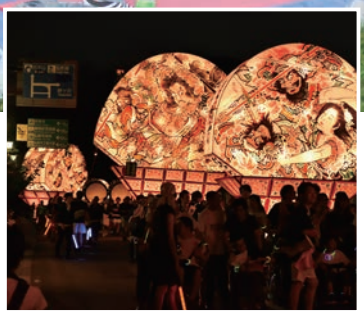
令和５年度

地域づくりベスト版
「関係人口」(2020-2022)

地域に関わる
多彩なイノベーター









一般財団法人
地域活性化センター

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです

はじめに

地域活性化センターでは、地域づくり全般に関する情報提供及び調査・研究、ひとづくりに資する研修及び交流、まちづくりに対する助成等の支援を内容とする事業に取り組んでいます。

情報提供及び調査・研究の一つの事業として、地域づくりに関する具体的な事例及び最新情報等を紹介するため、情報誌「地域づくり」(本編、特集編)を毎月発行、また、別冊号として事例集（地域づくり団体活動事例集、地域活性化事例集、人材育成ガイドブック等）を定期的に発行し、会員等に配付するとともに、HP上においてweb会員向けに公開しています。

毎月編集・発行している情報誌「地域づくり」は、昭和60年11月の創刊から令和５年９月で通巻411号となり、全国の地方公共団体、省庁、地域づくり団体、商工団体、学校関係、民間会員等にご愛読いただいております。

さて、今般、これまでに発行した地域づくり・事例集の中から取組事例を選定し、地方公共団体の関心の高いテーマを定めて編集した「地域づくりベスト版」を新たな別冊号として編集・発行することといたしました。

今回、メインテーマとして初めて「関係人口」、すなわち、地域の担い手として活躍するだけではなく、地域住民と交流することによりイノベーションや新たな価値を生み、内発的発展につなげ、将来的な移住者の増加にもつなげていく役割が期待されている「関係人口」を取り上げています。

「社会減克服」「地域おこし協力隊」「地域づくり団体」「テレワーク」「ワーケーション」「ふるさと納税」など様々な切り口から、バリエーションに富んだ40の取組事例を紹介する本書が、地方公共団体等の関係人口施策に関する企画立案の一助となることを願っています。また、これを機会に掲載事例以外の各地に多くの素晴らしい取組にもぜひ関心をお持ち頂ければと思います。

最後になりますが、本書の刊行にあたり多大なるご協力をいただきました関係者の皆様方に厚くお礼申し上げます。

令和５年９月

一般財団法人地域活性化センター
理事長　林 﨑　理

令和５年度

地域づくりベスト版「関係人口」(2020-2022)

～ 地域に関わる多彩なイノベーター ～

Contents

はじめに …… 1

第１章　社会減克服の取組で地域を元気に …… 5

豊かでゆとりある「適疎な町」（北海道東川町） …… 6

地域への愛着、プライドを高める取り組み（岩手県紫波町） …… 8

シティプロモーション「&green」を展開（埼玉県北本市） …… 10

「つながり」大切に移住や企業誘致推進（神奈川県真鶴町） …… 12

起業人材を呼び込む（島根県江津市） …… 14

まちを将来世代につなぐプロジェクト（徳島県神山町） …… 16

第２章　地域おこし協力隊とともに歩む自治体 …… 19

人と人とのつながりを第一に（北海道長万部町） …… 20

茨城県北部地域の活性化を目指して（茨城県） …… 25

人口減少社会を見据えた活力ある地域おこし（新潟県胎内市） …… 30

現場で輝く地域おこし協力隊（兵庫県丹波篠山市） …… 36

人も文化も奥深い奥出雲（島根県奥出雲町） …… 41

240人と出会えたオンライン日本一周の旅（福岡県うきは市） …… 46

第３章　地域づくり団体による仲間づくり …… 49

人と地域、自然がつながるコミュニティ（北海道余市町） …… 50

地域の宝を活かした体験観光でつながる、交流のその先へ（山形県小国町） …… 55

地域の文化やあるものを活かした「ひと」と「まち」の交流（群馬県高崎市） …… 60

郷土の食文化を100年後につなぐ（岐阜県高山市） …… 65

子育て世代が生み出す新たなつながり（京都府木津川市） …… 70

「ひと」と「ひと」をつむぐ（徳島県牟岐町） …… 76

第４章　テレワークを活用した関係人口の創出 …… 81

プロの俳優陣による人材育成プログラム（秋田県仙北市） …… 82

ワーケーションによる人の流れ創出（新潟県妙高市）…… 84
テレワーク施設からコネクティブ・ワーク・スペースへ（長野県富士見町）…… 86
「松江にしかない魅力」を徹底的に追求（島根県松江市）…… 88
様々な「人財」が集う町に（徳島県美波町）…… 90
沖縄が目指すワーケーションの世界（沖縄県）…… 92
第５章　「新たな価値」を育むワーケーション …… 95
地域のみんなの「やってみたい」を後押し（沖縄県うるま市）…… 96
人材回帰の「サケモデル」でIT企業誘致（北海道北見市）…… 98
和歌山県におけるワーケーションの推進（和歌山県）…… 100
遊休施設活用からワーケーション推進へ（福岡県うきは市）…… 102
ワーケーションで地方創生！（国内調査）…… 104
第６章　共感を呼ぶふるさと納税 …… 113
つながり広がる「株主制度」（北海道東川町）…… 114
ふるさと納税を活用したシティプロモーション（青森県弘前市）…… 116
ふるさと納税で伝える地域の魅力（山梨県富士吉田市）…… 118
ふるさと納税で関係人口呼び込め（三重県尾鷲市）…… 120
体験型ふるさと納税で地域課題の解決へ（滋賀県守山市）…… 122
都市の貧困解決と米農家の支援（島根県津和野町）…… 124
第７章　地域活性化センター職員による国内調査研究の報告 …… 127
これからの共創のかたち～リビングラボ～ …… 128
人を集めるソーシャルメディア利活用術 …… 136
チャレンジしやすいまちとは …… 145
二地域居住の可能性を探る …… 153
音楽によるまちづくり …… 162

— 第１章 —

社会減克服の取組で
地域を元気に

北海道東川町

豊かでゆとりある「適疎な町」

―「写真の町」東川町が実践する町づくり―

東川町適疎推進課適疎推進室 主任／村中　豪



適疎な町とは

東川町は、北海道のほぼ中央に位置し、町内東部には北海道の自然を代表する旭岳を始めとする大雪山連峰を有しており、大雪山からの伏流水が豊富で町内には上水道がなく、住民すべてが良質な地下水で生活している人口約8600人の町です。かつては人口減少が進み、一時は7000人を割り込みましたが、その後およそ30年で20％増加しています。

町づくりで中心となる考え方が「適疎な町」です。町では、令和４年１月機構改革により、「適疎推進課」を設置しました。「適疎」という言葉はあまり聞きなれない言葉かもしれません。私たちは、「適疎」を過密でもない過疎でもない「適当に疎がある」状態であると定義しています。自然豊かな場所で、「疎」、つまり間（ま）があることにより都市とは違うゆとりのある空間と時間、そして顔の見える仲間との関係性があり、しっかりとした地域コミュニティが存在する中での暮らしが豊かさにつながると考えています。町づくりの事例をいくつか紹介することにより、私たちが目指している「適疎な町」とはどのようなものなのかについて、その一端をご紹介できればと思います。



豊かな自然と共存する東川町の町並み

写真の町事業

取り組みの一つ目は、写真の町事業です。東川町は、昭和60年、当時全国の市町村が「一村一品運動」により地域おこしを図ろうとする中、ある企画会社から「写真」を軸とした町づくりを提案され、「写真の町」宣言をおこないました。そして、今日に至るまで30年以上の長きに渡りさまざまな写真の町事業を展開してきております。数多い事業の中でも代表的なものが写真甲子園です。

写真甲子園は、全国の高校の写真部や写真サークルから共同制作による作品を募集し、応募作によって優秀な高校を選抜したうえで東川町に招き、同一条件のもと、全国一を決定する大会です。写真甲子園には多くの特徴がありますが、町づくりという側面から見たときに重要な点は、町民を含む多くのボランティアによって大会が成り立っていることです。

東川町に来た高校生はまず、町内の自治振興会、農協や商工会の女性団体が中心のボランティアによって作られたおいしいごはんに迎えられます。また、開会式直後には、町民の家に一晩ホームステイをして一層の歓迎を受けるのです。

このように写真甲子園を始めとする写真の町事業は、多くの町民参加により成り立っています。これは、町内に「顔が見え挨拶がある仲間」という関係性があり、適疎な町を目指す東川町ならではの文化があったからこそと考えます。また、町民が参加することにより、事業の継続性が担保され、今日まで続く「写真の町」東川町があるのです。

長年実施してきた写真の町事業により、交流人口や関係人口といった言葉が使われるようになる以前か

ら、町は写真業界や写真甲子園に出場する学校、高校生たちと交流を続けてきました。その結果、写真甲子園への出場経験者の中に役場職員になる人がいるなど、町の魅力発信における重要なファクターとなっています。また、町民にとっても「写真の町」であることが東川町のアイデンティティーのひとつであるとの認識が深まり、シニアクラブにおける写真活動や、子どもたちによる写真少年団といった目に見える活動のみならず町の魅力向上に大きな役割を果たしています。

町立日本語学校の開設

続いて、日本語学校の取り組みについて紹介します。事業のきっかけは、町内の専門学校の卒業生である韓国の方から、卒業後来町した際に「韓国の学生にこの町で日本語を勉強させたい」と提案を受け、平成21年から日本語研修生の受け入れを始めたことにさかのぼります。当初は数カ月の期間で日本語を学んでもらうという事業でしたが、長期の日本語研修についても需要があることを把握したことで、6カ月から1年間という期間で日本語教育を行う町立日本語学校を平成27年に開校する運びとなりました。

当初は、異なる文化圏からきた多くの留学生に対する町民の戸惑いの声が少なからずありました。しかし、留学生と、適度な「疎」の中に存在する町民コミュニティとのつながりが生まれることで、そうした声は徐々に減っていきました。

例えば、ある留学生はシニアクラブの芸能発表会に出演し、美しい民族衣装を着て踊りを披露して拍手喝采を浴びました。また、とある町内で商店を営む方が、多くの留学生に対し分け隔てなく手助けし、相談を受け、あたたかなサポートで留学生の不安や寂しさを取り除き、留学生が安心して生活できる環境を生み出している、といったケースもあります。さらに、夫婦で協力し、留学生を自宅に招き悩みを聞いたり手料理をふるまったりしている方もいらっしゃいます。こうした留学生と町民との交流により、東川町の日本語学校運営は継続が可能となっています。

この日本語学校事業も東川町の価値向上に大きな役割を果たしています。東川町に滞在した留学生が母国に帰り、町の宣伝をしてくれることでさらなる交流人口や関係人口の増加につながっているほか、300人以上の留学生が町に滞在することは町にとってかなり大きな経済効果となっています。



甲子園で町民の歓迎を受ける高校生



町立日本語学校での授業の様子

ゼロカーボンに取り組む適疎な町

東川町は、令和4年3月に「ゼロカーボンに取り組む適疎な町宣言」を行いました。これは、2050年に向け適疎な町を目指しながらゼロカーボンを達成するという旨の方針を宣言したものです。これまで紹介してきたとおり、適度な「疎」があり、「顔の見える仲間との関係性」があることが東川町の魅力です。その魅力がより一層深化したものとなるよう、世界的な課題であるゼロカーボン実現に向けた町づくりを推進していくことが今の東川町の取り組むべき課題の一つです。

編注＝地域づくり2022年7月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書などは当時のまま。内容を一部修正しました。

岩手県紫波町

地域への愛着、プライドを高める取り組み

―ファンを巻き込み深く長く愛される町へ―

紫波町産業部商工観光課商工観光係長／須川翔太



大切なのは住民の「熱量」

全国の多くの自治体において人口減少と少子高齢化が進行しています。縮退社会の時代において、行政として向き合うべき課題とは何でしょうか。地域経済の低迷、空き家の増加、地域コミュニティの衰退などさまざまな課題が考えられます。

しかし、克服すべき課題は行政が一方的に決めることではなく、当事者としてその地域に暮らす住民と行政が一緒に考えていくものです。課題とは、目指すべき目標と現状とのギャップを埋めるためのものです。地域の将来像を考えたとき、もし住民自身が現状から何も変える必要がないと考えるのであれば、克服すべき課題はないのかもしれません。よって、まずは行政と住民が自分たちの暮らしと地域に向き合い、将来について考えることが大切ではないでしょうか。

それを阻害する大きな要因となるのが、人口減少と少子高齢化の進行に伴う地域の活力の低下だと考えられます。地域の活力が低下すると、そこで生まれ育った人たちの地元への愛着やプライド、すなわち「熱量」が低下し、自分たちの暮らしと地域に無関心になってしまうことが想定されます。従って、行政として向き合うべき重要な課題の一つは住民の感情であり、地域に対する熱量を上げていくという視点が求められます。

オガールプロジェクトと紫波町のまちづくり

紫波町は岩手県内においてベッドタウンの役割を担っています。町の中央部は市街地化が進み、特に子育て世代の転入が顕著です。しかし、少し中央部を離れると田園地帯などの農村部が広がっており、人口減少と少子高齢化が加速しています。加えて、令和２年から令和３年にかけて農村部の小学校の統廃合が進められたことも相まって、行政に対して反感を抱く農村部の住民も現れました。このようなネガティブな感情が生まれてしまうと、自分たちが住む地域への熱量は低下し、地域に対して無関心になり、地域の活力が低下するという負のスパイラルが生まれてしまうことが懸念されました。

一方で、地方創生の成功事例として取り上げられることが多いオガールプロジェクト（紫波中央駅前都市整備事業）は全国的にも注目度が高く、オガールがきっかけで紫波町を好きになった方、オガールに関わりたくて紫波町に移住した方など、高い熱量をもって紫波町に関わってくださる方が多くいらっしゃいます。そして、そのような方々はそれぞれの視点で紫波町の魅力や価値を見出し、充実した紫波町ライフを満喫されています。

このような状況を踏まえ、縮退社会における紫波町のまちづくりは、人口という「量」の問題に捉われるのではなく感情という「質」の部分に焦点を当て、まちのことを好きだと言ってくださる方、まちの情報を一緒に発信してくださる方、まちのことを一緒に考えてくださる方などの「まちのファン」の方々と共に進めることとし、そのための新たな仕掛けとして、①熱源を持つファンを巻き込むこと②ファンの熱量をさらに上げていくこと③ファンの熱量が伝わっていく仕組みを作ること――を始めました。

若者のエネルギーを熱源に

①については、熱源を持つファンは特に若年層に多

いことを見込み、大学生の実践型インターンシップと地域おこし協力隊の採用を行いました。

実践型インターンシップは、想いを持った地域の企業と、大学を飛び出し地域で働きたい学生がタッグを組み、新規事業の創出や経営課題の解決に取り組む本気のプロジェクトです。主に首都圏の大学から町内の酒蔵やワイナリーに学生を受け入れた結果、さまざまな企画が立ち上がりましたが、その中でも地元商店街の飲食店と酒蔵が連携した酒粕メニューの開発では「酒粕生クリームのフルーツサンド」という特色ある商品が誕生し、商店街活性化の起爆剤となっています。

また、地域おこし協力隊については「紫波タウンイノベーターズ」という名称で隊員を募集し、地方での起業を希望している方を対象に採用を進めました。現在は、協力隊をやりながらカフェを経営している隊員、本を出版している隊員、農業をやっている隊員、看護師資格を持っている隊員など、個性豊かな面々がそれぞれの特技を生かしながら活躍しています。そして、熱源を持つ協力隊の周りには新たなファンが生まれ、さらに互いに熱量を高め合う相乗効果が生まれています。



酒粕生クリームのフルーツサンド



地域おこし協力隊

WEBとリアルをつなぐコミュニケーション

②、③については、タウンプロモーション施策として実施することとしました。行政が実施するプロモーションは主に移住促進や魅力発信のために行われるものがほとんどで、インターネットを活用して広く沢山の情報を届けることが重要視されてきたように思います。しかし、紫波町が行うプロモーションは熱量を伝播させることを目的としており、ヒト・モノ・コトの距離を縮めたり、関係を構築したりすることを目指しています。一方的なデジタル情報を大量に発信するのではなく、熱量が込められた情報を正確に届けていくことで人々の心を動かしたい。そのように考え、WEBサイトとLINE公式アカウントを連動させた「つばめの森」というサービスを今年３月に立ち上げました。町のさまざまなヒト・モノ・コトを紹介することで新たなつながりを生み出したり深めたりするとともに、ファンの一人ひとりとの距離をより一層縮めながらファンやコミュニティの活動を支援していきます。ファンの気持ちに寄り添ったプロモーション施策を通じてWEB（オンライン）とリアル（オフライン）をつなぐコミュニケーションを行い、まちに関わる方々の思いを育んでいきたいと考えています。



つばめの森

紫波町が多くの方により深く、より長く愛される町になるため、熱量が上がるまちづくりを展開していきます。

編注＝地域づくり2022年７月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

埼玉県北本市

シティプロモーション「&green」を展開

―「三つの意欲」で測る新たな指標が奏功―

パブリシンク株式会社代表取締役・元市長公室シティプロモーション・広報担当　主査／林　博司



市外からの移住増を目指さない

北本市は埼玉県中央に位置する人口約６万5000人の小さなベッドタウンです。

2019年時点で人口減少が他近隣自治体と比しても進んでおり、消滅可能性都市の一つとしてあげられるなど、特に若年層の減少が進んでいました。こうした状況に対応するため 、2019年４月にシティプロモーション担当（２名）が新設され、配属されました。

そこで改めて人口減少対策として自治体が何をしていくべきなのかを考えました。

当時、シティプロモーションや定住・移住促進事業というと、転入や子育てに関する補助金を創設し、制度面から他自治体と差別化を図る、または大手広告代理店に委託料を払って、打ち上げ花火的なプロモーション事業を行い、一時的にまちの知名度を上げるというものが主流であったと思います。

私はそうした状況に強い疑問を感じていました。お金をかけて便益を提供していく、宣伝していく方法は、市の財政状況が厳しくなった場合には続けられません。また、経済的なメリットで呼び込む方法で本当にまちを愛する人たちに来てもらえるのか。そもそも外から人を連れてくるという手法は単に人口移動が行われているだけで、日本全体を見ればメリットはありません。

そこで、北本市では外から人を呼ぶのではなく、①今住んでくださっている人たち（特に転出が著しい20～40代半ばの若い世代）に、まちに愛着を持ち住み続けてもらう②仮に人口が減ったとしても、多くの人がまちの活動に参加し関わることで、まちの活力を維持していく――この二つの状況を生み出すことをシティプロモーション事業の核として事業を実施していくこととしました。

成果指標「mGAP」の採用

まちへの愛着というと、どこか曖昧で成果指標に設定するには客観性が欠けると考えました。また、人口増減に代わる成果指標を探していました。

そんな中で出会ったのが、東海大学河井孝仁教授の提唱する、まちへの①推奨②参加③感謝――の三つの意欲を成果指標とするmGAP（エムギャップ・修正地域参画総量指標）です。

mGAPでは、仮に人口が減少しても意欲を高めることで、成果をプラスにもっていくことができます。このmGAPを全国で初めてシティプロ





市内の雑木林を活用したイベント

モーション事業の正式な成果指標とし、河井教授からのアドバイスや庁内研修を受けながら事業を実施することとしました。2019年に3000人に対するまちづくり市民アンケートでmGAPを測ったところ、数値が大幅にマイナスとなり、特に推奨意欲（他の人に自分の住むまちをお薦めする気持ちの程度）が低いことが分かりました。

シティプロモーションコンセプト「&green」

まちへの推奨意欲が低い状況を改善する必要がありました。そこでまず、市民の皆さんが北本市に暮らす魅力をどのように捉えているのかを知るために、市民ワークショップ「きたもと暮らし研究会」や、市役所若手シティプロモーションプロジェクトチーム「きたもとグリーンラボ」を立ち上げ、検討を行いました。

その中で、暮らしていく上でのまちの魅力を改めて整理したところ、

・首都圏近郊の小規模で平地のベッドタウンでありながら、荒川沿いの里山空間は全国でも屈指の動植物の宝庫となっており、市街地にも適度に雑木林が残され緑被率は約50％を保持している
・緑を生かした「きたもと緑の森めぐり」や「秋の収穫祭」といったおしゃれな屋外仮設マーケットが開かれている
・市内に70カ所以上農産物の直売所があり、地産地消が進んでいる

などがあげられました。

そこで、これらの魅力を今後統一的に発信し、高めていくために、「&green（アンドグリーン） ―豊かな緑に囲まれた、ゆったりとした街の中で、あなたらしい暮らしを―」というシティプロモーションコンセプトを定め、各種取り組みを行っていくこととしました。



屋外仮設マーケット（市役所芝生広場）の様子

17年ぶりの人口社会増

「&green」の魅力を伝える冊子の発行、ＷＥＢページの開設、動画の作成を行いました。また、▽農業体験など日々の暮らしの魅力を体感するツアー「&green暮らしの学校」を実施▽「&green」デザインガイドラインを作成し、市封筒・名刺等発行媒体へ印字▽北本産農産物のブランド名を「&green food」として展開▽公設民営のカフェ名を「&green cafe」とする―など2019年から2021年度の３年間で、「&green」をコンセプトに庁内外に横串をさす形でさまざまな取り組みを行ってきました。

その中で現在最も効果的と捉え、力を入れて取り組んでいる事業が屋外仮設マーケット事業です。屋外仮設マーケットはコロナ禍でも機能する売り買いの場としてだけでなく、&greenの魅力を知り、地域で活動している人たちがつながれる場としても機能しており、北本に暮らす人や関わる人がまちを知る・好きになる・参加したくなるきっかけとなる大きな可能性があると考えています。そこで、北本で日常的にマーケットが開催されるよう、まちの皆さんとともにマーケットの価値と展開を考えるワークショップ「マーケットの学校」を実施。その実践の場として月１回市役所芝生広場で「&green market」を行ってきました。

こうした一連の取り組みを通し、2021年には成果指標であるmGAPが上昇し、特に低かった推奨意欲も年々改善されてきています。また人口増減での実績をみると、2020年は17年ぶりの社会増、2022年は11月末現在で449人の社会増となっています。

この結果から、補助金や広告で外から人口を引っ張ってくることを目指さずとも、着実にまちの魅力を見つけ、内側から発信し、高めていくことを続けていけば、おのずと外部からも評価され選ばれるまちになっていくのだと思います。

これからも北本市がまちの魅力を高めていけるよう、一歩一歩努力を続けていきます。

編注＝地域づくり2022年７月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容を一部修正しました。

神奈川県真鶴町

「つながり」大切に 移住や企業誘致推進

―民間活力・自走・自治で共創する多様な暮らし―



真鶴町政策推進課 課長補佐／卜部　直也

今あるものの価値化

変わらない風景に価値がある。真鶴町の昔から変わらない懐かしい風景にひかれ、20代をはじめとした現役世代の移住や起業、クリエーターなどの関係人口が生まれています。

神奈川県最西部に位置し、人口6931人（令和４年４月１日現在）、面積約７平方㌔という県内で２番目に小さな港町は、バブル経済期に全国で進められたリゾート開発の圧力にも屈せず、平成５年に通称「美の条例」を制定しました。全国紙の社説に「小さな町の大きな挑戦」と評された独自の地域づくりは、時を経て、新しい生き方を求める若い世代にも共感が広がり、令和元年度、11年ぶりに人口が「社会増」に転じました。

平成29年に神奈川県初の過疎地域に指定され、人口減少、特に若年女性人口の減少や地場産業の高齢化・後継者不足という課題に直面する中、真鶴町は持続可能な地域づくりを模索しています。

移住・定住対策の展開

・新しい働き方・働き場

真鶴町は、サテライトオフィス（以下「SO」）の誘致とシェアリングエコノミー（以下「SE」）の推進という２本の柱で、港町における新しい働き方づくりに取り組んでいます。

産業振興や空き家対策、高齢化・防災といった地域の課題をビジネスで解決したり、地元の雇用・仕事を開拓したりするSO誘致は、平成29年度に着手しました。観光協会や商工会・町内事業者をはじめとする公民連携組織による協働推進で、ウェブマーケティング、結婚相談、地域間交流支援、IoTシステム開発等々、計７社の企業・団体がオフィスを開設し、地元雇用を生んでいるほか、地元事業者との業務委託や実証実験等が行われています。



シェアリングエコノミーの体験ワーク

SEは、子育て等で１日２、３時間しか働けない人たちや個人事業主等が時間を提供し合いチームで仕事を共同受注する「スキルシェアリング」により仕事を開拓する人材発掘・育成事業です。これにより小さな子どものいる親も仕事ができる環境が生まれています。「新しい働き方の普及啓発」「スキル習得プログラム＆体験ワーク」という事業構成で平成30年度、令和元年度、令和３年度の計３回実施し、約40人の卒業生から、SO企業への雇用、空き家バンクの業務委託、コワーキング施設の立ち上げ等、ビジネスやコミュニティが立ち上がっています。

・関係人口と空き家の利活用

平成26年度に開始した役場の中堅・若手職員と公募住民等で構成する公民連携の「真鶴町活性化プロジェクト」は、「提案より実行」を掲げ、５チームが朝市

や空き家を利活用した試住体験企画、ハッカソン（起業体験プログラム）等を実施し、これまで縁のなかったITコミュニティがハッカソンを通じてつながる等、事業と共に多様な関係人口が形成されるきっかけとなりました。

平成28年度には試住体験事業「くらしかる真鶴」が始まり、毎年移住者が誕生しています。商店街にある空き家を住民と一緒にリノベーションした本事業から始まった「空き家の利活用」は、旧割烹料理店を改修した創作拠点施設「真鶴テックラボ」、民間ビジネスによる仕事の拠点「月光堂」「BlueTree」（レンタルオフィス・起業スペース等）や、４棟の空き家を活用した「ロッキン・ビレッジ」事業等、さまざまな形で展開されています。

令和３年には全国でも珍しい公民協働による空き家バンクを開設し、子育てママグループが事業承継した真鶴未来塾が空き家バンク業務を受託、「住民目線」「住民の言葉」で空き家の発掘と情報発信等を行っています。

政策連動と民間活力による共創

SO誘致から「職場や雇用」が創出され、SEによる「人材」発掘が真鶴町にさらなるSO企業を誘引し、空き家利活用が「働く物件」を提供する。６社目となったIT企業の進出は、まさに三つの政策が連動しました。その拠点は現在、子育てママたちが起業した店舗とサテライトオフィス等が入居し、まさに「新しい働き方コミュニティ」の場となっています。一つの政策から取り組みが熟していくことは難しく、政策連動と相乗効果・相互補完から道が切りひらかれています。

真鶴町では、補助金誘致ではなく、「地元とのつながり」を大切にした移住や企業誘致を推進しています。人口減少、仕事おこし、にぎわいづくり、空き家対策等、従来は行政課題であったテーマに対する民間主導の課題解決や価値づくり。「民間活力」「自走」「自治」という視点を大切に、地元町民や事業者自らが立ち上がる、そのために行政が環境整備や側面支援を担うというスタイルが形成されはじめています。

令和３年度より実証実験しているDIYによる公園づくりは、公園情報をオープンデータで公開し、住民と知恵や得意技を出し合いながら公園をつくり直す「草の根オープンイノベーション」であり、公園を「自分たちでつくる」協業作業です。SO誘致も令和４年度より、公民連携組織から民間主導組織に衣替えし、ビジネスとして誘致活動が展開されます。地元が立ち上がる「内発的な力」が町の持続可能性につながる、そんな感触が少しずつ広がっています。



青空の下での起業体験プログラム「ハッカソン」



空き家改修＆試住体験施設「くらしかる真鶴」

住民の生活に目を向ける

保育園に子どもを送った後、町内の職場に５分で仕事に入れる。仕事はイベントではなく「日々」であるからこそ、「職住近接の暮らし」は個々人に心の余裕と家族や自分のための時間を与えてくれます。自治体は現場の最前線。人口の増減数等、地方創生のKPIによる効果検証に向き合いながら、数値指標の先にある「実際の住民生活」に目を向け、自分らしい暮らし方を大事にできる地域づくりを、引き続き小さな港町から模索していきます。

編注＝地域づくり2022年７月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

島根県江津市

起業人材を呼び込む

―ビジネスプランコンテスト「Go-Con」―



特定非営利活動法人てごねっと石見専務理事／田中理恵

「東京から一番遠い（移動時間が長い）市」として高校教科書で紹介されたことがある島根県江津市。今から約10年前。当時、東京ならまだしも、島根県民でも「江津？　行ったことはない」と聞くことも珍しくなかった。それが、若者が次々と創業する街へ生まれ変わったのだ。一連の取り組みは、総務省の過疎地域自立活性化優良事例表彰で2012年度の総務大臣賞を受賞したほか、てごねっと石見は2015年第５回地域再生大賞を受賞。コンテストの事務局を担うてごねっとは、市民の伴走者となり、まちづくりのハブ機能を担っている。

江津市の中川氏との出逢い

市の中央を中国地方随一の大河である江の川が南北に流れ、日本海に注いでいる。人口は1947年の４万7057人をピークに減少し2017年に２万4000人。石州瓦の大手が倒産、2010年には誘致企業の一つであった工場が撤退し、両者を合わせて約400人もの雇用が失われた。

当時、江津市で事業を担当していたのが、中川哉（かなえ）氏である。全国初となる空き家バンク制度をつくるなど江津市の仕掛け人として知られた中川氏は、これからは数を追い求める企業の誘致ではなく、人材の誘致が必要だと考えるようになった。当時、各市町村の移住施策は工夫を凝らしたツアーやお試し住宅整備など、あの手この手のアピール合戦で盛り上がっていた。そんななか、中川氏は「誰でも来てくださいと言っても、住める空き家も限られている。仕事をつくれる人材を誘致しないとこの町の未来はない」と、2010年度に創業人材を誘致するビジネスプランコンテストの開催を企画した。さらに、社会起業家支援のNPOの代表から「ただコンテストをしても、受け皿がなければ孤独になる」と助言をいただき、受賞者を継続的に支える仕組みとしての中間支援組織の設立を考えた。これは、当時、全国でも画期的な取り組みだった。

創業人材を呼び込むコンテスト

そして2010年、ソーシャルビジネスプランコンテスト「Go-Con」が開催された。賞金総額100万円が贈られる新規創業・経営革新部門と、活動資金として月額15万円程度が１年間支給される課題解決プロデューサー部門の２部門が設けられた。プレゼン審査の他、条件として受賞後一年間は江津市を拠点に活動することを盛り込んだ。実施要項には次のような記載がある。

「本ビジネスプランコンテストの選考は、江津市の課題を解決する可能性を持ったプランを持つ応募者にどれだけの熱意があるのかを確認します。たとえプランが未熟であっても、地域の課題解決に本気で取り組むという情熱を持っている個人又は団体の応募をお待ちしています。」

このコンテストにピン！ときて応募したのが私である。江津市から100㌔東に離れた安来市で「くすぶっていた」27歳の未熟な若者である。大学時代にまちづくりやNPOに興味を持ち、民間企業を経て島根にUターンをしたが、地域づくりの仕事に就くこともできず悶々としていた。これまでビジネスプランなど書いたこともなかったが、これまでの想いをエントリーシートにまとめ「帰ってこられる島根をつくる」というビジョンを掲げ、大学生と地域をつなぐ実践型インターンシップを提案し、課題解決プロデューサー部門の大賞に選ばれた。

その後「江津市はここが正念場。ここでやったことは全国のモデルとなる。力を貸してほしい」と力強く語る中川氏の言葉に覚悟を決め、2011年４月に江津市に移住した。竹炭を活用した養鶏場づくりを提案して

同時に受賞した男性も宮城県からＩターンし、私たちは新聞等にも取り上げられ、一部の行政や地域住民に「知られた人」となっていた。私はNPO法人の事務局長として自分のプランの実践とコンテストGo-Conの開催に取り掛かったのである。

人と人がつながるコンテスト

2011年の第２回コンテストは市から受託し、てごねっと石見が事務局となった。創業を支援する体制として、市とNPOの２者ではなく地元の商工会議所、商工会、金融機関と組み、地域を挙げて応援する体制をつくった。商工会議所の創業塾にも受講を薦めるなど、応募者全員の伴走を心がけた。そうして初年度25件（市内14件、市外11件）のプランが集まり、審査会の会場には市民100人が集まった。事業計画も収支計画も完璧なプラン発表会ではなく、応募者が地域への想いとプランを等身大で語り、さらに来場者から「がんばれ～！」と声援が飛ぶようなあたたかい地方型のコンテストだった。

第２回の大賞受賞者は、人・食・農が交わる古民家レストラン「風のえんがわ」の多田十誠氏など。第３回は、江津の貴重な資源として古民家や古ビルを活用した空き家のリノベーション・新しい住環境を提案したデザインオフィス・スキモノの平下茂親氏が受賞した。

コンテストは、その後も続き、2010年からの起業数は26件、年間３億5000万の売上（2017年度）である。コンテストをきっかけに、市内では新たなことに挑戦しようという機運が広がっていった。江津駅前で生まれ育ち、実家が弁当屋を営んでいた青年が一念発起して飲食店を始め、土産物を売る商店も開店した。さびれていくまちに心が痛み、活気を取り戻したいと思っていたという。さらに並行するように、夜市、朝市、写真展など地域でのイベントも増えてきた。（これまでの受賞者はhttps://go-con.info/winner/）

江津市は2014年にはおよそ半世紀ぶりに人口が社会増に転じ、同市のビジネスプランコンテストは山陰の総合戦略のスローガン「創造力特区」のシンボル的な存在となった。2022年度のビジネスプランコンテストの募集もまもなく始まる。今年もどんなドラマが生まれるか楽しみである。



2014年のGo-conの最終審査会ポスター

編注＝地域づくり2022年７月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

Go-Conの流れ



これまでの応募・起業実績

年度		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	合計
応募者数	全体	25	23	13	11	13	9	5	7	6	7	131
	市内	6	12	4	3	4	5	4	2	2	5	59
	市外	19	11	9	8	9	4	1	5	4	1	72
ファイナリスト		6	6	6	6	6	6	3	6	5	6	56
大賞受賞者数		4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	14
出場者による起業件数		1	2	1	1	3	4	2	5	4	3	26

徳島県神山町

まちを将来世代につなぐプロジェクト

―公社設立と見えてきた成果と課題―

神山町役場 総務課 主事／松田一輝



人口の均衡を目指したプロジェクト策定

神山町の人口は1950年の２万1241人をピークに、減少の一途をたどり、2010年には6038人となった。国立社会保障・人口問題研究所のデータを元に独自に推計した結果、このまま成り行きにまかせると今後も減少傾向は続き、2040年には2443人、2060年には1145人まで減少する見込みである。「神山らしさ」を維持しながら暮らし続けるために、中長期的に3000人を下回らない人口を維持し、小中学校の学級人数が20人以上を保つ均衡状態を目指すことにした。そのためには、現在の人口増減に加えて、毎年44人の転入が必要である。人が住み、留まるには地域に可能性が感じられる状況の存在が必要である。その構成要素は次の７つに要約できると考えた。①人がいる②よい住居がある③よい学校がある④いきいきと働ける⑤富や資源が流出していない⑥安全性がある⑦関係が豊かで開かれている。これらの要素を部分的な課題解決ではなく、掛け合わせながら総合的に行っていくため、2015年12月に「まちを将来世代につなぐプロジェクト」を策定した。

一般社団法人神山つなぐ公社発足

プロジェクト実行にあたり、役場のみで進めると年度ごとに活動が区切られ、連続的に続けづらい。また、公平性の原理から、意欲や可能性の際だった活動を伸ばし難い。逆に、民間のみで進めると、国・県・町・近隣自治体との連携が難しく、経済合理性に偏って、公益性を保持できなくなる可能性がある。持続性のある運営を可能にするため、神山つなぐ公社を設立した。神山つなぐ公社は、行政ではなしえない柔軟な発想や手法で、必要な施策推進を迅速に手がけてゆく公益性の高い法人であり、開かれた活動拠点を持ち、町職員と住民、町内外の人々がかかわり合うプロジェクト群を支援する。一方で、意志のある実行主体の発見に至らない要推進事項についてはみずからけん引し、事業化の過程で主体を見いだすことを目的とした一般社団法人である。官民公が協働することで、連続的で、拡張性があり、継続性の高いプロジェクトを進め、成果を生み出すことが期待されている。

第1期の成果

５年間のプロジェクトを経過し、KPI（重要業績評価指標）達成度は、98%の216人であった。また、2019年度には４人の転入超となり、８年ぶりに社会増に転じた。翌年も社会増を達成し、２年連続の社会増となった。依然として課題は山積しているものの、取り組み続けることで未来は変わってくる、という手応えを得ることができた。この５年間で新たに生まれた状況や可能性も数多くある。

【事例１】大埜地集合住宅

第１期の具体的な取り組みの一つとして、若者向け集合住宅を建設した。このプロジェクトでは、広範囲に集落が点在するという町の特徴による子育て環境の悩みや、働き盛りの世代が住みやすい環境を整えるために８棟20戸分の住宅を整備した。この集合住宅は移住希望者だけではなく、町内での住み替え希望世帯も対象にしている。敷地内の歩車分離や、放課後に過ごせる共有スペース「鮎喰川コモン」を設置するなど、入居者に限らず、町内の子どもたちにも利用されるように設計をしている。また、段階的に建設を進めることで、町内業者が参入可能な規模で発注できるようにし、町産材の認定制度を設けるなど、町内での資源や

経済循環も意識した計画とした。町内の高校が植栽工事に関わるなどさまざまな人材が関わりをもつことにより、町内に新たな関係性を生み出している。

【事例２】フードハブ・プロジェクト

第１期計画策定グループから、熱意と力を持つメンバーが現れ、株式会社フードハブ・プロジェクト（以下「フードハブ」という）が生まれた。第１期策定の過程で行われた住民、役場職員によるワーキンググループの中で発案され、2016年に神山町役場、つなぐ公社、株式会社モノサスの出資により設立された。「地産地食」を合言葉に掲げ、神山の農業と食文化を次世代につなぐことを目指している。2017年に食堂「かま屋」とパンや食料品を扱う「かまパン&ストア」をオープンした。地域の食材をふんだんに使った料理やパンを求めて、町内外から多くの人が訪れている。新規就農者の育成や耕作放棄地の継承、学校での食農教育の展開、さらに、海外の料理人が訪れ、一定期間滞在するシェフ・イン・レジデンスも行っている。2018年度にはグッドデザイン金賞（経済産業大臣賞）を受賞した。「まちの農業を次世代につなぐ」ことを理念に掲げたフードハブは、維持の難しい農地の引き継ぎを着実に進めており、立ち上げから５年目にして、町内で最も多くの耕作地を有する生産者グループの一つとなった。国内外の料理人、農業に携わる希望のある若者たちへの求心力も高い。2022年には、子どもたちに食や農を通じた教育を支援する「NPO法人まちの食農教育」も生まれている。



農村環境改善センターで開催された「つなぐプロジェクト報告会」


「つなぐプロジェクト報告会」で耳を傾ける町民等

第2期への展望

2019年度より２年連続で社会増となったものの、５年全体で見ると依然として人口減少は止まらず高齢化率は上昇している。まちの人口構成の観点で考えると商圏として成り立ちにくい地域と言えるが、さまざまな人々により新たなビジネスが生まれた。具体的には地元出身者による飲食店、美容室、士業の事務所の開業や、自動車整備業、飲食店の継業が起きた。そしてIターン者による宿泊施設や小売店、飲食店、工務店も開業した。第１期の間、商工会に16の事業者が新たに加入した。そして商工会への加入はないものの10程度の事業者が新たに商売を営んでいる。

さらに、林業や農業の課題解決を志向し、可能性を開く事業活動を展開する二つの事業者が社会的に高く評価された。１社はイタリアの国際的な賞とグッドデザイン賞、１社はグッドデザイン賞の金賞を受賞した。

こうした成果は、地域経済分析システム「RESAS」や徳島県市町村民経済計算など定量的なデータを用いた分析では把握できない。しかし、今日の神山町に可能性を見いだした人々が、それぞれに新しい商いを起こし、事業を受け継ぐ状況が生まれていることがわかる。そして、地元出身者と移り住んできた人が混ざり合い、地域の新たな経済圏が育まれている。第２期では、第１期のよい変化の芽が育ち、地域に根付く土壌づくりに取り組んでいる。

編注＝地域づくり2022年７月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

— 第２章 —

地域おこし協力隊と
ともに歩む自治体

北海道長万部町

人と人とのつながりを第一に

～新幹線開業に向けて多様な人材が集まるまちへ～

長万部町の地域おこし協力隊制度には、町が課題と考える事業の担い手を募集する「専門型」と、協力隊を目指す人が町で実施したい事業を提案する「提案型」の２種類がある。協力隊への応募前の段階から、希望者が描くイメージに応じてカスタマイズした形で町内を案内するなど、隊員が町で働くイメージを持ち、活動しやすい環境を整備することを心がけており、職員と隊員の信頼関係が構築されている。

本稿では現在の制度設計、運用手法に至った経緯と、隊員に寄り添い、活動する環境を第一に考えている長万部町の取組について紹介する。

はじめに

長万部町は北海道南部渡島管内の最北部に位置し、大部分が丘陵と山地だが、平地は湾に沿って南北に伸び、道内では比較的雪の少ない地域である。人口は5,058人（令和３年４月末現在）、面積は310.76㎢で、古くから道南と道央を結ぶ交通の要衝であり、令和12年度末に北海道新幹線長万部駅が開業予定である。

令和３年３月に第４次長万部町まちづくり総合計画において「ひらけ！　つながれ！　おしゃまんべ!!―みんなで楽しい未来へ―」を策定している。新幹線開業による新たな可能性や町の魅力をPRし、各地とのつながりや町民同士の結びつきを強固にすること、町にキャンパスがある東京理科大など町外人材との関係を強化することを目的としており、地域おこし協力隊（以下「協力隊」という。）制度は総合計画の施策の一つに位置付けられている。

協力隊制度導入の経緯

かつて長万部町は国鉄の町として栄えたが、全国の地方公共団体と同様に人口減少や担い手不足が深刻化しており、商店街ではシャッターを下ろした店舗が目立ち、特に飲食店の減少が顕著である。町は、これらの対策に取り組むとともに、令和12年度末の新幹線開業に向けてまちづくりを進めていく中で、多様な人材を集めることができる協力隊制度に着目した。多様な人材が町に関わり、観光情報の発信や地域の文化活動の推進など、町の課題に対応する担い手を呼び込むことで、地域力の維持や定住の促進、後継者不足の解消を期待している。

専門型と提案型

長万部町の協力隊の募集形態には、町が課題と考える事業の担い手を募集する「専門型」と、協力隊を目指す人が町で実施したい事業を提案する「提案型」の２種類がある。

町は平成28年度に協力隊制度を創設し、観光支援の担い手として専門型の隊員３名を採用した。当初は周辺市町村の手法を確認しながら手探りで進めていたが、隊員の地域イベントへの参加や情報発信によって地域内での認知が進み、町の高齢者等から隊員に対して好意的な反応があった。制度創設２年目の平成29年度は新規募集を停止していたが、地域からの反応が大きかったことから、平成30年度には募集を再開した。

専門型の協力隊制度を進めるなかで、町が設定した課題とは別に、町で挑戦したい事業を提案する移住者が増えていた。町は、協力隊独自の視点による活動が進むことで衰退する商店街に活気が戻り、これまでの町に無かったコンテンツの創出が期待できると考えた。多様な取組が進められることは、新幹線開業に向

けたにぎわいづくりと親和性が高く、町への移住を決断した人の挑戦を支援したいとの思いから提案型制度を創設した。

取組内容

本項では、協力隊が活動しやすい環境を目指し、職員が寄り添う形で隊員を支援する長万部町が行う、募集前から採用後までの各段階における取組を紹介する。

(1) 募集前段階

長万部町では、次年度の隊員を募集するにあたり、町が実施する事業かどうかにこだわらず、どのような取組が町の課題解決や地域活性化に資するかについて、気軽に回答できる形で職員全員から意見を募っている。

協力隊制度は職員全体に広く知れ渡っているわけではなく、特に窓口業務などを主な業務とする部署ではなじみが薄い。意見募集には、制度を庁内に周知するとともに、職員として在籍することになる隊員と共に働くハードルを下げるという意味がある。

意見募集では、町には無い分野のイベントを行ってほしい、町をアピールするキーホルダー（ノベルティ）を作ってほしいなど、多くの意見が集まってくる。令和３年度の専門型隊員のミッションは「観光PRや農泊関連の事業等に従事できる人を採用してほしい」との意見をきっかけとして設定された。協力隊制度の担当職員は、協力隊への認知度が向上し、職員からの声が隊員の採用につながっていることから、意見募集の実施に一定の効果があったと考えている。

(2) 募集段階

専門型と提案型のうち、提案型の希望者には、採用面接時に町で挑戦したいことをプレゼンする時間を設けている。町では、応募者が挑戦をどのように実現できるかをイメージできるように、事前に応募者と共に現地をめぐり、町内を案内している。特徴的なのは、提案型の応募者に限らず、専門型を希望する場合にも町内を案内している点である。採用は年度単位で行うが、案内は採用のスケジュールに関わらず随時実施しており、町に興味を持つ人に広く門戸を開いている。

案内では応募者が長万部町に住むイメージをつかむことを重視し、協力者となる住民や事業者の紹介や、活動に関係する場所の訪問など、挑戦したい事業の内容に応じて案内ルートや日数をカスタマイズしている。例えば、地域文化に興味がある応募者には、図書館と文化センターが併設されている「長万部町学習文化センター」や「郷土資料室」「鉄道村」、町の歴史に関する史料を一堂に集めた「長万部町民センター」を案内する。採用後にも改めて町内を案内しており、募集段階から採用段階にかけて丁寧に対応することで、町と隊員の描くイメージのミスマッチをなくす役割を果たしている。令和３年度からはオンラインによる相談も受け付けており、新型コロナウイルス感染症の影響で都道府県をまたぐ移動が困難な状況でも、応募者が町での活動をイメージできるようにしている。

(3) 採用後の対応

採用後、隊員の配属先は実施する事業の内容により異なるが、隊員が働きやすい環境づくりに向け協力隊制度を担当する職員が手厚いサポートを行っている。

①活動中のサポート

長万部町では、庁内の事務手続きの多くを隊員自身が行うこととしており、自身の活動経費に関する予算要求も隊員が行う。事務作業を通じ、庁内でさまざまな部署と関わりを持つことができるとともに、活動費についても、与えられたミッションに対し受け身ではなく主体的に運用することができる。また、隊員が任期終了後に活動する際にも、行政内部の状況を理解することで円滑に連携できると町は考えている。

隊員として採用された時点では、社会人経験があったとしても行政にはなじみが無い場合がほとんどであるため、隊員の配属先の職員と協力隊の担当職員が協力してサポートしている。行政事務に加えて、隊員が実施する事業についても、普段から職員と相談しながら、関係課とも円滑に連携できるよう連絡を密にとっている。このほか、月に一度の活動報告会では、各隊員がどの部署と連携すれば活動しやすいか、配属した部署を変更する必要はないかなどの議論を交わし、細かな点にまで気を配っている。

活動において協力が必要となる地域住民、事業者に対して、自ら地域に出向いて関係をつくることができる隊員もいるが、従前からの行政との関係を生かし、



長万部町学習文化センター

職員が橋渡しをすることも多い。担当職員がこれらのサポートを行う際には、「町で採用した協力隊員」として事務的に接するのではなく、「同じ町内に住む者同士」として話をすることを意識しているという。

また、協力隊制度が人口減少抑制のための重要な事業として総合計画に位置付けられていることから、一般職員だけでなく幹部職員も隊員を気にかけている。隊員が実施した合氣道体験会では、町民や一般職員だけでなく副町長も参加するなど、行政全体で隊員をサポートする姿勢がうかがえる。

②隊員同士の交流

隊員同士の交流については、月に一度の活動報告で定期的に互いの活動を確認するほか、ある隊員が実施するイベントに他の隊員が協力するなど、普段から顔を合わせる機会が多い。職員を交えた交流の機会も積極的に設けており、北海道白老町に令和２年８月に開業したウポポイ（民族共生象徴空間）の視察研修を行い、北海道の文化の礎となるアイヌ文化を学ぶとともに、隊員同士の交流を深めている。

また、月に一度の活動報告会に加えて、年に一度、町民に向けた協力隊の活動報告会を実施している。この報告会は町ではなく隊員が主体となって一から作り上げるものであり、企画から会場準備、広報まで一丸となってやり遂げることによって、隊員同士のつながりが深められる。

③周辺市町村との広域的な取組

長万部町は新幹線開業にあたり、新幹線駅ができる長万部町のみで誘客等を進めるのではなく、周辺市町村と広域で協力し地域の魅力を発信することを重視している。そこで、新幹線駅の開業効果を最大限発揮することを目的に、道内に14ある振興局のうち、渡島、後志、胆振の各管内の境界に位置し、それぞれ隣り合う長万部町、黒松内町、豊浦町の３町が連携する「はしっこ同盟」を平成31年４月に発足させた。これまで、３町合同での札幌圏への食材提供や、ふるさと納税の返礼品用に３町の特産品セットを開発するなどの取組が進められている。

令和３年現在は試行段階だが、協力隊についても、同盟活動の一環として広域の取組を進めている。令和３年度には、社会教育事業として、長万部町の隊員OGが３町の子どもに対して長万部町の名産であるホタテの生態の観察や調理を行う体験会を企画した。実際には、新型コロナウイルス感染症の影響から行政区をまたぐイベントの実施が困難となったため、豊浦町と黒松内町から講師を招いて長万部町の子どもを対象とした体験会の実施となったが、今後も工夫を重ねながら協



合氣道の体験会の様子

力隊を生かした広域的な取組を進めていく予定である。

協力隊の任期終了後、３名が長万部町に定住した（うち１名は地元企業へ就職後、転勤により近隣市へ異動）。任期終了後の支援については、起業支援に関する補助金に加え、令和２年度には新型コロナウイルス感染症対策として50万円を上限とする補助金を町単独費で設けている。

これらの取組から、多様な事業が生まれた。木のおもちゃや野山での遊び、稚魚の放流、合氣道の体験会など、それまではなかったイベントが開催された。地域のイベントに参加していなかった町民の参加が増えており、町は協力隊の活動によって新たな人の流れが生まれたと感じている。

課題と今後の展望

(1) 課題

長万部町では、隊員を会計年度任用職員として採用しており、地方公務員法が適用される。そのため、活動中に起業する場合や、事業の中で利益を計上し副業としての収入が協力隊報酬を超える場合など、どの程度までの自主事業を副業として認定して良いものなのか、そもそも行政で実施できるのか、といった疑問に対する前例が無く、他の地方公共団体の事例を調べるなど、判断に時間を要している。

協力隊は地方公共団体が自由に制度設計できる部分が多く、雇用形態についても個人事業主として委託契約を締結するなど、さまざまなカスタマイズが可能である。しかし、個人事業主であれば隊員自ら国民健康保険、国民年金に加入し全額自己負担する必要があるなど、それぞれにメリット、デメリットがある。隊員一人ひとりが活動しやすい環境を重視する長万部町だからこそ、どのような雇用形態が望ましいのかについて結論を出せずにいる。

また、職員への制度周知や意見募集を行った結果、庁内での協力隊への理解は進んでいるが、一部に協力隊制度を知らない職員もみられ、庁内への更なる周知の手法を模索している。

(2) 今後の展望

令和12年度末の新幹線開業に向けた開発が本格化するのを控え、現在、町ではまちづくりの構想の策定を進めている。注力する分野を明確化し、地域としてどのようなコミュニティやにぎわいが必要となるかを議論することと併せて、より多様なコンテンツを生むため、協力隊の採用数を増やすことを検討している。

また、感染症の影響により慎重な動きとなっているが、広域連携事業をさらに進めるべく、はしっこ同盟

による３町の連携を強化する。具体的には、３町のいずれかで採用された隊員について、所属はどの町であっても３町の中で広く活動することを可能とする制度の創設を進めている。それぞれの町の特性を生かすことで活動の幅が広がり、隊員が地域で描くイメージをより実現しやすい環境となることを目指している。

おわりに

長万部町では協力隊の担当職員を中心に、どうすれば隊員が活動しやすい環境となるかを考えてサポートしている。町に住む者の一人として生き生きと活動してほしいとの思いが隊員本人にも伝わることで、職員と隊員の信頼関係が構築されてきた。ある隊員は、応募前の案内の際に感じた担当者の人柄の良さから長万部町の協力隊に応募することを決めたと話しており、採用の前から職員の思いが伝わっているようである。共に町の活性化を担う者として、隊員の活動環境を第一に考える長万部町の今後に期待したい。



町民に向けた活動報告会の様子



豊浦町、黒松内町と協力して開催したイベントの様子

〈執筆者〉地域活性化センター企画グループ
嶋田 拓実（福井県から派遣）

編注＝地域づくり別冊令和３年度地域活性化ガイドブック１月号から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

協力隊員の声

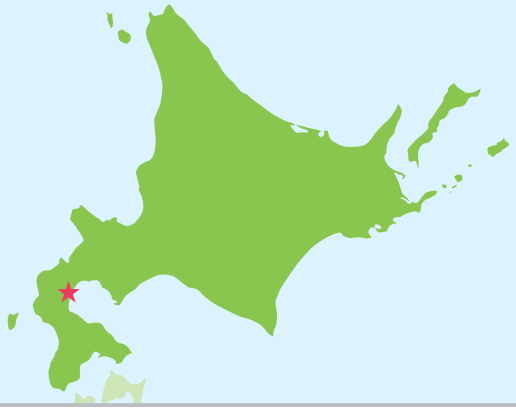
亀田 純孝

長万部町地域おこし協力隊・地域文化推進員

Q．役場の職員との関係はどうか。
A．協力隊としての活動に関することのみならず、北海道に住むにあたって重要なことや、長万部町ならではのことなど、公私にわたって相談に乗ってもらっている。
Q．長万部町で活動してどのように感じているか。
A．自分が地元で過ごしていた際には、地域との関わりを感じることは少なかったが、長万部町では集落単位の集まりや、公共施設での地域住民同士の何気ない会話なども多く、町民同士の関係が密接であると感じている。

地域の概要 **北海道長万部町**

人　口　5,058人（令和３年４月末現在）
面　積　310.76㎢
連絡先　北海道長万部町新幹線推進課
TEL　01377-２-2450



茨城県

茨城県北部地域の活性化を目指して

～起業による地域課題の解決～

茨城県では、首都圏などを中心とした地域外からの新しい視点で、県北地域の課題の解決や資源の活用につながるビジネスに取り組むことで地域経済の発展や地域活性化に寄与することを目指す「KENPOKU PROJECT E（起業型地域おこし協力隊）」を進めている。

本稿では、全国的にも珍しい県庁採用の地域おこし協力隊制度を運用するに至った経緯や、取組内容、サポート体制などについて紹介する。

はじめに

茨城県は、東京から県中央部、県庁所在地の水戸市まで常磐自動車道経由で約80km、JR常磐線特急で約１時間と手軽にアクセスできるロケーションながら、四季折々の表情を見せる自然に恵まれ、穏やかな気候で暮らしやすい地域である。県南地域は筑波研究学園都市が整備されており、つくばエクスプレスの開通で都心へのアクセスが45分に短縮され、東京のベッドタウンとしてのニュータウン開発が進められている。一方、県北地域では、山里の桜が揺れる春、海水浴場がにぎわう夏、豊富な作物が実る秋、アンコウをはじめとする魚介類が輝く冬など、季節ごとに違った顔がみられる自然豊かな場所であるが、首都圏からの距離感があり、人口減少への対応などが地域振興の課題となっている。

人口は2,844,881人（令和３年４月末現在）と全国11位で、政令指定都市を持たない都道府県の中で最も人口が多い。都心へのアクセスが良い県南地域では人口が増加しているのに対し、県北地域では人口減が続いており、高齢化率も県北と県南では大きな差がある。そのため、県庁の県北振興局を中心に、県北地域を振興するためのさまざまな取組が行われている。

協力隊制度導入の経緯

県北地域は、日立市、常陸太田市、高萩市、北茨城市、常陸大宮市、大子町の６つの市町で構成されるエリアであり、すべてが日本創成会議が平成26年５月に発表した消滅可能性都市となっている。そのため、茨城県は県北地域を活性化する産業振興策として、「アイデア提案型インターンシップ推進事業」を平成26年度に開始した。この事業は、全国から大学生などを県北地域内の企業にインターンとして招き、斬新なアイデアを提案してもらい、それを実践することでインターン生自身のスキルアップと企業や地域の活性化を目指す事業である。地域外からの新しい目線でアイデアを提案できるように、平成26年10月に地域おこし協力隊（以下「協力隊」という。）制度を導入し、インターンのコーディネーターとして２名の隊員を採用した。これが茨城県が委嘱する初の隊員である。この時採用された若松佑樹氏は、コーディネーター以外にも、地域内外の人と人をつなぎながら県北地域で新たな動きを創り出すために活動した。３年間の任期が終了後、平成30年２月に株式会社えぽっくを立ち上げ、県北地域の活性化のため活動を続けている。

また、茨城県では平成31年度から「茨城県北クリエイティブプロジェクト事業」を実施している。県北地域を拠点に新たな働き方や生き方にチャレンジするクリエイターのための情報サイトの運営や、起業者育成講座「茨城県北ローカルベンチャースクール」、県北地域に起業者を誘致する「茨城県北ローカルベンチャーラボ（以下「ローカルベンチャーラボ」という。）」に取り組んでいる。

ローカルベンチャーラボは、地域外の新しい目線を取り入れて産業振興を行うために、県外から起業者を誘致する取組である。また、この取組と協力隊制度を結び付け、令和元年度に「起業型地域おこし協力隊」を募集している。

令和３年度からはKENPOKU PROJECT E（以下「プロジェクトE」という。）と名付け、「茨城県北地域で探検（Explore）し、地域経済（Economy）の発展や雇用（Employ）を生み出し、稼ぐ（Earn）事業（Enterprise）を起こし、その拡大（Expansion）を図り、希代の起業家（Entrepreneur）をここから生み出す」という思いを込め、起業するだけではなく確実に収益を上げる力をつけ、継続した事業を行うことに力を入れた取組へと進化している。

令和２年２月に３名、令和３年６月に３名、同年８月に２名採用し、合計８名の隊員が活動をしている。

取組内容

茨城県では、協力隊が県北地域の課題を解決するだけでなく、起業することを確実にするため、募集段階での起業の実現可能性に重点を置いた採用審査や、採用後の起業を前提とした支援に重点を置いている。



