

明日をひらく地域活性化のための情報誌

地域づくり

2012

9

ISSN 1340-8917



特集 ■ 企業との協働による地域活性化

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです



1 巻頭エッセー／「北海道価値」である「食」を活かしたまちづくり

高橋はるみ(北海道知事)

特集

企業との協働による地域活性化

- | | | |
|----|---------------------------------|---------------------------|
| 4 | 自治体における協働の必然性と地域 CSR | 影山摩子弥 (横浜市立大学国際総合科学学術院教授) |
| 8 | 北海道札幌市 企業・市民・行政で取り組むまちづくり | 廣川衣恵 |
| 10 | 青森県 企業が農山漁村の支援活動を展開 | 上野和俊 |
| 12 | 長野県栄村 農山村と都市の交流スポットがオープン | 黒澤正一 |
| 14 | 神奈川県横浜市 CSR に取り組む地場の中小企業を支援 | 西村史絵 |
| 16 | 神奈川県藤沢市 地元一体で商業振興策を推進 | 溝口良一 |
| 18 | 石川県小松市 地域の子供の健全な育成に貢献 | 鈴山善治 |
| 20 | 愛知県名古屋市中 中小企業による共助の地域づくり | 村田元夫 |
| 22 | 京都府 「地域」と「協働」と「企業」と | 松岡秀紀 |
| 24 | 大阪府岸和田市 企業と市民活動団体の出会いをサポート | 佐野成城 |
| 26 | 奈良県川上村 労組と協力し、水源地の環境を保全 | 尾上忠大 |
| 28 | 愛媛県松山市 CSR の「見える化・見せる化・魅せる化」を推進 | 佐々木孝純 |
| 30 | 熊本県 企業・都市住民と協働して「むらづくり」 | 野田 明 |

関連寄稿論文 32 ソーシャルビジネスで地域活性化 玉串英恵 (経済産業省 地域経済産業グループ 立地環境整備課)

レギュラーレポート

- | | | | | | |
|----|--|------|----|---------------------------------------|-------------|
| 36 | 地域トピックス 東京都江東区
新しいまちの地域コミュニティづくり | 土屋公平 | 44 | ～北から南から～ 京都府
京都の価値ある資産を新たな「世界遺産」に! | 小西葉子 |
| 38 | 移住・交流推進支援事業 茨城県常陸太田市
人と人との交わり「絆」をテーマに地域づくり | 吉澤 悟 | 45 | 首長の思い
「安心とやさしさあふれる元気都市」の実現を目指して | 松本憲治 (安芸市長) |
| 40 | 地域づくり団体探訪 秋田県藤里町
特定非営利活動法人ふじさと元気塾
明るく元気で住みよい町づくり | | 48 | センター通信 | |
| 42 | 「地域おこし協力隊」の活動事例 (2)
高齢化から脱却、「奇跡の集落」に | 多田朋孔 | | | |
| 43 | 「地域おこし協力隊」の活動事例 (3)
若き熱意と外部専門性で島おこし | 前田 剛 | | | |

グラビア

- | | |
|----|-------------------|
| 2 | 企業との協働による地域活性化 |
| 46 | 都道府県漫遊 【栃木県】 |
| 47 | 手前みそですが… 【佐賀県唐津市】 |



神話博しまね特設会場エントランスの模様

平成24年の古事記編纂1300年を記念して、出雲大社周辺を主会場に、島根県各地を訪ね歩き地域の魅力を体感できるイベント「神話博しまね」が、7月21日から11月11日まで開催されている。

「神話博しまね」の主会場は、出雲大社や神門通りをはじめとする周辺の街並み、そして出雲大社東隣にある古代出雲歴史博物館前の特設会場ゾーンと、エリア一帯に見どころが広がっている。

さらに「松江・出雲」「雲南」「石見」「隠岐」の4エリアでも、趣向を凝らした多彩なイベントが催され、まさに島根県全体が博覧会場である。

特設会場には、出雲神話をテーマにした「神話映像館」、神楽などの郷土芸能が連日上演される「しまね魅力発信ステージ」などがあり、古事記の魅力、島根の魅力が集約されている。

開催期間：7月21日～11月11日
主会場：出雲大社周辺（特設会場：島根県立古代出雲博物館前）
問い合わせ：神々の国しまね実行委員会
☎0853-533-80835
(写真提供：神々の国しまね実行委員会)

表紙
神話博しまね

「北海道価値」である「食」を活かしたまちづくり

北海道知事 ● 高橋はるみ



私は、北海道の未来への確かな道筋を切り拓いていくためには、北海道の活力の源である「地域」に徹底してこだわり、地域の宝である「北海道価値」を活かしたまちづくりを進めることが重要だと確信しています。

北海道には、豊かな水や森林、優れた自然環境、多様な再生可能エネルギーなど、かけがえのない「北海道価値」があります。中でも「安全・安心でおいしい食」は世界に誇り得る本道の大きな強みです。

道内各地では、その豊かな食の恵みを地域おこしに活かすため、それぞれの地域特性に合った独自の取組が展開されてきました。例えば、札幌市に隣接する江別市では、農家、製粉業者、製麺業者、飲食店などの関係者が連携し、地元産小麦「ハルユタカ」を使った新商品の開発や、地域ブランドの形成が進められるとともに、地域一体となった地産地消が積極的に推進されています。また、畑作や酪農が盛んな十勝地域では、財団法人十勝圏振興機構が中心となって基準を作り、それを満たしたチーズやパン、菓子をブランド認証するなど、地域の個性が際立つ「食のブランド化」が進められています。

このような農工商連携や地域資源の活用、食品開発の研究などこれまで各地域でそれぞれ行われてきた取組を、地域や企業の枠を超えて、関係機関のネットワークによって付加価値を高め、オール北海道で一丸となって推進していくため、生産者、企業、大学・試験研究機関、支援機関、行政などから構成される「食クラスター連携協議体」が平成22年に発足し、現在、北海道ならではの食の総合産業群の形成に向け、活発な食クラスター活動が全道で展開されています。

例えば、地元の水産資源の高度活用を目指す「函館マ

リンバイオクラスター」では、地域独自の「がごめ昆布」を使った多彩な商品を製造販売してきましたが、がごめ昆布を一層市場価値の高いブランドに育てるためには、知名度アップや市場ニーズに合った商品開発が課題となります。そこで、平成23年度には、ブランディングの専門家やバイヤーと協働し「売りたい商品・売れる商品」の開発などに取り組み、今年度は開発した商品などの販路開拓に取り組んでいます。

また、ワイン用ブドウやナチュラルチーズの生産量が全国一という北海道の強みをこれまで以上に活かすため、ワインとチーズと観光との連携による新たな食文化の構築に向けた取組も進めているところです。平成23年度は、冬だからこそ提案できる「交流」「学び」「景観」「食」をテーマとした「冬ならではのワイン&チーズモデルツアー」の実施や、北海道のワインとチーズの様々な「ものがたり」を綴ったリーフレットを作成して、積極的に情報発信しました。

さらに、昨年12月には、北海道の「フード・コンプレックス国際戦略総合特区」が全国で唯一の「食」に関連した特区として指定を受けました。このフード特区は、食クラスター活動の大きな推進力となるものであり、食産業立国としての北海道の価値と優位性が一層高まることが期待されます。

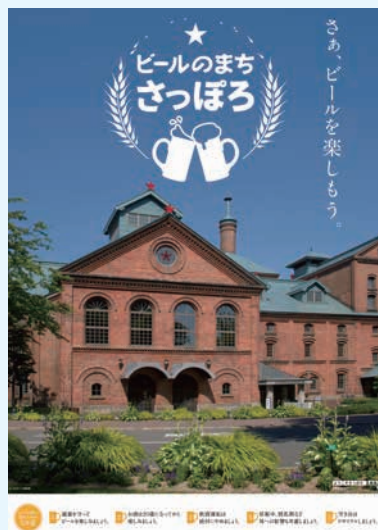
「食」という字は「人を良くする」と書くように、「食」は人を幸福にし、地域を元気にする力があります。大きな可能性を持つ「食」をはじめとした「北海道価値」をまちづくりに最大限に活かしながら、人も地域も輝く北海道の新しい未来図を描き、その実現を目指していきたいと思います。

企業との協働による地域活性化



農村支援でりんごの葉取り作業

● 青森県 (p10-11)



「ビールのまち さっぽろ」応援ポスター
北海道遺産のサッポロビール博物館

● 北海道札幌市 (p8-9)



本業を通じたCSR事例(省エネクッキング教室の開催)

● 神奈川県横浜市 (p14-15)



東京・神田にオープンした『ふるさと酒場さかえむら』

● 長野県栄村 (p12-13)



自然観察会(げんき里山でのシイタケ栽培)

● 石川県小松市 (p18-19)



藤沢駅周辺の風景

● 神奈川県藤沢市 (p16-17)



取り組みセミナー「CSR創発塾」の様子
 ● 京都府 (p22-23)



子育て中の女性が活躍する手作りタイル工場
 ● 愛知県名古屋市 (p20-21)



**環境保全が求められる吉野川
源流の森**
 ● 奈良県川上村 (p26-27)



地元企業（防災士）による保育園での防災講演
 ● 大阪府岸和田市 (p24-25)



農村支援活動の様子（南阿蘇村）
 ● 熊本県 (p30-31)



CSR活動で河川清掃
 ● 愛媛県松山市 (p28-29)

自治体における協働の必然性と地域CSR

—経済活性化や地域福祉向上のカギに—

近年、自治体において、協働が進められている。

地域における協働とは、行政や地域住民、NPO、企業がお互いを補い合いながら地域課題に取り組むという「補完性の原則」に基づく関係をさす。行政からの委託の形をとる場合でも、互いの立場や主張を尊重する協働型がとられたり、協働契約を志向する動きも広がっている。なぜ、このような協働が進められているのだろうか。

また、地域における協働は、地域経済の活性化や地域福祉の向上を主な課題とするが、カギを握るのが「地域CSR」（注1）である。地域CSRとは、企業が地域に対して社会的責任を果たしていくこと（これを「地域志向CSR」という）を軸に形成される地域のしくみである。では、地域CSRがなぜ重要なのであろうか。

本稿では、協働が求められる時代背景と地域CSRがカギとなる必然性を解説することを通して、現代の課題にこたえる行政施策の方向性を探

りたい。

協働の時代

グリーンアクセスプロジェクトが2011年11月から2012年3月にかけて全国自治体に対して行った「市民参加・協働条例に関するアンケート」の結果を見ると（注2）、「条例あり」と答えた自治体は、31・2%にとどまるものの、「検討中または策定中」18・7%を加えると半数が条例制定に前向きな姿勢を見せている。

都道府県で初めて「自治基本条例」を制定した神奈川県は、2010年度から行政、JA、農家、大学、NPO、企業が地域CSRに結び付く連携を進め、農を軸として食育や人材育成、産業活性化など、地域課題に答える取り組みを進めている。

2005年に「自治基本条例」を策定した神奈



横浜市立大学国際総合科学学術院教授

● 影山摩子弥

川崎川崎市においては、川崎区が地域の協働を進める「企業市民交流事業」に1992年度より取り組んでいる。区内に住む人を生活市民、区内で操業する事業者を企業市民と位置づけ、区役所を加えた3者が一体となって、まちづくりを推進しようという試みである。

川崎区の取り組みで重要なプロジェクトの1つとなっているのが、2010年度から進められている社会貢献活動推進事業であり、企業のCSRを軸に、NPOとの協働を進める取り組みである。

また、横浜市や宇都宮市では、企業、NPO、行政、研究機関の協働の下、地域志向CSRを認定・認証する制度を構築・運営している。CSRは、地域企業の経営改善を通して地域経済の活性化を呼ぶだけではなく、社会貢献も含むことによって、地域の福祉水準の向上が期待され、経済と福祉の両立に基づく地域活性化策として進められてきている。



「宇都宮まちづくり貢献企業」認証企業に発行される認証マーク

地域活性化を目指したCSRの認定制度は、他の自治体でも構築が目指されていることに加え、

業界団体でも具体的取り組みを進めている事例が複数あり、今後の広まりが予想される。

地域が地域資源を用いて自らの力で活性化に取り組む「自律的活性化」の事例が多く現れてきたが、CSRに絡めて進める事例が目を見く。では、なぜ、自律的活性化なのか、なぜ、地域CSRなのであろうか。

自律的活性化の必然性

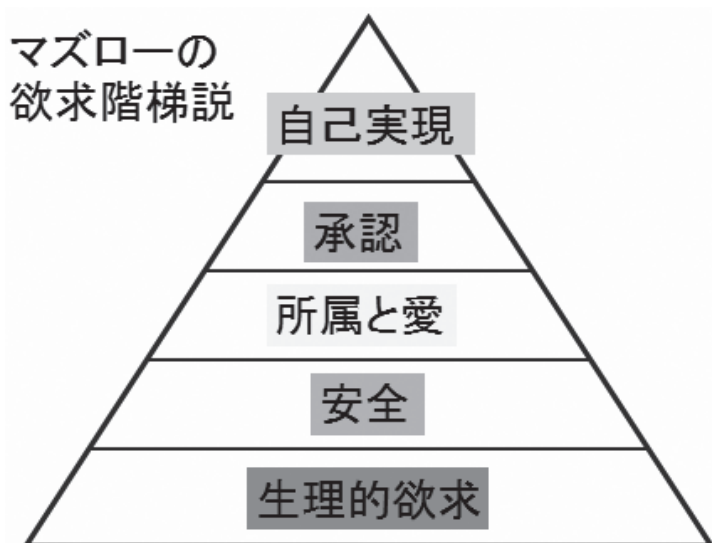
シャッター街の増加や高齢化の進展など、地域経済の停滞や地域福祉負担などによって地方の疲弊が進む中、地域自らが活性化の方策を展開せねばならない要因として、以下の3点を挙げておこう。

(1) 日本は、低成長下にある。労働力調査によると、2010年度の産業別就業者数は、第3次産業71%、第2次産業25%、第1次産業4%となっている。サービスの分野は、生産性が低く製造業の半分程度といわれている。経済状況は税収に反映し、中央政府は財政難であるため、地域活性化のための潤沢な資金を供給できるわけではな

い。

(2) 加えて、米国を参考にしつつ効率的成長を達成できたCatch Up型の下では、中央官庁が集約的に情報を集め、地方や業界に発信していくことが効率的かつ効果的であった。それゆえ、東京一極集中が意味を持った。また、日本の経営を軸とする日本のシステムも有効であった。しかし、Catch Up型の終焉によって、中央官庁は、地方の活性化に資する情報がなく、アイデアやプランを提示しにくくなっている。

(3) しかも、現代は、地域固有のソフトなニーズが先鋭化している。第3次産業の拡大は、生命維持に必要な物的財貨が潤沢にある、いわゆる「豊



マズローの欲求階梯説の図解

かな社会」を意味する。マズローの欲求階梯説になぞらえれば、自己実現を求める段階へと至っているといえる。それゆえ、高品質かつ多品種少量生産や（合理主義的な国家福祉ではなく）社会福祉が求められることに加え、気候風土や地域課題、地域文化など、地域の諸事情に応じた、地域固有のソフトなニーズが噴出してきている。インフラ整備など一般性を持つニーズではなく、地域固有のニーズに対して、外部者である中央官庁が丁寧に対応するプランを提示することは難しい。それを象徴するのが、工学系の都市計画コンサルタントの仕事が減ってきていることである。

自律的活性化と協働の必然性

地域が地域資源を用いて自らの力で活性化を企図せねばならないとすれば、限られた地域資源を有効に活用せねばならない。

地域の企業、行政、NPOも地域資源であり、それらの主体が協働することによって、シナジー効果を生み、少ない資源でより大きな成果に結び付けることができる。特に、後述する地域システム構築は、行政単独では難しい。ここに、現代において地域活性化を進める際に、協働が不可欠である背景を見出すことができる。

なお、地域課題も地域資源になりうる。高齢化が進む地域で、高齢者ならではの取り組みで活性化を図っている徳島県上勝町はよい例である。葉っぱビジネスとして有名であるが、葉っぱを収穫する作業は高齢者でも可能であることに加え、よい葉っぱがある場所や育成法といった経験主義

的知識をもっているのは、地域の高齢者なのである。

CSRとは何か？

さて、このような状況の下で、地域活性化と協働の有効な処方箋として注目されているのが、地域CSRであり、その中核をなすのが地域企業の地域志向CSRである。

CSRは、自社の事業活動や製品の影響を受け、かつ、自社に影響を与えてくる利害関係者のニーズを把握し、それに効果的に答えることによって存続を図ろうという経営戦略的観点である。利害関係者は、一般的に、顧客、株主、社員、地域住民、行政機関などである。

CSRは、一言で言えば、生き残るためには、社会（利害関係者）をよく観て声を聴きなさい、というメッセージである。観て聴く必要があるのは、上記で触れたニーズの先鋭化がある。ニーズが比較的単純である場合、ニーズ把握は現代ほど難しくなく、大衆が存在するため、当たる商品は広く売れる。しかし、自己実現を求める消費ニーズは個別化・潜在化し、市場はセグメント化する。そこで、利害関係者の心の中にあるニーズを把握するため、よく観てよく聴く必要が生ずるのである。

CSRを展開する中で重要であるのは、利害関係者をもつ主要な属性に着目することである。なかでも、ISO26000でも触れられている地域という属性が重要である。すなわち、地域ごとに固有のニーズが噴出しているのであれば、地域という

くくりでニーズを把握し、企業の取り組みを地域ごとに伝える戦略が必要となる。

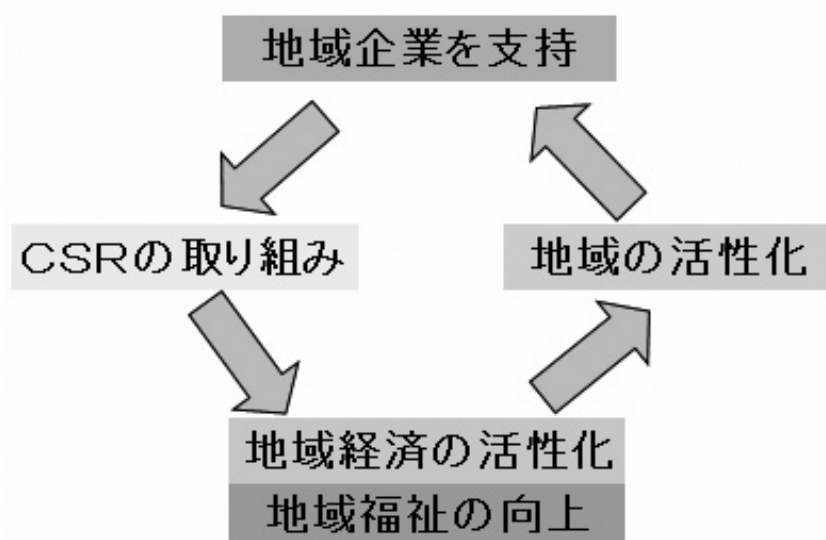
『おいしいお茶』の伊藤園の「お茶で日本を美しく」は、伊藤園らしさを意識しつつ、NPOや行政と協働し各地域に合わせた戦略を展開する包括的地域戦略として非常に興味深い。もちろん、消費財生産企業だけではなく、騒音や雇用など、地域との関係は、どの企業にも、大なり小なり必ず存在する。

横浜のイトーヨーカドー桂台店では、地域の自治会と協働を図り、地域のクリスマスコンサートや和太鼓のイベントを店舗内で実施している。イトーヨーカドー側にとっては、顧客をつなぎとめるという課題がある。すなわち、地域を意識したCSRの取り組み、すなわち、地域志向CSRは、地域からの支持を呼び、企業の存続につながる可能性が高いのである。

CSRで地域活性化を

地域志向CSRは、それを展開する地域企業の存続によって地域経済の活力に結び付くだけではない。地域企業が経営戦略の一環として地域貢献に取り組むことによって、地域の福祉水準も向上する。その両輪によって、地域活性化を帰結し、それによって、また、地域企業が生き残りを図ることができる。つまり、現代では、合理主義の政

