

平成26年度
地域力創造のための起業者定住促進モデル事業
調査報告書



平成 27 年 3 月

総務省地域力創造グループ地域自立応援課

人材力活性化・連携交流室

目次

序章	はじめに	1
第Ⅰ章	外部専門家活用事業	2
Ⅰ-1	外部専門家活用事業の概要	2
(1)	事業の枠組み	2
(2)	事業（支援）の形態	3
(3)	事業のフロー	4
(4)	本年度の派遣対象市町村と取組概要	5
Ⅰ-2	本事業による外部専門家活用の成果とポイント	7
(1)	外部専門家の活用成果	7
(2)	外部専門家の効果的な活用に向けたポイント	15
Ⅰ-3	派遣対象各市町村における取組の内容と成果	23
(1)	茨城県常陸太田市（派遣外部専門家：中島淳）	23
(2)	群馬県上野村（派遣外部専門家：高橋明子）	29
(3)	奈良県川上村（派遣外部専門家：古川大輔）	35
(4)	長崎県波佐見町（派遣外部専門家：井手修身）	41
(5)	大分県竹田市（派遣外部専門家：須川一幸）	47
(6)	鹿児島県薩摩川内市（派遣外部専門家：養父信夫）	53
○参考資料1	事業進捗状況報告会の概要	61
○参考資料2	外部専門家活用に対する財政支援	65
第Ⅱ章	地域力創造セミナー	66
Ⅱ-1	地域力創造セミナーの目的と趣旨	66
Ⅱ-2	地域力創造セミナーの実施概要	67
(1)	地域力創造セミナー（西日本編）	67
(2)	地域力創造セミナー（東日本編）	75
(3)	地域力創造セミナー（東京編）	83
第Ⅲ章	地域人材ネット	92
Ⅲ-1	地域人材ネットの概要	92
Ⅲ-2	地域人材ネットの登録内容	93
Ⅲ-3	地域人材ネット登録者一覧	112

序章 はじめに

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

平成 26 年度は以下の取組を行っている。

①外部専門家活用事業

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

②外部専門家紹介事業

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

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

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

第I章 外部専門家活用事業

I-1 外部専門家活用事業の概要

(1) 事業の枠組み

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

【対象市町村の選定条件】

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

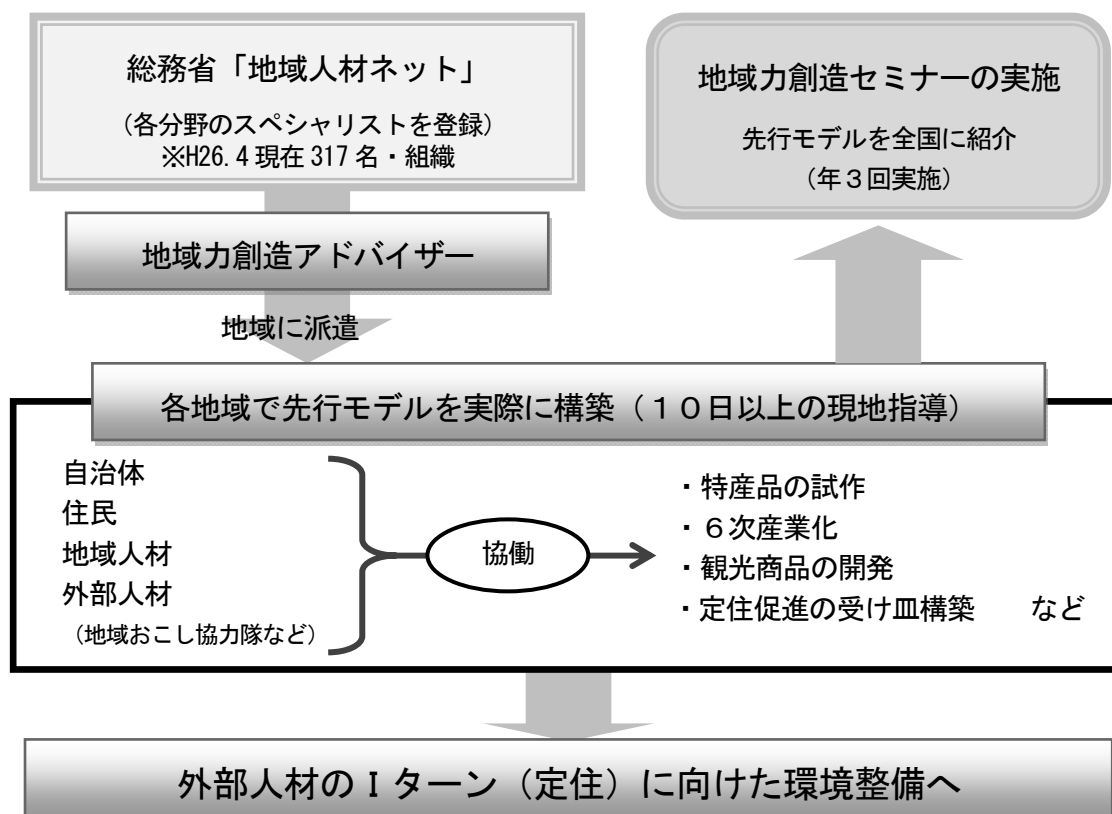


図 I-1 地域力創造のための起業者定住促進モデル事業（外部専門家活用事業）事業のイメージ

(2) 事業(支援)の形態

本事業では、派遣決定後に対象市町村が作成する年間計画に位置づけられた、外部専門家の活用に係る旅費、謝金のほか、対象市町村における会議費や資料作成費など、外部専門家の活用に係る経費で適正と認められるものについて、一定の基準による限度額をもとにした予算の範囲において支援した。

【支援の対象となる外部専門家の活動内容】

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

【経費支援の対象となる、外部専門家の活用に係る経費】

- ・ 外部専門家の旅費、謝金
- ・ 外部協力者¹の旅費、謝金
- ・ 年間計画作成時及び先進地視察時の対象市町村職員の旅費
- ・ 外部専門家の活用に係る会議費



<財政力指数に応じた限度額>

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

※財政力指数の全国市町村平均 = 0.49 (平成 22 年度～24 年度平均)

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

(3) 事業のフロー

本事業は、以下のフローにより実施した。

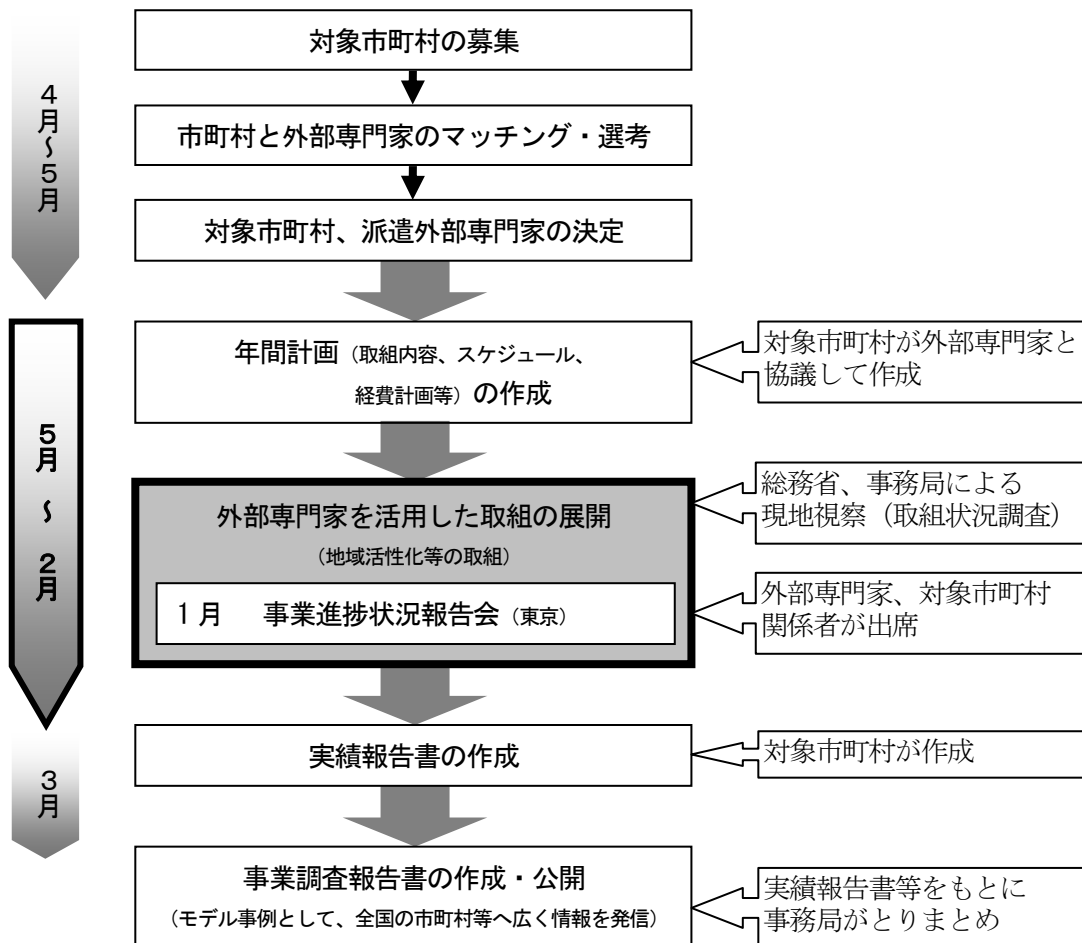


図 1-2 事業の流れ

(4) 本年度の派遣対象市町村と取組概要

平成 26 年度の外部専門家派遣対象市町村、派遣外部専門家及び取組概要は以下のとおりである。

表 I-1 平成 26 年度の派遣対象市町村と派遣外部専門家及び取組概要

No.	対象市町村名	派遣外部専門家 (敬称略)	取組概要
1	常陸太田市 (茨城県)	中島 淳 (株カルチャーアートフォーシーズンズ 代表取締役)	<u>赴任初年度からの社会起業の意識化プログラム～地域プロデューサー養成講座～</u> 地域おこし協力隊は単に地域のお手伝いをするためのものではなく、地域の元気を創出するための新たな仕組みづくりを推進する「地域プロデューサー」であるべきとの意識を早期から共有することを目的とし、協力隊の任期終了後も本人たちが自ら実施する、あるいは地域の人たちが主体的に取り組める活動の基軸づくりのプロセスを通じて、協力隊に求められる創造力を向上させることを目指す。
2	上野村 (群馬県)	高橋 明子 (一般社団法人八百万人 事務局長)	<u>自治体ケーブルテレビを活用した地域づくり中核人材の養成</u> 住民ディレクターによる番組(「やってんびゃー」)制作を定着させるとともに、番組づくりのプロセスを通じて、村民の高い地域づくりポテンシャル、多彩なIターン人材を活かし、地域づくりの企画力を身につけた地域づくり中核人材(住民ディレクター)を養成する。 将来的には、番組づくりを通じて培った企画力をいかし、番組づくりにとどまらない、地域づくりのプロデュースを行う人材として活動することを目指す。
3	川上村 (奈良県)	古川 大輔 (株古川ちいきの総合研究所 代表取締役)	<u>川上村地域活性化プロジェクト</u> 川上村で都市部の若者たちが居住・活動を行い、新たな事業を展開してもらう。その活動から新たな起業や彼らの定住を目指すほか、新たな移住者の相談窓口的存在になる。また雇用の場の創出を目指し、林業・木材業の再生について検討する。
4	波佐見町 (長崎県)	井手 修身 (アイデアパートナーズ(株) 代表取締役)	<u>窯元跡地のリノベーションとグリーン(農)クラフト(陶器)ツーリズム展開事業</u> 窯元跡地のリノベーション拠点、グリーン(農)、クラフト(波佐見焼)の資源を活用して、日帰り型、宿泊型の滞在交流プログラムを造成し、福岡をはじめとして九州内で観光商品化を定着化する。地域おこし協力隊とIターン者、地元の人が交流し、新しい視点での特産品開発、まちづくり、観光誘客を目指す。
5	竹田市 (大分県)	須川 一幸 (東京富士大学経営学部 イベントプロデュース学科 教授)	<u>歴史文化地域資源活用型起業創業による農村回帰宣言市・竹田モデル確立事業</u> これまでの芸術文化系の工芸家をはじめ、移住定住希望者の就業や起業・創業支援、NPO等の法人化をサポートできる仕組みづくりを目指す。また、移住定住者の増加に加え、竹田新ブランドの発掘や新商品開発等の産業おこしにつながるような経済波及効果も目指す。
6	薩摩川内市 (鹿児島県)	養父 信夫 (株マインドシェア 九州のムラ 編集長)	<u>地域おこし協力隊「地元もりあげ商品プランナー」実践道場事業～ぼっちゃん計画プロジェクト九州新幹線利用旅行社受入作戦～</u> 九州新幹線連携切符及び名物お土産品の販売実現並びにその定着化を図り、九州新幹線を利用した個人旅行客の増加や、これらの実績を活かした地域おこし協力隊員の定住の実現を目指す。



図 I-3 平成 26 年度の派遣対象市町村の位置

I-2 本事業による外部専門家活用の成果とポイント

(1) 外部専門家の活用成果

本事業では、外部専門家を活用することで、様々な成果が得られている。これらについては、過年度の事業で得られた成果も含めて以下のように整理することができる。

※各地域における取組の内容は 23 ページ以降参照

① 地域づくりに係る課題の発見・整理、意識醸成及び新たな取組の提案

本事業では、過年度の取組と同様に、外部専門家が、地域おこし協力隊をはじめとする外部人材や地域の関係者とともに調査を実施したり、豊富な経験や専門的知識に基づく助言・指導を行ったりすることによって、地域づくり課題の発見や地域づくりの方向性の明確化及び地域づくりに対する意識の醸成が得られたほか、今後の持続的、効果的な地域づくりに向けた新たな取組の提案等が得られるなどの成果がみられた。

本年度の取組では、例えば常陸太田市では、外部専門家のコーディネートのもとで、地域の課題や期待と地域おこし協力隊員の自己実現の双方の視点から意識合わせを行う機会を設けた上で協力隊の活動目標を設定し、さらにそれを地域に対して宣言することによって、地域の理解や協力のもとで地域おこし協力隊員の自立・定住を見据えた活動に着手できたといった成果が得られている。

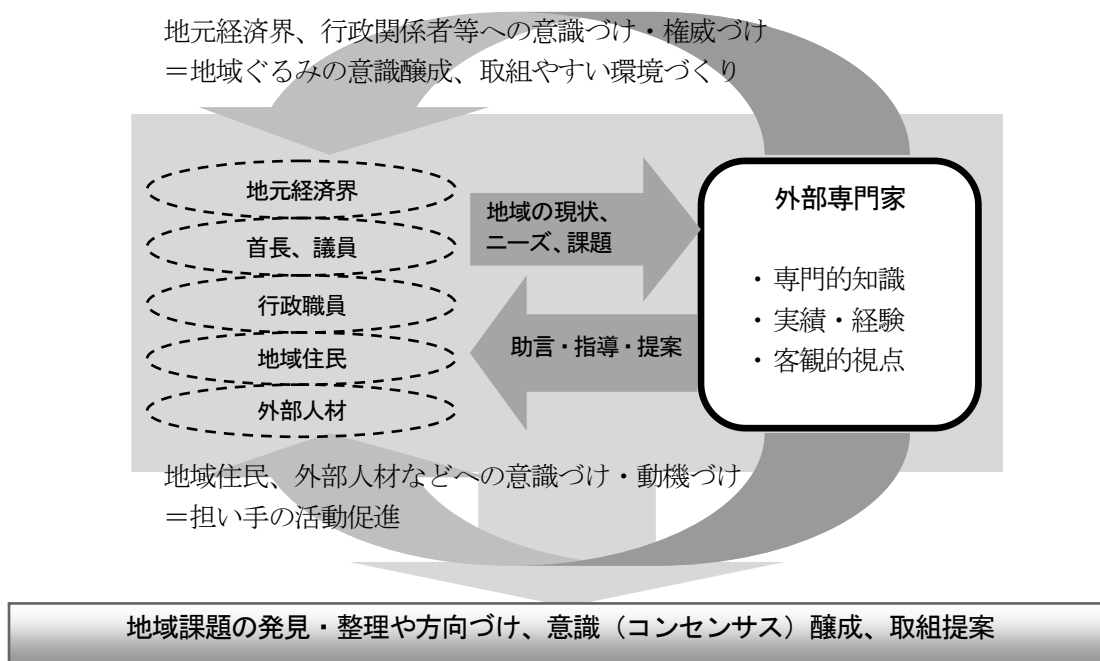


図 I-4 地域課題の発見・整理や方向づけ等に関する外部専門家の活用イメージ

② 地域資源の活用による商品の開発・販路開拓の進展

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

本年度の取組では、地域おこし協力隊員が、商品開発や販路開拓を進めようとするそれぞれのプロジェクトに対し、個々の課題に応じた助言・指導がみられたほか、地域おこし協力隊員の活動と、地域として進めようとするプロジェクトとの連携を強めることで、さらなる付加価値の向上を図る等の例がみられている。

例えば、川上村、波佐見町、薩摩川内市では、地域おこし協力隊員が企画する新しい商品開発のアイデアに対して、外部専門家がマーケットや技術的な視点からアドバイスを行うことによって、具体的な商品化の進展や顧客の拡大等につながるといった成果が得られている。

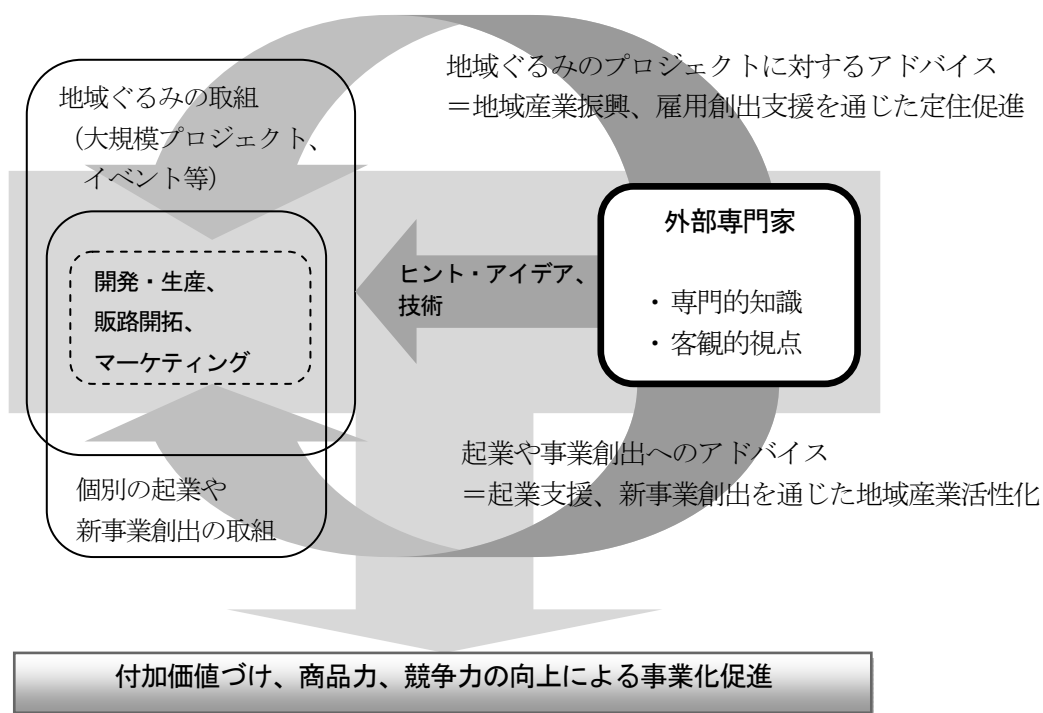


図 1-5 地域資源の活用方法や商品の開発・販路開拓の進展等における外部専門家の活用イメージ

③ 地域づくりを担う人材・組織の連携強化

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

i) 地域「内」の連携強化

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

これについて、本年度の取組をみると、過年度と同様、外部専門家が「つなぎ役」として、地域内の関係者・団体と地域おこし協力隊員をはじめとする外部人材とを引き合わせるきっかけとなったり、地域内の人材や団体の連携・協働を促す「コーディネート役」としての役割を担ったりすることで、地域内の連携が強化され、新たな商品開発や推進体制の構築が進展するといった成果が得られている。また、例えば上野村では、自治体ケーブルテレビの番組づくりを通じて、外部人材と地域内の住民や事業者との関係づくりが進み、新しい地域資源の発掘につながったといった成果も得られている。

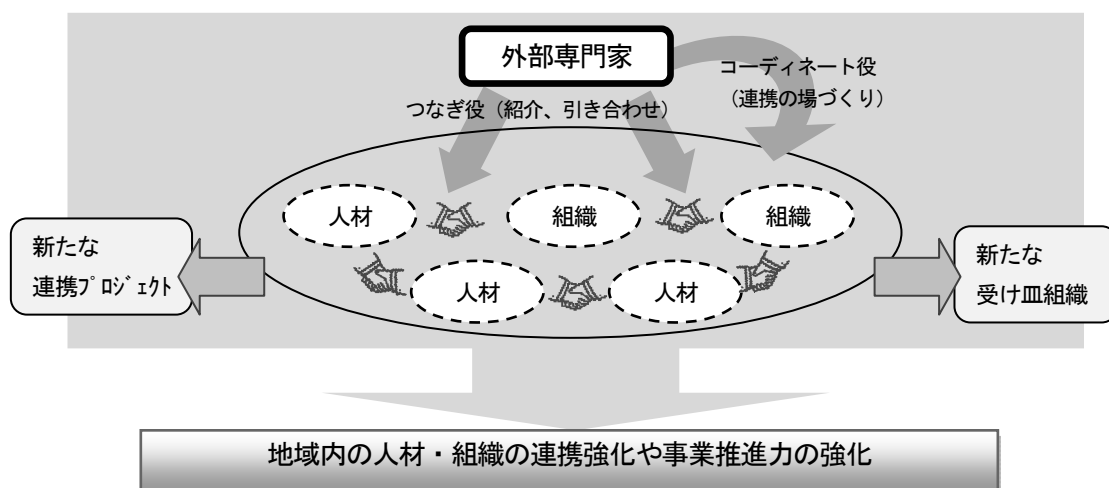


図 I-6 地域内の人材・組織の強化における外部専門家の活用イメージ

ii) 地域「外」との連携促進（ネットワークづくり、情報発信等）

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

これについて本年度の取組では、過年度と同様、外部専門家がつなぎ役となって、地域と都市部のマーケットやメディア関係者との連携やネットワークづくりを支援したり、外部専門家の経験やノウハウを活かして、新たなマーケットの掘り起こしに繋がる情報発信・PRを積極的に展開するといった成果が得られている。

例えば、薩摩川内市では、外部専門家がつなぎ役となって、都市部からの観光客の流動を促すための連絡切符や、都市部の飲食店での地元食材を使用するフェアの開催等について、実現に向けた調整等が進む等の成果が得られている。

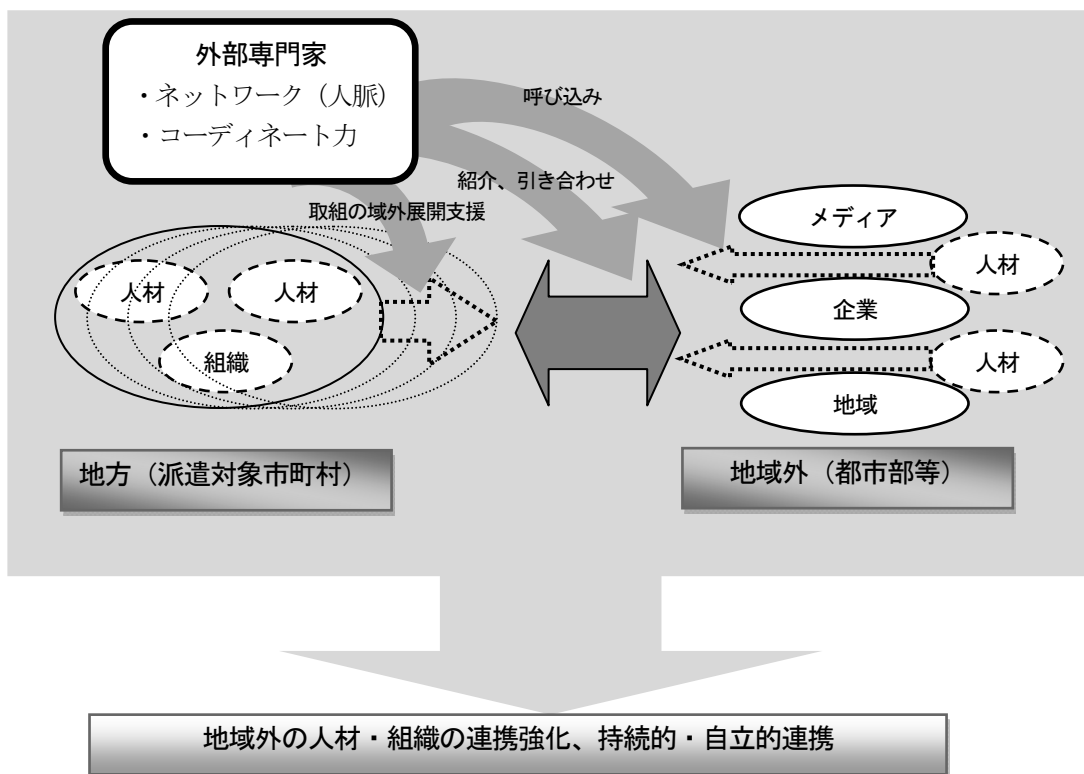


図 I-7 地域「外」との連携促進（ネットワークづくり、情報発信等）における外部専門家の活用イメージ

④ 地域における持続的な産業振興・担い手確保の戦略的展開

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

(ア) 外部人材の定住に向けた具体的支援

地域おこし協力隊をはじめとする外部人材の起業・定住に向けた環境整備にあたっては、過年度事業においても、「地域のニーズや期待に対応した（地域に必要とされる）ビジネスモデルの構築」、「（地域の要請に応えることができる）事業化のためのスキル・ノウハウの習得」、「（やる気を促す）起業マインド、意識づけ、動機づけ」の3つの面から支援を行ったり、より具体的で明確な目標、すなわち事業化の「出口」（地域おこし協力隊員の場合、3年間の任務の後の自立的な定住の実現）を明確に意識した支援を行うという成果がみられている。

本年度の取組を見ると、例えば常陸太田市では、地域おこし協力隊の赴任直後から実務的な研修を行い、隊員の3年後の自立・定住を見据えた活動目標の明確化を行うなど、当該地域での定住を見据えた具体的なビジネスモデル構築に向けた戦略的な取組がなされている。

また、上野村では、テレビ番組づくりというプロセスを通じて、外部人材と地域住民との密な関係構築が進み、村内の事業所への就職や、いわゆる「パッチワーク型収入」（複数の働き口から少しずつ収入を得て、総額で生活に必要な収入を得る）の確保など、起業や創業ではない形での働き口の確保につながることを期待されている。

このように、外部専門家の活用は、意識醸成、商品開発や販路開拓、地域内外の連携支援といった、事業創出・拡大等に関する指導・助言だけでなく、様々な視点から当該地域での定住の可能性を探り、戦略的な活動に結び付けていくといった面からも有効なものとなっている。

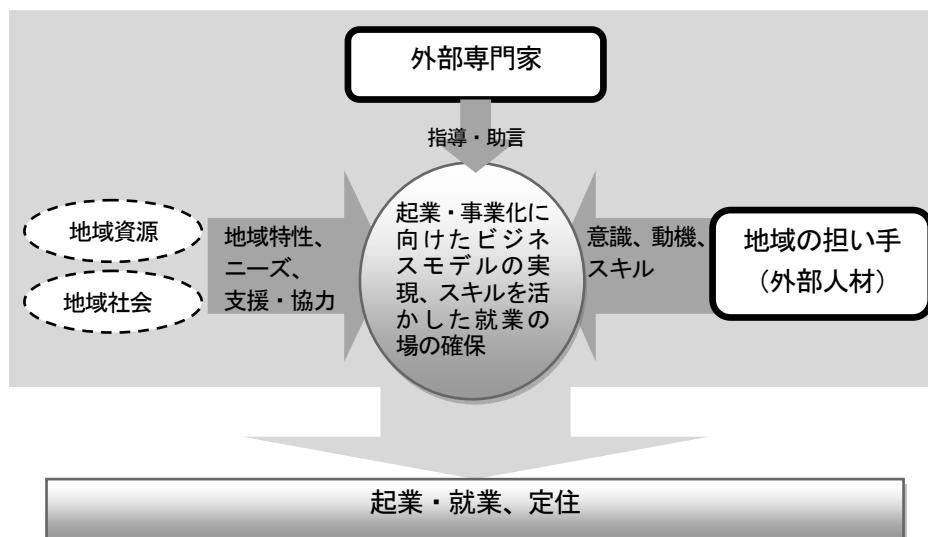


図 I-8 外部専門家の活用によるビジネスモデル構築のイメージ

(イ) 地域の産業活性化に向けた戦略的な仕掛けづくり

本年度事業では、外部専門家のアドバイスによる、外部人材の起業・定住に向けた技術・ノウハウの取得やビジネスモデルの具体化のほか、地域の自立的・持続的な産業活性化に向けた戦略的な仕掛けづくりの取組もみられている。

例えば川上村では、林業・木材業の再生に向けた会議に外部専門家がアドバイザーとして関わり、外部人材の活用及び新しい雇用の受け皿として、戦略的、計画的に地域産業の維持・再生に繋がる取組を展開している。

このように、外部専門家の活用は、地域産業の将来的な維持・成長に向けた戦略的なプロセス構築にも大きな効果が見られている。

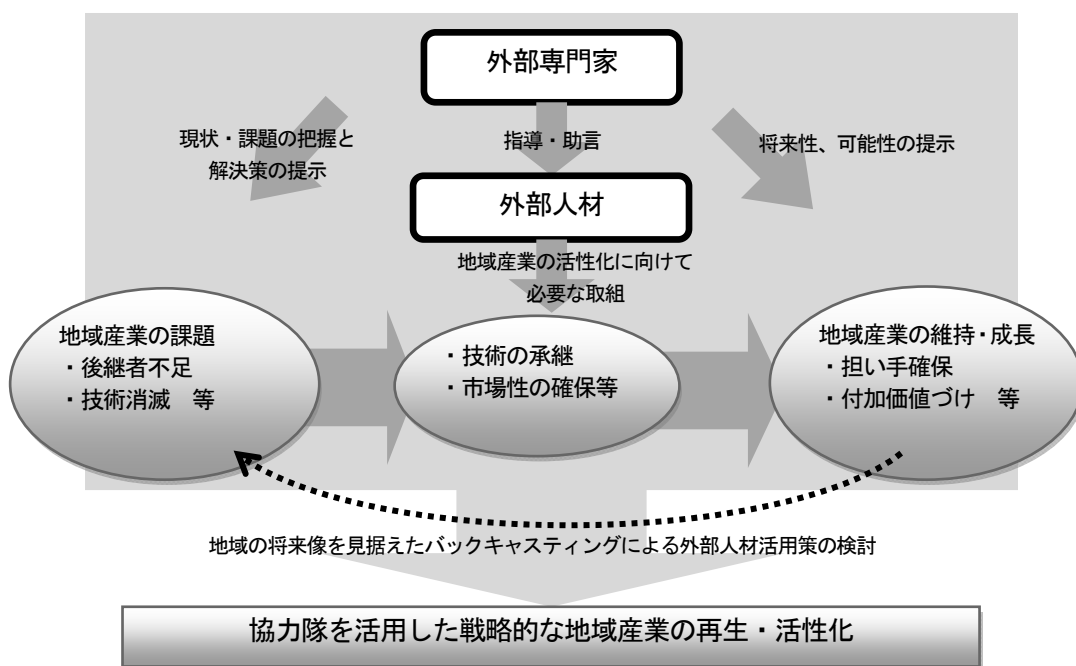


図 I-9 外部専門家の活用による戦略的な地域産業の再生・活性化のイメージ

⑤ 地域特性や外部人材の導入状況に沿った柔軟な課題解決手法の実践・展開

前述のとおり、本事業では、過年度の取組を含めて、外部専門家の活用によって、①地域資源の活用による商品の開発・販路開拓の進展 ②地域づくりに係る課題の発見・整理、意識醸成及び新たな取組の提案 ③地域づくりを担う人材・組織の連携強化 ④ 地域における持続的な産業振興・担い手確保の戦略的展開 といった成果が得られ、特に外部人材の導入あわせた活用を図ることで、地域活性化に大きな成果が得られることが明らかになっている。

しかし一方で、各地域の特性は多様であり、人口や産業の動向、地域資源やそれに関する市場環境の状況、周辺地域の取組状況等により、地域課題や取組の方向性はさまざまである。さらに、地域おこし協力隊をはじめとする外部人材の導入の状況（人数、保有スキル、活動エリア、活動時期、就業形態など）のパターンも多様であり、これらの組み合わせによって地域づくりの展開が大きく異なる可能性もある。

本年度の取組では、このように地域特性や外部人材の導入状況に関して特徴あるモデルがみられており、これらは、全国各地で想定される様々な地域づくりのケースにも外部専門家が有効に活用しうる可能性を示唆している。

○前期隊員が任期を終えた後に、新たに隊員を採用して活動を開始するケース（常陸太田市）

常陸太田市は、平成 23 年度にはじめて地域おこし協力隊を導入し、女性だけの地域おこし協力隊チーム「Relier（ルリエ）」として、その活動が広く全国に知られたという経緯がある。

このような中、平成 26 年度は、「ルリエ」から活動を継続している隊員 1 名の他は、ルリエと入れ替わる形で複数の隊員が赴任し、これまでとは異なる活動を展開することとなった。また、これら新しく赴任した隊員は、それぞれ活動エリア、赴任時期、就業形態が異なっているなど、隊員側、地域側双方で、平成 26 年度からの活動の方向性や受入意識が醸成しにくい状況となっていた。

こうした状況において、本年度の取組では、外部専門家のコーディネートによって、「地域の課題・期待」と新たに赴任した隊員の「自己実現」とのマッチングや意識合わせを丁寧に進めたことによって、隊員側、地域側双方での共通の目的意識や方向性が共有され、新しい活動の第一歩を円滑に踏み出すことができた。

今後、地域おこし協力隊の新陳代謝が増えてくるとみられる中で、このように、前任の地域おこし協力隊の活動実績や地域側のイメージが残る中で、新しい隊員が活動しやすい環境をつくり出すことは、地域おこし協力隊を持続的に活用していく上で、極めて示唆に富んだ取組といえる。

○人口規模が小さな地域で定住促進を図るケース（上野村）

上野村は、人口約 1300 人、群馬県の最西南端に位置している小規模自治体である。一般的に、地域おこし協力隊など外部人材には、定住にあたり起業や新規ビジネス創出が期待されることが多いが、上野村のように人口や産業の規模が小さな地域では、事業シーズや新規ビジネスのリソースが限られ、定住の実現には、地域内の既存の事業所への就職や複数の小規模ビジネスへの関与によって必要な収入を得ることが現実的な手段となるケースも多い。

こうした中、上野村における本年度の取組では、外部専門家の助言・指導の下、外部人材が地元ケーブルテレビの番組づくりの中核スタッフとして活動することで、地域の様々なキーマンとの出会いや情報の共有が進み、外部人材と地域住民との間に「顔が見える関係」「信頼関係」が構築されている。こうした関係を構築していくことは、地域における外部人材の役割、必要性を高め、認め合うことに繋がり、地域内での就職や様々なビジネスへの関与の機会を得ることにつながっていくものといえる。

○多数の地域おこし協力隊が同時に活動するケース（竹田市）

竹田市は、現在、地域おこし協力隊が 18 人赴任し、アーティスト、定住促進、観光振興など、分野や活動拠点も多様となっている。このような状況の中、本年度の取組では、外部専門家が、地域おこし協力隊員の「相談役」「見守り役」として、隊員の個々の課題や状況に応じた柔軟かつ実践的なサポートを行っている。

但し、多数の地域おこし協力隊が赴任している地域において、外部専門家が包括的なサポートを行う場合は、地域おこし協力隊側にも、隊員同士の自立的なマネジメントの仕組みが必要である。竹田市の場合、18 人の隊員の中には、地元出身の年長者、大学卒業直後の若者、夫婦での隊員など多様な経歴や実績を持つ隊員が赴任しているため、ミーティングや身近な活動相談等も行政や専門家に頼らず自立的・自発的に行えるようなマネジメントシステムが構築されている。そのような日常的なマネジメントや相互補完の関係が構築された上で、地域づくりの実績が豊富な外部専門家が、第三者として多様な相談やアドバイスをを行うことで、各隊員の活動がより効果的になるとともに、隊員の自立性が高まっていくものといえる。

今後、地域おこし協力隊への期待が高まる中で、同時に多数の地域おこし協力隊を活用しようとする場合には、隊員同士のバランスのとれた自立的なマネジメントの仕組みとあわせて、包括的な相談役として、幅広い分野に精通し、実績や経験が豊富な外部専門家を包括的な相談役として活用していくことも有効である。

(2) 外部専門家の効果的な活用に向けたポイント

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

こうした外部専門家の活用を、今後より効果的に進めていくためのポイントとしては、以下の3点に要約することができる。

■外部専門家の効果的な活用に向けたポイント

①外部専門家の活用に対する地域の理解・コンセンサス

②地域づくりの課題・目的に応じた外部専門家の選定

(ア) アドバイスを受ける対象・分野の絞り込み

(イ) 地域の実情や目的に応じた専門家活用タイプの選定

i) 総合監修型 ii) 事業管理型 iii) 起業・事業家支援型

(ウ) 取組のプロセスや展開に応じた専門家の組み合わせ

i) チーム型 ii) リレー型

③外部専門家と外部人材の連携

(ア) 外部専門家の指導・助言の受け手としての外部人材の位置づけ

(イ) 外部人材の採用・導入段階からの外部専門家の活用

① 外部専門家の活用に対する地域の理解・コンセンサス

外部専門家の活用にあたっては、まず第一に、外部専門家の活用や役割に対する、地域側の理解や情報共有が重要であり、外部専門家に期待する具体的な助言・指導内容やその方法、関わり方等について、事前に地域内の理解・コンセンサスを十分に得ておく必要がある。

なお、初めて外部専門家を活用しようとする場合、ソフト事業であるためその活用の成果が形として現れづらく、地域の理解やサポートが得られにくくなることも想定される。そのため、例えば、外部専門家招へいの当初段階においては、住民説明会を実施したり、地域づくりワークショップや試食会など、住民や関係者が楽しみながら地域づくりに参加できる機会や、行政幹部・議会など地域づくりの牽引役の適切な説明などを積極的かつ丁寧に行うことが有効である。

② 地域づくりの課題・目的に応じた外部専門家の選定

地域において招へいする外部専門家は、地域づくりの取組課題や目的に対応した適切な分野・手法に関するスキル・ノウハウを有する外部専門家を選定することが重要である。この選定方法は多様であるが、より実践的な選定を行うためには、例えば過去にアドバイスを受けたことがある専門家がいれば、(仮にテーマが若干異なるものであっても) まずはその専門家に相談したり、近隣市町村が招へいしている専門家の情報を入手するといったことも有効である。

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

なお、外部専門家の選定にあたっては、「アドバイスを受ける分野・対象」のほか、「活用のタイプ」「専門家の組み合わせ」といった視点から、人材や活用方法も含めた選定を行う必要がある。

