

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 ■ ソーシャルビジネスを
活用した地域づくり

12

2009

ISSN 1340-8917



西念寺



稲田石の彫刻と「石切り山脈」



茨城県陶芸美術館



春風萬里荘



北山公園

1 巻頭エッセー ● 絆。を結ぶさいたま市

清水勇人（さいたま市長）

特集 ソーシャルビジネスを活用した地域づくり

- 4 ソーシャルビジネスの可能性 中村陽一（立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科教授）
- 8 NPO法人ゆうばり観光協会（北海道夕張市）観光による地域活性化を目指す 高村健次
- 10 NPO法人茨城県南生活者ネット（茨城県龍ヶ崎）市民の自発的なまちづくりを支援 松原卓朗
- 12 株式会社フューチャーリンクネットワーク（千葉県船橋市）官民協働の地域情報ワンストップ提供 石井丈晴
- 14 株式会社イータウン（横浜市）「Cafe」から始まるおもしろまちづくり 斉藤 保
- 16 栄村社会福祉協議会（長野県栄村）地域の安心安全を支える「げたばきヘルパー」 齋藤家富
- 18 NPO法人Mブリッジ（三重県松阪市）カルチャースクールでまちづくり 濱田昌平
- 20 株式会社御蔵川（石川県七尾市）川沿いから「ひと・みせ・まち」はぐくむ 森山奈美
- 22 株式会社コミュニティタクシー（岐阜県多治見市）社会貢献する株式会社へ 岩村龍一
- 24 NPO法人ひろしまね（島根県邑南町）「もう一つの役場」設立へ始動 嶋渡克顕
- 26 NPO法人里山を考える会（北九州市）里山の仕組みを活かした社会づくり 関 宣昭
- 28 NPO法人宮崎文化本舗（宮崎市）映画を通じた地域文化振興 石田達也
- 30 経済産業省のSB、CB振興施策 福住知宏（経済産業省 立地環境整備課）

レギュラーレポート

- 34 ～北から南から～ 株式会社吉田ふるさと村（島根県雲南市）住民出資会社が地域経済を活性化 藤原俊男
- 36 団体探訪
市民メディアべばーみんとかんぱにー
「お母さん」目線から地域の子育て支援 前橋市
- 38 門司港レトロ倶楽部
官民連携し一体化した観光振興 北九州市
- 40 地域再生実践塾 平成21年度第4回
ツーリズムによるまちづくり 宮城県大崎市
- 42 地域づくりコンテンツ発信支援事業
「地域づくり総務大臣表彰」受賞団体の動画紹介 企画調査課
- 44 JOIN関係
設立2年、事業の本格的展開 JOIN事務局
- 45 首長の思い 地域の力で拓く未来 櫻村千秋（日立市長）
- 48 センター通信

グラビア

2 ソーシャルビジネスを活用した地域づくり

- 46 都道府県漫遊●青森県 47 手前みそですが…●福島県田村市



祈願後、特設馬場へ向かう流鏝馬の一行

表紙Ⅱ 笠間稲荷神社の神事流鏝馬（茨城県笠間市）

日本三大稲荷神社の一つ、笠間稲荷神社の神事流鏝馬が文化の日の十一月三日、笠間市内で催された。

同神社の流鏝馬は、小笠原流の古儀古術で行われ、矢の命中度により農作物の豊凶を占う儀式。昭和二十五年以来、毎年開催され、鶴岡八幡宮、日光東照宮に並ぶ関東三大流鏝馬の一つに数えられている。

会場は、今年も笠間小学校前の一般道に設けられた特設馬場。鎌倉時代の流鏝馬装束姿の射手たちが、次々と馬を走らせて矢を放ち、家族連れの観光客らを沸かせていた。

笠間市は茨城県のほぼ中央に位置する。人口は約八万人。陶芸の笠間焼や石材の稲田石といった特産品が全国的に知られている。

市内には、笠間稲荷神社のほか、縁結びの常陸国出雲大社や、親鸞聖人ゆかりの西念寺など名所旧跡が多い。また、万能の異才、北小路魯山人の住居を北鎌倉から移築し、遺品などを展示する春風萬里荘もある。

●文：古閑 ●カメラ：小形又男



さいたま市長 ● 清水勇人

「絆」を結ぶさいたま市

～民間とのパートナーシップによる市政運営～

本年五月に、市政の舵取り役を担わせていただくことになってから、半年あまりが経ちました。今、改めて、市長の権限の大きさ、責任の重さを感じており、就任時にも増して身の引き締まる思いではありますが、充実した日々を過ごしております。中でも、市民や職員との約束である「徹底した現場主義」を実践すべく、現場訪問、学校訪問、タウンミーティング、職員との車座集会などに行き渡るだけ時間を充て、市民や地域の皆様の声を直接伺うようにしています。

さまざまな機会を通して見えてきたことは、あらゆる場面において、市民や企業の皆様がそれぞれ直面する課題に対し、真摯（しんし）に向き合い、より良いまちを創っていくこうとする姿、そのものであります。市民、事業者、行政の三者が自らの責任を果たし、地域や市の課題をとらえ、ともに行動する「責任と共感 共汗（きあせうかん）」を市政運営の基本姿勢とする私としては、非常に心強く感じているところです。

しかし、現下の厳しい経済・雇用環境や少子・高齢社会の進展、地球温暖化などといった社会的課題に加え、本市では都市化と核家族化の進行により、教育、福祉、子育てなどをめぐる地域課題も深刻化する中、行政に求められるニーズは実に多様化、複雑化しております。ただ、こうした課題に行政だけが応えていくことは、行政の肥大化を招きかねません。

私は、「自助」「共助」「公助」を基本理念とした上で、一人ひとりが、当事者意識を持ちながら、自分ができることは何であるかを考え、行動するとともに、地域や企業の中で知恵を出し合いながら、対応していくことが必要だと考えます。

そして行政は、市民や事業者、地域が主体的に取り組

める施策を、創意工夫して提供する必要があると考えております。

そこで、私のマニフェストに基づく「しあわせ倍増プラン2009」を策定し、基本理念に沿った施策を進めているところですが、「共助」と関連して、民間とのパートナーシップに関する施策をご紹介したいと思います。

まず、去る十一月に、民間人専門家も登用する市長直轄の「行財政改革推進本部」を立ち上げたところです。この本部では、指定管理者制度やPFIなどの活用推進を盛り込み、「民間力」を活かした行政サービスの提供を積極的に進めてまいります。

また、持続可能な低炭素社会の実現を図るべく、地球温暖化の面で大きく期待されるEV（電気自動車）普及に向けた取り組みとして、市民、事業者、行政の連携「絆」による充電セーフティネットワークの構築等を目的とする「E-KIZUNA Project」を実施してまいります。

さらに、地域や社会の課題をビジネスの手法により解決を図るため、都市部に位置する本市独自の優位性や課題を踏まえつつ地域経済の活性化に資する、さいたま市ならではのコミュニティビジネス、ソーシャルビジネスに関するモデル事業への支援を今年度から実施してまいります。

こうした取り組みを通じ、市民、事業者、行政の連帯感、つまり、地域における「絆」を深めることで、市民の一人ひとりがしあわせを実感できる市政を実現し、「日本一ひらかれた、日本一身近で、はやい行政、日本一しあわせを実感できるさいたま市」を目指してまいります。

ソーシャルビジネスを 活用した地域づくり



龍ヶ崎コミュニケーションハウスの外観

● NPO法人茨城県南生活者ネット（茨城県龍ヶ崎市）(p10-11)



観光ガイドの研修

● NPO法人ゆうばり観光協会（北海道夕張市）(p8-9)



普段着で活動する「げたばきヘルパー」

● 栄村社会福祉協議会（長野県栄村）(p16-17)



地域の祭りへ参加、協力

● 株式会社フューチャーリンクネットワーク（千葉県船橋市）(p12-13)



約 500 個のたまごの殻でつくったエコキャンドル

● 株式会社イータウン（横浜市）(p14-15)



中心市街地活性化の象徴となる御祓川の再生

● 株式会社御祓川（石川県七尾市）（p20-21）



商店街イベントでダンス発表

● NPO法人Mブリッジ（三重県松阪市）（p18-19）



空き家を改修し宿泊交流拠点

● NPO法人ひろしまね（島根県邑南町）（p24-25）



生活支援企業を目指すタクシーとドライバー

● 株式会社コミュニティタクシー（岐阜県多治見市）（p22-23）



市民と商店街の花植栽イベント

● NPO法人宮崎文化本舗（宮崎市）（p28-29）



農作業の実習

● NPO法人里山を考える会（北九州市）（p26-27）



ソーシャルビジネスの可能性

—社会デザインの新しい力に—

社会デザインとソーシャルビジネス

二十一世紀に入り、環境や地域紛争など前世紀からの宿題に加えて、新しい形の貧困や社会的排除 (social exclusion) が大きな課題となってきた。その解決のため、政府行政・民間企業・NGO／NPOなどの組織はそれぞれのような役割を担うのか。また、近年、重視されることの多いセクターの垣根を越えた「協働」は、どこまでの有効性と可能性を期待できるのか。

いずれにしても、その際、従来の発想と方法論を超え、社会の仕組みや人々の参画の仕方を変革し具体的に実現していくことが必要になってくる。そのような社会革新 (ソーシャル・イノベーション) の思考と実践を、私は「社会デザイン」と呼びたい。いうまでもなく、ソーシャルビジネスもまた、そうした社会デザインを実現するため



立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科教授 ● 中村陽一

に不可欠の要素である。これを「地域づくり」という文脈に位置付けるなら、社会デザインとしての新しいコミュニケーションデザインにとっての大きな力になりうるものとして、その可能性を拡大深化させていく必要があるだろう。

さて、経済産業省がとりまとめたソーシャルビジネス研究会の報告 (二〇〇八年四月) によれば、日本には、約八千のソーシャルビジネス (以下、SB) を行う事業者があり、雇用規模は約三万二千人、市場規模は約二千四百億円という (ただし、この数字はまだ概算という印象が強く、基礎統計といえる数字を明らかにするための調査が今年度予定されているところである)。事業者のうち約半数はNPO法人で、株式会社が約二〇%、残りはそのほかいろいろな形態であり、取り扱う分野は、福祉、保健、医療、子育て支援、教育、地域活性化、まちづくり、観光振興、安全安心づくり、文化・芸術、スポーツ、国際交流、フェアトレード

ドなど多岐にわたる。なかには、事業体のみならず、中間支援組織やシンクタンクのような組織も含まれている。

そんな中、昨年十二月に民間と経産省とのパートナーシップ型組織「ソーシャルビジネス推進イニシアティブ」が発足し、SBの推進にあたっている。今年三月十九日に経産省との共催で開催された「ソーシャルビジネス全国フォーラム」には、定員四百人のところ、はるかにその数を超える参加申し込みが寄せられ、活況を呈した。参加者は、SB関係者のみならず、NPOや中間支援組織、行政、学生、企業など幅広く、SBへの関心の高さをうかがわせるものとなった。

このような動きの背景は何か？ SBに関心を寄せる人たちの目指すものは？ イニシアティブ座長を務める立場から、SBを取り巻く環境、経済社会の革新と新しいコミュニケーションにとっての意味などについてまとめてみたい。



SBの現状と「社会を変える力」への期待

SBについて、学術的に定説といえる定義はまだないが、とりあえずの説明としては「社会的課題の解決にビジネスの手法をもってあたる事業体」とされている。コミュニティビジネス（以下、CB）、社会的企業、担い手としての社会起業家など、さまざまな言葉や考え方が錯綜（さくそう）する中で、それらを広く含む概念として出ているといえよう。概念・間口を広くしておき、実践を集積していくなかから、いずれ定義が絞られてくることが望ましいだろう。

では、なぜSBに光があたっているのか。その背景には、社会的課題解決へと向かうより強い推進力が必要とされている、という社会の現状がある。

NPO法（特定非営利活動促進法）が施行されて十年余り。NPO法人の数も三万八千四百五団体となり（九月三十日現在）、NPOあるいは市民活動という言葉も、市民生活の中かなり定着してきた。その一方で、解決を要するさまざまな社会的・地域的課題は、その質・量ともに増えこそすれ減ることはなく、むしろ深刻さを増しているといえる。しかしながら、それらに対応すべきNPOや市民活動グループは、資金や人材などのリソース、組織としての経営力で必ずしも十分な力をもっているとはいえない。地域を変え、社会を変え、世界を変える市民のより強い歩み・力が求められているいま、次のステップに進む必要があるのではないかとその一つの形としてSBがあ

るのではないかと考える。

いわばSBは、NPOのセカンドステップ、現状からの突破口になる可能性を秘めている。そう考える背景には、アジアのNGOの成功例からの学びがある。

アジアと世界のSBに学ぶ

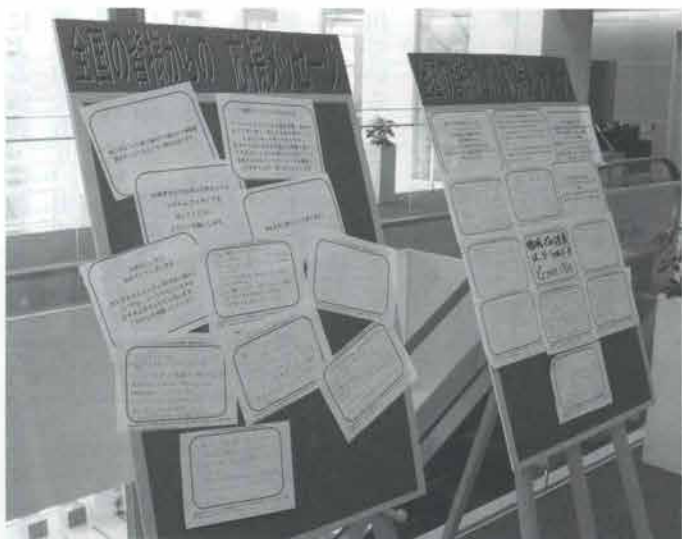
ノーベル平和賞を受賞したグラミン銀行のユヌス博士や、同じくバン格拉デシュの巨大NGOであるBRAC（バングラデシュ農村向上委員会）のアベド総裁は、女性など社会の底辺にいる人たちのエンパワメントとして、マイクロファイナンスをはじめとしたさまざまな貧困撲滅のための事業や仕組みを創ってきた。



ソーシャルビジネス全国フォーラムのトークセッション

そこでは、多くの雇用を創りだすと同時に、その周辺環境の整備、例えば、生活の基本となる衛生や医療の基盤整備や働きやすい環境をつくるための保育、教育、職業訓練などを行うことにより、地域の底力そのものを掘り起こしてきたのである。これらの組織はNGO関係のネットワークにとどまらず、いまや、世界的な教育機関や企業と連携事業や合併事業を立ち上げ、多国籍SB化している。

それら事業においては、個人的な利益を上げることではなく、社会・地域を活性化し、その恩恵が最貧層の人たちにも行き届くようにすることが目的とされていることが大きな特徴である。あくまでも社会を変えていくための手法であり、包括的なアプローチをとることにより、地域の人たち



全国からの応援メッセージ

の経済的自立を実現し、地域を活性化し、より民主的で平和な社会を構築することをめざしているのだ。

ユヌス博士はまた、アメリカを本拠とし、世界の社会起業家を支援するアショカの顧問も務めている。このアショカのリーダー、ビル・ドレイトンの考え方に、SBを推進する意味づけの一端をくみとることができる。すなわち、フェローとよばれる支援対象者を選ぶ際に、(1) 創造性 (2) 企業家にふさわしい性格、つまり考えを具体化する方法論を持ち、実現まであきらめずに取り組むことができること (3) より多くの人たちに影響を及ぼすアイデアであること (4) 強い倫理観を



ソーシャルビジネス55選感謝状贈呈式

持つこと—などを条件として挙げている。

もともと、株式会社ができたと経緯も、事業を通じて社会に貢献・還元することが基本にあったはずで、企業とは本来社会的存在である。世界的な実業家であり社会起業家であるデフタ・パートナーズグループ会長の原丈人氏は、株主の利益のための会社ではなく、経営者から顧客のみならず、地域やひいては地球全体に貢献する「公益資本主義」という考え方を打ち出している。そういう意味でも、企業の社会貢献のみならず、CSRもよりSR (社会的責任) の側面が強調される方向にシフトしていくことが望まれており、企業の側もNPOや起業家との連携により、新しい局面を生み出すことができるはずである。

SB/CBの今後

こうして、社会に山積する課題の解決にビジネスの形で取り組む新たな産業としてSBをとらえ、地域の活性化と雇用の創出を狙ったサポートも始まりつつある。例えば、SB/CBの認知度を高めるための広報活動、ネットワーク形成や中間支援機能強化、SB/CBの担い手の育成、事例の集積とそのモデル化や応用の可能性づくりなどに関わる予算が経済産業省では組まれている。今年三月のフォーラムはネットワーク形成の場であり、そこで発表・表彰された「ソーシャルビジネス55選」では、全国のさまざまな取り組みが紹介された (本特集では、その中から多数の事例が紹介されている)。

SB/CBの考え方や手法は、これまでの市民

による活動・運動などの中にも、さまざまな形で潜在的にあり、実践を重ねてきていることで、必ずしもまったく新しいことではない。実際、「ソーシャルビジネス55選」の中には、長年にわたって地道な活動を続けてきたNPOや団体が多く含まれている。ただ、新しい担い手によって、より洗練され、普遍的に受け入れやすい表現方法となつてあらわれてきたことにより、新しい展開の芽が出ていることも確かである。

いま必要なことは定義付けや市場原理のもとでの差異化というより、より広いビジョンとアイデアをもって、そこから、おもしろい取り組み、有望な取り組みを発掘し、広く知られるようにすること、地域を変え、社会を変え、世界を変える方向に少しでも近づけるようにしていくことだと考える (その意味で、新しい目的や理念や価値をめぐっての「競争」は歓迎したい)。

未来へのキーワード

最後に、未来へ向けて三つのキーワードを挙げておきたい。

一つはソーシャル・インクルージョン (社会的包摂) である。私たちの生活を脅かすものとして生じているリスク (格差拡大による社会的排除や現代的貧困、医療・保健・福祉・環境・教育・家族等々をめぐる荒廃や質の低下) にどのような能動的対応ができるか、これがあらゆる社会的組織とその事業・活動にとっての正念場となる。貧困、社会的排除の現代的な表われにたいして、私たちが生み出してきた諸社会組織はどう対応できるの

ソーシャルビジネス55選一覧①

No	都道府県	団体名	主な活動分野
No.1	北海道	特定非営利活動法人楽しいモグラクラブ	③ 教育・人材育成
No.2	北海道	株式会社マミープロ	② 子育て支援
No.3	北海道	特定非営利活動法人札幌チャレンジド	② 障害者や高齢者、ホームレス自立支援
No.4	北海道	特定非営利活動法人北海道職人義塾大蔵校	① 教育・人材育成
No.5	岩手県	あやおり夢を咲かせる女性の会	① 地域活性化・まちづくり
No.6	宮城県	特定非営利活動法人不忘アザレア	① 地域活性化・まちづくり
No.7	宮城県	社会福祉法人はらから福祉会	② 障害者や高齢者、ホームレス自立支援
No.8	茨城県	特定非営利活動法人くらし協同館なかよし	① 地域活性化・まちづくり
No.9	群馬県	特定非営利活動法人ハートフル	② 保険・医療・福祉
No.10	千葉県	特定非営利活動法人TRYWARP	① 地域活性化・まちづくり
No.11	千葉県	株式会社フューチャーリンクネットワーク	① 地域活性化・まちづくり
No.12	東京都	特定非営利活動法人「育て上げ」ネット	③ 教育・人材育成
No.13	東京都	株式会社アバンティ	③ 環境(保護・保全)
No.14	東京都	特定非営利活動法人イー・エルダー	② 障害者や高齢者、ホームレス自立支援
No.15	東京都	特定非営利活動法人フローレンス	② 子育て支援
No.16	神奈川県	株式会社イータウン	① 地域活性化・まちづくり
No.17	新潟県	さんぼく生業の里企業組合	① 地域産業振興
No.18	富山県	社会福祉法人フォーレスト八尾会	② 障害者や高齢者、ホームレス自立支援
No.19	石川県	株式会社御成川	① 地域活性化・まちづくり
No.20	石川県	株式会社壺水社	① 教育・人材育成

ソーシャルビジネス55選一覧②

No	都道府県	団体名	主な活動分野
No.21	山梨県	特定非営利活動法人えがおつなげて	① 地域活性化・まちづくり
No.22	長野県	有限会社 ねば塾	② 障害者や高齢者、ホームレス自立支援
No.23	岐阜県	株式会社コミュニティタクシー	① 交通
No.24	岐阜県	特定非営利活動法人G-net	④ 教育・人材育成
No.25	静岡県	ヘアサプライ ピア	② 保険・医療・福祉
No.26	愛知県	特定非営利活動法人パンドラの会	② 障害者や高齢者、ホームレス自立支援
No.27	愛知県	株式会社にんじん	③ その他(食の安全)
No.28	愛知県	特定非営利活動法人アスクネット	① 教育・人材育成
No.29	愛知県	株式会社エフエム岡崎	① 地域活性化・まちづくり
No.30	三重県	特定非営利活動法人生活バス四日市	① 交通
No.31	三重県	特定非営利活動法人Mブリッジ	① 地域活性化・まちづくり
No.32	三重県	特定非営利活動法人愛伝舎	② 国際交流・国際協力
No.33	京都府	有限会社キュアリンクケア	② 子育て支援
No.34	大阪府	特定非営利活動法人大阪NPOセンター	④ その他(中間支援)
No.35	大阪府	有限会社ビッグイシュー日本	② 障害者や高齢者、ホームレス自立支援
No.36	兵庫県	特定非営利活動法人宝塚NPOセンター	④ その他(NPO設立相談、起業相談)
No.37	兵庫県	特定非営利活動法人コムサロン21	④ その他(中間支援)
No.38	兵庫県	株式会社チャイルドハート	② 子育て支援
No.39	和歌山県	農業法人株式会社秋津野	① 地域活性化・まちづくり
No.40	鳥取県	株式会社吉田ふるさと村	① 地域産業振興

