

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 ■ 「政策観光」と
地域活性化

12

2010



布滝。50メートルの高さから水が流れ落ちる様子が白布をさらしているように見えることから、この名がつけられた



昔ながらの茅葺き屋根の民家（小椋家）



尾所の山桜。推定樹齢は560年



京都市花園の妙心寺を本山とする臨済宗高福寺。梅雨時期には、周囲に100株あまりのアジサイが咲く

1 巻頭エッセー ● 「元気・安心 そして、夢と希望あふれる香川」をめざして 浜田恵造（香川県知事）

特集 「政策観光」と地域活性化

- 4 「政策観光のススメ」 山本恭造（青森公立大学経営経済学部教授）
- 10 北海道栗山町 視察ラッシュ！全国初の議会基本条例制定 衣川秀敏
- 12 山形県長井市 足元からの地域ガバナンス 寒河江新一
- 14 横浜市 視察有料化に効果はあったか 小池伊左雄
- 16 石川県羽咋市 企業誘致より人心誘致 高野誠鮮
- 18 京都府亀岡市 亀岡市のセーフコミュニティ活動と有料情報提供制度 湯浅弘樹
- 20 京都府伊根町 町内飲食、宿泊条件に行政視察受け入れ 濱野茂樹
- 22 徳島県上勝町 そうだ、上勝へ行こう！ 溜本弘樹
- 24 大分県宇佐市 グリーンツーリズムで“心のせんたくを！” 植田淳子
- 26 島根県海士町 島に訪れる行政視察を観光の商品に見立て 青山富寿生
- 27 観光の資源発掘とその育成
望月洋佑（株野村総合研究所 公共経営戦略コンサルティング部 副主任コンサルタント）

- レギュラーレポート 29 ～北から南から～ 京都府綾部市
「里山」で地域づくり人材の交流、育成 NPO法人「里山ねっと・あやべ」
- 30 地域づくり団体等活動支援事業（高松市）
「安心・安全まちづくり」テーマに講演 小野美津子
- 32 地域づくりアドバイザー事業（千葉県四街道市）
四街道の名物をつくろう！ 和田浩史
- 34 活力ある地域づくり支援事業（地域資源活用助成事業）（北海道滝川市）
菜の花による地域づくり 清水拓智
- 36 地域再生実践塾 平成22年度第4回
都市農村交流を通じた地域づくりについて議論 和歌山県田辺市
- 団体探訪
38 NPO法人市民シアター・エフ
シネマのあるまちづくり 埼玉県深谷市
- 40 神山アーティスト・イン・レジデンス実行委員会
アートで紡ぐ 心と心 徳島県神山町
- 42 地域活性化フォーラム in 愛知
アートを活かした地域づくりをテーマに議論 （財）地域活性化センター
- 45 首長の思い サンマは宮古に、限る！ 山本正徳（宮古市長）
- 48 センター通信

グラビア

2 「政策観光」と地域活性化

46 都道府県漫遊●大分県

47 手前みそですが…●広島県尾道市



「花」の練り合いの前の神事

●文：古閑 ●カメラ：小形又男

今年も、神事が終わった後、八地区の「花」が合戦開始。練り合うたびに、紙製の造花や、竹の枝などが抜け落ちた。これらの造花や枝を神棚に供えておけば、無病息災のご利益があるということから、詰め掛けた地元住民や観光客が必死に拾い集めていた。

阿波地区は、鳥取県と接し、岡山県の最東北部、中国山脈の中腹に位置する。四方を千メートル級の山に囲まれ、全面積の九四％を山林が占めている。集落には、茅葺き屋根の民家や水車が残る。

クライマックスは、一の鳥居と二の鳥居の間に阿波小学校のグラウンドで練り広げられる「花」の練り合い。阿波内の八地区の青年らが、赤、白、黄に彩られた「花」を激しくぶつけ合う。その激しい様から「けんか祭り」ともいわれ、岡山県指定無形文化財に指定されている。

岡山県津山市阿波地区で、阿波八幡神社の花祭りが十一月三日に催された。

祭りは、この地区（旧阿波村）の産土神である阿波八幡神社の秋の例祭。室町時代の弘治年間（一五五五年～一五八一年）に始められた。

表紙Ⅱ阿波八幡神社の花祭り

（岡山県津山市阿波地区）

「元気・安心 そして、夢と希望あふれる香川」をめざして

香川県知事 ● 浜田恵造



今年九月に香川県知事に就任して、三カ月がたちました。

県内外を問わず、また海外へと出向き、多くの方々とお会いし、お話をさせていただく中で、ふるさと香川の一層の発展に尽くしたいとの思いを一層強めています。香川県は、瀬戸内海の風光明媚な景観や自然に恵まれ、農畜産物や魚介類など食べ物も豊富で、味わい深く、また、お遍路さんなどの癒やしの文化や、現代アートをはじめとする芸術の集積など、世界に誇れるいいものがたくさんあります。

特に、讃岐うどんは有名であり、うどんツアーに多くの観光客が訪れるなど、まだまだブームは続いています。香川では、うどん用の小麦として、「さぬきの夢2000」に続く後継品種「さぬきの夢2009」の開発に成功し、今後、普及に努めてまいります。

また今年は、地中美術館で有名な直島をはじめとする瀬戸内海の美しい島々を舞台に、海の復権をめざして「瀬戸内国際芸術祭2010」を開催し、大いににぎわいました。

この瀬戸内海の島嶼部の現代アートと、本土側のイサムノグチや東山魁夷などの美術館、さらに金刀比羅宮を中心とする歴史に磨かれた伝統美を加えた「香川せとうちアート観光圏」が国の認定を受けています。香川県では「海、都市、里」それぞれの地域で集積・展開する芸術文化資源を「せとうちアート」という名称でブランド化して、国内外からお客様をお迎えして、活性化につなげようとしています。

こうした香川ならではの特色や強みを生かして「元気・安心 そして、夢と希望あふれる香川づくり」に取り組みんでいくため、私は、次の三つの柱を中心とする施策を推進していきます。

一つ目は、「元氣の出る香川づくり」です。経済の活性化を図るため、新規産業の創出や新技術、高度技術の開発支援、特色ある農林水産物の生産拡大などに努める

とともに、これまで培われてきた香川の活力を将来にわたって維持・増進するため、競争力のある力強い産業を育成し、働く場を確保します。

「香川の良さ」「香川のいいもの」を広く知ってもらうことが大切であり、県産品のブランド化や地産地消を推進してまいります。香川の魅力を高めるため、自ら先頭に立ち、国内外を問わず、積極的にトップセールスを行い、観光客数の増加や香川ブランドの売り込み、企業・研究所の誘致などを進めます。さらに、新しい海外航空路線を開拓するなど、拠点都市機能の拡充を図ります。

二つ目は、「安心できる香川づくり」です。県独自の奨学金制度の創設や育児施設の充実など、安心して子どもが育てられる環境づくりを進め、高齢者や障がいのある方などが安心して暮らし、社会参加を通じて生きがいを感じることでできる健康長寿社会づくりに取り組みます。

医療体制の強化や、交通安全対策、環境問題に取り組むとともに、住みよい県土づくり、県民が互いに支え合い、安心して暮らせる社会づくりにより、赤ちゃんからお年寄りまで、すべての人が笑顔で暮らせる社会づくりを進めます。

三つ目は、「夢と希望あふれる香川づくり」です。郷土に誇りと愛情を持ち、地域を支える、きらめく個性と豊かな心を持った人づくりをめざします。文化・芸術やスポーツを積極的に推進し、創造性と活力あふれる地域づくりに取り組み、地域の魅力を発信するとともに、瀬戸内海の魅力と豊かな資源を生かして、観光立県をめざし、交流人口の増加を図りながら、「住んでみたい」「住み続けたい」というような郷土を創り上げます。

香川県は、日本一小さい県ですが、「日本一元気な日本一安心できる県」にしたいと願っています。本県の未来を描く総合計画を現在策定しており、その中で将来のビジョンを見定め、県民の皆様とともに着実に前進し、新しい香川の発展をめざして、力を尽くしてまいります。



「政策観光」 と 地域活性化

視察ラッシュ！全国初の議会基本条例制定

● 北海道栗山町 (p10-11)



「横浜バリュー」の取り組み

● 横浜市 (p14-15)



亀岡市のセーフコミュニティ活動と
有料情報提供制度

● 京都府亀岡市 (p18-19)



足元からの地域ガバナンス。
レインボープランが
人をつなぐ

● 山形県長井市 (p12-13)



企業誘致より人心誘致。限界集落から脱却した神子原地区の視察 ● 石川県羽咋市 (p16-17)



そうだ、上勝へ行こう！どん底から這い上がった奇跡の町

● 徳島県上勝町 (p22-23)



the most beautiful
villages
in japan

町内飲食、宿泊条件に行政視察
受け入れ

● 京都府伊根町 (p20-21)



グリーンツーリズムで“心のせんたくを！” ● 大分県宇佐市安心院町 (p24-25)



「政策観光」 と 地域活性化



島に訪れる行政視察を観光の商品に見立て

● 島根県海士町 (p26)



「政策観光のススメ」

—有料視察から政策観光へ—

1. 観光振興に欠けるビジネスの視点

「政策観光」とは、筆者の造語である。政策という目に見えにくいものを観光資源とする新しい観光概念の提案である。

平成十九年一月から「観光立国推進基本法」が施行された。平成二十年十月一日には国土交通省の外局として新たに観光庁が設置された。まさに国をあげて観光に取り組もうとしている。特に、海外旅行の世界は、日本から海外旅行に出かける観光客と海外から日本を訪れる観光客を比較すると、平成十九年に日本人の海外への出国千五百四十四万人に対し、外国人が日本へ入国したのは六百七十九万人で世界順位は三十三位と少ない。

円高を背景にこうした動きはさらに加速されるのかもしれないが、羽田空港に四本目の滑走路が出来たことにより、国際線の定期便が運航される

など、海外との観光が大きく変わることも期待される。

問題は国内観光である。市場が飽和状態で、しかも昨今の円高は海外旅行の方が国内観光よりも、格安感を実感できる。そうした中で、わが町には観光資源になるようなものはないと事実上あきらめている自治体も少なくない。また、あきらめてはいないが、ビジネスの視点を欠いているため効果につながっていない例は多い。しかし、従来市場が飽和状態だからこそ、従来の観光資源にとらわれない新しい観光の仕組みが求められているのだ。

そもそも観光資源は時代とともに変わってきた。それは言い換えれば観光概念が時代とともに変遷してきたことと関係している。

伝統的な観光資源は、名所旧跡といった歴史遺産であり、風光明媚な自然景観であった。歴史遺産としては、史跡、神社仏閣、城跡・城郭、庭園・

公園、祭り・行事、碑・像などがある。自然景観の多くは、国立公園・国定公園に指定されることで一定の評価が得られた。

しかし、こうした伝統的観光地の多くは行き詰まっている。観光資源そのものが多様化し観光ニーズも多様化しているからだろう。つまり、伝統的な観光資源がリーダーを作るほどの魅力が欠いてきたということであろう。こうした中で、北海道の旭山動物園が注目されたのは、動物の自然な姿を新しい視点で見てもらうことに成功したからだだろう。同様に既存の観光資源も新しい視点からの見直しが必要であらう。

産業遺産を観光資源として活用する「産業観光」も新しい観光であるし、まちあるきを楽しんだり、まちそのものを楽しむ「都市観光」、田舎そのものを楽しむ「グリーンツーリズム」など、従来観光資源とは認識されなかったようなものまでが立派な観光資源となっている。

青森公立大学経営経済学部教授 ● 山本恭逸



日本海の島根半島沖合に浮かぶ歴史と伝統の島、島根県海士町。観光協会、町が行政視察を受け入れる。(海士町提供、P26に特集記事)

さらに重要なことは、一体何のための観光振興なのかということが問われているように思う。つまり、いかに観光振興を通じて、交流人口を増やし、域内消費を増やすかという経済活動やビジネスの側面が軽視され、観光のコンセプト作りに終始している自治体も少なくない。

観光振興は経済活動やビジネスの視点で行うべきことなのである。観光客という域外からのお客様がわざわざお越しただいてお金を使っていたということとは、観光客の消費は域外からの外貨の獲得と同じ経済効果をもたらすことである。

つまり、製品の域外への移出と観光客の消費とは同じことである。しかも、移出できるのは製品に限られサービスは移出できないが、観光は製品だけでなくサービスに対しても対価を求めることができる。サービスでお金を稼ぐことのできる地域とそうでない地域とで大きな差が生まれているのである。

一般に、観光消費を増やしてもらうのはいかに滞留時間を伸ばしてもらうかにかかっている。五分でも十分でも滞留時間の長いほうが観光消費を増やすことができる。さらに経済効果を高めるには、お土産の原材料や食事の食材等の地元調達率を高めることである。これらが経済の視点である。

観光におけるビジネスの視点とは、旅館・ホテルならリピーター宿泊客をいかに増やすかである。リピーターになつてもらうためには宿泊客が求め期待するものがわかっていなければならぬ。団体客とは違った個人客の動きをとらえられないようでは、リピーターづくりは困難であろう。

ところが、こうした一般理論が観光地の現場では軽視されている。お土産は、資本力のある県外業者が自動機械を使って量産化し、各観光地向けに包装を変えただけのお土産が氾濫している。それらの多くはコストを抑えるため海外産原料を使っている。お土産が売れても地域に残るのは小売価格と卸価格の差額だけで波及効果は乏しい。一方、旅館・ホテル

は、不景気を理由に値下げ競争の泥沼に陥り、利益なき繁忙は、バトルロワイヤルながらである。夜景や夜神楽という宿泊を必要とする戦略的観光資源を有するにもかかわらず、隣県の宿泊客に提供しているだけに終っている例もある。

旅館・ホテルにとっては個人客のリピーターが重要だが、観光地にとってリピーターが経済効果をもたらす存在かどうかは疑問に思えるような事態も起きている。朝市を観光資源とするある観光地では、リピーターほど朝市での買い物を避け、地元客が買物に行く市場やスーパーで鮮度の良い品をリーズナブルな価格で買い求めている。朝市に市民の姿が見えないことに気づいたからである。

こうした現場の動きを見ると、従来、行政機関が発表してきた観光地への入れ込み客数が空疎な数字に思える。今、求められるのは観光振興への経済の視点であり、ビジネスの視点なのである。

その良い例が観光パンフである。最近の各地の観光パンフを見ると完全に二極化している。行政が税金を投入して作った観光パンフと、民間がスポンサーを募り作った観光パンフである。財政の乏しい自治体が税金を投入して観光パンフを作っているとしたら、なんとも皮肉な話である。飲食店やお土産品店を例にとると、観光パンフやマップへの広告掲載やクーポン券の活用などに手応えを感じる事業者が増えてくれば、税金投入に依存しなくても、民間主導で観光パンフやマップの作成が可能になるのである。観光振興のコンセプト作りより、事業者がビジネスの手応えを実感できる仕組みづくりを急ぐべきではなからうか。

2. 政策観光とは何か？

観光振興とはビジネスであるという視点で取り組むことを基本に据えたと新しい展望が開けてくる。その一つが「政策観光」なのである。

日本ではビジネス客と観光客とは別だという風潮が根強かったが、そうではない。国際統計では、ビジネス客も観光客と位置づけられている。それどころか国によっては、いわゆるバカンスに訪れる客よりもビジネス客の方が、経済効果が大きい



葉っぱビジネス、ゼロ・ウェイストなどの事業、政策で注目される徳島県上勝町。ほぼ毎日のように視察者が町を訪れている。(株式会社いろどり提供、P22-23に特集記事)

とする統計もある。バカンスとはお金ではなく、時間を消費するためのものだからだ。日本は、長い間ビジネス客を観光政策の中で明確に位置づけられず、ビジネス客が観光統計からも排除されていた例も少なくなかった。わが国でビジネス客を観光客と位置づけ、明確に統計把握するようになったのは平成十九年からのことで、国土交通省の「宿泊旅行統計調査」が、国際基準による国内観光統計を実現した。それ以前の観光統計は県によって定義や推計方法も異なり、入れ込み客数などは、戦時下の大本営発表なみといってもいい過ぎではなかった。こうした基本統計の整備だけではなかった。こうした基本統計の整備だけでも観光庁設置の意義は大きい。

筆者の言う「政策観光」とは、「政策視察」を目的に訪れるビジネス客をターゲットとする新観光政策なのである。

さて、地方分権の時代といわれるが、これまでの地域政策を担ってきたのは一体誰だろう。霞が関の中央省庁が地域政策を作ってきたといえるのだろうか？筆者のかねてからの疑問であった。そもそも政策の種は現場にある。霞が関にあるのは、各地の動きを察知する情報力である。その情報力でもって優れた地域の政策を見つけ、ものになりそうな政策を国の地域政策として採用し、そのメニユーを各県に紹介してきたのが、これまでの国の地域政策ではなかったかと思う。福祉行政なら〇〇県の△△町、農業政策なら□□県の××町と各中央省庁が注目する視察対象市町村があった。

極論すれば、こうした視察対象市町村の動向を的確にウォッチしていれば新政策を次々と打ち出すことができた。また、モデルとなる成功例が現実にあったからこそ、国の政策として採用する際に、財務省の主計官を説得し納得させることができたのだろう。

しかし、それが霞が関の新政策としてメニユーに登場するころには、環境が少しずつ変わり政策効果が乏しくなっている場合も少なくない。モデルになつていたところは、さらにその先をいつていることが多いのである。だから、最新の情報を求めようと、わが国で視察需要は根強いのである。

例えば、本誌ではこれまですぐれた地域づくりの事例をモデルとして紹介してきたことと思う。これに関心を寄せる関係者は、わが町の地域づくりの参考にしようと、本誌で紹介された内容以上の情報を求めるにちがいない。インターネットのホームページを検索し、電話で照会し、さらに訪問して直接お話を伺いたい、視察したいという要望が確実に存在する。照会と同時に訪れる場合も少なくない。担当者としてはうれしい悲鳴である。やがてうれしい悲鳴は、深刻な悲鳴に変わる。視察受け入れに忙殺され本来業務に支障をきたすからである。かくして視察有料化が始まる。視察者は、市町村職員、議会関係者、商工会、商工会議所、観光協会、農協、漁協などのほか、研究者やビジネス関係者、さらには一般読者かもしれない。彼ら視察者のビジネス客としての需要を、いかに確実に観光需要として取り込み、地域経済への波及効果を高めていくことが重要な鍵なのである。では、本誌で紹介されているような全国から注



山形県長井市の市民や行政が築いた土と食の地域循環システム「レインボープラン」。海外からも関連施設などの視察に訪れる。(レインボープラン推進協議会提供、P12-13に特集記事)

目されるようなオリジナルな政策があれば政策観光といえるのだろうか。そこには、「政策」という観光資源が光り輝いているだけでなく、政策を観光資源として売り込もうとする「ビジネス感覚」と変化に対応できる「柔軟な思考」と「行動力」をもった自治体職員が不可欠なのである。

つまり、全国から注目されるような政策とそれを支える企業家精神旺盛な自治体職員の両方がなければ政策観光は実現しないのである。単に政策が優れ、光り輝いているだけでは、視察なり有料視察で終わってしまう。確かに有料視察だけでも

素晴らしいことである。しかしビジネスの点からすれば実にもったいない話なのである。

そこでまず、政策観光の前段階である視察受け入れの有料化から説明しよう。

3. 増える視察受け入れ有料化

政策観光の第一歩は、視察受け入れの有料化である。しかし、従来の行政同士の視察受け入れでは、金銭の授受を伴う受け入れは稀であった。お互い様ということであろう。しかし、受け入れ側