具体的には、以下のような視点から検討・選定することが考えられる。

(ア) アドバイスを受ける分野・対象の絞り込み

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

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

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

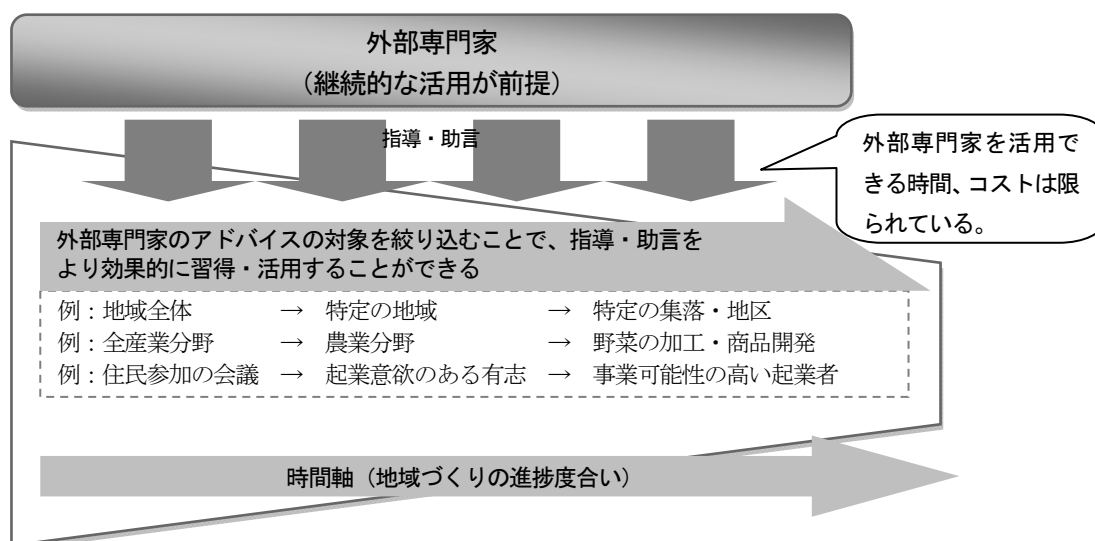


図 I-10 指導・助言を受ける分野・対象の絞り込みイメージ

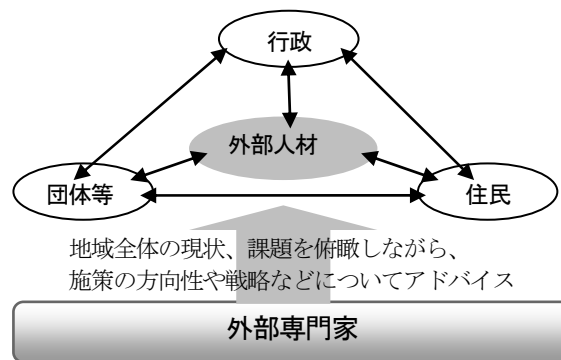
(イ) 地域の実情や目的に応じた専門家活用タイプの選定

外部専門家の選定にあたっては、その活用方法についても十分な検討が必要である。本事業においても、過年度を含めていくつかの活用タイプがみられており、地域の課題や実情に応じた選定が必要である。

本事業においては、例えば以下の3つのタイプに大別することができるが、これら専門家の活用タイプは、取組の目的や内容によっては、複数のタイプが重なっているケースもある。

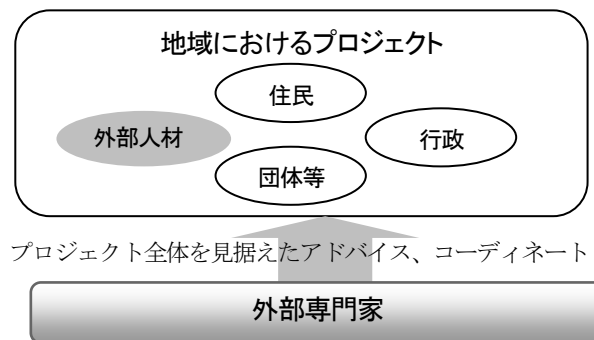
i) 地域総合監修型

- ・ 外部専門家を、地域の複数又は横断的な課題の抽出や相互調整、横断的なプロジェクト立案や組織づくりに向けたアドバイザーとして活用するケース。
- ・ 外部人材は、地域の調整役としての役割を果たしながら、自らの起業・定住の可能性や地域産業の課題等を専門家とともに検討する役割を担う。



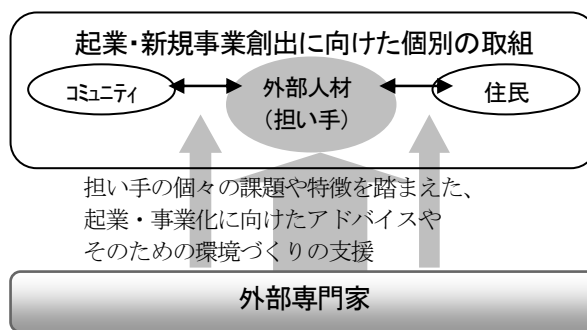
ii) 事業管理型

- ・ 外部専門家を、地域が取り組む特定の事業やプロジェクト全体のアドバイザー、推進役、マネジメント役として活用するケース。
- ・ 外部人材は、担当スタッフの一員としての役割を果たしながら、最終的には、プロジェクトの成果によって自らの雇用機会を得る。



iii) 起業・事業化支援型

- ・ 外部専門家を、外部人材など、地域で新たに事業化を図ろうとする担い手の個々の起業・事業化の支援に主眼を置いて活用するケース。
- ・ 外部人材 (担い手)、個々の課題や特徴を活かして、起業・定住の可能性を探っていくこととなる。



(ウ) 取組のプロセスや展開に応じた専門家の組み合わせ

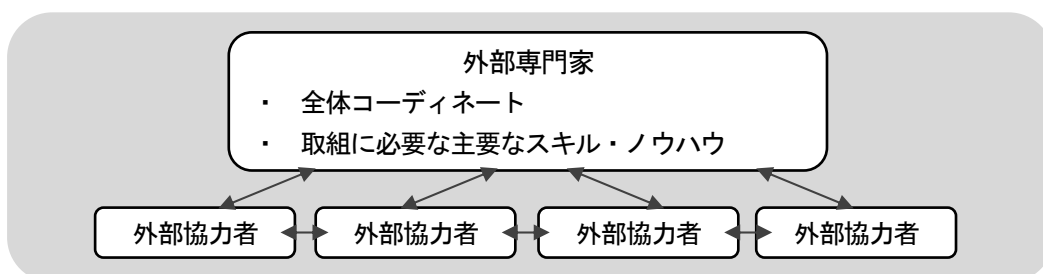
一般的に、地域づくりは中長期的視点で取り組むものであり、外部専門家の活用においても、取組のプロセス全体を見通した中で継続的に外部専門家を活用できる関係を構築しておくことが望ましい。

そのためには、外部専門家の選定においても、必ずしも単一の外部専門家だけでなく、その時々の課題・テーマに沿った専門性を有する人材を活用することも必要である。

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

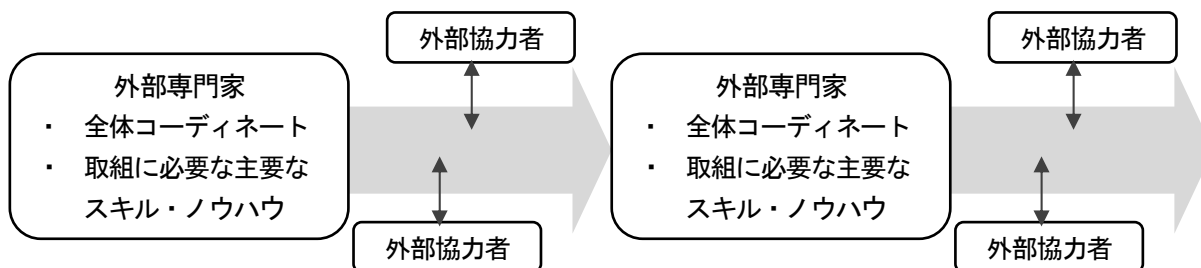
i) チーム型

- 取組に必要な主要なスキル・ノウハウを有する外部専門家が、個別の分野・課題に対応したスキル・ノウハウを持つ専門家・実務家（外部協力者）と連携して取り組む形態



ii) リレー型

- 取組に必要な主要なスキル・ノウハウを有する外部専門家が一貫してコーディネーター役、プロデュース役として関与しつつ、取組の進展に応じて適宜その分野・課題に対応する専門家・実務家（外部協力者）と連携して取り組む形態
- 地域づくりや課題解決の進み具合、あるいは地域の人材へのスキル・ノウハウの移転の状況等によっては、外部専門家を新たに選定・活用していくことも考えられる。



③ 外部専門家と外部人材の連携

外部人材は、地域に定住し、「地域社会の構成員」でありながらも、「新しい地域づくりの取組に対する意識の高さ」「地域にないスキルや視点の保持」といった特長を有しているケースが多い。こうした特長と外部専門家の専門性が効果的に融合し、両者が連携しあうことで、地域づくりに高い成果を得ることができる。

具体的には、外部専門家が知識・情報・ネットワークを外部人材に教える・伝えることで、外部人材が地域の担い手としての専門性やスキルを身につけ、地域づくりにおいて、それらを活用・発揮していくことが有効である。

<理解しておくべき外部人材の特長>

外部人材の特長 1 : 「地域づくりへの意識が高い」

外部人材は、地域への貢献・協力意識を少なからず有しており、こうした高いモチベーションを地域づくりに活用する意義は大きい。特に地域おこし協力隊は、その制度の趣旨からして、地域づくりへの協力意識は特に高いものと言える。なお、本来は地域の中に自立的・主体的な活動を行う人材がいることが望ましいが、農山村の過疎集落や地域づくり意識が停滞している地域など、担い手となりうる人材自体が不足している地域では、外部人材を活用する意義は大きい。

外部人材の特長 2 : 「地域にないスキルや視点を持っている」

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

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

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

外部人材の特長 3 : 「地域社会の構成員となっている」

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

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

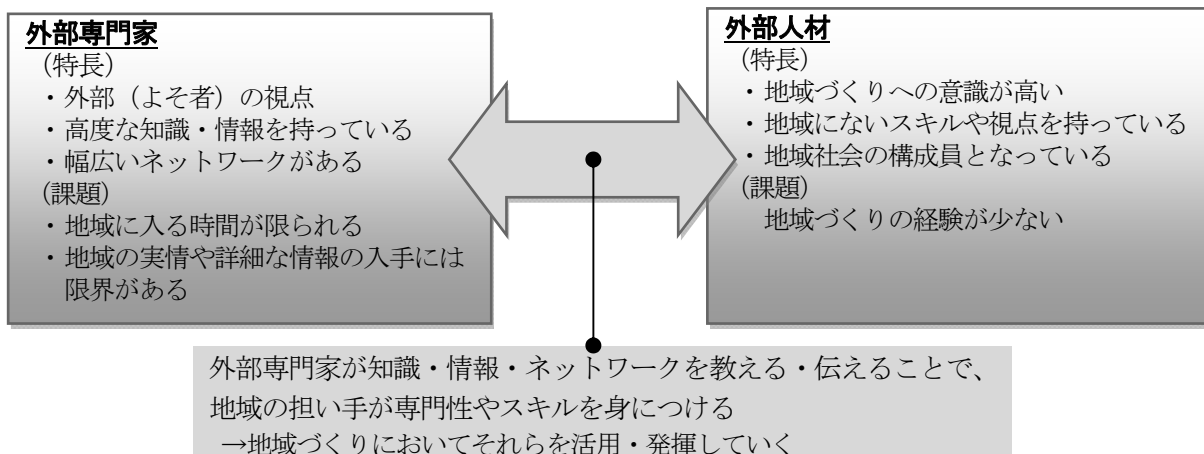


図 I-11 外部専門家と外部人材との連携のイメージ

(ア)外部専門家の指導・助言の受け手としての外部人材の位置づけ

選定・招へいた外部専門家から受ける指導・助言を地域づくりに効果的に活用していくためには、その指導・助言の受け手となる人材を明確にすることが重要である。その場合、地域おこし協力隊に代表される外部人材を指導・助言の受け手とすることで、外部専門家の導入効果がより高くなることが期待される。

従来から、地域づくりは行政職員が主導的な役割を担うケースが多いが、地域経済の活性化やビジネス化などがより強く求められる中では、必ずしも行政職員のみでは十分な対応ができないケースも想定される。また、地元の事業者や住民が外部専門家の助言・指導の直接の受け手となれば効果的であるが、実際には、本業や日常生活の傍らで地域づくりの取組に主体的かつ継続的に関与することはリスクや時間的な面でも難しい面が多い。

そうした中、都市部等から新しいライフスタイルや生業を求めて移住した外部人材、特に地域おこし協力隊は、地域づくりに対する熱意や問題意識が高く、地域に貢献したいという想いを有していることから、こうした人材を外部専門家の助言・指導の受け手として明確に位置付けることで、地域づくりの取組の幅が広がることが期待される。

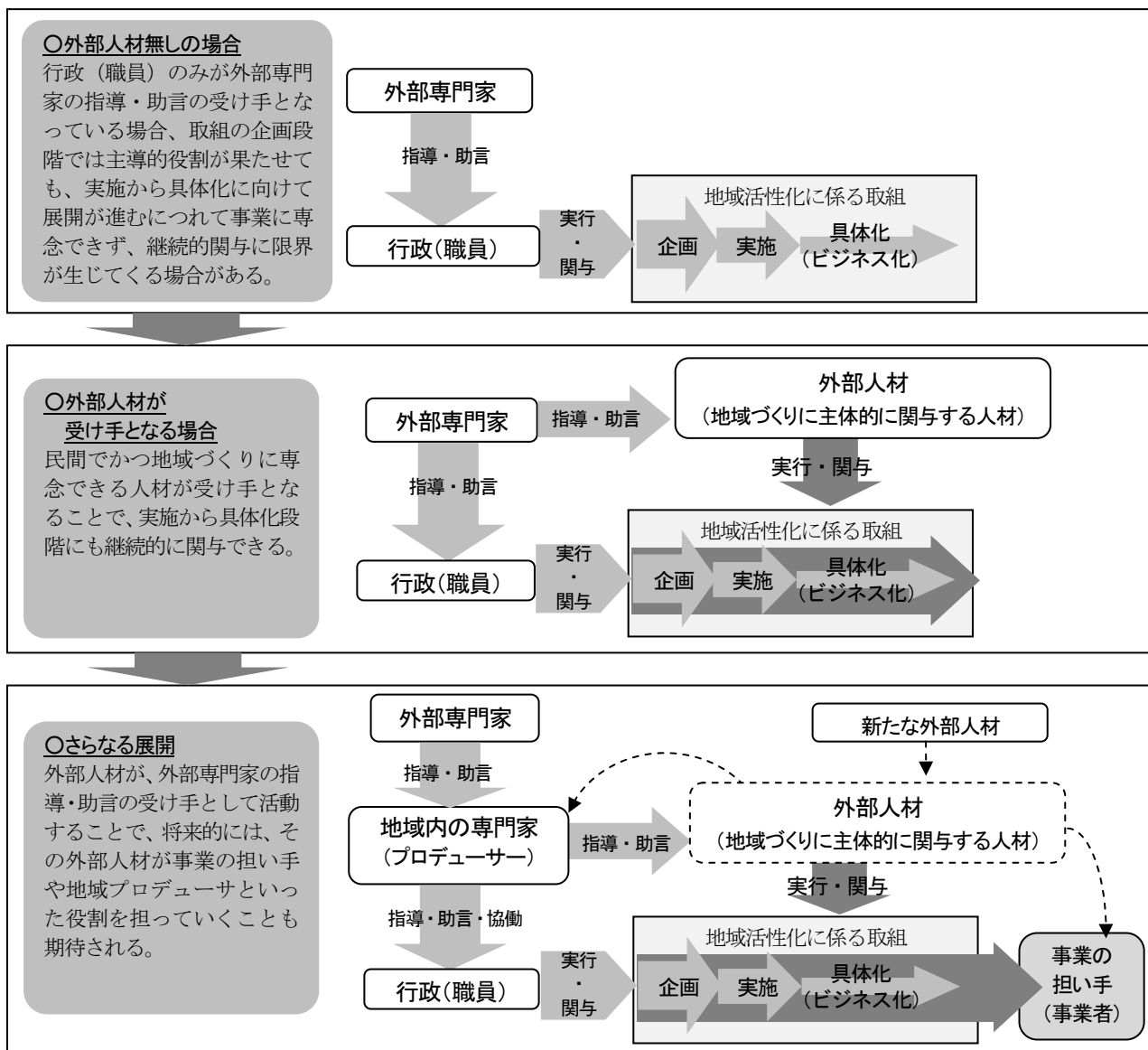


図 I-12 外部専門家の指導・助言の受け手としての外部人材の位置づけ

(イ) 外部人材の採用・導入段階からの外部専門家の活用

前述のように、外部専門家と外部人材が連携することは、地域づくりや新たな起業・ビジネス化に大きな効果が期待されるものであるが、単に連携・協働するだけでは効果は得られにくい。外部人材との連動により外部専門家の活用効果を高めるためには、外部人材の募集・受入・活動・フォローアップといった各段階において、外部専門家が関与していくことが効果的である。

これについて、募集活動や任期を有する外部人材を活用しようとする場合の具体的な外部専門家の関与のポイントとして、各段階に応じて以下のような対応を図ることが有効である。

① 募集前（募集検討）の段階

地域おこし協力隊など、募集活動や任期を有する外部人材を導入しようとする場合は、まず、地域が外部人材に期待する役割・ミッションの明確化や、採用後の受入・活動支援体制の構築を行うことが重要である。これについては、地域が主体的に検討を行うことを前提としつつ、必要に応じて、外部専門家から指導・助言を受けることが有効である。

なお採用・募集にあたっては、以下のようなチェックリストに基づき、必要な調整や周知・説明等を行うことが必要である。

○チェックポイント1：受入にあたっての認識・理解

- ✓ 庁内や議会などにおいて、外部人材導入の目的や意義が共有・理解できているか
- ✓ 外部人材の受入地域において、外部人材導入の目的や意義が共有・理解できているか
- ✓ 行政と受入地域との間で、連携体制や役割分担が協議・調整できているか
- ✓ 受入地域において、住民やリーダーの意識や連携体制は醸成できているか
- ✓ 任期終了後の方向性等について共通認識ができているか

○チェックポイント2：募集・採用にあたっての条件

- ✓ 外部人材に期待する役割や活動内容が具体的にになっているか
- ✓ 採用したい人物像、採用条件、採用基準等が具体的にになっているか
- ✓ 活動費や待遇、権限、勤務条件等について具体的な検討や措置がなされているか
- ✓ 活動に対するサポート体制や連絡体制は検討されているか
- ✓ 住居、自動車など、生活に必要な環境、物資等は検討されているか
- ✓ 外部人材のスキル・ノウハウの向上等に関する研修体制は検討されているか
- ✓ 受入後のトラブルや問題発生時の対応方策等は検討されているか

② 募集の段階

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

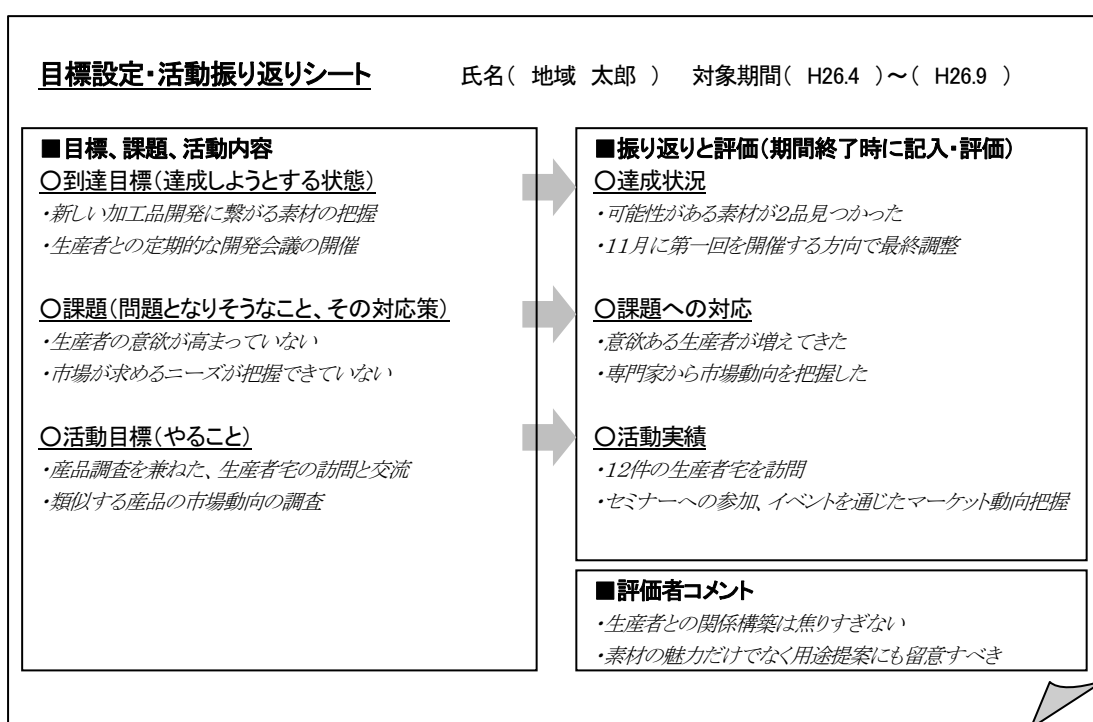
また、応募者の最終的な選定方法、選定基準についても、外部専門家のアドバイスを得ることが有効である。

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

③ 採用後（着任中）の段階

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

また、着任後、地域づくり活動を行う中で、悩みやストレスを抱えていたり、活動の方向性が揺れるケースもある。そのため、「目標設定・活動振り返りシート」を作成・活用して、目標とそれに対する取組の結果・成果等を定期的にチェックし、次の課題設定や活動改善に繋げていくことも有効である。その際には、外部専門家が評価者として、専門的かつ客観的なアドバイスを行うほか、さらに中長期的なキャリアカウンセリング的の視点から助言・相談を行うことも有効である。



- ※ 左側は、対象期間の期初に被評価者が自ら記入
- ※ 右側は、対象期間の終了時に、被評価者が期中の活動を振り返りながら記入し、評価者から指導・助言等を得る。

図 I-13 外部人材の目標設定・活動振り返りシートのイメージ

④ 任期終了の段階

外部人材が予定した任期を終え、自立的な定住に向けた起業や事業創出を図ろうとする際においても、外部専門家を効果的に活用できるようにすることが有効である。

外部専門家の多くは、地域づくりの成功事例を有しており、外部専門家の指導・助言を引き続き外部人材が継続的に受けら得るような環境や機会を確保しておくことが重要である。

I-3 派遣対象各市町村における取組の内容と成果

(1) 茨城県常陸太田市(派遣外部専門家:中島淳)

■事業名

赴任初年度からの社会起業の意識化プログラム ～地域プロデューサー養成講座～

■事業の目的・目標

【目的】

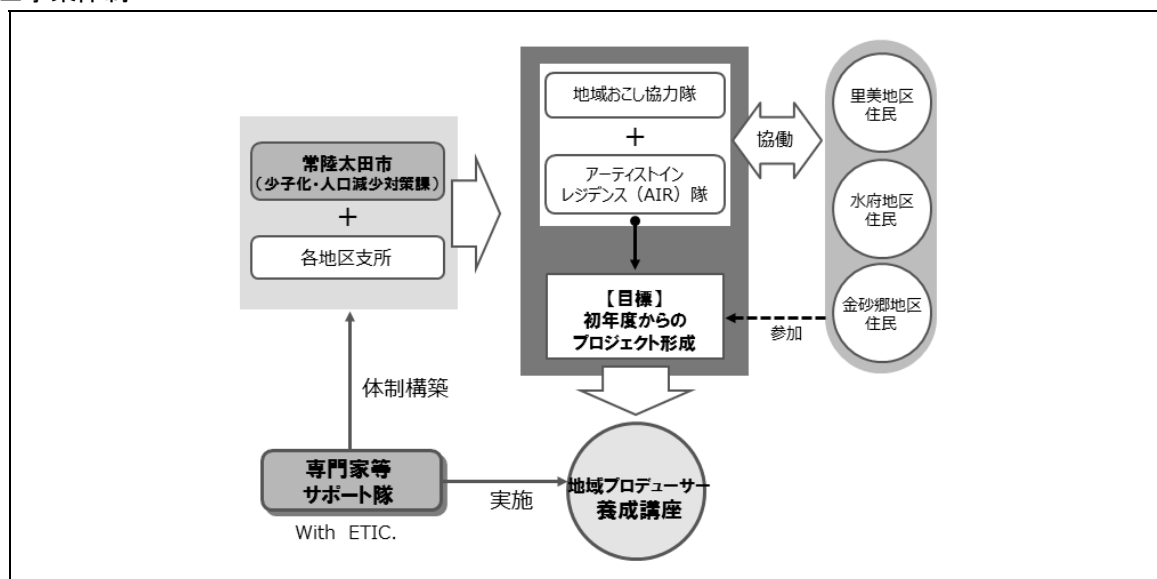
地域おこし協力隊は単に地域のお手伝いをするためのものではなく、地域の元気を創出するための新たな仕組みづくりを推進する「地域プロデューサー」であるべきとの意識を早期から共有することを目的とする。

【目標】

本年度では目標を、協力隊の任期終了後も本人たちが自ら実施する、あるいは地域の人たちが主体的に取り組める活動の基軸（活動ネタ）づくりに置き、そのプロセスを通じて協力隊に求められる創造力を向上させることを目指す。また、この基軸となる活動は、最終的には協力隊の対象地区の人口減少対策に資することを全員が共有する。

具体的には、地域プロデューサー養成講座を実施し、協力隊全員が地域プロデューサーとして地域を巻き込んだプロジェクトを創出できるようにする。

■事業体制



■主な取組

○地域プロデューサー養成講座

多くの協力隊員は日々の業務に追われ、なかなか自身の考えをまとめる機会がない。そこで、地域プロデューサー養成講座では隊員の頭の中にあるやりたいこと、できることを文字でアウトプットさせた。漠然としたイメージでは文字にならず、言葉で人を巻き込んでいくこともできず、結果実行できないとし、毎回宿題を与えて段階的に頭の中を整理していった。その内容について毎回詰めて絞り込んでいった結果、最終的には人前でプレゼンできるレベルまでに至った。



<全体会議、地区別会議、個別会議を繰り返し、焦点が絞られていった。>



<報告会ではなく、「宣言会」を実施し、行政、住民と思いと考えを共有。>

■今年度の取組における地域おこし協力隊の役割

- ・外部人材である協力隊自身が自己成長すること
 - ①脱「お手伝い参加」意識
 - ②自分のポジション、走る方向を常に考える習慣
 - ③漠然とした夢、希望の可視化（書くという行為）

- ・地域との共有（協力隊による地域の巻き込み）
 - ①協力隊が何をしようとしているのかを、地域と初期から共有
 - ②協力隊が地域に何かをする（助ける）のではなく、協力隊が行うことに地域が何をするのかの醸成
 - ③地域の中に、一緒に動くキーマン発掘

- ・体制構築（協力隊による他の協力隊・地区・行政等の巻き込み）
 - ①協力隊間の情報共有
 - ②地区を超えた横連携の形成
 - ③行政等のサポート体制の確立

■今年度の取組（プロジェクト）における外部専門家の役割

・都市部から移住してきたいいわゆる「よそ者」である地域おこし協力隊が1年（更新により最大3年）という短い任期の中、慣れない土地で人脈を築きながら自らの強みを活かして自主的・効果的に活動できるようになるためには、できるだけ効率的な教育的プログラムが必要である。その点、外部専門家は全国的な事例を踏まえながら、協力隊が取り組むべき地域課題との向き合い方や自分自身の興味・関心の掘り下げ方などについて、「地域プロデューサー養成講座」と題して懇切丁寧な指導を行った。具体的には、アイデアノートを提出させて事業イメージを明確に文字化させ、全体会議や地区別・個別ミーティングなどにより継続的にコンサルティングを行いながらその内容を精緻化していく過程で、普段は目の前のお手伝いで忙殺されてしまう協力隊自身にじっくりと向き合い、任期中・任期後の事業化に向けたイメージの明確化・具体化のための意識づけを行った。

■取組の経過

- 7月 「地域プロデューサー」としての協力隊の役割を確認
- ・4年目を見据えての社会事業（取り組み）をイメージする重要性についてのコンセンサスづくり+12月事業案コンテスト実施の決定
- 8月 地域課題を共有する
- ・自分プロジェクトをイメージする：各自イメージアイデアノート20案の提出
→そこに存在する自分のこだわり、ビジョンを発見する。
- 9月 社会事業についての考え方を学ぶ①
- ・自分プロジェクトを描く：各自および全体が目指す到達レベルの調整、地域の巻き込み等の確認
 - ・各協力隊の活動等についてETIC.より講評。協力隊の活動イメージがより深まった。
 - ・地域の人を巻き込んでいく方法論等について外部専門家より指導。
- 10月 社会事業についての考え方を学ぶ②
- ・自分プロジェクトをたたく：アイデアノートの絞り込みとアクションのイメージ
 - ・各協力隊の活動等についてETIC.より講評。協力隊の活動イメージがより深まった。
 - ・地域の人を巻き込んでいく方法論等について外部専門家より指導。
- 11月 自分プロジェクトを磨く：アイデアノートを1案まで絞り込み
- ・各協力隊が活動を発表。講評を通じて、伝える力を更に磨くことができた。
 - ・地域の人を巻き込んでいく方法論等について外部専門家より指導。
- 12月 自分プロジェクトを発表する：活動宣言会
- ・発表会には対象となる地域住民、事業関係者も出席
- 1月 自分プロジェクトの実施①：2年目に向かってプロジェクトを開始
- ・宣言会で協力隊の活動を知り、意気投合した住民たちとそれぞれのプロジェクトを始動。
- 2月 自分プロジェクトの実施②：2年目に向かってプロジェクトを開始
- ・宣言会で協力隊の活動を知り、意気投合した住民たちとそれぞれのプロジェクトを始動。

■今年度の取組による主な成果

- ・外部専門家のアドバイスにより、地域おこし協力隊それぞれが自分のできることと地域課題の両方を見据えながら取り組むべきプロジェクトを立案できた。
- ・立案したプロジェクトをそれぞれの活動地域（3 地区）で宣言し、活動について共有化することで、今後プロジェクトを進めるために必要な地元における協力者を得ることができた。

【地域おこし協力隊による宣言（プロジェクト）】

- (1) 金砂郷地区地域おこし協力隊「白石百合乃」の「つながる金砂郷人プロジェクト」
 - ・「地方に仕事は無いので都市に出なければならない」という先入観を持った子供たちに対して、地元でも職を持って豊かに生きている方々を人生設計の参考書的（子供でも読みやすい内容）に読み物としてまとめるプロジェクト。
- (2) 水府地区地域おこし協力隊「ミヤタユキ（アーティスト）」の「水府コイノポリプロジェクト-SCOI（スコイ）」
 - ・竜神峡鯉のぼりまつりで利用され、使われなくなった鯉のぼりを、頭からシッポまでアートしよう！というプロジェクトで、地域住民と共にエコバックづくりなどに取り組む。
- (3) 水府地区地域おこし協力隊「林友深（アーティスト）」の「外部からアーティストを呼んで地区の活動支援プロジェクト」
 - ・アーティストを外部から呼んで滞在させることを通じて、地域の方と交流し、その出会いから双方にとって新しい文化や元気を生み出すプロジェクト。
- (4) 里美地区の地域おこし協力隊「磯部茉莉」の「域学連携で集落伝統伝承プロジェクト」
 - ・地域で消えつつある伝統文化に対し、学生たちによるフィールドワーク（地域の方への聞き取り調査）を通じて伝統文化保存へのアプローチと地域のファンづくりを宣言。
- (5) 里美地区の地域おこし協力隊「田中あかね」の「里美の森に都市の若い女性を呼ぶプロジェクト」
 - ・都市部の若い人や里美の子どもに里美の魅力を発信。里美を知ってもらい木材等の地域資源を利用してもらう取り組みを宣言。
- (6) 里美地区の地域おこし協力隊「なる（アーティスト）」の「里美わらしプロジェクト」
 - ・地域で出会った座敷わらし（里美わらし）の話を基に、絵本の作成を宣言。子ども達に地域資源の再発見を通じた誇り醸成や地域外への情報発信を目指す。

○経済的な成果

- ・上記のうち、ミヤタユキの場合は鯉のぼりを使ってエコバックなどを作成する活動を地域住民と共に進めており、昨年開催したアートイベント（ヒタチオオタ芸術会議）において使用した空家を拠点として、販売しうる製品づくりに向けた組織化が地域住民主体で進められている。

○情報発信、PRの成果

- ・外部専門家のアドバイスに基づき「地域住民を巻き込むためには自分たちの活動を広く情報発信しなければならない」という意識が高まった。その結果、平成 27 年 2 月末現在、協力隊の facebook のいいね！数は 1534 件、HP のページビューは 4,400 件、協力隊（アーティスト）が開設した facebook のいいね！数は 885 件、HP のページビュー（12 月～2 月）は 9,847 件を記録している。

○地域おこし協力隊の起業・定住に関わる成果

- ・3 年間という限られた期間の中、ノウハウ等が無い中で一律に起業や定住を要求するのは困難である。そこで、たとえ協力隊が去ったとしても残りうる仕組み（＝事業）作りに重点をおいた結果、それぞれの隊員が 3 年間の活動を見据えてプロジェクトを立ち上げることができた。

○その他の成果

- ・上記のうち、白石百合乃が組織化した「GO!郷!会」については、当初、協力隊主導で会議等を開催していたが、徐々に事務局の役割を会のメンバーに移管。市内で開催された温かい汁物料理の祭典「汁 ONE カップ 2015」でも「GO!郷!会」が優勝するなど、協力隊によるメンバーへのエンパワーメントにより、活発に活動を行うグループに成長した。今後も地域住民が主体となった取り組みが期待できる。

○取組等のメディアでの掲載・紹介

- ・平成 26 年 4 月 23 日 茨城朝日（地域おこし協力隊（アーティスト）について掲載）
- ・平成 26 年 5 月 1 日 よみうりタウンニュース（地域おこし協力隊（アーティスト）について掲載）
- ・平成 26 年 6 月 26 日 よみうりタウンニュース（ミヤタユキの活動について掲載）
- ・平成 26 年秋号 TURNVOL.10（常陸太田アーティスト・イン・レジデンス事業について掲載）
- ・平成 26 年夏号 ARCH VOL.1（なるの活動について掲載）
- ・平成 26 年 10 月 12 日 朝日新聞（平成 26 年 10 月 13 日から 11 月 9 日に地域おこし協力隊（アーティスト）実施の「ヒタチオオタ芸術会議」について掲載）
- ・平成 26 年 10 月 12 日 東京新聞（平成 26 年 10 月 13 日から 11 月 9 日に地域おこし協力隊（アーティスト）実施の「ヒタチオオタ芸術会議」について掲載）
- ・平成 26 年 10 月 13 日 茨城新聞（平成 26 年 10 月 13 日から 11 月 9 日に地域おこし協力隊（アーティスト）実施の「ヒタチオオタ芸術会議」について掲載）
- ・平成 26 年 10 月 16 日 産経新聞（平成 26 年 10 月 13 日から 11 月 9 日に地域おこし協力隊（アーティスト）実施の「ヒタチオオタ芸術会議」について掲載）
- ・平成 26 年 10 月 17 日 読売新聞（平成 26 年 10 月 13 日から 11 月 9 日に地域おこし協力隊（アーティスト）実施の「ヒタチオオタ芸術会議」について掲載）
- ・平成 26 年 11 月 1 日 月刊みと（常陸太田アーティスト・イン・レジデンス事業について掲載）
- ・平成 26 年 11 月 4 日 茨城放送（平成 26 年 10 月 13 日から 11 月 9 日に地域おこし協力隊（アーティスト）実施の「ヒタチオオタ芸術会議」について放送）
- ・平成 26 年 11 月 9 日 茨城放送（林友深の活動について放送）
- ・平成 26 年 11 月 26 日 茨城新聞（平成 26 年 11 月 20 日になるが実施した「手形アート」について掲載）
- ・平成 26 年 12 月 3 日 NHK 水戸放送局（協力隊が組織した「GO!郷!会」主導により平成 26 年 11 月 30 日に開催された「金砂郷のけんちゃん村まつり」について放映）
- ・平成 27 年 1 月 1 日 茨城新聞（常陸太田アーティスト・イン・レジデンス事業について掲載）
- ・平成 27 年 2 月 22 日 茨城新聞（ミヤタユキの活動について掲載）

■外部専門家からのコメント

【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】

近年、全国的に地域おこし協力隊制度が注目され、協力隊員を募集する自治体が増えています。協力隊の受け皿が増えることは良いことですが、一方で目的を持たず募集する自治体も多いようです。赴任してきた協力隊員がその潜在能力を発揮し、地域に影響をもたらす活動ができるかどうかは、自治体の考え方や姿勢によるところが大きいと考えます。



また、3年間という赴任期間はあっという間に経過してしまうため、実は「1年目は慣れの期間」という余裕はありません。地域おこし協力隊は、その名称に「協力」がつくために「お手伝い」として見られるケースが多く、結局任期をお手伝いで終わってしまう例もあり、行政、地域、そして協力隊員には制度（本来のミッション）の理解が強く求められるところです。

一方、常陸太田市は、昨年度までの協力隊「ルリエ」が大きく注目された中、新たな2期生にどのように対応すべきかを考えられて本事業に取り組みました。赴任してきた協力隊員もまた「ルリエ」とは全く別扱いを望んだ結果、常陸太田市における協力隊制度はゼロリセットからのスタートとなりました。幸い、事業対象の協力隊女性6名は1名を除き赴任1年未満であったことから、本事業は「初っ端から飛ばず地域プロデューサー養成プロジェクト」として、協力隊員にできるだけ早期に自己の活動目標を設定してもらうことを目的にしたのです。

すなわち、

- ①地域おこし協力隊員は、自身を地域づくりを創出するプロデューサーとして意識し、
 - ②1年を待たず早期に自己活動目標（これを自分プロジェクトと称しました）を地元住民や関係者、そして行政と共有することで、
 - ③「協力隊が地域に対して何かをする、してあげる」のではなく、「地域が協力隊に対して何が出来るのか」を考え、動く体制をつくる、
- ことを目指しました。隊員と住民（関係者）は地域づくりで対応であり、「共に取り組む」という意識をもたらすために、まずは協力隊員自身が何をしたいのかを明確にし、地元を巻き込むというスタンスを取ったのです。

隊員たちはその目的を即理解し、悩みながらもとても前向きに取り組みました。結果、一般によくある過去の「活動報告会」ではなく、これからやっていこうとする未来の「発表（宣言）会」を開催することができ、協力隊、地域、行政が同じ方向に向かってスタートするラインについたところです。残りの期間で自分プロジェクトがどのように変化し、どう着地していくのが今からとても楽しみです。

(2) 群馬県上野村(派遣外部専門家:高橋明子)

■事業名

自治体ケーブルテレビを活用した地域づくり中核人材の養成

■事業の目的・目標

【目的】

- ①番組づくりは地域づくり事業
 - ・住民ディレクターによる番組（「やっぴゃー」）制作を定着させる。
- ②地域づくり中核人材（住民ディレクター）養成事業
 - ・村民の高い地域づくりポテンシャル、多彩なIターン人材を活かし、番組づくりのプロセスを通じ、地域づくりの企画力を身につけた地域づくり中核人材（住民ディレクター）を養成する。
- ③地域づくりプロデューサーの育成
 - ・将来的には、番組づくりを通じて培った企画力をいかし、番組づくりにとどまらない、地域づくりのプロデュースを行う人材として活動することを目指す。

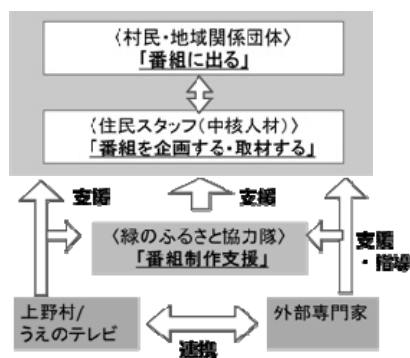
【目標】

今年度（1年）でめざす具体的な期待成果、目標を以下の通りとした。

- ①番組づくりは地域づくり事業
 - 7～1月に、毎月30分番組を計7本制作。
 <最終目標との関係：現状定期放送番組なし→H26年度は月1本→最終目標月4本>
- ②地域づくり中核人材（住民ディレクター）養成事業
 - 番組制作（企画会議→取材→編集→放送）のプロセスを通じ、地域づくりの企画力を持つ住民ディレクターを養成。
 - 事業は地域おこし協力隊員、うへのテレビ、外部専門家との協働にて進める。
 <最終目標との関係：現状5名→H26年度に累計10名に拡充→最終目標20名>
- ③その他
 - ・Facebook ページを活用し、平常時、非常時の情報発信、地域情報のとりまとめ、発信の実践を行います。（平常時：上野村の魅力発信、非常時：防災情報）
 - ・他地域との交流事業を実施し、住民の情報発信を通じたツーリズム事業につなげる。
 - ・インターネットを活用した全国規模の活動に参画し、地域の横連携につなげる。

■事業体制

- ・上野村及びうへのテレビが、外部人材（緑のふるさと協力隊員）と連携し、外部専門家の指導、支援を仰ぎながら、番組づくりを通じ、村民スタッフ（住民ディレクター）を養成する。
- ・村民スタッフは、「番組を企画する・取材する」という番組づくりを通じた地域づくりに取り組む。
- ・村民や地域関係団体の方々には、村民スタッフを通じ「番組に出る」という体験を積んでいただく。