ソーシャルビジネス55選一覧③

No	都道府県	団体名	主な活動分野
No.41	広島県	特定非営利活動法人コーチズ	③ 保険・医療・福祉
No.42	広島県	特定非営利活動法人日本タッチ・コミュニケーション協会	② 子育て支援
No.43	徳島県	株式会社いろうどり	① 地域産業振興
No.44	徳島県	特定非営利活動法人ジェイシーアイ・テレワークーズ・ネットワーク	② 障害者や高齢者、ホームレス自立支援
No.45	香川県	特定非営利活動法人わははネット	② 子育て支援
No.46	高知県	株式会社四万十ドラマ	① 地域産業振興
No.47	高知県	株式会社赤岡青果市場	① 地域産業振興
No.48	福岡県	特定非営利活動法人えふネット福岡	① 地域活性化・まちづくり
No.49	福岡県	株式会社フラウ	② 子育て支援
No.50	福岡県	特定非営利活動法人循環生活研究所	③ 環境(保護・保全)
No.51	福岡県	特定非営利活動法人里山を考える会	③ 環境(保護・保全)
No.52	宮崎県	特定非営利活動法人宮崎文化本舗	① 地域活性化・まちづくり
No.53	鹿児島県	特定非営利活動法人ネイチャリング・プロジェクト	④ 教育・人材育成
No.54	沖縄県	有限会社やんぱる自然塾	① 観光
No.55	沖縄県	特定非営利活動法人島の風	① 観光

経済産業省公表資料

※主な活動分野の○数字は本文との関係がありません。

かが問われている。

二つめには組織と事業(活動)のサステイナビリティ(持続可能性)をどう確保するのかがである。そして三つめに、ソーシャル・キャピタル(人間関係資本、社会関係資本)を地域レベルでどう醸成していくのか。人びとの協調行動を導き出す社会的基盤として、人と人との関係性から紡ぎ出される信頼や相互扶助やネットワークといった側面から注目されているこの概念をめぐっては、地域における多様な市民事業(活動)の発展がなぜ重要なのか、どうすればそうした方向が導き出せ

るのか、という大切な論点につながるだけに、現在、日本の自治体レベルでも実践的な調査研究や模索が開始されている(私が関わっただけでも、さいたま市、三鷹市、相模原市など枚挙に暇がない)。

S Bを“Business for others, not charity”と説明したユヌス博士のことばに象徴されるような、倫理性と実効性のある取り組みをこれからも進めていきたいと思う。

(参考文献)

1. 中村陽一「改めて社会デザインとしてのCS

R「エコノミスト」二〇〇九年三月三十一日号、毎日新聞社

2. 中村陽一「ソーシャルビジネスのすすめ」『グラフィケーション』一六二号(二〇〇九年五月)、富士ゼロックス株

3. 原丈人「新しい資本主義―希望の大国・日本の可能性」PHP新書、二〇〇九年

4. ムハマド・ユヌス『貧困のない世界を創る―ソーシャル・ビジネスと新しい資本主義』(猪熊弘子訳) 早川書房、二〇〇八年

観光による地域活性化を目指す

— ボランティアアらの力結集 —



NPO法人ゆうばり観光協会 理事長 ● 高村健次

夕張市は、北海道のほぼ中央、空知地方の南部に位置し、札幌市、苫小牧市、千歳空港から約六十キロメートルの範囲内にある。面積は約七百六十三平方キロメートルで、うち九二%は林野。標高も高く丘陵傾斜地となっており、夕張川とその支流が市内のほぼ中央を貫流し、流域に沿ってY字型に集落が形成されている。

地形的な影響から四季や昼夜の気温の変化が著しく、風は四囲の山々に遮られて弱い、雨量、積雪量とも平均（北海道）より多量である。

「ゆうばり」という地名は、アイヌ語でユーパロから転じたもので、「鉱泉の湧き出る」という意味を持つ。

また、特産品として全国ブランド「夕張メロン」があり、映画の街として真冬の映画祭「ゆうばり国際ファンタスティック映画祭」が有名である。

（ ） NPO法人で再出発

夕張市はかつては「石炭のまち」で知られ、その城下町として栄華を極めた。しかし、昭和三十

五年ごろから国のエネルギー政策の転換等により昭和三十八年を境として閉山が相次ぎ、ついに平成二年三月をもってすべての炭鉱はその姿を消すに至った。最盛期十一万七千人を数えた人口も現在では一万一千人と十分の一に減少。高齢者人口の割合も四二%となり、「超高齢、超過疎のまち」へと激変した。

炭鉱なきあと、当時の市長は財政立て直しのため、「炭鉱から観光」への大転換を決意し、行財政を観光に大きくシフト。第三セクターによる観光開発事業は次々と投資規模を拡大した。しかし、折からの景気の低迷、経営陣（市幹部OBら）の経営能力不足等も相まって赤字運営に。これらが市財政の大きな足かせとなっており、その他諸々の要因も絡み合い財政が悪化し、平成十九年三月、「財政再建団体」に指定されることとなった。

夕張市の観光事業は以前、同市と、市出資の第三セクター、市の観光課に事務局を持つ任意団体「夕張観光協会」が中心となり振興してきた。しかし、市の財政破綻（はたん）によりすべてが頓

挫。多くの人々に親しまれてきた貴重な観光施設、資源が不採算部門として切り捨てられることとなり、観光に赤信号が灯るに至った。

その後、民間ボランティア団体「夕張観光ボランティア・ガイド友の会」と、旧「夕張観光協会」の両者が力を結集。「NPO法人ゆうばり観光協会」として再編成し、新たに夕張市の観光を担うこととなった。

また、市有財産である施設のうち、一部は取り壊しの運命となったが、ホテル等大型施設については指定管理者制度の導入により民間への貸与や譲渡などで維持管理が図られることとなった。

（ ） 財源確保に積極対応

NPO法人ゆうばり観光協会は平成十九年三月に設立。会の構成メンバーは現在、正会員六十一人、賛助会員・特別会員若干名である。

設立後まだ日も浅く、特筆すべき点も少ないが、設立時の次の基本的な考え方にに基づき運営を行っている。

- （1）市内にある映画ロケセットや炭鉱遺産等の管理、それらを活用したイベントの開催
- （2）観光客を対象にした現地ガイドの派遣
- （3）福祉・障害を持つ観光客へのボランティア活動

- （4）その他、文化・スポーツイベントの開催、支援活動

- （5）協会単独による観光イベントの開催

- （6）眠っている観光資源の発掘

- （7）市の財政破綻（はたん）により閉鎖された公共施設の維持管理



ガイド養成講座



販売活動

(8) 観光案内所の開設

(9) 協会だより「はあと♥ゆうばり」の発行

(10) ポスター・チラシ・パンフレットの作成

(11) その他従来型の観光に「癒し」「生活」「文化」といった、付加価値を付けた観光の追究

現在実際に取り組んでいる例として、吉永小百合さん主演の映画「北の零年」のロケセットの維持管理があり、例年春には吉永小百合さんを招き桜の植樹祭を開催している。また、公共施設としては「夕張駅舎」の公衆トイレの維持管理が挙げられる。

同観光協会単独で開く行事は、夏と冬の二回。具体的には、夏は子供たちの夏休み中、親子で楽しめる行事として「ファミリー夏祭り」を、冬のイベントとしては、これもファミリーで楽しんでもらう「寒太郎まつり」を開催している。

観光ガイドの派遣についても、団体・個人を問

わず積極的に取り組んでいる。

さらには夕張市が「財政再建団体」ということもあり、全国の地方議会等からの講演・懇談などの依頼も結構あり、財源確保の面からも積極的に対応している。

会の運営には多額の資金を必要とし、その財源は主に会員からの会費と寄付金で賄われているが、財政的にかなり厳しいものがある。そこで同協会では、一年ほど前から財源確保を目指し次の事業にも取り組んでいる。

(1) 物販の製造・販売活動

①「石炭の生キャラメル」の製造（委託）卸・小売
②「長いもキムチ」の製造（委託）卸・小売

夕張特産長いもを使用

(2) 食販

①「長いもだんご汁」
②「山菜そば」
③「紅葉弁当」

スにしただんごを使用

(3) その他、観光土産品として各種のグッズを製作、販売

しかしながら、まだまだ財政基盤は脆弱であり、会員の有形・無形の献身的ボランティア精神に支えられながら会務の運営を行っているのが実情である。

最後に今後の課題と計画であるが、次に記載する通り、人的、物的、経済的問題を抱え、これらの対策が喫緊の課題である。

日本一の観光案内人へ

最後に今後の課題と計画であるが、次に記載する通り、人的、物的、経済的問題を抱え、これらの対策が喫緊の課題である。

(1) 情報の受発信をリアルタイムに処理できる体制の強化。そのための要員の確保、特に人件費の捻出問題

(2) 観光案内所の設置（売店・事務所スペースも確保）

(3) 観光客誘致を図るため、出張PR活動の強化

(4) 会員の老齡化対策、若年会員の確保

(5) ポスター・マップ・パンフレット等の質・量の確保

その他、種々の問題を抱えており、厳しい環境にあるが、低迷した地域経済を活性化させるためにも、めげることなく全会員スキルアップを図りつつ、一步一步確実な歩みを進めたいと考えている。

「春は桜、夏はメロン、そして全山紅葉の秋、冬はパウダースノーのゲレンデスキーと映画祭。四季を織りなすそれぞれのテーマのある魅力あふれる夕張」。

「ハコ物」観光の失敗を良き教訓とし、観光の原点に立ち戻り「大自然」「炭鉱遺産」「映画のまち」それらにプラス「環境」を絡ませた効果的な観光振興を押し進め、一人でも多くの観光客にこの舞台に立つてもらうことを願い、全会員が日本一の観光案内人を目指し切磋琢磨（せっさたくま）していきたい。

市民の自発的なまちづくりを支援

ーコミュニケーションハウスを中心にー



NPO法人茨城県南生活者ネット

代表理事

● 松原卓朗

地域主権の活動

私たちの活動の始まりは十六年前にさかのぼり、そのとき「地域主権」を掲げた。地域が自立していくことでしか日本の将来はないと考えたからだ。市民自らが付加価値を出して国のために上納するという考えが国を榮えさせる考えであると思っている。この考えは、ケネディ大統領の「国があなたに何かをしてくれるかを尋ねるのではなく、あなたが国のために何かができるかを考えてほしい」と言った演説と共通している。地域主権の考えは今でも変わらない。

コミュニケーションハウスという 場で活動

まず、日ごろの活動の拠点が必要であると思い、私費で龍ヶ崎コミュニケーションハウス（コムハウス）という会館を建てた。平成十四年五月、土地代を含めて四千万円かった。私たちは「場の理論」と言っているが、この場があることにより人の出会いがスムーズに頻繁に行われると考えて



コムハウスの外観

いる。五年前に特定非営利活動法人（NPO法人）を設立し、茨城県南生活者ネット（KCNC）として活動している。現在の主な活動内容は次の通り。

（1）コラボレイトショップComCom

ボックス棚を作って、貸しBOXショップにしている。手作り商品などを展示・販売。ビーズ、パッチワーク、革工芸など手作りの商品を展示しているが、これらの手芸教室も毎月開いて生徒を集めている。コラボレイトショップと名付けた理由は、手作り商品をお客と一緒にやってコラボレイト（協働）して作っているところから考えたからである。そのほ

か、地産地消を目指した商品や環境・健康に関係する商品も扱っている。

（2）生涯学習講座

ワンコイン（五百円）で二時間楽しく学べることを目指している。様々な教室を開いている。パソコン教室はマンツーマン。語学教室は英語、中国語、韓国語の教室があり、美術教室は肖像画、水墨画教室、フォト（デジカメ）教室などがある。ディレクター講座と称している教室はビデオを編集して映像番組をつくり、市民が番組づくりを通して町を知ることを目指す。そのほか健康麻雀教室や歌声喫茶などもある。

（3）コムサービス（有償ボランティア）

地域の人々の相互の助け合いを目的として活動している。コムハウス建設の当初はエコマナーの普及を目指していた。無償のボランティアで地域を活性化しようと地域通貨を発行したが、日ごろ使っている円の通貨の方が便利なので、無償のボランティアを形にするのは難しかった。また、無償だとサービスを受ける側が頼みにくい面もあり、結局お菓子や手土産を用意することになるなどの理由で普及は困難だった。そこで、サービスをする側の善意と、受ける側の割安感とをマッチさせる有償ボランティアサービスを行うこととした。独居老人宅の庭の草取りや、パソコン相談・修理などいろいろなサービスを会員相互で行っている。

（4）インターネットテレビ放送

コムハウスに集う人が増えていくことと、自立した市民が自ら情報発信していくことを目指して、毎週金曜日にライブ放送をしている。蛙蛙（ア）

表1 KCNの会員数

	平成18年度	平成19年度	平成20年度
正会員	58	59	60
賛助会員	5	6	5
利用会員	157	270	347
合計	220	335	412

表2 コムハウス利用者数

	平成18年度	平成19年度	平成20年度
施設利用	974	1,424	1,592
市民講座	2,770	4,500	4,924
直轄事業	3,202	2,833	2,803
各種行事	782	812	840
合計	7,728	9,569	10,159

表3 平成20年度収支報告

(千円)

摘要		金額
収入	会員・入会金	310
	寄付金・助成金	422
	事業収入	6,821
	雑収入	81
	収入合計	7,634
支出	事業支出	5,073
	管理費	2,511
	支出合計	7,584
差額	前期繰越収支差額	0
	次期繰越収支差額	50

このように地域の人々のつながりを基にして、生活にかかわるいろいろなことを有償ボランティアベースで事業を展開すれば、コミュニティビジネスは成立する。市民が自立して五百円コインを支

（5）市民啓発のためのイベント
毎年コムフェスタと称してイベントを行っている。目的は、私たちの活動を市民に理解してもらい参加者が増えることである。自立型地域づくりフォーラムで、コムフェスタ2005は「地域づくりにICTは貢献できるか」がテーマだった。二〇〇八年度は「大好き龍ヶ崎CMコンテスト」を実施。本年度も第二回のCMコンテストを進め



ライブ放送

ライブ（かわずあらいぶ）と称して、五年以上が経過し、三百以上の映像番組がいつでも見られるようになっており、地域の映像図書館にもなると考えている。

ている。市民がCMを作るプロセスを通じて自分の町を知ることが主な目的だ。

そのほかのイベントとして、毎年のフラワーフェスティバル、ショップ開設周年祭、日中国際交流会、発明工夫展などを行っている。

（1）コミュニティビジネスは成り立つ

株式会社など既存の営利を目的としたビジネスでなく、地域の生活者レベルの付加価値をビジネス的にとらえ、非営利として活用していく分野の存在を認識する必要があると考えている。地域の温かい人間関係の中で、ボランティアなサービスをビジネス的に扱うことで形が見えるようにしたいと考えている。

（2）コミュニティビジネスは経営的に成り立つ

コムハウスの利用者が一万人を超えているが、年間三百四十日稼働で計算して一日平均約三十人が出入りしていることになる（表1、表2）。そして平成二十年度の決算は、収支が均衡した（表3）。家賃も人件費も支払っており、役員などのボランティア稼働はあるが、経営はビジネス的に成り立っている。

例えば、必要なサービスを受けられるとともに、サービスを提供する側の心の充実感もかなえられる。八万人の人口の龍ヶ崎市で、総合的な自立型のコミュニティビジネスが可能なが実証されているといえる。

（3）就業の場と人材育成にも
さらに、その他の成果として、ニートやフリーターに就業場所を与え、仕事と人間関係を経験して三人が卒業していったことが挙げられる。今でも数人の若い失業者をアルバイトで雇っている。また、筑波学院大学の学生を社会力育成制度（OCP II Off Campus Program）の中でインターンとして引き受けて人材を育てる役割も担っている。

（4）全国にコミュニティハウスを

高齢化社会の中で、「元気で長生き、逝くときやボツクリ（GNP）」をモットーに、各個人が能動的な気持ちを持てるように活動をしている。私たちの取り組みは、時代を先取りした社会貢献の活動であると思っている。龍ヶ崎のような小都市でコムハウスの活動が継続的に成り立つということは、全国の他地域でも同様な形のもので成り立つと考えている。

全国各地にコムハウスができて、そのネットワークができれば、各地のまちづくりは、ダイナミックで楽しいものになると確信している。

独居のコムハウス利用会員の中には「一人さびしく自宅にいたが、この建物が私のために作られたようで心から感謝したい。死ぬまで面倒を見てほしい」と言っている人がいる。



ソーシャルビジネスを
活用した地域づくり

3

千葉県船橋市

官民協働の地域情報ワンストップ提供

―祭り、イベントも企画運営―



株式会社フューチャーリンクネットワーク 代表取締役 ● 石井丈晴

「株式会社フューチャーリンクネットワーク」は、地域の活性化に貢献する事を理念に掲げ、地域情報サイト「まいぶれ」を運営する民間企業である。地域のお店の情報から、お祭り等のイベントや子育てに関する情報まで、地域のあらゆる情報を収集し、情報を流通させることで情報の偏在をなくし、さらには情報と情報を有機的に結びつけることによって地域の魅力を引き出していくことを目的としている。平成二十一年（二〇〇九年）十月現在、官民協働五地域を含めて百十七地域で地域ポータルサイトを運営している。同年十一月には、東京都新宿区とともに官民協働地域ポータルサイトをオープンさせた。

地域情報サイトの継続的運営

地域情報サイト事業は、その必要性は誰しも認めるところだが、民間事業として事業化するのには難しいといわれて久しい。フューチャーリンクネットワークも本事業を開始すべく会社を設立したものの、決して順調な事業展開ではなかった。

本事業開始に当たっては、民間非営利団体（NPO）での事業スタートも考えたが、民間企業として収益を上げ、それを再投資していく組織体でなければならぬと考えた。そうでなければ、地域情報プラットフォームとしての進化も、また地域を活性化するノウハウも、また何よりも地域の期待に応え続ける継続性も担保できないと考え、事業展開をしてきた。

実際に民間企業として少ないながらも収益を上げていくからこそ着手できることは多い。官民協働による地域情報サイト事業もその一つだ。

民間情報と自治体情報を一元的に配信することを目的に自治体と協定を結ぶことで、例えば、市内のグルメ情報などの民間情報と行政情報の双方を一つのサイトで見られるようにする。さらに、自治体の住民に対する情報配信・サービス提供を同社が民間企業として行うことで、より魅力的な情報配信できるようにする。

また、同社の地域情報サイト運営のノウハウを活用して、自治体の予算に頼ることなく自立採算

をしていくという特徴がある。

この協定事例は、川崎市宮前区を先行事例に、兵庫県伊丹市などでも展開している。

昨今需要が高まっている新型インフルエンザの情報に関しても、行政発表の情報だけでなく、医療機関、薬局、学校、幼稚園、保育園、各地域店舗の取り組みなどをワンストップで配信できれば、利便性は非常に高くなる。

同サイトは、地域のコミュニティの場。市民活動団体の活動紹介や会員募集から、会員間の事務連絡までの活動支援、子育てなどとかく情報が偏在しがちな人々の情報交換などで有効に活用されている。

地域情報における問題点

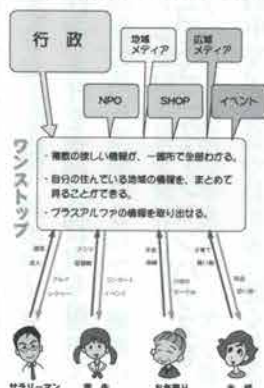
地域情報における問題の本質

インターネットで、利用者が求める地域情報に「行政」「民間」の区別はありません。住民サービスの向上には、発信元を超えた「ワンストップ」の情報サイトが必要です。

情報の乱立



行政+民間



サイト運営に伴うさまざまな地域活動

地域活性化への取り組みは、こうしたサイトによる情報提供にとどまらない。例えば、地域ポータルサイトの事業の中で出会った地域の人材を活用する。さらに、各種技能をもった人を講師にした「まいぶれ教室」という形でカルチャー教室を運営している。

次に、まいぶれ掲載店で買い物や食事をされた方にポイントを付与し、そのポイントがたまるごとに地域に花壇を増やしていく「花いっぱいプロジェクト」や、同じく防犯灯を設置していく「防犯灯プロジェクト」などが事例としてある。

また、運営事務局の高齢化やスポンサー不足で運営に苦慮している地域のお祭りやイベントの運営に参画し、企画からスポンサー営業までを共に行うことで地域に貢献している。これは地域ポータルサイトの使命として、インターネット上での情報交流だけでなく、人と人が直接触れ合う場の運営もわれわれの役目だと考えているからだ。