にとっては、受け入れ件数が多くなればなるほど大きな負担となる。来客であるからお茶程度は出さないといけないだろうし、説明内容は標準化できるとして、配布資料を要求されることも少なくない。配布資料の作成並びにコピーに要する時間と労力と費用は受け入れ件数と受け入れ人員に比例して大きな負担となる。最大の負担は説明者の拘束時間である。その間、説明者は、他の本来業務につけないことになる。この機会損失という負担は、単純にお金に換算できない。

他方、視察に訪れる側は視察の対価として地域の特産品を手土産に持参するのが通例であった。その特産品が受け入れ側の労力に報いる気持ちであることは間違いないが、それが受け入れの対価として適正かどうかが考慮されることはなかった。まさにお互いさまだったからである。しかし、お互いさまの前提には視

察する側と、受け入れる側とがトータルで同等の頻度でなければならぬという暗黙のルールがあったように思う。ところが現実には視察先は集中化することが多く、ときに集中豪雨的視察となることも少なくない。

集中化する理由の第一は、自治体を取り組んでいる課題が特定の自治体だけでなく多くの自治体に共通する課題である場合が多いからである。第二は、地方議会の開催日程上、議員の視察時期が制約されることも考えられる。

視察時期の集中化に対して受け入れ側の対応は、受け入れ曜日を定めたり、受け入れ団体数に制限を設けたりするということであった。受け入れが大きな負担になり、日常の業務遂行にも影響するほどになっていったからである。ところが、訪問する側があの手この手の水面下のお願いで視察を強行してきた。

そこで登場したのが、視察有料化であった。わずかな金額であるが、昭和六〇年ごろには宮崎県綾町や岩手県東和町（現在、花巻市）など農業分野での視察件数の多いところで、一人三百円とか五百円を資料代の名目で徴収を始めた。この時代の有料視察の特色は、多くは農業分野であった。政策については役場で説明を受け、現場視察を兼ねて説明する綾有機農業開発センターや東和アグリトピア公社が資料代を徴収していた。ほどなく、行政は受け入れから一歩後退し、センターや公社が受け入れの前面に出て料金を徴収することで有料視察が実現した。

ところが、ここ数年の間に視察有料化は急速に増えてきた。また、金額も千円以上と高くなって

いる。公的な統計はないが、TMOや屋台村など商工政策分野での有料化が目立つ。その背景は、地方財政が厳しくなり、従来のように安易に補助金に依存するわけにはいかないという財政事情だけではない。自分たちの取り組んできたことへの自信と誇りが、有料の対価を求めるのを当然とする風潮を生んだように思う。近い将来には確実に有料視察が主流になるものと思われる。有料視察は、受け入れ側にとって単なる収入増に留まらず、有料でも学びたいという意欲の高い人を受け入れることで、実質的な議論を期待できるなど様々なメリットがある。その例が横浜市である。

4. 横浜市の有料視察

平成十八年四月から横浜市が視察受け入れ有料化を開始した。それまでの有料視察は、地方公共団体の関連団体による費用徴収であったが、今度は横浜市本体である。といってもすべての事業にわたって視察を有料化したわけではない。独自のノウハウとして高い価値があると考えられる二十五の事業・取り組みについて「横浜バリュー2006」として、他の自治体等からの視察受け入れ対応を有料化した。基本料金は、視察対応の場合、九十分程度の説明で視察者一人につき五千円、一人増えるごとに千円の追加料金である。この有料視察は現在も「横浜バリュー2010」として継続している。

ノウハウの提供に対して適正な対価を求めるわけだから、視察だけでなく調査やアンケートによる照会も有料である。この場合は一件（五十項目

まで）三千円である。有料となる対象者は、他自治体の職員、民間企業・研究機関の人であり、有料とならない対象者は、横浜市民、報道機関のほか、他自治体でもお互いに情報交換を行う場合には有料ではない。また、市議会事務局を通じて他の自治体の議会から視察依頼を受けた場合には減免扱いである。

横浜市がそもそも有料視察を導入した目的は、①自治体間で知恵と工夫を競い合う関係の構築②努力して生み出したノウハウに価値を認める③市役所の価値を高め、市民サービスの向上や市民の誇りにつなげる—の三つである。

しかし、有料化のメリットはこれだけではない。すぐれた政策はマスコミに取り上げられる。そのことがさらなる反響を呼び、資料提供の要請や話を聞かせてほしいという依頼が殺到することは珍しくない。その際、例えばホームページに掲載されている内容であっても紙ベースのものがほしいとか、安易な問い合わせも含め、さまざまなレベルのリクエストが一気に集中する。有料化は、費用を負担しても本当にノウハウを知りたいというレベルの高い層と軽い気持ちで要求する層をスクリーニングする有効な手段である。有料でも視察したいという視察者は、決して遊び半分の視察ではない。支払った分は元をとるだけのことを学んで帰ろうという意欲がある。説明側も物見遊山の視察への対応と違ってプロの厳しい指摘を受けることを覚悟しての説明でなければ有料に値しないわけであるから真剣である。つまり有料化によって、双方が真剣な姿勢で臨むことになり、お互いに勉強になる。

横浜市の賢明な点は、事前に申込書で質問を受けているところにある。事前に質問を受けるということは、視察者の実力レベルが分かるといえることである。質問を見れば、先方の問題意識と懇談で期待している勘所がわかるからだ。有料で視察を申し込んでも、申し込んだ方が上のレベルの場合には、有料から対等の情報交換として無料扱いに変更でき、失礼を防ぐことができる。

また、相手のレベルに応じた説明ができることから、先方にとっても、横浜市にとっても双方にメリットがあり、効率的な時間配分を実現できる。なによりも大きな効果は、担当者が仕事に誇りを持てるようになることである。市町村職員の大多数は、スペシャリストとしてのキャリアを辿っているわけではない。むしろゼネラリストとして二、三年であらゆる職場を経験する可能性がある。そういう中で、限られた期間の中で単なるアイデアにとどまらずオリジナリティの高い政策として磨きあげるためには、細かな点で独自の苦勞を重ねなければならぬはずである。それがノウハウである。そうした苦勞は、実務で苦勞した人間だからこそ評価できるのである。市職員としてのキャリア形成にとって大きな意義を実感し、充実した仕事に誇りをもつことが期待される。

有料視察に対し、市役所内外から批判の声がないわけではないようだ。第一の批判は「心が狭い」という批判である。そもそも政令指定都市で最多の人口を誇る横浜市ともあろうものが「セコイ」という意味なのだろう。しかし、これは今の地方公共団体の置かれた厳しい状況が全く理解されていない指摘であろう。地方財政が豊かだった時代



限界集落から脱却した石川県羽咋市神子原地区。羽咋市は、活性化策の行政視察を受け入れている。(羽咋市提供、P16-17に特集記事)

の発想から抜け出していないことになる。仮にこれが市役所内からの声だとしたら問題の根は深い。市民からの声だとしたら、市民への情報提供が不足しているということであろう。筆者なら、横浜市でさえここまでやっているのはなぜかと多くの市民に考えてもらう格好の機会になると思っ

第二の批判は「知識は蓄えるものではない」といった批判である。これも的外れな批判である。横浜市が対価を求めているのは知識ではなく、ノウハウである。ノウハウとは実務上クリアするた

めの汗と努力の結晶である。市職員として市民のために汗をかけたノウハウを他所の市民のために無料で教えなければならぬ、あるいは、入手したノウハウをビジネスに生かす民間企業に無料で提供するというのは合理的根拠が乏しい。汗をかけた職員同士が、意見交換を通じて磨きあうべきものであつて、汗をかけた側が汗をかない側に一方的に伝えてもお互いに本当の勉強にならない。だからこそ有料化が必要なのだ。

横浜市の英断を評価したい。

5. 政策観光への展開

市役所本体が視察有料化を本格的に打ち出したのは横浜市であるが、では、横浜市の場合どうすれば政策観光になるのか？例えば、視察者が他の地域に泊まって横浜市に視察に来られた場合と横浜市内のホテルに泊まって視察に来られた場合とは、視察料に差をつけるべきではないかというのが政策観光の観点からのアドバイスである。

さらに、横浜市職員がお泊りは是非、横浜市内のホテルをご利用下さいといえるかどうか重要なポイントなのである。「横浜バリエュー2010」で紹介された政策は間違いなくキラキラと輝く政策である。それを説明する職員はある意味で得意になる部分がある。だからといって訪問者がどこに泊まろうが観光部門の職員でもあるまいし自分には関係な

いと思っっているようなら「政策観光」とはいえない。市職員が観光部門に属していようがいまいが、是非横浜市にお泊り下さいと心から、そしてさりげなく言えるようになったときが、筆者のいう「政策観光」を実現した時なのである。

筆者自身、岩手県の東和町（現花巻市）を視察に訪れた際、事前連絡の段階で役場職員がお泊りは？交通の手配は？と親身になって相談に乗っていただいた。民間バス事業者が撤退した後のバス事業を町が運営していたからである。また、町内にはJR東日本の運営する宿泊施設があるからである。この二十五年以上昔の体験が「政策観光」の出発点である。

「政策観光」は、政策そのものが観光資源となりうるという考え方から出発した。政策がキラキラ輝くだけでなく、自治体職員が宿泊を勧める街というのであれば、政策観光は新たな観光振興の第一歩となるであろう。

オリジナルの政策、日本初の取り組みであれば、視察者は確実に訪れる。そうした視察需要を確実に地域への宿泊につなげるかどうかで経済効果は大きく異なる。それが、地域間競争にとって重要な核心を成す。地方分権とは、地域と地域が、その政策を競い合うということである。だからその政策を観光資源とし、「政策観光」のレベルにまで高めていくことは意義のあることなのである。

独自の「政策」は、地方分権の時代にあふらしい新たな観光資源となりうるし、「政策観光」は地方分権の時代にふさわしい新たな観光振興策なのである。



視察ラッシュ！全国初の議会基本条例制定

―まちの活性化に一役―

1. 栗山町の現況

栗山町は、道都札幌市や苫小牧港、新千歳空港からそれぞれ約一時間圏内の位置にあり、交通の拠点として道内各地へのアクセスが良好である。

面積は、東西十七・四五キロメートル、南北二十四・五キロメートルで、二百三・八四平方キロメートルの広さを有し、人口は平成二十二年九月三十日現在で一万三千五百十七人。

気候、風土など自然の恵みを生かし、農業を基幹産業として発展を遂げ、道央圏の大都市を背後にした食料基地として大きな役割を担っている。

また、優位な立地条件も加わり、商工業も盛んで駅前通り商店街はショッピングゾーンを形成し、工業団地には多くの企業が進出している。

しかしながら、町は近年、社会経済情勢等の変化により、急激な少子高齢化の進展や産業・経済活動のグローバル化などかつて経験したことのない大きな転換期を迎えている。

農業の近代化、企業の減少転換、さらには若年



栗山町議会事務局長

● 衣川秀敏

層の都市への流出等により人口も年々減少し、こうした傾向は当分続くものと考えられる。

このような中で、地方分権にふさわしい効率的な行政運営と健全な財政を確立し、徹底した行財政改革の推進と維持可能なまちづくりを進めるため、平成二十年度から向こう七カ年の「栗山町第五次総合計画」を策定。「ふるさととは栗山です。」を合言葉に、三つの重点プロジェクトを掲げている。例えば、一つ目が「町民が主役」の地域自治の確立、二つ目が「誰もが住みたいまち」栗山の実現、そして、「自然・文化・産業の連携」による栗山の創造である。

町民・議会・行政の参加により共通の価値を見出し、町財政健全化を重要課題として位置付け、「維持可能な自律した地方自治」の観点に立った、まちづくりを目指している。

2. 議会視察導入の経緯と実績、効果

平成十二年に地方分権一括法が制定され、国と地方の関係は、ますます対等・平等の協力関係と

なり、特に、機関委任事務制度の廃止で、国の様々な関与が縮減され、各自治体が自主的に総合行政を推進していくことが求められている。

これからは、自治体の行う事務については、すべて議会の権限が及ぶようになり、地方議会の役割は極めて広範囲にわたり、その責任度合いはこれまでと比較にならないほど重くなった。

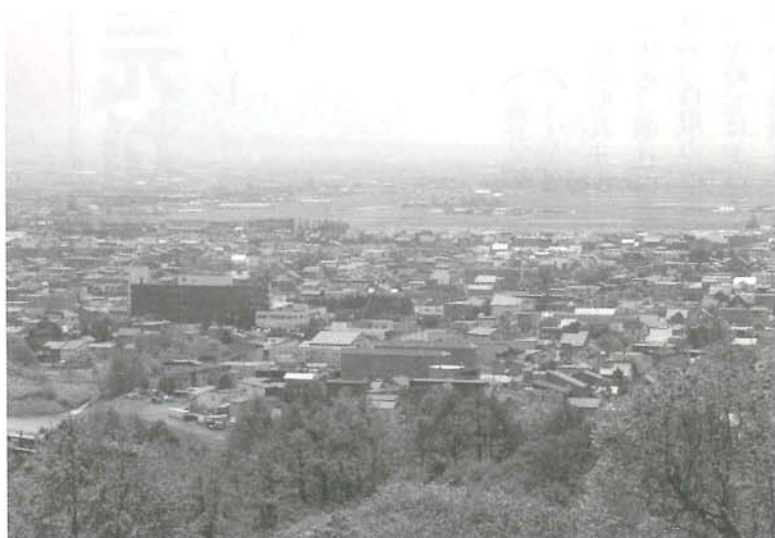
私どもの議会は、その翌年から時代に対応した議会改革、議会活性化に努め、住民に開かれた議会づくりに取り組んできた。

平成十七年三月、北海道としては初めて、議会が住民と直接対話する「議会報告会」を開催した。住民からは「議会報告会をやってもらって良かった」「これからも続けて欲しい」「議員が変わった」「やらなくなってしまうと困る」といった意見が出され、これをきっかけにこれまで改革してきたことを住民にしっかりと約束するには、条例化することが一番いいだろうという方針となった。

平成十八年五月に全国初の議会基本条例を制定。今まで積み重ねてきたこと、実践してきたことを条例化したもので、極めて実効性があると考えている。

現在も、全国から議会関係者の視察が相次いでおり、これまでの視察受け入れ実績は次のとおりである。

平成十八年度は百八団体・八百七十六人、平成十九年度は百四十一団体・千二百十四人、平成二十年度は八十七団体・六百七十七人、平成二十一年度は五十七団体・四百八十八人、平成二十二年度は十月現在四十団体・三百三十三人で、合わせると四百三十団体以上三千五百人を超えている。



栗山町の全景

これだけ関心があるということは、各自治体議会が現況の議会運営、あり方について相当に危機感を持ち、何らかの改革が必要と考えている証しと言えよう。

視察受け入れにあたっては、約二時間の中で、議会基本条例の内容やこれまでの経緯などをまとめた資料を説明し、その後意見交換を行っている。毎月二回、木曜日の十四時半からの開始で、全国各地から当日の朝に出発すれば、概ね十四時過ぎまでには本町に到着することが可能なことから、このような時間設定をしている。

視察の皆さんには本町に宿泊していただくことをお願いしており、旅館、ホテルの数は限られて



視察の様子

いるが、二割程度は宿泊され、昼食についてもすべて町内の飲食店を利用していただいている。また、新千歳空港から本町までの移動手段として、町内のバス業者等を斡旋しており、宿泊、飲食と併せて地元への経済効果を期待しているところである。

3. 今後に向けて

全国で議会基本条例を制定した議会は、平成二十二年十月時点で百三十三になり、今後ますます増えてくるだろう。

これにより本町への視察件数も年々減少していくことが予想され、現在受け入れ日程を指定し合



全国各地から視察が相次いでいる

同で行っている視察を、個々に受け入れるよう検討している。

こうすることで、今以上にきめ細かな対応が可能となり、町内での宿泊、飲食、土産やレンタカー等の斡旋が確実なものになると考えている。

今後も視察の受け入れ体制を整え、全国に向けてアピールし、少しでも地域経済の活性化につなげていきたい。

また、併せて全国各地に本町の基本条例が紹介されることによって影響を与え、全国の自治体議会が改革に進むことを期待している。

足元からの地域ガバナンス

ーレインボープランが人をつなぐー



レインボープラン推進協議会副会長 ● 寒河江新一

長井市・水と緑と花のまち
「人が行きかうものづくりのまち」

山形県長井市（人口約二万九千五百人）は、吾

妻山系、朝日山系、飯豊山系を源とする最上川、野川、白川の清流が市内を貫流し、桜、白つつじ、あやめ、はぎの花々が四季を彩るまち。恵まれた環境での農業に加え、江戸時代には米沢藩の最上川交易の中心地で上方との文物の交流拠点として栄えた。今も往時の面影を残す商家のたたずまいやまち中の掘割、最上川べりが暮らしにとけ込み、これらを楽しむまちなか歩きが観光客に人気である。大正、昭和初期と郡是、東芝を誘致してからものづくりのまちとして名を高めた。しかし、一九九〇年代に入り企業の海外シフトが産業界に影響を落とし始めた中、地元企業と高校、行政の連携や、異業種交流機会の創出等により「次代のものづくりの担い手づくり」が始まった。

一方で人口減が地域の活力をむしろみつつある中、長く続く閉塞感を打破しようと、業種を超えた八十人の市民が「長井市民未来塾」に集い、人

材育成と息の長い活性化策を構築すべく、「三万人復活大作戦」に汗を流している。

レインボープラン
「住民と行政が意思決定と合意形成を分かち合うローカルガバナンス」

「土は命の源」。消費者である市民が生ごみの徹底した分別を行い、市が運営するコンポストセンターで八十日間かけて堆肥化し、農家が、微生物が活発に動く土をつくり、安全な農産物をま

ちの台所に届ける。市民らがレインボープランをつくり上げた時期は、「消費こそ美德」と、大手小売店舗が地方に進出し、食を含む地方の消費までもが流通の波にのみ込まれようとした二十世紀から今世紀への移行期。一方で戦後の化学肥料、農薬依存の大量生産がもたらした農地の疲弊が表出していた。

レインボープランは、これらに対する市民の農や食への危機感が、官も民もなく運命共同体の一員として意思決定や合意形成に八年余の歳月を費やしつくりあげた土と食の「地域循環システム」

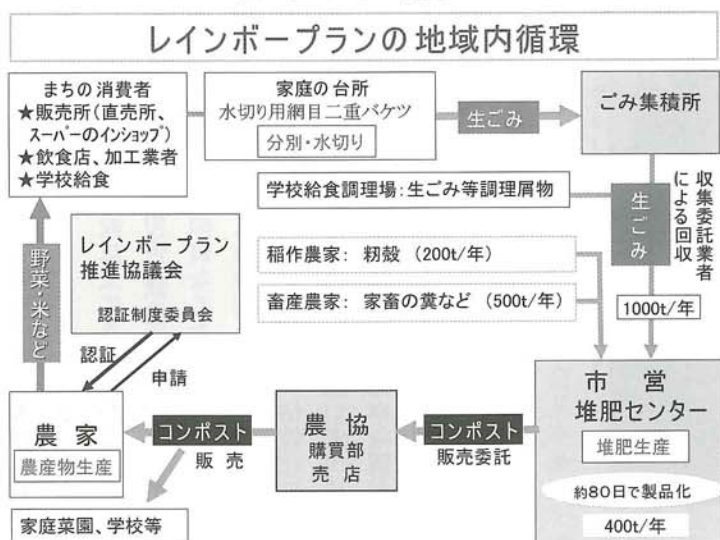
である（関連図参照）。

視察受け入れアウトソーシングの動き
「足元からの政策をおすすめ分け」

レインボープランによって地域は変わり始めたが、交流人口増もその一つである。時あたかも、わが国では莫大な量の燃料を使い、世界中から食料（あるいは飼料）を集め飽食の限りを尽くした揚げ句、その多くが食べ残しの形で廃棄物へと変わり、その処理に四苦八苦していた。レインボープランの視察者にはごみ処理の妙案を求めて訪問する自治体、市民団体の関係者も少なくなく、ピーク時には年間三百団体、四千人を超える視察者が全国各地から長井市を訪れた。