KENPOKU PROJECT E募集チラシ

(1) 募集面での工夫

隊員の募集は、県や一般社団法人移住・交流推進機構（JOIN）のホームページで周知している。特に、JOINの隊員募集ページは、採用や地域の状況、協力隊の活動情報などを週に１回程度の頻度で更新しており、常に最新情報の発信を心がけている。移住や協力隊に関する情報サイトでトップクラスの閲覧数で、多くの人がこのページをきっかけに応募するという。

また、募集にあたり、求める人物像として以下の４つを定めている。

①ビジネスに対する明確なビジョンを持ち、自発的・計画的に行動できる方
②協力隊の委嘱期間終了後も、県北地域を拠点に持続可能なビジネスを実践できる方
③協力隊の委嘱期間終了後も、県北地域に定住する意思のある方
④心身共に健康で、誠実に活動を行うことができる方

このように求める人物像にビジネスの視点を明確に示すことで、募集の段階からビジネスプランを持つ人が応募するように工夫している。

人物像のほか、インターネットを活用した情報発信ができることも募集要件としている。地域内外からファンを獲得するために、自分の活動を広く発信することを重視しており、Facebookやホームページを自ら立ち上げ、積極的な情報発信ができる人材を求めている。

採用後は県北地域６市町のいずれかに移住し活動することになるため、県ホームページの協力隊募集ページには６市町の地域課題や地域資源の情報を掲載している。これにより、応募者がどの地域で起業するかなどを具体的にイメージすることができるようにしている。そのほか、オンライン相談会を随時開催するなど、応募者と県の目的のギャップを埋める努力を行っていることもあり、これまで定員を超える応募がある。

(2) 採用審査での工夫

採用は、書類審査と面接の２段階で行っており、求める人材像に合致しているか、実現可能なビジネスプランであるか、それを実行できる人物かどうかに重点を置いている。

書類審査では、応募者の経歴などの基本的な情報か

ら、ビジネスプランとそれを実践したい理由、自分の強みなどをチェックする。

面接は、応募者のビジネスプランが実現可能なものかを判断するため、県北振興局の職員と、地域内の起業家や学識経験者などの外部有識者が行う。外部の視点を取り入れることで、行政だけではわからないビジネスの実現可能性を見極めることができる。外部有識者は、応募者のビジネスプランの内容などに応じて選定しているため、その時々によって異なる人が面接官となる。

(3) 任用形態

任用形態は、県からの委嘱により個人事業主として活動する「起業独立型」を採用している。事業に関することであれば副業も認めており、時間に縛られず幅広い活動を行うことができる。

最長３年間の委嘱を行い、任期中に起業した場合はその時点で協力隊をやめるか、事業の拡大のため協力隊として活動を継続するかは本人の判断に任せている。任期中に起業した隊員はいるが、退任した隊員はいないという。

(4) コーディネーターによるビジネスサポート

県は、隊員が応募段階で考えていたビジネスプランを確実に実行するために、株式会社えぽっくに業務を委託し、起業に必要な知識の習得を目的として月に１回程度の研修や企業見学などを行っている。また、隊員一人ひとりにコーディネーターを配置し、必要に応じてビジネスプランを個別に相談する体制を整えている。えぽっくの若松氏が総括コーディネーターとして、全体の取りまとめを行い、同氏のほか経営・観光、IT・飲食などの分野ごとに５名のコーディネーターで８名の隊員をサポートしている。

(5) マネージャーによるつながりづくりのサポート

隊員が着任し地域に定着するまでの間、行政や地域との関係構築・連携などをサポートする地域おこし協力隊マネージャーを、令和３年度に１名採用している。

マネージャーについては、「地域活性化に意欲があり、協力隊や、地域住民、関係者と積極的にコミュニケーションが取れる方」と定めており、主な活動内容は、①県北地域で活動する隊員とその業務の関係者・住民との関係構築、②県北地域で活動する隊員同士のネットワークの構築、の２つである。

隊員が地域で活動するときは、その目的に合った地域の人物を紹介するなど協力隊と地域をつなげるハブのような役割を担う。

なおマネージャーは、県北地域の協力隊全体の定着率を上げるため、県委嘱の協力隊だけでなく、県北地域の６市町が委嘱している協力隊のサポート活動も行っている。

県が協力隊制度を活用するメリット

県が協力隊制度を活用するメリットは、県北地域の複数の市町をフィールドとすることで、隊員の活動の幅を広げることができる点にある。茨城県では起業を前提とした任用形態のため、活動地域が広くなること



就任式の様子



えぽっくの若松氏（真ん中）と協力隊（左右）



企業訪問の様子①



企業訪問の様子②

はビジネスチャンスが広がることを意味する。また、協力隊として委嘱されて活動をするため、起業することだけを目的に地域になじみがない状態で外から入るよりも、地域とのつながりを構築しやすい。隊員と地域だけでなく、隊員が広域で活動をすることで地域同士のつながりも生まれる。

例えば、大子町を拠点に令和３年８月から協力隊として活動する鈴木友貴氏は、「自然と人をつなぐ空間を創造し、人、地域、地球をサスティナブルに」というミッションを自ら掲げ、サウナを中心とした体験型ツーリズムによる地域課題の解決とビジネスプランの実行を目指している。

大子町は、日本３名瀑の１つである袋田の滝や県内最高峰の八溝山、県を代表する奥久慈温泉郷を有する、豊かな自然に恵まれた地域である。一方で、人口は16,062人（令和３年４月末現在）で、若者の転出による人口減少、宿泊客の低下といった課題がある。そのため鈴木氏は、観光客の滞在時間の増加、自然を体験できる機会の提供、キャンプやアウトドアオフシーズンのコンテンツの提案を目指して活動している。現在、大子町の協力を受け、町内のキャンプ場やゲストハウスと連携し、テントを用いた移動式サウナの体験イベントを実施しているが、ゆくゆくは県採用のメリットを生かし、県北地域全体でサウナを軸にした滞在体験型ツーリズムがビジネスとなるよう、起業へ向けてコーディネーターと共にビジネスプランをブラッシュアップしている。

このほかにもコーディネーターによるサポートを受けながら、地域課題の解決と起業の両立を目指し、古民家再生や農業体験など地域の特徴を生かしたさまざまな活動が県北地域全体で行われている。

起業し事業を拡大していくというゴールを設定しつつ、県北振興の実現に向けて、地域の強み弱みを発見し、地域に根差したビジネスを展開することは、県が「起業型地域おこし協力隊」制度を活用する大きなメリットの１つとなっている。

今後の課題と展望

茨城県では、ビジネスをサポートするコーディネーターと地域連携をサポートするマネージャーを設置しているため、起業関連でわからないことはコーディネーター、地域関係の悩みはマネージャー、そして協力隊制度やその他の相談については県の担当職員、というようにそれぞれの分野の専門家に相談することができる。この体制ができていることで、隊員は着任してすぐにさまざまな人々とのつながりを作り、なおかつ起業に必要な知識を得ることができる。

県の担当職員は、「隊員と県北振興局との関係をより深めることを今後の課題とし、県庁内のさまざまな部署や事業を隊員に紹介してつながりを作り、そこから新たなビジネスチャンスを生み出したい」と語る。

また、茨城県北ローカルベンチャースクールとプロジェクトEの連携を強化し、相乗効果を持たせることで、さらに地域を盛り上げ、協力隊を20名まで増やしたいとのことであった。



イベントの様子①



イベントの様子②

おわりに

茨城県では、県北地域の産業振興の一環として隊員を募集しており、起業に重点をおいたさまざまな工夫がされていた。隊員募集のビジョンが明確であるためミスマッチが起きにくく、ビジネスに特化した支援や分野ごとの専門的なサポート体制などチャレンジしやすい環境が整備されている。

令和元年度のスタートであるため、また任期終了を迎えた隊員はいないが、その多くが着々と起業、そして事業拡大に向けて活動中である。これまで見てきたとおり、起業しやすい任用形態や、手厚いサポート体制により新たなビジネスに挑む人が増加し、県北地域が活気づいていく予感がする。茨城県の今後の取組に期待したい。

〈執筆者〉地域活性化センター 企画グループ
松原 輝（熊本県菊池市から派遣）

編注＝地域づくり別冊令和３年度地域活性化ガイドブック１月号から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

隊員からの一言

鈴木 友貴
茨城県地域おこし協力隊

将来は起業したいと考えていた時に茨城県のプロジェクトEの募集を知りました。私は、北欧式サウナを通じて地域をサスティナブルにしていくことを目的にNORTH SAUNA IBARAKIを立ち上げて活動しており、いつかサウナ施設をつくりたいと考えています。コーディネーターによるサポートでは、起業するのに重要な専門知識を学べるだけでなく、工場見学など現地学習もあるので、とても勉強になっています。また、県からの委嘱とマネージャーによるサポートのおかげで県北地域６市町のいろいろな場所でサウナの活動ができています。地域を盛り上げるために、これからもいろいろな活動を行い、最終的にはしっかりと起業できるように頑張っていきます。

地域の概要 茨城県

人　口　2,844,881人（令和３年４月末現在）
面　積　6,097.19㎢
連絡先　茨城県政策企画部県北振興局
TEL　029-301-2715



新潟県胎内市

人口減少社会を見据えた活力ある地域おこし

～地域と若者が育み合い、地方の持続可能性を高める～

胎内市は、人口減少や高齢化が進む中、地域の活性化のためには、地域に対する住民の誇りを醸成することが重要と考え、地域の活性化策を住民に考えてもらう「集落点検」を実施した。集落点検を通して見えた地域の課題に対し、住民と寄り添いながら解決する担い手として、地域おこし協力隊制度を導入した。

地域おこし協力隊・地域・行政が「三方よし」となるように、三者が連携した体制づくりに取り組んでいる。

本稿では、胎内市の地域おこし協力隊の受入体制・環境について、協力隊制度の導入に至った経緯、三者間の連携や地域おこし協力隊のミッションの工夫といった取組内容を紹介する。

はじめに

胎内市は新潟県の北部に位置し、新潟市から北に約40km、東には飯豊連峰、西には日本海が広がっている。

平成17年９月、胎内市は、旧中条町と旧黒川村が合併して誕生した。市の北西部（旧中条町）では稲作を中心に、農業・畜産業が盛んである。また、四季を通じて観光資源に恵まれ、市の南東部（旧黒川村）にはスキー場やフィッシングパーク、リゾートホテル、ゴルフ場など子供から大人まで楽しめる施設が多数あり、アクティビティ体験のための環境が充実している。

人口は年々減少し、高齢化率は36.1％（令和３年８月末現在）となっており、特に山間部では人口減少が急速に進行している。農業経営者の減少や耕作放棄地の増加が問題となり、また、担い手不足で祭りなどの伝統行事が継続できない事態や空き家の増加などがもたらす地域コミュニティ機能の低下が危惧されている。

協力隊制度導入の経緯

(1) 住民の当事者意識の醸成

胎内市は、市の総合計画が掲げるまちづくり「自然が活きる、人が輝く、交流のまち」の実現のため、市民協働や地域活性化に取り組んでいる。

地方消滅論が騒がれ、地方創生が全国的に広がりを見せていた平成26年、計画を推進する総合政策課では、地域活性化のためには行政だけではなく、住民も地域課題の当事者として主体的に地域づくりに参加する必要があり、その前提として住民の当事者意識の醸成が必要だと考えた。

胎内市の人口は、バブル崩壊後に減少がはじまり、平成12年の34,274人以降は減少が加速していた（令和３年８月末現在：28,144人）。そこで市では、人口減少や高齢化による悪影響をできるだけ抑えながら、この地域で暮らすことに幸せを感じられるまちづくりを通じ、将来にわたって活力ある地域を維持することを目指すことにした。

(2) 集落点検の実施

平成26年～27年、市内の山間部に位置する鍬江集落や坂井集落で、住民自身が地域をどのようにしていきたいのかを考えてもらうため、「集落点検」を実施した。

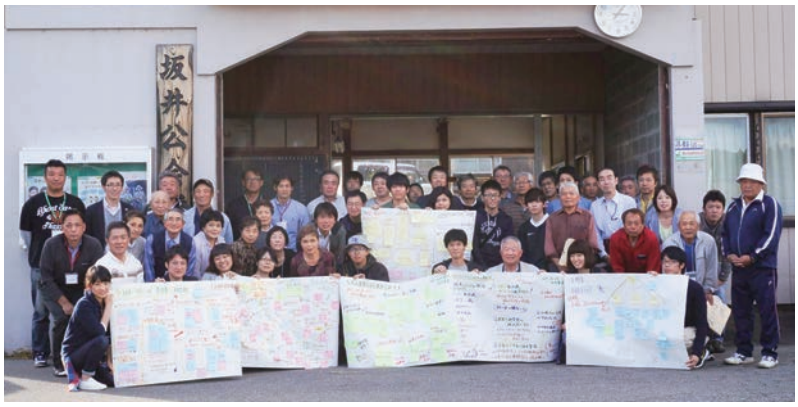
集落点検は、中学生以上の住民に対して「集落アンケート」を実施し、結果を住民全員で確認しながら、地域の現状や課題を共有することから始まる。地域の

散策調査としてまち歩きやワークショップ、全体共有を行う検討会などが行われ、地域活性化に向けたアイデア出しをする。集落点検には、地域の役員はもちろん若者世代など大勢の人が参加した。また、住民だけではなく県内の大学生も参加し、地域活動に参加する機会の少ない大学生が、住民が気づいていない地域の魅力を見つけることで、住民のモチベーションアップにつながった。

集落点検に参加した住民からは、これからの地域のあり方について前向きな意見が多く出るなど、地域活性化に向けた可能性が感じられた。

しかし、市として一つの地域にのみ伴走し続けるわけにはいかず、かと言って市内136あるすべての地域に平等に寄り添うのも困難であるため、伴走方法を模索した。その中で、外部・若者の立場として地域に入り、住民とともに地域活性化に向けて活動できる地域おこし協力隊（以下「協力隊」という。）制度の活用が浮上した。

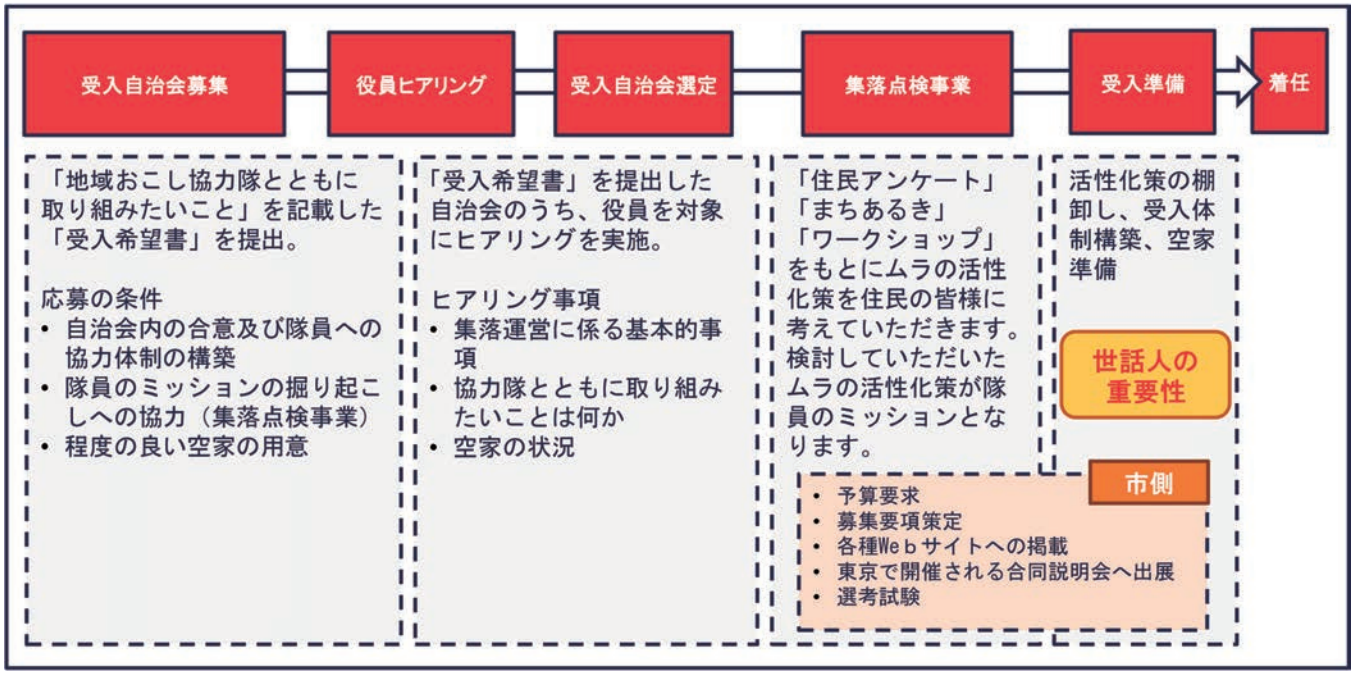
協力隊制度の導入にあたり、稲垣文彦ほか著『震災復興が語る農山村再生―地域づくりの本質―（コモン





集落点検の様子

胎内市における地域おこし協力隊員募集までの流れ



地域おこし協力隊募集までの流れ

ズ、2014年)』が参考になった。同書から、平成16年の新潟県中越地震からの復興の過程において、協力隊のモデルとなった「復興支援員」の存在が大きかったことを知る。地域活性化のためには住民が主体的に取り組む必要があると考えていたが、地域外からの人材がその呼び水となるという認識を持つに至り、集落点検で描かれたビジョン実現の手法として、協力隊を活用することを決め、受入準備や制度・運用設計を始めたのである。

取組内容

(1) 隊員の受入準備

胎内市は、隊員を受け入れる前段階から入念な準備を行う。

隊員を募集するにあたっては、はじめに隊員の受入(活動)地域となる自治会を募集する。受入れを希望する自治会は、隊員とともに取り組みたい内容を記載した「受入調査票」を市に提出し、市は自治会役員を対象にヒアリングを実施する。対象は、地域の運営にかかる基本的事項や取り組みたい内容など多岐にわたる。

ヒアリングを経て受入自治会が選定されると、前述の集落点検を実施し、地域の活性化策を住民自身が考える。集落点検への参加の呼びかけは市から地域の区長を通じて行われ、そこで行政と地域一体で隊員のミッションを明確化し、地域が求める人物像を描く。集落点検のプロセスは、地域にとって、隊員着任に向けた心の準備にも役立ち、スムーズな受入れにつながっている。

(2) 隊員の募集

隊員の募集は、協力隊導入時に制度設計を担った市の職員と協力隊OB・OGからなる特定非営利活動法人ヨリシロ(以下「ヨリシロ」という。)が市から業務を受託して実施している。主な業務内容は、隊員の募集や受入地域と隊員とのコーディネート、隊員の活動計画づくりへの支援である。市の協力隊担当者は、「ヨリシロには、胎内市の協力隊OB・OGが複数名在籍しており、隊員の受入れにあたり、市では手が届かない部分まで隊員目線でサポートできる利点がある」と話す。都市部から地方へ移住し、地域で活動する隊員の心情は、協力隊OB・OGが最も理解できる。また、人事異動などで市の担当者が変わるごとに、行政職員としては特殊な業務である隊員の募集・受入のノウハウを新旧担当者間で引継ぐことは難しい面もあるが、これを協力隊OB・OGの活用も図りながら補うヨリシロの存在は大きい。

募集時には、集落点検の結果を踏まえ、具体的な2～3の活動プログラムを例示する。これは、募集時のプログラムに一貫して取り組むのか、新たにプログラムを設定して取り組むのかは、実際に地域に入ってから決められるようにするためである。

採用時の面接には、副市長、担当課長、地域世話人(区長)に加えて、活動地域の住民が立ち会う。市は地域のビジョンの実現とともに、着任する隊員が地域で取り組みたいことを最大限尊重する。地域と隊員のどちらか一方でも意向に沿っていないと、3年間という任期中、隊員が満足のいく活動ができなくなるためである。



月次ミーティングの様子



週次ミーティングの様子

(3) 隊員の活動

面接を経て隊員に採用されると、まずは着任オリエンテーションが開催される。ここでは、隊員のミッションや心構え、そして、会計年度任用職員として採用された場合には行政職員としてのルールを説明する。

胎内市が掲げる隊員のミッションは、以下の２つである。

①住民の地域に対する誇りの醸成
②地域資源を活用した新たな価値の創造

その後、活動場所となる地域の住民と顔合わせを行う。隊員は地域への自己紹介チラシを作成するとともに、いち早く地域に溶け込めるように地域内を散策し、地域住民に積極的に声をかける。

隊員は、着任後１ヶ月程度で、集落点検で描かれたビジョンを軸に、隊員自身が実施したいことを踏まえて１年間の活動計画を作成し、住民と意見交換する。２年目以降の活動計画作成時には、活動プログラムに必要な予算案を隊員自身が策定する。

(4) 市とのコミュニケーション・情報共有

地域で活動する協力隊だが、任期中は市役所にも席が用意され、いつでも市役所で働くことができる。

毎月第１火曜日には月次ミーティングが開催され、課長、係長、担当者、協力隊が出席する。普段隊員と接する機会が少ない課長にとって、活動状況を把握する良い機会になっている。このミーティングは、協力隊の活動計画の進捗状況を確認するほか、活動での課題を隊員同士で共有する場でもあり、意見のやり取りから隊員同士が連携した事業も生まれる。また、担当者から課長や係長への情報共有の場を別に設ける必要がなくなり、市の業務の効率化にもつながっている。

(5) 市が心がけていること

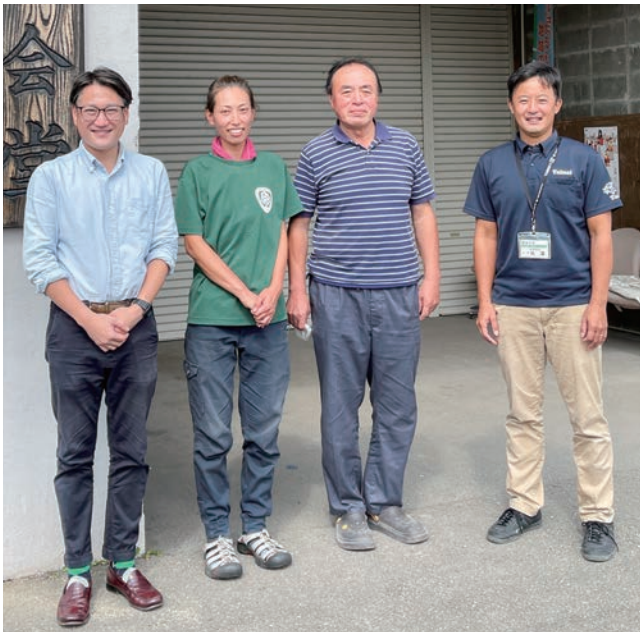
市は協力隊のサポートに関して、地域に持続的な活力をもたらしたか、本人にとっていかに実り多い期間を過ごしたか、を重視している。

毎週火曜日には、係長、担当者、協力隊がその週の活動について情報共有する週次ミーティングを開催しており、これが隊員が活動しやすい環境を考える機会にもなっている。

このように胎内市が行政と協力隊のコミュニケーションを重視するのは、他の地方公共団体で起きている問題を踏まえてのことである。協力隊導入の検討時、県の協力隊担当職員研修会に参加した際、他の地方公



里の駅いちべえの様子



左から胎内市浮須氏、隊員OG朽網氏、
坂井集落区長坂上氏、胎内市水澤氏

共団体で活動している現役の隊員からさまざまな課題を耳にした。そこで、認識や方向性の差異など、行政と協力隊のコミュニケーション不足から問題が生じることを知り、隊員の受入れに際しては、積極的にコミュニケーションを取ることにしたという。

担当職員と気軽に相談できる体制が整えられたことが、地域でのミッション以外にも取り組みたいことがある隊員にとって、充実した活動につながっている。胎内市が隊員に与えるミッションは、当初に設定したものを軸としながらも、地域の実情や隊員の意向に応じて変更することも多い。地域に入る前に集落点検を中心に入念にヒアリングを実施するが、限られた時間では十分でないこともあり、また、地域活性化に向けた課題には、着任後に気づくこともある。枠にはめすぎずに余裕をもたせたミッションとすることが、隊員の個性・やりたいことを生かした取組につながると考えている。

隊員が地域で活動する上で、地域と隊員の自律性を尊重しており、方向性が大きく変わらない限り行政から指示を出さないようにしている。また、任期終了後の定住や起業については、着任当初から、任期終了後にどのような形で地域と関わりたいかヒアリングをしており、任期中から任期終了後を見据えた対応にも心がけている。

(6) 協力隊導入の成果

隊員を受け入れた地域では、隊員に後押しされるように、住民に活力が芽生えている。朝市を地域の公会堂の玄関先で開催していた坂井集落では、地域の農家から「小さくても良いから店舗があったら良いな」という声があがった。そこで、隊員が先頭に立ち「ムラとマチを繋ぐ拠点づくり　里の駅OPENプロジェクト」を立ち上げ、全国から募集したインターンや地元の大学生とともに、地域内に設置されていた米の自動販売機のスペースを朝市用の店舗として「里の駅いちべえ」をオープンした。毎週日曜日に朝市が開かれ、また、毎月イベントが開催されるなど地域内外の交流の場になっている。現在、里の駅いちべえの隣に「そば処いちべえ」をオープンし、地元産そば粉を使用したそばを販売している。

これまでに３名の隊員を受け入れた坂井集落の区長は、「隊員が地域に来ると地域に元気が出る。マンネリ化しつつあった地域の取組や行事も、外部の人・若者の視点が入ることによって、地域の人からも前向きな意見が積極的に出るようになった」と話す。

課題と今後の展望

(1) 課題

胎内市は、隊員の任期終了後の就職や起業に対する支援の拡充が課題と考えている。現状は、起業支援補助金による支援が主である。そこで市は、起業にあたり任期中に住民と築いた「信頼貯金」を大切にするようアドバイスしている。これは、特に地域資源を活用する事業の場合、地域資源を調達する面で住民との関係がカギとなるためである。

令和３年時点で３年間の任期を満了した元隊員４名のうち、定住しているのは３名となっており、定住率は全国平均を上回る。しかし、定住した元隊員もその多くが、任期終了間際まで尻込みしたという経緯もあり、決して手放しで喜べる状況ではないと市は考えている。協力隊制度は地域外から人材を受け入れ、地域への定住を図るものではあるが、「着任した隊員が定住してくれることは望ましいが、地域に縛り付けるものになってはいけない」との立場から、隊員の取組を応援する姿勢である。

(2) 今後の展望と目指すべき方向

これまで隊員を受け入れてきた地域は主に山間部であり、今後は平野部でも、地域が抱える課題の解決に向けて、隊員が活躍することが期待される。

隊員を導入している地域では、ヨソモノと一緒に体験活動や小さなチャレンジに抵抗なく取り組めるようになった。フットワークが軽くなり、楽しいなどの感情が自然と出るようになっている。

今後は、市の協力隊の目的を理解した上で、活性化に向けて取り組む意欲がある地域には、隊員を受け入れるよう積極的に働きかけていく方針である。

おわりに

胎内市の協力隊が自身の経験やスキルを地域で発揮できるのは、市が地域のことだけでなく、協力隊のことも真剣に考えて体制づくりに取り組んだ結果と考えられる。

活動中、協力隊事業に関して、市や隊員に意見がある場合、週次ミーティング以外にもその都度話し合いの場を設けている。たとえ意見がぶつかることがあっても相手に気を遣って妥協することはせず、双方が納得するまで話し合うことで、前向きな改善につなげている。

また、胎内市の協力隊制度の強みは、協力隊・地域・行政の三者の距離が近く、それぞれの立場や肩書を超えて話ができる点にある。これは、市が隊員の受入れを進める前に、地域で集落点検を実施して課題を明確にし、隊員が認識を共有した上で地域での活動を始めることによるものである。

地方公共団体が協力隊制度を活用する際には、それが手段であることを共通認識とした上で、協力隊導入だけを目的としてしまわないように留意する必要がある。特に、隊員の採用が行政の仕事ではないので、安易な気持ちや中途半端な受入体制で採用することは避けたい。また、胎内市のように協力隊の活動場所が限られた地域となる場合には、事前に地方公共団体と地域が協力して受入体制を整えることを強く勧めたい。

〈執筆者〉地域活性化センター 企画グループ
倉本 隆行（千葉県君津市から派遣）

編注＝地域づくり別冊令和３年度地域活性化ガイドブック１月号から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

協力隊の声

朽網（くたみ） 裕子（ゆうこ）

胎内市地域おこし協力隊OG

地域ではコケの栽培をやりたいということで、隊員募集の面接時にそのことを伝えたところ、市がその思いを十分に尊重してくれました。着任後も、地域と市からはミッションで制限されることはなく、活動に窮屈さを感じることは少なかったです。

着任してからは、地域に住む一人として、住民とコミュニケーションを多くとるようにしました。地域のために活動することは、結果として、そこに住んでいる自分の身にも返ってきます。その結果、住民との付き合いが生まれ、その後の活動のやりやすさにつながりました。

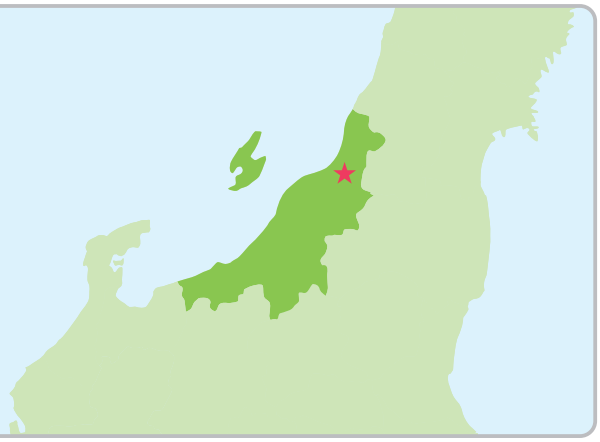
令和３年３月で任期を終えたあとも坂井集落に定住し、コケの栽培と販売を中心に活動しています。

地域の概要 新潟県胎内市

人　口　28,286人（令和３年４月末現在）

面　積　265.2㎢

連絡先　新潟県胎内市総合政策課
TEL　0254-43-6111
URL　http://www.city.tainai.niigata.jp



兵庫県丹波篠山市

現場で輝く地域おこし協力隊

～官学連携とコーディネーター機能による丹波篠山式の地域課題解決～

丹波篠山市は、神戸大学と連携し、学生枠の「半学半域型」と起業を目指す「起業支援型」の２タイプの地域おこし協力隊制度を運用している。中でも半学半域型は学生が在学中に協力隊員として活動するもので、全国的に珍しい取組となっている。

本稿では特徴的な制度設計に至った経緯と、地域おこし協力隊が活動しやすい環境を実現する丹波篠山市の取組について紹介する。

はじめに

丹波篠山市は兵庫県の中東部に位置し、人口は40,622人（令和３年４月末現在）、総面積は377.59㎢である。平成11年４月、多紀郡４町（篠山町・西紀町・丹南町・今田町）が合併し、市制施行により篠山市が誕生し、令和元年５月に市名を丹波篠山市に変更した。基幹産業は農業で、特産物には丹波篠山黒豆（黒枝豆）や丹波篠山山の芋、丹波栗、丹波松茸、丹波茶、丹波焼、丹波木綿などがある。

協力隊制度導入の経緯

丹波篠山市の地域おこし協力隊（以下「協力隊」という。）には「半学半域型」と「起業支援型」の２タイプがある。全国でも珍しい半学半域型を導入していることが特徴で、その制度運用の背景には神戸大学と丹波篠山市の官学連携事業が存在している。

平成10年に神戸大学と丹波篠山市は地域連携協定を締結した。市全体をフィールドとして、地域課題解決と地域活性化を図るために大学の研究者・学生へ研究フィールドや連携先の紹介、活動拠点の提供を行うもので、市全体を生きた現場と捉え、さまざまなプロジェクトが進行中である。

(1) 半学半域型

半学半域型誕生のきっかけとなったのは獣害対策である。市とまちづくり協議会（旧小学校区単位で運営される地域運営組織。市内に19団体が存在）が、協働で農作物を食い荒らす獣害への対策を講じようとしたが、高齢化による人手不足やアイデア不足があった。

一方で神戸大学との官学連携事業として食農コープ教育プログラムが進行していた。地元農家の指導のもと、農作物の栽培などを体験しながら農業や農村生活への基本的な理解を深めるもの、農業現場での調査型プロジェクトやインターンシップ型プロジェクトへの参加を通して、基礎的な技術や能力、企画力を身に着けるものであり、年間50名程度の学生が丹波篠山市を訪れる。プログラム修了後も継続して活動を希望する学生や、参加者からの口コミで丹波篠山市に関心を持った学生が地域活動に参画していた。

そこで、地域で活動する学生に獣害対策に協力してもらうため、学生への報酬体系や活動環境を整備したうえで平成26年度から協力隊制度の運用を開始した。協力隊は市が採用し、まちづくり協議会付の委嘱をしている。獣害対策だけではなく地域活動への参加、自身の研究活動を行う。令和３年度までに８名の学生隊員（起業支援型に変更した隊員３名を含む。）が活動している。

(2) 起業支援型

起業支援型誕生のきっかけとなったのは、官学連携事業の一環として平成29年度から開講している篠山イノベーターズスクール（以下「スクール」という。）である。スクールのキャッチコピーは「ローカルで、自分のしごとをつくる」で、農村で新しい価値を見つけ、仲間や地域とネットワークをつくり、地域の課題

を解決しながら自分自身の仕事を生み出すことを学ぶ通学型の起業スクールである。スクールの卒業生が起業を実践する場として起業支援型の協力隊が存在し、令和３年度までに13名が活動している。

官学連携による伝統産業の復活、地域産品の商品開発など地域活性化に向けたさまざまな手法が進められる中で、学生が授業の一環で地域に関わるための環境整備を行い、協力隊という制度を活用して地域課題解決を目指す半学半域型、起業スクールの実践の場として協力隊に活躍の場を提供する起業支援型という２つの丹波篠山市の取組は、地域活性化や協力隊の活用方法に悩む全国の地方公共団体に参考となる事例と言える。以下では丹波篠山市協力隊の制度内容について詳しく紹介する。

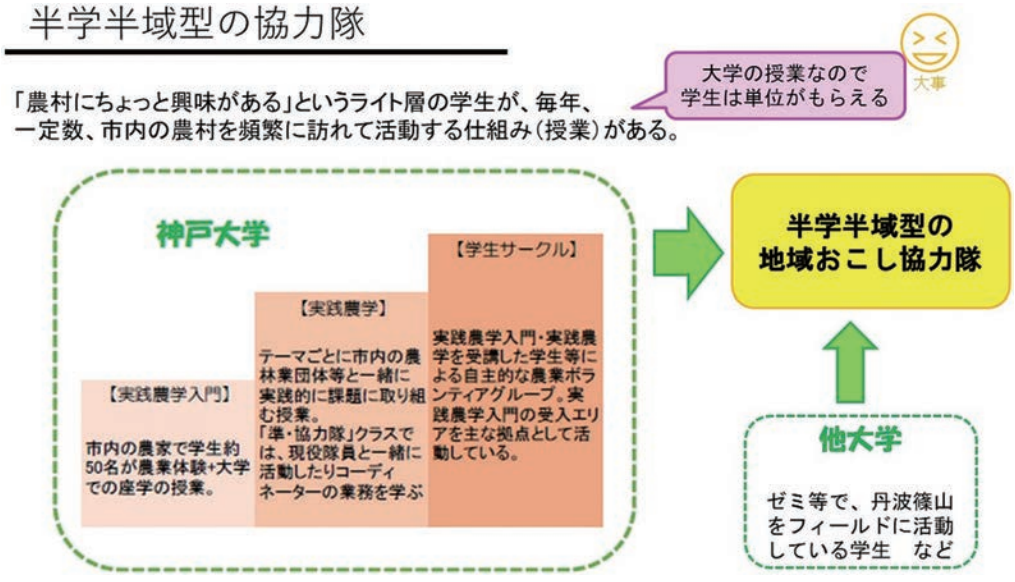
取組内容・成果

(1) 制度概要・活動内容

①半学半域型

大学生、大学院生または大学研究員が、まちづくり協議会などの地域活動に参画・従事しながら、地域課題の解決に向けた調査研究を行うものであり、活動は週３日、最長任期は３年間である。

半学半域型の活動内容の例として、ある隊員はエネルギー関連の取組で自転車の車輪を使用した水車作りやソーラーパネル設置のコーディネートを担当した。



半学半域型のスキーム

同時に、小学校の統廃合が進められるタイミングだったため廃校活用にも関与し、子育てが忙しく普段はまちづくり活動にあまり関わっていない世代と、まちづくり協議会の中心となる50～60代をつなぐ役割を担い、地域コミュニケーションの中で貴重な存在となった。

雇用形態は市長による委嘱で、会計年度任用などの雇用関係はない（日額8,000円の報償費を支給）。週３回の活動中は地域活動に注力し、活動日以外を学業に充てることで協力隊活動と学業の両立が図られる。所属大学の指導教官による積極的なコミュニケーションと指導が任期中の充実した活動につながっていく。

②起業支援型

まちづくり協議会などの地域活動に参画・従事しながら、地域資源を活用した事業で、その成果を地域に還元できる起業を目指すものであり、活動は週５日、最長任期は２年間である。

起業支援型を開始した当初は任期を３年間としていたが、協力隊として標準的な期間とはいえ起業には長すぎるのではないかという意見があり、起業に向けた目的意識がはっきりしていることを前提に２年間が適当と判断された。これには通常の移住で起業にチャレンジする者に比べて待遇が手厚くなり過ぎないようにとの配慮もあった。

起業支援型は、自身の起業を行いつつ地域活動にも参加するため、活動内容は多岐にわたり、マルチワーカー的に活動することが多い。減りゆく地域活動の担い手確保と、起業・研究による地域課題の解決を目的としている。

起業型は自由に制度設計できる反面、その成否は隊員のスキルや起業適性によるところが大きいため、運用が難しい部分があるが、孤立する隊員を生み出さない制度運用に重要なのは、受入準備とサポート体制である。

(2) 受入準備体制・コーディネーターの役割

丹波篠山市の協力隊受入れは、協力隊コーディネーター（以下「コーディネーター」という。）による19団体あるまちづくり協議会への「協力隊受入れに関するヒアリング」からスタートする。地域の課題（例：農地管理、空き家対策、廃校活用）やにぎわい作りに向けた取組、住みよい地域とするために求められる人物像などさまざまな提案や要望をヒアリングする。

コーディネーターは、協力隊の活動に対するアドバイスや環境整備を行うほか、協力隊とまちづくり協議会、協力隊と市、まちづくり協議会と市の間のコミュニケーションを取り持つことで協力隊が円滑に地域活動を進められるようにサポートする、言わば伴走者である。

そこでポイントとなるのが、全国共通の課題でもある、協力隊と地域との相性である。丹波篠山市は大阪、神戸、京都といった大都市から距離的に近いため近年移住者が増加している。地域外から人を受け入れることには寛容であるが、隊員と共に地域活動を進めるにあたって、人間関係のトラブルや、隊員がやりたいことと地域が求めることの相違が生じることも少なくない。そこで市とコーディネーターは、以下の工夫によりトラブルを回避し協力隊が活動しやすい環境を整備している。

・地域の思いや要望、欲しい人物像を丁寧にヒアリング（コーディネーターが実施）
・ホームページ上で受入れ側のまちづくり協議会がある地区の様子、求める人材を発信
・協力隊採用プレゼンテーションの前後でまちづくり協議会との交流期間（マッチング）を設定

令和３年度は新型コロナウイルス感染症の影響で対面での説明会が難しいことから、オンラインを活用した採用活動を行っている。地域の雰囲気を知ってもらうために、地域の風景やまちづくり協議会の方が話す様子を撮影して見てもらうなどの工夫を行っている。

(3) サポート体制

活動のサポート体制は図１のとおり、主に市と神戸大学が連携して支援している。市は前述のコーディネーターを神戸大学に委託している。委託といっても全てを大学に任せるわけではなく、制度の基本設計や運用方針の決定は自ら担う。また、コーディネーターとの密接な連携や活動報告書のチェックにより隊員の活動状況の把握に努めている。取材の際には、市担当者が協力隊の活動内容や個人の特性を細かく把握しており、隊員個人とも充分にコミュニケーションが図られていることがうかがえた。

委託先の神戸大学は、市が設計した制度に沿って協力隊に伴走する役割を担う。令和３年度はコーディネーター３名が活動している。大学は過去に商工会に勤務していた者や協力隊OBなど地域のことをよく知る人物をコーディネーターに任命し、それに要する費用は協力隊の活動費予算の一部を充当している。

半学半域型協力隊の活動には、コーディネーターに加えて所属大学の指導教官が研究活動や地域への関わり方を指導する。初めて社会に出るに等しい学生隊員の活動には教官の存在が大きい。

このようにそれぞれの役割を明確にし、その役割を全うできる人材を適切に配置することが制度運用のキーポイントである。

協力隊の担当職員といっても協力隊以外の業務を持つことも多い。丹波篠山市も、協力隊を担当する創造都市課はふるさと納税や空き家活用事業のほか、移住・定住に関すること全般の業務があるため、協力隊業務にのみ注力することは難しく、コーディネーターを委託することにより効率的な業務遂行が可能となっている。これは人員不足の地方公共団体にとって参考となるのではないか。さらに市では、前述のとおり協力隊の活動費予算の一部を充当することで財政面での負担を軽減している。

(4) 任期中の充実したサポート

協力隊の状況を把握し、その主体的な活動を促すために実施している市の主な連絡・相談体制は以下のとおりである。

・隊員が集合して行う定例会・報告会（週１回）
・コーディネーターと市の定例会（月１回）
・隊員からの活動報告書の提出（月１回）

中でも協力隊の拠点施設である丹波篠山フィールドステーションで行われる協力隊同士の報告会は、お互いの進捗を確認し、自身の立ち位置を把握することで、活動により一層力が入る契機になっている。

起業支援型は、２年という限られた期間で地域活動と起業を両立していく必要がある。起業支援型協力隊に対するサポートで特徴的なのは、起業の準備や資金

面でのサポートが充実している点である。過去に商工会に所属していたコーディネーターがいるため事業計画や資金関係の相談がしやすく、また、協力隊は全員前述のスクールに所属しているため、ビジネスの基礎知識の獲得、ビジネスモデルの構築から地域での実践まで、伴走型の支援を受けることができる。

情報発信面でのサポートもある。市報はもちろん、まちづくり協議会や自治会の広報誌へ協力隊情報を掲載している。幅広く広報することで関係者だけではなく、地域住民にまで広く協力隊が認知されている。

隊員同士の報告会や実務的サポート、住民への広報という、協力隊、コーディネーター、地域の三者による丁寧な取組が、採用後、協力隊に活動を任せきりにして地域から忘れられるのではなく、主体的に活動する隊員を多く輩出する要因となっている。

(5) 成果

制度運用を開始して７年が経過し、成果として挙げられるのは以下の３点である。

・隊員の定住（定住率約６割・県平均と同等）
・地域が受入れに積極的で、人が来ることを喜んでいること
・隊員の起業により地域内経済循環が向上し、まちに経済的な潤いが生まれたこと

協力隊の趣旨である定住・定着が図られるとともに、定住がかなわなくとも関係が途切れることなく、関係人口として丹波篠山市に関わる隊員OB・OGも増加している。

地域と協力隊の協働により地域に主体性が芽生え、活力ある地域が増加していることも成果の一つである。一度協力隊を受け入れた地区は、繰り返し受け入れることが多いことから、地域住民が協力隊との協働に良い影響を感じていることが分かる。半学半域型の隊員は大学のサークルやゼミの仲間を連れてくることが多く、孫のような存在として一緒に農作業を行うなど、「地域に人が来るのが嬉しい」「にぎわいが生まれるのが嬉しい」という声がある。また、隊員自身の調査研究活動によりデータが収集され、地域課題を数値として可視化することができた。地域住民だけではできないことが協力隊の活動により実現可能になることは大きな成果と言うことができる。

課題と今後の展望

(1) 取組を進める上で発見された課題と解決方法

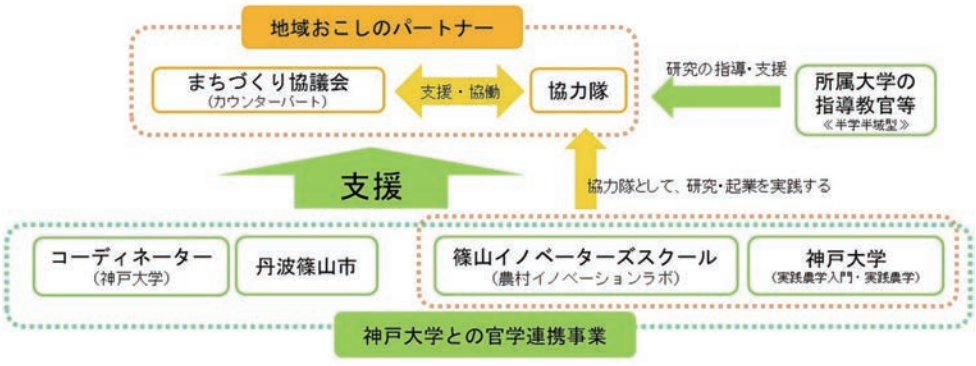
制度運用当初、地域からは単なる労働力と認識されたことや、地域と協力隊のコミュニケーション不足からくるトラブルを抱えたこともあった。しかし、市とコーディネーターによるフォローや、受入れに関するヒアリング、マッチング時の協力隊の役割についての丁寧な説明、地域が求めることをクリアにする等の工夫により解決してきた。より構造的な課題は以下のとおりである。

①地域課題はビジネスになりにくい

地域課題は解決が難しいからこそ課題として地域に残っている。それを解決しながらビジネスとして収益をあげることはなおさら難しい。実際そうした課題に取り組む協力隊は課題解決に向けた起業のみではなく、地域に転がるさまざまな仕事を組み合わせたマルチワーカーとして働くことが多い。

②地域が協力隊に求めることが上手く言語化できない場合もある

地域住民が抱える地域課題を言語化して外部に伝えるのは難しく時間がかかる場合がある。また、まちづくり協議会は任期制のため、代替わりにより地



協力隊のサポート体制

域課題に対する認識が変わる場合もある。これに対しては、協力隊がイメージしていることとのズレを軽減すべく、丁寧なヒアリングとマッチングを繰り返している。

(2) 今後の展望

市は、全国的にも特徴的な半学半域型と、地域ににぎわいと潤いを生み出す起業支援型の取組を継続する意向である。地に足をつけ、プレーヤー目線に立ち、実際に地域で活動する協力隊、それを支えるコーディネーター、受入地域という３つの主体が丹波篠山市をフィールドに相互に高め合える関係を構築し、隊員が定住したいと思えるような環境をつくり上げていく。

具体的には、スクールの運営を担う神戸大学との連携事業「農村イノベーションラボ」（以下「ラボ」という。）のコーディネーター機能と協力隊コーディネーター機能の統合を検討しており、市、神戸大学、ラボ、スクールという協力隊をとり巻くステークホルダーが一層連携を深め、円滑な支援を進めていく。

また、将来的には移住・起業に関するワンストップ組織の設置を構想している。若者らの地域に根ざしたビジネスづくり、地域でのチャレンジの支援、そして、新しい農村社会像を描くような価値創造的で実践的な研究をラボで進め、協力隊に限らず移住しやすいまち、起業ができるまち、を目指す。

おわりに

協力隊制度は自由な設計が可能である。丹波篠山市は制度を活用して神戸大学との官学連携を進めることにより、学生が協力隊として活動する半学半域型を生み出した。学生隊員は若さとエネルギーにより地域ににぎわいを生み出している。学生サークルなど副次効果として市を訪れる人数も増加しており、関係人口増加にも一定の期待ができる。

起業支援型は、地域課題の解決と起業という難しい課題にチャレンジすることになるが、コーディネーター機能と起業への充実した支援により、地域経済に潤いを生み出す存在となっている。どちらにも共通するのは協力隊が現場で輝いていることだ。制度を最大限活用する工夫と丁寧な支援は、今後も現場で輝く協力隊を生み出す原動力となり、制度設計に悩む全国の地方公共団体にとって大きなヒントとなるだろう。

〈執筆者〉地域活性化センター 企画グループ
髙橋 弘人（山形県長井市から派遣）

編注＝地域づくり別冊令和３年度地域活性化ガイドブック１月号から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

協力隊員の声

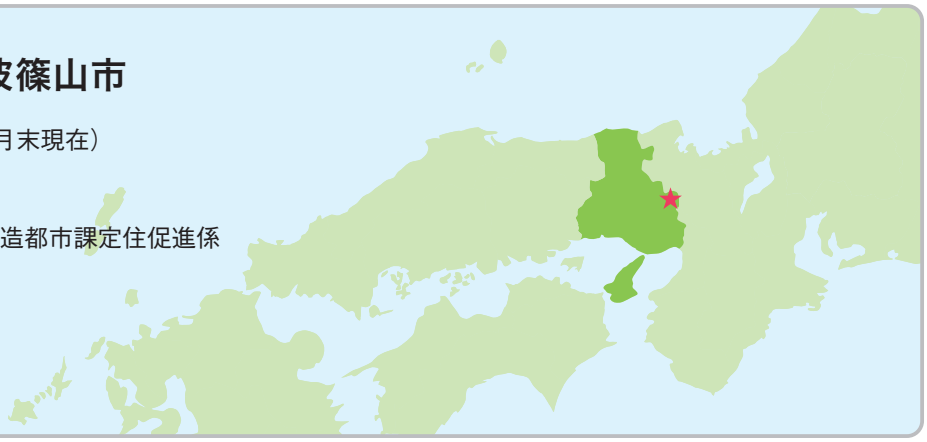
瀬戸 大喜

丹波篠山市地域おこし協力隊OB
半学半域型→起業支援型へ移行

主な取組：再生可能エネルギー活用や廃校活用
Q．協力隊コーディネーターの存在はどうでしたか？
A．コーディネーターがいなかったら何もできなかったです。学生が協力隊になることは初めて社会に出ることに等しいので、コーディネーターや大学教官の存在は、充実した活動の大きな原動力になりました。

地域の概要 **兵庫県丹波篠山市**

人　口　40,622人（令和３年４月末現在）
面　積　377.59㎢
連絡先　丹波篠山市企画総務部創造都市課定住促進係
TEL　079-552-5106



島根県奥出雲町

人も文化も奥深い奥出雲

～つながりで築く幸せと笑顔あふれるまち～

島根県奥出雲町は、江戸時代から明治の初期まで、日本でも有数のたたら製鉄の地として栄え、自然と共生しながら発展してきた地域である。

また、古事記や日本書紀にも記されている出雲神話発祥の地で、神話ゆかりの伝承地が数多く残され、出雲地域において一大文化圏を構築してきた。今もなお世界で唯一のたたら製鉄が操業されており、日本刀の原料となる玉鋼を全国の刀匠に供給している。

奥出雲町の地域おこし協力隊の任用形態には事業所型採用があり、伝統技術を継承するために日本刀や雲州そろばんの製作に携わる隊員が生まれている。

本稿では、奥出雲町が地域おこし協力隊と共に歩んできた経緯、取組内容、実績等を紹介する。

はじめに

奥出雲町は島根県東部に位置しており、平成17年に旧仁多町と旧横田町が合併して誕生した。人口は約12,000人で、中国山地の山々が連なる中山間地域にあり、町域の約８割を山林が占める。

たたら製鉄によって生産された良質な鉄を原料として、日本刀づくりだけでなく優れた刃物製造技術が生まれ、堅木を加工する技術が発達した。このことにより雲州そろばんなどの木工芸が盛んとなり、手先が器用で真面目な奥出雲町の町民性が受け継がれている。



大原新田（重要文化的景観）

また、たたら製鉄に用いられる砂鉄の採取跡地を再生し、栽培される仁多米がブランド米として有名である。

協力隊制度導入の経緯

奥出雲町は、他の地方部と同様に社会減と自然減が相まって人口減少が進んでおり、集落組織が持つ地域資源の管理機能を維持していくことが地域課題の一つとなっている。これに対し、集落組織を持続可能なものとし、地域資源を維持することを目的に、住民と行政が協働してコミュニティの力を高める事業に取り組んでいる。

平成22年度からは、住民組織による主体的な地域課題解決のために「住民提案型きらり輝く地域づくり事業」が進められている。公民館を単位とした地区毎に、住民自らが生活に必要なサービスを維持・確保し、持続可能なまちづくりを行うための「小さな拠点づくり」の取組が行われており、また、町民向けの人材育成事業として、コミュニティの力を高めるべく「みんなのチャレンジスクール」や「地域円卓会議」が開催されている。これらの活動には地域おこし協力隊（以下「協力隊」という。）が積極的に参加し、住民とともに活動することで新たなつながりが生まれて



トロッコ列車「奥出雲おろち号」



協力隊隊員

いる。

奥出雲町では平成22年度に初めて協力隊制度を利用し、森林組合に２名の隊員を配置したが、制度を生かしきれず、任期終了後は隊員の受入れを停止した。その後、なぜ制度を活用できなかったのか、住民とのつながりを生むにはどんなサポートが必要なのかを改めて検討し、受入体制を整えた上で、平成27年度から再度募集を開始している。令和３年７月末時点での隊員数は６名で、平成27年度以降の受入人数は累計で30名となっている。

隊員を再募集したのは、平成27年度に「奥出雲町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定したことがきっかけの一つとなっている。町の人口減少が進む中、地域活性化のために、協力隊を積極的に活用する方針が町長により打ち出された。誰もがチャレンジしやすい環境を行政が用意し、都市部の感覚を持つ隊員と地域住民が関わり合い、地域が抱えるさまざまな課題の解決に取り組みながら、奥出雲での暮らしを継続してもらうことを目的としている。

取組内容

奥出雲町の協力隊の任用形態は次の４つである。

①課題解決雇用型（会計年度任用職員）

②課題解決委託型（町からの委嘱、個人事業主）

③起業独立型（町からの委嘱、個人事業主）

④事業所型（町からの委嘱、特定の事業所に配置）

協力隊を担当する地域づくり推進課では、さまざまな任用形態がある中で、隊員が３年間活動した後の暮らしや仕事の在り方に寄り添うことを重視し、任期終了後の奥出雲町での暮らしを隊員が想像できるよう、募集の方法や任用形態を毎年見直している。近年は事業所型が増えているが、これは協力隊の生活を３年間という限られた期間で見るのではなく、地域に根を下ろしてもらうためにはどうすれば良いのかを真剣に考え、徐々に運用方法を変えてきた結果である。

町では、協力隊を受け入れ、地域の中で活動してもらうために以下の４つの取組を行っている。

(1) 協力隊に対する理解の深化

まず、町職員の協力隊制度への理解を深めるため、隊員を募集する部署の職員を対象に、募集・採用時と受入前に研修を実施している。

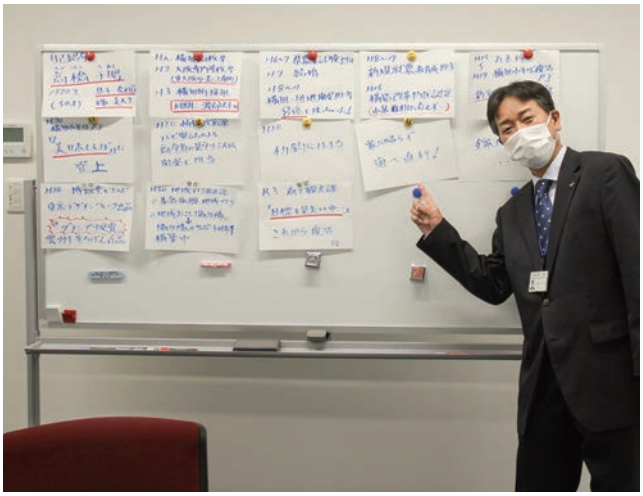
募集・採用時の研修では隊員に求める人材像を明確にした上で、ミッションの内容や周知方法を検討、隊員希望者と採用側とのミスマッチを防ぐために何が必要なのかを伝えている。

受入前研修では、隊員との関わり方について学ぶため、モデルとなる隊員像を詳細に設定し、隊員の活動をどのようにサポートしていくのかをイメージするトレーニングを実施している。

また、町民にも協力隊の活動を理解してもらうため、新しく任用された隊員を町の広報紙で紹介するとともに、町内のコミュニティチャンネル「ジョーホー奥出雲」で活動の様子を放映することにより、周知を図っている。隊員も積極的に情報発信しており、地域づくり推進課が作成した移住定住支援サイト「DEEP TOWN OKUIZUMO」やSNSで、町内外に向けて



委託事業所



隊員と担当者の研修会

日々の活動を発信するなどの取組を進めている。

(2) 関係者間の情報共有

協力隊の活動内容を行政と受入側で共有する時間を設け、両者が一体となって協力隊の活動をサポートする体制づくりを行っている。町で活動していくにあたっての相談体制を整備した上で、活動初日には隊員向けの研修を行い、地域とつながるためのポイントを共有する。また、隊員が関係者とともに年間計画書を作成することで、年間の業務量とスケジュールを共有するとともに、隊員が関係者と意見交換をして意識のすり合わせを行うことにより、信頼関係を構築した後に活動を開始できるようにしている。

作成した年間計画書は、関係者全員が集まる会議で発表することにより、隊員同士の相互理解のための手段として活用されている。事業所型任用の隊員は、主な活動場所が特定の事業所となっているので、隊員同士で情報交換する機会が少なくなっていることから、それぞれの活動内容を発表する場を設けることで、他の隊員の活動を理解し、議論や対話を通じて互学互習による成長を促している。

年度途中には中間報告会、年度末には実践発表会を、全隊員と各担当者の必須研修に位置付けて開催している。そこでは、隊員の活動報告だけでなく、活動に取り組む中での不安や悩みも共有できるよう配慮しており、風通しの良い関係づくりを目指している。また、役場内では、地域づくり推進課がハブとなり、協力隊と隊員募集を行った受入担当課との調整役を担うことで、円滑な情報共有に務めている。

こうした取組に加え、町内にいる隊員OB・OGを講師とした研修も行っており、現在の活動について幅広く内容を聞き、気軽に相談できる場とすることで、隊員OB・OGとのつながりをつくるようにしている。令和３年度は７月に実施し、現役隊員の悩みを聞いた隊員OB・OGからは「自分もそうだったよ」「そんなに頑張らなくてもいい」「知識に自信がなかったら、いいチャンスだと思って周りに頼ったらいい」との励ましの言葉があり、安心する隊員の姿が印象的だったという。

関係者や隊員OB・OGと情報を共有することで、奥出雲町で安心して過ごし相談できる環境づくり・仲間づくりを行い、更なる活動の広がりと隊員の暮らしをサポートする体制を築いている。

また、隊員と行政担当者は月に１回はミーティングを開催し、定期的に活動を振り返っている。隊員だけではなく、担当者も一緒に振り返ることで、隊員の活動状況や年間計画書の進捗状況を共有し、活動の中での悩みやつまずきを早期に発見できるよう取り組んでいる。隊員と関係者が情報と時間を共有することで、信頼関係が生まれ、業務の話だけでなく雑談もできる雰囲気が形成されていく。雑談の中には、日々の暮らしの中での気づきや悩みなど、協力隊をサポートするために大切な情報が含まれている。知り合いがいない土地で、隊員が安心して活動できるよう、風通しのよい体制づくりが行われている。

