>市民向け講演会、意識・情報の共有化【7月】</p> <p>現地調査、関係者との意見交換【8月～9月】</p> <p>地域資源の整理・発信手法のアドバイス【9月～1月】</p> <p>公開ワークショップ テキストづくり メニュー・レシピ開発</p> <p>市民向けシンポジウム【2月】</p>		<p>生産者、地元団体等</p> <p>一般市民</p>	
得られた主な成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●テキストの作成を通じた地元農産物の探求、理解、新たな付加価値づけ</li> <li>●公開ワークショップを通じたプロモーション展開、マスコミ等とのネットワーク</li> <li>●新商品レシピ、メニュー開発</li> </ul>				
今後の主な展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>●食と農を基軸とした農商工連携交流促進事業</li> <li>●ブランド化に向けた産地づくり</li> <li>●商品化、ワークショップ、テキスト作成等の更なる推進</li> </ul>				
活動の他の成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●アドバイザー活動についての各種マスコミへのプロモーション効果の発現(広告費換算約2500万円相当)</li> <li>●イタリアスローフードとの競演の実現</li> <li>●メディア掲載を契機としたツアーの企画・実施 等</li> </ul>				

## ② 本年度実施した主な取組



常陸秋そば



公開学校給食での子供たち

### ●公開型ワークショップ等を活用した地域特産品のブランド化・販路拡大・新商品開発

#### <常陸太田産コシヒカリ>

- ・ 玉川高島屋(双ノノ 店舗) 試食販売
- ・ 常陸太田の米の特徴を知り、米の売り方を学ぶワークショップ
- ・ 「ヘルシー&ビューティー及びおむすび弁当」のメニュー・レシピ開発
- ・ 体においしい「ごはんの力」公開ワークショップ

#### <常陸秋そば>

- ・ 冊子「常陸秋そばの故郷 常陸太田の物語」の作成
- ・ 食文化交流企画事業「麺がつなぐ2つの食文化 蕎麦」の実施
- ・ 新蕎麦の会「東京会場」の実施
- ・ 新蕎麦の会「常陸太田会場」の実施
- ・ こだわりの「常陸太田けんちん」

#### <巨峰ぶどう>

- ・ 新商品「巨峰ぶどうソース」づくり
- ・ 巨峰ぶどう活用新商品提案試食会・研修会



米のテイスティング

### ●地元産物活用学校給食用レシピ・メニューの開発

#### <地元産物利用拡大>

- ・ 「学校給食用レシピ開発研究会」によるレシピ・メニューの開発

#### <公開学校給食の実施>

- ・ 公開学校給食の実施

### ●各取組について、「テキストづくり」「プロモーション活動」「マスコミ公開」を展開



公開ワークショップでのそば打ち実演



巨峰ぶどう活用新商品の試食会

### ③ 活動の主な経過

回	実施月	日数	アドバイザー活動の概要・テーマ
1	7月	2日間	・農家や農産物の生産現場等の調査及び講演会
2	8月	2日間	・学校給食用レシピ開発研究会のコーディネート ・栄養士と農家のマッチング・現場視察等
3	8月	1日	・冊子「常陸秋そばの故郷 常陸太田の物語」作成のための事前取材 ・巨峰ぶどう活用新商品開発のため農家・関係者との検討協議
4	9月	2日間	・外部講師等との意見交換（東京）
5	9月	1日	・冊子「常陸秋そばの故郷 常陸太田の物語」作成のための現場取材・ロケ及び環境調査
6	9月	1日	・冊子「常陸秋そばの故郷 常陸太田の物語」作成のための現場取材・ロケ ・公開ワークショップの手法・仕様等のアドバイス
7	9月	1日	・常陸秋そば「新蕎麦の会」東京会場編のための打ち合わせと実施内容のアドバイス、 ・蕎麦ワークショップの内容についての意見交換（東京）
8	10月	1日	・常陸太田産コシヒカリの試食販売に関する課題の整理、販売戦略のアドバイス（東京）
9	10月	1日	・巨峰ぶどう活用の試作品についての今後の戦略等のアドバイス
10	10月	3日間	・市議会議員を対象とした講演会 ・商店会の役員を交えた意見交換会 ・学校給食栄養士・調理師へのアドバイス等
11	10月	1日	・蕎麦ワークショップの内容、及び米のワークショップについての関係者との打ち合わせ（東京）
12	11月	2日間	・「巨峰ぶどう」活用新商品提案・試食研修会の総括コーディネート
13	12月	2日間	・公開ワークショップ「食文化交流企画」事業の総括コーディネート
14	12月	1日	・常陸秋そば「新蕎麦の会」東京会場編の総括コーディネート
15	12月	1日	・常陸太田「常陸秋そば 新蕎麦の会」ツアーの総括コーディネート
16	1月	1日	・常陸太田市産コシヒカリのブランド化、販路拡大の今後の展開方策について市職員へのアドバイス
17	2月	1日	・今回の事業の総括とこれからの方向性を探るためのシンポジウムのあり方と内容について市職員へのアドバイス
18	2月	1日	・常陸太田市の「食」「農」「交流」シンポジウムの開催（講演及びパネルディスカッションのコーディネーター） ・次年度に向けた常陸太田市の取組に対するアドバイス



現地調査、生産者との意見交換



関係者との商品開発戦略検討会



講演会

#### ④ 本年度の成果

##### ●常陸太田市の特産品物語（テキスト冊子）の作成

- ・ 特産品の栽培法、土壌条件、品種、気候、歴史、出荷量、栄養価、加工法、料理などの詳細を、掲載したテキストとして、以下のものを作成。

- ◇ 冊子「常陸秋そばの故郷 常陸太田の物語」全20ページ、全カラー、印刷物
- ◇ 常陸太田「そば（蕎麦）の話」全12ページ、データ化
- ◇ 常陸太田「こめ（米）の話」全22ページ、データ化
- ◇ 常陸太田「ぶどう（葡萄）の話」全6ページ、データ化

- ・ テキストづくりにより、その農産物を深く探求し、背景や暮らしとの関わり等を含め、生産者である農家の方々にさえ知らなかったことも分かりはじめ、新たな付加価値を付けることができた。また、対外的にも高く評価され、テキストが単なる食の情報ではなく、常陸太田市そのものの魅力を伝えるものであることを学ぶことができた。

テキスト冊子「常陸秋そばの故郷 常陸太田の物語」の表紙



##### ●公開ワークショップの実施

- ・ テキストを活用した公開型のワークショップを地元常陸太田市と首都圏で実施した。
- ・ 地元ではテイスティングを含めたワークショップにより、生産者は自分達の産物の特徴や消費者の意向を再認識するとともに、ただ生産するだけでなく、売り方をも視野にいたした生産を考えなければならないことを学んだ。また、地域の農家、消費者、商業者、行政などが地域で連携し、それが地域経済の活性化へ繋がっていく仕組みづくりへと発展させることができた。
- ・ 首都圏でのワークショップでは、主に発信力があるマスコミやジャーナリストを対象とし、常陸太田市と常陸太田の農産物の魅力や特徴を伝えることができ、販路拡大を図ることができた。そして何よりも、これらマスコミやジャーナリストの方々とのネットワークができたことも大きな成果である。



米の公開ワークショップ

##### ●新商品レシピ、メニュー開発

- ・ 外部講師の協力を得ながら、次の商品やメニューの試作品ができた。

- ◇ 常陸太田市農産物100%お弁当メニュー
- ◇ 常陸太田市デザートレシピ（4品）
- ◇ 巨峰ぶどうソースレシピ・試作品
- ◇ 巨峰ぶどうコンポートソースレシピ・試作品
- ◇ 巨峰ぶどう及び地場産小麦使用の天然酵母パン、洋菓子、和菓子、レシピ・試作品（31品）
- ◇ 常陸太田市地場産小麦使用パンさしみ「うどん風」
- ◇ 常陸秋そば使用パンさしみ「蕎麦風」



巨峰ぶどう及び地場産小麦使用の天然酵母パン

---

---

●上記による定量的成果

- ・ 地元での地産地消推進店の登録拡大 18店舗から31店舗に拡大
- ・ 常陸太田地産地消応援隊の新設・拡大 応援隊を新設し現在46名が登録
- ・ 首都圏での常陸太田産農産物取扱店の拡大 4店舗増
- ・ 常陸太田産食材・特産品による新たなメニュー・レシピの開発 40品を試作・メニュー化
- ・ 常陸太田産食材・特産品による新たなおにぎり弁当の開発 1メニューを試作

⑤ 当初想定した以外に得られた成果

●常陸太田の活動がDVD化（地域活性化ビデオでの事例紹介）

- ・ アドバイザーである金丸弘美氏と取り組んできた食の地域活性化が高く評価され、「常陸秋そば」「常陸太田産コシヒカリ」「ひたちおおた秋まつり」などが「行政と食の匠たちの協働が地域を変える」として紹介され、このDVDは、全国の各都道府県、政令指定都市、市区町村、地方6団体、各都道府県市町村会・町村会、総務省関係団体、民間企業、地域活性化センター登録まちづくり団体などに配布された。

●イタリアスローフードとの競演実現

- ・ 常陸秋そばのテキストと冊子づくりをしている中で、蕎麦を素材とした食文化交流事業「～麺がつなぐ2つの食文化～ “蕎麦”『イタリア』+『常陸太田市』」を12月5日、6日に実施することができた。延べ70名の参加でいずれも大入り満員の大盛況だった。また、会場となった「イータリー」の屋外では、常陸秋そばを含めた常陸太田の農産物販売も行うことができた。

●常陸秋そばを食べるツアーの実現

- ・ 食の情報誌「クラリス」に特集として常陸秋そばを紹介したところ、首都圏の旅行会社の方から、「是非常陸太田の蕎麦の故郷赤土町を訪ねたい」との話があり、常陸秋そばを食べるツアーが企画された。参加者からツアー費用に見合う参加費を頂き、新たな常陸太田の交流づくりへの一歩ともなった。また、このツアーに参加された方から、常陸秋そばの魅力をもっと高めるための新商品づくりの提案もあった。



●マスコミへのプロモーション効果の発現

- ・ 毎回の事業を積極的にマスコミに売り込んだ結果14媒体で計32回にわたり紹介され、広告費換算では約2,500万円となった。

●常陸太田けんちゃん基本レシピの作成

- ・ 常陸太田の地元では、蕎麦を食べるときには普通に昔から食べている「つけけんちゃん」が絶賛され、具材はもちろん、醤油や味噌などの調味料まで全てが地元で生産されるこのけんちゃんを地産地消のシンボルの一つにしようと、地元のおばあちゃんの指導を得ながら「常陸太田けんちゃん基本レシピ」を作成した。
- ・ このレシピにより、その後、様々なイベント等でけんちゃんを紹介・提供することで、常陸太田市のけんちゃん文化を広く伝える活動を進めている。



---

---

## ⑥ 平成21年度以降の展開予定

### ●食と農を基軸とした「農・商・工・消」連携交流促進事業への取組

- ・ これまでの取組によって機運や環境は整いつつあり、今後は、「食（食べる、健康等）」と「農（生産、暮らし、体験等）」を基軸とし、常陸太田市が持つ地域資源（自然・歴史・観光・特産品等）を組み合わせた、骨太の地産地消を加速し、地域内循環の拡大と地域外をも巻き込むため、生産者（農家）、商業者、消費者、交流事業者、行政等がネットワークを深め、常陸太田独自の個性を導き出していくための施策を展開していく。

### ●農産物のブランド化に向けた産地づくり

#### <常陸太田産米>

- ・ 既存のブランド米「みずほちゃん」の品質確保、安定生産を確保するため、JAと連携した営農指導、販路拡大事業を進めるとともに、新たなブランド米づくりを進めるため、意欲ある生産者を募集した生産者組織を立ち上げ、農業関係機関等の支援により、栽培方法等の統一化を図る。米単体での売り込みではなく、その食べ方や地場産品との組合せによる、新たな消費・流通を仕掛ける。

#### <常陸秋そば>

- ・ 「常陸太田産常陸秋そばブランド化協議会」を設立し、生産、流通、販売、蕎麦店など、常陸秋そばに関わる関係者のブランド化に向けた意識の統一とガイドラインづくり、支援策を確立する。
- ・ 高品質な常陸秋そば生産圃場の確保及び生産者の所得確保のための具体的施策について検討を進めるとともに、可能な手法の実証実験を行う
- ・ 冊子「常陸秋そばの故郷 常陸太田の物語」を活用した更なる常陸秋そばの魅力を伝えるプロモーション活動を展開する。また、市民による地元食材活用料理コンテストや食の体験ワークショップの開催により、地元食材のおいしい食べ方や調理法について学ぶとともに、商品化に向けた取組を進める。

#### <ぶどう>

- ・ 農家、加工業者、小売店等が連携し、今年度の巨峰ぶどう活用試作レシピを具現化し商品化していく取組を進めるとともに、新たな取組として、常陸太田独自の品種である「常陸青龍」の知名度向上とブランド化に向け、農・商・工連携による販売戦略への検討を進める。

### ●「人」と「旬」と「地域」をつなぐ地元を食べようプロジェクトの展開

- ・ 地域内での地産地消市民運動の促進と地域情報発信によるPR活動を進めるための施策を展開していく。

### ●常陸太田の地域資源を知る「テキスト」の作成

- ・ 今年度作成しデータ化した特産品「テキスト」の更なる情報の精度を上げるべく作業を続けるとともに、一方で、市民に分かりやすいものとするための簡易版の作成を進める。また、新たに農産物をはじめとした別のテキストづくりを進める。

### ●金丸弘美氏をはじめとしたアドバイザーとの連携

- ・ 金丸弘美氏をはじめとして、様々な事業展開の中で協力を頂いたアドバイザーの方々と引き続き連携し、常陸太田市の人と地域の元気づくりを進めていく。
- 
-

## ⑦ アドバイザー事業を終えての感想・意見

### (ア) 対象市町村担当者

#### ○まちづくりは競争ではなく「個性」を再認識

アドバイスを通じて、私たちは、一つ一つの素晴らしい地域資源を深く知り、何故この地に存在し、根付いてきたのかを学び、そしてそのことを語れる「物語」の一つ一つを大切に知っていくことが、地域を知ることにつながり、地域資源を活かせる基盤となることを学びました。その手法が金丸氏のいう「テキスト」づくりであるのです。そして、それはまちの「個性」となって、今を生きる私たちと、次の世代を生きていく子供たちに引き継いでいくための宝物となるのです。つまり、まちづくりは競争ではなく「個性」であることを、今回の事業で再認識しました。

#### ○「現場主義」と「情報発信」の重要性

地域に元気をもたらす主役は、その地域の住民であり、住民の営みです。そして地域の個性を知り、磨いていくためには、かかわる人々が当然現場を知らなければ始まりません。市民との信頼関係を築き、次のステップに進むためにも、机上での計画ではなく、市民の営みを肌で感じる現場の大切さを、改めて教えて頂きました。事件はいつも「現場」で起こっているのです。

また、どんなに地域で頑張っても、その情報が伝わらなければ、地域全体にも、外にも広がりません。情報をいかに発信し、それを認めてもらうことが、地域の元気と次のやる気につながることで、更には、情報発信により、外の目で客観的に判断してもらうことが可能になり、地元では気が付かなかった新たな展開に結びついていくことを学び、情報発信と情報のクオリティがいかに重要であることを認識いたしました。

### (イ) 担当アドバイザー（食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー 金丸弘美氏）



今回は、食の振興ということから、まず地域の文化、歴史、栽培、流通、料理、味わいなど、全て現場に足を運び地域を知るところから始めました。そして3年後までの計画を立てて、どこを目指し、今回の一年間でどこを目標とするのか、それはなぜなのか、どういう目的なのかを、最初に明確にしました。

また、テキスト作成や公開ワークショップなどによって、自ら語り発信することを覚えてもらうこと、マスコミに露出させることを行ってもらいました。

こうした取組で、食材の品質の高さや、地域の発信の仕方などは、学べたと思います。今後の大きな課題は、地域連携を行い、いかにして新たな経済を造るかということです。

常陸太田市は、市長をはじめ担当者のモチベーションがかなり高く、全ての人が前向きであったことから、かなりの進展があり、また次に取り組む課題もはっきりしました。お互いに共通認識を持って連携すれば、かなり成果はあがるのではないかと思います。

(4) 千葉県香取市(担当アドバイザー:加藤文男氏)

アドバイザーの多様なネットワークを活かした多彩な人材からのアドバイスにより、直売所運営に向けた幅広いノウハウを習得。

① アドバイザー活動の概要

担当課	香取市経済部農政課	H17国調人口	87,332 人	事業形態	先進市町村(現地指導型)
テーマ	出荷者協議会の設立と都市農村交流の推進				
事業の目的と本年度の期待成果	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●地域経済の活性化を図るため、平成22年春の開業を目指し佐原広域交流拠点整備事業(道の駅)を推進しており、農特産物の販売促進を図るためのシステムづくり及び情報発信施設での都市農村交流プログラムの構築を目的に事業を進めるため、アドバイザーとの勉強会及び検討会において、専門的な意見をを得る。</li> </ul> <p>【期待成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●販売促進協議会の設置及び運営に必要なルールづくり             <ul style="list-style-type: none"> <li>・販売促進協議会規約、直売所運営規約、出荷規約 の作成</li> </ul> </li> <li>●直売に関する研修会開催による直売に関する意識の向上と販売計画や作付計画の作成             <ul style="list-style-type: none"> <li>・販売計画書、作付計画書、直売所レイアウト の作成</li> </ul> </li> <li>●地域住民と協働による香取地域の資源発掘と都市農村交流事業プログラムの作成及び受入施設の検討             <ul style="list-style-type: none"> <li>・都市農村交流事業計画書、施設整備計画書 の作成</li> </ul> </li> </ul>				
アドバイザー活動の展開	<外部人材等>	<アドバイザー・対象市町村>		<地元関係者等>	
	道の駅、直売所運営、流通等の有識者(計3名)	地域資源の把握【7月】 ↓ 先進地視察【7月】 ↓ 考え方、運営方策、意識醸成等に関するテーマ別の講演会、勉強会【8月～1月】		道の駅販売促進協議会参加予定者	
得られた主	<ul style="list-style-type: none"> <li>●販売促進協議会の設置及び運営に必要なルールづくり、作付計画、販売計画の作成</li> <li>●協議会参加予定者の意識向上</li> <li>●都市農村交流事業プログラムの作成</li> </ul>				
今後の主	<ul style="list-style-type: none"> <li>●販売促進協議会の立ち上げと道の駅開業準備</li> <li>●都市農村交流事業プログラム作成及び受入施設検討、試験的ツアー実施</li> </ul>				
活動・他の成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●都市農村交流事業に係るモデルツアーの実施</li> <li>●販売促進協議会に係る準備会、部会等の開催</li> </ul>				

## ② 本年度実施した主な取組



道の駅及び周辺の整備イメージ



物販施設のイメージ

### ●南房総市道の駅視察及び概要説明（加藤 文男氏）

- ・ 先進地である南房総市の道の駅を視察し、それぞれに特色ある運営について研究した。

### ●講演会「『道の駅』と『地域連携』枇杷倶楽部が志してきたもの」（加藤 文男氏）

- ・ 道の駅での直売及び都市農村交流事業に関し、地域での基本的な考え方等についての講演会を実施した。



南房総市道の駅の視察

### ●研修会「道の駅 富楽里の施設設立の背景と概要」（黒川 正吾氏）、「道の駅のショップづくりの基本と段取りについて」（濱田 晴子氏）

- ・ 物販施設での販売に向けて、先進地視察研修会を開催し、今後の栽培計画や出荷形態等への参考にして、事業運営への活用を図った。

### ●講演会「直売所の立ち上げと運営について」（黒川 正吾氏）

- ・ 先進地の具体的な事例を紹介し、物販施設での販売に向けて、今後の立ち上げや運営についての心構えや準備等を参考にして、事業運営への活用を図った。

### ●道の駅直売所開設に伴う勉強会～からり特産物直売所の取組～（野田 文子氏）

- ・ 従来の単作経営から、直売所の立ち上げにより、少量多品目栽培の農家や有機栽培を指向する農家も増え、既存の流通では商品とまらないような物が、手を加えることにより販売することができ、消費者の好評を得ている「からり」の具体的な事例を紹介し、生産者の意識の高揚を図った。