視察開始当初は行政で担っていた視察者受け入

レインボープラン循環フロー





平成22年4月にオープンした市営直売所「おらんだ市場菜なポート」



視察先は、若い世代の環境教育の場にもなっている

れは、日に五団体に及ぶこともあり時間外勤務が恒常化した。視察者に費やす時間のコスト換算や、視察者へのホスピタリティは十分であるかなどの課題が浮上し、これらへの対案として打ち出されたのが視察者への案内業務のアウトソーシング、コミュニティビジネス化だった。

視察の受け入れは、私たちレインボープラン推進協議会が窓口となっている。

現在、八人体制で対応している市民ガイド事業は、養成期間、準備期間を経て、平成十三年五月、三人のガイド体制で始まった。案内説明を有償とし、一団体十人まで一万円。手土産は一切不要にした。視察者に対し、有償にすることについては、受付手数料、ガイドの質向上のための研修実施費、レインボープランソフト事業の拡充強化費に充てる旨を告げ、NPO法人化へのシフトを見据えた戦略であることも話し納得していただいた。

こうした浄財は、生産者と消費者をつなぐ公開セミナーや「寿限無講座」などの食育講座など、レインボープランの新たな十年への投資へと結びつき始めた。行政から委託を受ける従来型の仕組みでは解決しきれない課題が徐々にではあるが解決に向かい出した。

同時に、視察者へのサービスを充実させるための環境整備も行った。ガイド事業の受付業務を担うステーション機能ができ、レインボープラン認証農産物を使った菓子、味噌、酒等への加工、食事の開発や認証農産物をあしらった食事をいただく、食堂・宿泊情報の提供など、地域経済につなげる動きが出てきた。平成二十二年春には、食の安全安心を求める市内外の消費者でにぎわう直売所「おらんだ市場菜なポート」の誕生へとつながり、同施設はまちなか活性化の大事な拠点となった。

視察者は議会、消費者団体、農業者団体、学生、研究者と実に幅広い。むらづくりからゴミ減量までさまざまな課題を抱えていて、女性が参加する自立社会をめざすアフリカ諸国の

方々など海外からの訪問者も少なくない。また、こうした方々は、いずれその地域を切り拓いていくリーダーとなる人たちであり、情報の運び手でもある。ガイドの熱い語りかけを真つ向から受け止める熱心な聞き手でもあり、情報のやり取りが自ずと双方向になると考えられる。

一方、視察者を案内するガイドは、それぞれの視察テーマを詳細に把握し、入念な資料収集と調査を行い、時には、生産と流通の現状、土壌と微生物など専門的な分野まで説明する。視察者からは、理念や苦労話を丁寧、時には方言も加わり、生活者の目の高さで行う説明であると好評である。

そしてこれから…

レインボープラン立ち上げまでの九年、そして稼働してからの十三年――。

この間、市民ガイド事業、農家と消費者が共に農産物生産を担うNPOレインボープラン市民農場、引き売りも含めて市民の台所に農産物を送り続けるNPOレインボープラン市民市場「虹の駅」、そして市民市場「おらんだ市場菜なポート」の誕生などがあった。そんなまちを誇りにして自らも活動する小中学生が出てきた。

官も民も当事者意識で構築した政策「地域循環」は参加する市民、そして日々の営みすべてが交流資源である。

レインボープランの二期目にも新たな花が咲き、生き生きと暮らす市民の姿、そして、後に続き持続型社会づくりの底辺にあるものを探す施策も視察者らに紹介できることを願ってやまない。

視察有料化に効果はあったか

「横浜バリュー」の取り組み

1. 横浜バリュー導入の経緯・目的

横浜市内では、外部からの視察について有料で受け入れを行う「横浜バリュー」を平成十八年度から実施している。

それまでは、本市も大部分の自治体と同様、視察受け入れは基本的には無料で行ってきた。

しかし、視察対象となる事業は本市が努力を重ねて生み出した独自のノウハウであり、その提供（視察）にも準備を含めて人件費が発生していること。

また、自治体間の関係も「お互いさま」の観点から「教えあう」関係ではなく、協力関係の中にも相互に切磋琢磨し、高めあえる関係こそが望ましいこと。



視察の様子

さらには、ノウハウに価値を認め評価主義を徹底することで職員の意欲向上を図ら

横浜市総務局しごと改革推進課 担当係長

● 小池伊左雄

れ、現状に満足せず知恵と工夫を競い合う組織風土の醸成が期待できること。また、そのことが、さらに高い価値が認められるようなノウハウの開発を促進し、市役所そのものの価値を高めて市民サービスの向上や市民の誇りにつながると考えられること。

これらの視点から、「ノウハウ提供と費用への還元（コスト意識の向上）」「自治体間の新たな関係構築」「職員の意欲向上と常によりよい事業・サービスの追求する組織風土の醸成」を目的として外部視察の有料化を開始した。

2. 横浜バリュー概要

(1) 対象事業

すべての取り組みを有料化しているということではない。対象事業は事業所管課の申請に基づき、総務局長が決定するが、そのポイントは「先駆的で独創性があること」および「横浜市独自のノウハウが提供できる取り組みであること」としている。さらに言えば「他の自治体等が横浜市の取り組みを取り入れて（まねて）、同種の取り組みを行う際に必要有益な情報のパッケージ」であると

いうことになる。広告事業を例にあげると、「契約書のひな形」「広告掲載基準」等がそれにあたる。対象事業は経年による先見性の変化もあるため、毎年変更することとしており、平成二十二年度は一事業のみとなっている。

(2) 有料視察対象者

自治体間の競争性を高めることを目的としていることから、有料視察対象者は、他自治体職員を中心に想定し、そのほか大学等の研究機関や民間企業の関係者としている。しかし、有料対象者であっても、「ノウハウを相互に提供しあうような場合」には無料で受け入れられている。また、本市市民や報道関係者についても無料としている。

(3) 料金設定

視察対応一件あたり一時間半程度の説明を目安に、基本料金五千円とし、視察者が一人増えるごとに千円を加算する（視察者三人の場合、基本料金五千円＋二人分二千円で計七千円となる）。また、調査・アンケートへの回答内容がノウハウ提供主体となる場合には、一件あたり三千円（五十項目まで）としている。

料金については、対応に関する人件費を還元してもらうという観点から、横浜市一般職員の平均時給等から設定している。

3. 視察の実績

平成十八年度は、二十五の対象事業でスタート、計百三十四件、九百三十二人の受け入れを行った。当時は反響も大きく、マスコミにも取り上げられている。以降、平成二十一年度までの四年間で延べ三百六十六件、二千九百二十四人を受け入れて

いるが三年目の平成二十年度以降は事業の廃止や先見性の変化から対象事業数が大きく減少しており、前述のとおり、平成二十二年度は一事業のみとなっている。

対象事業別の視察件数をみると、都市デザインを取り組み、広告事業、ごみ減量化の取り組み（ヨコハマはG30）への視察が多く、また、視察者の内訳として他都市の行政職員や議員が多いことから、「他自治体が当該自治体における取り組みの参考とするため」に視察に訪れていると考えられる。また、都市デザインの取り組みについては、外国の都市（韓国、台湾）からの視察が多くある（平成二十一年度は二十二件中八件）ことも特徴的である。

4. 効果と課題

(1) 当初目的に対してどうであったか

開始当初は庁内外の注目度も高く、実績も三年間は対象事業数、受け入れ人数ともに一定の数値を残していることから、その時点では外部からは本市の事業ノウハウは価値が高いと評価されており、職員の意識、意欲の向上も図られていた。

二十一年度以降は、事業数が減少し、それに比例して受け入れ数も減少している。視察後の調査を実施していないため推測の域を出ないが、外部の視点としては、他の自治体でも同様の取り組みが実施される中で、本市の事業ノウハウが独創的、先駆的なものではなく、一般化あるいは多様化した取り組みの一つとなっていると考えられる。一方で、内部では新規事業がなかなか申請されない。横浜バリューは目的を達成するための手段であっ

て、有料視察事業を増やすことが目的ではない。しかし、対象事業数を職員の意識・意欲をとらえる一つの指標として考えるならば危惧すべき状況である。現状において職員の意識・意欲が組織風土までには高められているとは言い難い。

また、横浜バリューは、視察有料化を通じ「日ごろから切磋琢磨できる」関係の構築もねらいとしていた。しかし、視察対応については、結果的に無料による受け入れが多くを占めている。そもそも切磋琢磨の根源となる意識・意欲の向上は、「ノウハウそのもの」「職員の高い問題意識」「よりよい状態を追求する姿勢」に触れたことによるものが大きく、有料視察と新たな関係構築に関連性は認められない。

(2) 地域の活性化につながったか

他都市から視察を受け入れるという点では、視察による宿泊や消費に伴う経済効果は微々たるものかもしれないが、横浜バリューそのものを含む注目度から一定のPR効果はあったと思われる。また、都市デザインの取り組みには海外からの受け入れもあり、国際的な観点から日本の都市をPRし、魅力的な都市づくりに寄与したと考えている。

しかし、横浜バリューの目的からいえば、この取り組みを通じて、あるいはきっかけとして事業、サービスの向上が常に図られている状態、それが他の自治体、庁内の職員、市民生活にいい影響を及ぼしている状態こそが理想である。五年間の取り組みを通じて、残念ながらその状態には至っていない。

参考資料

利用状況の推移

年度	対象事業数	視察件数	うち有料件数	人数	うち有料人数	料金合計
H18	25事業	134件	38件	922人	147人	299,000円
H19	22事業	88件	36件	766人	268人	419,000円
H20	16事業	112件	38件	938人	469人	679,000円
H21	5事業	32件	14件	298人	146人	234,000円

※視察の多い事業（4年間合計、件数の高いもの）

1. 都市デザインの取組103件1,248人
2. ごみ減量化の取組（ヨコハマはG30）64件578人
3. 広告事業59件214名

利用者内訳

年度	区分	他都市職員	他都市議員	研究機関	民間企業	市民グループ
H18	有料	23件82人	2件13人	7件22人	6件30人	0件
	無料	31件346人	46件304人	11件85人	8件40人	0件
H19	有料	25件157人	0件	2件29人	8件57人	1件25人
	無料	25件211人	23件217人	0件0人	3件28人	1件42人
H20	有料	24件298人	0件	2件14人	12件157人	0件
	無料	29件138人	27件211人	11件86人	7件34人	0件
H21	有料	8件66人	0件	2件20人	4件60人	0件
	無料	8件53人	4件37人	2件32人	4件30人	0件

5. 今後の方向性

横浜バリューは、開始から五年が経過し、実績の推移や上記分析から考えても、廃止を含む抜本的見直しが必要であると考えている。前述したが、横浜バリューそのものが目的ではない。よって、この手段にこだわる必要もない。よりよい事業やサービスを追求する姿勢、さらにはそれを組織風土に高めていくことが大切で、その姿勢が多くの発想を生み出し、先駆性や独創性につながり、事業やサービスへ反映されていく。それが他の自治体にも刺激を与え、最終的には市民生活がよりよいものとなり、地域の活性化につながっていくはずである。どうすれば実現できるのか、今後とも考え、試行錯誤していきたい。



企業誘致より人心誘致

―限界集落から脱却した神子原地区の視察―



石川県羽咋市農林水産課 一・五次産業振興係

● 高野誠鮮

政策の視察がお金になる

平成十七年四月から年間事業予算六十万円で、私たちは「過疎高齢化の神子原地区活性化対策」を任せ、一・五次産業振興室の設置とともに、地域ブランド戦略、活性化戦略、地域小説化戦略、空き農家活用策、都市交流事業、大学生宿泊体験合宿事業など多くの事業を同時に開始した。

神子原地区はかつて千人以上が居住していた山村集落地域だったが、平成十七年には、五百六十八人、百六十九世帯、高齢化率が五四%で離村率も高い、地滑り・豪雪地帯の限界集落と言われる地区となっていた。

度重なる会議や委員会を作っても、活性化の大会を開催しても、立派な計画書を製本しても実際には、離村や高齢化は止まらず集落は何一つ変化しない。こうした方法が有効なら、とくに過疎高齢化の集落は日本から消えている。

従来の決済方法や手法・判断が間違っているから現状を変えることができていない。知識や情報

や学歴は持ち合わせているが、根本的に変革させる実行力が欠落している。

そこで、平成十七年、事前に稟議せず結果だけを報告する「後出しじゃんけん法」という決済の許可を当時の市長からもらった。年間六十万円の対策事業費は先進地視察のための中型バス借上げ費用と二回の東京往復の旅費ですぐに消えてしまった。

私は、予算が無いことをできない言い訳や理由としたりしないという思いがあり、予算要求は六十万円だけとした。足りない事業費については国や財団が保有する一〇〇%補助事業を選んで、できる限り手を挙げてみた。農林部門とは異なる厚生労働省、国土交通省、総務省等、しかも庁内で「該当・要望なし」と回答した事業であっても、再提出を繰返し、なんとか平成十七年度は総額四千万円規模の調査事業やソフト事業を数本獲得し、雇用創出計画、地域資源調査などを進めることができた。こうした補助・助成事業の採択もあり、集落での説明会では「J Aと市役所の補助輪を外し

て運転できる農村集落」を進める雰囲気を作り上げていった。

国や財団の補助事業が採択されたからといって、集落が必ず活性化できるという保証がある訳ではない。こうした事業を手段としてどのように活用できるか明確な戦略がない場合は、事業採択だけで終わってしまう。特に調査事業では、最終的に提出されるのは紙の報告書という印刷物であって、これだけで集落の過疎高齢化率が下がるわけでもない。集落住民に「役所は本気なのだ」という心意気を知ってもらうための手段として多に事業を活用させてもらった。

ただし、こうしたソフト事業で事務を担当しているコンサルタント業者から、「無知な田舎者を私たちが指導してやっている。夜にはもてなす宴席を設けなさい」というふざけた態度や素振りが見え隠れした場合は、即刻事業を中止し、お断りしたこともあった。

神子原地名を「The name Mikohara is an old one originally meaning "the highlands where the son of God dwells"」と翻訳しローマ法王（教皇）にお手紙をしたため、「この地域のお米を召し上がっていただく可能性は1%もございませんか？」とバチカンに直接手紙を書いたことが契機となり、日本大使館を通じて正式な教皇献上品として届けていただくことになった。これはブランド戦略として、人は自分以外の影響力の大きい人が持っている、飲んで、食べている、着ている、身につけている物を欲しがると心理（ロング）が働くという性質を応用した計画であった。

平成十七年、十八年と二年間、市役所で神子原



農家レストラン「神音」



米袋

地区のお米を一俵四万二千円で七百俵売り続けた。三年目には、「商売が下手な役所でもできたのですから、今度は自分（集落）で売ってくださいます。そのために会社を設立して下さい」と年間四十五回の会議を開いて集落住民だけの株式会社「神子の里」（百六十九世帯中百三十一世帯出資、資本金三百万円、現在百四十七世帯・資本金七百万円）を平成十九年三月につくってもらった。

その間、離村して空いた農家を活用して「空き農家農地情報バンク制度」をつくり石川県外から三十代の若い移住者を迎え、現在十一家族三十二人に移り住んでもらっている。そして、十八年間も子供が生まれなかった集落に、赤ん坊が誕生し

た。また、夏場と冬場には、法政大学国際文化学部堀上ゼミを中心に、毎年三十人以上の大学生が集落で農作業をしながら農家に宿泊している。こうして、高齢化率が五四％から四七・五％に下がり、いわゆる限界集落から脱却し、少しはにぎやかな過疎集落になってきた。

神子原地区には年間八千万円以上のお金が落ちてくる農産物直売所や、全国から来客していただける農家カフェ等が出来上がるにつれて、徐々に行政視察も増えてきた。当時の室員であった部下が「視察を有料にしましょうよ」との提案を受け、一人千円の視察資料代金をいただき、平成十七年から実施してきた戦略を公民館で説明し、実際に現場を見ていただくこととなった。

（ ） 視察受け入れが歳入と自信に！

年間千人の視察者が見に来ていただけると、資料代として役所への歳入だけでも百万円になる。平成二十一年度までは、室員スタッフが二人常駐し、視察受け入れも「NO」と断らずに一日四組以上も受け入れたが、平成二十二年から人員削減で一人での対応となり、一日二組だけの受け入れに制限している状況である。受け入れの目的は、一つは一般財源の歳入として、もう一つは、視察受け入れによる農家や農家が創った会社の「主役効果」である。主役効果とは「自分たちがやったんです！農家でも役所とJAに頼らず会社を創れた」という意識醸成である。

それと、集落での昼食代金はバカにできない。視察用に昼食をとれる場所が現在二カ所ある。集落で経営する、そば処「里山」と「神音」である。

里山には視察専用の裏メニューの「そば定食」があり、価格は千二百円～千五百円。てんぷら、おにぎり、漬物、めった汁、手打ちそば等がついている。また、他県からの移住者の若者が営む「神音カフェ」では、こだわりの自家焙煎したコーヒーと農薬・化学肥料・除草剤をつかわない野菜・穀類を使ったセットメニューが好評を博している。カレーライスとコーヒー、そして自家製のスイーツが付いて千五百円となっており、特に女性客でにぎわっている。

一・五次産業の事業費（市財）は、平成二十年度からゼロ予算事業になっている。平成十八年から開始した人工衛星による農産物の解析事業によつてビジネスを展開し、これにはわずかだが歳入がある。行政視察による歳入と併せ、この歳入の中で何とかやりくりしている。

行政視察は北海道から九州まで、議会議員、役所、農業委員と様々な役職の方々が来られている。近年では、アウトドアメーカーや個人企業や民間の視察も増えてきた。次の手として「自然栽培」と「小説の舞台」を実施している。二年経っても腐らず枯れる野菜や穀類づくりの木村式自然栽培実践塾を展開している。また、この集落が小説の舞台となるように展開し将来ドラマ化したいと願っている。

視察に来られる方には、公務員らしくない理念や考え方がどうも気に入られているようだ。「不可能、万策尽きた限界集落」といわれた集落もやり方によってはどうにでもなる。可能性の無視は最大の悪策であると信じている。



亀岡市のセーフコミュニティ活動と有料情報提供制度

―日本初のWHO国際認証取得―



亀岡市企画管理部企画政策課 主査 ● 湯浅弘樹

亀岡市は京都府の中央に位置し、人口は府下三番目となる規模の約九万四千人で、京阪神大都市圏と隣接する利便性に優れた住環境と、保津川、湯の花温泉など豊かな自然環境を併せ持つ都市である。本年は、市制施行五十五周年にあたるとともに、明智光秀公ゆかりの丹波亀山城が築城されてから四百年となる記念すべき年であり、亀岡祭をはじめ多くの記念行事が催されている。

また、平成十八年七月から、市民みんなが安全で安心に暮らせるまちの実現に向けたセーフコミュニティ活動を推進しており、平成二十年三月には日本初のWHO（世界保健機関）セーフコミュニティ協働センターによる国際認証を取得。現在、平成二十三年一月をスタートとする第四次亀岡市総合計画「夢ビジョン」の策定に向け、市民の参画と協働により鋭意取り組んでいる。