官民協働運営実現のために必要なこと

官民協働運営のための協定締結は、本間に継続的に自立運営が可能かどうかだけでなく、留意すべき点が多い。まず運営に当たって適切な運営がされるかどうか。個人情報保護の問題や、掲載される情報が適切かどうか。セキュリティ対策はもちろんのこと、掲載基準をしっかりと定め、たとえ収益確保の広告といえども例外なく遵守することが不可欠だ。また、不適切な発言、ひぼう中傷が氾濫するのでは？との懸念の声も聞かれるが、



地域の祭りにも参加

ポータルサイトは単なる掲示板でも投稿サイトでもなく有人による監視を伴った運営体制をとっているので適時削除、修正依頼などを行っていく体制にある。

もっとも大きな問題は、行政情報発信のための自治体側の対応だ。各自治体も人手不足のケースが多く、果たして協働地域への情報発信をする人員を割けるのかどうか。協定を結んだところで、各課がリアルタイムに情報を発信し、今まで手が出せなかった領域まで有効活用されるようでないという意味がない。自治体の庁内で利用しているシステムと情報連結することで、各課の情報発信の二度手間をなくすシステムにすることはもちろんのこと、日々情報交換を行い、各課の現状と課題をヒアリングし、コンテンツを作り上げていく。自治体と民間が共に手を携えていくパートナー関係が不可欠だ。

今後の抱負と計画

宮前区、伊丹市が順調に立ち上がり軌道に乗っ

たことを受けて、各自治体より問い合わせを頂いている。今後はさらに多くの自治体と官民協働地域ポータルサイトを立ち上げ、地域間連携を推進していきたいと考えている。実際伊丹市と島根県飯南町で、それぞれの地域のまいぶれ運営者が主体となって、移住・交流受入システム支援事業を受託した実績も生まれている。観光、移住、雇用促進などでさらに地域間連携を推進していきたい。

機能的には、パソコンや携帯電話による情報発信にとどまらず、データ放送開始によるデジタルテレビ、カーナビ・デジタルサイネージなどへも情報発信を行い、市民に対する情報受発信の場として進化させていきたい。

また、在日外国人のため、さらには観光促進も視野に入れ、外国語対応も進めていく。単にホームページの情報を外国語に翻訳するだけでなく、ブラットフォームに入力された情報を外国語に随時変換していく体制を作り上げることで、日々更新される情報もリアルタイムに多言語化される地域情報配信を実現する構想を持っている。

こうすることで、単なる地域の情報流通だけでなく、雇用の創出、観光者の増加などの経済効果を生み出していくことも、地域情報サイトの目的だと考えている。

◇「まいぶれ」関係のホームページ◇

まいぶれ <http://mypl.jp/>

いたみん（兵庫県伊丹市版）

<http://itami-city.jp/>

ソーシャルビジネスを
活用した地域づくり

4 横浜市

「Cafe」から始まる

おもしろまちづくり

「市民の「想い」がはぐくんだ、まちの事務局機能」



株式会社イータウン 代表取締役 ● 斉藤 保

展などが催されている。

「まちの人の「想い」をカタチに変える

港南台タウンカフェは横浜市南部、港南区港南台に立地する。JR京浜東北・根岸線の港南台駅は昭和四十八年に開設。この地域はタカシマヤやダイエー、バーズといった大型複合商業施設を中心とし、団地や戸建てエリアが区分けされた、静かな住環境や整備された街並みであることから、沿線でも人気の高い街である。

同タウンカフェは、港南台駅から徒歩二分、四階建てビルの二階に平成十七年（二〇〇五年）十月に開設された。広さ約二十二坪のこじんまりした空間だが、開放感のあるエントランスは、ぶらりと気軽に入りやすい雰囲気となっている。

店内の壁一面には、小箱ショップと呼ばれるレンタル棚が約百並び、地域の主婦らが作った手づくり雑貨やアクセサリ、布小物などが所狭しと展示販売されている。

またカフェサロンの空間は、スウィーツや、お弁当、パンなどの販売などに使用。このほか、少人数教室やミーティング・勉強会、写真展、作品

「雑貨屋さん」+「カフェ」にも見えるタウンカフェだが、そもそも「まちづくり事務局」+「情報発信基地」としての目的で設置されたこともあり、地域情報サイトe-townの運営やまちのかわら版発行、港南台テント村（フリーマーケット）の受付や運営なども担う。

単なる事務局に留まらず、市民が主体的に企画や活動に参加するための呼びかけやコーディネートを行い、市民発意の地域交流活動であるキャンドルナイトin港南台や、港南台国際協力まつり、音楽通りなどの地域交流活動・イベントなどを生み出し一緒にはぐくんでいる。

同タウンカフェはただ単に、集い・交流する場ではなく、市民が持つ個性や、それぞれが抱える地域課題、こんな街にしていきたいといった想いを具現化するための場と機会を創出する空間であ

る。

現在、事務局は八人のスタッフ、約二十人のボランティアやインターンが中心。まちづくりに関心をもって参加した学生や、子どもの冒険遊び場であるプレイパーク代表者、小学校放課後活動の指導員、乳幼児支援の相談ボランティア、小箱ショップのオーナー（出展者）など、地域への関心や課題意識をもって、活動を実践するさまざまな専門性をもった仲間がスタッフ・ボランティアとして活躍している。

ボランティアの活動延べ時間数は設立から四年間でなんと一万時間を超えている。有償か無償かに関わらず、同タウンカフェは単なる働きや活動の場ではなく、自分自身にとっての居場所や、自己表現の機会、交流や地域参加の機会、学びの場となっているのだと思う。

一方、まちのことに関心を持ち、自ら活動を始める人はそう多くないだろうが、ちょっとしたことがきっかけとなり関わりを持つ事例がタウンカフェでは多く見られる。

その代表的な例が、小箱サロンの雑談の中から生まれたキャンドルナイトin港南台であろう。

小箱ショップ出展者の何気ない一言から、周囲に共感の輪が広がったのがこのイベント。エコや環境、地域の事などに関心・興味を持つ作家さんや、学生らが呼びかけ人となって、キャンドルナイトが平成十九（二〇〇七年）六月に初めて開催された。二カ月足らずの準備期間で二十人近くの運営スタッフにより来場者百五十人近くの参加者を巻き込み、隣接する百貨店やファミレスなどのライトオフ協力など地元企業・商店との協力関係



にぎわう港南台テント村



ボランティア・スタッフの交流研修会の様子

も築くことができた。

三つの運営主体の連携と 市民主体のつながりづくり

同タウンカフェは、横浜港南台商店会、まちづくりフォーラム港南、株式会社イータウンの三者による緩やかな連携により運営がなされている。それぞれのミッションに基づきこれまで培ってきたネットワークやノウハウを活かしあうスタイルで、お互いが共感し、かつ相互作用がプラスに働く形で運営している。

タウンカフェは一般の事業同様に、お客様や小箱オーナー（借り手）、店舗経営側、運営スタッフなどとの関係性において、契約関係や利用規約、

雇用関係による就業規則などによりさまざまなルールが決められている。しかし、「借り手と貸し手」といった対峙した関係ではなく、一緒に事業を運営する仲間であり、時には、まちの事を考える地域の同志であつたりする姿を目指し実践している。

その一つの例として、開設半年後に小箱ショップの利用料値上げに迫られる状況があつた。その説明会で、出展者であるオーナーさんの一人が、提示した料金表改定案をみて「この費用でタウンカフェは本当にちゃんと運営しているの？」と発言された。自分の借りている小箱の中だけの損得勘定ではなく、タウンカフェ全体の運営を考え

たこの発言。嬉しさに思わず目頭が熱くなったことを今でもはっきり覚えている。

今後の抱負と展望

昨年度、経産省のソーシャルビジネス55選や、横浜市の横浜・人・まち・デザイン賞など名誉ある授賞をいただいた。背伸びをせず自分たちの身の丈にあつた活動や地域が必要とされている事を積み上げてきた結果であり、関わっていただいた地域のみなさんの「想いの結晶」だと思っている。

設立から四年間で、事業の幅は必然性をもって拡がり、関わる仲間も増えて、横浜市地域経済元気づくり事業、港南区民活動支援センタープランチなどの役割も担っているが、こういった活動を今後も継続させていくために、さらなる人材育成や、地域との信頼関係の構築、そのための将来的な財政基盤の確固たる仕組みづくりが必要である。

また、小さな子どもとお年寄りの交流など意識しないとできないこの時代、ましてや高校生・大学生が商店会のおじさんや、親よりさらに年配の世代の人たちとともに活動するなどなおさらである。しかし、タウンカフェではそういった立場や年代も異なる人々と、一緒に笑顔で、時には汗を流しながら、交わる姿が日常的になってきているのは嬉しい限りだ。

URL: <http://www.town-cafe.jp>

ブログ: <http://blog.canpan.info/towncafe/>

運営: 株式会社イータウン、横浜港南台商店会、まちづくりフォーラム港南

地域の安心安全を支える

「げたばきヘルパー」

―「普段着」で高齢者の生活に対応―



長野県栄村社会福祉協議会 会長 ● 齋藤家富

栄村は長野県の最北端に位置し、東西十九・一キロメートル、南北三十三・七キロメートルの二百七十一・五一平方キロメートルと県内五十一町村では三番目に広い村土を有している。村の九三%が山林原野であり、北部は新潟県、南部は群馬県と接し、日本一の長さを誇る母なる大河「千曲川」が「信濃川」と名を変える地点にある。標高は二百五十六メートルから二千九十一・五メートルと起伏に富む。

日本海型の気候であることから、冬は日本海の海水の蒸発がシベリヤ寒気団に流され、山岳を越えて村に大雪をもたらし、十一月から翌年三月まで村土を覆うわが国有数の豪雪地帯でもある。広い村土に三十一集落が点在し、世帯数九百三十戸、人口は二千三百六十人で、高齢化率は四五%と県内では五番目と高い。

支え合う意識の高さ

介護保険スタート以前、栄村社会福祉協議会に

は三人のプロパーのヘルパーが常勤しており、うち一人は村中心地から三十キロメートル、時間にして一時間かかる「秋山地区」を担当していた。平成十二年、「介護保険制度」がスタートすることになり、高齢者が村内のどこに居住していても、住み慣れたわが家で等しく安心して健康的に生活を過ごせることを基本に知恵を絞った。六十五歳以上が千人を超えるこの村で三人のヘルパーで介護サービスを提供できるわけではない。ならば

「自分たちの地域は自分たちで支える」、そんな発想を住民に発信し、平成十一年に「ヘルパー養成講座」を開設した。講座はテキスト代のみ自費でその他はすべて村が負担した。五十人くらい参加してくれればと願っていたが、ほぼすべての集落から倍近くの九十五人が受講するという盛況で、村人の「支え合い」意識の高さに驚かされた。

資格取得したヘルパーは日常、生業を持っていた方がほとんどであるが、生業の傍らヘルパーとして就業可能時間およびサービス可能項目などを

同会に登録してもらい、介護サービス利用者へのヘルパーのサービス提供調整は同会が行うこととした。登録したこれらヘルパーはその出身地区ごとの八つのワーキングチームに分かれ、指導、相談、行政との連携のため、村保健師、看護師を一人ずつ加え、組織的に活動するというものであった。

「げたばきヘルパー」のスタート

同会の体制はある程度整い、平成十二年度介護保険制度がスタートした。利用者と現場のサービス提供者は目と鼻の先同士でもあり、必要に応じ二十四時間いつでも気軽に普段着で、冬の間であってもツツカケ、げたばきでもすぐ駆けつけることが出来た。これが「げたばきヘルパー」といわれる由来である。

げたばきヘルパーの反響は大きく、更に資格取得および三級から二級へのステップアップを希望する者も多く、平成十二年度、十五年度にも養成講座を開催。現在では二級取得者が六十五人、三

表① 平成20年度活動状況

サービス内容	人数	日数、時間	賃金支払額
デイサービス	120	毎日	4,775,547
介護予防事業	12	12回	60,900
ホームヘルプサービス	60	834.5時間	1,519,287
配食サービス	16	1,575個	474,675
安心コールサービス	106	936回数	276,300
合 計	314		7,106,709



表② サービス別登録状況

サービス内容	登録人数
デイサービス	34
ショートステイ	18
ホームヘルプサービス	33
配食サービス	34
安心コールサービス	21
合 計	140
実人員	114

表③ げたばきヘルパーの報酬

(円/時)

介護保険給付	身体介護	1,500円/h
	家事支援	1,000円/h
その他の活動		725円/h

級取得者が百三十八人の計二百三人のヘルパーが存在し、うち百十四人が同会に登録しており、主に介護予防事業、デイサービス、訪問介護、電話による安心コール、配食サービスなどに携わり、中には近隣の福祉施設に勤務している者も少なくない。

登録していない有資格ヘルパーも家庭に介護を要する家族がおり習得した知識や技術を発揮している人、または、今後家族および自身がヘルパーを必要とすることになったとき役立てたいと考えている人も多い。

そんなことから計算的には村内の四戸か五戸に一人のヘルパーが存在し、六十五歳以下の七人に一人は「げたばきヘルパー」ということになる。

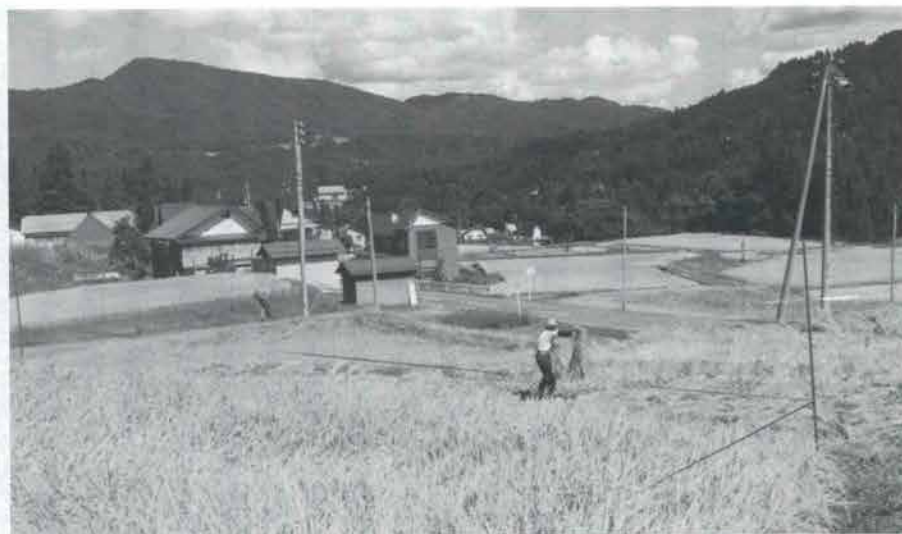
平成十五年以降については養成講座を開設していないため、若いお母さん方や、未資格者からは是非、資格を取得したいという声も多く、さらに介護保険スタート以前に資格取得したヘルパーも高齢化しつつあり、ステップアップも含め近い時期に養成講座開設の必要性を感じているところでもある。

**身近なヘルパーに精神的安心感
高齢者の大きな力に**

現在、高齢者の一人暮らし世帯は二百十七世帯、同一人暮らし世帯は百七十八世帯で、実に全世帯の四二%が高齢者だけの世帯ということになるが、今のところ健康で、特段ヘルパーの支援はなくても大丈夫というお年寄りも多い。それは、いざというときにはすぐ身近にヘルパーがいるという精神的安心感、そして、同村の保健師による日



栄村の高齢者総合福祉センター



栄村の集落の一つ

常の食生活の栄養指導、さらには適度の農作業等により身体を常に動かしていることなどによるものと考えられる。

いずれにしても、お年寄りの多い同村において、身近に存在する「げたばきヘルパー」は、安心安全な地域を支える大きな力となっている。

カルチャースクールでまちづくり

―講師の育成、地域の祭りにも参加―



NPO法人Mブリッジ事務局長・ブンカの交流館館長 ● 濱田昌平

三重県松阪市は、江戸時代に城下町で商人の町として栄え、現在も市の玄関口、松阪駅から南に商店街が広がる商人中心のまちである。しかし、三十年程前に商店街の一部を近代的なビルに整備してにぎわっていた商店街も、ビルの老朽化に伴い、だんだんと廃れてきた。こうしたビルの中にまちづくり型のカルチャースクール「ブンカの交流館」がある。

〽空き店舗対策がきっかけ

われわれの事業は、老朽化したビルの二階や三階など地上階ではない場所にテナントが入らなくなってしまうことを、「市民の力」で何とかしたいと考えたのがきっかけだった。しかし、多くの財産を持たないわれわれとしては、空き店舗という環境で、設備投資に多額な費用をかけずに実施できる事業でなければ開催することができず、ようやくたどり着いたのが「カルチャースクール」だった。

「商店街の中にカルチャースクールを作れば、

これまで商店街を利用していなかった市民も商店街を訪れるきっかけになる。そうすれば街にもにぎわいが出てくる」。こうした提案に、商店街の人たちも運営の協力などを積極的に申し出てくれた。

〽「市民の力」でオリジナル講座

カルチャースクールを開始するに当たって、まず取り組んだことは講師の選定だった。この事業では「市民の力」という言葉をキーワードとしているので、講師の選定も市民から公募という方法を取った。目的としては、プロの講師ばかりでなく市民への参加を呼びかけるものだった。

募集案内には、漬物の漬け方が上手な方に対し、「美味しい漬物の漬け方を教えてみませんか?」といった知恵袋的な内容でも講師ができる」と呼びかけるような内容を前面に出し、一般の市民誰もが講師になれるということをアピールして募集。その結果、第一期目で百三十人の講師希望者が集まった。

その中から四十五人を選定し、受講生募集を開始したところ、受講生の人数が二十〜三十人といたった大勢の講座から、二〜三人という少数の講座まで三十以上の講座を開講することができた。

その講座の中には、ビーターラビットを好きな講師が「ビーターラビットの物語の原文を英語で読む」といった英会話講座や、プラモデルを組み立てることを得意とする講師が「戦時中のドイツ空軍の戦闘機を作るプラモデル講座」など、一般的なカルチャースクールにはない講座も。受講生数は少数ではあったが、逆にどこのカルチャースクールにもない講座として、まさに「コミュニティビジネス」としての「市民の力」によるオリジナル講座を開始することができた。

本来事業の収益性を求めれば、受講生が集まりやすい内容のみを選定していくことを優先すべきだ。しかし、この事業がコミュニティビジネスの手法を取り入れた事業として、コミュニティビジネスでなければ開催できないような内容の講座を充実させることを優先させ、一般的なカルチャースクールとの差別化を図ることを第一とした。収益性については、市民講師と受講生のマッチングやニーズ把握を的確に行うことで、徐々に確保できていく。

〽講師も育成

次に、この事業では「講師の育成」に取り組んでいる。通常は、そのカルチャースクールが定める規定に基づいて受講者数、回数、受講料などを決めるのが一般的である。しかし、われわれのカルチャースクールでは講師にプロ講師養成研修を



プラモデル講座



フラダンス講座

受けてもらい、自分自身で受講料や受講者数（定員）のほか、講座のタイトルや内容、カリキュラムなどを決め、生徒集めもする手法を取り入れている。専属講師ではなく、すべてを自分自身で行うことで、「自分が事業をしている」といった意識を持ち、プロ講師として起業してもらうことを目的としている。

この取り組みで実際に講座を開講した講師が他の空き店舗を自ら借り上げて、新しく教室を開いた例がある。商店街で開催する事業への商店街側の一番の希望は、利用者の増加である。講師を育

成すること、いろいろな内容の教室が次々と起業されれば、もともと商店街を利用していなかった市民も商店街を訪れる機会が増え、この事業の最初の目的である「空き店舗対策」にも効果が出ると考えている。

そしてもう一つ展開しているのは、「まちづくりへの貢献」。カルチャースクールにはいろいろな講座があり、中にはダンスや音楽の演奏、マジックなどを披露することができる講座もある。これらの講座と商店街をマッチングさせることで、市民が参加するまちづくりを実現することができ

る。実際には、街で行われる祭り、催事にステージを設け、カルチャースクールで学んだことを発表してもらった。

その結果、見に来るだけの祭りから参加する祭りへと変わり、受講生や講師の街に対する思いに変化が見られた。このような取り組みで、このカルチャースクールを実施している。

他地域で事業展開へ

最後にこの事業の今後の目標として、他の地域でこのシステムを展開することを計画している。この事業はどの街でもすぐに活用できる。

それは特徴が「市民の力」というキーワードに基づいているところからであり、その理由として、次の七点が挙げられる。

①市街地活性化や空き店舗の課題はどの街でも共通である

②コストをかけなくても実施できる

③コストがかからない分リスクも少ない

④この事業を他の地域に移転しても講座内容や講師には地域性の特徴を出す方法があるため、その街のオリジナリティが保たれる

⑤永続的に続くシステムである

⑥市民のまちづくり参画の意識が高まる

⑦続けることでさらに空き店舗が減り、祭りや催事の出演者が増える効果がある
われわれは、これらの裏技やコツを伝える「事業移転プログラム」を整え、行政やまちづくり関係者のまちづくりを応援したいと考えている。

川沿いから「ひと・みせ・まち」はぐくむ ―にぎわい創出、産業活性化へ―



株式会社御祓川 代表取締役 ● 森山 奈美

最近、ソーシャルビジネスや社会起業をテーマとする議論の場に参加することが多くなった。ここでは、「御祓川さん、あなたのやっていることは『ソーシャルビジネス』ですね」と、言われるのだ。これまで「どうして、株式会社にしたのですか」という質問を何度も受けてきたわれわれ「株式会社御祓川」にとっては、ソーシャルビジネスという概念が浸透することは、歓迎すべきことである。そこで、これまでの事業をソーシャルビジネスという視点から、整理しなおしてみたい。