道の駅直売所開設に伴う勉強会

### ③ 活動の主な経過

回	実施月	日数	アドバイザー活動の概要・テーマ
1	7月	1日	・地域資源の把握
2	7月	1日	・先進地視察（南房総市道の駅視察・概要説明（南房総市））
3	8月	1日	・道の駅での直売及び都市農村交流事業に関する地域での基本的な考え方等についての講演会。
4	11月	1日	・販売促進協議会参加予定者に対する先進地視察（南房総市道の駅）と概要説明及び講演会（南房総市）
5	12月	1日	・販売促進協議会参加予定者に対する直売所の立ち上げと運営についての講演会
6	1月	1日	・販売促進協議会参加予定者に対する道の駅直売所開設に伴う勉強会

### ④ 本年度の成果

#### ●販売促進協議会の設置及び運営に必要なルールづくり

##### <販売促進協議会規約の作成>

- ・販売促進協議会規約については、アドバイザーのアドバイスを活用し、規約（案）を作成し販売促進協議会準備部会での検討を進めた。
- ・協議会は平成 21 年 5 月に設立総会を開催し承認を得る予定である。

##### <直売所運営規約の作成>

- ・直売所運営規約については、アドバイザー及び外部講師のアドバイスを活用し、規約（案）を作成した。
- ・販売促進協議会準備部会及びそれぞれの部会での検討を行い、運営事業者との協議を進め、平成 21 年 5 月の設立総会時に承認を得る予定である。

##### <出荷規約の作成>

- ・出荷規約については、アドバイザー及び外部講師のアドバイスを活用し、規約（案）を作成した。
- ・販売促進協議会準備部会及びそれぞれの部会での検討を行い、運営事業者との協議を進め、平成 21 年 5 月の設立総会時に承認を得る予定である。



外部講師を招聘しての販売促進協議会参加予定者へ講演会

#### ●直売に関する研修会を開催による意識の向上と、販売計画、作付計画の作成

##### <直売に関する研修会>

- ・4回の講演会を開催し、道の駅の立ち上げや運営に携わった方々の講演を拝聴することができ、参加予定者の直売に対する意識の高揚を図ることができた。

##### <販売計画書の作成>

- ・販売促進協議会参加予定者の販売予定品目の調査を行い、年間の販売予定品目を把握することができ、年間販売計画書を作成した。

＜作付計画書の作成＞

- ・ 販売計画書から、年間の販売において不足する農産物を把握することができた。作付計画書の作成は、農業の営農指導が必要であり、本事業のアドバイザーの専門分野を離れているため、平成 21 年度において、香取農林振興センターの指導を受け作成する予定。

＜直売所レイアウトの作成＞

- ・ 販売計画書から棚割りを行い、アドバイザー及び外部講師の指導を頂き、準備部会等で検討を進めた。
- ・ 店舗レイアウトについて運営事業者へ変更の提案を行い、現在、運営事業者において直売所レイアウトを作成中である。

●都市農村交流事業プログラムの作成及び受入に必要な施設の検討

＜都市農村交流事業計画書＞

- ・ アドバイザーとともに地域資源の発掘を行った。
- ・ 試験的に6つの農業体験コースの設定を行い、試験的にツアーを実施した。

＜施設整備計画書＞

- ・ 農業体験ツアーの実施から受入に不足する施設の検討を行い、農山漁村活性化計画を作成した。
- ・ 平成 21 年度から計画的な整備を実施する予定である。



⑤ 当初想定した以外に得られた成果

●南房総市との繋がり

- ・ 今回の事業のアドバイザーを南房総市の加藤氏にお願いすることができ、7つの道の駅を有する南房総市との繋がりを作ることができた。
- ・ 同じ県内でありながら、特産品などに大きな違いが見られ、道の駅の直売施設においても商品構成に大きな違いがある。香取市と南房総市の農特産物の交流を道の駅で行うことにより、経済的な交流が生まれ相乗効果が期待される。
- ・ また、南房総市は、都市農村交流事業の先進地であり、海、農業資源を活用した事業を実施している。地域資源においても、地域資源が大きく違うことから、南房総市と香取市の交流事業を促進することにより、魅力ある都市農村交流事業を確立することができる。

⑥ 平成 21 年度以降の展開予定

●販売促進協議会の発足・運営

- ・ 平成 21 年 5 月に販売促進協議会を発足させ、協議会の運営を行う。
- ・ 平成 20 年度事業において課題となっている作付計画の作成及び参加農家の掘り起こしを行い、直売所での販売品目の安定を図る。
- ・ 出荷規則などの最終的な作成を行い、販売促進協議会会員の意志統一を図り、道の駅開業準備を整える。
- ・ 直売を経験したことのない会員が多いため、試験的な販売を実施し、パッケージや商品表示方法の確立を図る。

## ●都市農村交流事業の推進

- ・ 平成 20 年度に作成した、農業体験コースの更なるコース開拓を行い、交流事業の充実を図る。
- ・ 平成 21 年度より、都市農村交流事業の実施に不足する施設の整備を計画しており、受入体制づくりと合わせ計画的な施設整備を実施する。

## ⑦ アドバイザー事業を終えての感想・意見

### (ア)対象市町村担当者

本事業の推進により、視察・講演会等を通じ現場の方々の生の声を聞くことができ、大変参考になると共に参画者の理解を深めることができました。

アドバイザーの紹介による外部人材の方々からは、生産者、参画者の立場から心構えをお伝え頂き、出席者からは大きな反響がありました。こうした講演は、意識改革という面において非常に効果的でした。

今後、最も重要なことは、自分たちの道の駅を自分たちで作り上げていくという意識付けであり、それが顧客満足度を高め、地域経済効果を拡大していく基礎となることに繋がります。

これから、道の駅を活用した地域おこし・元気なまちづくりを推進していくために、出荷者及び地域の皆さんと連携を図り、市民、企業が主体となって行政が支援する方向に進んでいければと考えています。

まだまだ、販売促進協議会会員が不足していることから、平成 21 年度において本事業の効果を活用して、新規加入者の勧誘及び意識改革を進め、開業に備えたいと思います。

### (イ)担当アドバイザー（南房総市 企画部戦略プロジェクト推進部長 加藤文男氏）



香取市においては、私以外に、全国的な成功事例を導き出した専門家を招き、事業実施する自治体、事業への参画者に対して事業成功への鍵を多角的に伝えることができたと思います。

しかしながら、農産物直売所の経営のためには、年間を通した多種多様な農産物の作付け体系、品質管理、地域性を反映しての協同した運営手法の模索など、長期的なノウハウの積み重ねが重要です。商品開発についても、商品力の評価、レシピ確立、そしてブランド化の手法などにも専門家の張り付きと長期的な情熱の継続が重要です。今後、こうしたニーズに応えるには長期的な視野に立ち、タイムリーかつ的確なアドバイスが必要と思われます。

道の駅のようなハードはそこで働くシステムを支える器としてあり、そのシステムも地域経済の振興を目指す事業である場合には、地域分権が進み地方自治体が市民との協働を模索せざるを得ない状況となっています。このことを考慮すると、市民のニーズや意向、その資源、能力を把握し、着実に地域波及効果を拡大するロードマップを描く時間を持つことが重要です。

## (5) 山梨県北杜市(担当アドバイザー:小浜市食のまちづくり課)

対象市町村職員が先進市町村に滞在して研修することで、小浜市の事業の仕組や展開を幅広く実感・体感しながら食育・地産地消等のノウハウやポイントを吸収。今後の地域間交流・食の交流発展にも期待。

### ① アドバイザー活動の概要

担当課	北杜市産業観光部農政課	H17国調人口	48,144 人	事業形態	先進市町村(派遣研修型・現地指導型)
テーマ	食育専門員構築による地産地消推進				
事業の目的と本年度の期待成果	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●地産地消の推進には、市民が食に対する意識を持つことが必要であり、更に子供の頃からの食(農)育が必要である。このため、小浜市への派遣研修により、庁内推進体制や住民を巻き込んだ事業展開への手法やノウハウを有する食育専門員の構築を図る。</li> </ul> <p>【期待成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●食育施策の手法を学ぶ一部アイテムとして「キッズ・キッチン」に着目し、北杜市での「キッズ・キッチン公開教室」を試行的に行い、市民に「食」の大切さを発信する</li> <li>●長期的な取組に繋げるため小浜市へ職員派遣を行い食育施策や手法を現地スタッフとして学び、北杜市での食育・地産地消推進事業展開に繋げる</li> <li>●小浜市で学ぶ食育施策やその手法を、現在推進している「教育ファーム」事業に反映させ、命の大切さを伝える「命のリレー農園」のレベルアップ、更に、子供達が自ら販売体験をし「農業」の理解を深める「こども市場」の開設に向けた計画を策定する</li> <li>●小浜市の食育施策や事例紹介の講演会を開催し、住民の食に対する意識高揚を図る</li> <li>●「食と農」健康な杜づくり」の市民ボランティア構築に繋げるためのアドバイスや指摘を得る</li> </ul>				
アドバイザー活動の展開	<外部人材等>		<アドバイザー・対象市町村>		<地元関係者等>
	小浜市市民ボランティア(食育サポーター)		食育に関する講演会、キッズ・キッチン公開教室の実施【8月】 ↓ 小浜市での研修(北杜市職員を小浜市に派遣)【10月~11月】 ↓ 食育に関する講演会、キッズ・キッチン公開教室の実施【12月】		保育園、一般市民 ↓ 保育園、一般市民
得られた主な	<ul style="list-style-type: none"> <li>●北杜市における食育・地産地消専門員の構築及び各部局の連携体制の進展</li> <li>●食(農)育事業の教育手法や市民ボランティアの構築に関する手法の吸収</li> <li>●「未来につながる講演会」の開催による市民の食に対する意識の高揚</li> <li>●学校給食を通じた地元産品消費・食育の推進</li> </ul>				
今後の主な展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「こども市場」「キッズ・キッチン」の展開</li> <li>●地域を巻き込んだ地産地消の展開</li> <li>●地域に根ざした学校給食の推進</li> <li>●小浜市との継続的な交流</li> </ul>				
活その他成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新聞、テレビでの活動内容の紹介</li> <li>●「地域に根ざした学校給食」感謝祭の実施</li> <li>●バイオマスの地産地消活動の推進</li> </ul>				



## ② 本年度実施した主な取組

### ●小浜市での研修

- ・ 小浜市食のまちづくりの活動内容を中心に、各セクションの連携・教育手法などを吸収するために北杜市職員延べ6人、概ね1週間～2週間程度で派遣研修を実施した。



北杜市職員による小浜市での「キッズ・キッチン」実地研修

### ●食育に対する意識の高揚に関する取組

- ＜「未来につながる食育」講演会の実施＞
- ・ 8月・12月に北杜市にて小浜市職員による「未来につながる食育」講演会の実施。
- ＜「キッズ・キッチン」公開教室の実施＞
- ・ 8月・12月に北杜市にて「キッズ・キッチン」を開催。1回目は、小浜市で取組をしている基礎編（一汁二菜）、2回目は、応用編（鮮魚もさばくよ！行事食「おせち」）を実施。今後の北杜市での実施に繋げるため、保育園の年長を対象とした手法と、一般公募式による手法の2つを実施した。

### ●学校給食関係の取組

- ・ 「地域に根ざした学校給食」を目指し、本格的な地産地消給食に向けた流通経路の確立と生産者と児童（生徒）の交流を深める「地域に根ざした学校給食」感謝祭を実施した。
- ＜流通経路の確立＞
- ・ 地域に合った流通経路の確立のため、給食関係者との協議を進めている。食材により流通経路を分けるなど「野菜」だけに限らず「肉類」についても地産地消がスタートするところまで来ている。  
※肉類については、市内の畜産農家では賄えないので県内産
- ＜「地域に根ざした学校給食」感謝祭の実施＞
- ・ 小浜市食育事業のポイントである「共食」の大切さに着目し、北杜市にて学校給食への食材提供している生産者を招いた感謝祭を2回実施。
- ＜「特別栽培米」の給食開始＞
- ・ 県内では、初の取組として12月より市内23校の学校給食に導入。平成21年度の学校給食で使用される全量に対応。
- ＜学校給食栄養士向けの味噌づくり教室＞
- ・ 学校給食栄養士向けの味噌造り教室を1月31日に開催し、1年後学校給食での使用を目指す。  
※地域の味噌を使用している学校給食は、現在2校（全量）として今後拡大を図る

### ③ 活動の主な経過

回	実施月	日数	アドバイザー活動の概要・テーマ
1	8月	2日間	・市民向けの講演会講師及び「キッズ・キッチン」事業講師
2	10月	15日間	・北杜市職員3名の小浜市での派遣研修 (食のまちづくりの仕組、食育事業の展開などについての指導、現地視察、キッズ・キッチン実地研修等)
3	11月	15日間	・北杜市職員3名の小浜市での派遣研修 (食のまちづくりの仕組、食育事業の展開などについての指導、現地視察、キッズ・キッチン実地研修等)
4	12月	2日間	・市民向けの講演会講師及び「キッズ・キッチン」事業講師

### ④ 本年度の成果

#### ●北杜市における食育・地産地消専門員の構築及び各部局の連携体制の進展

- ・ 小浜市での研修や講演会を開催する中で、専門担当の設置に向けた検討が進んだことが最大の成果である。
- ・ 本市職員が小浜市で研修してきた以降、小浜市で吸収した食育の素晴らしさや人の温かさ伝えるための「地域に根ざした学校給食」感謝祭が新たに計画・実行され、今までにない食育・地産地消推進につながっている。この「地域に根ざした学校給食」感謝祭によって、生産者にとって、「更に次世代を担う子供たちのために安全・安心な農産物を作りたい」という意欲増進に繋がり、生徒（児童）達にとっては、自然豊かな北杜市への郷土愛や誇りが育まれる活動につながったと考えている。
- ・ 教育関係者からも普段は見ない表情をする子供たちばかりだったと好評を得ている。



「地域に根ざした学校給食」での子供達と生産者とのふれあい

#### ●食（農）育事業の教育手法や市民ボランティアの構築に関する手法の吸収

- ・ 教育手法に関しては、小浜市での実務研修から吸収し、北杜市なりにアレンジを行いながら既に「教育ファーム」への反映を行っている。
- ・ 市民ボランティアの構築に関しては、まず北杜市が実施している「教育ファーム」から着手し、来年度の事業実施に合わせて募集をする計画を進めている。
- ・ 「キッズ・キッチン」事業に関しては、市民ボランティア（“食と農”健康な杜づくりサポーター（仮称））は、今年度の構築には至らず、来年度以降に計画変更をすることとなった。現



「教育ファーム」で子供達に指導する市民ボランティア

在、保育園との調整を図りながら、来年度9月より実施できるよう計画を進めている。この計画に合わせ市民ボランティアの募集、研修を現在進めている。

#### ●「未来につながる食育」講演会の開催による市民の食に対する意識の高揚

- ・ 「未来につながる食育」講演会は、今年度2回開催し、述べ500名の市民の参加があった。今回の講演会では、小浜市の取組を耳で聞くだけでなく目でも見てもらうために、その翌日「キッズ・キッチン」を開催したため、より効果的に開催することができた。
- ・ アンケート集計では、9割以上の市民が食育に対する意識の変化があったことを答えている。また、「キッズ・キッチン」を見て頂くことによって、食育に対する意識は予想以上のものだった。アンケートには、本市の食育・地産地消推進事業に対する期待や希望の声が多かった。
- ・ 「キッズ・キッチン」に参加した保護者からは、「家に帰ってから同じメニューで取組を行った」「普段食べる食材の意味を考えるようになった」「子供と食に関する話題が増えた」などといった回答が多かった。
- ・ 更に、日本型食生活の良さを見直す家庭が増えたことは、食に対する意識の高揚に繋がったと考えている。



「未来につながる食育」講演会



講演会後に開催した  
「キッズ・キッチン」

#### ●学校給食を通じた地元産品消費・食育の推進

- ・ 特別栽培米給食は、12月より北杜市内の学校給食実施校すべてにおいて導入を行い、使用回数は、3月末までで42回の使用を見込んでいる。平成21年12月まで対応できる量は生産・確保している。
- ・ 学校給食用味噌仕込は、学校給食栄養職員を対象とした味噌造り教室を開催し、200kgの味噌が平成21年度12月頃から学校給食に導入される予定。長坂給食センター及び小淵沢給食センターでは、地元味噌加工団体と連携し、全量地元大豆による味噌の供給が進められている。



学校給食用味噌の仕込

### ⑤ 当初想定した以外に得られた成果

#### ●小浜市で学んだ「共食」の大切さ、素晴らしさを伝えるための「地域に根ざした学校給食」感謝祭の実施

- ・ 「特別栽培米」導入時に、お米の生産者や学校給食へ野菜を提供している生産者グループを招き感謝祭を実施し、その反響から、北杜市特産である「紫黒米（しこくまい）」や「恋あずさ（発芽玄米）」を導入し同様に感謝祭を実施した。
- ・ この取組により、子供達に限らず、教育関係者にも食育の大切さを伝えることができたと考えている。

---

---

●バイオマスの地産地消活動の推進

- ・ 市民グループである「バイオディーゼルを考える会」の方々からは、普段活動している市の花ヒマワリを搾油した油を寄付して頂き、バイオマスの地産地消といった幅の広い地産地消活動が進んでいる。

●「教育ファーム」の事業展開

- ・ 「教育ファーム」は、試行錯誤の中でスタートしたが、小浜市での研修を活かした事業展開を行い、今年度関東ブロックの成果発表として取り上げて頂くことができた。

⑥ 平成21年度以降の展開予定

●「こども市場」「キッズ・キッチン」の展開

- ・ 今後、「教育ファーム」の拡大編として「命のリレー農園」とした食農教育を盛り込み、「こども市場」の実施を展開する。
- ・ 「キッズ・キッチン」は、来年度から食育サポーターの設置に向けて動き出し、市内保育園前年での実施に向けて、研修、検討会を行う。

●地域を巻き込んだ地産地消の展開

- ・ 地産地消は、学校給食だけにとどまらず、地域飲食店（商工会）を巻き込んだ活動に繋げる。
- ・ 具体的には、日本一の北杜市の環境で育つ北杜市農産物を全国発信するための「エコひいき地産地消推進店（仮称）」を制定し、地産地消の推進に努めると共に、食や農だけにとらわれず、環境に配慮した取組を推進する団体を認定する制度を設ける。
- ・ これにより、3R 運動の推進や間伐材やヒマワリなどの地域資源を活かしたバイオマスへの取組に繋がり、エコ意識を高めた地域力の構築に結びつくと考えている。

●地域に根ざした学校給食の推進

- ・ 学校給食は、地元野菜の供給割合を増やすため、今年度1年間の野菜使用量調査を参考に、学校給食栄養職員と生産農家が定期的な打ち合わせを大切に、需要に合った栽培体系や品質向上に努め、「地域に根ざした学校給食」を目指す。
- ・ また、地元野菜だけに限らず、県産の食肉を供給するためのシステム構築を進め、極力消費地から近い産地の学校給食に繋げる計画を進めていく。

●小浜市との継続的な交流

- ・ 小浜市との交流は、全国の食のまちづくりを知る機会にもなった。この繋がりを大切に平成18年に小浜市が実施した全国サミットを再び開催できるように小浜市との協議を進めたいとも考えている。



両市担当者による協議

## ⑦ アドバイザー事業を終えての感想・意見

### (ア)対象市町村

今回、先進的な取組かつ全国的に注目を集めている小浜市との交流ができたことは、ただ単に本市が掲げたプロジェクトのポイントやノウハウのアドバイスだけを受けられる関係ではなく、更に先を見据えた関係（友好都市）に繋がろうとしている大きな効果を生み出す事業だと考えています。本市の取組はまだまだ走り始めたばかりですが、小浜市への職員の派遣研修によって本市の食育・地産地消推進事業はより濃い事業、より幅の広い事業へと発展していると確信しています。

特に、「キッズ・キッチン」への取組は、現在薄れてきている日本型食生活を見直す機会にもなり、親への啓発活動として大きな効果を発揮しています。学校給食では、重要な役割である栄養職員と何度も話を繰り返すことによって、お互いの壁を崩し、「絆」「信頼関係」が生まれ、地元の農産物を供給するだけでなく、良いアイデアの意見交換がされるようになってきています。

この事業は、対象市町村だけでなく、報告会などを通じて他地域の取組を知ることができたことはよい刺激になりました。今回得られた繋がりや交流を絶やさずにしていくことが、お互いの地域力構築につながるものだと考えています。