WHO推奨の活動

セーフコミュニティ活動とは、事故・けがは偶然の結果ではなく、予防できるという理念のもと、

行政はもちろん、地域住民、NPO、大学、関係民間団体など、多くの主体の協働により、全ての市民が健やかで元気に暮らすことができるまちづくりを進めるもので、WHOセーフコミュニティ協働センターが推奨する活動である。

この活動の発端は、スウェーデンの地方都市で始まった住民の手で安全・安心な社会をつくらうという運動であり、「みんなが事故・犯罪・けがなく、安心して暮らしていくにはどうすべきか」を地域住民が考え、力を合わせてその原因を取り除いていこうとするものが体系化された活動である。

一九八九（平成元）年にストックホルムで開催された第一回事故・外傷予防世界大会で、この「セーフコミュニティ」の概念が公式に誕生し、「すべての人間は、健康と安全に対して平等な権利を有する」とするセーフコミュニティのための宣言が出された。そして、同年、WHOセーフコミュニティ協働センターが設置されるとともに、安全・安心に関わる六つの基準を指標とする認証制度が

スタートした。現在（平成二十二年九月三十日）、本市をはじめ、世界で二百五のコミュニティが、同センター認証セーフコミュニティとして登録を受けている。

協働としてのセーフコミュニティ活動

本市は、「市民との協働で安全・安心なところ交流のまちづくり」をスローガンに、「安全・安心こそ最大の福祉である」との強い信念のもと、災害に強い地域づくり、人と人とのつながりなど、「安全・安心」をすべての行政施策の理念に据えた活動を推進している。その基盤でもある家族・家庭の空洞化や地域コミュニティの希薄化、子育てや高齢者への支援などが憂慮される中、平成十八年、セーフコミュニティ活動の推進を図る京都府から、府内のモデル都市として選定を受け、同年七月、先の本市基本理念と合致する活動、また、地域福祉の向上を図る上でのきっかけとなる活動として、国際認証取得を目指して取り組むことを宣言した。

以来、▽亀岡市セーフコミュニティ推進協議会の設置▽地域コミュニティを中心としたアクションプランの策定・実施▽外傷データ収集・分析に係る市内医療機関での外傷発生動向調査などを実施。そして、平成十九年八月の認証申請書提出、同年九月の現地審査などを経て、平成二十三年三月、京都学園大学（亀岡市曾我部町）で開催した「セーフコミュニティ・サーベイランス国際会議in京都・亀岡」において、世界百三十二番目で国内では初となるWHOセーフコミュニティ協働センターによる国際認証を取得した。

亀岡市独創性ある事業を対象とした有料視察制度の概要と対応状況

概要

導入の目的	①自治体間で知恵と工夫を競い合う関係を構築する ②努力して生み出したノウハウに価値を認める ③市役所の価値を高め、市民サービスの向上や市民の誇りに繋げる
対象事業	○セーフコミュニティ推進事業 ※今後、先進的で独創的な施策・取り組みを追加
実施時期	○平成20年7月以後の申込から実施
対象者	○他都市自治体の職員・議員、研究者、民間企業 ※亀岡市民及び報道関係者並びに情報交換を目的とする場合は除く
基本料金	①視察 ○基本設定:5名以内+90分対応=3,000円 ○加算設定:人数加算=500円/1名、時間加算=1,000円/30分 (料金例)8名の視察で2時間対応 =5,500円(基本3,000円+人数加算1,500円+時間加算1,000円)
	②調査(資料請求) ○1件:2,000円

実績

	視察団体数(都道府県)	視察人数	対応時間	視察料金
平成20年度	17団体(11都道府県)	146名	1,260分	87,000円
平成21年度	23団体(13都道府県)	274名	2,070分	155,500円
平成22年度 (9月30日現在)	15団体(14都道府県)	105名	1,350分	69,000円
合 計	55団体	525名	4,680分	311,500円



亀岡市セーフコミュニティ認証式典(チョ・ジュンピルセーフコミュニティ認証センター(韓国)センター長(左)と栗山正隆亀岡市長(右))



亀岡市セーフコミュニティ行政視察

「亀岡」を国内外に発信するとともに、この理念が広く普及し活動団体の増加等につながることを期待して、今後もその自覚のもとにセーフコミュニティ活動を推進していきたい。

▽市役所の価値を高め、市民サービスの向上や市民の誇りにつなげる。

▽努力して生み出したノウハウに価値を認める。

▽自治体間で知恵と工夫を競い合う関係を構築する。

▽有料化制度導入の目的は次の三点。

施している。

有料化制度に基づく視察対応・情報提供を実施している。

取に関する要綱」を定め、行政視察等の一部

的な反映が今後の活動の基点になると考えられる。また、国際認証の取得以来、本市同様、地域コミュニティの崩壊や希薄化を憂慮する全国各地の自治体や地域活動団体から、その解決や再生につながる手法として、同活動の必要性や有効性について多くの問い合わせや情報提供の依頼がある。セーフコミュニティの理念や本市の活動を普及・啓発することも、国際認証都市としての責務ととらえる中で、本市では平成二十年七月に、「亀岡市の独創性ある事業等の情報提供に伴う料金徴収に関する要綱」を定め、行政視察等の一部有料化制度に基づく視察対応・情報提供を実施している。

今後に向けて

この有料情報提供の対象事業として、セーフコミュニティ活動を選定し、その対価に見合うだけの質の高い説明や情報の提供をその責務としていくところである。有料化制度の概要およびこれまでの実績については、関連表の通りである。その効果としては、まずセーフコミュニティ理念の普及や他都市での施策化等が挙げられる。また、視察料金の市財源確保への寄与のほか、視察者による市内宿泊や飲食等の波及効果も推量される。

国際認証取得と理念普及

セーフコミュニティ活動については、その認証取得を契機に一層の外傷予防対策を講じるとともに、各種外傷状況調査や意識調査等により、その評価や効果測定を行っている。これまでの効果としては、理念への賛同や外傷予防に対する意欲的な回答・意見の増加、また、地域活動への関心度・参加頻度の向上等が挙げられる。さらなる発展策としては、分析した外傷データの地域活動への効果



町内飲食、宿泊条件に

行政視察受け入れ



伊根町総務課企画係 主査 ● 濱野茂樹

1. 伊根町の経済・産業の状況や問題点

「日本で最も美しい村」連合に加盟する伊根町は、京都府北部の丹後半島の北東岸に位置し、町の東部から北部は日本海に面し、南部は宮津市、西部は京丹後市に隣接している。

伊根町は、地勢的に六百八十三メートルの比較的険しい山並みと、これを刻む中小河川やその沖積低地、さらに断層海岸からなる変化に富んだ海岸線があり、自然と歴史、伝統に包まれた風光明媚な地域である。また、美しい海岸線のわずかな平地に漁業集落があり、府下有数の漁業の町を形成している。

また、平成十七年七月に漁村としては全国で初めて国の「重要伝統的建造物群保存地区」の選定を受けた全国的にも有名な「舟屋」の景観が保存されている。さらに、「浦島太郎伝説」「徐福伝説」をはじめとする民俗芸能、衣食住にかかわる有形・無形の文化財など多くの資源がそのまま残された町である。

しかしながら当該地域は、日本全国の他の多くの地域と同じような過疎の農村・漁村地で、人口は昭和の合併（四村）時に七千六百五十三人だったが、現在では二千五百九十七人と半分以上に減少し、今なお減少傾向にある。高齢化の進行も激しく、六十五歳以上の人口が全人口に占める高齢化比率は、全国平均の二〇・一％を大きく上回る四一・六％に達している。

近年は、京都縦貫自動車道等の延長により、京阪神地区との時間的な距離は縮まっている面もあるが、域内での交通網はまだ未整備な部分が多く、大都市部から遠隔地にあるハンディは解消されていない。交通網以外にも通信、健康、医療関係等の社会インフラの整備が遅れ、都市部との経済格差が拡大している。伊根町の所得額は平成十四年と平成二十年を比較すると約一割減少している。

過疎化・高齢化の進展によって、いわゆる限界集落が増加するなど、地域活力の衰えが顕著に目立つ事態に陥っている。

これらすべての問題を解決するためには、財政

的な援助を活用しながら地域における経済活動を立て直し、それによる利益の再投資に基づく継続的な発展を可能とする正循環型の経済活動基盤を構築することが、最も有効な手法である。

こうしたことから伊根町では平成二十年度から従来からの目線をリセットし違う目線での事業展開に取り組むことにした。

例えば、ふるさと納税の積極的促進から展開したツイッターおよび同窓会促進事業、町有の消防自動車・霊柩車を売却した官公庁オークション、官公庁オークションを進化させたエコリユーション事業、行政が主催する婚活、空き家バンク等があげられる。

同窓会促進事業は同窓会の幹事を町がサポートし町内業者を利用いただくことで地域の活性化を図り、かつ、同窓会会場等でふるさと納税や定住施策についてPRさせていただく事業であり、昨年度から実施している。

エコリユーション事業は、住民の家庭や地区に眠る多くの不用品を希望により、官公庁オークションに出品し、落札代金相当分の商品券を交付することで、町内の地域経済の活性化を図るとともに、将来的に排出されるであろうごみの減量化を図ることを目的にして実施している。

少子高齢化、過疎化が進む中、未婚男女の増加は、少子化の大きな要因であり、定住促進対策の観点からも当町にとっては、未婚率を引き下げることが大変重要な課題である。このことから、結婚意欲を持った未婚男女に、少子化対策および定住促進、コミュニティの活性化を目的として出会いの場を提供し、現在まで二回開催し参加男女四



エコリユーション事業。(自治会の倉庫に眠っていた消防ポンプ車を売却)



未婚男女の出会い対策事業(そば打ち体験)

十組中十二組のカップルが成立している。

2. 視察導入の経緯や目的、仕組み

前述の事業を企画・実施するたびに新聞紙上・テレビ等を通じて世間の注目を集めることが次第に多くなり、政策に対する問い合わせが多くなってきた。そこで、前述の政策を活かした地域振興ができないか考えるようになり、平成二十一年七月に視察申込の窓口を総務課企画係に一本化し積極的に視察を受け入れるため、行政視察受け入れ窓口を設置した。

この窓口は、政策を活かした地域振興はもちろんのこと、その政策の目的・有効性等について資料としてまとめ、かつ説明することによる職員の

資質向上、すなわち公務員として必要不可欠な説明責任能力の向上を図ることを目的としている。

地域振興については、一つの考え方として先ほどのどの事業にも共通しているが、地域内流通Ⅱ地域振興としてとらえている。そのため、行政視察受け入れ窓口では、政策(視察)を観光資源としてとらえ視察受け入れ条件を設けている。

全国には視察資料代を有料化されている自治体や視察料を取っておられる自治体もあるようだが、そういった費用は町の収入として受け入れられ間接的にでしか地域には流通しない。地域に直接的に流通するには、単純に町内企業を利用いただくことである。そこで伊根町では視察条件として、必ず町内での飲食または宿泊の利用をお願い

している。

その施設の利用斡旋については伊根町観光協会を窓口としている。これは事務の簡素化を図るためと、観光協会の営利および将来における顧客の囲い込みのためである。つまり、視察へ訪れていただいた方が、視察後、ご家族・ご友人と伊根町へ観光でお越しいただいた際のスムーズな受け入れのためである。

また、行政視察受け入れ窓口の設置効果がすべてとはいえないが、政策が注目を集めていることにより、ふるさと納税等に波及し大きな経済効果をもたらしているというまでもない。

一方、平成二十一年七月に行政視察受け入れ窓口を設置後、わずか一年足らずの間に百五十人以上の方が単純なる視察目的で伊根町を訪れていた。

3. 今後の方針

「いつも土を耕しておけば、いい種が入ったとすぐに芽が出る。日ごろの手入れを怠っていると、せっかくの種がまかれても育たない。常に土を耕すことが大事」

この言葉にあるように、本事業が好評なのも常にいつも既存政策を検討・手直しするとともに新たな課題に対処する政策を企画・立案していることである。

今後も継続して本事業を実施していくのはもちろんのこと、政策観光で訪れていた方が視察後にご家族・ご友人とプライベートで観光に訪れていたような次のステップを用意していくことが、必要と考える。



そうだ、上勝へ行こう！

—どん底から這い上がった奇跡の町—



株式会社いろどり 視察担当

溜本弘樹

最も高齢化が進んだ町

徳島県勝浦郡上勝町は、徳島市中心部から南西方向へ車で約一時間、標高百メートルから七百メートルの間に大小五十の集落が点在する中山間地域の町である。

町面積は、一〇九・六八平方キロメートルで、その内の八五・六％が杉を主体とする山林である。人口は、平成二十二年九月で千九百六十三人、高齢化率（総人口に対して六十五歳以上の人口が占める割合）は約四九％という「四国で最も人口が少なく」、「徳島県内で最も高齢化率が高い」町である。

しかし、このような田舎町に毎年人口の二倍にあたる約四千人の視察者が訪れている。視察件数でいえば、約四百件。単純にほぼ毎日のように視察者が訪れているということになる。

主な視察内容は、①葉っぱを売っておばあちゃんが「一千万円を稼ぐ」「彩（いろどり）事業」、②日本で最初にゼロ・ウェイスト宣言をし、野焼き

からごみ処理方法を一八〇度転換した「ごみ三十四分別の取り組み」、③化石燃料に代わり上勝の間伐材チップを燃料利用する「木質バイオマスの取り組み」の三つである。

どん底から這い上がった町の取り組み

①彩（いろどり）事業

今から四十年ほど前の上勝町の主要産業は、温州ミカンの生産であった。しかし、昭和五十六年二月、マイナス一三度という異常寒波に見舞われ、ミカンの木は全滅。上勝町の収入源が断たれてしまった。

たちまち現金収入が得られる農作物の生産に迫られ、様々な取り組みを行う中、昭和六十一年、当時、農協の営農指導員であった横石知二氏（現・株式会社いろどり代表取締役社長）がひらめいたのが、女性でもお年寄りでも取り扱



葉っぱの出荷作業中のおばあちゃん



ゴミステーションの視察状況

しやすい「葉っぱ（つまもの）」を生産・販売することであった。現在、年間二億六千万円を売り上げ、年間一千万円稼ぐおばあちゃんもいる。

②ごみ三十四分別の取り組み

平成八年ごろまで、上勝町では「野焼き」でごみ処理を行っていた。しかし、平成九年の廃棄物処理法の改正やダイオキシン問題により、ごみ処理方法に行き詰ってしまった。

膨大な費用を投資してごみ処理施設を建設するか、処理費用を払って町外で処分してもらうか、分別により資源回収を行うか。数か月以内での判断を迫られた末、上勝町では、ごみ分別による資源回収方法を選択した。

そして、平成十五（二〇〇三）年、日本で最初に「ゼロ・ウェイスト宣言」を行い、二〇二〇年を目標に焼却・埋め立てごみをゼロにする取り組みを行っている。

③木質バイオマスの取り組み

温州ミカンの生産にならび上勝町の主要産業であった林業は、外材の輸入等により木材価格が低



表1 上勝町への視察者数の推移

年度	件数(件)	人数(人)
平成14年度	115	1,410
平成15年度	194	2,103
平成16年度	273	2,848
平成17年度	374	3,833
平成18年度	390	3,957
平成19年度	397	4,489
平成20年度	410	4,657
平成21年度	326	3,908

平成十四年度に千四百十人だった視察者数は、平成二十一年度では三千九百八人となっている。全国ネットでのテレビや新聞、雑誌等を取り上げられたことや、葉っぱビジネスやゼロ・ウェイストの町外での講演による宣伝効果は非常に大きい。ちなみに、平成十七年度、各新聞に上勝町が取り上げられた回数は百八十回を超え、二日に一回は上勝町が取り上げられたことになる。

国内だけでなく海外からも

現在、燃料を町内で賄うことにより、「環境と経済が循環する仕組み」を構築している。

迷し、生業として成り立たない危機的状況となった。その後、森林は放置され、森林の多面的機能（地球温暖化の係る二酸化炭素削減、災害予防、水源涵養等）が発揮されない状況にある。

そこで、平成十六年～十八年にかけて、温泉のボイラー施設に「木質バイオマス燃料生産システム」を導入し、化石燃料から上勝町の間伐材をチップ化したバイオマス燃料に転換した。

表3 平成21年度 団体別訪問件数

分類名	視察件数(件)	視察人数(人)
議会	83	652
自治体	40	545
地域・環境・生活研究関連	52	820
農林・園芸関連	45	696
個人	13	24
大学	19	116
雇用・高齢者・社会福祉関連	16	359
企業	15	108
JICA・国際協力関連	12	175
その他海外	7	119
経済研究関連	7	39
商工会	6	113
小中高	3	77
政党	2	8
各国政府	1	2
その他	5	55
合計	326	3,908

表2 平成21年度 地域別訪問件数

都道府県等	視察件数(件)	視察人数(人)
兵庫	29	503
徳島	27	355
広島	18	263
東京	17	83
北海道	16	133
愛媛	13	152
岡山	13	172
高知	12	203
香川	10	259
JICA	10	123
鳥取	9	117
和歌山	9	125
大阪	9	125
静岡	9	40
神奈川	9	47

平成二十一年度の視察者を分類してみると、都道府県別で視察件数・視察者数ともに最も多かったのは兵庫県である。次に地元徳島県、続いて広島県である。また、海外からの視察者も多く、三十四カ国から二百九十四人の方が視察に訪れた。所属団体別で見ると、件数では圧倒的に全国各地の議会の訪問が多く、人数では地域づくり協議会

等の地域・環境・生活研究関連の団体が多い。

きっかけづくりと仕掛けづくり

これだけ多くの視察者を受け入れることによる上勝町への効果としては、宿泊施設、食事処、産直市への収入につながっているが、町民に対してはほとんどその恩恵を被っていないのが実情である。そこで、視察をグリーン・ツーリズム等の観光につなげることができれば、少しは町民にも視察による効果が現れるのではと考えている。

まず、視察先へ赴くという行為を観光と考えると、「上勝へ行きたい！」「そうだ、上勝へ行こう！」と思わせるきっかけづくりが必要である。

このきっかけを与える手段として、上勝町ではマスコミやインターネットを活用して上勝町の取り組みを宣伝したり、年間何十回、何百回とある全国各地での講演でパンフレットを配ったりして来町を促すことなどを行っている。

そして、次の段階としては、この視察というきっかけをもとに、「また、上勝町へ行きたい！」と思わせる仕掛けづくりが必要である。

上勝町ではこの仕掛けがまだ十分ではないが、実際のところ視察のリピーターも存在し、参加者を変えて毎年来られる方もいる。または、観光やイベントの参加で再び来られる方もいる。

仕掛けの一つとして、平成二十二年六月に上勝町内で旅行会社（株式会社カミカツーリスト）が設立されたことから、「きっかけづくり」と「仕掛けづくり」（旅行会社との連携等）により、視察者をリピーターとして獲得し、町民にも視察による効果が得られるよう努力していきたい。



グリーンツーリズムで

心のせんとくを！



NPO法人安心院町グリーンツーリズム研究会事務局長

● 植田淳子

行き詰まり見せた農村に活路を

大分県の北部に広がる人口約七千百人の町、宇佐市安心院町（旧安心院町、平成十七年に宇佐市と合併）は、四方を山に囲まれ、作家・司馬遼太郎氏もその景色の美しさを絶賛した「日本一の盆地の町」である。