地域CSRと地域活性化の構造



地域CSRによって地域活性化と地域企業の存続が成立する構図

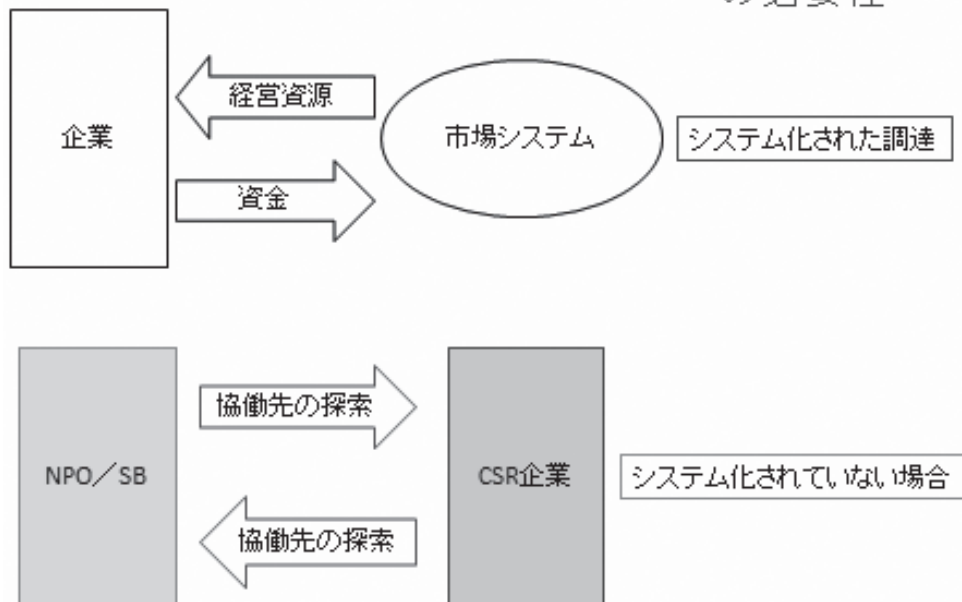
策体系である新自由主義もケインズ政策も有効性を失っているが、地域CSRという形で、経済と福祉の両立が可能なのである。

ちなみに、地域貢献に関わる利害関係者は、顧客と社員である。ストーリーと社会的意義に配慮した社会貢献・地域貢献は、利害関係者の共感（ストーリーによる）と評価（社会的意義による）を呼ぶことによって、顧客の支持と社員満足度を改善し、業績改善につなげることができるのである。

協働の地域システムの必要性

地域の自律的活性化には、システムが必要である。システムは、自律的に稼働する機構であるからである。言い換えれば、自治体が資金を投入し続けなければ稼働しない機構は、投入に見合う財政的リターンや正当性を得られなければ、継続が

新たなシステム化の必要性



上半分は、市場システムでの調達を表現し、下半分は、システム化されていない調達を表現する。

難しい。少なくとも、そこで、経営と生活が自律的に回っていかねばならない。

この点でも、CSRが重要である。CSRの本質は、システムにある。すなわち、利害関係者は、つながりの中にある。サプライチェーンマネジメントや環境フットプリント、生産者責任論は、この点を象徴的に表現する。また、企業がCSRに取り組み続けるには、経営上の成果を得られなければならない。そのためには、利害関係者に取り組みが伝わったり、利害関係者がCSR企業を支持したりする制度を組み込んだシステムが必要である。

しかし、CSRに関わるシステムは、新たに構築せねばならない場合が多い。例えば、地域人材は、地域で育成する必要がある。疲弊した地域が人材を外部から調達することは難しいし、優秀な人材が進学などで外部に出れば、戻る可能性は低くなる。なにより、地域に思いを持つ人材は地域で育成してこそである。しかし、地域人材を育成するシステムがない場合が多い。

もちろん、地域で調達できない重要な資源は外部調達の必要があるが、長期的に外部に依存することは避け、極力、内部調達できるしくみを整えていく必要がある。

また、効果的な地域貢献のために、社会課題の専門家であるNPO

との協働が有効であるが、NPOと協働するためのしくみは未整備である。つまり、企業の経営資源や提携先の調達は、市場という既存のシステムで賄えるが、NPOとの連携に関しては、既存のシステムがなく、企業の担当者が独自にノウハウを積みつつ進めていたり、行政の担当部署や中間支援組織が仲介の取り組みを進めていたりするのが現状である。

地域活性化のカギは、重要な要素の内生変数化にある。NPOにしても企業にしても、地域を活性化するのは、地域に根付いた組織なのである。

地域活性化システムをめぐる課題

地域活性化につながる協働を進めるには、地域CSRのシステムの構築が不可欠である。有効なシステムを構築するには、CSRや地域システムについての適切な理解が不可欠である。

ただ、地域活性化のために何より重要であるのは、地域をよくしようという地域の人々の思いや活動である。その思いや活動も含めて、内生変数化を図り、再生産されるしくみ作りが必要である。

(注1) CSRとは、Corporate Social

Responsibilityの略で、「企業の社会的責任」と訳す。倫理法令順守や雇用、情報セキュリティ、社会貢献などあらゆる事業分野にわたる経営戦略的観点である。

(注2) 調査結果については、<http://greenaccess.law.osaka-u.ac.jp/summary>を参照されたい。

企業・市民・行政で取り組むまちづくり —さつぽろまちづくりパートナー協定—



札幌市市民まちづくり局市民自治推進室
市民活動促進担当課 企業市民活動協働推進担当係長

● 廣川衣恵

地域力を高める

札幌市では、市民自治によるまちづくりを進めるため、その基本的なルールとなる自治基本条例と市民まちづくり活動促進条例を制定し、地域の多様な主体が自ら課題を解決していくための「地域力」を高めていくさまざまな取り組みを展開しています。

昨今、少子高齢化や景気の低迷などの厳しい経済社会状況に加え、市民ニーズの多様化・高度化などにより、行政だけでは解決できない課題の増加など本市を取り巻く環境は大きく変化してきており、行政だけではなく、町内会、NPO、企業、大学など、多様な主体が公共の担い手となることが期待されています。

そうした中、企業が持つノウハウや資源を本市のまちづくりに生かしていくために、幅広い施策分野で連携、協力していく事項を取り決めた「さつぽろまちづくりパートナー協定」を2008年12

月より締結しています。

この協定では、本市と企業がともに手を携えてまちづくりを行うことはもちろんのこと、市民参加の機会もつくりながら、市民が主役となるまちづくりの実践を目指しています。

これまでに、大手企業等9団体と締結し、協定に基づいた取り組みを進めているところです。

これまでの取り組み事例

直近では、サッポロビール(株)から、札幌らしいビール文化を定着させ新たな観光資源創出を目指すそうとの提言があり、過日、同社と協働による「ビールでまちづくり さつぽろ」プロジェクトが始動したところです。

昨年は、同じくパートナー企業である日本ハム北海道販売(株)を加え札幌市との3者により、食を通して北海道・札幌を元気にするため立ち上げたプロジェクトの第2弾として、9月に開催したオータムフェスト期間限定の白ビールと白いソー

セージを開
発販売しま
した。

北海道コ
カ・コーラ
ボトリング
(株)では、都
市の魅力が
輝くまちづ
くりを形に
しようと、
さつぽろ雪
まつりを応

援するオリジナルデザイン缶を作成し、北海道全域で販売、売り上げの一部がさつぽろ雪まつりの運営に寄付されています。

このほか、イオン北海道(株)は札幌市の啓発事業やパネル展を店舗で開催。北海道内を中心に100店舗以上を展開するコンビニエンスストアのセイコーマートでは、市民カードSAPICA(札幌市と民間交通事業者で構成する協議会が発行)普及促進のため市内の店舗での利用を可能にして、加算されたポイントで地下鉄乗車もできるようにするなど、パートナー企業それぞれの強みを生かした協力を得ているところです。

また、2006年から開催し、今年で第7回を迎える札幌国際短編映画祭は、昨年も6日間で1万人を超える観客を動員し、国内最大級の映画祭となっていますが、今年はさらにショートフィルムの魅力を伝えるために、株式会社ローソンとの共催により【QUATRO D CINEMA CONTEST



期間限定の白ビールと白いソーセージ



雪まつり応援オリジナルデザイン缶

AWARD】が開催されます。これは、2013年春にTV公開するオムニバス映画の制作監督・クリエイターを募集するもので、新しい才能の発掘や人材育成という分野における新たな協働と言えます。

札幌市における社会貢献活動の現状

2010年度に実施した札幌市内企業約230社から得たアンケート調査では、社会貢献活動（以下「CSR活動」という）を実施している企業は約4割、何もしていない企業は約5割と、企業市民活動が盛んであるとはいえない難いものでした。

活動に取り組むことができない理由としては「きっかけがない、何をすればよいかわからない」というものが多く、行政に期待する支援としては



市民カード「SAPICA」

求められるCSR活動の促進

日本企業においては、利益実現が主の目標でCSR活動は従と考えている経営者がいまだに多く、利益幅の小さな企業におけるCSR活動の取り組みが進んでいるとは言えない状況にあります。

しかし、消費者が安心できる企業を選び、その企業の製品やサービスなら購入するという時代になりつつある中、その選択の物差しの一つとなるのがCSR活動であることから、活動を促進することは企業経営にも好影響を与えるものと考えられます。

CSR活動支援で「まちづくり研究会」

そういった時代背景を踏まえ、地域に根ざした企業の意識を変化させCSR活動に導き、地域やNPO団体等とのマッチングを進め連携を深めることは、企業の活性化とともに行政では手が行き

「役立つ情報の提供・発信」へのニーズが最も高く、特にこれから取り組みたいと考えている企業がその傾向が強く見られました。

届かない地域の課題を解決していく可能性を広げ、その過程で新たな公共の担い手の増加にもつながるため、より積極的な取り組みを進める必要があると考えます。

持続的な課題解決の仕組みを確立するためには、多種多様な活動団体が対等な立場で参加し、協働して課題解決にあたる合意形成などの枠組みに導くことが必要となりますが、その始めとして、協働の場作りをし、徐々に企業が能動的に取り組みを行えるよう支援する必要があることから、札幌市は、企業のCSR活動を支援する「さっぽろまちづくり研究会」を2008年度に立ち上げています。

企業が情報交換や連携する受皿をつくり、CSR活動の活性化につなげようというもので、一社では難しい活動に共同で取り組むなど、NPOや市民団体との連携事業を創出することも視野に入れています。

これからの課題

企業の持っているノウハウや資源を生かしたパートナー協定に基づく取り組みは、本市のまちづくりに大きく寄与しており、必要不可欠なものとなっています。

今後は、CSR活動に未着手の企業向けに、活動を始める契機やその支援となるような施策を積極的に進めるとともに、まちづくりパートナー協定企業を開拓するため、企業側が協定に興味関心を持つような、パートナー企業との連携事業の広報やPRが必要であると考えています。

企業が農山漁村の支援活動を展開 ―農業体験通じて生産者との連携強化―

青森県農林水産部構造政策課 主幹 ● 上野和俊

はじめに

近年、企業の社会貢献の一環として、農山漁村での農作業の手伝いや里山の保全活動を支援する企業が増えてきました。

農山漁村の側からも過疎化・高齢化の進行により生産活動の低下や地域の活力が失われつつあることから、企業のこうした活動は大変好意的に受け止められています。

このような企業による農業・農村支援活動は、今後の労働力不足解消や集落維持のための有効な一助となるものと考えられます。また、こうした都市の企業と農山漁村との交流は間接効果として地域産品の購入促進やグリーン・ツーリズムで再びその地域に訪れるなど、経済効果にもつながっていくことが期待されます。このため県としても、こうした取り組みを一層拡大していきたいと考えています。

ここでは本県が行っている活動の一端を紹介し

ます。

あおもり農業・農村支援活動の現況

これまで本県では「農山漁村と企業の連携活性化事業（平成21～22年度）」「農業・農村支援CSR活動フォローアップ事業（平成22～23年度）」により、県内の農協・農業生産法人等240団体に對して、企業の支援活動の受け入れ募集を行うとともに、県内外の企業309社（県外・東北・関東に本店を置く企業205社、県内・本県に本店を置く企業71社、その他・地域貢献の評価が高い33社）に對し、支援活動に関する意向調査等を行い、社会貢献活動に関心の高い企業に對して、連携先となる農業者等を紹介するといった仲介活動を行いました。

また、これらの支援活動を普及させるため、シンポジウムの開催や県のホームページを活用した情報発信を行ってきました。

昨年度は、東日本大震災の影響もあつて支援活



稲わらの収集

動の取り組み実績が低迷することが懸念されましたが、県内外から10企業、延べ214名の社員の方々が、県内14地区で、稲わら収集、除草作業や野菜の収穫、りんごの摘果や収穫、畜産の飼育作業など延べ35回の農作業を行い、前年よりもむしろ増加する結果となりました。

これは、こうした取り組みが企業側のニーズにマッチしていることに加え、これまで取り組んできた各企業へのPR活動や、昨年度から県が発注する公共工事の入札時に参加企業の評価項目（地域への貢献）として「企業による農業・農村支援活動」を追加したことなどの効果によるものと考えています。

農業・農村支援活動の実績

項目	年度	H21	H22	H23
支援活動の受け入れ農家団体数		9	14	14
支援活動を行った企業数		7	12	10
支援活動の実施回数（延べ数）		12	29	35
支援活動を行った社員数（延べ数）		87	186	214



エサやり作業（養豚農家で）



パイプハウスの組み立て

本県では、このホームページをはじめ、県の広報誌によるPRや地域貢献に関心のある企業や受け入れ農家の掘り起こしに努めながら、農業・農村支援活動をサポートしていきます。

メール等で個々に対応していた活動や受け入れの「申し込み」から「双方の意向確認」「活動内容の詳細打ち合わせ」までの一連の作業をホームページ上で行うことができるほか、企業や受け入れ団体の活動内容や各種イベント情報を直接、書き込み・修正等ができるようにしました。

受け入れ先となった養豚農家は、畜産業は自然であるべきとの考えから、添加物なしのエサや独自の飼育方法でブランド豚や鶏卵を生産し、加工品の製造販売も行っています。飼育方法が独特なだけに、作業にも多くの人手を要するため企業からの労力提供は貴重な戦力となります。

次に、本県で実施された活動事例を紹介します。実施企業である地元の銀行は、アグリビジネスを青森県の成長産業と捉え、行内に専任部署を設置しました。アグリビジネスを進めるためには生産現場を深く理解することが必要ということで、農業体験を通じて生産者との連携強化を目指しています。

銀行が養豚農家支援も

作業後、実施企業からは「作業を通し畜産業の楽しさと厳しさを学ぶことができた」「支援活動をきっかけに牧場を知り、家族を連れて牧場を再度訪れた」といった声が寄せられたほか、受け入れ先からは「生命産業の実態を理解してもらえたと思う」「忙しい時期に支援してもらえるのはありがたい」との反応があり、企業と受け入れ先の双方がメリットを享受しています。

また、他の支援活動でも、取り組んでいる企業からは「活気ある農家と交流ができて、元気をもらうことができた」「農業の楽しさと厳しさを学ぶことができた」など好意的な感想が寄せられています。

このほか一部企業からは、次年度以降は、経営アドバイスなどの提案等も行っていきたいとの意向が示され、受け入れ先の農村からも「企業によ

る支援は、今年度は、前年度に比べて作業に慣れて十分な労働力支援となった」と好評でした。ほとんどの企業と受け入れ先の農家が支援活動の継続を希望しています。

企業と農村をつなぐHPを開設

県では、企業の農業・農村支援活動を拡大していくために、企業と受け入れ先の農林漁家双方がそれぞれの要望等をスムーズにやり取りできるよう、インターネットを活用したワンストップサービス「あおもり農業・農村支援活動ホームページ」<http://aomori-agri-csr.on.arena.ne.jp/>の運用を今年度から開始しています。企業と農村が自主的に連携できるようにするのが狙いです。

具体的には、今まで県が仲介して電話・FAX・

農山村と都市の交流スポットがオープン —本業CSRによる『ふるさと酒場さかえむら』—



早稲田大学大学院 環境・エネルギー研究科 教授 ● 黒澤正一

1、『ふるさと酒場さかえむら』オープン

今年5月18日、東京・神田に『ふるさと酒場さかえむら』をオープンさせた。

昨年3月12日の未明に震度6強の大震災に襲われた長野県・栄村。その後の豪雪も重なって甚大な被害をうけた。この店は、その栄村の復興の象徴として、農山村の魅力や資源を、都会の人たちに垣間見てもらうスペースの役割を担う。

日本の原風景が息づき、自然豊かで四季がくつきりと際立った栄村は食材の宝庫だ。食材調達と調理指導は地元の料理旅館『吉楽旅館』の若女将・吉楽里美さんにご担当いただいている。

たとえば春の山菜シーズンでは、ふきのとう味噌、こごみの胡麻和え、山菜の天ぷらなど、夏には、夏野菜なます、みずとジュンサイの酢の物、ぜんまいと車麩の煮物、ワラビおかか和えといった具合に、毎週変わる季節のスローフードを肴にお酒を楽しんでもらおうという趣向だ。また、店

内には四季折々の姿を伝える写真や民具をあしらいい、栄村に関する情報を満載した資料を各テーブルに配置している。

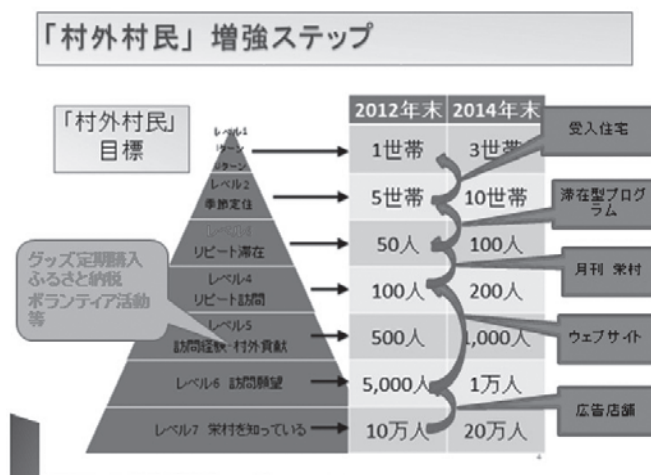
営業は毎週木曜日と金曜日(18時から23時まで、22時30分ラストオーダー)のみだが、この店では、いつでもなんでもの都会人が普段味わえない本物の旬の味を、村に関する情報とともに楽しむことができる。

2、村外村民を増やせ!