### (イ)担当アドバイザー（小浜市食のまちづくり課）



今回の事業にあたり、北杜市からは教育、健康福祉、農林水産など幅広いセクションから職員が派遣されました。食育の領域は広く、行政組織内においても各関係セクション連携体制の構築が不可欠ですが、今回の派遣研修により、部局横断的に取り組む意識付けができたのではないかと思います。限られた短い期間の中ですべてのノウハウを提供することは難しいものですが、食育・地産地消を進める上での重要なポイントや、「キッズ・キッチン」の運営に関する基本事項などはある程度提供できたものと考えています。

今後は、これをきっかけに北杜市においても行政組織内、あるいは産学官民の連携体制を整え、北杜市独自の食育システムを構築していく必要があると思います。

今回の事業を通じて、両市間で信頼関係を築くことができ、お互いの目指すべき方向性が一致していることが確認できました。今後も情報交換などの交流を深めながら、お互いに刺激し合い、相互の施策推進に繋がっていきたいと思います。

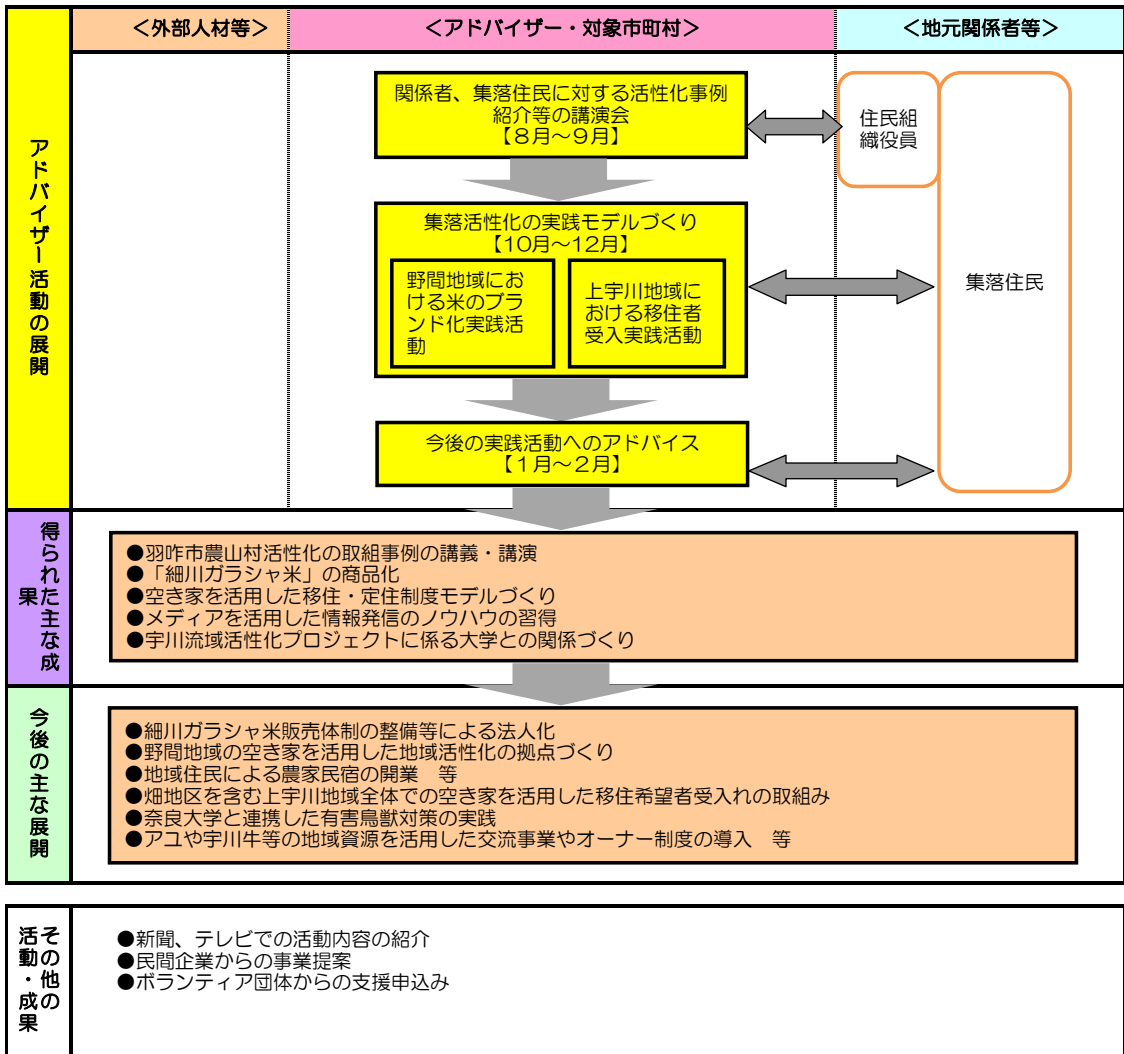
また、小浜市が北杜市において講演会や「キッズ・キッチン」などを実施した際の反響は非常に大きく、当市がこの数年間に積み上げてきたものの価値、重要性を再認識することができたと共に、当市自身のスキルアップにも繋がりました。また、北杜市職員の熱意や向上心に触れることは、当市にとっても大きな刺激となりました。

(6) 京都府京丹後市(担当アドバイザー:高野誠鮮氏)

中山間地域の集落活性化をテーマとした、地域の主体的、実践的な取組の促進を重視したアドバイスにより、地域の行動力と発信力が向上。

① アドバイザー活動の概要

担当課	京丹後市企画政策部 総合戦略課	H17国調人口	62,723 人	事業形態	先進市町村(現地指導型)
テーマ	宇川流域地域資源活用化				
事業の目的と本年度の期待成果	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●宇川流域に存在するいわゆる限界集落等の再生・活性化を図るため、地域資源を活用した成功モデルづくりを図る。具体的には、野間地域の米のブランド化による農業所得の増加、及び上宇川地域における空き家の活用と大学等との交流事業による定住者の増加を図る。</li> </ul> <p>【期待成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●「細川ガラシャ米」の商品化</li> <li>●空き家を活用した移住・定住制度モデルづくり</li> <li>●メディアを活用した情報発信のノウハウの習得</li> </ul>				



## ② 本年度実施した主な取組

### ●市職員及び市民の地域活性化に向けた意識づくり

- ・ 限界集落対策検討会議委員を対象とした羽咋市農山村集落活性化の取組事例紹介などの講義
- ・ 集落住民等を対象とした羽咋市農山村活性化の取組事例紹介などの講演

### ●野間地域における米のブランド化販売実践モデルづくり

(「細川ガラシャ米」ブランド化プロジェクト)

- ・ 「細川ガラシャ米」の商品化と直販システムの構築
- ・ 「細川ガラシャ米」のPR活動
- ・ メディアを活用した情報発信
- ・ 大学に対するプロジェクトへの協力要請、交渉、関係づくり

### ●上宇川地域における移住者受入れ実践モデルづくり

(畑区空き家活用定住促進プロジェクト)

- ・ 畑地区の空き家を活用した定住者の公募と現地説明会の開催(畑区自治会長全国募集)
- ・ 有害鳥獣対策を研究する大学の誘致活動
- ・ メディアを活用した情報発信
- ・ 大学に対するプロジェクトへの協力要請、交渉、関係づくり



畑区出身者の会のメンバーと面談し、宇川流域活性化戦略を提案説明



バチカン大使館を訪問し、「細川ガラシャ米」を献上

### ③ 活動の主な経過

回	実施月	日数	アドバイザー活動の概要・テーマ
1	8月	2日間	・本市限界集落対策検討委員及び野間・上宇川地域の住民に対する宇川流域活性化戦略の提案説明
2	8月	2日間	・市職員及び地域住民による会議における宇川流域活性化プロジェクトに係る実践活動について協議・アドバイス ・本市の農林部局職員に対する人工衛星による米の食味測定のための目的及び効果等について提案説明 ・京丹後市過疎・高齢化集落等連絡会に所属する集落等の住民に対する羽咋市農山村活性化の取組事例をテーマとした講演
3	9月	2日間	・同志社大学大学院総合政策科学科の教授並びに研究生（院生）に対する宇川流域活性化プロジェクトの概要説明等
4	10月	1日	・ローマ教皇への細川ガラシャ米の献上のためのバチカン大使館訪問及び大使館職員との交渉
5	10月	2日間	・宇川流域活性化戦略会議における今後の実践活動について協議・アドバイス ・京丹後市の区長を対象とした地域活性化研修会における羽咋市農山村活性化の取組事例についての講演
6	11月	2日間	・羽咋市視察研修（視察者：丹後町地域まちづくり協議会役員）
7	12月	1日	・バチカン大使館訪問によるローマ教皇並びに大使館関係者へガラシャ米献上
8	12月	2日間	・畑区移住希望者現地説明会の事前打ち合わせ、上宇川地域における地域活性化懇談会の開催等住民活動を起こすための仕掛けについて協議・アドバイス ・畑区移住希望者現地説明会での進行等についてのアドバイス
9	1月	2日間	・宇川流域活性化戦略会議における今後の実践活動について協議・アドバイス ・上宇川地域の住民を対象とした地域活性化懇談会における羽咋市農山村活性化の取組事例についての講演
10	2月	1日	・有害鳥獣対策に関する奈良大学教授等の京丹後市訪問への同席



羽咋市現地視察



#### ④ アドバイザー活動で得られた本年度の具体的成果

##### ●羽咋市農山村活性化の取組事例の講義・講演による地域住民や職員の意識向上

- ・ 限界集落対策検討会議委員を対象とした講義、市農林部局関係職員を対象とした人工衛星を活用した米の食味測定に関する講義、集落住民等を対象とした講演などにより、多くの地域住民や市職員に羽咋市農山漁村活性化の取組の内容やノウハウを学び、今後の集落や地域づくりを考えるきっかけや意識づくりができた。

##### ●「細川ガラシャ米」の商品化の実現

- ・ 特別栽培米生産農家と行政による協働体制の構築と、米のブランド化に取り組むグループの活動及び人工衛星を使った米の食味測定、外部の関係者の協力・タイアップ等により米の差別化・高付加価値化を図った。
- ・ 野間産コシヒカリを「細川ガラシャ米」として、農協や中間流通業者を通さない直販システムによる話題性のある商品として販売することができた。



細川ガラシャ米

##### ●空き家を活用した移住・定住制度モデルづくりの進展

- ・ 空き家を活用した移住者公募の取組として、畑区自治会長全国募集を実施したところ、6組の移住希望者を募ることができた。応募者を対象に、12月から3月にかけて畑区移住希望者現地説明会を開催し、3月中に移住者を選考する予定である。

##### ●メディアを活用した情報発信のノウハウの習得

- ・ 情報発信先メディアリストの作成や、細川ガラシャ米ブランド化プロジェクト及び畑区空き家活用定住促進プロジェクト等に係る報道発表など、各メディアへの情報発信の実践により、多くの新聞やテレビ等に取り上げられ、広く効果的に情報提供を行うことができた。



畑地区移住者現地説明会のテレビ取材

##### ●宇川流域活性化プロジェクトに係る大学との関係づくり

- ・ 同志社大学院生のプロジェクト参加をきっかけに、大学との間で継続した協力体制を構築することができた。
- ・ また、奈良大学の教授及び教え子との接触により、有害鳥獣問題解決に向けての第一歩を踏み出すことができた。

#### ⑤ 当初想定した以外に得られた成果

##### ●民間企業からの事業提案

- ・ 畑区自治会長全国募集の情報を新聞記事から入手した企業から、限界集落対策や地域活性化を目的とした事業提案（植物工場事業及びWiMAX事業）があった。平成21年1月15日に現地確認と面談を行い、企業側の説明を受けた。今後農林部局等と検討する等して、事業化の可能性を探る予定である。

---

---

●ボランティア団体からの支援申込

- ・ 畑区自治会長全国募集の情報を入手したボランティア団体から、畑区の草刈り作業等を手伝いたいとの申し出があった。平成21年度の5月頃に畑区に入り、数日間作業を行うことになっている。

⑥ 平成21年度以降の展開予定

(ア) 野間地域の展開

●細川ガラシャ米販売体制の整備等による法人化

- ・ 野間地域における地域ビジネス法人の設立
- ・ 細川ガラシャ米生産者の増加、生産量の増加
- ・ 細川ガラシャ米生産ガイドラインづくり
- ・ 細川ガラシャ米販売宣伝活動
- ・ 京都府とタイアップしたおいしい米づくりの推進
- ・ 米以外の農産物の商品化及び加工品づくり（米粉、そば、豆腐、コンニャク、山菜など）

●野間地域の空き家を活用した地域活性化の拠点づくり

- ・ 法人事務所の設置
- ・ 農家カフェ等の開業
- ・ 土産物販売
- ・ 地域散策拠点づくり（自転車の貸し出しなど）
- ・ 米、そば等のオーナー制度の導入

●地域住民による農家民宿の開業

●市の観光PR等を行っている団体やその活動との連携（女将さんの会など）

(イ) 上宇川地域の展開

●畑地区を含む上宇川地域全体での空き家を活用した移住希望者受入の取組

- ・ 移住希望者現地ツアーなどの開催

●奈良大学と連携した有害鳥獣対策の実践

●アユや宇川牛等の地域資源を活用した交流事業やオーナー制度の導入

●NPO法人と連携した地域づくり

- ・ 農産物直売所の設営及び法人化の検討など

(ウ) その他

●野間及び上宇川地域以外での農林漁業資源の商品化及び移住希望者受入の取組

---

---

## ⑦ アドバイザー事業を終えての感想・意見

### (ア) 対象市町村担当者

今回、アドバイザーと共に事業に取り組むことで、まずもってアドバイザーが持つバイタリティー、フットワーク、思想、理念、そして「いくら素晴らしい計画をつくっても実行しなければ意味がない。実行しない計画は作るだけ無駄。しっかりとした理念に基づいて行動することが大切。自分がやらなくても誰かがやってくれるだろうと手をこまねいては何も変化しない。可能性の無視は最大の悪策。きちっとした考え方に基づいて戦略を作り、実践あるのみ。」といった信条に感銘を受けました。

今後やるべきことは山ほどありますが、今年度については一定の成果を得たものと思っています。アドバイザーには、我々が農山村集落活性化に向けた一歩を踏み出すきっかけをつくって頂き本当に感謝しています。

また、アドバイスを頂く中で、これからの農山村活性化の取組の方向付けができたと思っています。一つ目に「持続継続可能な地域ビジネスを創出し、地域にお金が落ちる仕組みをつくること」、二つ目に「都市住民との交流と移住・定住促進につながる取組を継続的に行い、集落人口を増加させること」、三つ目に「地域を牽引するリーダー的存在を見つけ出すこと、地域にそのような人がいなければ、バイタリティーのある移住者を外から引っ張ってくること」です。この三つに繋がる取組を継続して行っていくことにより、限界集落化に歯止めがかかり、地域が活性化するものと信じています。

### (イ) 担当アドバイザー（羽咋市 1. 5次産業振興室総括主幹 高野誠鮮氏）



当地区の大きな課題は、地域の活性化の前に「市職員の活性化」「意識変革」が必要な点でした。当初、それぞれモチベーションが異なる職員が混在している点を強く主張し、その実態を説いてきました。また、物事の達成までのスピード感やコスト意識を高めるために、相当早いスピードでこなしてきたと自負すると共に、多少の負担はかけたと反省もしています。

課題解決に向けた方針は、自らやってみせて、次に市の職員にさせてみるという方法を探り続け、持続継続的に実行するためのシステム力を身につけてもらい、アドバイザーがいなくなっても京丹後市の職員自らが実行できるように心がけました。また、地域住民には「石川県の羽咋市の過疎の村でもできたのだから皆さんもできる」という自信を持ってもらい解決に向けて自ら動いてもらうように先導してきました。また、実際に私達が取り組んで4年間で変わった様子を地区住民の一部だけが羽咋市に見に来てもらい実感して頂くこともできました。

この制度自体は素晴らしい可能性を持っていると感じています。民間人とは異なる視点で地域を眺め、地方公務員として解決の糸口を見出すことは、我々にとっても大変勉強になり、意欲が湧いてくる事業だと感じています。

(7) 和歌山県紀の川市(担当アドバイザー:中島淳氏)

地域ブランド創出に向けて、まずは地域ブランドの発信拠点と具体的な目標設定、実施体制の構築等を進めて取組方向を明確化。これにより次年度以降の具体的な活動方針とプロジェクトを設定。

① アドバイザー活動の概要

担当課	紀の川市企画部政策調整課	H17国調人口	67,862 人	事業形態	民間(現地指導型)
テーマ	紀の川ブランド創出				
事業の目的と本年度の期待成果	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●紀の川市ならではの地域資源や特性を活かした地元農作物の高付加価値化により、農業をはじめとした地域産業の振興を図ることで、当市の魅力を高め、良好な地域イメージを構築するための施策の検討を行う。</li> </ul> <p>【期待成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●「紀の川ブランド」を発信するための土台づくり</li> <li>●ブランドづくりにあたり連携、共同して取り組むことが不可欠な地元関係者(生産者団体、地元グループ、近隣加工・直売施設等)とのコンセンサスづくり</li> <li>●推進体制の整備、運営方策の構築と課題の明確化</li> </ul>				
アドバイザー活動の展開	<外部人材等>	<アドバイザー・対象市町村>		<地元関係者等>	
		<p>現地調査・課題抽出、現場スタッフとの協議・意向把握【7月～8月】</p>		<p>(財)青洲の里</p>	
		<p>「青洲の里」の方向性・事業戦略の検討【9月～10月】</p>		<p>リーダー・チーフ</p>	
	流通専門家、先進地実践者	<p>地域団体との連携体制づくり、先進地視察、ワークショップ(意見集約)【11月～1月】</p>		<p>全スタッフ</p>	
	<p>「青洲の里」リ・デザインプロジェクトのアクションプログラム作成【2月】</p>				
得られた主な成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●紀の川ブランド創出の土台・方向性の明確化</li> <li>●施設運営当事者の自立に向けたアクションプログラムの作成</li> <li>●ブランドづくりにあたり連携、共同して取り組むことが不可欠な地元関係者との連携</li> </ul>				
今後の主な展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>●青洲の里における直売所、加工所等と連携した新たな「賑わい」づくりの初期アクションサポート</li> <li>●青洲の里における「健康バイキング」からのブランド発信(コンセプトメニューの開発)サポート</li> <li>●紀の川ブランドとしてのサービス(ふるまい)基準づくりサポート</li> <li>●地元農産物を活用した地域活性化と都市と農村との交流による地域再生の推進</li> </ul>				
活動の他成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●テレビ、雑誌での紹介</li> <li>●アンケート調査の実施</li> <li>●大学と連携した食育フェアの開催</li> </ul>				

## ② 本年度実施した主な取組



### ●「紀の川ブランド」のコンセプトメイク

- ・ 「紀の川ブランド創出」というテーマは、あまりに多様なカテゴリーを含むため、アドバイスが概念的、理論的になる恐れがあることや、当初期待されたマーケットへのアプローチは JA を中心に既に活発に実施されていることなどから、本事業では、紀の川ブランドを「青洲の里」（世界で初めて全身麻酔による乳がんの摘出手術を成功させた医聖・華岡青洲先生の顕彰施設。資料館やレストラン、直売所などがある。）という施設から構築、発信することとした。



### ●「青洲の里」リ・デザインプロジェクトの立ち上げ

- ・ 紀の川ブランドの発信拠点としての役割づけと、「青洲の里」自体の自立的かつ持続可能な経営を進めるため、以下の点についての「仕掛」づくりを行った。
  - ◇ （財）青洲の里が組織として円滑に運営できるよう体制を整備（意識の共有）
  - ◇ 地元関係者との連携システムの構築（販わい創出）
  - ◇ 提供する商品、サービスのリ・デザイン（こだわり創出）
  - ◇ 明確なコンセプトに基づく新たな展開を発信（紀の川市のイメージアップに寄与）

### ●今後の具体的なアクションプログラムの作成

- ・ 本事業により関係者と協議、検討した内容を残し、伝え、実践で役立てるため、今後の従業員、スタッフ、周辺の関係者のためのアクションプログラムとなる「青洲の里リ・デザインプロジェクト 関係者の取組マニュアル」を作成した。