町では、古来より、盆地の気温差のおかげで大変美味しいお米がとれる。また、昭和四十年ごろから昭和五十五年にかけての国営の開拓パイロット事業により、ぶどう団地を中心に四百九十九ヘクタールに及ぶ大規模な造成が行われた。最盛期にはぶどう農家だけで約三百六十戸、経営面積で三百二十ヘクタールに達していたが、現在では約二百二十戸、百七十ヘクタール程度へと大きく減少した。一時は、西日本一の生産面積を誇るほどのぶどう地帯だった安心院も、近年では生産者の高齢化に伴い、耕作地が減少し、担い手不足などが問題となっている。

こうした中、平成四年、将来の安心院の農業・

地域の行く末を懸念した県の担当者と安心院の農家八人が、「アグリツーリズム研究会」を発足させた。ブドウの町・安心院としての灯が消えないよう、都市（消費者）と対等に手を結ぶ方法を模索したのだ。

しかし、農村の問題を、いくら農家の人だけが考えても、実際になかなか活動は広がらず、また周囲も活動に参加しにくい状況であった。このため、平成八年に「アグリ農業」の壁を取り払い、農村に住むすべての人、また町内のみならず町外からの応援団も募り「グリーン（＝農村）ツーリズム研究会」を発足させ、活動を始めた。都市と直に手を結ぶための一つの方法である「グリーンツーリズム（農村で休暇を！）」は、行き詰まりを見せた農村に新しい活路を生み出そうとしていた。

行政もバックアップ

同研究会の理念として、発足当初より大切にしていることは、次の三点である。

①都市との交流により、町の基幹産業である農業

を守り育て、発想を変え新しい連携の下、経済的活性化により農村の一軒一軒の足腰を強くする運動である。

②農村の環境・景観を保全し、ゴミのない町づくりを原点とする。

③農村の社会的、経済的向上を目指す。

新聞等の媒体を使い、こうした趣旨に賛同する仲間たちを広く募集した。その結果、町内のみならず、町外の方も、安心院のグリーンツーリズムに興味と関心を持ってくれた。これらの会員の方々は今でも、安心院町グリーンツーリズムの強力な応援団となっている。

研究会の発足当初、昔から、安心院に住んでいる人たちは、「農村に人を呼ぶ？」「こげなところに、誰が来るんかえ？」というように、なかなか田舎の良さを理解することができなかった。

しかし、当時の安心院町長は、民間から発足したこの新しい運動を応援し、町の発展のために力を尽くしていきたいと考えていた。また、平成九年には、安心院町議会（当時）が「グリーンツーリズム推進宣言」を議決した。さらに、平成十三年、町が役場内に「グリーンツーリズム推進係」という専属の係を新設し、バックアップ体制を敷いた。

これらにより、住民を主体としたグリーンツーリズムという新しい動きがスタートした（現在、宇佐市と合併し、町役場は安心院支所となったが、グリーンツーリズム係には二人配置されている）。

国内外から視察・研修者

研究会は、発足当初、専門の事務局がなく、会



第1回大分・安心院スローフードフェアの会場



農村民泊の様子

長宅や会員の農家の人の家を事務局の窓口としていた。しかし、農作業との両立は負担も多く、また日中の対応がなかなか難しいとのことから、専任の事務局が欲しいと考えていた。

研究会側の長年の思いが実り、平成十六年、町の施設の一部を管理するという名目で、事務所として使わせてもらえることになり、そこに専任の事務局スタッフを一人置いた。平成二十二年現在、スタッフも増え、二十代から六十代の六人（全員女性）のスタッフで運営している。

事務局は年間を通じ、様々なイベントの窓口として、受け付けや手配、広報等を担当している。例えば、農業後継者を中心に行っている年間を通じた農業体験「マイ米（こめ）物語」や、農家のお母さん、地元の食堂などが地域の食材を使って昔から受け継がれてきた料理を作る「スローフー

ドフェア」、町の景観を保全するために柿の木を植える「祇園坊講演会」等である。さらに、グリーンツーリズムの後継者育成のための「大分・安心院グリーンツーリズム実践大学」の講習や体験などの企画運営である。

このように広範囲にわたって、様々な活動をしていることから、日本のほか世界（特にアジア）の各地より、グリーンツーリズムについて視察・研修に訪れる人も多い。

研修は、お客様の希望によって、会長や、事務局スタッフ、農泊のお母さん、行政の担当者から講師を選任する。訪れて下さったお客様が十分満足していただけるように、事前の打ち合わせをしっかり行い、ニーズに合わせた対応を行うようにしている。

「町内見学」を希望されるお客様には、町内の

グリーンツーリズム関連場所や観光場所などを二、三カ所案内している。例えば、実際にグリーンツーリズムを行っている家庭に行き、話を聞いたり、お客様が泊まる部屋、食事をする部屋などを見せ

てもらったりすることもある。

また、地域の農産物やお惣菜等を販売している直売所に行き、店長より説明を聞くこともある。さらに、希望によっては、町内にあるワイナリーへの案内や、安心院の文化遺産である「鎧絵」の見学に案内することもある。いずれも、視察先と事務局の間で、事前に連絡を取り、訪れる時間や人数、視察目的などを説明しているので、快く受け入れて下さっている。

一方、「町内見学」を始めた当初は、視察料金などは頂かずに対応していたが、事務局スタッフの運営費・人件費などの問題から、数年経った後、研修料と町内案内料としてそれぞれ料金を頂くことにした。そのことで、視察資料・地図なども作成することができ、訪れて下さった方に、満足していただける視察内容となっているのではないかと考えている。

「今後も「第二のふるさと」を目指す

視察で一度訪れて下さった方が、「今度はプライベートでゆつくり」と、家族や子どもを連れて、二度、三度訪れてくれることも多い。

安心院の普通の農家に宿泊し、家族同様の時を過ごすことから、安心院に滞在し、心のせんとくをし、リフレッシュして帰る人もいる。特別なお客様ではなく、家族の一員のようないきいきとした気持ちでお迎えしているからだろうか。

「二回泊まれば、遠い親戚、十回泊まれば、本当の親戚」をキャッチフレーズに、これからも訪れて下さる方々の「第二のふるさと」になるようにお迎えをしていきたいと考えている。



島に訪れる行政視察を 観光の商品に見立て

海士町観光協会事務局長
兼海士町交流促進課長

● 青山富寿生

「ガッツリ儲けましょう」。そんな叫び声が聞こえてきそうな見出しだが、そんなおいしい話は島で待っていても決して舞い込んでこない。

島根県海士町に訪れる行政視察はここ二、三年急激に増えている。日本海の島根半島沖合に浮かぶ人口二千四百人弱の島で、町側は、総務課職員と臨時職員をあわせ、八人という少数精鋭でこの視察を受け入れていた。総合受付、消防防災、交通対策、情報政策、広報広聴、統計そして庶務という雑用の多い部署で、多い月には十団体もの視察



島内の視察の様子

申し込みを受け、旅程スケジュールを組み、宿の確保やキャンセルおよび変更の手続きといったあまり馴染みの

ない業務まで取り組んでいた。しかし、やはり「餅は餅屋」ということで、観光協会にバトンを引き継いだ。

引き継ぎにあたり、私たちが明確に再確認出来たことがあった。町側が視察を受け入れる場合、船の着くターミナルに役場の公用車でお客様を迎えに行き、お客様を視察施設など案内して廻り、宿へお届けする。そして、次の日にも宿に迎えに行き、次の視察施設に案内をして最後に船で帰る際のお見送りをする。全くアンフェアな方法で視察受け入れを行っていたのだ。

島には小さいながらも、民間の交通業者が数台のタクシーと数台の観光バス等を有している。それにも関わらず、行政サービスで視察で訪れる方々に提供していた。「島らしいもてなし」だったと思っていたが、「これってフェアじゃない」と気がついた。私たちのような離島や中山間地といった過疎地域が目指すのは「フェアトレード」だと思う。持ちつ持たれつの日本らしい、支え合う魅力的なスタイル。それは、決して自分だけが

大儲けし、価格破壊を起こしかねない取り組みなんかじゃなく、お互いにメリットを共有できる、いわゆるフェアなモノのやり取りを一つずつきちっと行う関係だ。当たり前のようでなかなか田舎ではできないことだが、このちょっとした気づきがしっかりとした経済活動につながるのだと思う。

町は、観光協会の役割として、しっかりと民間事業者に対等なサービスを提供してもらいたいという思いから、視察で訪れていただけのお客様の窓口そのものを同協会に任せた。同協会、島の観光のプロである観光事業者が、視察のお客様も大切な一人のお客様として、島らしいもてなし方でお迎えをし、島を楽しんでいただき、お見送りをする仕組みを整えていけたらと思っている。今ではその成果も見えてきており、来訪者には大変好評を得ている。

私たちが目指しているのは「自立」である。すべて一瞬にしてこれまでの国や県への依存体質から脱却できるものではないが、小さくてもこのようないきいきや取り組みをしっかりとこつこつ取り組んで行くことで、フェアトレードの基盤が整い、将来的な自立への道筋が見えてくるのだと考えている。島に訪れていただけるすべての方に誠意を持って島民みんなでお迎えをして、島を充分に満喫してまた訪れてもらえたらと思う。

遠くてなかなか来ることができない島だが、一度ならず何度でも楽しみにお越しいただける島になっていけるよう、私たちも島民の一人として、ちよつとずつの頑張りを続けていきたいと思っている。



「政策観光」と地域活性化

観光の資源発掘とその育成



(株)野村総合研究所
公共経営戦略コンサルティング部
副主任 コンサルタント

● 望月洋佑

まだ眠る資源

観光客は、「見たい」「体験したい」「食べたい」などといった目的を持って観光地に訪れる。その「見たい」「体験したい」「食べたい」対象となるものが、観光資源である。

観光客は資源を新たに見つけることを目的に来るのではなく、すでにある資源を目的として観光地に行く。そのため、多くの観光客に来てもらうためには、観光地は主体的に資源を発見・維持・改善し、観光客が気軽に経験することができ、状態を保つことが求められる。日本国内においては、各地でこれまでも多くの資源が開発され、広報・宣伝がなされている。しかし、我が国にはまだ見つけられていない資源、広まっていない資源が数多くあるのではないだろうか。本特集で取り上げられている政策観光も大きく広まっていない資源の一つであると言えるが、こういった資源をさらに拾い上げ、広報・宣伝していくことが今後は重

要になってくるのではないだろうか。

そういった取り組みの成功例が、民間の有志が独自に活動を展開したことをきっかけに今やブームとなったB級グルメである。全国のB級グルメが一堂に会するBー1グランプリへの来場者は年々増加を続け、初めて関東地区（神奈川県厚木市）での開催となった平成二十二（二〇一〇）年は、二日間で四十万人以上が来場する一大イベントとなった。多くのB級グルメは、地元では当たり前のように入食して珍しくも何ともなかったものであるが、全国的には極めて珍しい食べものであるというギャップを活かし、観光資源としてブレイクした。

その嚆矢となった富士宮市の「富士宮やきそば」は、富士宮市の他の観光資源への誘導の役割も果たしている。やきそばを食べるために来た観光客は、それだけで帰らずに浅間神社や田貫湖といったその他の観光地にも寄るようになっていく。これは富士宮市だけの事例ではなく、他の自治体でも見られるようになっていく。

こういった事例から得られる示唆は、地域に暮らす人々にとって、資源は当たり前存在しているものであり、資源として見ることが簡単ではないという事実である。

観光資源を見つけ出し、磨く

観光資源を資源として活かすためには、資源を見つけていることがまず必要である。ここには、外部の声があることが望ましい。前述しているように、資源は地域では日常の風景の一つであり、特別であることを自覚するのは地域住民だけでは容易ではない。食べものに限らず、風景や景観といった自然、祭りや音楽、踊りといった文化もその地域にとっては日常でありながら、外部からは立派な観光資源に見えることが少なくない。資源であることを知るためには、外部の視点の導入が有効である。

資源であることを自覚した後も、その資源を大切に思っている人々が積極的に関わり、磨いていくことが必要である。「残し、伝えるだけ」という選択肢がないわけではなく、ひっそりと文化を守っていききたい地域にとってはそういう選択もあり得るだろう。しかし、異なる文化に暮らす外国人などに観光に来てもらうことがゴールだとすれば、伝わりやすくなる工夫や、資源を体験することを目的とした滞在や様々な希望に対応するための準備といった努力が必要となってくる。これが資源を「磨く」ことにつながり、多くの観光客を呼ぶための土台となるため、そういった努力・工夫が必要になる。

しかも、この努力は継続することが重要である。多くの地域でインバウンドを重視していることを踏まえれば、観光客に来てもらう活動はすでに一種の競争状態である。また、一度来た観光客をリピーターにするためにも、不断の努力、工夫、改善が重要なファクターとなっている。人気テーマパークが常に新しいアトラクションやショーを導入し続けるように、資源をよりよくするための活動に終わりはしない。

行政はどう関わるか

こういった取り組みにおいては、行政が主役として活動することが最善とは言いがたいのが現状である。行政は特定の業界に特化した支援策を取ることが難しく、調整が必要となる。しかし、調整の結果、観光資源の打ち出しが伝わりにくくなっ



宮島航路の船着場では、英語で折り鶴を提供している。外国人には非常に喜ばれるサービスである。予算をかけることなくホスピタリティが伝わる例



大島の瀬戸内国際芸術祭での賑わい。今まで観光客がほとんど来なかった島も、若い人を中心に多くの観光客が訪れている。船便等の利用者も増加しており、エリアとしての振興が図られている

てしまう事例も見られる。富士宮市の事例は当初はまったく行政の参加しない取り組みであったため、有志が自由に取り組んだところにも要因の一つがあったと考えられる。結果的には、やきそばという富士宮市への入口が広まった結果、他の観光資源にも波及効果があり、取り組みを始めた平成十三年から十年間で四百四十億円を超える経済効果があつたと試算されている。そのうち、地元での消費額は二百五十億円に及んでおり、広告効果等を除いた純粋な地元への経済効果も非常に大きいと考えられる。人口十三万人の市においてこれだけの産業を新たに誘致することは容易ではなく、既にあつた資源を磨いた結果、大きな成果を得たと言える。

本特集で取り上げられている政策観光との関連で考えると、観光資源としての政策を作る主体は行政である。資源の担い手として、政策を作るのみではなく、その政策を観光資源としてどのように売り込んで行くか、あるいは広めて行くかについても考えることが求められる。また、他の観光資源との連携も意識し、一つの資源のみ

で観光を成り立たせるのではなく、他の資源の持ち手とも協力しながら地域のブランドを作り上げる段階まで踏まえた取り組みとなることが望ましい。

富士宮市と同様のゴールを目指し、取り組みを進めているのは広島県である。広島県は、平成二十二年度の施策として「瀬戸内 海の道構想」の策定を目指しているが、来年度以降、瀬戸内プラットフォーム（仮称）を設立し、行政と民間の協働によって瀬戸内エリアの魅力を高めるための取り組みを進めることとしている。大きな目的としてはインバウンド観光客の増加があるが、直接的にインバウンドを増加させるための補助金等ではなく、「人づくり」を目的としており、継続的な取り組みへとつながっていくことが期待される。

広島県の取り組みに見られるように、行政がイニシアチブを握って観光振興を進めるだけではなく、あくまで後方からの支援に徹することも今後には有力な選択肢である。行政が新たに資源を作り出すのではなく、今ある資源の価値向上を支援することが、行政に期待される役割なのではないだろうか。そのためには、行政の支援体制が明確でなくてはならない。例えば、担い手が行政と話をするときには「どこに相談に行くべきか」が明確になっており、支援メニューが明らかにしていることが求められる。行政のサポート役としての重要性は今後さらに高まっていくと考えられる。

〔脚注〕

- 1 地域デザイン研究所の試算による
- 2 <http://www.pref.hiroshima.lg.jp/page/1282130551180/index.html>

「里山」で地域づくり人材の交流、育成

—京都府綾部市のNPO法人、旧校舎で講座—

編集部

NPO法人「里山ねっと・あやべ」は、京都府綾部市で、都市農村交流、コミュニティビジネス、まちづくりを志す人々の交流、人材の育成を目指す講座「綾部里山交流大学」を開催している。講座は、新しい農村ビジネスや社会起業などの第一線で活躍する実践者の考えが直接聞けるとあって、受講者に好評だ。

第一線の実践者が講師役

「里山ねっと・あやべ」は平成十



綾部市里山交流研修センター



迫田氏の講義

「里山生活デザイン学科」の二コース。年数回開かれる各コースの講座には、まちづくりや自治体関係者ら二十人程度が二泊三日、一泊二日の泊まり込みで参加している。今年の十月九日、十一日に開催された講座では、「大好きなまち（むら）で、仕事を創る！」が

テーマとなった。地域活性化と国際貢献を目指す舞踏家のJUN氏や、高知県田西土佐村（現四万十市）で米作りとデザインに取り組む迫田司氏が講師となり、極意を伝授した。両氏の講義は十日午後開催。まず、JUN氏が、自ら作り上げた傾舞（かぶくまい）を国内外で演じ、大阪市中崎町で空き家を活用したコミュニティカフェを開き、独自のコンセプトEART（天然芸術）の普及や地元活性化に努めていることを説明した。

そして、「店を開くため、地元コミュニティに入っていた。例えば、祭り。祭りに参加することで、コミュニティのいろはを学んだ」と語り、地区で以前行われていた踊りの復活に協力した話も披露した。

JUN氏によると、平成十三年以降コミュニティカフェや廃材ギャラリーなどで多くの人々を呼び込み、「Salon de AMANTO

天人」というグループを作り、現在百を超える店舗が地区に発生（グループとしては四十三人で十三店舗運営）。同町が国内外から人が訪れる地区へと変わったという。

次に、迫田氏が高知県の四万十川中流域の旧西土佐村に移住し、休耕

田の棚田で米をつくり地元産品のデザインに取り組んできた経緯を説明。さらに、地域で取れる米「山間米」の袋をデザインし、商品化に携わったことなどを話した（二〇〇四年度グッドデザイン賞を獲得）。

迫田氏は地元産品の商品化について「自分たちの地域にあるものをいかに楽しみ、さらにそれをいかに自慢するか。それがデザインのストーリーライン」と指摘した。

さらに、ローカル、ローテク、ローインパクトの三つのキーワードを示し、「ローカルは自分の足元。ローテクは手作りで一・五次まで。ローインパクトは環境に負荷をかけないこと。この三つと自分が住んでいる所の日常をかけあわせたら、すごい商品ができてくる」と訴えた。

いずれの講義も、受講者から、地域におけるコミュニケーションの取り方や、コンセプトづくりなどに関する質問が相次いだ。

また、期間中、両氏のほか、里山研究庵Nomad代表の小貫雅男氏、「富士酢」の飯尾醸造当主の飯尾毅氏、キューバー農業評論家の吉田太郎氏、産消循環自給農場「べじたぶる・はーつ」代表の尾崎零氏が講師を務めた。

「安心・安全まちづくり」「テーマに講演



高松市婦人団体連絡協議会 副会長

小野美津子

地域づくり団体全国協議会は、地域づくり団体と都道府県協議会が行う自主的・主体的な地域づくりのために開催する講演会・研修会等の講師のほか、地域づくり団体が行う広報誌・ホームページの作成やレベルアップ、団体の運営等に関する指導・助言を受ける際のアドバイザーの招へいに対し、「地域づくり団体等活動支援事業」として、謝金と旅費それぞれ十万円を上限に助成している。

毎年多くの地域づくり団体が助成を受けており、平成二十一年度は計八十四件の団体と都道府県協議会への助成を実施した。

今回は、平成二十二年度助成対象となった、高松市婦人団体連絡協議会が実施した講習会「安心・安全まちづくり」地域から地域再生」を紹介する。

(研修交流課)