「民間」まちづくり会社の設立

平成十一年六月、地元の企業経営者らが出資して資本金五千万円で民間まちづくり会社、「株式会社御祓川」は設立された（その後、増資されて資本金は六千八百万円）。石川県七尾市の中心市街地の中心を流れる御祓川。この川の再生が、七尾中心市街地再生の象徴としてとらえられている。その目指すところは「小さな世界都市・七尾」である。

これは、同社設立に至るまでの二十年間のまちづくり活動の基礎となった「七尾マリンシティ構想」の理念をそのまま受け継いでいる。小さくとも

もキラリと光る質の高さ、世界に通じる考え方や文化を持ち合わせた地方都市における持続可能な社会づくりを進めることである。

心豊かに生活を楽しむ人々が、祭りを守り、自然と共に仲良く暮らしている。そのような社会を目指し、能登地方をフィールドとしながら、世界に通用する三つの循環、「自然資源の循環・地域経済の循環・思想の循環」をつくっている。

ベースとなっている価値観は、「能登・環境・協働」である。拡張より密着、最大より最良、競争より連携を重視した事業運営が、同社の経営理念である。

事業の三本柱

事業の柱は大きく三つである。設立から十年間で実施してきた事業に加え、中期事業計画で掲げた「川沿いから能登へ」という方針に基づく新規事業を含め、次のような事業を行っている。

① まち育てⅡ御祓川の浄化・まちづくり計画のサポート

御祓川の浄化を実践することを通じて、まちの課題解決に市民が関わる場を提供するほか、地域資源を活かした着地型観光プログラムの構築、ま

ちづくりの計画立案を行う。

② みせ育てⅡ
界隈のにぎわい創出・産業活性化コーディネート

御祓川沿いで店づくりをする
こと、店という
舞台で繰り広げ
られる交流に
よって、まちのにぎわい創出を目指す。能登の企業革新に関するコーディネートを行い、活性化を図る。

③ ひと育てⅡコミュニティ再生・市民活動サポート

市民の目を御祓川に向け、川との関係を取り戻すためのイベントやシンポジウム等を行うほか、川への折り実行委員会など市民運動の事務局を担当。まちづくりを担う人材育成によってコミュニティの再生を目指している。

御祓川と市民の関係を取り戻す

御祓川が汚染された物理的な原因は、地盤沈下や生活排水の流入などであるが、その根底には「市民と川の関係」が薄れたことが問題として横たわっている。浄化方策の研究により、技術的には浄化ができるようになったが、「市民と関係」のないところで進められる浄化では、本来の意味での川の再生とはならない。市民が相変わらず川と無関係な生活をしているならば、きれいになった川にもごみを捨てるかもしれない。

「きれいになったら……ではなく、ドブ川のまま
いいから、まず市民と川との関係を取り戻すところから始めよう」。



にぎわい創出の一つ「寄合処御祓館」

経営理念とビジョン

株式会社 御祓川 経営理念とビジョン

株式会社御祓川は、民間まちづくり会社です
「小さな世界都市・七尾」の実現に向けて
まちを育て、みせを育て、ひとを育てます

The Misogigawa Way

使命：(株)御祓川は何のために存在しているのか
「小さな世界都市・七尾」の実現のため

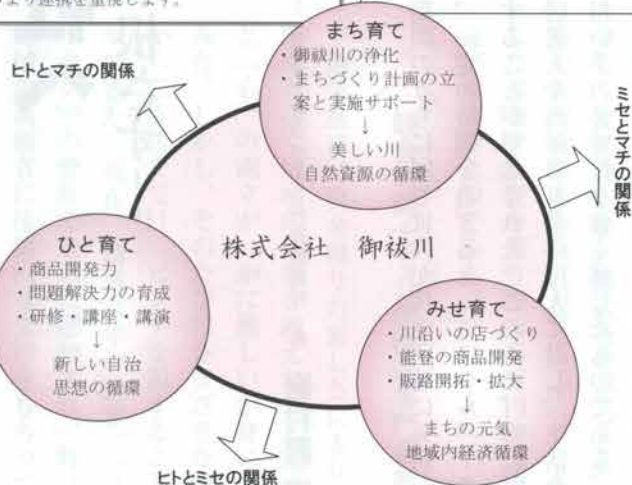
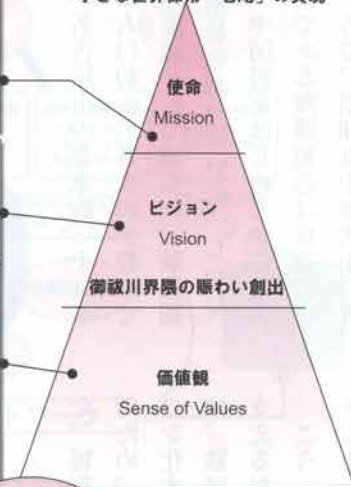
「小さな世界都市」それは、地方都市における持続可能な社会づくりを進めることです。石川県七尾市をフィールドとしながら、世界に通用する3つの循環、自然資源の循環・地域経済の循環・思想の循環をつくります。

ビジョン：(株)御祓川は何を目指しているのか
イエ・ミセ・マチの関係を再生すること。
美しい御祓川沿いに人々が賑わい、
子供たちの笑い声が響く界隈をつくること。

価値観：(株)御祓川は何を大切に考えるのか

- 能登：(株)御祓川は、能登の文化に育まれている企業です。能登にあって、能登に貢献することを大切に考えます。地産より地産を重視します。
- 環境：(株)御祓川は、身近な御祓川との関係を取り戻すことから、地球環境の保全と修復を大切に考えます。最大より最良を重視します。
- 協働：(株)御祓川は、多様な主体が地域に関わり続けるための協働を大切に考えます。競争より連携を重視します。

「小さな世界都市・七尾」の実現



川への折り実行委員会の活動は、ドブ川と呼ばれる背を向けられた川と、もう一度寄りを戻し、新しい関係を築いていこうとしている。例えば、植物を使った浄化実験装置で育つクレソンを使ったクレソンケーキをつくり、そのケーキの売上一リングにつき百円を川への折りファンドに寄付することで、浄化装置の維持費を捻出する。気軽に市民が川に関わるための仕掛けだ。

みせ育てはまち育て

また、御祓川再生にあたり「ミセ」という仕掛けを使っていることが特徴である。御祓川二号館の美容院は、二階から見下ろす御祓川の風景を楽しみながらヘアスタイルを決め、髪を切りながら「川がはやくきれいになったらいね」という会

話を交わし、きれいになった女性をどんどん川の周りに送り込んでくれる。川沿いに移転するにあたって、パーマ液等の排水を無害にして流すシステムを取り入れるなど、川のあるまちで商売をさせていただくという基本的な姿勢を貫いている。このように、重視しているのは「ミセとまち」の関係である。その店が七尾というまちに存在する意義を問いただす。すると、そのまちの都市文化によって店が支えられていることに気づく。七尾の場合、御祓川をはじめとして、七尾港、畠山文化、前田利家が築いた城下町、北前船文化などの恩恵を受けて、商売をさせていたに違いない。だからこそ、七尾の都市文化をはぐくんだ御祓川の再生なくして、中心市街地の再生はありえない。まちが持っている文化は、そのままその店の

資本となる。そして、まちにとって必要な店が育つということ。その店はまちの財産となる。例えば地酒。うまい酒はそのまちの文化に支えられて醸造され、うまい酒をつくる酒蔵があるということ。そのまちの文化になる。つまり、まちに不可欠なみせを育てることは、そのまま「まち育て」なのである。

ソーシャルビジネスとしての地域企業

こう考えると、株式会社御祓川だけが「ソーシャルビジネス」ではなく、七尾の地域企業が「まち」との関係を深く保ちながら、持続的に営むことが、社会的意義のあることとなる。同社が行っているのは、むしろ既存企業のソーシャル化なのかもしれない。さらに、まちに関わる市民のソーシャル化である。

同社のことを「民間まちづくり会社」と説明してきた背景には、特に、戦後において「まちづくり」が行政の仕事のようになってしまったことへの反省が込められている。本来の「まちづくり」がそうであるように、自らの地域の課題解決を多様な主体が関わり合いながら進めていくことが確保されていけば、わざわざ「民間」というたわなくても良かった。株式会社という組織形態をとっているのは、主体を明確にして自己責任によって事業を進めるためである。ただし、利益は配分せずにミッションに応じた次の事業展開に活かしていくという点では、NPOと同じ非営利性を持った社会的株式会社である。

株式会社御祓川は、「ひと・ミセ・マチ」の関係を再生しようとしている。次なる展開として、地域の企業が取り組む新しい挑戦に、長期実践型インターンシップをコーディネートする「能登留学」に着手した。まちの中にある資源をつなぎ、問題に寄り添い、挑戦しようとする人を後押しする。これからは川沿いから、多くの物語を紡ぎ出していきたい。



ソーシャルビジネスを
活用した地域づくり

社会貢献する株式会社へ

―タクシー、便利屋業で地域に根ざす―



株式会社コミュニティタクシー 代表取締役

● 岩村 龍一

岐阜県多治見市は、名古屋市の北東約三十五キロメートルに位置する人口約十二万人の小都市である。古くから陶器の産地として知られ、最盛期には全国シェアの七割超を誇っていた。しかし、高度成長期を頂点に、中国製をはじめとする輸入品に押され、地場産業である陶器製造は衰退の一途をたどってきた。一方で、昭和五十年代から郊外の丘陵地に次々と新興住宅団地が開発され、今や名古屋を通勤圏とする代表的なベッドタウンとなっている。

（シルバータウン化を懸念

多治見市は、「日本一暑い町」としても知られている。典型的な盆地形状にあり、生活を営む上で必要な主要施設は、いわゆる盆地の底に集約している。丘の上に建つ住宅団地の市民は、その多くが外出手段を自家用車に頼っており、路線バスなどの公共交通機関が充実していないことから、高齢化が進むにつれ、市街地と住宅地を結ぶ交通手段が地域の問題となることは明白であった。ま

た、短期間のうちに同じ世代が住宅団地に入居したため、一定の時期を過ぎると一気にシルバータウン化することが懸念された。このため、わたしは、独居老人や高齢者世帯の増大に対し、生活を支える担い手の必要性を強く感じたものである。

こうした背景から、「株式会社コミュニティタクシー」は平成十五年一月、「タクシーでみんなの足」に、便利屋で「みんなの手」に「生活支援企業」を目指す市民出資の株式会社として設立。社名は、「コミュニティビジネス」から命名した。われわれは、運営形態を、民間非営利団体（NPO）やボランティア団体ではなく、あえて継続には優位な株式会社という組織を選んだ。利益第一主義とする従来の株式会社のあり方を問い、本業で社会貢献する

株式会社を目指したのである。

（他人を喜ばせ、幸せにする

私は多治見市に生まれ、二十六歳で家業を継いだ。家業は、陶器の原料である粘土の採掘業であったが、二代目の私が引き継いだ時には、既に売り上げはゼロに近い状態であった。代わりに始めた運送業が、運良くバブル景気とも相まって一気に拡大していき、一時は青年実業家を気取ったが、ほどなく急転直下、倒産の危機を迎えた。私は打つ手も考えられず、その場から逃げ出したい一心で自暴自棄に陥っていたが、そんな時、友人の一言が胸に突き刺さった。彼は、泣き言を並べる私にこう言った。「人間が生きてるってさあ、志の問題だよ……」。「志」という言葉を聞いて私は涙をこぼした。

それまで私は、何のために生きているのか、何のために働くのか、真剣に考えたこともなかった。ただ、お金があれば好きなことができる、お金が

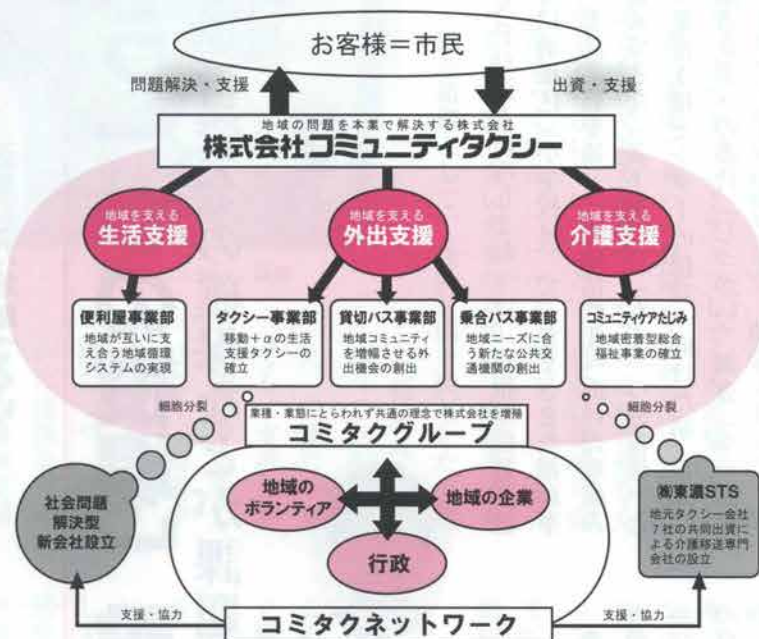


ドライバーとタクシー



寺院での草取り

コミタク事業プランの概要図



あれば欲しい物が手に入る、そうすれば幸せな人生を送ることができると漠然と考えていた。「志」という言葉は、己の欲とは反対側にあるような気がした。

元来、ものづくりだろうがサービス業だろうが、最終的に物やサービスが誰かに触れてこそ、その使命を果たす。つまり、誰かの役に立って初めて、その対価としてのお金もらえるはずだ。「他人を喜ばせる、役に立つ、幸せにする」。これが商売の基本である。

しかし、今の世の中は必ずしもそうはなっていない。もうけることが悪であるとは言わないが、その前には信義があり相互扶助の精神があり、道

創業後は、資金繰りの厳しさにより、幾度となく倒産の危機を迎えた。「お金」と「心」の両立がいかに難しいか身に染みた。しかし、そのたびにさまざまな方からご支援を受け、ピンチを脱することができた。現在、創業六年が過ぎ、「コミタク」の愛称で地域に認知され、特に地域の高齢者に圧倒的な支持をもらっている。許可事業である以上、基本的には一般タクシーと変わらないが、A地点

競合会社同士で介護移送専門会社

「利用者＝市民」という考え方に基つき「市民タクシー構想」と名付け、地域の皆さんに共同出資を呼びかけた。「お金もうけに走らない株式会社をつくり、ゆがんだ世の中を元に戻します」。こうした言葉で出資を募り、一千万円の出資金が集まったのである。

生活支援企業の確立

われわれの目標は、あくまでも本業で社会貢献をする「生活支援企業の確立」であり、タクシー事業、便利屋事業を大きくすることではない。業種業態を問わず、今後次々と「地域の問題を解決する株式会社」を細胞分裂のように創出していきたいと考えている。そして、こうした株式会社が日本中にあふれることにより世の中が変わり、将来にわたって、創業精神が脈々と受け継がれていくことを願っている。

がある。それを外してまでもうけることが正しいはずがないし、まっとうな世の中が成り立つわけがない。「よし、おれが世の中変えてやる。それを志しよう」。大それた話ではあるが、そんなことを私は考え始めた。

ちょうどそのころ、運送屋仲間が新規事業の勉強会が頻繁に行われ、縁あって同業者の行う便利屋サービスに出会った。われわれは、「ありがとうと言ってもらって飯を食う」という事業コンセプトに共感し、多治見市で同様の事業を立ち上げようとした。そして、その延長線上にタクシー事業があった。「利用者が利用者のためにつくるタクシー」、「利用者＝市民」という考え方に基

からB地点までの送迎に留まらず、買物やお墓参りのお供をしたり、タクシー+αのサービスを提供したりしている。

また、便利屋事業部では、地域の元気な高齢者の皆さんをスタッフとして迎え、働きがい、生きがいを提供すると同時に、高齢者世帯や子育て世帯を中心に、日常の生活で手助けして欲しいというさまざまなニーズに応えている。草刈りやゴミの片付け、犬の世話、お墓掃除などはじめ、時には喧嘩の仲裁役まで依頼されることがあるが、できることは何でも受け止めようと努めている。

当社の理念は、今や地域の中小企業やNPO、行政にも理解してもらえなくなった。特に、日ごろは競合会社である地域のタクシー会社七社の共同出資と行政の助成を受けて、介護移送の専門会社を平成二十年に設立したが、従来ではあり得ないことである。介護移送を地域の問題として捉え、その解決を自分たちの使命として考えた結果であり、われわれの思いが具現化した良い結果だと自負している。



ソーシャルビジネスを
活用した地域づくり

9

島根県邑南町

「もう一つの役場」設立へ始動

―運営資金の確保などが課題―



NPO法人ひろしまね

主席研究員

嶋渡克顕

「NPO法人ひろしまね」は、島根県邑智郡邑南町口羽地区（小学校区）で、さまざまな補助事業、委託業務を通じ、地域活性化へ向けた取り組みを進めてきた（表1参照）。「もう一つの役場」という集落支援センターの創設へ向けた第一歩は、高齢者世帯への悉皆（しっかい）調査（全戸聞き取り調査）であった。

集落支援センターの発想から 体制づくり

悉皆調査を通じて出された高齢者の思いや要望事項をまとめると、集落経営の困窮した実態が浮かび上がった（表2参照）。その多くが既存体制の自治会や行政支援の範疇（はんちゆう）ではサポートの難しい事象が多く、地区の「よろず相談・お助け窓口」となるような中間支援組織、「地域経営の総合事務所」が必要ではないか、これが集落支援センターの発想となり、同センターを核とした地域経営の仕組みを構築することがこの地域での取り組みである。

その第一歩として、平成二十年度に地元の有志に声をかけ、「集落支援センター創設協議会」を設立。表3に示すような、さまざまな社会実験と実践を行ってきた。その中で、実際の仕組みづくりのためのさまざまなノウハウや課題、収支モデル等、一定の成果を蓄積してきた。

同センター創設協議会には県や町の関係行政機関も参画した。ただし、超高齢化の地域では、

表1 取組みの経緯

	概要
H15年度	鳥獣害防止ネットの設置 自治会組織調査（住民アンケート） 伝統芸能映像保存
H19年度	モデル集落開取り調査 和牛放牧雑草除去実験 サル・イノシシ防御ネットの設置 空き家活用実験（都市住民との交流） 地元出身者会との連携 集落支援センター運営実験
H20年度	集落支援センター創設協議会の設立 高齢者世帯全戸開取り調査 集落行事支援 高齢者世帯への除雪支援実験 高齢者お出かけ支援実験 和牛放牧雑草除去実験 ふるさと米供給協定試行 都市住民との交流試行
H21年度	水田調査・農地一筆マップの作成 集落座談会の開催 高齢者お出かけ支援ツアー ふるさと米協定・都市住民交流の拡大 集落支援センターの発足と拠点整備

表2 高齢者悉皆調査から浮かび上がった支援ニーズ

困っている状況	支援ニーズ
行政をはじめとした、役回りが多すぎる できる人が集落にいない	集落事務の一元化と役の集約 事務局代行
集落行事や、葬式や共同作業への出役が困難	出役代行、事務局代行
自動車の運転ができず買い物・通院も不便	送迎支援、買い物代行
林地が荒廃し、耕作放棄地や空き家管理は集落だけでは困難、草刈りも大変 耕作放棄地の急速な増加	農地管理、草刈り 空き家管理
サル・イノシシの被害により大きな楽しみである家庭菜園すらもできない あまり外にでることがなく、人と話もしない	鳥獣害防止支援 集落協働菜園支援 お出かけツアー運営 安否確認支援

「NPOって？言葉の意味も分らんし、創設協議会って？訳の分からない組織だ」という反応の上に、「集落支援センター」などという「新しい仕組み」に対しての理解を得るということが、困難を極めた。

これまでの動きとしてかなりのノウハウや

表3 主な社会実験の取組み状況

- 世帯毎の農地データベース・一筆マップ作成
- サル・イノシシ防御柵の開発・設置実験
- 和牛放牧による耕作放棄地再生実験
- 空き家改修によるGT拠点整備・交流実験
- ふるさと出身者との交流・連携模索実験
- 集落支援センター開設実験・集落将来計画作成
- 高齢者お出かけ支援ツアー（悠遊クラブ）

データを蓄積してきた成果と引き換えに、地区全体の機運からすると先を行き過ぎたという反省的側面もある。しかし、地域の現状に対して、地区住民の危機感があまりにも低いということ、またその機運と実態が集落単位で考えた時には、格差

があまりに大きく、地区単位（小学校区規模）で考えていくこととのバランスのとおり方が課題となった。つまり、既に悲鳴を上げている集落へのきめ細かいケアと、まだまだ自前で頑張れる集落



悉皆（しっかい）調査

への適度なサポートを地区全体での動きとしてバランスよく調整していく体制が必要であるということである。

センター組織成立に向けて

同二十一年度の取り組みでは、既に地元で認知されている公益的組織（口羽地区社会福祉協議会「地区社協」と連携。むしろ既存組織を前面に出しながら進めるという手法に切り替え、創設協議会はその裏方へ。NPOは完全に黒子に徹し、地元の有志としての顔で「入っなぎ」を展開している。

こうした中で、地域住民がある一つの目標に向かって考えるきっかけとなったのが、農協支所の撤退である。生活の糧として、農業は生活の一部であり、それをバックアップしてきた農協。唯一の買い物の場所であった農協。年金の受け取り等、経済的な命綱である金融サービス。これらがなくなるかもしれないということで、急速に地域の危機感は高まっている。