### ③ 活動の主な経過

回	実施月	日数	アドバイザー活動の概要・テーマ
1	7月	2日間	・現地調査及び活用すべき地域資源、課題の抽出
2	8月	1日	・市担当部局、現場スタッフとの「青洲の里」の取組意向調査
3	9月	1日	・市担当部局、現場スタッフとの「青洲の里」の取組、国内販売戦略の方向性確認
4	9月	1日	・市担当部局、現場スタッフとの「青洲の里」の取組の目標設定、事業プロセスの確認
5	10月	3日間	・「青洲の里」の取組の目標設定と、実現するための効率的な体制（役割分担）の確立、地域団体との効果的な連携の検討
6	11月	1日	・「青洲の里」の取組について地域団体との効果的な連携の検討
7	12月	1日	・「青洲の里」の取組について目標設定と地域団体との効果的な連携の検討
8	12月	1日	・市幹部に対し、本事業による「青洲の里」の取組の中間報告を実施
9	1月	1日	・当事者である青洲の里“全スタッフ”へのモチベーションアップのための会議・講話
10	1月	1日	・先進地（南房総市）の視察調査研修
11	1月	1日	・（財）青洲の里スタッフによるワークショップ開催と意見集約
12	2月	1日	・（財）青洲の里において地域の“顔”となり得るための雰囲気作りの工夫（動線、レイアウト、POPなど）と地域団体との効果的な連携の検討
13	2月	1日	・農商工連携に向けた情報交換会への参加と（財）青洲の里における今後の取組マニュアル（案）について現場スタッフと確認



#### ④ 本年度の成果

##### ●紀の川ブランド創出の土台・方向性の明確化

- ・ 地域ブランドの定義にあたり、合併後間もない地域において、できる限り目に見えるモデルを形成すべく、課題や取組目的を絞込み、効果の最大化を図る意味でも、ブランド発信の場として地域を特徴づけている拠点「青洲の里」に焦点を当てることとした。



農商工連携会議

##### ●施設運営当事者の自立に向けたアクションプログラムの作成

- ・ 当事者である「青洲の里」の体制整備、意識の改革、モチベーションアップ、地域との連携による賑わい創出の可能性を探るため、青洲の里の従業員と共に施設コンセプトの設定、運営上の課題抽出、紀の川ブランドと華岡青洲との連動の基本認識、今後の実施課題等、基本的なワークショップを繰り返すことで、意識向上や業務ミッション等を明確にすることができた。
- ・ これらは「青洲の里リ・デザインプロジェクト」として、今後の具体的なアクションプランについてもマニュアルとしてとりまとめた。



「青洲の里」レストランの地域食材によるバイキング

##### ●ブランドづくりにあたり不可欠な地元関係者との連携とコンセンサス形成

- ・ ブランドづくりにあたり連携、共同して取り組むことが不可欠な生産者団体、地元グループ、近隣加工・直売施設等とのコンセンサスづくりを行った（定期的な意見交換会の開催についても合意を得ることができた）。これにより、食材提供に関する地元生産者の確保についても、意見交換会において関係者（環境保全型農業グループ、近隣の直売所）の合意も得ることができた。
- ・ 特に、地域内のしがらみと関わりなく、外部の視点から連携体制を模索したことが効果的だった。



「青洲の里」スタッフによるワークショップ

---

---

## ⑤ 当初想定した以外に得られた成果

### ●地域ブランド創出に向けた意識醸成

- ・ 当市の東部（旧那賀町）に位置し、“食育の拠点”“ピンクリボン運動の拠点”でもある「青洲の里」を舞台に、合併により誕生した本市の魅力を高める新たな地域イメージを構築する取組を進めた。この地域内資源の価値・評価を高める地域ブランド創出の検討を通じて、地域の一体感と誇り意識を醸成することができた。
- ・ また、紀の川市企業立地連絡協議会からの発案により、農商工連携による「紀の川ブランド」と呼べる“モノづくり”をひとつの目標に掲げ、10団体、18名参加による情報交換会が開催された。今後、紀の川ブランドの創出を推進するにあたり、中核となる組織として取組が継続され、活発化されることを期待したい。

### ●地元大学との連携体制づくりの萌芽

- ・ 本事業では、地元大学と連携した活動（学園祭時におけるアンケート調査、食育フェア時における市民講座の講師派遣など）を実施することができた結果、本市との包括的な協定締結を前向きに検討頂けることになった。

## ⑥ 平成21年度以降の展開予定

### (ア)「青洲の里」を舞台とした事業の展開

- 直売所、加工所等と連携した新たな「賑わい」づくりの初期アクションサポート
  - ・ 基本構想策定及び基本構想を基にした関連団体との折衝
- 「健康バイキング」からのブランド発信（コンセプトメニューの開発）サポート
  - ・ コンセプト形成ワークショップ開催
  - ・ 基本メニューの考え方検討
- 紀の川ブランドとしてのサービス（ふるまい）基準づくりサポート
  - ・ 新しいサービスづくりワークショップ開催

### (イ) 地元農産物を活用した地域活性化と都市と農村との交流による地域再生の推進

- ・ 食と健康のテーマパーク「青洲の里」において「健康バイキング」や「物産」をはじめ地元農産物を活用した新しいコンセプトに基づくサービスや取組の提供・発信
- ・ 首都圏、近畿圏での地元農産物のPR活動と朝採れた新鮮野菜や果物を産直カーで集荷し市街地の空き店舗を活用した「アンテナショップ」等の社会実験の実施
- ・ 食と健康を結びつけた観光ルートや体験プログラムを構築し、都市と農村との交流モニターツアーの実施。更に公共交通機関（鉄道、バス）との連携策の企画
- ・ その他、地元農産物を活用した食の祭典や学校給食への更なる利用促進、地元大学や企業と連携した成分・効用分析や加工品の開発、アンテナショップ等による直売システムのビジネスモデルの確立など、地元農産物の高付加価値化により紀の川市全体が地域ブランドとなるような取組の推進



## ⑦ アドバイザー事業を終えての感想・意見

### (ア) 対象市町村担当者

当市は、果樹、果実については農業産出額で全国的にも多いという自負がありましたが、一方でただ産出額が多だけで、これといった特徴を売り出せず、行き詰まっていたところでもありました。そういった時に、「あれもしたい、これもしたい」という相談の中で、当市にある「青洲の里」で、「健康」といったテーマを進めてみてはどうかという提案を頂き、動き出すことができました。

今回、全国で活躍されているアドバイザーの方に当市の現状を客観的に見て頂くことで、これまで自分たちでは気付かなかった課題や発展の可能性、地元の当たり前が外部の目では宝物や非日常であることを認識することができました。

また、アドバイザーには、あるときは調整役（嫌われ役）となって頂くことで、今まで打開できずにいた問題解決のきっかけとすることができました。

反省点としては、アドバイザーに頼りがちとなりつつ受身になってしまう面があったことです。もう少し主体的に行動し、その結果を報告・相談するというスタンスで臨めればより良かったとも感じています。

### (イ) 担当アドバイザー（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 中島淳氏）



本事業に取り組むにあたり、合併後間もない当市では、地域ブランドの定義等の前に、できるだけ目に見えるモデルを形成すべく、ブランド発信の場として地域を特徴づけている拠点「青洲の里」に焦点を当てることにしました。事業開始当初は、事業の着地点づくりに多くの時間を要し、青洲の里の従業員とともに施設コンセプトの設定からはじめ、運営上の課題抽出、これからやることなど、基本的なワークショップを繰り返しました。その

結果、事業の後半には、関係者の意識向上、連携関係の再認識など、今後の活動方針、方向性の明確化を図ることができました。時間を要した分、コンセンサスづくりは十分であり、対象を「青洲の里」を舞台としたその後の取組は速かったと思います。また、活動にあたり、行政幹部の方までその考え方を理解頂けたことは大いに助かったことでもありました。

「青洲の里」を発信拠点とした地域ブランドづくりの考え方は理解されており、その推進についても懸念することは見当たりません。ただ、広域合併した規模のメリットを活かすため、本拠点施設と連携しながら互いにブランドを発信していく地域内組織、団体を発掘する作業において、行政としての推進力が必要となります。

本年度、施設側の内部力を高める作業を実施したのに比して、来年度は施設外部の力を発掘、伸ばすことが求められ、本年度を含めこれまで対象施設が接することのなかった他地区（合併以前の他市町）との接点づくりを期待しています。

(8) 広島県竹原市(担当アドバイザー:中澤さかな氏)

道の駅の整備・開業・運営に関する実践的アドバイスにより、地域アイデンティティを意識した「地域の」道の駅としての具体的な方向性が明確化。

① アドバイザー活動の概要

担当課	竹原市建設産業部 産業文化課観光文化室	H17国調人口	30,657人	事業形態	民間(現地指導型)
テーマ	道の駅整備と地域の特産品開発				
事業の目的と本年度の期待成果	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●現在計画である道の駅の運営コンセプトとマーケティングの方向性確立及び道の駅を核とした地域活性の主要コンテンツとなる地域特産品開発に向けた手法検証を行う。</li> </ul> <p>【期待成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●道の駅実施設計に反映させるための、道の駅の基本的なコンセプトと道の駅「萩シーマート」で実践中の事例などを参考とした運営ノウハウ、経営マニュアルをまとめたレポート及び実施設計書の作成</li> <li>●地域特産品の掘り起こし⇒ブランディング⇒PR・販売方法等の指針を示す特産品開発具体的手法レポートの作成</li> </ul>				
アドバイザー活動の展開	<外部人材等>		<アドバイザー・対象市町村>		<地元関係者等>
			地域資源の調査、流通状況調査 【9月】		
			道の駅設計・レイアウト等の検証 【11月】		
	PR媒体編集者		地域産品・資源の掘り起こし 【11月】		産品開発者、販売者等
	CI、SIの専門家		道の駅を含む地域振興全般に係るCI、SIとコンセプト検討 【12月～1月】		
先進地実践者		先進地視察 【2月】			
得られた主な成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域アイデンティティの確立と道の駅基本設計の変更</li> <li>●特産品の開発、ブランディング、PR手段の方向性の確立</li> </ul>				
今後の展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>●道の駅整備コンセプトの確立と運営手法の決定(シンボルマーク確定、道の駅の駅長全国公募など)</li> </ul>				
活動・他の成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>●道の駅に関する行政としての認識の見直し</li> <li>●マーケティングに関するノウハウの習得</li> </ul>				

## ② 本年度実施した主な取組

### ●道の駅等整備事業の施設コンセプト、運営方法等の整理・検証

- ・ 地域振興拠点施設として集客力があり商業的に採算のとれる道の駅とするため、施設のコンセプトを明確化し、他地域の取組・成功事例などの視察を行い、完成供用開始後の経営・管理等の運営を検証し、それを実施設計や施設の具体的なデザイン、内装設計等に反映させる。具体的には竹原市の商業状態や観光資源などをリサーチして、採算性のとれる設計へと変更する協議を数回行い、コンセプトの仮説立案準備段階まで整理を行なった。



道の駅建設予定地

### ●地域の特産品開発の調査検討

- ・ 「食」の資源を地域の地産地消推進事業と関連付け、地元の農・畜産業者等と協議する場を設け、ストーリー性などの付加価値を加味したブランディング手法を検討する場を設けた。また、今まで掘り起こされていなかった地域資源をアンケート等で集約し、産品資源整理シートを作成した。



地元関係者との産品開発に関する協議

## ③ 活動の主な経過

回	実施月	日数	アドバイザー活動の概要・テーマ
1	9月	2日間	・ 地域資源の現状と活用方法の調査
2	11月	2日間	・ 道の駅設計に関する指摘事項と産品開発に係る資源の整理（産品開発者、販売者等による産品自慢大会における資源の掘り起こしの方法やブランディング可能性等の指導・助言）
3	11月	2日間	・ 先進地視察（道の駅「萩シーマート」）
4	12月	2日間	・ 市長ほか幹部職員に対する、地域振興全般に係るC I ・ S I の基本的な関連性とその重要性及び策定手段の指導・助言
5	2月	2日間	・ 道の駅整備に係るコンセプトの素案集約整理及び仮説確立の指示
6	2月	2日間	・ 先進地視察（熊本県小国町 小国ゆうステーション）



地域資源調査



先進地視察（熊本県小国町）

#### ④ 本年度の成果

##### ●地域アイデンティティの確立と道の駅基本設計の変更

- 道の駅の整備・運営に係る基本コンセプトが確立されていないことが浮き彫りとなったが、C I、S Iといった概念の確立が急務であることを認識し、竹原市版の地域アイデンティティをリサーチした。その過程において、アドバイザーの道の駅の整備時に確立したビジョンが参考になり、アドバイザーの実際の駅運営により見える課題等を細部に至るまで教えて頂き、竹原市の道の駅の基本設計の変更に至った。また、外部アドバイザーによるストアアイデンティティ確立方法のレクチャーが大いに参考となりコンセプト仮説の立案段階までこぎつけ、道の駅の運営マニュアル等の資料や、コンセプトの素案を整理した報告書を作成した。

##### ●特産品の開発、ブランディング、PR手段の方向性の確立

- 道の駅での主要コンテンツとなる地域特産品開発において、アドバイザーは萩の魚のブランディング手法を確立しており、地域で埋もれていた資源の発掘方法からアドバイスを頂き、現在の地域資源の整理を行い、資源シートとしてまとめることができた。また、その地域資源の情報発信方法として各種メディアの活用方法を情報誌じゃらんの編集長からヒントを教えてもらい、今後のPR手段の確立の方向性が見えてきた。
- 「萩しーまーと」のような商業的に成功している施設や、商業的にも採算を取っているが地域全体のポータルとして圧倒的な情報量を発信している駅など、対照的な事例を多く紹介して頂き、道の駅の役割とは既存の道路施設という考え方だけではなく、地域振興の拠点となる可能性を秘めているという考え方を享受できた。



#### ⑤ 当初想定した以外に得られた成果

##### ●道の駅に関する行政としての認識の見直し

- 行政組織として認識の薄かった、商業施設として採算性を得るという目標を具体的にレクチャーされ、店舗の選択や配置、面積等、現在の道の駅の設計の不十分な部分を抜本的に見直すべきということを全庁的に認識できた。また、道の駅はただの道路施設ではなく、また社会資本としてだけでなく、地域振興の拠点としての可能性もあることに気付くなど、「萩しーまーと」の活発な状況に感化された。

##### ●マーケティングに関するノウハウの習得

- 産品開発における資源として地域のお宝と銘打った素材の掘り起こしを行なったが、まだまだ地域の素材を全市的に把握できていない部分や、素材同士の組み合わせ、コラボレーション等の斬新な発想、ストーリー性を付加することなどの、マーケットとしてのテクニックを教えてもらうことができた。これらは今後の観光振興に大いに役立つ知識となりそうな感がある。
- また、地域産品の情報集約過程で、庁内、及びその他の道の駅関係者等に新道の駅に期待するコンテンツの事前アンケートを広く行ない、様々な角度からの意見を集約することで、より住民が求めるニーズを把握することができた。また、産品の資源整理シートを統一基準で資料管理でき、産品開発を進める上でのベースが整った。

## ⑥ 平成21年度以降の展開予定

### ●道の駅整備コンセプトの確立と運営手法の決定

- ・ 次年度以降も、引き続きアドバイザー及び外部人材に事業に関わってもらい、今年度ほぼ確立した事業に係る作業項目に沿って事業を進めていく。具体的には道の駅整備コンセプトの仮説を精緻化して確立まで持って行き、併せてS1整理後の関連事業としてシンボルマークやロゴのデザインを確定し、「萩しーまーと」の運営コンテンツを学び、竹原版の運営手法を決め、道の駅の駅長などを全国公募して運営母体を整理したい。

## ⑦ アドバイザー事業を終えての感想・意見

### (ア)対象市町村担当者

今回、アドバイザーが、我々と同じ伝統的建築物保全地区を擁している山口県の萩市ということもあり、良いご縁に恵まれたなというのが率直な感想です。

道の駅については、我々もこの設計でいいのかなという疑問を持っている中で、なかなか理にかなった説明ができない状況でしたが、アドバイザーから明確なご意見を頂いたことで、適切な方向に進むことができると考えています。

また、アドバイザーからは、本事業の当初の目的以外の面でも広くアドバイスが得られ、地域振興の一つの方向性まで導いて頂く結果となりました。こういった国内の各地域のいわゆる「キーマン」と地方自治体の接点はなかなか無いものであり、大変有意義な取組でした。

### (イ)担当アドバイザー（道の駅「萩しーまーと」 駅長 中澤さかな氏）



アドバイザーとして活動するに当たっては、担当メンバーが当事者意識を持って取り組めるように、「指導する」というスタンスではなく、アシスト役・リード役に徹したつもりです。

道の駅整備については、まず全国各地で社会資本的整備をされた道の駅が地域行政のお荷物になっている場合があることを幹部協議の場で力説し、ハードよりも、ソフト（販売商材のマーチャンダイジング・運用）が重要であることを担当者・担当課にご認識頂きました。

事業進捗から言うと、全体工程のまだ2合目くらいです。今描きつつあるグランドデザインを早期にフィックスし、そのグランドデザインと整合性を持って事業を進めて頂きたいと思います。また、単に道の駅を整備することだけに捕らわれず、道の駅を核施設として、産品開発・販路開拓など地域資源を竹原市の活性化に活かしていく計画も同時に進めて頂きたいと思います。

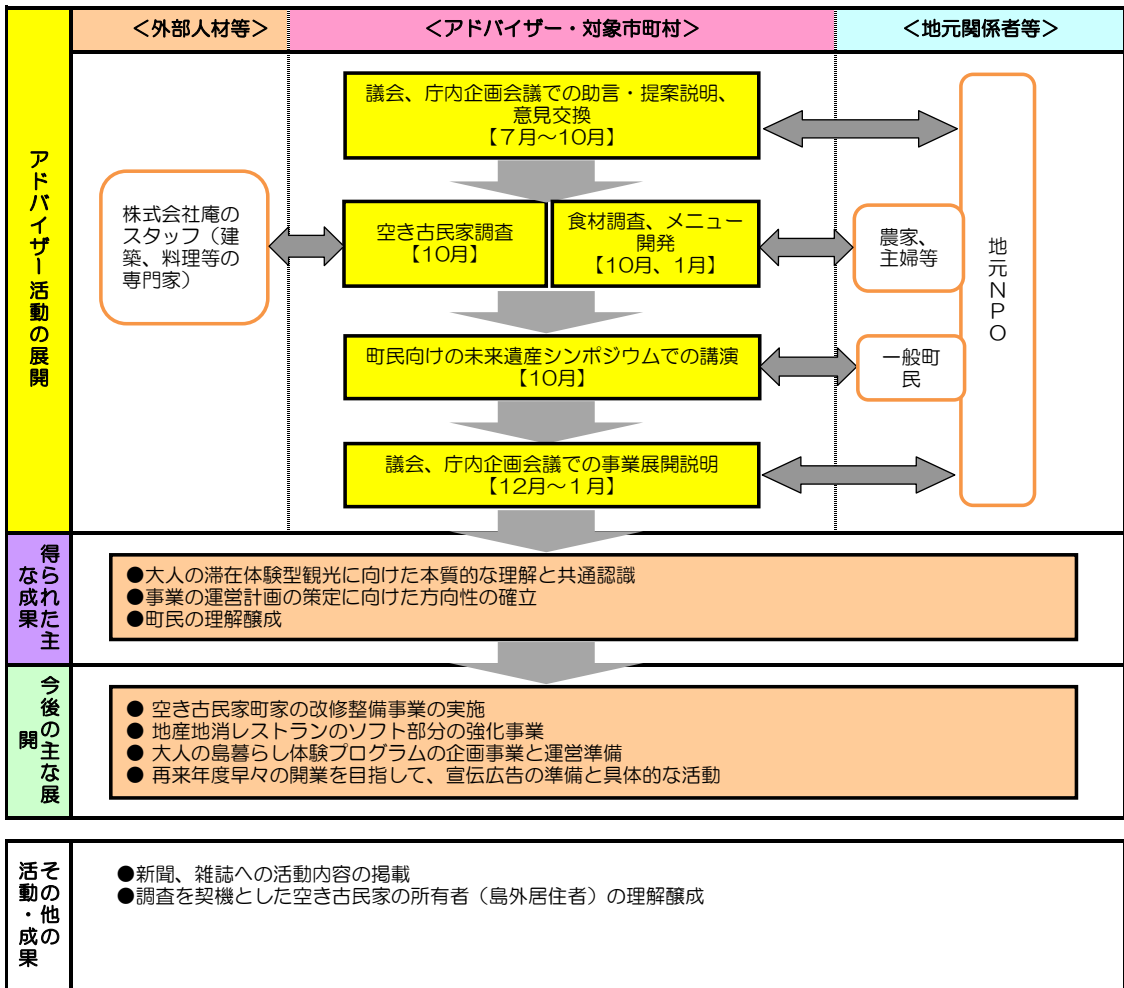
当職としても視察レベルでは全国各地に行っていますが、このような濃度で他地域に触れられる機会は大変貴重だと感じました。