■主な取組

①村民企画グループによる番組づくり

20代から80代までの様々な年代、居住地区を超え全村からの老若男女が集まり、「やってんびやー」という番組を制作する、村民の企画・制作集団が誕生した。



第一回会議の様子



やってんびやー～平成26年度12月号～
番組をネット上へアップ

②番組作り（企画・取材・編集）による地域資源の発掘

番組づくりを通じ、村出身者も知らなかった・見たことのなかった地域資源の再発見につながった。それが番組としてケーブルテレビ放映されることで、村全体に広がった。

（例：隠れキリシタンの里、神流川源流、お水借り場、木地師の墓、狩猟の現場 等）



○ICTを活用した交流人口の拡大

岩手県住田町の住民ディレクターとの交流や、全国中継にネット参画（12/21「官兵衛で國創り」26時間テレビ）するなど、ICTも活用した新たな交流人口拡大の取組を推進した。



■今年度の取組における外部人材（緑のふるさと協力隊）の役割

今回の事業における中核人材として活動に取り組み、上野村及びうへのテレビや外部専門家との連携を図り、番組づくりと通じて住民スタッフ（住民ディレクター）を養成する事業の第一人者として役割を担う。

■今年度の取組（プロジェクト）における外部専門家の役割

村では、自治体ケーブル（うへのテレビ）を活用し、H24年度以降、『住民ディレクター』活動に取り組んできました。これは、番組づくりのプロセス（企画→取材→編集→放送）を通じ、地域づくりの企画力を身につける人材養成を主眼とした活動で、同時に地域の魅力発信を行うことができる点が魅力です。

H24～25年度にかけての1年強の取組みを通じ、村民参加型の自治体ケーブルテレビ活用による新たな地域づくり方策が、うへのテレビスタッフや村民の間に浸透してきました。成果が見え始めた『住民ディレクター』活動について、成果の定着、自立的な活動展開に向け、中長期的な取組の強化を図り、課題解決に向けて外部専門家の指導を仰ぎました。

■取組の経過

6月

参加者顔合わせ、事業説明会、来月撮影会議
於：うへのテレビ

7月

やっぴんびやー（第1回）撮影、会議
内容：団体紹介、上野村紹介、村内ニュース
撮影場所：上野村役場



8月




やっぴんびやー（第2回）撮影、会議
内容：上野村青年団（夏祭り取材）、
神流川源流ツアー、野久里神社お祭り
撮影場所：福寿庵（上野村直営蕎麦店）



9月

やっぴんびやー（第3回）撮影、会議
内容：かじか座公演（村内地芝居）、
上野村隠れキリシタンの墓、子ども獅子舞
撮影場所：すりばち荘（村内宿泊施設）



<p>10月 やってんびやー（第4回）撮影、会議 内容：住民ディレクター交流（岩手県住田町）、山村留学の子ども達による村内屋号調べ、村内祭礼（上野村乙父地区） 撮影場所：鱒池（村内宿泊施設）</p>	<p>やってんびやー（第4号） 2014年10月号</p>  <p>岩手県住田町の住民ディレクターと交流 一人を巡る旅</p> <p>協力隊の上野村の魅力を語る 『産地直売のこだわり』</p> <p>乙父地区のお諏訪様 一耕地(狭い地区)の祭礼</p> <p>・住民ディレクター交流 ・屋号調べ(山村留学の子供達) ・乙父のお諏訪様</p>
<p>11月 やってんびやー（第5回）撮影、会議 内容：十石太鼓、水借り場への登山を取材、上野村の今昔 撮影場所：上野村乙父構造改善センター</p>	<p>やってんびやー（第5号） 2014年11月号</p>  <p>取材する→参加者が広がる</p> <p>村民スタッフの皆さん</p> <p>水不足の時に参りしたお水借り場 初取村</p> <p>・十石太鼓 ・幻じゃなかった！お水借り場 ・上野村の今昔</p> <p>上野村の今昔 おしゃべり定置</p>
<p>12月 やってんびやー（第6回）撮影、会議 内容：団体紹介（上野村森林組合）、木地師の墓、狩猟解禁 撮影場所：上野村産業情報センター</p>	<p>やってんびやー（第6号） 2014年12月号</p>  <p>村民スタッフの皆さん</p> <p>森林組合紹介</p> <p>十六の墓の紋章を許された木地師の墓</p> <p>この墓にまつたのは、文政3年の時、やまびこ山から戻った川島</p> <p>木地師の墓 おしゃべり定置</p> <p>・森林組合紹介 ・木地師の墓 ・狩猟解禁</p> <p>狩猟解禁</p>
<p>1月 やってんびやー（第7回）撮影、会議 内容：上野村お正月行事（年越し蕎麦、とうかんや、えびす講、もちつき等） 撮影場所：JA 上野村 琴平センター</p>	
<p>2月 やってんびやー（第8回）撮影、会議 内容：村内各地区節分、初観音、福寿の日（2/9.10.11） 撮影場所：上野村野栗公民館</p>	

■今年度の取組による主な成果**○社会的な成果**

今回の事業主体が、ケーブルテレビという村民の生活に近い媒体であったため、活動の成果を放送する事で、事業の取り組みを幅広く周知することができた。また、だれでも事業に参加できる活動体制であるため、住民の間でも新たな交流の場、活動の場として役立つことが出来たのではないかと考える。結果、「番組づくりは地域づくり」という事業の目的に則した活動ができた。

さらに、住民が主体となって番組をつくり、気軽に情報を発信できる仕組みを作りあげられた事からも今後のケーブルテレビのコンテンツとしても継続が期待できる。

<定量的指標>

- ・毎月1回の撮影及び会議 ⇒ 30分・計8本の番組制作
- ・活動のコアとなる10名の村民企画集団（住民ディレクター）誕生。

○情報発信、PRの成果

森林組合職員や村直営飲食店の従業員、村内事業者など幅広い分野からの参加者があったこともあり、毎回出張形式で番組収録を行った。結果、店舗や宿泊施設のPR活動や案内も同時に行うことができた。

○外部人材（緑のふるさと協力隊員）の起業・定住に関わる成果

取材を通じた地域社会との交流増進として、地域社会の伝統行事等取材、さらに番組を編集、放送することで、地域社会や村民との交流の機会を増やし、活動外での交流にも繋げることができた。

また、主に番組制作などのプロセスを通じ、意見集約や事業の企画力、地域づくりためのコミュニケーション能力の向上などに大きく寄与した。

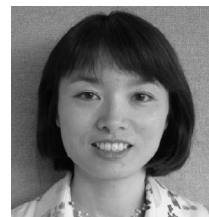
○その他の成果

岩手県住田町の住民ディレクターとの交流や、全国中継にネット参画（12/21「官兵衛で國創り」26時間テレビ）するなど、ICTも活用した新たな交流人口拡大の取り組みを行った。事業を通じてつながった貴重な成果として今後も交流の幅を広げたい。

■外部専門家からのコメント

【一般社団法人八百万人 事務局長 高橋 明子 氏】

本事業では、「自治体ケーブルテレビを活用した地域づくり中核人材の養成」をめざし、村民による自主制作番組『やっぴゃー』(30分番組)を毎月1本、制作しました。目的は、番組づくりのプロセス(企画→取材→編集→放送)を通じ、地域づくりの企画力を身につける人材(住民ディレクター)養成で、副産物として地域の魅力発信を行う番組を生み出してきました。



事業を通じ、20代から80代までの様々な年代、居住地区を超え全村からの老若男女が集まり、「やっぴゃー」という番組を制作する、村民の企画集団が誕生しました。もともと数多くの地域行事を継承する上野村の皆さんのポテンシャルは高く、ベテランの皆さんからは村出身の方でさえも知らなかった・見たことがなかったという地域資源の再発見につながる企画が次々とお出され、それが番組としてケーブルテレビ放映されることで、村全体に広がりました。地域資源の一例として、上野村が隠れキリシタンの里であった可能性や、神流川源流ツアー、雨乞いを行った「お水借り場」、木工細工の始祖ともいえる木地師の墓、などがあります。そうした企画を、若手の皆さんが、撮影や番組編集などの技術的な側面から支えるなど、見事なチームワークで事業が進みました。

さらに緑のふるさと協力隊員(任期1年)の積極参加により、隊員目線での企画が生まれたり、村民スタッフだけではカバーしきれない取材活動が進展しました。他方協力隊員にとっては取材活動が地域に入り込むきっかけの一つとなり、番組制作は地区・性別・年代を超えた村民グループとの接点となりました。

事業は村内にとどまらず、岩手県住田町の皆さんに上野村にお越しいただく「住民ディレクターツーリズム」の実践や、全国中継にネット参画(12/21「官兵衛で國創り」26時間テレビ)するなど、ICTも活用した取組みを推進しました。こうした活動の継続により、交流人口を拡大していくことも期待されます。

今後は、活動の自立運営が課題となります。その際、活動が成熟すればするほどに、つい「番組」を目的としがちですが、番組はあくまでもオマケ(副産物)。番組づくりのプロセスこそが地域づくりにつながる活動趣旨を常に念頭に置きながら、具体的には村民スタッフが集まって企画を話し合い、ワイワイと番組収録を行う「場」を基本に、引き続き楽しみながら「番組づくりは地域づくり」を推進していただければと願います。

参考:「やっぴゃー」YouTube サイト <http://bit.ly/1ejpVLc>

(3) 奈良県川上村(派遣外部専門家:古川大輔)

■事業名

川上村地域活性化プロジェクト

■事業の目的・目標

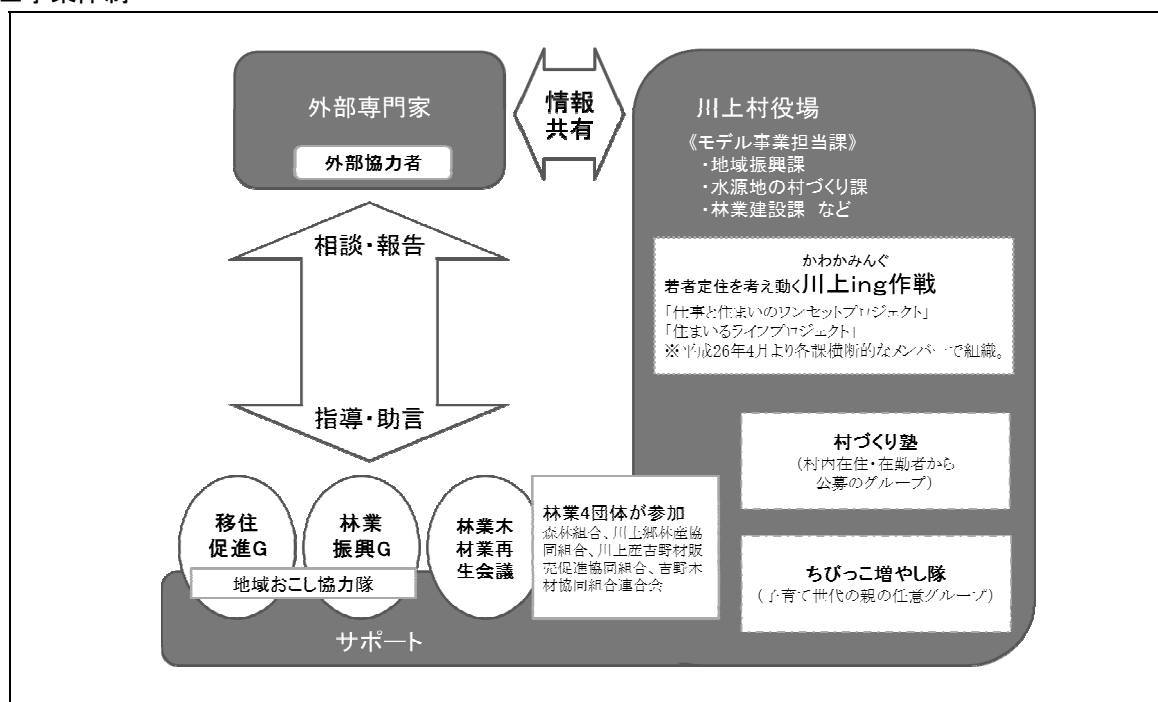
【目的】

川上村で都市部の若者たちが居住・活動を行い、新たな事業を展開してもらう。その活動から新たな起業や彼らの定住を目指すほか、新たな移住者の相談窓口の存在になる。また雇用の場の創出を目指し、林業・木材業の再生について検討する。

【目標】

村内外の魅力の発掘により移住者増を目指す。コミュニティスペースの整備やゲストハウス開業、川上の材PR運営委員会などが実施する伐採見学ツアーを補助し、ノウハウを取得するとともに、今後のツアーの担い手となるべく評価を高め、新たな起業へとつなげる。持続可能な川上産吉野材の一貫体制と情報拠点の構築について協議を重ね、林業団体が中心となって実施計画を策定。隊員はPRや販売促進活動として参加し、今後も役割の一部を担う。

■事業体制



■主な取組

○移住交流促進グループ

平成 25 年度より実施しているイベントの企画運営を継続して実施。彼ら自身が移住者であることの経験を生かし、移住者の相談窓口的な役割も担い、さらに、村内で活動を展開している「村づくり塾」や「ちびっこ増やし隊」、役場職員で組織し、若者の移住定住を考える「川上 ing 作戦」と連携しながら、空き家バンク事業との連携、将来の担い手になるべく事業の深化を図りつつ、コミュニティスペースの整備やゲストハウス（農家民宿）の開業を検討。



○林業観光推進グループ

女性隊員が中心となっており、林業女子として新たな視点を林業会に導入。家を建てる一般ユーザーに伐採現場を見学させ、吉野林業の特異な点、川上産吉野材の特長などを伝えるツアーを補助。平成 26 年度中には、彼女らが実行委員長となってツアーを実施。

参加定員が募集開始から数日でうまり、彼女らの村内外での交流人口の多さ、広さを改めて知り、またツアーを補助し、得たノウハウを発揮できる結果となった。



○特産品開発グループ

川上産野菜の質の良さ、これまでは自消費のみであったことに着目し、土曜朝市「やまいき市」を企画・実施。実施当初は採れた野菜を販売するのみであったが、野菜だけでなく、他の特産品とセットでの販売も方法なども含め、現在は加工品開発、村外での販売・活動PRにも取り組んでいる。



○川上産吉野材の一貫体制の構築

持続可能な川上産吉野材の一貫体制と情報拠点の構築について協議を重ね、林業団体が中心となって実施計画書を作成。地域おこし協力隊は、PRや販売促進活動として参加し、役割の一部を担っている。



■今年度の取組における地域おこし協力隊の役割

村や関係団体が進める、「川上村地域活性化プロジェクト」に関連する事業をサポートし協働することで、移住交流促進・観光林業推進・特産品開発、それぞれのチームが事業終了後の就業・定住に向けて、ノウハウの吸収、事業継続性の見直しなどを行った。

また、川上村の林業再生の核となる「一貫体制の構築」、「情報拠点の構築」に積極的に関与し、協働を目指す。

事業終了後の定住に向けては、起業者となるのみでなく、就業者、協業など様々な形がある。村・関係団体・隊員自身の進める事業を継続・推進していくのに、どの形が最もよいのか、見直し、自身の今後の事業計画に盛り込むなどの作業を行った。

■今年度の取組（プロジェクト）における外部専門家の役割

- ・隊員の3年間の任期後の起業・定住を見据えて、経営者としての専門的な経営ノウハウ、年間事業計画の策定アドバイスなど。具体的には、特産品開発グループが実施する、「特産品PRの手段」であるやまいき市などを、いかに「商売」としていくか、など。
- ・川上産吉野材の一貫体制の構築については、豊富な林業経営のノウハウや全国の事例・課題などを参考に、川上村の林業再生、一貫体制の構築への助言。

■取組の経過

6月

- ・2年目に入った川上村の地域おこし協力隊の、「移住交流促進チーム」と、「林業観光推進チーム」の各事業ビジョンの策定とマーケティング計画の立案。
- ・川上村の林業再生のための事業者ヒアリングを中心に、今後のビジョン策定の土台作り。

7月

- ・「移住交流促進チーム」は川上村の木材を活用した屋台で野菜直売システムの実施、「林業観光推進チーム」は、吉野町の協力隊と連携し、伐採ツアーの実施。
- ・行政と事業者との役割分担を明確にし、200年後の森林林業ビジョンのコンセプトを策定。若者雇用、事業創出の方向性を作る。

8月

- ・「移住交流チーム」は、役場との連携により「空家バンク」の利用促進。ゲストハウス改修計画の策定。また、「林業観光推進チーム」は独自の情報を発信。
- ・森林の資源・境界調査などに若手登用につながる提案を行い、森林施業方法の比較・研究を行う。

9月

- ・年度の中間報告として、各チーム、各人の事業プランの再構築、また既存民間事業とのコラボレーションも含めた予算計画の策定。また、半年間の活動評価と今後の事業展開に助言指導。
- ・一貫体制における木材流通の事業仮説の構築。情報の一本化と拠点づくりに向けたマーケティング戦略の構築。奈良県や林野庁から事業に対するアドバイスを求め、事業との連携を図っていく。

10月

- ・「移住定住促進チーム」は、「村の南東部」における、新たな拠点づくりを実施。「林業観光推進チーム」は、定期的な観光事業（半年先まで）を明確にする。
- ・再生会議としてのビジョン、戦略、具体的アクションの確定。来年度の予算の大枠をまとめる。

11月

- ・「移住定住促進チーム」においては、「村の南東部」における、新たな拠点づくりを実施。「林業観光推進チーム」は、定期的な観光事業（半年先まで）を明確にする。
- ・再生会議の中の実働部隊（事業者）が行う新たな事業の一部を、「林業観光推進チーム」が活動として担う。

12月

- ・川上村の林業再生にかかる情報拠点の構築という部門において、協力隊の役割も一部担える形を作る。
- ・再生会議の中の実働部隊（事業者）が行う新たな事業の一部を、「林業観光推進チーム」が活動として担う。

1月

- ・来年度の組織体制（予算体制）の計画支援。
- ・新たな事業の総務部門を充実させ、各林業関係者が策定する森林施業計画の作成をサポートする。

2月

- ・起業者（経営者）としての経営意識を高める働きかけを行う。また、来年度の組織体制（予算体制）を確立する。
- ・新規組織（新しビジネスの枠組み）の事業仮説をつくる。6次産業化をめざした事業体の組織化をめざす。

■今年度の取組による主な成果

○社会的な成果

- ・村づくり塾の平均参加人数／回が 7→11 に増加した。これは、地域おこし協力隊員が参画し、イベントの企画・運営に携わった成果である。

○経済的な成果

- ・遊休農地の活用、川上村産野菜を活用した加工品の販売。売上金の一部は、出荷主に還元される。売上金 27,000 円／回→54,000 円／回に倍増。

○情報発信、PRの成果

- ・地域おこし協力隊の Facebook ページの月間リーチ数
H26.5 約 800 件 → H26.11 約 1,100 件に上昇。

○地域おこし協力隊の起業・定住に関わる成果

- ・起業者、経営者となるためのノウハウの伝授、このことにより事業計画策定の際に具体的な数値目標（売上など）を盛り込むなど、経営意識の向上が見られた。

○その他の成果

- ・地域おこし協力隊が発起人となり、30 年以上途絶えていた、地域の盆踊り大会を復活させた。

○取組等のメディアでの掲載・紹介

- ・10 月 5 日 「奈良の木シンポジウム」にパネラーとして参加
- ・12 月 11 日 Yahoo!ニュース 吉野杉の「おすぎ」を買った女・・・として紹介
- ・奈良県人権情報誌「かがやき・なら 2015・2 月号」にて特集
- ・紀伊半島大水害「復旧・復興シンポジウム」にパネラーとして参加

■外部専門家からのコメント

【株式会社古川ちいきの地域総合研究所 代表取締役 古川 大輔 氏】

もっとも苦心したのは、私が採用から関わっていないという点である。これは、ゴールの共有が難しい。それは協力隊も同じ気持ちであり、その距離を縮めることに時間の多くを要した。これには、担当役場職員の熱意や親密さがそれを緩和して頂いた。改めて感謝申し上げたい。とはいえ最初に質問したい。



1. 「定住」が第一目的か、「事業」が第一目的か。 ～暮らしか仕事か～
2. 「福祉社会的」事業か「営利収益的」事業かどちらを行いたいのか ～利益か理念か～
3. 「起業したい（単独か組織か）」のか「就職したい（研修を受けたい）」～起業か雇用か～

受け入れ側で上記のような質問を聞くことと、期間中も常に意思確認をしよう必要がある。その中で、関心をしたのは、協力隊各人が、①「集落支援」⇒②「交流支援」⇒③「事業支援」という段階を、自分の経験を踏まえてステップアップしていった点は評価ができる。

事業定着がこれからのテーマであり、確かに、起業化支援に 100 万円という話題もあるが、エンジンあるなし関わらず、川上村の協力隊がみな、「これやりたい」に向けて走っている感が素晴らしい。その 100 万円の料理法は、和洋折衷と多様になるだろうが、私が重要だと意識した支援テーマは、「当初予算案より事業計画案」、「補助金の有無よりマーケティング力」「新規ビジネスと横串ビジネスの融合」「外部支援と住民主体の共演」「農業林業の生産力と在庫と備品の付加価値化」「副業というより多角経営業へ」等であった。本質は、失敗を恐れずやりたいことをやる（自治体の応援姿勢）。溪流美しい農家民宿、女性視点の観光林業、人集まる林業 BAR、森に包まれた代替医療セラピー、農地バンクと源流野菜ブランド化、シェフのマル秘食材化計画、山岳地としての紀伊半島（吉野広域）連携。どれも非常に楽しみである。

今後の課題は、2点。1つ目は、「地域のプロ事業者」と「アマチュア的（協力隊OB）事業者」との連携である。川上村の林業団体4団体が連携した林業再生準備室を立ち上げ、新組織発足に向けての動きも合わせて支援しているが、ここに協力隊の発想豊かな事業と既存ビジネスとの融合をどのようにしていくか。温度差や速度差を調和しながら進めたい。2つ目は、川上村のためという大義が強すぎて、村以外の活動が動きにくいということ。思うに「暮らしは集落、地域ビジネスは広域自治体」がフィールドでもよい。地元主義にこだわり過ぎると首を絞める。例えば、物流や加工を考えれば、川上村であれば吉野郡という広域で思考し行動したほうがよい。「A村」の為だけという視野の狭さが、収益性を少なくし、自滅を導く可能性もあるため、もっと自由に、もっとのびやかに。事業の拡張に関しては、冒頭の質問事項を聞いたうえでの「覚悟度合」に合わせ、なるべく行政から外部委託化し、自由度を増やしてあげたい。

(4) 長崎県波佐見町(派遣外部専門家:井手修身)

■事業名

窯元跡地のリノベーションとグリーン（農）クラフト（陶器）ツーリズム展開事業

■事業の目的・目標

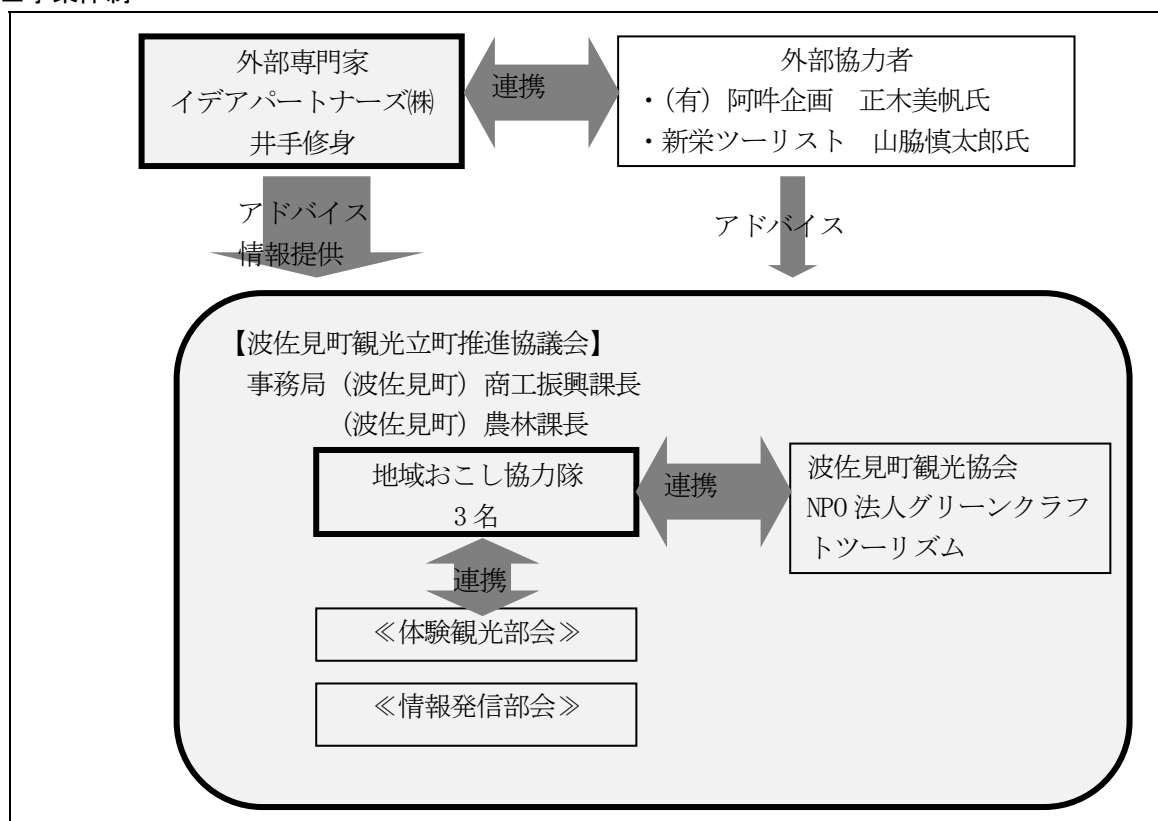
【目的】

- ・ 窯元跡地のリノベーション拠点、グリーン（農）、クラフト（波佐見焼）の資源を活用して、日帰り型、宿泊型の滞在交流プログラムを造成し、福岡をはじめとして九州内で観光商品化を定着化する。
- ・ Iターンによる定住者がカフェや雑貨店を開くなど、人が人を呼ぶ「ものづくりの町」として一部受入土壌が醸成されているが、地域おこし協力隊とIターン者、地元の人が交流し、新しい視点での特産品開発、まちづくり、観光誘客を目指す。

【目標】

- ①地域おこし協力隊の誘致、人材育成、地域との交流促進
- ②とうのう（陶湯・農能）博覧会の企画、開催、コンシェルジュ機能の強化。
- ③地域おこし協力隊の視点で、福岡発着のモニターツアーの企画、実施。観光商品の開発。
- ④地域おこし協力隊の視点で、農産加工品の開発・PR
- ⑤新たな観光スポットとして期待される西ノ原地区一帯の可能性調査

■事業体制



■主な取組

①地域おこし協力隊の誘致、人材育成、地域との交流促進 ⇒3名誘致

- ・地域おこし協力隊の必要とされている人材要件、募集、選考を含め、適材な人材を確保し、育成し、意識の醸成やスキルアップの指導を行った。
- ・地域おこし協力隊のステップシート作成し、定期的なフォローアップで、役場、受入れ団体、地域おこし協力隊の意思の疎通を図った。

②とうとう（陶・農）博の企画、開催、コンシェルジュ機能の強化

- ・夏、秋のとうとう（陶湯・農能）博の体験プログラムの造成、誘客、PRへの指導観光協会などの組織体制へのアドバイスを行った。今年で2年目を迎えるので、年間を通じての開催ができるように、季節ごとにパンフレットを作成して、実施した。



③福岡発着の窯元めぐりモニターツアーの企画、実施

- ・地域おこし協力隊の村上さんが中心となり、福岡市内の飲食店の店主向け、波佐見町窯元めぐりのモニターツアーを企画し、11月に2回実施した。
- ・窯業5軒、農業1軒、食事1軒、酒蔵1軒を日帰りでする企画で、福岡市内飲食店と窯元を直接繋ぐ企画として、大変評価を得た。

④地域の資源の掘り起し、窯元との連携、農産加工品のモデル商品開発の実施

- ・地域資源を活用した農産加工品のモデル商品開発を行い、地域の加工グループが商品化している「みそ」、「お茶」、「ばら」を活用したモデル的商品開発、デザイン、試作づくりを行った。

【地域おこし協力隊・村上奈都美さん】

- ・地元婦人グループが作る味噌商品化のサポート
今までは注文制のみの販売だった味噌を、波佐見のお土産として販売できるよう開発。イベントでのテスト販売やデザイナーの選定などの手伝いを行った。

- ・金屋神社で販売する波佐見焼お守りの企画
波佐見町で最も歴史ある金屋神社で販売する波佐見焼のお守りを企画。地元窯元や陶芸家と協力し、企画PRを行った。



【地域おこし協力隊・大石さやかさん】

- ・鬼木農産物加工所での手伝い
実際に作業を体験し、加工段階での改善策や効率化の方法を調査、研究した。
- ・製茶グループとの新紅茶づくり
日本茶葉を使った紅茶を新発売する際の、ラベル製作をサポートした。生産者グループと、町内の印刷会社と、協力隊の共同製作でパッケージを作った。



⑤新たな観光スポットとして期待される西ノ原地区一帯の可能性調査

- ・西ノ原工房や国登録有形文化財の旧波佐見町立中央小学校講堂兼公会堂など、新たな観光スポットとして期待される西ノ原地区一帯が観光集客の拠点となるための、地域の資源調査、空家の調査を行い、西の原地区観光まちづくり意見交換のワークショップを開催した。

■今年度の取組における地域おこし協力隊の役割

- ・3人の地域おこし協力隊を観光分野2名、農林分野1名にそれぞれ分けて配属した。まずは、町職員、町民、関係団体、インストラクターとのコミュニケーションを図り、導入から3か月間ほどで、各人の行動目標を設定し、活動していく。地元のものではわからない町の魅力を地域おこし協力隊の視点で再発掘し、モニターツアーの企画、実施、新しい観光商品の開発、農産加工品の開発支援や町全体の広告・宣伝マンとして活躍した。

【村上奈都美さん】観光、特産品担当

- ・体験型観光の新しい企画・PR広告物の制作
- ・観光情報の発信、誘客のための営業活動・特産品の開発とPR

【高谷 朗さん】 観光、情報発信担当

- ・体験型観光の新しい企画・PR 広告物の制作
- ・観光情報の発信、誘客のための営業活動・地域・観光イベントの運営支援

【大石さやかさん】 農林、特産品担当

- ・農業資源の調査、生産者、加工グループ支援 ・特産品、加工品（お茶、バラ）の活用
- ・グリーンツーリズムの振興 ・情報発信

■今年度の取組（プロジェクト）における外部専門家の役割

●外部専門家【アイデアパートナーズ(株) 井手修身氏】

- ・事業全体のマネジメント、地域おこし協力隊の導入、定期的なフォロー、フィードバック
- ・とうのう（陶・農）博の実施、体験型観光商品の開発、及びその運営のアドバイス
- ・モニターツアーにおけるマーケティング導入、参加者の評価
- ・特産品のモデル的开发支援、福岡での販路開拓支援

●外部協力者【(有) 阿吽企画 正木美帆氏】

- ・農産加工品の開発、デザイン、パッケージへのアドバイス

●外部協力者【新栄ツーリスト 山脇慎太郎氏】

- ・モニターツアーの企画、実施、集客へのアドバイス

■取組の経過

6月

- ・農産加工品の開発支援、・地元の生産者、加工グループを集めた検討会
- ・地域おこし協力隊の募集、採用条件を確認し、募集活動の準備

7月

- ・地域おこし協力隊の誘致、人材育成、最終面接を行い、3人を決定する
- ・農産加工品の開発支援、・地元の生産者、加工グループを集めた検討会

8月

- ・地域おこし協力隊の誘致、人材育成、各人の目標設定、地域調査の開始
- ・西ノ原地区一帯の地域資源の調査、空家の調査
- ・農産加工品の開発支援、・地元の生産者、加工グループを集めた検討会、

9月

- ・モニターツアーの企画 福岡発着、日帰り型の商品企画
- ・特産品の絞り込みを行い、ばら、みそ、お茶の商品開発の検討を始める
- ・福岡市の飲食店へ波佐見の農産物、特産品、陶磁器の販路開拓、商談会開催の準備

10月～11月

- ・とうのう（陶・農）博の開催、各体験プログラムの参加状況確認。
- ・福岡市内の飲食店へモニターツアー企画、実施（2回開催）
- ・みそ、お茶、ばらを活用したモデル的商品開発、デザイン等の検討

12月

- ・ばらを活用したハーブティー、食べるお茶、緑茶のセット、味噌のデザインコンセプト案を決定し、試作品づくりに着手。
- ・西の原地区のまちづくりWSを開催。参加者 15 名。現状の課題と今後の方向性を議論。
- ・とうのう（陶・農）博の反省会、アンケート結果の分析を行い、課題整理をした。

1月

- ・地域おこし協力隊の定期的フォロー、各人の面談。
- ・JR博多シティ、ホールでの波佐見フェア開催。モデル的試作品の展示。

- ・西の原地区のまちづくりWSの結果から、今後の進め方を整理。
- 2月
- ・地域おこし協力隊の定期的フォロー、各人の面談。
次年度以降の各人の取り組み方の整理と今年度の取り組みのフィードバック。
 - ・次年度の事業展開の整理と確認。

■今年度の取組による主な成果

- 社会的な成果
- ◆地域おこし協力隊の導入による波佐見町活性化の新しい視点
- 地域おこし協力隊の3名の導入により、商工振興課、農林課の職員では、気づかない地域のコミュニティに参加して、会話することで、観光、農業分野をこえた住民、団体の活動の活性化や円滑化が図られ、新しい視点を組み入れた活動の発展が期待できた。(例、地域おこし協力隊・村上奈都美さんの金屋神社で販売する波佐見焼お守り等)
- ◆とうのう(陶・農)博の3回開催、コンシェルジュ機能の更なる強化
- 春、夏、秋の3シーズン開催することができた。また、回数を重ね検証反省会を行うことで、体験インストラクターのやる気が一段と強くなってきている。また、参加者の申込み率が48%⇒57%へ、参加者が225名⇒306名へと増加しており、参加者アンケートでも、顧客満足度が大変高くなっている。観光協会のコンシェルジュ機能もレベルがUPしてきた。
- ◆観光商品化、福岡発着の窯元めぐりツアー、宿泊を伴うツアー
- 波佐見町の窯元めぐり&郷土料理のモニターツアーは大変好評で、今後も福岡市内の飲食店等と窯元を直接繋ぐ企画として、商品化していく。また、2015年2月には、ホテルBliss Villa波佐見がオープンして、1泊2日の宿泊を伴う観光商品化が可能になった。
- ◆「(仮)ハサミックブランド」への商品化の検討
- 波佐見の農産品、加工品、食メニューなどを、単品の開発だけでなく、波佐見焼とのセット商品展開や、食べ方などのレシピを提案した商品展開(売り方)を行うことで、食単体、波佐見焼単体で販売するよりも、お客様が受け取る商品の付加価値が向上する取り組みを具現化しつつある。今年度の「みそ、お茶、ばら」についても、波佐見焼とのセット商品化を次年度に向けて、進めている。
- ◆新たな観光スポットとして期待される西ノ原地区一帯の可能性
- 今回、西ノ原地区一帯の地域資源調査、空家調査と住民ワークショップを開催したことで、西ノ原地区一帯の今後の活用の方向性が見られるようになった。今後も住民意見交換会を更に深めて、新たな観光スポットとしての、カフェ、雑貨、飲食店などの誘致ができる。
- 経済的な成果
- 【地域おこし協力隊・村上奈都美さん】が手がけた、金屋神社の「波佐見焼お守り」
- ・500個限定の予定が、好評により1500個の販売に成功。現在、定番化の取り組み中。
- 情報発信、PRの成果
- 【地域おこし協力隊・高谷 朗さん】
- ・波佐見町の宣伝・広告マン「麦わら・アッキー」として、数々のTVに出演し波佐見町をPRし、高い宣伝効果があった。地域おこし協力隊の全国的な宣伝マンとなる可能性を秘めている。
 - ・各人がフェイスブックなどで、情報発信も行い、地域内外への発信力は倍増した。
 - ・手づくりフリーペーパーでの情報発信も行い、フェイスブックをしていない人に対しても情報発信に努めた。



【地域おこし協力隊・大石さやかさん】

- ・「地域手帳」を使った情報発信
「波佐見町陶農日記」と題して、全国版の「地域手帳」の w e b サイトで農業関連の情報を中心に情報発信を行った。



○地域おこし協力隊の起業・定住に関わる成果

- ・3人の地域おこし協力隊を観光分野2名、農林分野1名にそれぞれ分けて配属した。
- ・まずは、町職員、町民、関係団体、インストラクターとのコミュニケーションを図り、導入から3か月間ほどで、アドバイザー井手氏の「ステップアップシート」をもとに、各人の行動目標を設定し、活動していった。
- ・実際に3か月間に、「ステップアップシート」の行動目標、プロセス目標が設定され、各々が、その目標に対して成果を上げることができた。
- ・また、定期的な地域おこし協力隊3人と受入れ先商工振興課、農林課の職員、専門家井手氏による業務報告、進捗確認を行い、全体で課題の共有、情報の共有をはかれた。
- ・地域おこし協力隊3人は、地元のものではわからない町の魅力を地域おこし協力隊の視点で再発掘し、担当している役割以外でも地域住民や団体との接点の中で、仕事や事業の関わりが増えてきているので、2年目は、より仕事や交友の幅を広げていく予定。

○その他の成果

- ・地域おこし協力隊3人が、役場、地域に関わったことで、役場職員の意識や地域住民の意識も変わり始めている。主体的に自らが、考える、活動することで、成果を上げることができるきっかけづくりはできている。

○取組等のメディアでの掲載・紹介

地域おこし協力隊等を中心に、地元紙、テレビ等で複数掲載・紹介

7月12日	長崎新聞	「町を“テーマパーク”に」	高谷隊員
8月1日	NBCテレビ あっぷる他	「とうのう体験観光PR」	高谷隊員
8月22日	長崎新聞	「農業の可能性掘り起こす」	大石隊員
9月14日	西日本新聞	「地元の「物語」育てたい」	村上隊員
9月30日	NBCテレビ あっぷる	「鬼木棚田かかしPR」	高谷隊員
10月23日	KTNテレビ ヨジマル	「中尾秋陶めぐりPR」	高谷隊員
11月1日	朝日新聞	「波佐見焼に若手の力」	村上隊員
11月5日	朝日新聞	「波佐見焼でお守り作り」	村上隊員
11月28日	KTNテレビ ヨジマル	「皿山器替まつりPR」	高谷隊員
12月23日	NIBテレビ news every	「金屋神社 波佐見焼お守り紹介」	村上隊員
12月25日	NHK はっけんTV	「はさみ絶品グルメフェアPR」	高谷隊員
12月29日	長崎新聞	「金屋神社 波佐見焼のお守り登場」	村上隊員
1月1～3日	波佐見テレビ (ローカルTV)	「新年に思うこと」	3隊員
1月16日	NHK はっけんTV他	「はかたdeはさみPR」	高谷隊員
1月19日	波佐見テレビ (ローカルTV)	「東彼林研とハラン」	大石隊員

■外部専門家からのコメント

【アイデアパートナーズ株式会社 代表取締役 井手 修身氏】

●地域おこし協力隊の導入、定期的なフォロー、フィードバックのしくみの導入

波佐見町で、地域おこし協力隊に求める人材要件（どんな業務を求めて、そのためにどんな人物がほしいかを）を定めて、有料求人サイトによる募集、選考を含め、適材な人材を確保したことが、一番の成果である。

また、3人の地域おこし協力隊には、町職員、町民、関係団体とのコミュニケーションを図り、導入から3か月間ほどで、「ステップアップシート」をもとに、各人の行動目標を設定し、活動していった。実際に3か月間に、「ステップアップシート」の行動目標、プロセス目標が設定され、各々が、その目標に対して成果を上げることができた。

定期的な地域おこし協力隊3人と受入れ先商工振興課、農林課の職員、私による業務報告、進捗確認を行い、全体で課題の共有、情報の共有をはかれた。

●地域おこし協力隊の導入による波佐見町活性化の新しい視点

地域おこし協力隊の3名の導入により、商工振興課、農林課の職員では、気づかない地域のコミュニティに参加して、会話することで、観光、農業分野をこえた住民、団体の活動の活性化や円滑化が図られ、新しい視点を組み入れた活動の発展が期待できた。

地域おこし協力隊・村上奈都美さんが手がけた、金屋神社の「波佐見焼お守り」。金屋神社の方や波佐見焼窯元に独自に入り込み、コミュニケーションをとり、その課題を見つけ、双方をマッチングしながら金屋神社の「波佐見焼お守り」を開発した。