地元有志の寄り合いを重ねる中で、集落支援センター的な組織として、地区社協を核とした組織

の再編へと向かっている。また、農協についても、支所を完全閉鎖するのではなく、商店や本来的な機能は残しつつ、お互いに連携を図りながら地域支援

の拠点として、施設を活用していく流れで調整を図っている。

最初から腰の据わった組織体制とまでは行かないにしろ、今年度の動きの中で、細々とでも組織形態を立ち上げる方向へ動き始めている。地区にとっては「農協支所が無くなる？」という地区住民の機運を負から正のベクトルへ転換するという意味で、今しかないタイミングであろう。

安定的運営に向けた課題と展開

前年度までの取り組みの成果から中間支援組織としての体制を整えていく上で、運営資金の確保が大きな課題である。安定的な運営を実現するためには、相当の事業展開を必要とする。物品販売やツーリズム企画の売り上げなども見通しがない部分もある。収入で大きな割合を占める国、県、町からの業務委託であるが、これは地域計画コンサルタントの経験を持ったスタッフが必要で、年間二、三件の委託業務をこなさないと安定的収入は難しい（図参照）。

三十代からみる今後の展望

最後に、私的展望を若干記したい。わたし自身、この地区の出身者でもあり、将来の担い手という立場、地域プランナーとしての立場、さまざまな角度からかんがみて、三十年ビジョンを持っている。もう一つの役場「集落支援センター」が新しい地域経営の仕組みを構築していくのに十年。少しずつ形を変えながらも、安定的な組織経営の手法を獲得するのに十年。さらに、地域経営の仕組みとして、誰の心にも当たり前のものとして根付

くのものにもう十年である。そして、この三十年のサイクルで、地域の世代交代が一回りするという算段である。

その時、すでに無くなっている谷や集落もあるだろう、当然山に還る農地もあることだろう。地域としては、一般論的な衰退をしていくであろう。ただ、例えば「活性化」という言葉を使った時にいつの時代を基準に何をもって、活性と判断するのだろうか。地域づくりは「バトンリレー」だと考えている。衰退も繁栄も繰り返しながら脈々と続いて行く。太いバトンであろうが細いバトンであろうが、それを途絶えることなくつないでいければ幸せな地域だと考える。そして、わたしはそのリレー走者の一人である。

そんなランナーのケアをするフィジカルトレーナーであり、リレーチームの采配を振るう監督であるのが「もう一つの役場」の存在ではないだろうか。

図 集落支援センター運営の収支モデル

センターの収支モデル

支	収	対策
固定経費 40 万円	不足 360 万円	会費・放牧の業務委託・事務代行・その他
消耗品費等 80 万円	研修・G.T 手数料 100 万円	「農地・水」事務代行・その他
旅費 50 万円	農産物の販売等 180 万円	公的設置委員の代行・その他
人件費 1,100 万円	事務代行 200 万円	生活支援等 5 万円
所長 240 千円×12 月		
地域マネージャ 320 千円×12 月		
事務員 160 千円×12 月		
法定福利等		
その他	業務委託 500 万円	

ソーシャルビジネスを
活用した地域づくり10
北九州市

里山の仕組みを活かした社会づくり

—コミュニティの再生、環境学習の場提供—



NPO法人里山を考える会 会長 ● 関 宣昭

「NPO法人里山を考える会」は、里山の保全活動を行うと同時に、その里山での暮らしの知恵を持続可能な社会づくりに活かす「農村（里山）での活動」「都市での活動」、そしてそれらでできた人々をつなぎ、さらなる活動に結びつけていく「つなぐ活動」に取り組んでいる。

里山は人が手を加えることによって保たれてきた自然。人々はこの地で生産をし、食料や用材・燃料を確保する代わりに、折にふれて手入れを行い、里山を保全してきた。その営みには何百年もの間続いてきた日本人の知恵が詰まっている。地域コミュニティの核となり、時には楽しいリクリエーションの場を提供する里山。その風景は心を和ませ、そこにあふれる多種多様な生命は季節の変化を感じさせてくれる。人と自然が共生する場所であり、まさに里山の暮らしは持続可能な社会の手本といえる。

（農村（里山）での活動

このような里山の仕組みを市民に理解し体験し

てもらうため、市の管理する緑地公園を市民参加型の公園維持管理方法で運営することに取り組んだ。

この緑地公園で、地元壮青年会や婦人会と協働し、一般市民に対して農体験型ワークショップを実施。実際に土を耕し、季節の作物を無農薬で栽培した。収穫の喜びを分かち合うとともに、地域との交流を深め、里山を守り育てることによって、参加者の家族、子どもにも自然環境学習を行った。

また、短期大学との連携により、農作業実習授業を実施し、里山のシステムを学校教育に活かす試みを行った。緑地公園の維持管理を単に美化としての草刈り業務を行うのではなく、環境学習の場、都市と農村をつなぐ場、地域コミュニティの再生の場として活用した。

（環境街づくり、都市での活動

同会が運営している東田エコクラブは平成十六年（二〇〇四年）に企業からの寄付金で新日鉄八幡製鉄所跡地に建設された。東田エコクラブのエ

コは、エコロジー（環境）であると同時に、エコノミー（経済）であり、それらを学び合うエコール（学校）の意味である。

同クラブは、民間非営利団体（NPO）三団体、協議会・市民団体の実行委員会の事務局、大学の研究室、企業などが同居し、東田のまちづくりの拠点として、この地域再開発のテーマである環境に配慮した街づくりに取り組んでいる。

立地企業六十社と連携し「社長公認堂々ごみ拾い」など平日の勤務時間中に活動する仕組みや、東田エコクラブでの餅（もち）つき大会、バーベキュー大会などを行い企業コミュニティの活性化を図っている。

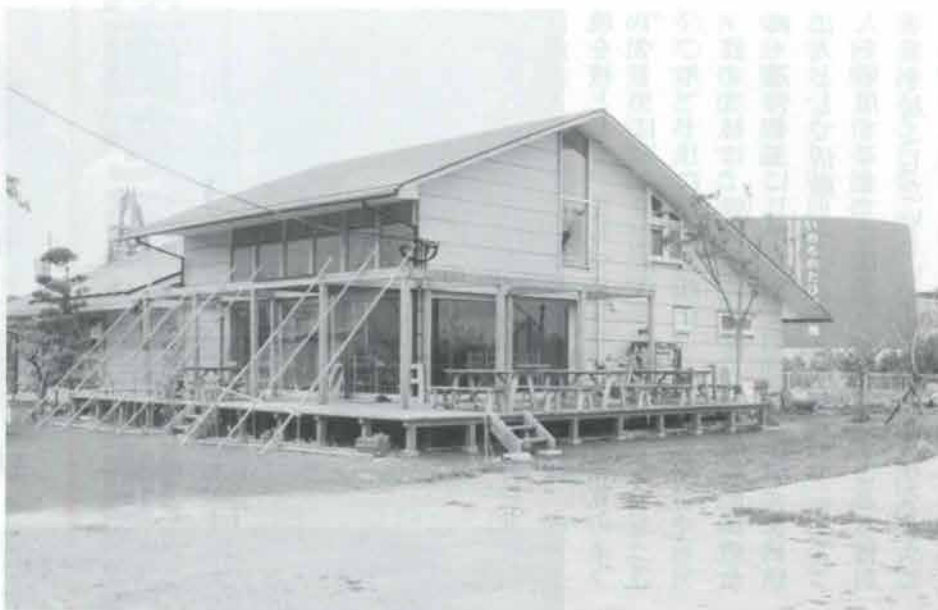
このような企業市民活動、近隣商店街の住民、行政など街づくりに関心のある人々がこの施設に集い、「八幡東田グリーンビレッジ構想」を策定した。カーシェアリング、「カンパス」エコマネーなど先進的な社会システムをこの地で導入し環境共生街づくりを推進している。

同会は、委託事業であれば財団法人などの委託金で対応。他の事業収益も通常経費を補い（収支が）マイナスにならない程度にして、運営している。

（協働で互いに学ぶ、もりフォーラム

もりフォーラムは、森林公園という場を使い、これまでの環境への取り組みの中ではぐくんできた、人・組織・自然などの資源を高齢者支援に活かす取り組みだ。

介護福祉領域の関係者・医療機関・教育機関と、これまで環境領域で活動してきたNPO、地元



東田エコクラブの外観



市民参加の農体験型ワークショップ

企業などさまざまな立場の市民が協働することで、認知症の人であっても住み慣れた街で暮らしていくことを支援する試みを行った。環境と福祉は別と考えていた方が、垣根を取り払ってみんなで行ってあげれば、すばらしい人生が送れる街になることを体験したイベントであった。互いの立場を理解し、自分のできることをそれぞれ持ち寄るだけで大きな力になることを体験した。

参加した人がこのもりフォーラムで互いに学び

あい、得た共通体験を活かし、広げていくことで、豊かな社会を市民自らの力によって実現できることを実感することができた。

「コミュニティに合ったアプローチ、つなぐ活動」

一口に社会・地域といっても、日々生活を送っている地域の生活コミュニティ、企業や学校といった社会コミュニティ、NPOやサークル活動のテーマコミュニティなど、それぞれ時間を費や

す場が異なっている。地域生活の中でできること、会社の中でできること、テーマを持った活動の中でできること、それぞれのコミュニティに対して参加しやすい形を作り呼びかけることが大切だと思う。

また、自分のできることの「お持ち寄り」が協働であり、無理のない社会づくりにつながっていくのではないかな。

「里山の保全活動を通じて「学び」の重要性を認識」

地域の問題解決や多様な団体との協働には互いに学び合うことが重要である。

例えば「里山の保全」という課題に取り組む場合、その地域で暮らす住民や農林業の従事者はもちろん、環境学や生物学、林学、社会学などの専門家、小売業や建築業などの事業者、行政機関の人、また高齢者の暮らしを考えると、福祉関係者の知識やノウハウも必要となる。このような専門的な知識を持つ人に、どのような立場やタイミングで参画してもらうのが効果的か、「学びの場」を計画的にデザインすることも重要だ。

また、同じ専門家でも意見が異なることもあり、さまざまな意見を参考に自分たちの意見を形成することも大切なことだ。社会づくりのための問題解決にはさまざまな「学びの場」をどのように形成していくかが課題である。

映画を通じた地域文化振興

―事務局代行や施設管理運営を実施―



NPO法人宮崎文化本舗 代表理事 ● 石田達也

九州の宮崎県宮崎市で活動している特定非営利

活動法人（NPO法人）宮崎文化本舗は、映画上映を核として、まちづくりや、NPO相互のネットワークに取り組み団体として平成十二年（二〇〇〇年）十月に設立された。

設立当初は、映画ファンによる宮崎映画祭の企画・運営を主にしたボランティア団体が、NPO法人として活動していくつもりだった。しかし、人を雇用するまでには至らないということで何か事業を起こしたいという企画が出されるようになった。

その後、紆余（うよ）曲折あったが中心市街地に自分たちの映画館を建てることになった。ただし、理事が保証人となり金融機関からの借り入れを起こさないと、イニシャルコストが捻出できない。役員の中でも意見が割れ、約半数の設立当初の理事が脱退するという試練を経て、平成十三年（二〇〇一年）四月に「宮崎キネマ館」を設立。有給スタッフ三人で、映画館の運営と、芸術文化のまちづくり、NPO相互のネットワークという

大きなミッションに向かって船出した。

市民活動の代理店業務を開始

地方都市での映画館の経営は困難なものであったが、それなりの収益を生み出すことができた。映画館の設立と同時に事務局の代行業務を始めた。市民活動の一環として映画上映やコンサート、演劇、講演会を開催する時に連絡先として事務局が当然必要になってくるのだが、当時は個人の自宅が連絡先になっていたことが多々あった。さらに、チケットの販売管理、マスコミへの対応、名義後援、協賛の依頼、さまざまな広報活動など、個人やボランティアで実施するには相当な無理があった。そこでこうした業務を、「すべて代行します」というキャッチフレーズで事業展開を図った。いわば市民活動の代理店業務である。

映画館の経営は、他の小売業とは違い、客が来る時間帯は上映時間に合わせてほぼ決まっている。そこで空いた時間を、この事務局代行業務に充てるといった計画だった。事務局代行料金も月数

千円で基本契約を結び、収益が上れば歩合で折半するというのが価格設定から始まった。しかし、最初の数

月はこのサービスを利用する者はいなかった。

最初の客は、歯科医のグループ。障害児による楽団のコンサートを宮崎で開きたいがノウハウが無いので協力してくれという依頼だった。

平成十三年の秋に開催したコンサートは、二千人以上の観客を集め、百万円以上の黒字を出す結果となった。その後、少しずつではあるが事務局代行の業務が増えていった。演劇、コンサート、講演会などのほか、民間企業や行政からも講座の企画・運営等を受託するようになった。

さまざまなコラボレーション

また、映画というメディアは他の分野の市民活動と容易に結び付けることができる。映画の内容によって、教育、福祉、医療保険、環境、国際交流、人権、災害などのテーマに分けられる。

さまざまな題材の映画を上映することで、他の分野で活躍している市民団体とのコラボレーション



商店街のストリート音楽祭



森づくり普及啓発イベントの工作教室



映画監督と市民との定期交流会

ンが生まれてきた。例えば、こんな作品があるので是非キネマ館で上映できないかと相談を受けた。逆にこんな面白い映画があるので、他の市民団体と一緒に協力体制ができないかと相談したりといったような関係性が出てきた。

もともと映画が好きな連中で作ったNPOであったが、映画というメディアの持つ多様性や広がり、市民活動のネットワーク作りに大きく貢献することとなった。まちづくりや地域づくりは多種多様な人たちのコミュニケーションの中から生まれることを、活動を通じて知ることになった。

宮崎文化本舗は、文化（特に映画）を基底としたまちづくりを目的としたNPO法人で、すべての分野を網羅しようという目的を掲げて生まれたNPO法人ではない。文化を大きな範疇（はんちゆう）でとらえ、常に変化していく社会情勢や市民の活発な活動に主体的に関わるなかで、自分たち

の哲学（ミッション）が鍛えられ、活動の中により良い市民社会の構築という普遍的な意味を見出すという、現在進行形の市民活動の一端が他の分野との接点を持った結果だと考えている。

指定管理者制度の導入

現在、宮崎文化本舗は約五十人のスタッフを雇用する法人となった。その契機となったのが指定管理者制度の導入である。小泉政権発足後の日本国内において急速に進行した「公営組織の法人化・民営化」の一環で、地方自治法の一部改正により、平成十五年（二〇〇三年）九月に施行された制度である。

現在、同文化本舗では「みやざきアートセンター」「宮崎市自然休養村センター」「宮崎市萩の台公園」「宮崎市みたま園」の四つの施設を単独、または他の団体とのジョイント・ベンチャーにより

指定管理者として管理運営を行っている。

指定管理者となったからといって団体自体がもうかるわけではない。雇用する者も、業務作業量も増加し、とにかく雑務が多すぎる。一定の委託金は入ってくるもの

の、これがすべてメリットとしてどうとらえるかはいろいろな意見もある。しかし地域づくりにおいて「場」の確保は非常に重要な課題である。ハコモノではなく、人と人が交流できる「場」として、公共の施設がどこまで地域の人々のコンセンサスを得られるかに、現在、文化本舗として積極的に取り組んでいる。

「宮崎市自然休養村センター」としては、文化本舗が指定管理者となる前と比較して、利用者数が二年間で約二・五倍になった。利用者が増加することで、収益を上げ、その利益を市民たちに還元しつつ、自分たちのミッションを成し遂げることが指定管理業務の中でどこまで取り組めることができるのか、ということにチャレンジしている。

今後も地域づくりの一端担う

社会基盤の変革、改革が今こそ必要な時期ではあるが、人材の確保と財政的な後ろ盾が急務といわれる地域づくりやNPOの活動には、したたかさとしなやかさが必要であると考ええる。縦割り社会の行政や企業では対応しきれない役割を市民社会でいかに補完していくか。そこには、高齢者や子どもといった年齢、ジェンダーでくくられる壁を越えて活動できる、自由な発想のもとで縦横無尽な動きが出来るNPOが持つ機動性が、重要なカギとなってくる。

文化というキーワードで映画というメディアと連携し、指定管理者制度で「場」を活用するマネージメントをすることによって、宮崎文化本舗は、みやざきの地域づくりの一端を今後も担っていく考えである。

経済産業省のSB、CB振興施策

―地域活性化、雇用創出の重要な担い手に―



経済産業局地域経済産業グループ
立地環境整備課開発一係長

● 福住知宏

ソーシャルビジネス（以下「SB」）に関しては、「社会的企業」や「ソーシャルアントレプレナー」といった言葉も含めて、最近ではマスコミや各メディアにも多く取り上げられている。経済産業省では、事業性を確保しながら地域における社会的課題の解決を図るコミュニティビジネス（以下「CB」）や、事業型NPOといわれる活動も含めて、社会性、事業性、革新性という三つを備えた事業主体を広くSBと定義している。なお、SBの組織形態としては、株式会社、NPO法人、中間法人など、多様なスタイルが想定されている。

平成二十年四月に取りまとめられたソーシャルビジネス研究会報告書によると、地域活性化・まちづくりの分野を対象とするSB事業者が実に六割を占めているとの結果が判明している。また、今年二月に全国の先進的なSB事業者の事例をとりまとめた「ソーシャルビジネス55選」においても、地域活性化のための人づくりや仕組みづくり

に取り組む二十五事例を掲載しているところであり、これからの地域活性化を担う主体として、SB事業者の活躍は欠かせないものと考えている。（図表1参照）

SB先進国並みの市場規模目指す

経済産業省では、SBが地域活性化と雇用創出の極めて重要な担い手であると考え、社会的認知度の向上、SBの担い手および支援機関の育成、関係者の集う場の創設、といった三つの観点から、SB振興のための施策を展開している。

特に今年度は、SBに関する広報啓発事業等、関係者が協力して行う全国規模の活動について検討・提言を行う場として同省が開催している「ソーシャルビジネス推進イニシアティブ」において策定された「ソーシャルビジネス元気アッププログラム」に基づき、平成十九年度のソーシャルビ

図表1

SB事業者の事業内容



出典：経済産業省ソーシャルビジネス研究会 事業者アンケート調査より

ネス研究会で推定された国内の市場規模（約二千四百億円、雇用規模三万人強）を、SB先進国並みの市場規模（二・二兆円、雇用規模三十万人）に到達させることを目指して、認知度の向上、人材の育成、事業基盤の整備という三つの観点から施策に取り組んでいる。（図表2参照）

その中でも、SBの担い手、SBの支援人材が全国的に不足している点、および社会性と事業性を両立させるというSBの特殊性から、その活動にあたり多様な支援や革新的なノウハウが必要である点を踏まえて、同省ではSBの人材育成や全国規模でのノウハウ移転に係る取り組みに対して、三つの補助事業を設けて支援を行っている。

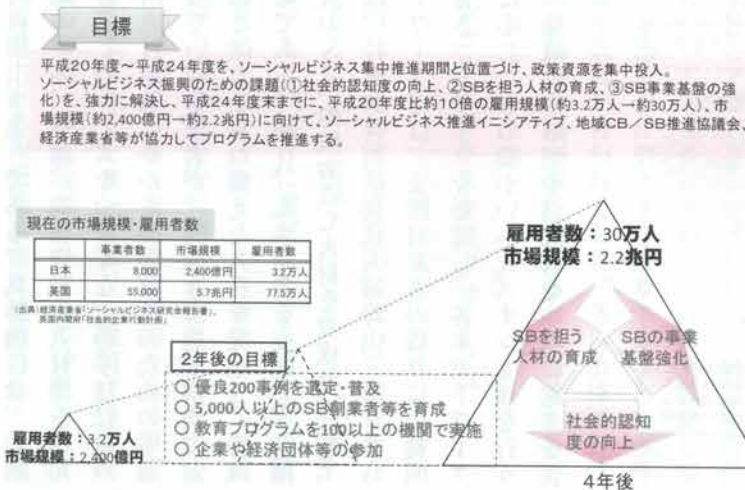
中間支援機能強化事業

一つ目は、SBの起業や事業展開にあたりアド



図表2

ソーシャルビジネス元気アッププログラム



バイスやネットワーク構築を手助けする中間支援機関を育成する「中間支援機能強化事業」である。具体的には、地域の中間支援機能を担う人材の発掘・育成を目的とした全国規模での研修事業や、地域の中間支援機関の活動に必要なネットワークの構築支援、SBを支援する際に必要となるノウハウの提供を行っていく事業であり、現在、全国的な支援活動を展開する六団体の取り組みを助成し、全国で五十以上の中間支援機関を育成している。数多くのSBを創出していくための環境整備事業として非常に有効性の高いものであるという評価を多方面から受けている。

補助事業者のうち、特定非営利活動法人ハット

図表3

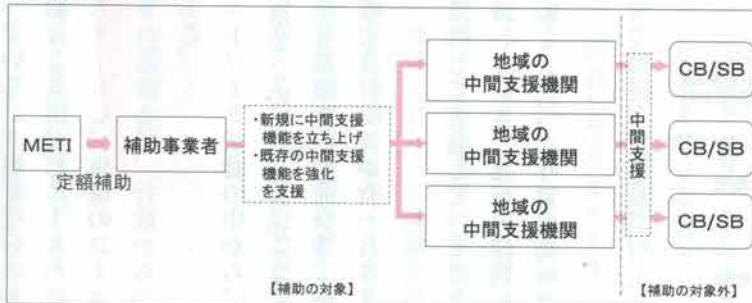
中間支援機能強化事業について

平成21年度予算: 1.6億円

○事業概要

地域においてCB/SBの起業・発展を支援できる能力ある中間支援機関を育成するため、先進的な中間支援機関が実施する地域の中間支援機関に対する研修・実地支援事業等を支援。