栄村は震災前でも人口2200人余りで、31の集落が広大な山間地に点在する典型的な過疎の村である。そこへ大震災が追い打ちをかけ、今では人口2000人を切ろうとしている。

そこで、イターン・Uターンを増やすためにも、『村外村民ピラミッド』(図表1)を全体的に増強させていくという発想から、栄村の食材や調理法を含めた豊かな自然と文化を垣間見てもらい、「行ってみたいな」と思ってもらうための広告店

【図表1】村外村民ピラミッドと増強アクションプラン



舗がこの店である。

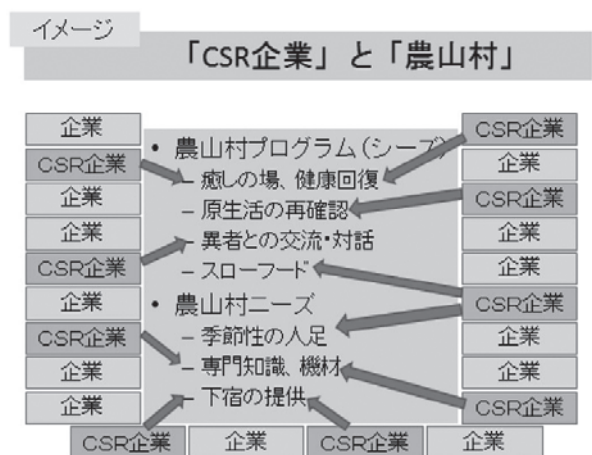
一方で、実際に村を訪れた人々がこうした資源を満喫できる「農山村プログラム」を地元のNPO法人栄村ネットワークが中心となって整備している。都会の企業や個人が利用しやすいように、「絶景スポット古道歩き」「迫力の千曲川ラフティング」「雪山トレッキング」「錦秋の秋山郷を満喫する」など数十項目に細分化した。もちろん主役は村民である。これらの情報を、専用ウェブサイト「CSRシーソー」(図表2)で公開している。

また、栄村ネットワークが主催する「むらたびクラブ」がスタートする。これは会費500円を納めれば、栄村を楽しむための具体的なプログラム情報を入手できるという仕組みだ。お勧めスポットやボランティアガイドの紹介を含めて、季節、目的、滞在時間、嗜好に合わせた楽しみ方を

【図表2】専用ウェブサイト『CSRシーソー』



【図表3】CSR企業と農山村との多対多の支援イメージ



ある。実は、この店自体が『本業CSR』によって誕生したものだ。地元旅館の女将が食材集めと調理指導を担い、神田の飲食店ビルのオーナーが遊休の店舗スペースを好条件で提供して店舗運営をサポートし、CSR

こうした背景にあって『本業CSR』は、組織力を強化すると同時に、信頼社会を醸成し国際競争力を高め、国際的に範を示し、21世紀を信頼社会へと導いていくための重要なツールであり、指針でもある。

そこで、神田の「ふるさと酒場」は『CSR経営サロン』としても機能させていく。筆者はこの店のマネジメントを担当すると同時に、CSR経営を目指す人々へのアドバイザとして、できる限り店に出ることになっている。意欲ある経営者諸氏にご活用いただければ幸いである。

最後に、放射能汚染の風評被害に苦しむ福島県喜多方市の有志が、『ふるさと酒場きたかた』のオーブンに向けて動きだした。こうした動きには積極的に支援の手を差し伸べていきたい。

オーダーメイドで組み立てることができる。

3、都市型企業は「本業CSR」で組織力強化を

筆者の専門は、CSRマネジメントシステムである。CSRといってもいわゆるメセナ（企業の文化教育支援活動）・フィランソロピー（企業の慈善活動）の類とは区別して、「本業」での「信頼を裏切らない」（あるいは「期待に応える」）ことを『本業CSR』と呼んでいる。

「社会的責任を果たすための組織内ルールを整備して実践することで、組織力を強化しステークホルダー（利害関係者）との信頼の絆を深め健全な事業継続を図っていく」という考え方だ。2010年11月に発行された社会的責任（SR）の国際規格ISO26000も基本的には同じ考え方である。この国際規格の中で、企業や組織が果た

すべき責任のテーマとして、「人権」や「環境」などと並んで、「コミュニティ参画・開発」が示されている。

農山村は、日本の国土を守っている。つまり、農山村の崩壊・消滅は、国土の荒廃につながる。そして、農山村に残る相互扶助の文化が信頼社会の手法を示している。よって、農山村の「資源」を福利厚生プログラムや研修プログラムとして活用することや、農山村の抱える「問題点」を解決するために、各企業・組織がもつ資源やノウハウ等を無理なく提供して協力することも、この「コミュニティ参画・開発」というテーマに合致する。

このように、日本全国のたくさんの農山村というコミュニティを持つ「資源」や「問題点」に対して、都市型の多くの企業や組織が、それぞれの本業を生かした貢献を「多対多」の関係で進めていく（図表3）ためのウェブサイトが先述の『CSRシーソー』である。

4、「ふるさと酒場」、今後の展開

20世紀型の孤立・分業・情報独占・大量効率型という方向の延長線上に、21世紀の道はない。東京電力・福島第一原発による放射能汚染事故をはじめ、希望や夢などの「期待」に応えるどころか、守って当たり前の「信頼」すら裏切り、自分たちの保身に終始して「責任」を果たもしない上に「責任」を取ろうともしない、こうした無責任な大企業や組織が横行しているのは、信頼社会が崩壊して疑心暗鬼社会へと墮する危機的な兆候として認識する必要がある。

こうした背景にあって『本業CSR』は、組織力を強化すると同時に、信頼社会を醸成し国際競争力を高め、国際的に範を示し、21世紀を信頼社会へと導いていくための重要なツールであり、指針でもある。

そこで、神田の「ふるさと酒場」は『CSR経営サロン』としても機能させていく。筆者はこの店のマネジメントを担当すると同時に、CSR経営を目指す人々へのアドバイザとして、できる限り店に出ることになっている。意欲ある経営者諸氏にご活用いただければ幸いである。

最後に、放射能汚染の風評被害に苦しむ福島県喜多方市の有志が、『ふるさと酒場きたかた』のオーブンに向けて動きだした。こうした動きには積極的に支援の手を差し伸べていきたい。

CSRに取り組む地場の中小企業を支援 — 横浜市の地域貢献企業認定制度 —

横浜市経済局経営・創業支援課 担当係長

● 西村史絵

企業の社会的責任 (Corporate Social Responsibility = CSR) への取り組みは、今や企業の経営戦略の一つにも位置づけられている。企業は、株主や取引先だけではなく、従業員や地域住民など多様なステークホルダー (利害関係者) に対して責任を果たすべく、社会や地域との共生を目指し、本業やその他様々な活動を通じて地域社会に貢献することが求められている。

認定制度創設の経緯とねらい

「横浜型地域貢献企業支援事業」は、このような社会・経済環境のもと、「地域」という評価軸を行政から提案し、地域貢献を意識して事業活動及びその他の活動に取り組む企業等 (特に地域の中小企業) を認定し支援することによって、地域とともに成長・発展する企業を創出し、横浜経済の持続的発展と活力ある豊かな地域社会・市民生活の実現につなげることを目的とする事業である。

企業のCSRは本業を通じたものであれ、本業以外を通じたものであれ、顧客、社員、地域社会などのステークホルダーに評価され、それが最終的には競争優位性、企業の持続的な成長・発展につながる長期的な利益を生み出す。それが地域社会に還元されることを期待した制度である。

横浜市では、平成18年度に地域という視点からの新たな経済振興策を模索し、横浜市内大CSRセンターや市内の若手経営者で構成するNPO法人横浜スタンダード推進協議会との三者協働による基本的枠組みの検討を始めた。翌年度からは(財)横浜企業経営支援財団〔注・現在は(公財)横浜企業経営支援財団〕(以下「IDEC」という)、横浜商工会議所も加わり、モデル事業として開始した。20年度からIDECを事業主体として本格実施し、現在148社が認定を受けている。

本制度の仕組みと特色

横浜型地域貢献企業とは、「地域や社会を意識

し、地域貢献の視点を持って社会的事業に取り組む、地域とともに成長・発展する企業」と定義している。「地域貢献活動」というと、ボランティアや寄付を連想するが、本制度における地域貢献活動とは、地域を対象としたCSRと捉えており、横浜に軸足を置くことを強調したものになっている。

本制度には次のような特色がある。

- ▽横浜という地域を志向したCSRに取り組む企業を評価
- ▽企業規模にかかわらず認定を受けることができる
- ▽IDEC、横浜市、横浜商工会議所、NPO法人横浜スタンダード推進協議会、横浜市大CSRセンターの5者の協働実施
- ▽認定期間は2年間(2年ごとに更新審査)
- ▽一定の研修・試験を受けた外部評価員による評価

▽地域性評価と経営マネジメントシステム評価の両方を満たす必要あり

最後に挙げた認定条件について詳述する。認定には、「地域性評価」と「システム評価」の2つの視点からの評価が行われる。

「地域性評価」とは、①地域志向性(横浜という地域特性を重視した取り組み)

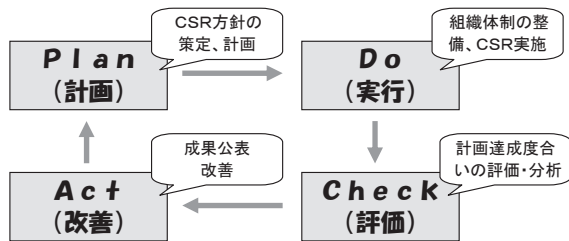
②地域限定性(横浜在住・所在の対象に限定した取り組み)

③地域性比率(取り組みの

認定マーク (図表①)



システム評価の概念図（図表③）



本業以外に取り組んでいるCSR事例（行政が管轄していないエリアでの草刈り）

認定企業には主に次のようなメリットがある。

- ▽認定マークの利用による企業の魅力向上・企業PR
- ▽認定企業交流会・限定セミナー
- ▽融資制度（企業価値向上資金）の利用
- ▽横浜市の公共工事における優遇

また、認定企業へのヒアリングでは、上記の他、「認定に向けた取り組みを通じマネジメントシステムの構築ができた」や「メディア掲載が増え、従業員が自社に誇りを持ち社内活性化につながった」などの効果も聞かれることが

評価項目（図表②）

	項目
必須	コンプライアンス
重要	地域社会貢献（選択必須） （地域ボランティア等）
	地元活用・志向（選択必須） （業者選定（地元企業優先）等）
	雇用 （高齢者・障害者積極雇用等）
	環境 （認証取得、リサイクル等）
	品質 （認証取得、高齢者・障害者対応等）

	項目
一般	財務・業績 （毎期納税申告、黒字決算等）
	労働安全衛生 （認証取得、健康・労務相談窓口等）
	消費者・顧客対応 （顧客対応窓口の設置等）
	情報セキュリティ （PC・文書管理、Pマーク等）

「重要」項目のうち「地元活用・志向」または「地域社会貢献」は、いずれか1項目は必ず取り組むこと

対象者Ⅱ
従業員・顧客・取引先Ⅱのうち、横浜在住・所在の割合が50%以上であること（のいずれかの基準を満たす場合に、図表②に示した10の評価項目の取り

認定企業と地域のメリット

認定企業には主に次のようなメリットがある。

組み状況を評価し、クリアした項目数により最上位・上位・標準とランク付けするものである。

さらに、「システム評価」として、継続的に地域志向CSRを行うための経営マネジメントシステムが構築されているかを評価する。企業経営におけるPDCAによるマネジメントサイクル（図表③）の中に、地域志向CSRを取り込み、当たり前に取り組む体制が整っているかどうかを確認する。

地域性評価とシステム評価の両方をクリアする場合にのみ認定となるという厳しい仕組みを設けていることが、本制度の最大の特色であり、認定企業にとっては優位性をアピールするポイントである。

課題と展望

ら、企業にとっても本制度を利用し経営力強化につなげている様子が伝わってくる。

一方、地域へのメリットとしては、雇用創出や地域コミュニティの活性化などが挙げられる。

制度創設から5年が経過したこともあり、本市の経済振興施策全体の中で、今後のあり方を含め、検証を行う時期に来ている。制度自体のブランド価値を高めていくことや認定を受けることのメリット拡充を図りながら、認定企業数を増やしていくことが一つの課題となっている。

また、東日本大震災後に急激に関心の高まった防災・エネルギー対策など時代の変化に合わせた取り組みをどのように評価項目に盛り込むか、さらに、認定企業が増えていく中で、更新認定の効率化と認定レベルの維持をどう両立させていくかなど、関係機関とも協議しながら議論を深めたいところである。

近年、宇都宮市やさいたま市など他都市でも地域貢献企業を評価する動きが出るなど、企業と地域との関係に注目が集まっており、今後同様の認定制度が全国に広まっていくものと考えている。

横浜市は、本制度の先駆者として、地域貢献を意識した取り組みが広がり、企業と地域がWIN-WINの関係構築することで一層魅力ある都市へと発展するものと期待し、本制度を引き続き積極的に推進していきたいと考えている。

地元一体で商業振興策を推進 ―地域貢献めざし商業振興条例施行から4年―



藤沢市経済部 産業振興課

● 溝口良一

藤沢市では、平成20年4月に「藤沢市商業振興条例」を施行し、市・地域経済団体・商店街団体・商業者・大規模小売店舗設置者などが連携し、市民の理解の下に、商業振興及び地域貢献を推進していくこととしています。今回は条例制定にいたる経過・背景、条例の特徴などを紹介します。

藤沢は風光明媚で住みやすいまち

藤沢市は、美しい湘南海岸に面し東京から50キロ圏に位置し、気候温暖な住みやすいまちです。浮世絵にも多く描かれた江の島は、風光明媚な景勝地として栄え、歴史と文化の薫るまちでもあります。古くは鎌倉時代に建立された遊行寺（清浄光寺）を中心とする門前町として栄え、江戸時代には東海道53次の第6番目の宿場町として「藤沢宿」が設けられ、江の島や大山詣での人で賑わう宿場町となりました。

この頃、周辺の農村にとって重要な市場でもあった「藤沢宿」は、宿場制度が廃止された明治

時代には問屋街へと変容しながら栄えてきました。また、江戸時代後期から大山・滝山両街道の交差する市北部の長後付近も宿場町として栄え、これらの拠点が藤沢の商業のルーツともなっています。

その後、明治20年には、東海道本線（横浜―国府津間）が開通し、藤沢停車場（現JR藤沢駅）の開業を皮切りに、江ノ島電鉄や小田急江ノ島線も次々開通し、観光地・住宅地として発展を遂げてきました。

このように街道の要所や駅周辺、景勝地などを中心に、自然発生的に形成されてきた商店街は、市民生活には欠かせないものとなっていました。

しかし、戦後の高度成長期後半になると、大規模小売店舗の進出が目立ち、それまで地域コミュニティの中で「まちの顔」として、重要な役割を担ってきた商店街は、社会環境の変化とともに、空き店舗の増加や後継者不足、消費者の商店会離れなど、さまざまな課題に直面することとなりました。

さらにその後は、インターネットなど情報機器の普及や大規模小売店舗も撤退するなど、藤沢駅を中心とした中心市街地全体の賑わいにも陰りが見えつつある状況となりました。

藤沢市商業振興条例制定に至る背景

このあとに紹介する「藤沢市商業振興条例」制定の背景としてあったのは、大規模小売店舗法が廃止され、平成12年6月に大規模小売店立地法が施行されたこと、モータリゼーションの発達、消費者ニーズの多様化、ライフスタイルの変化などで、郊外への大型店、ロードサイド店などが進出したことなどが挙げられます。

また、企業の地方支店の統廃合が進んだことや、商店街を支えてきた商店街組織の高齢化や未加入店の増加、あるいは後継者不足なども深刻化していました。このような状況を受け、「まちづくり三法」のうち、中心市街地活性化法は、平成18年8月に施行され、都市計画法も平成19年11月に改正法が施行されました。

しかし、大規模小売店立地法は改正されず、法律上の立地に関する規制は、「指針に基づく生活環境への配慮」にとどま



湘南・江ノ島

地域貢献計画書（記入例）

別記様式（第4条関係）

記入例

地域貢献計画書

2012年 4月 1日

藤沢市長

(提出者)
所在地 東京都〇〇〇1-2-3
名称 スーパー藤沢南
代表者職氏名 代表取締役 藤沢太郎
電話番号 〇3 (〇〇〇〇) 〇〇〇〇

印

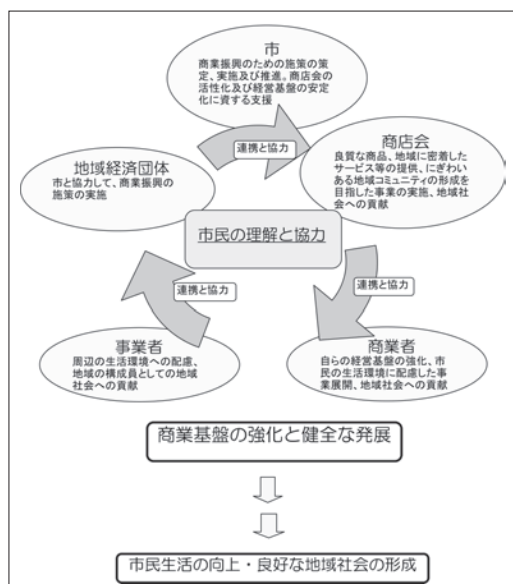
藤沢市商業振興条例第9条の規定により、次のとおり地域貢献計画書を提出します。

1 大規模小売店舗の名称及び所在地等
(名称) 藤沢市地目1-1
(所在地) スーパー藤沢南
(担当者名) 藤沢支店長 藤沢一郎
(電話番号) 0466 (25) 1111

2 地域貢献計画（2012年 4月 1日から 2013年 3月 31日まで）

地域貢献事業	地域貢献事業についての計画
1 地域社会の活性化対策 ・商店街のまちづくりへの協力 ・市及び商店街等が実施する各種イベントへの参加と協力 ・地域づくり等に取組む地域経済団体等への協力	・地区域商店街や地元商店街のイベント等への協力 ・地元商店街が実施するイベント場所の提供 ・地元商店街との共同販促事業の実施 ・地域経済団体等の活動協力やコミュニティスペースの提供 ・地元商店街及び商工会議所への加入
2 地域における雇用対策 ・地元雇用の促進と安定的な雇用の確保 ・若年者の雇用の促進 ・子育て支援制度の確立 ・インターンシップの積極的な推進	・地元雇用を積極的に進める ・高齢者や障害者の雇用にも努める ・女性雇用の促進し、育児のための休暇制度の充実を図る ・地元高校生とのインターンシップ受け入れ

藤沢市商業振興条例の考え方



りました。

具体的には、課題となっていた事業者と地域団体の連携や市が進める地域づくりへの協力、雇用確保への協力、防犯・防災、さらに本市が経験した店舗の閉鎖・撤退時の対応等、地域貢献策については言及されなかったということです。

こうしたことから、本市では地元経済団体から条例の制定について提言がなされたことをきっかけに、関係機関などと調整した中で条例を制定す

ることとしました。

商業振興条例の制定

条例制定に当たった基本方針として、商業が人の暮らしを支え、市民生活の向上を図る上で重要な役割を果たすことを認識し、市・地域経済団体・商店会・事業者・事業者（大規模小売店舗）が相互に連携し、市民の理解と協力のもとに、商業振興と地域貢献の推進を図ることを掲げ、他市の先進事例などを参考にしながら、平成20年4月に「藤沢市商業振興条例」が施行されました。

この条例の特徴は、市・地域経済団体・商店会・事業者・事業者それぞれの責務を謳い、果たすべき役割を明確にしたこと、また、事業者（売り場面積1千平方メートル以上の大規模小売店舗設置者）に対しては、各事業所が取り組む地域貢献事業を年度ごと

に「地域貢献計画書」という形で提出を義務付け、その計画書を市のホームページを通じて広く公開することとしたことです。

大規模小売店舗の地域貢献

これまで地域商店街では、地域住民や地域団体と連携した中で、お祭りや盆踊り大会など、地域に根ざした活動が盛んに行われていましたが、大規模小売店舗は、品揃えや価格で消費者に還元するといった経営方針が目立ち、地方自治体や地域との連携については受身の姿勢でありました。

本市では、この大規模小売店舗と地域との関係を深めるため、積極的な地域貢献を期待し、事業者（大規模小売店）に対し、地域貢献計画書の提出を義務付けました。

導入当初は、冷え込む経済状況の影響もあり、事業者の反応も鈍いものでしたが、条例制定から4年余りが経ち、各事業所での取り組みは、地元雇用の優先や地産地消の推進、小・中学生の体験学習の受け入れ、子育て支援事業への協力など、地域に根ざした取り組みが多く見受けられるようになりました。

今後も、事業者が地域の牽引役という意識を持ち、地域社会の一員として事業展開がなされ、そこで働く従業員が「いきいき働ける藤沢」を実感し、地域住民は事業者との一体感の中で「安心して暮らせる藤沢」を実感できるよう、地域のさらなる活性化に努めてまいります。

地域の子供の健全な育成に貢献

―自然観察会や理科教室、コマツOBが運営に活躍―



「コマツわくわくコマツ館」館長 ● 飴山善治

1年で7万人の入園者

石川県小松市は、(株)小松製作所(コマツ)の発祥の地である。この地に2011年5月、コマツ創立90周年記念事業の一環として「こまつの杜」が誕生した。

「こまつ杜」は2つに区分されており、コマツグループ社員の能力向上やキャリア開発を支援するコマツウェイ総合研修センターと、広く一般市民に開放し「里山の自然環境の保全」や「地域の子供の健全な育成に貢献」することを目的とした一般開放エリアから構成されている。

一般開放エリアの事業運営に当たっては、より地域に密着した活動とするため、NPO法人「みどりのこまつスクスク会」を結成し、コマツで活躍し定年を迎えたコマツOBが、小学生を対象とした自然観察会、理科教室、社会科見学の企画・運営に活躍している。オープン以来、1年間で延べ7万人の入園者数を記録した。

一般開放エリアの施設の概要

一般開放エリアには、子供たちに「ものづくり」に興味・関心を持たせるべく実際に手で触ったり、動かしたりできる次のような4種類の施設が置かれている。

1、世界最大級の超大型ダンプトラック

「630E」

アフリカ象50頭に相当する最大積載量297トン、タイヤ径3・8m、全長15・6m、高さ7・3mで、南米チリの銅鉱山で稼働していたものを分解、輸送し再組み立てした。日本に1台しかない。子供たちが運転台に昇り、直にハンドルを握って運転手気分を味わうことができる。

2、げんき里山

南加賀地区、小松市周辺の植物300種類、3万本を植栽。カブトムシの飼育、シイタケ栽培などをを行い、子供たちを集めて自然観察会を実施している。

3、わくわくコマツ館

旧コマツ本社社屋を復元したもので、1階は展示館(建設機械が活躍するジオラマ、油圧・歯車・熱電素子の原理、3Dシアターなど)、2階では理科教室(小学生、保育園・幼稚園児を集めての理科教室)を開催している。