地域おこし協力隊・高谷朗さんは、波佐見町の宣伝・広告マン「麦わら・アッキー」として、数々のTVに出演し波佐見町をPRした。その宣伝効果は、かなり高かった。

地域おこし協力隊・大石さやかさんは、独自の「地域手帳」を使った情報発信を行っている。「波佐見町陶農日記」と題して、全国版の「地域手帳」のwebサイトで農業関連の情報を中心に情報発信を行っている。

全体としては、地域おこし協力隊、受入れ組織（役場）、アドバイザーの連携もでき、当初掲げた、観光商品化、福岡発着の窯元めぐりツアー、「(仮)ハサミックブランド」への商品化の検討、新たな観光スポットとして期待される西ノ原地区一帯の可能性にも一定の成果を出すことができた。今後も、3名の地域おこし協力隊が、波佐見町で様々な活動を主体的に行い、3年目には、波佐見で起業、創業したり、または、地元企業や行政関係に就職されて、活躍し、定着されることを願う。また、私自身は、波佐見町とのお付き合いも10年来になるので、今後も3名を様々なカタチでフォローしていきたい



(5) 大分県竹田市(派遣外部専門家:須川一幸)

■事業名

歴史文化地域資源活用型起業創業による農村回帰宣言市・竹田モデル確立事業

■事業の目的・目標

【目的】

竹田市は、平成21年に「農村回帰宣言都市」を標榜し、移住定住の促進、竹田総合学院(TSG)構想による地域素材の活用や情報発信、芸術文化ジャンルの技を持った移住定住者による空き家・空き店舗活用や伝統産業の復活に取り組んできた。竹田市のまちづくり構想との連動を視野に、技を持った芸術文化のジャンルの移住定住者も増えている。竹田市の豊かな歴史文化や美しい自然景観などの魅力を活発に情報発信してきたことで、住んでみたいという志向は高まっているものの、課題は所得をいかにして得ながら暮らしていくかという点である。このため、これまでの芸術文化系の工芸家をはじめ、移住定住希望者の就業や起業・創業支援、NPO等の法人化をサポートできる仕組みづくりを目指す。また、移住定住者の増加に加え、竹田新ブランドの発掘や新商品開発等の産業おこしにつながるような経済波及効果も目指していく。

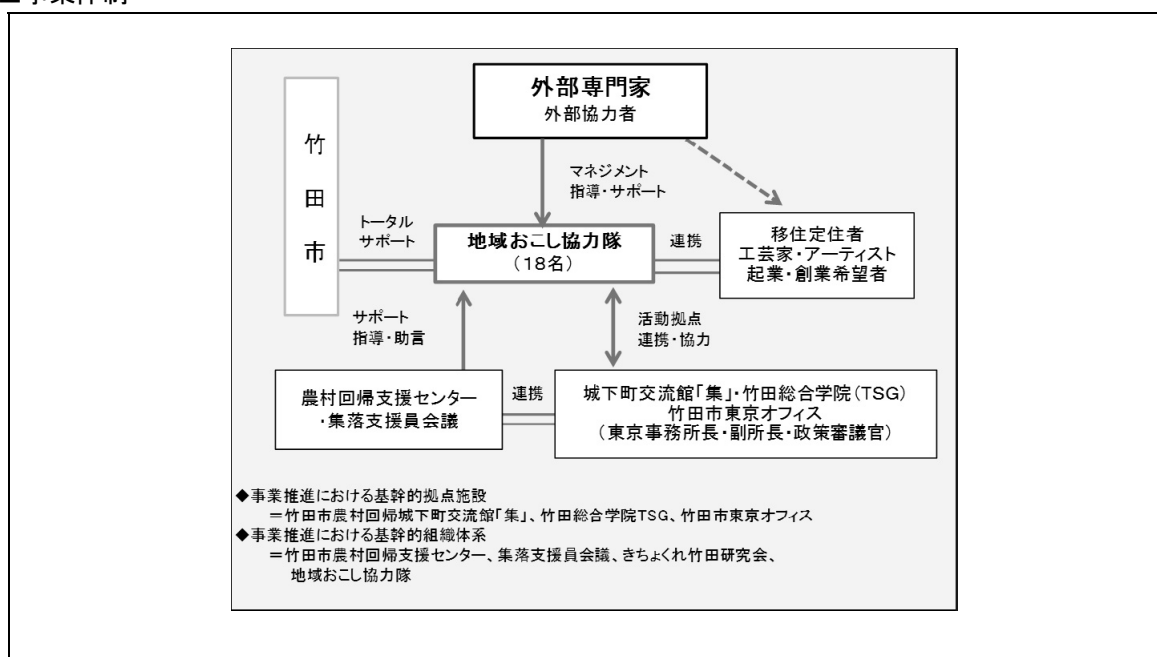
【目標】

移住定住促進施策の一環として、今年度は地域おこし協力隊を新規に18名委嘱することから、竹田市(行政)側においても、1年目の協力隊員のマネジメント体制の構築を目指すとともに、協力隊と地域が協働した取り組みによる成果を目指す。また、地域おこし協力隊が今後竹田市の移住定住を目指す上で起業等に必要となる知識を身につけるとともに、その知識を利用して起業等に向けた実践を1件以上行う。

◆中期的視点での目標

《目標値》各年 新規5件

■事業体制



■主な取組

- ① 移住者受入促進による「竹田市農村回帰」を推進
 - ・農村回帰城下町交流館「集」において、移住相談の対応、空き家案内、空き家調査、移住者のサポート、集落支援員との連携を実践する。
 - ・「空き家実態調査」に基づく空き家調査を行い、空き家バンクの登録物件を拡充する。
- ② SNS等のメディアを利用した情報発信による移住定住促進
 - ・ホームページ、フェイスブックなどを活用した竹田市の情報発信など地域メディアを使った情報発信で移住定住を促進する。
 - ・竹田市に関連するサイトの web デザイン及び管理
- ③ 地域イベントのプロモーション、情報発信による城下町再生
 - ・竹田アートカルチャー、竹田薪能、瀧廉太郎記念全日本高等学校声楽コンクール、荒城の月音楽会など、地域の文化イベントの企画運営に携わることを通じてイベントプロデューサーやデザインを学ぶ。

◇竹田市城下町を会場にした文化イベント「竹田アートカルチャー2014」

城下町エリアに点在する既存店舗や空き店舗等を活用し、市内 21カ所で展開した竹田アートカルチャー2014は、9月中の11日間開催し、期間中の来場者は1000人にとった。4回目を迎えた今回は竹田総合学院のインキュベーション工房で研修する作家や芸術活動で竹田市の活性化に寄与することを目的とする地域おこし協力隊員の参加もあり、前年比150%の集客があった。

- ・地域おこし協力隊員が実行委員会に参画、事務局長として運営に携わる。
- ・平成26年9月中の土曜日、日曜日、祝祭日の11日間開催
- ・参加作家23組 + 協力店舗5店舗
- ・協力隊員の参加者は4人



④観光ツーリズムの支援（海外からの観光客誘致）

- ・外国語の特技を活かした観光客誘致の仕掛けを構築。
- ・観光商品づくり
- ・英語の窓口対応一本化（TAOの国際観光親善大使・国際交流対応など）
- ・インバウンドの推進（大連・台湾等）
- ・地域おこし協力隊員の活動の成果として、竹田市国際観光案内所が開設されることとなった。



Information
 Address: , 2250-1, Aiai, Taketa-shi, Oita
 Access: 2 min walk from JR bungo Taketa station.
 Phone: 0974-63-0585
 Hours open to visitors: 8:30-17:00
 Languages: English and Chinese
 Wi-Fi: Available for free
 Internet PC: Not Available

⑤周辺部（荻、久住、直入管内）の地域振興施策の支援

- ・市民や組織を巻き込んだイベントの企画立案実践。
- ・「暮らしのサポートセンター」の立ち上げ支援。
- ・荻・久住・直入地域の振興・課題解決への取組み。地域の実情にあわせて活動。
- ・地域行事やイベントの応援、企画への参画
- ・ツーリズム協会各支部や各種団体などと連携した企画・実践
- ・エコミュージアム地域資源発掘 ⇒ ガイドの養成 ⇒ 地域のエコミュージアムツアーの企画・実践

- ・ガイドツアー、温泉保養地、商店街の活性化、キャンプ場の再生

◇市民劇団ワクワク長湯劇団の立上げ

- ・直入地域の日本一炭酸泉祭りの実行委員会に参画。
- ・新企画「長湯娘コンテスト」を提案し、採用され、取り組む。
- ・長湯娘コンテストで選出された「長湯娘」をヒロインにした長湯劇団の立上げを計画
- ・直入地域を中心に、参加者の募集、スポンサー探しに奮闘する。
- ・平成26年11月30日の公演では立ち見が出るほどの大盛況を収めた。



◇くじゅう連山の登山道整備

- ・竹田市久住支所がみちくさ案内人クラブなどの協力を得ながら実施している久住山、大船山の登山道の整備を実施する。
- ・登山道の危険個所には立入り禁止の案内板を取り付けるなど、登山客の安全を守るための作業を行った。



⑥竹田総合学院（TSG）における伝統工芸の復活と起業化支援

- ・TSG（竹田総合学院）に常駐しながらワークショップやコラボ作品の制作を行う。
- ・TSG（竹田総合学院）の企画・運営、維持管理
- ・伝統工芸の創作活動と特産品開発





●小学生のワークショップ ●城下町での創作活動

⑦農業実践

- ・農業における地域ブランド確立の活動（ブランド推進室と連携をとりながら、竹炭米プロジェクト、藍の栽培、サフラン、ムラサキなどにに関わりながら竹田市の農業ブランド確立の活動を行う）

⑧食と温泉をテーマとした地域活性化プログラムの開発支援

- ・地域イベントの企画支援や地域との交流による地域課題の掘り起し
- ・竹田「食ブランド」の再発見
- ・温泉療法保健制度の普及支援

⑨生涯学習の支援

- ・市内12地区で行われている放課後子ども教室のプロデュース
- ・分館活動の活性化と活動レベルの均一化による地域コミュニティの維持・強化

■取組の経過

- 5月 年間計画書作成協議と顔合わせ
- ・年間計画作成の協議
 - 現地指導に向けた外部専門家の日程調整。テーマに応じた外部協力者の指名打合せ
 - ・指導助言に向けての協力隊員個別ヒアリング
 - 応募書類等を参考に協力隊の経歴や抱負、悩み等を聞き取り、助言。
- 6月 年間計画書作成協議
- 7月 協力隊員との情報交換と目標設定
- ・指導助言に向けて協力隊の現地案内

<ul style="list-style-type: none"> ・協力隊関連イベント現地指導 8月 隊員の活動状況の把握、指導助言 9月 隊員の活動現場での活動検証と指導 ・地域おこし協力隊員が地元の実行委員会に参画し、移住定住者や地域づくりグループなどとコラボして行う文化的イベントを現地で検証しながら指導を行う。 竹田アートカルチャー2014、竹田薪能など 10月 上半期の検証と下半期の指導方針の検討 ・市長、副市長、企画情報課との進捗状況打合せ ・協力隊員との意見交換 11月 竹田竹灯籠「竹楽」を通じたイベントプロデュース現地指導 ・地域おこし協力隊イベント現地指導 地域おこし協力隊の城下町内に活動拠点施設を有することから城下町一円を会場とする「竹楽」に活動の延長線上として関与している。日常の活動の成果を還元する機会として参加した。 12月 協力隊全体の活動検証指導 ・協力隊の現地指導を総括的に講評及び指導 ・県外研修の事前オリエンテーション ・外部協力者派遣指導打合せ ・外部協力者 取手アートプロジェクト事務局長 羽原 康恵さん 1月 地域おこし協力隊と地域協働 ・地域おこし協力隊や集落支援員活用と地域協働の運営についての指導助言 ・外部協力者 朝来市総合政策課 馬袋 真紀さん ・外部協力者 慶應義塾大学教授 飯盛 義徳さん ・外部協力者 熊本県水俣市久木野愛林館長 沢畑 亨さん 2月 総括、まとめ ・外部協力者の招聘、協力隊の活用について講話 ・外部協力者 地域活性化センター理事長 椎川 忍さん ・外部指導者による1年間のまとめ

■今年度の取組における地域おこし協力隊の役割

<ul style="list-style-type: none"> ①移住者受入れ促進による「竹田市農村回帰」を推進 ②ホームページ、フェイスブックなどを活用した竹田市の情報発信など地域メディアを使った情報発信で移住定住を促進する。 ③地域イベントのプロモーション、情報発信による地域活性化 ④竹田市の観光・ツーリズムの支援 ⑤周辺部を中心とした地域振興施策の支援 ⑥TSG（竹田総合学院）における伝統工芸の復活と起業化の支援 ⑦農業（地域ブランド確立の推進） ⑧食と温泉をテーマにした地域活性化プログラム ⑨生涯教育の支援 <p>隊員は、応募時に個人が選択した上記の9項目のテーマに沿ってここに目標を設定し、活動してきた。移住者目線での活動が閉塞感のある活動に大きな刺激を与え、市民も一体となった取り組みが行われた。</p>

■今年度の取組（プロジェクト）における外部専門家の役割

- ・協力隊員が企画又は提案しようとする事業へのアドバイス
- ・協力隊員が活動する現場での取り組みに対する助言
- ・協力隊員が竹田で生活していくうえでの悩みや困りごとの相談対応
- ・定住向けの必要アイテムの確保に向けた助言
- ・外部協力者招聘についての助言

■今年度の取組による主な成果

○社会的な成果

<移住・定住施策の強化>

- ・協力隊員が移住者目線を活かした移住相談や空き家案内等を行うことにより相談件数や空き家見学者数が増加した。

<国際観光案内所の開設>

- ・観光ツーリズム協会で活動する協力隊員の協力による国際観光案内所の開設

<市民劇団ワクワク長湯劇団の立上げ>

- ・日本一炭酸泉まつりで開催した「長湯娘コンテスト」で選ばれた長湯娘をヒロインとする市民劇団を立ち上げ、協力隊をはじめとする市民の力を結集した劇団が公演を行った

<市民に元気が出てきた>

- ・商工会議所女性部が協力隊の活躍に影響を受け、積極的に活動するようになった。結果として城下町のイベントに活気が戻ってきた。
- ・特産品開発グループにも開発意欲が出てきて、新規開発が始まった。
- ・様々なイベントや行事への参加率が向上してきた。

○経済的な成果

<竹田アートカルチャー2014>

- ・協力隊員の協力による補助金獲得による開催規模の拡大が図られ、開催期間中の来場者数が昨年比 150%を記録するなど大きな経済効果があった。
- ・竹田総合学院で活動する協力隊員の参加により作家数も増加し、イベントそのものが大いに盛り上がることとなった。

○情報発信、PRの成果

<農村回帰ホームページのリニューアル>

- ・空き家バンク以外のページについては、長期間更新されていなかったホームページが、協力隊員の手による取材記事なども取り入れ、全ページにわたりリニューアルできた。

<農村回帰パンフレットの改訂>

- ・平成 24 年の第 2 版作成後、2 年ぶりに農村回帰パンフレットの改訂版（第 3 版）が協力隊員の協力により発刊できた。

<竹田市地域おこし協力隊フェイスブック>

- ・フェイスブックによる情報発信

<協力隊新聞の発行>

- ・平成 26 年 7 月に第 1 号を発行し、以後毎月発行している。市内全自治会に回覧し、協力隊の活動について広く広報している。

○地域おこし協力隊の起業・定住に関わる成果

- ・平成 27 年 4 月に帰京する 1 名を除く 17 名のうち、平成 27 年 2 月末時点で 14 名の協力隊員が竹田市への定住を希望している（3 名は未定）。
- ・地域の行事に積極的に参加し、竹田市の地域性や人を知る努力をしている。
- ・先輩移住者との交流を深め、定住ノウハウを教わっている。
- ・地域の人と一緒に汗をかき、地域の人に自分の存在を知ってもらおう努力をしている。

○その他の成果

- ・平成 27 年度に新たに任用予定の協力隊員が竹田市での住居探し等に訪れているが、今の協力隊員が市内の案内や住居探しのお手伝いをするなど、移住者の先輩として良きアドバイザーとなっている。

■外部専門家からのコメント

【東京富士大学 経営学部 イベントプロデュース学科 教授 須川 一幸 氏】

地域おこし協力隊は地域のために働くのではなく、地域に移住し、自分のために働き、結果、地域のためになるというスタイルを確立しないといけない。そのためには、第一に、移住し定住できる環境を整えなければならない。すなわち、地域に仲間として受け入れられ、住民として土着のポリシーを持つようにならないといけない。地域の方たちに信頼感を持ってもらうと同時に、自分も地域の方たちを信頼することである。



次に、地域で働く意味を理解することである。地域では一つの職業では暮らせない。農業+α（たとえば：市役所嘱託職員、林業、漁業、デザイナー、ITプロデューサー、塾講師、ピアノの先生、温泉セラピスト、特産品販路開拓コーディネーター）の合計所得で経済的に満足できる暮らしができるようにすることが大切である。

さらに、経済以外の満足度を図る尺度を自分なりに持つことである。安全安心な自然環境の中で暮らす満足度、地域の歴史文化の中で暮らす満足度、癒しの空間やゆったりとした時間の移り変わり等の人間らしい生き方などにも興味を持ってもらいたい。

そのためには、ICTだけでなくアナログの世界を大切にしなければならない。地域の人との語らいの中に、安らぎを求めるのが良い。大いに飲み、大いに語り、大いに夢を持つ。そんな生き方を見つけてほしいと思う。

また、地域では移住者を受け入れる意識を開発してもらいたい。受け入れる心を磨くことにより交流が生まれ、外人（ソトビト＝風の民）の文化により、住民の自信と誇りを高め、土着の心に刺激を与え、再生・再興・創生・創造を行うことができる。移住者と地域経済の循環を分かち合うことにより、新たな循環をつくり、新地域創造を実現してもらいたい。

もちろん、受入態勢の整備も必要で、外人の意見を聞き、受け入れるべき点は受け入れ、子どもたちにも高齢者にも若者にも男性にも女性にも、今よりもより良い地域をつくっていくことが大切である。

そのためには、実行あるのみ。会議、講演会、計画書では地域は変わらない。実行することが大切である。

(6) 鹿児島県薩摩川内市(派遣外部専門家:養父信夫)

■事業名

地域おこし協力隊「地元もりあげ商品プランナー」実践道場事業
～ぽっちゃん計画プロジェクト九州新幹線利用旅行社受入作戦～

■事業の目的・目標

【目的】

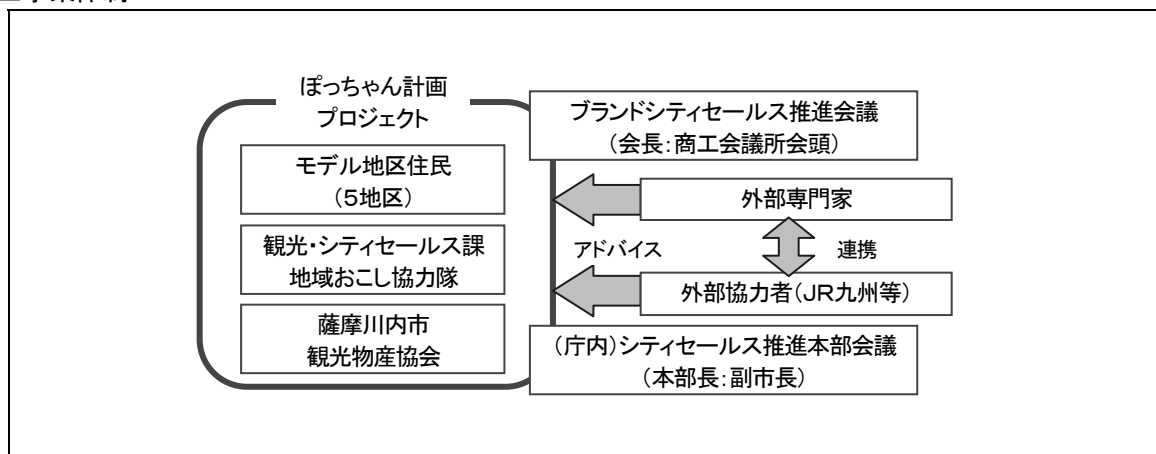
○九州新幹線連携切符及び名物お土産品の販売実現並びにその定着化

【目標】

○九州新幹線を利用した個人旅行客 5 千人の達成（連携切符利用者）

○上記の実績を活かした隊員の定住

■事業体制



■主な取組

○甌島の観光推進に向けての取組

- ・ 7月～8月にかけて、外部専門家及び現地事業者と J R九州への魅力プレゼン協議を経て、9月8日・9日に J R九州の担当者を甌島に招聘し、観光魅力の紹介及び新たな商品開発に向け打ち合わせを行った。
- ・ 九州新幹線と甌島と本土を結ぶ高速船甌島がセットになった「連絡切符」の販売に向け調整を行った。



景勝地の観光ガイド



島内の街歩き「しまナビ」



シーカヤック体験



玉石アート体験



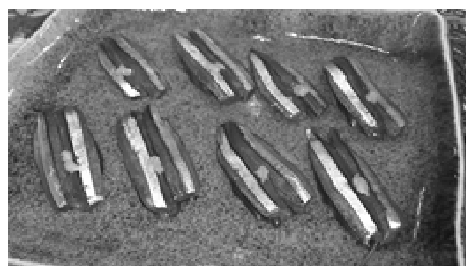
ナイトツアー（ビーチコーミングなど）

○甌島の「食」の魅力を紹介するイベントに向けての取組

- ・ 福岡地区（博多駅くうてん）での食材イベントの企画のため協議を行った。
- ・ 博多シティくうてん担当者を、甌島に招聘し実際に生産者等との意見交換を行い、食材魅力の紹介を行った。



甌島漁協加工所食材提案



キビナゴ漁師漬け提案



タカエビ提案



タカエビを使った料理「タカエビ丼」

○旅行商品（体験型プログラムなど）の造成及びお土産品などの商品開発

- ・地域おこし協力隊の商品開発に対するアドバイスを専門家及びくうてん担当者より受けた。



地域おこし協力隊セッション
(開発商品プレゼン)



椿油プレゼン



タカエビ味噌プレゼン



タカエビ集荷場視察

■今年度の取組における地域おこし協力隊の役割

○「旅」「食」「品」をテーマにした商品開発

- ・地域の産品を使った商品開発
- ・市域の資源を活用した体験プログラムの考案
- ・島内の観光関係事業者との連携 J R 九州

■今年度の取組（プロジェクト）における外部専門家の役割

○ J R 九州と甑島の連絡切符の開発サポート

- ・ J R 九州と連携した商品開発のコーディネート
- ・ 島内の観光事業者への旅行商品開発アドバイス
- ・ 北部九州から誘客に向けた取り組みサポート

○地域おこし協力隊への、「旅」「食」「品」をテーマにした商品開発のアドバイス

- ・ 地域おこし協力隊の商品開発等におけるアドバイス

■取組の経過

6月

行政関係者 事業スケジュール、取り組み内容打合せ

- ・本事業の内容及びスケジュールの確認及び J R九州へのアプローチ及び商品化に向けてのスケジュール調整を行った。

7月

J R九州新商品プロジェクト関連行政関係者打合せ

- ・ J R九州担当者を含めた商品化に向けたスケジュール確認及び島の魅力の商品化などの協議を行った。

8月

甑島資源調査 滞在交流型観光コンテンツの洗い出し

- ・甑島の地域おこし協力隊及び島内事業所との既存の観光資源の確認及び、新たな観光資源などの確認を行った。
- ・ J R九州へのプレゼンに向けての検討を行った。

9月

甑島 J R九州プロジェクトキーマンとの現地視察・ツアー内容の検証

- ・ J R九州担当を実際に現地（甑島）に招聘し、観光資源及び観光プログラムの体験・体感を行い商品化に向けての意見交換を行った。

10月

J R博多シティくうてん担当者との現地視察・食資源洗い出し

- ・ J R博多シティくうてん担当者と現地の食材の紹介を行った。
- ・現地事業所と実際に意見交換やプレゼンを行い、商品魅力を伝えた。

11月

先進地（奄美大島奄美市住用地域）での視察及び隊員アドバイス

J R九州、J R博多シティ博多各本社での打合せ

- ・甑島で活動している地域おこし協力隊を離島観光の先進地である奄美大島に派遣し、現地の方との意見交換や島内観光の体験を行った。
- ・今後の商品開発につなげるアドバイスなどを行った。
- ・甑島の「食」の魅力発信として位置づけた、博多シティくうてんでの「甑島フェア（仮称）」実施に向けての調整を行った。

12月

行政関係者と J R九州新商品、くうてんフェアに向けての作戦会議

- ・連絡切符販売や甑島フェアの提案など甑島のプロモーション内及び作業スケジュールなどについて協議を行った。

1月

J R九州、J R博多シティ各本社での打ち合わせ

- ・ J R九州とは、新幹線との連絡切符を「こしきしまのんびりきっぷ」とし、切符の内情や条件、販売に向けたプロモーション等の検討を行った。
- ・ J R博多シティとは、甑島の食材の提案や運営など参加店舗との提案について協議を行った。

2月

甑島 最終打ち合わせ

- ・来年度に向けプロモーションの方向性や新たな体験プログラムなどの意見交換を行い、専門家からのアドバイスをいただいた。

■今年度の取組による主な成果

○社会的な成果

- ・ J R九州との連携により「こしきしまのんびりきっぷ」の名称での連絡切符の販売が決定した。
- ・ J R博多シティとの連携により「甕島フェア」と題した「食」をテーマとしたイベントに向け来年度実施予定を進めた。

<定量的指標>

- ・ J R九州切符「こしきしまのんびりきっぷ」が3月28日販売開始決定。
- ・ 切符販売に伴う J R九州と連携した甕島の観光プロモーションの実施。

○情報発信、PRの成果

- ・ 3月12日の J R九州プレス発表から、 J R九州と連携した甕島パンフレットが九州内の各駅で配布開始。
- ・ 連絡切符に関するパンフレットを50,000部作成。
(J R九州：45,000部 薩摩川内市：5000部)

○地域おこし協力隊の起業・定住に関わる成果

- ・ 観光のテーマとしている「旅」「食」「品」にちなんだ商品開発のスキルアップ。
- ・ J R九州の各部門担当者との協議・意見交換を行うことで、商品開発の機運が向上。
- ・ 地域の事業所や団体等との協力体制が構築された。

○取組等のメディアでの掲載・紹介

- ・ 本年度の取り組みにおいて、 J R九州との連携で商品化された「こしきしまのんびりきっぷ」が、3月12日(木)にプレス発表となる。
- ・ プレス発表後に、各種メディアで取り上げられる予定。

■外部専門家からのコメント

【株式会社マインドシェア 九州のムラ 編集長 養父 信夫 氏】

今年度の事業の自分な中でのテーマは“出口づくり”のノウハウ提供ということです。

地域おこし協力隊が事業終了後に地域に定住しうするためには、しっかりとした生業づくり、事業構築が必須となる。通常、地域おこし協力隊の場合、1年目で地域に馴染むための諸々の活動、2年目くらいから徐々に3年後の活動に向けての事業構築。この事業の中身が地域をより巻き込む形の六次産業興し、ツーリズム産業興しのケースが多く見られ、3年目にはそれを更に進化させていくということになっていきますが、そこで課題となっていくのが、都市部マーケットへのつなぎ、“出口”構築であることが多く見受けられます。もともと隊員自身が都市部で生活、仕事をしていてその実践が長く、かつ先述の食の六次化産業やツーリズム産業に関わってこられた方なら任期期間の間に都市部との“出口”構築も可能となりますが、通常はそのような履歴・職歴を持った方が隊員になっているケースは稀だと思われます。



今回、自分が担った役割を他の隊員導入地域に活かせる形でまとめるとすれば以下のとおりです。

- ①地域おこし協力隊導入地域の交通機関をふまえ、そこに繋がる都市部の公共交通機関の会社の企画部局に対して、自治体職員および出来れば県の出先機関（観光を担う〇〇事務所など）と共に、ツーリズム新企画を提案。（企画部局は自社のPR活動、地域貢献という視点も持って判断、これがいきなり旅行部門だと、キャパシティなどからビジネスベースで判断され、それ以上話が進まないことが多い）
- ②その都市部で飲食業の営業を行っている有名店舗にて、ある一定期間のみ「地域食のフェア」を提案。（フェア期間中は地域食材の提供については、配送料や一部PR費用も組み込み、行政による支援もしていただければ、更に話は進めていきます）
- ③公共交通機関の担当者を地域に招待し、現場でツーリズム体験を共有。そこでターゲット設定など商品化のイメージを共有する。
- ④飲食店については、一旦は先に食材・商品サンプルを地域おこし協力隊が持参し、試食会を実施、できれば飲食店オーナー、料理人も地域に招待し、現地にて試食会を実施。
- ⑤ツーリズム商品を一番訴求したい時期に、飲食店にてフェアを実施。

という流れになります。ただ、地域側の魅力的なツーリズム商品（体験・企画）と食材・商品の存在が大前提です。ここはしっかり目利きし、行政でみられがちな平等の取り扱いではなく、かなり際立ったものを3点ずつで良いので磨き上げ、創り上げてから都市部への展開というのが望ましいと思っています。

外部専門家活用事業 参考資料

○参考資料 1 事業進捗状況報告会の概要

① 目的

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

② 日時及び場所

- i) 日時 平成 27 年 1 月 26 日 (月) 14:00 ~17:30
- ii) 場所 東京都千代田区永田町 1-11-35 全国町村会館 ホールA

③ 出席対象者

- i) モデル事業派遣外部専門家 (6 名)
- ii) モデル事業対象市町村担当者及び事業関係者 (1 市町村 2 ~ 3 名 × 6 地域)
- iii) 総務省 (人材力活性化・連携交流室長 ほかに担当者)
- iv) 事務局 (株式会社価値総合研究所)

④ プログラム

- 開会 総務省挨拶
- 各地域 (6 地域) の取組状況報告
 - ・各地域で展開している取組について、その目的、目標、特徴、これまでの取組の経過、成果、今後の課題等を、各地域ごとに報告
- 意見交換
- 閉会

⑤ 意見交換でのコメント要旨

○外部専門家の選定の経緯・きっかけについて

【各派遣対象市町村からの説明】

(常陸太田市)

- ・ 隣県で行われた地域力創造セミナーで中島氏の講演を聞いたのがきっかけとなっている。協力隊を新たに受け入れるにあたり、ゼロの状態から行政として課題見つけて定住つなげていくことが難しいためアドバイザーをお願いすることとした。また、そういったノウハウを行政職員が少しでも吸収することで今後につなげていきたいということもある。

(上野村)

- ・ はじめは、県の仲介があって、平成 24 年度から ICT 事業で高橋氏に入ってもらった。それが終わり、地域住民が中心となった取組を進めていきたいと思い、依頼した。

(川上村)

- ・ 古川氏は、以前から川上村に入って地域づくりに関わっていた。地域おこし協力隊だけではなく移住者が地域に根付いていくには、村の文化を知ったり、村の様子を聞いたりする

ことが必要である。本来はこうした取組は行政職員がしなければならないが、職員数も限られ、通常業務もある中進めていくのは難しい。そのため、外部専門家の活用にあたっては、村の生活、文化を知っている方に入ってもらうこととした。

(波佐見町)

- ・ 本町では、10 年ほど前に、焼物産業が疲弊し、非常に厳しい状況になっていた。そのとき、焼物産業の関係者が井手氏に相談し、町に入っていたいただいたのが最初のきっかけとなっている。その後 10 年来、井手氏にはまちづくりについてのアドバイス等をいただいております。これまでの町の取組や経緯を十分知っているため、今回のこのモデル事業でもアドバイザーとして依頼した。

(竹田市)

- ・ 竹田市は本年度から 18 人という多くの協力隊を抱えており、それぞれ与えられたテーマで、活動している。従って、サポート体制については全ての隊員が個々にアドバイザーに頼るということではなく、18 名のトータルコーディネートの視点から、そして現在の竹田市の状況を事前にある程度把握できているという点から、地域人材ネットで九州内の専門家である須川氏をみつけ、依頼した。また、大学を新卒者がいるなど、若い世代のメンタル的な相談体制、サポート体制が構築できるということや、須川氏の得意とする観光プロデュースという点も総合的に勘案した。

(薩摩川内市)

- ・ 現在の地域おこし協力隊導入時に、養父氏からは、地域としてどういった取組を行えばよいかというアドバイスをいただいております。内部事情をある程度把握されているので、今回この事業にあたって専門家ということで依頼した。

【意見交換】

- ・ 地域人材ネットを活用していくのも 1 つのやり方であるが、実際には人とのつながりでの安心感というのはある。そのため、セミナーで知り合ったとか、何らかの関係性みたいなところから来ることがやはり多いのではないかと思います。最初のきっかけとして、地域人材ネットのような仕組みがあり、その次に少しでも直接の交流や接点を持てる機会があったほうが良いのではないかと。

○外部専門家から地域や外部人材に対するノウハウ移転、人材育成について

- ・ 限られた派遣期間の中でノウハウを移転し、人材を育てていくということはなかなか難しい。この事業のいいところは、外部協力者として、他の人材を連れて行けることである。もともと地域とつながっている外部専門家が、地域の課題を理解した上で別の外部協力者を連れて行くことは有効である。できれば、地域おこし協力隊が、都市部に出て外部協力者になり得る人たちとずっと自由に交流できるとよい。そのように、人材をつなげていくということが、短期間の中でのノウハウ移転には有効だと思う。
- ・ 地元住民と OJT で一緒にやってきた。最近では、取材も地元の方が率先して行動し、編集も行うなど、ディレクターとしてのノウハウはかなり進んだと思うが、プロデュースの部分はまだやりきれていない。
- ・ 「何もしない」ということが移転ということになる。こういうやり方をいままでずっとやってきているが、やり方としては 2 種類ある。「ああしろ、こうしろ」といろいろ教えるというやり方もあるし、全く教えず、課題に関する質問を受けて、それに対して具体的なアドバイスをして、一緒に行動するというところをやっていくというやり方もある。どちらにするかはケースバイケースだと思う。私が取り組んだのは、隊員から意見をもらい、話をし、どれくらい課題を持っているか、どういうふうに考えているかという確認をして、それに対して「こうしたほうがいいのかもしいないね。一度やってみようか」と助言するこ

と。それに対して行動してもらい、また話を聞いたりデータを渡したりする。その繰り返しをずっとやっている。地域の活動は、地域おこし協力隊が中心なので、私はバックアップに徹している。寄り添うだけというやり方、あくまでもプロデューサーの役割、裏方である。

- ・ 登場人物としては、協力隊ともう1つ、行政職員がいる。外部専門家は定住しないので、いない間は協力隊や地域住民、地域側をサポート支所職員や担当職員が隊員をサポートしなければならない。外部専門家がいなくてどうやって、方向性を整理するのかのすり合わせが必要である。行政に対しても「あれはおかしい」とか「言ったよね」とか「こういうことだよ」と、徹底的に議論をして、考え方のすり合わせ、コンセンサスづくりが重要。
- ・ 実際はノウハウ移転というのは英語でいうとHOW。どういうふうにして、どのようにやったらいいかということだが、多くの地域おこし協力隊がその前のWHATで悩む。さらにいうとWHATの前提にあるWHYに対する、そもそも何でそれをやらなければならないかというような悩みがあると思う。実は地域おこし協力隊にとって一番必要なのは、そのWHYとかWHATという、そもそもどれを優先順位としてやるべきかということである。こうした点の整理や優先順位付けを、外部専門家が客観的に「これがいま一番いいのではないですか」ということで、示唆してあげることが必要。教育やスキルを高めるといったことは1年では難しいが、ある動機付けをして、それが自分にぴったりとはまれば、おそらく自発的に動き出すと思う。1年目、2年目でそうした方向性が明確となれば、次に例えば観光や特産品などの事業に関する部分は、また別の専門家が入ってきて専門的に解決していくのではないかと思う。
- ・ 一番重要なのは「何で」や「地域の理念やミッション」「自分の役割をつくる」ことであり、それ自体がノウハウということだという気がする。私もその部分を教えてきている。また、人を育てるには、上手に、見えない場で競争させるということもある。川上村では企業インターン生が入ったことで協力隊員も競争意識がでて刺激になったようだ。地域にノウハウを移転する対象は、協力隊、役場職員、住民、経営者なのかとあるが、私自身はどちらかというところだと経営者がすごく重要だと思う。
- ・ 甕島の場合はそこにUターンで帰った、ほぼ同世代で起業家をしている若者がいる。彼らは島を興そうという若者たちのネットワークの1つであり、いまは現役の地域おこし協力隊も彼と連携している。ほぼ同じ世代で彼らのいろいろな相談役にもなっているUターン者の存在がけっこう大きかったりする。このような起業・事業化支援について、地域おこし協力隊にはすでに制度があるが、同じように地元に戻っているUターン者に対しても、何か支援するようなものあればよいと思う。しかし一方で、もがき苦しんで独立したほうがいいのではないかなとも思う。いずれにしても、そのような人たちがいれば、うまく繋がっていく。本当に意識の高い地域の場合は、そのような視点も大事と思う。

○協力隊を地域に定着させていくための導入後のフォローアップについて

- ・ 地域おこし協力隊の定住には、起業をイメージするケースが多いが、そもそも国が目指している4,000人という人数になったときに、それほど起業できる人材がいるとは思えない。定住と捉えた場合には起業のほかに就業もある。最終的に職は持たなくても最後は悠々自適に暮らせるという本当の意味での定住と思う。
- ・ 起業や創業などの事例ばかりが必要なのではないと思う。地方に行くというのは、とても厳しく難しいことであり、最終的には移住できて就職できればよいという視点で、隊員の活動をフォローしていくべきである。また、地域おこし協力隊が2年目、3年目になるときに、独立のために副業を推進するケースもあるが、それは、本来、隊員の給料ではないところでしなければいけないのではないかという思いもある。地域おこし協力隊の報酬は、

地域のミッションではなく、自分探しのための活動にどこまで費やしていいのかということも、制度上よくわかっていないところかもしれない。

- ・ 地域おこし協力隊は、結局、地域協力活動がベースとしてあるわけで、その部分と自分の部分の線があいまいなやり方をしている場合もある。そこはどのような形で住民の理解を得ていくのかということにかかってくる。
- ・ このモデル事業は、「起業者定住促進モデル事業」ということで、起業に力点を置き、予算を取って進めている。もともと協力隊員は全員起業ができるかということ、もちろんそういうことは無いと思う。起業、就業のほかにも、例えば自分の後継ぎに困っているところに協力隊員が入っていく「継業」もある。
- ・ 竹田市では、18名のうち、定住を決めている隊員、3年間で限定している隊員、1年間だけの隊員、まだ決めていない隊員などさまざまである。1年目はこの事業を活用して、外部専門家、外部協力者のノウハウを吸収するところに力点を置いている。2年目以降は、地元のサポート体制として、将来的に受け皿となり得るような組織を絡ませていきたいと思っている。竹田市では経済産業省や厚生労働省の制度の受け皿として竹田市経済化促進協議会という組織があり、日常的なU・J・Iターンの説明会や情報発信として就業セミナーなどを実施している。2年目以降はこの組織と協力隊の制度を絡ませながら、地域全体の受け皿も含めてチェックしていくということを次年度の取組として検討している。
- ・ 隊員の定住意向について、定住割合が約6割、起業化している比率が約9%といった数字が出ているが、実際に個々の事例をもう少しブレイクダウンして、地域おこし協力隊で卒業した人たちの実態調査というのが必要ではないか。役場での雇用、公的組織での雇用、六次産業化の拠点での雇用、あるいは起業家する場合も地元での起業もあれば、全く異なるところでの起業もあると思う。これから協力隊になる人も、はじめににそこがわかれば、価値総研が示した「パッチワーク型収入」といた点も含めて、現実的なものが見えてくると思う。
- ・ 上野村では、今年度まで緑のふるさと協力隊が赴任しており、単年度ごとではあるが、20年間受け入れてきている。卒業生は、村の企業に勤められている方もいて、いろいろな形で村に残っている。

○参考資料 2 外部専門家活用に対する財政支援

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

平成 26 年度の制度概要は以下のとおり。

外部専門家招へい事業（特交措置、26年度）

【概要】

市町村が、外部専門家を年度内に延べ 10 日以上又は 5 回以上（※1）招へいし、地域活性化の取組を実施する場合、取組に要する経費に対し特別交付税措置。

【対象経費】

外部専門家及び外部専門家の活動を支援する者（※2）に対する旅費・謝金（報償費）（※3）、ワークショップ等に係る経費（印刷費、車両・会場借上費に限る。）

【上限額等】

財政力指数等により以下に示す額を上限額とし、1～3年間を活用期間とする。なお、当面、1市町村につき1回に限る。

外部専門家 活用区分	財政力指数全国平均 (H22～24=0.49)	1市町村当たり上限額 (千円)		
		初年度	第2年度	第3年度
民間専門家等 活用	平均以下の市町村	5,600	3,500	2,100
	平均超の市町村	2,800	1,750	1,050
先進自治体職員 (組織)活用	平均以下の市町村	2,400	1,500	900
	平均超の市町村	1,200	750	450