(3) 町の中でのステップアップ

町では隊員が任期終了後も地域で暮らしながら、地

域活性化につながる活動ができるよう支援を行っている。起業する際には、起業支援補助金の交付だけではなく、必要となる場所の提供など、役場が一体となってサポートを行っており、チャレンジしやすい環境が生まれている。これにより実際に起業する人も出てきている。奥出雲町には不動産のことを気軽に相談できる不動産業者がないことに危機感とチャンスを感じ、任期中に宅地建物取引士を取得して不動産業を始めた人や、自分の特技を生かしてアートディレクター兼デザイナーとして活動を始めた人がいる。また、特定地域づくり事業協同組合や地元企業に就職し定住する人もおり、奥出雲町が協力隊としてのミッションを実践する場だけではなく、暮らす場所へとステップアップしていることがわかる。

町では、(2) で述べたように、現役隊員と隊員OB・OGの情報交換の場を行政側で準備し、交流の時間を設け、任期終了後の暮らしを想像してもらうことで、任期中から任期終了後に取り組める活動を考えてもらうきっかけづくりも行っている。

(4) 隊員に寄り添う

町が行う隊員募集は事業所型が多い。事業所は働き手確保のためだけではなく、現在の事業内容に隊員の新たな視点や発想をプラスして、更に発展させるためという気持ちが強い。内容も奥出雲和牛の繁殖、そばの収穫など農業の担い手や、雲州そろばん職人という伝統工芸士、島根県立横田高等学校の高校魅力化コーディネーターと多岐にわたっている。任期終了後に定住するか否かは隊員次第であるが、町では隊員の生活と活動を３年間という限られた期間で考えるのではなく、卒業後の定住も見据えたうえで募集を行っている。そうした観点から、町で行っている空き家バンクの紹介や家賃補助、島根県で実施しているスモール・ビジネス育成支援事業のアドバイザー派遣、起業創業支援施設古民家オフィス「みらいと奥出雲」のスペースの提供などを行っている。

町では、隊員を地域おこしに関するミッションを実行するための人員としてだけではなく、定住を考えている個人が行う活動として捉えているのである。１人の人の人生を預かることの責任の重さを感じるからこそ、募集内容には気を配っている。協力隊としての活動をサポートする際も、任期終了後を想定し隊員の立場で考えているため、活動内容に寄り添った取組ができる。

課題と今後の展望

(1) 課題

協力隊制度は、３年間の活動に対し、地方公共団体によるサポートが提供される制度ではあるが、３年経過後は、生活に必要な資金を自分で稼がなければならない。任期終了後、起業しても軌道に乗らなければ生活もままならなくなり、それまで行ってきた活動が継続できなくなる。

実際、アルバイトで収入を得ながら活動を継続している隊員OB・OGもいる。任期を３年から、さらに１～２年延長できれば、将来的な仕事と協力隊活動のバランスをとりながら、余裕を持って活動することが可能となるのかもしれない。一方で安易に期間を延ばすことが協力隊制度全体として本当にいいことなのかという疑問もある。隊員は遅かれ早かれ人生の決断をしなければならない。町としては残念なことだが、新たな地域での活動を決断することも選択肢の一つである。３年間は人生を決断するには十分な時間とも考えられる。限られた任期の中で、隊員の今後の人生を預かるという責任感を持って、奥出雲町はこれからも協力隊の募集を続けていく。

(2) 今後の展望

地域づくり推進課では、隊員が奥出雲町での暮らしを想像できなければ定住につながることはないと考えており、任期終了後の仕事や生業のイメージを持って活動に取り組んでもらえるように心掛けている。協力隊の活動が地域の課題解決の一助となり、地域の一員として必要とされる存在になるとともに、隊員自身も地域の人と暮らしたいと考えるようになるよう、任期終了後も町に住みたいと思える支援とサポート体制づくりを行っている。

今後は、第２期まち・ひと・しごと創生総合戦略の中で策定した関係人口創出事業を推進するために、実際に地域に足を運び、各地区の小さな拠点づくりをはじめとした地域づくりを進める方との連携をより一層深めていきたいと考えているとのことであった。



隊員（そろばん職人）

おわりに

奥出雲町は、約1,400年前からたたら製鉄とともに発展してきた土地であり、地域の資源を生かしながら、自然と住民が共存してきた歴史がある。その中で、古くからの伝統や行事を受け継ぎながらも、新しい物事を生み出す温故知新の精神が育まれてきた。最近では、人口約600人の三沢地区で、NPO法人が地域の買い物弱者支援として閉店した空き店舗を再利用し、地域マーケット「ともにマーケット」を開店した。また、協力隊OBと地域の人が古民家を一緒にリノベーションしてレンタルスペースとキッチンスペースを兼ね備えた多目的交流拠点施設を開設するなど、人が集う場を町内各地で生み出している。この動きは無理強いされて始まったものではなく、地域での暮らしを楽しみたいという気持ちから生まれたものである。協力隊をはじめ、町外の人が町に入ってくることで町が変わってきており、町が一体となって少しずつ良い方向に動き出していることがわかる。古いものを大切にしながらも、新しいチャレンジができる奥出雲町の今後が楽しみだ。

〈執筆者〉地域活性化センター企画グループ
鈴木 充（山形県置賜広域行政事務組合から派遣）

編注＝地域づくり別冊令和３年度地域活性化ガイドブック１月号から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

協力隊員の声

落合 孝行

**奥出雲町地域おこし協力隊・
しごとづくりコーディネーター**

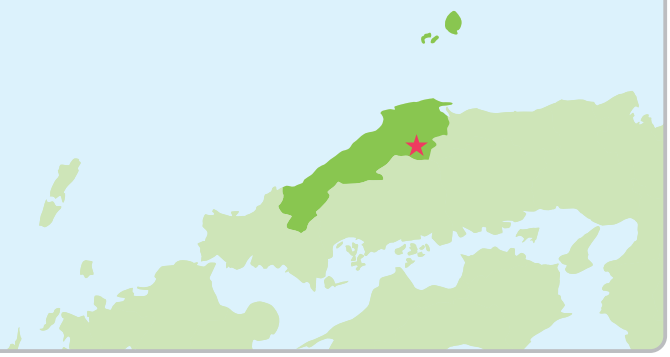
奥出雲町役場の方とは研修を通じて、相互理解ができており、安心して活動しています。私はしごとづくりコーディネーターとして活動していますが、地域おこし協力隊は壮大な起業塾であると感じています。協力隊としての３年間は、活動をしながら起業について学び、自立することができる期間として考えることができます。地域づくりに関わりながらの活動となるので大変ですが、ライフワーク（趣味）をライスワーク（仕事）に変えていくきっかけになったと感じています。奥出雲町はチャレンジしやすい環境が整っているので、私自身もチャレンジしながら、チャレンジしたい人に役場の方と一緒に寄り添っていきたいと思います。

地域の概要　島根県奥出雲町

人　口　12,098人（令和３年４月末現在）

面　積　368.01㎢

連絡先　奥出雲町地域づくり推進課
TEL　0854-54-2524



福岡県うきは市

240人と出会えた オンライン日本一周の旅

―コロナ禍だからこそ成功、NYからも参加―

福岡県うきは市地域おこし協力隊フルーツ推進プランナー／矢野尚美



年400人超が体験のパフェ作り

「フルーツ王国」といわれる福岡県うきは市に、「フルーツ推進プランナー」として着任したのが2019年４月。元パティシエで飲食界20年の経験を活かして「うきはパフェ部」を立ち上げたところ、１年間でなんと400人を超える人たちにパフェ作りを体験してもらえました。毎月変わる旬のフルーツを使ったパフェ作りは、自分で企画する以外にもあちこちから声をかけてもらい、本当にたくさんの人たちとの出会いの場になりました。

婚活のイベントや企業研修、専門学校生の現地視察、野外イベント・マルシェなどを企画し、ようやく地域での認知度も上がってきたかなという１年目の終わりごろ、コロナ騒動の始まりです。「パフェ」というツールを通してたくさんの笑顔に出会えていたものが、完全に振り出しに戻りました。イベントも中止、活動も自粛とモヤモヤが増える中で、オンラインでの飲み会やイベントに参加してみたところ、同じ想いを抱える人たちと全国でつながることができ、オンラインの可能性を改めて感じました。



パフェ部部長（左）と副部長（筆者）

挑戦の日々「やったことないけど…」

うきは市には10人ほどの地域おこし協力隊が在籍していますが、みんなでひとつのことを作り上げた実績はほとんどありませんでした。在籍部署も違うのでいつもは会わない隊員同士ですが、コロナ禍で何かできないかと知恵を絞り、協力隊と地元の窯元が力を合わせて「オンライン陶器まつり」に挑戦することになったのです。

この企画を形にしていく中で冒頭の言葉を何度聞いたか、そして私自身も何度口にしたか分かりません。ですが、やったことがないことに対しても前向きな発言ばかりが飛び交い、一緒に仕事をする中でしか分からない仲間の新たな一面がたくさん見えました。

予算はほぼゼロの中、うきは市の伝統工芸品である「一の瀬焼」の魅力を全国に伝えたいという想いだけで挑戦の連続が始まったのです。

まるで電話営業

通販サイトを作るだけなら誰でもできます。そこで、私たちがやるからには協力隊にしかできない面白さを加えたいと、併せて企画したのが「全国協力隊オンラインフェスティバル」です。オンラインで陶器を販売するとともに、全国の地域おこし協力隊の商品もサイトに並べたら面白いとSNSで全国の隊員に呼びかけました。

説明会をオンラインで開き、反応のあった協力隊からは桜染めのマスクやビール、コーヒー、希少なお茶、アロマスプレー、木工品などがユニークな商品が集まり、なんて面白い仲間たちだろう、もっと知りた

い、出逢いたいという気持ちが、私の中でムクムクと湧き上がりました。せっかくなら47都道府県の地域おこし協力隊とつながりたいと思ったのですが、企画を思い立ってから準備期間は１カ月半ほどしかありません。ウェブ上にある情報を拾っては、まるで電話営業のよう企画説明の電話をかけ、今までに出会った隊員の名刺を見返してはメールを送りました。日に100回以上のやりとりを行う中で、次から次に興味深い話が聞け、忙しくも楽しい毎日でした。

ハワイともつながった日本一周の旅

「オンラインで参加者が一番楽しいのはどんな形？」の答えが、「47都道府県をぐるっと旅しよう♪　学び・繋がるオンライン日本一周の旅」でした。参加してくれた人たちが家にいながら旅気分を味わえるように、協力隊が移住者の視点から見た各地の魅力やそこの人たちの魅力をオンラインで伝えられればいいなと思いました。結果的に、なんと28時間もの日本一周ツアーが実現し、九州電力「reQreate」さんが共同開催でご参加くださったり、多くのメディアに取り上げてもらったりしたおかげで、参加者は240人を超えました。

中には２日間通してずっと聴いてもらった熱心な人や、遠くは米国のニューヨークやハワイから参加してくれた人もいて、本当に感謝の気持ちでいっぱいです。代わる代わる登壇した各地の協力隊員による講座は、プロの編集者による文章講座や砂糖不使用のスイーツ教室、生演奏のギターライブ、キックボクシングなどなど…たくさんあってここではお伝えしきれません！

動画の提供も含めると計37の自治体に協力してもらったほか、旅動画を配信するブロガーの協力もあって、何とか２日間で47都道府県を巡る旅が完成したのです。

ZOOM（ズーム）という会議ツールは２年ほど前から使用していましたが、実際に企画を実現していく中で「こんなにいろいろなことができるのか！」と驚きました。



オンライン日本一周ツアーイベント当日の様子
（TV局の取材も）

「パソコン音痴」でもできるオンライン

２日間のファシリテーター（進行役）を務め上げた後も、動画を配信するまでの１カ月半は気の抜けない日々でした。準備期間も予算も人員もなく初めての挑戦の連続で、陶器や商品の販売になかなか結果がついてこなかったことなど反省点や課題は山盛りでしたが、とてもいい経験になりました。それも仲間たちのサポートと周りの応援があったからこそです。

この場をお借りして、本当にみんなありがとう！３年前までパソコンの電源さえ入れられなかった「パソコン音痴」の私でも、やってみたら意外とできました！　この経験を元に、今後も食と地域の発信として「ゆびいっぽんクッキング」の料理学校をオンライン上に作るなど、地域と世界をつなげるオンラインの可能性を信じて、幅広く挑戦していきたいと思います。

編注＝地域づくり2021年４月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書などは当時のまま。内容を一部修正しました。



全国の協力隊によるバラエティ豊かな講座

— 第３章 —

地域づくり団体による仲間づくり

北海道余市町

人と地域、自然がつながるコミュニティ

～特定非営利活動法人北海道エコビレッジ推進プロジェクト～

特定非営利活動法人 北海道エコビレッジ推進プロジェクト（以下「北海道エコビレッジ推進プロジェクト」という。）は、持続可能な地域社会の実現を目指して、住民が互いに支え合い、自然環境の負荷が少ない暮らしをする環境共生型コミュニティを創ることを目的として、地産地消の推進や再生可能エネルギーの活用をはじめとした実践的な取組を進めている。今回は、理事長の坂本純科さんにお話を伺った。

余市町の概要

余市町は、北海道の西部、積丹（しゃこたん）半島の東の付け根に位置する、人口約１万８千人（令和２年６月末現在）の町である。面積は約140㎢で、町の北側は日本海に面し、他の三方はゆるやかな丘陵地に囲まれている。

町内には縄文から続縄文時代の遺跡が数多く見られ、古くから人が定住していたことで知られている。また、農業・水産業などの第一次産業及び水産加工業などの第二次産業を中心に活況を呈し、さらには竹鶴政孝氏によって大日本果汁株式会社（現ニッカウヰスキー株式会社）が設立されるなど、海と山に囲まれた豊かな自然、温暖な気候の恩恵を受けて、発展を遂げてきた歴史がある。

このほか、北海道内一の生産量を誇るワイン醸造用のブドウ畑があり、構造改革特別区域法による「北のフルーツ王国よいちワイン特区」に認定されている。



余市エコビレッジ風景 ～ワインブドウ畑～

団体設立の想いとあゆみ

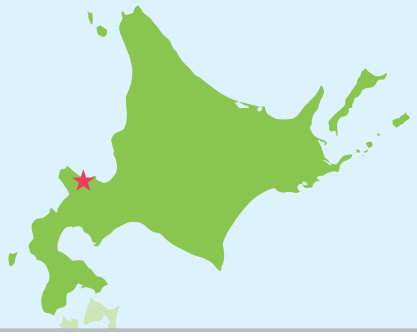
坂本さんは札幌市役所時代、行政と市民活動の現場を経験して、地球温暖化などの環境問題や人口減少による農家の担い手不足、地域住民の関係性の希薄化など、地域が衰退していく現場を目の当たりにした。この経験から、地域課題の解決のためには隣人同士が助け合う仕組みや自然環境への負荷の少ない暮らしが必要ではないかと考えるようになったという。

坂本さんは13年勤務した札幌市役所を退職後、平成18年から平成20年にかけて、イギリスを中心にヨーロッパの「エコビレッジ」を訪問した。エコビレッジとは、「エコロジー（自然環境保護）」と「ビレッジ（村）」を掛け合わせた言葉で、「住民が互いに支え合う仕組み」と「環境に負荷の少ない暮らし方を求める人が意識的に作るコミュニティ」のことであり、ヨーロッパを中心に世界中に約１万５千以上あると言われている。そこでは、住民が協働して持続可能な社会を形成するため、再生可能エネルギーの生産や生物学的汚水浄化施設の設置、無農薬による食糧生産など、多くの分野で環境に配慮した生活を実践している。特に農業や環境、福祉など、暮らしに関することはすべて住民が対話を重ねることによって合意形成を図っている。

坂本さんは海外生活を送るなかで、この持続可能で経済的に自立した生活に大きな衝撃と感銘を受けたという。そして、何より坂本さんが素晴らしいと感じたのは、コミュニティには特別な技術や資格は不要で、子どもや高齢者、身体にハンディがある人であっても

団体基礎データ

- 設立年：平成21年（平成24年 法人格取得）
- 代表者：坂本 純科（さかもと じゅんか）
- 組　織：正会員52人、サポート会員26人
- 連絡先：〒046-0002 北海道余市郡余市町登町1863
  TEL・FAX　0135-22-6666　MAIL　y.ecocollege@gmail.com
  URL　http://ecovillage.greenwebs.net/index.html





余市エコビレッジ風景 ～のびのび育つ羊～

誰にでも役割があり、感謝し、感謝されるチャンスがあったことである。また、訪れた人にエコビレッジの日常や働き方を体験できるプログラムを地域ビジネスとして提供し、多くの人々の学びや気づきの機会となっていたことも新たな発見だったという。

こうして坂本さんは、エコビレッジのような環境負荷の少ない暮らしや、住民が互いに支え合う顔の見える関係づくりを目指すことで、日本でも人間力や地域力を強化し、高齢化する農山村を活性化させるなど、地域社会が抱える様々な課題を解決することができると考えた。また、北海道にエコビレッジのような概念を根付かせることで、多くの人が持続可能な地域の創造を考えられる場所にしたいと考えた。

ヨーロッパから帰国後、平成21年に長沼町にて古民家と約2,000㎡の畑を教材とした「エコビレッジ体験塾」を立ち上げた。ここでは、ヨーロッパのエコビレッジで実際に坂本さんが体験した研修カリキュラムをモデルとして、農業体験をはじめとする環境負荷の少ない暮らしを体験するプログラムなどを実施した。

坂本さんはこれらの活動をとおして、持続可能な地域を目指すためには一定の収入を得ることが必要であると実感するとともに、小さな仕事を作り出すことで働き手や住み手を増やし、暮らしの場としてのエコビレッジを実現したいと考えた。その実現に向けて、訪れた人が環境負荷の少ない循環型社会の仕事を体験することができる場を作ろうと考えたのである。

その後、平成24年に余市町にて広大な農地（20,000㎡）と山林（10,000㎡）、雑種地（30,000㎡）を借用できたため、長沼町から余市町に拠点を移した。同時に事業規模を拡大するため、北海道エコビレッジ推進プロジェクトを設立して、「人が集まり学び合える場所」と「暮らしのための仕事づくり」を目指して新たな活動を始めた。

これまでの取組

(1) 学びのための活動拠点の整備

平成26年、余市エコビレッジ敷地内に一番初めに作られたのが「学び舎」である。この学び舎を地域に開かれたコミュニティスペースにするため、大勢の人の思いを反映させるための工夫がなされた。資金調達では、出資や寄付、クラウドファンディングなど多くの個人の協力を得て、また床張りや壁塗りでは、志の高い工務店やメーカーの知恵や技術のほか、北海道エコビレッジ推進プロジェクトの会員や学生などの沢山のボランティアスタッフの力を借りて進められた。なお、建設資材には、北海道内産木材が採用されている。

このようにして作られた学び舎は、北海道エコビレッジ推進プロジェクトの会員や地域住民、後述するエコカレッジを体験する学生などが研修や会議、地域イベント、ゲストハウスとして利用し、多くの人の学び合いの拠点となっている。

(2) エコカレッジの企画・運営

エコカレッジとは、「持続可能な地域の創造」をテ



余市エコビレッジ風景 ～学び舎～

ーマとした学びの実践の場として、北海道エコビレッジ推進プロジェクトが行う主要な事業である。地域資源や地域が直面している課題を教材にしながら、地域の現状を学び、学んだことを地域に還元するための活動として、以下の活動の企画・運営を行っている。

ア.「学びのプログラム」の提供

地域づくりに切磋琢磨している人たちが講師となり、その時にしか味わうことができない農的な暮らし方を実践的に学ぶことのできるプログラムを提供している。

令和元年７月に開催した「アイヌ文化に学ぶ植物講座」は、アイヌの植物利用についての知恵を学び、実際に採取したオオバユリを加工して食べるなど、自然の恵みを知る機会を提供し、同年11月に開催した「環境共生型汚染浄化セミナー」では、日本工業大学の協力を得て、生活排水を浄化する仕組みを学び、参加者全員で手作りした浄化槽で水質浄化を行うなど、環境に配慮した取組を実践した。

このほか、野草石けん作りワークショップやジビエ料理を楽しむなどのプログラムがある。これらのプログラムは不定期に開催されるものだが、どのプログラムもとても人気があり、ほとんどが募集を開始してから早い時期に定員に達してしまう。一人でも多くの人に参加してほしいとの思いから、プログラムによっては定員を大幅に超えて開催するものもあるとのことである。

イ. 自然・農村体験ツアーの提供

自然・農村体験ツアーでは、エコビレッジのスタッ



SDGsをテーマにした研修の様子



自然・農業体験の様子



自然・農業体験に参加した訪日外国人



JICA研修の様子



余市エコビレッジ内のシェアハウス

フがガイドとなり、敷地内にある施設の紹介をはじめ農作業体験や収穫物を使ったランチやお菓子作り、近隣農家の果物狩りなどエコビレッジの暮らしを体験できる内容となっている。令和元年で訪日外国人旅行者（計47名、6か国）や高校の修学旅行生（計12校、60名）など100名以上が体験している。

ウ．企業視察・研修の受け入れ

大学や企業などからのリクエストに応じて、グリーンツーリズムや再生可能エネルギー、地域づくりなど、持続可能な社会を考えるうえで重要なテーマに関する講義やワークショップを開催するほか、近隣農家への視察などを実施している。

令和元年10月に開催したJICA研修では、カメルーンやソロモン諸島、チュニジアなどこれから発展していく国々から研修生を５名受け入れ、100年前と現在の余市町の写真を見比べながら、急速な経済成長の功罪や持続可能性について考える講義を実施した。研修生からは地域住民との関係性について活発な議論がされるなど、持続可能な地域とは何かを自分ごととして捉える機会を提供した。

いずれの活動においても、普段の生活や都市ではできない体験をすることで、自らの暮らしや仕事、地域のあり方を考えてもらう内容となっている。

(3) 地域の人との交流

北海道エコビレッジ推進プロジェクトの活動は、エコカレッジの運営をはじめ、大勢の会員や研修に参加した学生、国内外から集まるボランティアスタッフなどによって支えられている。活動の幅は、エコビレッジ敷地内での農作業に留まらず、人手が足りない地域の農家のお手伝いや、地域の行事への参加などに年々広がっている。もともと、余市町に来て間もない坂本さんが地域に馴染むことができたのも自然・農村体験ツアーに参加した学生のおかげであるという。学生が地域に飛び出して地域のお祭りに参加したり、地域にあった古びたバス停を修復したりする中で、町のにぎわいづくりや地域住民との「顔の見える関係」づくりにつながり、地域との信頼関係が生まれた。それからは、近隣農家のおじいちゃんが先生役となり学びのプログラムを開催するようになり、近隣農家の農地を自然・農村体験ツアーの場所として利用するなど、お互いに頼り、頼られる関係が構築された。結果として、こうした地域を巻き込んだ北海道エコビレッジ推進プロジェクトの活動は、地域ぐるみでの関係人口の拡大に繋がると同時に地域に活力を与えている。

今後の展望

北海道エコビレッジ推進プロジェクトは、関係人口の創出を目的に活動を開始したのではなく、持続可能な社会の実現に向けて、誰もが自由に日々の生活を考えたり実践したりすることができる場を提供することが目的であった。

エコビレッジでの様々な体験をとおして、価値感を共有する多くの近隣住民や学生、首都圏に住むビジネスマンなどが、二度、三度と余市町に訪れるようになった。そして、取組内容に共感した体験者が正会員やサポート会員として入会し、SNSを活用して活動内容を発信するなど、町に活力を与える「関係人口」とな

っている。

坂本さんは、「北海道エコビレッジ推進プロジェクトの魅力は、子どもからお年寄りに至るまでの参加者や職種を問わず関わる人たちの多様性にある」という。

「持続可能な地域社会へ移行していくためには、閉ざされたコミュニティで自分たちの理想を実現するのではなく、多方面とのつながりや関係性のなかで、エコロジカルな技術や顔の見える関係性を創ることが必要である。そのためには、エコビレッジで働くスタッフや会員など、限定的な人で構成された組織で活動を行うのではなく、地域内外の住民や行政、民間企業など、多くの人を巻き込んで活動していく必要がある。中でも、都市と地方が今まで以上に連携して『人・もの・情報』の行き来を活発にし、それぞれがお互いの魅力を分かち合い、理解を深めることが重要である」、また、「物が豊かになったこの時代に、地方も都市も利便性や経済活動のみを追求するのではなく、昔ながらの生活の知恵や自然の営みを学び、地球環境まで視野を広げて考える機会を持つことは、『持続可能な地域の創造』につながると思っている。大切なのは、学び気づいたことを互いにフィードバックしながら双方向に学び合う場にしていくことだと思っている」と坂本さんは語る。

このように北海道エコビレッジ推進プロジェクトは、関係者が自発的に地域の暮らしを考え、意識して日々の暮らし方を変えていくための活動を展開している。生き方の選択肢を増やすために「こういう方法もある」というモデルケースを創っているのである。

令和３年で余市町に拠点を移して10年目を迎えるが、これまでの歩みをベースに企業研修やインバウンドの受け入れなど、さらにターゲットを広げた学びの企画を進めている。そして、今までの出会いを大切に、ビジネスモデルをこれからの活動につなげていきたいという。北海道エコビレッジ推進プロジェクトの活動は色々な学びや出会いがあり活動の幅は限りなく広がっている。

〈執筆者〉地域活性化センター 地域リーダー養成課
原 良輔（長野県から派遣）

編注＝地域づくり別冊令和２年度地域づくり団体活動事例集12月号から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

実践者からのメッセージ



特定非営利活動法人
北海道エコビレッジ推進
プロジェクト 代表理事
坂本 純科

エコビレッジのテーマは「サスティナブルな暮らしと地域」。「サスティナブル」を実現するために最も大切なコンセプトは「ローカル」であり、地域資源はそのための武器です。地域住民とともに自分たちの宝を再発見し、課題を学び、小さく実験したり、実践を広げたりする、そんなやり方で活動を進めるうちに、自然と仲間が増えてきました。まず、近隣農家がパートナーとなってイベントや講座を一緒に運営するようになり、活動を持続するための収益事業としてツーリズムを取り入れるようになると、飲食店や旅館、役場や観光協会ともつながりが深まりました。ツーリズムと言っても、地域資源や交流を大切にするためには、当然大規模ではなく、１人が長期、あるいは何度も繰り返し訪ねてくれるスタイルの交流事業となります。最初はお客様だったビジターが、近隣農家やワイナリーと親しくなって、援農ボランティアや何か困ったときに頼れる存在になってくれる、そんなつながり＝仲間を増やしていくことこそが地域づくりではないでしょうか。2021年には余市に拠点を構えて10年目を迎えますが、これからも地域を巻き込み、助けられ、いろいろな形で発信をする役割を担っていきたいと思います。

山形県小国町

地域の宝を活かした体験観光でつながる、交流のその先へ

～特定非営利活動法人ここ掘れ和ん話ん探検隊～

特定非営利活動法人ここ掘れ和ん話ん探検隊（以下「ここ掘れ和ん話ん探検隊」という。）は、「小国に生きる、小国を活かす」を掲げ、町の自然や文化資源を活用した観光イベントをはじめ、親子を対象とした環境教育イベントなどを通して、町の資源（宝物）を発掘・PRする活動を行っている。町特有の自然や文化を活用したユニークな活動内容は、全国から高い評価を得ている。

今回は、理事長の吉田岳さん、事務局長の加藤喜一さん、地域連携推進担当の遠藤芳昭さん、森林セラピストの舟山功さん、看護師の木村陽子さんにお話を伺った。

小国町の概要

小国町は山形県の西南端で新潟県との県境に位置し、山形市と新潟市のほぼ中間地点にある人口7,293人（令和２年８月31日現在）の町である。

飯豊・朝日両連峰に抱かれた737.56㎢という広大な面積を有し、その約90％はブナなどを中心とした広葉樹の森が広がっており、四季折々の美しい姿を見ることができる。また、全国でも有数の豪雪地帯であり、降り積もる雪が多様な生命を育む源泉となっている。

町を象徴する「ブナ」と「雪」から共通してイメージできる「白」をもとに、町全体を“白い森”と表現して、先人たちがブナの森の豊かな恵みを受けて築いてきた生活文化を受け継ぎ、自然と人間の新しいあり方を世界に向けて発信している。



今回お話を伺った皆さん

団体設立の経緯

ここ掘れ和ん話ん探検隊のもとになったのは、小国町商工会のまちづくり事業の一環である「小国町の宝物発掘事業」により、平成14年11月に発足した同名の任意団体である。この名称は、人々が集まり、一人ひとりの意見を大切に、和やかに話し合って、地域の宝物を掘り起こす活動をしていこうということで名付けられたという。

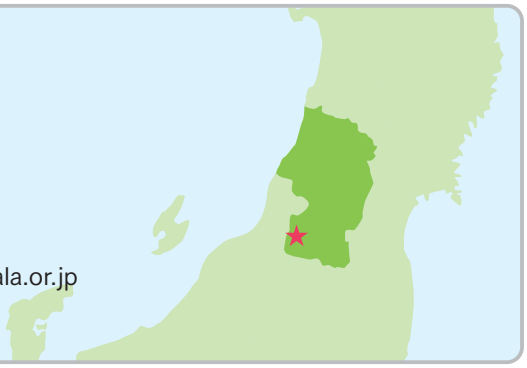
団体発足後は、「小国に生きる、小国を活かす」を掲げ、小国町の魅力を掘り起こすことにより、町の活性化を目指し、全国で初めてとなる「山菜の学校」や「古道敷石掘り起こし体験」の企画に乗り出した。また、町からの依頼による「国立公園赤芝峡の整備計画の策定」、さらには山形県から委託された「越後米沢街道・十三峠交流会」の立ち上げとその事務局機能を担うなど、積極的に活動範囲を広げてきた。

活動を始めてから約５年が経過した平成19年頃、町では交流や体験受け入れによるまちづくりが進められていた。しかしながら、交流体験の受け皿となる組織の連携不足から、一貫した受け入れ体制が整わず、各種事業が効率的に展開されていない面があった。

こうした状況に対し、ここ掘れ和ん話ん探検隊は、交流や体験の受け入れ機能を確立するためには、単に

団体基礎データ

- 設立年：平成20年３月４日（平成14年より任意団体として活動）
- 代表者：吉田 岳（よしだ たかし）
- 組　織：個人会員36名、団体会員１団体
- 連絡先：〒999-1337 山形県西置賜郡小国町新原124
  TEL・FAX　0238-62-5955　　MAIL　kokohorewanwan@opal.plala.or.jp
  URL　http://kokohore.html.xdomain.jp



行政主導で企画・実施するだけでなく、民間ベースで新たな雇用や産業づくりにつながるようなシンクタンク的な組織が必要ではないかと感じていたという。

このようなことから、小国町及び近隣市町村地域住民に対して、広大な自然に恵まれたこの地域にしかない資源と、そこに息づく人的資源を最大限に活用し、交流や体験を中心とした新たな地域産業づくりに取り組むため、平成20年３月にNPO法人化した。

活動の概要

ここ掘れ和ん話ん探検隊は、小国町の活性化と小国で暮らすことに喜びと生きがいを見出せるようなまちづくりに向けて、様々な手法を取り入れて事業を展開している。

ここでは任意団体のときから行ってきた、町の自然環境や特産品などの地域資源を活用した体験観光イベントや交流事業について紹介する。

(1) 越後米沢街道・十三峠交流会

越後米沢街道・十三峠は、山形県置賜地域と新潟県下越地域を結ぶ旧街道で、伊達稙宗（だてたねむね・伊達政宗の曽祖父）が大永元年（1521年）に大里峠を開いたのが始まりといわれる。大小13の峠があることから十三峠と呼ばれ、明治17年（1884年）に現在の国道113号が完成するまでの約360年間、物流のための貴重な街道として使用された。

越後米沢街道・十三峠を文化的かつ歴史的な地域振興資源として保存・整備し、協働のまちづくりに活かすため、平成20年１月に山形県が主体となり、３町１村（山形県川西町、飯豊町、小国町、新潟県関川村）や地元の地域づくり団体など15団体で構成される「越後米沢街道・十三峠交流会」（以下「交流会」という。）が発足した。旧街道が跨る３町１村では、各団体が地域振興に向けて独自の活動を行うとともに、交流会を通じて連携・協力を図る事業にも取り組んでいる。ここ掘れ和ん話ん探検隊はこの交流会の事務局を担う。

平成20年12月には、旧街道の維持管理やトレッキングイベントなど、交流会の地域おこし活動が認められ、東北で16番目の「日本風景街道（※）」に登録された。

交流会は平成23年度に山形県から「歴史街道・十三峠観光資源活用事業」の委託を受け、越後米沢街道・十三峠及び関係する３町１村における地域資源のデータベース化のほか、里程標や史跡案内看板の設置やガイドマップの作成など、歩きやすい環境整備と魅力発信を行った。この事業の成果が地域に人を呼び込むことにつながっている。

十三峠で開催する代表的なイベントは、毎年恒例の「越後米沢街道・十三峠トレッキング」である。自然あふれるブナ林の中で、いにしえの香り漂う美しい敷石道を進み、十三峠踏破を目指す全３～４回のトレッキングは、人気が高く毎年多くの参加者で賑わう。全峠踏破者には賞状と副賞が贈呈される。副賞は、平成30年は熊の爪ストラップ、令和元年は胡桃の皮細工のストラップといった地域の個性あふれるもので、副賞を求めて参加するリピーターも多いという。

越後米沢街道・十三峠といえば、イギリスの女性旅行作家イザベラ・バードの記した著書「日本奥地紀行」で、明治11年（1878年）に峠を歩いて「大きな山岳地帯に難儀したこと」や米沢平野を「東洋のアルカディア」と称したことが有名である。

交流会は、こうしたイザベラ・バードの気持ちの一端に触れようと、彼女が歩いた日（７月11日～13日）に、同じコースを歩くイベント「イザベラ・バード in 十三峠」を平成24年から開催し、多くの人が訪れるきっかけとなっている。

そして、交流会の最も趣向を凝らしたイベントが、敷石を見つけ、掘り起こす「萱野峠敷石掘れ惚れ探検隊」である。

このイベントをきっかけに、地元の人は日頃から行きたくなる街道・峠を目指して心のこもった手入れを行っている。この街道と峠を大切に守り続けていこうという思いが伝わり、イベントには地元の小国町民や新潟大学の学生、遠方からの常連客に加え、初めて参加する人も増えているという。参加者からは、「峠道の整備作業に関わることができてうれしい」「来年もぜひ参加したい」という声が寄せられるなど、地域の宝に惚れ込んだファンを獲得している。

街道・十三峠を活用したイベントが開催できるのも、交流会メンバーをはじめ、地元の人が街道を守っているからこそであり、その思いのある人がいかに貴重であるかということが参加者に確実に伝わっている。

※　日本風景街道は、地域住民や企業と行政の協働により、沿道の景観をよくするだけではなく、地域の財産を守り、育み、活用するまちづくりとそこに人々を招くためのみちづくりを一体的に行おうとする新しい取り組みである。

(2) 森林セラピー

ここ掘れ和ん話ん探検隊は、平成24年度以降、小国町から「小国町森林体験観光推進業務」の委託を受け、森林セラピーに取り組んでいる。森林セラピーとは、森が持つ癒し効果を活かして心身の元気を取り戻し、病気を予防しようという取り組みのことである。

町には、平成18年４月に全国初の森林セラピー基地に認定された、県内唯一の基地「ブナの森温身平（ぶなのもりぬくみだいら）」がある。「森林セラピーアテンダント（以下「アテンダント」という。）」がこの案内を担当し、ここ掘れ和ん話ん探検隊は、小国町森林セラピーアテンダントミーティング事務局（以下「事務局」という。）を務めている。

事務局は、美しいブナが立ち並ぶ癒しの森で、心と身体をリフレッシュすることができる森林セラピーツアーや森ヨガなどの体験プログラムを企画し、アテンダントは参加者の安全を確保しながら、参加者自身がセラピー効果を得るためのきっかけをつくる役割を担う。参加者の中には、アテンダントの穏やかな人柄に惹かれ「今回案内してくれた人にまた会いたい」というリピーターも多いという。

また、事務局は、森林体験観光を推進する上で重要な人材育成にも取り組んでいる。アテンダント養成講座の開催や森林セラピーに関する研修会への参加などスキルアップを図り、人が人を呼び込むための取組を行っている。

(3) 森のようちえん

「森のようちえん」は、1950年代中頃にデンマークで「子どもたちに幼い頃から自然と触れ合う機会を与え、自然の中でのびのびと遊ばせたい」という願いを持つ一人の母親が、子どもたちを連れて毎日森に出かけたのが始まりといわれている。日本における「森のようちえん」は、自然体験と感動の共有を通して子どもの豊かな感性を育むことを目的として、多様な主体が様々な形態で実施しており、大人の考えを強要せず、子ども自身で考え行動できる雰囲気を作ることが特徴である。

ここ掘れ和ん話ん探検隊は、就学前の子どもとその家族を対象に、四季折々の自然を感じることができる森のようちえんを開催している。木漏れ日の中で草花や生きもの探しを楽しめる春の森、木々の緑と水遊びを楽しめる夏の森、色とりどりの紅葉や木の実、キノコ狩りが楽しめる秋の森、白銀の世界で雪遊びを楽し



越後米沢街道・十三峠
ガイドブック


越後米沢街道・十三峠トレッキングの様子


萱野峠敷石掘れ惚れ探検隊の様子


森林セラピーの様子


森のようちえん　ソリすべりの様子


バームクーヘンづくりの様子

める冬の森など、自然に触れて季節を感じ、森の中での遊びが子どもの感性を刺激するだけでなく、大人も子どもに戻ったように一緒に楽しむことができる。

これらのイベントを企画しているのが、平成23年度に緑のふるさと協力隊として活動していた金野やよいさんである。緑のふるさと協力隊は、都市に住む若者を農山村に１年間派遣し、その地域のさまざまな地域おこし活動等に取り組んでいくNPO法人地球緑化センターが提供するプログラムである。町ではこの活動を通し、集落機能の維持保全のあり方を研究するとともに、地域の魅力と底力を改めて評価し、広く発信していくことなどを目的に平成22年度から隊員の受け入れを行っている。

金野さんは、小国町の魅力とここ掘れ和ん話ん探検隊の活動に共感し、任期終了後も地域に残り、ここ掘れ和ん話ん探検隊の事務を務めている。現在、金野さんは育児休業中だが、まちづくりに活かすという信念を持った金野さんのアイデアは斬新で、頼りにされている存在だという。

(4) その他の取組

ここ掘れ和ん話ん探検隊は、森林体験観光プログラムの一つとして、森に自生するメープル（カエデ）のサップ（樹液）を採取し、メープルシロップを手作りする「メープルサップ体験」を開催している。

小国の森に自生するイタヤカエデは、２月～３月の時期にサップを採ることができ、それで作るメープルシロップは、サトウカエデから作られるカナダ産メープルシロップとはひと味違い、すっきりとした上品な甘さが特徴である。手づくりのメープルシロップをお土産として持ち帰ることができるこのイベントは、多くの親子で賑わいをみせている。

また、ロープとハーネスを利用して安全に高い木に


ツリーイングの様子

登り、誰でも虫や鳥と同じ目線を体験できる「Tree＋ing（ツリーイング）」イベントなど、森の恵みを活用した新しい森林体験イベントを次々と企画し、年々参加者が増えている。

課題と今後の展望

ここ掘れ和ん話ん探検隊の課題は、町全体の課題でもある人口減少と少子高齢化による人材不足だという。地域づくり活動を行っていく上で、リーダーがいてもそれを支える事務局員などの人材とその育成が追いついていないという。若い世代に町の宝の素晴らしさとその価値に気づいてもらうために、これからは歴史・文化と地域の宝を活かした活動の楽しさを伝えていくことを強化していく必要がある。

ここ掘れ和ん話ん探検隊が設立当時に実施していた「山菜の学校」は、山菜摘み体験講座とともに、摘んだ山菜を使った料理を作って試食するイベントで、大変盛り上がっていたという。参加していた旅館の従業員がその料理のレシピを持ち帰り、旅館で山菜料理を提供するまでになったが、受け継ぐ者がおらず、今では山菜の学校を開催できていない。このような魅力ある事業を継続するとともに、新しい企画を実施するためにはマンパワーが必要であるが、どのようにすればもっ

と多くの人たちを巻き込めるのかが課題となっている。

「若い世代に住む場所として選んでもらえる希望のあるまちづくり」という目標は、行政も民間も同じであり、ここ掘れ和ん話ん探検隊は、行政にできないことは民間でやっていこうと考えている。令和２年６月に、町全体のブランド化を推進していく主体となるような地域内外の取引のハブとなり、魅力ある地域資源を活用して「みんなで稼ぐ」ための自律的・包括的な戦略組織「株式会社小国町地域総合商社」が設立された。今後は、この地域総合商社や観光協会、行政、NPOがまとまり、力を合わせて取り組んでいくことが重要であろう。

おわりに

団体のメンバーとして活動している木村さんの自宅の庭からは、美しい棚田と木々や川とのコラボレーションした絶景が広がっている。

ここ掘れ和ん話ん探検隊は、子どもが進学などで町を出て行ったとしても、このような素晴らしい景色や幼い頃の貴重な自然体験から地元を思い出し、大学卒業後もしくは定年後には地元に戻ってくるようなまちを目指して活動している。団体設立当時から行っている活動を継承するとともに、少しずつ発展させている姿勢は、未来を担う子どもたちへ受け継がれ、新たなネットワークづくりにつながっていくだろう。

今回紹介したここ掘れ和ん話ん探検隊の事業は、ごく一部にしか過ぎない。日々模索している状況ではあるが、これからやりたいことのアイデアはつきないとのことである。今後も同じ目的を持ったものたちが連携を強化した取り組みを行うことによって、さらなる関係人口の拡大につながることが期待される。

〈執筆者〉地域活性化センター 地域リーダー養成課
石川 奈緒美（福岡県上毛町から派遣）

編注＝地域づくり別冊令和２年度地域づくり団体活動事例集12月号から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

実践者からのメッセージ



特定非営利活動法人
ここ掘れ和ん話ん探検隊
理事長
吉田 岳

まちづくり団体にとって、共に活動する人材の育成と財源の確保が共通の課題ではないでしょうか。

私たちは、地域を良くしたいという理想や理念を持って活動していますが、自分たちだけでは思うように活動が進まないこともあります。

このため、課題解決にとって大切なことは、地域の様々な団体との交流や連携であるように思います。

多くの団体と交流・連携することで、お互いに学びあい、課題解決に向けたヒントを得ることができます。さらには一緒に活動することもできます。

まちづくりや町の活性化を図るには、一つの団体にできることではなく、それぞれの得意分野（強み）を活かしながら、各団体が一体となって取り組む必要があります。

そこには、中心となる機能や組織、仕組みが必要となりますが、幸い小国町では、株式会社小国町地域総合商社が令和２年６月に設立され、その中心的任務を果たせる会社として期待されており、今後私たちNPOも、この総合商社と一体となって活動することが求められてくると思います。

全国のまちづくりに奮闘している皆さんも、地域の団体との連携で素晴らしい成果を上げられるようお互いに頑張りましょう。

群馬県高崎市

地域の文化やあるものを活かした「ひと」と「まち」の交流

～特定非営利活動法人 高崎やる気堂～

特定非営利活動法人高崎やる気堂（以下「高崎やる気堂」という。）は、『人と時代をおもてなし』をコンセプトとして、群馬県高崎市を中心に活動する行動力あふれる非営利活動法人である。もてなし広場で毎月第４日曜朝から開催する「人情市」やナイトシアターなど各種イベントの企画・運営・開催のほか、地域のお祭りや各種イベントにも参加している。また、子どもの健全育成や環境保全を図る活動も行うなどイベントや講習会を通じて「ひと」と「ひと」、「ひと」と「まち」の交流を活発にし、活力のあるまちづくりをサポートしている。

今回は、代表の関口眞作さんに話を伺った。

高崎市の概要

高崎市は、約37万人（令和２年９月時点）という群馬県内トップの人口を有し、中山道（国道17号・国道18号）と三国街道（群馬県道25号高崎渋川線）、関越自動車道と北関東自動車道、上越新幹線と北陸新幹線の各分岐点になるなど、全国有数の交通拠点都市である。中心市街地からは赤城山・榛名山・妙義山の上毛三山を望むことができ、市内には利根川・烏川・碓氷川などの大きな一級河川も流れるなど、自然豊かなまちでもある。

また、公益財団法人群馬交響楽団が本拠地を置いて活動を行っており、理事長には群馬県知事、副理事長には高崎市長、群馬県副知事、群馬県議会議長などがなっている。三大都市圏でも県庁所在地でもない都市がオーケストラの運営に深く関与している唯一の例であり、また、高崎マーチングフェスティバルや、高崎映画祭が毎年開催されるなど、芸術・文化活動も盛んである。

さらに、全国１位の生産量を誇るだるまや「パスタのまち」としても有名である。

団体設立の経緯

関口さんは、平成10年にまちの活性化のために商工会議所や商店街の人々と一緒に朝市開催を計画し、平成11年６月から「ようこそ高崎！人情市」（以下「人情市」という。）として、高崎市の旧市役所跡地のもてなし広場で始まった。

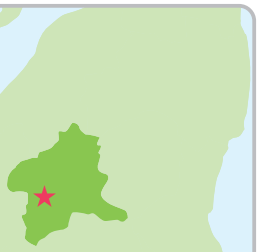
当初から参加していた関口さんは、人情市を一緒に運営していたスタッフから「これからはNPO法人を立ち上げて活動すると、行政や他の団体から協力を得やすいのではないか」との意見を受けて、平成13年からNPO法人に関する勉強会や講演会への参加を始めた。その後、一年ほどかけて勉強を続け、平成14年８月に「人と時代をおもてなしする」とのコンセプトを掲げた高崎やる気堂を設立した。

設立後は人情市の中心的役割を担い、これを高崎名物のイベントにまで成長させたほか、様々なイベントを通じ、「ひと」と「ひと」、「ひと」と「まち」の交流を活発にする活動を15年以上続けている。

主な事業内容

高崎やる気堂は、まちや自然に触れながら、子ども

団体基礎データ



●設立年：平成14年８月　●代表者：関口 眞作（せきぐち しんさく）
●組　織：会員６人
●連絡先：〒370-0883 群馬県高崎市剣崎町1348- 1
TEL　027-340-7067
MAIL　office@takasaki-yarukidou.or.jp
URL　http://itfnet.co.jp/yarukido/index.php# 1

から大人までが楽しめるイベントの開催を中心に活動している。主要なイベントを以下に紹介する。

(1) ようこそ高崎！人情市

人情市は毎月第４日曜日に高崎市のもてなし広場で開催される、朝市やフリーマーケット、飲食の屋台が並ぶにぎやかな「市」である。朝から手作りパン焼きや豚のもも肉の丸焼きをはじめ、秋にはサンマフェアや冬には炭火で焼いた下仁田ねぎなど、毎回20～30もの個性的な屋台が並び、「見て楽しく、買って得する」イベントとなっている。

また、クリスマスの時期には「イブ３（スリー）」と呼ぶイベントを行っている。このイベントは平成25年12月22日から始められたもので、ちょうどクリスマスの３日前だったことから「イブ３」と名付けられた。企画としては、飲み物を購入した人への七面鳥の丸焼きや生ハムの無料提供をはじめ、お笑い芸人やアイドルグループのライブ、年末ジャンボ宝くじの券が当たるビンゴ大会などを行っている。このほか、ペットボトルキャップや古切手などを30個以上とお菓子を交換できるリサイクル活動なども開催している。

人情市では活動支援のための募金箱の設置をしており、集まったお金は新たなイベントの企画に充てることで、参加者に還元しているという。

高崎やる気堂は、東日本大震災で被災した岩手県釜石市の復興支援をしていたつながりから、募金で集まったお金をもとに釜石産のカキを販売したところ、行列ができるほどの人気を博した。

関口さんは「群馬は海なし県なので、釜石のカキは大変人気だったと思う。ほかのイベントにはないことができるのが、人情市の一番の楽しみだと思うので、続けていきたい」と語る。

人情市には高崎経済大学の学生らが、ボランティアスタッフとして運営を手伝っている。10年以上前にボランティアスタッフとして参加していた埼玉県出身の学生は、大学卒業後に高崎市に移り住み、現在も高崎やる気堂の理事として活動しているという。また、大学卒業後に高崎市を離れても、子どもや家族、友人をつれて人情市に訪れる人も多いという。こうした人のつながりは、関口さんが学生の活躍の場を創り、他ではできない新しい企画に常に取り組めるなど、参加した学生が人情市に大きな魅力を感じているからこそ生まれるものといえる。

平成27年５月には第200回目開催記念イベントとし



手作りパン焼き



豚肉のもも肉焼き









岩手県釜石市との交流（左上）、
岩手県釜石市のカキを出店した様子（右上・左下・右下）

ナイトシアターの様子

て、地域活性化の方策を探るシンポジウム『「地方創生」とは 高崎は生き残れるのか！』を高崎やる気堂が主催して開催された。このシンポジウムでは、内閣府の担当者や群馬県の活性化にかかわる団体代表者などが人口減少社会における高崎の将来像をめぐって議論を行い、「高崎は交通の要衝として観光のハブになってほしい」「高崎が周りの市町村を引っ張っていく気持ちで頑張ってほしい」などの意見があった。

このように地域活性化の取組の一つである人情市は、令和２年１月には第235回目の開催を迎えたほどの人気のイベントであり、今もなお継続開催されている。

(2) ナイトシアター

もともと、関口さんには映画好きの知人がおり、個人で撮影した映画の小さな上映会を喫茶店や公民館などで開催していた。関口さんが高崎映画祭の活動に関わったことをきっかけとして、平成24年からもてなし広場で「ナイトシアター」という野外上映会イベントを始めた。

このナイトシアターは年に一度、子どもから大人までが楽しめる作品を上映している。同時に、映画を上映するだけでなく、飲食物の販売やめだかすくい、カブトムシが当たるビンゴ大会などを入場無料で行っている。

来訪者は年々増加しており、今では開催の２か月前から問い合わせがあるほど人気のイベントとなっている。

(3) 生パスタ教室

イタリアンクラシックカーによるパレードラリーのイベント「COPPA DELLE AUTO STORICHE（コッパ デッレ アウトストリケ）」（以下「アウトストリケ」という。）の開催に合わせて手作りパスタの体験教室を開催している。

アウトストリケは、長野県の軽井沢を宿泊拠点とし、長野県・群馬県のコース約400kmを２日間かけて走行するもので、高崎市もコースの一部になっている。全国から約60台のエントリーがあり、運転手と同伴者で約120名以上、イベント関係者を併せると200名以上が参加するイベントである。

高崎市がコースの一部になったのは、関口さんが、イタリアンクラシックカーとパスタのまち高崎のコラボによる街のPR効果やアウトストリケ参加者が高崎市に滞在することによる経済効果を狙い、アウトストリケ実行委員会の一員であった知人に「高崎市をコースに入れてくれないか」と相談したことがきっかけである。イベントに参加した車は高崎駅前通りから慈光通りを抜け、もてなし広場に車を止めて、昼食を取りながら、車を見に来た人達との交流を楽しむことができる。

このアウトストリケの開催に合わせて、高崎やる気堂

は、もてなし広場で手作りパスタ教室を開催している。高崎市内に店を構える本格イタリアンシェフが講師となり、本格的な生パスタの作り方を教えるとともに、自分で作ったパスタをシェフが調理して試食する、というものである。参加者のとりまとめやパスタ生地の準備などを高崎やる気堂が行っており、本格パスタ作りから試食まで楽しめる、大変人気のあるイベントである。

(4) 川下り

関口さんは利根川コーディネーターとして、平成20年頃に「利根川・江戸川150km川下りコース」の実験を行うなど、川下りコースの常設化に挑戦してきた。このコースは、群馬県高崎市の利根川の支流である烏川から始まり、埼玉県熊谷市や加須市を通り、千葉県野田市から江戸川に入り、ディズニーランドのある東京湾までの150kmを下るものである。使用されるボートは「Eボート」といって、10人乗りの手漕ぎで進むゴムボートで、誰でも簡単に乗れるので初心者・子供も安心して使用できるのが特徴である（Eボートの『E』には「Everybody（みんなで）」「Easy（簡単に）」「Environment（環境）」「Emergency（非常時）」など、様々な意味が込められている）。

こうした関口さんの経験を活かして、高崎やる気堂は川下りに合わせて、手作りパドル体験ができるイベントを開催している。イベントでは、参加者が自分の手で木材を削り、Eボートを漕ぐのに必要なパドルを手作りすることができる。パドルづくりで必要となる木材は、関口さんの幅広い人脈から、杉の間伐材の提供を受けている。作りやすいように、あらかじめ木材を大まかなパドルの形に加工し、参加者はやすりで削るなどして、簡単にパドルを作成できるようにしている。自らが作成した、世界で１つしかないパドルでEボートを漕ぎ、高崎市内にある烏川を１時間から２時間かけて川下りを行う。

高崎やる気堂では、この川下りを15年ほど続けているが、川下りには川を見守る人と舵を取る人の最低２人のプロ人材が必要であることから、今後の継続が難しくなってきていることが課題であるという。

今後の展望と課題

高崎やる気堂は、新しい施設を作るのではなく、自然環境や今あるものを活用し、いかに面白く楽しいものができるか、また、参加者に何か学びを得られることができないかを考えてイベントを企画している。

現在、もてなし広場にある池でイワナやニジマスをつかみ取りして、捕まえた魚をその場で焼いて食べてもらう魚のつかみ取り体験を考えている。この企画には、もてなし広場の全く使われずに汚れたままになっている池を活用したイベントを行うことで、池の清掃とともに、子どもたちに命の大切さを学んでほしいとの思いがある。

他にも、川下りではなく「川遊び」として、サップ（※）や手作りいかだ体験など、自然と触れ合えるイベントを考えている。この企画には、関口さんの「子供のころはよく川で遊んでいたが、今は川で遊んでいる子供を見なくなった。川には危険もあるが、楽しみもあるということを子どもたちに教えたい。また、自然を体験して自然を好きになってもらうことで、川や山に捨てられるごみが少なくなってほしい」という思いが込められている。

今後、自然を体験できるイベントを行う上で、IT社会の中で育っていく現代の子供たちにどのように自然に興味を持ってもらうか、安心して参加してもらうためにスタッフの人数をどのように確保するか、が課題となっている。また、これまで長きにわたって実施してきた人情市やナイトシアターなどの活動をマンネリ化させないために、新しい人材や仲間を増やすことも大きな課題であるという。

※「Stand Up Paddleboard（スタンドアップパドルボード）」の略称。ハワイ発祥のウォータースポーツで、浮力が高く安定感のあるボードの上に立ち、パドルを漕いで水面を進んでいくアクティビティである。

おわりに

関口さんは、高崎やる気堂の代表だけでなく、高崎市が主催するNPO・ボランティアフェスティバルの実行委員長や高崎映画祭の運営委員、高崎市榛名湖ミュージックフェスティバル湖上オペラ実行委員会の副委員長を務めている。また、異業種交流会で、高崎やる気堂の活動を「地域活性化と人と人とのコミュニケーション」というテーマで講演を行うなど、いろいろな場に顔を出して、高崎やる気堂の活動PRや新たな人脈・仲間づくりを行っている。「地域を盛り上げる



COPPA DELLE AUTO STORICHE
（コッパ デッレ アウトストリケ）の様子



生パスタ教室の様子





川下りの様子

のに大事なのは、人とのふれあいであると感じている。これからもどんどん仲間を増やし、新しい風を取り入れて、高崎市の活性化に取組んでいきたい」と関口さんは語る。

今後も「人と時代をおもてなし」のテーマのもと、人と人との交流を大事にした様々なイベントを通して、地域内外に関係人口の拡大につながるとともに、さらに地域が盛り上がっていくことが期待される。

〈執筆者〉地域活性化センター 地域リーダー養成課
松原 輝（熊本県菊池市から派遣）

編注＝地域づくり別冊令和２年度地域づくり団体活動事例集12月号から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

実践者からのメッセージ



特定非営利活動法人
高崎やる気堂 代表
関口 眞作

私自身、子供の頃から好奇心が強く、大工と設計の経験をし、版画、現代アート、グラフィックデザイン、店舗デザイン、イベント企画など自分が楽しいと思う事をいろいろとやってきました。これからも、みなさんの知恵と力をお借りし、地元をより楽しくより出会いを大事にし、活性できるように活動を続けていきたい、と思っております。

私たちのキャッチフレーズ、わたしたちは「人と時代をおもてなし」する市民団体です。●人情市（毎月第４日曜日開催）、●ナイトシアター（子供の夏休み中に屋外映画開催、無料）●川下り（10人乗りのゴムボートで地元の川を約12,5㎞下る）、等の事業を行っています。

岐阜県高山市

郷土の食文化を100年後につなぐ

～あぶらえばたけ～

あぶらえばたけは、岐阜県飛騨地方で古くから親しまれてきた郷土食材である「あぶらえ（飛騨地方の呼称で、他地域では「エゴマ」と呼ぶ。）」文化を次世代に伝承するため、畑づくりや新たなレシピづくりなどの事業を展開している。地元の人や地元出身者が郷土独特の食文化を守り育てる活動をすることで、広く全国に「あぶらえ」ファンを創り、多くの人に愛される地域づくりを目指している。今回は、代表の田口喜大さんにお話を伺った。

高山市の概要

高山市は岐阜県の北部に位置し、平成17年２月１日に丹生川村、清見村、荘川村、宮村、久々野町、朝日村、高根村、国府町、上宝村と合併したことにより、東西に約81km、南北に約55km、面積は2,177.61㎢となり、日本一広大な面積を持つ市である。市の約９割は森林で覆われ、盆地である市街地と山岳部の標高差は2,000m以上あるなど、地形の変化に富んでいる。また、夏には真夏日になる内陸性気候の地域がある一方、豪雪地帯に指定される山岳部があるなど、気候の多様性にも富む地域である。

市内には縄文・弥生・古墳時代の遺跡が数多く存在し、古くから豊かな自然とともに人々の暮らしがあったことがうかがえる。現在の街並みの基盤は江戸時代に作られ、今なお残る城下町・商家町の姿は「飛騨の小京都」と呼ばれている。また、市内には温泉地やスキー場などもあり、四季を通じて国内外から多くの観光客が訪れている。



高山駅からの様子

活動の経緯

①飛騨地方の「あぶらえ」文化

「エゴマ」は、岐阜県飛騨地方では「あぶらえ」と呼ばれ、野菜や芋などの和え物やお餅などとして、古くから親しまれてきた食材である。

近年の健康ブームで、生活習慣病予防に効果が期待できる食材として注目され、調査研究が行われている。その結果、特に高地寒冷地である飛騨地方で栽培されるあぶらえ（黒エゴマ）は、他地域のものと比べてα―リノレン酸の含有量が多いことがわかってきた。