4、ミニシヨベル運転体感広場

小学生以下の子供たちを対象に、ミニシヨベルを使って実際にアームを伸ばして先端のパケットでボールをすくう運転操作を体験できる。

自然観察会や理科教室を実施

これらの施設を活用し、小松市教育委員会や小学校と連携しながら、理科好きの子供たちの育成を目指して、自然観察会、理科教室、社会科見学を実施してきた。講師はコマツOBである。



わくわくコマツ館

自然観察会は「げんき里山」で実施し、「葉っぱの観察」「カブトムシの観察」「シイタケ栽培」を通して、自然を身近なものに感じてもらえるようにした。

また理科教室は普段、学校では体験できないテーマで実施。たとえば「熱電素子で電気をつくる実験」では、温度差を与えて電気が発生することを知り、その電気で模型ロボットを走らせ競争させた。また「金属は軟らかくて延びる」では、色々な種類の金属の性質を知り、金属をたたいてブローチを制作。参加した子供たちは楽しそうに実験に取り組み、理科の面白さに目覚めた様子だった。

一方、社会科見学は小学校5年生が対象。社会科で「オートメーション」を学ぶことから、コマツ栗津工場の見学に、「こまつ杜」の見学を加えた半日コースで、小松市内の25の小学校全てが



超大型ダンプトラック「930E」



理科教室

参加するまでになっている。

こうした体験について子供たちは「いろんなことにチャレンジでき、意見を出し合ったりして楽しかった」「ロボット競争で協力してやれてよかった。友達もできてうれしい」ともわくわくして面白かった。また来た「など」と話してお

り、極めて好評だ。また、実施後には引率の先生からも高い評価を頂いている。

このようにコマツ栗津工場と組み合わせた社会科見学は、子供たちにとって現場・現物を見る初めての体験であり、ものづくりへの関心を高める良い機会となっている。特に超大型ダンプトラック「930E」の運転席に座った時の子供たちの歓声は大きく、忘れられない思い出になっているようだ。

これらの活動を通して、子供たちや先生の反響が予想以上に大きく、地域の子供たちの育成に企業が貢献する（アイデア、人手、時間）ことの大切さを実感している。

欠かせないコマツOBの存在

「こまつ杜」の活動には、コマツOBの存在

が欠かせないものになっている。彼らは地元への愛着が強く、270人がNPO法人「みどりのこまつスクスク会」のボランティアとして登録し、わくわくコマツ館のスタッフと共に運営にあたっている。具体的には役割ごとに4つの部会を結成し、各々が自主活動を展開している。

4部会の構成は次の通り。

- ①コマツ館スクスク教室部会（理科教室、社会科見学担当）
- ②里山イベント部会（自然観察会担当）
- ③里山ボランティア部会（げんき里山の清掃、植栽担当）
- ④こまつ杜サポート部会（展示物案内のサポートを担当）

活動の今後の展望

小松市内の小学校を対象とした活動から、南は福井県福井市、北は富山県高岡市の小学校の児童が見学に来るまでに活動が拡大しつつある。今年の慶應義塾大学日吉キャンパスで行われた日刊工業新聞社主催の「モノづくり体感スタジアム2012」にもコマツ代表として出展し、理科教室（テーマ：ブルドーザーは力持ち）を開催した。

また、小松市からの要請で保育園・幼稚園向け理科教室（名称：わくわくサイエンス）もスタートした。「げんき里山」では、新たに畑を作り、園児にサツマイモとヒマワリを植えてもらうイベントも実施した。今後もコマツOBと共同で、アイデアを出し、楽しみながら子供たちの健全な育成を目指して地域貢献を進めていきたい。

中小企業による共助の地域づくり —多彩な企業が活動する「CSRコミュニティ」—



有限責任事業組合サステナブル経営研究会

● 村田元夫

持続可能な社会のイニシアチブは誰がとる？

持続可能な社会（目的）は、誰が（主体者）、どのように（方法）して築いていくのか——。こうした問いを抱きつつ、勉強会や協働研究や調査活動を重ねたのち、有限責任事業組合サステナブル経営研究会は発足した。仲間の問いは2000年8月に始まり、2007年5月に法人化し、研究（思考）と事業（実践）の2本柱で模索を続けている。

ここで目的とした持続可能な社会とは、「自然環境から与えられる恵の範囲内で、人間の活動を収める社会。すなわち環境の範囲内に社会活動があり、社会の範囲内に経済活動があり、未来の世代が安心して暮らせる福祉水準を維持できる社会である」と定義しておく。

この目的を掲げたとき、誰が主体者となるべきなのか。持続可能な社会づくりのために、誰がイニシアチブをとると効果的なのか、本研究会で戦

略を練ってきた。NPOをはじめとした市民セクターには情熱がある。行政セクターは法令を背景に制度をつくることができる。大学には知を積み上げる力がある。大企業には発信力がある。しかし、どのセクターも意思と実践力を併せ持つて活動できていないと感じていた。イニシアチブをとって地域に根付かせる主体者は、意思と実践力が伴わなければならない。

「天然CSR」と呼びたい中小企業

そこで注目したのが中小企業であった。しかし、自社の利益確保に精一杯で、環境や社会の利益に目を向ける余裕がないのが中小企業ともいえる。

筆者らは、研究会の仲間とともに、環境省の依頼を受け2006年から2007年にかけて東海地域のCSRの実態について調査を行った。その結果、想定していた以上に地域と連携しつつ社会的責任を意識した活動が中小企業を主体に展開されていることが見てきたのである。

これらの中小企業のほとんどはCSRという言葉をも十分に理解していなかったが、経営者から話を聞くと、まさにCSR的な活動を実践していたことがわかった。この現象をわれわれは「天然CSR」と呼んだほど内発的なものであった。ここでCSRとは、「企業活動が持続するために必要な社会的責任」ではなく、「社会とその基盤である自然環境を維持させるために企業に課せられた役割に対する責任」である、と本研究会では捉えている。

「CSRコミュニティ」を起点に

このような経緯から、持続可能な社会に向けた意思と実践力を併せ持った地域の中小企業を軸として「CSRコミュニティ」を2009年7月に発足させた。発起人として「天然CSR」を牽引してきた中小企業経営者10名、本研究会はその事務局を担うことになった。

CSRを実践する中小企業の仲間づくりのために、交流会、現場見学会、協働事業、ホームページ（<http://www.csr-com.jp>）による広報等の活動を行っている。

コミュニティには、▽重度の障害者が活躍できる仕事をつくってきた一般廃棄物処理業者▽NPOと協働して地域の防災活動を地道に行っている土木建築業者▽国産材を優先して活用する全国工務店ネットワークを立ち上げた住宅会社▽畑から台所に有機農産物を宅配する食品流通業者▽本業を通じて地球環境を良くすることにこだわる排水処理業者▽従業員を家族のようにして育ち合う環



日本財団 CSR プラス大賞でグランプリをとるワッツビジョンの横井社長（右から3人目）



CSRコミュニティのホームページ

境商品販売会社▽人の縁を原点に職人教育・障害者雇用・瓦リサイクルを展開する屋根工事業、など多彩な中小企業が活動している。

その中から「企業との協働による地域活性化」というテーマに相応しい3事例を、以下に紹介し



市民と共にゴミにしない方法を考える

よう。

地域になくってはならない会社

▽愛知県尾張旭市で手作りタイルを製造する有限会社ワッツビジョンは、従業員10名ほどの小企業である。社長の横井暢彦氏は、もともと地域で教育事業を展開しようとしていた。そのためには、子育て中の女性が働きやすい職場づくりが不可欠と、これまでの経験を活かして手作りタイルをつくる会社を立ち上げた。

家事の合間に働く時間を自由に設定できる仕組みをつくり、社長室を託児所にした。2008年には日本財団CANPAN「CSRプラス大賞」グランプリを受賞。

▽岐阜県多治見市でタクシー業を営む株式会社コミュニティタクシーは、地域の足となることを使命に地域の有志が立ち上げた中小企業である。社長の岩村龍一氏をはじめ、いわゆる「負け組」経験者が地域のために再挑戦できる職場をつくってきた。

だからこそ、地域の弱者の気持ちを汲んだサービスが展開できた。経営危機は数度となくあったが、出資者が資金保証をするなど地域が見放さなかった結果、今では黒字経営を続けている。2009年には経済産業省「ソーシャルビジネス55選」に選出。

▽愛知県弥富市で「ゴミにしない」ことをコンセプトに産業廃棄物処理業を展開する株式会社リバイブの平沼辰雄氏は、今年6月に自然エネルギーを供給する会社を同志の中小企業者と共に立ち上げた。広く出資を募る市民ファンド形式で太陽光発電に必要な設備を購入して、地域の住宅や工場の屋根を借りて地域のエネルギーを確保する事業である。

*

「CSRコミュニティ」は、このような中小企業を起点として、お互いに協力し合える共助の仕組みを地域に根付かせようと活動が続いている。東日本大震災では、自助だけでは復旧・復興に対応しきれず、公助だけでは現場で必要な緊急支援ができないことが強く認識された。災害の場合と同様に、時代の変わり目では、自助や公助では賄いきれない問題が多く発生する。今、共助による持続可能な社会づくりが求められている。

「地域」と「協働」と「企業」と

—CSRを地域力につなげる—



京都CSR推進協議会事務局長

● 松岡秀紀

今後の日本社会にとってきわめて重要なキーワードである「地域」や「協働」に、「企業」はどう関わるのだろうか。地域の企業の業績が上がれば、企業が元気になることは、地域活性化の重要な要素である。しかし、今日地域社会が抱える問題は、それだけでは解決しない、社会全体のさまざまな要素が絡み合った問題である。

問題意識と発足のねらい

企業がまわりの社会にも目を向け、社会からの期待と要請に事業活動を通じて応えようとするCSR（企業の社会的責任）の取り組みは、地域社会の課題解決の動きに参画する一つの有力な道筋である。とりわけ中小企業や小規模事業者は、もとより地域に根ざした存在であり、企業数や働く従業員の数からも、大企業を凌駕している。中小企業や小規模事業者がCSRを通じて課題解決に参画すれば、よりよい地域社会づくりに大きな力になるにちがいない。

しかし、中小企業や小規模事業者は概してリソースに乏しく、人材やノウハウ、情報などが不足しがちである。CSRは大企業のものであるという意識、また関心はあっても大企業ばかりが並んでいるところは敬遠しがちとなる傾向も見逃せない。

そこで、中小企業や小規模事業者の取り組みを促進し支援する、地域社会全体としての「仕組み」が必要である。京都CSR推進協議会（以下「CSR京都」）は、こうした課題意識のもとに、約2年間の準備期間を経て2011年4月に発足した。

CSR京都の組織と事業

CSR京都は、「京都府域の中小企業及び小規模事業者を主とした企業等のCSRの取り組みを促進及び支援すること」「地域力の向上と地域の社会的課題の解決に資すること」という目的を共有しながら、京都の経済団体や中間支援組織、行



CSRのCをモチーフにしたロゴマーク

は事業所を有して事業を行う中小企業・小規模事業者とし、大企業には「賛助会員」として支援する側にまわっていただいている。制度設計段階でさまざまな議論があったが、中小企業に特化したCSR支援の枠組みが必要との事情を優先した。賛助会員には大学も現在4校含まれている。大学のまち京都での地域社会への参画の一つのかたちである。

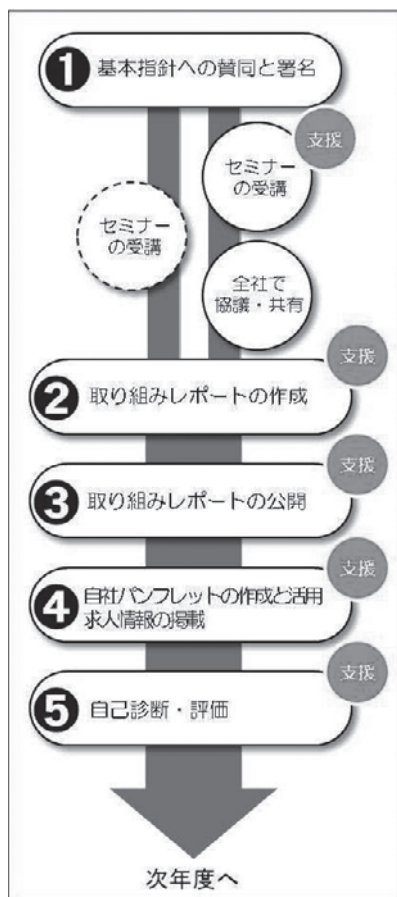
CSR京都の事業展開の軸となっているのは「取り組みレポート」のウェブサイトでの公開と、そのプロセスを通じての具体的な支援である。日々の取り組みの「見える化」を支援するという、ある意味で地味な事業である。

日本の大企業のCSR報告書は1千を超えると言われ、世界的に見てもその数は多いとされる。しかし、中小企業や小規模事業者はなかなかそこまで手がまわらない。特徴的な、素晴らしい取り組みも少なくないのに、それが地域社会に知らされていないのは、もったいない話である。

そこで、地域社会や取引先、そして社員の方々にも取り組みを「見える化」するとともに、レポートにまとめることで自社の取り組みの整理と継続にも役立てていただくという趣旨である。

「取り組みレポート」の中心となる部分は「こ

取り組みと支援の流れ



一、誠実は経営の柱です。取引先を尊重し、良質で安全・安心な商品とサービスを提供します。

一、地域社会は伝統を育む器です。地域社会

で安全な働く場をつくりまします。

一、誠実は経営の柱です。取引先を尊重し、良質で安全・安心な商品とサービスを提供します。

「社会の信頼を築く基本指針」

社会・環境との共生をめざす五つの理念のもと、社会と地球の持続可能性に寄与します。

一、信頼は経営の要です。法をまもり、社会から信頼を得ることをめざします。

一、人は経営の礎です。働く人を大切にし、快適で安全な働く場をつくりまします。

一、地域社会は伝統を育む器です。地域社会で安全な働く場をつくりまします。

一、誠実は経営の柱です。取引先を尊重し、良質で安全・安心な商品とサービスを提供します。

一、地域社会は伝統を育む器です。地域社会で安全な働く場をつくりまします。

本誌の読者の多くは行政セクターの方々であると思われるが、SRの時代にあつて、行政の役割も改めて問われるべきだろう。行政はSRを担うべき一セクターとして、社会的責任をいかに果たすことができるだろうか。

地域社会の中で「行政と市民との協働」だけでなく「行政と市民と企業との協働」を政策課題とするとき、CSRを軸とした「協働」は一つの道筋を指し示すにちがいない。

CSRが課題とするテーマの多くは、地域の抱える社会的課題と重なり合っている。それはまた、少子化・高齢化が進み、さまざまな制度疲労も露見し、持続可能性が危ぶまれる日本社会全体の社会的課題でもある。例えば企業内でのワークライフバランスの取り組みは、少子化を食い止める課題に寄与するだろう。個々の企業の環境保全の取り組みが、社会全体の環境保全に寄与することは言うまでもない。

地域社会でCSRに取り組む企業が増えていけば、公共的な社会的課題の解決につながっていくだろう。「新しい公共」のあり方が問われる時代にあつて、社会の重要なアクターとしての企業、とりわけ中小企業の役割が、ISO26000のSMO（中小組織）に関する提言（ボックス3）を待つまでもなく、もっと重視されてよい。

地域社会にとつての意味と行政の役割

の良き一員として貢献することをめざします。

一、自然は私たちの財産です。地球環境の保全に努め、次の世代につなぎます。

CSR京都

地域のなかでCSR

このサイトからのお知らせ

お問い合わせ

それがわが社のCSRである。中小企業や小規模事業者は、きわめて幅広いCSRの取り組みを網羅的に行うことはできない。そこで、最も力を入れてる取り組みや最も得意とする取り組みなどを、ここにまとめていただくこととしている。

また、CSR京都では、Responsibilityを「責任」

ではなく「信頼」と捉え、「企業の社会的責任」を「企業が社会の信頼を得るための取り組み」と位置づけている。お客様、取引先や社員など、事業展開上の関係先（ステークホルダー）の信頼を得てこそ、持続的なよりよい経営を実現できる、という考え方である。この考え方のもと、CSR

企業と市民活動団体の出会いをサポート —岸和田市協働のまちづくり事業者バンク—



岸和田市市民生活部自治振興課 協働推進担当長

● 佐野成城

岸和田市は、大阪府の南部に位置し、1922年（大正11年）全国で87番目に市制を施行し、本年度で市制施行90周年を迎える人口約20万人の特例市である。古くから「城とだんじりのまち」として知られ、昨年度は、NHKの連続テレビ小説「カーネーション」の舞台地となるなど全国的に注目を浴びている。

平成17年6月に「公民協働推進の指針」を定め、同年8月には「岸和田市自治基本条例」を施行しており、条例の基本理念である「市民自治都市」を実現していくため、市民、事業者との相互理解と信頼関係のもとに「協働のまちづくり」に努めることを目指している。

この理念を実現し、市民と事業者がまちづくりを進める中で、相乗効果をもたらすことを目的に制度化したのが、「岸和田市協働のまちづくり事業者バンク」である。

社会状況の変化と事業者のCSR

近年、企業の社会的責任（CSR：Corporate Social Responsibility）が注目を集めている。社会が成熟し、ライフスタイルが多様化・複雑化している現在、全ての市民ニーズに対して、行政だけで対応することが困難になってきている。そうした状況の中で、事業者も社会構成員の一員として、経済活動だけでなく、社会や環境などの要素にも責任をもつべきであるという考え方のもと、地域のまちづくり活動に積極的に取り組むケース（道路、河川の清掃活動など）も増えてきている。

「岸和田市協働のまちづくり事業者バンク」においては、事業者の社会貢献としてあるべき姿がどのようなものであるかを検討した結果、すでに事業者が有している様々な資源（人的、知的、財的等）を出来る範囲で市民活動に提供し、地域のまちづくり活動に事業者自らが参加していくことがベストミックスであるとの結論に至った。

事業者のもつ社会的資源と協働のまちづくりを実践するための課題

この制度の実施にあたり、事業者のもつ社会的資源と課題は以下のようなものがあげられる。

【事業者のもつ社会的資源】

- ▽ボランティアスタッフの派遣（各種ボランティアの派遣、イベント時の企業ブースの設置）
- ▽市民講座等への講師の派遣（地域への出前講座、事業者の知的財産の活用）
- ▽道具・物品等の貸与（看板、脚立、テント等の物品貸与）
- ▽施設・スペース等の貸与（駐車場、グラウンド、屋内等の事業場所の貸与）
- ▽道具・物品等の現物提供（ゴミ袋、手袋等の現物提供）
- ▽イベント開催時の景品提供（特別賞、参加賞などの景品提供）
- ▽人材の育成（社会見学、インターンシップ生等の受け入れ）
- ▽情報の発信（岸和田市のPR、市の情報掲載）

【事業者からみた課題】

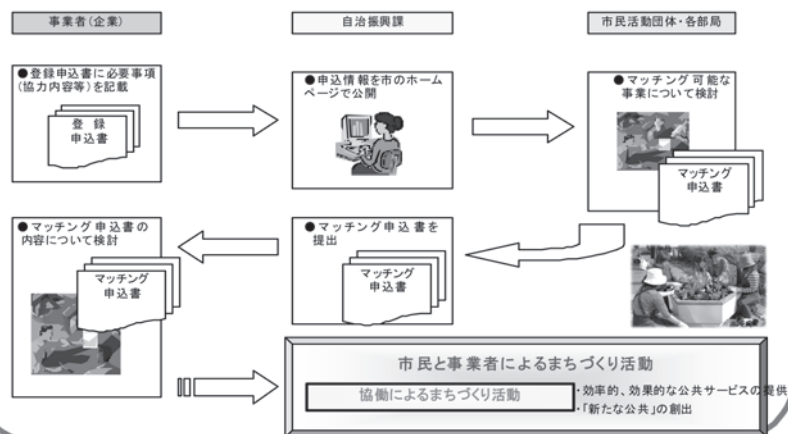
- ▽地域のまちづくりに関する情報不足（町会、自治会、市民活動団体、NPO法人等の活動内容）
- ▽独自性を発揮した活動が困難（自社の得意分野を生かしたまちづくり活動）
- ▽事業所内における社員の意識向上（できる範囲、無理のない範囲でまちづくり活動に参加）

岸和田市協働のまちづくり事業者バンクの概要

「岸和田市協働のまちづくり事業者バンク」では、事業者が提供できる社会的資源を事前に登録しておくことで、前述のような課題やミスマッチ

岸和田市協働のまちづくり事業者バンク

「岸和田市協働のまちづくり事業者バンク」の流れ(イメージ)