(9) 長崎県小値賀町(担当アドバイザー:アレックス・カー氏)

外部の視点から、地域の資源・魅力を深く掘り起こすとともに、それを活かした観光まちづくり事業の具体化を推進。

① アドバイザー活動の概要

担当課	小値賀町総務課	H17国調人口	3,268 人	事業形態	民間(現地指導型)
テーマ	大人の体験滞在型観光まちづくりの推進				
事業の目的と本年度の期待成果	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●大人の滞在体験型観光に相応しい受入体制を整備するため、空き古民家を活用した滞在施設への再生や、豊かな農水産資源を活用した地産地消のレストラン整備など、ソフト・ハード両面の基盤整備のための事業計画策定を進める。</li> </ul> <p>【期待成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●実効性の高い事業計画書の策定に繋がる、体験滞在施設となる空き古民家の改修企画策定</li> <li>●秋冬の小値賀の味覚を最大限発揮できるメニュー開発及び小値賀の郷土料理を観光客に体験させる仕組みづくりとレシピ及び提供方法の磨き上げによる、地産地消古民家レストランの事業運営計画の策定及び郷土料理調理体験プログラムの運営企画の策定</li> <li>●大人の滞在体験型観光に対する町民理解の30%向上</li> </ul>				



## ② 本年度実施した主な取組

### ●空き古民家・町家調査

- ・ 空き古民家・町家の実態調査及び活用に向けた改修企画の作成、これを基にした改修費用の概算見積の作成。続いて、運営主体となる観光まちづくり公社（仮称）の事業計画の作成。



空き古民家調査

### ●食材調査

- ・ 空き古民家を再生・活用した地産地消レストランの企画に向けて、秋・冬の食材調査及び小値賀島暮らしに相応しいメニュー開発



食材調査

### ●庁内企画会議でのアドバイス

- ・ 小値賀町役場及び地域の観光活動団体NPO法人アイランド・ツーリズム協会による横断的なプロジェクト・チーム（通称「企画会議」）への出席、助言活動

### ●シンポジウムでの基調講演とパネリスト

- ・ 小値賀で開催された「未来遺産シンポジウム」において、基調講演を受け持ち、古民家再生事業による近未来の小値賀のビジョンを住民へアピール。パネリストとしてアドバイス。



シンポジウムでの講演

## ③ 活動の主な経過

回	実施月	日数	アドバイザー活動の概要・テーマ
1	7月	1日	・ 町議会への説明、町企画会議への参加等
2	10月	3日間	・ 秋の食材調査及びメニュー開発、空き古民家・町家調査 ・ 町議会説明、町企画会議参加等
3	10月	4日間	・ 空き古民家調査、未来遺産シンポジウムでの基調講演
4	12月	2日間	・ 企画会議への参加等
5	1月	2日間	・ 企画会議への参加、事業展開についての議会及び長崎県庁説明等帯同
6	1月	3日間	・ 冬の食材調査及びメニュー開発 ・ 企画会議参加、事業展開についての長崎県庁説明等帯同



地元主婦とのメニュー開発



古民家改修についての町長への説明

#### ④ 本年度の成果

##### ●大人の滞在体験型観光に向けた本質的な理解と共通認識

- ・ 当町のアドバイザーであるアレックス・カー氏が、京都でモデル事業として大人の滞在体験型観光のビジネスモデルを成功させ、そこで培ったノウハウが、当町に注入されつつある。この事業を通じて、思い込み・勝手な理解から、本質的な理解と共通認識を町長以下町企画会議メンバーが持つことができたので、今後の観光まちづくり事業のスピード感のある進捗が期待できるようになった。アレックス・カー氏(株式会社庵)のノウハウにより、小値賀町の総力を結集して、小値賀の観光を産業化し、若者に魅力ある雇用を創出することが、来年度以降に予定されるハード整備事業とともに、現実のものとして着実な歩みを進めていることを実感している。
- ・ すなわち、体験滞在施設となる空き古民家の改修企画が本件事業により策定された。これにより改修事業計画が策定され、来年度のハード整備に関する各種助成金の申請が、既に始まり、細部の詰めを関係行政機関と始めている。



改修対象となる空き古民家

##### ●事業の運営計画の策定に向けた方向性の確立

- ・ 秋冬の小値賀の味覚を最大限発揮できるメニュー開発及び小値賀の郷土料理を観光客に体験させる仕組作りとレシピ及び提供方法の調査企画事業が実施された。
- ・ これにより、地産地消古民家レストランの事業運営計画の策定および郷土料理調理体験プログラムの運営企画の策定が進んでいる。



地元主婦、外部人材等を含めたメニュー開発

##### ●町民の理解醸成

- ・ これらを含めて町主催の未来遺産シンポジウムにおいて、アドバイザーが基調講演及びパネリストを務め、小値賀町内外に大きくPR、啓発を図ることができた。目標の「町民の理解醸成を30%向上」は、成功したと認識している。

#### ⑤ 当初想定した以外に得られた成果

##### ●調査を契機とした空き古民家の所有者（島外居住者）の理解醸成

- ・ 空き古民家の所有者（島外居住者）に対する交渉、すなわち、利活用に対する許可をもらう交渉が、本件事業の進捗により、しっかりとした説明ができた
- ・ 本件事業を理解した小値賀在住の親類等から口添え、町長以下町職員の努力の成果によって、想定以上にいい成果が上がった。すなわち、町への寄贈という成果である。これにより、賃料等が発生せず、観光まちづくり事業の採算性がより優位になったことである。



## ⑥ 平成21年度以降の展開予定

- ・ 空き古民家町家の改修整備事業の実施
- ・ 地産地消レストランのソフト部分の強化事業（人材の確保と本格的なメニュー開発及び食材調達ルートの構築）
- ・ 大人の島暮らし体験プログラムの企画事業と運営準備
- ・ 再来年度早々の開業を目指して、宣伝広告の準備と具体的な活動

## ⑦ アドバイザー事業を終えての感想・意見

### (ア) 対象市町村担当者

今年度のアドバイザー事業の当初は、庁内や議会で様々なやりとりがあったものの、(株)庵のスタッフによる事業の説明もあって理解を進めることができ、各種調査での町民や関係者を巻き込んだ活動も、地域の理解を高める触媒となったようでした。アレックス氏も直接町議会との話合のテーブルにつき、この事業の重要性を説いてくれました。議員からの質問で「京都から小値賀にお客を呼んでくれるのですよね」という質問に対しては、氏は「小値賀町が努力してお客を呼ぶ施策を考えなくちゃいけません」と町の活性化は地元の人々が動かないと無理ですと、きっちりと答えてくれました。企画委員もアドバイザーに頼り過ぎることも多々あったかも知れず、考え直させられました。

この事業を続けてきて、町のスタッフとアドバイザーのスタッフとの協働事業の展開がみられました。これは、今後の取組における新たなモデルになるのではと思っています。

### (イ) 担当アドバイザー（株式会社庵 取締役会長 アレックス・カー氏）



今年度の第一の課題は、議会はじめ町民の意識をひとつにし、全島挙げて「おぢか大人の島暮らし滞在体験型観光まちづくり」を推進することでした。そのために、まずは、推進母体となっている「企画会議」のメンバーによる会議に数次にわたり参加し、このまちづくりの意義、世界・国内のマーケットの現状と今後の予想など意識の向上と共通認識の醸成に留意しました。また、古民家再生の手法と意義の理解を得ることについても、アドバイザーの建築専門スタッフと役場あるいは民間の専門家同士の意思疎通を図りながら進めてきました。これらにより、町が目指している「大人の島暮らし滞在体験型観光まちづくり」事業の基礎的な調査及び企画が整い、島全体の住民合意の形成も着実に進みました。

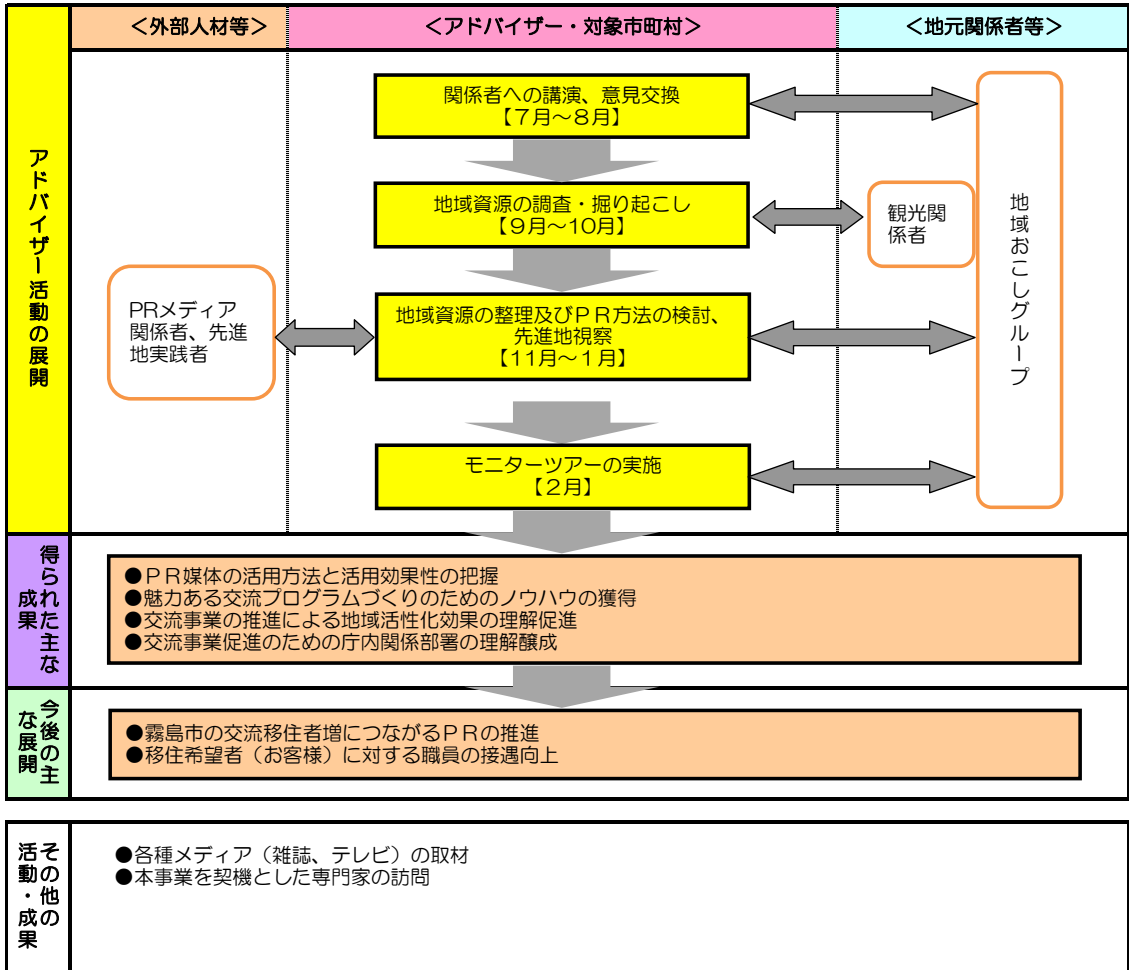
次年度以降は、改修整備事業（ハード事業）を推進する段階であり、様々な事業の活用可能性をみながら、事業運営をする新会社を立ち上げることが必要です。また、ハード整備に加えて、運営に必要な人材確保と育成や体験プログラムの企画・運営が必要です。早ければ来年4月の開業に向けて、アドバイザーのネットワークを活用した事業PRとマスコミ露出、マーケティング、販路開拓等を進めていかねばならないと思います。

(10) 鹿児島県霧島市(担当アドバイザー:養父信夫氏)

移住促進のポイントとして「地域の魅力の発信」に着目し、地域の魅力の掘り起こしとPR方法を中心としたアドバイスを実施。事業後半のモニターツアーによってその効果・課題を検証して次年度以降の展開に反映。

① アドバイザー活動の概要

担当課	霧島市企画部企画政策課 おじゃんせ霧島移住定住推進室	H17国調人口	127,309人	事業形態	民間(現地指導型)
テーマ	おじゃんせ霧島推進プロジェクトの推進				
事業の目的と本年度の期待成果	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●「おじゃんせ霧島推進プロジェクト」の促進を図るため、「霧島市移住体験研修事業」等の効果的な実施、PRのためのポイントを明確化すると共に、プロジェクトに係る移住・定住施策の関係職員、関係団体及び地域おこしのリーダーが、今後主体的に移住・交流の促進を図ることができるよう、必要な情報やノウハウの獲得・蓄積を図る。</li> </ul> <p>【期待成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●霧島市移住体験研修事業の参加者20人、PR媒体の増加</li> <li>●霧島市移住体験研修事業の事業改善計画の作成</li> <li>●各地域おこしリーダーのノウハウ、取組意識の向上</li> <li>●その他霧島市の推進体制、事業計画等へのアドバイス、修正計画等の作成</li> </ul>				



## ② 本年度実施した主な取組

### ●霧島市移住体験研修事業の具体的な手法・ポイントについてのアドバイスと実践

- ・ アドバイザーが直接、地域内を視察・見学することで、隠れた地域資源を探求してもらうと共に、探求のポイントについての助言を得た。また、現地を回らる中で、地元のリーダー、団体関係者等とも積極的に対話の機会を設けた。
- ・ それらを踏まえ、具体的な資源の組み合わせや物語性についてのアドバイスを得た。



### ●移住定住促進に関するPRの方法についてのアドバイスと実践

- ・ 「短期滞在型霧島市体験事業」及び「移住定住促進事業」のPRの方法として、各種インターネット・サイトの利用可能性、有効性についての評価のほか、情報の内容の充実を図り、ニュース性に優れた情報を適宜掲載することを勧められた。
- ・ これを受け、今年度は試験的に、メールマガジンや「マチ」と「ムラ」を結ぶ情報誌等を活用した。

### ●関係者への講演や会議出席によるアドバイス

- ・ コーディネーターに養父アドバイザーを、パネリストに現在各地域で地域おこしを行っているリーダーにお願いし、パネルディスカッションを実施した。
- ・ そして地域おこしを通しての交流・移住について方針を検討し、それを関係各部課の職員（部長、課長、グループ長）に聴かせ、今後の施策の進め方についてのヒントにした。
- ・ また、本市には、移住・定住に関する施策や方針を議論する関係課のグループ長で組織する「きりしま移住政策群」という組織があり、その会議に講師として招き、交流・移住についての講演やアドバイスを頂いた。また、観光・農政においては、国が現在行っている事業の紹介をして頂いた。



### ●「おじゃんせ霧島移住連絡協議会」での移住についての講演及びアドバイス

- ・ 現在、本市の行っている地域力創造アドバイザー事業を理解して頂き、民間サイドが行える交流に関する取組の意識啓発を行った。

### ●先進地視察

- ・ 関係職員2名及び地域おこしのリーダー4名が、養父アドバイザーを伴い大分県の安心院と由布院を視察した。
- ・ 安心院では、中山間地域の農村におけるグリーンツーリズムについて研修し、由布院では、なぜ、小さな温泉観光地が注目されているのかについて研修した。
- ・ その結果、全国から注目される両方の取組について学び、本市におけるグリーンツーリズムの参考としてもらった。

### ●霧島市自治公民館連絡協議会の研修会での講演

- ・ 地域づくりの中核となる本市の自治組織である地区自治公民館の代表の皆さんに、本市で行える新しい観光としてのグリーンツーリズムの可能性について講義して頂いた。

### ③ 活動の主な経過

回	実施月	日数	アドバイザー活動の概要・テーマ
1	7月	2日間	・関係職員を対象とした、「霧島市における地域おこし」についての講演
2	8月	2日間	・地域おこしグループのリーダー、「おじゃんせ霧島移住連絡協議会」の会員等を対象とした講演、パネルディスカッション(コーディネーター)
3	9月	2日間	・地域資源(温泉、自然景観、食、人、歴史など)の調査・取材とその地域資源を活用したツーリズム展開方法の助言
4	10月	1日	・地元地域おこしグループとの「霧島のムラたび」案検討ワークショップ
5	11月	2日間	・地区自治公民館長、市長及び関係職員に対する先進事例や本市の魅力を紹介する方法についての講演
6	1月	4日間	・外部人材による「環境を活かした地域づくり」についての講演 ・霧島市移住体験研修事業モニターツアーへ向けての具体的な行程設定のための現地確認調査と企画立案
7	1月	3日間	・先進地視察(安心院、由布院)と資源活用方法についての意見交換
8	2月	2日間	・霧島市移住体験研修事業モニターツアーの行程の検証
9	2月	3日間	・霧島市移住体験研修事業モニターツアーへの帯同と今後の注意点、事業展開指針等の助言



地元地域おこしグループとの意見交換



先進地視察(大分県安心院)

#### ④ 本年度の成果

##### ●PR媒体の活用方法と活用効果性の把握

- ・ PRの手段として、メールマガジンや「マチ」と「ムラ」を結ぶ情報誌等を活用することを実験的に行った。その結果、7組13名の参加者を得た。
- ・ これは、これまで3組6名程度の参加であったことと比べると倍増しているが、想定した定員に達しなかったことは大きな反省点である。
- ・ この原因は、メールマガジン及び雑誌の伝達（掲載）が、取材、編集及び事務手続きの遅れで、予定では1ヶ月前に予定されたものが遅れたためである。早めの告知をしておけば、もっと多くの参加者を得られたはずである。しかし、短期間でも、このような集客効果が得られるということが把握できたことは、今後のプロジェクト推進にあたり大いに有効なデータとなった。



雑誌への掲載記事  
（「九州のムラへ行こう」）

##### ●魅力ある交流プログラムづくりのためのノウハウの獲得

- ・ 霧島市移住体験研修事業のプログラムについては、坂本龍馬とお龍と霧島との関わりという物語性にスポットを当てることや、地元の特徴や魅力を最大限に活用したプログラムの実施により、参加者の興味を引くことができた。
- ・ 具体的には、移住に繋げるきっかけとして、まず、全国の皆様が「霧島市」を知り、「霧島市」のファンになるということが、「交流」から始まるということを学んだ。そしてそれには、従来、行政のみで行っていた「霧島市移住体験研修事業」を地域住民と行政が協働し、それをうまく「食」「泊」「体験」を通して、参加者に実感させる必要があるということも学んだ。
- ・ そのため、今回、「霧島市移住体験研修事業」が、交流から移住につながるきっかけ作りとなるよう、取組のメインテーマとした。実際には、従来、移住者向けだけの堅苦しい本事業を、もっとリラックスした雰囲気のもとで、坂本龍馬、西郷隆盛、小松帯刀らの歴史的人物が本市の様々な温泉を湯治あるいは社交の場として活用したと思われる場所を案内することや、本市であまり知られていないエコのポイントを案内する「霧島市移住体験研修事業 冬の陣」（坂本龍馬とお龍が歩いた日本初ハネムーンを辿る霧島エコ&グリーン・モニターツアー）を実施することで、交流向けのものとする事とした。その実験的な取組の場として、霧島市牧園町内の安楽温泉の湯治宿を営む経営者の方々と近隣の霧島温泉駅を拠点に食事、加工品などを作っている霧島温泉駅地域振興会の女性グループが連携して、「霧島温泉駅弁当」を試作し、それを「霧島市移住体験研修事業」の参加者に昼食の弁当として試食して頂くこととした。これにより、自己負担の割合が高い本事業（現地までの交通費とモニターツアーの食事、宿泊代等は参加者の負担）にも関わらず、7組13人の参加者を得、参加された人達からは、モニターツアー終了、「細かなことはあったもののプログラム内容に魅力を感じた」と高い評価を得た。



霧島市移住体験研修事業  
モニターツアー

---

---

### ●交流事業の推進による地域活性化効果の理解促進

- ・ 体験交流事業の先進地である、視察先の中山間地域の安心院においては、豊かな自然の中で生きる人々の笑顔があり、それを求め、心の癒しのために農村の家庭に民泊し、共に同じ時を過ごすグリーンツーリズムがある。ここでは、「おもてなしの心が大切であること」「マチの人との心の交流によってムラの人が変わり、農村の産業の活性化につながること」「マチの人を交流事業の中で、地域の保全や地域づくり活動に活かしていること」等を実感することができた。
- ・ また、交流事業によって、移住・定住による人口増はもちろん、外部のいわゆる「よそ者」の視点を入れることによって、地元が気付かない魅力を発見できることを実感することができた。