飛騨地方では昔からこの健康食を様々な料理に取り入れ、それらの料理を囲んで家族や友人たちと地域について語らう、という風習が根付いていた。

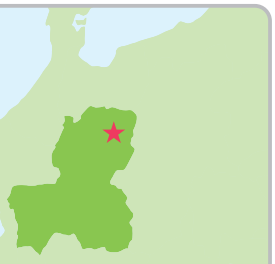
しかし、近年では市内の生産者の高齢化や後継者不足のほか、生産や選別で手間がかかりすぎることなどから、あぶらえの生産量も流通量も減少傾向にある。

併せて、地元では日常的にあぶらえを食べる習慣が薄れ、料理法や食べ方がわからないことなどから、消費量も減少している。

②あぶらえ文化を救え！
～飛騨えごま復興プロジェクト始動～

あぶらえばたけの代表である田口さんは、高山市に生まれ、進学を機に18歳で上京するまで、高山市で暮

団体基礎データ



- 設立年：令和元年11月27日　●代表者：田口 喜大（たぐち よしひろ）
- 組　織：５名
- 連絡先：〒506-0052 岐阜県高山市下岡本町3185-22
  TEL　0577-70-8243
  URL　https://www.hidaegoma.com/（ホームページ）
  https://www.facebook.com/egoma.farm/（Facebook）



あぶらえの和え物



あぶらえの五平餅



あぶらえ

らしていた。

田口さんは幼少期から、あぶらえの五平餅をおやつとして、野菜のあぶらえ和えをおかずとして食べることが大好きだったという。上京後、東京にはあぶらえがないことを知り、その時初めて、あぶらえが地元にしかない伝統郷土食だったことに気づいた。その後は、実家からあぶらえを送ってもらい、東京の自宅でふるさとの味を楽しんでいた。

学校を卒業後、東京でIT企業に就職したが、仕事の忙しさやストレスなどで体調を崩し、健康食やスローライフに興味を持つようになった。同時に、地元の伝統郷土食のあぶらえを思い出し、あぶらえについて調べたところ、他地域のものよりも栄養価が高く、貴重なものであることを知り、郷土の食文化の大切さを実感した。

その一方、地元であぶらえを使った五平餅を提供する店が１店舗のみになるなど、各家庭でもあぶらえを食べる習慣が薄れてきている現状を知った。

田口さんはこうした郷土の食文化の衰退に危機感を覚え、郷土の食文化の再生と次世代への伝承のために「とにかく、あぶらえの畑を作ろう！」と決意し、平成28年から東京と高山市を行き来する２拠点生活を始めた。東京ではITの仕事と子育ての両方を楽しんでいたが、自然に囲まれた中で子育てをしたいと考え、平成29年には家族とともに故郷である高山市にUターン移住し、「半農半IT」の暮らしを始めた。

活動内容

①あぶらえの畑づくり～苗植え・収穫体験～

平成28年初頭、田口さんはあぶらえの畑づくりをしようと決意したものの、農業の経験も農地も無かったため、畑づくりに協力してくれる農家探しから始めることとした。岐阜県中山間農業研究所や高山市農務課、飛騨高山あぶらえ研究会（高山市）など、農業関連の行政機関に相談した結果、田口さんの想いや活動の趣旨に賛同し、畑づくりに協力してくれる農家と出会うことができた。この農家からあぶらえの種を分けてもらい、一つひとつノウハウを学びながら苗づくりを始めた。

その年の６月に苗ができたところで、友人や近所の子どもたちと一緒に苗植え体験会を実施し、その後は間引きや草刈りなどの作業を経て、11月に収穫体験会を実施した。

この苗植えから収穫までの体験を通して、子どもたちだけではなく田口さん自身も、スーパーや土産物店で「あぶらえ」や「飛騨えごま」という文字を目にすると、今まで以上に親しみや愛着を感じるようになったという。

翌年の平成29年以降、集中豪雨や台風の影響に伴う生育不良などにより、初年度に比べて収穫量の少ない



苗植え体験



飛騨地方のフリーペーパー「月刊BLESS」



収穫体験



創作レシピ「豚フィレのクロスタ」

年が続いたが、それが自然環境に適応するための畑づくりのノウハウを学ぶ機会になった。

令和２年は大きな自然災害もなく順調に生育しており、初年度並みの収穫量が見込まれる。

田口さんは「IT関連の仕事は、求める結果に至るまでのプロセスを自らプログラムできるが、農業は自然環境や天候に左右されるため、予定どおりにいかない難しさがある。しかし、この真逆の状況こそが面白いし、やりがいがある」と、あぶらえの畑づくりにますます意欲を燃やしている。

②あぶらえを使ったレシピづくり

田口さんは、「食文化とは地元の人が日常的に食べること」が基本であるとして、幼少期から慣れ親しんだ野菜のあぶらえ和え以外に、簡単に作ることができ、手軽に食べられて、最近の食生活の変化に合わせたレシピが必要だと考えた。

そこで、市内で人気のある飲食店（イタリアン、和食、フレンチ、スイーツなど）に自分の畑で獲れたあぶらえを持参し、あぶらえを使った新しいレシピを考案してもらうこととした。

また、ここで考案されたレシピを広く地元の人に知ってもらうため、飛騨地方で配布されるフリーペーパー「月刊BLESS」に掲載するとともに、誌面であぶらえ（葉・種子）のオリジナルレシピの募集をしている。

考案された新たなレシピの多くは、シェフお墨付きの味でありながら家で簡単に作ることができるのが特徴である。また、これらの料理をメニューや商品として提供している店もあり、実際に店に行って食べ、その美味しさを自宅で再現しようとする人も出てきているという。

③協力者との出会いとつながりづくり

田口さんは活動を開始した当初から、自身の想いや活動内容をホームページやフェイスブックなどで発信し、多くの人の目にとまるように努めている。

こうした中、地元の人や他県に住む地元出身者から、田口さんの想いに共感し、協力したいという人とのつながりができるようになった。その一人が、高山駅前で手打ちうどんそば店「飛騨」を営む工藤修己（おさみ）さんである。

工藤さんは、自身の店で「飛騨伝統の味・あぶらえ汁」のうどんとそばを提供している。これは、昔から親しまれてきた「あぶらえ汁」と店のそばつゆを合わせたつけ汁を用いたメニューで、あぶらえ独特の香ばしい香りと風味はうどんやそばによく絡み、深みがありながらもあっさりとした後味を楽しむことができる。

工藤さんは平成28年10月のJR高山駅のリニューアル記念イベントで実行委員長を任されたことを機に多くの協力者に出会った。人とのつながりが広がったことにより、初のイベント運営に戸惑いながらもイベントを成功に導いた経験を持つ。工藤さんは、田口さんのあぶらえを復活させたい、郷土の食文化を次世代に残したいとの想いに共感し、自身の経験や人脈を活か

して協力している。

工藤さんは「発信し続ければ、協力者や支援者が現れると思う。地域づくりには、人とのつながりは欠かせない」と熱く語った。

田口さんはこうした協力者とともに、令和元年11月に「あぶらえばたけ」を高山市の市民活動団体に登録し、団体としての活動を発足させた。

あぶらえレシピ本出版プロジェクト ～100年後の飛騨地方に残すために～

田口さんはこれまでの活動を経て、あぶらえの食文化を次代に伝えたい、後世に引き継ぎたいとの想いがますます強くなった。

そこで、あぶらえを使った伝統料理をはじめ、新たに考案したレシピなどをまとめた「あぶらえレシピ本」を出版したいと考え、クラウドファンディングの手法を用いて、共感してくれる人を募るとのアイデアが浮かんだ。

料理のレシピはインターネット上で多数紹介されているが、情報は新陳代謝が激しく、今の新しい情報は次の瞬間には過去のものとなってしまうため、レシピ本という紙媒体の形にして残そうと考えた。

クラウドファンディングは、単なる資金集めではなく、趣旨に賛同・共感する人を呼び込み、その人たちとともに、企画から完成までのプロセスを共有できるという利点を持つ。

田口さんはそのことに着目し、レシピ本出版に必要な経費の一部として50万円を目標金額に、令和２年１月から３月にかけてプロジェクトを実施した。

このとき、広く全国に協力者を募りたいと考えていたため、個別に友人知人に協力を依頼することはせず、ひたすらSNSでプロジェクトの内容と自分の想いを発信したとのことである。

支援者の半数以上が地元の人や他県に住む地元出身者で、「子どもの頃はあぶらえをよく食べていた」「郷土の味を思い出した」「あぶらえの復活を支援したい」などの応援コメントが寄せられた。これら数々のコメントが口コミで大きな支援の輪へと広がり、目標額を超える58万5,000円の支援を獲得することができた。

こうしたことから、本プロジェクトは、郷土の食文化を再認識し、地元への誇りや愛郷心の再確認につながったほか、広く全国にあぶらえファンや飛騨地方のファンづくりに寄与したと考えられる。

なお、多くの人の想いが結集した「あぶらえレシピ本」は、令和２年12月ごろに発刊予定である。

今後の展望

田口さんは「これまでの活動は序章にすぎず、レシピ本の完成は新たなスタートである」として、以下の目標を掲げている。

①あぶらえを通した「飛騨地方ファン」を増やしたい

前述のように、クラウドファンディングを実施したことを通して、地元の人や他県に住む地元出身者をはじめ、多くの人とのつながりができたことは大きな成果だったといえる。

あぶらえを通して生まれたつながりをゆるやかなコミュニティに発展させ、飛騨地方の伝統文化を共有するとともに、情報を発信することで、さらなるファンの広がりを目指す。

あぶらえや飛騨地方に興味を持ってもらうことから始まり、実際に訪れて伝統文化を体感してもらうことで、永続的なファンを増やすことを目標としている。

②レシピ本第２弾を作成したい

田口さんは五平餅をおやつとして食べていた頃を思い出し、協力していただける人とともに、現代風のお



田口さん（左）と工藤さん（右）



「飛騨伝統の味・あぶらえ汁」のそば

やつレシピを考案して紹介し、子どもの頃からあぶらえに親しんでほしいと考えている。

そこで、第１弾のレシピ本は、伝統に基づいたメニューをはじめ、主食やおかずをメインとした新たなレシピを掲載したが、次回はスイーツのレシピ本作成を目標としている。

田口さんは、地元の人が日常的に食べるようになることが必要であることから、気軽に簡単に作れるあぶらえレシピを発信し続けていくとともに、観光で訪れた人にも食べてもらえるようにしたいと考えている。

③あぶらえを活用したイベントを開催したい

あぶらえを使った料理は、祭事や神事で珍重されてきた歴史を持つことから、単なるイベントではなく、地元と季節を感じられるイベントの開催を目標としている。

田口さんは、あぶらえの食文化はもちろん、暮らしに根付いてきた郷土の文化そのものの伝承も必要であると考えている。

地元に住む人も、地元を離れている人も、郷土に想いを馳せ、誇りを持てるようなイベントを開催したいと考えている。



これらの「飛騨えごま復興プロジェクト」の活動は、まだ始まったばかりである。最初は田口さん個人の想いだったものが、SNSを通じて想いを発信し続け、多くの人の目に触れることで、たくさんの協力者を得ることになり、ファンを広げていくことにつながっている。

情報化時代の中、流れゆくもの、とどまるものを意識するとともに、地域のファンづくりやファンの拡大に向けた取組は、大いに参考としたいところである。

〈執筆者〉地域活性化センター 地域リーダー養成課
大上 晴子

編注＝地域づくり別冊令和２年度地域づくり団体活動事例集12月号から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

実践者からのメッセージ



あぶらえばたけ 代表
田口 喜大

私は18歳で飛騨高山から上京し、その後18年間東京で過ごしました。その間もふるさとの飛騨えごま（あぶらえ）の味が忘れられず、実家から定期的に送ってもらうほどでした。

５年前、高山に帰省した際にあぶらえが消滅の危機にあると知り、自分に何かできることはないだろうかと考え、手始めにあぶらえの栽培をはじめました。そして、あぶらえ食文化の復興をしたいと考えるようになりました。

当時は東京のIT企業で仕事をしており、それを手放すことに不安はありましたが、あぶらえを含め、地方には多様性やポテンシャルに満ちているという考えに至り、家族を連れて移住することにしました。

現在ではたくさんの関係者のご協力をいただき、活動を続けられていることに感謝しかありません。あぶらえ愛だけで突っ走って、気付いたらここまできてしまいました。

飛騨人が忘れかけていたあぶらえですが、活動を続けていくうち、やはり飛騨人にとってのソウルフードなんだと改めて気付かされることが多いです。ほんの近年まで、飛騨人なら誰もが親しんできた家庭の味、それがあぶらえなのです。

個人的には、ことさら地域活性化を目指しているわけではありません。幼い頃から大好きだったあぶらえの甘く香ばしい味、これを100年後の子どもたちにも味わって欲しいのです。それが結果的に地域活性化につながるのなら、これほど嬉しいことはありません。

京都府木津川市

子育て世代が生み出す新たなつながり

～恭仁っ子大作戦～

恭仁っ子大作戦は、地域の小学校存続のための活動をきっかけとして始まり、カフェやビアガーデン、ガムラン演奏会などのイベントの開催をはじめ、地域の情報発信や移住希望者に対する空き家見学ツアー、空き家のリノベーションなどの事業を行っている。この団体が活動を始めてから子育て世代の移住者が増加しているほか、この移住者が新しいイベントを企画して新たな人のつながりを生み出すなど、定住人口／関係人口の拡大に向けた良い循環が生まれている。

今回は代表の炭本伸子さん（以下「伸子さん」という。）、貴司さんにお話を伺った。

木津川市の概要

木津川市は平成19年に京都府相楽郡の木津町、加茂町、山城町の３町が合併して誕生した。京都府南部で近畿のほぼ中央に位置し、京都・大阪の中心部から約30㎞圏内にあるため、京都、大阪、奈良の各都市のベッドタウンの側面を有している。

人口は令和２年８月31日現在で78,694人であり、全国的に少子高齢化・人口減少が課題となる中で増加傾向にあるが、市中心部から離れた地域では少子高齢化が進行している。

同市は京都府内では京都市に次ぐ数の国指定有形文化財を有するなど、歴史的な遺産にも恵まれており、奈良時代には聖武天皇が平城京から現在の加茂町瓶原地区の恭仁京に都を遷し、５年にわたって日本の首都となった。

現在は市の将来像である「子どもの笑顔が未来に続く　幸せ実感都市　木津川」を掲げ、住民の幸せを追



恭仁小学校

団体基礎データ



- 設立年：平成30年３月８日
- 代表者：炭本 伸子（すみもと のぶこ）、炭本 貴司（すみもと たかし）
- 組　織：約20名
- 連絡先：TEL　0774-76-2651
  MAIL 925daisakusen@gmail.com
  URL　https://www.facebook.com/youkosomikanohara

求するまちづくりが進められている。

団体設立の経緯

木津川市加茂町の瓶原地区にある恭仁小学校は、年々児童数の減少が進み、平成30年には２年生と３年生が複式学級となった。それを受けて保護者の有志が集まり小学校について話し合った。初めは複式学級についての知識がなかったため制度や仕組みについて調べることにした。すると、このまま児童数が減少を続け、複式学級が増えると学校の統廃合につながる恐れがあることが分かった。さらにメンバーで話し合いを進めると、小学校は地域社会の核となる存在であり、子どもたちが安心して地域で育ち、それにより地域社会が健全に持続するためにも、なくてはならない存在だと気づいた。そこでメンバーは小学校存続のため平成30年３月に「恭仁っ子大作戦」を立ち上げた。

活動当初は、恭仁小学校が複式学級になり、このまま児童数が減少すると廃校になりかねないことなどを地域住民に訴える活動をしていたが、住民の中には人口が減少するのは仕方がないという諦めの気持ちを持つ人が多かった。そこで、危機感を訴えるだけでは小学校存続に向けて前向きな意見が出ないと痛感し、恭仁っ子大作戦に参加する保護者が共通して持つ「瓶原が大好き」「瓶原は良いところ」という思いを伝え、瓶原で子育てをしたいと思ってくれる移住者を受け入れる活動を始めた。

活動の概要

恭仁っ子大作戦の活動の柱は、「瓶原で楽しく豊かな生活を送る」「瓶原の情報を広く発信する」「移住希望者への空き家のマッチング」の３つである。

恭仁っ子大作戦の特徴は、活動のすべてをボランティアが自費で行う点にある。公的な助成や補助金を受けるためには申請書類作成などの作業が必要で、子育て世代のメンバーにとっては、その時間を捻出することが大きな負担になることから、やりたいという意志を持つ人が、仲間の協力を得ながらできることをするという形で活動している。例えば、イベントのチラシは外部に委託せず、デザインの技術を持った人が作成するなど、すべて自分たちの手で作り上げている。伸子さんは「移住してもらえることは活動の労力に負けない価値がある」「自分たちと同じような家族や仲間が増えることが嬉しい」と語ってくれた。

(1) 瓶原で楽しく豊かな生活を送る

恭仁っ子大作戦のメンバーは、「地域の人が楽しく暮らしていないと人は来ない」という共通の考えのもと、カフェやビアガーデン、音楽やダンスイベントなど、一人ひとりがやりたいと思うことを実現している。伸子さんは「瓶原には主体性さえあれば、手伝ってくれる仲間がいるので、大きな仕組みがなくてもやりたいことがやれる」と話す。

また、「子どもたちには主体的にものごとに関わり、楽しんで人生を過ごすことを感じて育ってほしい」という思いから、イベントを実施する際には子どもたちも巻き込んで準備を行っている。この子どもと一緒に作り上げていく雰囲気を気に入り、移住を決めた家族もいるそうだ。

具体的なイベントや活動は、以下の５点である。

①木津川アートへの参加と協力

木津川アートは平成22年に始まり、隔年で開催される日常の地域空間と現代アートが融和・融合した芸術祭で、木津川市と観光協会、総合プロデューサーで組

織される木津川アートプロジェクトが運営している。これまでは開催場所を変えながら実施していたが、令和２年度に開催予定であった「木津川アート2020」では平成30年度と同じ瓶原地区が会場になっている。

平成30年度開催の木津川アート2018「恋する恭仁京。」では、来場者へのおもてなしの一環として、JR加茂駅と総合案内所を結ぶシャトルバスの車内を恭仁っ子大作戦と恭仁小学校に通う子どもたちが飾り付けた。装飾されたバスは「恭仁っ子バス」として、イベント期間中に木津川アートを訪れた人たちを会場まで運んだ。また、木津川アートショップでは、地域の農家や作家の作品を販売するとともに瓶原での生活の様子を紹介した。さらに、空き家物件情報を掲示するなどして来場者に移住を呼びかけた。

イベント期間に合わせて「恭仁小においでよ」と書いたチラシを子育て世代の来場者に配布し、恭仁小学校と瓶原地区の良さをアピールした。その後、恭仁小学校に興味を持った家族が瓶原で開催されたイベントや空き家見学ツアーに参加し、実際に移住したケースもあるという。

「木津川アート2020」のプレイベントとして、令和元年11月に実施した「ふたぎの杜」では、出店やガムランのパフォーマンスを行った。また、令和２年１月に木津川アートプロジェクトとともに地図づくりのワークショップを開催した。このワークショップには木津川市内外の参加者が集まり、地域住民の案内で瓶原を歩いて、地図に載せたいと思うような面白い場所を探した。参加者が集めた情報をもとに、恭仁っ子大作戦のメンバーでもあるデザイナーが「みかのはらおさんぽマップ」を完成させた。このマップは現在の瓶原のワクワクする楽しい空気を訪れる人に感じてもらえるような工夫を凝らしたものになっている。

このほか、木津川アートに参加したアーティストの中にも、イベント終了後も瓶原地区とつながりを持ち続ける人がいる。例えば、茶畑の茶摘みを手伝いにくる人、ガムランの演奏会やダンスイベントを開催する人など。このような瓶原地区に積極的に関わり続ける人々が、瓶原の魅力や良さを発信することにより、新たなつながりが生まれている。

※「木津川アート2020」は、新型コロナウイルス感染症の影響により延期。

②ミカノハラ・ガムランプロジェクト

木津川アートの参加アーティストと一緒に、大人も子どもも参加してガムラン演奏に挑戦するパフォーマンスイベントを実施している。令和２年８月に実施したガムランプロジェクトでは、映像と生演奏がコラボレーションしたパフォーマンスが披露され、YouTubeでライブ配信された。また、ガムランプロジェクトと共に立ち上げられたWebラジオ「みかのはラジオ」では、瓶原の日常やガムランの練習風景などが発信された。

③恭仁京カフェ、ビアガーデン

地域住民や移住者、瓶原に興味のある人などが出会い、異世代間の交流を生む場として、恭仁宮（くにのみや）跡で開催しているイベントである。カフェではコーヒーショップで講習を受けたメンバーがオリジナルブレンドのコーヒーを提供し、ビアガーデンでは地元の商店から機材を借りて生ビールを提供するなど、メンバーが主体となってイベントを実施している。

④暮らす市

瓶原地区の移住者が主体となって、瓶原で楽しいことがやりたいと企画し実現したイベントである。このイベントに参加するため、主催者とつながりのあった飲食や雑貨のお店が数多く集まり、それによりまた新しいつながりが生み出された。

⑤小学校での活動

恭仁っ子大作戦のメンバーは様々な職業や特技を持った人がいることから、メンバーが先生として小学校の授業に参加している。例えば、陶芸家は陶芸教室、お茶農家はお茶の授業を行っている。

また、令和２年２月には木津川市のゆるキャラ「いづみ姫」の十二単（ひとえ）を一緒に作成するという小学生向けのワークショップを開催し、出来上がった十二単を２月末の加茂船屋雛祭りで披露した。

こうした子ども向けのワークショップには瓶原に興味を持つ子育て世代が参加することもあり、これがきっかけとなって移住を決めた家族もいるという。

(2) 瓶原の情報を広く発信する

瓶原での楽しく豊かな生活を広く知ってもらうた



恭仁京カフェ



ミカノハラ・ガムランプロジェクト

め、地域住民たちが楽しんで活動している様子を「かわらばん」やSNSで発信している。

毎月発行している「かわらばん」は、主に地域住民に向けて、団体の活動報告やイベントの周知、移住者を受け入れるための新たな空き家情報の提供依頼などを行っている。また、移住者のインタビューを掲載して、地域住民に新しい住民を知ってもらう機会としている。

一方、地域外の人に向けたものとしては、イベントやワークショップの情報をFacebookで発信するほか、瓶原の地域行事や地域の何気ない様子を撮影した動画を掲載するなど、瓶原の空気を感じてもらうための取組を進めている。これにより、恭仁っ子大作戦の活動や瓶原での子育てに興味を持った人が実際に現地を訪れるなど、新たなつながりや人の輪ができている。

また、伸子さんは京都府が認定する「京の田舎ぐらしナビゲーター」であり、移住希望者の相談窓口となっていることから、他のメンバーとともに京都府の移住・交流フェアや田舎暮らし相談会に参加して、瓶原での生活や恭仁小学校の魅力について発信している。

(3) 移住希望者への空き家のマッチング

瓶原で暮らしたいと思った人が移住できるよう、地域住民に空き家情報の提供を依頼し、物件の掘り起こしを行っている。また、移住希望者に見学ツアーとして、地域の案内を実施している。

①空き家の物件化

瓶原地区は市街化調整区域に指定されており、新たに住宅等を建てることが難しい地域である。そのため、瓶原地区で暮らしたい人がいても、住宅がないという問題を抱えている。こうした中、平成30年には地元の不動産会社の協力を得て空き家の物件化を行い、移住希望者が入居できるようにした。

②空き家見学ツアーの実施

瓶原地区への移住希望者に対して、空き家物件の案内とともに、実際に移住した時のイメージがつきやすいよう、子どもの通学路や遊び場、普段の買い物で使う店などについても、住民目線で案内している。また、空き家の手入れや住んだ後のことを想像できるよう、空き家をリノベーションした物件も案内している。

ツアーの際には案内する人の家にきてもらい、お茶を飲みながらのおしゃべりやもちつき、流しそうめんなどのイベントを行い、瓶原での生活の一部を体験してもらっている。

現在は新型コロナウイルス感染症の影響によりツアーを中止しているが、ツアーの動画を作成して情報提供を続けている。

活動による地域の変化

恭仁っ子大作戦が活動を始めてから２年間で７組の家族が移住し、11人の子どもが地域に増えた。恭仁小学校の令和２年10月時点の児童数は48名、世帯数は35世帯となっている。

また、古く朽ちてしまいそうだった空き家を改修し



子育て世帯に向けたチラシ

て、子育て世代が住むことにより、地域に活気が生まれ、賑やかになっている。こうした状況について、空き家の隣に住んでいる人や区長からは「とても良い人が引っ越してきてくれて嬉しい」という声が聞こえてくるようになった。

このような状況を受け、次第に木津川市も協力的になっていった。当初は恭仁っ子大作戦が作成したチラシに市の移住定住相談窓口の連絡先を掲載することにも苦労していたが、現在では移住・交流フェアに一緒に参加し、地区が目指している京都府の「京都府移住の促進のための空家及び耕作放棄地等活用条例」に定められた移住促進特別区域への申請も共に進めている。また、令和２年度の市の施政方針でも言及されるなど、同市は恭仁っ子大作戦の活動に注目するとともに大きな期待を寄せている。

今後の課題や展望

移住希望者が瓶原に住めるよう地域全体でサポートできる仕組みをつくることが課題である。新たに住宅を建てることが難しい瓶原地区に住民を迎え入れるには、地域内の空き家を活用する必要がある。しかし、空き家を人が住める状態にするには、大規模な修繕が必要となる場合もある。状態の悪い空き家には資産価値がなく修繕の際にローンが組めないなど修繕費用の捻出が難しい状況があり、それにより移住を断念する人もいた。

この課題を解決する手段のひとつとして、前述した移住促進特別区域への申請準備を進めている。特別区域に指定されると移住者が空き家を取得する際にかかる不動産取得税の税率を通常の２分の１に軽減でき、また空き家改修等に必要な経費に対して補助金（補助率: ３分の１以内、補助額：１計画につき２百万円以内）を受けることができる。ネックとなっていた住宅確保にかかる費用が軽減されることにより、今までよりも移住することへのハードルが下がり、瓶原で子育てをしたいと希望する家族が引っ越してきやすくなる。

こうして新しく住民となった人たちがやりたいと思ったイベントを瓶原で実現し、それに興味を持った人が瓶原を訪れ、瓶原を気に入った人が新たな住民となる。この循環が繰り返されるたび、より楽しんで暮らせる地域になり、そこで育つ子どもたちも楽しんで人生を過ごすことを感じながら成長していくことができる。

今後の展望として伸子さんは「子どもたちが子育て世代になった時に安心して子育てができ、楽しんで暮らせる場所として瓶原を選んでもらえる、そんな地域にしたい。人口減少等のマイナス面ばかりを強調しながら地域に住むことを子どもたちに強制するのではなく、心からいいところだと思って、幸せに暮らせる場所にしたい。そのためには、地域に住んでいる人がやりたいことをやり楽しく暮らせることが大事だ」と語った。

おわりに

伸子さんは「この地域には、『何もない』がある」という。何もないからこそ自分たちで様々なものを作りたいと思う人が集まり、手伝ってくれる仲間も生まれ、共に活動できるそうだ。

こうした恭仁っ子大作戦の活動は、移住促進や関係人口の拡大だけではなく、地域に住む人が瓶原の魅力を再発見するきっかけにもなっている。

伸子さんが語った「地域の人が楽しく暮らしていないと人は来ない」とは、これから移住促進や関係人口創出を目指す際に、重要なキーワードとなるだろう。

〈執筆者〉地域活性化センター 地域リーダー養成課
阿部 理沙（山形県小国町から派遣）

編注＝地域づくり別冊令和２年度地域づくり団体活動事例集12月号から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

実践者からのメッセージ



恭仁っ子大作戦 代表
炭本 伸子

瓶原には何もない。雄大な自然も、観光名所も、ご当地グルメもない。特筆すべき移住施策もない。

ただ、日々営まれる人々の暮らしがある。季節ごとの田畑の実り、ご先祖様が苦労して作った大井手用水路、子どもたちを見守り地域をつなぐ恭仁小学校の木造校舎。瓶原は、ごくふつうの暮らしが織りなす美しさで彩られている。

何もないから、自分たちで作ろう。そして実現した一日だけのカフェ、おつまみ持参のビアガーデン、ガムラン演奏会、いろいろ楽しいことたくさん。私たちには「何もないがある」。暮らしの豊かさは、自分たちの手で作ることができる。

今の自分たちにできることから始めること。アタマで考えるばかりだった頃は、こうなったらどうしようといった不安や、なぜ誰もこれをしてくれないのかといった不満でココロが苦しかった。こうすればいいのに…とただ思うことと、自ら行動して実現することとは全く次元が違う。

完全な形でなくても、まずはできる範囲で一歩を踏み出す。小さなことでも、実現することで初めて見えてくる景色がある。動き出したからこそ生まれる出会いがある。やりながら考える。だめなら軌道修正すればいい。不完全だからこそ生まれる喜怒哀楽を共有することで、仲間になれる。完璧じゃないからこそ、手を差し伸べてくれる味方が現れる。…と信じて（笑）、これからもやってみましょうか。

徳島県牟岐町

「ひと」と「ひと」をつむぐ

～特定非営利活動法人 ひとつむぎ～

特定非営利活動法人ひとつむぎ（以下「ひとつむぎ」という。）は、徳島県牟岐町を拠点に「『ひと』と『ひと』をつむぐことから生まれる教育やまちづくり」を目指して活動する団体である。中学生や高校生に対する教育支援を主な事業とし、徳島県内のみならず全国各地の大学生が中心となって事業を展開している。

今回は、顧問の大西浩正さん、副理事長の田岡佑輝さん、理事の越智日和さんをはじめとするひとつむぎの会員と、後述する「シラタマ活動」に中学時代に参加し現在は大学生や社会人となって牟岐町に関わる方々にお話を伺った。

牟岐町の概要

牟岐町は、四国の南東部、徳島県の南部に位置し、徳島市内から車で１時間半ほどの距離にある人口約4,000人の町である。周囲を山と海に囲まれ、沖合約４kmには有人離島「出羽島」がある。

平成25年４月には、町内の保育所、小学校、中学校を１か所に集約した「市宇ケ丘学園」（以下「学園」という。）を整備し、徳島県内で初めて保小中一貫教育を開始した。さらに、平成26年３月には、学校や保護者、地域団体、行政、有識者を構成員とする「牟岐の子どもを育てる会」（以下「育てる会」という。）を設置するなど、地域総ぐるみで子どもたちの教育をサポートしている。

その一方で、町内に高校がないことから中学卒業後は町外の高校に通学又は転居し、町内に戻らずに就職するなどして、20歳前後の町民がほとんどいないことが課題となっている。

設立の経緯

平成25年度から牟岐町の新たな教育活動が始まる中、育てる会では様々な立場のメンバーが子どもたちの現状と理想像について議論を重ねていた。牟岐町は子どもの数が少ないため学園は１学年１学級で運営され、子どもたちは固定的な人間関係の中で学校生活を送る。このことは、深い仲を築くことができ、素直で思いやりのある子どもが育つというプラス面がある一方で、主体性や協調性が乏しかったり高校進学時にギャップを感じたりするという課題も生じていた。

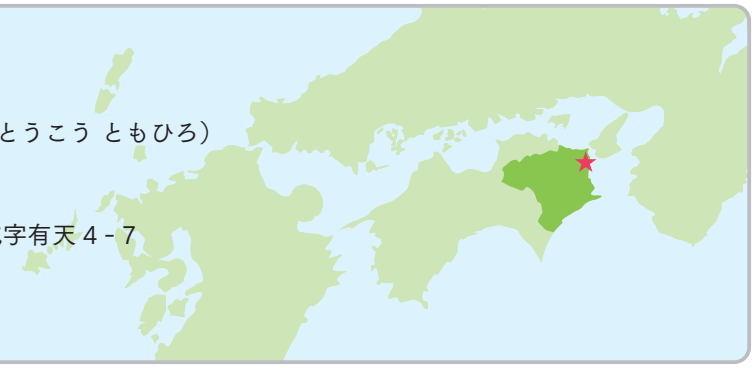
そこで育てる会は、子どもたちが主体性や協調性を身につけることを目標に設定するとともに、子どもたち自身の企画・運営で様々な体験や経験を得る機会をつくり、その活動を地域ぐるみでサポートすることを決定した。

育てる会がこのような議論を進めているのと同時期の平成26年８月に、牟岐町で高校生向けの合宿型リベラル・アーツ教育プログラムが開催された。１週間のプログラムの中で牟岐町の「ひと」の温かさや豊かな自然、食文化、伝統などに触れ、スタッフとして参加した大学生の一部は「牟岐町に恩返しをしたい」という思いを抱くとともに、少子高齢化や人口流出、それに伴う多様な教育機会の不足など、多くの過疎地域が抱える課題に直面している実情も垣間見た。

そこで、彼らは若年人口の流出を食い止める側面と他地域から人を呼び込みまちを活気づける側面の両方を併せ持つ「教育」による地域づくりに着目し、地方における多様な教育機会の確保に取り組もうと考えた。東日本大震災後に日本全体で社会貢献の意欲が高まる中で、彼らも「大学生の自分たちだからこそできる社会貢献をしたい」と考えたのである。

このようにして、子どもたちに主体性や協調性を育むため新たな教育機会の創出に取り組もうとする牟岐町・

団体基礎データ



- 設立年：平成27年　　代表者：藤稿 智宏（とうこう ともひろ）
- 組　織：正会員19人（うち大学生17人）、賛助会員12人（うち大学生12人）
- 連絡先：〒771-1153 徳島県徳島市応神町吉成字有天４-７
  URL　https://www.hitotsumugi.org/

育てる会と、教育を通して牟岐町に恩返しをしたい大学生のニーズが重なった。そして、学校や保護者等による「タテの関係」ではなく年代の近い大学生による「ナナメの関係」が、子どもたちに多様な価値観と自ら歩み出すきっかけを与えることを期待し、行政や地域と一体となってひとつむぎによる教育活動がスタートした。

なお、平成26年10月に活動を開始したひとつむぎは、平成27年２月に特定非営利活動法人化している。また、牟岐町や徳島県からの業務委託や民間企業の助成事業等を資金源として活動している。

主な活動

ひとつむぎは、中学生対象の「シラタマ活動」と高校生対象の「ローカルハイスクール」の２つのキャリア教育支援事業を中心に、年間延べ600人程度の全国の大学生を巻き込みながら活動を展開している。

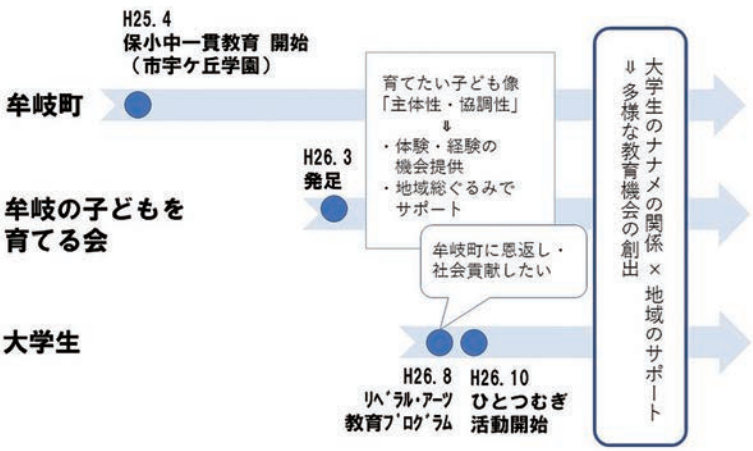
(1) シラタマ活動

シラタマ活動では、中学２年生の12月から３年生の８月までの間、大学生が設計する月１回程度のプログラムを通して、中学生が自ら地域課題を発見・設定し、課題を解決する企画を立案・実行する。

プログラムではまず、ワークショップを通して意見の伝え方・受け止め方を学びながら、これからの活動の方針や内容、目標について意見を出し合いまとめていく。このとき大学生は、考え方や進め方について説明やアドバイスをするが、内容の決定は中学生が中心となって行う。

次に、課題を解決するために自分たちにできることを実践するイベント「むぎいろフェスティバル」を企画・運営する（令和２年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、ステージショーや展示、販売等を行う例年のようなフェスティバルは開催できなかったが、「発表会」という形で参加者を限定して成果を発表した）。

令和２年度は「食」をテーマとして、農家を見学・取材して動画にまとめたり、町内で収穫された農作物のみを使ったピザを中学生と地域の人々が何度も試作したりし、完成品や気づきを発表会で共有した。この



設立の経緯

とき地域の人々は、農家の見学・取材に協力したり中学生を手助けしたりするだけでなく、大学生にも声を掛けたり大学生を通して中学生にアドバイスしたりするなど、大学生を「地域に関わる人」として受け入れ対話してくれるとのことである。このように地域が「よそ者」の大学生を温かく迎え入れながら、ともに子どもたちの教育活動を行っている。

そして最後に、中学生がこれまでの活動を振り返り学びや成果を確認するワークショップを行い、一連のプログラムが終了する。中学生からは、初めのワークショップで設定した目標を達成できたことや、地域の人々と関わりながら楽しく活動できたことを喜ぶ声があるそうだ。

平成27年度に始まったシラタマ活動には、令和２年度までの６期で63名の中学生が参加した。設立当初から顧問としてひとつむぎの活動をサポートしてきた大西顧問は、「学校では大人しく目立たない子も、シラタマ活動を通して積極的に意見を言うことができるようになる。これは、学校での様子を知らない大学生が関わることで普段見せない一面が現れ、それを周りにも認められることで自信につながるからだ」と語る。

また、牟岐町出身でシラタマ活動の１期生の中山拓真さん、２期生の和田姫名乃さんはそれぞれ、「自分がやりたいことをどのように実現するかにフォーカスしたこの活動はとても興味深く、事業化のプロセスを学んだことが職業の選択にも役立った」「牟岐町では何もできないと思い込んでいたが、この活動を通して自分も何かしてみたいと思えるようになった」と話してくれた。

このように、学校の先生や保護者とは異なる立場の大学生が教育に携わるこの活動は、牟岐町の中学生にとって気づきと成長の場となっている。

また、この活動は中学生だけでなく大学生にとっても、プログラムを企画・運営する経験を通して学び、活躍できる場になっている。令和２年度のシラタマ活動を中心となって運営した越智理事は、「中学生が目に見えて成長していくことはもちろん、中学生や地域の人々が自分たちを温かく迎え入れ、名前で呼んでくれることが嬉しい」と語り、「活動を重ねるごとに牟岐町のことを考える時間が増える」という。

このように、地域に必要とされながら大学生自身も中学生や地域とともに変化していくことは、大学生が牟岐町で継続して活動する原動力にもなり、牟岐町に新たな人の循環を生み出している。

(2) ローカルハイスクール

高校のない牟岐町では、子どもたちは中学卒業とともに町外へ進学し、町や地域との関わりが一気に希薄になる。

そこで、ひとつむぎはシラタマ活動の１期生らの要望に基づき、高校進学後も牟岐町で集まり学ぶ機会を作るため、平成28年度から「ローカルハイスクール」の事業を開始した。

ローカルハイスクールでは、移転した小学校の旧校舎において、春・夏の２回に１泊２日の合宿型セミナーを実施している（令和２年の夏はオンラインとリアルのハイブリッド型の企画を日帰りで実施した）。

セミナーでは、ひとつむぎの会員による自身の専攻分野に関する講義や社会人ゲストを招聘してのワークショップを行うほか、進路の相談にも応じる。これらは、参加した高校生が学校では出会う機会がない人たちと深く話をしたり大学での学びを体験したりする新たな学びの場となっており、高校生が進路や職業の選択に幅広い視野を持つきっかけとなっている。

また、当事業によって、牟岐町出身の高校生が高校で新たに出会った徳島県内の友人を連れて参加するほ



シラタマ活動の活動風景




シラタマ活動の活動風景

か、ひとつむぎの会員が全国の大学生や社会人を呼び込むなど、牟岐町に関わる人の新たなネットワークが広がっている。中には、高校時代に友人に連れられてローカルハイスクールに参加したことでひとつむぎに関心を持ち、やがて大学生になって運営に携わる人もいる。さらに、大学を卒業して徳島県外に就職してもボランティアとしてひとつむぎの活動に関わったり、かつての中学生・高校生と交流を続けたりする人もいるとのことである。

このように、ローカルハイスクールの活動は、高校生のキャリア教育支援にとどまらず、牟岐町の関係人口の拡大にも寄与している。

(3) 京都事業

ひとつむぎでは、活動に関わる多様な人材の確保のため、平成30年度から京都産業大学現代社会学部の木原ゼミ（木原麻子准教授）や株式会社ツナグム（京都府京都市。移住定住やまちづくり等に係る各種事業を展開）と連携し、若年者の人材交流に取り組んでいる。

京都市は、人口に占める大学生の割合が約１割と全国で最も高く、徳島県出身の大学生も多い。そこで、ひとつむぎは上記２者との合同により、京都市と牟岐町において大学生活や将来について考えるキャリアイベントや、地域の暮らしや文化等をテーマに文章の書き方を学ぶライティング講座を開催している。また、木原ゼミは牟岐町を実習地に調査研究を継続して行っており、ひとつむぎとの交流を起点として牟岐町の関係人口になりつつある。

(4) その他事業

牟岐町の小中学校での授業補助や地域行事への参加等を行っている。シラタマ活動やローカルハイスクールで牟岐町教育委員会と協力関係・信頼関係を築いた結果、小中学校の総合的な学習やプログラミングの授業など、学校教育の場で補助を依頼されるようになった。また、町民運動会や祭りなどの地域行事に参画することで、ひとつむぎの存在が町民に広く知られるようになり、20歳前後の若者がほとんど居住していない牟岐町における地域の盛り上げ役となっている。

このように、ひとつむぎは牟岐町の行政機関や地域の事業パートナーとして活動の幅を広げ、牟岐町での役割が大きくなってきている。

活動への想いと今後の展望

ひとつむぎは、関係人口の創出を目的に活動を開始したのではなく、「牟岐町に恩返ししたい」という想いから設立された。その設立当初の大学生たちの想いは行政や地域にも伝わり、活動の幅が広がって関係が深くなっていった。こうして、全国の大学生が牟岐町に通い続け、町に活力を与える「関係人口」となったのである。

田岡副理事長は、ひとつむぎの想いについて次のように語る。

「ひとつむぎは、『ひと』と『ひと』とのつながりを最も大切にしたいと考えている。中学生・高校生と大学生だけの関係性ではなく、地域の人々を含む様々な『ひと』とのつながりによって、子どもたちに多様な考え方を育んできた。大学生は専門家のように地域や子どもたちに指導やアドバイスをすることはできないが、地域に寄り添うことはできる。これからも、多様な大学生が牟岐町のために何ができるかを真剣に考えて地域に寄り添うことで、地域の人が見つけられなか




ローカルハイスクール（サマーキャンプ）の活動風景

った可能性をひとつむぎが掘り起こし、地域が変わっていくことに貢献したい」

このようにひとつむぎは、自分たちが思い描く方向に地域を導こうとするのではなく、同じ方向を向き地域に寄り添いながら活動を展開している。そして行政や地域もまた、ひとつむぎを受け入れ一体となって子どもたちの教育やまちづくりに取り組むことで、ひとつむぎは地域に新たな視点と変化を与える存在となっているのである。

ひとつむぎの会員は、大学卒業とともにひとつむぎを退会する。しかし、教育や地域活性化にまつわる新たな社会の流れも汲みながら新たな会員を集めて、これまで牟岐町と築いてきた関係性や活動を通して気づいた牟岐町の魅力を会員から新たな会員につないでいきたいという。そして、活動を長く続けることで『ひと』から『ひと』に牟岐町への想いがつながり、OBも含めた人材の循環がさらに増えることを願いながら、ひとつむぎは今後も活動を続けていく。

〈執筆者〉地域活性化センター 地域リーダー養成課
大塚 沙紀（栃木県から派遣）

編注＝地域づくり別冊令和２年度地域づくり団体活動事例集12月号から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

実践者からのメッセージ



特定非営利活動法人
ひとつむぎ 理事長
藤稿 智宏

ひとつむぎが活動をはじめて７年目を迎えます。ひとつむぎでは、中高校生のキャリア教育支援を中心に、地域行事への参加や京都での学生間連携による関係人口創出などの事業を展開しています。そうした活動をする上で、私たちが常に意識していることは、“ひと”と“ひと”とのつながりです。なぜなら、地域の課題や可能性は様々の世代との交流によって、より多く見つかるものであるからです。

今年のシラタマ活動では、コロナ禍において「食」に着目して、中学生が町の課題を見いだし、地域住民とともに解決に向けて行動を起こしました。これは、大学生だけのサポートでは実現しなかったことだと思います。また、運営する大学生も地域の方とつながりができることで、「また牟岐に来たい」「牟岐のことが好き」のような思いを持ちながら活動しています。私たちは大学生であって、教育やまちづくりの専門家ではありません。しかし、地域の声に耳を傾け、対話を重ねることで、地域の「不」を補うことにつながります。設立当初から、運営する大学生の世代交代はありますが、この地域に寄り添う姿勢を大事にして活動することで、仲間が集まり、地域と関わることができています。

— 第４章 —

テレワークを活用した関係人口の創出

秋田県仙北市

プロの俳優陣による人材育成プログラム

―あきた芸術村を活用したワーケーション―

株式会社わらび座取締役劇場事業本部長
（掲載当時、現一般社団法人わらび座代表理事）／今村晋介



民謡の宝庫、秋田に拠点

わらび座は、民俗芸能を大事にした日本のオリジナルミュージカルを制作し、全国を巡回して年間約800回上演している劇団で、2021年で創立70年を迎えます。

桜の名所「角館の武家屋敷」、日本一深い湖「田沢湖」、秘湯の宿として人気を誇る「乳頭温泉郷」などの大自然に恵まれた秋田県仙北市（人口２万5000人）に、約３万坪の敷地で「あきた芸術村」を展開し、年間25万人を集客しています。

年間100回以上公演する700席の常設劇場「わらび劇場」をはじめ、楽天トラベル朝ごはんフェスティバルで２年連続１位を受賞した宿泊施設「温泉ゆぽぽ」、ワールド・ビア・アワードやヨーロピアン・ビア・スターなどで連続して金賞を受賞している「田沢湖ビールブルワリー」、グッド・トイアワード2020を受賞した、木工・陶芸体験ができる「森林工芸館」、ホテル併設のテレワークスペース「Semboku Workplex」、ANAの国際線ファーストクラス機内食に採用された「ブルーベリー農園」があります。

1953年に秋田に拠点を移した理由の一つが、秋田は重要無形民俗文化財数日本一であり、民謡の宝庫であることです。民謡を元にした新しい舞台創造を目指し、近隣農家に手伝いに行き、芸能を教えてもらうことから始めました。





農作業体験修学旅行　ミュージカル鑑賞も

他ではできない感動体験

1977年に農作業体験修学旅行を開始しました。舞台を観て、役者による踊り教室、農家に行って農作業体験をするプログラムを企画し、年間150校２万人が参加します。参加生徒の親が受け入れ農家からお米を買うような交流が40年以上続いています。

この修学旅行を継続している理由の一つが、他ではできない感動体験です。大自然のロケーションの中でのミュージカル鑑賞、役者との交流、地域の農家との交流など都会ではできない体験は、大げさに言うと「人生が変わってしまうほどの感動」を生み出します。生きていくうえで感動することの重要性を感じることのできるプログラムを、40年かけて創り続けてきたということでもあります。言い換えると40年以上関係人口を創り続けているということにもなります。

私自身、警察官になろうと思っておりましたが、就職活動のときにたまたま出会った会社説明会に参加し、人生で初めて生の舞台を観て感動し、道を踏み外して今、ここにおります。

企業研修に演劇プログラム

この修学旅行の実績を元に「大人版の修学旅行」ができないかという発想が、企業研修につながっています。先輩たちがよく「東北をアジアのスイスのようにしたい、都会の人のオアシスにしたい！」と言っています。大自然と温泉があるところは全国どこにでもありますが、わらび座があるところは秋田だけです。

「シアターエデュケーション」という演劇スキルを活用した企業研修を５年前から本格的に開始しています。

どこの企業も悩みは共通していて、何を言ってもセクハラ、パワハラだと言われ、皆うつ病になってしまうという話を良く耳にします。

劇団というのは非常に特殊な職業ではありますが、この現代社会において役に立つとすれば、それはコミュニケーション力という点において力になれることだと思います。

演出家や役者が心をほぐすために行うシアターゲームやシアタートレーニングという演劇的プログラムを、いくつか組み合わせて研修プログラムにしています。

離職率が減った企業も

新型コロナウイルス感染拡大以前の2019年夏ごろ、東京オリンピックの際に首都圏で働く場所が無くなるという問題意識の中で「ワーケーション」という言葉を初めて、ある方から教えてもらいました。

その方のご縁で2019年12月に、ワーケーションのモデルツアーとして東京のある大手企業に参加してもらいました。幹部はテレワークスペースでオンライン会議を行い、他の社員はシアターエデュケーションを行いました。

参加者の１人が言うことには、「正直、コンサルの研修には飽き飽きしていて、また同じようなことをやらされるのかという思いで参加したが、それとは全く違うことに度肝を抜かれた。普段は顔を合わせないメンバーだったが、研修の後の懇親会が異常に盛り上がり、ライングループができ、今もやりとりが続いている。東京で同じことをやっても、こうはならないと思う。今度は家族で桜の時期に武家屋敷に来てみたい」。オンライン会議の幹部からは「東京本社で行うリモート会議と遜色なく打ち合せができたのには驚いた」との評価を頂きました。



Semboku workplex 外観

５年前から３泊４日の新入社員研修を実施してもらっているある企業は、離職率が減ったそうです。講師対受講者の一対一の関係だけでなく、横のつながりが一気にできるのが特徴で、「チームビルディング」にも効果を発揮します。

「Semboku Workplex」は現在、より快適に仕事ができるようにリノベーションしました。宿泊施設も、より快適に滞在でき、より快適に仕事ができるように客室２部屋を改装しています。

いかに魅力的なバケーションを創るか

2020年11月、子どもは田舎体験、親はテレワーク体験ができる「あきた・いなか学校ｗｉｔｈワーケーション」を実施しました。３日間ほどの体験ですが、大根収穫、俵編み、おやき作りなど多彩な体験プログラムに参加した子どもたちの多くは８月に実施したときのリピーターです。子どもたちの「また参加したい」という気持ちが何よりの収穫です。

いかに魅力的なバケーションを創るかが重要だと思います。地域の人たちとの出会いの場をどう創り、そこに感動を生み出せるかが、バケーションという感覚が浸透しづらい日本人にワーケーションを推進していくポイントになるのではないかと考えております。

新しいスタイルの大人版修学旅行のような法人向けと、個人やファミリー向けワーケーションの魅力的なプログラムを創り、秋田県にしかできない関係人口の創出に力を注いでいきたいと思います。

編注＝地域づくり2021年２月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容を一部修正しました。

新潟県妙高市

ワーケーションによる人の流れ創出

―with／afterコロナにふさわしい未来へ―

新潟県妙高市企画政策課未来プロジェクトグループ主査／柳内陽子



新型コロナウイルスの感染拡大により、多くの人たちが移動の制限や在宅勤務などを経験する一方、無理を強いる形ながらも導入されたリモートワークは働き方に大きな変化をもたらしました。土地代が安価な地方へ事務所移転を進めている企業も多くなり、地方行政を担う私たちにとって、地方への「新たな人の流れ」を創出する大きなチャンスと言えます。そこで、地方への都市資源の誘引などを図るため、新潟県妙高市が2019年度から取り組んでいる「ワーケーション」を中心に、新たな人の流れを創出するための施策や考え方の一端について紹介します。

妙高市の紹介

妙高市は、新潟県の南西部に位置する、人口３万300人余りの地方都市です。日本でも有数の豪雪地帯であり、ディープスノーを求めてオーストラリアなどから多くの外国人観光客が訪れ、スキーやスノーボードを楽しんでいます。近年では、2015年の北陸新幹線（金沢延伸）開業によって、東京から２時間程度でアクセスできるようになりました。

2021年５月にはSDGsの達成に向けて特に先導的な取り組みを行う自治体として「SDGs未来都市」及び「自治体SDGsモデル事業」に選定され、当市の強みである「自然」を守りながら「経済」「社会」の好循環を生み出す取り組みを加速させています。

新幹線開業効果への期待と課題

新幹線の開業によって、インバウンドを含めた新たな観光需要が喚起され、外資企業による複数のリゾートホテルの開業など、一定の投資開発効果が見られました。しかし、投資効果は期待された範囲を超えず限定的であったことから、開業効果をさらに発揮して首都圏などから都市資源の一層の獲得を図るため、①観光分野以外での新たな都市需要の掘り起こし②時間・場所を超える可能性を秘めたリモートやICTの活用③市内の構造的な地域課題解決への寄与―などの視点から新たな取り組み（施策）を進めていくこととしました。

そこで考えたのが、「しごと+休暇」の要素を取り入れたワーケーションによって、当市への新たな人の流れの創出や都市資源の誘引・獲得を図り、地域の活性化を目指すことです。ワーケーションをきっかけに当市を訪れる首都圏などの企業・人材と市内企業との「ビジネスマッチング」につなげていくほか、企業とのつながりの中でアウトソーシング業務を受注し、市内の雇用創出につながる「ワークシェアリング」にまで有機的に事業を発展させていくこととしました。2022年７月にはテレワークの拠点施設として「妙高市テレワーク研修交流施設（MYOKO BASE CAMP）」がオープンしました。これらの事業を含め、2020~2024年度にわたる事業推進の財源として、内閣府の地方創生推進交付金（先駆タイプ）を獲得して各種施策を進めています。

ワーケーション推進体制の構築

ワーケーションなどの事業を継続的に推進していくためには、行政（自治体）だけでは難しく、地元側に各種プログラムの構築を行うことのできる事業推進体制が必要です。このため、旅行業を有し、市内で教育体験旅行などを受け入れて農業体験などのアクティビティを提供している「妙高市グリーン・ツーリズム推進協議会」にその役割を担ってもらうこととしました。推進体制を構築するにあたり、現有のスタッフに加



関係人口創出・拡大に向けた施策



妙高市の概要


「HereThere」の開発チームによるトライアルツアー

え、首都圏のIT企業の複業人材として市内在住者ら２人を採用し、2020年６月よりに「妙高ワーケーションセンター」として、事業推進体制を構築、ワーケーションプログラムの企画・運営などを行っています。

2023年１月には、そのワーケーションプログラムが評価され、当市と妙高市グリーン・ツーリズム推進協議会が、地方への人の流れを加速させ、多様な形で地方の活性化に取り組む企業・団体を表彰する「地方創生テレワークアワード」において「地方創生担当大臣賞」を受賞しました。

パートナー企業と連携

妙高市は地方都市であるが故に、首都圏等の企業との接点が少ないといった課題があります。このため、単に「観光地があるからワーケーションに来てほしい」というPRにとどまることなく、企業の生産性向上に寄与したり、社員の人材育成が図られたり、企業視点で真に価値を提供することのできる「ラーニング型ワーケーション」（※）を目指していくことが重要ではないかと考えました。その考えと同じ方向感を持ち、人材育成型のラーニング型ワーケーションを中心に事業を展開している株式会社日本能率協会マネジメントセンターと、2019年11月、ワーケーション事業の実施に向けた包括連携協定を締結しました。

現在は、同社をはじめ、都市部からの送り出しに協力いただけるパートナー企業との連携を通じて、企業研修を中心としたプログラムや、親子で参加できるワーケーションプログラムを展開しています。また、SDGs未来都市に選定されたことを契機とし、SDGsの学びを得ることができるワーケーションプログラムを開発するなど、都市部のビジネスパーソンなどのニーズに即した多種多様な取り組みを展開しています。「地方創生テレワークアワード」においても、自然環境等を活かして企業が研修として取り組みやすい人材育成型の合宿プログラムや、親子ワーケーションという家族として参加しやすいプログラムを実施している点などが高く評価されました。

また、妙高市テレワーク研修交流施設は、個人での利用も多いことが想定されたことから、観光地域づくり法人である「妙高ツーリズムマネジメント」が指定管理者となり、同施設を拠点とし、市内ホテル・旅館と連携して、個人旅行者に対応するなど、観光事業者としてのノウハウを活かした取組を進め、市内事業者も多面的に協働しているところです。

今後も、妙高市の地域課題を解決する１つとして、テレワークやワーケーションにより新たな人の流れを生み出す施策を実施していく予定です。

（※）ラーニング型ワーケーション=単なる休暇やリフレッシュを目的としたものではなく、人材育成、学び、チームビルディング、地域課題解決などにつながるワーケーションのこと

最後に

地方特有の人口減少問題や担い手不足などの課題に悩んでいる地方自治体は多くあります。

行政だけでは難しい課題へのアプローチに対しては、民間活力を生かした「官民共創」を主軸に、官民それぞれが持つ強みや知見・ノウハウを活かした地域課題解決策が重要であると考えます。同じ考えを持つ企業や自治体などと協働しながら、今の時代にふさわしい、新たな未来につながる人の流れを創造してまいりたいと考えています。

編注＝地域づくり2021年２月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書などは当時。本文を一部修正しました。

長野県富士見町

テレワーク施設から コネクティブ・ワーク・スペースへ

―人と人とのつながりを重視した森のオフィス―

長野県富士見町総務課企画統計係 主任／雨宮陽一



富士見町が抱える課題

富士見町は、長野県の東南部に位置し、東と南は山梨県北杜市と接しており、JR中央本線で東京まで約２時間でアクセスできます。北東に八ヶ岳がそびえ、南西は南アルプスの山々に囲まれた標高700~1200㍍の高原地帯にあり、八ヶ岳ブルーと呼ばれる蒼く澄んだ空や登山体験を求めてグリーンシーズンには約35万人の観光客が訪れます。その他にも、120万本を超える町花・すずらんの群生や山野草などの魅力的な自然資源を有しています。

そのような魅力あふれる町ですが、平成19年以降は人口減少が続いています。この状況を受け、町は移住・定住により人口を維持または微減にとどめるため、新たな施策の検討を始めました。その際、特に若い世代の移住・定住を促進することを重視しましたが、課題点として移住後の収入確保が挙げられました。

富士見町に雇用先を確保しなければ、若い世代の移住は見込めません。しかしながら、町内で最も多くの就業者を担っている製造業などを新たに誘致しようとしても、町内に用地が十分に確保できておらず、また、景気動向を踏まえて多くの企業が新規拠点の開設を控えていました。そこで、平成20年代にはあまり注目されていなかったテレワークに着目し、首都圏などの企業で収入がある人たちの移住を促進するという形で若い世代の獲得を目指すこととしました。