を解消し、「地域のまちづくりに参加したい」、「社会貢献・地域貢献に取り組みたい」という事業者と、自発的に公共的・公益的事業を実施するNPOをはじめとする市民活動団体の出会いをサポート。これにより効率的かつ効果的な公共サービスの提供を実現するとともに、新たな公共の担い手を創出し、持続可能な社会を構築していくことを目的としている。

具体的には以下のような事業を展開している。
○事業者の「想い」を「形」にする

「まちづくりに取り組みたい」という事業者をまちづくりに参画させる仕組み→事業者と市民活動団体を結び付ける(マッチング)

○事業者の得意分野をまちづくり活動に生かす

事業者の有する資源(人的・知的・財的など)を協力できる範囲で、地域のまちづくり活動に活用する→事業者の特性に応じた地域のまちづくりへの参画が可能

○事業者、市民、行政による協働のまちづくり

事業者(資源)と市民活動団体(ミッション)を行政がコーディネート→それぞれの役割に基づき、効率的、効果的なまちづくりを推進

こうした事業による効果は次の通りである。

○事業者の資源を活用したまちづくり活動が可能(事業者の資産を幅広く活用)

○様々な主体間でネットワークの構築が可能(ソーシャルキャピタルの向上)



商店街役員によるまち歩き講座



証券会社の展示スペースを利用した歴史ギャラリー

持続可能なまちづくりを目指して

○地域自治力の向上(持続可能な社会の実現)
○登録事業者のPR(地域密着型の協働)

公共は行政が担うものという考え方から、市民・事業者・行政がまちづくりの主体として役割を分担して、ともに公共を担っていくという「新しい公共」を具現化し、協働のまちづくりを実現しようとしたのが、この制度である。その根幹は、事業者と市民活動団体が対等な立場で実践し、地域に根ざした活動を行うことで「持続可能なまちづくり」を実現することにある。

全国的に協働のまちづくりが叫ばれており、各地で企業のCSRを活用した様々な取り組みが行われている。しかし、その本質的な部分では、企業のCSRを活用することで行政改革を進めようという動きもみられる。

CSRの活用が、市民・事業者・行政それぞれのソーシャルキャピタルの向上による相乗効果にあるとすれば、制度を運用・普及していく行政の役割は、より一層重要なものとなることから、本市においては、これらの理念に基づいた制度運用に努めていきたい。

労組と協力し、水源地の環境を保全 ―「森林保全活動に関する協定」締結―

森と水の源流館（公益財団法人吉野川紀の川源流物語） 事務局長

● 尾上忠大

紀の川源流・水源地の村づくり

川上村は奈良県南部、紀の川（奈良県内での名称は吉野川）源流に位置する。村の面積の95%が森林で、年間雨量が4000mmを超える大台ヶ原に近く、豊かな雨と温暖な気候が、杉や松の優良材を育み、吉野林業の中心地として栄えた。

しかし、昭和40年ごろまでは7500人を超えていた人口は、現在は約1700人、高齢化率は52%を超えている。この背景には、林業の低迷とともに、村に起きた2つの大きなダム建設がある。昭和48年には、農林省（現・農林水産省）の『「津川・紀の川総合開発事業」にもとづく大迫ダムが完成。また昭和34年に襲来した伊勢湾台風による甚大な被害を機に建設省（現・国土交通省）の大滝ダム建設が決定。約半世紀にわたる時を経て、今年ようやく試験湛水が完了し、来年度からの本格運用を待つ段階となっている。

村では「樹と水と人の共生」をキャッチフレー

ズに個性的で魅力ある「水源地のむらづくり」を進めてきた。森林や川をはじめ、源流域の大切な資源である自然とともに生きる方針を平成8年に『川上宣言』としてあらわした。5つの宣言文の1番目には、次のように謳っている。

「私たち川上は、かけがえのない水がつくられる場に暮らすものとして、下流にはいつもきれいな水を流します」。

人が健やかに暮らすためには欠かせない水を流域に届けつつけることで、この小さな村が環境の時代のリーダーとしての役割を担っていこうとする気持ちをこめたものであった。

流域・都市部との交流への仕掛け

『川上宣言』の精神を流域や都市住民へ伝え、交流をはかることをめざし、源流部に残された手つかずの原生林約740ヘクタールを平成14年度までに村が購入。「吉野川源流・水源地の森」（以下「水源地の森」と名づけ、その保全と啓発活

動を実践しながら、先人たちが重んじてきた自然とともにあった暮らしを地域の宝物として伝えるために「森と水の源流館」を開設した。

現在、公益財団法人吉野川紀の川源流物語が管理運営し、ここを拠点にさまざまな体験交流プログラムを展開している。

普段は立ち入りが制限された原生林内を散策する「水源地の森ツアー」をはじめ、春には山菜を味わい、初夏の夕べのホタル、秋の紅葉、滝が凍りつく真冬の「氷瀑」といった四季折々に魅せる自然の景色にふれるツアー。地域固有の行事や風習、郷土料理、史実や伝説にまつわる催しなども開催している。

企業との協働による

『環境メッカ創造プロジェクト』

川上村は、人と自然のかかわり、その歴史と今を見渡すことができる地域であり、人の営みの尊さが同時に息づいている。地球温暖化や生物多様性への影響など、地球レベルの環境問題が顕在化する中、人と自然が共生するためのヒントがたくさん残っている場所である。しかし、時代の変化とともに、「川上」では、以前のように林業を通して、あるいは暮らしの中で森と水の恵みを守っていくことが難しくなっているのも事実である。

そこで川上村は平成23年度『環境メッカ創造プロジェクト』を発足させ、企業や団体との協働による水源環境保全の展開を図ることとした。そして、このかけがえのない財産を未来に引き継いでいくことを目指している。

その具体的なケースとして、平成24年4月、関



「源流学師範」より、現場で森の現状や問題をさく



除伐作業による二次林の林内整理

西電力労働組合の本店地区、大阪南地区本部との間に「森林保全活動に関する協定書」を締結した。両地区の組合員計約6000人が、今後5年間にわたり、この協定により指定した「関労かわかみの森」約1ヘクタールを中心に、除間伐や下草刈り、作業道や落石防止柵の補修など、森づくりの活動を実施する。

村のおもいに賛同する同労組では、今回の締結以前からも単発のボランティア活動として、森と水の源流館に相談を持ちかけ、村内の森林保全活動に参加しており、この協定により本格的に村づくりのパートナーとして取り組みを行っていくこ

とになった。村としても、平素からの相互交流に大きく期待している。

「関労かわかみの森」の現場は、「水源地の森」に隣接し、かつては同じ原生林だった。パルプ用にするため一旦皆伐され、今では二次林となっているが、放置によって強雨のたび斜面崩壊を繰り返す箇所があり、流出した土砂が源流域の溪流を埋めている。

また二次林も今のところ、早く育つ樹種ばかりで鬱蒼としていることから、日光が下まで当たらない。このため表土を覆うような植物も育ちにくく、むき出しの表土が雨で流出しやすい。そこで

下層植生の自生を手助けすることを課題とした森づくり活動を行っている。

川上村では企業との協定は初めてのケースとなるが、紀の川最河口部の和歌山市とは、平成15年度に「水源地保護に関する協定」を結び、「和歌山市民の森づくり」として、同様の取り組みを行っている。

職場で生かしてほしい「源流学」

森と水の源流館では活動テーマに「源流学」を掲げている。源流域の自然、環境、生態系、風土、人や物の交流、産業、歴史、遊びなどを体験し、考え、そして行動していくことが「源流学」であると考えている。

山の暮らして培ってきた生きるための知恵や技にふれることで、現代社会が失ってしまったもの、また見失ってしまったようなものを源流地域で学ぼうとするものである。森づくりの活動においても、作業だけでなく、ノコギリの目立てやカマ研ぎなどの道具の手入れの指導を受け、山小屋では、昔ながらの囲炉裏や五右衛門風呂で薪の調達や火おこしを体験し、「源流学」にふれてもらいたい。

同労組では川上村で入社3年目までを対象にした研修も計画しており、ぜひ若い世代の人々に、この「源流学」を職場において生かしてもらうことが、都市と山村の真の交流となるものと考ええる。

CSRの「見える化・見せる化・魅せる化」を推進 —松山商工会議所の支援事業—



松山商工会議所 経営支援部長

● 佐々木孝純

CSR支援事業に取り組んだ経緯

松山商工会議所（白石省三会頭）では、多発する企業不祥事や持続可能な社会を構築するための企業の社会的責任の高まりから、平成20年度に当時の麻生俊介会頭の掲げた重点事業の一つとして「CSR支援事業」に取り組んだ。

CSRは企業を守る「義務」にとどまらず、「期待に応える」活動を行うことで、企業価値を向上させるものであるが、当時の地方企業にはなじみが薄かった。実態調査から、市内企業のCSRの取り組みは、大きく4つのグループに分類されることが分かった。

調査結果から方向性示すモデルを作成

具体的には

（1）CSRの認識が十分でなく、人手不足・経営環境等から取り組みも低調な小企業を中心と

するグループで、最も多い。

（2）次に多いのが、社会貢献活動を積極的に実施するが、理念や体制の整備には至らず、経営環境等により取り組みが左右されるグループ。

（3）部品などの調達先にもCSR活動を求めるCSR調達のなかで体制も整備され、認識も高いが、CSRはコストという意識が強いグループ。

（4）数は少ないが自社にとってのCSR活動は何かを整理し、推進体制も整え、積極的に活動を展開しているグループ。

これら4つの分類を基に、『松山商工会議所CSR導入・ステップアップモデル』～「CSRの見える化・見せる化・魅せる化」のすすめ～で取り組みの方向性を示した。

このうち「見える化」は小企業向け導入モデルで、出来るCSR活動から取り組み、目に見えるものとする。また「見せる化」は、CSR実施企業のステップアップモデルとして、CSRを自社の経営戦略に取り入れ、CSR経営を推進する。

そして「魅せる化」は、企業の取り組みを取引

先や従業員へと拡大し、魅力ある地域づくりにつなげる、より高みを目指すものだ。こうした3つのモデルに沿って具体的な支援事業を進めることにした。

まず「わが社のCSR顕彰」で「見える化」に取り組む

具体的な企業の取り組みを顕彰・紹介する「わが社のCSR顕彰」と「わが社のCSR宣言」を平成21年度から実施した。

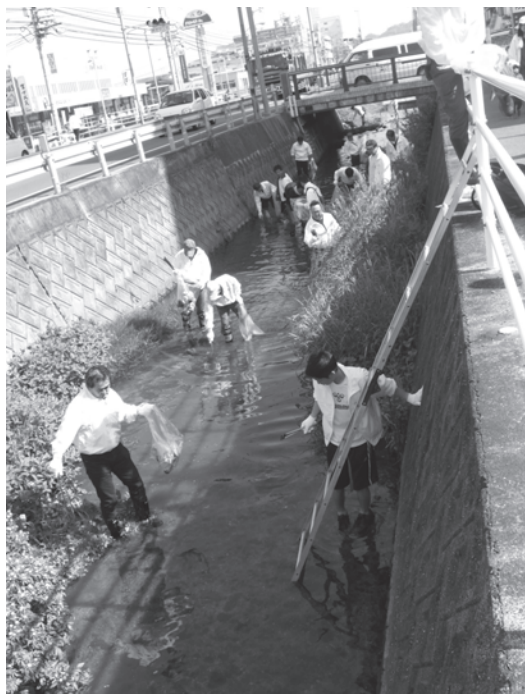
「わが社のCSR顕彰」では、小・中・大企業・団体の部門を設け、①経営理念と法令遵守の徹底②顧客・取引先の尊重③良好な労働環境の整備④製品・サービスを通じた社会貢献⑤環境問題⑥地域貢献活動の中から1つを選びエントリーしてもらう方法とした。

顕彰制度の目的は、活動に優劣を付けるのではなく、優良事例を集めることを主眼とし、現在、63事例を、「わが社のCSR宣言」40件と合わせて当会議所ホームページに掲載している。

小企業では地産地消の推進、障がい者との交流、中企業ではピンクリボン活動やユニバーサルデザインの取り組み、大企業では環境に配慮した製品作り、社会福祉基金活動、小学生を対象にしたエコアイデアコンテスト、食育の取り組み、CSR活動の体系化、団体では商店街と学校による職場体験等を紹介している。

河川清掃でCSRの「魅せる化」

企業の清掃活動を拡大し「魅せる化」事業とし



大川清掃風景



大川清掃風景

たのが、現在の白石会頭が取り組んだ『松山』ふるさとの川保全活動「大川クリーン大作戦」

である。愛媛県教育委員会の協力を得て行った市民向けアンケート調査でも、清掃活動は高く評価されている。

「大川」沿線道路は、地域住民の生活道、散歩道、通学路、そして「四国88か所の遍路道」としても親しまれている。平成23年度から年2回、水利組合の水量調整を受け、清掃の効率化と安全確保を図りながら、農作業に影響の少ない5月と10月の土曜日に実施している。

行政や学校、町内会も協力

活動には、愛媛県の河川保護活動である「愛りバー・サポーター制度」や松山市のごみ処理、国土交通省の除草等の協力も頂き、今年5月には地域の企業・学校・NPO・町内会・消防団等20団体、約250人の参加を得て、併せてお遍路さんへの「お接待」も実施した。

関連事業として、地域の小学校の協力により実現したのが、「川や自然を守る標語・キャラクター及び名称募集事業」である。地元の3小学校から339点の応募を頂き、受賞作品は新聞折り込みの他、協賛企業の店舗等に掲示した。

また、大川沿線道路に幅員の狭い場所があり、安全に支障をきたしていることから、道路整備の要望も行った。現在、松山市の積極的な協力を得て、ハード面でも具体的な成果に結びついている。

CSRは心意気、それを生かすも心意気

当会議所では、CSRの「見える化」を提唱してきた。顕彰制度の受賞企業からは「社員が喜び、団結が強まった」と感謝された。また、社長の一存では活動に踏み切れず、社員の声に押されて活動を始めたという企業もあった。社員も活動をしっかりと支えている。

CSRは多様である。顧客への約束、関係会社への約束、社員への約束、地域への約束、社会への約束、底流には強い理念と、それを守る社長と社員の心意気がある。

「大川清掃」では、毎回、当日の参加者が予定数を上回り、事後アンケートも前向きなものだった。

普段、接触のない機関へも、「無理なお願いですが」と伺ったが、不思議と好回答を頂けた。「良い事には、協力してくれますね」という若手職員の言葉に妙に説得力を感じた。そうした多くの心意気に出会えたことが、今回の最大の成果であった。

希薄な人間関係を問われる現代社会、その中でもまだ企業は組織力を持っている。多くの可能性を秘めている。企業はそれを引き出してくれる心意気を待っているのではないだろうか。

松山商工会議所ホームページCSRサイト
<http://www.jemeci.jp/CSR/index.html>

企業・都市住民と協働して「むらづくり」 —「くまもと農人アライアンス」の試み—

熊本県農林水産部むらづくり課 主幹 ● 野田 明

熊本県の農山漁村の現状と集落活性化（むらづくり）の推進

熊本県の農山漁村は、阿蘇の草原や天草の島々などに代表されるように、美しく豊かな自然環境や豊富な水資源に恵まれ、多彩で魅力ある農林水産物を育んでいる。また、美しい景観の形成、県土・環境を保全し、歴史と風土に根ざした地域文化を伝承するなど、様々な重要な役割（多面的機能）を担っている。

その一方で多くの農山漁村集落では、過疎化・高齢化などにより、従来、集落ぐるみで行われてきた農地、農業施設等の保全、生活扶助、伝統行事・文化の継承など集落機能の低下が懸念されている。

このため、本県では、平成23年度から農林水産部にむらづくり課を設置し、農山漁村活性化に向けた取り組みを行っている。

「むらづくり」における都市住民・企業等との連携の必要性

本県が進めている「むらづくり」では、集落が、住民間での話し合いを通じて、集落のあるべき将来像とこれを実現するための行動計画を「集落ビジョン」としてまとめ、このビジョンに基づいた振興を図っていくこととしている。しかし、農山漁村では地元の関係者だけでは人的資源が不足しており、都市住民を含む外部の多様な主体と連携してむらづくりに取り組むことが必要となっている。

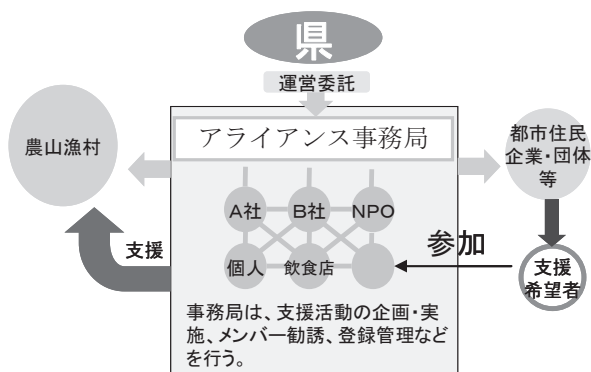
このため、本県では、農業や食育等に関心を持つ都市住民や豊富な人材や技術、ノウハウなどを有する企業・団体等、外部からの支援を推進する仕組みづくり（くまもと農人（のうと）アライアンス）に取り組み始めたところである。

「くまもと農人アライアンス」
～農山漁村支援のプラットフォーム～

アライアンス（alliance）とは、「同盟」、「協力関係」などを表す言葉であるが、「くまもと農人アライアンス」（以下「アライアンス」と略。）では、支援を行う人達の連携グループという意味で用いている。アライアンスへは、個人、企業、団体、職場のサークル、同好会など、参加の形態を問わず、農山漁村への支援活動に意欲をもつ人であれば誰でもメンバーとして登録し、参加することができる。事務局は県から委託を受けたNPO法人が務めており、アライアンスメンバーの募集、登録・管理とともに、農山漁村支援体験ツアーの企画・実施や農山漁村集落との活動のマッチング、コーディネートなどを行っている。

メンバーは事務局が企画する支援活動に参加することもできれば、個別に相談して希望する活動を行うこともできる。アライアンスを通じて個人やグループで休日を利用して集落の行事やイベント

くまもと農人アライアンスの仕組み



ムラとまちをつなぐ
くまもと農人フリーペーパー

都市圏を中心に配布したフリーペーパーのチラシ

都市圏を中心に配布したフリーペーパーのチラシ



支援活動の様子（上天草市）

ツアー内
容には、
体力的に
ハードな
作業も含
まれてい
たが、参
加された
皆さん
は、楽し
みながら

トに参加したり、企業がCSR（企業の社会的責任）活動や社員研修、レクリエーション等のため周辺地域の集落で農作業を手伝う、というように、参加者がそれぞれのニーズに応じた活動を行うことができる仕組みである。

このほか飲食店等を経営するメンバーなどは、活動を行っている他のメンバーが来店した際にサービスや特典を付与するという形で活動を応援し、間接的に貢献することができる。メンバーは参加のメリットを享受しつつ、楽しみながら活動を行うことができる。また、こうしたサービスを提供する店舗や、アライアンスの活動を通じて農山漁村に関心を持つ都市住民同士が出会い、交流を広げることも期待される。

このようにアライアンスは、メンバーに社会貢献したいという思いを実現する機会を与え、支援を必要とする農山漁村と結びつけるとともに、思いを同じくする人々がつながり、更に交流を広げるためのプラットフォームとして機能することを目指している。

また、実際の支援活動を体験する「農山漁村お手伝いツアー」を南阿蘇村と上天草市で開催し、企業等19社、個人55名（延べ人数）が参加した。

くまもと農人アライアンスの更なる推進に向けて

熱意をもって取り組んでいた。

本県ではアライアンス推進の一環として、特定の企業と農山漁村集落との「一対一」の協働活動のマッチングも実施することとしている。このため、県内企業1041社を対象にアンケートを実施し、企業ニーズの把握と関心の高い企業の発掘を図った。その後、アンケート調査結果なども活用しながら、企業等に対するアプローチを行った結果、現在2社・2団体が支援活動についての具体的な検討を行っている。

アライアンスの取り組みは、未だ始まったばかりであり、今後、メンバーの拡大をはじめとする体制の充実と活動の活発化を図っていくことが必要である。また、企業による一対一の協働活動についても今後、継続的な活動に発展させるとともに、さらに協力企業を増やす必要がある。

