

本誌は、宝くじの普及宣伝事業の一助成を受け作られたものです

明日をひらく地域活性化のための情報誌

地域づくり

特集 ■ 地域情報の発信

1

2004

ISSN 1340-8917

特集 | 地域情報の発信



水しぶきを上げて走る神馬



土手に並んだ菊慈童など八基の笠鉦



河童渡来の碑

グラビア

- 1 地域情報の発信-I
- 23 // -II
- 47 都道府県漫遊●佐賀県
- 48 手前みそですが...
●高知市

特集

- 3 巻頭エッセー ● これからの地方行政と地域づくり 総務大臣 麻生太郎
- 4 安心・使いやすさ・中身が評価される時代に 東北芸術工科大学大学院長 長谷川文雄
- 8 北海道網走市 バーチャル朝市で「あんしん」産地を形成—— 小田島和之
- 10 岩手県水沢市 市民が親しめるカードシステム目指す—— 佐藤勝己
- 12 山形県白鷹町 ITで農家と都内飲食店を仲人—— 伊藤淳子
- 14 千葉県大原町 メッセージ機能付きカードで商店街が活性化—— 竹久定孝
- 16 群馬県太田市 住民とともに歩む放送局目指す—— 岩田博之
- 18 富山県福光町 音楽支援・イベントサイトで若年層を囲い込み—— 野村 守
- 20 兵庫県春日町 伝えることで自らの価値を再認識—— 小橋昭彦
- 28 大分県 HP通じ県内・海外情報を相互発信—— 阿南大輔
- 30 熊本県人吉球磨地域 映像制作で地域の人・ものを再発見—— 永井雄二
- 32 東京都世田谷区 十代のメッセージを掲載

コラム

- 22 定期代12万円ナリ! のまちの魅力 落語家 立川談笑

トピックス

- 27 1村1グルメ列車が大分を快走 甲斐裕明

地域活性化フォーラム

- 34 公共組織のマーケティングでディスカッション

海外報告

- 35 企画主導型で効率的・効果的サービスを提供
- 36 アーティスト誘致で市街地を活性化

地方行財政関連施策解説

- 37 平成15年度 地域政策の動向から 総務省自治行政局地域振興課

地域づくり団体探訪

- 40 夢咲塾 奈良県大和高田市
- 42 特定非営利活動法人 グリーン・エコトピア・ネットワーク 静岡県天竜市

全国地域リーダー養成塾

- 44 現場に見る地域づくりの成果 杉山哉史/永山恵子

- 46 センター通信

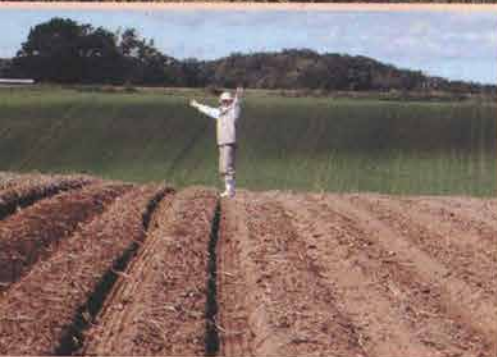


万葉集にも詠まれた水島

●表紙「熊本県八代市」
八代妙見祭(十一月二十三日、二十四日)
妙見祭の主役、亀蛇は八代でガメの愛称で呼ばれる亀と蛇が合体した想像上の動物で、妙見の神が亀蛇に乗ってのはるか中国から海を渡って来たという伝説によっている。首の高さ二・五尺、胴の大きさ畳四畳、重さ二百キが走る様は勇壮で、かつ愛嬌がある。元禄期に始まった神幸行列には亀蛇のほか獅子、笠鉦、神馬などがつき、朝早くから会場の砥崎の河原にカメラを手にして集まった十一万人の観光客を大いに喜ばせた。
球磨川河口には、万葉集に「めでたい水の島」と詠われた水島がある。景行天皇の条によると、天皇が食事をされる時水が無く、そこで小左という者が神に祈ったところ島から清水が湧き出たため、水島と言われるようになった、という。
中国から黄海を渡り九千匹の河童が上陸したといった河童伝説が八代には多い。
湧くからに流るるからに春の水 漱石
●文Ⅱ丘 ●カメラⅡ小形又男



稲の生育状況を聞くあしんサポーター



バーチャル朝市 ● 北海道網走市 (p8)

地域認証システムや地域産品のトレーサビリティ導入などを通じ、安全にこだわったバーチャル朝市産直情報を発信

地域情報の発信



近所の小川も、立て看板ひとつで「釜舟流しの小川」と誇るべき里山遺産に



「地域」を発信

● 兵庫県春日町/シフトアップかすが (p20)

カブトムシの喧嘩やツバメの巣立ちなど、今ここにある田舎の日常こそ都市住民の共感を呼ぶ力になるという発見をもとに、写真・動画をウェブ上で発信。都市住民にはスローライフ体験、田舎の人には日常の価値を認識してもらうきっかけづくりが狙い



FMで地域密着型情報の発信

● 群馬県太田市/(株)おおたコミュニティ放送 (p16)

ボランティアも参加し現場取材による住民とのコンタクトの様子やきめ細かい行政情報、震災情報などをFMで放送、地域に密着した手作り番組を目指している



世田谷Teens編集部 ● 東京都世田谷区/(財)世田谷区都市整備公社まちづくりセンター (p32)

“まちのおもしろ情報誌をつくらう”との呼びかけに応じた区内に在住、在学する中高生がまちの情報誌づくりに取り組んでいる。同世代に関心の高いテーマを、中高生の視点で捉え、同世代の若者や地域社会に発信



広域ネットコミュニティ ● 富山県福光町/福光町商工会 (p18)

県境をはさんで隣り合う福光町の福光町商工会と金沢市の片町商店街振興組合が、共同サイト「金福どっとこむ」を新たに立ち上げたことで、交流が加速。金沢大学も参加し、音楽バンドやイベント情報を提供し、若年層を囲い込み



オンラインショップ ● 山形県白鷹町/おすそわけ.Com (p12)

こだわりの丹誠込めて作った野菜・果実を食べてもらいたいという農家と、業務用に食材を求めるレストランとの間の仲人となるおすそわけビジネスを展開。併せて農家・消費者お互いが顔の見える人間関係づくりのお手伝い(写真は視察ツアーで好評だったりんご山の芋煮会)

メッセージ機能付きカード

● 千葉県大原町/大原中央商店街 (p14)

96年、オリジナルの「ほらやっさカード」を発行。ポイント、電子マネー機能のほか、商店街や行政情報を発信するメッセージ機能が受け入れられ、人口2万1千人の町でカード会員は町外を含め2万人に。カードを持たない人には、「デジタル表示一斉配信システム」で情報提供(写真は無料休憩所前の大型表示器)



ICカード 標準システム

申請書自動作成

申請書自動作成サービスをご利用の場合は、上のボタンを押してください。

緊急活動支援

緊急活動支援サービスをご利用の場合は、上のボタンを押してください。

成人保通

成人保通サービスをご利用の場合は、上のボタンを押してください。

公共施設予約

公共施設予約サービスをご利用の場合は、上のボタンを押してください。また、公共施設予約センターの受付が便利です。3日以内に実施を行いますので、必ず事前予約をお願いします。

ICカードによる複合サービス

● 岩手県水沢市 (p10)

2000年度から当時最新の技術を用いた独自のICカードと無人運転・セキュリティ・操作性の向上を図った情報KIOSK端末を導入。さらに住基カードで本人確認を行ったうえで相談できる遠隔テレビ行政システムによる複合サービスを展開



おおいた国際情報プラザ

● 大分県 (p28)

大分県内の大学には現在、2千5百人以上の海外留学生が学んでいる。日本を離れたあとも研修生・留学生と交流を続けようと、県では「おおいた国際情報プラザ」を昨年スタート、県内・海外情報を相互に提供し合っている



住民ディレクター

● 熊本県人吉市/人吉球磨広域行政組合 (p30)

住民自らの企画、編集のもと、住民自らがビデオカメラを持ち手作り番組を制作、情報化の推進、人材育成を図ろうと広域のまちづくり



総務大臣
麻生太郎

これからの地方行政と 地域づくり

皆様、新年明けましておめでとうございます。

総務省は、行政組織、公務員制度、地方行財政、情報通信、郵政事業、消防防災など、国家の基本的仕組みにかかわる諸制度、国民の経済・社会活動を支える基本的システムを所管し、国民生活の基盤に広くかわる行政事務を担っており、行政改革等にも積極的に取り組み、世界の平和と繁栄のために日本の果たすべき役割を推進する」という考えに立ち、行政課題の解決を進めてまいります。

また、我が国経済の新たな発展の道筋をつくるため、行政改革の推進、地方分権の推進、IT社会の構築等に最大限の努力を払ってまいりたいと考えております。

総務省では、生きがいと活力のある地域社会、個性豊かで魅力あふれる地域社会、人と自然にやさしく安心して暮らせる地域社会、災害等に強く安全に暮らせる地域社会の構築を目指し、真の分権型社会の実現に向けた役割を地方公共団体が果たすことができるよう次の三つの柱によって重点施策を推進してまいります。

まず、「真の分権型社会の実現に向けた地方行財政制度の改革」として、地方公共団体が自己決定と自己責任の原則の下、行政事務を的確に処理するとともに、安定的に財政運営ができるよう、地方行財政制度の改革を進めてまいります。

「電子自治体の推進」としては、総合行政ネットワーク、住民基本台帳ネットワークシステム、公的個人認証サービスなど電子自治体の基盤を活用し、行政サービスの質的向上を図るとともに、民間のノウハウを活用することにより、地方公共団体の業務改革と地域経済活性化を促進してまいります。

「個性豊かで活力ある国土形成を推進するための地域課題への重点的な取組」では、厳しい経済情勢、財政状況の

中で、個性豊かで活力ある国土形成を推進するため、活力ある地域づくりとして、独居老人への配食サービス、不用品のリサイクルなど、地域に定着したコミュニティ・サービス事業に対するコミュニティ・ファンド創設による支援、地域内消費循環を促進するためICカードや携帯電話などを活用した地域通貨モデルシステムの開発及び普及のための支援等を行います。

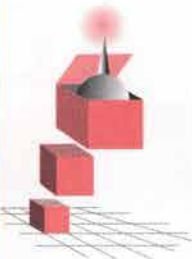
さて、地方の時代、地方分権と言われてきておりますが、現在、政府では「地方にできることは地方に」との原則に基づき、様々な改革を行っております。

改革の柱として、構造改革特区を一層推進するとともに、地域経済の活性化と地域雇用の創出を強力に進めるために地域再生本部を設置し、元気のある地方、特色ある地域づくりを進める地域の自主的な取組を政府を挙げて支援することとしました。

各地域には、特色ある歴史、伝統、文化、自然など多くの資源が存在しています。これらの資源を、保全し、活用し、地域経済の活性化につなげていくため、「地域が自ら考え、行動する。国はこれを支援する。」こととしております。

二十一世紀を迎えた今日、少子高齢化、国際化、高度情報化といった課題に加えて、「環境」も重要な課題となってきました。地域づくりにおいても、「環境」をテーマとした取組が行われています。さらに、都市と農山漁村との交流も行われるようになってきております。このような取組を通して、自分たちの地域に誇りと愛着を持ち、お互いの良さを認め合うことができます。必要となつていきます。

これからも、个性的で活力ある地域づくり、まちづくりを進め、豊かな生活が実感でき、誇りや愛着を持てる地域を築き上げていくことができるよう全力を傾注してまいりますので、皆様の御協力をお願いいたします。



安心・使いやすさ・中身が評価される時代に

——メディアミックスで地域情報の発信を

地域を有名にして、まちを発展させていくという発想は今日に始まったものではない。江戸時代、越中富山の「反魂丹」は単なる胃腸薬にとどまらず、独特の商法で全国に常備薬システムを作り、国中に「薬の富山」というイメージを形成した。東海道中膝栗毛でおなじみのお伊勢詣でも、お江戸の男なら一生に一度は行ってみたいという、「あこがれ」を抱かせている。かわら版や口コミしかなかった当時のメディア環境と比べ、今日ではテレビ、新聞、雑誌といったマスメディアはもとより、インターネット、CATV、ICカード、コミュニティFMなど、新たな情報メディアが出現している。こうしたメディアをうまく活用して、地域おこしにつなげるにはどうすべきなのかを考えてみよう。

注目する事例

【安心を担保するICタグ】

BSEの発生以来、食物の安全性に関する関心は一段と高まっている。神奈川県横須賀市では、ICタグを用いた生産履歴の追跡実験を始めている。ICタグは微細なICチップを組み込んだ一種の荷札のことで、電子荷札とも呼ばれている。生産者や農薬にまつわる情報、さらに流通経路を追跡でき、生産から消費に至る情報を管理、および開示することによって安心と、安全を提供できる。

今回の実験では青首大根や早春キャベツが対象になっているが、この技術はあらゆる産品に応用できる。農産物はカロリーや味覚で競う時代から、



東北芸術工科大学
大学院長 ● 長谷川文雄

さらに確実に安全性、安心感を提供できるか否かが問われる時代に移っている。それに応えるコミュニケーション手段がこのICタグだといえるだろう。

【流通させるICカード】

住基ネットと表裏の関係にあるICカードが、各自自治体で導入され始めている。単に行政手続きをする際に、認証用として利用するだけでなく、このカードをまちおこしに活用しようという試みが起きている。

たとえば、大和市は地域通貨と組み合わせ、コミュニティの活性化に応用している。カードを発行する時に、「LOVES」という地域通貨を一定額組み込んである。市民は、自由マーケット



山形県では、「山形映像アーカイブス」を立ち上げ、地域の伝統芸能や自然、民俗文化などを五

が盛んになっている。

「アーカイブによる映像発信」

インターネットのブロードバンド化、大容量サーバーの普及にともない、各地で映像情報の配信が盛んになっている。



大和市の「LOVES」



映像で山形の歴史や文化の情報を発信「山形デジタルアーカイブス」

年前から収録し、現在では四千タイトル以上に及んでいる。インターネット上で部分的に公開されている。ネット環境が整えば多くのタイトルを高精細な画像で送ることもできる。映像アーカイブは域内外に対し、地域の関心や理解を得る手段に有効である。

映像は、収録、編集さらに著作権や肖像権などの権利関係の整理でコストと手間がかかるために、短時間でアーカイブを構築するのは難しい。それだけに、戦略的にかつ地道に手がけていく必要がある。

埼玉県は、収録、編集さらに著作権や肖像権などの権利関係の整理でコストと手間がかかるために、短時間でアーカイブを構築するのは難しい。それだけに、戦略的にかつ地道に手がけていく必要がある。

に、なぜことさら注目されるのかといえば、インターネットでは場所や時刻によらず鑑賞できるからであろう。静岡県では、テレビ放映したCMとともに、制作の裏話なども掲載され、興味深い。

今後、映像配信は地域情報発信の主流の一つになるだろう。観光情報や地域産品の紹介、さらに地域学習などに効果が期待される。

「地域FMによる情報交流」

地域に根付いたメディアとして「地域FM」がある。岡崎市では商工会議所が中心になって、情報化からみた二十一世紀型の地域活性化方策を検討していた。ラジオといえば聴くものだと思いがちだが、このコンセプトは「出るラジオ・見るラジオ・聴くラジオ」と位置付けている。スタジオをJR岡崎駅近くに設け、通行する人々の身近な存在になっている。その気になれば、出演することもでき、地域に溶け込む工夫がなされている。

インターネットは基本的に利用者がサイトを訪れ、情報を取りにいくが、ラジオは同時性、同報性の機能を持ち、運転中でも気軽に楽しむことができる。いわば、現在のインターネットを補完する役割を果たしている。

もちろんインターネットとの連携も考慮され、放送された内容はアーカイブされ、いつでも聴ける。また毎日、多くのリクエストや意見が携帯電話からも寄せられ、双方向機能を保っている。このホームページ自体が、地域のポータルサイトであり、この局自体が地域の情報発信基地になっている。

何が問題なのか

現在は、情報過多の時代といわれている。この自治体でも、新聞の折り込みから、かわら版、小雑誌、ラジオやテレビのメディアの利用、さらにインターネットによるホームページからの情報発信など、それだけ取り上げてみてもおびただしい情報量になる。

ここに、情報発信側と受ける側との間に大きなギャップが生じていることに気が付かなければならない。発信側は当然見てくれると、期待値をもっているが、受ける側は自治体からの情報だけでなく、多くの情報に日々接している。まず、そのギャップを認識することから、地域の情報発信を考えなければならぬ。特に、以下の点には留意を払う必要がある。

「メディアは手段である」

確かに地域の情報化を推進するには、パソコンやネットワークの整備は不可欠である。しかしこれはあくまでも、地域情報発信のための「手段」であって「目的」ではない。情報通信機器は廉価ではなく、しかもハイスピードで陳腐化している。そのため機材の整備は行政の重要課題に位置付けられるが、あくまでもそのメディアで何をするかが本質であって、本末転倒してはならない。

「情報だけで完結しない」

最近、田畑や森林の一部を都会人に開放し、彼らに自由に農業や林業の一部を体験させている自

治体が現れている。頻繁に来られない分、彼らが手掛けた田畑の状況をインターネットで見せてあげ、それで気になってまた、現場を訪れるという仕組みを構築し都会人との交流を深めている。情報はいわば、人を動かしたりものを動かしたりするきっかけを作る役割を果たしている。

各地で交流人口の拡大を考えているが、ポイントとは情報と地域に根付いた物産とを組み合わせ、きめ細かい情報提供を図る点である。

その「かすがい」になるのは、農作物や酒造りなど、成長や変化が直接確かめられるものだろう。実りの季節には手掛けた収穫物を味わうこともでき、その喜びは計り知れない。滞在する間に、近隣地域を訪れ、地域住民との交流が始まる。地域の人々は彼らから地場にはない知恵を学ぶこともできる。

この例が示すように、情報提供だけで完結するのではなく、興味を持つ人にきめ細かく、タイムリーに情報を提供することが重要である。それにより、繰り返し地域を訪れてくるようになる。これはネット配信がもつとも得意とする分野で、活用しない手はない。まさに顔の見えるコミュニケーションといえるだろう。

「情報発信は特定の部署だけでない」

インターネットに代表される地域の情報発信は、いまや特定の部署だけで対応できなくなっている。例えばホームページはその自治体の総合窓口で、利用者はそこを参照すれば関連するすべてにアクセスできると考えている。

所管するところは広報セクションであっても、地域情報発信は首長から商工、農林、企画などあらゆる部署と関連している。

前述した地域交流の拡大のところで記したように、利用者と顔が見えるコミュニケーションを円滑に図ろうとすれば、問い合わせなどには迅速に対応しなければならぬ。その対応が的確でないと、ネットワーク時代だけにかえってマイナスの印象を与え、地域情報発信が逆効果になる。

「情報提供を受ける仕掛け」

地域情報発信は、すべての内容を自治体で取り組もうとすれば、量的にも質的にも後手になる。大切な点は、地域情報が集まってくる仕組みを構築することである。地域の教育機関、NPO、企業、個人などはタイムリーで優れた情報を数多く保有している。これらをうまく提供してもらえば、質の高い情報をコストを掛けずに収集できる。山形県のデジタルアーカイブでは、「映像発掘探検隊」を組織し、提供された個人収録の映像や、蔵に眠っている映像をこの探検隊で内容を吟味し質を担保している。提供者はライブラリーに登録されることが名誉だという仕掛けになっている。

これからの対応

地域の情報化はいま第三段階に達している。第一段階が、インターネットに接続できる段階とすれば、第二段階は、そのネットワークのスピードが高速になってきた。よくいわれる「ブロードバンド化」である。ブロードバンド化により、これ