サテライトオフィスの整備

富士見町は、テレワークという働き方を行政として推奨し、地方への人の流れをつくる方向にかじを切りました。「テレワークタウン計画」と名付け、サテライトオフィスを町が設立し、企業の地方進出を促すサテライトオフィス事業と、富士見町でテレワークという働き方ができることを実証するホームオフィス事業の２輪で推進していくこととなりました。

サテライトオフィス事業では、武蔵野大学（東京都）と連携し、町内にあった学生向けの寮を改修して「富士見森のオフィス」を平成27年に開設しました。企業がサテライトオフィスを設置できる個室や、個人でのテレワークが可能なコワーキングスペースのほか、食事スペース兼交流スペースや会議室を整備。テレワークでの利用だけでなく、地域の人たちを招いての食事会や、セミナー・ワークショップなどが手軽に行える施設となっています。

平成26年から始まったホームオフィス事業では、町内の空き家物件を町が借り上げて修繕などを施し、３年間の家賃補助を行いました。この実証により、富士見町と都心を往来しながら仕事を行う２拠点生活が可能なことや、お試し移住から定住につながる道筋が見えたため、現在では森のオフィスを利用する移住希望



サテライトオフィス用の個室やコワーキングスペースなどを備えた「森のオフィス」でセミナー開催



富士見森のオフィス

者に対して家賃や光熱費相当額の月８万3000円を最大１年間補助する「テレワーク推進補助金制度」を創設し、移住者の獲得を目指しています。本制度の利用者の主な職種はウェブデザイナー、映像制作・編集者、システムエンジニアなどで、多様な人々が森のオフィスを利用するようになっています。

短期滞在の需要にも対応

森のオフィスの整備により、富士見町への一定数の移住者や２拠点居住による関係人口を確保することができるようになりましたが、企業合宿などで数日間滞在してテレワークを行う需要や、移住を検討しているテレワーカーが町内に短期的に滞在する需要には応えられていませんでした。そこで、武蔵野大学と連携しながら、森のオフィスに隣接している管理棟を宿泊施設「富士見森のオフィスLiving」として整備しました。宿泊可能な個室を４部屋と、飲食や談話などに利用できる中央ホール、キッチンを有しており、大学のセミナーや企業合宿などにも活用できます。令和元年10月にオープンし、２年目の今年は個人が数週間滞在して移住後の暮らしを実感したり、企業が福利厚生として５日間社員を滞在させたりするなど、利用の幅が広がっているという実感があります。

テレワークの隆盛の中で目指すこと

新型コロナウィルス感染症の拡大により、多くの企業がテレワークでの働き方を導入しました。その影響で、都心から富士見町へ移住したいという相談者も急増しており、昨年比で５倍以上になっています。特に30~40代の移住希望者の多くは森のオフィスを利用した働き方を検討しています。その理由は、自然豊かな暮らしを体験しながら都会と同じ環境で働けること、そして新たな交流やプロジェクトが生まれることです。都心のコワーキングスペースとは異なり、仕事という切り口の他に同じ町に暮らす住民であるという接点ができ、日々の会話を発端として新たなプロジェクトが生まれています。

また、プロジェクトを意図的に生み出す仕組みとして、参加者が関心事やアイデアについて話し合い、企画化するイベント「IGNITE」も開催しており、都会で培ったスキルを別の分野に生かしてみたい人たちが富士見町に目を向けるきっかけになっています。

コロナウィルスにより、テレワーク需要が急速に拡大していますが、富士見森のオフィスはこれまでと変わらず、単なるテレワーク施設ではなく、人と人のつながりを重視する「コネクティブ・ワーク・スペース」を目指していきます。

編注＝地域づくり2021年２月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。



富士見森のオフィスLiving



参加型イベント「IGNITE」

島根県松江市

「松江にしかない魅力」を徹底的に追求

―ワーク+コミュニケーションで他地域と差別化―



ワークアット株式会社取締役副社長・COO／田窪大樹

「なんとなく」を見える化

「海や湖を見るとなんとなく開放的になる」「自然に囲まれて深呼吸をするとなんとなくストレスが軽減する」

地方の街に観光や出張で行ったことがある人は、一度は感じたことがあるのではないでしょうか。

2019年、松江市において、そのような「〝なんとなく〟を定量的に〝見える化〟する取り組み」がスタートしました。具体的には、首都圏のIT企業を対象に、都市部での通常勤務時や松江でのテレワーク・リモートワーク時のバイタルデータ、主観データを計測・分析してストレスを見える化し、その変化について検証する取り組みです。２年目に入る今年度も「ワーキング ヘルスケア プログラムMATSUE」というプロジェクトで、その活動は発展的に継続されています。

なお、昨年の検証結果としては、仮説通り、都市部滞在中と比べ、松江滞在時にストレス反応の改善が見られました。

地方自治体である松江市が主体となってコンソーシアムが組織され、学術機関として国立大学法人島根大学、県内の民間企業、都市部のテレワーク先進企業など、多くの団体が加盟しています。そして、同コンソーシアムは①ストレスが軽減する街②テレワークができる街、という二つの切り口で松江の魅力を外向けに発信し、都市部と地方、地方と地方における新たな人材還流につながる企業向けプログラムのサービス化を目指しています。

なお、私が所属するワークアット株式会社はコンソーシアムの事務局機能を担いながら、企業向けプログラムのサービス開発を手掛けています。

松江にITの街が構築された経緯

もともと松江市はIT産業が盛んな街です。プログラミング言語「Ruby」の開発者が市内に在住していることもあり、2006年から「Ruby City MATSUE プロジェクト」を発足させ、地域のIT産業の振興、企業立地の推進、人材育成、雇用創出に関わる取り組みを積極的に行っています。

プロジェクト開始からこれまでに島根県外のIT企業40社近くが松江市内にサテライト拠点を開設しており、市町村単位では全国トップクラスの実績です。また、拠点開設を検討している都市部の企業向けに、お



滞在中のワークスペース。そば畑と大きな空が広がる景色に向かってデスクを配置



滞在中のストレス計測の様子



宍道湖畔での朝ヨガ。
ストレスのセルフマネジメントの手法を学ぶ

試しで数日間松江市内に勤務してもらうため、ネットワーク環境をはじめ快適に仕事ができるスペースを用意し、市内数カ所で宿泊を伴うテレワークができる体制を整えてきました。

実際に昨年度にも、前述のコンソーシアムの取り組みを通じて８社のIT企業が、松江市内でそれぞれ約１週間程度、テレワークをしながら滞在しました。

松江式ワーケーション

新型コロナウイルスの感染拡大をきっかけに、全国的にワーケーションがバズワードになりました。全国各地でワーケーションパッケージが企画されたり、様々な組織でその導入の意義が叫ばれたりするようになりました。

一般的に、ワーケーションとはwork（仕事）+vacation（余暇）です。現在、各地で論じられるワーケーションの多くは、 密な都市部からの脱出を土台として、全体的には余暇や観光の要素が強い印象がありますが、私たちが松江でサービスとして提供するプログラムは、どちらかというとwork（仕事）に軸足を置いた地域滞在プログラムです。そして、前述の「ヘルスケア（ストレスの見える化）」や「テレワーク（快適に仕事ができる環境）」と合わせて、〝都市部の企業が地域と交流できること〟もプログラムの重要な要素となっています。

「地方で自社ビジネスを展開したい」「地域課題を見つけサービスを創出したい」「地域の優秀なプレイヤーと出会い、共に働きたい」など、都市部の企業には、地方に関わる様々なニーズがあります。それらのニーズに応えるべく、私たちはコンソーシアムを中心として産官学の「座組」で地域をあげたコーディネートを実現させ、地域と都市部とのマッチング機会を最大化します。そこで生まれるcommunication（会話・交流）こそ、他の地域で行われるワーケーション関連のサービスと差別化された、松江にしかない要素です。

自分自身が関係人口である経験を踏まえて

紹介が随分遅くなりましたが、私自身、３年ほど前に松江市にＩターン移住をしてきた人間です。大阪市内で生まれ育ち、就職をするタイミングで東京に出て、移住をしてくるまで７年半ほどの時間を関東圏で仕事をしながら過ごしました。

移住直後から、住み心地や仕事のやりがい、テレワークにより都市部にいたときと全く変わらず仕事ができること、そして何よりも、地域を盛り上げようと日々奔走する熱い人々（その中の数人と、今一緒にプロジェクトを推進しています）により、松江の街自体にとても魅了されました。

すでにこの地で暮らしているので、厳密に言えば関係人口の定義から外れるかもしれませんが、自分の感覚としては、良くも悪くも地域には定着しきれておらず、まだどこか〝地域にとってよそ者（もちろん、悪い意味ではない）の感じ〟が抜けておりません。そして、松江に対する自分自身の想いは、「この地にとって何か良い影響を与えたい」「この地で何かおもしろいことをしたい」という、まさに関係人口としてのポジティブな想いそのものです。

私は、数年前の自分のように松江を知らない人に松江を有効的に知ってもらうことで、その人の人生が豊かになったり、その人が松江のファン（=松江の関係人口）になったりするようなきっかけをつくる、というミッションを持って活動しています。そしてその手段として、現在のプロジェクトがあり、そのプロジェクトを通じて、多くの都市部の人々に単なる観光の文脈だけではなく、仕事における生産性向上やストレスケアといった働き方改革の文脈で、松江の魅力を伝えていきたいです。

編注＝地域づくり2021年２月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

徳島県美波町

様々な「人財」が集う町に

―サテライトオフィスに20社進出―



徳島県美波町役場産業振興課課長補佐／鍛治淳也

誘致のきっかけ

平成23年８月、徳島県の主導で「とくしま集落再生プロジェクト」検討委員会が発足し、その中核的な取り組みとしてブロードバンド環境を生かして企業誘致を進めるサテライトオフィスプロジェクトが提案されました。同年９月、徳島県内の数カ所において、実際にリモートワーク作業ができるかどうかの実証実験が行われ、その中の１カ所として美波町が対象地区に選ばれました。

平成24年１月、サテライトオフィスプロジェクトによって、首都圏のデジタルコンテンツ企業を対象とした徳島県内の現地視察を実施。その中には、本町が管理する遊休施設（旧徳島県立老人ホーム、現文化交流施設）も含まれていました。そして、東京都内で視察を募集する際、たまたま声をかけてもらったのが、デジタルコンテンツ配信のセキュリティー対策を行っているサイファー・テック株式会社の代表取締役で本町出身の吉田基晴氏でした。

当時、都内に在住していた吉田氏は、千葉県内の遊休農地で稲作をするサークルに在籍していてアウトドア活動や耕作に詳しく、本町が紹介した遊休施設の立地を大変気に入ってもらえました。同社は、平成24年２月に自社社員向けの内覧会を開き、翌３月にオフィススペースへの改修工事に着手。５月には本町進出の１社目としてサテライトオフィス開設に至りました。

誘致企業の増加

当時はまだ企業の地方進出は非常に珍しく、サイファー・テックの進出はメディアなどで大変な話題となりました。サイファー・テックには、地元中学校への出前授業やボランティア会からのタブレット端末の操作方法の指導、地域特産物のブランディングと様々な相談が持ち込まれました。そうした中で、企業のCSR（Corporate Social Responsibility=企業の社会的責任）として取り組んでいたこと自体が新しいビジネスチャンスであると捉えた吉田氏は平成25年６月、地域課題



サテライトオフィス進出動機



人流ビーコンサービス



位置情報を発信する「タグ」を首から下げて避難訓練
（一部加工しました）

を可視化し、ビジネスとして展開するパブリックベンチャー企業、株式会社あわえを起業しました。

吉田氏は、地域特産物のパッケージの再構築、地域レストランのプロデュースに加え、自身が経験したサテライトオフィス進出のノウハウを事業化。また、本町とパートナーシップ協定を締結し、サテライトオフィス誘致事業の拡大に取り組みました。これまでに、サテライトオフィス進出企業数は20社、業種はICT・IoT関連、デザイン、コンサルタント、建築設計、オフィス仲介、映像・VRコンテンツ製作など多方面に渡っています。

進出の動機

吉田氏が地方に進出するきっかけとなったのは、首都圏で人材を確保する困難に直面したことでした。美波町は海・山・川がコンパクトにまとまり、マリンスポーツなどのアクティビティが平日でも気軽に楽しめます。このため、当地を目指す人材が必ずいるとの信念の下、仕事と充実した暮らしを両立させる「半X半IT」（Xは個人の趣味など）をキーワードに掲げて企業のブランディングを行った結果、採用の増加につながったとのことでした。

サテライトオフィス進出企業には様々な動機が存在しますが、誘致した当初は人材採用や社員の福利厚生、介護離職の防止など、どちらかというと働く人のライフ・ワーク・バランスの実現にフォーカスしてきました。しかしながら、誘致事業を進めていくと、企業が保有する技術を地域課題に活用できないかという相談を数多く受けるようになりました。そこで、本町は産官学のコンソーシアムを設立し、様々な事業展開を行っています。

産官学の取り組み

産官学の代表的な取り組みは、省電力の無線伝送システムを使用した「止まらない通信網を活用した命をつなぐ減災推進事業」です。総務省のIoTサービス創出支援事業を基盤としており、消費電力を抑えて遠距離通信を実現するLPWA（Low Power Wide Area）とBluetoothの無線ネットワーク網を役場周辺に配置し、そのネット上に存在する様々な情報をデータ化しています。例えば、児童・高齢者の見守りサービスや緊急時の警報発信、避難者の位置情報検知用ビーコンタグなどに利用しています。また、徳島県内の企業と共に河川水位計や道路冠水確認用センサーを開発。こうした技術を活用した取り組みとして「美波町スマートシティモデル事業」実行計画を作り、サテライトオフィス進出企業と共にデジタルの最新技術を導入し、人口減少など地域課題の解決を目指しています。

にぎやかな過疎の町を宣言

最後に、美波町は平成30年12月、「にぎやかな過疎の町」を宣言しました。人口減少下でも過疎化が進んでも若者や挑戦者が集い新たな変化が生まれ続ける、〝にぎやか〟で持続可能なまちづくりを目指し、「にぎやかそ」を統一のキャッチフレーズとしました。

町に様々な「人財」が集い、共に考え、新しいものを創出し、循環する地域を目指し、さらなる取り組みを行っていこうと考えています。

編注＝地域づくり2021年２月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

沖縄県

沖縄が目指すワーケーションの世界

―目指せ!関係人口創出―

内閣府沖縄総合事務局経済産業部商務通商課 課長補佐／鶴見有衣



ワーケーションは地域活性化につながるのか

2020年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、多くの企業や働く人がテレワークを経験した一年となりました。働き方が変化したことにより、仕事と旅行を組み合わせたワーケーションが、観光産業や地方から大きな注目を集めることとなりました。

沖縄県では、2018年よりワーケーション推進に取り組んでおります。３年間の取り組みの中で見えて来たのは、ワーケーションを実践する個人や企業は、①旅行が目的（旅行の途中にメールチェックやウェブ会議をこなしながら長く滞在する）②仕事が目的（会社が指定するクリエイティブな環境で仕事をする）という二つのケースに分かれるということです。目的によって、必要な仕事環境や地方に求める機能は異なることから、発地側のニーズを把握しながら、環境整備を進めることが重要になります。また、「仕事場所の提供」だけでは、地域活性化の効果は限定的だということも重要です。ワーケーションをきっかけに、交流人口から関係人口へと昇華させる取り組みが必要不可欠になってきます。

おすすめしたい!コワーキング施設

2018年９月に、首都圏企業で働く人を対象に、沖縄でのテレワークモニターツアーを実施しました。モニター実施による経済効果を測定したところ、沖縄観光客１人当たりの平均消費額が７万2853円（平均滞在日数３・８日）に対し、モニターツアー参加者の平均消費額は11万8445円（平均滞在日数10日）と、観光客よりも４万5592円高い結果となり、滞在日数の長期化が消費額の増加に寄与することを確認することができました。一方で、セキュアなテレワーク環境、ストレスフリーな高速Wi-Fi、地元企業との交流の機会など、受け入れに当たりハード・ソフト両面の課題が見えてきました。

そこで、2020年度には新たに３・４億円を予算計上し、「沖縄テレワーク推進事業」を実施しています。企業が求めるテレワーク環境や、ワーケーションに必要なワークスペースを兼ね備えた宿泊施設が沖縄には不足している状況を踏まえ、既存施設をコワーキングスペースやサテライトオフィスへと改修する取り組みを支援しています。

この事業を活用し、2021年度末には新たに20のコワーキング施設がオープンします。リゾートホテルや商店街の中、離島の古民家やキャンプ場など、既存施設と合わせて沖縄全域で40の施設が整うため、個人や企業の多様なニーズに対応することができます。各施設では、ワーケーションで訪れる人と地域との交流促進のための、ワークショップやモニターツアーを開催し、関係人口創出の取り組みを始めています。また、施設内のコミュニティ活性化のための工夫を学ぶため、施設運営者同士の交流の機会も定期的に設けています。

さてここで、私がおすすめする沖縄のコワーキング施設をご紹介します。

【Howlive（ハウリブ）】

沖縄県内で、オフィス街やリゾートエリアなどにシェアオフィス・コワーキングスペースを複数店舗展開。県内企業のサテライトオフィスとしても利用されています。

【ホテルゆがふいんおきなわ】

名護市内にあるビーチが目の前のホテル。コワーキングスペース「ハナウール」は無料で使えるため、宿



シェアオフィス・コワーキングスペース「Howlive」



ホテルゆがふいんおきなわコワーキングスペース
「ハナウール」



沖縄ワーケーションポータルサイト「その仕事は沖縄で」

泊客も地域の方々も利用しています。

【アジュールオキナワベース】

沖縄市商店街の中にあるスタートアップカフェ・ラグーン２階のシェアオフィス。エンジニアや起業家たちのコミュニティ拠点になっています。

他にも、ポータルサイト「その仕事は沖縄で」やSNSを通じて、沖縄テレワーク・ワーケーション施設情報を発信しています。

ワーケーションの未来

新型コロナウイルス感染防止対策で多くの企業は在宅テレワークを導入したものの、社員の在宅以外でのリモートワークを認めるケースは限られ、企業側の労働法制や人事評価、労災や経費負担など社内整備が追いついていないのが現状です。ワーケーションが普及するために、企業側の制度導入が進むことを期待しています。

沖縄では、企業向けプログラムの提供を充実させたいと考えています。オフサイトミーティングやチームビルディング研修、越境学習（スタディツアー）や地域課題解決のためのハッカソン（技術やアイデアを競うイベント）など、こうした機会を通じて地域と企業との接点を高め、コアなファン化を図っていきます。

将来的には、サテライトオフィスとしての定着や移住・定住につながるのみならず、地方に不足する高付加価値ビジネスを共創し、都会の人材から地域人材へのスキルトランスファーが行われるなど、新たな産業創出につながることを目指していきます。

そして10年後には、働く場所や時間の制約がなくなり、都会と地方の垣根もなくなり、仕事も生活もあきらめない生き方が選べる社会になることを願っています。

編注＝地域づくり2021年２月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

— 第５章 —

「新たな価値」を育む ワーケーション

沖縄県うるま市

地域のみんなの「やってみたい」を後押し

―豊かな関係人口を育む起業支援とワーケーション―

一般社団法人プロモーションうるま理事・地域づくり事業部統括／田中啓介



「100年後のうるまをつくる」をビジョンに掲げ、沖縄県うるま市をもっと本質的に豊かでおもしろい地域にしていこうと、多角的な地域づくりに取り組ませていただいている私たち。今最もチカラを入れている一つが、橋でつながった四つの島々や高速船で30分の離島など、沖縄らしい昔ながらのたたずまいが今に残る、うるま市の島しょ地域における展開です。

豊かな自然と暮らしが残る、魅力と可能性にあふれた地域ですが、一方ここ10年間で人口が20%以上減少し、必然的に空き家もどんどん増加。過去には９校もあった小中学校も今では一つに統廃合され、全国の中山間地域と同じく、コミュニティの持続的な維持・発展が大きな課題となっています。この課題にどうアプローチしていくのか。この問いに対して私たちは、「新しい活動の芽生えが次々と生まれている地域こそが、豊かな関係人口を育むポイント」「豊かな関係人口=うるま生態系を育めると、社会課題解決に資するさまざまなリソースとの共創が期待できる」という考えから、「地域内の小さな起業支援」と「地域人材と出逢う共創型ワーケーション」の２軸で動いているところです。

小さなナリワイ支援「ワタクシプロジェクト」

地域の起業支援=ローカルベンチャースクールと聞くと、岡山の西粟倉村や北海道の厚真町などが先駆的な事例として有名です。私たちはそのような〝先輩地域〟を参考にしつつも、地域の実情に合わせて少し展開を変えています。

それは、例えば将来の地域おこし協力隊候補といった、市外からの人材を対象にしているのではなく、あくまで地域内、しかも沖縄本島以外の島しょ地域に限定した起業支援であるということ。さらには、地域の皆さんの「やってみたい」を応援することを主眼に、資本主義的な収益拡大の優先度は低くしています。プロジェクト名の〝ワタクシ〟とは、もちろん「自分自身の」という意味もありますが、実は沖縄の言葉で「ヘソクリ」。月数万円といったお小遣い稼ぎという感覚でもいいから、まずは自分自身の「これをやりたいんだ！」という心の声に素直に従って一歩踏み出してみよう、私たちが背中を押してお尻を叩く役割を担いますよというプロジェクトで、山形県鶴岡市のナリワイプロジェクトに大きなヒントを得ています。私たちが大切にしていることは、

①担当スタッフとの１対１の対話によって、自分でもまだ自覚していない「心の声」をビジュアル化する

②活動領域に加え、挑戦者の人柄や特性を勘案して、伴走する専門家を選定

③マーケティングも兼ねたイベント企画で、同期メンバーの横のつながりも育む



自分たちで企画したワタクシプロジェクト
１・２期生合同のマルシェ

2020年度からスタートし、これまでに計14組が巣立ちました。古民家をほぼ100%DIYで改修してコミュニティ食堂をオープンした事例や、これまで廃棄されていた糸芭蕉を活用して新しい織り作品を生み出している事例、父親から受け継いだ民宿を舞台に沖縄芸能の生配信と規格外野菜を使った商品開発を始めた事例など、どれもこれも味わい深い物語ばかり。まさに「島しょ地域で新しい挑戦が次々と芽生えている」という感覚をもっています。

※令和５年度は、「島人ベンチャースクール事業」としてうるま市全域を対象とした展開に広がっています。

地域の志に出会う「共創型ワーケーション」

流行りともなっているワーケーション。元はwork×vacationの造語であり、沖縄ならやはり、リゾートホテルで海を眺めながらシゴトをするというイメージかと思います。しかしながら私たちは、この余暇型ワーケーションを手放しました。これは、オーバーツーリズムも深刻になりつつある沖縄において、これまでの資源消費のあり方を見直したい、来る方だけでなく地域にとっても幸福度の高い取り組みにしたいという思いが背景にあります。

うるま市ならではのワーケーションは、work×co-creationをうたっています。１番の肝は、さまざまな志をもって動いている地域人材に出会うこと。活動紹介といった表面的なものではなく、ライフストーリーをはじめとしてもう少し深い〝根っこ〟を共有することで、共感が生まれ、共創のアイデアが生まれる。ワーケーションというツールを使って、そのための場づくりを行っています。

直近の２カ年度、このコンセプトに基づいて、各回対象を変えたモニターツアーを展開してきました。令和２年度には、個人事業主やフリーランス、企業の働き方改革を担う総務人事系の方向けに３泊４日の集合型プログラムを実施。より厳しい感染対策が求められた令和３年度は、地方創生に携わる個人・団体の皆さんや企業経営陣を対象に、少人数ごとの個別カスタマイズ方式を採用し、参加者の属性に応じてプログラム内容を柔軟に変化させつつ、合計で100人の皆さんをご案内してきました。

プログラムデザインのうえで、大切にしていることは、vacant=空っぽになる時間をつくること。これは、いつものマインドセットやスピード感のままで地域人材に出会ったとしても、表層的な共創に終わってしまうのではという懸念から、例えば誰もいないプライベートビーチで、波に漂ったり、砂に寝転んだりと、思いっきりマインドフルな時間を楽しみ、カラダとココロに余白を生むための時間です。この時間があると、自分自身との対話が生まれ、地域人材との出会いも、単に活動を理解するというものではなく、生き方やあり方を見つめる機会にもなり得ることが分かってきました。すなわち、work×transformationにもつながっていくワーケーションなんだと感じています。

2022年夏に、かつて中学校だった廃校舎をリノベーションした、宿泊滞在型ワーケーション拠点施設「HAMACHŪ」がオープンしました。島の暮らしと生き方の探究がチャンプルーする（混ざり合う）みんなの学び舎として、すでに3,000泊を超えるご利用をいただいています。テレワーカーたちと地域住民の交流が次々と生まれる場にしていこうと企んでいますので、ぜひお越しください！

編注＝地域づくり2022年７月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書などは当時のまま。内容を一部修正しました。



コミュニティ食堂を始めた地域人材の志に触れる



沖縄ならではの美ら海でカラダもココロも空っぽになる

北海道北見市

人材回帰の「サケモデル」でIT企業誘致



北海道北見市商工観光部工業振興課／松本　武

IT企業誘致

北見市のあるオホーツク地域は、北海道の東側に位置しており、全道一の水揚高と全道２位の農業生産高を誇る豊富な資源に恵まれた地域です。一方、首都圏から離れているため輸送コストが膨らみやすく、自動車などの大規模な工場を誘致するにはハンデの大きい立地環境です。

そうしたハンデを踏まえ、輸送コストがかからない情報通信関連企業（IT企業）であれば、企業誘致におけるハンデを克服できると考えました。首都圏から２時間半というアクセスの良さに加え、国立大学としては最北の北見工業大学（以下、北見工大）があり、地震や台風などの自然災害が少ないといったメリットを活かし、IT企業の誘致に取り組んできました。

人材回帰モデル

北見工大は、自然豊かな環境の中で「自然と調和するテクノロジー」の発展をキーワードに、環境問題や第一次産業の抱える課題を見いだし、工学的見地からIT技術を駆使し、問題解決に取り組む技術者の養成を目指しています。毎年400人強の学生が卒業していますが、その多くは大学で学んだスキルを活かせる仕事が北見周辺には少ないと考え、首都圏に流出してしまいます。

この流れに歯止めをかけるため、本市に進出したいIT企業と、地元に残って働きたい学生とのマッチングを図った結果、企業が希望する学生数を採用することができました。しかし、同時に北見事業所を開設するために必要な「即戦力となる人材」がいないという課題も浮き彫りになりました。

その解決策の一つとして、本市と北見工大が連携し、人材回帰モデルによるIT企業誘致に取り組むことになりました。地元志向の学生が趣旨に賛同したIT企業に就職し、首都圏の本社で数年間経験を積み、北見事業所を開設する際のスタートアップ人材として、地元へ戻り活躍してもらうという企業誘致モデルです。生まれた川に戻ってくるサケにちなんで「サケモデル」と名付けました。

これにより、企業は安定的に人材が確保できるほか、北見工大との共同研究により新たな技術やビジネスの開発も可能になりました。

ふるさとテレワーク推進事業

サケモデルでのIT企業誘致を促進するため、2015年に総務省が地方創生施策の一つとして始めた「ふるさとテレワーク推進のための地域実証事業」に、近隣の斜里町と共同で参加しました。首都圏のIT企業など９社から延べ180人が市内のサテライトオフィスでテレワークを行い、「地方でも首都圏の仕事ができる」ことが実証されました。

2016年からは、実証事業で得たつながりや経験をもとに、地方創生関連の交付金を活用し、ふるさとテレワークのさらなる普及に取り組みました。

「はたらく」と「あそぶ」を組み合わせた造語「はたらぶ」をテーマに、首都圏の企業を対象としたPR活動や視察ツアーを実施したほか、ワーケーションで必要となる体験型アクティビティの開発も行いました。

また、すでに首都圏で働いている地元出身者に「テレワークを活用することで、仕事を辞めずに地元にUターンできる」ことを知ってもらうため、夏休みや年末年始などの帰省のタイミングにテレワークをしてもらう「帰省型テレワーク」を実施。市外に進学してい

る地元出身の大学生向けには、首都圏の企業の仕事をテレワークで体験する「ふるさとインターンシップ」を開催するなど、Uターンを増やす企画に取り組んできました。

このほか、地元の小中学生を対象としたプログラミング教室を開催し、高校の授業でもテレワークという新しい働き方をPRするなど、将来のIT人材の育成に努めてきました。

2017年には、駅前の中心商店街にテレワークの拠点となる「サテライトオフィス北見」を整備し、今では多くの移住者の勤務場所として活用されています。

ICT産業の創出

こうした施策に取り組んできた結果、首都圏のIT企業３社が市内にテレワーク用のオフィスを開設し、本市との「ICTを活用した地方創生に向けての連携協定」を締結しました。現在では、経済産業省から「地方版IoT推進ラボ」に選定された北見市IoT推進ラボを実施主体として、ICT産業創出プロジェクトを展開しています。

同ラボは、進出したIT企業と北見工大、公設試験研究機関、地元企業などで構成されており、北見発の独自製品開発を目指した共同研究などによる、地域の「稼ぐ力」の向上を目指しています。

具体的な事例として、路面の凹凸を可視化するアプリや、カーリングの姿勢推計システムなどの開発が進められているほか、市役所窓口でRPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）の実証を行うなど、産学官の連携による様々な共同研究が行われています。

関係人口の創出

さらなる関係人口の創出に向けて、ワーケーションを推進する自治体組織「WAJ」や、北海道が実施するワーケーション普及事業に参画したほか、体験型の返礼品に特化したふるさと納税サイト「さといこ」での商品開発にも取り組み始めています。また、テレワークで本市とつながった首都圏の人たちが、地元企業と連携した商品開発や、市民向けのイベントを開催するなど、関係人口の創出が多様な広がりを見せています。



駅前の中心商店街に開設した「サテライトオフィス北見」



ワーケーションに必要な体験型アクティビティ「スノーバイク」



首都圏のIT企業 3 社と「ICTを活用した地方創生に向けての連携協定」を締結

withコロナ時代の誘致策

本市では、新型コロナウイルスと共存していく「withコロナ時代」のニーズに合わせ、社員の北見移住を認めたIT企業に対し、全国で初めて100万円（20万円×５年）を移住者１人から支援する雇用補助金を制度化しました。現在、本市では誘致するターゲットを「企業」から「企業に所属する社員個人」へシフトしてきており、今後もテレワークを活用した人材の集積に努めていきたいと考えています。

編注＝地域づくり2021年２月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

和歌山県

和歌山県におけるワーケーションの推進

―企業誘致から関係人口創出へ―



和歌山県企画部企画政策局情報政策課長／桐明祐治

和歌山県がワーケーションに取り組む背景

和歌山県は、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の熊野古道や高野山をはじめとして、国内のみならず海外からも注目を集める観光資源に恵まれています。世界中で民泊予約サービスを展開するAirbnb（エアビーアンドビー）の「2019年に訪れるべき19の観光地」では、世界中の魅力的な観光地と並んで和歌山県が日本国内で唯一選出されました。このような国内外からの注目により、令和元年度の和歌山県の入込客総数および外国人宿泊者数は、新型コロナウイルス感染症の影響が見られ始めていたにもかかわらず過去最高となっています。

あわせて、和歌山県の特徴としてIT企業の誘致に非常に力を入れています。平成27年度にクラウドサービス大手の株式会社セールスフォース・ドットコムが白浜町にサテライトオフィスを開設したことを契機に、多くのIT企業が白浜町や隣接の田辺市内に本社やサテライトオフィスを整備しています。白浜町営の第１・第２ITビジネスオフィスは両棟とも満室の状態（全11室）で、令和２年11月にオープンした民設民営のビジネスオフィスにも既に東京から２社が入居するなど、和歌山県の企業誘致の取組はビジネスベースで自走する状態となっています。



那智の滝と青岸渡寺内の三重塔

平成29年度に、和歌山県の資源と企業誘致の施策を結び付けることができないかと考えて「和歌山ワーケーションプロジェクト」を開始しました。都市部の企業としては、働き方改革の一環でテレワークを活用し、恵まれた観光資源を有する和歌山県で普段どおりの業務を行うことで、よりリフレッシュした頭と心で業務に打ち込むことができ、イノベーション創出の機会となります。

一方で地域側にとっても、ビジネス利用の宿泊は繁忙期や週末に集中する観光客の分散化の効果が期待できるとともに、和歌山県でテレワークする魅力を知ってもらうことで企業誘致を検討する入口になると考えていました。それ以外にも、こうした取り組みを進める中で、「関係人口の創出」という観点から都市部企業と地域側のコラボレーションが生まれる可能性があると感じています。

3年間で900人以上が体験

平成29年度からワーケーションの推進に取り組み始めた和歌山県では、県主催の体験会や説明会を開催するとともに、企業からの個別の視察依頼などを通してワーケーションの魅力を発信してきました。平成29~令和元年度の３年間で、県が把握している分だけで104社910人が県内でワーケーションを実施しています。

施策の一例を紹介しますと、令和元年度に総務省「関係人口創出・拡大事業」を活用し、和歌山県と協定を締結している日本能率協会マネジメントセンター



ワーケーションを活用した「地方創生研修」



ワーケーション自治体協議会設立宣言イベント

に委託する形でワーケーションを活用した「地方創生研修」を実施しました。 首都圏の企業に勤める15人が受講者として参加し、東京で研修２回、田辺市で研修２回と最終発表を行いました。

田辺市が取り組んでいるローカルイノベータ育成塾「たなべ未来創造塾」の卒業生に協力してもらい、テーマごとにグループに分かれてフィールドワークや議論を進めました。受講者と地域の皆さんが共に地域の抱える課題に向き合い、新規ビジネスを創出するための議論を深める機会となり、地域と都市部の関係性の一つのモデルが生まれる事業となりました。

それ以外の施策として、令和元年８月に２泊３日で親子ワーケーションイベントを開催しました。 平成30年度に続く２回目の開催で、首都圏から８組23人の家族が参加し、白浜町と串本町でワーケーションを体験しました。親子ワーケーションの行程では、子どもたちがアドベンチャーワールドを満喫しているときに親が海を見ながら仕事をする時間を設定。子ども同士は友達になって夏の和歌山県を楽しみ、親は非日常感を味わうことのできる環境で業務を行い、夜はバーベキューなどを通じて一日の思い出を共有することができました。

対外的な事業のみならず、県内事業者向けにも勉強会などでワーケーションの普及に努め、徐々に宿泊施設やカフェなどサービス業を中心に様々なワーケーション受入れサービスが誕生してきました。そのため、令 和２年１月 に「Wakayama Workation Networks」と題し、県内でワーケーション受入れサービスを展開する事業者の登録制度を新設しました。約100のサービスが登録されており、県のホームページで確認することができます。

ワーケーション自治体協議会の創設

現在では全国の自治体でワーケーションの受入れ体制が構築されています。一方で各自治体の情報発信は散発的であり、ターゲットである都市部の企業や個人には認知されにくいという課題が挙げられていました。そこで、和歌山県は長野県と連携する形で令和元年11月に「ワーケーション自治体協議会（WAJ）」を創設し、会長を和歌山県知事の仁坂吉伸が拝命しました。

設立時は65団体だった会員数は、新型コロナ感染拡大により都市部企業を中心にテレワークの普及が進んだ影響もあり、令和２年11月末現在で151団体（１道17県133市町村）になり、自治体でもワーケーションへの注目度が日に日に増している状況が続いています。

協議会では令和２年度に政府要望活動を通じて推進体制の強化などを求めるとともに、SNSを活用した情報発信や会員自治体同士の勉強会を開催し、各自治体の資源を活用したワーケーションの受入れ体制の深化を図っています。引き続き、「会長自治体」として協議会の運営を行うことで全国的なワーケーションの理解促進や機運醸成に取り組んでいきます。

編注＝地域づくり2021年２月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

福岡県うきは市

遊休施設活用からワーケーション推進へ

―歴史的建造物など活用しワークスペース提供―

福岡県うきは市都市計画準備課計画・調整係 主事／大久保　翔



遊休施設という地域資源

福岡県うきは市は、筑後平野の南東部に位置し、福岡市の博多駅や福岡空港から車で１時間程度の距離にありながら、日本の原風景が多く残るまちです。壮大な筑後川や悠然とそびえる耳納連山などの豊かな自然と生命力にあふれた環境下にあり、都会とは少し違うゆっくりとした時が流れています。

四季の移り変わりが感じられる観光スポットや観光農園、地元食材を活かした飲食店などを訪れる観光客は年々増加傾向にあります。一方で、日帰り圏内からの観光客が多く、１人あたりの観光消費額はまだまだ低いため、滞在型観光やロングステイなどを視野に入れたコンテンツ整備が求められているところです。

また、人口も減少の一途をたどり、進学や就職などによる若年層の社会減がその一因となっていることも課題の一つと言えます。

少子高齢化が著しく進む山間部で三つの小学校が立て続けに閉校となる現実に直面した市は、市有の遊休施設に特化してその活用策を検討する「市長公室付遊休施設等活用プロジェクトチーム」を平成30年度に編成しました。これを機に、関係人口の創出とさらなる域内消費を目的とする様々なプロジェクトが立ち上がりました。

鏡田屋敷を働く場所に

市内の筑後吉井重要伝統的建造物群保存地区にある「鏡田屋敷」は、旧郡役所の官舎として建てられました。築150年余りの公開施設で、「白壁の町並み散策」における観光スポットの一つとして多くの見物客が訪れます。しかしながら、その維持管理には恒久的な費用がかかるため、観光スポットという現状以上の活用方法を検討することが急務でした。

そこで、働き方改革の動向に着目し、場所や時間を選ばない新しい働き方を実践している都市部企業の社員や個人経営者などが集う「Team WAA!（Work from Anywhere and Anytime）」に協力してもらい、ワークスペースとして鏡田屋敷を利用できるよう検討を進めました。「合宿型ワークショップ」と題し、約２年間にわたって定期的に来訪してもらい、鏡田屋敷の利用方法や当市におけるワーケーションの可能性など様々な観点からの検討を経て、関係人口の創出や地域課題解決、地域活性化につながる多くの提言やアイデアを頂きました。

鏡田屋敷におけるフィードバックでは、どこか懐かしい雰囲気の非日常空間で仕事を行うことで、生産性の向上や心身のリフレッシュ効果、マインドフルネスにつながり、企画の開発や錬磨、チームビルディングやリーダーシップ研修の実施などに最適な環境として提供



白壁の町並み。飲食店をはじめとする店舗等の新規創業が多く見られる



浮羽稲荷神社。うきは市のインスタ映えスポットとして観光客が訪れる

できるという検証結果が出ました。そこで、今後は鏡田屋敷をワーキングスペースとして開放するとともに、民間事業者による機動的・多角的な施設運営を目指して指定管理業務委託などを行う予定です。



鏡田屋敷外観



ワーケーション実践の風景。
縁側で庭を眺めながらリフレッシュ

加えて、今後のワーケーションの推進にあたっては、当市にある様々な地域資源のポテンシャルをワーケーションのメニューに落とし込むことが重要であることも学びました。

山麓部では年間を通して様々なフルーツ狩りなどが楽しめ、山間部では森林浴によるリラックス効果をもたらす森林セラピー、筑後川ではカヌー体験など、自然環境を活かした様々なアクティビティ体験ができます。また、美肌の湯として名高い温泉旅館、白壁の町並みにある古民家ゲストハウス、広々とした敷地でプライベート感を満喫できる１棟貸し古民家宿やキャンプ場、グランピング施設など多種多様な宿泊施設もあります。これらの取り組みを踏まえ、今後のワーケーションの推進・施策展開に自信を持って行動できるようになったことが何より大きな収穫でした。

ワーケーション推進へ独自の補助事業

新型コロナウイルス感染症の世界的な流行という、いまだかつて経験したことのない状況下で、今年度はどのようにワーケーションを推進するべきか試行錯誤の日々が続いていました。一方で、一部の企業では在宅ワークやリモートワーク（テレワーク）などを導入する動きも見られ、政府もワーケーションの推進を表明するなど追い風となる状況にありました。

そこで市は、地方創生臨時交付金を活用し、「新しい生活様式（働き方）」を用いた観光客誘致による地域産業緊急支援事業という補助制度を創設しました。市外からワーケーションを目的として当市を来訪する際にかかる交通宿泊費に対し、その半額（限度額あり）を補助するものです。利用者に事前申請をお願いすることで、新型コロナウイルスの感染状況を常に考慮しながら、居住先に制限をかけるなどの判断ができる制度設計となっています。

訪問先や宿泊先での利用者の消費が市内の事業者に還元されることに加え、利用者にはワーケーションを通じて地域の人との関わりができ、何度も訪れてもらえるきっかけになるという一石二鳥の成果も目指しています。現在、福岡都市圏のIT関連企業をはじめ、関東近郊のフリーランスやリモートワーク導入企業の社員などが来訪しています。

SDGsとワーケーション

今後のワーケーションの展開としては、当市の地域資源や取り組みなどをSDGsとの関連性から整理し、地域ならではの特色のある受け入れプログラムの構成・開発を検討しています。同時に、関わりのある市内事業者や地域住民に参画してもらい、ガイドなどが行えるようなスキルを養成したり、イベントやモニターツアーなどを実施したりして、SDGsについて触れる機会や学習フィールドとして広く展開できればと考えています。

連日、新型コロナ関連の報道で、医療現場が逼迫（ひっぱく）していることや、飲食店や宿泊施設が大きな打撃を受けていることなどを目にします。コロナ禍に直面している今こそ、医療従事者への敬意と共に感染症予防対策を徹底したうえで、新しい生活様式の一部としてワーケーションが一つの光となることを願って、一市職員としてできることから一歩ずつ取り組んでいきたいと思います。

編注＝地域づくり2021年２月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

ワーケーションで地方創生！

地域活性化センター企画グループ：竹本 万里奈、地域創生グループ：近藤 猛児、移住・交流推進課：田中 啓嗣

はじめに

(1) 調査目的

新型コロナウイルス感染症が流行する現在、多様な働き方が広がっている中、新たな働き方としてワーケーションが全国の地方公共団体や企業から注目されている。総務省は平成30年度に関係人口創出事業、平成31年度に関係人口創出・拡大事業として、地域外の人が地域と様々な形で関わる関係人口づくりに取り組む地方公共団体を支援しているが、これら取組事業の成果報告書において、ワーケーションを展開することで得られる効果として、仕事の生産性向上、心身の健康増進、旅客需要の喚起、働き方改革対策に有効であることが挙げられている。

専門家の間には、将来的に新たな働き方としてワーケーションがさらに浸透していくとの見解もあり、そうした動きに対しては、地域振興のみならず観光政策及び産業振興の面からも期待が寄せられている。

本調査は、ワーケーションの活用に積極的な自治体や企業の動向を調査し、地域活性化の新たな可能性を探ることを目的とする。

(2) ワーケーションとは

ワーケーションとは、ワーク（Work）とバケーション（Vacation）を組み合わせたアメリカ生まれの造語であり、日本では和歌山県と長野県が特に積極的に取り組んでいる。令和元年11月にはワーケーションの普及を目的とした「ワーケーション全国自治体協議会（以下「WAJ」という。）」が設立され、同時点で65自治体（１道６県58市町村）が会員として参加しており、今後もさらに増えることが予想されている。WAJは、「都市部の人口集中の緩和や地方への移住の促進」「異なる地域や企業間での協業を進めることでイノベーションを活発に創出」「人々の健康と生活の確保や雇用の促進」「SDGsの実現」「長期滞在を通じた人口の創出拡大」「オリパラなどの大規模イベントにおける地域への人の流れの促進」といった活動方針を掲げている。

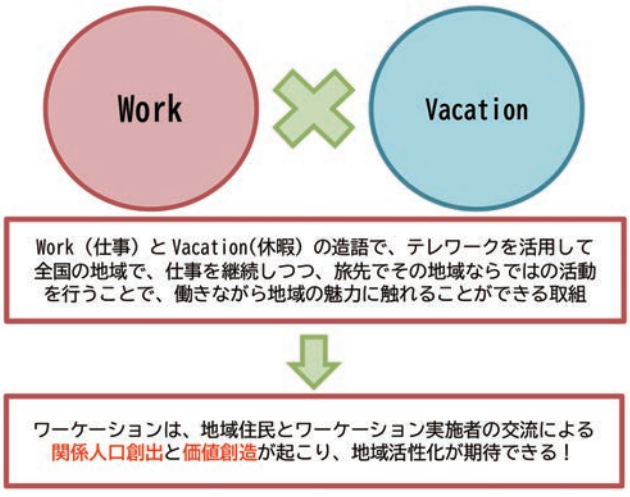


図１　ワーケーション説明図

また、最近は「仕事×休暇」を組み合わせるだけではなく、地域で農作物等の収穫体験ができる「仕事×農業体験」や、捕鯨問題、SDGs等について学ぶことができる「仕事×学び」のワーケーションに取り組む自治体もでてきている。

(3) 調査地の選定

ワーケーションは働き方改革や地方創生（関係人口創出）の切り札として注目されているが、研究事例は少ない。そこで、官民が連携してワーケーションに取り組み、地域活性化につなげている次の４つの事例を調査した。

・先駆的にワーケーションの取組を開始し、企業誘

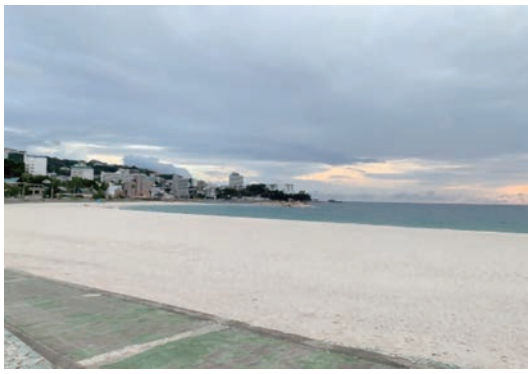
致に成功した和歌山県白浜町
・地域課題を解決するためにワーケーションに取り組む和歌山県田辺市
・「仕事×学び」のワーケーションに取り組む新潟県妙高市
・社員の働き方改革の一環としてワーケーションに取り組む日本航空株式会社（JAL）

現地調査事例

(1) 和歌山県白浜町

① 町の概要

白浜町は和歌山県の南部に位置する人口20,933人（令和２年10月末時点）の町で、観光業を主産業にする白浜地域、農業と漁業を主産業にする富田地域、農林業を主産業にする日置川地域の３地域で構成されている。町内には日本三古湯の一つである「白浜温泉」や、ワイキキビーチと姉妹浜である「白良浜」「三段壁」などの景勝地、世界遺産熊野古道の「大辺路」など多くの観光資源を有している。また７頭のパンダが飼育されるアドベンチャーワールドがあることでも知られ、年間344万人の観光客が訪れるリゾート地である。



白良浜の様子

② 取組の経緯

和歌山県は、進学や就職に伴う若者の県外流出がかねてより課題となっており、平成27年に県内の高等学校から県外の大学・短大へ進学した学生の割合は87％と全国で最も高くなった。白浜町も若者の県外流出を食い止めるため、その受入先となる企業の誘致に積極的に取り組んでいるが、その一環として平成29年に全国に先駆けてワーケーションを推進することとした。

③取組内容

白浜町は、次の４点で首都圏の企業から評価されている。

（ア）アクセス面

県内唯一の空港が立地し、東京から市街地まで90分程度で訪れることができる。

（イ）通信環境

耐災害ネットワークNerveNet（ナーブネット）により、災害時でも途切れないネットワークを構築しており、平時はShirahama free Wi-Fiとして無料開放されている。

（ウ）観光資源

他では味わえない三段壁や千畳敷などの景勝地や観光資源が豊富にあり、ワーケーションに必要な非日常感を体感できる。

（エ）サポート体制

町は、誘致前はもちろん、誘致後も継続して居住面や子どもの転校手続きなど生活面のサポートや、休日の過ごし方、地元イベントの案内などの情報提供を行っている。また、誘致企業に対しては、地元企業などと連携し

て町が直面する課題の解決策を検討してもらうことで地域との接点を作り、町と誘致企業の間でWIN－WINの関係ができるような取組を進めている。

また、町内には、町営の白浜町ITビジネスオフィスと白浜町第２ITビジネスオフィス、令和２年11月に民間企業が県と町の補助を受けて開設した新ITビジネスオフィスANCHORの３つのレンタルオフィスがある。



左から順に白浜町ITビジネスオフィス外観、第２オフィス内観の様子

平成16年に生命保険会社の保養所であった施設を改修し開設された白浜町ITビジネスオフィスでは当初、都市部の企業２社の入居があったが、町として入居後のサポートを通じて地域とのつながりを作れなかったことが一つの要因となり継続利用には至らなかった。その後、県の後押しを得て、総務省の「ふるさとテレワーク推進事業」へ参画した際には前回の反省を生かして地域との接点づくりや継続した町のサポートを強化したため、平成27年に株式会社セールスフォース・ドットコムの入居が決まり、その後多くの企業が興味を示すようになった。

オフィスに必要な要素は、通信環境やサービス体制など様々であるが、ストレスなく仕事ができる環境が特に重要になる。ITビジネスオフィスは白浜のビーチが見える景観が魅力となっており、第２ITビジネスオフィスは平草原公園の中の閑静な立地で、落ち着いた雰囲気がストレス軽減につながっている。なお、令和３年１月時点で、ITビジネスオフィスに５社、第２オフィスに４社、ANCHORには２社が入居している。

この他にも白浜町のワーケーションを後押ししたのが、県の支援制度である。和歌山県は、ワーケーションを活用する企業に対する航空運賃、オフィス賃借料、通信回線使用料の半額補助、地元雇用１名あたり30万円の使途が自由な雇用奨励金制度（３年間）など多くの支援制度を設けている。また、ワーケーション関連情報をワンストップで提供するサイトWakayama Workation Networksを通じて、県内にあるワーケーションに適した宿泊施設やアクティビティなどの情報をまとめて紹介している。町単独の奨励金や営業活動では限界があるため、このような県の支援制度を活用できたことが大きな効果につながったと考えられる。

④成果と今後の展望

白浜町は、ワーケーションを通じて、今後さらにIT企業が集積する「シラコンバレー（白浜町×シリコンバレー）」を目指している。ワーケーションを機に町内に移転してきた企業により、約100人の雇用が生まれている。

また、現在オフィスに入居する企業が小中学生向けにプログラミング教室を開催している。さらに、この教室をきっかけに、地元中学校が修学旅行先として誘致した企業の本社を訪問している。この取組により地域と企業の接点が生まれることで、交流の場にとどまらずに、IT関係の仕事に興味を持つ子どもたちが増え将来的に白浜町におけるIT人材の育成に大きく貢献することが期待されている。

町は、今後このような取組を加速させつつ、現在オフィスに入居している企業や新たに入居する企業を地域に巻き込み、地域の課題を共有し、企業・社員・自治体・住民のそれぞれにメリットがあるようなイノベーションやコラボレーションを生み出す場や関係構築をしていく必要があると考えている。

(2) 和歌山県田辺市

①市の概要

田辺市は、和歌山県の南部に位置する人口72,091人（令和２年10月末時点）の県第二の都市であり、古くから紀南地方の交通の要衝として栄え、世界遺産に登録された熊野古道や熊野本宮大社に代表される歴史・文化遺産が市内に点在する。また、日本三美人の湯で知られる龍神温泉や日本最古の湯といわれる湯の峰温泉などの温泉郷や、温暖な気候と風土の賜物である梅やみかんなど、人々の心と身体を癒す豊かな自然と多くの地域資源を有している。

②取組の経緯

田辺市は紀南地域の拠点都市という特性と人口集積を背景として、内需依存型の経済構造を形成してきた。田辺市内の総生産額に占める卸売・小売業とサービス業の比率はそれぞれ16.0％と23.7％で、県の平均や和歌山市の値を大きく上回る。これは、周辺地域に財・サービスを提供することで地域経済が成り立つ商業都市としての性格が強いためであるが、今後は人口減少に連動して経済規模も縮小していくことが予想されている。また、県内に大学等の高等教育機関が少ないことから、若年層を中心にした人口の流出超過が継続しており、全国平均を上回るペースで人口減少が進行している。こうした状況に対し、ワーケーションを活用した施設整備を通じて新たなビジネスモデルを構築し、地域内外との連携を深めようと動き始めた。

平成26年に白浜町で実施した総務省のふるさとテレワーク推進事業に触発され、田辺市においてもワーケーションを推進して都会と地域との交流を促進する動きが強まった。

その結果和歌山県と協働で「テレワーク・ワーケーションを通じた関係人口創出の促進事業」に取り組むこととなり、地域ならではの活動への参加や地域人材との交流を推し進めている。

③取組内容

（ア）tanabe en+

tanabe en+（タナベエンプラス）は、令和２年８月に、街中の賑わい拠点として商店街の活性化や観光客へのおもてなし、街中情報発信や起業・創業支援など、来訪者と市民の多様な交流機会を創出し、地域経済の活性化につなげることを目的に設置された。拠点施設である１階には地域産品の魅力を発信するためのプロモーションショップとプロモ―ションカフェ、２階には起業や創業のためのコワーキングスペースやレンタルスペースがあり、起業や創業支援に係るセミナーや交流イベントを開催することができる。また、施設内はテレワークやワーケーションにも対応できるよう、インターネット環境が整備されていて、出張や観光で訪れた人が利用することも可能であり、縁を結ぶ場所として多くの活用が見込まれている。



tanabe en+

（イ）たなべ未来創造塾の開講とワーケーションを活用した取組

行政からの補助金に頼らずに地方で小さなビジネスを創出するなど、地域課題を解決しながら新たなイノベーションを生み出す人材育成を目的に「たなべ未来創造塾」が開講した。この取組は、田辺市と富山大学地域連携推進機構が主催し、紀陽銀行・きのくに信用金庫・第三銀行などの地元の金融機関や、日本政策金融公庫・商工関係団体等が参画するなど、産学官金が一体となった運営体制が構築されており、塾生の新たな挑戦を支援する。平成28年７月に第１期生を募集し、現在第４期生まで合計47名の修了生を輩出している。

ワーケーションを活用した取組として、首都圏企業の社員を対象に30代～40代の次世代リーダー候補者が田辺市を訪れ、塾生の抱える地域課題解決を目指し越境学習を実施している。社員は共同経営者として塾生とチームを組むことで、CSV経営を体験することができる。田辺市にとっては、地元起業家の育成や地域課題解決、新規ビジネス創出、関係人口の創出につながっており、取組の中で新商品や新サービスが生まれるなどの成果が上がっている。

（ウ）たなコトアカデミー

ワーケーションを活用した取組として、首都圏在住者と田辺市が新たにつながる「たなコトアカデミー」を開催している。田辺市を知るための都内での座学と現地でのフィールドワークを通して、塾生による田辺市の魅力発信や地域課題解決を目的とした連続講座を実施している。約半年間の講座によって、移住は難しくてもローカルに興味があり地元の人の顔が見える関係を持ちたい、第二の故郷のような場所が欲しい、といった首都圏在住者にとってローカルとより深く関わるためのきっかけづくりの場となっている。

（エ）秋津野ガルテン

秋津野ガルテンは、元上秋津小学校をリノベーションし、平成20年11月にオープンした、都市と農村地域の交流を楽しむための体験型グリーンツーリズム施設である。秋津野ガルテンは、あくまでも住民主導の計画と運営で成り立っているが、行政ともしっかりと連携して地域活性化のために事業が行われている。施設内には地域の野菜をふんだんに使ったスローフードレストラン「みかん畑」、農業体験や地元の柑橘を使ったお菓子づくり体験ができる「バレンシア畑」のほか、秋津野ガルテンを起点とした熊野古道や白浜への観光を可能とした宿泊施設も整備されている。平成31年３月には、ICTテレワーク拠点として「秋津野グリーンオフィス」を設置しテレワーク環境を整えた。これを活用して秋津野ガルテンに宿泊する人や秋津野グリーンオフィスに入居する企業に対して、地元の魅力を知ってもらうため、農業体験やスイーツづくり体験を組み合わせたワーケーションにも取り組んでいる。

④成果と今後の展望



秋津野グリーンオフィス



秋津野ガルテン

田辺市では、tanabe en+やたなべ未来創造塾を通じて、ワーケーションを活用したCSV（共通価値の創造）のビジネスモデルを構築しようとしている。また、秋津野ガルテンでは、主要産業である農業のスマート化を見据え、ICT関連企業を市内に誘致することを目標に今後もワーケーションを活用していく。ワーケーションは関係人口の創出には非常に有効な手段であり、そうした取組を多くの既存施設や事業において積極的に活用している点が田辺市の特徴だと言える。

(3) 新潟県妙高市

①市の概要

妙高市は、新潟県南西部に位置する人口31,374人（令和２年11月30日時点）の市で、古墳や城が存在する新井北部地域、自然体験が満喫できる新井南部地域、農作物の栽培が盛んな妙高地区、そして名所観光や温泉が多く存在する妙高高原地区の４つの地区で構成され東京から北陸新幹線で１時間50分と首都圏からのアクセスも良く、妙高戸隠連山国立公園の雄大な自然と四季折々の変化に富む景観に恵まれ、湧出量豊富な温泉や多くのスキー場などの観光地を抱えている。近年、その地域資源を生かした森林セラピーや大自然で楽しむアクティビティに注目し、人と自然を結ぶ新たな体験型の観光に取り組んでいる。さらに、令和２年度に「みょうこう未来会議（地域課題解決型研修プラットフォーム）」を創設し、社会課題を解決する力を持つ人材育成も進めている。

②取組の経緯

人口減少時代における労働力の確保や、ワーク・ライフ・バランスの実現、働き方改革の推進に向け、ICT技術を活用してテレワークを導入する企業が増加している。そこで、地方でのワーケーションが注目されるいま、妙高市は、妙高戸隠連山国立公園に代表される豊かな自然環境や８つのスキー場、７つの温泉地など多様な地域資源を活用し、首都圏からの新たな人の流れを促進するため、令和２年度より新たにワーケーションに取り組むこととした。

③取組内容

妙高市は中間支援組織である妙高市グリーン・ツーリズム推進協議会と連携して次のプログラムに取り組んでいる。妙高市が取り組むワーケーションは、ワーケーションに学び（越境学習）の要素を加えたものであり、コロナ禍で企業に求められる新たな働き方を学ぶ機会を提供するプログラムとなっている。プログラムの講師には、全国の企業で講演、研修実績が豊富なコミュニケーショントレーナーを起用し、１on１ミーティングやオンラインコミュニケーションなど実務に即した、実践的なスキルを身に着けることができる研修プログラムとなっている。この他、経営層研修、マネジメント研修、ストレス改善研修、レジリエンス研修等様々な研修にも対応しており、ビジネスパーソンが主体になる、「仕事に役立つ」「チームに役立つ」「ビジネスに役立つ」ワーケーションを目標としている。その背景には妙高市が企業にとって「価値ある場」でありたいとの考えがある。