※1 日帰りの場合は1回あたり6時間程度を確保すること。

※2 地域人材ネット登録者もしくは外部専門家に準ずる指導を行うことができる者。

※3 先進自治体職員の場合、旅費のみを対象とする。

なお、平成 27 年度より、外部専門家招へいにより、地方への新しい人の流れをつくることを支援するため、以下のとおり財政措置を拡充。

- ・ 1市町村あたりの上限額を初年度と同額に引き上げる。
- ・ 対象地域については、定住自立圏を実施する自治体、条件不利地域を有する自治体に限定。

外部専門家 活用区分	1市町村当たり上限額 (千円) ※4, 5		
	初年度	第2年度	第3年度
民間専門家等 活用	5,600		
先進自治体職員 (組織) 活用	2,400		

※4 算定にあたっては財政力補正を用いる。

※5 26年度対象自治体については経過措置を適用する。

第II章 地域力創造セミナー

II-1 地域力創造セミナーの目的と趣旨

地域力創造セミナーは、活力ある地域づくりや課題解決に取り組む各地方公共団体のノウハウ蓄積、人材育成等を支援するとともに、共通の行政課題に取り組む地方公共団体同士や講師とのネットワーク構築の場を提供する目的で地域活性化に興味のある行政職員、地域づくり団体職員等を対象として実施した。

表 II-1 平成 26 年度の地域力創造セミナー開催概要

開催日	開催場所	開催テーマ・趣旨	講師
(西日本編) 12月5日	岡山商工会議所 (岡山県岡山市)	<p>■地域おこし協力隊による地域おこしについて外部専門家とともに考える</p> <p>地域おこし協力隊員をはじめとする外部人材を地域が受け入れる場合の心構え、留意点、地域との関わりの仕方等を伝え、考える場とする。特に、外部専門家、および、学識者、先行自治体の担当者等の立場から、行政が陥りやすいポイント、地域が陥りやすいポイントとして、地域おこし協力隊員等の募集方法、選定、活動内容の相互理解・確認方法について分かりやすく解説してもらう。</p>	武居丈二 氏 養父信夫 氏 松元公孝 氏
(東日本編) 12月15日	トラストシティ カンファレンス ・仙台 (宮城県仙台市)	<p>■地域おこし協力隊による地域おこしについて外部専門家とともに考える</p> <p>地域おこし協力隊員をはじめとする外部人材を地域が受け入れる場合の心構え、留意点、地域との関わりの仕方等を伝え、考える場とする。特に、外部専門家、および、学識者、先行自治体の担当者等の立場から、行政が陥りやすいポイント、地域が陥りやすいポイントとして、地域おこし協力隊員等の募集方法、選定、活動内容の相互理解・確認方法について分かりやすく解説してもらう。</p>	図司直也 氏 井手修身 氏 高橋直幸 氏
(東京編) 2月27日	フクラシア 品川クリスタル スクエア (東京都港区)	<p>■テレワークの活用による地方定住や地域おこしの可能性</p> <p>「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の中で「地域おこし協力隊」の拡充や「テレワークの促進」等が位置づけられている中、インターネット等(以下、ICTという)の活用が進む一方、テレワークを地域おこしのツールとする観点は十分と言えない状況である。このため、テレワークを地域おこしに結び付けていくポイントについて考え、学ぶ場とし、外部専門家の立場から、テレワークを地域おこしに活用するためのポイント等について分かりやすく解説してもらう。</p>	田澤由利 氏 井沢晃一 氏 松村 茂 氏

II-2 地域力創造セミナーの実施概要

(1) 地域力創造セミナー(西日本編)

① 開催概要

テ ー マ : 地域おこし協力隊による地域おこしについて外部専門家とともに考える
開催日時 : 平成 26 年 12 月 5 日 (金)
開催場所 : 岡山商工会議所
受講者数 : 57 名 (自治体職員、団体職員、地域おこし協力隊、民間企業)

② プログラム

- 12:50 開会
- 12:55 主催者挨拶・政策報告「地方創生と外部人材」
野竹司郎 人材力活性化・連携交流室長
- 13:15 リレーセッション(講演) 1
「地域おこし協力隊でイノベーションの風を起こせ！」
講師 武居丈二 氏
(自治大学校客員教授(元第 50 代自治大学校長)、
日立製作所情報・通信システム社社長付)
- 14:20 リレーセッション(講演) 2
「地域おこし協力隊制度を有効に活用する 10 の法則」
講師 養父信夫 氏
(一般社団法人九州のムラ代表理事、
九州のムラ編集長((株)マインドシェア発行))
- <休憩>
- 15:35 リレーセッション(講演) 3
「3 課協働で協力隊員の活動をサポート」
講師 松元公孝 氏(宮崎県小林市市民協働課主幹)
- 16:40 パネルディスカッション
テーマ:「協力隊員のミッションの決め方、選び方、支え方」
コーディネーター : 武居丈二 氏
パネリスト : 養父信夫 氏、松元公孝 氏
- 17:40 閉会
- 17:45 名刺交換会
- 18:20 交流会(岡山シティホテル厚生町 1 階「アラモアナガーデン」)

③ 講演要旨

■ リレーセッション 1

講師 武居丈二 氏 (自治大学校客員教授 (元第 50 代自治大学校長)、日立製作所情報・通信システム社社長付)

「地域おこし協力隊でイノベーションの風を起こせ！」

人口減少社会においては、人財が鍵を握ること、地域全体の「考える力」の厚みを増し地域の多様性を活かすこと、そして新たなつながりをつくり価値を創造していくこと (イノベーション) が重要になる。このどれにも関係するのが地域おこし協力隊である。そんなことを頭の隅において聴いてもらいたい。

私の郷里の諏訪地方は、全国一の天然角寒天の産地だ。海のない信州に、わざわざテングサを持ってきて作る。これは江戸時代末期に先人が、他地方に学び、自分たちの地域の雪の少ない厳冬と寒暖の差、きれいな空気、美味しい水が寒天づくりに適していると気づきはじめてのものだ。今よりも運搬が容易でない時代に、遠方の資源と自分たちの土地の強みをつなげて、苦労しながら小さなイノベーションを実現した。戦前、母校 (旧制諏訪中学) の三沢勝衛先生は『風土産業』を提唱した。有価値で無価格のものを使うのが最高に良いと説き、気候風土の厳しささえ恵まれた資源になると、スイスを例に信州各地で農業や地場産業の指導をした。価値があつて無価格のものの代表は、土地、土地の自然環境だ。イノベーションを起こす種は至るところに転がっている。かつて中越地震で 2 歳の男の子の救出作戦に関わり、「先入観を持たない」「絶対はない」「想像する」ことを胸に刻んだが、これはイノベーションにも通じる。

我々の活動をイノベーションに変換していくには、当然のことながら、発想・アイデアが必要になる。三人寄れば文殊の知恵というように、人財が鍵を握る。いろいろな人との議論は必要だが、全員が合意する意見からはイノベーションはまず生まれない。アメリカの論文では、価値の高いアイデアは、参加者の専門性が違って多様であることから生まれ、必ずしも多人数は必要ない (最適人数は 4 人との論文もある) という。人財力の向上には「自ら輝く」「交流・ネットワーク」「外からの刺激・サポート」の 3 つの視点がある。この全てに関係するのが地域おこし協力隊である。隊員が動くことにより、イノベーションの風が巻き起こり、多様な話合いや活動の「場」が生まれてくることを期待したい。むろん、隊員自らが主役である必要はない。化学反応を起こすきっかけとなる役回りも重要だ。

隊員の活動パターンは、「行政内部型」、「行政関与型」、「行政・集落中間型」、「集落関与型」、「集落内部型」の 5 パターンぐらいに分類できる。そして、隊員の悩みも 100 人いれば、100× 数倍あつて当然だ。隊員を担当する行政職員も悩みは一杯ある。要はどう向き合うか、気持ちの持ち方が重要だ。私は、「行政の取組」と「地域の取組」に「協力隊員の活動や生き方」を重ね合わせてみることで、そしてビジョンやミッションを皆で共有することが重要と考えている。そこから、様々な新たな結びつきをつくる前向きの努力が生まれ、新たな価値創造につながっていくことを期待している。

地域づくりも 3 つの「I」(Imitation (まねる)・Improvement (改善する)・Innovation (革新する)) で整理できる。いっきにイノベーションは容易ではない。いいものを積極的にまねて、工夫して改善する。さらに努力を重ねる。これ以上は難しいという限界を感じる。そのときはじめてアンテナに引っかかる突破口 (イノベーションの糸口) が見えてくる。注目される事例の多くは、環境の激変や逆境の中でほんの小さな光明を見出したところからは



じまる。これは地域経営にも企業経営にも共通する。JR九州のD&S列車や「ななつ星」も、三陸鉄道の震災5日目の再開と必死の経営も、「やねだん」の行政に頼らない地域づくりも、紫波オガールプロジェクトも、苦労を前向きに転換した「物語」である。

物語をつくるイノベーションサイクルは、何度も回転させなくてはいけない。現場で取り組み、成功・失敗の情報を収集する。データを体系化・モデル化して価値ある情報に変換する。分析・予測し、意思決定を行い、実行する。その結果をまた現場に戻す。日立のような大企業でも小さな町村経営でもいっしょだ。この繰り返しから他のまねではない価値が生まれる。多様なひとを活かすプロデュース力も必要だ。全て自前でなくてもいい。

今ほどローカルに根差しながらグローバルに通用するオンリーワンが求められる時代はない。来し方を振り返り、未来を展望するまちづくりは、「匠・職人の技や手仕事」「普及した仕組みや製品」「新たな技術・システム」が見事に調和したまちづくりでもある。地域の営みと共振・共鳴しながら、地域おこし協力隊が大いに活躍することを期待したい。

■リレーセッション2

講師 養父信夫 氏（一般社団法人九州のムラ代表理事、九州のムラ編集長（株）マインドシェア発行）

「地域おこし協力隊制度を有効に活用する10の法則」

現在、「ムラの命をマチの暮らしに、マチの力をムラの生業に」を理念に、「九州のムラ」という雑誌の発行を通じて、グリーンツーリズムを活かした地域活性化に取り組んでいる。地域おこし協力隊についても、これまで30人くらいの隊員の採用から定住のための助言・実践を行ってきた。

今はムラだけで生きていけない時代なので、マチにムラの良さを与えながら、マチの経済力をどう取り込むかが必要となってくる。そのムラの生業づくりでは、食と観光を掛け合わせることがポイントだ。良く言われるのが六次産業とツーリズムだが、地域おこし協力隊員一人の力で生産・加工・販売までを全て行うことは難しいし、生産は地元の人がやるべきだ。都会に住んでいた「よそ者」の地域おこし協力隊員に期待することは、ムラとマチを結ぶことだろう。たとえば、協力隊員の多くは、フェイスブックやツイッター、ブログが当たり前のようにできる。また、営業経験者はパワーポイントで企画書を簡単にデザインできる。今、ムラに足りないのは、このような力をもった人材だ。地域づくりでは、企業誘致よりも人材誘致が重要だ。



しかし、地域おこし協力隊員といっても、その多くは仕事として都市部で地域おこしを行っているケースは少ない。このため、地域おこし協力隊に活躍してもらうには10の視点が必要だ。

まず一つ目は、重点地域を決めること。観光・地域づくりには、魅力的な地域資源と意欲的な地域リーダーが必要だ。そして、この条件を備える地域からスタートする方が取り組みやすい。まずはその重点地域を決める作戦会議が必要だ。

二つ目は、活動の中核となる拠点と組織を決めること。協力隊員もどこかに所属したほうが働きやすいし残りやすい。また、実際には起業は難しい。しかし、漁協や農協、第三セクターなどに所属すれば、生業づくりもしやすい。

三つ目は、集落のビジョンを明確にすること。これが一番大事だ。集落の皆さんが何をどう取り組んで、3年後、5年後、10年後にどんな地域にしたいのか。こういうことを徹底

的に地域で議論する。そうすると自ずと足りない機能や必要な人材が見えてくる。

足りない機能等は、他から調達する。なので、四つ目はネットワークの最大活用。今、採用は、熾烈な競争の様相だ。JOINさんに情報を出すのは必要最低限。フェイスブックや雑誌はもちろん、若者起業の支援サイト、海外青年協力隊のネットワーク、離島であれば日本離島センターの「しましまネット」とにかく考えられるあらゆるネットワークを駆使する。有料のものも使うくらい貪欲さが必要だ。更に言えば給料。同じ内容であれば給料の良い方に人は流れる。優秀な人財を確保するためには、そこまで考える必要がある。企業では当たり前のことだ。

五つ目は担当者の熱意と行動力。採用は人任せでは駄目。たとえば、地域選びで悩んでいる隊員に会いに行き一緒に飲んで口説いた地域もある。本当にいい人財に会ったら、このくらいのことは必要だ。

六つ目は隊員の複数採用とUターン採用。協力隊員の定着率は6割。すると2人入れても残るのは1人だ。そのことも考えて採用枠を用意する。できれば、その時にUターン枠も設けておく。Uターン者と全くのよそ者のコンビは活性化のための良い組合せだ。

七つ目は最終面接を地元で行うこと。履歴書だけではわからない。最後の決め手はキャラクターだ。予算を組んで地元と呼んで一晩泊まらせて観察する。最終面接では、協力隊員は自分の熱意を伝え、集落はビジョン・夢を語る。その中で一緒にできる人財を選ぶ。

八つ目は、隊員の配属は活動支援ができる部署にすること。協力隊員のやりたいことやミッションは当然異なるので、なんでも企画部門ではなく、一番応援できる部署に配属する。

九つ目は外部アドバイザーをぜひ使うべきだ。アドバイザーのいろいろなノウハウやネットワークを使わない手はない。

最後は、終了後の移住・定住に向けた年次計画を練ること。3年間はあつという間。初年度は地域を知る、2年目は試行錯誤、3年目は収入源も含めた基盤づくりのステップは最低限必要だ。収入源については1つだけで考えるのではなく、サイドビジネスも併せて考え、トータルで必要な収入源を確保するという発想も大切だ。

■リレーセッション3

講師 松元公孝 氏 (宮崎県小林市市民協働課主幹)

「3課協働で協力隊員の活動をサポート」

小林市が地域おこし協力隊を導入した背景には、基幹産業である農林水産物に付加価値がつけられていないことにある。たとえば、宮崎県の農産物生産部門の販売額は全国6位であるが、加工部門の販売額は31位で、加工販売の利益が地域外へ流出している状況にある。加えて、課題解決を図る地域の担い手やノウハウ等が不足している。このことから、外部人材の活用を模索した。その際、総務省のホーム



ページにあった「地域力創造のための起業者定住促進モデル事業」の報告書で勉強し、「地域おこし協力隊」と「外部専門家」の導入の検討を始めた。モデル事業の応募書類には、外部専門家の名前を入れることが求められているが、同省ホームページにある「地域人材ネット」を見ても選べなかった。このため、総務省に相談して紹介された方の中から、小林に詳しい子と書き、宇和島や大館で女性を視点とした取組に実績をもつ小林祥子先生に決めた。以降、小林先生にアドバイスを受けながら協力隊活動のサポートをしているほか、農家の奥様方を中心とする34人の女性グループに対する助言やサポートをいただいている。

協力隊募集では4募集に対し7名の応募があった。小林先生から面接の心構え等の助言とともに、一緒に仕事をする担当者も同席させるという意見を受けた。この同席は大変意義があったと思っている。

小林市の取組の特徴の一つは、協力隊への支援体制だ。応募時に4人の隊員から示された定住イメージの支援を庁内横断で行うとした。4人の隊員から示された定住イメージは、I隊員の希望は前職のデザイン関連での起業を、M隊員は食や福祉に関する分野での起業を、女性のS隊員は食に関する分野での起業を、T隊員はニホンミツバチの養蜂を中心とした農業で、ということだった。このため、受入の主体であった市民協働課のほか、商工観光課と農業振興課の3課協働の支援体制とした。さらに各課から1名、支援メンバーを選任、それを「3本の矢」と称した。

また、市の希望としては、「若者の定住」と「小林チョウザメの地域ブランド化」、「女性の視点や活力を活かした6次産業化の推進」、「地域資源を活用したビジネスモデルの構築」を挙げていたため、これを協力隊共通のミッションとし、委嘱のときに任命した。

最初の1年目は、この4つの取組を協力隊のメイン活動とした。特に、人もわからない、道もわからないという中で、この活動を行政と一緒にやることで地域に入ることにした。実際、協力隊員からも「この取組があったことで、本当にスムーズに活動に入れた」という感想をもらっている。

また、定住への取組も3年目からでは遅いと感じたことから、1年目から必要な人間関係の構築など定住へ向けた活動も同時に行っていくとした。地域おこし活動と定住へ向けた活動の割合としては、1年目が7対3、2年目は5対5、3年目が3対7、3年目の後半は定住へ向けた活動に集中するとした。3年が終わると報酬が切れるので、そのときに生活できないような状態にはしない体制を組んだ。

活動開始後も常に3課協働を意識し、情報共有や情報提供も迅速にできるようにした。

外部協力者による研修も色々行い、定期的な全体ミーティングは最初月2回、今は月1回行い、意思や活動報告の共有を行っている。

今回の活動支援体制の効果をまとめると、まず、協力隊が外部専門家とともに取り組んだことで早々に活躍に結びつけることができた。また、さまざまな地域外の事業関係者などとのつながりもできた。特に協力隊採用時から外部専門家から助言をもらいながら、一緒にやったことがすごく大きい。外部専門家を活用して地域おこし協力隊を導入することは有効だし、お勧めだ。

次に、常に3課協働で支援していくことで、協力隊の要望等にも迅速に応えることができた。特に、それぞれの課が持つ関係機関とをつなげることにより、広い活動基盤ができた。たとえば、ある洋服店の人が協力隊と視察研修で一緒に行ったことから、ジャンパーと帽子とベストとポロシャツの4つを協力隊にプレゼントした例もある。

1期生目の活動はまだ折り返し地点にも達していないが、これから、しっかりとサポートを続け、最終的に起業という形で定住に結びつけられるようにしたい。



■パネルディスカッション

テーマ：「協力隊員のミッションの決め方、選び方、支え方」

コーディネーター：武居丈二 氏

パネリスト：養父信夫 氏、松元公孝 氏

武居氏

昔と今とで格段に違うのが ICT 環境だ。スマホやタブレットも日々進化し、旅先でネット検索して、興味がある場所に足を延ばす人が増えている。どんな地域でも、Wi-Fi 環境ができれば、いつでもどんどん情報を発信してひとを呼び込むことができる。海外からも呼び込んだり、国内外と自由につながるができる。新たなつながりからイノベーションは生まれる。そこに地域おこし協力隊の活動を上手く連動させることがとても大事になってくる。



田舎の魅力ある活動をコンテンツにして紹介することで、田舎が東京を飛び越えて世界とつながる。メールで注文を受けて本物の魅力を直接届けることも簡単にできる時代だ。農家民泊で海外の人たちを受け入れるときには協力隊員は強力な助っ人になる。世界とつながる、これをキーワードにすると、これから本当におもしろい取組ができる。グリーンツーリズムをはじめ、いろいろな可能性が広がると思う。今、東京オリンピックに向け、日立も参加した官民共同技術で、スマホで自由に使える多言語音声翻訳ソフトもどんどん進化している。言葉の壁がなくなったときに勝負できる本物のすばらしさを磨いていくことが必要だ。

そのときに市町村で特に留意したいのは、いろいろな意味での「中間的な受け皿」だ。ここが非常に重要になってくる。公平・画一・平等とは別の視点が重要になる。魅力あるもの、熱心なひと、可能性のあること等々のいろんなものを伸ばす視点、先行してかまわない視点、失敗も許される視点で活動できる「受け皿」が必要になる。その特色を生かしながら、先入観を持たずに活動し、多様な交流・連携が生まれていくことがすごく大事だ。その意味では、協力隊員はこの受け皿的な中間のポジションに立てる可能性がある。

私が全国を回って、まちづくりがうまくいっているところ、いないところをみると、ひとつは、行政のアウトソーシングの仕方に課題があると思っている。行政の効率化で仕事を外に出すときに、単純な入札で地域外にひとやお金、ノウハウ、経験までも出て行ってしまいうケースがある。行政は効率化するが、地域全体としての活力は失われてしまう。本来なら行政が効率化するのと同時に、その受け皿を行政と住民が一緒になって地域でつくっていく必要がある。「地域でできることを地域で受けていく」から一歩進め、「地域でできるようにしていく」ことが非常に重要になる。この受け皿づくり、仕組みづくりを地道にやっていると人も地域も消えてしまう。リノベーションも新たな仕組みづくり・受け皿づくりの視点で捉えることが重要だ。公共施設の一部を稼げる施設にリノベーションして、そこに仕組みをつくり、受け皿を入れる。こういったことをセットで考える必要がある。そして面白い仕組みや受け皿を創造するために欲しい人財を外から持ってくる発想も必要だ。行政や地域おこし協力隊にはこんなアプローチからも期待したい。

養父氏

昨日の「九州グリーン・ツーリズムシンポジウム 2014in 宮崎」に来た人の約 4 割が既に民泊で外国人を受け入れている。しかし英語を話せるおばちゃんは殆どいない。現実的には人間力で何とかなっている。また来ている外国人を見ると、紙媒体はほとんど見ていない。やっぱりスマホだ。なので Wi-Fi 機能をしっかり整備すれば、これから外国人は呼べる。そこに地域おこし協力隊が上手に入ってコーディネート役割を發揮する。特に“よそ者”の視点で埋もれている資源を上手に地域資源に仕立て、表に出してもらう。



その一方で、近ごろ隊員の不満を多く聞く。その多くは、イベントの手伝いが多いとか、地域活動が忙し過ぎて自分の活動ができない場合に多い。地域活動と隊員ための時間を行政が上手く調整しないとイケない。先ほどの小林市の話で、行政がきっかけで養蜂家と隊員が知り合ったなんて、すごくいい話だ。

あと、僕がかかわっている地域にもシングルマザーの隊員が結構いる。女手一つで子供を都会で育てるのは本当に大変だ。一方、田舎では子供がどんどん減り、小・中学校は廃校の危機にある。そういう地域にとっては、子供づれの隊員の受入はありだと思う。

このような話を遡っていくと、本当に大事なのは採用前の準備だ。地域の将来をキチンと考えることで、隊員に行ってもらった活動が見えてくる。最近、協力隊運営のノウハウ蓄積も徐々にできているので、採用の心構え等も皆さんもご覧になり一定の知識は持たれていると思う。だからこそ、採用前の準備が非常に重要になってくる。

隊員の多くは前職のスキルがあって、自分がやりたいことが明確にある。だからそのミスマッチは辛い。しかも、曖昧なまま募集する地域ほど、隊員のフォローをやらない。

なので、僕は FA 宣言じゃないけど、“俺はこういうスキルを持っている”、“私をこういうことに使ってください”等という逆指名システムがあっても良いかもしれない。

最後に一つの提案。これから協力隊員を 3,000 人に増やす方針の中、次の協力隊員候補を育てることを考えていく必要がある。たとえば、応募希望者が 1 週間ぐらい、実際の隊員が活動している地域に入って体験する。実は僕はこの取組を対馬の起業者定住モデル事業で「実践塾」という形で行った。今「MIT」という団体が受入れ組織になって、夏休みに 3 泊 4 日、30 人ぐらい受け入れている。できれば、興味ある人たちに隊員の活動を体験してもらう機会をつくるのが大切だと思う。

松元氏

小林方式というか、地域活動と定住のための活動の割合を、1 年目は 7 : 3、2 年目で 5 : 5、3 年目は 3 : 7、その後半は 100% 定住という方針は最初に決めていた。

市としては、地域活動も重要であるが、最終的には定住をしてもらいたいということが根本にあったので、地域おこし活動と定住へ向けた活動を両立させていくことを目標としていた。この割合の根拠はないが、概ねの目安として考えた。そして、1 週間の活動時間から大体の時間のイメージを共有した。



ただ、それに縛られることはない。たとえば、私と一緒に協働している「女性の活力を活かした 6 次産業化の推進」では、たとえば、3 日間連続、4 日間連続と集中して行うケース

が結構あり、その間はそれだけになることもある。反対に、今の時期は一緒にやる活動がないので、その間は、思い切って自分の定住に向けた活動をずっとやることも良いとしている。ある意味、いい（良い）加減で行っている（笑）。

隊員の採用では4名の募集に対して7名の応募があった。書類選考で各項目を決めて点数化して、面接を小林で行った。その際の旅費は自費とした。ただ7人全員に来てもらって3人落とすのは経済負担が大きいと思ったので、5人ぐらいまでに絞ろうと考えた。たまたま、そのうちの2人が書類選考の段階で大きな差がついたので、面接は5人だった。

応募書類では「定住のイメージ」を書く欄を大きくとって、詳しく書いてもらう形式とした。丁度「起業者定住促進モデル事業」で取組を開始した背景があったので、「起業」にこだわって書いてもらった。このイメージの具体性が選考の大きなポイントとなった。

一方で、市が協力隊員を採用する理由としては「若者の定住」と「小林チョウザメの地域ブランド化」、「女性の視点や活力を活かした6次産業化の推進」、「地域資源を活用したビジネスモデルの構築」と明確にし、これを協力隊のミッションとして募集時に明示している。

採用した4名は、先ほどのリレーセッションで話をしたとおり、それぞれ明確な定住イメージがあったので、こちらとしても庁内連携の体制を組むのもしやすかったし、サポートもしやすかった。

「3本の矢」の活動については、庁内的にも合意がとれていたので行いやすいし、色々協力も得ている。市長も、いつも後押ししてくれている。



(2) 地域力創造セミナー(東日本編)

① 開催概要

テ ー マ : 地域おこし協力隊による地域おこしについて外部専門家とともに考える
開催日時 : 平成 26 年 12 月 15 日 (月)
開催場所 : トラストシティ カンファレンス・仙台
受講者数 : 96 名 (自治体職員、団体職員、地域おこし協力隊)

② プログラム

- 13:10 開会
- 13:15 主催者挨拶・政策報告「地方創生と外部人材」
野竹司郎 人材力活性化・連携交流室長
- 13:35 リレーセッション(講演) 1
「地域サポート人材を活用した地域再生の要点」
講師 関司直也 氏(法政大学現代福祉学部准教授)
- 14:40 リレーセッション(講演) 2
「地域おこし協力隊の生業・創業・定着に向けて
人材×組織×マーケティングによる地域活性化ビジネス戦略」
講師 井手修身 氏(株式会社アイデアパートナーズ代表取締役)
- <休憩>
- 15:55 リレーセッション(講演) 3
「ひと・まち・協力隊が輝くことを目指す西和賀町の6次産業化」
講師 高橋直幸 氏
(西和賀町役場6次産業推進センター 6次産業推進特命担当主任)
- 17:00 パネルディスカッション
テーマ:「協力隊員のミッションの決め方、選び方、支え方」
コーディネーター : 関司直也 氏
パネリスト : 井手修身 氏、高橋直幸 氏
- 18:00 閉会
- 18:05 名刺交換会
- 18:40 交流会(仙台トラストシティプラザ1階 イタリアン「バルバレスコ」)

③ 講演要旨

■リレーセッション1

講師 関司直也 氏（法政大学現代福祉学部准教授）

「地域サポート人材を活用した地域再生の要点」

リレーセッションの冒頭として、少し全体的な話をさせていただく。その導入として、協力隊のような仕組みが出てきた背景の話を、都市サイドからと農山村サイドの両面からいま一度確認したい。まず都市サイドでは、先ほどの室長の話の中に、20代、30代の参加が多いとあった。なぜ若い世代が農山村に目が向いているのか。そこには若い世代に限らず、多くの都市住民に同様のマインドとして出てきていると思う。農山村には、里山や田んぼ、自然がある。その一方で、耕作放棄地や山の管理放棄などの問題が出ている中、最近の里山保全や棚田オーナー制などの形で農山村にしかない地域資源に関わりを持つようとしている都市住民が増えてきている。



元農文協編集長の甲斐さんの本では、2000年代半ばから、特に団塊ジュニア世代以降の世代の動きが顕著になったとしている。この世代は1995年の大転換を経験していると書かれていた。その1つは終身雇用制の崩壊と就職氷河期であり、もう1つは経済のグローバル化だ。実はそれ以上の出来事として阪神淡路大震災やサリン事件もあった。そのあと、2008年のリーマンショックや東日本大震災が続いていく中で、都市の暮らしに対する疑問が出てきた。他方で、メディアもダッシュ村や地方探訪番組を取り上げるようになり、農山漁村の暮らしを身近に触れる機会が増えてきた。

一方、地域側では外部人材を必要とする状況が生まれている。1つは限界集落問題や消滅可能性自治体などの言葉が出てきた過疎化や高齢化に求められるが、言葉に踊らされて地元の人が「もうこの地域は先がないから帰ってこなくていい」と自分の子どもたちに言ってしまふ諦めの状況が生まれてしまった。2つ目は、兼業化と混住化の問題だ。今や農村でも農業をしていない世帯が増えている。むしろ農村でも多様な働き方がでてきて、農林漁業などの地域資源と関わる人が限られてしまっている。限られる分、その価値もなかなかかわからず、地域のまとまりが取りにくくなっている。

このような状況において、どうすれば地域サポート人材を上手く活かせるのか。地域おこし協力隊に絞ると、事業の狙いは大きくは「地域協力活動への従事」と「地域への定住」の二つ。そう考えると、やはり「地域づくりは何か」ということを地域は導入前にキチンと考えておく必要がある。また、この事業の特徴は主体が3つあることだ。1つは協力隊、1つは受入集落、もう1つは行政。そして、この三者が同じ思いを持っていなければどこかで必ずトラブルが生じてしまう事業だ。特に隊員は人生を賭けて3年間ここで頑張ろうと思って来ている。志ある人の人生を3年間預かるということを地域や行政は肝に銘じていただきたいと思う。

定住については、3年後、地域と良い関係ができて、初めて「残るか判断する局面」となる。だから、大事なのは3年間のプロセスだ。特に、協力隊員と地域の方々との信頼関係をつくるという土台が非常に大事で、協力隊を途中でやめるケースは、地域とうまく折り合えなかったケースが多い。

「なりわいづくり」については、自分のノウハウを活かすケースと、いろいろな地域仕事を組合せるケースが多いが、もう1つの発想として、今ある事業を継ぐというケースがある。今、田舎では安定的な事業でも後継者がいないため廃業するケースがある。このため、継ぐ

相手を隊員の中から探し出すことも1つだ。先日、隊員の一人が「ここに残りたいと思っても、コンビニのバイトでは残りたくない」と言っていた。残るのだったら、地域の生業とか、そこに寄り添った仕事をしたいと思っているわけだ。そこをどう汲むかというのが非常に大事だと思う。

今まで述べた感覚を持ってもらえば、協力隊の取組はプラスに働いていくと思う。

資料には導入前のチェックリストがある。これは「地域サポート人ネットワーク全国協議会」が受入自治体の皆さんと学識経験者が相談をしながら手探りでつくったものだ。協力隊の意義・ねらいの共有や、地域側の理解、受入に対する主体性、また、活動人数や活動の範囲、活動費の中身の伝達など、いろいろな項目を整理した。たとえば、人数については1人だと孤独となるので大変だ。活動範囲が集落等に限定されると逃げ場がない。このあたりで隊員は苦労している。そのような意見を踏まえた解説も付けているので、ぜひ、参考にしていきたい。

■リレーセッション2

講師 井手修身 氏 (アイデアパートナーズ株式会社代表取締役)

「地域おこし協力隊の生業・創業・定着に向けて

人材×組織×マーケティングによる地域活性化ビジネス戦略」

私は、観光のまちづくりでは、観光に全く関係のない住民や団体の参画が必要だと言っている。その理由は「シビックプライド」だ。観光で最も大切なのは、そこに住む人の誇りだ。来訪者にそれを理解してもらい、「いいね」と言ってもらうことがファンづくりにつながる。ただし、棚田がある、頑張っているおばちゃんのおいしい漬物があるだけでは売れない。それを自分たちの地域に来るであろう顧客を設定し、その顧客のために編集加工し、広告媒体を決めて（プレイスや）プロモーションをかけていく。顧客にそれを届けられない限りは、買ったり、来てもらったりしない。地域活性化ビジネスは簡単ではなく、当然、起業・創業は難しい。



また、最近、イノベーションがよく言われるが、これの最も重要な視点は、どう差別化し付加価値を付けるかという「How」だ。そのためには「Why」を突き詰める。人は「本質」に動かされ、「共感」により広がる。このため「本質」を言葉にして共感を得ることは非常に大事だ。そして、「モチベーション」。「金銭的報酬」、「地位的報酬」のほか「コミュニケーション報酬」を高めることが大切だ。それには数値化した目標を設定し、それを途中経過で評価して、みんなの前で褒める。地域おこしでは、そういったことが非常に重要になってくる。

地域おこし協力隊導入のプロセスは、①人材要件設定→②募集方法決定→③募集→④面接・選考→⑤採用→⑥配属開始→⑦活躍サポート→⑧定期フォロー→⑨定着の9段階ある。特に一番大事な点は①～⑤番だ。早い話、地域おこし協力隊の成否は、隊員が地域に入る時点で6割以上は決まる。まず大事な点は、人材要件をどう設定するかだ。そもそも自分の地域または組織はどんな人材が欲しいかが不明確な状態で定着や定住があるはずがない。

その次は募集の方法だ。私に言わせれば3年間で1,200万円も人材に投資するのに、募集コストを全く見ていないのはおかしい。全国で1,000を超える地域が募集する中、「この人」という1人を見つけなければならない。優秀な人材を確保したいのなら、コストをかけて、

パワーをかける。今、U・I ターン予備軍は首都圏に大体 5 人に 1 人とされている。マーケットは大きい、それは一次産業をやりたい人だけではなく、営業や事務、クリエイティブ希望者も多い。この志向のミスマッチの解消が大きな問題だ。企業でも 3 年以内に 3 人に 1 人は離職する時代。当然、協力隊にもミスマッチは起きる。なので、一定数の採用も考えておく必要があるし、何をやりたい人かをきっちり押さえることが大事だ。

これは私が南小国町や波佐見町で行っているステップアップシートだ。まず、町が必要とする地域おこしの目標設定があり、隊員のやりたい目標もつくる。これを 3 ヶ月かけて双方議論して決める。そして、これを半年後、1 年後に達成度を確認する。ただし、報連相は毎週する。月間では必ず振り返り、目標に対するフィードバックを行う。活動にズレが起きたら軌道修正だ。この振り返りは行政と担当セクションがやる。受入が公社や観光協会であれば、そこも参加する。一番難しいのが集落だ。僕は集落に直接協力隊を送り込むのは難しいと考えている。集落でも、組織体制がしっかりしている所に送り込んで欲しい。やはり体制が曖昧では、活動する職員も誰と調整すれば良いかわからない。そういう場合は、やはり行政がしっかりと調整をして欲しい。

1,000 分の 1 ≥ 10 万分の 100 という方程式がある。10 万人規模の所に 100 人の工場を誘致するよりも、1,000 人の所に 1 人の生業や定住を起こすことが大事だという考え方だ。この 1,000 分の 1 をつくるには、受入側が相当頑張らないといけない。地縁、血縁、信頼関係のある専門家をフルに活用する。できたら信頼関係があるアドバイザーを活用した方がいいだろう。

物価値と事価値でクリエイティブが生まれる。農商工連携、住民の力が集まるプラットフォーム、知恵の場づくりが大切となる。最小の投資で人材誘致を行ってビジネス化する。そのためにも、ぜひ、人の集まる場、知恵の集まる場づくりはやっていただきたい。そこに地域おこし協力隊を入れるようにしていただきたいと思う。

地域おこし協力隊ステップアップシート

長崎県波佐見町地域おこし協力隊 ステップアップシート
(平成 26 年 7 月～平成 27 年 3 月まで)

氏名:

+	+	波佐見町からの目標設定(行動・プロセス・成果、期待する事など)	波佐見町からの振り返り(行動・プロセス・成果など)
	+	*町職員、町民、関係団体、インストラクターとのコミュニケーション *体験型観光の新しい企画 *PR広合物の制作 *観光情報の発信、観光のための営業活動 *新しい観光資源の発掘 *地産・観光イベントの運営支援 *特産品の開発とPR	
+	+	目標設定(行動・プロセス)	振り返り(行動・プロセス)
	+	目標設定(数字・成果)	振り返り(数字・成果)

■リレーセッション3

講師 高橋直幸 氏（西和賀町役場 6次産業推進センター 6次産業推進特命担当主任）
「ひと・まち・協力隊が輝くことを目指す西和賀町の6次産業化」

西和賀町では、今、6次産業化でまちづくりを進めている。実は、協力隊の所管は町の政策推進室が担っており、6次産業化という枠の中で、時には協力隊と二人三脚で、ときに協力し合いながら取組を進めているという関係だ。

この写真は「ふきのとう」を使った加工風景だ。おばちゃま方が談笑しながら加工品を作っている。この加工品を作る人は人財で、加工品に使われる山菜も立派な資源だ。西和賀町の6次産業化は、人や加工品が輝くことができるまちづくりの手段として取り組んでいる。



いま過疎地域に都市部の住民を受け入れる支援制度はいろいろ整っている中、西和賀町では、緑のふるさと協力隊、地域おこし協力隊を活用している。地域おこし協力隊は2011年から2名活動してもらっている。そして、このモデル事業では、早稲田大学の宮口先生に外部専門家として入ってもらい、6次産業化に対する助言や2名の隊員が行ったいろいろな活動についてアドバイスを受けた。2名の隊員は、西和賀町左草地区に住みながら地域活動にも積極的に参加してもらった。秋祭りや春の農作業の手伝いのほか、地域活動にも積極的に顔を出してもらった。最初は地域の人が積極的に協力隊にアプローチをして、「うちに来てちょっと飲み」と飲み会に引っ張られ、当初は「何だ、ここは」と思っていたらしいが、今では自分のほうから「飲みに行っていますか」と、1時、2時まで居座ってしまうという関係ができています。

また、この地域のお祭りの司会をしたり、農作業の力仕事を担ったり等、自分たちでも色々考えて、地域の足りない部分を補う活動をしてくれた。特に、町のイベントには体当たりで参加してくれ、ときにスタッフ、ときに参加者として、身をもって西和賀を知るといった活動をしてくれた。

この結果、一人の協力隊員はハンターの資格を取って、高齢化が進み成り手が少ない猟友会のメンバーとして一緒に山に入り、鳥獣駆除の活動も行っている。また、地元の人にとって邪魔者な雪を「雪かきは新鮮だ、楽しい、運動になる、おもしろい」と感じ、雪掘り大会「春出し競争」というものを企画し、14チーム64人が参加する西和賀町の新たな冬のイベントを作った。また、雪下ろしの方法や雪で困ったときに相談する場所など雪国の暮らしの知恵をまとめたガイドブックも作成した。

あと、全国から学生を招いて1週間ぐらいかけて1つのステージをつくり出す「銀河ホール学生演劇祭」では、協力隊がお世話役として、大学生と地元の旅館等の間に入ってこの事業を仲立ちしてくれた。この全国から集まった演劇学生の中から、実は第2期の協力隊が誕生した。第1期の協力隊が楽しそうに活動したのが見えたのだろう。第2期の協力隊は、生涯学習課が担当し、演劇に軸足を置いた活動を行っている。

これは第1期の協力隊にヒアリングを行い、3年間の地域おこしの感想をまとめたものだ。大きく言えば、地域に飛び込んで思いを共有し、そこから考えたことに協力を呼びかけて巻き込んでいき、実現することができたと本人は話している。思いをつなげて形にするその過程の楽しさが、次なる原動力になり、ここに住みたいという感情に結びついたという。実際彼は結婚して定住し、地域に欠かせない人材になっている。

これを整理すると、第一段階は、まずはやってみようという活動だったと思う。山菜栽培試験場で作業体験、草むしりから始まり、最初は草と間違えて山菜を抜いてしまった。そう

いった過程を経ながらいろいろなことを学んでいった。また屋根の雪下ろしなど色々な生活も体験した。その中から自分なりに感じたものを自発的な活動、たとえば、山菜栽培の匠に弟子入りするなど、活動に対する思いを形にしたという第二段階のステップに進んだ。最後には春出し競争といった独自のイベントや加工品開発の企画など、思いを具現化するというステップに至っていった。