### ●交流事業促進のための庁内関係部署の理解醸成

- ・ 移住・定住を促進していくために、まずは、「交流」の仕組みを構築していくことの意義を関係部署の職員に理解してもらう機会が設定できた。また、「交流」というテーマは、商工観光部・農林水産部・企画部などの部署を横断して取り組む必要性があることを理解してもらえた。

## ⑤ 当初想定した以外に得られた成果

### ●各種メディアの取材

- ・ 養父アドバイザーの戦略もあって、今回の事業の動きに対しRKB毎日放送が興味を持ち、テレビ番組の取材に入った。

### ●本事業を契機とした専門家の訪問によるアドバイス

- ・ また、今年度の取組が、地域活性化の専門家の方の目に留まり、その方から具体的なアドバイス（湯治場の部屋を年間契約する方法等のアイデア）を得ることができたことも、当初想定していなかった成果である。

## ⑥ 平成21年度以降の展開予定

### ●霧島市の交流移住者増につながるPRの推進

- ・ PRする素材、すなわち、霧島市の魅力の追求と取材を行うこと。
- ・ 「霧島市」を知らない方へも、まず「霧島市」の魅力をPRし知名度を上げること。
- ・ 他の関係部署（観光課等）と協力し、PRすること。
- ・ 近年のインターネットの活用は著しいものがある。今回、学んだメールマガジンなどを大いに活用したり、現在ある無料のインターネットのサイトを十分活用すること。そして、どのようにすれば読者が興味を引き、見てくれるか研究すること。
- ・ 各種交流・移住イベントに参加し、積極的なPR活動を行うこと。

### ●移住希望者（お客様）に対する職員の接遇向上

- ・ 「霧島市」に興味を持たれた方への親切な対応をすること。（現在、本市に移住された方の中には、「担当された職員の対応で移住を決めた」という方もおられる。）
- ・ 移住された方が、本当に「霧島市」に移住して良かったと感じるよう、温かい仲間作りの確立を行うこと。具体的には、移住された方が困ったときに、手軽に話せるような組織作りに取り組む（担当職員を含む移住者の方同士の連絡会等の立ち上げ）。

## ⑦ アドバイザー事業を終えての感想・意見

### (ア) 対象市町村担当者

養父アドバイザーの提唱するマチとムラとの交流とは、都市と農村の人と人の心の交流であり、農村やそこに暮らす人の物語に触れる交流、農村の暮らしに触れる交流（旅）です。農村にとっては日常の「食」「生業」「慣習」などの本物に触れる体験こそが、この地域に「また来たい」「この地域で暮らしてみたい」という気持ちにさせ、何度も交流を重ねるうちに、その地域の酸いも甘いも分かった上で、人はまた自分の意思で、その地を訪れるのだと思います。

次年度以降は、今回の事業の成果と実証実験的に実施したモニターツアーの成果と課題を踏まえて、そこから見えてきた移住・定住の入口として恵まれた地域資源を活かしたお試し滞在型・暮らし体験型の交流の取組の更なる充実を図っていくことが、交流人口の増加に繋がり、ひいては二地域居住から移住、そして、定住へと流れていく足掛かりの一つになると思います。

また、本事業で学んだ様々なことを糧として、移住定住人口の増加による本市の中山間地域はもとより、市全体の活性化に結び付けたいと思います。

最後に、移住を考えていらっしゃる方々と接する中で、一番感じることは、移住定住補助金のような支援制度があるから移住先をそこに決めるのではなく、その地域の持つ様々な魅力に心動かされるということだと思います。そして、笑顔で迎え入れてくれる地域の人がいる場が、第2の故郷になるということだと思います。更に、行政職員として、この仕事に携わることの責任を十分認識しながら、本市の移住定住を推進していきたいと思います。

### (イ) 担当アドバイザー(株式会社マインドシェア「九州のムラへ行こう」編集長 養父信夫氏)



今回、月に1回のペースでしたが、アドバイザーとして入らせて頂きました。結果、自分自身の持っている地域づくりのノウハウ、ネットワークを最大限に活用し、地域力創造のお手伝いをしました。

取組にあたっては、「①今回組み立てておけば、若干の手直しで恒常的に実施することが可能となる企画の立案」「②地域住民が都市部との交流に積極的に関わっていく機運を作ること」「③行政担当者が実際に汗をかき、今後地域と都市住民とを繋ぐ役割を担うこと」「④メディアを活用し、地域内外へ霧島の魅力を告知すること」「⑤この事業を霧島全体の地域づくりととらえ、関係する幅広い部門の行政担当者も極力参加すること」に留意して取り組みました。

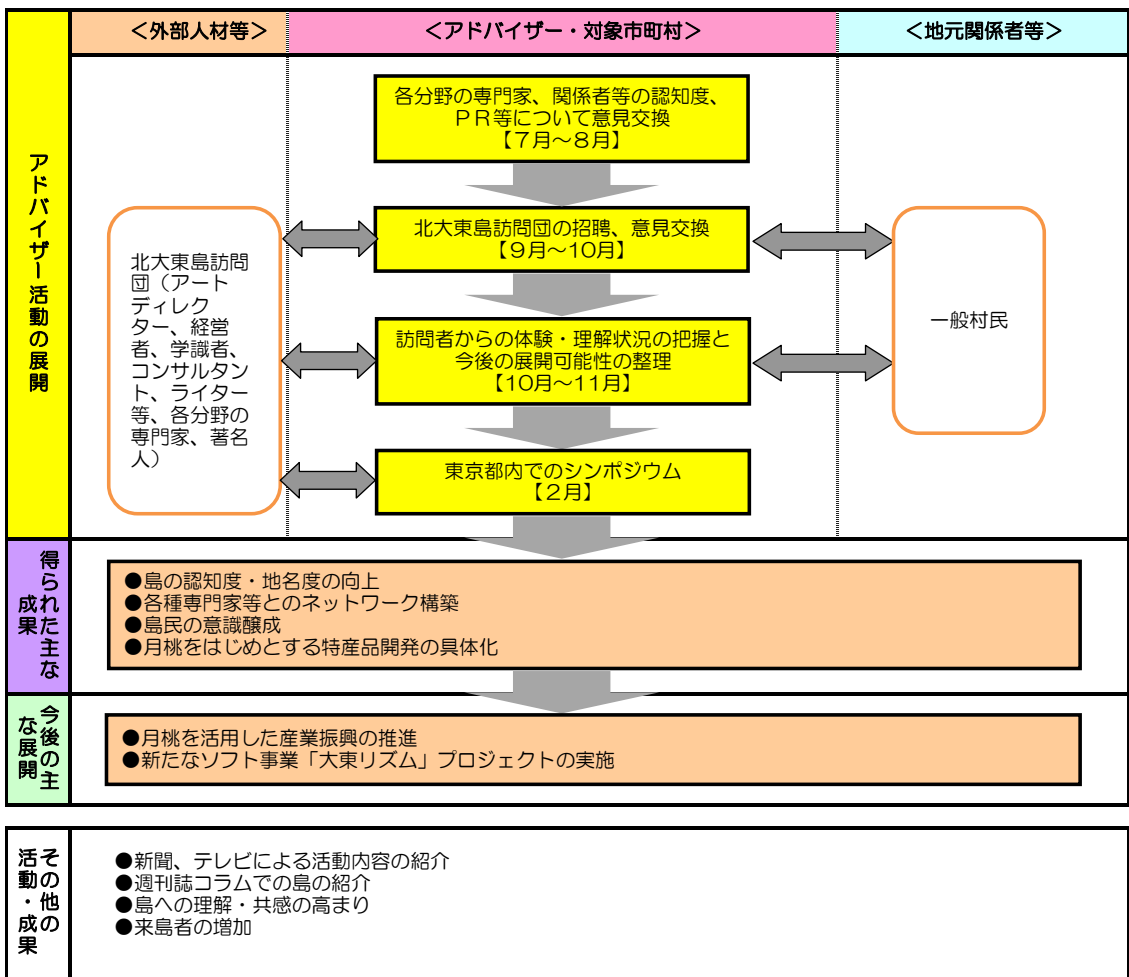
今後は、自分も含め、民間出身の地域力創造アドバイザーの地域にとっての役割が非常に重要であるということを強く感じます。地域を活性化する際に、民間企業の手法、ネットワーク、ノウハウを具体的に導入していくことで、結果、地域の六次産業化を推し進めていくことが可能となります。後は、今年度の取組を来年度以降につなげていくための具体的な事業、施策をそれぞれの地域の力量に任せるか、国や県が今事業に繋げる事業を創出するか、一考の余地はありそうです。

(11) 沖縄県北大東村(担当アドバイザー:白仁昇氏)

「絶海の孤島」の産業振興に向け、まずは島の認知度向上にむけたPRを展開。各分野の専門家等の訪問と意見交換を通じて島の現状の理解を深めたことにより、島の「応援団」となる多彩なネットワークを構築。

① アドバイザー活動の概要

担当課	北大東村経済課	H17国調人口	588人	事業形態	民間(現地指導型)
テーマ	うふあがり島活性化				
事業の目的と本年度の期待成果	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●北大東村における地域産業の振興・発展を図るためには、競争力の有る商品を開発すると共に、村(島)を県内外へ広くPRし、村(島)の認知度の向上を図る。</li> </ul> <p>【期待成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●大幅(4倍以上)に差のある、北大東島と南大東島の検索サイトでの検索数の差を人口比(3倍)以内にする</li> <li>●北大東村が首都圏で「シンポジウム開催」をすることにより「北大東村民」のみならず、沖縄県の他有人離島38島の島民に「やればできる」という強いメッセージを発信する</li> <li>●招聘活動そのものに、北大東村長宮城光正が積極的に関わり、村職員及び村民に「受身からの脱却」を強くアピールする(積極的に仕掛けることの大切さを、体験を通じ学ぶ)</li> <li>●島外からの訪問団受入作業を、村職員と村民有志が力を合わせて行い、毎年開催される「祭」以外にも共同作業の「ホスピタリティ発揮」を通して、一人ずつ「北大東ファン」を生み出す喜びを共有する</li> </ul>				





## ② 本年度実施した主な取組

### ●本土からの各種専門家等の招聘と意見交換

- ・ 「北大東島ブランド」確立の前提として、「北大東島」の認知度向上のために、本土から第一線で活躍するアートディレクター・エッセイスト・サービスの専門家などを「北大東島訪問団」として招聘し、月桃をはじめとする製品の開発、販売促進のほか、島の暮らしや地域づくり全般について、村内の有志と自由闊達な意見交換を行った。



北大東島訪問団として来島した方々（左から2番目は村長）

### ●シンポジウムの開催による情報発信

- ・ 更に上記メンバーによる任意の期間の滞在（2泊3日）の経験を基に、2月に北大東主催のシンポジウム「がんばれ！『北大東島』シンポジウム in 東京」を開催し、パネリストとして4名の方々に壇上してもらい、パネルディスカッション形式で行った。
- ・ メディアに対し、客観的立場から「北大東島」の情報発信をすると同時に、島の特産品・水産加工品なども展示・試食し、「島のカオリ」を届けた。当日は130名余の参加者で会場は大盛況であった。



2月に東京都内で開催したシンポジウム

## ③ 活動の主な経過

回	実施月	日数	アドバイザー活動の概要・テーマ
1	7月	1日	・ 沖縄県内関係者を含めた北大東村長との意見交換（那覇）
2	8月	2日間	・ 各分野・専門家を含めた北大東村長との意見交換（東京）
3	9月	2日間	・ 第1弾北大東島訪問団一行の引率・コーディネートと島民との懇談会
4	9月	2日間	・ 第2弾北大東島訪問団一行の引率・コーディネートと村関係者との懇談会
5	10月	3日間	・ 第3弾北大東島訪問団一行の引率・コーディネートと島民との懇談会
6	10月	1日	・ 北大東島訪問団と村長との意見交換会（那覇）
7	11月	2日間	・ 村主催「月桃」専門家との月桃産業の可能性について意見交換会
8	12月	4日間	・ 「クリスマスコンサート in 北大東島」開催時の村民との意見交換
9	2月	1日	・ 「シンポジウム in 東京」の開催及び北大東島応援団との意見交換会（東京）

#### ④ 本年度の成果

##### ●島の認知度・地名度の向上

- ・ 北大東島ブランドとしての物的成果に結びつける前提としての、島を「知ってもらおう」ことに関しては、非常に成果があり、認知度・知名度は向上した。
- ・ 公式訪問団（第1弾～第3弾）は、地元紙の特集記事（3日連続）や来島者による週刊誌のコラム3週連載をはじめ、メディアにも露出し、全国的に「北大東島」の知名度向上に繋がった。
- ・ そして、2月7日開催の「がんばれ！北大東島シンポジウム in 東京」では当初の見込みを大幅に上回る130名もの参加者に出席して頂き、終了後のアンケート結果を見ても「島の応援団」意識が高く、「北大東島の財産」とも呼べる集団を獲得したと言える。
- ・ また、参加者各位からは心強い意見等様々な関心が寄せられ、北大東島ブランド構築の為の支援が得られるものと期待する。
- ・ 来島して頂いた方、口コミで島の存在を知った方々の努力によって、「北大東島」での検索数は、7月1日時点で20万件程度であったものが、2月末時点でほぼ倍の40万件となり、徐々に北大東島の認識が高まりつつあると思われる。



本事業の集大成として都内で開催された「がんばれ！『北大東島』シンポジウム」

##### ●各種専門家等とのネットワーク構築

- ・ 「北大東応援団」として、加工品開発、ホスピタリティ、まちづくり、教育など、あらゆる分野の有識者、専門家等が多数来島する機会が設けられ、またそれによって島への理解・共感を得ながら、村と応援団の方々とのネットワークを構築することができた。

##### ●島民の意識醸成

- ・ また、様々な・あらゆる分野からの人材が来島し、島民との対話の中で、現状を外部の視点からの意見として取り入れることで、改めて島に住む者の島への思い、現実を受け入れ、見つめ直すいい機会となった。こんな島でも気にかけてくれる人がいるということが村民にとって大きな励みになった。

##### ●月桃をはじめとする特産品開発の具体化

- ・ 月桃をはじめとする特産品の開発について県内外の専門家との会議を重ね、安定供給・雇用創出など、新たな産業としての北大東島月桃群の確立に向け具体的提案して頂き、次年度以降の事業推進をしていく上でプラスの結果となった。



H22年完成予定の月桃加工施設用地

## ⑤ 当初想定した以外に得られた成果

### ●島への理解・共感の高まり

- ・ 認知度向上のため、様々な人材に来島してもらい、島外においても「島」を語る会を開催してきた。こうした方々に対し、島の実情をしっかりと伝え、島ならではのホスピタリティを提供していくことにより、島への理解・共感を頂き、当初想定していなかったような来訪者の方々からの厚意が寄せられるようになった。結果、産業振興のみならず、島の生活、地域づくり、文化、教育など、多様な面に交流が波及した。例えば、来島者から島民及び子供達へのプレゼントとして、「クリスマスコンサート in 北大東島」が開催され、また応援団として25名が来島したことは、文化芸術を通じた来訪者と島民との交流の機会となった。



北大東島訪問団による来島者の厚意により実現したミニコンサート

### ●来島者の増加

- ・ 例年と比べて、空港、宿泊施設の利用者数がかなり増加している。本年度の各種PRの取組との明確な因果関係は不明であるが、少なからず影響をもたらしたものと考えられる。

## ⑥ 平成21年度以降の展開予定

### ●月桃を活用した産業振興の推進

- ・ 本年度のPR効果や各分野の専門家との繋がりを活かして、未利用資源（月桃）活用による戦略的製品の開発や既存商品の見直しなどを進め、平成22年度完成・稼働予定の月桃加工施設との連携を目指す。そして、これらによる月桃商品の総合利用に努める。



現在の月桃加工商品

### ●新たなソフト事業「大東リズム」プロジェクトの実施

- ・ 今後は、「ふるさと納税制度」の導入も視野に入れた展開も期待する。まずは島内外の文化芸術交流・感動創造プロジェクトである「大東リズム」の具体的企画・導入に向け今年度（20年度）補正予算に計上し、ソフト事業（委託費）として専門家を活用し、事業化に向けての基礎調査を行っている。また、継続事業として21年度の当初予算に組み入れ、新たな島の産業としての役割を担うであろう、「大東リズム」の更なる事業展開に臨む。

## ⑦ アドバイザー事業を終えての感想・意見

### (ア) 対象市町村担当者

北大東島は、沖縄本島から 400 km 離れた孤島であり、また開拓して 100 余年しかたっていない島です。

今後、島独自で生きていくための産業おこしを進めていくところですが、北大東島は全国的にも知名度が低いのが現状です。そのため、産業が市場の中で埋もれないよう、まずはその知名度を高めるという点に着目して、アドバイザーと共に本年度の取組を進めてきました。

アドバイザーのノウハウとアイデア、ネットワークにより、今年は様々なジャンルの方々に島に足を運んでもらい、北大東をPRして頂くことができました。そして2月のシンポジウムも大盛況となり、当初の期待以上に、様々な「人」に島を知ってもらったいい機会になったと思います。

今後も、この繋がりを生かして、様々な分野での事業展開を推進し、「北大東島ブランド」の確立に向けて積極的に取り組んで行きたいと思っています。そして、島の子供たちが自信を持って北大東生まれと言えるような島づくりをしていきたいと思っています。

### (イ) 担当アドバイザー（フロンティアPR株式会社 代表取締役 白仁昇氏）



まず、人口530名、沖縄県内の離島の中で最も生活条件の厳しい「島」でもある「北大東島」の企画が採択され、本事業を行うことができたこと自体が大きな成果であると感じています。

その上で、今年度の取組から得られた成果を表すと、「小さな島でも、声を出せば必ず届く」・・・このような表現が適切かもしれません。

事業開始の時点では、「北大東島」の認知度は「沖縄県内」においても大変低く、日本国内においては「その存在」は全く知られていないとも言える状況でした。今後どのような行動（特産品販売など）をするにも、まず「北大東島」そのものの「認知度」が低い状況では、「売れるものも売れない」状況である事を、北大東島の皆様に何度も何度も繰り返し訴えました。その上で、「認知度向上」のためには、「村の顔」である宮城光正村長にも積極的に関わって頂き、村職員および村民に「受身からの脱却」を強くアピールすることも提案し、一定の成果も得られました。

今後の課題としては、月桃および北大東島資源を利用した製品の開発および販売戦略への訴求ということになります。これまでに、月桃および北大東島資源を利用した製品の開発と販売戦略＝出口確保への道筋は描きつつありますが、あくまでも『最終製品』を「北大東島発」で出荷することを「目標」に置くことが大切なポイントです。そのための運営母体の内容や法人設立に関しては、机上論の達成目標ではなく、より現実的な販路（出口）を運営関係者に求めていくことが大切です。

---

---

## 1-3 事業成果の総括

### (1) 地域力創造アドバイザー事業の総括

本年度の地域力創造アドバイザー事業の実施によって得られた総括的、共通的な主な成果は、以下のように整理することができる。

#### ① 地域力創造アドバイザー事業自体の成果

##### ● 地域力創造のひとつのモデルとなった

- ◇ 「地域力」を構成するものとして、「資源力」と「人材力」を挙げるとすれば、本事業は、
  - (ア) アドバイザーという外部からの目によって地域資源を発見し、その利活用のためのノウハウ獲得やPRを行うことで、地域の「資源力」が向上した
  - (イ) (ア)の「資源力向上」に関する一連のプロセスを、専門家と対象市町村職員と継続的に向き合い、協働で実施することにより、対象市町村職員の「人材力」が向上したといった要素を含んでおり、地域力創造のひとつのモデルとなる取組であるといえる。