○事業スキーム



ウ・オンバクでは、「オンバク（温泉博覧会を略した造語）」と呼ばれる地域の魅力を活かした集客交流型イベントの独自ノウハウを通じて、地域おこしを担うSB人材の発掘・育成を行い、地域の商店街組合やまちづくり株式会社、NPO法人等を中心とした地域のネットワーク形成について、ハンスオンでの支援を実施している。

この取り組みにより、北海道から九州まで、全国九地域において、自立した地域おこしのビジネスモデルの確立を目指しており、今後は支援先であった団体がさらに中間支援機関としての役割を果たし、全国的にSB事業者が育成されていくことを目指している。

ノウハウ移転・支援事業

二つ目は、SBの成功モデルやノウハウを同様の課題を抱える他地域の事業者に移転する「他地域移転促進事業」である。具体的には、自らのビジネスモデルの移転・活用先の対象とする他の地域のSBに対して、自らまたは中間支援機関等を活用して、活動ノウハウの提供および必要となる地域のネットワークづくり等を支援する事業であり、現在、十二の団体を支援し、全国で四十以上のSB事業者を育成している。

例えば、株式会社四万十ドラマでは「四万十川」

という地域の人々に共通するコンセプトを生かし、地域資源の発掘から商品開発、販路拡大に至るまでのノウハウ、四万十川ファンクラブ「RIVER」の組織化に係るノウハウ、加えて、交流人口増加のためにそれらを情報発信のツールとして活用するノウハウを体系的に整理するとともに、四万十川流域と類似の課題を抱える三つの地域にハンスオン支援を行い、ノウハウ移転を行っている。ハンスオンにより各地域の実情に応じた支援が可能となり、地域のオリジナルノウハウを確立させるとともに、自立して活動するためのビジネスノウハウの提供によるSBの創出に寄与している。

農商工連携等促進人材創出事業

三つ目は、農山漁村地域の課題解決にSBの手法をもって取り組む人材を育成する「農商工連携

ノウハウ移転・支援事業

平成21年度予算 1.0億円

成功したCB/SBが自らのビジネスモデルを他地域へ移転するため、自らの事業ノウハウの抽出・テキスト化、他地域のCB/SBへの活動指導等を支援する。

地域課題(解決済) ← 類似 → 地域課題(未解決) → 解決

継続的取り組み (補助対象外) ↑ ↓ 新たな取り組み (補助対象外)

METI (経済産業局) → 定額補助 → 自立・持続的なCB (移転元CB) → 直接伝授 → 既存CBや新たな担い手 (移転先CB)

公募/応募 → 自立・持続的なCB (移転元CB)

アドバイザー

ビジネスモデル、事業ノウハウの抽出

アドバイス/助成

移転元CBの直接伝授をサポート

「本業」がある移転元CBは、必ずしも移転先CBを完全にフォローしきれない場合があるため、アドバイザーが継続的に移転先CBをフォローアップ

中間支援機関、コンサル会社等

コミュニティビジネス/ノウハウ移転・支援事業

農商工連携等促進人材創出事業

平成21年度予算 1.6億円

農山漁村・農林水産関連産業の活性化を図るため、農工商連携等に資するコミュニティビジネスの担い手となる人材(村おこしに燃える若者等)を発掘・育成する取り組みに対し支援を行う。

【補助の対象】

経済産業省(経済産業局)

定額補助

公募/応募

サポート

アドバイザー資金

アドバイザー
(村おこしに成功した事業者、
地域事情に精通した者等)

村おこしに取り組む事業者
(村おこしに成功した事業者、
地域の中間支援機関等)

マッチング

公募

応募

事業家の報告

具体的なかおし事業の立案

地域

地域

地域

【補助の対象外】

事業の自立化

村おこしに燃える若者等

具体的なかおし事業の実施

地域

地域

【補助の対象外】

村おこしに燃える若者等

地域

地域

等促進人材創出事業」である。具体的には、農山漁村地域の産品、農地、森林資源、人材等を活用し、都市部とのニーズをつなぐなどの手法によって、農山漁村地域にかかる課題解決のための事業を実施している事業者が、同様な課題の解決に対する意思と能力を兼ね備えた人材を発掘し、育成する事業である。現在、九事業者を支援し、全国で約百人のＳＢ、地域おこし人材を育成している。

例えば、特定非営利活動法人遠野山・里・暮らしネットワークでは、支援対象者の周りに広範囲

進する取り組みを行っている。支援を受けた地域の女性たちは、産直組合と共同でビニールハウスの直売所経営からスタートし、地域のコミュニケーション拠点として評価されることで、行政からの支援を得ている事例もある。

また、形成したネットワーク活動の中から、思いがけず首都圏の団地等とのつながりが生まれ、かかりつけ産直制度や首都圏での直売会等、独創的なアイディアから都市農村交流が行われるまでの成果を生んでいる。

こうした各施策を連携して実施していくことで、S・Bの事業基盤を整備していき、地域の課題によりスピーディーに対応し、かつ、より質の高いソー

シヤルサービスを提供できるような、地域社会における新たなＳＢ事業者の創出を促進していく。育成されたＳＢ事業者が、地域において社会的課題の解決に全力で取り組んでいくこと、さらには関係機関が連携してＳＢ事業者のバックアップを行っていくことで、ＳＢのさらなる雇用拡大や市場拡大につながるものと期待している。（事業の詳細や現在育成中の事業者については、当課ホームページ参照。http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/index.html）

また、経済産業省では、こうした地域のＳＢ事業者および支援者が点ではなく線、さらには面的なネットワークを形成し、その活動を活発化させていく「場」の構築を目指し、全国九ブロックに地域ＣＢ／ＳＢ協議会を設置していると、ところで

ふるさと雇用再生特別基金事業等の活用

各自自治体においても、厚生労働省のふるさと雇用再生特別基金事業や緊急雇用創出事業を活用して、当該補助事業で育成された地域のＳＢ事業者や中間支援機関を支援していくことで、地域に根付いた自立したＳＢ事業者の創出や、既存のＳＢ事業者の活動フィールド拡大につながり、ひいては地域の活性化に大きな効果を生み出すことができると考えている。

すでに一部の自治体では、ふるさと雇用再生特別基金事業を活用して市民協働型のまちづくりを促進するＳＢ事業者を直接支援する事例や、地域でのＳＢ創出に向けた取り組みを行うＮＰＯや中

間支援機関に業務委託を行う事例も増えてきており、これからの新しい地域づくりを担う事業主体として、地域におけるSB事業者の育成・支援は、地域の活性化に有効な施策であると考えられる。

さらに、今年十月二十三日に取りまとめられた緊急雇用対策において、「緊急雇用創造プログラム」の三つの重点分野の一つとして「雇用支援分野での社会的企業の活用」が明確に位置づけられたところであり、地域社会における雇用創造の観点からもSBの振興は今後ますます重要性を増している。経済産業省でも、SBの振興に積極的に取り組んでいきたいと考えている。

また、緊急雇用対策の中では、ふるさと雇用再生特別基金事業の委託で発生した収益について、一定の条件の下で返還不要としたり、緊急雇用創出事業について事業費に占める人件費割合を七割以上から五割以上に引き下げたりするなどの要件緩和・運用改善が行われており、各自治体における積極的な制度活用が期待される場所である。

ソーシャルビジネス全国フォーラム

今年三月に東京のTOC有明において開催した「ソーシャルビジネス全国フォーラム」は、「ソーシャルビジネス55選」に選ばれたSB事業者の表彰式や、日本ソーシャルビジネス宣言といった広く一般向けの普及啓発を目指した取り組みを中心としていた。今年度は、地域の先進的なSB事業者によるトークセッションなど、一般向けの普及啓発とあわせて、各九地域ブロックに設置されている地域CB/SB推進協議会と連携のもと、地

域のSB事業者によるブース展示や先進的な取組の紹介も実施する予定である。地域のSB事業者に加え、金融機関や地方自治体、企業、商工団体、支援機関などSBを取り巻くさまざまな機関が一堂に会し、社会的課題の解決を自らの課題として協力連携していくための地域間交流、自治体や企業とSB事業者のビジネスマッチングができるようにするなど、「ソーシャルビジネス推進イニシアティブ」の普及啓発ワーキンググループにおいて、フォーラムの内容を検討しているところである。

第二回目となる全国フォーラムは平成二十二年三月四日(木)に東京都内で開催する予定であり、自治体の皆様にご参加いただくことで、自らの地域で活用できる事例の収集や、先進的なSB事業者とのマッチングなどが可能となり、今後の施策展開に有益なものとなると考えているので、ご都合がよろしければ是非ご参加いただきたい。

あわせて、昨年度に開設したポータルサイト「ソーシャルビジネスネット」<http://www.socialbusiness.jp>についても、今後はフォーラムと連動する形で地域のSB事業者の事例を紹介していくとともに、地域CB/SB協議会の取り組みやイベントに関する情報のほか、各府省のSB振興に関連する施策に関する情報などを随時掲載していくので、そちらも是非ご覧いただきたい。

SBの事業基盤を一層強化

経済産業省では、SBを新たなビジネスセクターとして位置づけ、その普及・啓発に努めるこ

とで、全国的にSBの認知度を早期に、かつ、飛躍的に高める効果を有し、また、地域が抱える課題を解決できる事業体としてSBを自立させることにより、地域経済に新たな雇用と所得を生み出す効果を有すると考えている。さらにSBは、従来、自治体等の公的セクターが担ってきた公共サービスや社会的課題の新たな担い手としての役割も期待されており、SBが事業として社会的課題を解決することにより行政コストの削減も期待されるところである。

SBを担う人材の育成を補助事業により実施することで、新たなSBの立ち上げに寄与し、地域の課題によりスピーディーに対応し、かつ、より質の高いソーシャルサービスを地域に提供できるようにするなど、地域社会において中心となりうるSB事業者の創出を図る。

あわせて、地域ブロックごとにSBと関連支援機関との交流等を促進するネットワーク協議会を設置し、関連支援機関との連携・ネットワークキングの機会の創出を図るほか、全国フォーラムの開催やポータルサイトの運営等、全国的に普及啓発を講じていくことで、SBの事業基盤整備を進めていくこととしており、補助事業と委託事業を連携して実施していくことで、政策効果をさらに高めていきたいと考えている。

今後は、地域SB/CB協議会等を通じて各自治体が実施している取り組みとも協働し、地域に根付いたSBが自立的かつ持続的に活動していくための事業基盤をより一層強化することで、地域経済における新たな雇用と所得の創出につなげていきたいと考えている。

住民出資会社が地域経済を活性化

—食品加工などで雇用創出も—



株式会社吉田ふるさと村
代表取締役

● 藤原俊男

「株式会社吉田ふるさと村」は、島根県の雲南市吉田町（旧吉田村）にある小さな第三セクターの会社である。中国山地の山間、広島県境に位置し、町の面積の九割が山林という環境にある。かつては、「たたら製鉄」で栄えた山村も、洋式高炉による製鉄法の発達や林業の衰退により、昭和三十年に五千人だった人口が、昭和五十五年には二千八百人と大きく減少した。

「村は自分たちで守る」

こうした状況の中で、「このままだけは村は無くなってしまふ」との危機感を持った村民（旧吉田村当時）が昭和六十年、雇用の場の創出と地域経済の活性化を目的にして、行政と共に「吉田ふるさと村」を興した。同社の設立時には、村民の出資を

募るために、全戸に設立趣意書を配布し協力を仰いだ。当初予定していた千五百万円の出資金が集まるかどうか不安であったが、結果は二千七百五十万円分の応募があり、感謝と同時に大きな責任を痛感した。いずれの株主も投資ではなく寄付に近い感覚で出資し、「この村を守りたい」という思いを共有することができた。

六人、五坪で営業開始

吉田ふるさと村は昭和六十年四月、村役場（当時）のコピー室として使っていた五坪ほどの部屋を借り、六人の従業員で営業を開始した。当初は、食品加工、村営バス運転、水道施設管理、観光施設管理の四つの業務でスタートした。

村営バス運転業務と水道施設管理

業務は、行政が直営していた業務でコスト低減やサービス向上を目的に民間に委託。同社は、いずれも地域のインフラに関わる重要な業務と判断し、これを受託した。現在では、吉田村営バスは雲南市民バスとなり雲南市全域を結ぶ広域路線も運行し、自動車やバイクなどを持たない住民の貴重な移動手段として喜ばれている。

水道事業も施設管理業務だけでなく、水道工事も行っている。旧

吉田村には水道工事の専門業者がなく、水道管の破裂や施設故障などの際は村外の業者が修繕をしていた。このため迅速な対応ができず、長時間にわたり断水が続くなど住民生活に大きな影響が出ていた。これを解消するために、平成三年に建設業許可を取得し、自社で工事を行うようになった。

主力の加工食品、販路を拡大

吉田ふるさと村の主力である食品



「たまごかけごはんシンポ」の会場

加工部門は、村にあるおいしい米や野菜を主原料に、食品添加物を一切加えない安全な加工食品の製造・販売を基本理念に掲げてスタート。当初は加工施設を持たず、役員の作業場を借り、村の農家のみなさんから買い入れた乾椎茸をギフト用や家庭用にパッケージし、県内の小売店に販売していた。

また、昭和六十年秋からは、県内のスーパーや百貨店の店頭で杣つき餅（もち）の実演販売を開始。さら

に、同年九月と十二月には、銀行からの借り入れで小さな加工施設を建設、営業許可を取得し、味噌や餅（もち）などの加工品の製造を始めた。そして、少しずつ商品数や販路を拡大。その結果、最初の二年間、会社の収支は赤字であったが、三年目からはわずかながら黒字を計上することができるようになった。

このような実績が認められ、平成七年には国や村の補助事業を受け、待望の加工施設を建設することができた。ここから、営業方針を大きく転換し、地元主体から都市部へ、特に東京へ販路を求めていった。

客の声をヒントに商品開発

吉田ふるさと村は、現在六十点以

上の商品を有し、また、今までに多くの商品を開発してきた。いずれもお客様の声をヒントに、自分たちで考えつくり出してきた商品ばかりである。代表的な商品に卵かけごはん専用醤油「おたまはん」がある。これは、お得意先である鶏卵業者さんの「卵とセットで売れる商品がほしい」との一言がきっかけで生まれた商品である。この要望を受け、社員がブレインストーミングする中で「卵かけごはん専用醤油」というアイデアが生まれ、度重なる試作と試食の結果誕生した。

この「おたまはん」は発売当初から注目を集め、さまざまなメディアに取り上げられ、「おたまはん」をきっかけに卵かけごはんが静かな

ブームになりはじめた。そして、「おたまはん」も着実に販売数を伸ばしていった。そこで私たちは、日本人の国民食ともいえる「たまごかけごはん」に注目し、たまごかけごはんをテーマにした地域振興のためのイベント「たまごかけごはんシンポジウム」を考えた。同社がメインスポンサーとなり開催したこのイベントは全国の注目を集め、経済的にも精神的にも地域に大きな効果をもたらすことができた。

また、平成十六年からは、出雲国風土記に漆仁（しつに）の薬湯として記載のある、出雲湯村温泉の国民宿舎「清風荘」の経営も行っている。

農業、旅行事業に参入

このように、私たちは、地域に経済的なメリットがもたらされるよう、さまざまな事業や活動を行い、なんとか私たちが住む地域を守りたいと考えている。しかし、相変わらず人口減少が進み、地域は衰退して行く。このような厳しい現状の中、

吉田ふるさと村では中山間地の基幹産業であるべき農業を守るために、今春から農業に参入し、契約栽培農

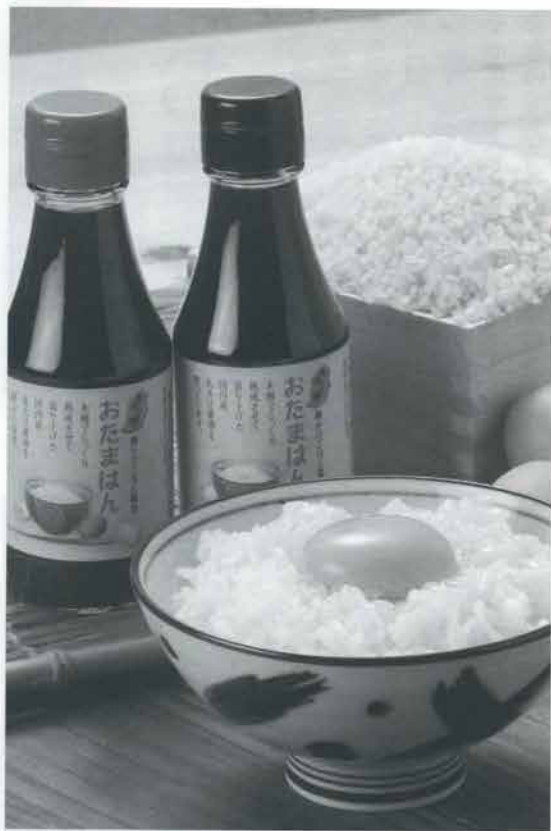
家と共に、同社商品の原料栽培に取り組んでいる。

また、今夏からは旅行事業も開始した。これは、出雲神話や「たたら製鉄」にまつわる文化遺産などきらりと光る地域資源に着目。これらを活用した観光商品を開発し、交流人口の増加を図ると共に、近い将来開通する予定の高速道路松江尾道線を有効に活用するための準備を目的としている。

いずれの事業も採算性の面では非常に厳しい選択ではあるが、少しでも可能性がある限り、チャレンジし続けていきたいと考えている。



加工食品の一つ「餅（もち）」



卵かけごはん専用醤油

「お母さん」目線から地域の子育て支援

「幼稚園や保育園」「小児科のお医者さん」「親子で楽しめるイベントや公園」など、子育てに関する地域の情報は、子育て中の人にとって、その地域で暮らしていくために必要なものである。こうした地域の子育て情報を同じ「お母さん」の目線から長年にわたり発信し、群馬県の子育て支援に携わってきた団体が「市民メディアへばーみんとかんぱにー」である。

今回は、へばーみんとかんぱにー理事、神田知子氏に団体の活動状況などを伺った。

地域密着型情報求める

神田氏によると、へばーみんとかんぱにーは平成三年に前橋市で産声をあげた。最初のメンバーは三人で、いずれも夫の転勤により前橋へ引っ越してきた「お母さん」たちであった。

その当時も子育て情報を掲載したいわゆる「育児雑誌」はあったが、全国的に販売されているものばかりで、もっと身近な、例えば、「子どもとどこに遊びに行っているのか」「保育園はどこにあるのか」といった情報を扱う地域密着型の情報誌はなかった。また、市役所にも子育て中の「お母さん」のニーズに合う情報を提供するサービスはなかった。

「引っ越してきたばかりの不慣れた地域の上、欲しいと思う情報は手に入らない」。こうした悩みを抱えていた三人が公民館の育児講座で知り合ったことがきっかけとなり、子育て情報誌の第一号となる「前橋のいきいき子育てハンドブック」が翌四年に発行された。メンバーには、

「自分たちが欲しいと思う情報を自分たちで集めよう。そして、同じような悩みを抱えている人たちにも本にして発信しよう」という思いがあった。

そして、この発行を機に、同ハンドブックを見て興味をもった人や活動を知った人が集まり、メンバーが増えていった。それから十七年、メンバーを入れ替えながら、へばーみんとかんぱにーは毎年一冊のペースで情報誌を発行し、地域の子育て情報を発信してきた。

地図・記事形式で発信

へばーみんとかんぱにーの子育て情報誌は、これまでに十六冊が発行されており、毎号、異なるテーマで子育てに関する地域の情報を発信している。扱ったテーマは病院、保育所、公園、お店、お出かけスポットと多岐にわたるが、へばーみんとかんぱにーのメンバーが、日ごろの子育ての中で「欲しいな」と思った情報を、自らの手で地域の中から集め、それを地図や記事の形にして発信す

るというスタイルは、長年変わっていない。

例えば、お店やお出かけスポットがテーマのときは、子連れでも入れるお店や近所の公園をタウンマップで紹介したり、公民館や子ども劇場などの子どもと一緒に遊びに行けるイベントの記事を掲載したりなど、子育てで家にこもらざるを得ない人たちの「町や地域に出たい」というニーズに応える内容にした。

さらに、病院や保育所がテーマのときは、転勤を機に初めて群馬に来たため地元のことから分らず、情報交換をする機会もないという人が多いため、「小児科のお医者さんは町のどこにいるのか」「近くの保育所はどこか」といった情報をタウンマップに掲載した。

また、子どもが病気になったときの対応などの記事も掲載するなど、不慣れた地域で子育てをしている人



子育て情報誌

★ 団体プロフィール ★

設立年：平成3年9月

設立・運営主体：

自主的組織（コミュニティ組織）

代表者：荒川 香苗

会員数：18人

<事務局連絡先>

〒371-0017

前橋市日吉町4-31-1 101

(電話) 027-237-0755



子育て学（楽）会の様子



市民メディアアベばーみんとかんぱにーのメンバーら

が「欲しい」と思う情報を網羅。メンバー自身が読者と同じように地域で子育てをしている「お母さん」ならではの編集内容にしている。

こうした「お母さん」の目線で作られた情報誌は、子育てをしている読者から高い評価を得ており、毎年、多くの人から「最新号はいつ発行されるのか」「今度はどんな内容なのか」といった問い合わせが寄せられるなど、群馬県で子育てをする際の情報ソースとして広く認知されている。