その中で、6次産業推進センターでは、第一段階では体験的な活動、フィールドの紹介、第二段階、第三段階としては、活動のバックアップや所管事業とのマッチング、キーマンの紹介など、協力隊のアドバイザー的役割を担ったと思っている。



■パネルディスカッション

テーマ：「協力隊員のミッションの決め方、選び方、支え方」

コーディネーター：関司直也 氏

パネリスト：井手修身 氏、高橋直幸 氏

関司氏

地域おこし協力隊の活動は、自主活動と地域活動の2つを組み合わせるが、気になる点は、それを同じ地域で行うのか、違う地域で別個にやるのかで結果に違いが出てくる。特に、私は土台をつくり、活動を積み上げていく方が良いという発想なので、見知らぬ地域でいきなり起業などは厳しいと思っている。かといって生活支援のような活動ばかりでは、隊員は何時までたっても自立できない。このため、信頼関係なり、共感をお互い確認するためのプロセスとして地域活動があり、その上に価値を生み出すプラスの活動があって初めて次のステップが見えてくる。実際の定着・定住については、先ほど井手さんが言われたように、地域にある既存の仕事に就職するという視点も大切だ。反対に、3年いるのだからとにかく起業という発想は危険だ。起業するのであれば、新しく事を地域に起こしていく姿勢を。お2方の話などを伺っていても、その方がむしろ自然だと感じた。

外部専門家の活用については、その人その人で専門性や進め方が異なる。そこはコミュニケーションを取りながら相性を確認した方がよい。また、受入地域が戦略なり、考えを持ってないと、私たちの立ち居振る舞いやアドバイスが難しい。1回一緒に活動して、それが見えたところで改めてスタートする方が良いかもしれない。

地域おこし協力隊は、私は、ハイレベルな都市農村交流だろうと思っている。いまの都市農村交流は色々なスタイルがあるが、3年間も顔を突き合わせて一緒に暮らすという方法は



日本史上初だ。

このため、厳しい言い方だが、短期間の都市農村交流ができていない地域には、ハードルが高い。その意味では、まず、色々な形で都市の人とのつながり、交流にチャレンジいただきたい。つながっていくということに価値があり、意味も大きい。

ただ、受入には手間がかかる。しかし、そこから得るものは非常に大きいのが、地域おこし協力隊事業の特徴だと思う。そういう意味で、ぜひ、いろいろなところの知見を見て、学んでいただきたい。また、井手さんや私など、協力隊を応援しているメンバーもたくさん全国にいるので、そういう人材をぜひご活用いただければと思う。

井手氏

地域おこし協力隊とは、採用した人を3ヶ年、自治体が直接雇用している形になる。しかし、その対応を見ていると、3年間人材を預かるという責任感のギャップの大きさをものすごく感じる。行政は3年間、きっちり面倒を見てフォローすべきだ。自分も起業しビジネスをしている立場から言わせていただくと、地域活動と起業・創業は全く違う種類の活動だ。このため、集落の課題解決などの地域活動を続けて、起業や生業づくりができなかったら行政は地元企業等を紹介する必要がある。行政は地域活動はサポートするが、生業づくりは個人で頑張るってねというのは、私からすればあまりにも無責任だ。起業は都市でも難しいのだから。



ただ、来た人が新しい視点、新しい発想で何か事を起こすのは間違いない。仮に任期後、受け入れ先で定時に勤めても、9時5時以外の時間帯で引き続き地域活動に入ってもらおう。それが正に地域コミュニティで一番大切な人材だ。やはり定住・定着については色々な方法で行政は関与しなければいけない。

一般行政職員の副業は禁止であるが、協力隊員の起業を考える場合は、その地域の中でフィーがとれるかが問題となるので、3年間、全くノーフィーで活動していたら、それこそマーケティングもあつたものではない。このため、協力隊員の起業を考えるのならば、予め対価を得ても良いという運用ができるよう色々考えてもらいたい。

外部専門家については、僕はあえて、信頼関係ができてから使って欲しいと言いたい。相性もあるし、地域の期待に応えられるスキルの問題もある。マッチングが不幸だと、お互いが不幸だ。最初はお試しでやる等、お互いを理解してからスタートしたほうが良い。

逆に地域おこし協力隊の人には、何となく地域に行くことはやめたほうが良い。少なくとも、自分は農業をやりたい、自分は販売ができるなど、明確な意識を持った上で行かないと、後でしんどくなる。地域の課題意識を聞きながら、想いを共有して、マッチングした時点で活動は始まっていく。そこが一番大事ではないかと思っている。

高橋氏

やはり募集内容の段階で町の希望や活動を明確していかないと協力隊がモヤッとしたまま入ってきてしまう。西和賀町は「6次産業化を使ったまちづくり」とカチッと示したので、農業のイメージが浮かんでくる。すると、自分がやれることのイメージができると思う。また、募集する段階から相当程度覚悟を持つ必要がある。西和賀町もまだまだできていないし、話を聞いて反省するところもたくさんあるが、受入側の覚悟はキチンと持つ必要がある。



あとは、結果として西和賀町が良かったのは、6次産業というビジネスが見えやすいテーマにしたことで、協力隊員も雇用と所得をイメージしながら活動できたことだ。また、どこが主体かをハッキリさせたことが良かった。すると、悩みや壁にぶつかっても、この部分を助けてくださいということが出来る。この関係ができれば、色々な事がシンプルになり進みやすくなるのではないかと。

定住・定着については、そこまで口酸っぱくは言ってはいなかったと思うが、定住すればいいね、みたいな雰囲気は徐々に出来上がっていった。その雰囲気を多分協力隊は察知していたと思うし、それに応えたいという思いもあって、自分たちなりに考えたと思う。うちは第1期に2人採用したが、そのまま定住した。一人は自分がやりたい山菜栽培の事業化を目指しながら、町の産業公社の通信販売のセクションで活躍している。もう一人は、演劇ホールのフォローアップをした関係で今年の春からはその会館の嘱託職員となった。いま、第2期の協力隊と新しい学生演劇祭の企画運営などをやっている。

やはり「地域おこし協力隊」というのは、地域を元気にするための手段であると思うので、地域自体が主体性を持って関わっていかないと、協力隊員もどうしたらいいかわからなくなる。これは協力隊だけに限ることではないと思うが、何が何でも未来にたどり着くのだという思いがないと、そこに関わる方もどういう立ち位置で関わっていいのかわからない。やはり仕掛けるほうもそれ相応の覚悟を持って仕掛けなければいけないのではないかと、自分自身に言い聞かせたいと思う。



(3) 地域力創造セミナー(東京編)

① 開催概要

テ ー マ : テレワークの活用による地方定住や地域おこしの可能性
 開催日時 : 平成 27 年 2 月 27 日 (金)
 開催場所 : フクラシア品川クリスタルスクエア
 受講者数 : 92 名 (自治体職員、団体職員、NPO 等の地域づくり団体、地域おこし協力隊、民間企業)

② プログラム

- 13:10 開会
- 13:15 主催者挨拶・政策説明
「地方創生と外部人材」
野竹 司郎 人材力活性化・連携交流室長
- 13:35 リレーセッション (講演) 1
「テレワークの現状と、地方創生におけるテレワーク」
講 師 田澤由利 氏 ((株)テレワークマネジメント代表取締役、
(株)ワイズスタッフ代表取締役)
- 14:40 リレーセッション (講演) 2
「テレワークの実践例と期待される効果」
講 師 井沢晃一 氏 (一般社団法人日本テレワーク協会専務理事)
<休憩>
- 15:55 リレーセッション (講演) 3
「テレワークがもたらす新しいスタイルの地域おこしと暮らしと仕事」
講 師 松村茂 氏 (東北芸術工科大学デザイン工学部教授)
- 17:00 パネルディスカッション
テーマ : 「テレワークの活用による地方定住や地域おこしの可能性」
コーディネーター : 松村茂 氏
パネリスト : 田澤由利 氏、井沢晃一 氏
- 18:00 閉会
- 18:05 名刺交換会
- 18:40 交流会 『TULIPANO トゥリパーノ』(東京都港区港南 1-8-15 W ビル 2F)

③ 講演要旨

■リレーセッション1

講師 田澤由利 氏

(株式会社テレワークマネジメント代表取締役、株式会社ワイズスタッフ代表取締役)
「テレワークの現状と、地方創生におけるテレワーク」

「テレワーク」とは、インターネットやパソコンやタブレット、スマホなどのICTを活用して、本来の働くべき場所から、離れた所で、時間に縛られず柔軟に働くことを指している。

テレワークの分類には実は色々あるが、一つの考え方として「雇用形態」と「働く場所」で分類すると、会社に雇用されている人を「雇用型テレワーク」、自営で行う人を「自営型テレワーク」、そして、電車の中やカフェなど移動先で仕事をする「モバイル型テレワーク」と、家で仕事をする「在宅型テレワーク」に分類できる。「サテライトオフィス」の場合は、それが会社の支社であれば「モバイル型」となり、自宅に近い何かの拠点で行う場合は「在宅型」となる。

そして、実は、テレワーカーの8割以上が「雇用型」だ。

安倍政権ではテレワークを強力に推進するとしており、東京オリンピックの2020年までには、テレワーク導入企業を今の3倍に、週1日以上終日在宅で就業する「雇用型在宅型テレワーカー」を全労働者の10%以上にするという目標値が定められた。この数値が実現したら、日本の働き方は大きく変わり、生活の仕方も変わっていく。

しかし、テレワークの現状は、一部の大企業にしか導入されておらず、しかも制度を利用している人は少ない。ただ、去年9月の『日経ビジネス』では、親の介護を理由に退職する人が増えており、40代、50代の会社を支えてきた「エース社員が突然いなくなる」と紹介している。ある大手企業は2023年には介護が必要となる親を抱える社員は5分の1になるという。特に、一人っ子や未婚者が増えている今、在宅介護で、会社で働けない層が増えてくる。

このため、今後は、企業は「テレワーク」を導入せざるを得ない環境になってくる。現在、総務省の地方創生におけるテレワークの研究会では、都市部の仕事を地方でする「ふるさとテレワーク」が検討されている。その類型として、私は「ふるさとオフィス」、「ふるさと起業」、「ふるさと勤務」、「ふるさと採用」という4つに分けることを提案している。「ふるさとオフィス」は、企業が地方にサテライトオフィスを置き、社員がその地で仕事をする。「ふるさと起業」は、U・Iターン者が、クラウドソーシング等を活用して仕事を受託したり、起業したりする。「ふるさと勤務」は、親の介護で帰った人材が、遠隔雇用により、在宅で仕事を続ける。「ふるさと採用」はテレワークの社員を地方で新規に雇用する。

「ふるさとテレワーク」の実現には、都市の企業のテレワーク導入が前提となるが、その一方で、地方もその対応の準備が必要となる。通信環境の整備はもちろん、拠点づくりや人材育成、企業や地域人材からの相談対応、マッチングが必要だ。特に拠点ではICTを使った「バーチャルオフィス」機能が必要だろう。

今、画面に映っているシステムは、弊社が採用しているバーチャルオフィスのクラウドサービスだ。北見と奈良と東京、それぞれのオフィスで働いている社員も、在宅で働いている社員も、同じバーチャルオフィスで机を並べている。誰が今席をはずしているかも、ひと目でわかる。社長室に呼ぶと、すぐにやってきて、話がわかる。会議室に人が集まっているのがわかる。Aは北海道留辺蘂の在宅勤務者、Bは北見オフィスにいる社員、Cは奈良オフィ



スの社員だ。私も、会議室に入ってみよう。

(田澤) 突然入ってきて、ごめんなさい。何の会議ですか？

(A) 今、サイトのリニューアルの話をしています。

(田澤) 今、見たら、北海道と奈良の三人が集まっていますね。

(A) 今、その3人で話し合いをしています。直接話をしないと進まないとなって呼びかけました。

(田澤) Cさんは、今、在宅ですか、オフィスですか。

(C) 自宅です。

というような感じで、仕事をしている。

このようにICTを使うことによって、離れていても、いつもと同じ仕事ができれば、地方にいる有能な人材を雇用することができる。それがテレワークに期待するところだ。

最後になるが、「ワークライフバランス」や「ダイバーシティ」という言葉に比べて、「テレワーク」という言葉は浸透していない。「ワークライフバランス」は仕事と家庭の調和、つまり「人や社員の生き方」だ。「ダイバーシティ」は多様性、つまり「企業や社会のあり方」だ。そして、「テレワーク」は「これらを実現するための働き方」だと思っている。

「テレワーク」は最良の働き方かと問われると、実は私はそうは思っていない。やはり皆と会って、同じところに集まって仕事ができることが幸せだ。でも、これからの日本は、それができなくなる人が多くなっていく。この「テレワーク」という働き方の選択肢が日本を、そして、地方を救っていくのではないかと思っている。ぜひ、地方の皆さんがテレワークの可能性を感じて、この機会にどんどん推進してもらえればと思っている。

■リレーセッション2

講師 井沢晃一 氏 (一般社団法人日本テレワーク協会 専務理事)

「テレワークの実践例と期待される効果」

「情報通信技術を活用した、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方」である「テレワーク」が近年のICT技術の進展で行いやすくなっている。たとえば、端末もノートPCからスマートフォン、タブレットと進化し、ネットワークもLTE、セキュリティ問題もリモートアクセスでクリアになり、コミュニケーションツールやウェブ会議も非常に手軽に早く、しかも安くなっている。しかし、現在、終日在宅テレワーカーは就業人口の4.

5%、導入企業は9%だ。しかもこの数値は従業員100人以下の中小企業は入っていないので実態はもっと低い。このため、政府は「世界最先端IT国家創造宣言」を行い、各種施策を推進するとした。たとえば、地方への人材移転推進では、この5年間で30万人の若者雇用創出を行うとし、本社機能を地方に移した企業には税制優遇や補助金を出すとした。また、総務省、厚生労働省、国土交通省、経済産業省の「テレワーク4省」のうち、総務省がテレワークによる地方への人材移転による実証実験を予定とし、厚労省は「職場意識改善助成金(テレワークコース)」を創設した。テレワーク協会では、このような政策を踏まえて、様々なサポートを行っていく。

地方自治体が取組むテレワークのパターンは大きくは4タイプある。一つは佐賀県や広島市のように「自治体自らがテレワークを導入して実践している」タイプ。二つ目は「テレワ



ーク実践企業を支援する」タイプ。東京都では導入のための助成金を出し、松山市ではテレワーカーが働く事業所に発注するテレワーク業務の発注額の10%を支給という面白い制度を実施している。3つ目はサテライトオフィスを作って企業を誘致する「テレワーク実践環境を提供」タイプ。そして、やはり地方で「ふるさとテレワーク」を進める場合、一番大きな問題となるのが仕事の確保だ。4つめのタイプはこの「マッチングの支援」だ。

「ふるさとテレワーク」の成功例として皆さんもご存じの徳島県神山町のケースを見ると、やはり、ただ単にサテライトオフィスを作っただけでは駄目で、フォローアップの体制はもちろん、縁のある人にアプローチするなど、いろんな努力が必要だ。

岩手県滝沢市では、岩手大学との共同研究を組み合わせた全国初の産学連携サポート施設を運営している。宮城県O市では「移住対策のためのテレワーク」として、施設マネージャーが常駐するサテライトオフィスとテレワークセンターを兼ね備えた施設を整備する予定だ。

「マッチングの支援」としては、今、ビデオを見てもらったように、「クラウドソーシング」というウェブを通じた仕事と人のマッチングがあり、市場は急速に拡大しており、現在400億円の規模がある。面白いのは、全発注量の85%は東京以外で受注されており、この中には神奈川や千葉、埼玉、大阪での受注も含まれているが、他の業務に比べれば地方にお金が落ちる仕組みとしては非常に大きいと思う。宮崎県日南市の例では、市が作ったテレワークセンターを「クラウドワークス」ユーザーには無料で貸し出している。また「クラウドソーシングセミナー」や、月収20万円に達するまで市が受注のサポートするプロジェクトを行っている。「6次産業支援プロジェクト」では、「クラウドソーシング」で商品開発やPR業務を実施している。また、群馬県桐生市では、「ランサーズ」と地元NPOが連携して、託児所付きのテレワークセンターに最新PC等を置いて、仕事機会の提供をしたり、フリーランス向けの福利厚生を試験的に提供している。

協会としては、「テレワークアドバイザー」という、地域のテレワークセンターやサテライトオフィスを運営する人を育成しようとしている。

最期に「ふるさとテレワーク推進」に向けて、自治体の役割を考えてみた。まず一つ目は、都市企業へアプローチなど移住候補探だ。都市企業がその地域に行くメリットを考え、社長に訴える。例えば福岡では「福岡移住計画」というものがある。いろいろプロモーション活動が必要だ。2つ目は受け入れ体制の整備だ。都市在住の個人にアプローチする場合は、まずは仕事の用意が重要だ。自治体から仕事を出す、元気な地域企業から出す、「クラウドソーシング」を使うなど、色々な手段を検討してみる必要がある。テレワークの環境整備も必要だ。「サテライトオフィス」や「テレワークセンター」を作り、その運営者として「テレワークアドバイザー」を置く。それから生活基盤サービス。介護や育児などの生活基盤を助けてくれるサービスの充実だ。今後は、ふるさとテレワークを活用して、自治体を活性化させる新たな可能性にチャレンジして欲しい。

そして地域のテレワーク推進のために、自治体自らがテレワークを導入していただきたい。協会では、厚労省の受託事業として「テレワーク相談センター」を10年行っている。無料で、懇切丁寧にベテランの相談員が対応させていただいている。協会の会員登録も自治体は無料だ。是非利用していただきたい。

■リレーセッション3

講師 松村茂 氏（東北芸術工科大学 デザイン工学部教授）

「テレワークがもたらす新しいスタイルの地域おこしと暮らしと仕事」

情報環境の発展は目覚ましく、たとえば、フェイスブックやラインなどのSNS系のコミュニケーションや、WEB作成などの情報発信をスマホでできる時代となった。95年にインターネットを一般の人が使えるようになってから、これらが急速に普及した。このため、地域の宝を見つけた企業が通信販売等で成長してきている。

また、生活スタイルが「消費者から生活者」に転換していることも地方での仕事づくりをしやすくなった環境の一つだ。消費とは最後はゴミにするということだ。しかし、今は買ったものを捨てることなく、リサイクルやリユースする時代になってきた。そして、これがビジネスになる。ちなみにアマゾンで一番、古本を抱えている会社が長野県上田市にある。はじめは自分の古本を売り始めて8年。今は60万冊の本を集めて年商10億円、従業員60人までに発展した。



売るための信用づくりもネットなら可能だ。ブログやフェイスブック、アフェリエイトサイトを通じて、自分の考えや活動を示して、自分のお勧め商品売る。クラウドソーシングでは「この人との仕事が良かった」と思った発注者が受託者にポイントを付ける。高ポイントの人ほど信用力が高いという仕組みだ。このような形で信用をつくることも可能となっている。

テレワークは、場所を選ばないので、自分にとって最も環境のいいところで仕事をする。その代表例が地域おこし協力隊であり、直島や神山だ。彼らは「土地は広いし、やりたいことは何でもできる」、「遊ぼうと思えば、海も山も近い」、「欲しいものはネットで買える」、こっちのほうが楽しいと言う。

私の研究室の学生で山形県西川町の地域おこし協力隊員がいる。彼はイベントを主催している。このイベント開催は、ウェブやチラシづくり、出店者を募集や交渉などとプロデュースの練習に良い。また「桃色ウサヒ」の取組は、私の研究室で約2年研究したものだ。ウサヒの格好をすると、皆うち解け、フランクに話をしてくれる。毎日この格好で地域を回り、アイデアや問題をもらいながら、それらを組合せて商品を作った。その一例がこのスナック菓子であり、ウェブマンガだ。彼は3年間の任期を終え、現在、「まよひが企画」という企画会社をつくり、プロデュース、コンサルティングを行っている。地域おこし協力隊の仕事は、コミュニティづくりや、地域問題の解決、情報発信、商品・観光プラン開発など色々あるが、このようなプロセスが起業につながると思っている。

この仕事については、「仕事を創ること」と「仕事を受けること」がある。この両方にテレワークは非常に有効だ。このポイントはチームをつくること。たとえば、地場産業のメーカーや温泉旅館などの広報戦略ツールをつくる等、地方のテレワーカーがクラウドソーシングで「仕事を受けること」が第一段階だとすると、農家の農地管理プログラムや旅館のウェブ予約システム開発など、地元の中小企業と共に「仕事を創り」、自分ができない部分をクラウドを通じて他の地域のテレワーカーに頼むのが次のステップだ。足りないものをチームを組んで補うということがこれからの働き手に求められる。

テレワーカーには、HPがつけれると言ったことはもちろん、ツイッターやフェイスブックが使える、共同で共有するストレージが使える、チームで仕事を管理するカレンダーや議事録をつくれるといったグループウェアを使う技術と知識が必要だ。

このチームづくりの役割を地域おこし協力隊が担うのも一つだが、最近だと「コワーキングスペース」に興味のある人を見つけることも一つの方法だ。これに興味のある人は、人をつないで仕事や事を創りだしたいという欲求をもっている。

「コワーキングスペース」とは、普段は自分1人で仕事をしているテレワーカーたちが、ふらっと来て隣の人との雑談等の中から、仕事やプロジェクトチームを生み出す空間だ。現在、図書館やカフェでも見られるようになった。コワーキングスペースをつくると、プロデューサーやマネージャーが見つかる。

「コワーキングスペース」のプロデューサーやマネージャーは、インキュベーションマネージャーの役割も担っている。起業のやり方の教授や、人と業務のマッチングなどの役割を担う。コワーキングスペースの運営者を見つけると起業者が地域で生まれてくる。

長野県上田市の「ハナラボ (Hana Lab)」というコワーキングスペースは、経営している井上さんがインキュベーター兼マネージャーで、テレワーカーを上手につないでいる。コワーキングスペースはおしゃれな空間というイメージがあるが、桃色ウサビが運営する「桃色ウサビオフィス」コワーキングスペースは、空き家を使ったスペースで、小綺麗にしなくても地元の人たちが自由に集まっている。

これこそが「外部人材と地域創生」と思っている。昔から「よそ者、若者、ばか者」と言われているが、テレワーカーでは、どの人も捕まえられる。

「コワーキングスペース」と「テレワーカー」は非常に相性がいいので、「コワーキングスペース」に地場の人を呼び、足りないものはテレワーク、クラウドソーシングに依存するという進め方もあろうかと思っている。



■パネルディスカッション

テーマ：「テレワークの活用による地方定住や地域おこしの可能性」

コーディネーター：松村茂 氏

パネリスト：田澤由利 氏、井沢晃一 氏

(野竹室長)

今回のパネルディスカッションは、「テレワークの活用による地方定住や地域おこしの可能性」というテーマを設定し、議論のベースとなるよう、別紙の図を作成した。

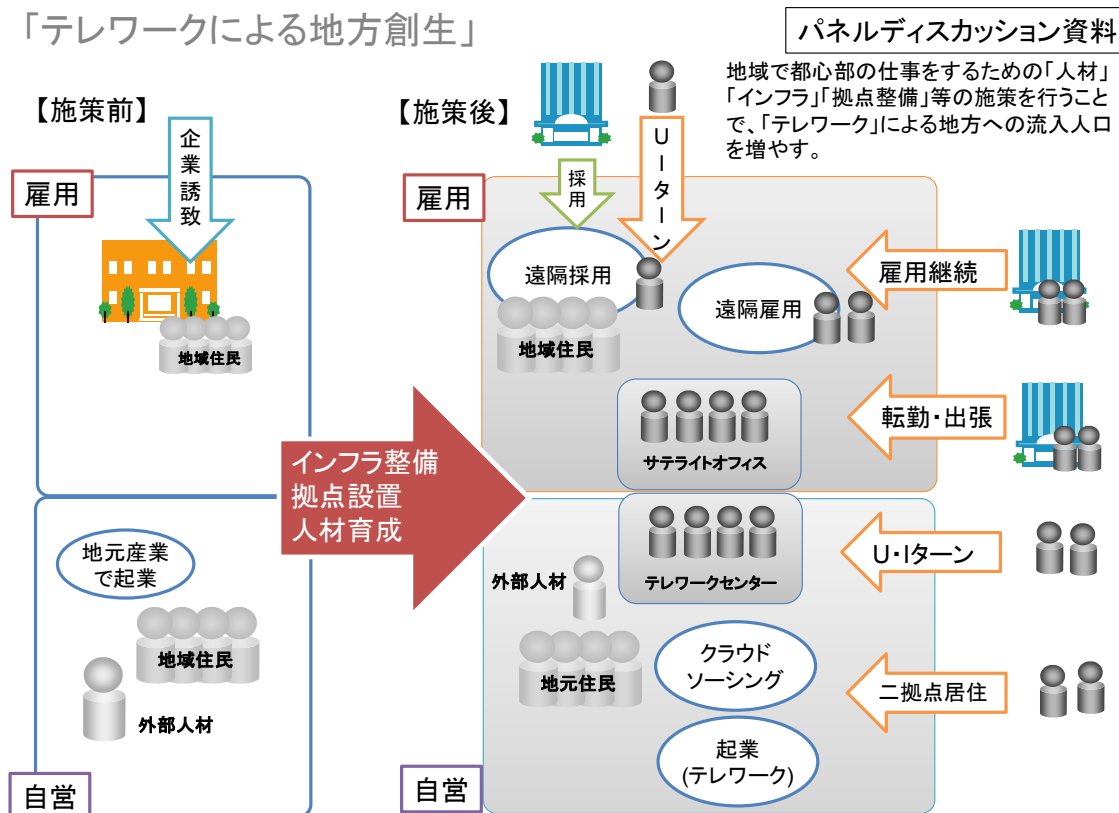
左側を「施策前」、テレワーク導入前、右側を「施策後」、テレワーク導入後としている。

「施策前」は、従前からの企業誘致や地場産品等による起業が進められる状態、「施策後」を「自営型」と「雇用型」に分け、テレワークを導入すると、どういうことが起こってくるのかを図にしてみた。

テレワークを導入するに当たっては、インフラ整備や人材育成、拠点づくりがあるということを示し、矢印として記載している。

また、この推進にあたっては、「外部人材」や「外部専門家」に手伝ってもらうことも想定している。

「テレワークによる地方創生」



田澤氏

図を見て思うのは、テレワークによる地方創生は、実際には非常に大きな課題がたくさんある。上の「雇用型」では、企業の理解や意識が一番大きい。ここをしっかりと説得しなければいけない。一方、「自営型」は、現実としては食べていくだけの収入を得るのは非常に難しい。自営で食べていけるレベルの仕事をどう取り込んでいくかが課題だ。

企業を説得する場合は、やはりコスト削減や生産性向上、人材確保を強調する必要があるだろう。たとえば、弊社の場合、千代田区二番町に事務所を置いているが、1Kで家賃が12万円。会議室やスケジュールボード、キャビネットなど、色々なものがクラウド上にある。開設時の計算では初期費用で約400万円、年間運用費で約700万円、オフィスコストや出張コストが削減できた。

また、「自営型」の営業活動では、「クラウドソーシング」に期待しているが、信用性の問題から新規参入から受注までにしばらく時間がかかる。また、価格競争に巻き込まれやすいという問題もある。このあたりの工夫も大切となってくる。

そのためには、インフラ整備や人材育成が必要で、自治体の役割がクローズアップされてくる。特に、「サテライトオフィス/テレワークセンター」という地域拠点は重要だ。企業が安心して発注できる、あるいは移住して来られる受入体制をつくって欲しい。特に、地域おこし協力隊の方々が、任期を終えた後、テレワークセンターの運営に携わってもらえればと思っている。



井沢氏

「ふるさとテレワーク」を地方創生に結びつけるには、「市場」と「生産」の関係をキチンと作ることが大切だ。

それには、地方には、拠点なり集団が必要になってくると思う。特に、集団の場合は核になる人材が重要だ。各地にたくさん設置されたインキュベーションセンターも、お世話係がいるセンターだけが残っている。

現在、そのような人材を養成しようという動きがあるし、コワーキングスペースの人をリクルートしてくる方法もある。クラウドソーシングで言えば、「クラウドソーシング・プロデューサー」を、今、中小企業庁の事業でつくっている。また、これから「テレワークアドバイザー」という、テレワークセンターやサテライトオフィスの運営者をつくらうとしている。その意味で、人は非常に大切となり、プロデューサーやアドバイザーが率先して働ける環境を自治体にはぜひ考えていただきたい。

価格競争の点については、クラウドソーシング側も考えており、たとえば、今、ランサーズさんやクラウドワークスさんが「クラウドソーシング協議会」をつくり、セーフティネットを構築して、収入が安定するような仕掛けをつくっている。

「テレワーク」については、自治体はこれまで余り使っていなかったツールだろう。しかし、「ふるさとテレワーク」については、国が全面的にバックアップするという風が吹いている。これを是非うまく生かして、地方創生を成功に導いていただきたい。



松村氏

この図にある「サテライトオフィス」や「テレワークセンター」は、私の言葉で言うと、「コワーキングスペース」だ。同じ場所に集まって、みんなで働けば、何かしらが起こってくる場だ。そういう意味で、「テレワーク」を始め、色々な「コト」を興していくには、このような場づくりが必要だと考えている。特に、先ほど発言があった、この場を運営するコワーキングスペースマネージャー・経営者が一番大切で、その人材育成も併せて行う必要がある。仕事を受けて、それを地域に再配分する、それをコントロールできる人がいないと、なかなか地域の中でコワーキングスペースやテレワークは浸透しない。

これまでインキュベーションセンターなど色々な名称の場が作られてきたが、なぜ今「コワーキング」という言葉が生まれ、そのような場が出てきたかを考える必要がある。

先ほど話をした HanaLab の例では、奥さんの関係で I ターンしてきた井上さんが一人ではじめて、今、会費 15,000 円で 40 人ぐらいの会員を集めている。このほかシェアオフィスとして企業のスペースもある。そのような形で自立的な運営をしながら、インキュベーションのマネージャーの仕事をし、地元民を会員にしながら育てている。

また、クラウドソーシングの仕組みの中に、コワーキングスペースマネージャーが入ってプロジェクトを起こし、地域にクラウドソーシングの仕事を再配分できるようになると、クラウドソーシングワーカーとしては収入が非常に安定してくる。クラウドソーシングの市場はどんどん伸びるということになっていると思いますので、そういう取り組みが進むことを期待したい。



第III章 地域人材ネット

III-1 地域人材ネットの概要

「地域人材ネット」は、市町村相互の交流やノウハウの共有等に寄与することを目的として、各地で地域活性化に活躍している専門家等を登録したデータベースである。

平成 26 年度²は民間専門家（285 名）、先進市町村で活躍している職員（20 名）及び先進市町村の組織（12 組織）の計 317 名・組織を登録し、市町村等からの相談や要請に応じて登録人材の紹介等を行った。

この「地域人材ネット」は、総務省ホームページ

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

<平成 26 年度の登録者の内訳>

1. 民間専門家	285 名
2. 先進市町村の職員	20 名
3. 先進市町村の組織	12 組織
合 計	317・組織

² 「地域人材ネット」では、専門家等の追加変更を行っており、平成 27 年度版は年度当初に公表予定。

III-2 地域人材ネットの登録内容

「地域人材ネット」では、登録者情報として、所在地、略歴、取組の内容、実績、工夫した点や苦勞した点、ひとことPR 等をホームページ上で公開している。

例として、本年度の外部専門家活用事業における派遣外部専門家の登録情報は以下のよう
に公開されている。



地域人材ネット

思いや考えをカタチに

中島 淳 (なかしま じゅん)
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



○ 登録者情報

所在地
東京都港区

略歴

■略歴

1. 1988年4月～1994年3月：株式会社リクルートで人材育成、媒体商品企画に所属しておりました。概ねマーケティングの基本と組織活性化に向けた人材育成について経験をつみました。
2. リクルート退社後、アジアならびに国内農村部でのプロジェクトに参加し、現場の現状やプロジェクト運営について学びました。
3. 1995年～2001年3月：民間のシンクタンク（日本計画機構）にて地域づくりに関するコンサルティングを実施し、計画作成、プロジェクト推進のノウハウ等を学びました。
4. 2001年5月：「計画づくり」に終わらないプロジェクト実践を目指して会社を設立しました。地域が自立できる仕組みづくりを目標に、ネットワーク型の運営を心がけ、プロジェクトの特性に応じ、会社自体の規模拡大ではなく多様な実務者とのネットワーク規模の拡大を目指しています。

■最近の登録歴

1. 2005年～2007年度 総務省地域再生マネージャー（山形県遊佐町担当）
2. 2005年～2006年 「小規模事業者新事業全国展開支援事業専門家」派遣登録（主として岩手県担当）
3. 2007年～2008年 中小企業基盤整備機構「地域資源活用支援アドバイザー」登録（主として千葉県担当）
4. 2008年 総務省地域力創造アドバイザー（和歌山県紀の川市担当）、内閣府地域活性化伝道師
5. 2010年 同上 沖縄県石垣市 等

○ 思いや考えをカタチに

取組の内容

地域の目標をカタチにするため、イメージを実際に実業（ビジネスモデル）にしたり、仕組みをつくったり、実施主体（組織）をつくったりしてプロジェクトをプロデュースします。例えば人に来てもらいたい場合（主に交流事業）には受け入れ側の組織づくり、プログラム実施の当事者づくりを行ったり、ものを売りたい場合には商品力自体をあげるような動きと販売先の開拓を行ったりします。プロジェクトの実施に関しては、ネットワークの形成と都市部二ーズの把握、掘り起こしも重要だと考えていますので、時に長期滞在を行います。基本的には東京を基点とします。民間企業と連携しながら、是非地域の皆様が実現したいことをカタチにするお手伝いをさせていただきます。



町内資源を利用したインバウンドツーリズム商品を開発



地元素材を利用して宿の新しいもてなし料理を開発

実績

■カタチづくりの例

1. 「会津ぐるっとカード」ほか観光集客商品: 会津方面での集客向上プロジェクト(2002年～)では、国土交通省に音頭をとってもらい、当時では日本で初めてのJR、私鉄、地域交通バス、市内循環バスの2日間乗り放題切符を企画、商品化し、土産店、宿泊施設のクーポン券もつけ観光客利便を向上させました。現在も継続中で後に仙台切符の造成につながっております。
2. 都市部商店街空き店舗活用型地域直売ビジネスモデル: 2007年、山形県遊佐町の東京アンテナショップ(生産者による青果直売所)を都内空き店舗を利用して開設し、10回の定期開催と200万円以上の売上をあげることができました。2009年度は月2回、7ヶ月開催で400万円を突破しました。
3. 東北ツーリズム: 大学2003年岩手県遠野市にて「東北ツーリズム大学」を開設(企画運営支援を担当)し、交流事業実践者の人材育成事業に着手。現在宮城県、福島県でのサテライトが開設されるまでになりました。
4. 新たな民宿のカタチ: 2005年～ 千葉県南房総地域で新たな観光スタイルをつくっています。花を軸にした食や観光商品を開発したり、道の駅のサテライト拠点「里の駅」を開設したり、JRステーションキャンペーンを利用した新たな滞在商品造成等を行っています。現在、「いけてる民宿」づくりとして「家族時間の宿」ブランドを展開中です。
5. わかりやすいパッケージデザイン: 新しい農業デザイン、パッケージによる加工品等の付加価値づくりを目指しており、多くのデザイナーとアライアンスを組んでいます。プロデュースした山形県生産者の糯米パッケージが2008年のグッドデザイン賞を受賞しました。

工夫した点や苦労した点

実施主体(当事者)は現地においてプロジェクトを実施する方です。私は、その当事者となる農業生産者、商店主、宿泊施設経営者、特産品製造者、各協会など多様な方々が、自らのこととしてプロジェクトに参加、動かしている環境や仕組みをつくるのが仕事です。そのためなかなか直ぐに結果を出せず、自分の力不足を感じることも少なくありませんが、まずは行政ご担当者(もしくは地域のリーダー)と基本軸をつくることに時間をとります。基本軸が明確になれば手段(戦略)をどんどんと動かしていきます。



交通事業者と共に新たな周遊切符を企画、開発



東京でのアンテナショップ
(商店街空き店舗での定期開催)を実施

ひとことPR

実践を軸にしたカタチづくりだけでなく、いわゆる「事業としての着地」も重要だと心得ています。事業の発注者（例えば市町村）への納品と、事業対象者の思いの実現化との整合性、いわゆる合意形成をしながら、現場で汗を流します。ただし、合意形成という場合にはボトムアップ（低い意識に合わせて高めようとする）だけでなく、基本的にこの指止まれ（やるきのある人と手段を構築する）のやり方をとります。おかげさまで単年度で終わる事業は少なく、殆どが何らかの形式で継続しています。経験から2年目がとても重要だと考えています。



生産者とデザイナーが新しいパッケージを検討、開発
 (この作業風景でのパッケージは、2008年のグッドデザイン賞を受賞しました)

○ 参考

取組の分類

地域人材ネットでは、登録者の取組を11の政策分野に分類しています（複数の分野に該当するものもあります）。

	1 地域経営改革	○	7 まちなか再生
○	2 地場産品発掘・ブランド化		8 若者自立支援
	3 少子化対策		9 安心・安全なまちづくり
	4 企業立地促進		10 環境保全
○	5 定住促進		11 その他
○	6 観光振興・交流		

関連ホームページ

用の美プロジェクト (弊社業務のうちの1つとして立ち上げましたが、最近では小売部門を休ませています)	http://www.younobi.com/
---	---

連絡先

メールアドレス	nakashima[アットマーク]c4seasons.co.jp	その他	
---------	----------------------------------	-----	--

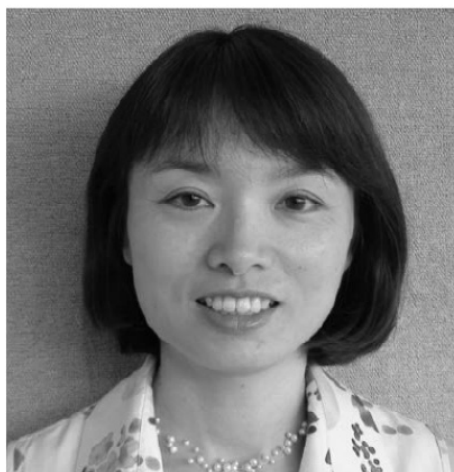
※メールを送る際は[アットマーク]を『@』に変えてください。

戻る

地域人材ネット

ICTを活用した、 生活現場からの地域メディアづくり・人づくり

高橋 明子 (たかはし あきこ)
アクション・リサーチ 代表



○ 登録者情報

所在地

東京都杉並区

略歴

1992年 株式会社三和総合研究所 入社
2002年 同 主任研究員(2007年退社)
2007年 アクション・リサーチ設立
2007-2008年 CANフォーラム事務局長兼運営委員長を兼任
(CANフォーラムは情報化月間2007 情報化促進部門 総務大臣表彰 受賞)
2007年～ 総務省地域情報化アドバイザー
2010年 杉並区教会通り商店街「千客万来事業」事業 東京都商店街グランプリ受賞
(2009年度委託事業)
2011年 一般社団法人 八百万人設立、事務局長

著書・論文等

「元気村はこう創る」共著(日本経済新聞出版社、2007年)－第4章「地域情報化は移植できるのか」－
 「住民の自律と協働を促す映像制作プラットフォーム」(2006年度、慶應義塾大学 大学院 修士論文、
 2006年)
 「地域情報化 認識と設計」共著(NTT出版、2006年)－第10章 「地域情報化のコネクタ」－
 「地域に広がるネットコミュニティ」(財団法人日本情報処理開発協会『情報化白書2006』第3章第3部、
 2006年)
 ／他

○ICTを活用した、生活現場からの地域メディアづくり・人づくり

取組の内容

地域情報化のコンサルタントとして、各種計画策定、リサーチ、事業展開に携わってきた経歴を活かしつつ、現在は、地域づくりに欠かせない人材の養成を、「住民ディレクター」という番組制作活動を通じて実践することに注力しています。番組制作のプロセス(企画、取材、編集、発信)は、企画力、コミュニケーション力、表現力等、地域づくりに必要なプロデュース力を身につけた人材養成に適しています。

さらに、そうしたノウハウを各地に移転するにあたり、ICTをフル活用した仕組み(プラットフォーム)として、一般社団法人八百万人を立ち上げ、各種SNSを通じた支援を展開しています。育児や介護に携わるライフステージにおいても、あるいはサラリーマンであっても、プロセスにICTを活用することで、時間、場所を問わずに活動に参加することが可能となります。またそれぞれの生活現場での活動を、番組として可視化、ICTを通じて気軽に共有できることで、全国共通の課題解決にもつながります。