【東京・大阪を経由しない情報発信】
かつて、山口県が「東京卒業」というキャンペーンを張り、新聞広告のコピーが話題を呼んだこ

まで難しかった映像配信が実現されている。そして第三段階は、無線通信を駆使して、どこからでもインターネットにアクセスできるような情報環境の形成である。これは単に携帯電話を高度化するだけでなく、横須賀市ICタグのような事例も含まれている。ユビキタス社会ともいわれている。

こうした環境下で、求められてくる情報の役割も変化している。「高速・廉価・常時接続」といった役割からさらに、「安心・使いやすさ・中身の価値」というように、評価の視点がシフトしてきた。

【メディアミックス】
地域情報発信はITをいかに使うかではなく、発信したい内容、目的によってどのようなメディアを活用するのが効果的なのか、ないしは状況に応じてどのようにメディアを組み合わせていくかが重要である。先の岡崎の地域FMなどはその典型である。

たとえば、新たな産直システムを開発した場合、一度に周知させたいときは新聞広告を打ち、細かいフォローはインターネットするなど、メディアの組み合わせが必要になる。始めに方法論ありきではない。

【感度の良いアンテナ機能】
地域情報を発信する上で忘れてはならないのは、地域活性化に役立つ情報を効率良く「受信」

とがある。

現在のマスメディアはテレビ一つを取り上げてみても明らかなように、東京・大阪を中心に発信されている。地域情報発信もいきおい、それに乗じた方が効果的に見えるが、それでは相変わらず情報発信の構造は変わらない。インターネットはその意味では、どこからでも情報を発信でき、東京・大阪を経由する必要はない。規模に関係なく、どここの地域からでも世界に向かって情報発信ができる時代になっている。

新聞とインターネットの比較

区 分	新 聞	インターネット
発 行	定期的	定期、不定期
ライブ性	難しい	可能
訴求対象	マス	中マス～ミニ
到達度	読んだかどうか不明	ヒット数で把握
双方向性	難しい	容易
マルチメディア	文字＋写真	文字＋音＋映像＋…
リテラシー	文字が読める	機械の操作性要求
装置	特に必要ない	コンピュータ、ネットワーク
場所	どこでも	パソコン、ネットの使えるところ
手軽さ	大	中～小
コスト	小	初期コストが掛かる
信頼度	比較的大	評価が分かれる
入手性	場所に依存	ネットがあればどこでも
繰り返し性	容易	その都度

長谷川文雄作成

【いつの時代でも本質はサービスの向上】
あるときITを活用した温泉街の活性化について講演をしたことがある。それに触発された女将が早速、自前のホームページを開設してみたところ、今までになかった客層を掘り起こし、予想以上の効果を上げたと言っていた。今後は、一層IT投資を進めてホームページを充実させたいといった。

実は、これは半分正しくて、半分間違いだと思う。客足が延びても、肝心のサービスが充実していなければ逆効果になる。旅館の本質は、湯に浸かり、山海の珍味を味わい、くつろげてこそ客は満足する。そこが抜ければ、逆に客の苦情がさまざまなサイトの掲示板に寄せられ、やがて客は寄りつかなくなるだろう。

地域情報発信の本質は何かということを常に意識して、実践していかなければならない。

する機能、すなわち感度の良いアンテナ機能を持つことだろう。これだけ各地で新たな施策を展開し、情報を発信しているのでも、その動きを的確に把握すべきだろう。域外域内のモニターやNPOを活用するなど、多くの手法はある。

その場合、大切なことは単に新聞やホームページを見ていればよいのではなく、ユニークな参考事例に関しては実際に「行って・見て・触れて」といった原体験である。一次情報に触れていないと、客観的な評価ができず、二次情報に左右されがちである。

バーチャル朝市で「あんしん」産地を形成

—消費者に生産履歴・サービス評価を情報開示



網走市企画総務部企画調整課
企画係長 ● 小田島和之

BSEや食品の偽装表示問題などにより、消費者の「食」への信頼度が低下している。

平成十五年六月、食品に対する不安についてWebサイトで独自調査した結果によると、九二%の人が「不安」「ときどき不安」と答えた。理由としては、七・五%の人が残留農薬に対する不安を一位に上げ、次にBSE、食品添加物と続いた。

地域産品に対する消費者の信頼を確かなものとするためには、安全な生産体制を高め、認証制度やトレーサビリティの確立を図る必要がある。この認識のもと、オホーツクの中核的な農水産物の供給基地であり、また観光産業の拠点都市である網走市は、この課題を解決しようとネットコミュニティに積極的な支援を行うことにし、「AAA産直朝市プロジェクト」と名付けられた事業に取り組んでいる。

産直朝市と地域認証システムで構成

この事業は「産直朝市」と「地域認証」システムによって構成される。網走地域で生産される農

水産物などについて、地域のNPOを中心とするコミュニティが市民や消費者の意見や評価を取り入れ、独自の基準で評価・認証を行い、その結果認証されたモノやサービスを市民参加型の仮想マーケット「産直朝市」で全国に向けて販売するとともに、生産履歴やサービス詳細を消費者に情報開示するものである。

AAAとは「Anzen（安全）」「Anshin（安心）」「Award（認証）」を意味し、安全、安心なモノやサービスの認証基準とするものである。認証されなかったものは排除するのではなく、生産者などに改善点を示し、安全と品質向上の努力を促している。これまで流通指導で形成されてきた生産物の等階級による選別（例えばS・M・Lなどの流通規格）が、生産者の意欲の喪失や無理な生産出荷体制と産地の疲弊を招き、安全性の欠如、偽装表示といった弊害を生み出してきた。

これを、新たに策定したAAA基準によって産地・産地外の評価委員が再評価を実施し、今まで

規格外とされていた未活用資源に新たな価値を持たせたのである。

このように、AAA産直朝市プロジェクトは産地とフードチェーンへの消費者の信頼を取り戻し、資源を無駄にせず地域の環境保全に貢献する「あんしん」産地を形成するのが目的であり、合わせてこの取り組みを全国発信することになっている。

顔の見える関係が基本

仮想市場「産直朝市」では、かつての縁日や朝市で地域の住民が自家作物や手づくりの品を持ち寄って交換や売買していたように、既存の流通には乗らなかった隠れた地域の逸品、住民の知恵を生かしたサービスなどが対象となる。このため、一般の消費者、観光客など各需要層も参加でき、地域産物の正しい情報や食文化などを広く伝えていくことができる。また、「地域認証」は、安全、環境への優しさを基準として、産地、産地外総参加型であることから、かつてのように産地における「顔の見える関係」が基本になり、その点で有機農産物や食品トレーサビリティにおける第三者認証とは異なるものである。地域における交流やインターネットなどを活用した生産者・消費者も情報交換で培われるお互いの信頼感が、安全な生産を促すのである。

あんしんサポーターとエコポイントがシステム下支え

システムを支えるのが「あんしんサポーター」とエコポイントである。産地のボランティアで構



生産者から生産履歴を聞き取るあんしんサポーター

成するあんしんサポーターは、納得できた産物をAAA産直朝市に推薦する。一方、産地外から公募された「あんしん評価委員」は、生産者・サポーターが推薦した産物を安全度・環境配慮度・生産履歴の開示度・おいしさ度などをAAA基準に基づいて評価する。これをクリアすれば、生産履歴を開示して産直朝市で販売される。

また、エコポイントは安全性と環境への貢献度の割合を示す指標である。それに応じて生産者、サポーター、消費者に付与され、活用されている地域資源と交換したり試食会へ参加できる。なお、エコポイントは産直朝市が新しい価値を生み出すために循環活用されるが、通貨やモノと定率で交換することはできない。

現在エコポイントは流通実験の途中ではあるが、産直朝市のモデルが持続発展していくための重要な役割を果たしており、また、楽しく自発的に参加を促す仕組みとして非常に有効であることが分かった。

システムを構成するものに地域産品トレーサビリティシステムがある。地域の生産物、サービス情報を開示する追跡コード（AAAコード）を標準化するもので、生産者は認証後にサイトからコードを取得し、商品ラベルに添付する。消費者はWebサイト、商品ラベルやカタログに表示されたコードからも生産情報を知ることができる。またカメラ付き携帯対応登録管理システムは、生



生産者にエコポイント進呈（このときは物々交換）



商品に添付されたラベルから商品の生産情報を携帯電話で確認

産者が商品情報や生産履歴の登録をパソコンやカメラ付き携帯電話から簡単に入力できるシステムである。

期待される効果

これらの事業を通じて、得られる地域振興効果について触れると、

- 一、ITを活用した地域産品評価・認証情報を開示することで、生産者の意欲が高まる。
- 一、活動を通じ産地における交流が深まる。
- 一、プロジェクトの運営によって、関連事業における起業や雇用の促進など地域の経済的刺激効果が創出される。

一、既存の流通では排除されていたものの販売が可能となることで、生産者の収益が増えるなどである。

AAA産直朝市は、非営利活動として行われることから運営費を上回る収益は地域に還元される一方、出品する生産者は安全な生産物の販売によって収益を上げ、環境に優しい生産を持続することができるといえる。

●AAA産直朝市プロジェクトホームページ <http://asatchi.org>

市民が親しめるカードシステム目指す

—セキュリティ・操作性の向上にも配慮



岩手県水沢市 政策監理室 ● 佐藤 勝己

国と連携し 独自のICカードサービス

水沢市は、岩手県南内陸部のほぼ中央に位置し、面積約九十七平方キロメートル、人口約六万一千人のまちである。このまちで、全国に先駆けて住基カードを活用した情報化への取り組みが進められている。

平成十二年度から、独自のICカードと情報KIOSK端末を導入してサービスを行っており、現在では住基カードの独自利用領域を活用した複合型サービスとして拡大している。現在、市役所、市立図書館、市立病院など市内八カ所に情報KIOSK端末を設置。特に市役所では、三百六十五日利用でき、休日などの証明書などの即日交付にも対応している。

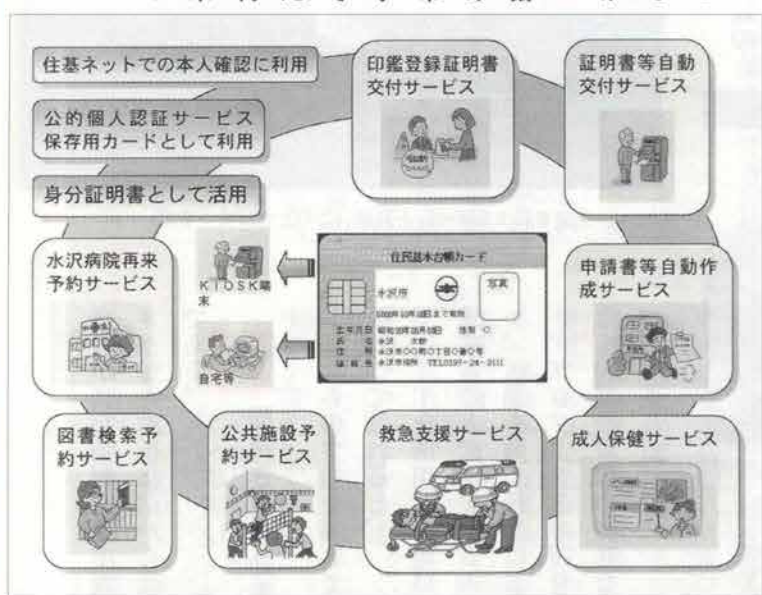
水沢市が進めているICカードを活用したサービスは、「市民に対してどんなサービスを提供できるか、そして、使ってもらえるサービスとは何か」という基本的なところからスタートしている。財政的に単独でIT施策を進めていくことは難し

い。そこで、いい意味でさまざまな国の施策を利用しながら独自のシステムを開発している。

住基カード利用の 複合型サービスを提供

水沢市の情報化への取り組みは、四年度に旧郵政省（現総務省）のテレトピ

A構想の地域指定を受けたことが大きな転機となった。CATVなどのインフラ整備が進み、九年度にマルチメディア・モデル市役所展開事業協力自治体の指定を受けたあと、十一年度からは、「都市コミュニティ研究成果展開事業」を継続実施している。その一環として開発・導入したのが、独自のICカードを利用した情報KIOSK端末だ。当時としては、全国初の試みであった。



水沢市が導入した個人認証用のICカードは、キャッシュカードと同じサイズで上下や裏表の制限が無く、財布やカードケースに入れたままでも所定の位置にかざすだけでデータを読み取ることができる非接触型である。

市民公募によって「Zカード」と名づけられたこのカードは、当時の最新の技術を用いたカードであった。

一方、情報KIOSK端末は、電子的な窓口としての役割を備えているだけでなく、市民に親しみやすいシステムを目指し、無人運転、セキュリティ、操作性の向上に配慮したシステムに仕上げられている。自動電源オン・オフはもちろんのこと、運用管理システムからのリモート監視・制御や自動メニュー削除の機能を備えている。この

機能により、一つのサービスに異常が発生した場合でも、他のサービスを継続して提供できることになる。また、大切な個人情報に記載された証明書を取り扱っていることから、取り忘れた時のために画面を操作しない状態が一定時間続いた場合には、発行した証明書を自動的に取り込む機能も備えている。

また、キーボードに



住基カード交付申請受付
(上)と車椅子による利用



触れたことのない人でも簡単に操作できるよう十五インチの液晶大型タッチパネルを採用し、音声ガイドや目の不自由な方のためのテンキー操作作用ハンドセットも備えている。

昨年八月下旬から住民基本台帳カードが登場したが、水沢市は既存のサービスと、新規に開発した独自のサービスをこの住基カードの独自利用領域を活用した複合型サービスとして提供している。また、十三年度に(財)地方自治情報センターの

「ICカード標準システム実証実験事業」の実験自治体としての指定を受け、システム開発の実証実験を実施しながら、これと平行して移行のための整備を進めてきた。Zカードから住基カードに移行するに当たり、現行と比較してサービスが低下することのないように配慮してきた。

システムの概要

水沢市では、従来からZカードで提供するサービスは、インターネットからの利用を可能にする方針でシステムを構築しており、ICカード標準システムについては、証明書など自動交付と救急活動支援以外のサービスのインターネットからの

利用に関して実証実験として取り組んできた。このことにより、ICカード標準システムのインターネットからの利用は、IDとパスワードによる方法と、ICカードと暗証番号(ICカードリーダーがある場合)による方法の両方を利用できる。

水沢市の十五年十二月十日現在の住基カード申込者数は、三千二百二十四人である。当初七千枚を準備しているが、できる限り早期に人口の約五〇%に当たる三万人の市民への住基カードの交付を目指している。他の先進自治体の状況やZカードの利用状況から推計すると、この目標の達成により、市民の利便性の向上と行政コストの削減に大きな効果が期待できる。

住基カード交付申請者のほぼ一〇〇%の方が複合型サービスを希望しており、また最近では、市民から住基カードの複合型サービスに所得証明書の自動交付や金融機関との提携など、サービスの追加や充実を求める意見が寄せられている。これは、十二年度から実施してきたICカードを活用したサービスが住民に受け入れられ、その利便性や安全性への理解が浸透してきている証であると考えている。

システムの3市広域利用を検討

ICカード標準システムは、周辺自治体と共同利用することにより、経費の節減と公共施設の広域利用に貢献することができると考えられる。これにより、住民の利便性が向上するだけでなく、共同利用する

各市の住基カード普及促進への効果が期待される。この事業は、現在、水沢市を含む三市でその可能性の検討を行っており、十五年度の実証実験サービス開始を目指して検討が進められている。

また、現在、遠隔テレビ行政相談システムの取り組みも行っている。このシステムは、住民が市役所の窓口に来なくても、住基カードで本人確認を行ったうえで、個人情報などに関連する相談を行える。これが実現すれば、将来的には、各家庭に行政の相談窓口が設置されることと同様の効果が期待できると考えている。

また、市町村合併の際の分庁舎間の遠隔窓口サービスのためのツールとしてもその効果が期待されている。

民間企業・NPOとも提携へ

住基カードは、通信インフラなどとともに、住民とサービス提供者である行政(将来は民間企業、NPOなど)を結ぶ有効かつ重要なインフラの一つであり、電子自治体の推進にとって欠かせないものと考えている。多くの市民に住基カードを持つてもらふことにより、住民は行政が提供する電子的なサービスを受けることが可能となり、行政は事務の効率化などに効果を上げることが可能となる。

複合型サービスは、現時点では、行政が提供するサービスのみであるが、協定を結ぶことにより、水沢市以外の事業者からもサービスを提供することが可能であることから、今後は、金融機関や他の自治体との連携によるサービスの実現を目指していきたい。

―ITで農家と都内飲食店を仲人

―生産者と消費者の“人間関係”をフォロー―



山形県白鷹町「おすそわけ.com」団長
(株)エイガアル 代表取締役社長

● 伊藤淳子

山形県南部中央に位置する白鷹町は、東部は白鷹丘陵、西部は朝日山系、中央を最上川が流れる、豊かな自然に恵まれた人口二万人足らずの町である。最上川沿いには豊かな田園地帯が広がり、米作を中心にリンゴやトマト、酪農による生乳生産が行われており、水田や果樹園が広がる平坦地や棚田が多い山際の風情から、平成十四年には農林水産大臣賞である「農村アメニティ最優秀賞」を受賞した。

情報化を切り口にまちづくり

一方、かつて最上川の舟運の拠点として栄えた町であることから、「情報化」を切り口とした「情報の湊町」を目指し、七年のテレワークセンター設置と十一年度の総合情報センター、光ファイバーによる自治体ネットワーク整備など、全国に先駆けて先進的事業を展開している町でもある。

白鷹町の情報化事業により、町の情報化の基礎と素地はある程度整ったが、次のステップとして、「この情報基盤を有効に活用する手法や情報化に

よる豊かさや利便さなどを住民が享受できる仕組みを構築することで、ハード・ソフト両面が整うことになる」という観点から、住民参加型の新たな事業展開が必要であると考えに至った。

これまでもITを活用した地域の活性化を進めている自治体は数多くあるが、行政が一方的に施策を展開し住民がそのフレームに合わせていくという形では成功事例には至らない。そこで、住民自らが発案し、展開する事業構成を目指して、「住民参加型」の新たなプロジェクトへの挑戦を始めるために、当時山形大学工学部情報工学科教授（現東京工科大学）であった上林憲行氏を中心に産官学の連携による研究会が発足した。

しかしながら「情報都市構想」というのは一朝一夕には成り立たないうえに、コンピュータなどになじみの薄い農業従事者や高齢者が参加するにはハードルが高い。そこで、ITを中心



農家の軒先で茹で立ての「秘伝豆」をご馳走になる

に据えるのではなく、もっと身近で、関心が持てるテーマを提案したいと考えた。

農家に眠る「安心」で「おいしい」野菜

「農家で生産している野菜や果物は市場で売るためには規格があり、『規格外』となったものは廃棄処分となるらしい」

あるとき、上林先生の一言から、規格外の野菜や果物を販売するオンライン・ショップの構想が持ちあがった。

一般的に、農業を生計の中心に据えている農家では、消費者ニーズなど無関係に、農協が高く買ってくれるものをいかに効率的に生産するかに努力しているというケースが少なくない。農協に買い上げてもらうためには一定の規格があり、形が悪かったり、育ち過ぎていたりすると売れない。また、市場に出てから消費者の手に渡るまでの時間を考えると、本当においしい完熟ものなどなかなか既存の流通に乗らない。そのうえ白鷹町では専業農家が激減し、ほとんど兼業農家となったため、少量多品種生産が主となり、家庭菜園の延長のような「こだわり」のある野菜づくり、果物づくりをしている農家が多いということが分かった。