地域づくりに取り組む 女性団体のネットワーク

高松市は瀬戸内海に面する港町で、かつて国鉄の宇高連絡船が出航していたこともあり四国の玄関口として、四国を統轄する国の出先機関や企業の四国支社、支店の多くが置かれ四国の政治経済における中心拠点であった。現在高松市の人口は平

成の大合併などを経て、四十二万人を擁して香川県の人口百万人の過半数に達する都市圏を形成している。

高松市婦人団体連絡協議会は加盟団体三十三単位団体、会員一万人で構成。香川県婦人団体連絡協議会、全国婦人団体連絡協議会と連携して各種活動に取り組んでいる。

平成二十二年度総会においては、

- ①平和で安心・安全な高松づくり、
- ②男女参画社会の実現、③心やすらぎ尊厳豊かな少子高齢社会の実現、
- ④地球と人にやさしい持続可能な暮らしと社会づくり、といった活動方針が採択された。

総会の記念講演には、総務省地域力創造アドバイザーである食総合プロデューサー金丸弘美氏を講師として招き、「安心・安全まちづくり」食から地域再生」のテーマで講演していただいた。

金丸氏は食や農業に関する取り組みについて全国各地の事例を紹介しながら、▽食を通じた地域づくりにおける地域リーダーの必要性▽土づくりから始める安心安全な農作物の栽培、行政や生産者、消費者と連携しての地域活性化▽地域づくりにおける女性達の重要性について、パワーポイントで詳しく講演され、会

員達は熱心にメモをとっていた。

地域に求められる
「新しい価値観」

講演の中で、金丸氏は、次のようなポイントを挙げ、地域に求められる「新しい価値観」と、それに基づくものづくりの在り方について語られていた。

・これまでの商業や農業、観光という概念が急変し、地域においても新しい価値観が求められている中、地方は地方なりの個性作りをすることが必要である。

・地域でもものづくりを行う前に、地域の素材、加工、売り先を一旦見直し、新たなファンをもう一度つくりあげ、顧客と交流できる場をつくる。

・ものづくりにおける情報発信では、ものにまつわるドラマ（物語）を売り、マスコミをうまく利用する。

最後に、婦人会会員は行政、学識経験者、マスコミなどと連携し、仲間を大切にして地域活動を盛り上げてくださーいとの講師からのメッセージで講演会は締めくくられた。

講演を終えて

高松市婦人団体連絡協議会の単位婦人会は、都市型から農村型また漁村型と幅広く特徴があるが、参加者

地域づくり団体等活動支援事業の概要

【概要】

地域づくり団体及び都道府県協議会が行う自主的・主体的な地域づくり活動を支援する。

(1) 講師等派遣事業

地域づくり団体および都道府県協議会が行う自主的・主体的な地域づくりのために講師等を招へいして開催する研修会等の事業について招へいする講師に係る謝金・旅費を各10万円、計20万円を限度に助成する。

(2) 地域づくり活動支援事業

地域づくり団体が行う広報誌およびホームページの作成やレベルアップ、団体の運営等に関し、アドバイザーの指導・助言を受ける事業について招へいするアドバイザーに係る謝金・旅費を、各10万円、計20万円を上限に助成する。

【交付団体】

平成21年度84団体
平成22年度79団体（予定）

【問い合わせ】

研修交流課
電話番号 03-5202-6134

高松市婦人団体連絡協議会総会



総会の様子

は多様な事例紹介から自分達に合った事例を見つけたようである。例えば、野菜ひとつにしても、土から調べ、作った人の顔が見え、流通にも工夫をしながら商品にしていけることや、行政、学識経験者の方々との連携をしながら、商品に付加価値をつけていくことなどである。

また、地域の身近なことから見直すことや、ネットワークの必要性を痛感した。

私たち会員は地域づくり団体等活動支援事業を

利用して、感動する有意義な講演をもつことができた。そして講演を通じて私たちの行う地域づくり活動のさらなるパワーアップにつながっていければと思っています。

★★★ 他にも、全国の様々な事業に助成しています ★★★

※ここに掲載されているのは、助成を受けた事業の一例です。

○「元気、やる気、わがまちキラリ」(岩手県)

岩手県の「元気なコミュニティ100選」に選ばれた各団体によるパネルディスカッション、実践家を招いての講演会の実施。

○「知って 得する 市民活動～新たな活動へ チェンジ～」(栃木県)

市民活動に必要な制度を知ることにより、より活動が活発、円滑に行えるように支援するため、著名人を招いての講演会を実施。

○「わが家の安全点検」～地域で取り組むくらしの安心～(徳島県)

高齢者の家庭内事故予防についての対策や知識の普及、安心安全なまちづくりについて、高齢者建築に詳しい建築士の方を講師として招いての講演会。

○「地域づくりバス」で行こう！現場で学ぼう！(鳥取県)

智頭町を舞台に、著名実践家を招き、人の活かし方、地域の活かし方をテーマとした講演会を実施。

○ホームページ、団体の運営(沖縄県)

団体と事業のPR向上を図るべく、外部アドバイザーを招き、インターネットを活用した情報発信方法といったテーマでの講演会を実施。

団体プロフィール

設立年 昭和26年11月

代表者 野田 法子

会員数 10,000人

<事務局連絡先>

〒761-8074

香川県高松市太田上町715-5

(電話) 087-865-7028

<活動事例>

高松市長と高松市婦連の市政懇談会、各種講演会、金沢市婦連との交流、高松まつりへの参加、男女共同参画に係る各種活動

四街道の名物をつくるっ！

「ブランド創生講座」を開催



千葉県四街道市経営企画部政策推進課
企画調整グループ 主査補

和田浩史

財団法人地域活性化センターは、地域づくりアドバイザー事業として、市町村などに対し、地域活性化推進のために各分野の専門家（しょうがい）を招聘（しょうへい）するのに必要な経費を助成し、自主的・主体的な地域づくり活動を支援している。

平成二十一年度に同事業を利用して、地域ブランドの創生に向けた市民講座を開設した千葉県四街道市の取り組みを、同市経営企画部政策推進課の和田浩史氏にご紹介いただく。

（コンサルタント業務課）

地域ブランドとの出会い

四街道市は、人口約八万八千人、県都千葉市に隣接し、東京まで快速電車で五十分という位置にある。高度成長期の戸建て住宅団地の開発により発展してきた、いわゆる首都圏のベッドタウン。面積は三十四・七平方キロメートルの小さなまちだが、駅から車で十分も走れば、市街地のすぐそばに里山や谷津田などの美しい自然が広がる、便利さと豊かな自然環境が共存するまちである。

地域資源としては、奇祭と言われ

る皇産霊神社（みむすびじんじや）の「はだか祭り」や、ガス灯の設置基数日本一を誇る「ガス灯通り」などがある。しかし残念ながら、そのいずれも「四街道の顔」と言えるまではない。私は常々「四街道といえどこれ！」あるいは「〇〇のまち、四街道」と胸を張って言えるものが欲しいと考えていた。

こうした時、あるセミナーで佐世保（せいぼ）市職員の永井美穂子（みほこ）さんの講演を聞いた。佐世保市で昔から市民の身近にあったハンバーガーを、市の

食文化として地域ブランドと呼べるまでに押し上げた永井さんの体験談、苦労話、そのパワーに感動し、市役所の職員でもやる気になればこんなすごい仕事ができるのだという勇気をもらった。そして、ますますわがまち四街道にも地域ブランドを作り出したいと強く願うようになった。

地域ブランド創生事業

今、全国の自治体は深刻な財政難に直面している。四街道市も例外ではなく、全庁をあげて歳出削減に取り組んでいるが、市税収入は年々減少の一途をたどっている。ただ、このまま歳出削減策を続けていては、まち自体の元気もなくなってしまう。

こうした中、地域活性化センターの地域づくりアドバイザー事業を目

にした。この助成事業を活用して、地域ブランドというものを市民と行政とで一緒に考えるきっかけにしたいと思い、地域ブランド創生事業の手始めとして「四街道ブランド創生講座」を開設した。

四街道ブランド創生講座

「四街道ブランド創生講座」の講師として、株式会社ブランド総合研究所の田中章雄氏、上野宏之氏に依頼した。この講座は全四回にわたり、「地域ブランドとは何か」「四街道市で地域ブランドはできるのか」「当市にふさわしい地域ブランドとは何か」などを、「そもそも当市に地域ブランドは必要か」も含めて、考えていきたいというのが狙いだった。

そして、できるだけ多くの人に参加してもらいたいと思い、第一回目に限り一般公開講座として、広く一般市民の参加を募集するとともに、商工会、JA、果樹組合等、市内の各団体にも参加を呼び掛けた。

テーマは「成功事例に学ぶ！地域ブランド作りのポイント」。受講者は、地域ブランド化に成功した事例を通して、なぜ成功したのか、それがいかに街の活性化につながったかなど成功の理由とともに、そこにある地域愛を興味深く学んだ。

第二回目からは、第一回目の講座を聞いて地域ブランドづくりに興味を持った人たちを対象に、講座の前半では「地域ブランド論」ともいえる、さらに掘り下げた知識の習得を目的とした体系的な講義を開催。後半では四街道市に当てはめた問題を話し合うワークショップという二本立ての構成で行った。

具体的にみると、第二回目の講義テーマは「地域ブランド・魅力の作り方」。受講生は講義で、地域にある資源をどのように磨き、いかに魅力的なものとして作り上げるかについて学んだ。ワークショップでは、当市の地域ブランドになりうる素材、地域資源として、どのようなものがあるか、市民目線で受講者に出し合ってもらった。

第三回目のテーマは「地域ブラン

ド・魅力の伝え方」とした。せっかく作った地域ブランドも、その魅力が外部に対して伝わらなくては自己満足で終わってしまう。そこで、受講者は、外部に対していかにうまく情報発信し、魅力を伝えることが重要かについて学習した。ワークショップでは前回受講者に挙げてもらった地域資源がどのように分類できるか、そしてそこから何が見えてくるかについて議論した。

最終回となる第四回目のテーマは「地域ブランドの管理の仕方と四街道市における地域資源の活用の方性」。せっかく作った地域ブランドも持続させていくためには信用を失墜しないよう、いかに品質を維持し管理して行くかが大事であることを受講者は学んだ。そして、ワークショップでは、当市にある地域資源

今後の展開

四街道市における地域ブランドへの取り組みは、既存の特産品をブランド化して売り出そうという性質のものではなく、地域の資源や地域の特性を生かし、市民の力で一から地域ブランドを「創生」しようという試みだ。まだスタートしたばかりの取り組みだが、今回の「四街道ブランド創生講座」を通して、「四街道ブランド」となりうるいくつかの可能性が見えてきた。今後は、この「可能性」をさらに発展すべく、市として「四街道ブランド研究会」を設置し、市民の自発的研究を支援していきたいと考えている。そして、その成果として近い将来には、四街道の

名物が誕生するのではないかと期待しているところである。

なお、私自身も一市民として、四街道の名物になって欲しいという願いから、市役所職員有志の仲間と、地元出身のプロレスラーTAKAみちのくさんとのコラボで、市内在住の漫画家長谷川裕一さんデザインによる、ご当地覆面レスラー「ヨツカイダー」を誕生させた。ヨツカイダーは市内の各種イベントに参加しイベントを盛り上げ、今では市民にもすっかりおなじみの人気者となっている。いずれはこのヨツカイダーが四街道ブランドのトップセールスマンとして活躍してくれる日が来ると信じ、その日を夢見ている。

地域づくりアドバイザー事業

【助成概要】

各市町村等が行う自主的・主体的な地域づくりに対する支援の一環として、地域の活性化を推進するため適切な助言を行う各分野の専門家等の受け入れに必要な経費の助成を行う。また、市町村等の要望に応じ、専門家に関する情報提供も行っている。

【助成金額】

助成対象経費は、講師報酬費、交通費および宿泊費で、1事業あたり総額30万円を限度。

【助成対象団体】

- (1) 市町村（特別区を含む）
- (2) 広域連合、一部事務組合または地方自治法の規定に基づき設置された協議会

【交付団体】

平成21年度 49団体
平成22年度 55団体（予定）

【問い合わせ先】

コンサルタント業務課
電話03-5202-6138



講座のワークショップ



左からヨツカイダー、筆者、TAKAみちのくさん

をどのようにするか、その可能性について話し合っ

菜の花による地域づくり

～日本一の菜の花畑から～



滝川市産業観光連携室 主任主事

清水 拓智

財団法人地域活性化センターは、活力ある地域づくり支援事業の一環として、地域資源の発見および積極的な活用を支援している。今回、平成二十一年度（この助成事業を活用した北海道滝川市の取り組みを、同市の産業観光連携室の清水拓智氏にご紹介いただく。

（業務第一課）

滝川市は、北海道のほぼ中央部、石狩川と空知川に挟まれた平坦部に広がる人口四万四千人、面積百十五・八二平方キロメートルの都市である。土地はおおむね平坦で、ゆるやかな丘陵地帯をなしている。

滝川市の歴史は、明治二十三年（一八九〇）年、北海道庁令第一号によって滝川村戸長役場がおかれたことに始まる。この年、北方の警備と開拓のため屯田兵四百四十戸が入植し、明治二十七年（一八九四）年には江部乙に四百戸の屯田兵が入植して開拓が進められた。滝川はこれら屯田兵の往来と生活物資の供給、上川道路の開削に伴う資材の供給で大いに栄えた。

昭和に入ってから石炭産業の隆盛によって近隣の赤平市・芦別市など産炭地からの石炭をはじめとする物資の輸送が活発になり、滝川市発展の礎となった。

日本一の菜の花畑

五月中旬、滝川では残雪の山々を背景に見渡す限りの、黄色いじゅうたんが広がる。日本一の作付け面積を誇る菜の花畑だ。総面積約二百ヘクタール、東京ドーム三十六個分に相当する菜の花畑を見ようと数多くの観光客が訪れる。これらの菜の花畑は観賞用ではなく、油の原料となる菜種を取るための農作物として

栽培されているものだ。

滝川地域にそれまでなかった菜種の作付けが始まったのは、平成元、二年度と行われた北海道立植物遺伝資源センターでの地域適応試験の実施がきっかけであった。同時に滝川市の現地試験も実施され、無エルシン酸（※）の優良品種として選定された。これを契機に滝川地域で菜種栽培が普及し、平成十一年ころより栽培面積が拡大、平成十九年には青森県横浜町を抜き全国一の作付け面積となった。

菜種の生産が拡大した要因として、小麦の連作障害回避作物として適していたことや、導入に積極的に取り組んだ地元生産者の活躍、また、貴重な非遺伝子組み換え菜種であることから、生活クラブ生協向けに契約栽培が行われるようになったことなどが挙げられるが、国の助成制度

の存在に依るところも大きい。この助成制度がなくなる平成二十一年までに、今後も滝川において菜種が継続的に生産され、発展していく仕組みを構築することが急務であった。

そのために、菜の花という地域資源を単なる油の原料として見るのではなく、観光客誘致や、食育・地産地消、加工品化、バイオ燃料化などに多角的に取り組み、また、それを情報発信することにより、「日本一の菜の花のマチたきかわ」として、地域全体のブランドを確立していくという戦略をとった。この取り組みを実施する際に活用したのが、地域活性化センターの活力ある地域づくり支援事業（地域資源活用助成事業）である。

地域ブランドの構築に向けて

（1）販路拡大・PR事業

首都圏の消費者を対象に、「日本一の菜の花畑・滝川市」のブランドイメージを醸成し、直接PRを行うため、平成二十一年五月に、「ロハスデザイン大賞二〇〇九新宿御苑展」へ、また、平成二十一年十二月には、東京日本橋の地域活性化センターのイベントスペースに出展した。特に「ロハスデザイン大賞」では、健康とエコロジーの象徴として「日本一



日本一の菜の花畑



滝川産なたね油使用の天井給食

の菜の花」をエンタリーするとともに、菜の花を滝川より輸送し、会場に満開の菜の花畑を演出した。また、雑穀ソムリエの王理恵氏、クリエイティブフードコーディネーター野村友里氏の両氏による、なたね油を使用した料理の実演を行い、さらには菜種生産者と両氏によるトークショーなども実施し、来場者の五感にフルに訴えるPRを展開した。

(2) 新商品開発

加工品など高付加価値化した商品を地元企業が持つことができれば、菜種の販路確保にとどまらず地域経済への波及効果は倍増する。これまでも、地元で搾油したオリジナルブランドのなたね油や、それを利用したドレッシングの開発・販売を行ってきたが、他の地元産品の活用が課題であった。滝川市は古くからのタマネギの産地でもあるが、今回このタマネギとなたね油を使った「菜の花オニオンソース」を商品化し、J

Aたきかわにおいて販売を始めた。これは発売開始が菜の花シーズンと重なった事もあり、訪れた観光客を中心に大ヒットとなった。

(3) 食育事業

地元での継続的な地元産なたね油の利用を図るため、学校をはじめとした、公共施設における地元産なたね油の使用を模索している。

今般、市内の全小中学校（小学校七校、中学校四校）において、初めて地元産なたね油を使用した給食を試行的に提供した。滝川市教育委員会はこれまでも、米飯給食を週四・五回に増やし、使用するお米を地元産に切り替えるとともに、「地産地消給食の日」を設け、総合学習と組み合わせることにより生産者を学校に招き講義を行うなど、地産地消と食育に積極的に取り組んでいる。

提供メニューは天井（揚げ油に滝川産なたね油を使用）とした。結果、味については従来から使用している

油より良好で、子ども達も残さず美味しく食べていた。調理面でも、若干粘性が高いもののほとんど問題はなかった。特に、脱色や薬品処理をしていないことによる栄養価の高さや、生産履歴が明確で安心できるという点で関係者

の評価が高かった。最大の課題はコストの点であり、一般の油の約四倍という価格の問題をどう解決していくかが今後の課題といえる。

事業の成果と今後の展望

滝川の菜種は八月下旬の種まきの後、雪の下で越冬する。来年の春に花を咲かせる菜の花の作付けは既に完了したところで、作付面積は約百八十ヘクタールとなり前年度と同規模を維持することができた。今年度の菜の花シーズンには、テレビだけでも二件の全国放送を含め九件の放送があり、ラジオや雑誌等での紹介を含めると相当の件数となっており、「日本一の菜の花のマチたきかわ」のイメージも徐々に定着してきている。

今年は観光面でも新しい動きがあった。これ

までの生産者を中心とした実行委員会による「菜の花まつり」に加え、開花期間を通じて観光客をおもてなしたいという、地元有志による「ミニ

活力ある地域づくり支援事業 ＝地域資源活用助成事業＝

【助成概要】

市（区）町村等により、地域に存在する自然、文化、歴史、産業、生活習慣等の特性を地域資源として発見し、積極的な活用を図ることを目的としたソフト事業への助成を実施し、地域の活性化を図ることを目的とする。

【助成対象団体】

市区町村、広域連合、一部事務組合および地方自治法の規定に基づき設置された協議会

【助成金額・助成率】

300万円上限
助成率は、助成対象経費の100%以内

【交付団体】

平成21年度 25団体
平成22年度 32団体（予定）

【問合せ先】

業務第1課 電話番号 03-5202-6136

菜の花まつり」が二週間にわたり開催されたのだ。企画から実行まで、地域住民が完全に手弁当で実施したこの事業は、菜の花による地域づくりが地域の力として定着しつつあることの証左と言える。

菜の花をきっかけに、生産者だけでなく、事業者や学校関係者、消費者、地域住民など、地域が一体となった取り組みが大きく成長しつつある。今後も地域で展開される様々な取り組みを支援・助長するとともに、全国への情報発信を行い、「滝川菜種ブランド」の確立に努めていきたい。