リサーチ(コンサルティング)＋アクション(実践)＋ICTをフル活用したノウハウ移転の“3点セット”で、生活現場からの地域メディア形成を通じ、地域づくりに欠かせない人材養成を展開しています。



商店街で住民ディレクター



商店街5時間ライブ街頭テレビ

実績

シンクタンク勤務時代のコンサルティング業務では、10以上の県、市町村の地域情報化計画策定を責任者として遂行しました。独立後、住民によるネット放送局「杉並TV」を設立し、2009年度には地元商店街の30店舗以上のCMを、商店主とのコラボで制作するなどして、東京都の商店街グランプリを獲得しました。他、千葉県山武市他、各地での「住民ディレクター養成」講演・実践講座を行っています。ICTを活用したノウハウ移転では、90年代後半からCANフォーラムの運営委員、2007年度には事務局長として、地域情報化プラットフォームの横展開を推進、2011年には、一般社団法人八百万人を立ちあげ、年末年始には、住民による15時間ネットライブなどを主催するなど、全国の生活者による地域メディア創出を目指して活動しています。



15時間迎春ライブ報告書

工夫した点や苦勞した点

出産、育児、介護などの自身のライフステージに従い、地域づくりへの関与の仕方を柔軟に変化させながら、現在の手法を確立してきました。「ヨソモノ」として外部の視点でコンサルティングする立場から、「バカモノ」として自ら実践する(杉並TV代表の)立場へ。両者の視点を併せ持ちながら地元や他地域で、再度コンサルティングする立場へ(各地での講演、講習会の実施、地元商店街からの委託事業等)。さらに、ICTをフル活用することで、生活現場に密着しつつ、全国の仲間とともに、各地共通の課題解決に取り組むことができるプラットフォーム(場)をつくりました。生活現場から生まれた、ライフステージにとらわれず、自身の住む地域を自らの手でつくり発信する地域づくりの手法です。

ひとことPR

住民ディレクター(同じく地域人材ネットの岸本晃氏考案)は、番組制作のプロセスを通じ、人との対話が深まり、地域づくりに主体的に関与できる人材が育つ優れた手法です。その手法を私自身が自ら実践し、さらにはどのような地域にも導入できるよう、また単独地域のみでは陥りがちな課題を各地でともに解決できるよう、進化させてきたのが、“3点セット”です。

○ 参考

取組の分類

地域人材ネットでは、登録者の取組を11の政策分野に分類しています(複数の分野に該当するものもあります)。

1	地域経営改革	7	まちなか再生
2	地場産品発掘・ブランド化	8	若者自立支援
3	少子化対策	9	安心・安全なまちづくり
4	企業立地促進	10	環境保全
5	定住促進	○	11 その他(地域情報化)
○	6 観光振興・交流		

関連ホームページ

高橋明子の「アクション・リサーチ」	http://akikotk.blog133.fc2.com/
一般社団法人 八百万人	http://sns.yaoyorozu-hito.jp/

連絡先

メールアドレス	akiko[アットマーク]maem.org	Facebookページ	https://www.facebook.com/akikotk412
---------	-----------------------	-------------	---

戻る



地域人材ネット

地域資源(林業・木材業)を中心とした
「地域再生(まちづくり)」のトータルサポート

古川 大輔 (ふるかわ だいすけ)

株式会社 古川ちいきの総合研究所 代表取締役



○登録者情報

所在地

大阪府大阪市

略歴

2000年 東京大学大学院 在学中、国土庁 地域づくりインターン 奈良県吉野郡川上村 派遣
2004年 東京大学大学院博士課程中退
2006年 株式会社船井総合研究所にて、地域ブランド創造チームを設立
2008年 株式会社船井総合研究所 主任 経営コンサルタント
2008年 アミタ株式会社 持続可能経済研究所 客員主任研究員
2009年 船井総合研究所退職 アミタ株式会社子会社(トビムシ準備室)
株式会社 トビムシ マーケティング統括
2012年 株式会社 古川ちいきの総合研究所 代表取締役

著書・論文等

- ・森ではたらく！27人の27の仕事 (編著)[学芸出版社](2014年5月)
- ・新建ハウジング 次世代工務店へのメッセージ 寄稿(2014年1月)
- ・若者と地域をつくる -地域づくりインターンに学ぶ 学生と農山村の協働-[原書房](共著)(2010年8月)

○ 地域資源・林業・木材を活用した「地域再生(まちづくり)」のトータルサポート

取組の内容

【奈良県吉野郡川上村】

村役場、地域企業、地域おこし協力隊等の主体を横断的に支援し、地域経済の活性化、情報発信、村外交流・村外からの定住促進に向けた活動を行ってきました。

村営施設の経営合理化に伴うホテル再生事業(2007～8年度)による経済活性化・雇用増加／村運営の空き家ポータルサイトを軸とした活用プロジェクトのトータルマネジメント(2008年度)において定住者を増加のための環境整備／村役場と村内木材産業事業者が合同で立ち上げた「川上の材PR運営委員会」のブランドコンセプト作成から営業ツール作成を担当し、他地域(弊社の全国のコンサルティング先)と合同で「ジャパンホームショー」出展(2013年度)、地域資源のPR基盤を構築／地域おこし協力隊アドバイザー事業(2013年度)では、地域活性化を目指す協力隊の活動支援を行っています。

【高知県長岡郡本山町】

地域の森林資源・農産物を活用した六次産業化に取り組む地域商社への経営コンサルティング、マーケティング戦略策定、交流事業計画、地元産米を活用した焼酎の商品開発と販路開拓アドバイスなど、経済活性化と交流人口増加に向けた企画提案を実施しています。

【和歌山県高野町】

金剛峯寺を取り巻く高野山における2000haほどの森林経営ビジョンを策定し、係る実行部隊として森林ゾーンとその1200年の森づくりに関する理念を共有化し、高野霊木のブランド化を支援。原木の新流通の確立と高野霊木の製品開発、森林セラピーなどを中心としたツアー支援を行い、現在、新しい高野山のファンを獲得すべく交流人口の増加の支援を行っています。

【京都府京都市北部山間地域】

行政とともに伝統的な北山林業地域の過疎化等の課題解決に向け、全戸アンケート、ワークショップ、先進地視察、住民主体のまちづくり部会の立上げ・運営を行い、「まちづくりビジョン」策定、情報発信のためのスローガン、シンボルマーク、webサイト構築によるまちづくりの土台作りを実施(2012～2013年度)。

実績

【奈良県吉野郡川上村】

- ・村営ホテル事業再生(累積2000万円の赤字 → 2年で営業利益の黒字化)
- ・定住人口の増加(空家バンク、住まいるネットの設立 → 5組の移住)
- ・地域木材事業体の売上増加
- ・交流人口増加(川上の材PR運営委員会 200人集客)

【高知県嶺北地域】

- ・地域商社売上増加(1000万円)、雇用増加(2名)

【和歌山県高野山地域】

- ・新規ビジネスの設立、外部からの若手人材の雇用増加(3名)

工夫した点や苦労した点

ビジネス(事業)としての成功をどう定義し、どう完遂するかという点において、地域の方々と定義するのが最も最初に困難を極めます。まず、ゼロからイチを作り出し、動き出すことが大切であり、そのスタートの大切さを工夫しています。また、経営フレーム、マーケティング理論、デザイン理論を現場に当てはめて進めることがありますが、それは「都会の言語」と「田舎の言語」のどちらも理解し、翻訳し、つなげるという点が大切です。それゆえ、事業の定義づけをどうするか、翻訳者としてどう動くかが苦労する点であり、その作業仮説にたどり着くまでには、地域の方々の色々なコミュニケーションが前提となり、また私自身の10年の経験があり、今に至っており、それが苦労した点でもあります。





ひとことPR

大学院時代に地域づくりインターン(派遣先:奈良県川上村)に参加してから、全国各地の地域再生・林業再生に取り組み、同時に異業種のマーケティング・経営コンサルティング実績から、「田舎・林業視点」×「ビジネスノウハウ」の独自のソリューション提供が可能。林業・木材業・工務店業の民間企業に対する経営コンサルティング実績多数。

また「理念なき利益は犯罪。利益なき理念は寝言」をポリシーに、企業の経営支援の実績を基に、一次産業のみならず、6次産業化としてのサービス業、観光などトータルでの地域経営を改革していくのが得意です。

○ 参考

取組の分類

地域人材ネットでは、登録者の取組を11の政策分野に分類しています(複数の分野に該当するものもあります)。

○	1	地域経営改革	7	まちなか再生
○	2	地場産品発掘・ブランド化	8	若者自立支援
	3	少子化対策	9	安心・安全なまちづくり
	4	企業立地促進	10	環境保全
	5	定住促進	11	その他
	6	観光振興・交流		

関連ホームページ

株式会社古川ちいきの総合研究所	http://chiikino.jp/
プレミアム国産材	http://club-premium-wood.jp/
古川大輔 個人ブログ	http://daisukefurukawa.blog18.fc2.com/

連絡先

メールアドレス	info[アットマーク]chiikino.jp	その他	
---------	-------------------------	-----	--

※メールを送る際には[アットマーク]を『@』に変えてください。

戻る

地域人材ネット

地域再生における現場力のある人財と組織の向上術 ～波佐見グリーンクラフトツーリズムに見る人財と組織～

井手 修身 (いで おさむ)
 アイデアパートナーズ株式会社 代表取締役社長



○ 登録者情報

所在地

福岡県福岡市

略歴

- 1986年 株式会社リクルート 入社
- 1996年 「地域から日本を変える」運動に目覚め、リクルート社内 の新規事業で「地域活性事業部」を設立する。
 東京を拠点に観光振興、まちづくり、UIターン人材誘致等の領域で、東京都多摩ニュータウンの事業者誘致や熊本県水上村「水の上の学校」など全国数多くのプロデュースを手がけ、実績を上げる。
 しかし創部6年目、ビジネスモデルが描けない、利益の見込みがないことで、事業部廃止へ。
- 2004年 旅行情報「じゃらん」事業にて、九州観光振興プロデューサーに就任。
 観光業界向け『観光会議きゅうしゅう』を編集長として創刊する。
- 2006年 「人材×マーケティング」で観光・集客事業の再生を行う会社 『アイデア(IDEA)パートナーズ(株)』を起業し、九州を中心に旅館・ホテルの再生支援と地域活性化のプランニングに携わる。
 年間200回以上、企業・地域の現場に入り、住民と共に汗をかいている。
 JR全日空ハウステンボスホテル、長崎県小浜温泉の旅館をはじめとする数件の宿再生、国内でログスティ・滞在型観光を楽しむ「おとなの長旅・九州」などのしかけを実践中である。
 長崎県波佐見町 陶磁器産業の地域再生のプロデュースなど実績多数。
- 2010年 『NPO法人アイデア九州・アジア』を設立し、九州とアジアを繋ぐ新しい中間支援組織を仕掛け、2010年11月に福岡の街を飲み食べ歩きするまちづくりイベント「バルウォーク福岡」を開催する。

- ・観光庁『観光地域づくりプラットフォーム』 委員・アドバイザー
- ・内閣官房『地域活性化伝道師』全国の地域活性化を手がける専門家
- ・総務省『地域力創造アドバイザー』全国の地域を支える人材の育成・活性化の専門家
- ・経済産業省『地域中小企業サポーター』中小企業の地域資源活用型取組みを実践・支援する専門家
 他

著書・論文等

「都道府県展望」2009年3月号、「地域づくり」2009年2月号、「旬刊旅行新聞」2007年6月より7回連載、「週刊トラベルジャーナル」2006年6、7、8、9月号連載、「九州マーケティング・アイズ」2009年1月号他

○ 地域再生における現場力のある人財と組織の向上術 ～波佐見グリーンクラフトツーリズムに見る人財と組織～

取組の内容

※私は、組織づくりとマーケティングのプロであり、直接現場に入って実績を生み出すパートナーです。

・「波佐見はホント元気になったパイ！」今年の3月、文化の陶「四季舎」4周年記念式での声である。波佐見町は、波佐見焼として400年の歴史を持つ陶磁器産業の町である。しかし、陶磁器産業は、不況の波からピーク時200億円あった生産高は約3割近くまで落ち込んだ。もう一つの基幹産業の農業も同様に厳しい。両産業とも「作れば売れる」時代背景に乗り、消費者と対面しての生産体制でなく流通業者に頼った販売体制が、大きな原因だろう。

・この課題解決に挑んだのが、NPO法人「波佐見町グリーンクラフトツーリズム研究会」の深沢清会長と児玉盛介副会長だった。彼らは住民を中心に農業と窯業（農業体験、陶芸体験）を組み合わせたグリーンクラフトツーリズム（GCT）活動を始めていた。しかし、地域住民への認知や理解、とりわけ窯業関係者の理解が希薄だった。「ツーリズム？ 交流？ それが窯業再生に役に立つわけがない」と。



波佐見町 改修前の窯元・工場跡 みんなで改修



文化の陶「四季舎」：約400万円で改修

実績

- ・彼らは活動を加速させて、2004年1月にNPO法人を発足させ、活動の母体組織を作った。
- ・窯元工場跡の廃屋を活動拠点に、行政の補助金に頼らず400万円の資金を集め、自分たちの手でリフォームして、着工からわずか4カ月で文化の陶「四季舎」を完成させた。（建物を見ると実際は10倍近い費用を要したであろう）
- ・「四季舎」では、女性グループによる地元料理「はさみ焼御膳」の提供や、陶芸・ピザ焼き体験、まち歩き等のプログラムを提供している。この活動は瞬間にマスコミ、メディアに取り上げられ、わずか1年で自主運営（黒字化）の軌道に乗るに至った。
- ・第二弾として、約2000坪の廃屋窯元工場跡を、「花わくすい」というギャラリー、カフェ、販売店に転換させた。

工夫した点や苦労した点

＜波佐見再生の成功要因＞

- ・2人の活動がNPO法人という組織で地域に理解され、支援者が増えた。
- ・最小の投資で造った文化の陶「四季舎」が窯業に地域資源を組み合わせ、サービス産業へ転換するきっかけを作った。
- ・このような自立型、内発型な活動は行政とのWin-Win（両者が共にうれしい）の関係を構築できること。
- ・これらの仕組みづくりを応援した外部プレーンの存在。→ここが私でしょうか。



日本で先駆けの長期滞在型観光、「おとなの長旅・九州」事務局

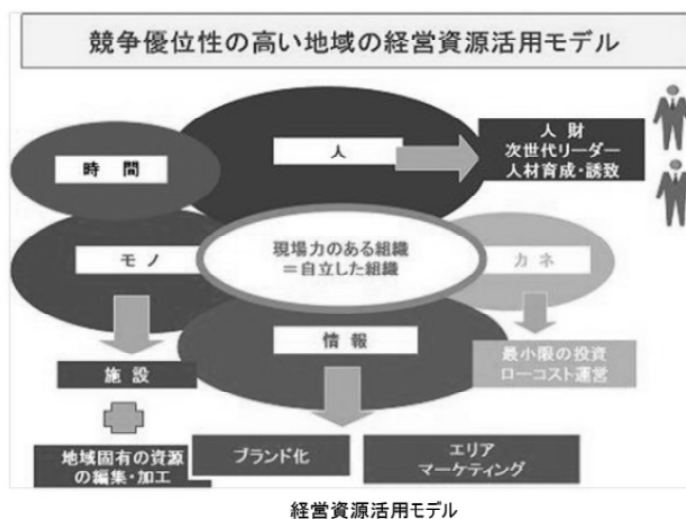


南阿蘇村 「ただのいなかじゃなかよ」ポスター作成

ひとことPR

地域や中小企業に今必要なのは、自ら課題を発見して解決していく「現場力のある人材・組織」と価値を高める「マーケティング力」です。

※地域再生は、人材活用と自立した組織運営、そして的確なマーケティングです。
 ※私は、直接現場に入って実績を生み出すパートナーになります。



経営資源活用モデル

○ 参考

取組の分類

地域人材ネットでは、登録者の取組を11の政策分野に分類しています(複数の分野に該当するものもあります)。

○	1	地域経営改革	○	7	まちなか再生
	2	地場産品発掘・ブランド化		8	若者自立支援
	3	少子化対策		9	安心・安全なまちづくり
	4	企業立地促進		10	環境保全
○	5	定住促進		11	その他
○	6	観光振興・交流			

関連ホームページ

アイデアパートナーズ(株)	http://www.idea-p.co.jp/
人・企業・地域を元気に！ いでっちの奮戦記	http://blog.goo.ne.jp/idea-p/
おとなの長旅・九州	http://www.nagatabi.jp/

戻る

地域人材ネット

宮崎県五ヶ瀬町夕日の里づくり・・・ 平成18年度地域づくり総務大臣表彰

須川 一幸 (すがわ かずゆき)
東京富士大学 経営学部イベントプロデュース学科 教授



○ 登録者情報

所在地

東京都新宿区

略歴

1983年 株式会社コニー設立
1991年 株式会社地域振興研究所設立

財団法人地域活性化センター地域づくり支援アドバイザー
財団法人電源地域振興センター専門家派遣事業登録専門家(～2011年)
2003年 財団法人地域活性化センター全国地域リーダー養成塾講師(～2011年)
2004年 九州国立博物館交流事業監修アドバイザー(～2013年3月)
2005年 財団法人地域活性化センター地域再生実践塾主任講師(～2006年)
2006年 財団法人地域総合整備財団『大学と連携した地域づくり』推進委員会委員(～2007年)
2006年 厚生労働省・地域雇用創造支援アドバイザー
2007年 財団法人自治総合センター『地域の活性化に関する研究会』委員
2007年 中小企業基盤整備機構地域ブランドアドバイザー
2008年 全国土地改良事業団体連合会農山漁村(ふるさと)地域力発掘支援モデル事業登録アドバイザー(2009年)
2008年 中小企業基盤整備機構商業活性化アドバイザー(～2013年)
2012年 地域活性化伝道師
2013年 東京富士大学経営学部イベントプロデュース学科教授就任

著書・論文等

共著を含む

『都市・企業の周年記念事業企画事例集』(総合ユニコム)
 イベントレポート『博覧会の実施運営』(インタークロス研究所)
 『イベント企画の立て方・進め方コース』(日本能率協会)
 『イベント戦略データファイル』(第一法規出版)
 『これからのイベント活用コース』(日本マンパワー)
 『実践経営辞典』実践経営学会編(櫻門書房)
 『しっかりせんか! 宮崎観光』(毎日新聞宮崎支局)
 『ニコリグットでいこう』(厚生科学研究所)
 『月刊観光』『E&C展示会情報』『宣伝会議』『まちづくり』『舞たうん』などに寄稿
 「都市農村交流による地域づくり——五ヶ瀬の新しい試みの実証研究——」
 「内発型地域産業おこし」
 「九州国立博物館のホスピタリティー博物館のイメージを変えた市民応援団の取組み」
 「農泊のホスピタリティー五ヶ瀬町夕日の里の取り組み」などの論文寄稿

○ 宮崎県五ヶ瀬町夕日の里づくり・・・平成18年度地域づくり総務大臣表彰

取組の内容

1993年農林水産省のグリーンツーリズムモデル事業整備構想等策定市町村に指定され、95年3月に桑野内地区を拠点地区として「五ヶ瀬町グリーン・ツーリズム基本構想」を策定しました。
 町の呼びかけに応じた若手35名を中心に、約一年間にわたり、構想具体化の検討が行われ、時には住民80名を集め「反論も行政批判も一切なしで、桑野内の良いところを列挙する」夜なべ討論も行いました。多くの議論の末、住民自身が自慢できる地域資源として、最も推薦が多かったのは「阿蘇に沈む美しい夕日の景観」でありました。こうして、都市農村交流のテーマは「夕日の里」となり、96年3月に「夕日の里づくり基本計画」を策定しました。同年には、以降の取り組みの牽引車となる「夕日の里づくり推進会議」が住民主導、町を事務局として発足し、作業部会として「体験イベント部会」と「特産品・郷土料理部会」が設けられた。以後、「農村民泊部会」「物流部会」が加わり、現在「産業化部会」の準備をしています。夕日の里の取り組みでは、自助努力の考え方が貫かれています。自力で事業をする場合、可能な範囲は限られてきます。自らが担い、コントロールし得るリスクの範囲内で、そのときの身の丈の事業を企画する。果たし得る範囲内で、役割を持つこともできます。「夕日の里」の取り組みは、グリーンツーリズムによる都市農村交流の枠を越え、地域づくりの長期戦略と、人々の堅いコンセンサスの下に進められています。夕日の里版グリーンツーリズムは「地域づくり」そのものであります。

2005年秋五ヶ瀬町ライナーがオープン。初めてのハード施設。物産館もレストランもできました。少しずつですが、経済的な活性化にも取り組み始めています。「おかえりなさい ふるさと五ヶ瀬で こころのやすらぎを」をコンセプトにこれからも新たな挑戦を始めていきます。「猪の檻のオーナー制」「野菜畑のオーナー制」「じい様の神楽塾」「ばあ様の漬物塾」などアイデアが実現する日がまもなくきます。

実績

「夕陽の里フェスタin五ヶ瀬」(16回開催。毎年2000名規模のイベントとなっている/地元は780名が住んでいる地域)
 「夕日の里ふるさと体験交流ツアー」(毎年60名程度参加)
 「夕日の里の四季の御膳」(2002年度の「食アメティコンテスト」において農水大臣表彰)
 「優しいスローフードづくり」(特産品加工グループは毎年2千万円以上の売上を達成)
 「五ヶ瀬町夕日の里ふくおか町人会」(福岡都市圏の五ヶ瀬ファンクラブ。約200世帯)
 「農家民泊」(2006年8月から実施。国内からは1600名、中国389名、シンガポール156名など海外からも多い)
 「夕日の里物産館」(毎年1千万円程度の売上)
 ・平成18年度地域づくり総務大臣表彰(夕日の里づくり推進会議)

工夫した点や苦労した点

1995年からの取り組みで、最初の10年間はソフト事業のみで根ハード事業をしないで、「開発すべきは住民の意識」をモットーに事業を推進してきた。住民自らが企画～実施までをできるように。また、行政に頼ることなく、資金も自分たちで集め、住民自治ができるように自立力をつけていくことに重点を置いたため、一部の住民が賛同してくれなかった。また、経済的な効果を最初から求めるのではなく、住民一丸となり地域づくりをするため、ファンづくりに重点を置いたため、効果が見えなかった。しかし、10年過ぎたあたりから住民意識が見る見る変化し、今では全員参加の地域づくりとなっている。

ひとことPR

一部の成功者のまちづくりではなく、地域全体を浮揚させることができた地域はそんなにない。今では、住民が全員夕日の里づくりについて自信と誇りを持って語れるようになった。宮崎県内だけでなく、九州全域に地域づくりの「遅咲きの先進地」として視察に訪れてくれます。遠くは山形県からお見えになりました。この地域づくりの成果を県庁が評価し、地域に通じる橋に「夕日の里大橋」と命名してくれました。

○ 参考

取組の分類

地域人材ネットでは、登録者の取組を11の政策分野に分類しています(複数の分野に該当するものもあります)。

	1 地域経営改革		7 まちなか再生
○	2 地場産品発掘・ブランド化		8 若者自立支援
	3 少子化対策		9 安心・安全なまちづくり
	4 企業立地促進		10 環境保全
	5 定住促進		11 その他(NPO支援)
○	6 観光振興・交流		

関連ホームページ

㈱地域振興研究所	http://www.tiiki.net/
一般社団法人 日本イベントプロデュース協会	http://www.jepc.com/
NPO全国街道交流会議	http://www.kaido-kaigi.com/

連絡先

メールアドレス	sugawa[アットマーク]tiiki.net	その他	
---------	-------------------------	-----	--

※メールを送る際は[アットマーク]を『@』に変えてください。

戻る



地域人材ネット

ムラの6次産業化による地域活性

養父 信夫 (ようふ のぶお)

株式会社マインドシェア 「九州のムラへ行こう」編集長
九州のムらたび応援団 団長



○登録者情報

所在地

福岡県福津市

略歴

1962年6月22日生まれ。
1986年、九州大学法学部法律学科卒。同年(株)リクルート入社。
1998年に独立し都市と農村をつなぐグリーンツーリズムを広げる活動を開始。同年、雑誌「九州のムラ」発行にたずさわる。2000年から同誌編集長。20号から「九州のムラへ行こう」へリニューアル。
2005年からは(株)マインドシェアに統合し、全国のムラ事業展開に向けて準備中。
グリーンツーリズム大賞2007特別賞受賞、熊本大学社会文化科学研究科博士課程在学中。
九州のムらたび応援団 団長(九州グリーン・ツーリズム研究会 会長)
総務省 地域創造カoadバイザー、九州6次産業化推進会議専門委員、
大分県グリーンツーリズム推進協議会委員
熊本県小国町「九州ツーリズム大学」非常勤講師
大分県安心院町「安心院グリーンツーリズム実践大学」副学長
トヨタ自動車「Gazoo mura」プロジェクト企画者、
九州のムラ市場(マリアシティ内)企画者、九州ムラコレ市場(キューデンインフォコム)企画者 ほか

著書・論文等

熊本大学文学部文学研究科地域科学専攻 社会学分野 修士論文
『グリーンツーリズムの日本社会における展開可能性について』
学士会 会報No.867(2007年11月1日 マチとムラを繋げる「九州のムラ」の十年間の歩み)

○ムラの6次産業化による地域活性

取組の内容

自分の行ってきた地域づくりの手法の特徴は以下の3点です。1. 地域住民のやる気を引き出す。このための講演会活動、ワークショップ、地域資源調査など 2. 情報発信 自分が編集長をつとめる「九州のムラへ行こう」による情報発信、メルマガ会員約5000人への情報発信、フェイスブックなどソーシャルメディアを活用した情報発信。3. 地域資源を活かしたツーリズム商品、食のブランド化に向けた商品づくり ～地域住民とともに 地域資源を組み合わせ、ターゲットごとに商品を構築するためのワークショップ、モニターツアーなどを実施 4. 地域の6次産業化による地域づくり ～ 実際に商品（食関係、ツーリズム関係）を作ったとしても、都市部への販売までつなげていかないと地域活性にはならない。過去の実績のなかで、都市部に出口をもつ民間企業と地域をつなげる各種プロジェクトを実施。例えば福岡市内での常設型直売所＝「九州のムラ市場」、東京での土日でのファーマーズマーケット、ネット通販サイト＝ムラコレ市場、日帰り型ツーリズム商品＝JR九州わくわく体験プラン、旅行会社との九ムラツアーの実施 など 実際に都市部とのつながりを企画し、実践していきます。



ムラの馳走プロジェクトでの「食の学校」



ムラの馳走プロジェクトの様子

実績

- ・1999年から雑誌「九州のムラ」にて九州のツーリズムの取組を取材しています。現在21号までに特集したツーリズム事例は合計で9号分・計72ヶ所。発行総部数約20万部。
- ・またツーリズム商品化も行い、2002年JR九州にて農家民宿宿泊と各種体験メニューとレールとを組み合わせた1泊2日型ツーリズム商品「風のふるさと」を企画、翌年日帰り型商品「わくわく体験切符」を企画。のべ3,000名程度を誘客。
- ・2004年には福岡市内の商業施設内に「九州のムラ市場」を企画。
- ・2007年からはトヨタ自動車との「Gazoo mura」プロジェクトを企画、および九州内の14箇所のGazoo muraの運営を行っています。
- ・2008年度補正、2009年度 「九州のムラたび応援団」にて農林水産省「田舎で働き隊！」事業の実施。（2008年度は九州のグリーンツーリズム実践地域12箇所に全国から119名をつなげた）



安心院の皆さんとの交流会



九州ムラ市場の様子

工夫した点や苦労した点

マチとムラとの交流による地域づくりにおいて、単に生きがいづくりのツーリズム・ボランティア的な取組に終わることなく、地域の経済基盤を作るために、地域の中で第一次産業者、二次加工業者、三次サービス事業者との連携、および都市部で二次加工、三次産業を営む民間企業との連携を積極的に展開する取組を行っています。

ひとことPR

“ムラの生命(いのち)をマチの暮らしに、マチの活力(ちから)をムラの生業に”というのが、雑誌「九州のムラへ行こう」及び地域づくりの理念です。命の教育を行うのは第一次産業者と心の交流を図ることであり、地域側に新たな生業を創っていくためにも、都市部との交流を促進し、経済という力を組み入れていく必要があると考えます。



講演する養父氏

○ 参考

取組の分類

地域人材ネットでは、登録者の取組を11の政策分野に分類しています(複数の分野に該当するものもあります)。

	1	地域経営改革		7	まちなか再生
	2	地場産品発掘・ブランド化		8	若者自立支援
	3	少子化対策		9	安心・安全なまちづくり
	4	企業立地促進		10	環境保全
○	5	定住促進		11	その他
○	6	観光振興・交流			

関連ホームページ

九州のムラへ行こう	http://www.kyushunomura.net/
九州のムラたび応援団	http://www.muratabi.jp

連絡先

メールアドレス	youfu[アットマーク]maindshare.co.jp	その他	
---------	-------------------------------	-----	--

※メールを送る際は[アットマーク]を『@』に変えてください。

戻る

III-3 地域人材ネット登録者一覧

○平成 26 年度登録者 317 名・組織 (敬称略)

1. 民間専門家(285 名)

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
青木 千栄子	株式会社シー・ブルー	代表取締役	東京都 新宿区	そのまちに生まれ、育ち、暮らすことに誇りを持てるように…。
赤須 治郎	赤須企画事務所	代表	石川県 金沢市	国産紅茶づくりによる地域活性化
朝比奈 一郎	NPO 法人地域から国を変える会	理事長	東京都 港区	行政・住民の橋渡し役を専門家集団がサポートし地域活性を具現化
畦地 履正	株式会社 四万十ドラマ	代表取締役	高知県 四万十町	「ローカル・ローテク・ローインパクト」四万十川に負担をかけないものづくり
阿部 巧	社団法人中越防災安全推進機構	復興デザインセンター チーフコーディネーター	新潟県 長岡市	新潟県中越地震被災地域・過疎高齢集落における人的支援の実践
天野 竹行	特定非営利活動法人 愛知ネット	理事長	愛知県 安城市	安心・安全なまちづくり
アレックス・カー	特定非営利活動法人 簾庵トラスト(ちいおりとらすと)	理事長	京都府 京都市	町家・古民家を宿泊・飲食・物販事業向けに再生+地域の各種体験プログラムで観光ビジネス創生
阿波谷 敏英	高知大学医学部家庭医療学講座	教授	高知県 南国市	地域と連携した医学教育と地域医療再生
安藤 周治	(1) 中国・地域づくり交流会 (2) NPO 法人ひろしまね (3) NPO 法人ひろしま NPO センター	(1) 副会長 (2) 理事長 (3) 代表理事	広島県 三次市	中国・地域づくり交流会活動 ひろしま NPO センター 活動 NPO 法人ひろしまね「もう一つの役場」の提案
安藤隆一	まちづくり工房「隆」	代表	鳥取県 鳥取市	「まちづくり」は「人づくり」から
李 容淑	大阪経済大学、(株)リンカイ	客員教授、代表取締役社長	大阪府 大阪市	観光と日本酒(地域資源)のマーケティングを生かして外国人観光客誘致の新ビジネス創造
飯倉 清太	特定非営利活動法人 サプライズ	代表理事	静岡県 伊豆市	「高校生・大学生と取り組む地域活性」…継続した清掃活動が、まちづくりにも発展
飯沼 巖	食のトライアングル(農・商・消)研究会	会長	北海道 富良野市	1、食のトライアングル(農・商・消)研究会 2、食と農と健康を考えるネットワーク 3、観光ガイドヘルプボランティア
碓 孝洋	有限会社フィールドワーク	取締役社長	福岡県 福岡市	広島県庄原市「高野の逸品 100 プロジェクトコーディネート業務」および「道の駅コーディネート業務」

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
飯盛 義徳	慶應義塾大学総合政策学部	准教授	神奈川県 藤沢市	地域づくりとひとづくり
石垣 政裕	お父さんたちのネットワーク	代表世話人	宮城県 仙台市	やわらかいネットワークの構築による地域活性化
石河 智舒	ゆずの里かおり村	会長	栃木県 茂木町	「みんなでやっペー、頑張っペー」
石黒 靖敏	石黒靖敏コンサルティングアソシエイツ事務所		愛知県 豊山町	街づくりプロデュース
石塚 茂樹	釧路ポイントカード事業協同組合	理事長	北海道 釧路市	地域ポイントカードによる「善意の域内循環」システムの構築
石塚 雅明	株式会社石塚計画デザイン事務所	代表取締役	北海道 札幌市	まちづくりワークショップ等による地域合意の形成や住民自治の推進
伊豆川 嘉規	伊豆川事務所	代表	東京都 杉並区	「食」の経済活動で自立した地域になる
泉谷 昇	特定非営利活動法人いよココロザン大学	理事長・学長	愛媛県 松山市	「誰でも先生、誰でも生徒、どこでもキャンパス」いよココロザン大学。
伊勢谷 友介	株式会社リバーズプロジェクト	代表取締役	東京都 港区	「人類が地球に生き残るため」持続可能な社会と未来の構築
井手 修身	アイデアパートナーズ株式会社	代表取締役社長	福岡県 福岡市	地域再生における現場力のある人財と組織の向上術 ～波佐見グリーンクラフトツーリズムに見る人財と組織～
稲垣 文彦	社団法人中越防災安全推進機構	復興デザインセンター長	新潟県 長岡市	2004 年新潟県中越地震からの市民と行政との協働による復興まちづくり
井上 あい子	NPO法人HINT／ai株式会社	副理事長／代表取締役	兵庫県 神戸市	ICTを利活用した情報発信力の強化
井上 弘司	CRC 地域再生診療所	代表執行役	長野県 飯田市	農山村の資源を総合的に活用した都市農村交流および移住交流
井内 邦典	亀岡市篠町自治会	前会長	京都府 亀岡市	セーフコミュニティ推進活動
茨 常則	日本医療文化研究会 株式会社医文研	主宰 代表取締役	東京都 千代田区	地域の介護・医療資源の有効活用(横串)と安心生活
井原 満明	株式会社 地域計画研究所	取締役(前代表取締役)	東京都 中野区	地方都市及び農山村における住民参加協働型地域づくり

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
今井 修	有限会社 ジー・リサーチ	代表取締役	東京都板橋区	地理情報システム(GIS)を活用した地域課題の解決
今泉 重敏	株式会社 まちづくり計画研究所	代表取締役	福岡県福岡市	笑顔満タン、豊かな発想による、目からウロコのまちづくり仕掛け人
今村 まゆみ	街づくりカウンセラー		東京都世田谷区	マスコミも来訪者もファンになる街づくり
今若 明	株式会社地域事業再生パートナーズ	代表取締役	島根県松江市	1 市民出資による公民協働のまちづくり会社を設立支援、経営参画 2 中山間地域における産業振興・地域資源活用ビジネスの事業化支援 3 事業再生に向けた現場改善支援(高速PA、公共交通、第三セクター、協同組合、中小企業等)
岩佐 吉郎	株式会社 国建	企画推進室 顧問	沖縄県那覇市	地域資源の発見と評価により、地域の魅力を活かした観光振興戦略、地域活性化戦略の策定
宇生 雅明	庄内映画村株式会社	代表取締役	山形県鶴岡市	オープンセットを利用した映画撮影誘致と地域興し
臼井 純子	オフィス・ウスイ/株式会社富士通総研	代表/エグゼクティブコンサルタント、PPP 推進担当理事	東京都港区	ボランティアホリデー、産業人材育成コーディネーター
卯月 盛夫	早稲田大学	教授	東京都新宿区	まちづくりファンドを利用した市民主体のまちづくりの推進と普及
大久保 和孝	公認会計士 公認不正検査士 新日本有限責任監査法人	シニアパートナー、CSR推進部長	東京都千代田区	調整中
大社 充	NPO 法人グローバルキャンパス	理事長/GCJ 総研所長	東京都渋谷区	観光サービス人材育成研修事業
太下 義之	三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング	芸術・文化政策センター長/主席研究員	東京都港区	「食文化」の振興による地域活性化
大島 光利	NPO法人 奥矢作森林塾	理事長	岐阜県恵那市	山林再生・水質保全・ジビエ料理開発・古民家リフォーム塾による地域活性化
大島 康孝	大阪樟蔭女子大学 学芸学部 インテリアデザイン学科	教授	大阪府東大阪市	地域資源「オリーブ」を活用した「農」「商」「観光」の地域活性化
大滝 聡	NPO 法人 まちづくり学校	代表理事(校長)	新潟県新潟市	まちづくりに関わる人材の育成
大竹 道茂	江戸東京・伝統野菜研究会	代表	東京都昭島市	江戸東京の伝統野菜による地域活性化と食育授業の推進

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
大塚 幸雄	バル街づくり研究所	代表	東京都 武蔵野市	「合わせ技一本」島型ビジネス展開事業(海士町)
大原 一郎	有限会社 卵屋(ランヤ)	代表取締役	高知県 高知市	地域食材を活用した商品、業態開発、地域ブランド化の取組み
大南 信也	特定非営利活動法人グリーンバレー	理事長	徳島県 神山町	「人」をコンテンツにした創造地域づくり
大湯 章吉	能登乃國ゆすぎ塾	塾長	石川県 中能登町	地域活性化事業の取組みと支援
岡崎 昌之	法政大学 現代福祉学部/大学院人間社会研究科	教授	東京都 町田市	人材育成等アドバイザー事業(総務省給与能率推進室所管)による地域の人材育成の取組他
岡本 勝光	NPO 法人 てっちりこ	理事長	岡山県 鏡野町	特産品開発事業
奥村 玄	株式会社 GEN プランニング	代表取締役	東京都 三鷹市	宮崎県えびの市「地域づくりアドバイザー」/ 和歌山市「中心市街地再生戦略会議コーディネーター」
小田切 徳美	明治大学農学部	教授	神奈川県 川崎市	農山村における地域づくり支援
小野 恵美子	EMK デザインスタジオ	主宰	東京都 文京区	地場産業事業者にも最も必要である時代感覚を培い、事業計画や商品開発のブラッシュアップを図ります。
尾野 寛明	有限会社エコカレッジ	代表取締役	島根県 川本町	インターネット古書店による過疎地の雇用創出、および都市部の若手企業家誘致
尾畑 留美子	尾畑酒造株式会社	専務取締役(五代目蔵元)	新潟県 佐渡市	日本酒からも地域を元気に。(1)学校蔵プロジェクト(2)ファーストSAKE プロジェクト(3)地域資源を生かしたものづくり 他
表 博耀	日本文化伝統産業近代化促進協議会(J-ART)	会長	大阪府 大阪市	地域の民話神話を活かした神楽創作による地域資源のブランディング
甲斐 寛人	ランドブレイン株式会社 福岡事務所	主任	福岡県 福岡市	プランニングから実行まで一貫したマネジメント
笥 裕介	issue+design	代表	東京都 港区	地域みらい大学 ～課題解決人材育成の Social Design School
梶井 英治	自治医科大学 地域医療学センター	教授 センター長	栃木県 下野市	地域医療の確保・充実に向けた取組みへの助言及び支援
梶浦 秀樹	株式会社庵	代表取締役社長	京都府 京都市	地域資源を活用した滞在体験型の観光まちづくり支援事業と京都モデル事業

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
柏木 孝夫	東京工業大学統合研究院	教授		調整中
春日 俊雄	かやぶき集落 荻ノ島	代表	新潟県 柏崎市	地域資源を活用した交流観光による自信と誇りの再生・地域の活性化
加藤 せい子	NPO 法人吉備野工房ちみち	理事長	岡山県 総社市	まちづくりプロデュース(みちくさ小道・地域の商品開発)
加藤 孝明	東京大学生産技術研究所	准教授	東京都 目黒区	広域ゼロメートル市街地における市民主導型の防災まちづくり(メガハザードへの取り組み)
加藤 種男	公益社団法人企業メサ協議会	専務理事	東京都 墨田区	地域社会創造のための文化活用と地域経済
加藤 文男	株式会社とみうら(枇杷倶楽部)	取締役	千葉県 南房総市	黒字経営の「道の駅」で、地域産業・文化の振興、広域情報の発信
門脇 修二	観光プロモーター		島根県 松江市	『地域の埋もれた資源に光を当て、新たな観光客の誘致を』
金丸 弘美	食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー		大阪府 大阪市	味覚ワークショップを取り入れた食育と食をテーマにした観光振興事業
紙田 和代	ランドブレイン株式会社 東日本大震災復興支援グループ	チーム長	東京都 千代田区	地区における住民主体のまちづくりの推進(計画づくり、地区計画策定、取り組み・事業実施)の支援
加茂谷 慎治	株式会社 エイチツーオー	代表取締役・クリエイティブディレクター	石川県 金沢市	『伝える』から『伝わる』へ～メディア特性を活かした情報発信で図る地域ブランド、地域コミュニティの活性化～
唐橋 宏	「うつくしま蕎麦王国協議会」	会長	福島県 会津若松市	そばによる「食」と「農」と「趣味の蕎麦打ち」による地域活性化
河瀬 悟郎	札幌国際大学 観光学部 観光ビジネス学科	教授	北海道 札幌市	北海道・利尻礼文 泊 3 日弾丸ツアー企画実施
川野 正彦	スタイルジャパン研究所	主宰	東京都 渋谷区	地方自治体と地場産業、それぞれのパフォーマンスを活かした地場産業のブランドづくり
菅野 剛	株式会社 TAISHI	代表取締役	北海道 札幌市	既存資源の潜在力を高め自立支援型のコンサルモデルの実践事例
岸本 晃	株式会社 プリズム	代表取締役	兵庫県 加古川市	ICT 人材「住民ディレクター」で地域とメディアをプロデュース
城所 哲夫	東京大学大学院工学系研究科 都市工学専攻	准教授	東京都 文京区	諸外国を含む先進事例の紹介と教訓についての解説、ワークショップ指導