そのような農家の人たちにとっては、「余ったものを売りたい」というニーズよりも、「丹精込めて作った、おいしいものを食べてもらいたい」という気持ちの方が勝っているということが分かり、「規格外の農産物のアウトレット」

というコンセプトから「生産者のこだわり農作物のおすそわけ」へとコンセプトがシフトした。

● 農家の人となり情報を提供

昨今、農業問題がクローズアップされ、「食の安全」に関心が寄せられるようになったが、実際のところ、消費者にとっては何が、どう安全なのかという情報は分からない。トレーサビリティなども話題ではあるが、農産物の種類や配布回数を明示するよりは、農家の人なりを知ってもらおうほうが信頼感が増すのではないかと考え、「おすそわけ.com」ではまず、生産者と消費者の出会いの場、お見合い会場であり、コンソーシアムメンバーは仲人であると考えた。

白鷹町ではすでに八年前から「しらたか平成蔵人考」というプロジェクトが始まっている。会員を募り、田んぼを借り、会員皆で米を作り、酒蔵のタンクを借り、酒を仕込むプロジェクトである。プロの百姓・プロの杜氏のサポートのもと、季節ごとの生産・製造過程は逐一、リアル情報としてホームページに掲載され、リアルでもバーチャルでもその作業に参加できる。

「美味しい酒が飲みたい」という一心で過酷な農作業に挑み、汗を流したあとの直会（なおりい）交流慰労会のため、東京はもとより、関西から参加する人もいる。このプロジェクトの実績ノウハウの上に、白鷹の持つポテンシャルをフルに活用したバージョンアップ版が「おすそわけ.com」となった。

● 旬の農産物データベース整備へ

おすそわけ.comにおける具体的な作業は、ほとんどがアナログに進行している。白鷹町の生産者を取りまとめる太田莊一郎「隊長」に対して、伊藤淳子「団長」は渋谷を拠点に都内近郊の飲食店にプロモーション活動を行い、定期的に試食会を行い、試食会に来られない飲食店関係者には試食用サンプルを送る。まずは食べてみてもらい、「おいしい」と言ってくれた人たちに白鷹町の農業の現場の視察や、地酒や地元料理を堪能してもらおう。食べて、飲んで、語り合って、「顔の見える関係」をつくりたい。

白鷹ファンの杉浦孝昭（タレントのおすぎさん）さんも、試食会ではオリジナル・メニューを紹介してくれた。インターネットはこうした「人間関係」をフォローするツールなのだ。

プロジェクトがスタートして間もなく、関東地方では有名な洋菓子メーカーである鎌倉ニュージヤーマンの社長、工場長が町を視察してくれた。



農家のみごとなあけびにびっくり。
鎌倉ニュージヤーマンの高野社長

リンゴやラ・フランスの契約が結ばれ、季節限定の洋菓子が完成。折りしも農業問題などで風評被害の巻き添えに遭っていた果樹栽培農家のみならず、町全体が活気を帯びた。渋谷にある、そばレストラン天保では白鷹町の地酒を「天保」ブランドとしてメニューに加えてくれた。

単純に農産物を販売するのではなく、買い手側のオリジナリティーも活かせる食材を提供することが「仲人」としてはなにより醍醐味でもある。生産者もまた、「消費者の顔が見たい」「声が聞きたい」のである。

たとえば、「洋菓子作りにはすっぱいリンゴがいいが、市場では甘いリンゴばかりである」という鎌倉ニュージヤーマンの話に、「甘いリンゴしか売れない」と思っていた農家には驚きであった。そのほかにも、地元の人たちにとっては足元の雑草のようなものでも、東京では非常に珍重されたり、思いもよらぬ価値を見出すこともある。

ホームページについては、生産者側も飲食店側も頻繁に見る環境にない人が多いため、少しずつ、コンテンツを増やしたり、構成をリニューアルしたり、まだまだ完成にはほど遠い。その中で、旬の食材のデータベースづくりが重要なポイントであることも分かった。飲食店では「何が、いつ、どのくらい収穫できて、いくらで買えるのか」ということを知りたいが、農作物カタログのようなものを用意する農家はほとんどない。そこで、白鷹町の旬の農産物データベース整備にも取り組んでいる。

おすそわけ.comはまだ何も完成されていないし、ビジネスとして完全に成り立っているわけではない。しかし、生産者にとっては「刺激」となっていることは確かだ。今後も、大きなビジネスではなく、小さな出会いと信頼関係に基づく交流と新しい産直スタイルを目指し、地域ブランドをつくりあげていきたい。

メッセージ機能付きカードで 商店街が活性化

——カード持たない人には一斉配信システムで



大原中央商店街協同組合カード事業部
部長 ● 竹久定孝

大原中央商店街は千葉県房総半島の太平洋に面した人口約二万人の小さな町にあり、以前から茂原市、千葉市への買い物客の流出が続いている。さらに、これに追い打ちをかけるように、出店規制が緩和され、商店街とは異なる場所に一千㎡のドラッグストアが四店、合計六千㎡のホームセンターが進出した。

ゼロからのシステム構築

平成八年以前、当組合は組合スタンプ事業を実施していなかったために、各店による多種類のチップ・紙カードなどがはんらんしていた。こうした実情を打破し、組合主導によるポイントカードシステムを始める目的で、六年度に中小商業活性化基金助成事業「ポイントカードシステム導入に関する調査・計画策定事業」に取り組んだ。

そして、組合員・消費者の意識調査の結果を見て、「ポイントカード導入の可能性あり」と判断し、次年度の七年度に同助成事業の「カードシス

テム導入に関する事業設計・システム開発事業」を行い、八年四月にメッセージを発信するアイメッセージカード使用の「ほらやっさカード」事業をスタートさせた。「ほらやっさ」とは大原はだか祭りで神輿を担ぐ時の掛け声である。

しかしシステム導入を決めた当時は、カードと機械は選定していたもののソフトが無く、ゼロから独自システムを構築する必要があった。七年はカードシステムの

構築、カード加盟店への参加の促進、カード会員の募集と三つの要件を同時にクリアさせなければならぬ多忙な一年となった。これにさかのぼる四年には、商品券の裏にバー



ほらやっさカード



カード端末機

この二十二文字の組合情報はスタート当時、新し好きの大原町の町民性に後押しされ、かなりの話題になった。以下、情報の内容の一部を紹介すると、

行政・警察・観光情報も提供

コードを印刷し、パソコンで商品券台帳を管理する日本初のバーコードリーダー使用の「大原共通商品券」をスタートさせているが、これも全くゼロからのスタートであった。それを成功させた自信がカードシステムづくりにつながったと思っている。

このオリジナルソフトによる「ほらやっさカード」は他のカードではまねの出来ない特徴がある。まず、カードに情報が表示されているということだ。カードには、商品の買い上げ金額に応じて加算されるポイントのほか、プリペイド式による電子マネー機能とメッセージ機能を持たせている。組合からのメッセージは通常二十二文字（最高六十六文字）で表示され、カードを使用するたびに数値と組合情報が書き換えられる。

「×日午後×時宝さがし。大原海水浴場に集まろう」「×月×日×日は当たりが見えるガラポン抽選会を開催します」「×月×日まで春の交通安全運動です」「×月×日は

ゴミゼロ運動日。いつもきれいな大原町に」

以上のように、組合情報の他に警察・行政・観光協会の情報も表示。カードのポイント残高を確認するたびに常に新しい情報が表示されるので、ポイントを増やす楽しみと情報を得られる『最新の話題のカード』と評価され、現在では町外の会員も含め二万枚を突破、新規会員も絶えることがない。事務局は申込書を受け取り新規・再発行(五百円の手数料が必要)をチェックし、一人につき一枚限定発行している。この結果、カード導入前に比べ売り上げは二割も伸びている。

● 商店街おこしの目玉に抽選会

確実に大原町に根付いたカードも情報の発信手段として考えた場合、大きな欠点が見つかった。カードを所有していない人、常に携帯していない人、これらの人々にはカード情報を提供することが出来ないということである。「この情報を何とか外に出せないか」と考え、さまざまな通信手段を研究した結果、思い付いたのがドコモのクイックキャスト(旧ポケベル)の採用であり、これによって新たな事業として『商店街デジタル一斉配信システム』が構築できた。

しかし既存のシステムは情報を送るたびに上書



個店用表示機

きされ、複数の情報を同時に流すことができなかった。そこで、商店街の街頭四カ所とカード加盟六十店の店内に設置された表示機に各商店やグループの複数の情報を好きな時間に送信可能でしかも予約ができるようにソフトを構築した。このシステムは従来のカード情報に比較し、三十七文字(最高百四十八文字)とより多くの文字数が表示され、しかも文字が流れて目につきやすいため、情報の伝達がより確実になった。

こうして現在では共通商品券、カード機能である二十二文字のメッセージ・ポイント・プリペイド、商店街デジタル一斉配信システムを組み合わせて、各種のイベントを行っている。

その一つに、商店街恒例の抽選会がある。この抽選会こそ組合事業を駆使した他ではまねのできないイベントである。お客様が一回抽選するため支払うのは何と現金五千円、しかし先着三百本が一時間ほどで完了してしまうほどの人気がある。まず、お客様は一回抽選をするために現金または大原共通商品券五千円を支払う。使用する抽選機も直径1mの透明アクリル製の中が見える大型のものであり、それを回して出てくる玉は直径8cmもある。特賞は一万円のプリペイド入金、一等は五千円のプリペイド入金と五百ポイント、二等の

ハズレでも五千円のプリペイド入金と百ポイントを進呈している。

市民吹奏楽団「大原ウインドアンサンブル」定期演奏会でのアンケートによると、演奏会の開催情報をデジタル表示器で知ったという人が相当数あった。この例を見ても分かるように、商店街を訪れるお客様のほとんどが表示機から流れる情報を見ており、以前のように「イベントをやっているのを知らなかった」という人が格段に減少した。しかし残念ながら、すべて成功しているとは言えない。つまりイベントの質も顕著に問われるようになっていくからである。

● 商店街を文化発信基地に

当組合は常に新しい機械やシステムを導入しているが、それらはあくまで手段であるというのがわれわれの考え方だ。カード事業はイベントを行うための手段として行わなければ単なる値引きの延長でしかない。常にお客様の立場で考え、予算を含め一年間の商店街イベントを綿密に計画し、実施することを基本としている。

大原に視察に来られる団体の大部分は「カードを始めること」を目標としているために、大原のカードイベントの内容を伝えたと、驚かれてしまうことが多い。

今後は商店街の空き店舗を利用したボランティアアセンターを設け、そこで地元のボランティアグループと共同で地域通貨と商店街の機能を上手に連携させ、商店街を文化生活情報の発信基地と位置付けていきたい。

住民とともに歩む放送局目指す

—災害時にはマスメディア補完の24時間放送



(株)おおたコミュニティ放送
代表取締役社長

● 岩田博之

先日、東京都在住の若い女性の方がこんな話をしてくれた。「国道407号を走り続け利根川を渡ると故郷の金山、赤城山が見え、太田市に入る。ふと前の車を見ると『76・7MHzエフエム放送』のステッカーが目にとまり、



ためしにチャンネルを合わせてみると、今走っている道路の交通情報が流れてきた。市街地方面はやや渋滞、また、太田市、大泉町などの天気予報やイベントの情報が、しばらくすると近所のお店の紹介があり、そこのご主人が商店街のイベントのお話をしていた。なぜこのような身近な放送をしているのか、不思議な感じがした」。

情報化社会が話題となり、何年がたつだろうか。人と人との意思の疎通を図るコミュニケーションの手段は、IT化の進展により日進月歩を遂げている。しかし、いかに文明の機器が進歩しても、情報が私達の周囲にはらんし、本当に必要な情報を、速く、安く、正確に入手することは難しい。

コミュニティ放送は、この様な要望に応えるため、平成四年一月にFM放送として制度化され、十二月には第一号局として「FMいるか(函館市)」が放送を開始し、以来十年になる。現在、全国で百六十七局になっている。制度発足当時は三百局ぐらいであろうと言われていたが、電波事情と経営難のためか、現在二百程度とみられている。



人手を掛けずボランティアを活用

コミュニティ放送は、一つの市町村の一部区域(隣接する場合はその区域)とされている。出力は発足当初一ワット

で、地形条件にもよるがせいぜい半径二〜三

km程度しか聴こえず、

広告の獲得や自治体、

企業からの出資を受けて

た。その後、七年に十ワット、十二年には二



スボレク祭ちびっ子のと自慢大会の中継

十ワットに規制が緩和されたが、まだ放送エリアは狭く、経営などの関係からこの局でも人手もお金も余り掛けられず少人数で運営している状況にある。従って、情報をどう効率よく集められるかが、大きな課題である。取材や番組制作に人員が割けず支援クラブやボランティアを活用している局も多い。

(株)おおたコミュニティ放送(ステーション・ム・エフエム太郎)では、社員七人、契約パーソナリティ十三人、ボランティア八十人余りのスタッフで番組制作、放送に当たっている。当社は、十年十月十日太田市制五十周年を記念して放送を開始し、今年五周年を迎えた。放送エリアは太田市および大泉町、尾島町、新田町、藪塚本町、周辺の四町で二十六万人を対象にしている。資本金は一億二千百万円、出資比率は一市四町で三〇%、企業が五〇%、団体および個人が二〇%になっている。全国的にみると、第三セクターが五五%占めている。リスナーの年齢は若者からお年寄りまで幅広く、しかも、放送局が自治体単位で認可されていることから、情報の多い市町村をはじめ

国・県の出先機関、文化団体などと連携を深めることが必要である。



地域に密着した情報提供が基本

FM放送という音楽のイメージが強いが、エフエム太郎では放送内容を次の四点を柱としている。

その一つは、地域に密着した情報を住民に提供することを基本にして



いる。最新の行政情報はもちろん、放送エリア内、そしてその周辺まで含めた地域の話題、生活や娯楽情報、観光情報、交通、タウン情報、天気予報、ニュースなど多岐にわたる。例えば、産業関係では、地元企業の新車発表会の企画、新店舗の紹介、企業の感謝祭やイベントの企画放送、さらに、地方選挙の開票速報をはじめ花火大会、小中学生のオーシャンクルーズをはるか小笠原諸島から放送したり、東京ドームからの都市対抗野球大会の実況中継、地域のお祭りの企画や放送なども行っている。

二つ目は、非常災害時情報伝達基地としての役割である。コミュニティ放送は、出力は小さいがその分エリアに合わせて自由な放送ができる。この利点を生かし二十四時間一切の番組の枠を取り払い、全時間を災害に振り向けられるので、阪神淡路大震災を契機に多くの放送局が生まれた。震災時に一日中災害関連の情報を発信続けた実績を持った局もある。

エフエム太郎では、太田市および周辺四町をはじめ、消防組合、電気、電話、ガス、水道などと災害緊急放送の協定を結び、地震や台風状況、火災情報、交通事故、停電、電話の不通などの情報を具体的に場所や状況など



地域イベントに子どもも参加

を繰り返し放送している。マスメディアの流す情報のほとんどがマクロ的なのでこの弱点を補う立場にあり、このため二十四時間放送を行っている。また、不慮の災害に備え、市庁舎、消防本部から直接放送ができる設備や市庁舎の屋上に予備アンテナも設置している。さらに、常時携帯ラジオを百台備えている。

情報力強化へ他局と補完協定

しかしながら、コミュニティ放送は、経営的に小規模のため情報収集力や発信体制が弱く、自力でニュースを取材し報道するというマンパワーに欠けており、地域の災害に対してどういう情報を集めていくかが最大のポイントとなる。このためには放送局と行政やライフラインとが日常から情報交換や訓練を行い、マニュアルを作成しておく必要がある。さらには、情報交換や放送の役割を相互に補完し合うため県域放送や周辺のコミュニティ放送局と災害時に番組放送、情報提供、機材や人材を応援するなどの協定を結んでいる。十二年に起きた尾島町日進化工の工場爆発事故では、社員二人を現地に派遣し社員全員で被害や道路状況の放送にあたったが、多くのリスナーから「すっぱい味の雨が降っているが濡れても大丈夫か。井戸水は飲めるか。停電、電話は

いつ復旧するのか。けが人はどこに収容されているか」など相次いで問い合わせがあり、これに対して、なかなか情報が集められないという苦い経験をしている。

毎週3時間ポルトガル語番組

三つ目は、「おとなりラジオ」をモットーに市民の方ができるだけ多く参加をいただき、地域の皆さんと歩む放送局を目指している。お祭りや街角情報、イベントなどはもちろん、毎日八十人程の多くのボランティアの方が番組制作やリポーターとして活躍しており、さらに、番組主催による記念コンサートや釣り大会も実施している。

四つ目は、この放送エリア内にはたくさんの外国人の方が生活しており（太田市五%、大泉町一五%）、開局以来毎週日曜日に三時間ポルトガル語の番組を放送中である。日本に来て、自国語の放送が聴けるということでも人気番組になっている。日曜日にはたくさんのブラジル出身の方がラジカセやギターを持って集まってくる。十五分程度交通ルール、ごみの出し方、税金、教育、医療など生活に密着した情報も喜ばれている。

コミュニティ放送は、誕生した経過、立地条件、出資者、開局の主たる目標などが異なるので、一律にはいかないが、各々の局が地域の特色を発揮することにより、今後のデジタル化、インターネット、携帯電話など多様化するメディアの中で生き抜くことができ、しかも経営の安定にもつながり、地域の情報受発信の拠点として発展していかれるものと期待している。

音楽支援・イベントサイトで 若年層を囲い込み

―県境を越え広域ネットコミュニティづくり



福光町街中にぎわいIT事業推進室長
福光町商工会理事 ● 野村 守

平成十五年二月二日、県境を挟んで隣り合う富山県福光町と金沢市との恒例の親睦イベント「金福ゆかりの集い」に合わせて、新たな交流促進を目ざす「kinpukuc.com」（金福どっこむ）が、金沢市長、福光町長らのテーブルカットでオープンした。目的は、双方の間にITを使った情報と物流のネットワークを新たに整備することにより、交流人口や物流を加速させることにある。

このままでは商店街が消える

福光町は富山県南西部の中山間に位置する人口二万人余りの小さな町。故周恩来氏と親交を持ち日中国交回復に偉大な功績を残した故松村謙三氏の出身地であり、棟方志功氏が疎開先として創作活動に励んだ土地でもある。今から二十数年前には先進的な近代化事業を行い、全国から視察が絶えない元気な商店街を持つ福光町であった。しかし、昨今の地元商店街はご多分に漏れず空き店舗が目立つありさま。中心部のショッピングセンタ

ーも危機にひんしている。このままでは町から商店街が消えてしまう。何とか街のにぎわいを取り戻したい。そんな危機感から、十三年度に官民一体で地域総合ポータルサイト「efukuc.com」（いーふくさんどっこむ）を誕生させ、情報に満ち溢れるまち「ユビキタウンふくみつ」のスローガンのもと、町のいたるところにITの利便性を融和させ、まちの元気を取り戻そうと努力を続けていた。

十四年、ITによるまちづくりが評価され「efukuc.com」がグッドデザイン賞をはじめ数々の賞を受賞。それを機に全国的な先進事例としてマスコミなどによって紹介されるようになってきた。しかし、実体経済として顕著な効果を生むまでには至っていないのもまた事実であった。