農山漁村の活性化のためには、都市住民との息の長い協働の取り組みが必要であり、行政主導の一過性の取り組みに終わらせないことが重要である。このため、アライアンスの構築に当たっては、当初から中間支援組織としてのNPO法人の役割を重視し、その運営を委ねること等により、将来的には、より県民主導の取り組みに移行していくことを目指している。今後とも、中間支援組織と県内各地のNPO法人等の連携強化による活動の活発化を推進することなどにより、各地で県民主体の取り組みが広がるよう努めて参りたい。

平成23年度の活動状況

アライアンス始動の年である平成23年度には、参加メンバーを募るため、農山漁村の果たしている役割の重要性や、支援を必要としている現状などをフリーペーパーや地元ケーブルテレビ、ラジオなどにより紹介する広報活動を展開した。

中でも、熊本市圏を中心に配布したフリーペーパー「くまもと農人」を手にした方々から「こうした活動が行われるのを待っていた」「どうやら参加できるのか」といった声が多く寄せられ、多くの県民が農山漁村に高い関心を持っているという手応えが感じられた。こうした広報活動などにより、企業4社、個人約50名、団体・NPO法人等5団体がアライアンスのメンバーとして参加した。

ソーシャルビジネスで地域活性化 ―求められる自治体のコーディネート機能―

経済産業省 地域経済産業グループ 立地環境整備課 ● 玉串英恵

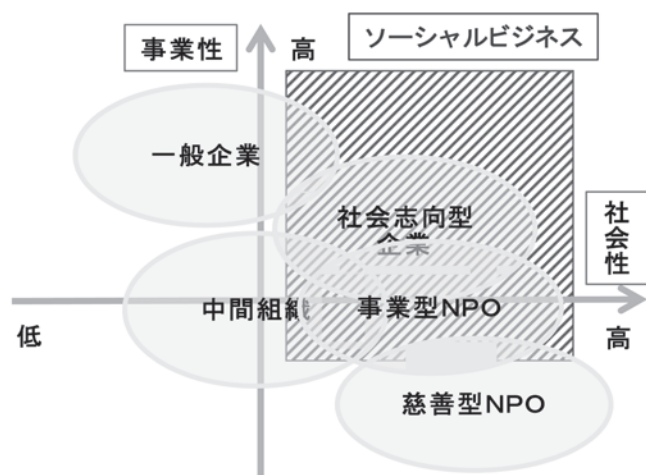
1. ソーシャルビジネスとは

わが国には、少子高齢化、医療・介護問題、過疎化、環境問題等、様々な社会的課題が顕在化しているが、近年、こうした社会や地域を取り巻く課題を、ビジネスの手法で解決していく「ソーシャルビジネス（以下、「SB」）」が注目されている。SBとは、営利の最大化とその分配を目的とした活動でもなく、ボランティアのみに依存した活動でもない、新しいスタイルの事業であり、組織形態も、株式会社、NPO法人、事業協同組合など様々な形がある。わが国では、まだ馴染みが少ない概念ではあるが、「社会起業家」「社会的企業」などとも言われ、昨今その活躍が大きな期待を集めている。

SBの代表的な事例としては、おばあちゃんの葉っぱビジネスで知られる徳島県の（株）いろいろの取り組みが有名である。同社は、徳島県上勝町で、高齢者を中心とした農家が、葉っぱ等を料

亭や旅館等で使われる「つまもの」として出荷する事業を1986年から開始した。上勝町では過疎化が深刻化していたが、この取り組みにより高齢者の社会参画が進み、町の高齢者医療費の減少やUIターン者の増加等、売り上げ以上の効果が

図1 ソーシャルビジネス事業者の主な領域



生まれた。

このような、わが国におけるSBの発展の背景には、まず、従来の「会社」で働くだけでは満足感が得られない、といった「働き手」のニーズの多様化がある。例えば、報酬よりも社会や地域のためにもっと貢献する仕事をしたい、自らの経験や技能を生かした職に就きたい、といったニーズが高まっていることが挙げられる。

他方で、従来の「会社」では、事業化することが難しかった小ロットやニッチの社会ニーズの高まりも、背景にあると考えられる。介護が必要な方々、一人一人へのきめ細かなサービスの提供など、採算重視で事業化しようとすることが難しいニーズは社会の様々な場面で高まっている。

このような傾向は、昨年の東日本大震災以降、人々の社会貢献意識の高まりや、被災者に対するきめ細やかな支援の必要性が叫ばれ、ますます顕著になっており、現在、被災地では復興の担い手として様々なSBが活躍している。例えば、プラットフォームサービス（株）は、津波により被害を受けた被災地の飲食事業者の雇用場を確保するため、キッチンカーによる移動販売や屋台村の運営を開始し、彼らの再起を支援している。地元のにぎわいの創出にもつながり、現地でも大きな期待が寄せられている。

被災地においてはこれまで、寄付金や義援金等によるボランティアを中心とする復興支援活動が行われてきたが、今後、被災地の復興にあたって、長期的に被災地の自立化を後押しする、SBのような持続的な復興支援も重要である。このような背景のもと、被災地が抱える課題を解決する手段

図2 被災地におけるSB事例（ソーシャルビジネス・ケースブック（震災復興版）より）



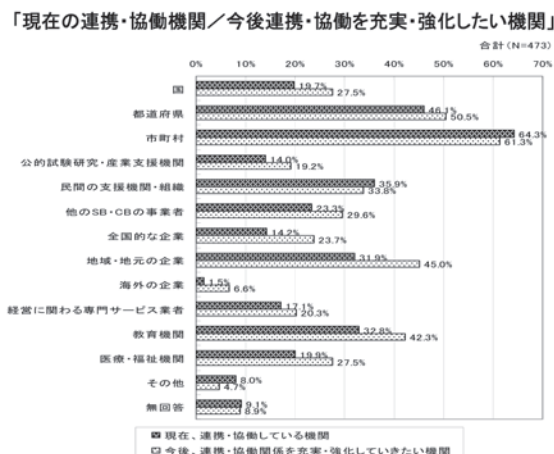
2. SB事業者と自治体の連携・協働

SB事業者と自治体が連携・協働するケースも増えつつある。SB事業者に対して実施した「現在の連携・協働機関及び今後連携・協働を強化・充実したい機関」というアンケート結果によると、「市町村」が最も多く、次に「都道府県」の順となっている。

この結果が示しているとおり、SBを展開するにあたっては、自治体がその取り組みに参画するとともに、地域の多様な主体との連携・協働をう

として、また、被災地の雇用の創出に貢献する新たな産業として、SBに対する社会的要請はますます高まってきている。

図3 事業者アンケート「現在の連携・協働機関／今後連携・協働を充実・強化したい機関」



出所：「SB研究会報告書」（経済産業省）

まくコーディネートする役割を担うことが期待される。また、自治体側のメリットとしては、SB事業者と連携・協働して地域の活性化に取り組むことにより、民間の資金やノウハウを活用し、行政だけでは実現できなかった新たな地域活性化の展開につながるなど施策の可能性を広げることができる。

例えば、過疎化が深刻化していた自治体と教育ベンチャー企業が連携し、廃校を利用した通信制高校を設立して、地域の活性化につなげた事例がある。

福岡県川崎町は、教育ベンチャー企業（株）アットマーク・ラーニングと連携し、インターネット授業を中心とした通信制高校「川崎特区明蓬館高校」を設立した。町内の廃校を活用した施設は、通信制高校の生徒が農業体験をはじめ、地域の歴史に触れたり、地域住民との交流を図る拠点となっている。全国から生徒が訪れるための宿泊設

備も完備し、地域住民が主体となった管理組合により運営され、地域のイベントや大学、社会人向けの研修、農村体験などが可能な観光拠点としても活用されている。

廃校など自治体がつりソースと、教育ベンチャー企業のノウハウを組み合わせることで実現したこの取り組みにより、地域の様々な交流が生まれ、地域の更なる活力を引き出す新たな可能性につながっている。

他には、前述の上勝町での事例であるが、光ファイバーを町全域に敷設するプロジェクトをきっかけに、自治体とIT企業が連携し、ICTを活用した地域活性化を展開した事例がある。上勝町では、平成18年、光ファイバーを町全域に敷設するプロジェクトをスタートさせたことをきっかけに、マイクロソフト（株）と連携して町民に対するIT勉強会を開催した。勉強会を通じてICTで上勝を変えろという機運が町に広がり、ブログの発信機会が増え、町外の人々が上勝町を訪れるきっかけになるなど地域活性化につながっている。

3. SB事業者と企業の連携・協働

近年、経済産業省では、企業によるSBやSB事業者と企業の連携・協働にも注目している。また、政府全体で進められている「新しい公共」を推進する動きの中でも、企業の公共性・社会性が大きく位置づけられている。

SB事業者が企業と連携することによりもたらされるメリットとしては、企業からの様々な資本

図4 SB事業者と自治体の連携・協働事例（ソーシャルビジネス・ケースブックより）

【福岡県】株式会社が廃校で運営する通信制高校
（（株）アットマーク・ラーニング、川崎町、（有）ラビュタ・ファーム）

○福岡県川崎町と、教育ベンチャー企業の（株）アットマーク・ラーニングは、インターネット授業を中心とした通信制高校を設置。

○農業体験等を通じて、全国から訪れる生徒と地元住民との交流を図りながら、地域の活性化を推進している。



【徳島県】「いろどり」の町・上勝町がICTによりさらなる活性化へ
（（株）いろどり、上勝町、マイクロソフト（株））

○上勝町では、地デジ放送の電波が入らず、インターネット回線が遅く、事業者は支障を来していた。

○平成18年、光ファイバーを町全域に敷設するプロジェクトがスタート。その後、マイクロソフト（株）との連携により、ICTを用いた地域活性化が本格スタートした。



1%を寄付することを通じたSBを展開し、社会貢献企業としてのブランド価値を確立させるとともに売り上げも増加させている。

しかし、企業のSBに対する意識が高まりつつある一方で、SB事業者と企業の連携・協働は必ずしも進んでいない。その要因は、主に次の3つである。

1つ目は、SB事業者と企業の両者のニーズを踏まえてきめ細かくマッチングする中間支援機能の不足である。例えば、SB事業者への金銭的な寄付等を考える企業はあるが、信頼に足るSB事業者になかなか辿り着かないという声は多い。また、企業とSB事業者の連携・協働は、カネ（金銭的な寄付）だけでなく、モノによる支援（物資の提供）や、ヒトによる支援（企業人材によるプロボノ）等も含めて様々な形があるが、いずれも企業とSB事業者をマッチングする中間支援機能の不足が指摘されている。

2つ目は、SB事業者と企業の連携・協働の成果を評価することの困難さである。両者の連携・協働を持続的なものにしていくためには、連携・協働の成果について、売り上げ等、事業性以外にも社会性の視点も含めた様々な角度から評価していく必要がある。これらの評価手法を開発してい

くために大学における更なる研究が期待される。

3つ目は、SB事業者の認知度や信頼性の向上である。SB事業者と企業の連携・協働においては、SB事業者の認知度や信頼性の低さにより、連携しようとしても企業側のステークホルダーの理解が得られないというケースも多い。この課題に対しては、地方自治体をはじめとする行政機関のコーディネートが有効であり、特にSB事業者と企業をマッチングすることにより、SB事業者の認知度向上とともに信用補完につなげることができる。

例えば、NPO法人さなぎ達は、横浜市の仲介により、（株）ローソンとの連携に結びついた。横浜市で路上生活者および路上生活に至るおそれのある方々に対する食堂を運営しているNPO法人さなぎ達は、低コストで大量の食糧を調達しなければならぬ必要に迫られていた。一方、（株）ローソンは消費期限前に店頭から下げる商品の有効活用を模索しており、横浜市が仲介することで両者の連携が実現した。

さなぎ達にとっては低コストでの安定した食糧調達、ローソンにとっては廃棄物の減量やCSRの推進、横浜市にとっては市民活動の支援につながる活動として、それぞれにメリットが生まれている。

また、アサヒビール（株）は、平成21年より、対象商品1本につき1円を全国47都道府県ごとの自然や環境、文化財等の保護や保全活動に寄付するプロジェクトを展開している。このプロジェクトの成功の裏には、全国47都道府県との連携がある。同社は、地域に本当に必要なものを見極める

（ヒト・モノ・カネ）を獲得することができ、事業基盤の強化につながるという点がある。特に、SB事業者は「想い」が先行し、事業展開に関する要素が軽視されることが多いと指摘されるが、企業との連携・協働により企業のビジネスノウハウを獲得することで、ビジネスとしての要素を強化することが期待される。

一方、企業側のメリットとしては、人々の社会貢献に対する意識の高まりを背景に、社会的責任（CSR）の積極的な実現が可能となる他、企業の本業を通じてSBを展開することで、企業としての新たな成長につながるといった効果が期待される。

例えば、サラヤ（株）は、主力ブランドのヤシノミ洗剤に使われるパーム油の持続的な生産と供給を実現するために、ヤシノミ洗剤の売り上げの

図5 自治体によるマッチング事例（ソーシャルビジネス・ケースブックより）

【神奈川県】まちの食堂を救ったコンビニの余剰食材
（NPO法人さなぎ達、(株)ローソン、横浜市）

○NPO法人さなぎ達は、横浜市中区で路上生活者及び路上生活に至る恐れのある方を対象とした食堂を運営。

○横浜市の仲介により、ローソンとの協働事業がスタート。低コストで大量の食材の調達が可能になった。



【全国】47都道府県と協働するアサヒビールの挑戦
（アサヒビール(株)）

○アサヒビールは、対象商品1本につき1円を全国47都道府県ごとの自然や環境、文化財等の保護や保全活動に寄付するプロジェクトを展開。

○寄付先を地元自治体から紹介してもらうことで、地域のニーズに沿ったプロジェクトが実現した。



る。全国9ブロックごとに、

SB事業者やその関係者が集まり、SBを推進していくためのネットワークとして、「地域SB／CBブロック協議会」を設置した。各協議会では地域におけるSBの振興に向けて、資金調

達支援・人材育成・普及啓発等に取り組んでいる。さらに、官民が連携して、全国規模でのSB振興のあり

方を検討していくための会議体、「ソーシャルビジネス推進イニシアティブ」を

展開し、この動きを受けて、平成23年には、SB事業者を中心とした「一般社団法人ソーシャルビ

ジネス・ネットワーク」が設立され、民間主導でSBを推進する動きが始まっている。

2つ目は、SBの社会的認知度の向上である。具体的な事例による普及啓発を進めるため、先進的な取り組みを行うSB事業者を取りまとめた

「ソーシャルビジネス55選（平成21年2月）」や「ソーシャルビジネス・ケースブック（平成23年3月）」を公表した。さらに、被災地で活躍するSBをブレイクアップするため、被災地におけるSB事例を取りまとめた「ソーシャルビジネス・ケースブック（震災復興版）」被災地の復興に向けた

ソーシャルビジネス（平成24年1月）も公表した。

3つ目は、資金調達支援である。SB事業者の

資金調達が円滑に行われるよう、自治体や金融機関等がSBを評価するための視点を「評価のあり方」という冊子にまとめるとともに、日本政策金融公庫にSB事業者向けの融資制度を創設した。

4つ目は、SBの経営ノウハウや担い手不足を解消するための支援である。SBは社会貢献とビジネスを両立させなければならないという難しさがあり、自立的・持続的なビジネスモデルを構築するまでに至っていない事業者が少なくない。

そこで、「中間支援機関」という、SB事業者に対して、人材、資金、起業や経営のノウハウ等を支援する機関を創出・育成するための予算事業を実施してきた。同様に、SB事業者の持続的なビジネス構築を支援するため、先進的なSB事業者が持つ事業ノウハウを他地域の事業者へ移転する取り組みを支援する予算事業も実施している。

5. まとめ

SBは、地域が抱える課題を解決する事業主体として、また、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解決の新たな担い手としての役割も期待されている。また、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事業者の成功には、自治体の理解・協力が大きなカギになっている。経済産業省として、今後

も積極的にSB推進を図っていく方針であり、自治体の皆さまには、引き続き、施策へのご理解と積極的なご協力をお願いしたい。

4. これまでの経済産業省のSB支援

経済産業省ではSBを振興・普及することによって地域に新しい産業や雇用が生まれ、ひいては地域経済の活性化につながると考え、これまで様々な施策に取り組んできたところである。

1つ目は、SB関係者の「集まる場」作りであ

新しいまちの地域コミュニティづくり ～豊洲のジモト意識をつくる取り組み～



豊洲2・3丁目地区まちづくり協議会（芝浦工業大学広報課 課長補佐）

● 土屋公平

造船所のまちから 新しいまちへ

江東区豊洲は、かつて石川島播磨重工業株式会社（現（株）IHI）の造船所があり、ものづくりのまちとして栄えてきた。この造船所の跡地を再開発するプロジェクトが立ち上がり、その実施にあたり、2002年、このエリアで事業を行う企業・法人から成る豊洲2・3丁目地区開発協議会（05年に豊洲2・3丁目地区まちづくり協議会に改称、以下まちづくり協議会）が設立された。

その後、まちづくり協議会が策定したガイドラインにしたがって開発が進み、豊洲2・3丁目地区は、2006年の（株）IHI本社ビルの完成と芝浦工業大学の新キャンパスの開学をはじめとして、「アーバン Dockららぽーと豊洲」の開業、高層マンションやオフィスの建設などの開発が相次いだ。

その結果、この6年余りで居住人

口、就業人口ともに飛躍的に増加し、湾岸エリアでも新しいまちとして注目される地域となった。

まちづくりの次のフェーズへ

ハードとしてのまちが完成に近づき、新しい住民や就業者が増えていく中で、まちづくり協議会では次のフェーズの検討を始めた。それは、地域コミュニティの醸成である。

豊洲2・3丁目地区は、立地と環境面の他、きれいに整備された街並みなど、特にハードの部分において高い評価を得ている。この維持・向上を図り、まちとしての魅力を高めていくのは当然であるが、5年後、10年後もこの2・3丁目地区を含めた豊洲地区が魅力を持ったまちであり続けるために次に何をすべきか——という問題意識が生まれ、ハードの整備とともに、ソフトの部分を充実させていくことが、まちとしての魅力を高めていくことにつながる

る、と考えた。

この豊洲2・3丁目地区の特色として、企業・住宅・商業施設・大学などの機能が比較的コンパクトに集まっていることが挙げられる。

そこで、この「職・住・遊・学」がつながり有機的に連携することができれば、今までにない地域コミュニティが形成され、まちとしての新しい価値をつくること

ができるのではないかと考え、まちづくり協議会では「つくるまち豊洲」というタグラインを掲げてタウンマネジメント活動に力を

入れ始めている。

水辺を生かしたまちづくり

豊洲地区は、周りを運河などの豊かな水辺と緑に囲まれたまちである。そこで、この特色を生かし、水辺に親しみ、豊洲というまちを好きになってもらうことを目的に、毎年夏に「豊洲水彩まつり」を開催している。

これは、4年前にまちづくり協議会が主催で「打ち水大作戦in豊洲」を開催したところが始まる。当初は企業・法人のみで実行委員会を結成し、企画・運営を行っていた。

しかし、地域コミュニティの主役は住民であり、いずれ地域に定着し



豊洲2・3丁目の状況。職・住・遊・学が隣接したエリアだということがわかる



豊かな水辺を生かした、豊洲水彩まつりで人気の運河クルーズ

ていくためには住民が主体となって運営していく姿が望ましいと考え、翌年以降は豊洲地区全体の町会・自治会や商店会、小学校、保育園とともに実行委員会を組織して協働で運営している。

このイベントでは、芝浦工業大学横にある浮き桟橋を活用して豊洲の周辺を船で回る運河クルーズのほか、子ども向けの竹筒水鉄砲づくり教室や、地元商店会が出展するキャナルカフェなどを展開し、地域住民を中心に毎年1500名以上の来場者がある恒例イベントに成長した。

豊洲ジモトプロジェクト

地域コミュニティは、同じマン

ションの管理組合や、子どもの小学校PTAのつながりなど、いくつかの共通項を持った人で形成されやすい。現に豊洲地区でも多くのご近所コミュニティができています。一方で、それらは特定の属性の間のみで、広がりにくいという問題もある。

まちづくり協議会では、これにさらに広がりを持たせ、在勤者や学生も含め、もっと多様な人がつながることができないだろうか考えた。

そこで、まちづくり協議会では「豊洲ジモトプロジェクト」を立ち上げた。これは、職・住・遊・学の豊洲に関わる人たちがつながって、まちへの愛着を持ち、豊洲というまちへのジモト意識を醸成するためのプロジェクトである。

その第一弾として企画したのが「出身都道府県によるジモトコミュニティの形成」である。現在豊洲に住んでいる人、働いている人も全国各地から上京してきた人が多くいる。そこで、出身都道府県というくくりをきっかけとしたコミュニティ形成、いわゆる「県人会」をまちという単位で行えないかと企画した。