##### ● ソフト事業の重要性・効果性を確認することができた

- ◇ 本事業で推進した取組は、人材活用に関するソフト施策であり、市町村職員が主体的にアドバイザーと共に事業推進上の課題を解決したり、自らの人材力を向上させることに主眼を置いた取組である。
- ◇ こうしたソフト的な施策、特にノウハウ獲得やスキル向上のための取組は、地域力の創造において重要な部分であるものの、そのプロセスや獲得成果が見えづらい等により、財政事情の厳しい市町村においては施策として展開（予算化、事業化）しにくい部分であるが、本事業は、国としてその展開をモデル事業として展開・支援したものである。
- ◇ 実際の事業や取組の展開をみると、各対象市町村とも試行錯誤をしながら最終目標に向けた課題解決やノウハウ・スキルの向上をはじめ、多様な成果が得られており、こうしたソフト施策、人材活用の取組の効果性や重要性が改めて明らかとなった。
- ◇ これは、ほとんどの対象市町村が次年度以降もアドバイザー招聘の予算を確保したり、具体的な次なる展開に向けて市町村の単独事業としての位置づけがなされていることから明らかである。
- ◇ 本事業のプロセスや成果が広く理解・認知されることにより、今後の地方自治体における人材活用等のソフト事業の重要性・効果性が認識できる機会となり、地域の人材力や資源力を掘り起こし、それを活用した地域振興策の更なる展開が期待されるところである。

## ② 本事業により対象市町村が得られた成果（総論）

### ● 地域が取り組むプロジェクト・事業が進んだ

- ◇ 全ての対象市町村において、市町村が取り組んでいる地域活性化や産業振興などに関するプロジェクトや事業の進展が図られている。
- ◇ 一部の地域では、頑張る地方応援プロジェクトや関連事業の成果目標の一部を本年度の取組によって達成したケースも見られるが、多くの地域では、事業推進上の課題の改善、必要なノウハウやネットワークの獲得、具体的・戦略的な計画策定等が進展し、今後のより高い事業効果が期待できることとなっている。
- ◇ 中には、当初想定のコネクトやテーマ設定に立ち返って再検討を行うことで、今後のより効果的、効率的なプロジェクト展開方向を確立した地域も見られる。
- ◇ 全ての対象市町村において、次年度以降の具体的な展開がより明確となっており、関連事業の予算化など、自立した事業継続が図られようとしている。

### ● 職員をはじめ地域の人材のノウハウ・モチベーションが向上した

- ◇ 本事業により、年間を通じてアドバイザーと対象市町村職員とが継続的かつ実践的なやりとりを行うことにより、職員の調査能力、マーケティング能力、PR能力など、地域の「資源力」を引き出すための「人材力」が向上した。
- ◇ 民間の専門家がアドバイザーの場合、民間の「スピード」や「考え方」を直接的に経験することで、これまでに無い新たな視点が得られている。
- ◇ 先進市町村の職員や組織がアドバイザーの場合、同じ行政職員という共通性の上に、具体的な事業推進のアプローチ手法や考え方に触れることで、行政職員が「地域プロデューサー」となるために必要な資質やモチベーションの向上に結びついたものといえる。
- ◇ 地域住民にとっても、例えばアドバイザー活動の中で開催された地域住民向けのワークショップやシンポジウムに参加することで、地域づくりに対する気づきや誇りが醸成されたり、施策に対する理解が高まるきっかけとなっている。
- ◇ また、本事業は単年度事業であるということから、各地域、アドバイザーとも戦略的に活動を組み立てて取り組んだ点も、大きな効果が得られた要因のひとつといえる。

### ● 外部とのネットワークを構築することができた

- ◇ ほとんどの対象市町村において、担当アドバイザー以外にも、担当アドバイザーを介した外部の専門家や実践者が招聘され、対象市町村にとって幅広いネットワークや協力体制の構築が進んでいる。
- ◇ 民間の専門家がアドバイザーの場合は、担当アドバイザーはもとより、これまでの行政のみの展開では想定できなかったような、今後のプロジェクト展開に関連する様々な業界の関係者とのネットワークが構築された地域も多い。
- ◇ 先進市町村型の職員や組織がアドバイザーの場合は、単なる行政視察では得られない、職員同士、組織同士の密な関係が構築されている。更に、行政職員同士のみならず、プロジェクトに関わる市民同士の交流にも発展しており、今後の地域間交流の契機にもなっている。

● 積極的な情報発信・PRにより、外部からの新たな接点や想定以上の成果が得られた

- ◇ 多くの対象市町村において、アドバイザーの助言等を踏まえながら、取組の内容あるいはその成果を新聞、雑誌、テレビ等のメディアを通じて外部への情報発信を行ったことにより、地域のPRがなされ、地域内外における取組への理解が進むこととなった。
- ◇ こうした外部への情報発信が、新たな成果、当初想定していない成果に結びついており、例も多く見られている。

③ 活動成果の特徴

本事業による対象市町村の（総論としての）主な成果は、前述の4つの共通点があるが、これらの獲得状況（成果の大きさや重点度）は対象市町村によって様々である。詳細は各対象市町村の事業実績に詳しいが、これらの点に関し、各市町村の特徴を下図のように整理することができる。

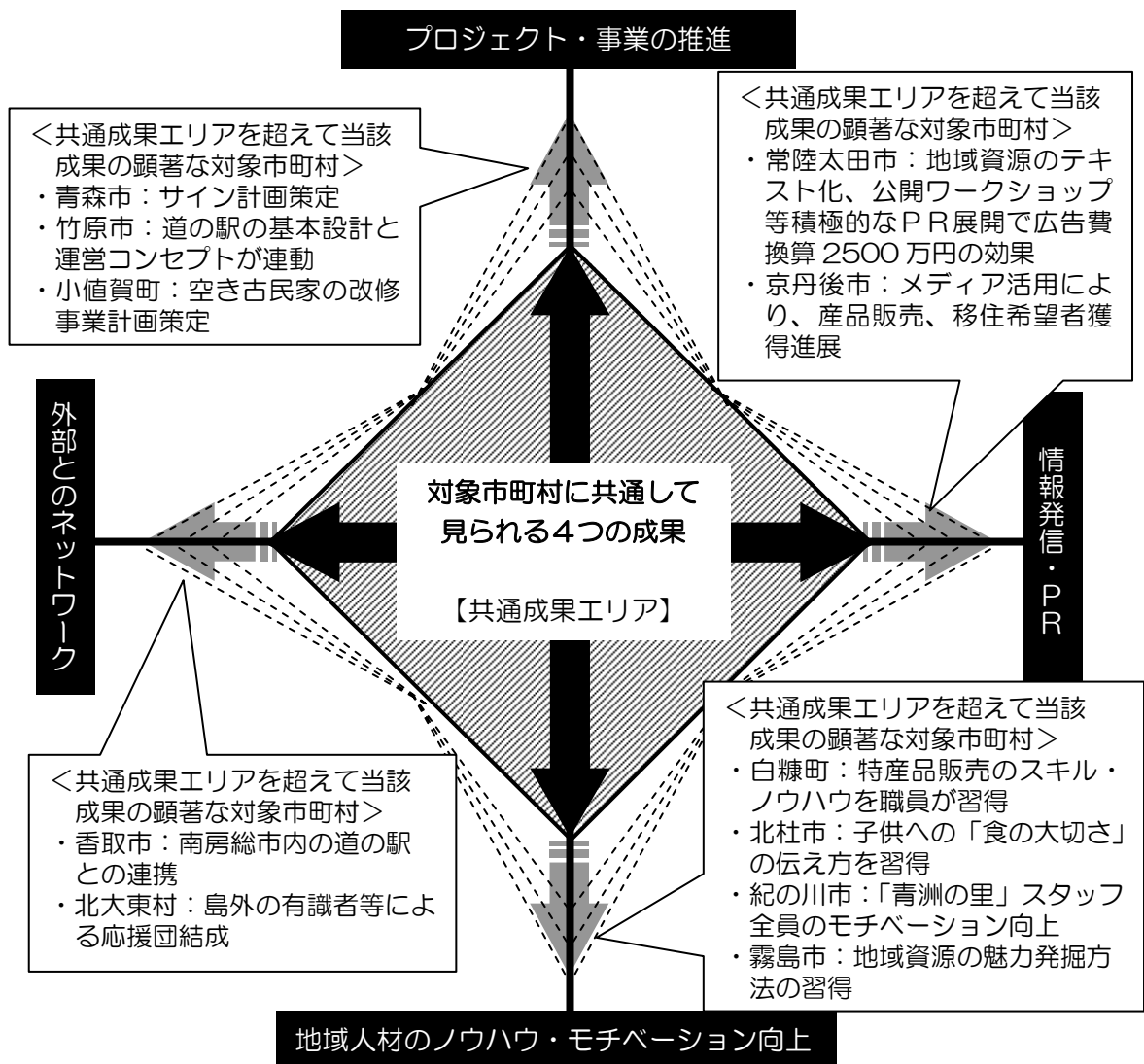


図 1-4 本事業による主な成果と対象市町村での特徴的な成果（レーダーチャート・イメージ）

---

---

## (2) 今後のより効果的な事業推進に向けての課題

前述の本年度の事業総括を踏まえると、今後、より効果的な事業の展開を図るためには、以下のような点に留意して取り組むことが望まれる。

### ● アドバイザーの活用に関する全庁的理解

- ・ アドバイザーの活用は、その目的、期待成果等を明確にしておくことはいうまでもないが、一方で、目標達成に向けたプロセスの見直しや、当初予定の担当課だけでは対応しきれない事態も生じる可能性がある。
- ・ そのため、事業に取組にあたっては、目標達成に向けた取組やプロセスの柔軟性や弾力性をいかに担保できるかが重要であり、全庁的に円滑な取組を進めるためには、首長をはじめ行政執行部幹部の理解と支援が不可欠である。
- ・ 本年度の取組に置いても、想定以上の成果が得られた地域の多くでは、首長をはじめ幹部の理解が当初段階から形成され、本事業の推進に向け、必要に応じて組織体制や事務分掌の見直し等も実施している。
- ・ あわせて、アドバイザーからの助言や提案に対して、適宜迅速に対応し、かつ一定の判断権限を有する人材を担当者とする、あるいは担当者の近くに配置することも重要である。できれば、事業の専従者を置くことが望ましいが、それができない場合でも、できる限り動きやすい体制づくりを行うことが重要である。

### ● 地域住民・関係者等の巻き込み

- ・ 活動を展開するにあたっては、それが地域全体の地域力創造に結びつくよう、事業の展開に支障のない範囲で、できる限り多くの関係者、関係機関の参画を得ることが望ましい。
- ・ 場合によっては、外部からのアドバイザーが、行政と地域住民との繋ぎ役・調整役となったり、著名な専門家が来訪することにより、行政の施策に興味を持たせるひとつのきっかけになる可能性もある。

### ● アドバイザーの思考・理念の事前理解

- ・ 本事業の枠組みは、基本的には、対象市町村にアドバイザーが派遣され、その事業推進に対しての助言・指導・提案等を行うものであるが、こうしたアドバイスを適切に受け取り、咀嚼して取組に反映させるためには、アドバイザーがどのような思考・理念の下に行動しているかを理解することが効果的である。
- ・ そのためには、事業の着手段階において、アドバイザーのこれまでの実績や記録をしっかりと把握したり、あるいはアドバイザーの日頃の活動フィールドを視察することが望ましい。



## 第2章 地域力創造セミナーの実施・運営

### 2-1 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実施した。

#### <開催趣旨>

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

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

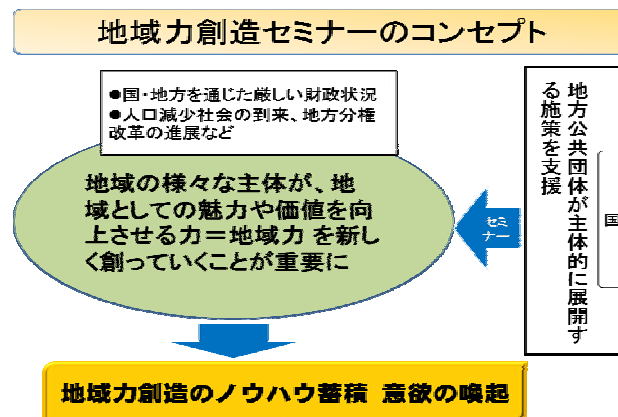


図 2-1 地域力創造セミナーのコンセプト

#### <地域力創造セミナーの特徴>

- ・ 主に総務省「地域人材ネット」登録者を講師として、地域活性化の成功事例や工夫した点などを紹介するとともに、事前質問等を活用して受講者のニーズに応じたものとする。

#### <受講対象者>

地域力創造セミナーは、原則として下記(1)(2)を満たす者を受講対象者とした。

- (1) 地方都市や農山村等において、活力ある地域づくりや課題解決等に前向きに取り組む意欲ある地方公共団体の職員
- (2) 地域活性化や住民協働などに関する事業に1年以上の経験を有する係長相当職以上の職員

## 2-2 地域力創造セミナーの実施概要

### (1) 第1回(前期)

#### ① 開催概要

- テーマ：地域産業の創出
- 開催日時：平成20年10月16日(木)・17日(金)
- 開催場所：総務省講堂(東京都千代田区)
- 人数：94名
- プログラム

#### 第1回(前期) 地域力創造セミナー テーマ：「地域産業の創出」

##### 第1日目 平成20年10月16日(木)

13:00 開会

・主催者挨拶： 椎川 忍(総務省 地域力創造審議官)

・地域自立応援課が推進する事業の概要について：

山崎 重孝(総務省 地域力創造グループ 地域自立応援課長)

13:30~15:00

◆基調講演： 田中 章雄 氏(株式会社ブランド総合研究所 代表取締役社長)

「地域資源を活かしたブランド化・産業化

～地域の魅力を活用した新たなビジネスモデル構築～」

15:10~16:20

◆事例紹介1： 大江 和彦 氏(島根県海士町産業創出課 課長)

「小さな島の挑戦！～地域資源と人財を活用したまちづくり～」

16:20~17:30

◆事例紹介2： 野田 文子 氏

(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)

「農業振興と農産物ブランド化に向けた内子フレッシュパークからりの取組」

17:30 閉会

(18:00~20:00 情報交換会)

##### 第2日目 平成20年10月17日(金)

9:15 開会

9:20~10:30

◆事例紹介3： 斉藤 俊幸 氏(イング総合計画株式会社 代表取締役)

「食づくり、酒づくりの雇用創出、地域再生～熊本県荒尾市、宇城市の現場から～」

10:40~11:50

◆事例紹介4： 近藤 肇 氏(秋田県小坂町産業課農林班 産業課参事)

「資源循環型の社会形成による地域産業の振興」

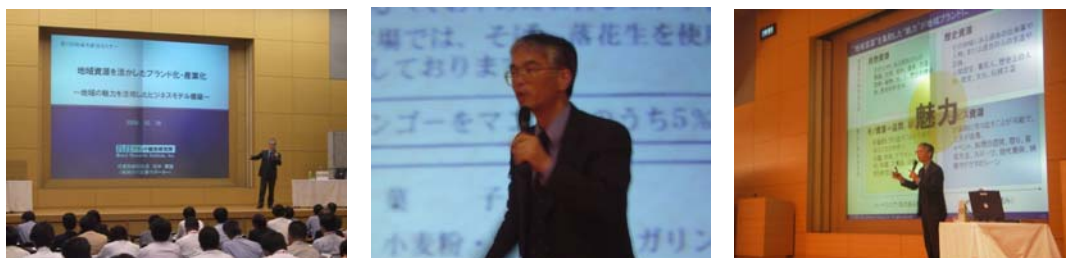
12:00 閉会

## ② 講演内容要旨

### ●田中 章雄 氏（株式会社ブランド総合研究所 代表取締役社長）

「地域資源を活かしたブランド化・産業化

～地域の魅力を活用した新たなビジネスモデル構築～



「ブランドづくり・ブランド戦略とは何か」という基本的なポイントの解説をはじめとして、全国で取り組まれるようになってきた「地域団体商標」などに触れ、全国の事例紹介へと話題を展開した。「おみたまプリン」の事例では、究極のモノづくりによる地域への波及効果とイメージアップというシナリオを紹介した。また、小布施町における自然資源や歴史資源、モノ資源、サービス資源を活用した地域の総合力による取組も紹介した。更に「伊賀の里モクモク手づくりファーム」の事例では、地域資源に加えてそこに関わる人たちが楽しさを実感できる取組を組み入れたことを成功の要因として指摘した。これらを総括してブランド戦略における「ひとつづくり、ものづくり、まちづくり」の視点の重要性を述べた。結びとしてブランド戦略を「持続性と将来性を高めるための戦略」と位置付け、取組をPDCAサイクルでマネジメントしていくことが重要と総括した。

### ●大江 和彦 氏（島根県海士町産業創出課 課長）

「小さな島の挑戦！～地域資源と人財を活用したまちづくり～」



過疎化・少子高齢化の中での財政悪化を契機として行政改革を断行し、産業創出に取り組んできた海士町の経緯を紹介。一点突破の戦略として海士町の「海・潮風・塩」をキーワードにした島ブランドの商品開発について解説した。またその中で増えてきたIターンの若者による、島の活性化や彼らと島民とのふれあいについて、人々の表情とともに紹介。その中で得た知見から、「ピンチはチャンス！ハンディキャップをアドバンテージに！」をスローガンに、まちづくりにおける“ワカモノ、ヨソモノ、バカモノ”の交流の大切さを強調した。田中氏のコーディネートによる質疑応答では、Iターン人材との協働のコツや、地域における自治体職員の役割に関して意見が述べられた。

●野田 文子 氏（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）  
「農業振興と農産物ブランド化に向けた内子フレッシュパークからりの取組」



愛媛県内子町の「内子フレッシュパークからり」における安心、安全な農産物販売の取組の経緯と、生産者にやりがいと自立をもたらした農産物直売所の仕組、そしてそれらを支えてきた町役場との協力について生産者としての観点から講義した。導入部では「内子フレッシュパークからり」が紹介されたテレビ番組の映像を放映し、生産者に意識改革をもたらした直売所の運営の様子や、農家、特に女性の生き生きとした表情を伝えた。直売所開設当初から「安心・安全・おいしい」を実現するトレーサビリティ推進協議会設立を通して、表での生産者の活躍とそれを陰で支え誘導した行政の貢献について、実体験とともに語った。田中氏のコーディネートによる質疑応答では、主体として地域が意識を高く持つことの大切さと、行政の役割に対する期待が語られた。

●齊藤 俊幸 氏（イング総合計画株式会社 代表取締役）  
「食づくり、酒づくりの雇用創出、地域再生～熊本県荒尾市、宇城市の現場から～」



「地域再生は知恵と工夫で」をモットーに、地域再生における新たな資金循環の仕組としてバリューチェーンの確立と、「創発」による地域づくりの有効性について講義した。具体例として、まちなか研究室の設立をはじめとして、そのノウハウを活かした熊本県荒尾市の商店街におけるワイナリー運営と直売所の多店舗展開への経緯を紹介。こうした荒尾市の経験を通じてたどり着いた「高齢者の徒歩圏内マーケット」のコンセプトを用いて、近年取り組んでいる熊本県宇城市の事例にも話題が及んだ。更に、それら熊本県の商品による新しい資金循環の構築を目指して東京に開設されたアンテナショップも紹介した。

講演後のビデオ上映では、荒尾市で活動している地域の人々の表情が放映された。質疑応答では、商品化の企画や店舗確保の方法のほか、地域の人々を参加させる促し方や一丸となって取り組む雰囲気醸成のコツについて、経験をもとに語られた。

---

●近藤 肇 氏（秋田県小坂町産業課農林班産業課 参事）  
「資源循環型の社会形成による地域産業の振興」



「菜の花による循環の環で秋田の農村と農業を元気にしよう！」をスローガンに、秋田県小坂町における循環型社会への取組である「小坂バイオスタウン構想」について紹介した。かつて鉱山で栄え、今は金属のリサイクルが盛んな小坂町が、未活用農地の活用、景観保全の観点で菜の花に着目し、菜種油の抽出・利用へと発展させることで資源の循環を成立させるまでの経緯を、作付け・収穫・搾油・販売の各段階における成果やエピソードを交えて紹介した。また、菜の花の活用を広めていくための「菜の花ネットワーク」に関し、行政、農民団体、民間企業、NPO 法人、大学など多様な主体による連携の有効性も述べた。質疑応答では、構想の実現における助成金の活用や商品開発における工夫や人的体制、農地の活用等について、セミナー参加者の応用に向けた質問、回答が交わされた。

## (2) 第1回(後期)

### ① 開催概要

- テーマ：観光（都市農村）交流
- 開催日時：平成20年11月13日（木）・14日（金）
- 開催場所：栃木県庁 講堂（栃木県宇都宮市）
- 人数：33名
- プログラム