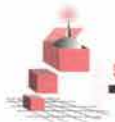
ITで癒しとアミューズメントを結ぶ

そんな折、ふるさと財団eーふるさとパイロット事業への応募をきっかけに、ITでは金沢最先

端と言われていた金沢市片町商店街振興組合（石田正俊理事長）との共同サイト構築を目指すこととなった。県境をまたいで隣り合わせとはいえず、新聞もテレビ視聴域も違い、互いの情報がなかなか入ってこない金沢と福光の間で、ITという手段を使って交流人口を増やすことができないか。福光は癒し系で片町はアミューズメント系、それぞれのいいところを相互補完できる方法はないだろうか、そんなことを模索しながらのスタートだった。元来、金沢と福光は江戸時代は同じ加賀藩として人と物の行き来が大変盛んであり、共に助け合ってきた仲だったため話し合いはスムーズに進んだ。

このプロジェクトは商業の活性化、中心市街地支援の観点が強いことから、ITを用いた地元経済活性化を研究課題としていた金沢大学経済学部飯島泰裕助教授とゼミ生にも参加していただくこととなった。最終的には、当推進室と片町商店街インターネット委員会（宮谷隆之委員長）、加えて金沢大学飯島ゼミ、福光町のTMOまちづくり会社ふくみつ光房、そして行政（金沢と福光）による産官学民が協力する県境をまたいだプロジェクトチームが完成した。

どのような手段が有効か。金沢、福光双方で数十回行われた会議は毎回深夜におよんだ。どこにでもあるようなものをつくっても誰も見てくれないだろう。もっと若年層を引き付けるキラコンテンツを用意する必要がある。アンケートやヒアリングなどの基礎調査を経て金沢大学の学生らが提案したのは、アマチュアバンドを中心とした音



楽応援サイトを構築し、その運営過程を通して若年層を誘い出すというものだった。

金大生が動画音楽サイトを開発・運営

そして、当初から予定していた商業コンテンツに関して福光側は、e-fuku3.comとのデータブリッジ、片町側は新たにe-katamachiのインターフェースを構築し、さらにイベント情報やコラム形式の記事配信は共同DBインターフェースに入力することにより本事業ポータルに排出することとなった。HTML方式ではないこのような仕組みを利用することによって、さまざまな情報が情報提供者から更新され、毎日数件の新鮮な情報が加わる仕組みとなった。

トップページを開

くと飛び込んでくるのは、音楽コンテンツ「モンスターズ・ミュージム」。現在、金沢、福光近郊で活躍中のアマチュアバンドの演奏が動画として見られる内容となっている。がんばる若者たちを支援していいこうというものだ。それぞれのバンドに投



音楽コンテンツ「kinpoku.com」のトップページ



グッドデザイン賞も受賞した地域ポータル

票できる仕組みとなっており、上位にランクされると片町商店街の各所に設置されたプラズマディスプレイで自動的に定期に流れるというご褒美が付く。コンテンツを開発した金沢大学の学生たちが引き続き運営に当たっている。掲載無料ということもあり、半年で掲載バンドも二倍の三十バンドとなっている。

また、このサイト

運営のおかげもあって福光の貸しスタジオ「オ・スタジオオベル」の利用度が格段に向上し、またスタジオオベルに生まれ変わった。このように緩やかではあるが音楽サ

イトとしての認知度の向上とともに経済効果は起きつつあると思われる。

合併控えI.T.を有効活用へ

さて、一方の商業コンテンツ。商品の流通としては、十月末の時点で五十アイテムを超え、徐々にではあるが商店街に実際の売り上げ事例として紹介できるまでになってきているが、物流の観点からすると量的には脆弱で、その効果が十分に上がっているとはいえない。原因として考えうるのは、

双方それぞれの入力システムが異なるため、HP上での見せ方の統一性が取れていない点、また、需要と提供情報のミスマッチや商品情報の表現能力が不十分であることなどが挙げられる。また、福光サイドのユーザーは片町だけでなく金沢全域の情報を求めていることも大きな課題だ。

イベント情報、人物紹介、スポット紹介などのコンテンツは、当推進室と片町商店街事務局によって更新されているが、WEB上でのデータ入力が可能であるので、今後は情報提供者を増やし、情報提供の幅を広げていくことも課題の一つである。

少子高齢化の時代にあって地方の活性化は、交流人口をいかに増やしていくかがキーワードである。今回は、若者層を中心としたバンド活動交流促進による新たな交流人口の増加、イベント開催による交流支援を中心に行っているが、今後はさらに文化、人材の多面的な交流を目指すことが大切だと考えている。そんな交流の中から、物流などの経済効果も生まれてくるであろう。

今では、地域ポータルとして一つのモデルになりつつある「e-fuku3.com」、そしてこの「金福どっこい」を持つ福光町。この二つのサイト構築によって、商業者のモチベーションはもろろん、商業者をはじめとする情報提供者らの情報リテラシーは確実に向上している。来年十一月には広域八町村の合併を控えている。ITは良きふるさと創りのための大きな手段であり、よりよい合併に寄与して行くためにもITを使ったわれわれの挑戦は続く。

伝えるという行為が都市を変え地方を変える

田舎発の情報が都市を変え地方を変える

「読者から寄せられた予想外の反響に、いつしか故郷を見る目も変わってきた」

筆者が代表を務めるまちおこしグループ「シフトアップかすが」の活動を紹介する地元紙の記事に、柳田さんはそんな言葉を寄せてくれた。幼稚園の教諭を定年退職後、リポーターとして活動に参加、毎週のように田舎の様子を写真に撮り、シフトアップかすがが運営するウェブサイト「田舎tv」に送ってくれている。彼女はある時、「焼きガキ」をリポートした。渋柿を甘く食べる昔ながらの知恵だ。焼きガキづくりは十年ぶりと、冒頭の記事にある。そう、彼女は、焼きガキを紹介したくてリポートを書いたのではない。田舎tvという場が先にあり、それを利用して何かを伝えたいと考えた結果、自らの中で眠っていた焼きガキを十年ぶりに掘り起こしたのだ。「伝える」という行為が、自らの価値を再認識



シフトアップかすが代表

● 小橋昭彦

させている。シフトアップかすがが取り組むまちおこし活動のコンセプトを体現した事例だ。

日々の暮らしがコンテンツ

シフトアップかすがは現在、兵庫県氷上郡春日町を拠点に、二十代から六十代までの会員およそ二十人で活動している。シフトアップとは、車のギアを入れ替える操作。当団体の運営理念に「ITを活用して地域を加速する」があるが、文化や産業や自然など、すでに走っている「地域」という車を、ITというエネルギーを利用して加速しようというわけだ。ITのエネルギーとは、すなわち情報の持つ力。情報が人と人、地域と世界をつなぎ、相互作用が人々の意識を変革し、

新しい時代を創る。

インターネットはすべての人に武器となる情報を発信する機会を与えた。とはいえ、ブロードバンド時代を振り返るなら、情報の多くは都市発であることに気づく。映画の予告編しかり、ニュース映像しかり。これでは従来のメディア社会と同じ。だからぼくたちは、田舎発のコンテンツを創造していこうと考えた。二十世紀が都市発の情報で大量消費社会を広めたなら、二十一世紀は田舎発の情報で、持続可能な、自然に根差した価値観を全国に広めようではないか、と。

こうして、地域内の情報化に先立って都市住民の意識を変えることを目標としたところが、シフトアップかすがの活動をユニークにしたかもしれない。田舎tvにおいては、カブトムシのけんかもコンテンツだし、近所の駄菓子屋もコンテンツ。焼きガキはもちろん、ツバメの巣立ちや畑を耕して出てきた昆虫だってコンテンツだ。どこか遠い未来ではなく、今ここにある日常こそ都市住民の共感を得る力になるという発見が、活動の出発点になっている。

温もりこそが商品の価値

田舎tvのサービスのひとつに、なりきりメール「田舎のおばあちゃん」がある。利用者がメールアドレスを登録すれば、あたかも自分に田舎のおばあちゃんがいるような感覚でメールが届く。おばあちゃんは寒くなったら風邪をひいていないか心配してくれるし、近くの土手に花が咲き始めたらそれを報告してくれる。あるいは、「フキ

さとちゃん。おばあちゃんです。

めっきり冷えこんで、近所でも風邪をひいてってん人が多いな。

おばあちゃんは大丈夫やし。心配せんでええからな。あんたこそ、気をつらんやで。

こないだ教えたげた、姉妹さんとお酒と黒豆枝豆のセットやけど、今週末までの受付らしいさかいな。またやったら、今のうちに頼んどきな。

黒豆の枝豆。

こないだの村祭りのときも、寄り合いで出たけど、こんもりあったんが、あっちゅうまに売り切れや。地元のものがあればいい言うて食べるんやから、やっぱり別格じやいな。

おばあちゃんメール。登録したニックネームで呼びかけてくれる



ノトウが採れたんやけど、送ったげよか」と、旬の山菜を案内してくれる。「おばあちゃんの優しさに涙ぐんでしまった」なんて感想が読者から届くのが嬉しい。

世間では「顔の見える野菜」が注目されているけれど、ぼくたちは「おばあちゃんの言うことなら信じよう」「おばあちゃんの採ったものなら安心だ」という、いわば「おばあちゃん品質」こそ本質だと考えている。野菜に人の顔が見えるのは、単に写真があるからではない。その人が日々どのように暮らして、どのような考え方で野菜を育てているのか分かってこそ「顔」だ。おばあちゃんメーラの登録者は、まだ七百人そこそこ。それでも、今朝採れたフキノトウを案内すると、「おばあちゃん、ちょうだい」と夕方には何セットかの注文が入る。この時読者は「商品」を購入しているのではない。「ふるさと」のおばあちゃんの温もりを求めている。



里山ウォークデーでのひとこま。民家の方への感謝は地域通貨で払う



里山ウォークデー当日に配布した、集落の歴史や生活をまとめた小冊子

こうした積み重ねが消費者意識を変革し、棚に並ぶ商品としてではなく、生活感の中で生み出された作物へと生産物がとらえなおされていくことを、ぼくたちは願っている。

この取り組みは、都市部の人々に対しては、スローライフ体験を通じて生活を見直してもらう目的を持っているけれど、田舎の人々に対しても、日常の価値を再発見するきっかけとなることを狙っている。事実、集落内で唯一残っていた灰小屋のある家の主人は、それ

日々の暮らしをコンテンツにして届ける。その延長線上に位置付け、この十一月に地元の一集落を巻き込んで行ったイベントを紹介したい。「里山ウォークデー」という。都市部の人々を農村に招き、自由に歩き回ってもらう一日。いわば、一日里帰り体験だ。観光バスをたてて農産物収穫に行くといったツアーでもなければ、決まったコースを歩いてもらう名所ラリーでもない。受け付けを済ませた観光客は、地図を片手に、集落内を自分の思うまま歩く。集落内には何軒かの協力民家があり、そこに立ち寄れば、縁側でお茶を飲んだり、昼寝をしたり、きな粉をひいたり、あるいは一緒にしめ縄をなったり、五右衛門風呂を沸かしたりできる。

当日は親子連れやカップルなどおよそ百五十人が集落を訪れ、のんびりと一日を過ごしてくれた。

例えば「里山ウォークデー」

まで「壊さないかな」と言っていたのが、この日に向けて立看板で「灰小屋」と案内したとたん、「これは文化遺産や」とちょっと誇らしげだった。都市の人々への訴えを田舎の人々の意識変革につなげる。田舎tvと共通した手法だ。

丹波ブランドに頼らず

シフトアップかすがの活動拠点には、「丹波地方」と呼ばれるところに位置している。丹波といえば、自然豊かで産物も美味しいところとして一定の評価を得ているブランドではないだろうか。しかしぼくたちはまちおこしをするに当たって、こうしたブランドには頼らないと決意した。ウェブサイトを一般名称で「田舎tv」としたのもそれゆえだ。ブランドというのは、結局は今の消費生活を前提にした発想であり、それに頼っているのは田舎は商品のままで、心のふるさととして都市部の人々の意識を変える力を持ってないという思いがある。

故郷のおばあちゃんから泥のついた野菜が箱詰めで届いた時、それが嬉しいのは、「ブランド」のためだろうか？ 青々した草原で子どもたちと遊ぶ時、それが気持ちいいのは「ブランド」のためだろうか？ そうではない、というのがぼくたちの結論。ぼくたちがしなくてはいけないのは、ブランドでもって現在の消費社会に「ウケる」ものを届けることではなく、心の底にある、人間としての本性に訴えかけることではないか。それができたとき、ぼくたちは二〇世紀型の消費社会を変革し、本当の意味での「地方の時代」を開くことができる。そう信じている。

定期代12万円ナリ! のまちの魅力



落語家 立川談笑

本 業の落語に加えてTVリポ-

ターをしている関係で、日ごろから日本のあちこちに出かける機会があります。ところが都会生まれの都会育ちですから、思わぬところで恥をかくこともあります。

東北地方に取材に行ったときのこと。地元の方に尋ねました。

「あの山は鉄鉱石でも採れるんですか?」

「いいえ、普通の山ですよ。どうして?」

「だって、山全体が赤く錆びてるじゃないですか」

「あはは。あれはただの紅葉ですよ」

先 日、長野県の軽井沢に取材に行ってきた。

ご承知の通り軽井沢は日本有数のリゾート地で、洒落た洋館ふうの別荘も数多く、ショッピングを楽しむ

観光客の人氣も根強い所です。

今回の取材のテーマは、そういう軽井沢に移住する人が増えているという話題でした。

家 族揃って軽井沢に引っ越して、

お父さんは朝晩はるばる東京まで通勤という。軽井沢と東京間が約一時間。確かに時間的には通勤圏内と言えますが、定期代は実に一ヵ月十二万円! それを全額自己負担してまで移住する人たちがいるのです。

その交通費を住宅に回して都内の便利なマンションに住めばいいのにと、私は強く思っていました。とはいえ、高いローンで家を建ててまでそこに移り住もうというのですから、魅力がないはずはありません。

そ として、いざ軽井沢の魅力を探すつもりで見渡してみても、魅力どころか、逆に条例にしばられた窮屈さ

や不便さばかりが目につきます。他の地域ならば当然あるはずのものが、ここには無いのです。軽井沢に無いものを探してみました。

高い建物。深夜営業の店。二十四時間営業のコンビニやレンタルビデオ店。パチンコ店。繁華街の呼び込み(それ以前に繁華街)。華やかなネオン。キャバクラ。風俗店。ラブホテル。なんと楽しみの少ない場所なのでしょう! 私にはとても魅力的には思えません。

と ころが一週間ほど滞在して、その環境を心地良く感じ始めている自分を発見しました。そして、その理由も少しだけ分かった気がしました。「こんな静かな場所の何が魅力なんだろう?」と思った、その「静けさ」そのものがきっと魅力なんです。静かで自然豊かな暮らしを求める人が移り住み、そしてその通り

快適に暮しているようです。

極 端な例えで言えば、猫好きな

住民と猫アレルギーの住民との関係を調整して疲れるより、「んじやいっそのこと猫好きだけの町を作っちゃえ!」っていう発想があってもいいのかもしれない。多様な人の多様なニーズをすべて混ぜ込んで灰色になっってしまうより、「ウチは青い街です」とか「黄色い村です」なんて宣言してもらう方が、住む人も訪れる人もかえって気が楽じゃないですか。

軽 井沢に移住して一年目にして、思いがけず諦めていた子宝に恵まれたというご夫婦がおしゃってました。

「ここは本当に私たちに合ったところなんです」
なるほど。でも交通費十二万は高いよなあ…。



現地視察



認定交付式



山梨の魅力メッセンジャー制度 ● 山梨県

山梨県内に長期滞在した大学生・短大生が卒業し県外へ移住しても、山梨のファンで居続け、広報マン（広報ウーマン）として口コミで県をPRしてもらうことを目的に、知事がメッセンジャーを認定。講座の受講7割以上、レポート提出など交付条件は厳しく、メッセンジャーになれるのは7割程度だ。「住んでいる自分たちが誇りを持ってないところに、人は来ない」というビジターズ・インダストリーの考え方による企画であり、対象を学生に限定したメッセンジャー制度の創設は、全国初であるという

地域情報の発信



利家とまつ紀行



KAMATAKI監督と



マイ・プロジェクト



日本美林紀行

フィルムコミッション ● 滋賀県

観光と地域振興に役立てようと、古い町並みや古戦場などを抱える滋賀県では市・町と協力しその魅力を紹介しており、02年4月「滋賀ロケーションオフィス」を設立。ロケの適地の情報提供やロケハンの案内、撮影手続きの協力などを行い、「利家とまつ紀行」や映画、CMなど02年度で77件の映像制作を支援し、地域情報発信に貢献している。また、県民を中心に700人を超えるサポーターがエキストラとして協力



電子町内会 ● 岡山市

電子町内会は、HPなどで広く町内会活動や地域情報を発信するとともに、電子会議室を利用して会員が相互に意見交換し、市民情報化と地域コミュニティの活性化を進めていこうというもの。現在、市内で28町内会（会員1,157人）が電子町内会に参加し、会員による活発な情報交換が行われており、一方市では電子町内会に新たにパブリックコメント、アンケートといった市政参画の場を設けるなど市民と協働したまちづくりに取り組んでいる。地域の問題や悩み事の自主解決、新たな活動の芽生えなどの効果が徐々に現れているという



商店街をご案内

おかみさんバスツアー

● 仙台市一番町四丁目商店街華絵洲会

商都と呼ばれるほど商業が盛んな仙台市も、全国の商店街と同様、環境は厳しい。そんな中、転勤族にまちを知り、つながりをもってもらおうと、四丁目商店街のおかみさんたちがバスツアーの企画から運営までを手がけ、好評だ。市内の美術館やリサイクルプラザ、健康増進センター巡りなどのツアーを経験した転勤族の奥さんの大半が、参加後は手芸サークルなど参加し、連帯感を深めている。日ごろ、「とっつきにくいまち」といわれる仙台のイメージアップにも一役買っている

商店街でのティータイム



端宝殿にて解説を聴く



バスの中ではゲームを楽しむ





グローブ職人さんへのインタビューを映像におさめる



ジュニア映画制作 ● 川崎市

新百合ヶ丘駅周辺の「芸術の町」構想に基づき、川崎市では95年から「しんゆり。芸術フェスティバル」を開催。その一つにKAWASAKIしんゆり映画祭・ジュニア映画制作ワークショップがあり、今年5回目を迎える。ジュニア映画制作は公募で集まった市内の中学生が指導を受け映画づくりに挑戦するもので、昨年は8人の中学生が初めてドキュメンタリーを手がけた。「夏休みのエトセトラ」では女子中学生の監督が同じ女子中学生3人の私生活を追い、等身大の中学生像を表現。ノーベル賞の小柴昌俊さんや元プロ野球選手村田兆治さんへの取材も実現



小柴昌俊さんへのインタビュー（上）
村田兆治さんへのインタビュー（左）



取材風景（上）とビデオの編集風景



各職員のパソコンからさまざまな情報が「電腦みやしろ」を通じて配信される

電腦みやしろで動画配信 ● 埼玉県宮代町

住民のための年中無休の電子役場である公式HP「電腦みやしろ」上で、町内の身近な出来事を動画で配信する「みやしろ30秒ニュース」や市民活動の情報交換の場として無料で利用できる「電腦公民館」などを提供。また、文化・スポーツ講座や無料相談などの情報をHP上で何時でも検索できる宮代情報チャンネルなど、インターネットを活用した町民との双方向情報通信サービスを積極的に展開している