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
木下 斉	一般社団法人エリア・イノベーション・アライアンス	代表理事	東京都品川区	経営による地域再生・都市再生 -新たな資金循環を生む「事業」による活性化-
木村 秋則	株式会社 木村興農社	代表	青森県弘前市	持続性環境保全農業
木村 修	伊賀の里モクモク手づくりファーム	代表取締役社長	三重県伊賀市	地域活性化 ～モクモク手づくりファーム運営を通じた農業の6次元化～
木村 聡	八戸せんべい汁研究所	事務局長	青森県八戸市	「八戸せんべい汁」の全国ブランド化及び「B-1グランプリ」による食によるまちおこしの全国展開
木村 乃	ビズデザイン株式会社/明治大学商学部	代表取締役/特任准教授	東京都港区	シティセールス、地域ブランディングを基軸とした着地型観光による地域活性化
鯨井 勇	株式会社藍設計室	代表取締役	東京都東村山市	地域資源環境を保全しながらの再生・交流・活性化
工藤 順一	観光カリスマ工藤事務所	代表	山形県寒河江市	農業は無限の観光資源であるとして、周年での「観光農業」による地域活性化を実現
久保 裕史	北の屋台 北の起業広場協同組合	専務理事	北海道帯広市	十勝帯広で屋台による『まちづくり』
隈 研吾	東京大学	教授	東京都港区	場所の力
熊倉 純子	東京藝術大学	教授	東京都足立区	地域型アートプロジェクトの実践
久米 信行	一般社団法人墨田区観光協会	理事	東京都墨田区	経営者や自治体有志で勝手にネットで観光協会
鞍打 大輔	特定非営利活動法人日本上流文化圏研究所	事務局長	山梨県早川町	住民主体の地域づくり活動や集落の維持・活性化へ向けた取り組みへの支援
釘持 雅幸	株式会社流通研究所	代表取締役	神奈川県厚木市	南房総市地産地消推進事業
小泉 秀樹	東京大学大学院工学系研究科・まちづくり研究室	教授	東京都文京区	コミュニティ・デザイン、まちづくりの仕組みづくり
小出 宗昭	富士市産業支援センターf-Biz	センター長	静岡県富士市	産業支援施設を核とした地域活性の実現
向後 功作	株式会社 観光交通プロデュース	代表取締役	千葉県銚子市	ワンストップサービスと観光プラットフォームの構築を目的としたおもてなし事業と地域連携の実現

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
古賀 学	松蔭大学観光メディア文化学部	教授	神奈川県厚木市	継続的な観光からの地域振興への参加(利賀村・高柳町)
小島 明香	阿蘇オーガニック・トスカーナ株式会社	代表取締役	熊本県阿蘇市	里山、里海、など地域の特徴や大自然を活かした六次産業創出
小島 慶藏	伊藤忠商事株式会社	福井事務所 所長	福井県福井市	海外戦略も視野に入れた産業振興、農商工連携、人材育成、新規事業創出
小島 大	NPO法人 WINPEACE	理事長	栃木県宇都宮市	地域を超えた自治体間での防災協定による連携を中心とした、スケールメリットを活用した地域支援活動
後藤 春彦	早稲田大学理工学部 教授	教授	東京都新宿区	まちづくり支援
小橋 昭彦	特定非営利活動法人情報社会生活研究所	代表理事	兵庫県丹波市	マーケティングの視点を活かして地域活性化を支援
小林 郁雄	株式会社 コー・プラン	取締役アドバイザー	兵庫県神戸市	神戸における水際地区整備計画から阪神・淡路大震災の復興市民まちづくり総合的支援
小林 和彦	火の国未来づくりネットワーク	事業担当役員	熊本県熊本市	「出会う・つなげる・ふるさとにする～懐かしい未来の創造者～」ソーシャル・プロジェクト・コーディネーターの役割
小林 詳子	全日本空輸株式会社(休職中)		東京都港区	宇和島市における真珠を核としたブランド化による中心市街地活性化、女性の視点と感性を活かしたまちづくり
小松 俊昭	(1) 金沢工業大学 (2) 合同会社家守公室	(1) 産学連携室 コーディネーター (2) 代表	東京都港区	ヤモリカフェの創設と運営を通じた新たなコミュニティ・ビジネスの創出
小森 耕太	山村塾	事務局	福岡県八女市	山村塾と国際里山・田園保全ワーキングホリデー、人材育成の取り組み
斉藤 俊幸	イング総合計画株式会社	代表取締役	東京都杉並区	小さな社会実験による担い手育成
齋藤 保	株式会社イータウン	代表取締役	神奈川県横浜市	cafe からはじまるおもしろまちづくり～地域交流とまちの活性化事業
坂村 健	東京大学大学院情報学環	教授	東京都品川区	地域活性化、安心安全のためのユビキタス技術の活用
坂本 世津夫	四国情報通信懇談会	運営委員長	高知県南国市	ICT の活用による地域活性化、地域人材育成
坂元 英俊	(株)マインドシェア	観光地域づくりプロデューサー	福岡県福岡市	阿蘇地域の滞在交流型観光と地域づくり(広域連携)

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
柵 富雄	富山インターネット市民塾推進協議会	事務局長	富山県 富山市	インターネット市民塾による地域人材活性化と地域づくりの知の還流
佐藤 喜子光	NPO 法人 地域力創造研究所	理事長	神奈川県 逗子市	ファンづくりツーリズムを梃子とした地域力の創造
佐藤 太紀	株式会社エフエムもえる	代表取締役社長	北海道 留萌市	地域の情報員による地元情報の受発信システム構築
佐藤 宣子	九州大学・大学院農学研究院	教授	福岡県 福岡市	九州の町と山々を結ぶNPO活動を推進
佐藤 正彦	NPO 法人尾上蔵保存利活用促進会	常務理事	青森県 平川市	農家蔵保存・利活用とグリーン・ツーリズム事業の定着拡充で地域活性化
澤田 雅浩	長岡造形大学 建築・環境デザイン学科	准教授	新潟県 長岡市	中越地震被災集落の復興支援、地域の実情に応じた住民主体の防災体制づくり支援
沢畑 亨	水俣市久木野地域振興会	水俣市久木野ふるさとセンター「愛林館」館長	熊本県 水俣市	実のある交流で日本一(自称)の棚田の里のむらづくり
澤島 光弘	榊榎澤電機製作所	代表取締役社長	神奈川県 横浜市	障がい者の就労支援・就労の場づくり!
椎川 忍	(1)地域活性化センター(2)NPO 法人大山中海観光推進機構(3)NPO 法人地域力創造研究所(4)地域に飛び出す公務員ネットワーク	(1)常務理事(2)理事(3)副理事長(4)代表	千葉県 佐倉市	「緑の分権改革～あるものを生かす地域力創造」、地域経済の循環創造による地域活性化、公務員参加型地域おこしのススメ
塩見 直紀	半農半X研究所	代表	京都府綾部市	半農半Xライフスタイルの提唱、コンセプトを活かした地域再生、人生探求系ツーリズム
篠崎 宏	JTB総合研究所 コンサルティング第一部	コンサルティング第一部長兼首席研究員	東京都 千代田区	奥尻島地域再生プロジェクト
篠原 靖	跡見学園女子大学 (内閣府地域活性化伝道師)	マネジメント学部観光マネジメント学科 准教授	埼玉県 新座市	観光による地域振興を応援ニューツーリズム・広域観光圏などをベースに持続可能な観光地づくりを……
柴山 利幸	間伐材ウッドチップ舗装協会	理事長	埼玉県 白岡町	里山の保全活動、森林活用
渋澤 寿一	NPO 法人樹木・環境ネットワーク協会	理事長	東京都 千代田区	地域の自然と文化をベースとした循環型地域づくり
島田 昌幸	株式会社 ファミリア	代表取締役	宮城県 仙台市	「東北 Roku プロジェクト」の創出
島 康子	まちおこしゲリラ集団・あおぞら組	組長	青森県 大間町	「おもしろがる心」で住民を巻き込む観光まちづくり

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
清水 慎一	(1)立教大学観光学部 (2)(株)ツーリズムマーケティング研究所	(1)特任教授 (2)顧問	埼玉県新座市	観光による交流を活かした元気なまちづくり
白仁 昇	一般社団法人おきなわ離島応援団	理事	沖縄県那覇市	沖縄発の化粧品プロデュース・北大東村「地域力創造アドバイザー」
須川 一幸	東京富士大学 経営学部イベントプロデュース学科	教授	東京都新宿区	宮崎県五ヶ瀬町夕日の里づくり・・・平成 18 年度地域づくり総務大臣表彰
杉田 英治	特定非営利活動法人 五ヶ瀬自然学校	理事長	宮崎県五ヶ瀬町	自然学校を主体とした環境地域づくり
杉本 利雄	(有)ラピュタファーム	代表	福岡県川崎町	観光果樹園での地産地消型のレストランの経営と地域との連携
図司 直也	法政大学現代福祉学部	准教授	東京都町田市	農山村地域再生に向けた人的支援の試み
鈴木 邦治	公立大学法人名桜大学 財務部	施設課長	沖縄県名護市	地域性を考慮した産業創出と人材育成
鈴木 達也	(1) 表参道発展会(いなり楽市実行委員会) (2) 榎豊川まちづくり そわか	(1) 会長 (2) 代表取締役社長	愛知県豊川市	できることから始めるまちづくり
鈴木 俊勝	茨城の地域づくりと観光を考える会	代表	茨城県土浦市	地域資源を活用した地域づくりと観光振興
鈴木 奈緒子	(1) NPO 法人awarart (2) COM計画研究所	(1) NPO 法人awarart事務局 (2) COM計画研究所 総括研究員	福井県あわら市	夢をカタチに 地域資源を活かしたタウンマネジメント
砂田 光紀	有限会社 オフィスフィールドノート	取締役	福岡県福岡市	地域の素材や技術、遺産を活かし、デザインで味付けするプロジェクト群
セーラ・マリ・カミングス	株式会社 文化事業部	代表取締役	長野県長野市	地域文化を生かしたまちづくり
関 幸子	NPO法人 地域産業おこしに燃える人の会	理事長	東京都千代田区	SOHO を生かしたまちづくり(中心市街地活性化基本計画の推進)
関 由有子	あわゆき組	代表	新潟県上越市	自ら楽しむまちづくり、「城下町・高田」の雰囲気 연출
関原 剛	NPO法人 かみえちご山里ファン倶楽部	専務理事	新潟県上越市	集落集合体「クニ」による新たな過疎地再生の手法
千田 良仁	株式会社アイファイ	代表取締役	東京都新宿区	「つなぐ」「つむぐ」～地域資源の発掘・利活用とヒト・モノ・カネのコーディネートによる持続可能な地域活性化モデルの構築

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
相馬 康穂	プロジェクトおおわに事業協同組合	副理事長	青森県 大鱒町	調整中
曾根原 久司	特定非営利活動法人えがおつなげて	代表理事	山梨県 北杜市	農商工連携による農村活性化
醍醐 孝典	株式会社 studio-L	ディレクター	大阪府 大阪市	コミュニティデザインによる地域課題解決の支援
高木 治夫	京都フラワーリズム合同会社	プロデューサー	京都府 京都市	位置情報xオープンデータ=地域活性化！ 人を活かして、地域の活性化や観光振興をはかろう！
高橋 明子	一般社団法人八百万人/アクション・リサーチ	事務局長/代表	東京都 杉並区	ICTを活用した、生活現場からの地域メディア・人づくり(住民ディレクター養成)
高橋 一夫	近畿大学 経営学部	教授	大阪府 東大阪市	地域資源を活用した観光まちづくりと集客戦略及び地域ブランドの構築
高橋 寛治	地域プランナー		長野県 飯田市	小規模再開発の連鎖による地方都市再生モデルの構築、地域の内発力を引き出すまちづくり
高橋 賢一	NPO 法人小野川と佐原の町並みを考える会	理事長	千葉県 香取市	歴史的町並みの保存と活用
高橋 幸照	多気町勢和地域資源保全・活用協議会	事務局長	三重県 多気町	農村協働力(地域の絆)を活かした地域資源の保全と活用
高峰 博保	(株)ぶなの森	代表取締役	石川県 金沢市	地域内産業連携を通じた地域振興
田口 太郎	徳島大学総合科学部	准教授	徳島県 徳島市	地域住民の自律性を高めながら進める地域づくり。 復興まちづくりから平時の地域づくりまで
武居 丈二	自治大学校	客員教授	東京都 立川市	まちづくり政策と地域経営～人口減少時代のまちづくり戦略～
竹本 慶三	させぼ四ヶ町商店街協同組合	理事長	長崎県 佐世保市	地場産品を活用した「食」と「農」による地域活性化
田澤 由利	株式会社ワイズスタッフ/株式会社テレワークマネジメント	代表取締役	北海道 北見市	ネットオフィスの地域拠点経営・ITを活用した地域活性化
多田 喜一郎	春蘭の里実行委員会		石川県 能登町	若者が帰ってくる農村の再生を目指して
多田 稔子	一般社団法人 田辺市熊野リズムビューロー	会長	和歌山県 田辺市	世界に開かれた持続的観光地「田辺市」をめざして

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
田中 章雄	株式会社ブランド総合研究所	代表取締役社長	東京都港区	地域ブランドへの意識改革、調査、戦略策定
田邊 寛子	まちひとこと総合計画室	代表	東京都渋谷区	観光地や商店街の地域資源を大切に「景観づくり」による活性化支援
谷 和樹	玉川大学教職大学院	教授	東京都町田市	地域を大好きになる子どもの育成(観光まちづくり教育全国大会)
谷本 互	まち&むら研究所 / 合同会社地創研	代表/GM	石川県津幡町	発酵食品、地域食品支援活動から提供施設の活性化まで
玉井 常貴	農業法人(株)秋津野	取締役副社長	和歌山県田辺市	農村文化や地域産物を活かした地域づくり(都市との交流)
玉沖 仁美	株式会社 紡	代表取締役	東京都港区	「モノをつくって売る」ことを自分のできるようになる」実施型サポート
千葉 茂樹	NPO 法人比企自然学校／比企の川づくり協議会	比企自然学校:代表理事／比企の川づくり協議会:前代表(2012年度まで)	埼玉県東松山市	地域資源を活かした地域おこし(観光・教育・環境・健康)
辻 琢也	一橋大学大学院	教授		調整中
辻駒 健二	川根振興協議会	会長	広島県安芸高田市	川根振興協議会における活動
筒井 啓介	特定非営利活動法人コミュニティワークス／地域作業所 hana	理事長	千葉県木更津市	木更津市市民活動支援事業「チャレンジセンターLet's きさらづ」
鶴田 浩一郎	NPO 法人 ハットウ・オンパク、(社)ジャパン・オンパク、(株)鶴田ホテル(ホテルニューツルタ)	代表理事	大分県別府市	地域資源を磨いて商品化し、地域活性へ独自モデルを確立
徳田 勝章	峰山地区コミュニティ協議会	会長	鹿児島県薩摩川内市	コミュニティによる共生・協働の地域社会づくり
鳥巢 研二	株式会社キースタッフ	代表取締役	東京都中央区	新事業全国展開支援事業及び地域雇用創造事業(代表例)
枅尾 圭亮	株式会社 船井総合研究所	地域ブランド 創造チーム	東京都千代田区	地域特産品 ブランド化による地域活性化
富田 宏	株式会社漁村計画	代表取締役	東京都世田谷区	全国の住民参加の漁村環境整備計画の作成、漁村活性化の取り組み
富永 一夫	特定非営利活動法人 フュージョン長池	理事長	東京都八王子市	暮らしの支援事業

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
富永 洋一	下関フィルム・コミッション	常任委員長	山口県 下関市	ロケ支援だけではない、地域との関わり
豊重 哲郎	柳谷自治公民館	公民館長	鹿児島県 鹿屋市	行政に頼らない「むら」おこし
豊田 庄吾	公営塾 隠岐国学習センター	センター長	島根県 海士町	教育のブランド化による地域の魅力化
虎岩 雅明	株式会社トライワープ	代表取締役	千葉県 千葉市	まちの「こんにちは」を目指して
中澤 さかな	道の駅 萩シーマーと(ふるさと萩食品協同組合) 駅長(専務理事)	駅長(専務理事)	山口県 萩市	地域の農水産物・自然資源を活用したスモールビジネス群の開発・運用
中嶋 健造	NPO 法人 土佐の森・救援隊	理事長	高知県 いの町	自伐型林業と、シンプルな木質バイオマスシステムによる地域再生
中島 淳	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	東京都 港区	思いや考えをカタチに
中島 諒人	鳥の劇場	芸術監督	鳥取県 鳥取市	劇場がひらく地域の未来～地域資源と現代演劇、かけ算の可能性
中田 英昭	長崎大学大学院水産・環境科学総合研究科	教授	長崎県 長崎市	沿岸海洋環境の診断・評価ならびに沿岸漁場環境の保全・修復
中田 浩康	有限会社アグリテック	代表取締役	北海道 東川町	地域資源を活用した体験型観光推進での交流人口増加による観光まちづくりの取り組み
仲田 芳人	かのさと体験観光協会	事務局長	岡山県 新見市	かのさと体験観光協会を通したグリーンツーリズムの企画受け入れ
中谷 信一	全国麺類文化地域間交流推進協議会	理事長	富山県 南砺市	そばによる国際交流とむらおこし
中村 悦子	Sake Brewery Tours (酒蔵ツアー)	通訳案内士	東京都 品川区	酒蔵ツーリズム : Sake Brewery Tours
中村 香代	株式会社 わかさキャリアコンサルジュ	代表取締役	茨城県 水戸市	地域認知症相談窓口・相談員養成事業
中村 彰二郎	アクセンチュア株式会社	福島イノベーションセンターセンター長	福島県 会津若松市	復興事業・ICT による新たな街づくりと地方都市の自立
中村 崇明	かつとあんどペーすと	代表	大阪府 大東市	地域資源を活かした地域活性化事業

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
中村 英雄	NPO 法人新町川を守る会	理事長	徳島県 徳島市	水を生かしたまちづくり活動
中山 栄一郎	特定非営利活動法人 歴史と出会えるまちづくり船場城西の会	理事(書記)	兵庫県 姫路市	地域に残る歴史的財産を活用したまちづくり
鳴本 浩二	NPO 法人かさおか島づくり海社	理事長	岡山県 笠岡市	笠岡諸島島おこし
新谷 稔	むれ源平まちづくり協議会	会長	香川県 高松市	地域プロデューサーの育成と地域資源と地場産業による地域活性化
西澤 隆	野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社	取締役社長	東京都 千代田区	地元資源の最大活用・アグリビジネス活性化を通じた地域活性化を目指すサポート業務
西村 健司	一般社団法人 コミュニティシンクタンク北九州	理事	福岡県 北九州市	自治組織を中心とした買物弱者支援の実践
西村 浩	株式会社ワークヴィジョンズ	代表取締役	東京都 品川区	「空き」の価値を高めマネジメントする、新しいまち再生の仕組みによる中心市街地の活性化 佐賀『わいわい!!コンテナプロジェクト』
丹羽 健司	特定非営利活動法人 地域再生機構	木の駅アドバイザー	岐阜県 藪田町	山里の知恵と技と資源を再構築します
野口 和雄	(有)野口都市研究所	代表取締役	神奈川県 二宮町	真鶴町における条例制定や計画づくり、美しいまちづくりの取り組み
野口 智子	ゆとり研究所	所長	東京都 港区	“食・スローライフ・住民参加” にこだわった観光まちづくり
野田 邦弘	鳥取大学 地域学部	教授	鳥取県 鳥取市	鳥取市内の廃病院を活用したアートプロジェクト「ホスピテイル」
野田 文子	内子フレッシュパークからり 直売所出荷者運営協議会	名誉会長	愛媛県 内子町	農産物直売の実践による都市住民との「食」と「農」の交流
萩原 なつ子	立教大学大学院 21 世紀社会デザイン研究科/認定特定非営利活動法人日本NPOセンター	教授/副代表理事	東京都 豊島区	調整中
橋立 達夫	作新学院大学経営学部	教授	栃木県 宇都宮市	地域ワークショップ方式による集落活性化事業計画の作成および事業実施支援
橋本 卓爾	和歌山大学	名誉教授	和歌山県 和歌山市	農業・農村を基盤としたコミュニティビジネスの創出
畑井 育男	新雲出川物語推進委員会	委員長	三重県 津市	山川海ネットワークの構築による多様な主体の環境保全活動の推進

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
畠中 智子	株式会社わらびの	代表取締役	高知県 高知市	小さなつぶやきも活かし、地域みんなでまちづくり!
羽藤 英二	東京大学工学部都市工学科	准教授	東京都 文京区	松山市のモビリティデザイン
羽原 康恵	取手アートプロジェクト実施本部 ／特定非営利活動法人 取手アートプロジェクトオフィス	事務局長・理事	茨城県 取手市	取手アートプロジェクト
濱砂 圭子	株式会社フラウ	代表取締役	福岡県 福岡市	地域の情報発信、人材発掘とネットワーク化
浜田 靖彦	一般社団法人元気なまち協創日本	代表理事	東京都 中央区	人と人、地域と地域をつなぐコーディネート
原 亮弘	おひさま進歩エネルギー株式会社	代表取締役	長野県 飯田市	市民ファンドによる資金調達で創エネ・省エネの取組みを展開
原 雅廣	NPO法人 匠の町しもすわあきないプロジェクト/ 諏訪アライアンスプロジェクトさいか	NPO法人 匠の町しもすわあきないプロジェクト 専務理事	長野県 下諏訪町	「匠の町しもすわあきないプロジェクト」「諏訪アライアンスプロジェクトさいか」
原 康久			三重県 桑名市	農林水産資源や出会い交流事業を通じた地域活性化
東川 隆太郎	NPO 法人まちづくり地域フォーラム・かごしま探検の会	代表理事	鹿児島県 鹿児島市	地域の人々が主体になった地域づくりと観光まちづくり
日高 茂信	やっちみろかい酒谷	会長	宮城県 日南市	小さな自治と足元学による地域活性化
平井 太郎	弘前大学大学院地域社会研究科 NPO法人 小田原まちづくり応援団	准教授 副理事長	青森県 弘前市	眠れる資源を活用し未来に継承する文化観光の創発
平出 淑恵	株式会社 コーポ・サチ	代表取締役	神奈川県 相模原市	日本酒を世界酒(グローバルマーケットに紹介)にする事で地域活性化へ
平野 彰秀	NPO 法人地域再生機構	副理事長	岐阜県 郡上市	自然エネルギー導入と地域の自治力育成
平野 代一	船橋小松菜パウダー会	会長	千葉県 船橋市	西船橋野菜(小松菜、枝豆など)を使った加工品開発生産と販売による地産地消推進事業
平山 繁之	勝沼醸造株式会社	取締役副社長	山梨県 甲州市	地場特産ブドウによる新商品開発
広岡 淳二	一般社団法人九州テレコム振興センター(KIAI)	事務局長	熊本県 熊本市	九州地域ICT利活用調査研究会活動

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
笹木 京子	群馬県環境アドバイザー、ぐんま食育推進サポーター		群馬県前橋市	地域から発信する「食育と環境」
深尾 昌峰	公益財団法人京都地域創造基金／龍谷大学政策学部	理事長／准教授	京都府宇治市	地域社会の資金循環の仕組みづくりとエンパワメント
深谷 信介	(株)博報堂 コンサルティング局 博報堂ブランドデザイン	シニア・ストラテジック・プランニング・ディレクター	東京都港区	まちの「らしさ」を「イノベーション」とともに創る、構想・戦略・企画のデザイン
福井 善朗	神戸夙川学院大学	客員教授	兵庫県神戸市	観光振興に関する調査並びにアドバイザー業務
富士川 一裕	(株)人間都市研究所	代表取締役	熊本県熊本市	地元組織と連携した中心市街地の活性化
藤倉 憲	株式会社コスモポリタン	取締役	埼玉県東松山市	地域資源を活かした地域ブランドの創出・シティプロモーションの持続的な仕組みづくり
藤崎 慎一	株式会社地域活性プランニング	代表取締役	東京都港区	マーケットニーズと全国の事例による『地域ブランド戦略とまちづくり』
藤沢 烈	一般社団法人 RCF 復興支援チーム	代表理事	東京都港区	官民連携を推進する復興コーディネイター
藤原 一輝	合同会社 コミュニティデザイン工房	代表	鳥取県鳥取市	中山間地域の人材養成塾の企画・運営/商品特産品づくりと販路開発/地紅茶による地域づくり
古川 康造	高松丸亀町商店街振興組合	理事長	香川県高松市	高齢化社会に対応した持続可能な新しいスタイルの都市形成をめざして
古川 大輔	株式会社 古川ちいきの総合研究所	代表取締役	大阪府大阪市	地域資源・林業・木材を活用した「地域再生(まちづくり)」のトータルサポート
本田 節	有限会社 ひまわり亭	代表取締役	熊本県人吉市	地域の食資源を活かした農商工連携による地域活性化
真板 昭夫	京都嵯峨芸術大学 芸術学部観光デザイン学科	教授	京都市右京区	地域の誇りである「宝探し活動による」地域活性化
前川 進介	株式会社みんなの村	代表取締役	兵庫県丹波市	若者 I ターン者の定住促進、並びに地域課題解決事業の立ち上げ
前田 昭則	任意団体 心田開発(しんでんかいほつ)	副理事長	石川県能美市	やすらぎの共生社会(地域)創出を目指して
前田香保里	株式会社 ANA 総合研究所	研究員	東京都港区	地場産品を活用した「食」と「農」を[観光]につなげる形での地域活性化

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
前田 隆正	SOHO CITY みたか推進協議会	会長	東京都 三鷹市	起業による地域活性化
前野 隆司	慶應義塾大学大学院 システム デザイン・マネジメント研究科	研究科委員長・教 授	神奈川県 横浜市	幸福や人のつながりを基軸とした 人間中心地域活性化の研究・教育
牧 大介	株式会社西栗倉・森の学校	代表取締役	岡山県 西栗倉村	起業の連鎖を生みだした岡山県西 栗倉村の百年の森林構想
町田 啓介	(1) お菓子な郷(クニ)推進協議 会 (2) ㈱和銅鉱泉旅館	(1) 会長 (2) 代表取締役	埼玉県 秩父市	地場農林産品(カエデ&太白芋な ど)を活用した 地域活性化と地域資源(和銅遺 跡)を活用した観光振興
松井 洋一郎	岡崎まちゼミの会/特定非営利 活動法人岡崎都心再生協議会	代表/理事・商業 活性化部会長	愛知県 岡崎市	「まちゼミ」をはじめとする地域主体 の中心市街地活性化事業
松岡 夏子	NPO法人ゼロ・ウェイストアカデミ ー	理事	徳島県 上勝町	地域発ゼロ・ウェイスト推進活動
松崎 光弘	株式会社知識創発研究所	代表取締役 CRO	宮城県 仙台市	若者を活用した地域の活性化と人 材育成のしくみづくり
松永 忠徳	株式会社 みそ半	代表取締役	長崎県 南島原市	平成俵物ブランド化事業、 島原湊地区における漁村活性化 事業、とっとり島の開設
政所 利子	株式会社 玄	代表取締役	東京都 台東区	持続的地域経営のための戦略を総 体的に取り組むそのためには
三井 文博	NPO 法人 アーキペラゴ	理事長	香川県 高松市	地域の種を活かす掛け算を
三上 亨	NPO法人グリーンエネルギー青 森/青森公立大学地域みらい学 科	事務局長/講師	青森県 青森市	地域課題を逆手に取った地域の活 性化
溝畑 宏	内閣府・大阪府・京都府・京都大 学	内閣官房参与・大 阪府特別顧問・京 都府参与・京都大 学経営大学院特 命教授	東京都 千代田区	サッカークラブ社長として、観光庁 長官として、地域活性化に努めてき た。
光多 長温	鳥取大学	特任教授	鳥取県 鳥取市	地域の産業振興アドバイス
宮城 治男	特定非営利活動法人エティック	代表理事	東京都 渋谷区	人をつくる、社会をつくる、日本を つくる
宮口 侘地	早稲田大学教育・総合科学学術 院	教授	東京都 新宿区	人材育成等アドバイザー事業(総 務省給与能率推進室所管)による 地域の人材育成の取組
宮治 勇輔	NPO 法人農家のこせがれネットワ ーク / 株式会社みやじ豚	代表理事 CEO / 代表取締役社長	東京都 港区	農業を基点に地域を活性化する研 修及び都市農村交流等支援事業

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
宮田 太郎	歴史古街道団 歴史ライフ総合研究所	代表	神奈川県相模原市	歴史古道と遺跡を活かした地域活性&都市間・地域間コミュニティの創造
森川 富昭	慶応義塾大学	准教授		調整中
守屋 邦彦	公益財団法人日本交通公社 観光文化研究部	主任研究員	東京都千代田区	米粉を軸とした地域食材の活用による観光まちづくりの推進
屋代 雅充	東海大学観光学部観光学科	教授	東京都渋谷区	地域固有の景観的・観光的な魅力をフットパス事業を通じてあぶり出し市民主導のまちづくりへと展開
安島 博幸	立教大学観光学部	教授	埼玉県新座市	観光による持続可能な地域振興
安武 敦子	長崎大学 大学院工学研究科	准教授	長崎県長崎市	中越における災害復興・中山間地の再生／仮設カフェの実施
柳田 公市	特定非営利活動法人ナレッジネットワーク (有限会社 ケイワン)	理事長 (代表取締役)	千葉県船橋市	地域再活性化に向けた活動支援
柳田 剛一	株式会社ANA総合研究所	主席研究員 地域再生マネージャー	東京都港区	地域資源を活用した観光交流事業及び物流物販の促進による地域活性化
山出 淳也	特定非営利活動法人 BEPPU PROJECT	代表理事	大分県別府市	アートが持つ可能性を社会化し、多様な価値が共存する世界の実現を目指す
山口 純哉	長崎大学経済学部	准教授	長崎県長崎市	震災復興と地場産業・ソーシャルビジネス・まちづくり
山口 祥義	JTB 総合研究所	地域振興ディレクター	東京都千代田区	地域の特性に応じた地域振興・観光振興策への支援
山崎 亮	株式会社 studio-L	ディレクター	大阪府大阪市	コミュニティデザインによる地域課題解決の支援
山城 定雄	沖縄県地域づくりネットワーク	副会長&運営委員長	沖縄県南城市	交流型農村をめざした、地域資源の付加価値を高める地域づくり
山田 桂一郎	JTIC. SWISS	代表	スイス:Zermatt Switzerland、日本:東京都千代田区	住民、事業者を主体としたDMOによる持続可能で自立した地域活性・再生化
山田 さとみ	(一社)あおもりコミュニティビジネスサポートセンター／(株)マネジメント・アソシエイツ	理事・事業マネージャー／代表取締役	青森県青森市	佐井村特産品開発支援事業〜ヒトとモノが共創した特産品で村をPR〜
山田 拓	株式会社 美ら地球	代表取締役	岐阜県飛騨市	地域資源を活かしたソーシャル・ツーリズムビジネスの創出

氏 名	所属等(組織名)	役 職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
山田 洋司	特定非営利活動法人仕事人倶楽部	理事長	東京都港区	地域特産品を活用した、商店街活性化
山村 俊弘	株式会社日本アブライドリサーチ研究所	代表取締役 主幹研究員	東京都千代田区	転換期にある様々な地域の課題解決に、ビジネスデザインやパブリックデザインの発想により革新的に取り組む
山本 尚史	拓殖大学 政経学部	教授	東京都文京区	地域主体のビジネス環境整備手法「エコノミックガーデニング」
山本 洋子	地域食ブランドアドバイザー／酒食アドバイザー		東京都世田谷区	地域を食から発信！ 伝統×自然×人＝地域力を強調！ 地の素材を地の技で商品化し「話れる商品」作りを目指します
養父 信夫	九州のムラたび応援団	九州のムラへ行こう(株式会社マインドシェア発行)編集長 九州のムラたび応援団 団長	福岡県福津市	観光・地域づくり、6次産業化による地域活性化
横石 知二	株式会社 いろどり	代表取締役社長	徳島県上勝町	地域資源を活用した地域活性化～山の小枝や草花を“彩”ブランドへ
吉井 靖	株式会社うぶすな	代表取締役	東京都台東区	「Emotionl Valueの創造」感情的価値のマーケティングを推進
吉田 周平	特定非営利活動法人 おもいやり乙女平	理事長	長野県東御市	住民自らが行う宅幼老所運営事業
吉田 道郎	株式会社 梵まちづくり研究所	代表取締役	東京都新宿区	地域の自治力向上をふまえたまちづくり、景観づくり、活性化
吉見 精二	有限会社地域観光プロデュースセンター	代表	滋賀県大津市	～ニューツーリズム×着地型観光推進による地域を元気にするお手伝いを～
吉本 哲郎	地元学ネットワーク	主宰	熊本県水俣市	足元にあるものを新しく組み合わせ町や村を元気にしていく
若松 進一	人間牧場	牧場主	愛媛県伊予市	夕日を地域資源としたまちづくり
和崎 宏	インフォミーム株式会社	代表取締役	兵庫県姫路市	地域SNSによる地域再活性化のためのプラットフォーム構築
和田 健資	しものせき観光キャンペーン実行委員会	副会長	山口県下関市	下関観光キャンペーン実行委員会「官民一体となった基幹産業プロジェクト」
渡辺 敏男	盛岡まち並み塾	理事、事務局長	岩手県盛岡市	盛岡まち並み塾の活動

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
渡邊 英彦	富士宮やきそば学会、(社)B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会=愛Bリーグ	会長、代表理事	静岡県 富士宮市	食による地域ブランド確立および活性化戦略

2. 先進市町村の職員(20名)

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
石田 久男	遠野市産業振興部連携交流課	課長	岩手県 遠野市	「行って観たい町」から「住んで魅たい町」へ
五十嵐 経	大館市立釈迦内小学校(釈迦内サンフラワープロジェクト実行委員会(略称:釈迦内SP))	元校長(釈迦内サンフラワープロジェクト実行委員会副委員長)	秋田県 大館市	すべては未来を担う子供たちのために
前神 有里	一般財団法人地域活性化センター	総括参事	東京都 中央区	調整中
倉持 隆雄	厚木市危機管理部セーフコミュニティ推進課	セーフコミュニティ総合指導員	神奈川県 厚木市	セーフコミュニティ、セーフスクール、体感治安不安感、繁華街、環境浄化、子どもの安全などの安心安全対策全般
高野 誠鮮	羽咋市農林水産課	課長補佐	石川県 羽咋市	限界集落活性化計画「山彦計画」
深澤 秀史	山梨市役所下水道課	課長	山梨県 山梨市	協働のまちづくりとコンパクトな都市計画の実践
栗谷本 真	御嵩町役場 保険長寿課 介護保険係	係長	岐阜県 御嵩町	「手づくりの景観修景」と「交流イベント事業」による宿場町の活性化 ～自信と誇りの持てるまちづくりをめざして～
水野 正文	(1)郡上市役所 商工観光部付 (2)郡上大和総合開発(株) (3)内閣官房地域活性化伝道師 (4)農林水産省 農山漁村活性化支援人材バンク登録	(1)部長(特命担当兼道の駅統括) (2)総支配人	岐阜県 郡上市	理想の3セク経営 *年商7億円 *交流人口90万人
岸川 政之	三重県多気郡多気町役場	まちの宝創造特命監	三重県 多気町	地域にある宝を発掘し、まちづくりに結び付ける!
奈良 俊哉	近江八幡市安土町総合支所住民福祉課		滋賀県 近江八幡市	景観法・文化財保護法を活用した「都市・農村景観の保全と活用」
桜井 誠一	神戸市市役所	代表監査委員	兵庫県 神戸市	自治体における危機管理時のマスコミ対応
吉田 稔	西宮市	西宮市CIO補佐官、西宮市情報センター長兼被災者支援システム全国サポートセンター長	兵庫県 西宮市	阪神・淡路大震災時に自治体として唯一の「被災者支援システム」を構築等々

氏名	所属等(組織名)	役職	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
上田 篤	豊岡市コウノトリ共生部コウノトリ共生課	課長	兵庫県豊岡市	コウノトリと共に生きるまちづくり、豊岡市環境経済戦略
池田 稔	河合町総務課	主幹	奈良県河合町	奈良県下7市町で行う基幹業務システムの自治体クラウド・協同アウトソーシング事業
寺本 英仁	邑南町役場 商工観光課	主任主事	島根県邑南町	地域食材を切り口としたビレッジプライド(町民の誇り)の確立
中川 哉	江津市産業振興部農林水産課	定住対策係長	島根県江津市	多様な主体の連携による定住促進事業～江津市人材移入プロジェクト～
小西 昌幸	北島町 教育委員会	事務局長	徳島県北島町	創世ホールの主な自主事業
吉弘 拓生	うきは市農林・商工観光課 農商工観光連携係	主事	福岡県うきは市	地域の資源を活かした交流・連携によるまちづくり
境 公雄	福岡県大木町環境課	環境課長	福岡県大木町	持続可能な循環のまちづくり
森本 登志男	佐賀県庁	最高情報統括監(CIO)	佐賀県佐賀市	地域活性化に向けたマーケティング手法とICTの利活用
佐藤 之則	豊後高田市総務課	課長	大分県豊後高田市	商業と観光の一体化による中心市街地の再生ー「昭和の町」

3. 先進市町村の組織(12 組織)

氏名(代表者氏名)	所属等(組織名)	役職(代表者職名)	所在地	取り組んできた内容や、活動のコンセプト
佐藤 日出海	宮古市産業振興部	部長	岩手県宮古市	モノづくりができる、人づくり
石田 久男	遠野市産業振興部連携交流課	課長	岩手県遠野市	「行って観たい町」から「住んで魅たい町」へ
原田 亙	山梨市市民生活課	副主査	山梨県山梨市	定住促進事業「山梨市空き家バンク制度」
中田 典子	小浜市食のまちづくり課	課長補佐	福井県小浜市	食のまちづくりと生涯食育の推進
大石 浩明	綾部市定住交流部水源の里・地域振興課	課長	京都府綾部市	水源の里(いわゆる限界集落)の維持・再生に向けた取組
三笠 孔子	豊岡市コウノトリ共生部コウノトリ共生課	課長	兵庫県豊岡市	コウノトリと共に生きるまちづくり、豊岡市環境経済戦略

氏名 (代表者氏名)	所属等 (組織名)	役職 (代表者職名)	所在地	取り組んできた内容や、 活動のコンセプト
林 秀行	みなべ町うめ課	課長	和歌山県 みなべ町	日本一の梅の里づくり
安田 知之	岡山市総務局情報企画課	課長	岡山県 岡山市	地域の情報化・ICT利活用推進
平野 匡規	岡山県笠岡市政策部協働のまち づくり課 海援隊係	統括	岡山県 笠岡市	住民による NPO 団体との協働を 通じた島おこし活動
田中 慎二	山口県萩市総合政策部まちじゅ う博物館推進課	課長	山口県 萩市	萩まちじゅう博物館
境 公雄	福岡県大木町環境課	環境課長	福岡県 大木町	持続可能な循環のまちづくり
濱口 一成	長崎市文化観光部観光政策課	課長	長崎県 長崎市	長崎市の歴史や文化を活用した まち歩き「長崎さるく」

平成 26 年度 地域力創造のための起業者定住促進モデル事業 調査報告書

平成 27 年 3 月

総務省 地域力創造グループ 地域自立応援課 人材力活性化・連携交流室

〒100-8926 東京都千代田区霞が関 2-1-2

電話 03-5253-5111 (代)

(事業請負) 株式会社価値総合研究所

〒100-0004 東京都千代田区大手町 2-2-1

電話 : 03-5205-7901 FAX : 03-5205-7922