出身都道府県というのは、老若男女の誰もが持っている属性で、同郷の人に出会うことは、世代などを超えたコミュニケーションが生まれ、

お互いの距離を一気に近づけることができるきっかけとなる。

この企画は、この秋から試験運用を開始し、出身都道府県ごとに集まる懇親会のほか、地元商店会の店舗でその出身県者だけが受けられる割引サービスや、10月に行われる「豊洲マラソン大会」における出身エリア別駅伝大会の企画などの展開を順次予定しており、従来にはない新しい機軸での地域コミュニティづくりを推進していく。

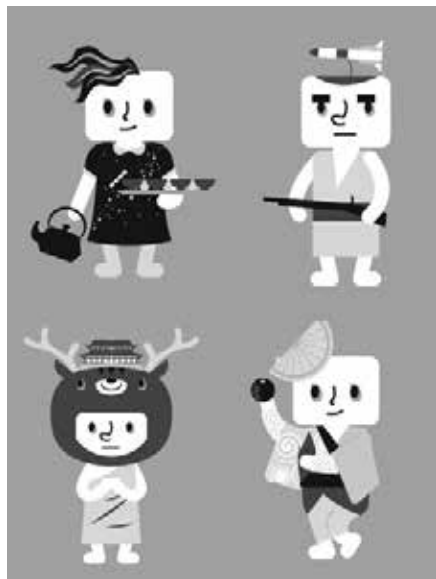
このほか、豊洲へのジモト意識醸成のための企画として、子ども向けに豊洲の歴史教育を兼ねたオリエンテーリング企画「豊洲のまち昔探検！」を5月に実施した。豊洲2・3丁目には、かつてものづくりのまちとして栄えた名残を残す「産業遺構」というモニュメントが数多く配置されている。

これをゲーム形式でたどりながら、造船の歴史や豊洲のアイデンティティを学ぶことができるコンテンツとして行ったものである。現在、豊洲は若い子育て世代の比率が高く、将来豊洲がジモトとな

る子どもたちも多い。子どもたちが「ずっと住んでいたい」「また帰ってきたい」と思えるようなまちにしていくことも、まちの将来にとって大変重要な取り組みである。

このように、かつての面影を残しながら、新しく生まれ変わった豊洲のまち。ハードとしてのまちが出来上がりつつある今、これからはまちの文化を作っていくフェーズに移っている。

まちづくり協議会では、この地が住民・在勤者にとつての「新しいジモト」となるよう企画を展開し、豊洲に関わるさまざまな人をつなぐ地域コミュニティの形成を推進して、ハード、ソフト両面において魅力のあるまちづくりを行っていくことで、新しい価値を生むまちとして成長させていきたいと考えている。



各都道府県の特産品を身に付けたジモトプロジェクトのキャラクター

人と人との交わり「絆」をテーマに地域づくり 交流人口拡大と移住促進のための取り組み



常陸太田市観光物産協会 事務局

● 吉澤 悟

都市から地方への移住・交流は、人口減少社会における地域活性化策の柱として期待される。地域活性化センターでは、「移住・交流推進支援事業」として、地域団体もしくは市町村が自主的・主体的に実施する、都市住民などを受け入れる事業を支援している。今回、平成23年度に同事業を活用した常陸太田市観光物産協会の取り組みを、事務局の吉澤悟氏にご紹介いただいた。

(企画・コンサルタント業務課)

常陸太田市は、茨城県北部・県都

水戸市から北へ20^{キロメートル}、東京から120^{キロメートル}圏に位置しており、面積は372・01平方^{キロメートル}で茨城県全体の6・1%を占め、県内で一番広い市である。市へのアクセスは、常磐自動車道、南北に通る国道349号線、JR水郡線が利用でき、首都圏からも所要時間約2時間と交通の利便性が高い地域である。

北部は阿武隈山系の一部となり、豊かな稜線を望み、南部は久慈川の支流である三つの川沿いに水田地帯が広がり、米やナシ、ブドウなどの

栽培が盛んに行われている。

また、西部の金砂郷地区はそばの栽培が盛んで、高い品質評価を受けている「常陸秋そば」発祥の地でもある。市総面積の65%を占める森林から流れ出すミネラルを多く含んだ水が肥沃な土壌を生み出し、良質な農産物の生産をもたらしている。

観光資源としては、徳川光圀公の隠居所でもある西山荘、佐竹氏ゆかりの佐竹寺、歩行者用吊橋として本州一の長さを誇る竜神大吊橋、関東一の面積を誇る里美牧場などがあり、年間を通じて多くの観光客が訪

れている。

しかしながら、近年人口減少や中山間地域の過疎化による地域産業の低迷及び地域活力の低下が懸念されており、地域活性化のための方策とそれらを進めていくための組織づくりと人材育成が急務となっている。

「絆」をテーマに移住・交流推進

常陸太田市観光物産協会では、このような状況を打破するため財団法人地域活性化センターの平成23年度「移住・交流推進支援事業」助成金の支援を受け、『常陸太田「笑顔・元気」創出事業』にぎわい創出から潤いへの挑戦』を実施した。

本事業では、人と人との交わり「絆」をテーマに、地域コーディネーターの発掘・育成、地域資源を活用し、常陸太田らしさなど個性を重視した新商品・メニューの開発、着地

型体験交流拠点の整備を実施し、都市住民との交流拡大や移住促進に継続的に取り組んでいくための仕組みづくりを行った。事業の具体的な内容について次に紹介する。

(1) 地域コーディネーターの発掘・育成

常陸太田市観光物産協会内部に魅力アップ検討部会、おもてなし部会、誘客宣伝部会を立ち上げた。

アドバイザーに内閣府地域活性化伝道師の渡邊法子氏を招聘し、新たな発想で常陸太田市を考え、会員自らが日常的な来訪者を受け入れる仕組みづくりについて助言をいただいた。また会員が主体となって活動できるように部会間の異動も出入りも自由なものとした。

合同部会では「地域のあるもの探し」を行い、専門部会では今後どういった形でそれを事業化に結びつけていくかの戦略検討を行った。

魅力アップ検討部会では、ジオツーリズム戦略として、新たな地域資源でもある日本最古のカンブリア紀の地層などについて勉強会を実施し、資源を活かした特産品の開発などについても議論が交わされた。

おもてなし部会では、観光パンフレットの見直しと観光とジオ(地球、土地)を絡めたテキストの作成、石

■移住・交流による地域活性化支援事業の概要

【事業概要】

地方が都市住民等を受け入れる移住や交流人口の増加等につながる地域交流の推進により、地域を活性化することを目的として、市町村等または地域団体が実施する移住・交流を推進する事業に対し支援する。

【助成対象団体】

市町村（特別区を含む）、広域連合、一部事務組合等

【助成金額・助成率】

助成金額は、1件につき200万円が上限
助成率は、助成対象経費の100%以内

【交付団体】

平成23年度 42団体
平成24年度 51団体（予定）

【問い合わせ】

企画・コンサルタント業務課
電話番号 03-5202-6133

窯を活用した着地型旅行商品の企画について検討した。

誘客宣伝部会では、常陸太田市の魅力をどのようにすれば効果的に発信できるかについて検討した。

「竜の隠れ家」と題し、情報をあまり出さずあえて隠してしまおうという斬新な提案もされ、一つのコンテンツとしてホームページに組み入れたいと考えている。

専門部会を開催し、会員自らが考え提案することで、地域に対する想いや誇りを高め、地域が一体となり街づくりに取り組んでいく機運の醸成を図ることができた。

また、誘客宣伝部会が中心となり、お椀で食べる郷土料理から創作料理の人気ナンバー1を来場者に決めてもらう「汁ONEカップ2012」を開催した。24店舗が出店し約4千

人もの来場があり予想以上の反響があった。参加者からは来場者との間にも新たな絆を築くことができた、との声をいただいた。

さらに、会員及び市民の方を対象に「笑顔・元氣アクティブ常陸太田塾」を開校した。講師に地域再生マネージャーの斎藤俊幸氏、内閣府地域活性化伝道師の渡邊法子氏を招聘し、地域住民自らが取り組めるコミュニティビジネス、着地型旅行による誘客について他の地域の実例なども交えて講話をいただいた。

既存にとらわれない新たな視点を持ち、小さな取り組みの積み重ねや地域資源を見つめ直す大切さを学び、これからの街づくりに向けたヒ



地域のあるもの探し



フィールドワーク



汁ONEカップ 2012



石窯製作

ントを得ることができた。

(2) 地域資源を活用し、常陸太田らしさや個性を重視した新商品・メニューの開発

ホスピタリティツーリズム専門学校の学生に、地域資源の掘り起こしや新たな観光コースを立案してもらうため、フィールドワーク及びツアーコンテストを行った。

外部から見た常陸太田市の魅力など貴重な意見や提案をいただいた。

またコンテストで1位となった提案をモデルに、東京都内から教育関係の方々に参加していただき、具現化へ向けた実証実験のモニターツアーを実施した。ツアーの中で参加者と地元生産者との懇談会の場を設けることにより、現場の意見やお互いの要望を聞くことができた。

今後、それらの意見を取り入れて市内外から小・中学校の教育旅行などを招致し、将来的に交流・移住に繋げていければと考えている。

(3) 着地型体験交流拠点整備
おもてなし部会が中心となり、水府地区の竜神大吊橋敷地内で溶岩石を使用した石窯づくりを行った。設計から施工まで

会員が自ら行うことにより、製作を通しておもてなしの意識醸成を図ることができた。

今後、この石窯を活用した着地型旅行商品を企画・造成し、誘客拡大に繋げていきたい。また、誘客のみならず地域の方々が交流できるコミュニティの場として活用することで、地域の活性化の一助になればと考えている。

今後の展望と取り組み

今回の事業を通して、都市部住民との継続的な交流・二地域居住、移住に関する取り組みを推進していく上で、部会の立ち上げや地域間の交流などにより強い絆をつくれたことは大きな成果であった。

今後、学生から提案されたツアーコースの内容を検討し、新しい観光の切り口として日本最古の地層カンブリア紀の地層などを商品化に繋げていきたい。

と同時に、部会員を中心として地域住民、各種団体とより一層連携を図り、一人でも多くの人に常陸太田市へ「来て良かった」「移り住んで良かった」と言ってもらえるような街づくり、そして何より「住んでいて良かった」と言える街づくりに取り組みたい。

明るく元気で住みよい町づくり ～貴重な環境の保全や特産品開発を推進～

世界自然遺産白神山地に抱かれた藤里町は、秋田県の最北端に位置し、青森県との県境一帯は標高1000mを超える山並みが広がっている。平成5年12月に屋久島と共に日本で初めて世界自然遺産に登録された白神山地は、ブナの森を中心とした森林生態系と豊かな自然が国際的に評価されたもので、白神山地全体が森林の博物館的環境となっている。さらに、町内には白神山地を源とする清流の藤琴川・粕毛川、ブナ観

察学習林や湿原が保全され、誰でも気軽にブナ林・亜高山植物・湿性植物の観察ができるため、散策コースとして親しまれ、清流の流域ではキャンプなどのアウトドア・レジャーも楽しまれている。

今回は、この自然豊かな白神山地の麓で地域活性化に取り組む「特定非営利活動法人ふじさと元氣塾」を訪ね、理事長を務める藤原弘章氏に元氣塾の活動内容についてお話をうかがった。

明るく元氣な町に

活動のきっかけは、町の北部、横倉地区にある幻想的な棚田の風景を残したいという思いであった。藤原氏は、長年、神奈川県藤沢市で教員を務めていたが、平成20年、早期退職により生まれ故郷である藤里町にUターン。第2の人生を故郷のためにという同じ使命感を持つ2人の仲

間との出会いも地域づくり活動を後押しした。

藤原氏は、最初に取り組んだ白神山地の観光ボランティアガイドの活動を通じて、地元が存在している貴重な観光資源に気づいた。その一方、観光客から、藤里町を代表するお土産品の要望があっても、それに応える特産品がないことが課題であった。

そこで、「白神山地だけでなく、里山の観光資源を発掘し、人材のネットワーク化を推進して、多くの町民が参加できる町づくりをしたい」との思いから、町内で地域づくりに取り組む初めての団体を結成し、平成22年10月、「特定非営利活動法人ふじさと元氣塾」としてスタートを切った。

地域資源を生かしたビジネス展開

元氣塾の最初の取り組みは、貴重

な棚田やホテルの棲む環境の保全活動と、地域の特産品開発の事業化であった。

自然豊かな藤里町にホテルが出現する場所が多数あり、これを地域の魅力としてPRしたいと考え、平成23年には、自ら現地を歩き確認したホテルスポットを掲載したガイドマップを作成した。町内外で配布したところ、手作り感あふれるマップにより、町民がホテルの棲む環境に愛着を持ち、保全活動に努めるようになるとともに、ホテル観賞に訪れる観光客の増加にもつながっているという。

また、元氣塾では、藤里町の特徴は森林であると考え、地域資源であるブナをはじめとする広葉樹、スギなどの針葉樹を原料とした木工品の開発に取り組んだ。地域資源と職人の熟練の技を結び付けることにより、オリジナルの箸を開発。宿泊施設や地元企業からの注文、イベント等で販路を拡大するとともに、商品アイテム数も増やしている。

このように、地域のモノや人の資源を生かした活動を展開することにより、元氣塾の取り組みに共感し活動への参加者が増えるなど人材のネットワークにつながっている。

★ 団体プロフィール ★

設立年＝平成22年10月
設立・運営主体＝特定非営利活動法人
代表者＝藤原 弘章
会員数＝50名
(男性40名 女性10名)
＜連絡先＞
〒018-3201
秋田県山本郡藤里町藤琴字家の後6-1
電話：0185-79-2070
ホームページ：
<http://blog.canpan.info/genkijuku/>



高校生にNPO活動を語る藤原弘章氏



藤沢市の商店街で開催した物産品フェア



地域資源 プナの箸

町外との連携による新たな活動展開

平成24年6月22日から24日までの3日間、神奈川県藤沢市の商店街の空き店舗に、藤里町の特産品が多数

並び、多くの来客でにぎわった。これは、藤原氏と同じく藤沢市で教員を務め、退職後、秋田県男鹿市にUターンし、B級グルメを通じて地域づくりに取り組む知人との再会がきっかけとなり、さらに、2人の取り組みに共感した鶴沼海岸商店街の協力により実現した企画であった。

「イベントハウス白神 山地藤里・男鹿」と題した特産品フェアでは、秋田の魅力発信することができ、わさびやみそ、天然水「白神山水」を使ったかき氷など、藤里町の

特産品は予想以上の人気だったという。

この企画は、遠く離れた秋田と藤沢を結び付ける取り組みの第一歩であり、藤原氏は「藤沢にいるときには秋田を、秋田にいるときには藤沢のPRをして、お互いが盛り上がる関係にしていきたい」と語る。

まちを思う3者の心が結んだ縁は、さらなる展開も見せている。今年10月には、藤沢市民に藤里町を訪れてもらうツアーを企画中であり、町内に宿泊し、自然体験や地元の人と鍋を囲みながら交流する場を設けるなど、「日本の原風景」を満喫できるプログラムを検討中という。元気塾では、このような取り組みを着々と進めることにより、モノだけでなく、人の交流を広げていきたいと考えている。

オール藤里での活動をめざして

ふるさとへの熱い思いにより、当初3人で活動を開始した町づくりであったが、NPO設立後、徐々に活動への理解が進み会員数も増加している。活動の幅も広がり、町の少子化対策事業に協力し、独身男女の出会いの場づくりにも取り組むようになった。

また元気塾では大学との連携を重視しており、専門家のサポートを受けることにより、活動を充実させるとともに、学生の参加など連携の輪にも期待している。

藤原氏は元気塾について、「組織として成長する体制にしなければならぬ。そのためには、若い人材が必要であり、女性の参加者も増やしたい」と語る。

元気塾では、特産品、環境・景観保全、新規事業など分野ごとに担当者置き、責任を持って事業に取り組む体制を整備している。組織が拡大しても、コミュニケーションを大切にして、常に共通の目標・目的を確認しながら活動を進めているという。

今後は、組織の充実とともに、弱い弱者対策としての商店街との連携や、地域貢献を考えている民間企業との連携など、町の抱える課題に対して、NPOとしてできることに挑戦していく考えだ。

江戸時代から生き続ける白神シンボルの雄大なプナに支えられ、より一層、住民みんなが元気になる町づくりの輪が広がっていくことが期待される。

編集委員 ● 平野奈都子

高齢化から脱却、「奇跡の集落」に — 米の直販や家畜の飼育などに活躍 —



十日町市地域おこし協力隊

● 多田朋孔

● 地域の概要

新潟県十日町市は人口5万9075名(平成24年7月末現在)、面積589.92平方^{キロ}メートルの日本有数の豪雪地帯で、山の湧水が豊富であるため農産物が大変おいしいところである。

当市には地域おこし協力隊が17名おり、私が住んでいる池谷集落は9世帯19名が住んでいます。池谷集落は平成16年の中越地震の影響で8世帯から6世帯に減少しましたが、平成22年に私たち家族3名、平成23年に2名の女性が移住、平成24年2月に我が家の第2子が誕生し、高齢化集落から脱却、「奇跡の集落」と名付けられました。

● 十日町市地域おこし実行委員会 会の運営

池谷集落とその隣の集落では「十日町市地域おこし実行委員会」とい

う任意団体が2005(平成17)年から活動をしていました。当初は震災復興の活動を行っていましたが、一段落すると地域おこし活動を中心に行うようになり、この運営を協力隊活動の1つとしています。

この委員会の運営を行うにあたってまずは、都会との交流イベントや米の直販・出張販売等の既存の取り組みのお手伝いとそのバージョンアップをしました。さらに、有機栽培や、家畜の飼育、池谷分校大改修プロジェクト、中・長期滞在の受け入れ等の新たな取り組みも行うようになりました。

震災復興からの一連の活動が評価され、委員会は平成23年度地域づくり総務大臣表彰を受賞しました。

また、平成24年4月に委員会はNPO法人化し、十日町市の行政と連携してインターンを市内各地に派遣する事業を行うなど、さらに活動を本格化させています。

● よそ者を主役にする集落

色々な取り組みに挑戦できたのは集落の皆様が「よそ者を主役に」しようと考えてくれるおかげです。池谷集落は閉鎖性も封建的な風土もなく、集落の方々が自ら「後継者を受け入れたい」と公言しています。実際、中山間地集落協定の役員に私も加えてもらっていますが、他の地域で若い移住者を中山間地集落協定の役員に加えるというのは珍しいことだと思います。

こうした集落の方々の意識は、中越地震をきっかけに、外部のボランティアとの交流を重ねるうちに生まれていったそうです。

都会のよそ者を過疎地に送りこむということは非常に良いことですが、一方で受け入れ側の行政や集落とのミスマッチで苦勞している例も少なくありません。こうした問題を解決するためにも受け入れ側の意識改革にも目を向ける必要があります。そのためには「強烈な危機感」と「共通の明確なビジョン」が必要であると思います。

池谷集落では震災によって「強烈な危機感」を感じ、「100年先を見据えた持続可能な集落作り」を「共通の明確なビジョン」としています。

このビジョンを実現すべく、昔から集落に住む方々は集落を継いでくれる仲間を心待ちにしています。

● 今後目指すこと

長期的には持続可能な集落モデル(物理的に生活が成り立つ状態、お互いに顔が見え、助け合い安心して楽しく生活出来る状態)を自ら体現している地域を作り、都会からの後継者の定住を促進させ、全国への情報発信を通じて、全国各地の過疎地の集落で持続可能な生活スタイルを実現させ、将来に希望が持てる社会を作ること貢献したいと考えております。



お米の直販

若き熱意と外部専門性で島おこし

— ICT 駆使し、島内外の人的ネットワーク拡大 —



対馬市島おこし協働隊事務局

● 前田 剛

まさに理想的な制度だと思った。移住定住を促すばかりか、特定のフィールドで地域おこしに専念できる仕事であるからだ。地域おこしの主役は住民に他ならないが、地域おこしは仕事として成り立ちにくく、相互扶助システムが希薄化している今日にあつては「自分事」ではなく「他人事」と捉えられてしまう。特に離島ではボランティア層も薄く、地域おこしの担い手の確保は課題であった。

そもそも地域おこしは片手間で行えることではない。専念できる仕組みを創れないか、そう考えている時だった。長崎県内で先に地域おこし協力隊制度を導入していた小値賀町の友人から話を聞くにつけ、すぐさま企画し、「感動と活躍の場がこの島にあります。島暮らしと島仕事、同時にはじめませんか」というフ