■電腦みやしろ <http://www.town.miyashiro.saitama.jp/>



遷都式レセプション

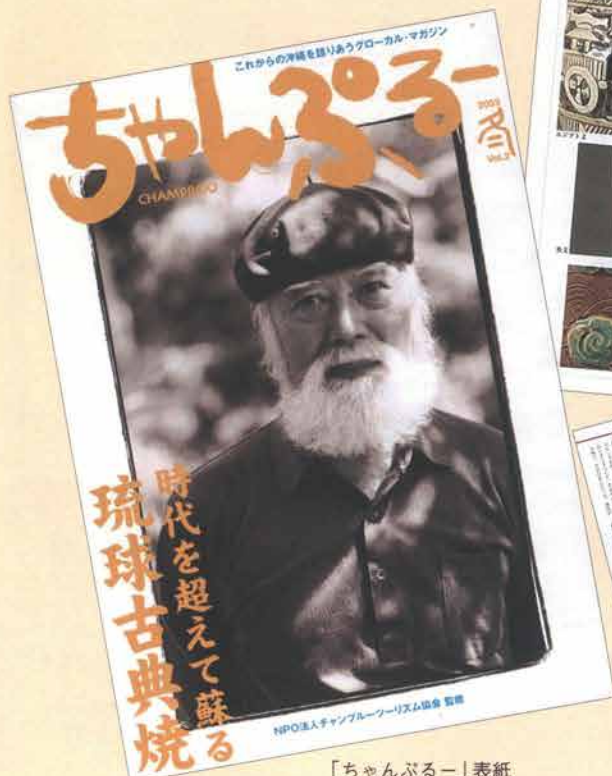


日本まんなか共和国 ● 福井、岐阜、三重、滋賀の4県

日本の真ん中を占める4県は以前から県境を越えた連携を進めてきたが、お互いの経済・文化などの交流と情報の発信をさらに強化することを目的に、2000年度に共和国が発足。文化・観光・環境・陶磁器の交流・IT戦略への連携した対応など10分野を重点的に連携を進めることにしており、「文化首都事業」を推進するため各県が毎年持ち回りで首都を設置する。昨年文化首都だった福井県の小浜市ではさまざまな交流事業を実施。地方分権の流れの中で、補完・刺激し合いながら自立に向け21世紀の地域づくりを目指す



親子文化交流事業（上・左）



「ちゃんぶる」表紙



沖縄情報誌「ちゃんぶる」 ● 東京都/ライフスタイル 研究所発行

人を真ん中に置いた沖縄の政治・経済・文化を網羅する総合情報誌を目指し、昨年7月に創刊。本物の沖縄を沖縄在住の人が取材するグローバル（グローバルとローカル）な話題のほか、伝統とモダンを追う特集、沖縄の知恵と技の紹介、地域へのおせっかいと題したまちおこし実践レポート、移住者たちの声など、雑誌を通して地域おこしの人材育成につなげたい、と意気込んでいる



1村1グルメ列車が大分を快走



九州旅客鉄道(株)
大分支社総務企画課

営業担当 課長代理

甲斐裕明

JR九州大分支社は、日本を代表する温泉観光地別府や湯布院のある九州東部に位置し、直営十五駅、委託駅五十駅を管轄する支社である。民営化発足からの理念である「地域密着」を積極的に推進し、全力でまちおこしのアイデアに取り組んでいる。

一村一品にヒント

国鉄時代から、お得意の団体企画である「ワイン列車」、「俳句列車」など車内のイベントをメインとし、



列車そのものを楽しむ旅を提供していたが、団体列車そのものが時代のニーズに追いつかず、やむなく規模の縮小を迫ら

れていた。われわれスタッフが地域密着をアピールしていた当社のアイデンティティーが生かされないかを考えあぐねていた時、現大分支社長から「行き着くところ地域を巻き込まなければ、鉄道の独り相撲に終わってしまうのではないか」というヒントを受け、思い付いたのが、大分県が全国的に提唱していた「一村一品運動」である。観光地としての魅力にあふれている別府・湯布院と、

「佐賀関町の関あじ・関さば、臼杵のふぐ、中津のはも」の食材等々、レベルも全国でトップクラスを誇るものばかりである。

食材と観光と列車の旅をミックス

地方の市町村で力を入れている食材と観光、列車の旅をミックスさせる。そして一番肝心なのは何と言っ



自治体と共同でマスコミに盛大なPR

目のグルメ列車運転が実現できた。

すし列車が大ヒット

記念すべき第一回は平成十二年の「佐伯すし列車」である。続けて二回目は「津久見まぐろ列車」、三回目「臼杵ふぐ列車」と立て続けに毎月出発させることができた。募集はプレス発表を行い、新聞の記事として取り上げられた。その効果は計り知れないものがあり、翌日から電

でも地元と協力してイベントを成功させることにある。当初は地元を話を持ちかけても、エージェントの企画と勘違いもされたが、「良い素材はあるものの、観光客の集客がままならない地方の自治体にとって絶対プラスになる」と、何度か足を運んだところ、やっとの思いで第一回の話が始まる。観光客の集客がままならない地方の自治体にとって絶対プラスになる」と、何度か足を運んだところ、やっとの思いで第一回の話が始まる。

食材のまちが観光のまちに

「これまで小さなまちに沢山のお客さまが訪れることが無かったが、リピーターとなって再びまちに来てくれるのは実にうれしい」と、ある村の観光課長。これまでは、食材を都会に流通させるだけだった産業も次第に、グルメの町と有名になるにつれ、観光産業へと発展を遂げている。地域の発展なくして当社の発展も望めない。このポリシーから生まれた「一村一グルメ列車」。これから、さまざまな自治体の期待を背にさらに快走を続けたい。

HP通じ県内・海外情報を相互発信

—留学生OBや県人会員がサポーター



大分県企画文化部国際交流課
主事 ● 阿南大輔

近年、インターネットなどの通信手段と交通手段の飛躍的な発達により、世界における国境を越えた交流は日を追って頻繁になってきたが、それとともに地方自治体における国際交流もますます盛んになりつつある。

大分県においても、これまで地域づくりのノウハウの交換や日韓共催ワールドカップの大分開催などを通じて、世界のさまざまな国々とネットワークを形成してきた。

県内に2千5百人の留学生

平成十二年四月には、外国人留学生が学生数の半分を占めるという立命館アジア太平洋大学が別府市に開学。これを契機に留学生数は増加の一途をたどり、現在では二千五百人以上の留学生が県内の大学に学んでいる。これは、人口当たりの留学生数で見ると、東京都に次いで全国第二位となっている。今や、留学生は県民にとって身近な存在となっている。

本県の事業としても、毎年、海外移住者子弟留

学生や、海外技術研修員、自治体協力交流研修員などを海外から受入れ、いろいろな国からの訪問団等も多い。

このように、本県における国際交流の機会は、以前と比べて格段に増加し、世界中の国・地域からたくさんの方々が県内を訪れている。しかし、県内で暮らした研修員や留学生たちも、「去る者は

日々に疎し」で帰国後は徐々に連絡が途絶えがちであった。交流を通じて培ったネットワークを彼らが帰国した後も何らかの形で保っていくことができないか、という問題意識のもとに企画したのが、ホームページを通じた海外とのネットワーク「おおいた国際情報プラザ」の構築である。

HPは3つで構成

「おおいた国際情報プラザ」は、日英二カ国語のホームページで、「海外地域情報プラザ」「情報

交流プラザ」「おおいた情報ライブラリー」の三つから成る。

海外地域情報プラザは、海外からの情報を集積して県民へ紹介することを目的としている。情報区分は、経済・社会情勢に関する情報、地域活性化に関する情報、国際交流・協力に関する情報、その他の四つに分かれる。

海外地域情報の提供者は、JET青年、海外技術研修員、留学生各OBら本県と関係ある外国人や、海外ボランティア隊員、日本人留学生、在外の大分県人会など海外で活動する県出身者などである。



「おおいた国際情報プラザ」のチラシ、英語面。裏面は日本語になっている

日英二カ国語での投稿が可能で、英語の情報は日本語に翻訳して掲載し、日本語での情報は概要を英訳して英語ページに掲載している。

情報交流プラザ

は、県民が海外の人々や外国人と直接に情報や意見を交換するページで、日本語・英語混在の国際交流掲示板を主な内容としている。

おおいた情報ライブラリーは、大分県の情報を海外に発信するためのページで、県内の新しいニュースの紹介と県内市町村、海外県人会、国際交流団体へのリンクから成っている。

1年間で2万のアクセス

さらに、「おおいた国際交流メンバーシップ」



の登録ページも設け、登録した人
には、メールマガジンを発行して、
県内の情報を定期的に届けること
とした。

このおおい国際交流メンバー
シップのネットワークで、例えば
海外で災害が起こった場合に、そ
こに住む登録者に安否の確認や状
況の報告などを求めるといった活
用策も想定している。

また、帰国する外国人や青年海
外協力隊などで海外に赴任する日
本人には、ホームページのアドレ
スを記載したり「大分フレンドシ
ップカード」を渡し、おおい国際情報プラザの
特派員「大分サポーター」となって情報を提供し
てくれるよう呼びかけている。

おおい国際情報プラザのホームページは、平
成十五年一月の開設後、アクセス数も順調に推移
し、十一月一日現在ですでに二万件を突破。お
おい国際交流メンバーシップへの登録者も二百
人近くに上っている。なお、ホームページの運営管
理は、(財)大分県国際交流センターで行っている。

青年海外協力隊も情報提供

「おおい国際情報プラザ」を開設したこと
により、海外の情報をスムーズに紹介することがで
きるようになり、県内、海外の市民や外国人の相
互的な情報交換が活発化するという効果が現われ
はじめた。



ブラジル県人会から報告された新年会の様子

海外地域情報プ
ラザに提供される
情報としては、例
えば、海外の大分
県人会からの現地
のさまざまなトピ
ックスの紹介、青
年海外協力隊やシ
ニア海外ボランテ
アの隊員からの
現在進行中の国際
協力の様子の報告、
海外技術研修員の
OBからは帰国後
の地域振興の進行状況など、バラエティに富んだ
情報が集まった。面白いところでは、地元のサッ
カーチーム「大分トリニータ」に所属していたア
ンドラジーニャ選手が、帰省先のブラジルから家
族と過ごす様子を送ってくれたりしている。

ホームページの開設によって改善されたのが、
海外県人会との情報交換である。それまでの現地
情報は、ファクスや郵送を通じるものがほとんど
で、貴重な情報も公開する範囲が限られ、タイム
リーな情報提供もできなかったが、開設後は、ホ
ームページを通して県人会からの情報が迅速かつ
数多く届き、また、多くの方々に見ていただける
ようになった。ホームページが県民と県人会とを
つなぐ貴重な媒体となっている。

国際交流掲示板の利用も拡大している。これま
で県内の国際交流をテーマとした掲示板がなかつ

ただけに、県内のさまざまなイベントの案内や友
達探し、語学教師の募集などさまざまな交流が生
まれ、国際交流に関心のある人たちにとって貴重
な情報交換の場となっている。

外国人留学生支援サービスを拡大

創立四年目を迎える立命館アジア太平洋大学で
は、今年から多くの留学生が卒業して故国へ帰っ
ていく。その留学生たちに大分サポーターとして、
世界中からの情報を提供してもらうことで、この
ホームページを一層活性化していきたいと考えて
いる。

また、今後はこのページの留学生支援関係のコ
ンテンツを拡大していくことにしている。本県が
十三年度に実施した「大分県外国人留学生生活実
態調査」によると、六七・六%もの留学生が主な
生活情報源としてインターネットを利用してお
り、留学生にとって最も身近なメディアであるイ
ンターネットを通じた支援策の充実が求められて
いる。このため、県では、留学生に第二の家族を
紹介するセカンドファミリー交流事業や中古の家
具や家電をあっせんするリユース物品提供事業の
手続きもこのホームページ上で可能にし、安心し
て大分で勉強できる環境づくりのための情報も掲
載していく予定である。

今後このホームページが県民と海外の人々を
より結びつけ、大分県の国際交流がますます活発
化し、世界との草の根国際ネットワークが広がっ
ていくことを期待している。

(<http://www.otiplaza.jp>)

映像制作で地域の人・ものを再発見

—住民ディレクターが手作りの番組発信



人吉球磨広域行政組合
企画課長 ● 永井雄二

わが人吉球磨地域は、熊本県の南部に位置し、人吉市と球磨郡の十市町村から成る人吉盆地一帯である。総面積千五百三十七平方キロのうち八三%が山林で、人口約十萬五千人の地域である。歴史的には中世文化の寺社仏閣などが多数温存されていることで「九州の小京都」と呼ばれ、地域の中央を流れている日本三大急流の球磨川や温泉、また、地場産業の代表格である球磨焼酎は全国的にも有名である。

二つの目的

さて、当人吉球磨広域行政組合は、「ふるさと市町村圏」という国からの指定を受け、県と地元市町村の出資で十億円の基金を創設、その果実で広域ソフト事業を展開している。

その事業の一つが、これから紹介する「住民ディレクター」による地域情報発信である。

住民ディレクター養成の目的は、組合



8月企画会議（人吉市）



9月号収録風景（人吉市）

がソフト事業の柱としていた「情報化の推進」と「人材育成」との二つである。住民自らがビデオカメラを持ち、自ら企画、取材、構成および編集を行い、住民手づくりの番組を制作したり地元でしか撮れない旬のリポート・情報をCATV、民放およびCS放送などの各メディアを使って直接発信すること。それとともに、これら番組を制作するに当たってのプロセスを実践することで、今地域づくりに求められている企画力、広報力及び

構想力などを持った人材を育成することである。

まず行政職員を対象に養成

それでは、これまでの取り組みを紹介したい。住民ディレクターの養成は、平成八年度より始まった。今まで、映像による情報発信は放送局が映像制作会社への外部委託しか考えられなかった。とにかく番組制作というのはプロだけの世界のものと思っていたのだが、住民主体で好きなものを好きなように制作して発信できるというところに魅力を感じた。しかし、予算を確保するには住民ディレクターがどういうものであるか説明し、理解を得ることが必要である。話し合いの結果、情報化時代に対応した人材育成事業「映像制作実践講座」と名を変えて理解を求めようということになり、予算を認めていただいた。

まず、八年度から十年度までの三カ年は市町村職員を対象に講座を開催した。これは、まず行政職員を養成することによって、良き理解者として、また核となって各市町村の住民へ輪を広げていってほしかったからだ。三年間で各市町村から三人、合計四十五人が養成された。講座では、カメラ技術の向上といった技術論ではなく、企画力を身につけることを受講者には訴え続けた。出来上がった作品は、いずれも個性豊かな作品が多く、熊本市内のCATVにて放映した。

十一年度に熊本国体が開催されたことから、人吉球磨が取り組んでいる住



11月号収録風景 (人吉市)

民ディレクター活動を国体で生かそうということになり、県の国体事務局主催で全県民対象に住民ディレクター講座を開催。この国体で養成された地元および組合による行政の各住民ディレクターが「人吉球磨新発見伝」という三十分番組づくりが本格的に取り組んだ。番組制作に当たっては、毎月住民と行政職員との合同企画会議を開き、お互いの企画や身近な情報を持ち寄り、番組の構成を詰める作業などを行った。この会議は、それ以来ずっと毎月続けている。

CSでも全国放映

住民ディレクターが評価されたことで、十二年度には県内の民放が進めていた地域密着型の情報番組づくり構想の一環として、毎週金曜日に十五分の枠で「新発見伝くまもと」という県内情報番組を人吉球磨をキーステーションとして始まり、

翌年まで百回の放送を数えた。その後、十四年度にはCATVで「人吉球磨新発見伝」という十五分番組を放送した。その際、情報が一部の市町村に偏らないよう担当を決め持ち回りの制作とした。

また、十五年度は、「南の国から、どきやんですか」という十五分の番組をCATVからCS放送に切り替え、全国に放映している。

こうした中、十三年度には、市町村職員の人事異動などによる活動の低下が表れたため、本当の意味での住民ディレクターの養成が急務と感じ民間人を対象に講座を開催し、十七人を養成している。

これまでの住民ディレクター活動を通じて、地域住民が変わってきたことを肌で感じるようになった。それは、取材活動によって足元を見直した結果、地域にあるすばらしい人、ものを再発見したり掘り起こしたりすることができるようになり、地域への誇りと愛着が醸成されてきたからである。また、住民ディレクター間の横のネットワークができれば、市町村の枠を越えて住民と行政が同じ目線でお互い協力し合える体制が整ったからである。

さらに、住民ディレクター活動の現場をぜひ見てみたいと全国からテレビ局などのメディア関係者、情報系の大学の先生・学生およびジャーナ

リストら多くの方々が入吉球磨に来訪され、交流による人的ネットワークが全国的に広がり、新しい動きがはじまっているからである。

住民ディレクターが地域づくりに積極的に参画し成果が顕著なところが、山江村である。この村では、住民ディレクター十五人が「マロンテレビ」を設立。手づくりで番組を毎月制作しCATVで放映したり、ふるさとPRのドラマを作り民放のゴールデンタイムで放映している。「テレビは見るとではない、出るものである」というのがコンセプトであり、テレビが身近なものとなっている。また、驚いたことに、昨年住民ディレクターの一人が村長に選ばれ、村の情報化にさらに弾みがついた。昨年十月には「山江村民でれば」というインターネット放送局を開局するとともに活動の拠点施設として情報センターの整備を手掛け、ますます地域に活力と魅力がみなぎっている。

地域づくりリーダー養成へ

次に目標と課題をいくつか羅列してみると、①住民ディレクターの民間人からの養成②その活動のPRと活動拠点の整備、活動に対する運営資金の確保③住民ディレクターからの地域づくりリーダーの育成④住民ディレクター活動によるビジネスチャンスの創出などが挙げられる。

最後に、住民ディレクターが、番組づくりのディレクターでなく、地域づくりのディレクター、地域づくりのプロデューサーとして、地域を変える新たな原動力となりうる人材としてさらなる活動を期待したい。

十代のメッセージを掲載

— 中高生がまちの情報誌づくり

東京都世田谷区の中高生が、まちの情報誌づくりに取り組んでいる。(財)世田谷区都市整備公団まちづくりセンターの呼びかけに応じた区内に在住、在学する中高生による「世田谷Tens編集部」が立ち上がったのは、五年前の平成十一年七月。区内のすべての公立中学校と高校の一部に、まちのおもしろ情報誌をつくらう」と編集委員募集のチラシが配布され、興味を持った中高生が集まった。

中高生のまちづくり参画が狙い

仕掛け人であるまちづくりセンターは、住民・行政・企業の間で立つて、住民主体のまちづくり活動を支援するための組織として平成四年四月に設立された。まちづくりセンターでは、まちづくり活動の第一歩として、自分の住むまちやまちづくりに関心を持ってもらうため、区民向けの啓発事業である「世田谷まちづくりコンクール」や親子でまちを探索する「親子Cityアドベンチャー」などのイベントを行ってきた。これらのまちづくり関連のイベントに参加するのは、小学生以下の子どもとその親であることが多い。イベントを実施していく中で、中高生にもなると、まち



毎月1回開かれる編集会議

づくりに関心を持つ機会が少なく、また、中高生が考えていることを表現する場もないこと、さらに大人も意見を

吸い上げようという感覚がないとの認識を持つようになった。そこで、中高生にもまちづくりに参画する機会を与えることによって、少しでも自分の住むまちに興味を持つ

てもらい、中高生の声を社会に伝えるための手段として、中高生による雑誌づくりのプロジェクトを立ち上げることとなった。

まちを歩いて自ら企画・取材・編集

第一期生として参加した中高生は三十人ほど。最初は、まさに手探りの状態であった。どんな内容の雑誌にするか、どんなテーマにするかはすべて中高生に任せられた。プロの編集者を招いて、雑誌づくりのノウハウを学んだりしたが、何から始めていいのか分からなかった。そんな時「同世代の中高生から意見をもらおう」と意見が出され、さっそく投稿募集のチラシを作り、学校などで配布した。その狙いは見事に当たり、多くの記事やイラストが集まった。それをもとに、同世代に関心が高いテーマを絞り込み、「マンガ」「ゲーム」「ファッション」「まじめな話」「音楽」の五つのチームができあがった。編集会議は、基本的に月一回、日曜日に開催され、特集の内容や取材方法、各チームの進行状況などを話し合った。「Dataで見る10代のLife」の企画では、各自担当する分野に関連する質問を考え、児童館や中高生が多く集まる場所を回って、アンケートを行った。マンガチームやまじめな話チームは座談会を開催し、ファッションチームはまち歩きをしながら取材を進めた。ゲームチームは、ゲームソフトの制作会社を訪問し、ゲームが完成するまでの過程やスタッフの仕事の様子などをインタビューし、ゲーム関係の仕事に就きたい中高生にとって参考になる情報を収集した。締め切りが近づくと、学校