このプログラムは、日常と非日常を行き来することで普段の日常にはない発見ができる越境学習の場となっており、在宅勤務の延長として、ストレスなく自分に合った環境の場所で仕事をすることでパフォーマンスをあげることを目指している。こうした妙高市の取組は、働き方と学び方の多様化につながり、企業の社員が地方と都市部を行き来する中で、「地域副業」を生む可能性もある。

④成果と今後の展望

現在、妙高市は新たなワーケーションのプログラムを検討している段階で、令和２年度には様々なモニターツアーを４回実施し、課題の洗い出しやツアー参加者の脈拍や運動状態の測定など効果のエビデンスを得ている。そのデータに基づき、新たなワーケーションプログラムの開発やプロモーションサイトの制作等を行い、企業への直接的なプロモーションを実施していく考えである。

妙高市が目指す地方創生の形としては、ワーケーションはあくまで関係人口を創出するためのもので、中長期的にはワーケーションでつながりを持った人や企業を通じて、ビジネスマッチングやワークシェアリングができるような関係を段階的に構築していきたいとしている。こうした施策により、都市部人材の誘客促進による関係人口の創出や産業振興、働き方改革を推進し、「ひと・しごと」の好循環による戦略的な地方創生を実現していくという。



スマートウォッチを用いた効果測定



企業研修プログラムトレッキングに参加した時の様子

(3) 日本航空株式会社（JAL）

①概要

日本航空株式会社（以下「JAL」という。）は、東京都品川区に本社があり、13,869人（令和２年３月時点）の社員が働く会社である。平成27年に「従業員のワークスタイル変革」を掲げ、テレワークを含む働き方改革を先進的に実施してきた。そうした取組は生産性の向上や時間外・休日労働時間の減少などにつながっている。

②取組の経緯

JALは平成22年の経営破綻を機に、企業理念として「全社員の物心両面の幸福を追求する」を掲げ、全社員がイキイキと働き、JALで働いて良かったと思えるような職場づくりを目指しはじめた。これまでに、コアタイム無しのスーパーフレックスや週二回のテレワークを制度化する一方、オフィスのフリーアドレス化やテレビ会議の推奨等環境面も整備する等様々な取組を行ってきた。その結果、年間の労働時間が1,850時間以内となる職員が約半数となるなどの成果がでている。そして平成29年にワーケーション、令和元年にブリージャー（ビジネス×レジャーの造語）といった新しい働き方に挑戦するなどして、社員が満足する働き方を目指している。

③取組内容

ワーケーションを制度化した当初、社内に「休みなのに仕事をさせるのか」といった反発や「遊んだり、サボったりするのではないか」と否定的にとらえる社員も多かったことから、まず制度の理解促進に向けて次の取組を実施した。

取組	内容
ワークショップの開催	JAL グループの全間接部門の社員を対象に働き方への意識改革のワークショップを開催し、社員の理解を深めた。
体験ツアーの実施	和歌山県白浜町で平成29年12月と平成30年２月の計２回、社内のモニターツアーを実施し、遠隔地でのテレワーク体験や和歌山県・白浜町との意見交換、熊野古道における道普請（道路の修繕）体験を実施した。
役員によるワーケーションの実施	社員がワーケーションを行いやすいよう、役員自らが積極的にワーケーションを利用した。これまで北海道斜里町、福岡県福岡市、沖縄県那覇市の三ヵ所で実施した。
勤怠管理システムの導入	平成 30 年４月から社内の勤怠管理システムに「ワーケーション勤務」の項目を追加した。取得には、勤務前日までに上司へ休暇取得の申請と当日の就業場所を報告することが条件となる。
特設ページの開設	ワーケーションの概要やおすすめのワーケーション施設、コワーキングスペースを紹介するため、平成 30 年７月に社内イントラネットに特設ページを開設した。

また、JALの社員が実際に取り組んだワーケーションを次のとおりまとめた。

取組	内容
合宿型ワーケーションの実施	若手社員の意見をもとに、滞在先で集中討議を行う「合宿型ワーケーション」を実施した。取組の結果、合宿型ワーケーションはチームビルディング、癒し、他の宿泊者と交流を通じて新たな視点や考え方が生まれる等のメリットがあった。これまで宮城県大崎市（鳴子温泉）、富山県朝日町、徳島県神山町、福岡県福岡市で実施した。
実証実験の実施	長期滞在が難しいビジネスパーソンを対象に湯治文化とワーケーションを組み合わせた健康状態の推移を測定する実証実験を実施した。参加者からは「仕事の ON と癒しの OFF が鮮明であるほど、より効率的な癒しと、仕事の時間を共有する働き方が可能になる」「Wi-Fi 環境があり、デスクがある場所ならどこでも良いわけではなく、リゾート地、特に温泉地はワーケーションを実現するにあたり、重要なロケーションとなる」との声があった。
徳之島ワーケーション 実証事業への参画	平成 30 年 11 月～ 12 月にかけて、鹿児島県徳之島町と富士ゼロックス鹿児島株式会社の企画する「徳之島ワーケーション実証事業」に参画した。社員とその家族や同僚の約 20 名が 3 泊 4 日滞在し、町内のコアワーキングスペース「みらい創りラボ・いのかわ」を活用して、地域におけるワーケーションの持続可能性を探った。滞在期間中は、ワーク部分はオンライン会議の参加、バケーション部分では、畦プリンスビーチなどの島内の観光名所や闘牛、陶芸や機織りグルメなどの観光をした。
＋α の価値創造	平成 30 年に、北海道、愛媛県、オーストラリアの 3 箇所で、ワーケーションにアクティビティを融合することを試みた。具体的には、現地の人とのディスカッションや他分野の職業体験のアクティビティを加えることによって、地域で感性を養い社員の成長につなげる取組を実施した。その結果、働き方と休み方を自分でマネジメントできる自律型人財の育成につながっている。
「MINDS」への参画	MINDS（異業種連携によるミレニアル世代の働き方改革推進コミュニティ）に参画した。参画企業のメンバーが自身の課題としたいテーマを選択し、理想の働き方を実践して、その学びを自社および社会へ還元するための活動を行っている。この活動を通じて、ハワイでのワーケーション体験が仕事のパフォーマンスや心理状態にどのくらい影響するのか調査したところ、仕事に対するストレスの軽減や上司との関係性、集中力上昇の項目がポジティブな回答となった。
ブリージャーの導入	社内で出張先でもワーケーションを利用したいという声があり、令和元年 5 月に出張の前後に休暇が取得できる「ブリージャー」を導入した。ブリージャーとは、「business（仕事）」と「leisure（余暇・休息）」を合わせた造語である。ブリージャーのメリットは、出張命令が出されて目的地に行くため、旅費は会社負担となる点である。また、出張先を散策することでその土地の歴史や文化に対する理解を深めることができる。ただし、出張日数よりも休暇日が多くならないこと、同じ場所から同じ場所に帰ることが利用条件となっている。

企業にとっても、ワーケーションのニーズとメリットはあり、ワーケーションのプロモーションには、実際に取り組む民間企業の力を借りるのも一つの手段だと言える。

④成果と今後の展望

平成29年度にワーケーションに取り組んだ従業員は、夏期期間のみの集計で（※）11人日であったが、翌年以降少しずつ浸透していき、平成30年度は174人日、令和元年度は247人日と年々増加している。このワーケーションをより一層魅力あるものとするため、令和 2 年10月以降、地域と共創型の「New Normalな新しいワークスタイル」を検証するとしている。その内容は、社員がワーケーションを実施する中で、その地域の社会貢献活動に参加し、地域の関係人口創出や地域活性化のために何ができるかを一緒に考えていくものである。JALではこうした取組を実施することで、社員一人一人の感性を養いつつ自己成長を促し、地域と共創型の新しい働き方と休み方の発見につなげていくことを目指している。（※）＝人数×日数

まとめ

ワーケーションは平成29年に和歌山県白浜町が先駆的にはじめたことをきっかけに多くの自治体が取組はじめた。しかし、ワーケーションには明確な定義がないこともあり、その取組内容は自治体によって大きく異なる。世間一般でいうワーケーションは、あくまで観光の延長となるものであるため、単なる交流人口しか生まれない。しかし、体験や学びを通じて地域や人とつながると、頻繁に人の往来が生まれ、会話も生まれてくる。そこから関係性が生まれ、関係人口につながっていく。今回調査した白浜町、田辺市、妙高市においては、大仰に構えはしないものの、自らにとってのワーケーションの位置付けについて地域住民のコンセンサスを得ている。そのことで、利用者に対して温かく受け入れるような体制作りにも成功している。

関係人口につなげていくためには、地方での時間の流れに東京では得られない価値を認めること自体を地域資源として再評価できる人の輪をつくり出すこと広げることが第一歩となる。JALの例にあったように、企業の中に異論や反対意見があるなかで、現在も制度として続いていることが、プラス効果がマイナスを上回っていることの証左である。同時に地域にとっては、未利用資源の有効活用にとどまらない様々な効果が実感できることは先進事例で見た通りである。

ワーケーションは、エビデンスに基づく調査や研究がほとんどされていない分野であり、企業も個人も、大きな効果に期待を寄せる人もいれば、その効果に疑問を持つ人もいる。自治体には、エビデンスを得る一つの方法として、唾液の採取や心拍数の計測を実施するところもある。その結果、効果が数値的に実証されれば強力な追い風となる。

また、ワーケーションはワークとバケーションの組み合わせだけでなく、イノベーションやコラボレーション、エデュケーション、モチベーションといった〇〇ationを入れ込むことで様々な地域活性化の効果が期待できる。ワーケーションは、利用者側にとっては新たな価値の創造をもたらすものであり、地域にとっては潜在的な資源を発見・活用する可能性を持つツールであると言える。また、低コストで試行することもできるツールであり、起爆剤の１つとして積極的に活用されることを期待したい。

編注＝令和２年度国内調査研究報告書（web 会員限定公開）から転載

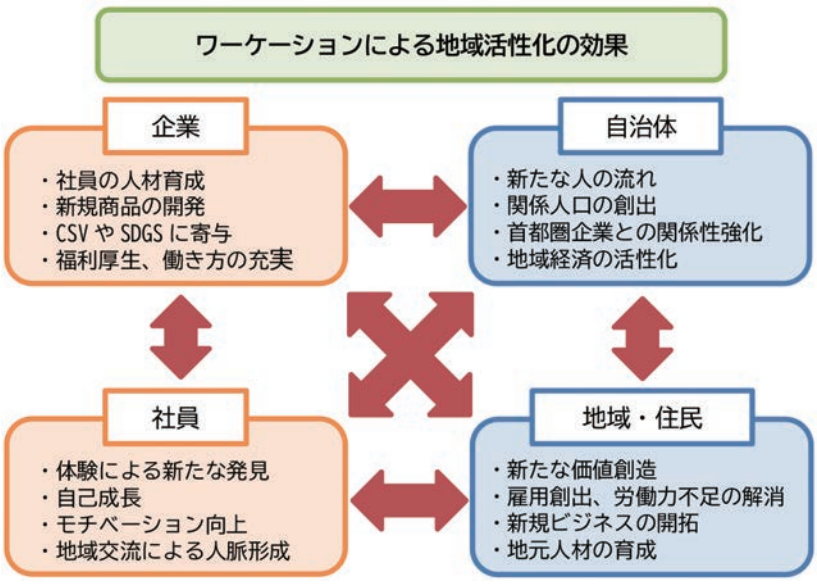


図２　ワーケーションによる地域活性化の効果

— 第６章 —

共感を呼ぶ
ふるさと納税

北海道東川町

つながり広がる「株主制度」

―返礼品だけで完結しない取り組み―



東川町経済振興課 主事／西島圭哉

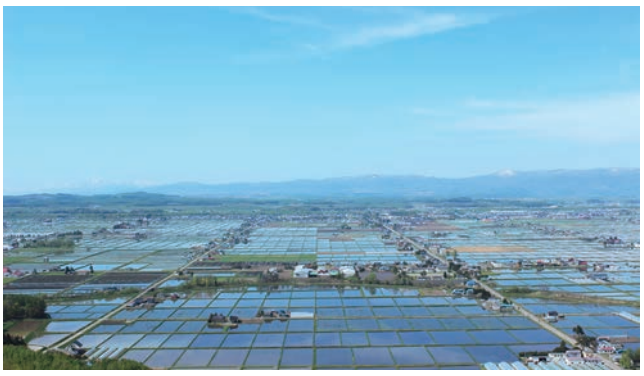
「写真の町」東川町

東川町は北海道のほぼ中央に位置し、大雪山国立公園の一部を有している町です。大雪山連峰の最高峰旭岳（2291㍍）は町の象徴で、広がる森林と緑が織りなす景観は多くの観光客や移住者を呼び込む要の一つとなっています。豊かな水と肥沃な土地を生かした農業や、家具づくりをはじめとする木工業が盛んです。

東川町が「写真の町」という選択をしたのは、一村一品運動が活発化していた1985年。「文化と自然と人」をつなぐことを目的に、国内外の写真家の作品コンテスト「国際写真フェスティバル」や、日本全国の高校写真部による写真の全国大会「写真甲子園」などが生まれ、関連する町外の企業や写真を好む高校生・大学生、写真家そして町民が、その中で様々な縁を結んでいくことで、私たちは町外の人々とつながることの大切さを実感してきました。

ひがしかわ株主制度

東川町ではふるさと納税の導入にあたり、今まで写真文化で人々とつながってきた経験を活かし、寄付者から町を応援したい、町が成長する喜びを共に感じたいと思ってもらえる仕組みをつくろうと考えました。そこで発足したのが、寄付者を「株主」とする「ひがしかわ株主制度」です。



田んぼに水が張る事で青空が写る鏡面水田

東川町を応援したい人は、東川町への「投資」、すなわち寄付によって「株主」となり、まちづくりに参加します。株主は、東川町が提案する事業から投資先を選択し１万円以上の投資をします。町は集まった寄付額に応じて事業を行い、その状況や結果を株主に発信します。

そうすることで町の価値が向上し、元気になり、寄付者に対しては優待や感謝、感動を提供することで「配当」として還元するサイクルが構築されています。

「行ってみたい」と思う仕組みを

寄付をして株主になると「ひがしかわ株主証」が贈呈され、町外に住む人は「東川町特別町民」に認定されます。投資日から１年間、最大２泊まで無料で宿泊可能な「ふるさと交流センター」の利用や、町内の一部店舗では有効期限無しで株主だけの割引（優待利用）を受けることができます。

また、「できるだけ多くの株主に東川町に実際に来て感じてほしい」と思い、東川町に来やすい仕組みをいろいろ検討した中で、年に１度「株主総会」を東川町で開催しています。今年は開催できませんでしたが、投資実績の報告や交流会、体験ツアーなど東川町を体験してもらえるような取り組みを展開しています。

関係人口の広がり

ふるさと納税が始まった2008年は、市町村合併議論が盛んな時期で、「人口１万人未満は合併」という話がありました。東川町は、当時の人口8000人に加え、

関係人口として町外の株主が2000人で「合計１万人」になると発想を転換させ、１万人を目標に株主制度をスタートさせました。株主数は2008年の415人からスタートし、年々予想を大きく上回って増え続け、2019年には５万人を突破しています。

大崎町との協働連携

様々なつながりが広がっていく中で、鹿児島県大崎町とは、2019年に「リサイクル留学生プロジェクト」という協働事業を、ガバメントクラウドファンディングを活用して実施しています。

東川町には、国内初の公立日本語学校があり、常に200人以上の留学生が滞在し日本語や社会・文化を学ぶことができます。また、大崎町は徹底した分別による低コストのごみ処理方式「大崎システム」により、「リサイクル率12年連続日本一」を達成しました。両町のこれまで培ってきた知識や経験を提供し合い協働することで、日本の社会とつながりながら、世界各地で直面する資源リサイクル問題に挑戦する、グローバルに活躍する人材の育成に取り組む事業となっています。

このつながりを経て、両町を盛り上げられる返礼品を何か作れないかという話が起こり、東川町農業協同組合が中心となり、「東川米」と「大崎鰻」という両町の特産品による共創型返礼品「東川米とあわせる贅沢うなぎグルメギフト」（本返礼品は期間限定で展開していたため、現在は取り扱っておりません。）が誕生するなど、次々と新しい取り組みが生まれる好循環となっています。

「体験型」返礼品の充実

東川町の魅力を伝える方法として、一番は実際に来てもらうこと。返礼品としても、東川町に来てもらえるような「体験型」返礼品の整備が直近の課題となっています。現在、東川町での豊かな暮らしを体験できる「東川暮らし体験館」への宿泊を返礼品として提供していますが、今後は体験プログラムを組み合わせることで、より東川町の魅力を体験してもらえるようになると考えています。

本年度は、そのような企画を提供できる事業者が町内に移転するなど、町として新たな体験型返礼品の開発ができる体制が整ってきており、企画・開発を推し進めています。



「写真の町」ひがしかわ株主証



株主総会の様子


東川米とあわせる贅沢うなぎグルメ

ふるさと納税の現状として、返礼品のやりとりだけで完結し、自治体名すら知らずに寄付してくるケースも少なくないという話を聞くことがあります。東川町では、返礼品から始まるつながりを大切に、そして何より町だけでなく、投資していただいた株主の方にも還元ができる取り組みを続けていきたいと思います。今後も末永く応援してもらえるよう、より一層頑張っていきたいと思います。

編注＝地域づくり 2020 年 12 月号特集編から転載。筆者・人物の役職･肩書は当時のまま。写真をさしかえ、内容を一部修正しました。

青森県弘前市

ふるさと納税を活用したシティプロモーション

―魅力発信に注力した取り組み―

青森県弘前市企画部広聴広報課主事／原子知也



お城と桜とりんごのまち

弘前市は青森県の南西部に位置し、江戸時代に弘前藩の城下町として発展したまちです。市内には、東日本唯一の現存天守である「弘前城」をはじめ、寺院街や武家屋敷など、藩政時代の趣のある街並み、明治・大正期の洋風建築など、歴史的文化財・建造物が数多く残っています。

また、平成30年に100周年を迎えた「弘前さくらまつり」や、重要無形民俗文化財に指定されている「弘前ねぷたまつり」のほか、「弘前城菊と紅葉まつり」「弘前城雪燈籠まつり」と、四季折々で開催されるまつりには、毎年多くの方が訪れる観光都市であるとともに、生産量日本一を誇るりんごを中心とした農業のまちでもあります。

そんな魅力あふれる弘前市では、ふるさと納税の返礼品として、弘前産りんごをはじめ、青森県を代表し、国の重要無形文化財である伝統的工芸品「津軽塗」や、県産のブナ材を使ったスタイリッシュな木工品「ブナコ」、津軽に伝わる刺し子の技法である「こぎん刺し」など、豊富な特産品を提供しています。



お城と桜と岩木山（天守曳家後の写真）

また、これら返礼品のほか、頂いた寄附金の使い道やそれに応じた特典などを寄附者の皆さんが選べるよう、街の特徴を活かした様々な仕組みづくりに取り組んでいます。

その一例を紹介します。

一口城主制度

弘前城は、江戸時代に建てられたそのままの姿で保存されていますが、天守を支える石垣の一部には、傾きや「はらみ」といわれる膨らみが確認されたことから、約100年ぶりとなる大規模な石垣修理をすることが決定しました。

石垣の修理は、平成27年の夏に天守を約70㍍曳家（ひきや）する工事を始めたのを皮切りに、現在も大掛かりな工事が続いており、多額の費用が必要となります。また、曳家により天守を移動させるため、石垣にそびえる天守と本丸に渡る下乗橋の弘前城を象徴する姿が見られなくなるマイナスの要素が懸念されました。しかし、弘前市ではこの歴史的な大工事を今しか見ることのできない機会と捉え、逆転の発想で観光資源や学びの場として転換しました。

これをきっかけに石垣修理に伴った様々なアイデアが生まれ、そのひとつとしてふるさと納税を活用した取り組みである「一口城主制度」が誕生しました。

まずは、ふるさと納税の使い道として「石垣普請応援コース」を設置し、このコースを選んだ方からの寄附金を石垣修理に活用することができるようにしました。また、このコースに寄附された方には弘前城の一口城主になってもらい、「城主証」の交付や天守内に設置する芳名板への氏名掲載など、記念となる特典を

用意。このほか、弘前城を移動させる曳家体験や石垣修理に関するイベントへの招待などの体験型の特典を設け、寄附を通じた「弘前ファン」を増やす取り組みを行いました。

この取り組みは、株式会社トラストバンクが主催する「ふるさとチョイスアワード2017」で優秀賞に選ばれました。

さくらオーナー制度

弘前公園は桜の名所としても知られており、園内には52種、約2600本の桜の木があります。その中でも樹齢100年以上のソメイヨシノが400本を超え、春には見事な満開の花を咲かせます。

弘前市では、その美しい桜を末永く維持できるよう「日本一のさくら応援コース」を設置し、寄附金を桜の維持管理や公園の整備に活用しています。

このコースへ寄附された方には、約１年間、弘前市で選定した園内の桜の木のオーナーになってもらっています。その証しとして「オーナー証」を交付し、寄附者の桜の木が分かるよう園内地図などを送付するほか、毎年２～３月に桜の生育管理のために剪定（せんてい）した枝を発送し、ご自宅で弘前公園の桜の花を楽しんでもらえるようにしました。そのほか、桜の木の剪定や施肥の作業体験イベントを開催するなどの特典も設けています。

これらの特典を設けたことにより、寄附者がさくらまつりの時期にオーナーとなった桜の木を見に来たり、体験イベントに参加したりするなど、弘前を訪れるきっかけとなっています。

ねぷた絵の提供

弘前市では、毎年８月１日から７日までの７日間、三国志や水滸伝などの武者絵を題材とした大小約80台の勇壮華麗な山車が市内を練り歩く、「弘前ねぷたまつり」が開催され、街は多くの市民と観光客でにぎわいます。山車に貼られたねぷた絵は、毎年新たなものに張り替えるため、「この立派なねぷた絵を、何か市の魅力発信に活用できないか」と検討を重ね、平成28年度から「弘前４大まつり応援コース」への寄附者のうち希望する方に、山車から切り取ったねぷた絵を送る取り組みを開始しました。



弘前ねぷたまつり



体験イベントで桜の木の剪定をしているさくらオーナー

この特典は、寄附金の増加による４大まつりの財源確保につながるだけでなく、当市に興味をもっていただくきっかけにもなっています。

ふるさと納税を活用した魅力発信

以上のように、弘前市ではりんごや工芸品などの「モノ」を返礼品として送るだけではなく、寄附を通じて弘前の魅力に触れ、関心をもってもらえるような機会を創出しています。また、実際に弘前に来訪しなければ味わうことができない体験イベントなどを開催することで、より当市へ足を運びやすくなる仕組みを構築しています。

今後も弘前ならではの魅力の発信に注力し、シティプロモーションとしてふるさと納税制度を活用していくことで、全国の皆さんに「弘前ファン」になっていただき、交流人口の増加や観光産業をはじめとした地域経済全体の活性化につなげていきたいと考えています。

編注＝編注＝地域づくり 2020 年 12 月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

山梨県富士吉田市

ふるさと納税で伝える地域の魅力

―ギフトカード、おもてなし木札で関係づくり―

富士吉田市企画部ふるさと納税推進室 主任／朝比奈大輔



富士吉田市の取り組み

山梨県富士吉田市は人口４万8000人。日本一の標高と美しさを誇る富士山の北麓に当たる県南東部に位置し、観光や精密機械、採水事業など富士山の恩恵を受けながら発展してきました。古くから富士山信仰のまちとして栄え、今でも富士山にまつわる歴史や文化を感じることのできる場所が数多く点在しています。

本市は、2015年度よりふるさと納税事業に本格的に取り組み始め、2017年度には専属部署を開設しました。寄付者との継続的な関係づくりのため、感謝ツアーやクラウドファンディングなど様々な取り組みを行ってきました。今回は、地元高校生との取り組みと「おもてなしふじよしだ」木札について紹介します。

高校生とつくる富士吉田の魅力

本市では2017年から市内の高校と連携し、NPO法人かえる舎との協働により「ふるさと納税返礼品の魅力発信」を目的とした取り組みを行っています。寄付に対する返礼品を送るだけでなく、提供事業者の返礼品やまちへの想い、まちそのものの魅力を多くの人に知ってもらう取り組みです。

寄付を頂き、返礼品をお届けするだけで終わる関係よりも、富士吉田市の事業者と寄付者とのつながりが持続するような関係を築けるまちでありたいと思っています。

一例として「返礼品提供事業者の想いを届けるギフトカード制作」を実施しました。返礼品を受け取るだけでは伝わらない、「返礼品を提供している事業者の想い」や「返礼品が生まれるストーリー」などを高校生が取材し、カードに込めます。

実際に寄付者の手に届くカードということもあり、取材やカード制作の前にインタビューのコツや写真の撮り方、取材したものを編集する大切さ、デザインの重要性などをプロのデザイナーやライターから教えてもらうことから始めます。そして、約半年かけて10事業者のカードを完成させ、返礼品に添えて寄付者の元に届けることができました。

高校生が作った10枚のカードは、寄付者や事業者に様々な変化をもたらしてくれました。

【受け取った寄付者の声】

・生産者、事業者の方々の「顔が見える」ことが、とてもよいと思いました。ポストカードの写真、デザインも「読ませる」工夫があってよかったです
・高校生のふるさと愛のすばらしさが伝わりました。高校生の目から見た生産者に対する思い、考えもすばらしいと思いました

【取材を受けた事業者の声】

・我々が思いつかないこと、やろうとも思わないことを高校生がカードにしてくれて、とても意義が深いものになったと思います（フラワーデザイナー業者）
・事業者にはない目線で、我々の技法を表現してくれたのが良かったです（織物業者）



返礼品提供事業者の想いを届けるギフトカード制作

【制作した高校生の声】

・肌で感じたことを言葉や絵にしてうまく伝えることは難しかったです。でも、形になって達成感が味わえました。事業者さんにも喜んでもらえてうれしかったです

・活動を通して、自分たちの知らない富士吉田のこと、地元の特産品のことを知りました。より多くの特産品や生産者さんの思いが、たくさんの人に届いてほしいと思いました

高校生たちが見た事業者の姿、聞いた言葉はしっかりと寄付者に届いていました。また、事業者側もふるさと納税に対する意識が変わったと実感しました。ふるさと納税として大切にしたいことが、高校生との協働で実現できた瞬間でした。

「おもてなしふじよしだ」木札

本市では寄付者に対し、お礼を伝えるとともに継続したつながりを持つため、寄付金の使い道を報告しています。この報告書を送付する際に、富士山の間伐材で作った木札を同封し、それを持参した人には市内施設への招待や協力店での割引といったサービスを提供する「おもてなしふじよしだ」木札（FUJIYOSHIDA PASS）を製作しました。

2019年度より事業を始め、初年度に参加したのは招待施設４カ所と協力店舗１店のみでした。2020年度からは市全体でおもてなしすることを目指し、市内に飲食店や土産物店などを持つ事業者から優待サービスを募集しました。その結果、多くの事業者から賛同を得て、商品の割引や粗品提供などのサービスに協力してもらいました。

木札の利用者数は着実に増加しており、寄付者からは「木札も持って富士吉田市へ遊びに行きます」「木札をきっかけに実際に訪れ、店舗サービスを通して地元の人と触れ合うことで富士吉田市のファンになりました」などと、うれしい言葉を頂きました。

事業者にとっても、来店のきっかけとなることで売り上げの増加や知名度の向上につながります。また、返礼品に対する意見など寄付者とのコミュニケーションを通じ、ふるさと納税に対する意識も高くなりました。木札により、返礼品を届けるだけの関係以上に寄付者と事業者を結びつけることができたと実感しています。



寄付者と富士吉田をつなぐ「おもてなしふじよしだ」木札



新倉山浅間公園の展望デッキ改修後のイメージ図

最後に

ふるさと納税の仕組みには、どれだけ「地域の魅力を伝える」という想いとそれに応える気持ちが込められるのでしょうか。単に返礼品を届けるだけではない、寄付者との関係づくりのきっかけがあると感じました。

これまでのクラウドファンディングで目標を達成することができたのも、私たちの想いを多くの人たちに伝えることができ、共感してもらえたからです。現在は新倉山浅間公園の展望デッキ増設のためのクラウドファンディングを実施中です。デッキを整備することで、より多くの人たちに「富士山と五重塔」という日本唯一の眺望を楽しんでもらいたいと考えています。

今後も様々な企画を立案・実行することで、本市の魅力を多くの人に伝え、「富士吉田ファン」を増やしていきます。

編注＝編注＝地域づくり 2020 年 12 月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

三重県尾鷲市

ふるさと納税で関係人口呼び込め

―返礼品の漁村暮らし体験が人気に―

尾鷲市政策調整課調整監／西村美克

三重県尾鷲市は、社会情勢の変化に伴い、人口が昭和35年を境に年々減少しています。市制施行直後の昭和30年は３万3343人でした。昭和55年までは３万人台を維持していましたが、進学・就職による若年層の流出や企業活動の縮小などにより、それ以降は年に約400人ずつ減少し、令和２年８月末の人口は１万7286人です。一方、若年層の減少に伴って高齢化率は年々上昇し、同月末で44%となっています。

このような急速な人口減少により様々な分野で担い手不足が指摘される中、市は「関係人口」というキーワードに注目しました。関係人口とは、「地方部に関心を持ち、さまざまな形で関わりを持つ都市部の人々」と定義されています。この概念が特に注目される背景には、地域社会の担い手を地域の定住者に限定することなく、仕事や趣味の活動、ボランティアなど、地域外からさまざまな形で関与する人たちを、担い手として積極的に巻きこんでいこうとする大きな流れがあります。

寄付者との縁を深める取り組み

その関係人口づくりに有効なきっかけとなるのが、「ふるさと納税」だと私たちは考えております。

ふるさと納税は平成20年に創設され、返礼品競争が話題になるなど日本中に周知されるようになりました。令和元年には、過度な返礼品競争にストップをかけるため規制が強化され、モノからコトへの移行など多種多様な返礼品が見られるようになっています。

尾鷲市でも制度開始以来、「ふるさと尾鷲」を応援したいという多くの人たちから寄付を頂きました。その温かい思いに対する感謝の気持ちとして、市の様々な特産品を味わってもらってきましたが、令和元年度からはぜひ尾鷲市を訪れてもらおうと、夏の最大イベント「おわせ港まつり」（花火大会）に合わせて、ふるさと納税感謝企画「おわせ港まつりにいこう!」を行っています。寄付者とのつながり、ご縁をより一層深めることができればという取り組みです。

令和元年度は、前年度に寄付してもらった5018人にまつりの招待状を送り、99組352人が参加しました。当日は、尾鷲港花火大会会場の最前列に観覧席を用意し、本市来訪記念として特産の「尾鷲ヒノキ」を使ったまな板をプレゼントし、寄付者一人一人にふるさと納税のお礼を伝えました。

全国的に有名な花火大会というわけではありませんが、小さくてもきらりと光る尾鷲市の魅力と、お金では買えない人の温かさを感じとってもらえたのではないかと思っています。

ふるさと納税では、何の関係もなかった人たちが尾鷲市を選び、少なからず関心を持ってくれました。そのきっかけは返礼品だったのかもしれませんが、私たち担当者も今では「寄付してもらってそれで終わり」ではなく、この細い糸のようなつながりを継続的に保つためには、どうすればいいのかが大きなテーマになっています。今後も寄付者との関わりを持つことができるような取り組みを考え、拡大していきたいと考えています。

体験メニューを提供

このように、ふるさと納税は関係人口としてその地域に貢献できるという制度でもあることから、尾鷲市では返礼品として特産品のみならず体験メニューも提供しています。

特に人気のある体験メニューが「地魚サバキ体験付漁村暮らし体験」です。尾鷲市三木浦町の漁村にたたずむ漁村暮らしの宿「三木浦ソワイ」で１泊２日の移



おわせ港まつりの花火



地魚の魚サバキ体験



漁村暮らしの宿「三木浦ソワイ」

住体験ができます。この漁村では、ブリや伊勢海老など、漁村ならではの海の幸を堪能でき、また、大自然を舞台に釣りや海水浴、ダイビング、世界遺産熊野古道ウォーキングなど、さまざまなアウトドアアクティビティが楽しめます。

三木浦ソワイは、一般的な木造住宅の空き家を、地元の大工とスタッフが協働で改装しました。素朴で温かみのある空間が特徴の漁村暮らしの宿を「一棟まるごと・１組限定」で利用してもらっています。スタッフが宿に出向き、この地域で水揚げされた新鮮な地魚のサバキ方や一番おいしい食べ方を伝授し、寄付者は自分で調理した魚を食べることができます。都会暮らしの人々にとって、初めて経験する古き良き日本の漁村暮らしを心ゆくまで楽しめる返礼品として好評を博しています。

最後に、移住した定住人口でもなく、観光に来た交流人口でもない、尾鷲のような地域の人々と関わる関係人口に視点を置き、この地域と継続的に関わりを持つ人たちを増やしていきたいと考えています。

編注＝編注＝地域づくり 2020 年 12 月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書を修正しました。内容は当時のままです。

滋賀県守山市

体験型ふるさと納税で地域課題の解決へ

―真珠養殖で寄付者と生産者をつなぐ―

滋賀県守山市企画政策課 主事／西村美穂

循環型ふるさと〝農、税スタート

2020年７月１日に市制施行50周年を迎えた滋賀県守山市は、駅前周辺の市街地でゲンジボタルが乱舞する美しい水辺環境や豊かな自然、そして琵琶湖や比良・比叡の山並みを望む素晴らしい景観をもつ「のどかな田園都市」です。

こうした魅力をPRするため、本市のふるさと納税は、市内中学生が提案した「循環型ふるさと〝農、税」をコンセプトに、お礼の品としてモリヤマメロンや近江米などの地域農産物を提供し、地域の農家や事業者への支援に活用することからスタートしました。

現在では、農産物だけでなく、「モノからコト」という、いわゆるお礼の品を送付するだけでなく、守山の良さを肌で感じてもらおうと、宿泊プランやいちご狩りなど、守山でしか体験できない返礼品の拡充にも力を入れているところです。

琵琶湖から輝きを全国へ

本市は琵琶湖に面し、赤野井湾付近では約90年前から真珠の養殖が行われています。琵琶湖固有種のイケチョウガイに真珠の核を入れ、つり下げられたいかだが揺り籠となって真珠が育ちます。



もりやま琵琶湖パール

琵琶湖の恵みを存分に受けて育った真珠は色や形がバラエティーに富んでおり、その唯一無二の神秘的な輝きから、かつては大変多くの人々を魅了しておりました。

しかしながら、高度成長期以降、ライフスタイルの変化や経済活動の発展に伴い琵琶湖の水質が悪化。海外の安価な淡水パールとの競合などにより琵琶湖の真珠の生産量は年々減少し、多くの養殖業者が継続できない状況となりました。

こうした中、地域資源である琵琶湖の真珠のPRを応援するため、生産者と市内の女性企業家がコラボした「もりやま琵琶湖パール」の核入れ体験を本市のふるさと納税の返礼品としました。完成した真珠を送るだけでなく、自らの手で直接「真珠の核入れ」をし、成長具合を確認しながら、３年後に「真珠を取り出す」という体験をしてもらいます。

生産者と寄付者とのつながりをより大切にした「モノ・コト・トキ」の継続体験型のお礼の品であり、真珠の養殖体験を通じて地域資源の復活、さらには琵琶湖の環境保全の大切さを考えるきっかけにしてもらうことを目的にしています。

優秀賞を受賞！

この返礼品は、寄付者自身が真珠のオーナーとなり、実際に真珠を手にするのは３年後という長期間に及びます。昨年度に初めて実施し、全国各地から８件の申し込みがありました。実際に真珠の核入れ体験をされた方からは、「琵琶湖で真珠がとれるとは思っていなかった」「なかなかこういう体験はないので選ん



琵琶湖固有種のイケチョウガイ



真珠の核入れの様子



体験当日の様子



琵琶湖クルーズで真珠の養殖場を見学

だ」といった声を頂きました。

こうしたふるさと納税の取り組みが評価されて、ふるさと納税サイトを運営する株式会社トラストバンクが主催する「ふるさとチョイスアワード2019」で優秀賞を受賞し、各方面から大きな反響を頂いたところです。

寄付者と生産者の「思い」がつながる

琵琶湖で真珠が育つまでの３年間、「真珠貝が育っているかな?」「大きな真珠がとれるかな?」「雨が降ったときの琵琶湖はどうなっているかな?」など、寄付者が琵琶湖や真珠に対して思う気持ちは、生産者も同じです。こうした同じ思いを皆さんと共有し、生産者とのつながりを実感してもらうことがふるさと納税の返礼品に求められていると考えています。

「もりやま琵琶湖パール」の核入れ体験を通じ、琵琶湖の環境保全について考えていただければ幸いです。

最後に

ふるさと納税は、生まれ故郷や応援したい自治体に対して寄付ができる制度です。

「守山市に貢献したい」「守山市を応援したい」など、守山市のまちづくりを応援してくださる皆さんの支援に感謝しながら、「豊かな田園都市」を目指し、今後もふるさと納税事務に取り組んでまいります。

編注＝編注＝地域づくり 2020 年 12 月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のまま。写真を一部さしかえました。

島根県津和野町

都市の貧困解決と米農家の支援

―課題解決へクラウドファンディング活用―

島根県津和野町つわの暮らし推進課 主任主事／佐伯　晃

ふるさと納税への取り組み

津和野町は、島根県西部に位置する人口7200人ほどの小さな町です。歴史的建造物が今も残る風光明媚（めいび）な街並みに加え、鯉が泳ぐ殿町の掘割や日本五大稲荷神社のひとつの太皷谷稲成神社、森鷗外記念館などの文化的な観光資源を多く保有しています。

津和野町では、2008年から始まったふるさと納税制度を活用し、町財政の貴重な収入源を確保するとともに、町の魅力を発信し地域の活性化につなげたいという想いで尽力してきました。ふるさと納税に関する認知度の向上や、新たな返礼品を出品してもらう事業者の増加に伴い、寄付金額も増加傾向にあります。

頂いた寄付金は様々な事業に活用しており、町の活性化につながっています。2018年度からは「むすぶ」と呼ばれる事業のリポートを作成して寄付者に送付するなど、津和野町をより身近に感じてもらえるような取り組みも行っております。

また、2020年度にはふるさと納税を積極的に活用するため、民間企業から２人を登用しました。

ふるさと納税には、大きく分けて通常の形式とクラウドファンディング形式がありますが、津和野町は昨年度からクラウドファンディング形式にも取り組んでいます。その事業の一環として、津和野町のお米を都市の貧困家庭に届けるプロジェクトを今年４月より開始しました。

この取り組みは東京都文京区と連携して行い、文京区の「こども宅食」（※１）受給世帯へ津和野産米を定期的に届けるとともに、作り手である米農家の土づくり支援を実施します。津和野町にとって、都市の貧困問題を解消し、地域の米生産者も応援するという大きなチャレンジです。

（※１）こども宅食　文京区とNPO等が協働で運営しており、「見えない貧困を見えないまま支援する」をコンセプトに2017年10月に開始。対象となる生活困窮世帯のうち、希望する子育て家庭に２カ月に１度、食品等を直接配送し、「見守り」など必要な支援につなげている。現在は600世帯を超える家庭が利用している。



津和野町の街並み

森鷗外の縁をつないで

プロジェクトのきっかけとなったのは2014年、文京区内に津和野町東京事務所を開設したことです。津和野町は文豪森鷗外の生誕の地としても知られ、鷗外に縁のある文化的施設が数多く残っています。鷗外がその生涯を閉じたのが文京区で、このつながりがきっかけとなり、文化振興や災害支援に関する協定を結ぶとともに、同区内に東京事務所を開所しました。

2018年からは、文京区のこどもたちが夏休みを通じて津和野町を訪れ、地元の子どもたちと一緒にキャンプをするなど、交流活動が活発に行われてきました。

こうした交流を重ねていく中で、お互いの地域資源を活かした協力事業をさらに展開していく試みを模索していたところ、文京区長からかねて要望があった





津和野町で育てられた安心安全なお米を文京区のこども宅食事業へ



米作り農家のトラクター作業

「こども宅食」へのお米の寄付について、ふるさと納税の活用プランが持ち上がりました。

「こども宅食」の配送品の中で最も人気のあるお米を、農家のいない東京都心部で調達することは難しく、事業の課題となっていました。

また、津和野町では「ヘルシー元氣米」というブランド米を栽培しています。特徴として、農薬使用を最小限に抑えるとともに、土壌改良による微生物の多い土づくりを行うなど、環境に配慮した栽培方法を徹底している点が挙げられます。しかし、こうした栽培方式を採用する分コスト負担も大きく、生産者は減少傾向にありました。

ふるさと納税制度を活用することで、津和野町は都市の課題解決に貢献できるだけでなく、作り手である生産者に対しても、出荷量の底支えや土づくりを支援することが可能となります。

寄付額が目標の2倍に

ガバメントクラウドファンディングの目標金額は350万円。津和野町の米生産者に対する年間の土づくり支援事業費を賄い、「こども宅食」受給の600世帯に対してお米2㌔を3回送ることができる金額です。事業を推進するために、文京区の協力を得るとともに、津和野町では島根県農協や地域商社、生産組合などさまざまな地域団体による協力体制を構築しました。

2020年4月から寄付の募集を開始した結果、140日間で118人から696万8000円の寄付金が集まりました。開始当初は新型コロナウイルス感染症の拡大で広報活動が予定通りに進みませんでしたが、文京区などの協力により、新聞やラジオなど多数のメディアに取り上げてもらい、最終的には目標金額のほぼ2倍となる寄付額を達成しています。

寄付者の中には、取り組みに賛同し両親に掛け合って寄付してくれた学生もいるなど、多くの共感のメッセージを頂きました。ガバメントクラウドファンディングをきっかけに、津和野町はたくさんの人たちとつながることができました。

共感を軸にしたふるさと納税の可能性

ガバメントクラウドファンディングの実施により、事業を実現できただけでなく、取り組みに対する応援団ができたことも、大きな成果だと感じています。想定以上の寄付金を頂き、お米の発送は当初の3回から倍の6回に増やすことができました。生産者からは、自分たちの栽培したお米が、顔の見える形で貢献できることに、うれしい反響がありました。

2020年10月からお米の発送が始まり、文京区からは感謝のコメントが届いています。昨今、ふるさと納税は返礼品合戦のような形で取り上げられることも少なくありませんが、本当に応援したいと思ってもらえる事業を作り上げることができれば、共感を元に寄付が集まることを、この事業を通じて実感しました。

津和野町における一つの戦略として、共感を元にしたふるさと納税の活用を引き続き検討していきたいと思います。

編注＝地域づくり2020年12月号特集編から転載。筆者・人物の役職・肩書など内容は当時のままです。

— 第７章 —

地域活性化センター職員による国内調査研究の報告

これからの共創のかたち～リビングラボ～

地域活性化センター創生グループ：岩﨑 香央里、企画グループ：鈴木 充、移住・交流推進機構：前田 岳

はじめに

(1) 調査の背景

日本は世界に先んじて、人口減少、少子高齢化とそれらに伴う生産年齢人口の減少、都市部への人口集中による地方の過疎化といった社会課題に直面している。

さらに、グローバル化、デジタル化が進展するとともに、人々の価値観が多様化し、ライフスタイルも変化している。社会経済は成熟期を迎え、大量生産・大量消費・大量廃棄といった旧来型の経済システムから、求められる社会的ニーズを的確に把握し潜在的な需要を見出すことにより、地域社会から新たなサービスを創出していかなければならない時代を迎えている。時代が変化する中、地域におけるつながりは希薄化してきており、今後も人々が社会に帰属し、社会基盤を形成するためには、人とのつながりによるコミュニティのあり方を見直していく必要がある。

1970年代頃から、欧州北部では多様なステークホルダーを巻き込みつつコミュニティ全体でイノベーションを生み出す「参加型デザイン」と呼ばれる手法が発展してきた。近年、この手法が現代社会の課題解決に有効なアプローチであるとして日本でも注目されている。

参加型デザインには様々な手法があるが、コミュニティにおけるイノベーションと持続的発展を支える枠組みの一つにリビングラボがある。

リビングラボとは、「新しい技術やサービスの開発において、多様なステークホルダーが参加し、新たな価値を共に創造する共創活動またはその活動拠点」のことをいう。多様なステークホルダーが関係するため、目的やプロジェクトによって形態が違ってくるが、全てのリビングラボの根底にある目的は、利用者と提供者による生活環境下での共創プロセスが、実験と評価を重ね、そこからサービスや商品を生み出し、複雑な社会課題の解決に向けた好循環を生み出していくことである。

複雑な社会課題の解決に向けて、多様なニーズを把握し、新たなサービスを創出するには住民、企業、行政、学術機関がそれぞれの強みを持ち合い共創する取組が必要となる。日本でも、行政主導、企業主導、都市型、地方型など、様々なタイプのリビングラボが生まれ始めており、各地域の実情に応じた形態がつくられている。

本稿では、日本におけるリビングラボの取組をとりあげることとする。

(2) 調査の目的

先進的な取組を実施している地方自治体に赴き、リビングラボを実施するに至った経緯や背景及び生み出された影響について調査し、リビングラボの有効性を分析することを本調査の目的とする。

(3) 調査事例の選定

全国の地方自治体がリビングラボを推進するためのヒントを得られやすいように、人口規模と取組方の異なる以下の自治体を選定した。

①神奈川県横浜市…多様な地域課題の解決を目的
②神奈川県鎌倉市…長寿社会の新価値創造に向けたオープンイノベーションを目的
③長野県…都市と地方をつなぐ新しい事業を生み出すことを目的

現地調査事例

(1) 横浜市役所の事例

①横浜市の概要

横浜市は、東京都心から西南約30㎞に位置し、374万人が暮らす、日本で最も人口の多い基礎自治体である。主な産業はサービス業、不動産業、卸売・小売業、製造業などである。日本の近代化をリードした国際港湾都市として、全国屈指のブランド力を持ち、今日においても横浜港の貿易高は日本トップクラスを誇っている。2015年の国勢調査によると、横浜市の昼夜間人口比率（夜間人口100人あたりの昼間人口）は91.7となっており、東京のベッドタウンとしての側面を有することも窺える。

②取組の経緯

横浜市では、高度成長期に郊外に多くの大型住宅団地が造成され、同年代の子育て世代が大量に転入し発展したが、近年は、その世代が一斉に高齢化している。また、若年層の晩婚化・未婚化が進み、単身世帯が通勤の利便性を求め市外へと転居することも増加している。

このように、高度成長期と比べ、人口構成と地域課題が大きく変わり、求められる行政サービスの内容も変わってきている。高度成長期には、質の高いサービスを周く提供できるかが行政課題であり、住民も、安全・安心な環境づくりを行政側に求めていたが、現在は人口が流出するとともに、地域のつながりの希薄化による地域コミュニティの衰退が起き始めており、サービス水準を維持していくかが大きな課題となっている。

この状況に危機感を感じ、行政と民間が対話を通じ、地域課題の解決や、イノベーション創出等につながる連携を進めるため、平成20年度に「共創推進室（共創フロント）」を市役所内に設置した。また、平成26年度に、新しいコミュニティづくりのため、公民連携のプラットフォームとして「LOCAL GOOD YOKOHAMA」が設置され、運営が始まった。

LOCALGOOD YOKOHAMAでは、市のオープンデータを活用して、地域課題やNPO法人などの支援団体の取組を可視化し、官民が同じ課題を共有することにより、市民参加を促している。この活動では行政からの補助金に頼らず、インターネットで活動資金を募るクラウドファンディングや、市民が地域に提供できることを登録し、必要とする団体へとつなぐスキルマッチングなどを活用し、課題を解決していく新しい公共の仕組みを目指している。

しかしながら、クラウドファンディングなどだけで事業を継続することは難しく、安定的に多様なステークホルダーの連携が継続できる仕組みが必要となっていた。とはいえ、民間事業者がボランティア活動として地域活動に参加することにも限界があるため、民間事業者が地域に関わりながら利益を得ることができる活動として、市がサポートする形でリビングラボの取組が平成27年から始まった。

③取組内容

市がサポートするリビングラボは、「まちの主役である住民が、暮らしを豊かにするためのサービスやものを生み出し、より良いものにしていく活動」を目指しており、住民や企業などが議論を通じ、地域のためになる事業を立ち上げた結果、現在では市内15ヶ所以上で以下の３タイプの取組が行われている。

ア）地域包括ケア型…介護や子育て、障がい者対策など地域における福祉サービスのイノベーションを目指し

て、地元のNPOや社会福祉法人が連携

イ）エリアマネジメント型…シビックプライドの醸成や空き家活用、都市再生などをテーマに地元事業者や住民、企業など多様な主体が連携

ウ）企業マーケティング型…沿線のブランディングや新たな製品・サービス開発のためのマーティングの一環として大手企業が設置

これらのリビングラボのデザインプロセスは、ステークホルダーの相互理解や課題発見のための対話から始まり、試作を繰り返し、ユーザーテストを経て社会に導入するという流れとなっている。これを民間主体で行い、市は、補助金等の支出はせずに運営の補助や調整のみを行う。具体的には、初期段階では、多様な参加者間の議論を効率的、効果的に進めるためのファシリテート支援を行い、課題解決を具体的に進める段階では、企業や大学等をつなぐマッチング支援や課題の可視化を行うためのデータや社会実証のためのフィールドの提供等を行っている。

民間主導とする目的は、リビングラボでの活動を通じて、住民や企業にビジネスを興してもらうことにある。活動の中心を地域に根差した事業者に担ってもらうことで、医療、福祉、教育、子育てといった生活サービス産業の高度化を図り、雇用創出と新しいライフスタイルの創造を目指している。

エリアマネジメント型の磯子杉田リビングラボでは、持続可能なまちづくりを行うため、空き家利活用の取組を行っている。空き家となっていた一戸建てをリノベーションした「Yワイひろば」は、民間事業者が市から運営管理を任されている。１Fが地域のためのコミュニティスペースとなっており、地域の高齢者が多世代と自然に交流できる拠点となっているほか、２ヶ月に１度地元の人や区・社協・ケアプラザの職員などが集まる地域会議などが開催されている。また、２Fはこのコミュニティスペースを活用してリビングラボの手法でサービスの実証実験を希望する企業や団体のためのシェアオフィスとして貸し出されている。

運営管理を任されている民間事業者は、空き家の一室を防災シェルターとしたうえで、自社の本業を活かし太陽光発電システムを導入することにより、災害時にも電気の供給ができる再生可能エネルギーのモデル住居として活用している。

市内のリビングラボ活動を活性化するにあたり、市は、市内の業者やNPOとともに平成30年５月に中間支援組織となる一般社団法人YOKOHAMAリビングラボサポートオフィス（以下「サポートオフィス」という。）を立ち上げた。サポートオフィスは、サーキュラーエコノミーPlus（※）という社会経済モデルを提唱し、市内各地のリビングラボと連携しながら事業を展開している。



杉田リビングラボの取組
（引用：横浜市「オープンイノベーションの推進」資料）

（※）「サーキュラーエコノミーplus」とは、横浜市独自のサーキュラーエコノミービジョン。サーキュラーエコノミーは、従来の「大量生産・大量消費・大量廃棄」のリニアな経済（線形経済）に代わる、製品と資源の価値を可能な限り長く保全・維持し、廃棄物の発生を最小化した経済を指す。その考えに資源や製品に限らず、「ひと」と「まち」の持続可能性とエンパワーメントにも着目し、それらを総合的にプロモーションする社会経済モデルを「サーキュラーエコノミーplus」として提唱、推進することで、「誰一人として取り残さない持続可能な未来」を実現していく。

④課題と今後の展開

市は経済構造が変化し、核家族化の進展や単身世帯の増加とも相まって、貧困世帯が増加している状況を深刻な問題と捉えている。今後は、地域



サーキュラーエコノミーPlusの概念図
（一般社団法人YOKOHAMAリビングラボサポートオフィスHPより引用））

の実態を把握・分析し、リビングラボにフィードバックすることを通じて、課題解決に向けた取組を支援していくこととしている。

市のリビングラボの取組は、サポートオフィスが市内各地域で展開しているリビングラボとパートナーシップを組むことで、事業拡大のための活動をサポートしており、行政主導の取組ではないことに価値があると言える。市とサポートオフィスは、サーキュラーエコノミーPlusを進めるためのビジョンを共有しており、官民が協働して推進することにより、持続可能な仕組みができている点が評価される。

コロナ禍において、既存の行政の事業や地域活動が止まってしまっていたなか、リビングラボの取組は続いていたという事実は、地域のニーズを見極め、時代に即した仕組みとしてのリビングラボの有用性を示すものと言えよう。

(2) 鎌倉市役所の事例

①鎌倉市の概要

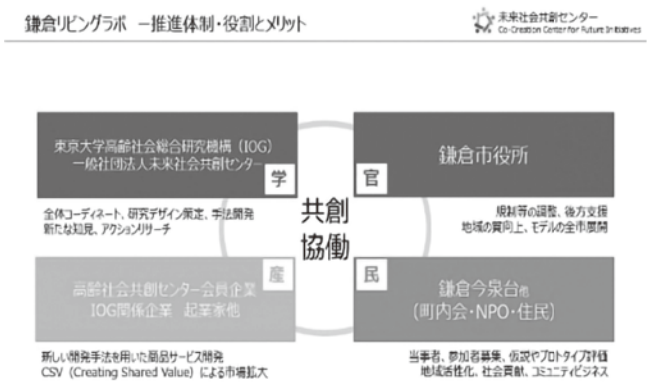
鎌倉市は、神奈川県の南東部の三浦半島の付け根に位置しており、北部は丘陵地に囲まれ、南部は海に面し多くの歴史的遺産を持つ古都である。人口17万２千人が暮らし、歴史と文化、自然とやすらぎを求めて年間約千万人以上の観光客が訪れる観光都市でもある。

また、日本での「古都保存法」制定のきっかけにもなった都市で、「ナショナルトラスト発祥の地」として文化遺産や景観の保全に対する住民の意識が高く、歴史的遺産と共生するまちづくりを目指している。

②取組の経緯

鎌倉市では、中長期的な政策立案・課題解決を考え実践する部署として、平成23年に「政策創造担当」が設置され、庁内シンクタンクとして、庁内を横断する課題の解決を図る研究活動等に取り組んでいる。

鎌倉市の高齢化率は約30%と県内でも高く、特に高度経済成長期に開発された郊外型分譲地には50%に近い地域がある。今後さらなる高齢化、少子化及び人口減少等により、まちとしての機能が維持できなくなる地域が出



今泉台地域でのリビングラボの様子



開発され商品化したテレワーク用家具

てくることが想定される。これまで地域コミュニティを支えてきた自治・町内会では、地域の担い手が不足することも考えられるため、将来に向け、新たに持続可能なコミュニティの形成を模索していかなければならない。そのための一つの試みとして、地域住民が自らの力で地域の価値を高めていこうとするエリアマネジメントによる地域コミュニティの再生が行われている。

そのような中、市で庁内プロジェクトチームを設置し、平成23年から26年まで「長寿社会のまちづくり」研究を行った。鎌倉市今泉台地域を対象地とし、産官学民連携での研究体制により「多世代が住み慣れた地域で安心して住み続けられるまちの実現」に向けて、自律自走できる地域づくりとエリアマネジメントの視点による地域運営の検討を行った。この研究に基づき空き家をリノベーションして造られたコミュニティスペースを拠点としたまちづくりNPOが設立され、自治会との両輪による地域運営が行われる土壌ができた。その後、少子高齢化、人口減少の進む地域の課題解決策の一つとして、平成29年１月に同地域を活動の中心とし、東京大学高齢社会総合研究機構がコーディネート役となって産官学民連携の取組である「鎌倉リビングラボ」がスタートした。

③取組内容

鎌倉リビングラボでは、今泉台地域の高齢化率が高いことを地域の強みと捉え直し、日本が迎える超高齢社会・長寿社会に必要な商品やサービスや仕組み産官学民連携する場を通して共創している。また、住民が自ら政策を立案する過程の中で地域課題を自分事として捉えることを通して、新たな価値が生まれることも期待している。鎌倉リビングラボでは、①住民課題に基づく「長寿社会にふさわしいワークスタイルと住宅・地域環境の開発」②企業課題に基づく「新たな長寿社会向け商品・サービス開発」③自治体課題に基づく「リビングラボの手法を用いた政策立案」、を通じて持続可能な仕組みづくりのための共創活動を実践している。

「長寿社会にふさわしいワークスタイルと住宅・地域環境の開発」では、人生100年時代の在宅ワーク環境整の整備とそのための家具づくりを目指し、コンセプト設計の段階から地域の様々な世代の住民と家具メーカーとが共創して、住民の意見やアイデアを加えながら試作品を作成し検証・改善を繰り返した。そして、日本でのリビングラボによる商品開発・販売第１号となるテレワークデスク「ONOFF（オノフ）」と、どこにでも持ち運んで使えるテレワークデスク「UBIQ（ユビック）」を生み出した。

「新たな長寿社会向け商品・サービス開発」では、これまでの商品開発とは一線を画し、生活者目線で長寿社会における個人の生活やまちをよりよくするためのものやサービスに特化している。これまでに、コミュニケーションロボットやIoT家電、パーソナルモビリティ等のコンセプト設計や開発に携わり、全員参加で高齢者も活躍の場を広げられる事業に貢献してきている。さらに関連企業からは、今までの開発手法では得られないような意見・アイデアを得ることができたとの声も聞かれている。

「リビングラボの手法を用いた政策立案」では、リビングラボを全市に展開することで、真の市民ニーズや地

域課題を抽出し、総合計画や政策立案における新たな市民参画の手法として用いることを考えている。令和２年８月現在、高齢者のデジタル機器使用に関するニーズ調査と仮説検証を行っている。

鎌倉リビングラボの最大の特徴は、NPOがコミュニティビジネスとして地域のコーディネーター役を担っていること、住民が報酬を得てプロの生活者として参加していることである。世代や性別を問わず多様な住民が主体的に活動に参加し、活躍することで地域活性化につながることが期待される。

④課題と今後の展開

今後の展開に向け鎌倉リビングラボでは３つの課題が挙げられている。１つ目の課題は、参加住民へのフィードバックの仕方である。例えば商品開発の場合、途中段階すべてを伝えることが現行の法制度や知財管理では難しい場面があり、住民としては自分がどう関与・貢献しているか見えにくいことがある。主体的にモチベーションをもって継続参加するのに適切なフィードバックや、自らの「気づき」を促すことが重要である。

２つ目の課題は、KPI（重要業績評価指標）の設定である。リビングラボの中で得られる新たな価値は数値化しづらく、どの程度の目標設定が適当なのかについても考えなければならない。目標を設定するには、地域の現状を知ることからはじめる必要があり、地域に対する現状調査が重要なカギとなる。