レースで公募。熱意あふれる若者(東京、神奈川、青森出身で20〜30代の男1名女4名)が平成23年度から着任した。

● 活動内容を絞り込んで公募

漠然とした活動内容では熱意あふれる人材は集まらない。持てる専門性を活かすことができ、明確な使命感を持ちながら、やりがいと楽しさを感じてもらうことが重要と考えた。

そこで、「ツシマヤマネコをはじめとする生物多様性の保全」「特産品などのデザイン」「地域資源の掘り起こしと魅力発信」「有害鳥獣であるイノシシやシカの革、豊かな植物資源を活かした特産品開発」にミッションを絞り込んで公募。甲乙付けがたい応募者のレベルの高さに舌を巻き、選考に苦労するほどだった。

た。

● 人的ネットワーク化の加速。活動成果

隊員は、1年目にして対馬の現況を把握するとともに、埋もれた魅力を掘り起こし、専門性や外部ネットワークを活かして、様々な企画立案にチャレンジした。①伝統的知恵と企業CSRの最新環境技術を融合させた持続可能な集落づくりと「学び」のある体験型滞在型観光の推進、②植物資源を活かした特産品開発と商品化実証実験、③有害鳥獣の皮革を活かした試作品づくり、④デザインによる島の魅力創出・発信、⑤英語力を活かした欧米圏観光客の誘致、⑥ネットやイベント等を通じたファンづくりなどである。今年度から、市民等と連携しながら本格的に取り組んでいる状況である。

成果として一番に感じるのは、ICTを駆使しつつ、島内外の人的ネットワーク化が加速していることである。協力隊が注目的であることと外からの新たな風に対する期待の高さ、隊員のしがらみの無さ等が、今まで無かったような新たな人間関係を形成している。隊員たちは、住民の「仕方がない」と諦めかけていた気持ちを奮い立たせ、地域おこしの可能性を広げてくれる精神的紐帯

の役割を果たしていると言える。

● 活動の発展に向けて

専門性の高い隊員とはいえ、実践段階では知識・経験不足であることは否めない。これまで、当市ではスキルアップのための内部研修や先進地研修、隊員各自の専門性による補完に取り組んできた。

しかし、任期満了後の定住定着や雇用の創出、安定した収入の確保を行いながら、地域おこしに資するためには、多くの不安と課題に直面している。その解消のためには、企画から販売、起業、組織経営における実務経験豊富な専門家の存在が必要である。当市では、今年度より総務省外部専門家によるサポートを受けながら、活動の発展に努めたい。



隊員が講師をつとめる公民館講座の様子(アカメガシワ茶づくりと健康エクササイズ)

京都の価値ある資産を新たな「世界遺産」に！

「世界遺産条約採択四十周年記念最終会合」11月に京都で開催



京都府政策企画部計画推進課副課長

● 小西葉子

千年の都である京都は世界遺産の宝庫である。京都市内及び隣接する宇治市、滋賀県大津市には、「古都京都の文化財」としてユネスコの世界文化遺産に登録された17カ所の寺院、神社、城がある。さらに、京都府では、日本・京都が有する価値ある資産を世界に発信していくため、現在、「和食」「天橋立」「日本茶・宇治茶」の世界遺産登録に向けた取り組みを推進している。

新たな世界遺産登録に向けて

「和食」は、日本の伝統的な食文化であり、その中でも「会席料理」は日本の美の象徴として世界的に保全する価値を有する文化である。本年3月には文化庁からユネスコに登録申請が行われたところであるが、今後、国を挙げての価値の発信と保護継承の取り組みが必要である。

京都府でも、8月・11月に、京都市内等で、世界遺産の早期登録への

機運の醸成を図るとともに、日本の食文化の普及啓発を図るため、「日本料理文化博覧会」を開催することとしている。

また、海を渡る白砂青松の「天橋立」の雄大な姿は、日本を代表する象徴的な海の景観である。その人智を超えた力と神秘に満ちた存在は人々に宗教的な感興を励起させ、周辺には神社や寺院などの宗教的遺産群が重層的に形成されるとともに、庭園、絵画、和歌など日本の文化・芸術に大きな影響を与えてきた。

今なお自然と人間が共生することにより、最も美しい姿を保ち続けており、行政と地域住民が一体となつ



日本の伝統的な食文化である「和食」



白砂青松「天橋立」



茶畑（京都府和束町）

た、保全活動など様々な取り組みが行われている。

さらに、日本茶の最高峰である「宇治茶」は、日本が世界に誇るブランドである。宇治・山城地域に広がる茶畑とお茶に携わる人々は、世界にも影響を与え続けている日本の独特な茶文化を、生産から製造、流通、喫茶、精神文化まで相互に対話を重ねながら生み、育んできた。

世界遺産登録により、茶文化を育んできた宇治茶の価値の世界への発信と保全の取り組みが必要である。

京都府では、世界遺産登録の推進により、次のような点を実現していきたいと考えている。

(1) 日本文化と日本文化に占める京都の重要性を私たち府民が改めて認識をし、京都に生きることの誇りと自信につなげていくこと。

(2) 登録により京都の文化の保護・保存体制をしっかりと創り上げていくこと。

(3) 登録によりその文化的価値が世界に発信され、京都のブランド力、日本のブランド力がより一層強化され、観光産業等への高い経済効果を生み出すこと。

最終会合で京都の魅力を発信

本年は、顕著な普遍的価値を有する文化遺産及び自然遺産の保護を目的として「世界遺産条約」が採択されてから40年目となる。1月にパリのユネスコ本部で行われた開幕行事を皮切りに世界各国で記念会合が開催されており、11月には、その最終会合が京都で開催される。

地元実行委員会でも、様々な記念事業を実施することとしており、この機会を活用して、「古都京都の文化財」など京都が有する世界遺産や京都文化・日本文化の魅力について、世界に発信していきたいと考えている。



安芸市長 ● 松本憲治



岩崎弥太郎

「安心とやさしさあふれる元気都市」 の実現を目指して

8月初旬の土佐の高知は、よさこい祭りで賑わい、安芸市もよさこい踊りと4500発の花火の納涼祭で猛暑を乗り切ります。

本市は、「安心とやさしさあふれる元気都市」を掲げ、元気な市民とともに未来に夢と希望の持てるまちづくりを進める高知県東部の拠点都市であります。

平成24年度は、三つの大きな課題を掲げています。一つ目は「南海地震対策など安全・安心な地域づくりのスピードアップ」、二つ目は、「元気都市づくりの基盤となる高速道路など社会資本整備の促進」、三つ目は「地場産業・観光の振興」であります。

私が市政を任された平成13年当時、市の財政赤字は増大し、破綻危機の状態にありました。「財政危機を乗り越えるぜよ」と平成15年度から緊急財政健全化計画を市民・議会・市役所が丸となって粘り強く実施してきました。

平成21年度には早期健全化団体に指定されましたが、平成22年度には早期健全化団体から脱却し財政再建を達成してほっとしています。苦難の8年間、市職員たちは本当に頑張ってくれました。今後は、本市の特性を活かし、キラリと輝く施策で市勢発展に努めていく決意であります。

南海地震が2035年前後に発生が予想される中、昨年3月の東日本大震災による津波被害の大惨事には大きな衝撃を受け、危機感が増すばかりです。

国が3月末に公表した最大クラスの地震津波想定では、最大震度7、最高津波高は14・9メートルにびつくり、これまでの防災計画を抜本的に見直し、津波避難対策の強化や防災体制、地域防災力の再検討など、ハード整備と自主防災組織と実地訓練にスピード感を持って推進しています。

特に、懸念されるのが、津波による道路の寸断です。県東部の唯一の幹線道路である国道55号は、海岸線を走り迂回路もなく、大津波で命が奪われ交通遮断、災害救援活動が困難となります。

南海地震が迫る今日、「大津波に負けない、強靱な『国8の字高速道』の早期完成」は、一刻の猶予もない喫緊の課題となっています。

国には、財政措置を含めた「南海トラフ地震対策特別措置法」の制定など、法整備を強く求めています。今後とも、南海地震対策をはじめ、産業・観光振興策の強化、高速道路など社会資本整備の促進、健康・子育て・高齢者福祉、教育行政などを充実させ、市民の幸福度を高めるために全力で取り組んでまいります。

日本一の日照時間を活かした日本一の園芸野菜や柚子、太平洋の恵みの海産物など農林水産業のまちです。

ちりめんじゃこの「釜揚げちりめん丼」が「食の祭典土佐の食1グランプリ」で優勝を果たすなど、地場産業の活性化や交流人口の拡大にも大きくつながっています。

大河ドラマ「龍馬伝」で全国に知られた、三菱グループ創始者 岩崎弥太郎の生誕地であり、今も残る生家には22万人の観光客が訪れ最高の賑わいでした。

藩政時代のたたずまいを今に残し、本年7月に国の重要伝統的建造物群に指定された武家屋敷や明治時代のロマンティックな雰囲気が残る野良時計の歴史遺産や書道・陶芸・童謡など芸術文化を守り育てる「歴史と文化の香るまち」をPRしています。

安芸といえば「タイガースタウン」、昭和40年から続く阪神タイガースのキャンプ地として賑わいを見せるほか、アンパンマンの作者 やなせたかし先生が描くまんが駅を走る「まんが列車ごめん・なはり線」など、多くの地域資源を活用し、安芸市の魅力アップに努めています。

今年は、ごめん・なはり線の開通10周年を迎えたのはじめ、書家の手島右卿生誕110周年、童謡作曲家弘田龍太郎生誕120周年、書道美術館の開館30周年など、さらに安芸市が飛躍する年であります。皆様の安芸市へのお越しをお待ちいたしております。

栃木時間

そこには、ゆるやかに流れる時間があります。

日光東照宮（日光市）
日光東照宮は、元和3年（1617）に徳川初代將軍徳川家康公を御祭神におまつりした神社です。園方に指定される社殿やき宮も数多く、境内の社殿群は「日光の社寺」として世界遺産にも登録されています。なかでも陽明門は、雄偉形態や空間、彫刻をあらわした500以上の彫刻がほどこされてあり、いつまでも見飽きないところから別名「日光の門」ともよばれ、日本を代表する最も美しい門として、古今正門の名をいただいたと伝えられています。



自然と遊ぶ旅。栃木の旅。

やすらぎの
栃木路

<http://www.tochigiji.or.jp/>
「やすらぎの栃木路」共同宣伝協議会
【お問い合わせ】TEL.028-623-3213

自然と歴史と文化が織りなす街

唐津市は、佐賀県の北部に位置し、東は福岡県、西は長崎県に隣接しています。唐津はその名のとおり、唐（韓・唐）へ渡る津（港）として、大陸との交流で栄えた地域であり、韓国や中国などの東アジア地域とも近く、自然、歴史、文化が織りなす街です。

唐津焼は、古くより「1井戸、2楽、3唐津」と呼ばれるとおり全国的にも有名で、焼き物ファンを魅了しています。

国の特別史跡に指定されている名護屋城は、豊臣秀吉が文禄・慶長の役の朝鮮出兵時に構えた城で、周辺には100を超える全国諸大名の陣跡が残されています。

秋には豪華絢爛な14台の曳山が城下町を練り歩く「唐津くんち」が開催され、多くの観光客で賑わいます。また、新鮮なイカの活き造りなどの海産物や佐賀牛など豊富な食材にあふれた街です。

初めてなのに懐かしい…。城下町ならではの風情と人情味あふれる風土、風土が育む食材の宝庫、それが唐津の魅力です。



■唐津くんち 唐津神社の秋季例大祭で、毎年11月2日から4日に開催。国の重要無形文化財にも指定されている。



■虹の松原 唐津城初代藩主が命じてつくらせた約5km続くクロマツ林で、日本三大松原に数えられる。



■蕨野の棚田 石積みの高さが日本一の棚田を有し、毎年、春夏にウォーキング大会が開催されている。



■ハウスみかん 甘みたっぷりの温室みかんは、生産量日本一を誇る。



■唐津焼 茶人の心を捉えて離さない唐津焼。絵唐津、朝鮮唐津、三島唐津、斑唐津などがある。



■旧唐津銀行 唐津出身で東京駅などを設計した明治を代表する建築家・辰野金吾が監修した建造物。今年で100周年を迎え、様々なイベントが開催中。



■佐賀牛 柔らかい赤身の中にきめ細やかに風味漂う脂肪が入った見事な霜降り牛肉。県内最大規模の佐賀牛の生産地。



■呼子イカ 1杯まるごと活き造りにした、全国的に知られる唐津市呼子町の名物料理。

通信センター

地域活性化フォーラムin千葉

『文化資源がまちを活性化する ～ふるさとの魅力、再発見～』

11月14日（水）参加者募集中！

全国各地で様々な地域固有の資源を活用して、まちのブランド力を高めようとする動きが活発化しています。その中でも特に、長い歴史の中で育まれてきた「文化資源」は、地域の独自性を創り出す大切な資源です。

今回、『文化資源がまちを活性化する～ふるさとの魅力、再発見～』と題して、地域を活性化するためにはどのようにして地域の文化資源を活用し、住民の地元愛を深め、まちのブランド力を高めていけばよいのか、その課題と今後の展望について考えるため、本フォーラムを開催します。

- 日 時：平成24年11月14日（水）13：30～17：00（12：30開場）
- 会 場：京葉銀行文化プラザ 音楽ホール（千葉県千葉市中央区富士見1-3-2）
- 共 催：（財）地域活性化センター、千葉県
- 定 員：400人（先着順。定員になり次第、締め切らせていただきます）
- 参加費：無料
- プログラム
 - 基調講演（トークショー形式）
中尾 彬（俳優） 聞き手：中村容子（アナウンサー・タレント）
 - パネルディスカッション
コーディネーター：北原 理雄（千葉大学大学院教授・千葉大学地域観光創造センター長）
 - パネリスト：池邊 このみ（千葉大学大学院教授）
（五十音順）北川 フラム（株式会社アートフロントギャラリー代表取締役会長）
清水 宏（一般社団法人波の伊八鴨川まちづくり塾代表理事）
 - ミニコンサート：ニューフィルハーモニーオーケストラ千葉（ピアノ3重奏）
※構成については変更になる場合があります。

【お問い合わせ】

（財）地域活性化センター 振興部地域づくり情報課
TEL：03-5202-6138 FAX：03-5202-0755
詳細は、当センターのホームページをご覧ください。



中尾 彬氏

自治体アンテナショップ情報交換会を開催 北海道・鳥取県・沖縄県の事例発表に70名が参加

平成24年7月25日（水）、東京・地域活性化センター大会議室において、「第5回 自治体アンテナショップ情報交換会」を開催しました。「魅力あるショップづくりと集客を目指して」をテーマに、北海道どさんこプラザ（同店長 青木義雄氏）、食のみやこ鳥取プラザ（鳥取県東京本部 盛山勝一郎氏）、銀座わしたショップ（同店長 前田展野氏）から、店舗の概要、マーケティング、集客方法について事例発表が行われました。参加した既存ショップ担当者や開設を予定・検討している自治体職員約70名は、人気アンテナショップを支える現場スタッフの話に熱心に耳を傾けていました。

続いて、山梨県ワインレストラン「Y-wine（ワイ ワイ）」で行われた交流会でも、運営や開設時の苦労話などを交えた情報交換が活発に行われました。

自治体アンテナショップ情報交換会は、23年度までは年に1回開催していましたが、好評につき24年度から2回開催することになりました。次回は、平成25年2月に開催を予定しています。

地域づくり情報課



平成24年度地域再生実践塾開催のお知らせ

地域再生の方法について、さまざまな視点から考えるワークショップ「地域再生実践塾」を全国5カ所で開催します。現在、第3回目以降を募集中です。

◆開催内容

第3回 山形県鶴岡市「食と農～在来作物の存在と意義を見つめ直す～」

開催日：10月24日（水）～26日（金）

会 場：東北公益文科大学大学院 鶴岡キャンパス
大学院ホール

第4回 岡山県備前市「エネルギー供給源の多様化による地域振興」

開催日：10月31日（水）～11月2日（金）

会 場：リフレセンターびぜん 会議室

第5回 東京都墨田区「ものづくりと観光の融合による地域活性化」

開催日：11月12日（月）～14日（水）

会 場：すみだ産業会館

◆対 象 地方公共団体、商工会、商工会議所、NPOなど、地域再生に取り組んでいる人

◆募集人数 各回40名（会場などにより変動あり）

◆参加費用 無料（開催地までの往復の交通費、宿泊費、飲食代などは参加者負担）

◆申込方法 申込書を当センターまで送付してください。
申込書の様式は当センターのホームページからダウンロードできます。

*詳しくは、当センターのホームページをご覧ください。

【問い合わせ先】地域支援課 TEL03-5202-6137

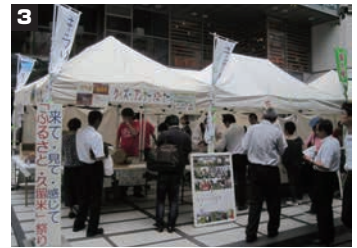
★日本橋プラザビルイベントスペース

9月

- 9月4日(火)
市川地域ブランド協議会(千葉県)
『“ブランド梨”に“幻の三番瀬海苔”東京の隣町、市川物産展!』
- 9月7日(金)～8日(土)
平川市(青森県)、南九州市(鹿児島県)
『平川市(青森)・南九州市(鹿児島)合同観光物産祭り』
- 9月18日(火)～19日(水)
福島県県南地方振興局(福島県)
『「ふくしまから はじめよう。」～福島県県南地方の観光と物産展～』
- 9月26日(水)
行方市、なめがた食彩マーケット会議(茨城県)
『式湖の国 茨城県行方市特産品フェア』

10月

- 10月11日(木)～12日(金)
津市(三重県)
『津市の観光物産キャンペーン』
- 10月15日(月)～16日(火)
長野市の観光と物産展実行委員会(長野県)
『おいでよ長野～長野市の観光と物産展～』
- 10月18日(木)～19日(金)
五泉ファッションタウン推進協議会(新潟県)
『五泉ファッションフェア in 東京』
- 10月25日(木)～26日(金)
利島村(東京都)
『東京の小離島 青ヶ島・利島 観光物産展』



(写真)

- 1 7月2～3日奥能登・珠洲(すず)の夏祭りフェア(石川県)
- 2 7月9～10日よつてがっせえ多摩源流 小菅村(山梨県)
- 3 7月12～13日キラリク留米PRキャンペーン(福岡県)
- 4 7月17～18日とことん南泉州観光キャンペーンキャラバン(大阪府)
- 5 7月19～20日がんばろう須賀川!!物産展(福島県)
- 6 7月24～25日「富士の国やまなしマルシェ」(山梨県)

編集後記

▼今月号は「企業との協働による地域活性化」を特集のテーマにしました。近年、企業がその社会的責任を果たすため、さまざまな社会貢献活動(CSR活動)に取り組むケースが増えていますが、自治体側でもこうした動きを積極的に奨励し、両者が「協働」して地域の活性化やまちづくりを進める流れが定着しつつあります。ご紹介いただいた各地の先進的な取り組みはいずれも創意工夫にあふれ、大きな成果を上げていくようです。

▼たとえば横浜市の地域貢献企業認定制度は地域貢献を意識して事業活動に取り組む企業を認定し支援するという先駆的な取り組みで、すでに中小企業を中心に約150社が認定を受けており、こうした評価制度は他の地域にも広がりを見せています。また青森県や熊本県の事例も高齢化の進展などで人手不足に悩む農山漁村の活性化には有効な手法と言えるでしょう。

▼地方によって事情はそれぞれ異なると思いますが、地域を抱える課題は複雑、多様化し、行政だけでは解決できない問題も増えていきます。そうした中で、企業も社会の一員として問題解決のための主要な担い手であることは間違いないと思います。その意味で、行政側が知恵を出しながら、企業やNPOなどの諸団体と手を携えて地域づくりに取り組むことはますます大切になってきていると言えるのではないのでしょうか。

(堀)

「10月号予告」
特集Ⅱ「スマートシティを目指して」
(坂)

地域づくり9月号

2012年9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2-34 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。地域づくり情報課(03-5202-6138)まで、ご連絡下さい。

宝くじは、 地方自治体の公共事業等に 幅広く使われています。

**ワクワク、
ドキドキ。**



宝くじの収益金は、
病院や検診車、図書館や動物園、
災害に強い街づくり、
緑あふれる公園、美術館など、
皆様の暮らしに役立てられています。