中高生の集めた情報が満載「世田谷のぶつぎり」

一部二百円）が出来上がった。タイトルは、世田谷区のさまざまな情報がぶつ切りになったり入っているところから名付けられた。中高生によるユニークな活動は、新聞やラジオなどマスコミにも取り上げられ、当初四千部を印刷したが、全国からの問い合わせも多く、追加で千部を増刷することとなった。

社会的にも認知された活動に

翌年度には、続編となる「世田谷のぶつぎりⅡ」、三年目となる十三年度は、ニュースレター形式のシリーズ版として、「せたがやの釜めし」（「同じ釜の飯を食う」「たくさんさんの具（内容）がてんこもり」という意味）全三号を発行。昨年度は、同区の中でも若者に人気の下北沢にスポットを当てたフリーペーパー「シモキタノカンヅメ」を発行するに至った。



2001年発行の「せたがやの釜めし」

活動三年目ともなると、編集委員が各方面のイベントに参画する機会が増え、区主催の「青少年育成のつどい」での活動内容の発表や討論会の企画・進行、全国高等学校PTA連合会主催のシンポジウムではパネリストを務めた。さらに、いろいろな雑誌で紹介されたり、東京都模範青少年団体表彰を受賞するなど、編集部活動は大きな反響を呼び、社会的にも認められるものとなった。

さて、今年度の編集部は、十三人の編集委員で活動している。昨年からの引き続き参加している人や受験のため一年「休部」して再び活動を始めた人もいる。また、中には、高校卒業後もフリースタッフとして中高生にアドバイスをしている人もいる。今回は、編集委員それぞれがテーマ性を持った企画を練っている。中高生が社会のルールを守れているかといった内容の討論会や中高生が求める居場所とはどんなところかなど、社会の一員としてのあり方をじっくり深く掘り下げた内容になりそうだ。雑誌は、現在のところA五判の三、四十ページほどの有償のものとなる予定である。



2002年に発行した「シモキタノカンヅメ」

いる居場所を同じ目線で探し、「私たちにはこんな居場所が必要だ」というメッセージを社会に対して発信している。

まちづくりセンターでは、「世田谷Teens編集部」という歩行器具を巣立っても、発信する姿勢と、夢をかなえるために動き出すことを、編集委員の一人ひとりが思いつけていってほしい」と願っている。そして、大人にとって子どもの意見を受け入れるのはそんなに簡単なことではないかもしれないが、大人と子どもが協力し合う姿勢があれば、もっと広い視野で住民主体のまちづくりができると考えている。

同じ目線で中高生の居場所探し

まちづくりに中高生の声を反映させたいと企画された情報誌づくりの取り組みであるが、中高生たちは、自分の住むまちを改めて考える機会を得て、自分たちのやりたいこと、そして自分たちでも出来ることを見つけてきた。発行された雑誌の中に、自分を充実させる場所がほしい、まちの中に自分の居場所がないと考えている十代の若者の声が掲載されている。中高生の編集委員は、そんな同世代の若者が求めている居場所を同じ目線で探し、「私たちにはこんな居場所が必要だ」というメッセージを社会に

地域活性化
フォーラムin
兵庫公共組織のマーケティング
でディスカッション

(財)地域活性化センターは兵庫県との共催で昨年十月二十八日、神戸市の神戸朝日ホールにおいて「地域活性化フォーラム in 兵庫」を開催した。総務省、朝日・毎日・読売・日経・産経・神戸新聞各紙と地域づくり団体全国協議会の後援を受け「マーケティングを活かしたまちづくりー顧客志向の新しい公共サービスを考えるー」と題したこのフォーラムには行政関係者、一般市民ら約三百五十人が参加した。

地域間競争の時代

フォーラムではまず、商業開発研究所レゾン所長でマーケティングコンサルタントの西川りゅうじん氏が「地域活性化のマーケティング戦略」と題して基調講演を行った。



西川りゅうじん氏

てほしい」と締めくくった。

企業マーケティングに学ぶ
公共サービスのあり方

西川氏は、民間企業の競争原理を例に「これからは行政部門においても、地域間競争の時代に入り、勝ち組と負け組が出てくるだろう」と述べ、行政機関の変革の必要性を訴えた。そして、先のない今日においても、客観的に生活者のニーズをしつかりとらえて、それを活かしているところは成功しているとして、日産自動車の再建プロセス

や六本木ヒルズ、湯布院などの戦略を紹介した。最後に「地域間競争に勝ち残るためには、地域に潜在するヒト・モノ・カネ・情報などさまざまな資産を最大限に活用することが大切である」と熱っぽく語り、「夢を持ちつづけて地域を元気にしてほしい」と締めくくった。

このあとNHKアナウンサーの蔭山武人氏をコーディネーターに、ネスレジャパングループ取締役コミュニケーション・ディレクターの金子みどり氏、大阪市立大学大学院創



特定非営利活動法人宝塚NPOセンター事務局長の森綾子氏、岩手県滝沢村長の柳村純一氏に、西川りゅうじん氏を交えて「企業マーケティングに学ぶ公共サービスのあり方」と題し、パネルディスカッションを行った。

冒頭、蔭山氏から公共組織に今なぜマーケティングなのか、それはどのようなものなのか、問題提起がなされた。

これに対し永田氏から公共組織のマーケティングという考え方は、欧米各国の「NPM」ニューパブリックマネジメント」に端を発した行政改革の理念で、民間企業の経営管理手法を行政機関にも応用することにあり、組織や事務事業の効率化を図

るものと説明があった。

これを受けて柳村氏はNPMをベースにした総合計画の策定、ISO9001の認証取得、住民との直接対話など、滝沢村におけるさまざまな取り組みを紹介し、「行政は経営であり、もつと住民の目線で物事を見る組織にしたい」と抱負を語った。

森氏は、NPOにおいても地域社会が何を望んでいるのか常に考えていること、現在取り組んでいる活動をビジネスとしてとらえていることなどを語り、「食べていけるNPO」があるべき姿ではないかと述べた。

金子氏はネスレブランドの理念に触れたうえで、「地方都市、地方公共団体を一つのブランドとして捉え、差別化を図ってはどうか」と提言。また、自社のマーケティング戦略である「コンシューマーマイニング」を紹介し、「ニーズの把握よりも、その後の深い分析が重要である」と語った。

西川氏は当日多くの行政関係者が参加していることもあり、「変わる部分と変わらない部分を見極めながら、一人ひとり信念を持って頑張っ

(財)地域活性化センター企画部情報サービス課

副参事 ● 山辺 健仁

企画主導型で効率的・効果的サービスを提供

—加州サニーベール市の行政評価制度に見る—

一九九六年、三重県が事務事業評価システムを導入して以来、行政評価制度を導入する自治体が増えている。これらは説明責任や透明性の確保、効率的な行政運営、職員の意識改革のためといった目的で導入され、コスト削減などには一定の成果を上げている一方、総合計画や予算と十分に連携するものとはなっていないことや職員の理解不足、外部からの視点導入など課題もクローズアップされてきている。

今回は、アメリカ連邦政府機関に対し政策目標を掲げさせ、その達成度合いを継続的に計測、公表することを義務付けたGPR A（連邦政府業績成果法—九三年制定）のモデルになったといわれるカリフォルニア州サニーベール市の事例を日本との違いから紹介したい。

【企画主導型と財政主導型】

同市の行政評価は七十年代後半まで遡る。元来、支払った税金がいかにも有効に使用されているか住民の関心が高いアメリカであるが、これらに因應するため、市民に身近である警察と消防部門から同市の評価制度が始まり、今では全庁へと拡大している。評価制度は同市

のPAMS (Planning and Management System) と呼ばれる経営システムのの中に位置付けられている。このシステムは十年間の総合計画、二十年間の財政計画などの長期計画と年次予算、成果指標などの短期行動指針などにより評価し、より効率的で効果的な行政サービスを提供することを目指すものである。日本にお

いても総合計画の進行管理の観点から体系的に指標設定を行い、評価を与えているところがある。しかし、多くの自治体では、総合計画自体と予算との十分な整合も拘束もなく、実質的には予算査定が政策決定の場となっており、得られた評価結果の活用が図られていないことが多い。こうしたことは評価制度に対する職員の不信につながっている傾向も何うことができる。日本の「財政主導型」に対し、同市の場合、計画があり、計画を実現するための政策があり、



評価結果は、各四半期、各年次でまとめられホームページで公開されている

政策を実行するために予算が検討される「企画主導型」であるといえる。そして施策の成果は次の政策や予算にフィードバックするサイクルが確立されている。計画の中心となる総合計画や長期の財政計画は毎年、住民ニーズを調査し、ローリングされており、この点はいったん作成されれば五年目の見直しまで手を加えない団体が多い日本と違いがあり、システムの有効性確保のための一つの条件となっていると思われる。

【人事への運動】

同市で評価結果は、四半期報告と年次報告という形で議会に報告され、市民に公開されている。成果指標に達しない場合は、議会で説明が求められることになる。また処遇の面においても管理職は、評価指標の一〇%以上を達成した場合はボーナスを受け取ることができる反面、達しなかった場合はサラリーカットとなつていく。サラリーカットにとどまらず、成績不良から解雇に至つ

た者も十人ほどいるという。こうした信賞必罰は、雇用背景も違うことから日本の自治体の直接参考とはならないが、成果・能力主義が日本の公務員に求められている今日、行政評価制度が人事にも一定の役割を果たす可能性があるとを示している。

【議会の役割】

次に議会の果たす役割の違いについても言及したい。同市では市政執行の責任者は議会の任命を受けるシティ・マネージャーとなっており（Mayorは議員のうちから互選され、一年交替となっている）、議会は市民の要望に応える形で計画、成果指標、予算などの作成に関与することはもちろん、得られた評価結果について、予算、次期計画へのフィードバックにも主体的に関与している。日本では透明性確保のため第三者機関の評価を導入するかどうか議論されるが、同市にそれはない。同市議会が成果指標の設定から評価までの透明性と一定の緊張感をもたらしているところは、日本の地方議会とは大きく違っている。

（財）地域活性化センター研修交流課

副参事 ● 清水雅博

アーティスト誘致で市街地を活性化

— 第2のNY・SOHO地区目指す —

「アート・ロフト・プログラムとは」

アート・ロフト・プログラムは、ニューヨーク（以下NY）から北へ約六〇キロに位置するウエストチエスター郡ピークスビル市（人口約二万二千人、面積約十一・七平方キロメートル）が取り組む、アーティストを誘致してにぎわいを取り戻そうとする市街地活性化策である。アーティストが自然発生的に集まり有名になったNYのSOHO地区と異なり、行政主導でアーティストの町を創り出そうとするこの取り組みは、マスコミに取り上げられ注目された。また、一定の成果を挙げていることから、郡のモデルプランになっており、郡内の市町村で同様のプロジェクトが検討されている。

日本においても市街地の空洞化が問題となっており、今回、アーティストの誘致に特化することでこの問題の解決を試みたピークスビル市を訪問し、City ManagerのFitzpatrick氏、Chamber of Commerce（商工会議所）のMolloy氏にお話を伺った。

「空洞化・治安悪化防止が狙い」

十五分あれば一回りできる、こじんまりした市街地は、築約百年

の二、三階建ての建物が並んでいる。郊外に大型店舗が進出した一九七〇年代後半から、市街地の小売店は衰退、人が流出し、空き店舗や空き住居が目立つようになった。それに伴い、治安が悪化し、市街地に人が常住する必要性を市が感じ始めたころ、商工会議所が基となるプランを提案した。

市は、制作・発表の場があればアーティストはそこで生活する、郊外に形成された商業地域を衰退させることにもならないといった点から興味を持った。また、NY近郊で、家賃や駐車場代はNYの約三分の一という地理的優位性から需要も見込めると考えた。市民感情的にも、既存の建物を利用する取り組みであること、人口の急増につながらず新たな社会資本整備のため増税されるわけではないことなどの理由から、特に反対もなく、アーティストを誘致する取り組みが始まった。

「第三者が入居判断」

市は、ゾーニング法により芸術家地区を設定することで、プログ



1階をギャラリー、2・3階をアートロフトに改装したビル

ラムに添ったものだけに建築許可を出し、市街地の建物をアーティストが制作活動を行いながら生活する場（アート・ロフト）への改装を進めた。地区内の財産所有者は「Business Improvement District（BID）」を設立、地区を改善するために使われる税を不動産税に上乗せし、約25ブロックの地区で約10万ドルを負担した。彼らは、空き

店舗や空き住居のまま不動産税を納付し続けるより、多少税の負担をしても、地区を改善することで入居者が増え、家賃収入を得る方が有利と判断

したからである。なお、徴収は市が代行し、BIDに交付している。並行して、市は、州と郡の補助を受け、市有地に民間の開発業者とアート・ロフトを建築した。また、入居資格を明確にするため、アーティストを定義、その基準に従い、市職員、不動産屋、芸術家などから構成される芸術家証明委員会が、入居の可否を判断する仕組みをつくった。主に納税記録を基に、収

入が芸術活動によるものかといった点から判断している。ゾーニング法の地区設定やBIDの設立は、アメリカ各都市で市街地活性化策として実施されているが、アーティストという職業に特化した点、それに伴いアーティストを定義し入居資格を一律にした点、入居判断をオーナーではなく第三者機関が行っている点特徴的である。

「週末には4～5千人の観光客」

取り組みの結果、八年間で約百五十人が移住、近年、画材屋やカフェなどもでき始めている。また、市芸術協会が作品発表のためのイベントや企画を実施してきた結果、週末に四、五千人の観光客が訪れるようになった。現在、市は改装のノウハウの提供や問い合わせへの応対を、商工会議所はマーケティングを中心に行っている。

アートは時代とともに変化することから、アーティストの定義を今後どのようにしていくのか、入居したアーティストが芸術活動をしなかったり、転借した場合どのように対応するのが今後の課題のようである。

（財）地域活性化センターコンサルタント業務課

副参事 ● 沼田麻美

平成15年度

地域政策の動向から

総務省および財団法人地域活性化センターは、平成十五年十月、「市町村の活性化新規施策200事例（平成十五年地域政策の動向）」をとりまとめた。この報告書は、総務省が全市町村を対象に実施した「平成十五年地域政策の動向調査」により提出された市町村の新規施策三千七百八十七事例の中から、代表的、先進的な事例をとりまとめたものである。

なお、当該報告書は、(財)地域活性化センター（電話〇三―五二〇二―六二三）で有償頒布している。さて、ここでは、当該報告書に掲載された事例のいくつかを抜粋して紹介することとしたい。なお、これらの事例は、代表的、先進的、特徴的な施策の一つであると考え、総務省においてこれらの事例を推薦、推奨するものでないことを附言する。

秋田県横手市

「焼きそばのまちよこて」全国宣言事業・横手やきそば職人養成講座事業

産業経済部商業観光課
(電話) 0182 (32) 2111

日本全体が長引く景気低迷の中、横手市においても中心商店街から賑わいが失われ、市としての活気が失われていた。このような中、横手市を全国に広くPRするとともに横手市民に活気を取り戻す方策についていろいろと議論がなされた。その一つの方策として、特色のある「横手やきそば」をPRすることで、観光客を拡大させ横手市の商業・観光活動の振興発展を目指すこととなった。

PRとしては、やきそばのホームページを作成して情報発信を行ったり、ほぼ同時期にやきそば

によるまちおこしを開始した静岡県富士宮市と協力し、イベントを開催するなどいろいろな活動を行った。このことにより、新聞、テレビなどのマスメディアに多く取り上げられるようになり、横手やきそばのイベント参加の要請も多くなったが、現状の態勢のままでは対応が困難となり、次の二つの事業を立ちあげることとした。

まず一つ目は、「焼きそばのまちよこて」全国宣言事業である。特色ある「横手やきそば」に注目し、物産・観光における新たな要素として位置付け、全国に向けてアピールすることにより、横手市の宣伝に資することを目的とするものである。

この事業では、全国各地のイベントに参加し「横手やきそば」の調理販売

やパンフレットの配布などを行っており、大いに横手市の宣伝となっている。

二つ目は、「横手やきそば職人養成講座事業」である。全国各地のイベントで「横手やきそば」

をPRするやきそば職人の養成及び横手市内の店舗の後継者育成を推進することを目的とするものである。

本講座の講師には、市内で焼きそばを販売している飲食店で構成される「横手やきそば暖簾会」のメンバーが当たってお



り、受講生は横手やきそばの歴史や調理実技、接客マナーなどを学び、最終試験に合格すると横手やきそば職人として認定されることになる。

平成十三年度は五人、十四年度は八人が認定を受け、全国各地で開催されるイベントなどで活躍しているが、イベントの参加要請に十分対応できていないのが現状であり、平成十五年度に実施する本講座で誕生するやきそば職人が加わることで、参加要請に十分応えることができるものと考えている。ただし、市内店舗の後継者育成の推進については、なかなか進んでいないのが現状であり、今後の検討課題となっている。

静岡県静岡市

安倍川・薬科川アドプトプログラム事業

生活環境部環境政策課

(電話) 054 (221) 1255

安倍川・薬科川アドプトプログラム事業は、環境美化ボランティア活動により、安倍川・薬科川河川敷などの散乱ごみを取り除き、美しい河川を創出するとともに環境学習に生かしたり、川に愛着を持つてもらえるような新しい取り組みである。

安倍川・薬科川河川敷などを一定区間に分け、区間ごとに団体・事業者・グループ・サークル・家族・個人を募り、河川敷などと縁組することに、参加者自身の意思と責任のもと環境美化活動を行うものである。二年目を迎えた平成十五年八月末現在、十四区間を対象区間として設定し、



八十団体約七千人が事業に参加している。事業効果は次のとおりである。

① 安倍川・薬科川アドプトプログラム事業の実施により、安倍川・薬科川の環境が美しく保たれるだけでなく、流域に住む人々をはじめ、市民の河川環境の保護意識が高まる。

② 活動状況をホームページ(※)などで周知することにより、ごみ・空き缶などの投げ捨てを減らし、散乱ごみを抑制する効果が期待される。

③ 市民が行政に関わっていく意識が高まり、市民参加による地域づくり、いわゆる「協働」の視点到った新しいシステムとして推進することが可能となる。

※ 安倍川・薬科川アドプトプログラム事業に関しては、静岡市環境政策課ホームページ上

(<http://www.shizuoka-eco.net/adopt/>) について公開している。

今後は、アドプトプログラムの回収の対象とならない不法投棄物などが報告された場合に、その回収方法や処理時における所管部署などとの連携の強化を図るとともに、アドプトプログラムの対象を多方面に拡充していく中で、関係機関との協力体制の整備や支援などが必要となる。