【脚注】

※エルシン酸…在来種の菜種に含まれる油脂成分の一つで、大量摂取すると心臓障害や成長障害を起すと考えられる。

都市農村交流を通した

地域づくりについて議論

(財)地域活性化センターは、地域再生の担い手となる人材の育成を目的とした地域再生実践塾を実施している。この地域再生実践塾は、全国各地における地域再生の様々な事例をテーマに、毎年五カ所の地域において二泊三日の日程で開催している。そのカリキュラムは、専門家や有識者などによる講義だけではなく、現地視察や参加者によるグループワークを盛り込むなど、より実践的な知識の習得を目指したものとなっている。

本号では、平成二十二年度の第四回となる和歌山県田辺市での開催内容を掲載する。

業務第一課 ● 京野利勇

第四回は「都市農村交流を通した地域づくり」をテーマに、十月二十七日から三日間、和歌山県田辺市上秋津地区で開催され、全国から三十一人の参加があった。

同地区では、古くから地域住民が主体となつて、地域づくりに取り組んできた歴史がある。現在も、基幹産業である農業を中心に据えた地域づくりが地域住民の手で積極的に行われている。

主任講師には、和歌山大学観光学

部教授の藤田武弘氏を迎え、上秋津地区における都市農村交流の取り組みを通して、地域づくりの在り方、進め方について考察した。

都市農村交流を通じた「地域再生」の可能性

初日は、三日間の導入部分となる総論を主任講師の藤田氏が講義した。

まず、藤田氏は、戦後からの都市と農村の関係の変化を踏まえ、現

在の日本型グリーン・ツーリズムが都市と農村の双方にどのような効果をもたらしているのかについて説明。その上で、農山村の再生・発展には、住民自らが地域への「誇り」と愛着を取り戻すことが重要であり、そのためには地域資源を見直し、どんな地域にしていきたいのかのコンセプトを明確に持つ必要性を語られた。参加者は、これらを念頭に、上秋津地区における都市農村交流の取り組みが具体的にどう展開されているか、三日間の講義やフィールドワーク、グループワークで考察した。

田辺市上秋津地区における地域づくりの取り組み

田辺市企画広報課長の松川靖弘氏からは、田辺市におけるまちづくりについての説明があった。同市は平成十七年に一市二町二村が合併し、近畿地方最大の面積を誇る市となり豊富な地域資源を獲得したが、一方で農林水産業をはじめとする地域経済の低迷や、農山村地域の過疎・高齢化といった多くの課題も抱えることとなった。松川氏はこれらの課題を解決すべく行政が行っている取り組みを紹介し、今までの行政の役割を一步踏み越えて市民と連携したまちづくりを行っていく必要があると述べられた。

続いて、上秋津地区の地域づくりを主導的立場で実践している、農業法人株式会社秋津野代表取締役副社長の玉井常貴氏から、同地区の地域づくりの系譜について紹介があった。上秋津地区の地域づくりの礎となる「社団法人上秋津愛好会」が昭和三十三年に住民の同意を得て発足した。この組織は、行政のみに頼ることのない自主財源を確保し、地域づくりの様々な活動に対し財政的支援を行い、現在の住民主体の地域づくりの基礎を形成した。

その後、住民のより幅広い合意形成と活発な地域づくりを展開するため、平成六年に上秋津地区の全住民組織から構成される「秋津野塾」を結成したが、このことが農林水産業者表彰事業で天皇杯を受賞したこと、も大きな自信となったという。これらの歴史と自身の経験から、「地域づくりは、身の丈に合ったことを着実に積み重ねていくことが重要」と玉井氏は述べ、そこには、自分たちの地域は自分たちでつくっていくという強い思いが感じられた。

初日の締めくくりとして、農業法人株式会社きとら取締役の木村則夫氏から、上秋津地区が展開するグリーン・ツーリズムとソーシャルビ



講義の様子



フィールドワーク（市民農園）の様子



グループワークの様子

ビジネスの具体的な活動として、直売所「きてら」、廃校舎を利用したグリーン・ツーリズム施設「秋津野ガルトン」について紹介があった。これらは地域で支えあう仕組みとして株式会社として運営されている。この講義ではビジネスとして継続させていくための手法や工夫が説明され、木村氏は「追い込まれる前に課題解決に向けて動き出すことが重要であり、地域課題の克服がビジネスチャンスにつながっていく」と語られた。

かんを栽培することによる周年収穫体制を採ること、安定した経営を行うと同時に、農をを通じて誰もが帰りたいような地域づくりを目指すとし、農業に懸ける思いを述べられた。

農商工連携、都市農村交流の現場を学ぶ

フィールドワークでは、参加者は、これまでの講義を踏まえた上で、直売所「きてら」や「ジュース工場」、お菓子体験工房「バレンシア畑」を訪れ、地元農産物を使った商品の開発における工夫や農商工連携の仕組みを学んだ。さらに、「秋津野ガルトン」、「市民農園」では、都市住民との交流を通じて地域にもたらされる効果等について質疑応答を交え理

解を深めた。

その後、参加者は少人数の班に分かれ、藤田氏のコーディネートの下、「都市住民にとって魅力ある農村とは」「農商工連携の更なる発展を考える」というテーマでグループワークを行った。

グループワーク後は、フィールドワーク2として、実際に農家民泊を体験し、農家民泊が都市農村交流に果たす役割を考えると同時に、農家の暮らしと心に触れた。

都市住民にとって魅力ある農村を考える

三日目は、まず、参加者が農家民泊を体験した感想を秋津野農家民泊の会の柏木満氏をコメントーターに交え発表した。その結果、「農家の

方のもてなしの心に触れ、密度の濃い交流ができた」「食を通じて農作物の知識を得ることができた」等の

意見が出た一方で、「過度のもてなしは、農家民泊制度の継続を困難にするのでは」との意見も出た。

農家民泊を継続させていくためには、もてなしと採算のバランスを考えた仕組みづくりを行っていく必要があるなど、今後の発展に向けて大きな意義のある発表となった。

続いて、参加者が班ごとに二日目のグループワークでまとめた内容の発表を、玉井常貴氏を講師者に迎え開催。発表では、「都市住民のニーズを常に分析し、日々新しいことをしていく必要がある」「これまでの農商工連携に加え、教育や芸術との連携体制も構築すべき」「年間を通じてイベントを行い、元氣な農村をPRする」といった意見があり、玉井氏もこれらの意見を今後の地域づくり積極的に取り入れていきたいとする意向を示された。

最後に、藤田氏から総括として、都市農村交流は、農を基軸として地域全体に波及効果が表れるような商・工との十分な連携が必要であり、都市住民を受け入れることのメリットを地域全体が共有できる体制をつくっていくことが重要であるとした考えが示され、三日間を締めくくった。

シネマのあるまちづくり

「ミニコミュニティシネマと商店街活性化の可能性」

埼玉県の北部に位置する深谷市は、江戸時代に中山道の宿場町の一つとして栄えた。その後、昭和三十

年代から五十年代に工業団地が相次いで造成され、電子機械、非鉄金属などを中心に工業都市としても発展した。また、農業分野では、ネギを始めとした野菜類の首都圏への供給地として発展したほか、チューリップ、ユリなどの花卉の生産も振興している。

商業分野では、中山道を中心にし

た中心市街地がにぎわっていたものの、新興地区や郊外での店舗の進出によって商圏が拡大し、中心市街地が衰退する傾向にある。

今回は、中心市街地の活性化に向けた活動を行っている映画館「深谷シネマ」を運営するNPO法人市民シアター・エフを訪ね、館長の竹石研二氏に話を伺った。

市内に三十数年ぶりの映画館がオープン

平成十一年三月に「県北にミニシアターを！市民の会」が、竹石氏を中心に立ち上がった。この会は、まず市民からの賛同署名を集め、深谷市と話し合いをするなど、映画館常設に向けての活動を始めた。翌年には、商店街の老舗洋品店フクノヤの一部を借り、「愛染かつら」の上映を皮切りに、「フクノヤ劇場」を開館した。また、深谷市で第一号とな

るNPO法人に認定されるなど、活動が次第に盛り上がりを見せていたが、客足が徐々に落ち、店舗が老朽化するなどの理由で、フクノヤ劇場は閉館に追い込まれてしまった。

その後、竹石氏は文化会館などの会場を借りて、定期的に映画鑑賞会を開催するなど地道な活動を続け、深谷市の中心市街地の活性化事業によって立ち上がった「深谷TMO（まちづくり機構）構想」のメンバーにNPOとして参加した。このTMO構想において、空き店舗を活用し映画館をつくるという企画案が採用され、平成十四年に正式認定された。

TMO事業の認定後、事業費ではまかないきれない設備費用を調達するために設けた「シネマ基金」には、深谷市民や企業から多くの寄付が集

まった。そして、同年七月、銀行跡地を改装し、「深谷シネマ チネ・フェリーチェ」（深谷シネマ）をオープンさせた。

「当初は、二十数人のメンバーで始めた会も、現在はNPOとして活動し、これまで多くの市民・企業の協力を受けてきた。TMO事業については、深谷市から土地を貸し付けてもらうほかに、市の広報へ掲載してもらえするなど、NPOと行政の協働の関係がスタートした。映画館開館後の二年間は、人件費など採算が取れない部分もあったが、その後は運営も次第に安定してきた」と、竹石氏は当時の状況を振り返る。



酒造蔵を活用した映画館

★ 団体プロフィール ★

設立年＝平成12年7月
設立・運営主体＝
NPO法人市民シアター・エフ
理事長＝竹石研二
会員数＝45人
＜連絡先＞
〒366-0825
埼玉県深谷市深谷町9-12
電話（048）551-4592
HP：http://fukayacinema.jp/
E-Mail：fc@fukayacinema.jp
※「深谷シネマ」では、視察・見学を受付けている。

映画館を移転 酒造蔵を映画館に

平成二十一年、深谷シネマは土地区画整理事業に伴う移転を迫られることになった。そこで、関係者との協議の末、「旧七ツ梅酒造跡地」の一部を移転先にし、移転準備を進めた。

移転に伴って深谷シネマは、経済産業省の地域商店街活性化事業の採択を受け、旧七ツ梅酒造蔵が江戸時代中期創業の酒造蔵であるという歴史性や特殊性を効果的に生かして再生し、まちづくり事業として映画の上映等を行うこととした。



地域のフリーペーパーが並んでいる



深谷シネマのスタッフのみなさん

また、移転先の施設では、情報発信（「街の情報発信拠点」と「観光案内スポット」）のための施設整備や、各種イベントの拠点としても活用できるように、埼玉県元気なまちづくり助成事業の助成を受け、市民交流スペースも併設した。

移転には、補助金に加え、多くの市民や地元企業から支援や寄付を受けた結果、平成二十二年四月に新しい深谷シネマがオープンした。

活動継続のポイント

竹石氏によると、これまで活動を継続してきたのは、映画を文化とし

てとらえ、映画の文化性や公共性を街の賑わいの重要な要素として考えていることだという。

近年、郊外に多くのシネマコンプレックスが進出し、街の中心地の映画館が衰退している。深谷シネマでは、過去の名作など多様な作品を上映したり、上映作品の希望をアンケートしたりするなど、きめ細やかにニーズに対応している。また、旧七ツ梅酒造跡地等をロケ地として誘致するなどのフィルムコミッションの活動や、「ふかや映画祭」の開催などにより、新しい人の流れをつくることで、シネマコンプレックスとの差別化を図っているという。

今後の展望

移転後の深谷シネマは、旧酒造蔵約九百坪の一角にあり、敷地内にはギャラリーも設けられ、近々「コミュニティカフェ」もオープンする予定だ。

竹石氏は今後の思いとして次のように語った。

「この七ツ梅酒造跡地のように市内にある

地域資源を活かして、中心市街地が活性化されていけばいいと思っています。行政からは、イニシャルコストの支援や広報等のPRによる協力も必要だ。また、これからは、商店街とNPO、人と人とのネットワークづくりが大切である。行政や地元企業と協働する関係を大切にし、市民参加による映画館運営を目指し、多くの市民ボランティアや商店街などの関係団体とのネットワークを構築していきたい」。

最後に

深谷シネマでは、商店街に空き店舗が増える中、シネマコンプレックスなどの郊外店と差別化を図りながら映画館を運営するだけでなく、映画によって人とのつながりを創りだし、コミュニティシネマとしての活動も広げている。映画館の運営という一つの活動のみではなく、まちづくり全体に対しても活動を広げることが、非常に大切であると感じた。

コンサルタント業務課 ● 村上貴英

アートで紡ぐ 心と心 「せかいのかみやま」を目指して

徳島県神山町は、徳島県のほぼ中央に位置し、周囲を山々に抱かれた、人口六千五百人余りの町である。

この町では、江戸時代後期から、人形浄瑠璃をはじめとする民俗芸能が育まれてきた。町には常設舞台が設置され、舞台を飾る襖絵や屏風絵などを描く絵師たちが庄屋や富豪の屋敷に滞在し、地域の人々の協力の下、数多くの作品を残したとされている。

こうした歴史背景を受け、その現

★ 団体プロフィール ★

設立年=平成10年6月
設立・運営主体=自主的組織
(コミュニティ組織)
代表者=杉本 哲男
会員=70人
<連絡先>
〒771-3310
徳島県名西郡神山町神領字中津132
TEL 088-676-1177
http://www.in-kamiyama.jp

代版といえる「神山アーティスト・イン・レジデンス」が、今年度で十二回目を迎えた。

この活動について、「神山アーティスト・イン・レジデンス実行委員会」の会長である杉本哲男氏に、お話を伺った。

なお、杉本氏は当初、このプロジェクトに参加していなかったが、地元先輩の誘いで手伝うようになり、平成十八年度から会長を務めている。

杉本氏は、「周りで見ていて、何だか面白そうなことをやっているな」と思っていた。誘われて手伝ってみたら、やはり面白かった。とにかく、思いついたことをやってみると、トラブルさえも楽しいと思えるものだ」と語っている。

プロジェクトの始動

平成八年、徳島県が「とくしま国

際文化村構想」を打ち出した。そこで、神山町国際交流協会は、「アドプト・プログラム（民間団体が道路や河川の清掃活動を行うこと）の日本初実施」と「国際芸術家村づくり構想」を提案した。翌年、同国際交流協会内に国際文化村委員会を設置し、国際文化村には何が必要かについて検討。そして、「芸術による国際交流」と「清潔なまち（清掃活動）」が必要であるとし、この二つを柱に村づくりができないかを詳しく話し合った。

「芸術作品はどのように作られるのか、アーティストの創作活動はどのようなものなのか、その過程を見てみたいという好奇心が始まり」（杉本氏）そこで、国内外からアーティストを招へいし、地域住民の協力の下で創作活動を行ってもらうことで、人々の交流と文化の継承・促進、地域づくりを図ることとした。

こうして、平成十一年に「神山アーティスト・イン・レジデンス」が始まったのである。

国際的なアート・プロジェクト

神山アーティスト・イン・レジデンス（以下、プロジェクト）は、毎年九月ごろから約二カ月間、国内外のアーティスト三人を神山町内に招へいし、芸術作品の制作・展示を行うものである。実施にあたって、宿泊施設やアトリエの提供、画材の調達、生活に関する相談などは、すべて地域住民の協力の下に行う。

例えば、アーティストが作品の制作にあたって道具が必要になった時、それを聞いた住民がメイリングリストやツイッターを使って呼びかけ、家にあるものを持ち寄る、といった具合である。



劇場「寄井座」

アーティストが滞在している間、アーティストの制作現場を見る「オープンアトリエ」、町内小・中・高等学校での課外授業、出身地域（国）の料理と地元料理を囲んでの「食の交流」など、アーティストと地域住民との交流を図るイベントが行われる。



アーティストによるパフォーマンス作品

杉本氏は、「このプロジェクトは、単なる作品の制作や展示だけではなく、地域住民との交流が深いところの特徴。私は地元なので、特に何も感じないのだが、アーティストはこの場所に何かを感じたり、発見したりと、創作活動に良い影響があるようだ。国外から町内に移住し、アトリエを構えたアーティストもいるほど」と語る。

ていたが、現在では、八十人をゆうに超える応募の中から選考を行うようになったことからもうかがえる。

これまでに招へいしたアーティストは、国内外合わせて四十人以上、作品は延べ七十作品以上となった。作品の多くは、町の至るところに常設展示され、いつでも見ることができようになっている。これらの作品を目当てに、様々な国や地域から人が訪れるなど、まさに国際的なアート・プロジェクトとなっている。

町のにぎわい創出へ

杉本氏は、「今年度は、あえて作品の正確な展示場所がわからないような地図を作った。作品がある場所は、のぼりがあるところ。作品（宝）探しと町歩きを楽しんでほしい」と述べ、今年度の展示が作品鑑賞と同時に、町のにぎわい創出も狙った仕掛けであることを教えてくださった。



展示場所を知らせるのぼり

広域でアートによるまちづくりを

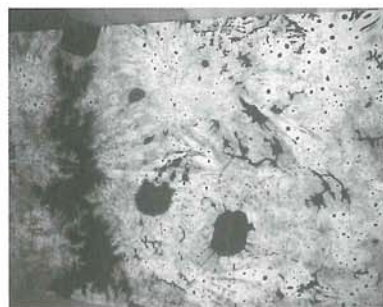
平成十九年度の国民文化祭の開催を受け、徳島県では「文化立県とくしま推進会議」を立ち上げ、「あわ文化」継承の人材育成や様々な文化資源活用を進めている。これに伴い、このプロジェクトにおいても、その年ごとのテーマ（平成二十一年度：阿波人形浄瑠璃、平成二十二年度：阿波藍）に沿った作品も制作・展示されている。このプロジェクトには、

地域の伝統文化を保存・継承していかうとする動きも見られる。

このことを踏まえ、今後の活動について杉本氏に尋ねた。杉本氏は、「広域で連携して、アートによるまちづくりを実現したい。それぞれの地域の特色を生かしながら、人々との交流を進めて、地域を活性化させていきたい」と答えた。

しかし、近隣との連携には、地理的な問題が大きく立ちはだかる。隣接する佐那河内村へは、トンネルが開通したことで往来が容易になったが、上勝町へは山を越えなければ行けない。「こうした難しい課題はあるが、何らかの方法を考えていきたい」と、杉本氏は力強く語っていた。

日本全国のみならず、世界に向けて豊かな文化を発信する「せいかいかみやま」を目指していく活動を今後も注目したい。



阿波藍による作品

地域活性化フォーラムin愛知・・・・・・・・・・・・・・・・

アートを活かした地域づくりをテーマに議論 ～洋画家の城戸真亜子氏が基調講演～

財団法人地域活性化センターは十

月一日、名古屋市東区で、「アートでつくる地域の未来」文化芸術が地域をひらく」をテーマとした地域活性化フォーラムを愛知県とともに開催した。会場となった名古屋芸術創造センターには、地方自治体職員や地域づくり団体関係者、市民ら約四百五十人が参加し、アーティストや学識経験者らの意見、提言を聞いた。

現代アートの国際芸術祭開催中

地域活性化センターは毎年、地域活性化にかかわる課題や施策などを議論する地域活性化フォーラムを開催している。今回、名古屋市内では世界最先端の現代アートを紹介する国際芸術祭「あいちトリエンナーレ」が開催中ということもあり、文化芸術を活かした地域づくりをテーマに