#### 第1回（後期）地域力創造セミナー テーマ：「観光（都市農村）交流」

##### 第1日目 平成20年11月13日（木） セミナー

13：00 開会

・挨拶等

13：10～14：40

◆基調講演： 藤崎 慎一 氏（株式会社 地域活性プランニング 代表取締役）

「"マーケットニーズと全国の事例による"『まちづくりと地域活性』」

14：50～15：50

◆事例紹介： 池田 憲太郎 氏

（岡山県笠岡市政策部協働のまちづくり課 海援隊グループ 主事）

「いつまでも輝き続ける島をめざして～島の住民との協働～」

16：00～17：30

◆講義： 橋立 達夫 氏（作新学院大学 総合政策学部 教授）

「茂木町に学ぶ『農』を基盤としたまちづくりと農村振興の新しい担い手」

17：30 閉会

（18：00～20：00 情報交換会）

##### 第2日目 平成20年11月14日（金） 現地視察

7：50 集合（宇都宮駅 東口）

8：00 出発

9：50～11：00 ゆずの里かおり村（茂木町山内地区）

11：20～12：00 茂木町有機物リサイクルセンター美土里館（茂木町九石）

12：10～12：30 かぐや姫の郷（茂木町竹原地区）

12：40～13：20 そばの里まぎの（茂木町牧野）

（昼食）

15：00 解散（宇都宮駅東口）

## ② 講演内容要旨

- 藤崎 慎一 氏（株式会社地域活性プランニング 代表取締役）  
「マーケットニーズと全国の事例による『まちづくりと地域活性』」



観光におけるマーケットニーズという観点から、近年の体験型観光旅行やアウトドアへの人気の高まりを示し、観光客が「もう一度行きたい」と思わせるための「誰に向けてPRするか」という視点の重要性を解説。全国における成功事例として、「A市ワーキングホリデー」では、多くの人を受入れる地域側の仕組と観光客・地域のふれあいにより、地域に意欲と経済効果がもたらされたことを紹介した。また、「B地域再生プロジェクト」の例では地域が自立的に取り組むことの重要性、「C地域えんため」では地域の「強み」と「弱み」を整理して成功した例を紹介した。また「D地域の焼きそば」のように地域に根ざした資源の活用と、客の方を向いて取り組むことの大切さを伝えた。総括として地域の人を育て、人を中心としたまちづくりの展開がポイントだと述べた。質疑応答では、E県を例に、地域が主体となって「強み」と「弱み」を整理するのに有効な SWOT 分析の手法を参加者に向けて推奨したほか、地域活性化の取組を一過性で終わらせないためのポイントを示した。

- 池田 憲太郎 氏（岡山県笠岡市政策部協働のまちづくり課海援隊グループ 主事）  
「いつまでも輝き続ける島をめざして～島の住民との協働～」



「住民が主体的に地域課題を解決していく仕組づくり」を目指して取り組んできた岡山県笠岡市の事例を通して、住民との協働のポイントについて講義。前段として過疎・高齢化に際しての危機感から住民が立ち上がって起こした「NPO 法人かさおか島づくり海社」の取組から、住民の要望を受けた「島おこし海援隊」発足に至る経緯を紹介。島の食材を使って島民が作る「しまべん」と、その取組を通して高齢者への食事提供や移住者への職の提供が実現したエピソードを紹介した。また、NPO 法人格の取得は、移住者に少しでも長く島に住み続けてもらうための介護保険事業の条件であることに加え、住民との協働を実現する目的もあったことを述べた。結びに今後の課題として、独自財源や人材の確保、広域連携への取組、そして移住者への PR として島のライフスタイルのブランド化やカスタマイズ化を進めることを挙げた。藤崎氏の

---

コーディネートによる質疑応答では、移住者へ向けた PR 方法のほか、地域密着におけるやりがいや姿勢、県や国との連携について意見交換がなされた。

●橋立 達夫 氏（作新学院大学 総合政策学部 教授）

「茂木町に学ぶ『農』を基盤とした街づくりと農村振興の新しい担い手」



茂木町における住民主体のまちづくりと都市農村交流への発展について講義した。冒頭では熊本県小国町を取り上げ、計画段階から住民が参画・共同するという近年のまちづくりの潮流を紹介。茂木町に関しては、取組の始まりである「茂木シャインズ」を解説。山内地区の「ゆずの里」や入郷地区の棚田のオーナー制、「そばの里まぎの」など集落ごとの事業の取組について、地域の雰囲気や人々の表情とともに紹介した。更に事業の運営に踏み込んで、竹原地区の「かぐや姫の里」を挙げ、住民主体でワークショップ型会議から事業計画作成に至った例として説明した。加えて、新しい地域づくりの担い手として都市住民を巻き込み、都市と地域の交流へ発展させた経緯にも触れた。また、「農」を基盤とした茂木町にとって根源的な、地域の資源を循環させ良質な農産物を生産するという一石十鳥のまちづくりの仕組として、「茂木町有機物リサイクルセンター美土里館」を紹介した。総括としてまちづくりのコツを、「住民による地域資源の価値への気付き」、「住民による将来を見据えた計画づくり」、「ワークショップ型のまちづくり」、「失敗を恐れず実行すること」、「外部の力を地域に入れること」として要約した。質疑応答では、竹原地区における事例に関連して、ワークショップの取組など、経験を踏まえた解説があった。



### ③ 現地視察概要

第1回地域力創造セミナー 後期 現地視察ルートマップ (2008年11月14日 栃木県茂木町)

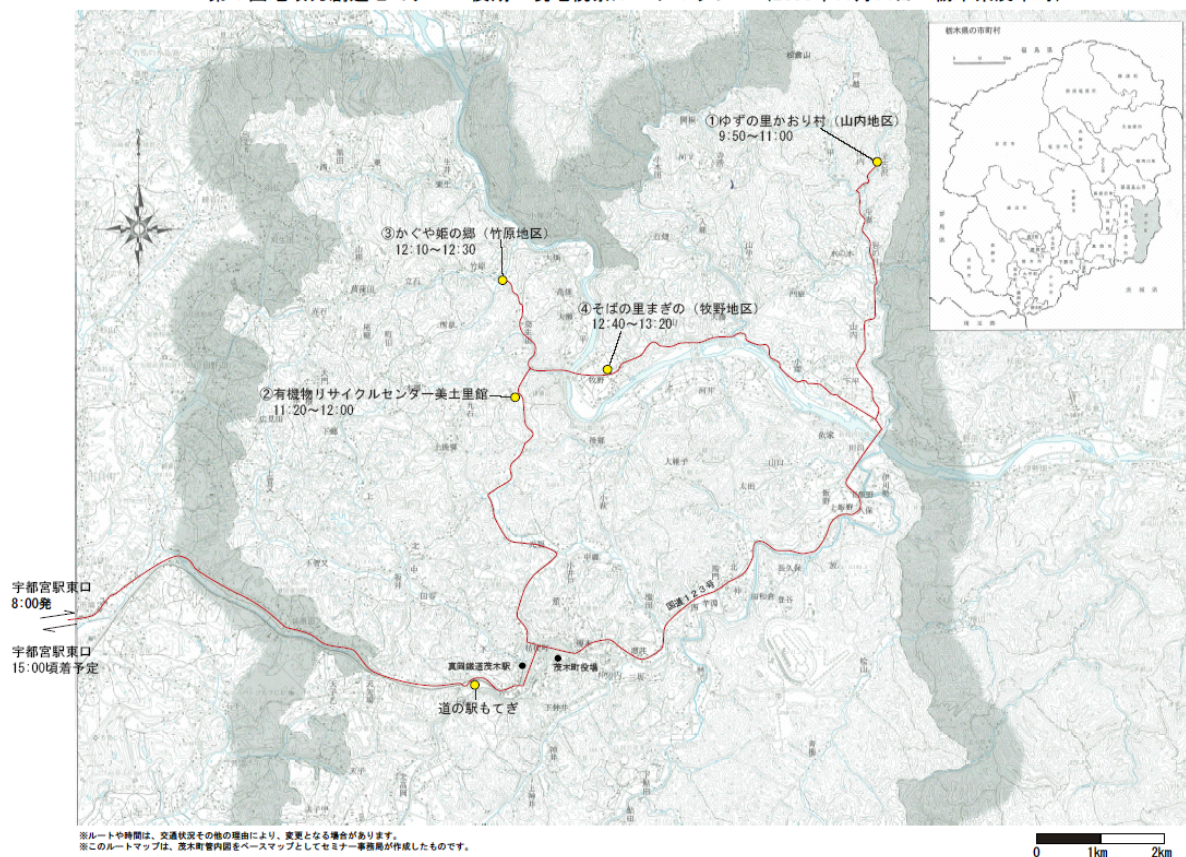
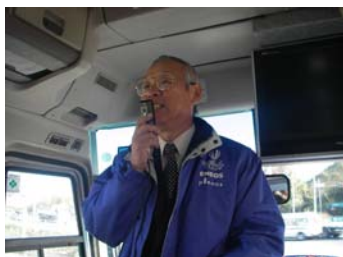


図 2-2 第1回地域力創造セミナー（後期）2日目現地視察のルート

#### ●バス車内：服部公一茂木町副町長による茂木町の紹介



#### ●ゆずの里かおり村：石河智舒会長による講義、ゆず畑の見学



---

●茂木町有機物リサイクルセンター美土里館

：矢野健司 茂木町有機物リサイクルセンター美土里館  
課長補佐兼土づくり推進室長による説明



●竹原かぐや姫の郷：生井和夫会長による説明



●そばの里まぎの：石川修子店長、小河克紀茂木町企画課係長による説明



### (3) 第2回

#### ① 開催概要

- テーマ：地域力創造に向けた人材育成と組織づくり
- 開催日時：平成21年1月16日（金）
- 開催場所：キャンパスプラザ京都（京都府京都市）
- 人数：116名
- プログラム

#### 第2回 地域力創造セミナー

テーマ：「地域力創造に向けた人材育成と組織づくり」

平成21年1月16日（金）

13:00 開会

- ・主催者挨拶：椎川 忍（総務省 地域力創造審議官）

13:10～14:20

- ◆基調講演：井手 修身 氏（アイデアパートナーズ株式会社 代表取締役社長）

「集客・交流の現場力を高める組織とマーケティング～いでっちの現場力向上術～」

14:30～15:15

- ◆事例紹介1：安藤 周治 氏（NPO 法人ひろしまね 理事長、株式会社わかたの村取締役、  
中国・地域づくり交流会 副会長、  
NPO 法人ひろしま NPO センター 代表理事）

「改めて地域の時代へ ～ひろしまね、わかたの村の取組から～」

15:15～16:00

- ◆事例紹介2：春日 俊雄 氏（新潟県柏崎市 産業振興部観光交流課 課長）

「地域力創造の現場のヒント ～じょんのび構想をベースに～」

16:15～17:15

- ◆パネルディスカッション（事前質問および会場質問票をもとに質疑応答）

- ・コーディネーター：井手 修身 氏
- ・パネリスト：安藤 周治 氏、春日 俊雄 氏

17:15～17:25

- ・地域自立応援課が推進する事業の概要について：櫻井 毅  
（総務省 地域力創造グループ  
地域自立応援課 地域支援専門官）

17:30 閉会

## ② 講演内容要旨

### ●井手 修身 氏（アイデアパートナーズ株式会社 代表取締役社長）

「集客・交流の現場力を高める組織とマーケティング～いでっちの現場力向上術～」



「現場力」をキーワードに、組織運営のポイントに加え、地域に根ざした滞在型観光の事例を通して現場力向上に必要な人材やスキル、条件等について講演した。まず「現場力のある組織」とは「自立したコーディネート組織」であるという点を強調し、組織内のモチベーションを高める上で重要な報酬について、地域で特に重要となる「コミュニケーション報酬」という概念を紹介した。また地域に対する外からの評価という観点から、観光業を「集客交流産業」と捉えた滞在型の取組を紹介。そのいくつかの先進事例を通して、人材確保や地域へ誘客する仕組づくりにおける行政の役割を提示した。その上で集客・交流における7つの「S」(story、star、special、select、simple、surprise、smile)をポイントとして整理した。また、「おとなの長旅・九州」における滞在型観光の特徴であるコンシェルジュ機能に触れ、人材育成におけるOJTの重要性も付け加えた。

### ●安藤 周治 氏（NPO 法人ひろしまね 理事長、(株)わかたの村 取締役）

「改めて地域の時代へ ～ひろしまね、わかたの村の取組から～」



広島県と島根県の県境地域において「NPO 法人ひろしまね」・「株式会社わかたの村」が取り組む新しいスタイルの山間集落生活サポート組織「もう一つの役場」の活動を紹介した。過疎化・高齢化に直面する中山間地域において、今後の地域自治システムのあるべき姿を検討する中で、機能的に地域の課題解決を行う中間組織が重要であるという展望を示した。当地における取組の事例として、悉皆調査による高齢者のニーズ把握に基づいた耕作放棄地の管理手法や、高齢者の知恵・技を積極的に活かした体験受入れなどの仕組づくりを紹介。加えて、このような組織を継続的に運営するために、収益を上げ自らの集落維持に活かしていくというビジネス的視点の大切さも強調した。また、行政側に検討してほしい課題として、こうした中間組織の可能性のほか、高齢者の自己実現・自己肯定の場づくりという具体的な課題への対応や、外部の力の取入方を挙げた。

## ●春日 俊雄 氏（新潟県柏崎市産業振興部観光交流課 課長）

「地域力創造の現場のヒント ～じよんのび構想をベースに～」



地域づくりの大切な要素である地域の人々の重要性を強調し、「じよんのび構想」の取組で培った経験から、地域の人との関係や人材育成における行政の役割・姿勢について講義した。民・官一体の地域づくりにおいて、実践する主体である地域の住民自身が物語を作ること、一方役場は地域の住民に呼びかけるタイミングと活躍の場の用意など、民・官それぞれの役割が大切であることを参加者に伝えた。また取組の実践後の評価により「振り返る」ことの有効性についても経験を踏まえて紹介。地域づくりにおける行政側のポイントを、「気付きの環境づくり」、「人が育つ雰囲気づくり」、「座学と実践の継続的な実施」として整理した。また行政職員の見方として、地域で生きてきた人々や歴史、文化、風土等に目を向け、包括的に地域を知ることが基本であると述べた。

## ●パネルディスカッション



パネルディスカッションでは、会場質問票を元に、地域力創造に向けた人材育成と組織づくりに関して意見が交わされた。春日氏は、「住民に自主性がないとき、どうきっかけを作っていったらいいか」という会場質問に対して、「『俺はこうしたい』などの地域の人々の声は、地域行事の反省会などの時に出てくるものなので、行政職員はできるだけ担当地域へ入り込んでいることが大切」と回答した。また安藤氏は、「女性や子供の声といった潜在的な地域の声が出にくい。それを出させる場面作りが必要」と述べた。井手氏は、「住民に熱い人がいないのであれば、少なくとも行政が熱く動く立場になってほしい」と述べた。

最後に、安藤氏は「現在、集落支援員制度をはじめ新しい制度が出てきており、提案するチャンスもある。また1つや2つの策だけではうまくいかないことが普通なので、改善と実験を少しずつ重ね、皆で一緒にやっていくことが大事」という言葉を贈った。また春日氏は「アイデアがひらめいたり元気が出るのは、現場に出て顔を見て話したり行動する時だ」と述べた。井手氏は「行政もサービス業に無関係でいられる時代ではない。地域の資源をちゃんと活用し、地元の雇用を守りながら、バリューアップで売上を伸ばす手だてはある。地域には前向きにやれるネタがたくさん転がっている」と地域の可能性を示した。

---

---

## (4) 第3回

### ① 開催概要

- テーマ：地域資源を活かした新たな産業の創出
- 開催日時：平成21年3月6日（金）
- 場所：福岡県中小企業振興センター（福岡県福岡市）
- 人数：72名
- プログラム

#### 第3回 地域力創造セミナー

テーマ：「地域資源を活かした新たな産業の創出」

平成21年3月6日（金）

13:00 開会

- ・主催者あいさつ及び地域自立応援課が展開する事業について：

山崎 重孝（総務省 地域力創造グループ 地域自立応援課長）

13:30～14:50

- ◆基調講演：横石 知二 氏（株式会社いろどり 代表取締役副社長）

「人は誰でも主役になれる」

14:55～15:45

- ◆事例紹介：川口 真 氏（北海道標津町企画政策課 課長）

「鮭のまちづくり進化・食の安全から発信した都市漁村交流の推進など」

16:00～17:20

- ◆パネルディスカッション（事前質問および会場質問票をもとに質疑応答）

- ・コーディネーター：大西 達也 氏（株式会社日本政策投資銀行 地域振興部 課長）

- ・パネリスト：横石 知二 氏、川口 真 氏

17:30 閉会

## ② 講演内容要旨

### ●横石 知二 氏（株式会社いろどり 代表取締役副社長）

「人は誰でも主役になれる」



徳島県上勝町の「株式会社いろどり」が取り組む「葉っぱビジネス」の発展の経緯を通して、地域資源を活かした産業づくりの成功のポイントについて講演した。まず地域資源を見つけるには、例えば葉っぱのように一見何でもないものでも価値あるものとして扱われるチャンスがあるので、これに気付くように常にアンテナを張っていることの大切さを述べた。また葉っぱを売れる商品にするために、料亭へ通って実際の商品がどんなものかを調べたという経験を紹介。そのような商品の情報をいかに地域の人々に伝えるかにも触れ、「いろどり」で実際に使用している情報システムの画面も表示しながら解説した。また、情報の大切さについても触れ、地域の魅力や強みを外へ向けて発信することが、結果的に地域の魅力の再確認や後継者確保へつながることを示した。講演の締め括りとして、「自分がいなくなる時に周囲から引き止められる」ように仕事を行うことが大事であるというメッセージを送った。

### ●川口 真 氏（北海道標津町企画政策課 課長）

「鮭のまちづくり進化・食の安全から発信した都市漁村交流の推進など」



北海道標津町が取り組む「鮭のまちづくり」について講義。特に食の安全・町の基幹産業である漁業振興から始まった取組が都市漁村交流のへと発展してきた経緯を紹介した。前段では、漁業を守るために衛生管理システム「地域HACCP」を立ち上げ、日本一の鮭の品質を実現したことを紹介。また漁獲量日本一を誇る「鮭」を守りながら観光化した「忠類川サーモンフィッシング」の取組を紹介した。更に、生産現場における努力を消費者にも知ってもらうために実施した「HACCP体験ツアー」で漁業者のやる気を喚起できた経験を経て、「標津型エコツーリズム事業」を拡大させてきた経緯を説明。その中で、酪農や民宿など他の産業も巻き込んだツーリズム、観光客をプロ意識で案内する有償ガイドの育成、宿泊施設への配慮といったおもてなしの工夫が、知名度アップと集客力へつながりつつある現状を説明した。加えて、漁業や「標津型エコツーリズム事業」における経済波及効果の明示や表彰制度等は、地域のモチベーションを高められる。行政職員だからこそ担える役割があると伝えた。

## ●パネルディスカッション



パネルディスカッションでは、会場質問票を元に、地域資源を活かした新たな産業の創出に関して、意見が交わされた。

冒頭では、コーディネーターの大西氏からディスカッションの話題提供として、国勢調査データに基づいた年齢別人口構成から今後の高齢化社会の推計される姿を示した。働く現役世代が減っていく状況においては、地域住民等が主体となった地域づくりの展開が必要だと示唆した。

これを受けて、「行政が地域づくりでどのような役割を担うべきか」という会場質問に対して、横石氏は、「行政なら人と人をつなぎ、場面を提供し、仕組みを考えるのが役割ではないか」と回答した。また川口氏は、「新しい取組をするにあたり、どのように漁業者の理解を得ていったか」という会場質問に対して、「漁業者と共にデパートなどを回って消費者の声を聞くことで、消費者の声に答えなければ自分たちの鮭は生きて残っていけないという危機感が共有でき、一体感へとつながった」と回答した。更に横石氏は、「今後、農業にどう取り組めばいいか」という会場質問に対して、「自分で値段をつけられない農業ではいけない。従来無かったような売る機会を作って、攻める、挑戦することが大事。農林漁業はそうした新しい挑戦をほとんど誰もやっていないのでチャンスでもあり、その仕組みを考えるべき」と回答した。

最後に、横石氏からのメッセージとして、「地域づくりでは自分でできることをすること。人のつながりを大事に」という言葉が贈られた。



平成 20 年度 地域人材力活性化事業 調査報告書

平成 21 年 3 月

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

(事業請負) 株式会社価値総合研究所  
〒108-0073 東京都港区三田 3-4-10  
電話：03-5441-4811 FAX：03-5441-7661