京都府綾部市

シルバー・チャイルドハウスの運営

福祉保健部民生児童課

(電話) 0073 (42) 3280

綾部市の平成十四年度末現在の住民基本台帳による高齢化率は二九・二%で、全国平均を大きく上回る状況となっている。一方、地域の児童数は年々減少傾向にあり、こうした環境の変化に伴って、さまざまな歴史的行事などが簡素化・廃止になり、地域の高齢者と子どもたちがふれあう姿も少なくなってきた。

シルバー・チャイルドハウスは、このような中で、地域の民生児童委員が「このままではそれぞれの家族や子どもたちが孤立し、結びつきのない地域社会になってしまう。子育ての支援は、誰かがやってくれる、行政の役割、そのうち何とか、ではどうにもならない」と考え、行政、地域の関係者に呼びかけたことに端を発し、「地域の連携やつながりを取り戻すために高齢者と子どもがふれあい、お互いに交流することで地域社会をもう

一度考え、顔を会わせればあいさつや会話が弾んでいた良き時代を取り戻そう」との発想から、地域の子どもと高齢者がふれあう場として作られたものである。

シルバー・チャイルドハウスにおいては、高齢者がボランティア精神により、また、それぞれの創意工夫により、子どもたちの健全育成や子育て支援を行っている。これまでに、高齢者を中心としたボランティアが、旧幼稚園舎を使って、定期的に小学生とふれあいをもち、子育て支援を実施したり、宅老所と放課後学級を合体させた取り組みなどを行っている。

当市は、これらの活動に対して、高齢者（個人・団体を問わず）が、ボランティアとして児童の健全育成や子育て支援につながる取り組みを一年間に十回以上実施した場合に、その事業費などの補助を行う「綾部市シルバー・チャイルドハウス事業補助金」を創設し、一回当たり五千五百円（上限年額三十万円）の補助を行っている。

福岡県直方市

直方市高次森林機能モデル林造成事業

生活経済部農業振興課

（電話）0949（25）2161

直方市の東部にあって、福智山ダムに隣接する市有林（約十五・六ha）は、雲取山頂（六百七m）の下部に位置し、スギ四十三年生の林分や、スギ



と広葉樹の混交林、カシ・シイなどの広葉樹林からなる。以前は、薪炭林として活用されてきた林分であり、林内には江戸時代後期の炭焼き窯跡が多数ある。

この市有林を森林環境教育および体験のフィールドとして、入り込みのための林内整備などを行うとともに、森林学

習歩道ならびに休憩施設を整備し、炭焼き窯を設置（復元）して、森林環境教育活動及び体験活動などの実施を計画している。

また、九州大学農学部・九州工業大学と共同で、適正な森林施業・管理方法を検討するとともに、炭焼き体験の一環としての広葉樹林の整理伐や下刈り・枝打ち・間伐などの森林管理への市民ボランティア、森林利用・観察への学童の参加を促し、これら活動を主体とした森林環境教育の拠点として活用を行っていくための研究も行っている。

平成十四年度には「総合的学習の時間」を活用して、市内の二小学校の児童百二十人による森林体験活動を実施し、間伐や発生材を利用した遊具づくりなどに取り組んだ。

今後他の中小学校の児童生徒の参加を促すとともに、市民グループによる炭焼き体験や木工講



座、森林作業体験などのメニューを充実させる予定である。既に、地域総合整備事業債事業により一部歩道の整備や広場整備などは実施済みであり、観察施設・説明板などの設置および薪炭材採取を兼ねた森林整備などについては子どもたちや住民による学習体験活動などの中で整備していくこととしている。

これら活動により、直接的にはダムサイトの荒廃林地の機能回復が図られ、さらに大学と共同で行うことによって、学術的な成果も期待でき、将来的には他の地域への応用も可能になる。

雑誌で身近なまちの 歴史・人を紹介

——合わせて町家コンサートなど実施

奈良県の北西部に位置する大和高田市。古くから難波・大和・伊勢を結ぶ交通の要所として栄え、中南和地域の中核拠点「商都たかだ」として独自の発展を遂げてきた。また、近年は大阪都市圏から約三十分という交通至便な位置にあることからベッドタウンとしての色彩が強くなっている。

今回訪問した「夢咲塾」は、この大和高田市の「まちづくり」と「ひとづくり」を通じて、夢のある未来を創造することを目的とするまちづくりのボランティア団体である。

市主催の塾OBが立ち上げ

もともと夢咲塾は、市民がまちづくりに参画する道を新しく開拓していこう



お話を伺った夢咲塾のみなさん

と、平成七年に市が開講したまちづくりの勉強会「大和高田市夢咲塾」の卒業生有志とその賛同者で組織化され、結成当初は「夢咲塾OBの会」として活動していた。

市主催の夢咲塾は一期二年で、一年目をまちづくりの学習とグループ間交流に、二年目を塾生自らが考えるまちづくりの実践活動に当てられていたが、二年間では自分たちの活動がちょうど軌道に乗ってきた時期

に卒業を迎えてしまうという思いが塾生たちの中にあつた。そこで、ちょうど二期生が卒業する十一月七月に、「まちづくりに卒業はない」と一期・二期の卒業生有志でOBの会を

団体プロフィール

設立年 ● 平成11年7月
設立・運営主体 ● 自主的組織
代表者 ● 中山雅子
会員数 ● 27人
＜事務局連絡先＞
〒635-0052
奈良県大和高田市奥田92-45
(電話) 0745-53-6429

立ち上げたのである。設立当初の会員は二十人。その後、三期・四期の卒業生も会に加わった。

現在の「夢咲塾」という会の名称は、市主催の夢咲塾が四期生修了をもって事業に区切りをつけたことから、十五年四月にその名称を引き継いだものである。会員は、現在二十人となり、自営業、建築家、主婦、会社員、公務員と実に多種多様な構成メンバーがそれぞれの持ち味を発揮しながら、特色あるまちづくりのための活動を提案し、実践している。

町並みを生かしイベント

旧夢咲塾の時代から意欲的に行っているのが、イベント活動である。ただし、これまでは、市や各商店街のイベントに参加出店して夢咲塾の存在を知ってもらうという目的をメ

ーンに実施していたが、会の名称が認知されるようになった今、自分たちの活動の意図を伝え、その目的を達成するためのイベント活動へと移行している。

毎年二月に開催される市の四大祭りの一つ「高田御坊まつり」では、「ライトアップ・イン・大和高田」を実施している。御坊まつりは、一六〇〇年に建立された歴史的建造物である専立寺を中心に、かつて商都として栄えた大和高田の活気を取り戻そうと、商店街や市民らが中心になって始めたイベントである。それに合わせて、専立寺の山門や江戸時代後期から残る町家をライトアップし、通りの空気に氷の彫刻や子供たちの絵を巻いたベクトボトルの灯ろうを並べて幻想の世界を演出している。また、町家の一軒を借りてミュージシャンによる「町家コンサート」も開催。これらは、歴史的建物が軒を連ねる大和高田の町並みの良さを広くアピールするのが狙いである。

歴史的町並みを生かしたまちづくりを考えた場合、町並み保全や民家の活用のために、その民家の住民や市民の理解、協力なくしては実現できない。ライトアップの際も、メンバーが各民家に趣旨を説明して協力

をお願いしながら、照明器具をセッティングし、イベントの実施にこぎつけている。過去二回の実施では歴史的町並みを生かしたイベントとして、各新聞に記事が掲載されるなど、着実に夢の発信につながっているようだ。

このほか、大和高田の歴史・文化を探索し、次世代に継承するための試みとして、十四年から「高田夢まちウォーク」を開催。ゆかりの人物と関連する場所を専門家の解説つきで巡るというもので、五月に実施された第二回は、源義経の恋人、静御前の伝承の地を散策した。病を患った御前が、生母、磯野禪尼の故郷であるこの地を頼り、亡くなったと伝えられており、記念碑や塚跡が残っている。

参加した市民からは、「知っているつもりの方がまちがこれだけロマンに溢れ、歴史あるまちだったとは驚きだ」「昔の姿がなく、案内板しかないのが残念」といった声が寄せられている。夢咲塾のメンバーも、身近に素晴らしい文化遺産や歴史的資源がありながら、これまで十分に生かしきれていなかったことをまちづくりにおける課題として実感しており、今後もテーマを変えて開催し

ていくとのこと。郷土の歴史に触れながら、どんなまちの魅力が再発見できるのか楽しみである。

雑誌でまちの今と昔を紹介

この高田夢まちウォークは、夢咲塾が発刊している夢づくりマガジン「どりいむ」が出発点となっている。どりいむの発刊は、市民への情報提供として始めた事業で、大和高田をさまざまな視点で見つめ直し再発見することで、新旧の住民に地元への愛着とまちづくりへの関心を持ってもらうと同時に、このまちに足りないものを探ってもらい、そんなきっかけをつくりたいという思いが込められている。内容は、夢咲塾の活動紹介はもちろん、各商店街の今と昔の紹介やまちに住む「人」の紹介、歴史探索など、他のまちづくり情報誌には取り上げられてこなかった情報を盛りだくさんに掲載している。そして、記事の情報だけでなく、実



夢咲まちづくりセミナー&座談会

際に歩いたらもつとこのまちについて発見してもらえないのではという思いから、高田夢まちウォークの開催に至ったのである。「どりいむ」は、現在までに五号を発刊。近々、第六号を発刊予定とのこと。多くの方にご覧いただけるよう、市でも配布している。

新たにまちづくりセミナーを開催

新たな事業として六月から実施の運びとなったのが、「夢咲まちづくりセミナー&座談会」である。会員の勉強会としてだけでなく、市民参加型の本格的なまちづくりセミナーとして年間数回開催する。毎回会員の起動力やネットワークを生かしながら映画監督や歴史作家など、まちづくりに関係する分野で精力的に活躍している人物をゲストとして迎えているが、十分な資金がない中、夢咲塾のまちづくりに対する思いに賛同し、ほとんどがボランティアで参加協力している。セミナーでは、会員の自己研さんを図ると

もに、まちづくりについての市民との対話を広げていきたいというのが夢咲塾の願いである。

また、今回話をうかがった場所、地元商店街の「リサイクルショップさざんか」は、市のクリーンセンターから運んできた物をリサイクル販売している店舗で、夢咲塾では一年前の開店当初からその運営を支援している。このよう将来のまちづくりに向け精力的に活動を展開している彼らに、地域が寄せる期待も高まっているようである。市の夢咲塾が終了し、名称を引き継いだと同時に、彼らは市からまちづくりに関する提言書の作成を委託されている。旧夢咲塾一期生であり、会の設立当初から代表を務める中山雅子さんは、「活動を通して会員が抱いたまちづくりへの夢や思い、セミナーやイベントを通して聞いた市民からの声、これらを集大成して提言書にしていきたい」とその抱負を語る。

夢咲塾のまちづくりはまだ始まったばかりだが、メンバーの行動力と熱意で一つ一つ夢を咲かせ、地域の活性化に大きな役割を果たしていくことだろう。

間伐を進め

天竜の山を守る

静岡県天竜市は、森林に囲まれた山間都市であり、遠州平野への接点に位置する。地域の中央を天竜川が流れ、伝統の木材加工技術を持つ木のまちとして知られている。

その天竜市を拠点に、間伐を中心とした森林保全活動を行なっている「グリーン・エコトピア・ネットワーク」(以下、GEN)について、代表の鈴木一夫さん、副代表の戸田尚男さん、そして事務局長の本島慎一郎さんの三人にお話を伺った。

危機的状況の天竜川流域の山

天竜川は、過去何度となく深刻な大洪水や地すべりを起こし「暴れ天竜」と呼ばれてきた川である。その氾濫を治めるため、古くは江戸時代そして明治初期、さらに戦後とスギ、ヒノキの植林がさかんに行なわれ、

天竜川流域はほとんどが植林した山となっている。

ところが、植林した山は、定期的な木の本数を減らす、間伐作業をする必要がある。間伐をしないと、木が健全に育たず、山が荒れ、土砂の流出、洪水の要因となる。

林業が盛んだった頃は、定期的に山を手入れしていたが、昭和二十年代後半以降、海外から安い木材が輸入されるようになり、国内の林業は衰退し、間伐の機会も減った。それは、天竜川流域も同様で、山は荒れ、危機的状況となっている。

団体プロフィール

設立年●平成15年5月
設立・運営主体●自主的組織
代表者●鈴木一夫
会員数●40人
＜事務局連絡先＞
〒431-3314
静岡県天竜市二俣町二俣979番地1
本島洋服店内
(電話) 0539-25-2792



左から戸田さん、鈴木さん、本島さん

公有地や私有地を管理する行政や森林組合も間伐の重要性は認識しているが、採算がとれないことから山の全域を計画的に間伐することには限界がある。そこで、天竜の山を守るうと、鈴木さん達を中心となって声をかけ、山の現状を憂えていた人たちが賛同し、GENを設立した。

GENの立ち上げ

GEN立ち上げの経緯は、これまでの長い期間の地域での活動の土台があった。それは、「三遠信山岳都市研究会」(以下、都市研究会)の存在である。天竜市を含む浜松市を中心とした遠州地域と愛知県豊橋市を中心とした東三河、長野県飯田市を中心とした南信州は三遠南信地域として古くから県境を越えた交流圏を形成している。

そんな中、平成三、四年にかけて県境の地域活性化調査事業として、行政主導の三遠南信地域整

備計画調査が実施された。この調査に携わった住民が、調査報告書の提案を実際に活かそうと、都市研究会を設立した。鈴木さんや本島さんは、当時のメンバーである。

都市研究会は広域的な地域づくり活動を続け、三遠南信地域の市町村が参加する地域づくり懇談会の開催や、地域経済の活性化策として高冷地の温度差を活かしたいちごやメロンの生産などを推進してきた。

そして、活動を続けていく中で、都市研究会で交流を深めたメンバーが、間伐が進まないことで天竜川流域の山が荒れている現状に気づき、問題解決に向け森林保全活動を行う新しい組織の必要性を感じ、GENの立ち上げへとつながった。

GENは、個人会員を中心としているが、林業、材木業、建設業、そして住宅メーカーなどの山や木に関連する事業を営む企業の経営者の会員が多いのが特徴といえる。

広がる間伐材の有効利用

GENの具体的な活動としては、まず、間伐体験ボランティア活動が挙げられる。山の問題は、山間部周辺の住民だけでなく、天竜川下流域に住んでいる人たちにも影響する間



題であるため、その意識の醸成を図るため、広く下流域の住民に対しても参加者を募っている。内容としては、会員であるインストラクターがチェーンソーを使用して伐採した後、参加者が伐採した木の枝をのこぎりで落として、担ぎ出しまでを自ら体験する。参加者の多くは、日頃目にするのではない森林の状況を知り、間伐の重要性を認識するそうだ。

そして、間伐した木材を有効利用することが大切である。そこで、特に将来地域を担っていく子供たちへの啓発と自然教育を兼ねて、「ちびっこあつまれ 間伐材で椅子を作る



つみきハウス

う」と題した木工教室を開催。山の現状と間伐の大切さを学習した後、間伐材を利用した椅子づくりに取り組んだ。上手に椅子を作るのは難しかったようだが、普段あまり木に接する機会がない現代の子供達にとって貴重な経験となったようだ。

このような間伐材の有効利用として現在、最も力を入れているのが、会員達で設立した住宅メーカーで開発した「つみきブロック」を利用した住宅の販売促進である。つみきブロックとは、杉の間伐材を加工したブロックで、積み重ねることにより住宅の壁を作ることができる製品である。このつみきブロックを使用した「つみきハウス」は、保温性と通気性に優れ、シックハウス症候群と

も無縁で安心な家作りができるという。実際の販売実績はまだ少ないが、健康に良いということでの問い合わせも多くなっている。そして、つみきハウスによる売上金の一部をGENの活動資金に充てる。

また、間伐材の利用先として最近注目されているのが、中国である。現在マンションブームである中国にとって、内装材として間伐材の需要が高まっており、中国への輸出も検討している。このように経済効果を高め、山を守りながら、地域の活性化につなげようとしている。

もつと山の現状に関心を

今後のGENの活動内容としては、特に啓蒙活動に力を入れていきたいとしている。具体的には、「森林塾」の経営である。これは、間伐作業の効率化や山の仕組みに関する講座、森林資源の新しい利用方法などの研究会を恒常的に開催して、子供から高齢者までの幅広い人たちに山を守っていくための知識を持ってもらい、自然と人間の共生の素晴らしさを伝えていこうというものだ。そして、森林塾で人を育て、その中から将来山の仕事に就く人が出てくればと期待している。

また、間伐を進めるには山を所有している所有者の理解が必要である。天竜川流域の山の六割以上は私有地である。そのため、所有者に対してGENの活動の趣旨について理解してもらうための普及活動にも力を入れていくつもりだ。さらに、行政や地元の森林組合と連携していくことも重要である。今後どのような協力関係を築いていけるかを検討している。

住宅メーカーの経営もしている戸田さんは、「現在、日本の山が危機的状況にあることをとにかく知ってもらいたい。日本人の多くは、まだそのことに気づいていない。そして、木の良さを知ってほしい」と語る。また、代表の鈴木さんは「日本人はもとともと木とともに生活してきた。原点に返って、自然から学び取らなければならぬ」と熱く語る。

事実、日本の国土の七割近くが山である。GENの本格的な活動はまだ始まったばかりだが、森林都市宣言をしているこの天竜市から山を守る活動について情報発信をして、多くの人に山の現状を知ってもらいたいという思いがこめられていた。

現場に見る地域づくりの成果

— 先進市町村現地調査報告 —

辻塚也ゼミ

辻塚也ゼミは、平成十五年十月二十七日から二十九日までの三日間、同講師の指導の下、先進市町村現地調査を行った。調査テーマと訪問先は、「合併後の人事管理」で兵庫県篠山市、「地域自治組織」で鳥取県智頭町、「行政改革」で香川県善通寺市の三カ所である。

【篠山市】

平成大合併の先駆けとして平成十一年四月に旧多紀郡の四町が合併して誕生した人口約四万七千人の新市である。

合併後は、職員人事面で旧町間に差がある役職や給料の調整を行うとともに、合併に伴う大規模事業等の事務事業の増減に合わせた組織、人員配置の見直しや、新しく設立した第三セクター会社で行政サービスを補完、代行するなどして、職員の適

性配置及び削減に力を入れている。また、合併当初は支所機能を強化し、旧町ごとの福祉施設、教育施設など多くの施設を抱え、行政サービス多くの維持に努めてきたが、将来的には、市民の合意を得た上での、組織改革や施設の適正配置が必要と考えているようである。

【智頭町】

「日本1/0（ゼロイチ）村づくり運動」による町内の小さな集落の活動が、先進的な地域自治組織として高い評価を得ている町である。町内の集落・地区の特色を掘り起こし、住民主体の誇りある自治を確立するというのがこの運動のねらいで、現在十六の集落が集落振興協議会という組織を設立し、それぞれ独自の活動を展開している。

中でも代表的な事例として、新田

卯月盛夫ゼミ

「参加と協働のまちづくり」「住民の主体的なまちづくり」に柱を置く卯月ゼミは、まちづくり基本条例をいち早く制定したニセコ町、脚本家倉本聰氏に刺激を受け住民の手で立ち上げた富良野演劇工場（劇場）、地域通貨で地域のコミュニティを

深める栗山町の三カ所を訪ねた。塾生皆が、主体的なまちづくりに主眼をおいていることから、今回の視察研修は目的を大いに達成した研修となった。

【ニセコ町】

一日目は、千歳空港から紅葉も見事な道央自動車道を下り、ニセコ町へ。人口約四千六百余人余りの町から、毎年のようにこの全国地域リーダー養成塾へ人材を送り続ける源は何なのか、逢坂町長はどんな人なのかと期待に胸を膨らませ、冠雪した羊蹄山を臨みつつ、ニセコ町役場着。