県とイベント共催

ペばーみんとかんぱにーは、子育て情報誌の発行以外にもホームページ「ぐんま子育てネット」の運営や「子育て講座」の開催といったさまざまな活動を行っている。その中でもメインになっているものが、群馬

県との共催によるイベント「ぐんま子育て学（楽）会」の運営である。

この「ぐんま子育て学（楽）会」は、基調講演やワークショップといった「学び」と、子どもと一緒に活動しているさまざまな団体によるステージ発表といった「遊び」の二本立て。子育てをしている人やボランティアで子育てを支援をしている人、子育てに興味を持っている人など、多くの人に勉強の機会や楽しんでもらえる場を提供している。

そして、その運営にも「お母さん」の目線からさまざまな配慮がなされている。例えば、子育てを勉強するのに良い講演会があっても「小さな子どもを連れて行けない」との理由で参加をあきらめる人が多いことから、託児所付きで講演会を実施。また、体験ブースやステージの内容も、ペばーみんとかんぱにーのメンバー自身が子どもを連れていきたいと思

うものを企画している。

これらの工夫もあって、県内の子育て関係のイベントでは、約二千人の参加者が集まる人気イベントとして定着し、昨年で十回の開催となった。

また、このイベントの開催は、参加した人たちが、お互いに自分や子どもの悩みを話し合える場を作ることにもつながっている。子育てをしている人の中には、家の中で一人で悩んでいる人もいる。こういった人たちが家の外に出て、同じように悩んでいる人や子育てを終えた先輩と出会うことにより、「私もそれで悩んでいた」「私もそんなことがあった」といった子育ての悩みや体験談を共有することができる。

このように地域の中で、子育てで悩んでいる人たちに、悩みを解消し、安心感を得ることができるところやネットワークを提供するといった効果も、このイベントは生み出している。

新たな支援方法を模索

活動開始から十八年がたった今年、ペばーみんとかんぱにーの活動は岐路に立っている。

ペばーみんとかんぱにーが活動を開始した当時、地域に密着した子育て情報を入手する手段はほとんど無く、また、子育て中の人が集まって情報交換を行える場所も地域の中に無かった。しかし、時代の経過と

もにインターネットが普及し、欲しい情報をすぐに入手できるようになったことや、子育て支援センターなど、地域の中に子育て中の人が交流できる場所が整備されたことで、以前と比べ子育て情報誌を必要とする人が減ってきたと、メンバー自身も感じるようになった。

このため、今年は子育て情報誌の発行を休止し、「今、子育てをしている人が何を必要としているのか」「それに対して自分たちはどんな支援ができるのか」ということを、メンバー全員で模索しているところである。

ただ、地域における子育て支援そのもののニーズは決して少なくはない。昔と比べると地域のつながりも希薄になり、核家族が増えて家庭の中の相談機能も弱くなってきていることから、地域の中で困ったときに相談できるところを意識的に作る必要があるようになってきている。ペばーみんとかんぱにーには、これまでの活動を通じて構築されたさまざまな人たちのネットワークがあり、子育てをしている人が地域の中で困ったときに相談を受けてきたという経験もある。

だからこそ、ペばーみんとかんぱにーには、これまでの活動で培ってきた財産を活かし、これからも地域の中で子育てに悩む人たちのために活躍してほしい。

編集委員

● 平田真一

官民連携し一体化した観光振興

門司港は、福岡県北九州市にある港町で開港は明治二十二年（一八八九年）にさかのぼる。当時は北九州の工業力と結びついて大陸貿易の基地となり、最盛期には、一カ月に二百隻近い外港客船が入港し、国内航路を含めて年間六百万人近い乗降客がいた。街には商社やビルディングが建ち並び、盛り場には、洋行客相手の店も多く、門司港の街を華やかに盛り上げていた。

しかし、昭和に入り、関門鉄道トンネル・関門国道トンネルの開通による本州と九州を結ぶ交通拠点とし

ての役割の低下をきっかけに、次第にかつてのにぎやかさを失っていった。

レトロ倶楽部の設立

「門司港レトロ倶楽部」（以下、レトロ倶楽部）は、住民・民間企業・観光協会・行政が連携、一体化して観光振興を行い、こうした状況を打破するために、平成七年十二月に設立された。

活動内容は、まちづくり研修会・視察の実施や、門司港レトロ情報誌（レトロタイムズ）発行、観光キャンペーン、レトロPR、年二百回にも及ぶイベント等の企画・実施、市民イベントの募集・実施といった取り組みだ。これらの成果もあって、観光客は飛躍的に増加し、平成六年当時二十五・八万人だったが、現在では二百万人を超えるほどになった。今回は、この観光地としての飛躍の秘訣を探るためレトロ倶楽部で事

務局員として設立時から活動に携わっている上田曜子氏に話を伺った。

観光客が楽しめる仕掛け

まず、レトロ倶楽部の立ち上げのきっかけから設立までの経緯について聞いた。

上田氏によると、平成七年までに行政が行ってきた歴史と自然を融合した都市型観光拠点にすべくハード面の整備事業により門司港レトロの建物が整備されてきた。それらを活用して自分たちで何ができるかを検討するため、「門司まちづくり21世紀の会」「門司港栄町商店街」など、まちづくりにかわる六団体が集まってイベント実行委員会を立ち上げた。

そこで、それぞれの団体や住んでいる人の意見や希望を吸い上げ事業に反映させていく中で、それぞれの組織横断的に事業を実施する機関の

必要性を感じたという。次に、レトロ倶楽部の構成員は、設立に関わった六団体のほか、北九州市や民間企業（十五社）が加わり、各団体より規模に応じて数人の委員が派遣されている。

組織は、理事会（三十二人）、企画委員会（十五人）、事業委員会（五十人）で構成。イベントのスケジュールや内容は、企画委員会で検討され、年に四回実施される理事会で承認後、事業委員会で事業の執行にあたることとなる。この過程の中で、各団体の意見や提案をすり合わせることでにより相互に信頼が醸成され、魅力的な取り組みが生まれ、発展にもつながっているという。

例えば、バナナを使った創作料理やお菓子・バナナグッズが勢ぞろいするという「門司港レトロバナナフェア」。門司港は、バナナのたき売り発祥の地といわれていることにヒントを得て開催した。毎年実施しており今年度ですでに十回を数える。

レトロ倶楽部の構成団体の一つであるバナナのたき売りの口上を受け継いでいる「門司港バナナのたき売り保存会」が主体となって実施しているが、レトロ倶楽部を通すことによりさまざまな団体が事業に絡

★ 団体プロフィール ★

設立：平成7年12月
団体名前：門司港レトロ倶楽部
代表者：会長 吉田 清春
団体の構成：21団体
＜事務局連絡先＞
〒801-0852
北九州市門司区港町7-18
（電話）093-332-0106
<http://www.retro-mojiko.jp/>



レトロ倶楽部の事務局がある旧大阪商船



レトロ倶楽部などで実施しているイベント

レトロ倶楽部がなければ、それぞれ違う活動をしている団体が一緒になって今後の門司港のために議論したり、提案しあったりすることはなかった。

また、レトロ倶楽部の中に行政が入ることにより、その中での提案が施策に反映されることも多くなる。

さらに、企画立案の段階から同倶楽部が関わっているため住民側もまちづくりに参加しているという手ごたえが感じられる。

レトロ倶楽部がなければ、それぞれ違う活動をしている団体が一緒になって今後の門司港のために議論したり、提案しあったりすることはなかった。

また、レトロ倶楽部の中に行政が入ることにより、その中での提案が施策に反映されることも多くなる。

さらに、企画立案の段階から同倶楽部が関わっているため住民側もまちづくりに参加しているという手ごたえが感じられる。

このため、同倶楽部は、住民・民間団体・観光協会・行政の結節点としての役割を果たしているといえる。

この結果、「地域活性化への住民意識が高まることにより、個々の団体が自立してイベントを実行するようになり、レトロ倶楽部が主催の形から次第に支援の形態に移行している。今後の展開としては、主催事業をいつまでレトロ倶楽部が直接行うか。今までのイベントにどう新しい要素を加えていくかの検討が必要」(上田氏)となる。

地域を活性化するための取り組みを行う上で、住民・民間企業・観光協会・行政それぞれの意向にズレがあると大きな障害となってしまう。

また、住民の声が行政の施策に反映されている実感がないと住民は無力感を感じてしまう。

このため、レトロ倶楽部では、立場の違う人々が一堂に会して話し合いができ、意見のすり合わせができる場と、中立の立場でそれらの意見を集約でき、かつ、行政に意見を提案していく窓口の機能を提供している。今後こうした自由な話し合いの中からさらなる画期的な取り組みが生まれることが期待できそうだ。

「アート」「音楽」も要素

具体的には、門司港グルメ会が参加し、地域の料理店に協力を取り付け、バナナを利用した創作料理を開発した。また、地元商店街の協力により商店街で実施する仮装コンテストや地元の学生によるファッションショーや屋台の企画が催された。

さらには、行政との協働により世界の珍しいバナナやバナナのたき売りに関する資料といったバナナにちなんだものの展示なども行われた。

として栄えてきており、芸術家や工芸家の集うアートのまちとしても知られてきた。将来が期待される新進アーティストや、地域に根をおろして全国的に活躍するアーティスト計二十三人の作品を展示するという「みなと回廊展」が開催されている。

今年度で既に十回目を数える。

開催のきっかけは、門司港のハード整備は終わったが、来訪者が楽しめるようなコンテンツがないという問題意識からだった。レトロ倶楽部と門司港アート村実行委員会の共催で実施している共同企画。近年は毎年同じ出展者で、マンネリ化してきたのが課題とされてきた。

しかし、今回は、展示施設の一つ

団体同士の垣根を越えて

となつて旧税関跡地の展示を若手に一任することにより、まったく新しい出展者で構成されている。

このほかにも、「ジャズのまち門司港」にちなんだコンサート・ライブや、指定文化財でもある酒蔵を利用したクラシックコンサートなどがあり、来訪者を飽きさせず、何度でも門司港に足を運びたいような仕掛けづくりが目白押し。これらの多くは、レトロ倶楽部で地元・民間・観光協会・行政が協働して生まれ育てた企画である。

このため、同倶楽部は、住民・民間団体・観光協会・行政の結節点としての役割を果たしているといえる。

この結果、「地域活性化への住民意識が高まることにより、個々の団体が自立してイベントを実行するようになり、レトロ倶楽部が主催の形から次第に支援の形態に移行している。今後の展開としては、主催事業をいつまでレトロ倶楽部が直接行うか。今までのイベントにどう新しい要素を加えていくかの検討が必要」(上田氏)となる。

地域を活性化するための取り組みを行う上で、住民・民間企業・観光協会・行政それぞれの意向にズレがあると大きな障害となってしまう。

また、住民の声が行政の施策に反映されている実感がないと住民は無力感を感じてしまう。

このため、レトロ倶楽部では、立場の違う人々が一堂に会して話し合いができ、意見のすり合わせができる場と、中立の立場でそれらの意見を集約でき、かつ、行政に意見を提案していく窓口の機能を提供している。今後こうした自由な話し合いの中からさらなる画期的な取り組みが生まれることが期待できそうだ。

ツーリズムによるまちづくり

(財) 地域活性化センターは、地域の担い手の育成を目的として、実践者を講師に迎え、フィールドワークやグループワークを通じて、そのノウハウを共有する研修会「地域再生実践塾」を、全国五か所で開催している。本号では、第四回宮城県大崎市鳴子地区開催についての報告と参加者レポートを掲載する。

第四回は、「ツーリズムによるまちづくり」をテーマに九月二十八日から三日間、全国から四十二人の参加のもと開催した。

舞台となった、同市鳴子地区は、東北有数の温泉観光地であり、地域の人々が連携して、地域資源を活用した鳴子ならではの旅の形を模索した取り組みを進めている。

主任講師に、宮城大学事業構想学部教授の宮原育子氏を迎え、今回の地域再生実践塾を通して、ツーリズムによるまちづくりについて考察した。

初日は、三日間の導入部分として、宮原氏による総論の講義が行われた。そこでは、観光地を周遊するだけの従来の観光とは違う、地域資源を活用した体験交流型のツーリズムといわれる新しいタイプの観光が、ここ数年、注目されるようになった背景などが話された。

続いて、大崎市鳴子総合支所観光建設課係長、安部祐輝氏により、大崎市鳴子地区の全般的なツーリズム

の取り組みについての講義が行われた。

その後、鳴子ツーリズム研究会の事務局長、板垣幸寿氏により、講義が行われた。観光客の減少、農業の衰退ということに危機感を抱いた地域の人々が、業種の垣根を超えて、鳴子ならではのツーリズムを勉強実践していくために設立された鳴子ツーリズム研究会の活動についての話があった。そのなかで、地元で学

ぶという姿勢を持つこと、また、地域の人々が出会う場を提供することなど、地元密着のツーリズムを実践するに当たってのアドバイスが示された。

次に、鳴子地区の温泉街の一つ、東鳴子温泉を舞台に活動しているNPO法人東鳴子ゆめ会議理事長、大沼伸治氏が、同会議の「温泉」「農業」「食」など地域にあるさまざまな資源を組み合わせた活動についての講義を行った。具体的には、地域内外の人々をつなげるコーディネーターの必要性、目的に向かって活動を継続する重要性などの話があった。

二日目は、民俗研究家の結城登美雄氏により、農業の置かれている厳しい状況、その危機感に動かされて始めた、作り手と食べ手で農業を支える「鳴子の米プロジェクト」の取り組みについての講義が行われた。

結城氏の講義の後、鳴子地区においてフィールドワークを実施。実際の活動現場で、実践者の話を聞くことにより参加者の理解がより深まった。

フィールドワーク終了後、参加者は、少人数の班に分かれて、これまでで見聞した内容を基に、鳴子地区の取り組みの長所と課題を探し出し、鳴子の取り組みを自分の街で活かせるかについて意見交換。三日目に班ごとに分かれて発表を行った。参加者らは、意見交換・発表を通して、地域でつながることの大事さ、地域における核となる人の重要性を改め

て認識していた。

最後に、宮原氏による三日間の総括が行われた。単に観光の一つの手段というだけでなく、地域の課題解決に資するツーリズムを、地域の住民が連携して展開することが大事であるとまとめ、三日間のカリキュラムを終了した。

業務第二課 ● 埴田新平

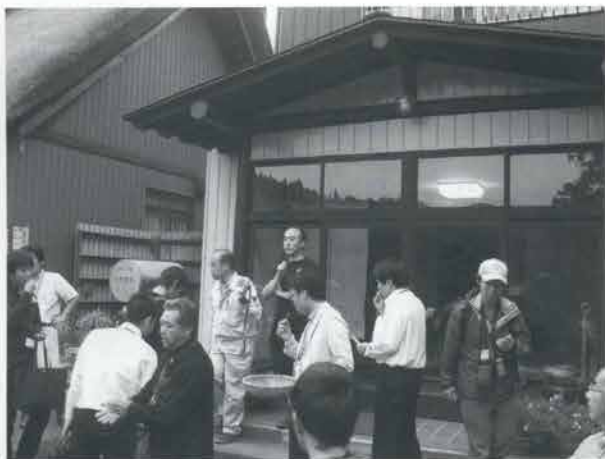
参加者レポート

強い地域愛と危機感

今回、宮城県大崎市鳴子地区で開催された地域再生実践塾に参加し、講義やフィールドワークを通じて強く感じたのは、「鳴子では地域の人たちがお互いの立場を越えて一つに



講義の様子



フィールドワークの様子①



フィールドワークの様子②

なり、地域のことを考えてつながっている」ということである。

地域づくりで大切なのは人材である。地域づくりに対する熱い思いを持った人たちのネットワークがあり、それがうまく機能していると感じた。

行政を含め、さまざまな分野で活動する人々が連携し、お互いの垣根を越えて一つになり、共に汗をかき、感謝すること、そして何よりも、「決してあきらめない」ことが大事である。言うのは簡単だが、実践するのは難しい。鳴子でそれができているのは、昔から地域の人たちが持っていた地域への思い（地域愛）もさることながら、このままでは地域が立ち行かなくなるという切迫した危機感が根底にあるためだと思われる。

危機感は、鳴子の伝統産業である旅館業の衰退のみならず、耕作放棄地の増加に見られる農業の将来にまでわたった。

「温泉地」であり「農山村」でもある鳴子で生まれた「鳴子の米プロジェクト」は、鳴子のみならず日本の将来の米作りへの危機感から生まれたという。

プロジェクトの仕組み自体は、一九八〇年代のアメリカで始まったCSA (Community Supported Agriculture) に範をとったもののだが、このプロジェクトの総合プロデューサーである結城登美雄さんがいう「農をあきらめない」という言葉は、日本の農民、殊に東北地方の農民の「米作りへの執念」が根底にあり、たいへん重い。

将来の食糧問題に対する漠然とした不安感が背景にあるのか、このプロジェクトに共感し、参加する若者たちが増えているという。今後、鳴子発の取り組みが全国に広まることを期待したい。

埼玉県 ● 大山澄男

鳴子に学ぶ地域づくりの原点

今回の地域再生実践塾の舞台となった宮城県大崎市鳴子地区では、地域づくりの原点とも言えるべき、非常に重要な事を気付かせてもらった。

地域の活性化というテーマは、自治体の存在目的そのものと言っても過言ではなく、何らかの地域づくりに取り組んでいないまちは無いだろう。しかし、着実にステップアップしながら、きちんと継続できている例は決して多くはない。一体何が足りないのか。

今回の実践塾で行われたグループワークでは、鳴子の住民の危機意識と当事者意識の高さについて、すべてのグループから驚きの声が聞かれた。「住民が主体的に」というフレーズで自治体が旗振りするまでもなく、地域の将来や課題を多くの住民が自らのことととらえ、集う。その本気さに参加した者は皆圧倒されたのである。

住民の本気さは、旅館業、農業、商工業などさまざまな分野

の住民・団体で作る「鳴子ツーリズム研究会」という集合体を成し、住民主導で異業種連携の仕組みを実現した。そこでは、異業種連携ならではの新たなアイデアや取り組みが続々と生まれている。「行政の関わりはあまり無かった」と語る市の担当者の表情は、どこか誇らしげだったのが印象に残っている。

さて、私にとって貴重な気づきとなったことがもう一つあった。

人が地域づくりに携わる目的には、それぞれに「思い」がある。生きがいや地域の誇りのためという場合もあるし、まちの賑わいやコミュニケーション・創出のためということもあるだろう。

私が、実践塾で得たもう一つの気づきとは、地域づくりの目的は皆、「今より良く暮らしたい、潤いたい」という思いに帰結する、ということだ。

経済的に潤いたいという思いも地域づくりの目的なのだ。ややもすれば、不純な動機だと後ろ指を指される向きもあるかもしれない。しかし、求めるものが得られない地域づくりでは、息が続かない。持続可能な地域づくりを目指すためには、経済性や実利ももっと重視すべきと考える。

地域づくりの取り組みを具体的な利益にどうつなげるか、地域のみならず真剣に議論すべき時が来ているのかもしれない。

茨城県 ● 村上信吾

「地域づくり総務大臣表彰」受賞団体の動画紹介

—地域づくりのヒントをインターネットで—

魅力ある地域づくりに功績のあったNPOや、民間企業、地方自治体、個人などを対象とする「平成二十一年度地域づくり総務大臣表彰」の授賞式が平成二十二年一月十二日、東京都内で開催される。表彰により、活力ある地域社会づくりの機運を高める。

こうした中、(財)地域活性化センターは、受賞団体などの活動に対する理解を深めて、さまざまな地域づくりのヒントを得てもらうため、「地域づくりコンテックス発信支援事業」を行っている。

これは、「地域づくり総務大臣表彰」と「過疎地域自立活性化優良事例表彰総務大臣賞」を受賞した団体、自治体、個人の活動を撮影・編集し、十五分の動画にまとめ、インターネットで配信する事業である。インターネットが使えれば、環境にあれば、誰でも簡単に視聴できる。

受賞団体の活動に関心があつて

も、遠い場所や、年に一回のイベントなどで、直接見ることが困難な取り組みも多い。しかし、動画という豊富な情報を発信することを可能にする媒体と、密着した調査や取材、多くの人へのインタビューといった制作努力によつて、受賞団体の活動を知り、学ぶことができる。

現在、平成二十年度受賞団体(P43参照)の映像を作成中で、団体などの活動に合わせて取材を行い、完成したものから随時インターネット上に掲載している。

表彰される団

体などの活動は、地域に根ざした特徴的なものであり、対処すべき問題は全国的な普遍性を持つ。このため、地域の抱える課題の解決へと通じるさまざまな糸口を内包しているといえる。

「東鳴子ゆめ会議」の撮影現場
実際の撮影はどのように行われているのだろうか。今回、NPO法人東鳴子ゆめ会議の撮影に同行した。



取材風景



光の盆会議

受賞団体・受賞者一覧

(平成20年度)