３つ目の課題は、リビングラボをいかにして市内全域へ普及するかである。地域の抱える課題や、地域の持つ資源や特性は、各地域に固有のものが多く容易に横展開できるものではないため、セミオーダーメードの対応が必要となる。成功事例を他地域に広げていくためには、それぞれの地域ごとに工夫していく取組が重要となる。

今後は、リビングラボの全市展開に向け、その知名度向上と体験する人を増やすことを通して、新たな担い手づくりと活動場所の開拓を進めることが求められている。

(3) 長野県の事例

①長野県の概要

長野県は南北に長く、急峻な地形で標高差が大きいため気候や自然環境、生態系が多様性に富んでおり、地域ごとに独自の文化が育まれている。県内の多くの地域が首都圏、中京圏から200㎞圏内と比較的アクセスが良い一方で、中山間地域が多く、過疎市町村は77市町村のうち37市町村（全国３位）と、人口流出、少子化が顕著である。

②取組に至った経緯

人口流出により、生活に不可欠なサービスを維持していくことが困難になっており、地域づくりの担い手確保



鬼無里地区での里山暮らし体験ツアーの様子



小川村での空蔵の改修の様子

やその育成が課題であった。そうした人材を外部に求めるにせよ、地方に貢献したいと考える若者等へアプローチする手法や経験に乏しく、都市部の人材を多様な形で地域に継続的に関わらせるなど、地域の活性化を担う人材を獲得するための施策を具体化できずにいた。

そのような状況の中、平成28年11月、総務省の「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」に当時の長野県移住担当室長が委員として参画したことを契機に、関係人口に着目し、県として取組を進めるため、国の「関係人口創出事業」に手を挙げ、具体的な作業に着手することとなった。

③取組内容

「信州つなぐラボ」とは、首都圏在住の参加者・自治体・地元住民が、それぞれの視点で経験やスキルを出し合い、都会と田舎をつなぐ新しいプロジェクトを共創し、実証実験をするコミュニティである。

このラボでは、参加者同士がチームを組み、フィールドワークやインタビューを行い、地域の現状と課題、地域資源を探りながら、その地域に何が必要なのかを検討し、実践するプログラムになっている。最終的にはその取組を県内で開催するフォーラムの場で報告し、県内外に向けて広く発信することとしている。

この取組は、調査の令和２年８月現在で、３期にわたって行われているが、今回の調査では第１期の活動に携わっていた藤原正賢氏の話を基に、第１期（平成30年９月~平成31年１月）の取組内容を調査した。

対象地域は、長野市鬼無里地区及び小川村であり、地域活動の運営スタッフの高齢化及び担い手不足への対策、地域外団体・NPO等の連携した運営体制の構築等を地域課題と捉え、解決のための手法を検討した。その際、多様なステークホルダーに参加してもらうため、民間事業者と連携して参加しやすい仕組みづくりを行った。運営側が初めから具体的なミッションを決めないことにより、参加者にとっては自由度が高く、自主的に参加しやすいものとなっている。

チームで行ったフィールドワークでは、現地ヒアリングや体験を中心に、地域課題の情報収集を行った。鬼無里地区では、「いまここにあるものを活かす」という暮らし方を都会の人にも体験してもらおうと、里山暮らし体験ツアーを企画し、家族や友人連れの参加者を招いて地区の案内などをした。このツアーには首都圏から約20名が参加し、鬼無里地区の住民とのふれあいを通して、この地区の冬の暮らしを存分に味わってもらうことができた。この企画は、参加者と地域住民の双方から生まれた声を基に創り出されたという点に価値があり、参加者が持つ「よそ者の視点」によって、地域住民も地域の魅力を再認識することができた。

小川村では、こども向けのアクティビティや空き蔵改修をテーマに、滞在型のプロジェクトを企画した。事業終了後も活動が継続し、令和２年５月には、蔵を改修するための会社も立ち上がった。参加者からは、「用意された体験だけでなく、アクシデント的に起こることを楽しむ“余白”をつくることもよいのでは」など積極的な意見も出されるなど、地域での活動を主体的に楽しんでいる声が印象的であった。

今回の調査を通して、地域や自分自身との関わり方を模索している人は一定数おり、それらの人々が、地域住民とのつながりを得られたことに高い満足感を感じていることが明らかになった。このようなマッチングは今後も高いニーズがあると県では考えている。

また、このプロジェクトを通し、よそ者が地域に関与することで、住民自身が自分の住む地域に関心を持ち、「自分たちでも何か挑戦できる」と考える人が自治体職員を含め増加しており、シビックプライドの醸成にもつながっている。

なお、今年度は、新型コロナウイルス感染症対策のため、オンラインを中心に実施しており、オンラインを活用し今までにない都会と田舎の関係性づくりに挑戦している。

④課題と今後の展開

県としては、事業を通して市町村に取組の場を提供することを重視している。継続性のある有意義な事業とするためには、自治体や受け入れ地域の熱意と受け入れ体制が大切になってくる。近年、関係人口という言葉を耳

にするが、概念の広さゆえにどのように取組を進めればよいか戸惑う自治体も多い。そうした県内の自治体にモデルケースを提示することやノウハウを共有することが県としての課題となっている。うまく継続できなかった事例を共有していくことが重要だと県が認識していることが非常に印象的であった。

しかし、上記の事業は単年度事業であるため、継続性と安定性に不安があり、県としても地域のキーパーソンとともに、いかに持続可能な事業に育てていくかも課題といえよう。

今年度、「長野つながりコンソーシアム」が設置された。これは、長野県のほか、県内の市町村や関係人口の取組実践者及び企業関係者をメンバーに迎え、情報共有や協働事業を実施するものである。

プログラムが終了した後も、各々が地域の関係人口として関係を継続し、その地域とともに面白い仕掛けづくりを展開していくことを期待したい。

おわりに

今回調査した横浜市、鎌倉市及び長野県に共通するのは、地域の社会構造を理解し、その地域に何が必要かをしっかり見極めたうえで行動しているということである。また住民をプロの生活者として位置づけ、生活の中の小さな気づきを起点にすることを大切にしていることも共通している。

今回の調査を通し、リビングラボという手法を用い、生活の中で取組と評価を繰り返しながら、サービスや商品、新たな価値を生み出す過程の中にこそ信頼が生まれ、地域の関係性が築き上げられることを学ぶことができた。

また、コロナ禍で既存の地域活動が制約される中、次なる取組の準備期間と捉え、この時代に必要なことが何かを摸索するためにオンラインツールを活用し、試行錯誤しながら前に進もうとする姿も印象的であった。

リビングラボは目的ではなく、あくまで課題解決のための手法である。今後も地域課題が刻々と変化するなかで、必要とされる地域ニーズをしっかりと見極めていく必要がある。リビングラボは柔軟で汎用性も高いため、様々な課題解決に用いることが可能であり、今後も地域の実情に応じた展開が見込まれる。これからも持続可能なリビングラボが全国で生まれることを期待したい。

編注＝令和２年度国内調査研究報告書（web会員限定公開）

人を集めるソーシャルメディア利活用術

地域活性化センター企画グループ：川田 寛実、地域リーダー養成課：石川 奈緒美、編集室：飯野 直美

はじめに

スマートフォンの急速な普及などもあり、人々のインターネット利用時間は増加し、誰もが容易に情報を収集することが可能となった。スマートフォンの普及に比例するように利用者が増大しているのがソーシャルメディアである。ソーシャルメディアとは、「ブログ、ソーシャルネットワーキングサービス（以下「SNS」という。）、動画共有サイトなど、利用者が情報を発信し、形成していくメディア」のことをいう（※１）。また、「利用者同士のつながりを促進する様々な仕掛けが用意されており、互いの関係を視覚的に把握できる」ともされており、相互のやりとりができる双方向型のメディアという点が大きな特徴である。

令和元年の総務省の調査（※２）によると、ソーシャルメディアは日本人の約８割が利用しているということであり、スマートフォンとともに社会の基盤となるツールだといっても過言ではない。

ソーシャルメディアといっても、その範囲は広く、SNSだけでもTwitter、LINE、Instagram、Facebookなど多数のサービスが展開されており、それぞれのメディアでユーザー層や表現の幅、コンテンツの残り方などの特徴が大きく異なっている。その特徴をまとめると以下のとおりである。

（※１）総務省「平成30年版情報通信白書」）

（※２）総務省「令和元年版情報通信白書」）

このように、インフラ化しているソーシャルメディアは、自治体の新たな情報発信ツールとしても積極的に利用されており、ほぼすべての自治体がいずれかのSNS公式アカウントを開設している（※３）。総務省の調査（※４）によると、半数以上の自治体が「地域内の市民・企業向け情報提供」「地域外向け情報提供」「災害時の

【表１・主なSNSのユーザー層と特徴】

種類	国内月間アクティブユーザー	ユーザー層	特徴
LINE	8,600 万人	全世代が利用 幅広い	・インフラ化したメッセージツール ・プッシュ通知を使った情報発信 ・LINE API を使った自社サービス連携
Twitter	4,500 万人	20 代が多い 平均年齢は 35 歳	・リアルタイム性と情報拡散力 ・興味関心でつながる ・短文のコミュニケーション
Instagram	3,300 万人	10 代と 20 代で 半数以上を占める	・雑誌感覚、ビジュアル訴求 ・フィードとストーリーズの使い分け ・ハッシュタグからの流入
Facebook	2,600 万人	登録者数は 20 代と 30 代が多い	・実名制でリアルなつながりを反映 ・ビジネスシーンでの活用 ・コンテンツの自由度が高い

出典：株式会社コムニコ調べ「【2020年11月版】人気ソーシャルメディアのユーザー数まとめ」
https://blog.comnico.jp/we-love-social/sns-users

情報発信」のためにソーシャルメディアを活用しているが、双方向型の活用ができている自治体は３割に達しない。このことから、ソーシャルメディアの利点である双方向性を生かすためにも、各ツールの特徴を理解したうえで、目的や戦略を明確にして運用することが課題だといえる。

そこで、自治体のソーシャルメディア活用のポイントを探るために、単なる情報発信にとどまらず、ソーシャルメディアの利点を生かした運用を行っている先進事例を調査した。調査対象として、Instagramを活用する神奈川県葉山町、Twitterを活用する埼玉県、LINEを活用する宮崎県都城市、を選定した。

（※３）2018年度「市区町村広報広聴活動調査」

（※４）平成25年３月　総務省「地域におけるICT利活用の現状等に関する調査研究」

事例調査

（1）神奈川県葉山町公式Instagram「葉山オフィシャル」

①町の概況

神奈川県葉山町は三浦半島の西部に位置する人口約3.3万人の町で、天皇陛下の別荘「御用邸」の所在地、近代日本ヨットの発祥地として有名である。

東京から50キロ圏内に位置しているが、町内には鉄道がなく、葉山町へ行くにはJR横須賀線・逗子駅、京浜急行線の逗子・葉山駅からバスを使う必要がある。

葉山の海は、砂浜と岩礁が交互に連なる南北４キロメートルにおよぶ美しい海岸線が特徴で、平成８年には「日本の渚・百選」に選ばれている。

②事業開始の経緯・目的

葉山町は、交通アクセスが不便で、ショッピングモールや著名な観光地に乏しく、また、高校や大学がなく、就職先も少ないことから若者の流出と高齢化が課題となっていた。町では、その解決のために、町の魅力を発掘・発信し、移住定住の促進を目指して若者への情報発信を強化していくことにした。若者にアピールするため、公式ホームページや広報誌をどのように充実させるべきか悩んでいたところ、新規採用職員の話から、若者の情報検索の方法がgoogleなどの検索エンジンからSNSに変化していることに気づかされた。そこで、若者が多く利用するSNSを活用することに決め、平成27年６月に公式Instagram「@hayama_official」の運用を開始した。

③取組内容

Instagramは10～30代がメインユーザーであり、ファッション・食・景色の投稿が多く、旅行先や商品を探す情報源としても使われている。この特性を生かし、ターゲットである20～30代の町内外の若者に対して写真と動画で町の魅力を発信している。運用開始当初は毎日投稿し、地道な周知活動を行っていたが、なかなかフォロワー数が伸びなかった。そこで、実際に意見を聞こうとフォロワーを集めたオフ会を開催したところ、「職員の皆さんがフレンドリーで楽しかった」という意見が出た。これまでの投稿では伝わらなかった親近感を評価する意見をきっかけに、ためぐちでの投稿を開始し、ダジャレや問いかけなども取り入れ親しみやすい投稿に切り換えた。また、観光名所を映すというよりは「葉山で暮らすと味わえる日常」という「暮らしの目線」を大切にした投稿を意識することにした。空だけ、海だけの写真ではなく、葉山で生活をしている「人の姿」を入れるなどの工夫や、鉄道駅がないため「歩き」が必須である葉山での生活をイメージしてもらうために、路地裏から海が見える風景など、歩いているからこそ見つけられる魅力を発信している。

同時に、「#葉山歩き」というハッシュタグを設けて、一般ユーザーにも葉山町の魅力が伝わる写真の投稿を促している。「#葉山歩き」で実際に投稿された写真の写真展を開催したり、フォトブックを作成するなどリアルイ



写真１　暮らしの目線を大事に



写真２　投稿作業の見学



写真３　Instagramの写真を
フォトブックに

ベントも展開するほか、京浜急行電鉄「葉山女子旅きっぷ」のハッシュタグキャンペーンや、パナソニック株式会社とフォトコンテストを行うなど、企業とのコラボレーションも行っている。

④効果・実績

暮らしの視点から撮影された美しい写真と、友達に話しかけているような親しみやすい投稿が話題となり、フォロワーが増加し続けている。現在のフォロワー数は人口を超える約3.4万人にのぼり、現在も週に50～60人ペースで増えている。このフォロワー数は、自治体が撮影した写真を投稿しているアカウントとしては全国１位である。また、「#葉山歩き」の投稿数は約9.1万件に達する。

葉山町ではアカウントを開設した平成27年度以降、人口の社会増が続いており、Instagramの写真が口コミに寄与しているのではとの見方がされている。

SNSの双方向性を生かしている点では、「#葉山」のついた投稿や位置情報が葉山町の投稿には「いいね！」を押し、フォローバックを行うなど、フォロワーに対して発信側からも積極的なアクションを行っている（フォローバックは上限があるため、現在は休止中）。



葉山町公式Instagram

葉山町公式Instagram
QRコード

⑤今後の課題・展望

「#葉山歩き」により発掘された町の魅力は、葉山町の財産であると担当者は話す。また、より効果的に町の魅力を発信していくためには、オフ会などでコミュニケーションを図ることや流行を敏感に察知することなど、楽しみながら継続できる仕組みづくりが大切であると語った。

さらに、SNSはアップデートにより新しい機能が次々と追加されるため、その機能の特性を分析して活用していきたいとのことである。例えば、複数枚投稿機能を活用し２枚目以降にメッセージや投稿の裏側を掲載することや、アクセスしやすいストーリー機能を活用して通常投稿に誘導し、通常投稿は美しい写真を蓄積するよう使い分けるつもりだという。コロナ禍において、ドローン動画等も活用して現場の密着感を発信しリモートトリップを推奨していくなど時代に合わせていくことや、新しいSNSについても同様にその特性を理解して活用していくことが今後の課題であるとのことであった。

(2) 埼玉県公式Twitter

①県の概況

埼玉県は首都圏の中央に位置し、関東地方では神奈川県を除く１都４県に隣接する。荒川や利根川をはじめとする豊かな河川、秩父の美しい山並み、見沼田んぼや

武蔵野の雑木林など、豊かな自然に恵まれるとともに、災害が少なく、快晴日数が全国１位という環境のもと住みよい暮らしと活発な経済活動が営まれている。

埼玉県の人口は約739万人と全国５位、人口増加率は全国３位であり、その多くは首都・東京に隣接する東南部に集中し、首都のベッドタウンが形成されている。

また、東北・関越・圏央道をはじめとした６つの高速道路と東北・上越など６つの新幹線が整備され、東日本の主要都市と結ばれるなど、全国屈指の「交通の要衝」としての優位性を確保している。多くの企業や人を呼び込んでおり、都市の賑わいと利便性をあわせ持っている。

令和３年は埼玉県が産声を上げてから150周年を迎える記念の年である。埼玉に関わる一人ひとりが改めて埼玉県の発展の歴史を学び、見つめ直し、魅力を再発見して県内外へと発信し、未来へとつないでいくため、様々なプロジェクトを展開している。

②事業開始の経緯・目的

埼玉県では様々なソーシャルメディアを利用した広報広聴に取り組んでいる。その公式アカウント数はFacebook55、Twitter44、LINE８、YouTube25、Blog３、Instagram19などとなっており、総アカウント数は150を超える。これら全てのアカウントに利用規約や運用ポリシーが整備されており、この規定に基づき各担当課において運用されている。

今回ヒアリングした埼玉県県民生活部広聴広報課魅力発信担当（以下「広聴広報課」という。）によると、このように多数のアカウントを所有しているのはターゲットごとに使い分けているからだという。広聴広報課が担当するのは「コバトン家／ち」のFacebook、Twitter、「さいたまつり」のFacebook、Twitter、Instagram、YouTube、「埼玉150周年」のFacebook、Twitter、Instagramであり、今回はこれらのアカウントについて調査をした。

③取組内容

「コバトン家／ち」はゆるキャラが好きな人をターゲットに、埼玉県のマスコットキャラクター「コバトン」と「さいたまっち」が県内のおすすめスポットを訪れたりイベントに参加したりする様子を通じ、埼玉の魅力を紹介している。「さいたまつり」はお祭りが好きな人をターゲットに、県内で開催される年間60以上のお祭りの魅力を紹介している。「埼玉150周年」は埼玉に関わる人をターゲットに、150年の歩みと魅力を伝え、お祝いムードを高めている。

広聴広報課が担当するFacebookでは、埼玉の歴史や文化を学ぶことができる記事文面がよく読まれるなど、中高年層のエンゲージメントが高い。一方、TwitterやInstagramはキャッチーな言葉や写真で若年層から中年層

広聴広報課魅力発信担当が運用するSNSアカウント

アカウント		概要	コンテンツ （フォロワー数 / 令和３年１月現在）
	コバトン家／ち	埼玉県のマスコットキャラクター「コバトン」と「さいたまっち」の活動状況を発信	・Facebook（8,325 人） ・Twitter（22,084 人）
	さいたまつり	年間 60 以上ある埼玉のまつりの魅力を発信	・Facebook（2,660 人） ・Twitter（17,170 人） ・Instagram（2,847 人） ・YouTube（133 人）
	埼玉 150th Project	埼玉県を知り、祝い、埼玉県の魅力を発信	・Facebook（217 人） ・Twitter（7,127 人） ・Instagram（752 人）

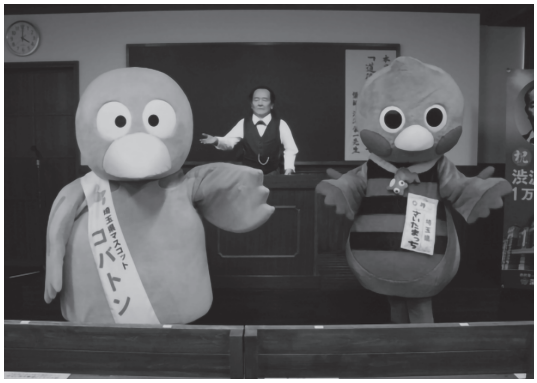


写真４　渋沢栄一記念館を訪れる
コバトンとさいたまっち

を惹きつけている。このように、ユーザーの年齢層に応じたコンテンツの使い分けを行うことにより、埼玉の魅力が幅広い世代に届く仕組みを構築している。

④効果・実績

広聴広報課では、フォロワーやエンゲージメント数を増やすとともに、フォロワーが離れていかないように、日々状況を把握・分析したうえで、職員が発案した様々な手法を取り入れている。なかでも、より大きな効果をあげているTwitterに関する４つの取組を紹介する。

第一に、埼玉県と民間企業が連携したプレゼントキャンペーンである。これは埼玉150周年公式ホームページの開設（令和２年７月31日）に伴い、埼玉150周年記念事業パートナーの日本生命保険相互会社（以下「日本生命」という。）と連携した企画である。埼玉150周年公式ホームページの開設について日本生命がツイートし、このツイートをリツイートするとともに埼玉150周年と日本生命の両アカウントをフォローした人の中から抽選で埼玉の銘菓が当たる。このキャンペーンにより、フォロワーが約6,000人増加している。



埼玉県公式Twitter

第二に、芸能関係者の投稿記事を積極的に引用することである。広聴広報課は一週間に２回、ハッシュタグで県の関連キーワードを検索している。これにより、埼玉県出身の芸能人が埼玉の魅力やコバトンとの写真を投稿していたり、芸能事務所のイベント情報で埼玉県主催のイベントを紹介していたりする等、広聴広報課で把握していない情報や写真等を発見した場合には、これらの内容をツイートやリツイートすることで情報を拡散している。この結果エンゲージメント数の大幅な伸びがみられる。

第三に、SNSとリアルイベントの連動企画である。令和元年、埼玉県と名古屋を拠点に活動するエンターテイメント集団「祭nine.（まつりないん）」がコラボした「さいたまつりnine.ガチンコお祭り３本勝負！」が開催された。この企画は埼玉の祭に関しどちらが魅力的かを、さいたまつり公式Twitterでの事前投票と11月14日（県民の日）に開催された県庁オープンデーイベントの当日来場者のリアル投票で勝者を決めたものである。例えば「山車VS神輿」であれば、山車派の人はいいね、神輿派の人はリツイートといったように、SNSで投票を行うことでエンゲージメント数が大幅に増加し、イベントの周知にもつながった。また、当日は祭nine.の登場とコラボうちわを使ったリアル投票を行うことでイベントは大盛況になるという相乗効果が生まれている。

第四に、SNSの双方向性の活用である。広聴広報課では、投稿記事への反応を１日２回以上確認し、いいね数やエンゲージメント数について、現状の把握と分析を行っている。また、ポジティブなコメントや簡単な質問にはいいねやコメントを返し、ネガティブなコメントや回答しづらい質問に対しては、上司等に相談した上で適切な対応を行うなど、フォロワーの反応を重視している。このように、情報を発信するだけでなく、フォロワーとのコミュニケーションを大切にすることにより、フォローが解除されないよう努めている。

④今後の課題・展望

昨今、新型コロナウイルス感染症の影響によりイベントやお祭りの中止や開催規模の縮小が相次ぐなど、広聴広報課では、リアルイベントの情報発信が少なくなる状況に直面している。また、以前からキャンペーンが終了したり投稿数が減少すると、フォロワーが減少することが課題となっている。

このような状況のなか、「コバトン家／ち」では、コバトンとさいたまっちがインスタライブを行うなど、投稿を通して元気な姿と埼玉の魅力を届けている。「さいたまつり」では、埼玉のお祭りを知って、次回は行ってみたいと思ってもらえるように、過去のお祭りのハイライトを投稿している。

広報広聴課によると、今後もフォロワーが期待していること、求めているニーズにあった投稿を行い、フォロワーが離れていかないようにすることが必要だと考えている。また、お祭りなどについては、本当に知りたいと思っている人・興味を持っている人を把握するために分析を強化し、さらにフォロワーを増やすことを目指している。

そして、令和３年11月14日に迎える埼玉150周年については、公式ホームページとSNSの連動等によりフォロワーを増やし、認知度を高め、歴史を知る・祝う・伝えていく機運をより一層高めていく方針だ。

担当者は、広聴広報課は全庁的に使えるツールを伝えていく立場であるため、アンテナを高くし、今後も新たなSNSを取り入れるなど様々な取組に積極的にチャレンジし、効果的なものがあれば広く知らせていくと語ってくれた。

(3) 宮崎県都城市公式LINEアカウント「都城市LINE」

①市の概況

宮崎県都城市は、平成18年に都城市、山之口町、高城町、山田町、高崎町の１市４町が合併し、新・都城市として誕生した。宮崎県の南西端（鹿児島県との県境）に位置し、面積は653.36㎢、人口は160,126人（令和２年10月１日時点）である。九州縦貫自動車道及び国道、主要地方道が整備されたほか、JR日豊本線及び吉都線が走り、40㎞圏内には宮崎空港と鹿児島空港があるなど交通の要衝となっている。

主要産業は農業であり、平成30年市町村別農業産出額において全国第２位、畜産部門では日本一を誇る。また、焼酎メーカー売上高ランキングで８年連続日本一の霧島酒造株式会社の本社もあり、工業出荷額も県内一となっている。「日本一の肉と焼酎」に特化したPRが奏功し、平成27年度から２年連続でふるさと納税の寄附件数・寄附額ともに日本一を獲得し、令和元年度においても寄附件数が日本一、寄附額は第２位と上位自治体の常連となっている。

平成30年４月には、図書館、保健センター、子育て支援拠点施設、まちなか広場を集約した中心市街地中核施設「Mallmall（まるまる）」を開館。グッドデザイン賞を受賞したほかオープン１年で来館者180万人を達成するなど、中心市街地の活性化につながっている。

②事業開始の経緯・目的

都城市では、前述のふるさと納税をはじめ、都城市ファンクラブやミートツーリズムなど関係人口を増やす取組を推進するとともに、移住促進にも力を入れてきた。情報発信としては、市運営サイトでAIを活用したイベント情報を掲載するなど、住民向けの情報提供を強化してきたが、形式的な発信にとどまっており、より住民のニーズに合った情報発信を行うことが課題であった。市の魅力を発信し、関係人口の増加と移住促進、そして地域が活性化され魅力がさらに高まる、そうした好循環を生み出す仕組みを模索していた。

その解決策として、市では国内利用率８割といわれるLINEアプリに着目し、より幅広い年代のニーズを踏まえた情報発信の方法について検討を行っていた。ちょうどその時、LINE（株）が有償提供していたLINE公式アカウントを無償化したうえで、自治体が市民に情報発信しやすい「地方公共団体プラン」を令和元年５月から提供し、「持ち運べる役所」をキーワードに全国でのサービス展開を始めることとなった。市としては、独自にアプリ開発を行う場合のコストなどと比較したうえで、既存ユーザーが確保され、安定稼働しているアプリを低コストで利用できるとの判断から、令和元年10月31日より都城市公式LINEアカウント（以下「都城市LINE」という。）を開設し、運用を開始したのである。

③取組内容

都城市LINEでは、迅速な情報配信やサービス提供、移住相談対応を実現すべく、主に５つの用途で運用している。

（ア）リッチメニューによる市の玄関口

市の公式ウェブサイトやイベント情報ページなど、都城市の様々な情報へのアクセスが可能となっている。



（イ）セグメント配信による情報提供

友だち追加をすると欲しい情報を自由に選択でき、選択された情報に基づき、関連情報をプッシュ通知にて迅速に配信している（例：避難情報の配信、移住関連情報を移住に関心がある人のみに配信）。

（ウ）キーワード応答によるごみ分別方法の案内・定期配信機能によるごみ収集日の案内

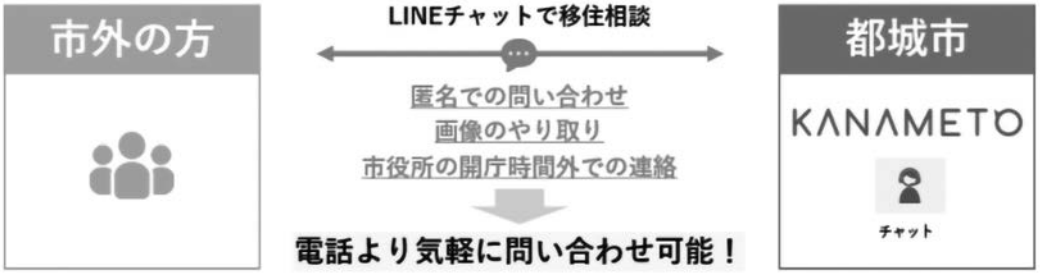
ごみの分別方法は、市の公式ウェブサイトでアクセスの多いページであることから、簡単に分別方法を調べられる機能を提供している。また、セグメント配信を定期実行する定期配信機能を用いてごみ収集日を案内している。

（エ）チャットボットによる各種証明書の取得方法案内

住民にとって取得機会の多い証明書の取得方法を簡単に調べられるチャットボットを提供し、市役所への電話などによる問合せの削減にもつなげている。

（オ）LINEチャットによる移住相談

全国初となるLINEチャット機能による有人での移住相談を開始し、移住相談者が気軽に問合せをすることを可能とした。回答内容の定型文登録も可能であり、移住担当者の業務効率化にもつなげている。



さらに令和２年10月１日には、より利用者目線で使いやすく、ほしい情報を見つけやすくするために、都城市LINEのリッチメニューをリニューアルした。このリニューアルで、新型コロナウイルス感染症関連情報や市の





名産が当たるプレゼント、ふるさと納税など、市民ニーズが高いコンテンツを充実させるなど情報発信力を向上させている。

④効果・実績

都城市LINE開設当初11月の友だち登録者数は1,781人であったが、手軽かつ迅速に情報を入手できることから徐々に登録者数が伸びていき、新型コロナウイルス感染症に関する情報発信やプレゼント企画などによりさらに登録者数が増え、令和２年９月末時点で25,757人となった。同時点の友だち数の人口比は16.5％であり、九州地方の政令指定都市を除く10万人以上の都市において１位を獲得した。

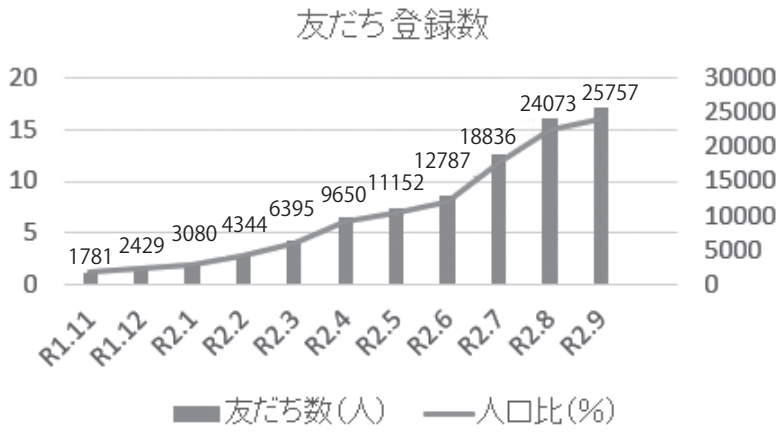


表１　都城市LINE友だち登録数とその推移（令和元年11月～令和２年９月）

また、気軽に相談ができるチャット機能による相談対応も好評であり、仕事探しや空き家探しなど、きめ細かな移住相談サポートを行うことで、コロナ禍においても他県からの移住者獲得につながっている。都城市LINE利用者からは、LINEのチャット機能の活用により気軽に問い合わせができ、しかも質問への回答が早い点や、市内の新型コロナウイルス感染症に関する情報がすぐに分かることから、非常に助かっていると感謝の声があがっている。

⑤課題・今後の展望

LINEアプリは一定の匿名性が担保されていることから、気軽に相談がしやすい反面、移住相談の質を上げるために必要な相談者の年齢、世帯構成といった情報が把握できないケースが多く、また情報発信の頻度を上げるとブロックされ、それ以降の情報提供ができなくなるなど、いくつかの課題を抱えている。しかし、それらを解

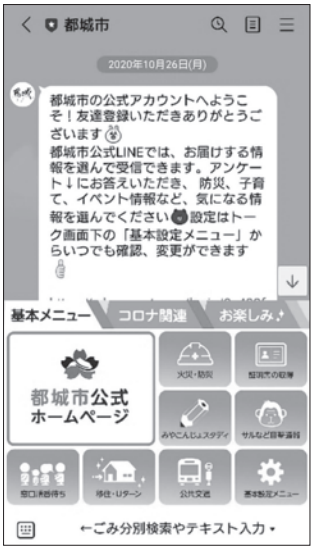
決していくことで、住民の利便性を向上させていくことができるとの期待もある。

都城市は、LINEアプリを活用して情報発信力を強化し、さらに利用者の利便性を考え開設１年後にリニューアルするなど、常に利用者目線で必要な情報を提供し続けている。また、プレゼント企画やおすすめスポットの投稿など、市と住民をつなぐ取組も実施しており、一方的な情報発信ではなく双方向性を心掛けている。

さらに、マイナンバーカード申請率が高いことを受け、窓口混雑緩和のためLINE（株）が実施する「市役所窓口での順番待ち予約のためのミニアプリ事業」に応募し、令和２年10月から全国の自治体で初めて同アプリを導入するなど、利用者の利便性向上に努めている。

都城市公式LINE
ともだち募集中

都城市公式Line
QRコード



埼玉県公式Twitter

考察

３事例に共通するのは、①情報発信の目的、目標、ターゲットが明確であり、各ソーシャルメディアの特性を理解した運用をしていること、②住民や企業を巻き込み、リアルイベントやキャンペーンを効果的に活用していること、③双方向性を生かし、利用者の声を集める広聴ツールとして活用していること、の３点である。

ソーシャルメディアは即時性・拡散性が一つの特徴であるが、長文を読ませたり、情報をストックしたりすることは不向きである。Instagramでは視覚に訴える画像を掲載し、Twitterでは即時性を活かして災害情報やイベントをリアルタイムで発信するなど、情報の一部や画像で興味を引きつける投稿を行うことで、多くの人を公式ホームページに誘導し、伝えたい人により的確に情報を届けようとしている。

一番のポイントは、ソーシャルメディアを広聴ツールとして活用することだ。広報誌や公式ホームページは一方的に情報発信をするのみであるが、ソーシャルメディアはコミュニケーションツールとして双方向のやりとりができることから、広報と広聴の機能を兼ね備えている。その即時性・手軽さから利用者の声を反映しやすく、分析も容易である。今世の中ではどのような情報が求められているのか、利用者がどんなことに興味を持っているのか等、利用者のニーズを把握することで、より人々を惹きつける発信が可能となる。そもそも行政を行ううえで、また、住民と行政の協働を考えるうえで、住民の声を聞き政策に反映していく広聴は最も基本的な活動である。対等な立場で手軽に住民の声を聞くことができる有用なツールを活用しない手はない。

自分たちにとっては当たり前の事象であっても、思いがけず人々の驚きや感動を呼ぶこともあり、利用者の反応から地域の価値を再認識することもあるだろう。奇をてらった投稿や美しいものだけを追求し続ければハードルが高くなってしまう。庁内で横串のSNSチームを作り、情報交換をしながら楽しんで運用できるような、継続的な発信が可能となる仕組みづくりが必要である。そうした体制ができれば、その地域に興味を持ってもらったり、行政を身近に感じてもらうための入り口として活用し、分析や検証を絶え間なく行いながら、ファンを獲得して離さないような運用を行うことができる。

なお、ソーシャルメディアの特徴を活かすためには、決裁手順を簡素化してある程度柔軟性をもたせることも併せて検討する必要があることを付言したい。

最後に、ご多忙の折、本調査にご協力いただいた皆様にお礼を申し上げ、報告とする。

（参考文献）

清水将之、『自治体広報SNS活用法 地域の魅力の見つけ方・伝え方』、第一法規出版、2020

編注＝令和２年度国内調査研究報告書（web会員限定公開）

チャレンジしやすいまちとは

地域活性化センター地域づくり情報課 編集室：塚本 悠太、移住・交流推進課：髙木 明大

はじめに

(1) 調査背景・目的

東京への一極集中や少子高齢化が進行する日本では、地方における地域社会の担い手の減少や地域経済の縮小などの問題が生じている。この問題を解消するため、国は「第２期まち・ひと・しごと創生総合戦略（2020改訂版）」（令和２年12月21日）において「活力ある地域社会」の実現と「東京圏への一極集中」の是正を目指し、４つの基本方針と２つの横断的な目標を設定した。その中の基本目標１「稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする」では、地域特性を活かした起業へのチャレンジを行政が後押しすることが示されている。

このような背景もあり、地方では地域課題の解決につながる民間事業者の活動が注目されており、その活動を「チャレンジ」と捉え「日本一・世界一チャレンジしやすいまち」を掲げる自治体・団体が増えている。そうした自治体・団体は、チャレンジを誘発するための取組を行っていると考えられる。

そこで、本稿は「チャレンジしやすいまち」をテーマとして掲げ、継続的なチャレンジが生まれる環境づくりを行う自治体・団体の取組を調査することで、チャレンジが生まれ続けるために必要な要素や課題を把握し、他の自治体の参考とすることを目的とした。なお、ここで用いる「チャレンジ」とは、地域課題の解決につながる起業をすることまたは新規プロジェクトを立ち上げること、とした。

(2) 調査地の選定

対外的に「チャレンジしやすいまち」を掲げ、民間事業者によるチャレンジを積極的に支援する自治体・団体として、埼玉県横瀬町、島根県雲南市、一般財団法人こゆ地域づくり推進機構（宮崎県新富町）を調査対象とした。

埼玉県横瀬町は「日本一チャレンジしやすいまち」を掲げ、同町をチャレンジのフィールドとして提供する官民連携プロジェクト「よこらぼ」を設けている。

島根県雲南市は「雲南ソーシャルチャレンジバレー」を目標に掲げ、子ども・若者・大人・企業のチャレンジの連鎖による持続可能なまちづくりに取り組んでいる。また、雲南市チャレンジ推進条例を制定し、様々なチャレンジを長期的な視点で支援している。

こゆ地域づくり推進機構は、宮崎県の新富町の出捐により設立された地域商社で、特産品販売によって得た利益を新しい価値を生み出す起業家の育成という形で地域に再投資している。「世界一チャレンジしやすいまち」をビジョンに掲げ、新富町（児湯地域）でのチャレンジを支援している。

調査内容

(1) 埼玉県横瀬町

①横瀬町の概要

横瀬町は、埼玉県の西部、秩父盆地の東端にある人口約8,000人の町である。東京から70km圏内に位置し、池

袋駅から最短72分で訪れることができる。

気候は、山地に囲まれた盆地であるため寒暖の差が比較的大きいものの、四季を通じて概ね穏やかである。主要産業はセメント関連や観光農園で、イチゴやブドウなどの果物、紅茶などが特産品として人気がある。

②チャレンジに関する取組実施に至った経緯

横瀬町では、平成７年の10,194人をピークに人口減少が継続しており、65歳以上の老年人口比率は31.5％（平成29年９月１日現在）となっている。町は、人口減少、高齢化に対し様々な施策を行ってきたが、それだけでは不十分で、町の未来を変えるための新たな施策が必要であった。

そうした中、平成28年９月、町は新たな施策として官民連携プラットフォーム「横瀬町とコラボする研究所」（通称「よこらぼ」）を立ち上げた。よこらぼは、地域課題の解決や地域活性化に関する事業の実証実験の場として横瀬町を提供する取組である。スタートアップ企業などの中には地域課題をビジネスで解決する仕組みを検討する民間事業者もあるが、そのアイデアを実証できる場所が少ない。そこで、横瀬町をその実証実験の場として提供することで、民間事業者のニーズに応えつつ、横瀬町の地域課題の解決や地域活性化を図ろうとするものである。

よこらぼを活用して、民間事業者のチャレンジを横瀬町で受け入れ、支援する。また、町民も積極的にチャレンジする、あるいはチャレンジしようとする人を応援するという意味を込め、横瀬町は「日本一チャレンジしやすいまち」を掲げた。

③取組の内容・成果

よこらぼは、民間事業者のアイデアと資源を活用して地域の活性化を図ることを目的に、民間企業、研究機関あるいは個人による実証実験や新規プロジェクトの実施を受け入れている。町の具体的な課題を提示し、民間にその課題の解決策を求めるのではなく、“提案者が横瀬町とやりたいことを広く受け入れていく”ことに重きを置いている。

よこらぼの事業の流れは次のとおりである。民間事業者から、横瀬町で実施したい事業を提案してもらい、月１回の審査会で審査する。審査会は、町議会、町区長会、町観光協会、町行政経営審議会、秩父商工会議所、金融機関、町役場からなる計17名で構成される。審査会では、特に事業の新規性と将来性、町民にとってのメリットと事業者にとってのメリットなどの観点から提案に対する評価が行われ、審査結果を町長に答申する。採択された事業は町と協働して実施される。“新規性のあるアイデアの実証実験を、町の協力を得て一緒に行うこと”が、よこらぼの基本形である。

採択された事業への町による支援は、ハード整備など多額の予算が必要となるものではなく、町有の遊休資産の提供や町民との調整、提案された事業に利用できる補助金等の紹介や申請の支援などである。採択された新しいチャレンジの内容は役場から町民に説明されており、これは町外から来たチャレンジャー（提案者）が円滑にチャレンジを進めるにあたり有益なものとなる。極力予算を使わずに提案者のチャレンジに協力することで、町と提案者双方にとってwin-winとなる関係を作っている。

令和３年現在、５年目となるよこらぼの採択案件数は、提案177件に対し104件（※１）となっている。事業分野は、教育・子育て、新技術活用・開発、シェアリングエコノミー、健康づくり、特区申請、情報発信やイベントなど多岐にわたる。事業の主体も大企業から中小企業、スタートアップ企業、個人等と幅広い。

入り口を広くして多様な提案を呼び込み、可能な限り早く決断して実行に移す。これにより多くの人、アイデア、経験、情報が横瀬町にもたらされている。よこらぼは多くのメディアに取り上げられ、それが講演や視察の依頼につながることで知名度がさらに向上し、次のチャレンジが生まれるという好循環が生まれている。

（※１）平成28年10月から令和３年10月まで。令和３年10月27日時点。

④取組を進めていく中で工夫した点

（ｉ）分野横断型・全庁（全町）でのサポート体制

よこらぼの提案は分野を問わないため、役場内においても、分野を横断した支援体制を構築する必要がある。そのため、全課長を審査会のメンバーに加えており、これにより分野を超えたスピード感のある支援が可能となっている。審査や採択後の支援にあたっては、関係者の役割分担を重視してそれぞれが自分の役割・責任を全うする。加えて、案件が各役割の間に取り残されないよう“誰が”“何を”“いつまでにやるのか”を関係者全員で共有することに努めている。

また、よこらぼには、町民の協力も欠かせない。横瀬町役場では、町民に対してチャレンジの説明を行うと同時に、事業への協力依頼をフットワーク軽く実施している。町民の理解を得るために必要なキーマンへの説明や関係構築は、町外からのチャレンジャーには難しいため、役場職員が間を取り持つことにより、チャレンジャーはスムーズにチャレンジすることができる。

（ii）「オープン＆フレンドリースペース エリア 898（やくば）」の提供

上記のように、役場が町民との間を取り持つだけでなく、チャレンジャーと町民が直接つながる場として、令和２年４月から「オープン＆フレンドリースペース エリア 898」（以下「898」という。）を提供している（図１）。

コワーキングスペースやイベントスペース、ワークショップスペースとして898を提供することで、よこらぼのチャレンジャーなどが町民と関係を築き、横瀬町に愛着を持ってもらうことができる。898でのコミュニケーションから次のチャレンジの種が生まれるなど、チャレンジが生まれやすい環境を整えるという意義もある。

⑤今後の展望と課題

よこらぼでは、多くのチャレンジが生まれ、それが次のチャレンジを生み出す種となって新しいチャレンジが生まれる、という好循環が作り出されている。一方で、現状のよこらぼの運営体制では、増加していくチャレンジを支援しきれないという問題もある。チャレンジが増えるにつれ支援する役場職員の事務量が増加するためである。

その解決に向け、横瀬町は令和３年９月に地域商社「株式会社ENgaWA」を設立した。ENgaWAは主に「チャレンジキッチンENgaWA」という施設で商品の開発や販売を行っている（図２）。ENgaWAは地域おこし協力隊により運営され、将来的には、よこらぼでは受け切れなくなったチャレンジの受け皿とする案もある。

今後、横瀬町では、町民によるチャレンジも活発に行われることを目指している。その足掛かりとして、よこらぼに加え、ENgaWAでの商品開発を通じたチャレンジを構想している。“すべて町産のもので作る横瀬町の新商品開発”を目指しており、その実現のためには、町内の農家や事業者等の協力が不可欠である。ENgaWAでの商品開発に携わることで、町民によるチャレンジも活発になることに期待したい。



図１　オープン＆フレンドリー スペースエリア898
（筆者撮影）



図２　ENgaWAでのイベントの様子
（提供：ENgaWA）

(2) 島根県雲南市

①雲南市の概要

雲南市は、島根県の東部に位置し、県庁所在地である松江市と出雲市の南に接する人口約36,000人の市である。総面積は553.18㎢で、島根県の8.3％を占め、その大半が林野となっている。有機農業が盛んで、安心安全な農産物や食材が豊富に生産されており、また、県内有数の製造業の集積地でもある。

②チャレンジに関する取組実施に至った経緯

雲南市では年少人口割合の低下と高齢化率の上昇が続き、平成２年の国勢調査で高齢化率（19.9％）が年少人口割合（18.6％）を上回った。平成27年の国勢調査においては、雲南市の高齢化率は36.5％となっており、これは国立社会保障・人口問題研究所が公表する令和25年の日本全体での高齢化率予測値（平成29年度推計）に相当する。また、雲南市では主に就職や結婚等を理由に東京圏や松江市、出雲市への転出超過が続いており、様々な場面を利用して一人二役の活躍ができる地域社会の担い手を生み出すための環境を整える必要があった。そのため、雲南市では地域課題解決に自らチャレンジする「人材の育成・確保」を総合戦略に位置付けた。この目標は、子ども、若者、大人、そして企業によるチャレンジが連鎖することによって達成されるとしている。子ども、若者、大人、企業が地域課題の解決に向けた「ソーシャルチャレンジ」を促進することで、雲南市が、ICT分野におけるシリコンバレーのようにチャレンジの最先端となることを目指すものである。これを「雲南ソーシャルチャレンジバレー」として掲げ、チャレンジに対する支援を行っている。また、平成31年４月には「雲南チャレンジ推進条例」を施行している。

③取組の内容・成果

雲南市は、子ども、若者、大人、企業と対象を分けてチャレンジを支援し、地域の未来を担う人材を長期的な視点で育てている。各支援の具体的な内容は次のとおり。

（ⅰ）将来を担う人材を育む「子どもチャレンジ」

子ども世代（小学生～高校生程度）を対象とし、未来の地域課題を解決する人材を育てている。雲南市でチャレンジする大人の話を聞く機会や、フィールドワークで地域を再認識する機会、自分が考えたプロジェクトを地域で実践する機会を提供することで、地域への愛着を創出しようとしている。これらの取組の結果、市内の高校生の９割が「雲南市が好き」と感じている。

（ⅱ）地域の未来をつくる「若者チャレンジ」

主に大学生や20・30代を対象とし、大きく２つの取組を実施している。１つは、雲南市内でのフィールドワークやインターンシップを通し未来の地域の担い手を育成する大学生向けのプログラム「雲南コミュニティキャンパス（U.C.C）」の実施であり、全国の大学から累計約460名の学生が参加している。

もう１つは、社会課題の解決に挑戦するという志を持った若者に、雲南市をフィールドとして学びと実践の機会を提供する人材育成プログラム「幸雲南塾」の実施である。この取組は平成23年にはじまり令和２年度までに約150名の卒業生を輩出している。卒業生によって設立されたNPO法人おっちラボは、市内の中間支援組織として雲南市でのチャレンジを行政とともに支援している。卒業生による法人の設立などにより、幸雲南塾は10年間で約90人の新規雇用を創出し、９億円の経済効果をもたらした。

（ⅲ）地域自ら地域をつくる「大人チャレンジ」

自分たちの住む地域を自分たちの手で守り、自分たちの手で未来を作っていくための小規模多機能自治による住民主体のまちづくり（地域自主組織の活動）を「大人チャレンジ」として支援している。

雲南市は、地域自主組織間の取組を共有する場として、２か月から半年に１回ほどの頻度で地域円卓会議を開催している。地域自主組織間で情報が共有されることで、他の地域の取組に倣うことができ、市全体の自主組織活動の底上げにつながっている。また、地域運営の担い手を育てる地域運営カレッジも開催している。これは、地域の担い手の育成・確保を目的に、地域自主組織から推薦されたメンバーが自らの地域の課題を基にテーマを設定し、解決策を検討して地域に提案するというものである。

（ⅳ）地域と企業の協働「企業チャレンジ」

企業チャレンジは、雲南市内外の企業が、雲南市を実証実験の場としてチャレンジを行うものである。このチャレンジは、地域自主組織との協働が条件であり、実証した事業が自走することを目指している。雲南市・ヤマハ発動機株式会社・株式会社竹中工務店・NPO法人ETIC.とで結ばれた協定（※２）を皮切りに、令和２年３月までに、４つの企業チャレンジが生まれている。

（※２）第一弾協定では、ヤマハ発動機が主導するグリーンスローモビリティの実証事業、竹中工務店が主導する「人生の大半の時間を過ごす“建物”の中における人々の幸福度を測定する技術」の実証事業が実施されている。

④取組を進めていく中で工夫した点

（ⅰ）チャレンジ支援の条例化

将来の地域を担う人材の育成は、長期的な育成・チャレンジ支援を続けることで、数十年後にその成果が表れる。雲南市として、チャレンジを支援し続ける覚悟を表明するため、平成31年４月に「雲南市チャレンジ推進条例」を施行した。条例化にあたり、市議会とも話し合いを重ねたことで、地域住民、議会、行政がチャレンジ支援に対し共通理解を持つことができており、チャレンジによる失敗を受け止められる雰囲気が醸成されている。

（ⅱ）プロジェクトチームの編成と中間支援組織との協働

多種多様なチャレンジを支援するため、市役所内で分野横断型（農業、福祉、移住・定住等）のプロジェクトチームを作り、公的資金の案内や地域住民への説明、関係者との調整などを行っている。

また、行政だけで全てのチャレンジを伴走支援することは難しいため、中間支援組織であるNPO法人（前述の「おっちラボ」等）に伴走支援を委託することで、チャレンジが円滑に行われる体制を確保している。

なお、プロジェクトチームには、チャレンジ毎の関係者やNPO法人も参画しており、支援が滞らない体制を作っている。

（ⅲ）地域活性化起業人の活用

企業チャレンジの運営にあたっては、地域活性化起業人の制度（※３）を活用している。市役所内に事務局を設置して地域活性化起業人を配置（※４）することで、地域自主組織と民間企業が円滑につながるようにしている。この制度は、国からの特別交付税措置を受けられるため、市としての財政負担を極力減らしつつ、外部の企業と円滑に話を進められる環境が整えられている。

雲南市では、（ⅰ）、（ⅱ）のように、チャレンジが地域とのハレーションを起こさないよう、チャレンジャーと地域との接続を行っている。また、（ⅱ）、（ⅲ）のように市役所外の力を活用することで、各種チャレンジを支援している。

（※３）地方公共団体が、三大都市圏に所在する民間企業等の社員を一定期間受け入れ、そのノウハウや知見を活かしながら地域独自の魅力や価値の向上等につながる業務に従事してもらい、地域活性化を図る取組。国は特別交付税措置によりこれを支援する。
（※４）令和４年３月現在、株式会社竹中工務店、株式会社ヒトカラメディア、ソウルドアウト株式会社から計３名が雲南市に派遣されている。

⑤今後の展望と課題

雲南市は、チャレンジを支援するにあたり、次の２つの問題を抱えている。

１つは、若者チャレンジの取組が十分に市内に知れ渡っていないことである。今後、さらに地域がチャレンジを受け入れやすくなるようチャレンジによって地域にもたらされる価値、成果を見える化していく必要がある。

もう１つは、市内に大学がなく、大学進学等で若者が雲南市を離れるために、チャレンジの連鎖が止まる場合があることである。対策として、市外への転出者と雲南市民がつながるコミュニティを作り、雲南市を離れたとしてもつながりを持ち続けられる体制を構築している。つながりを持ち続けることで、将来、雲南市に戻ってもらい、チャレンジに取り組んでもらうことを計画している。

(3) 一般財団法人こゆ地域づくり推進機構（宮崎県新富町）

①新富町の概要

新富町は、宮崎県のほぼ中央に位置する人口約16,000人の町である。面積は61.53㎢で、海、川、台地など豊かな自然に囲まれており、30分圏内に宮崎空港や宮崎港、高速道路ICがあるなどアクセスもよい。

主要産業は農業であり、約2,200ヘクタールある農地面積は水田と畑がほぼ半分ずつとなっている。水田地帯ではコシヒカリを主体とした早期水稲やトマト、キュウリ、ピーマン等の栽培が行われ、畑地帯ではメロン、タバコ、茶の栽培や養鶏、肉牛、酪農等の畜産が盛んに行われている。

②チャレンジに関する取組実施に至った経緯

新富町では、平成14年の約19,000人をピークに人口減少が進んでおり、町の財政も余裕がある状況ではなかった。その中で地域が持続していくためには、稼げる地域を目指して、行政にはできないスピード感で事業を進められる主体が必要だった。また、町の観光協会の主な業務がイベントの実施にとどまっていたため「観光協会を今後どうしていくか」という課題もあった。

これらを解決するため、新富町では観光協会を発展的に解消し、地域商社を設立することとした。平成26年頃に構想を始め、役場内、議会等での２年間の審議を経て平成29年に一般財団法人こゆ地域づくり推進機構（以下「こゆ財団」という。）が設立された。

こゆ財団は、持続可能な地域を作るためには、産業と人材を集積することが重要だと考えており、地域の特産品の開発、販売等で稼ぎをあげ、その稼ぎを地域に新たな価値を生み出す人材の育成に投資している。新たな価値を生み出す人材を育てるには、チャレンジが生まれる環境が必要であり、チャレンジが生まれることで新しい出会いが生まれ、新たなチャレンジや価値が地域に生み出される。持続可能な地域を作るために設立されたこゆ財団では、コアバリュー（企業がもっとも重要だと考える価値観）として「やってみよう・なんとかなる・あなたらしく・ありがとう」を掲げている。こゆ財団は、この理念を基に「世界一チャレンジしやすいまち」を目標にチャレンジしやすい環境作りに取り組んでいる。

③取組の内容・成果

こゆ財団は、地域の特産品販売等で稼ぎをあげ、その稼ぎを人材育成を通じて地域に再投資している。

特産品販売では、新富町の野菜や果物を活用した商品開発・販売により稼ぎを得ている。「一粒1,000円ライチ」を始めとする特産品の開発やブランディングを行い、ウェブサイトで販売している。また、新富町からふるさと納税の運営を受託し、それらの商品をふるさと納税の返礼品とすることで、寄付額を増加させている。寄付額の一定割合を手数料として受けとる形となっており、この手数料がこゆ財団の主な収入源となっている。

地域への再投資となる人材育成では、多様な人材により様々なチャレンジが生まれる環境を作り出している。こゆ財団は、起業家の育成に力を入れており、地域での起業に役立つ様々なプログラムの提供、環境整備を行っている。具体的には、起業や地域課題解決に役立つ各種講座を町内外に向けて開催するほか「チャレンジフィー

ルド」というコワーキングスペースを提供している。こゆ財団をハブとして、起業家や起業を考えている人、フリーランスで働く人など地域内外の様々な人材の交流が生まれ、それにより新たなチャレンジが生まれている。

これらの取組に加え、こゆ財団では地域おこし協力隊の活動支援及びコーディネートを新富町から受託し、こゆ地域での起業を考えている人（チャレンジャー）を地域おこし協力隊という形で受け入れている。チャレンジャーは、協力隊となることで一定の収入を得ながら起業に向けて活動することができる。こゆ財団は平成31年の受託開始から計12名のコーディネートを行っており、令和３年１月現在では７名が在籍しチャレンジしている。

④取組を進めていく中で工夫した点

（ｉ）ローカルベンチャースクールを通した協力隊の受入

こゆ財団では、チャレンジャーを協力隊として受け入れるにあたり、東京を始めとする県外の起業検討者に向けた地域版MBA「宮崎ローカルベンチャースクール」を実施している。チャレンジャーは、このスクールを受講することで、起業に必要なマインド・起業家精神を学ぶことができる。プログラムには、新富町でのフィールドワークも組み込まれており、チャレンジャーとして地域に入る前に、地域との接点を作ることができる。チャレンジャーは、このスクールを経ることで、「新富町で自分が本当にやりたいこと」を持って主体的に地域に入ることができ、それによりチャレンジャーと地域のミスマッチを防ぐことができている。

（ii）中間支援組織としての支援

こゆ財団は、役場と地域おこし協力隊、地域おこし協力隊と地域をつなぐ中間支援組織としての活動も行っている。協力隊が自分の目標に向けて円滑に活動できるよう、勤怠管理や活動費の使い方のアドバイス、地域人材の紹介などを行っている。その中で、こゆ財団が大事にしているのは、協力隊に寄り添うだけでなく、協力隊がやりたいと考えることと、役場や地域の目指すところが同じ方向になるよう調整することである。

また、協力隊としてチャレンジするにあたっては、特定のコミュニティ以外の人との出会いや交流が重要と考え、“偶然の出会い”が生まれる環境を目指して、町外の人が集まるイベントの実施や、チャレンジフィールドの提供を行っている。

（ｉ）、（ii）のように、こゆ財団では、チャレンジが生まれるための「内発的動機付け」の創出と「心理的安全性」が保たれたコミュニティづくりに取り組んでいる。チャレンジは継続していかないと意味がない。チャレンジが継続して生まれるためには、自分のやりたいことをやりたいと言える環境、自らの責任でチャレンジする主体性、チャレンジによる失敗を受け入れ仲間のチャレンジを称賛できる環境、が必要となる。「内発的動機付け」により主体的なチャレンジが生まれ、チャレンジによる失敗を受け入れてくれるという「心理的安全性」が保たれることにより、多様な人材が集まり、次のチャレンジが生まれるのである。



図３　チャレンジフィールド内
（筆者撮影）

⑤今後の展望と課題

こゆ財団が地域商社として稼ぎ、人材育成を通じて町への再投資を行っていくためには、組織として自走するための資金を自分たちで稼いでいかなくてはならない。そのためには、一粒1,000円ライチに続くヒット商品を生み出す必要がある。また、現状ふるさと納税の運営による手数料収入がこゆ財団の収入の中心であるが、より安定した経営のため、これに頼らない収入源を作ることも必要である。

人材育成の面でも、平成31年４月に着任した協力隊

員が３年の任期を終えるタイミングにあり、今までとは異なるサポートを検討する必要がある。協力隊卒業に当たって求められるのは、協力隊のコーディネートの枠を超えた創業支援である。創業の時の資金獲得には商工会や金融機関などの協力が必要になる。隊員の起業をどのように支援するか、人材育成の面でも新しい取組が求められている。

おわりに

地域課題の解決につながるチャレンジを生み出すために、行政としては何ができるか、チャレンジしやすいまちを作るにはどうすればよいか、という視点で今回調査を行った。

横瀬町では、よこらぼというチャレンジの受け皿を用意し、採択されたチャレンジに対して行政は全庁的なサポート体制を敷いている。また、チャレンジャーと町民が直接コミュニケーションをとれる場を提供し、地域への愛着と新しいチャレンジが生まれる環境を作っている。さらに、地域商社を設立し、町民によるチャレンジを創出するとともに、行政だけでは受け切れないチャレンジの受け皿の構築を進めている。