企画・広報公聴マンの福村氏から、ニセコ町まちづくり基本条例の制定背景や取り組みの内容、現在の状況などの話を聞いた。ふるさと創生から始まったまちづくりに疑問を抱いた同町長が奮起し、ニセコ町の



富良野演劇工場で説明

集落振興協議会の活動について説明を受けた。この集落は、わずか十七戸でNPO法人を立ち上げ、宿泊施設や飲食施設の運営、都市との交流事業、伝統芸能の継承や文化事業の開催等、積極的な活動を展開している。ただし、すべての集落がこの運動に参加している訳ではなく、活動を行っている集落と行っていない集落では、地域の活力に大きな差が出ているようである。また、将来的には、小さな集落での活動を認めつつも、小学校区単位程度の組織の必要性を感じているとのことであった。

【善通寺市】

最後に訪問した善通寺市では、市の実践してきた行政改革について説明を受け、その効率性を徹底的に追求する取り組みに感心させられた。善通寺市の行政改革は、平成六年の現市長の初当選以来、その公約として進められ、平成七年度当初に四十七名いた職員が十四年度当初では三十八名と、九十名削減を実現したと



合併で篠山市今田支所

いう成果をあげている。さらに、平成二十五年には二十人とすることを目標とする「PCOI（プレミアム・シティ・オフィス・イニシアティブ）構想」を打ち出している。

その内容は、単なる人員削減や予算カットというだけでなく、職員の個々の資質向上と民営化、民間委託、市民協働など「民」の力を最大限引き出すことで「小さな市役所」を目指すものとなっている。

今回、訪問した三市町に共通していたことは、いずれの取り組みにも核となる強力なリーダーが存在していたことであった。今後は、全国すべての自治体で、行財政改革を進めながら地域の活性化も図らなくてはならないが、それには思い切った発想と事業展開を図るリーダーの存在は欠かせないと感じた。



岐阜県白川町

● 杉山 哉史

構造改革が始まったという。住民の町政への参加を促す努力は続けられ、同町長自ら町民のもとへ出向き情報を交換し合い、ゆえにまちづくりに基本条例は制定された。また、職員の意識は高められ、数多くのプロジェクトチームが編成され、コミュニティをどう取り込むか、また、ファイリングシステムなど着実に改革は実施されていった。さらに一昨年から住民向けに作成された「も」と知りたいたい今年の仕事」の冊子は予算の配分などがとてもわかりやすく、住民の参加意識を大いに駆り立てるものだった。

「ひとりふたりがリーダー塾へ行ったからと言って、何の力にもならない。十人行くとそれが束になって力を発揮できるんです」同町長の言葉だった。まちづくりはひとづくり、逢坂町長も庁舎も町もとても大きく見えた。

【富良野町】

二日目は、「北の国から」のロケ地として有名になった、富良野に足を運んだ。ロケが終わることで、町に活性の火を絶やしてはならないと、住民らが立ち上がり、芝居つくりの拠点を目指して「演劇工場」が

造られた。二十四時間使用可能で役者にとって使い勝手が良く、創意工夫された劇場の運営は、NPO法人ふらの演劇工房が行っており唯一の黒字経営の劇場という。雪深いところで、創造される演劇をここから全国に発信され、さらに市民の文化活動にもつながっていると理事長の西本氏は目を細めて語った。

【栗山町】

三日目、「あたたかいお金」の交流として始まった地域通貨エコマネー「クリン」は、NPO法人くりやまネットワークによって運営され、立ち上げて三年目を迎える。現在八百名余りを数え、屋根の雪下ろしや子どもの世話などの生活支援、お年寄りへの声かけや病院の介助などで、知らないもの同士の触れ合いや支えあいが始まり、高齢者などの埋もれた資源の発掘にもなっている。と、「クリン」の魅力を理事の中谷氏が話してくれた。

大いなる先進事例に出会う機会を得、今後のステップに役立つ感激感の三日間だった。



ときめき・らんどはなみずき

● 永山 恵子

センター通信

勝沼町が ワインセミナー開催

十月十六日、十七日の両日、山梨県勝沼町主催の「ワインセミナー」がふるさと情報プラザで行われた。

地元勝沼町のワイン醸造メーカーマルキ葡萄酒(株)、中央葡萄酒(株)の製造技術者とワインアドバイザーにより、山梨県のワインの歴史やワインの美味しい飲み方などが紹介された。

山梨県のワイン醸造は明治十年代に、フランスで技術を



講義に耳を傾ける受講者



勝沼ワイン

秋の夜長、ワインを飲みながらのセミナーは大いに盛り上がった。

参加者には、勝沼ワインの試飲が行われ、勝沼のぶどう品種「甲州種」のワインも紹介された。

ワインは香りを楽しむ飲物でもあり、グラスを少し揺らして香りを外に出して飲むと美味しく味わえるとのことでした。

輪島塗 ヌーヴェルヴァーグ展

十一月十日から五日間、ふるさと情報プラザで輪島塗の新たな試みー現代都市生活で使用されるモダンなデザイン

の漆器開発ーを作品展示により紹介した。

技術と伝統背景をパネルなどにより紹介。

開催期間中は、漆器の知識関心の高い方の来館が目立ち、来館者の多くはタイムラインの色使いや輪島塗の手触りの良さに感嘆した様子で、熱心に眺めていた。



「旅フェア2004」 出展者募集！

旅フェアは、旅情報の総合展示会。自治体・旅行会社など関係各団体によりパンフレット配布、体験コーナー、抽選などさまざまな催しものが例年開催され好評を博しております。今年度は愛知県名古屋市のナゴヤドームにて平成16年4月16日(金)から18日(日)まで開催予定です。

旅フェア実行委員会では、今回出展する団体を募集しております。詳しくは同委員会事務局(TEL.03-3276-2318)までお問い合わせください。



総理も足湯を体験(下呂温泉ブースにて)

笑顔がいちばん！

放送予定

● 1月4日

東京都新宿区・多摩市

地域で守る「おとめ山公園」市民が創る福祉の店

● 1月11日

静岡県天竜市・大須賀町

心を豊かにするまちづくり〜歩こつ歴史と芸術にふれるまち〜

● 1月18日

青森市・大間町

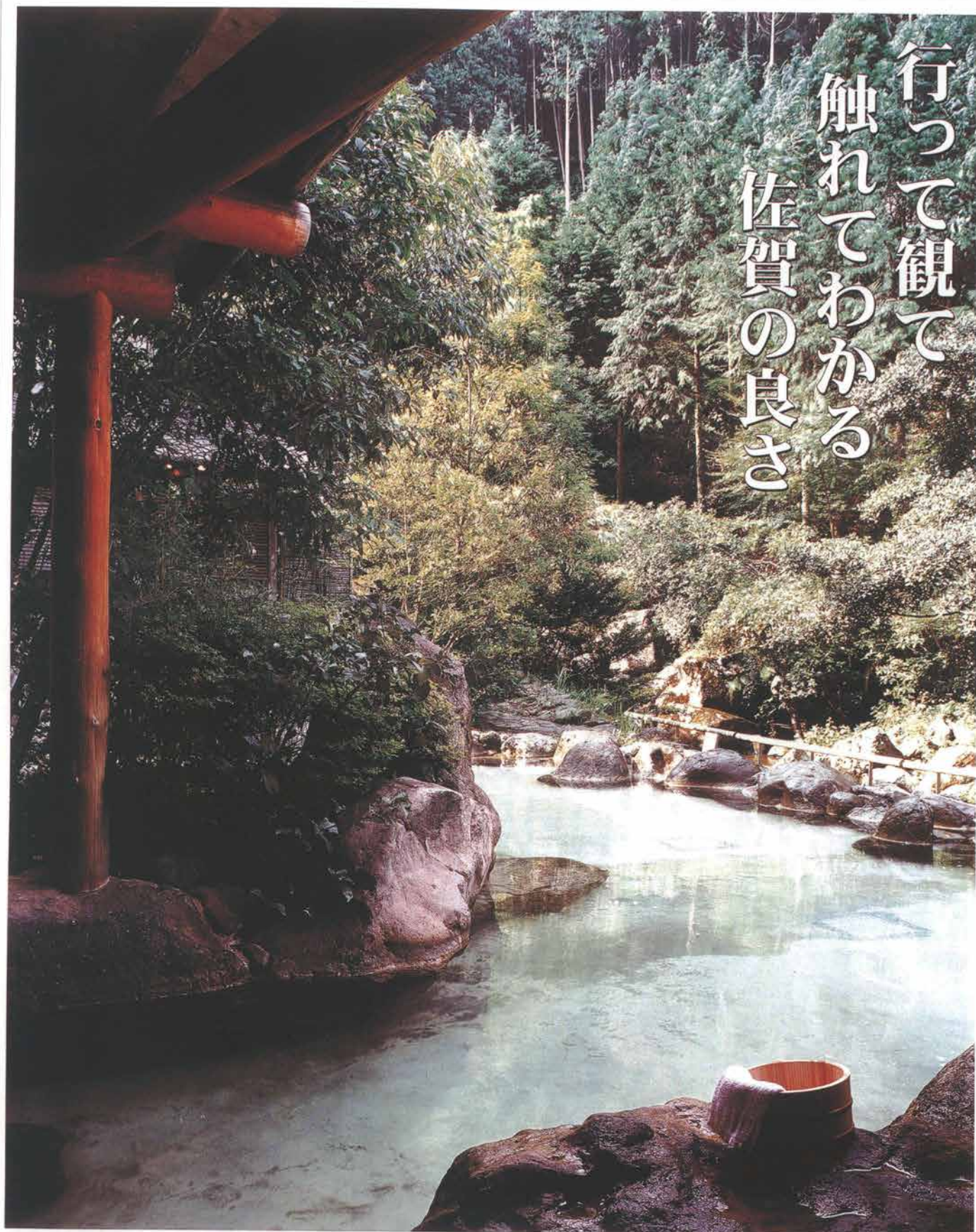
温泉の元気なまちづくり 自然と味と人情を生かした新イベント

● 1月25日

群馬県桐生市・甘楽町

ネットワークと交流を広げて

行って観て 触れてわかる 佐賀の良さ



【雄野温泉】

江戸時代には長崎街道の宿場町として栄えた雄野温泉。伝統ある旅館が立ち並び、歴史と歴史を感じさせる温泉地です。佐賀県は温泉の宝庫。まちをいたる温泉の小さな温泉から雄大な自然を満喫しながらの温泉旅行まで、様々な温泉が楽しめます。



武雄温泉(武雄市)



赤湯温泉(杵臼市)



神の川温泉(杵臼市)



たら竹温泉(杵臼市)



“観光県さが”ダイナミックキャンペーン協議会

佐賀県観光課 TEL 0952-25-7096

URL <http://www.pref.saga.jp/syoshoukankou/kankou.html>

佐賀県

都道府県漫遊
POSTER GALLERY

手前みそ
ですが…

高知市

高知県

61

フクちゃん と遊ぼう まんが王国・土佐



高 知県の中心部に位置にし、温暖な気候と豊かな自然に恵まれた高知市。

高知というと、夏を彩るよさこい祭りや幕末の英雄坂本竜馬を思い浮かべると思いますが、自由と創造の風土にはぐくまれた文化の一つに「まんが」があります。高知市からは、漫画家として初めて文化功労者とな

った故横山隆一氏など多くの著名な漫画家が輩出しており、漫画で町おこしを行っている世界の五都市がまんが都市国際ネットワーク協定を結ぶなど、積極的な漫画文化の発信に取り組んでいます。

市街地を歩くと、空き店舗の壁面を利用し、県内出身者の作品などを展示した「まんがパネル」や、カラ

フルな漫画が描かれた路面電車・バス・列車を見ることが出来ます。また、「まんが甲子園通り」には、毎年夏に全国から高校球児ならぬ高校生児が集結し開催される「まんが甲子園」で最優秀賞に輝いた作品のミニメントが飾られています。

平成十四年四月開館した高知市文化プラザの「まんが館」には、「横山隆一記念まんが館」があり、入口では代表的なキャラクター「フクちゃん」のオブジェが迎えてくれます。

館内には県内出身者の作品などが閲覧できるまんがライブラリーや故横山隆一氏の土佐後の活躍を紹介した隆一ギャラリー、フクちゃんの時代を体感できるフクちゃん通りなどがあり、開館以来昨年十月までに約十二万人が訪れています。

まんが王国・土佐。一度訪れてみてはいかがでしょうか。



まんが甲子園通り



マンダラ



まんがパネル



フクちゃん通り



フクちゃん通り



隆一ギャラリー

11月

(実施)

★日本橋プラザビル
イベントスペース

●11月4日～6日

玉名物産協会(熊本県)

玉名観光物産展(1)

●11月12日～14日

稲川町(秋田県)

伝統の技が息づく町・秋田県

いなかわキャンペーン

●11月17日～18日

舞鶴観光協会(京都府)

舞鶴じまん市(2)

★ふるさと情報プラザ

●11月4日～7日

盛岡市(岩手県)

雪銀河 盛岡広域スキー・温泉・観光

ポスター展

●11月19日～20日

十日町市(新潟県)

雪ときものの町 十日町市の観光

PR展(3)

●11月25日～28日

長崎県

2004長崎ランタンフェスティバル

PRキャンペーン

1月

(予定)

★日本橋プラザビル
イベントスペース

●1月23日

鹿島町(福島県)

●1月29日～30日

中山町(山形県)

★ふるさと情報プラザ

●1月19日～23日

下関市(山口県)

本州四端観光物産展

●1月26日～30日

北上市(岩手県)

みちのく三大桜の名所展



1



2



3

【編集後記】

▼明けましておめでとございます。
本年もよろしく願います。

▼情報化時代と言われて久しい。だが、「ネット
コミュニティのハードの整備は一気に進んだ
が、地域情報発信の内容等を含めソフトの開発は
今だし」とか、「ITが地域活性化を招くという
状況にまだない」との声も多い。特集では、そう
した中で、インターネット、CATV、カード、
FMなどをうまく道具として使っている全国の事
例を紹介した。

▼基調原稿の執筆は、長谷川文雄教授にお願いし
た。多くの事例を通じ、「情報の役割が安心・使
いやすさ・中身の価値に評価の視点がシフトして
いる」とする一方で、「情報を発信する上で、実
際に行って、見て、触れてといった原体験を忘れ
ない」「顔の見えるコミュニケーションが重要だ」
といったことが主眼だったと思う。

▼過去の事例でもみられるように、団体等の活動が
新聞、雑誌に掲載され話題作りに成功したケース
が多い。マスコミを地域情報発信の「道具」の一つ
としてうまく活用しているからだろう。だが、マ
スコミは物珍しいものには敏感だが、なかなかフォ
ローはしてくれない。そのためには、活動の内容は
無論のこと、継続性と斬新さが問われてくる。(丘)

【2月号予告】

特集Ⅱ 少子化対策

地域づくり1月号

平成16年1月1日発行 編集・発行財団法人地域活性化センター

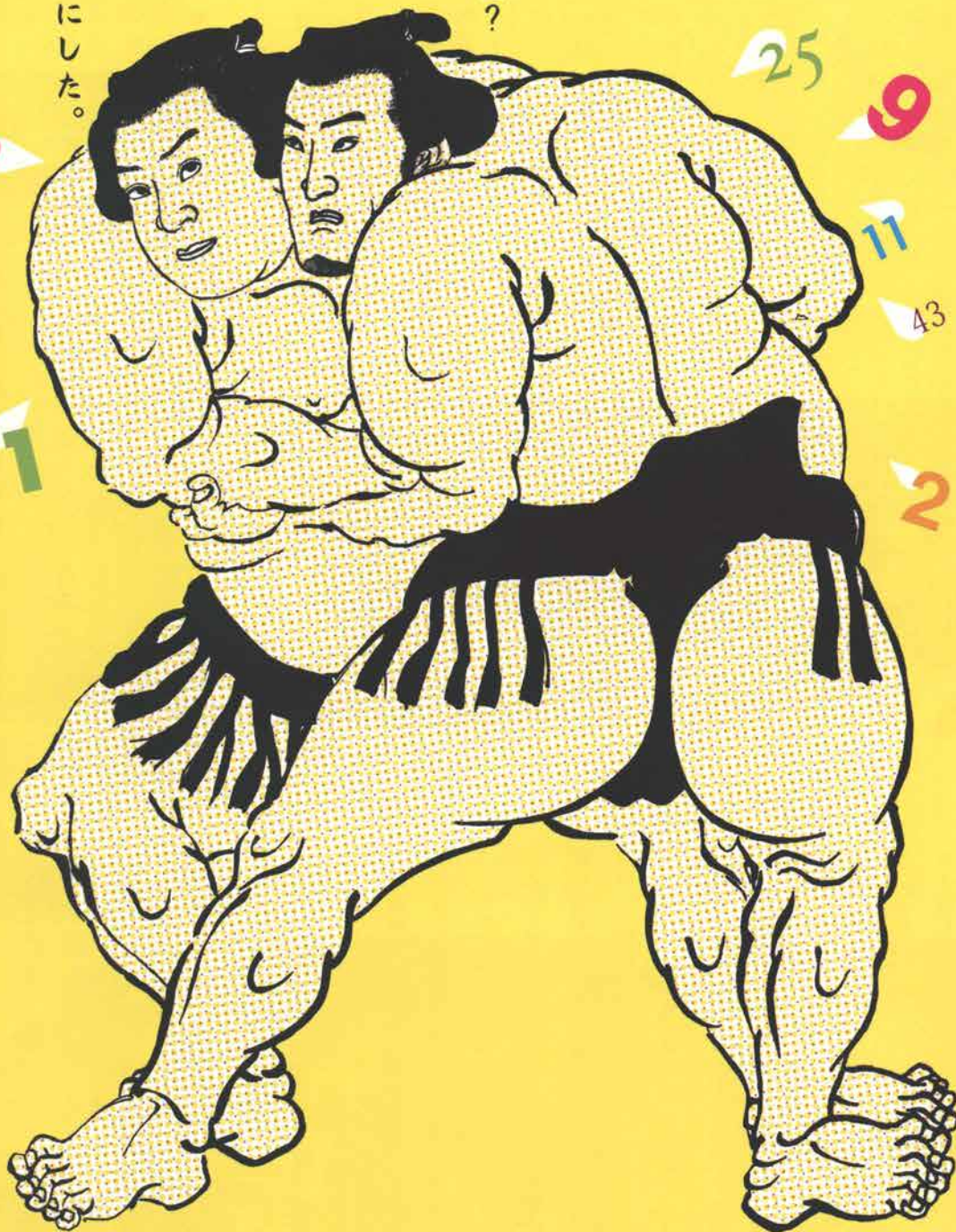
東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル13階 電話03-5202-6131(代) <http://www.chiiki-dukuri-hyakka.or.jp/>

印刷・製本/株式会社丸井工文社

手に汗にぎる選ぶくじ

ロトも買った？

ナンバーズにした。



LOTO 6
ロトシックス

MINI LOTO
ミニロト

NUMBERS
ナンバーズ

個性が光る3タイプそろって毎日・好評発売中。
お買い求めは、数字選択式宝くじのロゴマークのある売り場で。



このマークのある銀行のATMでも購入できます。
(その銀行のキャッシュカードが必要です。)

●外国発行の宝くじを、日本国内において購入することは、法律で禁止されています。

宝くじの収益金は、
身近な街づくりに役立っています。

宝くじ



財団法人 **日本宝くじ協会**

当せんはしっかり調べて、しっかり換金。

宝くじのホームページ

<http://www.takarakuji.nippon-net.ne.jp>