団体表彰〈計17団体〉

田んぼdeミュージカル委員会	【北海道むかわ町】
特定非営利活動法人 ジュニアグローバルトレーニングスクール	【青森県青森市】
特定非営利活動法人 東鳴子ゆめ会議	【宮城県大崎市】
くろほね交流居住支援隊	【群馬県桐生市】
日本愛妻家協会	【群馬県嬬恋村】
金屋町まちづくり推進協議会	【富山県高岡市】
黒川町内会	【富山県上市町】
雪だるま倶楽部	【石川県白山市】
株式会社 南信州観光公社	【長野県飯田市】
特定非営利活動法人 生活バス四日市	【三重県四日市市】
京都学生祭典実行委員会	【京都府京都市】
特定非営利活動法人 芸術と計画会議	【兵庫県神戸市】
コウノトリ野生復帰推進連絡協議会	【兵庫県豊岡市】
有限会社 安達商事	【鳥取県日野町】
倉敷市インクルージョン推進事業全体協議会	【岡山県倉敷市】
特定非営利活動法人 北九州ビオトープ・ネットワーク研究会	【福岡県北九州市】
特定非営利活動法人つどいの広場いづか	【福岡県飯塚市】

地方自治体表彰 (頑張る地方応援表彰) 〈計8団体〉

北海道標津町	山梨県北杜市
宮城県栗原市	香川県小豆島町
茨城県大子町	宮崎県
群馬県上野村	沖縄県南風原町

個人表彰〈計4組(5人)〉

皆川トメ子・山内サトミ	【福島県昭和村】
羽賀友信	【新潟県長岡市】
セーラ・マリ・カミングス	【長野県小布施町】
清水義康	【滋賀県長浜市】

合計 25団体、4組(5人)

同団体は平成十五年、宮城県大崎市の北西部にある鳴子温泉郷の中の東鳴子温泉で、発足した。発足前の東鳴子温泉は、農業者や林業者からの湯治場として栄えていたが、高度経済成長期以降、主たる客層であった第一次産業従事者が減少し、バブル後の需要不振から深刻な客不足に陥っていた。

こうした中で、危機感を抱いた一部の若手旅館経営者らが立ち上がった。彼らが行っているのが「光の盆」「お酒の子守唄ライブ」などといったさまざまな活動だ。(P40、41参照)

制作班は、これらのイベントを準備の段階から何度も現地に入り撮影する。そうすることで、現地の住民との距離が近くなり、自然体の映像が撮れ、イベントの臨場感が伝わってくる。

映像による地域づくり

「地域づくりコンテンツ発信支援事業」では、NPO法人東鳴子ゆめ会議のように受賞団体の取り組みや、住民一人ひとりの熱い思い、来訪者や利用者の率直な感想、地域づくりの現場である土地の風景や音などが十五分の動画に収められてい

る。文字だけでは分かりにくい、素晴らしい活動のありようをつかむことができる動画を、ぜひ地域づくりの一助としていただきたい。

企画調査課 ● 竹田昇司

総務大臣表彰受賞団体の動画は—
(財)地域活性化センターホームページ
(<http://www.chiki-dukuri-hyaka.or.jp>) から、「地域活性化事例・情報提供事業」↓「地域づくり表彰団体動画」をご覧ください。

設立2年、事業の本格的展開

— JOIN (移住・交流推進機構) —



JOINの関連図

情報サイトをリニューアル

JOINは設立以来、会員交流会などを通じた会員同士のマッチングによりさまざまな移住・交流の企画を推進してきた。

例えば、島根県吉賀町と(社)コミュニ

ニティネットワーク協会のコラボ事業では、同協会のネットワークを活用し、失業した都市部の人々を対象に

官民連携により都市から地方への移住や二地域居住を推進する全国的な組織「JOIN(移住・交流推進機構)」は、設立から二年が過ぎ、本格的な事業展開の段階に入った。

平成二十一年十一月現在のJOIN会員は、自治体が三十八道県と八百六十九市町村、法人会員が六十九企業・団体。

福祉系専門学校への「ふくし留学生」を募集したところ、定員を超える応募があり、廃止方針であった同校介護福祉科の存続が決定。現在は「福祉のまちづくり」に向けた取り組みに発展している。

また、「新ビジネス創造研究委員会」では、和歌山県の廃校活用宿泊施設での農業体験が企業福利厚生商品としてメニュー化。また、茨城県と(株)ぐるまびが連携し、古民家を活用した地元食材レストランの実験経営事業「旬彩和善 幸久庵(さきくあん)」が大ヒットし、さまざまな分野で成果を上げている。

JOINは、今後の中期的な事業方向として、新たなニーズの掘り起こしや、機構のサービス価値の向上を目指し、①移住・交流希望者向け情報の「ワンストップサービス」②多様な地域産業・雇用機会やビジネスチャンスの拡大・新規創出などに重点を置くこととしている。

この考えに基づき、既存の移住情報サイトを大幅リニューアルし、移住・交流者向け情報ポータルサイト「ニッポン移住・交流ナビ」(<http://www.join.jp>)を、平成二十一年九月に立ち上げた。十一月現在、リニューアル前の約二・五倍のサイトアクセスが

ある。

リニューアルのポイントは次の通り。

(1) 地方への移住を検討する一般ユーザーにとって、当該地域の不動産情報と仕事情報は極めて重要である。このため、JOINの法人会員であるアットホーム株式会社運営する不動産情報サイト「at home web」と、株式会社インテリジェンスの運営する求人情報サイト「an」から最新の情報提供を受け、自治体からの情報と併せて提供している。

(2) 総務省が今年度からスタートさせた重点施策「地域おこし協力隊」情報コーナーを併設。これは、同隊の募集情報を、一括して検索・閲覧できる初めてのサイトである。

(3) 新サイトに掲載される、自治体の移住交流希望者向けのセミナー情報、体験プログラム、イベント情報、仕事情報、その他の暮らし情報は、JOIN会員である自治体の担当者が自ら入力しているので正確で安心である。さらに、自治体の移住に関するパンフレットや資料を、ユーザーがサイト上から一括して請求できるサービスも開始した。

今後は、会員団体の協力のもと情報発信力をさらに高めていく。



日立市長 ● 檜村 千秋

地域の力で拓く未来

朝日が昇る山あいの田園風景の中、青い傘がいつせいに開いた。畑の中、山の中、川の中、あちこちに開いた青い大きな傘。その傘が浮き出させて見せた、日本の原風景ともいえる山の緑や田に光る稲穂、川のせせらぎに、多くの人が心打たれた。

一九九一年十月、日立市中里地区を含めた里川流域で、クリスト・アンブレラ・プロジェクトが展開された時のことである。全長十九キロメートルにわたり千三百四十本の青い傘が立てられ、五十万人を超える人々がこの壮大な芸術を見るために訪れた。世界的な梱包芸術家であるクリスト氏が各地を調べ抜いたうえで「日本の山里」として選んだこの風景は、今もほとんど変わっていない。

日本屈指の工業都市として知られる日立市は、もともとは小さな農村漁村の点在する地域だった。明治三十八年、閉山寸前だった鉾山を久原房之助は日立鉾山として本格的な開発に着手し、日本でも屈指の銅山へと育て上げた。また、鉾山で使う機械の修理を担当していた小平浪平らは、国産初の電動機を開発するなど技術を向上させ、日立製作所を設立、日立市の工業都市としての発展を方向付けた。

一方、日立市北西部の山間地域は、銅精錬場の亜硫酸ガスによる煙害により、山林や農産物に甚大な被害を受けることになった。その解決を目指して日立鉾山と地域住民は「共存共栄」の方法を模索、当時世界一の高さの「大煙突」を建設し、地域に豊かな農地や緑の山々が戻った。またこの時、煙害で全滅した一帯の山林復旧のため煙に強い植物が研究され、大島桜が煙害に耐えることを突き止めて、二百六十万本もの苗を植栽し、日立市が全国有数の「さくらのまち」となる礎を築いたのである。

このようにして、日立市は工業都市でありながら、か

つてクリスト氏にも認められたような、美しく豊かな自然を残すことができた。そこには、自然と産業を共生させ未来を切り開いてきた先人の姿がある。

そして今、大きな時代の変革期にあたり、その精神を引き継ぎ、素晴らしい資源を活かそうと活動を始めた人たちがいる。

日立で獲れた魚を、より新鮮な状態で地元の人や日立を訪れた人に食べてもらいたいと、漁業者と地元飲食店が連携してその仕組みづくりを進め、地魚のおいしさを広める活動を展開している。また、中里地区の女性たちが、農業体験や農家民宿を通して、人と人とのふれあいや都市と農村の心のつながりを広めようとして取り組んでいる。田舎暮らしを長期体験できる古民家を貸し出し、農業指導をしてくれる人たちもいる。

地域資源を活用した、日立市だけのオンリーワン商品づくりにも積極的に取り組んでいる。十王地区では、北米原産の果実「ポポー」を栽培し、商品化している。ポポーは木になるカスタードクリームとも言われ、独特の甘い香りと味を活かして開発されたワインやソフトクリームなどが、好評を博している。また、新たな取り組みとして、モンゴル原産のグミ科の植物「チャチャルガン」の栽培を手掛け、この実や葉を日立市の地域ブランドとして商品化する研究を進めている。

こうした取り組みは、まだ始まったばかりではあるが、日立市の未来を切り拓きリードしていくのは、こういった地域の人たちのパワーであると、私は信じている。地域資源を活用した産業を育成し、厚みのある産業構造を再構築していくことが、これからのまちの活力となっていくだろう。私たちは、彼らの活動を支えるよきパートナーになりたいと願っている。



2月17日、20日
 ◎かがり火えんぶり 2月17日、20日
 ◎お庭えんぶり 2月17日、22日

えんぶり

国指定重要無形民俗文化財



豊作願い、
大地を揺さぶる



(社)八戸観光コンベンション協会 TEL0178-41-1661 八戸市観光課 TEL0178-46-4040
<http://www.city.hachinohe.aomori.jp/kanko/>



手前みそ
ですが…

福島県

田村市

131

あぶくまの人・郷・夢を はぐくむまち

田村市は、福島県中通り地方の阿武隈高原のほぼ中央に位置し、美しい青空と緑豊かな自然に恵まれた高原都市である。平成17年3月1日に滝根町、大越町、都路村、常葉町、船引町の5町村が合併して誕生した人口約42,000人のまち。豊かな自然環境を活かした観光施設や祭り・イベントが、歴史・文化財とともに、この地域の魅力となっている。

あぶくまの丘陵地が連なる市内には、「あぶくま洞」「行司ヶ滝」「高柴山」等、天然の造形美が数多くあり、訪れる人の心を魅了している。

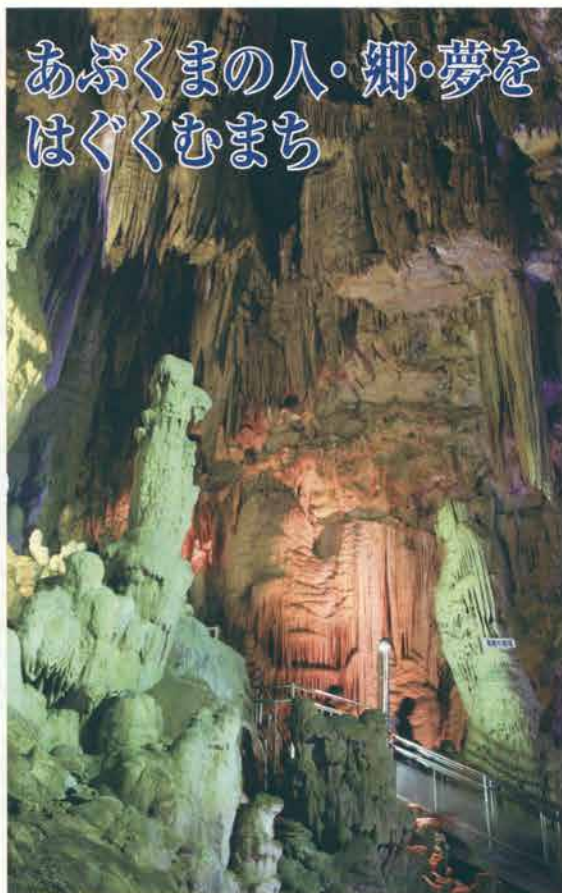
春は桜。各地で咲き誇る桜がまちを薄紅に染め上げる。夏は、花と花火。色とりどりの花々が華麗に大地と地上を照らす。秋、そして冬は伝統の祭り。いにしえから伝わる伝承や習わしが行われ、郷土の歴史や地域の優れた伝統文化を次世代へと継承している。

歴史や文化、伝統を受け継ぎながら、阿武隈地域の中核都市として発展の可能性を開花させるべく、市の将来像に掲げた「あぶくまの人・郷・夢をはぐくむまち～はつらつ高原都市田村市～」の実現に向けて、かけがえのない豊かな自然環境や地域の資源を守りながら有効活用し、地方の時代にふさわしい均衡のとれたまちづくりを進めている。また、磐越自動車道等高速道路網整備の進展に伴い、主要都市圏とのアクセス条件は飛躍的に向上し、都市との交流も活発に行っている。

地域の限らない発展の可能性を秘めたまち…それが「田村市」である。



■安倍文殊堂の稚児行列
例大祭では子供たちがきらびやかな衣装に身を包み参道を登っていく。



■あぶくま洞 8,000万年という歳月をかけて創られた貴重な鍾乳石による大自然の造形美は見る人を感動させてやまない。



■高柴山 毎年5月下旬には3万株の真紅のつつじで包まれる。



■カブトムシ自然王国「こどもの国ムシムシランド」
自然の中でカブトムシの生態をつぶさに観察できる。



■お人形様（魔除けの神様） 保存会により毎年4月に衣替えが行われる。



■行司ヶ滝 美しい渓谷美が広がる高瀬川支流一帯の中でも行司ヶ滝の清冽な流れは一見の価値あり。



■小沢の桜 たばこ畑の中にある1本の桜。日本の原風景ともいえる風情を撮影するために毎年全国から多くの人が訪れる。



■都路灯まつり 1万本の竹筒にともしたローソクの灯が、闇の中に幻想的な空間を浮かび上がらせる。



平成22年度全国地域リーダー養成塾 塾生の募集中です!

セン
ター
通
信

全国地域リーダー養成塾は、さまざまな分野で既存の枠にとらわれない斬新かつ大胆な発想のできる地域のリーダーの養成を目的とした、体系的かつ効果的なカリキュラムによる研修です。

平成元年度から開講し、これまでに656人の感性豊かな実行力のある地域のリーダーを養成してきました。

熱意ある皆さんの積極的な参加をお待ちしています。

●研修期間 平成22年5月から平成23年2月初旬

●募集人数 40人程度



研修の様子

●応募資格

地方公共団体等の職員、地域づくり団体等のメンバー（募集案内参照）

●研修内容

地域づくりの専門家・実践家等による講義のほか、ファシリテーション研修、論理的思考・表現力研修などのグループ演習を取り入れ、実践を重視した研修を行います。

また、主任講師による少人数のゼミナール形式の講座を開講し、塾生各自が地域のテーマを見つけ、調査・研究に取り組み、成果を修了レポートにまとめます。きめ細かい指導により、「自ら考える力」を養います。

●申し込み

募集案内及び参加申込書は、センターのホームページ（「地域づくり百科」<http://www.chiiki-dukuri-hyakka.or.jp>）からダウンロードできます。

●応募方法

平成22年1月22日（金）までに、各市区町村担当課へ応募書類を提出してください。

●問合せ先

研修交流課（電話）03-5202-6134

テレビ番組放送のお知らせ

財団法人地域活性化センターでは、「都会の団塊の世代や若者を活かした地域づくり」をテーマに、各地域における取り組みを紹介するテレビ番組を次のとおり放送します。ぜひご覧ください!

●番組名:「列島発! 第2のふるさと新発見〜夢を追った僕らの挑戦〜」

●放送日時: 平成21年12月23日（水・祝） 9:55~10:50（55分）

※一部地域で放送日時が異なります。

●放送局: TBS系全国ネット

(問合せ先)

企画調査課 (TEL: 03-5202-6133)



特別協力団体のJOIN、「第3回いってみたいde賞」PR —「海外ロングステイ・国内デュアルライフフェア2009」—

11月7日（土）東京ビッグサイトにて、「海外ロングステイ・国内デュアルライフフェア2009」が、開催されました。このイベントは、80の国と地域、108の企業・団体が参加し、展示・相談ブースやセミナーを通じ、地域の情報や、役立つ情報を一度に提供するというものです。今年で、4回目を迎えるこのイベントも、年々、来場者が増え、今年は前年度の7000人を上回る、8000人を超え大盛況でした。

JOIN（移住・交流推進機構）は、特別協力団体として参加し、29道県とともに、国内デュアルライフゾーンにブースを出展。

JOINは、このイベントに併せて募集を開始した「第3回いってみたいde賞」のPRを中心に行いました。「第3

回いってみたいde賞」とは、全国の自治体の推薦する田舎暮らし体験メニューについて、皆さまより人気投票をいただくコンテスト。推薦プランは9つ。（北海道、千葉県、福井県、山梨県、静岡県、和歌山県、島根県、熊本県、鹿児島県）。1月には、参加自治体への表彰を行う予定にしています。

JOINブースにもたくさんの参加者の訪問があり、情報交換をしながらこのキャンペーンへの投票参加をいただきました。

各自治体ブースにおいても、活発に受け入れ相談が行われ、「参加者の意識が高い」などの感想が聞かれ、手ごたえを感じていました。

12月

★日本橋プラザビルイベントスペース

- 12月1日(火)～12月2日(水)
新見市・千屋牛振興会(岡山県)
- 12月7日(月)～12月9日(水)
滝川市産業活性化協議会(北海道)
- 12月16日(水)～12月18日(金)
伊勢市(三重県)
- 12月21日(月)～12月22日(火)
長野市の観光と物産展実行委員会(長野県)

★ふるさと情報プラザ

- 12月1日(火)～4日(金)
『湯浅町観光物産展』(仮題)
湯浅町(和歌山県)
- 12月7日(月)～12月9日(水)
『りんごの里 信州小川フェア』
小川村(長野県)
- 12月10日(木)～12月11日(金)
『高原のふるさと南箕輪村からの贈り物』南箕輪村(長野県)
- 12月14日(月)～16日(水)
『愛と和のまち 椿のまち 野々市』
野々市町(石川県)
- 12月17日(木)～18日(金)
『環境王国 福島県天栄村「こだわりの食材」』天栄村(福島県)
- 12月21日(月)～22日(火)
『ヨイヤセ!!とよさと～滋賀県豊郷町からの発信～』
豊郷町(滋賀県)

(写真)

- 1 五泉ファッションタウン推進協議会(新潟県五泉市) 10月15日(木)～16日(金)
- 2 桑名市物産振興協会(三重県) 10月20日(火)～21日(水)
- 3 津市(三重県) 10月22日(木)
- 4 華やいで大阪・南泉州観光キャンペーン推進協議会(大阪府) 10月26日(月)～27日(火)
- 5 那須町(栃木県) 10月29日(木)～30日(金)
- 6 神戸市 10月26日(月)～29日(木)
- 7 越前町(福井県) 11月9日(月)～13日(金)



岡田外相が視察



1月

★日本橋プラザビルイベントスペース

- 1月6日(水)～1月8日(金)
秋田県仙北地域振興局
- 1月13日(水)～1月15日(金)
米沢市(山形県)

★ふるさと情報プラザ

- 1月7日(木)～8日(金)
『蒲生町観光物産展』(仮題)
蒲生町(鹿児島県)
- 1月18日(月)～1月22日(金)
『「とちぎ暮らし」フェア』
栃木県
- 1月26日(火)～27日(水)
『出会う! 体感する! 小田原ブランド!!』小田原市(神奈川県)



【編集後記】

▼地域経済の衰退が深刻さを増しています。さらに、地域における福祉、教育、環境などの社会的課題が複雑化し、行政機関だけでは対応できない状況にもなっています。今月号では、こうした課題の解決への手法の一つになるのではと注目されている「ソーシャルビジネス」にスポットを当てました。

▼では、ソーシャルビジネスとは一体どう定義されるのでしょうか? 今回執筆いただいた中村陽一教授によると、学術的に定説といえる定義はまだないようですが、とりあえずは「社会的課題の解決にビジネスの手法をもってあたる事業体」とされています。さらに、実践を集積していく中から定義が絞られてくるのが望ましいとのこと。まずは実践です。

▼特集記事では、特定非営利活動法人(NPO法人)や民間企業などの先進的なソーシャルビジネスを活用した取り組みを紹介しています。そのビジネス分野は、観光、まちづくり、情報サイト、福祉タクシー、イベント事務など多岐にわたります。いずれの代表者からも地域の再生を強く願う気持ちがうかがえます。

▼地域再生を成功させるには、その手法が持続可能な方法でなければなりません。ソーシャルビジネスでは、事業体が運営を続けるのに必要な収益を上げるのも必要不可欠です。「継続は力なり」。地域再生の新しいアイテムともいえるソーシャルビジネスにより、多くの地域が活気づくことを期待しています。

(古閑)

「1月号予告」

特集II 外国人観光客の誘致作戦(仮)

地域づくり12月号

2009年12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

法律で許可された場合以外に、本誌からの無断転載を禁止します

落丁・乱丁はお取り替えます。情報サービス課(03-5202-6135)まで、ご連絡下さい。

「調べ」をどうぞ。

宝くじ当せん金の引き換え期限は一年間です。
買ったらず、早めの当せん調べをお願いします。

宝くじの収益金は、
身近な街づくりに役立っています。



当せんはしっかり調べて、しっかり換金。



財団法人 日本宝くじ協会

<http://www.jla-takarakuji.or.jp>