雲南市では、子ども・若者・大人・企業によるそれぞれのチャレンジを支援し、それらが連鎖することによる持続可能なまちづくりを目指している。チャレンジが円滑に進むよう全庁的なサポートを提供することに加え、より深くチャレンジャーへ伴走支援を行うため、中間支援組織の力と地域活性化起業人の制度を活用している。行政と中間支援組織、地域活性化起業人の手によって、チャレンジャーと地域の接点を作り、チャレンジと地域の間に生じるハレーションを極力小さくするよう努めている。また、雲南市チャレンジ推進条例により、支援姿勢を明示し、積極的にチャレンジを受け入れる機運を醸成している。

こゆ財団では、地域おこし協力隊を活用し、チャレンジがしやすい環境を作っている。ローカルベンチャースクールにより地域との事前マッチングを行うことで、“協力隊になってから隊員のやりたいことと地域の間にミスマッチが生まれる”ことを防ぎ、協力隊になってからは、失敗が前向きに受け入れられる心理的安全性を提供することでチャレンジしやすい環境を作り出している。

これらの調査結果を踏まえ、チャレンジしやすいまちとはチャレンジに寛容なまちであると考えるに至った。新しい取組に対し、地域住民は警戒する傾向にある。その中で必要なことは、チャレンジャーと地域の間で生じるハレーションを小さくすること、そのために求められるのが行政や中間支援組織による伴走支援ではないか。伴走支援体制が整っていることにより新しいチャレンジが生まれ、地域において「チャレンジを受け入れた」という経験が蓄積されることで、徐々にチャレンジに寛容なまちに近づいていく。チャレンジに寛容なまちに近づけば、さらに次のチャレンジが生まれていく。

チャレンジしやすいまちは一朝一夕では作れない。行政や中間支援組織による長期的な支援が必要である。行政だけで支援を行うのか、中間支援組織を作る方が良いのか、それぞれの自治体に適した支援の方法は、自治体の規模や体制によって異なる。自治体の状況に合わせた、長期間継続できる無理のない支援の形を作ることが肝要であると考えられる。

編注＝令和３年度国内調査研究報告書（web会員限定公開）を転載

二地域居住の可能性を探る

～新たな交流人口のスタイル～

移住・交流推進機構：門脇 知史、地域活性化センター移住・交流推進課：原野 文来

はじめに

(1) 調査の背景と目的

多様な価値・魅力を持つ持続可能な地域の形成を目指すためには、地域づくりの担い手となる人材を確保する必要がある。国全体の人口が減少する中、すべての地域で「定住人口」を増やすことはできず、地方圏での地域づくりの担い手不足は深刻である。一方で、地域によっては若者を中心に「関係人口」（※１）と呼ばれる地域外の人材が増え始めており、地域づくりの担い手となることが期待されている。国土交通省が令和２年９月に実施した「地域との関わりについてのアンケート」では、全国の関係人口（訪問系）は、約1,827万人と推計されている。

このような関係人口のあり方の一つとして、主な生活拠点とは別に特定の地域に生活拠点を設けるライフスタイルである二地域居住が注目されている。

本調査は、二地域居住が持つ可能性の探求を通じて、多様なライフスタイルに応じた移住・定住のあり方を考察することを目的とする。

（※１）移住した定住人口でも観光等でもない地域や地域の人々と多様に関わる人々のこと。

(2) 二地域居住の現状

近年、都市住民の地方への関心が高まるとともに、人々の価値観やライフスタイルが多様化してきている。その中で二地域居住は、地方の豊かな自然のなかでの生活を楽しみながら自己実現を図りつつ、ふるさと回帰への志向等に応えるとともに、地域コミュニティへの参加や社会参画・協働が図られるという意義を有し、いわば人生を２倍楽しむ豊かな暮らし方として提唱され、普及促進、実践されてきている。

加えて、今般の新型コロナウィルス感染症を契機として、働き方、生き方、住まい方が大きく変わろうとしている。人々の地方への関心の高まりとICT技術の進展とが相まって、テレワークの導入等の働き方改革がより一層進展しつつある。

このため、ポストコロナ社会にあっては、テレワーク等を前提として就労を含む生活の主な拠点を地方に移しつつ、都市との関わりも一定程度残すという、いわゆる新しい生活様式に沿った新たな二地域居住が可能となり、それがより進展、拡大することが見込まれる。

一方で、課題としては住まいや移動に係る費用負担が大きいこと、勤務・労働環境によって制約を受けること、住民票に基づく住民サービスの制度面の整備が必要であることなどが挙げられる。また、二地域居住は地方に住民票を移さない場合や、賃貸住宅や実家を利用する場合があることなどから、居住実態等の把握が困難になっており、行政が政策を展開することが難しい面もある。

これらの現状を踏まえて、国土交通省は、二地域居住や多地域居住（以下「二地域居住等」という。）のさらなる推進に注力するため、二地域居住等に関する様々な事例等の情報交換・共有や発信、課題の整理や対応策の検討・提言等を行うことにより、二地域居住等の一層の普及促進と機運の向上を図ることを目的として、令和３

年３月に全国二地域居住等推進協議会を設立した。

(3) 事例地の選定

本調査では、二地域居住に関して、東京からの距離や地域の歴史・文化の効果、ICT施策との連携、地域外の人々を受け入れる体制づくりの４つの観点から以下の３つの地方公共団体を選定した。さらに、行政が効果的な施策を立案するうえでのポイントを探るため、二地域居住の実践者についても調査を実施した。

事例地及び実践者	観点
①福島県会津若松市	特徴的な歴史や文化を有し、ICT 施策を推進する地域
②福島県西会津町	相談機関を設置するとともに、広域で移住促進に取り組む地域
③神奈川県三浦市	東京からの距離が近く東京都民から人気の地域
④笑いむすび合同会社 山田みき氏	福島県会津地域と東京の二地域居住の実践者

調査内容

(1)　福島県会津若松市

①　福島県会津若松市の概要

福島県会津若松市は、福島県西部に位置し、磐梯山や猪苗代湖など豊かな自然に囲まれた自然景観に恵まれたまちで、人口117,414人（令和３年４月１日現在）、面積は382.99㎢である。

市の主要産業としては「自然・歴史・文化など豊富な観光資源を生かした観光産業」や「稲作や施設園芸を中心とした農業と、酒や漆器などの地場産業」「スマートシティAiCTを核とするICT関連産業」「豊富な水資源など自然を生かした再生可能エネルギー産業」が挙げられる。



会津若松市役所

教育分野では、藩政時代に国内有数の教育機関だった日新館の伝統を継承する特色ある学校教育や福島県立会津大学による先進のソフト/ハードウェアサイエンティストの養成などにも取り組んでいる。

また、スマートシティの推進については、AiCTや会津大学における先駆的な取組のほか、情報提供サービスの「地域情報ポータルサイト会津若松＋（プラス）」や農業における栽培支援ドローン等により市民生活のデジタル化を図るとともに、内閣府主導のスーパーシティ構想に応募するなど市を挙げて推進している。

②　事業開始の経緯

国土交通省の「二地域居住人口研究会」が平成16年度にまとめた報告書「二地域居住」の意義とその戦略的支援策の構想において、二地域居住の重要性について示された。これを踏まえ、会津若松市は平成18年９月に「市定住・二地域居住推進庁内会議」を設置したうえで、平成19年１月に「市定住・二地域居住推進方針」を策定し、平成19年７月に市内の関係団体を構成団体として「会津若松市定住・二地域居住推進協議会」（以下「協議会」という。）を設立した。

③　二地域居住・移住に関する取組

会津若松市は、二地域居住・移住のターゲットを首都圏で働く30代から40代までとしている。ここに効果的にアプローチするため、就業支援を中心にアクションプログラム2021（※２）に基づき二地域居住に関する取組を展開している。主な内容は以下のとおりである。

（※２）協議会として重点的、戦略的に取り組むべき施策を６つに体系化し、わかりやすく示すとともに、定住・二地域居住の推

進につながる、市、協議会会員である関係団体などが行う関連事業を体系別に示すことによって、関係団体が情報を共有し、緊密な連携のもとに市民が一丸となって定住・二地域居住の推進を図るもの

○　受入体制の整備

会津若松市には、移住者ネットワーク「愛友あいづネット（※３）」がある。これは、I（愛）ターン・U（友）ターンした人々が会津を愛し相互の友情を深め合うネットワークである。協議会としてこのネットワークを支援し、連携している。

また、市民の受入意識の醸成を図るため、定住・二地域居住推進事業の取組を新聞や市政だよりで紹介している。

（※３）平成23年９月設立。会員数：38世帯51名（令和３年３月末現在）。

○　交流体験

移住希望者に会津若松市での生活をイメージしてもらうとともに、地域住民との交流を図ってもらうことを目的として交流体験事業を実施している。これまで市の就職フェアに合わせた暮らし体験ツアーや首都圏在住の独身女性を対象にした移住体験ツアーなどを実施してきた。

また、令和３年度からは、新規事業として宿泊費補助制度を開始している。

さらに、東京圏から移住し、就職又は起業した人に対して移住支援給付金を支給している（※４）。令和２年度に要件を緩和し、テレワークや多拠点生活を含む関係人口の人々も対象としている。

（※４）単身での移住：60万円　２人以上世帯での移住：100万円

○　ICT・DXを生かした取組

会津若松市が強みとするスマートシティに関する施策を生かして、移住・二地域居住に関する取組も推進している。具体的には、就農者の省力化や作業の精密化、高品質な農作物生産実現の一助となるスマートアグリの導入支援、AiCT入居企業とともに都市部から会津若松市へ就職を希望するITエンジニア等を対象とした移住相談会の実施、サテライトオフィスの設置（企業誘致に加え、二地域居住・移住体験ができるように整備）が挙げられる。



AiCT



サテライトオフィス

④　効果・実績

二地域居住に関する相談については、令和３年度は８月までに２件あった。令和２年度の二地域居住者として協議会が把握できているのは１名である。この１名は、福島県の移住体験住宅を活用したことで把握できたものである。

交流体験では「白虎隊など歴史が好きだから」という理由で各種ツアーに参加した人が複数いたことから、担当者は歴史や文化も移住に対して一定の効果があるものと感じている。

また、サテライトオフィスについては「仕事」と「住まい」に着目し、人が会津若松市へ来る理由をつくることを意識して運用した結果、利用した人からは「満員電車がなくて良い」「家族と過ごす時間が増えた」といった意見が多数寄せられた。担当者からは、「会津若松市に住んでいた人が、都市部へ戻った後に市の良さをアピールしてくれることも重要なポイントである」という説明があった。

⑤　課題及び今後の展望

二地域居住を推進していく上での課題としては、そもそも実態把握ができないということが挙げられる。移住者の把握にすら苦慮しているのに、住民票を移さない二地域居住者を把握することはさらに困難である。

一方で、新型コロナウィルス感染症拡大の影響を受け、地方移住への関心の高まりやテレワークやワーケーションを実践する人や導入する企業の増加が予想されることから、移住者や移住希望者が情報交換できる場や市民と気軽に交流できる場を用意していくことが必要となる。二地域居住者が町内会の活動や祭りなどの地域行事に加わることで、地域の活性化が期待できる。

以上を踏まえ、今後は協議会が主体となり移住・定住交流拠点「会津若松市定住コネクトスペース」を設置運営することとしている（令和３年12月オープン）。この取組により、テレワークやワーケーションを実践する個人や企業への支援として①ワンストップ相談窓口及び滞在期間・関心に合わせたコンテンツの発掘、情報提供、②シェアオフィス・コワーキングスペースとしての活用、及び③市民と移住者等との交流スペースの設置を行い二地域居住や定住へ段階的につなげていくことを目指す。

(2)　福島県西会津町

①　福島県西会津町の概要

福島県西会津町は福島県北西部、福島県と新潟県の境に位置している。西に越後山脈、北に磐梯朝日国立公園の飯豊連峰を間近に望み、会津盆地の水を集める阿賀川がまちの中央部を東西に流れるなど自然に囲まれた町である。人口は5,935人（令和３年４月１日現在）、面積は298.18㎢で、日本海側気候に属し、年間降水量は約1,800mmとなっており、気温は平均11℃前後で冬は２ｍもの積雪がある特別豪雪地帯である。古くから会津地方の霊地として人々の心のよりどころ、癒しの中心地となっている。かつては越後街道の要衝として人や物が行き交い、交流の拠点として繁栄していた。基幹産業は農業であり、農作物としてきれいな水と豊かな大地が育んだミネラル栽培野菜や食味コンテストで日本一に輝いた米などがある。

②　事業開始の経緯

西会津町は、福島県の中でも高齢化率が高く、人口減少や少子高齢化が著しい（※５）。この状況が続くと、集落機能の維持が困難な自治区が増加し、医療・福祉分野等の担い手不足、小売店等の減少に伴う地域経済のさらなる縮小や空き家・空き店舗の増加など、あらゆる分野に影響を及ぼすことが想定されている。

事業を始めたきっかけは、10数年前に東京都内で芸術分野のNPO法人から、若手の芸術家が創作活動できる場が欲しいという要望を受けたことである。町内の廃校を活用して若手芸術家が芸術活動に注力できる場所を提供するとともに、地域住民と関わる機会を創出する取組を開始した。この取組を進める中で、一般社団法人BOOT（※６）が西会津町から移住の推進に関する業務を受託し、現在の西会津国際芸術村を運営するに至った。BOOTの代表は移住の重要性を認識しており、移住相談業務も実施している。

なお、令和３年度からは、多様な移住相談に対応するため、西会津町が直営で移住相談に応じることで補助制度等の相談を強化しつつ、BOOTが民間の移住相談窓口としてアーティストなどクリエイティブ人材を中心とした移住希望者の相談に応じている。

（※５）令和２年８月現在：高齢化率44％（福島県内で４番目に高い。）
（※６）https://www.boot-diversity.com

③　二地域居住・移住に関する取組

西会津町は、二地域居住・移住希望者を幅広く受け入れるため、西会津国際芸術村、喜多方地方定住自立圏移住・定住ワーキンググループ、福島県及び福しま暮らし情報センターと連携している。主な取組は以下のとおりである。

○　行政窓口と民間窓口の連携による多様な移住相談への対応

行政窓口として「にしあいづ移住・定住総合支援センター」を設置し、二地域居住・移住に関する公的な総合窓口として、福島県や福しま暮らし情報センターと連携して仕事や住まいその他移住に必要なサポートを行っている。

民間窓口としては、BOOTが運営する「西会津のある暮らし相談室」がある。西会津国際芸術村に事務局を置き、アーティストなどクリエイティブ人材への積極的なアプローチやイベント等を通じた関係人口・西会津ファンの獲得、移住へつながる戦略的な広報、情報発信などを進めている。BOOTは、地方でチャレンジしたい人や自己実現を図ろうとするアクティブな移住者層への伴走支援に注力することにより他地域と差別化できると考え、アートを入口として人を引き込み、町民と触れ合う機会を提供しながら移住を推進している。

行政が安心感のある窓口としての機能を果たしつつ、民間が移住のきっかけとなる入口の多様化を図る窓口として機能することで、様々な移住相談に対応できる。



西会津町役場



西会津国際芸術村

○　喜多方地方定住自立圏の取組

喜多方地方定住自立圏の３市町村（喜多方市、西会津町及び北塩原村）連携による移住体験ツアー「オーダーメイド型移住体験ツアー」を企画運営している。

○　お試し移住住宅Otame

１週間から６か月までの期間で入居可能な施設で、町に一定期間滞在し西会津町での暮らしや物件管理を実際に体験できる。また、西会津町の暮らしや文化、自然条件等を基盤としたビジネスの創出や事業継承に取り組むためのワークインレジデンスとしても利用できる点が特徴である。

④　効果・実績

令和２年度の二地域居住者は１名である。これは、西会津のある暮らし相談室からの報告を踏まえたものである。

行政窓口と民間窓口の設置については、上述した狙いのとおりそれぞれの窓口が役割を果たしつつ連携して移住希望者の相談に応じているなど一定の効果が出ている。

オーダーメイド型移住体験ツアーについては、新型コロナウィルス感染症拡大の影響により利用実績はないものの、各市町村がそれぞれ周知することで、より広い範囲に周知できることがメリットの１つだという話があった。

お試し移住住宅Otameについては、入居可能４世帯のうち２世帯が入居している（令和３年８月31日現在）。



お試し移住住宅Otame

⑤　課題及び今後の展望

西会津町の課題として、他地域と同様に二地域居住の定義や実態把握が困難だということに加え、賃貸物件数が少なく入居希望者のニーズに応えきれてないこと、豪雪地帯であるため雪の中で生活することに慣れていないと苦労することが挙げられた。

今後の展望としては、令和３年４月27日に株式会社アドレス（※７）と連携・協力に関する協定を締結し、全国各地の物件所在地域との交流によって二地域居住を含む多拠点居住やワーケーションを推進し、関係人口の増加、空き家利活用の促進などを目指している。

（※７）遊休物件をリノベーションした日本各地の登録物件に会員が定額で住めるサービス「多拠点居住の住まいのシェアサービス」を展開

⑶　神奈川県三浦市

①　神奈川県三浦市の概要

神奈川県三浦市は三浦半島の最南端に位置し、東に東京湾、南に太平洋、西に相模湾と三方を海に囲まれた、人口41,548人（令和３年４月１日時点）の市である。 地形は、ほぼ平坦な海食台地であるため海岸線に恵まれ、近年は、スキューバダイビングやシーカヤックなど多様な海洋レクリエーションが人気となっている。

代表的な産業は、三崎漁港を中心とした水産業と露地野菜の栽培を中心とした農業で、三浦ダイコンや三浦キャベツ、三崎マグロや湘南しらす、特有の肥育技術で育てる葉山牛などが知られている。

京浜急行線が三崎口駅まで伸び、都内からは電車で約90分と首都圏のベッドタウンとして開発が進んでいる。アクセスの良さから、都内在住者に人気の移住先となっている。

②　事業開始の経緯

三浦市の人口は、平成６年11月の54,350人をピークに減少していることから、市では対策として移住相談窓口を設置するなど移住に関する政策を推進している。

その１つとして、空き家等を活用した短期間のお試し居住体験により「移住のきっかけづくり」を行うことを目的として、平成27年からトライアルステイを積極的に推進している。実際に三浦市で生活することで、三浦市の魅力や生活を体験してもらう機会となっている。

③　二地域居住・移住に関する取組

三浦市のトライアルステイは民間主体の取組となっている。現在は株式会社シー・エフ・ネッツと合同会社ミサキステイルの２つの民間団体が運営している。

シー・エフ・ネッツは、不動産コンサルティング業をメインに、飲食店の経営などを行う民間事業者である。三浦市内にある山田酒店の店舗を活動拠点として三崎下町エリアを中心に地域活性化事業を行っており、その一

環としてトライアルステイにも取り組んでいる。不動産業の強みを活かし、三浦市内にトライアルステイ用の住宅を複数整備しており、人数や家族構成に応じた住宅を移住・二地域居住希望者に提供している。平成27年から令和元年までの６年間は三浦市の事業を受託するかたちで実施し、319世帯からの応募があり、そのうち141世帯が実際に参加をした。令和２年からは独立した事業としてトライアルステイを実施している。

ミサキステイルは、三浦市出身者や移住者が中心となって設立した民間事業者である。三浦市に長く住む人だからこそできる移住希望者への支援を行っている。活動にあたっては、ミスマッチをなくすために、三浦市の基本情報以外にも地域住民の気質や移住・二地域居住の実情など良いところも悪いところも包み隠さず伝え、希望者一人ひとりと真剣に向き合うことを大切にしている。

ミサキステイルは、平成28年にメンバーの一人の古道具屋に私設の移住相談所を開設したことから始まった。トライアルステイは週末の実施が多く、行政機関が閉庁しているために、参加者に困りごとが生じてもすぐに対応できないなどの問題があった。そうした状況の中で三浦市のことをより細かく把握する民間事業者が移住支援を行う必要があると感じ、移住希望者支援を開始した。現在は、古民家を改装した「トライアルベースあるべ」を拠点にトライアルステイの実施のほか、移住や創業に関する相談など移住希望者に対する支援を行っている。この取組が相談者の移住につながった実感があるという。

三浦市は、移住希望者から相談があった際にはこれらの民間団体を紹介し、トライアルステイをすすめている。



シー・エフ・ネッツお試し住宅



トライアルベースあるべ

④　効果・実績

三浦市が把握する二地域居住者は、平成27年にトライアルステイに参加した２世帯となっている。

一方で、地域住民側に移住者を敬遠する雰囲気も無く、トライアルステイを推奨することが地域として移住、二地域居住者を受け入れる体制づくりへつながった。

また、参加した希望者にとっては、いきなり移住をするのではなくトライアルステイを利用することで移住後の生活イメージが具体的になり良かったとの声があがった。

⑤　課題及び今後の展望

三浦市は、今後もトライアルステイ事業を通じて移住・二地域居住希望者に三浦市を知ってもらうきっかけを作り、移住や二地域居住の推進につなげていく方針である。

一方で、二地域居住の実践においては「地域とのコミュニケーション」が課題になっている。週末に三浦市に来て、別荘として過ごすだけでは地域との関わりをもてず、地域課題の解決にはつながっていかない。二地域居住者が地域の人たちとコミュニケーションをとり、地域活動にも積極的に参加することで、地域側も二地域居住者を認め受け入れることにつながると考えられる。

(4)　笑むすび合同会社 山田みき氏

①　実践者の概要について

山田みき氏は福島県喜多方市出身で、笑むすび合同会社の代表である。「OMUSUBIで地球をむすぶ」をコンセプトとして東京と会津地方の二地域に居住し、おむすびを使った様々なイベントの企画、開催に携わる。活動で使用する米は、農家である喜多方市の実家で栽培したもので、おむすびを通して会津の魅力を発信している。

活動をはじめたきっかけは平成23年の東日本大震災であった。故郷の会津地方は緊急を要する被害こそなかったものの、福島県全体が農産物の風評被害を受けた。これに対して、自分に何かできることはないかと考えた結果、実家が栽培する米にたどり着いた。はじめは米を小さなパッケージで販売する活動を行っていたが、あるイベントでおむすびにしてお客さんに米を食べてもらったところ、お客さんがすぐに笑顔になり、会津地方のイメージアップにつながることに気がつき、それからはおむすびを使った活動を行うようになった。

②　二地域居住の実践内容

東京では「笑むすび家∞」というキッチンサロンを拠点に活動している。常設店舗はなく、依頼があればイベントを開催している。イベントには、おむすびの楽しさを伝える「おむすび教室」や、会津の魅力を発信する「会津会」などがあり、おむすびを使った様々な取組を行っている。

コロナ禍に入ってからはイベントの開催が困難になったため、月に一回近隣の飲食店とコラボして「奇跡のおむすびDAY」と称しおむすび弁当とおむすびプレートの販売を行っている。コロナ禍だからこそ東京で福島とのつながりを求める人は多くいて、人とのつながりが薄いと言われる東京で、福島とつながることができる貴重な場となっている。

一方で、会津地方では地方公共団体からの依頼を受け、移住や教育などに関するイベントに講師として参加している。昨年、福島県磐梯町と共同で行ったコロナ禍のオンライン帰省イベントでは、磐梯町産の米を使ったおむすびワークショップを行い、参加者の家族が実際に移住し、活動の成果を実感することができたという。

二地域居住により、東京と会津地方で活動を行うなかで様々な成果が得られたが、特に強く感じられたこととして、以下の二点を挙げた。

第一に、自身の愛郷心が高まったことである。はじめは仕事の依頼があり二地域で活動をしていたが、東京と会津地方を行き来する中で、自分から二地域で活動したいと思うようになり、また、当然だと思っていた生まれたまち、家の特色や地域の尊敬できる人を知ったことが、地域の誇りを再発見するきっかけになったという。

第二に、東京と会津地方双方の地域の人たちとのネットワークが広がり、活動の幅が広がったことである。東京では会津地方のネットワークができ、会津地方での活動が東京での活動につながることもある。



山田氏の活動の様子

③　二地域居住に関する意見

山田氏が二地域居住を実践するうえで一番負担になったことは、交通費だという。福島の事業者から仕事の依頼がある際に、交通費を出してもらえず、自費で移動しなければならないことがある。関東近郊など利便性が高

く、交通費もあまりかからない地域以外の地域で二地域居住を実践する場合、交通費の負担は活動を継続していく上での大きな障害となる。

おわりに

二地域居住については「住民票を移さない場合や実家を利用する場合があることから、二地域居住者に関する情報収集が困難で、実態を把握できない」「リゾート、別荘感覚で二地域居住を捉えているケースもある」「地域によっては交通費に係る金銭的な負担が大きい」など、地方公共団体、二地域居住を希望する人それぞれに課題がある。特に、地方公共団体の財源確保という点では、二地域居住の場合、住民票を対象の地方公共団体に移さない限り、住民登録外課税など例外を除き市町村民税が課税できないため、移住・定住と比べるとメリットや成果を客観的な指標として示しづらい。

一方で、山田氏のように、移住や教育などに関するイベントに講師として参加するなど地域の活動に積極的に参加すれば、人口減少の中であっても、多様な貢献ができ、持続可能な地域の形成に寄与することができる。

また、会津若松市の担当者が、AiCTやサテライトオフィスの取組を通じて会津若松市に住んでいた人が、都市部に戻った後に会津若松市の良さをアピールしてくれることも重要なポイントだと語るように、二地域居住者は地方の居住先の情報を都市部へ発信する好機となるという点で、地域の魅力発信の手段としての波及効果を期待できる。

本調査の事例で共通するポイントの一つに「二地域居住者を含む移住者と地域との関係性の構築」が挙げられる。移住者をサポートする仕組みの一つに、移住者同士が交流できるネットワークの運営や移住者と受入側の地方公共団体が伴走する体制などがあったが、二地域居住者についても同様に密接な交流等をサポートすることで、安心して地方に生活拠点を設けることができる体制を整えられる。

以上を踏まえると、今後、二地域居住を推進する地方公共団体は、持続可能な地域の形成を目指すなかで、地域と積極的に関わり地域の担い手となり得る二地域居住者を確保するという意識を持つことが必要である。そのうえで、二地域居住希望者に対する地域のキーマン（区長、民生委員、地域づくり団体など）の紹介、二地域居住者同士や地域住民とのネットワークづくりに関するサポートなど、二地域居住者が地域とつながることができるような仕組みをつくることが求められる。例えば、地域住民が地域の困りごととその解決のための活動を提案し、二地域居住者がそれに参加した場合に、報酬や食事、農作物を受け取ることができる仕組みをつくる。これにより、互恵的な関係が生まれ、二地域居住者と地域がより深くつながることができる。

地方公共団体がこのような仕組みをつくり、二地域居住者を地域に呼び込むことができれば、地域づくりの担い手を確保し持続可能な地域の形成が可能となると考えられる。

編注＝令和３年度国内調査研究報告書（web会員限定公開）を転載

音楽によるまちづくり

地域活性化センター総務課：西田 周平、広報・プロモーション課：妹尾 莉菜

はじめに

(1) 調査の背景と目的

近年、地域密着型の音楽イベントが開催されたり、自治体が音楽団体やコンサートを支援する等、全国各地で音楽を活用したまちづくりが行われている。音楽は、人々に感動や生きる喜びをもたらし、社会全体を活性化する上で大きな力になるものと考えられる。音楽を活用したまちづくりは、音楽の力によって人々の心や生活を豊かにするだけでなく、音楽イベントやコンサート等の開催により地域外の人を地域に呼び込むことで、関係人口の拡大や地域経済活性化などの効果が得られている。また、地域密着型の音楽イベントにおいては、音楽と観光が融合した「ミュージックツーリズム」（※）による経済効果が期待されている。

一方で、地域で音楽イベントを開催しても一過性で終わってしまう例もあるなど、音楽によるまちづくりを実現するには、ハードルがあることも確かである。

本調査では、音楽が地域の活性化や地域経済にもたらす効果について各事例の特性や成功している要因を明らかにし、行政、民間それぞれの立場の音楽による地域活性化のポイントを探ることで、音楽を未だ活用していない地域や活用しているが更なる発展を望む地域の参考となることを目的とする。

（※）（ミュージックツーリズム）
音楽と観光が結びついた音楽観光事業で、音楽を楽しむと同時に、その土地固有の食や文化、歴史、工芸、アクティビティなどに触れながら地域の人々と交流する観光のことである。ミュージックツーリズムは、生誕地や墓地等の音楽家ゆかりの地をめぐる「聖地巡礼型ミュージックツーリズム」と、音楽イベントや音楽レッスンへの参加を目的とした「音楽体験型ミュージックツーリズム」の２つに大きく分類される。
特に、音楽イベントの目的やあり方が多様化している近年では、観光関連事業者やコンサート企画運営会社のみならず、イベント開催地を含めすそ野広く経済効果を生む音楽体験型ミュージックツーリズムに大きな注目が集まっている。

(2) 調査事例の選定

今回の調査にあたっては、行政による音楽を活用した地域活性化、市民による音楽イベントを活用した地域活性化やミュージックツーリズムに着目し、以下の３事例を調査先に選定した。

①音楽のあるまちづくり推進事業（実施主体：所沢市）

所沢市の「音楽のあるまちづくり推進事業」は、音楽を演奏する機会や聴く機会を市民にとって身近なものとして定着させることで、市民の生活にうるおいと安らぎ、活力を与えている。行政が主導で、イベントに頼らず音楽を市民にとって日常的なものとする地域活性化の手法について見ていく。

②すみだストリートジャズフェスティバル（実施主体：すみだストリートジャズフェスティバル実行委員会）

墨田区で開催されている「すみだストリートジャズフェスティバル」は、市民ボランティアが運営する完全無料の音楽イベントで、誰もが気軽に音楽を楽しめる機会を、行政の補助金に頼らず市民が手作りで提供している。

本事例により、市民による音楽イベントを活用した地域活性化の手法について見ていく。

③加賀温泉郷フェス（実施主体：加賀温泉郷フェス実行委員会）

加賀市、小松市の温泉地からなる「加賀温泉郷」で開催されている「加賀温泉郷フェス」は、「音楽と温泉の融合」をコンセプトにした音楽イベントで、旅館の中にステージを作って行う個性的な音楽イベントである。

旅館が中心となって運営しているイベントで、地域の魅力を効果的に発信することで、地域のファンを増やすことに成功していることから、企業主体の音楽イベントを通じた地域活性化の事例として取り上げることとする。

事例調査

（1）音楽のあるまちづくり推進事業（実施主体：所沢市、所在地：埼玉県所沢市）

①調査先の概況

所沢市は、埼玉県の南西部に位置し、人口約34.3万人（2021年11月末日現在）、面積72.11㎢の市である。所沢市は、武蔵野の面影を残す雑木林、江戸時代から続く三富新田を始めとする農耕地、かつて鎌倉街道の要衝として栄えた宿場町など、歴史と文化に育まれた風土と豊かなみどりに恵まれている。また、都心から30㎞圏内の立地で、約１時間のアクセスの良さから東京とのつながりも深く、中心都市として発展してきた。

「音楽のあるまちづくり推進事業」は、あらゆる世代の市民や所沢市を訪れる人に、音楽を演奏する機会、聴く機会を常に身近なものとして定着させ、豊かな音楽文化が持続的に発展できるよう取り組まれている。プロ、アマチュアを問わず市内音楽団体（個人）の活動の把握に努め、情報発信や連携を支援し、音楽を通じた交流や音楽環境の活性化を図っている。

②取組に至った経緯

所沢市では、幕末から明治にかけて伝統芸能「重松流祭囃子」が所沢市を中心に多摩地域へと広がり、宿場町として栄えていたことから歌舞音曲が盛んであった歴史がある。終戦後には、駐留した米軍の影響によって市民にジャズが浸透するなど、昔から音楽を親しむ風土があった。また、所沢市長の藤本正人氏が海外のストリート音楽を聴いて感銘を受けた原体験から、街を歩けばふと音楽が聞こえてくる「音楽のあるまちづくり」を推進してきた。当時の市長施政方針には「所沢成長作戦！」の例として「若手アーティストを活かしたマチづくり」が挙げられており、2013年３月、庁内横断的に市長より任命された職員によって「音楽のあるまちづくり検討会議」が設置された。2013年４月には、市長公約の推進に関して「音楽のあるまちづくり」を全庁的な協力体制の下、さらに推進するように特命があり、現在は、文化芸術振興課を中心にした音楽に関心のある職員等のプロジェクトチームが事業に関わっている。

③取組内容と効果・実績

（ア）音楽活動の情報発信

所沢市は「音楽のあるまち所沢」のイメージアップにつながり、ふるさと所沢に根付いて定期的・継続的に開催している音楽イベントや団体・店舗等を推奨する「音まち推奨制度」を設けている。所沢市の音楽情報発信サイト運営団体「ptoko（ピートコ）」が対象基準を満たす推奨候補を選定し、前述の「音楽のあるまちづくり検討会議」にて推奨を決定する。推奨されるとチラシ等に「音まち推奨」のロゴマークを表記できるほか、市民部文化芸術振興課が運営する「音楽のあるまちづくり」のfacebook、twitterでイベント情報が発信される。また、市内で演奏を聴いたり自ら演奏したりしながら音楽を楽しむことのできる店舗や施設を紹介するガイドマップ「音



資料①「音まちMAP（マップ）vol.3」

まちMAP（マップ）」を2015年４月から作成し、現在は第３弾まで発行している（資料①）。「音まちMAP（マップ）」では、イベント時だけではなく日常的に演奏が行われる音楽カフェなども多く紹介されており、市民の生活に音楽が根付いていることがうかがえる。市は「ptoko（ピートコ）」と連携し、音楽情報の共有と情報発信によって、容易な情報入手と市内音楽環境の活性化に取り組んでいる。

（イ）市民への音楽機会の提供

所沢市では、市民に気軽に音楽を楽しんでもらうため、市が主催し、又は市民文化センター「ミューズ」を管理・運営する（公財）所沢市文化振興事業団や企業と協力し、商業施設や駅前など市民が自然に集まる場所で音楽に触れるイベントも開催している。

市及び実行委員会の主催イベントとして、音楽のあるまちとして所沢市の魅力をPRするため、所沢市にゆかりのあるミュージシャンや市民が所沢航空記念公園の緑豊かなロケーションをバックに演奏をする「空飛ぶ音楽祭」を2017年度に初めて開催したが、2021年度開催予定であった「空飛ぶ音楽祭2021」は、コロナ禍の影響で中止となった。

この他にも、「ミューズ」と共催し、所沢市役所庁内でクラシックのミニコンサートを行う「音まちコンサート」を年２回、駅前商業施設の「ワルツ所沢」や「新所沢パルコ」と共催し、店頭で若手ミュージシャンを中心にミニライブを行う「まちなかコンサート」を年10回程度開催している。

また、2021年９月からは、所沢駅の改札前広場に市民から寄付されたピアノをストリートピアノとして設置した。ピアノは誰でも、いつでも自由に演奏ができ、周辺には座って演奏を聴くことのできる椅子も設置されており、音楽に興味があるなしにかかわらず、立ち寄った人が気軽に演奏を聴いて楽しむことができる。市民には、音楽を身近に触れることのできる憩いの場として受け入れられている。

（ウ）効果・実績

「音楽のあるまちづくり」推進事業によって、音楽を演奏する機会、聴く機会が市民にとって身近なものとして定着し、市民の生活にうるおいと安らぎ、そして活力が与えられている。「音まち推奨制度」では、現在547件（2021年９月時点）が推奨決定されており、毎年件数が増加していることから、当該事業が市内施設及び市民に浸透してきていることがうかがえる。また、各種コンサートも来場者が増加傾向にある。所沢市が来場者に実施したアンケート結果では「良かった」「続けてほしい」等の声が寄せられ、出演者からも「また出たい」と好評を得ている。

日常生活には様々な音が溢れており、特に駅前や街中では広告による騒音や雑音が存在している。所沢市で

は、市内にある音楽に触れられる場所を数多く紹介し、市民が騒音から逃れ日常的に音楽を楽しむ場所へアクセスしやすくすることで、市民の生活に音楽を根付かせ、うるおいと安らぎを提供しているといえる。

④課題と今後の展望

2021年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、事業の核となる「空飛ぶ音楽祭2021」は中止となったが、「まちなかコンサート」など新型コロナウイルス感染症対策を行った上で開催したコンサートもあった。今後は、各種コンサート等の開催方法などを工夫し、新しい生活様式を踏まえた「音楽のあるまちづくり」を進めていきたいと担当者は意気込む。

(2) すみだストリートジャズフェスティバル（実施主体：すみだストリートジャズフェスティバル実行委員会、所在地：東京都墨田区）

①調査先の概況

墨田区は、東京都の東部に位置する、人口約27.6万人（2021年12月１日現在）、面積は13.77㎢の区である。江戸時代に誕生した隅田川花火大会や両国の相撲など、江戸の文化を色濃く残しつつ、明治以降には商工業が発展し、都内有数のものづくりのまちでもある。

「すみだストリートジャズフェスティバル」（以下「すみだジャズ」という。）は、2010年から毎年墨田区内で開催（コロナ禍である2020年及び2021年は中止）されているイベントで、２日間の開催期間中、区内に設置された数十か所のステージでプロのアーティストやアマチュアバンドによりジャズが演奏され、街中にジャズが鳴り響く。入場料は完全無料で、誰でも気軽に参加できる。

②取組に至った経緯

リーマンショックによる世界金融危機の影響が残る2010年、会社経営者の能厚準（たくみこうじゅん）氏及び山田直大（やまだなおひろ）氏が「墨田区を活性化させるイベントをやりたい」という想いで「すみだジャズ」を立ち上げた。

海外のストリートで、少年たちがバイオリンの四重奏を行い、多くの人が足を止めて音楽に魅了されている光景が忘れられないという山田氏には「音楽は本来崇高なものではなく、誰でも気軽に楽しむことができる娯楽であり、人を魅了し豊かにすることができるものである」という確信があった。「いつの間にか崇高なものになってしまった音楽という素晴らしい文化を、墨田区でも気軽に楽しんでもらいたい」という想いで、音楽イベントの実施を決めた。

また、墨田区が1988年に「世界音楽都市構想」を掲げ、音楽によるまちづくりを推進してきたことも音楽イベントの立上げの要因のひとつである。「世界音楽都市構想」の一環で区内に設立された「すみだトリフォニーホール」では、例年「すみだ区民音楽祭」が開催され、学生のブラスバンドから区民による合唱団など多彩な団体が、オーケストラやオペラ、合唱と様々なジャンルの音楽を演奏する。

このように、区民の生活の中に音楽が息づいており、地域が音楽イベントを受け入れる土壌がある程度整っていた。音楽ジャンルとしてジャズを選んだのは、普段聞きなじみのないジャンルの音楽が街で鳴っていた方が足を止める人が多くなるというねらいと、「ジャズ＝かっこいい音楽」というイメージが発起人２人の中にあったためである。開催前は区民や行政から開催を疑問視する声もあったが、初年度２万人（主催者発表）が来場し、開催後は概ね好意的に受け入れられていった。

③取組内容と効果・実績

（ア）市民ボランティアによる運営

「すみだジャズ」は、イベンターの力を借りず、すべて市民ボランティアにより運営されている。ボランティ

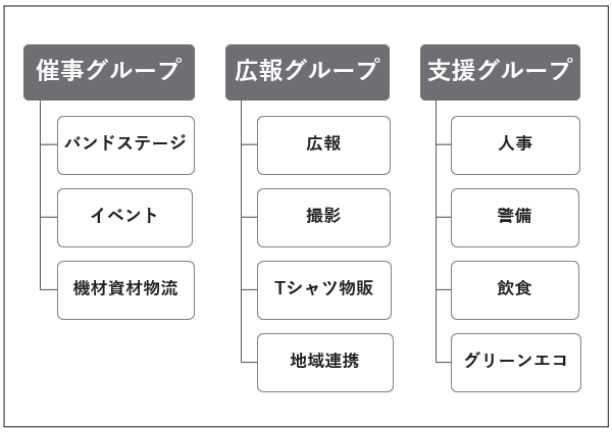
アの数は1,000人を超え、国内外様々な場所から参加している。膨大な人数を擁する組織が一枚岩となって稼働できるのは、盤石な組織体制を構築しているからである。

「すみだジャズ」の実行委員会は、資料②のように、３グループ、11セクションにより組織されており、約40人のコアメンバーがそれぞれのセクションの責任者を務める。スタッフの配属については、性格や適性により決定しているという。細かい役割分担でやるべきことを明確にし、かつ適性に合った仕事を行うことで、ボランティアスタッフは迷いなく行動することができ、組織運営が安定する。ボランティアスタッフについては、あくまで「来るもの拒まず、去るもの追わず」のスタンスで募集しているとのことだが、一度ボランティアとして参加した人の多くは、次年度以降もリピーターとなって参加するのだという。

（イ）イベントの企画コンセプト

「すみだジャズ」がフェスを企画する上でのコンセプトは「自分達が楽しめることをやる」である。運営側が楽しいと思えることであれば、来場者にもきっと楽しんでもらえるという想いで運営されている。

アーティストのブッキングや、会場で実施するワークショップの企画など、自由な発想で楽しいイベントづくりをしており、ボランティアスタッフの立案によるアップデートを繰り返している。例えば、ファミリー層の増加に伴うキッズスペースの導入である。音楽だけでは、小さい子どもが楽しめない可能性があるため、ヨーヨー釣りやスイカ割り、輪投げ等ができるような場所を設けている（資料③）。



資料②「すみだジャズ」の組織図


資料③「すみだジャズ」に参加する子ども

（ウ）運営資金の調達

前述のとおり「すみだジャズ」は入場料無料のイベントであるため、入場料による収入はない。主な収入源は区内企業等からの協賛金、オリジナルTシャツ（資料④）の販売や飲食ブースでの売上げである。Tシャツは、区内のメーカーが製作している。デザイナーは、メーカーからの紹介や運営スタッフからの企画により選定しており、毎年変わる。2,500円で販売されるこのTシャツは、毎年2,000枚程度売れており「すみだジャズ」の大きな収益源になっている。


資料④「すみだジャズ」のTシャツ（2019年度）

なお「すみだジャズ」は、初回開催からこれまで、行政からの補助金を運営資金として活用していない。それは、前述の企画コンセプトのとおり、自分たちが楽しめる企画を自由に実現するため、公金を財源にしたくないという意図があるからである。

音楽イベントの開催には多額の資金が必要となるが、イベンターを活用せず、市民ボランティアによる手作りのイベントである「すみだジャズ」だからこそ、資金面での自立を実現できている。

（エ）効果・実績

初年度２万人だった来場者数は、2019年には10万人に達し（主催者発表）「すみだジャズ」の規模は年々拡大している。ステージの規模は最大で47にまで増加し、まさに“会場が街全体”というコンセプトどおりのイベントになっている。

ここまで規模が拡大していった要因は、人が会場に流れ、区内を周遊する仕組みができていることにある。

「すみだジャズ」のメインステージである錦糸公園の最寄り駅である錦糸町駅は、JR線及び東京メトロ半蔵門線が乗り入れる駅で、１日約15万人が利用（2020年の１日平均の合計）する。錦糸公園は駅から徒歩数分のため、たまたま駅を利用した、イベントを知らない人でも気軽に立ち寄りやすい。駅前の広場にもステージが設置され、イベント当日は駅までジャズの音が聞こえる。また、商業施設の敷地内や公園などの公共の施設、銭湯など、区内のいたるところにステージがあるため、音に誘われて立ち寄った人がそのまま区内を周遊することも多い。

こうして、地域住民だけでなく、区外の人々が墨田区内を周遊することで、墨田区の魅力を効果的に発信することができ、関係人口・交流人口の増加につながっている。

また、「すみだジャズ」は、ゼロから市民が作り上げた音楽イベントとして注目を浴び、大学のイベント関係学科のカリキュラムの一環として、毎年30～40名程度の学生が参加するほか、日本最大級の学生ボランティア団体である、NPO法人国際ボランティア学生協会に属する学生が、毎年全国から100名程度スタッフとしてイベントに参加するなど、幅広い年代の多くの人が主体的に参加し、イベントを通した交流を深めている。

④課題と今後の展望

今後の音楽イベントの運営に当たって、新型コロナウイルス感染症による影響については、無視することができないであろう。音楽イベントの開催は、一歩間違えると社会的な批判を浴びることにもなりかねず、多くの音楽イベントがコロナ禍での在り方を模索している。「すみだジャズ」についても例外ではなく、2020年・2021年と、リアルでのイベント開催の中止を余儀なくされている。

このような状況であるが、2021年にオンラインでプレイベントの配信を行ったり、当日の幻のタイムテーブルを発表してHP上で各アーティストの演奏動画を視聴できる環境を構築したほか、イベントを疑似的に体験できるコンテンツを作成するなど、現状でできる限りのことを行い、新しい可能性を前向きに模索している。また、ボランティアスタッフとの定期的なオンラインミーティングを行い、運営スタッフ間のコミュニケーションを絶やすことはない。

音楽イベントは、リアルで開催することに大きな価値がある一方で、昨今はオンライン配信が急速に普及し、場所や時間に縛られることなくコンテンツを発信できる土壌が整っている。「すみだジャズ」は、リアルでの開催に向けた体制を維持しつつ、今後オンラインで誰でも気軽に参加できる環境を整えていくという。ポスト・コロナ時代における市民がつくる地域の音楽イベントの在り方と地域活性化をモデルとして示すことができる力が、「すみだジャズ」にはあると感じた。

（3）加賀温泉郷フェス（実施主体：加賀温泉郷フェス実行委員会、所在地：石川県加賀市）

①調査先の概況

加賀市は、石川県の南西部に位置し、人口約6.5万人（2021年10月１日現在）、面積305.99㎢の市である。加賀温泉郷は、同市の山代、山中、片山津、同県小松市の粟津の４つの温泉地からなっている。「加賀温泉郷フェス」は、加賀温泉郷で2012年から毎年７月に開催されている音楽イベントである（2020年・2021年度はコロナ禍の影響で中止）。

「温泉と音楽の融合」をコンセプトに開催されるこのフェスでは、旅館「瑠璃光（るりこう）」内の宴会場や会議場、ラウンジスペースなどを利用した複数の会場で、Jポップやロック、アイドル、ダンスミュージックなど

多岐にわたるジャンルのアーティストがライブを行う。イベントの運営は、地元の観光協会や旅館組合、商工会等の若者が中心になって行っている。

②取組に至った経緯

2011年３月に発生した東日本大震災による全国的な観光自粛ムードの中、加賀温泉郷においても、観光客の減少や、高齢化に頭を悩ませていた。また、加賀温泉郷は、もともと「関西の奥座敷」と呼ばれ、関西から多くの旅行者が訪れていたため、2011年当時、2015年の北陸新幹線の開通に向けたプロモーションが行われておらず、首都圏からの観光客に訴求するものがなかった。そこで、当時石川県旅館ホテル生活衛生同業組合青年部加賀支部長であった、よろづや観光株式会社代表取締役の萬谷浩幸（よろづやひろゆき）氏が、加賀温泉郷を首都圏に向けて発信する「レディー・カガ」プロジェクトを立ち上げた。

本プロジェクトは、市内の観光施設で働く女性や芸者等が加賀温泉郷の魅力を伝え、おもてなしの心をアピールするプロジェクトである。JR加賀温泉郷駅で「レディー・カガ」たちが来訪者をお迎えする動画をYouTubeで発信したところ、再生回数は30万回を超え、大きな話題となった。

萬谷氏は、バーチャルな存在である「レディー・カガ」たちのおもてなしを体験してもらうリアルなイベントを開催したいと考え、「加賀温泉郷フェス」を開催することにした。

開催に当たり、萬谷氏は、クリエイティブディレクターの箭内道彦氏が主催する「風とロック芋煮会」という音楽イベントに影響を受けたという。同イベントは、箭内氏の地元である福島で開催されており、音楽ライブのほか、芋煮鍋、キャンプファイヤー、肝試し等、地元アーティストが中心となって企画したレクリエーションを通して、アーティスト、地元住民、全国から集まった人が交流するイベントである。萬谷氏は、2011年に同イベントに参加。萬谷氏は、地元の文化であり魅力である芋煮会と音楽を組み合わせ、地元の人と客が交流を深めるこのイベントに参加したことで、音楽イベントと観光を組み合わせることの可能性に気づき、音楽イベントを開催することに決めた。

③取組内容と効果・実績

（ア）初回は台風により中断

2012年９月、片山津温泉の柴山潟湖畔公園で第１回の「加賀温泉郷フェス」が開催された。「レディー・カガ」プロジェクトのプロモーション効果により、1,800枚のチケットは完売だった。順調な滑り出しに見えたが、当日に台風が直撃。開催途中での中断を余儀なくされた。公園での開催はできなくなったが、出演アーティストからの申し出により、萬谷氏が経営する旅館「葉渡莉（はとり）」のナイトクラブでアコースティック形式のライブを継続し、アーティストと客の距離が近いライブは好評を博し、第１回は幕を閉じた。

その後、第４回まで「加賀温泉郷フェス」は柴山潟湖畔公園で開催されたが、温泉街まで１km程の距離があり、来場者の多くは温泉街を周遊することがなく、「温泉と音楽の融合」というイベントのコンセプトとかけ離れていたことから、第５回目からは会場を見直して開催されることとなる。

（イ）旅館開催への転換

第５回から「加賀温泉郷フェス」は山代にある萬谷氏が経営する旅館「瑠璃光」での開催に変更された。旅館で開催することにより、来場者は疲れたらいつでも温泉に浸かることができ、「温泉と音楽の融合」というコンセプトに合ったイベントになった。また、来場者はマニアックな音楽ファンが中心だったが、旅館で休みながら参加でき、夏の日差しの影響もないことから、ファミリー層での参加者が増え、熱心な音楽ファン以外の人も参加しやすくなった。



資料⑤加賀温泉郷フェスの様子（外観）



資料⑥加賀温泉郷フェスの様子（ステージ）

（ウ）行政との関わり方

第１回からこれまで県や市が後援し、第４回までは、行政からの補助金も一部活用していた。しかし、瑠璃光で開催するようになった第５回目以降は、行政からの補助金は一切活用していない。それは、萬谷氏が経営する旅館での開催ということで、公金を受け取ることが好ましくないという判断によるものだったが、イベントの特徴が色濃く出せるようになり、結果として補助金を活用しない方が上手くいくようになったという。

公金が投入されたイベントは、良くも悪くも公平性・平等性が重視され、多くの制約が加わることになる。アーティストのブッキングやイベントの運営方法について、自由に企画することができるようになり、結果として「加賀温泉郷フェス」が成功する要因になっていると考えられる。

「加賀温泉郷フェス」は、チャートをにぎわすような旬のアーティストや、誰もが知っているアーティストより、地下アイドルやインディーズのロックバンド、DJなど、ニッチでサブカルチャー寄りのアーティストが多く出演する。人気アーティストを呼ぶフェスは全国で乱立しており、都市部近郊で実施しないと、ブッキングコストを回収できず興行として成立しない。「加賀温泉郷フェス」は、そういったメジャーなフェスを目指すのではなく、加賀温泉郷にしかできない、地域体験型の独自のフェスを目指している。

（エ）加賀温泉郷の魅力の発信

「加賀温泉郷フェス」の目的は、利益の追求だけではなく、地域ブランドを高めることである。フェスの開催中、九谷焼の制作や加賀棒茶を美味しく入れるコツを教えてくれるワークショップなど、加賀温泉郷の魅力を伝えるワークショップが多数開催され、県外から来た多くの客が参加する。また、大人向けのイベントだけでなく、夏休み中の子どもたちがイベントに訪れても楽しめるような図画工作や楽器体験のワークショップも開催している。「子どものころに加賀温泉郷フェスを楽しんだ人が、10年後、家庭を築いたときに、また家族で訪れてほしい」と、萬谷氏は話す。チケット代は、前売りで一般6,000円、学生3,000円と、ファミリーでも参加しやすい値段に設定されている。

（オ）効果・実績

「加賀温泉郷フェス」には、約2,000人が来場する。来場者は20代の若者が中心で、毎年参加するリピーターや、開催後に再びこの地を訪れて観光を楽しむ人もいるという。また、台湾、韓国、米国などの海外からの来場者もいる。

「加賀温泉郷フェス」では、地元の温泉旅館や大手旅行代理店と提携し、入場チケットと宿泊がセットになった東京発と大阪発のバスツアープランや、入場チケット付き宿泊プランがホームページ上で販売される。フェスが開催される７月は閑散期であるが、「瑠璃光」は開催当日、客室が満室となり、その他の提携旅館も多くが予

約で埋まる。多くの音楽イベントは、出演アーティストを目当てにした客が訪れ、イベント終了後にはその日のうちに帰宅するか、開催地外の宿泊施設に宿泊することが多い。「加賀温泉郷フェス」は、加賀温泉郷の魅力を効果的に発信することで、アーティスト目当ての客だけでなく、加賀温泉郷のファンを着実に増やし、交流人口や関係人口の増加を実現しており、ミュージックツーリズムの成功例と言える成果を上げている。

④課題と今後の展望

新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、2020年および2021年の開催は中止となった。旅館という狭い空間で密状態になるイベントの特性上、これまでと同じ方法では開催が困難であるが、萬谷氏は「目的・意義を再構築した上で、規模を縮小して年に複数回開催するなど、やり方を変えて開催していきたい」と前向きに話す。初開催から９年が経ち、８回開催してきた中で、これまでも開催の仕方を柔軟に変えながら継続してきたイベントである。ポスト・コロナを見据えて、継続的にイベントが開催され、加賀温泉郷の魅力が発信され続けることを祈る。

2024年には、北陸新幹線の延伸により、加賀温泉駅に新幹線が停車することになる。新幹線開通に向けて、今度はどのようなアプローチでPRしていくのか。今後も目が離せないイベントである。

おわりに

本調査をとおして、音楽によるまちづくりの成功事例には、２つの共通点があることが分かった。

①気軽に参加でき、参加することに価値を見出すことができて継続的に参加したくなるような仕組みを作っていること

所沢市の事例では、市が音楽イベントを主催したり、音楽を気軽に聴くことができる場所の情報を提供したりすることで、市民が気軽に音楽を日常に取り入れることを可能にしている。

また、市民としては、市が主催するイベントに参加したり、市から「音まち推奨」の認証を受けて音楽を聴く機会を提供したりすることで、自らが市との関係の中で、音楽を通して市民の生活を豊かにしているという実感を持つことができる。

「すみだジャズ」の事例では、市民が気軽にボランティアとして参加でき、さらに、ボランティアのアイデアを積極的に取り入れたイベントづくりをしているため、市民は自分が参画したイベントが自分の手によって進化していくことを体験することができる。それが、ボランティアとして参加することの価値となり、継続的に参加したくなる理由になっている。

加賀温泉郷フェスでは、これまでの温泉街では聞こえてくることがなかった、地下アイドルやインディーズのロックバンド、DJなどのニッチな音楽ジャンルを温泉と融合させることで、加賀温泉郷でしか体験できない新たな価値を持つイベントを作り上げ、それが特定の人に刺さり、足を運びたくなるようなイベントになっている。

②利益を追及するのではなく、市民の生活の質の向上や地域の活性化、地域外の人に向けた地域プロモーションを主目的としていること

所沢市の事例では、音楽を演奏する機会、聴く機会を市民の間に身近なものとして定着させ、市民の生活にうるおいと安らぎ、活力を与えることを目的にしている。

「すみだジャズ」の事例では、入場料を完全無料にして、誰でも気軽に音楽を楽しめる機会を提供し、イベントを通して様々な人が交流をすることで、墨田区を活性化させることを目的としている。

加賀温泉郷フェスの事例では、ただ単に音楽イベントを開催するのではなく、来場者が温泉や九谷焼、加賀棒茶等の地域資源に触れる機会を創出し、ミュージックツーリズムを取り入れた地域プロモーションを行うこと

で、地域ブランドを高めることを主な目的にしている。利益を追及するために音楽イベントを実施するのであれば、人口が多い都市圏で誰もが知るメジャーなアーティストをブッキングし、高額なチケットを販売することが正解となる。しかし、そういった都市型のメジャーな音楽イベントの多くは、アーティストやイベント自体を目的に参加する客がほとんどであり、客は会場と宿泊施設以外、開催地域内を周遊することが少ない。結果として、開催地域の魅力を肌で感じることができず、地域のファンを獲得し、地域活性化に結び付いているとは言い難い。

すなわち、音楽イベントを行うことが主目的化してしまわないような仕掛けづくりが重要となる。一方で、単なる手段と完全に割り切ってしまうと、主催者・参加者にもその温度感が伝わり、結果的に一過性のものとなってしまう恐れがあるため注意が必要である。

近年、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によって各種イベントの開催が制限されていたが、現在では新しい生活様式を踏まえて各種イベントや行事が徐々に再開されつつある。ポスト・コロナ時代においては、音楽をはじめとしたエンターテインメントが地域産業や地域経済を活性化させる起爆剤になると考えられる。

地域資源を活かしたミュージックツーリズムの取組みは汎用性が高く、様々な地域資源を活用することが可能である。本調査が、音楽を取り入れたまちづくりを行う上での一助になれば幸いである。

編注＝令和３年度国内調査研究報告書（web会員限定公開）を転載

令和５年度 地域づくり（別冊）
地域づくりベスト版「関係人口」（2020-2022）
～地域に関わる多彩なイノベーター～

令和５年９月発行

編集・発行　一般財団法人　地域活性化センター
〒103-0027　東京都中央区日本橋2-3-4
日本橋プラザビル13階
TEL：03-5202-6138　　FAX：03-5202-0755
印　　刷　株式会社　太平印刷社

別冊９月号 転載元一覧



第１章・第５章　月刊地域づくり
2022年７月号特集編



第２章　別冊地域づくり
令和３年度地域活性化ガイドブック１月号



第２章　月刊地域づくり
2021年４月号特集編



第３章　別冊地域づくり
令和２年度地域づくり団体活動事例集12月号



第４章・第５章　月刊地域づくり
2021年２月号特集編



第６章　月刊地域づくり
2020年12月号特集編

宝くじは、みんなの暮らしに役立っています。



移動採血車

全国各地で運行している
献血バスを寄贈



ベンチ

全国の公園緑地等に
ベンチを設置



フラワープランター

観光地の環境美化活動の
推進を目的として寄贈



宝くじ桜

日本全国に
さくら若木を寄贈



車いす

博物館利用者のために
車いす等を寄贈



一輪車

体力つくり実践校等に
一輪車を寄贈



バス停留所施設

バス停上屋と
風防施設を設置



すこやか広場

こどもの国（神奈川県）に
健康器具や遊具を設置



検診車

胃部・胸部X線撮影車
として寄贈

**宝くじは、少子高齢化対策、災害対策、公園整備、
教育及び社会福祉施設の建設改修などに使われています。**

あなたに夢を、街に元気を。
クーちゃん 宝くじ

一般財団法人日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や
公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。

一般財団法人
日本宝くじ協会
https://jla-takarakuji.or.jp/