掲げた。

フォーラムでは、冒頭、同センターの岡田邦彦会長（前名古屋商工会議所会頭）が開会のあいさつ。岡田会長は、まず、「高齢化社会、地球環境問題など難しい問題を抱える中、地域というのが大きなスポーツを浴びてきている。この地域が元気になるにはどうしたらいいか。そこに暮らす人々、働く人々がどう取り組むかが大切なテーマとなっている」と述べ、地域づくりの現状と課題を指摘。その上で、「今後、文化芸術、デザインがますます大事になってくる時代に、あいちトリエンナーレというイベントが繰り広げられている。こういう機会に文化芸術を活かした魅力あるまちづくりについてお考えいただきたいと思い、企画した」と述べ、フォーラム開催の目的を説明した。

また、共催の愛知県からは、片桐

正博副知事があいさつし、「文化芸術は私たちの創造性や豊かな感性を育む。また、個性を表現する手段となるばかりでなく、文化芸術振興への新しいチャレンジは、地域を支える人づくり、新しいビジネススタイルの創出など地域活性化の契機となる」と述べ、同県が今後も芸術や産業文化などで、魅力ある地域づくりに積極的に取り組む考えを示した。

五感を刺激する街づくり

主催者のあいさつ後、名古屋出身で洋画家の城戸真亜子氏が「五感を刺激する街づくり」をテーマに基調講演を行った。城戸氏は、東京・神保町のコーヒー店の巨大壁画や東京湾アクアライン海ほたるの壁画などパブリックアートを多数制作している。

城戸氏は「見る、聞く、臭う、触

る、味わうという五感。そのすべてに心地よい街がバランスのとれた快適な街だと思う」と持論を展開し、「カメラを動かして思わず写真を取りたくなるような街。それが五感を刺激する素敵な街かどうかの目安となる」と語った。

そして、ヨーロッパの都市の石造



基調講演する城戸氏

りのまちなみや、茅葺屋根の家屋が七十戸残る京都・美山町の風景、自ら手掛けた奈良・学研都市のオブジェなどをスライドで紹介。その上で、色彩が人の気持ちを安らげることができるという点を強調し、「街づくりだから誰かがやってくれると思うのではなく、何か色のいいオブジェを置きましょうかとか、発案していただければと思う」と述べ、会場の参加者に街づくりに積極的に参

加するよう呼びかけた。

また、「街がきれいになることで人は安心して治安のいい街づくりができる」という効果があるのでは」と主張。「アートは、コミュニティづくりのきっかけでもある。いろんな年齢の人が出会ったり、行きかったりするきっかけになる」と、アートによる効用を強調した。

最後に、五感を刺激するまちづくりを進める上で重要なポイントの一つとして、「先人への尊敬の気持ち」

を挙げ、今後、市民らが自ら住んでいる地域の歴史や文化芸術を理解して街づくりに取り組むよう求めた。

そして、江戸時代の町並みを再現しイベントなども頻繁に実施している長野県小布施町の事例を挙げ、「地域、まちづくりにおいて」街に人々を呼び込み、常に新しい発信があることが大事である」と語り、締め

くくった。

アートにより地域の未来を開く

基調講演の後、ニッセイ基礎研究所の吉本光宏氏がコーディネーターを務め、写真家の浅井慎平氏、NPO法人DANCE BOX代表の大谷煥氏、国立国際美術館館長の建畠哲氏がパネリストとなり、「アートにより地域の未来をどう開くか」をテーマに討論を行った。

まず、文化施設開発やアートワーク事業のコンサルタントに携わる吉本氏が「アートにより地域に活力を与えるのは二つの方法がある。一つは、都市や地域政策と一緒にあった、いわゆるクリエイティブシティという動き。もう一つは、アートで様々

な社会的な課題に取り組み、それを解決する動きだ」と語り、イギリスをはじめとするアートを活用した海外各都市の地域活性化の事例を紹介した。

次に、「あいちトリエンナーレ」の芸術監督を務める建畠氏が「多様性を受け入れる社会、喜びを持って他者を受け入れるという状況をトリエンナーレが醸し出すことができばと思っています」と、あいちトリエンナーレ開催の狙いや経過を説明した。

大谷氏は、神戸の劇場で地域の高齢者らと交流を深めたり、街中でコンテンツポラリダンスを披露したりして地域振興に取り組んでいる自らの団体の活動を紹介。「コンテンツポラリダンスは、まちを劇場化する



パネルディスカッション



コーディネーターを務めた吉本氏



パネリストの建畠氏

ことで、地域資源、歴史、建造物、風景とダンスをコネクトして双方の魅力を引き出そうとする試みだ」と説明した。

浅井氏は「人間内在の衝動のようなものに支えられていることを考えたならば、すべての人にアーティスティックな気持ちが潜んでいる」と語った上で、「人間が本来持つているアーティスティックな感覚というものがある中でどれくらい享受できるか、そういう空間があるのかなのか」と述べ、アートと市民、都市とのつながりを考える際に重要となるポイントを示した。

さらに、「人の心をゆすりたい、自分もゆすられたいという人間の思っているようなものがないアートが今は多い。本質的に言えば、(アートは)

人間を幸福にしないといけない」と指摘した。

討論が後半に入り、建畠氏は「感動体験を伴わないアートというのは意味がない。最終的には、アートの効用というのには、感動体験かなあといい気がする。アートの存在は、われわれの心をゆさぶるもの。それがなければ、トリエンナーレも美術館の存在もないんだと思う」と語った。

大谷氏がアートとコミュニケーションの関係について触れ、「今後、コミュニケーションがどうなっていくかという時にアートが必要だとなっている。私は、自転車で生活できる範囲の中でコミュニティーを考えることができないかと思っている。そのかわりにおいてアートというものが一つのコミュニケーション

ンをデザインしていけるような気がする」と述べた。

また、「アートを社会につなげていくことができるアートマネジャーという人材の育成が必要かなあと思う」と述べ、地域におけるアートマネジャーの育成を提案した。

一方、浅井氏は「都市がアーティスティックになっていくことは、そこに住む人がアーティスティックになっていくことで、痛いところは痛いと感じ、悲しいことを悲しいと感じ、嬉しいのを嬉しいと感じ、本来人間が持っているものをそこで大いに使えるということだ」と語った。

最後に、吉本氏は「基調講演の城戸さんから、まちづくりというのは一人ひとりが考えることというメッセージをいただいた。結局、わたしたちが地域づくりをどう考えるかで地域がかわっていくのでは」と述べた上で、「地域がかわっていく源泉になる私たち一人ひとりのこれまでの固定概念をちよつと疑ってみたり、自分の中でもう一人の他者と出会ったり、そういう気付きがあった上で、アートによる地域の未来が開かれることが実現されるのではないかと思います」と語り、今回のフォーラムを締めくくった。

今月18、19日、COP10成果報告会など開催へ・石川県など
―国際生物多様性年クロージング―

二〇一〇年は、国連の定める「国際生物多様性年」である。

生物多様性とは、生きものたちの豊かな個性とつながりのこと。

地球上には、森、里、川、海などそれぞれの環境に対応して進化した三千万種とも言われるさまざまな生きものがいて、お互いにつながりあり、支えあって生きている。

十月には日本が議長国となり、名古屋市で「生物多様性条約第十回締約国会議(COP10)」が開催されるなど、この一年、生物多様性に関するさまざまな取り組みやイベントが行われてきた。

十二月十八日(土)、十九日(日)には、今年一年の世界各地の取り組みを総括する国際的な閉年行事、「国際生物多様性年クロージング・イベント・いしかわ・かなざわ」が金沢市で開催される。

石川県立音楽堂邦楽ホールを会場に、十八日には記念式典、十九日には、記念シンポジウムが開催される。COP10の成果報告などが行われる予定だ。

詳しくは、国際生物多様性年クロージング・イベント開催実行委員会(農林水産省、環境省、石川県、金沢市、経済団体等)のホームページで。

URL: <http://www.pref.shikawa.jp/kikaku/closing2010/>



パネリストの大谷氏



パネリストの浅井氏



宮古市長 ● 山本 正徳

サンマは宮古に、限る！

今年は、例年になく八月の時期のサンマが不漁であった。水揚げのめどが立たず、市内で予定していたサンマ関連のイベントは中止せざるを得なかった。

しかし、地元水産業界の努力もあって、「目黒のさんま祭り」前に水揚げがあり、宮古産サンマ七千匹を提供することができ、全国に向け「宮古」をPRする機会をいただいた。

目黒のさんま祭りは、古典落語の「目黒のさんま」(※)をきっかけに始まった。

本市と目黒のさんま祭りとの交流は平成十一年から。宮古産サンマを毎年使っていたことを知り、提供が始まった。

サンマの輸送には鮮度を保つため、海洋深層水の氷が使われている。海洋深層水は、きれいで、冷たく、栄養分が豊富である。そのため、魚の鮮度保持に大いに適している。きれいで栄養豊富な海洋深層水は、宮古の付加価値を高めるものである。さらにおいしく食べられるよう、「宮古の塩」も振りかけられる。本市の特産品を購入した人には、「サンマのつみれ汁」を無料で提供。つみれ汁は、サンマのさまざまな料理法が記載されたパンフレットとともに提供され、消費拡大に一役買っている。

祭りは、年々、知名度を増し、参加団体も増えている。本市のサンマをはじめ徳島県神山町の「すだち」、栃木県那須塩原市高林の「辛味大根」、和歌山県みなべ町の「備長炭」、石川県珠洲市の「珪藻土七輪」。いずれも一流といわれる産地の品々である。

不漁の中、途切れることなくサンマを送ることができたことは、水産の町・宮古の心意気を示せたと思っっている。

「サンマは宮古に、限る」と喜んでいただいたので、今後、大きな効果をもたらすものと感じている。

東京宮古同郷会の皆さんには、毎年、続けて参加してもらい、積極的に宮古をPRしていただいている。元氣

なふるさどがあれば、誇りを持って生きることができる。ふるさとを自慢できることは、励みにもなる。

全国で活躍している同郷会の皆さんに、「今年も、ふるさとには元氣ですよ」と、自信を持って答えられるよう宮古の活性化に取り組んでいきたい。

長年、培ってきた信頼が宮古の水産業を支えている。厳しい状況の中、サンマの全国発送は、値上げをせずに取り組んでいる。これは水産業者のプライドであろう。全国に向けた「宮古の元氣」の発信に貢献している。

現在、水産業界はサンマだけでなく、加工商品なども全国発送できる状況である。水産に限らず年間を通じ、「旬のものを旬に」発送できるようにしていきたいと考えている。消費拡大、販路拡大に向けたPR活動が重要である。

業者は一生懸命、努力している。その気持ちにわたしたちは応えなければならぬ。昨年完成した鯉ヶ崎番屋(漁船員休憩施設)もそうであるが、船が水揚げしやすい環境づくりが必要である。

ハード面では、魚市場の機能強化など、水産業界と意見を交わし、確かなものの構築に結びつけたいと思っている。

併せて人材の育成も必要である。水産業をはじめ、第一次産業の担い手不足は全国的な課題である。第一次産業の充実には地域に元氣をもたらす。若い人たちに広い選択肢をつくってあげ、積極的にチャレンジできるように、受け入れ体制や支援体制の充実に取り組んでいく。

わたしたちができる最大限のことを、官民一体となり続けていきたい。

※古典落語「目黒のさんま」：目黒に鷹狩りに出かけ、腹をすかせた殿様が、「庶民が食べるサンマ」を食べて、そのとりこになった、後日、サンマを日本橋の魚河岸から取り寄せたが、家来はそのサンマを蒸して、脂も骨も抜いたため、味はいま一つに。そこで殿様がひとこと。「サンマは目黒に限る」。

温もりと癒しの郷 おおいた

OITA

大分

take a **rest**

のんびりしにいらっしゃい。



尾道市は、瀬戸内のほぼ中央、広島県の東南部に位置し、海、島、山地が織りなす豊かな自然に恵まれた人口約15万人のまちである。

尾道は平安時代、備後大田荘公認の船津倉敷地、荘園米の積み出し港となって以来、中世、近世を通じて、瀬戸内の港町、商都として繁栄をとげた。市内には当時の豪商らが寄進造営した神社仏閣が数多い。これら神社仏閣と渡し船が行きかう尾道水道とが醸し出す景観は、本市のシンボルの一つ。四季折々の祭りも多くの観光客でにぎわう。

また、風光明媚な尾道には多くの文人らが足跡を残す。白樺派の作家、志賀直哉はこの地で「暗夜行路」の草稿を書き、「放浪記」の作者、林芙美子は小学生から高等女学校卒業までを過ごした。また、尾道出身の映画監督、大林宣彦氏の尾道三部作・新尾道三部作などにより、「映画のまち」としても有名である。

主な産業は、伝統的な造船業や食品加工業、卸売業。高度部品・材料関連の新しい産業とともに本市の経済を支えている。

ご当地ラーメンの「尾道ラーメン」は市内外のファンも多く、観光客の土産物としても人気が高い。



豊かな自然に恵まれ、
港町、商都として培われた
歴史、文化が薫るまち

■手前は天寧寺三重塔。奥は尾道のまちなみ



■千光寺山へつながるロープウェイ



■瀬戸田地区にある耕三寺



■因島のはっさくゼリー



■土産用の尾道ラーメン



■因島水軍城



■尾道灯りまつり



■祇園祭



■天神祭



■尾道ベッチャー祭り



平成23年度全国地域リーダー養成塾 塾生の募集!

全国地域リーダー養成塾は、様々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695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23年5月から平成24年2月初旬
- 募集人数 40人程度
- 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、プレゼンテーション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23年1月21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



ファシリテーション研修



講義

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は、「低炭素社会の実現による地域活性化」をテーマに、全国各地の取り組みを紹介するテレビ番組を放送いたします。是非、ご覧ください。

- 番組名 「ふるさとエコ革命2010～地方発! 未来への贈りもの～」
- 放送日時 平成22年12月23日（木・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32局
- 放送内容 「明るい電気は太陽からの贈りもの」（長野県飯田市）
「食料とエネルギー自給率を100%に!」（岩手県葛巻町）
「渡り鳥と干潟がむすぶ明るい未来」（愛知県名古屋）
「産業と自然が調和したまちを世界に発信」（福岡県北九州市）
※順不同

（問合せ先）

企画調査課（TEL：03-5202-6133）

明るい電気は太陽からの贈りもの
長野県 飯田市
「食料とエネルギー自給率を100%に!」
岩手県 葛巻町
「渡り鳥と干潟がむすぶ明るい未来」
愛知県 名古屋
「産業と自然が調和したまちを世界に発信」
福岡県 北九州市

ふるさとエコ革命2010
～地方発! 未来への贈りもの～

2010年12月23日(木・祝) 午前9:55～10:50放送 (一部地域を除く)
<http://www.tbs.co.jp/eco-furusato/>

企画：財団法人地域活性化センター 協力：総務省 財団法人公益家づくり協会 制作：TBS/エフエム

平成22年度地域づくり総務大臣表彰授賞式

地域づくり総務大臣表彰は、全国各地でそれぞれの地域をより良くしようと頑張る団体、個人を表彰することにより、地域づくりへの情熱や思いを高め、豊かで活力ある地域社会の構築を図ることを目的としています。今年も113件の申請の中から選ばれた受賞団体、個人に対する表彰式が下記の日程により開催されます。

日時 平成22年12月21日（火）15:00～17:30（予定）

場所 千代田区集町1番1号 グランドアーク半蔵門



平成21年度 地域づくり総務大臣表彰授賞式

12月

★日本橋プラザビルイベントスペース

- 12月1日(水)～2日(木)
三次市(広島県)
- 12月15日(水)～17日(金)
おいらせ町(青森県)

★有楽町ふるさと情報プラザ

テーマ:「お取り寄せで 年末年始」

- 12月6日(月)～10日(金)
『紀州湯浅の食・観光フェア』
湯浅町(和歌山県)
- 12月13日(月)～15日(水)
『白神の恵を召し上げ!～白神直売グループ初出荷～』
西目屋村(青森県)
- 12月16日(木)～18日(土)
『野々市からの心あたたまる贈り物』
野々市町(石川県)
- 12月21日(火)～22日(水)
『感謝! ありがとう栗原デー』
栗原市(宮城県)



1月

★日本橋プラザビルイベントスペース

- 1月12日(水)～14日(金)
泉南市商工会(大阪府)
- 1月31日(月)～2月1日(火)
中山町(山形県)

★有楽町ふるさと情報プラザ

テーマ:「北から南から冬の楽しみ」

- 1月5日(水)～7日(金)
『あっぱれ! 名古屋フェア』
名古屋市(愛知県)
- 1月11日(火)～14日(金)
『わたしも厚木で森デビュー!』
厚木市(神奈川県)
- 1月17日(月)～19日(水)
『備前焼うつわ展』
岡山市
- 1月20日(木)～21日(金)
『輝く結城魅力発信キャンペーン ～あったか結城の魅力をお届けします～』
結城市(茨城県)
- 1月24日(月)～28日(金)
『人と生きものがにぎわう“滋賀の農村”』
滋賀県

(写真)

- 1 10月6日(水)～8日(金) 豊田市(愛知県)
- 2 10月13日(水)～15日(金) 小城市(佐賀県)
- 3 10月27日(水)～29日(金) 榎原・高市広域行政組合(奈良県)
- 4 11月1日(月)～2日(火) 『一茶の香りとともに一日坂観光物産展』掛川市(静岡県)
- 5 11月8日(月)～12日(金) 『“とち暮らし”フェア』栃木県



クロージングイベント いしかわ・かなざわ

▼今年10月には国連の定める国際生物多様性年です。今年10月に生物多様性条約第十回締約国会議(COP10)が名古屋で開催されたこともあり、本紙でも6月号で生物多様性保全をテーマにした特集を組みました。また、12月に入り、金沢市内で「国際生物多様性年クロージングイベント」が開催される予定です。石川県関係者から情報提供をいただき、多謝。44ページ下段にお知らせ記事を掲載していますので、ご一読を。(古閑)

特集II里山の保全・活用と地域再生(仮)
1月号予告

【編集後記】

▼今月号の特集テーマは「政策観光」と地域活性化でした。企画当初、「政策観光」という言葉があまり耳慣れた言葉ではなかったため、特集記事の事例を集める編集委員らは「一体、どれだけ集まるのか」と、不安な気持ちで取材を始めました。しかし、蓋を開けてみると、実際に取り組みを行っている自治体、まちづくり団体が予想以上にあり、今回の特集を組むことができました。

▼今回掲載した事例も含め「政策観光」に取り組んでいる自治体など二十近い候補を挙げましたが、これらがすべて地域を活性化させているのかという点については、やはり「活性化にはいたっていない」とする自治体が少なくありませんでした。今後、「政策観光」を導入した自治体、まちづくり団体が、他の観光資源と合わせて活用し、磨き上げていくことが求められています。「政策観光」は、まだまだ発展途上の観光資源のようですが、逆にいえば、今後、地域を活性化させる可能性を十分に秘めた観光資源といえそうです。

▼観光資源といえば、祭りもその一つです。本誌では、長年、表紙に全国の各地域のお祭りの様子を掲載しています。今回は、岡山県津山市阿波地区の阿波八幡神社の花祭りを取材いたしました(表紙と目次のページを参照)。観光客のお目当ては「花」の練り合いです。例年、わずかに十十五分程度終わってしまうのですが、津山市内外から多くの人が練り合いの会場に駆けつけます。今年も十分程度終了しましたが、勇壮な合戦は、まさに一見の価値ある観光資源でした。

地域づくり12月号

2010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/株式会社九井工文社

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。

いつも夢向きです。

夢がなければ志は生まれない。
いろいろな夢を応援している宝くじです。

夢



当せんはしっかり調べて、しっかり換金。

- 宝くじの収益金はみなさまの身近な街づくりに役立てられています。
- 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。